

## 夏目 公一朗 (なつめ・こういちろう) 先生

株式会社アニプレックス  
代表取締役執行役員社長

ソニー・ミュージックエンタテインメント(SME)グループ内で、キャラクタービジネス、通販ビジネス、商業施設立ち上げ(ソニー出向)、経営企画部門などに従事。

2002年 SME・ビジュアルワークス(現アニプレックス) 執行役員としてアニメビジネスに携わり始める。

2006年 アニプレックス代表取締役執行役員社長と、制作スタジオであるA-1 Pictures 取締役に就任。

2008年 SME コーポレート・エグゼクティブ ビジュアルビジネスグループ代表に就任。

そのほか一般社団法人日本映像ソフト協会/理事、一般社団法人日本動画協会/運営委員など。



## 〈講義概要〉

株式会社アニプレックスの代表取締役執行役員社長として、アニメ産業の第一線でその発展に尽力する夏目公一朗氏が、アニメの最前線とヒットの構図について講義を行った。

講義ではまず、日本のアニメの関連市場規模やアニメ制作の構造について詳細な資料を用いて分かりやすく説明し、その後、TVアニメと劇場アニメのビジネス構造について、制作費やTV提供費、宣伝費、収益の種類といった様々な側面から解説。実態の見えにくいアニメ産業の構図やアニメビジネスの現状を伝えた。また、国内での様々なアニメ関連のイベントやライブビューイング、物語の舞台となった地を訪問するアニメツーリズムについて紹介し、アニメビジネスの裾野の広がりと今後の可能性を示した。

さらに、海外におけるアニメ人気を表すアニメフェスティバルやエキスポの写真を多数提示するとともに、欧米ライセンスの減少や購入価格の下降等、マネタイズできずに収益が低下している実態を示し、その要因について指摘。海外市場への対策として世界同時マーケティング戦略や日本連合による展開といった最新の取り組みを紹介した。学生は国内だけでなく、グローバルな視点で今後のアニメ産業のあり方について考える機会となった。

## 〈受講生の感想〉

アニメの制作費、興業収入といったものの貴重な詳細データや、アニメ作品、ジャパンエキスポなどあらゆる面でのアニメコンテンツについて学び取ることができました。色んな要素が加わって、またファン、そして運も巻き込むことでヒットが生まれるのだと感じました。また、国内イベント隆起、ライブビューイング、海外、聖地巡礼といったこれからのアニメコンテンツの方向性、未来、方針などを聞くことができ、とても良い経験ができました。

立命館大学・映像学部・3回生

アニメの放送から火がつき、DVDやCDはもちろん、LIVEイベントであったり、声優のイベントなどたくさんの方に展開していくのが現代のアニメの形なのだと思います。今のアニメや映画でも実存する場所を使うことによって、その場所に興味を持った人が観光として行くなど、アニメの中だけでなく、そのような地域活性という展開の形もあるのだと思いました。

立命館大学・産業社会学部・2回生

アニメ制作の構造は、製作+制作が合わさってできていると知りました。アニメの一次、二次利用でDVDやCD、PC配信、海外など、様々なコンテンツに展開されていくことを学んだ。また、国内イベントの開催の多様さを写真を通じて知ることができ、世界各国でも日本のアニメが浸透している様子を見ることができました。

立命館大学・産業社会学部・2回生

今日の講義ではアニメの制作の裏側やヒット作に向けた戦略などを学んだが、中でもアニメの舞台にファンが巡礼する「聖地巡礼」と呼ばれる現象が印象的だった。アニメの影響力は現実の社会にも大きなものとなっていると考えられる。その一方でどの地域も成功するわけではなく、あくまでアニメの持つ魅力に基づいた事業を展開することが必要という点が印象深かった。

立命館大学・映像学部・3回生

今日の講義でアニメを制作するには、莫大な費用が必要だということに一番驚いた。今日のビデオ市場を支えているのは、アニメであるとの話や、アニメにオタク文化だけでなくイタ車からヤンキー文化まで入ってきたりと、今後もアニメには多くの需要があると思った。アニメ市場を守っていくためにも、違法配信や海賊版DVDなどの問題の速やかな解決が必要不可欠だと思った。

立命館大学・産業社会学部・3回生

アニメコンテンツは日本経済において大きなウェイトを占めていると感じた。今やアニメは限定された一部の人たちだけでなく、広く人々に親しまれている。このアニメの影響力を上手く活用していくことが大切なのではないかと思う。アニメを活用して地方自治体を活性化させることも可能であり、また、日本国内だけでなく、海外との交流にも十分に活用することができる。

立命館大学・法学部・3回生

