

日本アニメーターの賃金改善の提案

氏名：齋藤大輔

所属：文教大学 情報学部

経営情報学科 A2P21075

概要

現在、日本のアニメは世界でも有名になり、ジャパニメーションという言葉まで発生するほどに知名度が高くなっている。それほどまでに日本のアニメ業界は上手くいっているかという、実態はそうではない。アニメ制作の中心的存在であるアニメータに着目すると、日本のアニメ業界は困難の多い状況に置かれていることがわかってくる。ここでは、資金の流れに目を向けて状況を認識し、どうすれば現状の悪環境を打破できるのかということ考察していきたい。

例えば、アニメという「作品」を制作すると著作権が発生する。その著作権を取り扱うにあたり、現状のアニメ制作会社のほとんどが自分たちで著作権を行使することはない。基本的には資金提供をしてくれた企業などに委ねる。そして、アニメの売り上げによる成功収入や他分野へ展開したときの成功の売上は、全てその資金提供をして著作権を得た企業が獲得していく。このとき、アニメ制作会社への対価はアニメの制作費だけにとどまり、企業が多く得た利益をアニメ制作会社に還元するといった、制作者への見返りがなくても成立してしまう。

日本のアニメが生まれ今日にいたるまで、ずっと制作者が不利な構造のままアニメ業界が成り立っている。このアニメータ達が持つアニメ制作へのやる気や、次世代を担うアニメータ志望者達の意欲を阻害するような構造を見直して改善していくには、ただひとつの問題だけを改善しただけでは効果が薄い。そのうえ、構造の中にある問題のひとつ”だけ”を改善しようとする、重度の労力が一方だけにかかって余分な負担を招く。その結果、制作者が不利な構造を改善できない可能性があると考えられる。本論文は、この構造を改善していくために、何が必要なのか、何を改めていかななくてはならないのかを見つけ出し、検証した。

目次

1. はじめに
 - 1-1 研究動機
 - 1-2 研究の目的
 - 1-3 本論文の構成

2. 現状の把握
 - 2-1 アニメータの賃金
 - 2-2 アニメの制作費
 - 2-3 デフレとアニメータ

3. 問題点
 - 3-1 問題点の明確化
 - 3-1.1 資金調達
 - 3-1.2 他分野への展開
 - 3-1.3 キャリアルートの破綻
 - 3-2 解決案の提示
 - 3-2.1 制作委員会方式
 - 3-2.2 特別目的会社方式
 - 3-2.3 投資家による投資
 - 3-3 解決案の問題点
 - 3-3.1 制作委員会方式の場合
 - 3-3.2 特別目的会社方式の場合
 - 3-3.3 投資家による投資の場合

4. 解決方法
 - 4-1 解決案の改良
 - 4-1.1 制作委員会方式の改良案
 - 4-1.2 特別目的会社方式の改良案
 - 4-1.3 投資の支援
 - 4-2 求められる人材
 - 4-2.1 マーケティング
 - 4-2.2 法務
 - 4-2.3 教育

5. 分析

5-1 経営形態

5-2 投資

5-3 人材

6. 結果と評価

7. おわりに

7-1 まとめ

7-2 日本のアニメの今後

参考文献

謝辞

日本アニメータの賃金改善の提案

齋藤大輔

(文教大学 情報学部 経営情報学科)

1. はじめに

本章では、なぜ日本アニメータの賃金改善に着目したのかという動機と、この研究によってどのようにしていきたいのかを提示し、さいごに本論文全体の流れや構成を示す。

1-1 研究動機

みなさんの周りでは、誰かしらアニメを見ている人がいるかと思われる。友人であったり、身近な子供であったり、または自分であったりするかもしれない。現在、日本では多種多様に数多くのアニメがテレビなどで放送、または映画などで放映されていたりしている。テレビでは夕方に放送されていたり、深夜番組として放送されていたり、さらには朝早くから見られるアニメもある。BS デジタル放送の中に含まれるスターチャンネルなどには、アニメだけを放送しているところもある。映画では集客を狙って、8月頃と12月から1月にかけての年2回程度の周期で次々と新しいアニメを放映している。

少し見渡すだけでも、こんなに多くのアニメが見られるのだから、さぞかしアニメを制作している人たちは多くいることだろうと思うのではないだろうか。しかし、現実はそのようではない。日本のアニメ全史 [1] によると、2003年4月現在での放送されるアニメのタイトル数は81本にも及び現在でもその数を伸ばしつつある。だが逆に、アニメを制作するアニメータの数は伸びることはない。デジタルコンテンツ白書2005 [2] によれば1997年のアニメータ数は3478人、2001年では3567人になっており、あまり変化が見られない。

なぜこのような結果になっているのかということ、新しく入ってくる新人のアニメータがアニメ制作の労働環境の悪さから、すぐ離職してしまうからだ。また、アニメータを雇う制作会社側が新人を雇ったとしても新人育成を確実にできる状態にあるところは少ない。

さらには、育成どころか人件費の問題から日本のアニメーターを雇うことなく、制作をほぼ全て海外に委託してしまうところも少なくない。

現状のまま日本がアニメを制作し続けていけば、急速に進歩し続けている海外の技術力に日本が追いつかれるだけに止まらず、さらには日本の技術力低下を招きかねないと感じた。この危機感を昔からじわじわと感じつつあったが、アニメ業界は特に大きな動きを見せることなく、または動きを見せても改善には至らない状態で、現行のまま同じやり方が進んでいる。そのような将来の展望が望めない状態のアニメーターの環境を改善する良い方法はないかと考えた。

1-2 研究の目的

アニメーターの制作における環境を良くしようと、作業の時間・作業する場など改善の余地がある箇所の考察をしてみると、日本のアニメ業界の構造には多くの問題があることがわかってくる。

本研究では、アニメーターの環境の改善を試みた時、最も重要な部分となりうる資金の面に目を向け、制作者であるアニメーター達に有用に資金が回っていくようにしていきたい。そのためにアニメ業界の構造を把握して、どのようにしていけば日本のアニメ産業が活性化していくのかを模索していき、どうすればアニメ業界の構造を良い方向へと改良していけるのかを考えていく。

1-3 本論文の構成

本論文では、はじめに2章において今のアニメ業界の現状を「賃金」、「制作費」、「デフレ」という観点からつかんでいく。次に3章ではアニメ制作環境における問題を明確化して現状でとられている対策方法を示し、次いでその対策方法の問題点を捉える。問題点を把握したあとは4章で現状の対策方法をどのように改良していけばいいのかを述べ、それを実行するにあたって必要な人材を挙げていく。そして5章で解決方法を実施した場合を考え、どのような効果が出るのかを示唆する。それから6章で解決方法による対策によって、どのような結論が得られるのかを見ていく。最後に7章で本研究によって得られた結論を述べ、今後の日本のアニメのあり方について述べていく。

2. 現状の把握

2章では、まずアニメーターひとりにおける賃金の支払われ方と給与の実態を始めに述べる。次に、アニメ制作にかかる費用がどの程度であるかを示し、さらに日本でおきたデフレ現象とアニメーターの状態の関係を見ていく。

2-1 アニメーターの賃金

アニメータの賃金がどのように支払われていくかを説明する前に、まずアニメがどのように作られているのかを知っておいたほうが理解しやすい。アニメは動く絵に見えるが、その原理は「パラパラ漫画」である。1枚だけでは止まっている絵も、微妙に変化をつけた絵を何枚も何枚も並べ、パラパラとめくっていくことで、まるで絵が動いているかのように見える。この絵を何十枚、何百枚と並べていくことにより30分または60分の動画が生まれる。

アニメータの仕事は1枚1枚の絵を完成させることが目的である。したがって、作業の結果を数字として表しやすい仕事である。結果、アニメータの賃金はその絵（以下、セル画）の単価によって賃金が決まる歩合制度を取り入れている。つまりセル画の単価と、どれくらいの枚数を仕上げるかの労働力によって賃金が決まってくる。

現在のセル画単価は、だいたい枚数あたり200円弱程度くらいのものである*1。アニメータが1ヶ月でどの程度のセル画を描いていくかということ、ベテランのアニメータでも1ヶ月で300～500枚程度を描けるくらいである*2。単純計算で月々10万円弱程度の稼ぎにしかない。ベテランでその程度であるのだから、新人アニメータのことを考えるとアニメータの賃金は微々たるものであると言わざるを得ない現状である。

2-2 アニメの制作費

上記ではアニメータの賃金について述べたが、次はアニメの制作会社に支払われる賃金について述べる。日本で作られる一般向けアニメ（以下、一般放送版）は、この25年の間、制作費が800万円～1000万円弱程度のまま、ほとんど変化せずきている。最近のうちに制作されたアニメも1000万円程度の制作費で作られており、地上波のもので1300万円程度*3、深夜に放送されるものやCS（通信衛星）放送などで出されるアニメだと、さ

*1 SPA! : 7月12日号42ページ ; 扶桑社 (2005)

実際に手を動かす原画マン（ポイントになる絵を描く人）、動画マン（動きをつなげる絵を描く人）は、たいていフリーランスや1年契約の出来高制の人ばかり。動画マンの単価は1枚160～200円です。（原文から抜粋）

*2 <http://db.g-search.or.jp/index.html> (G-Searchデータベースサービス : トップ >G-Search "side B">旬の話題>バックナンバー2005年3月>1枚描いて200円!?日本のアニメが「空洞化」へ)

セル画は1枚を描くの一日かかる事もあり、慣れた人間でも月300枚～500枚を描くのが精一杯。すると月収としては、1日12時間近く作業をしたとしても月に約5万円から10万円が限界となる。今回の記事検索では10年以上前のアニメ制作現場を取り上げた記事もヒットした。それによると当時の賃金はセル画1枚あたり187円。今と殆ど変わりが無い。むしろ、セル画1枚の賃金でラーメンを食べれた当時の方が、環境が良かったという意見すら見られた。（原文から抜粋）

*3 <http://artifact-jp.com/index.html> (ARTIFACT人工事実 :

らに下がって 1000 万円を切るものもある。

これはTVなどの媒体で一般に放送されるアニメの制作費であるが、一般放送版よりも更なる完成度が問われる映画のアニメ（以下、劇場版）の制作費も見てみると大抵の劇場版は 2～3 億円程度で、多くて数億円程度で制作され、宮崎駿で有名なスタジオジブリの作品でも 20～30 億円ほどで制作される*4。

対してディズニーで知られるアメリカのアニメはというと、100 億円を超えるものも珍しくなく、1 作品あたりに数十億円の制作費をかけて作られている。制作作品の大小はあるにしても、日本とアメリカでは 5 分の 1 程度の差があると言ってよい。

2-3 デフレとアニメータ

アニメが制作されるようになってから 30 年以上の月日が流れ、その間も日本の経済は劇的に変化していった。先にアニメータの賃金の低さとアニメの制作会社に支払われる制作費の低さを示したが、なぜそのような現状になったのかをここでは述べる。

日本でアニメを作ろうと考えたのは、漫画家で有名な手塚治虫である。彼は本来漫画家であったが、自らの作品をアニメにしようと色々と策を練り、アニメ制作を成功させた。アニメ制作には大勢の人の協力が必要であり、制作するのに多くの資金が必要だったものを自らの漫画の利益を利用して制作費に当てた。そして、まだアニメが普及もしていなかった時代に、多額の資金を提供してもらうことは困難だったため、資金提供してもらえるところからの制作費は小額に抑えた。

これは、手塚治虫という強力なスポンサーがいたため成功したものだといえる。手塚治虫の作品である「鉄腕アトム」などは反響を呼び、資金を提供する放送局などは「低賃金で制作でき、当たれば多額の利益を得られる」と考えた。この「アニメータの給料は低賃金だ」という考え方は、アニメを放送する側にある放送局の力が強く反映され、アニメータが起こした労働環境を改善する運動もあまり効果なく終わっている。

Home>LogArchives2003/10>2003/10/27 アニメの制作費 1 話 1300 万円は地上波なら普通)

『ガンズリンガーガール』の 1 話あたりの制作費 1300 万円は、現在の地上波で平均的という話。高い制作費といえば、何かの記事で『カウボーイビバップ』が 2000 万円で破格と読んだ記憶があります。(原文から抜粋)

*4 <http://www.itmedia.co.jp/> (IT Media : トップページ>ニュース>Survey>過去の記事 (2005 年) 1 月>第 5 回 日本のアニメは米国でキラコンテンツになれるのか? (前編)

ディズニーに代表される米国アニメ映画の制作費は、100 億円を超えるものも珍しくはない。少なくとも 1 作当たり数十億円はかけている。100 億円を超える作品を作るからには、マルチ展開で収益機会を確保しておく必要があり、最初から海外販売、キャラクタービジネス、ゲーム化などの話がすでについているケースがほとんどである。一方、日本の劇場版アニメの制作費は、概ね 2～3 億円程度、多くて数億円という規模。「日本のディズニー」と言われるスタジオジブリの作品でも、せいぜい 20～30 億円である。(原文から抜粋)

経済成長期にある日本で物価が次第に上がっていくのとは対照的に、アニメータの賃金、つまりセル画の単価はほとんど上がらずに今日にまで至ってしまった。コーヒーとセル画を約 40 年前と現在で比べてみると、コーヒーは 4.8 倍でセル画は 2.25 倍である*5。

3. 問題点

3 章では、始めに論点の問題を明確化してはっきりさせ、次にその問題点を解決するために行われている解決案を述べる。そして、施行されている解決案を述べたあとに、その解決案の問題点を示す。

3-1 問題点の明確化

1 節では、問題の解決への糸口になるように、何処に問題があるかをはっきりとさせる。大きく分けて、資金の調達、他分野への展開、キャリアートの 3 点から問題を挙げる。

3-1.1 資金調達

アニメ制作における資金の調達は、その性質上のために銀行などの金融を受けられるところなどからの融資が受けにくいものであった。制作したアニメがヒットした場合の資金の回収量は多いものになるが、制作されたアニメがヒットするかどうかは不明確であり、確実的な融資返済を求めていた金融業者は昔からアニメ制作に対する融資を怪訝していた。さらに、資金を調達して制作したアニメが完成したとしても、それを伝える媒体がなければアニメを制作した意味を成さない。アニメを制作しても伝えることができなければ、作るだけの自己満足に終わってしまう。作った代物をどのように売り込むか、その点も問題であった。

この制作における資金の収集が困難である状態の中で、何処から、どのように制作資金を集め、かつ少ない資金の中で、完成したアニメを売り込んでいくことができるのかどうか、アニメ制作における問題のひとつである。

3-1.2 他分野への展開

アニメはアニメとしてだけで売る以外にも、色々な工夫を凝らすことにより多種多様に変化させることができる。最初のアニメは、手塚治虫の原作である漫画から変化させて成立したものである。漫画を原作に持ちアニメへと展開する形は今では一般に行われる展開方法だが、その逆の方法もありえる。完全オリジナルであるアニメを制作し、漫画として新たに転用させることも可能である。またアニメを TV などの放送によって売り込むだけ

*5 <http://anirepo.exblog.jp/> (ネット版アニメレポート：ネット版アニメレポート>アニメ制作現場の窮状>日本のアニメ制作現場の窮状 その2)

ではなく、DVDなどの媒体によって展開を行ったり、今ではインターネットを使ったネット配信なども行ったりなど、売り込み方にも多くのやり方が考えられる。さらに、ただアニメを映像として売り込むだけではなく、アニメに出てくるキャラクターをグッズ化したりするなど、その方法次第で転用できる他分野への展開数は数多く存在する。

問題は、アニメをアニメだけとして売り込むだけでなく、資金回収のためには色々な分野へ展開していく必要があるということだ。先に述べたように、作られたアニメが成功するかどうかは不明確である。ヒットさせるため、つまり制作資金を回収するためには、利用可能なものは利用していかなければならない状態であるといえる。資金回収を確実に行うためにも、売り込みを強化していかなければならない。他の分野への展開がしやすいという利点を無意味なものにしてはならない。

3-1.3 キャリアルートの破綻

アニメには、基礎といえる部分を作りあげ、仕上がってきた絵をチェックする監督的な仕事をする役職と、指定された設定や効果で絵を描いていく労働の中心的役職がある。前者は原画マン、作画監督などと言われ、後者は動画マンなどと言われる。前者がアニメの骨組みとなる基礎の絵（以下、原画）を要所で描いていき、後者がその原画と原画の間の動きのある絵（以下、動画）を描いていく。

原画はアニメの骨組みとなる絵で、原画の質によってアニメの質も変わってくる大事なものだ。アニメ制作会社は、この部分の作業を今でも日本のアニメーターで行っている。逆に動画の部分は、何枚もの動く絵を描いていかなければならないため、多くのアニメーターが必要となる。したがって、日本のアニメ制作会社が日本人アニメーターの賃金が高くなっていき、アニメによる利益が減ってしまうという状況下で利益を増やそうと考えたとき、この動画マン達の労働を海外に移したのである。しかし労働力を海外へ求めた結果、日本のアニメ制作に亀裂が生じることになる。

この動画を何枚、何十枚と描いてゆくという作業は、作業の量が必然的に多いものであるため、動画マン達の自らの技術力を高める修業の場にもなっている。さらに動画作業によって技術力を高めていったアニメーターは、原画マンや動画チェッカーへと昇格するキャリアルートが確立されている。動画マンであるときに、いかにして高い技術力を獲得して優秀な原画マンや動画チェッカーを輩出するか否かで、日本のアニメがさらなる高質な作品を作れるかが決まってくる。

しかしながら、基本的なアニメーターの賃金の低さ、また海外への動画発注によるアニメーターの仕事量の激減により、新人アニメーターの離職率の上昇と、新人アニメーターに動画作業が回ってこないことによる修業でのアニメーター育成が成されないこと、この悪環境がアニメ制作現場で成り立っていることが問題である。

3-2 解決案の提示

2節では、現在行われている資金を調達する方法を3通りで提示し、アニメ制作会社がどのように問題を解決しているのかを述べる。

3-2.1 制作委員会方式

制作委員会を設立する方法は、銀行などから融資を受けられなかったアニメ制作プロダクションが取った方法で、今もなお使われている一般的な方式である。3-1.1 で問題となった資金調達と売り込みを同時に行えるやり方で、資金を放送するテレビ放送局やプロモーションを行う広告代理店などに提供してもらい、資金提供と共に商品化も合わせて行ってもらう方法である。

資金提供してもらおうところに売り込みもしてもらうため、ひとつのところだけがアニメ制作会社に資金提供するという形ではなく、いくつかのコンテンツの売り込みを本業としている業者に役割を分担した形で参加してもらうのである。最近では制作されるアニメに沿った名前の制作委員会を作り、短期的に活動を行っていくようになる。この方式では、出資した資金の比率に応じて著作権を共同で保有するようになっている。

3-2.2 特別目的会社方式

特別目的会社方式は、委員会という団体を作り売り込みを行っていく制作委員会方式とは違い、新しく会社を設立していく方法である。制作委員会方式のように売り込みまでも資金提供者にまかせて運営していくのではなく、資金調達を行ったあとは独自のやり方によって売り込みを行っていくのである。

この方法を行うと、著作権は出資者に移らず設立した会社に依存され、多種多様に運用していくことが可能になる。自分たちで設立し運営していくので、資金の流れをガラス張りにして資金の流れを明確化にできることも大きい。

3-2.3 投資家による投資

アニメ制作による利益が不明確であり、金融業者から融資を受けにくかったこともあり、投資家による投資にも目が向けられた。制作委員会方式は、資金提供者が資金を提供する代わりに著作権を得る。しかし投資家による投資の場合は、投資によって資金を提供してもらっても、それは純投資だけが目的である。投資家が著作権の分配には参加せずに、配当による利益のみを望み行っていく方法だ。

投資家に資金を提供してもらうことで、出資者の立場でコンテンツが似ていたり範囲が近かったりすることもなく、様々な人たちから出資してもらうことが可能になる。そのため制作延長などによる急な費用増大にも対応しやすく、制作費の変動にも臨機応変に運営していきやすい仕組みになる。

3-3 解決案の問題点

3 節では、2 節で挙げた今行われている 3 通りの解決案の、それぞれの問題点を見つけ出し述べていく。

3-3.1 制作委員会方式の場合

制作委員会方式は、出資者がコンテンツビジネスに特化している場合が多く、資金提供と共に各自の得意な分野でアニメを売り込むことができる。そして、資金提供者が共同で制作費を出資することによりリスクを分担することができる。

しかし資金を共同で出資して著作権を共有するため、もしコンテンツを自分たちの領域以外で売り込もうとした場合、出資者のうちの一人でも展開を拒否すれば他分野への展開ができなくなってしまう場合がある。著作権を共有することによる弊害がアニメを他分野へ展開しようとする時に発生してしまい、展開しやすいことが売りでもあるアニメのビジネスチャンスを逃しかねない状況が発生してしまう。

3-3.2 特別目的会社方式の場合

特別目的会社方式を実行すれば、新しく会社を興すことにより売り込みや展開の自由度が増し、アニメのビジネスチャンスを多く得ることができる。反面、売り込みや展開を自らが行わなければならない。放送局や広告代理店などのように強い売り込みルートを確保しているところのように、最初から迅速にアニメを売り込んでいくことが困難である。さらに、この方法は自ら新しい会社を設立するので、設立するときと設立したあとの会社の管理に労力と資金が必要で、単発的に行えるようなものではない。

さらに今の日本の一般放送版は、1クールが13話で作られていて1週間に1話のペースで放送されるので、3~4ヶ月(+企画などの構築期間)程度の制作期間になる。もし特別目的会社方式の場合を想定するならば、会社を設立したあとに1クールで終わるものであれば3~4ヶ月で会社を閉じてしまうことになる。

このようなプロジェクトが短期に終わってしまうものに、会社を設立して管理していくには無理が生じてきてしまう。結果的に特別目的会社方式を行う場合は、長期的なプロジェクトである必要性が出てくる。例えば、制作に2年や3年を要してしまうような劇場版の制作などが長期的なプロジェクトである。

3-3.3 投資家による投資の場合

投資家により多方面からの投資を受ければ、コンテンツの範囲を気にせずに資金を調達することができる。しかし、そのためには投資家への信頼性がきちんと整っていないと投資家が安心して投資することができず、資金調達がスムーズに行えない。これは、アニメが制作され始めた当初のころの融資が受けられなかった状態と構造が同じである。いかにして投資家達が抱く、利益がどの程度確実に得られるのかという疑問や不安をなくしていくのが問題である。そのためにも、融資や投資を行う側にアニメ制作による利益の情報を提供して安心させることが大切だ。

また投資家においては、アニメによる利益を予想するなどの安心する要素の情報を提供したことによって投資をしてくる人以外にも、アニメを制作しているスタッフに思い入れ

をし、スタッフや監督などのために投資をする投資家もいると考えられる。そういった特殊なケースの投資家への対応をどうするのかも考えなければならない。

4. 解決方法

4章では、3章で述べた解決案に対しての問題点について、その案の改良を加えた解決方法を3通り提示し、それを実行する際に必要となる人材を述べる。

4-1 解決案の改良

1節では、一般にとられている解決案を改良して、もっとうまく機能していけるようにそれぞれ3通りの案について、どのようにすれば良くなっていくのかを述べる。

4-1.1 制作委員会方式の改良案

制作委員会方式の問題は、著作権を複数で共有することによる展開の制限にある。制作委員会方式を改良するためには、この著作権をひとつの管理の元で運営していかなくてはならない。そのためにはアニメ制作への出資の代わりに譲り渡していた著作権を、アニメ制作会社で管理するようになる必要がある。

著作権をアニメ制作会社で管理するためには、著作権で発生する利益の流れを明確化、そして放送局や広告代理店などの売り込みを実施してくれる資金提供者への資金返還を明示することにより、著作権をアニメ制作会社が保持することに対する信頼性を作らなければならない。著作権の一元化を実現化するためには、一元化に対する信頼性と著作権行使による資金の明確化が必要だ。

4-1.2 特別目的会社方式の改良案

特別目的会社方式を改良するためには、新たに会社を設立および管理していくための労力と資金を抑えるような方法にしなければならない。現在普及している制作委員会方式はプロジェクトを行ううえで作成しやすい方法ではあるが、制作委員会方式は民法上での任意組合であり組合員は無限責任を追わなければならない、出資のみを目的とした投資家たちは参加しづらい状況にある。

それを踏まえたうえで特別目的会社方式を改良する場合、著作権を用いた運営がしやすいという特別目的会社方式の特性を保ちつつ、制作委員会方式のように組織を作る労力や資金は抑えるような仕組みを新しく作らなくてはならない。そうすることで短期的なプロジェクトにも対応できるようになり、かつ金銭の配当のみを求める投資家たちにも投資しやすい方式として成り立つ。これは法律の問題も関わってくるので、国の支援も必要になってくる。

4-1.3 投資の支援

投資家の支援は多方面から資金を集めることが可能だが、今の日本のアニメ制作には明確な利益還元の信頼となりうるものがない。投資をしたいが実際に投資をしてみて、どの程度還元されるものなのか、アニメの制作はどの程度順調に進んでいるのかなどの目安が必要になる。

ここで注目するのは、アメリカの映画業界で行われている完成保証制度である。完成保証制度ができればリスクの軽減になり、投資家が安心して投資する環境が整備される。また大規模な投資を受けるための受け皿をつくるために、法制度もきちんと整備していかなければならない。例えば知的財産権を対象とした信託業については、信託業法の規定によると信託業者が扱える財産として知的財産を規定していないことなどが挙げられる。

4-2 求められる人材

2 節では、問題となった解決案をさらに良くしていくうえで、どのような人材が必要になってくるのかを述べる。

4-2.1 マーケティング

日本の制作者に多い傾向が、作品を作ることができれば問題ないという感情が何処かにあり、作ることができれば幸せのような思いを持っている人が少なくない。しかし、日本のアニメを産業として売り込んでいくためには、作品の質の高さのみを追求していくだけでは成り立っていない。

宮崎駿監督のアニメが世界に知れ渡り、日本の作るアニメをジャパニメーションとして知名度が高まってきているからこそ世界に対し、どのように売り込み、どうやって展開をしていけばいいかを模索していく人材が必要である。色々な方向への展開がしやすく、売り込み方により多くの利益を得られる可能性を秘めているアニメだからこそ、マーケティング知識を持った人材が特に必要なのである。

4-2.2 法務

3-3, 4-1 で取り上げたように、アニメの問題は法も絡んでくるものが多くある。法的処理を上手く行い、運用を行っていきける法務の知識をもった人材が必要不可欠である。

著作権や知的財産権など、アニメに関わってくる法律を的確に処置し、スムーズにアニメ制作および売り込みを行えるように地盤を固めていく重要な役目だ。さらに法の問題は個人では補えきれない問題もあり、政府が力をいれて改革を行っていかねばならないこともある。4-1.3 で取り上げた知的財産権を対象とした信託業を可能にすることも、重要な項目のひとつである。

4-2.3 教育

アニメ制作会社と学校などは、あまり接点をもたずにいる。これからは、大学などで行われているインターンシップのような学生を現場に近づけるシステムを取り入れて、実際の職場を体験させる教育をしていかなければならない。

体験を通して得られる経験により、即戦力になるように育てていく環境を提供しなければならない。また、4-2.1 で挙げたように、日本人は制作ができれば良いという感覚を持っている人が少なくない。アニメをビジネスとして展開し、制作のための資金調達を行って、アニメを多岐に渡ってプロデュースしていくことができる人材を育成していく場を提供することも必要である。

5. 分析

5章では、4章で述べた解決方法に対して、経営形態、投資、人材のそれぞれ3通りの面で個々に示唆して行き、解決方法を行うことによってどのような効果が得られるのかを述べていく。

5-1 経営形態

まず、著作権を上手く展開して行使していくには、権利の共有保持をやめて一元化したほうが有効に扱える。一元管理を行うことで、新たな分野に対しての展開にも迅速に対応することが可能となる。また、経営方式はアニメ制作会社によって異なってくる。今普及している制作委員会方式を使用するか、少しずつだが利用され始めている特別目的会社方式を使用するかだ。

自ら会社を設立し管理していく特別目的会社は、アニメ制作会社にとって自由に運営していける理想的な形である。しかしながら、設立および管理に対する労力や資金、または売り込みをするときの方法など、今の日本のアニメ制作会社のほとんどが中小企業や零細企業である現状を垣間見ると、全てのアニメ制作会社にとっての理想とは言いがたい。特別目的会社方式の改良案によって改良を加えたとしても、コンテンツの展開から売り込みにいたるまで、全てを自分たちで行えるアニメ制作会社は限られてくる。

多くの流通方法や資金を持つ大手のアニメ制作会社であるならば、早急に特別目的会社方式の改良案の形態へと移行して行くべきである。逆に、中小企業や零細企業であるアニメ制作会社は、制作資金を集めることにすら精一杯な状態である場合が多いので、特別目的会社方式の改良案のような方式を行うほど余裕はない。そのようなところは、制作委員会方式を継続して、制作資金は放送局や広告代理店などから出資してもらおう形に変わりはない。しかし、出資してもらおうことの代償に著作権を譲り渡すことによって起こる不利な点があることは3-3.1で述べた。

したがって、制作委員会方式の改良案のように改良を加え、先に述べたように著作権を一元管理するように体制を整えることが必要である。そして出資に対する代価は、著作権自体を譲り渡すのではなく、著作権行使から発生する将来の利益の提供を行うようにすれ

ばよい。

今までは、出資額の割合において著作権を互いに共有する形であった。これからは、制作委員会方式の改良案を行いアニメ制作会社のアニメーターに対する給与を行った後、出資比率に応じて資金提供者に還元していくという形をとるようにする。このとき、アニメ制作会社が有利な立場に立つので、資金の流れの明確化や、著作権をどのように使っているのかということを示していかなければならない。

しかし、制作資金を出資してもらっている事実と、コンテンツの売り込みなどを行っていくのは出資者たちであることに変わりない。著作権行使の最終決定がアニメ制作会社にあるとしても、放送局や広告代理店などからの助言や話し合いは必要不可欠になる。資金がないアニメ制作会社は、制作委員会方式の改良案を途中経過のものとして捉え、最終的な方式は特別目的会社の改良案になるように目指していかなければならない。

5-2 投資

投資の問題は、内部と外部の双方が改善していかなければならない重要な要素のひとつである。日本のアニメ制作会社が投資によって制作資金を集めようとする場合、十分な設備が整えられていないのが現状である。投資家の立場にしても安心して投資を行える環境がなければ、アニメに対してリターンを求めている投資家がいたとしても確実に投資を行うとは言いがたい。

したがって、アニメがどの程度完成しているのか、発表にまで至れるのかを明示できるデータを構築することも、投資家を安心させる要因であり重要なことである。投資家が安心できるようなデータ構築と、投資による資金の受け皿を配備すること、そしてアニメから発生する権利を活用できるように法律を改正していく、これら全てを総括して改善していくことで、アニメに対する投資活動が円滑に動いていけるようになる。

5-3 人材

日本のアニメーターは、技術向上のための努力は惜しまず行ってきたが、自分たちの利益を重視した動きは立場上あまり見られない。必要な人材は、制作費の回収、利権の活用や運用、世界に対してマーケティングを行えるなど、アニメを自らリリースしていけるようになっていくための技術を身につけた人だ。アニメ制作の技術を高めていくことと共に、アニメを日本だけではなく世界にも売り込み、アニメーターに還元できる環境と構造を構築することが必要である。

制作者へと利益が還元できる環境になることによって、3-1.3 で挙げたキャリアルートの破綻という問題を止める手立てのひとつとなりえる。利益を制作費削減により得るのではなく、アニメを売り込んでいく技術や人材を育成していくことにより、日本のアニメの将来性にも目を向けた利益の向上を考えていくことが大事である。そうすることで、日本のアニメ制作会社の現状の問題が解決していける。

6. 結果と評価

特別目的会社方式の経営方法を取り入れているアニメ制作会社が、少なからず出てきている。「GHOST IN THE SHELL / 攻殻機動隊」*6や、一般放送版で人気を馳せた「機動戦士ガンダムSEED DESTINY」が終了したあとの番組に入った「BLOOD+」を制作している『プロダクションIG』*7がそうである。

プロダクション IG は、海外に対してもアニメを独自に売り込んでいる。今までのアニメ制作会社のように内外国の売り込みを他の業者に任せることがなかったため、マージンを取られることなく利益をあげることが可能になっている。活動範囲もアニメだけではなく、ゲームやCMなどにもプロダクション IG が持つ技術を存分に用いて積極的に働いており、今の日本の指折りのアニメ制作会社だと名が売れている。

しかし、こういった成功を収めているアニメ制作会社は少数派であり、現実には自立できずにいるアニメ制作会社がほとんどであることに変わりはない。日本のアニメ制作会社が自立して管理や運営を上手くこなしていくためにも、制作委員会方式の改良案において少しずつ建て直しを目指し、特別目的会社の改良案でさらに自由度を高めていき、プロダクション IG のように成長していくことが必要である。

また、銀行などの金融機関が日本のアニメの生む収益の将来性に目をつけ、融資を行おうとする動きが見られている。投資でも、さらなる制作費獲得のために企業だけではなく個人に対する投資の構造も構築すべきである。投資家たちが安心して投資を行える環境の整備も急務である。

7. おわりに

7章では、本論文の全体を通してのまとめと、日本のアニメ産業の今後のあり方について、2節に分けて述べる。

7-1 まとめ

アニメ制作会社の立場が弱い構造と、著作権の的確な利用ができていない状態で、アニメ制作会社が取ってきた対応が、日本のアニメ制作の重要な部分を欠落させる結果となっていることは紛れもない事実として出てきている。アニメ制作の要である監督や原画マンの質の向上にも結果として繋がっていて、かつ新人アニメーターの修業場となっている動画を描く仕事を海外へと持ち出してしまい、アニメーターの全体の質の低下にも拍車がかかってしまっている。

その上、アニメ制作会社が制作資金を回収できずにいることからアニメーターの賃金の低さを改善できることはなく、かといって労働状況は賃金に比例して少なくなることなどは

*6 <http://www.gundam-seed-d.net/> (機動戦士ガンダムSEED DESTINY HP)

*7 <http://www.production-ig.co.jp/> (プロダクションIG HP)

ない。そのような現状に新人アニメータの離職率が高まり、次につながらない悪循環が出来てしまっている。その状況を打破するためにも、早急にアニメ制作者に利益が還元される構造を作り上げなければならない。これは、アニメータの賃金を高めてアニメ制作の技術向上に対しての意欲を阻害するような、技術力向上の足止めとなりうるようなものではない。

アニメ技術向上のためには、今までのように賃金や悪環境の圧力に対抗する努力で向上心を高めていくような精神的なものではなく、日本のアニメの技術を組織的に高めていき、技術向上のための教育や人材育成に惜しまず資金を投入していくことが必要である。そうすることで、世界に売り込むことができる高品質の日本のアニメの減少を抑えることが出来る。

そのためにも、ただ技術向上のために教育や育成を行うだけではなく、賃金や悪環境とは違った観点からの圧力を加えることにより向上心を高めていくようにすればよい。そうすることで、今ある構造の結果の一部である新人アニメータの離職率の上昇を防ぎ、キャリアルートを破綻させないようにする努力も取られていくことが出来る。本論文は、日本のアニメにとっての最悪の事態を未然に防ぐための賃金改善の提案なのである。

7-2 日本のアニメの今後

日本のアニメと海外で作られるアニメには、周りの環境や制作目的の違いがある。その違いを的確に理解し、かつ海外の国の特色を理解したマーケティングや販売を行っていき、さらなる利益向上を望んでいかなければならない。日本のアニメ制作会社が動画制作を海外に委託したように、日本の人権費は諸外国に比べて高いのは事実である。その人権費の高さを補うぐらい、ビジネスの展開や権利の扱いを上手くしていかななくてはならない。

それから、人件費が高いものであっても技術力が高ければ制作していくことができる。そのためにも、キャリアルートの確保や新人アニメータの育成、アニメを上手く売り込んでいける人材の育成など、日本のアニメが成長していくだけの要素は多く存在する。

けれども、日本の多くのアニメ制作会社は単独では力を発揮しづらいところばかりである。多方面の支援と理解、そしてそれに対するアニメ制作会社の誠意ある対応を行うことによるお互いの信頼関係が、日本のアニメの今後には必要不可欠である。

参考文献

- [1] 山口康男：日本のアニメ全史；テン・ブックス（2004）
- [2] 経済産業省商務情報政策局：デジタルコンテンツ白書 2005；財団法人デジタルコンテンツ協会（2005）

謝辞

本研究を進めるにあたり議論および、ご指導を頂きました文教大学情報学部助教授根本俊男先生に感謝する。また、文教大学根本研究室グループメンバーの皆様には、様々な議論をしていただいた。ここに深く感謝の念を表し、謝辞とする。