



# ポスト・ストリーミング時代の映画産業戦略

## IP、AI、そして劇場体験の再構築による覇権争奪戦



Hiragino Kaku Gothic ProN

# エグゼクティブサマリー：新たな産業パラダイムの到来

EXECUTIVE SUMMARY: THE ARRIVAL OF A NEW INDUSTRIAL PARADIGM



## 現状認識 (THE REALITY)

映画産業は衰退ではなく「空洞化」している。市場は「巨額IPイベント作品」と「無限のニッチ配信作品」に二極化し、中間層が消滅。

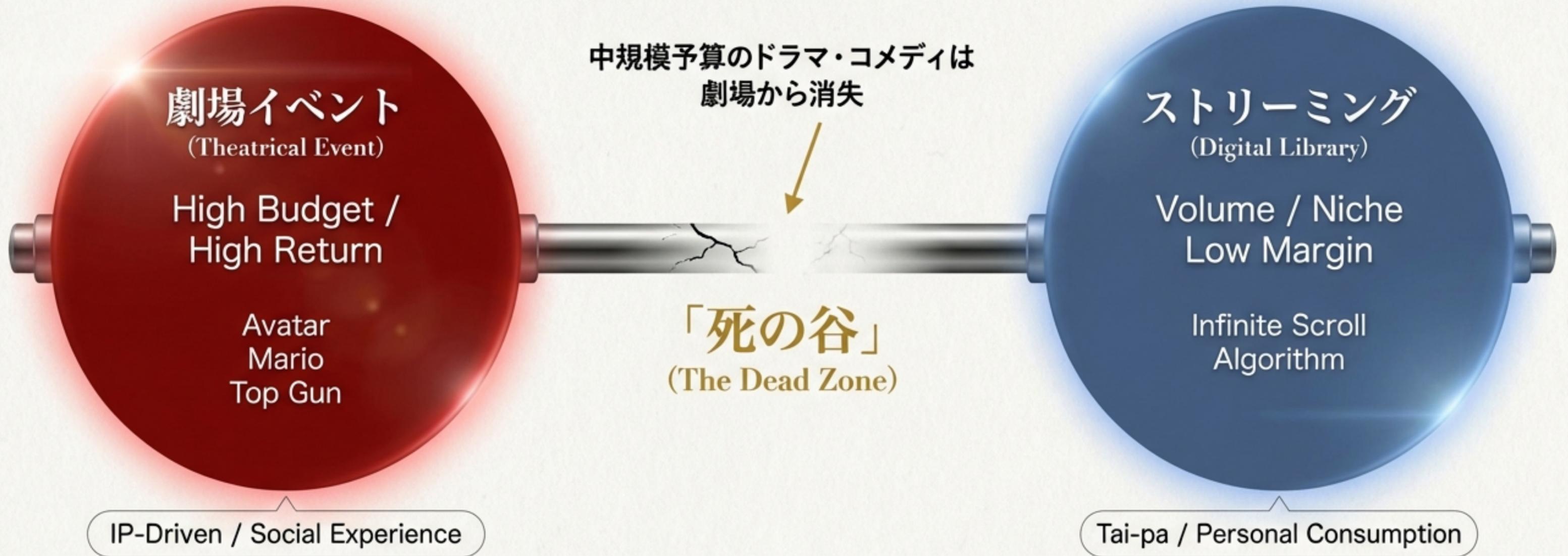
## 課題 (THE CHALLENGE)

競争の軸が「コンテンツ制作能力」から「データとD2C配信網の支配」へ移行。既存スタジオはテック巨人との非対称な戦いを強いられている。

## 解決策 (THE SOLUTION)

- Dynamic Windowing: 劇場と配信の最適化
- Glocal Flywheel: 地域拠点のグローバル化
- Hybrid Portfolio: マジックとロジックの融合

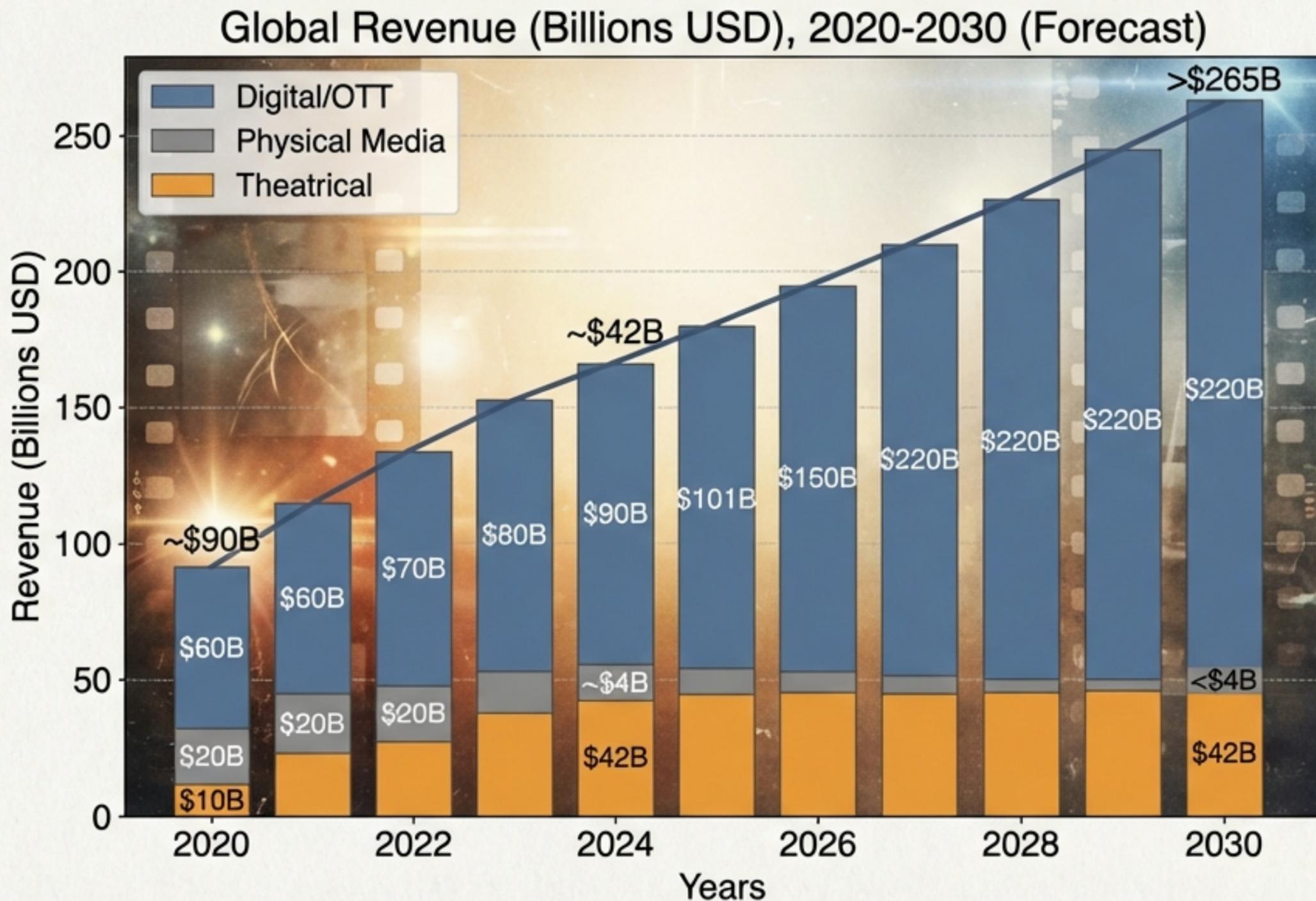
# 市場の「空洞化」と「空洞化」と二極化する消費



Top 20 films of 2023: 15+ titles were established IP franchises.

# 収益構造の変容：ボックスオフィスからデジタルエコシステムへ

## EVOLUTION OF REVENUE STRUCTURE: FROM BOX OFFICE TO DIGITAL ECOSYSTEM



### デカップリング (Decoupling)

サブスクリプション契約者数の増加とARPU（客単価）の成長が乖離。



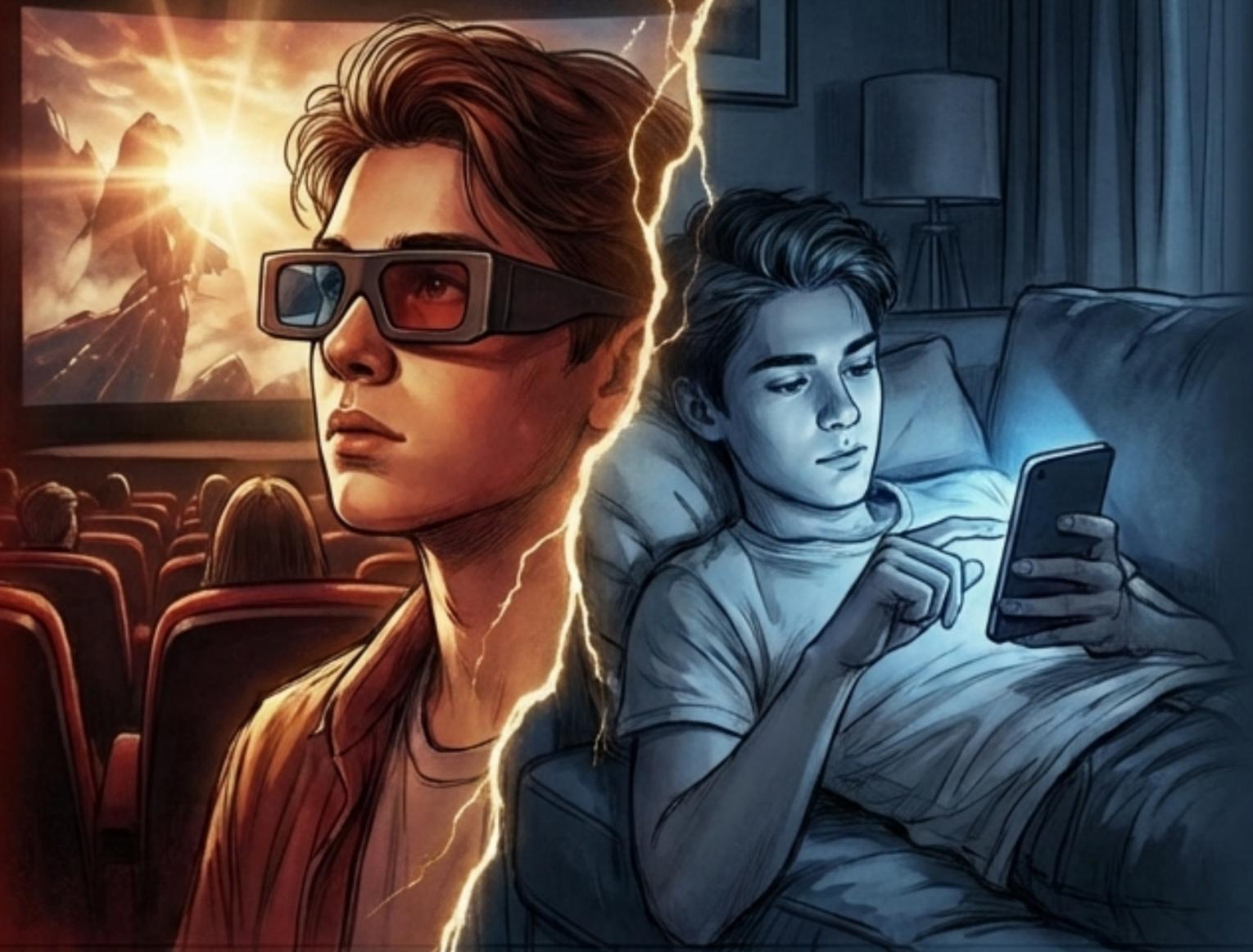
Implication: 成長の源泉はSVOD（定額制）からAVOD（広告付き）へ。ハイブリッド収益モデルが不可欠。

# 顧客行動の変容：Z世代と「体験」の経済

## Persona A: The Event Seeker

KBF: Social Capital,  
Immersion (IMAX),  
FOMO

Z世代の90%が2024年に  
劇場を利用。「誰かと共  
有する場所」としての価  
値。



## Persona B: The Digital Native

KBF: Time Performance  
(Tai-pa), Convenience

71%が「何を見るか選ぶ  
のに疲れている」。  
TikTokとの可処分時間争  
奪戦。

Takeaway: 劇場は「映画を見る場所」から「イベントに参加する場所」へ。

# バリューチェーンの破壊と再構築

## DISRUPTION AND RECONSTRUCTION OF THE VALUE CHAIN

### Traditional Model (Linear)



一方通行 & 高リスク (Unidirectional & High Risk)

### Platform Model (Circular)



垂直統合 & 循環型 (Vertical Integration & Circular)

「グリーンライト  
(企画承認)」の科学化

以前は「幹部の勘」、現在は  
「予測モデル」が制作を決定  
する。

# AIとバーチャルプロダクションによる生産性革命

RYUMIN PRO AND DIDOT

Legacy Production (Ryumin Pro)

Before & After

Virtual Production (Ryumin Pro)



- Location scouting
- Weather delays
- Green screen post-production

- Location scouting
- Weather delays
- Green screen post-production

- LED Volume
- Real-time rendering (Unreal Engine)
- In-camera VFX

**Virtual Production Market**  
**CAGR: 33.1%**  
**(2025-2030)**

- ロケ地移動・天候リスクの排除
- 「ポストプロダクション」の「プリプロダクション」化（手戻りの削減）
- VFXコストの劇的な圧縮

# AIによる創造の拡張とマーケティングの自動化

Ryumin Pro and Didot

## Hyper-Personalization

Ryumin Pro/Didot



Generative Advertising:  
ユーザー属性に合わせて予告編  
やビジュアルを自動生成。

## Pre-production Support

Ryumin Pro/Didot



Script & Concept:  
シナリオ分析とストーリー  
ボードの高速化。

## Localization

Ryumin Pro/Didot



AI Dubbing:  
リップシンク技術による違  
和感のない多言語化。

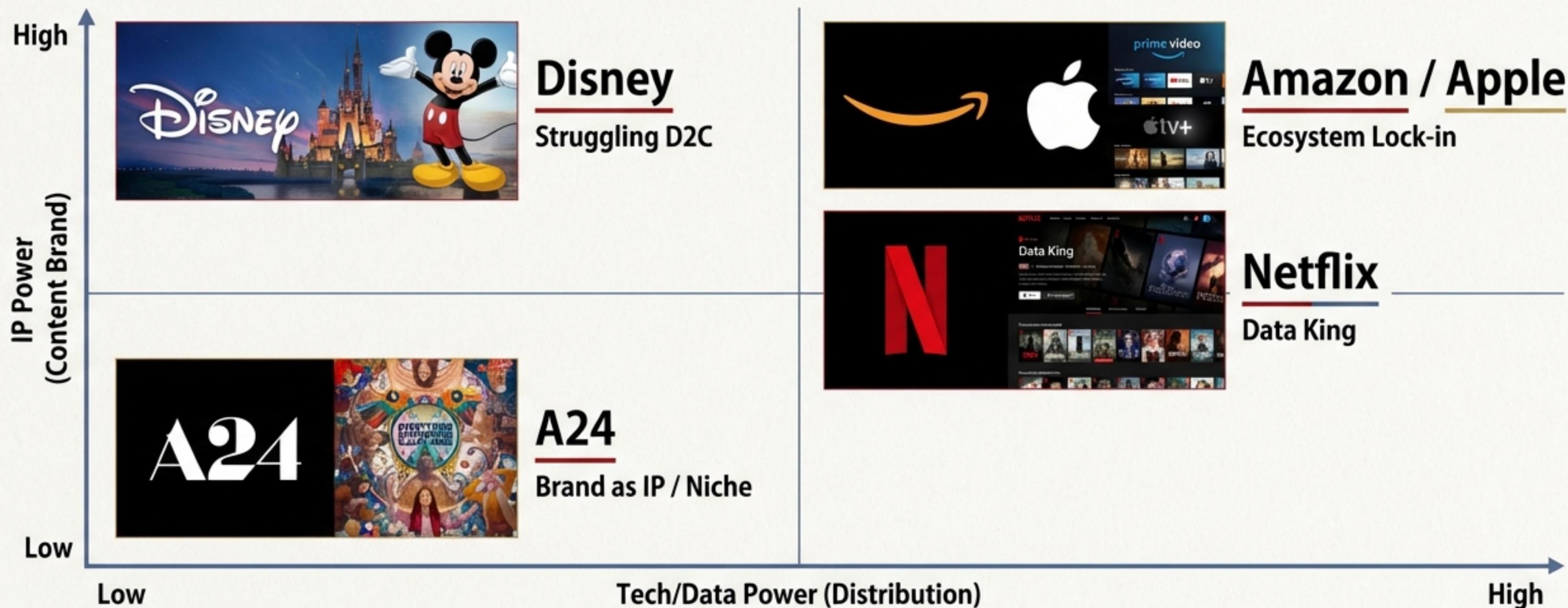


## Digital Replicas & Rights

俳優の「デジタル肖像権」とSAG-AFTRA合意。法的・倫理的リスク管理が必須。

# 競合環境分析：IPとデータの覇権争い

Ryumin Pro and Didot



勝者は「IPのディズニー」か「データのNetflix」か、あるいはその融合か。

# 「グローバル」戦略の台頭とコンテンツの多極化

Ryumin Pro and Didot



From Exporting Hollywood → To Empowering Local Hubs

The Glocal Flywheel: Local Content -> Global Platform -> Global Hit

# 戦略的選択肢：3つのシナリオ

Ryumin Pro and Didot

## Option A: 劇場イベント特化 (Theatrical Focus)

Evaluation: High Risk / High Reward



Evaluation:  
High Risk / High Reward

## Option B: コンテンツエンジン (Streaming Factory)

Evaluation: Volume / Low Margin



Evaluation:  
Volume / Low Margin

## Option C: ハイブリッド・ポート フォリオ (Recommended)

Evaluation: Risk Management / Brand Equity



「データに基づく動的配分」により、リスクを抑えつつアップサイドを狙う唯一の道。

# ソリューション：ハイブリッド・ポートフォリオ戦略

Ryumin Pro and Didot

## Tier 1: Global Event

Budget >\$150M

Strategy: Theatrical Exclusive + PLF (IMAX)

Target: Mass Market / Global IP

## Tier 2: Targeted Premier

Budget \$50M - \$150M

Strategy: Flexible Window (Dynamic)

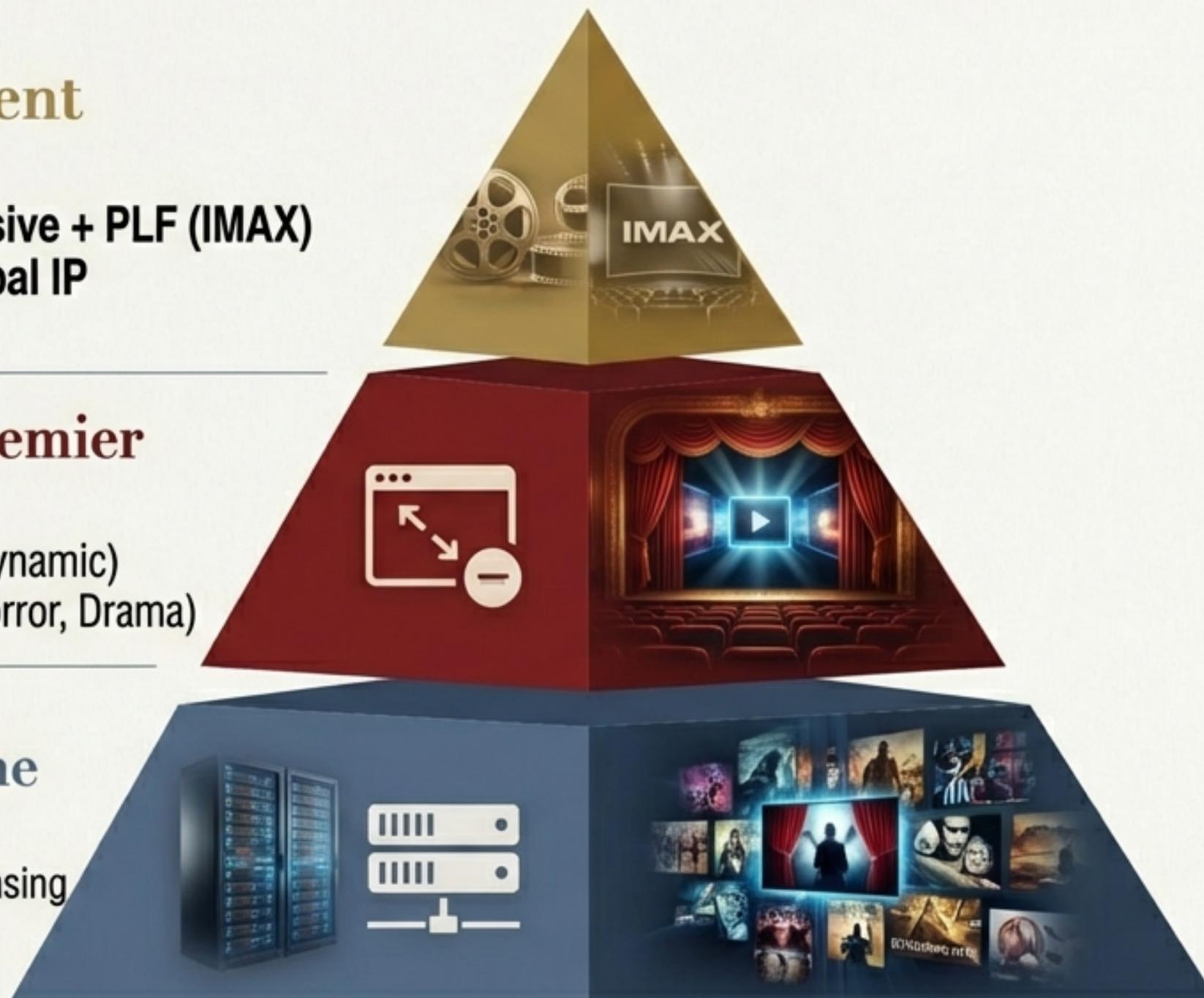
Target: Specific Segments (Horror, Drama)

## Tier 3: Library/Niche

Budget <\$50M

Strategy: Streaming First / Licensing

Target: Retention / Fandoms



固定的なウィンドウ戦略からの脱却。

# 実行に向けたロードマップ

Ryumin Pro and Didot



## Phase 1 (0-6 Months): Organization & Governance



- Greenlight Committee Reform (Data-led)



- Define Tier 1-3 Criteria

## Phase 2 (6-18 Months): Tech Infrastructure



- Establish CDO (Chief Data Officer)



- Unify Box Office & Streaming Data



## Phase 3 (12-24 Months): Global Expansion



- Establish Glocal Hubs (Asia, LatAm)



- Virtual Production Implementation



Month 0

Month 6

Month 12

Month 18

Month 24

# 結論：映画産業のルネサンス（再生）へ

## 「魔法（IP）」と「論理（データ）」の融合

The Fusion of Magic and Logic



産業は死んでいない。古い殻を脱ぎ捨て、新たな体験産業へと進化している。  
勝者は、テクノロジーを使いこなし、人間の感情（エモーション）を最も深く揺さぶる者である。