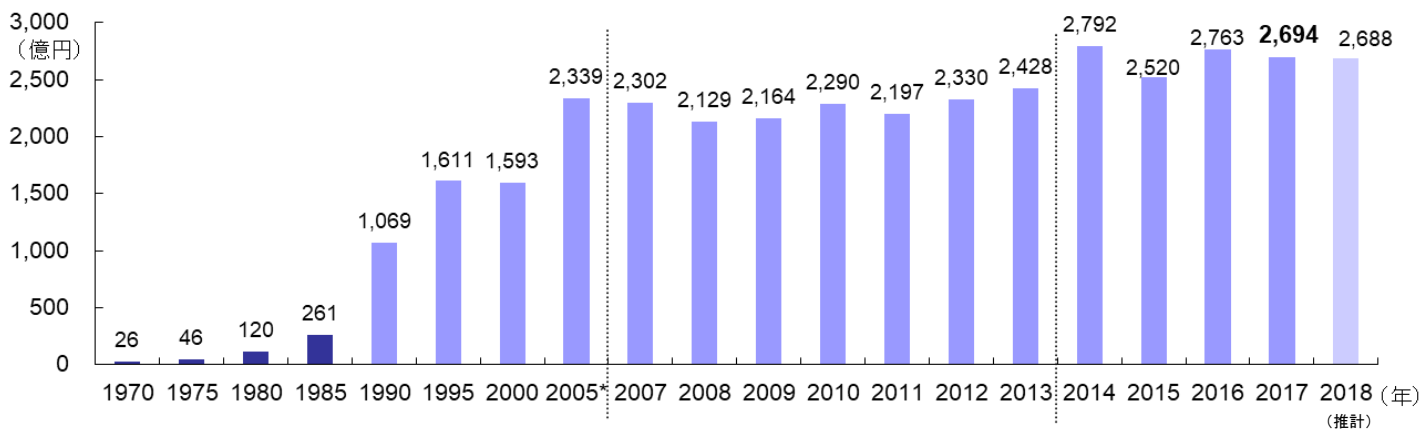


# 視聴ウィンドウの多様化が進む

## ◆アニメーション市場規模の推移<1970-2017年(2018年推計)>



\*2005年以前は5年毎 注 2004年より配信を含む。2014年より配信市場の算出方法を変更

### <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。

2017年(暦年)のアニメーション市場規模(ユーザー支出額)は、2016年に劇映画市場においてヒット作が多く登場した反動をうけ、大きく縮小するとみられていましたが、劇映画市場において一部作品が健闘したこと、動画配信サービスが会員数を伸ばしたことなどをうけ、合計2,694億円(前年比97.5%)となりました。

劇映画市場は、2016年8月に上映された新海誠監督の『君の名は。』が興行収入250億円を超える大ヒット作となった反動を受け、縮小しました。しかし、邦画では『名探偵コナン から紅の恋歌(ラブレット)』、洋画では『怪盗グルーのミニオン大脱走』などが健闘したため、昨年の推計よりも市場の縮小は小幅に留まりました。

テレビアニメ市場は、地上波放送の本数減少は続いているものの、1本あたりの制作費は増加傾向にあり、結果として市場はわずかに拡大しました。衛星・CATVにおけるアニメーションは市場が堅調に推移し、微増となりました。

ビデオソフト市場は、ヒット作のリリースがあったこともあり、微増となりました。セルビデオ市場はヒット作に大きく左右されており、依然としてパッケージ販売は苦戦が続いています。レンタルビデオ市場は、動画配信サービスが大きく伸長したあおりを受け、微減となりました。

配信市場は、引き続き拡大しており成長を続けています。動画に限らず、定額制の見放題・読み放題といったサービスが定着しつつあります。特に大手メジャー配信事業者はオリジナルコンテンツを制作、配信するなどの取り組みを行うことで差別化を図っています。アニメーション制作事業者にとって大きな収入が見込める外資系配信プラットフォームの台頭は、アニメーションの新たなウィンドウとして注目されています。

2018年のアニメーション市場規模は劇映画市場が引き続き健闘しているため、市場が大きく変化することはないと考えられます。しかしユーザーの視聴形態はライフスタイルの多様化に伴い変化を続けています。アニメ産業はテレビ放送のみではなく、劇場での先行上映やオンラインでの先行配信を行うなど、多様化が今後も進むでしょう。

### <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: 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、上記担当へ連絡をお願いいたします。