

ペロズレポート

PERO'S REPORT 2021

統合報告書 2021

東映アニメーション株式会社



CONTENTS



- 03 経営方針
- 05 組織概要
 - 05 プロフィール
 - 07 成長の軌跡と培ってきた力
 - 09 時代をリードした主な作品と今後の作品展開
 - 11 価値創造プロセス
 - 13 ビジネスモデル
 - 15 アニメーション制作のプロセス
 - 17 東映アニメーションの独自性ある制作プロセス
 - 19 研究開発“PEROs”
- 21 アニメーションの技術移転
- 22 実績
- 23 トップメッセージ
- 25 ガバナンス
- 26 重要なリスク
- 27 事業紹介
 - 27 映像製作・販売事業
 - 29 著作権事業
 - 30 関連事業



経営方針

中長期戦略

1

IP[※]増強

新規IP創出数の増強と
IPライフサイクルの長期化

※IP (Intellectual Property) :
映像・キャラクターの著作権や
商標権などの知的財産権

新規IP創出を加速するとともに、産み出した作品を自ら育成・発展させ、IPライフサイクルを長期化することで、作品ファンの親子二世代化・三世代化(エバーグリーン化)を目指します。



2

事業拡張

顧客接点の拡大と
IP当たり収益規模の伸張

これまでに当社が獲得してきた作品製作や権利運用のノウハウを活かし、既存ライセンス事業に加えて、IPの育成・発展に寄与する自社事業にも注力し、IP当たりの収益規模の最大化を目指します。



3

地域展開拡大

日本発IPの増強と
海外発IPの強化

国内市場から海外市場へとビジネスフィールドを一層拡大し、従来からの日本発IPの海外輸出をより強化するとともに、海外においては、ハリウッド・ビジネスへの参入、メジャースタジオとの連携によるグローバル・ビジネスを展開します。また欧州・中国市場では、現地製作の推進に取り組み、文化・規制などの事業障壁を乗り越え、世界に冠たる「東映アニメーションブランド」の確立を目指します。



4

製作能力の進化

IP別に目的特化した
製作体制構築と
2D/3D先端技術の統合

IP・顧客セグメント別の訴求ポイントを明確化するとともに、国内外の提携スタジオのノウハウ・人材ネットワークの有効化と最適化により、子どもから大人まで幅広いファンを魅了する作品を創作していきます。また、独自の演出・作画技法をはじめとする当社の伝統技術とCG・AIなどの革新技術を融合し、全く新たな映像表現(ジャパニメーション)を産み出す製作スタジオを目指します。

経営理念

世界の子どもたちに 「夢」と「希望」を提供する “創発企業”となる。

※“創発企業”とは、「想像力と工夫をもって、新たな作品やビジネスを創造・発信していく企業」を意味します。

当社グループでは、「IPを戦略の軸に据えたグローバル事業展開」をより一層強化し、持続的成長と中長期的な企業価値向上を目指します。日本最多・世界有数の作品数を有するアニメーション制作会社としての競争優位性を基盤に、魅力的でインパクトのある新たな作品を創作し、世界に届けることを梃子に、収益化の機会を限りなく広げていくことを最重要課題として掲げています。

東映アニメーションが認識している重要な外部環境

- コンテンツ世界市場の拡大予測 (2018年128兆円→2023年141兆円)
※METI「コンテンツの世界市場・日本市場の概観」令和2年2月
- デジタル技術の急速な発展
- 少子化、テレビ視聴率の低下、消費者ニーズの多様化
- 「生産性向上」の推進
- SDGsへの貢献など、サステナビリティの取組みの必要性

感動を世界へ...

会社情報

商号	東映アニメーション株式会社 (TOEI ANIMATION CO., LTD.)
設立	1948年(昭和23年)1月23日
創立	1956年(昭和31年)7月31日
所在地	〒164-0001 東京都中野区中野四丁目10番1号 中野セントラルパーク イースト5階
事業内容	アニメーションを製作し、その映像を各種メディアに販売、また同時にその著作権をもとに、著作権事業、関連事業を営んでいます。海外でも同様のビジネスを展開しています。
上場市場	JASDAQ
コード	4816
上場/公開日	2000年12月8日
資本金	2,867百万円(2021年3月末現在)
決算期	毎年3月31日
従業員数	[連結] 819名[単体] 526名(2021年3月末現在)
売上高	[連結] 51,595百万円(2021年3月期決算)

東映アニメーションは、創業以来、海外マーケットを重視して作品を販売してきました。1970年代後半にヨーロッパで、「UFOロボ グレンダイザー」「キャンディ・キャンディ」が大ヒットしたの続き、「ドラゴンボール」「聖闘士星矢」「美少女戦士セーラームーン」「デジモンアドベンチャー」「ワンピース」など、次々にヒット作品を世界中に送り出しています。国境を越えて全世界100カ国以上の国で放送されている当社の作品は、世界中のアニメファンの心を捉え続けてきました。近年は、配信権販売やアプリゲーム化権販売の拡大に力を入れています。



中国向け劇場上映用ポスター
劇場版
「ONE PIECE STAMPEDE」



北米向け劇場上映用ポスター
「ドラゴンボール超 ブロリー」

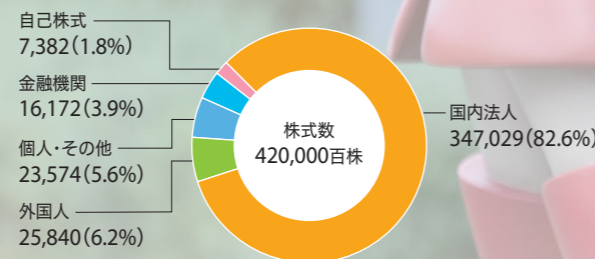
株式の状況 (2021年3月31日現在)

発行済み株式総数	42,000,000株
株主数	7,360名

大株主 (上位10社およびその状況)

株主名	持株数 (百株)	持株比率 (%)
東映株式会社	141,000	33.6%
株式会社テレビ朝日	82,509	19.6%
株式会社バンダイナムコホールディングス	45,372	10.8%
株式会社フジ・メディア・ホールディングス	42,300	10.1%
東映ビデオ株式会社	13,647	3.2%
JP MORGAN CHASE BANK 380815	11,211	2.7%
東映ラボ・テック株式会社	10,500	2.5%
みずほ信託銀行株式会社 退職給付信託 ソニー株003口 再信託受託者 株式会社日本カストディ銀行	7,800	1.9%
株式会社ソニー・ピクチャーズエンタテインメント	7,800	1.9%
東映アニメーション株式会社	7,382	1.8%

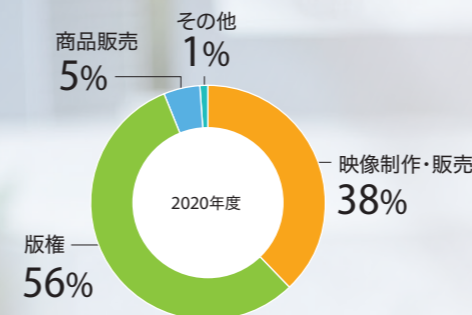
所有者別株式分布状況 (単位: 百株)



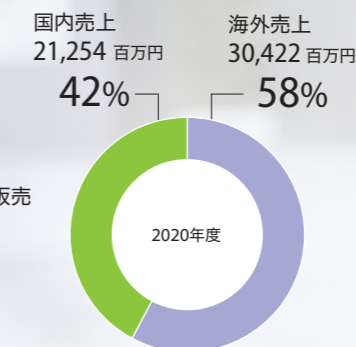
海外拠点

- TOEI ANIMATION INCORPORATED (アメリカ)
- TOEI ANIMATION EUROPE S.A.S. (フランス)
- TOEI ANIMATION ENTERPRISES LIMITED (香港)
- TOEI ANIMATION (SHANGHAI) CO., LTD. (上海)
- TOEI ANIMATION PHILS., INC. (フィリピン)

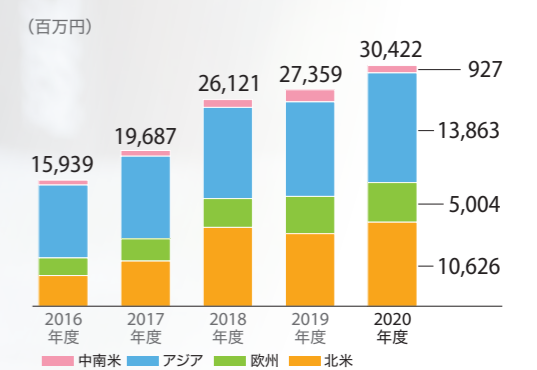
事業展開 (2021年3月31日現在)



国内・海外売上構成比



海外地域別売上高推移



成長の軌跡と培ってきた力

培ってきた力

世界に誇る企画製作力 ヒットメーカーとして 魅力あるコンテンツを創造

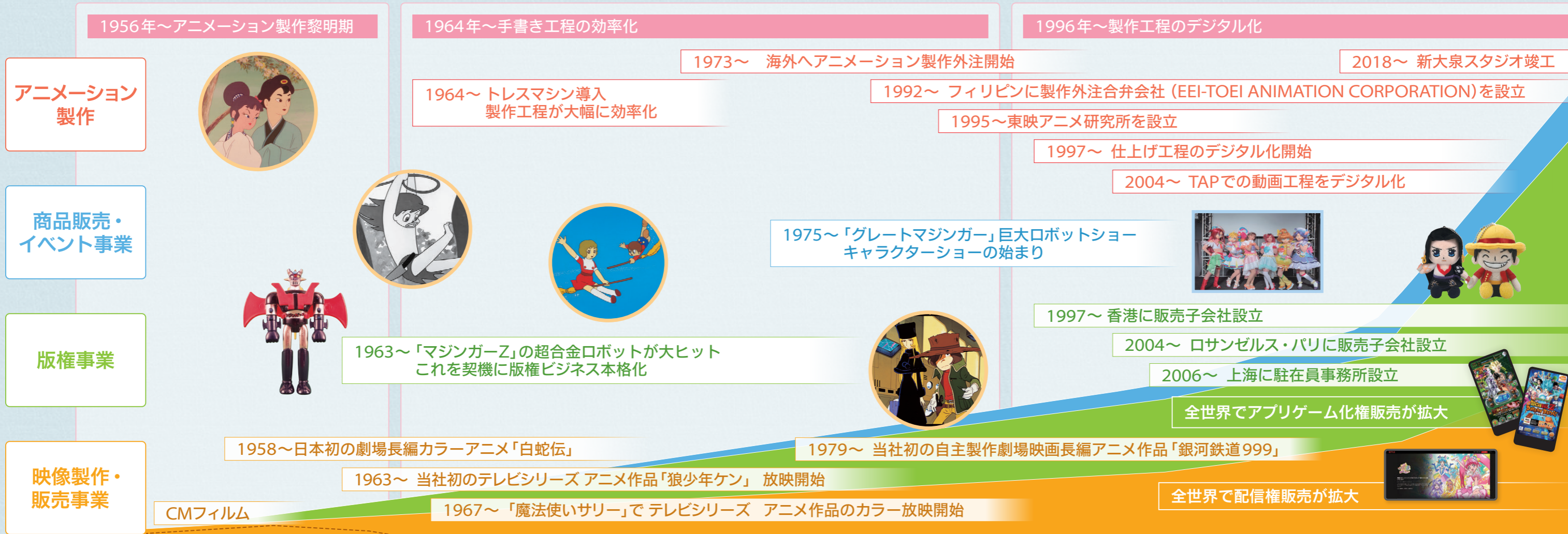
- 半世紀以上にわたる歴史に蓄積された製作ノウハウ
- フルデジタル対応可能な製作工程
- 2D/3D技術融合による先端的な映像表現

比類なき営業力・展開力 保有する豊富なコンテンツを多方面で 積極展開

- 劇場作品253本、テレビ作品228作品、総話数約13,000話にのぼる日本最多・世界有数の作品数
- キャラクタービジネスのトップランナー
- 保有する世界有数のコンテンツ全てをデジタル化

世界を翔けるアニメーション 世界に誇る日本の代表作品を世界規模で展開する力

- アメリカ、フランス、香港、上海に現地法人、フィリピンに製作拠点を設置し、日本を含めた6拠点体制を確立
- 豊富な経験と実績に裏付けられた海外事業ノウハウ
- よりグローバルな作品展開を実現する海外企業との共同製作体制



売上高推移イメージ ----- CMフィルム ■ 映像製作・販売事業 ■ 著作権事業 ■ 商品販売・イベント事業

1956年～1962年 「東映動画」 誕生	1963年～1971年 テレビアニメへの 進出	1972年～1980年 アニメビジネスの 開花	1981年～1994年 広がる メディアミックス	1995年～2006年 世界の 「TOEI ANIMATION」へ	2006年～ 映像・通信技術発展を 追い風に業容拡大
-----------------------------	-------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	---	----------------------------------

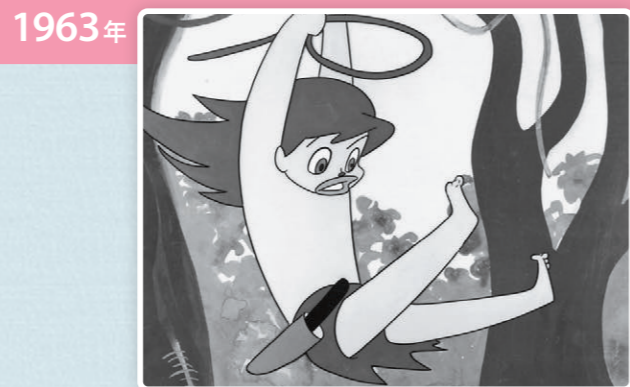
1956年～1997年 東映動画

1998年～東映アニメーション

時代をリードした主な作品と今後の作品展開



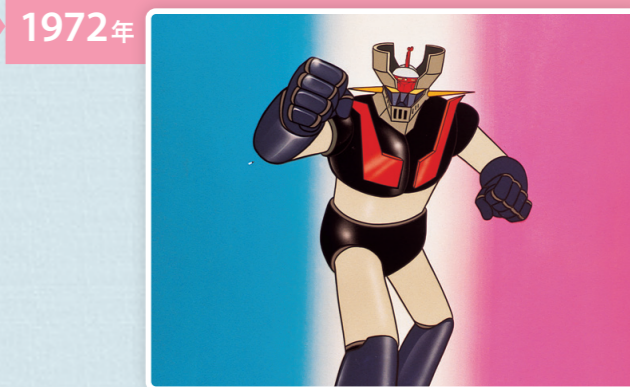
1958年
白蛇伝
 日本初のフルカラー長編アニメ映画



1963年
狼少年ケン
 当社初のテレビシリーズアニメ



1966年
魔法使いサリー
 日本初の女の子向けアニメ



1972年
マジンガーZ
 巨大ロボットアニメの金字塔
 玩具などアニメビジネスの元祖



1975年
UFOロボ グレンダイザー
 海外市場初の大ヒット(フランス・イタリアなど)



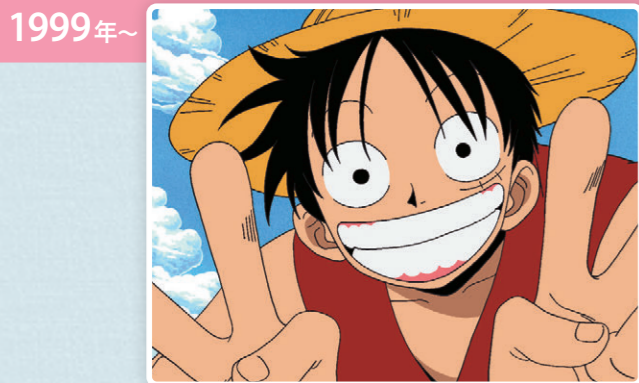
1986年
ドラゴンボール



1992年
美少女戦士セーラームーン



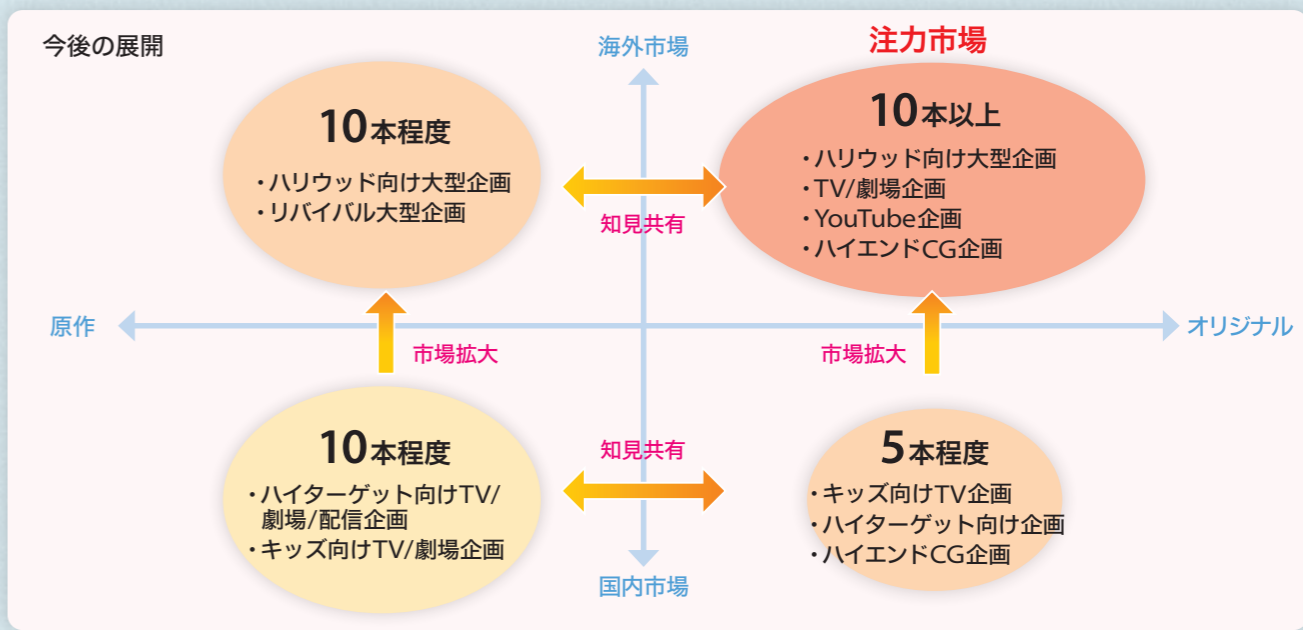
1999年
デジモンアドベンチャー
 全世界60カ国以上で放映されメガヒット



1999年~
ワンピース



2004年~
プリキュア
 女の子向けの大人気シリーズ



東映アニメーションは、半世紀以上にわたる歴史により蓄積された製作のノウハウを有しています。誕生当時から、「東洋のディズニーを目指す」というスローガンのもとアニメーション製作を開始し、世界の人々を魅了する数多くのコンテンツを創出してきました。その結果として、当社は、「子ども向け漫画原作×テレビ×玩具」を強みに持つワンソース・マルチユースのアニメーション製作のリーダーとなりました。成長の基盤となったのは、企画、製作、営業の三位一体運営に基づくワンストップのアニメーション製作プロセスです。これにより、アニメーション製作に必要な全てのファンクションを自社内に持つことができています。

今、私たちは、少子化やテレビ視聴率の低下、消費者ニーズの多様化といった事業環境の大きな変化に直面しています。こうした大きな変化にあっても、ワンストップのアニメーション製作プロセスは、スピード感あるポートフォリオ変革を可能とします。今後は、「IPを戦略の軸に据えたグローバル事業展開」をより一層強化し、持続的成長と中長期的な企業価値向上を目指します。

培ってきた力

世界に誇る企画製作力 ヒットメーカーとして 魅力あるコンテンツを創造

- 半世紀以上にわたる歴史に蓄積された製作ノウハウ
- フルデジタル対応可能な製作工程
- 2D/3D技術融合による先端的な映像表現

比類なき営業力・展開力

保有する豊富なコンテンツを 多方面で積極展開

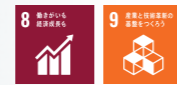
- 劇場作品253本、テレビ作品228作品、総話数約13,000話にのぼる日本最多・世界有数の作品数
- キャラクタービジネスのトップランナー
- 保有する世界有数のコンテンツ全てをデジタル化

世界を翔けるアニメーション

世界に誇る日本の代表作品を 世界規模で展開する力

- アメリカ、フランス、香港、上海に現地法人、フィリピンに製作拠点を設置し、日本を含めた6拠点体制を確立
- 豊富な経験と実績に裏付けられた海外事業ノウハウ
- よりグローバルな作品展開を実現する海外企業との共同製作体制

ビジネスモデル



企画、製作、営業の三位一体運営による
ワンストップ型総合アニメーション製作会社



インプット

アウトカム

生み出している価値



世界の人々を魅了するコンテンツ

映画 253本
テレビ作品 228作品
総話数 約13,000話

アニメーションを通じた国際交流

放映国 100カ国以上
世界拠点数 5カ所
(アメリカ、フランス、香港、上海、フィリピン)

アニメーション製作の
プロフェッショナル人材
クリエイター 約750名

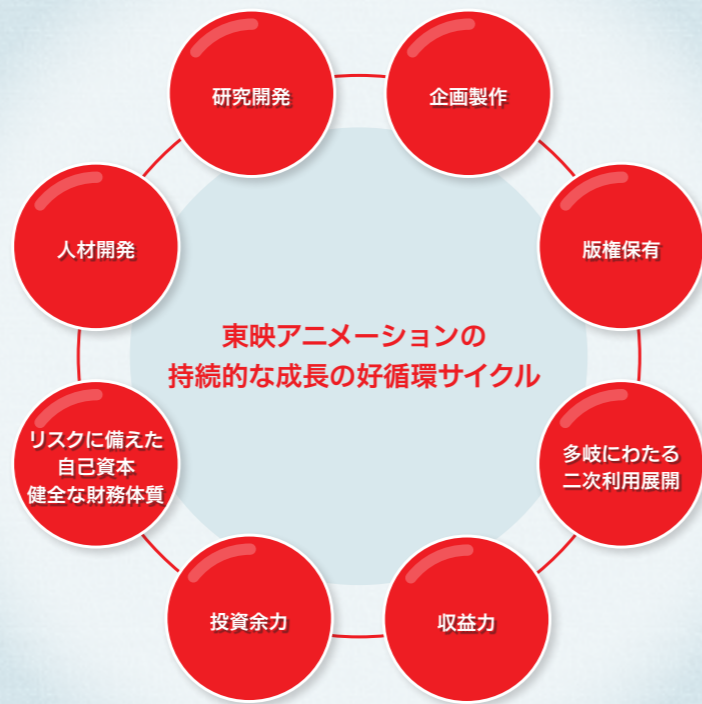
健全な財務体質・高い収益性

売上高 51,595百万円
自己資本比率 80.7%
ROE 13.9%
EPS 270.62円

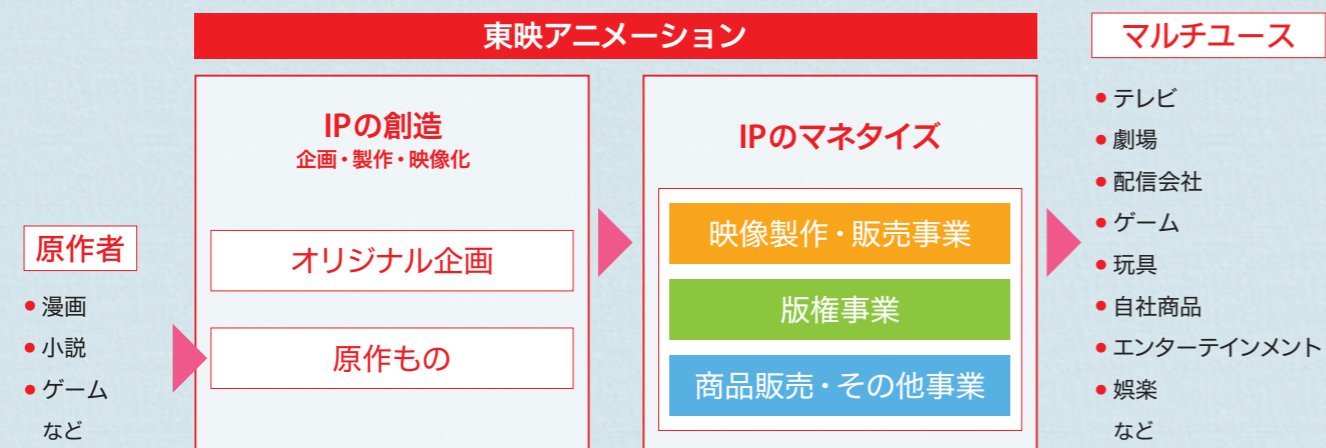
企画、製作、営業の三位一体運営による ワンストップ型総合アニメーション制作会社

東映アニメーションは、企画・製作から二次利用まで幅広い展開を行っている、ワンストップ型総合アニメーション制作会社です。アニメーション製作に必要な全てのファンクションはもちろんのこと、著作権ビジネスのノウハウ、二次利用展開力、収益性と投資管理、そして健全な財務体質といった、ビジネス全般の力も備わっています。

当社が有するこの総合力は、クリエイター、スポンサー、視聴者などの多様なステークホルダーのニーズを考慮した作品作りや、著作権から二次利用展開(マルチユース)を図り、作品を成長させて収益を拡大させることを可能とします。この収益力は、企画製作、そして、その担い手である人材開発への投資資金力に直結する重要な要素です。少子化、テレビ視聴率の低下、消費者ニーズの多様化など、事業環境が大きく変化する中、積極的に新規作品企画・研究開発を行っており、投資資金力の重要性は高まっています。当社は、企画・製作投資が先行するビジネスモデルです。リスクに備えた適正な自己資本水準と健全な財務体質の維持が重要となります。新規作品企画・研究開発の積極展開に伴い、その重要性はさらに増しています。



東映アニメーションは、映像製作力を有するコンテンツホルダーです



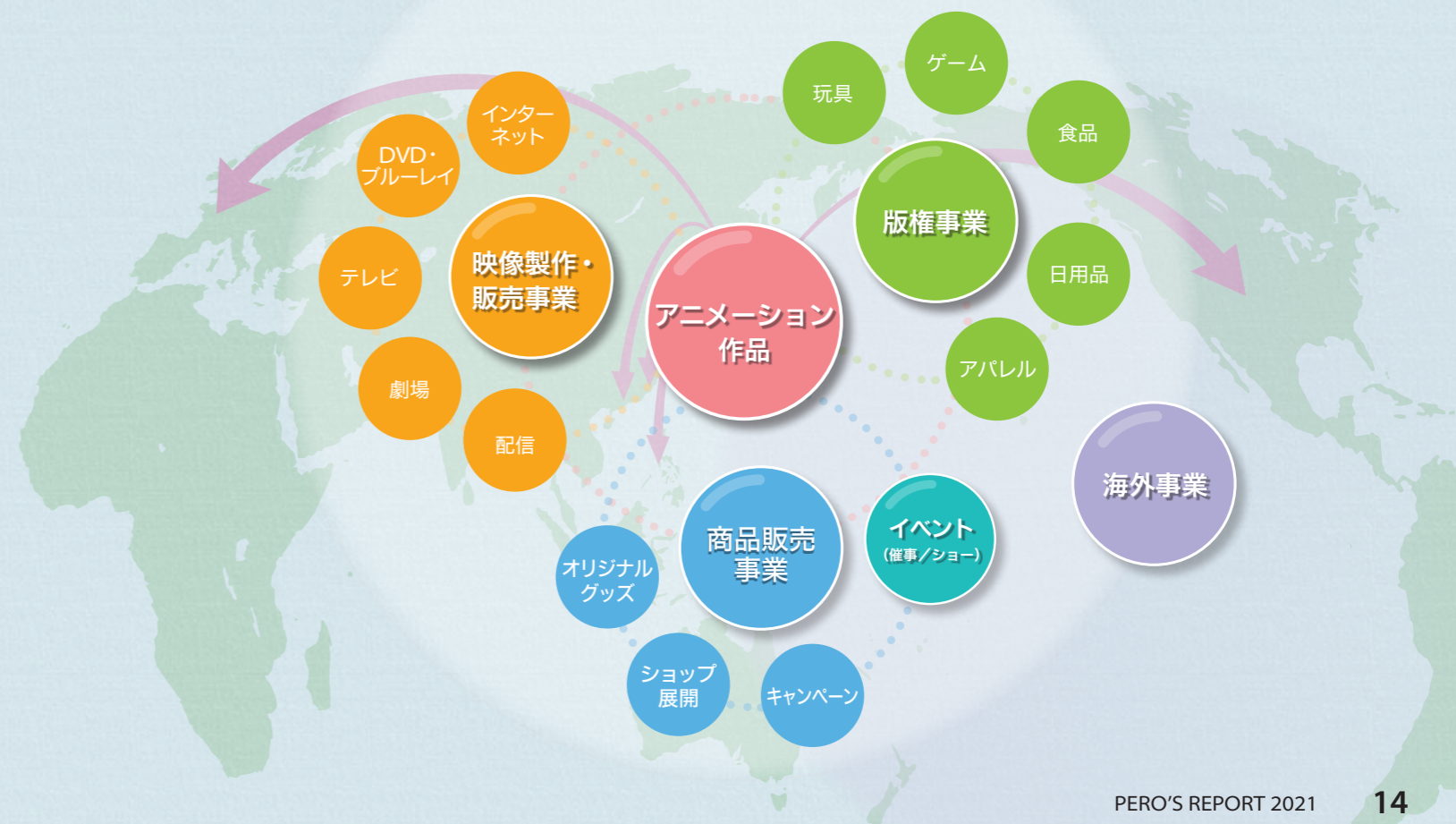
東映アニメーションの事業

東映アニメーションの営業部門は、映像製作・販売事業、著作権事業、商品販売・イベント事業に分けられます。

実績：2021年3月期、金額単位：百万円

セグメント	映像製作・販売事業	著作権事業	商品販売事業	イベント事業
事業内容	テレビ放送・劇場公開・DVD化・映像配信など	玩具・アパレル・文房具などのキャラクターグッズやアプリゲームなどの展開、キャンペーンなど (作品やキャラクターを使用する権利を各種メーカーに許諾して行う)	オリジナル商品の企画開発やショップ展開	着ぐるみショーやミュージカルなどの各種イベントの企画運営
売上高/構成比	19,766 (38%)	28,997 (56%)	2,466 (5%)	446 (1%)
成長率(2016年比)	141%	210%	53%	34%
従業員数(名)	756	42	9	12

東映アニメーションが展開する映像製作・販売事業、著作権事業、商品販売・イベント事業は、ワンソース・マルチユースの基本の上に成り立っています。



アニメーション製作のプロセス

東映アニメーションは年間約250本もの作品を製作しています。それはスタッフ一人ひとりに作品に対するアツい想いがなければ決して叶えることはできません。ここでは、当社の誇る製作工程をご紹介します。



A 企画

作品のテーマ、ターゲット層、展開するメディア、公開後の展開などを企画書に落とし込みます。

1



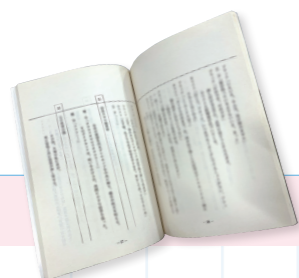
企画構成

作品のテーマやねらい、全体の構成、作品に登場するキャラクターやアイテムのデザイン、設定などを決定。それだけでなく、予算の決定やビジネススキームの構築も検討し、放映に向けたプロジェクトの骨子を固めます。

2

シナリオ

作品の企画意図などをもとに、物語を文章化します。原作のある作品であっても、企画意図をもとに再構成する場合があります。



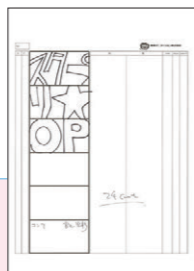
B 製作

製作準備が整うと、いよいよ製作の工程へと進みます。テレビシリーズ1話当たりの作画枚数は平均3,000~4,500枚で、作品や話数によってはさらに枚数が増えることも。スタッフ一人ひとりがチームとして一致団結し、アニメーションを製作します。

3

絵コンテ

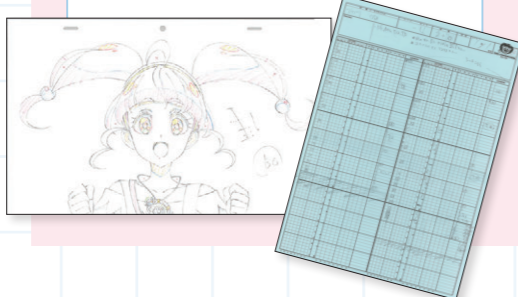
シナリオをもとに、演出方法などを各スタッフに伝えるために、作品の設計図とも言える説明用の絵を描きます。



4

原画

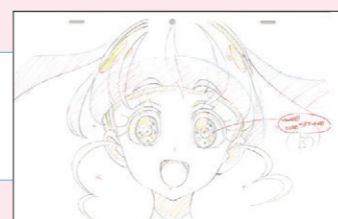
絵コンテをもとに場面ごとに構図を決め、キャラクターの芝居やアクションの要となる絵(原画)を描きます。



5

色指定

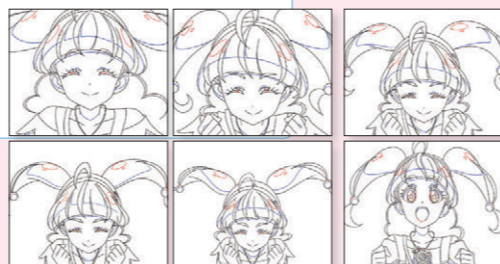
キャラクターやアイテムなどの基準となる色を決めます。



6

動画

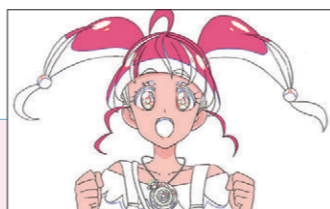
原画と原画の間の動きを表現する絵(動画)を描きます。



7

彩色

色の塗られていない動画に、色指定で決められた色を塗ります。



8

特殊効果

光や影などをつけたり、質感を増したりして絵を仕上げます。

9

背景

キャラクターの後ろにある背景を描きます。



10

CG

CGを使って、さらに緻密でクオリティの高い絵を描きます。

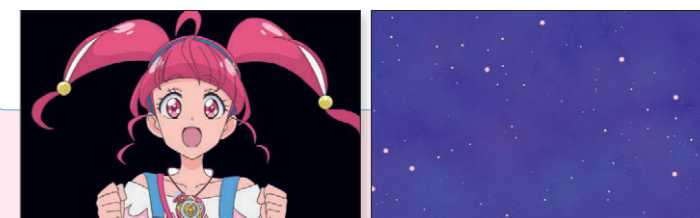
C 編集

製作された映像を編集し、作品としての最終的な仕上げを行います。これを経て、テレビ放映や劇場公開が行われます。

11

撮影

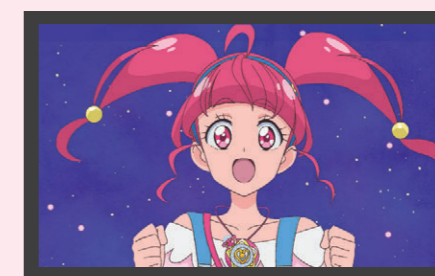
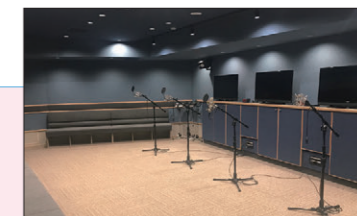
彩色した動画と背景、CGをコンピューター上でひとつの絵に合成して映像にします。



12

録音・編集

でき上がった映像を物語の順番につないで、セリフや効果音、BGMを入れます。



東映アニメーションの独自性ある製作プロセス

東映アニメーションは、「制作」ではなく「製作」を使います



映像業界では、

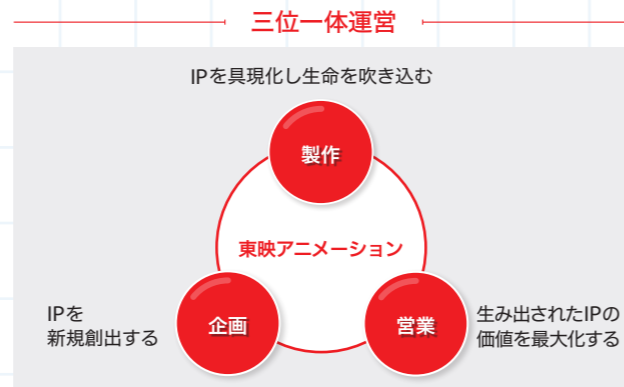
「制作」：映像を実際に作ること

「製作」：映像の企画・出資・制作・宣伝・興行などビジネス全般

というように使い分けされることが多く、アニメーション業界では、一般的に「制作部、制作工程、制作進行」といいますが、当社では、伝統的に映像にかかわるビジネス全般を行っていたことから、「制作」ではなく、「製作」を使っています。

当社にとってのビジネス全般とは、企画、製作、営業の三位一体運営に基づく、ワンストップのアニメーション製作です。クリエイターには作りたい映像があり、スポンサーであるクライアントには、視聴者の思いを取り込み、二次利用などで作品の幅を広げたいという目的があります。私たちの三位一体運営に基づくワンストップのアニメーション製作は、こうしたステークホルダーの多様なニーズ

を企画の段階から取り込むことを可能とし、製作、営業との連携プレーで、アニメーション作品をビジネスの成功へと導きます。



作品の製作工程の管理を行う製作職^{*}は、いい作品作りのキーパーソンです

製作職は、自分自身が絵を描いたり、演出をしたりするわけではありません。クリエイターの得意なこと、やりたいこと、どのような人かを知り、その人にどういう仕事をしてもらえばいいか？ということを考え、個々のクリエイターの最高の力を引き出すために「段取る」ことで、いい作

品を作っていく仕事です。経験を積むと、作品全体の進捗、スタッフ編成、予算など、製作現場の全般の管理を担当します。QCD(クオリティ・おカネ・スケジュール)という相反する要素を調整し、バランスをとることが重要です。

※製作担当、製作進行など

製作職に求められること

- 1 製作工程の全体を知る
- 2 各工程にかかわるスタッフを知る
- 3 各工程のスケジュールを知る
- 4 各工程のおカネの流れを知る
- 5 各クリエイターの最高の力を引き出すために「段取る」

QCDバランス

Q	Quality (クオリティ)	クリエイターの特性を把握した上で、どの人に、どの仕事を依頼するかという「適材適所」のスタッフ編成を通じて、作品のクオリティを上げる
C	Cost (おカネ)	作品全体の予算の中で、それぞれの工程(例:作画、美術、CGなど)にいくらかおカネをかけるか、どの工程に重点的におカネをかけるか、のメリハリをつける
D	Delivery (スケジュール)	いつまでに工程全体を終了し、納品するのか。それぞれの工程にどれくらいの時間を割くか。スケジュール変更時にどの部分で調整するか?

長期シリーズ作品を作り続けるための、東映アニメーションならではの製作工程や職種があります

演出(各話演出)とシリーズディレクター(監督)の役割

各話の演出(各話演出)は、各話に責任を持ち、実質的には各話の「監督」として、どのように話を作っていくかということを考える役割です。東映アニメーションは、各話演出の権限・自由度が高い特徴があります。

テレビシリーズ(通年作品:約50話)の全体を統括するのが、シリーズディレクター(SD)です。SDは各話のつながりを意識し、作品全体をどう面白くしていくかを考えていく取りまとめ役で、他社でいうところの「監督」です。

各話演出は1話ごとの面白さ、SDは全体の面白さを追求するため、考えの違いにより調整が必要になることもあります。

音響監督はいません

当社では、各話演出が各話に全ての責任を持つという考えで製作を行うため、音響についても演出が差配しています。ただし、作品によっては音響監督を置くこともあります。

アニメーション業界唯一の「記録」(スクリプター:scripter)

アニメーション業界においては、当社だけに存在する職種です。「記録」とは、映画の撮影現場において、撮影シーンの様子や内容を記録・管理する仕事です。実写映画から派生した東映動画(現:東映アニメーション)にも引き継がれました。主な仕事は、ポストプロダクション(編集、アフレコ、ダビング)におけるリテイク表の作成、アフレコ時に変更されたセリフ等の記録などで、美術進行、仕上進行と同様、製作進行が効率的に話数を担当するための仕組みのひとつです。

製作進行の他に、美術進行、仕上進行がいます

当社には、創立当初から、社内に美術部門、仕上^{*}部門があり、美術、仕上の社内スタッフや社外プロダクションとの直接のやりとりは、美術進行、仕上進行が行っています。製作進行と美術進行、仕上進行が協力することにより、製作進行は複数話数を同時並行で担当することができ、通年放映(約50話)の作品を複数並行して、時には数年にわたって、効率的に製作することができます。

※「仕上(しあげ)」とは、動画に色を塗る「彩色」の工程のこと

「視聴者の喜ぶ姿に喜びを感じる」という価値観がいい作品の源泉です

当社には、「作品を作る人」に憧れて入社した人と、「作品」に憧れて入社した人の2つの「憧れ」が存在します。その2つの憧れは、長い歴史が育んできたアニメーション製作の豊富な経験を有するベテラン人材と、世界で通用するアニメーション作品(圧倒的なブランド力)から生み出されています。そして、その源泉となっているのは、「視聴者の喜ぶ姿に喜びを感じる」という、創業から受け継がれてきた、当社の大切な価値観です。

当社は、視聴者の反応をSNSや視聴率などからダイレクトに取ったり、劇場へ行って子どもたちの笑顔を確認したりして、視聴者が喜んでくれているかどうかをチェックし、継続的な改善を行っています。

創業から現在に至るまで、この姿勢を貫き通してきました。当社の特徴である三位一体運営によるワンストップのアニメーション製作プロセスがうまく機能するためには、この価値観は欠かせない大切なものなのです。

“PEROs”

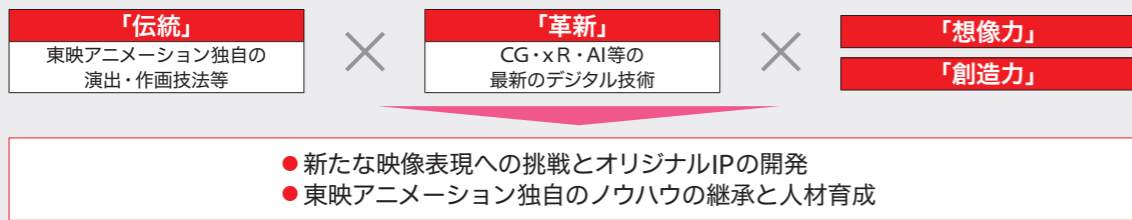
コロナ禍における 地方創生映像に挑んだ『URVAN(ウルヴァン)』

『URVAN』は、新規IP開発や人材育成など多くのミッションを掲げて制作されたショートアニメです。地方創生をテーマとしており、本編には舞台となった長崎県佐世保市の風景が多数登場します。佐世保の街並みをアニメ調で描いただけでなく、近未来的なサイバーパンク調で表現した背景美術が大きな特徴です。また、ユニークな試みのひとつに、AI技術を用いて背景美術の制作工程を効率化した点があります。実現したのは、大泉スタジオにおける試作開発と実験的研究の“PEROs”です。

PEROsとは

Prototyping and Experimental Research in Oizumi Studio

大泉スタジオにおける試作開発と実験的研究



本作は、コロナ禍によって現地でのロケハンが不可能だったため、連携元の長崎国際大学の学生さんに「自分が見せたい佐世保」というテーマで写真の撮影を依頼し、その写真と地図を見比べながら、梅澤淳稔監督が絵コンテを手がけました。通常は、絵コンテをもとにアニメーターがレイアウトを描きますが、『URVAN』では、絵コンテに合わせて写真原図を作成しました。サイバーパンク調の色合いを統一するためにカラースクリプトも用意。写真原図とカラースクリプトを合わせて、作画、背景、CGのセクション

に渡すことで、各工程の作業開始が早くなり、レイアウト以降の工程を同時進行することが可能になりました。背景制作には、株式会社 Preferred Networks (PFN) が開発した背景美術制作支援ツール「Scenify(シーニファイ)」を使用しました。Scenifyは、画像変換およびセグメンテーション技術を応用し、実写写真を素材として、さまざまな画風の背景素材を生成する機能をもっています。本作では、Scenifyを活用することで、美術クリエイターが画像の前処理工程に要する時間を大幅に短縮できました。

“課題”に対するクリエイティブアイデアでの答え方

会社としての課題、本案件特有の課題、社会状況の課題に対して、クリエイティブアイデアによって、“答え”を創出。

課題①	PEROs	新規IP開発	大泉スタジオ発のIP開発
		人材育成	若手育成、技術継承
課題②	本案件特有	地方創生	佐世保の新たな魅力の発信
		産学共同	長崎国際大学との連携
課題③		コロナ禍	移動制限、リモートワーク

- 佐世保を舞台にした「サイバーパンクアクション」
- 佐世保の風景を「より尖って、映える」ように見せる/魅せる
- 長崎国際大学の学生が撮影した写真から背景美術を作成



『URVAN』

制作工程では、最初に美術クリエイターが写真素材の色味を整えてから、Scenifyがアニメ調に自動変換。素材から物体を切り出すBOOK分け(ブックわけ)の自動化や、完成素材に残してはいけないものを自動で塗り潰す機能も搭載されています。対象の写真や表現手法により効果は異なりますが、本作では画像の前処理工程にかかる作業時間を1/6(※)に短縮しました。※利用効果は対象となる写真、表現手法で変化します。

その後、美術クリエイターがレタッチ作業を加えてアニメ調の背景美術を完成させました。そこから色彩の変換やエフェクトを加えてサイバーパンク調の背景ができ上がります。Scenifyによって作業負担を軽減したことで、クリエイティブの自由度や振幅の大きいサイバーパンク調の制作に、より多くの時間をあてることが可能となりました。

2021年3月13日に一般社団法人日本アニメーター・演出協会が開催した「アニメーション・クリエイティブ・テクノロジー・フォーラム」(ACTF)にて、『URVAN』の事例紹介

がなされました。そこで、深瀬晋太郎プロデューサーは、「今後も、Scenifyを活用できそうという感触は掴んでいます。実践投入も視野に入れていますが、作品を選ぶツールのため、現代を舞台にしたタイトルでScenifyと相性のいい作品に使いたいと思います」と語りました。

また、深瀬プロデューサーは、「今後のコンテンツ作りにはITやテックに強い人材が必要になります。ただ、現在は、文系・理系の垣根がなくなってきていると感じています。例えば、自分自身、文系出身ながらIT企業に勤めていたことがあります。重要なことは、CGと作画が融合していく中で、お互いの言葉を理解し、良いものを作るというひとつの目標に向かってビジョンを持つことです」とコメントし、「監督の梅澤は1981年に東映アニメーションに入社して、40年もの経験を重ねてきました。そういったベテランたちが多く在籍していることも当社の強みです」と追加しました。

本プロジェクトの取組み

(1) 長崎国際大学、佐世保市など地域との連携

- ・地元の自治体および大学と連携し、コロナ禍で佐世保の魅力アピールを行った



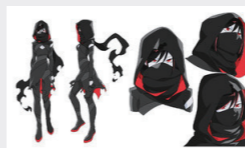
(2) AIを使用した背景処理

- ・デジタル推進室と美術課がPFN社と開発した背景美術制作支援ツール「Scenify」の活用を行い、背景美術の約2/3に使用



(3) 新たな才能の発掘・育成

- ・メインスタッフ(演出、キャラクターデザイン、作画監督、美術監督、色彩設計)には若手スタッフを多数起用
- ・動画スタッフの原画デビュー



(4) 編集作業はオンラインで実施

- ・ソニーPCL社が提供する「リモートプレビューシステム」を利用



アニメーションの技術移転

サウジアラビアの コンテンツ産業の育成・振興と 雇用創出に貢献します

東映アニメーションは、2017年にサウジアラビアのアニメーション制作会社「マンガプロダクションズ」とアニメコンテンツ共同制作についての協定を交わし、複数の共同制作作品を生み出しています。2021年はサウジアラビア初の長編アニメ映画「ジャーニー 太古アラビア半島での奇跡と戦いの物語」が完成、グローバル公開を開始します。

本作は、古代のアラビア半島を舞台に、主人公アウスラメッカの民が、侵略者アブラハに立ち向かい、「自分と仲間たちを信じる力」で未来を切り拓いていく姿を、ヒューマンドラマとアクションにあふれたエンターテインメントとして描き出すアニメーション作品です。制作は、東京とサウジアラビアの首都リヤドの両都市で行われました。映画の基本構成とコンセプトをマンガプロダクションズが手がけ、プロデューサー、アーティスト、作家のチームが、アラビア半島の文化と信念を作品の中核へと反映。それを受け、当社が制作を行いました。

マンガプロダクションズは、サウジアラビアのムハンマド・ビン・サルマン皇太子が設立した「ミスク財団」の子会社であり、ゲームやアニメ、マンガなどポップカルチャービジネスが事業の中核です。2017年11月にミスク財団と当社でアニメの共同制作を発表してからこれまで、20分のアニメ「キコリと宝物」、全13話のアニメシリーズ「アサティール 未来の昔ばなし」など複数作品を共同制作してきました。

共同制作を通じて、積極的な文化交流も行われています。「ジャーニー」の制作では、サウジアラビアからインターン生を当社に受け入れました。

今後も当社がサウジアラビアでのコンテンツ産業育成に寄与することで、現地での雇用増加につながるよう、文化交流を深めていきます。

「ジャーニー」のトレーラーは、2021年3月1日からオンラインにて開催された「第71回ベルリン国際映画祭」と合わせて公開されました。

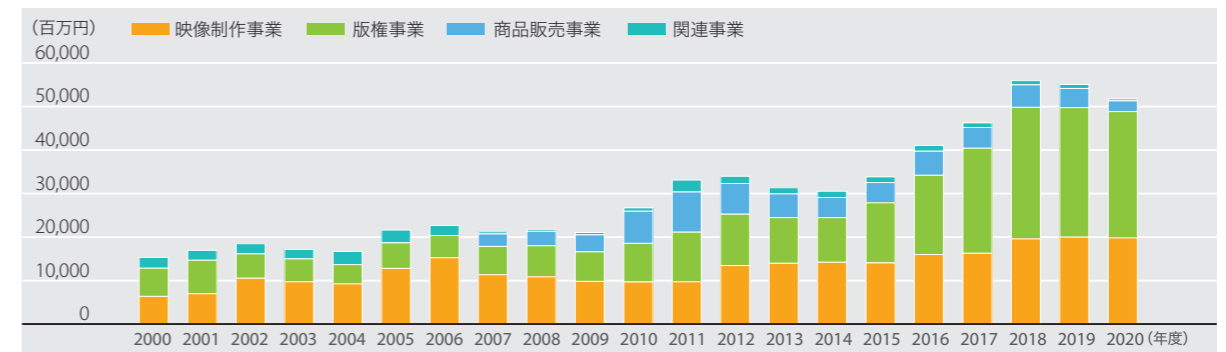
同映画の予告編は、YouTubeなどの動画配信プラットフォームのほか、中東で広く展開するシネコンである「VOXシネマズ」のスクリーンでも上映されています。

本編は、2021年6月17日からはサウジアラビア、6月25日より東京・新宿バルト9、大阪・梅田ブルク7で上映予定です。さらに、中東・北アフリカ地域でも順次上映を予定しています。

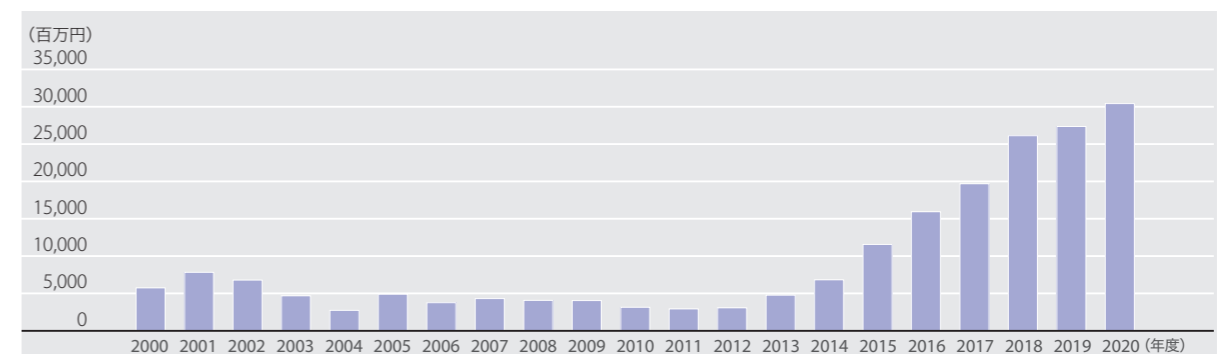


実績

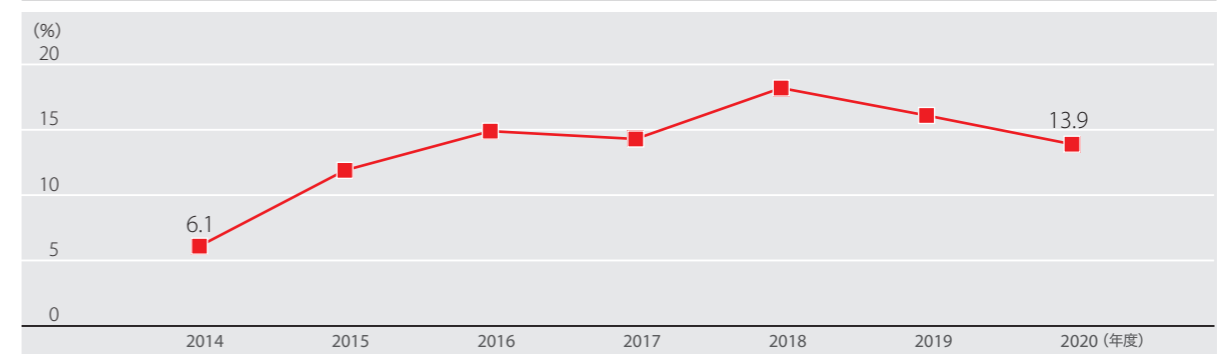
■ 売上高の推移



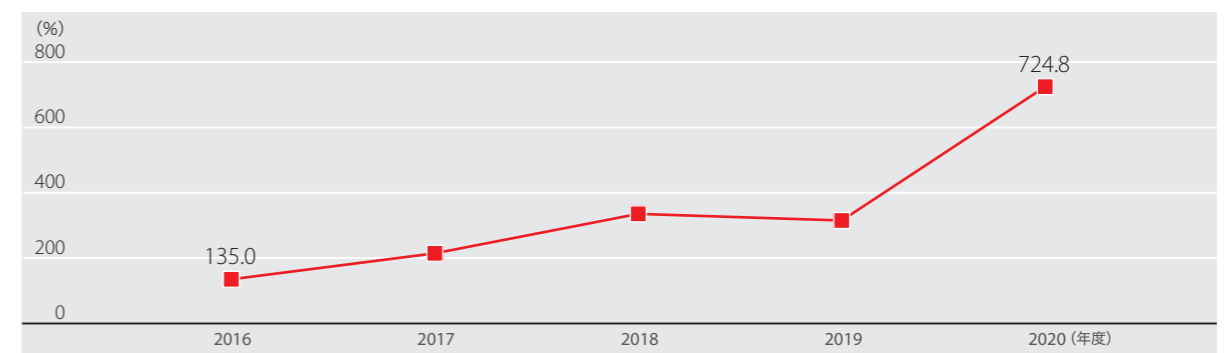
■ 海外売上高の推移



■ ROEの推移



■ 株主総利回りの推移





日本のアニメーションを通して、世界中に「夢」と「希望」を。

代表取締役社長
高木 勝裕

私たち東映アニメーションのストーリーが始まったのは、1956年。その道程は、常に日本のアニメーションの進化とともにありました。今や日本のアニメーションはグローバルスタンダードへと成長し、当社では、日本はもちろん、海外のファンの皆さんにも広く愛される作品作りに取り組んでいます。

実際、私たちは、「世界の子供たちに『夢』と『希望』を提供する“創発企業”となる」ことを経営理念に掲げ、グローバルな発想で事業展開を進めているのです。

無国籍で多様性にあふれる、作品とキャラクターたち。その人気はアジア、北中南米、ヨーロッパと、今まさに世界規模で拡大。私たちはこのような時代に対応すべく、日本・アメリカ・フランス・香港・上海と世界5拠点体制を築いてきました。また、フィリピンには製作の拠点があり、動画や背景そして仕上げ工程の作業をともに行っています。

今後目指すのはこうした土台を活かした、さらなる発展の道。新しい仲間を募り、新たな挑戦を目指したいと思っています。

いい作品をつくり、育て、広める。 それが当社のスタイル。

才能あふれる製作スタッフがイキイキと働き、子どもから大人まで楽しめる良質な作品を生み出す。この体制は、いわば当社の基盤とも言えるもの。より良い組織を実現するために、製作スタッフの待遇改善や働き方改革にも惜しみなく取り組んでいます。

このベースの上で作られた「ワンピース」や「デジモン」シリーズは20周年、「プリキュア」シリーズは15周年をそれぞれ越え、「ドラゴンボール」シリーズに至っては30年以上のロングラン作品へと成長しています。

そう、私たちが大事にしているのは、「いい作品を作って終わり」にせず息の長い作品へと育てること。そしてさらに、ひとつの映像作品から、おもちゃ、ゲーム、アプリ、アパレル、イベントなど時代に合った多角的な展開へと発展させること。この「ワンソース・マルチユース」というビジネスモデルで、作品の魅力をより多くの方に広めてきたのです。

次に求められるのは、 よりグローバルな戦略。

世界有数の作品ライブラリーとキャラクターラインナップを有効活用する一方で、将来の新たな看板タイトルを生み出すために、次世代のクリエイターやアニメーション企画を公募するプロジェクトを展開したり、社内の若手スタッフが主体となってオリジナル作品を製作したりと、先々を見据えた取り組みをどんどんスタートさせています。

さらに3DCGやVR/ARなどの技術革新も進んでいますから、これまでにない形のコンテンツ展開も必要かもしれません。

この「既存作品の長寿化」と「斬新な新作への挑戦」という2つの戦略は、当社の未来に直結する大きなポイントです。それにもっとグローバルな視点で考えれば、海外法人の体制を強化し、地域に合ったアニメーションを現地で作り上げ、「海外発のヒット作」を生み出す――。そんな新たな戦略、新たなビジネスモデルも十分に実現可能でしょう。

広い視野で、明るく、挑戦する。 そんな仲間と、 次の時代を切り拓きたい。

こうした柔軟な発想と、フットワークの軽い実行力は、私たちが育んできた企業文化のひとつ。新しいことにどんどん挑戦していくのが、アニメーションというもの。ですから、社長である私の仕事は、社員一人ひとりが「こんなことにチャレンジしたい」とモチベーション高く取り組める環境を作り上げることだと思っています。

それに作品作りも、ビジネス展開も、ひとりでは出来ないことばかりです。だからこそ、大ベテランから気鋭の若手まで、社員みんなが分け隔てなく、時に支え合い、時に切磋琢磨できる体制を整えています。

高木 勝裕



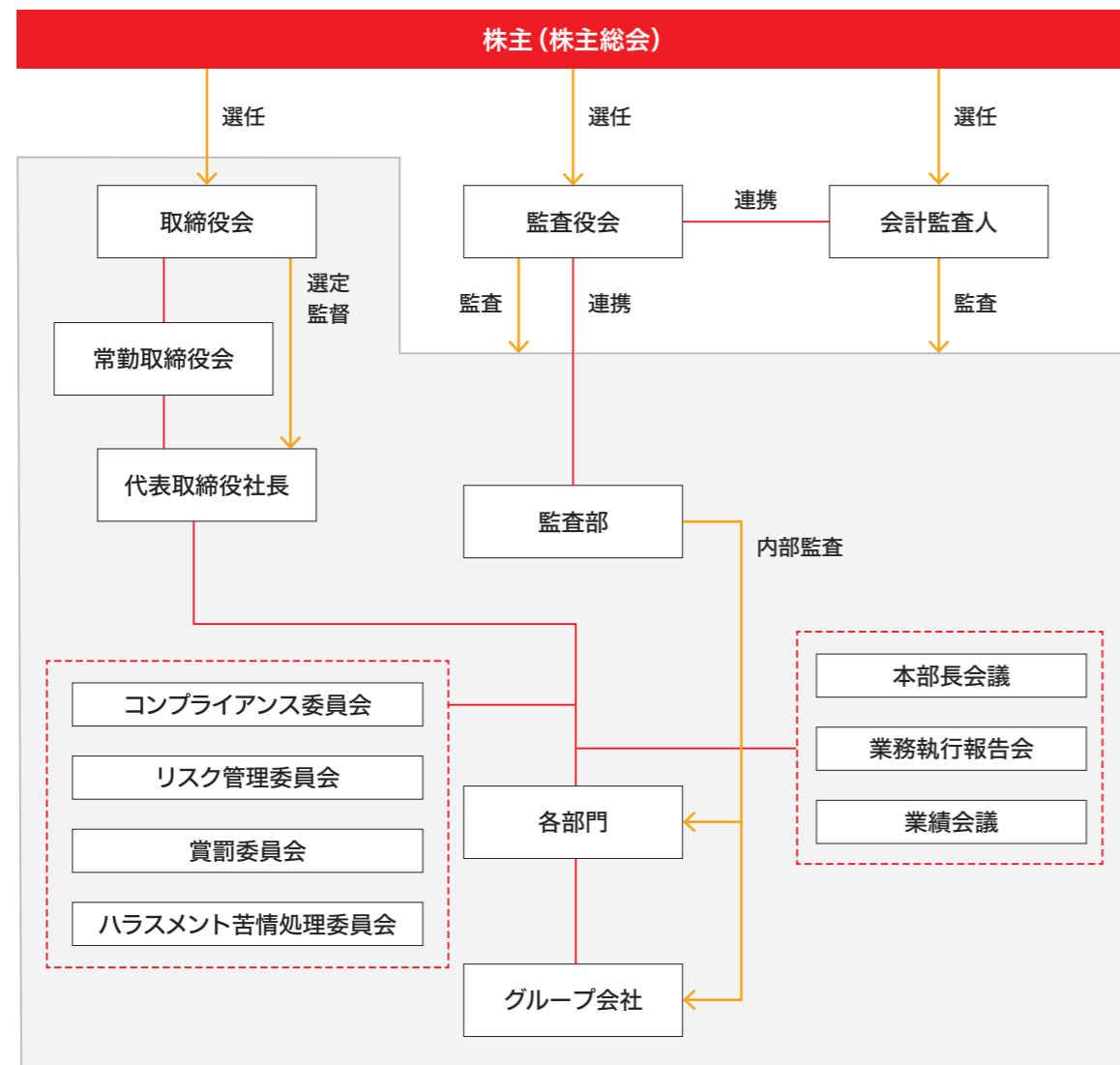
グローバル展開を推し進め、
次の時代を切り拓く

コーポレートガバナンスの基本的な考え方

当社グループでは、「IPを戦略の軸に据えたグローバル事業展開」をより一層強化し、持続的成長と中長期的な企業価値向上を目指します。日本最多・世界有数の作品数を有するアニメーション製作会社としての競争優位性を基盤に、魅力的でインパクトのある新たな作品を創作し、世界に届けることを梃子に、収益化の機会を限りなく広げていくことを最重要課題として掲げています。

この実現のため、経営の健全性、透明性、効率性を確保する基盤として、コーポレートガバナンスの継続的強化を経営上の最重要課題とし、実効性のあるコーポレートガバナンス体制の構築に努めています。

コーポレートガバナンス体制図 (2021年3月31日現在)



① アニメーションビジネス

当社グループは、アニメーションを主軸として各事業を展開しています。当社では常に高品質なアニメーションを企画・製作することを心がけていますが、アニメーションの人気は作品により差異が大きく、当社の製作する作品が全てヒットするとは限りません。そのため、複数の新規投入作品が一定の成績に達しない場合、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

② 企業間競争

アニメーション業界においては、メディアの多様化やターゲットの拡大などにより展開されるコンテンツ数が増える一方、厳しい市場環境により、企業間での競争が激しくなっています。また、海外においては韓国や中国企業などが力をつけてきています。当社は、長年の経験と実績に裏付けされた、優れた企画力・製作力・展開力を擁して成長戦略を推進していますが、競合企業が急速に成長した場合は、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

③ 著作権の侵害

当社グループは、保有するアニメーションの著作権をもとにビジネスを展開していますが、海賊版や模倣品、違法配信などの権利侵害が確認されています。それらについてはケースごとに適切な対応をとるよう努めていますが、著作権保護を十分に受けられない場合もあります。著作権侵害により、正規商品やサービスの売上が阻害されるのはもちろんのこと、将来における機会逸失が見込まれ、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

④ 為替変動

当社グループの事業には、海外におけるアニメーションの製作と販売が含まれており、海外企業(海外子会社を含む)との外貨建取引において、急激な為替の変動などにより、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

⑤ 情報セキュリティ

当社グループでは、情報管理を徹底し、適切なセキュリティ対策を行い、関連する各種規程を整備しています。しかしながら、予測の範囲を超えたサイバー攻撃、不正なアクセス、コンピュータウイルスへの感染などにより、情報システムや情報通信ネットワークに重大な障害が発生した場合には、当社グループの社会的信用やブランドイメージが毀損される可能性があります。

⑥ 自然災害・感染症など

当社グループは、日本をはじめ世界各国で事業を展開していますが、地震などの大規模な自然災害、新型インフルエンザや新型コロナウイルス感染症などの世界的流行(パンデミック)が発生した場合には、当社グループの事業活動の一部または全体に大きな支障をきたすことが考えられ、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

世界に誇る企画製作力

テレビアニメや劇場アニメなどを企画・製作し、テレビや劇場、ブルーレイ、DVD、配信プラットフォーム、スマートフォンなど、さまざまなメディアで展開しています。アニメーションの製作は東映アニメーションの原点です。当社は1956年の創立以来、時代を彩る数々の名作、ヒット作を製作してきました。ブルーレイ、DVDを中心とする当社アニメ作品のパッケージソフト化権の販売に加えて、配信プラットフォーム向けにも積極的に作品展開を行っています。

テレビアニメ

テレビでアニメーションの放送が始まった1963年、当社は日本初のテレビ用オリジナルアニメーション「狼少年ケン」でテレビ向けの作品製作を開始しました。テレビの隆盛とともに製作本数も飛躍的に伸び、時代を超え、親子2代で親しんでいただいている作品も数多くあります。

2020年
10月～

「ドラゴンクエスト
ダイの大冒険」



劇場アニメ

1958年、当社が製作した日本初の劇場用フルカラー長編アニメーション「白蛇伝」とともに、当社の今日に至る歴史が始まりました。以後、長編オリジナル、テレビ作品の-spin-offなど200本以上の劇場作品を製作しており、昔も今もこれからも、当社のアニメーション製作の原点です。

2020年
11月13日
公開

「魔女見習いをさがして」



2021年
2月～

「トロピカル〜ジュ!プリキュア」



2021年
1月8日
前編、
2月11日
後編公開

「美少女戦士セーラームーン
Eternal」



広がるメディア、広がる感動

映像供給メディアが急速に多様化し続ける現在、アニメーションという映像エンターテインメントが持つ面白さや素晴らしさを、より多くの皆さまにお届けするため、当社は各事業部が密接に協力・連動して、展開しています。膨大なフィルム原版をデジタル化、あるいは各種メディア向けに新たにコンテンツを企画し、ブルーレイ・DVDなどのパッケージ、BS・CSなどの放送メディア、スマートフォンをはじめ携帯端末向けの映像配信、アプリ・オンラインゲーム事業などに活用するなど、広がり続けるあらゆるニーズにフレキシブルに対応していきます。

映像パッケージ(ブルーレイ・DVD)

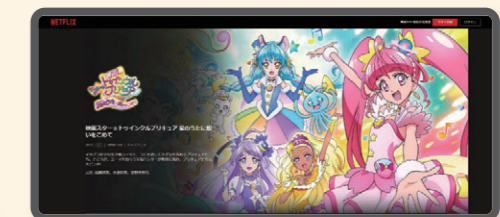
大好きな作品を手元に置いて、いつでも好きな時にご視聴いただける映像パッケージ事業。創立間もない頃の作品から最新作まで、当社の膨大なライブラリーを次々とブルーレイやDVDなどで商品化しています。



Blu-ray
「初回生産限定 劇場版
『ONE PIECE STAMPEDE』
スペシャル・デラックス・エディション」

映像配信

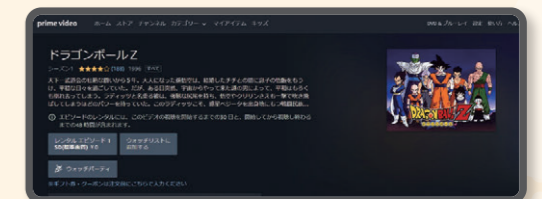
配信プラットフォーム向けの配信権販売も積極的に取り組んでいます。また、配信向けの作品も製作しています。映像配信市場は飛躍的に伸長しており、映像配信事業の可能性は、ますます大きくなっています。



映像配信サイト
『Netflix』

アプリ・オンラインゲーム

急速な市場拡大を続けるアプリ・オンラインゲームを自社で企画しています。人気作品の国内でのアプリ・オンラインゲーム展開のみならず、海外での展開や、ゲームとして展開した後のコンテンツのマルチ展開を視野に入れたゲーム開発などにも挑戦しています。



映像配信サイト
『Amazonプライム・ビデオ』

著作権事業

キャラクターといつでも、どこでも

東映アニメーションは日本におけるライセンスビジネスの草分け的存在です。数多くの人気キャラクターを玩具、ゲーム、文房具、食品、アパレルなどあらゆる分野で商品化し、大好きなキャラクターと一緒にいたいという消費者のニーズにお応えしています。時代に即した作品のキャラクターたちは、テレビ放送中はもちろん、放送終了後も根強い人気を獲得し、世代を超えて一大ブームを巻き起こしています。当社は、今後もテレビシリーズを中心に、劇場作品、配信向け作品などにおけるライセンスビジネスの新たな可能性を探り、さらに大きく飛躍していきます。

国内展開商品



「ドラゴンボール」シリーズ、「ワンピース」
「トロピカル〜ジュ!プリキュア」

海外展開商品



「ドラゴンボール」シリーズ、「ワンピース」
「美少女戦士セーラームーン」

世代を超えて愛されるキャラクター

誰もが大切にしている子ども時代の思い出。今や、時代の記憶はキャラクターと切り離せないものとなっています。かつて好きだったキャラクターを大人になって再発見!そして、自分の子どもとともにその世界を楽しむという繰り返されるキャラクターブーム。魅力あふれるキャラクターは時の流れの中で輝き続けます。

キャンペーンを印象付けるキャラクター

具体的な商品化だけでなく、キャンペーン、販売促進、企業PR、官公庁広報活動などにも身近なキャラクターが活躍します。

商品販売事業

キャラクター商品の企画・販売や、人気作品の商品をファンに提供する場として、キャラクターショップおよびオンラインショップ展開を行っています。

商品販売

キャンペーン向け販促物の制作や、イベント向け、書店・小売店向けのオリジナル商品の企画・販売を行っています。



劇場版「ONE PIECE STAMPEDE」くら寿司タイアップ関連

キャラクターショップ

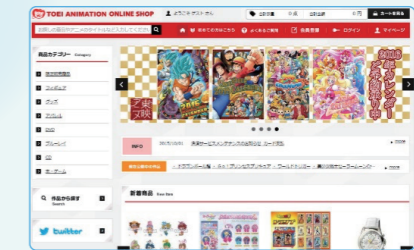
「ワンピース 麦わらストア」「プリキュア プリティストア」「セーラームーンストア」などを展開しています。



『セーラームーンストア』原宿店

オンラインショップ

当社のオンラインショップでは、アニメ黎明期の作品から放映中の人気作品まで、ブルーレイ・DVDやキャラクター商品を販売しています。限定商品やオリジナル商品、購入特典などもあり、当社ならではの商品ラインナップとなっています。



<https://shopping.toei-anim.co.jp>

イベント事業

子どもたちが人気キャラクターと直接触れ合えるイベントを実施し、子どもたちの笑顔を作り出します。

スペース催事

人気キャラクターを中心とした催事やアニメーションの歴史を網羅した文化催事など、ファミリーからアニメファンまで幅広い層に満足いただけるイベントを展開しています。



『おしりたんていミュージカル ～むらさきふじんのあんごうじけん～』

キャラクターショー

テレビの人気者たちと直接触れ合えるキャラクターショーは、子どもたちにとって最高のエンターテインメントとして大好評を博しています。



『「トロピカル〜ジュ!プリキュア」
おうちでおひろめショー!』

ミュージカル

人気キャラクターや名作映画をミュージカルにし、お届けしています。これからも子どもたちに夢や希望を与えることのできる質の高い舞台を目指します。