

シネマコンプレックス時代の映画興行

浅沼 孝

サマリー

同一施設に複数スクリーンを持つ、北米発祥のマルチプレックスを模した複合映画館シネマコンプレックスが、日本に誕生して四半世紀。いまや国内映画館の90%をシネマコンプレックスが占め、人々の生活に「シネコン文化」ともいえる映画受容の形態がすっかり根付いた感がある。ことにこの10年あまり、映画館のデジタル化がその完成をみせ、デジタル3D、4D、デジタルIMAXといったシネマコンプレックス特有の新たな上映システムの受容が進み、それに伴い以前とは映画館観客の消費者行動に大きな変化が見られる。

現在3,600を超える国内映画館スクリーンで、日々カウントされる観客動員数、興行収入等の直近約10年間に渡るデータを集積し、そこから導き出される種々の数値を用いて、「シネマコンプレックス時代」と云われる現下の国内映画興行を分析考察する。

はじめに¹

COVID-19によるパンデミックに襲われた世界は、社会のあらゆる局面でこれまでに経験したことのない事態に翻弄され、先の見えない闘いは今なお続く。わが国映画産業においても映画作品の公開延期が相次ぎ、また映画館は営業制限を余儀なくされた。一般社団法人日本映画製作者連盟が毎年発表している全国映画概況によると、一昨年2020年、年間入場人員が前年比マイナス45%を超えるという状況で『鬼滅の刃』の異例の大ヒットがなければ、ゆうに前年の半分以下の年間興行となっていたところである。国内大手映画会社の製作が再開され、映画館の営業制限が多少緩和された昨年2021年においても、前年よりプラス8.2%の年間入場人員増加に留まった。

2011年の東日本大震災による映画興行への影響を振り返ってみると、年間入場人員が前年比マイナス17%であったが、これを回復させるまでに5年もの歳月が必要とされた。今

次の災禍から映画産業が復興するのにどれほどの歳月が必要とされるのか、現時点でそれを見通すことは容易ではないが、のちに振り返れば世界全体のあらゆる事象と同様、映画産業もCOVID-19以前と以降に二分されるであろう。本稿は2010年代を中心としたCOVID-19以前の国内映画産業の状況分析を、一旦この時点でまとめておくことを第一の目的とする。

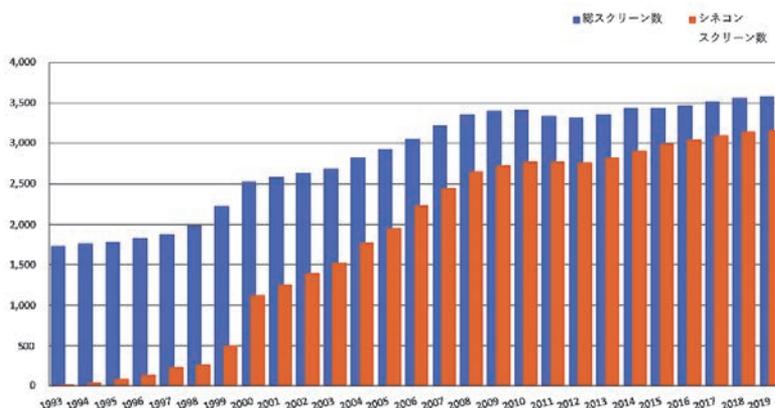
2019年、国内映画興行は年間興行収入2611億8000万円の歴代最高額を記録し、年間入場者数においても1971年以来48年ぶりに1億9000万人台を回復した。いずれの数値も前年比115%を超える。新海誠監督『天気の子』の140億6000万円を筆頭に『アナと雪の女王2』『アラジン』『トイ・ストーリー4』と4本の興行収入100億円作品を数え、10億円以上の興行収入を記録した作品数は、日本映画・外国映画あわせて65本に及ぶ。この好況ぶりは話題作の公開が相次いだことに加え、すっかり社会生活に定着したシネマコンプレックス文化の存在感が大きな要因と言える。大手シネコンチェーン

の大半で、1993年以來26年ぶりに一般入場料金が100円値上げされたという悪影響は観客動員数に全く感じられず、逆にIMAX、3D、4D、Dolby Cinema、ScreenXなど500円～1200円の追加料金を必要とするシネマコンプレックスならではのラージフォーマットが人気を呼んでいる。

1993年、郊外型3サイト21スクリーンからスタートした同一施設に複数のスクリーンを持つシネマコンプレックスであるが、その総スクリーン数において2009年に国内映画館全体の80%を越え、現在では90%にせまっている。

本稿が最も注視する部分は、筆者が10年間にわたり収集・蓄積した、このシネマコンプレックス普及定着期2010年代の週末の週末興行成績 (Box Office) データをもとに、特に「初動」と呼ばれる「個々の映画作品公開初週の週末土日2日間の興行収入金額」の最終興行収入に占めるパーセンテージである。映画興行のプロと呼ばれる配給・興行の専門家スタッフ

たちは、この初動の数値を見て、最終興行収入のおおよその見当をつける。しかしその「係数」は個々の作品の様々な条件によってばらつきが生じるのである。シネマコンプレックスにおける映画興行は、その客入りの状況によって翌週以降のスクリーン配置やタイムテーブルの見直し、さらには興行期間の見直しにまでドラスティックに影響が及ぶ。また製作元は劇場興行の先に待つパッケージビジネスや配信・放送スケジュール等二次利用の予定変更を余儀なくされることもある。そういった状況の中、より早く、より確度を持った興行状況分析が求められるのである。しかしながら、この部分のデータを根拠とした具体性を持つ研究は、学術論文においてなされておらず、配給・興行会社内部ではある程度の分析がされていると推察されるが、その成果が公表されることはない。その意味において本稿の分析研究はきわめて有用な意味を持つと言えるであろう。



(図1-1)シネマコンプレックス誕生以降の映画館スクリーン数の推移²

第1章 背景と全体像

第1節 シネマコンプレックスの誕生から定着へ³

全国映画館数が戦後復興以来最低の1,734館に落ち込んだ1993年、4月にワーナーマイカルシネマズが神奈川県海老名市と大阪府岸和田市に相次いで誕生し、さらにこの年10

月オープン富山県高岡市を加え3サイト21スクリーンでわが国シネマコンプレックスがスタートした。年間の全国映画館入場者数が1億2000万人を下回り史上最低を記録した1996年、アメリカのメジャー映画館チェーンAMCとイギリスに本拠を置くユナイテッド・シネマが国内参入し、1997年には国内大手の東宝、松竹、さらに1998年に東急レクリエーションが郊外のショッピングモールを中心にシネマコンプレックスを続々とオー

ブンさせた。翌1999年には全国映画館スクリーン数が2,000を回復し、旧来館に対するシネマコンプレックスの比率は20%を超える。

2000年代に入ると、ワールドワイドでの採算性を見直しを迫られた外資系各社が次々と日本から撤退するが、その資産は国内各社が引き受け、さらに国内大手各社は大都市繁華街の旧来館を次々とシネマコンプレックスに鞍替えさせていく。シネマコンプレックス比率が一気に50%にせまった2001年、映画館入場者数が1億6000万人台を回復し、以降この水準はほぼ安定的に維持される。1985年以来21年ぶりに日本映画の興行収入が外国映画を上回った2006年には、全国映画館スクリーン数が3,000を超えた。大阪なんばや東京新宿の伝統的旧来館までもがシネマコンプレックス化を完了させた2008年には、シネマコンプレックス比率が80%に迫る。ジェームズ・キャメロン監督『アバター』が公開されデジタル3D元年と言われた2010年にスクリーン数3,400を超えるが、翌2011年3月の東日本大震災により多くの施設で被害を受け3,300スクリーンを下回る。しかしその後、着々と回復をみせ2010年代後半にはデジタル3Dに加えIMAXデジタルや4D等最新設備の導入も進み、2019年の集計では全国映画館スクリーン数3,583、うちシネマコンプレックスのスクリーン数3,165、その比率は88.3%となっている。

シネマコンプレックスは以上のような経緯で定着してきたわけであるが、シネコン以前と以降での最大の変化は「郊外」に映画館ができたことに尽きる。かつてちょっとした鉄道駅ごとに当たり前にあった地元の映画館が70年代以降次々と姿を消していき、映画は都心の繁華街でしか観ることができないものになっていた。映画館の観客はおのずと若者たちがその大半を占め、ヒットする作品は彼らの支持する日本製アイドル映画やハリウッド製アクション大作などが主流であった。80年代には『セーラー服と機関銃』『時をかける少女』などの角川映画や、『スターウォーズ』や『ロッキー』シリーズなどが興行ランキングの年間トップを争っていたが、シネコン誕生以降となる2000年前後になると、『ポケットモンスター』『名探偵コナン』や『ハリーポッター』に入れ替わり、2010年代はスタジオジブリや

ディズニーなどのアニメーションがこれに加わる。

こういった作品の主だった観客であるファミリー層は圧倒的に地元郊外型シネコンを利用する。それに加えて平日昼間の郊外型シネコンの観客は主にシニア層である。こと映画産業においてはこれまでのところ、少子高齢化によるマイナスの影響はみられないと言ってよい。シネコン普及以前の1996年に1億2000万人を切るまでに落ち込んだ年間映画館動員数が、2019年には1億9500万人を数えた。都心の映画館の観客行動にシネコン以前と以降でそれほど大きな変化は見られないことから、この増加分7500万人の大半は、広大な駐車場を有するショッピングモールに併設された郊外型シネコンに集まる、単に映画だけが目的ではないという、かつて映画産業斜陽期には存在しなかった種類の、ファミリー層を中心とした「映画ライトユーザー」であるとみてよい。

郊外のベッドタウンに居住する彼らは、週末の休日、身近なレジャーとしてマイカーで気軽にアクセスできるショッピングモールに家族で出かけ、ショッピングと食事、そして時間に余裕があれば映画を楽しむ。かつての映画ファンほど強い動機を持って映画を見に出かけるのではなく、あくまでも休日レジャーの中の安価で手軽な一つの選択肢として映画を受容しているのである。そういった彼らが選択する作品には、ファミリーの構成員みなが安心して楽しみ満足できる最大公約数的要素が求められる。近年日本映画の大半を占めるテレビ局主導の製作委員会方式による作品は、テレビドラマやアニメの映画化や、それ以外の作品でも、話題になった原作をテレビでお馴染みのタレントを起用し、内容的にものちのテレビ放映を見越した、誰にでもわかりやすく過激な表現を抑えた無難なものが多く、このシネコンの観客の中心を占めるファミリー層ライトユーザーの需要に、ハリウッド製ファンタジー大作とともに、ぴたりと合致している。いきおい非テレビ局製作映画においても、興行的ヒットを見据える限り、このテレビとの親和性とも言うべき要素がきわめて重視されるのである。

第2節 2010年代興行状況の全体像⁴

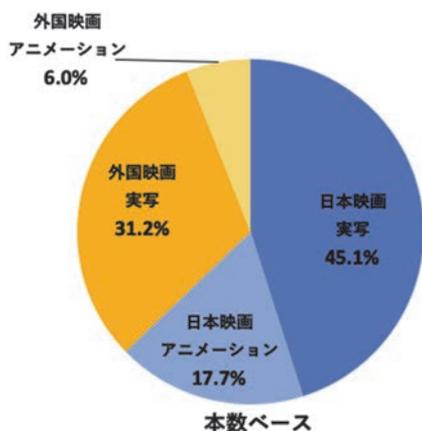
2010～19の10年間で10,741本の作品が劇場公開され、総計2兆1632億8500万円の興行収入をあげた。日本映画が5,696本1兆2430億0800万円、外国映画が5,045本9202億7700万円。このうち一般社団法人映画製作者連盟が公表した興行収入10億円を超えた作品が570本、その興行収入合計は1兆5685億0000万円である。つまり5.3%の本数の作品が、72.5%の興行収入をあげたことになる。この比率は各年毎の集計を比較しても大きな隔たりは見られない。(表1-1)

この570本のデータについてさらに確認していくが、まず本数ベース(図1-2)で見た場合、日本映画実写が257本45.1%、日本映画アニメーションが101本17.7%、外国映画実写が178本31.2%、外国映画アニメーションが34本6.0%、興行収入ベース(図1-3)では日本映画実写が5352億1000万円34.1%、日本映画アニメーションが3548億5000万円22.6%、外国映画実写が5066億1000万円32.3%、外国映画アニメーションが1718億3000万円11.0%となっている。

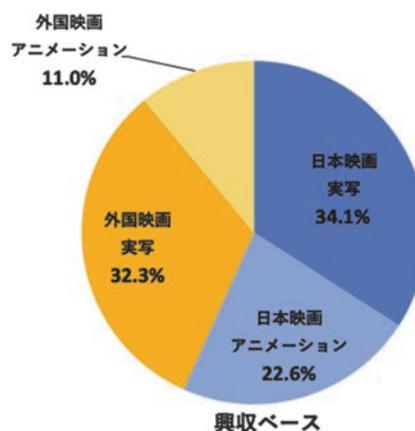
日本映画と外国映画で比較すると、日本映画が本数ベースで62.8%に対して興収ベースでは56.7%、外国映画が本数ベースで37.2%に対して興収ベースでは43.3%、つまり1本

(表1-1) 公開本数と興行収入⁵

年度	年間公開本数	うち10億円以上 作品数	本数比率	年間興行収入	うち10億円以上 興行収入	興収比率
2010	716	48	6.7%	220,737,000,000	157,740,000,000	71.5%
2011	799	54	6.8%	181,197,000,000	131,250,000,000	72.4%
2012	983	59	6.0%	195,190,000,000	139,110,000,000	71.3%
2013	1,117	56	5.0%	194,237,000,000	137,910,000,000	71.0%
2014	1,184	49	4.1%	207,034,000,000	141,120,000,000	68.2%
2015	1,136	61	5.4%	217,119,000,000	159,530,000,000	73.5%
2016	1,149	62	5.4%	235,508,000,000	180,300,000,000	76.6%
2017	1,187	62	5.2%	228,572,000,000	161,840,000,000	70.8%
2018	1,192	54	4.5%	222,511,000,000	158,820,000,000	71.4%
2019	1,278	65	5.1%	261,180,000,000	200,880,000,000	76.9%
total	10,741	570	5.3%	2,163,285,000,000	1,568,500,000,000	72.5%



(図1-2) 作品種別割合(本数ベース)⁶



(図1-3) 作品種別割合(興収ベース)⁷

あたりの興行収入は日本映画より外国映画のほうが高いことを示し、実写とアニメーションで比較した場合、実写映画が本数ベースで76.3%に対して興収ベースでは66.4%、アニメーション映画が本数ベースで23.7%に対して興収ベースでは33.6%となっており、実写映画よりアニメーション映画の1本あたりの興行収入が高いことがわかる。

また本数・興行収入双方で最も多くを占める日本映画実写が本数ベースで45.1%に対して興行収入ベースでは34.1%、最も少ない外国映画アニメーションが本数ベースで6.0%に対して興行収入ベースで11.0%となっており、外国映画アニメーションの1本あたりの興行収入の極端な高さを示している。

本稿ではこの2010～19の興行集収入10億円を超えた570本のデータをベースに、論考を重ねていくことにする。

第2章 興行推移

第1節 作品興行推移

(表2-1)は、ある週(2019年2月第1週)の週末興行成績であるが、第1位にこの週から全国329スクリーンで公開され

た東宝配給/TBS製作『七つの会議』という作品がランクされている。興行収入が土日2日間で3億3437万1900円、公開初日金曜日を加えた3日間では4億3413万3600円となっている。2位にランクされた東宝配給/フジテレビ製作『マスカレード・ホテル』は、公開3週目の土日に2日間3億1567万3300円の興行収入を上げ、これは前週の土日興行収入からマイナス34.0%の金額となっており、また公開初日からの累計興行収入は26億6770万7800円である。

この毎週の週末興行成績の積み重ねから得られたデータである『七つの会議』週毎の興行収入推移(表2-2)を、以下の4つの項目に着目して確認する。

- 公開1週目の土日興行収入が最終興行収入に占める割合(以下<op比率>とする)
- 公開2週目の日曜日までの累計興行収入が最終興行収入に占める割合(以下<2nd比率>とする)
- 公開1週目と公開2週目の土日興行収入の比較(以下<1-2下落率>とする)
- 公開1週目の土日興行収入に対する平日興行収入の比率(以下<平日比率>とする)

(表2-1)週末興行成績⁸

BOXOFFICE Feb 2-3, 2019

順位	先週	タイトル	配給会社/テレビ局	土日興行収入	前週比	スクリーン数	増減	1スクリーンあたり	累計興収	週
1	N	七つの会議	東宝/TBS	334,371,900	-	329	-	1,016,328	434,133,600	1
2	1	マスカレード・ホテル	東宝/CX	315,673,300	-34.0%	349	-	904,508	2,667,707,800	3
3	N	雪の華	WB/-	199,162,000	-	326	-	610,926	284,752,200	1
4	3	ボヘミアン・ラプソディ BOHEMIAN RHAPSODY	FOX/-	199,055,200	-15.5%	385	-117	517,026	10,976,657,080	13
5	N	メリー・ポピンズ リターンズ MARY POPPINS RETURNS	WDS/-	186,236,000	-	654	-	284,765	262,370,000	1
6	2	十二人の死にたい子どもたち	WB/NTV	185,215,400	-30.8%	342	-1	541,565	776,088,800	2
7	4	劇場版 Fate/stay night Heaven's Feel II. lost butterfly	アニプレックス/-	83,218,400	-28.5%	131	-	635,255	1,320,295,396	4
8	6	映画 刀剣乱舞	東宝映像事業部/-	66,739,000	-17.7%	111	-	601,252	534,624,000	3
9	5	シュガー・ラッシュ:オンライン RALPH BREAK THE INTERNET: WRECK-IT RALPH 2	WDS/-	50,800,100	-46.0%	414	-	122,706	3,717,924,600	7
10	8	ラブライブ! サンシャイン!! The School Idol Movie Over the Rainbow	松竹/-	50,302,200	-14.0%	128	-	392,986	819,081,200	5
計				1,670,773,500	+13.1%					

(表2-2)「七つの会議」興行推移⁹

「七つの会議」東宝/TBS

19/2/1(金) 329scr.
興行収入21.6億円 入場料単価1,237円D: 福澤克雄
C: 野村萬斎 香川照之
片岡愛之助 及川光博

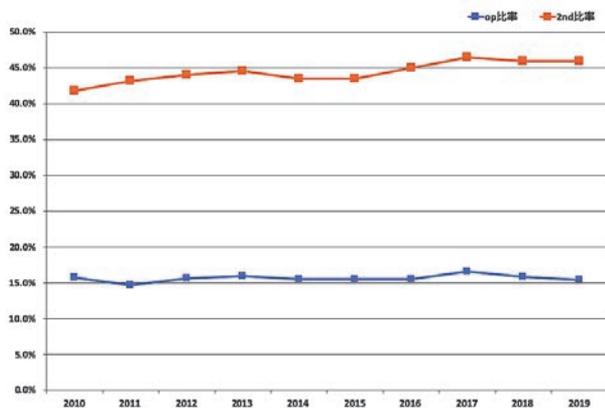
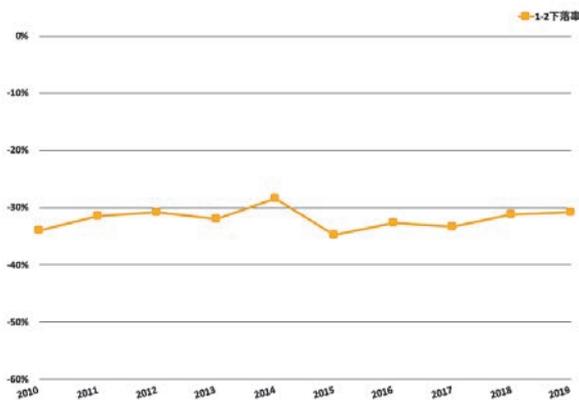
週	日付	順位	土日興収	前週比	最終興収比	累計興収	最終興収比	平日興収	平日比率
1	2/2-3	1	334,371,900	-	15.5%	434,133,600	20.1%	339,945,000	101.7%
2	2/9-10	2	273,983,500	-18.1%	12.7%	1,048,062,100	48.5%	300,163,700	109.6%
3	2/16-17	4	165,010,600	-39.8%	7.6%	1,513,236,400	70.1%	160,530,400	97.3%
4	2/23-24	8	106,484,100	-35.5%	4.9%	1,780,250,900	82.4%	99,843,400	93.8%
5	3/2-3	11	59,752,600	-43.9%	2.8%	1,939,846,900	89.8%		
6	3/9-10	-				2,026,209,300	93.8%		
7	3/16-17	-				2,073,776,400	96.0%		
8	3/23-24	-				2,105,618,500	97.5%		
9	3/30-31	-				2,123,026,400	98.3%		
計			879,850,100	-34.3%		2,160,000,000		900,482,500	102.3%

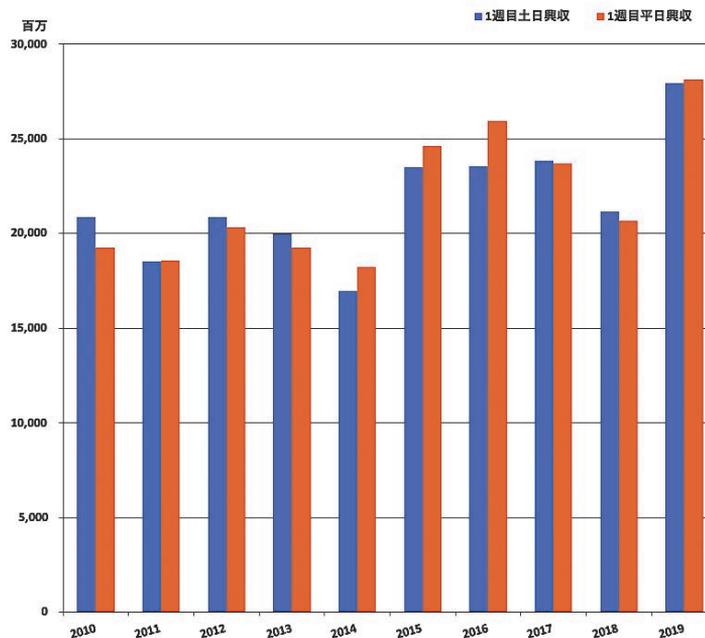
『七つの会議』では<op比率>15.5%、<2nd比率>が48.5%、<1-2下落率>が-18.1%、<平日比率>が101.7%、金額で見えた場合1週目の土日2日間の興行収入が3億3437万1900円に対し、平日5日間の興行収入が3億3994万5000円であった。

第2節 全体興行推移

(図2-1)~(図2-3)は前節で確認した4つの項目について、年毎の平均値推移を表している。(図2-1)中の<op比率>は毎年ほぼ15%台で推移しており、<2nd比率>は45%のライ

ンを跨いでの推移。(図2-2)の<1-2下落率>は概ね-30%台の前半、(図2-3)の<土日/平日比較>は年によって多少のばらつきはあるが、その差はわずかである。いずれの項目の数値もほぼ一定していると言って差し支えないであろう。さらに10年間の平均値を算出してみると、<op比率>15.6%、<2nd比率>44.4%、<1-2下落率>31.0%、<平日比率>100.7%、金額で表すと土日2日間217億6394万円/平日5日間218億0991万円であった。『七つの会議』の数値が10年間570本の平均に極めて近いことがわかる。唯一<1-2下落率>のみが18.1%と幾分離れた数値を示しているが、この要因は公開

(図2-1) <op比率><2nd比率>の推移¹⁰(図2-2) <1-2下落率>推移¹¹



(図2-3) <土日/平日比較>¹²

2週目の2月第2週の週末が月曜日の祝日を併せて3連休となっており、その影響で2週目土日2日間の集客数が通常の週末と比較して多かったことによる。公開5週間の平均下落率を算出すると-34.3%となり、やはり平均に近い数値を示す。作品内容的な観点からも、テレビ局製作、「半沢直樹」シリーズの池井戸潤というヒット作家の原作映画化、野村萬斎・香川照之・及川光博といったテレビでもお馴染みのキャストイングという、シネコン時代の今を象徴するまさに標準的な作品と言えるだろう。

つまりシネマコンプレックスで上映される標準的な一本の映画は、

- ・公開1週目の土日で最終興行収入の6/1弱を稼ぎ
- ・2週目の週末までで最終興行収入の半分弱を稼ぎ
- ・土日興行収入は週毎に約30%ずつ下落し
- ・土日2日間と平日5日間の興行収入はほぼイコール (=休日1日あたりの興行収入は平日1日の約2.5倍) というところが目安となる。

第3章 傾向分析

第1節 標準的作品

(表3-1)は、過去3年間における<op比率>15%~16%という標準の数値を示した作品のリストだが、その他の3項目についてもほぼ標準的な数値となっている。例外的に<2nd比率>が60%を超えている3本が『アベンジャーズ/エンドゲーム』『ワイルド・スピード ICE BREAK』『スパイダーマン:ホームカミング』の、いずれもゴールデンウィーク・夏休みといったホリデーシーズン公開のハリウッドVFX大作だが、連休の始まりの週末に公開初日を迎え、連休の終わりの週末が2週目という公開スケジュールのため、事実上の休日である1週目<平日比率>の高さも併せて特異な数値となっている。逆に<2nd比率>が30%台前半と低い『ドラえもん』シリーズ2本は、親子連れ観客対象のファミリー映画という特質上、平日の動員が極めて少なく、このグループの中では例外的に土日休日型の作品と言える。また児童の春休みが公開3~5週目に当たるといふ公

(表3-1)標準的作品¹³

	公開日	興行収入	op比率	2nd比率	1-2下落率	下落率 (全期間平均)	土日/平日比較 (公開第一週)		平日比率	平日比率 (全期間平均)
スターウォーズ/最後のジェダイ (WDS)	2017/12/15	7,510,000,000	15.0%	42.7%	-38.2%	-31.9%	1,125,801,300	890,230,500	79.1%	113.5%
ジュラシック・ワールド/炎の王国 (東宝東和)	2018/7/13	8,070,000,000	15.1%	44.1%	-37.7%	-29.5%	1,216,547,000	1,291,286,600	106.1%	115.9%
名探偵ピカチュウ (東宝)	2019/5/3	3,010,000,000	15.2%	48.7%	-31.7%	-31.0%	456,940,800	405,065,100	88.6%	72.8%
空飛ぶタイヤ (松竹)	2018/6/15	1,740,000,000	15.3%	44.3%	-27.4%	-32.9%	265,714,800	243,124,300	91.5%	89.4%
Diner ダイナー (WB/NTV)	2019/7/5	1,240,000,000	15.4%	51.5%	-20.8%	-36.0%	190,569,000	228,145,600	119.7%	121.7%
七つの会議 (東宝/TBS)	2019/2/1	2,160,000,000	15.5%	48.5%	-18.1%	-34.3%	334,371,900	339,945,000	101.7%	102.3%
名探偵コナン 紺青の拳 (東宝/NTV)	2019/4/12	9,370,000,000	15.6%	38.3%	-39.5%	-30.8%	1,463,827,700	815,055,100	55.7%	101.2%
土竜(モグラ)の明 香港カチコチ大冒険 (東宝/CX)	2016/12/23	1,430,000,000	15.6%	46.9%	-62.6%	-25.6%	222,949,900	277,857,000	124.6%	160.5%
ドラえもん のび太の南極カチコチ大冒険 (東宝/ANB)	2017/3/4	4,430,000,000	15.6%	30.1%	-26.7%	-24.1%	691,813,500	136,138,000	19.7%	79.0%
バイレーツ・オブ・カリビアン/最後の海賊 (WDS)	2017/7/1	6,710,000,000	15.6%	39.0%	-29.4%	-29.5%	1,048,271,900	828,425,800	79.0%	94.8%
キセキ-あの日のソビト- (東映)	2017/1/28	1,480,000,000	15.7%	42.4%	-23.3%	-30.1%	232,864,600	215,630,900	92.6%	92.8%
アベンジャーズ/エンドゲーム (WDS)	2019/4/26	6,130,000,000	15.7%	62.6%	-44.6%	-38.0%	962,000,000	1,838,701,375	191.1%	139.0%
ドラえもん のび太の宝島 (東宝/ANB)	2018/3/3	5,370,000,000	15.7%	31.8%	-16.5%	-24.4%	843,148,500	161,401,900	19.1%	73.3%
ワイルド・スピードICE BREAK (東宝東和)	2017/4/28	4,050,000,000	15.7%	62.2%	-27.0%	-36.7%	634,471,800	1,192,084,500	187.9%	125.6%
メリー・ポピンズ リターンズ (WDS)	2019/2/1	1,180,000,000	15.8%	49.4%	-27.4%	-32.5%	186,236,000	185,578,900	99.6%	109.6%
ミックス (東宝/CX)	2017/10/21	1,490,000,000	15.8%	42.5%	-17.6%	-31.2%	235,154,200	203,855,600	86.7%	88.5%
マレフィセント2 (WDS)	2019/10/18	1,400,000,000	15.9%	55.2%	-34.9%	-38.2%	222,205,150	339,321,600	152.7%	125.9%
三度目の殺人 (東宝=ギャガ/CX)	2017/9/9	1,460,000,000	16.0%	47.9%	-27.4%	-37.8%	233,112,600	296,631,500	127.2%	126.9%
スパイダーマン：ホームカミング (SPE)	2017/8/11	2,800,000,000	16.0%	65.8%	-43.2%	-40.9%	448,410,600	811,007,300	180.9%	139.2%
				47.0%	-31.3%	-32.4%			105.5%	109.0%

開スケジュールの影響も大きい。しかしながらこれらいずれの数値も、公開期間中全体で見ると標準的な数値の範囲に概ね収まっていく。

この作品群の傾向を内容的に考察した場合、全19本中、日本映画実写7本(36.8%)、日本映画アニメーション3本(15.8%)、洋画実写9本(47.4%)、洋画アニメーションは無く、『七つの会議』同様、原作モノが大半を占め、日本映画の場合はテレビ局製作もしくはそうでなくともテレビとの親和性の高い作品、外国映画の場合も続編やシリーズモノといった、事前にある程度の認知が広く一般に届いている題材の作品である。つまりいわゆるコアな固定ファンをメインターゲットにしたものではなく、シネマコンプレックスの観客層の大半を占めるライトユーザーの動員を見込んだ作品群と言える。

第2節 超初動型作品

(図3-1)は<op比率>の分布グラフであるが、15%~20%という標準的な数値を示した作品が234本で全体570本の41.1%、10%~15%の186本を合わせると420本で全体の73.7%となり、(図3-2)の<2nd比率>においても40%~50%が222本39.2%、30%~40%の132本を合わせて62.4%と大半を占める。

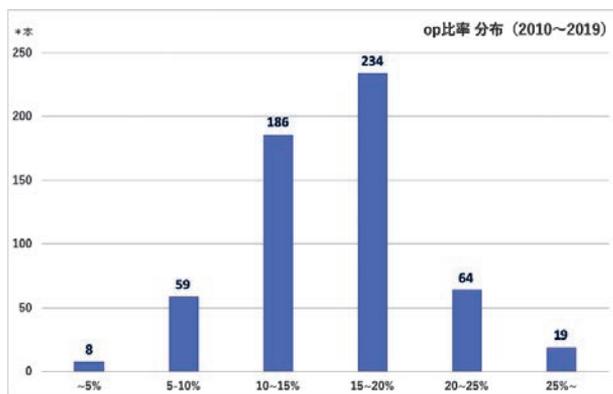
ここではこれら標準から離れた数値を示した作品について考察する。

まず(表3-2)の<op比率>25%以上のリストだが、過去10年間でわずか19本、全体の3.3%という極めて稀な作品群であり、公開最初の土日2日間の興行収入が最終興行収入の1/4以上を占める「超初動型」と分類できる。その他3項目もほとんどの作品が<2nd比率>50%以上、<1-2下落率>がマイナス50%以上、そして<平日比率>も全体として50%台と

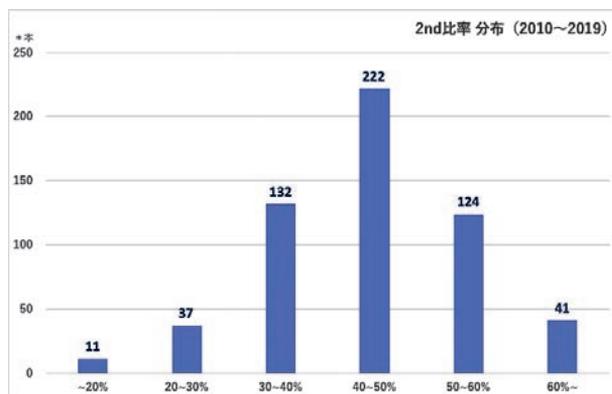
極めて低い。

内訳は日本映画実写10本(52.6%)、日本映画アニメーション6本(31.6%)、外国映画実写3本(15.8%)、外国映画アニメーションは0本。日本映画では『仮面ライダー』シリーズが6本、アーティストグループEXILE TRIBEのプロジェクト映画『HiGH & LOW』シリーズが2本、コンピュータゲームをアニ

メ映画化した『Fate/stay night』シリーズが2本と「シリーズモノ」が並び、その他の実写作品・アニメーション作品も含めて、10代～20代若年層の堅固な固定ファンに支えられ、かつファン以外への拡がり薄いという特徴を持つ。公開を待ち望む熱心なファンは始まってすぐに映画館に足を運ぶ傾向が強く、それでいて、この固定ファンは各映画作品のファンと言うよ



(図3-1) <op比率>分布グラフ¹⁴



(図3-2) <2nd比率>分布グラフ¹⁵

(表3-2) <op比率>25%以上¹⁶

	公開日	興行収入	op比率	2nd比率	1-2下落率	下落率 (全期間平均)	土日/平日比較 (公開第一週)	平日比率	平日比率 (全期間平均)	
仮面ライダーx仮面ライダー フォーゼ&オーズ (東映/ANB)	2011/12/10	1,510,000,000	25.1%	45.3%	-44.9%	-35.9%	378,422,200	97,522,800	25.8%	73.5%
HIGH&LOW THE RED RAIN (松竹/NTV)	2016/10/8	1,180,000,000	25.3%	53.0%	-60.1%	-37.7%	298,639,014	207,684,538	69.5%	78.0%
仮面ライダービルド Be The One (東映/ANB)	2018/8/4	1,020,000,000	25.5%	53.1%	-50.5%	-49.6%	260,359,400	152,491,500	58.6%	87.0%
ドラゴンボールZ 復活の「F」 (東映/CX)	2015/4/18	3,740,000,000	25.7%	48.9%	-52.0%	-42.5%	960,586,350	396,191,233	41.2%	82.7%
THE LAST -NARUTO THE MOVIE (東宝/TX)	2014/12/6	2,000,000,000	25.8%	52.0%	-53.1%	-53.1%	515,331,800	282,641,400	54.8%	54.8%
クロース EXPLODE (東宝/TBS)	2014/4/12	1,140,000,000	25.8%	56.1%	-47.6%	-51.9%	294,041,500	191,884,450	65.3%	81.7%
平成ライダー対昭和ライダー 仮面ライダー大戦 (東映/ANB)	2014/3/29	1,010,000,000	26.1%	61.6%	-38.3%	-38.8%	263,158,850	196,442,700	74.6%	53.5%
HIGH&LOW THE MOVIE 2 / END OF SKY (松竹/NTV)	2017/8/19	1,340,000,000	26.2%	56.7%	-65.8%	-40.8%	351,468,600	226,611,900	64.5%	74.9%
仮面ライダースーパー戦隊 (東映/ANB)	2012/4/21	1,560,000,000	26.3%	47.1%	-46.2%	-43.3%	410,038,450	104,093,200	25.4%	66.0%
X-MEN フェューチャー&バースト (FOX)	2014/5/30	1,030,000,000	26.5%	65.6%	-50.0%	-48.2%	272,477,680	186,908,400	68.6%	67.7%
モン・イン・ブラック インターナショナル (SPE)	2019/6/14	1,030,000,000	26.7%	67.4%	-51.6%	-49.1%	275,292,500	195,271,800	70.9%	71.1%
オプリピオン (東宝東和)	2013/5/31	1,310,000,000	26.7%	65.4%	-55.7%	-45.2%	349,706,200	257,908,800	73.8%	78.9%
仮面ライダーx仮面ライダー オーズ&ダブル (東映/ANB)	2010/12/18	1,380,000,000	26.8%	50.7%	-64.4%	-40.7%	370,124,400	197,778,800	53.4%	90.0%
仮面ライダー平成ジェネレーションズ FINAL (東映/ANB)	2017/12/9	1,280,000,000	28.1%	50.3%	-49.5%	-40.6%	359,247,200	103,622,800	28.8%	29.4%
Fate/stay night Heaven's Feel I. (アニプレックス)	2017/10/14	1,450,000,000	28.5%	53.0%	-62.5%	-40.6%	413,030,620	199,694,520	48.3%	58.5%
Fate/stay night Heaven's Feel II. (アニプレックス)	2019/1/12	1,660,000,000	29.5%	57.0%	-62.1%	-39.8%	490,506,195	270,047,805	55.1%	56.7%
仮面ライダーx仮面ライダー W&ディケイド (東映/ANB)	2009/12/12	1,540,000,000	30.2%	51.3%	-58.2%	n/a	464,817,930	130,453,099	28.1%	n/a
HUGっと!プリキュア・ふたりはプリキュア (東映/ABC)	2018/10/27	1,150,000,000	30.7%	57.1%	-44.2%	-38.3%	353,577,300	106,025,200	30.0%	32.7%
HUNTER x HUNTER 緑色の幻影 (東宝/NTV)	2013/1/12	1,210,000,000	37.8%	70.4%	-68.6%	-50.6%	456,779,000	251,049,900	55.0%	56.1%
				55.9%	-54.0%	-43.7%			52.2%	66.3%

りも、マルチメディアで展開される各コンテンツのファンであると言え、映画単体でのリピート率はそれほど高くない。外国映画に目を移すと、わずかに3本の実写映画だが、いずれもハリウッドVFXアクション大作で、このうちマーベル・コミックの世界的ヒットシリーズの『X-MEN フューチャー&パスト』は、このグループの日本映画同様、固定ファンに支えられた作品という側面が強いが、監督・キャストが入れ替わり、シリーズ前作から7年ぶりの公開となったスピノフ『メン・イン・ブラック インターナショナル』と、マネーメイキングスター、トム・クルーズ主演のSF大作『オブリビオン』に関しては、事前の期待に反する作品内容の低評価によるマイナスの口コミのために、公開2週目以降の動員が伸びなかったものと思われる。これは両作品ともに話題の大作でありながら、10億円そこそこという最終興行収入の低さからも窺える事実である。

第3節 初動型作品

(表3-3)は<op比率>20~25%作品64本のリストであるが、各項目共に<op比率>25%以上の「超初動型」作品に準じた数値を示している。幾分差異が認められるのは<平日比率>が全体として約80%となっており、「超初動型」グループの50%台よりは若干高いという程度である。公開最初の土日2日間の興行収入が最終興行収入の1/5~1/4を占めるグループということで、「初動型」作品群と分類できる。

内訳を見ると、日本映画実写24本37.5%、日本映画アニメーション12本18.8%、外国映画実写27本42.2%、外国映画アニメーション1本1.6%である。「超初動型」グループより割合として日本映画実写および日本映画アニメーションが減少し、外国映画実写が大幅に増加している。その外国映画実写27本の中でも目立つのが、うち10本を数えるマーベル作品である。過去10年間に公開されたマーベル作品は他にも10本あるが、その多くも<op比率>20%に近い数値を示している。その他、1932年公開の『ミイラ再生』をトム・クルーズ主演でリポートした『ザ・マミー／呪われた砂漠の女王』、ボードゲームを映画化した1995年公開『ジュマンジ』の続編でドウェイン・ジョン

ソン主演の『ジュマンジ／ウェルカム・トゥ・ジャングル』、『スターウォーズ』シリーズのスピノフ作品『ハン・ソロ／スター・ウォーズ・ストーリー』、『ゴジラ』のハリウッド版リメイク作品『ゴジラ キング・オブ・モンスターズ』など、そのほとんどが続編・リメイク・リブート・シリーズものである。日本映画も含めて「超初動型」グループ作品の特徴に準じて、固定ファンに支えられ、「超初動型」ほどではないにしてもファン以外への観客層の拡がりが薄く、年齢層も若年層が中心と言える。さらに作品内容の評価が思わしくなく、マイナスの口コミとまではいかずとも、プラスの口コミも効かなかったという作品も多い。

第4節 超ロングラン作品

(表3-4) <op比率>5%以下の作品は過去10年間で8本、全体のわずか1.4%。内訳は日本映画実写1本12.5%、日本映画アニメーション2本25.0%、外国映画実写4本50.0%、外国映画アニメーション1本12.5%となっている。このグループは映画の枠を越えて社会に大きな文化的影響を与えた作品群と言える。なかでも『レット・イット・ゴー』の大ヒット曲を産み、「ありのまま」や「レリゴー」が流行語大賞にもノミネートされるなど話題を呼んだ『アナと雪の女王』と、劇中のモデルとなった場所が「聖地」として巡礼されるほどの社会現象を巻き起こした『君の名は。』の日米のアニメーション2本は、共に興行収入250億円を超え、歴代興行収入ランキングの3位と4位に位置している。その他も小規模公開の『この世界の片隅に』と『最強のふたり』を除いて、興行収入50億円超え、100億円超えのメガヒット作品が並ぶ。また、週末興行ランキング10位以内を10数週間から20週間近く保ち続けた作品がほとんどであり、『君の名は。』に至っては29週間に渡ってランキング入りした。このグループを「超ロングラン型」作品群と分類する。

各項目に目を移すと、<op比率>が5%以下なので、公開始まる土日2日間の興行収入が最終興行収入の約1/20~1/50ということで、<2nd比率>も10%台の作品が多くを占める。そして<1-2下落率>が『最強のふたり』と『レミゼラブル』を除いて下落しておらず、前週比プラスの数値となっている。さら

(表3-3) <op比率>20%~25%¹⁷

	公開日	興行収入	op比率	2nd比率	1-2下落率	下落率 (全期間平均)	土日/平日比較 (公開第一週)	平日比率	平日比率 (全期間平均)	
追憶 (東宝/WOWOW)	2017/5/6	1,130,000,000	20.1%	50.2%	-47.3%	-45.3%	226,992,500	220,324,800	97.1%	107.3%
マイティ・ゾーパトルロイヤル (WDS)	2017/11/3	1,150,000,000	20.1%	64.1%	-40.3%	-46.0%	230,646,800	201,949,300	87.6%	88.0%
妖怪ウォッチ FOREVER FRIENDS (東宝/TX)	2018/12/14	1,250,000,000	20.1%	35.6%	-46.1%	-33.1%	251,396,400	39,920,700	15.9%	80.9%
フェアリー (KADOKAWA)	2014/11/28	1,000,000,000	20.1%	56.1%	-46.8%	-45.7%	200,960,300	197,614,200	98.3%	100.2%
アウトルー (PP)	2013/2/1	1,130,000,000	20.2%	61.7%	-28.9%	-42.8%	227,774,400	215,477,200	94.6%	99.6%
本願寺ホテル (東宝/CX)	2017/1/14	1,010,000,000	20.3%	53.1%	-27.7%	-34.9%	205,146,600	182,835,000	89.1%	81.8%
ザ・マミー/呪われた砂漠の女王 (東宝東和)	2017/7/28	1,530,000,000	20.3%	56.1%	-53.0%	-41.4%	311,114,800	302,100,000	97.1%	109.3%
ドラゴンボール超ブロリー (東映=FOX/CX)	2018/12/14	4,000,000,000	20.3%	46.7%	-48.4%	-37.5%	812,697,700	398,559,300	49.0%	88.0%
タンタンの冒険/ユニコーン号の秘密 (東宝東和)	2011/12/1	1,080,000,000	20.3%	53.5%	-39.1%	-35.4%	219,508,750	124,556,400	56.7%	83.4%
HIGH & LOW THE MOVIE (松竹/NTV)	2016/7/16	2,110,000,000	20.3%	48.3%	-68.6%	-46.4%	427,372,840	456,847,370	106.9%	118.7%
クレヨンしんちゃん 襲来!!宇宙人シリリ (東宝/ANB)	2017/4/15	1,620,000,000	20.4%	36.9%	-39.4%	-29.4%	329,888,300	68,821,400	20.9%	50.9%
ROAD TO NINJA -NARUTO THE MOVIE- (東宝/TX)	2012/7/28	1,480,000,000	20.4%	46.3%	-58.3%	-40.3%	302,080,500	257,778,700	85.3%	124.7%
ピクセル (SPE)	2015/9/12	1,060,000,000	20.4%	46.6%	-44.5%	-40.8%	217,255,630	156,488,705	72.0%	113.4%
64 -ロクヨン- 後編 (東宝/TBS)	2016/6/11	1,740,000,000	20.4%	54.2%	-46.6%	-42.5%	354,090,420	398,954,970	112.7%	111.4%
コードギアス 復活のルルーシュ (ショウゲート)	2019/2/9	1,060,000,000	20.5%	50.6%	-45.4%	-42.3%	217,295,100	200,572,850	92.3%	86.4%
仮面ライダーウィザード in Magic Land (東映/ANB)	2013/8/3	1,230,000,000	20.5%	46.3%	-44.3%	-34.4%	251,800,750	177,182,800	70.4%	102.1%
ギャラクシー街道 (東宝/CX)	2015/10/24	1,320,000,000	20.5%	51.6%	-33.2%	-45.9%	272,116,130	224,203,489	82.4%	103.9%
デッドプール2 (FOX)	2018/6/1	1,800,000,000	20.8%	61.7%	-35.9%	-40.4%	375,291,800	295,865,300	78.8%	74.4%
アンストッパブル (FOX)	2011/1/7	1,080,000,000	20.8%	62.0%	-44.6%	-46.4%	224,593,200	268,618,400	119.6%	106.8%
トータルリコール (SPE)	2012/8/10	1,020,000,000	20.8%	70.5%	-54.9%	-46.0%	212,295,700	345,544,750	162.8%	146.5%
デスノート Light up the New world (WB/NTV)	2016/10/29	2,200,000,000	20.8%	57.8%	-38.9%	-41.6%	459,000,010	533,216,820	116.2%	93.0%
梅娘 -劇場版IV- (東映/ANB)	2017/2/11	1,920,000,000	20.9%	51.8%	-43.6%	-38.5%	401,743,800	366,102,100	91.1%	94.4%
キャプテン・マーベル (WDS)	2019/3/15	2,040,000,000	20.9%	59.4%	-57.6%	-35.2%	426,588,100	415,936,300	97.5%	97.1%
ガーディアンズ・オブ・ギャラクシー (WDS)	2014/9/13	1,070,000,000	20.9%	53.4%	-52.0%	-40.1%	224,145,400	240,087,000	107.1%	106.1%
妖怪ウォッチ 誕生の秘密だニャン! (東宝/TX)	2014/12/20	7,800,000,000	20.9%	46.2%	-63.4%	n/a	1,628,893,000	1,374,139,800	84.4%	n/a
仮面ライダーゴースト/騎士電機線リョウソウジャー (東映/ANB)	2019/7/26	1,170,000,000	21.0%	50.4%	-53.2%	-42.1%	245,575,100	141,800,300	57.7%	63.2%
パーシー・ジャクソンとオリンポスの神々 (FOX)	2010/2/26	1,420,000,000	21.0%	56.0%	-38.1%	-39.7%	298,004,700	236,514,510	79.4%	78.9%
ドクター・ストレンジ (WDS)	2017/1/27	1,870,000,000	21.1%	58.3%	-36.2%	-42.9%	394,080,900	324,300,566	82.3%	81.6%
東京喰種 トーキョーグール (松竹)	2017/7/29	1,100,000,000	21.1%	51.0%	-57.3%	-57.3%	231,659,700	199,220,600	94.6%	134.7%
るろうに剣心 伝説の最期篇 (WB)	2014/9/13	4,350,000,000	21.1%	50.6%	-54.4%	-35.9%	919,479,200	906,705,800	98.6%	111.5%
空母いぶき (キャピタルムズ/MBS)	2019/5/24	1,160,000,000	21.2%	62.9%	-39.6%	-42.2%	246,251,900	248,755,600	101.0%	92.0%
クレヨンしんちゃん 超時空!嵐を呼ぶオラの花瓶 (東宝/ANB)	2010/4/17	1,250,000,000	21.3%	38.9%	-41.5%	-32.2%	265,988,980	55,368,470	20.8%	71.0%
ナイト&デイ (FOX)	2010/10/9	2,310,000,000	21.3%	50.3%	-56.6%	-39.8%	490,875,920	464,839,390	94.7%	110.3%
SPEC〜続〜 父の墓 (東宝/TBS)	2013/11/29	2,060,000,000	21.3%	55.6%	-46.3%	-38.9%	438,547,100	307,184,100	70.0%	84.5%
ミュージタント・タートルズ (PAR)	2015/2/7	1,220,000,000	21.3%	56.4%	-34.7%	-36.5%	259,314,200	260,007,500	100.3%	80.1%
引〜越〜大名! (松竹/TX)	2019/8/30	1,110,000,000	21.4%	60.2%	-51.6%	-45.9%	216,800,000	216,811,200	91.1%	97.5%
エヴァンゲリオン新劇場版: Q (ティ・ジョイ=カラー)	2012/11/17	5,300,000,000	21.4%	53.9%	-50.8%	-28.2%	1,133,513,180	1,167,395,020	103.0%	94.3%
インペディエンス・デー: リサージュエンス (FOX)	2016/7/9	2,660,000,000	21.4%	55.7%	-36.9%	-47.7%	608,902,170	512,108,910	84.1%	88.6%
ドラゴンクエスト ア・ストーリー (東宝/NTV)	2019/8/2	1,420,000,000	21.7%	58.6%	-54.2%	-48.4%	308,765,200	245,647,500	79.6%	111.3%
カイジ2 一人称賭博ゲーム (東宝/NTV)	2011/11/5	1,610,000,000	21.7%	49.9%	-36.2%	-43.7%	349,677,200	230,046,450	65.8%	71.6%
ガーディアンズ・オブ・ギャラクシー: リミックス (WDS)	2017/5/12	1,140,000,000	21.9%	57.9%	-40.8%	-41.2%	249,454,500	181,665,900	72.8%	75.4%
ジュマンジ/ウェルカム・トゥー・ジャングル (SPE)	2018/4/6	1,240,000,000	22.0%	62.9%	-37.8%	-46.4%	273,258,600	183,877,500	67.3%	66.4%
アウトレージ 最終章 -WB=オフィス北野/TX-	2017/10/7	1,590,000,000	22.1%	58.2%	-50.6%	-45.0%	351,791,800	399,406,500	113.5%	110.6%
ワイルド・スピード EURO MISSION (東宝東和)	2013/7/6	2,020,000,000	22.1%	53.6%	-37.4%	-51.0%	445,551,500	358,564,050	80.5%	94.0%
仮面ライダーx仮面ライダー 鎧武&ウィザード (東映/ANB)	2013/12/14	1,010,000,000	22.1%	40.1%	-46.6%	-36.9%	223,517,750	62,177,900	27.8%	81.3%
ワンピース フィルム ストロングワールド (東映/CX)	2009/12/12	4,800,000,000	22.2%	48.9%	-58.7%	-35.4%	1,066,442,060	803,298,770	75.3%	90.1%
アイアンマン2 (PAR)	2010/6/11	1,200,000,000	22.2%	57.3%	-44.8%	-41.2%	266,505,800	201,661,610	75.7%	82.7%
ホビット 竜に奪われた王国 (WB)	2014/2/28	1,410,000,000	22.2%	55.5%	-47.4%	-41.3%	313,266,550	223,091,300	71.2%	85.8%
スーサイド・スクワッド (WB)	2016/9/10	1,760,000,000	22.2%	55.2%	-39.7%	-42.7%	390,116,910	345,867,090	88.7%	106.0%
仮面ライダー-W FOREVER AtoZ 運命のガイアメモリ (東映/ANB)	2010/8/7	1,470,000,000	22.3%	58.0%	-48.1%	-39.0%	327,235,400	349,362,640	106.8%	102.7%
ONE PIECE FILM GOLD (東映/CX)	2016/7/23	5,180,000,000	22.3%	45.6%	-61.4%	-32.6%	1,155,770,970	762,246,860	66.0%	101.1%
スバイダーマン: ファーム・フロム・ホーム (SPE)	2019/6/28	3,060,000,000	22.8%	61.0%	-43.7%	-46.2%	698,561,400	464,423,230	66.5%	73.9%
オーズ・電王・オールライダー (東映/ANB)	2011/4/1	1,330,000,000	22.9%	57.3%	-41.2%	-38.7%	304,862,900	181,013,570	59.4%	54.1%
ドラゴンボールZ 神と神 (東映/CX)	2013/3/30	2,990,000,000	22.9%	59.3%	-38.0%	-38.6%	683,924,950	664,720,400	97.2%	74.7%
ジュエゾン・ボーン (東宝東和)	2016/10/7	1,510,000,000	22.9%	62.9%	-56.0%	-46.7%	345,236,800	353,016,700	102.3%	104.4%
HIGH & LOW THE MOVIE 3 (松竹/NTV)	2017/11/11	1,310,000,000	23.2%	55.8%	-53.4%	-44.0%	303,829,900	161,788,800	53.2%	62.3%
ハン・ソクスター・ウォーズ ストーリー (WDS)	2018/6/29	2,140,000,000	23.3%	58.4%	-41.4%	-47.4%	499,383,700	298,481,000	59.8%	70.9%
仮面ライダーx仮面ライダーウィザード&フォーゼ (東映/ANB)	2012/12/8	1,190,000,000	23.7%	44.4%	-39.5%	-34.2%	281,635,350	76,359,700	27.1%	61.0%
鋼の錬金術師 (WB/MBS)	2017/12/1	1,110,000,000	23.8%	59.8%	-47.7%	-45.1%	264,065,100	152,364,250	57.7%	60.4%
ゴジラキング・オブ・モンスターズ (東宝)	2019/5/31	2,840,000,000	23.8%	62.0%	-45.1%	-43.2%	676,955,000	471,143,400	69.6%	66.4%
ナイトマン&スラップ (WDS)	2018/8/31	1,320,000,000	24.4%	61.4%	-45.9%	-46.3%	322,197,900	193,732,800	60.1%	70.8%
宇宙兄弟 (東宝)	2012/5/5	1,570,000,000	24.4%	48.7%	-48.3%	-37.3%	382,326,100	183,877,000	48.1%	63.3%
アベンジャーズ/エイジ・オブ・ウルトロン (WDS)	2015/7/4	3,210,000,000	24.7%	52.2%	-52.9%	-38.3%	791,522,240	529,275,230	66.9%	88.9%
仮面ライダー平成ジェネレーションズ FOREVER (東映/ANB)	2018/12/22	1,560,000,000	24.9%	72.3%	-59.5%	-42.9%	389,000,000	403,619,400	103.8%	93.3%
				54.3%	-46.3%	-41.2%			80.1%	90.2%

(表3-4) <op比率>5%以下¹⁸

	公開日	興行収入	op比率	2nd比率	1-2下落率	下落率 (全期間平均)	土日/平日比較 (公開第一週)	平日比率	平日比率 (全期間平均)	
この世界の片隅に (東京テアトル)	2016/11/12	2,510,000,000	1.9%	6.5%	20.7%	2.7%	47,042,090	59,058,690	125.5%	133.1%
ボヘミアン・ラプソディ (FOX)	2018/11/9	13,100,000,000	2.7%	10.1%	9.6%	-8.1%	354,393,200	446,106,000	125.9%	134.0%
アナと雪の女王 (WDS)	2014/3/14	25,480,000,000	3.0%	11.8%	14.3%	-14.4%	763,389,450	1,152,690,600	151.0%	109.0%
君の名は。 (東宝)	2016/8/26	25,030,000,000	3.7%	15.5%	24.8%	-9.8%	930,058,800	1,433,778,300	154.2%	116.6%
アバター (FOX)	2009/12/23	15,600,000,000	4.0%	20.7%	8.0%	-11.1%	628,265,487	1,173,871,130	186.8%	133.1%
最強のふたり (ギャガ)	2012/9/1	1,650,000,000	4.8%	15.0%	-13.0%	-12.0%	79,066,600	99,859,900	126.3%	131.7%
レ・ミゼラブル (東宝東和)	2012/12/21	5,890,000,000	5.0%	19.2%	-13.1%	-15.2%	295,416,850	495,606,100	167.8%	158.4%
カメラを止めるな! (ENBUビクター・スタジオ・エス)	2018/6/23	3,120,000,000	0.28%	2.4%	92.1%	18.7%	8,687,900	20,621,340	237.4%	133.9%
				12.7%	17.9%	-6.2%			159.4%	131.2%

に<平日比率>に至っては、全ての作品が120%を超え、半数以上が150%を超える。

内容的に分析すると、純粋な原作モノは『この世界の片隅に』と『レ・ミゼラブル』の2本で、その他は映画オリジナル作品と言ってよい。『この世界の片隅に』の原作漫画にしても、映画以前には誰もが知っている作品とは言えず、事前の認知度は高くない。また続編作品もシリーズ作品も見られず、『レ・ミゼラブル』を除くと、題材への観客の認知が、映画ではほぼゼロからスタートしている作品ばかりである。つまり「超初動型」作品や「初動型」作品の多くに見られるような、否応なく公開初日に映画館に詰めかける固定ファンは存在しないということで、それよりもこの8作品すべてに共通する重要な特徴は、観客の作品評価、満足度の非常に高さによる口コミの拡がりやリピーターの誕生である。事前には存在しなかったファンが、上映が始まった途端に次々に誕生していく。口コミの拡がりは観客層の年齢的拡がりにもつながり、リピーターの存在と共に、週を重ねても動員数がなかなか落ちていかない状況を作り出す。結果、ロングラン興行という形になるのである。

第5節 ロングラン作品

<op比率>5%~10%の作品59本を確認すると(表3-5)、日本映画実写28本47.5%、日本映画アニメーション11本18.6%、外国映画実写11本18.6%、外国映画アニメーション9本15.3%となった。

<op比率>5.3%の『プロメア』は、このジャンルでは定評のあった監督・脚本家が手掛けた作品とはいえ、完全オリジナル

の劇場アニメーションということで、当初は映画としての固定ファンが存在せず、それでいて観客の作品評価・満足度が非常に高かったことから口コミが口コミを呼び、異例のロングラン興行を記録した。また、そのユニークな題材そしてキャストを含めた企画力から、映画の枠を越えて社会に話題を提供し想定外のヒットを記録した<op比率>6.9%の『翔んで埼玉』は、映画オリジナルの風刺要素が地域を超えた普遍的な拡がりを持ち、いわゆる「ご当地映画」の枠組みを遥かに超えて全国的にもロングラン興行となった。以上2本の非ホリデーシーズン公開作品は「超ロングラン型」に分類したとしても各数値的に違和感がない。その他の作品についても原作がないか、あるいはあったとしても原作自体が一般的な観客にそれほど強力な認知度/集客力を持つというものではない。それでいて映画の内容的評価・観客の満足度がある程度高いという点からも、「超ロングラン型」が持つ特徴に準じたものが確認できる作品群ということで、「ロングラン型」と分類できよう。新海誠監督『天気の子』の<op比率>を、彼の前作『君の名は。』の<op比率>と比較してみるとわかりやすい。前作以前には一般的にそれほど知名度を持たなかった監督が、興行収入250.3億円、観客動員数1,928万人という実績を上げ、否も応もなく初日に映画館に足を運ぶような一定数の固定ファンを獲得した分と、前回ほどの異常な口コミの拡がりにまではさすがに及ばなかった点を掛け合わせ、3.7%→8.4%ということである。9本に及ぶ外国映画アニメーションがこのカテゴリーに分類されていることも、同様の要因による説明が可能である。9本中5本が、前作からのインターバルが長いシリーズモノであり、その他の4本も非シリーズモノだがディズニーアニメーションという

(表3-5) <op比率>5%~10%¹⁹

	公開日	興行収入	op比率	2nd比率	1-2下落率	下落率 (全期間平均)	土日/平日比較 (公開第一週)	平日比率	平日比率 (全期間平均)	
プロメア (東宝映像事業部)	2019/5/24	1,500,000,000	5.3%	15.4%	-26.7%	-7.9%	80,223,700	68,482,600	85.4%	107.4%
英国王のスピーチ (ギガガ)	2011/2/26	1,820,000,000	5.5%	24.0%	31.3%	-7.7%	100,369,150	204,882,500	204.1%	142.5%
熊の上のラプンツェル (WDS)	2011/3/12	2,560,000,000	5.6%	17.5%	23.8%	-16.6%	142,712,400	127,834,800	89.6%	128.4%
ズートピア (WDS)	2016/4/23	7,630,000,000	5.8%	18.9%	14.3%	-11.2%	445,804,900	482,794,800	108.3%	93.1%
永遠の0 (東宝)	2013/12/21	8,760,000,000	6.2%	18.4%	-31.4%	-17.5%	542,297,100	699,520,550	129.0%	128.5%
ベイマックス (WDS)	2014/12/20	9,180,000,000	6.5%	21.8%	-14.2%	-18.4%	600,410,500	884,618,600	147.3%	118.0%
翔んで埼玉 (東映/CX)	2019/2/22	3,760,000,000	6.9%	25.5%	8.3%	-18.1%	259,038,800	346,700,100	133.8%	112.4%
最高の人生の見つけ方 (WB)	2019/10/11	1,050,000,000	7.1%	41.0%	4.0%	-20.0%	74,554,350	238,139,700	319.4%	250.8%
告白 (東宝)	2010/6/10	3,850,000,000	7.1%	23.4%	4.6%	-23.2%	272,802,345	346,208,897	126.9%	127.4%
君の隣をたべたい (東宝)	2017/7/28	3,520,000,000	7.2%	26.9%	-18.5%	-21.7%	252,064,900	397,017,900	157.5%	167.2%
テルマエ・ロマエ (東宝/CX)	2012/4/28	5,980,000,000	7.2%	37.2%	26.6%	-22.8%	432,552,300	1,243,173,150	287.4%	115.1%
日日是好日 (東映リアル・エンタテインメント)	2018/10/13	1,280,000,000	7.4%	33.4%	-19.8%	-27.2%	95,000,000	202,530,300	213.2%	202.9%
グレイテスト・シヨーマン (FOX)	2018/2/16	5,220,000,000	7.5%	25.9%	-6.7%	-19.5%	390,558,100	478,624,600	122.5%	122.0%
ラブライブ！サンシャイン！！ (松竹)	2019/1/4	1,300,000,000	7.6%	34.1%	-14.3%	-15.5%	98,963,900	83,758,100	84.6%	97.5%
シン・ゴジラ (東宝)	2016/7/29	8,250,000,000	7.6%	26.1%	-13.6%	-19.5%	624,610,700	765,054,700	122.5%	127.9%
テッド (東宝東和)	2013/1/18	4,230,000,000	7.7%	25.1%	1.3%	-23.2%	326,151,000	328,527,400	100.7%	107.3%
風立ちぬ (東宝/NTV)	2013/7/20	10,020,000,000	8.0%	23.7%	-15.6%	-20.8%	960,885,850	1,081,819,750	112.6%	124.6%
怪盗グルーのミニオン大暴走 (東宝東和)	2017/7/21	7,310,000,000	8.2%	27.6%	-11.5%	-22.9%	598,534,800	736,078,900	123.0%	143.6%
すみっコぐらしとびだす絵本とひみつのコ (アスミック・エース)	2019/11/8	1,450,000,000	8.3%	27.9%	51.6%	-8.6%	121,000,000	88,789,200	73.4%	43.0%
IT/“それ”が見えたら、終わり。(WB)	2017/11/3	2,200,000,000	8.4%	33.1%	22.2%	-23.0%	184,492,900	218,135,600	118.2%	99.3%
天気の子 (東宝)	2019/7/19	14,060,000,000	8.4%	28.4%	-14.6%	-22.3%	1,185,000,000	1,334,466,200	112.6%	127.4%
美女と野獣 (WDS)	2017/4/21	12,400,000,000	8.6%	29.5%	5.3%	-24.1%	1,065,362,800	1,154,454,800	108.4%	112.4%
インテリジェント・ファミリー (WDS)	2018/8/1	4,900,000,000	8.6%	42.2%	10.6%	-24.3%	422,125,000	708,025,400	167.7%	159.3%
相棒-劇場版II- 警視庁占拠！ 特命係の一番長い夜 (東映/ANB)	2010/12/23	3,180,000,000	8.6%	38.9%	-6.9%	-27.0%	273,807,350	406,346,650	148.4%	143.3%
コタリコ坂から (東宝/NTV)	2011/7/16	4,460,000,000	8.7%	25.8%	-32.3%	-23.2%	387,537,700	502,311,600	129.6%	145.0%
おおかみこどもの雨と雪 (東宝/NTV)	2012/7/21	4,220,000,000	8.7%	24.2%	-23.5%	-23.4%	365,149,000	377,144,350	103.3%	140.9%
マダガスカル3 (PP)	2012/8/1	2,050,000,000	8.7%	41.3%	-5.1%	-28.0%	178,928,050	294,732,000	164.7%	173.8%
SP 革命篇 (東宝/CX)	2011/3/12	3,330,000,000	8.8%	26.1%	-0.2%	-26.0%	291,383,200	287,785,390	98.8%	111.8%
阪急電車 片道15分の奇跡 (東宝/KTV,YTV)	2011/4/29	1,140,000,000	8.9%	48.7%	-31.4%	-28.4%	101,443,250	215,409,350	212.3%	150.0%
わが母の記 (松竹)	2012/4/28	1,330,000,000	8.9%	43.7%	-17.1%	-32.6%	118,599,200	364,398,300	307.3%	241.1%
ジュラシック・ワールド (東宝東和)	2015/8/5	9,530,000,000	8.9%	45.5%	12.0%	-27.9%	839,734,470	1,833,435,980	218.3%	130.4%
トイ・ストーリー3 (WDS)	2010/7/10	10,800,000,000	9.1%	21.7%	-26.4%	-26.8%	977,332,450	647,705,450	66.3%	133.1%
キングダム (東宝-SPE/NTV)	2019/4/19	5,730,000,000	9.2%	27.9%	-21.9%	-23.7%	526,183,400	498,780,500	94.8%	139.2%
アラジン (WDS)	2019/6/7	12,160,000,000	9.2%	29.5%	-2.2%	-23.8%	1,122,215,700	1,089,419,400	97.1%	93.0%
カンジョは嘘を愛しすぎる (東宝/CX)	2013/12/14	1,780,000,000	9.2%	27.0%	-23.1%	-20.9%	164,008,300	190,811,500	116.3%	141.0%
STAND BY ME ドラえもん (東宝/ANB)	2014/8/8	8,380,000,000	9.2%	39.0%	-8.6%	-21.0%	767,248,000	1,580,715,900	206.0%	116.1%
DESTINY 鎌倉ものがたり (東宝/NTV)	2017/12/9	3,210,000,000	9.3%	27.0%	-13.4%	-22.8%	297,203,000	313,302,600	105.4%	126.6%
8年越しの花嫁 奇跡の実話 (松竹/TBS)	2017/12/16	2,820,000,000	9.3%	30.1%	-6.6%	-24.8%	262,989,100	323,098,900	122.9%	138.6%
ラ・ラ・ランド (ギガガ=ポニーキャニオン)	2017/2/24	4,420,000,000	9.4%	35.9%	-5.3%	-22.8%	415,868,000	625,212,500	150.3%	124.8%
グリーンブック (ギガガ)	2019/3/1	2,150,000,000	9.4%	35.1%	-6.0%	-25.5%	201,497,000	275,873,100	136.9%	126.4%
少年H (東映/ANB)	2013/8/10	1,560,000,000	9.4%	44.1%	4.3%	-30.9%	146,974,100	386,990,400	263.3%	185.9%
ゼロ・グラビティ (WB)	2013/12/13	3,230,000,000	9.4%	27.7%	-22.6%	-24.7%	302,833,000	287,312,400	94.9%	121.1%
センセイ君主 (東宝)	2018/8/1	1,230,000,000	9.5%	48.8%	-13.4%	-13.4%	116,983,400	215,322,900	184.1%	233.0%
friends ものけ島のナキ (東宝/ANB)	2011/12/17	1,490,000,000	9.5%	26.7%	-8.4%	-25.6%	141,302,030	127,813,220	90.5%	148.4%
モンスタース・ユニバーシティ (WDS)	2013/7/6	8,960,000,000	9.5%	22.5%	-16.9%	-28.3%	847,376,050	463,910,750	54.7%	128.6%
借りぐらしのアリエッティ (東宝/NTV)	2010/7/17	9,260,000,000	9.6%	28.2%	-32.6%	-26.1%	895,561,650	1,118,807,200	124.9%	137.4%
シンデレラ (WDS)	2015/4/25	5,730,000,000	9.6%	33.9%	-7.2%	-24.3%	551,471,990	879,588,250	159.5%	140.8%
orange-オレンジ- (東宝)	2015/12/12	3,250,000,000	9.6%	25.2%	-21.6%	-23.0%	311,778,900	262,649,200	84.2%	141.3%
小さいうち (松竹/ANB)	2014/1/25	1,260,000,000	9.7%	35.1%	-24.9%	-11.3%	122,811,700	227,444,450	185.2%	206.9%
リメンバード・ミー (WDS)	2018/3/16	5,000,000,000	9.8%	33.6%	-22.7%	-25.0%	488,165,900	693,165,600	142.0%	118.7%
万引き家族 (ギガガ/CX)	2018/6/8	4,550,000,000	9.8%	39.5%	-22.7%	-32.7%	444,759,800	680,701,900	153.0%	132.2%
そして父になる (ギガガ/CX)	2013/9/28	3,200,000,000	9.8%	42.2%	-6.9%	-32.1%	313,186,500	501,776,250	160.2%	145.0%
こんな夜更けにバナナかよ (松竹/NTV)	2018/12/28	1,140,000,000	9.9%	49.1%	9.8%	-27.5%	112,688,200	266,222,810	236.2%	152.5%
うたの☆プリンスさま♪マジLOVEキングダム (松竹)	2019/6/14	1,820,000,000	9.9%	20.8%	-57.1%	-17.0%	180,119,800	78,846,100	43.8%	102.8%
武士の家計簿 (アスミック・エース=松竹/ANB)	2010/12/4	1,500,000,000	9.9%	35.0%	-18.5%	-22.4%	147,831,600	235,998,700	159.6%	159.4%
聯合艦隊司令長官 山本五十六-太平洋戦争70年目の真実- (東映/ANB)	2011/12/23	1,530,000,000	9.9%	36.8%	-41.2%	-26.2%	150,787,300	224,132,900	148.6%	171.6%
あなたへ (東宝/ANB)	2012/8/25	2,390,000,000	9.9%	36.5%	-10.2%	-32.0%	237,231,500	421,800,000	177.8%	168.0%
のだめカンタービレ 最終決戦 前編 (東宝/CX)	2009/12/19	4,100,000,000	10.0%	n/a	n/a	-33.1%	n/a	n/a	n/a	127.5%
ピリギヤル (東宝/TBS)	2015/5/1	2,840,000,000	10.0%	42.7%	-30.2%	-20.3%	285,089,340	646,715,620	226.8%	122.1%
				31.4%	-9.4%	-22.7%			145.1%	138.6%

ブランド作品である。ある程度の固定ファンを持つ「超ロングラン型」ほどの<op比率>にはならず、それでいて、社会現象を巻き起こすほどではないが、そのブランド知名度・作品クオリティに裏打ちされた興行力の高さにより、安定のロングラン興行を持続する。

その他各項目を確認すると、<2nd比率>が平均で30%程度、<1-2下落率>は全体の1/4が前週比プラスとなっており、<平日比率>は作品毎にまちまちで上下差が激しいものの、平均すると140%台ということで、やはり「超ロングラン型」グループに準じた数値が算出されている。ここで一つ留意しておくべき点は、『最高の人生の見つけ方』や『日日は好日』などの<平日比率>の数値である。『こんな夜更けにバナナかよ』の正月公開、『センセイ君主』の中高生向け夏休み公開というようなカレンダーによる事情（平日が実質休日となる）がないにも関わらず、それぞれ319.4%、213.2%という突出して高い数値を示している。この要因は両作品の観客年齢層に負うところが極めて大きい。『最高の人生の見つけ方』はワーナー・ブラザーズ・ジャパンのローカル・プロダクション作品で、2007年にジャック・ニコルソン、モーガン・フリーマン共演で製作された同名作品の日本版リメイク。主演に吉永小百合と天海祐希を据え、余命宣告された二人が人生最後の冒険に踏み出すハートフルストーリー。一方『日日は好日』は、黒木華と樹木希林の共演で、茶道の世界を主人公の人生を通してゆったりと描く日本の情緒あふれるストーリー。この2作品に共通するのは、作品ターゲットがシニア層中心ということ。シニア層観客は出足が鈍く、リタイア組が中心のため平日比率が極めて高くなるということである。

おわりに

今回、2010年代10年間にわたる週毎の興行データの積み重ねを改めて整理分析したことで、ある種の法則や明らかな傾向が再確認できた。

COVID-19という大きな災禍による異例の興行状況を示

した2020年度の年間興行データの数値を算出²⁰してみても、本稿が着目した4つの項目はそれぞれ平均で<op比率>14.5%、<2nd比率>44.6%、<1-2下落率>30.2%、<平日比率>108.7%、続く2021年度も<op比率>14.7%、<2nd比率>45.6%、<1-2下落率>35.9%、<平日比率>108.8%となっており、2021年度の<1-2下落率>上昇はあるにせよ、2010年代10年間の平均とほぼ同様の数値を示している。このことから本文中第2章第2節で示した、シネマコンプレックス時代における標準的な一本の映画作品は、

- 公開1週目の土日で最終興行収入の6/1弱を稼ぎ
- 2週目の週末までで最終興行収入の半分弱を稼ぎ
- 土日興行収入は週毎に約30%ずつ下落し
- 土日2日間と平日5日間の興行収入はほぼイコール
(=休日1日あたりの興行収入は平日1日の約2.5倍)

という基本法則の普遍性は、相当程度に認められるとの結論付けが可能である。そして平均値から大きく外れる少数の非標準型作品、つまり超初動型/初動型・超ロングラン型/ロングラン型作品には、それぞれに明らかな傾向とその要因が認められるというのは、本文中で示したとおりである。

しかしながら、よく云われるように映画興行は生き物であり、永劫、予測した通りに事が運ぶとは限らない。昨今のデジタルに根差した数々の新技術の導入や、社会環境の絶え間ない変化により、映画興行を取り巻く状況も常に動いている。冒頭でも述べた通り、COVID-19の影響による映画館の営業制限、映画作品製作または公開の延期や中止など、2020年以降の年間興行成績は全世界的に壊滅的な数値を示している。それに対して、米アカデミー賞はストーリーミングのみで公開される作品も選考の対象とすることを発表し、Amazonプライムは利用者数が世界で1億5000万人、Netflixは2億人をそれぞれ突破している。自社でストーリーミングサービスを持つハリウッド最大手のディズニーとワーナーは劇場公開と同時配信もしくは、大作映画といえども状況によっては配信オンリーという方向に舵を切りつつある。1895年にリュミエール兄弟が投

影式のシネマトグラフを発明し、先行していたエジソン研究所の覗き見式上映装置キネトスコープを駆逐して以来、守り続けてきた映画館主義の崩壊は、突然、予想を越える速度で迫ってきている。時期はわからずとも、やがては訪れるであろうCOVID-19収束後の映画産業の状況がどのようになっていくのか、継続してこの興行データを中心に見守っていきたい。

註

- 1 興行収入その他の数値はいずれも一般社団法人日本映画製作者連盟発表のものによる
- 2 一般社団法人日本映画製作者連盟発表数値を元に集計
- 3 映画館入場者数・スクリーン数は一般社団法人日本映画製作者連盟発表数値
- 4 映画館公開本数・興行収入は一般社団法人日本映画製作者連盟発表数値を元に算出
- 5 一般社団法人日本映画製作者連盟発表数値を元に集計
- 6 同
- 7 同
- 8 Korean Film Council、Box Office Mojo 公表データをもとに集計・算出
- 9 同
- 10 同
- 11 同
- 12 同
- 13 一般社団法人日本映画製作者連盟、Korean Film Council、Box Office Mojo 公表データをもとに集計・算出
- 14 同
- 15 同
- 16 同
- 17 同
- 18 同
- 19 同
- 20 同