

## テーマセッション

### ◆ 映画「あさひるばん」(11/29 公開)におけるシニア層マーケティング戦略 ◆

#### 【セッションの内容】

■ 幹事分科会：コンテンツ・マネジメント分科会

■ パネリスト

久保雅一（小学館ミュージック&デジタルエンタテインメント 取締役  
映画「あさひるばん」企画者・統括プロデューサー）

■ 内容

日本映画の興行状況は、2013 年も“邦高洋低”が継続している。2012 年の日本の映画興行収入は 1951.9 億円（日本映画製作者連盟発表）。前年比で 107%の増収となった。しかし、その内訳は、洋画が 670.0 億円、前年比で 82.1%という大幅な減収。邦画は 1281.8 億円で、前年比 128.8%とこちらは大幅な増収。邦画の興行収入が洋画の落ち込みを補ったと言える。この数字を背景に邦画制作は 554 本と前年より 113 本も増加し、邦画ゴールドラッシュ状況を呈している。

しかしながら、goo リサーチ（213 回、2013 年 5 月 23 日～29 日調査、調査対象 3196 名）によると、直近 1 年以内に映画館で映画鑑賞をした人は全体の 43.0%。前年同時期の調査より 2.3 ポイント落ちている。女性 10 代の鑑賞率が 59.3%で最も高く、男女ともに年代が上がるにつれて鑑賞率が低下する傾向がみられた。観られている映画のジャンルは前回調査以上に「洋画」が「邦画」を下回り、洋画鑑賞率が最も低いのは男女ともに 10 代で、男性で 56.6%→39.8%。女性で 53.7%→44.8%と大幅に低下しており、昨年同時期に調査した前回調査と比べて 9～17 ポイント低下しており、10 代の洋画離れが進んだことが伺える。

このような興行環境の中、映画「あさひるばん」は 11 月 29 日（金）公開する。メインの映画鑑賞者はシニア層。テレビ的には M3, F3 と言われている層で、シニア割引があるから入場料 1000 円ほどで鑑賞可能なのになかなか映画館に足を向けない世代だ。劇場スクリーン数が 3339 →3290 スクリーンと減少する状況下でいかにマーケティング戦略を組み立てていくのか、映画の責任プロデューサーが直接説明するセッションである。

## テーマセッション

### ◆ 映画「あさひるばん」(11/29 公開)におけるシニア層マーケティング戦略 ◆

#### 【略歴】

1983年 早稲田大学教育学部卒業。同年4月、(株)小学館入社。

1995年 月刊コロコロコミック副編集長

1997年 キャラクター企画室 室長

1998年～2011年 劇場版ポケットモンスター エグゼクティブプロデューサー

現在、(社)日本知財学会 理事

東京理科大 専門職大学院 MIP 客員教授

北京伝影学院 客座教授

小学館 マルチメディア局 チーフプロデューサー

小学館ミュージック&デジタルエンタテインメント 取締役

よしもとデジタルエンタテインメント 取締役

以 上