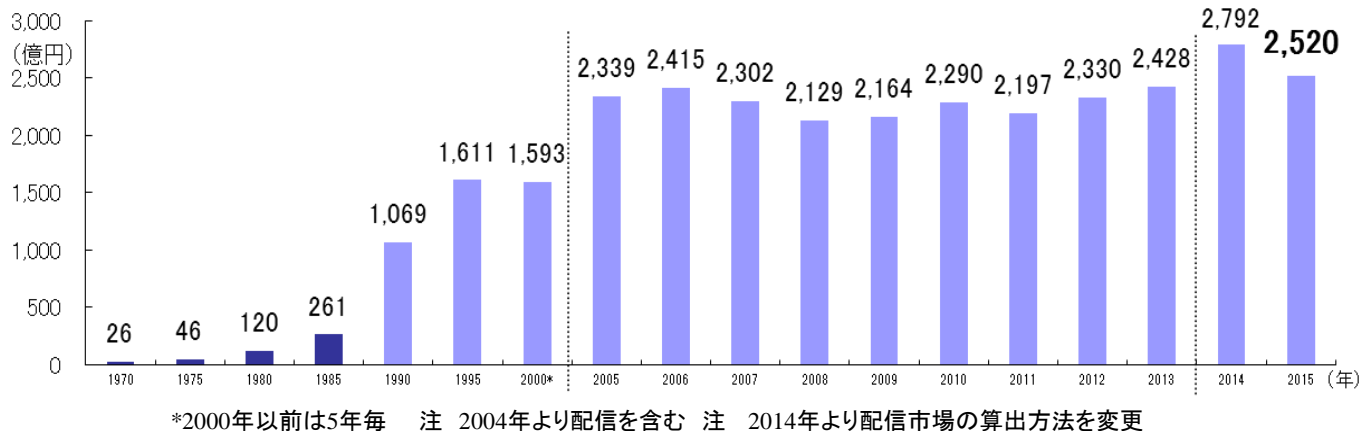


2014年の反動を受け、市場は縮小

◆アニメーション市場規模の推移<1970-2015年>



<市場の範囲>

・劇場用アニメ、アニメビデオソフト(セル/レンタル)、テレビアニメ、配信(PC、IPTV、スマートフォン・フィーチャーフォン向け)
注)算出に際してはユーザー支出レベルで統一しています。ただしユーザーが直接支出に関与していない地上波およびBS放送で放映されたアニメに関しては、制作費を市場規模として採用しています。

弊社が毎年実施している「アニメーション市場分析プロジェクト」の調査結果がまとまりましたので、その一部を発表いたします。

2015年(暦年)のアニメーション市場規模(ユーザー支出額)から、PC、IPTV、スマートフォン・フィーチャーフォン向けアニメ配信市場規模の確度向上のため、算出方法を変更いたしました。これに伴い2014年の市場規模も遡及して推計を行い、修正いたしました。

上記の踏まえ、2015年のアニメーション市場規模は2,520億円となり、前年比90.3%となりました。

劇映画市場は洋画・邦画ともにヒット作が登場し堅調でしたが、2014年公開の「アナと雪の女王」の興行収入250億円が突出していたため、前年より市場が縮小しました。しかし、邦画市場において定番のシリーズ作品が好調なことに加え、新たなヒット作が登場していることから、劇映画市場は安定傾向にあります。

テレビアニメ市場では、地上波放送は放送本数の微減が続いており、減少傾向にあります。衛星・CATVは市場全体が安定しており、横ばいとなりました。

ビデオソフト市場は大きな減少になりました。セルビデオ市場は、ヒット作の不在に加え、全体としてDVDからブルーレイへの移行が進んでいるものの、完全に移行しておらず、縮小傾向にあります。また、有料動画配信サービスが2015年に入り充実したことにより、従来のセルユーザー、レンタルユーザーともに減少傾向にあります。また、昨年の反動もあり、市場は縮小しました。

配信市場は今まで配信事業者の決算等からユーザー支出を推計しておりましたが、2015年より各配信事業者のユーザー数等からユーザー支出の推計を行うこととし、遡及して2014年の市場規模も推計、修正いたしました。2015年の配信市場は各種サービスが揃い、ユーザー数も増えたことを受け前年に引き続き伸長しています。2015年には「Netflix」「Amazon プライム・ビデオ」といった世界的に展開している動画配信サービスが続々と日本国内でサービスを開始しました。地上波で放送していないコンテンツを提供するサービス事業者も出てきており、コンテンツの多様性、利便性が向上しました。一方、フィーチャーフォン向け市場は引き続き大きく減少しています。

2016年は、劇映画市場でヒット作の登場が見込まれており、市場は拡大することが予想されます。また、動画配信サービスの充実やAbemaTVといった新たなコンテンツの視聴方法の登場は、アニメのテレビ市場とビデオソフト市場に大きな影響を与えることが見込まれ、新しいビジネスモデルが市場に大きな変化をもたらす年になるでしょう。

<本リリースに関するお問い合わせ>

株式会社 メディア開発総研 担当: 戸口、近藤 TEL:03-5261-8927 FAX:03-5261-8928 e-mail: info@mdri.co.jp

引用、転載される場合は、クレジット(メディア開発総研発表)を入れていただくか、上記担当へ連絡を願います。