



## アニメーション業界の 2015 年現在の傾向

～共同製作 / ネットストリーミング～

USC School of Cinematic Arts, Film and Television Production

内田 堯

## 目 次

1. 2015年テレビアニメーションの概要.....	2
2. 多国籍による共同製作の増加.....	2
3. 米国内のアニメーション制作の現状.....	3
4. コピーライトのダイナミクス.....	4
5. オンラインコンテンツの資金調達.....	5
6. 米国外制作作品の米国公開例.....	7
7. まとめ.....	8

## 1. 2015年テレビアニメーションの概要

米国のアニメーション業界は現在約22兆円規模であり、アニメーション業界はあらゆるセグメントで年間7%ずつ拡大している。これまではテレビアニメーションのターゲットは9歳以下の子供であったが、現在は10代、大人、家族全員に向けられたアニメーションが制作される傾向にある。大人向けのアニメーションのプライムタイムにおける成功例は『ザ・シンプソンズ』や『キング・オブ・ザ・ヒル』などがある。

テレビシリーズのアニメーションのコストは、日本で制作されるアニメーションより高額である。米国の平均的なアニメーションの1本に掛かるコストは約53万ドルであり(※1)、『シンプソンズ』は約200万ドル(※2)、Nickelodeonで制作されるアニメーションは約60-70万ドルにもなる(※3)。

(※1) Wescott, Tim. "Industry Report: Animation The Global Animation Industry." Cineuropa. German Films, 11 Mar. 2011. Web. 21 Mar. 2015. <<http://cineuropa.org/dd.aspx?t=dossier&l=en&tid=1437&did=201387>>.

(※2) Campanelli, John. From Homer's IQ to the Price of a Squishee: 'The Simpsons' by the Numbers." The Plain Dealer. 26 July 2007. Web. 21 Mar. 2015. <[http://blog.cleveland.com/top\\_entertainment/2007/07/from\\_homers\\_iq\\_to\\_the\\_price\\_of.html](http://blog.cleveland.com/top_entertainment/2007/07/from_homers_iq_to_the_price_of.html)>.

(※3) How Much Does an Animated TV Episode Cost?" Lineboil. Lineboil, 20 Feb. 2014. Web. 21 Mar. 2015. <<http://lineboil.com/how-much-does-an-animated-tv-episode-cost/>>.

## 2. 多国籍による共同製作の増加

現在のアニメーション業界は、多国籍スタジオに加えて、テレビ局やケーブルテレビ会社が強い影響力を持つ。彼らは、プリプロダクションから配給、DVDによる収益やIPライセンスの管理等、手広く制作に携わっている。加えて、様々な国がその国の映画制作に助成金を出しており、グローバルマーケット拡大のために多国籍による共同製作が頻繁に行われている。

共同製作が増えていくにしたがって、中国やインドのアニメーションスタジオが共同製作のパートナーとして台頭している。巨大スタジオの観点から言えば、共同製作は、小さなスタジオとの作業をフレキシブルにするだけでなく、他国の新しいクリエイティブの導入を可能にするという点で、優れた点の多い制作体制と言える。(※4)

中国との共同製作の例として、DreamWorksによる『カンフー・パンダ3』の中国スタジオとの共同製作が挙げられる。中国との共同製作によるメリットは少なくない。中国の国内映画として制作されることにより、輸入割当制を回避でき、なおかつ現地の配給権と引き換えに現地の投資を獲得することが可能となる。中国本土でのリリースをより確実にし、その上レベニューの43%を確保できるという点で、中国公開を目標に据えるスタジオにとって利益の多い制作体制となっている。(※5)

(※4) "Global Animation Industry Report 2014: Strategies, Trends & Opportunities for \$US 222 Billion Industry." AnimationXpress. AnimationXpress.com, 8 Jan. 2014. Web. 21 Mar. 2015. <<http://www.animationxpress.com/index.php/animation/global-animation-industry-report-2014-strategies-trends-opportunities-for-us-222-billion-industry>>.

(※5) Coonan, Clifford. "'Kung Fu Panda 3' Gets Co-Production Status in China." The Hollywood Reporter. The Hollywood Reporter, 13 Jan. 2015. Web. 21 Mar. 2015. <<http://www.hollywoodreporter.com/news/kung-fu-panda-3-gets-766185>>.

### 3. 米国内のアニメーション制作の現状

現在、アニメーターは作品をマーケットに持ち込むまでに長い道を経る必要がある。基本的にはプロデューサーとクリエイターが共同で、パイロット版、アートワーク、スクリプト、そしてプロダクション環境と人材を確保するという行程を踏む。次に、プロデューサーは、放送局、配給会社、代理店など、共同製作にコミットする国際的なパートナーの確約をしなくてはならない。これは、現在国内でのマーケットで支払いを保証できる国が米国を除いて存在しないからである。

購入コンソーシアム (buying consortium) は、事前販売や配給委託などに頼らないキャッシュフロー経営を可能にする投資者や貸与者などのサポートを受けなくてはならない。そのような状態にあっても、事前販売委託 (presale commitments) では制作コストをまかなうことは難しく、その不足分は第三者の投資者か、あるいは制作者への給与遅延や後払いなどの方法で資金を確約しなくてはならない。このような数年におよぶ努力を経て、はじめて観客の元へ作品が届けられるのがアニメーション制作の現状である。(※6)

このように資金捻出が困難なため、クリエイターが出資を募るためのフォーラムが各地域で行われている。また、欧州では国家間のギャップを埋めるための国際共同製作が活発化している。そのひとつが Cartoon Forum と呼ばれるイベントで、欧州中からおよそ 850 社以上のアニメーション関連企業が集まる。Cartoon Forum は、アニメーションテレビ番組の企画をピッチするフォーラムであり、3 日間に渡って、欧州中のプロデューサーたちが 30 カ国以上の放送局、出資者、クリエイティブ・パートナーたちに作品をピッチする。1990 年以降、594 のシリーズに対しておよそ 20 億ユーロの資金獲得に成功している。(※7)

Asian Animation Summit は、資金やパートナーを捜しているアジア圏のアニメーション企画見本市である。また、共同製作、共同資金提供などを同国内で促進する場所でもある。オーストラリア、韓国、マレーシア、タイなどの子供向けテレビ / ウェブアニメーションのプレゼンテーションが 3 日間に渡って行われる。プロジェクトのクリエイターやプロデューサー自身が、アニメーション業界のメンターのサポートを受けて作品をプレゼンテーションする。2014 年はベトナムのハノイで 12 月 9 日から 12 日にかけて開催された。韓国の KOCCA (Korea Creative Content Agency / 韓国コンテンツ振興院)、マレーシアの MDeC (Multimedia Development Corporation / マルチメディア開発公社)、タイの SIPA (Software Industry Promotion Agency / 情報技術・通信省)、DITP (Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce / タイ国政府商務省国際

貿易振興局)、Kidscreen などが参加している。(※8)

北米と欧州の間でも共同製作が盛んに行われている。昨年、カナダ・ブリティッシュ・コロンビアの代表団が英国マンチェスターで BBC、Channel 5、ITV、Disney、Nickelodeon、Turner などの放送局やアニメーション会社と会合を行った。カナダ代表団は、英国の新しいアニメーションのタックス・インセンティブに関連し、同国での資本の機会を探している。フォーラムは、英国の Pact (英国の独立系テレビ・映画・デジタル・アニメーション企業を代表する事業者団体) の共同出資により開催された。(※9)

(※6) “Research and Markets: Global Animation Industry 2015: Strategies, Trends and Opportunities.” Yahoo! Finance. Yahoo!, 28 Jan. 2015. Web. 21 Mar. 2015. <<http://finance.yahoo.com/news/research-markets-global-animation-industry-142200518.html>>.

(※7) Cartoon Media. CARTOON Asbl, 1 Jan. 2013. Web. 21 Mar. 2015. <<http://www.cartoon-media.eu/cartoon-forum/cartoon-forum-2015.htm>>.

(※8) The Asian Animation Summit. Brunico Communications Ltd., 1 Jan. 2014. Web. 21 Mar. 2015. <<http://aas.kidscreen.com/2014/index/>>.

(※9) “UK Animators Explore Coproduction Opportunities with Canada” Pact. Pact. 24 Feb. 2014. Web. 21 Mar. 2015. <<http://www.pact.co.uk/about-us/news/uk-animators-explore-coproduction-opportunities-with-canada/>>.

#### 4. コピーライトのダイナミクス

上記のようにあまり高い利益の見込めないアニメーションが、いかに巨大な知名度を持つ映画やアニメーションと歩みをそろえているのかという問題を考慮するためには、コピーライトマーケットにおけるいくつかの指標が必要になってくる。

まず、作品制作の主導権を握るスタジオと、コンシューマーの中間を担うコピーライト商品制作の層の厚みである。これは、両者のコスト、利益を控除するうえで非常に重要である。コピーライトマーケットは、アニメーション業界のトップからボトムまでの利益フローのピラミッドそのものを象徴していると言える。

次に重要なのが、エンタテインメントプロダクトのゼロコスト化、それに伴う“顧客が興味を持つ広告のみに価格を支払う”というシステムの一般化が、現在アニメーション業界に浸透しつつあるという点である。ここでは、エンタテインメントを享受するだけの顧客 (カスタマー) と、それぞれの嗜好でもってトレードオフを行う消費者 (コンシューマー) を分けて考える必要がある。しかしながら、Hulu や Netflix に代表される Web ベースのサブスクリプションシステムが既存のシステムにとって変わる日が近く訪れる可能性も充分にある。

最後に、コンテンツのマーケットを支配する放送局や配給会社など、支配的な中間層のマーケットパワーが作品の利益を大きく左右するという点である。世界的に見て、5-6 社のコーポレーションが主なメディアマーケットの 70-80% を操作しているというのが現状である。特に都市圏外の小さな地域においては、彼らの影響力はより強固なものとなる。この点を鑑みると、今後の

国際的なメディアパワーは、ローカルなネットワークと世界的なネットワークによる、縦と横の結びつきにより形成されることが予想される。(※10)

(※10) “Research and Markets: Global Animation Industry 2015: Strategies, Trends and Opportunities.” Yahoo! Finance. Yahoo!, 28 Jan. 2015. Web. 21 Mar. 2015. <<http://finance.yahoo.com/news/research-markets-global-animation-industry-142200518.html>>.

## 5. オンラインコンテンツの資金調達

『アドベンチャー・タイム』や『デクスターズラボ』等のテレビアニメーションシリーズの制作会社として知られる Frederator Studios によるオンラインアニメーション『Bee and PuppyCat』は、制作資金 60 万ドルを Kickstarter キャンペーンにより調達した。

『Bee and PuppyCat』は、もともと 5 分間の短編アニメーションとして、Frederator Studio の YouTube 公式チャンネルである Cartoon Hangover 上にて公開されていたが、ネット上での人気に伴い、Cartoon Hangover は新たな 9 エピソードを追加するために Kickstarter キャンペーンを開始し、目標金額を超える 872,000 ドルの調達を達成した。これはこれまでのアニメーション関連の Kickstarter キャンペーンの中では最も成功したプロジェクトである。(※11)

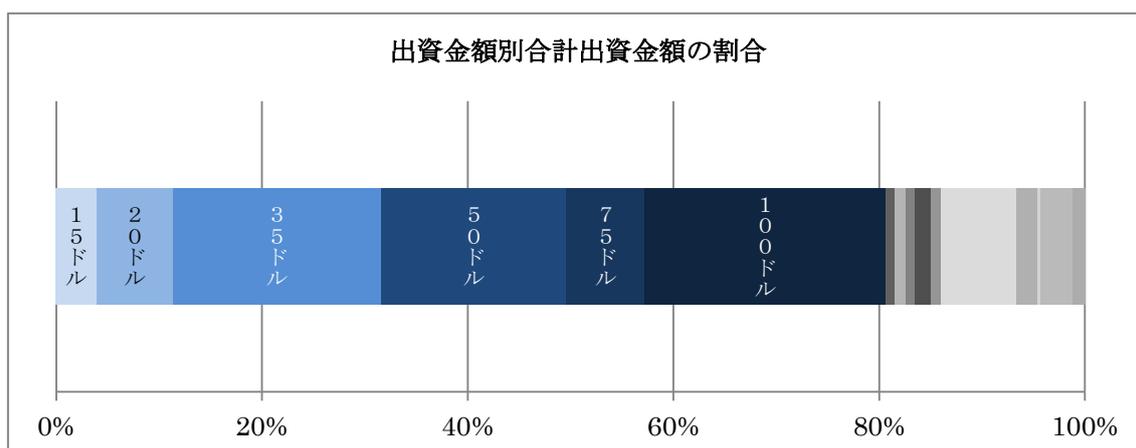
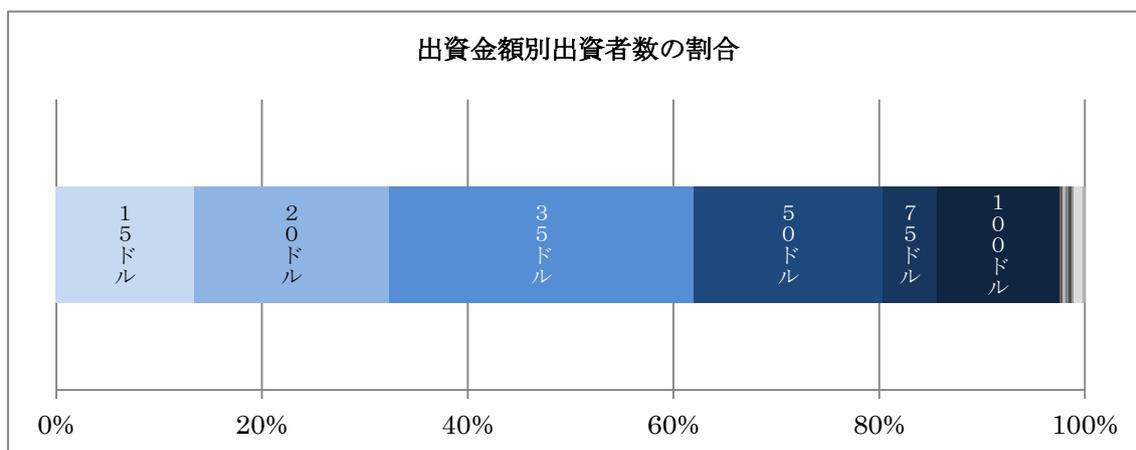
同社によると、クラウドファンディングによる資金調達という決断を行った理由は、従来のテレビ番組式資金調達方式による何年にもおよぶ調達期間を圧倒的に削減できるだけでなく、同作品のような個性的なアニメーションを従来のネットワークの介入なく制作できるというメリットのためだという。(※12)

クラウドファンディングを成功させるためには、ベースとなる知名度が必要であるのは言うまでもない。以下の資料は『Bee and PuppyCat』の Kickstarter における資金調達の詳細である。グラフのとおり 100 ドル以下の出資者が全出資者の 95%をこえ、また出資額全体の約 80%を 100 ドル以下の出資者から調達している。

### 『Bee and PuppyCat』の Kickstarter での資金調達の内訳

出資金額	出資者数	合計出資金額
15 ドル	2,114 人	31,710 ドル
20 ドル	3,001 人	60,020 ドル
35 ドル	4,669 人	163,415 ドル
50 ドル	2,910 人	145,500 ドル
75 ドル	823 人	61,725 ドル
100 ドル	1,887 人	188,700 ドル
150 ドル	50 人	7,500 ドル
175 ドル	50 人	8,750 ドル
200 ドル	35 人	7,000 ドル

出資金額	出資者数	合計出資金額
250 ドル	49 人	12,250 ドル
300 ドル	28 人	8,400 ドル
400 ドル	147 人	58,800 ドル
750 ドル	22 人	16,500 ドル
2,500 ドル	1 人	2,500 ドル
5,000 ドル	5 人	25,000 ドル
10,000 ドル	1 人	10,000 ドル
その他	-	64,363 ドル
<b>合計</b>	<b>15,792 人</b>	<b>872,133 ドル</b>



また、YouTube というプラットフォームにより、約 87 万ドルという破格の金額で 1 シーズンを制作している点も注目に値する。とはいえこのようなコンテンツ制作が可能なのは、同スタジオが制作した『アドベンチャー・タイム』の爆発的ヒットによる収益に支えられているからであ

り、他のアニメーションスタジオが、Cartoon Hangover のようなコンテンツ制作に追随するのは困難といえる。

(※11) Kickstarter. Kickstarter, 14 Oct. 2013. Web. 21 Mar. 2015. <<https://www.kickstarter.com/projects/frederator/bee-and-puppycat-the-series>>.

(※12) Hiler, James. “‘Adventure Time’ Alum Natasha Allegri Hopes to Turn YouTube Hit ‘Bee and PuppyCat’ Into a Series.” Indiewire. Indiewire, 15 Oct. 2013. Web. 21 Mar. 2015. <<http://www.indiewire.com/article/television/adventure-time-alum-natasha-allegri-hopes-to-turn-youtube-hit-bee-and-puppycat-into-a-series>>.

## 6. 米国外制作作品の米国公開例

米国外で制作された作品が米国内で公開される例は決して多くない。カナダ・韓国の共同製作作品である『ナッツジョブ サーリー&バディのピーナッツ大作戦!』は、米国外のスタジオ作品でありながら全米の劇場で公開された希有な作品である。また、ネットストリーミングによる海外作品の公開も徐々にではあるがはじまっている。

### TOONBOX / Redrover Co. Ltd.

カナダの制作会社である Toonbox により制作された『Bolts and Blip』は韓国の 3D 映像制作会社 Redrover Co., Ltd. との共同製作による作品で、世界 80 地域で放送されている。Toonbox、Redrover Co., Ltd. は 2014 年に長編 CG アニメーション映画『ナッツジョブ』を制作し、インディペンデント制作の作品にも関わらず、Regal、AMC 系列の 6,900 スクリーンで公開され週末興行収入全米 3 位 (1200 万ドル) を達成している。

### Ankama Group

フランスのアニメーション作品『Wakfu』は、フランスのテレビゲーム、映像制作会社である Ankama Group によって制作された作品で、2014 年秋から Netflix で配信が開始された。パソコンおよびニンテンドーDS 向けのスクロールファンタジーとして制作されたゲーム作品をベースとしている。

もともとフランスで制作された作品で、Kickstarter のクラウドファンディングによって英語版が制作された。シーズン 1 の英語版制作資金 8 万ドルを目標として開始されたキャンペーンは、約 2 日で目標金額を達成し、キャンペーン期間の 1 カ月で目標の約 6 倍にあたる 48 万ドルの資金調達に成功した。これにより、シーズン 2 の英語版制作、メイキング版の制作、特別版エピソードの制作に至った。

Netflix では 2014 年 9 月からストリーミングが開始され、11 月にはシーズン 2 のストリーミングが開始された。

## 7. まとめ

アニメーションの視聴者の多様化に伴って、米国をはじめとするアニメーション業界は成長傾向にある。しかし米国を除くと、自国での制作費回収が可能な地域は限られており、結果としてより多くの国での放映を目指した、多国籍による共同製作が頻繁に行われている。中国など大きな利益が見込める市場では特に共同製作の頻度が高まってきている。共同製作を活性化させるためのクリエイターと出資者を繋ぐフォーラムもまた、世界各国で活発化している。

またこれらのアニメーションプロジェクトの国際化が進む一方で、ネット上でのコンテンツ公開も徐々に浸透しはじめている。その代表と言える作品が **Cartoon Hangover** の『**Bee and PuppyCat**』であり、**Kickstarter** で資金を募った点は注目に値する。また、米国のスタジオ以外で制作されたCGアニメーションが全米公開にこぎついたり、フランスのアニメーションが **Netflix** で公開されたりするなど、世界各国が米国市場を狙っているのが現状であると言える。