

2009年 日本動画協会 会員売上アンケート結果概要

～ 日本動画協会 アニメ産業レポート 2010 より ～

一般社団法人日本動画協会
データベースワーキンググループ

会員アンケートを見てもわかるように 2009年アニメ産業の市場動向については予想していたとはいえ、相当厳しいものとなっている。昨年より統計数値の取り方について論議しつつ変更を重ねているため、数字の動き方が激しくなっている部門もあるので見た目以上の変化を感じるかも知れない。ただし、全てのジャンルで数字が落ち込んでいるわけではなく、部門によっては伸びている場合も少なからずある。

前年度比で最も動きの激しかったのは劇場で前年度対 53.9%あった。しかし、劇場に関しては毎年かなりの変動があり(その大きな要因となっているのがジブリ作品であるが)、09年はポニョがあった前年より大きく落ち込んだが、今年はジブリ作品があったのである程度持ち直すことが予測される。テレビシリーズの劇場版が毎年安定した数字を上げている分野なので、今後もこの市場を左右するのはジブリ作品であろうが、それに続く勢力の出現に期待したい。

劇場の次に騰落率が高かったのが対前年比 61.5%の海外である。これは少子化、人口減少がセットされている我が国においてかなり深刻な問題である。日本製アニメが世界中に浸透しているは事実であるにも拘わらず、データベースワーキングでも度々指摘するようにそれをマネタイズする術(すべ)を発見し得ない。新規性に富んだ話題作が出せていないという指摘もあるが、本質的には戦略論の問題でありそれを克服しない限りは何時まで経っても事の本質は解決しないであろう。

海外の続くのがビデオグラムの 83.6%である。金額自体が大きいこともあるが、昨今のアニメビジネスで一番大きな問題となっているのがこのビデオグラム販売の落ち込みであろう。最大の売上を誇った 06年からほぼ半減の数字である。ビデオソフト協会の統計ではそれほどの落ち込みではないが、昨今の状況を見ても衰退トレンドに入ったのは間違いないようである。実写を含む映像パッケージ全体からするとアニメジャンルにおけるDVD減少率は緩やかであり、またブルーレイの伸び率も高いので、もうその少し成り行きを見る必要があるが、音楽パッケージの例を見てもこの分野が回復するのは難しいと思われる。

本来日本のアニメ産業でまず気になるのはテレビの動向であろう。日本のアニメ産業の主力がテレビアニメある限り致し方のないところであるが、ここは前年度比 93.4%という減少率に留まった。06年以降、制作分数がダウン傾向にあるため、制作費収入もリンクせざるを得ないは当然であろうが、最近の需要と供給の関係でいうと、増大傾向にあった制作費が元に戻りつつあるといった話も聞くので状況は数字以上に厳しいのかも知れない。

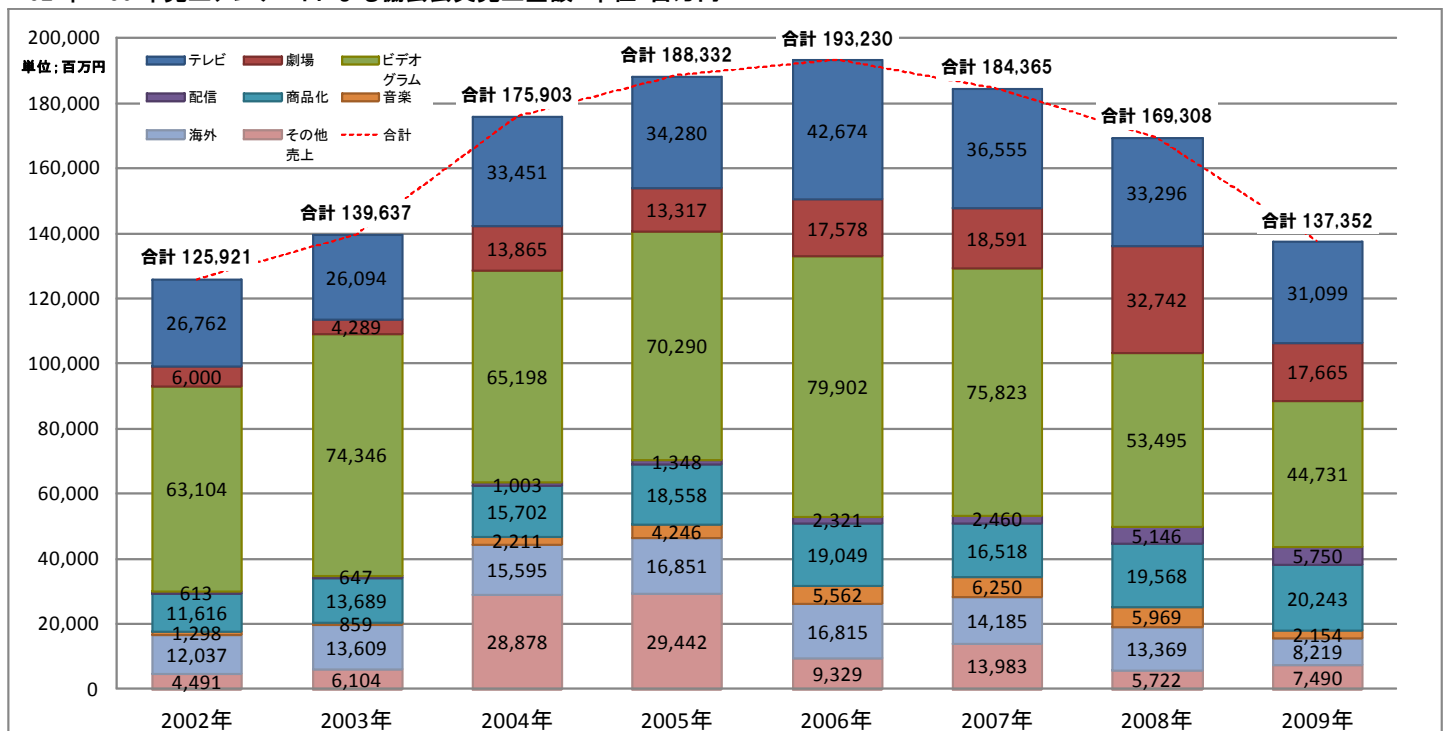
一方で健闘している分野、成長しているジャンルがある。その中のひとつが商品化権である。前年度比対 103.4%である。キャラクター市場は 5年ぶりに前年を上回ったが、その原動力になったのはテレビアニメ運動型キャラクターの活躍があったからとキャラクターデータバンクが発表している。しかしながら、この分野が少子化の影響をまともに受けるのは間違いない事実であり、実際MDを中心とするアニメ作品の放映枠は削減傾向にある。その意味で、海外展開は自明のことにせよ、早急に次の展開を考えねばならないのは確かである。

次に音楽関連であるが、これに関しては統計値の変更をまともに受けてしまい、アンケートでは前年比 36.1%といった数字になっているが、レコード協会の発表を見ても実態は「成長分野」と捉えても差し支えないようである。実際、CDパッケージの売上も伸びており、統計値は出ていないがコンサートなどのライブ・エンタテインメントも盛り上がっているの、その二つを推進軸として成長しているのであろう。

最後に配信であるが、このジャンルは誕生以来一貫して成長を遂げている。対前年度比 111.7%という数字がそれを示しているが、数字としてはまだまだ小さく、将来の期待度の方が勝っている状況である。実際、スマートフォンや iPad の参入もあり、ここ2～3年でおそらくかなりの急成長を遂げる気配があるのは確かだが、それがパッケージメディアの減少を埋め合わせするほどになるかどうかは、音楽CDと配信の関係を見ても微妙であろう。もう少し成長のスピードを上げなければならないのは確かであるが、配信ビジネスにおけるビジネスモデル自体の変革を考えなければならないのではないかと。

(データベースワーキンググループ座長 増田弘道)

< 02年～09年売上アンケートによる協会会員売上金額 単位:百万円 >



(出典: 日本動画協会調べ)