

第1章

日本のアニメ・マンガを取り巻く状況

第1章 日本のアニメ・マンガを取り巻く状況

日本におけるアニメとマンガは、戦前にはそれぞれのジャンルを確立した。そして今日、「アニメ」といえばディズニー作品や各国のアニメーションと区別して日本アニメのことを指し、「マンガ」といえばアメリカのコミックやフランスのバンド・デシネと区別して日本マンガのことを指すような状況、そして本報告書のテーマである、日本のアニメ・マンガを本場で体験するための観光誘客が成立するための基礎が築かれたのは昭和30年代からである。

日本のアニメ・マンガは、4つの特徴がある。まず第1には、マンガ家－マンガ出版社－アニメプロダクション－テレビ局は、アニメ・マンガビジネスでのパートナーとなり、アニメとマンガが深い関係で結ばれていることである。第2には、当初は子供向けであったアニメ・マンガのファン層が、大人にまで広がり、幼児、少年、少女、青年、ビジネスマン、レディス、主婦など、細分化されたターゲット設定の作品やメディアが登場していることである。第3には、出版、テレビ、映画、映像ソフトなどの多メディアでの展開と、キャラクター商品等によるライセンス・ビジネス、海外展開などにより、多様な収益を生むビジネスとなっていることである。第4には、アニメ・マンガの熱狂的なファンである「オタク」の登場とともに、マンガ同人誌即売イベントの「コミックマーケット」、アニメ・マンガのキャラクターに扮装する「コスプレ」など、新たな文化がつけられていることである。さらに、アニメ・マンガの熱狂的なファンは、アニメ・マンガ関連の映像ソフト、音楽ソフト、キャラクターグッズなどをコレクションするという消費文化を形成し、これに向けた商品展開が日本のアニメ・マンガの特徴になっている。

海外で「アニメ」といえばディズニー作品や各国のアニメーションと区別して日本アニメのことをさすように、多くのアニメが海外で放送されるとともに、映画が公開され、DVDも発売されている。同じく海外で「マンガ」といえば、日本のマンガのことをさす世界共通語になっている。こうした認知を得るほど世界各国での日本マンガの人気はこの10年来盛んで、日本マンガの海外での翻訳出版も増えた。また、「左とじ」から「右とじ」への変化など、有史以来横文字を左から右へ読み進める「左とじ」の本でのみ読んできた欧米において、ひとつの文化革命ともいえる現象である。

日本のアニメ・マンガは、国内だけでなく海外にも大きな文化的転換を与えようとしているといえる。

1 1 . 日本のアニメ・マンガ文化発展の経緯

(1) 歴史

12-13 世紀（平安時代末期～鎌倉時代初期）の作とされる『鳥獣人物戯画（鳥獣戯画）』は、その描写と風刺性から日本マンガの原点とも言われており、作者と伝えられる鳥羽僧正覚猷の名は江戸期に登場する戯画「鳥羽絵」の語源となった。当時は他にも数々の絵巻物の名作が生み出されたが、それらの肉筆絵巻はごく限られた人々が楽しむに過ぎなかった。

享保年間（18 世紀初頭）、版画技術の発達と町人文化の隆盛により戯画が商品として流通するようになり、葛飾北斎による『北斎漫画』等の戯画本や、浮世絵の一分野としての戯画・風刺画が数多く生み出された。それらの中には、現代のマンガに通じる表現も見られる。

江戸末期以降、西洋の風刺漫画に影響を受けた風刺漫画雑誌の出版が始まった。これらは近代的印刷技術の普及により広く民衆の中に広がっていき、社会的影響力も増した。大正期以降には現代マンガと共通する表現手法が定着し始めるが、第二次世界大戦中の物資不足と情報規制により、マンガは一時的な衰退を余儀なくされる。

戦後になると手塚治虫をはじめとする多くのマンガ家が、赤本（駄菓子屋等で販売された廉価なマンガ本）や貸本といった媒体で作品を次々と発表した。その後 1959 年に『週刊少年マガジン（講談社）』、『週刊少年サンデー（小学館）』が同時に創刊され、連載マンガのしくみが確立された。現在ではマンガは児童向けのみならず少女マンガ、青年マンガなどの様々なジャンルがあり、内容も多岐にわたっている。

一方、20 世紀初頭に欧米で制作が始まったアニメーションは、明治 40 年代に日本に紹介されるようになり、1916-17 年には国産アニメーションの制作が始まった。第二次世界大戦中は戦意高揚を目的とする作品が制作され、しばしば膨大な予算が投入されたため、結果として技術の向上がなされた。

戦後、大小いくつかのプロダクションにより再開されたアニメーション制作は、1956 年の東映動画（現東映アニメーション）、1962 年の虫プロダクションの設立により大きな発展を遂げる。

東映動画は 1958 年に日本初の劇場長編作品『白蛇伝』を発表し、その後も年 1 作のペースで長編作品を制作した。手塚治虫により設立された虫プロダクションは、1963 年からテレビアニメ『鉄腕アトム』の制作を開始した。これは毎週 1 回 30 分の連続放送アニメという世界にも例のない方式で、制作時間の制約というハンデを逆手にとって、今日の日本アニメの特徴ともいえる様々な見せ方の工夫がなされた。

これら二つのプロダクションからは宮崎駿や富野由悠季など、その後のアニメ界をリードする人材が多く輩出された。

(2) 日本のアニメ・マンガの関係

前述のとおり、日本におけるアニメとマンガは、戦前にはそれぞれのジャンルを確立した。そして今日世界的に、「アニメ」といえばディズニー作品や各国のアニメーションと区別して日本アニメのことを指し、「マンガ」といえばアメリカのコミックやフランスのバンド・デシネ*1と区別して日本マンガのことを指すような状況、そして本報告書のテーマである、日本のアニメ・マンガを本場で体験するための観光誘客が成立するための基礎が築かれたのは1960年代からである。

日本のアニメ・マンガの第一の大きな特徴として、両者が深い関係で結ばれていることが挙げられる。最初期のテレビアニメから、少年雑誌連載マンガのアニメ化、またはテレビアニメの雑誌連載マンガ化が図られている。当時すでに日本を代表する人気マンガ家になっていた手塚治虫が自ら虫プロダクションを興したのも、マンガ業界とアニメ業界を接近させる要因となった。

このように、マンガ家－マンガ出版社－アニメプロダクション－テレビ局は、アニメ・マンガビジネスでのパートナーとなり、現在でもマンガを原作とするアニメが全体の60%以上といわれ、アニメがオリジナルの作品もマンガ化されることが多い。

図表1 - 1 1963年放送のテレビアニメ

| テレビアニメ(1963年) | | | | | |
|---------------|-------|--|---------------|--------|------------|
| 放送年月 | 作品名 | 作者名 | 掲載誌 | 放送局 | 制作会社 |
| 昭和38年 1月 | 鉄腕アトム | 手塚治虫 | 少年(光文社) | フジテレビ系 | 虫プロ |
| 10月 | 鉄人28号 | 横山光輝 | 少年(光文社) | 日本テレビ系 | TCJ(現エイケン) |
| 11月 | エイトマン | 作画:桑田二郎 原作:平井和正 | 週刊少年マガジン(講談社) | TBS系 | TCJ(現エイケン) |
| 11月 | 狼少年ケン | 漫画:伊東章夫 原作:大野寛夫 (=月岡貞夫) 演出:月岡貞夫、高畑勲、他 | ぼくら(講談社) | テレビ朝日系 | 東映動画 |

資料：ヒューマンメディア調査

(3) 幅広い年齢層に対して細分化した国内市場

日本のアニメ・マンガの第二の大きな特徴として、当初は子供向けであったアニメ・マンガのファン層が、大人にまで広がり、幼児、少年、少女、青年、ビジネスマン、レディス、主婦など、細分化されたターゲット設定の作品やメディアが登場していることが挙げられる。

1960年代以前から貸本*2や成人マンガ誌など大人を読者とするマンガも存在していたが、1960年代は小中学生の読者をマスメディアとして普及した少年漫画誌は、1960年代後半から大学生にまで購読されるようになり、マンガ読者の高年齢層への普及が進んだ。

これを受けて、次の表のようにマンガ出版社は『週刊少年ジャンプ（集英社 1968-）』『週刊少年チャンピオン（秋田書店 1969-）』のような少年誌に加え、『漫画アクション（双葉社 1967-）』『プレイコミック（秋田書店 1968-）』『ビッグコミック（小学館 1968-）』から『モーニング（講談社 1982-）』までのような青年誌を相次いで創刊、サラリーマン誌『ビジネスジャンプ（集英社 1985-）』のようにターゲットを細分化したものも現れた。また、1970年代から吾妻ひでお、内山亜紀等による現在の「萌え」の原型とされる作品も現れた。

女性向けにも『少女フレンド（講談社 1962-1995）』『マーガレット（集英社 1963-）』『少女コミック（小学館 1968-）』『プリンセス（秋田書店 1974-）』のような少女誌に加え、1970年代から1980年代に女性誌が創刊され、さらにテーマで細分化された雑誌が発行されている。

アニメでは、1970年代に『宇宙戦艦ヤマト』『銀河鉄道999』『機動戦士ガンダム』など、テレビアニメからマンガ、映画、音楽、キャラクター商品などの多様な展開を目指す作品が現れ、声優ファンなどオタク^{※3}的ファンの登場のきっかけとなった。これらファンは、現在30歳代から、40歳代となっているが、引き続きアニメ・マンガのキャラクター商品を愛好するものも多く、4,000億円市場といわれるオタク的消費やコレクションの拡大を担っている。

図表 1 - 2 主なマンガ雑誌

| 対象 | タイトル | 出版社 | 出版年 |
|-------------------|------------------|-------------|----------|
| 男子児童向け漫画誌 | 月刊コロコロコミック | 小学館 | 1977- |
| | コミックボンボン | 講談社 | 1981- |
| | 月刊プレコミックブンブン | ポプラ社 | 2003- |
| 少年漫画誌・週刊誌およびその派生誌 | 週刊少年サンデー | 小学館 | 1959- |
| | 週刊少年マガジン | 講談社 | 1959- |
| | マガジンGREAT | 講談社 | 1993- |
| | 週刊少年ジャンプ | 集英社 | 1968- |
| | 週刊少年チャンピオン | 秋田書店 | 1969- |
| | チャンピオンREDいちご | 秋田書店 | 2006- |
| 少年漫画誌・月刊誌 | 月刊少年ガンガン | スクウェア・エニックス | 1991- |
| | 月刊少年エース | 角川書店 | 1994- |
| | 月刊少年シリウス | 講談社 | 2005- |
| | 月刊少年ファンク | リイド社 | 2006- |
| 青年向け漫画誌 | 週刊ヤングジャンプ | 集英社 | 1979- |
| | スーパージャンプ | 集英社 | 1986- |
| | 週刊ヤングマガジン | 講談社 | 1980- |
| | 週刊ヤングサンデー | 小学館 | 1987- |
| | ヤングキング | 少年画報 | 1987- |
| | ヤングチャンピオン | ヤングチャンピオン | 1988- |
| | ヤングアニマル | 白泉社 | 1992- |
| | ヤングガンガン | スクウェア・エニックス | 2004- |
| 男性(社会人)向け漫画誌 | 週刊漫画TIMES | 芳文社 | 1956- |
| | 週刊漫画サンデー | 実業之日本社 | 1959- |
| | 漫画アクション | 双葉社 | 1967- |
| | 週刊漫画ゴラク | 日本文芸社 | 1967- |
| | プレイコミック | 秋田書店 | 1968- |
| | ビッグコミック | 小学館 | 1968- |
| | モーニング | 講談社 | 1982- |
| | ビジネスジャンプ | 集英社 | 1985- |
| 週刊コミックバンチ | 新潮社 | 2001- | |
| 少女漫画誌・女子児童向け漫画誌 | なかよし | 講談社 | 1954- |
| | りぼん | 集英社 | 1955- |
| | ちゃお | 小学館 | 1977- |
| 少女漫画誌・中高生向け一般 | マーガレット | 集英社 | 1963- |
| | 別冊フレンド | 講談社 | 1965- |
| | 少女コミック | 小学館 | 1968- |
| | プリンセス | 秋田書店 | 1974- |
| | 花とゆめ | 白泉社 | 1974- |
| | LaLa | 白泉社 | 1976- |
| | デザート | 講談社 | 1997- |
| | Cookie | 集英社 | 2000- |
| ChuChu | 小学館 | 2005- | |
| 少女漫画誌・多少マニアックもの | 月刊ウィングス | 新書館 | 1982- |
| | 月刊Asuka | 角川書店 | 1985- |
| | ネムキ | 朝日ソノラマ | 1996- |
| | 夢幻館 | 朝日ソノラマ | 2004- |
| | comic SYLPH | メディアワークス | 2006- 季刊 |
| 少女漫画誌・やや対象年齢の高いもの | flowers(旧プチフラワー) | 小学館 | 1980- |
| | コーラス | 集英社 | 1994- |
| | MELODY | 白泉社 | 1996- |
| 女性向け漫画誌 | プチコミック | 小学館 | 1977- |
| | YOU | 集英社 | 1980- |
| | BE・LOVE | 講談社 | 1980- |
| | Silky | 白泉社 | 1985- |
| | Judy | 小学館 | 1985- |
| | FEEL YOUNG | 祥伝社 | 1989- |
| | Kiss | 講談社 | 1992- |
| ボーイズラブ誌 | Ciel | 角川書店 | |
| | ディアブラス | 新書館 | |
| ティーンズラブ誌 | 上級恋愛ミント | 近代映画社 | |
| | 絶対恋愛Sweet | 笠倉出版社 | |
| | 恋愛天国(れんあいパラダイス) | 竹書房 | |
| | 無敵恋愛S-girl | ぶんか社 | |
| レディースコミック誌 | 恋愛熱情(ラブパッション) | 一水社 | |
| | 恋愛白書バステル | 宙出版 | |

資料：「出版年表指標 2006」（出版科学研究所）をもとに作成

(4) 多メディア展開とキャラクター商品、アミューズメント等関連市場

日本のアニメとマンガを深く結び付けている第三の特徴として、出版、テレビ、映画、映像ソフトなどの多メディアでの展開と、キャラクター商品等によるライセンス・ビジネス、海外展開などにより、多様な収益を生むビジネスとなっていることが挙げられる。

1963年にテレビアニメが開始された当初から、玩具、おまけつきなどの子供向け菓子のメーカーが広告スポンサーとなり、キャラクター商品の発売によって子供たちの消費意欲をかきたて販売を促進する商法が行われてきた。

現在では、アニメの映像ソフトメーカーを兼業する玩具メーカーもあり、おまけつきの菓子は食玩とよばれてフィギュアという商品ジャンルを確立するようになっている。1983年に家庭用ゲーム機が発売されると、マンガ、アニメに、ゲームを加えたメディア展開が行われるようになり、「ポケットモンスター（以下ポケモン）」は1996年のデビューから9年間に、全世界で3兆円を稼ぎ出すキャラクターとなった。

アニメ・マンガのキャラクターは、ファッション、携帯電話のコンテンツなどに利用されるほか、レジャー部門であるゲームセンターのアミューズメントマシンや、パチンコにも起用され、キャラクターショーといったイベントも盛んに行われている。しかし観光誘客の目玉となるテーマパーク展開は、残念ながら国内でも弱いといわざるを得ない。これらについては1-3. で更に詳しく触れる。

(5) ファンがつくるコミケ、コスプレなどの文化

日本のアニメ・マンガの第四の特徴として、ファンが独自につくり上げた文化がある。

70年代に登場したオタクと呼ばれるアニメ・マンガの熱狂的なファンは、アニメ・マンガ関連の映像ソフト、音楽ソフト、キャラクターグッズなどをコレクションするという消費文化を形成し、これに向けた商品展開が日本のアニメ・マンガの特徴になっている。

またマンガでは、自ら作品を描くファンが同人誌^{※4} 即売会イベントを全国で行うようになっている。この代表格の『コミケ』は1975年に始まり、現在では1日15万人以上を集めて夏3日、冬2日開催される世界最大の有料屋内イベントであり、世界中で行われるようになったマンガ同人誌イベントの頂点である。

コスプレは、マンガ・アニメファンがキャラクターに扮装するもので、日本から発生し、世界のファンの間でイベントが行われている。2003年からは名古屋を世界会場として「世界コスプレ・サミット」が行われている。これらについては1-4. で更に詳しく触れる。

※1 バンド・デシネ…フランス、ベルギーを中心とした地域のマンガ。フルカラーの作品が多く、各国のマンガや芸術作品に影響を与えている。「タンタン」は代表的な作品

※2 貸本…「貸本屋」と呼ばれる店舗で、貸し出されていた小説やマンガ単行本、月刊誌。1950年代後半からは一般書店に転向するなど、減少した

※3 オタク…アニメやマンガ、アイドルに没頭する人間を指す言葉

※4 同人誌…同じ好みをもった者同士が資金を出し合って作成した雑誌のこと

1 2 . 日本のアニメ・マンガに関する市場の概況

(1) 日本のマンガの供給・需要の構造

日本のマンガは、雑誌、コミック単行本を合わせて約 **5,000** 億円の市場である。マンガ雑誌は雑誌発行部数の **28%**、売上で **18%**を占め、コミック単行本は書籍出版部数の **73%**、売上で **28%**にも上り、**2005** 年は初めてコミック単行本の売上が雑誌の売上を上回った。

図表 1 - 3 2005 年の出版市場に占めるマンガの割合

| | | 部数 | 売上 |
|----|-----|-----------|----------|
| 雑誌 | マンガ | 8億471万冊 | 2,421億円 |
| | 全体 | 28億7325万冊 | 1兆2767億円 |
| 書籍 | マンガ | 5億4,403万冊 | 2,602億円 |
| | 全体 | 7億3,944万冊 | 9,197億円 |

資料：「出版年表指標 2006」（出版科学研究所）をもとに作成

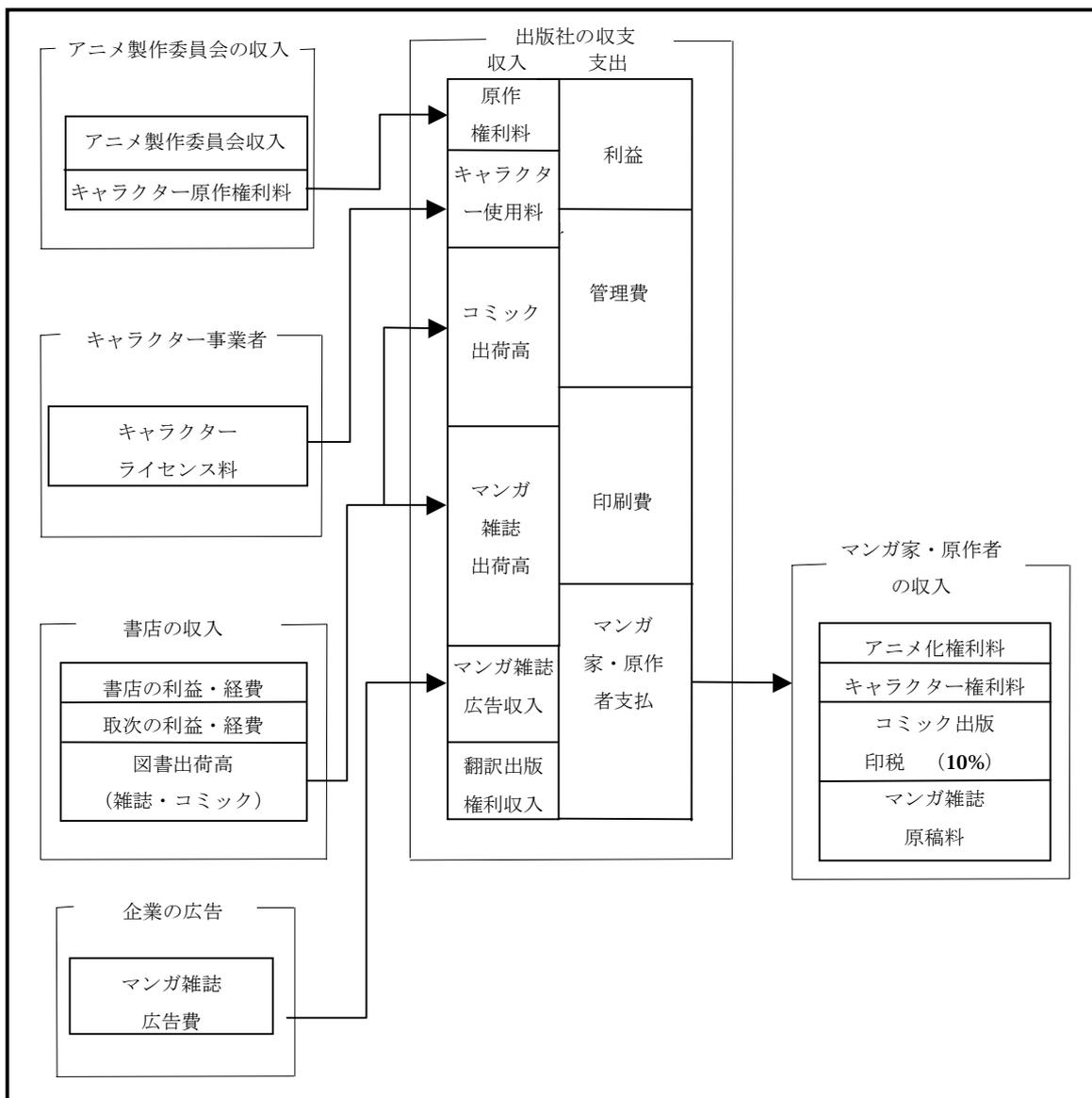
これらのマンガは、**4,000** 人といわれるマンガ家が発表している。発表の場は、大手 **10** 社を中心として出版されるマンガ雑誌である。これらのマンガ雑誌は、子供から大人まで幅広い年齢層に親しまれており、幼児、少年、少女、青年、レディス、成人男性、成人女性、サラリーマンなど対象も細分化されている。マンガのテーマも時代ものや学園ものに加え、基やクラシックなど多様で、社会的ブームを巻き起こすことすらある。

マンガ雑誌で連載されて人気となった作品は、コミックとして単行本化される。人気のマンガ作品はアニメ化されてテレビ放送され、番組の **DVD** 化、さらに映画化を経てテレビ放送や **DVD** 化で二次利用されるというのがヒット作品のコースである。

新人のマンガ家はマンガ雑誌連載時にはごくわずかの原稿料を受け取るのみで、コミック単行本になって初めて印税収入が得られる。また、アニメ化や映画化などや、次項で述べるキャラクター商品化にあたっては、出版社がマンガ家のエージェントとなり、権利利用の収入を得てマンガ家に分配する。映画やテレビ用アニメをつくる際には、映画配給会社や映像ソフト販売会社で構成され、共同で制作費を出資する製作委員会方式がとられることが多く、出版社も参加する場合がある。

マンガ雑誌の発行部数は、『少年ジャンプ』がピーク時で **300** 万部以上だったが **2005** 年にこれを下回り、他は『週刊少年マガジン』**230** 万部、『週刊少年サンデー』**105** 万部で、その他各誌 **100** 万部前後かそれ以下である。一方 **2005** 年のコミック単行本発行部数は、『ワンピース』第 **40** 巻 **214** 万部、『ナルト』第 **31** 巻 **162** 万部、『NANA』第 **14** 巻 **230** 万部、『バガボンド』第 **21** 巻 **145** 万部、『のだめカンタービレ』第 **13** 巻 **59** 万部等で、ヒット作のシリーズ全体の年間販売部数一千万部、累計で数千万～一億部以上の作品もある。これら数字よりマンガの一般ファンは少年 **200** 万人、女性 **50** 万人、青年・成人男子 **50** 万人程度で、特定のコミック単行本を全巻集めるようなマニア層は数十万人程度と推測される。

図表 1 - 4 マンガのビジネス構造図



資料：「コンテンツビジネス業界がわかる」（ヒューマンメディア編）をもとに作成

(2) 日本のアニメの供給・需要の構造

日本のアニメの **60%**がマンガを原作にしているといわれるほど、両者の関係は深い。現在、毎週 **80** 作品ほどのアニメがシリーズ放映されているが、マンガで人気となった作品がアニメ化されテレビで放送され、また逆にテレビアニメのオリジナル作品がマンガ化されて雑誌連載され、番組を **DVD** 化、さらに映画化されてテレビ放送や **DVD** 化で二次利用されている。日本のアニメ業界が、テレビ、映画、**DVD**、インターネットなどのメディアから得る収益は年間約 **2,500** 億円。これに加え、海外からの収入約 **200** 億円、キャラクター商品化のライセンス収入約 **220** 億円などがある。

図表 1 - 5 2005 年のアニメ市場

| | 単位：億円 |
|---------------------|-------|
| 日本アニメ映像ソフト売上 ※1 | 971 |
| アニメ番組広告収入 ※2 | 800 |
| アニメ映像配信 ※3 | 26 |
| アニメ邦画興行収入(TOP20) ※4 | 274 |
| 合計 | 2,071 |

資料：※1…「2005年ビデオソフトのジャンル別売上」（日本映像ソフト協会資料）、
 ※2, 3…「コンテンツビジネス業界がわかる」（ヒューマンメディア）、
 ※4…「2005年興行収入10億円以上番組」（日本映画制作社）より推計

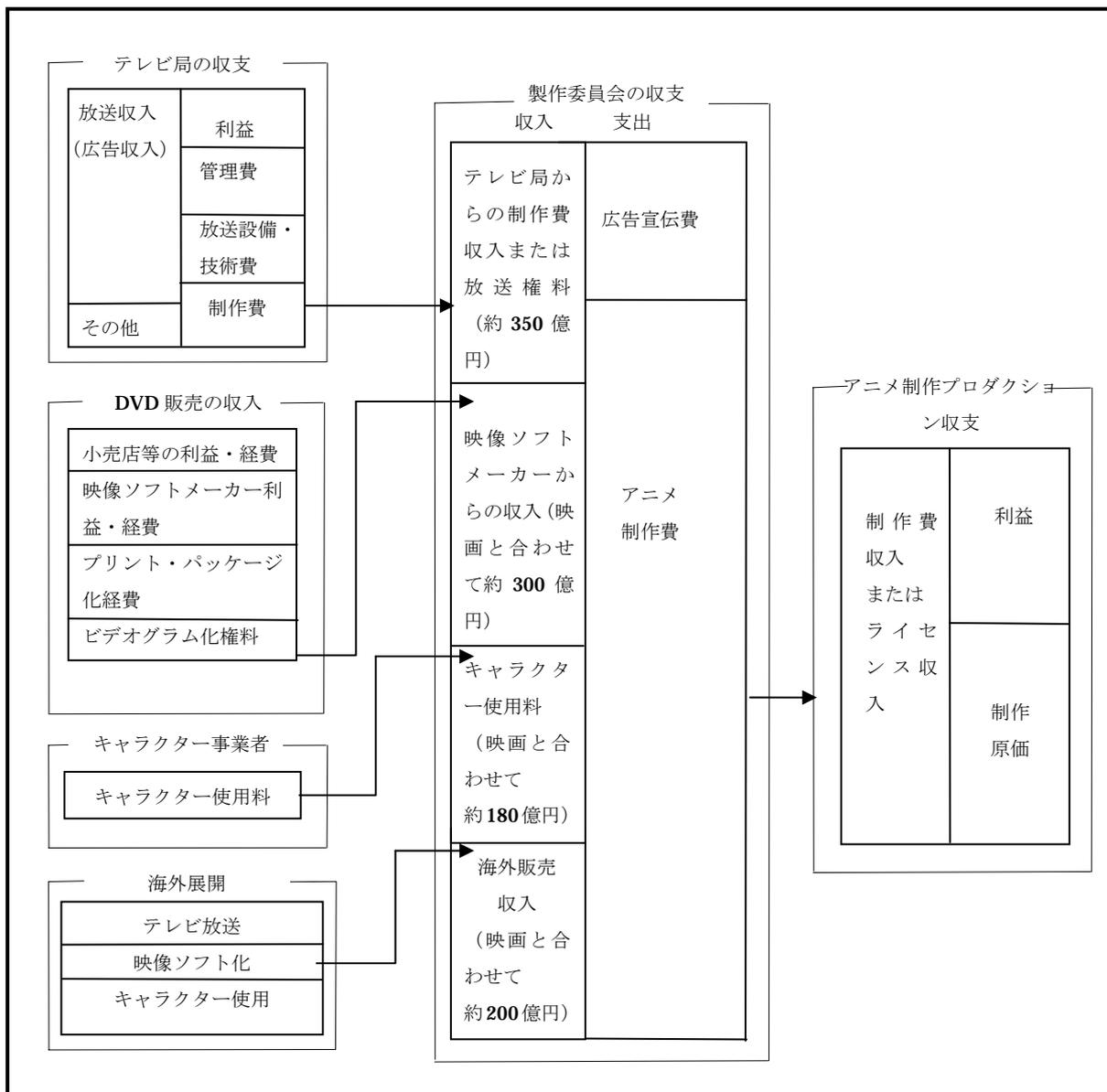
映画、テレビ、DVD、そしてインターネット配信と、1つの映像作品をさまざまなメディアで利用することをマルチウィンドウ展開という。現在の映像産業はスクリーン以外から収益を得るこの展開に負うところが大きく、2005年の邦画の市場規模は2,162億円だが、映画上映で得られる収入は817億8,000万円に過ぎない。さらにこの邦画の市場はアニメを含めたものなので、それを除いた実写映画だけの市場を算出すると544億円程度で、アニメの方がずっと大きな産業となっている。一方、地上波テレビ局の収入は年間約2兆2,093億円もあり、このほんの一部がテレビアニメの制作費にあてられているのだが、テレビアニメに対するテレビ局の支配力は大きい。最近では、テレビ局とアニメ制作プロダクション、映画配給会社、映像ソフトメーカー、玩具メーカーなどが、製作委員会を組み共同でビジネスを行うことも多い。

アニメを製作してテレビ局や映画会社に納めているプロダクションは約40社、この下でアニメ制作の一部分を担っているプロダクションは250社から400社程度である。アニメの監督は約500人、宮崎駿監督のスタジオジブリや、手塚治虫のマンガ・アニメをマネージメントする手塚プロダクションなどが知られているが、プロダクションには所属せず、フリーランスとして活動するアニメの監督やシナリオ作家も多い。最近では、手描き作業に頼らざるを得ない動画の工程は、多くのプロダクションが韓国、中国、アジア各国の下請けに発注している。

主なアニメ映画の観客動員は、『千と千尋の神隠し』2,350万人（2001年）、『ハウルの動く城』1,500万人（2005年）、『ポケモン』650万人（1998年）、『クレヨンしんちゃん』（第13作）117万人（2005年）である。またDVDの売上では、『風の谷のナウシカ』45.5万本、『イノセンス』13.7万本となっている。

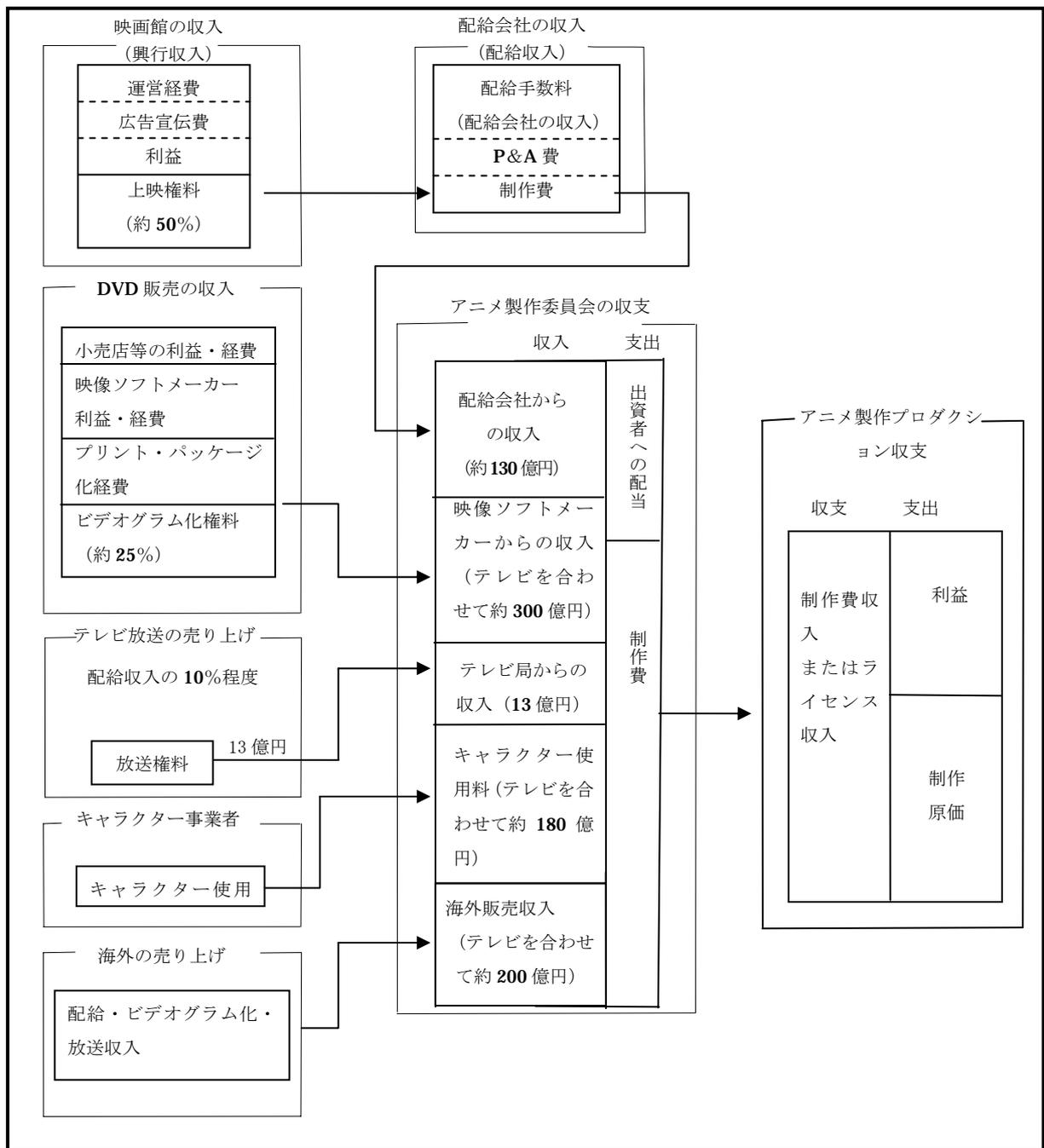
これらのことから、子供向けアニメのファン層は数百万人程度、青年向けのアニメのマニアックなファン層は数十万人程度と推計される。

図表 1 - 6 アニメのビジネス構造図 (テレビ・アニメ番組の収支)



資料:「コンテンツビジネス業界がわかる」(ヒューマンメディア編)をもとに作成

図表 1 - 7 アニメのビジネス構造図 (アニメ映画の収支)



資料: 「コンテンツビジネス業界がわかる」(ヒューマンメディア編) をもとに作成

図表 1 - 8 2003～2005 年のアニメ映画興行収入・アニメ DVD 売上枚数ベスト 10

アニメ映画興行収入ベスト10

| 順位 | タイトル名 | 興行収入(億円) | 公開年 |
|----|--|----------|-------|
| 1 | ハウルの動く城 | 169 | 2005年 |
| 2 | ポケットモンスター アドバンスジェネレーション～ / 他 | 45 | 2003年 |
| 3 | ポケットモンスター アドバンスジェネレーション 裂空の訪問者 / 他 | 44 | 2004年 |
| 4 | 劇場版ポケットモンスター アドバンスジェネレーション ミュウと波導の勇者ルカリオ | 43 | 2005年 |
| 5 | 名探偵コナン 迷宮の十字路 | 32 | 2003年 |
| 6 | ドラえもん のび太のワンニャン時空伝 / 他 | 30 | 2004年 |
| 7 | 名探偵コナン 銀翼の奇術師 | 28 | 2004年 |
| 8 | ドラえもん のび太とふしぎ風使い / 他 | 25 | 2003年 |
| 9 | 名探偵コナン 水平線の陰謀 | 22 | 2005年 |
| 10 | ワンピース THE MOVIE デッドエンドの冒険 | 20 | 2003年 |

出典：キネマ旬報 2003～2005 年 2 月号決算号

アニメDVD売上枚数ベスト10

| 順位 | タイトル名 | 売上枚数(枚) | 発売年度 |
|----|------------------------|-----------|----------------------|
| 1 | 千と千尋の神隠し | 2,174,481 | 2002・2003年度 |
| 2 | 風の谷のナウシカ | 454,617 | 2004年度 |
| 3 | 天空の城ラピュタ | 436,773 | 2002・2003・ 2004年度 |
| 4 | 猫の恩返し / ギブリーズ episode2 | 221,820 | 2003年度 |
| 5 | となりのトトロ | 192,114 | 2003・2004年度 |
| 6 | もののけ姫 | 160,170 | 2002年度 |
| 7 | イノセンス スタンダード版 | 136,770 | 2004年度 |
| 8 | 機動戦士ガンダムSEED13 | 86,128 | 2004年度 |
| 9 | 機動戦士ガンダムSEED1 | 71,081 | 2203年度 |
| 10 | 鋼の錬金術師vol.1 | 64,992 | 2004年度 |

出典：オリコン年鑑 2003～2005 年

1 3 . 国内のアニメ・マンガ関連市場

国内のマンガ **5,000** 億円、アニメ **2,500** 億円の市場に対し、**2005** 年のキャラクター商品の小売市場規模は **1 兆 6,100** 億円である。**1999** 年がピークで **2 兆 700** 億円に達した後、毎年 **1 兆 6,000** 億円台を保っている。

商品化されるキャラクターでは「くまのプーさん」、「ミッキーマウス」、「ミッフィー」など舶来のキャラクターも強いが、「ハローキティ」を除き、人気上位のキャラクターは「それいけ！アンパンマン」、「ポケモン」、「ふたりはプリキュア」などマンガ、アニメのキャラクターである。

商品別収入では、アパレル（ファッション）、パチンコ、玩具、携帯待ち受け画面、食品、アミューズメントの順になっている。

1960 年代のテレビアニメ開始以来、マンガ、アニメのキャラクターは、衣類やおもちゃ、おまけつき菓子、文房具など子供向けの商品化が行われてきた。しかし、家庭用ゲームが普及し、マンガファンがコミケに集まり、アニメファンがコスプレに興ずるようになったころから、様相が変わってきている。

1983 年に家庭用ゲーム機が発売されると、アニメ・マンガはゲームとも深い関係を持つようになり、代表的なタイトルの『ポケモン』は、**1996** 年の商品化以来 **9** 年間で、ゲームソフト、マンガ、テレビアニメ、アニメ映画、カードゲーム、そのほかのキャラクター商品となり、世界 **3 兆** 円の売上を達成した。

日本の携帯のユーザーが作り出した着信メロディ、着うたといった音楽文化は、世界に先駆ける独自のものであり、ここでもアニメのテーマ曲が人気となっている。また携帯では、独自の記号や絵文字のメールでコミュニケーションを取るようになっており、これらの要素を取り込んだ「デコメ」（※デコレーションメール）が商業化されている。こうした場面でもキャラクターが多用されている状況である。

またアニメ、マンガ、アイドルなどのマニアである、秋葉原に集まる「**A** ボーイ」をはじめ、大人になったオタクたちの消費は、**4,000** 億円の市場になるといわれる。「萌え」といわれる美少女コンテンツへのこだわりや、美少女に限らず、「機動戦士ガンダム」などのアニメのヒーローから、妖怪、兵器などまで、幅広いフィギュアのコレクターのニーズにこたえ、マニア独自のキャラクター商品を生んでいる。

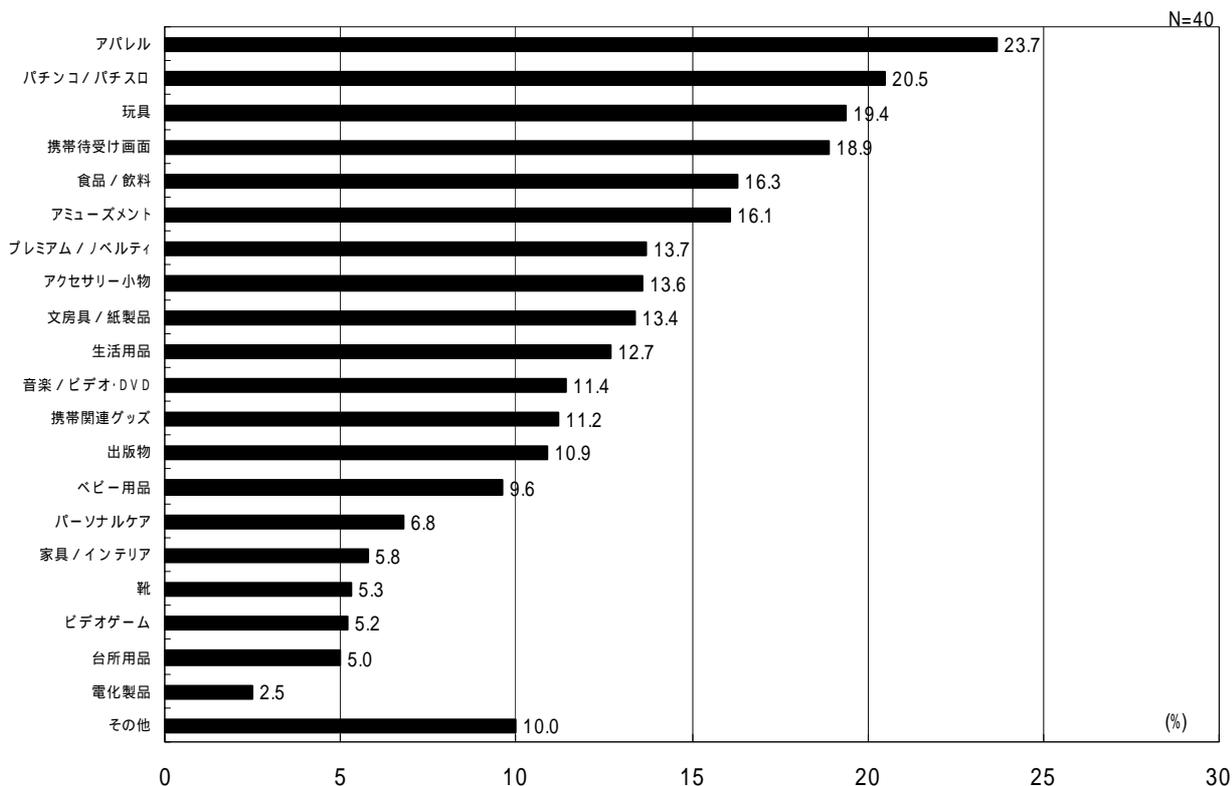
図表 1 - 9 2005 年の人気キャラクターランキング

2005年 人気キャラクターランキングBEST100 (全体)

| 順位 | キャラクター名 | シェア | 順位 | キャラクター名 | シェア |
|----|----------------------|-------|-----|---------------------|-------|
| 1 | くまのプーさん | 6.72% | 51 | ファインディング・ニモ | 0.33% |
| 2 | ハローキティ | 6.09% | 52 | いないいないばあっ! | 0.32% |
| 3 | ミッキー・マウス | 5.06% | 53 | チップ&デール | 0.32% |
| 4 | それいけ! アンパンマン | 4.89% | 54 | ピングー | 0.29% |
| 5 | ポケットモンスター | 4.05% | 55 | 特捜戦隊デカレンジャー | 0.29% |
| 6 | ふたりはプリキュアシリーズ | 3.52% | 56 | しましまとらのしまじろう | 0.28% |
| 7 | ミッフィー | 2.56% | 57 | お茶犬 | 0.28% |
| 8 | リラックマ | 2.51% | 58 | マイメロディ | 0.27% |
| 9 | 魔法戦隊マジレンジャー | 2.49% | 59 | ドラゴンクエストシリーズ | 0.27% |
| 10 | ガンダムシリーズ | 2.43% | 60 | ZOIDS - ゾイド - シリーズ | 0.26% |
| 11 | スヌーピー(ピーナッツ) | 2.35% | 61 | 魔法先生ネギま! | 0.25% |
| 12 | 甲虫王者ムシキング | 2.30% | 62 | ロックマンシリーズ | 0.25% |
| 13 | シナモロール | 2.29% | 63 | りかちゃん | 0.24% |
| 14 | きかんしゃトーマスと なかまたち | 2.19% | 64 | デュエル・マスターズ | 0.23% |
| 15 | たまごっち | 1.93% | 65 | ぐ〜チョコランタン | 0.22% |
| 16 | NARUTO - ナルト - | 1.58% | 66 | ファイナルファンタジー シリーズ | 0.22% |
| 17 | ドラえもん | 1.55% | 67 | でこぼこフレンズ | 0.21% |
| 18 | ドラゴンボールシリーズ | 1.44% | 68 | ウルトラマンネクサス | 0.21% |
| 19 | ミニーマウス | 1.22% | 69 | Mr.インクレディブル | 0.21% |
| 20 | おしゃれキャットマリー | 1.20% | 70 | ビーダマンシリーズ | 0.20% |
| 21 | U・S・A・H・A・N・A | 1.16% | 71 | バーバパパ | 0.19% |
| 22 | スター・ウォーズ | 1.12% | 72 | トミカ | 0.18% |
| 23 | 仮面ライダー響鬼 | 0.91% | 73 | ムーミン | 0.18% |
| 24 | ウルトラマンシリーズ | 0.88% | 74 | ハリリー・ポッター | 0.17% |
| 25 | ディズニープリンセス | 0.86% | 75 | 名探偵コナン | 0.17% |
| 26 | ワンピース | 0.77% | 76 | 仮面ライダー剣 | 0.16% |
| 27 | 遊戯王 | 0.76% | 77 | マザー・ゲースの森シリーズ | 0.16% |
| 28 | オシャレ魔女ラブandベリー | 0.76% | 78 | キングダムハーツ | 0.15% |
| 29 | スーパーマリオブラザーズ | 0.73% | 79 | かいけつゾロリ | 0.15% |
| 30 | となりのトトロ | 0.69% | 80 | ハウルの動く城 | 0.15% |
| 31 | 鋼の錬金術師 | 0.67% | 81 | チャーミーミティ | 0.14% |
| 32 | リロ&ステッチ | 0.64% | 82 | ティンカーベル | 0.14% |
| 33 | 機動戦士ガンダム SEEDシリーズ | 0.60% | 83 | どこでもいっしょ | 0.14% |
| 34 | ANGEL BLUE | 0.59% | 84 | トランスフォーマーシリーズ | 0.14% |
| 35 | SHINKANSEN(サンリオ) | 0.58% | 85 | ジャビット(読売巨人軍) | 0.14% |
| 36 | ナイトメア・ピフォア ・クリスマス | 0.58% | 86 | ちぎギャラリー | 0.14% |
| 37 | ケロロ軍曹 | 0.55% | 87 | 海物語 | 0.13% |
| 38 | セサミストリート | 0.48% | 88 | Pom Ponette | 0.13% |
| 39 | アリエル(リトルマーメイド) | 0.47% | 89 | 北斗の拳 | 0.13% |
| 40 | ドナルドダック | 0.44% | 90 | サクラ大戦シリーズ | 0.13% |
| 41 | mezzo piano | 0.43% | 91 | ブラック・ジャック | 0.13% |
| 42 | 金色のガッシュベル!! | 0.42% | 92 | AIR | 0.13% |
| 43 | トイ・ストーリー | 0.42% | 93 | ウルトラマンマックス | 0.13% |
| 44 | バズ・ライトイヤー | 0.41% | 94 | スポンジ・ボブ | 0.13% |
| 45 | とっとこハム太郎 | 0.41% | 95 | こちら葛飾区亀有公園前 派出所 | 0.13% |
| 46 | モリゾーとキッコロ | 0.40% | 96 | ビックリマンシリーズ | 0.12% |
| 47 | スパイダーマン | 0.39% | 97 | ゴジラ | 0.12% |
| 48 | テニスの王子様 | 0.38% | 98 | ダンボ | 0.12% |
| 49 | ルパン三世 | 0.36% | 99 | 犬夜叉 | 0.12% |
| 50 | 仮面ライダーシリーズ | 0.35% | 100 | サンダーバード | 0.12% |

出典:「CharaBizDATA2006」(キャラクター・データバンク)

図表 1 10 2005 年のキャラクター商品化の 카테고리別収入



出典：「CharaBizDATA2006」（キャラクター・データバンク）

アニメ・マンガのキャラクターは、ゲームセンターのアミューズメントマシンや、パチンコ・スロットマシンにも起用されている。またキャラクターショーといったイベントも盛んに行われている。しかし観光誘客の目玉となるテーマパーク展開は、残念ながら国内でも弱いといわざるを得ず、各社公表資料を独自推計した「エンタテインメント白書 2005」（ぴあ総合研究所）によると、テーマパーク市場 **6,193 億円**のうち東京ディズニーリゾートが **2,948 億円 (47.6%)**、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンが **997 億円 (16%)** を占めている。日本のアニメ・マンガのキャラクターをテーマにしたテーマパークは日本には存在せず、個別のキャラクターの遊具の設置にとどまっている。アニメ・マンガのキャラクターではないが、日本を代表するキャラクターである『ハローキティ』を起用した「サンリオピューロランド」の年間売上は **59 億円**、手塚治虫の展示施設である「宝塚市立手塚治虫記念館」は **3,300 万円**である。日本のアニメ・マンガを扱う施設は全国にある（図表 1-11）が、集客数や売上から見るときわめて小規模である。

図表 1-12 は、2005～2006 年に日経流通新聞社が東日本遊園地協会、西日本遊園地協会の各社会員企業を対象に調査を行った結果である。売上高は、入園料、施設使用料、飲食・売店などの売上高を合計している（東京ディズニーランドは、パーク外物販売上などを含む）。

図表 1 - 11 日本の主なアニメ・マンガ関連施設

| 施設名 | 運営主体 | 設立年 | 場所 | Webサイト |
|---------------------------|---------------------|-------|----------|---|
| 石ノ森萬画館 | 株式会社街づくりまんぼう | 2001年 | 宮城県 石巻市 | http://www.man-bow.com/manga/ |
| 東京アニメセンター | 日本動画協会 | 2006年 | 東京都 秋葉原 | http://www.animecenter.jp/ |
| 現代マンガ図書館 | 個人運営 (内記稔夫氏) | 1978年 | 東京都 新宿区 | http://www.naiki-collection.jp/ |
| 国際子ども図書館 | 国(国会図書館) | 2000年 | 東京都 上野 | http://www.kodomo.go.jp/index.jsp |
| 長谷川町子美術館 | 財団法人長谷川町子美術館 | 1985年 | 東京都 世田谷区 | http://www.hasegawama-chiko.jp/ |
| 杉並アニメーションミュージアム | 杉並区 日本動画協会 | 2005年 | 東京都 杉並区 | http://www.sam.or.jp/index.php |
| 三鷹の森 ジブリ美術館 | 財団法人徳間記念アニメーション文化財団 | 2001年 | 東京都 三鷹市 | http://www.ghibli-museum.jp/ |
| 川崎市民ミュージアム | 川崎市 | 1988年 | 神奈川県 川崎市 | http://www.kawasaki-museum.jp/ |
| 天野ゲーム博物館 | 個人運営 (天野欽史氏) | | 愛知県 西尾市 | http://amano_museum.at.infoseek.co.jp/ |
| 京都国際漫画ミュージアム | 京都市 京都精華大学 | 2006年 | 京都府 中京区 | http://www.kyotomm.com/ |
| 現代マンガ資料館 | | 1999年 | 大阪府 旭区 | http://www.asahi-net.or.jp/eh4h-krby/ |
| 大阪府立国際児童文学館 | 大阪府 | 1984年 | 大阪府 吹田市 | http://www.iiclo.or.jp/ |
| 宝塚市立手塚治虫記念館 | 宝塚市 | 1994年 | 兵庫県 宝塚市 | http://www.city.takarazuka.hyogo.jp/tezuka/ |
| 水木しげる記念館 | 境港市 | 2003年 | 鳥取県 境港市 | http://www.sakaiminato.net/mizuki/ |
| いがらしゆみこ美術館 | 株式会社明日絵 | 2000年 | 岡山県 倉敷市 | http://www.aska-planning-design.co.jp/museum/museumtop.html |
| 横山隆一記念まんが館 | 高知市文化振興事業団 | 2002年 | 高知県 高知市 | http://www.bunkaplaza.or.jp/mangkan/ |
| やなせたかし記念館 アンパンマンミュージアム | 香美市 | 1996年 | 高知県 香美市 | http://www.anpanman-museum.net/ |

資料：各 Web サイトをもとに作成

図表 1 - 12 2005～2006年の遊園地・テーマパーク売上

| 順位 | 社名 | 本社 | 部門売上高 (百万円) | 前年度比伸 び率(%) | 決算月 |
|----|-------------------------------------|-----|----------------|----------------|-----|
| 1 | オリエンタルランド (東京ディズニーランド、東京ディズニーシー) | 千葉G | 276,281 | 0 | 3 |
| 2 | ユー・エス・ジェイ (ユニバーサル・スタジオ・ジャパン) | 大阪 | 68,267 | 2.6 | 3 |
| 3 | ハウステンボス | 長崎 | 15,800 | 5.4 | 3 |
| 4 | 富士急行 (富士急ハイランド、フジヤマリゾート) | 山梨 | 10,256 | 1.3 | 3 |
| 5 | ファーム | 愛媛G | 9,625 | 9.2 | 4 |
| 6 | サンリオピューロランド | 東京 | 5,950 | 7.3 | 3 |
| 7 | グリーンランドリゾート | 熊本G | 4,263 | 1.8 | 12 |
| 8 | 大阪ウォーターフロント開発(海遊館) | 大阪 | 4,177 | 0.2 | 3 |
| 9 | 京阪電気鉄道(ひらかたパーク) | 大阪 | 3,931 | 12.9 | 3 |
| 10 | 東京ドーム (東京ドームシティアトラクションズ) | 東京 | 3,382 | 0.6 | 1 |
| 11 | 阿蘇ファームランド | 熊本 | 3,337 | 3.5 | 1 |
| 12 | 三井観光開発(鴨川シーワールド) | 東京 | 3,044 | 1.2 | 3 |
| 13 | チボリ・ジャパン(倉敷チボリ公園) | 岡山 | 3,024 | 10.3 | 3 |
| 14 | 香川県観光開発 (ニューレオマワールド) | 香川 | 2,880 | 11.1 | 1 |
| 15 | 東映京都スタジオ(東映太秦映画村) | 京都 | 2,508 | 9.9 | 3 |
| 16 | よみうりランド | 東京 | 2,241 | 2.6 | 3 |
| 17 | ハーモニerland | 大分 | 1,859 | 9.0 | 3 |
| 18 | 遠鉄観光開発(浜名湖バルバル) | 静岡 | 1,781 | 5.8 | 3 |
| 19 | ホウライ(千本松牧場) | 東京 | 1,347 | 4.8 | 9 |
| 20 | むさしの村 (緑の中のファミリーランドむさしの村) | 埼玉 | 1,100 | 0.0 | 3 |
| 21 | 相模湖ピクニックランド | 神奈川 | 844 | 5.7 | 3 |
| 22 | おもちゃ王国(スカイガーデン) | 岡山 | 820 | 6.6 | 2 |
| 23 | 南海電気鉄道(みさき公園) | 大阪 | 819 | 5.3 | 3 |
| 24 | 藤田観光(下田海中水族館) | 東京 | 436 | 0.7 | 12 |
| 25 | 西日本鉄道(香椎花園) | 福岡 | 399 | 23.9 | 3 |
| 26 | 富士観光開発 (富士スバルランド・ドギーパーク) | 山梨 | 250 | 1.6 | 3 |
| 27 | 三島市立公園楽寿園 | 静岡 | 69 | 5.5 | 3 |
| 28 | 宝塚市立手塚治虫記念館 | 兵庫 | 33 | 21.4 | 3 |

出典：日経流通新聞 2006年 11月 15日号

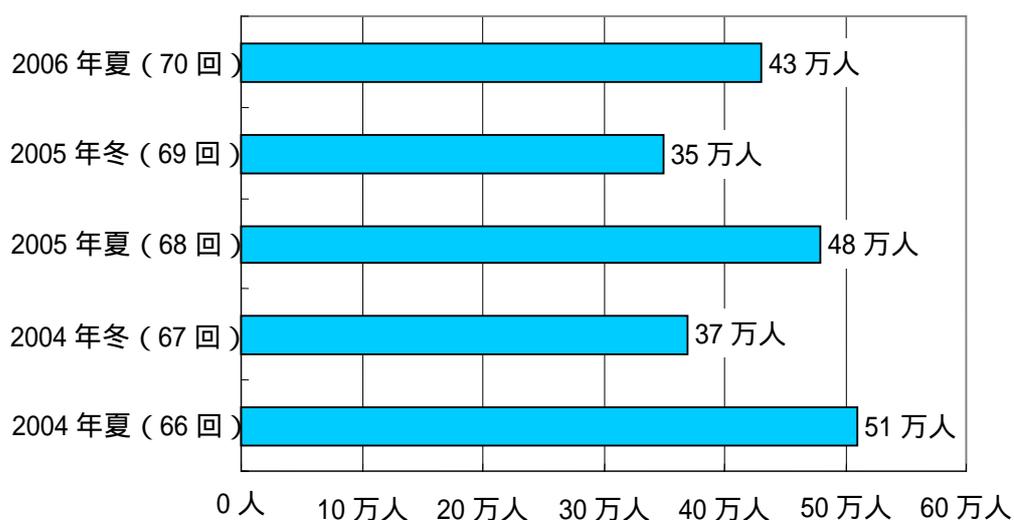
1 4 . 日本アニメ・マンガのファン層がつくったオリジナル文化

日本のオタクと呼ばれるアニメ・マンガのファン、マニアが、アニメ・マンガの出版物やソフト、関連商品のコレクションに熱中し、ひとつの消費文化となっていることは前項で述べた。

さらに、日本のアニメ・マンガのファンは能動的な楽しみを生み出し、これが世界のファンに普及している。マンガ同人誌即売イベント、通称「コミケ」と、「コスプレ」である。「コミケ」「コスプレ」も、日本のアニメ・マンガのファンには共通語となって、海外でも盛んに行われている。

同人とはアマチュアのマンガ作家のことを指し、同人誌とは彼・彼女たちが自費で出版したマンガ本である。1970年代に少数のファンがはじめたこの同人誌の即売会が、今や全国各地で行われるようになっていく。最大の即売会である「コミケ」は1975年に始まり、現在は夏3日冬2日、1日15万人から20万人を集めて開催されている。屋内の有料イベントとしては世界最大の規模である。即売の参加者は一人平均3万円購入するといわれ、「コミケ」だけで年間約250億円、全国では500億円程度の取引がなされていると推定される。このようにマンガ出版社によるマンガ市場に対して、ファンやアマチュアが支えるマーケットが、商業マンガ市場の十分の一にまで大きくなっている。マンガ家の中には、商業出版よりも同人誌の方が収入が多いため、同人誌のみで活動する者もいるといわれる。また同人誌を扱う書店も現れ、即売会以外でも流通するようになっていく。コミケに代表される同人誌のイベントに海外からの参加者もあり、また海外での同人誌の出版や即売会も行われるようになっていく。

図表 1 13 2004～2006年までのコミケ入場者数の推移（夏は3日間、冬は2日間）



出典：コミケット実行委員会公式発表数値

日本のアニメ・マンガファンがはじめた文化として、アニメ・マンガのキャラクターに扮装する「コスプレ」がある。これを愛好するファンのイベントが1990年代から全国で行われるようになり、「コスプレイヤー」を参加者として有料で開催されている。もともと衣装は手づくりであったが、現在ではライセンスを得てメーカーが製造したものが販売されている。この「コスプレ」も世界に広がっており、2003年からは名古屋を世界会場として「世界コスプレ・サミット」が行われている。

アニメ業界や、出版社が行うマンガ・アニメのイベントも多くあるが、数十万人のファンを集めるファン主体のイベントが数多くあり、業界のビジネス以上の集客力を有しているといえる。こうしたファンのコレクションや、コミケ、コスプレなどはイベントとしては海外でも人気があり、観光誘客とも結びつきやすいと考えられる。

図表1 14 アニメ業界・出版社主催のマンガ・アニメのイベント

| 展示会名 | 運営主体 | 開催日 | 場所 | webサイト |
|------------------|--|--|------------------|---|
| 東京国際アニメフェア | 東京国際アニメフェア実行委員会 | 2002年から年1回 3月の木～日曜の4日間 (2006年 3/23-26) | 東京 (東京ビッグサイト) | http://www.tokyoanime.jp/ |
| アニメーション神戸 | 神戸市 アニメーション神戸実行委員会 | 1996年から年1回 | 神戸 | http://www.xebec.co.jp/anime-kobe/ |
| 広島アニメーションフェスティバル | 広島市 広島国際アニメーションフェスティバル事務局 | 1985年から隔年 8月 | 広島 | http://www.urban.ne.jp/home/hiroaninim/ |
| 文化庁メディア芸術祭 | 文化庁メディア芸術祭実行委員会 (文化CG-ARTS協会) | 年1回 3月 | 東京 (東京都写真美術館) | http://plaza.bunka.go.jp/festival.html |
| キャラホビ | C3×HOBBY実行委員会 | 年1回 夏 | 千葉 (幕張メッセ) | http://www.chara-hobby.com/ |
| 秋葉原エンタまつり | 秋葉原エンタまつり実行委員会 | 年1回 秋 (2006年 10/21-29) | 東京 (秋葉原) | http://www.entama.com/ |
| ジャンプフェスタ | 集英社 | 年1回 12月 | 千葉 (幕張メッセ) | http://www.jumpfesta.com/ |
| 東京ゲームショー | 社団法人コンピュータエンターテインメント協会 | 年1回 9月 | 千葉 (幕張メッセ) | http://tgs.cesa.or.jp/ |
| アミューズメントマシンショー | 社団法人日本アミューズメントマシン工業協会(JAMMA) 全日本遊園施設協会(JAPEA) | 年1回 9月 | 千葉 (幕張メッセ) | http://www.am-show.jp/ |
| ライセンスングアジア | 日本経済新聞社 LIMA | 年1回 秋 | 東京 (東京ビッグサイト) | http://www.licensing-asia.jp/ |

資料：各 Web サイトをもとに作成

図表 1 15 ファン参加型イベント

| 施設名 | 運営主体 | 開催日 | 場所 | webサイト |
|---------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------------------|---|
| コミックマーケット | コミックマーケット準備会 有限会社コミケット | 1975年から年2回開催 8月 12月 | 東京(東京ビッグサイト) | http://www.comiket.co.jp/ |
| コミックシティ | 赤ブーブー通信社 | 1988年から毎月休日に開催 年20回程度 | 全国の展示施設 (東京ビッグサイト、インテックス大阪、福岡ドーム) | http://www.akaboo.jp/ |
| コミックライブ | 株式会社ユウメディア スタジオYOU | 毎週末 | 全国の展示施設 (北海道から沖縄まで各県にて開催) | http://www.youyou.co.jp/ |
| コミティア | コミティア実行委員会 | 年4回 2月 5月 9月 11月 | 東京(東京ビッグサイト) | http://www.comitia.co.jp/ |
| JCF | JCF(ジャパンコスプレフェスティバル) | 毎週末 | 首都圏イベントスペース | http://takama.cosplay.ne.jp/jcf/ |
| COS-DAY | 株式会社ユウメディア スタジオYOU | 週末 | 全国の展示施設 (北海道から沖縄まで各県にて開催) | http://www.youyou.co.jp/cosday/ |
| 世界コスプレサミット | テレビ愛知 | 2003年から年1回 | 愛知 (2005年は万博の一環イベントとして開催) | http://www.tv-aichi.co.jp/wcs/2006/ |
| ワンダーフェスティバル | ワンダーフェスティバル実行委員会 海洋堂 | 年2回 2月 8月 | 東京(東京ビッグサイト) | http://www.kaiyodo.co.jp/wf/ |
| ワールドホビーフェスティバル(WHF) | WHF事務局(エスイー株式会社) | 各地域で年数回 | 関東(東京、横浜) 名古屋 関西(大阪、神戸) | http://www.whf.co.jp/ |

資料：各 Web サイトをもとに作成

1 5 . 海外での日本のアニメ・マンガの普及状況

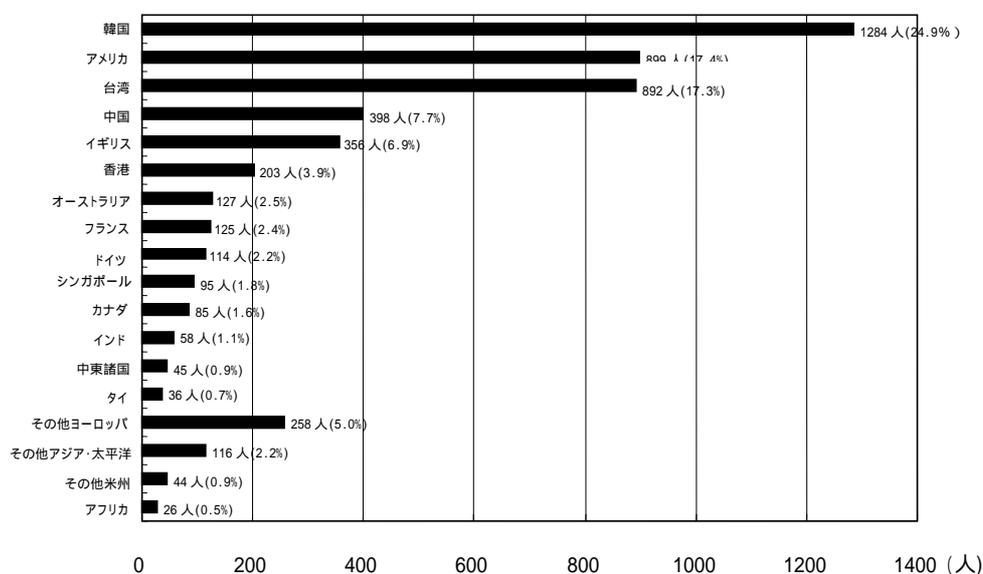
(1) 海外各国・地域と日本を比較したメディアコンテンツ市場と日本観光・入国客数

日本のマンガ・アニメを動機とした海外各国から日本への観光誘客の交流規模、交流の方法等を考えるためには、海外各国から日本への観光誘客の現状と、海外各国での日本のマンガ・アニメの受容動向を知る必要がある。

ここではその基礎データとして、海外各国から日本への観光誘客の現状と、海外各国のメディアコンテンツ市場の規模を検討した。

海外各国・地域から日本への観光誘客では、韓国が最も多く、次いでアメリカ、台湾、中国、イギリス、香港、オーストラリア、フランスの順となっている。

図表 1 16 2006 年 日本への観光入国の国別データ



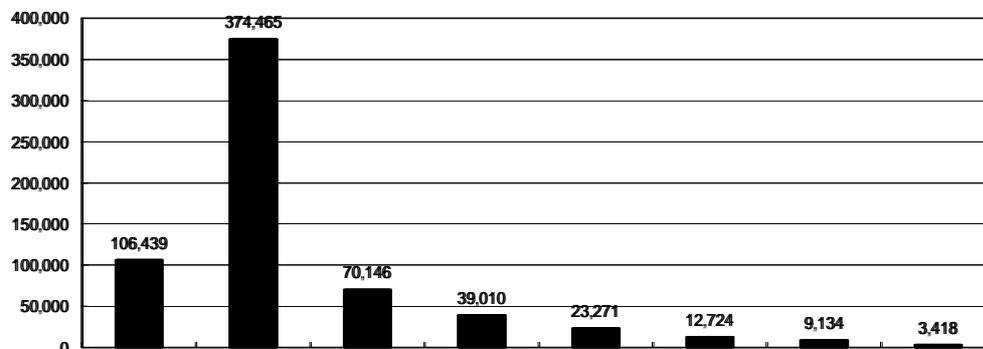
出典：国際観光情報（JNTO）

海外各国・地域のメディアコンテンツ市場については、世界全体の市場規模は約 120 兆円といわれ、そのうちアメリカが半分に迫る約 50 兆円、日本は約 10%の 12.8 兆円とされている。

次頁の表（図表 1-17）は、市場全体のうち海外各国・地域の統計比較が可能な映画興行・テレビ放送・ラジオ放送・出版・映像ソフト・音楽ソフト・家庭用ゲームソフト・インターネット広告・新聞の売上を足したものである。売上総計は次表の順だが、国民一人当たりで換算するとアメリカ、イギリス、日本、フランス、香港、台湾、韓国、中国の順になる。また中国をはじめアジア諸国・地域では海賊版が多く出回っており、実際のメディア

利用率とは異なると考えられる。

図表 1 17 2004 年の世界各国のメディアコンテンツ市場



単位 = 億

| | 日本 | アメリカ | イギリス | フランス | 中国 | 韓国 | 台湾 | 香港 |
|----------------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 映画興行 | 1,982 | 10,321 | 1,515 | 1,519 | 131 | 799 | 86 | 135 |
| テレビ放送 | 35,501 | 151,902 | 20,045 | 10,019 | 7,503 | 5,977 | 3,916 | 951 |
| ラジオ放送 | 1,960 | 21,526 | 2,471 | 1,978 | 291 | 349 | 516 | 594 |
| 雑誌・書籍 | 25,909 | 71,058 | 15,461 | 13,117 | 7,293 | 2,646 | 1,469 | 432 |
| 映像ソフト | 6,206 | 26,797 | 8,065 | 3,790 | 313 | 961 | 602 | 205 |
| 音楽ソフト | 5,420 | 13,150 | 3,796 | 2,142 | 230 | 143 | 154 | 87 |
| 家庭用ゲーム機用ソフト | 3,141 | 6,520 | 1,750 | 899 | 127 | 73 | 320 | - |
| インターネット広告 | 2,520 | 10,342 | 1,228 | 1,134 | 183 | 305 | 39 | 18 |
| 新聞 | 23,800 | 62,849 | 15,815 | 4,412 | 7,200 | 1,471 | 2,032 | 996 |
| 合計 | 106,439 | 374,465 | 70,146 | 39,010 | 23,271 | 12,724 | 9,134 | 3,418 |
| 一人あたりの消費金額(万円) | 83,357 | 127,516 | 117,932 | 64,736 | 1,790 | 26,453 | 40,256 | 49,536 |

出典：「デジタルコンテンツ白書 2006」（財団法人デジタルコンテンツ協会編）

各国・地域における日本のマンガ・アニメの公開状況や、ファンの動向は次項で詳述するが、日本のマンガ・アニメの愛好度・認知度は、おおむねメディアコンテンツ市場の規模に比例すると考えられ、またそれを日本への観光訪問の動機付けとする度合いは、これまでの日本への観光訪問者数と相関すると考えられる。

このため今回の調査では、現地でのアンケート・ヒアリング調査などについて、米・英・仏・中・台・香・韓を対象とすることとした。

（２）海外各国・地域の日本のアニメ・マンガ市場、関連市場の規模とファンの動向

①世界全体の概況

【アニメ】

海外で「アニメ」といえばディズニー作品や各国のアニメーションと区別して日本アニメのことをさすように、多くのアニメが海外で放送や映画公開、DVD 発売されており、日本のアニメ業界が海外から得る権利収入は約 200 億円といわれ、放送や映画公開、DVD 発売の海外収益の 10%をライセンス収入として得ているとすると、日本アニメの海外市場は 2,000 億円程度と考えられる。

アニメのファン層は二つに分けて捉えられる。1つは「ポケモン」など子供向けの作品のファミリー層のファンで、テレビ、映画、ゲームとキャラクター商品が消費の対象である。もうひとつは「攻殻機動隊」、「AKIRA」などの青年向けの作品のファンで、DVDを消費の対象とし、アニメイベントに集まったり、コスプレに参加したり、日本と同じようなオタク的受容層となっている。

中国でも人気キャラクターの上位約半数が日本産であり、「ポケモン」は**68**カ国、「クレヨンしんちゃん」は**46**カ国で放送されており、国境はもちろん、言語や宗教をも超えた伝播力を持つといえることができる。

【マンガ】

同じく海外で「マンガ」といえば、日本のマンガのことをさす世界共通語になっている。こうした認知を得るほど世界各国での日本マンガの人気はこの**10**年来盛んで、日本マンガの海外での翻訳出版も増え、出版社を窓口とした海外への権利販売売上は**120**億円程度と業界で言われている。海外での発行売上の**10%**が権利売上だとすると、日本のマンガは海外で**1,200**億円程度販売されていることになる。海賊版の多いアジアでも、正規版の出版が増えている。普及の度合いは、1. 東アジア、2. 東南アジア（オセアニア含む）、3. ヨーロッパ、4. アメリカとなり、世界各国ともはじめはあらゆる人種の男の子を中心に、そして今や少女コミックスが女の子にまで、そしてマニアの青年男女に広がってきている。

これまで翻訳出版のときに横文字文化に配慮し、版下を逆に印刷して「左とじ」にしていた海外では、ここ数年広がったファンの「本物を見たい」という強い要望を受け、日本のマンガと同じ装丁である「右とじ」のマンガ翻訳本が増えている。これは、有史以来、横文字を左から右へ読み進める「左とじ」の本でのみ読んできた欧米において、ひとつの文化革命ともいえる現象である。日本マンガは大きな文化的転換を、欧米の出版産業に与えようとしているといえる。

②アメリカの概況

普及の経緯

【アニメ】

日本アニメは**1960**年代からアメリカでも放送されていたが、日本の「アニメ」として意識してファンが生まれたのは、**1996**年に「攻殻機動隊」のビデオがビルボード誌のヒットチャートで週間売上1位を獲得した頃からである。

アメリカでの日本アニメのファン層は二つに分けられる。ひとつは先の「攻殻機動隊」や「**AKIRA**」などの作品を映像ソフトで見る青年層と、もうひとつは「ポケモン」など子供向けの作品のファミリー層のファンである。

青年層のファンは**90**年代半ばから、ファミリー層のファンは「ポケモン」のテレビ放送が開始された**1998**年頃から多くなった。

【マンガ】

アメリカでは、初めての日本版翻訳週刊マンガ誌となる「週刊少年ジャンプ」が**2002**年**11**月に出版され、**10**代の男子を中心に幅広い読者を得た。近年は、主に4社程度の日本マンガ専門のエージェント兼出版社に加え、アメリカの出版社も多く翻訳出版を行っている。専門の出版社のうち1社で、「週刊少年ジャンプ」を出版したサンフランシスコのビズメディア社（**VIZ Media, LLC**）は、日本の大手出版社2社がアメリカにマンガを広げるために設立した会社であり、現地では「ビズ」ブランドでのコミックを出版・発行している。

現在では、「少年ジャンプ」の各作品や「ナルト」、「遊戯王」、「シャーマンキング」といった少年向けの作品に加え、少女層、女性のファンが非常に勢いで伸びているといわれる。**90**年代半ばから、日本の少女マンガの翻訳出版が行われていたが、**95**年にテレビで「美少女戦士セーラームーン」の放送でその翻訳本がヒットし、最近では「**NANA**」、「のだめカンタービレ」のような日本でのヒット作品や、その他のマニアックなカテゴリーの作品も売れている。このような女性層に加え、少年漫画のファンが成長して青年となり、青年のアニメファンがマンガの読者になるなど、成年男子の読者も増えており、日本マンガの成功の理由は、これまでマンガの読者ではなかった層を取り込んだことにあるといわれている。

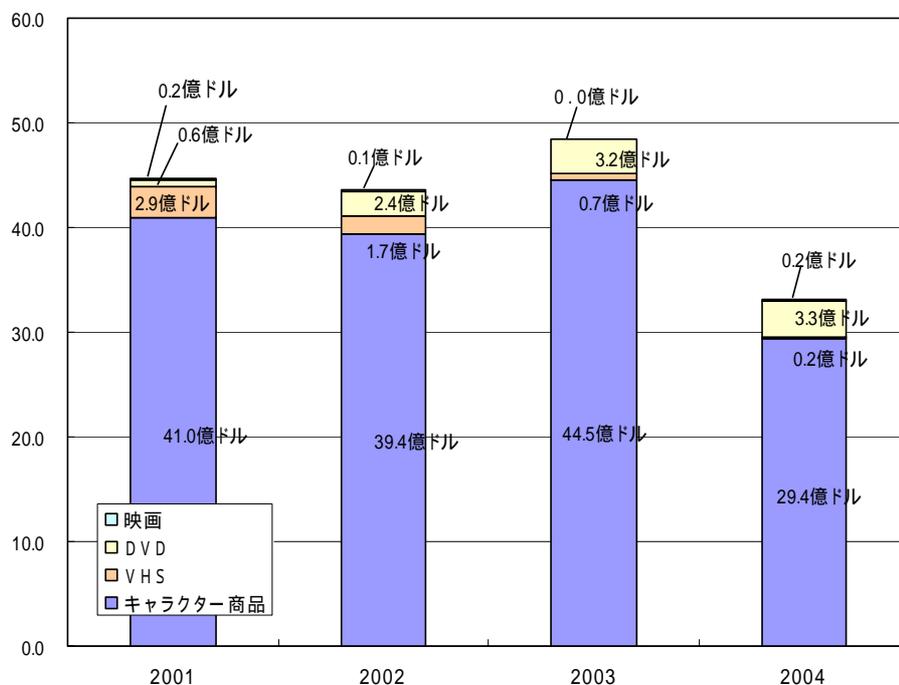
データで見る概況

【アニメ】

アメリカにおける日本アニメの市場は映像ソフト売上約**3億5,000**万ドル（**420**億円）と映画興行収入約**2,000**万ドル（**24**億円）を加えた約**3億7,000**万ドル（**444**億円）であるが、このほかに日本アニメのキャラクター商品売上約**29億4,000**万ドル（**3,530**億円）を生み出している。映像ソフトの売上は**2002**年の約**4億3,000**万ドル（**516**億円）から下降しており、映画の興行収入はその年の作品により大きく左右される。キャラクター商品は

2001 年が「ポケモン」関連のピークであり、2003 年が「遊戯王」関連のピークとなっていて、作品の人気により大きく変動する。

図表 1 18 アメリカにおける日本製アニメ市場規模の推移 (2001-2004)



出典：「米国アニメ市場の実態と展望 2006 年 3 月」（日本貿易振興機構 市場開拓部）

アメリカでの日本アニメのテレビ放送は 2000 年以降飛躍的に増加しており、子供向けの作品が多いが、青年層向けも、新作・旧作あわせて、次頁の表（図表 1-19）の作品が放送されている。

図表 1 - 19 アメリカで放送されている日本アニメタイトルの推移

| 2002年3月 | | | | 2006年3月 | | | | |
|------------------------------|--------------------------------|---|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|----|
| 局名 | 視聴可能世帯(千) | タイトル | | 局名 | 視聴可能世帯(千) | タイトル | | |
| 地上波TV | FOX 4kids Entertainment FOXBOX | キン肉マン (Ultimate Muscle: The Kinnikuman) | TV | FOX 4kids Entertainment FOXBOX | | ソニック (SonicX) | TV | |
| | | 星のカービィ (Kirby Rights Back ay Ya) | TV | | | おじゃ魔女ドレミ (Magical Do Re Mi) | TV | |
| | | 格闘料理伝説ピストロレシビ | TV | | ビューティフル・ジョー (Viewtiful Joe) | TV | | |
| | WB Kids WB | ウルトラマンティガ (Ultraman Tiga) | TV | WB Kids WB | | ポケモン (Pokemon) | TV | |
| | | ポケモン (Pokemon Master Quest) | TV | | | パワレンジャー・S.P.D (Power Rangers) | TV | |
| | ABC Network | | 遊戯王 (Yu-Gi-Oh!) | TV | ABC Network | | | |
| UPN Network | | パワレンジャー・Ninja Storm (Power Rangers Ninja) | TV | | | | | |
| | | デジモンアドベンチャー (Digimon) | TV | | | | | |
| ケーブル/衛星TV | Cartoon Network | カウボーイ・ビバップ (Cowboy Bebop) | TV | Cartoon Network | 88500 | ナルト (Naruto) | TV | |
| | | ZOID-ゾイド (Classic Zoids) | TV | | | .Hack / Legend of the Twilight | TV | |
| | | ドラゴンボール (Dragon Ball) | TV | | | 幽遊白書 (YuYu Hakusyo) | TV | |
| | | ドラゴンボールZ (Dragon Ball Z) | TV | | | 金色のガッシュベル (Zatch Bell) | TV | |
| | | とっとこハム太郎 (Hamutarou) | TV | | | ワンピース (One Piece) | TV | |
| | | 犬夜叉 (Inuyasha) | TV | | | 犬夜叉 (Inuyasha) | TV | |
| | | ガンダム (G Gundam) | TV | | | ボボボーボ ボーボボ (Bobobo-bo Bo-Bobo) | TV | |
| | | ルパン3世 (Lupain) | TV | | | 鋼の錬金術師 (Full Metal Alchemist) | TV | |
| | | ポケモン (Pokemon) | TV | | | 新世紀エヴァンゲリオン (Neon Genesis Evangelion) | TV | |
| | | トランスフォーマー (Transformer Armada) | TV | | | トランスフォーマー (Transformer Armada) | TV | |
| | 幽遊白書 (YuYu Hakusyo) | TV | ドラゴンボールZ (Dragon Ball Z) | TV | | | | |
| | ZOID-ゾイド (Zoid) | TV | カウボーイ・ビバップ (Cowboy Bebop) | TV | | | | |
| | Toon Disney | 38400 | ハローキティ (Hello Kitty and Friends) | TV | | | 遊戯王 G/X (Yu-Gi-Oh G/X) | TV |
| | abcfamily | 84000 | 爆転シュートベイブレード (Bayblade) | TV | | | サムライ・チャンプルー (Samurai Champloo) | TV |
| | | メダロット (Medadots) | TV | | | トライガン (Trigun) | TV | |
| | | はれ、どきどきふた (Tokyo Pig) | TV | | | IGPX (IGPX) | TV | |
| techtv | 39100 | ベターマン (Betterman) | TV | abcfamily | 84000 | デジモン (Digital Monster) | TV | |
| | | | | | | パワレンジャー・S.P.D (Power Rangers) | TV | |
| | | | | G4 | 58000 | ラーゼフォン 多元変奏曲 (RahXephon) | TV | |
| | | | | | | 魁!!クロマティ高校 (Cromartie High School) | TV | |
| | | | | techtv | 39100 | アニマトリックス (Animatrix) | TV | |
| 有料チャンネル | Encore | 20000 | アキラ (Akira) | TV | Encore Wam | | Texhnolyze (Texhnolyze) | TV |
| | | | 太陽の船 ソルビアンカ (Sol Bianca) | TV | | | ヴァンドレッド (Vandread "First Stage") | TV |
| | | | メトロポリス (Metropolis) | TV | | | ヴァンドレッド (Vandread "First Stage") | TV |
| | | | グラップラー刃牙 (Grappler Baki) | TV | | | ヴァンドレッド (Vandread "Second Stage") | TV |
| | Enoore Thematic Multiplex SM | 64 | 魔性菩薩サイコダイバー (Psycho Diver) | TV | | | Street Fighter | TV |
| | | | バイオハンター (Bio Hunter) | TV | Starz Second | | 機動警察パトレイバー (Patlabor the movie3) | 映画 |
| | Showtaime Beyoud | 35400 | アミテージ (Armitage Dual Matrix) | TV | Starz Cinema | | 東京ゴッドファーザーズ (Tokyo God Farther) | 映画 |
| アミテージ (Armitage Dual Matrix) | | | TV | HBO Family | | Pokemon the Movie 2000 | 映画 | |
| | | ダーティーペア (Dirty Pair) | TV | Flix Movie Channel | | ヴァンドレッド (Vandread "Second Stage") | TV | |
| | | | | | | Street Fighter | TV | |
| 外国語放送 | International Channel (日本語放送) | 12500 | エルハザード (El Hazard) | TV | AZN Television | | 機動警察パトレイバー | TV |
| | | | ドラゴンボール (Dragon Ball) | TV | | | | |
| | | | スレイヤーズ (Slayers) | TV | | | | |
| | | | 仙界伝封神演義 (Soul Hunter) | TV | | | | |
| | | | ふしぎ遊戯 (Fushigi Yugi) | TV | | | | |

出典：「米国アニメ市場の実態と展望 2006年3月」（日本貿易振興機構 市場開拓部）

アメリカでの日本アニメの映画公開では、子供向けの作品は公開スクリーン数がアメリカのヒット作品と同じ位多いが、青年層向けでは宮崎作品であっても **1,000** スクリーン以下に限られる。

図表 1 - 20 アメリカにおけるアニメ映画興行成績 (2006/3/20 現在)

| 順位 | タイトル | 配給 | グロス | | オープニング | | 公開年月日 |
|----|---|---------|--------------|------|--------------|------|------------|
| | | | 興行収入 | 劇場 | 興行収入 | 劇場 | |
| 1 | Pkemon: The First Movie (ミュウツーの逆襲) | WB | \$85,744,662 | 3043 | \$31,036,678 | 3043 | 1999/11/10 |
| 2 | Pkemon: The Movie 2000 (幻のポケモン ルギア爆誕) | WB | \$43,758,684 | 2752 | \$19,575,608 | 2752 | 2000/7/21 |
| 3 | Pkemon 3: The Movie (結晶塔の帝王) | WB | \$17,052,128 | 2675 | \$8,240,752 | 2675 | 2001/4/6 |
| 4 | Yu-Gi-Oh! The Movie (遊戯王 劇場版) | WB | \$19,765,868 | 5411 | \$9,485,494 | 2411 | 2004/8/13 |
| 5 | Godzilla 2000 (ゴジラ 2000) | Sony | \$10,037,390 | 2111 | \$4,407,720 | 2111 | 2000/8/18 |
| 6 | Digimon :The Movie (劇場版「デジモンアドベンチャー」) | FOX | \$9,631,153 | 1825 | \$4,233,304 | 1823 | 2000/10/6 |
| 7 | Spirited Away (千と千尋の神隠し) | Dis. | \$10,055,859 | 714 | \$449,839 | 26 | 2002/9/20 |
| 8 | Little Nemo: Advntures in Slumberland (リトル ニモ) | Hemdale | \$1,368,000 | 579 | \$407,695 | 579 | 1992/8/21 |
| 9 | Shall We Dance? (Shall We ダンス?) | Mira. | \$9,676,677 | 268 | NA | NA | 1997/7/11 |
| 10 | Pkemon 4Ever (セレビィ 時を超えた遭遇) | Dim. | \$1,727,447 | 249 | \$717,061 | 249 | 2002/10/11 |
| 11 | Howl's Moving Castle (ハウルの動く城) | Dis. | \$4,711,096 | 202 | \$427,987 | 36 | 2005/6/10 |
| 12 | Pokemon Heroes (水の都の護神 ラティアスとラティオス) | Mira. | \$746,381 | 200 | \$260,372 | 196 | 2003/5/16 |
| 13 | Princess Mononoke (もののけ姫) | Mira. | \$2,375,308 | 129 | \$144,446 | 8 | 1999/10/29 |
| 14 | Ghost in the Shell 2 : Innocence (イノセンス) | DW | \$1,043,896 | 55 | \$317,722 | 47 | 2004/9/17 |
| 15 | Steamboy (スチームボーイ) | Triu | \$468,867 | 46 | \$136,148 | 36 | 2005/3/18 |
| 16 | Appleseed (アップルシード) | Geneon | \$129,135 | 31 | \$66,869 | 31 | 2005/1/14 |
| 17 | Cowboy Bebop (カウボーイビバップ) | Sony | \$1,000,045 | 29 | \$234,429 | 19 | 2003/4/4 |
| 18 | Metropolis (メトロポリス) | Sony | \$722,932 | 16 | \$84,660 | 9 | 2002/1/25 |
| 19 | Vanpire Hunter D : Bloodlust (吸血鬼(バンパイア)ハンターD) | Urb. | \$151,086 | 12 | \$25,521 | 6 | 2001/9/21 |
| 20 | Tokyo Godfather (東京ゴッドファーザー) | IDP | \$129,560 | 10 | \$29,259 | 8 | 2004/1/16 |
| 21 | Millennium Actress (千年女優) | DW | \$37,641 | 6 | \$18,732 | 6 | 2003/9/12 |
| 22 | Spriggan (スプリガン) | ADV | \$25,824 | 5 | \$7,420 | 5 | 2001/10/12 |
| 23 | Escaflowne (天空のエスカフローネ) | Bandai | \$94,060 | 5 | \$16,692 | 5 | 2002/1/25 |
| 24 | Sky Blue (スカイブルー) | MEP | \$74,663 | 5 | \$3,022 | 1 | 2004/12/31 |
| 25 | Akira (アキラ) | Stre. | \$553,171 | 2 | \$11,263 | 2 | 1989/12/25 |
| 26 | Robot Carnival (ロボットカーニバル 「短編アオムニバス」) | Stl. | \$10,642 | 2 | \$10,642 | 2 | 1991/3/15 |
| 27 | Perferct Blue (パーフェクト・ブルー) | Palm | \$112,536 | 1 | \$9,600 | 1 | 1999/8/20 |
| 28 | Ghost in the Shell (攻殻機動隊) | Palm | \$515,905 | 1 | \$2,736 | 1 | 1996/2/2 |
| 29 | X (X - エックス -) | Manga | \$143,355 | 1 | \$6,672 | 1 | 2000/3/10 |
| 30 | Jin-Roh : The Wolf Brigade (人狼) | Tide | \$94,591 | 1 | \$7,098 | 1 | 2001/6/22 |
| 31 | Wings of Honneamise (オネアミスの翼 - 王立宇宙軍 -) | Manga | \$55,572 | N/A | N/A | N/A | 1995/3/10 |

出典：「米国アニメ市場の実態と展望 2006 年 3 月」(日本貿易振興機構 市場開拓部)

アメリカでの日本アニメの映像ソフトの販売は、DVD 販売枚数が 2000 年の 210 万枚から 2003 年には 1,290 万枚と急増したが、その後は横ばいである。個別の作品では 2005 年に 4,080 タイトルが発売されているが、年間販売が 10 万枚を超えたものは 10 タイトル、5 万枚から 10 万枚までが 20 タイトルで、そのほとんどが子供向けのヒット作品で、多くの青年層向け作品は 1 万枚以下の販売枚数である。

図表 1 - 21 北米におけるアニメ DVD 年間セールスユニット数 TOP10

| 順位 | タイトル | 製作年 | 発売日 | 販売 |
|----|---|------|------------|-------------------------------|
| 1 | YU-GI-OH THE MOVIE (遊戯王 劇場版) | 2004 | 2004/11/16 | WARNRE HOME VIDEO |
| 2 | AFFCTIONS TOUCHING ACROSS TIM (犬夜叉 劇場版) | 2004 | 2004/9/7 | VENTURA DISTRIBUTION |
| 3 | SPIRITED AWAY (千と千尋の神隠し) | 2002 | 2003/4/15 | DISNEY/BUENA VISTA HOME VIDEO |
| 4 | PRINCRSS MONONOKE (もののけ姫) | 1999 | 2000/12/19 | DISNEY/BUENA VISTA HOME VIDEO |
| 5 | CONVERSION V14 (ドラゴンボールGT) | 1996 | 2004/3/30 | FUNIMATION |
| 6 | COWBOY BEBOP-THE MOVIE (カウボーイビバップ) | 2003 | 2003/6/24 | COLUMBIA TRISTAR HOME VIDEO |
| 7 | STAND ALONE COMPLEX V1 (攻殻機動隊S.A.C) | 2003 | 2004/7/27 | ANCHOR BAY ENTERTAINMENT |
| 8 | BOJACK UNBOUND-UNCUT (ドラゴンボールZ劇場版) | 1996 | 2004/8/17 | FUNIMATION |
| 9 | REVELATIONS-UNCUT (ドラゴンボールGT) | 1996 | 2003/12/30 | FUNIMATION |
| 10 | CALCULATIONS-UNCUT (ドラゴンボールGT劇場版) | 1996 | 2003/12/30 | FUNIMATION |

出典：「米国アニメ市場の実態と展望 2006 年 3 月」（日本貿易振興機構 市場開拓部）

アメリカの日本のキャラクター商品もヒットしているが、そのほとんどが「ポケモン」、「遊戯王」などの子供向けヒット作品のゲーム、カード、玩具などである。一方、「ハローキティ」が、おしゃれな若い女性に人気なのが注目される。

以上から、アメリカの子供向け日本アニメのファン層は 100 万人以上で、青年向けアニメのファン層は数 10 万人、青年ファンはマンガファンと重なるものもいると考えられる。

【マンガ】

アメリカにおける日本マンガの売上は 2005 年には約 2 億ドル (239 億円) 近くに達し、2002 年に約 5000 万ドル (60 億円) ～約 6000 万ドル (72 億円) であったところから約 3 倍に成長した。

「週刊少年ジャンプ」の発行部数は 30 万部を達成している。個別作品の売上では「ナルト」11 巻全て合せた累計発行部数が 260 万部となり、2005 年 2 月発行の「フルーツ・バスケット」第 7 巻単独の販売部数は 3 万部といわれる。

アメリカの日本マンガのファン層は **100** 万人に及ぶ規模に達しようとしており、そのうちの女性が **60%**を占めるといわれる。

ファンの動向

【アニメ】

2005 年 **7** 月にカリフォルニア州のアナハイムで開催されたアメリカ最大の日本アニメファンのイベント「アニメエキスポ **2005**」には **3** 万 **3,000** 人が集まった。全米では日本アニメのイベントが百以上開催されており、**1** 万人以上を集めるものが **5** 件、こうしたイベントの参加者の総計は **23** 万 **8,000** 人で、**2001** 年から倍以上に増えている。

【マンガ】

マンガ・アニメのイベントに参加するほか、日本マンガファンの少女が同人作品を発表したり、特定の 카테고리 作品のファンである大人の女性がサンフランシスコで開催された「やおいコン」に **1,200** 人集まるなど、日本のマニアと同じような動きが見られる。

③イギリスの概況

普及の経緯

【アニメ】

イギリスにおけるアニメ・マンガ関連マーケットの最初期は、一部のマニアによって形成されたアンダーグラウンド活動によって開拓された。**Fansubs** と呼ばれる、素人による字幕つきアニメビデオの違法コピーがその主な媒体で、性的・暴力的表現を多分に含んだ作品が主流であった（「北斗の拳」、「うろつき童子」など、アニメの映画版）。

1990年代に入ると、このアンダーグラウンドマーケットに目をつけた配給会社 **MVM**（1990 設立）や、マンガエンターテイメント（1991 年設立）などが設立され、同系統の作品を中心に配給を開始した。そのため、日本アニメは暴力的ポルノと同格と見なされ、一時は多数の新聞がジャンルそのものを激しく非難し、排斥運動にまで発展した。

初期における最も重要な作品は間違いなく大友克洋作「**AKIRA**」である。ポルノ作品などとは比較にもならないほど壮大なスケールのストーリーとテーマを持ち、当時アニメ史上最高の予算をかけたこの作品は、暴力的な描写があったため、アニメに与えられたレッテルを一掃するまでには至らなかったものの、イギリスにおけるアニメの印象を根本から変え、知識層にまでアニメが浸透した。現在では「攻殻機動隊」シリーズが、「**AKIRA**」の後継的存在となって古参ファンに愛されている。

その後、「ポケモン」の来英とともに第二期が始まる。第二期においては、子ども向けテレビアニメ市場が成立する。地上波でのテレビアニメシリーズ放映は「ポケモン」のみにとどまっているが、ケーブル系チャンネルにおいては「遊戯王」、「ナルト」、「美少女戦士セーラームーン」、「ガンダムウイング」、「新世紀エヴァンゲリオン」などが人気を集めている。これらの子供向け作品は新たなファンを獲得したものの、古参ファンからは逆に敬遠された。

このマーケットが持つ奇妙な二面性を融和させ、第三期へと転換させたのは、アカデミー賞を受賞した「千と千尋の神隠し」である。それまでも宮崎作品はある程度の認識を得てはいたが、アニメ専門店のみが取り扱っていた。そのため、子供向けアニメファンは、アダルト色の濃い専門店とのかかわりを敬遠し、古参ファンは子ども向け作品だと誤解したため浸透しなかった。ところが、アカデミー賞受賞によって宮崎作品はそれまでのアニメファンだけでなく、広く一般に知られるようになった。宮崎作品の数々は地上波および無料デジタルチャンネルで繰り返し放映されている。以来、販売店のアニメコーナーは拡大され、大型店舗だけではなく、中小店舗でも取り扱いが始まった。

もうひとつ、アニメの一般化ともいえる第三期において欠かせない役割を果たしたのは、インターネットによる書籍・DVD 販売の普及である。イギリスにおいて DVD の値段は書籍と比較して安く、特にセール期には宮崎作品などは5ポンド程度（約1200円）で販売されている。これらの作品に惹かれて販売会社の Web サイトを訪れる消費者には、以前ならば専門店を探し出さなければ存在を知ることすらなかった作品がずらりと提示されることと

なる。配給会社も、この新たなオーディエンス層を獲得するため、魅力的な日本のアニメ作品を探している。

【マンガ】

イギリスにおけるアニメ・マンガマーケットは、あくまでアニメ（ビデオ・DVD）が主流であり、五年ほど前まではコミック本が出版・販売されることはほとんどなかった。**TOKYOPOP** のマーケット参入まで、**Titan Publish** が「攻殻機動隊」の翻訳・出版をしたほか、コミック本はアメリカ等からの輸入版配給にほぼとどまっていた。アメリカ資本のアニメ・マンガ配給会社 **TOKYOPOP** 参入後は、マンガ市場は革命的にマーケットを拡大。イギリスの大型書店である **WHSmith** や **Waterstone** などにもマンガコーナーが創設された。

最近ではランダムハウスのグループ会社であるタノシミが、講談社コミックスの版權を獲得。また、ハーバー・コリンズが手塚治虫の「ブッダ」出版に至るなど、読者層も大きな拡大を見せている。この「ブッダ」はガーディアン誌でも紹介され、知識層におけるマンガの認識を広げている。

最近では、イギリス国内におけるマンガ家育成が活発化し、国内アーティストによるシェークスピア作品のマンガ化が企画されるなど、発展の方向性は非常に多彩である。教育にマンガを利用しようという実験的な試みもある。

マーケットが急速に拡大している現在、イギリスにおけるアニメ・マンガの認知度を正確に把握するのは非常に難しい。しかし、日本の音楽産業において洋楽が締める割合に近づいてはいるといえるだろう。翻訳・出版された作品がいかに関限定されているかを考えれば、マーケティング・流通経路が整いつつあるこれからも認知度は上がり続けるものと思われる。

データで見る概況

【アニメ】

映画では宮崎駿及びジブリ作品、ならびに今敏の作品が高い人気を呼んでいる。テレビアニメシリーズでは「ナルト」の人気ももっとも高く、イギリス衛星チャンネルによって放映されているほか、**DVD** によって販売されている。その他 **DVD** 販売では少年・青年向けのアニメに対する人気が高く、少女・女性向けのアニメはほとんど輸入されていない。人気の高い作品は、「ああ！女神さま」、「新世紀エヴァンゲリオン」、「鋼の錬金術師」などである。また、マニア層には「ベルセルク」、初期「ガンダム」シリーズなどが愛好されて続けている。

【マンガ】

マンガ市場は、現在「グローバル・マンガ」と呼ばれる、日本人以外のアーティストによって描かれたマンガがブームとなっている。**TOKYOPOP** がこのブームの中核を担って

おり、英米をはじめとする数カ国で全国規模の公募を行うなど、新たな才能の発掘と育成に力を入れている。「Peach Fuzz」がその代表作である。英国でも数名のマンガ家が作品制作をはじめているが、いまだ出版に至ってはいない。

TOKYOPOP によると、今もっとも人気のあるマンガは「フルーツ・バスケット」と「バトルロワイヤル」、「デスノート」、「ブリーチ」など。「20 世紀少年」「モンスター」なども高い評価を受けており、日本でも人気の高い作品が全体的に評価されているようである。

ファンの動向

マンガとアニメのイベントは、同時期に開催されていることが多く、ジャパン EX ロンドンのように日英文化交流の催しの1つとして行われているものから、アヤコンのようにファンが自主的に行うイベントもある。その規模はさまざまだが、アニメ・マンガのグッズ販売やトークショーなどのイベントが行われているほか、コスプレイベントも多く行われている。参加者は、ファミリー層から青年層まで幅広く、毎年多くの人々が参加する。

図表 1 - 22 ロンドンで開催されているアニメ・マンガのイベント

| イベント名 | 概要 |
|--|--|
| International Manga & Anime Festival (国際マンガ・アニメフェスティバル) | 総額 75,000 ドルの賞金を誇る公募イベント。観客の中心はアニメ・マンガ産業の関係者およびマンガ家志望者。 URL : http://www.imaf.co.uk/index.php |
| Movie Comic Mecia (ロンドン MCM エキスポ) | 本来、SF 系作品の展覧会として行われていたものが、発展。古参ファンも多く訪れるが、主な対象は家族連れであるため、学期の中間休みに開催される。現在では、ミッドランド・エキスポと呼ばれる地方版もあり、コスプレがイベントの中核となるファッションショーとトークイベント、マンガ・ワークショップなども行われる。 URL : http://www.mcmexpo.net/ |
| Japan EX London (ジャパン EX ロンドン) | MCM エキスポと同じ主催者によって新たに企画されているフェスティバル。規模が大きく、文化交流が主な目的。マンガ・アニメのほかにも日本食や武芸のファンも対象に含まれている。 URL : http://www.japanexlondon.com/ |
| AyaCon (アヤコン) | ファンによるイベントの中で最も規模の大きい催し。ファンによるイベントは多く、大学の愛好会などによっても開かれており、規模は様々。主に十代後半の若者が多く訪れ、コスプレおよび輸入品、グッズの売買が行われる。 URL : http://www.ayacon.org.uk/ |

資料 : 各 Web サイトより作成

④フランスの概況

普及の経緯

【アニメ】

フランスでは、「グレンダイザー」、「キャンディ・キャンディ」などのアニメが **1970** 年代から放送され、視聴率 **100%**といわれるほど人気となった。その後も **1990** 年代前半まで「ドラゴンボール」、「キャプテン翼」などが放送されたが、その人気への反発が、現在大統領候補の女性議員ロワイヤル氏などによる「暴力的・低俗」といった社会的な非難などにつながり、外国製アニメの放送規制が行われるようになった。

しかし **1999** 年に「ポケモン」が放送されるなど、日本アニメの放送が再開し、メディアミックス展開によるブームから、「遊戯王」の人気に引き継がれている。また日本のアニメ映画も人気で、宮崎作品は高く評価され観客動員数も多い。

フランスのアニメファンは **1990** 年前後に少年で、現在はマンガファンや宮崎アニメファンと、**2000** 年以降のテレビアニメでファンとなった子供やファミリー層、また最近のブームでマンガ・アニメのファンになった青年や大人層が存在している。これらのファン向けに、パリには日本マンガ専門店、日本アニメ・ゲームの専門店が軒を連ねるエリアができている。

【マンガ】

フランスでは **1989** 年の「AKIRA」から日本のマンガの翻訳出版が始まり、**1991** 年の「ドラゴンボール」のヒットを経て、**1995** 年からは日本と同じ右とじの製本による出版が導入された。フランスでのマンガの人気は、**1980** 年代末にテレビでの日本アニメの放送が制限されたため、アニメファンが読者として広がった。**2002** 年までは欧米で日本マンガの売上が最高の国であり、以降はアメリカにトップの座を譲ったものの、人口比では日本マンガが最も普及した国といえる。

2005 年のマンガの人気ランキングでは、**1** 位は「ナルト」、**2** 位は「銃夢」、**3** 位は「鋼の錬金術師」、「遊戯王」、「フルーツ・バスケット」となっている。ベストセラーの「ドラゴンボール」など少年向けの作品の他、文学性の高いマンガとして青年や大人には谷ロジローの人気があり、その一方で、低年齢層を対象としたマンガは紹介されないか、紹介されても低い人気にとどまっているなど、ファン層は高年齢で知的階層である。**90** 年ごろに日本マンガのファンになった少年が成長して、市場を拡大しているといえる。

データで見る概況

【アニメ】

フランスのアニメ市場は **2004** 年の映像ソフト売上約 **8,277** 万ユーロ (**134** 億円) と **2003** 年の映画興行収入 **826** 万ユーロ (**13** 億円) を加えた **9,134** ユーロ (**148** 億円) 程度である。

フランスでは日本映画の上映が盛んで、**1991** 年から **2005** 年の間に公開された劇場用ア

アニメ 136 本のうち、アメリカ製 63 本、日本製 34 本、フランス製 23 本となっている。アニメの中でも宮崎作品の観客動員数が多く、「ハウルの動く城」100 万人以上、「天空の城ラピュタ」92 万人、「魔女の宅急便」62 万人などとなっている。一方、「ポケモン」、「遊戯王」のようなテレビと連動した子供向けのヒットを狙った作品の動員数は低く、5 万人以下になっている。

【マンガ】

日本マンガの翻訳本は 2004 年には約 7,240 万ユーロ（117 億円）の売上で 1,000 万部以上が販売されている。これは旅行ガイドブックの販売部数に勝っており、フランスのマンガ（バンド・デシネ）の約 3 分の 1、書籍販売部数の 2.3%にあたる。タイトル数も多く 2005 年には 1,142 タイトルが発行されており、コミック 1 巻あたりおよそ 6～7 ユーロ（970～1,140 円）で、「ナルト」第 19 巻の初版は 11 万部発行された。

フランスのマンガファンは青年男女を中心に数十万人規模であると考えられる。

図表 1 - 23 欧州における日本映画の観客動員数トップ 10(2003 年)

| タイトル | EU25合計 | 内 | | | | |
|-------------------------|------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| | | フランス | ドイツ | イタリア | 英国 | デンマーク |
| 1位 千と千尋の神隠し | 926,128 | 62,799 | 424,492 | 158,089 | 194,805 | 39,549 |
| 2位 天空のラピュタ | 921,136 | 921,136 | | | | |
| 3位 猫の恩返し | 474,088 | 474,088 | | | | |
| 4位 座頭市 | 360,965 | 238,633 | | 111,174 | | |
| 5位 Dolls | 221,082 | 182,136 | | 8,634 | 17,340 | |
| 6位 仄暗い水の底から | 129,747 | 74,424 | | | 44,976 | 2,973 |
| 7位 Cowboy Bebop 天国の扉 | 40,833 | 34,300 | | 6,030 | | |
| 8位 少女 | 23,400 | 21,275 | | | | |
| 9位 インターステラ5555 | 20,867 | 19,569 | | 1,298 | | |
| 10位 鏡の女たち | 19,234 | 19,234 | | | | |
| 10位までの合計 | 3,137,480 | 2,047,594 | 424,492 | 285,225 | 257,121 | 42,522 |
| その他 | 60,398 | 32,327 | 0 | 2,270 | 12,654 | 4,539 |
| 合計 | 3,197,878 | 2,079,921 | 424,492 | 287,495 | 269,775 | 47,061 |

| | | | | | |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----|
| 観客動員総数 | 174,150,000 | 149,000,000 | 109,300,000 | 167,300,000 | NA |
| 日本映画の割合 (%) | 1.19 | 0.28 | 0.26 | 0.16 | NA |

出典：「フランスにおける日本アニメを中心とするコンテンツの浸透状況 2005 年 3 月」

(日本貿易振興機構 市場開拓部)

フランスのテレビ放送では自国作品、EU 作品以外の放送時間が制限されているため、日本アニメの放送タイトル数も伸び悩んでいる。また公営放送では教育的配慮にかなう旧作が多く、民放では視聴率の取れる最近の人気作が放送されている。

図表 1 - 24 フランスの地上波における日本アニメの放映（2004 年）

| 放送局 | 放映時間 | タイトル |
|---------|----------|---|
| TF1 | 41時間42分 | ポケモン、ソニックX |
| FRANCE2 | 41分 | ラブひな |
| FRNCE3 | 19時間47分 | 鉄腕アトム、爆転シュート、ベイブレード |
| CANAL+ | 67時間37分 | ずっとずっと大好き、キャプテン翼、エクセル・サーガ、GTO |
| FRANCE5 | 152時間10分 | うちのタマ知りませんか？ ガラスの仮面、光の伝説、愛してナイト、おじゃ魔女ドレミ、若草物語、家なき子、キャッツアイ、アルプスの少女ハイジ、とっこ八ム太郎、ベルサイユのばら |
| M6 | 65時間56分 | ミルモでポン、遊戯王、カードキャプターさくら、明日のナージャ、超ロボット生命体トランスフォーマー、デュエル・マスター |

出典：「フランスにおける日本アニメを中心とするコンテンツの浸透状況 2005 年 3 月」

（日本貿易振興機構 市場開拓部）

フランスの映像ソフトのセル・レンタル合せた市場は 2003 年に約 12 億ユーロ（1,948 億円）程度となっているが、このうち日本アニメの DVD 市場は約 1 億ユーロ（162 億円）程度といわれている。

フランスの日本アニメファンは、マンガファンと重なるが青年男女を中心にやはり数 10 万人程度であると考えられる。

ファンの動向

【アニメ】

毎年 6 月にフランスとスイスの国境近くのアヌシーでアニメーションの国際映画祭「アヌシー国際アニメーションフェスティバル」が開催されている。カンヌ映画祭のアニメーション部門が特化し、アヌシーに拠点を移して始まったのが由来で、1960 年から開催されており、ヨーロッパで最も歴史のあるアニメフェスティバルで、約 10 万人が来場する。

【マンガ】

パリ、アングレームなどで BD 祭（バンド・デシネ・エキスポなど）が開催されてきたが、日本マンガ・アニメの割合が増えている。ここでは日本マンガ・アニメ関連商品の PR、販売に加え、同人誌の即売、コスプレなど日本と同じファン参加の催しがあり、他にビジュアル系ロックの関連商品の PR、販売も行われている。1990 年代の段階でもコスプレ参

加の希望は **1,000** 人以上に達したという。また日本マンガ・アニメを中心に若者向けの日本文化のフェスティバルとして「ジャパンエキスポ」が毎年開催されており、昨年は **6** 万人が参加、**2007** 年は **7** 月初めに開催される。

図表 1 - 25 その他のヨーロッパ各国での日本アニメの公開状況

イタリアで上映された日本のアニメ映画作品

| イタリア語タイトル | 日本タイトル | 観客動員数 | 上映年 |
|------------------------------|---|---------|------|
| - | もののけ姫 | 26,989 | 2000 |
| - | ポケモンThe First Movie : Mewtwo Strikes Back | 943,893 | 2000 |
| Pokemon2: La Forza di uno | ポケモン: The Movie 2000 | 185,987 | 2000 |
| Metropolis (de Osamu Tezuka) | メトロポリス | 16,086 | 2001 |
| Cowboy bebop | カウボーイビバップ: 天国の扉 | 6,030 | 2001 |
| Digimon-il film | デジモン The Movie | 21,805 | 2001 |
| La citta incantata | 千と千尋の神隠し | 158,089 | 2003 |

イタリアで放映されているTVアニメ

| アニメタイトル | チャンネル |
|----------------------------------|--------------|
| キャプテン翼: Road to 2002 | Italia1 |
| 若草のシャルロット | Italia1 |
| サイボーククロちゃん | Italia1 |
| ダッシュ勝平 | Tele Roma 56 |
| デジモンアドベンチャー | Rai 2 |
| Drスランプアラレちゃん | Italia1 |
| Drスランプアラレちゃん | Rai 2 |
| ドラえもん | Italia1 |
| おジャ魔女どれみ | Italia1 |
| おジャ魔女どれみ | Rai 2 |
| ドラゴンボール | Italia1 |
| デュエル・マスターズ | Rai 2 |
| 科学忍者隊ガッチャマン | Super 3 |
| 銀河旋風フライガー | Tele Roma 56 |
| とっとこハム太郎 | Italia1 |
| アルプスの少女ハイジ | Italia1 |
| 炎のアルペンローゼ | Tele Roma 56 |
| 紅三四郎 | Tele Roma 56 |
| Let's go | Italia1 |
| Les Sauveteurs de l' Outre-Monde | Rai 2 |
| ラブひな | Super 3 |
| めぞん一刻 | Tele Roma 56 |
| マーマレードボーイ | Italia1 |
| 名探偵コナン | Italia1 |
| わがまま フェアリーミルモでボン | Italia1 |
| 機動戦士ガンダム | Italia1 |
| 機動戦士ガンダム | Rai 2 |
| 明日のナージャ | Rai 2 |
| One Piece | Italia1 |
| 機動警察パトレイバー | Tele Roma 56 |
| ポケットモンスターアドバンス | Italia1 |
| 聖闘士星矢ハーデス編 | Italia1 |
| 名探偵ホームズ | Rai 1 |
| The かぼちゃワイン | Tele Roma 56 |
| 東京ミュウミュウ | Italia1 |
| 私の足ながおじさん | Italia1 |
| 宇宙空母ブルーノア | Tele Roma 56 |
| 宇宙魔人ダイケンゴ | Tele Roma 56 |
| 宇宙戦士バルディオス | Tele Roma 56 |
| ヤッターマン | Tele Roma 56 |
| ヤットデタマン | Tele Roma 56 |
| ぶちぶち*ユーシー | Rai 2 |
| 遊戯王 | Italia1 |
| ゾイド | Italia1 |

スペインで上映された日本のアニメ映画作品

| スペイン語タイトル | 日本タイトル | 観客動員数 | 上映年 |
|-----------------------------|--|-----------|------|
| Akira | アキラ | 120 | 1996 |
| La princesa Mononoke | もののけ姫 | 157,623 | 2000 |
| Pokemon: la pelicula | ポケモンThe First Movie: Mewtwo Strikes Back | 1,311,187 | 2000 |
| Pokemon 2: el poder de uno | ポケモンThe Movie 2000 | 525,985 | 2000 |
| Digimon : La pelicula | デジモン The Movie | 252,007 | 2001 |
| Metropolis(de Osamu Tezuka) | メトロポリス | 14,177 | 2001 |
| El viaje de Chihiro | 千と千尋の神隠し | 239,341 | 2002 |

スペインで放映されているTVアニメ

| アニメタイトル | チャンネル |
|----------------|-------------|
| ベルセルク | TV Buzz |
| 爆転シュートベイブレード | Panda |
| ブギーポップファントム | TV Buzz |
| Yawara! | TVCi |
| デジモンアドベンチャー | Panda |
| DNA 2 | K3 |
| ドラえもん | Panda |
| ドラえもん | K3 |
| ドラえもん | Tele Madrid |
| ドラえもん | TVCi |
| エクセルサーガ | TV Buzz |
| Hellsing | TV Buzz |
| 犬夜叉 | TV Buzz |
| こちら葛飾区亀有公園前派出所 | K3 |
| こちら葛飾区亀有公園前派出所 | TVCi |
| Lain | TV Buzz |
| ラブひな | TVCi |
| おジャ魔女どれみ | Panda |
| メダロット | Panda |
| 名探偵コナン | K3 |
| 獣兵衛忍風帖 | TV Buzz |
| ラーゼフォン | TV Buzz |
| らんま1/2 | K3 |
| 聖闘士星矢 | TV Buzz |
| カードキャプターさくら | Panda |
| 名探偵ホームズ | Canal4 |
| クレヨンしんちゃん | K3 |
| クレヨンしんちゃん | TVCi |
| るろうに剣心 | TV Buzz |
| トライガン | TV Buzz |
| Wolf's rain | TV Buzz |
| 幽遊白書 | TVCi |

出典：「フランスにおける日本アニメを中心とするコンテンツの浸透状況 2005年3月」

(日本貿易振興機構 市場開拓部)

ドイツ で上映された日本のアニメ映画作品

| ドイツ語タイトル | 日本タイトル | 観客動員数 | 上映年 |
|-----------------------------------|--|-----------|------|
| Patlabor - The Movie | パトレイバー - The Movie | 不明 | 不明 |
| Prinzessin Mononoke | もののけ姫 | 不明 | 不明 |
| Jin-Roh | 人狼 | 不明 | 不明 |
| Pokemon2: Die Macht des Einzelnen | ポケモン2: the mystery of mount moon | 1,843,086 | 2000 |
| - | ポケモンthe First Movie: Mewtwo Strikes Back | 3,222,452 | 2000 |
| - | ポケモン The Movie 2000 | 1,843,086 | 2000 |
| Digimon- Der Film | デジモン The Movie | 667,335 | 2001 |
| Chihiros Reise ins Zauberland | 千と千尋の神隠し | 424,492 | 2003 |

ドイツで放映されているTVアニメ

| アニメタイトル | チャンネル |
|----------------------|------------------|
| バーバパパ | RTL |
| バーバパパ | RTL |
| 爆転シュートベイブレード | Fox Kids |
| 爆転シュートベイブレード | ATV plus |
| カードキャプターさくら | Kabel 1 |
| カードキャプターさくら | Fox Kids |
| 激闘！クラッシュギアTURBO | Tele 5 |
| キューティーハニー | Junior |
| 名探偵コナン | RTL |
| ウリクベン救助隊 | ARD |
| キャプテン翼: Road to 2002 | ATV plus |
| デジモンアドベンチャー | RTL |
| デジモンアドベンチャー | Fox Kids |
| デジモンアドベンチャー | SF2 |
| デジモンアドベンチャー2 | Fox Kids |
| デジモンフロンティア | RTL |
| Drスランプアラレちゃん | Premiere Start |
| Drスランプアラレちゃん | Junior |
| Drスランプアラレちゃん | SF2 |
| デュエルマスターズ | RTL |
| 時空探偵ゲンシクン | Kabel 1 |
| 不思議の国のアリス | Kinderkanal |
| 新機動戦記ガンダムW | Sci Fi |
| とっとこハム太郎 | RTL |
| アルプスの少女ハイジ | Kinderkanal |
| Hellsing | VIVA Schweiz |
| 犬夜叉 | RTL |
| 神風怪盗ジャンヌ | RTL |
| マリセリーノ | Kinderkanal |
| 母をたずねて三千里 | Junior |
| メダロット | Fox Kids |
| メダロット | Tele 5 |
| メダロット | ATV plus |
| メダロット | Premiere Austria |
| ロックマンエグゼ | RTL |
| メタルファイターM:K U | Premiere Austria |

| | |
|--------------------------|------------------|
| モンスターランチャー | RTL |
| モンスターランチャー | Premiere Austria |
| ニルスのふしぎな旅 | Junior |
| ニルスのふしぎな旅 | Premiere Austria |
| ニルスのふしぎな旅 | ARD |
| Nori | RTL |
| One piece | Premiere Austria |
| One piece | RTL |
| One piece | Premiere Start |
| One piece | Junior |
| ピーターパンの冒険 | ARD |
| ピノキオの冒険 | ZDF |
| ポケットモンスター | RTL |
| ポケットモンスター | Premiere Start |
| ポケットモンスター | SF2 |
| ポケットモンスター | Premiere Austria |
| ポケットモンスター | Junior |
| ポケットモンスターアドバンスジェネレーション | Fox Kids |
| ポケットモンスター - Master Quest | Premiere Start |
| ポケットモンスター - Master Quest | Fox Kids |
| セーラームーンS | RTL |
| シャーマンキング | Kabel 1 |
| シャーマンキング | ATV plus |
| クレヨンしんちゃん | Premiere Start |
| クレヨンしんちゃん | Premiere Austria |
| クレヨンしんちゃん | Fox Kids |
| スレイヤーズ | Junior |
| Sonic X | Kabel 1 |
| 仙界伝 封神演義 | Junior |
| 仙界伝 封神演義 | SF2 |
| トムソーヤの冒険 | Kinderkanal |
| 遊戯王 | RTL |
| 遊戯王 | Premiere Start |
| 遊戯王 | Fox Kids |
| X/1999 | VIVA Schweiz |

出典：「フランスにおける日本アニメを中心とするコンテンツの浸透状況 2005年3月」

(日本貿易振興機構 市場開拓部)

⑤中国の概況

普及の経緯

【アニメ】

1979年から中央電視台で放送された「鉄腕アトム」の人気をきっかけに、「一休さん」や「ニルスのふしぎな旅」、「ドラゴンボール」や「スラムダンク」、「クレヨンしんちゃん」など日本のアニメが次々と放送され、中国でも人気を集めた。1990年代後半以降には、中国のアニメ産業を保護するため、海外アニメのテレビ放映が制限されるようになったが、「名探偵コナン」、「デジモンアドベンチャー」などの作品が人気を集め、中国国内で放映されるアニメのうち92%が日本製となった。日本アニメが入る前は、アニメは児童教育の手段として捉えられることが多かったが、宮崎駿作品や「攻殻機動隊」などをきっかけに、青年層のアニメファンが増え、アニメオタク族まで生み出した。そのような状況をうけ、2006年9月1日には中国アニメの保護を理由に、ゴールデンタイムに日本アニメを放送することが禁止され、現在では一切日本アニメは放送されていない。

このように、日本アニメの視聴が難しくなっている状況ではあるが、市場には日本アニメの海賊版DVDが数多く販売され、不正ダウンロードによる視聴も多く行われるなど、日本アニメを見る環境はさほど大きく変わっていない。

【マンガ】

中国では、1960年代から日本マンガの海賊版が広まり、男女を問わず14～18歳代の男女を中心に幅広い読者を得た。現在でも、海賊版が多く明らかに著作権処理されていないと思われる単行本が並び、ビデオCDが付録についていた日本マンガ・アニメの情報誌なども販売されている。また、インターネットで不正にデータ化されたマンガコンテンツも広く普及している。無料、あるいは低価格で入手することが可能であるため、日本マンガは広く普及し、「ナルト」、「ワンピース」、「鋼の錬金術師」、「HUNTER×HUNTER」のほか、「スラムダンク」、「ちびまるこちゃん」などが特に人気のある作品として挙げられている。

こうした状況から、90年代より日本のマンガ・アニメのキャラクターは高い知名度、人気を誇っている。次表(図表1-26, 1-27)のように、にほんのキャラクター知名度は50%以上を占め、人気キャラクターベスト10のうち半分は日本のキャラクターである。

図表 1 - 26 中国における日本キャラクター知名度

| | | |
|----|------------------|-------|
| 1 | クレヨンしんちゃん | 77.2% |
| 2 | ちびまる子ちゃん | 70.9% |
| 3 | スラムダンク | 61.9% |
| 4 | ドラえもん | 61.6% |
| 5 | 名探偵コナン | 60.4% |
| 6 | ドラゴンボール | 58.9% |
| 7 | 美少女戦士セーラー ムーン | 57.8% |
| 8 | 聖闘志星矢 | 54.8% |
| 9 | ウルトラマン | 51.3% |
| 10 | ハローキティ | 46.4% |

出典：「中国消費者の生活実態 2005-2006」（サーチナ研究所）

図表 1 - 27 中国における人気キャラクターランキング

| | | |
|----|------------------|------|
| 1 | <u>クレヨンしんちゃん</u> | 7.4% |
| 2 | 孫悟空 | 7.3% |
| 3 | <u>ドラえもん</u> | 6.8% |
| 4 | <u>名探偵コナン</u> | 5.7% |
| 5 | <u>ちびまる子ちゃん</u> | 5.3% |
| 6 | スヌーピー | 4.9% |
| 7 | ドナルドダック | 4.3% |
| 8 | ミッキーマウス | 3.9% |
| 9 | ガーフィールド | 3.9% |
| 10 | <u>桜木花道</u> | 3.7% |

出典：2001年12月 サイバーブレインズ社調査

※下線は日本発のキャラクターを示す

また、近年では、少女マンガの影響もあり、マンガ読者の70%が女性を占めるようになるなど、日本マンガの影響により、新たな読者層が拡大している。マンガファンのうち、中国のマンガを好む人は13%、日本を含めそれ以外の国のマンガを好む人は87%となっている。

データで見る概況

【アニメ】

海賊版による普及、不正コピーによるインターネットでのダウンロードなどがあり、市場は不透明となっている。海賊版は、一般の DVD ショップでも一部販売されているほか、日本や韓国のポップカルチャーファンが多く集まる地域や、外国人居住者が多く利用する地域にある店舗には数多く取り揃えられている。また、日本アニメを無料でダウンロードできるサイトが数多く存在し、ユーザーは手軽に日本アニメを楽しむことが可能となっている。DVD の価格（海賊版）は約 8 円（125 円）と、日本人にとって低価格であるが、エリートサラリーマンの 1 食分に相当する値段である。

※換算レート：1 円=15 円（アンケート調査換算レートと同率）

【マンガ】

マンガにおいても、アニメと同様に海賊版が多く出回り、市場は不透明となっている。中国政府や中国マンガ界は、著作権の重要性に理解を示しているが、物理的な難しさのほか、経済に与える影響や、正規出版の準備不足など、さまざまな問題を抱えている。今後は、ゆるやかに対処し、徐々に海賊版を減らしていこうという姿勢を見せている。

マンガ書籍 1 冊の価格（海賊版）は、約 3～5 円（47～78 円）、雑誌は 1 冊 6 円（94 円）程度、貸本は 1 冊 1 日借りて約 1 円（16 円）となっている。

以上のようにデータとして捉えがたい状況であるが、日本のマンガ・アニメのファンは、臨海部各都市だけで少年少女・青年男女合せて数百万人以上の規模となっていると考えられる。

ファンの動向

北京のアニメ雑誌である北京卡通誌が主宰するイベント「北京マンガアニメーション大会」などが開催されているほか、2005 年 6 月には、国家機関である国家府広播電影電視総局（ラジオ映画テレビ総局）が主催する「第 1 回中国国際アニメ・マンガ・フェスティバル」が開催され、5 日間で 120 万人が来場するなど、国内でも数多くのマンガ・アニメのイベントが開催されている。

中国では、マンガ・アニメ両方を採り上げたイベントが主であり、中国国内だけでなく東アジア各地の作品が集められ、日本のコミケのようにコスプレを楽しむファンも多く、マスコミの注目度も高い。展示ブースは著作権をクリアしていないと思われるキャラクターで埋め尽くされ、日本のコンテンツホルダーやライセンサーの多くが出展に消極的であったようだが、日本メーカーが販売するキャラクターグッズへの人気が集中し、マーチャンダイズの面では大きな利益を上げている。

⑥台湾の概況

普及の経緯

【アニメ】

1993年にケーブルテレビが合法化し、1995年に衛星放送技術が発展したことで、日本アニメ番組が増加し、1996年には土曜のゴールデンタイムは、日本アニメの独占状態となった。1997年にはケーブルチャンネルの2局が日本アニメを大量に放映したほか、1998年には、地上波の平日16～18時、土曜午後17時と23時、日曜18時すべてが日本アニメ専門の時間帯となった。さらに日本と同様、人気を集めたアニメ作品は、グッズ化され、「ポケモン」のピカチュウグッズや、「スラムダンク」のシャツ、「爆裂兄弟」の四駆自動車などが人気を集めた。

【マンガ】

台湾では、1960年代から著作権制度が整備される1990年代まで、海賊版の日本マンガが多く出回っていた。1991年以降には、著作権制度が整備され、「少年マガジン」の台湾版「少年快報」が発行部数20万部に達し、1995年出版の「クレヨンしんちゃん」第1巻が60万部を突破した。人口が日本の1/6程度である台湾では驚異的な大ヒットであったといえる。その後も日本マンガの人気は続き、「シティハンター」、「ドラえもん」など、日本で人気のある作品が台湾でも人気を集め、現在台湾のマンガ市場は、日本マンガの翻訳作品が95%を占めている。また、近年では、「花より男子」、「MARS」など日本のマンガ作品がドラマ化され、台湾国内でも話題を集めている。

データで見る概況

【アニメ】

DVD販売市場については、海賊版も多いほか、インターネットによる不正ダウンロードによる視聴も多く、市場は不透明となっている。

テレビ番組では、日本の番組がアメリカなどの番組よりもよく見られており、その中でもよく見られているジャンルはアニメである。とくに1995年に22.0%と地上波番組年間ベスト5となった「スラムダンク」をはじめ、「名探偵コナン」、「美少女戦士セーラームーン」、「機動戦士ガンダム」、「新世紀エヴァンゲリオン」は高い人気を得ている。

また、アニメ主題歌などの関連する音楽CD、キャラクターデザインのカレンダーやポスター、文房具、成人向けネクタイなどさまざまなアニメ関連グッズが台湾でも販売され、1999年に台北で実施された「好きなキャラクターに関する調査」では、ドラえもん、ピカチュウ、ハローキティがミッキーマウスを大きく引き離し、ベスト3となった。

図表 1 - 28 台湾における人気キャラクターランキング

| | | |
|----|------------------|-------|
| 1 | <u>ドラえもん</u> | 10.4% |
| 2 | <u>ピカチュウ</u> | 10.3% |
| 3 | <u>ハローキティ</u> | 9.1% |
| 4 | ミッキーマウス | 5.0% |
| 5 | <u>ちびまる子ちゃん</u> | 3.9% |
| 5 | スヌーピー | 3.9% |
| 7 | <u>たればんだ</u> | 3.6% |
| 7 | くまのプーさん | 3.6% |
| 9 | ピングー | 1.7% |
| 10 | <u>クレヨンしんちゃん</u> | 1.7% |

出典：「哈日族 なぜ日本が好きなのか」（酒井亨）

※下線は日本発のキャラクターを示す

【マンガ】

台湾においても、いまだ海賊版が多く出回っていることもあり、正式な日本マンガの市場規模を把握することは困難である。

台湾では、日本と同様に週刊誌や単行本などを書店で手に入れる方法のほかに、貸本屋でマンガを借りる方法、またインターネットでマンガがアップロードされているサイトにアクセスして読む方法がある。マンガ書籍の値段は、版型によって異なるが、約 **75～150** 元（**270～540** 円）となっている。台湾でマンガを発行している出版社は、現在では3社となっており、そのうち2社はマンガ雑誌も出版している。

マンガの売上や、テレビアニメの普及から見ると、日本マンガ・アニメのファンは少年少女から、青年男女まで幅広く、**100** 万人近い数に上ると推定される。

ファンの動向

日本のアニメ・マンガが日本と変わらない状態で台湾の市場に浸透し、幅広い年齢層の人が日本のアニメ・マンガを認知している。オタクと呼ばれる熱狂的なファン層もいるが、そうではないサラリーマン、中高生、小学生も日本のアニメやマンガを鑑賞している。また日本同様に、毎年コミケ、コスプレイベントが各地で行われ、多くの人が参加している。

⑦香港の概況

普及の経緯

【アニメ】

香港では、現在放送しているアニメの**95%**が日本のアニメで、そのほかにおいても外国性がメインとなっている。午後から夕方には子供向けで多く放送され、近年では「ナルト」、「デスノート」、「ケロロ軍曹」などが人気を集めている。

【マンガ】

1960年代から日本マンガの海賊版が多く出回り、第**1**次の日本マンガブームが起きた。その後、**1980**～**1990**年代に著作権法が整備され、本格的に日本マンガの翻訳出版に乗り出すようになり、あちこちにマンガの専門店がオープンし始めた。なかでも「ドラゴンボール」の1巻が**18**万部という驚異的な販売部数を記録する大ヒットとなった。また、「ドラえもん」や「スラムダンク」なども人気を集め、日本マンガの存在を多くの人が知るようになっていく。ここ数年で人気のあるタイトルは、「頭文字**D**」、「エンジェルハート」、「鋼の錬金術師」、「**NANA**」、「デスノート」などが挙げられる。

香港では、男性・女性ともに日本マンガを読み、日本と同様に**10**～**20**代の読者が多い。日本マンガは台湾同様幅広い年齢層に知られ、ほぼすべての人がポケモンとドラえもんを知っているほど、定着している。

データで見る概況

【アニメ】

台湾・中国大陸からくる**DVD**の海賊版も多く出回り、**DVD**の売上から市場を把握することは難しい。

【マンガ】

少なくなってきたとはいえ、台湾・中国大陸からくる海賊版も多く、中国大陸のサイトからマンガをダウンロードするといった被害もあり、実際の市場は不透明のままである。

日本マンガが正式に普及するまでは、一般の書店ではマンガを取扱っていなかったが、現在ではニューススタンド、専門店が取り扱いを始め、比較的手軽にマンガを手に入れることができるようになっていく。マンガの値段は平均で**1**冊およそ**14**香港ドル(**214**円)、また貸し本屋もあり、**1**冊**1**日借りるとおよそ**4**香港ドル(**61**円)となっている。

以上から、日本マンガ・アニメのファンは少年少女から、青年男女まで幅広く、数十万人と推定され、中国本土への普及の窓口にもなりうると考えられる。

ファンの動向

日本マンガが普及してからすでに**40**年以上が経過しているため、**50**代を過ぎた人でも日本のマンガ・アニメを知っている人は多い。**10**～**20**代には、オタクとよばれるような熱狂的なアニメファンも多く、コミケと同じく同人誌を販売する漫画同人祭などのイベントが**90**年代前半から行われ、コスプレをしているファンの姿も見られる。現在では、日本のマンガの影響を受け、マンガ家になったファン層も多く、香港製マンガの市場も拡大しつつある。

⑧ 韓国の概況

普及の経緯

【アニメ】

韓国では、**1970**年代からテレビが普及し、日本文化開放宣言以前から「鉄腕アトム」、「マジンガーZ」など多くの日本作品が放送されていた。**1998**年に日本文化開放宣言以降は、数々の日本製アニメが放送された。その中でも、「銀河鉄道 999」、「ドラゴンボール」、「クレヨンしんちゃん」、「美少女戦士セーラームーン」などが**80%**以上の視聴率を獲得し、日本アニメは広く浸透した。**1998**年に行った調査によると、韓国の若者が大衆文化に接する頻度はアニメが**81%**ともっとも高く、次いでマンガ（**77%**）、ゲーム（**71%**）となっている。

また、**DVD**は、**2004**年第四次日本文化開放宣言までは正式にアニメが輸入されることなく、インターネットや海賊版で日本のアニメが視聴されていたと考えられる。

【マンガ】

韓国では、歴史的背景や、自国のマンガ出版が盛んに行われていることもあり、日本マンガの普及は他国と比較しても遅い。**1998**年から行われた日本文化開放宣言の直前、**1990**年代から、ポケット本という、日本と比べて小さいサイズのマンガ海賊版が出回り始めた。その後新書版サイズに変わり、海賊版日本マンガをレンタルする貸し本屋が各大学の周辺に増えていった。第一次日本文化開放宣言（**1998**年）以降、正式にハングル語化され、販売してはいるが、現在ではインターネット上にそれらのマンガがアップされている **web** サイトがあり、そこからダウンロードして読まれているケースが多数である。最近では、成人マンガ誌に「釣りバカ日誌」や「沈黙の艦隊」、「クレヨンしんちゃん」などが掲載され、日本マンガは大きく広がっているといえる。

データで見る概況

マンガは**1998**年から、アニメは**2004**年からと、最近になって正式に韓国国内で販売され始めたため、現在も正式な定量データはない。また、インターネットからダウンロードする海賊版も多く、全体の市場は非常に見えにくいといえる。

次頁の表（図表 1-29）によると、韓国で公開された日本映画の動員数上位 **10** 作品のうち **3** 作品がアニメ作品となっている。また、**9** 位の「**NANA**」は実写映画作品であるが、マンガを原作にしている。

図表 1 - 29 2006 年に公開された日本映画動員数 TOP10

| | | |
|----|----------------------------|---------|
| 1 | 日本沈没 | 940,560 |
| 2 | 輪廻 | 358,591 |
| 3 | オトシモノ | 317,439 |
| 4 | <u>あらしのよるに</u> | 292,992 |
| 5 | 着信アリ Final | 280,966 |
| 6 | <u>ゲド戦記</u> | 239,067 |
| 7 | <u>ポケモンレンジャーと蒼海の王子マナフィ</u> | 154,278 |
| 8 | メゾン・ド・ヒミコ | 91,960 |
| 9 | NANA | 86,855 |
| 10 | <u>超劇場版ケロロ軍曹</u> | 75,642 |

出典：映画振興委員会 資料

※下線はアニメ作品を示す

ファンの動向

インターネットでコンテンツをダウンロードすることが主流である韓国では、日本の秋葉原のような場所は存在せず、日本のような混沌としたオタク世界はインターネットのなかで繰り広げられている場合が多い。それでも、ソウルや釜山では2ヶ月に1度コミケのようなイベント「COMIC」が開催され、韓国の若者が制作したマンガ同人誌が1冊約**3,000**～**4,000**ウォン（**390**～**520**円）で販売されている。コスプレをしたファンも多数来場する。