

クールジャパン戦略推進会議 資料

提出者： 福原秀己

ACE Production

開催日： 2015年1月27日（火）

日米映画興行収入歴代上位 (出所：IMDb, 日本映画産業統計、映画ランキング.com)

ハリウッド映画 全世界興行収入歴代 Top10					
順位	タイトル	シリーズ	公開年	全世界興収	北米外興収
				百万ドル	百万ドル
1	Avatar		2009	2,788	2,027 (73%)
2	Titanic		1997	2,186	1,528 (70%)
3	Avengers	○	2012	1,518	895 (59%)
4	Harry Potter 2:Deathly...	○	2011	1,341	960 (76%)
5	Frozen		2013	1,274	873 (68%)
6	Iron Man 3	○	2013	1,215	806 (66%)
7	Transformers 3:Dark of the Moon	○	2011	1,123	771 (68%)
8	Lord of the Rings 3: Return of...	○	2003	1,120	742 (66%)
9	Skyfall	○	2012	1,108	804 (72%)
10	Transformers 4:Age of Extinction	○	2014	1,087	842 (77%)

*10億ドル超は19本(2010年以降が12本)、5億ドル超は130本、2億ドル超は591本

- Top10のうち7本は2010年以降
- シリーズ物が7本で、最新物ほど高ランク
- 海外からの興行収入がおおよそ70%

日本映画 興行収入歴代 Top10					
順位	タイトル	シリーズ	公開年	日本興収	海外興収
				億円	百万ドル
1	千と千尋の神隠し	ジブリ	2001	304	米国 10/他 20 (10%)
2	ハウルの動く城	ジブリ	2004	196	米国 5/他 16 (15%)
3	もののけ姫	ジブリ	1997	192	米 3
4	踊る大捜査線 MOVIE 2	○	2003	173	x
5	崖の上のポニョ	ジブリ	2008	155	米国 15 (10%)
6	南極物語		1983	100	x
7	借りぐらしのアリエッティ	ジブリ	2010	92	米国 19 (20%)
8	STUND BY ME ドラえもん	○	2014	92	x
9	子猫物語		1986	91	x
10	天と地と		1990	85	x

*100億円超は6本、50億円超は27本

- Top10のうち2010年以降は2本
- シリーズ物が2本、ジブリ作品が5本
- 海外からの興行収入割合は、「借りぐらしのアリエッティ」が20%+で最高

考察 「日本のコンテンツはなぜ海外で稼げないのか」

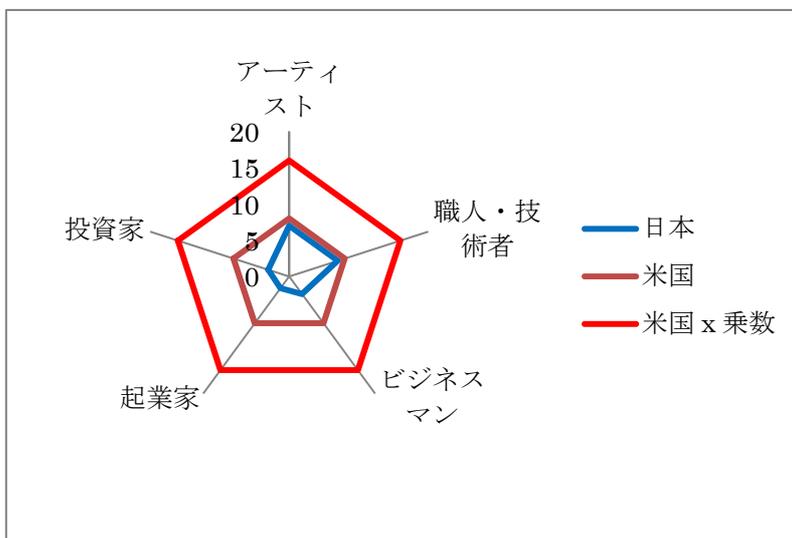
<コンテンツビジネスの要素とモデル>

(アーティスト + 職人 + ビジネスマン + 起業家 + 投資家)

プロパティ 技能 事業運営 アイデア カネ

× (制度・文化慣習)

× (プラットフォーム)



モデルがシステムとして動くことでダイナミズムが生まれる

ダイナミズム：

市場に対し革新的、循環的に働きかけ、大勢の受容を生み出し、対象市場の経済的社会的厚生を増幅する力

システム：

複数もしくは無数の要素を（複数性）、目的に向かって（目的性）、相互に関連付け（相互関連性）、環境の変化に対応する（環境適応性）ための仕組み <要素の組合せ>

制度：

法的整備、権利処理手続き、税制、雇用、海賊版対策など

文化慣習：

リスクテイク、失敗の学び、教育、人材登用、エンターテインメント vs アート議論など

プラットフォーム：

インターネット、映画、TV、出版などコンテンツを運ぶあらゆるメディア

<コンテンツビジネスの海外展開パターン>

1. “押し出し” 膨大な蓄積エネルギーが国内キャパシティを超えて「新市場開拓」
マンガ出版市場 5 千億円超（1998-2006）・アニメ市場 1 兆 3-4 千億円（2005-2007）
→ 護送船団方式（供給者同盟）
2. “飛び出し” リーダー（推進役）は常に「ヒーロー」
ポケモン、キティ、ドラゴンボール、ナルト
→ プロパティ依存
3. “投げ込み” 海外向けに海外で「無国籍化、現地生産化、付加価値化」
他業種（自動車）では当たり前（ノックダウン、主要部品の投げ込み→組み立て）
トランスフォーマー、ゴジラ、初音ミク、キティ
→ “引き抜かれ”
4. “巻き込み” 海外を引き込んで「共同制作」
どーも（NHK+米国）、トランスフォーマー（ハリウッド+中国）
→ “巻き込まれ”

以上