

IPで世界中を熱狂させる！
KADOKAWA流メディアミックス戦略
と
グローバル展開の全貌

日本のIPビジネスとメディアミックスの成功事例

2025年7月26日

Japan Innovation Review 編集部

目次

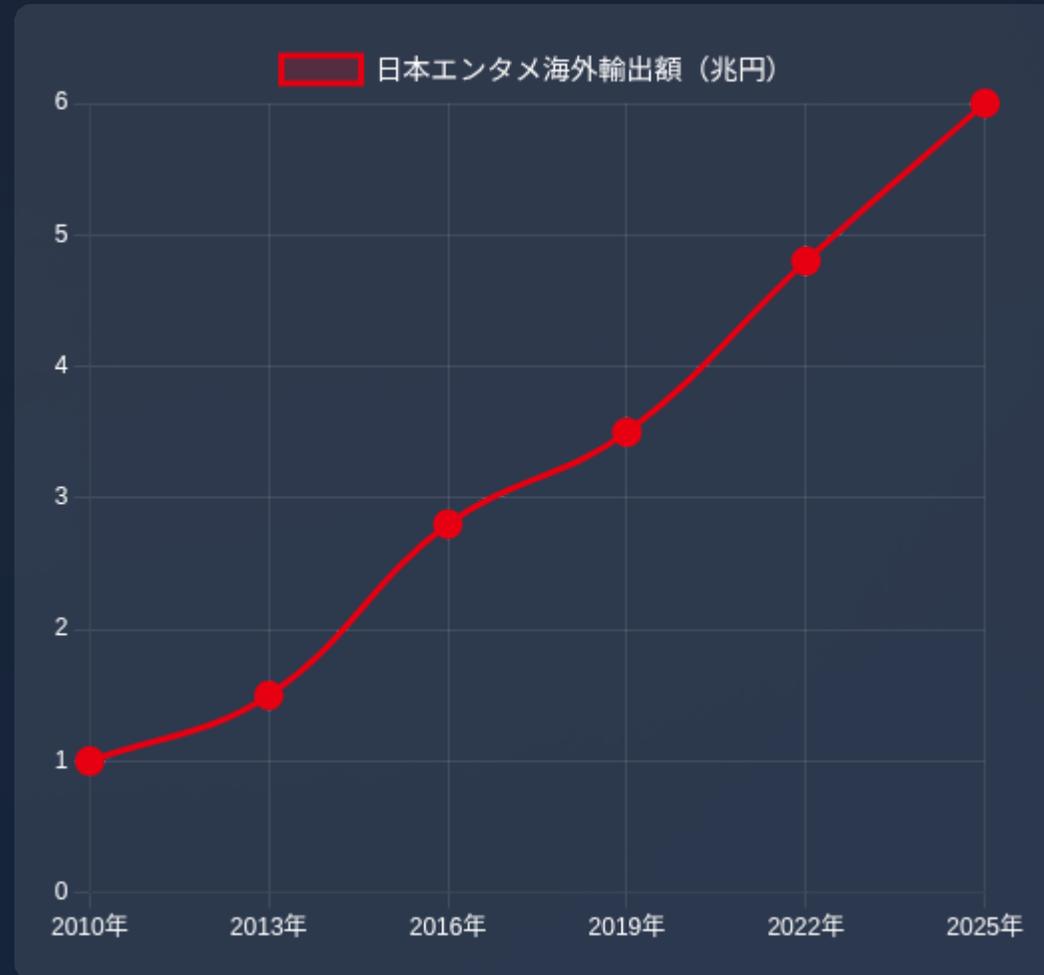
- 1 はじめに
- 2 エンタメ業界の「四皇+1」構図
- 3 KADOKAWAのIPビジネスの全貌
- 4 IP価値を最大化するメディアミックス展開
- 5 事例研究: ヒット作品
- 6 KADOKAWAのグローバル展開戦略
- 7 日本エンタメコンテンツの展望
- 8 まとめ

日本エンタメ産業の急成長

日本のエンターテインメント産業は、この15年で**驚異的な成長**を遂げ、国内市場だけでなく海外輸出においても自動車に次ぐ**第2位の輸出財**となりました。

その中心にあるのが、**IPビジネス**と**メディアミックス戦略**です。

- 出版、アニメ、ゲーム等の垣根を越えた展開
- デジタル化によるグローバル市場へのアクセス向上
- ファンコミュニティの国際的拡大
- クリエイティブ産業としての高い付加価値



📈 2010年から6倍の成長を達成

出典：経済産業省「コンテンツ産業の現状と今後の発展の方向性」2025年版

エンタメ業界の「四皇+1」構図

日本のエンタメ業界は現在、異なる出自を持つ5社が激しく競争しています。出版から始まったKADOKAWAは、この「四皇+1」の構図において重要なポジションを確立しています。

バンダイナムコHD

玩具・ゲーム出自
ガンダムIPを中心に展開

ポケモン

ゲーム出自
単一IP戦略で成功

東宝

映画配給出自
ゴジラIPを保有

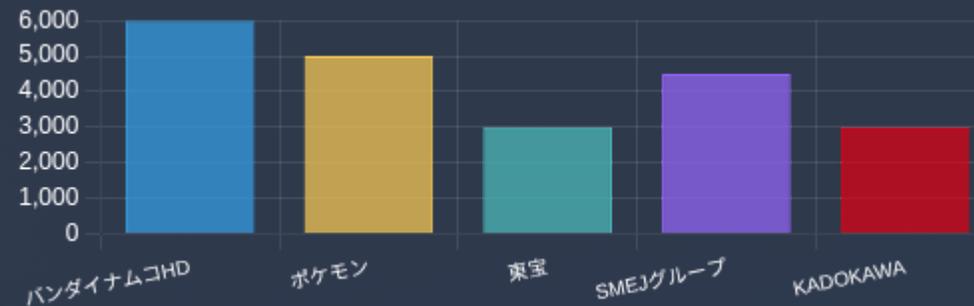
SMEJグループ

音楽出自
アニプレックスが鬼滅の刃等展開

+1: KADOKAWA

出版出自からアニメ・ゲームへ展開
ゼロ、オーバーロード等のIPを保有
日本で最初にメディアミックスを展開した先駆者

売上高比較(単位:億円)



時価総額比較(2025年)



i KADOKAWAは近年急成長し、約3000億円規模の企業に

出典: 中山淳雄氏のエンタメ業界分析 (2025年版)

KADOKAWAのIPビジネスの全貌

KADOKAWAは単なる**出版社ではなく**、多様な機能を持つ**総合エンタメ企業**です。

 <p>出版 ライトノベル、書籍、漫画</p>	 <p>アニメ 7つの自社アニメスタジオ</p>
 <p>ゲーム フロムソフトウェア、スパイクチュンソフト</p>	 <p>映像 実写映画、配信コンテンツ</p>

「読んでから見るか、見ながら読むか」というキャッチコピーの通り、**日本初のメディアミックス展開**を確立。

"KADOKAWAはIPを国境を越えて拡散し、愛され続けるブランドへと育てる戦略を展開しています"

- 工藤大丈氏 (KADOKAWA執行役CAO)



サクラタウン
所沢に位置するKADOKAWAの複合文化施設

主な強み

- ◆ IPの垂直・水平展開
- ◆ 創作活動からビジネス展開まで一貫性
- ◆ グローバルライセンス戦略

IP価値を最大化するメディアミックス展開

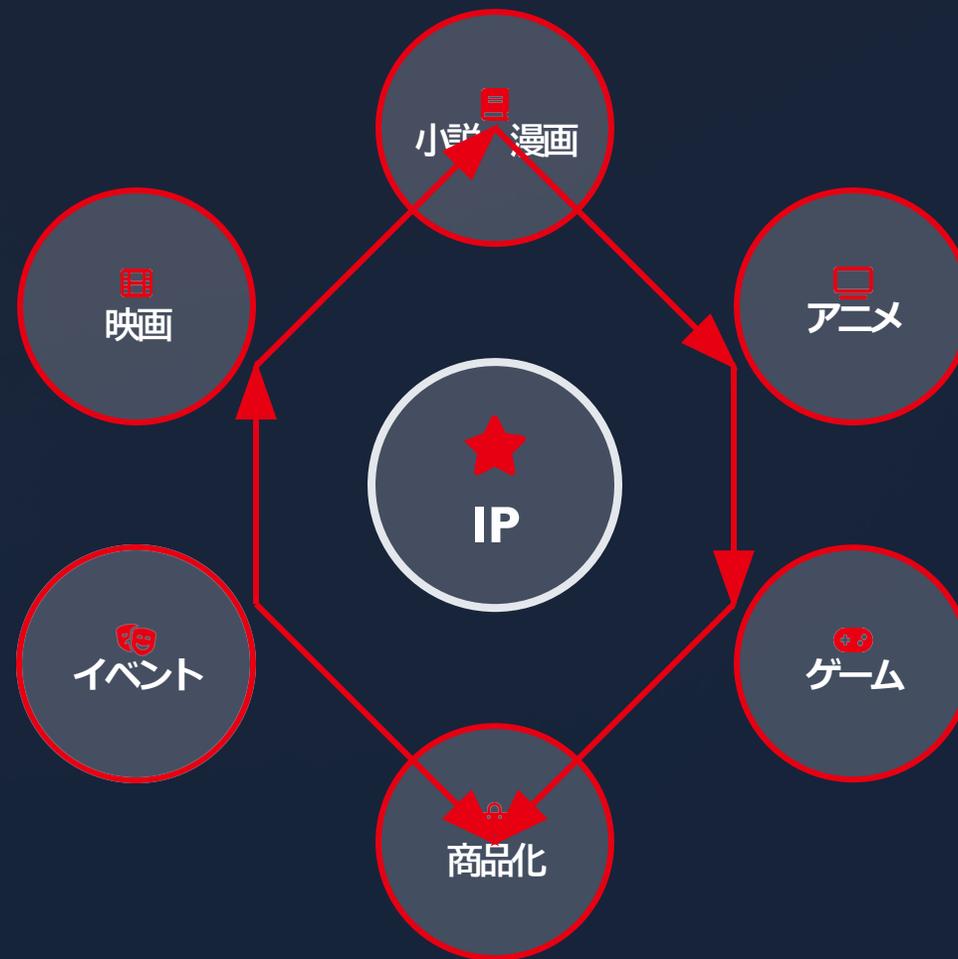
KADOKAWAは**出版からアニメ、ゲームまで**多角的なメディアミックス戦略でIPの価値を最大化しています。

「**読んでから見るか、見てから読むか**」という創業期からのキャッチコピーが示すように、様々な入口から一つのIPに接点を持てることがメディアミックスの本質です。

- **リスクの分散:** 出版という低コストから スタート
- **ファン層の拡大:** 異なるメディアで新規ファン獲得
- **収益機会の拡大:** 様々な事業領域での収益化
- **IPの長寿化:** 連続的な話題創出で寿命延長

メディアミックス成功の鍵

IPの世界観を守りながら、各メディアの特性を活かした展開を行うことで、IPの価値を高め続けることができます。



🔄 メディア間の相互作用でIP価値の相乗効果を創出

出典: KADOKAWA メディアミックス戦略資料 (2025年)

ヒット作品に学ぶ成功戦略

『Re:ゼロから始める異世界生活』のメディアミックス展開

KADOKAWAが手掛けた大ヒット作品「リゼロ」は、メディアミックスの成功例として注目されています。

成功要因

- ◆ 小説の強固なストーリー基盤
- ◆ キャラクター設計の魅力
- ◆ アニメ化による視聴者への強い訴求力
- ◆ 海外ファン獲得によるグローバル展開
- ◆ 継続的なコンテンツ更新による長期的ファン育成

グローバル展開の成功

「2015年にカナダのアニメイベントで赤と青のレムとラムのコスプレが進撃の巨人を上回る人気になった」

中山涼雄氏（エッセイスト、社会学者）

メディアミックス展開



海外展開のポイント

- ◆ 配信プラットフォーム（クランチロールなど）との連携
- ◆ 北米・欧州・アジアでの同時配信戦略
- ◆ SNSを活用したファンコミュニティの形成
- ◆ 現地言語へのローカライズ強化

工藤氏からの視点

「小説を出すという商行為に対して非常にミニマムな原価で、トライアンドエラーを繰り返しながら、数億円を投資するアニメやゲームの事業へと展開。市場のマーケティングも加えながら進めていくことがポイントです。」

KADOKAWAの世界戦略

KADOKAWAは、**日本発のコンテンツを世界へ**届けるため、積極的なグローバル展開を推進しています。

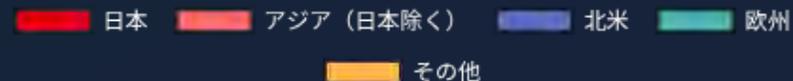
- ◆ **海外拠点の増設:** アジア、北米、欧州の主要都市に拠点を設立
- ◆ **現地パートナーシップ:** Netflix、Crunchyrollなど配信プラットフォームとの提携強化
- ◆ **多言語ローカライズ:** 15以上の言語でコンテンツ提供
- ◆ **デジタルファースト戦略:** グローバル同時配信の拡大
- ◆ **海外クリエイターとの協業:** 現地感覚を取り入れたコンテンツ開発

“世界に求められている日本のIPを広げるため、海外拠点を増やし、グローバルファンを取り込む新たな展開を進めています。日本的なスピリットを大切にしながら、世界中のお客様に届けることが私たちの使命です。”

— 工藤大丈 CAO兼グローバルライツ局局长



地域別売上比率 (2025年予測)



日本エンタメコンテンツの未来

世界的な日本コンテンツの需要拡大により、今後も日本のIPビジネスは成長を続けると予測されています。

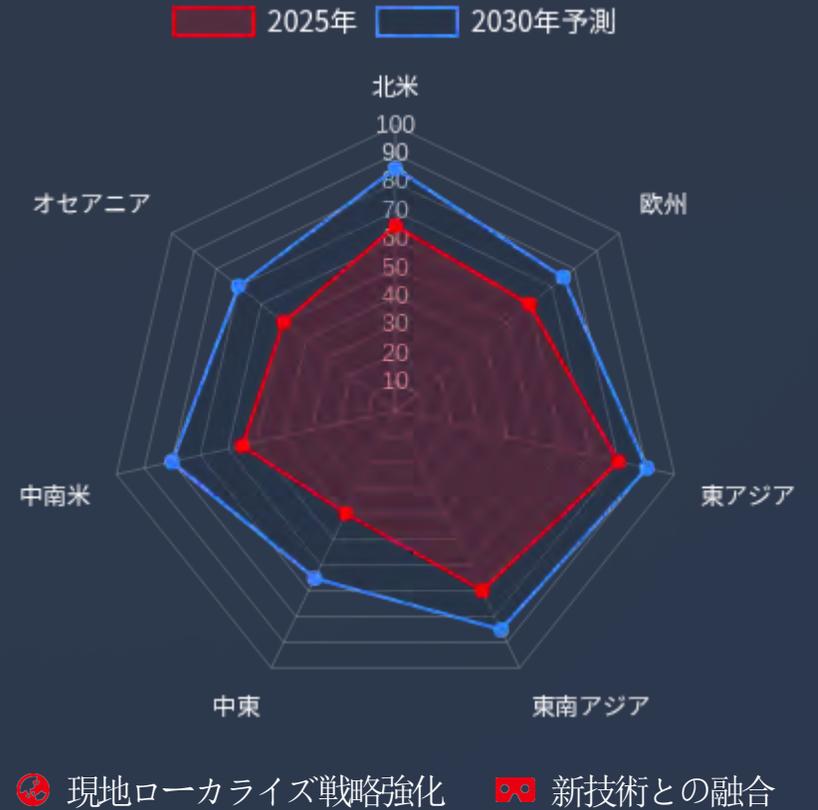
- グローバル配信プラットフォームによる世界同時配信の一般化
- 日本のクリエイティブ産業の海外進出・拠点拡大
- 現地パートナーとの共同制作による市場適応力の強化
- AI技術やメタバースとの融合による新たなIPビジネス

“世界に求められている日本の漫画・アニメのIPを広げるため、海外拠点を増やし、グローバルファンを取り込む展開を進めています。”

- 工藤大丈氏 (KADOKAWA 執行役 CAO)

💡 日本のスピリッツを持ったコンテンツを世界中のファンへ

世界各地域での日本アニメ・マンガ消費率予測(2030年)



出典: Japan Innovation Review 「エンタメ産業未来予測レポート 2030」

KADOKAWAに学ぶIPビジネス戦略

IPビジネス価値最大化の核心

- ◆ **IPを核としたメディアミックス戦略**-複数メディアでの展開による相乗効果の創出
- ◆ **出版・アニメ・ゲームの多角的展開**-「読んでから見るか、見ながら読むか」の選択肢
- ◆ **グローバル市場を見据えた戦略**-海外拠点の拡充と現地パートナーシップの強化
- ◆ **継続的なIP創出とファンコミュニティ育成**-長期的な視点でのブランド構築

日本エンタメ産業の未来

IPビジネスの進化により、日本のエンタメコンテンツは今後も世界市場での存在感を高め、文化輸出のリーディング産業として発展を続けるでしょう。

海外での市場拡大とともに、新技術との融合による新たなビジネスモデルの創出も期待されます。

IPビジネス成功の要素

-  強力なオリジナルコンテンツ
-  多メディア展開力
-  グローバル視点
-  ファンコミュニティ育成