

わが国のアニメ産業における供給面の課題

調査部 主任研究員 安井 洋輔

目 次

1. はじめに

2. アニメ制作者の低い定着率

3. アニメ制作会社の低収益力

4. 付加価値の適正配分

5. アニメ制作者の労働組合

6. わが国アニメと海外配信プラットフォーム

7. おわりに

補論. 政府目標6兆円を実現するために必要なアニメ制作者数の試算

要 約

1. 政府は、わが国のコンテンツ産業について、2033年に海外市場規模を20兆円にするという目標を掲げ、新たな成長のドライバーとして育成していくと宣言した。こうした取組により、アニメやゲームといったわが国が強みを持つコンテンツの輸出が持続的に拡大すれば、少子高齢化・人口減少により下押し圧力が強まっているわが国の潜在成長率を一定程度下支えできる。
2. もっとも、コンテンツ産業の一角を占めるアニメ産業がこうした目標を達成するのは、現状では極めて困難である。アニメ制作者数は現状6,000人程度と言われるなか、政府目標を達成するにはその5倍の3万人程度まで拡大する必要があるが、アニメ制作者の定着率は低く、このままでは2030年にはむしろ減少してしまうことが予想される。
3. アニメ制作者の定着率が低い背景には、他産業に比べて賃金水準が低いことがある。高いスキルを要する職業にもかかわらず、そのスキルが十分に評価されていない状況にあることから、アニメ制作会社は現行水準を大幅に上回る賃上げを実施し、彼らが生活の不安なく誇りを持って働き続けられる環境を整備する必要がある。
4. しかし、多くのアニメ制作会社は賃上げ余力に乏しい。海外需要を牽引役にわが国のアニメの売上は急激に拡大しているものの、アニメ制作会社の収益はそれほど増えていない。実際、海外売上の配分状況を見ると、アニメ制作会社に帰属する分は1割程度に過ぎず、9割はビデオメーカーや出版社、配給会社などの流通事業者には帰属している。
5. アニメ制作における制作会社の貢献度は大きいにもかかわらず、ヒット作の収益などが相応に還元されないのは、制作会社が制作したアニメの著作権を保有できていないことが大きい。今後、海外売上が増加基調で推移するなか、アニメ制作者の賃上げ原資の確保に向けてアニメ制作会社が収益力を改善させるには、流通事業者には帰属している収益の一部をアニメ制作会社に還流させる仕組みを構築することが重要である。
6. 加えて、アニメ制作者が労働者として自らの賃上げに向けた交渉力を高めることも必要不可欠である。そのためには、フリーランスや自営業者が5～7割と言われるなか、産業別の労働組合を結成し、アニメ制作会社と職種別の最低賃金や適正な労働時間といった労働条件の改善に向けて集団取引を行うことが求められる。
7. 他方、海外売上というパイ自体を一層拡大させていくことも重要である。そのためには、海外プラットフォームの活用は不可欠ながら、一方で、わが国企業がアニメの著作権を確保できるようにするほか、アニメの地域別の視聴回数や視聴者の評価といった情報開示を促し、アニメの著作権者が従量的に適正な配分を得られるようにする必要がある。

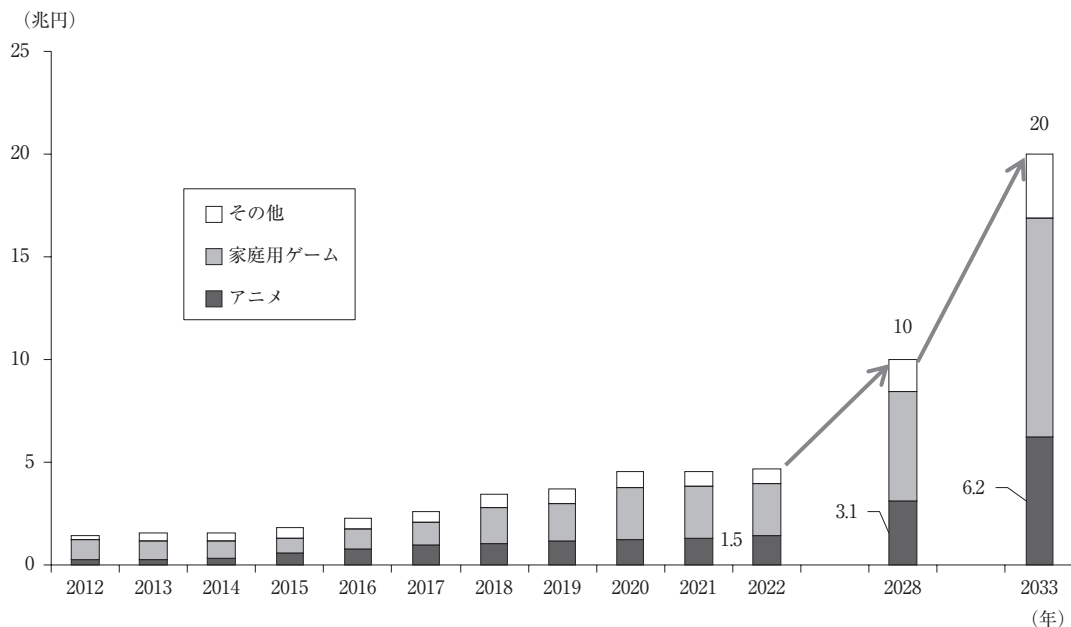
1. はじめに

政府は、2024年6月に「新たなクールジャパン戦略」を公表した。そこでは、わが国のコンテンツ産業を基幹産業に位置付けたうえで、クリエイターの支援やコンテンツを活用したソフトパワーの強化などを実現するとしている。また、前回の「クールジャパン戦略」(2019年9月公表)では示されなかった数値目標が設定されたことから、コンテンツ産業を新たな成長ドライバーとして育成していこうとする政府の強い決意が窺われる。

こうした政府の取組によってアニメやゲーム、漫画といったわが国が強みを持つコンテンツの輸出が持続的に拡大すれば、人口減少・少子高齢化の進行による個人消費の伸び悩みでわが国の潜在成長率に下押し圧力が強まるなか、これを一定程度下支えできる。

政府は、わが国のコンテンツの海外市場規模(海外売上)を2022年の4.7兆円から、2028年に10兆円、2033年には20兆円にするという数値目標を掲げている(図表1)。アニメの主題歌を中心とした音楽配信の拡大や、舞台となった土地に「聖地巡礼」として訪れるインバウンド需要を喚起するなど、幅広い波及効果を持つアニメ産業にフォーカスすると、アニメの海外売上の政府目標は、今後もアニメ産業のコンテンツ産業におけるシェア(注1)が変わらなければ、2028年に3.1兆円、2033年に6.2兆円になると考えられる。6兆円と言えば、電機機械業や運輸・郵便業の輸出額7兆円程度(2022年)に匹敵する規模であり、輸送用機械業ほどではないが、その成長率も踏まえるとわが国経済の新たなリーディング産業の一つと言ってもよいかもしれない。

(図表1) わが国コンテンツの海外市場規模と政府目標



(資料) 知的財産戦略本部 [2024]、(株) ヒューマンメディアを基に日本総合研究所作成

(注) 2028年および2033年の政府目標の内訳は、2022年の各コンテンツのシェアで案分。その他は、実写映画、テレビ番組、出版、スマホ・PCオンラインゲームの合計値。

もっとも、現状では、わが国のアニメ産業がこの目標を実現することは極めて困難と言わざるを得ない。2019年時点におけるアニメ制作者数は6,200人と言われるなか（注2）、政府目標（注3）を実現するにはその5倍の3万人程度が必要になると試算される（試算方法は本稿末補論を参照）。しかし、現状、アニメ制作者のアニメ産業における定着率は低く、こうした状況が今後も続いてしまうとして機械的に試算すると、2030年には5,600人と1割程度減少することになる（図表2）。

（図表2）わが国のアニメ制作者の人数



（資料）一般社団法人日本アニメーター・演出協会 [2023]、一般社団法人日本動画協会 [2023]、国立社会保障・人口問題研究所、数土（2020）を基に日本総合研究所作成

（注）2030年のアニメーター等の人数については、年齢階層ごとに人口に占めるアニメーター等の割合を計算し、これを2030年の年齢階層ごとの人口予測値に乘じることで算出。

このようにアニメ産業の現状を踏まえた将来見通しと、政府目標の間には大きな乖離がある。本稿ではアニメ制作者の定着率が低い背景などを考察したうえで、今後、政府目標を実現するための方策について検討したい。

（注1）2022年調査における海外市場規模をみると、アニメ産業は1.5兆円とコンテンツ産業全体4.7兆円の約3割を占める。

（注2）数土 [2020]を参照。

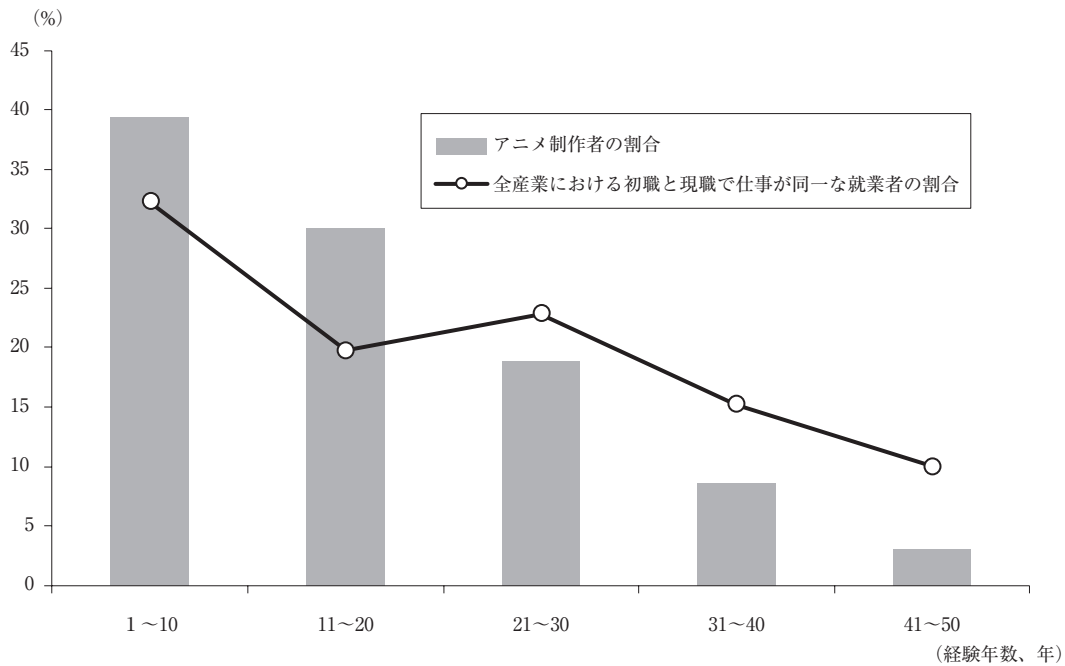
（注3）2033年に海外売上6兆円、国内売上1.5兆円（2022年以降横ばいと仮定）の計7.5兆円とした。

2. アニメ制作者の低い定着率

まず、アニメ産業と全産業における定着率の違いについてみる。一般社団法人日本アニメーター・演出協会（以下、JAniCA）が実施した実態調査と総務省統計局「就業構造基本調査」を基に、経験年数別にアニメ制作者と全産業における同一産業にとどまる就業者の割合（初職と現職で仕事が同一な就業者）を比較すると、1～20年ではアニメ制作者がアニメ産業にとどまる割合が全産業者の就業者が同一産業にとどまる割合を10%ポイント程度上回っている一方、30年以降になると逆に5～10%ポイント程

度下回っていることが分かる（注4）（図表3）。これは、アニメ制作に関心を寄せアニメ産業に参入する若者は多いものの、その後20年程度経過すると同産業から退出する者が他の産業に比べ多いことを意味する。

（図表3）経験年数別にみたアニメ制作者の割合



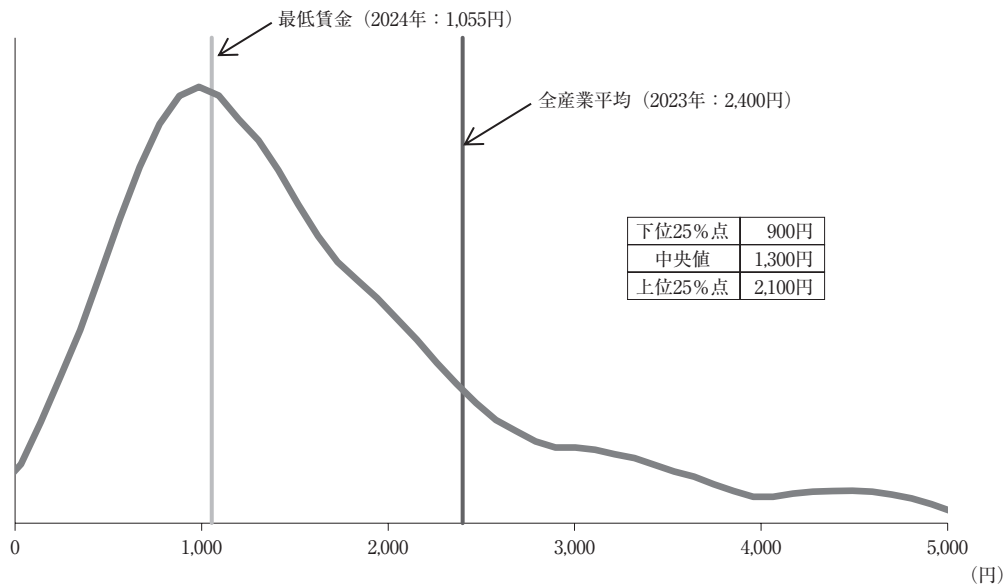
（資料）一般社団法人日本アニメーター・演出協会 [2023]、総務省統計局を基に日本総合研究所作成

（注）2022年調査。全産業における初職と現職で仕事が一貫した就業者の割合は、現在の仕事が最初の仕事と同一と回答した就業者の年齢より経験年数を推計。初職から現職までの間、仕事を変えていないと仮定。経験年数50年以上は省略。

こうしたアニメ産業における低定着率の背景の一つには、他産業に比べて賃金水準が低いことがある。2024年6月に日本総合研究所と一般社団法人日本アニメフィルム文化連盟（以下、NAFCA）が共同実施した「アニメ業界の希望時給算出のためのアンケート調査」で、アニメ制作者の時給（アニメ映像制作に関する月額報酬額を月間総労働時間で割った金額）を算出すると、その中央値は約1,300円と全産業平均の約2,400円の半分程度であることが分かった（図表4）。2024年度の最低賃金は全国平均で1,055円となったが、アニメ制作者の時給1,300円は最低賃金と大差なく、高いスキルを要する職業であるにもかかわらず、そのスキルが十分に評価されていない状況にあると考えられる。

また、他の145職種における平均時給額の分布と比較すると、アニメ制作者の分布は総じて下方に位置している（図表5）。これより、アニメ産業から他産業に転職すれば、給与や報酬額を増やせる可能性が高く、金銭面だけをみればアニメ制作者が他産業に移るインセンティブは高い状況にあると言える。

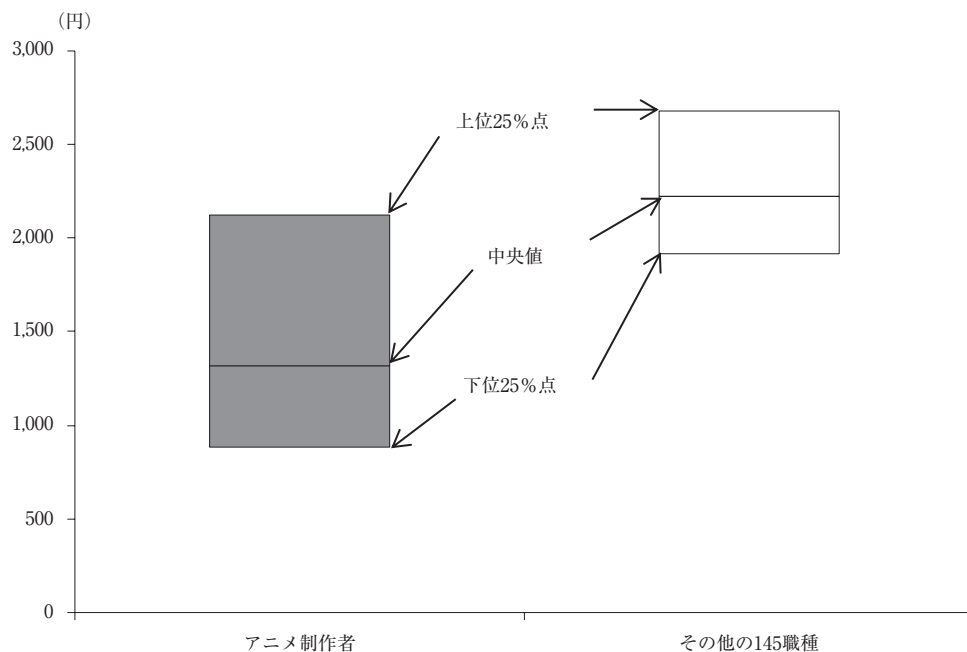
（図表4）アニメ制作者の時給分布



（資料）一般社団法人日本アニメフィルム文化連盟、日本総合研究所、厚生労働省を基に日本総合研究所作成

（注）時給＝月額報酬額÷〔1日の労働時間×（30－休日日数）〕。対象月は2024年4月。サンプル数は、アニメ映像制作に関する月額報酬額の合算が1万円未満と回答した者を除外した210。カーネル密度関数。最低賃金は2023年の全国加重平均額。全産業平均は一般労働者が対象。アニメーター等の中央値、上下25%点、全産業平均は10の位を四捨五入。

（図表5）アニメ制作者と他の職業の時給分布

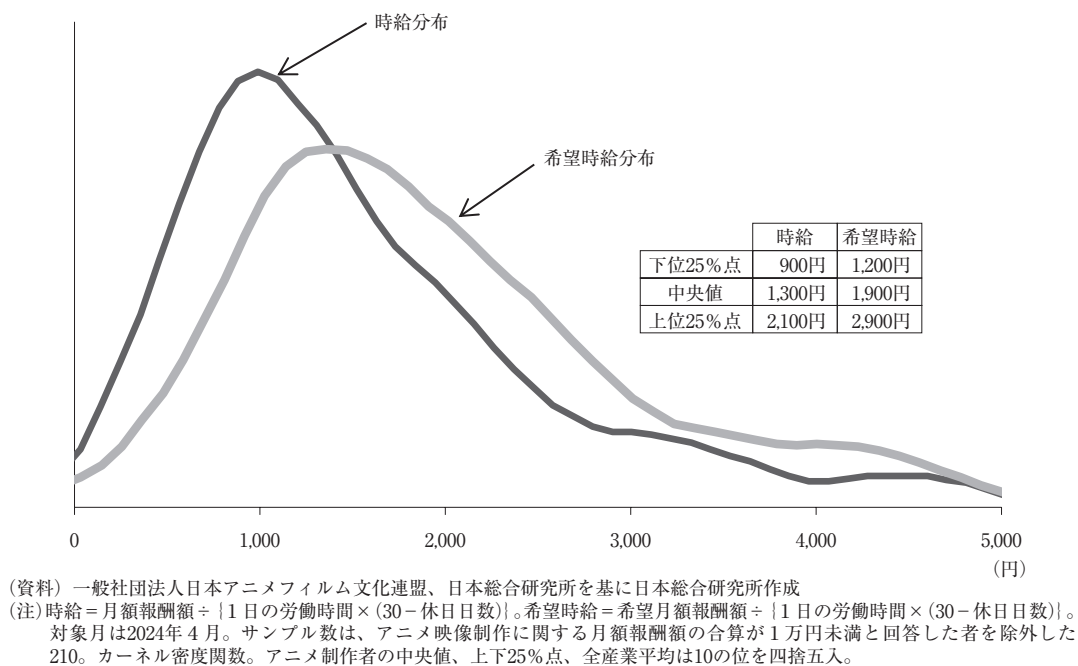


（資料）一般社団法人日本アニメフィルム文化連盟、日本総合研究所、厚生労働省を基に日本総合研究所作成

（注）アニメーター等の時給分布は図表4と同様に算出。その他の145職種は、わが国における各職種の時給の平均値における各職種の分布。

もっとも、他産業との時給水準の単純比較だけではアニメ制作者が賃金水準に不満を持っているかどうかは分からない。アニメ制作にかかわることで得られる金銭の多寡で割り切ることができない喜びもあり、そうした喜びが大きければ他産業より賃金水準は低くてもアニメ産業にとどまることが十分にあり得ると考えられるためである。そこで、同様のアンケート調査で、アニメ制作者の希望時給（自分のスキルが十分に評価されていると感じ誇りを持って働ける金額を月間総労働時間で割った金額）の分布も確認すると、実際の時給分布よりも全般的に右に大きくシフトしており、中央値では約5割程度上回っていることが見て取れる（図表6）。

（図表6）アニメ制作者が希望する時給の分布



これにより、多くのアニメ制作者は希望する時給水準の7割程度しかもらえていないと感じており不満を抱えているとみられる。つまり、実際の時給水準は自分のスキルが十分に評価されておらず、誇りを持って働き続けていけるような水準ではないということである。したがって、こうしたアニメ制作に係るスキルや貢献度に見合わないような劣悪な賃金環境が改善されない限り、アニメ産業における低定着率の問題は解決できないと考えられる。

（注4）アニメ産業からの離職率を試算すると新規参入後4年以内では約25%、8年以内では68%と高いことが分かる。なお、試算方法は以下の通り。

新規参入後4年以内の離職率＝（2019年調査で仕事経験年数1～3年を対象にした離職率＋2019年調査で仕事経験年数5～7年を対象にした離職率）／2。

・2019年調査で仕事経験年数1～3年を対象にした離職率＝（2019年調査における仕事経験年数1～3年の人数× α －2023年調査における仕事経験年数5～7年の人数）／（2019年調査における仕事経験年数1～3年の人数× α ）。ただし、 α ＝2023年調査のサンプル数/2019年調査のサンプル数。

・2019年調査で仕事経験年数5～7年を対象にした離職率＝（2019年調査における仕事経験年数5～7年の人数× α －2023年調査にお

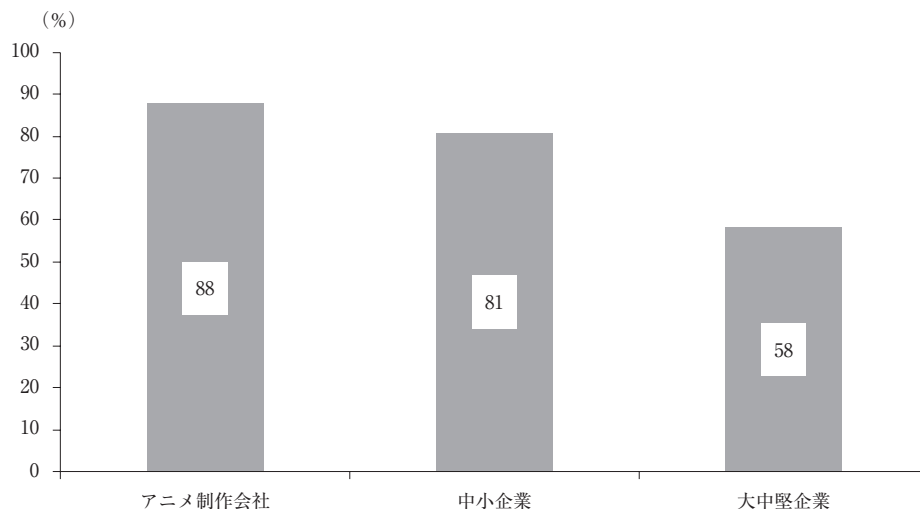
ける仕事経験年数9～11年の人数) / (2019年調査における仕事経験年数5～7年の人数× α)。
新規参入後8年以内の離職率 = (2015年調査における仕事経験年数1～3年の人数× β - 2023年調査における仕事経験年数9～11年の人数) / (2015年調査における仕事経験年数1～3年の人数× β)。ただし、 β = 2023年調査のサンプル数/2015年調査のサンプル数。

3. アニメ制作会社の低収益力

前章では、アニメ制作者の時給水準は他産業のそれと比べて低いほか、彼らの希望水準を大きく下回っており、賃金環境に不満を抱えていることを確認した。こうした状況を改善し人材の定着を図るには、アニメ制作会社は、現行水準を大幅に上回る賃上げを実施し、彼らが生活の不安なく誇りを持って働き続けられる環境を整備する必要がある。

もっとも、多くのアニメ制作会社は賃上げ余力に乏しいのが実情である。主として1990年中頃以降に設立されたアニメ制作会社7社を対象にしたアンケート調査（対象期間は2020年度～2022年度）に基づいて賃上げ余力を表す指標である労働分配率（人件費/付加価値額×100）を計算すると、平均88%と高水準であることが分かった（図表7）。これは、大企業の平均値58%を大きく上回っているほか、中小企業の平均値81%よりも高い。

（図表7）アニメ制作会社の労働分配率



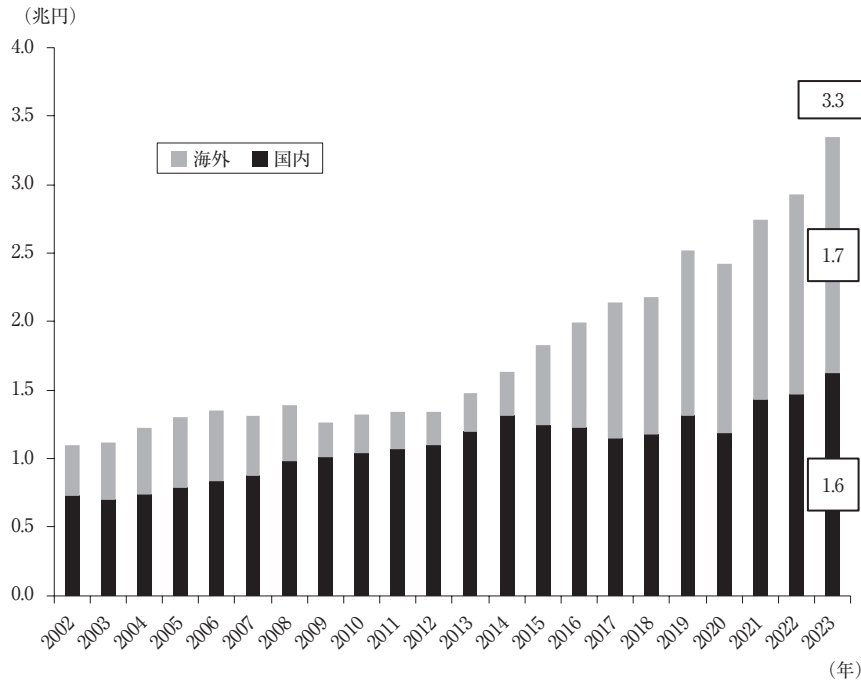
（資料）主として1990年中頃以降に設立されたアニメ制作会社7社のデータ、財務省を基に日本総合研究所作成
（注）2020年度～2022年度の平均。大中堅企業、中小企業は全産業が対象。

こうした状況において、アニメ制作会社が急ピッチに賃上げをすれば、収益が圧迫され倒産リスクが高まってしまう。このため、アニメ制作会社が賃上げ原資を確保するためには、労働分配率の分母である付加価値額を増やすことが先決となる。

では、なぜアニメ制作会社は、付加価値額つまり収益などを十分に確保できない状況が続いているのであろうか。わが国のアニメ産業の売上高は、2015年頃からのNetflixやAmazonなどの海外配信プラットフォームの日本進出を契機に急激に拡大している。わが国のアニメが海外で見られるようになり、

海外の消費者がわが国のアニメの独自性の高いストーリーや表現方法に魅了されたことで、急激に海外販売プラットフォームを通じたアニメ配信が拡大したことが大きい（図表8）。

（図表8）アニメ産業の内外売上



（資料）一般社団法人日本動画協会〔2024〕を基に日本総合研究所作成
（注）エンド・ユーザーの市場規模。

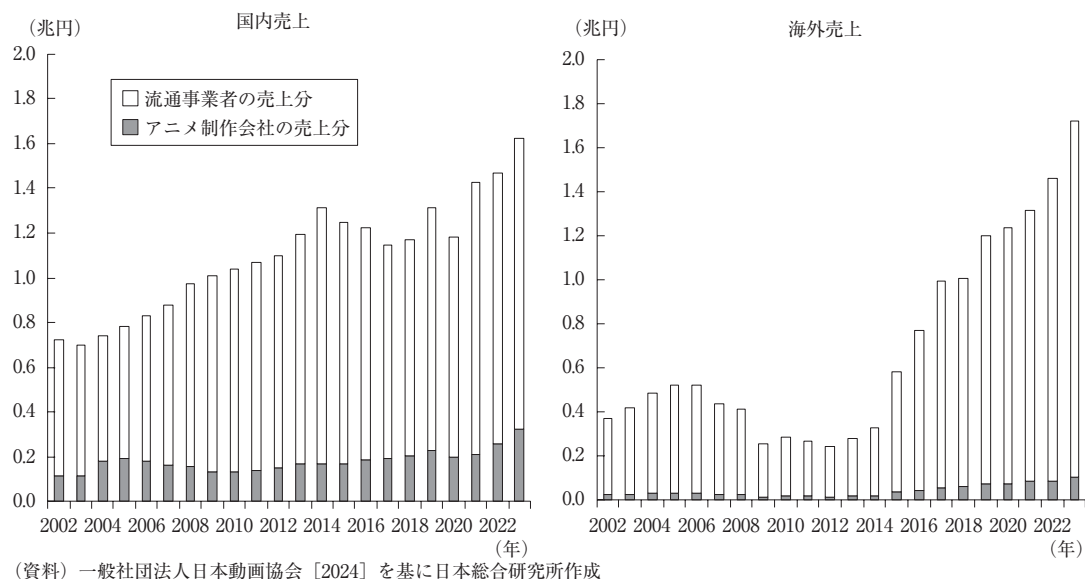
しかし、海外需要を牽引役にアニメの売上が急激に拡大しているものの、アニメ制作会社の売上はそれほど増えていない。実際、アニメの海外売上の配分状況をみると、アニメ制作会社に帰属する分は1割程度に過ぎず、9割程度は配給会社などの流通事業者へ帰属している（図表9）。

この背景には、アニメ制作会社がアニメ作品の著作権を保有できていないことがある。アニメの配信料や関連するキャラクターグッズからの売上などは著作権者に配分されるが、わが国ではアニメタイトルごとに組成される製作委員会がアニメの著作権を保有する。製作委員会とは民法上の任意組合であり、その構成員はアニメごとに異なっているものの、おおむねビデオメーカーや玩具会社、配給会社、テレビ局、出版社、広告代理店などの複数の流通事業者で構成される。したがって、アニメによって得られた売上は著作権を保有する流通事業者へ配分されることになる。

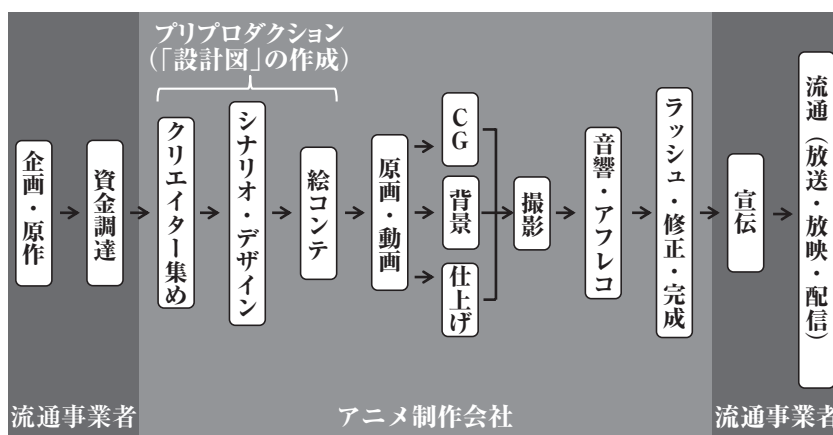
他方、アニメ制作におけるアニメ制作会社の貢献は大きい。製作委員会が企画したアニメの制作委託を受けた後、アニメ制作会社は、制作プロデューサーや監督・演出家、アニメーターの選定から始まり、シナリオや絵コンテの作成、それらに基づいた原画や動画、色付け、背景の制作、さらに音響や声優の声を吹き込んで、アニメを完成させる（図表10）。アニメ制作会社がそれを製作委員会に納品すると、製作委員会はテレビ放映や映画館での上映、海外配信プラットフォームでの配信などを広告・宣伝とともに行うという流れである。アニメのそもそもの企画や広告・宣伝はアニメのヒットには重要な役割を果たす

ものの、アニメのシナリオや絵コンテなどの「設計図」や原画・動画など制作プロセスの大半はアニメ制作会社が担っていることから、その貢献度は非常に大きいと言える。

(図表9) アニメ市場におけるアニメ制作会社への配分



(図表10) アニメ制作プロセス (典型例)



(資料) 福原 [2020]、関係者へのヒアリングを基に日本総合研究所作成

実際、わが国の著作権法に関する判例や学説の傾向を踏まえれば、アニメの著作権はアニメ制作会社に帰属すると考えるのが自然である。アニメを含む映画の著作物の著作権の帰属について規定している著作権法の第29条には、「映画の著作物の著作権は、その著作者が映画製作者に対し当該映画の著作物の製作に参加することを約束しているときは、当該映画製作者に帰属する」とあり、映画製作者の定義（第2条10）をみると、「映画の著作物の製作に発意と責任を有する者」とされている。福井・内藤・升本 [2015、pp.161-162] によれば、「発意と責任」の帰属先は、単なる出資者ではなく、現状では「制作の現場を仕切っ

た者」と解釈するのが通例とされており、ここで「制作の現場を仕切る」とは「制作現場にあって一定のクリエイティブ面での指揮をとりつつ、制作に要するお金の支払い全般を引き受けて、万一それが予算を超過しても、最終的な支払責任を負う者」という意味合いで使われるとされている。以上のことから、法律上は、映画の著作権の帰属先である映画製作者は制作プロダクションであり、アニメの場合にはアニメ制作会社になる。

しかし、製作委員会を構成する流通事業者の資本力が大きいことに加え、彼らが数少ないアニメの放送・放映チャンネルを握っていること、さらには製作委員会ごとの流通事業者の顔ぶれもおおむね同じであることもあって、アニメ制作会社は総じて製作委員会に対する交渉力が低い。このため、制作費を自ら出資しない限り、アニメ制作会社は著作権法上まずは自身に帰属することになるアニメの著作権のすべてを、製作委員会からの制作発注という取引行為を通じて、製作委員会に譲渡せざるを得ない状況が続いている。

制作印税という形で事後的に売上の一部がアニメ制作会社に還元される仕組みも存在するが、こうした制作印税を製作委員会との制作委託契約書のなかに書き込めるのは有力なアニメ制作会社に限られているほか、そうしたアニメ制作会社でも印税率を10%以上に設定することは難しいとの話も聞く。

このように、アニメ制作会社は製作委員会に対する交渉力が劣るため、ややもすれば厳しい条件の受け入れを余儀なくされるケースも多いことから、両者の間で結ばれる取引条件は対等な立場で交渉した結果にはなっていない。こうした構造がアニメの海外売上が増加基調にあるにもかかわらず、アニメ制作会社が低収益状況にとどまっている根本的な要因と考えられる。

4. 付加価値の適正配分

アニメの海外売上が増加基調で推移するなか、アニメ制作者の賃上げ原資の確保に向けてアニメ制作会社が収益力を改善させていくには、製作委員会に帰属している売上の一部をアニメ制作会社に還流させる仕組みを構築することが重要である。具体的には、アニメ制作会社は、製作委員会に出資してなくても著作権の一定割合（例えば最低10%）を確保できるようにすることや、製作委員会の収入に対して一定割合の制作印税（これも最低10%）を設定することを義務付けることなどが考えられる。

確かに、製作したアニメがヒットするかどうかは事前に読みにくく、純投資で利益が出るタイトルはせいぜい全体の2～3割とも言われるなかで、1タイトル当たりの制作費をできるだけ抑え、リスクを取った対価として著作権料収入を十分に確保したいという製作委員会側の考えは理解できる。しかし、配分がほとんどないアニメ制作会社では、持ち出し分も含めて相当なコストを掛けて良質なアニメを制作したにもかかわらず、それが金銭的に報われず、苦しい経営を余儀なくされている。若手を中心としたアニメ制作者に十分な賃金・報酬を提供できない状況が今後も持続すれば、アニメ産業に有為な人材は定着せず、結果、アニメはわが国の勝ち筋と言われているにもかかわらず大きく成長する機会を逃してしまうだろう。こうした未来は製作委員会を構成する流通事業者にとっても望ましくないことは言うまでもない。

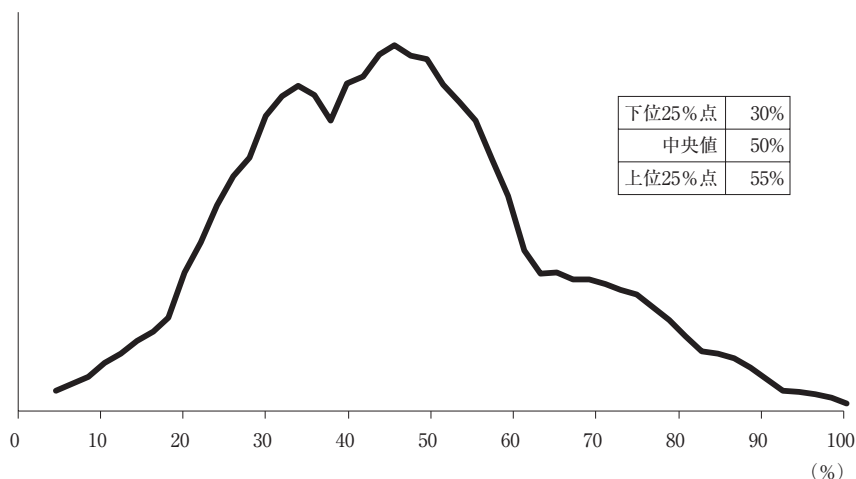
対応を迫られているのは製作委員会だけではない。わが国政府は、2033年にアニメ産業の海外売上を6兆円に拡大する目標を掲げている。その実現に向けて、残り9年間でアニメ制作者を現在の約6,000人

から約3万人に拡充していく必要がある。そのためには、人材育成に向けて学校や教育訓練機関への補助金を拡充するだけでなく、そこから育ったアニメ制作者が安心して働き続けられるように、アニメ産業における就業環境を改善していくことが求められる。

就業環境の改善に向けては、公正取引委員会が2025年に行う予定であるアニメ分野におけるクリエイターの取引環境に係る実態調査の結果を踏まえて、政府が製作委員会を構成する流通事業者とアニメ制作会社との取引条件の適正化に向けて一定の調整を行うことが必要になるとみられる。

ここで、「アニメ業界の希望時給算出のためのアンケート調査」で、アニメ制作者に、アニメ産業の市場規模（2022年時点で3兆円）のうち、どの程度アニメ制作会社に配分されるのが適正かについて聞くと5割程度とする回答が多い（図表11）。つまり、大半のアニメ制作者は、アニメ産業の全売上の1割程度しかアニメ制作会社に配分されていない現状を適正水準から相当かけ離れている状態と感じている。

（図表11）アニメ制作者が考えるアニメ制作会社への適正配分割合

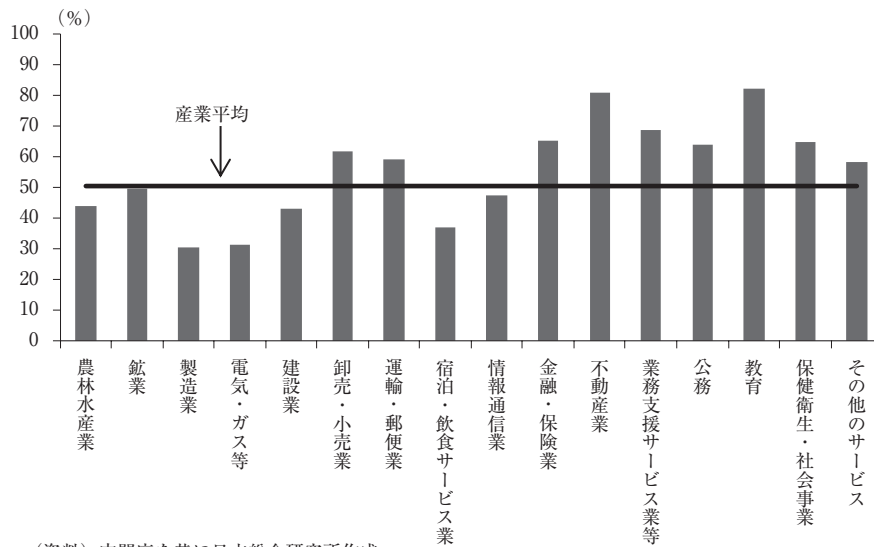


（資料）一般社団法人日本アニメフィルム文化連盟、日本総合研究所を基に日本総合研究所作成

（注）「わが国のアニメ市場の規模は2022年に3兆円程度まで拡大したものの、アニメ制作会社に配分される金額はそのうち10%、3,000億円程度とされています。本来、アニメ制作会社に3兆円のうち何%程度が配分されるのが適正だと考えますか。」に対する回答結果。サンプル数は224。カーネル密度関数。

では、アニメ制作会社に全売上高の5割程度が配分される状況は、不自然なものなのであろうか。これを確認するために、国民経済計算で産業別に産出額に対する付加価値額の割合、つまり産出額から他産業からの中間投入を除いた、その産業で新たに生み出した価値を計算し産業平均値を取ると約5割となった（図表12）。アニメ産業においても、付加価値創出に貢献するのはアニメ制作会社であり、流通事業者による広告・宣伝や配信・配給は他産業による中間投入と考えれば、本来アニメの売上の5割程度がアニメ制作会社に帰属すべきものと考えても、それほど不自然なことではないと考えられる。

(図表12) 産出額に対する付加価値額の割合（産業別）



(資料) 内閣府を基に日本総合研究所作成
(注) 国内総生産/産出額。2022年。

以上のことから、政府がアニメの著作権または制作印税の最低10%程度をアニメ制作会社に付与するよう義務付けるのは、むしろ控えめな措置といえることができる。アニメ制作会社は、こうした政府による政策対応を受けて、収益力を高め、アニメ制作者への賃上げを実現すると同時に、自らもアニメに一定程度出資できるようになることが望まれる。

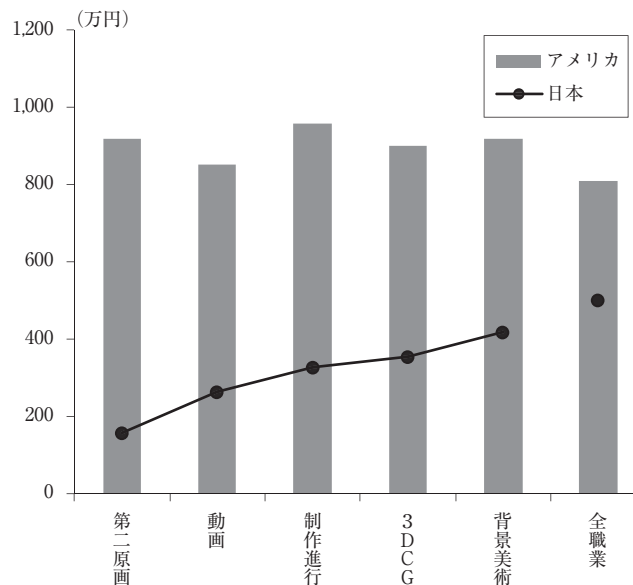
5. アニメ制作者の労働組合

アニメ制作者の就業環境の改善には、まずはアニメ制作会社の付加価値創出力を改善することが重要だが、労働者としてのアニメ制作者が自らの賃上げに向けた交渉力を高めることも必要不可欠である。とりわけアニメ産業では、フリーランスや自営業者の割合が5～7割となるなか（注5）、相当知名度の高いアニメ制作者でなければ単独でアニメ制作会社と交渉して望ましい報酬額を得るのは困難である。

そこで、アニメ制作者には職業別ないし産業別労働組合を結成することが望まれる。労働組合があれば、交渉力が強まるため、アニメ制作会社と職種別の最低賃金や適正な労働時間といった労働条件の改善に向けて集団取引（collective bargaining）を行うことができる（注6）。現在のアニメ制作者は6,000人程度と規模が小さく、労働組合を結成しても組合組織率が1割程度に過ぎなければ運営資金を確保していくことは難しいかもしれないが、今後アニメ産業が成長しアニメ制作者も3万人程度にまで拡大することを前提とすれば運営も可能になるとみられる。これについては、漫画やイラストレーターなど他分野のクリエイターたちも加わったコンテンツ産業を対象とした労働組合を作るのも一案である。

実際、アメリカでは、アニメーション・ギルド（アニメ制作者の労働組合）（注7）が、アニメ制作者の職務ごとに3年後までの最低賃金（時給および週給）を設定し、組合員は同賃金水準に準拠するよう各アニメ制作会社と覚書を締結している（Sito [2006]）。この結果、年収額をみても、わが国を大幅に上回っていることが分かる（図表13）。とりわけ「動画」職や「第二原画」職など就業年数の浅いアニメ制作者が多く就く職種であっても、アメリカにおける賃金水準はわが国のそれを大きく上回っている。

(図表13) アニメ制作者の職種別賃金 (日米比較)



(資料) 一般社団法人日本アニメーター・演出協会、U.S. Bureau of Labor Statistics、The Animation Guildを基に日本総合研究所作成

(注) 2022年調査。日本において平均勤続年数が浅い職種を中心に抜粋。アメリカはThe Animation Guildがアニメーターの職種ごとに設定した最低週給を基に、年間就業月数を11カ月と仮定して年収を試算。なお、為替レートは2022年の平均レート130.43円。職種ごとの対応関係は次のように設定：第二原画とApprentice Layout、動画とInbetweener、制作進行とAssistant Directors、3DCGとCGI 3D Compositor II、背景美術とApprentice Background。

アメリカのアニメーション・ギルドのように、わが国においても、アニメ制作者が労働組合を設立し、これがそれぞれのアニメ制作会社と就業条件に係る労使間協定を締結していくことが目指すべき方向であろう。

もっとも、アメリカのアニメーション・ギルドは70年に及ぶ長い歴史のなかで、アニメーターの組合員を増やし、労働協約を結ぶアニメ制作会社を一つ一つ増やしてきたという経緯がある。これに対し、労働組合を運営した経験がないわが国のアニメ制作者が、直ちに自らの処遇を十分に改善できるだけの力を持った労働組合を設立・運営していくのは厳しく、政府による一定の支援が必要になるだろう。例えば、フリーランスのクリエイターなどが組合に加入しやすくなるよう、北欧諸国のように組合費を税額控除できるようにすることや、設立から3年程度は、アニメ制作者の実態調査のための費用や意見集約のための会議費などについて補助するのも一案である。政府はクリエイター個人への支援を充実させていくとしており、労働組合への補助はそうした目的に合致すると考えられる。

(注5) JAniCAの「アニメーション制作者実態調査2023」(p. 23)によれば、フリーランスが31%、自営業が17%で計48%。NAFCAの「第1回 アニメ業界の働き方に関するアンケート」(調査期間:2023年12月4日～2024年1月31日)によれば、アニメ制作者のうち無所属のフリーランス(自営業者を含む)が38%、制作会社に所属するフリーランスは30%で計68%(安井 [2024]のp. 25を参照)。

(注6) 労働条件の改善に向けた労働組合による集団取引の効果などについては、Boeri and van Ours[2021]のChapter 3や濱口・海老原[2020]を参照。

(注7) アメリカでは、1952年に設立されたアニメーション・ギルド(The Animation Guild)というアニメーターの職業別労働組合(Union)があり、制作会社で仕事をするアニメーターは、組合のメンバーであれば、フリーランスであっても、同ギルドと制作会社との間で結ばれた労使間協定(collective bargaining agreements)が適用される。つまり、職種ごとの最低賃金が保証されるほか、労働時間や病欠・連続休暇、年金・健康保険プラン(Health plan)などの条件が認められる(増田 [2020])。

6. わが国アニメと海外配信プラットフォーム

近年、NetflixやAmazon、Disney+など海外配信プラットフォームはわが国産アニメの魅力に着目し、潤沢な予算でオリジナルアニメの製作を行うなど、アニメの制作費の増加に貢献している。従来1タイトルの制作費は4億円と言われていたものが10億円以上に上ると言われるものも出てきており、こうした状況の変化は、今まで制作費を抑制され続けてきたアニメ制作会社にとって望ましいものではある。

実際、海外配信プラットフォームは良い意味で「黒船」と呼ばれ、アニメ制作会社の潤沢な制作費の下、アニメ制作者の報酬額は大きく増加し、より高品質なアニメを生み出せるようになってきている。

もっとも、そうしたプラットフォーム出資の作品に関与できるのは一部の有力なアニメ制作会社にとどまっているほか、最近では配信プラットフォームにおける独占配信期間の延長（5年から10年になど）や、従来は譲渡を要求されなかった著作権も海外配信プラットフォームへの譲渡が求められるようになっていく。

また、海外配信プラットフォームによるオリジナルアニメではなくても、配信プラットフォームで日本産アニメを配信する場合、地域別の視聴回数や視聴者の評価などの開示状況は十分ではなく、アニメの著作権者が従量的に適正な配分を得られているのかどうか不透明である点にも留意が必要である。

この点、公正取引委員会は2025年度にAppleやGoogleなど巨大IT企業の監視や実態調査を担う新部署（関連人員50名）を設置する予定（注8）だが、これを機に、わが国が生み出すコンテンツの価値が必要以上にディスカウントされたり、海外展開が抑制されたりされることがないように、Netflix、Amazon、Disney+、Hulu、Crunchyrollなど海外配信プラットフォームの動向を継続的にウォッチしていくことも重要だろう。

（注8）読売新聞「2024年8月28日」「巨大IT「GAFA」対策の新部署、公取委が設置へ…人員3倍超で海外当局とも連携強化」。

7. おわりに

アニメ産業はわが国の勝ち筋である。しかし、放映・上映・配信プラットフォームが限定されるなか、どうしても流通事業者がアニメ制作会社やアニメ制作者よりも強力な交渉力を持ってしまい、両者の間で公正な取引条件が成立しないまま数十年が経過してしまった。政府はアニメなどコンテンツを基幹産業に育成し、2033年には海外売上を20兆円にすると意気込んでいるものの、アニメ関係者のなかには「生産現場をみるに日本のアニメは10年後に崩壊する」と危機感を募らせる向きも多い。こうした状況を改善するには、アニメ制作者の人材育成はもとより、そうしたアニメ制作者がアニメ産業で安心して力を磨き、質の高いアニメを作ること集中できる環境を整備することが重要である。

そのためには、製作委員会側の流通事業者とアニメ制作会社との間の取引関係をバランスの良いものにすることが先決である。本来、民間同士の取引条件は民間の交渉・協議で解決されるべきである。しかし、海外配信プラットフォームの参入により、手を拱いていればわが国の所得・資産が海外に流出するという事態にもなりかねないだけに、民間の長年の取引慣行の見直しに対して短期的・限定的に政府が介入していくこともやむを得ない選択肢となり得るのではないだろうか。例えば、アニメ著作権の一定割合について制作費の負担なくアニメ制作会社が確保できるよう法的な措置を講じるほか、アニメ制作会

社と製作委員会、海外配信プラットフォームさらにはアニメ制作者の労働組合の代表が同じテーブルに着き、行政機関の立ち合いの下、各利害関係者がお互いに納得できるような配分を実現できる契約条件を協議する場を設けることも一案である。政府は、コンテンツ産業をわが国の基幹産業と位置付けた以上、持続的な成長を実現し数値目標を達成するためにも、公正な取引条件とクリエイターの労働環境の改善に向けて尽力することが求められる。

補論. 政府目標6兆円を実現するために必要なアニメ制作者数の試算

現状では、今後アニメ制作者をどの程度育成すべきかに関する試算は筆者の知る限り存在しない。そこで、政府の知的財産戦略本部が2024年6月に策定した、「新たなクールジャパン戦略」で示された政府目標を実現するために必要なアニメ制作者の人数を試算する。

(推計方法)

アニメ制作会社は、以下のような標準的な付加価値ベースの生産関数に基づき、アニメを生産すると仮定する。

$$Y = AL^{1-\alpha}K^\alpha, \quad 0 < \alpha < 1 \quad (1)$$

ただし、 $Y(>0)$ はアニメ1タイトル当たりの付加価値額、 $A(>0)$ は全要素生産性、 $L(>0)$ は労働投入量（総労働時間）、 $K(>0)$ は資本ストック投入量、 α は資本分配率（ $1-\alpha$ は労働分配率）とする。

ここで、全要素生産性と資本ストック投入量、資本分配率は一定と仮定する。一定の全要素生産性（ $A = \bar{A}$ ）の下では、対象期間においてアニメの生産にイノベーションが起きない（注9）ため、質の改善などによって付加価値額を増やすには労働投入量を増やす必要がある。また、毎期の資本ストック投入量を一定（ $K = \bar{K}$ ）とすることで、アニメ制作会社は毎年資本ストック減耗分の設備投資を行うとした。また、一定の資本分配率（ $\alpha = \bar{\alpha}$ ）の下では、アニメ制作会社は付加価値額に対する一定割合を人件費に回すことになる。

これを踏まえると、(1)式は以下ようになる。

$$\begin{aligned} Y &= \bar{A}L^{1-\bar{\alpha}}\bar{K}^{\bar{\alpha}} \\ &= \bar{A}\bar{K}^{\bar{\alpha}}L^{1-\bar{\alpha}} \\ &= BL^{1-\bar{\alpha}} \end{aligned} \quad (2)$$

ただし、 $B = \bar{A}\bar{K}^{\bar{\alpha}}(>0)$ とする。

これにより(2)は付加価値額と労働投入量のみの関係になるため、ある年の付加価値額と労働投入量が分かれば B を推定できる。推定された B （ $\hat{B}$ とする）を前提に、将来の任意の付加価値額を実現するた

めに必要な労働投入量を推計できる。例えば、2033年の政府目標であるアニメ1タイトル当たり $\bar{Y}$ の付加価値額を達成するために必要な労働投入量 L^* は

$$\bar{Y} = \hat{B}L^{1-\bar{\alpha}}$$

$$\Leftrightarrow L^* = (\bar{Y}/\hat{B})^{\frac{1}{1-\bar{\alpha}}} \quad (3)$$

となる。

この労働投入量 L^* を実現するのに必要なアニメ制作者の人数については以下の手順で試算する。第1に、アニメ1タイトルの生産に要するアニメ制作者の職種 i の労働時間シェア $s_i(>0)$ を労働投入量 L^* に掛け合わせることで、アニメ制作者の職種別に必要な労働投入量 s_iL^* が算出される。例えば、アニメ制作者の職種 i が原画担当者の場合には、 $s_{\text{原画}}L^*$ は原画担当者に求められる総労働時間になる。

第2に、2033年に想定されるアニメタイトル数 $T(>0)$ を s_iL^* に乘じる。これによって、 Ts_iL^* が職種 i に必要な総労働時間となる。つまり、 Ts_iL^* は、2033年において職種 i のアニメ制作者全員がアニメ制作に投入する全労働時間となる。

第3に、この職種 i の全労働時間 Ts_iL^* を、職種 i の年間労働時間 $h_i(>0)$ で割ることで職種 i のアニメ制作者の人数 Ts_iL^*/h_i が求められる。ここで h_i は、①年間労働時間実績値、②年間希望労働時間、③全産業平均年間労働時間（一般労働者）が考えられる。

最後に、上記の方法でアニメ制作者の人数を2019年と2033年について推計したうえで、2033年と2019年で推計された人数の比率を2019年のアニメ制作者数6,211人（数土 [2020]）に乘じることで2033年のアニメ制作者の人数を試算する。

（データ）

アニメの付加価値額は、一般社団法人日本動画協会が発行する『アニメ産業レポート2023』が公表している「アニメ業界市場」金額とした。これは、わが国でアニメを制作しているアニメ制作会社の売上におおむね対応しており制作現場の実情を反映しているほか、アニメ制作会社のアニメの制作と販売の時期のズレはほとんどないと考えられる。他方、「アニメ産業市場」金額は、「アニメ業界市場」金額に流通市場の金額を足したものであるが、過去に生産されたアニメが流通市場で販売される金額であるため、生産と流通（販売）のタイミングが大きくズレることもあることから、本推計における付加価値額としては用いないことにした。

また、アニメのタイトル数は、『アニメ産業レポート2023』のテレビアニメ作品タイトル数の新作と劇場アニメタイトル数の和とした。したがって、アニメ1タイトル当たりの付加価値額 Y は、「アニメ業界市場」金額をアニメタイトル数で除したものとした。補論図表1は Y の推移を示したものである。

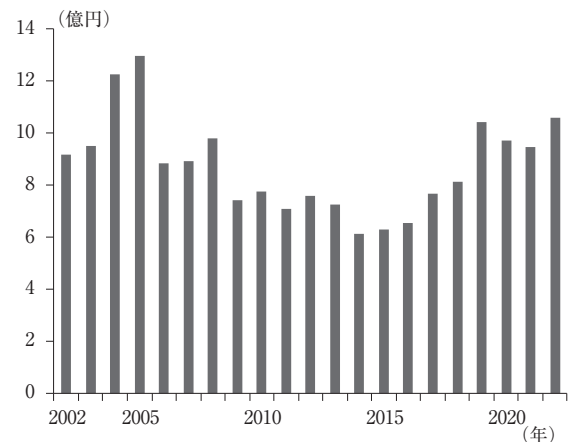
労働分配率 $(1-\bar{\alpha})$ は、日本総合研究所が実施した、主として1990年中頃以降に設立されたアニメ制作会社7社を対象にしたアンケート調査（対象期間は2020年度～2022年度）に基づいて算出した。具体的には、人件費/付加価値額と定義し、人件費は「労務費」+「人件費」、付加価値額は「経常利益」+「労

務費」+「人件費」+「支払利息・利子割引料」-「受取利息・割引料・配当金」+「賃借料（原価）」+「賃借料（販管費）」+「租税公課（原価）」+「租税公課（販管費）」+「減価償却実施額」とした。この結果、労働分配率 $(1 - \bar{\alpha})$ は、対象期間の平均値を取ると0.88となった。

アニメ1タイトルの生産に要する労働投入量 L およびアニメ制作者の職種 i の労働時間シェア s_i は、日本総合研究所がアニメ制作会社2社に実施したアンケート調査に基づいて算出した。具体的には、アニメ制作会社に対して2023年のテレビアニメ30分を制作するのに要したアニメ制作者の労働投入時間を19職種別（補論図表2を参照）に入手した。そのうえで、1タイトルは12話からなると考え、テレビアニメ30分を制作するのに要したアニメ制作者の職種ごとの労働投入時間を12倍した。これを基に、アニメ1タイトルの生産に要する職種 i の労働時間シェア s_i と、労働投入量 L を算出した（注10）。アニメ制作者の職種別の労働時間シェアは補論図表2のようになった。

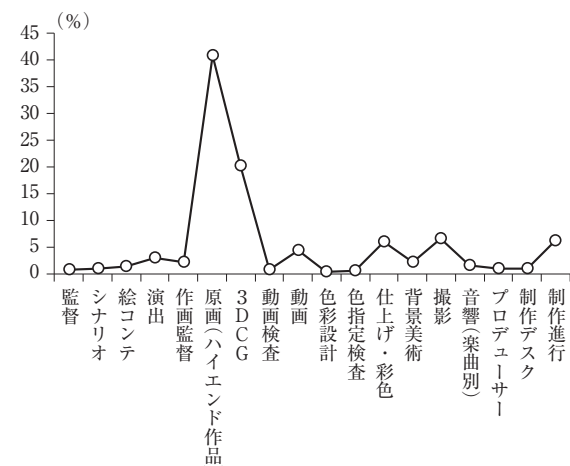
職種 i の年間労働時間 h_i については、「アニメ業界の希望時給算出のためのアンケート」の一人当たり労働時間実績および希望労働時間を使用した。これらは2024年4月における労働時間の実績と希望であるため、これらを12倍することで実績としての年間労働時間および年間希望労働時間とした。さらに、わが国の全産業で平均的な一人当たり年間労働時間については、厚生労働省「賃金構造基本統計調査」より、2023年6月の一般労働者の労働時間を12倍したものをを用いた。補論図表3にアニメ制作者の職種別に各年間労働時間を示した。

（補論図表1）タイトル当たりの「アニメ業界市場」金額



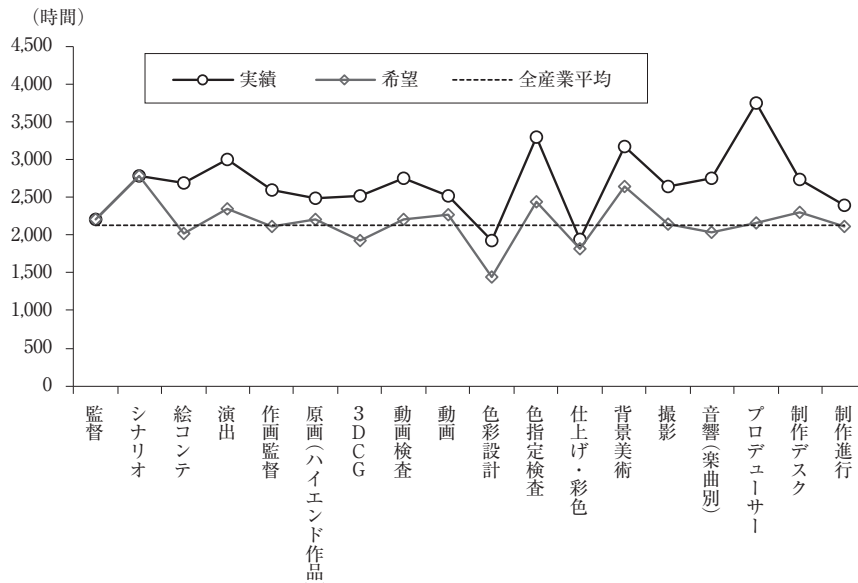
（資料）一般社団法人日本動画協会〔2023〕を基に日本総合研究所作成

（補論図表2）タイトル当たりの労働投入時間シェア



（資料）アニメ制作会社2社へのアンケート調査を基に日本総合研究所作成

(補論図表3) アニメ制作者の年間労働時間

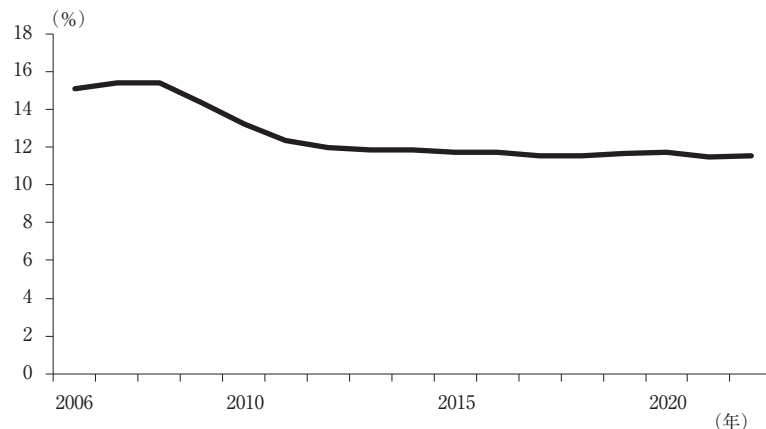


(資料) 一般社団法人日本アニメフィルム文化連盟、日本総合研究所、厚生労働省を基に日本総合研究所作成

(注) 実績 = 1日の労働時間 × (30 - 休日日数) × 12。希望 = 1日の希望労働時間 × (30 - 休日日数) × 12。サンプル数は、アニメ映像制作に関する月額報酬額の合算が1万円未満と回答した者を除外した210。全産業平均は、2023年調査における全規模計の一般労働者が対象。

前述の通り、アニメ1タイトル当たりの付加価値額Yは、「アニメ業界市場」金額をアニメタイトル数で除したものとしたが、「新たなクールジャパン戦略」の2033年における海外市場規模の政府目標は、「アニメ業界市場」金額ではなく、「アニメ産業市場」金額に基づいて設定されている。このため、「アニメ産業市場」金額と「アニメ業界市場」金額の関係を推計する必要がある。そこで、生産と流通（販売）のタイミングの乖離はおおむね5年程度と仮定して、過去5年間における「アニメ業界市場」金額と「アニメ産業市場」金額の比率の推移をみると、2010年以降は12%程度で安定的に推移している（補論図表4）。

(補論図表4) 「アニメ産業市場」金額に対する「アニメ業界市場」金額の比較



(資料) 一般社団法人日本動画協会 [2023] を基に日本総合研究所作成

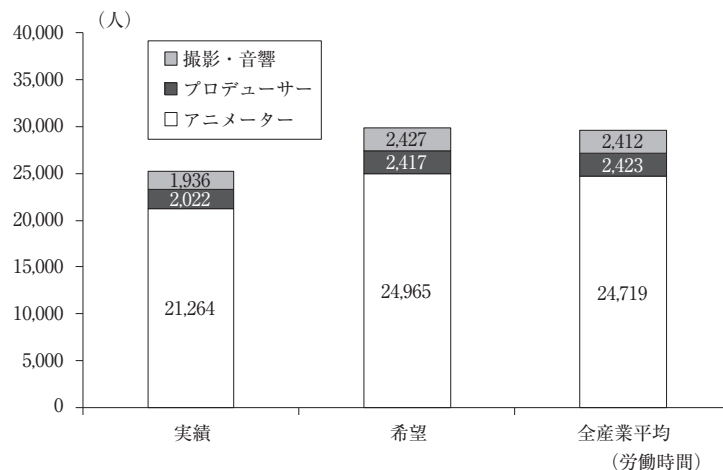
(注) 当年を基準として過去5年間における「アニメ業界市場」金額の和と「アニメ産業市場」金額の和の比率。

この関係を所与とすれば、2033年の政府目標である海外市場規模6.2兆円と国内市場規模1.5兆円（国内市場は2022年以降横ばいと仮定）の和（7.7兆円）に対して「アニメ業界市場」金額は9,200億円程度となる。さらに、タイトル数については2018年から2022年の平均である306タイトルで推移すると仮定すると、アニメ1タイトル当たりの付加価値額は30.2億円となる。これは、タイトル数は現状から増えないものの、アニメ制作者の労働投入の増加により、アニメの質が大きく向上し、付加価値が増加する場合を想定している。

（推計結果）

2033年の政府目標を実現するために必要なアニメ制作者は、2024年の一人当たり職種別労働時間の実績値が適用される場合には、約2万5,000人となった（補論図表5）。このうち、監督や演出家、原画、動画担当者など、いわゆるアニメーター職は約2万1,000人、プロデューサーや制作デスク、制作進行など、いわゆるプロデューサー職は約2,000人となった。残りの撮影や音響職は約1,900人となった。

（補論図表5）政府目標の実現に必要なアニメ制作者数



（資料）一般社団法人日本アニメフィルム文化連盟、日本総合研究所、厚生労働省、一般社団法人日本動画協会〔2023〕を基に日本総合研究所作成

他方、希望労働時間もしくは全産業の平均労働時間が適用される場合には、約3万人となった。このとき、アニメーター職は約2万5,000人、プロデューサー職は約2,000人、残りの撮影や音響職は約2,000人となった。

（推計面の課題と留意点）

上記推計は、利用可能なデータが限られているなか、一定の仮定において実施したものであり、以下の通り幾つか大きな課題と留意点が存在する。

第1に、アニメ産業にイノベーションが生じないと仮定した点である。イノベーションが生じれば、(1)式における全要素生産性（A）が上昇し、少ない労働投入量でアニメを生産できるようになる。最近、AIのアニメ制作への適用に向けて研究開発が活発化していることを踏まえると、AI活用が全要素生産性

にどのような影響を与えるのかについて検討する必要がある。

第2に、アニメの付加価値額を「アニメ業界市場」金額とした点である。「アニメ業界市場」金額は主としてアニメ制作会社の制作費（売上）であり、人件費が大半であることから付加価値額として不適切であるとは言えないものの、本来は個々のアニメ制作会社の損益計算書より付加価値額を算出すべきである。関連して、アニメの価格情報を基に付加価値額を実質化することも求められる。

第3に、職種別の労働投入量データに関するサンプル数が2社と少ない点である。アニメ制作会社によって、アニメ生産に投入する労働投入量は大きく異なる可能性がある。平均的なアニメ制作会社の労働投入量を捉えるためにも、サンプル数を増やす必要がある。

（注9）イノベーションが生じれば全要素生産性が高まる。なお、経済学者のシュンペーターは、イノベーションの五つの形態として、①創造的活動による新製品開発（プロダクト・イノベーション）、②新生産方法の導入（プロセス・イノベーション）、③新市場の開拓（マーケット・イノベーション）、④新たな資源の獲得、⑤組織の改革（組織イノベーション）を挙げている。詳細は内閣府 [2015] のコラム3-1を参照。

（注10）なお、アニメ制作会社から聴取したのは2023年に制作したアニメに関するものだが、職種ごとの労働投入時間および労働時間シェアは2022年および将来についても変化しないものと仮定した。

(2024.12.27)

(yasui.yosuke@jri.co.jp)

参考文献

- ・一般社団法人日本アニメーター・演出協会 [2023]. アニメーション制作者実態調査2023
- ・一般社団法人日本動画協会 [2023]. アニメ産業レポート2023
- ・一般社団法人日本動画協会 [2024]. アニメ産業レポート2024
- ・数土直志 [2020]. 「日本アニメの原画アニメーター 5200名超、制作進行は960名超」
(<http://animationbusiness.info/archives/10076>)
- ・知的財産戦略本部 [2024]. 新たなクールジャパン戦略
(<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/chitekizaisan2024/pdf/siryou4.pdf>)
- ・内閣府 [2015]. 『平成27年度 年次経済財政報告』
- ・濱口桂一郎・海老原嗣生 [2020]. 『働き方改革の世界史』 ちくま新書
- ・福井健策編・内藤篤＝升本喜郎 [2015]. 『エンタテインメントと著作権－初歩から実践まで－② 映画・ゲームビジネスの著作権』〔第2版〕CRIC公益社団法人著作権情報センター
- ・福原慶匡 [2020]. 『アニメプロデューサーになろう！ アニメ「製作（ビジネス）」の仕組み』 株式会社星海社
- ・増田弘道 [2020]. 『製作委員会は悪なのか？ アニメビジネス完全ガイド』 株式会社星海社
- ・安井洋輔 [2024]. 「アニメ産業における供給面の課題」日本総合研究所リサーチ・レポート No.2024-010
(<https://www.jri.co.jp/file/report/researchreport/pdf/15146.pdf>)
- ・読売新聞 [2024年8月28日]「巨大IT「GAFA」対策の新部署、公取委が設置へ…人員3倍超で海外当局とも連携強化」

-
- ・ Boeri, Tito, and Jan van Ours [2021]. The Economics of Imperfect Labor Markets, Third Edition. Princeton University Press.
 - ・ Sito, T. [2006]. Drawing the Line: The Untold Story of the Animation Unions from Bosko to Bart Simpson. Kentucky: The University Press of Kentucky. (トム・シート (著)、久美薫 (訳) [2014]. 『ミッキーマウスのストライキ！－アメリカアニメ労働運動100年史』 大同出版)