

目次

＼あの頃の興奮が再び／

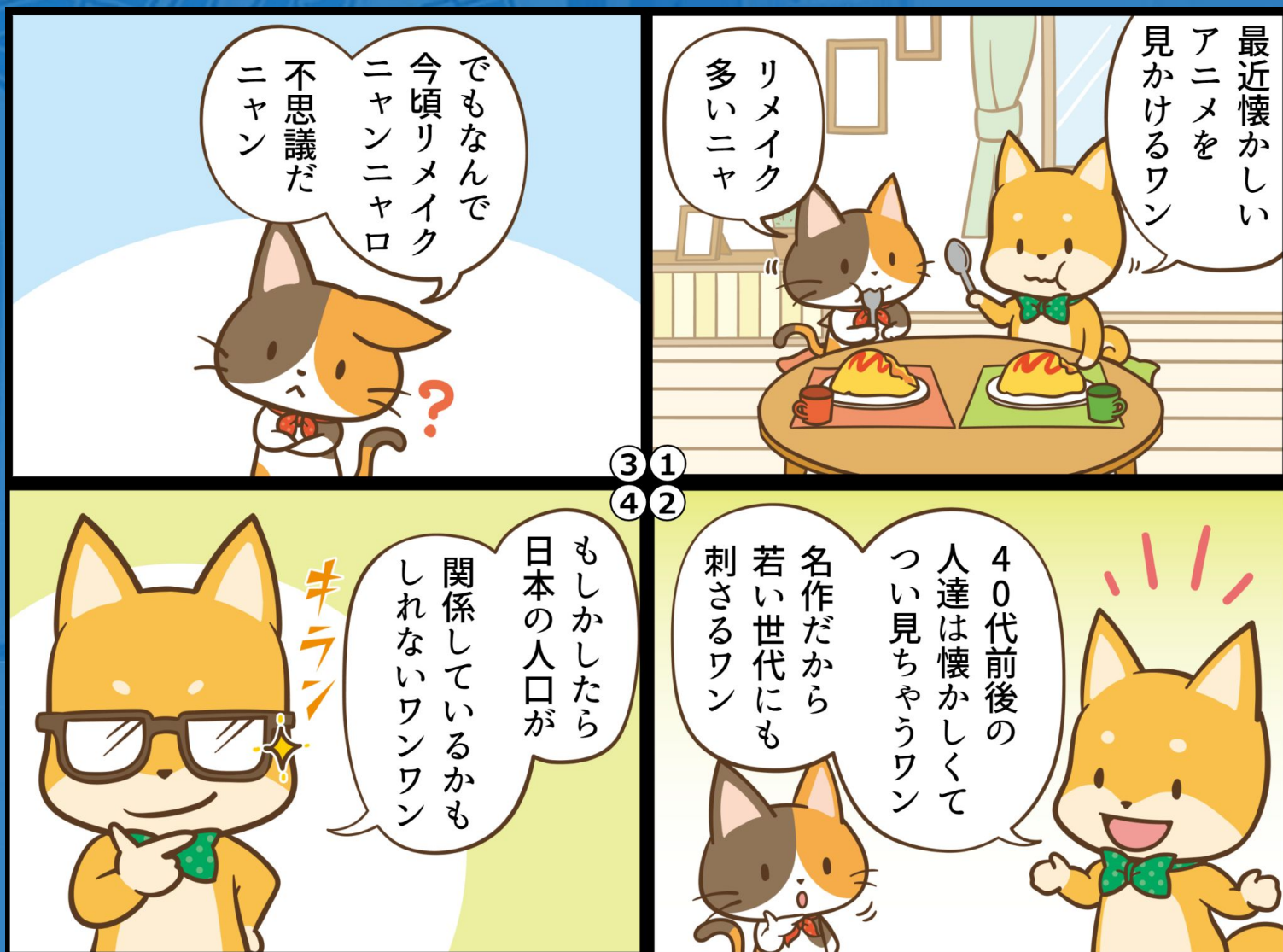
【今、きてます】リメイクブームを考察する

大人をターゲットにしたマーケティング戦略

－話題のリメイク作品とコアファン層－

- ① 『らんま1/2』 / ② 『魔法騎士レイアース』 ③ 『ベルサイユのばら』
④ 『キン肉マン』 完璧超人始祖編 / ⑤ 『うる星やつら』

大人をターゲットにしたマーケティング戦略 考察



今きてます！

あの頃の興奮が再び

リメイクブームを考察する

大人をターゲットにしたマーケティング戦略

日本は少子高齢化の影響で人口構成が「逆ピラミッド型」になりつつあるなかで、アニメ業界においてリメイク企画が近年増加傾向にあります。今年には特に40代前後をターゲットとした、様々なリメイク作品によるアニメが公開されています。かつて自分が観ていたアニメが、現代のデジタル技術や高いクオリティで新たに映像化されることは、PR効果も高く、ファンのみならず大きな注目を集めています。映画に例えるならば「ロミオとジュリエット」などのクラシック作品が新たなキャストでリメイクされるように、アニメ業界でも歴史ある作品への価値が高くリメイクされる風潮にあります。アニメ市場においても、次の新しい世代へと受け継がれ不朽の存在となっていくのです。

話題のリメイク作品と作品のコアファン層

①アニメ版の人気も高い『らんま1/2』



完全新作のアニメ制作決定記念
らんま1/2
高橋留美子
祭り
©高橋留美子/小学館

写真引用元：アニメ『らんま1/2』@SundayWebry 「【公式】サンデーうぇぶり編集部」X公式より

『週刊少年サンデー』（小学館）で1987年から1996年まで連載され、1980年代にアニメ版がスタートした『らんま1/2』が、今回新たに再アニメ化されることが発表されました。水をかけると女性に変身してしまう男子・乱馬を中心に、家族や友人を巻き込んだ日常を描くラブコメディがみどころ。令和版ではコンプライアンスの部分など、どのような表現や展開が繰り広げられるのか、今から目が離せません！

50代ファン層：★
40代ファン層：★★★★
30代ファン層：★

②TVアニメ放送から30年ー『魔法騎士レイアース』



© CLAMP・ST/講談社・TMS

写真引用元：『魔法騎士レイアース』株式会社トムス・エンタテインメント公式サイトより

1993年11月から1996年4月まで『なかよし』（講談社）で連載されたファンタジー漫画が、1994年から1995年にかけてアニメ化されました。そして30年の時を経てついに、再アニメ化が決定！

社会科見学で偶然出会った3人が異世界「セフィーロ」に召喚され、「魔法騎士（マジックナイト）」としてセフィーロを救う旅に出るという、ロールプレイングゲームの世界をモチーフにした異世界ファンタジーです。紅白出場曲「ゆずれない願い」や「光と影を抱きしめたまま」は、神オープニングとして称賛されており、新アニメでもオープニングの期待が高まっています。

40代ファン層：★★★★ 30代ファン層：★★

今きてます！

あの頃の興奮が再び

リメイクブームを考察する

大人をターゲットにしたマーケティング戦略 続き

③不朽の名作が劇場アニメとなって再上陸！『ベルサイユのばら』



©池田理代子プロダクション / ベルサイユのばら製作委員会

動画引用元：劇場アニメ『ベルサイユのばら』公式サイトより

『週刊マーガレット』（集英社）で1972年から1973年まで連載され、1970年代には実写映画やアニメ版もスタートしました。フランス革命前から革命前期のベルサイユを舞台に、男装の麗人オスカルとフランス王妃マリー・アントワネットらの激動の人生を鮮やかに描いた史実に基づく歴史ロマンです。宝塚歌劇団による舞台化により、作品はさらに大ヒットし、熱狂を巻き起こして社会現象にもなりました。50年の時を経て幅広いファン層に支持され、愛され続けているのも特徴です。現代の技術を駆使したきらびやかな美しい映像で、再び注目を集めています。

60代ファン層：★★ 50代ファン層：★★
40代ファン層：★

④認知度は9割を超える！※1 『キン肉マン』完璧超人始祖編



©ゆでたまご / 集英社・キン肉マン製作委員会

写真引用元：アニメ『キン肉マン』アニメイトAIMズサイトより

『週刊少年ジャンプ』（集英社）で1979年から1987年まで連載され、1983年からアニメ版がスタート。アニメ視聴率は当時20%を超えて、劇場版も続々と製作し大ブームを巻き起こしました。2011年には週刊連載漫画として復活を遂げるなど、勢いが止まらない！宇宙の果てのキン肉星から地球にやって来た王子・キン肉マンを描くプロレス系のギャグ漫画です。アニメとしては32年の時を経て、7/7より現在放送中だが、SNSでは往年のファンから大好評！

50代ファン層：★★★ 40代ファン層：★★

⑤2022年よりTVで放送中！ 『うる星やつら』



©高橋留美子・小学館 / アニメ『うる星やつら』製作委員会

写真引用元：アニメ『うる星やつら』ファミ通.comサイトより

『週刊少年サンデー』（小学館）で1978年から1987年まで連載され、漫画界とアニメ業界に衝撃を与えて、個性豊かなキャラクター設定により圧倒的な支持を受け一大ブームに！日本のポップカルチャーとして海外にも広がりを見せました。主人公(あたる)やあたるに恋する宇宙人の美少女ラムを中心に愉快的キャラクターが織りなすギャグとSFラブコメを融合させたドタバタな日常が描かれています。

50代ファン層：★★ 40代ファン層：★★
30代ファン層：★

※1 マイボイスコム の調査より

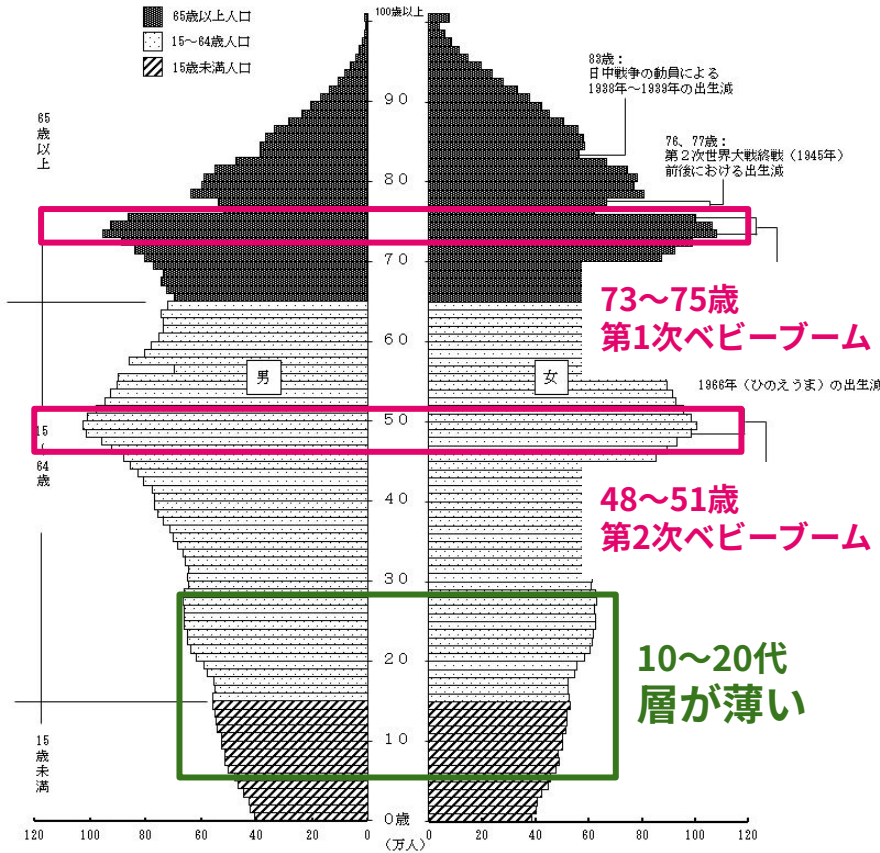
今きてます！

あの頃の興奮が再び

リメイクブームを考察する

大人をターゲットにしたマーケティング戦略 考察

図2 我が国の人口ピラミッド (2022年10月1日現在)



画像引用元：「総務省統計局」人口推計（2022年（令和4年）10月1日現在） - 全国：年齢（各歳）、男女別人口・都道府県：年齢（5歳階級）、男女別人口 - より

左は年齢別に人口の構成を表したピラミッドです。40代以上の層が厚く、高い年齢層に支持されなければヒットを生み出しにくい傾向が予測されます。

また、ひと昔前は「アニメ=子供の観るもの」というイメージがありましたが、そう言われて育った世代もすっかり大人になり、アニメは子供から大人まで幅広い世代に支持されるようになりました。

そうした時代背景から、近年では「大人に刺さる話題作」としてのアニメが増えており、市場の変化が伺えます。

例えば、28年前に連載が終了した『SLAM DUNK』は2022年に映画『THE FIRST SLAM DUNK』として復活し大ヒットしました。

さらに『シティーハンター』、『幽☆遊☆白書』が実写化され、当時のファンだけにとどまらず、原作やアニメを知らない世代も巻き込んだ再ブームを迎えています。

漫画業界やアニメ業界に限らず、リバイバルブームはここ数年続いています。ファッション、音楽、映画、ドラマ、そしてアニメなど、幅広い分野でのブームが再び盛り上がりを見せています。特にアニメ業界においては、若年層の減少傾向を背景に、**40代以上の層に向けたコンテンツ発信が注目**されています。

こうしたリメイク作品は、その話題性と宣伝効果を通じて多くの人々に広まり、新しい世代は過去の文化を知るきっかけに繋がります。大人世代をメインのファン層として捉えたマーケティング戦略は、既存の人気を維持しながら、新たなファン層の開拓をおこない若い世代を取り入れることで新たな市場を創り出します。

「世代を超えて愛され続けるコンテンツを生み出す」ことがリメイクにおいては重要となり、若いファン層の確立により次の世代へ受け継がれていきます。

また、大人世代をターゲットにした取り組みは、単に過去の作品を復活させるだけでなく、その作品を通して現代社会が求めるものを探り、新しいコンテンツ創造への可能性を秘めています。

これらはアニメ業界に限らず、**マーケティング戦略において、ターゲット設定を定める際には、新しい大人市場を維持しながら、次の若い世代を巻き込み・引き込むことが持続的な成長が期待できるのではないのでしょうか！**

“マンガといえばシンフィールド”

シンフィールドは2009年にマンガをマーケティングツールとして活用し集客支援するという新しい価値を生み出したパイオニアです。

<弊社関連サイト>



シンフィールド公式サイト

<https://shinfield.co.jp/>

企業情報・事業紹介・採用情報
理念や社会活動を公開しています。



マンガマーケティングjp

<https://mangamarketing.jp/>

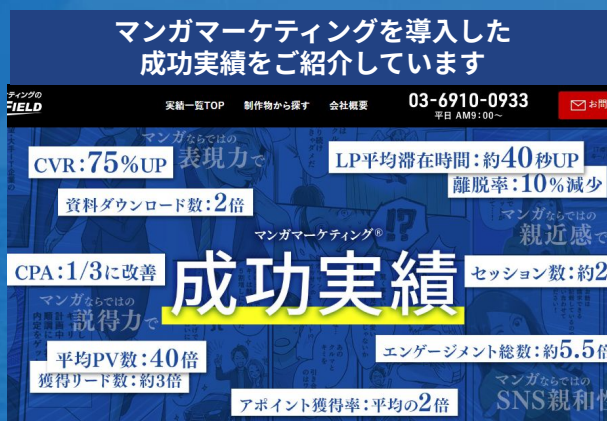
マンガマーケティングに関する情報、制作実績や登録マンガ家一覧を公開しています。



web-manga.net

<https://web-manga.net/>

マンガ制作サービスの紹介と制作事例を詳しく公開しています。



成功実績サイト

<https://mangamarketing.jp/success/>

マンガを活用した施策における成功実績を数値で公開しています。

お読みいただきありがとうございました