



## Kotohomu.llc REPORT

# 日本アニメIPの中国市場におけるマネタイズ、財務処理、資本リスクに関する包括的分析

ナビゲーティング・ザ・ドラゴン



2025年07月01日



## エグゼクティブ・サマリー

本レポートは、日本のアニメ産業にとって巨大かつ複雑な中国市場の現状を、事業、財務、リスク管理の観点から包括的に分析するものである。中国市場は、日本アニメIPのグローバル収益戦略において不可欠な要素である一方、その依存は深刻な規制、金融、地政学的リスクを内包しており、もはや看過できないレベルに達している。

主要な分析結果は以下の通りである。

### 諸刃の剣としての中国市場：

中国は、その巨大な市場規模から日本アニメの海外展開における最重要市場の一つである。しかしその急成長は日本の制作現場の構造的脆弱性を浮き彫りにし、過度な依存は深刻なリスクをもたらす。

### マネタイズ戦略の進化：

ビジネスモデルは、かつての単純な放映権ライセンス供与から、ゲーム、商品化、体験型エンターテインメントなど、多層的かつ複雑な形態へと進化している。中国市場での成功は、今や現地の有力なパートナーとの深い連携と、不透明な商業・規制環境を乗り越える専門知識にかかっている。

### 資本移動規制のシステム的リスク：

中国の厳格な資本規制は、単なる利益還流の障害にとどまらない。制作費の高騰と中国資本への依存度が高まる日本のアニメ業界にとって、中国からの資金フローが滞ることは、日本の制作能力そのものを揺るがしかねないシステム的な危機を引き起こす可能性がある。

以上の分析に基づき本レポートは、日本のアニメIPホルダーが取るべき戦略的指針として、中国市場への関与を継続しつつも、東南アジアや中東などの新興成長市場への積極的な多角化を進め、同時に予期せぬ変動に耐えうる強固な法的・財務的枠組みを構築することの重要性を提言する。



## 第1章日本アニメにおける中国市場の規模と構造

本章では、日本のアニメ産業全体における中国市場の位置づけをマクロな視点から定量的に分析する。中国が極めて重要な市場である一方、その貢献度の測定は複雑であり、かつ市場原理以外の要因に大きく左右される実態を明らかにする。

### 1.1 アニメの世界的台頭：変容する市場

日本のアニメ産業は、その構造において根本的な変革期を迎えている。2023年のアニメ産業市場は、国内外を合わせて3兆3465億円に達し、前年比114.3%と過去最高を更新した。

この成長を牽引しているのはもはや国内市場ではない。

海外市場の規模が1兆7222億円に達し、国内の1兆6243億円を上回ったという事実は、グローバル展開が単なる選択肢ではなく、産業の成長を支える主要なエンジンであることを示している。この地殻変動の背景には、Netflixをはじめとするグローバルな動画配信プラットフォームの普及があり、これにより日本のアニメへのアクセスと需要が世界的に爆発したことがある。

この文脈において、中国のような主要海外市場の動向を正確に把握することは最重要の戦略課題となっている。

### 1.2 龍の大きさ：中国市場の貢献度の推定

海外市場全体に占める中国の正確な割合を特定することは、日本動画協会などの業界団体が国・地域別の公式な内訳データを公表していないため、極めて困難である。しかし、その重要性は様々なデータから推察することが可能である。

まず中国のアニメ・漫画関連市場全体の規模は2200億元（約4兆7000億円）を超えると推定されており、これは日本の国内市場を遥かに凌駕する。この数字には中国国産作品も含まれるが、消費者需要の圧倒的なスケールを示している。

歴史的に見ても、2010年代後半における中国のプラットフォームによる日本アニメの配信権の「爆買い」は、海外市場全体の成長を大きく後押しした要因であった。テンセント（Tencent）のような中国の巨大IT企業は、単なるライセンスにとどまらず、日本の制作スタジオに直接出資を行ったり、制作を委託したりするなど、市場に深く関与してきた。

近年、後述する規制強化によりその勢いには陰りが見えるものの、中国が依然としてトップクラスの市場であることに変わりはない。『名探偵コナン』シリーズのよ



うな劇場版作品は中国で大きな興行収入を記録し、『呪術廻戦』や『ONEPIECE』といった有力IPは巨大なファンベースを維持し続けている。

### 1.3変容する関係性： 「爆買い」から規制下のパートナー、そして競合へ

かつて日本と中国の関係は、日本がコンテンツを供給し、中国がそれを購入するという比較的単純な構図であった。しかしこの力学は大きく変化している。中国企業はもはや単なる受動的な買い手ではない。

#### 共同製作者として

BilibiliとKADOKAWAの共同企画のように、中国企業は企画段階から深く関与する共同製作を増やしている。これにより、中国側はクリエイティブに対する影響力を強め、IPの権利をより多く確保することが可能になる。

#### 直接的な競合相手として

中国は独自の高品質なアニメーションを制作し、国内市場で高い人気を博すだけでなく積極的に海外へも輸出している。これらの作品は、しばしば中国独自の文化や世界観を色濃く反映しており、日本アニメとは異なる魅力で市場を開拓している。

#### 人材獲得競争

最も深刻な変化は人材獲得の領域で起きている。中国企業は日本の数倍にもものぼる高額な報酬を提示して、日本の優秀なアニメーターを引き抜いている。これにより、日本の制作現場では人材流出が加速し、一部のスタジオは実質的に中国プロジェクトの下請けと化すという「日中逆転」現象が生じている。この動きは、単なる市場競争ではなく、中国が豊富な資本力を背景に、アニメ制作における最も重要な資源である「人的資本」を戦略的に獲得しようとしていることの表れである。この結果、日本の制作コストは高騰し、その需要に応えるべき人材は国外に流出するという悪循環が生まれている。

### 1.4検閲という名の長城：市場参入障壁としての規制

中国市場を分析する上で避けて通れないのが、政府による厳格なコンテンツ規制で



ある。特に2021年4月以降、海外アニメは配信前に国家広播電視総局による事前審査と許可取得が義務付けられた。

この規制は日本アニメのビジネスモデルに深刻な影響を与えている。最大の打撃は、日本の放送とほぼ同時に配信する「サイマル配信（日中同時配信）」が事実上不可能になったことである。このタイムラグは、以下のような形で収益機会を直接的に蝕んでいる。

### **海賊版の助長：**

最新話をいち早く視聴したいファンは、日本の放送直後に字幕付きで違法アップロードを行う海賊版サイト（かつての「B9GOOD」が代表例）に流れる。これにより、正規ライセンスの価値は配信開始前に大きく毀損される。

### **ライセンス料の低下：**

サイマル配信という付加価値を提供できなくなったことで、中国プラットフォーム側にとってのライセンスの魅力が薄れ、結果的に支払われるライセンス料の減額圧力となっている。

### **商品化展開の阻害：**

アニメグッズの需要は、放送直後の熱量が最も高い時期にピークを迎える。しかし中国での配信が数ヶ月遅れることで、この最も重要な販売タイミングを逃し、機会損失を生んでいる。

この一連の規制は、単なる官僚的な手続きではなく、実質的に外国コンテンツの競争力を削ぎ、国内コンテンツを保護する非関税障壁として機能している。政治的に不適切、過度に暴力的、あるいは道徳的に問題があると見なされたコンテンツは、配信不許可や大幅な修正要求の対象となり、事業の予測不可能性をさらに高めている。



## 第2章 マネタイズの実践：中国におけるIP活用事例

本章ではマクロ分析からミクロな視点へと移し、日本のIPが中国の巨大なエコシステムの中で、具体的にどのように収益へと転換されているのかを事例と共に詳述する。そこには、単純なライセンス供与を超えた、複雑なビジネスフローとパートナーシップの網の目が存在している。

### 2.1 IPバリューチェーン：コンテンツから商業へ

現代のIPビジネスにおいて、収益の源泉はもはや放送権や配信権の販売だけではない。ゲーム化、商品化、イベント開催など、多角的にIPを展開する「メディアミックス」戦略こそが、その価値を最大化する鍵である。

中国における典型的なマネタイズのフローは、日本の権利元（またはその代理店）が中国のパートナー企業にライセンスを供与し、そのパートナーが中国市場に特化した製品やサービスを開発・流通させるという形を取る。この過程では、さらに下位のライセンシーへと権利が再許諾される、複雑な構造がしばしば見られる。

### 2.2 ケーススタディ：ゲーム化という黄金郷

#### 重要性：

ゲーム化は、中国におけるIPマネタイズの最も収益性の高い手法の一つである。中国のゲーム市場は世界最大級であり、著名な日本IPを活用することは、新規顧客獲得コストを劇的に下げ、市場での成功確率を高める強力な武器となる。

#### ビジネスモデル：

最も一般的なのは、日本のIPホルダーがキャラクターや世界観のライセンスを中国のゲーム開発会社（テンセントやNetEaseなど）に供与するモデルである。開発とマーケティングのコストは中国側が負担し、IPホルダーは売上に応じたロイヤリティを受け取る。

#### 事例：

##### 『ラングリッサーモバイル』：

日本のIPホルダーであるエクストリーム社が、中国のデベロッパーZlongame社と提携。往年の日本の名作IPが持つノスタルジアと、中国市場に精通した開発会社のノ



ノウハウが融合し大ヒットを記録した。  
これは日本IPと現地パートナーの協業の成功例として知られる。

#### 事例：

##### 『Fate/GrandOrder』：

ゲームを中心に、アニメ配信、グッズ、イベントなど多角的な展開を連動させることで、中国市場で莫大な収益を上げた。  
IPの価値を最大化する統合的戦略の好例である。

#### 課題：

中国政府によるゲームの新規リリース承認（「版号」）制度は極めて厳格であり、承認の遅延や不許可は日常茶飯事である。  
これにより、事業計画に大きな不確実性が生じ、ハイリスク・ハイリターンな事業となっている。

## 2.3 ケーススタディ：マーチャンダイジングという名の収益装置

#### 重要性：

ハイエンドなフィギュアから、文房具やアパレルといった日用品に至るまで、多岐にわたる商品は、安定的かつ長期的な収益源となる。

#### ビジネスモデル：

##### マスターライセンス／エージェント：

香港のメディアリンク社が『呪術廻戦』で担った役割のように、特定の企業が中華圏全体の独占的な商品化権（マスターライセンス）を取得し、そこから各分野のメーカーや小売業者にサブライセンスを供与する形態が主流である。  
これらのエージェントは、現地の市場知識、流通網、そして複雑な規制を乗り越えるノウハウを持つため、日本企業にとって不可欠な存在となっている。

#### IPコラボレーション：

日本のIPは、現地のブランドとのコラボレーションに頻繁に活用される。ファッションブランド（例：GROTTO×ポケモン）や、カフェ（例：SHONENJUMPCAFE）など、その範囲は広い。これらのコラボは、ロイヤリティ収入だけでなく、IPの認知度を高めるマーケティング効果も生み出す。



## 事例：

### 『呪術廻戦』ポップアップストア：

上海の大型商業施設「静安大悦城」などで開催された期間限定ショップは、社会現象ともいえるほどの長蛇の列を生み出し、短期間で莫大な売上を記録した。これは、物理的な商品や体験に対するファンの強い需要を如実に示している。

## 課題：

模倣品問題は依然として深刻である一方、当局の取り締まりは年々強化されている。また消費者の嗜好の変化は激しく、日本で成功した商品が必ずしも中国で受け入れられるとは限らないため、ローカライズが成功の鍵を握る。

## 2.4 ケーススタディ：体験型エンターテインメントとNFT/Web3の萌芽

### 体験型エンターテインメント：

テーマパーク（サウジアラビアで発表されたドラゴンボールのテーマパークは、中国市場も注視するモデルとなるだろう）、期間限定のコラボカフェ、作品展などが含まれる。これらはファンに没入感のある体験を提供し、エンゲージメントを深めると同時に、新たな収益機会を創出する。

### NFTとWeb3：

新興分野だが、将来的なポテンシャルを秘めている。

### デジタルコレクティブル：

『ONEPIECE』や『鉄腕アトム』などの作品では、アニメのセル画や設定画を、所有権が証明可能なデジタルアート（NFT）として販売する試みが行われている。

### ファンコミュニティ形成：

NFTをデジタル会員証として活用し、限定コンテンツへのアクセス権やコミュニティへの参加権を付与するモデルも登場している（例：鷹の爪団のDAOプロジェクト）。

### 新たな制作・資金調達モデル：

「AnimeChain」のようなプロジェクトは、ブロックチェーン技術を用いて、より透明性の高い資金調達やIP管理の仕組みを構築し、クリエイターへの公正な還元を目指している。



## 課題：

中国本土における暗号資産およびNFTに対する規制は極めて厳しく、これらのモデルを直接的に展開することは困難である。現状では他の海外市場での事例が先行しているが、将来的な規制緩和を睨んだ研究開発が進められている。

### 日本の主要アニメIPの中国における活用状況

IP名	中国における主要マネタイズ手法	主要な中国・地域パートナー	成功要因・特記事項
ONEPIECE	映画興行、ゲーム、テーマパーク、商品化	東映アニメーション、海昌海洋公園控股	長期的な人気を背景に、大規模なライセンス契約や体験型施設へと展開。映画も安定した興行収入を記録。
呪術廻戦	アニメ配信、商品化（ポップアップストア、カフェ）、音楽	Medialink（香港）、睿格斯（上海）	アニメ配信と連動したポップアップストアが社会現象化。日中同時期にテーマカフェを展開するなど、スピード感のある展開が奏功。
ポケットモンスター	ゲーム、トレーディングカードゲーム（TCG）、商品化（アパレルコラボ等）	任天堂、ポケモン社、GROTTO	TCGの公式大会やジムの展開によるコミュニティ形成が成功。キャラクターの普遍的な人気を活かし、多様なブランドとのコラボを実現。
新世紀エヴァンゲリオン	商品化（ポップアップストア、カフェ）	睿格斯（上海）	放送から長年経過しても根強い人気を誇る。上海でのポップアップストアは複数回開催され、毎回1万人以上を動員する集客力を見せた。
Fateシリーズ	ゲーム（『Fate/GrandOrder』）、アニメ配信、イベント、カフェ	Aniplex、Bilibili	ゲームの大ヒットがIP全体の人気を牽引。中国で記録的な売上を達成し、アニメ、漫画、イベントなど多角的な展開を成功させた。



## 第3章会計士の視点：バランスシート上の処理と越境税務

本章では中国からのIP収入を管理する上で不可欠な、専門的かつ技術的な会計・税務上の論点を解説する。これは、企業の財務戦略担当者がリスクを正確に評価し、収益を最大化するための基礎知識となる。

### 3.1資産の認識：バランスシート上のIP

企業が知的財産（IP）を取得または開発した場合、それは貸借対照表（バランスシート）上で「無形固定資産」として計上される。

特にソフトウェアなどのIPの場合、取得価額が10万円以上であれば資産として計上し、その価値を耐用年数（通常は5年）にわたって定期的に費用化（減価償却）する必要がある。

この会計処理は、メディア企業の真の資産価値を理解する上で極めて重要である。なぜなら、企業の収益力を左右するのは、保有するIPポートフォリオの価値そのものであるからだ。

### 3.2収益の計上：ライセンスと収益認識基準

IPからの収益の大部分はライセンス契約によってもたらされるが、その会計処理は複雑な収益認識基準に準拠する。

重要なのは、ライセンスが特定の時点でのIPの「使用权（RighttoUse）」を許諾するものか、あるいは一定期間にわたるIPへの「アクセス権（RighttoAccess）」を許諾するものか、という点である。

#### 使用权：

ライセンシーが、ライセンス供与時点のIPから便益を享受できる場合（例：完成済みの映画フィルムのライセンス）、収益はライセンス期間の開始時に一括で認識されるのが一般的である。

ライセンス料の全額が、その時点で売上として計上される。

#### アクセス権：

ライセンサーの継続的な活動がIPの価値に重要な影響を与える場合（例：運営が続くオンラインゲームや連載中の漫画）、収益はライセンス期間にわたって按分して認識される。



### 売上高に基づくロイヤルティ：

商品化権のように、ライセンシーの売上に応じてロイヤルティが発生する場合、収益はその売上が発生した時点で認識される。

なお、ライセンシー（支払い側）が会計ソフトなどのライセンス料を支払う際の勘定科目は、クラウド型サービスの場合は「通信費」、パッケージ型ソフトウェアの場合は「消耗品費」（10万円以上は「ソフトウェア」）として処理されることが多く、これは中国側パートナーのコスト構造を理解する上での参考となる。

## 3.3 税務当局の取り分：源泉徴収税と増値税

中国のライセンシーが日本のライセンサーにロイヤルティを支払う際、中国の税法に基づき税金を源泉徴収する義務がある。

### 企業所得税（CIT）：

支払われるロイヤルティ総額に対して、通常10%の源泉徴収税が課される。

### 増値税（VAT）：

加えて、6%の増値税および関連する付加税が課される。

契約書における税務条項の明確化は極めて重要である。

契約書に合意したロイヤルティ額がこれらの中国税を「含む（tax-inclusive）」のか「含まない（tax-exclusive）」のかを明記しなければならない。

曖昧な契約は予期せず日本側が中国の税負担を負うことになり、手取り収入が大幅に減少する事態を招きかねない。

この二重課税を回避するため、日本の親会社は外国税額控除制度を利用できる。

中国で支払った源泉徴収税額を、日本の法人税額から控除することができるが、控除限度額の計算など複雑な手続きを要する。

## 3.4 隠れた危険：移転価格税制

これは、親子会社など関連企業間の国際取引における重大な税務リスクである。

### 基本原則：

グループ企業間の取引価格（この場合はロイヤリティ料率）は、「独立企業間価格



（Arm'sLengthPrice）」、すなわち、無関係な第三者間で取引されるであろう価格で設定されなければならない。

### リスク：

日本または中国の税務当局が、設定されたロイヤルティ料率が利益を意図的に低税率国に移転させるために不当に高く、あるいは低く設定されていると判断した場合、企業の課税所得を再計算し多額の追徴課税と罰金を課す可能性がある。

### 対策：

企業は自社のロイヤルティ料率が市場の比較可能なデータに基づいて妥当であることを証明する、詳細な文書（移転価格文書）を準備・維持する必要がある。これは国際税務の高度に専門的な分野であり、専門家の助言が不可欠である。

取引ステップ	借方 (勘定科目・金額)	貸方 (勘定科目・金額)	解説
1.請求書発行	売掛金10,000,000	売上10,000,000	1,000万円のロイヤルティ収益を認識。
2.日本での現金受領	普通預金8,400,000 租税公課1,600,000	売掛金10,000,000	中国側で源泉徴収された企業所得税10%（100万円）と増値税等6%（60万円、簡略化のため合算）を差し引いた840万円を現金で受領。源泉徴収分は費用（租税公課）として計上。
3.外国税額控除の適用	法人税等調整額 1,000,000	租税公課1,000,000	決算時、中国で納付した企業所得税100万円を日本の法人税額から控除するため、費用として計上した租税公課を減額し、法人税の負担を軽減する。

注：上記は簡略化された仕訳例であり、実際の会計処理は契約内容や適用される会計基準、税法によって異なります。



## 第4章資本の万里の長城：資金還流リスクの分析と軽減策

本章では、中国の資本規制体制に伴う深刻なリスクを評価する。

これは単なる財務上の摩擦ではなく、事業の存続そのものを脅かす可能性のある構造的な課題である。

### 4.1規制の背景：中国の金融的トリレンマ

国際金融論における「金融のトリレンマ（不可能の三角形）」とは、一国が「安定した為替相場」「自由な資本移動」「独立した金融政策」の3つを同時に達成することは不可能である、という理論である。

中国は歴史的に管理された為替相場と国内金融政策の独立性を優先してきた。

その代償として、3つ目の要素である「自由な資本移動」を犠牲にせざるを得なかった。これは一時的な措置ではなく、中国の経済運営の根幹をなす政策である。

したがって、日本企業は何らかの形の資本規制が恒久的に存在することを前提に事業戦略を構築する必要がある。

### 4.2「合法的」な迷宮：資金還流の経路

困難ではあるが、資金の還流は不可能ではない。

ただし、それは厳しく規制された特定のチャンネルを通じて行われなければならない、それぞれに税務上・手続き上の高いハードルが存在する。

#### 利益配当：

最も一般的な方法。

中国子会社が黒字であり、法人税を納付し、法定準備金を積み立てていることが前提となる。配当金には10%の源泉所得税が課される。銀行への提出書類は膨大かつ厳格である。

#### ロイヤルティ・サービスフィー：

第3章で述べた通り、源泉税と増値税の対象となる。

正当な契約に基づき、実際に役務が提供されたことの証明が厳しく求められ、利益の偽装還流ではないことを当局に納得させる必要がある。



## 親子ローン：

中国子会社が日本の親会社に資金を貸し付けることも可能だが、これも厳しく規制され、限度額が設けられている。親会社が支払う利息も課税対象となる。

## 有償減資：

登録資本金を減額し、親会社に資金を返還する方法。  
債権者保護手続きを含む複雑な法的手続きと複数の政府部門の承認が必要であり、一般的に時間と手間がかかる困難な選択肢とされる。

## 4.3シナリオ分析：門が閉ざされる時

最大のリスクはこれらのチャネルが存在すること自体ではなく、経済危機や資本流出圧力が高まった際に、政府の方針一つで警告なく縮小・閉鎖されうることである。

### 滞留資金の財務的影響：

流動性危機:資金が中国国内に滞留し、日本の親会社での事業運営、研究開発、株主還元などに使用できなくなる。

### 不本意な再投資：

現金を使用する唯一の方法として、戦略的に最適ではない中国国内のプロジェクトに再投資を余儀なくされる可能性がある。

### 為替変動リスク：

人民元建てで保有する現金は為替変動に晒される。人民元の急落は、日本円換算での利益価値を大幅に毀損する。

### 事業運営への影響：

#### 「デッドロック」シナリオ：

企業が中国からの撤退を決断した場合、従業員や取引先への債務をすべて弁済し、法的な清算手続きを経る必要がある。

この過程で、利益を還流できずに資金が枯渇した場合、いわゆる「デッドロック」状態に陥る。清算を完了することも、事業を継続することもできなくなる。



このような状況では、地方政府は非協力的になり、親会社は円滑な撤退のためだけに、さらなる資金を中国に注入せざるを得なくなる可能性がある。これを怠れば、親会社の役員が法的責任を問われたり、企業の評判が傷ついたりするリスクがある。

#### 4.4 究極のリスク：強制的または失敗に終わる撤退

これは最悪のシナリオであり、初期投資額以上の損失を被る可能性がある。

##### 撤退を阻む主要な障壁：

##### 買い手の不在：

持分譲渡による撤退を目指しても、経営不振や政治的リスクを抱える事業の買い手を見つけることは極めて困難である。

##### 労務紛争：

大規模な解雇は、従業員による組織的な抗議活動やストライキに発展しやすく、地方政府の介入を招き、撤退プロセスを無期限に停滞させる最大の要因となる。手厚い退職金で円満に工場を閉鎖したキヤノンの事例は、むしろその困難さを証明する例外と見なすべきである。

##### 非協力的な当局：

雇用や税収の喪失を懸念する地方政府は、許認可の遅延など官僚的な手続きを用いて、撤退を意図的に妨害することがある。

##### 隠れた債務：

清算プロセスにおいて、過去に見過ごされてきたコンプライアンス上の問題（未払いの社会保険料、税務上の不備など）が発覚し、それらをすべて清算するまで撤退が許可されないケースが多い。



## 資本移動リスクマトリクス

リスク分類	具体的なリスク要因	潜在的影響	発生確率	軽減戦略
規制の強化	国家外貨管理局 (SAFE) / 中国人民銀行 (PBOC) による突然の政策変更	資金の滞留、流動性の低下、事業計画の遅延	中	・海外収益源の多角化 ・定期的かつ小規模な資金還流の常態化
税務リスク	移転価格税制に基づくロイヤルティ料率の否認	二重課税、追徴課税、罰金	中	・独立企業間価格を証明する詳細な移転価格文書の整備 ・国際税務専門家との連携
手続き上の遅延	銀行による過剰な書類要求、当局の許認可プロセスの長期化	資金還流の遅延、為替変動リスクの増大、機会損失	高	・主要取引銀行との良好な関係構築 ・現地法務・財務チームの能力強化
撤退時のデッドロック	清算中の資金不足による債務不履行、労務紛争の激化	投資の完全損失、追加の資金注入、親会社のレピュテーション毀損	低～中	・撤退費用（従業員への経済補償金等）を考慮した事業計画 ・撤退資金を確保するための準備金を日本側で確保 ・持分譲渡など、清算以外の撤退オプションの常時検討

## 第5章戦略的提言と今後の展望

本レポートの分析を総括し、日本のアニメ企業が複雑かつ変化の激しい中国市場を航海するための、実践的な戦略的提言を提示する。

### 5.1 多角化という至上命題：龍の先を見据えて

中国市場への過度な依存は今や最大の戦略的リスクである。

企業はグローバル事業のリスクを分散させるため、中国以外の国際市場ポートフォリオを積極的に構築しなければならない。

#### 高成長が期待される市場：

##### 東南アジア：

日本のコンテンツに対する文化的親和性が高く、急速に市場が成長している。特にライセンスグッズ市場は「ブルーオーシャン」と見なされている。

##### 中東（特にサウジアラビア）：

脱石油依存を目指す国家戦略の一環として、政府主導でエンターテインメント産業に



巨額の投資が行われている。アニメもその重点分野の一つであり、巨大な潜在市場となっている。

### **北米・欧州：**

成熟市場でありながら、動画配信と商品化を中心に依然として力強い成長を示している。

## **5.2 基盤の強化：法務・契約上のベストプラクティス**

### **予見的な契約策定：**

中国パートナーとの契約は、規制変更が起こることを前提として起草する必要がある。許認可の遅延や検閲への対応手順、コンプライアンス遵守にかかるコストの分担などを明確に規定すべきである。

### **強固な紛争解決条項：**

中国国内での司法判断は改善傾向にあるものの、依然としてシンガポールや香港など、中立的な第三国での仲裁を紛争解決地として指定することは賢明なリスクヘッジである。

### **積極的なIP保護：**

中国国内での商標・著作権の早期登録を徹底し、IPの不正利用や海賊版に対する法的措置の基盤を固めることが不可欠である。

## **5.3 先を見越した財務・資金管理**

### **継続的な資金還流：**

多額の現金を中国国内に滞留させない。税務上は非効率であっても、配当などを通じて定期的かつ小規模な資金還流を常態化させ、資本規制強化のリスクエクスポージャーを低減させるべきである。

### **移転価格税制への備え：**

移転価格文書の作成を、単なるコンプライアンス業務ではなく、重要なリスク管理ツールと位置づける。企業間取引の正当性を証明するため、詳細な分析と文書化に投資することが求められる。



## 為替ヘッジ戦略：

人民元建ての資産や収益が大きい企業は、人民元下落リスクを軽減するため、為替予約などのヘッジ手段の活用を検討すべきである。

## 5.4協力の未来：ライセンスからパートナー、そして競合へ

日中間の関係は進化し続けている。日本企業は中国企業が単なる顧客ではなく、共同制作者であり、そして将来的には強力なグローバルな競合相手になる未来に備えなければならない。

この変化は単純なコンテンツ販売から、共同でのIP開発やグローバル市場での共同展開など、より複雑で統合されたパートナーシップへと発想を転換することを要求する。

最終的に日本のアニメ産業が長期的に健全な成長を遂げるためには、国内の構造的欠陥に対処することが不可欠である。

製作委員会方式の硬直性、アニメーターの低賃金と劣悪な労働環境、そして持続可能な人材育成パイプラインの欠如といった問題の解決こそが、日本が依存ではなく、真の実力をもってグローバル市場で競争するための唯一の道である。

NAFCAやJAniCAといった業界団体、そして文化庁などによる支援策は、この改革に向けた重要な一歩となるだろう。

## 引用文献

中国のアニメに関する市場調査2022年度最新版-ジェトロ, (2025.06.28)  
[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/\\_Reports/02/2023/72218cac73449251/animation-rev.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2023/72218cac73449251/animation-rev.pdf)

JETROが「中国コンテンツ市場調査」最新版を公開、アニメーション市場は2230億円, (2025.06.28)  
<http://animationbusiness.info/archives/14267>

アニメ・映画等のIP商品、消費の主役はZ世代（中国・上海発）|海外発トレンドレポート-ジェトロ, (2025.06.28)  
<https://www.jetro.go.jp/biz/trendreports/2023/7775107e7b1303d1.html>

【中国特集】空前絶後の日本IPブームに沸く上海。不況期でも商業施設一等地が『呪術廻戦』一色になっていたワケ|gamebiz, (2025.06.28)  
<https://gamebiz.jp/news/392891>

【進撃の企業訪問】前編-nikoand...×《ジョジョの奇妙な冒険》《呪術廻戦》など人気IPコラボの裏で支えるANIMELにインタビュー, (2025.06.28)  
<http://blog.livedoor.jp/sugochina/archives/1083138051.html>

2023年度日系コンテンツ企業の中国ビジネス展開報告書-ジェトロ, (2025.06.28)  
[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/jetro/overseas/cn\\_shanghai/report/20240331\\_r.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/jetro/overseas/cn_shanghai/report/20240331_r.pdf)



人民元の国際化の重石となる中国の「管理された」資本自由化|研究プログラム|東京財団, (2025.06.28)  
<https://www.tkfd.or.jp/research/detail.php?id=4034>

国際金融のトリレンマ|公益財団法人国際通貨研究所, (2025.06.28)  
<https://www.iima.or.jp/abc/ka/21.html>

「日本人なら中国人の3分の1で済む」アニメ制作で進む"日中逆転"の深刻さ日本が中国の下請けになっている|PRESIDENTOnline (プレジデントオンライン), (2025.06.28)  
<https://president.jp/articles/-/44767?page=1>

アニメ産業市場、初の2兆円突破中国など海外人気が牽引も…-JAPANForward, (2025.06.28)  
<https://japan-forward.com/ja/%E3%82%A2%E3%83%8B%E3%83%A1%E7%94%A3%E6%A5%AD%E5%B8%82%E5%A0%B4%E3%80%81%E5%88%9D%E3%81%AE%EF%BC%92%E5%85%86%E5%86%86%E7%AA%81%E7%A0%B4%E3%80%80%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E3%81%AA%E3%81%A9%E6%B5%B7%E5%A4%96/>

アニメ人気に後押しされ、アジアで広がる商品化ビジネス|地域・分析レポート-ジェトロ, (2025.06.28)  
<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2024/be07507437869e1b.html>

日本アニメ産業にとって「油田」になる？中東・アラブ地域の秘めたる熱狂「今後10年で最も成長するアニメ市場」と言われる理由とは-東洋経済オンライン, (2025.06.28)  
<https://toyokeizai.net/articles/-/873850?display=b>

2023年アニメ産業市場規模が史上最高値を更新・スペシャルセッション「日本のアニメーションの海外展開、未来への展望」レポート-GEMStandard, (2025.06.28)  
<https://www.gem-standard.com/columns/912>

アニメ市場2023年は前年比14.3%増で過去最大3兆3465億円に, (2025.06.28)  
<http://animationbusiness.info/archives/16446>

「アニメ産業レポート2024」発表：海外の成長が市場全体を牽引、国内ではテレビアニメ23時台枠が定着するなど新たな動きも|Branc (ブラン) -BrandNewCreativity-, (2025.06.28)  
<https://branc.jp/article/2025/01/20/1421.html>

日本動画協会「アニメ産業レポート2024」発刊アニメ産業市場は3.3兆円で過去最高に, (2025.06.28)  
<https://anime.eiga.com/news/123132/>

アニメ産業レポート2024サマリー (日本語版) |日本動画協会, (2025.06.28)  
[https://aja.gr.jp/download/anime-industry-report-2024-summary\\_jp](https://aja.gr.jp/download/anime-industry-report-2024-summary_jp)

独自化する中国のアニメ産業-日本社会学会, (2025.06.28)  
<https://jss-sociology.org/research/92/file/215.pdf>

業界の現状及びアクションプラン (案) について【アニメ】 (事務局資料②), (2025.06.28)  
[https://www.meti.go.jp/shingikai/mono\\_info\\_service/entertainment\\_creative/pdf/003\\_04\\_02.pdf](https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/entertainment_creative/pdf/003_04_02.pdf)

AnimeExpo2024現地レポート|日本アニメの海外展開と未来-株式会社フラッグ, (2025.06.28)  
<https://www.flag-pictures.co.jp/column/20240806/>

呪術廻戦が中国で炎上？二次創作や同人誌のグレーゾーン | 株式会社Minto-note, (2025.06.28)  
[https://note.com/quan\\_official/n/nef707692d94b](https://note.com/quan_official/n/nef707692d94b)

アニメーションビジネスの現状と課題, (2025.06.28)  
[https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii\\_sihonsyugi/wgkaisai/contents\\_dai1/siryou4.pdf](https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/wgkaisai/contents_dai1/siryou4.pdf)

日本アニメが中国アニメに負ける日が来る、？ | XXUX(読み方:ゆー)-note, (2025.06.28)



<https://note.com/umfs242/n/nb6db60d6769e>

アニメ製作委員会の現実, (2025.06.28)

[https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/kousou/2025/cs\\_wg/dai1/siryou8.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/kousou/2025/cs_wg/dai1/siryou8.pdf)

コンテンツ海外展開を巡る課題と検討の方向性, (2025.06.28)

[https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/kensho\\_hyoka\\_kikaku/2015/dai9/siryou1.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/kensho_hyoka_kikaku/2015/dai9/siryou1.pdf)

海外でアニメを展開するやり方は？失敗原因・リスクを事例にもとづいて解説-株式会社NOKID, (2025.06.28)

<https://nokid.jp/blog/9788/>

日本コンテンツの海外展開に関する調査報告書—中国編—文化庁, (2025.06.28)

[https://www.bunka.go.jp/seisaku/chosakuken/kaizoku/assets/pdf/93753201\\_01.pdf](https://www.bunka.go.jp/seisaku/chosakuken/kaizoku/assets/pdf/93753201_01.pdf)

アニメ業界の将来性。アニメーターは今後どうなる？-専門学校デジタルアーツ東京, (2025.06.28)

<https://www.dat.ac.jp/course/anime/anime-column/anime-school/future/>

【立命館大学・中村教授】日本のコンテンツIPのチャンスと戦略-株式会社エクストリーム, (2025.06.28)

<https://www.e-xtrême.co.jp/topics/3836/>

我が国のコンテンツの中国展開における現状、課題および方策案, (2025.06.28)

[https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/chosakuken/kokusai/r03\\_02/pdf/93396401\\_03.pdf](https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/chosakuken/kokusai/r03_02/pdf/93396401_03.pdf)

中国IP(知的財産)コラボ商品十選!!その特徴とは?-note, (2025.06.28)

<https://note.com/chaitopi/n/n8fdde0759f2b>

国内IPコンテンツのグローバルな展開-5バリューアセット, (2025.06.28)

[https://5va.co.jp/column/financial\\_column/global\\_ip/](https://5va.co.jp/column/financial_column/global_ip/)

【NFT×漫画・アニメ】日本の漫画・アニメIPへのNFT活用事例19選-NFTMedia, (2025.06.28)

<https://nft-media.net/animation/manga-anime/292/>

2024年最新【アニメブロックチェーン活用事例】 | PBADAO Co., Ltd.-note, (2025.06.28)

<https://note.com/pbadao/n/n6774148564f0>

中国における日本アニメーションの伝播を巡る研究-京都精華大学情報館, (2025.06.28)

[https://johokan.kyoto-seika.ac.jp/uploads/2023\\_dr/2023\\_dr\\_thesis\\_02.pdf](https://johokan.kyoto-seika.ac.jp/uploads/2023_dr/2023_dr_thesis_02.pdf)

会計ソフトやライセンスを購入した場合の勘定科目と仕訳例-マネーフォワードクラウド, (2025.06.28)

<https://biz.moneyforward.com/accounting/basic/45995/>

ライセンス料の勘定科目は何を使う？何年で計上するべきか?, (2025.06.28)

<https://trypartners-kichou.com/license-fee/>

システム利用料の勘定科目は？具体的な仕訳例や会計処理のポイントなどを解説-freee, (2025.06.28)

<https://www.freee.co.jp/kb/kb-journal/system-usage-fee/>

ライセンス契約の収益認識とは？複数年に渡る場合や途中解約の計上方法も詳しく解説!, (2025.06.28)

<https://kurojica.com/invoice/blog/6263/>

14論点14 | 知的財産のライセンス, (2025.06.28)

[https://jicpa.or.jp/specialized\\_field/0-11-0-0n-20201009.pdf](https://jicpa.or.jp/specialized_field/0-11-0-0n-20201009.pdf)

海外子会社からのロイヤリティ徴収税務上の注意点は?, (2025.06.28)

<https://mondepal.com/info/column/452/>



中国子会社の余剰資金の還流-PwC, (2025.06.28)

<https://www.pwc.com/jp/ja/knowledge/news/tax-jtu/assets/pdf/ctu-20230728-jp.pdf>

移転価格税制について-CDH, (2025.06.28)

<https://www.cdhcpa.com/ja/>

[%E7%A7%BB%E8%BB%A2%E4%BE%A1%E6%A0%BC%E7%A8%8E%E5%88%B6%E3%81%AB%E3%81%A4%E3%81%84%E3%81%A6/](https://www.cdhcpa.com/ja/%E7%A7%BB%E8%BB%A2%E4%BE%A1%E6%A0%BC%E7%A8%8E%E5%88%B6%E3%81%AB%E3%81%A4%E3%81%84%E3%81%A6/)

ベトナム進出で避けられない「移転価格税制」の基礎知識と対策-Digima〜出島, (2025.06.28)

<https://www.digima-japan.com/knowhow/vietnam/expert-kuno-cpa-00007.php>

移転価格税制のワンポイントアドバイス-HLSGlobalCo.,Ltd., (2025.06.28)

<https://hls-global.jp/2022/04/20/>

[%E7%A7%BB%E8%BB%A2%E4%BE%A1%E6%A0%BC%E7%A8%8E%E5%88%B6%E3%81%AE%E3%83%AF%E3%83%B3%E3%83%9D%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%83%88%E3%82%A2%E3%83%89%E3%83%90%E3%82%A4%E3%82%B9/](https://hls-global.jp/2022/04/20/%E7%A7%BB%E8%BB%A2%E4%BE%A1%E6%A0%BC%E7%A8%8E%E5%88%B6%E3%81%AE%E3%83%AF%E3%83%B3%E3%83%9D%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%83%88%E3%82%A2%E3%83%89%E3%83%90%E3%82%A4%E3%82%B9/)

移転価格税制のワンポイントアドバイス-HottaLiesenbergSaitoLLP, (2025.06.28)

<https://hls-global.com/ja/2022/04/20/>

[%E7%A7%BB%E8%BB%A2%E4%BE%A1%E6%A0%BC%E7%A8%8E%E5%88%B6%E3%81%AE%E3%83%AF%E3%83%B3%E3%83%9D%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%83%88%E3%82%A2%E3%83%89%E3%83%90%E3%82%A4%E3%82%B9/](https://hls-global.com/ja/2022/04/20/%E7%A7%BB%E8%BB%A2%E4%BE%A1%E6%A0%BC%E7%A8%8E%E5%88%B6%E3%81%AE%E3%83%AF%E3%83%B3%E3%83%9D%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%83%88%E3%82%A2%E3%83%89%E3%83%90%E3%82%A4%E3%82%B9/)

海外子会社からのロイヤルティを検討・算定したい-税理士法人フェアコンサルティング-移転価格税制外国子会社合算税制国際  
税務コンサルティング, (2025.06.28)

[https://www.faircongrp.tax/solution/tp\\_royalty/](https://www.faircongrp.tax/solution/tp_royalty/)

人民元国際化の加速を目指す中国-日本総研, (2025.06.28)

<https://www.jri.co.jp/page.jsp?id=38965>

中国会計・税務実務ニュースレター, (2025.06.28)

[https://www.grantthornton.jp/globalassets/1.-member-firms/japan/pdfs/newsletter/chinatax/chinatax\\_202309.pdf](https://www.grantthornton.jp/globalassets/1.-member-firms/japan/pdfs/newsletter/chinatax/chinatax_202309.pdf)

中国現地法人からの資金還流, (2025.06.28)

<https://www.jc-web.or.jp/relays/download/874/2497/441/0/?file=/files/libs/3535//201908191201435203.pdf>

【2023年6月】中国の配当手続きと子親ローン（現法からの貸付）による資金還流方法の解説, (2025.06.28)

<https://myts.co.jp/newsletter/jp-myts/2023/06/11496/>

第8回中国からの資金・利益回収 | 中国ビジネス講座-銀行員, (2025.06.28)

<http://www.ginkouin.com/renesai/china/8.html>

意思決定は早めに！中国からの撤退・事業縮小そのポイントと最新動向, (2025.06.28)

<https://infolounge.smbcc-businessclub.jp/articles/1063>

【2023年】中国撤退4つの方法。企業が撤退を考えると注意すべき点とは？ | 中国弁護士（律師）コラム-ベリーベスト法律事務所, (2025.06.28)

<https://www.vbest.jp/columns/china/7220/>

FinancialAdvisoryTopics第34回中国事業撤退の難所およびその背景要因-Deloitte, (2025.06.28)

<https://www.deloitte.com/jp/ja/services/financial-advisory/perspectives/fa-topics-34.html>

中国撤退は本当に困難か？-みらい経営者ONLINE, (2025.06.28)

<https://www.miraic.jp/online/8tips/category/tip06/10981.html>

日本企業が中国撤退が増加する理由とは？リスクや注意点を解説, (2025.06.28)

<https://www.tanabeconsulting.co.jp/vision/column/detail72.html>



中国事業の再編と撤退, (2025.06.28)

[https://www.joi.or.jp/wp-content/uploads/2024/03/Mag\\_202403\\_05\\_Slnishimura.pdf](https://www.joi.or.jp/wp-content/uploads/2024/03/Mag_202403_05_Slnishimura.pdf)

シリーズ「中国からの撤退と事業再生」②撤退におけるリスクと所要資金の把握, (2025.06.28)

[https://www.ycg-advisory.jp/learning/oversea\\_108/](https://www.ycg-advisory.jp/learning/oversea_108/)

グローバル市場における日本コンテンツ産業の可能性-CJPF, (2025.06.28)

<https://cjpf.jp/modelcase/33contents/>

中東で「エンタメ振興策」急加速 2億人市場で映像ビジネス拓く＝志村一隆, (2025.06.28)

<https://weekly-economist.mainichi.jp/articles/20200512/se1/00m/020/005000c>

サウジに刺さった日本アニメ“日本スタイル”の浸透と熱狂-ImpressWatch, (2025.06.28)

<https://www.watch.impress.co.jp/docs/topic/1430865.html>

アニメ関連サービス・商品に関する米国市場レポート（米国有識者インタビュー等に基づく-ジェトロ, (2025.06.28)

[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/\\_Reports/02/2024/c4e281f9a67a5ddb/2024-07.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2024/c4e281f9a67a5ddb/2024-07.pdf)

日本企業の中国知財訴訟状況, (2025.06.28)

[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/world/asia/cn/ip/ipg/2024/j02.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/ipg/2024/j02.pdf)

中国における特許売買・訴訟の実態：日本企業が直面する課題|PatentRevenue, (2025.06.28)

<https://patent-revenue.iprich.jp/%E5%B0%82%E9%96%80%E5%AE%B6%E5%90%91%E3%81%91/1277/>

中国の知的財産権問題-Wikipedia, (2025.06.28)

<https://ja.wikipedia.org/wiki/>

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E3%81%AE%E7%9F%A5%E7%9A%84%E8%B2%A1%E7%94%A3%E6%A8%A9%E5%95%8F%E9%A1%8C>

「日本のアニメを乗っ取る」と言われていたが…動画配信サイトの赤字が止まらない中国アニメ業界の大異変「金でシェアを買う」戦略が限界にきている-プレジデントオンライン, (2025.06.28)

<https://president.jp/articles/-/72092?page=1>

日本のアニメ業界の労働状況の実態は？ JAniCAとNAFCA2つの調査を比較-Branc, (2025.06.28)

<https://branc.jp/article/2024/04/08/1030.html>

アニメ業界の労働等の実態について|NAFCA一般社団法人日本アニメフィルム文化連盟, (2025.06.28)

<https://nafca.jp/news20241226/>

アニメ制作者が安心して働けるよう人財育成に注力。将来的には「Madein新潟」のアニメを発信したい。|NSGグループ, (2025.06.28)

<https://www.nsg.gr.jp/blog/challenge/niigataanime-202408/>

JAniCA：日本アニメ業界の未来を支える若手育成と技術共有の担い手-ToonBoom, (2025.06.28)

<https://toonboom.co.jp/news/japanese-association-helping-young-animators>

マンガ、アニメ、特撮、ゲーム等の国際的な振興拠点及びメディア芸術連携基盤等整備推進に-文化庁, (2025.06.28)

[https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/kondankaito/geijyutsu\\_kiban/pdf/94111001\\_01.pdf](https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/kondankaito/geijyutsu_kiban/pdf/94111001_01.pdf)

文化芸術活動基盤強化基金を活用した3年間の若手育成プロジェクト「グローバル・アニメ・チャレンジ」発足|Branc (ブラン) -BrandNewCreativity-, (2025.06.28)

<https://branc.jp/article/2024/08/01/1190.html>