



映画興行市場の動向

川上 一郎

さて、今月号では、日米欧の映画興行市場動向について紹介させていただく。最近の連載記事でも紹介させていただいているように、欧米市場での動的価格システム導入が加速し、航空券チケットでは当たり前の、先行販売や座席位置による割引価格が適用される販売システムの効果により観客動員数を5%以上増加させる興行チェーンの出現や、米国でまもなく開始される封切後3週間でのプレミアムVOD開始等の映

画興行市場にとっては激変と言って良い激動の年となってくる。

まず、本年1月25日に日映連（一般社団法人日本映画制作者連盟：加盟会社は松竹・東宝・東映・KADOKAWAの4社）が発表した映画業界統計から紹介させていただく。興行収入の総額は2,285億円、前年度比97.1%と若干の減収となっているが、最近の18年間では2016年の

2,355億円に次ぐ第2位の興行収入である。表1に邦画と洋画の興行収入上位10作品を示しているが、昨年は洋画がヒット作に恵まれ、邦画・洋画の総合興行収入上位5作品中上位4作品が洋画となっており、邦画で100億円越えの大ヒット作が無かった事が影響している。邦画の上位10作品もアニメ作品が大半となっているところは、相変わらずであり、最近のハリウッド映画で問題となり出した“アメコミ作品ばかりでつまらない”と若年層でのツイートが多くなってきているのと同様に、映画館に足を運びたいとなる話題作を連発してくれる監督の出現が期待される。圧倒的な映像表現力と、脚本をさらに広げて、昔のヒットコック映画のようにシーンごとの謎解きまで楽しませてくれる天才クリエイターを切望する次第である。

米国の映画関係者からは、日本の漫画作家についてコミックマーケットに集まっていく漫画作家予備軍から、月刊誌・週刊誌などへの連載、そして単行本出版、映画化にまで至ると億単位の印税収入が得られる成功物語のピラミッド構造をうらやましがられたことがあるが、日本の映画監督や映像作家には残念ながら億単位の収入につながらないのが現状である。なお、漫画作家に渡っていた印税収入も単行本をPDF化した裏サイトが跋扈し、ネット上でのただ読み状態が横行していることからピラミッド構造が崩壊しかかっているとの指摘もある。

2020年の東京オリンピックに向けて、都内の映画館に5カ国語対応AR型字幕表示眼鏡や吹き替え音声端末を装備したマルチリンガルスクリーンを100スクリー

表1 2017年度の邦画・洋画トップテン作品

2017年全国映画概況 邦画作品トップ10 : 邦画作品シェア54.9%
(<http://www.eiren.org/toukei/index.html>)

順位	公開月	作品名	興行収入 (億円)	配給会社
1	4月	名探偵コナン から紅の恋歌 (ラブレター)	68.9	東宝
2	3月	映画ドラえもん のび太の南極カチコチ大冒険	44.3	東宝
3	7月	銀魂	38.4	WB
4	7月	劇場版ポケットモンスター キミにきめた!	35.5	東宝
5	7月	君の膵臓をたべたい	35.2	東宝
6	7月	メアリと魔女の花	32.9	東宝
7	16/12月	映画 妖怪ウォッチ 空飛ぶクジラとダブル世界の大冒険だニャン!	32.6	東宝
8	2月	劇場版 ソードアート・オンライン -オーディナル・スケール-	25.2	アニプレックス
9	7月	忍びの国	25.1	東宝
10	6月	22年目の告白 -私が殺人犯です-	24.1	WB

2017年全国映画概況 洋画作品トップ10 洋画作品シェア45.1%
(<http://www.eiren.org/toukei/index.html>)

順位	公開月	作品名	興行収入 (億円)	配給会社
1	4月	美女と野獣	124.0	WDS
2	16/11月	ファンタスティック・ビーストと魔法使いの旅	73.4	WB
3	7月	怪盗グルーのミニオン大脱走	73.1	東宝東和
4	7月	パイレーツ・オブ・カリビアン/最後の海賊	67.1	WDS
5	3月	モアナと伝説の海	51.6	WDS
6	3月	SING/シング	51.1	東宝東和
7	16/12月	ローグ・ワン/スター・ウォーズ・ストーリー	46.3	WDS
8	2月	ラ・ラ・ランド	44.2	GAGA/ポニーキャニオン
9	16/12月	パイオニアーズ:ザ・ファイナル	42.7	SPE
10	4月	ワイルド・スピード ICE BREAK	40.5	東宝東和

表2 2000～2017年の映画産業統計データ

日本映画産業統計過去データ一覧表より抜粋

西暦	スクリーン数		公開本数			入場者数 (千人)	平均料金 (円)	興行収入 (百万円)			シェア [%]	
	総数	シネコン	邦画	洋画	合計			邦画	洋画	合計	邦画	洋画
2000	2,524	1,123	282	362	644	135,390	1,262	54,334	116,528	170,862	31.8	68.2
2001	2,585	1,259	281	349	630	163,280	1,226	78,144	122,010	200,154	39.0	61.0
2002	2,635	1,396	293	347	640	160,767	1,224	53,294	143,486	196,780	27.1	72.9
2003	2,681	1,533	287	335	622	162,347	1,252	67,125	136,134	203,259	33.0	67.0
2004	2,825	1,766	310	339	649	170,092	1,240	79,054	131,860	210,914	37.5	62.5
2005	2,926	1,954	356	375	731	160,453	1,235	81,780	116,380	198,160	41.3	58.7
2006	3,062	2,230	417	404	821	164,585	1,233	107,944	94,990	202,934	53.2	46.8
2007	3,221	2,454	407	403	810	163,193	1,216	94,645	103,798	198,443	47.7	52.3
2008	3,359	2,659	418	388	806	160,491	1,214	115,859	78,977	194,836	59.5	40.5
2009	3,396	2,723	448	314	762	169,297	1,217	117,309	88,726	206,035	56.9	43.1
2010	3,412	2,774	408	308	716	174,358	1,266	118,217	102,521	220,737	53.6	46.4
2011	3,339	2,774	441	358	799	144,726	1,252	99,531	81,666	181,197	54.9	45.1
2012	3,290	2,765	554	429	983	155,159	1,258	128,181	67,009	195,190	65.7	34.3
2013	3,318	2,831	591	526	1,117	155,888	1,246	117,685	76,552	194,237	60.6	39.4
2014	3,364	2,911	615	569	1,184	161,116	1,285	120,715	86,319	207,034	58.3	41.7
2015	3,437	2,996	581	555	1,136	166,630	1,303	120,367	96,752	217,119	55.4	44.6
2016	3,472	3,045	610	539	1,149	180,189	1,307	148,608	86,900	235,508	63.1	36.9
2017	3,525	3,096	594	593	1,187	174,483	1,310	125,483	103,089	228,572	54.9	45.1

ン以上展開し、国内の主要映画祭受賞作品や学生映画祭最優秀作品を無償上映するなどの、大胆な施策を行ってこれれば日本アカデミー賞にはノミネートされなくても海外からの旅行者が絶賛する新人監督が発掘されそうである。日本で制作された映画の海外展開についてもお題目的な助成金が支給されるだけで、せいぜい海外映画祭出展費用の助成止まりで終わってしまっている現状から脱却するためにも、デジタルシネマならではの多言語対応を活用すべきである。

表2に2000年以降のスクリーン数・公開作品数・入場者数・平均料金・興行収入、そして邦画・洋画の興行収入シェアを示している。スクリーン数の推移では、2000年には30%台であったシネコンのスクリーン数シェアが87%にまで到達しており、いわゆる単館系映画館の消滅が顕著である。単館系映画館の消滅により、欧州やアジアの映画作品鑑賞機会が激減し、かつ2本立て・3本立て興行を行う興行形態も壊滅してきており、年間で1,187本と2000年の644本の2倍近い作品が公開されている実感がわかないのが現実である。

デジタルシネマの普及が始まる2000年は2,524スクリーンでしか無かったが、昨年末には3,525スクリーンにまで到達し、都内でもフルスペックのIMAXスクリーンを設置する映画館が池袋に建設される

等の動きが出てきており、欧米で始まっている動的価格体系導入などの積極経営に乗り出す興行チェーンが出現すれば5,000スクリーンを越える映画館展開と、現状では国民一人当たり年間1.4回となっている映画鑑賞回数が、2倍以上となることを夢見ている。日本の平均チケット価格は、スイスと世界最高水準を長年競っているが、封切り後3週間でのプレミアムVODが日本でも始まり、映画館生き残りをかけた戦国時代に突入することは必須であることから、近隣のシネコンと差別化をどのように図っていくのか、番組編成の独自化や、米国ですでに始まっている映画興行チェーン独自の定額見放題サービスの導入など映画興行関係者の努力に期待したいところである。

邦画についても毎年500本以上の作品が公開されているが、クチコミで観客動員数が増加し、拡大公開から全国公開へ広がっていく作品が話題になることは皆無と言って良い。日本全国で100を越える各種映画祭（参考映画祭情報サイト：日映シネマガ <https://cinemaga.nihon-eiga.com/filmfestival/list/y2017/>）の上映だけで消えていくいわゆる自主制作映画も含めて、公開された映画作品をネットで鑑賞できる公的サイトすら無い所が映画振興委員会の無い日本の現状である。コンテンツを日本の基幹産業として育成するとのお題目で基本法だけは制定されたものの、映画・アニメ・

表3 2017年末全国映画スクリーン概況

全国	スクリーン構成			デジタル設備	
	総数	一般館	シネコン	デジタル	3D
	3,525	429	3,096	3,453	1,214

都道府県	スクリーン構成			デジタル設備	
	総数	一般館	シネコン	デジタル	3D
東京	363	88	275	355	139
神奈川	208	15	193	204	73
千葉	209	6	203	208	64
埼玉	209	5	204	209	72
群馬	61	3	58	60	25
栃木	65	5	60	65	20
茨城	90	6	84	89	29
新潟	63	2	61	63	24
長野	72	19	53	68	25
山梨	14	5	9	13	4
静岡	96	5	91	94	35
福島	26	12	14	26	12
宮城	72	7	65	71	23
岩手	23	9	14	23	10
青森	44	6	38	41	18
秋田	19	1	18	19	6
山形	56	4	52	56	20
愛知	293	19	274	288	99
岐阜	56	6	50	54	17
富山	26	0	26	26	8
石川	61	2	59	60	25
福井	31	14	17	30	14
三重	58	8	50	55	18
大阪	224	19	205	216	74
京都	78	14	64	76	25
兵庫	121	29	92	117	39
滋賀	38	4	34	38	15
奈良	34	0	34	34	14
和歌山	30	10	20	30	8
岡山	39	8	31	38	13
広島	71	12	59	69	26
鳥取	11	5	6	11	4
島根	15	0	15	15	7
山口	30	1	29	30	13
徳島	19	2	17	19	10
香川	26	3	23	24	10
愛媛	59	3	56	58	18
高知	11	2	9	11	3
福岡	164	17	147	159	51
佐賀	20	2	18	19	5
長崎	25	1	24	25	10
熊本	49	5	44	48	15
大分	35	5	30	32	9
宮崎	18	9	9	17	6
鹿児島	39	3	36	39	13
北海道	114	21	93	112	37
沖縄	40	7	33	39	9

ゲームをひとまとめにして霞ヶ関からの助成金受給窓口となる機関を作っただけで終わってしまっている。

この公的な映画振興委員会が無い希有な国（日本と米国のみ）であるにも関わらず、2004年以降は邦画作品の興行収入シェアが50%を越え続けているのは、最近よく言われている若者層の字幕離れや、やたら派手なアクションとCG頼みのハリウッド映画に飽きたからなのかは興味深いところである。ハリウッド映画の作品宣伝手段がテレビCM頼みであり、若者がテレビ離れをしているのが原因と考えるのが一番妥当なのかもわからないが、いわゆるアメリカンスタイルについて全く興味を示していないのが現実の答えと言えそうである。海外

表4 米国映画興行収入の推移(<http://www.boxofficemojo.com/yearly/>)

年度	興行収入 (百万ドル)		チケット販売枚数 (百万枚)		公開本数	平均 チケット 価格	最高売作品
	総売上	変化率	販売枚数	変化率			
2017	\$11,065.60	-2.70%	1,233.60	-6.20%	726	\$8.97	Star Wars: The Last Jedi
2016	\$11,377.50	2.20%	1,315.30	-0.40%	736	\$8.65	Rogue One
2015	\$11,129.40	7.40%	1,320.20	4.10%	705	\$8.43	Star Wars: The Force Awakens
2014	\$10,361.20	-5.20%	1,268.20	-5.60%	706	\$8.17	American Sniper
2013	\$10,924.60	0.80%	1,343.70	-1.30%	689	\$8.13	Catching Fire
2012	\$10,837.40	6.50%	1,361.50	6.10%	668	\$7.96	The Avengers
2011	\$10,174.20	-3.70%	1,283.00	-4.20%	602	\$7.93	Harry Potter / Deathly Hallows (P2)
2010	\$10,565.60	-0.30%	1,339.10	-5.20%	537	\$7.89	Toy Story 3
2009	\$10,595.50	10.00%	1,412.70	5.30%	521	\$7.50	Avatar
2008	\$9,630.70	-0.30%	1,341.30	-4.50%	607	\$7.18	The Dark Knight
2007	\$9,663.80	4.90%	1,404.60	-0.10%	631	\$6.88	Spider-Man 3
2006	\$9,209.50	4.20%	1,406.00	2.00%	608	\$6.55	Dead Man's Chest
2005	\$8,840.50	-5.80%	1,379.20	-8.70%	547	\$6.41	Revenge of the Sith
2004	\$9,380.50	1.50%	1,510.50	-1.40%	551	\$6.21	Shrek 2
2003	\$9,239.70	0.90%	1,532.30	-2.80%	506	\$6.03	Return of the King
2002	\$9,155.10	8.80%	1,575.70	6.00%	480	\$5.81	Spider-Man
2001	\$8,412.50	9.80%	1,487.30	4.70%	482	\$5.66	Harry Potter / Sorcerer's Stone
2000	\$7,661.00	2.90%	1,420.80	-3.00%	478	\$5.39	The Grinch

るである。

なお、消えゆくフィルムスクリーンであるが、近代美術館のフィルムセンターも、本年4月より独立行政法人国立美術館 国立映画アーカイブ (NFA National Film Archive of Japan) として、他の国立美術館と同格の組織として再編されることが決定した。このNFA発足については長瀬映像文化財団の寄付などの支援もあり、大ホールは長瀬記念ホール OZU と改名される。今後は、映画界や業界関係者による戦略会議も立ち上げて、日本映画のアーカイブのみにとどまらず映画資産を活かしていく活動を展開するとの活動方針が発表されている。

長瀬映像文化財団は、ご承知のように映画用生フィルムの輸入販売を手がけた長瀬商店(後の長瀬産業)が戦前に京都・太秦にイーストマン・コダック社から自動現像施設を導入して極東現像所(後の東洋現像所)を創業し、現在のIMAGICAにつながっていく歴史を持っており、2015年に映像資料の収集・保存・公開を助成する財団として設立されている。

さて、映画興行チェーンの再編、封切り後3週間でのプレミアムVOD開始等激動の時代を迎える米国映画興行市場の動向について紹介していく。米国の映画制作者連盟による解析レポートは4月以降に発表されるので、今月号では米国の映画興行情報サイトであるBox Office Mojo (Mojoは虜になるとの俗語表現であり、筆者が愛読する世界の映画興行情報サイトであるCelluloid JunkieのJunkieも中毒患者の

留学や海外赴任を嫌う傾向が言われ出して久しいが、日本の若者層の洋画離れについて、どのような要因や背景があるのか分析されたレポートを調査してみたいと考えている。

表3には、全都道府県のスクリーン数と単館・シネコンの構成、そしてデジタル設備の導入状況について示している。全国で3,525スクリーンであり、一般館(単館や4スクリーン未満の小規模映画館)は429スクリーンにまで現象しており、デジタルに対応できていないフィルムスクリーンは72スクリーンを残すのみである。フィルムスクリーンの都道府県別分布では、東京都が8、神奈川が4、長野4、愛知5、三重3、大阪8、兵庫4、福岡5スクリーン等となっている。デジタルスクリーンで3D対応は1,214スクリーンにとどまっております。一時の3Dブームはどこに行ったの

か諸外国に比べても3D比率が少ないと言える。

また、モーションライド対応の4DXスクリーンや、先週BARCOが撤退を表明した3面スクリーン上映“ESCAPE”の韓国版であるScreen-Xを導入する映画館、そして一部の映画館で爆音上映と題して大出力スピーカーアレイをスクリーンの両サイドに配置した映画館などの多様化も欧米に比べて一周遅れではあるが進み出している。韓国SAMSUNGが展開しているマイクロLEDによる新世代シネマスクリーンは、韓国国内2箇所とバンコクに展開しているが、年内には10スクリーン以上を世界展開するとしている。一方で、同様の製品を数年前から展示しているソニーについては映画興行分野への進出については明言をされており、苦戦しているSXPDプロジェクターも含めて事業再編の動向が注目されるとこ

表5 2017年度米国興行売上トップ10作品

<http://www.boxofficemojo.com/yearly/>

ランク	作品名	配給	総売上	スクリーン数	封切週売上	スクリーン数	封切	終演	平均売上*1
1	Star Wars: The Last Jedi	BV	\$618,199,339	4,232	\$220,009,584	4,232	12月15日	-	\$51,987
2	Beauty and the Beast (2017)	BV	\$504,014,165	4,210	\$174,750,616	4,210	3月17日	7月13日	\$41,508
3	Wonder Woman	WB	\$412,563,408	4,165	\$103,251,471	4,165	6月2日	11月9日	\$24,790
4	Guardians of the Galaxy Vol. 2	BV	\$389,813,101	4,347	\$146,510,104	4,347	5月5日	9月21日	\$33,704
5	Jumanji: Welcome to the Jungle	Sony	\$379,693,471	3,849	\$36,169,328	3,765	12月20日	-	\$9,607
6	Spider-Man: Homecoming	Sony	\$334,201,140	4,348	\$117,027,503	4,348	7月7日	11月30日	\$26,915
7	It	WB (NL)	\$327,481,748	4,148	\$123,403,419	4,103	9月8日	12月14日	\$30,076
8	Thor: Ragnarok	BV	\$314,632,735	4,080	\$122,744,989	4,080	11月3日	-	\$30,085
9	Despicable Me 3	Uni.	\$264,624,300	4,535	\$72,434,025	4,529	6月30日	12月21日	\$15,993
10	Justice League	WB	\$228,776,535	4,051	\$93,842,239	4,051	11月17日	-	\$23,165

BV: Buena Vista ディズニー作品の配給会社

総売上のスクリーン数は、興行期間中の最大スクリーン数。

WB(NL) Warner BrosによるNew Line Cinema配給作品

平均売上は、1スクリーン当たりの売上である

俗語である)による集計結果である。

表4は2000年以降の興行収入・チケット販売枚数、そして公開作品数、平均チケット価格とその年の最大ヒット作品を示している。

2000年以降の米国映画興行市場は、2002年に年間チケット販売枚数が15億7千5百万枚に達していたが、2007年秋の住宅ローン焦げ付きに端を発したリーマンショックによる不況の影響が続き、2010年以降はチケット販売枚数も12億～13億枚の水準で停滞している。平均チケット価格は、売上の減少を下支えするために値上げを繰り返しており、2002年での\$5.81から、2017年では\$8.97にまで上昇しており、チケット販売窓口で平均支払額は\$60前後となっており、さらに売場でポップコーンとコーラを加えると\$80を超える出費となる。従って、米国の映画制作者連盟による集計データでは、米国のメジャースポーツ観戦での家族分チケット代金と比較表を提示して、映画こそが米国で最も安価な家族サービスであることを強調している。2016年の集計データでは、家族4人構成でのチケット価格がアメリカンフットボールでは\$371.92、アイスホッケー\$248.72、テーマパーク\$233.40、バスケットボール\$223.52、メジャーリーグ\$124.00に対して、映画鑑賞は\$34.60となっている。

表5には2017年度の米国興行売上の上位10作品を示しており、ディズニー作品の配給会社であるBV: Buena Vistaが4作品、ワーナーが3作品、ソニーが2作品となっており、ユニバーサルはわずかに1作品であり、数年前からは中国からの制作資金調達頼みとなっているパラマウントは1作品も上位10作品に入ってきていない。昨年の興行収入トップはスターウォーズ:最後のジェダイであり、米国内での総売上6億1千8百万ドルをたたき出しており、海外でも7億1千万ドルの興行収入である。第2位となった“美女と野獣:Beauty and the Beast(2017)”は、デジタルシネマ黎明期からディズニーがデジタルリメイクに取り組んでいた作品であり、

表6 2017年度米国スタジオの興行売上トップ10

百万: <http://www.boxofficemojo.com/studio/>

ランク	配給会社	シェア	総売上	配給作品	制作作品
1	Buena Vista	21.80%	\$2,410.40	12	8
2	Warner Bros.	18.40%	\$2,035.00	33	20
3	Universal	13.80%	\$1,528.90	16	14
4	20th Century Fox	12.00%	\$1,326.00	19	14
5	Sony / Columbia	9.60%	\$1,059.90	29	26
6	Lionsgate	8.00%	\$885.00	22	19
7	Paramount	4.80%	\$534.30	18	12
8	STX Entertainment	1.90%	\$207.30	9	8
9	Focus Features	1.20%	\$129.90	10	7
10	Weinstein Company	1.10%	\$124.70	8	7

資料引用元: [view=company&view2=yearly&yr=2017&p=.htm](http://www.boxofficemojo.com/studio/?view=company&view2=yearly&yr=2017&p=.htm)

表7 2017年度欧州映画興行市場 UNIC Pres Release 14/Feb 2018

International Union Cinemas(UNIC) unic-cinemas.org

国名 (通貨単位)	興行収入 (各国通貨の百万円単位)			観客動員数 (百万人単位)				
	2017年	2016年	前年度比	2017年	2016年	前年度比	鑑賞回数	自国シェア
Albania (ALL)	180	168.2	7.0%	0.3	0.3	7.0%	0.1	n/d
Austria (EUR)	130.2	132.8	-1.9%	14.5	15	-3.6%	1.7	5.1%
Bosnia and Herzegovina (BAM)	5.7	4.7	21.0%	1.1	0.9	17.8%	0.3	0.2%
Bulgaria (BGN)	50.7	48.4	4.7%	5.6	5.5	0.8%	0.8	7.9%
Croatia (HRK)	134.2	126.8	5.8%	4.5	4.3	5.7%	1.1	2.1%
Czech Republic (CZK)	2,004.20	2,011.00	-0.3%	15.2	15.6	-2.5%	1.4	19.0%
Denmark (DKK)	1,080.80	1,127.50	-4.1%	12.5	13.5	-7.4%	2.2	20.0%
Estonia (EUR)	19.4	17.7	10.0%	3.5	3.3	7.0%	2.7	8.0%
Finland (EUR)	98.3	90.3	8.8%	8.9	8.6	3.0%	1.6	28.0%
France (EUR)	n/d	1,387.70	n/d	209.2	213.1	-1.8%	3.3	37.4%
Germany (EUR)	1,056.10	1,023.00	3.2%	122.3	121.1	1.0%	1.5	23.9%
Greece (EUR)	65	64.4	0.9%	10.1	10	0.7%	0.9	10.0%
Hungary (HUF)	20,651.60	19,845.20	4.1%	14.9	14.6	1.9%	1.5	9.0%
Ireland (EUR)	113.7	108.9	4.4%	16.1	15.8	2.1%	3.3	n/d
Israel (ILS)	582.6	544.3	7.0%	18.2	17	7.0%	2.1	9.1%
Italy (EUR)*	584.8	662	-11.6%	92.3	105.3	-12.4%	1.5	17.6%
Latvia (EUR)	12.8	12.2	5.2%	2.5	2.5	-2.5%	1.3	5.0%
Lithuania (EUR)	20.4	17.7	15.1%	4.1	3.7	10.7%	1.4	22.0%
Macedonia (MKD)	82	77.4	6.0%	0.4	0.4	9.0%	0.2	n/d
Montenegro & Serbia (RSD)**	1,463.10	1374.1	6.4%	3.8	3.5	7.3%	0.5	12.0%
Netherlands (EUR)	301.8	287.7	4.9%	36	34.2	5.3%	2.1	11.1%
Norway (NOK)	1,260.90	1,375.20	-8.3%	11.8	13.1	-10.3%	2.2	16.1%
Poland (PLN)	1,072.40	967.5	10.8%	56.6	52.1	8.7%	1.5	23.2%
Portugal (EUR)	81.6	77.2	5.6%	15.6	14.9	4.4%	1.5	2.6%
Romania (RON)	275.4	241.6	14.0%	14.5	13	11.3%	0.7	1.7%
Russia (RUB)	53,508.00	48,050.00	11.4%	213.6	195.5	9.3%	1.5	23.2%
Slovakia (EUR)	34.5	29	18.9%	6.7	5.7	18.1%	1.2	20.8%
Slovenia (EUR)	10.9	11.9	-8.6%	2.1	2.3	-11.2%	1	7.9%
Spain (EUR)	597	601	-0.7%	99.7	100.2	-0.5%	2.2	17.1%
Sweden (SEK)	1,968.20	1,916.60	2.7%	16.9	17.6	-4.1%	1.7	16.4%
Switzerland (CHF)	209.5	207.9	0.8%	13.8	13.7	0.8%	1.6	6.7%
Turkey (TRY)	876.2	696.2	25.9%	71.6	58.6	22.1%	0.9	56.7%
UK (GBP)	1,277.90	1,246.60	2.5%	170.6	168.3	1.4%	2.6	21.2%
Ukraine (UAH)	2,380.00	1,800.00	32.2%	29.8	22.5	32.2%	0.8	3.7%

当初はアニメーションからの3D変換にも挑戦していたが、手書きセルでの映像画質や、背景の書き込みがあまりにも少なく3D変換はあきらめた経緯があった。ディズニー

は20世紀FOXの買収も進めており、すでに買収済みのマーベルコミックが映像化権利をFOXに売却していた作品も含めて手中におさめることになり、ピクサー、ル

☆ <http://www.uni-w.com/fdi/> ではフルカラーでご覧いただけます。

表8 欧州各国通貨のEUR為替レート

記号	EUR	国名 通貨名称
ALL	130.03	アルバニア アレク
BAM	1.9458	ボスニアヘルツゴヴィナ マルク
BGN	1.9482	ブルガリア アレフ
HRK	7.4367	クロアチア クーナ
CZK	25.277	チェコ コルナ
DKK	7.4463	デンマーク クローネ
HUF	310.837	ハンガリー フォリント
ILS	4.3417	イスラエル シェケル
MKD	61.12	マケドニア デナル
RSD	118.179	セルビア ディナール
NOK	9.6535	ノルウェー クローネ
PLN	4.132	ポーランド ズロチ
RON	4.656	ルーマニア アレウ
RUB	70.0625	ロシア ルーブル
SEK	9.9087	スウェーデン クローネ
CHF	1.1529	スイス フラン
TRY	4.6637	トルコ リラ
GBP	0.8864	イギリス ポンド
UAH	33.2568	ウクライナ フリヴニャ

EUR/JPY 132.33 (Bid) <http://www.forexchannel.net/>
2018/02/20での為替相場

一カス・フィルムの様々なキャラクターがシリーズ化できると同時に、テーマパーク部門での新規アトラクション開業に向けて着々と事業拡大を進めている。

また、ディズニーは作品公開期間中の作品レンタル料率 65%とする交渉を興行チェーンと開始したとの一部報道もあるが、従来の封切週から料率を順次低下させ、4週以降では 50%を割り込む契約体系では無く、一律 65%として封切週の映画館側収入を増加させてプレミアム VOD への理解を求めていく新契約体系に切り替えるのが注目される。

なお、第 7 位となっている“It”はニューラインシネマが公称制作費 3 千 5 百万ド

ルで制作したホラー映画であるが、国内興行収入 3 億 2 千 7 百万ドルを上げており、いわゆる低予算 B 級ハリウッド作品としては大ヒット作と言える。

ちなみに、封切り週の売上をスクリーン数で除算した平均売上が表末に記載しており、“スターウォーズ：最後のジェダイ”では 1 スクリーン当たり \$51,987 となっており、金曜夜の先行上映回数を 3 回、土日が各 5 回で合計 13 回とすると、一回の上映で \$3999 となり、平均チケット価格 \$8.97 で入場者数を計算すると 445 人となることから、付随する売店収入も合わせると、毎週話題作が封切りされるのならば映画興行業界は順風満帆の成長産業となる。

表 6 には、2017 年度のハリウッドスタジオの興行売上上位 10 社を示している。ちなみに、第 10 位は昨年からセクハラ問題でアカデミーから除名処分を受けた敏腕プロデューサーが率いていた映画制作会社である。

ディズニーの映画興行市場占有率は実に 21.8%であり、20 世紀 FOX の買収統合が終わると 33.8%のシェアを取る巨大映画制作会社となる。この両社が保有するネットフリックスの持ち株を合算すると 51% を越え、ネットフリックスが配信可能な作品数の強化に加えて、ディズニーは独自のネット配信会社を立ち上げるとの観測もあることから今後のディズニーグループのネット戦略が大いに注目される場所である。

AT&T による統合問題が進展中のワーナーが 18.4%であるが、6 大スタジオの一角を占めていたパラマウントはライオンズゲートの後塵を拝して第 7 位にまでシェアを落としている。スタジオ各社の懐具合は、配給作品当たりの平均売上金額でおおよそ推定できる。ディズニーは 1 作品平均で 2 億ドル、ワーナーは 6 千万ドル、ユニバーサルは 9 千 5 百万ドル、20 世紀 FOX 6 千 9 百万ドル、ソニー 3 千 6 百万ドルとなっており、配給経費を考えるとワーナーが封切り 3 週間でのプレミアム VOD を急いでいる懐事情がうかがえる。以前の連載記事でも紹介しているがネットの映画関連情報サイトで喧伝されている公称制作費には配給・広告宣伝経費は含まれていないことから、実際の総経費に占める公称制作費は 40%未満となり、配給作品が増えると支出ばかり増えるために自転車操業状態になってしまう。従って、メディアコンツェルンと総称される、IT 系企業に地上波・ケーブル・衛星テレビ局、そしてネット配信企業、音楽配信、出版などの集合体として利益を生み出す映像作品を提供する部門として収益を上げ続けなければいけない。したがって、公称制作費が 100 億円を越える作品で、封切り週の興行収入が惨憺たる結果になった場合には即刻社長が解任されることになり、ディズニーでも数年前にアメリカンコミックのヒーロー総出演実写版作品が惨憺たる結果になり、案の

表9 欧州主要国の興行売上トップ5に占める本国映画作品

国名	第一位	第二位	第三位	第四位	第五位	本国映画シェア[%]
Austria	Star Wars: The Last Jedi	Fack Ju Gohte 3	Despicable Me 3	Fifty Shades Darker	Beauty and the Beast	5.1
Finland	Tuntematon Sotilas	Star Wars: The Last Jedi	Pirates of the Caribbean: Dead Men Tell No Tales	Despicable Me 3	Beauty and the Beast	28.0
France	Despicable Me 3	Star Wars: The Last Jedi	Raid Dingué	Valerian et la Cité des Mille Planètes	Baby Boss	37.4
Germany	Fack Ju Gohte 3	Despicable Me 3	Star Wars: The Last Jedi	Fifty Shades Darker	Beauty and the Beast	23.9
Italy*	Beauty and the Beast	Despicable Me 3	Fifty Shades Darker	The Fate of the Furious	It	17.6
Lithuania	Trys milijonai eur.	Zero 3	Despicable Me 3	Pirates of the Caribbean: Dead Men Tell No Tales	Emilija i. Laisv.s Al.jos	22.0
Netherlands	Despicable Me 3	Pirates of the Caribbean: Dead Men Tell No Tales	Beauty and the Beast	The Fate of the Furious	The Boss Baby	11.1
Norway	Star Wars: The Last Jedi	Beauty and the Beast	Pirates of the Caribbean: Dead Men Tell No Tales	Askeladden - I Dovregubbens Hall	The Fate of the Furious	16.1
Poland	Listy Do M. 3	Botoks	Star Wars: The Last Jedi	Despicable Me 3	Sztuka Kochania. Historia Michaliny Wis.ockiej	23.2
Russia	Pirates of the Caribbean: Dead Men Tell No Tales	Posledniy Bogatyr	Guardian of the Galaxy Vol. 2	The Fate of the Furious	Despicable Me 3	23.2
Spain	Beauty and the Beast	Despicable Me 3	Tadeo Jones 2: El Secreto del Rey Midas	Star Wars: The Last Jedi	The Fate of the Furious	17.1
Sweden	Star Wars: The Last Jedi	Solsidan	Beauty and the Beast	It	Pirates of the Caribbean: Dead Men Tell No Tales	16.4
Switzerland	Despicable Me 3	Star Wars: The Last Jedi	The Fate of the Furious	Die Gottliche Ordnung	Pirates of the Caribbean: Dead Men Tell No Tales	6.7
Turkey	Recep .vedik 5	Ayla	Aile Aras.nda	Calg. Cengi .kimiz	The Fate of the Furious	56.7
UK	Star Wars: The Last Jedi	Beauty and the Beast	Dunkirk	Despicable Me 3	Guardians of the Galaxy	21.2

欧州圏内の映画作品
 本国制作の映画作品
 UK United Kingdom 英国

定映画制作部の社長が辞任する結果となっている。

さて、表7には2017年度の欧州映画興行市場動向を示している。興行収入の前年度比較、観客動員数比較、そして本国映画の興行収入市場占有率である。なお、通貨単位がユーロ以外の国については、表8に原稿執筆時点での外為専門会社であるFOREXの各国通貨とユーロの為替レートを示しているので参考にされたい。

各国の興行収入については、それぞれの国の経済事情が反映されるのは当然であるが、経済制裁下にあるロシアが興行収入で11.4%増加、観客動員数も9.3%増加と堅調であり、本国映画の市場占有率も23.2%と検討している。一方で、フランスは映画制作への手厚い公的資金による支援と、封切り後4ヶ月でのVOD、10ヶ月後に有料テレビ、22ヶ月後に無料テレビ、36ヶ月後にやっと定額見放題のネット視聴が許される他国に例を見ない映画館興行保護政策がとられているが、本国映画の市場占有率は37.4%止まりである。

欧州圏内でトルコ(Turkey)は本国映画の市場占有率が56.7%と圧倒的に高く、

日本と変わらない水準であることが興味深い。経済危機に直面しているイタリアは興行収入が-11.6%、観客動員も-12.4%と低迷しており、EUからの離脱交渉が始まる英国(UK)は興行収入・観客動員ともに横ばい状態となっている。

欧州圏内での年間鑑賞回数では、アルバニア・マケドニア・ボスニアヘルツゴビナが0.3回未満、ロシアとの抗争が続くウクライナは0.8回、経済破綻状態のギリシアが0.9回となり、ラトビア・チェコ・リトアニア・ドイツ・ハンガリー・イタリア・ロシア等が1.3~1.5回と日本と同水準である。イスラエル・オランダ(Netherlands)が2.1回、デンマーク・ノルウェー・スペインが2.2回、イギリス(UK)が2.6回、エストニアが2.7回、そしてフランスとアイルランドが3.3回ときわめて高い年間鑑賞回数であり、特にフランスは映画大国の面目躍如である。

フランスについては、今年のカンヌ映画祭からフランス国内の映画館で上映された映画作品しか参加できないことになったためにネット配信を優先される新興スタジオ作品はカンヌ映画祭から閉め出されるために、戦略的にどの映画祭を選択するのが

注目される。

表9には、各国の興行収入上位5作品に本国映画や欧州圏内制作映画がランクインしているかの集計表である。本国映画の市場占有率が圧倒的に高いトルコ(Turkey)では上位4作品が本国映画であり、リトアニアとポーランドが3作品、フランスが2作品となっている。デジタルシネマ黎明期に、欧州委員会の支援を受けて活発な意見交換を行っていたEDCF(European Digital Cinema Forum)では、欧州圏内で制作された映画の市場占有率向上について検討していたが、映画作品は各国の文化そのものであることから、ハリウッドのように企画段階から世界レベルでの上映をにらんで制作を進める場合とはことなり、映画興行市場で欧州圏内の作品が一定の地位を占めるまでには至っていない現実がある。ちなみに、日本でも昨年度は上位5作品の内邦画は1作品のみであり、作品次第ではあるものの日本の映画興行市場を邦画が席捲しているとはいいたいところである。

Ichiro Kawakami
デジタル・ルック・ラボ