

2023年10月31日

## レポート

## 国内クリエイターエコノミーに関する調査結果(2023年)

経営コンサルティングビジネスユニット 経営コンサルティング第1部

## 1. はじめに

昨今、国内外でクリエイターエコノミーが注目を集めている。クリエイターエコノミーとは、クリエイターを中心とした経済圏を指し、YouTube や Instagram などクリエイターがユーザー(クリエイターの創作物の視聴や購入などを行う人々)と接点を有するプラットフォームだけでなく、クリエイターの活動を支えるマネジメントや事務手続き関連のサービスも含まれる。近年、クリエイターが活動を行うプラットフォームの多様化や新たな収益モデルの登場、コロナ禍による副業に対する意識の高まり、ユーザーの可処分時間の増加など、さまざまな事象が契機となり、クリエイターエコノミーに関心が向けられている。

その一方で、クリエイターエコノミーの実態は必ずしも明確にはなっていなかった。そこで、2022年に一般社団法人クリエイターエコノミー協会と当社は「国内クリエイターエコノミーに関する調査」を共同で実施した。調査では、日本のクリエイターエコノミー市場が約1.36兆円(2021年)の規模を誇り、世界全体における同市場の約1割を占めていることが判明した。また、今後も市場の堅調な拡大が見込まれている一方で、誹謗中傷への対応や事務手続きをはじめとする創作活動以外の手間の削減など、市場拡大を妨げ得る課題も存在していることが明らかになった。

同協会と当社は、2023年6~9月にも同様に「国内クリエイターエコノミーに関する調査(2023年)」を実施した。本調査では、前年との比較も踏まえたクリエイターエコノミーの市場規模の推計に加えて、技術的・社会的な動向や変化がクリエイターエコノミーに及ぼす影響についても考察した。具体的には、クリエイターエコノミーの実態や課題を把握するため、国内・海外のクリエイターエコノミーに関する文献調査および有識者に対するインタビュー調査を実施した。インタビュー調査では、エンタメや著作権法などを専門とし、一般社団法人クリエイターエコノミー協会の監事を務める福井健策弁護士にインタビューを行った。本稿では、その主な結果を紹介するとともに、クリエイターエコノミーの発展のために求められる変化について述べる<sup>1</sup>。

## 2. 国内クリエイターエコノミーの分類と主なサービス

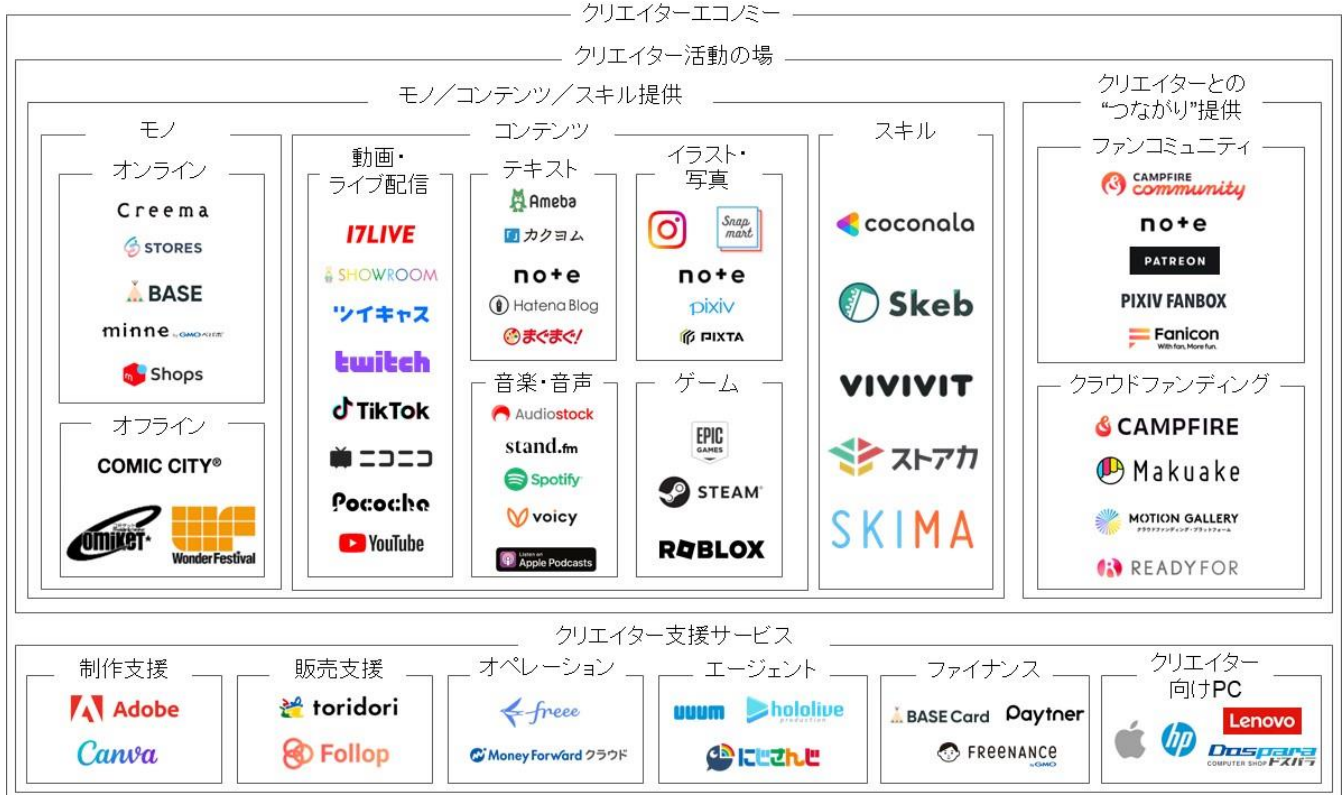
本調査では、クリエイターエコノミーに関連する企業・サービスについて、クリエイター活動を行う場としての「プラットフォーム」と、クリエイターの活動を支援する「支援サービス」の2つに大きく分類した。

さらに「プラットフォーム」は大きく2つに区分できる。一方は、クリエイターが商品やコンテンツ、スキルなどをユーザーに提供することで対価を得るものであり、これにはECや動画投稿サービス、スキルシェアなどが含まれる。もう一方は、クリエイターとユーザー(ファン)を結びつけることで、クリエイターの創作した作品に加えてクリエイターの活動プロセス自体を価値としてユーザーに提供するものである。代表的な事例としては、クラウドファンディングやファンコミュニティサービスなどが挙げられるが、既存のプラットフォームの有料メンバー登録などを通じて実質的にファンコミュニティを形成している事例もこれに該当する。なお、本調査における「プラットフォーム」は、YouTube や Instagram などのオンラインプラットフォームに限らず、オフラインの展示会・即売会も含むものとしている。

<sup>1</sup> 特に断りのない限り、以降の記述では「クリエイター」および「クリエイターエコノミー」は、「国内の」クリエイターおよび「国内の」クリエイターエコノミーを指す。

「支援サービス」とは、クリエイターがその活動をより円滑にすることを目的に提供されるサービスを指す。代表例として、クリエイターが創作活動で活用する動画編集ツール、インフルエンサーマーケティングを検討する企業とクリエイターとのマッチングを支援するサービス、確定申告をはじめとしたクリエイターのオペレーションをサポートするサービスなどが挙げられる。なお、クリエイター向け PC もクリエイター活動を支えている実態に鑑み、2023 年の調査から支援サービスの 1 つとして追加している【図表 1】。

【図表 1】各プラットフォーム・サービスの代表的な企業・サービス例



(出所) 当社作成

### 3. 国内クリエイターエコミーの市場規模と拡大要因

本調査では、公表資料などを用いて国内クリエイターエコミー市場の市場規模を(1)クリエイター活動による収入、(2)クリエイター支援サービスへの支出の 2 つの観点から推計した。詳しくは、以下の点を踏まえて算出した。

#### (1) クリエイター活動による収入

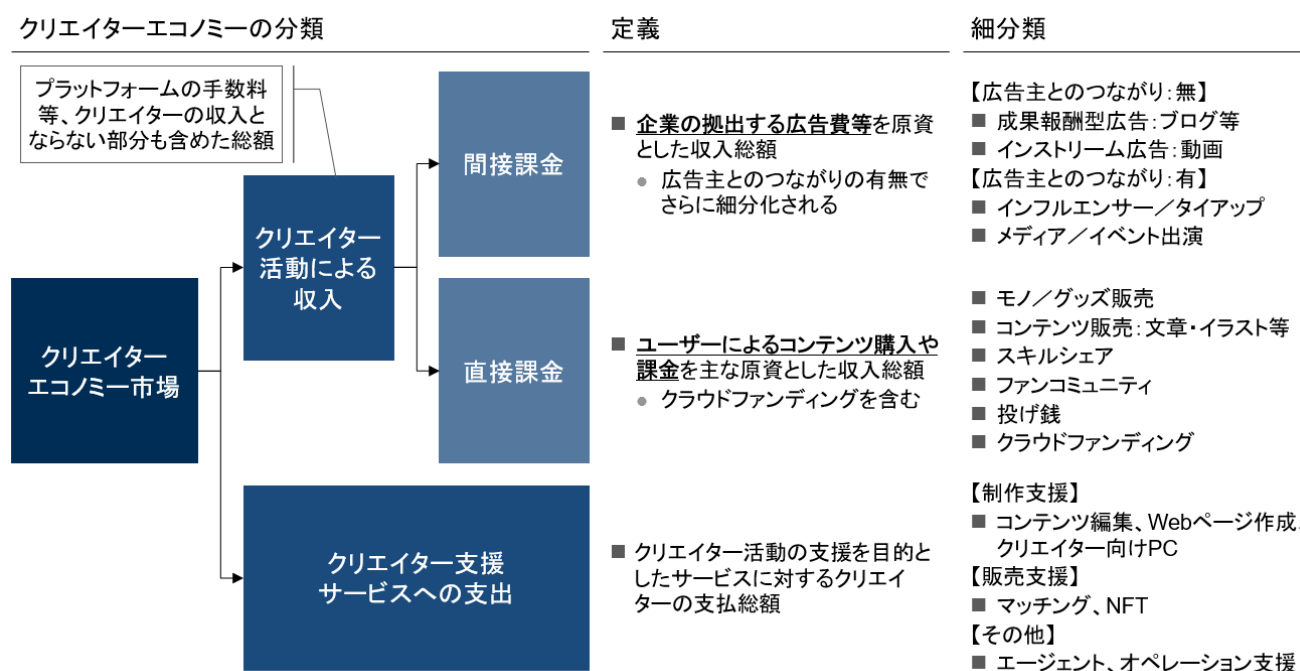
クリエイター活動によって生み出される収入の総額を算出した。ただしプラットフォームの手数料など、クリエイターの収入とされない部分も含んだ総額とした。クリエイター活動による収入はさらに以下 2 つに分類される。

- ① 間接課金: 企業の拠出する広告費などを原資とした収入総額を指す。成果報酬型広告やインストリーム広告など、広告主とのつながりがない分野と、インフルエンサーのタイアップやメディア・イベント出演をはじめとする広告主とのつながりがある分野から構成される。
- ② 直接課金: ユーザーによるコンテンツ購入や課金を主な原資とした収入総額を指す。

## (2) クリエイター支援サービスへの支出

クリエイター活動の支援を目的としたサービスに対する、クリエイターなどによる支払い総額を算出した。具体的な支出先となるサービスは、クリエイターが創作物を制作する際に活用する各種支援サービスやクリエイター向け PC だけでなく、創作物を販売するクリエイターと買い手をつなぐマッチングサービスなども該当する。また、クリエイター活動の事務手続きなどをサポートするオペレーション支援サービスやクリエイター向けエージェントも含まれる【図表 2】。

【図表 2】クリエイターエコノミーの市場規模算出の考え方



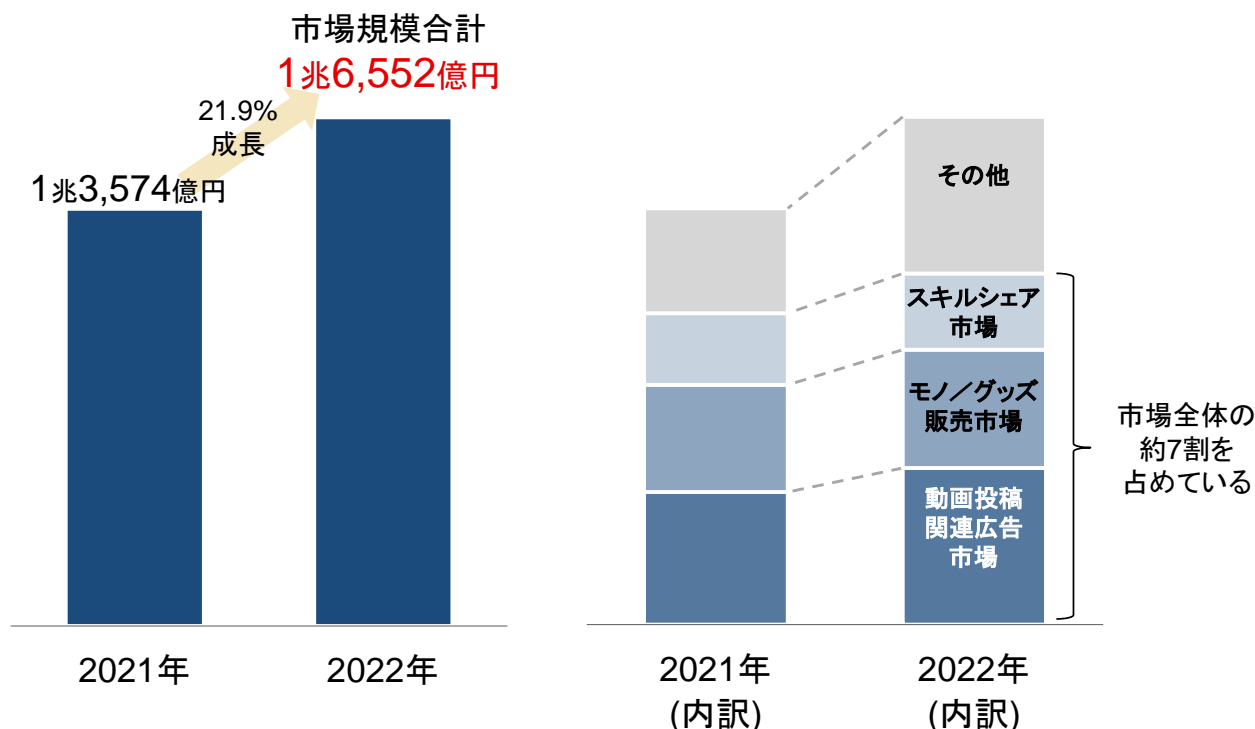
(出所) 当社作成

本調査では、2022 年の国内クリエイターエコノミーの市場規模は 1 兆 6,552 億円と推計され、前年の 1 兆 3,574 億円に対して 21.9%成長を遂げている【図表 3】。モノ/グッズ販売や動画投稿に関連した広告、スキルシェアの市場による寄与は 2021 年同様に大きく、市場全体の約 7 割を占めた。

なお定義や実施年の差異には留意する必要があるものの、2021 年に実施された海外の調査<sup>2</sup>では、海外クリエイターエコノミーの市場規模は 1,042 億ドル(1ドル=145円とすると 15.1兆円)と推計されている。

<sup>2</sup> (出所) NeoReach Social Intelligence API と Influencer Marketing Hub の共同調査(2021年5月)

【図表 3】国内クリエイターエコノミーの市場規模推移(イメージ)



(出所) 当社作成

2021年から2022年にかけて、クリエイターエコノミーは、クリエイター(供給者)、ユーザー(消費者)、プラットフォーム・支援サービスのそれぞれの動向が複合的に寄与したことで急速な市場拡大を遂げてきた。ここでは、市場が拡大した要因および直近の主な動向について考察する。

### (1) クリエイター・ユーザーの裾野の拡大

1つ目の要因として、他業界のプレイヤーによるクリエイターエコノミーへの参入や、既存プラットフォームによる新たなサービス・機能の提供を通じた、クリエイター・ユーザーの裾野の拡大が挙げられる。近年、クリエイターエコノミーの認知が広がったことで、他業界の大手プレイヤーが新たな技術を活用したデジタルプラットフォームを提供するなど、市場に新規参入するケースが見られる。また、既存プラットフォームが従来のサービスに加えて新たなサービス・機能を提供することで、クリエイターにとってより一層活動しやすい環境が整備され、ユーザーにとっても自身の趣味や嗜好にあったクリエイターの創作物へのアクセスが容易になった。これらのことを受け、クリエイター・ユーザーともに裾野が拡大し、クリエイターエコノミーの拡大につながったと考えられる。さらに、クリエイターへの注目度の高まりを受け、広告などを通じた法人からの資金流入が増加したことも、市場規模の拡大に寄与したと考えられる。

### (2) ファン化の進展とそれに伴うプラットフォームの変容

2つ目の要因として、ユーザーの「ファン化」の進展が挙げられる。前述のプラットフォームの増加および機能の拡充がクリエイターの活動の幅を拡大している。その結果、特定のクリエイターに対するユーザーの「ファン化」が進展した。これに伴い、以前はクリエイターの創作物の売買に注力していたプラットフォームが、クリエイターとファンとのつながりに着目し、ユーザーがクリエイターを支援できるサービスを提供する事例が見られる。このように、「モノサービ

スの販売プラットフォーム」と「ファンコミュニティ」の融合が起り始め、さまざまなプラットフォームを通じてユーザーがクリエイターのファンとなりやすい環境へと変化している。

また、プラットフォームがサービスの幅を広げることは、クリエイターが活躍する機会の多様化も後押しし、これによってユーザーのファン化も加速し得る。たとえば、すでに1つのプラットフォームで一定数のファンを有する人気クリエイターが、活躍の場を複数のプラットフォームに拡大することで、ファンの中でプラットフォームの垣根を越えた消費が促進される。このような変化がクリエイターとファンとのつながりをより一層強固なものにし、投げ銭やファンコミュニティなど、ファンによるクリエイターへの課金の拡大を後押ししている。その結果、市場規模の拡大につながるとみられる。

### (3) 新興サービス・新ジャンルの普及

3つ目の要因として、クリエイターエコノミーの中でも比較的規模が小さかった領域のサービスおよび利用者の増加が挙げられる。2021年以前において、VTuber関連や音声配信、ファンコミュニティなどのサービス市場は動画・画像関連のサービス市場と比較すると、利用者や関連プラットフォーム・サービス数は限定的で規模も小さい市場だった。しかし近年、このようなサービスの増加や、エージェントをはじめとする周辺領域における環境整備が進み、その結果、サービス全体の認知度向上、ひいてはクリエイター・利用者双方の増加につながり、市場規模の拡大に寄与している。

### (4) クリエイター支援サービスの拡充

4つ目の要因として、昨今のデジタル化の流れを受け、クリエイター支援サービスが拡充したことが挙げられる。例えば、効率化・高度化の観点から、各種手続きのデジタル化が国の施策として推進され、確定申告などのデジタル化が進められている。また、クリエイターエコノミーが普及する中で、AI等を活用することでクリエイターの創作活動や販売活動を支援する動きが広がっている。このような状況の中、クリエイターを支援するサービスもデジタル系のサービスを中心に機能の拡充や増加が進んでいる。上記のクリエイター・ユーザーの裾野拡大に伴い、クリエイターの支援を行うエージェントや各種支援サービスの利用が進んだことで、クリエイターを支える支援サービス市場の拡大につながった。直近でもインボイス制度への対応など、デジタル系のサービス中心にクリエイター支援サービスに対するニーズが拡大している。

以上より、クリエイターエコノミーの普及や大手事業者による新規参入、既存サービスの機能の拡充などにより、クリエイター・ユーザーの裾野が拡大し、その中でもユーザーの「ファン化」が進むことでクリエイター個人に対する課金を後押しした。さらに、これまで比較的規模が小さい市場とされたVTuber関連や音声配信サービス市場など、新興サービスが普及したこと、社会のデジタル化の流れなどを受けてクリエイター支援サービスが拡充したことなどもあり、クリエイターエコノミーの市場規模は、2021年から2022年にかけても拡大していると分かった。



## 4. 国内クリエイターエコノミーにおけるトレンド

上述の通り、国内のクリエイターエコノミーは2021年から2022年にかけて拡大傾向にある。クリエイターエコノミーを取り巻くさまざまな環境変化による影響も想定される。ここでは、直近の技術的・社会的な動向と、それがクリエイターエコノミーに及ぼす影響について、エンタメや著作権法などを専門とし、クリエイターエコノミー協会の監事を務める福井健策弁護士のインタビューを踏まえて整理する。

### (1) 技術的な動向とその影響

メタバースやNFTなど、さまざまな技術の誕生や変化が注目を集める中、直近では新しいコンテンツやアイデアを生成する「生成AI」などが、クリエイターエコノミーのみならず社会的な注目を集めている。そして、クリエイターエコノミーにも影響を与えている。

たとえば、生成AIはクリエイターにとって活用の可能性が幅広く、創作活動の支援だけでなく、それ以外の場面でも役立つケースがある。具体的には、作品のアイデアの推敲に活用するケースや作業を効率化するケースなど、創作活動に関する利用だけでなく、創作物を誰に販売するかというマーケティング活動支援における活用、さらには多言語対応や調査・リサーチなど、さまざまなケースでの利用が考えられる。このようなユースケースが広がり、生成AIによって創作活動をはじめのハードルが下がることは、これまでクリエイター活動を行ってこなかった潜在クリエイターが活動を開始するきっかけにもなることが想定される。結果的に、クリエイターエコノミーの拡大に寄与する可能性がある。

プラスの側面もある一方で、AIが作風を学習することはクリエイターにとって過度に作風がフリーライドされるなどというマイナスの側面も想定される。そのうえで、生成AIをはじめとした技術的な変化の中、「クリエイターが技術的な変化や自身への影響を認識し、留意することが重要だ」と福井弁護士は指摘する。さらに事業者にとっても、クリエイターが安心して活動に取り組むことができるよう、生成AIをはじめとした技術の変化に対する自社のスタンスを検討し、それに整合した手段を取ることが肝要だと訴える。

### (2) 社会的な動向とその影響

フリーランスやステルスマーケティングに関する規制の整備やインボイス制度の導入など、規制関連の動向も、クリエイターエコノミーに影響を及ぼす可能性がある。たとえば、2023年4月に法案が可決された、いわゆるフリーランス新法<sup>3</sup>では、発注者に業務委託の遵守事項などを定めている。クリエイターにとっては、クリエイター自身が受注者となるケースだけでなく、自身がフリーランスに何かしらの業務を依頼するケースでも対応が求められる内容となっているため、クリエイター自身が遵守事項の内容を理解し、その内容に沿った取引を行うことが必要となる。

上記に加えて、ステルスマーケティングに関する規制など、クリエイターが新たな規制に自ら対応することが求められるケースが今後増えていくと見込まれる。そのような状況の中、「クリエイターが自身の活動に関わる規制についてリテラシーを高めることが重要になる」と福井弁護士は指摘する。

ただし、クリエイター個人が関連する規制を全て理解することは容易ではない。そのため、クリエイターエコノミーの関連事業者にとっても、制作・販売などに係る規制対応のサポートに対するクリエイターからのニーズは今後拡大することが見込まれる。事業者だけでなく、行政機関や業界団体など各種機関が、クリエイターをサポートする動きもすでに見られる。このような動きも踏まえ、福井弁護士は、「クリエイターがリテラシーを高めると同時に、社会全体として

<sup>3</sup>「特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律」(フリーランス・事業者間取引適正化等法)のこと。2023年4月に可決成立し、5月12日に公布。フリーランスの取引を適正化し、フリーランスが安心して働くことができる就業環境の提供を目的に、個人で働くフリーランスに業務委託を行う発注事業者に対し、業務委託をした際の取引条件の明示、給付を受領した日から原則60日以内での報酬支払、ハラスメント対策のための体制整備などが義務付けられることになる。

もクリエイターに対して上記の情報を提供・サポートし、安心してクリエイター活動に取り組むことができる環境を整えることが重要だ」と主張する。

技術的・社会的な動向や急激な変化はクリエイターエコノミーにも影響を及ぼす可能性があると言える。いずれの動向も、潜在クリエイターによる創作活動の開始や支援サービスに対するニーズの拡大など、クリエイターエコノミーの拡大へつながる可能性がある一方で、そのマイナスの側面も懸念されている。クリエイターは、まずはこのような動向や変化を認識し、理解する重要性がある。社会全体としても、クリエイターが安心して創作活動に取り組める環境を提供するため、クリエイターを取り巻く技術的・社会的な変化を加味したサポートが求められるだろう。

## 5. 終わりに

本調査では、2022年の調査結果を基に、2023年にかけての国内クリエイターエコノミーの変化やその実態について考察した。クリエイターエコノミーの市場は2021年から2022年にかけても大きな成長が見られ、2022年の市場規模は前年比21.9%増の1兆6,552億円と推計された。その要因として、クリエイターエコノミーが一層普及する中で、サービスの機能の拡充や拡大によってユーザー・クリエイターともに裾野が広がったこと、さらにユーザーとクリエイターとの結びつきが一層強固になることでクリエイター個人に対する「ファン化」が進展したことが挙げられた。新興サービス・新ジャンルの普及やデジタル化によるクリエイターの支援サービスに対するニーズ拡大なども市場の成長に寄与した。

また、直近のクリエイターエコノミーを取り巻く動向として、生成AIはじめ技術的な変化だけでなく、規制などの社会的な変化もクリエイターエコノミーに影響を及ぼす可能性がある。いずれもクリエイターエコノミーの拡大へつながる可能性がある一方で、マイナスの側面が想定されることにも目を向ける必要があるだろう。クリエイター個人がこのような変化を全て理解し、対応することは容易ではない。今後のクリエイターエコノミーのさらなる発展に向けて、新たな規制など実態を踏まえながら、クリエイターを取り巻く技術的・社会的な変化を加味したサポートが必要となるだろう。

### － ご利用に際して －

- 本資料は、執筆時点で信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客さまの決定、行為、およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客さまご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所:三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡ください。