

製作委員会は悪なのか？

アニメビジネス

完全ガイド

増田弘道

# アニメ業界 ブラック説 は真実なのか？

アニメビジネスの仕組みからアニメ業界の実態まで、  
日本アニメの現在をデータ事実で読み解くトータルガイド入門的教科書！



製作委員会は悪なのか？

アニメビジネス完全ガイド

増田弘道

星海社

132



SEIKAISHA  
SHINSHO



### ずっと右肩上がりのアニメ産業

日本におけるコンテンツ産業の七不思議のひとつにアニメ産業があります。昔からある娯楽コンテンツ産業の中で、ほとんど唯一、アニメだけが伸びているのです。映画は1958年、出版（マンガ）は1995年、ゲーム（コンシューマーゲームソフト）は1997年、音楽（CD）は1998年にそれぞれピークを迎え、その後下っていききました。オンラインゲームによって売上が復調したゲーム業界の例もありますが、押し並べて伸び悩んでいるのが実状です。その中でアニメ産業だけが、ほぼ一貫して成長し続けています。

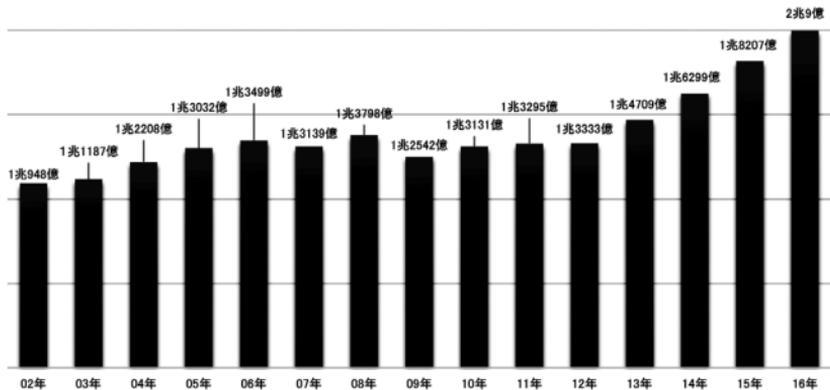
### 第四次アニメブームが訪れている？

そんなアニメ産業の成長ぶりは、東映アニメーションやサンライズ、トムス・エンタテインメントといった日本の主要なアニメスタジオで構成される業界団体・一般社団法人日

本動画協会が本格的に統計に取り組むことで、仔細に明らかになりました。日本アニメ産業の市場推移を見ると、2014年から急速に拡大し、2016年には初めて2兆円を突破したことが分かります。

売上が重なる部分がありますが、ゲーム産業の2兆8055億円（家庭用、アプリ、アーケード）ほどではないものの、出版産業1兆9322億円（書籍、雑誌、広告収入）とほぼ同じ、音楽産業1兆621億円（CD、ビデオ、配信、カラオケ）より大きい規模になります。この売上だけ見ると、1963年に日本初の30分テレビアニメシリーズ『鉄腕アトム』による第一次アニメブーム、1977年に青年層を中心に支持された『宇宙戦艦ヤマト（劇場版）』による第二次アニメブーム、そして1995年『エヴァンゲリオン』、1997年『ポケットモンスター』『もののけ姫』による第三次アニメブームに続く、第四次アニメブームが巻き起こっていると評してもよいかもしれません。

アニメ産業市場推移／単位：億円



出典：日本動画協会『アニメ産業レポート 2017』

## 大人がアニメを見るのは日本だけ

なぜ、アニメ産業だけが成長し続けているのでしょうか。大きな要因は、日本におけるアニメを見る世代の広さにあります。2017年は日本のアニメ100周年の年でしたが、今年2018年は、1958年生まれのおたく第一世代と呼ばれる人々が還暦を迎える年です。つまり、日本にはゼロ歳から60歳までアニメを見る人々が存在することになります。若い世代にとっては当たり前と思われるかもしれませんが、これは世界的に見ると非常に特殊な傾向です。世界の常識は、未だ小学校を卒業すると同時にアニメも卒業するという認識になります。もちろん最近ではアニメを見る大人が世界的に増えていますが、その現象は日本が圧倒的にリードしているのです。

## 「アニメ業界はブラック」は本当か？

多くの人々が、アニメの存在感が日に日に増しているのを体感しているでしょう。アニメが「出世」したことで、アニメ業界事情にも興味を持つファンが増えました。しかし、注目され始めた結果、アニメ業界に関するブラックな噂も囁かれることになっています。

現在、アニメの作品論に関する本は山のように出ていますが、産業論はほとんどありません。データが希薄なため、「日本のアニメは空洞化している」「高齢化が進み若手人材が育っていない」などの産業危機論、「アニメスタジオはブラック企業」「アニメーターは製作委員会やスタジオに搾取されている」といった労働環境や産業構造に関する議論が裏付  
けなく先行しているように見受けられます。

私はビデオマーケットという動画配信の会社に在籍し、同時に動画協会が発刊しているアニメ産業の年間レポートを作成しています。アニメ産業の成長ぶりを調べるたび、事実を離れて語られるブラックな風聞ふうぶんには違和感を禁じ得ません。

### アニメビジネスの全体を知るために

大学、大学院でアニメ産業について教えていると、現在はアニメの仕事が就職の対象となっていて驚きます。1979年、私は大学卒業後にキティ・レコードというレコード会社へ入りましたが、当時は職業としてアニメ業界を考えるとといった状況はほとんどありませんでした。事業はもちろん音楽が中心で、音楽ビジネスに携わりましたが……入社2年目、なぜかキティ・レコードはアニメ作品『うる星やつら』を製作します。それか

ら映像・アニメ製作などを担当し始め、やがて出版社を経てアニメ制作会社であるマッドハウスの代表取締役を務めることで、ようやくアニメ業界で働いていると実感するに至りました。それが今では、とくにアニメに関する技術を持たない大学生も、大手スタジオを中心に志望する人数が増えています。

しかし、アニメ業界への一般的な理解は依然として低い状態にあると感じます。アニメに携わりたいと考える学生たちも、真偽が定かではないネットの風聞からしか、アニメ業界のイメージを掴<sup>つか</sup>めていない印象を受けます。

本書はその間隙<sup>かんげき</sup>を埋めるため、データに基づいたアニメ産業、アニメ業界の「基本」を伝えるものです。

アニメ産業がどのようなビジネスで成立しているのか。アニメがどのようにつくられているのか。日本の映画やアニメの9割以上を生み出している「製作委員会方式」の実態。「若手アニメーター年収110万円」と報じられた、アニメ業界の労働環境の実状。そして、アニメに携わる仕事とその就職の仕方……等々。

アニメ産業、アニメ業界について考える入口に立つため、本書を手にとっただければ幸いです。

序章 3

ずっと右肩上がりのアニメ産業 3

第四次アニメブームが訪れている？ 3

大人がアニメを見るのは日本だけ 5

「アニメ業界はブラック」は本当か？ 5

アニメビジネスの全体を知るために 6

Q1 アニメビジネスは成長しているのか？ 19

ジャンルの盛衰が明確になってきた2017年 20

## テレビ

テレビアニメが主流の日本 22

日本は大人がアニメを見る国 23

アニメバブルとその崩壊 24

前代未聞の逆転現象 25

オトナ向けアニメ市場は日本の独壇場 26

## 映画

劇場アニメから出発した日本アニメ 28

ジブリが去ったアニメ映画はどうなるのか？ 29

キッズ・ファミリーアニメ映画でもジブリでもない第三の勢力 31

2012年から決定的になった第三勢力の流れ 32

進化し続ける日本の劇場アニメ 34

## ビデオ

ハイリस्क、ハイリターンのMDビジネス 36

アニメのビジネスモデルを変えたビデオの登場 38

歴史的役割を終えつつあるビデオ 39

流通支配者の座を降りたビデオメーカー 40

アニメの新しいビジネスモデル 41

### 配信

映像流通売上の未来の中心 43

14年間で239倍 44

次世代の映像の主役となるのは誰か？ 46

覇者は川下から川上に昇る 48

### 商品化

主力はキッズ・ファミリーアニメ 49

岐路にあるキャラクタービジネス 50

大人がキャラクターグッズを求める 51

### 音楽

歴史の流れに逆らうアニメ音楽市場 53

不遇からスタートした日本のアニメ音楽 54

アニメと音楽産業の出会い 55

音楽制作費がないテレビアニメの不思議 57

### 海外

巨大な胃袋で日本アニメを消費する中韓 58

ポケモンブームで「買い」が入った日本アニメ 60

ポケモン幻想が消えてどん底へ 62

「爆買い！」に支えられた海外市場 62

日本のアニメが海外で売れた三つの理由 64

### 遊興

世界に類を見ないギャングルとアニメの関係性 67

### ライブエンターテイメント

成長著しい新ウインドウ 68

ライブエンターテイメントが支持されるわけ 69

### ソーシャルゲーム

ソシャゲが日本アニメの明日を拓く？ 70

## Q2 「アニメ」は成長し続けるのか？ 73

総制作分数は伸びている 74

息切れ寸前のアニメ制作現場 75

実際の制作現場はどうなっている？ 75

日本のアニメはどんどん短くなっている？ 77

幻の第四次アニメブーム？ 79

アニメビジネスが拡大する反面、増えないアニメ制作 81

テレビアニメ制作分数が伸びないわけ 82

アニメ産業市場と制作市場 84

## Q3 アニメはどのように作られるのか？ 87

アニメ製作の仕組み 88

「制作」と「製作」 89

製作委員会方式とはなにか？ 90

製作とは作品を経営すること 91

**アニメ製作シミュレーション**

その1 プロジェクト企画立案 93

その2 企画開発・調整 95

その3 製作委員会発足 98

その4 制作 100

その5 完成・納品 101

その6 宣伝・マーケティング 102

その7 作品運用・回収 103

その8 分配 105

作品の中心にある制作 106

制作、製作、流通を備えたアメリカ 107

日本の総合メディア&エンターテイメント企業 109

## Q4 製作委員会は悪なのか？ 111

製作委員会方式は日本の特殊事情 112

なぜ製作委員会ができたのか？ 112

製作委員会の雛形は角川映画 113

なぜ製作委員会が普及したのか？ 114

before 製作委員会、after 製作委員会 116

「製作委員会悪人論」は正しいか？ 117

製作委員会方式により制作費は上がっている 120

アニメーターには還元されない 121

配信が製作委員会をぶち壊す？ 122

## Q5 アニメーターは低賃金なのか？ 125

- 「年収110万円」と報じられたアニメ業界 126
- アニメ制作職の給与は本当に低いか？ 128
- アニメ制作職の平均給与はなぜ低いのか 129
- 「ブラック」説のポイントは動画にあり 130
- 動画職の誕生 131
- アニメーターがフリーに 133
- 1980年代の原画と動画 135
- 1枚200円になったわけ 136
- 業界内から提起されない動画職の報酬問題 137
- デジタル化が唯一及んでいない作画作業 138
- 制作サイドとアニメーターの情緒的関係性 139
- アニメ業界は大きな家族 140
- アメリカ的な厳しい関係を望むか？ 141
- アニメーターの実働は短い？ 144
- 無責任なマスコミの「ブラック」発言 146

「アニメ空洞化論」とは？ 148

アニメ制作は技術移転するのか？ 149

若手が育っている日本のアニメ業界 151

スタジオが機能している日本のアニメ 153

## Q6 アニメに携わる仕事とは？ 155

### 制作

アニメスタジオ（非専門職） 156

一般職 159

制作／プロデューサー系 159

脚本系 160

演出系 161

アニメスタジオ（専門職） 163

作画系 163

色彩系 166

美術系 167

CG系 169

撮影系 172

アニメスタジオ外 173

編集系 174

音響系 175

音楽系 176

声優 177

**製作・流通**

アニメ系製作会社（制作機能有） 180

専門職系 181

制作進行系 181

一般職系 184

流通系プロデューズ会社 187

映画会社系 外資系が躍進する 188

放送局・代理店系 製作委員会以前におけるテレビアニメの主導者 189

ビデオ・レコード会社系 深夜系アニメの主導者 190

配信会社系 次代の映像製作主導者 191

出版社系 映像への取り組みが遅れるが？ 191

ゲーム系 アプリゲームがアニメ産業を変える！ 192

玩具・物流系 アニメやゲームと一体化する玩具 193

遊興系 世界で唯一、遊興とアニメのコラボ 194

海外販売系 アニメプロデューズにおける希有な存在 195

アニメ系 プロデューズに特化した製作会社 196

---

# Q4

---

**製作委員会は悪なのか？**

## 製作委員会方式は日本の特殊事情

現在では映画やアニメの出資元のほとんどが製作委員会となっていますが、それはここ十数年ほどのことです。1990年代後半から次第に製作委員会方式が増えはじめる以前は、映画会社や製作会社が単独で製作、もしくはテレビ局などとの共同製作という形を取っていました。海外では未だに出資と著作権を分離させ（ハリウッドではプロデューサーが全ての権利を握り、儲けさせてやるぞというスタンスで出資者から資金を集めます）、製作会社一社に著作権を集中させるのが主流です。

ハリウッドメジャースタジオの日本支社が自主的に映画を作りはじめたときに、製作委員会方式でやろうとしたら、本社から「自信がある企画ならなぜ全部自分で出資してやらないのか」と言われ、なかなか理解されなかつたそうです。日本の製作委員会方式は、やはり独自の文化と言えるでしょう。

## なぜ製作委員会ができたのか？

なぜ日本だけに、製作委員会が生まれたのでしょうか。それは日本映画の斜陽化と大きな関係があります。日本映画の絶頂期は60年も前のことでした。当時の映画会社は、現在

の放送局と映画会社を合わせたような強力メディアであり、大いに儲かっていたので自社映画は全て100%出資でした。

1958年に史上最高の観客動員数を記録した映画産業は、急成長するテレビの影響をモロに受け1960年代に入り急激に落ち込みます。観客の足が遠のき不況の嵐が吹き荒れ、次第に製作本数が減りはじめました。映画業界以外の企業からも出資を仰ぐようになり、関西電力が出資した『黒部の太陽』（1968年）や鹿島建設の『超高層のあけぼの』（1969年）などがそのさきがけです。

1970年代に入ると経営が苦しくなった映画会社が制作部門をリストラします。そこへ意欲的な独立系の映画会社が製作に乗り出してきました。資金力がなかった彼らは、作品に興味を示したパートナーに声をかけ、製作委員会を組成して映画制作の資金を集めたのです。

### 製作委員会の雛形は角川映画

その代表が、1970年代中盤から大ヒットを続々と生み出した角川映画でした。1977年『人間の証明』（日本航空、ホテルニューオータニ、フジテレビジョン）、1980年『復活の

日』(TBS)、1981年『セーラー服と機関銃』(キティフィルム)、1988年『花のあすか組!』(大王製紙、東北新社、角川書店)、1990年『天と地と』(日本テレビ放送網、TBS)といった、少数のパートナーシップによる共同製作を経て、1991年の『天河伝説殺人事件』になると角川書店の他に「日本テレビ放送網、讀賣テレビ放送、近畿日本鉄道、近鉄百貨店、奈良交通、電通、IMAGICA、東京佐川急便、バンダイ、日本衛星放送、パイオニアLDC、中京テレビ放送、宮城テレビ放送、熊本県民テレビ、北斗塾」が共同製作として名前を連ねました。これが、現在における製作委員会の雛形です。

その年代で、アニメの製作委員会として記憶されるのは、大友克洋原作の劇場アニメ『AKIRA』(1988年)製作の時に組まれた「アキラ製作委員会」です。当時としては破格の10億円という高額な予算が結成の動機ですが、「講談社・毎日放送・バンダイ・博報堂・東宝・レーザーディスク(パイオニア)・住友商事・東京ムービー新社」という座組構成は、アニメ製作委員会の雛形としてテレビアニメに引き継がれます。

### なぜ製作委員会が普及したのか?

その後、製作委員会方式が普及したのは、日本のアニメ産業が量産主義であることが大

きな要因でしょう。ハリウッドのように予算をかけた大作主義でないのは、アニメ作品は当たる確率が低いから、少しでも多く目を張ろうという考え方が根底にあります。お金をかけて最高級のクオリティを究めるといふハリウッド型の思想を持っているのは、スタジオジブリなどごく少数で、ほとんどがテレビアニメを中心とする量産型のスタジオです。ではなぜ作品数が多くなったのか？ これは私の推測ですが、製作者サイドにマンガ雑誌の思考法があったのではないかと思えます。

マンガ雑誌は日本独特のスタイルです。昔から定期刊行物としてマンガが発刊されている国はありましたが、代表的な存在であるアメリカの「アメコミ」は、薄めの雑誌一冊に単一のタイトルが掲載されるスタイルです。日本における単行本を、分冊で刊行している感じですが。それに対し、日本は雑誌一冊に複数のタイトルのタイトルが掲載される方式になります。

ゆえにアメリカでは新作が世に出る機会が少なく、マーベルコミックでいえばスパイダーマンやキャプテン・アメリカ、DCコミックだとスーパーマンやバットマンといった、人間なら70歳から80歳になるキャラクターが未だに現役なのです。『アベンジャーズ』『ジャスティス・リーグ』に出てくるキャラクターも、還暦を迎えているものがゴロゴロいます。

アメリカでは出版社が著作権を持ち、映画のように複数のスタッフでコミックを作ります。若いスタッフは次々と出てくるのですが、原作は昔のまま。ところが日本のキャラクターは若い。もちろんマンガ雑誌から次々と新しいキャラクターが生まれているからです。そこには雑誌上の激烈な競争が前提としてあります。プロとしてマンガを志し、実際にマンガ雑誌で連載を勝ち取ることができるマンガ家は数%もないでしょう。そのようなマンガ文化の影響を受け、アメリカのように絞られた人気キャラクターで安定した路線を続けるのではなく、次々と出続けるヒット作をアニメも追い続けたように思います。

#### **before 製作委員会、after 製作委員会**

製作委員会以前、以後で何が変わったのか？ いくつかのポイントが指摘されます。製作サイドにとっては、出資のリスクを負うことになった代わりに作品の権利を得ることができました。参加者で宣伝や権利運用などの役割分担もできるといふ副次的なメリットも生まれました。

一方スタジオは、テレビでの放送期間（7年間）が過ぎると著作権が帰属することはありませんでしたが、制作費が上がり全額支払われるようになりました。それまでは、少ない制

作費を代理店からの補填<sup>ほてん</sup>や、商品化権の分配でやり繰りするという状況で、長命なヒット作シリーズがない限り、常に不安定さがつきまわっていました。

今振り返ってみると、キッズ・ファミリーアニメのビジネスモデルでは、より制作費のかかる深夜アニメには対応できなくなったということです。その背景には、先ほど述べたように、限られたユーザーを相手にビジネスが成立する、ビデオ中心のビジネスモデルが成立したからでしょう。

### 「製作委員会悪人論」は正しいか？

最近、しばしばネット上で「製作委員会悪人論」を目にします。アニメの制作現場、とくにアニメーターの低賃金問題は製作委員会に原因があるという議論です。製作委員会から制作会社に支払われる制作費が少ないため、アニメーターに支払われる賃金が少ないと叫ばれています。

巷間<sup>こうかん</sup>で言われるその主旨を明確に示していると思われるのが、「アニメーター支援機構」というNPO法人が主導する「低賃金の新人アニメーターを守りたい！ 住居支援2018」というプロジェクトにおける、クラウドファンディングのHPに書かれたものです。

このNPOの設立目的は、若手新人アニメーターに「(水道代光熱費込み)月額3万円以下で暮ら」せる「新人アニメーター寮」を提供するほか、講習会やコンテストなどを行うことにあり、現在まで実績を積み重ねています。その取り組み自体は賞賛されるべきだと思いますが、問題はそのクラウドファンディングを行うにあたって提示されている理由です。そのホームページでは、若手アニメーターが低賃金に苦しむ理由として製作委員会が挙げられています。2018年3月15日(執筆現在)に掲載されていた説明を見てみましょう。

アニメーターの低賃金問題は、いろいろな問題が複合して発生している物なのですが、大きな原因の1つとして考えられるものに「製作委員会方式」があります。

アニメの制作には多額の予算が必要になるため、作ったアニメがヒットしなかった場合、巨額の赤字が出てしまいます。

それを回避するために、テレビ局・映画会社・広告代理店・出版社・一部の大手制作会社など「複数の会社が少しずつ出資してアニメを作る」という方法を取ったのが「製作委員会方式」です。

これは（現状の）アニメ製作におけるリスク回避のためには、必要な物なのですが、一方でいくつかの問題点があります。

例えば、製作委員会から制作会社へ支払われる制作費が十分な額ではないこと。

現状では、制作会社は、4社に1社が赤字と言われています。

結果、アニメーターの労働環境が悪化することに…。

さらに利益は全て製作委員会のものとなるため、アニメが大ヒットした場合でも、アニメーターをはじめとした制作現場には全く還元されないことも、大きな問題です。

（引用元HP：<https://readyfor.jp/projects/AnimatorDormitory2018/announcements>）

要するに、制作会社が赤字に陥ること、アニメーターの待遇が悪化することは製作委員会からの支払いが少ないからというものが、このNPO法人がクラウドファンディングを行う根拠となっているのです。これは果たして正しいのでしょうか？

---

# Q5

---

アニメーターは  
低賃金なのか？

## 「年収110万円」と報じられたアニメ業界

前章でも触れましたが、あらためて「アニメ業界ブラック説」について見ていきましょう。なぜ、アニメ業界がブラックと言われるようになったのか。これには、明快なきっかけがありました。

一般社団法人日本アニメーター・演出協会（JAniCA）が2009年（調査年は2007年）と2015年（同2013年）に、アニメーション制作者の仕事や生活の現状を明らかにする調査結果を、それぞれ『アニメーター労働白書2009』『アニメーション制作者実態調査報告書2015』として発表しました。それを新聞やテレビが「(20代)アニメーター平均年収110万円」と報じ、話

アニメ制作職の年収／単位：万円

	職種	年収平均	年収平均	差	最小値	最大値	回答者
		2009年版	2015年版		2009年版	2009年版	2009年版
1	シナリオ	0	—	—	0	0	0
2	絵コンテ	454.5	372.3	-82.2	170	720	10
3	監督	495	648.6	153.6	201	700	15
4	演出	333.6	380.3	46.7	50	850	23
5	総作画監督	513.1	563.8	50.7	50	850	18
6	作画監督	399.5	393.3	-6.2	50	1,700	75
7	原画	232.5	281.7	49.2	14	1700	227
8	LOラフ原画	166.2	234.1	67.9	30	400	18
9	第二原画	102	112.7	10.7	37	300	12
10	3DCGアニメーター	—	383.9	—	—	—	—
11	動画チェック	158.7	260.7	102	18	400	23
12	動画	104.9	111.3	6.4	5	500	101
13	色彩設計	—	333.5	—	—	—	—
14	仕上げ	—	194.9	—	—	—	—
15	キャラクターデザイン	—	510.4	—	—	—	—
16	背景美術	—	341.6	—	—	—	—
17	版權	—	342.9	—	—	—	—
18	撮影	—	319.4	—	—	—	—
19	プロデューサー	—	542	—	—	—	—
20	制作進行	—	309.2	—	—	—	—
21	その他	411.7	389.4	-22.3	50	1000	20
全職種平均		250.2	332.8	82.6	5	1700	542

出典：『アニメーター労働白書 2009』、『アニメーション制作者実態調査報告書 2015』

題となったのです。当初は「20代アニメーター平均年収110万円」だったのが、だんだん省略され「アニメーター平均年収110万円」と報じられるようになり、今では業界全体がそのような状態にあるかのような雰囲気になってしまいました。

一般的に知られているアニメの花形職種といえば、監督、アニメーター、声優くらいでしょう。アニメーターに注目が集まるのは当然でしょうが、一口にアニメーターと言っても様々な職種があります。その職能に伴う収入の階梯かいていがあり、それを見るとこのような見があります。

- アニメ制作には多くの職種がある
- アニメーターにも数種類の職制がある
- 職種によって収入差が大きい
- 同じ職種であっても職制の違いによって収入の差が大きい

報道では、いちばん収入の少ない動画職が取り上げられたということに気づくでしょう。

## アニメ制作職の給与は本当に低いのか？

公平に考えるため、アニメ制作職の給与レベルを他の民間の給与平均と比べてみましょう。民間給与平均とアニメ制作職給与平均の差が2009年では180万円、2016年では81万円であることが分かります。確かに大きな差があり、給与がかなり低いと言われども仕方ない状況です。ですが、2009年から2016年にかけては給与平均が一挙に80万円も上がり、民間給与平均との差が100万円近くも縮まったことにも気づきます。

原因には民間の給与平均が下がったことも挙げられますが、2015年からはプロデューサー、キャラクターデザイナーといった、民間給与平均を上回る職制も調査対象となったからです。その結果332万円という給与平均が導き出されました。これはサービス業の給与平均とほぼ同じですが、サービス業は給与レベルが高いとは言い難いので、やはり低いのは事実です。ただし、調査対象の平均年齢に注目すると、2009年では12歳、2016年では11歳近く民間平均より若いのです。また

民間平均給与とアニメ制作職給与比較

民間給与調査年度	平成20年	平成26年	差額
民間給与平均	429.6万円	414万円	-15.6万円
	(平均44.4歳)	(平均45.5歳)	+1.1歳
アニメ制作職調査年度	2009年版	2015年版	差額
アニメ制作職給与平均	250.2万円	332.8万円	+82.6万円
	(平均31.9歳)	(平均34.27歳)	+2.37歳
差額	179.4万円	81.2万円	-98.2万円
	(年齢差12.5歳)	(年齢差11.2歳)	-

出典：平成26年版『民間給与実態統計調査』、『アニメーター労働白書2009』、『アニメーション制作者実態調査報告書2015』

民間給与平均が伸び悩んでいるのに反して給与のアップが進んでいるということを考えれば、アニメ制作職の給与は伸びしろがあるように見えます。

### アニメ制作職の平均給与はなぜ低いのか

しかし、やはりアニメ制作職の給与は他業種と比べて低い。その要因はどこにあるのでしょうか。

先ほどJanica<sup>ジヤニカ</sup>の職制別の収入について「職制によって収入差が大きい」と述べましたが、一覧するとそれが明快になります。1位になった監督と最下位の動画では金額で537万円もの開きがあります。その差5・8倍。他の業界ではおそらく見られない格差です。監督を始め、それに続く総作画監督、プロデューサー、キャラクターデザイナーは他業種と比較してもかなり高いレベルにあります。これら上位給与の職種は、ハリウッド映画で言うところの *above the line* (原作、脚本家、エグゼクティブ・プロデューサー、プロデューサー、監督、主要キャストなど) に相当するもので、作品のクリエイティブや人気にダイレクトに影響する人々です。

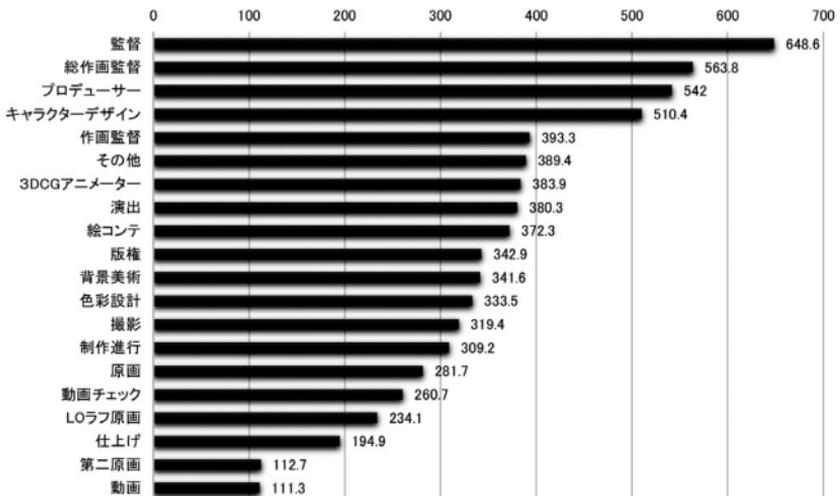
それに対して、作画監督以下は *below the line* (一般スタッフなど予算変動の幅が少ない職制・要素)

となります。中でもダントツに第二原画と動画の平均給与は低く、最低レベルにある宿泊業・飲食サービスの給与平均、233万円を下回っています。これがアニメ制作職の平均給与を押し下げている原因です。とくに動画職は、2009年版の調査によれば101人で18%以上を占めており、アニメーターの平均給与に大きな影響を与えていると考えられるでしょう。

### 「ブラック」説のポイントは動画にあり

平均給与が低い要因は、動画職にあると分かりました。第二原画も同様のレベルにありますが、2009年の調査ではその数12名(2015年は記載なし)。この職制の歴史は比較的新しく、日本の制作状況に依じて生まれた特殊なものです。それに対して、動画は1910年代に生まれた歴史ある職制です。すべての「アニメーター」の出発点にある

アニメ制作職の平均給与ランク／単位：万円



出典：『アニメーション制作者実態調査報告書 2015』

職制で、原画（動きのキーとなる絵。Key animation）の線をクリンナップして、間の動きを補完する作業（in-between＝中割り）を行います。

問題は、この動画職が現在1枚単価2000円、1日で最大20枚から30枚しか描けず、結果として月収10万円前後に留まってしまうことです。他の平均給与を見ると、年収で総作画監督536万円、キャラクターデザイン510万円、作画監督393万円、原画281万円という統計が2015年には出ています。対して動画は111万円。

動画も原画も作画監督もキャラクターデザインも総作画監督も、同じ「アニメーター」です。にもかかわらず、なぜこのような「アニメーター間格差」が生じるのでしょうか。

## 動画職の誕生

1906年にアメリカでアニメーションが誕生したとき（ジェームズ・スチュアート・ブラックトン『愉快な百面相／Humorous Phases of Funny Faces』）、キャラクターデザインやそれを動かすことまで（原画から動画）、背景もすべて1人のアニメーターの手になるものでした。現

アニメーター職制別平均給与

1	総作画監督	536.8万円
2	キャラクターデザイン	510.4万円
3	作画監督	393.3万円
4	3DCGアニメーター	383.9万円
5	絵コンテ	372.3万円
6	原画	281.7万円
7	LOラフ原画 234.1	234.1万円
8	第二原画	112.7万円
9	動画	111.3万円

出典：『アニメーション制作者実態調査報告書 2015』

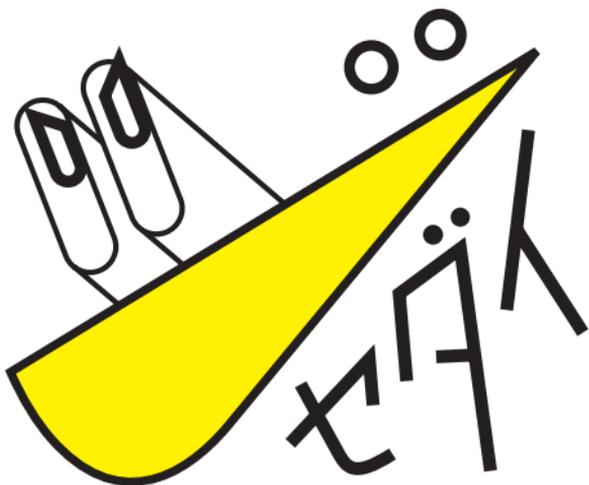
在の個人制作のアニメーションと同じです。

それが1910年代半ばに映画産業が盛んになり、その需要に応じてアメリカのアニメーションの産業化が進みます。その過程で「アニメーション界のフォード」と呼ばれたジョン・ランドルフ・ブレイなどにより、量産するための分業化や技術開発が行われるようになりました。そこからキャラクター・アニメーションと背景（セルシートの発明）、原画と動画の分離がはじまり、その職種、職制に応じて報酬にも差が生じるようになります。

このような制作工程の効率化により制作の生産性は大いに上がり、1910年代後半から続々とスタジオが設立されるようになります。そこからデイズニーのミッキーマウスやフライシャーのベティ・ブープ、ポパイといったヒットが生まれ、1930年代からのアニメーション黄金時代をもたらすのです。

一方、日本では1917年に初の国内アニメが公開されましたが、その当時の日本では徒弟制度のもと、一子相伝的な家内制手工業によって作品がつくられていました。クオリティの改善や効率化がなかなか進まず、アメリカとの差は開く一方でした。その状態は、戦後に日本のアニメが産業化されるまで続きます。

君は、



何と闘うか？

<http://ji-sedai.jp/>

「ジセダイ」は、20代以下の若者に向けた、**行動機会提案サイト**です。読む→考える→行動する。このサイクルを、困難な時代にあっても前向きに自分の人生を切り開いていこうとする次世代の人間に向けて提供し続けます。

メインコンテンツ

**ジセダイイベント**

著者に会える、同世代と話せるイベントを毎月開催中！ 行動機会提案サイトの真骨頂です！

**ジセダイ総研**

若手専門家による、事実に基いた、論点の明確な読み物を。「議論の始点」を供給するシンクタンク設立！

**星海社新書試し読み**

既刊・新刊を含む、すべての星海社新書が試し読み可能！

マーカー部分をクリックして、「ジセダイ」をチェック!!!

**行動せよ!!!**