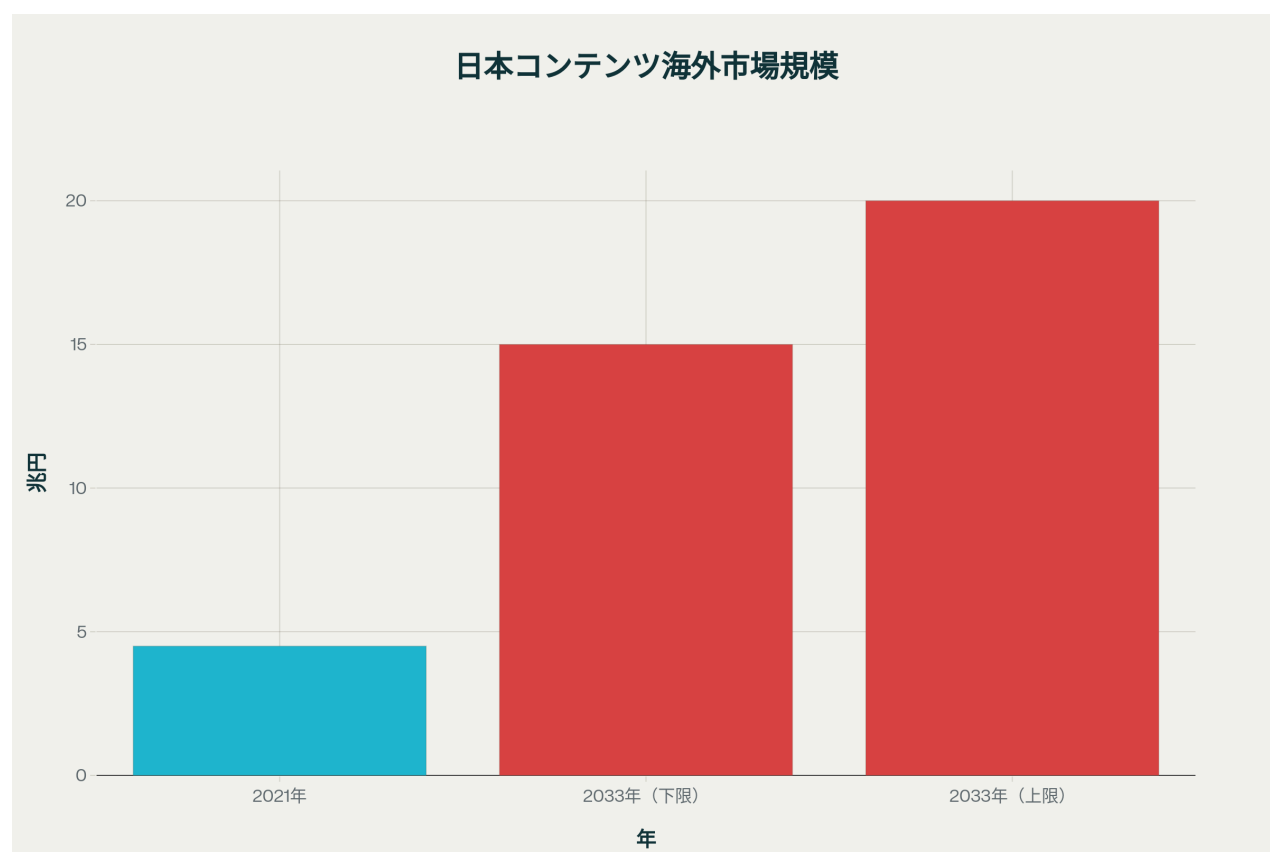




日本のエンタメ業界における生成AI活用とIP創造の最新動向

日本のエンターテインメント業界は現在、生成AI技術の急速な進歩により、コンテンツ制作からIP（知的財産）創造まで、根本的な変革期を迎えています。2025年現在、ゲーム・アニメ・音楽・テレビ・広告といったあらゆる分野で、AIを活用した革新的な取り組みが続々と実装され、新たなビジネスモデルや創作文化を生み出しています。^{[1] [2] [3]}



日本発コンテンツの海外市場規模の成長目標

ゲーム業界における生成AI革命の最前線

大手企業によるAI戦略の本格導入

ゲーム業界では、2025年7月に開催されたCEDEC2025において、セガ、Cygames、カプコンなどの大手企業が相次いで生成AI活用事例を公表し、業界全体のAI導入が加速していることが明らかになりました。特に注目すべきは、これらの企業が単なる業務効率化にとどまらず、ゲームシステムそのものにAIを組み込む「垂直統合モデル」を採用し始めていることです。^{[4] [5]}

レベルファイブは業界の先駆者として、画像生成AI「Stable Diffusion」による背景美術制作、ChatGPTを活用したキャラクター設定やセリフの案出し、音声生成AI「VOICEVOX」による仮ボイス生成など、制作工程の幅広い領域でAIを活用しています。同社の取り組みは、政府の「AI時代の知的財産権検討会」でも事例として紹介され、業界のベストプラクティスとして位置付けられています。^{[6] [7]}

AIとゲームシステムの融合による新体験

コロプラは2025年5月にリリースした『神魔狩りのツクヨミ』において、金子一馬氏が監修した専用AIモデル「AIカネコ」を導入し、プレイヤーの行動に応じてオリジナルカードを動的生成する革新的なシステムを実現しました。このプロジェクトは、生成AIをゲームの核となるメカニクスに組み込んだ世界初の試みとして、スマートフォンプラットフォームで4.7の高評価を獲得しています。^{[8] [4]}

スクウェア・エニックスは「AI&エンジン開発ディビジョン」を設立し、社内チャットボット「ひすいちちゃん」を開発。Azure OpenAI Serviceを活用したこのシステムは、ナレッジベースから適切な回答を生成し、新人開発者の教育支援にも活用されています。^[9]

テレビ・放送業界のAI活用戦略

民放キー局の全社的AI導入

2025年5月、民放キー局各社が相次いで生成AI活用を発表し、業界全体のデジタル変革が本格化しました。日本テレビは最も積極的な戦略を打ち出し、AIエージェントによる「企画開発支援」「権利処理代行」「編成エージェント」「制作エージェント」「PRエージェント」を段階的に導入することで、年間10万時間の業務時間創出を目指しています。^[10]

テレビ朝日は実用化レベルのAI技術を番組に直接導入し、自律的に会話する「コミュニケーションロボット」や、グリーンバックを使わずに演者と背景CGを合成する「AI人物マスク」技術を実際の番組で運用しています。^[10]

フジテレビは「AI利活用委員会」を設置し、映像エフェクトの高度化、コンテンツ価値のデータ解析、マーケティング強化を通じて「真のコンテンツカンパニー」への変革を推進しています。^{[11] [10]}

アニメ業界における生成AI導入と課題

制作効率化への取り組み

東映アニメーションとPreferred Networksの共同プロジェクトは、アニメ業界のAI活用における先駆的事例として注目されています。背景美術制作支援ツール「Scenify」の導入により、前処理工程の時間を従来の約6分の1に短縮することに成功し、クリエイターがより創造的な作業に集中できる環境を実現しました。^[12]

しかし、アニメ業界では生成AIに対する懸念も根強く、特に著作権侵害や雇用への影響について慎重な議論が続けられています。スタジオジブリ作品にも参加する泉津井陽一氏は、AIが「絵を理解しているわけではない」ことを指摘し、技術の限界と可能性を冷静に分析する重要性を強調しています。^{[13] [14] [15]}

音楽業界のバーチャルアーティスト革命

AI歌手・バーチャルシンガーの台頭

音楽業界では、AI技術を活用したバーチャルアーティストが新たな表現形態として確立されつつあります。HYBEは「Project L」からバーチャルアーティスト「Midnatt」をデビューさせ、AIによる多言語音声生成技術により、韓国語、日本語、英語、中国語、スペイン語、ベトナム語の6言語で楽曲を提供しています。^{[16] [17]}

YouTubeは2024年3月に「YouTube Music AI インキュベーター」を日本で開始し、クリプトン・フューチャー・メディアと協力して、音楽生成モデル「Lyria」の早期アクセスを提供しています。このプログラムにより、アーティストの創造的プロセスを強化するAI機能の開発が加速しています。^[18]

芸能・広告業界のデジタルクローン活用

AIタレントによる新しいエンタメ体験

関ジャニ∞の村上信五が自費で開発したAI分身「AIシンゴ」は、芸能界におけるAI活用の新たな可能性を示しています。24時間365日活動可能なAIタレントとして、「AIシンゴCHANNEL」を通じて独自のコンテンツを提供し、人間のタレントとAIの共存モデルを実証しています。^[19]

広告業界では、デジタルクローン技術により実在の芸能人を模倣したAIタレントの活用が拡大しており、制作コストの大幅削減とスケジュール調整の柔軟化を実現しています。伊藤園、野村HDなどの大手企業が続々とAIタレントをCMに採用し、新たな広告手法として注目を集めています。^{[2] [20]}



Illustration of Kizuna AI, a famous Japanese virtual influencer and AI avatar in entertainment.

IP創造戦略における生成AIの位置付け

政府・業界団体の戦略的取り組み

日本経済団体連合会は2024年10月に「Entertainment Contents ∞ 2024」を発表し、生成AIを日本のコンテンツ産業競争力維持・強化の重要な要素として位置付けました。同提言では、「生成AIの急速な進化に対応し、クリエイター育成等により競争力の維持・強化を図る」ことを基本方針として掲げ、日本発コンテンツの海外市場規模を2021年の4.5兆円から2033年には15～20兆円に拡大する目標を設定しています。^[13]

経済産業省は「コンテンツ制作のための生成AI利活用ガイドブック」を策定し、画像・動画等の生成AIの開発・活用に対する計算資源利用補助、生成AI活用人材育成、実証実験支援などの具体的施策を推進しています。^{[21] [22]}

著作権・法的課題への対応

生成AIとIP創造の関係では、著作権法上の課題が重要な論点となっています。文化庁は「AIと著作権」に関するガイドラインを策定し、AI生成物の著作権侵害リスクや創作者の思想感情表現の重要性について明確な基準を示しています。^{[23] [24] [25] [26]}

特に注目すべきは、AIが自律的に生成したものには著作権が発生しないという原則です。これにより、クリエイターが「道具」としてAIを使用し、創作意図と創作的寄与が認められる場合のみ、AI利用者が著作者となることが確立されています。^[26]

市場動向と今後の展望

急速な市場拡大と投資増加

IDC Japanの調査によると、日本の生成AI市場は2024年の1,016億円から2028年には8,028億円へと急拡大することが予測されています。エンタメ・コンテンツ分野では特に成長が著しく、AIによる制作効率化と新たな表現手法の開発が市場拡大の主要因となっています。^[1]

クラウドエースの調査では、国内ゲーム開発企業の77%が既に生成AIツールを利用しており、AI技術の浸透スピードの速さが明らかになっています。この傾向は他のエンタメ分野にも波及し、業界全体のAI導入が加速しています。^[27]

国際競争力強化への取り組み

日本のエンタメ業界は、韓国の「K-コンテンツグローバル4大強国飛躍戦略」や中国の急速なロボティクス産業成長に対抗するため、生成AI技術を活用した国際競争力強化を急務としています。政府は2,000億円規模の予算拡充を目指し、コンテンツ産業を基幹産業として位置付ける戦略を推進しています。^[13]

課題と今後の方向性

技術的・倫理的課題への対応

生成AI活用の拡大に伴い、技術の完成度不足、権利侵害リスク、雇用への影響などの課題も顕在化しています。特に「ジブリ風問題」に代表される既存作品の作風模倣や、ディープフェイクによる肖像権侵害などの問題に対して、業界全体での適切な対応が求められています。 [28] [13] [29] [30]

人材育成と環境整備

経団連の提言では、AI時代に対応したクリエイター人材の育成が重要課題として挙げられています。国立総合芸術大学等の機能強化、産学連携による実践的教育、海外留学支援制度の拡充などを通じて、グローバルスタンダードの人材育成プログラムの実行が計画されています。 [13]

また、生成AIを「脅威」ではなく「強力な創造のパートナー」として捉える意識変革が業界全体で求められており、技術と創造性の融合による新たなエンタメ体験の創出が期待されています。 [31] [13]

日本のエンタメ業界における生成AI活用とIP創造は、技術革新と文化的価値の融合という歴史的転換点にあります。適切な法的枠組みの整備、人材育成の強化、国際競争力の向上を通じて、世界をリードするコンテンツ大国としての地位をさらに強化していくことが重要です。 [32] [13]



1. <https://note.com/th1980/n/nd57558877fc4>
2. <https://create-bit.com/ai-advertising-digital-clone-japan/>
3. https://note.com/ai_komon/n/nf5bb60e09d46
4. <https://www.itmedia.co.jp/aipplus/articles/2507/31/news087.html>
5. https://gamemakers.jp/article/2025_07_10_108868/
6. <https://romptn.com/article/43610>
7. <https://weel.co.jp/media/entertainment-problem/>
8. <https://yorozuipsc.com/uploads/1/3/2/5/132566344/5d29750d4412101c1367.pdf>
9. <https://yorozuipsc.com/uploads/1/3/2/5/132566344/27f6527b1ce5098dc306.pdf>
10. <https://news.mynavi.jp/article/20250517-3325027/>
11. <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC078ZY0X00C25A5000000/>
12. <https://www.preferred.jp/ja/news/pr20210312/>
13. https://www.keidanren.or.jp/policy/2024/070_gaiyo.pdf
14. <https://dokidouki.net/?p=1932>
15. <https://animeanime.jp/article/2024/06/29/85148.html>
16. <https://ainow.jp/ai-singer/>
17. <https://romptn.com/article/43392>
18. https://blog.youtube/intl/ja-jp/news-and-events/2024_03_japanmusica-incubator/
19. https://realsound.jp/tech/2025/07/post-2079308_2.html
20. [【広告主必見！】aiタレントのcm導入事例7選！メリ/](https://hackai.cyand.co.jp/article/)
21. https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/wgkaisai/contents_dai2/siryou3.pdf
22. https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/ai_guidebook_set.pdf

23. <https://www.seraku.co.jp/pr-site/newtonx/column/32.html>
24. https://www.bunka.go.jp/seisaku/chosakuken/pdf/93903601_01.pdf
25. <https://axia-company.co.jp/wp/column/seisei-ai/>
26. <https://www.legalon-cloud.com/media/copyright-of-generative-ai>
27. <https://cloud-ace.jp/news/2025/35063/>
28. <https://note.com/compass21/n/n5c05bbcc271a>
29. https://note.com/cognitive_01/n/nd9f27023d8d1
30. https://note.com/clever_ruff738/n/n379c8185b75e
31. <https://hatenabase.jp/blog/エンターテインメント業界における生成ai導入の最前/>
32. <https://www.doyukai.or.jp/policyproposals/2025/250414.html>
33. <https://ai-market.jp/industry/game-ai/>
34. <https://www.accio.com/business/ja/エンタメ流行>
35. https://note.com/ai_komon/n/n09a9f79b3815
36. <https://corp.automagica.ai/topics/post-161>
37. <https://no1s.biz/blog/6799/>
38. <https://www.mirait-one.com/miraiz/newsflash/article127.html>
39. https://aismiley.co.jp/ai_news/aiidol-business-creative/
40. <https://ledge.ai/articles/ledgeai24to25-interview-meti-generative-ai>
41. https://www.brainpad.co.jp/doors/contents/02_gdc2025/
42. https://www.ey.com/ja_jp/insights/tmt/digital-marketing-strategies-to-accelerate-the-global-expansion-of-japanese-ip
43. https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/entertainment_creative/pdf/20250624_1.pdf
44. <https://note.com/deltaworksceo/n/n4b886fc9ed21>
45. <https://markezone.jp/article/detail/49698>
46. https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/chosakuken/seisaku/r06_02/pdf/94089701_05.pdf
47. <https://www.musicman.co.jp/business/652370>
48. https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/entertainment_creative/pdf/20250509_1.pdf
49. <https://music-bunker.jp/column/article/blog23-aimusic.html>
50. https://www8.cao.go.jp/cstp/ai/ai_team/3kai/shiryō.pdf
51. <https://ai-market.jp/industry/tv-radio/>
52. <https://note.com/storyhub/n/n1837ee2405b9>
53. <https://gamebiz.jp/news/410126>
54. <https://www.ghibli.jp/profile/>
55. https://www.soumu.go.jp/main_content/000996691.pdf
56. https://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question_detail/q13319433178
57. <https://codioailab.com/notes/lc4sZdfx>
58. <https://www.4gamer.net/games/991/G999101/20250521002/>
59. <https://service.xenobrain.jp/forecastresults/market-size/gamesoftware>

60. <https://ppl-ai-code-interpreter-files.s3.amazonaws.com/web/direct-files/f8e4d673ff7ab47b33830e44fa112d8f/f392a9c7-faa0-43d2-8763-9bbab8581444/98eaabed.csv>