



# OH REALLY! 1 DIGEST

APRIL 08 2025

CREATED BY OGATA TAKUMI @ HARU INC,



# In this edition



- 1 日本発ショートドラマPF『BUMP』の海外展開  
鍵は「出版社提携によるIP確保」と「ローカル共同製作」**

体力勝負となる海外展開をどう攻略するか。日本発IPを安定的に調達するパイプラインを確立し、現地企業と提携することでリスクを抑えながら学ぶ
- 2 キー局、「IP全方位展開」だけでは絵餅  
コンテンツへの「愛の醸成」と「愛の収益化」戦略が必要**

コンテンツへの愛は、何度も接触することで育つ。収益化を急ぐ「独占」より「接触頻度」が鍵であり、愛が深ければ収益化も進む
- 3 加速するAI企業へのコンテンツライセンスの将来性  
ニュース・音楽の配信と、コンテンツ制作市場の限界**

AIはニュースや音楽の消費形態を補完し、新たな価値をもたらす可能性。また、AI企業がコンテンツ制作市場から得られる価値は限定的
- 4 ALGS日本初開催の裏で揺れる競技シーン  
Eスポーツはマーケティング手法でありApexと相性が悪い**

ゲームパブリッシャーにとって、Eスポーツは収益化ではなくマーケティング手法。Apexはストリーマーにより成長し、プロシーンの影響力は限定的。



# From Author

コンテンツビジネスマガジン『Oh Really!』をお手に取っていただき、ありがとうございます。著者であり、株式会社Haru代表の尾形拓海です。

現在、日本発のコンテンツの海外輸出額はおよそ5.8兆円にのぼると言われており※1、これは鉄鋼や半導体といった基幹産業に匹敵する規模です。経済の縮小が続く日本において、コンテンツは海外で勝負できる数少ない産業のひとつとなっています。そのため、エンタメ系の既存企業にとどまらず、スタートアップや異業種の企業も次々と参入し、新たなコンテンツやサービスが日々開発されています。

コンテンツ業界は、海外でのアニメ人気や漫画文化の拡大といった、華やかな側面がよく取り上げられます。しかし、そうした盛り上がりに覆い隠されて見えにくい、事実やデータを冷静に見ることで得られる着眼点（インサイト）が多く存在します。そして、そうした視点を持つことは、業界内で成長戦略を描くうえで非常に重要です。

私はこれまで、AccentureやNetflix、Sonyなどで、コンテンツビジネスの現場と戦略の両面に関わってきました。私自身、コンテンツビジネスに関わる一人として、「普段あまり語られないが、事実や数字を見つめることで浮かび上がる驚きや面白さのあるインサイト」を伝えていくことが、業界全体の発展に貢献する道だと考えています。その思いから、この『Oh Really!』を創刊しました。

尾形拓海

# Author's Profile



## 株式会社Haru代表 尾形拓海

東京大学経済学部を卒業後、アクセンチュアに新卒で入社。マスメディア業界を中心に、ビジネスコンサルティングに従事。

その後、シンガポールに移住しWeb3 x アニメスタートアップでビジネス全般を統括。世界初のアニメ動画NFTをリリース。

帰国後、Netflix Japanでコンテンツライセンス担当として、Netflix Originalを含む200以上の作品を調達。

現在は株式会社Haruの代表として、エンターテインメントやメディア企業を中心に、コンテンツビジネスの戦略策定及び実行推進をプロジェクトの一員として幅広く支援。



日本発ショートドラマPF『BUMP』の海外展開

鍵は「出版社提携によるIP確保」と「ローカル共同製作」

# In short



- 映像作品は各国毎の文化的背景と密接に結びついており、それが商業的な結果にも大きく影響する
- いきなり最大市場である北米や欧州を攻めるのではなく、文化的背景が比較的近いアジア、その中でも韓国や台湾、東南アジアから展開するのが妥当
- コンテンツの配信及び製作面において、競争優位性を打ち出すことは困難。国内原作のライセンスへ注力すべき
- アジアでも注目を集め得る「クール毎の覇権候補タイトル」のライセンスは難しい
- 「日本でアニメ化・ドラマ化するほどではないが、ぼちぼち人気があり化ける可能性がある」という原作を、仕組みとして安定的にライセンスできるような座組を作るべき(出版社との業務提携など)

[本編はこちら](#)

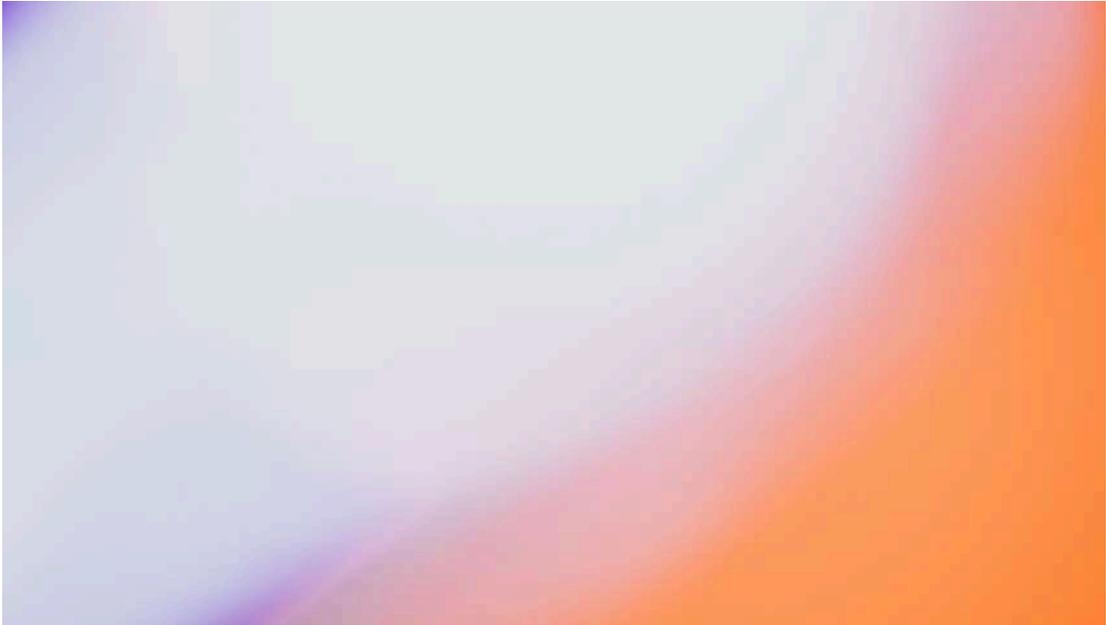


キー局、「IP全方位展開」だけでは絵餅

コンテンツへの「愛の醸成」と「愛の収益化」  
戦略が必要



# In short



- キー局全体で、「消費者へのリーチ力をマネタイズする広告収入」への依存度を減らし「コンテンツIPを多方面に展開してマネタイズするコンテンツビジネス」を確立しようとしている方向性が共通している
- コンテンツビジネスは、
  - a. 多方面に展開しやすいコンテンツ制作能力
  - b. コンテンツへの持続的な愛の醸成
  - c. 愛の効果的な収益化方法の3つの能力が重要。マスメディアはBとCの強化が急務
- 各社とも自社配信サイトでの独占配信へ注力しているが、リーチが少ないとBを阻害する。また、Bの主要手段であるグッズビジネスを強化すべき
- 自社配信サイトの期待収益は限定的であり、規模を追うとビジネスとして成立しなくなる。イベント事業は、キー局の規模において主力ビジネスになり得ない。

[本編はこちら](#)



# 加速するAI企業へのコンテンツライセンスの将来性

ニュース・音楽の配信と、コンテンツ制作市場の限界



# In short



- コンテンツビジネスにおける生成AIのポジションは、「配信プラットフォーム」と「コンテンツ制作ツール」の二つ
- 配信プラットフォームの成り立ちは、
  - a. 海賊コンテンツにより確立したプラットフォームを後から合法化
  - b. 自社コンテンツにより確立したユーザー基盤を呼び水としてプラットフォーム化
  - c. ケイパビリティ提供の対価としてプラットフォーム化の3類型が存在
- 生成AIは、「ニュース業界でパターンa」「音楽業界でパターンc」として配信プラットフォームになる余地がある
- コンテンツ市場は巨大だが、価値は配信やライセンスに集中しており、制作ツールが得られるのはごく一部
- そのため、生成AIが制作において必須ツールになったとしても、得られる価値は限定的。コンテンツライセンスへの対価も大きくなり得ない。

[本編はこちら](#)



## ALGS日本初開催の裏で揺れる競技シーン

Eスポーツはマーケティング手法でありApexと相性が悪い



# In short



- 伝統的なスポーツに所有者は存在しないが、Eスポーツタイトルの所有者はパブリッシャー。彼らはEスポーツエコシステムの創造主であり、全てに影響力を持つ管理者である
- ゲームパブリッシャーにとって、Eスポーツは収益源ではなくマーケティング手段の一つである
- Apex Legendsはストリーマーに牽引されたタイトルであり、プロシオンは最良なマーケティング手段ではない
- Electronic Artsは定常的に株主からの圧力に晒されており、短期的な収益化を重視しがちである
- Apexはユーザー数が減少傾向にある。そのため、非効率的なマーケティング手段であるALGSへの投資を増やすことは考えにくい

[本編はこちら](#)





Haruの代表を務める尾形拓海は、SonyやNetflix、Accentureでコンテンツビジネスの経験を積んだ、事業戦略家及び実行推進のパートナーです。

# Services

1. コンテンツビジネスにおける事業企画及び実行推進
2. それに伴う生成AI・DX導入
3. セミナー登壇・研修
4. 記事の執筆および寄稿



1. BUSINESS DEVELOPMENT



2. AI&DX ENABLEMENT



3. SEMINAR&TRAINING



4. ARTICLE CONTRIBUTION

# Business development



新規事業の開発や既存事業の戦略立案に関するご支援をさせていただきます。目標や課題に応じて、国内外の事例調査やユーザーインタビュー、MVPの開発と検証、マーケティングまで幅広い支援メニューをご準備しております。

## 【メンバー型】

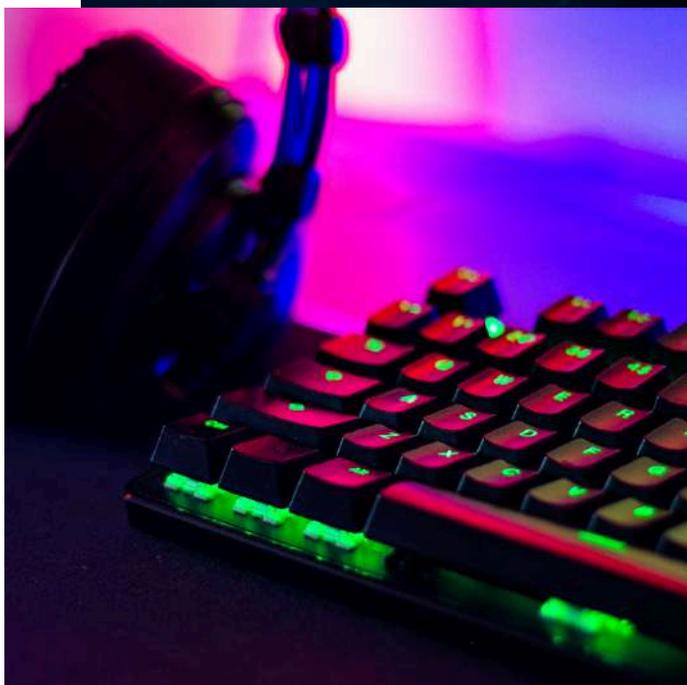
代表の尾形が、社員と同じような立場でチームに参画し、事業戦略立案及び実行推進を代行

## 【プロジェクト型】

特定のゴールを明確に定め、一定期間の間で集中的に事業戦略立案及び実行推進をご支援



# AI & DX Enablement



生成AIの導入と活用、事業創出をご支援させていただきます。全国で過去10社以上ご支援して蓄積したノウハウを元に、企業の規模や事業の特性に合わせ、AIを活用した確実なビジネス成果の創出をサポートいたします。

#### 【アドバイザー型】

タスクフォースの一員として、第三者的な視点で専門的な知見及び情報をご提供

#### 【プロジェクト型】

特定のゴールを明確に定め、一定期間の間で集中的に事業戦略立案及び実行推進をご支援

# Seminar&Training

業界セミナーへの登壇や社内研修にて、最新動向を独自の視点からわかりやすく解説します。メディアエンターテインメント業界や事業推進、生成AIなど様々なトピックに対応することができ、これまでの受講者数は述べ1000人を超えます。

## 【対応可能テーマ①】

コンテンツビジネスに関する業界俯瞰、イノベーション、最新技術動向など

## 【対応可能テーマ②】

生成AIに関する初心者向け基礎講座および手を動かして使い方を学ぶワークショップ



# Article Contribution



コンテンツビジネスや生成AI活用に関して、実務経験に基づく独自の視点を、様々な公開情報やインタビューを基にわかりやすく記事として執筆いたします。

## 【対応可能テーマ①】

コンテンツビジネスに関する業界俯瞰、イノベーション、最新技術動向、企業動向など

## 【対応可能テーマ②】

生成AIとコンテンツの関係に関する最新トレンド、企業における実務導入の進め方、海外トレンドなど



# Follow Me!



NOTE



[https://note.com/haru\\_consulting](https://note.com/haru_consulting)

X



[https://x.com/haru\\_consulting](https://x.com/haru_consulting)

[HTTPS://WWW.HARU.AGENCY/](https://www.haru.agency/)



**Oh Really! 1**