

円谷プロダクションの グローバル展開について

大同大学情報学部総合情報学科
天野奏

1

1

研究目的

円谷プロダクションは近年グローバル展開を進めており、
海外売上比率は約半数を占める。

海外のライセンス・MD収入の中でも特に中国からの収入
が多い。しかし、近年の世界情勢や日中関係悪化のために
中国市場が揺らぎ始めている。

これに円谷がどう対応をしていくのかを明らかにすることを
目的としている

参考文献:

円谷フィールズホールディングス株式会社(2026)「2026年3月期 第3四半期 決算説明資料」https://www.tsuburaya-fields.co.jp/ir/j/files/press/2026/press_20260212c.pdf

2

2

会社概要

企業名	株式会社 円谷プロダクション (Tsuburaya Productions Co., Ltd.)
設立	1963年4月13日
所在地	〒150-0036 東京都渋谷区南平台町16-17 渋谷ガーデンタワー
資本金	310,000,000円
代表取締役	永竹 正幸
主な事業分野	映像作品の企画・製作・配給 商品化・広告ライセンス事業 ライブイベント企画・製作・運営 映像・造形技術提供

参考文献:

円谷プロダクション(2026)「企業概要」円谷ステーション公式サイト(閲覧日:2026年4月24日) <https://m-78.jp/company/outline/>

3

3

中国市場のビジネスモデル

顧客セグメント	子供～大人
顧客関係	親子
提供価値	親子で楽しむ
価格収入構造	イベント・玩具・ゲーム・サブスク
チャネル	複合
業務活動	イベント・商品開発
経営資源	IP・特撮技術
提携先	上海新創華文化発展有限公司・浙江卡游 動漫有限公司など

今枝,2014,「ビジネスモデルの教科書」を基に著者作成

4

4

円谷プロダクションのビジネスモデル

BtoBtoC のみ → **BtoB/BtoBtoC/D2C**

ライセンスビジネス中心

ライセンス・ビジネス

+

流通網の整備+拡大

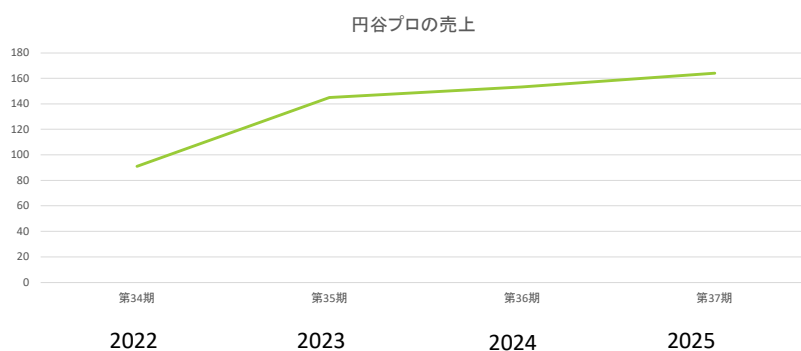
参考資料:

円谷フィールズホールディングス株式会社. 中期経営計画 (MTMP2025) <https://www.tsuburaya-fields.co.jp/ir/j/vision/mtmp2025> (閲覧日: 2026年4月23日)

5

5

円谷プロダクションの売り上げ推移



円谷フィールズホールディングス株式会社 (2025) 「2025年3月期 決算短信(連結)」 https://www.tsuburaya-fields.co.jp/ir/j/files/press/2025/press_20250617a.pdf

6

6

ライセンス・ビジネス

円谷プロダクションの戦略
商品企画開発の例

TSUBURAYA FIELDS HOLDINGS

①イベント運動のカラータイマーライト

- ライブショーに連動して光る機能がヒーローの一体感を演出
- イベント来客にも買収し、他ライセンス商品の販売にも好影響

②予約受注販売商品の展開

- 自社EC限定のコアファン向け商品
- 劇中の設定を再現した精巧なフィギュア等、ファンに買ばれる特別仕様の商品が好評

③新たな商品企画開発

- デフォルメしたキャラクター等、自社企画として新たなアプローチで新規開拓
- 得意先企業とのコラボレーション企画によるアパレル展開

これまでにはない機能性やデザイン性等により、商品企画開発を強化していく

©円谷プロ

主に「ウルトラマン」などのIPを中心に、ライブ・イベントをグローバルにライセンスビジネスを展開。

円谷フィールドズホールディングス株式会社 中期経営計画 (MTMP2025).
<https://www.tsuburaya-fields.co.jp/ir/j/vision/mtmp2025> (閲覧日: 2026年4月23日)

7

7

世界市場・中国市場

	2021年3月期 (通期)	2022年3月期 (通期)	2023年3月期 (通期)	2024年3月期 (通期)	2025年3月期 (通期)
海外MD・ライセンス収入	9.5	20.8	60.7	48	61.9
うち中国のライセンス収入	5.2	15.4	54.7	42.6	52.7
うち中国以外海外MD・ライセンス収入	4.3	5.4	6	5.4	9.2
前期比: 海外MD・ライセンス収入		119%	191.8	-20.9	29.0
前期比: うち中国MD・ライセンス収入		196.2%	255.2%	-22.1%	23.7%
前期比: うち中国以外海外MD・ライセンス収入		25.6%	11.1%	-10.0%	70.4%

(単位: 億円)

過去五年間のデータを見ても中国市場が驚異的に成長している
中国以外の海外エリアでも順調に成長

参考資料:

円谷フィールドズホールディングス株式会社 (2022) 「2022年3月期 決算短信 (連結)」 https://www.tsuburaya-fields.co.jp/ir/j/files/press/2022/press_20220511c.pdf

円谷フィールドズホールディングス株式会社 (2024) 「2024年3月期 第1四半期決算短信 (連結)」 https://www.tsuburaya-fields.co.jp/ir/j/files/press/2023/press_20230810c.pdf

円谷フィールドズホールディングス株式会社 (2025) 「2025年3月期 決算説明会 説明資料」 https://www.tsuburaya-fields.co.jp/ir/j/files/press/2025/press_20250514b.pdf

8

8

中国市場における成功要因

- ・「カード遊」によるウルトラマンをテーマとしたトレーディングカードゲームの発売→中国市場の成功を受けて日本でも2024年10月に発売
- ・中国でウルトラマンの番組が放送されてから30年が経ち、親子2世代で親しまれている。
- ・ウルトラマンをテーマとした施設が展開されており、2022年から順次開業している。
- ・ネットフリックスのアニメ長編映画「Ultraman: Rising」の公開や、ウルトラマン新作テレビシリーズのサイマル放送（同時放送）が開始された。
- ・日経ビジネスのインタビュー（原隆,日経ビジネス,2023）によれば、ニュージェネレーション作品を継続的に海外展開したことが、中国での人気拡大につながったと塚越氏は述べている。

参考資料:

円谷フィールズホールディングス株式会社(2023)「2023年3月期 決算短信(連結)」(2026年4月23日)https://www.tsuburaya-fields.co.jp/ir/j/files/press/2023/press_20230517a.pdf

円谷フィールズホールディングス株式会社(2024)「『ウルトラマンカードゲーム』発売時期の決定に関するお知らせ」(2026年4月23日)https://www.tsuburaya-fields.co.jp/ir/j/files/press/2024/press_20240719a.pdf

原隆(2023)「ウルトラマンはなぜ60年にわたって愛され続けてきたのか」日経ビジネス電子版(閲覧日:2026年4月23日)<https://business.nikkei.com/atcl/gen/19/00520/021500006/>

武井 保之(2023)「60年愛される『ウルトラマン』中国で人気の必然 ほかの地域も戦略を強化しファンを増やす」(閲覧日:2026年4月23日)<https://toyokeizai.net/articles/-/667046?display=b>

吳 冬梅(2024)「大連市にウルトラマンのテーマパークが建設、冬のコンセプトは世界初」JETRO ビジネス短信 (閲覧日:2023年4月23日)<https://www.jetro.go.jp/biznews/2024/06/07d66778aeb8b6d5.html>

9

中国市場リスク①

- ・2026年11月台湾有事に関する発言により、中国政府からの反発を受けた。これにより、日本のコンテンツに規制が入る可能性がある。
- ・日経新聞(2025)によると「対立の影響は「中国の映画専門紙などはアニメ『クレヨンしんちゃん』シリーズの最新作や『はたらく細胞』など日本映画について、中国での公開が延期されると報じた。中国の観客の感情などを踏まえた判断だという。」と報道されている。

参考文献:

日本経済新聞社「首相、定数削減は『来年詰める』台湾有事『存立危機事態なり得る』」日経速報ニュースアーカイブ, 2025年11月7日。(閲覧元:日経テレコン)

日本経済新聞社「中国で日本のイベント約20件が延期・中止に ジェトロ調べ」日経速報ニュースアーカイブ, 2025年11月20日。(閲覧元:日経テレコン)

10

10

中国市場リスク②

実際に影響を受けており、
2026年3月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕(連結)によると

売上高は 7,319百万円(前年同期比20.7%減)、
ライセンス/MD(物販)/映像・イベント収入は6,679百万円(前年同期比24.9%減)
中国本土における日本関連エンターテインメントの一部で、公演中止・延期となっている。

参考資料:

円谷フィールドホールディングス株式会社(2026)「2026年3月期 第3四半期決算に関するお知らせ」https://www.tsuburaya-fields.co.jp/ir/j/files/press/2026/press_20260212a.pdf (閲覧日: 2026年4月23日)

11

11

グローバル戦略への提案

- 中国市場一極集中で戦略を立てるのではなく、北米の市場開拓に力を入れる。
- また、中東・中央アジアに市場を開拓し、地域分散型のマーケットを形成する。
- 北米の市場については、課題となっていた訴訟が解決し、新たな戦略を策定できることとなったため。

12

12

まとめ

- 円谷はビジネスモデルをライセンスビジネス中心からライセンスビジネス+流通網の整備拡大へ変化させている。
- 2022年ごろから中国市場で円谷プロダクションのIPであるウルトラマンが人気となった。
- 中国市場が成熟しているが、近年の政治的要因を踏まえて地域分散型へ形態を変化させる必要がある。