

アニメ産業レポート2025

サマリー版

執筆者一覧

森 祐治 (主筆)	デジタルハリウッド大学大学院教授
数土 直志	ジャーナリスト／あいち・なごやインターナショナル・アニメーション・フィルム・フェスティバル アーティスティック・ディレクター
高達 俊之	コウダテ株式会社 代表取締役 シニア知的財産アナリスト (コンテンツ)
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 専修大学ネットワーク情報学部 非常勤講師
松本 淳 (まつもとあつし)	ジャーナリスト／専修大学文学部ジャーナリズム学科特任教授
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
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
亀山 泰夫	ポップパワープロジェクト事務局プロデューサー 事業創造大学院大学非常勤講師
舩本 和也	株式会社トリガー 常務取締役 一般社団法人日本動画協会 人材育成委員会 委員長

編集

長谷川雅弘 (編集統括)	株式会社ヒューマンメディア 事業プロデューサー 専修大学ネットワーク情報学部 非常勤講師
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	国立映画アーカイブ アニメーション室 任期付研究員
------	---------------------------

編集協力

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

4兆円に迫るアニメ産業市場、史上最高値を海外市場が牽引

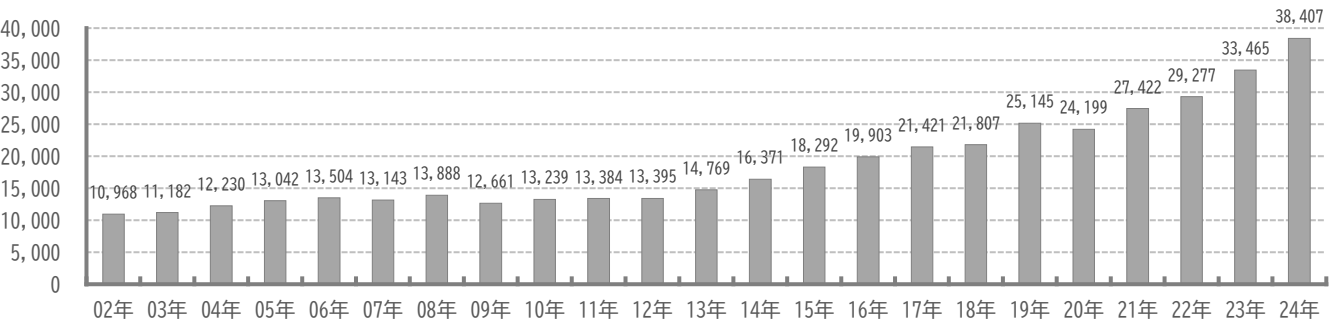
アニメ産業は日本のコンテンツの海外展開の中核を担うものとして位置づけられる中、海外市場の大幅な拡大が牽引して2024年に史上最高値を更新。今後は日本市場で行ってきたメディアミックスの生態系を海外に展開することで、更なる拡大を達成することが期待される。一方で、アニメ業界市場は好況を受けて拡大しているものの、人材不足の課題が鮮明となったためアニメ業界全体での対応が求められている。

2024年アニメ産業市場（広義のアニメ市場・エンドユーザー市場概観）

〈アニメ産業市場4兆円に迫る、前年比114.8%の3兆8,407億円〉

2024年のアニメ産業市場は前年比114.8%、4,942億円増の3兆8,407億円となり今年も史上最高値を更新した。昨年に続き過去最高の増加額となり、増加率も過去最高率だった2019年（115.3%）に次ぐものとなった。これは10年前（2015年）の2.1倍、さらに「アニメ産業レポート」で掲載する最も古いデータである2002年の3.5倍の規模である。この伸びが継続すると、2025年には4兆円超えどころか、4兆円半ばに到達する可能性がある。

アニメ産業市場（広義のアニメ市場/単位:億円）



項目	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	前年比
①TV	1,137	948	840	906	943	973	982	100.9%
②映画	426	692	554	602	785	681	690	101.3%
③ビデオ	587	563	466	662	385	362	384	106.1%
④配信	595	685	930	1,543	1,652	2,501	2,655	106.2%
⑤商品化	5,003	5,868	5,819	6,631	6,693	7,008	7,488	106.8%
⑥音楽	358	337	276	317	274	267	266	99.6%
⑦海外	10,092	12,009	12,394	13,134	14,592	17,222	21,702	126.0%
⑧遊興	2,835	3,199	2,630	3,056	2,981	3,370	3,015	89.5%
⑨ライブ	774	844	290	571	972	1,081	1,225	113.3%
合計	2兆1,807億	2兆5,145億	2兆4,199億	2兆7,422億	2兆9,277億	3兆3,465億	3兆8,407億	114.8%

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

〈海外が全体の半分以上、商品化が国内の半分近く、配信が映像の半分以上を占める〉

アニメ産業市場＝広義のアニメ市場は、家計支出を中心とした消費者市場の全体を捉えたもので、ユーザーが支払ったアニメ関連の金額を推定したものである。これらは9つのジャンル別構成としており、過半数（56.5%）を⑦海外が占め、2023年から国内・国外の市場規模が逆転するようになっている。国内では依然として⑤商品化が最も大きく（全体の19.5%、国内市場の44.8%）で、次いで⑧遊興（全体比7.9%、国内市場比18.0%）となり、

権利運用による売上が大きい。映像分野においては、急成長している④配信（全体比6.9%、国内市場比15.9%）が①TV、②映画、③ビデオの3分野の合計を上回る規模となっている。

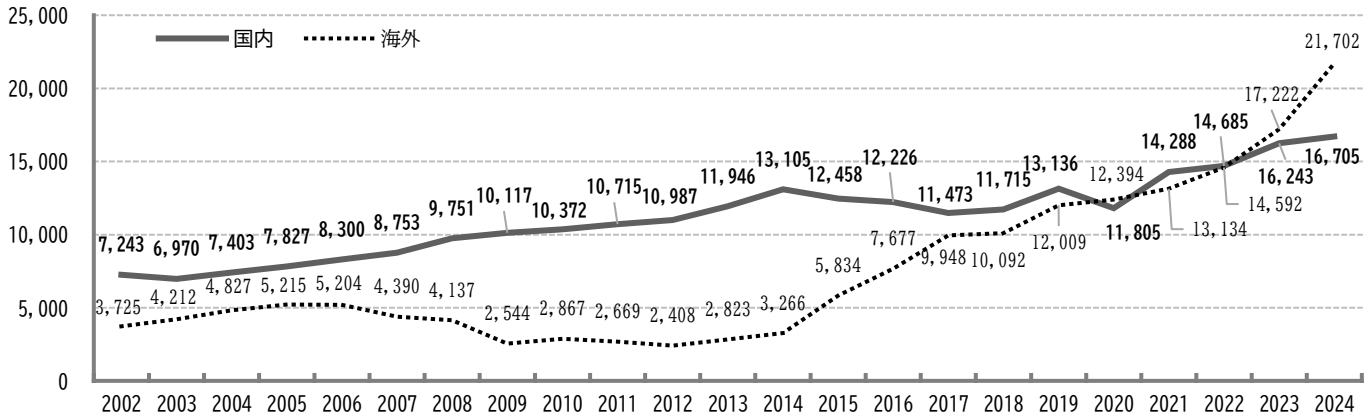
〈躍進する海外市場は国内市場を上回り続けるのか〉

日本のアニメの海外市場はコロナ禍を経た2022年から成長を加速し、2022年に1兆4,592億円（前年比111.1%）、2023年に1兆7,222億円（前年比118.0%）、2024年に2兆1,702億円（前年比126.0%）と拡大してきた。

2020年のコロナ禍では世界的な巣ごもり消費の中でグローバル映像配信サービスのNetflixやDisney+、日本のアニメ専門の海外映像配信サービスのCrunchyrollをはじめとした映像配信が急速に拡大し、日本のアニメも映像配信を通じた海外展開を強めるようになった。日本国内でもコロナ禍での特異な状況を経て、子供たちやファンだけではなく幅広い層の消費者がアニメ作品に常日頃から接するようになったが、同様の状態が海外でも拡大したようであり、世界各地で日本のアニメは注目を集めるようになった。コロナ禍以降、海外の映像配信サービスの国別視聴ランキングの上位に日本のアニメが登場しはじめたことも証左となるだろう。

国内市場は2020年にコロナ禍で落ち込んだが、2021年にはコロナ禍の反動で前年比121.0%と伸長し、以降は緩やかに増加を続けている。国内市場も低迷しているわけではなく、少子化のなかでも順調な成長を続けていると言えるだろう。しかしながら、海外市場と国内市場を比較すると、2020年に一旦海外市場が上回ったものの2021年・2022年は国内市場が上回り、2023年は海外市場が国内市場を979億円の差をつけて再び逆転し、2024年はこの差を4,997億円と大きく広げた。海外市場の躍進は鮮明となり、今後は国内市場において過半を占める商品化をはじめとした関連ビジネスの進出が進むことで、ますますこの差が開けていくことが予想される。

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）

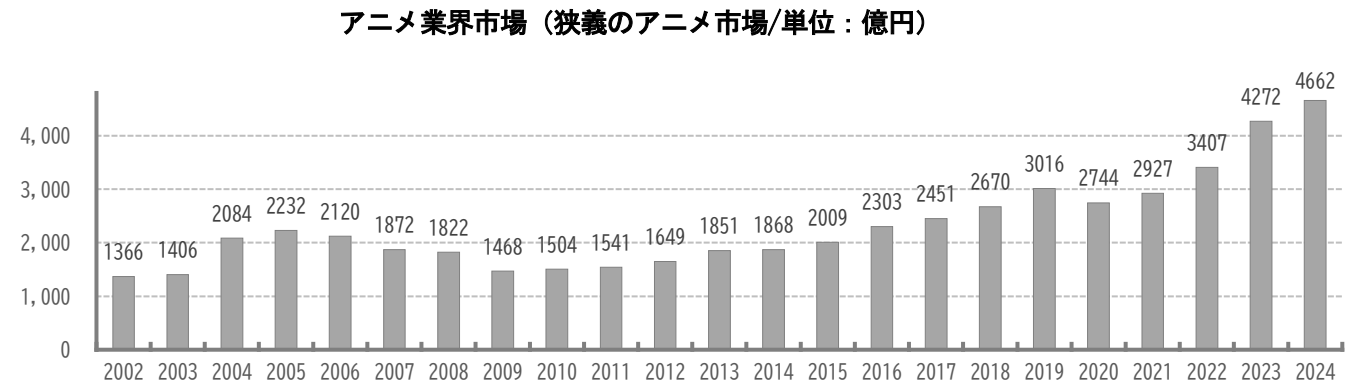


出典: 日本動画協会が行っているアンケートに基づき独自算出

2024年アニメ業界市場（狭義のアニメ市場・アニメ制作会社市場概観）

〈2024年アニメ業界市場は3年連続で過去最高を更新するも成長は鈍化〉

2024年のアニメ業界市場は前年比109.1%、390億円増の4,662億円だった。コロナ禍から回復以降、3年連続で過去最高を更新した。ただし、コロナ禍以降加速していた成長率は鈍化している。また、この規模は10年前（2015）の2.3倍、2002年の3.4倍となっており、若干の幅はあるものの、ここ10年ほどの間、広義の市場全体のほぼ12.0%前後の比率を保った成長となっている。



年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	前年比
①TV	765	721	655	709	771	910	1,020	112.1%
②映画	341	388	268	229	301	232	221	95.3%
③ビデオ	80	75	71	50	53	32	49	153.1%
④配信	147	216	191	249	347	369	447	121.1%
⑤商品化	425	564	534	525	668	956	1,027	107.4%
⑥音楽	44	41	34	39	34	33	32	97.0%
⑦海外	603	718	761	827	856	1,019	1,188	116.6%
⑧遊興	151	179	153	169	199	172	156	90.7%
⑨ライブ	39	42	15	29	49	54	61	113.0%
⑩その他	75	72	62	101	129	495	461	93.1%
合計	2,670	3,016	2,744	2,927	3,407	4,272	4,662	109.1%

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

〈アニメ制作会社の収益をバージョンングとデリバティブで捉える〉

アニメ業界市場＝狭義のアニメ市場は、アニメ産業を構成する制作・製作・流通市場のうち、流通を除いた製作（アニメを企画しその権利を保有・運用する事業）・制作（実際にアニメの制作を行う事業）を細目に区分して集計した売上である。ただし、その対象はアニメ作品に「制作」と表記されている企業のみによるもので、アニメ制作会社の売上を捉えたものとなる。

アニメ業界市場の国内市場を、映像をメディア展開するバージョンングと、権利の派生的運用によるデリバティブという概念で区分する。このときアニメ業界市場を構成する十の分野は、バージョンング（①TV、②映画、③ビデオ、④配信）、デリバティブ（⑤商品化、⑥音楽、⑧遊興、⑨ライブエンタテインメント、⑩その他）に区分されるが、いずれも合計が1,737億円と同額・同率になった。バージョンングは映像の制作売上と映像展開のライセンス収入の合算であり、デリバティブは基本的にライセンス売上のみで構成されている（⑧遊興、⑩その他は制作売上を含む）。2010年代前半では国内のバージョンングが約7割、デリバティブが約3割の比率であったことを考えると、アニメ制作会社においても収益の重心が、制作対価から権利収入へと移動しつつあると読み解ける。ただし、こうした権利収入は大手制作会社が得る割合が大きく、中堅以下の制作会社では制作費のみを収入としていることも多いため留意が必要である。

〈好況ゆえの人材不足と人件費・制作費の高騰、人材育成がカギに〉

「アニメ産業レポート」本書では、自由回答によるアニメ制作会社の「生の声」を掲載し、これらの回答は内容にて集計している。以下では自由回答「アニメビジネス環境の中で特に収益・事業環境の改善が見込まれる点について」「アニメビジネス環境の中で特に収益・事業環境の悪化が見込まれる点について」の集計結果を記載する。

自由回答の集計

●アニメビジネス環境の中で特に収益・事業環境の改善が見込まれる点について

回答内容	回答数
制作収入増加	14
権利収入・印税増加	11
作品受注の好調	9
海外収入増加	7
デジタルによる効率化	3
とくになし	2
社内体制の堅牢化	2
人材増加	1
人材不足	1
その他	1
交渉力の増加	1
事業領域拡大	1

●アニメビジネス環境の中で特に収益・事業環境の悪化が見込まれる点について

回答内容	回答数
制作費高騰	18
人件費高騰	17
人材不足	10
その他	5
物価上昇	4
パッケージ収入減少	2
配信権の寡占	2
遊技機市場の低迷	2
制作費の二極化	2
業界再編	1
クオリティ維持	1
契約トラブル	1
市場の傾向	1

出典：アニメ産業統計調査アンケート自由回答

ここからはアニメの好況ゆえに生じた課題が読み取れる。日本のアニメの制作スタイルは、元請けの制作会社が製作委員会等のクライアントから作品制作を受託し、自社内での制作とともに多数の専門会社やフリーランスのクリエイターへの発注を行って作品を完成させる方式が主流だった。つまり、多くの元請け制作会社は共通する制作リソースを使ってアニメ制作に取り組んできたともいえる。しかし、アニメビジネスの好況を受けて、アニメ企画は増加し、海外展開に向けて高品質化の要望も高まっていった。当然、こうした要望を受けたアニメ制作の現場では工数が増えることとなり、制作リソースは枯渇し、制作現場全体で「人手不足」が生じた。同時期に働き方改革への対応が進んだこともあって、結果としてアニメ制作現場の「人件費高騰」「制作費高騰」は一気に進んでいった。これはクリエイターの人件費向上の達成として喜ばしくもあるが、一方では制作現場の疲弊にも繋がった。

このように人手不足が深刻な中で、大手の制作会社は自社での採用強化や人材育成を活発に進めている。資金的な余力があるが故の動きだが、人材の流動性を根幹としてきたアニメ制作においては投資的な動きとなる。制作収入を主体としてきた中堅以下のアニメ制作会社にとってはより危急の課題である。

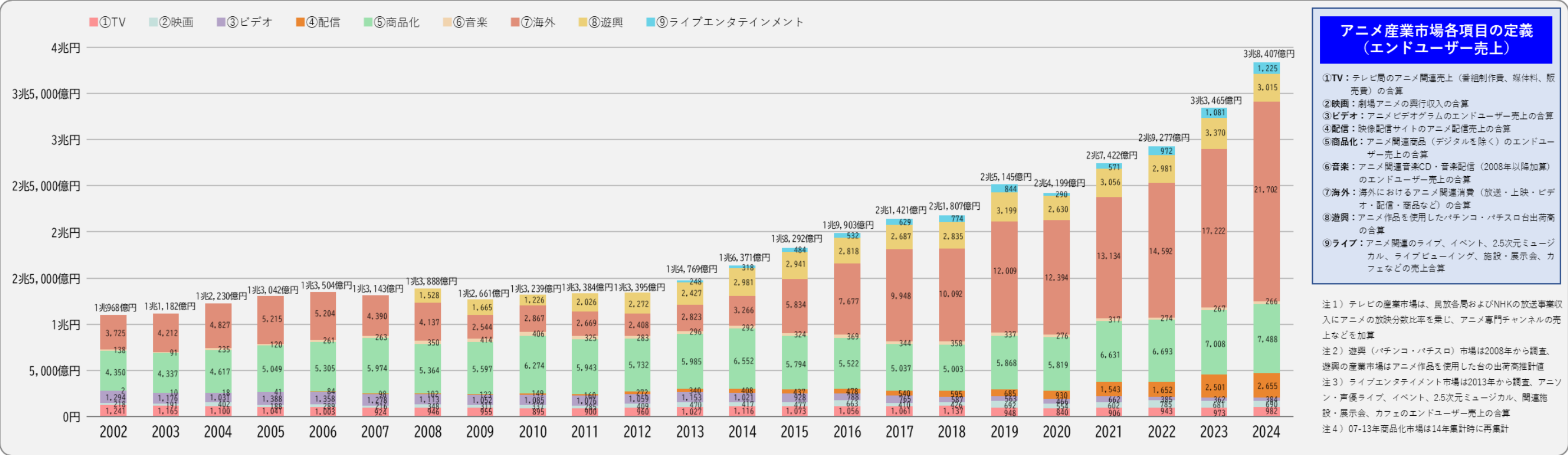
〈基幹産業となったアニメの戦略目標〉

2024年6月4日に知的財産戦略本部が発表した「知的財産推進計画2024」では「新たなクールジャパン戦略」が掲げられ、アニメを含むコンテンツ産業が基幹産業として位置づけられた。また、この中でコンテンツ関連の海外売上を2022年の4.7兆円から2033年に20兆円に拡大する戦略目標が設定された。現在、アニメの海外市場は2022年の1兆4,592億円から2024年の2兆1,702億円へと順調に拡大を続けている。しかしながら、アニメビジネスの原動力の根幹はやはり“作品”だ。人材が不足しては、良質な作品作りも困難となり、産業の持続的な成長も阻害される。今後の産業の拡大のためにもアニメ業界全体で人材育成に取り組んでいくことが必要だろう。

日本のアニメ市場（業界・産業）の推移（2025年版）

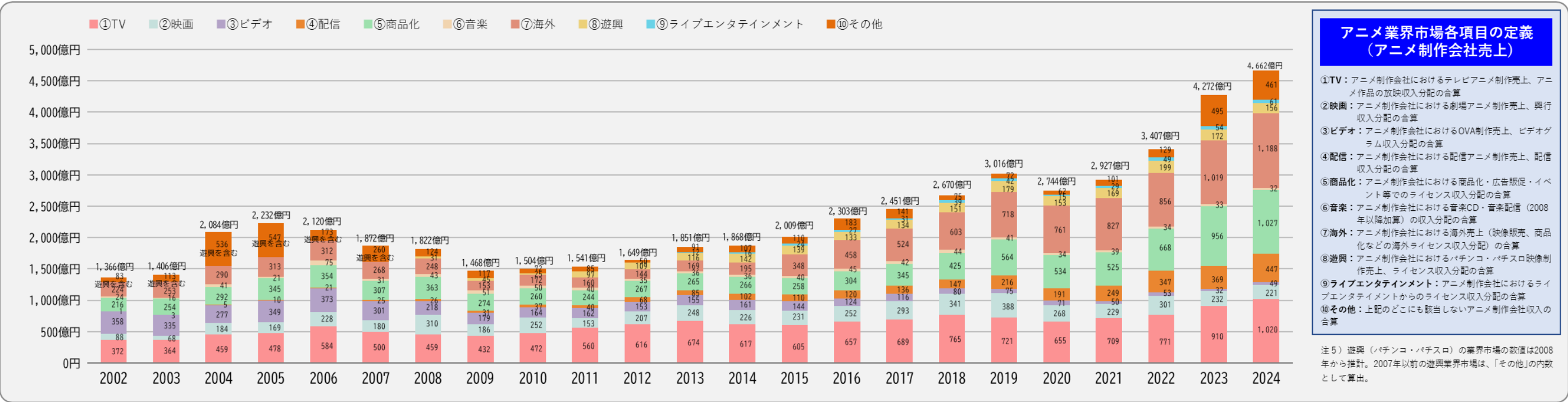
上段のアニメ産業市場は、アニメ映像やアニメ関連商品・サービスに対してユーザーが支払った金額の総額を捉えたもので、アニメの権利者はこの一部を権利料等で得ている。下段のアニメ業界市場は、アニメ制作会社（「制作」表記の企画会社を含む）が制作費・権利料の配分・アニメ関連ビジネスから得た収入を捉えたものである。アニメは映像ビジネスを基礎としながらも権利活用による波及効果を持った産業であるため複雑な収益構造となっている。

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[2002～2024]



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[2002～2024]



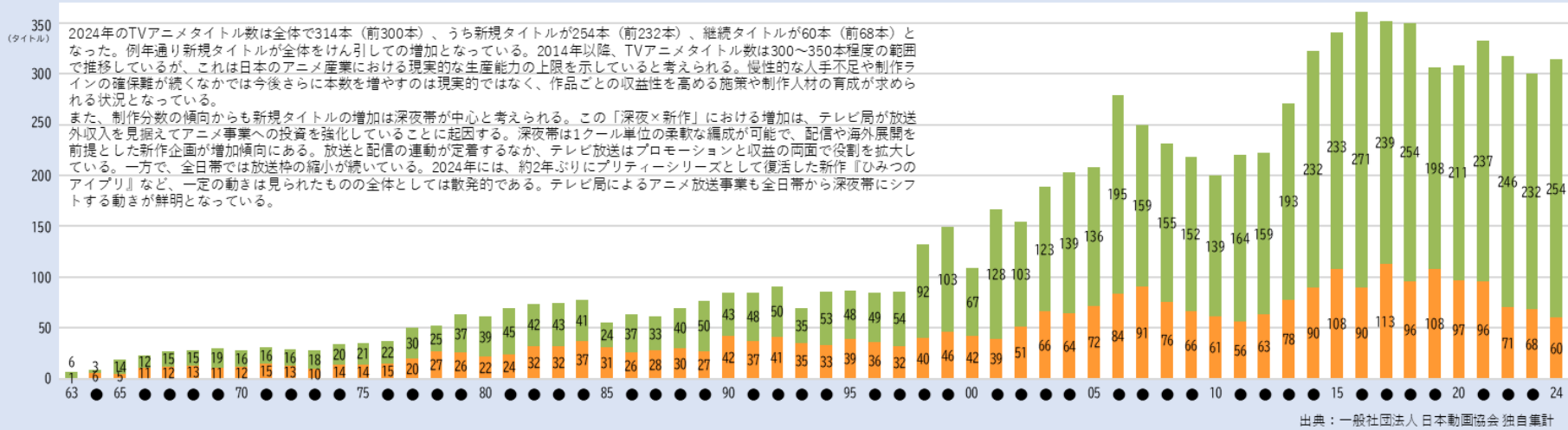
出典：日本動画協会実施アンケートや各種統計発表などから算出

日本のアニメ産業・市場の動向(2025年版)

4兆円に迫るアニメ産業市場、海外市場が大躍進する一方で国内市場も好調

TVアニメタイトル数 [1963年～2024年]

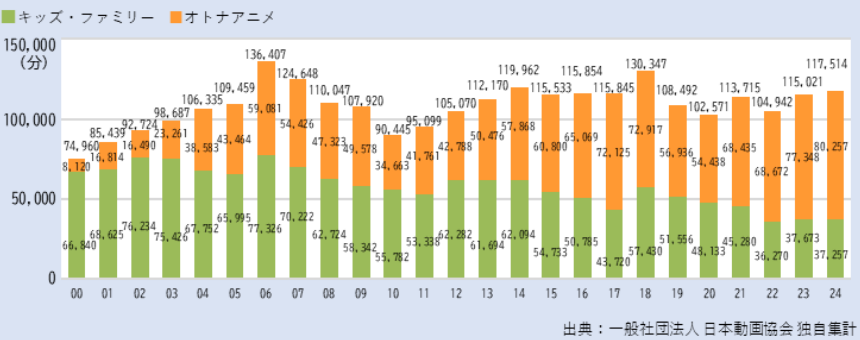
新規タイトルがけん引して増加、「深夜×新作」はテレビ局の戦略か



TVアニメ制作分数 [2000年～2024年]

長期的には踊り場にとどまるが、放送と配信の連動で今後の展開が左右

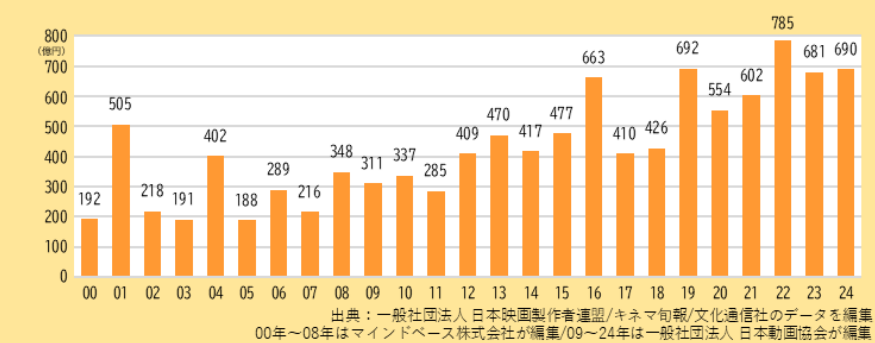
2024年のTVアニメ制作分数は前年比103.76%の11万7,514分（前11万5,021分）となった。深夜帯は過去最高の8万257分（前年比103.8%）で、全日帯は3万7,257分（前年比98.9%）と減少した。新作・継続の区分で見ると、新作アニメの制作分数は史上2番目の8万7,768分（前年比104.0%）、継続アニメは2万9,746分（前年比97.1%）となった。深夜帯の新作アニメのボリュームが充実した一方で、全日帯の継続アニメは苦戦を強いられている。制作分数全体としては回復傾向にあるものの、長期的には踊り場にとどまり、大きな成長軌道には入っていない。放送と配信が連動する前提のもとで、視聴者との接点を含頭にした編成と展開設計が、今後の成長を左右する局面に入っている。



劇場アニメ興行収入 [2000年～2024年]

勢いを増すシリーズ作品の劇場展開で盛況が続く

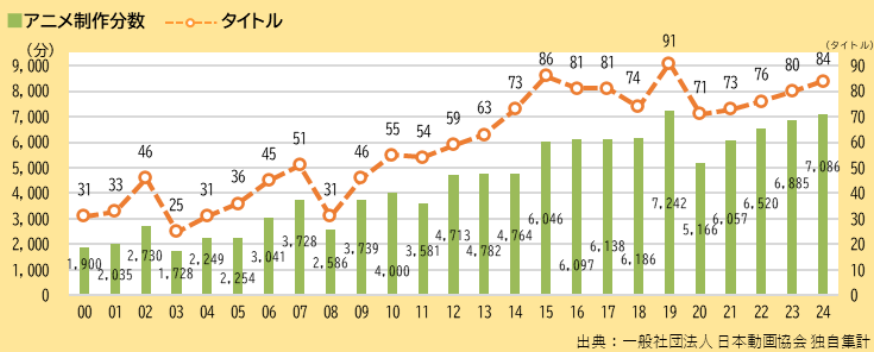
2024年の劇場アニメ興行収入は690億円（前680億円）と微増。2022年の785億円、2019年の692億円に続く歴代3位の数字となった。興行収入上位は1位『名探偵コナン 100万ドルの五稜星』158億円、2位『劇場版ハイキュー!! ゴミ捨て場の決戦』116.4億円、3位『機動戦士ガンダムSEED FREEDOM』53.8億円となった。勢いを増すシリーズ作品の劇場展開で盛況が続く。興行20億円以上が9作品、10億円以上が14作品となり、2024年に公開された劇場アニメ84作品のうち、おおよそ2割弱が10億円を超えたことが分かる。また、国内での映画興行収入全体に対するアニメ映画のシェアは33.3%となった。コロナ禍の時期をきっかけにシェアを上げて、2021年以來は5年連続で3割を超えている。



劇場アニメ制作分数・タイトル数 [2000年～2024年]

右肩上がりも興行収入の拡大ほどには伸びず

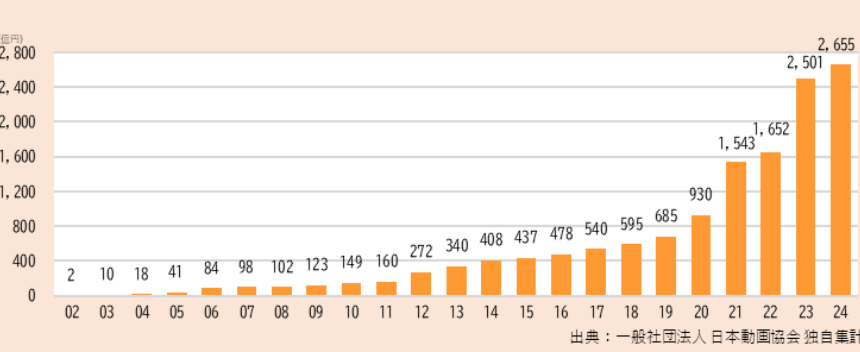
2024年の劇場アニメの制作分数は7,086分（前6,885分）、制作タイトル数は84本（前80本）だった。右肩上がりだが興行の拡大ほどには制作本数・制作タイトル数ともに大きくないことが分かる。背景には国内の劇場スクリーンが2024年3,675スクリーンと過去十数年で大きく増えていないことがある。劇場の座席数やスクリーン数に限りがあるため、配給する作品数をここから急拡大するのは困難だ。また、アニメスタジオでも制作スタッフの不足が続いており、長編映画のような大型作品を大幅に増やすことは難しい。現在の映画興行の持続的な拡大は制作本数、制作タイトル数の伸びというより、作品ごとの動員数の増加に牽引されたものだ。



アニメ配信 [2002年～2024年]

成長鈍化も配信におけるアニメの需要の高さが際立つ

2024年の国内アニメ映像配信売上は前年比6.2%増の2,655億円（前2,501億円）と成長が鈍化して、市場の「天井」が意識され始めた。しかしながら、配信サービス内におけるアニメの需要の高さは引き続き際立っている。JVA（日本映像ソフト協会）の調査によると、配信サービスにおける売上のうち「アニメ（一般向け）」が占める割合は、2022年の26.9%から2024年には45.9%まで増加しており、市場のほぼ半分を占める高い水準を維持している。プラットフォーム間の競争は「新規顧客の獲得」から「既存顧客の奪い合い」へとシフトしており、その競争の核としてアニメが依然として最重要視されている。

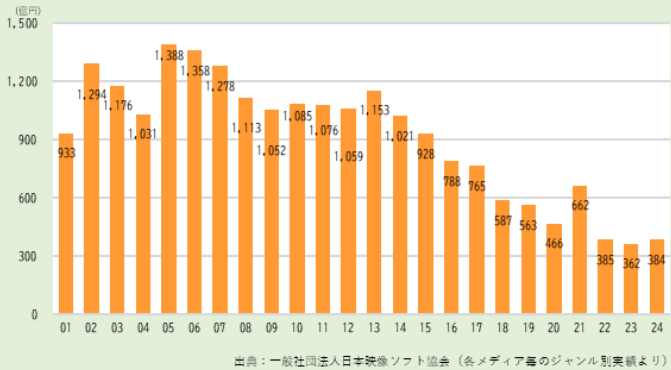


アニメビデオパッケージ [2001年～2024年]

※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のビデオソフト全体のジャンル別売上のなか「日本のアニメーション（一般向け）」と「日本の子供向け（アニメーション）」の合計値をもとに算出。

映画タイトルを中心にヒットに恵まれて増加

2024年のアニメビデオパッケージ売上は前年比106.1%の384億円だった。長年の減少傾向が落ち着きを見せてきた中、2024年はヒットタイトルに恵まれたことで前年から増加となった。個別タイトル売上では1位『THE FIRST SLAM DUNK』、2位『機動戦士ガンダムSEED FREEDOM』、3位『劇場版ハイキュー!! ゴミ捨て場の決戦』と劇場アニメが上位を占めている。一方、テレビアニメからは続編のランクインも多いが『葬送のフリーレン』『ガールズバンドクライ』『魔法少女にあこがれて』『軍艦のひとりごと』といったテレビ放送によってファン層を開拓したタイトルが目立つ。また、全巻ライブ映画の『劇場版アイドリッシュセブン LIVE 4bit BEYOND THE PERIOD』のほか、アニメ関連の3DCGキャラクターによる音楽ライブのパッケージが複数ランクインしており、音楽ライブとパッケージの相性の良さも窺える。

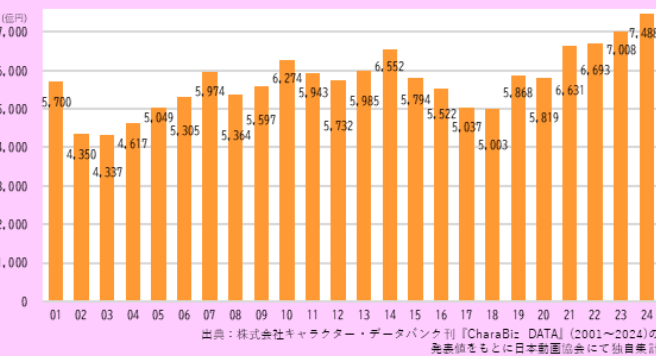


アニメ商品化 [2001年～2024年]

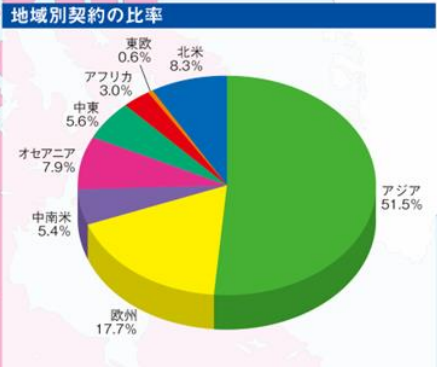
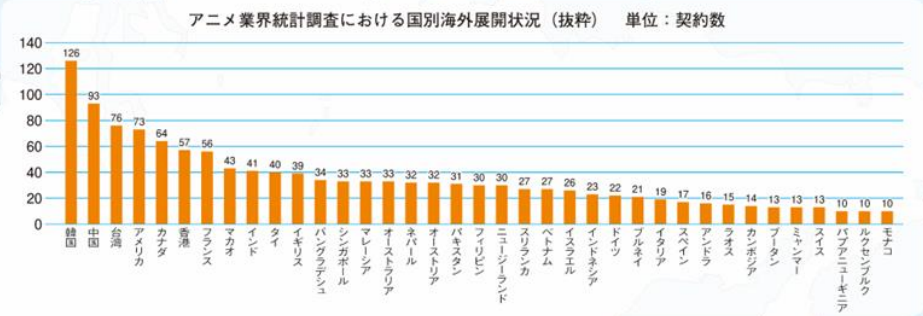
※国内のキャラクター商品売り上げランキング上位100以内から、日本のアニメキャラクターのみの売上を算出
※広告宣伝利用やパチンコ・パチスロへの利用は含まない。

キダルト層や推し活層、そしてインバウンド消費の影響で堅調に推移

2024年の日本アニメのキャラクター商品化市場は、前年比106.8%の7,488億円(前7,008億円)と4年連続で前年を上回った。なお、この市場にアニメ関連スマホアプリゲーム市場を加えると1兆2,000億円を超える規模と見ている。市場拡大には、キダルト層や推し活層、そしてインバウンド消費の影響が大きかった。SNSや動画配信の影響により、海外でもほぼ日本と同時に日本のアニメキャラクターは人気になることが多く、インバウンド消費を支えているのもキダルト層や推し活層と言ってもいい。キダルト市場が拡大とともに、キッズ向けのものでも親子・コレクター層にも支持される作品が多くなり、一方でコアファン向けと思われる作品でもキッズファミリーに広がりを見せている。動画配信の影響力が大きくなるなかで、これからの商品化ビジネスは、ターゲットの考え方を一新する必要があるだろう。



日本のアニメの海外展開 (2025年版)



ドル建てでも大幅増の海外市場、SVOD中心に世界中にファンを広げる

2024年の海外契約に関するアンケート回答数は21社（前22社）で、契約数は2,152件（前1,298件）のうち国別1,655件（前1,131件）、圏域別497件（前167件）だった。国別契約数は韓国、中国、台湾、アメリカ、カナダ、香港の順で、延べ契約国数は154カ国（前109カ国）となる。全世界やアジアなどの広域契約が増加しており、グローバルやエリア・ローカル大手のSVODプレーヤーとの契約となっていることが想定できる。2024年の海外市場規模は前年比126.0%の2兆1,702億円（前1兆7,222億円）と大幅に史上最高を更新しており、ドル建て

でも前年比16.9%の143.3億ドルと史上最高を更新した。今後もグローバルSVODの成長をエンジンとしながらメディアミックスの生態系が進出を進めることで、海外市場が国内市場を規模的に上回る状況が常態化する可能性は高い。様々なメディアを介して世界中から聞こえてくるファンの声からも、海外市場の成長に繋がる熱量を感じ取れる。



過去3年間の海外からの音楽著作権収入ベストテン

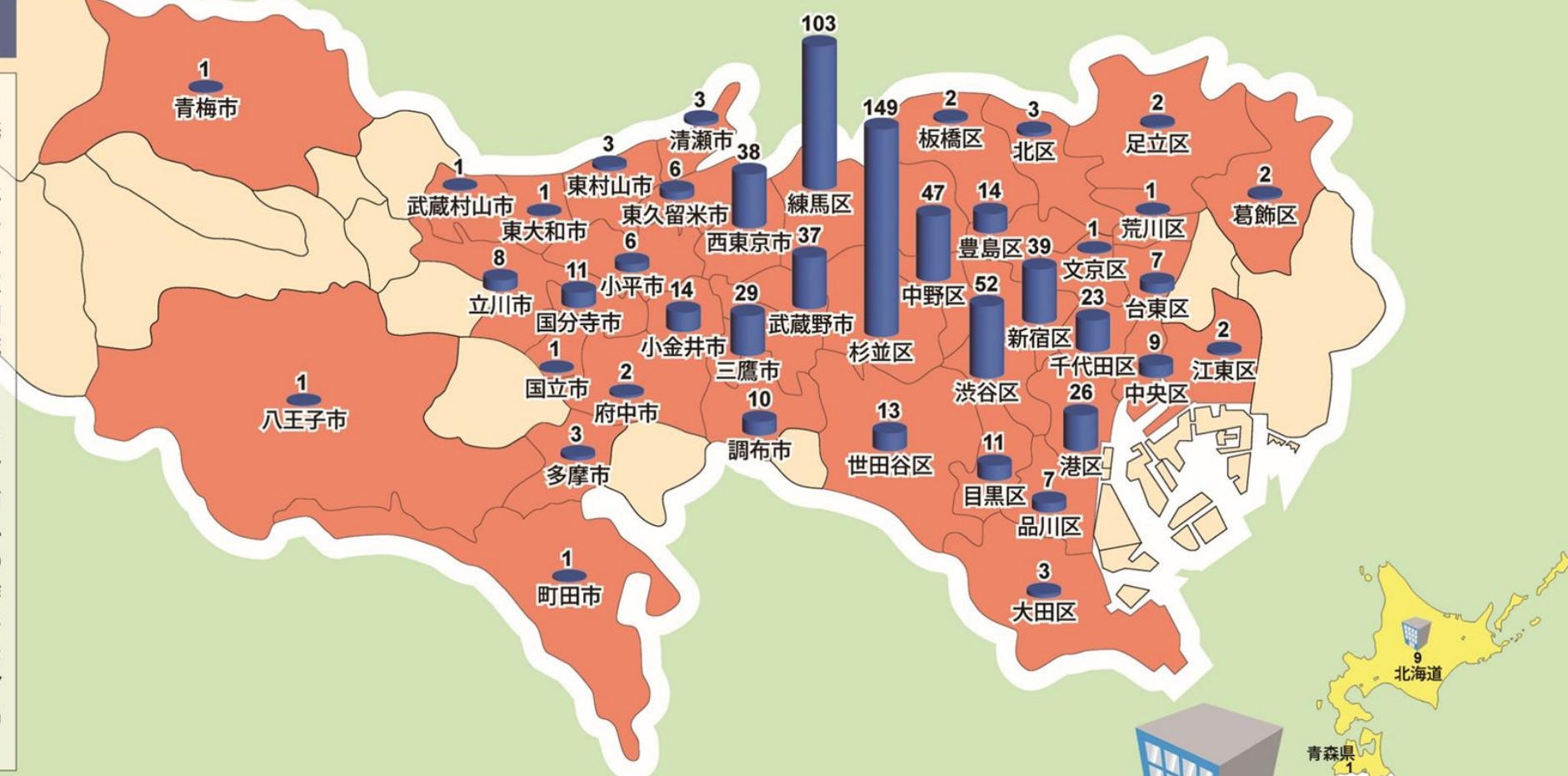
2024年度	2023年度	2022年度
1 ワンピースBGM	1 NARUTO-ナルト-疾風伝BGM	1 NARUTO-ナルト-疾風伝BGM
2 NARUTO-ナルト-疾風伝BGM	2 NARUTO BGM	2 HUNTER×HUNTER BGM
3 進撃の巨人 THE FINAL SEASON BGM	3 BORUTO-ボルト-NARUTO NEXT GENERATIONS BGM	3 ブラックローバーBGM
4 HUNTER×HUNTER BGM	4 HUNTER×HUNTER BGM	4 NARUTO BGM
5 ワンピースBGM	5 進撃の巨人 BGM	5 ワンピースBGM
6 NARUTO BGM	6 ワンピース BGM	6 BORUTO-ボルト-NARUTO NEXT GENERATIONS BGM
7 人生のメロデーランド	7 ハーフムーン・セレナーデ	7 鬼滅の刃BGM
8 BORUTO-ボルト-NARUTO NEXT GENERATIONS BGM	8 キャプテン翼 BGM	8 鬼滅の刃BGM
9 進撃の巨人 THE FINAL SEASON BGM	9 僕のヒーローアカデミア2期 BGM	9 ワンピースBGM
10 進撃の巨人BGM	10 人生のメロデーランド	10 僕のヒーローアカデミアBGM

個別国以外の作品契約数					
全世界	全世界	65	言語圏	スペイン語圏	0
	一部地域を除く全世界	1		アラビア語圏	14
	アジアを除く全世界	7		中国語圏	0
	アジア	88		ポルトガル語圏	0
	東南アジア	20		オランダ語圏	1
	欧州	56		ロシア語圏	0
	米州	0		中華圏	0
	東欧	0		インド圏	0
	北欧	2		独立国家共同体	3
	南欧	0		北アフリカ	0
地域	中南米	34	南アフリカ	0	
	南米	2	中国以外	2	
	中米	6	環太平洋地域	0	
	中東	25	英領インド洋地域	0	
	中近東	6	南極	0	
	オセアニア	25	不明	0	
	アフリカ	51	仏語圏アフリカ	5	
	フランス語圏	35	仏領	4	
	フランス領南方	0	仏領島	0	
	英語圏	33	機内上映	0	
言語圏	ドイツ語圏	6	その他	0	
	イタリア語圏	6	合計	497	

資料④

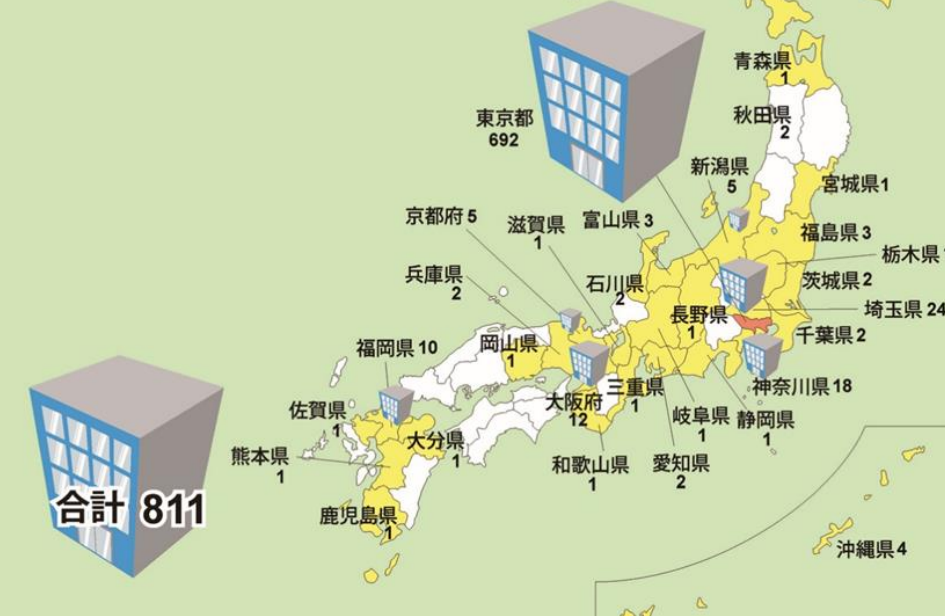
※集計は本社所在地を対象としており、それ以外のスタジオは含んでいない。

アニメ制作(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。



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

2024年 アニメ産業市場、3兆8,407億円、前年比114.8%に
海外市場の躍進が牽引して国内市場を大きく上回る

アニメ産業レポート2025 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」を刊行しております。

2024年のアニメ産業市場は総額3兆8,407億円(前年比114.8%)と大きな成長を見せました。アニメ含むコンテンツ産業が基幹産業とされ、コンテンツの海外売上を2033年に20兆円に拡大する目標が設定された中、海外市場は2兆1,702億円(前年比126.0%)と大幅な増加を遂げて、市場の拡大を牽引しました。一方で国内市場も1兆6,705億円(前年比102.6%)と成長を続けており、最大シェアの商品化は7,488億円(前年比106.8%)と拡大、映像分野で最大シェアの配信も2,655億円(前年比106.2%)と拡大を続けています。

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。

■書籍概要

- 【名 称】 : 「アニメ産業レポート2025」
【発行元】 : 一般社団法人日本動画協会
【発行日】 : 2025年12月18日
【判型/頁数】 : A4 / 本文134P、付録:折込図表4面、
【価格】 : 22,000円(税込)(本体20,000円+消費税(10%))
【掲載概要】

- (1) 2023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 ※世界のアニメ関連の潮流 / 世界の中の日本のアニメ
(4) 特別編 ※アニメ制作会社の人材育成の現状と課題
(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サイトにて販売中。
・書籍版 : <https://www.spi-information.com/categories/detail/42628>
・ダウンロード版: <https://www.spi-information.com/categories/detail/42629>
【店頭販売】 ☐ AKIBA INFO.×TOKYO ATOM - INFORMATION&SHOP - (東京都千代田区外神田4-14-1 秋葉原UDX2)
☐ 京都国際マンガミュージアム ショップ (京都市中京区烏丸通御池上ル ※元龍池小学校)
☐ 東京アニメセンター in DNP PLAZA SHIBUYA (東京都渋谷区神南1-21-3 渋谷モディ 2F)
☐ アニメ東京ステーション (東京都豊島区南池袋2-25-5 藤久ビル東5号館)