

中国に向け日本のアニメ作品輸出について

デジタルハリウッド大学大学院 7期修了生

鄭 凱 (テイ カイ)

2012 年 4 月 17 日

中国での日本アニメは、1979 年から中国中央電視台で「鉄腕アトム」が放送され、人気を集めたことをきっかけに「一休さん」や「ニルスのふしぎな旅」、「ドラゴンボール」や「スラムダンク」、「クレヨンしんちゃん」などの日本アニメが次々と放送され、中国で人気を集めた。特に「クレヨンしんちゃん」はマンガ、アニメともにヒットし、マンガとしては珍しく正規ライセンスされたものが流通し、全 30 巻、総発行部数は 200 万部を売り上げた。1990 年代の「聖闘士星矢」(1992 年)と「スラムダンク」(1998 年)の放送によって、中国全土に大きな「日本アニメ」ブームが巻き起こった。

ただし、1990 年代後半以降は、中国のアニメ産業を保護するため、海外アニメのテレビ放映が制限されるようになる。そんな状況の中でも、「名探偵コナン」、「デジモンアドベンチャー」などの作品が人気を集め、宮崎駿作品や「攻殻機動隊」などをきっかけに、青年層のアニメファンも増え、「アニメオタク」が登場する。海外製アニメに対し、規制はあったが、実際には中国国内で放映されるアニメのうち 90%が日本製となり、一般に広く浸透、ファンを拡大した。

さらに、2006 年からは自国アニメの保護をより一層強化することを理由に、ゴールデンタイムに日本のアニメを放送することが禁止され、全体的に約 8 割以上を自国制作のアニメにする措置を行うと発表しました(「広電総局のテレビアニメ放送管理の強化に関する通知」2006 年 8 月より)。

これによって、中国での日本アニメ作品輸出が大きく制限を受け入れ、その影響で 2007 年日本アニメ海外販売売上が 2006 年と比べて 15.6%計 26.31 億円を激減し、日本アニメ作品市場に重大な損害を受けました(日本動画協会「日本のアニメの海外展開」2011 年版より)。

日本にとって、去年(2011 年)までの対応手法は、主に「子供向けテレビアニメ」「日中共同製作アニメーションプロジェクト」と「劇場版アニメ上陸」その三つの対策がある。

ただし、その対応手法に応じて効果が低い。

現在、ゴールデンタイムを除いた時間帯には、中国国産アニメの希望観衆層と合致している子供向けテレビアニメだけは残されている。放送件数も僅か。

もう一方、中国での日中共同製作アニメに対して審査は、日本アニメより厳しい。ここ数年来、審査を通じた日中共同製作テレビアニメは「三国志演義」のみ。その上、日中合作の劇場アニメも少なかった。

劇場版アニメ上陸方面、中国でのアニメ映画に対して審査も厳しい。全体的に毎年海外の映画に本数制限を設けている。このため限られた上映作品枠の確保を巡って各国の大作映画が厳しい競争をしている。近年来、中国で上陸成功した日本の劇場版アニメは「名探偵コナン」映画シリーズ第 13 弾、15 弾のみ。

さらに、現状によって政府から政策改善の可能性も低い。

「中国広播電影電視総局」は、中国のラジオ・テレビ放送、映画などのメディアを統括し、関連政策、規制などをつかさどる国務院直属の機関。略称は「広電総局」。その広電総局は、2006 年 9 月でゴールデンタイムの時間帯の外国制作アニメの放映を禁止し、さらにアニメ放送の約 8 割以上を自国制作のアニメにする措置を

行くと発表しました。そのほか、国際合作テレビ番組や、海外映画も厳しく制限している。

固い形で政治観念を貫徹するのは、中国広電総局の一貫のやり方である。悲観的だが、これから数年内、広電総局の政策改善動向可能性は非常に少ないと思っている。

現在、中国での日本アニメコンテンツファン数は、約 2 億 8000 万人以上に推定。その中、80 年代以降生まれは 70% (文化庁「文化発信戦略に関する調査研究事業」)。

ファン層について、以下の特徴がある。

- ・1980 年代以降に生まれる「80 后」(パーリンホウ)世代(10～30 代)が中心。共通点は、収入が高く、都市部に住む若者、またはインターネットユーザーが多い。
- ・アメリカや日本のライフスタイルに憧れ、日米のドラマやアニメを視聴している。
- ・アニメ・マンガファン＝オタクという意識は少ない。
- ・上昇志向の目標の1つとして日本、日本文化を捉えている傾向がある。

さらに 2002 年以来、広電総局政策制限の関係で、彼らはだんだんインターネットでの字幕付け日本語アニメに慣れている。

前文のように、現状では、中国で再び 1990 年代のような大規模公式的のテレビ放送導入は難しい。故に、インターネット環境が普遍している今、字幕付けネット放送の形で、日本のアニメ作品を中国国内に輸出するのは可能でしょうか。そして商機が生み出されるのでしょうか。

2011 年 10 月以来、日本でのアニメ関連大手企業は様々の準備をし、中国観客に向きネット放送の市場による試しが続々実行している。現時点でこういうネット

放送事務をやっている日本アニメ関連企業は、「ドワンゴ」、「サンライズ」と「テレビ東京」である。

・ドワンゴの進出戦略

2011 年 10 月、ドワンゴ所属の日本最大の動画サイト「ニコニコ動画」は、当時の人気新番組アニメ「Fate/Zero」の最新話を複数の外国語の字幕付きで全世界（日本を除く）に向けて無料配信を決定。

更新時間は、毎週日曜日 0:30（土曜 24:30）、つまりテレビで番組を放送完了後すぐにネットで配信、ほぼ生中継の形である。各話の配信期間は 1 週間となる。

配信言語は、中国に向き「中国語・簡体字」、台湾に向き「中国語・繁体字」、または「韓国語」、「英語」、「フランス語」、「ドイツ語」、「イタリア語」、「スペイン語」、全 8 ヶ国語種類がある。コメントは、世界各国から様々な言語で自由に書き込むことができる（ニコニコ動画のアカウント所持者のみコメントの書き込みが可能）。

このような形で新作 TV アニメをインターネット経由で、全世界へ向けて同時に配信することは、アニメ業界に於いて、中国一地域特定への目標ではなく、複数の国へ同時に向き、字幕付き日本語音声の形でネット放送の正式的な試みである。また、同作品の配信は日本を除く世界各国について「初公開」となる。

商業的な目的は、恐らくブルーレイ・DVD を販売する時、複数の外国語字幕を付け、海外向けの販売量を目指し、上がることに希望するでしょう。つまり、アニメそのものに対しての運営商法である。

・サンライズの進出戦略

ドワンゴと同時に、バンダイナムコホールディングス傘下のアニメ制作会社、サンライズは「機動戦士ガンダム」のテレビアニメ新シリーズを5言語でネット配信する。同じ2011年10月から放送される「ガンダム AGE」を中国語（広東語・北京語）や韓国語、英語の字幕を合計4種類付けて海外へ無料配信する。

ドワンゴとの区別は、日本国内向けの「ニコニコ動画」サイトではなく、海外の当地動画サイトと連携し、海外に向けて日本のアニメを同時期に配信するのは初めて。

中国本土に向き中国語簡体字字幕は、日本語音声そのまま、中国国内で、世界第2位の検索エンジン「百度」所属動画サイト「Qiyi」と、中国現在最大の動画サイト「Youku」その二つのサイトと連携し放送達成をしました。

更新時間は、ドワンゴの「Fate/Zero」配信と同じ、テレビで番組を放送完了後すぐにネットで配信、同期性もかなり高い。

商業的の目的は、おもちゃ「ガンプラ」を中心の本アニメ作品周辺グッズの販売、そのため、毎回ネット配信のアニメの最後は、日本テレビの放送されたような提供スポンサー説明ではなく、ガンプラなど商品販売宣伝の自社CMが入れ替わる。その同時に、さらに中国でネット配信の他社広告収入を向かう。つまりアニメそのものに対しての運営商法ではなく、主に周辺フィギュアやCM収入を目指す。

・テレビ東京と「Tudou」の連携戦略

ドワンゴ、サンライズ二社の足跡を尋ね、2011年12月、テレビ東京は、「NARUTO」などのアニメ作品を、中国において12月より正規配信すると発表した。配信サイトは中国の「土豆(Tudou)」で、中国語字幕付きのストリーミング配信となる。動画は広告付きで、視聴は無料である。

配信サイトの「Tudou」は、「Youku」に次ぐ中国第二の大手動画投稿サイト。月間ユニークユーザー2億5,000万人という。2011年8月に米国NASDAQに上場している。今回テレビ東京から中国で日本アニメの複数作品の「同時放映」する権利を獲得し、ネット放送の市場で大きな一歩を踏み出した。

テレビ東京に対し、サンライズとの区別は、中国一国家のみで、僅か一つの大手サイトを選択し、一気に大量の作品を中国市場へのネット配信を達成する。「これまで中国において違法視聴対策を行ってきたが、状況を改善するには、ビジネスとの両輪が不可欠と判断した。国内のアニメ関係企業と連携を取ることによって、テレビ東京がコンテンツの供給役を果たす」としている。

「Tudou」方面も、此度のチャンスに対して「Youku」より様々な準備をしている。私の調査では、字幕品質を保証するため、ほぼすべての導入された作品は、ネットでの字幕組と契約し、安定を目指しました。ファンの反応も、予想通りに熱度を得ていました。

商業方面には、広告付きの形で、中国のスポンサーから広告代を課金すること、この唯一の手法のみ。

2012年2月の調査時点で、その三社の中国に向け日本アニメネット放送戦略について、直観比較をしやすい統計表の形で表示する。

	ドワンゴ	サンライズ	テレビ東京
始動時間	2011年10月	2011年10月	2011年12月
中国語字幕対象作品	Fate/Zero	ガンダム AGE	NARUTO、BLEACH など
合作動画サイト	ニコニコ動画 (自社)	Qiyi、Youku (中国)	Tudou (中国)
ビジネス目的	八つ国字幕付け DVD/ブルーレイの	ガンプラなど周辺グッズの 販売促進、広告付けの形	広告付けの形でスポンサーから課金

	海外販売	でスポンサーから課金	のみ
ネット放送結論	台湾では成果がありました但し中国では失敗	現在、視聴率が徐々に減少	現在、大好評放送中
原因	ニコニコ動画サイトが中国にブロック、中国語字幕品質の重視不足	中国国内二つの大手動画サイトとの安心合作、宣伝・字幕品質注意もしたが、アニメ作品自身の内容問題	中国国内大手動画サイトとの安心合作、宣伝・字幕品質も十分、アニメ作品内容も良い
ビジネス目的 成功予測	中国への販売が難しいが台湾がある程度で期待	周辺グッズの販売売上が期待されていない、広告課金がある程度で出来る	広告課金がかかりの程度で出来る

以上の分析によると、中国での日本アニメ作品の潜在客グループが相当に巨大、市場価値もかなり大きいと鑑別させる。同時に中国の市場ではアニメ作品に対する需要が絶えずに増えている。未来数年間、中国のアニメ産業の潜在市場空間が少なくとも 1000 億元(約 12500 億円)があり(「2009-2012 中国アニメ作品業界深度調査研究及び市場予測報告」より)、日本アニメ作品にとって巨大なチャンスである。

これに応じて、既にネット放送事務をやっている日本アニメ関連企業は、今年(2012 年)から次々に新たな事務準備を企画・実行している。

ドワンゴは、2012 年 2 月から新作のアニメ「ブラック★ロックシューター」をニコニコ動画で、2 月 3 日より全世界配信決定。「Fate/Zero」の時と同じ、全 8 ヶ国語種類の字幕政策を予定しているが、更新時間は以前のようにほぼ生中継の形ではなく、1 日程度で遅れた。多分字幕品質の方面が、改善できるのでしょう。ちなみに「ブラック★ロックシューター」はドワンゴ自社に関連が強い「VOCALOID」周辺シリーズコンテンツだから、自社サイト独占でも当たり前でしょう。ただし、海外(特に中国)に向きネットでの観客数確報は、将来でも一大の研究すべきことである。

サンライズは、2012 年 1 月から放送 10 周年に合わせて「ガンダム SEED HD リマスタープロジェクト」が始動。映像の再構成(既存カットの新規作画、再編集、一部音楽のリミックス)と全編 16:9 サイズの HD 画質による再撮影を行った。それに合わせ、「ガンダム SEED HD リマスター版」を用いたテレビ放送や配信も行われている。同時に中国で、「ガンダム AGE」と同じ形で動画サイト「Qiyi」と「Youku」と連携し放送を開始している。さらに、以前の「ガンダム」シリーズ作を導入する趨勢がある。現在、「ガンダム SEED HD リマスター版」を導入する時、同時に 2010 年のシリーズ関連 OVA 作「模型戦士ガンプラビルダーズ ビギニング G」を導入しました。ガンブらなどアニメ周辺コンテンツ売る気満々と思われる。

テレビ東京は、「Tudou」との連携も強化し、2012 年 1 月からさらに新番組動画の導入を準備している。現在導入し配信が始まった作品は 7 作だが、最終的に、60～70 作を「Tudou」でのネット配信を目指している。現在、視聴者からは「高画質のコンテンツを日本と時間差無く見られる」と好評を貰い、テレビ東京は、さらなる作品ラインナップの充実を目指し、過去作品のアーカイブ化も準備を進めている。これに併せ、「Tudou」とともに中国における違法視聴対策を進めましたが、一部の悪質なサイトは警告を無視して違法配信を続け、収益を上げている。テレビ東京は今後より一層、「Tudou」と違法視聴対策について連携し中国市場の健全化を目指している。

以上、既に情報を発表した日本アニメ関連企業より、2012 年から中国向きの日本アニメ進出発展が更なる大きい一歩が踏み出されると予測される。同時に、ビジネス的な成功が望まれる。