



(81) 国産アニメに「春」は来たか

野村総研(上海)咨询有限公司

外国アニメのキャラクターに席卷されている中国アニメ市場で、2009年の旧正月に全国各地で一大ブームを巻き起こした中国製アニメ映画「喜羊羊と灰太狼」のことを前回お伝えした。今回は、中国アニメ産業に存在する幾つかの問題点を紹介したい。

◇乏しいオリジナル性

中国のアニメ産業は近年周知のように急速に発展しており、中国社会科学研究院が発表した統計によると、国内のアニメ関連企業は既に1万社を超えた。作品数も大幅に増加したほか、総制作時間は年間2000時間にも達したという。特に、600万元という低コストでローカル制作会社が作った「喜羊羊」が9000万元の興行業績を上げたのをきっかけに、「中国アニメ産業に春が来た」と多くの関係者が歓声を上げるようになった。しかし、「喜羊羊」の成功は中国アニメ産業に春が来たことを本当に意味するのだろうか？ 春を迎えるには、何がまだ問題となっているのだろうか？

すべての創作芸術と同じように、アニメ作品の良しあしの評価はやはり、作品そのものの質に懸かっている。キャラクターが人目を引くかわいさを持っているかどうかはもちろんのこと、ストーリーや画面の構成なども成功に欠かせない点である。現在の中国アニメは制作本数こそ多いものの、オリジナル性のある作品はなかなか現れず、ほとんどが外国アニメのコピーになっているのが現状である。経験と優れた創造力、特に面白いストーリーを創作する能力を持つ専門人材の欠如が中国アニメの発展を妨げている。

◇産業構造は未成熟

ある産業が成功するには、バリューチェーンの構築が必要だ。中国アニメ産業のバリューチェーンはまだ成熟しておらず互いの提携関係も不明確だ。「喜羊羊」の成功は低コストの制作チームだけでなく、おもちゃ・文房具・食品などの領域に広がるキャラクターの著作権ビジネスを管理するチーム、テレビ局などを傘下に持つ大手メディア集団「上海メディアグループ(SMG)」など、それぞれの分野のプロが業務を分担していることで成り立っているのである。

また、成熟しつつあるゲーム産業と比較して、中国のアニメ産業はベンチャーキャピタルからの投資が少ない。加えて放送局からの低価格圧力を受け、利益を追求するために多くの制作会社が低品質のものばかりを作り出している。その海賊版が市場にはららんすることで、結局は無秩序な競争という悪循環に陥ってしまっている。

確かに中国アニメ産業は急速な発展期に入り、市場ポテンシャルは巨大と評価されている。しかし、抜本的な振興策を政府が打ち出すか、市場自体が上記の問題を解決しない限り、外国アニメという「灰太狼」に食われる「羊」という局面をいつまでたっても変えられないのではないかと考えている。

(主任コンサルタント・許文)



(AFP=時事)