

ブリヂストンのコンテンツ産業・AI搭載ロボット産業参入戦略分析

日本政府が次世代の成長戦略として位置づけるコンテンツ産業とAI搭載ロボット産業において、グローバルタイヤメーカーとしてのブリヂストンが持つ独自の強みをどのように活用し、新たな成長機会を創出できるかを包括的に分析する。本報告では、市場機会の定量評価、ブリヂストンの現状分析、参入可能性の検証、そして実現に向けた具体的なシナリオを提示する。

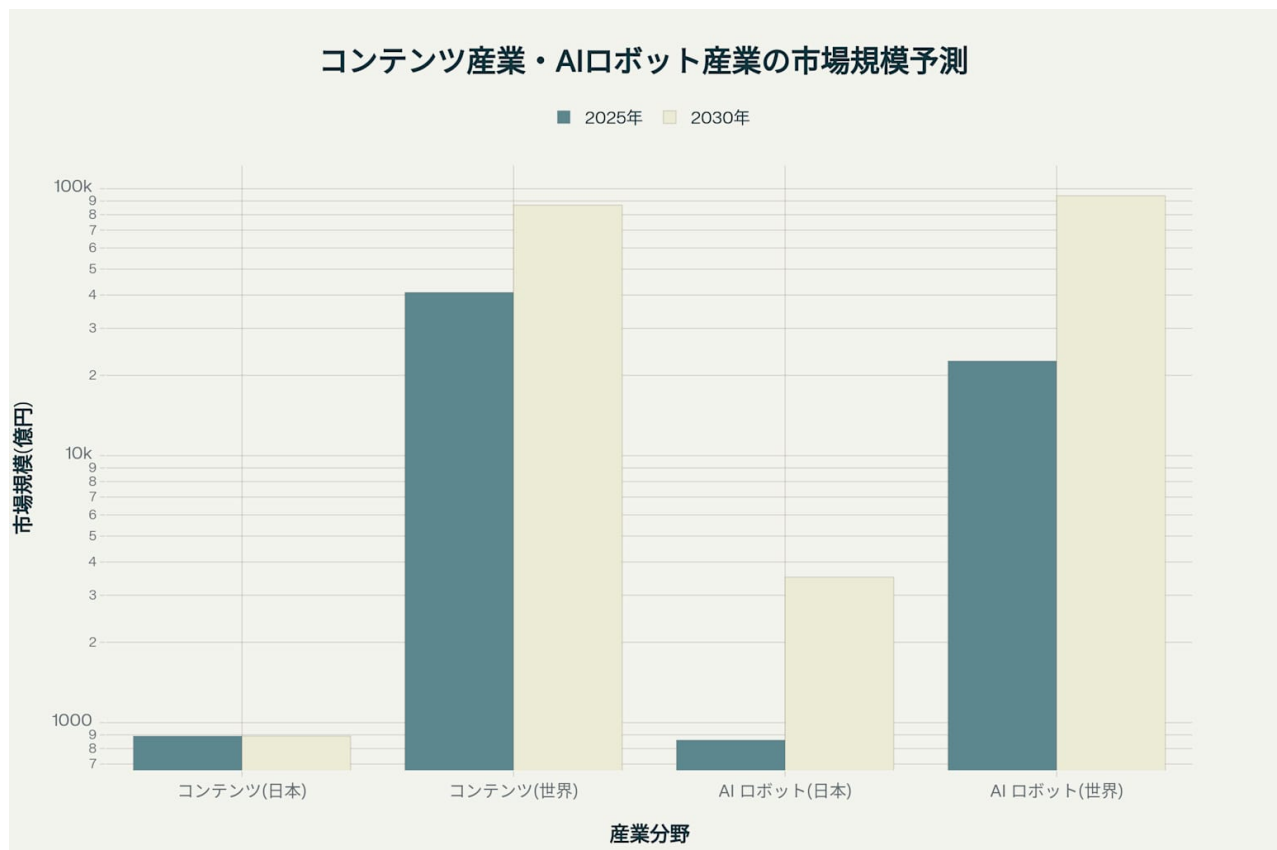
市場機会と成長ポテンシャル

政策背景と市場規模

日本政府は「デジタル田園都市国家構想」および「ロボット新戦略」を通じて、コンテンツ産業とAI搭載ロボット産業を戦略的に育成している^[1]^[2]^[3]。経済産業省は2025年6月に「エンタメ・クリエイティブ産業戦略」を発表し、2033年までにコンテンツ産業の海外売上高20兆円を目指すアクションプランを策定した^[2]。一方、AI搭載ロボット産業については、政府が2025年度内に新戦略を策定し、実装拡大と競争力強化を図る方針を明記している^[3]。

市場規模予測と成長性

グローバル市場における両産業の成長性は極めて高い水準を示している^[4]^[5]。AIロボット市場は世界全体で2025年の226.3億米ドルから2031年の941.4億米ドルへと年平均成長率26.82%の急拡大が予測されている^[4]。日本国内においても、AIロボット市場は2025年の8.6億米ドルから2031年の35.1億米ドルへと年平均成長率26.45%の高成長が見込まれる^[4]。



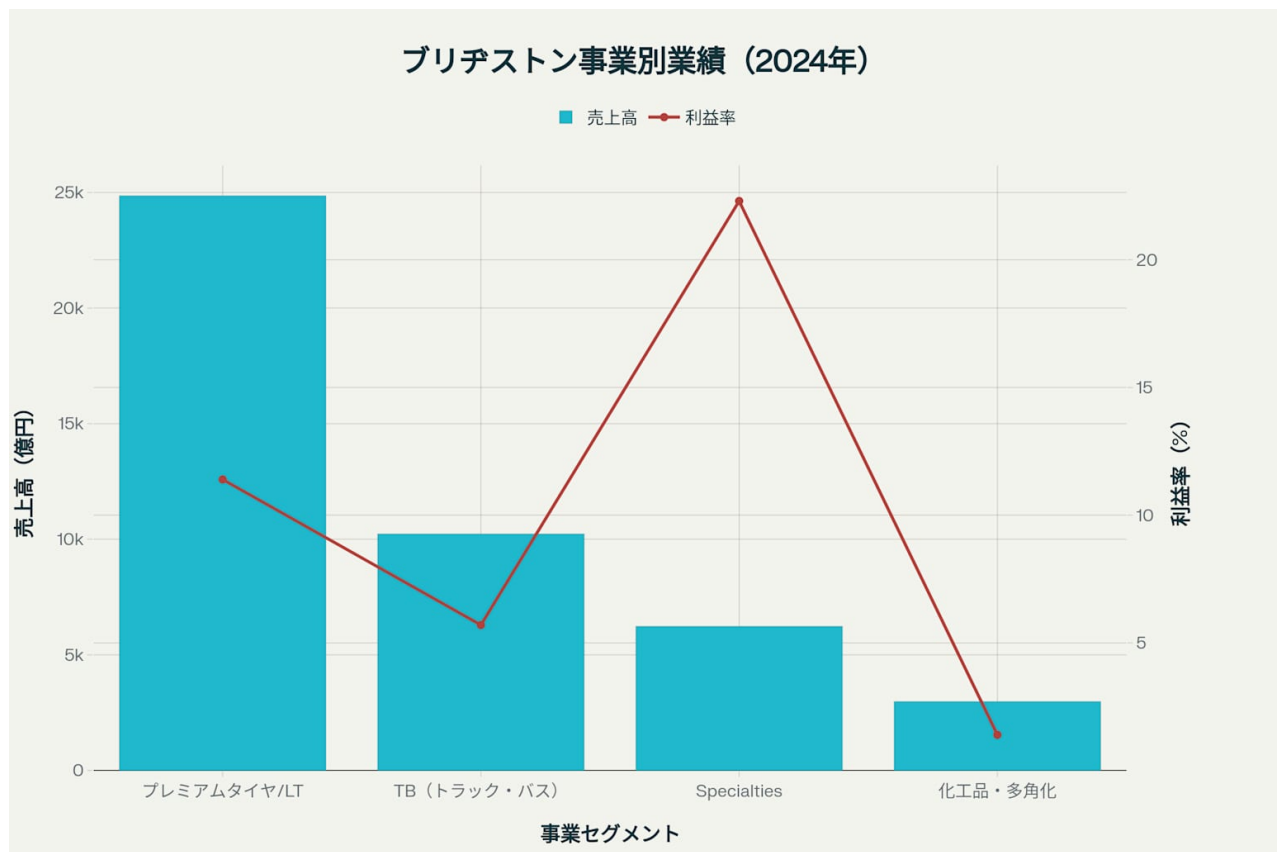
コンテンツ産業とAIロボット産業の市場規模予測（2025-2030年）

デジタルコンテンツ市場についても、2024年の409億米ドルから2030年の868億米ドルへと年平均成長率13.28%で拡大する見通しである^[6]。特に日本のアニメーション市場は2025年から2030年にかけて約89億2000万米ドル規模に成長すると予測されている^[7]。

ブリヂストンの現状分析

事業ポートフォリオと収益構造

ブリヂストンの現在の事業構造は、プレミアムタイヤ事業が売上の約56%を占める主力事業となっている^[8]^[9]。2024年実績では、プレミアムタイヤ/LT事業が売上収益2兆4,859億円、調整後営業利益2,823億円（利益率11.4%）を計上した^[9]。特に注目すべきは、Specialties事業（鉱山・航空機等）が売上6,236億円に対して営業利益1,389億円と22.3%の高い利益率を実現していることである^[9]。

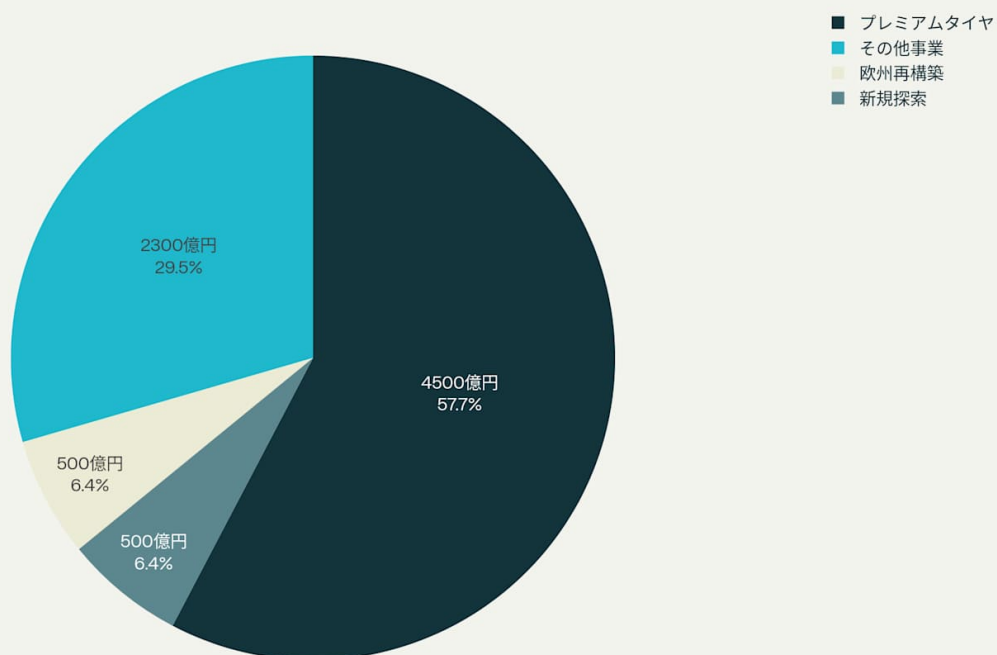


ブリヂストンの事業セグメント別業績（2024年実績）

中期計画と投資戦略

ブリヂストンの中期事業計画「24MBP」（2024-2026年）では、3年間で戦略リソース約7,800億円を投入する計画を策定している^[10]^[11]。投資配分においては、プレミアムタイヤ事業に約4,500億円（57.7%）を集中投資する一方で、新規探索事業にも500億円（6.4%）を配分している^[10]。

ブリヂストン中期計画投資配分



ブリヂストン中期計画（24MBP）の投資配分

既存技術力とコアコンピタンス

ブリヂストンは長年にわたって培ったゴム・材料技術を基盤として、ソフトロボティクス事業を展開している^{[12] [13]}。2023年1月に設立された「ソフトロボティクス ベンチャーズ」では、ゴム人工筋肉を活用したソフトロボットハンド「TETOTE」の開発・事業化を推進している^[13]。さらに、タイヤデータとモビリティデータを活用したソリューション事業も構築しており、JALとの共創による航空機タイヤの摩耗予測技術などの実績を有している^{[14] [15]}。

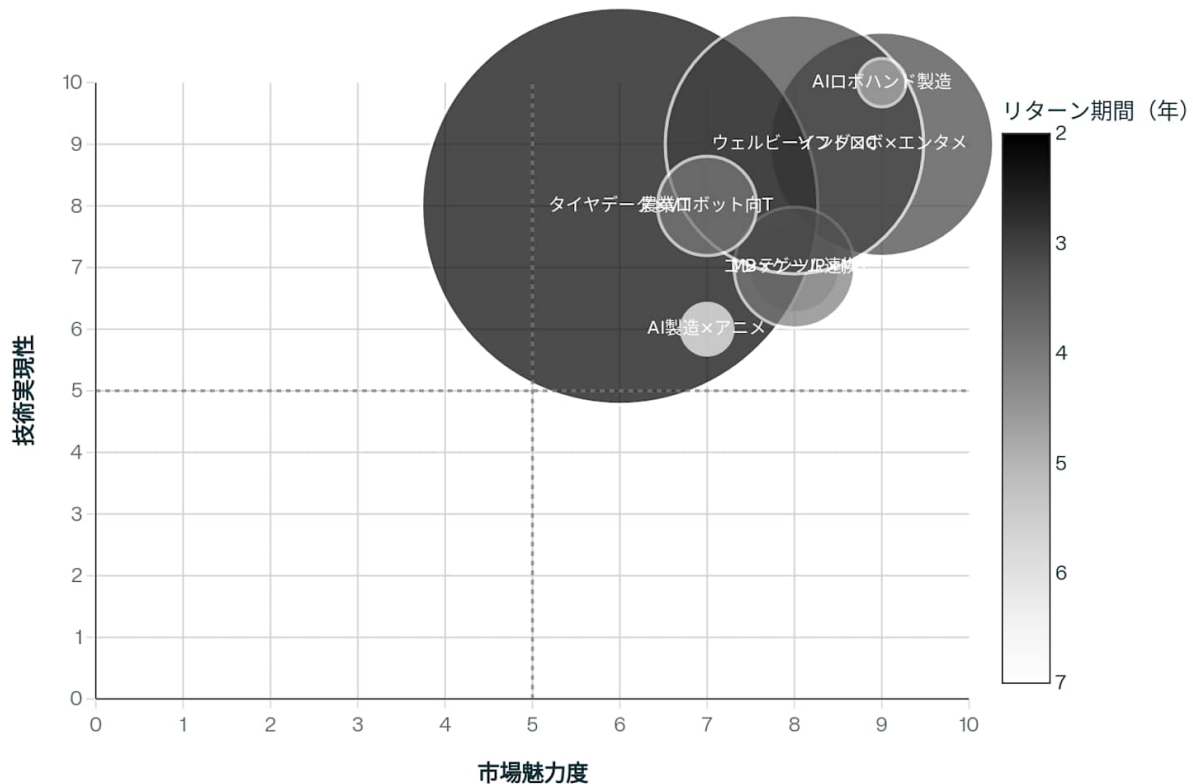
参入機会の評価と優先順位

新規事業参入領域の分析

ブリヂストンが参入可能な領域を市場魅力度、技術的実現可能性、競合優位性の観点から評価した結果、複数の有望な機会が特定された

。最もROI効率性が高いのは「タイヤデータ×VTuber」（効率性46.0）であり、比較的少額の投資（50億円）で短期間（2年）でのリターンが期待できる。

ブリヂストン新規事業参入機会分析マップ



ブリヂストンの新規事業参入機会分析マップ

総合スコアが最も高いのは「AIロボットハンド製造」（28点）であり、市場魅力度9点、技術的実現可能性10点、競合優位性9点と全方位で高い評価を獲得している。一方、「ソフトロボ×エンタメ」（26点）と「ウェルビーイング×コンテンツ」（24点）も高いスコアを示し、相対的に少額の投資で事業化が可能である。

競合環境と差別化要因

タイヤ業界における競合他社の新規事業動向を分析すると、コンテンツ事業への参入では住友ゴムとグッドイヤーが積極的である一方、AIロボット事業ではミシュランとコンチネンタルが先行している。

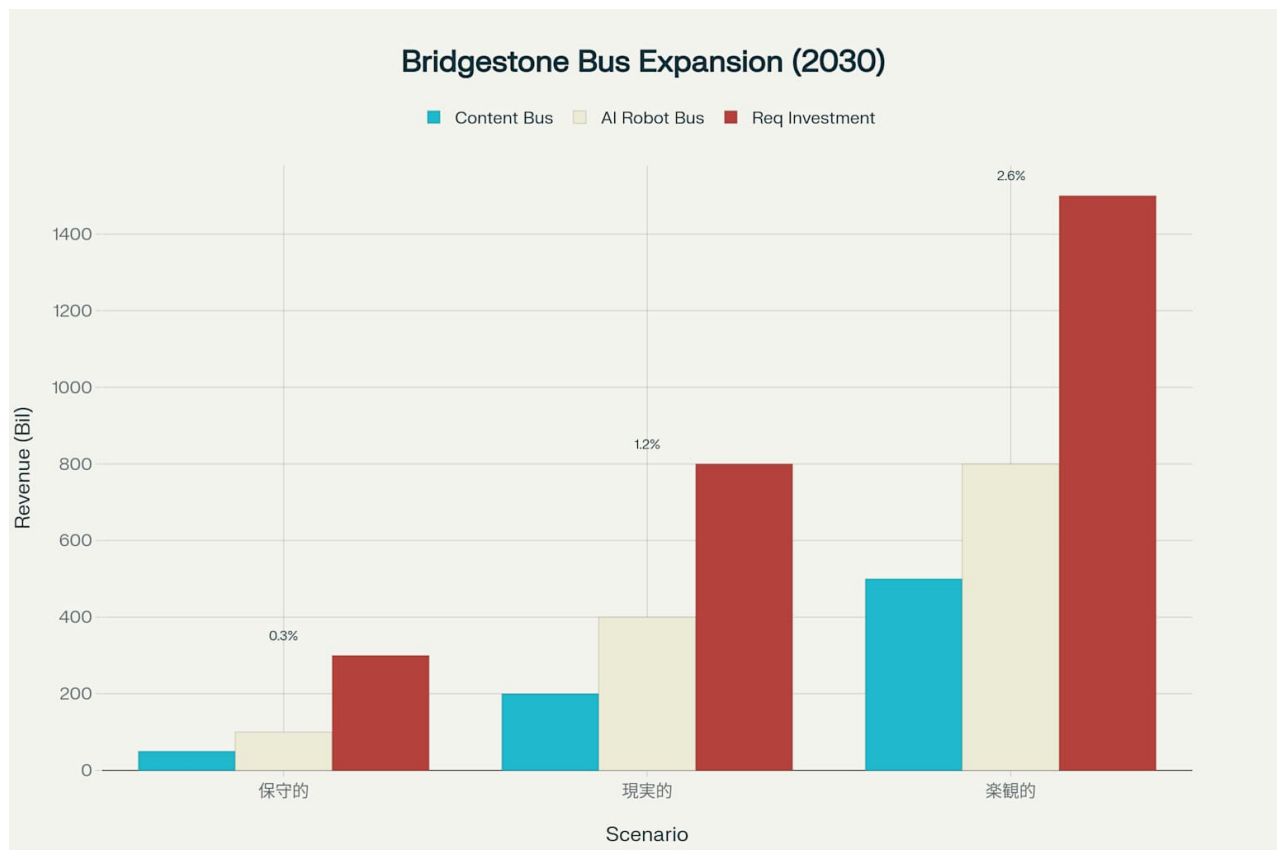
ブリヂストンは既にソフトロボティクス分野で技術的優位性を確立しており、この領域での差別化戦略が有効である。

戦略シナリオと実現可能性

3つのシナリオ分析

ブリヂストンの新規事業展開について、保守的、現実的、楽観的の3つのシナリオを設定し、2030年時点での売上目標と必要投資額を分析した。

現実的シナリオでは、コンテンツ事業200億円、AIロボット事業400億円の合計600億円の売上を想定し、全社売上の1.2%を占める規模まで成長させることを目標とする。



ブリヂストンの新規事業展開シナリオ分析（2030年目標）

このシナリオの実現には2025年から2030年までの6年間で800億円の投資が必要と試算される。楽観的シナリオでは、コンテンツ事業500億円、AIロボット事業800億円の合計1,300億円まで拡大し、全社売上の2.6%を占める事業に育成することも可能である。

段階的参入戦略

第一段階（2025-2027年）では、既存技術を活用した比較的低リスクの低い領域から参入を開始する。具体的には、「ソフトロボ×エンタメ」および「ウェルビーイング×コンテンツ」の2分野に合計180億円を投資し、事業基盤を構築する。

第二段階（2027-2030年）では、第一段階で獲得したノウハウと市場ネットワークを活用し、「AIロボットハンド製造」および「コンテンツIP×モビリティ」への本格参入を図る。この段階では、より大規模な投資（700億円）を実行し、事業規模の拡大を目指す。

ギャップ分析と課題

現状と目標のギャップ

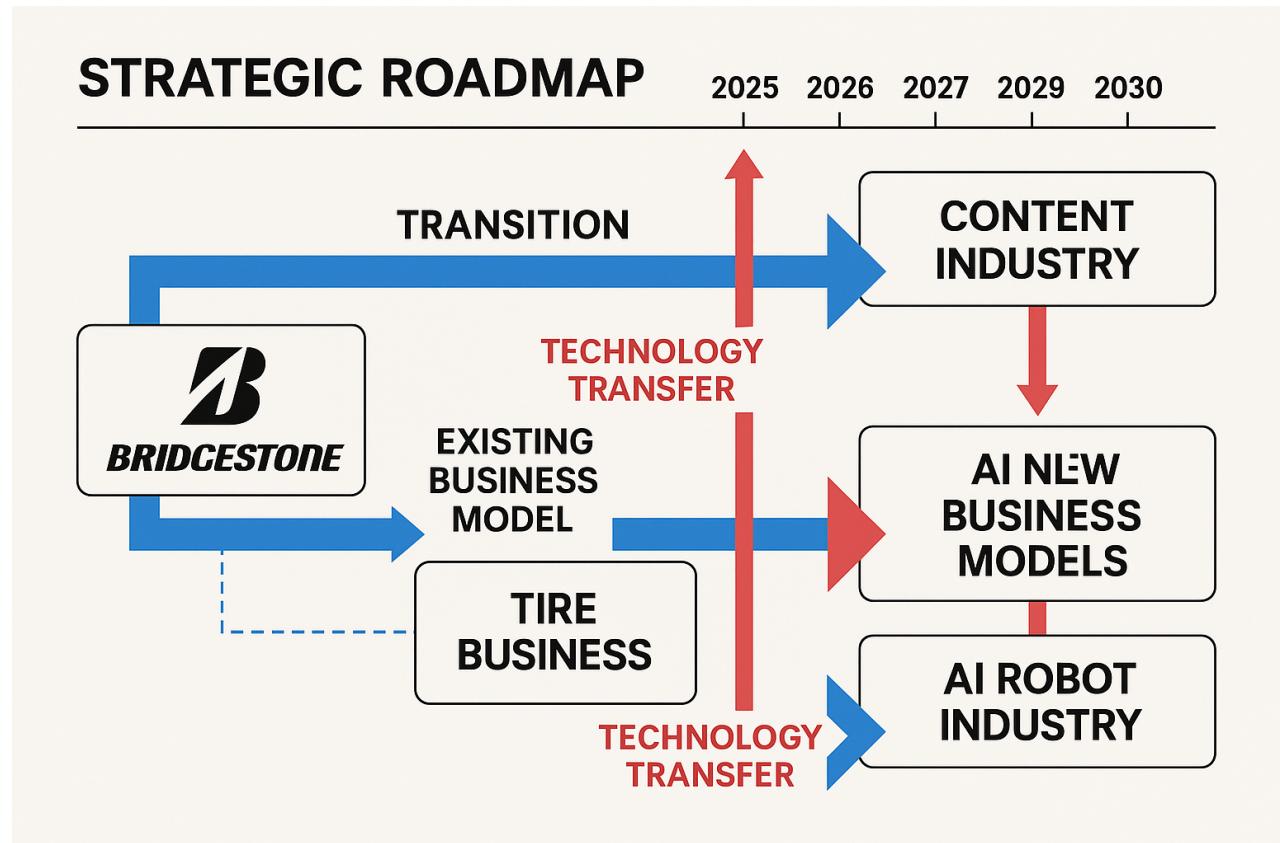
ブリヂストンの現在の新規探索事業は小規模事業化フェーズにあり、本格的な収益貢献には至っていない^[16]。一方、目標とする2030年の新規事業売上600億円（現実的シナリオ）を実現するためには、以下のギャップを解消する必要がある。

技術ギャップ：コンテンツ制作技術、AI画像・映像処理技術、エンターテインメント業界との連携ノウハウが不足している^[13]。

市場ギャップ：BtoB中心の事業モデルからBtoC市場への展開に必要な マーケティング能力、ブランド構築力が限定的である。

組織ギャップ：デジタルコンテンツやエンターテインメント業界に精通した人材の確保と、既存事業との統合マネジメント体制の構築が課題である。

実行ロードマップ



ブリヂストンのコンテンツ・AIロボット産業参入戦略ロードマップ

2025年から2030年にかけての戦略実行ロードマップでは、技術開発、事業化、市場拡大の3つのフェーズを並行して推進する。2025年には既にブリヂストン ソフトロボティクス ベンチャーズが展開している「Morph inn」などのウェルビーイング事業を拡大し、2026年にはコンテンツIP連携事業を開始する。2027年以降は本格的なAIロボット製造事業への参入を図り、2030年の目標達成を目指す。

結論と戦略提言

ブリヂストンのコンテンツ産業・AI搭載ロボット産業への参入は、既存のコアコンピタンスを活用した合理的な成長戦略として位置づけることができる。特に、ソフトロボティクス技術を起点とした差別化戦略は、競合他社に対する優位性確保の観点から極めて有効である。

現実的シナリオでの2030年売上目標600億円は、全社売上の1.2%に相当し、新たな成長エンジンとしての意義を有する。一方で、成功には800億円の戦略投資と、コンテンツ業界における新たなケイパビリティの構築が不可欠である。

政府の産業育成政策という追い風を活用し、段階的なアプローチによってリスクを管理しながら事業拡大を図ることで、ブリヂストンは「サステナブルなソリューションカンパニー」としての新たな価値創造を実現できる可能性が高い^[14]。

✻

1. <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/kousou/2025/dai2/siryou9.pdf>
2. <https://branc.jp/article/2025/06/27/1702.html>
3. https://plus-web3.com/media/latestnews_1005_3372/
4. <https://www.icr.co.jp/newsletter/wtr433-20250512-teshima.html>
5. <https://www.gii.co.jp/report/ires1612240-artificial-intelligence-robots-market-by-offering.html>
6. <https://www.gii.co.jp/report/ires1613369-digital-content-market-by-content-type-audio.html>
7. <https://presswalker.jp/press/78382>
8. https://www.bridgestone.co.jp/ir/library/strategy/pdf/jpn_mbp20240301_02.pdf
9. https://www.bridgestone.co.jp/ir/library/result/pdf/r6_4_4_presentation.pdf
10. https://gomukagaku.com/article/240320_1/
11. <https://gomuhouchi.com/tire/57353/>
12. <https://www.techno-producer.com/column/softrobotics/>
13. <https://www.bridgestone.co.jp/corporate/news/2024112701.html>
14. <https://www.challenge-zero.jp/jp/casestudy/678>
15. <https://tsubame104.com/archives/26226>
16. https://www.bridgestone.co.jp/ir/library/strategy/pdf/jpn_mbp20240301_01.pdf