日本における洋画の現状と行末

中 3-D-12 奥野　鷹也

目次

はじめに

序論

第 1 章　洋画の現状
　第一節　根本的な映画離れ
　第二節　進みゆく洋画離れ
　第三節　「配信限定」

第 2 章　具体的な問題点
　第一節　日本人の映画志向
　第二節　あってはならない映画紹介

第 3 章　改善するには
　第一節　映画離れの改善策

おわりに

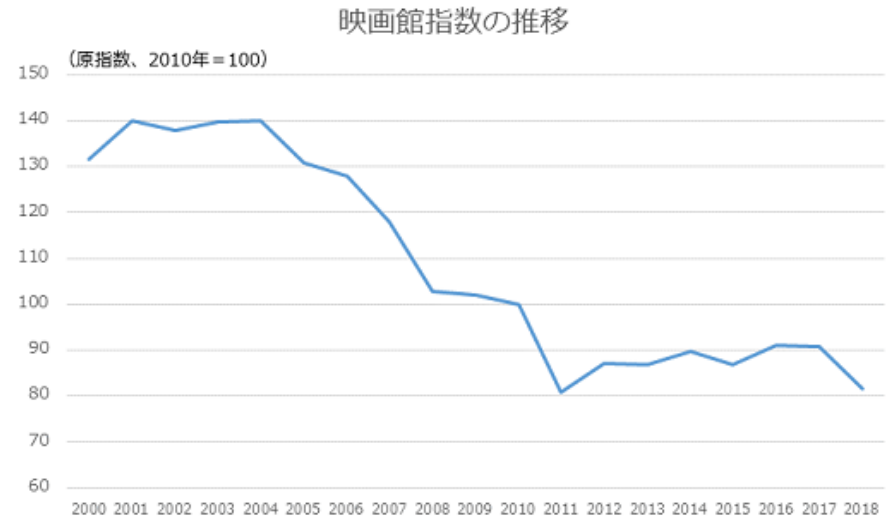
参考文献

はじめに(序論)

今回、私が『日本における洋画の現状と行末』というテーマで課題研究Ｊを進めようと思った理由は私が実際に実感した“日本人の洋画に対する志向”にある。
私は試験前以外の週末には必ずと言っていいほど、隙さえあれば映画館に顔を覗かせ、決まって洋画を観るのである。
(※ここでは「洋画」を「北アメリカ、ラテンアメリカ、オセアニア、ヨーロッパ」で製作された作品を主に表すとして進めていくものとする)
昨今では『NETFLIX』や『Amazon Prime Video』を筆頭とした配信サービスが急速に私たちの生活に溶け込んできたこともあり、毎日のように気軽に家で映画を観ることができている。
家で映画を観る分には「日本人の洋画に対する志向」など感じるタイミングは無いのだが、問題は映画館で洋画を観るときにある。
私に限らず、これから観に行く映画館の公式サイトから事前に座席を予約しておく人も多いだろう。
座席指定のページに入ると、予約可能の空席、予約済みの席、使用不可の席が確認できる。
そしてここで注目したいのが邦画の観客動員数に比べて洋画の観客動員数が圧倒的に少ないことだ。
なぜそう言い切れるのかと思うかもしれないが、私は実際に「今から観に行く洋画と同じくらいの時間に上映される邦画」の空席情報を見てみると、もうすでにたくさんの席が埋まっている。
1日に上映される本数も明らかに洋画が少ない。
しかし、そうは言っても「日本で公開される以上、邦画よりも洋画の勢いが廃れるのは当然のことではないのか」と思う人も多いだろう。
だが、もしこれを読んでいる人の中に先生方が居るのなら考えてほしい。
自分が世に出た時、洋画の勢いは現在のようなところに留まっていたのか。
スティーブン・スピルバーグ監督、ジェームズ・キャメロン監督の存在が、日本にどのような感動を与えたのか。
ぜひ一度考えてほしい。
この明らかな衰退に危機感を覚えた私は今回、課題研究Ｊのテーマとして持ち出し、一年をかけて「洋画は今、一体どんな状態にあるのか」、「洋画が衰退してしまった原因とは」、「洋画はこれからどの方向へ向かって行けばいいのか」、これらについて自分の研究をもとに紐解き、日本における洋画のあるべき姿について、結論を導いていく。

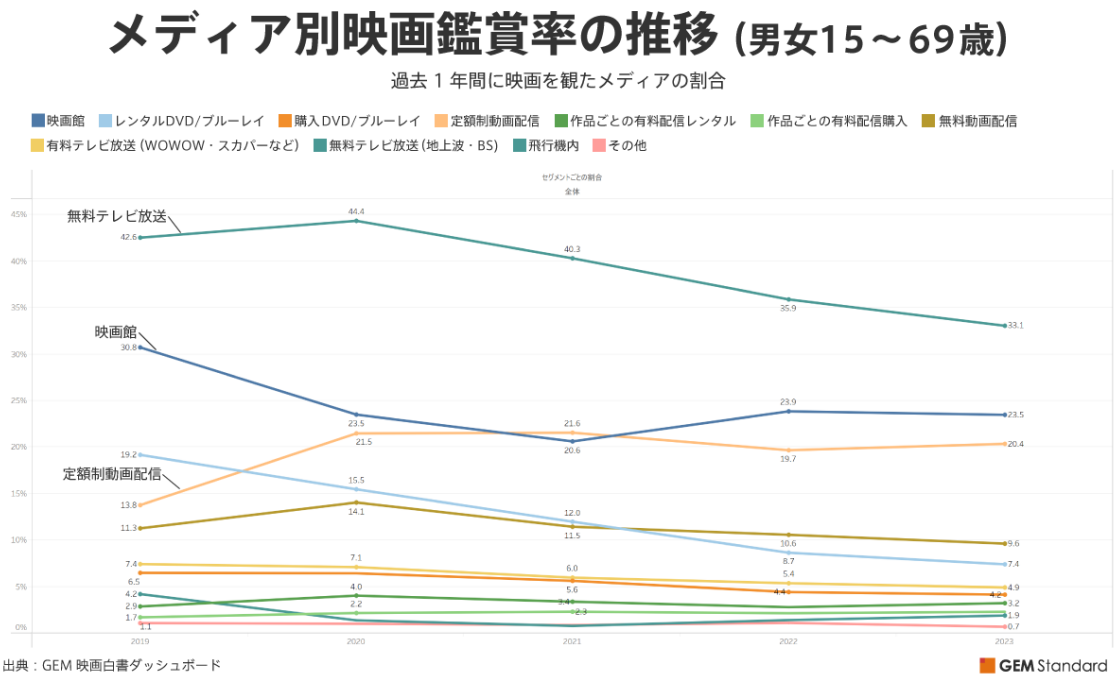
第一章　洋画の現状

第一節　根本的な映画離れ



（資料）第3次産業活動指数（経済産業省）より作成。

日本人の洋画に対する志向の変化を語る前に、日本人の根本的な映画離れに触れていく。
映画を楽しむ方法として挙げられるのは、映画館に足を運ぶこと、家で配信サービスを利用して映画を楽しむことの２つが挙げられる。
まずは映画館の現状を見ていくが、主要映画館の入場者数に基づく映画館指数の推移を見ると、2000 年代初頭から 2011 年ごろにかけて数値が一貫して減少傾向であり、それから 2018 年ごろまでは特にこれといった変化は見られないが、2019 年から始まったコロナ禍の影響で、映画館に足を運ぶ人は確実に減少している。コロナ前の 2020 年 1 月の映画館参加者数に比べ、2024 年 8 月の映画館参加者数を見てみると、実におよそ 800 万もの人々が映画館から姿を消している。



映画館で映画を鑑賞する機会が少なくなった人々が多い今、どういった形式で映画を観ているのかと思うだろう。
GEM の映画白書ダッシュボードによると、最多が「無料テレビ放送」、次に「映画館」、その次に「定額制動画配信」、いわゆる『NETFLIX』や『U-NEXT』というようなサブスクリプションのことである。
2019 年では「映画館」に次ぐ三位であった「レンタル DVD/ブルーレイ」も今や最下層と言っても過言ではないほどに利用率が下がっている。
この結果から注目したいことは、「映画館」と「定額動画配信」の位置関係である。ただでさえ衰退が加速している「映画館」よりも下層に今流行りの「定額制動画配信」が位置していることだ。
これが意味するのは、“映画そのものの衰退”である。
今や定額制動画配信を利用している日本人の割合は 31.8%であり、日本人口の約 3 割となっている。
その中でも「定額制動画配信」が「映画館」を下回っているということは、日本国民における「映画」への情熱は薄れつつあるということを明示している。

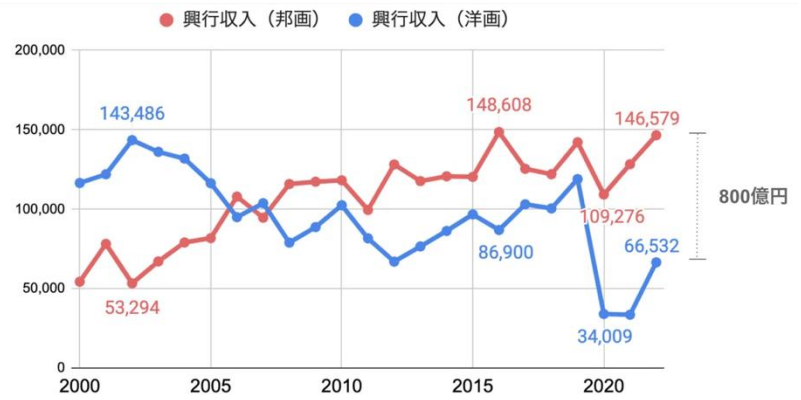
第二節　進みゆく洋画離れ

これは 2024 年度の興行収入ランキング TOP10 である



2024年年間 興行収入 ランキングTOP10

順位	興行収入	ジャンル	タイトル	公開日	配給
1	157億円	邦アニメ	名探偵コナン 100万ドルの五稜星（みちしるべ）	4月12日	東宝
		概要	シリーズ27作目。函館を舞台に、コナン×キッド×平次がお宝探しを展開。		
2	116億円	邦アニメ	劇場版ハイキュー!! ゴミ捨て場の決戦	2月16日	東宝
		概要	テレビアニメ第4期の続編となる完全新作劇場版2部作の第1部。		
3	80億円	邦実写	キングダム 大将軍の帰還	7月12日	東宝、ソニー・ピクチャーズエンタテインメント
		概要	シリーズ4作目。長く戦場から離れていた大将軍・王騎が再び戦場に戻る。		
4	63億円	邦アニメ	劇場版 SPY×FAMILY CODE: White	23年12月22日	東宝
5	57億円	邦実写	ラストマイル	8月23日	東宝
6	53億円	邦アニメ	インサイド・ヘッド2	8月1日	ウォルト・ディズニー・ジャパン
7	52億円	邦アニメ	機動戦士ガンダムSEED FREEDOM	1月26日	バンダイナムコフィルムワークス、松竹
8	51億円	邦実写	変な家	3月15日	東宝
9	45億円	邦実写	あの花が咲く丘で、君とまた出会えたら。	23年12月8日	松竹
9	45億円	邦アニメ	怪盗グルーのミニオン超変身	7月19日	東宝東和



ランキングを見てみると、ランキング内に実写洋画が見当たらないのである。
日本で国産の邦画が猛威を振るうのは当たり前なのではないかと思うかもしれないが、決して当たり前ではないことが“シェア率”から見受けられる。
日本人の洋画離れは、日本における「洋画シェア率」と「邦画シェア率」の変動から実感することができる。
2002 年度の洋画シェア率は約 1400 億円だったのに対し、邦画シェア率は約 500 億円であり、その差は約 900 億円。
ここで注目したいのが 2023 年度のシェア率だ。
洋画シェア率が約 700 億円なのに対し、邦画シェア率が約 1500 億円であり、その差は約 800 億円だった。これは 2002 年当時と全く逆の状態である。
先ほど、2024 年の興行収入ランキングを例に出したが、1990 年代の興行収入ランキングを見れば、邦画が頭角を表し始めた様子を見ることができると同時に洋画衰退の始まりが分かる。

日本配給収入ランキング [編集]

1993年日本配給収入トップ10

順位	題名	制作国	配給	配給収入
1	ジュラシック・パーク	アメリカ合衆国	UIP	83億円
2	ボディガード	アメリカ合衆国	ワーナー・ブラザース	41億円
3	アラジン	アメリカ合衆国	ブエナ・ビスタ	25億円
3	ホーム・アローン2	アメリカ合衆国	20世紀FOX	25億円
5	逃亡者	アメリカ合衆国	ワーナー・ブラザーズ	22.5億円
6	ゴジラvsモスラ	日本	東宝	22.2億円
7	REX 恐竜物語	日本	松竹	22億円
8	水の旅人 侍KIDS	日本	東宝	20.3億円
9	ドラえもん のび太とブリキの迷宮	日本	東宝	16.5億円
10	男はつらいよ 寅次郎の青春	日本	松竹	14.5億円

1997年日本配給収入トップ11

順位	題名	製作国	配給	配給収入
1	もののけ姫		東宝	113.0億円
2	インデペンデンス・デイ		20世紀FOX	66.5億円
3	ロスト・ワールド/ジュラシック・パーク		UIP	58.0億円
4	失楽園		東映	23.0億円
5	ドラえもん のび太のねじ巻き都市冒険記		東宝	20.0億円
5	スピード2		20世紀FOX	20.0億円
7	スター・ウォーズ 特別篇[7]		20世紀FOX	19.0億円
8	フィフス・エレメント		日本ヘラルド	17.0億円
9	スリーパーズ		日本ヘラルド	15.0億円
10	新世紀エヴァンゲリオン劇場版 Air/まごころを、君に		東映	14.5億円
11	身代金	アメリカ合衆国	ブエナ・ビスタ	14.0億円

出典:1997年配給収入10億円以上番組 - 日本映画製作者連盟

ここで注目したいのはまず 1993 年、モンスターパニック映画の『ジュラシック・パーク』が日米で公開されたのだ。
「恐竜を現代に甦らせるという」偉業を、当時に浸透しつつあった CG 技術を駆使して成し遂げたスティーブン・スピルバーグ監督に、賞賛の声が上がった。
もちろん、1993 年の日本興行収入ランキングの一位は『ジュラシック・パーク』であり、興行収入は 83 億円。これは二位のケヴィン・コスナー主演『ボディーガード』の 41 億円に対し、40 億円以上もの圧倒的差をつけた。
そして 4 年後の 1997 年、この年には『ジュラシック・パーク』の続編、『ロスト・ワールド』が公開された。
ここで注目したいのが『ロストワールド』が公開された同日に公開された、スタジオジブリ製作の邦画アニメーション作品『もののけ姫』である。
『もののけ姫』は 1997 年の日本における興行収入ランキングにおいて、1997 年に猛威を振るった『ジュラシック・パーク』の続編である『ロスト・ワールド』を押し除け、一位に輝いたのだ。
『もののけ姫』は興行収入 113 億円を叩き出し、その一方で『ロスト・ワールド』は 58 億円。『ロスト・ワールド』は三位であり、二位であった『インデペンデンス・デイ』(『インデペンデンス・デイ』は『ロスト・ワールド』と同じくアメリカ映画である) が 68 億円。
二位である『インデペンデンス・デイ』と『もののけ姫』の間には約 50 億円もの差があり、『ロスト・ワールド』は『もののけ姫』の興行収入の約半分である。
この邦画と洋画の間に生まれた大きな差には「もののけ姫が面白いから」という理由以上に、洋画離れの予兆が見受けられる。

1997 年の興行収入ランキング TOP10 において、洋画が 7 作品ランクインしており、洋画が衰退しているとは言い難い結果になっているが、この年を境に興業収入ランキング TOP10 にランクインする洋画の本数は減少傾向に傾いていることが見て取れる。

第三節「配信限定」

昨今などでは海外で公開された作品が日本国内では劇場公開されずに「配信限定」という形で日本に上陸する場合が多々ある。
中には配信サービスを運営する会社のオリジナル制作の作品など、そもそも劇場公開されない場合もある。
2025 年に配信された作品の中から、特に注目したい作品を例としてピックアップしてみよう。
・2025 年 6 月 5 日より配信された『ザ・コンサルタント 2』
本作品はアメリカにて 2025 年 4 月 25 日に劇場公開されたが、日本では劇場公開されずに『Amazon Prime Video』にて独占配信となった。
・2025 年 10 月 21 日より配信された『M3GAN/ミーガン 2.0』
本作品は 2023 年 6 月 9 日より日本にて劇場公開された『M3GAN/ミーガン』の続編である。全世界興行収入が 1 億 8000 万ドルを超えた『M3GAN/ミーガン』。
続編の『M3GAN/ミーガン 2.0』がアメリカにて 2025 年 6 月 24 日より劇場公開されたが、興行収入が振るわなかったために日本公開は中止となり、『Amazon Prime Video』にて 2025 年 10 月 21 日より独占配信された。
（全世界興行収入は約 3900 万ドルであった。これは前作の興行収入の約 5 分の 1 である）
・2025 年 10 月 22 日より様々な配信サービスでのレンタル、DVD／Blu-ray の販売が開始された『ファイナル・デッド・ブラッド』
本作品は元々日本での劇場公開は予定されていなかったが、世界中で記録的な盛り上がりを見せ、日本公開を待望する多くのファンの声から、異例の緊急上映が決定し、2025 年 10 月 10 日より小規模ながらも劇場公開が行われた。
ここまで、2025 年に日本公開が叶わなかった作品（一部は小規模公開されたものもある）を挙げてきたが、日本公開されずにいずれかの配信サービスでの独占配信に回されてしまった作品には、公開を止めざるを得なかった明確な理由が必ずしもがあるとは限らない。
興行収入が振るったのにも関わらず、劇場公開が叶わなかった作品が多く存在することから、北米で公開された作品が全て当たり前のように劇場公開されるという時代は過ぎ去ってしまったことを意味している。
（中には興行収入の圧倒的低さが明確な理由となるものもある）

第二章　具体的な問題点

第一節　日本人の映画志向

現代の日本人は映画に対して一体何を求めるのか、その志向と日本人の洋画離れにはどのような関係があるのか考える。
第一に考えられるのが「長編アニメーション作品の台頭」である。
アニメーション作品が豊富な現代の日本は、「ディズニー」や「イルミネーション」、「ドリームワークス」のような海外の大手アニメーション作品制作会社の作品取り入れずとも、すでに充実しすぎているという状態にある。
日本やアメリカに限らず、アニメーション作品は「子供向け」として制作される作品が多い。
その点に注目すると、アニメーション作品は子供が幼いうちに海外文化への興味を抱かせる術として重要な役割を担っていることが分かるが、先述したように日本のアニメーション作品はあまりにも充実しすぎているが故に、海外文化を知り、興味を持つ、そのような初めての経験を積む機会を奪っているということが分かる。
第二に考えられるのが「文化先進国への憧れ」の欠如だ。
(これは音楽ジャーナリストであり、2010 年に洋楽・洋画・海外ドラマ専用
ブログ『THE MAINSTREAM』を開設した沢田太陽氏が 2022 年 1 月 16 日にメディアプラットフォーム『note』に投稿した内容を参考)
時代が流れるにつれて国際的な日本の立ち位置の変化が見られる。
例を挙げるとするならば 1980 年代、アメリカのような先進国に対する顕著な姿勢から、熱心なファンが多く育つという背景があったのだが、バブルが到来したことにより、日本の国際的な立ち位置が劇的に変わり、その顕著な姿勢も変化したという原因が挙げられる。
第三に考えられるのが「孤独感」である。
仲間や友人と情報を共有したいという意思から、周りの多くが話題に上げる物事に自らも付いていけるように、自らが取得するコンテンツを周りと同じものにする必要がある。
そしてここで出てくるのが、先述したような日本産コンテンツの自給率の高さだ。
そのような理由で海外のコンテンツを取得しても「孤独感」を感じやすいということになるのである。

第二節　あってはならない映画紹介

Youtube などの動画投稿サイトを見ていると、よく「映画紹介」と称された動画を多く見かける。
この種の動画は大きく分けて、作品の核心部分を語らずに物語の導入部分だけを紹介する「ネタバレ無し映画紹介」と、作品の核心部分まで語る「ネタバレ有り映画紹介」がある。
どちらの場合でも紹介されるのは洋画が多く、「字幕を見るのが面倒くさい」、「吹き替え版の方が良い」という日本人の志向の影響からか、作品の音声を遮断して、投稿者によって後付けされた日本語の機械音声による簡潔な説明という構成のものが多い。
「ネタバレ無し映画紹介」には、物語の核心を語らないことで視聴者の作品鑑賞意欲を掻き立てるという、作品の宣伝力を高める効果が大いに期待できる。
この場合には洋画離れとは逆の効果も期待できるが、注目したいのが「ネタバレ有り映画紹介」である。

この存在が洋画離れを加速させたと考えられる。
ネタバレをしてしまっている時点で、視聴者はその作品の物語の仕掛けを知ってしまい、作品鑑賞意欲が湧くことは限りなく少ない。
私自身の実体験からも「ネタバレ有り映画紹介」の面影を感じたことがある。
ある時に私が、ある友人に特定の作品を鑑賞したことがあるかを質問してみたところ、その友人は「観たことがある」と答えたのだが、劇中の描写に関する感想を質問をしてみると、「Youtube の映画紹介で観たので知らない」と答えた。
「ネタバレ有り映画紹介」は視聴者を「作品を鑑賞した気にさせる」という効果があることが見受けられる。
映画というものは映像と音声で構成されている。
「ネタバレ有り映画紹介」はその映画があるべき状態で視聴者が鑑賞しない。
その映画の製作陣に、その動画の収入が入るわけでもないので、実質的に洋画離れを加速させていると言える。
動画の形式の一つに「ショート動画」というものがあるが、その形態の「ネタバレ有り映画紹介」に対しても注目してほしい。
この形式が世間に好まれる理由には、流れ作業のように動画を視聴することがでできる上に、短い動画に限定され、タイムパフォーマンスを重視できるところにある。
この流れ作業で、大まかな内容と核心部分を知ることしかできない映画紹介動画を視聴すると、気付かぬうちに大量の映画を消費してしまうことになる。

第三章

第一節　映画離れの改善策

現代の日本人は作品として映画鑑賞をせず、タイムパフォーマンスを重視しすぎている場合が多く見られる。
第二章にて先述したように、海外カルチャーが日本国内で浸透していないことから、映画に触れる機会を積極的に増やしていく必要がある。
現在、地上波放送にて視聴することができる映画番組は『金曜ロードショー』、『土曜プレミアム』、『午後のロードショー』(『午後のロードショー』は関東地方のみで放送)が挙げられるが、過去には『月曜ロードショー』(1969～1987 年)、『火曜洋画劇場』(1979～2002 年)、『水曜ロードショー』(1972～1985 年)、『木曜洋画劇場』(1968～2009 年)、『日曜洋画劇場』(1967～2017 年)というような映画番組が地上波で放送されていた。
洋画劇場という名が付いている番組は、洋画の放映を専門にしていた番組である。
その全てが今に至っては放送中止となってしまったことも、洋画に触れられる機会が少なくなってしまった原因の一つとして考えられる。
日本人の洋画離れに対する改善案を述べるとするならば、先述した映画番組の減少に対して、全ての番組を放送開始するというのは非現実的にしても、これから出てくるであろう放送中止される諸番組が放送されていた時間を組み合わせることによる放映時間の確保など、時間をかけて映画番組の放送時間を取り戻していくことが第一に挙げられる。
第二に、第二章で先述したような「ネタバレ有り映画紹介」のあり方だ。
「ネタバレ有り」という時点で、視聴者の作品に対する鑑賞意欲を損ない兼ねる必要がある。
「漫才」の「ネタ」が著作権法違反に値することから Youtube にて、著作者である芸人の許可なしに無断転載をした場合、Youtube 運営側によって動画が削除されるように、「ネタバレ有り映画紹介」を規制するべきだと考える。
「ネタバレ有り」なのか、「ネタバレ無し」なのかを判断する基準を設定が難しく、規制が困難な場合があったとしても、そのような規制を実行できない限り、視聴者の作品に対する鑑賞意欲を損ない続ける危険性がある。

おわりに

最終的に私が導き出した「洋画離れへの対処」の結論をまとめる。
第一に、テレビの地上波を利用して日本国民が洋画に触れる機会を増やすことだ。
これは海外カルチャーに幼い頃から触れていなかったという状況から、成長しても洋画には関わることも少ない状態に陥ることに対する対処だ。
地上波という誰もが触れやすい条件で洋画を多く放映することで、海外カルチャーに

触れさせるという意味がある。
第二に、「ネタバレ有り映画紹介動画」の規制だ。
これは、作品の物語の核心を視聴者に無料で提供してしまうことで、視聴者の作品に対する鑑賞意欲を損ねないようにするための対処だ。
誰でも気軽に閲覧できるコンテンツであるからこそ、よく注意しておきたいと考える。
ここまで「日本人の洋画離れ」に関して研究をしてきたが、今回だけに限らず、これからも自分なりに研究をしていきたいと思う。

参考文献

https://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikaisetsu/hitokoto_kako/20210202hitokoto.html
https://www.gem-standard.com/columns/882
https://www.eiren.org/toukei/1993.html
https://www.eiren.org/toukei/1997.html
https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fnote.com%2Fsceneprofile%2Fn%2Fn91d7f847ff94&psig=AOvVaw0kbukaZp4iE_DaeN_rSvq-&ust=1768485252697000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CAMQjB1qFwoTCMjci5GXi5IDFQAAAAAdAAAAABAE
https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/18/01108/00001/
https://note.com/themainstream/n/nbde3755217ad