

アニメーション産業による地域振興

清水 強 志

はじめに

バブル経済崩壊後の不況の時代からなかなか抜け出せず、また自然的資源、人的資源に乏しい日本において、日本政府は2002年に「知的財産」を戦略的に保護・強化することを目的とする「知的財産戦略大綱」を決定し、同年に「知的財産基本法」を公布している。そして、「コンテンツ」の中でも、アニメーションやゲームソフトの重要性に気づき、2004年3月に「コンテンツビジネス振興政策—ソフトパワー時代の国家戦略—」を発表している。

「杉並区産業振興計画」(2003年)には以下のように述べられている。「日本のアニメーション産業は、情報化の進展や多様なメディア(情報媒体)の発達に伴い、情報内容や番組を扱う産業が急成長する中であって、特にすぐれた作品を輩出し、国際競争力も高く、今後の日本の産業を牽引していくと評価されている。国では、これまでアニメーションを1つの産業と認識することが希薄であったが、今ではその将来性と潜在力に着目しており、東京都も有力な地場産業として、また貴重な観光資源としてアニメーションを重視する姿勢を打ち出している」。

こうして、アニメーション産業などのコンテンツビジネスにおける振興政策は国をあげて行われることとなるが、実際には時を同じくして東京都および区市町村においても地域振興の目的ではじまっている。つまり、アニメー

ション産業を強い地場産業とすることで人と貨幣を集め、結果として「まちおこし」をすることを地方自治レベルでもはじめていたのである。

本論文では、行政（国，都，杉並区）の担当者，テレビ局，大手プロダクション等へのインタビューをふまえた上で¹⁾，現在アニメーション産業に対して行われている杉並区および東京都の振興策を明らかにすることを目的としている。

1. 地域産業振興政策

そもそも、日本の企業の約9割が中小企業であり、かつては中小企業の活性化が人々を集め、地域内で生産された商品を地域の内外に流通させることで貨幣をもたらしていた。そこで、現在、地域を活性化させるために、中小企業や地場産業を活性化させることが地方自治体に求められ始めているのである。つまり、近年までは、教育、福祉、土木などの政策と異なって、地域の産業や中小企業の振興を図る地域産業振興政策は、地方自治体においては必須の分野ではなかった。しかし、1999年に改定された「中小企業基本法」に見られるように、地方自治体は国の政策を実行するだけでは不十分で、地域における独自の中小企業振興政策が重視されるようになってきているのである。また地域経済が厳しい近年の状況にあっては、地域産業振興政策は他の政策同様にその政策効果も強く問われている。

現在、アニメの制作企業の多くは中小企業が占めている。それゆえに、これまで見過ごされてきたとはいえ、中小企業が集中する地場産業としてのアニメーション制作会社に注目が集められたことは至極自然な流れと言えなくもない。このことからアニメ産業における地域産業振興政策は中小企業振興政策と重なる部分もある。しかしながら、地域産業振興政策は、特定の地理的範囲にある特定の産業や企業に対して振興、保護、育成する政策によって地域経済の活性化を図り、またその効果によって地域住民の生活の安定化・向上を実現することを目指している。それゆえに、中小企業振興と地域産業

振興は混同されることが多いが、厳密には産業を特定しない中小企業支援策とは異なっている。予算配分においても、前者と後者は別物として扱われており、前者の予算が結果としてアニメ産業企業に関わる可能性はあるが、本論文においては範囲を限定するために厳密に両者をわけることにする。

とはいえ、先に触れた「中小企業基本法」の改定における従来の基本法(1963年)との大きな違いについて指摘することは重要であろう。従来の基本法は、大企業との格差是正のために経営、技術、資金供給等において支援を行い、零細企業や立ち遅れている企業の支援が目的であったのに対して、新基本法は中小企業側で知恵を出して、経営の向上、ひいては新事業活動に挑戦するものを支援することが目的となっている。つまり、市場における競争を促進し、その結果経済の活性化をはかろうというのである²⁾。アニメーション産業振興と中小企業振興が異なるとはいえ、アニメーション関連企業においても支援の方向性が直接的支援ではなく、間接的支援であることは重要である。

ところで、地方自治体であっても、都道府県と市町村では支援の仕方が当然異なっている。市町村は中小企業により近い位置にあり、「個別的に企業やグループ、団体等を対象にしたきめ細かい政策が必要」(植田：29)になる。他方、都道府県の場合、「地域全体を対象にした包括的な政策、市町村域を超えた範囲で求められる政策など、都道府県でなければ対応できない政策」(植田：29)が求められている。また国においてはその方向性はより強くなっている。この状況はアニメ産業の振興策においても同様である。

実際、『情報メディア白書 2007』によれば、2005年の日本のアニメーション市場は、2,339億円と推計され、2004年に続いて最高記録を更新している³⁾。しかし、電通総研が指摘しているように、2005年の市場はビデオソフト市場によって支えられ、2004年のそれは劇場用アニメーションのヒット作に依存しており、アニメーション市場は決して安定しているとはいえないのである。

また、現在のアニメーション産業の収益は複雑な構造を持っており、テレビ局だけでなく、劇場版アニメの制作、ビデオソフトの販売、インターネッ

トでの配信，さらにゲーム業界やまんが産業等と連携したキャラクタービジネスなど，収入源が複数化した上に成り立っている。それゆえに，アニメーション番組の年間平均世帯視聴率は年々減少傾向にあっても（電通総研2007：96）アニメ市場は拡大しており，またスポンサーとの契約金額の指標になる視聴率が最重要でないという状況も生じている。90年代半ばにはアニメーションの受容に変化が生じ，アニメ化の基準に変化が生じたことなど，アニメーション産業はその発展において，いくつかの段階・転換期が存在している。

他方，日本のアニメが国際的に高い評価を得ている一方で，コンテンツの海賊版が海外で多数出現し，日本のアニメ製作会社の権利を著しく侵害している。また，現在，韓国やフランスでは，国が戦略的に多額の投資を行い，アニメ市場に入り込んできている。さらにアニメを制作した下請け会社は著作権を持ち難いという契約慣行が存在するといった劣悪な雇用問題が指摘されており，日本を代表する文化産業であるアニメ産業自体の行く末は決して楽観視できる状況にない。

下平尾は，「地域で日々生活を営んでいる人たちにとって住みやすく，便利で快適なまちやむらを創造すること」（下平尾 9）が地域振興の目的であり，国家財政に依存した地域振興は，経済面から地域の自立と再生が求められ，また地域経済も長期不況と国際競争の中で地域の立場からどのような地域振興が必要であるのかを考えなければならないと述べている。国，都，区はそれぞれの立場から，アニメーション産業に対して，流通経路の整備，人材育成，法整備などの振興政策を講じている（表1参照）。

2. 杉並区の振興策

杉並区では，アニメーションを重要な地場産業ととらえ，商業や製造業などの他の産業分野の活性化にもつながるリーディング産業と位置づけている。とはいえ，東京23区では，事業者の税収を東京都が一括して集めてから各区

年	国の取り組み		東京都の取り組み		杉並区の取り組み	
	月	施策	月	施策	月	施策
1999	12	中小企業基本法 改定	7	石原都知事 定例会においてアニメーションなどの振興を図ること を宣言	9	杉並21世紀ビジョン アニメの杜すなごみ構想 掲げる
2000						
2001	5	アニメーション産業研究会発足 (経済産業省)	3	平成13年度予算特別委員会:「新世紀東京国際アニメフェア」に1億 5千万円計上 知事本局企画調整部「平成14年度の重要施策」発表 ※「新規推進 プロジェクト・雇用危機を突破し、強い産業を起す」の中に「アニ メ産業振興策の検討」が盛り込まれる	4	アニメーションフェスティバル in 杉並 (第1回) 開催 杉並アニメ資料館 設置 (杉並振興協会 設立)
2002	2	小泉元総理 施政方針演説	1	「新世紀東京国際アニメフェア」実行委員会、開催内容発表	4	杉並アニメ匠業 開始 杉並留学連携会議
	3	知的財産戦略会議 発足	2	「新世紀東京国際アニメフェア」開催 (15日～17日)	11	アニメーションフェスティバル in 杉並 (第2回) 開催
	4	アニメーション産業研究会報告書 発表 ※「モデル契約書」策定	10	産業労働局「都市型観光資源の調査結果」発表		
	7	知的財産戦略人綱 決定	11	知事本局企画調整部「重要施策と平成18年度重点事業」策定		
	11	知的財産基本法 成立				
2003	3	知的財産戦略本部 発足 (内閣に)	3	「東京国際アニメフェア2003」開催	3	杉並区産業振興計画
	5	有限責任中間法人日本動画協会 (法人格化)		産業労働局「アニメ産業振興方策に関する報告」を提出	7	杉並区アニメーション振興戦略会議
	6	アニメーション産業の現状と課題(経済産業省文化情報関連産業課) ※同省における	4	東京都知事府産総合センターオープン		
	7	アニメーション産業に関する施策を発表	9	産業労働局「中小企業の知的財産活用のための東京戦略」まとめる		
	12	下請代金法 成立	11	知事本局企画調整部「平成16年度重点事業」策定 ※第4章「3.東京 の特性を活かした産業力の強化」の事業費9億円(産労局関与)		
		知的財産推進計画 決定				
		コンテンツ専門調査会発足				
		e-Japan 重点計画2003				
2004	1	コンテンツ産業の現状とコンテンツ産業政策 発表(経済産業省)	3	「東京国際アニメフェア2004」開催	1	アニメーションフェスティバル in 杉並 (第3回) 開催
	2	e-Japan 戦略II 加速化パッケージ		知事本局企画調整部「平成17年度重点事業」発表		
	4	コンテンツビジネス振興政策				
	5	知的財産推進計画2004 発表				
	6	コンテンツ促進法 公布				
	12	信託業法 制定				
2005	2	日本ブランド戦略の推進				
	3	コンテンツビジネスの現状と課題 (知的財産戦略本部・コンテンツ専門調査会)				
	6	知的財産推進計画2005 発表				
	7	グレンイーグルス・サミットで小泉元首相が模倣品・海賊版防止に向けた新条約の締 結を提唱				
	10	法務省が国際裁判管轄関連の法整備検討に着手				
	11	知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会デジタルコンテンツ・ワーキンググループ設置				
	12	インターネット知的財産権侵害品流通防止協議会設立				
		船舶電子情報技術産業協会の地上デジタル放送のコピーワーム制限見直し (出力保護) 提案 (総務省第2次答申をうけたもの)				
2006	1	知的財産人材育成総合戦略 (知的創造サイクル専門調査会)	1	産業労働局「日本初アニメパイロット版映像制作支援プロジェクト」発 起	3	アニメーションフェスティバル in 杉並 (第4回) 開催 杉並アニメーションミュージアム 開館
	2	デジタルコンテンツの振興戦略(コンテンツ専門調査会、知的財産戦略本部)				
	6	コンテンツ海外流通促進機構(CODA)が海賊版等摘発実態を公表				
		インターネット知的財産権侵害品流通防止協議会が報告書提出				
		知的財産推進計画2006 発表				
		経済成長戦略大綱(財政・経済一体改革会議)				
		経済財政運営と構造改革に関する基本方針2006				
		知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会企画ワーキンググループ設置				
		アニメーター養成プロジェクト開始 (経済産業省支援)				
2007	10	Jan 2007支援	3	東京都産業労働局「東京都産業振興基本戦略」発表 秋葉原クロスフィールドオープン	3	杉並アニメーションフェスティバル(第 6回) 開催
			12	東京都産業労働局「東京都産業振興指針」策定		

表1 国、都、区におけるアニメ産業振興に関わる施策一覧(著者が作成)

における行政の需要に応じて再配分している。そのために、多くの税収が得られる企業を区内に誘致しても、杉並区の収入には直接反映されないという状況にある。また杉並区は住宅都市であるため、「産業関係への投資は生活保障的な意味を持っていても、真の産業振興という意味ではない」(森 2006 : 91) ののである。

上記の状況において産業振興の契機になったのが、2000年9月に定められた「杉並21世紀ビジョン」である。同ビジョンでは、商店街を含めて杉並区をどのように活性化し、元気のあるまちをつくっていくのかという視点から、産業、福祉、都市計画などについて行政が計画的、総合的に定めている。そして、この策定時に基本的には杉並区の産業を見守り、特に経営状況など環境が厳しくなった部分に対して施策を講じて行くという「受身的な性格の施策」から積極的な方向に転換されたのである(森 2006 : 90)。その時に注目されたのが環境と共に発展できる「みどりの産業」、つまり、ITや情報、福祉、介護などの「住環境」に付加を与えない産業であり、振興が図られることになったのである。そしてその中にアニメーション産業が含まれたのである。

また同年には、アニメ産業の発展支援に取り組みはじめ、商店街を含めた地域経済を発展させることによって、活力とにぎわいのあるまちをつくることを目的として、人やお金やネットワークをつくり、多くの資本の投下をもたらすための「アニメの杜すぎなみ構想」を掲げたのである。担当者によれば、そもそも区の基本構想を考え、地元の産業という視点で見直しながら計画を立てているときに、はじめて区内にアニメ関連会社が多数存在し、またそれが世界に影響を与えていることに気づいたというほど、区内においてはそれまで全く認知されていなかった産業であったという。そのような中で2001年4月には「杉並アニメーションフェスティバル」が開催され、さらに2003年2月には、「杉並区産業振興計画」を発表し、具体的な産業振興策の計画によってフェスティバル以外のアニメーション政策が具体的に示されたのである。

同計画では、「アニメーション産業が抱える構造的課題などが要因となって、

制作過程の一部が海外に発注されるといった産業の空洞化も起こり、海外の制作スタジオが技術力を高め、日本のアニメ市場を脅かすといった状況も生まれてきている」ことを指摘しており、「アニメーション産業が、地域の有力な地場産業として地域経済を牽引するためには、業界が抱える課題（経営基盤強化、人材育成、資金調達、資料保存など）を解決し、アニメーション制作会社の経営基盤を強化する必要がある」と述べられている。

こうして杉並区では、(1)経営基盤強化、(2)人材育成、(3)資金調達、(4)資料保存という4点の課題解決のための施策に取り組むことになる。なお、杉並区は2005年に産業調査を行っているが⁴⁾、調査結果から、①制作会社間の関係構造が完全な下請け構造になっていること、②特定取引先への依存が高いこと、③不規則かつ長時間におよぶ制作活動が強いられていること、④労働環境が劣悪なために慢性的な人材不足の状況にあること等の重要な事実が改めて確認されている。

なお、中小企業基盤整備機構によれば（中小企業基盤整備機構 2007）、現在、全国にはアニメーション制作会社が626社あり、そのうちの79.4%（497社）が東京都内（練馬区94社、杉並区75社、他）に集積している。杉並区内には海外からの評価も高いマッドハウスやサンライズなどの大きなスタジオが存在する一方で、背景や動画などの各パートを制作する中小の下請けスタジオが大多数を占めている。そのために、日本のアニメーションが生み出している大きな利益の恩恵をほとんど受けていない状況にある。このことが先に挙げた諸課題に直結している。

現在、杉並区では、大きくわけて(1)アニメの杜すぎなみ構想の推進と(2)アニメーション産業の経営基盤の強化という2つの軸でアニメ産業への振興がなされており、具体的には以下の5点を行っている。第一に、「杉並アニメーションフェスティバル」である。同フェスティバルは年1回開催され、2007年で第6回目を迎えており、2006年度予算では1,000万円が計上されている。当初、フェスティバルは、杉並区にアニメーション産業が集積していることをアピールする1つの方法として採用され、そこで今後の日本経済のなかで

コンテンツ産業が大きなウェイトを占める可能性があることをアピールして、関心を持っている人たちに投資の流れをもたらすために企画された。そのために、第1回目はアニメ振興の目的からビジネスに焦点を当てて相談ブースなどを設けて、企業間の関係づくりにも力を入れている。フェスティバルには制作会社も含めて約13,000名が参加しているが、翌年から東京都が同様の意図で「国際アニメフェア」を開催したことにより、方向転換を余儀なくされている。そこで、現在は地域密着型のイベントとして開催しており、2回目以降は約8,000人前後が毎回参加している。そこでは、アニメーターや背景を書く人との握手会などを通して子供たちにアニメに興味を持ってもらい、またショーを見るだけでなく実際に作り手として参加できるように企画している。

第二に、人材育成の支援として2002年に始まった「杉並アニメ匠塾」があげられ、平成18年度の予算では約600万円が計上されている。これは全国から志願者を募り、毎年8名に6ヶ月間スタジオ現場にて現役アニメーターから直接指導を受ける機会を与え、主に動画作成技術を実習的に学べるというものである。動画や原画の工程は低賃金で、また制作費を抑えるためにこの工程でかかる費用を海外に移すケースが増えた結果、動画や原画を行う人材が不足している。短期的な目で見ると問題ないかもしれないが、長期的なスタンスから眺めたときには、この工程はアニメ制作の基礎であることから、ここでの人材不足は将来を担うアニメ制作者の減少を意味している。しかし、現状、各企業において基礎から教える余裕はなく、そこで、杉並区で地道な人材育成のお手伝いをするために同支援策が講じられることになる。受け入れ企業は、杉並振興協議会に事業を委託していることから、その加盟社が担当しているが、会社の大小よりも、育てるまでに手間がかかることから次の人材育成に対する思いが強い人物のいるところで受け入れが決まっているという。

専門学校であれば、200万円かけて2年間学ぶことを6ヶ月という短時間で学ぶことになる。しかし、そこにはいくつかの課題が残されていると担当者

は語っている。つまり、毎日研修する必要があることから学校に通いながら行うことは無理であり、また経済的理由で東京での一人暮らしを続けることができない場合もある。さらに志望者の中から8人を選んでいるとはいえ、基本的に素人の段階から始めるので技術的に苦しくて途中でやめた人も多い。実際、2005年度までの5年間で修了者は19人である。その中には原画作成に昇格したり、中小スタジオから大手に就職した者もいる。また多くの場合、研修終了後は、派遣先のスタジオに、そのままプロのアニメーターとして就職している人が多い。なお、予算の関係上、期間を半分にして人数を増やすか、期間を1年にのばして4人にするのかの議論は今でもあるという。

第三に、「杉並アニメーションミュージアム」の運営・維持があげられる。平成18年度予算では、約6,800万円が計上されている。同ミュージアムは、アニメーションのフィルムなどの資料収集を行ってきたこれまでの「杉並アニメ資料館」を大幅にリニューアルし、展示・上映のほかアニメ制作のワークショップなどを通じてアニメーションの世界を体験する施設として2005年3月に開館されている。運営に関しては、中間法人日本動画協会⁵⁾に100%委託している。

これは制作がアナログからデジタルに移行する過渡期にあって、会社の倉庫から無用になって捨てられ始めたアニメーションのフィルムや資料をきちんと保存して、日本において産業としてまた文化としての財産を保存するための施設の必要性が生じて、当初「杉並アニメ資料館」として建築された。しかしながら、あまりにも手狭であったことから、有識者の集まりの時に皆で楽しむことができ、かつもっとわかりやすいミュージアムをとの話が持ち上がり、最終的には企画に意欲的であった市長があと押ししたという。なお、同ミュージアムをつくったことにより、観光化まではいかずとも、宣伝施設として訪問者層が海外にも広がり、また区内に工場がないことから小学生の社会科見学にも利用されているという。

第四に、2006年度の新規事業として、アニメを活用したまちづくりのシンボルとしてサイン・モニュメント設置がすすめられていることである。2006

年度の予算では、2,000万円が計上されており、上井草駅南口にガンダム・ブロンズ像を、また、上井草スポーツセンター周辺にサイン・モニュメントを設置するなど、楽しく歩ける観光ルートの整備を進め、「アニメの杜すぎなみ」の魅力を発信しようとしている。

そして、最後に経営診断士による経営相談窓口の設置があげられる。ここでは、経営上の問題を浮き彫りにして、何かいい解決方法がないかと考え、また一朝一夕で会社経営が上向くことはないが、もとより制作会社の人は経営よりも良い作品をつくりたいという人が多いので、診断士の先生との話でそのことの大切さに気づくだけでも意味があるのではないかと担当者は語っている。これも直接的な資金援助ではないが、大切な側面支援といえよう。

前述したように、杉並区の大部分のアニメーション制作会社が下請け会社であることは上記の支援策において重要な意味を持っている。そもそもアニメの制作は企画から制作および流通までのすべてを一社で行うことは少なく、企業間での分業体制が多い。また企画の段階で製作委員会方式などのように複数になる場合も多く、企画だけに関わり、作品の制作にまったく関わらない企業もある。分業体制の中でも原画や動画の制作に関わる企業においては、発注会社からの制作単価が切り詰められている上に、デジタル化のための設備投資負担がかかり、労働環境が厳しい状況にある。そのために、労働者の賃金が低く抑えられ、若い人材が集まりにくいという状況が生じている。またこの作業における人材不足も関わり、制作過程の海外への一部移転も見られ、空洞化も進んでいる。なお、本論文では「制作」と「製作」を使い分けているが、前者は著作権を有しておらず、後者は著作権を有していることを意味する。そして、アニメ産業においては企画に関わる会社が著作権を持ち、下請け会社は著作権を持たない下請け構造が存在している。

先に述べた「匠塾」は、この人材不足を補うとともに、次の世代を育てるという二重の意味において杉並区の企業において重要な意味を有している。他方、日本政府はコンテンツビジネスを大きく成長させるために、下請け会社が成長することを重視して「モデル契約書」の策定(2002)や信託法(2004)

の制定をしている。しかしながら、杉並区の担当者は以下のように述べている。それらの影響はほとんど見られない。むしろ、テレビの商業アニメを受注しているところでは、マネーリスクが発生しておらず、計画して予算内でスケジュール通りに収めるというタイプが多い。受注型の産業がたくさん集まっているところでは新しいビジネスをやろうという考えはあまり生じない。むしろ今の仕事内容から抜けてしまうと信頼がなくなる。それゆえに、新しい事業をはじめるといよりは、少しでも多くの作品を安定して送りたいと考えているのではないかと。またスケジュールに追われている企業にとっては契約書を交わすかどうかはほとんど重要でないというのである。そこで、区では国に対してもっと抜本的な改革を提案しているという。

こうして、杉並区の振興策は、個別な企業支援よりも限られた予算内で課題解決を図るとともに、国や都に呼びかけてアニメ産業の構造的課題の解決などに結び付けていくことが大切と考えていることが確認される。

なお、現在、杉並区役所には区民生活部産業経済課アニメ係という部署があり、3名の担当者がいる⁶⁾。

3. 東京都の振興策

2007年に発表された「東京都産業振興基本戦略」は、「10年後の東京」が目指す都市像の実現を産業振興の面から推進するために今後10年の間に展開される産業振興政策の方向性が示されている。その中では、(1)重点産業を育成し、東京の産業を重点的に育成する、(2)技術・経営革新の促進と経営基盤の強化を図る、(3)「知」が交流し、価値が生まれる魅力ある都市を創出する、(4)産業を牽引し、支える人材を育てるとの4つの戦略が示されており、(1)の戦略において、イノベーションが期待され、東京の情報発信力を高める産業としてファッションとともに、コンテンツが位置づけられている。

そして、コンテンツ産業振興の今後の方向性として、(a)東京国際アニメフェアの開催など、世界へ向けた日本アニメの発信を強化、(b)アニメクリエイ

ター育成のための、体系的教育プログラムの開発を支援、(c)クリエイターなどを集めたインキュベーション施設を設置し、資金・経営支援を実施、(d)新たな表現の創造など映像表現の技術的サポートを強化、(e)弁護士などの専門家を活用し、著作権の保護・活用を支援との5項目が示されている。

特に注目すべきことは、杉並区での取り組みでも述べたように、若手クリエイターの人材不足が指摘されてきたことから、体系的な人材育成教育に取り組む「アニメ高度化支援事業」を明示したことである。つまり、アニメ業界、教育機関及び行政が連携した「アニメ人材育成・教育プログラム製作委員会」を立ち上げ、その運営を支援し、またその教育プログラムの開発、普及、活用を促進していくというのである。これはアニメ産業の人材育成を東京都が本格的に支援することを視野に入れたということである。ただし、当初は行政がアーティストを育てることはできないので環境整備が大切と担当者が述べていたように、東京都はこれまで若手クリエイターを支援するために、東京国際アニメフェスティバルで「クリエイターズワールド」を通して作品や活動状況をアピールする場を提供してクリエイターの育成、ビジネスチャンスの提供を支援してきたが、このことは若干の方向転換、次の段階に入ったことを示しているといえるのかもしれない。

今後10年間の戦略を理解するために、これまでの東京都による振興政策について確認する。『東京都議会議事録』によれば、2000年第2回定例会における石原都知事の「世界に冠たるアニメーション（中略）の振興を図るとともに（中略）産業構造の展開を促進し、雇用収集力に富む産業を多数創出していききたい」（アニメを主として抜粋）という発言の半年後の予算特別委員会では、すでに次年度における国際アニメフェアの予算として1億5千万円が計上されている（第1回の開催は2002年3月）。実際、アニメ振興に関しては行政が政策を積み上げたのではなく、予算要求をしている11月ぐらいに石原都知事の「世界にアニメが出ているようだが、そんなに楽観できる状態にはないからアニメ振興としてアニメフェアをしたらどうか」との提案からはじまったという。

また東京都の戦略には2003年に発表された「アニメ産業振興方策に関する報告」(東京都産業労働局)が大きな影響を与えている。同報告では「日本のアニメ産業の将来は必ずしも明るい状況ではない。韓国や中国をはじめとしたアジア諸国が台頭し始めており、このままであれば、近い将来には国際競争力を失う可能性がある」と述べられ、アニメ産業における問題点が指摘されている。他にも、日本のアニメは世界市場で優位な地位を確立している反面、ビジネス的には十分な成果をあげていないこと等があげられ、さらにクリエイター等の人材不足、デジタル化の遅延、製作資金の調達困難などをアニメ産業全体の課題として明記されている。

そして、企業自身による自助努力が必要としながらも「自助努力によっても解決不可能な部分は、国、都、区市町村が、それぞれの立場、役割の中でも支援を考えることが必要」と述べられ、実際に優秀な人材の育成、デジタル化の促進、アニメ・ビジネスの再構築、国際協力の強化という4つの戦略ならびに「東京アニメセンター」の設置を提案している。

前述のように、現在東京都には79.4%のアニメーション制作会社が集積している。そのため、アニメ産業は日本を代表すると同時に、東京都にとっても重要な地場産業、観光資源となっている。東京都による支援として、第一に、世界に日本のアニメーションを宣伝し、また世界的ビジネスチャンスの機会をつくるために2002年にはじまった「東京国際アニメフェア」があげられる⁷⁾。最初の主催は、東京国際アニメフェア実行委員会(委員長 石原慎太郎東京都知事)であり、アニメ関連企業・各種団体等119社・団体が実行委員会形式で主催している。また2006年より運営事務局を日本動画協会に移しており、東京都は支援の形をとっている。なお、東京都は毎年約2億円を負担しているが、今後は少しずつ削減していく予定であるという。

同フェアの目的は、(1)日本のアニメ関連企業が国際的な商談を行う機会を提供、(2)アニメ産業の将来を担う人材を育成、(3)東京の魅力の一端を国内外にアピールすることによる東京の集客力の向上という3つである。同フェアではビジネスフェアだけでなく、一般公開日も設けており、またクリエイター

一育成のためのクリエイターズワールド、記者発表、シンポジウム、展示企画、上映会、ステージイベント、すぐれた作品を表彰する東京アニメアワード、そして特別功労賞の授与も行っている。

現在、アニメの国際的な専門見本市として成長しており、2007年のフェアでは、入場者数が10万人を超えている⁸⁾。とはいえ、本アニメフェアにおいて特記すべきは、プレス数であり、国内外における宣伝効果が大きい。なお、本フェアでは、一般公開も行っていることからどのような商品にどのような客層がきているというマーケットリサーチも可能となっている。また国内外からの出展が増えていること以上に、海外バイヤーが多いことから海外に持ち出せない作品や小さい会社との商談も可能になり、さらに彼らにおいては東京に来ることで周辺調査も可能となっている。また目に見えないところでは、業界間の閉塞感が払拭され、異業種間のコミュニケーションやネットワークの活性化につながったという。

第二に、観光産業支援プラン（平成13年策定）の一環として平成17年よりはじまった海外でのアニメのPR（商談会）があげられる。海外での商談を設けることにより、国内外における作品の商談の場が提供されている。

第三に、アニメパイロット版映像政策支援プロジェクト（平成18年～平成20年）である。同プロジェクトは、アニメ産業を担う新たな才能の発掘・育成を支援するために、中小制作会社や若手クリエイターが持つ企画や才能を紹介する短編映像「アニメパイロット版映像」の制作および販路の支援のために立ち上げられている。そして優れた才能の発掘あるいはステップアップを支援すると同時に、得られた収益を中小制作会社や若手クリエイターに通常より手厚く配分することにより資金的な援助による育成促進を図っている。来年、その成果が問われることになる。

なお、東京都は、「東京構想2000」や「秋葉原地区まちづくりガイドライン」により、秋葉原地区にIT関連産業の世界拠点を形成していくことを目指し、このガイドラインに基づいて、秋葉原駅前再開発地区のIT拠点化を推進した。その結果、「秋葉原クロスフィールド」およびその一角に「東京アニメセ

ンター」が2007年3月にオープンした。とはいえ、この設立に関して東京都は予算をまったく計上しておらず、アニメ業界・企業が設立の主導権を握り、秋葉原の駅前開発に合わせて、事業スキームをつくり、また出資を集めて事業を展開している。

むすびにかえて

ここで杉並区の担当者にアニメ産業の振興支援の今後について訊ねたことに触れたい。担当者は以下のように述べている。杉並区としては、今後も、区民や区議会の理解は不可欠だが、アニメにとってつらいところは、アニメ係がなくなっても誰も困らないということである。また教育部門などのように必ず必要なところでもない「プラス α 」のところにあたる(中略)。生活に必要な不可欠なものではないものを「プラス α 」でやっている。ただ、今後のまちづくりであったり、実際のプレゼンテーションであったりというところで、アニメというものが1つの契機になり、やっていくことに意義があると、区民の皆さんや区議会の皆さんにも理解してもらえれば、長く続くと思う。(中略)他の自治体でやっていないことをやっていることは、お金の無駄なのではないかという賛否両論あるということである。

この言説は非常に重要である。なぜなら、アニメに関わらず、「まちおこし」に関わる振興策は必須の政策ではないが、将来の「まち」のために投資をしていることを示唆しており、また現在の行政のあり方が問われていることを示唆している。そして、すぐに結果を出すことが求められ、政策評価が問われる現代において「未来」のための政策のあり方が問われていることを象徴している。

本論文においては、杉並区と東京都におけるアニメ産業の現状分析ならびにその将来をみつめてどのような振興策が講じられてきたのかを精査してきた。実際、紙面の都合上、国の政策については別の機会にゆずるが、国と都と区がそれぞれの役割・立場から支援している。とはいえ、現在、国はアニ

メ産業に限定した政策を行っているわけではなく、知的財産などの視点からコンテンツビジネス全般を対象にしている。2002年3月に発足した「知的財産戦略会議」は、同年7月に「知的財産戦略大綱」を決定し、「知的財産立国」の実現を目指すことを明記して、物的資源に乏しく、労働コスト等が高い日本の経済・社会を再び活性化させる戦略として、コンテンツを戦略的に(a)創造・(b)保護・(c)活用する必要性を強調している。ビジネスの「保護」、「育成」、「活用」という視点で見たときに、国、都、区における位置づけが確認される。

杉並区は限られた予算の中で、「保護」と「育成」に重点をおき、「アニメの杜すぎなみ構想」という地場産業の振興による「まちおこし」を推進している。また東京都は東京の地場産業であるアニメ産業の「活用」を重視している。東京都の担当者は「東京都は環境を整備してきた」と述べている。実際、東京都は海外との商談の場を設け、また市場の拡大および地場産業の拡充に努めている。しかしながら、今後の10年の方針では、「育成」にも関わるとされている。いずれにせよ、東京都は自助努力が前提であり、自助努力によっても解決不可能な部分を行政が支援するとの立場から人材発掘・育成の場も提供すると考えられる。

そして、論文では触れていないが、国は「保護」「活用」を中心に行っており、そこでは「著作権」利用のために海賊版対策やブロードバンドの整備等の環境・法整備を行っている。また法整備という点で、現段階ではアニメ産業においてほとんど効果を示していないとはいえ、慣例化している「下請構造」を打開するために「下請代金法」を制定し、また資金調達をうながすために「信託業法」を制定している。そこにはビジネスにおける不利益を排除することも含まれている。さらに2006年からは「育成」のために、日本動画協会の「アニメーター養成プロジェクト」を支援している。

本年は、国による「コンテンツビジネス振興」策定から4年目にあたる。アニメ振興は文化振興ではなく、産業振興であることから3年間が目安となり、その政策の効果が問われることになる。また国に限らず都や区市町村に

においても、世界経済の今後の状況次第で、今後の施策の方向性に変化が生じるかもしれない。今後、振興政策のあり方について一層研究することを課題として提起して、むすびとする。

注一覧

- 1) インタビューに関しては、「現在のアニメ産業における生産と消費に変化が見られる」との仮説から経営学者を含む3人で共同研究を行っていることからプロダクションやテレビ局、東京都等へのインタビューは3人で行っている。他方、産業振興政策に関しては、私が担当しているので、杉並区や経済産業省へのインタビューは著者が単独で行っており、また本論文も著者が一人で執筆している。
- 2) 下平尾は、「従来の中小企業基本法は、競争力のない中小企業を切り捨てることによって経済を活性化しようとする新中小企業法とは根本的に異なって、底辺層の経営、技術力を引き上げることによって経済の二重構造解消と国内市場の拡大を目的」(下平尾 2001: 138-139)としていたと述べている。
- 3) 劇場用、テレビ用、ビデオソフト(DVD, カセット)、さらにブロードバンド配信を含めた市場での推計であり、1990年の1,069億円以来、市場を拡大する傾向がみられる。なお、キャラクタービジネスを含めると2兆円と推定されている。
- 4) 72社にアンケートを送付して、回収率は49%(35社)となっている。
- 5) 代表理事は株式会社手塚プロダクション代表取締役で、日本におけるアニメーション業界の意思統一、関連企業との連携、アニメーション産業の持続的発展を目指して2002年5月に設立された。アニメーション関連企業で形成されている。現在、杉並アニメミュージアムだけでなく、秋葉原の東京アニメセンターの運営にも関わっており、また前回の東京国際アニメフェアから同協会が運営事務局になり、東京都は支援にまわっている。
- 6) もともとは産業振興課がアニメ産業に関することを担当しており、2004年にはSOHOを含めてアニメ新産業係、さらに2006年にSOHOをはずしてアニメ係に名称を変更している。ただし、随時アニメの担当者は3名ぐらいであったという。
- 7) 同フェスティバルはもともと継続性を前提にしていたわけではなかった。『都議会議事録』には、第1回が好評だったことから継続的に行っていくことにするとそのやりとりが明記されている。
- 8) 「2007」の来場者数105,453人(第1回 50,451)、海外バイヤー数942(第1回 231)、プレス数1,318(第1回 288)となっている。

参考文献

経済産業省アニメーション産業研究会 2002「アニメーション産業研究会報告書」経済産業省。

- 経済産業省商務情報政策局監修 2006『デジタルコンテンツ白書2006』財団法人デジタルコンテンツ協会。
- 経済産業省商務情報政策局監修 2007『デジタルコンテンツ白書2007』財団法人デジタルコンテンツ協会。
- 植田浩史 2007『自治体の地域産業政策と中小企業振興基本条例』自治体研究社。
- 下平尾勲 2001『構造改革下の地域振興』藤原書店。
- 杉並区 2003「杉並区産業振興計画」。
- 中小企業基盤整備機構 2007「コンテンツ産業の方向性に関する調査研究—アニメ制作会社の現状と課題—」経営支援情報センター。
- 電通総研編 2005『情報メディア白書 2005』ダイヤモンド社。
- 電通総研編 2006『情報メディア白書 2006』ダイヤモンド社。
- 電通総研編 2007『情報メディア白書 2007』ダイヤモンド社。
- 東京都『都議会議事録』
- 東京都産業労働局 2003「アニメ産業振興方策に関する報告」東京都産業労働局。
- 中塩聖司 2006「コンテンツ産業の現状と政策的関与(1)アニメ産業と政府の振興策との関連を中心として」『国学院商学』No.15, 国学院大学栃木短期大学商学会。
- 半澤誠司 2001「東京におけるアニメーション産業集積」『日本地理学会発表要旨集』59, 2001年。
- 福川信也 2001「武蔵野地域におけるアニメ産業集積と自治体の役割『産業立地』40(7) 日本立地センター, 2001年。
- 森雅之 2003「地域経済の活性化に向けて アニメ産業振興の視点から」『総合研究』No.16, 高千穂大学総合研究所。