

アニメ産業レポート2021

サマリー版

執筆者一覧

| | |
|-------|---|
| 増田 弘道 | アニメ産業研究家 株式会社ビデオマーケット 顧問 |
| 数土 直志 | ジャーナリスト 日本経済大学大学院エンターテインメントビジネス研究所特任教授 |
| 高遠 俊之 | コウダテ株式会社 代表取締役 |
| 松本 淳 | まつもとあつし/ジャーナリスト/敬和学園大学 准教授 |
| 陸川 和男 | 株式会社キャラクター・データバンク 代表取締役社長 一般社団法人キャラクターブランド・ライセンス協会 専務理事 |
| 石田 具隆 | 株式会社ADKエモーションズ コンテンツ事業本部 プランニング・ディレクター |
| 亀山 泰夫 | 慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科研究員 世界オタク研究所 主席研究員 |
| 森 祐治 | 株式会社電通コンサルティング 代表取締役・社長執行役員シニア・マネージング・ディレクター デジタルハリウッド大学大学院デジタルコンテンツマネジメント研究科専任教授 |
| 上原 弘子 | 尚美学園大学大学院 非常勤講師 |
| 小野打 恵 | 株式会社ヒューマンメディア 代表取締役社長 一般社団法人日本動画協会 デジタル制作環境委員会 副委員長/人材育成委員会 副委員長 |
| 長谷川雅弘 | 株式会社ヒューマンメディア 事業プロデューサー |

編集

| | |
|-----------------|-----------------------------|
| 増田 弘道 (編集統括) | アニメ産業研究家 株式会社ビデオマーケット 顧問 |
| 長谷川雅弘 | 株式会社ヒューマンメディア 事業プロデューサー |
| 芦川美紗子 | 株式会社ヒューマンメディア |

資料作成協力

| | |
|------|-------------------------------------|
| 想田 充 | アニメーション研究者 株式会社エイガ・ドット・コム ディレクター |
|------|-------------------------------------|

コロナ禍に直撃された2020年のアニメ産業

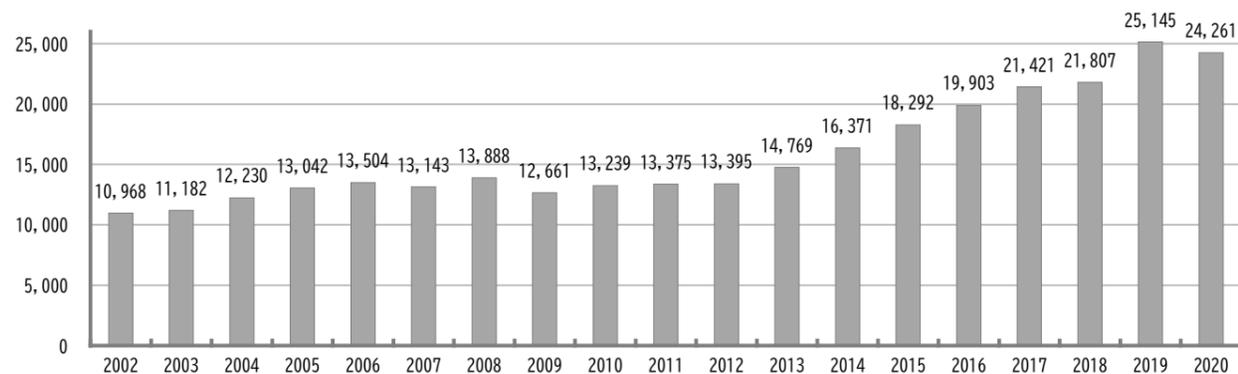
コロナ禍に直撃された2020年のアニメ産業は果たしてどのような数値となったのか興味深いものがあった。2010年代から10年連続で伸びていたアニメ産業市場。高まるアニメ需要の中で、急事態宣言をはじめとする厳しい制約によってアニメビジネスがどのように展開されたのか、制作の現場はどのようになっていたのであろうか。

コロナ禍におけるアニメ産業市場の動向

〈コロナ禍におけるアニメ市場前年比 96.5%、2兆4,261億円となる〉

昨年まで10年連続で伸ばしていたアニメ市場がコロナ禍に直撃された2020年。その動向は大いに注目されることではあったが、ようやくその状況が明らかになった。2020年のアニメ産業市場は前年比96.5%、金額的には前年比マイナス884億円の2兆4,261億円であった。アニメ産業市場を構成する9つのウィンドウ（メディア）の中で、配信と海外を除く7つが前年比マイナスとなりながらも、全体としては3.5%減に留まったことは、冷静に受け止めるとアニメ産業はそれほどコロナの影響は受けなかったとも言えるのではないか。コロナの影響が大きかったライブエンタテインメントのように、劇場休館や入場制限の措置が取られた映画も打撃を受けると思われたが、『劇場版「鬼滅の刃」無限列車編』の空前の大ヒットによって興行収入を前年比10.8%減に押し留めた。そして、全体シェア1/4を占める商品化がほぼ前年比並みの99.2%、シェアの1/2を占める海外が微増の103.2%となったことで、市場全体を前年比96.5%という数字に留めることができた。

アニメ産業市場（広義のアニメ市場/単位:億円）



アニメ産業ウィンドウ別推移場（広義のアニメ市場/単位:億円）

| 項目 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|------|--------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| ①TV | 1,241 | 1,165 | 1,100 | 1,041 | 1,003 | 924 | 946 | 955 | 895 | 900 |
| ②映画 | 218 | 191 | 402 | 188 | 289 | 216 | 348 | 311 | 337 | 285 |
| ③ビデオ | 1,294 | 1,176 | 1,031 | 1,388 | 1,358 | 1,278 | 1,113 | 1,052 | 1,085 | 1,067 |
| ④配信 | 2 | 10 | 18 | 41 | 84 | 98 | 102 | 123 | 149 | 160 |
| ⑤商品化 | 4,350 | 4,337 | 4,617 | 5,049 | 5,305 | 5,974 | 5,364 | 5,597 | 6,274 | 5,943 |
| ⑥音楽 | 138 | 91 | 235 | 120 | 261 | 263 | 350 | 414 | 406 | 325 |
| ⑦海外 | 3,725 | 4,212 | 4,827 | 5,215 | 5,204 | 4,390 | 4,137 | 2,544 | 2,867 | 2,669 |
| ⑧遊興 | - | - | - | - | - | - | 1,528 | 1,665 | 1,226 | 2,026 |
| ⑨ライブ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 合計 | 1兆968億 | 1兆1,182億 | 1兆2,230億 | 1兆3,042億 | 1兆3,504億 | 1兆3,143億 | 1兆3,888億 | 1兆2,661億 | 1兆3,239億 | 1兆3,375億 |

| 項目 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 前年比 |
|------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|--------|
| ①TV | 960 | 1,027 | 1,116 | 1,073 | 1,056 | 1,061 | 1,137 | 948 | 839 | 88.5% |
| ②映画 | 409 | 470 | 417 | 477 | 663 | 410 | 426 | 692 | 617 | 89.2% |
| ③ビデオ | 1,059 | 1,153 | 1,021 | 928 | 788 | 765 | 587 | 563 | 466 | 82.8% |
| ④配信 | 272 | 340 | 408 | 437 | 478 | 540 | 595 | 685 | 930 | 135.8% |
| ⑤商品化 | 5,732 | 5,985 | 6,552 | 5,794 | 5,522 | 5,037 | 5,003 | 5,868 | 5,819 | 99.2% |
| ⑥音楽 | 283 | 296 | 292 | 324 | 369 | 344 | 358 | 337 | 276 | 81.9% |
| ⑦海外 | 2,408 | 2,823 | 3,266 | 5,834 | 7,677 | 9,948 | 10,092 | 12,009 | 12,394 | 103.2% |
| ⑧遊興 | 2,272 | 2,427 | 2,981 | 2,941 | 2,818 | 2,687 | 2,835 | 3,199 | 2,630 | 82.2% |
| ⑨ライブ | - | 248 | 318 | 484 | 532 | 629 | 774 | 844 | 290 | 34.4% |
| 合計 | 1兆3,395億 | 1兆4,429億 | 1兆6,371億 | 1兆8,292億 | 1兆9,903億 | 2兆1,421億 | 2兆1,807億 | 2兆5,145億 | 2兆4,261億 | 96.5% |

出典: 公知の統計ならびに日本動画協会が行っているアンケートに基づき独自算出

2020年～2021年アニメ産業界トピックス

〈アニメに対する旺盛な需要と市場減少〉

市場減少となった2020年のアニメ産業市場だが、それは必ずしもアニメに対する需要減少を意味していない。むしろアニメスタジオに対するアンケートの自由回答には、需要が増大していることがよく示されており、コロナの影響は認めつつも、それが前年比減の決定的な理由となったという記述は見当たらない。むしろ、「配信環境が好調なため引き続き受注が続く見込み」「アニメ業界全体における制作タイトル数の増加」「作品増加と制作会社の増加」「制作作品の受注が伸びているので、ある程度の好況は見込めると思う」「いままでと大きくは変わらないが、先々まで作品制作のオファーをいただいております、仕事があることはありがたいと思っています」といった制作数増に関するコメント。それに続き、「配信ビジネス等の拡大により、制作費の上昇が見込まれる」「制作費の増加により収益が上がっている」「“企画数>>>制作現場”という状況が続いている結果、制作費は上昇傾向にある」「昨年に引き続き、作品予算が増加傾向にある」といった制作費増に関するコメントなど。制作数増+制作費増というような売上増の要素が続く。ところが、実際には売上が減っている。その理由はやはりアンケートの自由回答で見つけることができた。

〈スケジュール遅延と売上の関係性〉

2020年に売上減となった要因をアンケートから抜き出すと以下の通りになる。

「コロナにより、納期の見通しが立ちにくく、当初の予定よりずれ込んでしまう」

「コロナによるテレワーク環境の整備及び制作スケジュールの遅延」

「ほとんどの作品がスケジュールを延期された。次年度作品の準備ができず、スケジュールが遅延した」

と言った回答を見ると、作品の需要が旺盛な上に制作費が上昇気味にもかかわらず、売上が減じた原因はどうやら

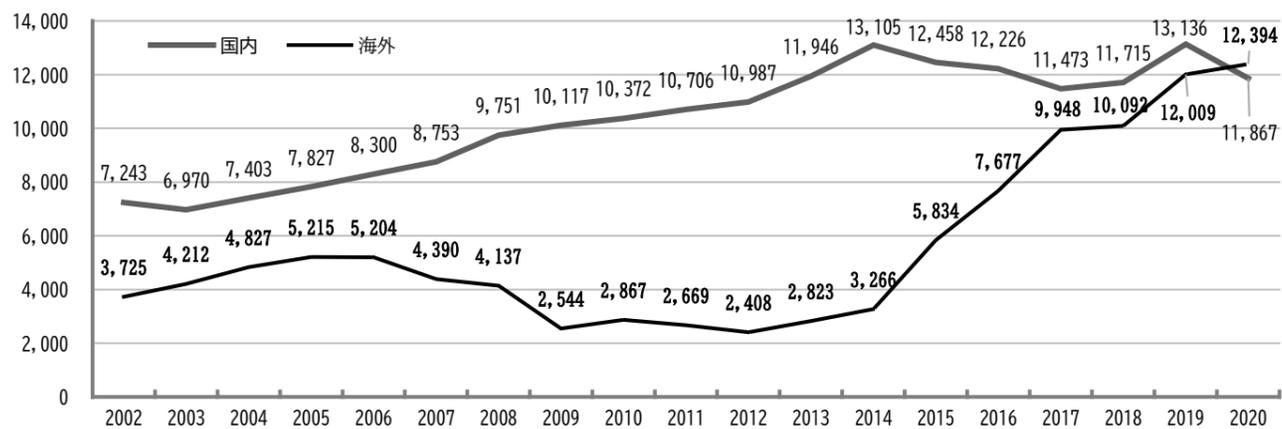
コロナによるスケジュールの遅延、つまり入金の前延にあってきたようだ。新作のテレビアニメや劇場アニメのリリースが遅れることで、テレビや映画の領域だけではなく、それに続くビデオや配信にも循環して影響を及ぼしている。アンケートに「昨年からの新規タイトルがないため、国内の、特に配信の売上減少が見込まれる（アーカイブタイトルだけだと、どうしても売上は右肩下がりにになってしまう）」とあったように、アーカイブを含めた配信産業市場（全体収入）が前年比 135.8%と大きく伸びたにもかかわらず、配信業界市場（アニメスタジオの収入）が縮小したことは、まさに新作が減ったことを裏付けている。業界の景況感は前年のままであったのにも関わらず数字が落ちたのは、スケジュール遅延によって入金が玉突き状に遅れたからであろう。

〈遂に逆転した国内市場と海外市場〉

毎年注目が集まる海外市場であるが、2020 年は遂に国内市場と逆転した。国内市場が前年比 90.3%の 1 兆 1,867 億円だったのに対し、海外市場が前年比 103.2%の 1 兆 2,394 億円となった。2015 年から急激に伸びはじめた海外市場はその勢いのままに 2019 年に国内市場と逆転すると思われたが、国内市場が健闘したため、一年遅れの実現となった。しかしながら、国内と海外の差はわずか 527 億円であり、コロナ禍での現象ということを見ると、先行きを見守った方がいいであろう。

コロナ禍でも伸張した海外市場の要因を考えると、そこにはアプリゲームの影響を見ることができる。アンケートでは海外市場の内訳まで求めていないが、東映アニメーションの 2021 年 3 月期の決算補足資料では「『海外版権』は、欧米で『ドラゴンボール』シリーズ、アジアで『スラムダンク』等、アプリゲームが好調に稼働したことにより、増収」との記述があった。このように、海外売上におけるアニメ（マンガ）由来のネットゲーム市場が拡大していることが推測される。

国内と海外のアニメ市場対比（広義のアニメ市場/単位：億円）



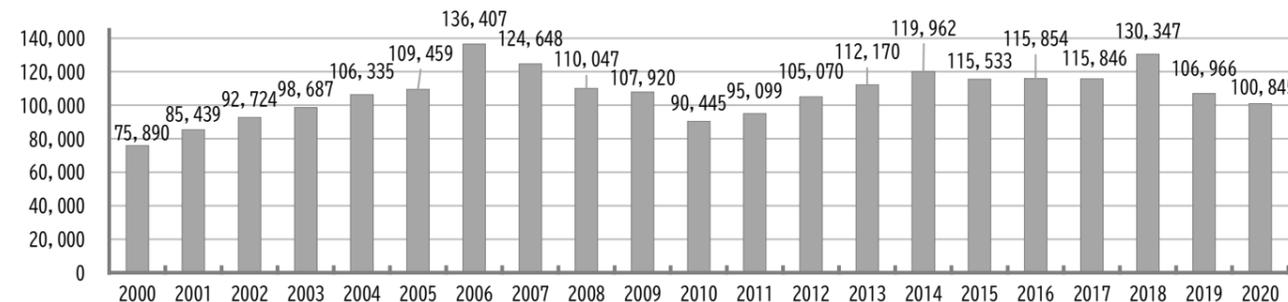
出典：日本動画協会が行っているアンケートに基づき独自算出

〈テレビアニメ制作分数、前年に引き続きダウン前年比 94.3%の 100,845 分〉

日本のアニメ産業の〈主食〉はテレビアニメである。したがってその動向はアニメ業界の景況に直結している。その、テレビアニメの制作分数について 2020 年は前年比 94.3%の 100,845 分となった。テレビアニメの制作分数は、1990 年代末からの深夜アニメの増大もあって総体的に分数を伸ばし、2006 年に 136,407 分と史上最高の分数となった。しかし、その後ビデオ市場の減少傾向に伴い急激に縮小し、2010 年にはピーク時の 3/4 となる 90,445 分

を記録したが、それ以降、遊興、海外、配信、ライブエンタテインメントといったウィンドウがビデオを補うことで次第に回復し、2018 年には市場 2 位となる 130,347 分にまで増えた。ところが翌 2019 年には前年の反動か前年比 82.1%と 106,966 分と大きくダウン、そして 2020 年にはコロナ禍の影響をまともに受けたことで更に落ち込む結果となった。しかしながら、アニメの現場に 2000 年代中盤以降のビデオ縮小の時のような悲壮感がないことは前述した「スケジュール遅延と売上の関係性」を読めば理解できるはずだ。コロナ禍を過ぎれば制作分数が回復するのは間違いないと思われる。

テレビアニメ制作分数推移（単位：分）



出典：日本動画協会が行っているアンケートに基づき独自算出

〈日米中に見るコロナの影響〉

コロナ禍は世界のアニメ産業にどのような影響をもたらしたのか？そこで、統計が明確な映画興行収入によって 2020 年の日米中を比較してみたい。下表は各国の映画全体と自国製アニメの興行収入である。2019 年と比べて一番大きく落ち込んだのは米国（北米）市場である。全体興行収入が前年比 18.6%の 2,103 億円、アニメ興行収入も前年比 12.8%の 316 億円となっている。次が中国。全体興行収入は前年比 31.4%の 3,219 億円、アニメ興行収入は前年比 26.1%の 291 億円である。しかし、中国の場合、2019 年に興行収入 800 億円という驚異的なヒット作品『ナタ〜魔童降臨〜（原題：哪吒之魔童降世）』があったからこそその落ち込みであり、2018 年比だと 109%、2017 年比では 135%なので実は例年並みであったと言えるのだ。そんな状況下、日本は映画全体興行収入が前年比 54.9%の 1,433 億円であったにもかかわらず、アニメの興行収入となると、前年比 89.1%の 617 億円という史上 3 位の興行収入を記録した。と言っても、これは不動のものと思われていた『千と千尋の神隠し』の記録を超えた『劇場版「鬼滅の刃」無限列車編』があってこそこのことで、この作品がなければ、おそらく前年比 30%前後の数値になっていたことが予測される。いずれにせよ、様々な形で世界のアニメ産業にコロナが大きな影を落としたのは確かであろう。

2020 年日米中映画全体興行収入

| 映画総興行収入 | 2019年 | 2020年 | 前年比 |
|---------|-----------|---------|-------|
| 日本 | 2,612億円 | 1,433億円 | 54.9% |
| 米国 | 1兆1,321億円 | 2,103億円 | 18.6% |
| 中国 | 1兆243億円 | 3,219億円 | 31.4% |

2020 年日米中自国製アニメ興行収入

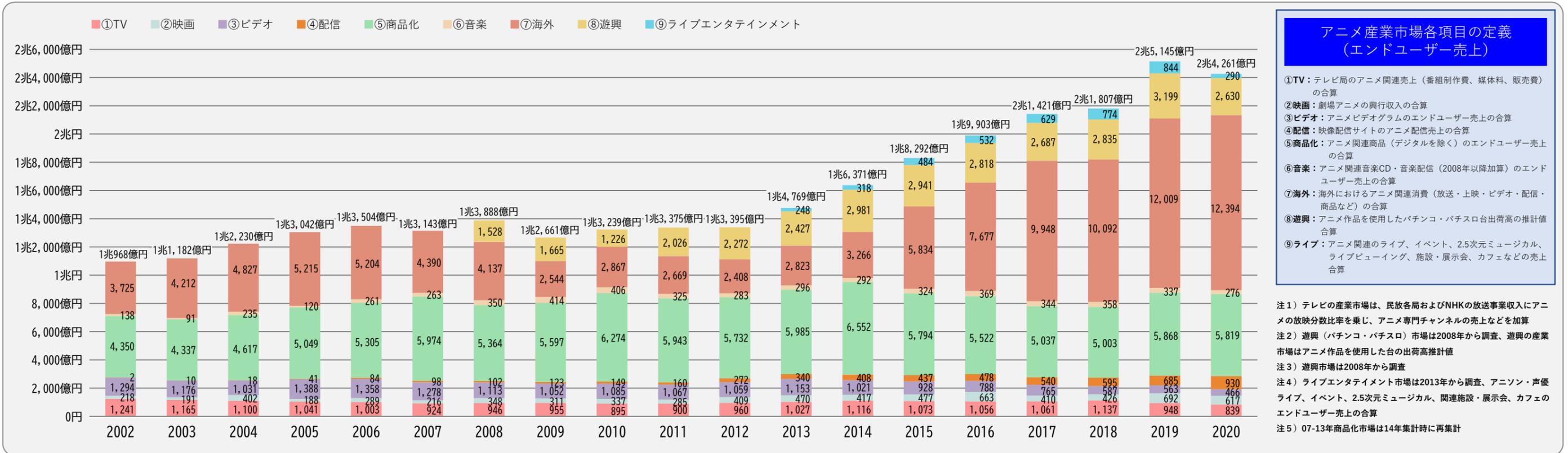
| 自国製アニメ興行収入 | 2019年 | 2020年 | 前年比 |
|------------|---------|-------|-------|
| 日本 | 692億円 | 617億円 | 89.1% |
| 米国 | 2,463億円 | 316億円 | 12.8% |
| 中国 | 1,116億円 | 291億円 | 26.1% |

出典：映画製作者連盟、BOX OFFICE MOJO猫眼電影発表資料をもとに日本動画協会作成

日本のアニメ市場（業界・産業）の推移（2021年版）

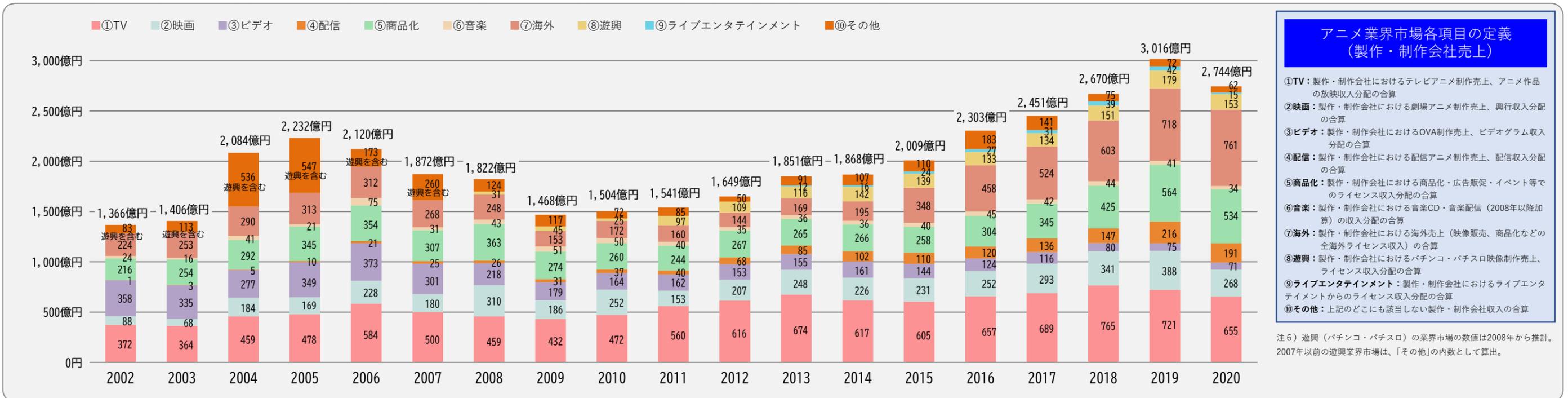
上段はアニメ産業市場（ユーザーが支払った金額を推定した広義のアニメ市場）の推移の推移である。下段はアニメ業界市場（アニメ制作会社の売上を推定した狭義のアニメ市場）である。グラフを見るとアニメ産業市場が業界市場より圧倒的に大きいことがわかるが、これはキャラクターなどのアニメビジネスが非常に大きなレバレッジ効果をもっているからである。

アニメ産業市場（ユーザーが支払った金額を推定した広義のアニメ市場）の推移[2002~2020]



出典：日本動画協会実施アンケートや各種統計発表などから算出

アニメ業界市場（全ての商業アニメ制作企業の売上を推定した狭義のアニメ市場）の推移[2002~2020]



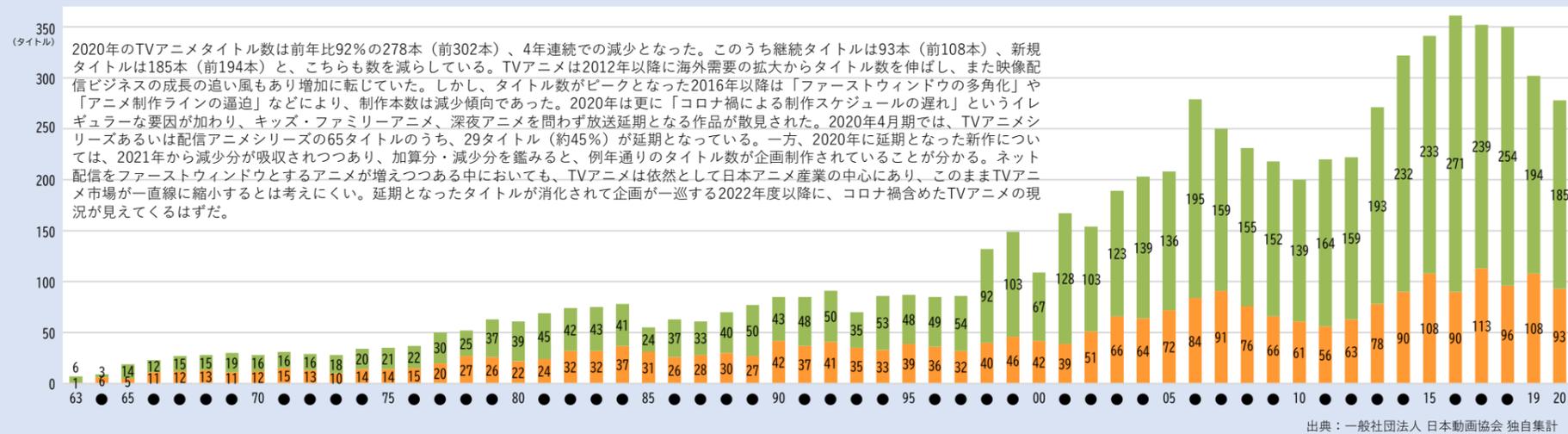
出典：日本動画協会実施アンケートや各種統計発表などから算出

日本のアニメ産業・市場の動向(2021年版)

コロナ禍であらゆる面に影響、ウィンドウのシフトが加速して配信がTVアニメと逆転

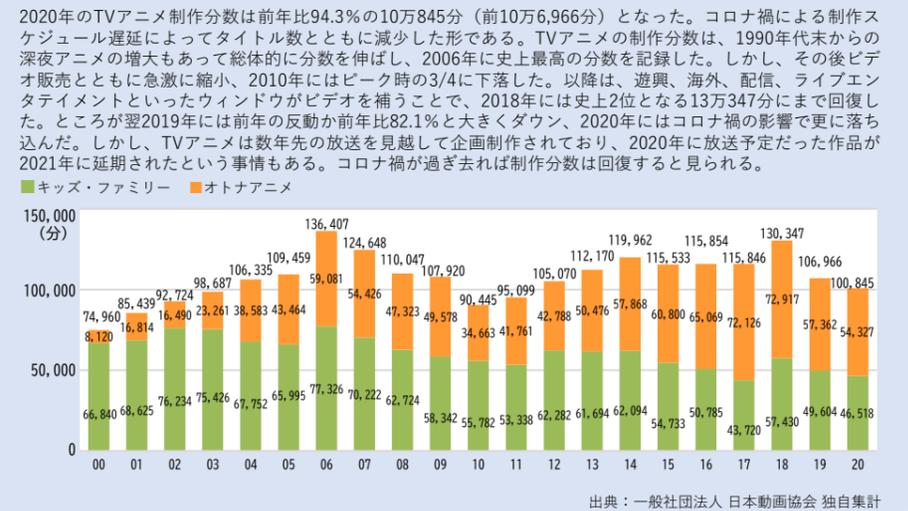
TVアニメタイトル数 [1963年～2020年]

コロナ禍での放送延期によりタイトル数減少も一時的なものか



TVアニメ制作分数 [2000年～2020年]

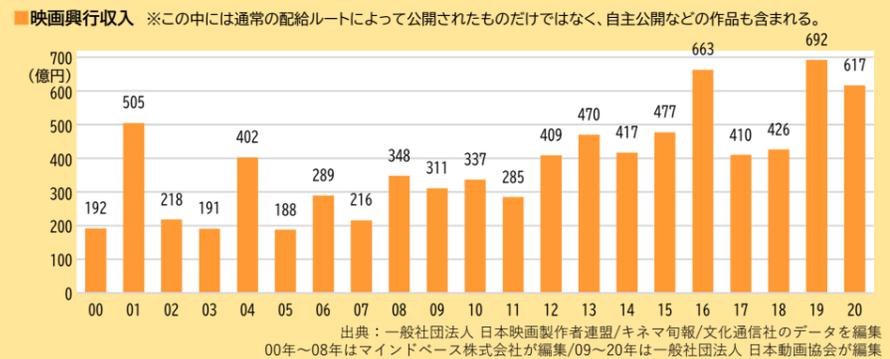
タイトル数の減少に伴って減少となったTVアニメ制作分数



劇場アニメ興行収入 [2000年～2020年]

コロナ禍での苦境も『鬼滅の刃』大ヒットで史上3番目の高水準

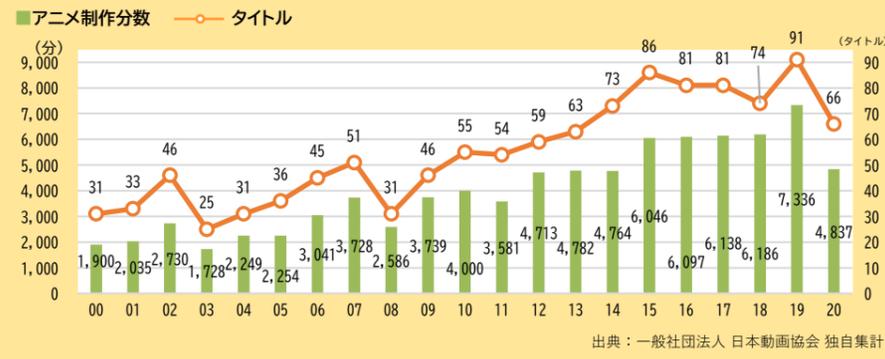
2020年の劇場アニメの興行収入は前年比89.2%の617億円となった。コロナ禍での作品公開の延期、劇場の休業、営業時間・座席数の制限により厳しい年となったが、一方で興行収入の数字だけを見ると史上3番目の高い水準となった。牽引したのは、20年12月末に387億円を記録し、21年に400億円を超えて歴代興行収入の最高記録を19年ぶりに更新した『劇場版「鬼滅の刃」無限列車編』である。劇場アニメの興行収入全体のうち半分以上、映画興行全体の1/4以上を『鬼滅の刃』が占めるという驚くべき結果となった。この他、興行収入が10億円を突破した作品は8本と前年の16本から半減しており、コロナ禍の苦境を『鬼滅の刃』が下支えした年となった。



劇場アニメ制作分数・タイトル数 [2000年～2020年]

相次ぐ公開延期によって制作分数・タイトル数ともに減少

2020年の劇場アニメの制作タイトル数は66本（前91本）と2013年以来7年ぶりとなる低い水準に留まり、制作分数においても前年対比66%の4,837分（前7,336分）と大幅に減少した。これは、コロナ禍で公開延期の作品が相次いだことが要因にある。制作の遅れや映画館の休業、営業時間の短縮、座席スペースの制限、そして緊急事態宣言による入場制限を避け、多くの作品が2020年の公開を見送った。延期後2021年に公開されて『名探偵コナン 緋色の弾丸』や『シン・エヴァンゲリオン劇場版:|I』のようにヒットした作品がある一方で、例年より興行収入を落とす作品も見られた。定番劇場アニメが得意としてきたテレビ放送との連動やタイアップキャンペーンといったメディアミックスが困難であったことも一因と考えられる。



アニメ配信 [2002年～2020年]

TVアニメ市場と逆転、ウィンドウの配信へのシフトが顕著に

2020年の国内アニメ映像配信売上は前年比135.8%の930億円へと急伸。2018年に逆転したビデオパッケージ市場との差をさらに広げ、遂に2020年はコロナ禍で縮小が続いたTVアニメ市場を上回った。コロナ禍の巣ごもり需要を背景にアニメの視聴ウィンドウが配信へと大きくシフトしたことが表れた結果となった。この傾向は今後も加速すると予想される。一方、アニメ制作会社が配信事業で受け取った収入は2010年代から拡大してきたが、2020年は191億円（前年比88.4%）と減少に転じた。この要因については、本文にて様々な視点から推測を展開したが、配信サービスの多くが視聴データを開示しておらず、本調査においても分析に困難が生じ始めているのが実情だ。制作会社がフェアに交渉を行うためにも視聴データの提供が望まれる。

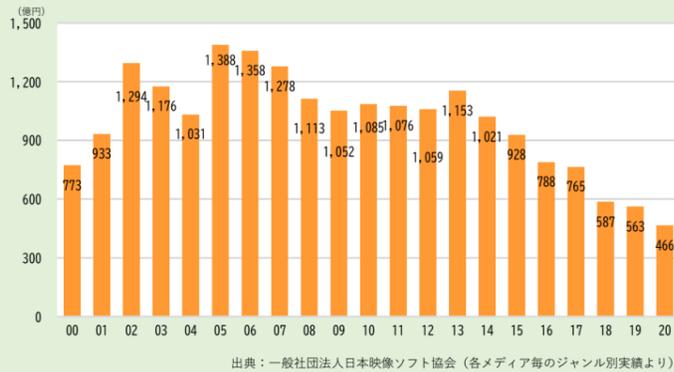


アニメビデオパッケージ [2000年～2020年]

※アニメビデオパッケージ売上は日本映像ソフト協会調査報告書のビデオソフト全体のジャンル別売上のうち「日本のアニメーション(一般向け)」+「日本の子供向け(アニメーション)」の合計値をもとに算出。

7年連続の減少、巣ごもりによる配信需要も一因か

2020年の日本アニメのビデオパッケージ売上は前年比82.7%の466億円。2013年から7年連続で縮小を続け、2019年に前年比95.9%に抑えられた下げ幅が再び増大する結果となった。巣ごもり需要によって映像配信サービスに視聴ウィンドウが移行したことが大きい。加えて、パッケージの購入特典はイベントなどのメディア展開と連動するものも多いため、2020年はコロナ禍でイベント連動がスムーズに進まなかったことも減少の一因と考えられる。タイトル別のパッケージ売上では2019年にランキングの上位を占めていたアイドルアニメは上記の要因からランキング数が減少しており、『鬼滅の刃』『天気の子』などの広い層に届いたヒット作や『プリンセスコネクト! Re:Dive』『GRANBLUE FANTASY The Animation season2』『Fate/Grand Order -絶対魔獣戦線バビロニア-』などのスマホゲームと関連した作品が上位に入っている。

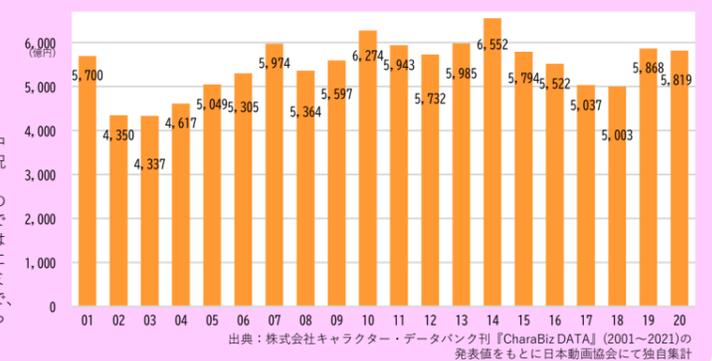


アニメ商品化 [2001年～2020年]

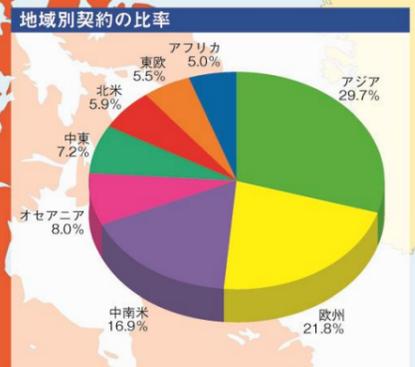
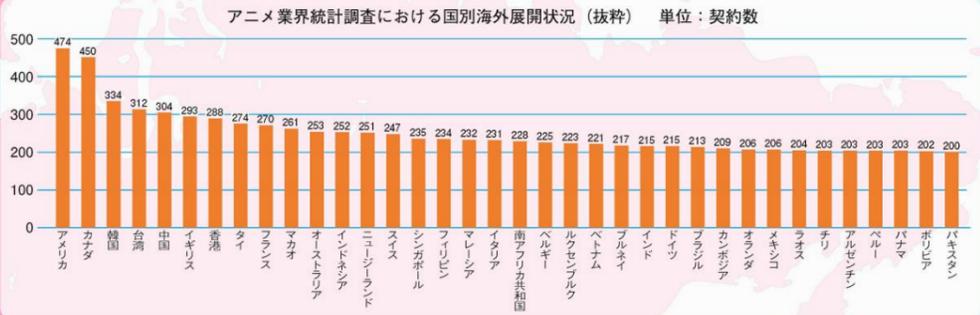
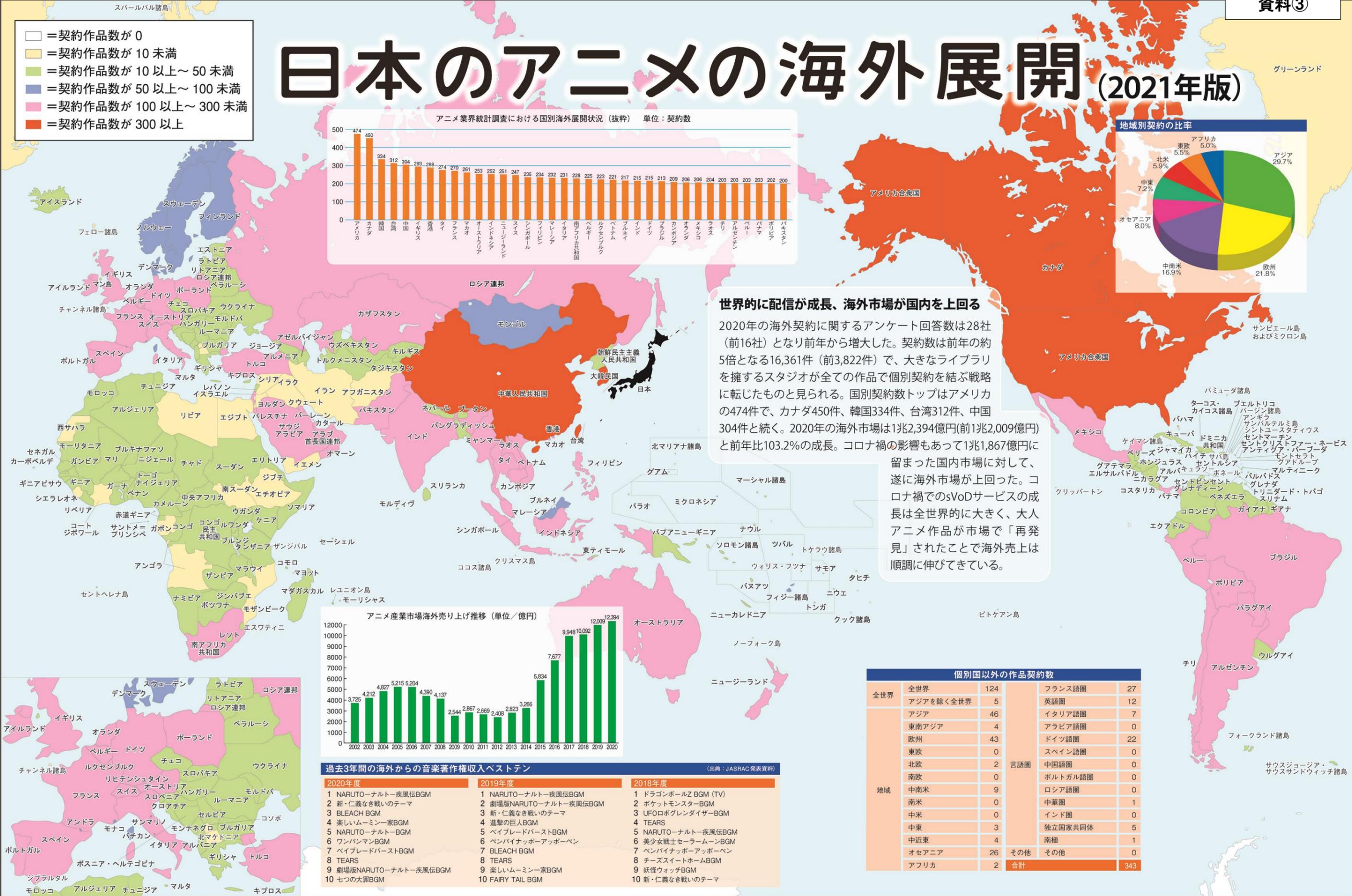
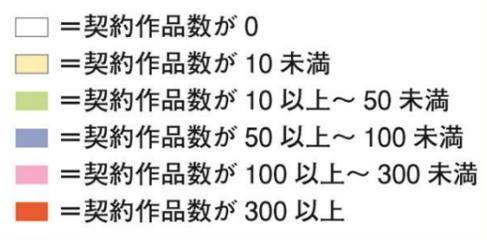
※国内のキャラクター商品売り上げランキング上位100位以内から、日本のアニメキャラクターのみの売上を集計
※広告宣伝利用やパチンコ・パチスロへの利用は含まない。
※07-13年数値は14年集計時に再集計。

『鬼滅の刃』が牽引し前年並みの市場を維持

コロナ禍での緊急事態宣言においては、生活必需品以外の小売店の休業要請やイベント中止によってキャラクター商品の販売に大きな影響が及んだ。しかし、こうした厳しい状況のなか、2020年の日本アニメのキャラクター商品化市場は、前年比99.2%の5,819億円と、ほぼ前年並みに推移した。それは、巣ごもり需要に応じたeコマース市場の伸長と『鬼滅の刃』の爆発的ヒットによる影響が大きい。『鬼滅の刃』は未就学児から大人層に至るまで幅広い層に支持され、20年10月公開の『劇場版「鬼滅の刃」無限列車編』に向けて市場は最大化。それに合わせて多様な商品化が展開された。深夜アニメ発のアニメが幅広い層に支持された現状、アニメキャラクター商品においても、コアファン向け、キッズファミリー向けといった区分がなくなりつつある。今後、デジタルシフトが進行していくなかで、ターゲットだけでなく、リアルとオンラインのシームレス化もますます進行すると考えられる。



日本のアニメの海外展開 (2021年版)



世界的に配信が成長、海外市場が国内を上回る

2020年の海外契約に関するアンケート回答数は28社(前16社)となり前年から増大した。契約数は前年の約5倍となる16,361件(前3,822件)で、大きなライブラリを擁するスタジオが全ての作品で個別契約を結ぶ戦略に転じたものと見られる。国別契約数トップはアメリカの474件で、カナダ450件、韓国334件、台湾312件、中国304件と続く。2020年の海外市場は1兆2,394億円(前1兆2,009億円)と前年比103.2%の成長。コロナ禍の影響もあって1兆1,867億円に

留まった国内市場に対して、遂に海外市場が上回った。コロナ禍でのsVoDサービスの成長は全世界的に大きく、大人アニメ作品が市場で「再発見」されたことで海外売上は順調に伸びてきている。



過去3年間の海外からの音楽著作権収入ベストテン (出典: JASRAC 発表資料)

| 2020年度 | 2019年度 | 2018年度 |
|------------------------|------------------------|---------------------|
| 1 NARUTO-ナルト-疾風伝BGM | 1 NARUTO-ナルト-疾風伝BGM | 1 ドラゴンボールZ BGM (TV) |
| 2 新・仁義なき戦いのテーマ | 2 劇場版NARUTO-ナルト-疾風伝BGM | 2 ホケットモンスターBGM |
| 3 BLEACH BGM | 3 新・仁義なき戦いのテーマ | 3 UFOロボグレンダイザーBGM |
| 4 楽しいムーミン一家BGM | 4 進撃の巨人BGM | 4 TEARS |
| 5 NARUTO-ナルト-BGM | 5 ベイブレードバーストBGM | 5 NARUTO-ナルト-疾風伝BGM |
| 6 ワンパンマンBGM | 6 ペンバイナッポーアッポーベン | 6 美少女戦士セーラームーンBGM |
| 7 ベイブレードバーストBGM | 7 BLEACH BGM | 7 ペンバイナッポーアッポーベン |
| 8 TEARS | 8 TEARS | 8 チーズスイートホームBGM |
| 9 劇場版NARUTO-ナルト-疾風伝BGM | 9 楽しいムーミン一家BGM | 9 妖怪ウォッチBGM |
| 10 七つの大罪BGM | 10 FAIRY TAIL BGM | 10 新・仁義なき戦いのテーマ |

個別国以外の作品契約数

| 地域 | 契約数 | 言語圏 | 契約数 |
|-----------|-----|---------|-----|
| 全世界 | 124 | フランス語圏 | 27 |
| アジアを除く全世界 | 5 | 英語圏 | 12 |
| アジア | 46 | イタリア語圏 | 7 |
| 東南アジア | 4 | アラビア語圏 | 0 |
| 欧州 | 43 | ドイツ語圏 | 22 |
| 東欧 | 0 | スペイン語圏 | 0 |
| 北欧 | 2 | 中国語圏 | 0 |
| 南欧 | 0 | ポルトガル語圏 | 0 |
| 中南米 | 9 | ロシア語圏 | 0 |
| 南米 | 0 | 中華圏 | 1 |
| 中米 | 0 | インド圏 | 0 |
| 中東 | 3 | 独立国家共同体 | 5 |
| 中近東 | 4 | 南極 | 1 |
| オセアニア | 26 | その他 | 0 |
| アフリカ | 2 | 合計 | 343 |

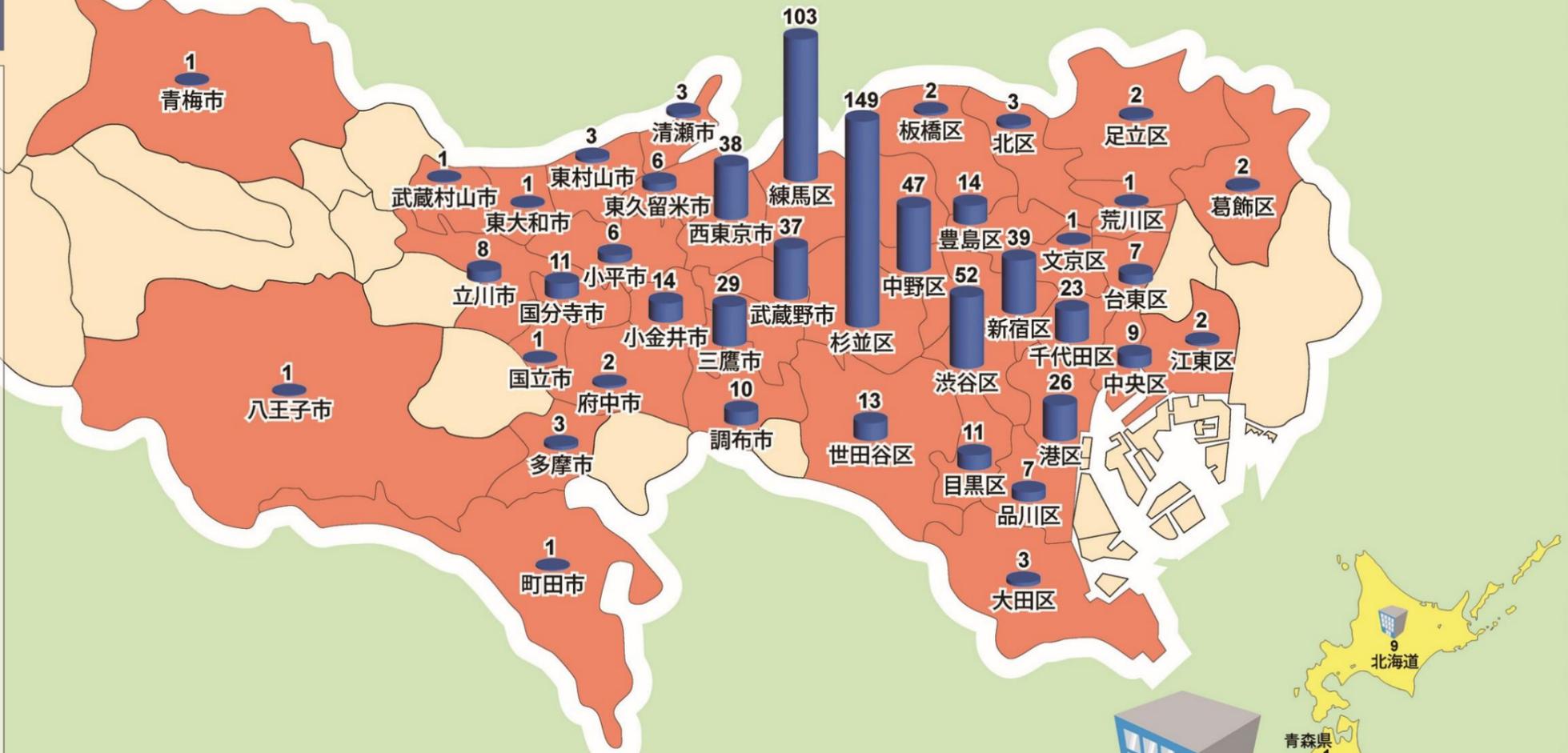
日本のアニメ制作会社の分布 (2020年調査)

資料④

※アニメ制作会社とは、企画・制作、脚本、演出、原画、動画、CG(2D・3D)、色彩、背景・美術、特殊効果、撮影、編集の機能を持つ事業者を指す。
 ※集計は本社所在地を対象としており、それ以外のスタジオは含んでいない。

アニメ制作スタジオの都内における分布

アニメ制作(企画・制作、脚本、演出、原画、動画、CG(2D・3D)、色彩、背景・美術、特殊効果、撮影、編集などの制作工程)に携わる企業は合計811社が確認された。2016年の調査(622社)から189社が増加、2011年の調査(419社)から392社の増加となった。このうち東京には85.3%にあたる692社が立地しているが、2011年87.3%、2016年87.1%から僅かに集積率が減少した。都内での立地を見ると、上位から杉並区149社、練馬区103社、渋谷区52社、中野区47社と、杉並区・練馬区にアニメ制作会社が集積していることがわかる。アニメ制作会社の源流は、東映動画(現・東映アニメーション)、旧・虫プロダクション、竜の子プロダクション(現・タツノコプロ)の3社と言われており、加えて、東京ムービー(現・トムス・エンタテインメント)もTVアニメ創設期から続いている。これらの制作会社からの分派によってアニメ制作会社は増加してきており、この4社が立地していた西武池袋線・西武新宿線・中央線の沿線、杉並区・練馬区を中心に東京西部がアニメ制作の集積地となっていた。一方、2020年調査では渋谷区が急増したが、この要因としてはアニメ制作に関わるCG会社の増加が挙げられる。手描きで制作されていた各工程がCGに置き換わることが増え、ゲーム・実写・遊興などのCG制作を受託していた企業がアニメ制作に参入、さらにアニメ関連企業によるCG会社の設立も進んでいる。こうしたCG会社は渋谷区を中心に副都心への立地が多い。



地方進出が進むアニメ制作

東京への一極集中構造が若干緩和され、アニメ制作会社の地方進出が進みはじめている。こうした動きの背景には各社の人材確保の目的がある。これまでアニメ制作現場では慢性的に人手不足が問題視されており、この一因に東京一極集中の産業構造の中で地方からの就業が困難という理由があった。そうした中、近年に地方で設立されたアニメ制作会社の多くは、その地域の教育機関と連携して学生への指導を行い、採用活動を行っている。これにより地方の学生が地元でアニメ制作会社に就業するという選択肢も生まれた。

制作工程のデジタル化が進んだこともアニメ制作会社の地方進出の一因となっている。2000年前後までTVアニメの放送局への納品にはテープ媒体が使われており、現像所が東京にのみ立地していたため、アニメ制作会社にとって東京への立地は必要条件だった。納品をはじめとして様々な工程でデジタル化が進んできたことで、東京と地方の差が縮まりつつある。特に人材が不足しがちな作画工程のデジタル化の意味は大きい。また、本集計には本社以外のスタジオを加えていないが、デジタル作画を前提として地方に作画スタジオを設立する例も増えている。CG制作スタジオについては、データでの素材管理や納品が当然であるためその進出はより早い。今後、アニメ制作工程のデジタル化が進むことで、アニメ制作会社の地方展開は一層進んでいくだろう。



出典：一般社団法人日本動画協会 調査

2020年 アニメ産業市場、コロナ禍の影響も2兆4,261億円、前年比96.5%に留まる。
コロナ禍の影響で多くの分野が減少するも、配信急伸、海外続伸。

アニメ産業レポート2021 本書のご案内

私ども一般社団法人日本動画協会は、アニメ産業の調査及び統計・分析を行っており、調査結果を広く発信することを目的に、2009年より「アニメ産業レポート」を刊行しています。

2020年のアニメ産業市場は総額2兆4,261億円(前年比96.5%)とコロナ禍の逆風の中、健闘した結果となりました。個別に見ていくと、巣ごもり需要の影響から配信市場が過去最高の930億円(135.8%)に達し、海外市場は1兆2,394億円(103.2%)と初めて国内市場を上回りました。一方、感染拡大の影響が大きかったライブ分野は290億円(34.4%)と苦戦を強いられ、他ほとんどの分野でも前年比80~90%となりました。

アニメビジネスの今を体感いただき、是非、皆様のビジネスにお役立てください。 ※()内数値は前年比

■書籍概要

- 【名称】 : 「アニメ産業レポート2021」
【発行元】 : 一般社団法人日本動画協会
【発行日】 : 2021年11月4日
【判型/頁数】 : A4 / 本文132P、付録:折込図表4面、
WEB刊行:2020年アニメ全作品 年間パーフェクト・データ
【価格】 : 定価 11,000円(本体 10,000円+消費税)

【掲載概要】

- (1) 2020年アニメ産業総括 ※市場動向概観/国内アニメーション産業
 - (2) 各分野解説
※アニメ映像流通市場(総論 / テレビアニメ / 劇場アニメ / ビデオパッケージ / ネット配信)
アニメ商品化等二次利用 / 広告・販促プロモーション / アニメ音楽 / ライブエンタテインメント
 - (3) 海外動向 ※世界の中の日本のアニメ
 - (4) 特別編 ※WITH/AFTERコロナ時代の日本のアニメ産業と働き方
※新型コロナウイルス感染症のアニメ関連教育機関への影響
※スタジオ立地
- (WEB刊行) 2020年アニメ全作品 年間パーフェクト・データ ※TV、劇場、OVA
(資料) 日本のアニメ市場の推移/日本のアニメ業界・アニメ市場の近年の動向/
日本のアニメの海外展開/日本のアニメ制作会社の分布

■販売

- 【通信販売】 エスピーアイ・インフォメーションのWebサイトにて、11月4日より販売。
【ダウンロード版】 <https://www.spi-information.com/categories/detail/30427>
【書籍版】 <https://www.spi-information.com/categories/detail/30426>
【店頭販売】 [AKIBA INFO.×TOKYO ATOM - INFORMATION&SHOP -](#)
 [東京アニメセンター in DNP PLAZA SHIBUYA](#)
 [京都国際マンガミュージアム ショップ](#)