日本アニメ産業の持続的成長に向けて

～ 制作会社発「オリジナル IP」創出の必要性と資金支援の在り方 ～

社会システムコンサルティング部　コンサルタント　飴嶋　彩織
社会システムコンサルティング部　コンサルタント　関本　大勢

1　はじめに：拡大するアニメ市場と政策的関心

近年、日本のアニメーション産業は世界的な需要の拡大を背景に成長を続けている。一般社団法人日本動画協会が公表した『アニメ産業レポート 2025』によると、2024 年の日本アニメの世界における市場規模※1 は前年比 114.8%の 3 兆 8,407 億円に達し、過去最高値を更新した。この市場拡大は、単なるアニメやアニメ関連商品の売り上げ増加にとどまらず、食品や観光などの関連産業への波及効果をもたらしており、日本経済におけるコンテンツ産業の重要性はかつてないほど高まっている。

こうした市場の活況を受け、日本政府もコンテンツ産業を国家の成長戦略の柱の一つと位置づけ、支援体制の強化に乗りだしている。まず 2024 年 8 月に策定された「新たなクールジャパン戦略」においては、コンテンツ産業が「基幹産業」として明確に位置づけられ、33 年までに海外売上高を 20 兆円に拡大するという目標が掲げられた。25 年 9 月には「デジタル関連産業のグローバル化促進のための関係閣僚会議」において、グローバルでの競争力強化に向けた施策が閣議決定され、同年 12 月には高市政権下の「日本成長戦略会議」において、官民が連携して投資を促進すべき重点投資対象 17 分野の一つに「コンテンツ」が選定された。これに対し、自民党の知的財産戦略調査会は、コンテンツの海外展開を促進するため、現在の 4 倍となる 1,000 億円規模の支援予算を求める緊急決議を政府に提出した。現状では経済産業省や文化庁が所管する既存の支援施策において予算規模の拡充が図られているほか、今後は投資の内容や時期、目標金額などを定めた「官民投資ロードマップ」の策定を経て、複数年度にわたる大規模な予算措置が講じられる見通しとなっており、政府主導による産業振興策が本格的に動き出している。このような市場の活況と政府の強力な支援方針は、日本アニメ産業のさらなる発展を期待させる。

しかし、現場からは日々の制作※2 に追われ、余裕がないという声が聞かれる。このような状況で産業の持続的な成長と国際競争力の強化を実現することは可能なのだろうか。本稿では、アニメ産業の現状、とくに制作会社発意の制作（オリジナル作品）が減少している点に着目し、産業全体にかかる課題と国内外の政府支援策の現状について整理したうえで、今後政府がとるべきアニメ業界への支援策について提言する。

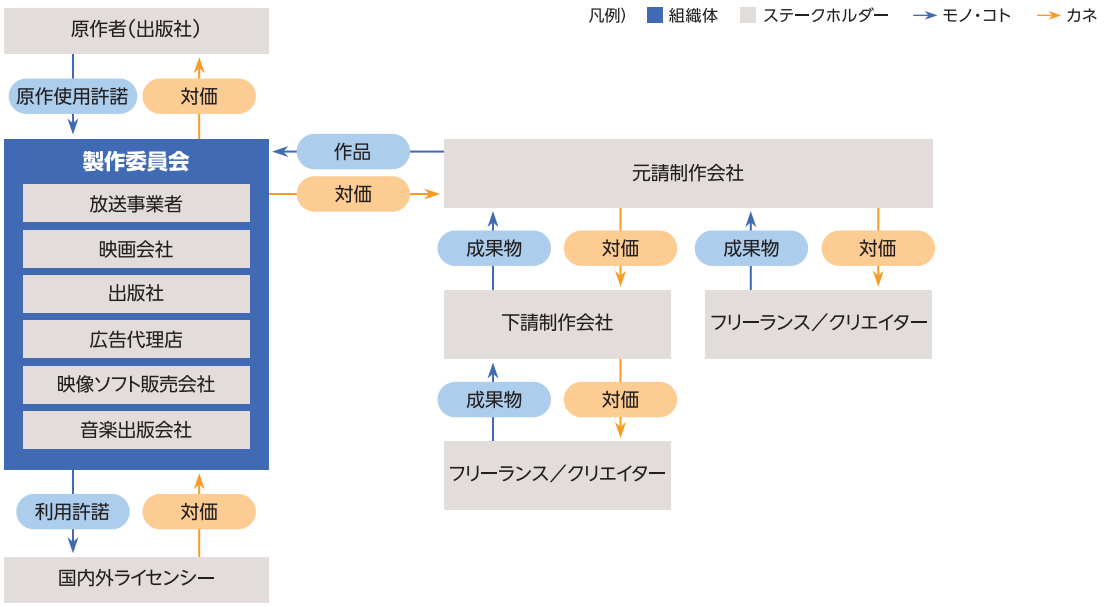
2　制作会社発意の制作の必要性

1）　アニメ製作環境の変化

現在、日本のアニメ製作では「製作委員会方式」が主流のビジネスモデルとなっている。この方式は、テレビ局、広告代理店、映画会社、出版社、玩具メーカーなどの複数の企業が共同で出資を行うこ

※1　家計支出を中心とした消費者市場の全体。アニメ映像やアニメ関連商品・サービスに対してユーザーが支払った金額の総額を日本動画協会がアンケートなどより算出
※2　「制作」は実際にアニメーション映像を作り上げる実作業を指す。一方、「製作」は、「制作」を含む、企画立案、資金調達、権利管理などのビジネス全般を指す

図表 1　製作委員会方式によるアニメ製作の構造例



出所）公正取引委員会「アニメの制作現場におけるクリエイターの取引環境に係る実態調査報告書」（2025 年 12 月 24 日）より NRI 作成

とで、アニメ作品の制作資金確保から直接的な収益の分配を可能にするだけでなく、著作権を共同で保有し、グッズ化や映像配信といった二次利用の窓口を各社で分担する仕組みである。この方式の最大の利点は巨額な制作費に伴うリスクを分散できる点にあり、参画企業はそれぞれの専門性を生かしてメディアミックス展開を図ることで利益の最大化を目指す。現状、放映（一次利用）では十分な利益が望めないことから、製作委員会の参画企業はグッズや DVD 販売などの各種二次利用の際に得られる作品使用料をもって、制作資金という投資を回収している。

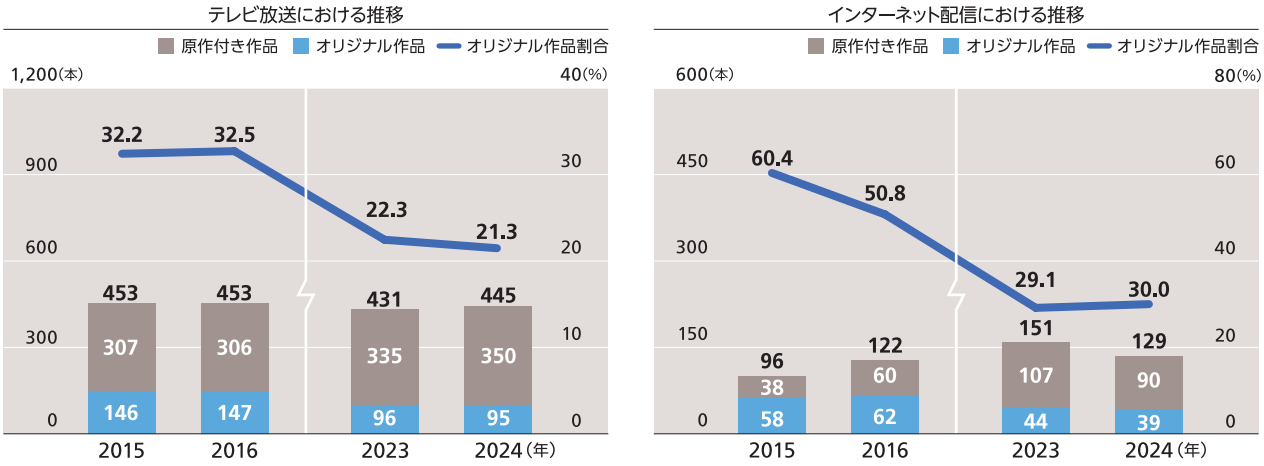
この方式において、実制作を担うアニメ制作会社の多くは、製作委員会から発注を受ける受託制作の立場にとどまる。制作会社は著作権（著作財産権）を製作委員会に譲渡または帰属させることが一般的であり、作品のヒットの有無にかかわらず、納品対価としての「制作費」によって利益を上げる収益構造となっている[※3]。

制作会社が新たな収益機会や制作環境を模索するなか、従来の製作委員会方式と並ぶ選択肢として、近年、動画配信プラットフォーム（以下、PF）、特に SVOD[※4] 事業者が主導する製作モデルが台頭している。配信 PF との取引においては、製作委員会方式と異なり、委託側である配信 PF 側からの予算ありきでの契約ではなく、元請制作会社の費用算出などに基づいて決定された制作費の見積金額に、制作費の何％といった一定の利益を上乗せした金額を配信 PF 側が支払う契約を採用するケースが見られる。また、製作委員会方式と比較して利害関係者が少なく、予期せぬ追加制作費が発生した場合にも柔軟な対応が期待できるだけでなく、作品の内容に対する制約も少ない。この方式は、こうした赤字リスクを回避しつつ確実に利益を確保できる点や、クリエイティブの自由度が高い点において、制作会社から好意的に受け止められてきた。また、当初は配信 PF 側が求める権利が独占配信権にとどまる傾向にあったため、制作会社が自社で IP（Intellectual Property：知的財産）を保持して将来的な収益基

※ 3　制作印税や成功報酬が二次利用収益の配分として契約上定められる場合があるものの、その有無や料率は制作会社の交渉力や実績に左右され、限定的なものにとどまることが多い

※ 4　“Subscription Video On Demand” の略称。利用者が定額の料金を支払うことで動画を無制限に視聴することができる、定額制の動画配信サービスを指す

図表 2　原作付き作品とオリジナル作品の本数・割合の推移



注1）「MyAnimeList」の作品一覧より集計。インターネット配信については、「MyAnimeList」にて「ONA※」に分類されているものを対象として調査しており、SVOD だけでなく、YouTube 配信のアニメなども含まれる
注2）1 シーズン 1 本としてカウント。2 シーズン連続放映や通年で放映している場合でも、分割してカウントした
※　“Original Net Animation”の略称。インターネットでの公開を前提としたアニメ作品を指す
出所）株式会社 MyAnimeList「MyAnimeList」より NRI 作成

盤を築けるのではないかという期待もあった。しかし、近年では、海外 PF からの要求が配信権のみならず IP そのものの譲渡へ拡大しているとの声も聞かれる。制作会社は赤字になるリスクこそ回避できるものの、作品が世界的ヒットを収めたとしても二次利用による追加収益を得られず、権利確保による成長という当初の期待は実現しづらい状況となっている。

2）　出版・ゲーム産業などの IP へ依存する傾向

日本では、既に人気が確立されたマンガやライトノベル、ゲームなどを原作とするアニメ化が主流である。アニメ制作会社がゼロからキャラクターやストーリーを創り出すアニメオリジナル作品（以下、オリジナル作品）は、成功の予測が困難であることから出資者にとってリスクが高いとみなされ、制作会社単独または少数の関係者による少額の出資にとどまる傾向にある。一方で、人気原作のアニメ化（以下、原作付き作品）は、既に原作のファンダムが存在し、メディアミックス展開による収益が見込まれやすいため、資金確保がオリジナル作品と比較して容易である。

さらに近年、アニメ市場の需要拡大と制作費の高騰が、この原作付き作品製作の傾向を一層加速させていると考えられる。図表 2 は、テレビ放送とインターネット配信におけるアニメ作品の原作付き作品とオリジナル作品の本数、およびオリジナル作品の割合の推移を示している。これを見ると、テレビ放送においては、2015 年から 16 年にかけて約 32%で推移していたオリジナル作品の割合が、23 年には 22.3%、24 年には 21.3%と減少している。また、インターネット配信においては、テレビ放送以上にオリジナル作品の割合が大幅に減少している。15 年にはオリジナル作品が全体の 60.4%を占めていたが、23 年・24 年には約 30%まで落ち込んでいる。この減少傾向は、制作分数においても同様である。

これらのデータから、テレビ放送、インターネット配信のいずれにおいても、アニメ産業全体でオリジナル作品の制作が縮小し、既存の IP に依存する傾向が強まっていることが明らかである。とくにインターネット配信という、本来であれば多様な表現や新たなオリジナルコンテンツの創出が期待された場においても、オリジナル作品の割合が減少している点は懸念される。

以上のことから、アニメ産業は、もともとその多くを出版やゲームといった他産業が創出した IP に依存していたが、その傾向がより強まり、短期的な

収益の安定には寄与するものの、長期的にはアニメ独自の創造性や多様な表現の機会を損なう可能性も孕（はら）んでいるといえる。

3） クリエイター起点での IP 創出の重要性

先述のとおり、日本アニメにおけるオリジナル作品の割合は、以前の水準より低下傾向にある。アニメをマンガや小説と並ぶ独立した「文化」として捉えた場合、収益安定化を優先して原作付き作品に偏重することは、アニメ独自の創造性や表現の多様性を広げる機会を損なうことにつながりかねない。換言すれば、オリジナル作品を制作する機会の確保こそが、アニメ産業の文化的な本質を維持し、ひいては産業全体の持続的な発展を支える基盤になると考えられる。

確かに、資金調達の面では、一定の集客力が見込まれる原作付き作品にメリットがある。原作付き作品は、配信 PF によるミニマムギャランティー（MG）などもあり、早期に制作資金を集めやすい。しかし、長期的な視点に立つと、原作付き作品への過度な依存は「資金調達と収益確保（カネ）」「産業競争力（モノ）」「人材育成（ヒト）」の三つの側面でリスクを伴う。

第一に「資金調達と収益確保（カネ）」のリスクである。原作付き作品は、既存のファン層による収益の予見性が高く出資が集まりやすい一方で、要求される映像品質の高さに伴い制作費が高騰する傾向にある。それゆえ、資金力のある出版社などの権利元が主導する製作委員会方式、あるいは潤沢な予算をもつ配信 PF 主導での製作が選択されることが一般的である。そのため、制作会社は受託の立場にとどまり、IP は自社に残らないことが多い。制作費の調達は容易であっても、作品のヒットに伴う二次利用収益や続編制作、スピンオフ展開といった長期的な IP の恩恵を直接享受できず、将来的な収益機会を逸することになる。

第二に「産業競争力（モノ）」の低下リスクである。これには、制作会社各社のコモディティー化、産業全体の自立性低下という二つの懸念が含まれる。まず、原作付き作品の受託制作への特化は、独自の付加価値を低下させる。NRI のヒアリングでも、自社 IP をもつ制作会社は独自性を打ち出せるため、単価やスケジュールの交渉で主導権を握りやすくなるという声が聞かれた。裏を返せば、IP をもたず原作付き作品の制作実績のみで勝負する場合、技術力などは評価されるものの、最終的には価格競争に巻き込まれる可能性がある。

この差別化要素の欠如は、アニメ産業のグローバル化が進むなかでより深刻な問題となる。近年は、Webtoon[※5] などの海外発のコンテンツが人気を博し、韓国の小説を原作とする『俺だけレベルアップな件』が日本でアニメ化されヒットするなど、海外原作の流入が進んでいる。今後、急速に技術力を上げる海外制作会社と直接競争する際、単なる制作工場ではなく、世界に発信できる独自の演出力や表現力という強みをもたなければ、日本の制作会社は競争力を維持できなくなるだろう。

加えて、他産業への依存という構造的な危うさもある。原作付き作品への過度な依存は、アニメ産業の成長が出版産業・ゲーム産業などにおけるヒット作の創出力に依存することにつながる。つまり、仮に原作供給元の出版産業・ゲーム産業などが停滞すれば、アニメ産業も連鎖的に制作案件の減少や質の低下といった影響を免れない。独自の IP 創出能力をもたないことは、アニメ産業が自立的な成長を実現するうえでの障壁となり得る。

第三に「人材育成（ヒト）」がある。現場からは、原作付き作品のほうがマンガや挿絵などの手本により作品イメージの共有が容易であり、また、制作プロセスの標準化が進んでいるため、若手育成に適し

※5　スマートフォンに最適化された、縦スクロール・フルカラー形式の電子マンガ

図表 3　制作会社における原作付き作品とオリジナル作品の比較

	文化	経済		
	表現の多様性	資金調達と収益確保（カネ）	産業競争力（モノ）	人材育成（ヒト）
原作付き作品	● 既存の物語や世界観をアニメーションという映像言語へ翻訳・昇華させる力が求められる。 ● 原作の魅力を最大限に引き出しつつ、映像ならではの付加価値を与える演出力が試される。	● 原作のファンダムにより収益が見込まれやすく、配信PFのMGなどにより早期の資金調達が容易である。 ● IPを保有できないことが多く、ヒットに伴う二次利用や続編制作などの恩恵を直接享受しにくい構造にある。	● 制作技術自体が商品となる受注型モデルであるため、圧倒的な技術やブランド力がない限り、価格決定権を自社でもちにくい。 ● 産業全体としての持続可能性が、原作市場の状況に左右されるサプライチェーン構造である。	● マンガなどの手本により作品イメージの共有が容易であり、制作の各工程も標準化されていることで、若手育成に適している。 ● 原作という最低限の枠組みがあるため、中堅層の成長に必要な裁量を発揮できる範囲が狭まる可能性がある。
オリジナル作品	● 企画段階から**アニメーション表現に最適化された設計が可能**である。 ● 映像と物語を不可分なものとして構築できるため、**スタジオ独自の作家性や、既存の枠にとらわれない表現の多様性を提示する機会**となる。	● 確実な集客が見通しづらく**資金調達が困難**である。 ● IPを保有しやすく、二次利用収益など**長期的なIP価値創造の恩恵を直接享受**し、高い収益性を実現できる可能性がある。	● 先行投資のリスクはあるものの、独自のIPを生み出した実績により、**単価交渉やスケジュールの主導権を握りやすくなる**。	● 既存の表現やストーリーがないなかで、定型にとらわれずに、**表現を検討し実行する能力が養われる**。 ● **中堅層が「これを作りたい」という内発的な動機に基づいて表現を形にする経験**が得られる。

出所）NRI 作成

ているという声がある。しかし、現場を先導する中堅クリエイターの成長においては課題が残る。中堅層には、単に与えられた指示を具現化するだけでなく、演出や指揮といった裁量権を行使した高度なクリエイティブ業務の機会が不可欠となる。調査でも、技術向上には多様な形態のアニメ制作への関与[※6]や、高いモチベーションをもって細部までこだわり抜く経験が必要であるとの指摘があった。このような経験は、必ずしもオリジナル作品に限定されるわけではないが、クリエイター自身が「これを制作したい」という内発的な動機や熱意をもって、アニメーション起点で表現を検討し形にする場を通じて培われるものと考えられる。

結論として、アニメ産業が自立的かつ持続的に成長するためには、原作付き作品により収益基盤を固めつつ、オリジナル作品などによるクリエイター起点の制作も並行して進める必要がある。これは、研究開発において、既存技術の社会実装と、将来を見据えた R&D（新規研究）の両輪が重要であることと似た構造といえる。

3　収益基盤が弱い産業構造と国内外における政策の現在地

1）制作会社がオリジナル作品に挑戦できない構造的要因

多くの制作会社がオリジナル作品への挑戦に踏み切れない最大の要因は、資金面にある。先述のとおり、現行の商慣習では制作会社は著作権などの権利を保有しないため、二次利用による収益を得られない。その結果、制作委託費のみでは元請制作会社の約 4 割が赤字という状況である[※7]。この厳しい収益構造は、制作会社による十分な内部留保の蓄積を阻害し、結果としてオリジナル作品の企画開発や制作に先行投資する資金的余裕を奪っている。単独出資や共同出資により IP を保有しうるのは、潤沢な資金力のあるごく一部の大手制作会社に限られる。多くの中小制作会社にとって、リスクの高いオリジナル作品への投資は極めて困難な選択となる。

こうした資金的制約は、単に制作費の確保という問題だけにとどまらない。オリジナル作品実現に必要な「IP を活用したビジネスノウハウの欠如」とい

※ 6　一般社団法人日本アニメーター・演出協会「アニメーション制作者実態調査 2023」

※ 7　公正取引委員会「アニメの制作現場におけるクリエイターの取引環境に係る実態調査報告書」2025 年 12 月

う製作面の問題も引き起こす。制作会社には「制作」する人材はいても、制作資金調達や市場展開によって収益を最大化する「製作」の知見をもつ人材が不足しているとの声も上がっている。仮に制作会社が二次利用などを活用して利益を得る権利を保有できたとしても、マーケティングやライセンス管理、新規ビジネスの開拓を担う専門人材は一般的に給与水準が高く、資金難の制作会社では雇用・育成が難しい。その結果、二次利用で稼ぐためのノウハウも蓄積されないという悪循環に陥っている。

これらの問題は、結果としてクリエイティブの質にも影響を及ぼす。固定費を賄うために、条件が多少不利であっても可能な限り多くの案件を受託せざるを得ない自転車操業の状況が、クリエイターの過重労働やスケジュールの常態的な逼迫（ひっぱく）を招いているからである。これにより、クリエイターが新たな表現手法の探求やオリジナル作品の考案に割く時間的・精神的な余裕が失われ、個人の成長だけでなく、業界全体の創造性や多様性の低下をも招いている。

2） 政府の支援策の現状と課題

こうした現状に対し、政府は直接的な資金支援と制度・環境整備の両面から対応を進めている。まず、直接的な資金支援については、経済産業省が主導している※8。同省は令和 7 年度補正予算において「コンテンツ産業成長投資支援事業」として 350.2 億円を確保し、そのうち 300 億円以上を補助金として交付する予定である。この補助金には開発 PF の構築や海外展開への支援も含まれるが、大部分はプリプロダクションや制作実務など、IP 創出に直結する費用に充てられると想定される。これらの支援は、制作から海外展開までを一気通貫かつ長期的に後押しすることで民間投資を誘発し、世界的なヒット作を量産すること、また、制作会社の現場の収益性を向上することを目的としている。そのため、補助金の主な対象は海外展開を見据えた作品で、制作会社が IP を保有することを応募要件に入れている。2026 年度に実施される「大規模作品製作支援」では支援額を引き上げ、製作費の下限値の設定や過去の売り上げ実績を応募要件とする案も出ており、支援対象が大規模化していく傾向もうかがえる。

このような支援が重要である一方で、オリジナル作品など海外人気が見通せない作品が対象外となりやすい点には懸念が残る。世界的なヒット作である『鬼滅の刃』や『新世紀エヴァンゲリオン』も、当初は他のコンテンツと同等の制作費規模であったように、海外展開を狙える強力な IP は、あまたの小規模〜中規模作品のなかから生まれるものである。また、政府はエンタメ政策 5 原則として「作品の中身に口を出さない」「真っすぐ届ける（制度を複雑化しない）」などを掲げているものの、「補助金の交付を受けるには審査が存在するため、作品の多様性が損なわれるのではないか」「IP 保有などの応募要件があるため、補助金の活用を検討できるのは大手制作会社だけではないか」という現場の声も上がっている。

一方、製作や制作への直接的な資金支援だけでなく、人材育成の観点からの支援も存在する。経済産業省は 2025 年度まで、アクセラレーションプログラム「創風」を通じて、意欲と実力をもつ次世代クリエイターを支援していた。しかし、1 件あたりの上限額が 500 万円ということもあり、採択者は個人やチームが中心だった。現在のアニメ業界では、監督個人の才能に頼る時代から、スタジオとして再現性高く良作を生み出す体制をつくることが重要な時代に移行しつつあるとの指摘もあり、法人単位での挑戦が重要になる。26 年度からは「IP 新規創出支援（スタートアップ支援）」に加え、事業者向けの「IP 新規創出支援（新規 IP 企画支援）」も実施される予定であるため、本施策で法人ニーズに即した

※8　以降、経済産業省の 2026 年度以降の方針については、経済産業省「コンテンツ産業成長投資支援事業の概要 令和7年度補正予算」参照

多様な作品の挑戦を後押しする要件が組まれることが期待される。なお、文化庁も25年度まで「アニメーション人材育成調査研究事業」として制作費を拠出していたが、こちらはOJTによる技能継承の側面が強く、経済産業省の施策とは異なり、作品の商業的成功を主目的としたものではない。

最後に、制度・環境整備での対応である。まず資金調達の面では、経済産業省の委託事業として、大規模作品の制作に向けたファイナンスの仕組み（完成保証や価値評価によるデッドファイナンスなど）の基盤整備が予定されている。直接的な資金支援だけでなく、こうした土台を整えることで、民間投資をさらに加速させる狙いがある。加えて、取引・就業環境の適正化も進められている。公正取引委員会が2025年12月に「アニメの制作現場におけるクリエイターの取引環境に係る実態調査報告書」を公表し、是正に向けた指針を策定すると発表しているほか、経済産業省も「就業環境整備」を委託事業として予定している。こうした関係機関の連携により、制作会社に利益が適切に還元されにくい構造的課題の改善が目指される。

このように、日本では、直接的な資金支援と制度・環境整備の検討・改善・拡充が進められる段階にある。しかし、これらの支援策を俯瞰（ふかん）すると、その重心が海外展開を前提とした作品に置かれており、その源泉となるべき多様なオリジナル作品への挑戦を支える基盤支援が相対的に手薄であるという構造的な課題が見えてくる。したがって、海外展開想定の大規模作品を作る施策を機能させるためにも、その萌芽（ほうが）となるIPを生み出すべく、オリジナル作品を含む制作会社の多様な挑戦を可能にする資金環境を整備する施策がより重要であると考えられる。

3） 海外におけるコンテンツ産業支援策

海外では、制作会社による自主制作や人材確保を可能にするための資金環境を整備する施策が、日本より先行して機能している。こうした施策は、資金確保と支出削減の二つに大別される。

ここでの資金確保とは、制作の元手となる資金を、融資や民間投資で外部から調達しやすくする「攻めの資金調達」を促す施策を指す。日本においては、アニメ産業以外の企業にとってアニメ作品の売り上げ見通しは不確実性が高く、製作委員会の参画企業として出資を行うことは、総じてリスクが大きい。加えて、仮に作品のヒットが一定程度見込める場合であっても、収益の中心はグッズ化や配信などの二次利用であり、一次利用によるリターンでは出資額に見合わない。結果として、製作委員会への出資主体は、テレビ局や広告代理店など、当該産業と関係の深い事業者に偏在しやすい。これに対し欧米では、作品が未完成に終わるリスクを引き受ける完成保証会社を整備する仕組みや、銀行・政府機関などが作品の事業価値を評価する仕組みが存在する。これらを背景として、企画段階で作品完成後の配給を約束するプリセールス契約を締結し、当該契約を担保として金融機関から借り入れを行うことが可能となっている。このデッドファイナンスにより、日本よりも多額の制作資金を確保しやすい環境が形成されている。さらに、資金調達手法の多様化にとどまらず、出資そのものを直接的に促進する施策も講じられている。たとえばフランスでは、動画配信事業者に対し、売り上げの一定割合を、フランス語作品の制作などに投資することを義務付けている。この制度は、投資対象範囲を限定する一方で、具体的な投資先は各社が選択できるため、産業全体の資金供給を拡大しながら、各社の意思決定を担保するバランスのとれた制度設計となっている。加えて、企業のみならず個人投資家に対しても、専門のファンドを通じて映画やアニメに出資することで、所得税の大幅な税額控除を付与する制度が設けられている。

一方、支出削減とは、制作過程で発生した費用に対し、補助金や税制優遇によって負担を軽減する「守りのコスト管理」を支える仕組みを指す。日本にお

図表 4　制作会社に対する支援策の分類

分類		概要	具体例
攻めの資金調達	デッドファイナンスを可能にする制度設計	完成保証会社や作品の事業価値評価などの仕組みを整備することで、制作会社が制作・公開予定の作品に対する融資を可能にする。	日本で検討開始 (米国・韓国)
	税制優遇を活用した個人の投資促進	個人投資家が専門のファンドを通じて映画やアニメに出資することで、個人投資家に対して所得税の大幅な税額控除を付与する。	日本で実施なし SOFICA(フランス)
	再投資義務	特定の業界・業種の企業に対して、売り上げなどの一定割合を国内で制作される映画などに投資することを義務付ける。	日本で実施なし Décret relatif aux services de médias audiovisuels à la demande(フランス)
守りのコスト管理	補助金	予算の範囲内で公募を行い、審査によって選定された作品にのみ資金を交付する。	日本で実施あり クリエイター・事業者支援事業費補助金(日本)
	税制優遇・支出控除	所定の要件を満たすすべての作品に対して、自動的に制作費の一部を還付または控除する。	日本で実施なし Audio-Visual Expenditure Credits(英国)

出所）NRI 作成

いても、大型作品に限らず小規模作品を対象とする補助金制度が複数存在している。これらの補助金制度は、国の政策目的に沿って募集要項が詳細に設計され、厳正な審査を経て支援可否が決定されるため、個別案件を確実に後押しする「点の支援」として有効である。他方で、採択の可否を事前に見通しにくいこと、申請から審査・採択までに一定の時間を要することなどの懸念も指摘される。これに対し海外では、英国の AVEC（Audio-Visual Expenditure Credits：視聴覚作品に対する支出控除）やフランスの C2I（国際的な制作に対する税額控除）など、所定の要件を満たす作品に対して支出額の一定割合を税額控除・還付する制度が整備されている。これらは、結果として制作側の支出負担が軽減される点では補助金と類似するものの、補助金よりも審査・適用プロセスが機械的であることから、制度適用の予測可能性が高く、制作会社および出資者が事前に資金計画を策定しやすい。さらに、予算事業としての枠に必ずしも依拠しないことから、継続的な支援を前提とした「面の支援」としても機能する。

こうした日本と海外の支援策の違いは、文化的背景や行政組織の構造の違いに由来するものもあるため、一概にまねすることが得策とは考えられない。しかし、海外の施策を参考に多様な支援の在り方を想定し、日本の文化や行政組織の構造にあわせて取り入れることは、検討の余地がある。

4　おわりに：アニメ産業の持続的な発展に向けた方向性

本稿では、世界的な市場拡大の裏で、日本のアニメ産業が制作会社発の IP 創出の機会を失い、長期的な競争力と多様性を失うという構造的な課題を明らかにした。IP の制作会社への非帰属、制作会社の資金的制約、そして市場における原作依存の加速が、アニメ独自の創造性を育む機会を奪い、クリエイターの成長や産業の自立性を阻害している。日本のアニメ産業が文化として、そして産業として持続的に発展するためには、制作会社が自ら IP を創出・保有し、その価値を最大化できる強い作り手となる環境を整備することが不可欠である。

この課題を克服するため、政府は海外展開を前提とした大規模作品への支援に偏重する現状を見直し、海外事例を参考に「攻めの資金調達」と「守りのコスト管理」を両輪とする多角的な資金環境整備を推進すべきである。具体的には、英国の AVEC のような予測可能性の高い税制優遇や支出額控除による面の支援を導入し、中小制作会社の経営予見

性を高めることが求められる。また、フランスのSOFICAに倣う民間投資促進策を通じて、熱心なファン層の資金をクリエイター支援へと還流させる仕組みも有効である。さらに、本稿では論じきれなかったが、IPの活用に長（た）けた人材の育成や制作会社とのマッチングなど、制作会社が持続的に収益を上げるための資金面以外での支援も今後求められていく。

これらの施策は、人気原作のアニメ化を否定するものではなく、短期的な収益を支える原作付き作品と、産業の未来を切り開くオリジナル作品が、健全なバランスで共存する豊かな文化産業を構築するための鍵である。本稿での分析と提言が、クリエイターがその才能を最大限に発揮し、日本の制作会社が世界市場でさらに輝くための一助となることを期待する。

（監修：毛利　一貴）

筆者

飴嶋　彩織（あめしま　さおり）
株式会社 野村総合研究所
社会システムコンサルティング部
コンサルタント
専門は、コンテンツ産業・政策、観光、データ活用など
E-mail: s-ameshima@nri.co.jp

関本　大勢（せきもと　たいせい）
株式会社 野村総合研究所
社会システムコンサルティング部
コンサルタント
専門は、公共・準公共分野におけるDX推進、公的資金の制度設計・管理など
E-mail: t2-sekimoto@nri.co.jp

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。すべての内容は日本の著作権法および国際条約により保護されています。
Copyright© 2026 Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. No reproduction or republication without written permission.