

キャラクタービジネスに関する調査を実施（2016年） - 版権市場はキャラクターの積極活用により拡大基調 -

【調査要綱】

矢野経済研究所は、次の調査要綱にて国内のキャラクタービジネスの調査を実施した。

1. 調査期間: 2016年4月～6月
2. 調査対象: キャラクターを用いてビジネス展開を行っている企業等（メーカー、卸などいわゆるライセンサー、ライセンサー、及び小売・流通業等）
3. 調査方法: 当社専門研究員による直接面談や電話等によるヒアリング、アンケート、官公庁及び業界団体等の各種統計データによる文献調査を併用

<キャラクタービジネスとは>

本調査におけるキャラクタービジネスとは、ライセンス契約によりキャラクターを商品化、広告販促使用、映画やテレビ、マンガなどのメディアへ展開するビジネスをさし、商品化権と版権で構成される。

なお、本調査におけるキャラクターとはアニメーション・漫画・ゲーム・イラスト等であり、芸能人（実写）などを除く。

【調査結果サマリー】

◆ 2015年度のキャラクタービジネス市場規模は3年連続の増加

2016年度も堅調推移を予測

2015年度のキャラクタービジネス市場規模（商品化権、版権）は前年度比100.6%の2兆4,282億円とほぼ横ばいながらもプラスとなった。同年度は大ヒットキャラクターには恵まれなかったが、定番キャラクターへの回帰や様々なメディアを利用し、キャラクターの発信力を高めて目新しさを訴求し維持するといったメディアミックス戦略の強化によるキャラクターの長寿命化によって底堅く推移した。

2016年度もアニメなどから人気キャラクターが生まれており、今後も堅調に推移すると考えられることから、2016年度のキャラクタービジネス市場規模は前年度比100.7%で2兆4,456億円の堅調推移を予測する。

◆ 商品化権市場は微減、版権市場は拡大基調

2015年度の商品化権市場は48.4%と大きなシェアを占める玩具が苦戦したことで、全体ではマイナスとなったが、大人向けに商品の強化を進めている衣料品や服飾雑貨などの分野は好調であった。アニメなどの登場人物をファッションモデルに見立てたアパレル関連の取り組みが奏功した。

版権市場は定番キャラクターのリブランディング（ブランドの再構築）強化や、セールスプロモーションにおけるキャラクターの積極活用を推進したことにより拡大基調である。

◆ 資料体裁

資料名: 「キャラクタービジネス年鑑 2016年版」
 発刊日: 2016年6月28日
 体裁: A4判 580頁
 定価: 120,000円(税別)

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地: 東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長: 水越 孝

設立: 1958年3月 年間レポート発刊: 約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL: 03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 市場概況と将来展望

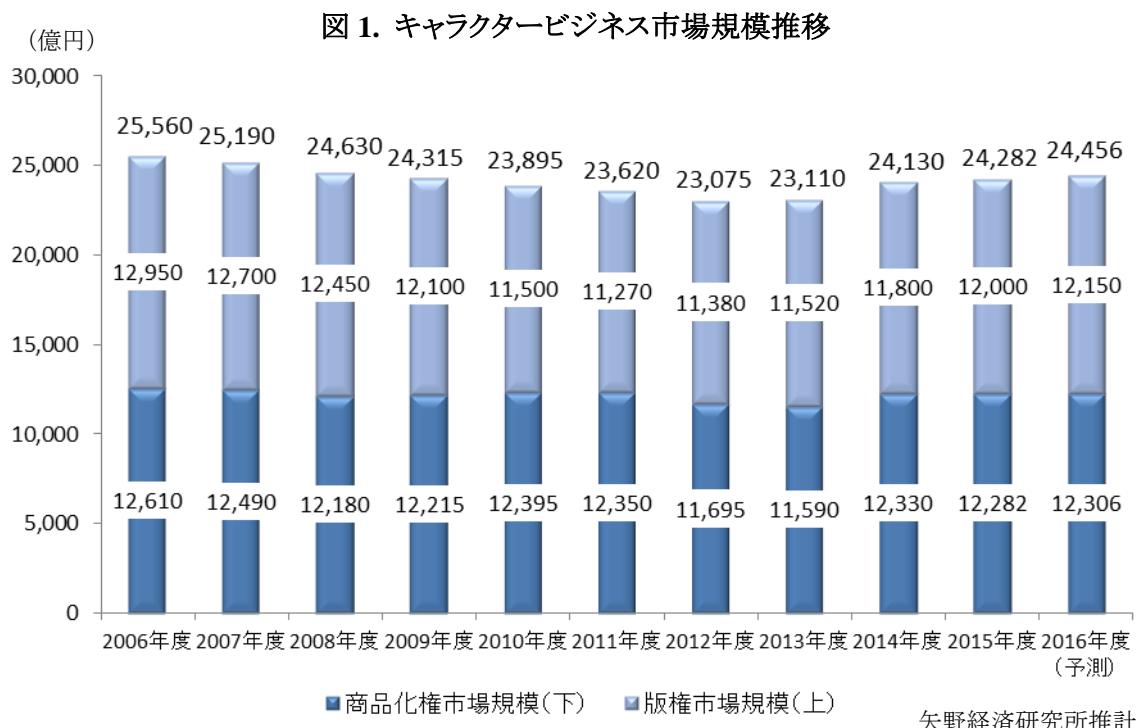
2015年度のキャラクタービジネス(商品化権、著作権)の市場規模は前年度比100.6%の2兆4,282億円であった。前年度(2014年度)の大ヒットキャラクター出現による反動減により苦戦を強いられたものの、定番キャラクターへの回帰や、様々なメディアを利用し、キャラクターの発信力を高めて目新しさを訴求し維持するといったメディアミックス戦略の強化によるキャラクターの長寿命化によって底堅く推移した。

キャラクタービジネス市場は商品化権^{注1}と著作権^{注2}で構成され、2015年度の商品化権市場は前年度比99.6%の1兆2,282億円、著作権市場は前年度比101.7%の1兆2,000億円で、商品化権市場は微減、著作権市場は拡大基調となった。

商品化権市場は、48.4%と大きなシェアを占める玩具が苦戦したことで、全体ではマイナスとなったが、大人向けに商品の強化を進めている衣料品や服飾雑貨の分野ではプラス成長となった。アニメなどの登場人物をファッションモデルに見立てたオリジナル商品の開発や実店舗に並ぶ商品でのコーディネート考案、また作中に実店舗の衣料品などを登場させるなどの取り組みが奏功した。

著作権市場は、近年の広告宣伝費の増加を追い風に、定番キャラクターを顧客層別に新たな見せ方で訴求するなどのリブランディング(ブランドの再構築)を強化したり、セールスプロモーションにおけるキャラクターの積極活用を推進したことなどからプラス成長となった。

2016年度は、熱心なファンの支持を得てヒットしているアニメ作品が様々な分野へ広がりがみられることや、定番キャラクターの新しいプロモーション活用が活発化していることなどから堅調に推移していくものとみられ、キャラクタービジネス市場規模は前年度比100.7%で2兆4,456億円、うち商品化権市場は同100.2%の1兆2,306億円、著作権市場は同101.3%の1兆2,150億円と両市場ともに拡大基調を予測する。

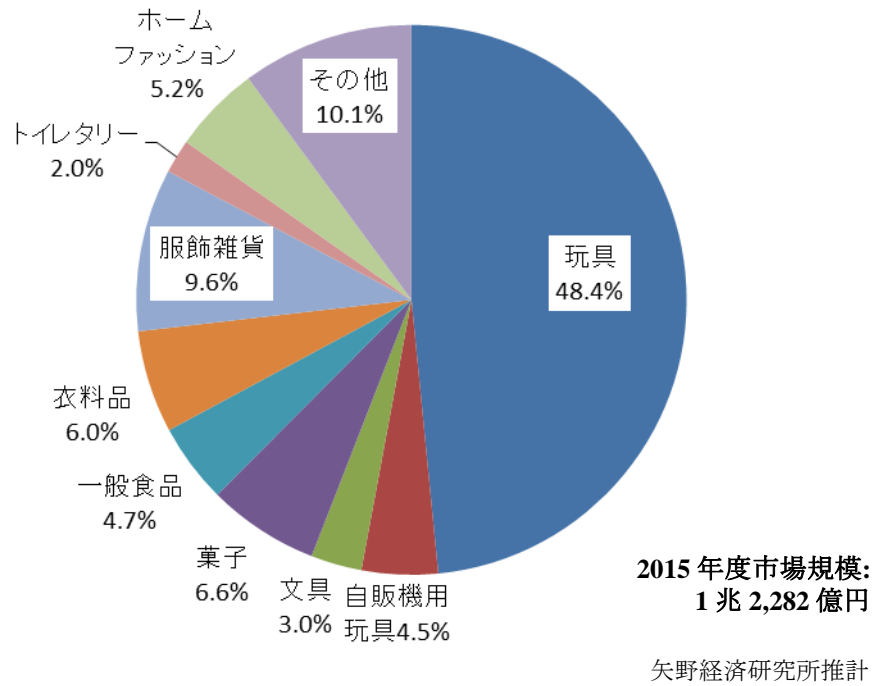


注1. 商品化権とは、商品に付帯してキャラクターを使用する権利であり、小売金額ベースにて算出。

注2. 著作権とは出版権、広告宣伝やイメージキャラクターとしての使用権などであり、契約金額ベースにて算出。

注3. (予測)は予測値

図 2. 2015 年度キャラクタービジネス商品化権市場 分野別構成比



注 4. 小売金額ベース

注 5. ホームファッションにはベッドリネン・寝具、タオル製品、ナイトウェア・ホームウェア、ホームファニチュア、キッチン・テーブルウェアなどが含まれる。