

長編アニメーション映画のレビュー実証分析

映画評価における外的要因の影響

法政大学経営学部 平田英明ゼミ

馬場貫太朗

山田夏菜子

金光花奈

2025年10月

要　旨

本稿では、日本・アメリカ・韓国の三国を対象に、長編アニメーション映画に対するレビューの決定要因を比較分析する。具体的には、各国を代表する映画レビューサイトである Filmarks (日本)、IMDb Pro (アメリカ)、WATCHA PEDIA (韓国) からデータを収集し、映画のジャンル、制作会社、原作の有無、上映時間、受賞歴といった変数がレビュー評価に与える影響を計量的に検証する。さらに、レビューに共通して働く要因と国ごとに特有の要因を区別することで、国際的な映画への評価の共通性と多様性を明らかにすることを目的とする。

本稿の貢献は二つある。第一に、映画レビューという文化的かつ消費者行動的なデータを用い、三国間比較を通じて国別の評価構造の違いを明らかにする点である。第二に、アニメーション映画という特定ジャンルに焦点を当てることで、世界的な人気と市場拡大の背景にある要因を統計的に整理し、今後の映画制作や国際展開に対して実証的知見を提示する点である。

分析の結果、各項目において国ごとの傾向が確認され、特に有名制作会社と映画賞の影響が顕著であることが示された。さらに、これらの傾向は各国の文化的特性や歴史的背景と結びつけて解釈できる点において、本研究の意義があった。

目次

1.	はじめに	2
2.	アニメ映画の変遷と先行研究	2
2. 1.	興行成績の決定要因に関する研究	4
2. 2.	レビューの決定要因に関する研究	4
3.	分析	5
3. 1.	映画レビューサイト	6
3. 2.	ベンチマーク・モデル	6
3. 3.	ベンチマーク・モデルの推定結果	8
3. 4.	感応度分析 1	9
3. 5.	感応度分析 2	10
4.	考察	12
5.	まとめと今後の課題	14
参考文献		15
図表		17

1. はじめに

アニメは子どもだけでなく、大人にとっても当たり前の文化となりつつある。これは、日本に限った話ではない。そして、アニメは日本国内において重要な文化産業として位置づけられるまでに成長し、経済的にも文化的にも大きな影響力を持つようになった。その勢いはアジアやヨーロッパなど世界全土に広がっている。実際、法政大学の留学生の多くも、日本のアニメ文化に魅了されて来日していることが非常に多い。

近年、映像コンテンツの国際流通が加速し、特にアニメーション映画は世界規模での観聴が一般化している。日本、アメリカ、韓国はいずれも長編アニメーション映画の制作・消費において大きな市場を形成しており、文化的・産業的にもそれぞれ独自の発展を遂げてきた。日本のアニメ映画は、その独特的な表現技法や原作文化を背景に世界的な人気を獲得しており、アメリカではディズニーやピクサーを中心とする大手スタジオによるグローバルな展開が特徴である。

こうした国際的な広がりと同時に、映画レビューサイトに代表される観客による評価データの蓄積は、映画市場を理解する上で重要な情報源となっている。レビューは単なる娯楽的感想にとどまらず、観客の嗜好、文化的背景、さらには作品の構造的特徴に依拠するものであり、近年では経済学やメディア研究の分野においても重要な分析対象として注目されている。先行研究では、映画のジャンルや出演者、上映時間、配給会社、受賞歴といった要因がレビューと興行成績に与える影響が明らかにされてきたが、これらの研究の多くは単一の国や地域に焦点を当てている。複数の国を比較し、レビューの決定要因を統計的に検証した研究は依然として限定期である。

本稿では、日本・アメリカ・韓国の3国を対象に、長編アニメーション映画に対するレビューの決定要因を比較分析する。具体的には、各国を代表する映画レビューサイトである Filmarks (日本)、IMDb Pro (アメリカ)、WATCHA PEDIA (韓国) からデータを収集し、映画のジャンル、制作会社、原作の有無、上映時間、受賞歴といった変数がレビュー評価に与える影響を計量的に検証する。さらに、レビューに共通して働く要因と国ごとに特有の要因を区別することで、国際的な映画への評価の共通性と多様性を明らかにすることを目的とする。

本稿の貢献は二つある。第一に、映画レビューという文化的かつ消費者行動的なデータを用い、3国間比較を通じて国別の評価構造の違いを明らかにする点である。第二に、アニメーション映画という特定ジャンルに焦点を当てることで、世界的な人気と市場拡大の背景にある要因を統計的に整理し、今後の映画制作や国際展開に対して実証的知見を提示する点である。

2. アニメ映画の変遷と先行研究

アニメーション映画は、日本とアメリカを中心に、それぞれ異なる発展を遂げながら

世界市場を牽引してきた。アメリカでは、ウォルト・ディズニーの『白雪姫』(1937)に始まる長編カラーアニメーション映画の伝統があり、以降ディズニーとピクサーといった大手スタジオが、莫大な制作費を投じた高品質な作品を継続的に市場へ投入することで、世界的なアニメ映画産業の基盤を形成した。特に21世紀に入ってからは、3D-CG技術を駆使した作品群(『トイ・ストーリー』シリーズ、『インサイド・ヘッド』など)が世界興行ランキングの上位を独占するなど、アメリカ主導のグローバル市場を構築してきた。

一方、日本では、戦後間もなく『白蛇伝』(1958)に端を発し、1970年代以降は宮崎駿・高畠勲らによるスタジオジブリ作品を中心に、独自の美学と物語性に基づくアニメ映画が国内外で評価を高めてきた。21世紀以降は、『君の名は。』(2016)や『劇場版「鬼滅の刃」無限列車編』(2020)などが興行収入で国内外の記録を更新し、アニメ映画が一時的なブームではなく、日本の文化産業の基幹的存在として世界市場に定着していることを示している。こうした日米両国の発展により、アニメ映画は単なる娯楽を超えて国際的文化現象へと拡張し、現在では中国や韓国など他国の台頭も加わりつつ、グローバル市場全体を押し上げている。

昨今のアニメ市場は世界レベルで爆発的に成長しているといっても過言ではない。その勢いを裏付けるように、日本のアニメ映画は世界規模で記録を更新している。例えば、今年7月に日本で公開された『劇場版「鬼滅の刃」無限城編 第一章 猿窓座再来』は公開67日で観客動員2,372万7,443人、興行収入341億8,647万400円を記録した。また9月に北米で公開されると、日本アニメとしては史上初となる2週連続1位という大記録を樹立した¹。アメリカにおいても2024年公開の『インサイド・ヘッド2』が歴代アニメ映画興行収入2位を記録し、公開55日で16億8,727万2,063ドル(約2,362億円)を達成した。この数字は、実写映画を含めた世界歴代興行ランキングで『ライオンキング』や『ジュラシック・ワールド』を抜き、8位にランクインするほどの規模である²。

世界でその成長を後押ししたのは、動画配信サービス(VOD)の台頭である。Amazonが2006年に「Amazon Unbox」を開始し、Netflixが翌2007年1月に動画配信サービスを開始した³⁴。配信サービスの普及は2010年代に本格化し、日本では2015年に両サービスが開始され、それに続いて日本でもAbemaなどの動画配信サービスが開発されるようになった。このような流れを汲んで徐々に全世界で普及するようになったことで、視聴方法の多様化が加速した。見たい作品を見たいタイミングで視聴できるオンデマンドスタイルは、若年層を中心に拡大している。

¹ ENCOUNTER 編集部(2025)参照。

² シネマトゥディ(2024)参照。

³ Amazonが2006年にスタートした動画配信サービスで映画やテレビ番組のダウンロード販売・レンタルなどを提供していたが、現在は「Prime Video」などの後継サービスに統合・改名されている。CNET JAPAN(2006)参照。

⁴ Netflix公式サイト(2025)参照。

すなわち、全世界でのアニメーション映画の成長と動画配信サービスの普及により、アニメというジャンルの文化的認識が変化し、視聴世代も多様化した。また映画の視聴方法も劇場公開だけでなくストリーミング配信が加わったことで、より気軽に映画を視聴できるようになった。

このような時代背景を踏まえて、アニメーション映画はどのような評価を受けてきたのだろうか。アニメ映画を対象とした学術的研究も、こうした歴史的変遷に伴って進展してきた。研究領域は大きく「興行成績の決定要因」と「レビュー評価の決定要因」の二つに整理できる。

2. 1. 興行成績の決定要因に関する研究

映画研究において、興行成績の決定要因を数量的に解明する試みは、1990年代以降活発化してきた。特にアメリカでは、映画市場の不確実性に注目した De Vany and Walls (1999) や Walls (2005) が古典的な研究として位置づけられる。彼らの研究は、映画興行が「情報のカスケード」や「ネットワーク外部性」といったメカニズムにより予測困難であることを示し、映画市場を確率的な特性があるものとして捉える先駆けとなった。

続く研究として、Litman (1983)、Litman and Kohl (1989) は、映画のジャンル、制作費、俳優、批評家評価などを変数とした回帰分析を行い、これらが興行収入に有意な影響を与えることを実証した。さらに Basuroy et al. (2003) は、肯定的レビューと否定的レビューがともに興行成績に強い影響を持つことを示し、特に公開初期における否定的レビューが来場者数を大きく減少させる点を明らかにした。そして、多くの研究が成功要因を内部的（ジャンル、俳優、台詞など）・外部的（批評、配給形態、海賊版流通など）に分類して検討してきた。

加えて、Collins et al. (2002) は英国映画を対象に、スター俳優や批評誌評価、特定ジャンル（ロマンス、ホラー）の効果を実証し、映画市場における文化的嗜好やジャンル特性の重要性を指摘した。

アニメーション映画に特化した研究は少数ながら存在する。Riwimoto et al. (2015) は、1995～2013年のアニメーション映画120本を対象に、スタジオ、ジャンル、続編の有無といった変数を用いて分析を行い、スタジオのブランド力やシリーズ継続性が興行収入を大きく左右することを実証した。この成果は、実写映画とは異なるアニメ産業の構造的特徴を示しており、本稿の分析枠組みに直結する貴重な知見となる。

2. 2. レビューの決定要因に関する研究

レビュー（観客による映画評価）に関する研究は、従来「消費者満足度研究」として発展してきた。Evrard and Aurier (1994) は、映画に対するポジティブ・ネガティブな感情が観客満足度に直接影響し、結果としてレビューに反映されることを実証した。

留意すべき点は、満足度が高いからといって、興行収入が高くなるというわけでもない

点である(例えば、Duan et al., 2008 を参照)。巨額の興行収入を稼ぐ映画は大衆的な内容のものが多いが、観客を選ぶようなテーマの映画は必ずしも興行収入が大きくないものの、レビューは高い可能性はある。したがって、同じ要因が興行収入にもレビューにも影響を与えるかもしれないが、影響の程度等は違ってきても不思議ではない⁵。

さて、オンラインレビューが普及すると、テキストデータを用いた定量分析が進展した。Eliashberg and Shugan (1997) は、批評家のレビューが興行収入を予測する先行指標となり得ることを示し、レビューの「影響力」研究の端緒を開いた。また、Holbrook (1999) は、批評家評価と観客評価の間にしばしば乖離が生じることを指摘し、レビューを単なる興行の代理変数とみなすのではなく、文化的嗜好を反映する独自のデータとみなすべきであると主張した。

日本では、Yagi and Murata (2015) が Yahoo! 映画のレビューをテキストマイニングにより分析し、ネガティブ表現がスコアを有意に低下させる一方、ポジティブ表現はスコアを押し上げることを実証している。この研究は、感情表現とレビュー評価の定量的関係を明確にした点で意義があるが、ジャンルや制作国といった構造的要因を十分に扱っていないという課題が残る。

さらに近年では、ユーザー生成コンテンツ (UGC) の信頼性や偏向を扱う研究も蓄積している。Zhang and Dellarocas (2006) は、オンラインレビューの分布が「極端にポジティブまたはネガティブな意見」に偏りやすいことを示し、レビュー平均値が必ずしも観客の一般的評価を代表しない可能性を指摘した。また、Liu (2006) は、レビュー件数の多寡そのものが興行収入と強い相関を持つことを明らかにし、レビューは「評価」だけでなく「注目度」の代理変数としても機能することを示した。

以上のように、アニメ映画は日米両国を中心に世界市場で歴史的に発展してきたが、学術的研究の多くは実写映画や単一国を対象とする傾向が強く、国際比較の観点からアニメ映画のレビュー決定要因を実証的に検討した研究は不足している。本稿はこの点に着目し、日米韓3国を対象にレビューの決定要因を比較分析することで、先行研究の空白を補完することを目的とする。

3. 分析

本稿の目的は、日米韓の長編アニメーション映画に対するレビューが、映画のどの情報や構造、特徴に左右されるのか、3国間のレビュー決定要因の差を統計的に分析することで日本への知見を得ることである。そこで、第一に、3国それぞれの代表的な映画レビューサイトである IMDb Pro、WATCHA PEDIA、Filmarks から、当該年公開映画タイト

⁵ Reinstein and Snyder (2005) はレビューと興行収入は一定の連動性を有することを明らかにしている。

ル、ジャンル、製作会社等の基本的な情報を説明変数、レビュースコアを被説明変数とする回帰分析を行い、各変数のパラメータや符号条件を比較した。この推定結果をベンチマークとして、対象とする映画の範囲を変えたり、新たな変数を追加、または、各説明変数を別の変数に置き換えたりした様々な推定を行い、ベンチマークとなる推定結果の頑健性を確認していく。

3. 1. 映画レビューサイト

推定方法と分析結果を述べる前に、まず、データ取得に用いた IMDb Pro、WATCHA PEDIA、Filmarks のそれぞれのサイト概要について説明する。上記 3 サイトは、映画を鑑賞した観客達がレビューを書き込めるタイプの映画情報サイトである。

IMDb は、アメリカの Amazon.com, Inc. の完全子会社である IMDb.com, Inc. によって運営されている。1,000 万以上の作品タイトル、1,400 万以上のキャストとスタッフ情報、世界規模の興行収入データ、エンターテイメントのファンコミュニティによる 16 億件以上のレビューが入手できる。とくに本稿で用いる IMDb の上位規格である IMDb Pro はプロの映画関係者向けのサイトであり、映画そのものだけでなく、映画関係者に関する詳細なデータベースとして活用されている。IMDb におけるレビューは 10 点満点である⁶。レビューの基準や定義は特に明記されておらず、評価基準はユーザーの主観にゆだねられている。各国におけるレビューも入手可能だが、圧倒的にアメリカにおけるレビュー数が多い。

WATCHA PEDIA は、韓国のソフトウェア会社が運営する、韓国語による世界中の映画やドラマのレビューサイトである。7 億件以上のタイトル数、17 万件以上のレビュー数を誇り、韓国最大の映画メタデータ及び作品レビューサービスに位置づけられる⁷。レビューデータをもとに、ユーザーの好みを分析して作品をおすすめするキュレーションサービスも有する。WATCHA PEDIA の評価は 5 点満点であり、IMDb 同様に具体的なレビューの基準は示されておらず、評価基準は投稿者の主観にゆだねられている。

Filmarks は、株式会社つみきが運営する日本国内最大級の映画・ドラマ・アニメレビューサイトである。約 15 万件のタイトル、2 億件以上のレビュー数、出演キャストや監督、受賞歴、さらに、どの動画配信サービスで視聴できるかといった情報も掲載されている。Filmarks の評価は 5 点満点であり、他 2 サイト同様に、レビュー基準は投稿者の主観にゆだねられている。

3. 2. ベンチマーク・モデル

本推定のベンチマーク・モデルで用いる変数について説明する。図表 1 で各変数の定

⁶ Weighted Average Rating(重み付け平均評価)という、単純な平均ではなく、信頼性の高いユーザーの評価を重視するアルゴリズムが用いられている。

⁷ PR TIMES(2023)参照。

義について示している。ベンチマーク・モデルに用いる被説明変数は、2015年から2025年にアメリカまたは日本のいずれかで公開された長編アニメーション映画の日米韓でのレビューを表す *adj_r_USA*、*adj_r_JPA*、*adj_r_KOR* の3つである。レビューの満点が各国で異なるため、100点満点に変換している。

説明変数は、①各映画の制作に関する変数(制作変数)と、②各映画に対する第三者からの評価に関する変数(評価変数)に大別できる。

まず、①各映画の制作に関する変数(制作変数)のうち、各国間の嗜好の違いを捉える変数を考える。3国の嗜好の違いがレビューに影響を与えると考えられるため、本稿で取り扱う映画は全てアニメ映画であるが、内容に関するジャンルを示すダミー変数 *adventure*(アドベンチャー)、*action*(アクション)、*comedy*(コメディ)、*crime*(犯罪)、*drama*(ドラマ)、*fantasy*(ファンタジー)、を用いる。例えば、『劇場版 鬼滅の刃 無限列車編』であれば、アドベンチャーとアクションの要素があるため、*adventure* と *action* の変数は 1、それ以外の変数は 0 を取る。

次に、映画の配給会社による違いを考える。*JP_comp* と *US_comp* は、それぞれ、日本の制作会社による映画なら 1、アメリカの制作会社による映画なら 1 を取るダミー変数である。自国の制作会社による映画の方が、広告をする機会が多いことや、自国作品へのホームバイアス(自国作品への偏重的な判断)が働きやすいことが考えられるため、*JP_comp* は日本、*US_comp* はアメリカの符号が正になり、他国よりパラメータが大きいと想定される。韓国に関しては、地理的に日本と近く、両国のアニメ文化浸透が進んでいるならば *JP_comp* の符号が正になる。

続けて映画の特性に関する情報について考える。まず、*zokuhen* は、過去に上映された映画の続きのストーリーである場合、または、過去に上映された映画の спинオフ作品である場合に 1 を取るダミー変数である。続編やスピノフ作品は、前作で既に高いレビューを獲得した映画であり、その後の作品でもファンが高いレビューをつけやすいと考えられるため、符号は正が想定される。

加えて、映画の原作について考える。映画の場合、オリジナルの脚本に拠る場合と、何らかの原作に拠る場合がある。そこで、何らかの原作に拠る場合に 1 を取るダミー変数、*origin* を作成した。原作が存在しない作品と比べて、作品に愛着を持っている原作ファンが高いレビューをつけやすいと考えられるため、符号は正が想定される。

映画はテレビと異なり、原則として途中休憩がなく、一気に上映される。最適な放映時間はあるのだろうか。Talker Research(2024)によると、アメリカの成人 2,000 人を対象に行ったオンライン調査によれば、理想的な映画の長さは 92 分という結果だった。これを踏まえ、*screentime_M* は、上映時間が 83 分以上 112 分以下なら 1 を取るダミー変数とした。92 分から上下 10 分の範囲を快適な上映時間とみなし、この範囲から外れた映画と区別している。本稿の分析対象の 9 割程の映画は 83 分よりも長いため、この変数は 112 分以下の上映時間の映画とそれ以外の映画を区別する意味合いの強いダミー変数となって

いる。快適な視聴体験は映画レビューを高めると考えられるため、符号は正が想定される。

最後に、②各映画に対する第三者からの評価に関する変数(評価変数)について考える。映画は、内容等に応じて賞を与えられる場合がある。*awards_total_big* は、米アカデミー賞、米アニー賞、日本アカデミー賞のいずれかの賞のノミネート数と受賞数を合算した。賞には作品賞だけではなく、ビジュアルエフェクトのような映像の質に対する賞も含んでいる。

なお、本稿では定数項無しの最小二乗法による推定を行う。定数項無しの推定は例えば、自動車の燃料消費量と走行距離のような関係の場合に用い、説明変数 = 0 の時に被説明変数 = 0 になるという仮定が前提となる。本稿で用いた各国のレビューについては、明確な採点基準はないものの、0 点というレビュー点数が認められているため、消費関数における基礎消費のような「予めの持ちレビュー点数」はないと考えるべきだと判断した。なお、定数項がない場合、全変動を回帰変動 + 残差変動に分解することができないため、決定係数は推定結果に表記しない。

3. 3. ベンチマーク・モデルの推定結果

ベンチマーク・モデルの推定結果は図表 3 のとおりである。映画のジャンルについては、国ごとの好みの共通性と相違性の双方が観察された。3 国で共通して正に有意であったのが、*action*、*comedy*、*drama* の 3 ジャンルであった。各国で異なる影響を有するジャンルとしては、*adventure* と *fantasy* が米韓で正に有意な一方、日本では有意ではなかった。また、*crime* はアメリカのみで負に(5% 有意水準で)有意であったものの、日米では有意ではなかった。

各映画の制作会社に関する変数についてみていくと、制作会社の国籍を示す *JP_comp* 及び *US_comp* は、日米韓いずれの評価でも統計的に正に有意である。すなわち、他国主導の作品に比べ、日本またはアメリカが制作に関わったアニメ映画の方が他国で制作されたアニメ映画よりも高いレビューをされる。この傾向は、米韓に比べると日本で高いことも特徴的である。

映画の特性に関する変数に目を移すと、続編映画を示す *zokuhen* は、韓国では負に有意、日米では有意ではないとの結果であった。前作に対してのレビューが低い場合、基本的に続編が制作される可能性は低いと考えられる。韓国の結果は、続編だからレビューが落ちるというよりも、前作へのレビューに比べると続編のレビューが下回ってしまうことを示唆している。また、日米についての結果は続編だからレビューの点数が上がるということも、下がると言ふこともないことを意味する。

原作の有無を示す *origin* は 3 国いずれにおいても正に有意な結果であった。実際に、映画の観客が原作を読んでいたかどうかはわからないものの、原作を基にした作品の場合には、そうでない作品よりも評価を高める傾向があることを意味する。

上映時間については、当該映画が 83~102 分の上映時間の場合に 1 を取るダミー変数 *screentime_M* を入れたところ、日米韓の 3 国で正に有意であった。上映時間が 102 分を超える場合には、レビューが下がることを意味する。なお、アニメ映画は他の映画に比べると、観客の年齢が低いと見られ、それが影響した可能性も指摘できる。

また、米アカデミー賞、米アニー賞、日本アカデミー賞のノミネート・受賞合計数を示す *awards_total_big* は、3 国すべてで正に有意となっている。本稿の被説明変数は上映以降、2025 年 9 月までの全てのレビューの平均値であり、受賞前のレビューと受賞後のレビューが混在しているとみられ、同時決定バイアス(内生性バイアス)が存在している可能性が高い。このため、賞を取っているからレビューが高いといった因果関係があると考えるのは早計であり、受賞するような映画はレビューも高い傾向があるといった程度の見方をしておくべきだと考えられる。

以上の結果を踏まえると、ベンチマーク・モデルでは、特定のジャンル(*action*, *comedy*, *drama*)、日米の制作会社、原作がある映画、上映時間、ノミネート・受賞歴は 3 国共通でレビューに正の影響を与える一方で、一部のジャンル(*adventure*, *crime*, *fantasy*)、続編映画に関しては、国毎に評価へ与える影響に特徴的な違いが確認できた。

3. 4. 感応度分析 1

続いて、実際に映画館で上映された映画のみにサンプルを限定した推定を行う。IMDb に興行収入データが未掲載の映画を、映画館では上映されておらず、動画配信サービスやディスク販売のみで視聴可能な映画とみなし、これに該当する映画をベンチマークから除いた 272 本を分析対象とした⁸。

推定結果は図表 3 のとおりであり、ベンチマーク推定の主要結論は概ね不变である。映画のジャンルについては、*action*, *comedy*, *drama* が 3 国で共通して正に有意であり、*adventure* は米韓で正に有意、日本では有意ではないという結果であった。また、*crime* はアメリカのみ負に有意であり、これらはベンチマークの結果と同様であった。*fantasy* は韓国で正に有意な結果を維持する一方、アメリカでは有意ではなくなった。制作会社の変数 *JP_comp*, *US_comp* においては、3 国で共通して正に有意、続編かどうかを示す *zokuhen* では、韓国のみ負に有意な結果を維持し、頑健性が確かめられた。受賞・ノミネート合計である *awards_total_big* においても、引き続き 3 国すべてで正に有意であり、結果は頑健であった。しかし、小さな変化点も見られる。原作の有無を示す *origin* は韓国で有意ではなくなった。また、最適な上映時間を示す *screentime_M* では、アメリカのみ引き続き正に有意であり、日韓では有意ではないという結果になった。

このような結果から、劇場公開作に限定しても、主要ジャンル(*action*, *comedy*, *drama*)、制作会社(日本・アメリカ)、およびノミネート・受賞歴のプラス効果は頑健であ

⁸ ランダムに興行収入の記載がない映画を 20 本調べたところ、動画配信サービスやディスク販売のみで視聴可能な映画であった。

る。変化点として、アメリカのジャンルダミー*fantasy*、韓国の原作ダミー*origin*、日韓の*screentime_M*で有意性が失われたが、パラメータの符号条件に変わりはなく、国際的な共通性(制作会社・ノミネート・受賞)と相違性(続編・上映時間・特定ジャンル)という特徴は概ね不变である。

3. 5. 感応度分析 2

次の推定では、各映画の制作に関する変数について、感応度を確かめる。まず、①各映画の制作に関する変数のうち、映画の制作会社について、中堅子会社以上の場合の影響力の違いを確認する。大手の配給会社の作品はメディアやネット広告等で人々の目に付きやすく、大手故のブランド力や安心感がある。すなわち、主要な制作会社、または制作会社の映画であれば、映画制作のノウハウや、作品の人気・知名度を有し、映画の質を高めると考えられるために、レビューを押し上げる可能性がある。そこで、*US_famouscomp*は、配給会社が Walt Disney、Warner Bros.、Universal、Sony Pictures、Pramount Pictures のアメリカの大手 5 社の配給作品であれば、1 を取るダミー変数とする⁹。同様に、*JP_famouscomp*は、日本の大手 5 社の Aniplex や A-1 Pictures を子会社に持つソニー・グループ株式会社、バンダイナムコフィルムワークスや Sunrise を子会社に持つバンダイナムコ HD、ジブリを子会社に持つ日本テレビ HD、TOHO animation を子会社に持つ東宝、KADOKAWA についての同様の変数とする¹⁰。両変数ともに、正符号が想定される。

次に、ストーリーの原作について、*origin_comic*(漫画)、*origin_novel*(小説)、*origin_game*(ゲーム)、*origin_anime*(アニメ)、*origin_book*(絵本、おとぎ話、神話・民話)のダミー変数を作成し、原作の種類分けを行った。ベンチマークで用いた *origin* と同様に、レビューについて与える影響が想定できないため、符号条件は正も負もあり得る。

つづいて、②各映画に対する第三者からの評価に関する変数についても、変数の置き換えと、新たな変数の追加を行い、感応度をテストする。まず、映画に与えられる賞について、ベンチマークで合算していた値を賞ごとに分けなおした。*awards_total_Aca* は、米アカデミー賞のノミネート数と受賞数を合算したものである。同様に、*awards_total_Ann*、*awards_total_JAca* は、それぞれ米アニー賞と日本アカデミー賞のノミネート数・受賞数の合算値である。

映画には Motion Picture Association(MPA)が指定している適性年齢に関する視聴のガイドライン階級がある¹¹。この MPA によるガイドラインに基づき、*rated_g*、*rated_pg*、

⁹ THE NUMBERS(2025)による、アメリカの配給会社ごとの 1995 年から 2025 年の市場シェアランキング上位 5 社から選出しており、アメリカを代表する映画配給会社といえる。

¹⁰ バフェット・コード(2025)による、映画・アニメ業界売上高ランキング上位 5 社から選出しており、日本を代表する映画製作会社といえる。

¹¹ MPA は、アメリカのメジャー映画スタジオ 5 社、ミニメジャーの Amazon MGM スタ

rated_r のダミー変数を作成した¹²。*rated_g* は、MPA における G(General audiences)と PG(Parental guidance)のどちらかの階級なら 1 を取るダミー変数である。G は全年齢対象の映画、PG は全年齢対象ではあるものの、保護者による助言および同伴が推奨される映画である。*rated_pg* は、MPA における PG-12、PG-13(Parents Strongly Cautioned)のどちらかの階級なら 1 を取るダミー変数である。PG-12、PG-13 は、全年齢対象ではあるものの、12、13 歳未満には不適切な内容が含まれている可能性があり、保護者が注意を払うように強く推奨される映画である。*rated_r* は、MPA における R(Restricted)の階級なら 1 を取るダミー変数である。R は成人向けの内容を含み、幼い子供に観覧制限を設ける映画である。

以上の変数を用いて、ベンチマーク・モデルの推定同様に最小二乗法による回帰分析を行った日米韓各国の結果が図表 4~6 である。

(2)の推定では、制作会社ダミーである *US_comp*、*JP_comp* を、影響力のある制作会社ダミー *US_famouscomp*、*JP_famouscomp* と置き換えた推定を行なっている。いずれの国でも、ベンチマークの推定結果と比べ、パラメータや有意水準が増加している変数が、ジャンルや *screentime_M*、*origin* などで見られるが、いずれも符号条件は変わらず、正に有意な結果となっており、頑健性が示された。この分析で追加した変数である有名制作会社ダミー *US_famouscomp*、*JP_famouscomp* の各国ごとの影響度合いについてみていく。日本の有名制作会社ダミー *JP_famouscomp* は、アメリカでは、5% 水準で有意な結果となっており、約 8.0 点の押し上げ効果が確認できる。なお、韓国では有意ではなく、日本では約 6.7 点の押し上げ効果がみられた。米国の有名制作会社ダミー *US_famouscomp* は、日韓で統計的に有意な結果となっており、強いプラス効果が確かめられた。なお、日米いずれについてもホームバイアスが観察されない点は興味深い。日本では日米の大手制作会社の作品であることがレビューを統計的に有意に高めるものの、むしろアメリカの大手制作会社のパラメータの方が日本の大手制作会社のパラメータよりも大きな値を取っている。アメリカについては、アメリカの大手について有意ではない一方、日本の大手について正に有意である。

(3)では、原作の有無を示す *origin* を、原作タイプによって詳細に分類した *origin_comic*、*origin_novel*、*origin_game*、*origin_anime*、*origin_book* の変数と置き換えて推定を行なっている。日米韓のいずれにおいても、ベンチマーク・モデルの変数の符号条件やパラメータの値に大きな違いは見られず、推定結果の頑健性が確認できる。原作タイプ別の変数の効果については、日米韓の 3 国で共通してコミック原作の映画を示す *origin_comic* が正に有意な結果が確認できる。また、日米で小説やラノベ原作とする映画を示す *origin_novel* が正に有意となっている。その他、アメリカでアニメを原作の映画を示す *origin_anime* が正に有意、韓国で絵本や伝記原作の映画を示す *origin_book* が負に有意である。

ジオと、動画ストリーミングサービスの Netflix、Prime Video を代表するアメリカの業界団体である。(Weblio 辞書参照。)

¹² Motion Pictures Association (公式サイト、2025) 参照。

意な結果が確認でき、国別の嗜好差が垣間見える。

(4)の推定では、主要な賞のノミネート・受賞を示す *award_total_big* と各賞のノミネート・受賞の合計を示す *awards_total_Aca*、*awards_total_Ann*、*awards_total_JAca* を置き換えて推定を行なっている。日米韓いずれの推定でも符号条件と有意性はベンチマークと大きな違いは見られず、ベンチマークの結果は高い頑健性を示している。この推定で追加した各賞の変数については、日米韓で共通してアカデミー賞のノミネート・受賞ダミー *awards_total_Aca* にのみ正に有意な結果であり、作品部門や脚本部門等の種類に関わらずアカデミー賞のプラス効果が認められる。一方で、アニー賞や日本アカデミー賞は3国とも有意ではなく、国際的に有名で大きな映画の祭典であってもアニメーション映画において、レビュースコアを押し上げるような要因とはならないと解釈できる。

(5)の推定では、視聴ガイドラインのレーティングのダミー変数 *rated_g*、*rated_pg*、*rated_r* を追加した推定を行なっている。日米ではベンチマークの推定結果と比べ、いずれも符号条件やパラメータの値に大差はない。MPAによるレーティングの効果については、全年齢を映画鑑賞の対象とした G 指定作品を示す *rated_g* は、米韓で正に有意であった。また、保護者の指導を必要とし 12~13 歳以上を対象とした PG 指定作品を示す *rated_pg* は、日米で正に有意な結果であった。一方で、鑑賞制限のある R 作品を示す *rated_r* は3国とも有意ではなかった。これは、PG、G 指定作品の豊富さや、親しみやすく鑑賞できる人数も多いことが要因であると考えられる。

4. 考察

本稿のベンチマークと感応度の分析結果から、映画の評価に影響を与える要因には、各国共通の要素とそうではない要素があり、各国固有の琴線に触れる要素がある可能性が示唆された。

まず「制作会社の違いから生まれる評価の違い」について考察を行う。分析の結果、日本およびアメリカの制作会社を示す *JP_comp* と *US_comp* はいずれの国でも正に有意であり、両国の制作会社が関与していること自体が高評価につながる傾向が確認された。注目すべきは、アメリカでは、日本の制作会社の方がアメリカの制作会社よりも推定値が高い一方で、日本では逆に、アメリカの制作会社の方が高い点である。自国の映画は文化的・感性的な親近感から評価が高まると予想されたが、実際には必ずしもそうではなく、ホームバイアスは観察されなかった。これは、大手有名会社に変数を差し替えても同様であった。この結果を踏まえると、日米有名制作会社は国籍に関係なく、一定程度レビューを押し上げるような効果を持つことがわかる。これは、有名な制作会社が豊富な資金力を背景に大規模な広告宣伝や国際的な配給網を有しており、作品に触れる機会を多く提供していることが一因であろう。

日米に比べるとアニメの制作については後進国となる韓国では、日米制作のアニメ映

画に対してポジティブなレビューをする傾向があり、米大手に対してとくにその傾向が強い。アメリカの大手有名制作会社がブランド力を多国籍に確立していることを示唆している。

次に受賞の影響について考える。この変数については、内生性の問題があることは既述の通りであり注意を要するが、「ホフステードの 6 次元モデル」を踏まえて考えてみることが有用であろう¹³。このモデルは、人の価値観が文化によってどのように変わるかを 6 つの観点から示している。本稿では、その中でも「Individualism (個人主義／集団主義)」の次元に着目した。この指標によると、日本人は意外にも個人主義寄りの文化圏に位置付けられ、アメリカは最も個人主義の国であり、韓国は集団主義が強い国とされている。集団主義が強いほど賞に影響されやすく、個人主義が強いほど賞に影響されにくい、と考えると、本稿における推定結果は必ずしも整合的とはいえない。なぜなら、アカデミー賞に関する変数 *awards_total_Aca* について、全ての国のパラメータが正に有意な中で、数値的には米国が最も大きな値となっているためである。ホフステードが提唱する文化的側面だけでは説明できないことが示唆される。

ただし、アカデミー賞が米国における賞であるという意味においてのホームバイアスが現れている可能性に留意が必要であろう。また、映画への関心度という観点で考えると、ユネスコが発表している一人当たり映画入場回数は、アメリカは 4.2 回、韓国は 4.7 回であるのに対し、日本は 1.6 回と米韓の半分以下である¹⁴。映画への関心度、ひいては賞への関心度の差が本稿での推定結果の背景にある可能性も示唆される。

最後にジャンルによる影響度の違いについて考えてみたい。*crime* は日韓では有意でなく、アメリカのみマイナスに有意であった。これは、アメリカにおいて子供向けアニメに対する制限が厳しいための可能性がある。日本では『名探偵コナン』や『ルパン三世』のように犯罪を題材としたアニメが数多く存在するが、アメリカでは「子供に悪影響を及ぼす」として厳しい規制や編集が行われてきた¹⁵。そのため、アメリカでは *crime* ジャンルのアニメーション映画は相対的に低く評価されやすいのかもしれない。

この観点を踏まえると、日米の制作会社のパラメータから、日本におけるアメリカ映画の影響よりも、アメリカにおける日本のアニメーション映画の影響が弱くなる背景には、日本のアニメ特有の描写がアメリカ文化にそぐわず制限されていることが影響している可能性がある。ただし、それにもかかわらずアニメがアメリカにおいて徐々に大衆文化として受容されつつある点は注目に値する。そして、アニメの分析においては、大人向けと子

¹³ Culture In The Workplace(2025) 参照。オランダの社会心理学者ヘールト・ホフステード博士が提唱した国民文化、組織文化、消費者文化の 3 つモデルで構成されるフレームワークである。特に、国民の消費活動の傾向や、多国籍企業の業績に関する先行研究において、文化理解の主要な指標として広く引用されている。

¹⁴ 総務省統計局 (2024) 参照。

¹⁵ 渥美(2019) 参照。

ども向けを区別して分析をする必要があるとも考えられる。

5.まとめと今後の課題

本稿の研究目的は、映画のレビューにおける国ごとの傾向を明らかにすることであった。分析の結果、各項目において国ごとの傾向が確認され、特に有名制作会社と映画賞の影響が顕著であることが示された。さらに、これらの傾向は各国の文化的特性や歴史的背景と結びつけて解釈できる点において、本研究の意義があったと考える。

しかし、課題も明らかになった。第一に、映画レビューサイトのレビュースコアを用いた点である。レビューサイトのスコアは、作品の面白さや好みといった感情的な側面が影響要因の一部として作用していると考えられる。実写映画では、例えば出演俳優の属性が説明変数となり得るが、アニメ映画では各映画固有の特徴を捉える変数の作成が難しく、スコアの背後にある要素を詳細に分析することが難しかった。

第二に、映画の情報収集方法に関しても課題を感じた。本研究では一般向けの有料映画データベースを利用して情報を収集したが、その情報は体系的にされているわけではなく、分析には限界があった。これは典型的なビッグデータの難しさではあるが、特に、興行収入や制作予算などは映画会社が公表しないケースが多く、分析には困難が伴った。

第三に、レビューサイトの選定についてである。本稿では、日米韓の各国で主要と見なされる1つのレビューサイトに限定して比較を行った。しかし、各国には複数の評価サイトが存在する。日本の映画レビューサイトとしては映画.comやYahoo! Japan多くのユーザーを抱える。レビュースコアの代表性を担保できているのかについての検証ができなかったことは本稿の問題点と考えている。なお、逆に基準を揃えるために、世界的なユーザーを持つIMDb Proの初週する各国のレビューを使うことも考えたが、非英語圏のデータ数に難があった。

最後に、アニメ映画におけるスターパワーを変数として組み込む必要性があったと考える。本研究では、アニメ映画を対象とした分析であること、および実写映画と比較して国ごとに声優が異なるため、スターパワーの変数を推定に組み込めなかった。

これらの課題を踏まえ、今後の研究では、感情的・構造的要因を統合したモデルの構築と、より大規模で包括的なデータセットを用いた分析を行うことで、より緻密な分析を行うことを目指したい。

【参考文献（日本語） 全て 2025 年 9 月 30 日アクセス】

渥美志保（2019）「なんでスーパーヒーローものばっかり？新作『スパイダーマン』で垣間見る、知られざるアメコミ規制の黒歴史」
<https://news.yahoo.co.jp/expert/articles/cf177bb417f5ccf9a495d761425899b44caa1429>

Weblio 辞書（2025）「モーション・ピクチャー・アソシエーション」
https://www.weblio.jp/content/モーション・ピクチャー・アソシエーション#goog_rewinded

ENCOUNT 編集部（2025）「『鬼滅の刃』無限城編、823 億円で全世界での日本映画歴代興収 1 位達成 累計観客動員は 6702 万人」
<https://news.yahoo.co.jp/articles/4aa964773c158a66ccce0233ea116f3461ea331e#:~:text=プライバシー-,『鬼滅の刃』無限城編、823 億,動員は 6702 万人>

CNET JAPAN（2006）『アマゾンドットコム、動画配信サービス「Amazon Unbox」を発表』
<https://japan.cnet.com/article/20227087/>

シネマトゥデイ編集部 市川遙（2024）「2024 年洋画で初！『インサイド・ヘッド 2』興収 50 億円突破」
<https://www.cinematoday.jp/news/N0145127>

総務省統計局（2024）「世界の統計 2024」第 15 章 9 節
<https://www.stat.go.jp/data/sekai/pdf/2024al.pdf>

日本アカデミー賞公式サイト（2025）
<https://www.japan-academy-prize.jp/>

Netflix 公式サイト（2025）「Netflix の歩み」
<https://about.netflix.com/ja/leadership>

バフェットコード（2025）「映画・アニメ業界 売上高ランキング（企業一覧）」
<https://www.buffett-code.com/industries/93>

PR TIMES（2023）「【作品評価件数 7 億件突破！】韓国最多評価 DB を保有する『WATCHA PEDIA』」
<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000116.000017053.html>

Filmarks 公式サイト（2025）
<https://filmarks.com/>

【参考文献（英語）】

Basuroy, S., Chatterjee, S., & Ravid, S. A. (2003). "How critical are critical reviews? The box office effects of film critics, star power, and budgets." *Journal of Marketing*, 67(4), 103–117.

Collins, A., Hand, C., & Snell, J. (2002). "Determinants of film success in the UK: Star power, critical reviews, and genre." *Journal of Cultural Economics*, 26(3), 47–69.

Culture In The Workplace (2025) <https://cultureinworkplace.com/>（2025 年 9 月 27 日アクセス）

De Vany, A., & Walls, W. D. (1999). "Uncertainty in the movie industry: Does star power reduce the terror of the box office?" *Journal of Cultural Economics*, 23(4), 285–318.

Duan, W., Gu, B., & Whinston, A. B. (2008). "Do online reviews matter? — An empirical investigation of panel data." *Decision Support Systems*, 45(4), 1007–1016.

- Eliashberg, J., & Shugan, S. M. (1997). "Film critics: Influencers or predictors?" *Journal of Marketing*, 61(2), 68–78.
- Evrard, Y., & Aurier, P. (1994). "Aesthetics, emotions and satisfaction in cultural consumption: A conceptual framework and empirical study." *Journal of Consumer Behavior*, 11(1), 45-70.
- Holbrook, M. B. (1999). "Popular appeal versus expert judgments of motion pictures". *Journal of Consumer Research*, 26(2), 144–155.
- IMDb.com(2025) <https://www.imdb.com/> (2025年9月27日アクセス)
- Litman, B. R. (1983). "Predicting success of theatrical movies: An empirical study". *Journal of Popular Culture*, 16(4), 159–175.
- Litman, B. R. and Kohl, L. S. (1989) "Predicting financial success of motion pictures: the '80s experience" *The Journal of Media Economics*. 2-2, 35-50.
- Liu, Y. (2006). "Word of mouth for movies: Its dynamics and impact on box office revenue". *Journal of Marketing*, 70(3), 74–89.
- Motion Pictures Association. (公式サイト、2025) <https://www.motionpictures.org/film-ratings/> (2025年9月27日アクセス)
- Reinstein, D. A., & Snyder, C. M. (2005). "The Influence of Expert Reviews on Consumer Demand for Experience Goods: A Case Study of Movie Critics". *Journal of Industrial Economics*, 53(1), 27–51.
- Riwinoto, M.T, Selly Artaty Zega, Gia Irlanda (2015) "Predicting Animated Film of Box-office Success with Neural Networks." *UTM JURNAL TELNOLOGI, 77-23, Emerging and Current Issues in Engineering, Mathematics and Technology Disciplines* Vol. 2, 77-82.
- Yagi, Tadashi and S. Murata (2015) "Determinants of Movie Review Ratings -New Method by Using Big Data." *Journal of Business and Economics*, 6-2, 296-305.
- Talker Research (2024) "What is the Best Length for a Movie?"
<https://www.today.com/video/what-is-the-best-run-time-for-a-movie-209956421755> (2025年10月1日アクセス)
- The Numbers (2025) "Market Share for Each Distributor 1995-2025." <https://www.the-numbers.com/market/distributors> (2025年9月27日アクセス)
- Walls, W. D. (2005). "Modeling Movie Success When "nobody knows anything": Conditional Stable-distribution Analysis of Film Returns ". *Journal of Cultural Economics*, 29(3), 177–190.
- WATCHA PEDIA.com (2025) <https://pedia.watcha.com/ja-KR/> (2025年9月27日アクセス)
- Zhang, X. M., & Dellarocas, C. (2006). "The Lord of the Ratings: How a Movie's Fate is Influenced by Reviews." In: *Proceedings of the 27th International Conference on Information Systems (ICIS)*.

【図表】

図表 1-1 実証分析に用いる変数の定義

変数名	定義	単位
<u>ベンチマークに用いた変数</u>		
被説明変数		
<i>adj_r_JPN</i>	Filmarks での星評価を 100 点満点に換算した値	評価点数
<i>adj_r_KOR</i>	WATCHA PEDIA での星評価を 100 点満点に換算した値	評価点数
<i>adj_r_USA</i>	IMDb での星評価を 100 点満点に換算した値	評価点数
①各映画の制作に関する変数(制作変数)		
<i>adventure</i>	IMDb でのジャンル分類が Adventure なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>action</i>	IMDb でのジャンル分類が Action なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>comedy</i>	IMDb でのジャンル分類が Comedy なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>crime</i>	IMDb でのジャンル分類が Crime なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>drama</i>	IMDb でのジャンル分類が Drama なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>fantasy</i>	IMDb でのジャンル分類が Fantasy なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>JP_comp</i>	日本の制作会社が制作に関わっている映画なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>US_comp</i>	アメリカの制作会社が制作に関わっている映画なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>zokuhon</i>	過去に公開された映画の続編、または спинオフ作品なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>origin</i>	何かしらの原作がある映画なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>screentime_M</i>	上映時間が 83 分以上 112 分以下なら 1 を取るダミー変数	ダミー
②各映画に対する第三者からの評価に関する変数(評価変数)		
<i>awards_total_big</i>	アカデミー賞、アニー賞、日本アカデミー賞の受賞数とノミネート数の合計数	合計数

図表 1-2 実証分析に用いる変数の定義（つづき）

感応度分析に用いた変数

①各映画の制作に関する変数(制作変数)

<i>JP_famouscomp</i>	制作会社がソニーG 株式会社、バンダイナムコ HD、日本テレビ HD、東宝、KADOKAWA のいずれかなら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>US_famouscomp</i>	配給会社が Walt Disney、Warner Bros、Universal、Sony Pictures、Paramount Pictures のいずれかなら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>origin_comic</i>	原作が漫画の映画なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>origin_novel</i>	原作が小説の映画なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>origin_game</i>	原作がゲームの映画なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>origin_anime</i>	原作がアニメの映画なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>origin_book</i>	原作が絵本・おとぎ話・神話の映画なら 1 を取るダミー変数	ダミー

②各映画に対する第三者からの評価に関する変数(評価変数)

<i>awards_total_Aca</i>	アカデミー賞の受賞数とノミネート数の合計	合計数
<i>awards_total_Ann</i>	アニー賞の受賞数とノミネート数の合計	合計数
<i>awards_total_JAca</i>	日本アカデミー賞の受賞数とノミネート数の合計	合計数
<i>rated_g</i>	MPA による階級が G または PG なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>rated_pg</i>	MPA による階級が PG-13 または PG-12 なら 1 を取るダミー変数	ダミー
<i>rated_r</i>	MPA による階級が R なら 1 を取るダミー変数	ダミー

図表 2 記述統計量

	単位	観測数	平均値	標準偏差	最小値	中央値	最大値
<u>被説明変数</u>							
adj_r_USA	評価点	360	67.01	9.70	7.00	68.00	87.00
adj_r_KOR	評価点	361	65.98	10.98	10.00	66.00	100.00
adj_r_JPN	評価点	362	72.34	7.06	24.00	72.00	88.00
<u>ベンチマークモデルで用いた説明変数</u>							
adventure	ダミー	362	0.65	0.48	0.00	1.00	1.00
action	ダミー	362	0.32	0.47	0.00	0.00	1.00
comedy	ダミー	362	0.43	0.50	0.00	0.00	1.00
crime	ダミー	362	0.01	0.09	0.00	0.00	1.00
drama	ダミー	362	0.23	0.42	0.00	0.00	1.00
fantasy	ダミー	362	0.06	0.24	0.00	0.00	1.00
JP_comp	ダミー	362	0.43	0.50	0.00	0.00	1.00
US_comp	ダミー	362	0.45	0.50	0.00	0.00	1.00
zokuhen	ダミー	362	0.32	0.47	0.00	0.00	1.00
origin	ダミー	362	0.58	0.49	0.00	1.00	1.00
screentime_M	ダミー	362	0.71	0.45	0.00	1.00	1.00
awards_total_big	合計数	362	0.34	0.61	0.00	0.00	3.00
<u>感応度分析で用いた説明変数</u>							
JP_famouscomp	ダミー	362	0.11	0.31	0.00	0.00	1.00
US_famouscomp	ダミー	362	0.25	0.43	0.00	0.00	1.00
origin_comic	ダミー	362	0.19	0.39	0.00	0.00	1.00
origin_novel	ダミー	362	0.15	0.36	0.00	0.00	1.00
origin_game	ダミー	362	0.06	0.24	0.00	0.00	1.00
origin_anime	ダミー	362	0.11	0.31	0.00	0.00	1.00
origin_book	ダミー	362	0.07	0.26	0.00	0.00	1.00
awards_total_Aca	ダミー	362	0.10	0.30	0.00	0.00	1.00
awards_total_Ann	ダミー	362	0.11	0.31	0.00	0.00	1.00
awards_total_JAca	ダミー	362	0.13	0.34	0.00	0.00	1.00
rated_g	ダミー	362	0.50	0.50	0.00	0.50	1.00
rated_pg	ダミー	362	0.10	0.31	0.00	0.00	1.00
rated_r	ダミー	362	0.03	0.16	0.00	0.00	1.00

出所: IMDb Pro、WATCHA PEDIA、Filmarks の 3 サイト掲載情報から作成

図表3 推定結果（ベンチマーク、感応度分析1）

	(1) <i>adj_r_JPN</i>	(2) <i>adj_r_USA</i>	(3) <i>adj_r_KOR</i>	(4) <i>adj_r_JPN</i>	(5) <i>adj_r_USA</i>	(6) <i>adj_r_KOR</i>
	ベンチマークモデル			感応度分析1		
<u>ジャンル</u>						
<i>adventure</i>	0.198 (0.16)	13.63*** (6.15)	11.78*** (6.85)	-0.688 (-0.52)	14.25*** (5.69)	11.10*** (5.76)
<i>action</i>	10.04*** (6.48)	15.76*** (5.83)	36.34*** (15.53)	9.539*** (5.30)	15.19*** (4.80)	38.36*** (13.74)
<i>comedy</i>	6.444*** (4.21)	13.60*** (5.47)	32.49*** (14.39)	5.074** (2.94)	14.22*** (4.94)	34.02*** (12.64)
<i>crime</i>	0.111 (0.01)	-23.08* (-2.18)	-12.84 (-0.37)	-0.199 (-0.02)	-22.27* (-2.15)	-15.13 (-0.40)
<i>drama</i>	10.18*** (6.78)	20.48*** (7.67)	31.13*** (13.20)	9.541*** (5.51)	21.65*** (7.06)	33.23*** (11.85)
<i>fantasy</i>	1.798 (0.95)	12.78** (2.98)	14.94*** (5.95)	0.872 (0.43)	6.900 (1.33)	14.83*** (5.25)
<u>制作会社</u>						
<i>JP_comp</i>	60.31*** (28.85)	28.85*** (10.02)	27.26*** (9.74)	62.55*** (27.03)	28.78*** (8.75)	26.66*** (8.05)
<i>US_comp</i>	62.05*** (29.32)	25.40*** (8.94)	24.90*** (9.47)	64.79*** (27.86)	23.36*** (7.14)	25.67*** (8.26)
<u>映画の特性</u>						
<i>zokuhen</i>	0.927 (0.92)	-4.303 (-1.94)	-4.143** (-3.13)	1.266 (1.18)	-4.204 (-1.72)	-4.443** (-3.04)
<i>origin</i>	3.388*** (3.39)	8.945*** (4.26)	2.671* (2.08)	2.938** (2.75)	8.482*** (3.60)	2.066 (1.44)
<i>screentime_M</i>	2.971* (2.50)	11.18*** (5.18)	3.428* (2.05)	2.567 (1.96)	11.82*** (4.62)	2.593 (1.37)
<i>awards_total_big</i>	1.748** (3.12)	6.268*** (4.24)	2.863*** (4.02)	1.360* (2.25)	5.700*** (3.59)	2.318** (2.91)
N	361	361	361	272	272	272

注：推定方法は最小二乗法。被説明変数はモデル番号下に示した変数。***、**、*印はそれぞれ 0.1%、1%、5% 水準で有意であることを示す。括弧内は t 値。

図表 4-1 日本の推定結果（ベンチマーク、感応度分析 2）

<i>adj_r_JPN</i>	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
感応度分析2					
<u>ジャンル</u>					
<i>adventure</i>	0.198 (0.16)	16.03*** (7.92)	2.019 (1.54)	0.342 (0.28)	-0.424 (-0.32)
<i>action</i>	10.04*** (6.48)	34.73*** (14.72)	8.651*** (5.43)	10.06*** (6.46)	9.049*** (5.61)
<i>comedy</i>	6.444*** (4.21)	27.66*** (11.29)	6.704*** (4.45)	6.412*** (4.18)	5.255** (3.29)
<i>crime</i>	0.111 (0.01)	2.029 (0.09)	6.121 (0.48)	0.454 (0.04)	0.479 (0.04)
<i>drama</i>	10.18*** (6.78)	40.18*** (20.46)	10.12*** (6.68)	10.15*** (6.75)	9.857*** (6.56)
<i>fantasy</i>	1.798 (0.95)	20.60*** (6.33)	3.570 (1.86)	1.805 (0.91)	-0.264 (-0.13)
<u>制作会社</u>					
<i>JP_comp</i>	60.31*** (28.85)		58.12*** (27.37)	59.69*** (24.83)	59.17*** (27.87)
<i>US_comp</i>	62.05*** (29.32)		61.23*** (29.19)	61.99*** (29.15)	60.53*** (26.12)
<u>映画の特性</u>					
<i>zokuhen</i>	0.927 (0.92)	2.579 (1.40)	-0.0820 (-0.08)	1.105 (1.07)	1.325 (1.28)
<i>origin</i>	3.388*** (3.39)	14.01*** (8.14)		3.473*** (3.43)	3.638*** (3.65)
<i>screentime_M</i>	2.971* (2.50)	12.87*** (6.13)	3.438** (2.92)	3.004* (2.39)	3.554** (2.90)
<i>awards_total_big</i>	1.748** (3.12)	3.410** (3.27)	1.536** (2.62)		1.533** (2.70)
N	361	361	361	361	361

注：図表 2 参照。本表はベンチマーク変数部分の推定結果。(1)はベンチマークの推定結果。追加の変数の結果は図表 3-2 参照。

図表 4-2 日本の推定結果（ベンチマーク、感応度分析 2）

<i>adj_r_JPN</i>	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
感応度分析2					
大手制作会社					
<i>JP_famouscomp</i>	6.659*				
	(2.42)				
<i>US_famouscomp</i>	11.27***				
	(5.40)				
映画の特性（原作の種類）					
<i>origin_comic</i>		7.318***			
		(5.21)			
<i>origin_novel</i>		3.874*			
		(2.42)			
<i>origin_game</i>		2.295			
		(0.83)			
<i>origin_anime</i>		1.051			
		(0.43)			
<i>origin_book</i>		-1.313			
		(-0.73)			
映画の特性（映画賞の種類）					
<i>awards_total_Aca</i>		2.293*			
		(2.55)			
<i>awards_total_Ann</i>		0.636			
		(0.51)			
<i>awards_total_JAca</i>		2.363			
		(1.60)			
映画の特性（ガイドライン）					
<i>rated_g</i>		2.613			
		(1.67)			
<i>rated_pg</i>		4.364**			
		(2.78)			
<i>rated_r</i>		2.408			
		(0.82)			
N	361	361	361	361	361

注：図表 2 参照。本表は追加の変数部分の推定結果。(1)はベンチマークの推定結果。ベンチマーク変数の結果は図表 3-1 参照。

図表 5-1 アメリカの推定結果（ベンチマーク、感応度分析 2）

<i>adj_r_USA</i>	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
感応度分析2					
<u>ジャンル</u>					
<i>adventure</i>	13.63*** (6.15)	18.87*** (7.76)	14.32*** (6.33)	13.76*** (6.20)	12.25*** (5.38)
<i>action</i>	15.76*** (5.83)	22.96*** (7.70)	15.64*** (5.76)	15.55*** (5.73)	14.08*** (5.21)
<i>comedy</i>	13.60*** (5.47)	19.90*** (7.40)	13.33*** (5.32)	13.66*** (5.49)	12.95*** (5.28)
<i>crime</i>	-23.08* (-2.18)	-19.92 (-1.64)	-23.64* (-2.23)	-23.22* (-2.19)	-23.28* (-2.22)
<i>drama</i>	20.48*** (7.67)	30.46*** (11.06)	20.14*** (7.42)	20.58*** (7.67)	19.54*** (7.40)
<i>fantasy</i>	12.78** (2.98)	24.67*** (5.24)	13.14** (3.05)	13.08** (3.05)	11.38** (2.70)
<u>制作会社</u>					
<i>JP_comp</i>	28.85*** (10.02)		28.32*** (9.71)	29.58*** (10.00)	28.71*** (10.11)
<i>US_comp</i>	25.40*** (8.94)		25.19*** (8.80)	25.09*** (8.77)	22.96*** (7.96)
<u>映画の特性</u>					
<i>zokuhen</i>	-4.303 (-1.94)	-1.282 (-0.51)	-4.243 (-1.86)	-4.035 (-1.80)	-4.066 (-1.87)
<i>origin</i>	8.945*** (4.26)	15.14*** (6.66)		9.129*** (4.33)	9.289*** (4.52)
<i>screentime_M</i>	11.18*** (5.18)	16.17*** (6.71)	11.59*** (5.34)	10.90*** (5.03)	9.785*** (4.53)
<i>awards_total_big</i>	6.268*** (4.24)	8.728*** (5.21)	5.918*** (3.92)		5.153*** (3.46)
N	361	361	361	361	361

注：図表 2 参照。本表はベンチマーク変数部分の推定結果。(1)はベンチマークの推定結果。追加の変数の結果は図表 4-2 参照。

図表 5-2 アメリカの推定結果（ベンチマーク、感応度分析 2）

<i>adj_r_USA</i>	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
感応度分析2					
大手制作会社					
<i>JP_famouscomp</i>	7.982*				
	(2.20)				
<i>US_famouscomp</i>	3.774				
	(1.38)				
映画の特性（原作の種類）					
<i>origin_comic</i>		11.24***			
		(3.89)			
<i>origin_novel</i>		9.636**			
		(3.22)			
<i>origin_game</i>		4.222			
		(0.95)			
<i>origin_anime</i>		9.235**			
		(2.74)			
<i>origin_book</i>		3.973			
		(1.04)			
映画の特性（映画賞の種類）					
<i>awards_total_Aca</i>			8.894**		
			(3.08)		
<i>awards_total_Ann</i>			4.729		
			(1.31)		
<i>awards_total_JAca</i>			3.315		
			(1.05)		
映画の特性（ガイドライン）					
<i>rated_g</i>			6.481**		
			(2.64)		
<i>rated_pg</i>			13.98***		
			(3.90)		
<i>rated_r</i>			6.570		
			(1.11)		
N	361	361	361	361	361

注：図表 2 参照。本表は追加の変数部分の推定結果。(1)はベンチマークの推定結果。ベンチマーク変数の結果は図表 4-1 参照。

図表 6-1 韓国の推定結果（ベンチマーク、感応度分析 2）

<i>adj_r_KOR</i>	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
感応度分析2					
<u>ジャンル</u>					
<i>adventure</i>	11.78*** (6.85)	16.56*** (8.60)	15.67*** (9.60)	12.22*** (7.04)	7.185*** (3.55)
<i>action</i>	36.34*** (15.53)	50.15*** (24.55)	29.70*** (13.17)	36.90*** (15.67)	35.18*** (13.74)
<i>comedy</i>	32.49*** (14.39)	43.95*** (20.63)	28.36*** (13.33)	32.54*** (13.89)	30.94*** (12.08)
<i>crime</i>	-12.84 (-0.37)	-14.80 (-0.38)	-13.31 (-0.42)	-13.40 (-0.39)	-9.848 (-0.29)
<i>drama</i>	31.13*** (13.20)	47.15*** (24.82)	28.46*** (12.78)	31.62*** (13.33)	28.79*** (11.92)
<i>fantasy</i>	14.94*** (5.95)	25.14*** (10.03)	15.71*** (6.65)	16.66*** (5.94)	6.997* (2.15)
<u>制作会社</u>					
<i>JP_comp</i>	27.26*** (9.74)		24.16*** (9.36)	28.57*** (8.46)	30.14*** (10.75)
<i>US_comp</i>	24.90*** (9.47)		22.55*** (9.39)	24.53*** (9.29)	22.52*** (8.68)
<u>映画の特性</u>					
<i>zokuhen</i>	-4.143** (-3.13)	-3.498* (-2.43)	-5.261*** (-4.37)	-3.518* (-2.40)	-4.441*** (-3.38)
<i>origin</i>	2.671* (2.08)	6.765*** (4.87)		2.927* (2.18)	1.812 (1.43)
<i>screentime_M</i>	3.428* (2.05)	4.134* (2.25)	8.101*** (4.99)	2.652 (1.42)	2.449 (1.42)
<i>awards_total_big</i>	2.863*** (4.02)	3.287*** (4.06)	2.780*** (4.13)		2.308** (3.25)
N	361	361	361	361	361

注：図表 2 参照。本表はベンチマーク変数部分の推定結果。(1)はベンチマークの推定結果。追加の変数の結果は図表 5-2 参照。

図表 6-2 韓国の推定結果（ベンチマーク、感応度分析 2）

<i>adj_r_KOR</i>	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
感応度分析2					
大手制作会社					
<i>JP_famouscomp</i>	0.594 (0.23)				
<i>US_famouscomp</i>	6.024*** (3.83)				
映画の特性（原作の種類）					
<i>origin_comic</i>		14.76*** (8.33)			
<i>origin_novel</i>		-0.00252 (-0.00)			
<i>origin_game</i>		-1.866 (-0.43)			
<i>origin_anime</i>		-0.507 (-0.15)			
<i>origin_book</i>		-5.036** (-2.75)			
映画の特性（映画賞の種類）					
<i>awards_total_Aca</i>			3.838*** (4.10)		
<i>awards_total_Ann</i>			1.495 (1.09)		
<i>awards_total_JAca</i>			0.0514 (0.02)		
映画の特性（ガイドライン）					
<i>rated_g</i>				10.30*** (3.90)	
<i>rated_pg</i>				0.666 (0.23)	
<i>rated_r</i>				6.388 (1.76)	
N	361	361	361	361	361

注：図表 2 参照。本表は追加の変数部分の推定結果。(1)はベンチマークの推定結果。ベンチマーク変数の結果は図表 5-1 参照。