

大連万達集団（ワンダ・グループ）の国際展開と レジェンダリー社買収の意味 —中国文化産業多国籍企業の発展—

中 川 涼 司

中国の対外直接投資は2000年以降急成長を遂げ、投資残高でみても2019年にはアメリカ、オランダに次ぐ存在となっている。しかも、その領域は製造業にとどまらず、アリババなどのネット企業その他サービス業にまで拡大している。文化産業の国際的発展も著しい。

中川（2008a）、（2008b）、（2013）、（2016）、（2017a）、（2017b）、（2021a）は、中国企業の多国籍企業化について理論的実証的に明らかにした。そこでの一応の結論は以下の通りである。すなわち、中国のような高位中所得国からの多国籍企業化は、先進国向けとしてはDunning（1990）で提起され、UNCTADの*World Investment Report 2016*（UNCTAD, 2016）などに継承された創造性資産獲得理論あるいは戦略的資産獲得理論、つまり、伝統的な多国籍企業が前提するように対外直接投資の前に企業特殊優位を持つことはなく、その投資自体が企業特殊優位獲得を目的とする型のタイプの投資が多い。その一方で、経済水準が同等ないし自国以下の国に対する投資は対外投資以前に企業特殊優位を持つことを前提とするHymer（1960）以来の伝統的な多国籍企業論か、あるいはWells（1983）の「小規模技術」論ないしLall（1983）の「ローカル化された技術革新」論で説明可能ではないかということであった。

またその一方で、中川（2019）、（2020）は日本国内における映画産業の発展（京都映画産業およびゴジラ）について論じたものである。さらに中川（2021b）は中国の文化強国戦略について論じたものであり、中国映画の国際的影響についても明らかにした。また、中川（2012b）はその基礎にあるソフトパワーおよびパブリック・ディプロマシーの考え方と実践の中国における発展を論じている。

本稿はこれらを継承し、中国の文化産業とくに映画産業においてもっとも海外展開を遂げている大連万達集団（ワンダ・グループ）の国際展開がどのような背景の下に、どのように進んだのか、また、アメリカ版ゴジラなどの製作会社であり、ワンダ・グループに買収されたレジェンダリー社が買収によってどのような変化があったと考えられるのか、また、それらはもっと

大きな経済的文脈ではどのように考えられるのかを明らかにしようとするものである。

中国以外の日本や諸外国でも中国多国籍企業の研究は進んでいるが、採掘業と製造業が中心で、文化産業についての研究はほとんどない。大連万達集団に関してもアメリカの映画館チェーンの買収やレジェンダリー社の買収についての紹介は多くされているが、その海外進出についてまとまった考察は乏しい。Jung (2017)¹⁾がある程度である。

中国においては、大連万達集団(ワンダ・グループ)の国際化、AMC買収、レジェンダリー社買収に関する論文は少なくないが、多くは短いもので事実経過についても詳しくはなく、またM&Aのリスクマネジメント論から論じるものはあっても、多国籍企業論としての理論的な総括も乏しく、抽象的なあるべき論にとどまっているものがほとんどである。またレジェンダリー社の経営を分析したうえでこの買収の意義を論じたものはさらに乏しい。本稿はワンダ・グループとレジェンダリー社の両社の経営内容にまで踏み込み分析をすることで、これらの点を埋めるものである。

理論的にはまずは、Dunning (1990)によって「創造性資産獲得」理論として提起され、戦略的資産獲得理論とも呼ばれている論理がどこまで妥当するのか、つまり、もともとは企業特殊優位(firm specific advantages)の無い企業が企業特殊優位の獲得自体を目的として対外直接投資を行う、ということがどれほど妥当なのか、また、それは分析として有効なのかという点が論点である。さらにFayerweather (1969)の国際的な経営資源移転論の立場から、多国籍企業のグループとしての経営統合と内部での経営資源の最適配置も問題にする。

また、レジェンダリー社は海外版ゴジラの製作を行う会社であり、また、それ以外の作においてもしばしば日本の怪獣やロボットに対する敬意を示してきた会社である。したがって、ワンダ・グループとレジェンダリー社との関係は単に米中間の関係ではなく、そこに不可欠の要素として日本、とくにゴジラの生みの親である東宝の要素が入ってきている。したがって米中間のこれらの動向が日本発のキャラクター(とくにゴジラ)の管理においていかなる意味を持つのかも考察したい。

【キーワード】中国、多国籍企業、対外直接投資、文化産業、大連万達集団、レジェンダリー・エンターテインメント、ゴジラ、キングコング、創造性資産獲得、国際経営資源移動

I. 中国の映画産業発展と文化産業企業の海外進出

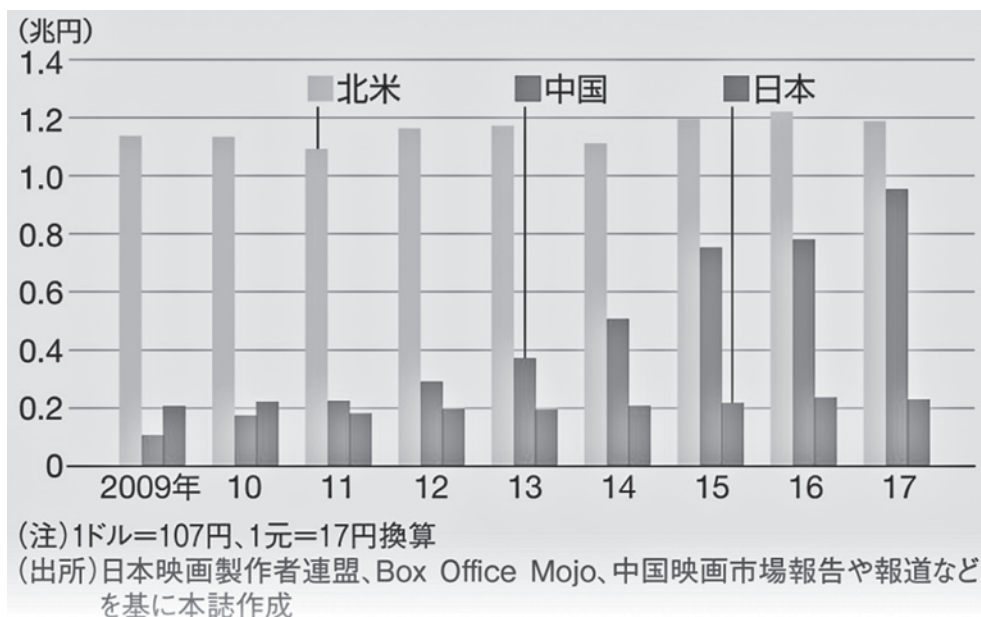
中国では2000年の第10期5か年計画においてはじめて「文化産業」という言葉が、規定され、文化部によって文化産業体系も定義された。文化を思想建設ということだけではなく、産業としてもとらえるということである。また、中国の大国化を背景に1998年に江沢民中国共

大連万達集団（ワンダ・グループ）の国際展開とレジェンダリー社買収の意味（中川）
 産党総書記がパブリック・ディプロマシー（公共外交）の取り組み強化を表明した²⁾。これを受け、2005年の第11次5カ年計画においては中国の大国化と対外関係の変化を反映し、ジョセフ・ナイのソフトパワー概念を採り入れた文化ソフトパワー（「文化軟實力」）概念が明確に位置づけられた。

以降、文化産業振興と文化ソフトパワー向上は相乗効果を持つものとして両輪として位置付けられ推進されてきた。2009年に「文化産業振興規画」が策定され、「文化産業を国民経済の新たな成長点へと育成・発展させる」ために、①文化市場主体の整備、②文化産業構造の改善、③文化創新の能力向上、④現代文化、市場体系の整備、⑤文化製品とサービス輸出の拡大の5つの計画目標が定められた³⁾。

中国経済の発展による文化消費力の向上に加えこれらの政策がとられたことで、中国の映画市場その他コンテンツは消費サイドでも供給サイドでも大きく発展した。

図1 北米、中国、日本の映画興行収入



(出所) 「中国、北米市場を攻略へ 日本映画産業が狙う金脈」『週刊 東洋経済』2018年5月

2010年段階ではまだ日本よりも小さかった中国映画市場はその後急速に成長し北米市場に迫った。さらに2020年はコロナの影響で世界的に映画興行収入が減少した年ではあるが、中国の年間興行収入は、204億1700万元（約3243億円）で、2019年の642億6600万元（約1兆円）対比で68.2%減という数値になった。しかし、北米映画市場は、コロナ禍のダメージがさらに大きく、2019年対比の約20%、約23億ドルに留まった。この結果、コロナの影響も大

きいとはいえ、2020年の中国年間興行収入は、北米市場を凌駕し、初めて世界一の映画市場となった⁴⁾。2019年に中国の映画配給網は50、興行収入記録が採れる映画館は1万1453館、スクリーン数は6万7816である。映画館あたり平均5.92スクリーンが設置されており、中国においてもシネマコンプレックス化が進んでいる。興行収入合計は643億元（約1兆円）で、うち中国製作412億元、外国製作231億元である⁵⁾。

このような中国映画市場の発展は米映画産業にとっても大きなチャンスをもたらした。2001年、中国政府はWTO加盟にあたって文化産業の対外開放を約束した。その約束の履行は順調には進まず、アメリカは2007年に公式にWTOに中国がGATTおよびGATS違反であるとして提訴し、2009年にアメリカが勝利した。しかし、その実行は2国間交渉にゆだねられ、さらに3年と18本の中国によるStatus reportを必要とした。2012年ようやく「中華人民共和国とアメリカ合衆国の間の劇場映画に関する覚書」が締結され、アメリカは従来の輸入枠20本に加え、特別フォーマット（3D、IMAX）枠14本が付け加えられ、合計34本分の輸入上映枠を持つこととなった⁶⁾。これによりハリウッド映画が中国市場で多く上映され、人気も呼んだ。ただし、そのことはKokas（2017）など多くの論者が指摘するように、中国市場を狙ったハリウッドの中国的要素の取り入れにもつながっている。

中国映画産業の製作サイドも大きく発展した。実写版映画では1980年代に作品を発表し始めたいわゆる第5世代監督である、張芸謀（チャン・イーモウ）、陳凱歌（チェン・カイコー）の国際的評価が高く、国際的映画賞を次々と獲得してきた。この世代はそれまでの社会主義色の強い映画ではなく、寓話性が高い作品を発表しニューウェーブとも呼ばれた。アカデミー賞と三大映画祭の作品賞だけに限定しても、張芸謀はアカデミー賞外国語映画賞（現国際長編映画賞）で1990年『菊豆』、2002年『HERO』でノミネート、カンヌ映画祭は1994年『生きる』でグランプリ（次席）、ベルリン国際映画祭は1988年『紅いコーリャン』で金熊賞（最優秀作品賞）、ベネチア国際映画祭は1992年『秋菊の物語』、1999年『あの子を探して』で金獅子賞（最優秀作品）を獲得した。陳凱歌は、カンヌ映画祭で1993年『さらば、わが愛/霸王別姫』パルムドール賞（最高作品賞）を獲得した。

近年では第6世代と呼ばれる1990年代以降に作品を発表し始めた監督が次々と国際的な賞を獲得するに至っている。姜文（チャン・ウェン）が、2000年『鬼が来た！』でカンヌ映画祭パルムドール賞（最高作品賞）、王全安（ワン・チュアンアン）が2007年『トゥヤーの結婚』でベルリン国際映画祭金熊賞、また、刁亦男（ディアオ・イーナン）が2014年『薄氷の殺人』で、ベルリン国際映画祭金熊賞、賈樟柯（ジャ・ジャンクー）が2006年『長江哀歌』ベネチア映画祭金獅子賞（最優秀作品）を獲得した。2019年には作品賞は逃したが、王小帥（ワン・シャオシュアイ）監督の『在りし日の歌』が（主演）男優賞、（主演）女優賞をダブル受賞するに至った。

さらに特筆すべきはアニメ産業の発展と特撮分野での発展である。アニメ産業は「文化産業振興計画」において重点項目とされ、2004年に文化部を中心とする「アニメと電子ゲーム産業発展専門作業チーム」が発足した。同年には上海に文化部の許可を得た国家アニメゲーム産業基地が建設された。2006年には「我が国アニメ産業発展に関する若干の意見通知」により産業振興が本格化した。各地にアニメ産業開発基地が設置され、また、テレビ放送のゴールデンタイムにおいて外国製のアニメを放送することが禁じられた。アニメ人材の養成を目指す教育機関も次々と設立された。このような政策的措置の下、中国のアニメは単純に放送時間から言えば一気に世界一となった。しかし、画像、ストーリーとも洗練されておらず国内においてすら評価は低かった。しかし、その状況は日本やアメリカからの受託や合併なども経験する中で大きく転換しつつある。

2008年の『カンフーパンダ』で世界において6億ドル以上の興行収入を記録した米アニメ映画製作会社ドリームワークス・アニメーションは中国に中国合弁会社オリエンタル・ドリームワークス（上海東方夢工場影視技術有限公司）を設立するとともに、上海黄浦江河畔に製作機能だけでなく文化産業集積地機能ももった「東方夢工場」を建設した。オリエンタル・ドリームワークスは2016年にNetflix公開となった『カンフーパンダ3』の共同製作にあたった。ただし、『カンフーパンダ3』は興行的に振るわず、オリエンタル・ドリームワークスは人員削減を行ったのちに2018年2月1日に華人文化集団公司（China Media Capital：CMC）の完全子会社となり、名称は中国名はそのままで、英語名を Pearl Studio（パール・スタジオ）と変えている。

日本との関係では日本アニメ業界は1970～80年代前半には韓国、台湾への外注を、1980年代後半より中国への外注を進めた。現在概ね80%を外注しているが⁷⁾、そのなかで50ポイント程度は中国への外注となっている。従来は動画・彩色など単価の安い工程を国外に外注に出すというのが通例であったが、技術水準の向上のなかで、『君の名は。』の製作会社であるコミックス・ウェーブ・フィルムと合弁で『詩季織々』（2018年）の製作を行った「絵夢（ハオライナーズ）」のような例も出てきている。同社は日本法人を設立、日本人スタッフもスカウトして『銀の墓守り』など中国のストーリーを監督、作画監督、脚本、原画などに日本人スタッフを当て、声も完全に日本の声優を当てたうえで日本のネット配信などを行っており、それを通じて中国アニメのクオリティも上げようとしている⁸⁾。

その中で劇場版アニメとして『モンキー・マジック 孫悟空誕生』（2014年）、『紅き大魚の伝説』（2016年）、『大護法』（2017年）などの国産アニメのヒット作が生まれた。2019年に世界最大の映画市場となった中国での映画興行収入第一位、（50億元：約770億円）は国産CGアニメ『ナタ～魔童降臨～』であった。『ナタ～魔童降臨～』は北京光線伝媒および傘下の制作会社の彩条屋影業がIMAX社と技術協力しIMAX技術を用いて制作された初の国産アニメで

ある⁹⁾。また、北京寒木春華動画技術有限公司等による『羅小黑戦記 ほくが選ぶ未来』は2019年に日本で字幕放映されたが好評につき、2020年には日本のトップ声優による日本語吹き替え版が公開され、ロングランを記録している。北京光線伝媒は『ナタ～魔童降臨～』に引き続き、2020年にも封神演義から題材をとった『姜子牙』でもって、国内興行収入第3位の成績を収めた。

特撮分野もSF小説の発展とCG技術の発展の中でストーリー、映像とも劇的な進化を遂げている。SF誌『科幻世界』を母体に著名作家が次々と生まれ、王晋康や劉慈欣は豊富な科学知識をもとにSFを組み立て人気を博した。彼らの作品は英語に翻訳され、劉慈欣『三体』は2015年SF小説における最高の賞であるヒューゴー賞受賞に至った¹⁰⁾。劉慈欣が2000年に発表した短編小説『流浪地球』をベースに製作され、2019年に公開された中国製作のSF映画『流転の地球』(原題:流浪地球)が中国国内でも2019年第2位の46億円の興行収入を上げ、全世界で7億ドルの興行収入をあげた¹¹⁾。

これらのアニメや特撮は単に商業的に成功しただけでなく、題材が中国の古典からとられていたり、また、中国人が地球を救う中心にいたりするという意味で、愛国主義を促す役割も果たしている。

また、これに加え海外展開も活発となっていった。1999年の中国政府による「走出去」政策の後、中国の対外直接投資は急増し今日では対外直接投資残高において日本をも凌駕して、世界第3位のレベルにまで到達しているが、当初は国有企業が中心の展開であった。しかし、復星集団(フォースン・グループ)、大連万達集団(ワンダ・グループ)、海航集団(HNAグループ)、明天集団、安邦保険集団といった民間企業(形式上国有資本が入っているケースもあるが実質的に民間企業)が巨額の借入れに基づき次々の海外企業を買収し、多国籍企業化を進めていた。

文化産業の国際展開の先頭を切ったのは大連万達集団(以下、ワンダ・グループ)である。ワンダ・グループは以下に見るように、国内で映画の制作、製作¹²⁾、配給、映画館チェーン経営の一貫体制を構築するとともに、海外展開を強め、かつ、映画館チェーン経営においていったんは世界一の規模に達した。さらに2016年1月、『バットマン ビギンズ』(*Batman Begins*, 2005年)、『スーパーマン リターンズ』(2006年)、『GODZILLA ゴジラ』(*Godzilla*, 2014年)、『ジュラシック・ワールド』(*Jurassic World*, 2015年)などの著名作の製作を行っていたレジェンダリー・エンターテインメント社を35億ドルで買収し、海外においてもいったんは制作から製作、配給、興行(映画館チェーン経営)までも行う一貫体制を整えた(ただし、のち中国政府の海外投資規制強化により映画館チェーンはほぼすべて手放している)。

Ⅱ．大連万達集団（ワンダ・グループ）の映画事業進出と国際展開

1. 大連万達集団（ワンダ・グループ）の成立と事業展開

大連万達集団（以下、ワンダ・グループ）は1988年に四川省の共産党幹部の子息であり、中国人民解放軍軍人のち大連市職員であった王健林（1954年～）は1988年に大連西崗区住宅開発会社で不動産事業に関与し始めたことに起源をもつ。同社は1992年に大連万達房地產集団会社に、さらに、1993年には大連万達集団股份有限公司に組織替えされた。

ワンダ・グループは創立後、おおむね5回のビジネスモデル転換を行っている。

第1回目の転換は1993年である。同年、同社は大連から広東省に進出したことを皮切りに、全国にチェーン展開を行い、売上高は10億元レベルから100億元レベルに急拡大した。

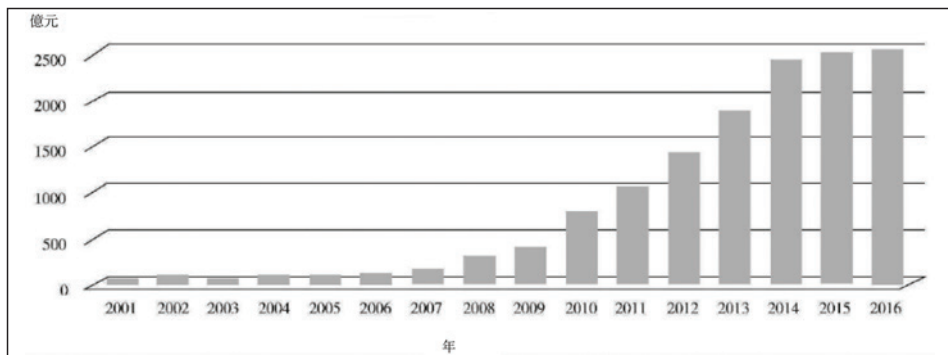
第2回目の転換は2000年ごろであり、個人向け不動産から商業用不動産に転換していく時期である。米ウォルマートとの合弁による総合商業施設「長春万達広場」などの建設を行った。

第3回目の転換は、2008年であり、商業用不動産の比重を下げ、文化産業、旅行業の比重を上げるといふものである。それは一つにはそれまで手掛けてきた商業施設開発の延長であるが、同時に中国政府が推進する文化産業振興政策に即したものであった。

第4回目の転換は2010年であり国際化を目指すというものであった¹³⁾。この方針に基づき、アメリカのAMC、レジェンダリー社など次々に買収し、映画館チェーンについては一時は世界最大のチェーンとなっていた。

2001年から2016年においてワンダ・グループの売上高は40億元から2550億元と6倍以上に急拡大した。

図2 大連万達集団連結売上高(2001-2016年)



(出所) 劉靜、唐嘉敏、劉為（2019）「海外文化企此併購風險控制探析—以万達取購美国传奇影行為例」『財務管理』第1期、93頁

第5回目の転換は2017年以降の「軽資産」モデルとも呼ばれるものである。これまでワンダ・グループは自社物件において旅行、娯楽などの産業を展開していくことを基本としていた。これを支えていたのは国内の銀行からの巨額の借り入れであった。海外投資についても現金支払いが基本であるがその資金は国内の銀行から調達されていた。しかし、中国政府の過剰債務抑制政策の中で債務圧縮が求められた。

まずは、ワンダ・グループの主な収益源となってきた万達広場の投資形態を変更した。2000年から開発がすすめられた万達広場はショッピングセンターとして都市の中心を形成し、2017年年初まで236の万達広場が建設されていた。これらはいずれも自社物件である。しかし、2017年以降は、軽資産経営モデルとして、極力資金投入を伴わない形が追求されてきている。2017年は軽資産型の広場が47か所建設されたが、そのうち37か所は協力型で資金投入は行わず、10か所は投資型で投資の一部を負担するものであった。これらのために子会社の再編成も行っている。ワンダ・グループの商業不動産管理を行う大連万達商業管理集团股份有限公司は、2021年8月、珠海国有資産監督管理委員会からの30億元の戦略投資を受け入れて全面改組され、珠海万達商業管理集团股份有限公司が設立され、大連万達商業管理集团股份有限公司の資産はすべてそちらに移管された。珠海万達商業管理集团股份有限公司の2021年8月4日の香港での登記時点での持株構造は大連万達商業管理集团股份有限公司70.1499%、銀川万達広場商業發展有限公司0.0138%、その他非発起人29.8363%である¹⁴⁾。その他の部分のうち珠海国有資産監督管理委員会がどれだけを占めるかは公開されていないが、大部分はそうであると思われる。大連万達商業管理集团股份有限公司は2014年に香港株式市場に上場し、313億香港ドルのIPO（新規公開）に成功したが、2年後株価が純資産レベル（＝解散価値）程度にまで下がり、上場廃止していた。その後再上場を目指すも果たされていなかったがこの改組によって再上場が可能となる見込みである。

2017年7月10日、ワンダ・グループは中国の住宅・商業不動産開発大手の融創中国控股有限公司（以下、融創中国）との共同発表で、融創中国が、13の万達文旅城プロジェクト関連会社を295.75億元で、また、ワンダ・グループ傘下の76のホテルを335.95億元で買収したことを明らかにした。この取引額は合計632億元におよび、国内におけるM&Aとしては最大級のものとなった。この中で本稿にとって重要なことは売却された中に王健林が世界最大級のメディアパークにすると宣言し、実際国内外の数多くの映画やテレビ番組の撮影が行われていた青島東方影都が含まれていたことである。のちに見るAMCの売却もこの軽資産経営路線の中で行われた。

経営成績は2018年の売り上げは2512.7億元であったが、事業売却手続き未完了分の370億元を引くと2142.8億元で対前年比5.7%減であった。そのうち、文化集団は692.4億元で対前年比9.2%増。映像事業の収入580.6億元、対前年比9.2%増であった。2018年に開館した映

大連万達集団（ワンダ・グループ）の国際展開とレジェンダリー社買収の意味（中川）

画館は114館（うち国内105）、新設スクリーンは1009（うち国内889）あり、またコンテンツ製作でも映画の『唐人街探偵 New York Mission』、テレビで高視聴率を稼いだ『正陽門下小女人』、世界ネットドラマ視聴率第1位となった『迷失太空』など好成績が続いた（なお、2018年AMCには他の投資家から5億ドルの投資を得ていたがワンダ・グループが支配持株を有していた）。総資産も6257.3億元で、資産売却によって対前年比11.5%の大幅減となった¹⁵⁾。負債関係では同社が注視する有利子負債が対前年比約30%減となった。全体とした事業圧縮、資産圧縮の中で文化産業、映像産業の成長があることが分かる。なお、2019年、2020年は同集団は経営内容を公開していない。

持株構造を確認しておく、大連万達集団股份有限公司は非上場であり、2021年8月現在、大連合興投資有限公司が99.76%、王健林個人が0.24%の株式保有となっている。大連合興投資有限公司は2007年に設立された王健林を法定代表人とする投資会社であり、2013年から大連万達集団股份有限公司に出資する形になっている。そして大連万達集団股份有限公司が子会社・関連会社各社に投資をする。以下に見る万達電影股份有限公司は深圳市場に上場しているが、2021年8月現在、その株式の95%は大連万達集団股份有限公司が保有する。残りの5%も大連万達集団股份有限公司の子会社大連万達集団商務服務有限公司が保有している。さらに万達電影が万達影視を傘下に置く形になっている。

2. 映画館チェーン運営事業

ワンダ・グループは2005年に映画館運営など映画興行部門として万達電影院線有限公司を大連で設立した。その後同社は各都市に展開、2006年北京CBD広場店を開店、2007年10月に本社も北京に移転した。2009年12月、中国電影發行放映協會の理事団体に選出され、2011年にIMAX社と提携を開始した。

2015年1月22日、万達電影院線有限公司は公式に深圳証券取引所中小板に上場した（深交所中小板002739）。これは映画興行会社としては中国初の上場であった。これとともに会社名は万達電影股份有限公司（以下、万達電影）と改称された。

2018年2月5日、アリババ集団、文投控股股份有限公司とワンダ・グループとは戦略投資契約に合意した。アリババ集団が46.8億元、文投控股が31.2億元を出資し、合計して万達電影の12.77%の株式を持つこととなり、アリババ集団と文投控股はそれぞれ第2位、第3位の株主となった。しかし、アリババ集団が持株を売却したこともあり現状の大連万達集団が95%を保有する形となった。

2020年12月31日時点では万達電影は世界に1704館、17,118スクリーン、うち国内直営館700館、6099スクリーン、うち44館に370のIMAXスクリーンを設置している¹⁶⁾。

3. 映画製作事業

ワンダ・グループは2009年に映像製作部門として万達影視伝媒有限公司(Wanda Media Co. Ltd, 本社大連市、以下、万達影視)を設立した。こうしてワンダ・グループは制作から製作、配給、興行まで一貫体制を完成した。当初は非ワンダ系の株主が多く存在したが、2018年6月、万達電影は、グループ内の万達投資(万達集団の親会社)には約26.9億元を現金支払いで、非ワンダ・グループ傘下の華策影視、泛海股權投資管理有限公司、青島西海岸文化産業投資有限公司等20社には89.26億元を万達電影との株式交換の形で入手し、万達影視の96.8262%(現在95.77%)を保有するようになり、ほぼ完全子会社化するに至った。

万達影視は2011年公開の『親密敵人』、2012年の『地下18層』には投資者として参画、2012年から自社製作を開始し、『hold住愛』(2012年8月23日公開)の製作を行った。これは張琦監督、楊冪、劉愷威主演の「80後」(1980年代生まれ)の若い夫婦が離婚を決めながらハネムーンとして行った海南島旅行で様々な事件に遭遇する中で愛情を確認するものである。この成功でもって、同社は2013年から毎年8作の製作を行うことを決めた。共同製作、製作提携などが多かったが、2014年の『北京愛情故事』(『北京ラブストーリー』)は同社が製作を主導し、万達集団が配給の中心となったもので、4.06億元の興行収入を上げた¹⁷⁾。これはのちに『唐人街探偵』でヒットと飛ばすことになる陳思誠の初監督作品であり、年代の違う5組のカップルの愛情の在り方を描いたものであった。また、製作提携ではあるが、同年公開の『妻への家路』(原題『帰来』)は前作『HERO』で大作路線に転じたと思われていた張芸謀監督が、かつて『紅いコーリャン』、『菊豆』、『紅夢』、『秋菊の物語』などのヒット作での名コンビであった鞏俐(コン・リー)とおよび前作『HERO』でその演技力を示した陳道明(チェン・ダオミン)による文革で翻弄された夫婦の物語である。ついで、同年公開の『催眠大師』(陳正道監督、徐崢、莫文蔚主演)は単独の製作・配給作品であり、2.7億元の興行収入¹⁸⁾をあげている。

2015年公開の『唐人街探偵』(原題『唐人街探案』)は同社が中心となって製作を行ったものであるが、国際的にもヒットし、同社にとって大きな画期となった。監督は『北京愛情故事』と同じく陳思誠であり、同作に出演した佟麗婭(トン・リーヤー)、劉昊然(リュウ・ハオラン)も引き続き起用されている。ただし、テイストは『北京愛情故事』その他同社が製作の中心となってきた過去作とはかなり異なり、香港喜劇風のドタバタ喜劇である。本作の主な舞台はタイのバンコクであるが、続く『唐人街探偵 NEWYORK MISSION』(原題『唐人街探案2』、2018年)はニューヨーク、さらに『唐人街探偵 東京 MISSION』(原題『唐人街探案3』、2021年)は東京が舞台である。いずれも大都会の中心で大規模なロケ撮影を行っており、話はドタバタでも大規模予算をかけたロケとVFSによる大作とも考えられる。主役は劉昊然演じる秦風(チン・フォン)と王宝強(ワン・バオチャン)演じる唐仁(タン・レン)。チン・フォ

大連万達集団（ワンダ・グループ）の国際展開とレジェンダリー社買収の意味（中川

ン）は記憶力抜群であるが、吃音症で緊張すると滑舌が悪くなることで警察の採用試験に失敗し探偵をしている。叔父のタン・レンはバンコクで探偵をしているがその実美女にしか興味がなく、風水の知識で顧客を煙に巻いているインチキ探偵である。この二人がそれぞれバンコク、ニューヨーク、東京で事件の解決を行っていくが、探偵たちは探偵ゲーム CRIMASTER のランキングを争っているという設定である。推理が中心というよりも大都市中心でのロケを行ったドタバタ喜劇が中心となっており、香港映画のハリウッドにおける売り方を踏襲していると言える。興行収入は第1作が8億2,300万元（約140億円）、第2作が33億9,700万元（約576億円）、第3作は公開4日間で興行収入30億元（約490億円）を稼ぎ出す大ヒット作となり¹⁹⁾、春節期の中国の興行収入第1位になった。なお、第2作で日本の妻夫木聡が探偵野田浩として出演、さらに第3作では妻夫木に加え、長澤まさみ、染谷将太、三浦友和、奥田瑛二、浅野忠信、鈴木保奈美なども出演している。万達影視が独自で歴史的ヒットを飛ばすことができたことはその後の経営統合の動きにも影響を与えている。

表1 万達影視伝媒有限公司制作・製作（製作連携含む）作品

公開年	公開月日	作品名	邦題	監督	主な出演者	興行収入 (万元)
2011	3.31	单身男女		杜琪峰	古天樂(ルイス・クー)、吳彦祖、高圓圓	n.a.
	12.23	親密敵人		徐静蕾	徐静蕾、黄立行、李治廷、梁咏琪、鐘麗緹	n.a.
2012	2.22	電梯驚魂		寧敬武	藍正龍、周秀娜、謝君豪	n.a.
	8.7	聽風者		麦兆輝、庄文強	梁朝偉(トニー・レオン)、周迅、王学兵	n.a.
	8.17	辺境風雲		程耳	孫紅雷、王珞丹、張丈默、倪大紅	n.a.
	8.23	hold 住愛		張琦	楊冪、劉愷威	<4,630>
2013	7.15	太極俠	キアヌ・リーブス ファイティング・タイガー	キアヌ・リーブス	キアヌ・リーブス、莫文蔚(カレン・モク)	n.a.
	7.31	白髮魔女伝之明月天国	白髮妖魔伝	張之亮	范冰冰(ハン・ビンビン)、黄曉明、趙文卓、王学兵	<39,000>
	8.13	宮鎖沈香		潘安子	周冬雨、陳曉、朱梓驥	<5,411>
	8.23	粉紅女郎・愛人快跑		伍宗德	阿雅、張馨予、劉凡菲、黄一琳	n.a.
	12.14	警察故事 2013	ボリス・ストーリー/レジェンド	丁晟	成龍(ジャッキー・チェン)、劉燁、景甜(ジン・ティエン)	34,537
2014	2.14	北京愛情故事		陳思誠	陳思誠、佟麗婭、梁家輝(レオン・カーフェイ)、劉嘉玲、斯琴高娃、劉昊然、歐陽娜娜	40,552
	4.29	催眠大師		陳正道	徐崢、莫文蔚(カレン・モク)	<27,000>
	5.16	帰来	妻への家路	張芸謀(チャン・イーモウ)	陳道明(チェン・ダオミン)、鞏俐(コン・リー)、張慧雯	n.a.
	12.18	一步之遥	彈丸と共に去りぬ-暗黒街の逃亡者-	姜文	姜文、葛優	49,195
	12.23	智取威虎山	タイガー・マウンテン 雪原の死闘	徐克	張涵予、梁家輝(レオン・カーフェイ)、林更新、余男	45,527
2015	1.1	十万个冷笑话 2		蘆恒宇、李姝潔	アニメ	n.a.
	1.30	奔跑吧！兄弟		胡笳、岑俊義	鄧超、楊穎(アンジェラ・ベイビー)、王宝強	<43,890>
	2.6	一路驚喜		金依萌、潘安子、章家瑞、宋迪	郭采潔、蕭敬騰、趙麗穎	n.a.
	2.19	鐘馗伏魔：雪妖魔靈	魔界戦記 雪の精と闇のクリスタル	鮑德熹(ピーター・パウ)、趙天宇	陳坤(チェン・クン)、李冰冰(リー・ビンビン)、趙文瑄、楊子姍、包貝爾	n.a.

	4.2	咱們結婚吧		劉江	高圓圓, 姜武, 李晨	n.a.
	4.3	赤道	ヘリオス 赤い課報戦	梁樂民、陸劍清	張學友(ジャッキー・チェン)、張家輝、余文樂、張震、文詠珊	n.a.
	7.17	煎餅俠		董成鵬	董成鵬、袁姍姍、柳岩	116.031
	8.13	滾蛋吧！腫瘤君		韓延	白百何、吳彥祖、李媛	<51,000>
	9.30	夏洛特煩惱		閻非、彭大魔	尹正、艾倫、王智、田雨、宋陽、常遠、李萍	<144,100>
	11.11	我的青春期		郝傑	包貝爾、孫怡、王鵬	n.a.
	12.18	尋龍訣	ロスト・レジェンド 失われた棺の謎	烏爾善	陳坤(チェン・クン)、黃渤、夏雨	137.391
	12.31	唐人街・探案	唐人街探偵	陳思誠	王宝強(ワン・バオチャン)、劉昊然(リュウ・ハオラン)	68.262
2016	11.14	槍炮腰花		張猛	黃景瑜(ホアン・ジンユ)、王千源、張亮、陳意涵、張藍心	n.a.
2017	7.11	鋼鐵鎮：龍族之戰		Kevin Greutert	徐峰、閔曉彤	n.a.
	7.13	悟空伝	悟空伝	郭子健(デレク・クオック)	彭于晏(エディ・ボシ)、倪妮(ニー・ニー)、余文樂(ショーン・ユウ)	69.653
	7.27	戦狼2	戦狼 ウルフ・オブ・ウォー	吳京(ウー・ジン)	吳京(ウー・ジン)、フランク・グリロ、吳剛	567.875
	8.18	十万个冷笑话2		蘆恒宇、李姝潔	アニメ	n.a.
	12.22	機器之血	ボリス・ストーリー/ REBORN	張立嘉(レオ・チャン)	成龍(ジャッキー・チェン)、羅志祥(ショウ・ルオ)、歐陽娜娜(オウヤン・ナナ)	n.a.
	12.29	解憂雜貨店	ナミヤ雜貨店の奇蹟-再生-	韓傑(ハン・ジェ)	王俊凱(ワン・ジュンカイ)、迪麗熱巴(ディルラバ・ディルムラット)、董子健、李鴻其、秦昊	n.a.
2018	2.16	唐人街探案2	唐人街探偵 NEWYORK MISSION	陳思誠	王宝強(ワン・バオチャン)、劉昊然(リュウ・ハオラン)、妻木木聡	339.769
	8.17	快把我哥帶走	ヤンチャな兄 どっか行け	鄭芬芬	張子楓、彭昱暢、張今麥、孫沢源	n.a.
2019	2.5	飛馳人生	ベガサス/飛馳人生	韓寒(ハン・ハン)	沈騰(シェン・トン)、黃景瑜(ホアン・ジンユ)	172.733
	3.15	過春天		白雪	黃尧、孫陽、湯加文	<8.9>
	4.4	反貧風暴4		林德祿	古天樂、鄭嘉穎、林峰、林家棟、周秀娜	79.860
	7.19	未来機器城		安格温、龍子喬	炳遠征、石班瑜、韓瑩楝、鄭海音、涂松岩	n.a.
	8.16	沈黙的証人		レニー・ハーリン	張家輝、楊紫、任賢齊、克拉拉、馮嘉怡	n.a.
2020	3.28	謎案		楊少峰	易勇名	n.a.
	7.16	2 哥来了怎么辦		鄭芬芬	胡先煦、鄭恩熙、鄭偉、代樂樂、陳希聖	n.a.
2021	2.12	唐人街探案3	唐人街探偵 東京 MISSION	陳思誠	王宝強(ワン・バオチャン)、劉昊然(リュウ・ハオラン)、妻木木聡、長澤まさみ、三浦友和、鈴木保奈美	451.505
	2.12	熊出没：狂野大陸		丁亮、邵和麒	アニメ	55.989
予定		外太空的莫扎特		陳思誠	黃渤、榮梓杉	
作成開始		折疊城市		Josh Kim		
計画中		吞海				
		三大隊				
		上甘岭之四十三天				

(出所) 万達影視传媒有限公司ホームページ <http://www.wandapictures.com/zh/>、百度百科 <https://baike.baidu.com/> などから筆者作成。

興行収入は芸恩 endata 「年度票房」 <https://www.endata.com.cn/BoxOffice/BO/Year/index.html> の 2021 年 8 月 23 日のデータ。<>の数値は芸恩の上位 25 位までに入っておらず、芸恩にはデータがないが、百度百科などにデータが記載されているもの。芸恩のデータとは厳密には比較できない。

4. スタジオおよびテーマパーク事業とそこからの撤退

前記のように融創中国への売却対象には青島東方影都も含まれていた。そこで、ここであらためて青島東方影都の発展と売却後について確認しておこう。青島東方影都は山東省青島市黄島区濱海大道の両側に位置し、総面積 376 万 m² である。映画撮影等を行う映像産業園、テーマパーク、大劇場、高級ホテル、海上レジャー会場、海岸バー街、病院、国際学校などからなる総合レジャー施設である。第3次経営転換において文化産業への進出を決めたワンダ・グループは山東省、青島市などの支持も得つつ、500 億元を投じて世界最大級のテーマパーク建設を行うことを宣言し、2013 年に起工された。

2015 年 3 月 30 日から『グレートウォール』の撮影が開始された（当該時点ではまだレジェンダリー社はワンダ・グループの傘下ではなかった）。万里の長城での撮影は許可されなかったため、スタジオ内に三つの壁のセットが組まれて撮影が行われた。

2016 年 9 月 30 日、A1 区の 15 のステージ、11 のオープンセットが完成した。王健林はロサンゼルスでハリウッド大手に対してここで映画撮影を行う勧誘をおこなった。2018 年 4 月 28 日には第 1 期 30、第 2 期 10 の合計 40 の国際標準のステージが完工し、青島西海岸新区が完成した。ステージの総面積は 1 万 m² におよび、世界唯一の室内外一体型的水中撮影施設も作られた。設計にあたってはイギリスの Pinewood Studios から設計顧問を招き世界水準の施設が追求された。オープンセットに隣接して、衣装、化粧、大道具、小道具施設がある。また、1 万 8659m²の世界最高レベルのデジタル機器を配置したポストプロダクション区域がある。映像製作に必要な金融、芸術、制作技術のプラットフォームとなるようにもされており、また、人材養成やインキュベーションセンターの機能ももっている。さらに映画撮影には 50 億元の映像専用補助金基金からの補助や、最大制作コストの 40% になる免税措置もとられ、各級政府の支持も得られる。

これらの結果、『グレートウォール』に続いて、2016 年から 2017 年にかけて、レジェンダリー社の『パシフィック・リム アップライジング』（公開 2018 年）、2017 年には国内製作の劉慈欣原作 SF 大作で寧浩監督の『瘋狂的外星人』（公開 2019 年）、黄渤初監督作の喜劇『一出好劇』、劉慈欣原作で Netflix 配信をされて国際的ヒットとなった SF 大作『流浪地球』（公開 2019 年、邦題『流転の地球』）の撮影が行われた。

しかし、金融引き締めの中で、（当初は映像産業ゾーンだけ残そうとしたが）結局、2017 年 7 月の両社の合意により、青島東方影都の 91% の資産は融創中国に売却され、各ゾーンなどに命名されていた「万達」の名前はすべて消え去って「融創」に入れ替わった。

その後も撮影は続けられ 2018 年には路陽監督の『刺殺小説家』（公開 2021 年）、2019 年には万達影視も製作に加わった李少紅、常曉陽監督『解放・終局營業救』（公開 2019 年）、封神演義をベースにした烏爾善監督『封神三部曲』（公開 2020 年）、中国では知られた『鬼吹灯』

の物語に基づくサイモン・ウエスト、李依璠監督『鬼吹灯之天星術』（2021年公開）などの撮影が行われている。

その他、テレビ番組撮影、BMW やテンセントなどの広告撮影、第16回金鳳凰賞の授与式開催、EU 青年音楽祭分会場などの行事もとり行われている²⁰⁾。

5. ワンダ・グループの海外展開と部分的撤退

ワンダ・グループは2012年に26億ドルを投じ、全米第2位の映画興行企業 AMC を買収した。これは中国の民間企業が、また、中国の文化産業企業が、アメリカで行った史上最大規模の買収であった。AMC は世界最大の IMAX シアターと 3D シアターの運営会社でもあった。さらに AMC は2015年には豪映画興行会社ホイツを22億4600万元(約430億円)で買収した。2016年3月には11億ドルで米カーマイク・シネマズを買収して全米最大の映画館運営会社となった。同年12月には欧州最大手の映画館運営会社である英オデオン・シネマズを総額9億2100万ポンド(約1300億円)で買収するによって万達は世界最大規模の映画館運営会社となった。

ワンダ・グループは2016年1月には35億ドルで米国ハリウッドの映画製作会社レジェンダリー・ピクチャーズ等を傘下に持つレジェンダリー・エンターテインメントを買収し、製作サイドにも進出した。2013年に「東のハリウッド」として青島東方影都を起工していたが2018年4月に正式に開業、アメリカと中国における撮影拠点を整えた。2016年の年次報告書の中では当時上海ディズニーランドの開業を契機に活況を呈していたテーマパーク産業での成功を足がかりに海外進出を加速させる構想を提示したほか、王健林董事長は米ウォルト・ディズニーなど世界6大配給会社が牛耳る映画業界の「独占を崩したい」と語った²¹⁾。

ただし、2017年大規模な資金流出に直面した中国政府による海外投資への規制強化に伴いこの流れは逆転している。2016年11月、ワンダ・グループは、ディック・クラーク・プロダクションズ(DCP)を、10億ドルで買収すると発表した。DCPは、ゴールデン・グローブ授賞式やビルボード・ミュージック・アワード授賞式、大晦日のタイムズスクエアでのイベントのライブ中継などを手がける、ハリウッドで老舗のTVプロダクション会社であった。しかし、これは投資規制が強まる中で撤回された。またパラマウント映画の買収にも失敗した。結局、ソニー・ピクチャーズ・エンタテインメントと中国商品のプロダクトプレースメントを映画で行う代わりに製作費を援助するという提携を交わすことになった²²⁾。また、上記のとおり、ワンダ・グループとしても、2017年7月10日にはテーマパークなど観光施設への出資分やホテル等の大半を、融創中国に93億ドルで売却する計画を発表し²³⁾、2020年7月には米トライアスロン運営会社の全株式、同年11月には米シカゴの高層ビル事業を売り払った。

2018年、ワンダ・グループはAMCの一部の株式を5億ドルで売却した。その後も段階的

大連万達集団（ワンダ・グループ）の国際展開とレジェンダリー社買収の意味（中川）

に手放し、出資比率は2021年3月には9.8%にまで下がった²⁴⁾。2021年5月23日にはワンダ・グループは米国の映画館チェーン大手、AMCエンターテインメント・ホールディングスのほぼ全株式を売却したと発表した。AMCの発表によると万達の出資比率は0.002%に低下した²⁵⁾。2012年に26億ドル（約2800億円）で買収後、18年から段階的に株を放出していたが、一連の売却総額は11億5千万ドルにとどまった。株売却で失ったのは、米国首位のスクリーン数をもつAMCの拠点だけではない。万達はAMCの完全子会社化後、同社を通じて英オデオン・アンド・UCIシネマズや米カーマイク・シネマズ、スウェーデンのノルディック・シネマ・グループといった各国の映画館大手を買収していた。これらもすべて失うこととなったのである。残るはオーストラリアのホイットのみであるが、これも売却の方向であり、そうなる海外での映画館チェーンからは完全に撤退することとなる²⁶⁾。

しかし、その中でも以下のレジェンダリー社との関係は維持している。

Ⅲ．レジェンダリー社の発展とワンダ・グループの関係

1. レジェンダリー社の設立と発展

レジェンダリー・ピクチャーズ（Legendary Pictures、以下、レジェンダリー社）は、2005年にトーマス・タル（Thomas Tull, 1970-）により設立されたカリフォルニア州バーバンクの映画会社である。設立年の2005年よりワーナー・ブラザーズと共同で映画を製作し続けていたがレジェンダリー社は製作費のほとんどを自社で賄い作品の権利保有や独自の企画進行を考えるようになり、ワーナー・ブラザーズも共同出資を募らずに自社が製作を行い利益の独占を考えるようになったため、契約満期となる2013年をもって共同製作を終了した。2013年からNBCユニバーサルと共同製作の契約を結び2014年から共同製作に入り、また、2014年10月、ソフトバンクが2億5000万ドルの出資が発表された。レジェンダリー社は『ジュラシック・ワールド』、『バットマン』の「ダークナイト」シリーズなどを製作した。

日本の東宝は1992年トライスター・ピクチャーズ社（TriStar Pictures, Inc.、1982年に設立されたコロムビアの子会社、以下トライスター社）にゴジラの使用権を売り、トライスター社は1998年に*Godzilla*として作品化した。同作は興行的にも失敗ではなく、また、アメリカの視聴者に向けゴジラの新形態を示すものであったが、イグアナをモデルにしたゴジラは旧来からのゴジラファンには不評で、東宝は再度自社製作に戻った。しかし、2004年の『ゴジラ FINAL WARS』公開時に、東宝は今後しばらくはゴジラ映画を製作しないことを発表し、それまで数々のゴジラ映画などの海上シーンで使用した東宝スタジオの大プールを解体した。2003年にトライスター社の使用権も期限切れとなった²⁷⁾。

2007年、『ゴジラ対ヘドラ』（1971年）監督の坂野義光がアメリカのプロデューサーのブラ

イアン・ロジャースとプロジェクトに取り組むことを計画し、2009年にレジェンダリー社に話を持ちかけ、長編映画を製作するプロジェクトが取りくまれることになった。2009年8月、レジェンダリー社は東宝と共同で新しいアメリカ版『ゴジラ』を製作して2012年に公開することを発表した。レジェンダリー社は当時まだ共同製作の関係にあったワーナー・ブラザーズ社と共同製作・共同出資し、シリーズをリブートするとした。公開は2年遅れ、2014年となって当該時点ではワーナー・ブラザーズ社との共同製作の契約は終了していたが、日本以外での配給は同社が担った。

また、レジェンダリー社は多角化も進めている。同社は2009年にキャシー・ブラベック (Kathy Vrabeck) をヘッドとするデジタル部門として **Legendary Digital Networks** を、2010年にコミックス部門として **Legendary Comics** を、2011年にテレビ制作部門として **Legendary Television and Digital Media** を設立した。また、2009年5月26日、持株・統括会社としてレジェンダリー・エンターテインメント (**Legendary Entertainment**) が設立され、レジェンダリー・ピクチャーズもその傘下に入る形となった。ただし、以下の記述では特に区別する必要がある場合を除いてレジェンダリー・エンターテインメントとレジェンダリー・ピクチャーズを区別せずレジェンダリー社とする。

また、レジェンダリー社は2011年に香港に合弁会社 **Legendary East Ltd.** を設立した。これは中国における外国産映画のクォータ規制回避の狙いがあった。当初の持ち株比率は **Paul Y. Engineering Group** 50%、レジェンダリー社が (**Legendary Asian Pacific, LLC** or **Legendary East Holdings, LLC** などを通じて) 40%、華宜兄弟社 (**Huayi Brothers**) 10%であった。しかし、資金調達面での不調などから2012年華宜兄弟社との関係は断たれ、代わって中国電影集団会社がパートナーに加わった。同社は中国の映画製作会社であるとともに、中国唯一の映画輸入権を持つ会社である。

レジェンダリー社が製作にかかわった作品のリストとそれぞれの興行収入は表2のとおりである。

大連万達集団（ワンダ・グループ）の国際展開とレジェンダリー社買収の意味（中川）

表2 レジェンダリー社製作作品リスト

公開年	原題	邦題	製作会社 (production company)	配給 (distributor)	興行収入 (世界、米ドル)	米国内	米国外
2005	Batman Begins	バットマン ビギンズ	ワーナー・ブラザーズ シンコビー・フィルムズ レジェンダリー・ピクチャーズ	ワーナー・ブラザーズ	373,661,946	206,852,432	166,809,514
2006	Superman Returns	スーパーマン リターンズ	ワーナー・ブラザーズ レジェンダリー・ピクチャーズ DC コミックス バット・ハット・ハリィ・プロダクションズ ピーターズ・エンターテインメント	ワーナー・ブラザーズ	391,081,192	200,081,192	191,000,000
	Lady in the Water	レディ・イン・ザ・ウォーター	レジェンダリー・ピクチャーズ Blinding Edge Pictures	ワーナー・ブラザーズ	72,785,169	42,285,169	30,500,000
	The Ant Bully	アントブリー	レジェンダリー・ピクチャーズ プレイトーン DNA プロダクションズ	ワーナー・ブラザーズ	55,181,129	28,142,535	27,038,594
	Beerfest	ビール・フェスタ 無修正版 -世界対抗、一気飲み選手権	レジェンダリー・ピクチャーズ Gerber Pictures Cataland Films Broken Lizard	ワーナー・ブラザーズ	20,387,597	19,185,184	1,202,413
	We Are Marshall	マシュー・マコノヒー マーシャルの奇跡	ワーナー・ブラザーズ サンダーロード・ピクチャーズ レジェンダリー・ピクチャーズ ワンダーランド・サウンド・アンド・ヴィジョン	ワーナー・ブラザーズ	43,545,364	43,545,364	n.a.
2007	300	300 (スリーハンドレッド)	レジェンダリー・ピクチャーズ パーチャル・スタジオズ Atmosphere Pictures Hollywood Gang	ワーナー・ブラザーズ	456,068,181	210,614,939	245,453,242
2008	10,000 BC	紀元前1万年	レジェンダリー・ピクチャーズ セントロポリス・エンターテインメント	ワーナー・ブラザーズ	269,784,201	94,784,201	175,000,000
	The Dark Knight	ダークナイト	ワーナー・ブラザーズ レジェンダリー・ピクチャーズ シンコビー・フィルムズ	ワーナー・ブラザーズ	1,005,973,645	534,858,444	471,115,201
2009	Watchmen	ウォッチメン	ワーナー・ブラザーズ パラマウント・ピクチャーズ レジェンダリー・ピクチャーズ DC コミックス ローレンス・ゴードン・プロダクションズ	ワーナー・ブラザーズ	185,382,813	107,509,799	77,873,014
	Observe and Report	オブザーブ・アンド・レポート	レジェンダリー・ピクチャーズ デ・ライン・ピクチャーズ	ワーナー・ブラザーズ	26,973,554	24,007,324	2,966,230
	The Hangover	ハンクオーバー! 消えた花ムコと史上最悪の二日酔い	レジェンダリー・ピクチャーズ	ワーナー・ブラザーズ	469,310,836	277,322,503	191,988,333
	Trick 'r Treat	ブライアン・シンガー のトリック・オア・トリート	レジェンダリー・ピクチャーズ	ワーナー・ブラザーズ	n.a.	n.a.	n.a.
	Where the Wild Things Are	かいじゅうたちのいるところ	レジェンダリー・ピクチャーズ ヴィレッジ・ロードショー・ピクチャーズ プレイトーン	ワーナー・ブラザーズ	100,140,916	77,233,467	22,907,449
	Ninja Assassin	ニンジャ・アサシン	ダーク・キャッスル・エンターテインメント レジェンダリー・ピクチャーズ シルバー・ピクチャーズ	ワーナー・ブラザーズ	61,601,280	38,122,883	23,478,397
2010	Clash of the Titans	タイタンの戦い	レジェンダリー・ピクチャーズ The Zanuck Company Thunder Road Pictures Turner Entertainment Co. (クレジットされていない権利保有者)	ワーナー・ブラザーズ	493,214,993	163,214,888	330,000,105
	Jonah Hex	ジョナ・ヘックス	DC コミックス レジェンダリー・ピクチャーズ マッド・チャンス ウィード・ロード・ピクチャーズ	ワーナー・ブラザーズ	10,903,312	10,547,117	356,195
	Inception	インセプション	レジェンダリー・ピクチャーズ シンコビー・フィルムズ	ワーナー・ブラザーズ	836,836,967	292,576,195	544,260,772

	The Town	ザ・タウン	レジェンダリー・ピクチャーズ GK フィルムズ サンダー・ロード・ピクチャーズ	ワーナー・ブラザーズ	154,026,136	92,186,262	61,839,874
	Due Date	デュー・デート～出産 まであと5日!史上最悪 のアメリカ横断～	レジェンダリー・ピクチャーズ グリーン・ハット・フィルムズ	ワーナー・ブラザーズ	211,780,824	100,539,043	111,241,781
2011	Sucker Punch	エンジェル ウォーズ	ワーナー・ブラザーズ レジェンダリー・ピクチャーズ クルエル・アンド・アンエージュアル・ フィルムズ	ワーナー・ブラザーズ	89,792,502	36,392,502	53,400,000
	The Hangover Part II	ハングオーバー!!! 史上 最悪の二日酔い、国境 を越える	レジェンダリー・ピクチャーズ グリーン・ハット・フィルムズ	ワーナー・ブラザーズ	586,764,305	254,464,305	332,300,000
2012	Wrath of the Titans	タイタンの逆襲	レジェンダリー・ピクチャーズ	ワーナー・ブラザーズ	301,970,083	83,670,083	218,300,000
	The Dark Knight Rises	ダークナイト ライジン グ	ワーナー・ブラザーズ シンコビー・フィルムズ レジェンダリー・ピクチャーズ	ワーナー・ブラザーズ	1,081,142,612	448,139,099	633,003,513
2013	Jack the Giant Slayer	ジャックと天空の巨人	ニュー・ライン・シネマ レジェンダリー・ピクチャーズ オリジナル・フィルム ピッグ・キッド・ピクチャーズ パッド・ハット・ハリ	ワーナー・ブラザーズ	197,687,603	65,187,603	132,500,000
42		42 ～世界を変えた男～	レジェンダリー・ピクチャーズ	ワーナー・ブラザーズ	97,470,701	95,020,213	2,450,488
	The Hangover Part III	ハングオーバー!!! 最後 の反省会	レジェンダリー・ピクチャーズ グリーン・ハット・フィルムズ	ワーナー・ブラザーズ	362,000,072	112,200,072	249,800,000
	Man of Steel	マン・オブ・スティー ル	レジェンダリー・ピクチャーズ シンコビー・フィルムズ DC エンターテインメント	ワーナー・ブラザーズ	668,045,518	291,045,518	377,000,000
	Pacific Rim	パシフィック・リム	レジェンダリー・ピクチャーズ	ワーナー・ブラザーズ	411,002,906	101,802,906	309,200,000
2014	300: Rise of an Empire	300 〈スリーハンドレッ ド〉～帝国の進撃～	レジェンダリー・ピクチャーズ クルエル・アンド・アンエージュアル・ フィルムズ	ワーナー・ブラザーズ	337,580,051	106,580,051	231,000,000
	Godzilla	GODZILLA ゴジラ	ワーナー・ブラザーズ レジェンダリー・ピクチャーズ ディストラクション・エンターテイン メント ラットバック ユニバーサル・エンター テインメント	ワーナー・ブラザーズ (日本)東宝	524,976,069	200,676,069	324,300,000
	Dracula Untold	ドラキュラ ZERO	ユニバーサル・ピクチャーズ レジェンダリー・ピクチャーズ Michael De Luca Productions レラティビティ・メディア	ユニバーサル・ピク チャーズ (日本)東宝東和	217,124,280	56,280,355	160,843,925
	Interstellar	インターステラー	シンコビー リンダ・オプスト・プロダクションズ レジェンダリー・ピクチャーズ	(米国)パラマウント・ ピクチャーズ (世界)ワーナー・ブラ ザーズ	701,729,206	188,020,017	513,709,189
	The Seventh Son	セブンス・サン 魔使い の弟子	レジェンダリー・ピクチャーズ サンダー・ロード・ピクチャーズ 中国電影集団	ユニバーサル・ピク チャーズ	114,178,613	17,223,265	96,955,348
	Unbroken	不屈の男 アンブロー クン	レジェンダリー・ピクチャーズ ジョリ・バ 3アーツ・エンターテインメント	ユニバーサル・ピク チャーズ (日本)ビタース・エン ド	161,459,297	115,637,895	45,821,402
2015	Blackhat	ブラックハット	レジェンダリー・ピクチャーズ	ユニバーサル・ピク チャーズ (日本)東宝東和	19,652,057	8,005,980	11,646,077
	Jurassic World	ジュラシック・ワール ド	ユニバーサル・ピクチャーズ アンブリン・エンターテインメント レジェンダリー・ピクチャーズ ザ・ケネディ/マーシャル・カンパニー	ユニバーサル・ピク チャーズ (日本)東宝東和	1,670,516,444	652,385,625	1,018,130,819
	Straight Outta Compton	ストレイト・アウト・ コンプトン	レジェンダリー・ピクチャーズ ニュー・ライン・シネマ キューブ・ヴィジョン クルーシャル・フィルムズ ブローケン・チェア・フリックス	ユニバーサル・ピク チャーズ (日本)シンカ・バルコ	201,634,991	161,197,785	40,437,206

大連万達集団（ワンダ・グループ）の国際展開とレジェンダリー社買収の意味（中川）

	Steve Jobs	スティーブ・ジョブズ	ユニバーサル・ピクチャーズ レジェンダリー・ピクチャーズ スコット・ルーディン・プロダクションズ ザ・マーク・ゴードン・カンパニー エンターテインメント 360 デシベル・フィルムズ クラウド・エイト・フィルムズ	ユニバーサル・ピクチャーズ (日本)東宝東和	34,441,873	17,766,658	16,675,215
	Crimson Peak	クリムゾン・ピーク	レジェンダリー・ピクチャーズ	ユニバーサル・ピクチャーズ (日本)東宝東和	74,679,822	31,090,320	43,589,502
	Krampus	クランプス 魔物の横式	レジェンダリー・ピクチャーズ Zam Pictures	ユニバーサル・ピクチャーズ	61,548,707	42,725,475	18,823,232
2016	Warcraft	ウォークラフト	レジェンダリー・ピクチャーズ ブリザード・エンターテインメント アトラス・エンターテインメント テンセント・ピクチャーズ	ユニバーサル・ピクチャーズ (日本)東宝東和	439,048,914	47,365,290	391,683,624
	The Great Wall	グレートウォール	レジェンダリー・ピクチャーズ アトラス・エンターテインメント 楽視影業 中国电影集団	ユニバーサル・ピクチャーズ (日本)東宝東和	334,933,831	45,540,830	289,393,001
	Spectral	スペクトル	レジェンダリー・ピクチャーズ	Netflix	n.a.	n.a.	n.a.
2017	Kong: Skull Island	キングコング：髑髏島の巨神	ワーナー・ブラザーズ レジェンダリー・ピクチャーズ テンセント・ピクチャーズ(騰訊影業)	ワーナー・ブラザーズ	566,652,812	168,052,812	398,600,000
2018	Pacific Rim: Uprising	パシフィック・リム：アップライジング	レジェンダリー・ピクチャーズ DDY	(米国)ユニバーサル・ピクチャーズ (日本)東宝東和 (世界)ワーナー・ブラザーズ	290,930,148	59,874,525	231,055,623
	Jurassic World: Fallen Kingdom	ジュラシック・ワールド/炎の王国	ユニバーサル・ピクチャーズ アンブリン・エンターテインメント ザ・ケネディ/マーシャル・カンパニー レジェンダリー・ピクチャーズ パーフェクト・ワールド・ピクチャーズ	ユニバーサル・ピクチャーズ (日本)東宝東和	1,310,466,296	417,719,760	892,746,536
	Skyscraper	スカイスクレイパー	レジェンダリー・ピクチャーズ	ユニバーサル・ピクチャーズ (日本)東宝東和	304,868,961	68,420,120	236,448,841
	Mamma Mia! Here We Go Again	マンマ・ミーア! ヒア・ウィー・ゴー	ブレイトーン リトルスター・プロダクションズ レジェンダリー・ピクチャーズ	ユニバーサル・ピクチャーズ (日本)東宝東和	395,586,162	120,634,935	274,951,227
	BlackKkKlansman	ブラック・クランズマン	レジェンダリー・エンターテインメント パーフェクト・ワールド・ピクチャーズ (完美世界影視) プラムハウス・プロダクションズ モンキーバー・プロダクションズ QCエンターテインメント	フォーカス・フィーチャーズ (日本)バルコ	93,413,709	49,275,340	44,138,369
2019	Pokémon Detective Pikachu	名探偵ピカチュウ	ワーナー・ブラザーズ レジェンダリー・エンターテインメント ポケモン	ワーナー・ブラザーズ (日本)東宝	433,921,300	144,105,346	289,815,954
	Godzilla: King of the Monsters	ゴジラ キング・オブ・モンスターズ	ワーナー・ブラザーズ レジェンダリー・ピクチャーズ	ワーナー・ブラザーズ (日本)東宝	386,600,138	110,500,138	276,100,000
2021	Godzilla vs. Kong	ゴジラ vs コング	ワーナー・ブラザーズ レジェンダリー・ピクチャーズ	ワーナー・ブラザーズ (日本)東宝	467,863,133	100,563,133	367,300,000
	Dune	DUNE/デューン 砂の惑星	レジェンダリー・ピクチャーズ	ワーナー・ブラザーズ	n.a.	n.a.	n.a.
				平均	356,437,709		

(注) 興行収入は BOX Office Mojo <https://www.boxofficemojo.com/> の 2021 年 8 月 19 日データ

(出所) Legendary 社ホームページ <https://www.legendary.com/>、BOX Office Mojo <https://www.boxofficemojo.com/> その他から作成。

2. ワンダ・グループによるレジェンダリー社買収の背景

2014年、『ハリウッド・リポーター』誌は、ワーナー・ブラザーズ社とレジェンダリー社がゴジラとキングコングの3部作構成でのシリーズを企画していることを報じた²⁸⁾。ゴジラの続編にはラドン、モスラ、キングギドラが登場することも発表された。続編3作目ではゴジラとキングコングとの対決が描かれることが決定された。レジェンダリー社とワーナー・ブラザーズ社が共同で製作・配給する、ゴジラとキングコングを主人公とした一連の怪獣映画はモンスター・ヴァース (Monster Verse) と命名された。

かくして製作されたのが、2017年公開の『キングコング 髑髏島の巨神』(Kong: Skull Island、監督ジョーダン・ヴォート＝ロバーツ)、2019年公開の『ゴジラ キング・オブ・モンスターズ』(Godzilla: King of the Monsters、監督マイケル・ドハティ)、2021年公開の『ゴジラ vs コング』(Godzilla vs. Kong、監督アダム・ウィンガード)である。

しかし、この企画が実現する前の2016年1月に、レジェンダリー社は映画配給、映画館運営からさらに製作にも進出する意思を固めたワンダ・グループに35億ドルで買収された。タルの招きで監督にあたった張芸謀監督による『グレートウォール』がLegendary Eastでポストプロダクションを行っていた最中であった²⁹⁾。長城の巨大なセットなどで15億ドルをかけた本作はレジェンダリー社にとっても大きな転換点となった。結局本作は興行的には『クリムゾン・ピーク』(Crimson Peak)、『ウォークラフト』(Warcraft)に続く「失敗」(興行成績自体は決して悪くないが、コストに見合っていない)となった。300人に従業員を抱える同社はいずれも巨額の資金を必要とする『Godzilla』、『パシフィック・リム アップライジング』、『キングコング 髑髏島の巨神』の製作を予定しており、5.8億ドルの資金調達を行い、さらにJPモルガン・チェースから7億ドルのクレジット・ラインの設定も行っていた。しかし、それでは不十分と判断した同社は買収とともに数億ドルの融資も行うことを約束し、また、中国での配給も期待できるワンダ・グループの出資を受け入れた³⁰⁾。

一方ワンダ・グループの王健林はワンダ・グループは国内にすでに映画産業の地歩は築いているが、中国の映画産業は30～50年アメリカにおくれている、国際的なポジションを得るにはこの買収はまさにそのために理想的 (Legendary) なものであった、と語っている³¹⁾。

トーマス・タルはワンダ・グループによる買収後も20%の株式を引き続き持ち、CEOの立場を維持した。しかし、2017年タルは『グレートウォール』の興行的「失敗」やその他経営方針の食い違いによりCEOの職を辞し、後任はニュース・コーポレーションやマイクロソフトで取締役を務めた経験があり、2015年にワンダ入りをしていたジャック・ガオ (Jack Gao) が暫定でつくこととなった。しかし、2016年から中国政府の海外投資に対する規制が強くなり、思った経営が行えないことから2017年10月にガオもまたレジェンダリー社およびワンダ・グループを離れている³²⁾。

2017年12月5日、Irell & Manella LLP のパートナー（Partner）であったジョシュア・グロード（Joshua Grode）がレジェンダリー（・エンターテインメント）社の CEO に選出された³³⁾。グロードは UCLA 卒。同大学卒業後の初の仕事が著名な映画監督でプロデューサーでもあるシドニー・ポラック（Sydney Pollack）のアシスタントであり、すぐに、「B 級映画の帝王」ロジャー・コーマン（Roger Corman）のアシスタントに転じ、「第2ユニットディレクター（a second unit director）」になっていた。その後、両親のすすめにより法曹の道に進むこととし、ロヨラ大学ニューオーリンズ校で法務博士（JD）を取得した。Irell & Manella に弁護士として入所するが、その時の顧客がレジェンダリー社であり、彼はワンダ・グループによる同社の買収にも関わった。その縁があり、レジェンダリー社の CEO に就任することとなった。グロードはワーナー・ブラザーズ社からユニバーサル社に配給契約変更を行うことに携わり（ただし、上記の通り短期間で終了）、現在は映画は2000万ドルから1億5000万ドルの範囲の映画を年間8本製作することとしている³⁴⁾。マーベル社への対抗とみられる Pokémon Detective Pikachu は当初ユニバーサルから配給される予定であったが、ワーナー・ブラザーズに変更された。

3. レジェンダリー社のワンダ・グループ入りの影響—コンテンツ面—

上記のとおり、レジェンダリー社はワンダ・グループによる買収以前にすでに香港にスタジオを構えており、また、傘下企業の Legendary East Ltd には中国電影集団の出資もされているため、同社の中国的要素はすべてワンダ・グループによる買収によるものとは断定できない。しかし、それでもその影響を見て取ることは可能である。

まずはコンテンツ面での変化をみる。

典型的なケースとして、買収を前後して続編が撮られた『パシフィック・リム』（2013年）と『パシフィック・リム アップライジング』（2018年）を比較してみよう。

『パシフィック・リム』（2013年）はレジェンダリー・ピクチャーズ製作、ワーナー・ブラザーズ配給である。監督はギレルモ・デル・トロ、出演はチャーリー・ハナムと菊地凛子、芦田愛菜など。ストーリーは、太平洋の海底から次々と現れる巨大怪獣に、兵士2名がペアとなって操縦する巨大ロボット「イエーガー」で対抗するものである。本作は日本の怪獣映画の影響が強い。作中に登場する怪獣は KAIJU でありそれが日本語起源であることが上映開始直後の黒い画面に文字で表示される。ラストには「この映画をモンスターマスター、レイ・ハリーハウゼンと本多猪四郎に捧ぐ（THIS FILM IS DEDICATED TO THE MEMORY OF MONSTER MASTERS RAY HARRYHAUSEN AND ISHIRO HONDA）」と献辞が表示される。なお、本多猪四郎はゴジラ・シリーズの多くの作品の監督である。ハリー・ハウゼンは1953年に製作された『原子怪獣現わる』をストップモーションで表現した特撮映画監督で同作のアイデア

はゴジラにも影響を与えている。

デル・トロ監督は、「日本の怪獣モノの単なる模倣やオマージュではなく、新しいことができると感じた」³⁵⁾としつつ、「日本の漫画、ロボット、怪獣映画の伝統を尊重している」とも答えている（『パシフィック・リム』ギレルモ・デル・トロ監督コメント付予告編）。また、今作は「巨大怪物への美しい詩である」と語っている³⁶⁾

第3世代機復旧計画の責任者から主人公とペアで「イエーガー」を操縦することになる森マコ役は菊池凜子である。彼女や上司は時折り日本語を話している。その幼少期役は芦田愛菜であった。人機一体型のロボットはロバート・A・ハインライン『宇宙の戦士』のパワードスーツに端を発するが、日本の『機動戦士ガンダム』さらに『新世紀エヴァンゲリオン』などに発展した流れの影響を見ることができる。ロボットの操縦はかなりアナログで操縦者の動きにも合わせて動く。腕が外れてのパンチとかビームとかも日本のロボットではお馴染みのものである。ただし、決戦の舞台は香港である。のちの『ゴジラ対コング』と同じく、香港の街が派手に破壊される。これは中国市場を意識したものであると思われるが、直接にワンダ・グループとは関係がない。

『パシフィック・リム アップライジング』（2018年）は製作、配給は前作と同じである。監督はスティーヴン・S・デナイト、出演はジョン・ボイエガとスコット・イーストウッドなどである。本作は2013年公開の映画『パシフィック・リム』の10年後を描いた続編である。

ただし、前作と本作ではスポンサー関係が大きく変わっている。2016年にレジェンダリー社がワンダの傘下に入っただけでなく、スポンサーとして中国が大きく関わることとなった。その結果ストーリーとして、中国企業であるシャオ産業は社長であるリーウエン・シャオの主導の下、元PPDCの研究員であったニュートン・ガイズラー博士の協力で、新型の無人巨大兵器・無人イエーガーの開発を進めていくという設定になった。なお、女社長であり、最後は自らイエーガーを操って主人公らを助けるリーウエン・シャオを演じるのは景甜（ジン・ティエン英語名 Jing Tian）である。彼女はマット・デイモン主演の『グレートウォール』（2016年）で準主役のリン・メイ隊長を演じ、『キングコング 髑髏島の巨神』（2017年）にも探検隊チームの一員として出演しており、レジェンダリー社の米中合作映画の常連である。

前作では日本語が多く話されたが本作では中国語が多い。森マコ（菊池凜子）は前作に続き出演するがすぐに死んでしまうし、日本語を話すこともない。司令官やその他司令部にも中国人が多く当てられている。ただし、前作で怪獣が暴れる街は香港であったが今回は東京であり、怪獣が集結しようとしているのは富士山である。前田有一氏によるデナイト監督へのインタビュー（前田2021）によれば、デナイト監督が前作のデル・トロ監督から任されたのは、デナイト監督がデル・トロ監督並みに日本びいきのロボットマニアであったということらしい³⁷⁾。まるきり中国化しなかったのはそのような要因もあるのであろう。

大連万達集団（ワンダ・グループ）の国際展開とレジェンダリー社買収の意味（中川）

ゴジラとキングコングはどうであろうか。『GODZILLA ゴジラ』（2014年、ギャレス・エドワーズ監督）は初期ゴジラ（第1作、第2作）へのリスペクトが多い。冒頭で核実験の映像が流れ、核実験が怪獣を覚醒させたことが示されている。また、初期ゴジラの芹澤博士と本多猪四郎監督の名前を合体してネーミングされた「芹澤猪四郎」を渡辺謙が演じ問題解決に当たる。かつ、ヒーロー化したゴジラへのリスペクトからゴジラはむしろ街を破壊する二匹の怪獣ムートーと闘う。本作に中国人は登場しない。

『キングコング 髑髏島の巨神』（2017年）は怪獣映画や「新世紀エヴァンゲリオン」、ジブリ作品の大ファンで、「オタク」と自称するジョーダン・ヴォート＝ロバーツが監督を務めている。同氏は「巨大なゴリラではなく、『孤独な巨神』として描きたかった」が、その理由は上田文人氏の名作ゲーム「ワンダと巨像」からの影響があると言う³⁸⁾。日本人の零戦パイロットの「グンペイ・イカリ」という名前は任天堂で数々のヒット作を生み出した開発者・横井軍平と、「新世紀エヴァンゲリオン」の主人公・碇シンジから来ている。しかし、全体としたイメージは『ジュラシック・パーク』に近く、さまざまな怪物との闘いが中心である。また、隊員には日本人はおらず代わってレジェンダリー社作品の常連となる中国人の景甜（ジン・ティエン）が参加している。

『ゴジラ キング・オブ・モンスターズ』（2019年）の監督もゴジラマニアのマイケル・ドハティである。「芹澤猪四郎」役の渡辺謙が再度出演し、ゴジラを退治するためではなくエネルギーを与えることを目的として核兵器を使用するために自己犠牲的に出撃する。ゴジラ第一作で使われた「オキシジェン・デストロイヤー」も使われ、形状は違うが対ゴジラ砲のメーサーも登場する。音楽として伊福部昭による「ゴジラのテーマ」、古関裕而による「モスラのテーマ」も流れる。ゴジラだけでなく、キングギドラ、ラドン、モスラも登場する。ただ、ドハティ監督のオマージュは主に怪獣間の闘いが中心となった（ヘドラなどは除く）『キングコング対ゴジラ』（1962年）以降へのものと言え、社会批判の色合いは薄い。

中国の影響としてモスラを保護する基地は南京に置かれ、それを管理する博士としてハリウッドでも活躍する中国人女優章子怡（チャン・ツイイー）が登場する。なお、本作の撮影は2016年1月の買収でレジェンダリーの親会社となった大連万達集団が所有する青島東方影都で『パシフィック・リム アップライジング』とともに撮影が行われた。

『ゴジラ vs コング』（2021年）の監督はアダム・ウィンガードである。舞台は2024年に設定されている。ストーリーとしてはおおむね以下の通り。巨大テクノロジー企業「エイベックス・サイバネティクス」はおとなしくしていたゴジラを呼び寄せ街を襲撃させた。また、怪獣の調査を行っている研究機関「モナーク」は髑髏島に前哨基地を設置し、ゴジラから守る名目でコングを収容していたがコングはそれに苛立っていた。エイベックスは新兵器開発のためコングの帰巢本能を利用して地下空洞世界を突き止めようとするが、コングの移送途中ではゴジ

ラに気づかれ闘いになる。エイベックスは香港で（前作のラストに出てきた）キングギドラの頭を使った対ゴジラ兵器のメカゴジラを開発していた。香港でメカゴジラとゴジラの闘いが始まり、ゴジラがメカゴジラに勝利すると今度はコングとの闘いが始まった。しかし、コングと心通わせる少女がゴジラは悪くないとコングを説得し、闘いは終わる。

VFXの出来はよくゴジラ、コング、メカゴジラの戦闘シーンは迫力のあるものとなっている。『キングコング対ゴジラ』（1962年）に対するオマージュも散りばめられている。コングを筏で運ぶシーン、コングを大きな網で空中に吊り上げて運ぶシーンなどである。しかし、『ゴジラ vs コング』を観ると敵はマーベル・コミックスの「ヒドラ」のような謎の組織でアメリカン・コミック的な構図となり、社会批判的要素はほとんどない。核兵器批判などは全く出てこない。芹澤博士の息子芹澤蓮が登場するが、悪の組織の一員として、白眼を向いてトランス状態に入る人物であり「芹澤」の名前に対するリスペクトは感じられない。後半の戦闘場所は香港である。上記のとおり、『キングコング対ゴジラ』（1962年）およびメカゴジラへのオマージュも多く、単に中国寄りとは言えないが中国市場には受け入れられやすいものとなっている。

4. 経営統合の試みと失敗

2016年5月、万達電影はレジェンダリー社の資産等372億元を上場会社の資産に組み入れる方針を発表し、それとともに、80億元の資金を投じ映画館チェーンの整備等を行うことも明らかにした。しかし、6月にはそれが困難な状況にあることが示された。8月には証券監督管理委員会から評価額の不適切性が指摘され、同社はレジェンダリー社、万達影視、青島万達影視投資有限公司（2015年設立の青島万達影都の所轄会社）の資産組み換えの試みを年度内には行わないことを発表した。2017年7月に再度、万達影視の万達電影への資産組み換えによる上場計画が立てられたが、レジェンダリー社については独立的経営が維持されることとなった³⁹⁾。2017年4月、王健林は公の場で、『グレートウォール』は内容面でも興行面でも期待外れであり、経営成績も理想からは程遠かったとして、この資産組み換え計画からは外したとしている⁴⁰⁾。また、これらに並んで、万達影視は2016年に陳思誠の傘下にあり、『北京愛情故事』や『唐人街探偵』などにおいて共同製作を行っていた上海驕亜影視文化伝媒有限公司や、新三板影視会社のニューメディアやゲーム部門であった互愛互動をそれぞれ、10億元、2.59億元で買収し、100%子会社としている。

IV . 結論

1. ワンダ・グループのレジェンダリー社買収とその後の多国籍企業論的意味

本章ではワンダ・グループのレジェンダリー社買収とその後の展開の多国籍企業論的意味を

考察する。

まず、ワンダ・グループのレジェンダリー社の買収の動機は第3次の経営転換で文化産業進出を決め、第4次の経営転換でさらに国際化を進めるという方針の下に、自社グループが持つよりも高い企業特殊優位を持つレジェンダリー社の買収を行って、国際的な地歩を築くとともに、同時並行で進められていた映画館チェーン経営との相乗効果も目指すというものである。これはまさに Dunning (1990) の創造性資産獲得型とすることができる。製作に参与した53作中興行収入の判明している51作で平均3億5600万ドルの興行収入をたたき出す製作会社を傘下に収め、そのリソースが使えるようになった意味は大きい。

ここでワンダ・グループによる買収前後のレジェンダリー社作品の興行収入を比較してみよう。

表3 ワンダ・グループによる買収前後のレジェンダリー社作品興行収入

公開年	邦題	興行収入 (世界、万 米ドル)	米国内	米国外	中国興行 収入(万米 ドル)	中国で の順位	対全世 界比率	1位作品	1位作品 興行収入 (万米ドル)
2013	パシフィック・リム	41,100	10,180	30,920	11,204	4	27.3%	西遊降魔篇(中)	20,113
2014	GODZILLA ゴジラ	52,498	20,068	32,430	7,841	17	14.9%	トランスフォーマー /ロストエイジ(米)	32,207
2016	グレートウォール	33,493	4,554	28,939	14,750	10	44.0%	美人魚(中)	51,086
2017	キングコング：髑髏島の巨神	56,665	16,805	39,860	17,167	10	30.3%	戦狼 ウルフ・オブ・ ウォー(中)	84,005
2018	パシフィック・リム： アップライジング	29,093	5,987	23,106	9,471	26	32.6%	オペレーション： レッド・シー(中)	55,148
2019	ゴジラ キング・オブ・ モンスターズ	38,660	11,050	27,610	13,565	17	35.1%	ナタ～魔童降臨～ (中)	72,411
2021	ゴジラ vs コング	46,786	10,056	36,730	19,051	5	40.7%	你好，李煥英(中)	83,668

(出所) 全世界とアメリカの興行収入は BOX Office Mojo <https://www.boxofficemojo.com/> の 2021 年 8 月 19 日データ
『ゴジラ対コング』は 8 月 26 日時点

中国の興行収入は芸恩 endata 「年度票房」 <https://www.endata.com.cn/BoxOffice/BO/Year/index.htm> の 2021 年
8 月 26 日のデータ

パシフィック・リム：アップライジングのみ 26 位以下であるため、中国電房 <http://58921.com/alltime/2018> の数字、
順位。

人民元ドル換算は IMF の年平均人民元対ドルレートで行った。 <https://data.imf.org/regular.aspx?key=61545850>
2021 年は 1-7 月の平均レート

以上の試算によれば、(ここにリストされている) 2016 年以降の作品は全世界興行収入の 30% 以上を中国で稼いでいることになり、中国市場に受け入れられやすい形にしたことは意味があるということもできる。とくに、ウルトラマンほどの定着度がなかったゴジラが(チャン・ツイー効果等で) 興行収入を 2 倍近く、対全世界比率で倍以上に伸ばしたことは特筆すべきである。しかし、『パシフィック・リム アップライジング』は興行収入が上位 25 位に入らず、視聴者の映画評も良くなく、景甜(ジン・ティエン)についても好評価とはいえない。

ワンダ・グループによるレジェンダリー社買収によって、どこまでの優位性が確保されたのかは確認する必要がある。レジェンダリー社はあくまで制作会社であり、ソニーが買収したコロムビアが配給まで行うメジャーズであったこととは異なる。キングコングのキャラクターの映画化の権利はユニバーサルが持ち、また、ゴジラについては東宝が持つ。ソニーがコロムビアを買収することでスパイダーマンシリーズを展開できるようになっていることとは事情が異なる。大規模作品になればなるほど、米国と世界に配給網を持つメジャーズとの関係において作品のラインナップを決めざるを得ない。

また、コンテンツ的に中国市場に適合的な形で作り替えられていることは疑いないが、『グレートウォール』が一作品として失敗というだけでなく、近年の中国映画市場の動向として、中国の映画視聴者はハリウッド映画で中国人が脇役として出演したり、あるいは中国を舞台としたりするというようなことでは満足しなくなっている。この傾向はすでに2017年から顕著になっている。以下、年・月・日単位の映画興行収入ランキングをしている「芸恩」による年間興行収入ランキングでそれらを確認する⁴¹⁾。2017年の第1位は中国版ランボーともいえる『戦狼 ウルフ・オブ・ウォー』（中国名『戦狼2』、56億8875万元）。2018年は1位から3位までが国産で第1位『オペレーション：レッド・シー』（中国名『紅海行動』、36億5188万元）、第2位『唐人街探偵 NEW YORK MISSION』（中国名『唐人街探案2』、33億9,769万元）、第3位『葉の神じゃない!』（中国名『我不是葉神』、30億9,996万元）である。

2019年はもう少し詳しく見ると、興行収入のベスト25に入った外国製映画は第3位『アベンジャーズ インフィニティ・ウォー』（中国名『復仇者聯盟3:無限戦争』、42億5,038万元）、第10位『ワイルド・スピード/スーパーコンボ』（中国名『速度与激情:特別行動』、14億3,430万元）、第11位『スパイダーマン：ファー・フロム・ホーム』（中国名『蜘蛛侠：英雄遠征』、14億1,751万元）、第15位『キャプテン・マーベル』（中国名『驚奇隊長』、10億3,518万元）、第17位『ゴジラ キング・オブ・モンスターズ』（中国名『歌斯拉:怪獣之王』、9億3,747万元）、第21位『ライオンキング』（中国名『獅子王』、8億3,178万元）、第22位『アナと雪の女王2』（中国名『冰雪奇緣2』、8億6,156万元）の7本で、それぞれの興行収入額は世界的には大きい、上位は少なくなっている。第1位となったのは冒頭でも紹介したアニメの『ナタ〜魔童降臨〜』（中国名『哪吒之魔童降世』、50億3,502万元）、第2位が『流転の地球』（中国名『流浪地球』、46億8,680万元）と桁違いである。

2020年に入るとこの傾向はもっと激しくなる。ベスト25に入った⁴²⁾ 外国製映画は第11位『Tenet』（中国名『信条』、興行収入4億5,507万元）、第16位『ザ・クルーズ：ア・ニュー・エイジ』（中国名『瘋狂原始人2』、3億5,326万元）、第20位がディズニーが満を持して中国市場を強く意識しながら製作した『ムーラン』（中国名『花木蘭』、2億7,733万元、なお、本作は世界的にはオンライン配信であったが中国では劇場公開されている）、第25位『ワンダー・

大連万達集団（ワンダ・グループ）の国際展開とレジェンダリー社買収の意味（中川）

『ウーマン』（中国名『神奇女侠』、1億6718万元）の4作だけあり、ベスト10には0作である。第1位となったのは1937年の淞滬会戦（第二次上海事変）における抗日戦を描いた『八百』（興行収入31億232万元）であり、同時期に公開された『Tenet』やディズニーが満を持して中国市場を強く意識しながら製作した『ムーラン』を圧倒した。

2021年の春節映画においても第1位は万達影視による『唐人探偵街3』である。8月末時点で『ワイルド・スピードX2』が第3位、『ゴジラ対キング』が第5位に入っているが、すでに勢いはなく、今後順位は下げていく見込みである。

以上、中国市場だけを見ると、レジェンダリー社のヒットメーカーとしての役割は以前のハリウッド映画が中国映画市場を席捲した頃よりも小さくなってきている（なお、2014年の『Godzilla』は第17位4億8142億元、2017年の『キングコング 髑髏島の巨神』は第10位、11億6,050万元）。

また、理論的に考えて、動機だけに着目してDunning（1990）による創造性資産獲得論が適用可能というだけでは不十分であろう。J. フェアウェザー（Fayerweather, 1969など）に代表される経営資源移転論からいえば、多国籍企業内で経営資源が最適に配置されるように経営資源の移動が行われなければならない。その点、Ⅲ.4.で見たとおり、少なくとも現時点では経営統合も十分に行えず、資源の有効な再配置が行えているとはいえない。

青島東方影都を手放したことのマイナスの意味は大きい。もちろん、万達影視は利用者として同所を引き続き利用可能であるし、実際利用もしているのだが、ここが、ハリウッドの製作会社との貴重な結節点であったことを考えると経営資源の最適利用という点からいうとマイナスに働くと考えられる。

2. 日本の要素とキャラクタービジネスへの意味

これまで見てきたように、レジェンダリー社の手掛けてきた「怪獣」や「ロボット」に関しては日本の同分野における蓄積に対するリスペクトが強く出されている。とくにゴジラにおいてはそうであった。それが中国市場にも受け入れられやすい形になることはゴジラというキャラクターのさらなる国際化につながる意味では積極的意味を持つ。しかし、それとともにゴジラがますます無国籍化していく側面もある。キャラクター・イメージを管理するのはキャラクターの権利を持つ東宝の判断であるが、東宝はトライスター社版のエメリッヒ監督による*Godzilla*で着ぐるみでは表現できないダイナミックな動きを表現し、すでにアメリカでほとんど視聴者を獲得できなくなっていたゴジラをリバイバルしてアメリカの視聴者を獲得したものの、キャラクター・イメージの問題に直面してしまった過去がある⁴³⁾。ゴジラをどのようなコンセプトのキャラクターとしていくかは同社のキャラクタービジネス上もジレンマとなると思われる。

注

- 1) Jung, Jae C. (2017), Wanda's Ambitious Expansion in the Global Movie Industry, *The CASE Journal* 13(6), December
- 2) 中居良文「中国の公共外交 (Public Diplomacy) : 批判的検討」(日本国際問題研究所『平成 22 年度「中国外交の問題領域別分析研究会報告書」』2010 年、所収。
http://www2.jiia.or.jp/pdf/resarch/h22_Chugoku_kenkyukai/02_Chapter2.pdf, 19 ページ。
- 3) (財) 自治体国際化協会 北京事務所 (2013) 『文化強国をめざす中国現代中国における文化改革発展の流れと文化政策の動向について (本編第 1 部)』 *Clair Report* No.379, 17 ページ。
- 4) 映画 .com 「【中国映画コラム】コロナ禍を経て世界一の映画市場に！ 2020 年を総括する“10 大ニュース”を発表」2021 年 1 月 21 日 <https://eiga.com/news/20210121/10/>
- 5) 中国電影発行放映協会・北京電影学院未来映像高精尖创新中心編 (2020) 『中国電影市場報告 2019』中国国際広播出版社、2 頁。
- 6) Kokas, Aynne (2017) *Hollywood Made in China*, University of California Press, pp.21-22
- 7) 「中国動漫外包激変：全球最重要動画加工基地」「中国服務外包」2013 年第 4 期 総第 39 期、<http://www.gzoutsourcing.cn/Article/20130603/1841.html>
- 8) 「絵夢：中国系企業が日本でアニメを放送する狙い 全世界に発信を」MANTAN WEB 2017 年 5 月 6 日、<https://mantan-web.jp/article/20170505dog00m200025000c.html>
- 9) 魏大彰 (2020) 「国産動歩歩入国際対中国文創産業發展的啓示」『今伝媒』第 11 期
- 10) 中国における SF 小説の発展については上原かおり「中国 SF 文学の発展とグローバル化」2019 年度日本現代中国学会関西部会大会大会共通論題報告などを参照。
- 11) 中国における特撮の発展については中根研一 (2015) 『映画は中国を目指す (映画秘宝 collection)』洋泉社、参照。
- 12) 映像産業において制作は映像そのものを作り出すことを指し、製作は制作者と連携しつつ、資金調達と管理、広告宣伝などビジネスとして所轄することを指す。日本の映画のクレジットであればそのあたりは明確に区別されていることが多い。ただし、アメリカではスタジオ・システムが確立していた 1920～50 年代頃は 5 大メジャーなどの有力スタジオが制作から製作、配給、興行までの垂直統合をしていたが、独占禁止法の判決もあり、この体制は崩れた。今日では有力な独立系の制作・製作会社やプロデュース専門の会社もあり、配給会社が produce を行い、production company は映像制作に集中するという単純な関係にはなっていない。レジェンダリー社も CEO の Thomas Tull や president の Jon Jashni が producer になっている。また、それらの関係を 1 作 1 作確認することも難しい。したがって、本稿では明らかに映像そのものを作り出すことを意味する場合は「制作」とするが、そうでない場合「製作」とする。Production Company も直訳すれば制作会社であるが、本稿では製作会社とする。中国語については、「製片 (制片)」を制作、「出品 (出品)」を製作、「發行 (發行)」を配給とみなしている。中国語の簡体字では日本語の製と制は同じ字体になる。興行については、「票房 (票房)」は興行収入の意味で使われることが多く、「放映」も上映の意味に近い。2002 年頃からチェーン化した映画館を指す「電影院線」(电影院线)、または略して「院線」(院线) が興行の意味で使われることがある。
- 13) 『城市開發』編集部 (2013) 「万達：四次転型成就企業航母」『城市開發』7 月号
- 14) 騰訊網「万達新動作！」<https://new.qq.com/rain/a/20210807A03NNW00> (2021 年 8 月 22 日アクセス)。
- 15) 董事長・王健林「万達集團 2018 年工作總結」http://www.wanda.cn/2019/2018_0113/39748.html

- 16) 万達電影ホームページ <http://www.wandafilm.com/gwym/gsjj/>（2021年8月22日アクセス）。
- 17) CBO 中国票房 2019年4月20日時点。 https://baike.baidu.com/reference/6095211/1853AdNcv_bZTP00NkDf-c4GcnOjfVwn-xrwimKG5zBVR4N3ywi-wIxLJ5zfZU8x7HG8jonfY4YT
- 18) 時光網 2019年03月31日時点 https://baike.baidu.com/reference/5246911/eef8VM14Q_C36S0gTNRzkOwlVS5lrd5hYopIp7KZ7Y_KjqxXX2_KTE-0ncpRs7QDixSjgO50ZrueUaagzqtdUmkmqetm
- 19) 『唐人街探偵 東京 MISSION』 日本語公式ホームページ <http://detectivechinatown-movie.asmik-ace.co.jp/>
- 20) 「青島東方影都」 百度百科 <https://baike.baidu.com/item/%E9%9D%92%E5%B2%9B%E4%B8%9C%E6%96%B9%E5%BD%B1%E9%83%BD/12001748?fr=aladdin>（2021年8月23日アクセス）など各種資料から作成。
- 21) 『日本経済新聞』 2016年7月14日 https://www.nikkei.com/article/DGXLASDX13H16_T10C16A7FE000/
- 22) 「ソニー、大連万達と映画で提携 中国の商品を作品でPR」 『日本経済新聞』 2016年9月24日
- 23) 「中国一の富豪、『ディズニー倒す』計画頓挫 事業を1兆円で売却へ」 CNN、2017年7月11日 <https://www.cnn.co.jp/business/35104070.html>
- 24) 「中国・万達、米映画大手 AMC 株の大半売却 1250億円」 『日本経済新聞』 2021年5月24日
- 25) 「万達、米 AMC 株の大半売却 海外の映画館事業縮小」 『日本経済新聞』 2021年5月25日
- 26) 「中国・万達、海外映画館事業に幕 米 AMC 株売却 かつての世界一、『政治』で暗転」 『日本経済新聞』 2021年5月31日
- 27) 東宝のゴジラ製作の歴史的経緯については中川涼司(2019)「ゴジラと日本映画産業」池田淑子編著『アメリカ人の見たゴジラ、日本人の見たゴジラ—Nuclear Monsters Transcending Borders』大阪大学出版会、4月、120-149ページ。
- 28) Kit, Borys(2014), 'Star Wars' Spinoff Hires 'Godzilla' Director Gareth Edwards (Exclusive), *The Hollywood Reporter*, <http://www.hollywoodreporter.com/heat-vision/star-wars-spinoff-hires-godzilla-706636>, May 22（2021年4月28日アクセス）。
- 29) Patrick Frater(2016), China's Wanda Acquires Legendary Entertainment for \$3.5 Billion, *Variety*, January 11, <http://variety.com/2016/biz/asia/wanda-deal-with-legendary-1201676878/>.
- 30) Barnes, Brooks(2017), Seesawing Fate of Legendary Reflects the Film Industry's Volatility, *The New York Times*, July 25
- 31) Ibid.
- 32) Brzeski, Patrick(2017), Jack Gao Exits China's Wanda, Legendary Entertainment (Exclusive), *The Hollywood Reporter*, October 16, <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/jack-gao-exits-chinas-wanda-legendary-entertainment-1049427/#!>
- 33) Fleming, Mike Jr. (2017), Joshua Grode Takes Legendary CEO Post; How He And Mary Parent Intend To Write Wanda-Backed Company's Next Chapter, *Deadline Hollywood*, December 5, <https://deadline.com/2017/12/joshua-grode-legendary-entertainment-ceo-mary-parent-rebuild-plans-dalian-wanda-1202220510/>
- 34) Joshua Grode の経歴等については *Legendary CEO Joshua Grode on Pitting 'Pikachu' Against Marvel, Warner Bros. Upheaval*, *The Hollywood Reporter*, April 25, 2019, <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/legendary-ceo-joshua-grode-pitting-pikachu-marvel-1203881/>

- 35) Schaefer, Sandy (2012), Guillermo del Toro: 'Pacific Rim' Is NOT Japanese Monster Movie Homage, *SCREENRANT*, August 6, <https://screenrant.com/guillermo-del-toro-pacific-rim-japan-anime/>
- 36) 『パシフィック・リム』ギレルモ・デル・トロ監督コメント付き予告編 <https://www.youtube.com/watch?v=cxHSzTHaDxk>
- 37) 前田有一 (2021) 『どうしてそれではダメなのか～日米中の映画と映画ビジネス分析で、見える世界が変わる』玄光社、69 ページ。
- 38) 成田おり枝 (2017) 「イケメンすぎるキンコングの佇まいは『ワンダと巨像』がモデル！」*MOVIE WALKER PRESS*、3月23日 <https://moviewalker.jp/news/article/104417/> (2021年8月22日アクセス)。
- 39) 劉静、唐嘉敏、劉為 (2019) 「海外文化企此併購風險控制探析—以万達收購美国伝奇影行為例」『財務管理』第1期、MILLER, DANIEL(2016), “Wanda delays integrating Legendary into entertainment business”, *Los Angeles Times*, August 1, <https://www.latimes.com/entertainment/envelope/cotown/la-et-ct-wanda-legendary-entertainment-deal-20160801-snap-story.html>
- 40) 「万達電影重啓組裝入万達影視資産」『毎日経済新聞』2018年6月26日、<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1604261781900186870&wfr=spider&for=pc>
- 41) 芸恩 endata 「年度票房」<https://www.endata.com.cn/BoxOffice/BO/Year/index.html>
- 42) なぜか、中国でも2002年に公開されている『ハリーポッターと魔法の石』がランキングされているが、ここでは除外する。
- 43) この経緯については Kalat, David(2010), *A Critical History and Filmography of Toho's Godzilla®Series 2nd ed.*, McFarlanf & Company, chap.37 および chap.38。

参考文献

英語文献

- Dunning, John H. (1990), *The Globalization of Business: The Challenge of the 1990s*, Routledge
- Fayerweather, John (1969), *International Business Management: A Conceptual Framework*, McGra-Hill (戸田忠一訳『国際経営論』ダイヤモンド社、1975年)
- Hymer, Stephen H. (1960), *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, Thesis (Ph. D.), Massachusetts Institute of Technology, Department of Economics <http://dspace.mit.edu/handle/1721.1/27375> (スティーブン・ハイマー (著), 宮崎義一 (編訳) (1979) 『多国籍企業論』岩波書店)
- Jung, Jae C. (2017), Wanda's Ambitious Expansion in the Global Movie Industry, *The CASE Journal* 13(6), December
- Kalat, David (2010), *A Critical History and Filmography of Toho's Godzilla®Series 2nd ed.*, McFarlanf & Company
- Kokas, Aynne (2017), *Hollywood Made in China*, Berkeley University of California Press
- UNCTAD (2016), *World Investment Report 2016*

中国語文献

- 『城市開発』編集部 (2013) 「万達：四次転型成就企業航母」『城市開発』7月号

大連万達集団（ワンダ・グループ）の国際展開とレジェンダリー社買収の意味（中川）

劉静、唐嘉敏、劉為（2019）「海外文化企此併購風險控制探析—以万達收購美国伝奇影行為例」『財務管理』第1期

魏大彭（2020）「国産動漫歩入国際対中国文創産業發展的啓示」『今伝媒』第11期

中国電影発行放映協会・北京電影学院未来映像高精尖创新中心編（2020）『中国電影市場報告 2019』中国国際広播出版社

日本語文献

池田淑子編著（2019）『アメリカ人の見たゴジラ、日本人の見たゴジラ—Nuclear Monsters Transcending Borders』大阪大学出版会、4月

（財）自治体国際化協会 北京事務所（2013）『文化強国をめざす中国現代中国における文化改革發展の流れと文化政策の動向について（本編第1部）』Clair Report No.379

関下稔・板木雅彦・中川涼司編（2006）『サービス多国籍企業とアジア経済』ナカニシヤ出版

中居良文「中国の公共外交（Public Diplomacy）：批判的検討」（日本国際問題研究所『平成22年度「中国外交の問題領域別分析研究会報告書」』2010年、所収）

中川涼司（2006）「対中サービス直接投資とITサービス」関下稔・板木雅彦・中川涼司編『サービス多国籍企業とアジア経済』ナカニシヤ出版、187-216ページ

———（2008a）「中国企業の対外M&A」丸川知雄・中川涼司編著『中国発・多国籍企業』同友館、11月、21-42ページ

———（2008b）「華為技術（ファーウェイ）と聯想集団（レノボ）—多国籍企業化における2つのプロセス—」同上、69-96ページ

———（2012a）「華為技術（ファーウェイ）と聯想集団（レノボ）の対日進出—中国企業多国籍化の2つのプロセス再論—」『ICCS 現代中国学ジャーナル』第4巻第2号、3月31日、45-54ページ

———（2012b）「中国のソフト・パワーとパブリック・ディプロマシー—Wang, Jian ed. Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication, の検討を中心に—」『立命館国際地域研究』第35号、3月、71-93ページ

———（2013）「中国企業の多国籍企業化—發展途上国多国籍企業論へのインプリケーション—」『立命館国際研究』第26巻第1号、2013年6月、53-73ページ

———（2016）「中国の停滞する輸出入と急増する対外直接投資」『東亜』No.588、2016年6月、2-3ページ

———（2017a）「中国の多国籍企業化の現状と發展途上国多国籍企業論への意味」夏目啓二編『21世紀の経営戦略』文眞堂、3月、105-121ページ

———（2017b）「中国企業多国籍企業化の進展とその意味—中所得国多国籍企業論の提唱—」龍谷大学『経営学論集』第57巻第1号、33-44ページ、10月

———（2019）「ゴジラと日本映画産業」池田淑子編著『アメリカ人の見たゴジラ、日本人の見たゴジラ—Nuclear Monsters Transcending Borders』大阪大学出版会、4月、120-149ページ

———（2020）「映像化する京都、映像化される京都：京都イメージの転換と映像産業における京都の意味の変化」『立命館国際研究』第32巻第3号、2月、1-39ページ

———（2021a）「一帯一路における貿易・投資・援助の三位一体的展開—カンボジアを事例に—」廣野美和編『一帯一路は何をもたらしたのか 中国問題と投資のジレンマ』勁草書房、2月、91-108ページ

———（2021b）「文化強国を目指す中国—ソフトパワー重視と文化産業振興—」『日中経協ジャーナル』

2021年3月号、6-9ページ

中根研一（2015）『映画は中国を目指す（映画秘宝 collection）』洋泉社

前田有一（2021）『どうしてそれではダメなのか～日米中の映画と映画ビジネス分析で、見える世界が変わる』玄光社

ウェブ・サイト

万達集团股份有限公司ホームページ <http://www.wanda.cn/about/group/>

万達電影股份有限公司ホームページ <http://www.wandafilm.com/>

万達影視傳媒有限公司ホームページ <http://www.wandapictures.com/zh/>

Legendary Entertainment ホームページ <https://www.legendary.com/>

BOX Office Mojo <https://www.boxofficemojo.com/>

芸恩 endata 「年度票房」 <https://www.endata.com.cn/BoxOffice/BO/Year/index.html>

百度百科 <http://baike.baidu.com/>

（中川 涼司，立命館大学国際関係学部教授）

Internationalization of Dalian Wand Group and the Meanings of its Acquisition of Legendary Entertainment Company: Development of Chinese Cultural Industry Multinationals

Since 2000, Chinese foreign direct investment (FDI) has accomplished rapid development. In 2019, the stock of Chinese FDI ranked in third position next to the US and the Netherlands on a world scale. Moreover, the field of interest of Chinese FDI also diversified, from manufacturing and mining to online business and the service sector. The cultural industry is not an exception. In previous articles the author has analyzed the situation of Chinese multinational corporations through FDI data and carried out case studies of Huawei, Lenovo, and the textile industry. But these case studies focused on manufacturing companies. This present article analyzes the background, motivation, process, and effects of multinationalization of Chinese cultural companies through the case study of the Dalian Wanda Group, which acquired Legendary Entertainment Company in 2016. This article concludes that the result of the analysis supports the theory of multinationalization from middle-income countries suggested by Nakagawa (2017b) that asserted multinationalization of middle-income countries has a tendency for created-asset seeking in advanced countries, as proposed by Dunning (1990). But at the same time, this article points out the incompleteness of integration as a firm and the shortage of international transfer of business resources from the viewpoint of the theory of the transnational movement of business resources represented by Fayerweather (1969).

Moreover, this article points out that this process between China and the US has affected the international impression of Japanese monsters, especially Godzilla.

【Keywords】 China, Multinational Corporations, Foreign Direct Investment, Cultural Industry, Dalian Wanda Group, Legendary Entertainment, Godzilla, King Kong, Created-asset Seeking, International Transfer of Business Resources

(NAKAGAWA, Ryoji, Professor, College of International Relations, Ritsumeikan University)