岡三証券㈱ スモールミーティング
－弊社海外事業戦略について－

東映アニメーション株式会社

2022年4月5日

目次

海外事業戦略の概要

海外輸出型ビジネス戦略

ハリウッド型(全世界展開)ビジネス戦略

中国市場ビジネス戦略

目次

海外事業戦略の概要

海外輸出型ビジネス戦略

ハリウッド型(全世界展開)ビジネス戦略

中国市場ビジネス戦略

これまでの振返り

過去20年で500億円を超える売上規模に成長。成長の主要ドライバーは海外売上の増加

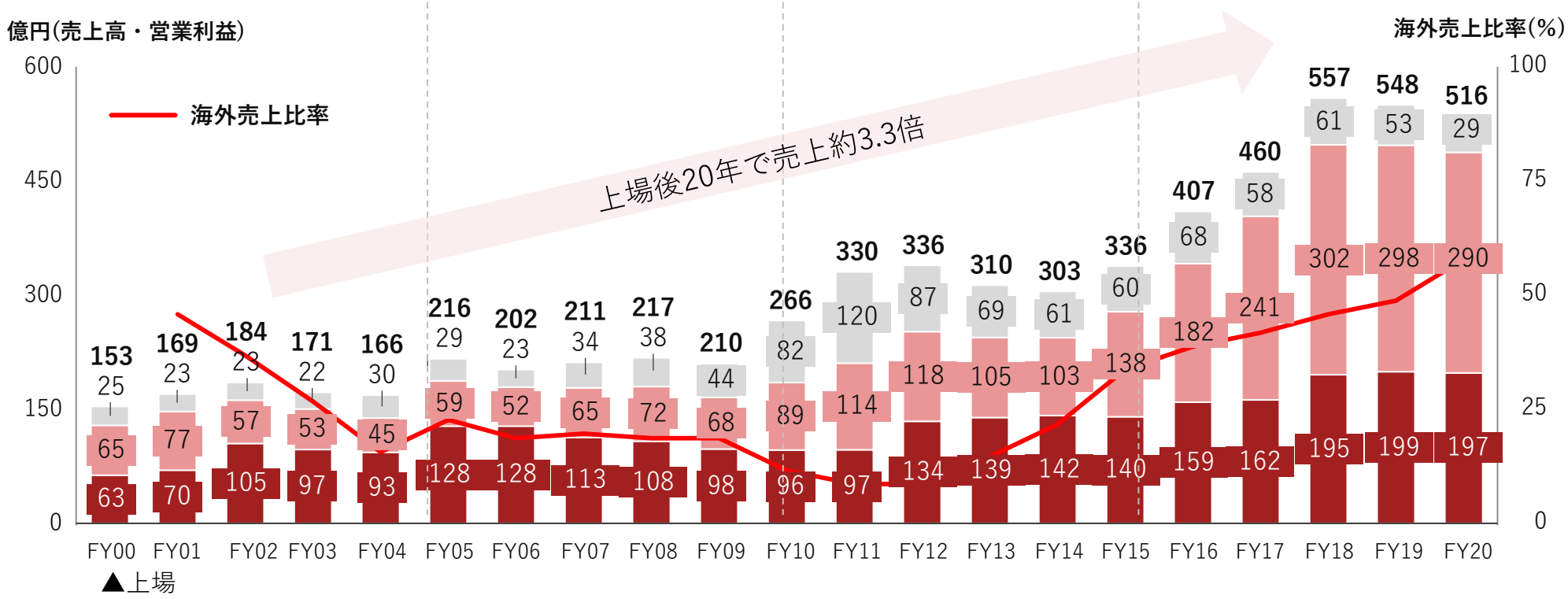
売上高・営業利益・時価総額の推移 ※内部売上消込後

北米でのドラゴンボール・デジモンの好調により海外映像・版権売上が拡大

DVD市場拡大、プリキュア放映開始、現地法人設立による海外向けビジネス拡大

ワンピースの好調により国内版権・商品売上が急拡大

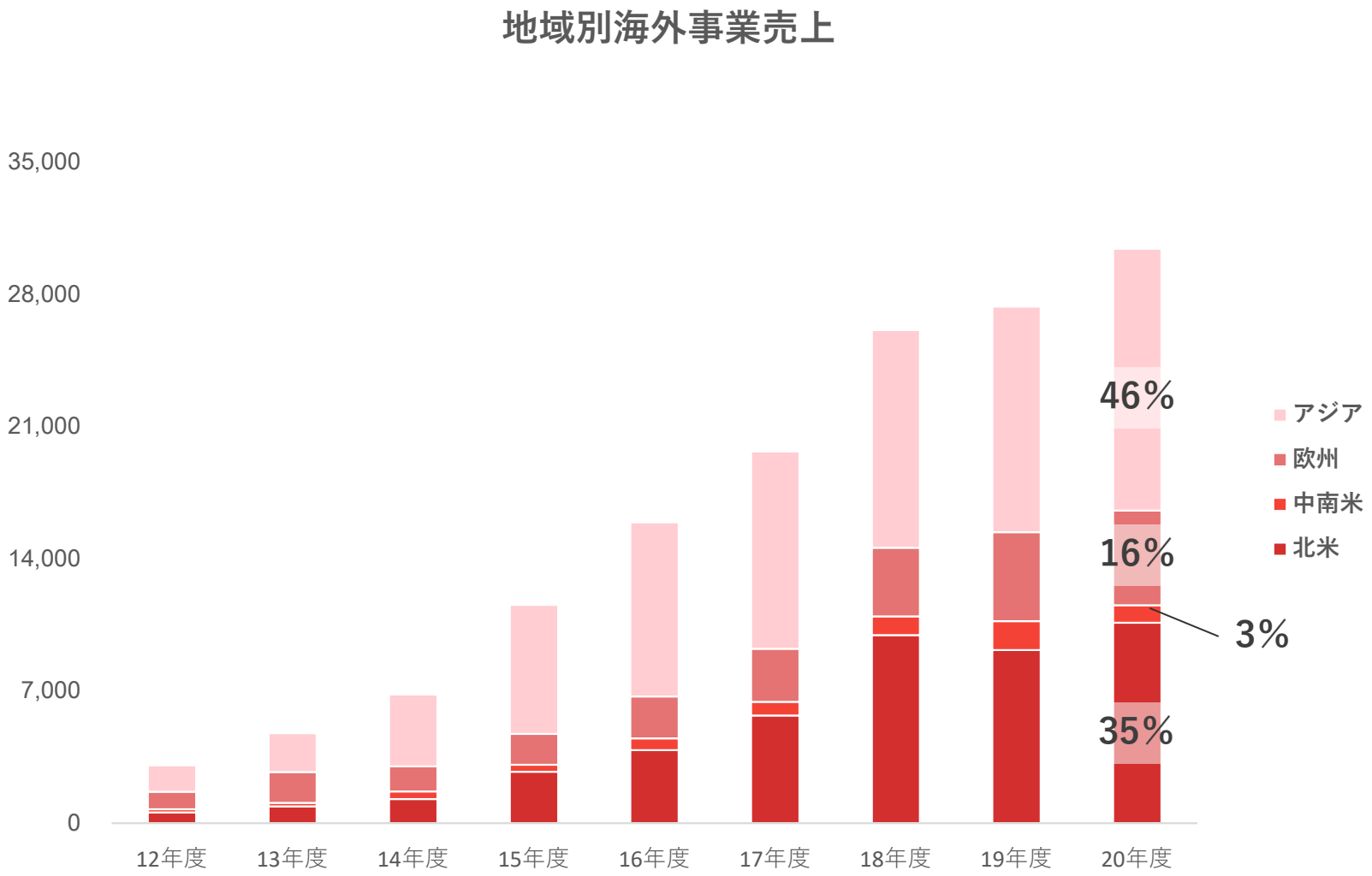
ドラゴンボール・ワンピースのアプリ好調や配信市場拡大により国内外の版権事業が拡大

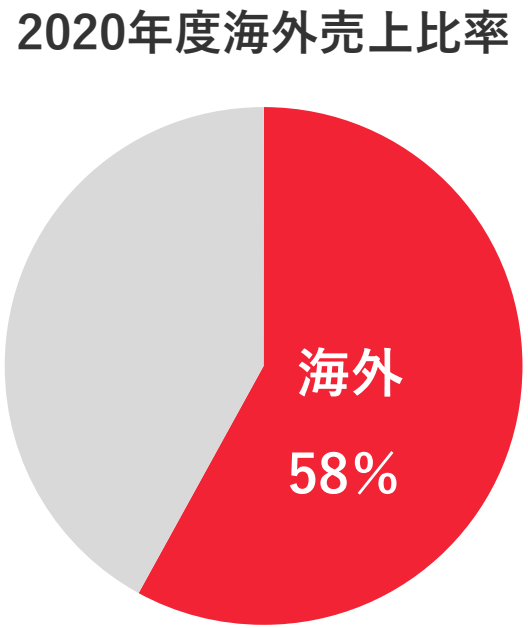


	年平均成長率 FY00-09	FY10-20
その他（商品等）	7%	▲10%
版権	±0%	13%
映像	5%	8%

海外売上高の推移・内訳

北米・アジアを中心に売上規模を急速に拡大

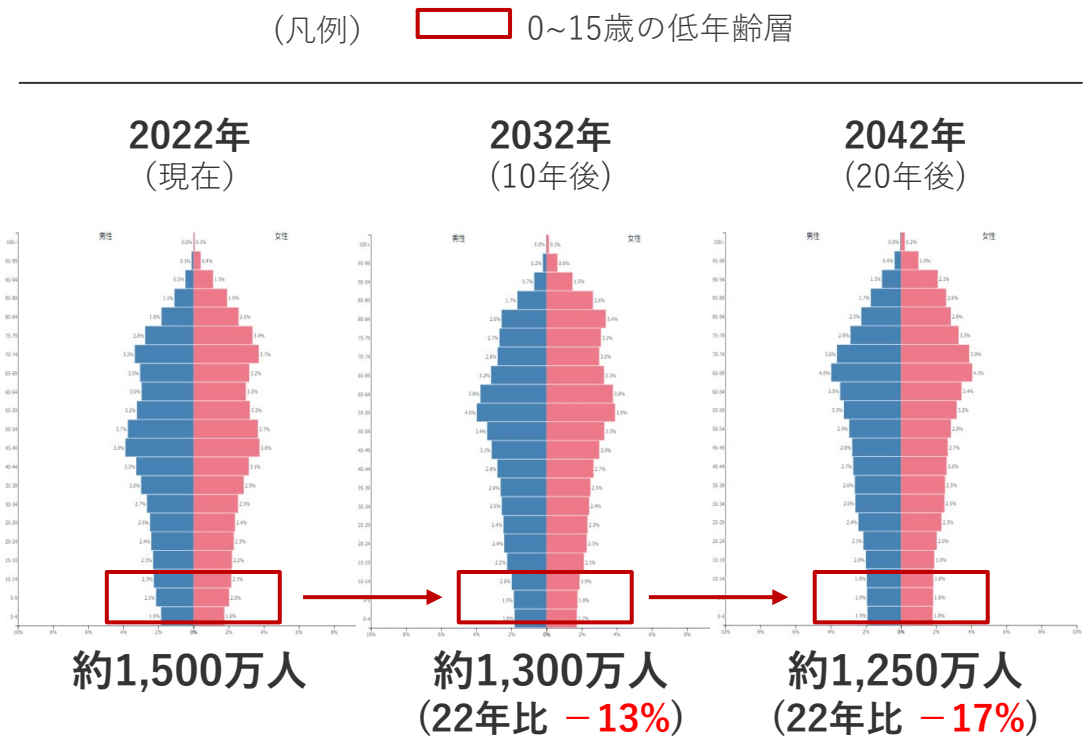




国内アニメーション市場を取巻く環境

「少子化進展に拠る成長鈍化」や「新規事業者の参入」等で競争環境は激化傾向

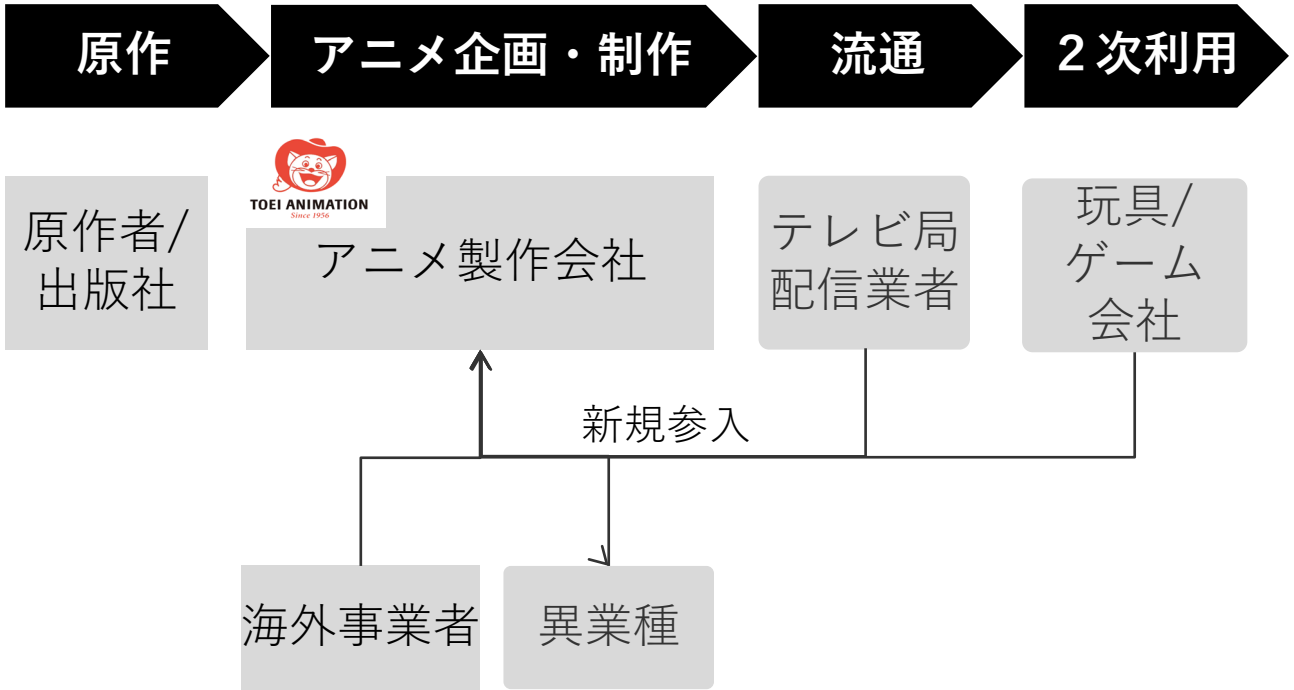
日本の人口ピラミッド予測推移



（出所： United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. World Population Prospects）

国内の業界動向

（凡例）



グローバル・アニメ市場規模は長期拡大傾向

アニメ市場は全世界的に拡大中、当社事業の拡大余地は引続き大

グローバル
アニメ市場規模
30.7兆円注1

日本アニメ産業市場注2
（2020年）

日本アニメ制作市場注3
（2020年）

TOEI ANIMATION
Since 1956

売上高
516億円（シェア：19%）
（2021年3月末）

注1：Animation market size worldwide 2020年度予想値は$270bn 為替レートは1米ドル＝113.71円を使用、注2：ユーザーが支払った金額を推定した広義のアニメ産業市場規模、
注3：商業アニメ制作企業の売上を推定した狭義のアニメ市場　　出所：日本動画協会『アニメ産業レポート2021』、Statista

当社海外展開の歴史

設立当時から積極的な海外展開を推進し、ノウハウを蓄積

海外展開

事業の発展

- 2018年 新大泉スタジオ竣工
- 映画「キャプテンハーロック」が**仏・伊で大ヒット** 2013年
- 2009年 **当社初の3D立体劇場アニメ**「きかんしゃやえもん」
- **中国・上海**に駐在員事務所を設置 2006年
- **北中南米**の**営業拠点**を設立（アメリカ・ロサンゼルス） 2004年 TAPでの**動画工程をデジタル化**
  欧州・中近東の**営業拠点**を設立（フランス・パリ）
- 2000年 **株式上場/作画工程のデジタル化システムを構築**
- **香港に**販売子会社設立 1997年 仕上げ工程の**デジタル化開始**
- 1995年 **東映アニメ研究所を設立**
- **海外スタジオ設立** フィリピンEEI社と製作外注合弁会社（現TAP） 1992年
- 1979年 **当社初の自主製作劇場映画** 長編アニメ作品「銀河鉄道999」
- **カンヌ国際テレビ映画見本市**（MIP-TV）への初出展 1977年
- **テレビシリーズアニメの海外販売**開始 1975年
- **アニメ製作を初めて海外へ外注**（韓国） 1973年
- 1972年 **マーチャンダイズ**の本格展開「マジンガーZ」
- **アメリカで劇場公開**「ガリバーの宇宙旅行」 1966年
- 1963年 **当社初のテレビ用オリジナルアニメーション**「狼少年ケン」
- **海外輸出** 1958年 **日本初の劇場長編カラーアニメ**作品「白蛇伝」
- 1956年 **「東洋のウォルトディズニーを目指して、日本のアニメで世界へ」**

マジンガーZ

魔法使いサリー

銀河鉄道999

狼少年ケン

ガリバーの宇宙旅行

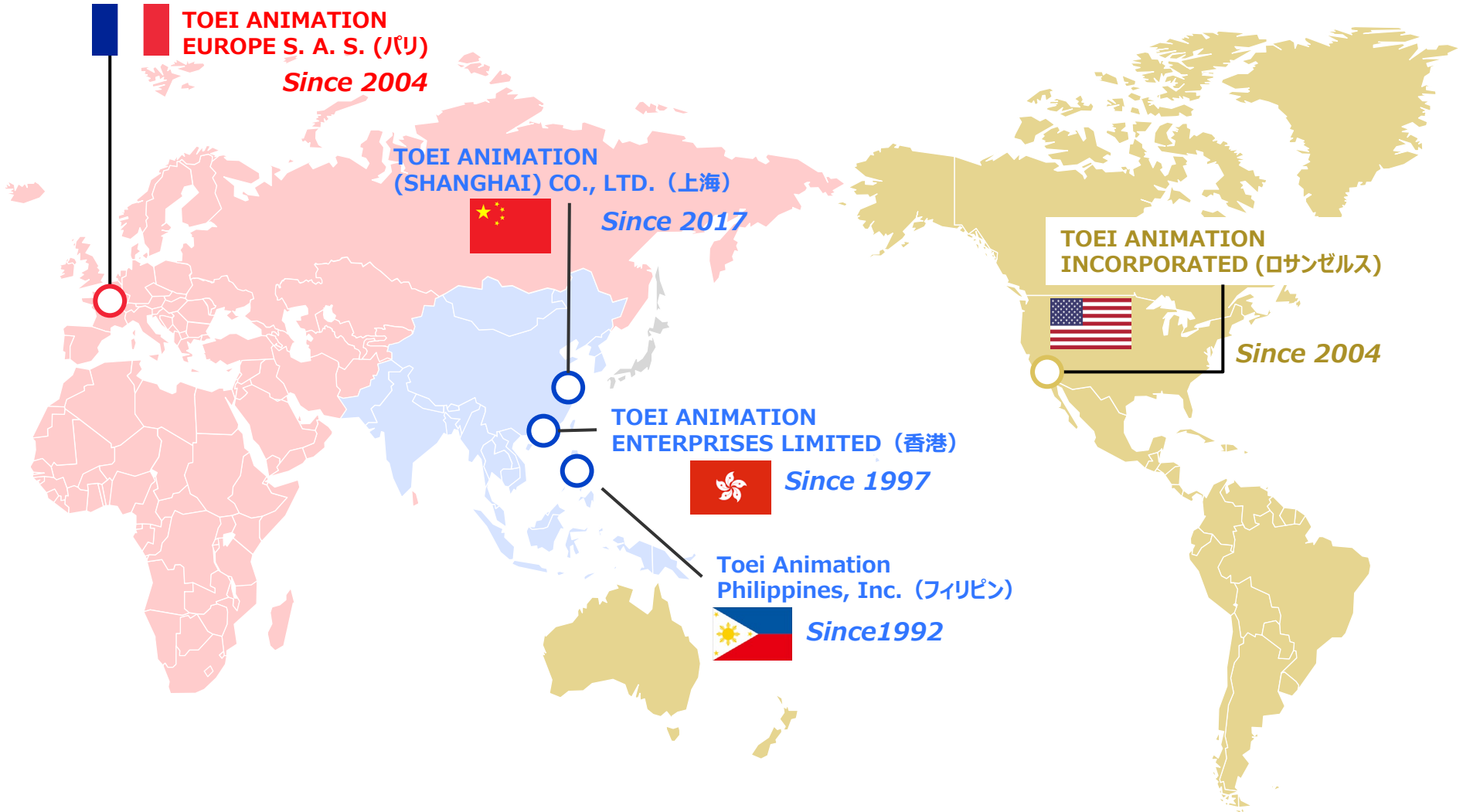
設立

誕生前夜

- 1955年 ディズニー長編アニメ映画「ファンタジア」が日本で大ヒット
- 1950年 「羅生門」（黒澤明監督）が世界を席巻※
- 1947～49年 第一次ベビーブーム

※1951年 ヴェネツィア国際映画祭グランプリ、アカデミー賞名誉賞

【参考】東映アニメーション海外拠点



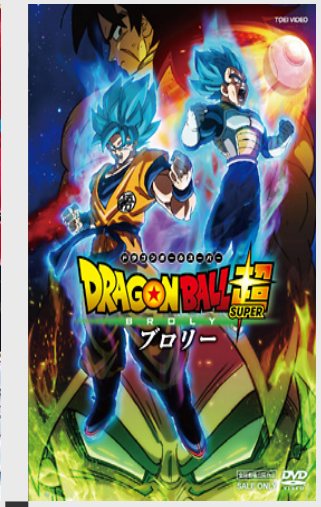
日本発IPの多様な配給/配信網

- 従来の日本アニメファン向に加え、全世界展開型の配給/配信網を構築

日本発IP

日本アニメ流通網

海外展開



＋

他社日本アニメ

グローバルなメインストリーム流通網

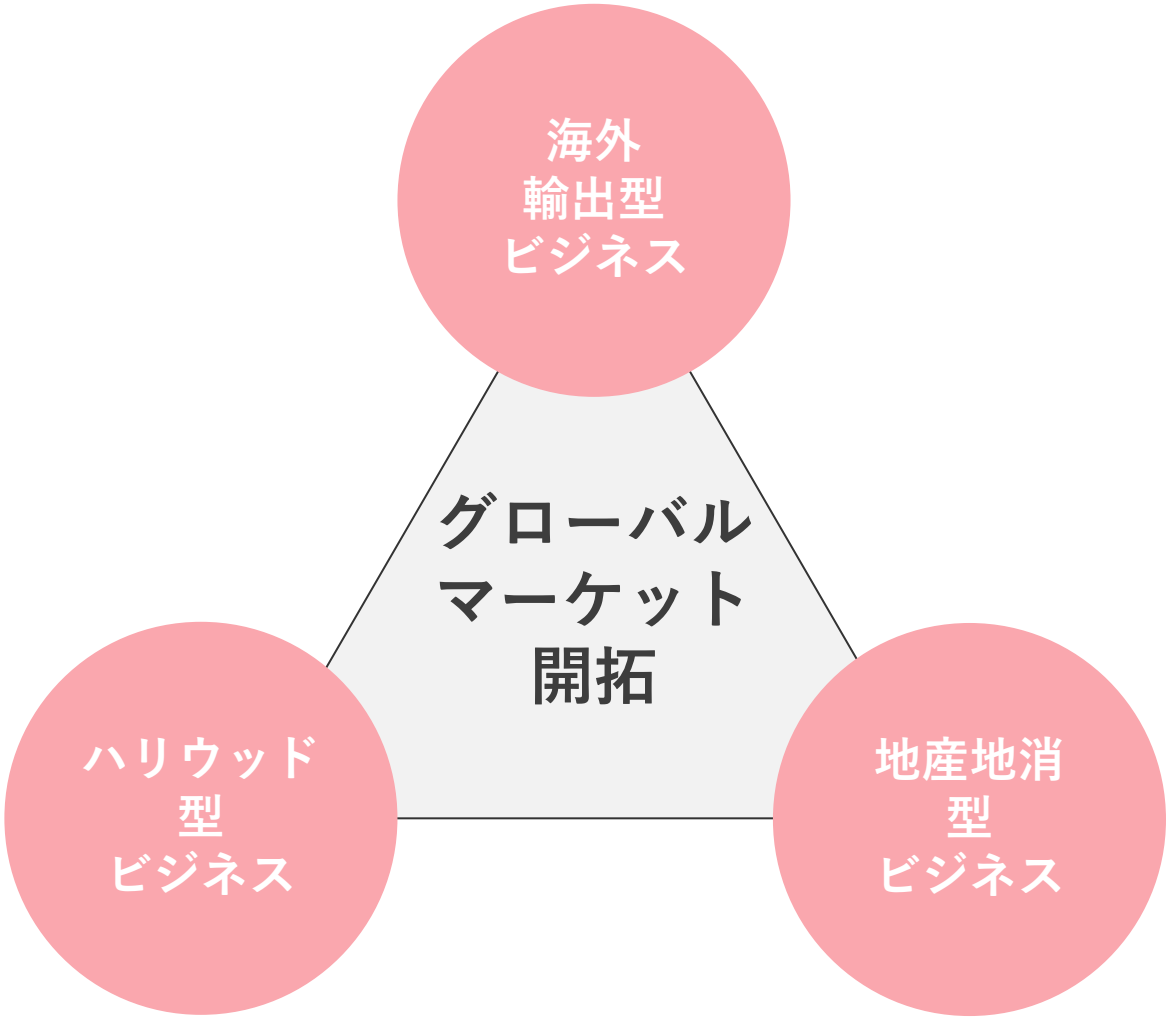
海外展開

＋

イルミネーション等
ハリウッド作品

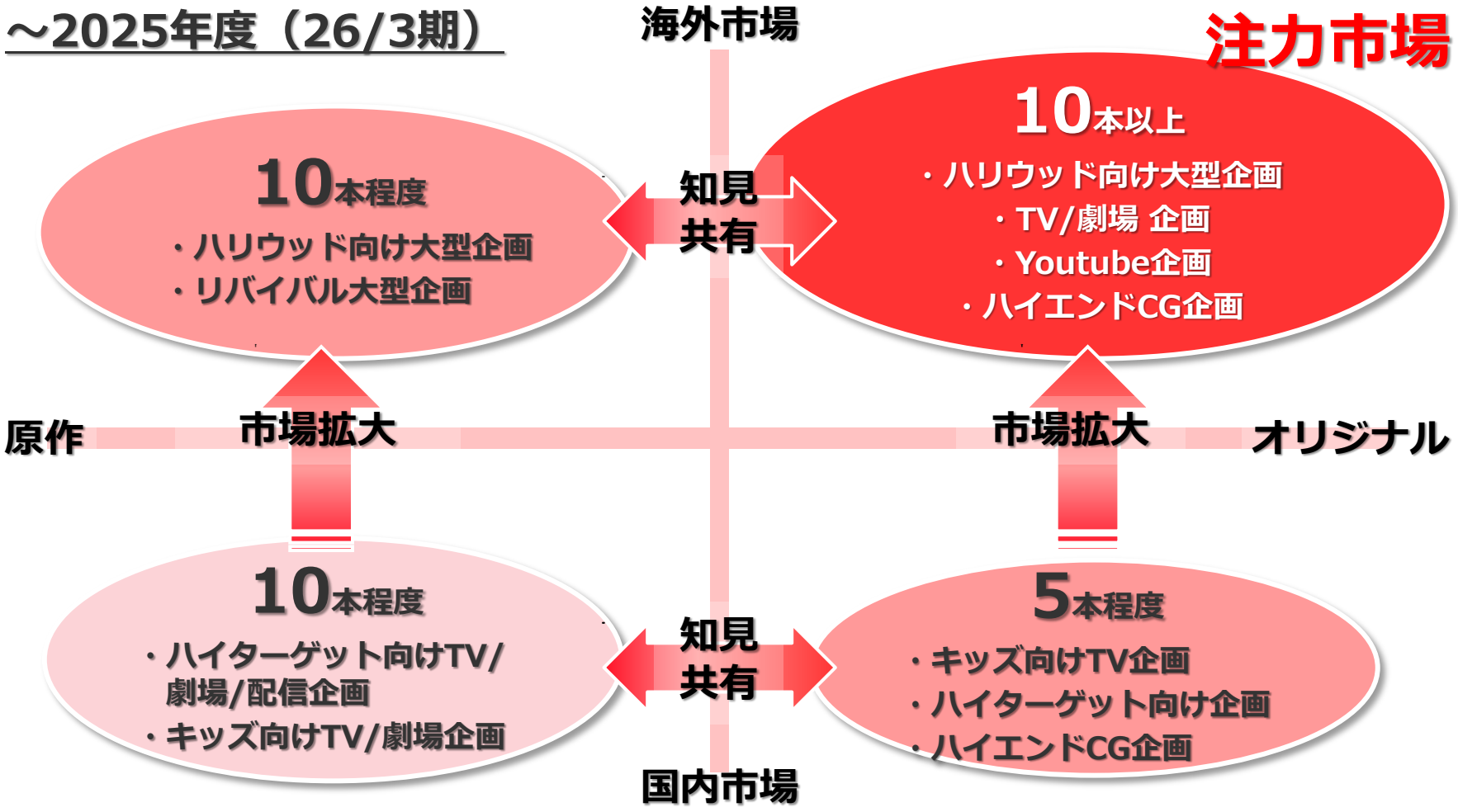
海外市場開拓の三本柱

- 海外でのIP企画開発を加速、グローバルベースでのマーケットシェアを拡大し、世界に冠たる”東映アニメーションブランド”の確立を目指す



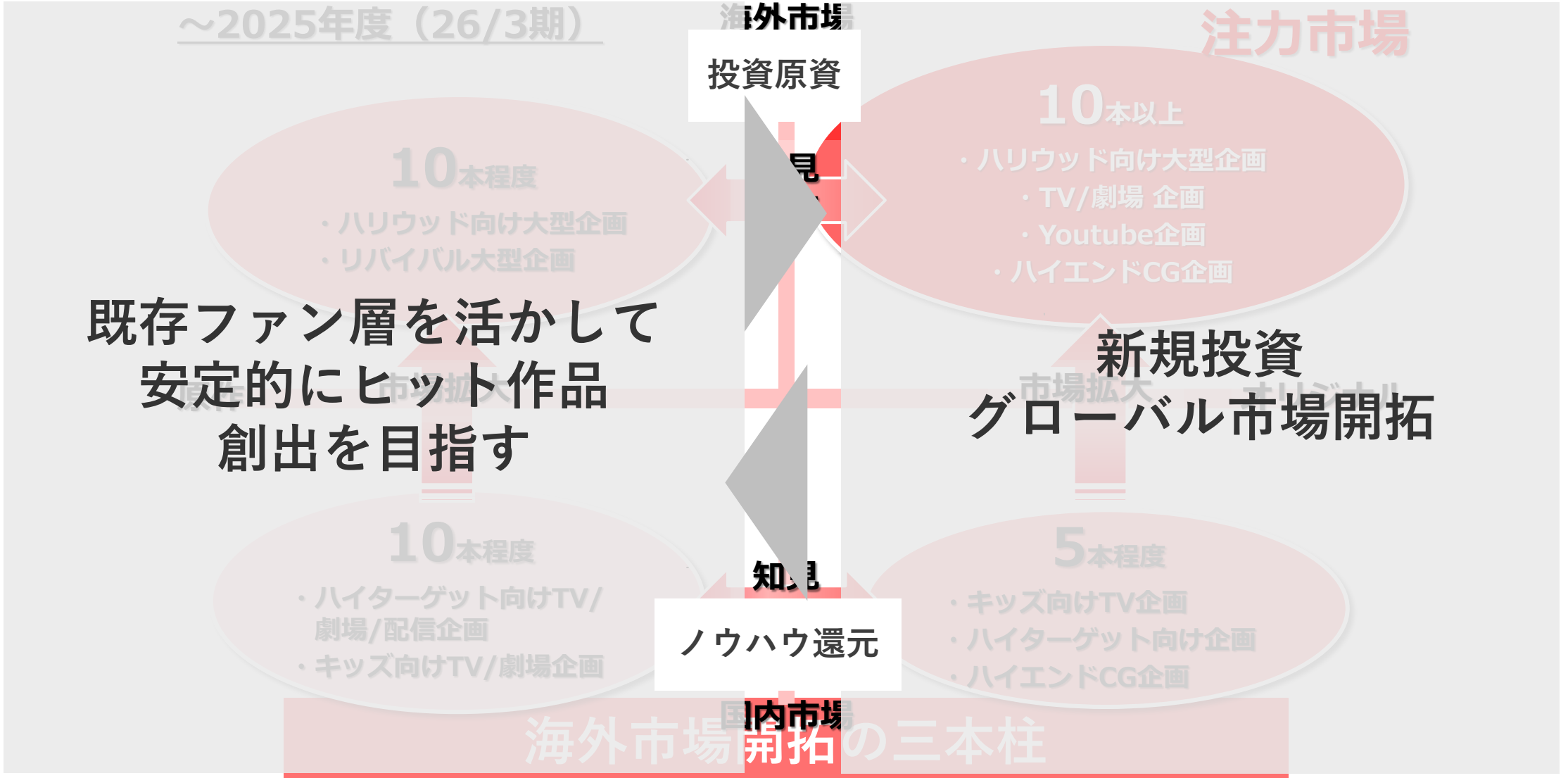
中長期ラインナップ

新規IPの創出、既存IPのライフサイクルの長期化を軸に、豊富なラインアップで
国内外の市場拡大を目指す



海外市場開拓の三本柱

中長期ラインナップ


～2025年度（26/3期）
海外市場
注力市場
投資原資
10本程度
・ハリウッド向け大型企画
・リバイバル大型企画
10本以上
・ハリウッド向け大型企画
・TV/劇場 企画
・Youtube企画
・ハイエンドCG企画
既存ファン層を活かして
安定的にヒット作品
創出を目指す
新規投資
グローバル市場開拓
市場拡大
オリジナル
10本程度
・ハイターゲット向けTV/
劇場/配信企画
・キッズ向けTV/劇場企画
5本程度
・キッズ向けTV企画
・ハイターゲット向け企画
・ハイエンドCG企画
知見
ノウハウ還元
国内市場
海外市場開拓の三本柱

目次

海外事業戦略の概要

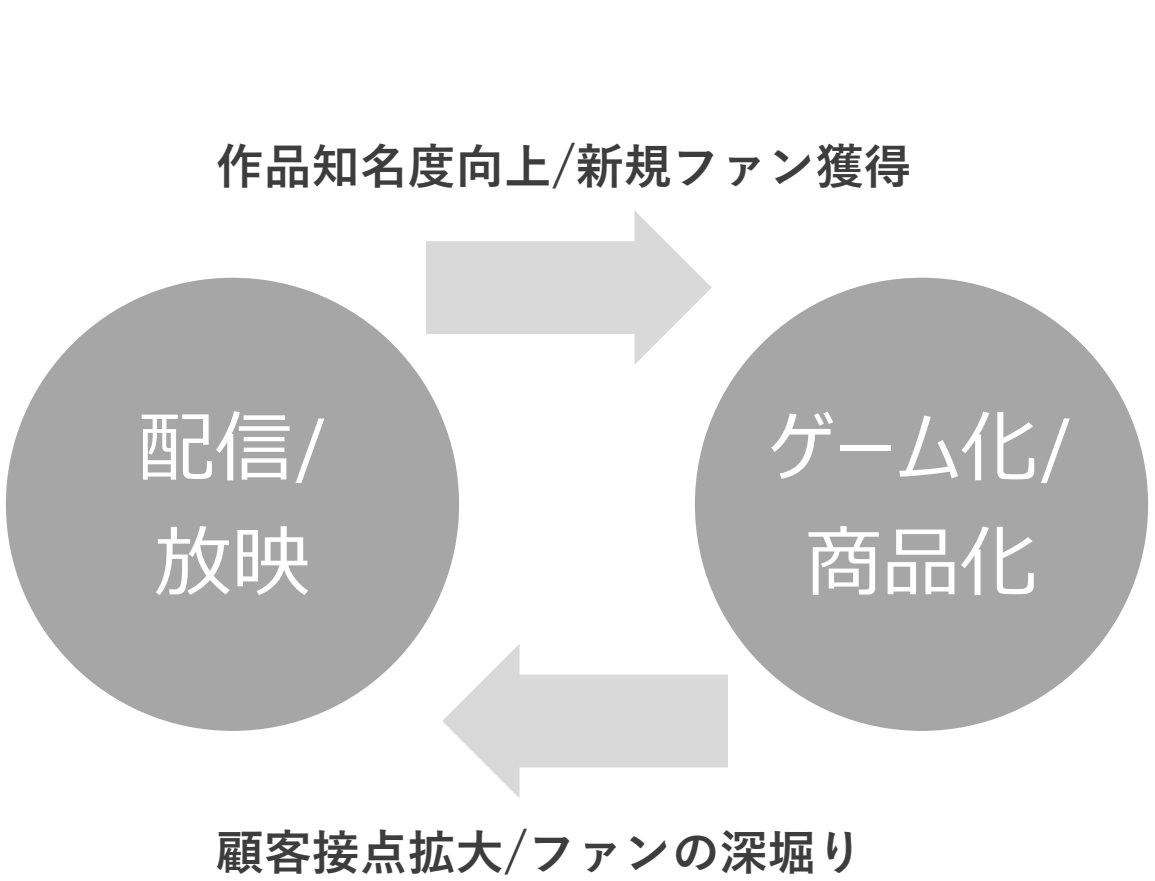
海外輸出型ビジネス戦略

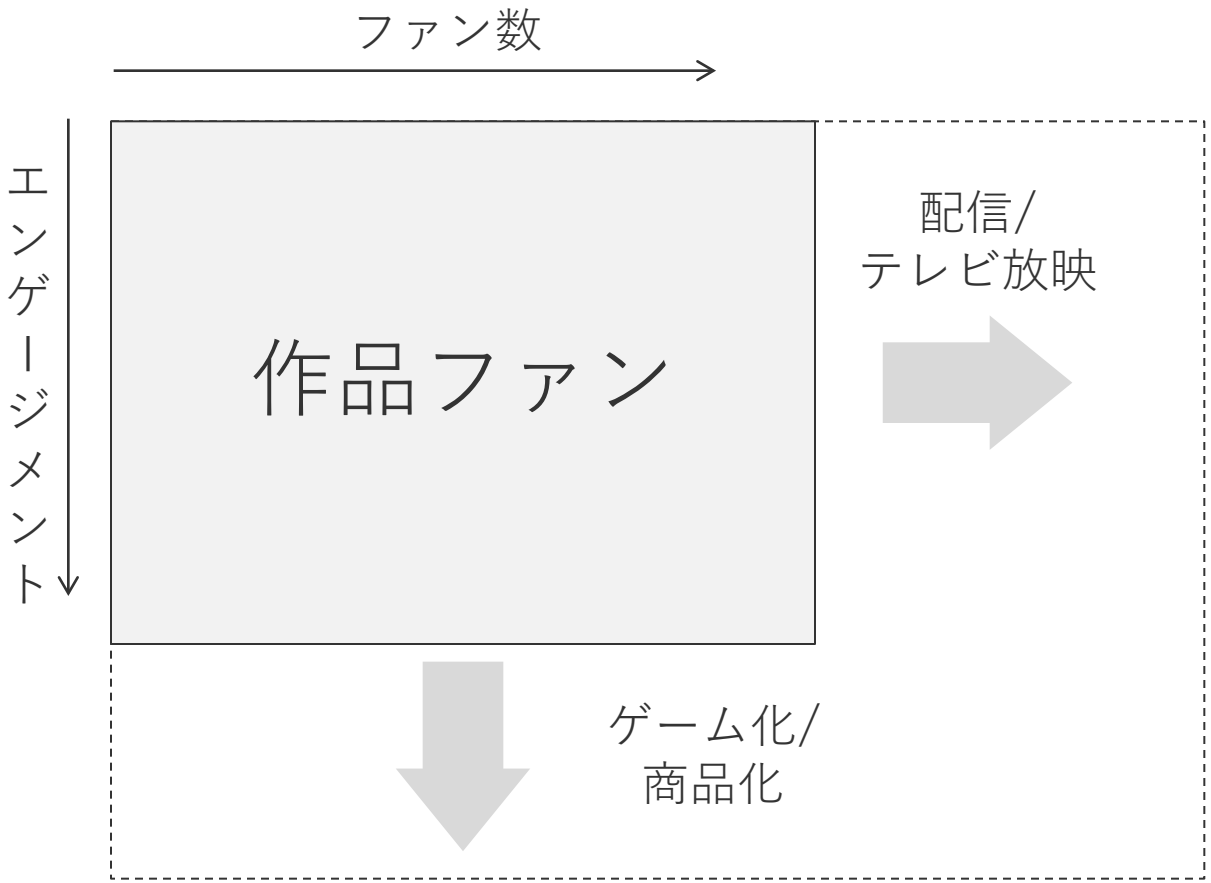
ハリウッド型(全世界展開)ビジネス戦略

中国市場ビジネス戦略

海外市場における作品展開

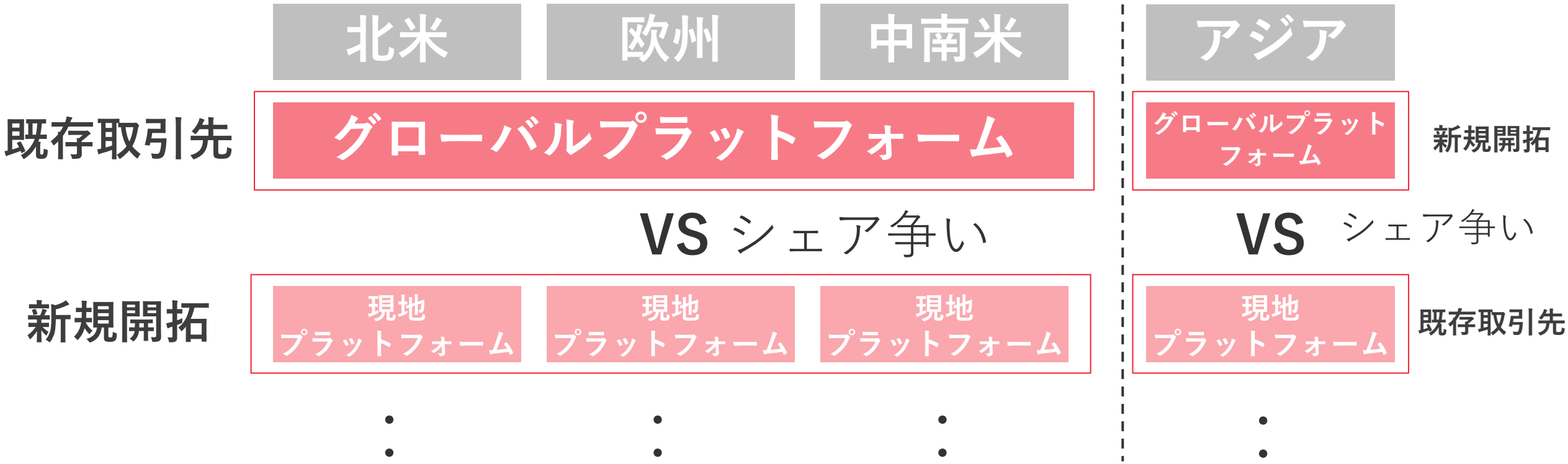
- 配信/テレビ放映を積極的に展開し、ファン層を獲得
- ゲーム化/商品化 等を多面的に展開し、顧客接点増





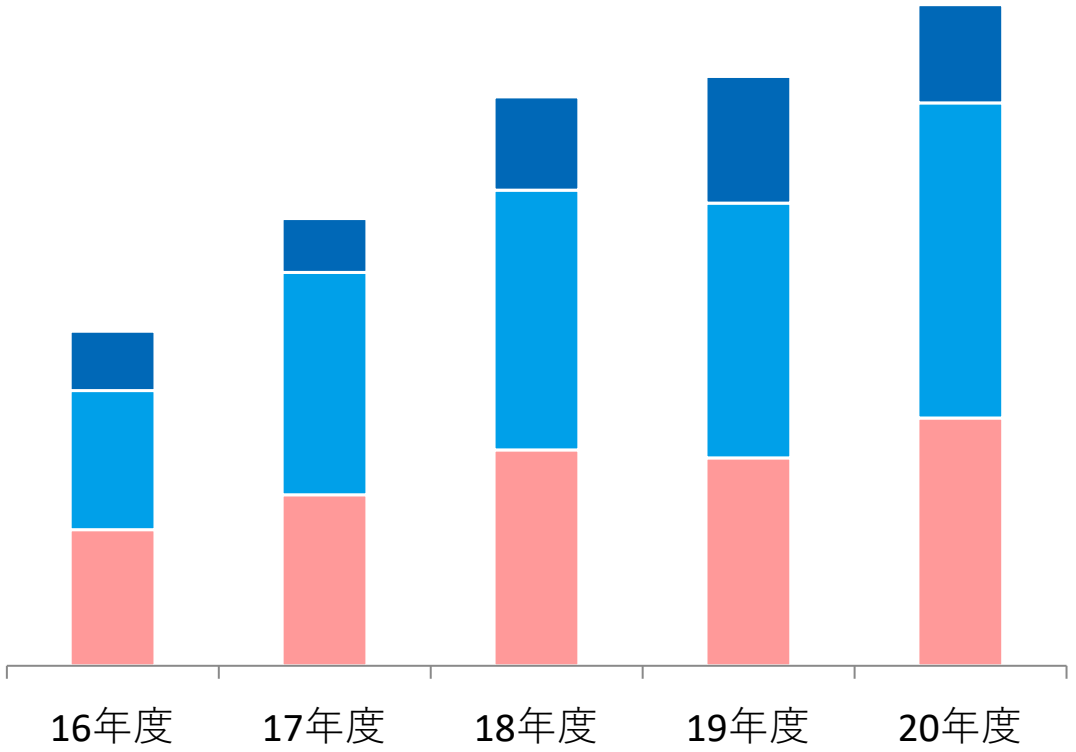
海外配信市場の概況

- 従来、欧米・中南米はグローバルプラットフォーム、
  アジア圏は現地プラットフォームが主要顧客
- 市場拡大でプラットフォーム間の競争激化
- プラットフォーム間のシェア争いが続いており、IPホルダーには追風



海外売上の内訳

- 海外配信権販売の拡大に伴い、海外ゲーム化売上増(市場成長)
- 各市場ごとにイベントやストア展開、ソーシャルマーケティングを活用しファン拡大
- 認知拡大に伴いブランドとのコラボ含む商品化売上も増加



目次

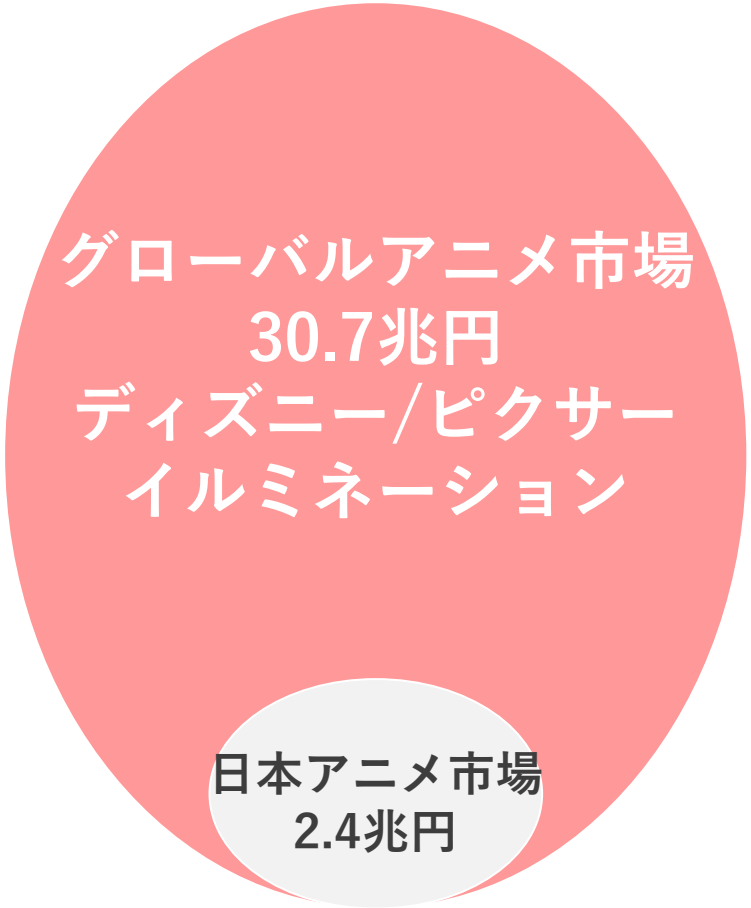
海外事業戦略の概要

海外輸出型ビジネス戦略

ハリウッド型(全世界展開)ビジネス戦略

中国市場ビジネス戦略

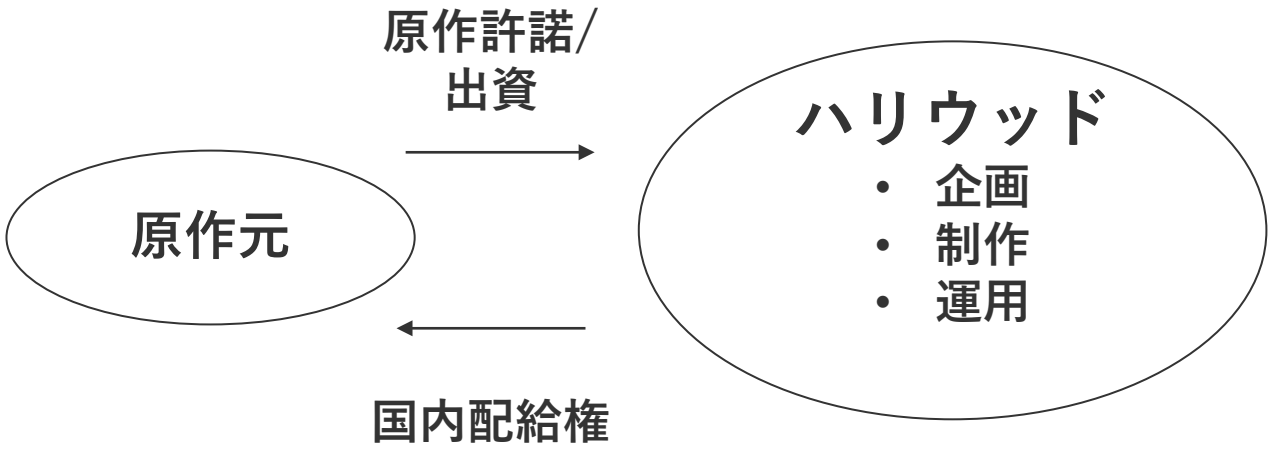
日本アニメの成長余地

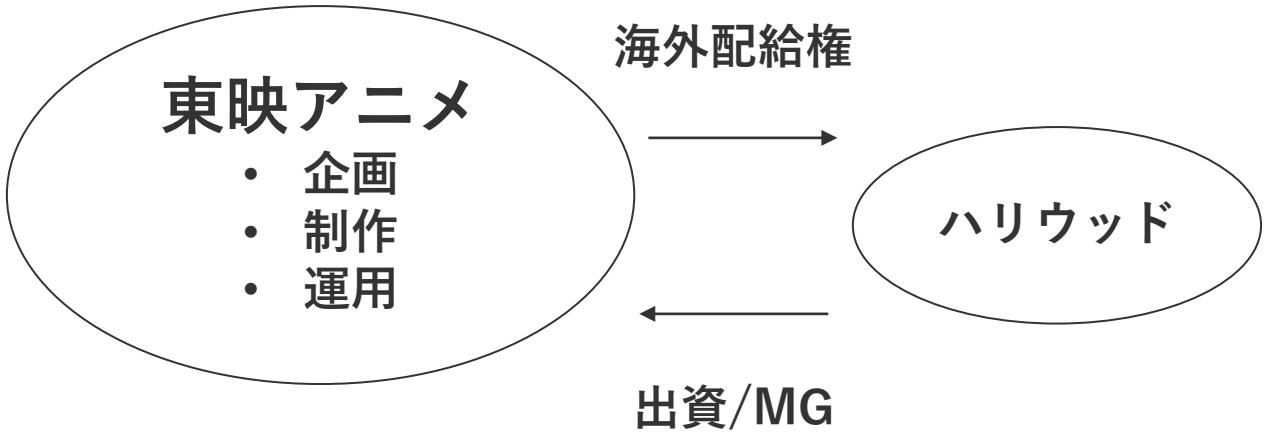


- 日本アニメ市場はグローバルで見るとニッチ市場
- さらなる拡大を目指すためにはグローバルでのメインストリームの流通網確立が必須

日本アニメの海外展開

- 多くの日本企業はハリウッドへ原作許諾/一部出資のみで収益小
- ワンストップのアニメビジネス機能を持つ当社は、優位性を活かし、ハリウッドスタジオと対等の関係で収益拡大を目指す

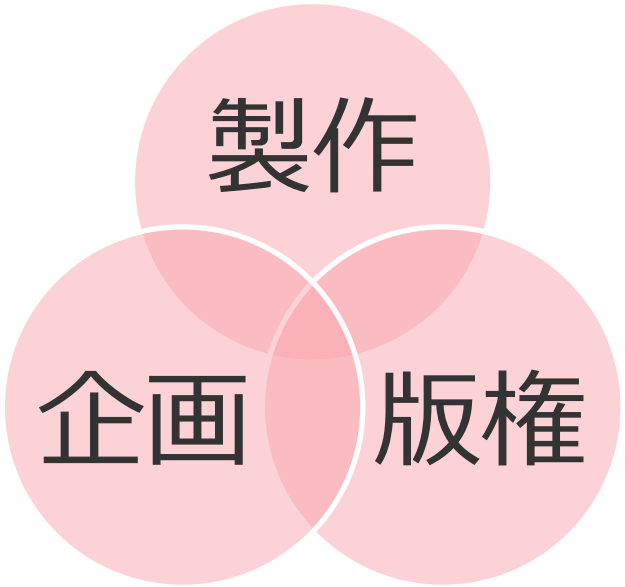




グローバルでの東映アニメーションの立ち位置

- 国内ではワンストップのアニメビジネス機能を持ち、長年に渡る海外展開の経験を持つ稀有な存在
- 海外でのクリエイター/交渉力獲得に優位性を持つ

ワンストップの
アニメビジネス

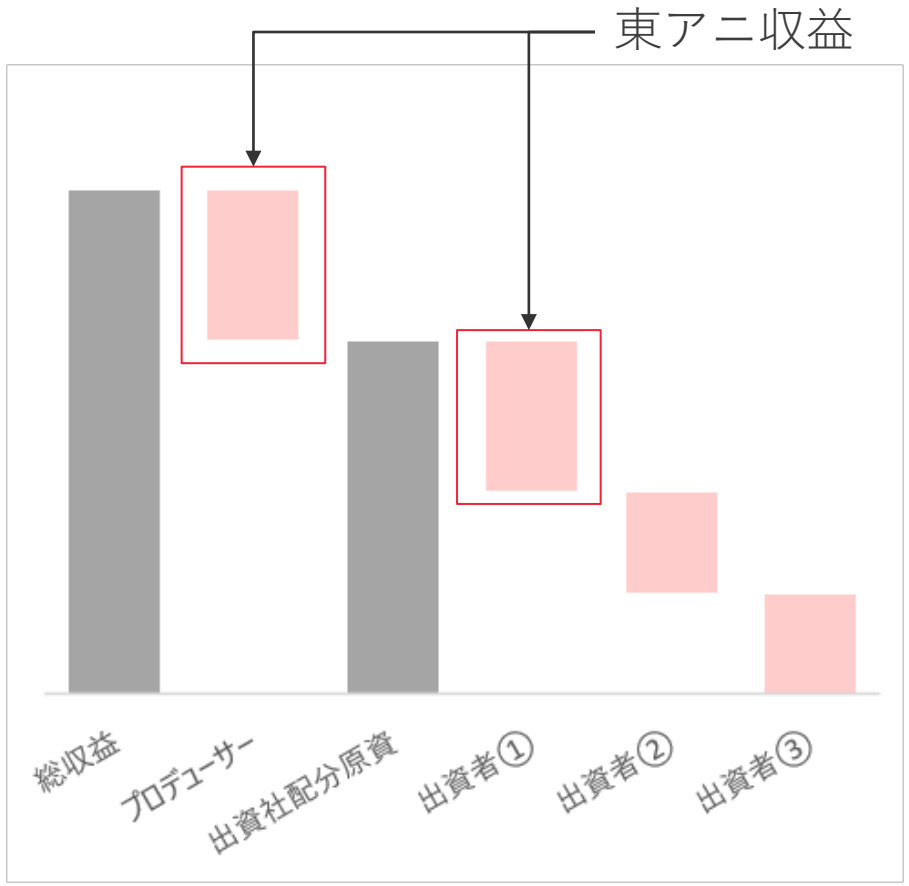


世界最大級のIP/
蓄積されたノウハウ/
グローバルなブランド力

世界的クリエーター/
ハリウッドでの交渉力
獲得が可能

ハリウッド型ビジネス

- ハリウッドではプロデューサーが強い権限と分配優先権を持つ
- グローバルネットワークと経験を生かして、主体的な作品企画を行い収益拡大を目指す



■ 作品関係者

- プロデューサー
  - ✓ 企画立ち上げ
  - ✓ 資金調達
  - ✓ 座組設計
  - ✓ 収益トップオフ
- 出資者①
- 出資者②

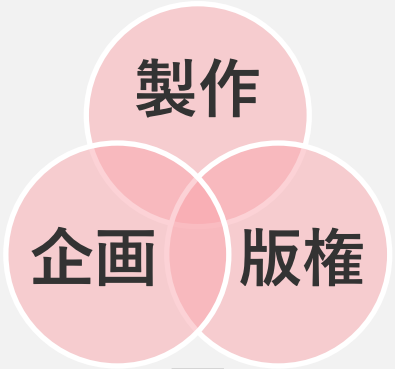
グローバルでの流通網確立による可能性

- グローバルでのメインストリームの流通網確保で継続的な作品供給体制確立が可能に

インプット

東映アニメ企画

当社プロセス



グローバル
メインストリームの
流通網

アウトプット

世界を代表する
コンテンツ
プロバイダー

ハリウッド型ビジネスへの挑戦

「The Monkey Prince(仮)」
日中米共同合作作品

実写ハリウッド映画版
「Knights of the Zodiac（聖闘士星矢）」

＋

複数企画進行中

目次

海外事業戦略の概要

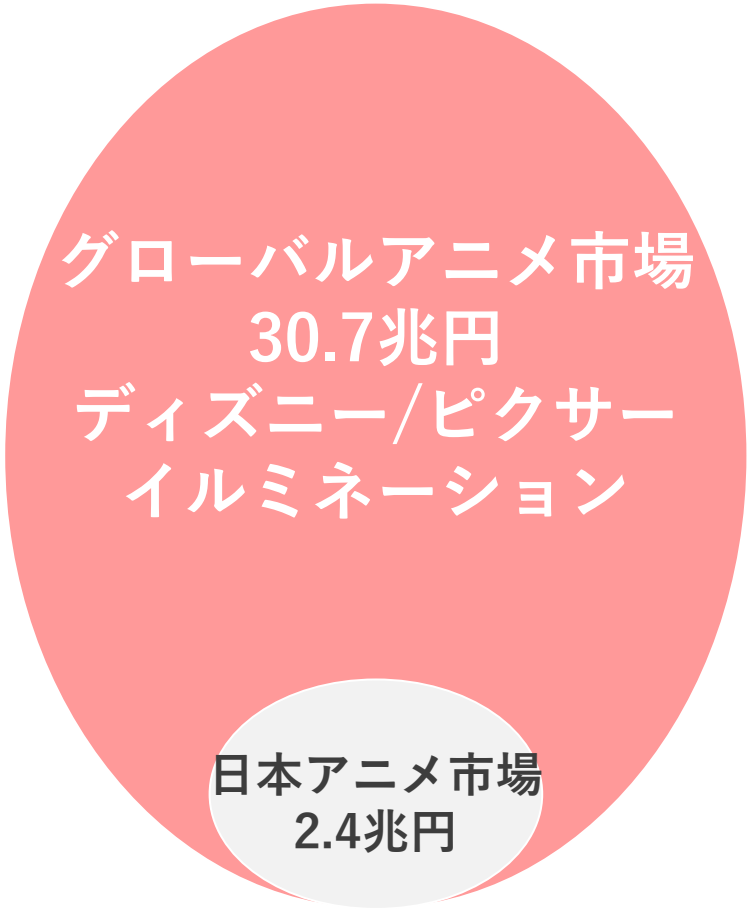
海外輸出型ビジネス戦略

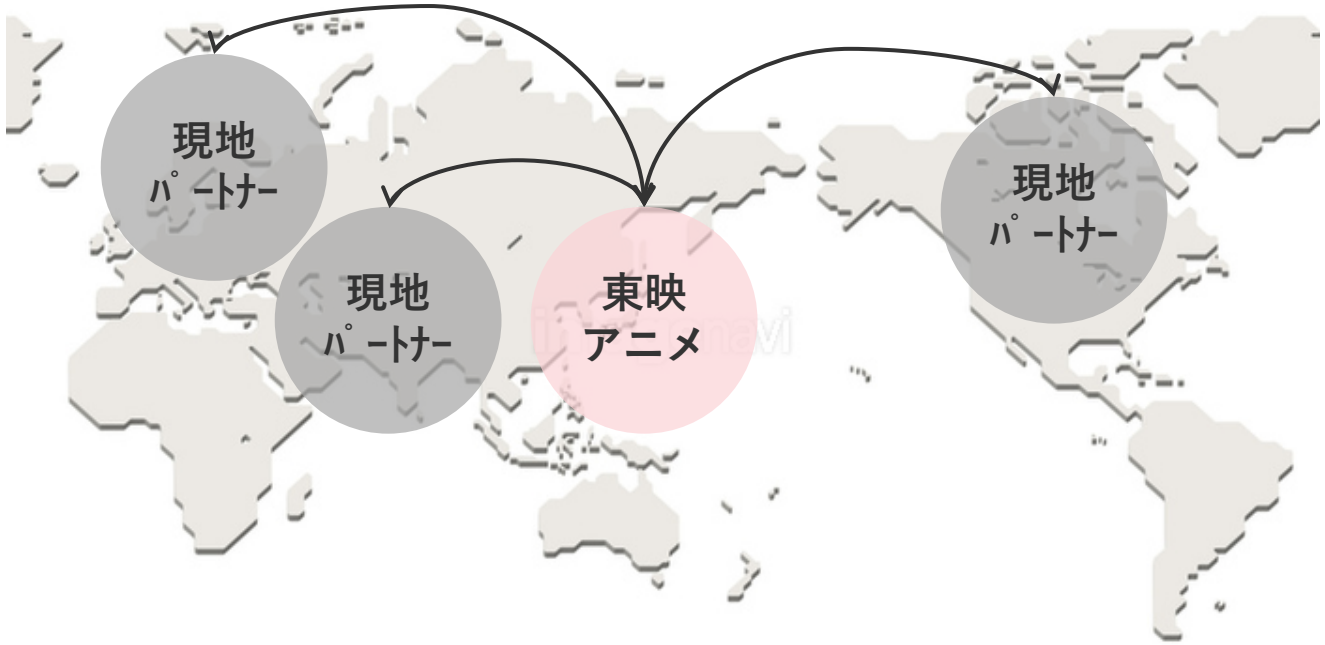
ハリウッド型(全世界展開)ビジネス戦略

中国市場ビジネス戦略

グローバルパートナシップ拡大による市場開拓

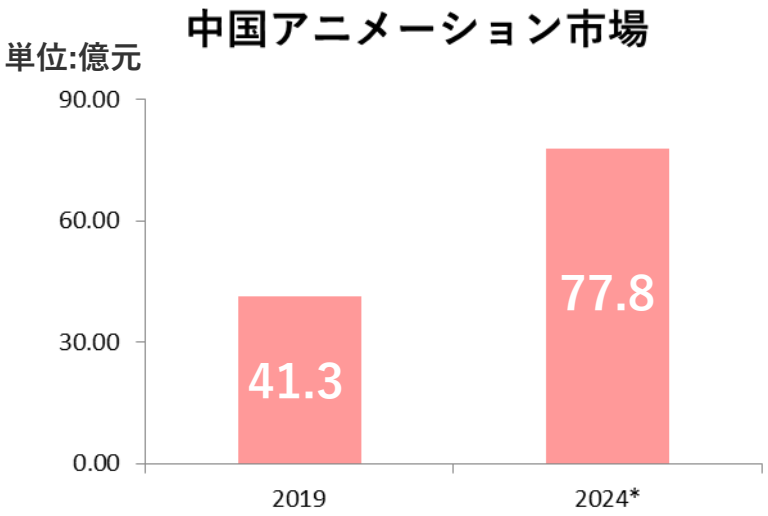
- グローバルでの収益伸長にむけ、ニッチ市場からマス市場へのビジネス拡大を目指す
- 企画・製作キャパシティの拡大/各国でのマーケティング機能充足のため現地パートナーと協業





中国市場開拓

- 中国市場は今後高成長の見込める市場
- 高ポテンシャルの一方で独自の商慣習/規制があり、リスク回避の面においても現地に根差した展開が重要
- 2020年11月に上海に合弁会社を設立



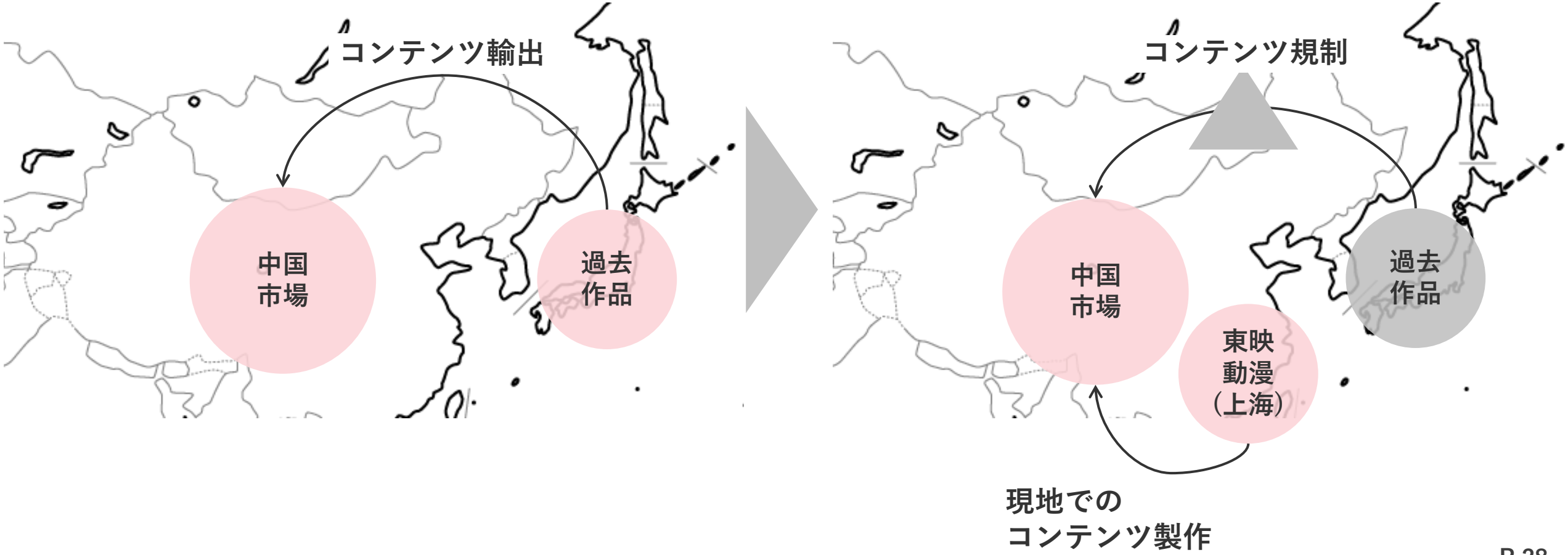
独自の商慣習/規制

上海に合弁会社設立
現地パートナーと連携し
アニメーション企画/製作

出典：STATISTA“Market size of the intellectual property (IP)-adapted entertainment market in China from 2015 to 2019 with forecasts until 2024, entertainment type”

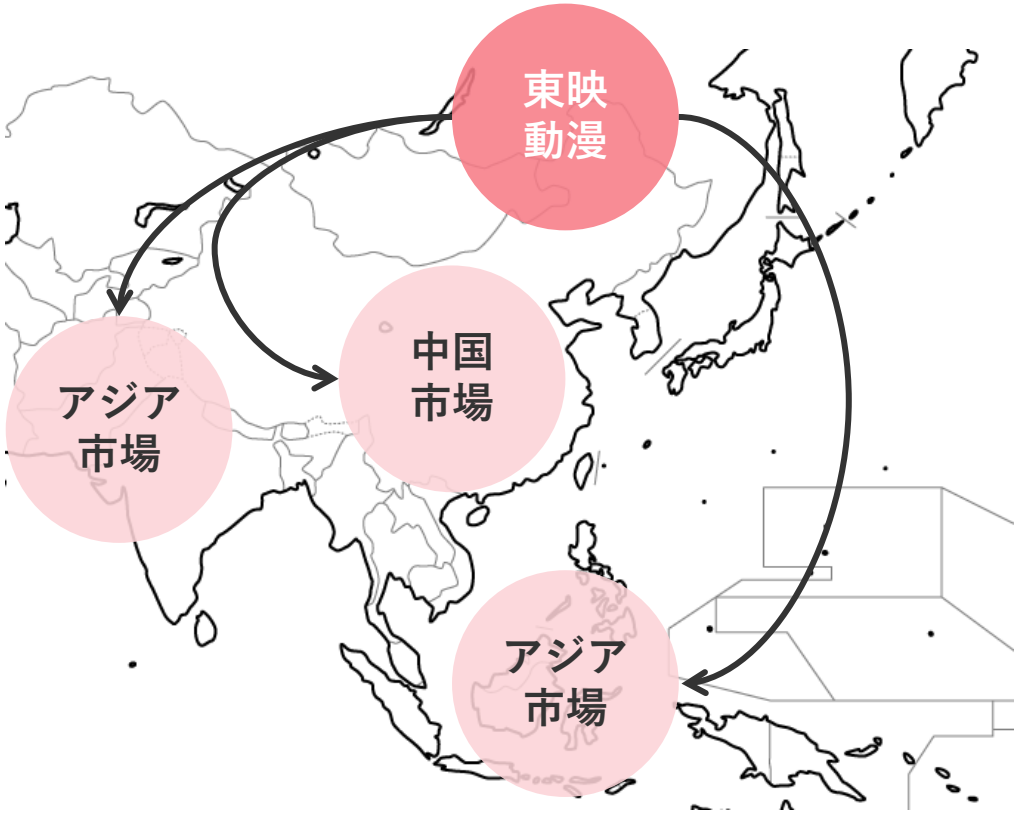
中国市場におけるパートナーシップの重要性

- これまで当社ライブラリー作品 権利許諾により中国市場を開拓
- 中国国内の海外コンテンツ規制は強化傾向で、既存のビジネス展開が今まで以上に難化
- 中国市場の更なる開拓のための新たな計画



東映動漫の概要

- 中国及びアジア市場開拓を一層推し進めるため、中国のパートナー企業と合弁会社を設立
- 中国をはじめとする中華圏向けコンテンツ開発を推進



商号	東映動漫(上海)実業有限公司
所在地	中国上海市
事業内容	コンテンツ企画運営及びライセンス管理
資本金	1,000万人民元 (約1億5,000万円)
設立年月日	2020年11月3日
出資比率	TOEI ANIMATION ENTERPRISES 80.0% 上海東今企業管理諮詢有限公司 20.0%

TOEI ANIMATION

Since 1956

【見通しに関する注意事項】

当資料に記載されている内容は、現在入手している情報に基づく判断および仮定に基づいており、
記載された将来の計画数値、戦略、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。

©ダイナミック企画/光プロダクション/松本零士/東映/尾田栄一郎/2019「ワンピース」製作委員会/バードスタジオ/集英社/
「2018ドラゴンボール超」製作委員会/Monkey Prince Kingdom