

アニメソングから見る アニメ産業の構造変化

京都産業大学 経営学部 井村ゼミナール

桐畑 瑞希

北川 美那

目次

1. 研究概要

2. 研究目的

3. 研究方法

4. 分析方法

5. 調査対象

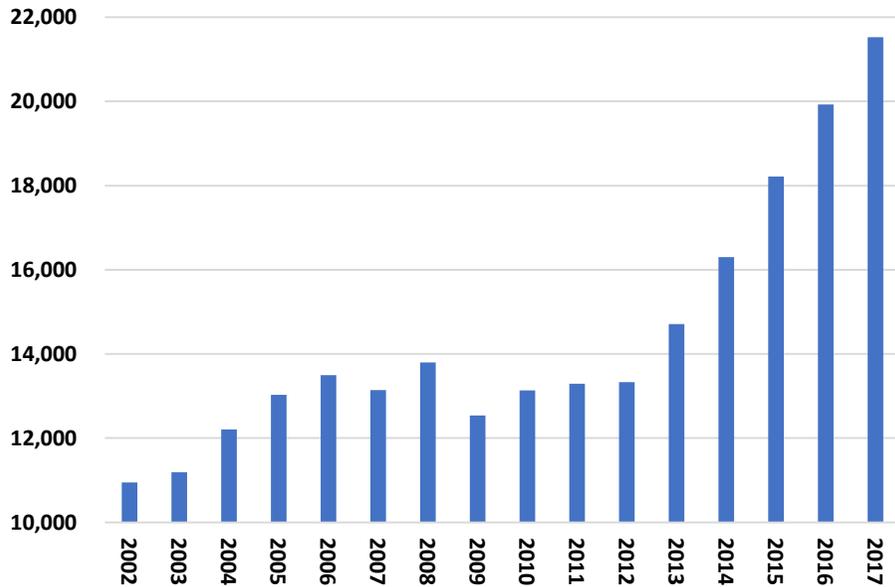
6. 研究結果

7. 参考文献

～ 研究概要 ～

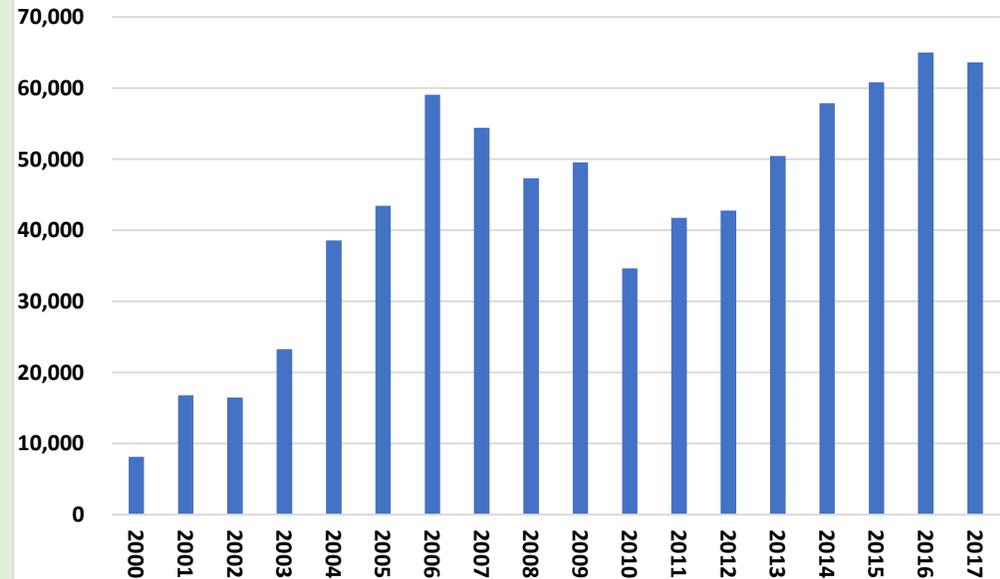
アニメの歴史

アニメ産業市場(単位:億円)



2008年後半のリーマンショックにより2009年から大きく下落。その後成長している。
→2017年では2兆円突破。

深夜帯アニメの制作分数推移(単位:分)



深夜帯アニメも2008年に減少
2010年から上昇傾向
→市場共にそのまま上昇

～ 研究概要 ～

アニメブーム

[ヒットアニメ]鉄腕アトム

- ・毎週一回30分のアニメ放送がスタートし、子供に定着

第1次
(1963年～1976年)

第2次
(1977年～1991年)

第3次
(1990年～2011年)

第4次
(2012年～2018年)

[ヒットアニメ]
新世紀エヴァンゲリオン

- ・デジタル化が本格始動
- ・製作委員会方式が定着

[ヒットアニメ]宇宙戦艦ヤマト

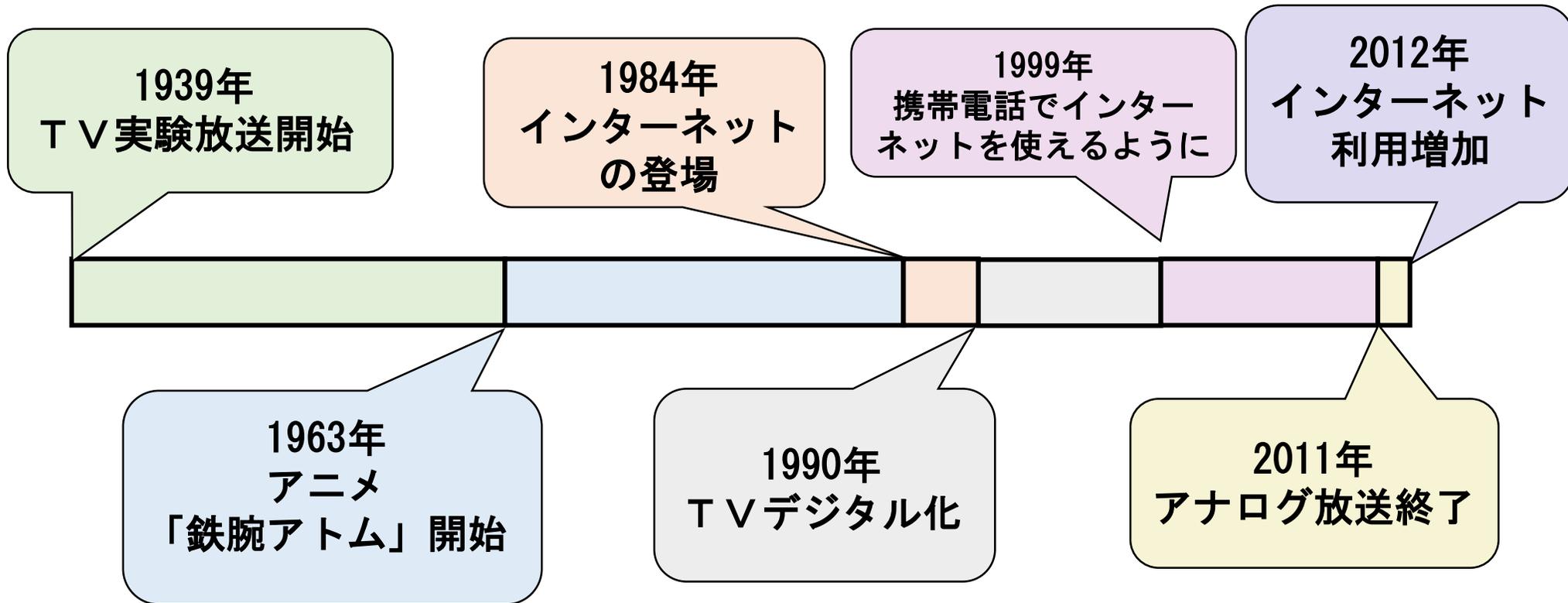
- ・OVA (Original Video Anime) が人気に

[ヒットアニメ]ラブライブ

- ・携帯でも視聴可能に
- ・聖地巡礼

～ 研究概要 ～

メディアの変化1 【アニメ視聴媒体】



～ 研究概要 ～

メディアの変化2【音楽媒体】

1979年
「ウォークマン」
場所を選ばずに外界と遮断
されて自分一人で好きな
音楽を聴くリスニング
スタイル改革をもたらす。
累計出荷台数は1億8600万台

1992年
「MD(ミニディスク)誕生」
MDでは、曲情報を入力すると再
生時にディスプレイに表示される
のが特徴。日本国内ではCD-R、
MP3プレーヤーが普及するまで録
音用メディアとしてMDがヒット。

2007年
「iPhone登場」
MP3プレーヤーと携帯電話
を別々に持ち歩く必要が
無くなる。定額制音楽配信
サービスというビジネス
モデルが現れた。

1948年
「コンパクトカセット」
コンパクトカセットがカセット
テープの標準規格になる。
カセットテープが、CDが登場
するまでの主要なパッケージ
音源として人気になる。

1982年
「CD普及」
CDが発売される。1984年には、
CDの売上がレコードを
追い抜く。1980年代後半から
CDバブルが起こり、音楽
市場の最盛期を迎える。

1996年
「CD-R・MP3の誕生」
家庭用パソコンにCD-ROM
ドライブが標準搭載され、家
庭でCDが作れるようになる。
MP3は、圧縮フォーマットの標
準規格となっていく。

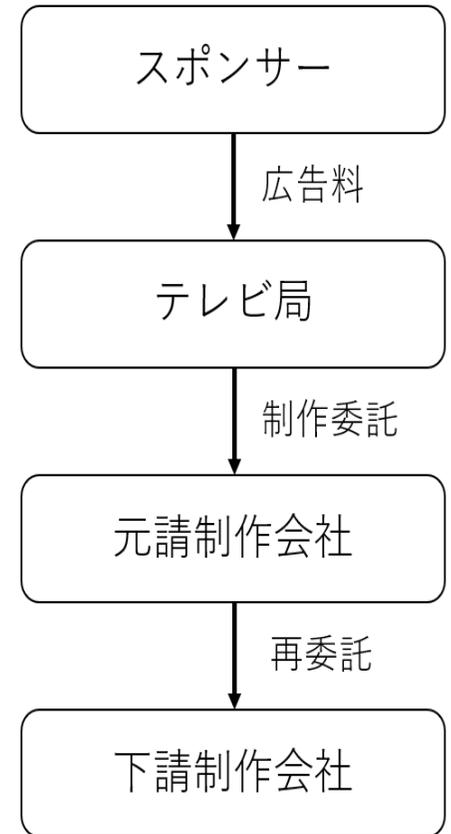
～ 研究概要 ～

制作方式【従来方式】

(第1次～第2次)

- ・色々な呼ばれ方をしてる方式
- ・著作権は基本は元請制作会社所有
- ・広告代理店はスポンサーとテレビ局の仲介料で利益を得る。
- ・スポンサーになる企業は子供向け企業が多数

従来方式



～ 研究概要 ～

制作方式【製作委員会方式】

(第3次～第4次)

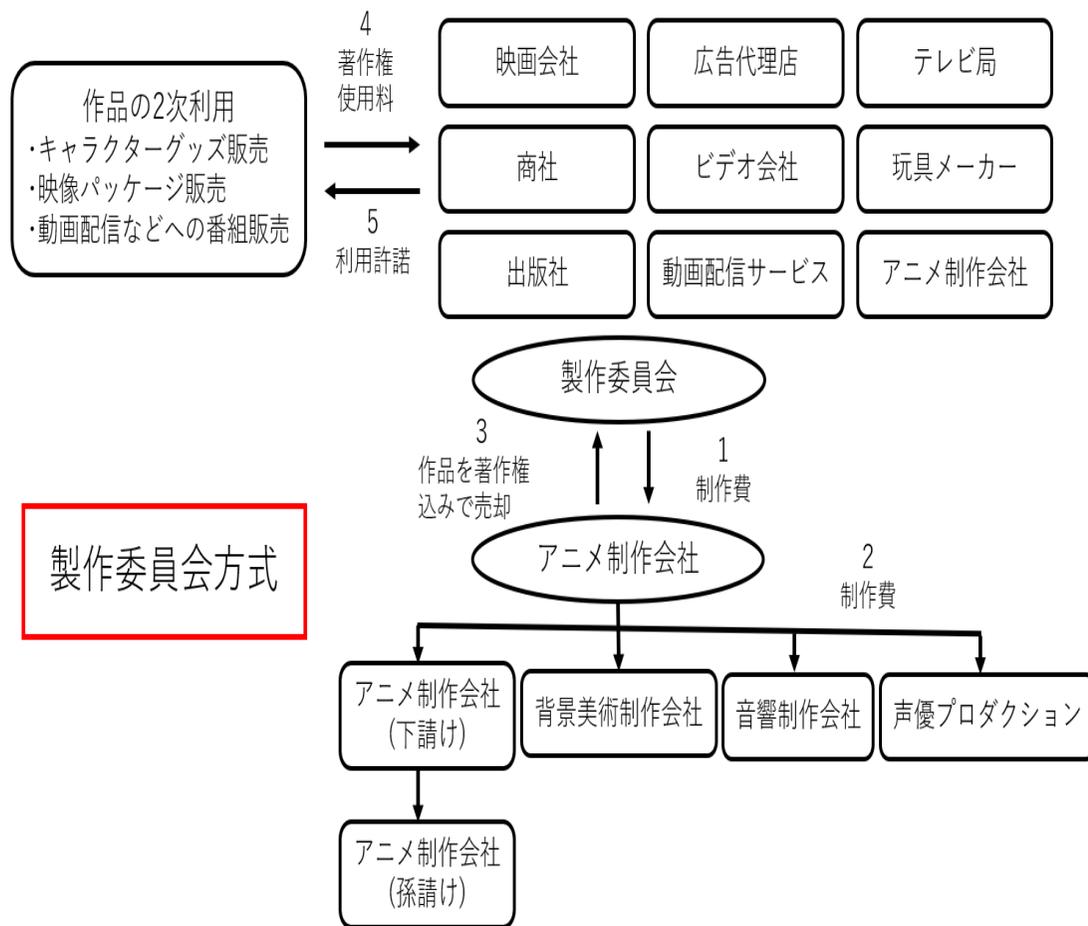
・1993年の「無責任艦長タイラー」が初

・出資企業が増えた

→リスクの分散に成功

・二次利用での時間を省けるように

・二種類の利益配分になる



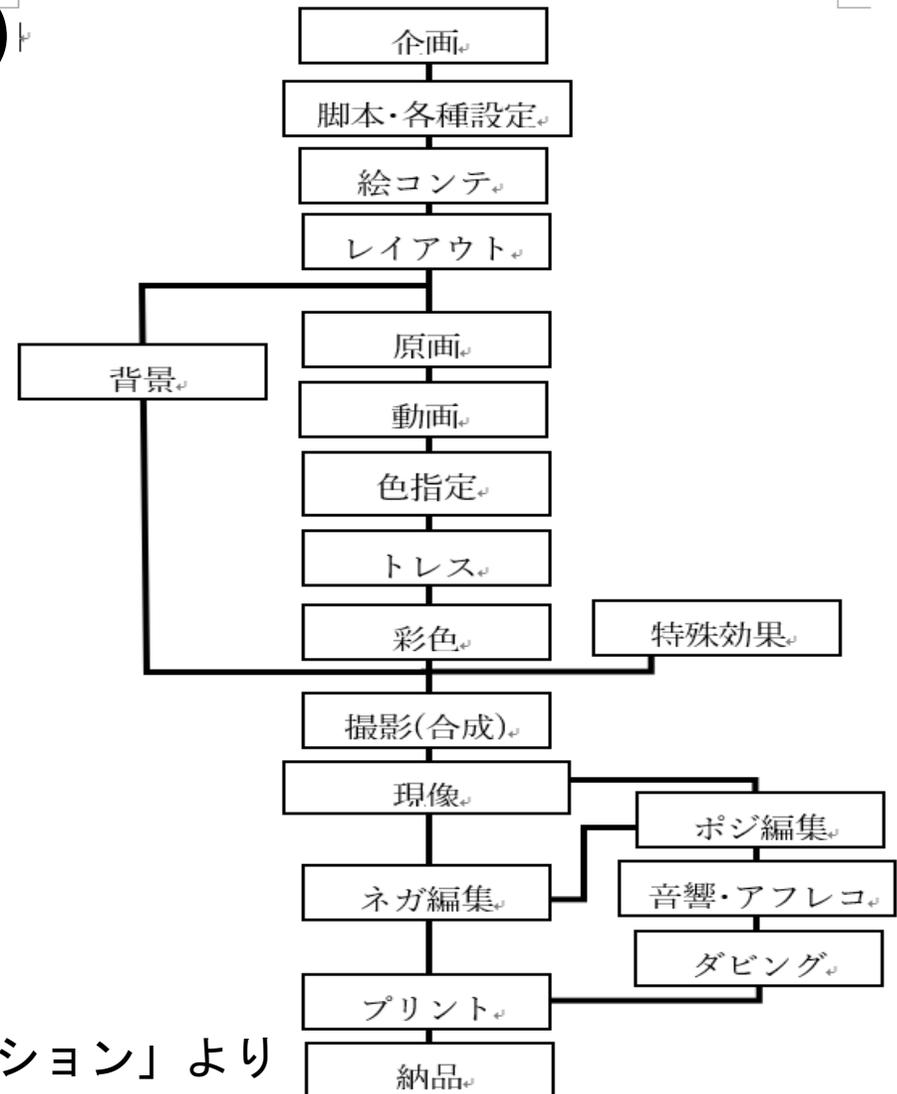
～ 研究概要 ～

アニメ制作工程【アナログ作画】

(第1次～第2次)

・トレースペンや筆、彩色のための専用顔料を使用して作成

・普通のテレビアニメ1話でだいたい3,000枚以上の画用紙を使用



「コンテンツ産業とイノベーション」より

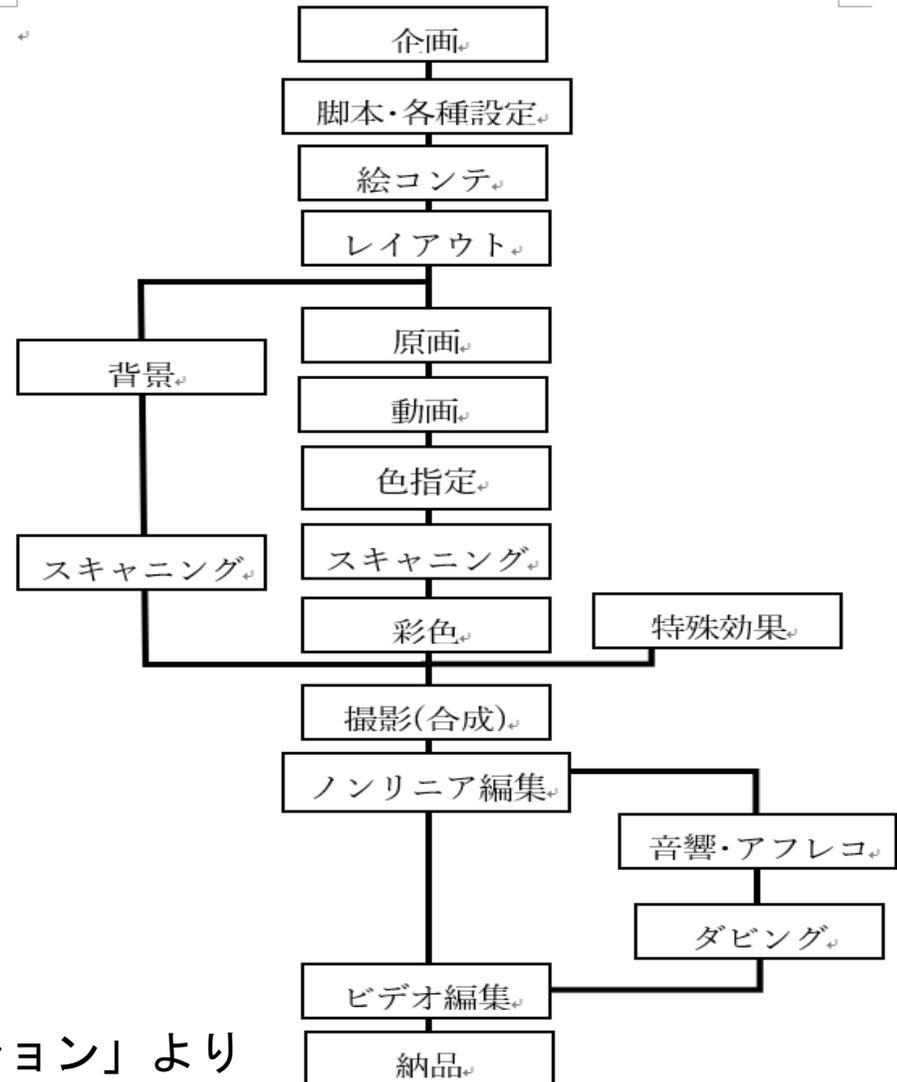
～ 研究概要 ～

アニメ制作工程【デジタル作画】

(第3次～第4次)

・1996年のコンピューター普及とアニメ制作支援ソフト「RETAS!」が貢献したことで普及

・制作時間の短縮になる



「コンテンツ産業とイノベーション」より

～ 研究目的 ～

**アニメ業界の構造の変化を
アニメソングを元に探る**

～ 研究方法 ～

①対象

アニソン！無料アニメ歌詞閲覧サイト (<https://animesongz.com/>) に掲載されている

1963年～2018年のアニメソング 全2,348曲

②収集データ期間:2019/8/30～10/1

③データ収集方法

アニソン！無料アニメ歌詞閲覧サイトで収集期間に放送されたアニメ歌詞をExcelに複写した。

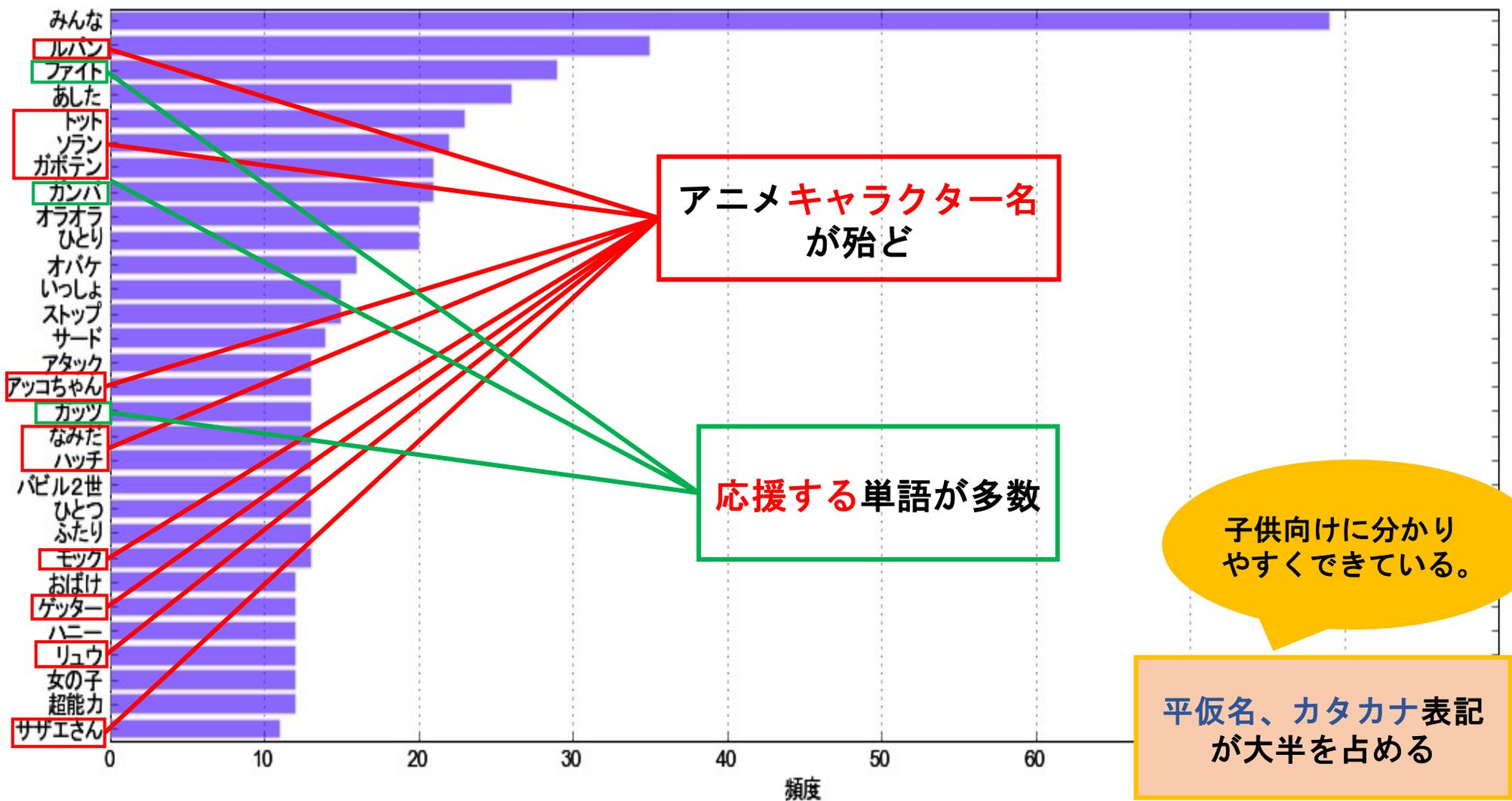
④データの分割方法

第1次～第4次アニメブームを基準にデータを分割

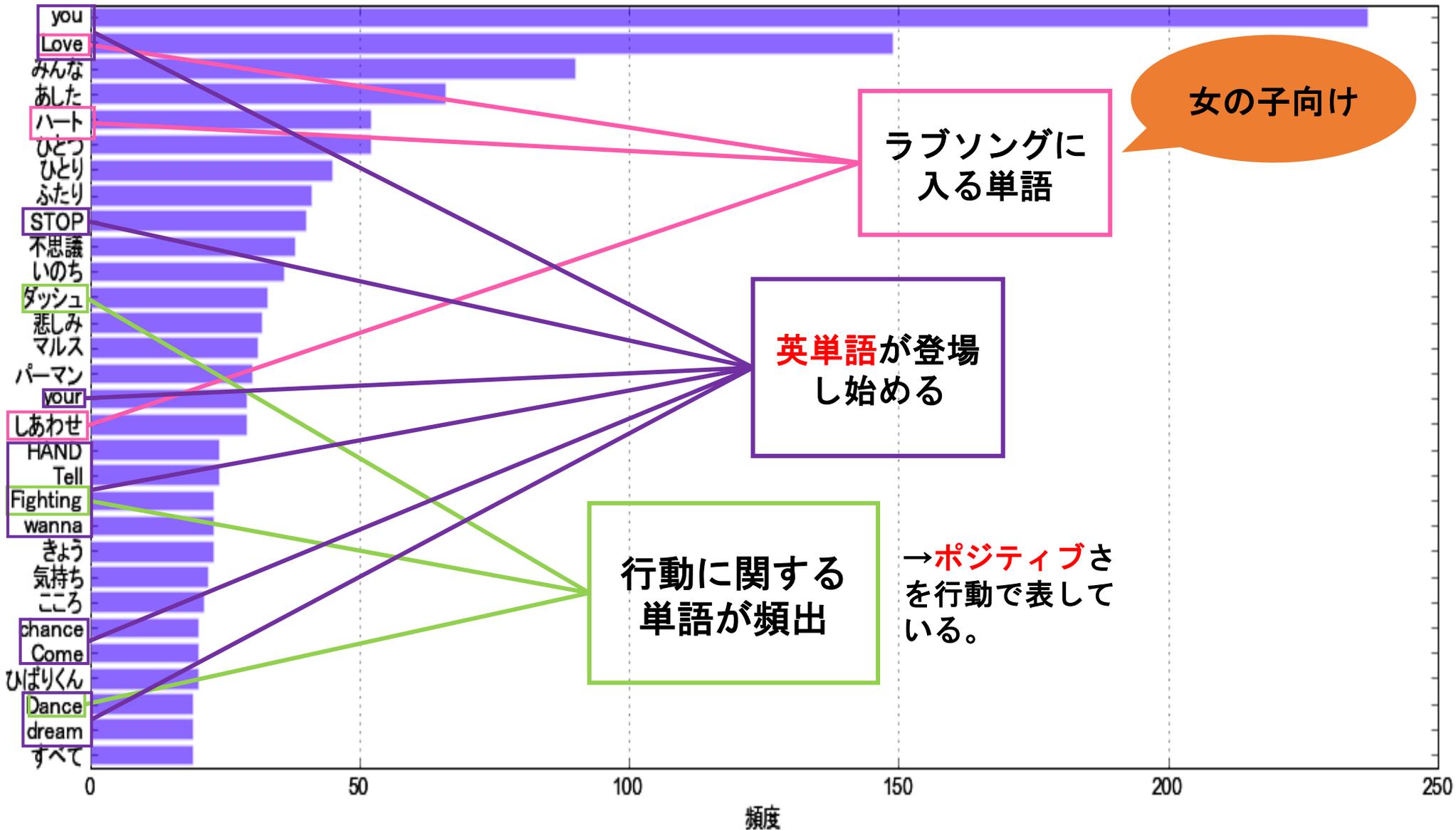
～ 分析方法 ～

- ・ 単語頻度分析
- ・ 特徴語分析
- ・ 対応バブル分析
- ・ ことばネットワーク

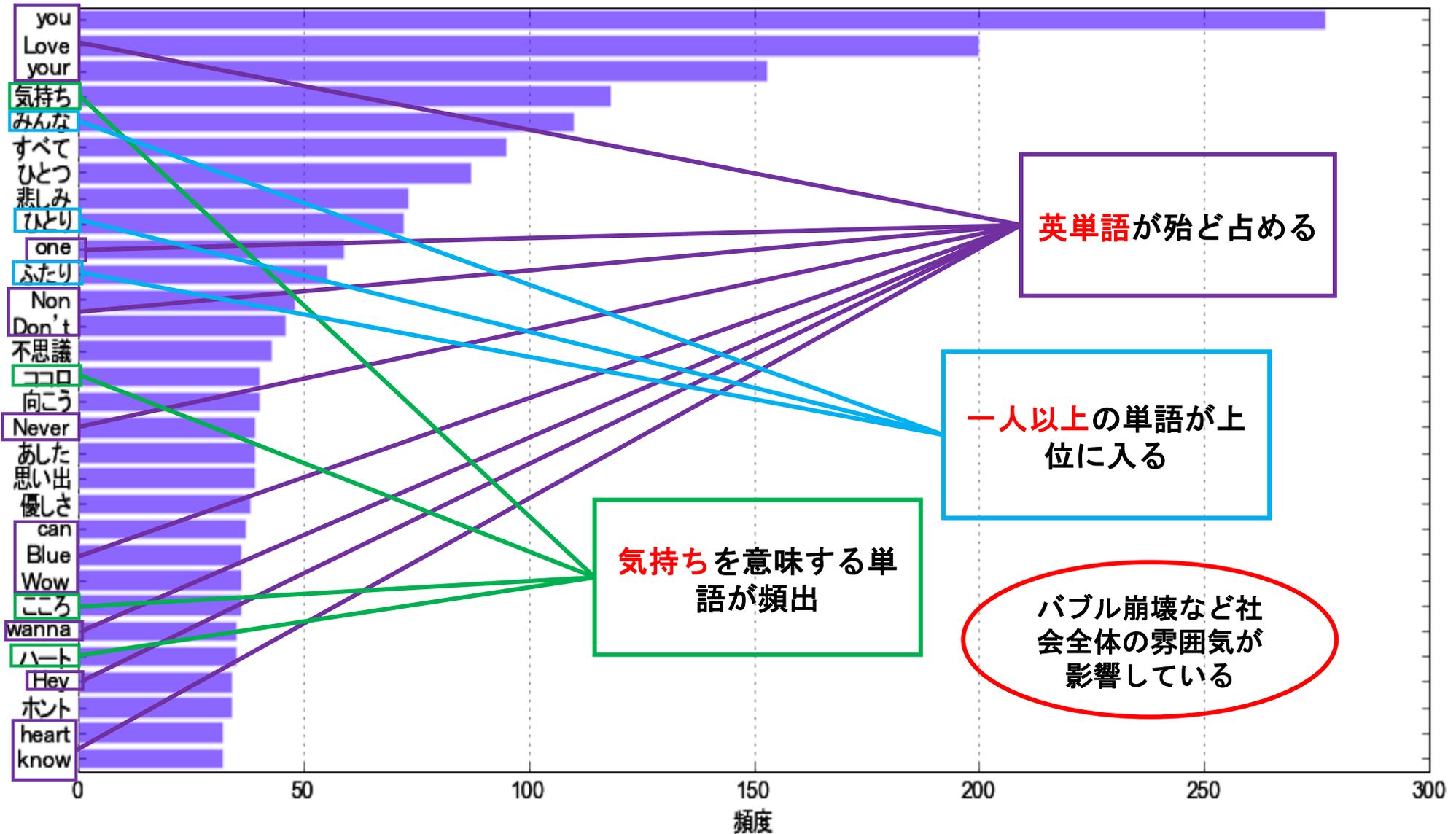
～単語頻度分析～ 1期(1963年～1976年)



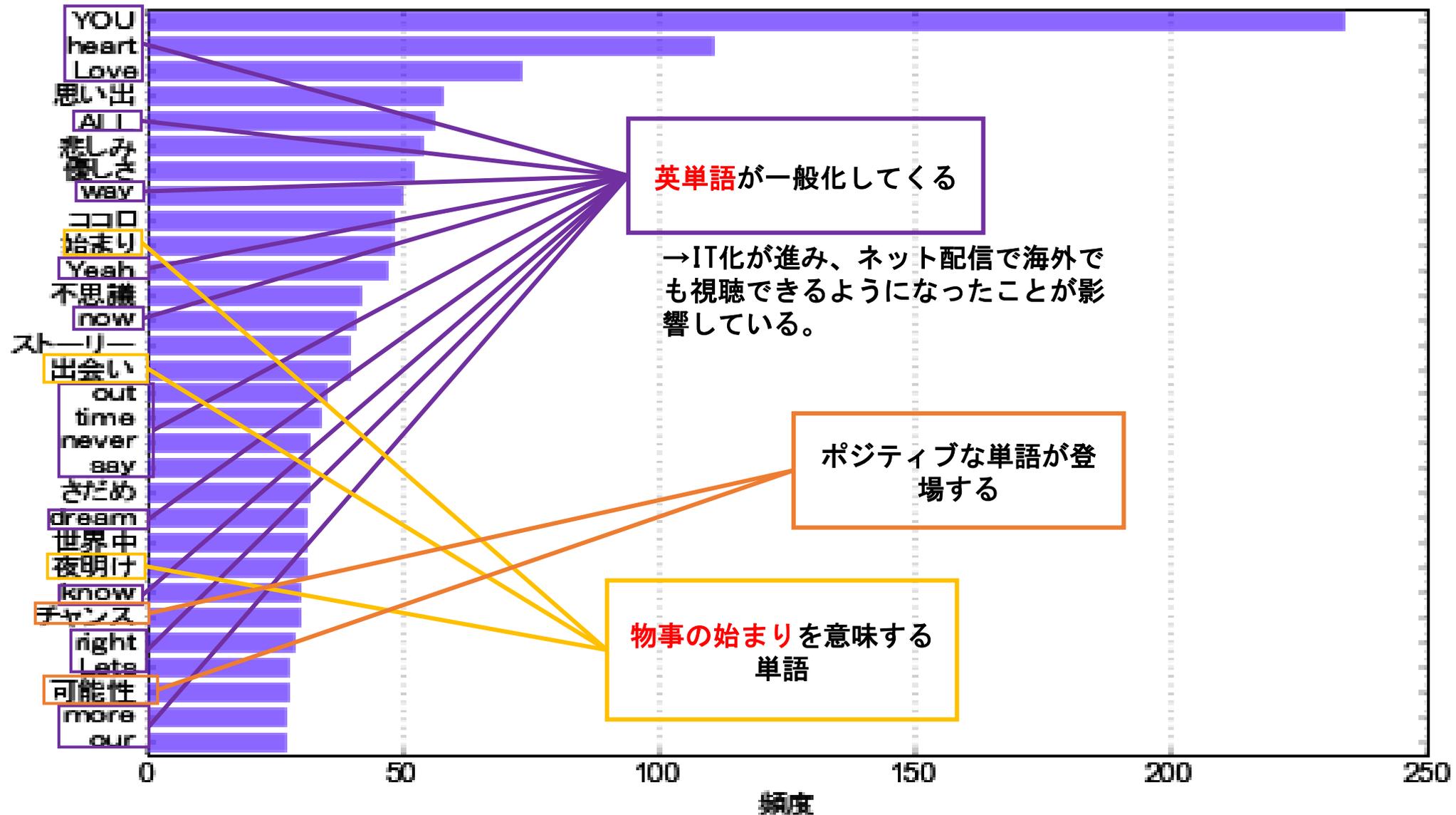
2期(1977年~1991年)



3期(1992年~2011年)



4期(2012年~2018年)



～特徴語分析～

TOP 10

1期	指標値	2期	指標値	3期	指標値	4期	指標値
かわいい	21.311	地球	17.669	笑顔	15.435	世界	21.693
勝利	21.311	涙	14.991	明日	12.974	未来	15.448
やさしい	19.450	星	13.798	勇氣	12.042	良い	14.035
星	19.429	人	12.529	そば	11.343	何度	14.027
血潮	16.123	宇宙	10.811	胸	9.794	今日	13.559
男	15.379	瞳	10.590	果て	9.191	先	13.204
平和	15.193	恋	10.217	気持ち	8.533	運命	11.788
希望	11.099	ひとり	9.693	愛	8.320	日々	11.201
夢	11.055	ふたり	9.693	瞳	8.300	声	10.260
元気	10.563	やさしい	9.693	恋	7.621	一緒	9.667

1期1963～1976年

- ・「勝利」「血潮」「平和」といった戦うことに関する単語が見られる。
- ・「かわいい」「やさしい」といった分かりやすい子供向けの単語が見られる。

2期1977～1991年

- ・アニメが機動戦士ガンダムなどのロボットアニメが多く、「地球」「星」「宇宙」といった世界観に合わせた単語が見られる。

3期1992～2011年

- ・「愛」「恋」「そば」といった一人では成立しない単語が見られる。
- ・「笑顔」「勇氣」といった明るい単語が見られる。

4期2012～2018年

- ・「未来」「先」といった前向きな言葉が見られる。
- ・「日々」「一緒」といった繋がりがある単語が見られる。

～各期のまとめ～

・ 1 期

子供の心を掴むような歌詞になっていたり、平仮名表記で分かりやすくしている歌が多い。一方戦いに関する単語の「勝利」「血潮」「平和」が特徴として出てくる。

・ 2 期

2期から英語の単語が登場し、年齢層が上がったことが見られる。また、ロボットアニメ独特の世界観を持たせた「地球」「星」「宇宙」などの単語が特徴として出てきている。

・ 3 期

一人では成り立たない単語の「恋」「そば」「愛」や複数人数の単語が多く、誰かを必要とする歌詞の傾向がある。一方明るい印象の単語の「笑顔」「勇気」も特徴になる。

・ 4 期

「未来」「先」など前向きな単語が特徴として出てきた。また、「日々」「一緒」という繋がりのある単語が見られる。

～まとめ2～

それぞれの歌詞には**時代背景**が多く反映されている。

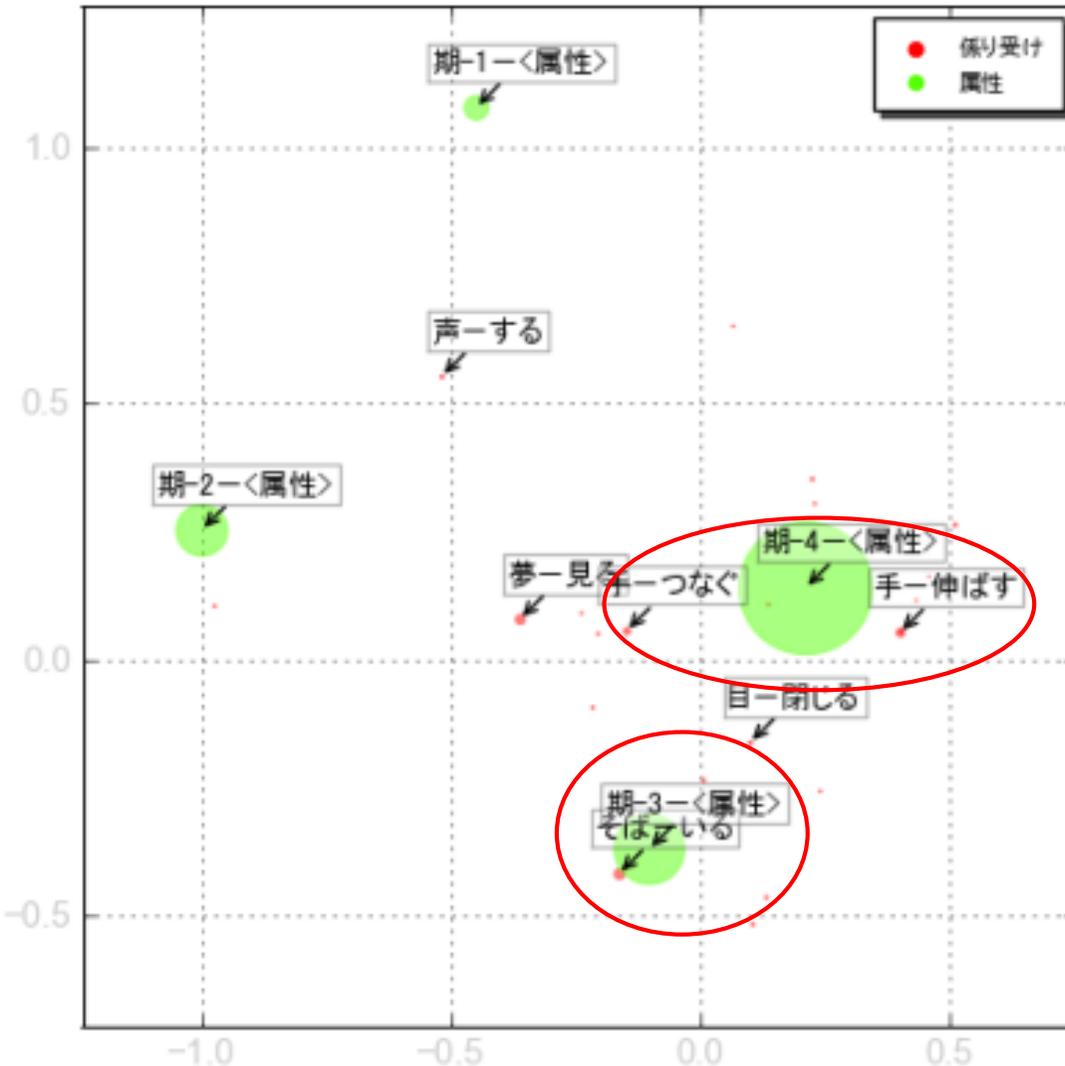
1期：子供向けや男らしい歌詞が特徴として出ているが、それには**ベビーブーム**による子供の急増と日本の雇用形態が変化したことによる**男性雇用の増加**が影響していると考えられる。

2期：**バブル経済**が発生し、景気が良くなったことにより人々の行動が活動的になったことが歌詞に反映されている。

3期：**バブル崩壊**の影響が強い時代になっており日本中が不安に包まれたことから、明るくしようという全体の気持ちが歌詞に反映されていると考える。

4期：この時期にIT化が進み、海外でアニメが視聴できるようになったことが歌詞上で**英語が一般化**した影響になっていると見られる。また、**東日本大震災**の影響から前向きに生きていこうという人々の気持ちが歌詞に反映されていると考える。

～対応バブル分析～



・ 1期、2期は3、4期から離れている
→ 3期から製作委員会方式に変化していき、アニメソングの歌詞に変化が表れている。

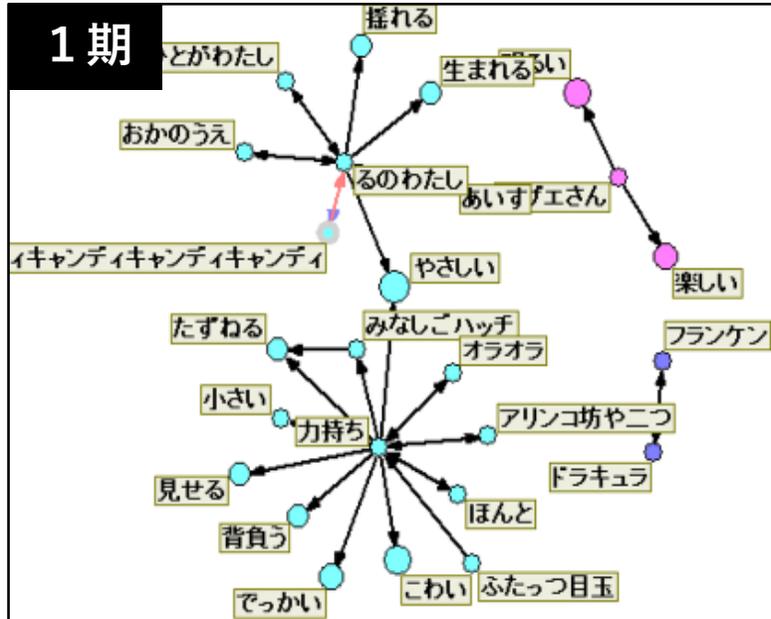
・ 3期、4期は距離が近い
→ タイアップ曲になった時期なので歌詞が似ている。

・ 3期は「**そば-いる**」など一緒にいることを重視

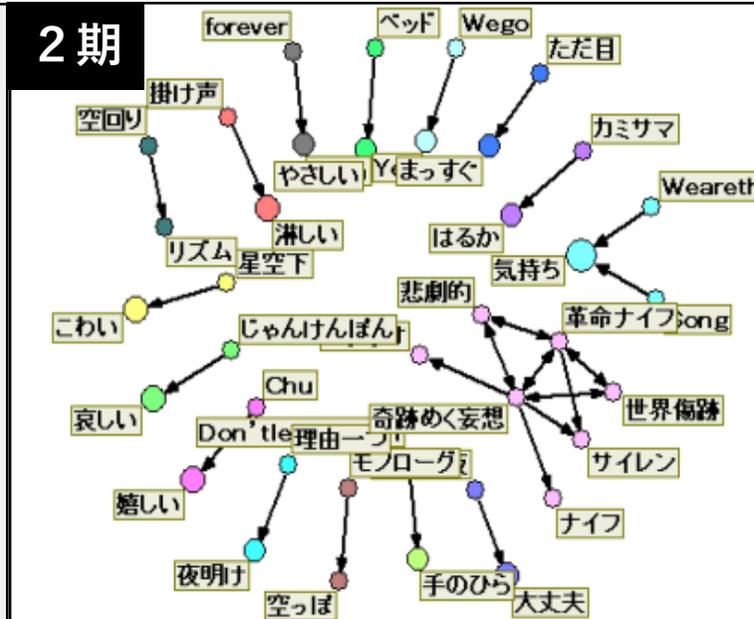
・ 4期は「**手-伸ばす**」「**手-つなぐ**」などつながりを求める

3文字以上

1期

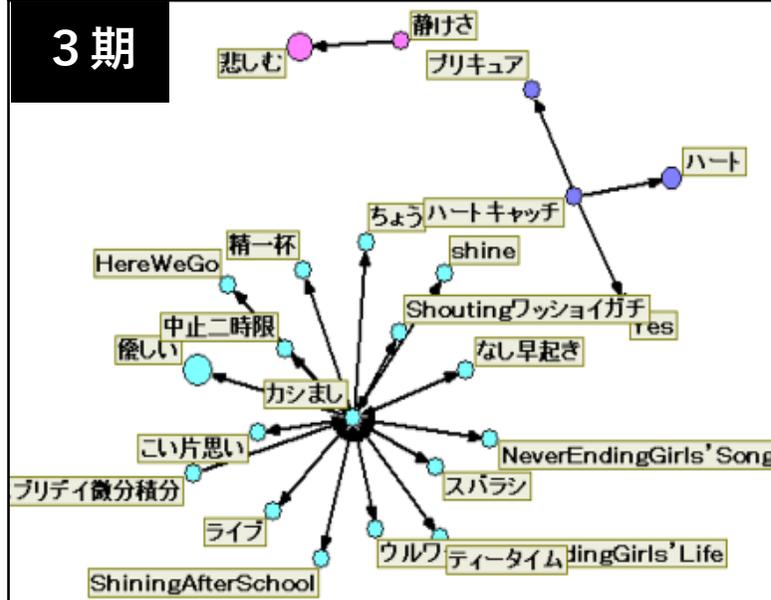


2期

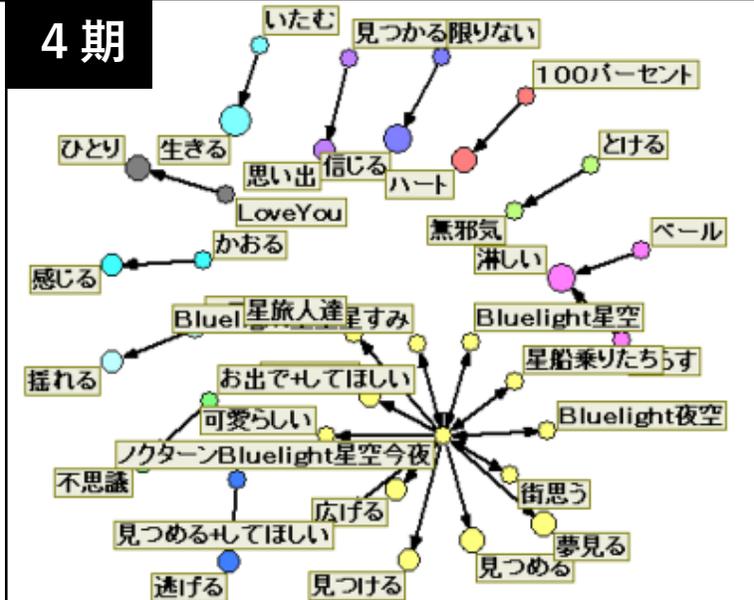


1期
キャラクターが多い
2期
英語が登場

3期



4期



3期・4期
英語が多い

～考察～

・1, 2期では歌詞にキャラクター名や子供にも分かりやすい言葉が頻出している。

→従来方式により**スポンサー企業**の商品をより買ってもらうために子供にアニメを覚えてもらえるようにしている。

・3, 4期では英単語など、アニメに関係していない歌詞が増えた。

→3期から製作委員会方式がスタートしたことでスポンサー企業がアニメ関連の商品を売らなくても収入を得られるようになり、**曲自体を売る目的**のタイアップ曲に変化していったと考えられる。

・各期の歌詞では、当時の時代の浮き沈みを大きく反映させており、その時代ごとに**視聴者の感情に訴える歌詞**に変化

→多くの人に視聴してもらおうという意図があるのではないかと考えられる。

～ 参考文献 ～

- (1) テレビの歴史／流行年代 <<https://nendai-ryuukou.com/history/001.html>>
(2019/10/18 閲覧)
- (2) 日本動画協会 「アニメ産業レポート2018」
- (3) 日本アニメの歴史／年代流行 <<https://nendai-ryuukou.com/history/011.html>>
(2019/10/18 閲覧)
- (4) 広告業界の現状と展望
<https://www.fukoku-life.co.jp/economy/report/download/analyst_V0L233.pdf>
(2019/10/18 閲覧)

(5) 音楽産業の歴史と発展

〈<https://xera.jp/entry/musicology>〉 (2019/10/18 閲覧)

(6) 半澤誠司 「コンテンツ産業とイノベーション」

(7) 総務省/平成28年度版情報通信白書/主なメディアの利用時間と行為者率

〈<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h28/html/nc252510.html>〉 (2019/10/18 閲覧)

(8) 週刊東洋経済(2017. 4. 1)