

NOMURA | 100 YEARS

金融資本市場の力で、世界と共に挑戦し、豊かな社会を実現する。

We aspire to create a better world by harnessing the power of financial markets.

漫画・アニメの100年史と近未来

～日本発、世界が熱狂するコンテンツ～

野村證券株式会社
フロンティア・リサーチ部

内田 雄己

2025年8月28日

漫画、アニメの歴史

- 日本の漫画とアニメは、技術革新や社会背景と密接に結びつきながら、絶えず進化を遂げてきた
- また、架空の設定を用いて、社会に対する問いかけや警鐘を投げかける手段としても活用されてきた

漫画、アニメの主な流れ

	平安時代末期 ～鎌倉時代	江戸時代	明治時代 ～大正時代	昭和時代初期	昭和時代後期	平成時代	令和時代
トピック	<ul style="list-style-type: none"> ■ 視覚的な物語表現が生まれる ■ 擬人化表現 ■ 右から左に読む文化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 絵入り本の大衆化 ■ 娯楽文化の発展 ■ 言葉として「漫画」が生まれる 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 政治風刺画の台頭 ■ モダンアートの影響 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ストーリーのある漫画の台頭 ■ 少年向け漫画雑誌の登場 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 商業アニメの始まり ■ 子供向けアニメの展開 	<ul style="list-style-type: none"> ■ アニメの多様化と国際化 ■ メディアミックスの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ストリーミングの普及 ■ 國際的評価の確立 ■ 上から下に読む漫画の普及
表現された世相	<ul style="list-style-type: none"> ■ 貴族文化への風刺や皮肉 ■ 日常の滑稽さ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 長期間にわたった平和な時代 ■ 町人文化の活気 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 西洋文化との文化的ギャップ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 軍国主義的なテーマ ■ 愛国心や冒険 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 復興期の技術革新 ■ 未来への希望 ■ SF的要素も 	<ul style="list-style-type: none"> ■ バブル崩壊後は終末的世界観や日常の小さな喜びが描かれる 	<ul style="list-style-type: none"> ■ グローバリズムや社会不安の反映 ■ 一方で、人間関係の絆や困難を乗り越える作風も
技術革新・社会背景	<ul style="list-style-type: none"> ■ 絵巻文化の発展 ■ 文字を伴わない絵物語 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 木版印刷技術の普及 ■ 識字率の向上 ■ 娯楽として数多くの作品が生まれた 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 西洋文化の流入 ■ 活字印刷の発展による、新聞や雑誌の普及 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 貸本屋の普及 ■ 少年向け漫画雑誌の登場 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 漫画における週刊誌の開始 ■ カラーテレビでのアニメ放送開始 	<ul style="list-style-type: none"> ■ VHS・DVDの普及 ■ デジタル作画技術の登場 ■ アニメ関連商品の市場拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 動画配信サービスの普及(Netflix, Crunchyroll等) ■ CG技術の高度化
代表作品/カテゴリ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 『鳥獣戯画』 ■ 絵巻物 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 『金々先生栄花夢』 ■ 『北斎漫画』 ■ 草双紙 ■ 浮世絵 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 『時事漫画』 ■ 『ジャパン・パンチ』 ■ 『東京パック』 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 『のらくろ』 ■ 『冒険ダン吉』 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 『鉄腕アトム』 ■ 『ドラえもん』 ■ 『巨人の星』 ■ 『AKIRA』 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 『ドラゴンボール』 ■ 『新世紀エヴァンゲリオン』 ■ 『ONE PIECE』 ■ 『NARUTO』 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 『鬼滅の刃』 ■ 『呪術廻戦』 ■ 『推しの子』



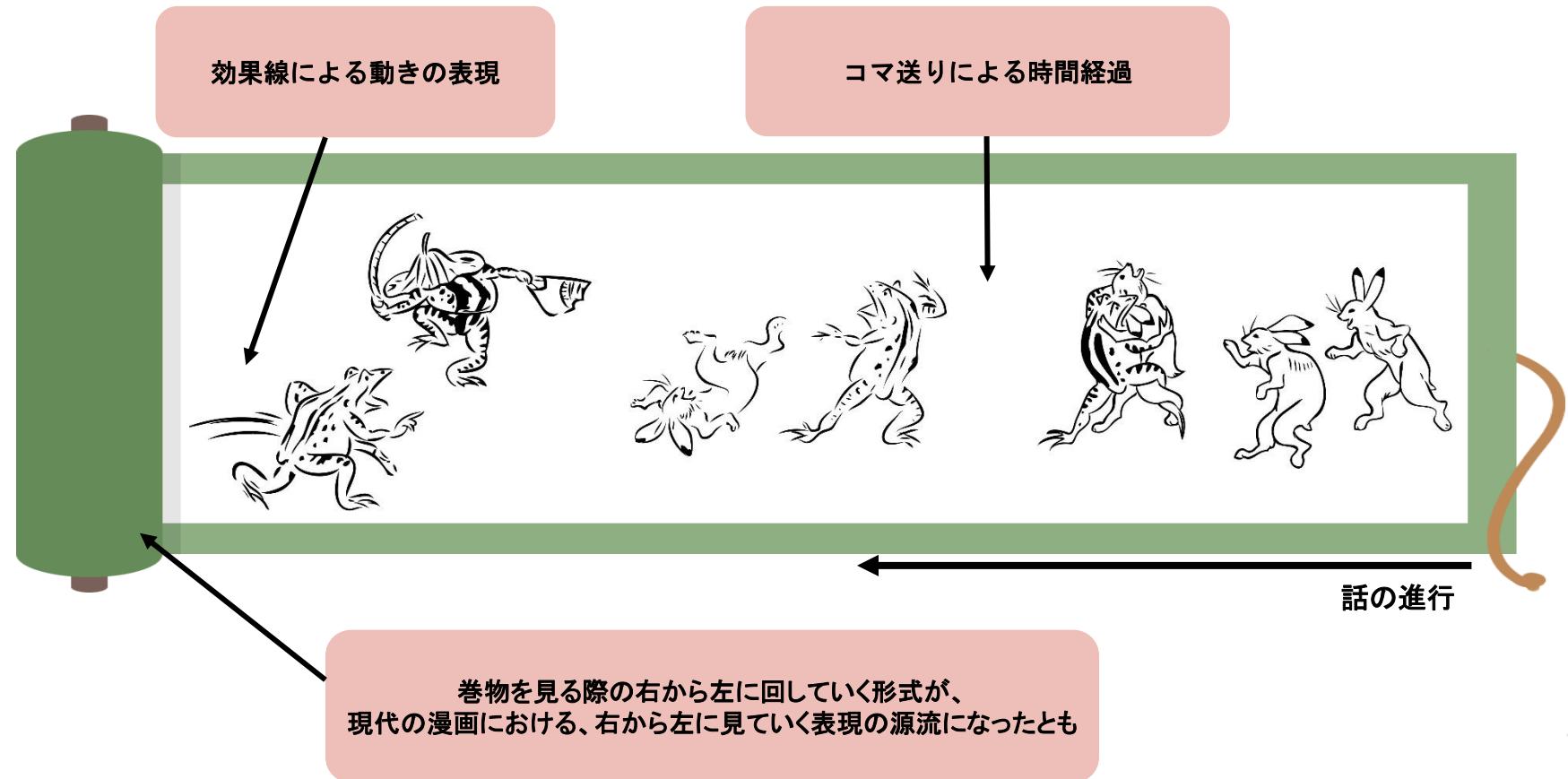
1. 日本の漫画、アニメの歴史と独自の発展要因



漫画の起源とされる『鳥獣戯画』

- 鳥獣戯画は平安時代末期から鎌倉時代前期にかけて制作されたとされる。作品は甲・乙・丙・丁の全4巻で構成され、最も有名な部分が甲巻である。擬人化された兎や蛙、猿が登場し、当時の世相を示している
- 鳥獣戯画は単なる絵の羅列ではなく、コマの連続によって時間と物語の経過を示唆しており、現代の漫画に通じる表現形式となっている。その他にも、現代の漫画に通じる作画が随所に見られた

現代の漫画に通ずる鳥獣戯画の特徴



娯楽の発展に伴う草双紙の出現、「漫画」の言葉の始まり

- 江戸時代は、様々な娯楽が発展し、絵入り本や戯画が数多く生まれた時代である。この時代の作品も、漫画の発展に大きな影響を与えた
- 『金々先生栄花夢(きんきんせんせい えいがのゆめ)』は江戸時代後期に刊行された、黄表紙(草双紙の一種)の代表的な作品の一つである。田舎出身の金兵衛(きんびょうえ)という男性が、夢の中で栄枯盛衰を体験する物語で、大人向けの読み物として大流行した
- 葛飾北斎が発表した『北斎漫画』は、「漫画」という言葉を世に広めた作品として知られる。この作品における「漫画」は、「そぞろがきの絵」という意味で、まだ「滑稽画、風刺画」という意味ではなかった

『金々先生栄花夢』について



『金々先生栄花夢』(国文学研究資料館所蔵)
出典: 国書データベース, <https://doi.org/10.20730/200015145>

出所:左右共に野村證券作成

『北斎漫画』について



メトロポリタン美術館「Transmitting the Spirit, Revealing the Form of Things, Volume 1 to 15 of Hokusai Sketchbooks (Denshin kaishu: Hokusai manga, shohen-jugohen) 伝神開手北斎漫画 初編-十五編」
<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/78791>

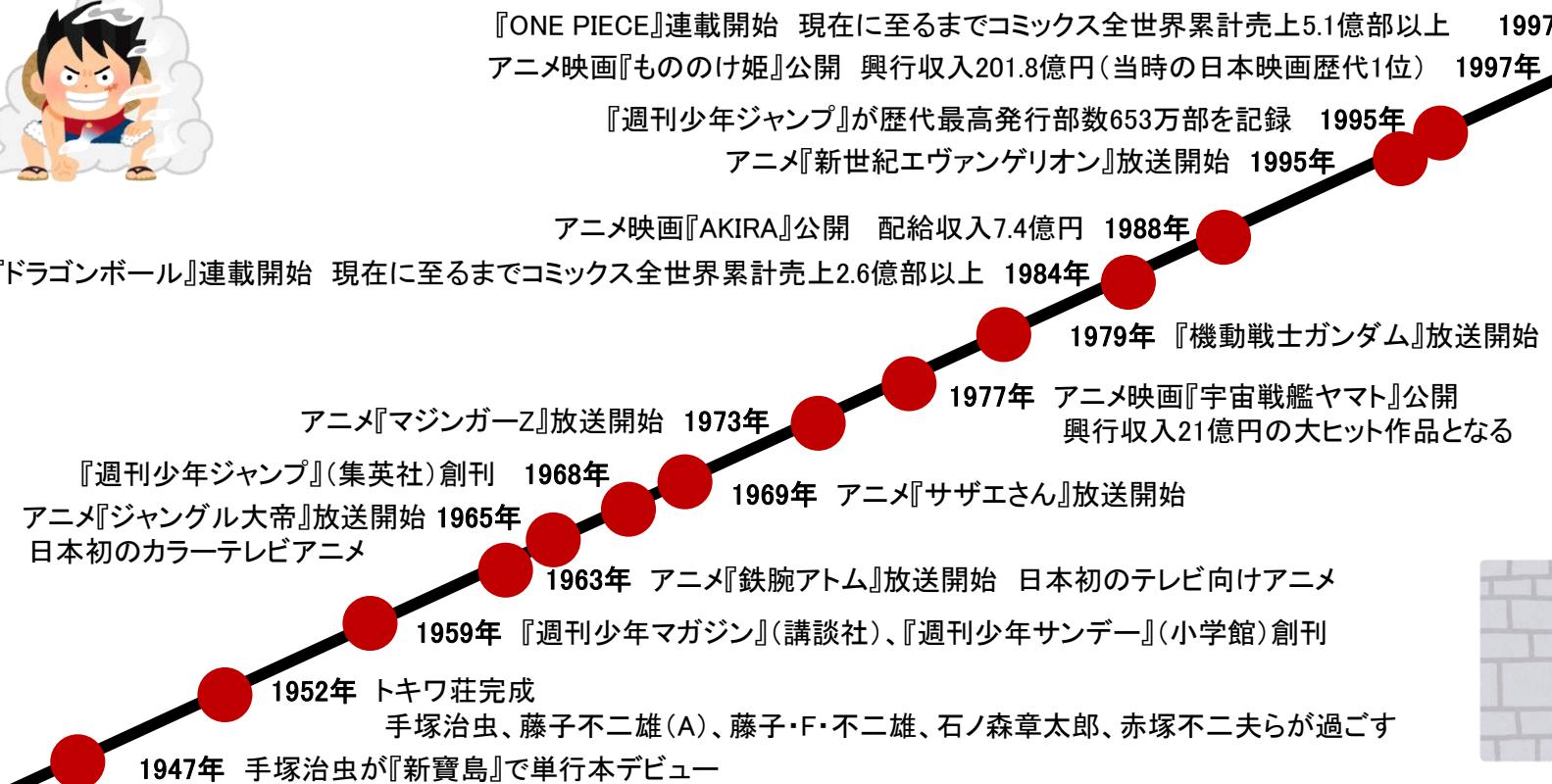
『北斎漫画』は、江戸時代後期の浮世絵師・葛飾北斎が描いた
絵手本(えでほん)およびスケッチ集

人物、動物、風景、妖怪、日常生活、建築物等、多彩なモチーフが描かれており
当時の庶民の生活や文化を知ることができる

戦後の漫画、アニメ産業

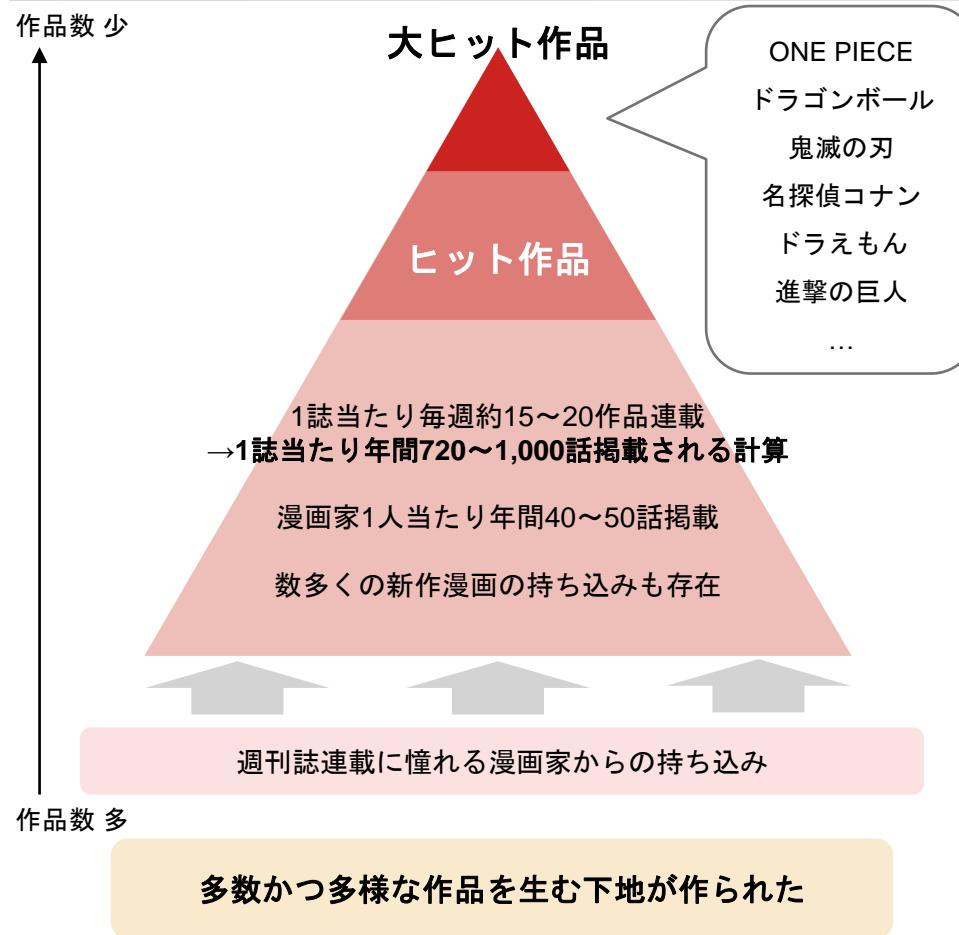
- 戦後の漫画産業は手塚治虫の『新寶島』が起点となった。ストーリーテリング、活き活きと表現されたキャラクター等、現代漫画における表現の基礎を築いた
- アニメはカラーテレビの普及と共に発展し、国民的な娯楽へと成長した。アニメの起点もまた手塚治虫の作品『鉄腕アトム』である

20世紀後半の漫画、アニメ年表

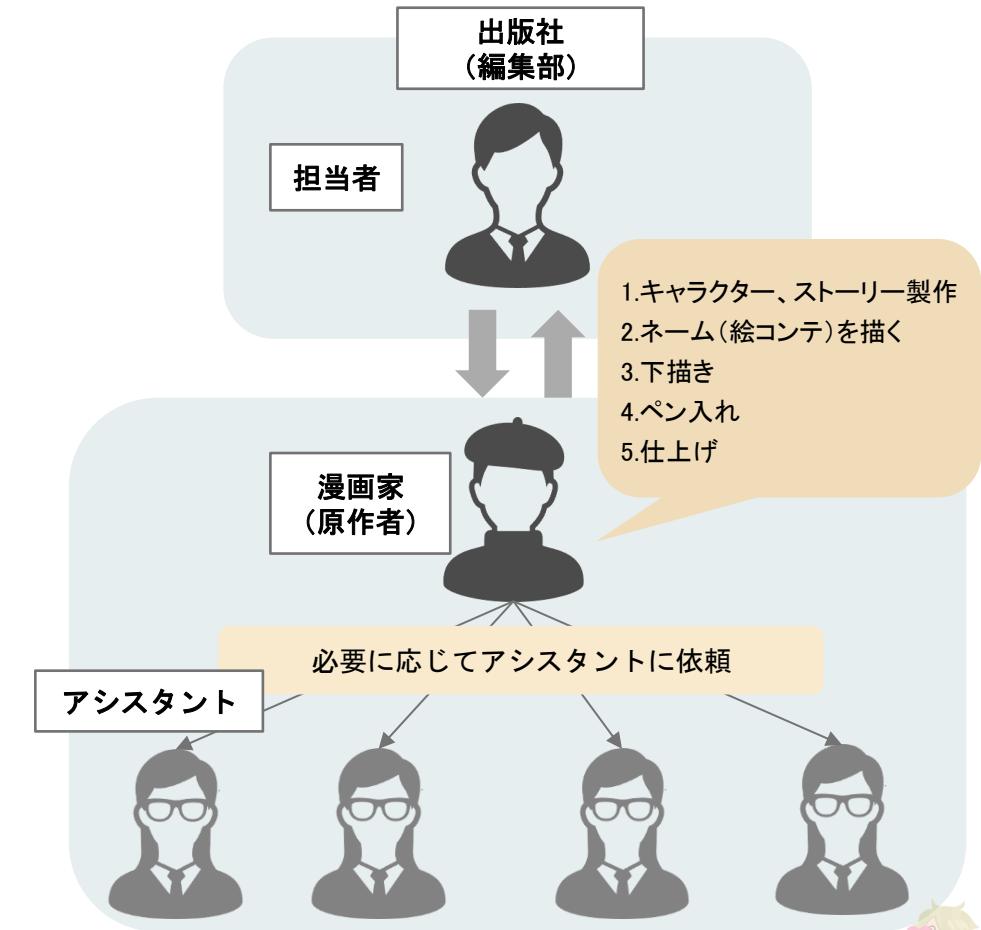


週刊誌の始まり

- 1959年の『週刊少年マガジン』と『週刊少年サンデー』は週刊で発行する漫画のベースとなった。週刊誌モデルの登場は、才能の発掘やコンテンツ開発、収益化に貢献し、圧倒的な作品群を世に送り出す下地となった
 - 合わせて、このモデルの確立には作品の制作体制の構築が不可欠であった。週間の発刊に耐えうる制作体制はこの時期に構築された
- 週刊誌が創出した豊かな作品群



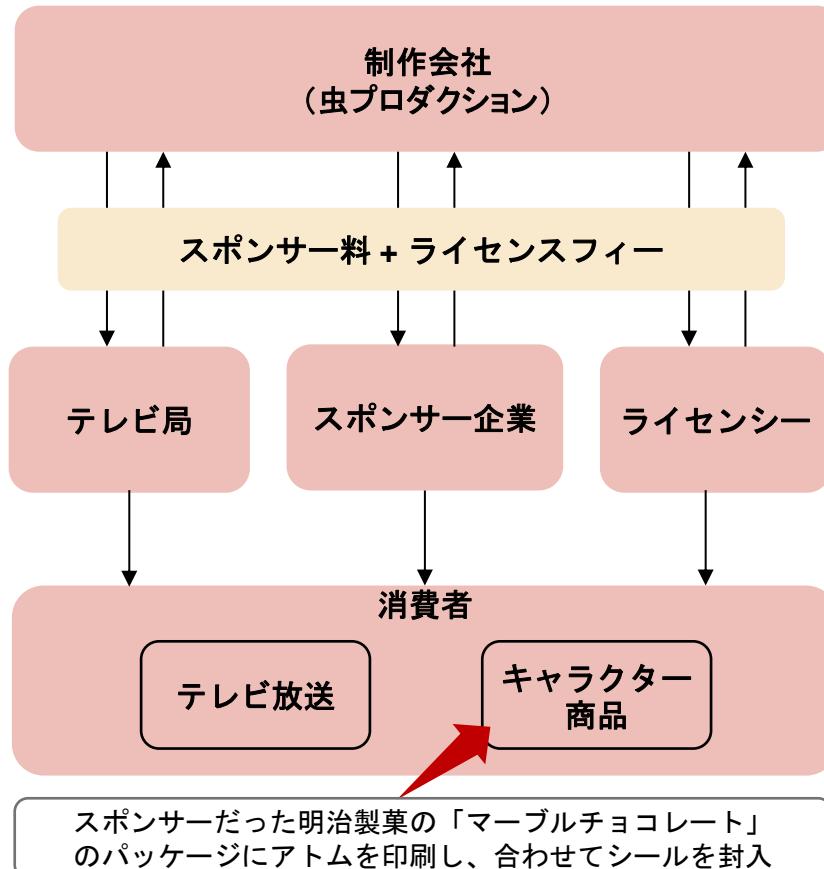
漫画の制作体制



アニメの出現

- 1963年の『鉄腕アトム』のテレビ放映は、アニメ産業の始まりとされる
- 手塚治虫はキャラクターの商品化権を自社で確保した。アニメを広告として活用し、二次利用(グッズ化、タイアップ等)でマネタイズする現代で用いられるビジネスモデルもここで誕生した

鉄腕アトムの収益モデル



出所: 左右共に野村證券作成

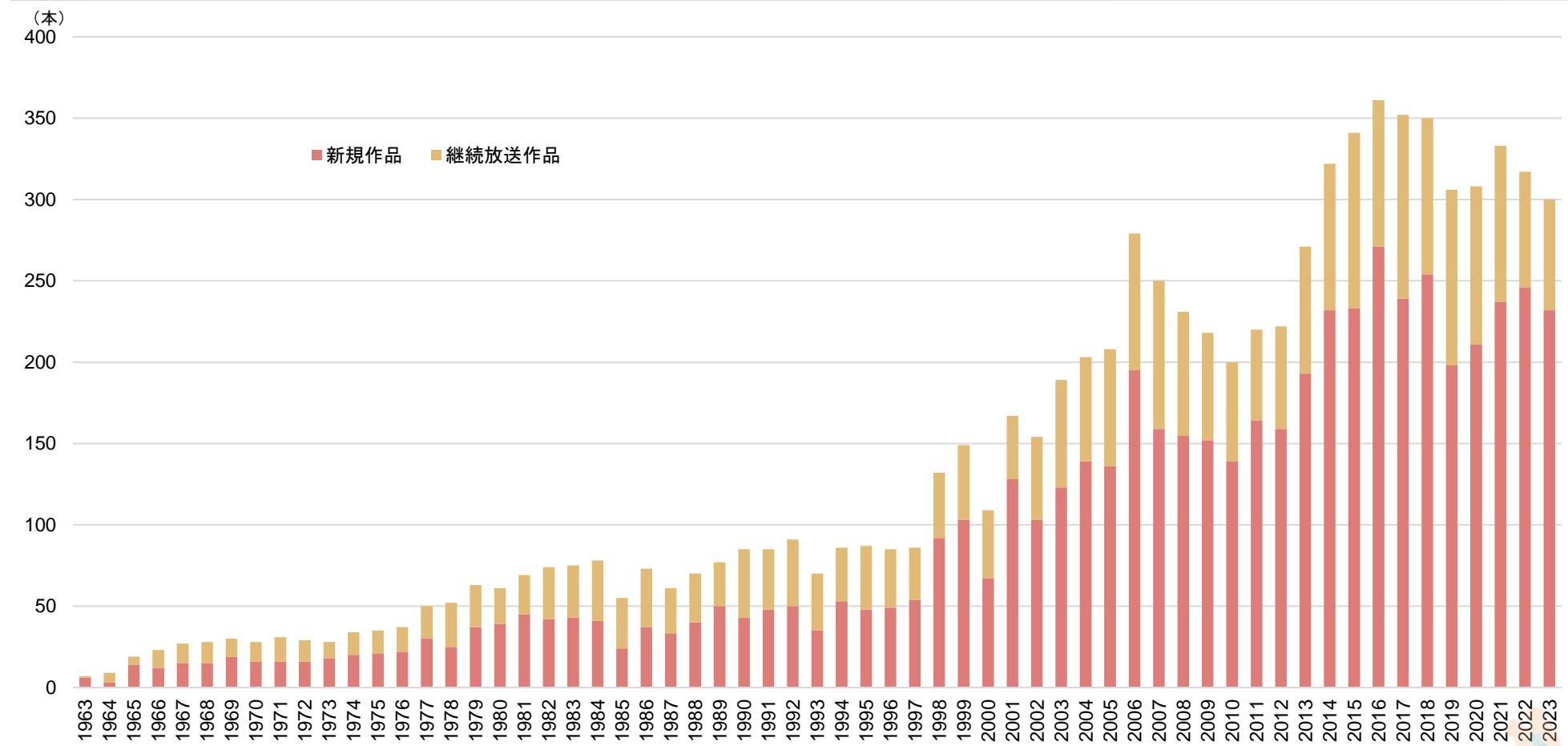
毎週の放映を可能にしたリミテッドモデルの手法

名称	内容
三コマ撮り	1秒に8枚の絵を使う (フルアニメは1秒に24枚もしくは12枚の絵を使う)
トメ	歌舞伎の見栄のように静止させる
引きセル	クルマがよぎる時等、あまり動きのない場面は、動画1枚をずらしながら撮影する
繰り返し	歩いている時等で、キャラクターの動きを繰り返し、背景をスライドさせる
部分	顔と身体はそのままで、腕や足だけ動かす
ロパク	セリフをしゃべる時に口だけ動かす
兼用	同じ動画を何カットも兼用する
ショート・カット	ワンカットが長いと、キャラクターを動かさないといけないのでカットを短くして躍動感を出す

テレビアニメの放送状況

- 鉄腕アトムのテレビ放映を端緒に、テレビで放映されるアニメは増加してきた。ただし、2010年代後半からは横ばいの状況にある
- 主な要因は、全日帯(6:00～24:00)で放送されてきたキッズ、ファミリー向けアニメの減少である。一方、深夜帯のアニメは好調で、新規タイトルが多く投じられている

テレビアニメのタイトル数推移



出所:一般社団法人日本動画教会「アニメ産業レポート2024」より野村證券作成

© Nomura | STRICTLY PRIVATE AND CONFIDENTIAL

平成の漫画、アニメ

- 1994年に『週刊少年ジャンプ』は史上最高となる653万部の発行を記録した。以降、発刊数は下降基調にあったものの、『ONE PIECE』や『NARUTO』といった、アニメ放送と連動する形で単行本の発行部数が増加する作品が現れた
- アニメでは『AKIRA』や『攻殻機動隊』といったアニメ映画が国内のみならず海外でも高い評価を受けた他、『新世紀エヴァンゲリオン』は社会現象を引き起こすほどの大ヒット作品となった(厳密には『AKIRA』は1988年公開)
- 平成後期には漫画やアニメが世間で広く受け入れられるようになった。ファンが作品に縁のある地域を訪れる「聖地巡礼」等、出版や映像作品の売上に留まらない経済効果が着目されたのもこの時期である

週刊少年ジャンプ1995年3・4合併号(1994年12月20日発売)の掲載作品

作品名	作者
SLAM DUNK	井上 雄彦
ドラゴンボール	鳥山 明
みどりのマキバオー	つの丸
ジョジョの奇妙な冒険	荒木 飛呂彦
キャプテン翼	高橋 陽一
こちら葛飾区亀有公園前派出所	秋本 治
ろくでなしBLUES	森田 まさのり
るろうに剣心	和月 伸宏
地獄先生ぬ~べ~	岡野 剛・真倉 翔
マインドアサシン	かずはじめ

※掲載順で10作品を記載

発行部数653万部は国内漫画雑誌のギネス記録

出所:野村證券作成

聖地巡礼の先駆者となった『らき☆すた』

『らき☆すた』

作者: 美水 かがみ

出版社: 角川書店 (現:KADOKAWA)

連載: 2004年1月号~

アニメ化:2007年4~9月、全24話



鷺宮神社 (埼玉県久喜市 旧:鷺宮町) がアニメ版の舞台となった

出所:野村證券作成

鷺宮神社の初詣参拝客数推移



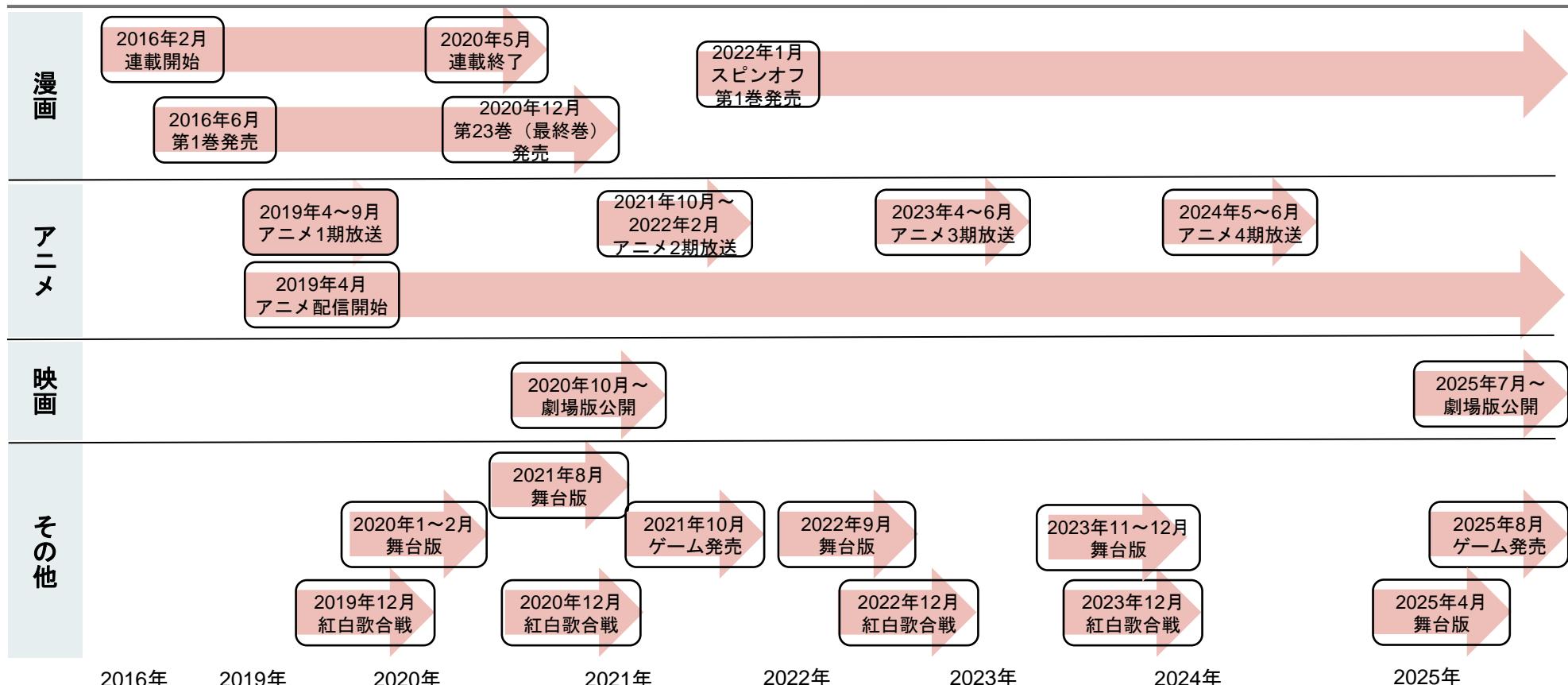
© Nomura | STRICTLY PRIVATE AND CONFIDENTIAL



令和の漫画、アニメ

- 漫画、アニメは新型コロナウイルスによって生じた巣ごもり需要の恩恵を受けた。この期間に電子書籍やオンライン配信サービスが急成長し、消費者の増加と多様化が進んだ
- また、漫画やアニメ、映画、ゲーム等、複数のコンテンツを連動させる「メディアミックス」によって、作品の価値を最大化させる動きが加速した。例えば『鬼滅の刃』は、漫画→テレビアニメ→アニメ映画と展開され、累計発行部数は2億2,000万部以上、映画の興行収入は600億円を突破(2作品累計、2025年8月時点)し、世界的な大ヒット作品となった

『鬼滅の刃』におけるメディアミックスの例



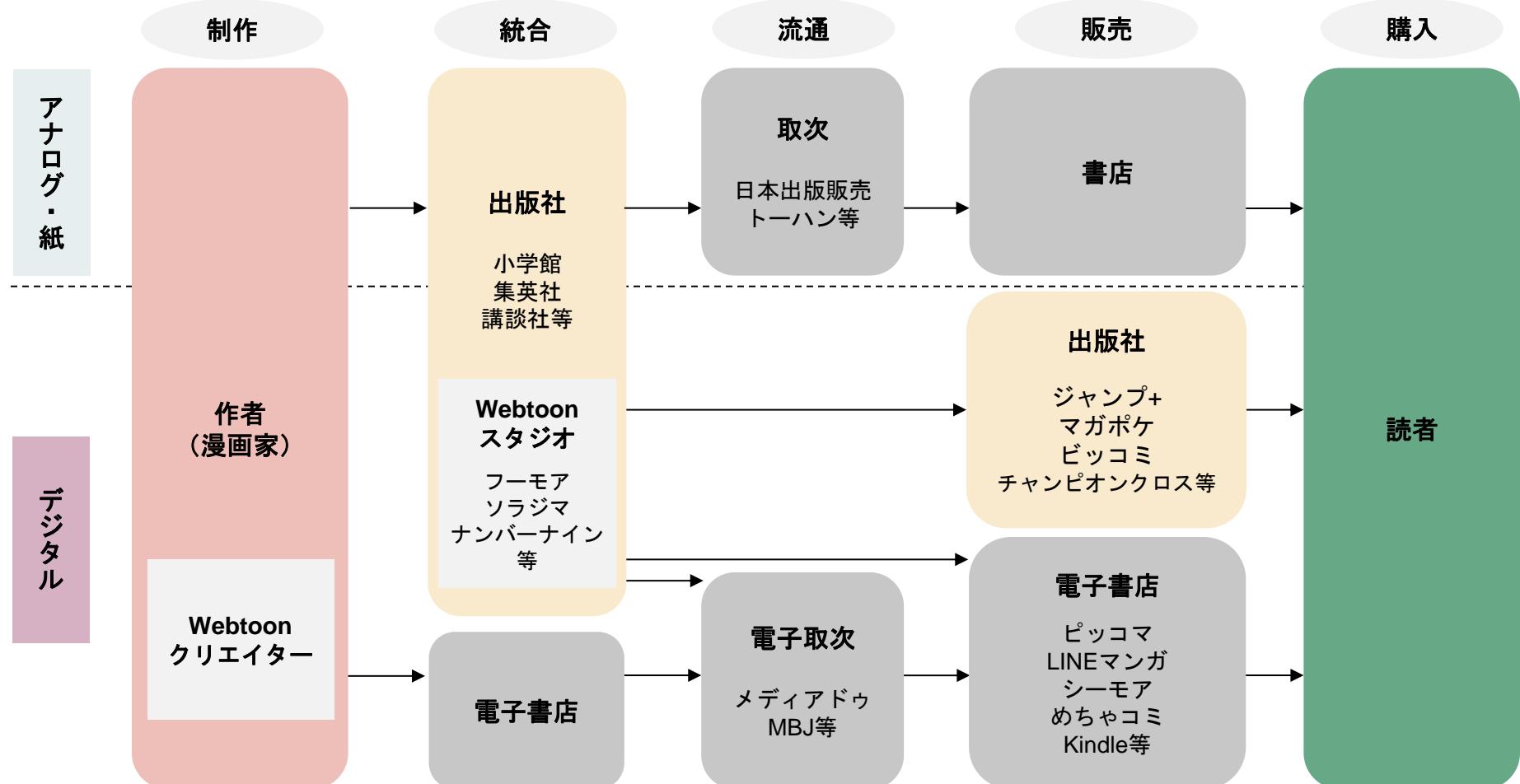
注:一例を記載
出所:野村證券作成



漫画業界の商流

- 漫画は、作者(漫画家)の制作から始まり、出版社等による統合、取次業者による流通、書店(電子含む)での販売を経て、読者に届けられる

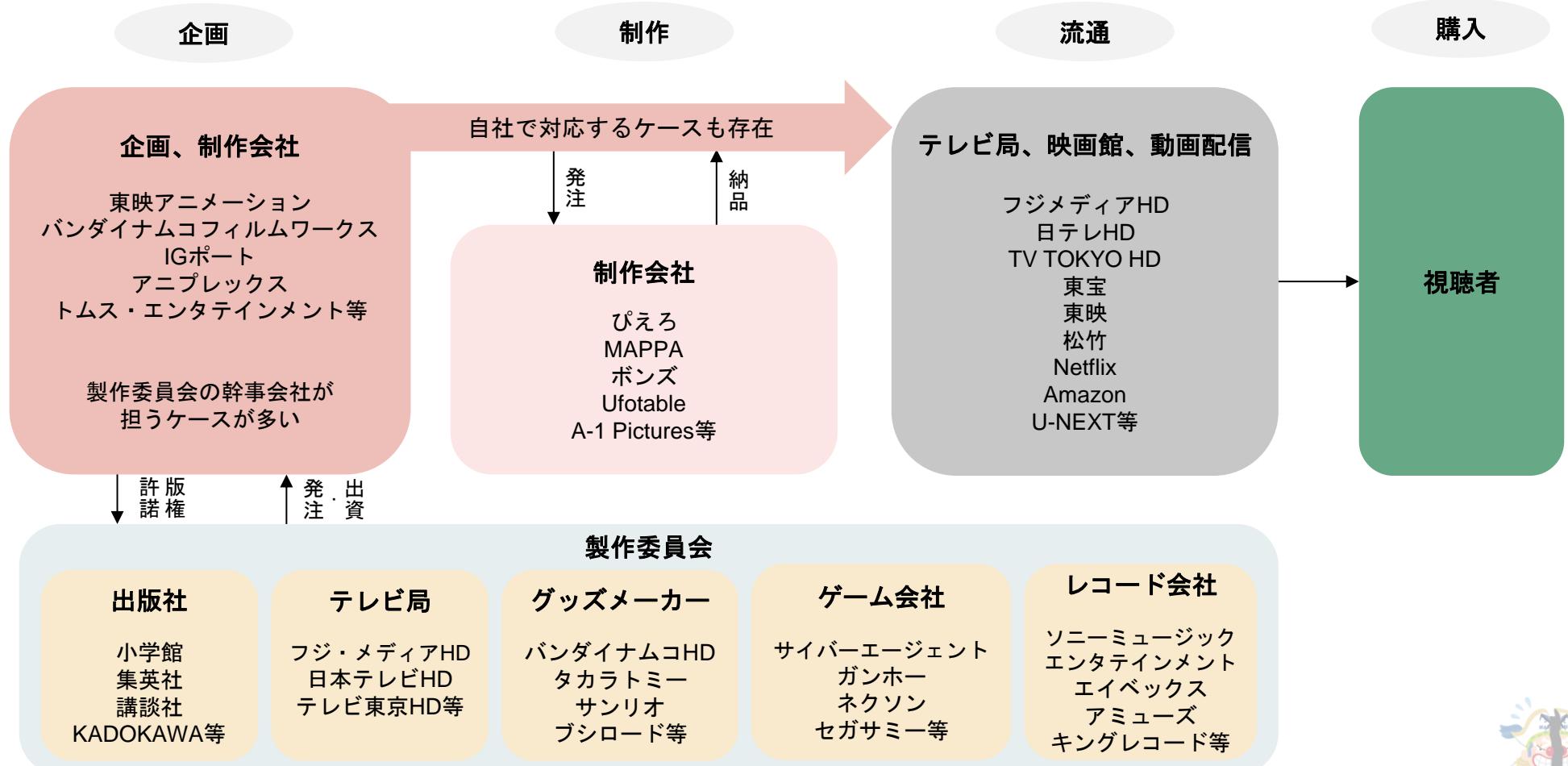
商流のイメージ図



アニメ業界の商流

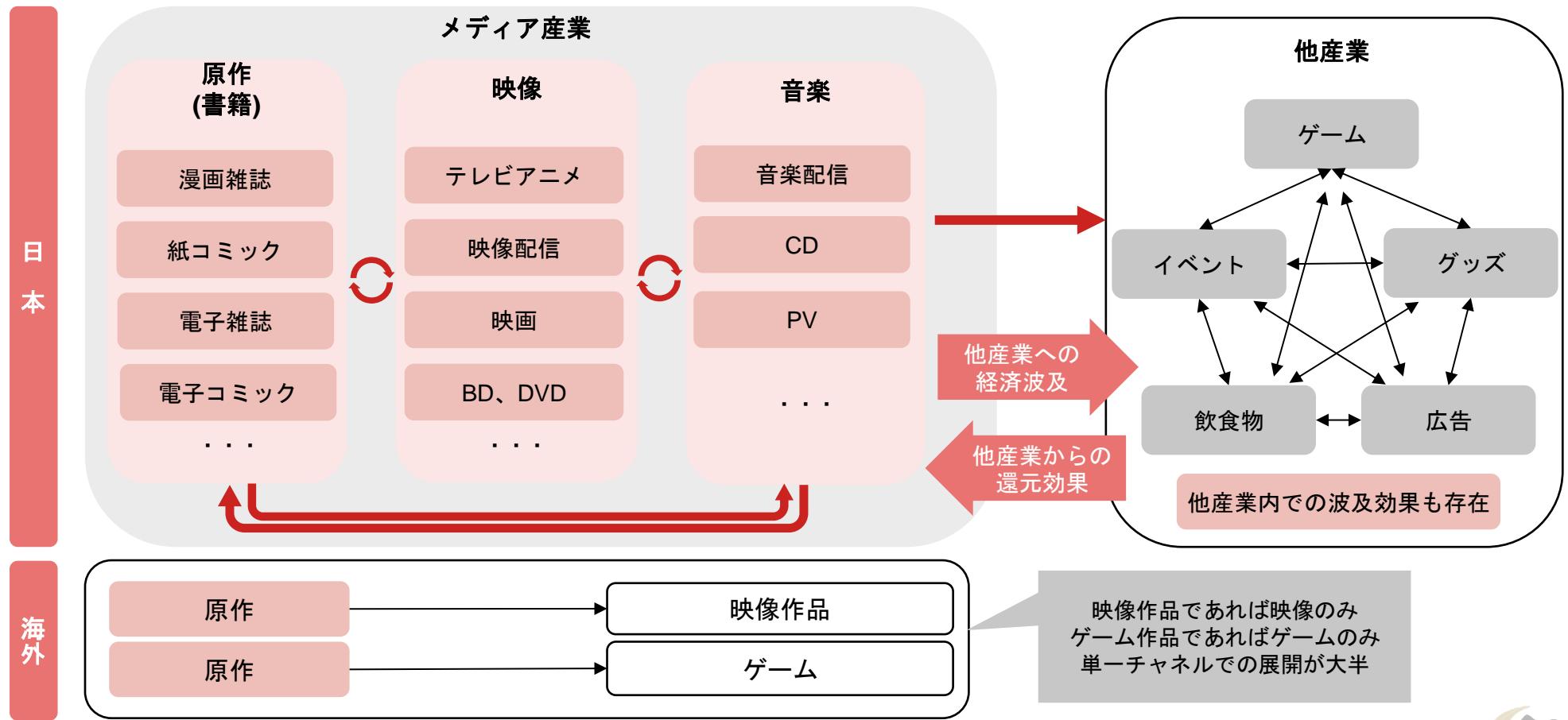
- アニメは、作品の企画から始まり、製作委員会方式等により資金調達がなされ、制作会社によって制作された作品が、放送、上映、配信される
- さらにアニメに登場するキャラクターを活用した、グッズ、ゲーム等での二次利用がなされる

商流のイメージ図



メディアミックスについて

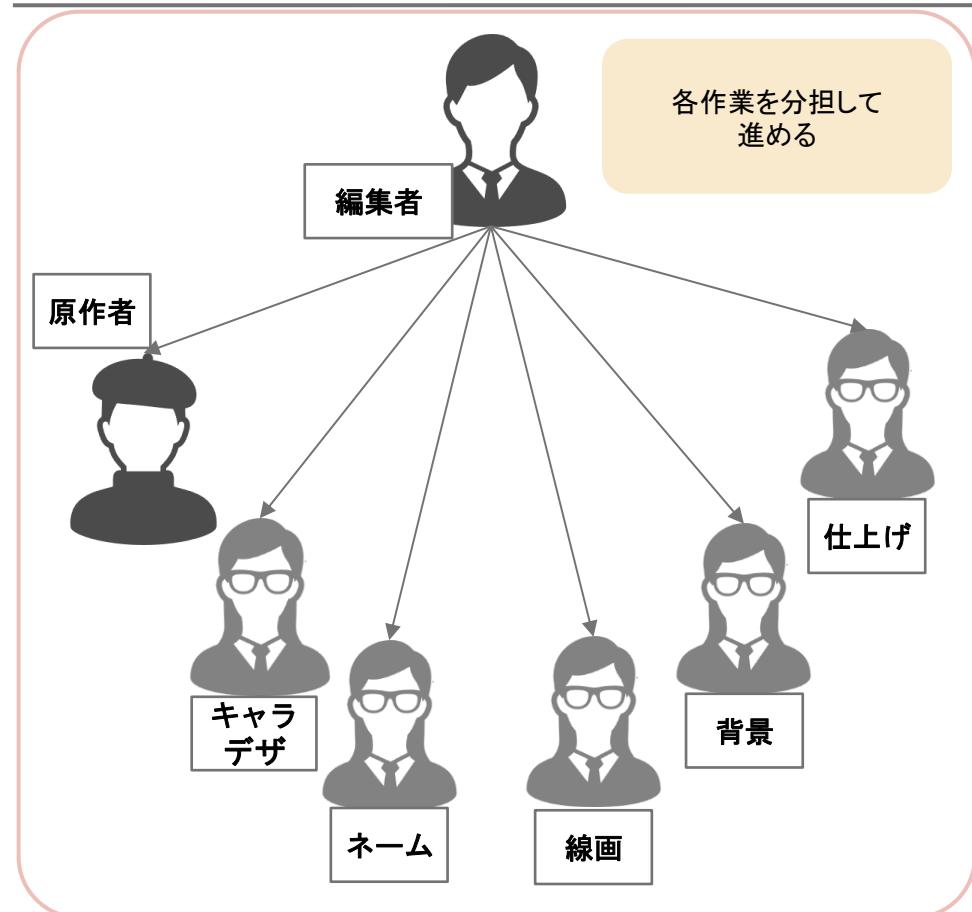
- メディアミックスは日本が得意とする手法である。日本では、漫画やアニメを起点としたメディアミックスが盛んであり、数多くのヒット作がこの手法によって生まれている
 - 1963年の鉄腕アトムのテレビアニメ化は、漫画とアニメの連動したビジネスモデル「メディアミックス」の先駆けともいえる
- メディアミックスによる経済波及



Webtoonの登場

- Webtoon(ウェブトゥーン)は、韓国で発展したデジタル漫画の一形態である
- 従来の漫画と異なり、スマートフォンやタブレットなどのデジタルデバイスでの閲覧に最適化されている

Webtoonの制作体制



出所: 左右共に野村證券作成

漫画とWebtoonの比較

漫画		Webtoon
右から左	読み方	上から下
雑誌、Web、アプリ等	連載媒体	アプリが中心
特定ジャンルへの偏りはない	ジャンル	ラブコメ、異世界転生が多い
複雑なもの読み込ませる内容も多い	話の内容	単純明快なものが多い
30～40代が中心	読者の年代	10～30代が中心
基本的に個人(+アシスタント)体制	制作体制	分業体制
単行本3冊分で400～500万円	制作費	2,000～3,000万円(1作品、20話)
30～60万円/話	原稿料	2.5～5万円/話(原作担当)

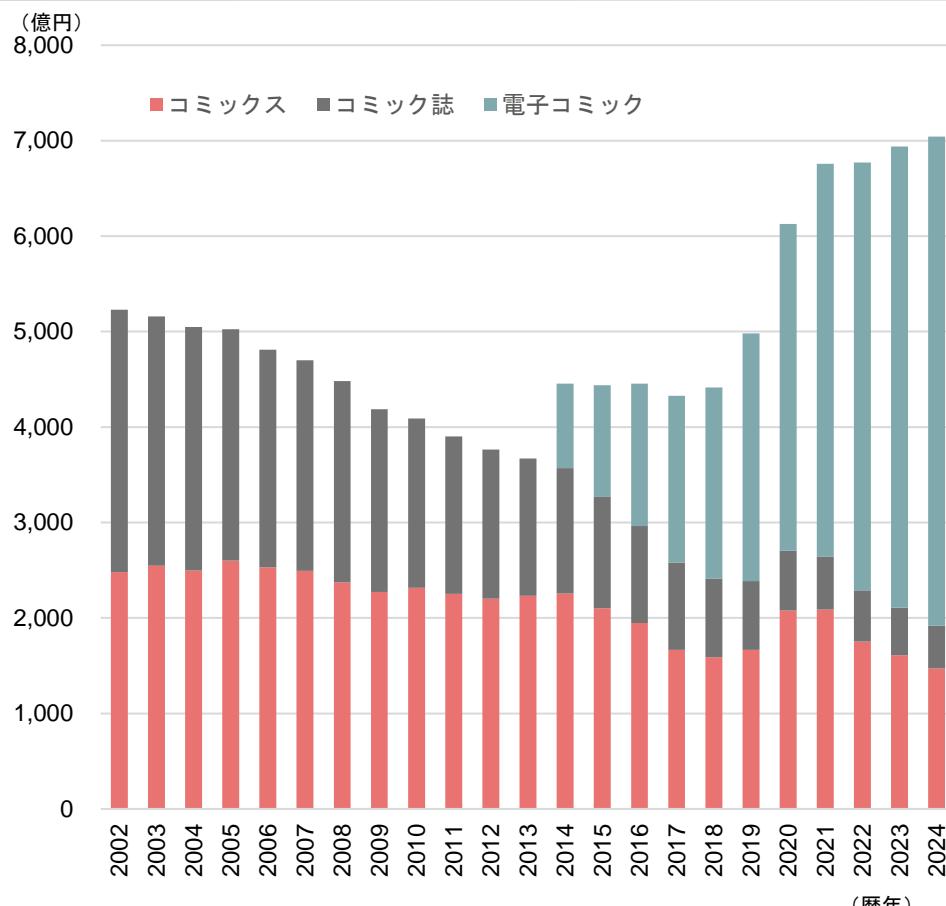
2. 漫画、アニメ関連ビジネスの現状と課題



漫画、アニメの国内市場規模

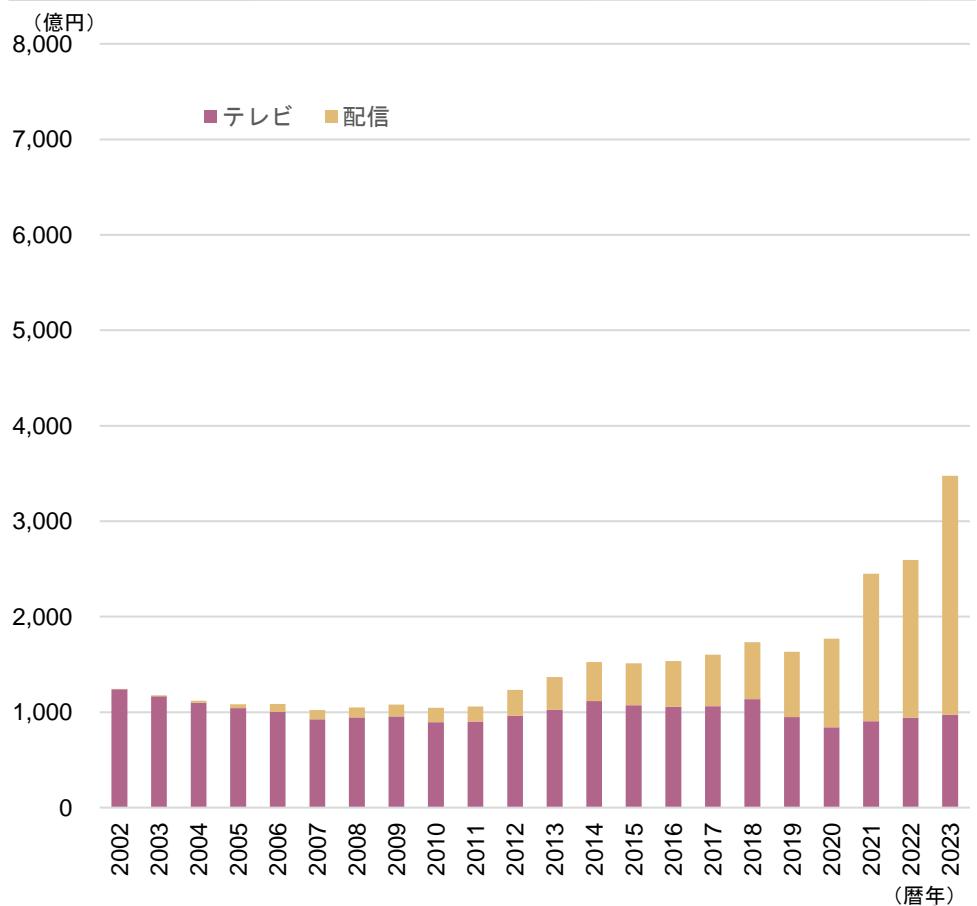
- 日本のコミック市場における2024年の市場規模は7,043億円に達し、7年連続のプラス成長であった。市場の拡大をけん引しているのは電子コミックで、5,122億円に拡大し、市場全体の72.7%を占める
- 日本のアニメ配信市場は配信(映像配信サイトによるアニメ配信売上)の成長が著しい。漫画同様、コロナ禍における巣ごもり需要の恩恵を受けたことが伺える

コミック(漫画)の国内市場規模



出所:公益社団法人全国出版協会・出版科学研究所「コミック」推計販売金額推移より野村證券作成

アニメ配信の国内市場規模



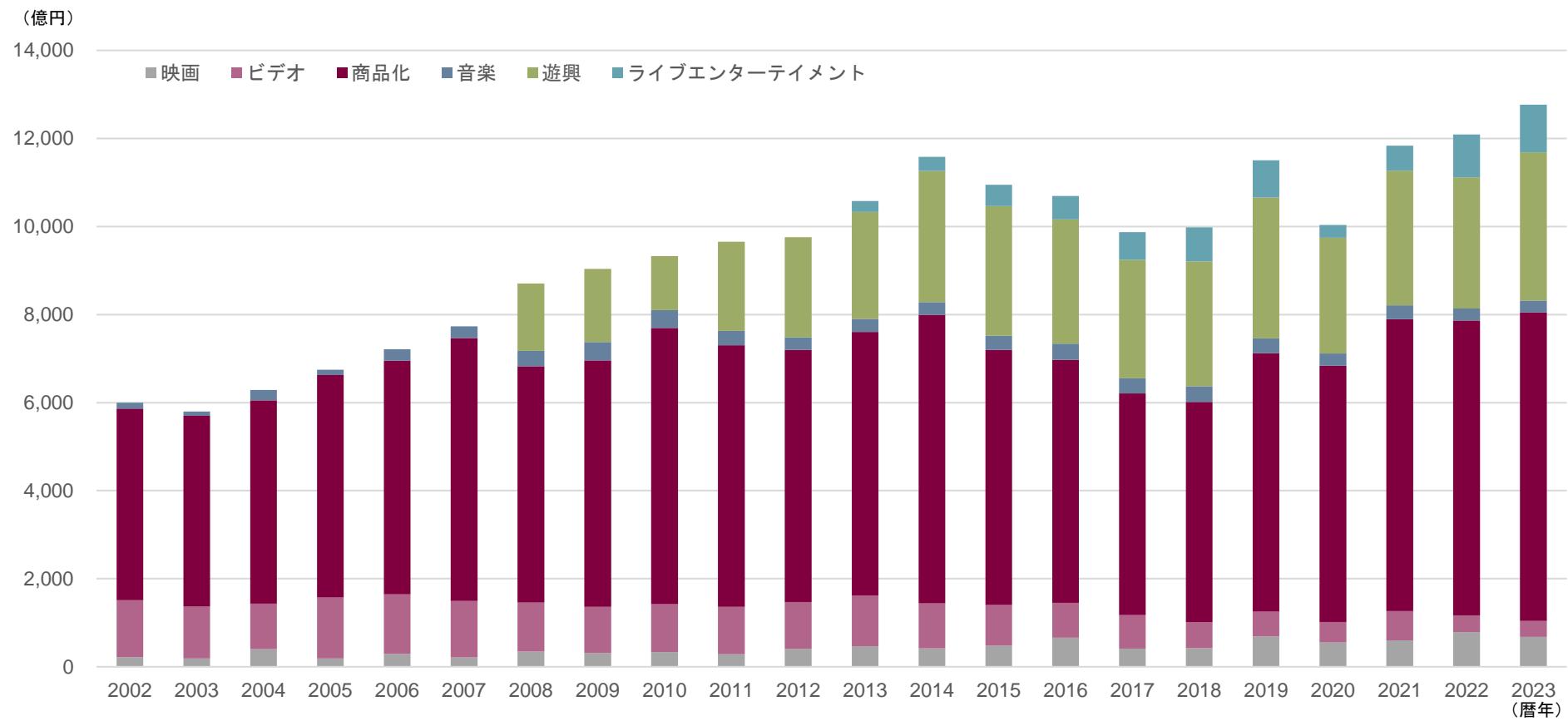
出所:一般社団法人日本動画教会「アニメ産業レポート2024」より野村證券作成



漫画、アニメ業界関連市場

- 国内市場の拡大と共に、関連領域の市場も増加基調にある。商品化に加え、近年は遊興(遊技機)の寄与も目立つようになった

国内市場における関連領域の推移



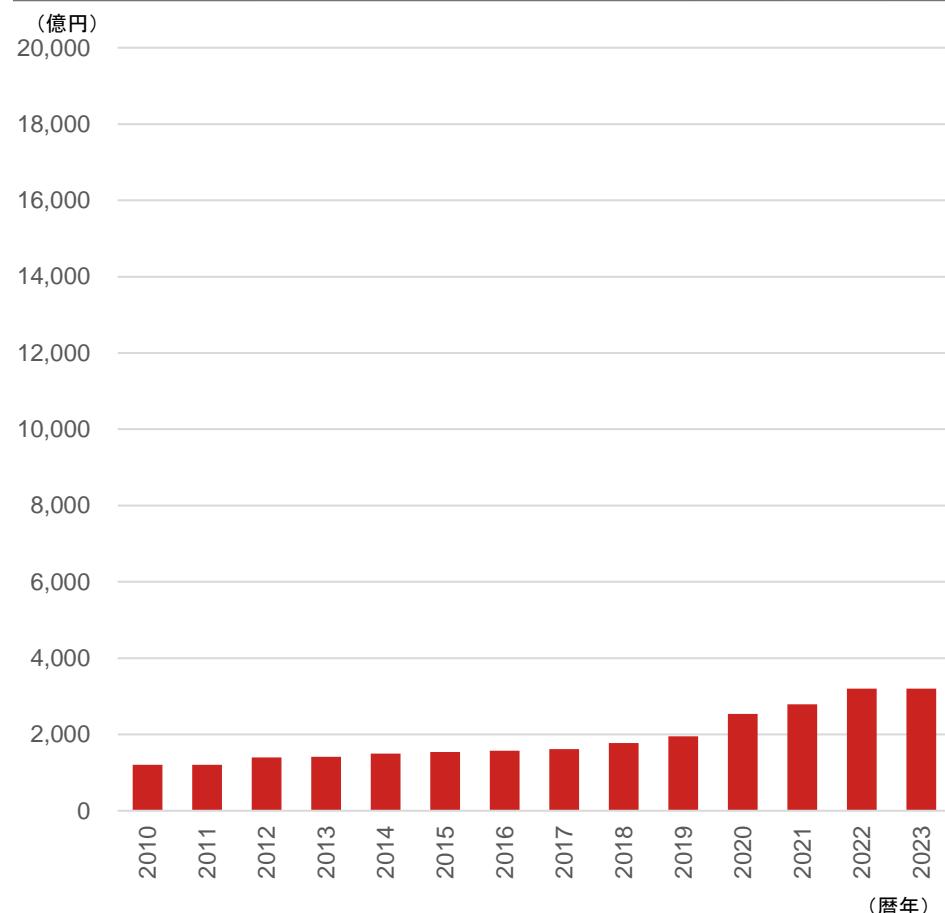
出所:一般社団法人日本動画教会「アニメ産業レポート2024」より野村證券作成

© Nomura | STRICTLY PRIVATE AND CONFIDENTIAL

海外市场への進出

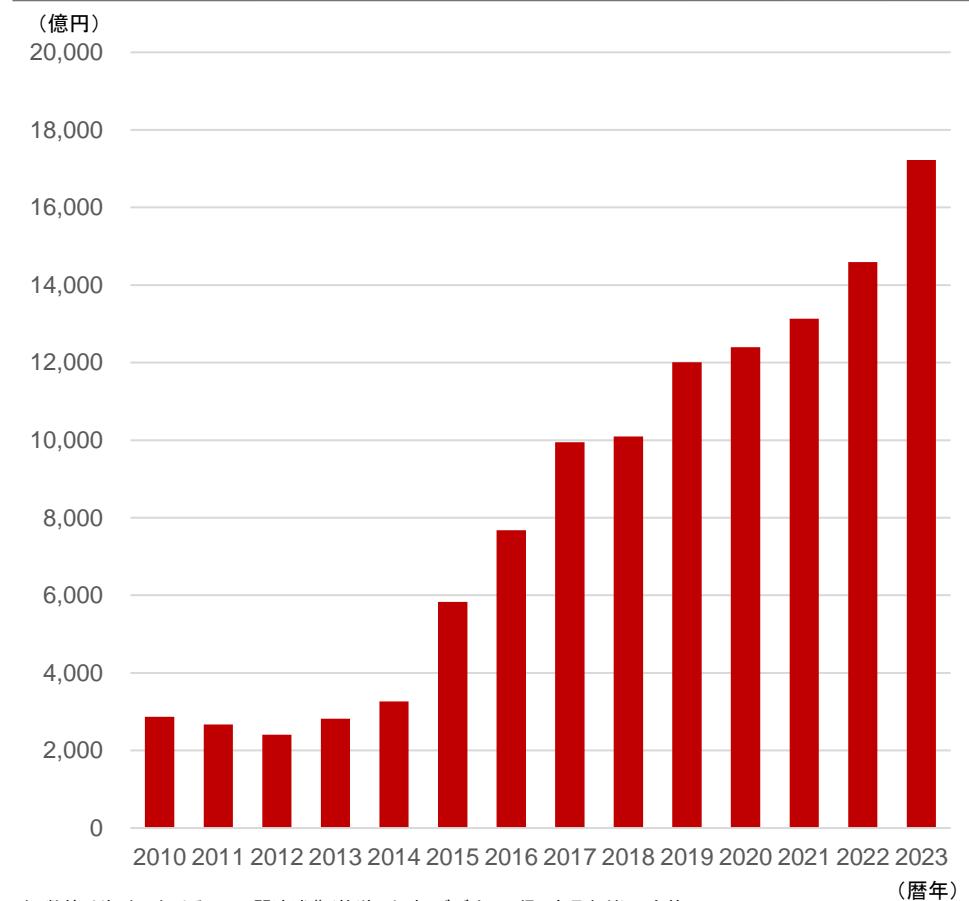
- 日本の出版物の印刷出版、電子出版の海外市場規模の推計(漫画が主)は2010年以降成長傾向にあるが、国内市場と比較すると小規模である
- アニメの海外市場はアニメ関連消費額を含んだ数値であるが、足元では1兆円を超えて推移し、拡大が続いている

日本の漫画(出版物)の海外市場規模推移



出所:経済産業省「業界の現状及びアクションプラン(案)について【漫画・書籍】より野村證券作成

日本のアニメの海外市場規模推移



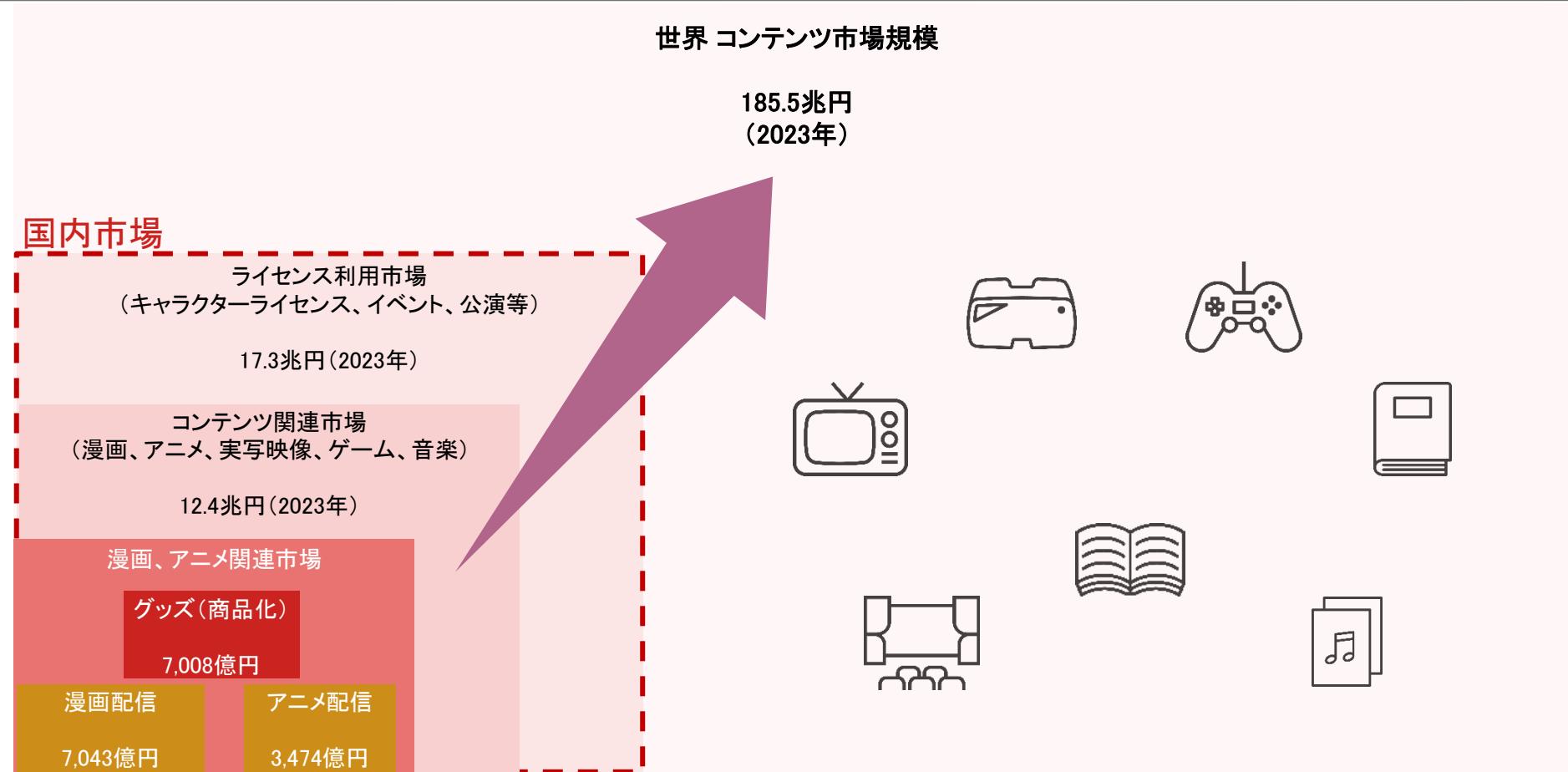
注:数値は海外におけるアニメ関連消費(放送、上映、ビデオ、配信、商品など)の合算
出所:一般社団法人日本動画教会「アニメ産業レポート2024」より野村證券作成



漫画、アニメから広がるコンテンツ市場

- 世界のコンテンツ市場規模は185.5兆円(2023年)と試算されており、国内市場(12.4兆円)と比較しても非常に大きな規模である

コンテンツ市場の状況



「生み出す」、「届ける」、「稼ぐ」に課題を抱える漫画、アニメ

- 好調に見える漫画、アニメ産業は、大きく3つの構造的課題を抱えている

3つの構造的課題

「生み出す」
創作

「届ける」
展開

「稼ぐ」
収益

漫画、アニメ産業が抱える3つの構造的課題



製作委員会方式の限界

海外でヒットしても儲からない

長時間労働、低賃金の常態化

グローバル展開の難しさ

ファンに正規版が届かない

採用難、制作費の高騰 …



海賊版被害について

- 海賊版とは、著作権者の許可なく漫画やアニメ等のコンテンツを複製・配布する行為、またはそれによって作られたコンテンツを指す
- 海賊版が先に流通することで、単行本や電子書籍、配信収入の減少に繋がる

海賊版被害額の推計(2022年)

	出版	映像
世界合計（日本除く）	0.9~1.4兆円	4.3~6.7兆円
アジア太平洋	0.15~0.24兆円	1.6~2.4兆円
中国	0.04~0.05兆円	0.5~0.7兆円
欧州	0.2~0.6兆円	0.6~1.3兆円
フランス	0.02~0.05兆円	0.05~0.1兆円
北米	0.09~0.3兆円	0.5~1.7兆円
アメリカ	0.08~0.3兆円	0.5~1.5兆円
中南米	0.02~0.3兆円	0.2~0.8兆円
中東アフリカ	0.2~0.3兆円	0.8~1.3兆円

出所:経済産業省「エンタメ・クリエイティブ産業戦略 中間とりまとめ案」より野村證券作成

大手海賊版サイトへの月間アクセス数

	月間アクセス数
英語翻訳大手5サイト	3億2050万
ベトナム語大手3サイト	2億1300万

英語翻訳大手5サイトへのアクセス上位10か国

1	アメリカ	24.6%	6	イギリス	3.5%
2	インド	9.4%	7	メキシコ	3.3%
3	フィリピン	7.6%	8	フランス	3.3%
4	インドネシア	4.7%	9	ドイツ	3.1%
5	カナダ	3.6%	10	マレーシア	2.9%

出所:経済産業省「業界の現状及びアクションプラン(案)について」より野村證券作成

海賊版の影響

単行本や雑誌、DVD、Blu-rayの売上減少
電子書籍や公式配信サービスの利用減少
広告収入の減少



制作費の回収が困難になる
新作制作や続編制作ができなくなるリスクが増大する
産業全体の縮小に繋がる

出所:野村證券作成



漫画翻訳の状況

- 漫画の翻訳は、作品の文化的背景に対する理解が求められるとともに、独特的なコマ割りや断片的なセリフから作者の意図を正確に伝える高度なスキルが求められる
- 加えて翻訳者やデザイナー等が連携して進める必要もあり、コストや納期の面での負担が大きく、翻訳が進まない原因となっている

漫画翻訳のポイントと課題

文化的背景の理解

作品における価値観、風習、言語表現、宗教等を理解することで、初めて作品の意図やキャラクターの心情を読者に伝えることが可能となる

機械翻訳の限界

コマ割りや吹き出しの配置は不規則であり、文脈の抽出が難しい会話文のため省略される語が多く、独特の言い回しや造語も存在する

複数の専門人材の登用

翻訳したテキストは作品にあわせたフォントを使用し、コマや吹き出しに合わせて配置する必要があり、デザイナー等とも連携が求められる

ターゲット国との文化を踏まえた漫画翻訳

作品が届けられる国の文化や価値観に配慮する必要がある
ジョークや風刺、宗教的な要素は国によってはタブーとなる場合もある

1冊の翻訳作業に1か月以上を要する場合もあり、とにかく時間がかかる

翻訳コストが高く、翻訳出版される作品数や対象言語が限られる

翻訳出版が進まない

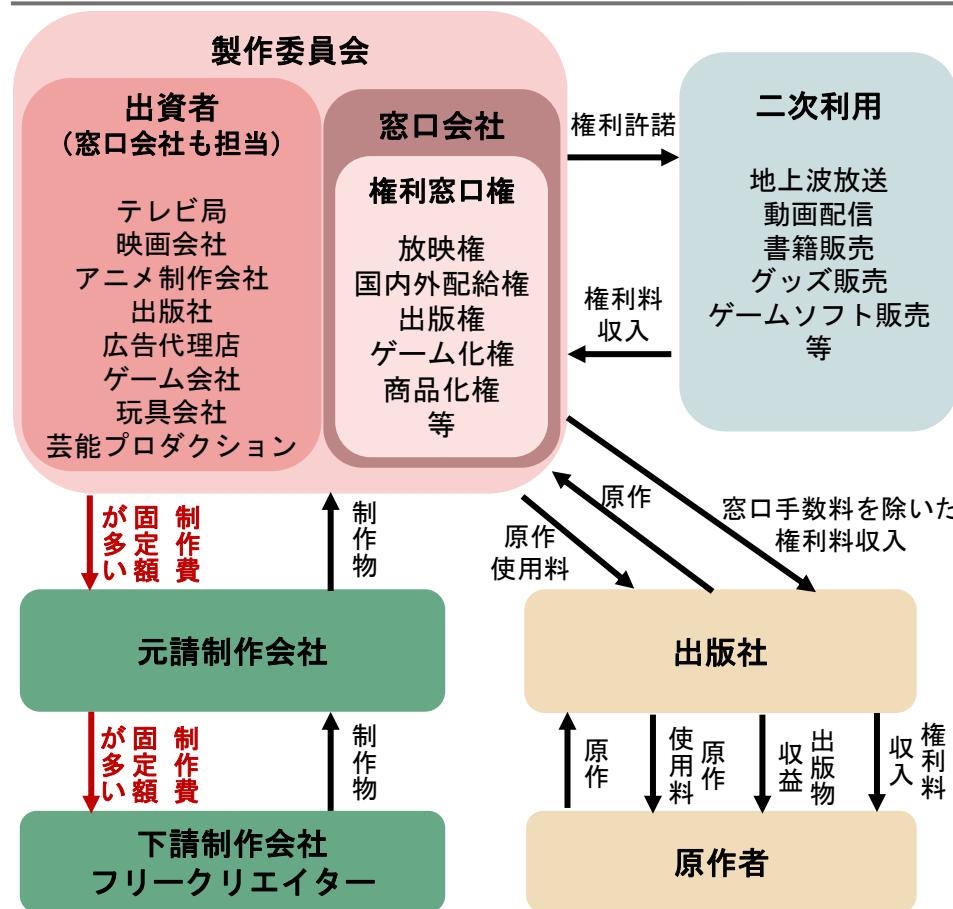
海賊版が横行する一因にもなる



製作委員会方式

- 製作委員会方式はアニメ等を制作する際に、複数の企業や団体が協力して資金やリスク、利益を分担するための仕組みである
- 製作委員会方式の採用はリスク分散には有効である一方、作品展開への制約が生じたり、作り手側に十分なリターンが分配されなかつたりする可能性がある
- 特に作り手である制作会社は、作品がヒットしても直接的な収益増加に繋がらない場合があり、従業員の待遇改善や設備投資に資金を回しにくくという課題を抱えている

製作委員会方式のイメージ図



製作委員会方式のメリットとデメリット

メリット

- ・**リスクの分散**
複数の企業でリスクを分担するため、失敗した際の負担が軽減される
- ・**資金集めが容易**
各企業が出資する金額が比較的少なく済むことで、大型プロジェクトでも資金が集めやすい
- ・**専門知識とネットワークの活用**
関係企業がそれぞれの専門分野を活用することで、プロジェクトの質の向上が期待される

デメリット

- ・**収益配分の複雑化**
収益は製作委員会の参加企業間で分配されるため、各社が得られる利益が限定される
- ・**意思決定の遅さ**
参加企業の意見を調整する必要があり、結果、企画や制作の進行が遅れるリスクがある
- ・**二次展開の制限**
続編制作や二次展開(スピノフ、リメイク、海外展開など)を行う際に、企業間での合意形成が必要となる
- ・**ヒット作品に対する制作会社のリターンが少ない**
制作会社は制作費を固定額で受け取るケースが多く、作品が大きな売上をあげたとしても還元されづらい

漫画、アニメの海外売上に対する収入額

- 漫画、アニメ共に、海外売上は増加しているものの、その収入の多くは日本に戻っていない
- 原因の一つに海外プラットフォーマーの台頭が挙げられる

海外売上と収入額の状況(2022年)

	海外売上	海外収入額	海外収入額/海外売上
漫画 (出版)	3,200億円	256億円	8%
アニメ	1兆4,592億円	856億円	5.9%
※参考 映像	1,310億円	303億円	23.1%
※参考 ゲーム	2兆7,780億円	2兆4,655億円	88.8%

出所:経済産業省第1回エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会より野村證券作成

収益が海外に流れる原因

・プラットフォームの海外依存

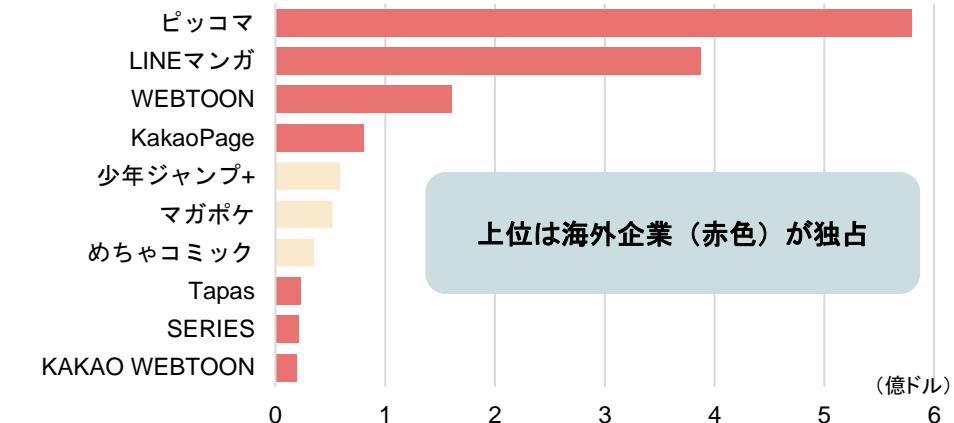
価格決定権がプラットフォーマー側にある場合が多く、収益性が高まりにくい
アニメ制作会社がプラットフォーマーから契約を受託する場合も同様の傾向

・ビジネスモデルの問題

海外展開は現地企業へのライセンスアウトが主流と見られる
リスクが低いモデルである一方、日本企業が得られる収益も限定される

出所:野村證券作成

漫画、アニメにおけるプラットフォーマーの状況



注:2023年のデータ。赤色は海外企業

出所:各種資料より野村證券作成

・海外での直接展開における課題

海外でのイベント運営等、ビジネスを遂行可能な人材とノウハウが不足している
各国の市場規模やトレンド等のマーケティングに用いる情報も不足している
海外での事業運営はコストが重く、企業単独では展開しづらい



クリエイターの労働環境

- 漫画、アニメの需要は増加しているにもかかわらず、労働者の多くが長時間、かつ不安定な報酬での労働を強いられている
- 漫画家の場合、作品が大ヒットすれば膨大な収入が得られる一方、ヒット作品に恵まれなければ厳しい生活が待ち受ける
- アニメーターの待遇改善も課題である。アニメーターの時給の中央値は全産業平均と比較しても低い

漫画家の主な収入

原稿料

新人漫画家:5,000円～1万円/ページ
人気漫画家:3～5万円/ページ

印税

単行本1冊の価格から8～10%

ライセンス収入

アニメ化や映画化、商品化に伴う権利使用料

出所:野村證券作成

収入は
ヒット作品次第で青天井

一方、売れなければ
年収100万円台も

労働環境が招く問題

作品の質低下

劣悪な労働環境による、モチベーションの低下
過密スケジュールの中で製作される漫画やアニメはクオリティが低下する懸念も

人材の流出

漫画家やアニメーターを志した人材が、厳しい労働条件や低賃金のため業界を離れることで、業界の未来を担う人材が不足する
離職率は全業種内でも高い傾向にある

競争力の低下

劣悪な労働環境、低賃金を理由に、人材が海外の制作スタジオやWebtoonスタジオへ流出する

アニメ業界従事者の労働状況(2023年)

	月間労働時間	時給換算
アニメ業界従事者	219時間（平均値） 225時間（中央値）	1,300円（中央値）
労働者平均	163.5時間（平均値）	2,400円（平均値）

アニメ業界従事者の4割弱が月収20万円以下
(声優を除く)

出所:一般社団法人 日本アニメフィルム文化連盟
「第1回 アニメ業界の働き方に関するアンケート 結果レポート」をもとに野村證券作成

出所:野村證券作成

© Nomura | STRICTLY PRIVATE AND CONFIDENTIAL

3. 未来への展望



課題解決のまとめ

- 漫画、アニメ産業の課題と、その解決策を記載した
- 課題解決には事業内容や自社のフェーズを鑑みたうえで、複数の解決策を組み合わせる必要がある

課題と解決策

課題

「生み出す」
創作

「届ける」
展開

「稼ぐ」
収益



翻訳期間の短縮

海外販路の整備

他業界との連携

解決策

個人クリエイターの活動支援

金融機関の支援

国内における海外需要の取り込み

クリエイターの労働環境の改善

生成AIの活用

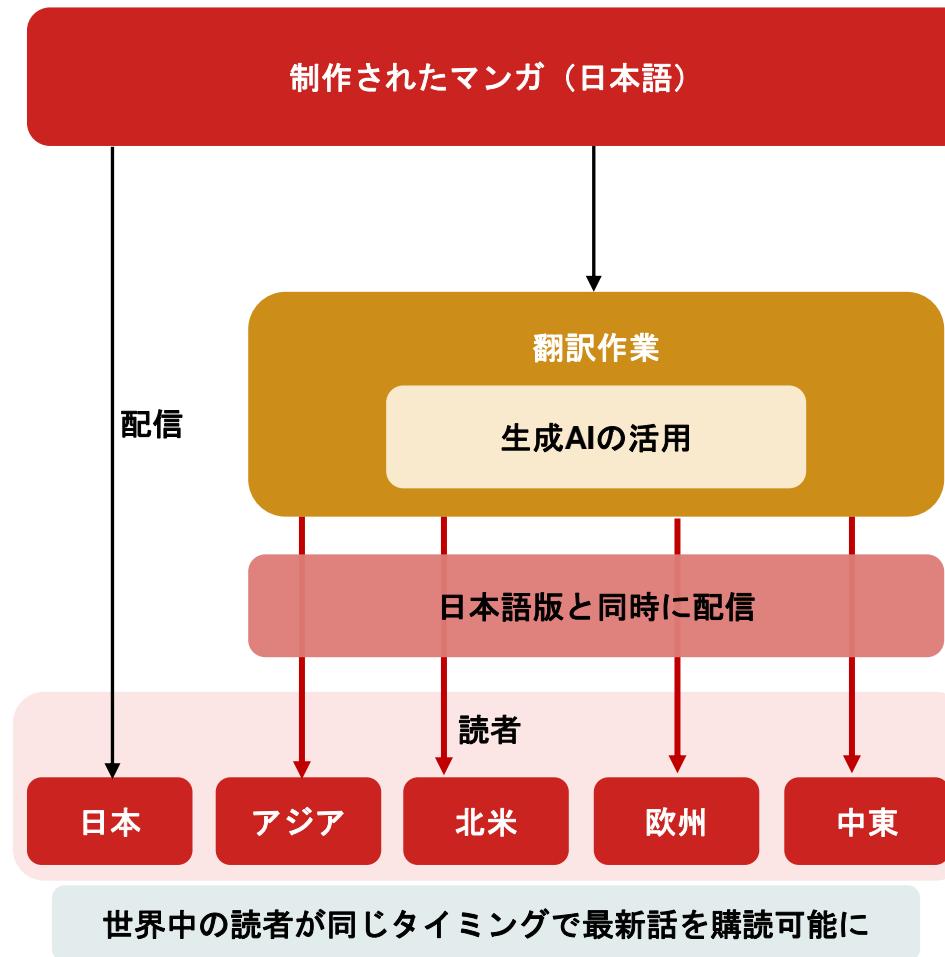
海外企業との提携



サイマル配信について

- 漫画配信において、複数の媒体、多言語での同時配信(刊行)をサイマル配信と呼ぶ。翻訳期間の短縮化によるサイマル配信の実現は海賊版の対策になり得る他、特に海外ファンの熱量を維持することにも繋がる
- 足元では生成AIを活用した、短期間での多言語翻訳に取り組む企業が出現した。翻訳期間を従来の半分程度に抑えることが可能とされ、サイマル配信作品の増加が期待される

サイマル配信のイメージ図



出所:野村證券作成

オレンジの概要

会社名 株式会社 オレンジ

所在地 東京都港区

設立 2021年4月

事業内容 生成AIを活用した漫画の大量、多言語翻訳
自社プラットフォーム「emaqi」による漫画の配信

漫画翻訳のオレンジ、融資で25億円調達 北米向けアプリ拡充

人工知能(AI)を使った漫画の翻訳などを手掛けるオレンジ(東京・港)は、商工組合中央金庫やみずほ銀行などから融資で総額25億円を調達した。5月に北米で始めた漫画アプリの拡充に向けて翻訳の体制を強化する。

北米で漫画アプリ「emaqi(エマキ)」を提供しており、1700タイトル、1万3000冊以上の漫画をそろえる。複数の大手出版社と連携し、オレンジが翻訳している作品は約50タイトルある。……

【日本経済新聞、2025年7月31日】

出所:公開情報をもとに野村證券作成

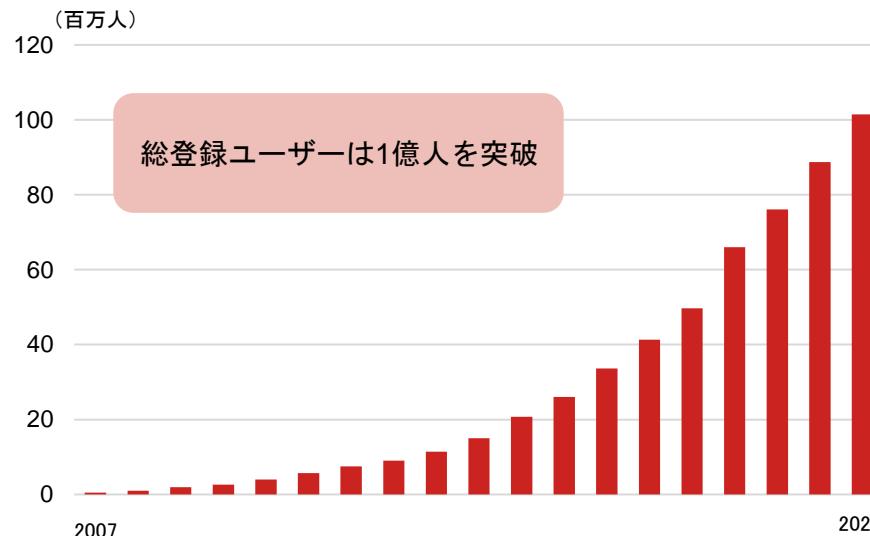
© Nomura | STRICTLY PRIVATE AND CONFIDENTIAL



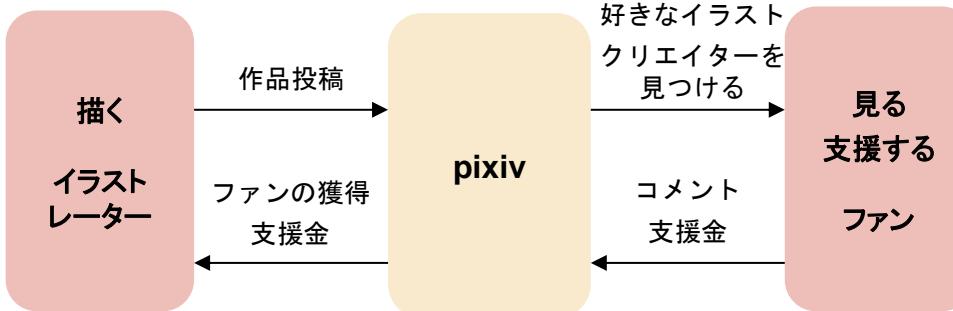
個人クリエイターの活躍

- SNSやオンラインプラットフォームの普及により、個人クリエイターも自分の作品を世界中に発信できるようになった。中には、個人での作品配信によって生計を立てる作家も存在する
- 足元では個人クリエイターの作品制作、配信を支援する企業も現れた。個人クリエイターの増加は作品数の増加に繋がり、多数かつ多様な作品を生む下地に寄与するだろう

ピクシブの総登録ユーザー数推移



ピクシブのビジネス



出所:上下共に野村證券作成

ナンバーナインの概要

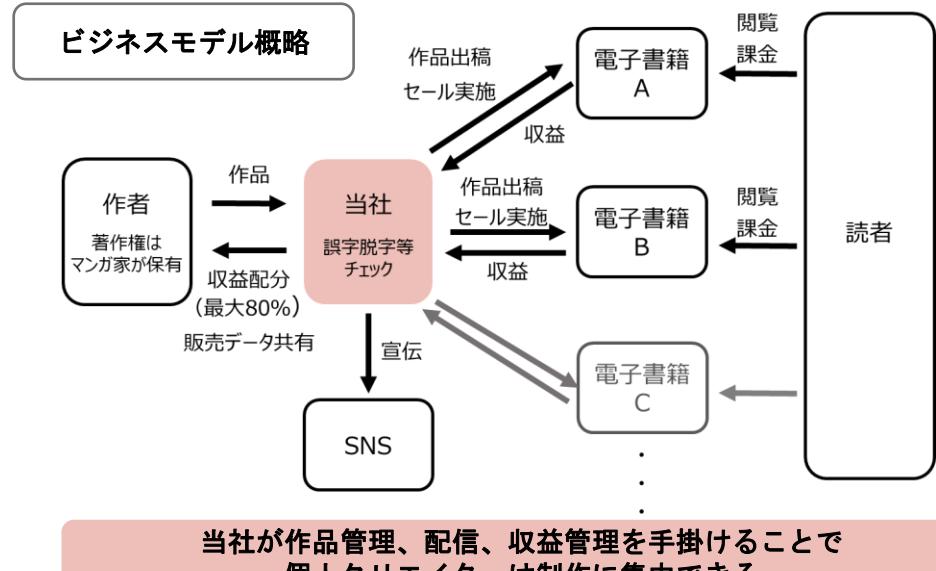
会社名 株式会社 ナンバーナイン

所在地 東京都品川区

設立 2016年11月

事業内容 個人クリエイターの創作活動支援
オリジナルマンガやWebtoonの企画制作

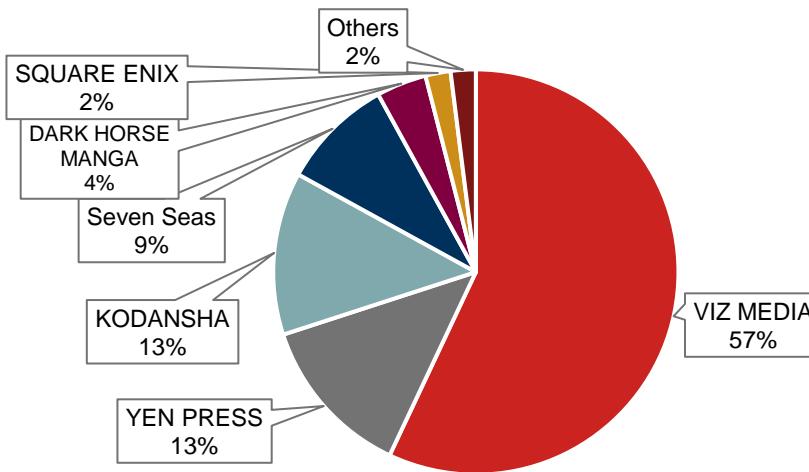
ビジネスモデル概略



海外需要の取り込み

- 米国の漫画市場は拡大している。2023年の9.3億ドルから、2030年には38.9億ドルの市場規模になると見込まれる。大手出版社は子会社や合弁会社を設立し、現地での事業拡大に取り組んでいる
- 現状、漫画における出版社別売上シェア上位は日系企業が並ぶものの、近年は日本発以外の漫画も増加している。加えて現地法人の収益化は苦戦していると見られ、現地でビジネスを開拓する日本企業との連携等、新たな取り組みも求められている

米国漫画市場における出版社別売上シェアと上位企業の概要(2023年)



YEN PRESS

KADOKAWAとHachette Livreの合弁会社

2006年にフランスの出版社Hachette Livreの系列出版社として設立

2016年にKADOKAWAと合弁して現在に至る

作品別売上高

1位 『地縛少年花子くん』 40万7,000部 (累計発行部数 1,000万部)

2位 『俺だけレベルアップな件』 92万8,000部 (累計発行部数 不明)

3位 『推しの子』 11万3,000部 (累計発行部数 1,500万部)

VIZ MEDIA

小学館、集英社、小学館集英社プロダクションの関連会社

1986年にVIZとして設立

2005年にVIZとShoPro Entertainmentが合併して現在に至る

作品別売上高

1位 『チェンソーマン』 93万3,000部 (累計発行部数 2,400万部)

2位 『鬼滅の刃』 92万8,000部 (累計発行部数 2億2,000万部)

3位 『SPY × FAMILY』 67万6,000部 (累計発行部数 3,800万部)

KODANSHA

講談社の子会社

2008年設立

講談社の漫画のローカライズと出版を手掛ける

作品別売上高

1位 『進撃の巨人』 35万1,000部 (累計発行部数 1億2,000万部)

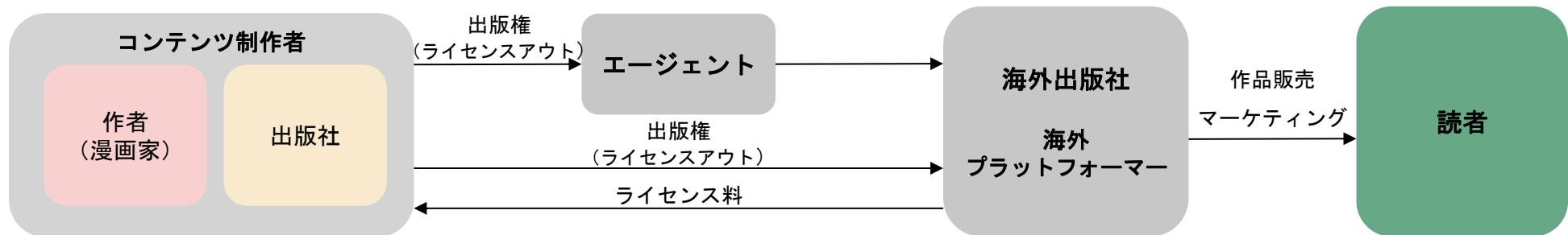
2位 『ブルーロック』 29万7,000部 (累計発行部数 3,000万部)

3位 『美少女戦士セーラームーン』 4万2,000部 (累計発行部数 4,600万部)

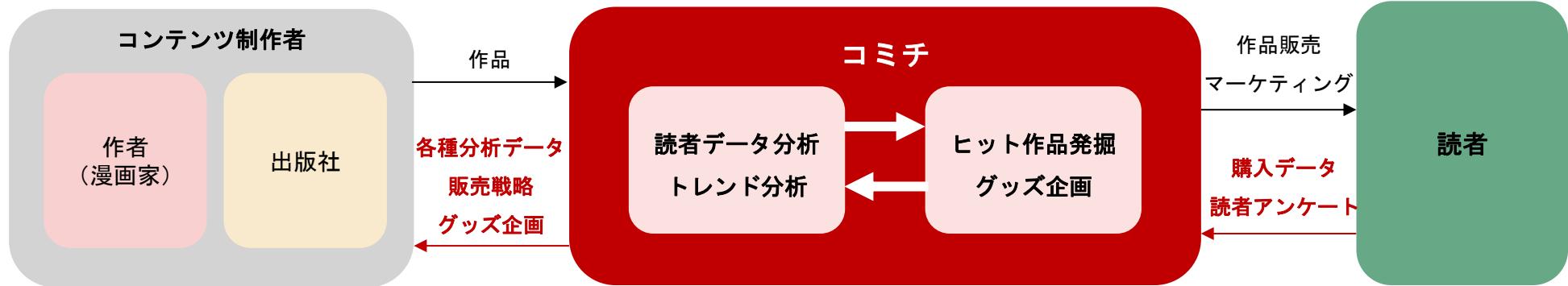
コミチの事例

- 当社は出版社向けの電子コミック誌運用支援ツール「コミチ+(コミチプラス)」の開発・販売を手掛ける。コミチ+を通じて得たデータを分析し、ヒット作品の発掘や、グッズ化、マルチメディア化も支援している
- コンテンツ制作者は当社と連携することで「届ける」機能が強化され、消費者からのデータ取得に繋がる他、ライセンスアウトによる海外からの収益化が進まない状況の打破にも寄与するだろう

海外販路の一例



コミチを活用した海外販路の一例



コンテンツ制作者はコミチと連携することでエージェントや海外プラットフォーマーを介さず海外展開が可能になる

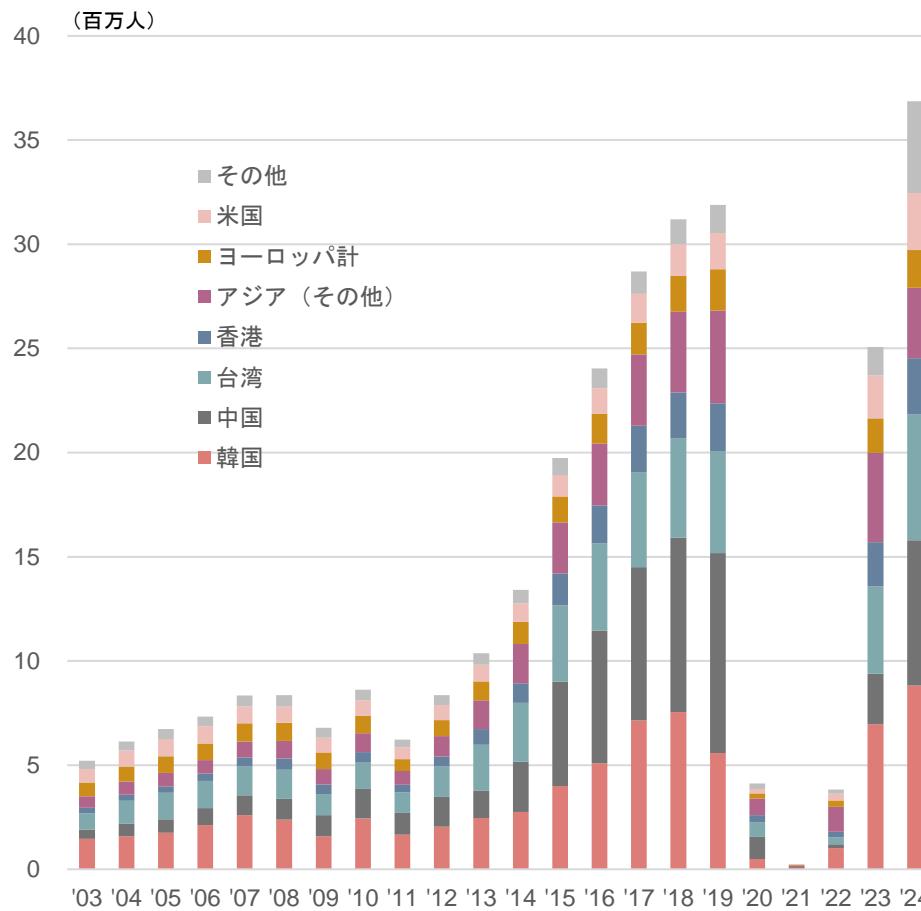
→読者データを活用した作品制作、海外からの収益拡大



国内における海外需要の取り込み

- 漫画やアニメのマネタイズ手法として、海外現地での消費拡大だけでなく、海外ファンを日本に呼び込み、イベント参加や関連グッズ購入による売上拡大も選択肢となる。足元の訪日外国人旅行者の増加はこの取り組みの追い風となろう
- この取り組みには、拠点の整備や情報発信の強化、地方自治体との連携等、既存の漫画、アニメ産業の枠を超えた協業が重要である

国別訪日外国人旅行者数の推移



出所:野村證券作成

漫画を活用した地域の事例

作品

ONE PIECE(集英社、尾田栄一郎)

地域

熊本県9市町村

熊本市、益城町、御船町、大津町、西原村
南阿蘇村、阿蘇市、高森市、宇土市

内容

熊本地震(2016年4月)の復興支援を後押しするため、
登場キャラクターの銅像を各市町村に設置
※尾田氏は熊本出身

経済効果

「ONE PIECE」の主人公であるルフィの銅像のみで
2019年に5.5万人が訪れ、
26億円以上の経済効果が生まれた

2019年度と2023年度で比較すると、9市町村で
訪日外国人旅行客の年度内の滞在者増加率が
前年比2倍以上(最大は宇土市の7.33倍)

出所:経済産業省「業界の現状及びアクションプラン(案)について」より野村證券作成

© Nomura | STRICTLY PRIVATE AND CONFIDENTIAL

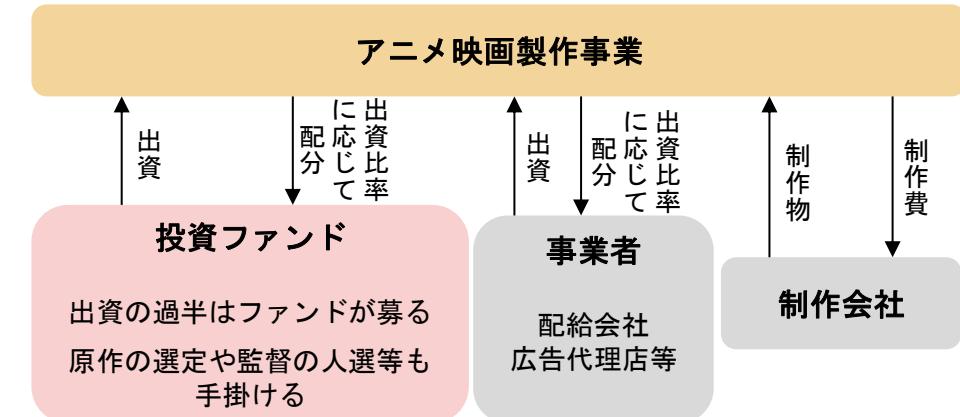
金融機関の取り組みや投資事例

- 市場の拡大を受け、金融機関の動きも活発化している。野村キャピタル・パートナーズは大手フィギュア・玩具メーカーのグッドスマイルカンパニーと共に、業界関連企業へ出資した
- みずほ証券や三菱UFJフィナンシャル・グループは、アニメ映画(実写含む)制作のための資金調達を目的としたファンドを立ち上げた
野村キャピタルパートナーズとグッドスマイルカンパニーの事例

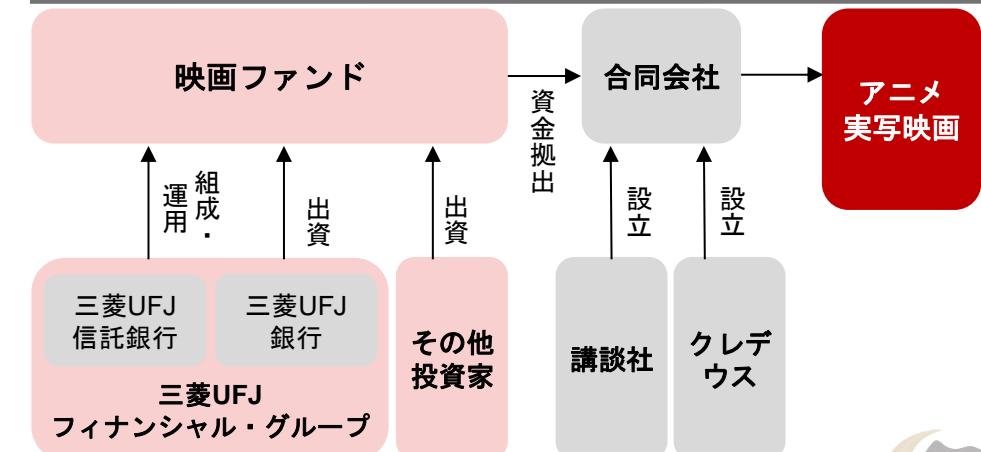


中小企業が抱える、資金や経営ノウハウの不足、後継者問題等に対する
ファンドや業界パートナーのサポート

みずほ証券が立ち上げた投資ファンドの事例



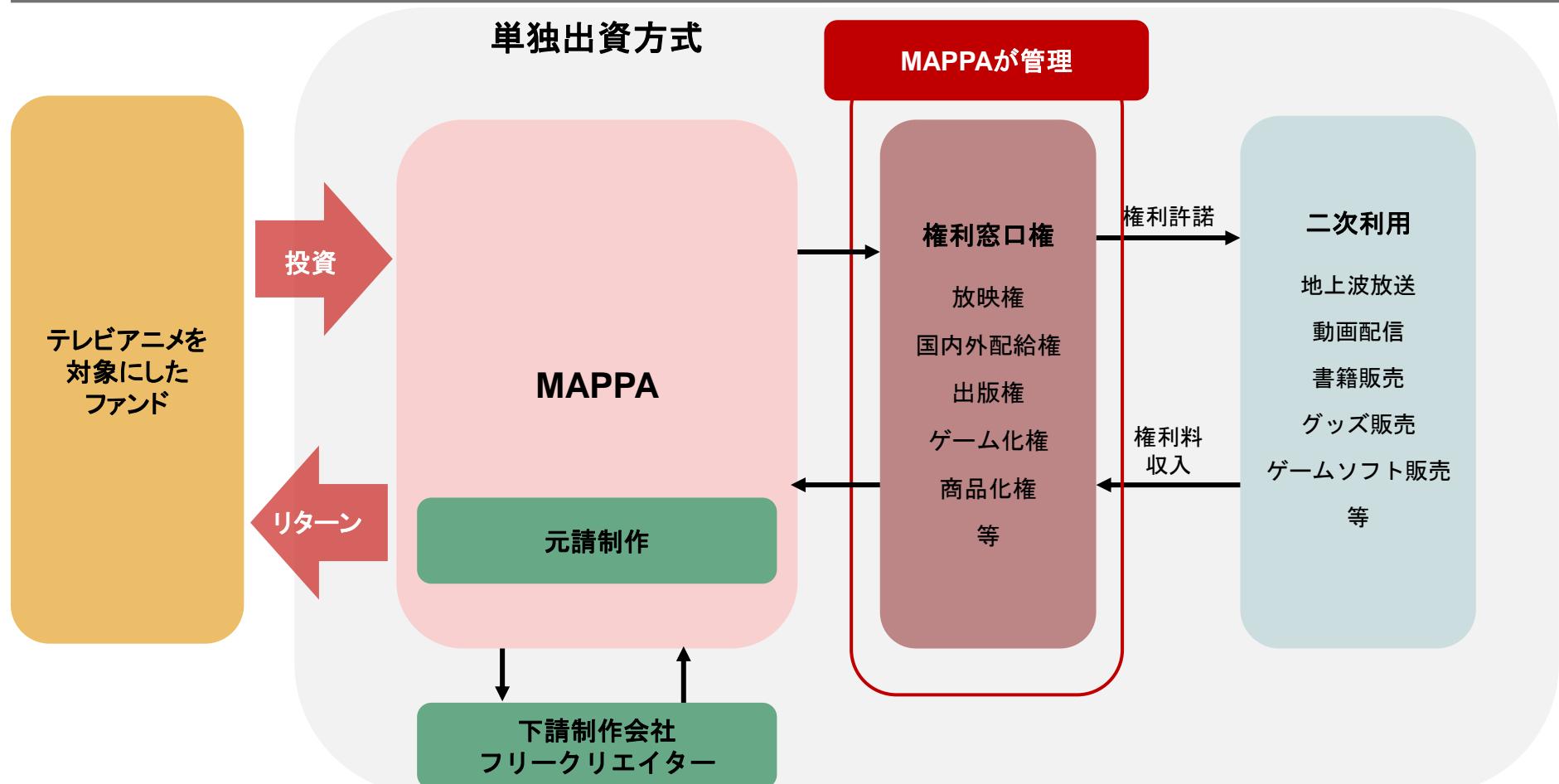
三菱UFJフィナンシャル・グループの事例



金は出すが口は出さない存在が必要か？

- 近年、アニメ制作にあたって製作委員会方式を用いない、「単独出資方式」によるアニメ制作の事例が見られるようになった
- アニメ制作会社のMAPPAは、漫画『チェンソーマン』のアニメ化にあたり単独出資方式にて実施した
- 一方で単独出資方式の実現はハードルが高い。今後は、信頼関係を構築したうえで「金は出すが口は出さない」存在が求められよう

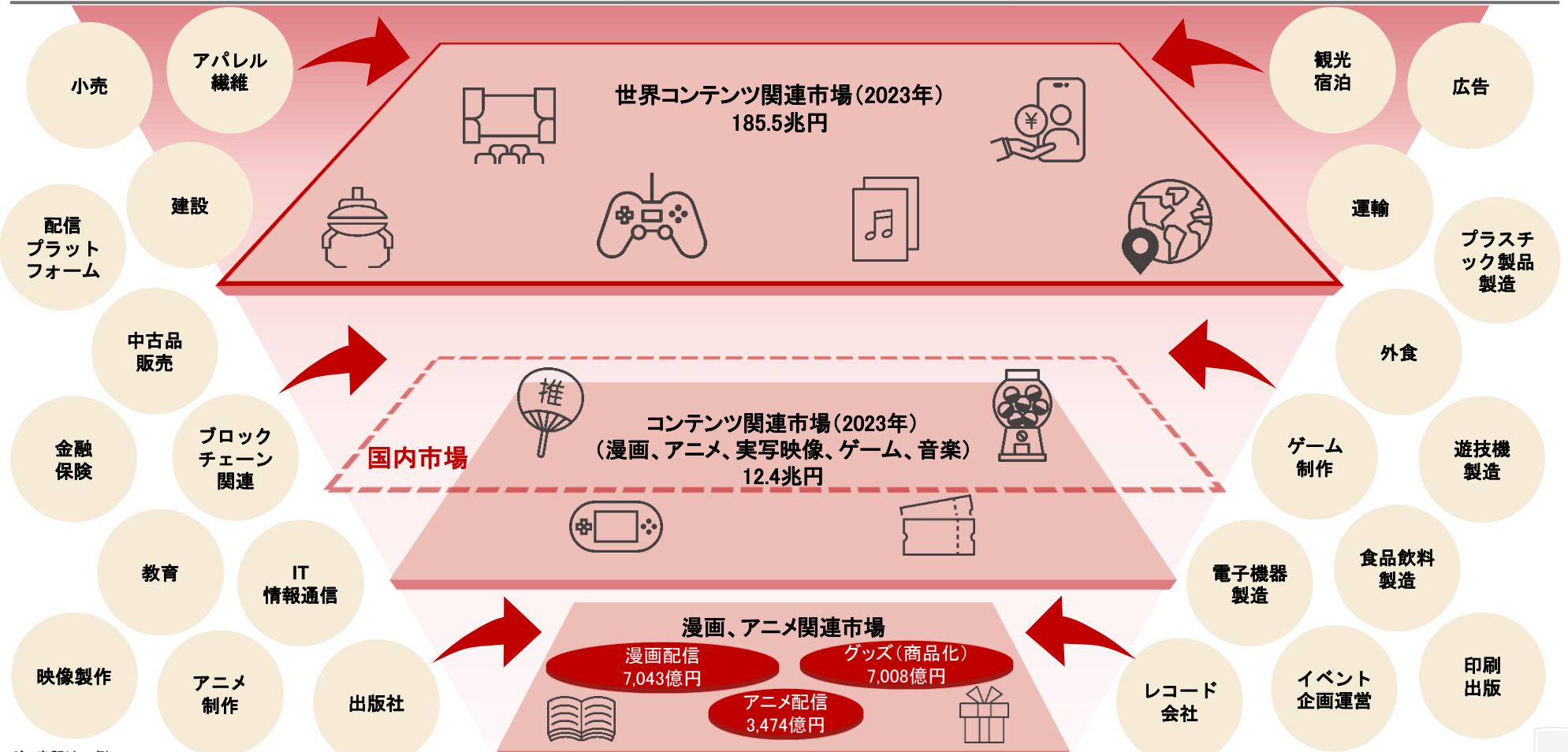
単独出資方式とファンドを絡めたイメージ図



漫画、アニメから広がるコンテンツ市場

- 漫画やアニメの価値最大化を目指すうえでは、様々な業種との連携が不可欠である
 - 一見、関連が無いように見える業種においても、漫画、アニメ領域でのビジネスチャンスは存在する

コンテンツ市場の広がり



注:表記は一例
カッコ書きの無い数値は2024年のデータ
出所:各種資料より野村證券作成

ディスクレーマー

本資料は、ご参考のために野村證券株式会社が独自に作成したものです。本資料に関する事項について貴社が意思決定を行う場合には、事前に貴社の弁護士、会計士、税理士等にご確認いただきますようお願い申し上げます。本資料は、新聞その他の情報メディアによる報道、民間調査機関等による各種刊行物、インターネットホームページ、有価証券報告書及びプレスリリース等の情報に基づいて作成しておりますが、野村證券株式会社はそれらの情報を、独自の検証を行うことなく、そのまま利用しており、その正確性及び完全性に関して責任を負うものではありません。また、本資料のいかなる部分も一切の権利は野村證券株式会社に属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行わないようお願い致します。

当社で取り扱う商品等へのご投資には、各商品等に所定の手数料等(国内株式取引の場合は約定代金に対して最大1.43%(税込み)(20万円以下の場合は、2,860円(税込み))の売買手数料、投資信託の場合は銘柄ごとに設定された購入時手数料(換金時手数料)および運用管理費用(信託報酬)等の諸経費、等)をご負担いただく場合があります。また、各商品等には価格の変動等による損失が生じるおそれがあります。商品ごとに手数料等およびリスクは異なりますので、当該商品等の契約締結前交付書面、上場有価証券等書面、目論見書、等をよくお読みください。

国内株式(国内REIT、国内ETF、国内ETN、国内インフラファンドを含む)の売買取引には、約定代金に対し最大1.43%(税込み)(20万円以下の場合は、2,860円(税込み))の売買手数料をいただきます。国内株式を相対取引(募集等を含む)によりご購入いただく場合は、購入対価のみお支払いいただきます。ただし、相対取引による売買においても、お客様との合意に基づき、別途手数料をいただくことがあります。国内株式は株価の変動により損失が生じるおそれがあります。

国内REITは運用する不動産の価格や収益力の変動により損失が生じるおそれがあります。国内ETF・ETNは連動する指数等の変動により損失が生じるおそれがあります。国内インフラファンドは運用するインフラ資産等の価格や収益力の変動により損失が生じるおそれがあります。

外国株式の売買取引には、売買金額(現地約定金額に現地手数料と税金等を買いの場合には加え、売りの場合には差し引いた額)に対し最大1.045%(税込み)(売買代金が75万円以下の場合は最大7,810円(税込み))の国内売買手数料をいただきます。外国の金融商品市場での現地手数料や税金等は国や地域により異なります。外国株式を相対取引(募集等を含む)によりご購入いただく場合は、購入対価のみお支払いいただきます。ただし、相対取引による売買においても、お客様との合意に基づき、別途手数料をいただくことがあります。外国株式は株価の変動および為替相場の変動等により損失が生じるおそれがあります。

野村證券株式会社

金融商品取引業者 関東財務局長(金商) 第142号

加入協会／日本証券業協会、一般社団法人 日本投資顧問業協会、一般社団法人 金融先物取引業協会、一般社団法人 第二種金融商品取引業協会