

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

株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント(SME)
グループ内で、非音楽系のキャラクタービジネスや通販
ビジネスに従事。

ソニー株式会社への出向では東京お台場の商業施設
立ち上げや運営にも携わる。

2002年にSMEグループ内の株式会社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年より株式会社アニプレックス代表取締役執行役員社長
(現職)、2008年より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(現職)。

一般社団法人/日本映像ソフト協会 理事(現職)

一般社団法人/日本動画協会 運営委員(現職)



〈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エンタテインメント業界の最前線
で活躍中の夏目公一朗氏が、日本のアニメの現状と課題についての講義を行った。

講義ではまず、「テレビアニメ」と「劇場アニメ(映画)」のビジネス構造やビデオグラム
市場の現状について分かりやすく説明。制作費を出資する企業にとってハイリスクハイリタ
ーンなビジネスであることや、ビデオ市場を支えているアニメ産業の実態を解説した。また、
海外で行われたアニメフェスティバルの写真を多数提示しながら海外市場における様々な問
題について指摘し、その中でも特に違法配信の問題がアニメ産業に大きな影響を与えている
ことや、アニメ人気の高さに対してマネタイズできていない深刻な現状を示した。

さらに、違法配信の回避など様々なメリットのある劇場アニメについて詳しく解説し、こ
れからのアニメ産業を考えるにあたり、劇場アニメや物語の舞台となった地を訪問するアニ
メツーリズムが重要なポイントとなることを示した。アニメの見られ方が変化し課題も増え
る一方で、新たな可能性についても言及し、学生に消費者とは別の視点で今後のアニメビジ
ネスについて考えるきっかけを与えた。

〈受講生の感想〉

アニメ大国日本ですが、実際にどのようにビジネスとしてアニメが動いているのか全く知らなかったのが、日本の文化を知れる貴重な機会になりました。テレビアニメ、劇場アニメにこんなにも多大な制作費がかかっており、とてもハイリスクなビジネスであることに驚きました。ビジネスの形も様々あり、これからも日本が誇ることのできる、可能性が無限にあるものがアニメだと感じました。 立命館大学・法学部・4回生

海外においてもアニメの人気のままに続いているようであるが、違法配信などによってビジネスとして成功できていないという課題は音楽産業での課題とよく似ていると感じた。様々な業界にインターネットをめぐる問題が持ち上がっていることを知った。日本のポップカルチャーの代表になりつつあるアニメだが、地方を巻き込んだイベントなど予想以上の動きが起きていることを知り、今後さらに発展していくであろうと思った。 立命館大学・産業社会学部・1回生

インターネット、電子化などの影響はアニメ映画、CD、DVD など幅広く大きな影響を与えているのだと、様々な授業、今日の授業を通して改めて認識しました。どの分野、業界でもインターネットへの対策が必要不可欠であると思いました。

立命館大学・産業社会学部・1回生

特に興味を抱いたのは、アニメでのロケーションを自ら再体験するアニメ・ツーリズム(聖地巡礼)です。元々ないものを現実世界に再現するのではなく、元となったものを訪ねるのは、その場所の魅力を再発見する機会になると思います。また、同じアニメを愛する人たちのコミュニティがネットの中だけに留まっていたものを、実際の人対人のコミュニティ創造のきっかけになる点においても、アニメ・ツーリズムは将来性のあるビジネス文化だと感じました。

立命館大学・文学部・4回生

現代のアニメビジネスの成果を大きく左右するのが、実は海外市場だということが分かりました。日本のアニメが海外で人気と言われているが、違法配信・海賊版の影響であまり収益に結び付いていないのは大きな問題だと感じた。

立命館大学・政策科学部・3回生

1話のアニメを制作するのに1500万ほどの制作費がかかることに驚いた。また、日本におけるDVD・ブルーレイの売上でアニメが邦画や洋画を抑えトップであることを初めて知った。アニメが人々にとって重要な娯楽となっており、アニメが日本の文化であると思った。

立命館大学・産業社会学部・3回生

