

Digital Cinema NOW



映画興行の現状

川上 一郎

さて、日本では急速に終息の気配が見えてきた新型コロナウイルス感染症も、欧米では依然として猛威を振るっており都市封鎖のロックダウンを行う国や地域も続いている。この新型コロナウイルス感染症により昨年はじめから映画館が封鎖状態となった国も数多い中で、日本の映画興行市場は昨年の第42週に封切られた“劇場版：鬼滅の刃 - 無限列車編”が映画興行市場の最高興行売上を記録したことから前年度比4割減程度の売上減でとどまり、まさに鬼滅の刃が神風を吹かせてくれた状態であった。

図1に示しているのは映画興行業界の市場動向を解析しているロンドンのGower Street Analytics社が10月26日に発表した映画興行業界の最新動向予測である。最近までの2021年度全世界興行収入予測を202億ドルから216億ドルに上方修正し、さらにクリスマスシーズンの集客次第では220億ドルを突破する可能性があるとしている。ただし、この数値は2019年の興行収入に対して49%の達成率でしかない。

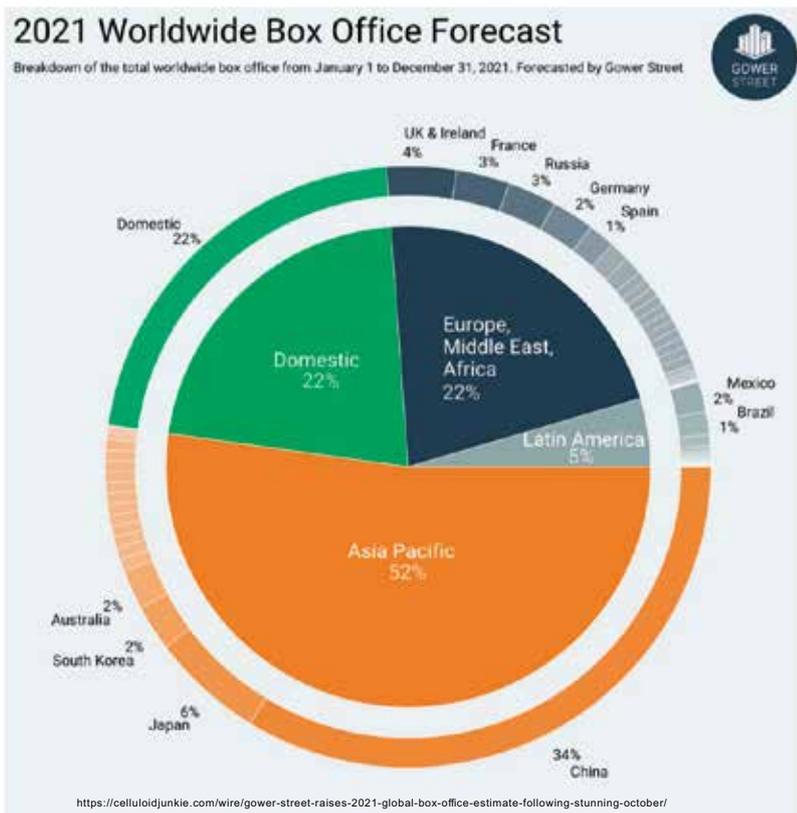
2020年の地域別興行収入比較では、欧

州・中東・アフリカで構成される EMEA 地域に悪影響を及ぼしており、アジア太平洋地域で顕著な増加が見られている。米国・カナダ（21.6%）およびラテンアメリカ（4.6%）に代表されていた世界の興行収入市場シェアは2022年も横ばいで推移するとしており、一方でアジア太平洋地域は市場シェアを50%強に拡大するとの予測されており、2021年末には52.2%の市場シェアに増加し、EMEA地域は2020年の23.1%が21.6%に低下するとしている。

このアジア太平洋地域での興行収入増加を牽引しているのが中国であり、新型コロナウイルス騒動が明けてから一挙に映画館の新設に走り、14,235スクリーンを新設し総計80,743スクリーンにまで市場規模を拡大している (http://www.news.cn/english/2021-10/13/c_1310242103.htm)。この強気な映画館新設の動きは続いており、一日あたり17.8スクリーンが新設されたペースであり、2025年には10万スクリーンに到達するのではとの観測もある。この中国の強気な映画館新設ラッシュを受け、2020年に28%であった世界の映画興行市場シェアが2021年末には34%にまで増加すると予測されている。

夏以降の興行市場の売り上げ増加は中国の国慶節を前に公開された”長津湖の戦い：The Battle at Lake Changjin”が公開1ヶ月余りで55億元（約982億円）を突破する大ヒットとなったことや、封切り上映が何度も延期されていた”007/ノー・タイム・トゥー・ダイ”やマーベルコミックの

図1 Gower Streetによる2021年映画興行売上予測



最新作“ヴェノム：レター・ゼア・ビー・カーネージ”の大ヒットが貢献している。

中国共産党は創立 100 周年記念として国威発揚プロパガンダ映画に注力している。“長津湖の戦い”も、朝鮮戦争で 38 度線を越えて進軍した米海兵隊第 1 師団（1 万 5 千人）の部隊を 12 万人の中国軍が突然包囲し、氷点下 40 度の極寒のなかで 17 日間の激しい包囲戦後に連合軍部隊が包囲網を突破して脱出に成功する戦闘を映画化している。

国威発揚の映画であることから、まともな防寒着も支給されずに戦闘した人民軍（中国政府は、あくまでも朝鮮同胞を支援するために自ら志願した人民志願兵と称している）の死者は 2 万人以上とされているために、必ずしも中国人民軍の勝利とはなっていないが、プロパガンダ映画として 13 億元（約 232 億円）の制作費が投入されたと報道されている。

なお、国民党軍との戦闘を部隊にしたプロパガンダ映画の制作も始まっているとの報道もあり、8 万を超える映画スクリーンが当局の検閲無しで世界中の娯楽作品が上映される当たり前の状況がいつになったら訪れるのか気にかかるところである。

図 2 には 2019 年～ 2021 年の米国映画興行週間売上上の推移を示している。週間売上は当然のことながら話題作が封切されると急増するので、新型コロナウイルス感染症前後の相対的な映画興行収入の比較として見ていただきたい。

2019 年は第 17 週に“Avengers: Endgame”が大ヒットし、週間売上上で \$6,143 万ドル（上位 10 作品の売上が \$6,029 万ドルであり“Avengers: Endgame”の売上が大半である）をたたき出しており、29 週の“The Lion King”、40 週の“Joker”、47 週の“Frozen II”、そして 51 週の“Star Wars: Episode IX: The Rise of Skywalker”とヒット作品が続いている。

2020 年は、新型コロナウイルス感染症拡大が顕著になる 10 週までは平年並みで推移していたが 11 週以降映画館が続々と閉鎖になり、12 週に至っては全米の映画館週間売上がわずか \$5,632 となり、31 週までは週間売上が 100 万ドルを下回る超低空飛行となった。このような状況のなかで大型

図2 米国：2019-2021週間興行売上上の推移グラフ タイトル

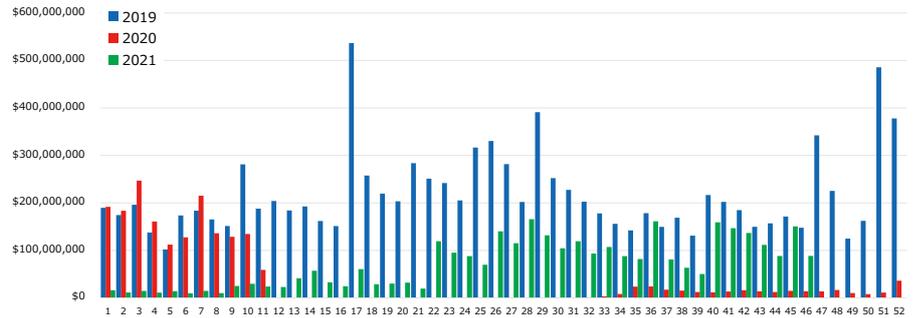


図3 日本：2019-2021週間興行売上上の推移

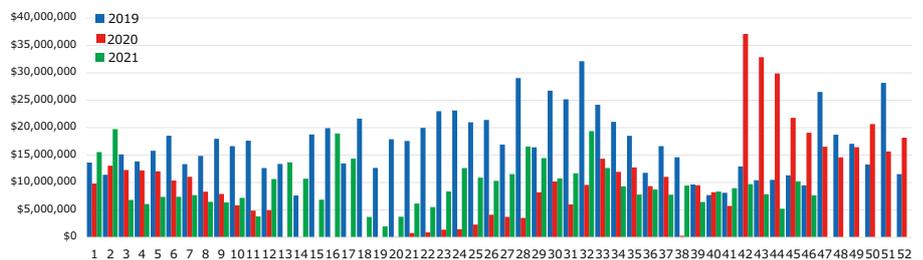


図4 中華人民共和国：2019-2021週間興行売上上の推移

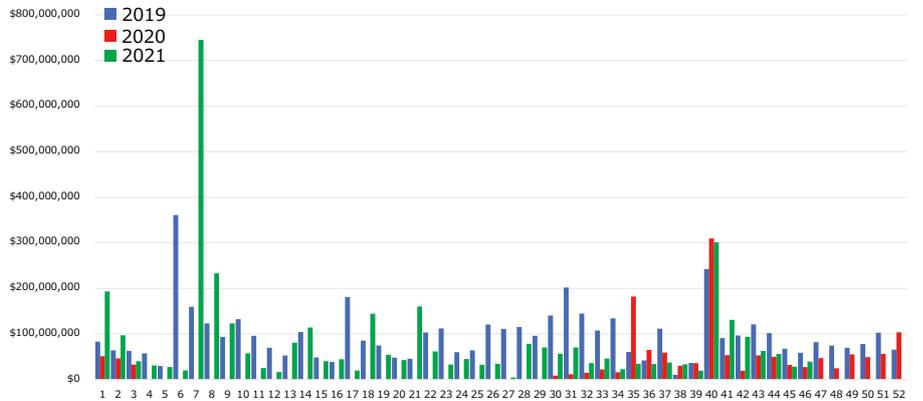


図5 大韓民国：2019-2021週間興行売上上の推移

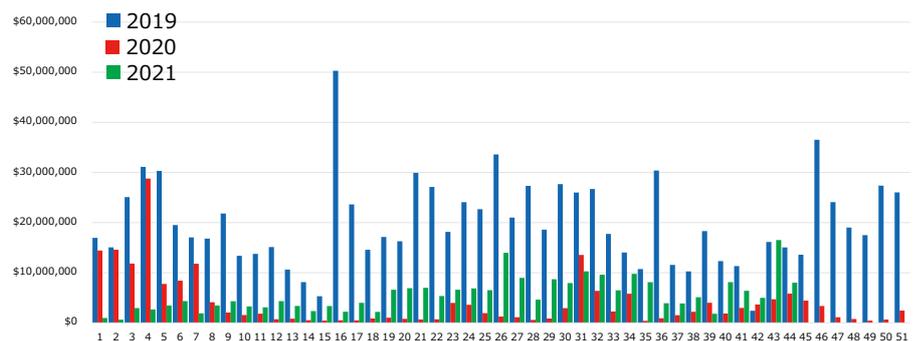


図6 英国：2019-2021週間興行売上の推移

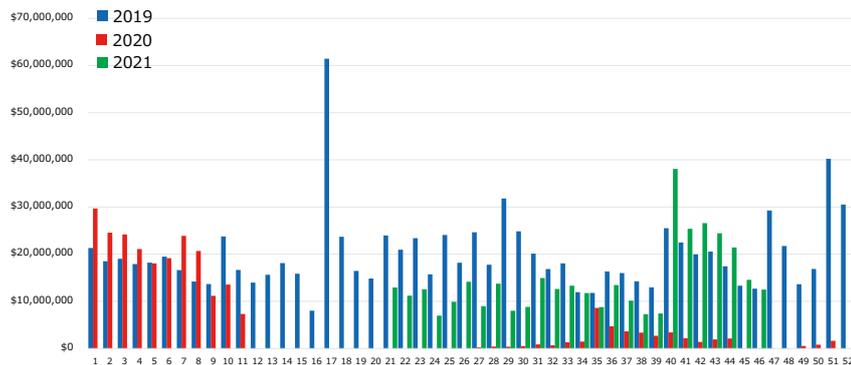


図7 フランス：2019-2021週間興行売上の推移

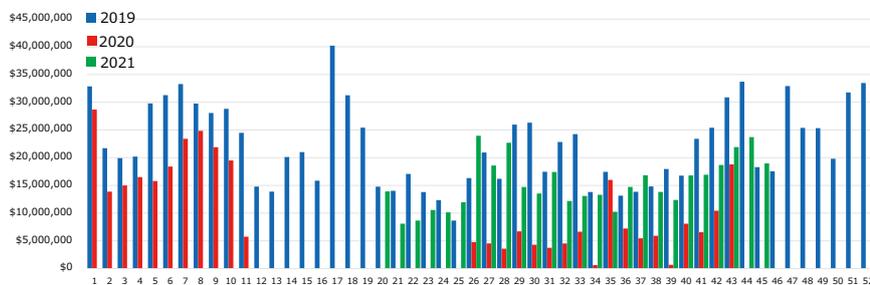


図8 ドイツ連邦：2019-2021週間興行売上の推移

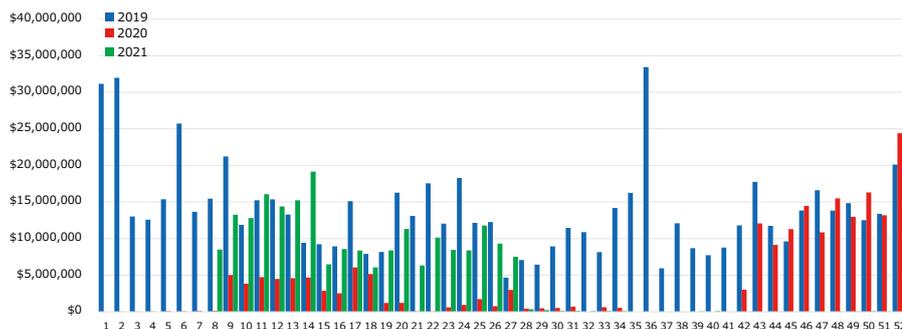
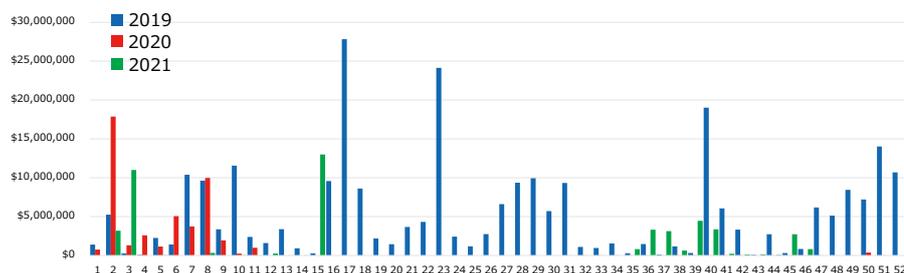


図9 インド：2019-2021週間興行売上の推移



ショッピングモールの駐車場に仮設ドライブ・イン・シアターを解説するなどの映画館の火を消さない取り組みが続いたが配給作品数は12週から23週までは一桁となる記録的な冬の時代である。

2021年に入っても2019年の週間興行売上を上回ったのは36週と46週のみと低空飛行を続けている現状である。

図3には、2019年～2021年の日本映画興行市場の週間売上推移を示している。2020年の15週から19週は全映画館の休業となったが、42週からの“劇場版：鬼滅の刃 - 無限列車編”が封切られた週は\$3,709万ドル（約42億28百万円）の歴代興行記録を上回る興行成績となり、それまでの新型コロナウイルスによる悪夢を一掃するまさに神風が吹いた状態となった。2021年に入ると若干低迷状態となっているが、米国と同水準の興行売上水準と言える。

図4には、2019年～2021年の中華人民共和国映画興行市場の週間売上推移を示している。2020年は7週～29週がロックダウンとなっている。ロックダウン解除後の40週には、“My People, My Homeland: 我が愛国”が公開され週間興行売上上で\$30,931万ドルを売上げており、年末の52週には“Shock Wave 2: 核弾危機一触即発 - 斥弾専科2”が公開され週間売上上で\$10,3530万ドルを売り上げた。

2021年は日本の旧正月に相当する7週（2月12日～）に“Detective Chinatown 3: 唐人街探案3”が公開され週間売上\$745,027,956をたたき出し、国慶節（10月1日）には前述の“長津湖の戦い: The Battle at Lake Changjin”が公開され封切週の興行売上\$300,800,000を売り上げている。

図5は、2019年～2021年の大韓民国映画興行週間売上の推移である。2019年は、17週に封切り上映された“Avengers: Endgame”が週間売上上で\$50,281,795を売上げており、47週には“Frozen II”が封切られて週間売上上で\$35,513,351となっている。2020年は12週以降の売上が激減していたが、32週は“Deliver Us from Evil: NY 心霊捜査官”が週間売上上で\$13,549,044（約15億4459万円）

を売り上げた。

2021年は鳴かず飛ばずの状態です。2019年の週間売上を超えたのは43週のみである。

図6は、2019年～2021年の英国週間興行売上の推移である。新型コロナウイルス感染症が猛威を振るいだした2020年13週～26週はロックダウンとなり映画館が閉鎖され、35週の“Tenet”封切り時には週間売上\$8,608,499(約9億8136万円)を売り上げたが、その後も映画館閉鎖が断続的に続き、2021年に杯いても20週までは閉鎖状態となっていた。

図7は、2019年～2021年のフランス週間興行売上の推移である。2020年は12週～25週までロックダウンが続き、26週に再開したが44週以降は実質的なロックダウン状態となり、2021年の13週までは細々と数スクリーンが営業を続けていたが、14週～19週は完全ロックダウンとなっていた。2021年の再開後の週間売上も2019年の売上水準にまでは達していないのが現状である。

図8は、2019年から2021年のドイツ連邦週間興行売上の推移である。2020年は1週～8週がロックダウンとなり、再開後も35週～41週が再びロックダウンとなっている。2021年も年明け早々からロックダウンとなり8週までがロックダウンとなり、再開後も28週以降はロックダウンが続いている状況である。

図9は、2019年～2021年のインド週間興行売上の推移である。インドの映画興行データ自体がどの程度信頼性があるのかが長年の疑問であり、IMDbProによる集計でも、集計結果の信頼性が疑問であるために参考データとして示すのみである。

図10は、2019年～2021年のブラジル連邦週間興行売上の推移である。大統領の新型コロナウイルス感染症対策の混迷もあり週間興行売上データの信頼性については疑問があるが、2020年は13週から41週までロックダウンとなり、2021年も8週までロックダウンが続いた後も低迷状態が続いていることがわかる。

図10 ブラジル連邦:2019-2021週間興行売上の推移

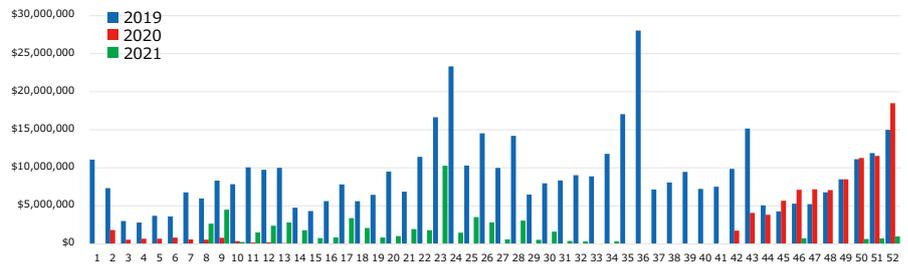
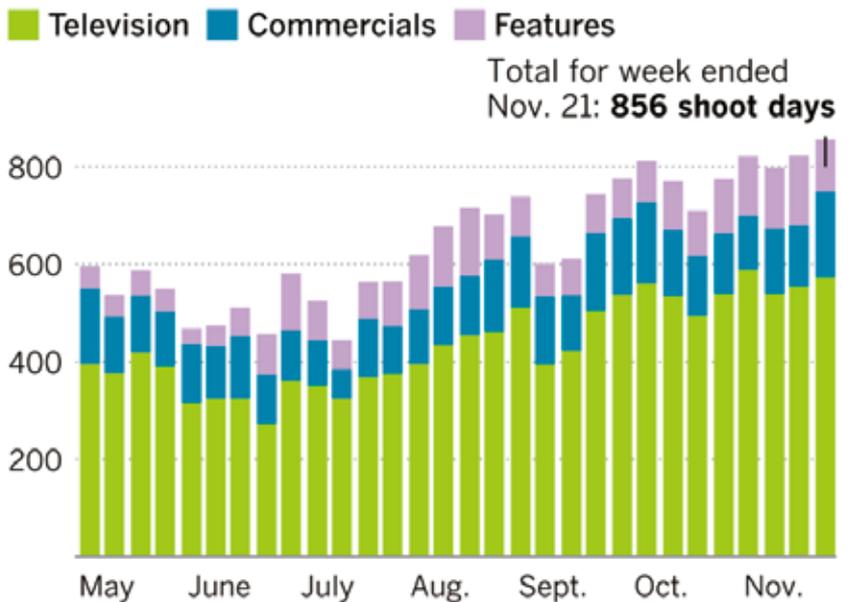


図11 ロサンゼルス地区映像撮影件数の推移

On-location film tracker

The number of weekly permitted shoot days in the Los Angeles area in the three main categories:



FilmL.A. Inc.

Thomas Suh Lauder LOS ANGELES TIMES

図11は、これまでの連載記事で何度も紹介しているロサンゼルスで長年フィルム・ロケーション・サービスを行っているFilmL.A.Incの最新データを紹介している。新型コロナウイルス感染症が蔓延する以前であれば、週間ロケーションサービス件数は千件以上となるのが常態であったが、昨年はロケスタッフの感染症対策もあり百件以下にまで激減していた。夏以降は回復傾向にあり週

あたり800件を超えるロケーションサービス件数となっており、映画の都ハリウッドを抱えるロサンゼルス地区での映画撮影現場に活気が戻りだしていると言える。

Ichiro Kawakami
デジタル・ルック・ラボ