

2015年度（平成27年度）

博士論文

中国新興文化産業における
産業振興政策の効果と影響
に関する実証研究

- アニメ産業およびゲーム産業を中心に -

立命館大学大学院

政策科学研究科政策科学専攻

徐 隆

博士論文要旨

中国新興文化産業における産業振興政策の 効果と影響に関する実証研究 -アニメ産業およびゲーム産業を中心に-

立命館大学大学院政策科学研究科
政策科学専攻博士課程後期課程
ジョ リュウ
徐 隆

近年、中国政府は経済発展により物質的生活を改善させる一方で、さらに国民の精神生活も向上させようと考え、2002年に開催された「中国共産党第十六次全国代表大会」をきっかけに、文化産業に関わる発展戦略を表明した。文化産業は現在、中国経済発展における極めて重要な産業の一つと言えるまで成長している。特に、以前から存在していたが、あまりにも小規模で脆弱なために、かつては産業としての存在が意識されることはなかったアニメ産業とゲーム産業だが、現在では大きな発展を遂げるものとなった。市場化の改革と政府の支援政策によって、1990年代から衰退し続けていた中国アニメ産業は2005年以降再び発展し始め、オリジナルアニメ作品の生産量は大幅に増えた。一方ゲーム産業は、アニメ産業が享受してきたような作品制作費用の補助や専用の産業基地の設立などの支援を受けなかったにもかかわらず、この十年間においてアニメ産業に負けない勢いでの成長を果たし、市場競争の中で市場化による発展に成功した。

本研究では、中国のアニメ産業及びゲーム産業に関する研究を通じて、両産業を代表とする中国新興文化産業を対象として、中国中央政府及び地方政府が打ち出した文化産業支援政策の効果と、産業と産業内の企業に対する影響を解明し、政策の全貌を把握した上で、改善策を提案することを目的とした。

第2章では、まず中国産業発展の中でよく使われるクラスター理論の発展ならびに、中国における同理論に関する先行研究とその評価について考察した。続いて、中国経済発展の重要な指針となる「五年計画」の内容の変化と、両産業の発展に関わる地方政府部門及び中央政府が公布した両産業の振興政策の特徴を考察し、アニメ産業とゲーム産業は現在、中国経済発展の中で重要な意義を持つことを解明した。先行研究を元に、仮説1として、中国において、アニメ産業及びゲーム産業を含む文化産業クラスターの発展を推進するためには、政府の関与は不可欠なものと考えられることを提示した。また、仮説2として企業に対する直接的資金支援のみならず、生産性とイノベーションの創発に有利なコミュニケーションの環境の整備も不可欠であることを提示した。そのうえで仮説を検証するためのアンケート調査と半構造化面接調査の実施に関する検討を行った。

仮説を検証するために、第3章では、中国アニメとゲーム産業発展の先行地域である杭州動画産業基地と北京中関村サイエンスパークにおける政策内容を考察し、杭州の産業政策は主に個々の企業を支援するに留まっているのに対し、北京の産業政策の目的は産業全体の活性化であることを明確にした。続いて、政府主導により発展したアニメ産業と、市場化によって発展を遂げたゲーム産業の現状を分析した。

政府が立案した産業振興政策の両産業の発展における重要性を検証するために、第4章では中国のアニメ企業およびゲーム企業を対象に行ったアンケート調査の内容を整理したうえで、主成分分析を用いて政策を分類し、t検定と重回帰分析を用いて、政策による産業発展に対する影響を分析した。結果として、現在実行されている産業振興政策を利用することによって、企業の発展における全面的且つ有利な影響が与えられていることを明らかにした。

前章の分析を検証するため、第5章では中国のアニメ産業とゲーム産業に対する現地調査の内容を分析し、アニメ産業は主として政府主導の方法によって発展が進んでいることを明らかにした。これに対して、調査対象とした北京中関村にあるゲーム企業は現在政府の支援政策に頼ることなく、市場のルールに従って自力で発展しているものの、発展の初期段階では、産業支援政策が企業の発展を推進し、役割を果たしたとも考えられる。調査対象企業から聞き取った産業振興政策に対する意見を分析した結果、企業側は主に交流促進支援政策の改善と中小企業に対する支援の強化を求めていることが明白となった。先行研究を踏まえ、交流促進支援政策と中小企業に関する支援政策を改善することによって、人材の育成と企業間コミュニケーションに有利な影響を与えることができ、イノベーションの創発も促進できることを説明し、仮説2を検証できた。

本論文を通じて、中国において、アニメ産業及びゲームを含む文化産業クラスターの発展を推進するためには、政府の関与は不可欠なものであることを確認すると共に、企業に対する直接的な資金支援のみならず、生産性とイノベーションの創発に有利なコミュニケーションの環境の整備も不可欠であることを確認した。また、現段階において、アニメ産業の市場化は、ゲーム産業に比較するとまだ不十分であり、産業全体の収益性が比較的に低く留まっていることも明らかにした。以上の結論をもとに、現在実行されている産業振興政策に対して、人材育成政策の強化、企業連携の強化、及び中小企業の支援の強化、以上三つの改善策を提案したうえで、アニメ産業全体のバリューチェーンの改善の必要性を言及した。

Abstract of Doctoral Thesis

An Experimental Study on the Effects and Impact of Chinese Industry Promotion Policy in the New Cultural Industries : Focusing on Animation and Digital Game Industries

Doctoral Program in Policy Science
Graduate School of Policy Science
Ritsumeikan University

シヨ リ ュウ
XU LONG

In recent decades, the Chinese central government has successfully promoted better living by economic growth. In addition for building better spiritual lives, the Chinese central government had established development strategies for cultural industries at “the 16th National Congress of the Communist Party of China” in 2002. After that, central government and local governments have increasingly attention to the cultural industries and have operations in development policies of cultural industries. Especially, animation and digital game industries are rapidly growing. Thanks to commercialization and government support to the animation industries, the number of original animation program made by Chinese companies have been significantly increased. Also digital game industries has been rapidly growing even though government support was not available. Those two industries developed rapidly, however the way of development between them have many different features. For example, animation industries got many preferential political treatment directly from the local government such as subsidies and industry base, but the game industries have to grow up in a perfect competition market. The number of enterprises in digital game industry are larger than anime industry.

The aims of this study is to investigate the effects and impact of Chinese industry promotion policy in the new cultural industries, focusing on animation and digital game industries in China; to clarify problems in current policies; and to suggest an academic approach to solving the problem. For the purpose, this study tried to examine the contents of two industrial policies, and to clarify development circumstance of two industries. In detail, this study carried out an enterprise questionnaire survey, which enterprises are involved in two industries - animation and game, but get different political supports. Comparing the different types of political supports and those sizes, this study analyzed the answer of survey.

In chapter 2, previous researches have been reviews based on the cluster theory. Considering the content changes of “the 5 Years Plan” which is an important guideline of Chinese economic development and the characteristics of development policies of animation and game industries which addressed by central government and local governments, this study clarified that animation and game industries have an important implication in Chinese economic growth. In promoting the development of cultural industry cluster that includes the animation and digital game industries in China, government involvement is considered to be essential (Hypothesis 1). In addition, not only direct subsidy to the company, but also communication environment improvement is essential in order to improve the productivity and innovation (Hypothesis 2). Two hypotheses were evaluated with the data collected from the questionnaire survey and a semi-structured interview.

Chapter 3 demonstrated that industrial policies have different purposes in two areas - Hangzhou Animation Industry Base and Beijing Zhongguancun Science Park. The former is for supporting enterprises, the latter is for revitalizing a whole industry. Subsequently, introductory analyses on the present situation of animation industry supported by government and digital game industry developed under market system have been conducted.

Chapter 4 analyzed the data of Chinese cultural industry questionnaire survey from Chinese animation companies and game companies by categorizing the characteristics of policies with principal component analysis and by conducting quantitative verification with multiple regression analysis and t-test. The results demonstrated that the industry development and promotion policy gave an overall influence on the development of both industries.

In chapter 5, the data obtained from the fieldwork in 23 companies located in 7 areas in China have been compared. The results show that the companies want to some supporting policies which can facilitate the communication between different companies, especially the development of small and medium-sized enterprises. In this chapter, Hypotheses 2 is reviewed that the supporting policies are effective in realizing communication and innovation.

This study has proved a major point that Chinese cultural industry development policies - Government involvement such as not only economic assistance but also communication environment improvement which is effective in productivity and innovation - are necessary in developing a cultural industry cluster including Chinese animation and digital game industries. However, current commercialization of animation industry is still not enough and its yieldability is lower comparing with game industry. Based on the results, this study suggested three improvement strategies that current policies should be improved toward to strengthening of human resource development policies, reinforcing industry collaboration, and enhancement supporting small and medium-sized enterprises which are vulnerable to competition.

目次

目次	i
図目次	iv
表目次	v
第1章 序論	1
1.1 研究の背景	1
1.2 研究の目的	3
1.3 論文の構成	3
第2章 中国文化産業振興政策に関する先行研究の考察	6
2.1 緒言	6
2.2 産業発展理論の先行研究に関する考察	6
2.2.1 研究理論の選択	6
2.2.2 産業集積理論からクラスター理論への変遷	8
2.2.3 中国におけるクラスター理論の研究に関する考察	10
2.3 中国における文化産業の位置づけに関する考察	12
2.4 中国文化産業振興政策に対する考察	15
2.4.1 政府がアニメ産業およびゲームの発展に関与する理論基礎に関する考察	15
2.4.2 アニメ産業およびゲーム産業の発展に関わる政府機関	16
2.4.3 アニメ産業およびゲーム産業振興政策に関する考察	19
2.4.3.1 中央政府の産業振興政策内容	19
2.4.3.2 中国アニメ産業およびゲーム産業振興政策の特徴	24
2.5 本研究の仮説と研究方法	25
2.5.1 先行研究による仮説の作成	25
2.5.2 研究方法	27
2.5.2.1 杭州、北京の行政機関の公表データの分析	27
2.5.2.2 アンケート調査による政策評価に関する定量的分析	28

2.5.2.3	現地調査による政策の影響に関する定性的分析	28
2.6	結言	30
第3章	中国アニメ産業およびゲーム産業の発展状況に関する考察	31
3.1	緒言	31
3.2	地方政府の政策から見る両産業の発展環境	31
3.2.1	杭州のアニメ産業発展状況及び産業政策内容に関する考察 ..	31
3.2.2	北京中関村サイエンスパークの発展状況及び産業政策内容に関する考察	33
3.2.2.1	中関村の発展状況	35
3.2.2.2	中関村発展の経緯	36
3.3	中国アニメ産業の発展状況に関する考察	40
3.4	中国ゲーム産業の発展状況に関する考察	50
3.5	結言	53
第4章	文化産業振興政策の重要性に関する考察	55
4.1	緒言	55
4.2	アンケート調査の結果に対する考察	55
4.3	アニメ産業及びゲーム産業振興政策の分類	64
4.4	調査企業の発展状況及び政策の利用状況に対する定量的分析	67
4.4.1	アニメ企業とゲーム企業発展状況の差異性	67
4.4.2	単一企業と複合企業発展状況の差異性	67
4.4.3	アニメ企業とゲーム企業の政策利用状況の差異性	70
4.4.4	単一企業と複合企業の政策利用状況の差異性	70
4.4.5	政策利用状況と企業発展の間の関係に関する考察	73
4.4.5.1	企業売上に関する検証	73
4.4.5.2	企業利益性に関する検証	75
4.4.5.3	企業業務量に関する検証	76
4.4.5.4	企業従業員能力に関する検証	78
4.4.5.5	同業界企業との連携に関する検証	80
4.4.5.6	他業界企業との連携に関する検証	82
4.4.5.7	企業認知度に関する検証	84
4.4.5.8	作品認知度に関する検証	86

4.4.5.9 経費使用効率に関する検証	88
4.4.5.10 開発効率に関する検証	89
4.4.5.11 新技術の導入に関する検証	91
4.5 企業発展と政策利用状況の関連性に関する分析	94
4.6 結言	95
第5章 中国現地企業に対する調査に基づく産業振興政策の効果と影響に関する考察	97
5.1 緒言	97
5.2 現地調査結果のまとめと分析	97
5.3 各種類の企業が産業振興政策に関する意見の考察	103
5.4 アニメ産業とゲーム産業上場企業に関する考察	106
5.5 結言	110
第6章 結論	112
6.1 本研究の結論	112
6.2 政策改善の提案	114
参考文献	118
付録1 アンケート調査の問題	129
付録2 半構造化面接調査対象リスト	135
付録3 各企業に対する半構造化面接調査の質問内容	137
付録4 現地調査内容の概要	152
付録5 主成分分析による政策の分類	166
付録6 産業振興政策分類の信頼性の検証	169
関連する研究業績	172
謝辞	173

図目次

1.1	論文の構成	5
2.1	アニメ産業およびゲーム産業に関わる政府機関の変化	17
3.1	中関村各園区の分布状況	36
3.2	中国国産アニメ作品生産量の変化 1993 年-2014 年	46
3.3	中国ゲーム市場規模と年増長率の変化	50
3.4	ゲーム産業は関連産業の発展に対する貢献	52
4.1	アンケート回答企業の分類	56
4.2	アンケート回答企業の地域分布	56
4.3	種類別アンケート回答企業の地域分布	57
4.4	アンケート回答企業の設立時期	58
4.5	種類別アンケート回答企業の設立時期	60
4.6	アンケート回答企業設立初期の資本金の集り方	61
4.7	種類別企業設立初期の資本金の集り方	62
4.8	各企業が政府の支援政策を利用しない原因	63
4.9	因子のスクリープロット	64

表目次

2.1	五年計画の実行期間と主要目標(六五計画から十二五規画まで) ...	13
2.2	各「五年計画」における主要目標の達成状況	14
2.3	中国ゲーム産業に関する政策リスト	23
3.1	中関村と他のハイテク産業開発区の比較	34
3.2	生産量が高い都市が動画産業基地に対する依存性検証	45
3.3	中国国際アニメフェスティバル開催期間中参加者数及び関連の売り上げ	47
3.4	国家動画産業基地国産アニメ作品生産状況 2006 年-2012 年	48
3.5	2014 年の中国ゲーム市場規模	51
4.1	KMO および Bartlett の検定	64
4.2	産業振興政策の分類	65
4.3	アニメ企業とゲーム企業発展状況の差異性	67
4.4	単一企業と複合企業発展状況の差異性	69
4.5	単一企業と複合企業の政策利用状況の差異性	71
4.6	単一企業と複合企業の政策利用状況の差異性各項目詳細	72
4.7	政策利用状況と企業売上の関係に関する検定	73
4.8	政策利用状況と企業利益性に関する検定	75
4.9	政策利用状況と企業業務量に関する検定	77
4.10	政策利用状況と企業従業員能力に関する検定	79
4.11	政策利用状況と同業界企業との連携に関する検定	81
4.12	政策利用状況と同業界企業との連携に関する検定	83
4.13	政策利用状況と企業認知度に関する検定	84
4.14	政策利用状況と作品認知度に関する検定	86
4.15	政策利用状況と経費使用効率に関する検定	88
4.16	政策利用状況と開発効率に関する検定	90
4.17	政策利用状況と新技術の導入に関する検定	92
4.18	産業振興政策の利用状況が企業全体の発展に与える正の影響	94
4.19	産業振興政策の利用状況と各種類の企業の発展に与える正の影響	95
5.1	調査した企業の状況(調査順)	98
5.2	調査企業が現在実行している産業政策に対する意見の分類整理 ...	104
5.3	中国アニメおよびゲーム産業関連する上場企業リスト	107

第1章 序論

1.1 研究の背景

近年、中国政府は経済発展とともに物質的、経済的な豊かさを改善させるのに加え、国民の精神生活も向上させようと考え、2002年に開催された「中国共産党第十六次全国代表大会」を端緒に、文化産業¹に関わる発展戦略を表明した。それ以降、中央政府及び地方政府は「文化産業」を重視し、同産業に関する発展策が展開されていった。「中華人民共和国国民経済と社会発展第十二個五年計画綱要」の第44章第2節では、「文化産業の発展を推進し、国民経済発展の柱にする」と明記し、現在、文化産業は現代中国の経済発展における極めて重要な産業の一つと言えるまで成長している（[136]）。特に、以前から存在していたが、あまりにも小規模で脆弱なために産業としてその存在は意識されないまま、単に子供の勉強を阻害する物と考えられていたアニメ産業²とゲーム産業だったが、現在では大きな発展を遂げるものとなった。2012年に統計局が公布した資料「文化及び関連産業に対する分類」³によると、文化及び相関産業が十種類に分けられ、アニメ産業とゲーム産業に関わる内容も含まれている。そのうち、アニメ作品とゲーム作品の制作が共に第五類第二項の「クリエイティブ・ソフトウェアサービス」⁴に分類されている。両産業における出版と販売は第一類新聞出版発行業務の第二項及び第三項「発行サービス」⁵に分類されている。同時に、両産業は同局が作成した「戦略的

¹ 2012年に中国国家統計局が文化産業を、「社会民衆に文化娯楽商品及びサービスを提供する活動、またこれらの活動との関連性がある活動の集合」と定義した。

http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/201207/t20120731_8672.html

また、王、歴（[10]、31頁）および野田（[36]、172-175頁）によると、類似している概念として、イギリス発の「創造産業」や日本の「コンテンツ産業」、あるいはアメリカの「著作権産業」などがあり、中国の研究者も様々な名称を用いているものの、本研究では、それらを「文化産業」と統一する。

² 2006年4月中国国務院弁公庁から財政部、教育部、科技部、商務部、文化部、信息産業部、財務総局、工商総局、広電総局、新聞出版総署に公布した「我国アニメ産業の発展を推進するに関する通知」によると、動漫産業の定義は：書籍、雑誌、映画、テレビにて普及され、作り手による創造性をベースに、動画あるいは漫画を通じて表現された製品の開発、生産、出版、演出行為、もしくは動漫キャラクターと関連した服装、おもちゃ、ゲームなど周辺商品の生産及び販売を行う産業である。動漫産業の内容はアニメ作品の制作と販売だけではない。しかしながら、現在中国動漫産業の価値連鎖が未完成のため、動漫産業に関する主なデータはアニメ産業のデータを利用するしかない。従って、本研究では、アニメ制作に直接的に関わる企業の発展状況のみ注目し、研究対象はアニメ産業に限定する。

³ 「文化及相関産業分類（2012）」

⁴ 文化軟件服務

⁵ 発行服務

新興産業分類目録」⁶にも収録された。また、中国では、アニメ産業とゲーム産業が政府管理下のもと、一括りに議論される時期があった。一例としてあげられるのが、2004年7月にオープンした国家動漫遊戲産業振興基地だ。同年9月、中央政府は、文化部を中心に「アニメ及びゲーム産業発展支援チーム」⁷を発足させ、「国家アニメ、マンガ、ゲーム産業振興計画」⁸の制定について、社会から意見を公募していた。近年、メディア及び研究者の間、アニメ産業とゲーム産業両の産業は個別に議論される場合が多くなっているが、中国において、両産業が同じ文化産業に属し、中国の研究者秦による「ゲーム産業とアニメ産業は内包（Intension）でも、外延（Extension）でも似ているところがあり、お互いの発展を促進できる共生関係がある」との指摘の通り、非常に関係が近い産業と考えられる（秦[129], p. 152）。だが、中国において、アニメとゲーム産業はそれぞれが独自に発展したことから、政府や秦が示すように一括りにするべきかどうかについては疑問に残る。

まず、アニメ産業だが、90年代から衰退し続けた中国アニメ産業は、2005年から現在に至るまで著しく生産量が増大した。国家新聞出版広電総局（2013年に元の国家廣播電影電視総局と国家新聞出版総署の合併により設立された、以下は新広総署と略称する）のデータによると、1993年から2005年の間、中国全国制作したオリジナルアニメ作品の数は205部、合計11万1654分だが、2012年はこの一年間のみで、395部、合計22万2938分のオリジナルアニメ作品が制作された。これは、中国が、前述の産業振興政策を施行した時期と一致する。そのうち、全国24ヵ所の「国家動画産業基地」が合計210作品を制作し、その総時間は12万3715分であった。このような生産力が急速な拡大が、政府が推進した産業振興政策と如何なる関係があるのかを確認する必要がある。

一方、ゲーム産業はアニメ産業が享受した作品制作費用の補助やゲーム産業専用産業基地の設立といった支援を受けなかったが、市場競争の淘汰の中で発展が進んだ。2014年の中国ゲーム市場規模（PCオンラインゲーム市場⁹、PCパッケージゲーム市場とモバイルゲーム市場を含む）は1144.8億元であり、そのうち中国国産オリジナルオンラインゲームの売り上げは726.6億元である。さらに、国内市場のみならず、2014年に中国オリジナルオンラインゲームが海外市場での売り上げは30.76億元に達し、2013年の18.2億元より69.2%を増加した。その点について、中央テレビ局のニュース番組は2012年にすでに「オリジナルオンラインゲームは中国文化産業の中で海外売上げが最も高い産

⁶ 戦略性新興産業分類目録

⁷ 支持動漫和电子游戏产业發展專項工作组

⁸ 「国家動漫遊戲産業振興規畫」

⁹ PCオンラインゲーム市場はクライアントオンラインゲーム、ブラウザおよびソーシャルゲームを含む。

業となった」と報道し、ゲーム産業が果たす中国文化の海外での宣伝効果について高く評価した([129], p. 30)。従って、ゲーム産業の発展の場合、市場の急速な成長が政府の産業振興政策の施行より先行しており、産業振興政策が実際にどの程度効果的だったのを明らかにする必要があるだろう。

以上のことから、本研究においては、アニメ産業、ゲーム産業の発展の詳細を分析し、政府により産業振興政策におけるどの施策がどの程度影響しているかを確認することで、各産業における政策効果を検証することが出来ると考える。

1.2 研究の目的

前項のとおり、アニメ産業は、生産量の拡大とともに、市場規模も、「十五計画」末期の 100 億元未満から 2013 年の 870.85 億元まで増長したとしている（孫 [107]）。ゲーム産業は 2001 年からオンラインゲーム産業の勃興を契機に市場の拡大が進み本格的な産業支援が始まった 2004 年から 5 年連続 50%以上の年成長率を維持し、2008 年の金融危機以降も 30%以上を以上維持しつつある。本研究の目的は、政府が推進する両産業の振興政策と、当該産業の急速な発展とに如何なる関連性があるのか明らかにすることにある。これらの分析を進めることで、中国が現在実行しているアニメ及びゲーム産業支援政策の特徴と改善すべき点を明らかにし、両産業のさらなる発展に、ひいては両産業の大部分を占める中小企業の発展に役に立たせようとする。

1.3 論文構成

本論文は、6 章により構成される。本章を序論および本研究における問題提起とし、第 2 章は産業発展理論とりわけ同理論の中国における位置づけと中国アニメ及びゲーム産業に関わる先行研究、そしてこれらを踏まえたうえでの仮説を提示する。第 3 章から第 5 章までを分析に費やす。そして第 6 章は総論として本研究のまとめとアニメ及びゲーム産業に対する政策提言をおこなう。以下、各章の概要を示す。

第 2 章では、まず産業発展理論の中からクラスター理論の発展と中国研究者による主に中国を対象とした同理論の展開に関わる先行研究と評価について考察する。続いて、両産業の中国経済発展における位置づけを明白するため、中国経済発展の重要な指針となる「五年計画」と、両産業の発展に関わる政府部門について考察し、中央政府が公布した両産業の振興政策の特徴を分析する。さらにこれらの先行研究を元に、本研究の仮

説を提唱し、仮説を検証するための調査方法を検討する。

第3章では、中国アニメとゲーム産業発展の先行地域である杭州動画産業基地と北京中関村サイエンスパークの政策内容を考察し、両産業の政策の特徴を分析する。続いて、両産業発展の歴史と現状に対する考察を通じて、発展が先行地域の政策を元に、中国アニメとゲーム産業振興政策の効果に関する検証を限定的に試みる。

第4章では、中国のアニメ産業及びゲーム産業の企業に対するアンケート調査の結果について分析する。まず、主成分分析を通じて、現在実行している支援政策を分類し、独立したt検定を用いて、企業の産業属性と支援政策の活用頻度や、効果に対する意識の差について検証する。また、重回帰分析を用いて、各種類の政策が企業の発展に対する影響を分析する。

第5章では、定量分析では説明しにくい企業と政策の関係を解明するため、中国現地企業に対する半構造化面接調査の資料を整理し、分析を行う。特に、企業の規模と企業の政策に対する意見の関係性に着目し、これらを分類して考察する。

第6章は各章のまとめから本研究の成果を取りまとめる。そして、両産業のさらなる発展、特に企業の両産業の大部分が占める中小企業の発展環境の向上に役に立つ産業支援政策の改善策を提案する。

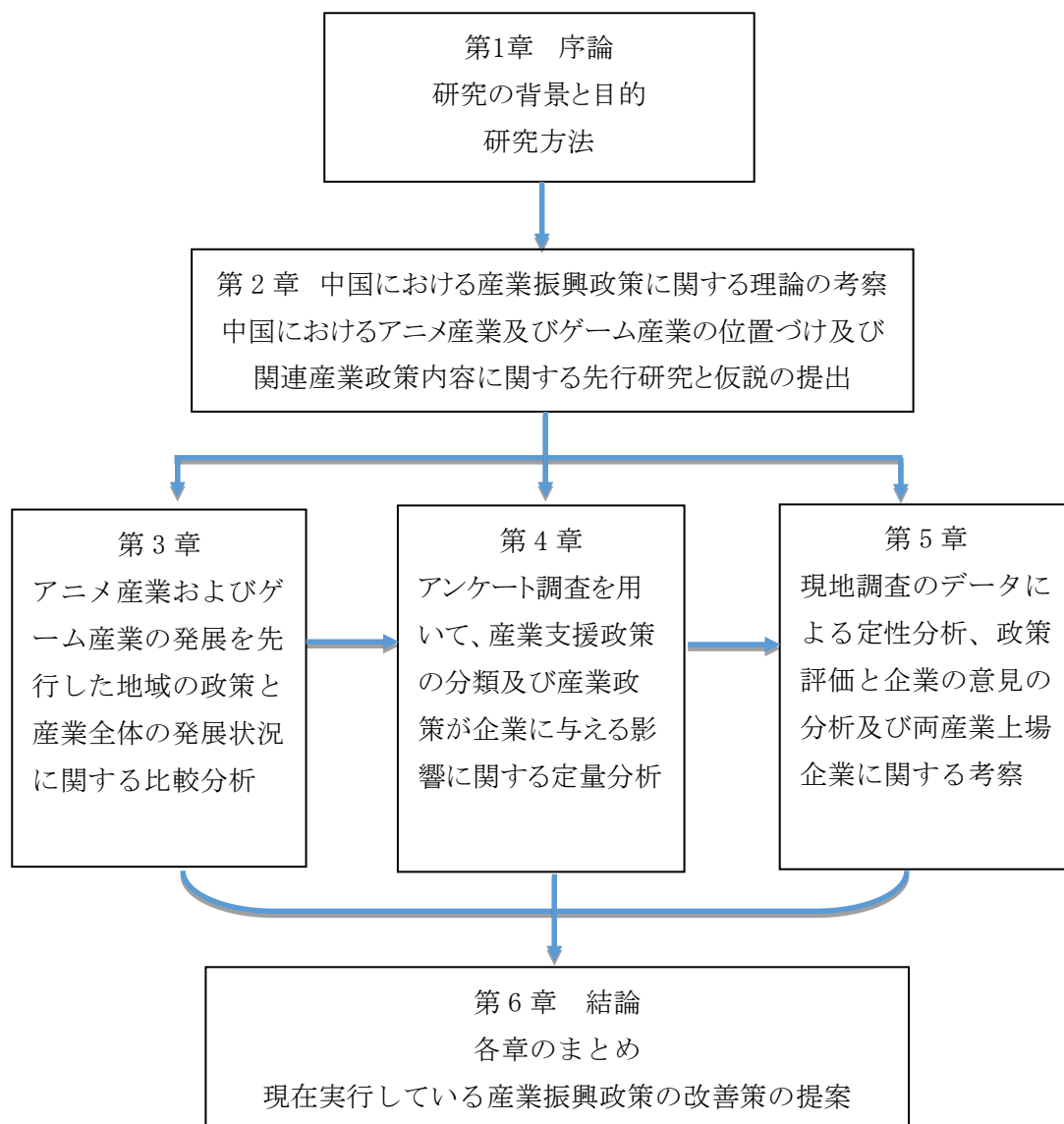


図 1.1 論文の構成

第2章 中国文化产业振兴政策に関する先行研究の考察

2.1 緒言

中国において、国産アニメ作品の制作、海外アニメ作品の下請け制作、あるいはゲームの輸入と販売は2000年以前にも存在していた。しかしながら、当時の音楽、映画業界と同様、両産業は産業ではなく、あくまで政府が管理していた公共事業と位置付けられた。2001年から実行していた「十五計画」から、両産業を含め、文化产业全体が市場化の発展を始めた。また、様々な文化产业の発展を促進するため、中央政府及び地方政府も産業振興政策を立案しはじめた。本章では、両産業の支援政策の基礎となる産業発展論に関する先行研究を考察した上で、中国の経済発展における、政府のアニメ産業およびゲーム産業を含む文化产业に対する認識及び視点の変遷を考察し、現在の中国经济発展における両産業の位置づけを明確にし、その産業振興政策を分析する。

2.2 産業発展理論の先行研究に関する考察

2.2.1 研究理論の選択

中国アニメ産業とゲーム産業の発展はこの10数年間のことであり、伝統産業に比べ、まだ発展の時間が短い。また、両産業が大きく発展したにもかかわらず、アニメやゲーム製品は子供の健全な成長の阻害要因であるため、研究するは必要がないという、旧態依然とした考え方もいまだ強く残っていると考えられる。これらの原因によって、両産業に関する研究は比較的少ない。

しかしながら、「国家“十一五”時期文化発展計画綱要」の中に、「文化产业エリアと文化产业の集積を強化し、文化产业パークと基地の建設を加速させる」([111], p. 23)という内容が明記され、「十二五計画」([136], p. 99)では、「文化产业基地と地域文化产业の集積を強化する」と強調した。アニメ産業とゲーム産業に関する産業政策もこの方針に沿って作られ、実行されたと考えられる。この流れの中で、アニメ産業の発展政策としては、既存の工業地帯、企業が利用するもしくはアニメ企業向けに設立された新規の工業団地を「国家动画产业基地」として認定し、アニメ企業を一つの場所に集積させる方法が採用された。一方、ゲーム産業においては、このような形での「認定」は行われなかったものの、北京市において、とりわけ、中関村付近に、ゲーム開発スタジオ

が数多く設立されたが、中国最初のハイテクサイエンスパークである中関村にゲームスタジオが自然に集積した。この状況は、80年代に中国各地で設置された“経済技術開発区”と関わりがあると考えられる。

1984-1988 の間、中国政府は沿岸地域の大連、寧波、青島など 14 の都市において“経済技術開発区”¹⁰を設置した。この目的は主に工業、製品輸出、外国資本の利用及びハイテク産業の発展を促進することであった¹¹。外国資本を有効に利用するために、様々な経済技術開発区を設置したと同時に、各種の工業パーク（工業団地）も建設された。動画産業基地が認定また設置される際、2006 年国務院弁公庁が公布した「我が国のアニメ産業の発展に関する意見の通知」¹²の中で示された「現存の技術、政策、場所を有効に利用するように、ハイテク技術開発区もしくはソフトウェア開発区に立地すべきと考えている」¹³という行政側の意向に基づき、多くの基地が現存の工業パークを利用し、アニメ企業を集積させた。このような大量の企業が工業パークに集積することは中国では“産業集積”と呼ばれる。各企業が工業パーク内の施設を共同利用でき、スケールメリットを生み出せる。ただし、工業パークの発展方法はあくまでも外発的発展の一種にすぎないと見られる。工業パーク内の企業と地元の機構や企業との関連性がなければ、企業と地元の経済とともに発展するのは難しいと考えられるからだ。それに対し、産業クラスター（中国では“産業集群”と呼ばれる）は産業間の関連性を強調し、企業だけではなく、銀行、協会、仲介などの機構も構成に含まれている。要するに、国家発展と改革委員会国土開発と地域経済研究所の賈によると、「産業集積（産業集積）は産業クラスター（産業集群）の必要条件であり、十分条件ではない」ということを意味する（賈 [118]）。中国の研究者の産業集積と産業クラスターに対する見方から考えると、アニメ産業が集積からクラスターへと発展するためには、集積したアニメスタジオ自体の発展に加え、動画産業基地が所在する地元経済も共に進化しているかを確認する必要がある。

一方、ゲーム産業の企業では、アニメ産業における動画産業基地のようなゲーム産業に特化した基地がないものの、ハイテク企業として、中関村のようなハイテクサイエンスパークに立地することができ、一部の地域では、アニメ企業とゲーム企業の双方を支援対象とする産業基地も存在するため、ゲーム産業の集積化を推進している。2009 年に出版した「2009 年中国ゲーム産業報告」の中で、中国オンラインゲーム産業のバリュー

¹⁰ 正式名称は「国家級経済技術開発区」、単に「開発区」と呼ばれる場合もある。

¹¹ 「国家級経済技術開発区」四つの目的は“三為主、一致力”と呼ばれる。

¹² 「關於推動我国アニメ産業發展若干意見的通知」

¹³ 中国国務院弁公庁「關於推動我国アニメ産業發展若干意見的通知」、2006、四、（十三）

チェーンが形成されたことや北京石景山地区の「北京デジタルエンタテインメント産業示範基地」において、オンラインゲームクラスターが形成したとも記述された。アニメ産業と同様、中国において、ゲーム産業でも集積化が進んでいると考えられる。

それゆえ、本研究において、クラスター理論に基づき、中国文化産業新興政策の展開と効果について分析を進めようとする。

2.2.2 産業集積理論からクラスター理論への変遷

現在中国で研究者によく使われている「産業集群」という名称は、アメリカの研究者マイケル・ポーターの「産業クラスター」の中国語訳である。それに対して、A・マーシャルの産業集積論は中国で「産業集聚」と呼ばれている。この二つ概念について、中国政府機関の研究者が「産業集積は産業クラスターの必要条件であり、十分条件ではない」（賈 [118]）と述べるものを踏まえながらも、まずは先行研究に基づいて、「産業集積」理論と「産業クラスター」理論の発展の過程を分析し、両理論の関係を明らかにする必要がある。

クラスター理論の原点は、A・マーシャルの産業集積論である。この理論の背景は、20 世紀初期にイギリスでは特定の産業がある地域に群生する傾向が多数見られた事である。特にランカシャーやヨークシャーは、繊維産業を中心に小規模の企業が多数集積していた。A・マーシャルは外部経済と内部経済の視点から、「ある特定の地域に同種の小企業が多数集積すること、すなわち産地と呼ばれる地域の非常に重要な外部経済」と述べ、産業集積について触れている。産業集積の形成の原因については①外部経済；②金銭的な外部経済；③補助産業の内部経済；④費用の節約の四つを挙げている（西川 [33]、14 頁）。

また、産業集積の長所について、P・クルーグマンは、マーシャルの産業集積論を以下の 3 点に要約した。

- ①同一地域に同一産業が集まると特殊技能を持つ労働者が集まり、労働市場が形成される；
- ②産業の中心が形成されると様々の、かつ安価な供給材が確保される；
- ③情報がより容易に流れ、技術の流出を生み出す（西川 [33]、15 頁）。

しかしながら、宮寄は、産業集積が形成されるメカニズムを詳細に示さなかった点、地域特有の知識がいかにして域内に伝播し、新しいアイデアの連続が技術の深化していく経緯を解明しなかった点をあげ、マーシャルの集積論の限界を示した（宮寄 [45]、267

頁)。これに対し、宮寄はシュムペーターのイノベーション理論がそれに対する解を示したと説く。「郵便馬車をいくら連続的に加えても、それによって決して鉄道をうることはできない事」などを事例に、イノベーション、並びにその技術的源流を事業化する企業家精神に着目し経済発展の理論を展開したと主張した(宮寄[45], 266 頁)。

マーシャルの産業集積理論、その中で説明が十分に成されていなかった点を補完したシュムペーターのイノベーション理論に続き、注目されるのはマイケル・ポーターのクラスター論である。

彼は「生産性」がより明確な概念であると主張してパラダイムの転換を図るために、1990 年出版された著書『国の競争優位』の中で「国の競争力に関する新たなパラダイム」を提起している。そこで、国あるいは地域に立地する特定の産業の比較優位性を決定するのは、四つの相互作用のケースがあると考えている。

- ①熟練労働やインフラ整備など、「要素条件」における国及び地域の優位性；
- ②産業の製品やサービスに対する国内での「需要条件」の優位性；
- ③国際競争力のある「関連及び支援産業」の存在における優位性；
- ④「企業の戦略と構造、及び競争環境」における優位性。

その四つ要素を「ダイヤモンド・モデル」として提唱した。また、そのモデルが動態的なシステムを形成するためには、国内のライバル間の競争と産業の地理的集中が促進条件となり、同時にダイヤモンド・モデルがシステムの性質をもつ故に、競争力のある産業はクラスター化するという点にあった。生産性を高め、企業のグレードアップを図る上で、中央政府、そしてそれ以上に地方政府は役割を持っているとする彼の理論は、政策担当者に発展の方向を明示したため、様々な「クラスター計画」が立案されるようになった(石倉ら[3]、16 頁)(姜・原山[23]、5 頁)(西川[33]、13 頁)。

更に、1998 年に書いた論文『クラスターと競争：企業、政府、関連機関にとっての新たな課題』の中では、ポーターは「クラスター」に「特定分野における関連企業、専門性の高い供給業者、サービス提供者、関連業者に属する企業、関連機関が地理的に集中し、競争しつつ同時に協力している状態」と定義し、単なる産業の集積、ネットワーク、近接性と区別され、立地という観点がより強く、意識的に強調された。その上、競争力を測る基準として生産性、イノベーション能力に加え、新たな事業の創出が明示的に追加され、政策の関与の領域が拡大されている。

1999 年に出版された『競争戦略論Ⅱ』(ポーター[43])の中では、またクラスターに対する、新しい定義付けがおこなわれた。これは、「ハイテク、ロウテクを問わず、特定産業分野に属し、相互に関連した企業と機関からなる、地理的に接近した、特にイノ

ベータティブな集団であり、共通性や補完性により結ばれている」ということである。この定義に対して特に「イノベータティブな集団」、「共通性や補完性により結ばれている」というところがポイントである。

2001 年、ポーターが主査の一人となった報告書「Council on Competitiveness (2001)」では、「クラスター」は競争力とイノベーションのハブであり、その所在は地域レベルにあると明確した。このように、イノベーションはポーターのクラスター理論の中に重要な地位を占めるという事実が本報告書で明らかとなった（姜・原山[23]、6 頁）。

2.2.3 中国におけるクラスター理論の研究に関する考察

中国において、クラスター理論に関する研究は比較的早めに進められたものの、政府に注目されたのはそれほど早くはない。北京大学の教授で、クラスター及び地域発展に関する研究の中国国内での権威である王緝慈によると、中国の研究者は 90 年代からクラスター理論を研究し始めた。2003 年後半から、各地政府も地元のクラスターの発展を促進するため、様々な会議を開催し、「クラスター」という概念が中国で熱くなった（王 [85], pp. 47-51）。また、安、朱らは、中国のクラスター理論に関する研究は主に 2000 年以後から始まったとしており、研究対象はクラスターの形成、イノベーションの促進及び地域経済効果である（安・朱 [63], p. 34）。

産業クラスター理論が中国で注目される原因について、呉、楊は先進国にせよ、発展途上国にせよ、競争力がある産業は大体特定の地域に集中するため、産業の競争力と地域の競争力の向上にとってクラスターは有効な手段であるからとしている（呉・楊[92], p. 36）。また、趙によると、産業クラスターは地元産業の発展、地元経済の発展ならびに中小企業の発展を促進できるため、国家や地域経済発展の戦略として採用することが可能であるとその利点について言及した（趙 [97], p. 36）。

政府のクラスター形成における役割については、中国におけるハイテク産業発展政策に関する研究の権威、聶らが OECD 各国公共政策の主流はクラスター政策であると提唱した（聶ら [78], p. 42）。また、ドイツの車部品製造クラスター、アメリカのシリコンバレー、イギリスの出版と印刷業クラスター、ポルトガルのバイオテクノロジークラスターなどがあり、クラスターは伝統産業からハイテク産業あるいはサービス業など複数の領域に分布している。様々なクラスター発展環境の中で、地元の経済発展や雇用を促すため、産業クラスターの育成計画は政府部門にとって重要な仕事であると述べた。中国の研究者は政府がクラスターの育成と発展に重要な役割を果たすべきと考えるもの

の、具体的に如何なる方式で育成すべきかという点においては議論の途上にある。陳によると、Boekholt は「国によって産業クラスター政策も異なるが、最も基本的な違いはボトムアップ方式かトップダウン方式を選ぶことにあった。ボトムアップ方式の重点は市場機能を育成し、クラスターの基礎を築くこと、この中、政府の主な役割は促進と監督と提唱している。トップダウン方式の場合、重点は政府が優先的に発展すべき産業を指定し、市場を通じて産業クラスターの形成を主導するべきである」と述べた (Boekholt [49], pp. 381-412)。この論点を元に、陳は「トップダウンの方式は政府主導によって、比較的短い期間内でクラスターの形を作ることができる。それに対し、ボトムアップ方式は市場の競争を通じてクラスターを形成するため、発展の時間が長いものの、安定性と持続性がトップダウン方式より優れる」と述べ、グローバル化時代の競争環境が非常に激しい中、中国のような発展途上国にとって、産業クラスターの育成と発展を推進するため、政府は自ら介入せざるを得ないと主張した (陳 [66], pp. 62-63)。一方、劉、陳は「クラスターは市場の中で、自発的に成長したものであり、政府の関与は、クラスター発展の基本的形成行程に反するため、クラスターのライフサイクルを短縮させる結果を招く... 有効なクラスター政策は学者、科学者、産業の代表ならびに政府部門との相互的協力、コミュニケーションとディスカッションを通じて作成されたものである。従って、政府はクラスター政策作成の組織者と指導者であっても、トップダウン式の主導者ではない」と政府主導式のクラスター政策に反論した (劉・陳 [75], p. 41)。

80 年代から展開した経済開発区の研究者、王によれば、経済開発区は経済発展を促進する有効な方法であると評価した一方、経済開発区と伝統な工業パークの目的は企業の経営コストを削減しと企業を誘致することが故にこれらの地域では土地あるいは基礎施設に関する優遇政策は提供したものの、企業間の産業関連性などを考えなかったため、持続的な発展が続きにくいと問題点を指摘した (王 [87], pp. 5-7)。

また、王によると、中国の工業パークは、数が多い、面積が大きいという特徴がある。現在国家レベルの基地のみだけでも数千個がある、発展過熱化の状況もよくある。この原因はまず、計画経済時代、地方政府は中央政府政策を実行する機構のみであり、自主性はほとんど存在しなかったことを挙げた (林ら [77])。改革開放以降、地方政府は経済発展の責任を負うことになった結果 (鄭・呉 [99])、地方官僚にとって、経済発展を推進すれば、政治的利益を得られること意味するようになった。その結果、経済あるいは政治的利益を追求するため、地方政府の官員が経済成長を競争し、発展を促進している。(徐・陳 [93], pp. 21-24)。管理部門の分断化、科技部、教育部、文化部などいく

つの政府部門が産業パークの建設に興味を示しているため、産業パークにとって、統一の管理部門を存在していない（王 [86], pp. 52-53）。

クラスター政策の必要性について、聶は「地域範囲内で、伝統的な産業政策の目標は産業規模の拡張であるため、市場の保護と資源配置の不公平を生じ、競争の環境を損害する可能性がある、この状況は大企業にとって有利である」と述べた（聶 [79], pp. 82-85）。この問題の解決について、王は「地域と産業の競争力を高めるため、クラスター政策を採用し、大企業ではなく、中小企業クラスターの発展を促進すべき」と提唱した。具体的やり方として、同氏は「政府は地元の状況を考えたうえで政策を作成しなければならない。産業自体だけではなくて、関連の教育機関や仲介機構や地元の企業家の育成と創業環境を改善する必要がある。また、専門性が高い教育活動を強化する必要がある。さらに、また政府の役割あくまでは企業の連携を促進するであり、企業の発展方向や商品内容を企業自身によって決めるべし」と述べた（王 [84], p. 435）。

2.3 中国における文化産業の位置づけに関する考察

前項で中国文化産業発展において重視されたクラスター的な発展に関する理論研究を考察した。本項では、中国における文化産業の位置づけを分析し、現在中国において、文化産業の発展が重視される原因を考察する。

現在アニメ産業およびゲーム産業は中国における経済発展戦略の中でどんな位置を占めているかを解明するため、両産業を含め、中国経済発展の全体像を把握する必要があると考えられる。それ故に、「五年計画」¹⁴に対する研究は必要なことであると考えられる。

中国政府は 1953 年から「五年計画」を作り続けた。中国国家発展と改革委員会の資料によれば、国家経済発展計画の一部分として、「五年計画」は重要な建設項目、生産力の配分と国民経済の構成比率などを計画し、五年の期間中、国家経済の発展目標と発展方向を示すものである。（[135]）即ち、国務院が定めた五年計画の内容から、中国政府が重点的に発展させることを望む産業分野が把握できる。そのなかで、改革開放以前の「五年計画」は計画経済時代の発展方針を元に作られた発展政策であり、現代の市場経済とは大きな違いがあるため、本研究においては、主に改革開放以後に実施された「五年計画」を対象として検討する。

¹⁴ 2006 年に名称は「五年計画」から「五年規画」に変更した。また、計画の順番により、「第〇個五年計画」は「〇五」と略称される、本研究の中でも、この略称を使う。

表 2.1 五年計画の実行期間と主要目標（六五計画から十二五規画まで）

計画名称	実行期間（年）	主要目標
六五計画	1981－1985	①経済体制の調整、②工業農業の発展、③物価の安定化、④生産エネルギー消耗の減少、⑤外資の利用、⑥環境保護、⑦人口増長の管理、⑧エネルギー産業、交通の重点的建設、⑨国防の強化、⑩社会主義精神文明と物質文明の建設。
七五計画	1986－1990	①経済環境と社会環境を整え、経済体制改革を促進する、中国特色社会主义の基礎を作る。②経済発展の安定化を保つ、重点的産業の建設、技術改造と人材開発を促進する。
八五計画	1991－1995	改革開放と現代化の新段階。工業の発展、新財政体制の設立、市場経済の発展、対外開放の局面の形成、対外貿易の発展。国民生活の改善。
九五計画	1996－2000	国内総生産量の増加、貧困人口の減少、社会主義市場経済体制における初期段階の完成。
十五計画	2001－2005	物価の安定、国際収支の均衡、産業構成の調整、国際競争力の強化、地域格差拡大を抑止、教育発展を促進する。人民の文化生活の改善。
十一五規画	2006－2010	安定的な経済発展、資源の有効利用、産業構成の改善、都市と農村の均衡発展、公共サービスの強化、持続可能な発展、市場経済体制の改善、法の整備。
十二五規画	2011－2015	安定且つ快速な経済発展、経済構成調整の重大発展、教育水準の改善、環境保護の強化、人民生活の持続改善と公共サービスの改善、改革の深化。

出所：中国共産党新聞網（[132]）

文化大革命後、中国政府の政治制度と経済制度はともに大きな変化を迎え、「六五計画」と「七五計画」期間中、新たな経済制度を整え、改革開放の基礎を作り上げた。そして、「八五計画」期間中、1992年に鄧小平の「南巡講話」と中国第十四回人民代表大会の開催を象徴とし、中国改革開放と現代化建設はさらに発展した。また、「十一五」から「計画」が「規画」に改名し、中国政府が経済発展における役割はミクロ面の管理からマクロ面の管理に転換した。

表 2.2 各「五年計画」における主要目標の達成状況

時期	GDP	工農業総 生産値	財政収入	糧食生 産量	鋼鉄生 産量
六五(1981-1985)	175%	124.70%	160.50%	103%	120%
七五(1986-1990)	123.34%	123.70%	114.40%	106.70%	100%
八五(1991-1995)	137.16%		96.40%	104%	130.60%
九五(1996-2000)	97%			100%	119%
十五(2001-2005)	139%				

出所：魏楽，吳殿廷([88], p. 141) により作成

「十一五」以後の計画の目標の達成状況は数字化しなかったため、「十一五」以前各々の「五年計画」の達成状況からみると、ほとんどの目標は五年計画の期間中に達成されている。また、王と鄺の研究によれば、改革開放後、市場経済時期の「五年計画」の目標達成状況は計画経済時期より遥かに改善された。計画経済時期の目標設定が経済発展の規律を無視し、発展目標の設定を比較的に高く設定されていた（王・鄺 [88], p. 83）。それに比べ、市場経済時期の目標設定は比較的に保守的であると考えられるものの、政府は「五年計画」の目標を達成させるために、全力を注ぐには間違いない。

中国政府は経済発展により物質生活を改善させる一方で、さらに国民の精神生活も向上させようと考え、「文化産業」を徐々に重視し始めた。「文化産業」という言葉は「十五計画」の第二十一章の中で初めて使われた。「十五計画」以前、文化に関する内容は全部「文化事業」と呼ばれている。つまり、「十五計画」の前まで、政府は、文化的製品やサービスを、利益を得るための市場化の産業ではなく、あくまでも公共事業の一環として認識していたのだ。換言すれば、中国政府は、十五計画の中で、はじめて、文化事業の推進と同時に、産業政策の改善、文化市場建設と管理の強化を通じ、文化的製品やサービスを「産業」として認知したのだ。その後、「十一五規画」と「十二五規画」の中で、文化産業発展の促進に関する内容も増え続ける。また、「十一五」期間中、「文化産業振興規画」、「十二五」期間中「国家”十二五”時期文化改革発展規画綱要」も公布され、文化産業の発展に関し、更に詳細にわたる発展指標を打ち出した。「文化産業振興規画」により、文化産業は経済構成の調整、内需の拡大、雇用の促進などの分野で重要な役割を果たすべきだと規定された。政府から文化産業に関する発展策が次々と用意され、文化産業は現在中国経済発展中の極めて重要な産業でもある。また、「国家”十二五”時期文化改革発展規画綱要」の中で、「十一五時期は我が国の文化建設の創新

発展期」、「十二五時期は文化産業快速且つ良い発展の重要階段」と述べられており、今後文化産業に関するさらなる促進策が打ち出されることも考えられる。

文化産業には、音楽、絵画、映画、書籍など様々な分野が含まれている。その中で、特に注目すべきなのは、アニメ産業とゲーム産業である。アニメ作品の制作は中国において既に 90 年近くの歴史があった。しかし、共産党政府が成立した後も、政府による管理をもとにアニメーション作品が制作され続けてにもかかわらず、産業振興的な支援を受けることがなかった。また、ゲーム市場は 1980 年代から中国で発展し始め、海外さんゲームの輸入販売のみならず、国産ゲームの開発も一時的に盛んだ。しかしながら、政府から重視されず、海賊ソフトの影響や値段が高いなど原因で大きく発展できなかった。「十一五」時期に公布された「文化産業振興規画」において、アニメ産業ゲーム産業は初めて影視制作、出版発行、広告などと並び、文化産業の重点発展項目の一つと記述された。また、同資料の中で、アニメ企業が主体となる動画産業基地の認定と建設や国産アニメ作品とオンラインゲーム作品を輸出する場合、映画、ドラマなどと同様に優遇政策を受けられることも確認されている。さらに、「我国国民経済和社会発展十二五規画綱要」の第四十四章の中で、デジタルコンテンツを代表する産業として文化産業の中からゲーム産業とアニメ産業が重点発展対象として初めて記述された。両産業が中国未来の発展の方向性を示す「五年計画」の中で記述されることは、今後政府が全力でアニメ産業とゲーム産業の発展を支援するための意思表示であると見る事が出来る。

2.4 中国文化産業振興政策に対する考察

2.4.1 政府がアニメ産業およびゲームの発展に関与する理論基礎に関する考察

ブリタニカ国際大百科による ([101]) と、「幼稚産業」とは「自由貿易のもとでは外国との競争に耐えられない未発達産業」である。中国において、アニメとゲーム作品の制作、販売はもっと歴史が長いものの、2000 年代以後、文化産業の発展を重視されたとともに、両産業の市場化の発展を本格的に始まった。アニメ産業では、当時唯一的に市場化の成功を手に入れたと言われた「Bluecat」 ([157]) シリーズは海賊版商品の影響によって衰退していた。ゲーム産業では、海賊版ソフトの影響によって、パッケージゲームの市場規模は僅か 2.8 億元であり、発展して間もなくのオンラインゲーム市場においても、国産ゲームを存在せず、市場の主力は韓国から輸入したゲームであった。両

産業はまさに幼稚産業と考えられた。また、「中国アニメ産業発展報告 2014」¹⁵では、中国アニメ産業は“幼稚期”から“発展期”へ転換する段階であると記述している。

李ら（[73], p. 39）によると、幼稚産業の特徴は、①発展して間もなくの新興産業であり、現段階外国の同類産業と競争できないものの、発展の潜在力がある；②他の産業との関連性が強く、他の産業の発展を推進できるため、産業を保護する必要がある；③現段階で発展を推進する資金力が不足している。このような幼稚産業の保護について、18 世紀アメリカの A・ハミルトン、19 世紀の F・リスト、20 世紀 80 年代の P・クルーグマンは幼稚産業保護論を提唱した。伝統的な幼稚産業保護論の主な考え方は競争を避け、産業を育成し、競争力があると、競争に参加させるとのことである（李[72], p. 1）。伊藤（[6], 33 頁）は「F・リストの幼稚産業保護論・産業政策に関する議論は、現在でも多くの途上国の政策担当者に支持されている」と指摘した。また、陳（[69], pp. 9-10）によると、どの国でも、工業化の早期段階や先進国との競争するとき、幼稚産業保護戦略を使ったことがある。例えばアメリカが関税の手段を使った。ドイツは企業に独占な経営権を与えたほか、輸出の補助、政府からの資本投入、外国人材を誘致するなど政策を使った。フランスは計画経済、企業国有化を実行した。20 世紀 70 年代から発展してきたシンガポール、韓国、台湾地域なども以上の手段を採用し、発展を遂げた。日本においても、自動車産業やコンピュータ産業など、幼稚産業保護論による政策が行われ、成功した（祁・楊[81], pp. 48-51）。

また、政府が幼稚産業を保護する合理性と必要性について、速水（[39]）は「民間の企業者が自由市場の競争下でこのような新産業を興すことはきわめて難しい。そこで、現在は市場競争力を持たないが、将来経済に大きな貢献をなすと見込まれる産業については、競争力を持つに至る「幼稚」期間につき政府が保護を与え、育成を図らなければならないという理論が成立する」。

2.4.2 アニメ産業およびゲーム産業の発展に関わる政府機関

中国のあらゆる産業の発展においては政府の深い関与を見出すことができる、アニメ産業とゲーム産業を含む文化産業でも例外がない。日本では、原則として「内容不関与」の文化政策原則を保たれているものの。（大木 [9], 4 頁）中国において文化産業は社会に大きな影響をもたらし、特に、アニメとゲーム製品の主力な消費者は青少年であり、作品の内容は彼達の考え方や行動に影響があると考えられており、アニメ作品の内容や

¹⁵ 『動漫藍皮書：中国動漫産業発展報告 2014』

オンラインゲームの運営などにおいて政府の厳格な審査と管理を受けている。中村によると、中国の政府機構の中で、アニメ産業とゲーム産業に関わる機関が五つ存在している。これは、国務院弁公庁、情報産業部、文化部、国家新聞出版総署そして国家放送・映画・テレビ総局である（中村 [30]、107-108 頁）。

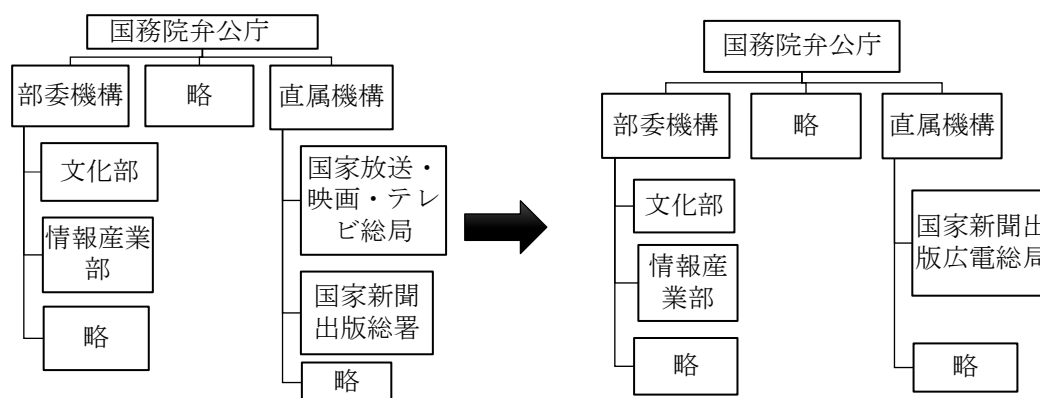


図 2.1 アニメ産業およびゲーム産業に関わる政府機関の変化

出所：中村彰憲（[31]、109 頁）をもとに筆者作成

しかしながら、2013 年 3 月に中国国務院弁公庁が公布した「国務院機構改革および職能転換に関する方案」¹⁶を元に行った組織調整の結果として、国家新聞出版総署と国家放送・映画・テレビ総局は統合され、前述したように新聞出版広電総局（新広総局）となった。この変動によって、両産業に関わる機関は国務院弁公庁、情報産業部、文化部、新広総局の四つに再編された。

四つの行政機関の中で、両産業の振興政策の具体的な内容を制定する。商品の内容を審査し、発売を許可するかどうかを決める機関として、特に重要視されるべきものは文化部と新広総局である。

(1) 国家文化部が管理する範囲は非常に広く、ホームページによると、文化部は国務院弁公庁の指導のもとに、全国文化芸術事業を管理する部門であり、中国文化行政の最高機構である。文化芸術に関する法律の原案の作成、文化産業に関する重要なイベントの管理、無形文化遺産の保護および海外に対する中国文化の宣伝活動などはすべて文化部を果たすべき役割とされている。ゲーム産業に関する仕事について、中村は「インターネットカフェの経営、ならびにアーケードや娯楽施設の運営やそれらにかかわる業務を管轄する。また、2004 年には情報産業部の担当部署と合同で、国家マンガアニメ、ゲ

¹⁶ 「国務院機構改革和職能転変方案」

ーム生産計画を策定し、これらの産業の行政的サポートを強化しているようだ」（中村 [31]、93 頁）記述している。これらのことから、文化部はアニメ産業とゲーム産業に関する最高管理部門であると推測される。

（2）かつて国家放送・映画・テレビ総局（広電総局と略称する）は「中国における映画やテレビ、ラジオといったすべての放送事業に関わる政策や規制を担当」していた（中村 [31]、93 頁）。当然、アニメ作品の内容の審査や放送の管理もこの局の責任であった。また、「キャラクタービジネスやマルチコンテンツ戦略でゲームとアニメを連動して展開したい」という場合、密接に関わってくる行政機関でもあった（中村 [31]、94 頁）。一部の職能が取り消しとなり、また、一部の仕事は地方の政府機関に移管されたものの、国家新聞出版総署と国家放送・映画・テレビ総局の統合によって誕生した新広総局は両部門が元々関わったアニメ産業とゲーム産業の仕事をほとんど引き継いでいると言えよう。

さらには毎年浙江省人民政府とともに杭州で行う「中国国際アニメフェスティバル」を主催してきた。今回一部の電影とドラマの内容審査の仕事が取り消されたものの、アニメ作品の審査については変わらない。

国家新聞出版総署もまた国家放送・映画・テレビ総局と同じく、國務院弁公庁の直属機構の一つであった。この部門はすべての出版物の管理を行ってきた。一般的な書物から映像や音声などのメディア、そしてゲームのようなインタラクティブメディアも含め、すべてのメディアの中国国内での出版の手続きと管理を担うものであった。インターネットの普及によりインタラクティブという言葉の定義はさらに拡大され、MMOG を含む各種のオンラインサービスも電子出版物として規定されている。（中村 [31]、93 頁）国産ゲームと外国製のゲームを問わず、またオンラインであれオフラインであれ、ゲームソフトを中国で販売運営する前には、必ずここで審査を受けなければならないものであった。また、中国最大のゲームイベント「ChinaJoy」も毎年主催してきた。今回の組織調整によって、新聞雑誌に関する一部の審査の仕事あるいは著作権の登録などの業務は他の協会と部門に移管されたにもかかわらず、ゲーム産業の業務については変動がない。

各部門の職能を明確にするために、2009 年に國務院弁公庁は「中央編弁が文化部、広電総局および新聞出版総署“三定”規定の中にアニメ、オンラインゲームと文化産業市場文化市場管理条例に関する部分内容の解釈」¹⁷を公布した。この中で、文化部はアニメ産業（劇場版アニメ作品とテレビアニメ作品以外）とゲーム産業に関する振興政策および市場管理を行う部門であると規定された。新聞出版総署の責任は形式的運営する前

¹⁷ 「關於印發〈中央編編弁對文化部、廣電總局、新聞出版總署“三定”規定中有關動漫、網絡遊戲和文化市場綜合執法的部分條文的解釋〉」

の“オンラインゲーム出版物”に対する審査を行うことである。この中で「オンラインゲーム出版物」に対する定義を明確にしていなかったため、文化部と新聞出版総署は市場を巡る管理権の紛争を何回も起こした。今回の合併によって、アニメ産業とゲーム産業の管理機関を文化部と新広総局に統一し、両部門を上手く連携できれば、従来に比べ、管理効率を向上し、両産業の発展に新たな促進力になれると考えられる。

一方、2009年当時、文化部と新聞出版総署が人気オンラインゲームの審査権利をめぐって論争したことがあり、今回の合併により、新広総局の管理範囲が以前より拡大し、名目上のアニメ産業とゲーム産業に関する最高管理部門である文化部との摩擦は増える可能性があり、逆に管理効率が低下する懸念も残されている。

2.4.3 アニメ産業およびゲーム産業振興政策に関する考察

2.4.3.1 中央政府の産業振興政策内容

政府のアニメ産業に対する本格的産業支援は「十一五」時期から始まった。しかしながら、「十五」時期の文化産業の支援についてすでに言及されており、文化産業に属するアニメ産業に関しても、ある程度の支援政策を実施し始めていた。2002年に開かれた「中国共産党第十六次全国代表大会」では中国文化産業に関する発展戦略を明確に示し、その戦略に基づいて、2004年9月、政府の文化部を中心とした、「アニメ及びゲーム産業発展支援専門チーム」¹⁸を発足させ、「国家アニメゲーム産業振興計画」¹⁹の制定について、社会から意見を公募していた。同年7月、一足先に文化部の許可を得て、国家アニメゲーム産業振興基地²⁰が上海でオープンした。

2006年4月に「我国のアニメ産業発展の推進に関する意見の通知」²¹が公布され、政府は①指導思想と発展目標、②産業連鎖と企業の発展及び促進、③産官学連携、④輸出支援、の四つの側面からアニメ産業支援政策を作り出した。具体的に、アニメ産業を発展させる指導思想とは、産業発展に不利な制度を取り除き、国内会社による自律的発展を可能とする市場環境をつくり、特に知的所有権を持つアニメ作品及び関連商品の開発と販売行為を支援するというものである。発展の指針として5年あるいは10年をかけ、国際市場における競争力を持つ大企業と専門的特長を持つ中小企業と共存させ、国産アニメ作品の量と質を大幅に向上させることとした。目標は国内企業のアニメ作品の開発

¹⁸「支援動漫和電子遊戲産業發展專項工作組」

¹⁹「国家動漫遊戲産業振興規畫」

²⁰ 国家動漫遊戲産業振興基地

²¹「關於推動我國動漫産業發展若干意見的通知」

及び生産能力をアニメ産業先進国と肩を並べるように上げると共に、国内市場における中国企業の高いシェアを高めると同時に、海外市場も積極的に開拓させていくことである。

この目標を達成するために、中央政府がアニメ産業を支援するために資金を用意し、アニメ産業全体の向上を促進した。更に、毎年優秀なアニメ作品を選出し、賞を授与した。また、前述の資金を元に、国産アニメ作品の製作コストに充てた。また、アニメ産業に対して、多様な投資或いは融資と共に、国内と外国の私有資本政策に基づいたアニメ産業への参入、更には、条件に達するアニメ企業の上場の奨励、そして、自主的にアニメ作品を開発、生産する会社を対象とした、2%-17%の営業税、14%の増値税²²、100%の輸入関税の減免を実施していった。

中国企業独自によるアニメ産業の発展だけではなく、産官学連携の発展政策も規定された。一つは国家アニメ産業基地の建設である。この基地を建設するに当たっては、現存の技術、政策、場所を有効利用するように、ハイテク技術開発区もしくはソフトウェア開発区に立地すべきと考えられている。もう一つは政府部門あるいは教育機関、研究所もアニメ産業の発展に寄与することである。各部門の役割から見ると、：

①技術部門がアニメ作品制作に必要な核心技術を開発し、産業全体開発技術の向上に貢献させる。

②教育機関、研究所をアニメ企業に制作ツールを提供する。一方、国内と海外の教育ルートを利用し、アニメ開発人材を育成する。

③著作権を保護し、輸入アニメ作品の内容を管理する。

などがある。

また、国内市場を発展させるに従い、海外市場にも力を注いだ。作品が外国語に翻訳されたときに発生するコストや海外出展アニメ作品を対象にした市場開拓資金などが提供された。さらに、輸出アニメ作品を対象に税金の払い戻しもしくは免税制度を利用できるようにした。

2006年9月に公布された「国家‘十一五’時期文化発展計画綱要」の第五、第六、第八章においてはアニメ産業の生産方式、立地、ブランド化について次のように強調している。

①生産のデジタル化を促進する；

②東部沿岸地域では文化産業エリアを、西部内陸地域では特色文化産業集積を構築する；

²²「増値税」とは商品販売時上乗せされる付加価値に対し一定の割合で課される中国独自の税制度。

③アニメ作品を含め、文化商品の輸出を支援する、そして、国有会社を中心とした、対外文化貿易ブランドの育成を図る。

同時に、「国産アニメ振興プロジェクト」は「重大文化産業推進項目」として認定された。主な内容は、①国家動画産業基地及び人材育成と技術開発基地の建設、②制作設備の保障、技術サービス保障システムの設立である。

続いて、2008年8月に文化部は独自に「我国のアニメ産業発展の支援に関する意見の通知」²³を公布した。引き続きアニメ産業のバリューチェーンを整え、オリジナルアニメ制作助成計画、アニメ基地の建設やアニメ展覧会を伴って引き起こされる過熱化の傾向を防ぐなどについて規定した。特に注目すべき点はアニメ産業価値連鎖の内容に関する規定である。その規定によると、マンガはアニメ産業の基礎である。また、産業の主体は映画あるいはテレビで放映されたアニメ作品である（[94]）。他にも、「オリジナルアニメ支援計画」²⁴において、オリジナルマンガ、アニメを原作とする演劇、オリジナルネットアニメ作品（ケータイアニメ作品を含む）に対する具体的な支援政策が定められ、もう一步作品の影響力を広げるために、2008年に選ばれた優秀なアニメ作品の作者（個人もしくは開発チーム）に5万元から10万元までの助成金を与える（[91]）定めていた。

2009年7月財政部から「アニメ産業発展を支援するための税金政策問題の通知」²⁵が公布された。この規定によると、認定されたアニメ企業及びアニメ作品に対する増値税、企業所得税、営業税、輸入関税を減免できることになる。以下、具体的な規定を説明する。

増値税：2010年12月31日まで、アニメ企業が自主開発したアニメソフトウェア（マンガデザインソフトウェア、アニメ制作ソフトウェアなど）に対して、売り上げの17%を増値税として徴収した後、その売り上げの3%に当たる税額以上の部分を払い戻し、更に、アニメソフトウェアを輸出するとき、増値税を免除できる（[64]）。

会社所得税：認定されたアニメ企業が自主開発したアニメ作品に対して、現行のソフトウェア産業所得税優遇政策を利用できる。

営業税：2010年12月31日まで、アニメ生産労働によるサービスに対しては、営業税は3%とする。それに対して、地方政府が一般的アミューズメント・レジャー業界の会社に税金率5%－20%の営業税を徴収する。

輸入関税：認定されたアニメ産業関連輸入品に対する輸入関税を免除できる。輸入過

²³ 「文化部關於扶持我国動漫産業發展的若干意見」

²⁴ 原創動漫扶持計画

²⁵ 「關於扶持動漫産業發展有關稅收政策問題的通知」

程中発生した増値税の徴収にも優遇政策が施される（[65]）。

なお、上記の政策の中で、税金減免対象の認定は2008年12月文化部、財政部、国家財務総局から公布した「アニメ企業認定（暫定）管理方法の通知」²⁶に準ずるとされた。

2008年、国産アニメ作品の放送時間を確保するため、アニメ作品の放送を管理する国家広播電影電視総局は「広電総局がテレビアニメの放送管理の強化に関する通知」²⁷を公布し、海外アニメ作品の放送時間に対する制限を強化した。17:00-21:00の間、各テレビ局が海外アニメ作品の放送を認められない。また、アニメチャンネルはこの時間帯必ず国産アニメ作品を放送すると決められた。そして、アニメチャンネルは一日における70%以上の時間が国産アニメ作品を放送しなければならない（[112]）。

2009年7月に中国初の「文化産業振興規画」が国務院弁公庁によって公布された。この政策は文化産業が中国における国家の戦略的産業になるということを示している。

「文化産業振興規画」によると、文化産業を振興させるために、八つの重要な任務がある、その中で、アニメ産業は重要文化産業の一つとして支援されることが明らかになった（[98]）。引き続き国産アニメ振興プロジェクトを推進すること、アニメ産業の発展基地を建設すること、中国色の強いアニメ作品の輸出を支えること、私有資本を積極的にアニメ産業に参入させること及びアニメ企業の海外現地法人設立を支援することなど、アニメ産業に関するさまざまな政策を強調した。政策の内容を主として税金の減免や公共施設の整備などであるが、海外市場への輸出も言及されている。

即ち、政府が立案した企業に対する支援は主に資金の支援またはサーバーなど設備の支援であり、アニメ産業基地の建設は中小企業を集積させ、ともに発展させるという支援計画である。さらに、経済面だけの理由ではなくて、文化の宣伝の役割も果たすべきと考えられ、アニメ作品は国内市場に留まらず、海外市場にも進出させようと政府は考えている。

一方でゲーム産業についてはほとんど言及されなくなり、ゲーム産業を対象に制定した支援政策が少なく、むしろ「オンラインゲーム依存症を防止するために実名制を実施するに関する通知」²⁸のような「ネット中毒」を防止するための制限政策が多く講じられることとなった。

劉の研究によると、ゲーム産業に関する政策は主に表2.3で示したように：

²⁶「動漫会社認定管理方法（試行）通知」

²⁷「広電総局關於加強電視動畫片播出管理的通知」

²⁸「关于啓動網絡遊戲防沈迷實名驗證工作的通知」

表 2.3 中国ゲーム産業に関する政策リスト

番号	政策名称	公布時期
1	オンラインゲーム製品の内容審査強化に関する通知	2004. 05
2	国务院の電子とインターネットゲーム出版物を審査批准する決定を執行することに関する通知	2004. 07
3	「中国民族ネットワークゲーム出版工程」実施に関する通知	2004. 08
4	オンラインゲームの発展と管理に関する若干の意見	2005. 07
5	オンラインゲーム経営の規範化およびオンラインゲームによるギャンブル行為の禁止に関する通知	2007. 01
6	ネットカフェおよびオンラインゲーム管理の更なる強化に関する通知	2007. 02
7	輸入オンラインゲーム内容の審査と申告事務を標準化規範化する通知	2009. 04
8	文化部、商務部によりオンラインゲーム内バーチャル通貨の管理を強化する通知	2009. 06
9	輸入オンラインゲームに対する審査管理の強化に関する通知	2009. 07
10	国务院の“三定”規定及び中央編弁の説明を徹底的に実行し、オンラインゲーム及び輸入オンラインゲームの審査を強化する通知	2009. 09
11	中央編弁が文化部、広電総局および新聞出版総署“三定”規定の中にアニメ、オンラインゲームと文化産業市場文化市場管理条例に関する部分内容の解釈	2009. 09
12	文化産業振興計画	2009. 09
13	オンラインゲーム内容の管理の改正と強化に関する通知	2009. 11
14	オンラインゲームの広告宣伝に関する管理の強化および違法宣伝行為の防止に関する通知	2010. 07
15	オンラインゲーム（暫定）管理方法	2010. 08

出所：劉研（[76], p. 100）と日本貿易振興機構（[35]、71-72 頁）により作成

内容から見ると、ゲーム産業政策は主に以下の特徴がある。

- 1). ゲーム産業を直接管理する政府部門のみならず、国务院弁公庁、公安部、商務部、国家版權局など部門も政策を作り出し、国家がゲーム産業の発展に重視する証拠である。
- 2). 審査制度を整える、またゲーム内容の審査は産業政策の重要な内容である。 関

連政策：1、7、9、10、11、13

3). 著作権を保護するため、市場管理、主には市場進出に対する制限、ゲーム企業に対する管理、市場環境の改善に力を入れる。 関連政策：5、14、15

4). ネット中毒を防ぐため、未成年者に対する保護も重視する。 関連政策：6、8

5). オリジナルゲームの制作と海外市場進出に対する支援。 関連政策：3、4、12

また、2015年4月に「オンラインゲーム宣伝プロモーションに関する活動の管理を強化する通知」²⁹を公布し、ゲーム広告、プロモーションに関する管理を強化した。

地方政府は中央政府の政策を参考にし、自分の地域状況に応じて支援政策を策定するに際しては、両産業を区別していないにもかかわらず、ゲーム産業の状況に応じて策定された政策は少ない。一方で、ゲーム産業のために作られた政策が少ないものの、ゲーム開発企業が、全く支援を受けなかったわけではない。ゲームソフトはソフトウェアの一種であることから、中国において長い間実施されてきたハイテク産業に対する所得税の1、2年目の全額及び3-5年目の半額減免、14%の増値税の返還（[139]）や各地産業パークに入るとき利用できるスタジオ賃料の減免等支援政策が、業務内容に応じては一部利用できるものであった。

2.4.3.2 中国アニメ産業およびゲーム産業振興政策の特徴

これまでの状況を振り返ると、中国におけるアニメ及びゲーム産業振興政策の特性はつぎのように整理することが出来る。

アニメ産業では、国際市場における競争力を持つ大企業と専門的特長を持つ中小企業と共存させ、国産アニメ作品の量と質を大幅に向上させるという目標を達成するため、中央政府がアニメ産業を支援するために資金を用意し、アニメ産業全体の向上を促進した。特に自主的にアニメ作品を開発、生産する企業を支援し、これらの企業に対し、設立時間に応じ、50%-100%企業所得税、14%の増値税の減免政策を実施していった。国産アニメ作品の発展を促進するため、毎年優秀なアニメ作品を選出し、賞を授与するほか、国産アニメ作品の製作コストに充当する支援金も用意した。また、国産アニメ作品を保護するため、海外作品に対し、放送時間の制限をかけた。中小企業を集積させるため、産業基地の建設を計画した。アニメ産業政策は企業自体に対する支援だけではなく、産業全体の発展環境を保護する方針を取っていると考えられる。

一方、ゲーム産業では、以前から実施したハイテク産業に対する優遇政策を受けることができるものの、アニメ産業のような政府からの支援金の用意や産業基地の建設など

²⁹ 「關於加強網絡遊戲宣傳推廣活動監管的通知」

専門な支援政策がない。その代り、ゲーム作品の内容とゲーム市場の運営に対する管理の政策内容が多い。ゲーム産業に対し、政府の方針は産業全体の発展環境を整え、市場化の発展を進めさせると考えられる。

2.5 本研究の仮説と研究方法

2.5.1 先行研究による仮説の作成

ここまで、産業クラスターに関する先行研究と研究対象である中国における文化産業振興政策の特徴をふまえ、本研究の目的である、政府が推進するアニメおよびゲーム産業の発展の加速と、大きな発展がある産業の発展と政府の振興政策との如何なる関連性があることを明らかとするために、それに必要な仮説の提示とそれを実証するうえで必要となる研究方法について本項では述べる。この目的を示すために、本研究では、2つの仮説を提示し、それを検証する。

まず、クラスター育成において政府機関による産業振興政策の必要性について、中国においてハイテク産業の発展政策に関する研究の権威聶ら（[78], p. 42）OECD 各国公共政策を研究し、「産業クラスターの育成計画は政府部門にとって重要な仕事である」と述べ、政府がクラスターの育成と発展に重要な役割を果たすべきと主張した。また、政府のクラスター政策の役割について、マイケル・ポーターは「資金支援のみならず、生産性とイノベーションに影響を与えるべき」と述べた。

クラスター育成の方法として、ポーターは「クラスターによる競争優位性を獲得ため、大きな責任を持つ個人、企業もしくは機関を通じ、下から上への過程が必要である」と述べたものの、中国において、政府が産業の発展に非常に大きな影響力がある状況を考え、陳（[66], pp. 62-63）は「トップダウンの方式は政府主導によって、比較的短い期間内でクラスターの形を作ることができる。それに対し、ボトムアップ方式は市場の競争を通じてクラスターを形成するため、発展の時間が長いものの、安定性と持続性がトップダウン方式より優れる」と述べ、さらに、「グローバル化時代の競争環境が非常に激しいであり、中国のような発展途上国にとって、産業クラスターの育成と発展を推進するため、政府は自ら介入せざるを得ない」と主張した。また、王（[87], pp. 5-7）によると、工業パークが産業クラスターに発展する必要がある、一方、クラスターの発展に対し、工業パークのサポートが必要である。伝統的な工業パークの目的は企業の経営コストを削減しと企業を誘致することである。そのため、土地あるいは基礎施設に関す

る優遇政策のみ提供した。企業間の産業関連性などを考えなかったため、持続的な発展が続けない、それに対し、産業クラスターの基礎ができた地域において、産業の集中度を向上し、資源と基礎施設を有効的に利用でき、運営コストを削減し、企業間の連携を促進できる「特色産業パーク」はクラスターが更なる発展のプラットフォームになる。そのため、中国において、産業クラスター政策を作成するとき、トップダウン方式にせよ、ボトムアップ方式にせよ、また、産業パークの作り方について、地域の状況を考えてうえ、合理的なクラスター政策を選ぶ必要がある。

また、産業集積には「地理上の近接性、市場の近接性」が重要であるものの、ポーターは「クラスターによる競争優位の多くは、情報の自由な流れ、付加価値をもたらす交換や取引の発見、組織間での計画の調整、協力を求める意志、改善に対する強いモチベーションなどに大きく左右される。こうした事情を支えるのは、関係性であり、ネットワークであり、共通の利害という意識である。従って、クラスターの社会構造は大切な意味を持っている」（ポーター[43]、105 頁）。つまり、企業が地理的に集中しているだけではクラスターの優位は生まれない。それに対し、2001 年、ポーターが主査の一人となった報告書「Council on Competitiveness(2001)」では、「クラスター」は競争力とイノベーションのハブであり、その所在は地域レベルにあると明確したことによって、イノベーションはポーターのクラスター理論の中に重要な地位を占める事実が明らかとなった。この点について、多くの専門家が注目し、理論的枠組みを深耕させている。様々なイノベーションの創発に関する研究の中で、筆者が着目したのは、信頼感と互恵的な意識が内包され、適切な姿を持ったネットワークの存在が、地域が持つイノベーションの創発力を直接的に高めるとの主張である。坂田ら（[16]、2-3 頁）によりそのメカニズムは、二通り存在すると言われる。第一は、ネットワークの存在が、情報・知識のスピルオーバーを早め、密度を高めることである。地理的に近接した結合が密であれば、情報や知識の流通量は多くなり、また、流通の速度も速くなる。流動が活発になれば、その融合や濃縮の確率も高まる。また、スピードだけでなく、スピルオーバーする情報及び知識の多様性も重要である。流れる情報等の幅が広いほど、創造性とそれによって生じる新規事業の創出力が高まると考えられる。第二は、ネットワークの存在が、組織やセクターを超えた共同事業を容易にすることである。今日の先端技術産業では、イノベーションを実施するに当たって、自社内だけですべての情報、技術、知識、人材、資金その他の経営資源を得る事は難しく、外部資源の獲得が欠かせない。情報、知識の交換、融合や異なる組織に分散した資源を統合して行う共同作業を効率的にできるような環境があることは、個々の企業の経営資源の制約を緩和し、イノベーションの促進力

を高める。また、馮、楊（[70], pp. 77-78）によると、インフォメーションテクノロジーの発展によって、地理区間の重要性が弱くなり、地域を超えるクラスターネットワークの構築が可能となった。企業あるいは個人はグローバル範囲で協力相手を探すことができ、地域外の企業と教育機関からノウハウや人材を獲得できる。一方、地域の自身の競争力が更なる重要となり、地域の技術能力、基礎施設の整備、イノベーション創発に有利な環境と制度はクリエイティブ性がある企業と個人の重要な指標となった。伝統産業とは違って、アニメやゲーム作品は建物や食品のような実体があるものではなく、制作及び販売、伝播はすべてのプロセスはパソコンを通じて、ネット上で完成できるため、両産業が地理区間に対する依存性が一層低くなり、アニメやゲーム産業クラスターは地理的な制限を超えて存在する可能性もあると考えられる。従って、アニメとゲームクラスターの発展を促進するとき、地理的に集積させるだけでなく、生産性とイノベーションの創発に有利なコミュニケーションの環境の整備も重視すべきと考えられる。

以上の海外及び中国学者がクラスターとクラスター政策に関する先行研究を元に、中国において、アニメ産業及びゲームを含む文化産業クラスターの発展を推進するため、政府の関与は不可欠なものと考えられる（仮説1）。そして、企業に対する直接的な資金支援のみならず、生産性とイノベーションの創発に有利なコミュニケーションの環境の整備も不可欠である（仮説2）。

2.5.2 研究方法

上記仮説を検証するためには、以下の3項目を実施する必要があると考えた。これら複合的な視点から、政策状況をつまびらかにすることで政策が推進するアニメおよびゲーム産業の発展の加速と、大きな発展がある産業の発展と政府の振興政策との如何なる関連性があることを確認するためである。事項からその詳細をしめす。

2.5.2.1 杭州、北京の行政機関の公表データの分析

杭州は中国アニメ産業振興政策の先行地域であり、北京に中国最初のハイテク産業基地である「中関村サイエンスパーク」が存在している。まず、この二つの地域の政策内容を考察することによって、中国においてアニメ産業とゲーム産業採用している政策の異同を明白することができると考えられる。また、研究機関及び企業による公開資料を中心に、中国アニメ産業とゲーム産業全体の発展状況を考察したうえ、政策と産業全体の発展の関連性を把握できる。

2.5.2.2 アンケート調査による政策評価に関する定量的分析

政策が産業発展の関係をより詳しく分析するため、産業全体に対する考察を続け、中国アニメ産業とゲーム産業に所属する企業に対するアンケート調査を実施し、企業の発展状況と政策の関係を分析する必要がある。本研究のアンケート調査の方法は筆者がアンケートの問題を用意し、中国の企業に調査の業務を委託する。中国の企業と協力する原因は主に二つがある。一つは彼らが調査のプロであるため、持っている企業の情報は遥かに多い、そして、企業との連絡も比較的に取りやすい。もう一つは海外の研究機関より中国国内企業が主体となったほうが彼らに安心させることができ、調査をより円滑に進められる。企業秘密を守るため及び企業が政府政策について、意見を出すのは遠慮しがちの問題を解決するため、アンケート問題の中で、名前、規模、営業額など敏感且つ企業を特定できる情報は自由回答に設定し、できるだけ本音の意見を引き出そうと努力した、また企業の発展状況や政府の政策の利用状況など問題も5段階評価を採用し、詳しくコメントする必要がない。企業の発展状況に関する問題は企業発展の基本面以外、クラスター理論で重視される企業間の連携や人材の育成など要素も考えて作成した。政策の内容に関する問題は第二章で考察した中央政府と地方政府政策の内容及び現地調査の時企業の関係者に聞いた問題をもとに作成した。

今回の調査範囲は北京、上海、浙江、江蘇、四川と広州6地域に設定した、この原因は主に予算上の問題である。地域が増えると、調査費用が増加するため、経済が豊かじゃない地域ほど、企業の情報を収集するのは難しくなり、費用も大幅に増える。そのため、地域経済発展の状況と両産業発展の状況及び調査地域の分布のバランスを考えると、以上の6地域に決定した。そのうち、北京と上海は中国ゲーム産業発展の先進地域である、浙江は近年アニメ産業発展の代表地域である。江蘇と広州は中小企業が多くて、両産業を比較的にバランスよく発展している、また、下請け企業も大体この二つの地域に集中している。四川省は中国中西部地域の重鎮である、経済面は他の五地域にはやや遅れるものの、人件費などコストが低いため、国内外のIT企業の分社あるいは新興企業が多数存在している。

2.5.2.3 現地調査による政策の影響に関する定性的分析

中国では、中央政府が産業支援政策あるいは産業発展の概ねの目標を作り出し、各地政府が中央政府の方針を元に、地元の状況にふさわしい政策を作るため、より全面的に産業界の意見を聞くため、できるだけ多くの地域を調査するのは最善策である。しかしながら、中国のアニメ企業とゲーム企業が広い地域に分布している。また、中国におい

て、関係者の紹介がなければ、会社側と直接面談のチャンスを得ることは非常に困難だと考え、調査対象は中国にいる現地の研究者の紹介を通じて企業と連絡を取るまたは展示会で名刺交換した企業と直接電話かメールで連絡し、調査の許可を取る、あるいは業界関係者や知人の紹介を通じて調査の許可を取る三つの方法で選出し、合計 23 社を調査した。

各地にある企業の選出プロセス：

① 杭州の企業の選出プロセス

まず日本にいううちに現地の大学の産学関係者とメールを通じて、調査対象を決める。杭州に滞在した際に、産学関係者とともに行動し、杭州地域のアニメ産業を代表できるアニメ制作会社 5 社を回り、さらに政府の関係者に対する聞き取り調査を実施した。

② 無錫の企業の選出プロセス

メールを通じて、無錫の政府関係者にアニメ産業を代表する企業 6 社を紹介して頂き、筆者のほうで電話連絡を進め、結果 6 社のうち 4 社が面接調査を承諾してくれた。さらに、政府の宣伝パンフレットに登載した企業資料に基づき、電話連絡を行い、1 社の許可を得、杭州と同様に、5 社を調査できるようになった。他には、1 社のアニメ加工企業も調査した。しかしながら、政府関係者に対する面接調査の要請は手続き上の理由で断れた。

③ 上海の企業の選出プロセス

杭州で開かれた国際動漫フェスティバルで連絡方法を取り、その後、メールのやり取りを続けて、1 社への調査することを決めた。

④ 蘇州の企業の選出プロセス

上海の企業と同じように、杭州で開かれた国際動漫フェスティバルで連絡方法を取り、その後、メールのやり取りを続けて、調査することを決めた。そして、地元の蘇州動画協会の関係者との連絡を取って、企業 2 社以外、蘇州動画協会の管理者に対する聞き取り調査を実現した。また、別の業界からの知人を紹介し、2 社の調査の許可を取った。

⑤ 南京の企業の選出プロセス

1 社は関係者から連絡方法をもらい、メールでの連絡を通して、調査の許可を取った。もう 1 社は知人の紹介を通じて、調査を実現した。

⑥ 北京の企業の選出プロセス

業界関係者と同行し、4 社への調査を実現した。

⑦ 長春の企業の選出プロセス

他の研究者と同行し、1 社の調査を実現した。

調査の内容として、まず、企業は自社の業績についてはっきり言わないもしくは言いたくないなど状況を考え、具体的な数字を避け、会社の事業内容や従業員人数など会社の基本状況を調査する。また、政策について、主には企業が政策を受ける状況、会社の資金源、人材の育成と獲得、ほかの会社との連携と競争状況あるいは海外進出など質問を設けた。以上の大枠の質問をもとに、各会社と政府を対象に約1時間の半構造化面接調査を実施する。中国各地域にある企業に対する半構造化面接調査を実施した結果および企業経営者が考える政策の影響を定性的に分析し、定量分析で考察した産業政策が企業発展に対する影響を再検証するほか、各種類の企業が政策に対する意見から、現在実行している産業政策の特徴と不足点を見つけ出せると考えられる。

2.6 結言

本章では、中国の産業発展政策でよく使われる産業クラスターに関する先行研究を分析したうえ、「五年計画」という中国経済発展の指針となる政府政策の内容の変化について考察し、中国政府が現在文化産業を力を入れて支援する経緯またアニメ産業とゲーム産業が中国文化産業での位置づけを明確した。中国経済発展の中で、文化産業は核心産業として、さらにアニメ産業とゲーム産業は文化産業の重点発展対象について検証した。続き、中国政府が過去実施した産業政策と現在アニメとゲーム産業を対象に行っている政策を比較し、政府が両産業のクラスター化の発展を推進していることを明確した。また、両産業の産業政策の内容を分析し、アニメ産業政策は企業自体に対する支援だけではなく、産業全体の発展環境を保護する方針を取っている。一方、ゲーム産業では、政府の方針は産業全体の発展環境を整え、市場化の発展を進めさせることを解明した。

また、先行研究および産業政策に対する研究を元に、本研究の2つの仮説を提出し、仮説を検証するための研究方法を記述した。

第3章 中国アニメ産業及びゲーム産業の発展状況に関する考察

3.1 緒言

前章では中央政府による中国アニメ産業とゲーム産業に対する産業振興政策の特徴を分析した。しかしながら、劉、陳（[75], p. 41）でも指摘されている通り、中央政府は各地方政府のクラスター発展政策に対し関与しないことから、政策作成の主体は地方政府である。それゆえ、本章では、中国アニメとゲーム産業の発展を代表する地域である杭州と北京の政策を考察する。まず、この二つの地域の政策内容を考察することによって、中国におけるアニメ産業とゲーム産業に対して採用されている政策の異同を明白にすることができると考えられる。続いて、研究機関及び企業による公開資料に基づいて、中国アニメ産業とゲーム産業全体の発展状況を考察したうえ、政策と産業全体の発展の関連性を把握する。

3.2 地方政府の政策から見る両産業の発展環境

劉によると、「中国の中央政府は執行機関を持たないため、中央が策定した政策の執行は地方政府に頼る必要」（[116]）があり、中央政府は概ねの発展の方向性とこれに基づく政策を策定することになる。これに対して、地方政府は中央政府の政策を参考にしながら、各地域の経済状況あるいは発展計画を元に各産業の支援政策を策定し、執行するのが一般的な慣行となっている。また、後発地域は先行地域の政策をしばしば模倣して、その政策を練りあげている。このため、最も早くに動画産業基地を立ち上げ、アニメ産業の発展が評価されている杭州と、北京にある中国最初のハイテク産業基地である「中関村サイエンスパーク」の政策が、他地域から最も参考にされてきたと考えられる。

3.2.1 杭州のアニメ産業発展状況及び産業政策内容に関する考察

杭州は中国八大古都の一つで、国家歴史文化名城に指定されている。隋代以降、江南運河の終着点として経済と文化が発達し、「天に天堂あり、地に蘇杭あり」と謳われ、かつて多くの芸術家が創造活動をしていた。市中心部の西には西湖という湖があり、国

の内外より多くの観光客が訪れる。2013 年中国における「最も幸福な都市ランキング」の第一位に選ばれた（[115]）。

また、古い時代から杭州は文化人が憧れる場所である³⁰。そして、現在の政府も文化産業に力を入れ、様々な政策を打ち出しており、特に「文化名人登用」政策が社会に注目されている。この政策は文化産業の代表的な人物（文学、美術、映画、アニメなどフィールドを含む）を杭州に誘致するために、政府は市内の中でも自然環境が良い地域を開発し、仕事場として提供した。更に、誘致された人の住宅や子供の教育も全て政府が保障することとした³¹。また、杭州市内には優れた美術系教育機関が存在する。「中国美术学院」は国内で最優秀の美術大学の一つであり、広電総局が 2004 年から設置した四ヵ所の「国家アニメ教学研究基地」の内の一つでもある。また、1999 年から 2007 年までの間、香港で有名な武侠小说作家の金庸が、国内でも優秀な大学とされる浙江大学の人文学院院长として招聘されたことも話題となり、文化界の注目を集めた。このように、政府が様々な工夫によって、アニメを含む文化産業の発展を促進する態度を示している。

アニメ産業について、杭州では飛龍動画という日本のアニメ企業の下請けの仕事を受けるアニメ企業（下請け企業と略称する）が存在していたものの³²、産業に対する影響力が大きいとは言えない状況にあった。それゆえ、杭州政府が主にオリジナルアニメ作品の発展の支持を表明し、2005 年に中国国家動画産業基地を設立されたことをきっかけに全国各地域からのアニメ企業の誘致に成功し、現在多くの他地域においてベンチマークの対象とされているような産業支援政策を生み出してきた。2004 年においては杭州のアニメ企業数が約 10 社に留まり、単独で中国オリジナルアニメ作品すべての工程を実行できる企業は一つもなかった。しかしながら、2012 年には杭州のアニメ産業関連企業は 232 社に増加し、その内訳は、アニメ制作企業 80 社、マンガ制作企業 17 社、他の企業 135 社となっている。また、ゲーム企業は 83 社となっている（[114]）。両産業の従業員数は合計 2 万人に近くに及んでいる。国家広電総局のデータによると、2009 年から 2011 年にかけて 3 年連続で、杭州は国産アニメ作品生産量が全国一位の座を守っていた。また、2011 年には杭州の動画産業基地が中国「最優秀動画産業基地賞」を取り、中国唯一の国際アニメフェスティバルは毎年杭州で開催されており、国内政府系メディアは杭州を「アニメの都」と呼ぶようになった。杭州アニメ産業がわずか 10 年の間に、中国アニメ産業のトレードマークにまで成長したことから、中国政府が行っているアニメ産業振興政策の最も代表的な研究対象になりえていると考えられる。

³⁰ 2009 年 8 月 17 日に杭州動画基地の主任に対する面接調査により

³¹ 2009 年 8 月 17 日に杭州動画基地の主任に対する面接調査により

³² 実際の所在地はインターネット上に記載された住所と異なっていたため、現在の状況を確認できない。

杭州政府のアニメ産業に対する主な支援政策は以下の内容となっている。

(1) 資金支援：高新区政府が毎年 2000 万元の資金を用意し、公共サービスプラットフォームの開発、基地内企業のスタジオ賃料の補助、奨励などに使われる。

(2) スタジオ賃料優遇：動画産業基地に立地する企業に対して、最初の一年間のスタジオの賃料を免除する、二年目、三年目は半額にする。三年以内に生産を目的として土地を購入するとき、その時点の地価の 80%で購入できる。

(3) 放送奨励：作品が中央テレビ局で放送されるときには 1000 元/分、地方テレビ局（市以上）で放送されるときには 500 元/分の基準を参照として、奨励金が与えられる。3D 作品である場合には、奨励金は倍増する。外国テレビ局で放送される場合には 1500 元/分の奨励金が与えられる。

(4) プラットフォーム建設：五つのプラットフォームを設立する。①産業支援プラットフォーム。他の産業の企業をアニメ産業に参入させることを促進する；②人材育成プラットフォーム。教育機関と協力して、人材を育成する；③公共技術サービスプラットフォーム。各企業が共通して使えるリソースや設備などを提供する。④融資サービスプラットフォーム。投資企業とベンチャー企業の間を仲介するための会社を設立し、ベンチャー投資を促進する。⑤後方勤務サービスプラットフォーム。外国籍企業の従業員に生活支援を提供する。

(5) 受賞奨励：国際的な賞を授与された企業に対して、100 万元の奨励金を与える。国家、省、市などから賞を授与された場合には、企業にそれぞれ 50 万、30 万、10 万元の奨励金を与える。他に、優秀作品に選抜された企業に 10 万元の奨励金を与える。

(6) 手形貸付支援：企業に毎年 50 万元以下の手形貸付を提供できる。

(7) 税金支援：新設企業に対して 3 年間の企業所得税を免除する。条件により他の税金減免政策も享受させる。

(8) 人材確保：政府部門が認定した人材に対して、住宅の購入や子女の教育に関する優遇措置を設ける。

(9) 他：市アニメゲーム産業発展領導組を認定して、大型アニメゲーム展覧会に出展する場合には企業のブースの費用の 50%を負担する。毎年「中国国際アニメフェスティバル」を開催する。

3.2.2 北京中関村サイエンスパークの発展状況及び産業政策内容に関する考察

中国ゲーム制作企業は主に東部の北京、長江デルタ地域、珠江デルタ地域の三カ所に

集中している。また、西部の成都にも一部の企業が集積している。これは、政策により形成された分布状況ではなく、経済の発展とグローバル化が進み、且つ教育水準が高い地域に自然に集積したと見られる。この四つの地域の中で、特に注目すべきなのは北京である。なぜならば、中国において数少ない「成功した」と評価される産業クラスター、中関村が北京にあるためである。中関村について研究した李は「中関村科技园は中国ハイテク産業開発区政策の原点であって、他ハイテク産業開発区はこの地域を見習って建設された。しかしながら、その後十数年を経て第二の中関村科技园は出現していない」（李[48]、45 頁）と述べた。その原因について、李は自発的発展の経験、基地発展の過程と産官学連携状況の三点から分析した。

表 3.1 中関村と他のハイテク産業開発区の比較

	中関村	他のハイテク産業開発区
発展経験	8 年間自発的に発展し、自己増殖の成長を遂げた	政策により設立され、自発的発展の経験が殆どない
発展の過程	ボトムアップ式: 起業家が自発的に創業活動を始め、政府、学術機関が参加する	トップダウン式: 中央政府の方針を基に、地元政府が発展を主導する
産官学連携	政府が主たる構成員であり、学術機関と企業が計画段階から緊密に協力する	政府のハイテク産業育成経験は不足しているため、学術機関と企業の協力体制の不備が生じる

出所：李宏舟（[48]、161 頁）により筆者が作成

また、中関村管理委員会のホームページのデータによると、中関村にあるゲーム企業の生産額は中国ゲーム産業生産総額の 35%以上を占めている、そのうち、オリジナル作品と海外輸出作品の比率が 50%以上を占めている。また、2012 年に上海で開催されたアジア最大のゲーム展覧会の一つである第十回中国国際数碼互動娛樂產品及技術応用展覧会（ChinaJoy）において、参加企業の 40%以上が本拠地を中関村に置いている（[128]）。これらのデータから、中関村は中国ゲーム産業の発展にとって極めて重要な役割を果たしていることが示唆されている。そこで、中国ゲーム産業のクラスター化の発展状況を解明するために、中関村地域全体の状況及びこの地域にあるゲーム企業に対する調査の必要性があると考えられる。

3.2.2.1 中関村の発展状況

中国の最も代表的なハイテク産業開発区、「中国のシリコンバレー」とも言われる中関村地域は、北京の海淀区に所在する。この地域は北京大学、清華大学など中国における最高学府と評される大学に程近く、1980年代、中国初の民営IT企業である四通を皮切りに、多くのハイテク民営企業がこの地域に集中しはじめた。さらに1983年、科学技術成果の事業化を目的に、中国科学院が北京市海淀区政府と連携し「科学技術発展センター」を設立したことを端緒に、電子街が形成され発展していった。1988年には国務院によって中関村を中心に「北京新科学技術産業開発試験区」が設立され、1990年代後半、北京市政府ハイテク企業への税制面での優遇やハイテク人材の定住を促進する政策を採用したことで更に発展していく。1999年に「北京市新産業開発試験区管理委員会」は「中関村科技園区管理委員会」と名称を変更すると同時に「北京新科学技術産業開発試験区」も「中関村科技園区」に改名した。「科技园」とは中国語で「サイエンスパーク」を意味する。つまり、中関村はサイエンスパークとしての制度を整備し、ハイテク企業の集積地として確固たる地位を確立したのだ。またこの時期、中国において、パソコンの普及が急速に進んでおり、パソコンアクセサリーを販売する個人経営者から大手パソコン販売企業まで数多くの企業が中関村に集積した。その結果、パソコン購入を希望する消費者もこの地域に訪れ、「中関村」の名は業界関係者のみならず、民衆にもよく知られるようになった。2001年時点では、中関村科技園区に含まれるエリアは、中関村科技園区とその周辺の5園(海淀園、昌平園、豊台園、電子城、亦庄園)であったが、その後、徐々に拡大し、2002年には徳勝園、2006年にはさらに5園(健翔園(2007年に電子城と合併)、石景山園、通州園、雍和園、大興生物医薬基地)を加えた。2008末時点で中関村科技園区と海淀区とをまとめて一つとすると、中関村は合計10園にまで拡大している。³³ (図3.1)

³³ 本研究の中で、「中関村」という概念の対象は海淀区の中関村科技园地域(正式園区名称:海淀園)のみである。

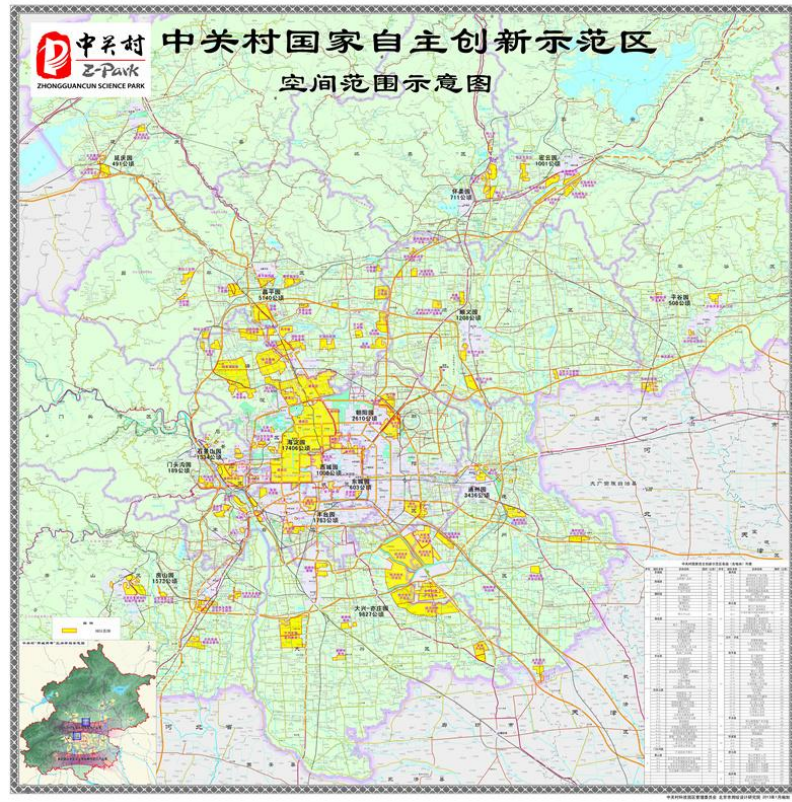


図3.1 中関村各園區の分布情況

出所：中関村国家自主创新示范区ホームページにより

西山は、2011年5月の時点で、中関村には約20,000社のハイテク企業があり、年間約3,000社増加傾向にあること、上場企業数は187社(内訳:中国国内市場上場企業111社、海外市場上場企業76社)で、中関村科技园を中心に、政府系、民間系を含めて200社から300社程度のベンチャーキャピタルが活動していることを示した(西山[34]、31頁)。また、中関村国家自主创新示范区ホームページの統計によると、中関村企業の総利益は1.92兆元に達したとしている。この数は中国全てのハイテク産業開発区収益総額の1/7を占める同時に、北京における経済成長率の24%に中関村が貢献していることを示唆する([128])。

3.2.2.2 中関村発展の経緯

中国の首都である北京市は、中国の華北の中央に位置する大都市である。明朝から清朝までの数百年間、現在「中関村」と呼ばれる地域は宦官の墓地であったが、共産党政権が確立した後、中国科学技術研究の最高機関である中国科学院がこの地域に設立され

た。だが、約 30 年前、この地域は発展しておらず、認知度も高くなかった。中関村地域が急速な発展を遂げた要因については、日本と中国の研究者による幾つかの先行研究がある。

税所は、中関村発展の経緯について次のように言及する。まず、1980 年代後半から中関村に ICT 産業、特にソフトウェア産業の集積を図る政策が実施された。その結果、中関村からは大学や大学院が運営主体となる校弁企業や院弁企業、ベンチャー企業が多数輩出した。これを機に、外資系企業を含む多くの民間企業の集積が進んだとしている。また、中関村は中央政府の各省庁との密接な関係を維持し、その結果、「ハイテク・新技術製品市場の形成、技術や資金支援・仲介機能の充実、政治・経済・文化・情報の活発化、優れた人材や知識の集中、外資系企業の集中等のメリットを積極的に活用して発展した」地域として評価を得てきた（税所[26]、86 頁）。更に税所は、中関村発展の背景に、人的資源、税制、インフラ整備、行政サービス、国際展開等の戦略的政策の存在をあげている（税所[26]、87 頁）。

一方、李はテクノポリス・ホイール・モデルを用いて中関村を分析し、中関村の形成メカニズムは、政策主導ではなく、地元の自発的な起業家活動によって始められたと結論づけた。テクノポリス・ホイール・モデルとは、産業クラスター論の発展系としてシミラー、ギブソン、コズメツキーらによって提唱された概念で、「ホイール（車輪）は、テクノポリスを形成する 7 つの主要部分、すなわち、研究系大学、大手ハイテク企業、中小ハイテク企業、州立並に地方政府、連邦政府並びに支援機構、そして最も重要な存在であるインフルエンサーによる相互関係」（Smilor[60], pp. 49-57）が車輪のように相互補完関係を形成している状況を指す。つまり、中関村地域における知識生産センターからテクノポリスのようなハイテク・クラスターに転換する上で重要な役割を果たしたのは、ベンチャー企業を立ち上げた陳春先博士に代表されるビジョンを持つ個人の存在や、地元政治家によるリーダーシップ等のインフルエンサーの存在であったと強調している（李[48]、157-159 頁）。更に、李は、クラスター政策の調整を境に、中関村の発展に二段階に分類出来るとした。1998 年までのハイテク企業のみを支援対象とした段階が第一段階である。この段階では、これらの企業の成長を支える専門家集団に対する支援が足らず、結局、企業の創業コストは高騰した。また、法制度の未整備や増値税制度改革のため、ベンチャー企業の創業に適切な投資環境を整えていなかった。その結果、活発な企業活動は一旦落ち込み、中関村科技园の成長率も低下した。

そこで、1999 年以後、地方政府は「イノベーション・クラスター構想」を打ち出した。李によれば、これが、中関村発展における第二段階目にあたる。この構想は主たる点と

して以下の四点が含まれている。①ベンチャー・キャピタル企業を含めた金融市場を育成するため、法律を整備し、中関村のみに適用される特別条例も制定した点、②中関村地域にある法律事務所、投資銀行などに関する国内外仲介機構と、教育、研究機関が設置したインキュベーター等、クラスター形成をけん引する企業群に対する奨励、優遇政策を用意した点、③潜在的起業家や中関村に必要な人材を誘致するための措置を整えた点、そして、④産学連携を促進するため、教育機関に在籍する研究成果保有者の利益を保障に関する措置並びに技術転移を促進する仲介機構と技術成果を買収する企業に対する優遇政策を用意した点である。もちろん、それ以外に、政府はビジネス環境の改善や新規企業設立の簡便化といった面でも改善策を打ち出した。「イノベーション・クラスター構想」の効果について、李は中関村の創業環境を改善し、創業活動が再び活発化した結果、ハイテク企業の増加のみならず、企業のイノベーション能力も向上したと分析している（李[48]、72-83 頁）。

30 年の発展時間を経て、中関村の政策は他のどの地域の産業基地よりも詳しく設定されている。また、1999 年の「イノベーション・クラスター構想」を打ち出し、その構想をもとに政策も更新され、ホームページによると、現在実行している政策の内容は適用対象によって分けられる（[131]）。

（1）教育機関：大学での研究成果が実用される場合、その収益の 70%以上は研究者に奨励としてあげなければならない。大学の研究施設が他の企業や大学に開放する場合、その成果に応じて、奨励を与える。大学生が中関村地域で起業する場合、スタジオ賃料の減免を享受できる、また、先生が学生の企業に投資する場合、さらに資金を充実するため、政府に先生の投資額の 50%と同様の金額を企業に投資することを要請できる。

（2）企業：新設且つ認定されたソフトウェア制作企業或はアニメ企業が、最初に 2 年間の企業所得税を免除される、3 年目から 5 年目までの企業所得税を半減する。海外進出を図る企業に対し、海外出展や海外で支社を設立する場合、企業側実際の出費の 50%、あるいは 100 万元以内の支援金を提供する。企業が仲介サービスを利用するとき、サービスの種類によって、2 万元から 10 万元までの補助金がもらえる。

（3）グローバル人材：グローバル人材が中関村で企業を設立するとき、資本金の金額に応じて、10 万元から 20 万元の支援金を与える、また最初の 2 年間、50 平方メートル以下のスタジオの賃料を免除される。他の機構がグローバル人材に向けて、企業プロジェクト説明会を開く場合、10 万元以内の補助金をもらえる。グローバル人材が企業を設立するために、銀行に借金するとき、借金利子の金額の最大 50%まで援助される。

（4）投資企業：投資企業が未上場の中関村企業に投資する場合には、実際の投資額の

10%或は年間3回以内、一回最大100万円の補助金が付与される。

(5) 産官学連携：大学が北京市にある企業と協力し、研究成果を実用化した場合、大学側の運営費用、業務の内容に応じて、最大200万円の補助が付与される。大学がサイエンスパークで設立した企業或はサイエンスパークで設立された企業が国家、北京市あるいは中関村のプロジェクトを受け入れ、成功させた場合には、最大100万円の奨励金が付与される。

また、他のサイエンスパークで創設された企業或は外部の企業に対しても奨励と補助を行う政策が用意されている。

以上の政策内容を鑑みると、公共設備を作るなどが盛り込まれているものの、杭州における政策の主たる内容は動画基地に入るアニメ企業に対する資金支援を提供するものとなっている。一方で、中関村の政策においては、ゲーム企業を明確に対象とした支援内容ではなく、むしろ関連する投資企業や人材の誘致に関わる政策が定められたものとなっている。政策の対象を見ると、2002年に公布した中央政府の政策が「アニメ」と「ゲーム」両方に及しているものの、以後の政策には「アニメ」のみ強調されてきた。アニメ産業の発展を強く後押しする杭州のような地域においては、オリジナルアニメ作品を作る企業を対象とする振興政策が緻密に設定されている。これに対し、ハイテク産業を支援する中関村サイエンスパークでは企業のみならず、教育機関、投資企業など直接ハイテク産業事業を行わない対象にとっても振興政策を享受できるものとなっている。

アニメ産業とゲーム産業に限ってみると、杭州動画産業基地では、政策の支援対象は主にアニメ企業である、ゲーム企業が基地に入居した場合には、スタジオ賃料、税金の減免を享受できるものの、テレビ放送とは無関係なので、作品放送の奨励が享受できない。一方、中関村において、アニメ企業とゲーム企業が享受できるのは税金とスタジオ賃料の減免のみである。いずれにせよ、アニメ企業が利用できる優遇政策の方がゲーム企業より多いと考えられる。特に、杭州のみならず、アニメ企業の作品がテレビ局で放送される場合には、作品の種類と時間に応じて、地元政府から補助金を得ることができ、企業の継続的な発展に大きな役割を果たした。これに対し、ゲーム企業の存続は自社商品による市場での売り上げに頼らざるを得ないものとなっている。つまり、杭州政府が動画産業基地の発展のために作られた政策内容の主旨が基地に入るアニメ企業の生存と発展を目的としているのに対して、中関村における政策はサイエンスパークの中にあるゲーム企業のために限定されず、中関村全体に対するビジネス活動や起業活動の活発化のために作られた政策であると考えられる。

3.3 中国アニメ産業の発展状況に関する考察

アニメ産業振興政策が正式に政府から打ち出されたのは2004年頃であるにもかかわらず、かなり以前から、アニメ制作事業は国内に存在していた。正式な支援を受け始める以前における中国アニメ産業の発展は次の4段階に分けられる。

(1) 中国最初のアニメ作品誕生—中華人民共和国政府成立まで

1926年、中国アニメ制作の先行者である「万兄弟」³⁴が米国アニメ作品の影響を受け、中国最初の短編アニメ作品『大鬧画室』([141])を制作した³⁵。中国アニメ制作事業はここから発足したとも言える。更に、アメリカの『白雪姫』([142])、『ガリバー旅行記』([143])、『ピノキオ』([144])に続く長編アニメとして、彼らは1941年においてアジア初、世界第四部目にあたる長編アニメ映画『鉄扇公主』([145])を完成させると、当時の中国において大ブームとなった。

(2) 中華人民共和国政府成立から文化大革命前まで

1949年以降においては、中国のアニメ制作者たちはソ連やユーゴスラビアなど当時の社会主義国家からアニメ制作技術を学び、技術のみならず、作品スタイルも影響をうけるようになった。特に、1956年第8回ヴェネツィア国際児童映画祭で受賞した『烏鴉為什麼是黒的』([146])という作品は多くの人々からソ連の作品であると誤認されるものであった(顔・索[94], pp. 36)。同年、特偉³⁶氏が「探民族風格之路」³⁷を提唱し、中国アニメ作品における民族特有のスタイルの発展がここから始まった(顔・索[94], pp. 42)。特に、文化部の意見に基づき、1957年に成立した「上海美術電影制片廠」は当時の中国においてアニメ制作に携わっていた大半の人材を集め、その後数十年の間、中国アニメ産業の代名詞となるものだった。アニメ制作者たちは中国伝統芸術の中からインスピレーションを得て、剪紙、折り紙、木偶、皮影劇、水墨画など中国伝統芸術を利用した作品を続々と誕生させた。様々なスタイルの作品の中でも、特に中国的特色があると言われたのは「水墨画アニメ」である(顔・索[94], pp. 56)。これは元副総理陳毅の提案に従って誕生したスタイルである。代表作は『小蝌蚪找媽媽』([147])と『牧笛』([148])である。この二作品の中のキャラクターは、それぞれ当時中国美術界の巨

³⁴ 万氏兄弟とは中国アニメ最初の制作者である万籟鳴(1900年1月18日-1997年10月7日)、万古蟾(1900年1月18日-1995年11月19日)、万超塵(1906年10月-1992年10月)、万滌寰四人。1926年当時、四人は映画会社「長城画片公司」に勤めていた(顔・索[94], pp. 10)。

³⁵ 彼らは1922年において中国最初のアニメ広告「舒振東華文打字機」も制作した(顔・索[94], pp. 10)。

³⁶ 特偉(1915-2010)当時上海電影制片廠美術片組責任者の一人、1957年上海美術電影制片廠第一任廠長と務めた(顔・索[94], pp. 33)。

³⁷ 民族特色がある発展の道を探せという意味。

匠齊白石と李可染の原画により作られ、非常に芸術性が高い作品となった。

また同じ頃、政府から人材と資金の支援を受け、中国の古典である『西遊記』のストーリーの一部に基づいた『大鬧天宮』([149])という作品が誕生した。この作品は1959年から1964年まで5年かけた二部作として制作された。監督は当時上海美術電影制片廠に勤め、還暦を迎えた「万兄弟」の長男万籟鳴氏である。キャラクターの設定や背景や着色などの部分において中国古代の絵画、廟堂芸術、民間の年画³⁸など芸術作品の特色を参照し、伝統的な演劇の表現形式が採用され(顔・索[94], pp. 84-87)、中国民族スタイルアニメの金字塔とも言われた。この作品に対する評価について、監督である万籟鳴は、著書の中で「フランスの新聞紙「ル・モンド」により、『大鬧天宮』という作品がアメリカのディズニー社の作品のような美学的センスを保ちつつ、アメリカ会社作れない造形物を作り上げた。この作品は中国伝統的な芸術スタイルを完璧に表現した」(万ら[83], p. 168)と述べた。

(3) 文化大革命期間

『大鬧天宮』の第一部(50分間)は1961年上映後、大好評となったが、文化大革命の影響を受けて、第二部(70分間)は1964年に完成したものの、1978年になるまで上映することはできなかった。『大鬧天宮』だけではなく、文化大革命は中国アニメ産業全体に強い影響を与えた。1966年から1971年にかけて、中国国内で作られたアニメ作品は『山村新苗』([150])と『偉大の声明』([151])二作しかない。1972年から1976年の5年間では、上海美術電影廠が17作のアニメ作品を完成させたものの、作品テーマは階級闘争に限られていた。

(4) 文化大革命後から2002年「中国共産党第十六次全国代表大会」前まで

文化大革命が終わると、中国アニメ産業が再び発展し始めた。民間のことわざをアニメ化した『三個和尚』³⁹([152])、そして少数民族の昔話をもとに作った中国最初の連続アニメ番組『阿凡提的故事』([153]) (顔・索[94], p. 110)など影響力のある作品が続々と登場した。当時の中国アニメの作品では、寓言、古典小説の中のストーリーが大量に採用され、娯楽性より教育性が次第に強まったことが見受けられる。

改革開放政策の影響とテレビの普及とともに、上海美術電影廠以外にもアニメ制作を行う企業が増加した。そのうちの大部分はテレビアニメ作品の制作を行っていた。1989年には、テレビアニメ作品の発展を促進する目的で第一回「全国影視動畫展播」というイベントが開催された。また、中国アニメ市場においても外国との接触のチャンスが増

³⁸ 旧正月に貼る吉祥やめでたい気分を表す絵。

³⁹ 三人のお坊さんのストーリー。

加してきた。1979 年、上海美術電影制片廠が日本東映株式会社のアニメ作品の着色の仕事を受注する。これが中国アニメ企業にとって、初めての下請けの業務となった（顔・索[94], p. 104）。同年、日本、ルーマニアのアニメ専門家も上海美術電影制片廠を訪問した。そして、1981 年から、『鉄腕アトム』（[154]）をはじめ、外国製のアニメ作品が数多く放送され、アニメ市場におけるシェアが著しく拡大した。それに比べ、国産アニメ作品の品質は上がらず、作品の数も減少した。また、80 年代後半には中外合弁アニメ制作企業が設立された。上海美術電影制片廠の従業員をはじめ、大量の中国アニメ制作者が合弁企業に雇われ、人材が流失し、国内企業の経営状況が悪化した（顔・索[94], p. 172）。1990 年、国家広電部電影局が開催した会議において、上海美術電影制片廠、芸術学校など 23 の会社と団体、ならびに広電部、中宣部、中央思想宣伝工作領導小組が、「我国のアニメ映画事業の発展の促進に関する報告」⁴⁰というレポートを提出した。この報告は中国アニメ映画発展の歴史を顧み、現在の国産アニメの苦境を指摘したうえで、産業発展に対し政府の協力を求めたものだ。この会議が中国最初のアニメ業界の専門会議となる（顔・索[94], pp. 173-174）。1995 年、文化部に属する中国電影發行放映公司是計画經濟時代からのアニメ作品に対する統購包銷⁴¹政策を廃止し、アニメ産業の市場を進めた。

2002 年開かれた「中国共産党第十六次全国代表大会」において中国文化产业に関する発展戦略が明確に示された。この戦略に基づいて、2004 年 4 月国家広電総局は「我が国のアニメ産業の発展に関する意見」⁴²を制定し、定められた時間帯において国産アニメ作品を放送することなどの規定を打ち出した。同年 9 月、中国政府の文化部は、「アニメとデジタルゲーム産業の発展を支援するチーム」⁴³を発足させ、「国家アニメゲーム産業新興計画」⁴⁴の制定についての意見を社会一般から公募した。政府以外にも、中国動画面学会が「中国国際アニメ形象及授權商品展覽会」を開催した。国家広電総局も国家アニメ産業基地や国家アニメ教学研究基地などを設立した。一連の行動を通じて、中国政府はアニメ産業の発展を支持する意思を明確に示したと言えよう（顔・索[94], pp. 174-175）。

中国アニメ産業が 1920 年代に誕生してから「中国共産党第十六次全国代表大会」開催するまでの 70 年間、『牧笛』、『大鬧天宮』など優秀な作品が制作されてきた。しかし、

⁴⁰ 「關於發展我國動畫電影事業的報告」

⁴¹ 国有企業がアニメ制作会社から作品を購入し、市場に販売する行為（顔・索[94]、p. 174）。

⁴² 「關於發展我國影視動畫產業的若干意見」

⁴³ 支援動漫和電子遊戲產業發展專項工作組

⁴⁴ 「国家動漫遊戲產業振興規画」

文化大革命や改革開放など社会的政治的な影響を受け、社会制度や産業の発展や人の考え方は大きく変わった。計画経済の体制の中で成長してきた中国アニメ産業は急速に市場化が進んだことで環境変化に適応できず、衰退していった。そのとき、中国の伝統的なアニメ作品とは演出や価値観などまったく異なる外国の作品が低価格で放送局へと提供され、放送された。その結果、外国作品が、一気に中国市場を占め、大きな利益を収めた。その中で、最も典型的な例のひとつにアメリカのテレビアニメ作品『トランスフォーマー』([155])がある。アメリカのハズブロ社がこの作品を中国中央テレビ局に無料で提供し、放送された。同時に、ロボット玩具を中国で販売し、50 億元の利益を収めた(顔・索[94], pp. 223-224)。この後、アニメ作品の放送権の買収価格は徐々に低下し、テレビ局に放送権を売り、利益の得る他には収入源の無い中国国内アニメ企業はさらに困難な状況に陥った。アメリカだけではなく、日本作品も多くのファンの支持を受け、市場への影響力に限らず、社会的影響力が及ぼされた。例えば、もともとバスケットボールは中国においてそれほど盛んではなかったが、『スラムダンク』([156])の影響を受け、多くの中学生がバスケットボールに夢中になった(顔・索[94], p. 223)。逆に中国国産アニメ作品が剪紙、折り紙、水墨画さまざまな技法があるものの、考え方や政治環境による制限を受け、素材のポテンシャルを十分に発揮されたとは言えない。また中国のアニメ制作者たちが日米アニメのような作品を模倣したオリジナル作品を制作しても、特徴に乏しいことやキャラクターのデザインが古いことなどが指摘された(顔・索[94], pp. 221-223)。

21 世紀初前後、中国アニメ産業は様々な問題に直面しているものの、全く成功例がないわけではなかった。湖南省長沙市にある三辰動画集団の作品『Bluecat』([157])シリーズは中国において最も早く商業的成功を収めたアニメ番組と認められている。この作品は当初教育アニメとして制作された。1998 年に制作者が『Bluecat』というキャラクターを作品の中に取り入れ、当時中国のアニメ作品ではまだほとんど運用されていなかった 3DCG 技術導入したうえで、新たに制作した長編アニメ作品を 2000 年から全国で大規模に放送したところ、大ブームになった。その後、三辰動画集団が全国規模で展開した専門販売店において、アニメ作品の関連書籍や衣料などの周辺商品を販売した。

しかしながら、会社の創設者且つ『Bluecat』の創造者王宏は 2004 年に会社を離れ、新たに別の会社を創設した。また同時に、海賊版からは深刻な被害を受け、周辺商品の販売利益は減少し、専門販売店を次々閉店せざるを得なくなった。2006 年から、この会社の作品数と生産時間とともに減り始め、『Bluecat』シリーズの人気も次第に減退した。2007 年、三辰動画集団は元創設者である王宏が新たに設立した「宏夢動画伝播有限会社」

によって事実上買収された。『Bluecat』というブランドは最終的に失敗に終わったにもかかわらず、一時成功した事実によって世の中の注目をアニメ産業に引きつけ、アニメ産業の発展に火をつけるという効果をもたらした。

2002 年に開かれた「中国共産党第十六次全国代表大会」では中国文化産業に関する発展戦略が明確に示され、アニメ産業は文化産業において重要な一部分であると強調された。その後、政府は数々の政策を打ち出し、産業全体特にオリジナルアニメ作品制作の発展を推進している。税金の免除や奨励金制度の設置以外にも、2005 年から 2012 年の間に全国 13 の省、直轄市において合計 24 ヲ所の国家動画産業基地を設置した。24 ヲ所の基地は、大量のアニメ企業を集積するかどうかによって分類するならば、独自発展型と集積発展型に分けられる。独自発展型の中では、以前からアニメ事業をやっている企業型の基地とこれまでアニメ事業とは関わりが少なかったテレビ局、映画会社依存型基地がある、この二つタイプの基地の特徴は、基地を設立する前から影響力を持つ大手企業が存在していたことにある。また、集積発展型はアニメ企業向け作られた専門型基地と団地型基地が含まれる。団地型とは、もともとハイテクパークとして存在し、アニメ企業に限らず、ほかの種類の企業も数多く存在する工業団地である、専門型基地と団地型基地の中では、中小企業のシェアが高くなっている。発展促進政策の効果として、表 3.4 で示したように、中国全国のアニメ作品の生産量は 2004 年の 29 作品、総時間 2 万 1819 分から 2012 年の 395 作品、総時間 22 万 2938 分まで増加した。2012 年に、全国 24 ヲ所の国家動画産業基地は合計 210 作品を制作し、その総時間は 12 万 3715 分であった。動画産業基地にあるアニメ企業が制作したアニメ作品は全国アニメ総制作時間の 55.5%を占めており、表 3.2 で示した当時の広電総局が公布した 2011 年と 2012 年 2 年連続生産量上位の都市の生産量と当地にある動画産業基地の生産量を比較してみると、生産量が高い都市では動画産業基地のシェアが大きいことが見える。2011 年と比較して、杭州、無錫と北京の基地生産量のシェアが著しく低下し、生産の分散化が見えるとはいえ、全体的に依然高い水準を保っている、また、2011 年に瀋陽と大連がランクインしたものの、2012 年に当地にある動画産業基地の生産量が大幅に低下したため、上位ランクから外れた。つまり動画産業基地が中国アニメ産業に対する大きな推進力を与えてきたと結論づけられる。

表 3.2 生産量が高い都市が動画産業基地に対する依存性検証

都市名	2011 年生 産量 (分)	動画産業基地名	2011 年生 産量 (分)	基 地 生 産 量 の シェア
杭州	34,606	杭州高新技术开发区動画産業園	32,581	95%
広州	18,449	南方動画節目連合制作中心	18,449	100%
無錫	20,563	無錫国家動画産業基地	19,243	94%
北京	11,168	北京市文化創意産業集聚区	11,168	100%
シンセイ	23,683	シンセイ市動画制作中心	23,683	100%
瀋陽	20,495	沈阳高新技术开发区動漫産業園	20,157	98%
蘇州	16,451	蘇州工業園動漫産業区	10,841	66%
寧波	11,873			
福州	10,028	福州動漫産業基地	10,028	100%
大連	7,872	大連高新技术开发区動画産業園	7,872	100%



都市名	2012 年生 産量 (分)	動画産業基地名	2012 年生 産量 (分)	基 地 生 産 量 の シ ェ ア
杭州	13,371	杭州高新技术开发区動画産業園	10,324	77%
広州	20,471	南方動画節目連合制作中心	20,471	100%
無錫	12,092	無錫国家動画産業基地	10,346	86%
北京	9,950	北京市文化創意産業集聚区、 中央テレビ放送局中国国際テレ ビ総会社	4,967	50%
シンセイ	11,957	シンセイ市動画制作中心	11,957	100%
蘇州	24,737	蘇州工業園動漫産業区	16,945	66%
寧波	11,652			
福州	14,866	福州動漫産業基地	14,866	100%
東莞	15,214			
合肥	12,845			

出所：広電総局中国アニメ産業関連データ（[133]） により作成

2013 年に全国で制作されたアニメ作品の数は 358 部、計 20 万 4732 分と前年に比べ 8.2%減少した。さらに、2014 年の作品時間は 13 万 8496 分にまで大幅に減少した。新作アニメ作品の制作時間の減少の原因について、第 10 回中国国際アニメフェスティバル開催中に行っている会議において、中国アニメ学会会長余氏は、各地政府の支援政策が合理性を求められるようになり、市場の需要の影響を受けて、アニメ産業の単純な生産量重視から作品の品質を重視するに転換しているためと論じた。また、同会議において、中国アニメ産業発展の先進地域である杭州政府の責任者董氏も杭州のアニメ産業支援政策は生産量を支援の基準とするのではなく、作品の品質により判断すると述べた（馮ら [108]）。今後、先行的に発展した杭州を始め、中国アニメ産業において、生産性だけでなく、企業のイノベーション能力に対する要求が高まると考えられる。

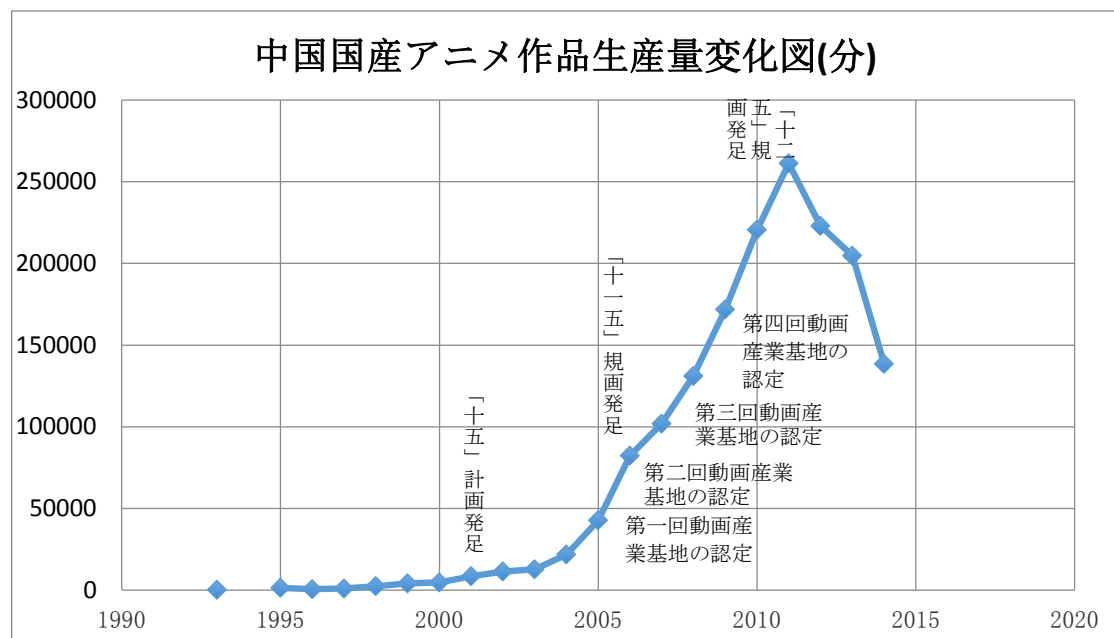


図 3.2 中国国産アニメ作品生産量の変化 1993-2014 年

出所：新広総署ホームページ資料と（[104]）により作成

表 3.3 中国国際アニメフェスティバル開催期間中参加者数及び関連の売り上げ

年分	人数(万)	売上(億元)
2005	12	30
2006	28	37.3
2007	43	40.8
2008	67.2	48.85
2009	80	65
2010	161	106
2011	200	128
2012	208	146
2013	123	136.2
2014	136.2	138.6
2015	137.29	148.46

出所：中国国際アニメフェスティバルホームページにより作成 <http://www.cicaf.com>

表 3.4 国家动画产业基地国产アニメ作品生産状況 2006-2012

生産量（分） 基地名	基地 分類	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
三辰动画集团	企 業 型	15142	10014	9910	4365	510		
中央テレビ放送局中国国際テレビ総会社		2242	5669	9412	8478	9915	9964	1534
江通动画株式会社		169	338	338	1087	1050	1016	390
上海美術映画制作廠	テレ ビ局 映画 会社 依存 型	835	1256	1388	310	0	143	0
中国映画集団会社		0	0	624	0	0	0	0
湖南金鷹動画有限公司		1155	16733	16129	7078	2947	728	152
上海炫動動画衛視メディア娛樂有限公司		286	1248	539	363	0	312	2184
長影集団有限責任会社			0	0	0	0	0	0
深圳市动画製作中心		4139	3637	912	7042	16393	23683	11957
無錫国家动画産業基地	専 門 型	3273	7158	8108	19214	29410	19243	10346
南方动画番組連合制作中心		12838	12624	11015	16445	13794	18449	20471
重慶市南岸区茶園新区动画産業基地			3734	1618	3700	3046	2768	2398
黒龍江動漫産業（平房）發展基地						2687	5325	850
福州動漫産業基地						3428	10028	14866
常州国家动画産業基地		2460	3438	6243	2136	4756	2236	2996

杭州高新技術開發区動画産業園	団 地 型	8231	10114	16886	27409	32996	32581	10324
蘇州工業園区動漫産業園			1320	1544	9801	8646	10841	16945
大連高新技術産業園区動漫産業園		260	180	0	845	0	7872	4272
南京軟件園			2994	4009	3159	3244	2272	2704
瀋陽高新技術産業区動漫産業園				3236	10366	25261	20157	2643
廈門軟件園影視動画産業区				3361	2450	4061	6058	4526
天津滨海新区国家影視網絡動漫実験園						1846	3164	4576
北京市文化創意産業集聚区				6775	7077	8699	11168	3433
昆山軟件園							2282	2030
張家港軟件（動漫）産業園								4540
動画産業基地生産量		51030	80457	102047	132325	172689	190290	123715
全国総生産量		82326	101900	131042	171816	220530	261224	222938

出所：新広総署ホームページ資料

<http://www.sarft.gov.cn/catalogs/gldt/20070831155418550682.html>

2005 年から杭州で開催されている「中国国際アニメフェスティバル」の参加者数は開催当初より 10 倍に増え、現在毎年 100 万以上の来場者を維持している。現場で達成した企業間販売契約の金額と売上を見込める企業共同事業の契約の金額は合計 148.46 億元であり、2005 年に比べ、約 5 倍に増加した。民間からのアニメ産業に対する注目度が高まったとも考えられる。また、開催地杭州のアニメ産業も発展を遂げ、2014 年に、アニメとゲーム産業全体の売り上げは 65.8 億元に達した。([125] [139]) アニメ産業が再び発展し始めた原因として主に二つがあると考えられる。一つは 21 世紀初期『BlueCat』という作品が市場的な成功を収め、衰退しつつあるアニメ産業が改めて起業家や投資家に注目され、創業、投資の新たなチャンスと見られた。もう一つは産業支援政策があるため、中小企業でもこの産業に参入できるようになり、産業の活性化が促進された。政府が様々な発展支援策を用意し、その中で一番重要なのは動画産業基地の設立である。また、各地政府が地元の状況を考え、地元企業の発展を支援するもしくは他の地域から企業を誘致するなど様々な工夫を行った。この中で、武漢、湖南、長春、南京など一部の地域の動画産業基地では継続的な発展を確認できず、あるいは衰退しているように見えるものの、全体的に見ると、アニメ産業の発展は確実に存在していると言える。

3.4 中国ゲーム産業発展の状況

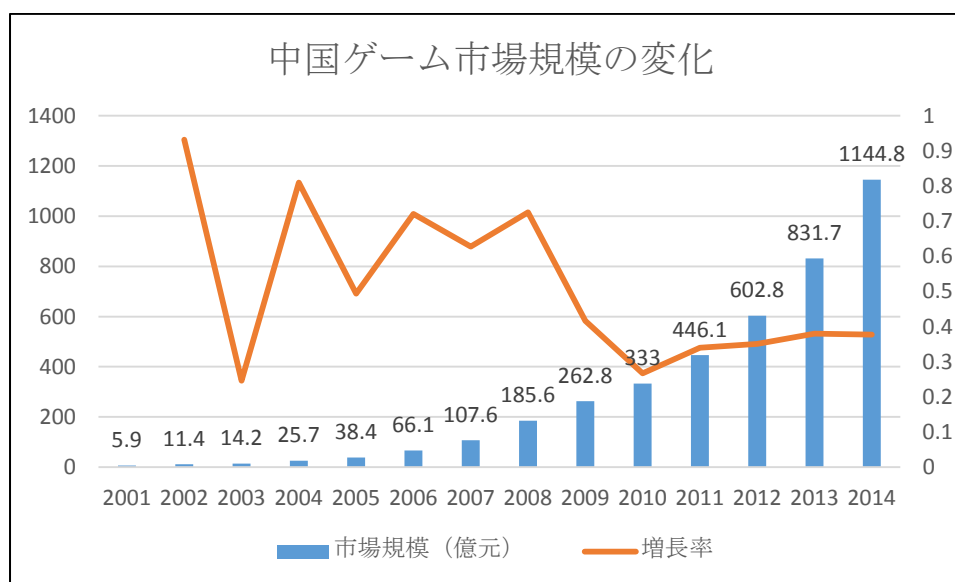


図 3.3 中国ゲーム市場規模と年増長率の変化

出所：中国ゲーム産業報告 2003-2014 により作成

表 3.5 2014 年の中国ゲーム市場規模

中国ゲーム産業の市場規模（1144.8 億元） そのうち、中国国産ゲームの売り上げは 726.6 億元である。	クライアントオンラインゲーム市場規模（608.9 億元）	MMORPG	389.1 億元
		カジュアルゲーム	219.8 億元
	ブラウザゲーム市場規模		202.7 億元
	モバイルゲーム市場規模		274.9 億元
	ソーシャルゲーム市場規模		57.8 億元
	パッケージゲーム市場規模		0.5 億元

出所：中国ゲーム産業報告 2014 により作成

2003 年から 2014 年度までの「中国ゲーム産業報告」によると、オンラインゲーム（クライアントオンラインゲーム、ブラウザゲーム、ソーシャルゲーム、また一部ネット機能を利用するモバイルゲームを含む）は中国ゲーム市場における市場シェアの大半を占めている。オンラインゲームの急速な発展がゲーム市場大きな牽引力となり、ゲーム市場全体の市場規模は 13 年間で 200 倍以上に増加し、2014 年には 1144.8 億元に達した。「中国ゲーム市場＝オンラインゲーム市場」とも言える。また、海賊版ソフトの氾濫やオンラインゲームの無料化を原因として、パッケージゲーム市場は衰退し続けていたが、ユーザーの著作権意識の改善によって、市場の全面的な回復まで至らなかったものの、人気作品の販売量は順調に伸びた。さらに、ネット環境の整備やスマートフォンの普及は、ソーシャルゲーム市場とモバイルゲーム市場の発展に貢献している。

中国ゲーム産業においては、パッケージゲームの歴史のほうが長いものの、中村によると、中国パッケージゲーム市場は多重層型経済構造により生み出されインフォーマルな階級の存在（中村[30]、20 頁）などの原因で、海賊版ソフトが氾濫し、大きな発展を遂げていなかった。そのかわり、オンラインゲーム産業は 2000 年から、中国で本格的に発展し始めた。その象徴は台湾ゲーム企業が開発した商業用オンラインゲーム『万王之王』（[158]）が初めて中国大陆においてユーザーに対するオープンテストを配布したことである。その後、オンラインゲーム産業急速に発展しはじめ、2001 年当時の市場規模はすでにパッケージゲーム産業市場規模の 2.8 億元を上回り、3.1 億元に達し、現在に至る中国ゲーム産業の基盤を築いた。2002 年頃から、中国政府は文化産業の発展を促進するために、様々な支援政策を策定してきた。当初、中国において、アニメ産業とゲーム産業は一括りにして議論される場合が多かったものの、両産業とも IT 産業などほ

かの新興産業と同様に、税金の減免やスタジオの賃料の優遇政策を享受してきた。2004年以降、政府はアニメ産業を対象に、特別な支援策をいくつも打ち出したものの、ゲーム産業を対象とする独自の支援策はほとんど打ち出していない。それにもかかわらず、ゲーム産業は政府の保護に依存することなく、市場化に成功し、中国文化産業を代表する産業にまで成長した。更に中国ゲーム産業は中国国内の各地域において産業クラスターを形成している。マイケル・ポーターが提唱したクラスターの三つのメリット、すなわち、企業や産業の生産性向上、イノベーション能力の強化、新規事業の形成の観点（原田[34]、21-24 頁）からみると、中国ゲーム産業は現在、確実にクラスター化の発展を進展させている。近年、中国国内のゲーム産業の市場規模が拡大しているのみならず、いくつかの中国ゲーム企業は海外におけるゲーム業界の企業を買収し、海外市場への進出を果たすなど、グローバル規模での発展も順調な滑り出しを見せている。また、企業間活動という視点から見ても、大企業と中小企業間の競争並びに連携が活発化していることが分かる。同時に、競争力を保つため、大手企業はゲーム市場以外の市場に進出する等、多角化経営を進め、新たな収益性がある事業を起こし、企業規模を拡大している。また、大手ゲーム企業は中小企業に投資し、ゲームプラットフォームを提供するなどを通じ、自社の利益を上げると同時に中小企業にも成功のチャンスを与え、Win-Win の状況を作り上げた。また、大半のシェアを占めるオンラインゲーム産業はゲーム産業のみならず、通信業界やマスコミ業界など関連産業にも大きな影響を与えた。

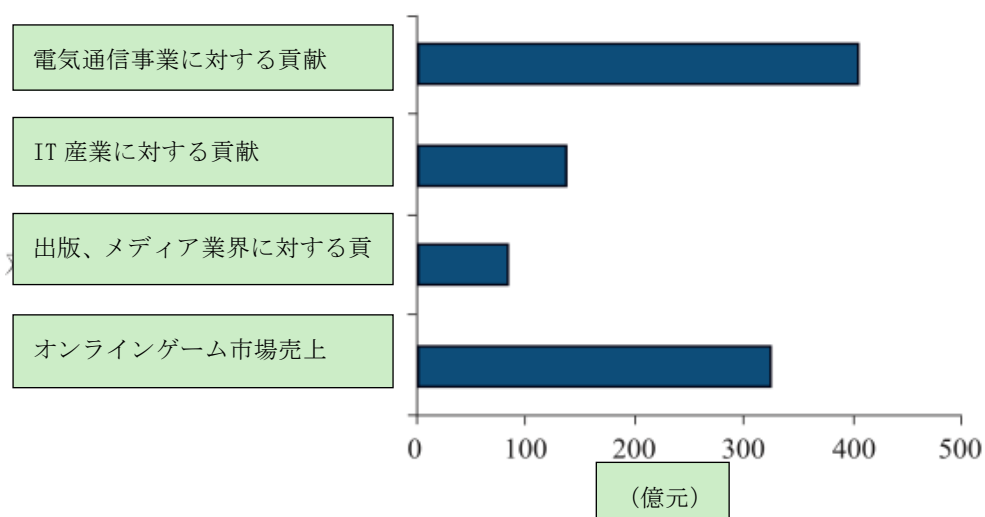


図 3.4 ゲーム産業は関連産業に対する貢献

出所：「中国遊戯産業報告 2010」により

(1) 関連産業の発展を推進する

統計データにより、中国オンラインゲーム産業の発展はゲーム企業だけではなく、関連産業にも大きな影響を与えた。2010年のデータから見ると、オンラインゲーム市場の規模は323.7億元である。同時、電気通信業界はオンラインゲームユーザーにインターネット接続サービスなどの業務を提供することにより、オンラインゲーム市場自体を上回る405.2億元の利益を得た。また、IT業界に対し、パソコンやサーバー、そしてソフトなどの販売を通じて、140億元の収益をあげた。他には、出版やメディア業界が得た利益の中の80億元はオンラインゲーム市場の発展と直接関わっている。つまり、オンラインゲーム産業自身が発展すると同時に、関連産業の発展にも大きく貢献している。

(2) 企業の発展による投資や国内外進出の活発化

文化産業の一つとして、ゲーム産業には絶えないクリエイティブ力が必要である。そのために、大手企業は中小企業を買収し、自分の企業グループに入れる、もしくはポテンシャルがある小さいスタジオに投資し、プロジェクトの開発を援助するケースはよくある。さらに、近年、一部の上場企業においては中国国内のみならず、海外のゲーム企業を買収し、グローバル化の道を進んでいる。また、沿岸地域の人件費の上昇をきっかけに、内陸のオンラインゲーム産業が発展し、地元の間がゲーム企業を設立する以外に、大手企業もスタジオを内陸地に置いている。つまり、オンラインゲーム産業の発展は、中国沿岸地域だけではなく、内陸の経済発展にも良い影響を与えたのである。

(3) 企業拡張により新事業開発の加速化

近年、大手ゲーム企業はオンラインゲーム事業のみならず、ケータイゲームや書籍、音楽市場にも進出し、それらの行動によって、オンラインゲーム企業はより大きな総合的なエンターテインメント企業に進化している。また、異なる市場からのノウハウは社内の交流や融合を通じて、新たな事業を創出する可能性を大きくしている。

3.5 結言

本章では、まずアニメ産業の代表地域である杭州地域の政策、ならびにゲーム産業の発達地域である北京中関村サイエンスパークの地域状況と政策内容を検討した。アニメ産業の代表地となる杭州政府では、オリジナルアニメ作品を作る企業を対象とする振興政策が緻密に設定されている。これに対し、ゲーム産業の代表地である北京中関村サイエンスパークでは企業のみならず、教育機関、投資企業など直接ハイテク産業とは関わらない対象にとっても振興政策を享受できることを明確にした。また杭州政府が動画産

業基地の発展のために策定された政策の主旨は基地に入るアニメ企業の生存と発展を目的としているのに対して、中関村における政策はサイエンスパークの中にあるゲーム企業のために限定されず、中関村全体に対するビジネス活動や起業活動の活発化のために作られた政策であるという両産業の産業政策の特徴を解明した。続いて、中国アニメ産業及びゲーム産業の発展状況を考察し、アニメ産業が先行者の成功をきっかけに、市場に注目され、さらに産業振興政策の実行によって後押しされることとなり、産業は発展を遂げた。ゲーム産業ではネット環境の整備、多くの企業の参入及び産業振興政策の推進を元に、自らの発展を成功したのみならず、関連産業の発展を推進し、他の業界や海外市場への進出も果たしたことを解明した。2002 年から、中国政府は様々な支援政策を打ち出し、文化産業の発展を着実に支援し始めてきた。それを反映するように、中国アニメ産業及びゲーム産業は最近 10 年間、急速な発展を果たした。中国アニメ産業の市場規模は「十五計画」末期の 100 億元未満から 2013 年には 870.85 億元にまで増加したと述べた。また、2014 年に制作された国産アニメ作品の時間は 13 万 8496 分である、前年度より減ったものの、2004 年の 1 万 2900 分より、10 倍以上増加した。ゲーム産業は本格的な産業支援が始まった 2004 年から 5 年連続 50%以上の年増加率を維持していた、2008 年の金融危機以降も 30%以上の増加を維持しつつある、2014 年市場規模は 2004 年より 40 倍以上に増加した。また、発展初期に、ゲーム市場は韓国ゲームに独占されたものの、2014 年には、中国国産ゲームの売り上げは市場全体の 63.5%を占めるようになった。産業振興政策の実施期間中、両産業の発展が加速し、大きな発展を遂げたため、産業の発展と政府の振興政策との間に強い関連性があると考えられる。この結論を踏まえ、次章では、産業振興政策がアニメ産業およびゲーム産業の企業の発展に対する影響をより詳しく分析することとする。

第4章 文化産業振興政策の効果と影響に関する考察

4.1 緒言

政府の文化産業振興政策の支援と管理を受け、アニメ産業およびゲーム産業がこの10数年間急速な発展を達成した。しかしながら、行政側が実施してきた施策も多岐にわたっており、これらの施策に対し、支援対象の企業や関係者はどのような評価を下しているかについては現在明らかになっていない。また、両産業発展の成長の中でこれら産業支援政策が如何なる役割を果たしたのかを確認する必要がある。当然、企業が事業展開を進めるうえで成長するには一定のリスクを覚悟しなければならない。これがゲームやアニメ産業といった新興産業であればなおさらだろう。そこで、行政側が実施している各種新興政策に対しゲーム及びアニメ産業関連企業の人たちがどの程度これらの制度を活用し、それぞれに対し如何なる意識を持っているかを分析することで、アニメ、ゲーム産業関連者が感じる産業振興政策の理想体型を確認することが出来る。

そこで本章では、中国のアニメ産業及びゲーム産業の企業に対するアンケート調査の結果について分析する。まず、主成分分析を通じて、現在実行している支援政策を分類し、独立したt検定を用いて、企業の産業属性と支援政策の活用頻度や、効果に対する意識の差について検証する。また、重回帰分析を用いて、各種類の政策が企業の発展に対する影響を分析する。

4.2 アンケート調査の結果に対する考察

本調査のために送ったアンケートの数は9013通であり、回収できたアンケート数は1033通、回収率は11.5%である。さらに本分析においては、アンケート調査においては5段階（最低評価：1点、最高評価：5点）で回答を行う設問を57設定しており、分析に必要な57問をすべて回答し、且つ、企業所在地、事業内容など必ず明記した回答のみを有効回答と定義した。従って今回、回収した有効な回答数は379通となり、有効回答率は36.7%である。

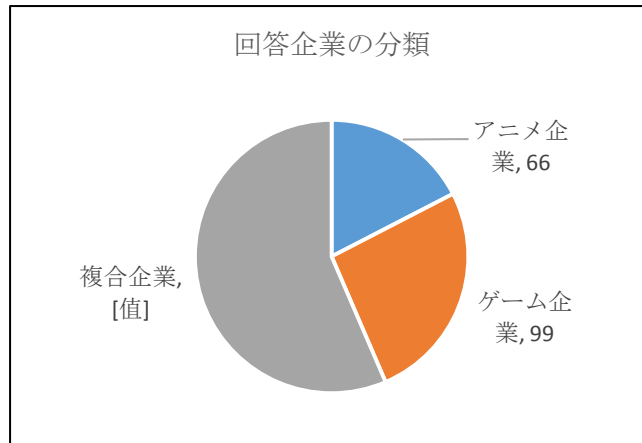


図 4.1 アンケート回答企業の分類

出所：アンケート調査の結果から筆者作成

調査対象企業の事業内容を確認すると、アニメ事業⁴⁵のみ行うアニメ企業⁴⁵の数は 66 社であり、ゲーム事業⁴⁶のみ行うゲーム企業⁴⁶の数は 99 社であった（本研究では単一企業と呼ぶ）。他方、アニメ事業とゲーム事業両方あるいはそれらの事業以外、他の産業の事業も従事する企業（本研究では複合企業と呼ぶ）は 214 社である。回答企業の半数以上の企業は 1 つの事業に限定せず、アニメ事業とゲーム事業、双方の事業あるいは他の産業の事業を行っていることが分かった。

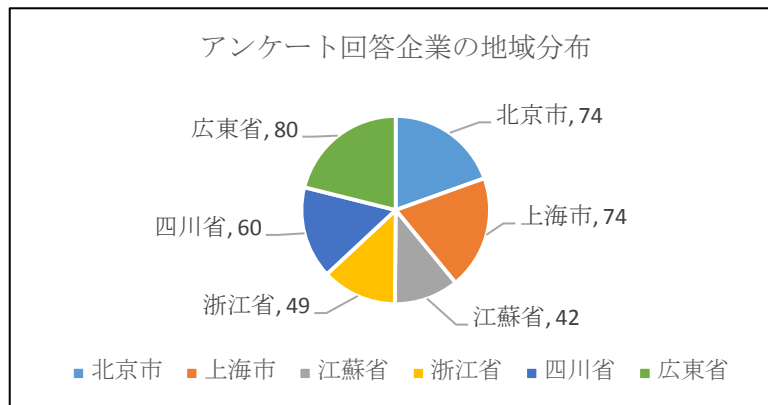


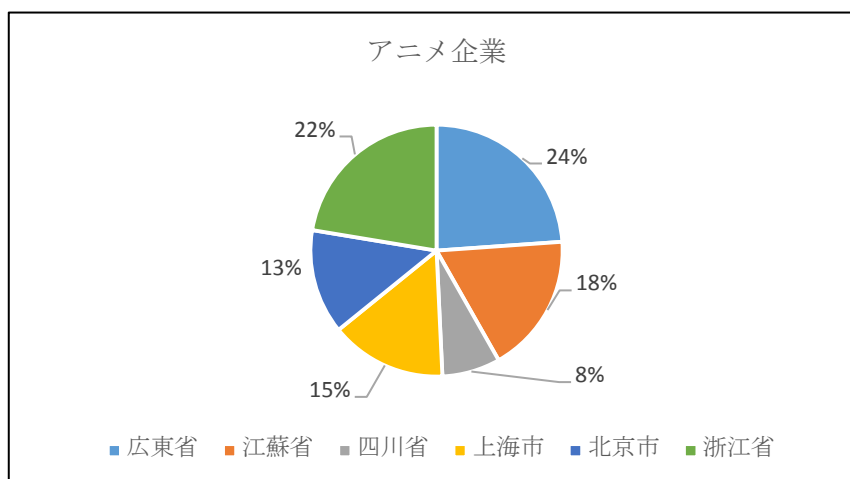
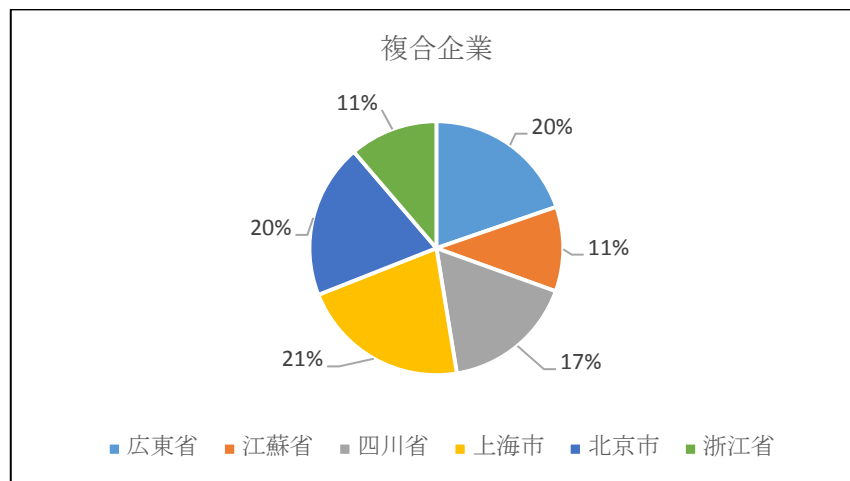
図 4.2 アンケート回答企業の地域分布

出所：アンケート調査の結果から筆者作成

⁴⁵ アニメ事業の仕事内容はオリジナルアニメ作品の制作、アニメ作品の下請け制作、アニメ周辺商品の生産を含む。

⁴⁶ ゲーム事業の仕事内容はオリジナルオンラインゲーム制作、オリジナルブラウザゲーム制作、パッケージゲーム制作、コンソールゲーム制作、オリジナルモバイルゲーム制作、ゲーム作品の下請け制作、ゲームパブリッシングである。

一方、地域分布は、図 4.2 のとおりである、北京、上海および広東省には多くの大企業が存在し、また海外市場との交流が盛んでいるため、企業文化においても比較的に開放が進んでいると考えられる。また、四川省は中国中西部の中でも比較的に経済が発達している地域である。西部地域の企業が四川省、特に首府の成都に集中しており、また人件費やコストが東部沿海地域より安いために、資本金が大きい企業でもこの地域では企業を立ち上げることができる。大企業は少ないものの、企業全体の数が多い。一方で、上海の近くにある浙江省と江蘇省においては、海外アニメ作品を加工するという下請けの仕事を行っている企業が多い。これらの企業はオリジナルコンテンツを作っていないために、産業支援政策を受けることができない。また、オリジナルアニメ作品とゲームを作る企業の規模もそれほど大きくないのがこの地域の特徴と言えよう。



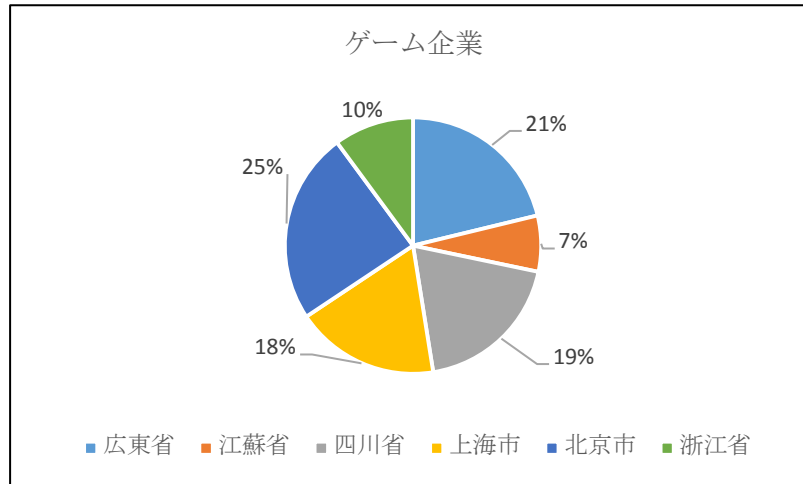


図 4.3 種類別アンケート回答企業の地域分布

出所：アンケート調査の結果から筆者作成

また、図 4.3 からみると、複合企業の中に、江蘇省及び浙江省に立地する企業の数が他地域と比較すると少ない。一方でアニメ企業での比率が高い。これらの地域は政府による産業振興政策が推進される前から、日本や欧米を中心とするアニメのアウトソーシング業務を進めてきた企業が存在することで知られる。また、アウトソーシング業務を進めてきたアニメ企業から独立して、現地で起業する人が出てきたことで、企業数も更に増えた。四川省は中国内陸にあり、アニメ産業の発展が遅れているものの、人件費が比較的安いので、IT 企業の多くはここで支社を設立した。故に、プログラミングなど IT 技術を求むゲーム企業の数が多いと考えられる。

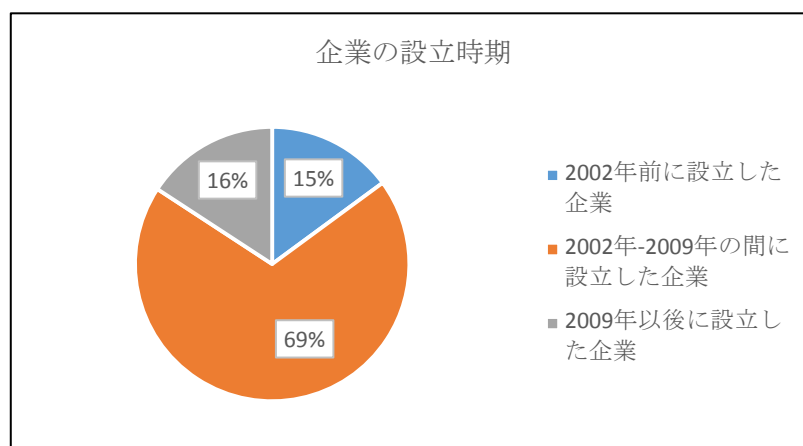


図 4.4 アンケート回答企業の設立時期

出所：アンケート調査の結果から筆者作成

企業の設立時期からみると、379 社の企業のうち、60.2%合計 228 社から自社の設立の時期に関するデータについての回答があった。このデータによると、158 社が 2002 年から 2009 年の間に設立されており、全体の 69%に達している。一方で 2002 年以前に設立された企業数は 34 社であり、そのなかで一番早いのは 1983 年である。

政府が初めて制定したアニメ産業とゲーム産業の発展を支援する政策は 2004 年の「中国アニメゲーム産業振興計画」⁴⁷であった。しかしながら 2002 年に開催された「中国共産党第十六次全国代表大会」において、すでに中国文化産業の発展を支持する意思が表明され、明確な政策がないものの、この産業に大きな発展のチャンスが到来すると判断する人が先に動き出し、企業を設立したことが考えられる。また、動画産業基地についての大規模な認定は 2009 年が最後になるため、産業の発展に対して、地元政府の最初に行ったアニメ産業に対する全面的なサポートはここまでであり、その後の発展は企業自身の努力に任すこととなった。政府の支援政策は企業あるいは個人が両産業に参入することを促進し、産業発展の活性化に役割を果たしたと考えられる。

また、2009 年以後に設立された企業数は 36 社であり、年間平均 17 社に立ち上がった 2002-2009 年の 8 年間に比べ、年間設立された企業数は少し減ったものの、大手企業の成長により、市場の競争が激化することとなり、次第に人々のリスクに対する意識が高まり、市場進出により慎重になっていることを考慮すれば、両産業は依然として活発に発展しているとも見てとれる。

⁴⁷ 「国家動漫遊戲産業振興规划」

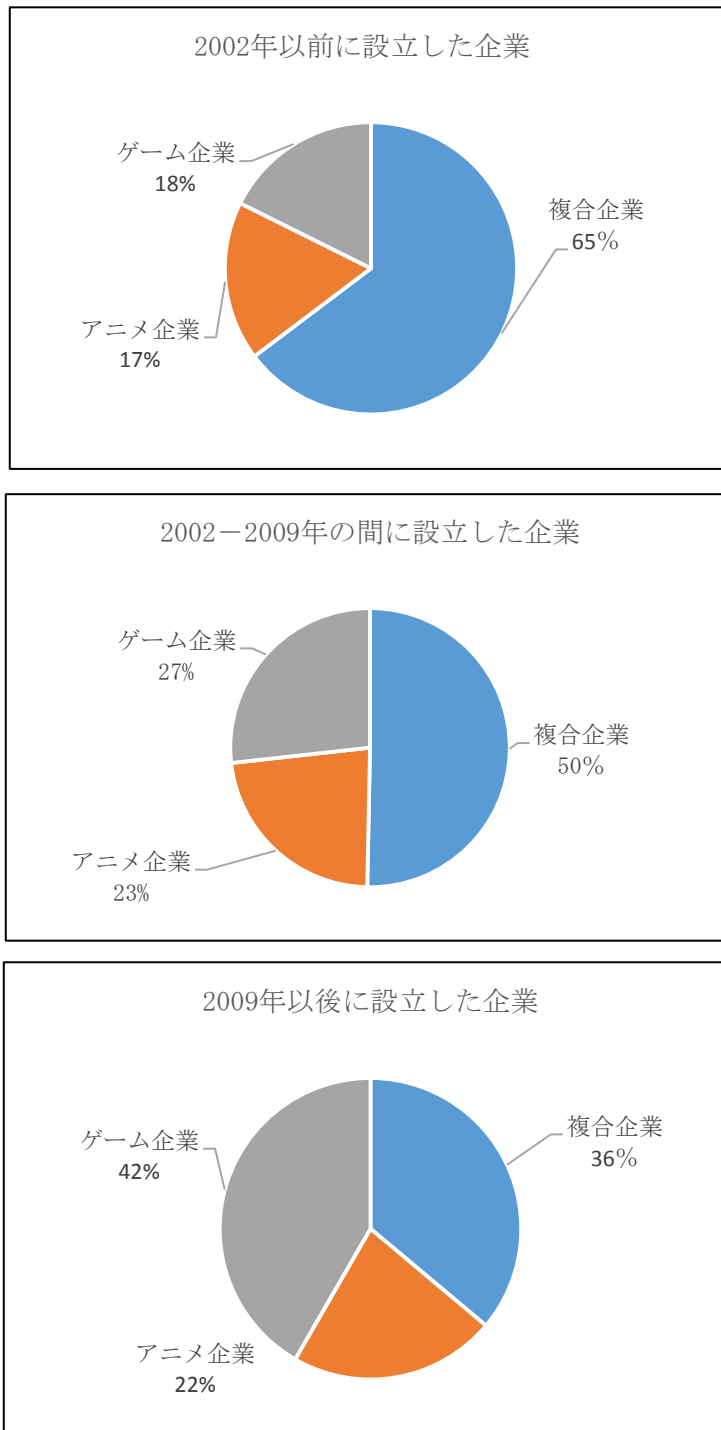


図 4.5 種類別アンケート回答企業の設立時期

出所：アンケート調査の結果から筆者作成

企業の種類を分けてみると、2002 年以前に設立した企業の中に、約 2/3 の企業は複合企業である。その原因は、当時アニメ及びゲーム産業は政策の支援を受けなかったため、事業の参入に大きなリスクを伴っていたからだと考えられる。そのため、多くの企業が

他の事業をやりながら、利益を確保しつつ、アニメあるいはゲーム事業の展開を試みていたと考えられる。2002 年から 2009 年までの間、両産業が迅速的に発展していたため、アニメあるいはゲーム専門の企業も増えていった。さらに、2009 年以後、モバイルゲーム市場を急速的に拡大し、ゲーム制作のハードルも下げていたため、新たに設立した企業の中に、ゲーム企業の比率も大幅に増えた。

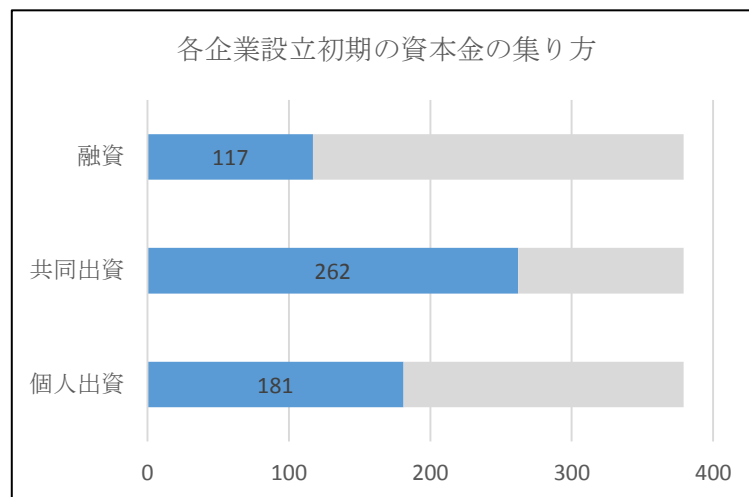


図 4.6 アンケート回答企業設立初期の資本金の集り方

出所：アンケート調査の結果から筆者作成

各企業設立当初の資本金の出資者の内容をみると、最も多いのは複数の出資者による共同出資である、379 社の中で 262 社がこの方法を利用している。また、約半数の 181 社が創業者の個人出資により設立されている。さらに、中小企業には困難ではあるものの、117 社が外部から融資を得ることに成功している。

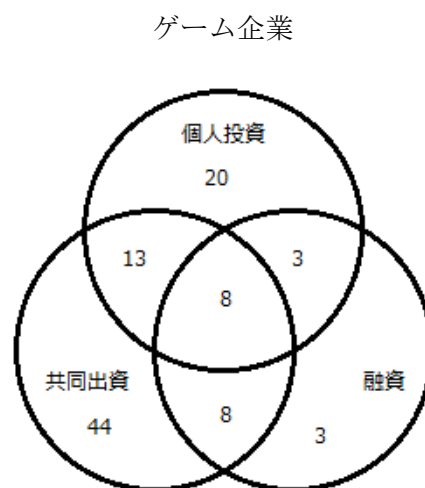
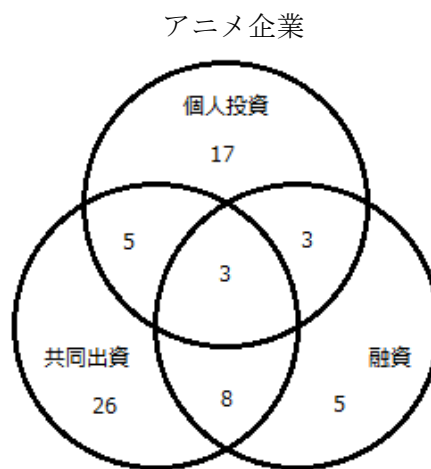
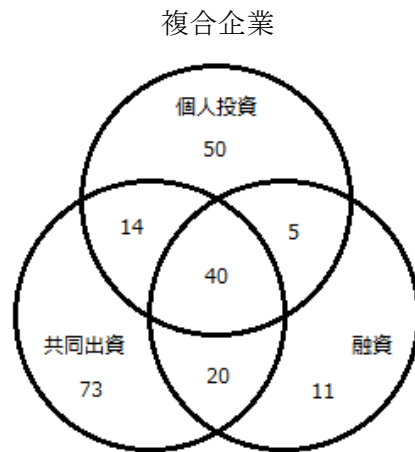


図 4.7 種類別企業設立初期の資本金の集り方

出所：アンケート調査の結果から筆者作成

図 4.7 で示したように、共同出資はアニメ企業及びゲーム企業が設立するとき最も利用される資金調達方法である。それに対し、複合企業は創業当時にアニメとゲーム以外

の事業に従事していた傾向にあることもあり、多くの企業が複数の方法を用いて資金調達している。それ以外には、個人投資により設立された企業も多数存在する。

また、ゲーム企業のサンプルの数のほうが多いにもかかわらず、融資のみで設立した企業の数に逆が少ない。この原因は現在ゲーム事業進出のハードルが下がり、少人数でも事業をはじめることができるからだろう。市場競争が一層激しくなり、投資者は盲目的に投資するのではなく、ある程度の実績がある企業また個人を対象に資金を投入し、成功を手に入れようと試みていると推測される。

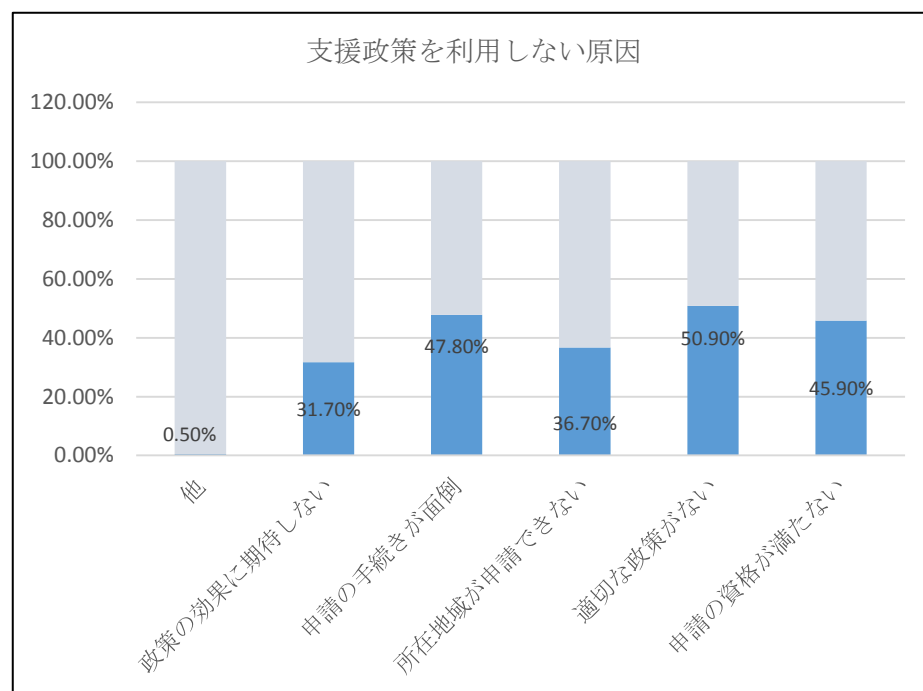


図 4.8 各企業が政府の支援政策を利用しない原因

出所：アンケート調査の結果から筆者作成

各企業が政府の支援政策を利用しない原因について、最も多い理由は自社の発展にとって「適切な政策がない」ことである、また、47.8%の企業が申請の手続きに不満があり、45.9%の企業が申請の資格がないと答えた。中央政府および地方政府が政策を策定するとき、企業の需要に相応しい政策を作る必要があり、改善の余地があると考えられる。また、中央政府の政策の執行機関である地方政府は現地の企業の状況を配慮したうえで、企業にとって、申請しやすい環境を作り上げる必要がある。一方、政策の効果に期待できないために、支援政策を利用しないと回答する比率は 31.7%に留まり、約七割の企業が支援政策を求めているとも言えよう。

4.3 アニメ産業及びゲーム産業振興政策の分類

表 4.1 KMO および Bartlett の検定

KMO および Bartlett の検定

Kaiser-Meyer-Olkin の標本妥当性の測度	.871
Bartlett の球面性検定 近似カイ2乗	1530.364
自由度	78
有意確率	.000

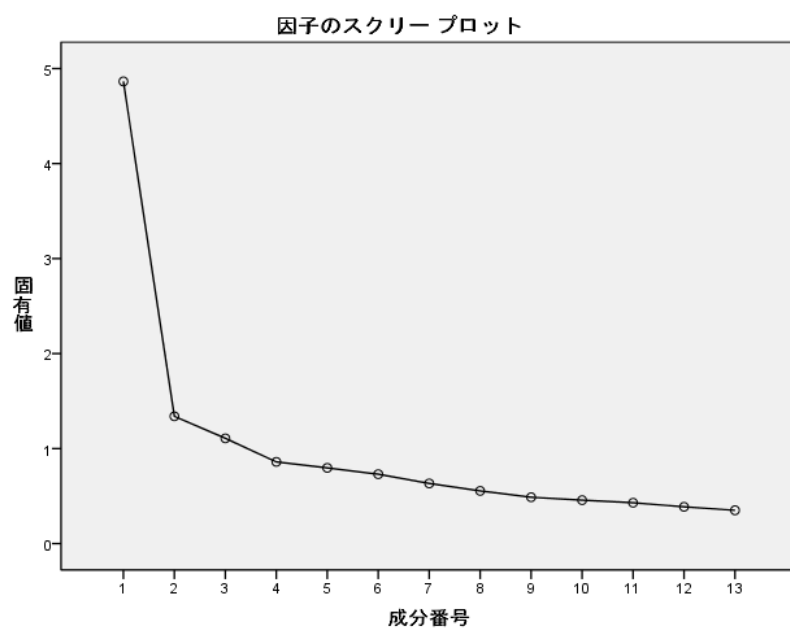


図 4.9 因子のスクリープロット

表 4.2 産業振興政策の分類

回転後の成分行列 a

	成分		
	1	2	3
企業融資或は上場の支援	.765	.341	-.035
優秀作品の表彰と宣伝	.738	.047	.241
新技術開発に対する支援	.601	.144	.427
海外出展或は海外市場進出の支援	.561	.428	.110
大型展覧会など展示の場の用意	.532	.097	.429
スタジオ家賃の減免	.073	.777	.211
産業基地或はサイエンスパークに立地する	.099	.704	.248
各種税金の減免	.187	.703	.110
公共設備の低価格或は無料利用	.447	.617	.027
技術向上のための交流の場の用意	-.017	.173	.785
マーケティング関連資料の提供	.170	.223	.633
人材育成のための教育機関	.274	.081	.631
企業連携を促進する座談会或は交流会	.481	.143	.507

因子抽出法：主成分分析

回転法：Kaiser の正規化を伴うバリマックス法

a. 8 回の反復で回転が収束しました。

今回のアンケートの中においては、過去の先行研究および筆者が中国現地企業に行った半構造化面接調査の結果（徐 [24]、195-198 頁）（徐 [25]、58-61 頁）を元に、13 種の産業振興政策内容についての設問を設けた。しかしながら、政策の内容は一見異なるものの、実は同じ種類の政策であり、様々な側面から同じ効果を及ぼしている可能性がある。同じ種類の政策が企業に対して及ぼす影響を明確するために、これらの政策を分類する必要があると考えられる。本研究において、13 種の政策内容に対し、主成分分析・バリマックス回転を行った。

KMO は標本妥当性の測度であり、変数群に適切な共通因子が存在するかどうかの判断に利用される数値である。KMO の値が小さければ、2 変数毎の固有の相関関係だけでなく、変数群全体の共通する関連性は乏しいことを意味し、0.5 未満であれば、主成分分析の適用は不適切であると解釈されるが、表 4.1 の KMO の値は、0.871 という高い数値

を示しているので、適切であると判断される。

抽出された主成分の数の判断基準は主に二つある。一つは付録 5 の表 2「説明された分散の合計」の中の「初期の固有値」の「合計」欄の固有値が 1 以上のものを採用する方法と「累積寄与率」が 80%を超えたところで打ち切る方法である。本研究において、固有値が 1 より大きいものを主成分として採用する。したがって、主成分は三つがあると判断する。主成分分析では、回転を使えないという見方を示す研究者もいるものの(秋川 [2], 158 頁) 本研究において、主成分をより明確的に読み取るため、石村 ([8], 112 頁) の意見を採用し、回転して分析を行った。表 4.2 の得点によると、この 13 種の政策内容は主に三つのタイプに分類できる。

1) 直接支援型支援政策

このタイプの政策には「企業融資あるいは上場の支援」、「優秀作品の表彰と宣伝」、「新技術開発に対する支援」、「海外出展あるいは海外市場進出の支援」、「大型展覧会など展示場の用意」が含まれている。この五つの政策は個別の企業を対象としている。一つ一つの企業の発展を促進するために、資金、場所あるいは技術開発の支援を与えており、本研究においては、このような支援政策を「直接支援政策」と定義する。

2) 基地型支援政策

このタイプの政策には「スタジオ家賃の減免」、「産業基地あるいはサイエンスパークに立地する」、「各種税金の減免」、「公共設備の低価格あるいは無料利用」が含まれている。四つの政策の主な目的は企業の経営負担を軽減することである。また企業が産業基地あるいはサイエンスパークに入らないと享受できない政策であるため、本研究においては、この四つの政策を一括りにし、「基地支援政策」と定義する。

3) 交流促進型支援政策

このタイプの政策には「技術向上のための交流の場の用意」、「マーケティング関連資料の提供」、「人財育成のための教育機関」、「企業連携を促進する座談会あるいは交流会」が含まれる。この四つの政策は直接的な経済支援や経営負担を軽減することが目的ではなく、企業の間、企業と政府の間また産学連携を促進し、企業の発展をサポートする政策となっている。本研究においては、これらの政策を「交流促進支援政策」と定義する。

4.4 調査企業の発展状況及び政策の利用状況に対する定量的分析

アンケート調査によると、アニメ産業とゲーム産業では、アニメとゲーム事業のみ従事する企業（アニメ企業、ゲーム企業）と両方あるいは他産業の事業を行う企業（複合企業）がある、過去5年間あるいは企業設立以来、アニメ企業とゲーム企業発展の差異性、またアニメ企業とゲーム企業のような単一企業と複合企業発展の差異性を明白するため、本節で各種類の企業の発展状況及び政策利用状況に対し、t検定を用いて検証する。また、産業振興政策が各種類の企業の発展に与えた影響を解明するため、企業発展の各項目に対し、重回帰分析を用いて検証する。

4.4.1 アニメ企業とゲーム企業発展状況の差異性

両種類の企業の売上、利益率、業務量、従業員能力、同業界企業との連携、他業界企業との連携、企業認知度、作品認知度、経費使用効率、開発効率、新技術の導入など11項目の発展内容に対し、独立したサンプルのt検定を行った。その結果、アニメ企業とゲーム企業の売り上げのみに有意的な関係が確認できた。両類企業の売り上げについて、有意確率（両側）P値が0.002であり、 $P < 0.01$ レベルで両者の有意差が認められた。その平均値はゲーム企業の4.08に対し、アニメ企業は3.73であるため、ゲーム企業の方が売り上げの変化に対する評価が高いと考えられる。

表 4.3 アニメ企業とゲーム企業発展状況の差異性

		アニメ企業	ゲーム企業	t 値
売り上げ	n	67	99	
	M	3.73	4.08	-3.114**
	SD	.77	.67	

※Levene 検定の結果、等分散性を仮定している数値を採用した。 * $p < .05$, ** $p < .01$,

*** $p < .001$

4.4.2 単一企業と複合企業発展状況の差異性

両種類の企業の売上、利益率、業務量、従業員能力、同業界企業との連携、他業界企

業との連携、企業認知度、作品認知度、経費使用効率、開発効率、新技術の導入など 11 項目の発展内容に対し、独立したサンプルの t 検定を行った。その結果、複合企業と単一企業の売り上げ、利益性、業務量、同業界及び他業界企業との連携、開発効率と新技術の導入に有意的な関係が確認できた。

両類企業の売り上げについて、有意確率（両側）P 値が 0.002 であり、 $P < 0.01$ レベルで両者の有意差が認められた。その平均値は複合企業の 4.15 に対し、単一企業は 3.94 であるため、複合企業の方が売り上げの変化に対する評価が高いと考えられる。

利益性について、有意確率（両側）P 値が 0.018 であり、 $P < 0.05$ レベルで両者の有意差が認められた。その平均値は複合企業の 4.15 に対し、単一企業は 3.98 であるため、複合企業の方が利益性の変化に対する評価が高いと考えられる。

業務量について、有意確率（両側）P 値が 0.001 であり、 $P < 0.01$ レベルで両者の有意差が認められた。その平均値は複合企業の 4.24 に対し、単一企業は 3.99 であるため、複合企業の方が業務量の変化に対する評価が高いと考えられる。

同業界の企業との連携について、有意確率（両側）P 値が 0.000 であり、 $P < 0.001$ レベルで両者の有意差が認められた。その平均値は複合企業の 4.25 に対し、単一企業は 3.96 であるため、複合企業の方が同業界の企業との連携の変化に対する評価が高いと考えられる。

他業界の企業との連携について、有意確率（両側）P 値が 0.001 であり、 $P < 0.01$ レベルで両者の有意差が認められた。その平均値は複合企業の 4.11 に対し、単一企業は 3.84 であるため、複合企業の方が他業界の企業との連携の変化に対する評価が高いと考えられる。

開発効率について、有意確率（両側）P 値が 0.049 であり、 $P < 0.05$ レベルで両者の有意差が認められた。その平均値は複合企業の 4.21 に対し、単一企業は 4.16 であるため、複合企業の方が開発効率の変化に対する評価が高いと考えられる。

新技術の導入について、有意確率（両側）P 値が 0.002 であり、 $P < 0.01$ レベルで両者の有意差が認められた。その平均値は複合企業の 4.30 に対し、単一企業は 4.06 であるため、複合企業の方が新技術の導入の変化に対する評価が高いと考えられる。

表 4.4 単一企業と複合企業発展状況の差異性

		複合企業	単一企業	t 値
売り上げ	n	213	166	
	M	4.15	3.94	3.154**
	SD	.57	.73	
利益性	n	213	166	
	M	4.15	3.98	2.375*
	SD	.64	.82	
業務量	n	213	166	
	M	4.24	3.99	3.256**
	SD	.73	.75	
同業界企業との 連携	n	213	166	
	M	4.25	3.96	3.853***
	SD	.77	.72	
他業界企業との 連携	n	213	166	
	M	4.11	3.84	3.391**
	SD	.77	.80	
開発効率	n	213	166	
	M	4.21	4.06	1.979*
	SD	.71	.77	
新技術の導入	n	213	166	
	M	4.30	4.06	3.094**
	SD	.72	.76	

※Levene 検定の結果、業務量と同業界企業との連携以外、等分散性を仮定している数値を

採用した。 *p<.05, **p<.01, ***p<.001

4.4.3 アニメ企業とゲーム企業の政策利用状況の差異性

両種類の企業の直接支援政策、基地型支援政策及び交流促進支援政策に対し、独立したサンプルの t 検定を行った。その結果、アニメ企業とゲーム企業の 3 種類の政策の利用状況に有意的な関係が確認出来なかった。

4.4.4 単一企業と複合企業の政策利用状況の差異性

両種類の企業の直接支援政策、基地型支援政策及び交流促進支援政策に対し、独立したサンプルの t 検定を行った。その結果、複合企業と単一企業の 3 種類の支援政策利用状況に有意的な関係が確認できた。

直接支援政策について、有意確率（両側）P 値が 0.000 であり、 $P < 0.05$ レベルで両者の有意差が認められた。その平均値は複合企業の 4.01 に対し、単一企業は 3.75 であるため、複合企業の方が直接支援政策をよく利用すると考えられる。

基地型支援政策について、有意確率（両側）P 値が 0.002 であり、 $P < 0.05$ レベルで両者の有意差が認められた。その平均値は複合企業の 4.05 に対し、単一企業は 3.82 であるため、複合企業の方が基地型支援政策をよく利用すると考えられる。

交流促進支援政策について、有意確率（両側）P 値が 0.041 であり、 $P < 0.05$ レベルで両者の有意差が認められた。その平均値は複合企業の 3.96 に対し、単一企業は 3.83 であるため、複合企業の方が交流促進支援政策をよく利用すると考えられる。

そのため、複合企業が単一企業より各種類の産業振興政策を活用していると考えられる。

表 4.5 単一企業と複合企業の政策利用状況の差異性

		複合企業	単一企業	t 値
直接支援政策	n	213	166	
	M	4.01	3.75	3.710***
	SD	.62	.75	
基地型 支援政策	n	213	166	
	M	4.05	3.82	3.136**
	SD	.63	.75	
交流促進 支援政策	n	213	166	
	M	3.96	3.83	2.046*
	SD	.61	.68	

※Levene 検定の結果、等分散性を仮定している数値を採用した。 *p<.05, **p<.01,

***p<.001

また、具体的な政策内容を比較すると、直接支援政策では、複合企業の方が企業融資或は上場の支援、優秀作品の表彰と宣伝、大型展覧会など展示の場と海外出展或は海外市場進出の支援四つの政策をよく利用すると考えられる。

基地型支援政策では、複合企業の方が産業基地或はサイエンスパークに立地する、スタジオ家賃の減免と公共設備の低価格或は無料利用三つの政策をよく利用すると考えられる。

交流促進支援政策では、複合企業の方が人材育成のための教育機関政策をよく利用すると考えられる。

表 4.6 単一企業と複合企業の政策利用状況の差異性各項目詳細

		複合企業	単一企業	t 値
	n	213	166	
産業基地あるいはサイエ	M	4.01	3.78	2.48*
ンスパークに立地する	SD	.80	.98	
	n	213	166	
スタジオ家賃	M	4.04	3.79	2.41*
の減免	SD	.94	1.04	
	n	213	166	
公共設備の低価格	M	3.99	3.75	2.46*
或は無料使用	SD	.91	.92	
	n	213	166	
企業融資或は上場の支援	M	3.95	3.59	3.47**
	SD	.92	1.06	
	n	213	166	
優秀作品の表彰と宣伝	M	4.13	3.92	2.25*
	SD	.83	.94	
	n	213	166	
大型展覧会など展示の場	M	4.16	3.89	2.89**
	SD	.83	.97	
	n	213	166	
海外出展或は	M	3.87	3.58	2.75**
海外市場進出の支援	SD	.93	1.08	
	n	213	166	
人材育成のため	M	4.01	3.74	2.83**
の教育機関	SD	.86	.95	

※Levene 検定の結果、公共設備の低価格或は無料利用、優秀作品の表彰と宣伝、大型展示
会など展示の場以外、等分散性を仮定していない数値を採用した。 *p<.05, **p<.01,
***p<.001

4.4.5 政策利用状況と企業発展の間の関係に関する考察

産業振興政策の主成分分析において、各因子に高い負荷量を示した項目の平均値を算出することにより、直接支援政策得点（3.9, 0.69）、基地型支援政策得点（3.95, 0.7）、交流促進支援政策得点（3.91, 0.65）とした。内的整合性を検討するために α 係数を算出したところ、直接支援政策で $\alpha=0.78$ 、基地型支援政策で $\alpha=0.75$ 、交流促進支援政策で $\alpha=0.69$ と十分な値が得られた（付録6）。以上のデータを元に、産業振興政策の利用状況と企業発展の間の関係について、重回帰分析を用い、順を追って分析していく。

4.4.5.1 企業売上にに関する検証

(1) 相関関係：

複合企業とアニメ企業及びゲーム企業を含む単一企業の政策利用状況の差を検討したところ、各項目の得点について有意な差が見られた。

また、企業の売上得点の平均値は4.06、SDは0.65であった。複合企業と単一企業の差を検討したところ、有意な差が見られた。

政策の利用状況と企業売上の各種別の企業込みの相互関係を表4.7.1に、企業種類別の相互関係は表4.7.2に示す。各種別の企業込みでは3種類の支援政策と企業売上の間に正の有意な相関、また各種別の政策の間に正の有意な相関が見られた。しかし、企業種類別の相関を見ると、複合企業と単一企業のパターンが異なっており、複合企業では基地型支援政策と企業売上との間がほぼ無関係なのに対し、単一企業では3種類の政策と企業売上の間に正の有意な相関が見られた。

表4.7.1 政策の利用状況と企業売上相互関係（全企業）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	売上
直接支援政策	—	.56**	.59**	.31**
基地型支援政策		—	.45**	.24**
交流促進政策			—	.19**
売上				—

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

表 4.7.2 政策の利用状況と企業売上相互関係（企業種類別）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	売上
直接支援政策	—	.51**	.54**	.25**
基地型支援政策	.58**	—	.38**	.11
交流促進政策	.63**	.51**	—	.17*
売上	.31**	.30**	.18*	—

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

右上：複合企業, 左下：単一企業

(2) 因果関係の検討

3種類の政策が企業売上に与える影響を検討するために、企業種類別に重回帰分析を行った。結果を表 4.7.3 に示す。

表 4.7.3 重回帰分析した結果

	企業全体	複合企業	アニメ企業	ゲーム企業
	β	β	β	β
直接支援政策	.25***	.24*	.29	.16
基地型支援政策	.1	-.3	.16	.26**
交流促進支援政策	-.01	.06	.05	-.10
R ²	.1	.07	.20	.12

*p<.05, **p<.01, ***p<.001 β ：標準偏回帰係数共線性を診断したところ、 $1.387 < VIF < 3.028$ のため、多重共線性が発生していないと考えられた。

企業全体では、直接支援政策から企業売上に對する標準偏回帰係数が有意であった。複合企業では、直接支援政策から企業売上に對する標準偏回帰係数が有意であったが、基地型支援政策と交流促進支援政策から企業売上に對する標準偏回帰係数は有意ではなかった。また、アニメ企業では、3種類の政策から企業売上に對する標準偏回帰係数は有意ではなかった。一方、ゲーム企業では、基地型支援政策から企業売上に對する標準偏回帰係数が有意であった。

結果から、企業全体範囲では、直接支援政策が利用するほど、企業の売上に正の影響を与えること、複合企業が直接支援政策を利用するほど、企業の売上に正の影響を与えること、第三にゲーム企業が基地型支援政策を利用するほど、企業の売上に正の影響を

与えること、またアニメ企業がどんな政策を利用しても、企業の売上に直接的な影響を及ぼさないことを明らかにされた。

4.4.5.2 企業利益性に関する検証

(1) 相関関係：

複合企業とアニメ企業及びゲーム企業を含む単一企業の政策利用状況の差を検討したところ、各項目の得点について有意な差が見られた。

また、企業の利益性得点の平均値は 4.08、SD は 0.73 であった。複合企業と単一企業の差を検討したところ、有意な差が見られた。

政策の利用状況と企業利益性の各種別の企業込みの相互関係を表 4.8.1 に、企業種類別の相互関係は表 4.8.2 に示す。各種別の企業込みでは 3 種類の支援政策と企業業務量の間に正の有意な相関、また各種別の政策の間に正の有意な相関が見られた。しかし、企業種類別の相関を見ると、複合企業と単一企業のパターンが異なっており、複合企業では直接支援政策の利用状況と企業収益性との間がほぼ無関係なのに対し、単一企業では 3 種類の政策と企業収益性の間に正の有意な相関が見られた。

表4.8.1 政策の利用状況と企業利益性相互関係（全企業）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	利益性
直接支援政策	—	.56**	.59**	.27**
基地型支援政策		—	.45**	.28**
交流促進政策			—	.24**
利益性				—

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

表4.8.2 政策の利用状況と企業利益性相互関係（企業種類別）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	利益性
直接支援政策	—	.51**	.54**	.13
基地型支援政策	.58**	—	.38**	.21**
交流促進政策	.63**	.51**	—	.21**
利益性	.36**	.31**	.25**	—

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

右上：複合企業, 左下：単一企業

(2) 因果関係の検討

3 種類の政策が企業利益性に与える影響を検討するために、企業種類別に重回帰分析を行った。結果を表 4.8.3 に示す。

表 4.8.3 重回帰分析した結果

	企業全体	複合企業	アニメ企業	ゲーム企業
	β	β	β	β
直接支援政策	.12	-.06	.16	.27*
基地型支援政策	.17**	.17*	.15	.12
交流促進支援政策	.1	.18*	.31	-.09
R ²	.1	.07	.31	.1

*p<.05, **p<.01, ***p<.001 β : 標準偏回帰係数

共線性を診断したところ、 $1.387 < VIF < 3.028$ のため、多重共線性が発生していないと考えられた。

企業全体では、基地型支援政策から企業利益性に対する標準偏回帰係数が有意であった。複合企業では、基地型支援政策と交流促進支援政策から企業利益性に対する標準偏回帰係数が有意であったが、直接支援政策から企業利益性に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。また、アニメ企業では、3 種類の政策から企業利益性に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。一方、ゲーム企業では、直接支援政策から企業利益性に対する標準偏回帰係数が有意であった。

結果から、企業全体範囲では、基地型支援政策が利用するほど、企業の利益性に正の影響を与えること、複合企業が基地型支援政策と交流促進支援政策を利用するほど、企業の利益性に正の影響を与えること、第三にゲーム企業が直接支援政策を利用するほど、企業の利益性に正の影響を与えること、またアニメ企業がどんな政策を利用しても、企業の利益に直接な影響を及ぼさないことを明らかにされた。

4.4.5.3 企業業務量に関する検証

(1) 相関関係：

複合企業とアニメ企業及びゲーム企業を含む単一企業の政策利用状況の差を検討したところ、各項目の得点について有意な差は見られた。

また、企業の業務量得点の平均値は 4.13、SD は 0.75 であった。複合企業と単一企業の差を検討したところ、有意な差は見られた。

政策の利用状況と企業業務量の各種別の企業込みの相互関係を表 4.9.1 に、企業種類別の相互関係は表 4.9.2 に示す。各種別の企業込みでは 3 種類の支援政策と企業業務量の間に正の有意な相関、また各種別の政策の間に正の有意な相関が見られた。また、企業種類別の相関を見ると、複合企業と単一企業では三種類の政策と企業業務量の間に正の有意な相関が見られた。

表4.9.1 政策の利用状況と企業業務量相互関係（全企業）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	業務量
直接支援政策	—	.56**	.59**	.35**
基地型支援政策		—	.45**	.24**
交流促進政策			—	.28**
業務量				—

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

表 4.9.2 政策の利用状況と企業業務量相互関係（企業種類別）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	業務量
直接支援政策	—	.51**	.54**	.28**
基地型支援政策	.58**	—	.38**	.22**
交流促進政策	.63**	.51**	—	.17**
業務量	.37**	.22**	.37**	—

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

右上：複合企業, 左下：単一企業

(2) 因果関係の検討

3 種類の政策が企業業務量に与える影響を検討するために、企業種類別に重回帰分析を行った。結果を表 4.9.3 に示す。

表 4.9.3 重回帰分析した結果

	企業全体	複合企業	アニメ企業	ゲーム企業
	β	β	β	β
直接支援政策	.26***	.23**	.24	.21
基地型支援政策	0.06	.10	.27	-.19
交流促進支援政策	.1	.01	.16	.25*
R ²	.13	.09	.36	.12

*p<.05, **p<.01, ***p<.001 β : 標準偏回帰係数

共線性を診断したところ、 $1.387 < VIF < 3.028$ のため、多重共線性が発生していないと考えられた。

企業全体では、直接支援政策から企業業務量に対する標準偏回帰係数が有意であった。複合企業では、直接支援政策から企業業務量に対する標準偏回帰係数が有意であったが、基地型支援政策と交流促進支援政策から企業業務量に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。また、アニメ企業では、3種類の政策から企業業務量に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。一方、ゲーム企業では、交流促進支援政策から企業業務量に対する標準偏回帰係数が有意であった。

結果から、企業全体では、直接支援政策を利用するほど、企業の業務量に正の影響を与えること。複合企業が直接支援政策を利用するほど、企業の業務量に正の影響を与えること、第三にゲーム企業が交流促進支援政策を利用するほど、企業の業務量に正の影響を与えること、またアニメ企業がどんな政策を利用しても、企業の業務量に直接な影響を及ぼさないことを明らかにされた。

4.4.5.4 企業従業員能力に関する検証

(1) 相関関係：

複合企業とアニメ企業及びゲーム企業を含む単一企業の政策利用状況の差を検討したところ、各項目の得点について有意な差は見られた。

また、企業の従業員能力得点の平均値は 4.14、SD は 0.77 であった。複合企業と単一企業の差を検討したところ、有意な差は見られなかった。

政策の利用状況と企業従業員能力の各種類の企業込みの相互関係を表 4.10.1 に、企業種類別の相互関係は表 4.10.2 に示す。各種類の企業込みでは 3 種類の支援政策と企業従業員能力の間に正の有意な相関、また各種類の政策の間に正の有意な相関が見られた。また、企業種類別の相関を見ると、複合企業と単一企業では三種類の政策の利用状

況と企業従業員能力の間に正の有意な相関が見られた。

表 4. 10. 1 政策の利用状況と企業従業員能力相互関係（全企業）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	従業員能力
直接支援政策	—	. 56**	. 59**	. 37**
基地型支援政策		—	. 45**	. 20**
交流促進政策			—	. 31**
従業員能力				—

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001

表4. 10. 2 政策の利用状況と企業従業員能力相互関係（企業種類別）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	従業員能力
直接支援政策	—	. 51**	. 54**	. 46**
基地型支援政策	. 58**	—	. 38**	. 14*
交流促進政策	. 63**	. 51**	—	. 31**
従業員能力	. 26**	. 23**	. 29**	—

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001

右上：複合企業, 左下：単一企業

(2) 因果関係の検討

3 種類の政策が企業従業員能力に与える影響を検討するために、企業種類別に重回帰分析を行った。結果を表 4. 10. 3 に示す。

表 4. 10. 3 重回帰分析した結果

	企業全体	複合企業	アニメ企業	ゲーム企業
	β	β	β	β
直接支援政策	. 31***	. 48**	. 07	. 11
基地型支援政策	- . 04	- . 15*	. 27	- . 02
交流促進支援政策	. 15*	. 11	. 16	. 19
R ²	. 15	. 24	. 20	. 10

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001 β ：標準偏回帰係数

共線性を診断したところ、 $1.387 < VIF < 3.028$ のため、多重共線性が発生していないと考えられた。

企業全体では、直接支援政策と交流促進支援政策から企業従業員能力に対する標準偏回帰係数が有意であった。複合企業では、直接支援政策から企業従業員能力に対する正の標準偏回帰係数が有意であったが、基地型支援政策から企業従業員能力に対する負の標準偏回帰係数が有意であった。また、アニメ企業では、3種類の政策から企業従業員能力に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。一方、ゲーム企業では、モデル集計と分散分析の表から、有意確率が 0.5 より大きいことを確認したため、政策の利用状況が企業従業員能力に有意な影響を及ぼしていることを確認できなかった。

結果から、企業全体範囲では、直接支援政策が利用するほど、企業の従業員能力に正の影響を与えること、また複合企業が直接支援政策を利用するほど、企業の業務員能力に正の影響を与えること、一方、基地型支援政策を利用するほど、逆に企業の従業員能力に負の影響を与えること、またアニメ企業とゲーム企業がどんな政策を利用しても、企業の従業員能力に直接な影響を及ぼさないことを明らかにされた。

4.4.5.5 同業界企業との連携に関する検証

(1) 相関関係：

複合企業とアニメ企業及びゲーム企業を含む単一企業の政策利用状況の差を検討したところ、各項目の得点について有意な差は見られた。

また、同業界企業との連携が得点の平均値は 4.12、SD は 0.77 であった。複合企業と単一企業の差を検討したところ、有意な差は見られた。

政策の利用状況と同業界企業との連携の各種類の企業込みの相互関係を表 4.11.1 に、企業種類別の相互関係は表 4.11.2 に示す。各種類の企業込みでは 3 種類の支援政策と企業が同業界企業との連携の間に正の有意な相関、また各種類の政策の間に正の有意な相関が見られた。また、企業種類別の相関を見ると、複合企業と単一企業では三種類の政策利用状況と企業が他業界企業との連携の間に正の有意な相関が見られた。

表 4. 11. 1 政策の利用状況と同業界企業との連携相互関係（全企業）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	同業界企業 との連携
直接支援政策	—	. 56**	. 59**	. 40**
基地型支援政策		—	. 45**	. 35**
交流促進政策			—	. 27**
同業界企業との連携				—

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001

表 4. 11. 2 政策の利用状況と同業界企業との連携相互関係（企業種類別）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	同業界企業 との連携
直接支援政策	—	. 51**	. 54**	. 34**
基地型支援政策	. 58**	—	. 38**	. 36**
交流促進政策	. 63**	. 51**	—	. 25**
同業界企業との連携	. 42**	. 30**	. 27**	—

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001

右上：複合企業, 左下：単一企業

(2) 因果関係の検討

3 種類の政策利用状況は企業が同業界企業との連携に与える影響を検討するために、企業種類別に重回帰分析を行った。結果を表 4. 11. 3 に示す。

表 4. 11. 3 重回帰分析した結果

	企業全体	複合企業	アニメ企業	ゲーム企業
	β	β	β	β
直接支援政策	. 28***	. 19*	. 59**	. 23
基地型支援政策	. 18**	. 09**	. 00	. 17
交流促進支援政策	. 03	. 10	- . 12	. 05
R ²	. 18	. 17	. 26	. 15

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001 β ：標準偏回帰係数共線性を診断したところ、 $1.387 < VIF < 3.028$ のため、多重共線性が発生していないと考えられた。

企業全体では、直接支援政策と基地型政策から同業界企業との連携に対する標準偏回帰係数が有意であった。複合企業では、直接支援政策と基地型支援政策から同業界企業との連携に対する標準偏回帰係数が有意であったが、交流促進支援政策から同業界企業との連携に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。また、アニメ企業では、直接支援政策から同業界企業との連携に対する標準偏回帰係数が有意であったが、基地型政策と交流促進支援政策から同業界企業との連携に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。一方、ゲーム企業では、3種類の政策から同業界企業との連携に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。

結果から、企業全体では、直接支援政策と基地型支援政策を利用するほど、企業の同業界企業との連携に正の影響を与えること。複合企業でも、直接支援政策と基地型支援政策を利用するほど、企業の同業界企業との連携に正の影響を与えること、第三にアニメ企業が直接支援政策を利用するほど、同業界企業との連携に正の影響を与えること、またゲーム企業がどんな政策を利用しても、企業が同業界企業との連携に直接な影響を及ぼさないことを明らかにされた。

4.4.5.6 他業界企業との連携に関する検証

(1) 相関関係：

複合企業とアニメ企業及びゲーム企業を含む単一企業の政策利用状況の差を検討したところ、各項目の得点について有意な差は見られた。

また、他業界企業との連携が得点の平均値は 4.00、SD は 0.80 であった。複合企業と単一企業の差を検討したところ、有意な差は見られた。

政策の利用状況と他業界企業の連携の各種類の企業込みの相互関係を表 4.12.1 に、企業種類別の相互関係は表 4.12.2 に示す。各種類の企業込みでは 3 種類の支援政策と企業が他業界企業との連携の間に正の有意な相関、また各種類の政策の間に正の有意な相関が見られた。また、企業種類別の相関を見ると、複合企業と単一企業では三種類の政策の利用状況と企業が他業界企業との連携の間に正の有意な相関が見られた。

表4. 12. 1 政策の利用状況と他業界企業との連携相互関係（全企業）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	他業界企業 との連携
直接支援政策	—	. 56**	. 59**	. 38**
基地型支援政策		—	. 45**	. 29**
交流促進政策			—	. 36**
他業界企業との連携				—

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001

表 4. 12. 2 政策の利用状況と他業界企業との連携相互関係（企業種類別）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	他業界企業 との連携
直接支援政策	—	. 51**	. 54**	. 24**
基地型支援政策	. 58**	—	. 38**	. 21**
交流促進政策	. 63**	. 51**	—	. 41**
他業界企業との連携	. 48**	. 32**	. 27**	—

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001

右上：複合企業, 左下：単一企業

(2) 因果関係の検討

3 種類の政策利用状況は企業が他業界企業との連携に与える影響を検討するために、企業種類別に重回帰分析を行った。結果を表 4. 12. 3 に示す。

表 4. 12. 3 重回帰分析した結果

	企業全体	複合企業	アニメ企業	ゲーム企業
	β	β	β	β
直接支援政策	. 22***	. 00	. 64***	. 38**
基地型支援政策	. 08	. 07	. 08	. 11
交流促進支援政策	. 19	. 38***	- . 17	. 05
R ²	. 17	. 17	. 32	. 18

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001 β ：標準偏回帰係数共線性を診断したところ、 $1.387 < VIF < 3.028$ のため、多重共線性が発生していないと考えられた。

企業全体では、直接支援政策から他業界企業との連携に対する標準偏回帰係数が有意であった。複合企業では、交流促進支援政策から他業界企業との連携に対する標準偏回帰係数が有意であったが、直接支援政策と基地型支援政策から他業界企業との連携に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。また、アニメ企業とゲーム企業では、直接支援政策から他業界企業との連携に対する標準偏回帰係数が有意であったが、基地型政策と交流促進支援政策から同業界企業との連携に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。

結果から、企業全体では、直接支援政策を利用するほど、企業の他業界企業との連携に正の影響を与えること。複合企業では、交流促進支援政策を利用するほど、企業の他業界企業との連携に正の影響を与えること、第三にアニメ企業とゲーム企業が直接支援政策を利用するほど、他業界企業との連携に正の影響を与えることを明らかにされた。

4.4.5.7 企業認知度に関する検証

(1) 相関関係：

複合企業とアニメ企業及びゲーム企業を含む単一企業の政策利用状況の差を検討したところ、各項目の得点について有意な差は見られた。

また、企業認知度が得点の平均値は 4.09、SD は 0.77 であったが、複合企業と単一企業の差を検討したところ、有意な差は見られなかった。

政策の利用状況と企業認知度の各種別の企業込みの相互関係を表 4.13.1 に、企業種類別の相互関係は表 4.13.2 に示す。各種別の企業込みでは 3 種類の支援政策と企業が企業認知度の間に正の有意な相関、また各種別の政策の間に正の有意な相関が見られた。また、企業種類別の相関を見ると、複合企業と単一企業では三種類の政策の利用状況と企業認知度の間に正の有意な相関が見られた。

表4.13.1 政策の利用状況と企業認知度相互関係（全企業）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	企業認知度
直接支援政策	—	.56**	.59**	.33**
基地型支援政策		—	.45**	.28**
交流促進政策			—	.34**
企業認知度				—

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

表 4. 13. 2 政策の利用状況と企業認知度相互関係（企業種類別）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	企業認知度
直接支援政策	—	. 51**	. 54**	. 26**
基地型支援政策	. 58**	—	. 38**	. 19**
交流促進政策	. 63**	. 51**	—	. 38**
企業認知度	. 40**	. 38**	. 30**	—

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001

右上：複合企業, 左下：単一企業

(2) 因果関係の検討

3 種類の政策利用状況は企業が企業認知度に与える影響を検討するために、企業種類別に重回帰分析を行った。結果を表 4. 13. 3 に示す。

表 4. 13. 3 重回帰分析した結果

	企業全体	複合企業	アニメ企業	ゲーム企業
	β	β	β	β
直接支援政策	. 14*	. 06	. 20	. 26**
基地型支援政策	. 11	. 03	. 12	. 23**
交流促進支援政策	. 21**	. 34***	. 22	- . 02
R ²	. 15	. 15	. 23	. 18

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001 β ：標準偏回帰係数共線性を診断したところ、 $1.387 < VIF < 3.028$ のため、多重共線性が発生していないと考えられた。

企業全体では、直接支援政策と交流促進支援政策から企業認知度に対する標準偏回帰係数が有意であった。複合企業では、交流促進支援政策から企業認知度に対する標準偏回帰係数が有意であったが、直接支援政策と基地型支援政策から企業認知度に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。ゲーム企業では、直接支援政策と基地型支援政策から企業認知度に対する標準偏回帰係数が有意であったが、交流促進支援政策から企業認知度に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。また、アニメ企業では、3 種類の政策の利用状況から企業認知度に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。

結果から、企業全体では、直接支援政策と交流促進支援政策を利用するほど、企業の認知度に正の影響を与えること。複合企業では、交流促進支援政策を利用するほど、企

業の認知度に正の影響を与えること、第三にゲーム企業が直接支援政策と基地型支援政策を利用するほど、企業認知度に正の影響を与えることを明らかにされた。また、アニメ企業では、どのような政策を利用しても、企業の認知度に直接な影響を及ぼさないことを明らかにされた。

4.4.5.8 作品認知度に関する検証

(1) 相関関係：

複合企業とアニメ企業及びゲーム企業を含む単一企業の政策利用状況の差を検討したところ、各項目の得点について有意な差は見られた。

また、作品認知度が得点の平均値は 4.11、SD は 0.76 であったが、複合企業と単一企業の差を検討したところ、有意な差は見られなかった。

政策の利用状況と作品認知度の各種別の企業込みの相互関係を表 4.14.1 に、企業種類別の相互関係は表 4.14.2 に示す。各種別の企業込みでは 3 種類の支援政策と企業の作品認知度の間に正の有意な相関、また各種別の政策の間に正の有意な相関が見られた。また、企業種類別の相関を見ると、複合企業と単一企業では三種類の政策の利用状況と作品認知度の間に正の有意な相関が見られた。

表4.14.1 政策の利用状況と作品認知度相互関係（全企業）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	作品認知度
直接支援政策	—	.56**	.59**	.35**
基地型支援政策		—	.45**	.32**
交流促進政策			—	.32**
作品認知度				—

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

表4. 14. 2 政策の利用状況と作品認知度相互関係（企業種類別）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	作品認知度
直接支援政策	—	. 51**	. 54**	. 32**
基地型支援政策	. 58**	—	. 38**	. 30**
交流促進政策	. 63**	. 51**	—	. 34**
作品認知度	. 37**	. 32**	. 30**	—

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001

右上：複合企業, 左下：単一企業

(2) 因果関係の検討

3 種類の政策利用状況は企業の作品認知度に与える影響を検討するために、企業種類別に重回帰分析を行った。結果を表 4. 14. 3 に示す。

表 4. 14. 3 重回帰分析した結果

	企業全体	複合企業	アニメ企業	ゲーム企業
	β	β	β	β
直接支援政策	. 18**	. 13	. 02	. 35**
基地型支援政策	. 15*	. 15*	. 19	. 08
交流促進支援政策	. 15*	. 21**	. 33	- . 05
R ²	. 16	. 16	. 24	. 14

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001 β ：標準偏回帰係数共線性を診断したところ、 $1.387 < VIF < 3.028$ のため、多重共線性が発生していないと考えられた。

企業全体では、3 種類の政策から作品認知度に対する標準偏回帰係数が有意であった。複合企業では、基地型支援政策と交流促進支援政策から作品認知度に対する標準偏回帰係数が有意であったが、直接支援政策から作品認知度に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。ゲーム企業では、直接支援政策から作品認知度に対する標準偏回帰係数が有意であったが、基地型支援政策と交流促進支援政策から作品認知度に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。また、アニメ企業では、3 種類の政策の利用状況から作品認知度に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。

結果から、企業全体では、3 種類の支援政策を利用するほど、作品認知度に正の影響を与えること。複合企業では、基地型支援政策と交流促進支援政策を利用するほど、作

品認知度に正の影響を与えること、第三にゲーム企業が直接支援政策利用するほど、作品認知度に正の影響を与えることを明らかにされた。また、アニメ企業では、どのような政策を利用しても、作品認知度に直接的な影響を及ぼさないことを明らかにされた。

4.4.5.9 経費使用効率に関する検証

(1) 相関関係：

複合企業とアニメ企業及びゲーム企業を含む単一企業の政策利用状況の差を検討したところ、各項目の得点について有意な差は見られた。

また、経費使用効率が得点の平均値は 4.05、SD は 0.74 であったが、複合企業と単一企業の差を検討したところ、有意な差は見られなかった。

政策の利用状況と企業の経費使用効率の各種類の企業込みの相互関係を表 4.15.1 に、企業種類別の相互関係は表 4.15.2 に示す。各種類の企業込みでは 3 種類の支援政策と企業が経費使用効率の間に正の有意な相関、また各種類の政策の間に正の有意な相関が見られた。また、企業種類別の相関を見ると、複合企業と単一企業では三種類の政策の利用状況と経費使用効率の間に正の有意な相関が見られた。

表4.15.1 政策の利用状況と経費使用効率相互関係（全企業）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	経費使用効率
直接支援政策	—	.56**	.59**	.35**
基地型支援政策		—	.45**	.31**
交流促進政策			—	.38**
経費使用効率				—

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

表4.15.2 政策の利用状況と経費使用効率相互関係（企業種類別）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	経費使用効率
直接支援政策	—	.51**	.54**	.34**
基地型支援政策	.58**	—	.38**	.33**
交流促進政策	.63**	.51**	—	.37**
経費使用効率	.35**	.28**	.39**	—

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

右上：複合企業, 左下：単一企業

(2) 因果関係の検討

3 種類の政策利用状況は企業の経費使用効率に与える影響を検討するために、企業種類別に重回帰分析を行った。結果を表 4. 15. 3 に示す。

表 4. 15. 3 重回帰分析した結果

	企業全体	複合企業	アニメ企業	ゲーム企業
	β	β	β	β
直接支援政策	. 14*	. 13	. 49**	- . 16
基地型支援政策	. 12*	. 18*	- . 15	. 24*
交流促進支援政策	. 25***	. 23**	. 21	. 35**
R ²	. 18	. 19	. 32	. 17

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001 β : 標準偏回帰係数

共線性を診断したところ、1. 387<VIF<3. 028 のため、多重共線性が発生していないと考えられた。

企業全体では、3 種類の政策利用状況から経費使用効率に対する標準偏回帰係数が有意であった。複合企業とゲームでは、基地型支援政策と交流促進支援政策から経費使用効率に対する標準偏回帰係数が有意であったが、直接支援政策から経費使用効率に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。アニメ企業では、直接支援政策から経費使用効率に対する標準偏回帰係数が有意であったが、基地型支援政策と交流促進支援政策から経費使用効率に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。

結果から、企業全体では、3 種類の支援政策を利用するほど、経費使用効率に正の影響を与えること。複合企業とゲーム企業では、基地型支援政策と交流促進政策を利用するほど、経費使用効率に正の影響を与えること、また、アニメ企業では直接支援政策を利用するほど、経費使用効率に正の影響を与えることを明らかにされた。

4. 4. 5. 10 開発効率に関する検証

(1) 相関関係：

複合企業とアニメ企業及びゲーム企業を含む単一企業の政策利用状況の差を検討したところ、各項目の得点について有意な差は見られた。

また、開発効率が得点の平均値は 4. 15、SD は 0. 74 であった、複合企業と単一企業の差を検討したところ、有意な差は見られた。

政策の利用状況と企業の経費使用効率の各種類の企業込みの相互関係を表 4. 16. 1 に、

企業種類別の相互関係は表 4. 16. 2 に示す。各種類の企業込みでは 3 種類の支援政策と企業が開発効率の間に正の有意な相関、また各種類の政策の間に正の有意な相関が見られた。また、企業種類別の相関を見ると、複合企業と単一企業では三種類の政策の利用状況と開発効率の間に正の有意な相関が見られた。

表 4. 16. 1 政策の利用状況と開発効率相互関係（全企業）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	開発効率
直接支援政策	—	. 56**	. 59**	. 27**
基地型支援政策		—	. 45**	. 31**
交流促進政策			—	. 26**
開発効率				—

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001

表 4. 16. 2 政策の利用状況と開発効率相互関係（企業種類別）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	開発効率
直接支援政策	—	. 51**	. 54**	. 15*
基地型支援政策	. 58**	—	. 38**	. 26**
交流促進政策	. 63**	. 51**	—	. 24**
開発効率	. 35**	. 34**	. 26**	—

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001

右上：複合企業, 左下：単一企業

(2) 因果関係の検討

3 種類の政策利用状況は企業の開発効率に与える影響を検討するために、企業種類別に重回帰分析を行った。結果を表 4. 16. 3 に示す。

表 4. 16. 3 重回帰分析した結果

	企業全体	複合企業	アニメ企業	ゲーム企業
	β	β	β	β
直接支援政策	.08	-.06	.34*	.06
基地型支援政策	.22***	.22**	.09	.32**
交流促進支援政策	.11	.20*	.12	-.02
R ²	.12	.09	.25	.12

*p<.05, **p<.01, ***p<.001 β : 標準偏回帰係数

共線性を診断したところ、 $1.387 < VIF < 3.028$ のため、多重共線性が発生していないと考えられた。

企業全体では、基地型支援政策から開発効率に対する標準偏回帰係数が有意であった。複合企業では、基地型支援政策と交流促進支援政策から開発効率に対する標準偏回帰係数が有意であったが、直接支援政策から開発効率に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。アニメ企業では、直接支援政策から開発効率に対する標準偏回帰係数が有意であったが、基地型支援政策と交流促進支援政策から開発効率に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。ゲーム企業では、基地型支援政策から開発効率に対する標準偏回帰係数が有意であったが、直接支援政策と交流促進政策から開発効率に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。

結果から、企業全体では、基地型支援政策を利用するほど、開発効率に正の影響を与えること。複合企業では、基地型支援政策と交流促進政策を利用するほど、開発効率に正の影響を与えること、第三、アニメ企業では直接支援政策を利用するほど、開発効率に正の影響を与えること、また、ゲーム企業では基地型支援政策を利用するほど、開発効率に正の影響を与えることを明らかにされた。

4. 4. 5. 11 新技術の導入に関する検証

(1) 相関関係：

複合企業とアニメ企業及びゲーム企業を含む単一企業の政策利用状況の差を検討したところ、各項目の得点について有意な差は見られた。

また、新技術の導入が得点の平均値は 4.19、SD は 0.74 であった、複合企業と単一企業の差を検討したところ、有意な差は見られた。

政策の利用状況と新技術の導入の各種類の企業込みの相互関係を表 4. 17. 1 に、企業種類別の相互関係は表 4. 17. 2 に示す。各種類の企業込みでは 3 種類の支援政策と企業

が開発効率の間に正の有意な相関、また各種類の政策の間に正の有意な相関が見られた。また、企業種類別の相関を見ると、複合企業と単一企業では三種類の政策の利用状況と新技術の導入の間に正の有意な相関が見られた。

表4. 17. 1 政策の利用状況と新技術の導入相互関係（全企業）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	新技術の導入
直接支援政策	—	. 56**	. 59**	. 42**
基地型支援政策		—	. 45**	. 28**
交流促進政策			—	. 32**
新技術の導入				—

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001

表4. 17. 2 政策の利用状況と新技術の導入相互関係（企業種類別）

	直接支援政策	基地型支援政策	交流促進政策	新技術の導入
直接支援政策	—	. 51**	. 54**	. 30**
基地型支援政策	. 58**	—	. 38**	. 29**
交流促進政策	. 63**	. 51**	—	. 21**
新技術の導入	. 52**	. 24**	. 41**	—

*p<. 05, **p<. 01, ***p<. 001

右上：複合企業, 左下：単一企業

(2) 因果関係の検討

3 種類の政策利用状況は企業の新技術の導入に与える影響を検討するために、企業種類別に重回帰分析を行った。結果を表 4. 17. 3 に示す。

表 4.17.3 重回帰分析した結果

	企業全体	複合企業	アニメ企業	ゲーム企業
	β	β	β	β
直接支援政策	.34***	.18*	.52**	.42**
基地型支援政策	.05	.18*	-.22	-.09
交流促進支援政策	.10	.05	.29	.16
R ²	.19	.12	.40	.22

*p<.05, **p<.01, ***p<.001 β : 標準偏回帰係数

共線性を診断したところ、 $1.387 < VIF < 3.028$ のため、多重共線性が発生していないと考えられた。

企業全体では、直接支援政策から新技術の導入に対する標準偏回帰係数が有意であった。複合企業では、直接支援政策と基地型支援政策から新技術の導入に対する標準偏回帰係数が有意であったが、交流促進支援政策から新技術の導入に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。アニメ企業とゲーム企業では、直接支援政策から新技術の導入に対する標準偏回帰係数が有意であったが、基地型支援政策と交流促進支援政策から新技術の導入に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。

結果から、企業全体では、直接支援政策を利用するほど、企業の新技術の導入に正の影響を与えること。複合企業では、直接支援政策と基地型支援政策を利用するほど、新技術の導入に正の影響を与えること、また、アニメ企業とゲーム企業では直接支援政策を利用するほど、新技術の導入に正の影響を与えることを明らかにされた。

4.5 企業発展と政策利用状況の関連性に関する分析

表 4.18 産業振興政策の利用状況が企業全体の発展に与える正の影響

	企業全体		
	直	基	交
売上	○		
利益性		○	
業務量	○		
従業員能力	○		○
同業界企業との連携	○	○	
他業界企業との連携	○		
企業認知度	○		○
作品認知度	○	○	○
経費使用効率	○	○	○
開発効率		○	
新技術の導入	○		

直：直接支援政策、基：基地型支援政策、交：交流促進型支援政策

出所：重回帰分析の結果により作成

表 4.7 の産業振興政策の利用状況がアンケート調査した企業全体の発展状況に与える影響から見ると、1 種の政策だけ利用する場合、企業発展のすべての項目をカバーできないものの、3 種類の政策を共同的に使えば、調査した企業の発展に関わるすべて 11 項目の内容に正の影響を与えられようになった。そのため、今回調査した企業に対し、現在実行している産業振興政策を活用すれば、企業の発展に全面的且つ有利な影響を与えられると言えよう。各政策の効果を分けてみると、現在実行している政策の中で、企業発展の各項目に最も影響の範囲が広い政策は直接支援政策であることを確認できた、一方、基地型支援政策と交流促進支援政策は企業発展の一部の項目にしか影響を与えられない。

表 4.19 産業振興政策の利用状況と各種類の企業の発展に与える正の影響

	複合企業			アニメ企業			ゲーム企業		
	直	基	交	直	基	交	直	基	交
売上	○							○	
利益性		○	○				○		
業務量	○								○
従業員能力	○								
同業界企業との連携	○	○		○					
他業界企業との連携			○	○			○		
企業認知度			○				○	○	
作品認知度		○	○				○		
経費使用効率		○	○	○				○	○
開発効率		○	○	○				○	
新技術の導入	○	○		○			○		

直：直接支援政策、基：基地型支援政策、交：交流促進型支援政策

出所：重回帰分析の結果により作成

企業の種類を分けて見ると、複合企業があらゆる政策を活用すれば、企業のすべての項目の発展を促進できる。アニメ企業に対し、企業の発展に有利な影響がある政策種類は直接支援政策のみであるため、現在アニメ産業の発展は直接支援政策に依存していると考えられる。また、他の発展項目に有利な影響があるものの、現行政策はゲーム企業の従業員能力及び同業界企業との連携の発展に対する推進効果は不明である。政策利用の効果から考えると、現在実行している産業振興政策の一番大きな受益者は複合企業であると言えよう。

4.6 結言

企業の分布から見ると、中国経済最も発達している北京、上海、広東地域において、アニメ産業とゲーム産業は比較的バランスよく発展している。一方、上海の近辺にある江蘇と浙江地域において、アニメ産業の発展が盛んである。原因として、アニメのアウトソーシング業務はこれら二つ地域での発展の歴史が長く、アニメ産業の人材を多く存在している。企業の設立時期から見ると、7割の企業が、産業促進政策を集中的に発

表される 2002 年から 2009 年の間に設立された。つまり、行政による政策実施の意思表示が、起業の促進効果をもたらしたと考えることが出来る。特に、2009 年以後、モバイルゲームという新しいゲームマーケットを大きく発展していたため、40%以上の新設企業はゲーム企業である。創業資金の集まり方から見ると、アニメ及びゲーム企業にとって、共同出資は最も利用される方法である。それに対し、複合企業にとって、複数の方法を併用するのは主流である。重回帰分析を用いて、企業発展と産業振興政策の利用状況の関連性を分析してみると、現在実行している産業振興政策を利用すれば、企業の発展に全面的且つ有利な影響を与えられることを明らかにされた。また、基地型支援政策と交流促進政策に比べ、直接支援政策が企業のより多くの発展項目に影響を及ぼすことを確認できた。企業の種類を分けて見ると、複合企業があらゆる政策を活用すれば、企業のすべての項目の発展を促進できる。それに対し、アニメ企業では、企業の発展に有利な影響がある政策種類のは直接支援政策のみであるため、現在アニメ企業の発展は直接支援政策に依存していると考えられる。政策利用の効果から考えると、現在実行している産業振興政策の一番大きな受益者は複合企業であると考えられる。また、単一の事業を行うアニメ企業とゲーム企業の発展状況と政策利用状況の差を分析してみると、売上以外の差別を確認できないものの、アニメ企業とゲーム企業が単一企業として、複数の事業を行う複合企業に比べる場合、複合企業のほうが売上、利益性、業務量、企業連携など発展の項目に対する評価が高く、政策の利用に関しても、複合企業のほうが積極的に利用していることを確認できた。だが、このような違いが如何に生まれたのかを言及するためには、これら違う類型に位置づけられる企業の経営者に対する半構造化面接の分析結果から類推する必要がある。それについては次章において言及していく。そこから、経営者たちが見る産業振興政策の特徴と彼達が現在実行している産業政策に対する考え方を導き出すこととする。

第 5 章 中国現地企業に対する調査に基づく産業振興政策の効果と影響に関する考察

5.1 緒言

アニメ企業およびゲーム企業はこの 10 数年間に成長を遂げ、両産業の発展も推進した。前章において、現在実行している産業振興政策を利用すれば、企業の発展に全面的かつ有利な影響を与えられることが明らかにされたことにより、政策の有効性が検証されたものの、中国アニメ産業とゲーム産業が発展して間がなく、先進国の日本やアメリカのように整った産業の構成がまだ完成していない。急速に発展する市場の中で、市場進出のハードルは比較的低いものの、市場競争が激しく、変化も速い。また、両産業を対象とする政策を含め、文化産業振興政策の実施期間はまだ短く、杭州と北京のような先行的に発展した地域の政策を参考にできるものの、適切な政策を立案するためには、地元の状況も考慮しなければならない。そのため、各地の地方行政機関は効果的な施策を模索しながら政策を立案してきた。だが、各地の経済発展状況、政策内容、また行政機関の支援に対する熱意がそれぞれ異なるため、アンケート調査を用いた、定量分析から具体的な政策の影響や企業の政策に対する意見を全面的に把握できるとは考えにくい。そのため、本章では、中国各地域にある企業に対する半構造化面接調査を実施した結果を分析し、企業経営者が考える政策の影響を定性的に分析し、各種類の企業が政策に対する意見を分析した上、現在実行している産業政策の特徴と不足点を見つけ出す。

5.2 現地調査結果のまとめと分析

筆者は、2009 年から 2013 年の間に中国 7 カ所、計 23 社の企業に対する半構造化面接調査を行った、第 4 章アンケート調査の企業分類方法によると、アニメ企業が 13 社、ゲーム企業が 4 社、複合企業が 6 社である。また、調査中、南京と吉林以外の他の地域において、政府関係者や業界を熟知する者へのインタビュー調査もできた。各社の基本状況、事業内容、産業振興政策の利用状況、創業当時の資金状況、人材採用と育成及び海外進出あるいは企業連携については、表 5.1 のとおりである。

表 5.1 調査した企業の状況（調査順）

企業番号	企業分類	設立時期	従業員数	事業内容	産業政策の利用状況	人材採用と育成	海外進出と企業連携
企業所在地：杭州							
A	アニメ企業	2007	20	アニメ制作	スタジオ賃料の減免	経験者を採用する、知人関係を通じて採用する	昔の企業の従業員との協力がある、海外市場開拓中
B		2005	30	アニメ制作全般、アニメ周辺商品の経営	政府に誘致されて杭州に移転。スタジオ賃料の減免、業界関係者の交流会	企業説明会やインターネット求人。主に経験者を採用する	他の産業の企業との連携がある。海外市場開拓中
C	複合企業	2005	200	アニメ制作全般	スタジオ賃料の減免、作品放送の奨励、毎年アニメフェスティバル出展	経験者を採用する	海外との制作協力がある
D		2008	50	アニメ制作全般、アニメ産業関連	不明	経験者を採用する	同じ地域の企業との連携がある
E	アニメ企業	2005	50	アニメ制作全般	スタジオ賃料の減免、作品放送の奨励	社内で育成する	海外市場に進出している

企業所在地：無錫							
F	複合企業	2003	40	アニメ制作の教育、アニメ技術を用いて教育ソフト開発	政府との協議がある	経験者を採用あるいは自社育成	企業の元従業員の企業との連携がある
G	アニメ企業	2008	300	海外アニメ作品の加工	外資系だが、地元の企業との合併により設立されたため、支援政策を受けられた	経験者を採用する	海外放送向けのオリジナルアニメ作品を企画中
H		2007	6	アニメ制作一部（原画、脚本など）	支援政策を受けていない	経験者を採用するあるいは自社育成	元の勤務先の同僚との協力がある
I		2004	60	アニメ制作全般	スタジオ賃料の減免、作品放送の奨励	企業説明会やインターネット募集を通じて、新卒を採用する	海外企業との連携がある
J		2009	60	アニメ制作全般	スタジオ賃料減免、作品放送の奨励	経験者を採用あるいは新卒採用	海外企業との連携がある
K		2006	120	海外アニメ作品の加工	外資系のため、支援政策を受けていない	経験者を採用する	海外アニメ作品の加工

企業所在地：蘇州							
L	アニメ企業	2005	100	アニメ制作全般	スタジオ賃料の減免、出展費用の補助	教育機関と共同育成する	国内企業との連携がある。外国アニメ作品の加工の事業がある
M		2008	120	アニメ制作全般、他社アニメ作品の加工	スタジオ賃料の減免、作品放送の奨励、基地施設の無料利用、業界内の交流、出展費用の補助など	不明	海外企業との連携がある
N		2011	20	アニメ制作一部（原画、脚本、キャラ設定など）	放送の奨励、作品を海外に輸出するとき、税金の返還	経験者を採用する	他のアニメ制作企業との連携がある
O	ゲーム企業	2009	50	ブラウザゲームの開発、運営	スタジオ賃料の減免、創業初期資金の補助	経験者採用あるいは関係者の紹介を通じて採用する	海外事業を展開している
企業所在地：上海							
P	アニメ企業	1957	不明	アニメ制作全般	企業自体が産業基地に指定されたものの、特別な支援政策がない	不明	人気ブランドを再開発するため、海外企業との連携がある

企業所在地：北京							
Q	複合企業	1998	20000人以上	オンラインゲーム、モバイルゲームおよびゲームプラットフォームの開発運営、インターネットサービス事業全般	創業初期、IT 企業として一部の支援政策を受けた可能性がある	新卒と経験者の両方を採用する	海外ゲームの運営。中小企業にゲームプラットフォームを提供
R	ゲーム企業	2008	500人以上	モバイルゲームとレジャーゲームの開発	一部のスタジオの賃料の優遇政策を受けている	経験者を採用する	中国市場で展開する前に、海外市場に進出し、成功を収めた
S		2011	8人	モバイルゲームの受注開発	支援政策を受けていない	友人を通じて経験者の紹介を受けている。また、新卒を自社で育成する	国内また欧米企業から下請として仕事を受託している
T		2001	600人以上	モバイルゲームを中心に、ゲーム開発全般	外資系のため、北京分社設立初期に税金と賃料の優遇政策を受けたことがある	社内の人材育成コースを用意する	外資系子会社のため、事業がグローバル規模で展開している

企業所在地：南京							
U	アニメ 企業	2011	30	国産アニメ作品の加工、脚本の作成など	支援政策を受けていない	不明	国内アニメ企業との連携がある
V	複合 企業	2000	60	ゲーム関連商品販売、他	支援政策を受けていない	新卒を採用する	事業拡大のため、ゲーム業界で連携できる企業を探している
企業所在地：長春							
W	複合 企業	2009	400	アニメ制作全般、ゲーム作品の開発、運営、他社ゲームの加工の仕事	政府に誘致されて長春に移転。仕事環境や設備の提供を受けた	社内で育成する	主には企業グループ内部の連携

出所：中国企業に対する現地調査の結果により作成

調査結果から、中国政府が推進するアニメ産業基地政策が、全ての地域ではなくても、一部の地域でアニメ作品の生産力を確実に向上させたことが明らかになった。地域にとって、アニメ産業は伝統産業にせよ新興産業にせよ、地元の優位性を元に適切な発展政策が推進出来れば、地元アニメ企業の発展を促進すること、並びに外地のアニメ企業を誘致することは可能になり、生産力の向上も実現できると考えられる。特に、杭州政府が積極的に他の地域の企業を誘致し、中国国際アニメフェスティバルを毎年開催するなど、産業の発展を強く推進することで、現在中国アニメ産業の発展を象徴する代表的な地域となった。また、無錫や吉林でも政府が企業に投資し、産業の発展に直接関わっている。多くの企業は政府の振興政策に影響され、アニメ産業に参入し、また動画産業基地に移転するなどの状況から見ると、政府の関与はアニメ産業の発展に大きな影響力を持っていると考えられる。即ち、現在中国アニメ産業はまだ完全に市場化の発展を遂げたとは言えず、政府主導の方法で発展を推進していると判断できる。

それに対し、中関村にあるゲーム企業は調査時ほとんど政府の支援政策に頼らず、市場のルールに従って自力で発展している点が確認できた。ただ、この発展には、第2章で李が提示した中関村発展における第二段階以降に形成された中関村クラスター環境が重要な役割を果たしたと示唆できた。つまり、①創業期の企業に対する税金と賃金減免制度の存在、②中関村という立地における人材獲得の優位性、③大企業との連携を実現しやすい設置環境などだ。これらの環境により、規模を問わず、調査対象だった各企業は自らの発展に適切な道を発見出来、且つ、更に大きく発展するチャンスを見つけ出すこともできた。また、中関村の発展環境は、企業のみならず、ゲーム産業全体のクラスター化も推進した。中関村にあるゲーム企業の発展状況及び第3章で論じた中関村発展の軌跡を見ると、政府が「イノベーション・クラスター構想」に基づいて構築した産業発展環境の中で、起業家の活動により産業を自発的に発展させる、即ち李が言及したボトムアップ式の発展は、中国ゲーム産業のクラスター化とその発展にも当てはまると考えられる。

5.3 各種類の企業が産業振興政策に関する意見の考察

現地調査の中で、政策の利用状況以外、現在実行している政策に対する意見や改善してほしいところについても調査した。アニメ産業での政府主導方式にせよ、ゲーム産業でのボトムアップ方式にせよ、政府の産業振興政策が確実に産業の発展を推進した。しかしながら、調査した企業による政策に対する様々な意見から見ると、現在実行している政策にはまだ改善すべきところがあると考えられる。

表 5.2 調査企業が現在実行している産業政策に対する意見の分類整理

		複合企業	アニメ企業	ゲーム企業
直接支援政策 に対する意見	放送奨励の金額が少ない	Q	N	
	企業融資政策を改善すべき	D		
	奨励する作品の品質を重視すべき	D		
基地型支援政策 に対する意見	スタジオ賃料の減免額が少ない	A		
交流促進支援 政策に対する 意見	人材の育成を強化すべき	D、J、V、W、 T	H、I、U	T、S
	企業連携を強化すべき	D、J		
	企業に対する政策の宣伝を強化すべき			S
	バリューチェーンの強化など産業発展環境を改善すべき	Q	C	
	政策内容と企業の需要が食い違う場合がある	V	P	O
	中小企業の支援を強化すべき	Q	I、N、U、L	

出所：中国企業に対する現地調査の結果により作成

表 5.2 は現地調査した企業の種類を元に分類し、各社が述べた意見を整理した結果である。

調査した企業の中で、B 社、E 社と M 社が現在受けている政策に満足し、改善すべき内容を提示していなかった。また、F 社、K 社と G 社も政策に対する意見を述べなかった。また、R 社は税金減免政策の効果を高く評価し、他の意見を提示しなかった。その他の 17 社が少なくとも現在実行している産業振興政策について、1 点あるいはそれ以上改善してほしい点について述べていた。

企業の意見を前章で分析した直接支援政策、基地型支援政策及び交流促進支援政策を基準に分類すると、直接支援政策及び基地型支援政策に比べ、交流促進支援政策の改善を要望する企業が遥かに多いことが明らかになった。特に人材育成の強化に 10 社が言及した。また、表 5.1 を見ると、23 社のうち、16 社が経験者のみを採用するあるいは自社のソースを使って人材を育成するため、中国アニメ産業とゲーム産業では、人材育成政策の強化は非常に重要であると考えられる。また、企業連携の強化について改善の意見を述べた企業は 2 社のみであるものの、外資系の 3 社を除くと、調査した他の企業はすべて国内外の企業との協力を展開している、あるいは連携の相手を探している。その他、前章で行ったアンケート調査において、15 社が質問最後の自由記入欄に産業政策に対する意見を記入した。その内の 3 社が企業間コミュニケーション環境の改善すべき意見を示した。企業側が積極的に他の企業との連携を試みている状況の中、政府も適切な政策を作りだし、企業間の連携を推進する必要があると言えよう。交流促進支援政策に対する意見のほか、5 社の中小企業に対する支援を強化すべきことについても言及した。

企業が最も改善を求める交流促進支援政策である人材育成及び企業連携の強化と中小企業に対する支援の強化は一見大きな関係がないものの、実は産業イノベーションの促進にとって、両者共に非常に重要な要素である。トロント大学のフロリダは「創造経済の時代にあって、クリエイティブやイノベーションを担うのは、組織ではなく創造的な人材であるという認識である。それは、創造経済における創造的機能は大企業ではなく、創造的個人にリードされた小企業、SOHO (Small Office, Home Office)、起業であることにもとづく」(野田[36]、173 頁)と述べ、創造的人材あるいは人材が務める中小企業のイノベーション創発での重要性を論じた。

坂田ら ([16]、2-3 頁) は、今日の先端技術産業では、イノベーションを実施するに当たって、自社内だけですべての情報、技術、知識、人材、資金その他の経営資源を得ることは難しく、外部資源の獲得が欠かせない(Powell[55])が、ネットワークの存在が、組織やセクターを超えた共同事業を容易にすると指摘した。つまり、企業連携を促進することは、イノベーションに重要な企業間ネットワークを促進するのだ。

また、情報、知識の交換、融合や異なる組織に分散した資源を統合して行う共同作業を効率的にできるような環境があることは、個々の企業の経営資源の制約を緩和し、イノベーションの促進力を高めることができる。企業間ネットワークの存在が、情報・知識のスピルオーバーを早め、密度を高めることができ、創造性とそれによって生じる新規事業の創出力が高まると坂田らが述べた ([16]、2-3 頁)。そのため、交流促進支援政策と中小企業に関する支援政策を改善すれば、創造的人材を増やすことができ、企業間

コミュニケーションも促進できる。これによって、企業各自の生産性を向上できるのみならず、ポーターが論じたクラスターの重要な成分であるイノベーションの創発にも有利な影響を与え、結果として、産業クラスターの発展を推進できると考えられる。

5.4 アニメ産業とゲーム産業上場企業に関する考察

中国政府が行った産業振興政策がアニメ産業とゲーム産業の発展を大きく推進した。しかしながら、アニメ産業は政府主導によって発展した、それに対し、ゲーム産業はボトムアップ式で発展を遂げた。今節では、両産業の上場企業が公表したデータを元に、アニメ産業とゲーム産業の発展の差異性を解明しようとする。

表 5.3 中国アニメおよびゲーム産業関連する上場企業リスト

		設立 時期	アニメ/ゲ ーム事業参 入時期	上場 時期	立地	2014 年度売 上（億元）	アニメ/ゲーム関連 事業の売上（億元）	アニメ/ゲーム 事業の売上が総 売上でのシェア	最初からアニメ /ゲーム事業を 行った企業
	中国国内上場企業								
アニメ 産業関 連上場 企業	1	1993	1993	2009	広東	24.3	16.25	66.87%	○
	2	1996	2005	2008	広東	6.58	<0.41	<6.23%	
	3	1994	2013	2009	上海	23.89			
	4	1998	2010	1999	湖南	54.74	<0.52	<0.95%	
	5	1997	2008	2010	広東	4.77	0.74	15.51%	
ゲーム 産業関 連上場 企業	アメリカ上場企業								
	1	1997	2001	2000	広東	124.8	98.15	78.65%	
	2	1998	2002	2009	北京	103.89	40.49	38.97%	
	3	1999	1999	2004	上海	0.65	0.55	84.62%	○
	4	2002	2004	2004	北京	14.1	10.12	71.77%	
	5	2003	2009	2014	広東	11.36	<2.88	25.35%	
	6	2005	2011	2011	北京	86.38	37.94	43.92%	
	7	2011	2011	2012	広東	12.65	12.6	99.60%	○
	8	2009	2009	2014	広東	9.84	9.83	99.90%	○
	9	2002	2006	2011	北京	5.15	3	58.25%	
	10	1999	2009	2005	北京	490.52			
	11	2011	2013	2014	北京	0.45	0.11	24.44%	
	12	1999	2014	2014	浙江	708			
	香港上場企業								
	13	1998	2003	2004	広東	789.32	119.64	15.16%	

14	1999	1999	2008	福建	9.63	9.63	100.00%	○
15	1988	1996	2007	北京	33.5	12.5	37.31%	
16	1998	1998	2014	北京	4.76	4.59	96.43%	○
17	2006	2006	2013	福建	12.73	12.54	98.51%	○
18	2009	2009	2013	広東	6.43	6.43	100.00%	○
19	2004	2008	2013	広東	9.45	9.45	100.00%	
20	2007	2007	2014	北京	6.79	6.79	100.00%	○
中国国内上場企業								
21	2003	2003	2010	広東	4.9	4.89	99.80%	○
22	2005	2014	2010	浙江	6.49	1.63	25.12%	
23	2004	2004	2012	北京	7.75	7.21	93.03%	○
24	2000	2013	2011	浙江	30.66	8.02	26.16%	
25	1992	2014	1993	上海	29.78	0.80	2.69%	
26	1988	2009	1999	四川	16.24	4.22	25.99%	
27	2009	2009	2014	上海	8.43	8.42	99.88%	○
28	2008	2008	2015	北京	19.34	19.03	98.40%	○

出所：各社ホームページにより作成

現在、アニメ産業に関連する上場企業の数 は 5 社である⁴⁸、その内最初からアニメ関連事業に従事する企業は 1 社である。この企業は最初に玩具を製造し、アニメ制作事業も玩具販売の促進を目的として始めている。他の企業は IT 業界、映画業界そしてテレビ放送業界から参入した企業である。それに対し、2014 年 7 月から 2015 年 4 月までの間に自主的に上場廃止した 3 社を除けば、2015 年 5 月までに、ゲーム産業に関連する上場企業は 28 社⁴⁹がある。また、アニメ産業に関連する上場企業はすべて中国大陆の証券市場で上場しているのに対し、ゲーム業界の企業は香港、アメリカの株式市場にも上場している。ゲーム上場企業の中で、12 社が創業時からゲーム事業を行っている。他の企業は IT 業界、新聞業界、テレビ放送業界から参入した企業である。地域分布から見ると、内陸部にある上場企業はアニメ産業とゲーム産業では 1 社ずつがある、それ以外の企業はすべて東部の沿海都市に立地する。中国のアニメ産業とゲーム産業は経済力が高い東部地域の方が発展しやすいというのがここから考察出来る。

企業の設立時期とアニメあるいはゲーム事業に参入した時期から見ると、アニメ産業に関連する上場企業はすべて 90 年代に設立された。また、最初からアニメ事業を行う企業以外、他の企業は 2004 年以後アニメ事業に参入していた。ゲーム産業関連企業では、最初からゲーム事業を行う 12 社の中で、8 社が 2004 以後に設立し、それ以外の企業でも、12 社が 2004 年以後ゲーム事業に進出し始めた。政府は 2004 年からアニメとゲーム産業の発展に様々な振興政策を作り出し、これに対し、全 33 社上場企業の中の 24 社が 2004 年以後アニメあるいはゲーム事業に参入した、この状況は偶然ではなく、むしろ政府のアニメとゲーム産業の発展を支援する方針は企業の経営に影響を与えたと考えるべきであろう。また、ゲーム産業に関連する上場企業の中で、企業 1、2、13、15 は産業振興政策が作り出す前に、すでに別の事業からゲーム事業に参入した。これらの先行企業は行政からの支援に頼らず、自らの努力によって、ゲーム市場の発展を推進し、ゲーム産業市場化発展の基盤を築いたと考えられる。

アニメ事業あるいはゲーム事業が企業総売り上げでのシェアから見ると、アニメ産業関連上場企業では、最初からアニメ事業を行う企業 1 以外、他の企業の数値が非常に低い。つまり、アニメ事業を展開しているものの、現段階ではアニメ事業の収益性が低いため、これらの企業の発展にとってそれほど重要ではない。一方、ゲーム産業関連の上場企業では、最初からゲーム事業を行う企業の場合、ゲーム事業が総売り上げでのシェアが最低でも 70%以上である、それらの企業にとって、ゲーム事業が主な収入源になっている。また、年商 700 億元以上の大手企業 13 と 2014 年に中国で展開したばかりのテ

⁴⁸ アニメ産業関連上場企業一覧 <http://stock.sohu.com/20130709/n381051272.shtml>

⁴⁹ 17173 産業頻道 上場企業財務データ <http://chanye.17173.com/>

レビゲーム市場に進出した企業 25 以外、たとえ他の事業からゲーム事業に参入した企業でも、現在ゲーム事業のシェアも 25%以上を占めている、この原因はゲーム市場の発展環境は比較的を整えられたため、市場でのチャンスが多くなり、ゲーム事業の収益性が高まったとも考えられる。

第4章で行ったアンケート調査の企業設立の時期に関するデータと上場企業のデータを合わせてみると、2004 年から始まったアニメとゲーム産業振興政策は新しい企業の設立を推進したのみならず、他の業界の企業が両産業への参入も後押しし、産業の活性化を促進した。しかしながら、アニメ産業に比べ、ゲーム産業のほうが市場化の発展が進み、事業の収益性も高い。そのため、投資家や創業者によって、ゲーム産業の方が魅力的であるとも考えられる。

5.5 結言

本章では、中国現地にあるアニメ産業とゲーム産業に対する現地調査し、各種類の企業における現在の発展状況及び現在実行されている産業支援政策に対する見解の結果を定性的に分析した。様々な制限があるため、本研究においては中国 7 地域にある 23 社しか調査を実施できなかった。産業全体から見ると、今回調査した企業数は少なく、これらの知見をより積極的に一般化して主張するにはさらなる検証が必要であるものの、調査対象とした 23 社は、資本関係の違いという視点では、内資企業と外資系企業、業務内容からみると、アニメ産業では、オリジナルアニメを制作する企業、アウトソーシング受託専門企業、ゲーム産業では、ゲームポータル運営、ゲーム制作、販売並びにゲーム開発の下請け業務と両産業における様々なポジションに位置する企業を、企業規模という視点からも海外株式市場へ上場している大規模組織から従業員が数百名という規模、従業員が数名程度のベンチャー企業まで多岐にわたる企業を選択し半構造化面接実施できたことから、アニメ産業とゲーム産業の発展現状や行政側が推進した政策の影響について俯瞰的に確認すると意味では、適切なサンプリングだったとも言える。

定性的分析の結果として、第4章で定量的分析を用いて検証した仮説1の産業振興政策がアニメ産業およびゲーム産業アニメ産業の発展に対する推進効果を企業に対する聞き取り調査の中でも確認できた。また、調査企業が述べた産業振興政策に対する意見を分析した結果、企業側が主に交流促進支援政策の改善と中小企業に対する支援の強化を求めることが明らかとなった。先行研究を踏まえ、交流促進支援政策と中小企業に関する支援政策を改善することによって、人材の育成と企業間コミュニケーションに有利な影響を与えることができ、イノベーションの創発も促進できることを説明した。これ

によって仮説2の生産性とイノベーションを創発に有利コミュニケーションの環境整備の必要性を検証できた。

また、アニメ産業とゲーム産業に関連する上場企業の状況を分析し、ゲーム産業のほうが市場化の発展を進み、事業の収益性も高いことを説明した。最後の章では、仮説の論証及び産業発展の差異性の説明を元に、両産業今後の発展に適切な政策を提案しようとする。

第6章 結論

6.1 本研究の結論

本論文は、中国アニメ産業ならびにゲーム産業に対する産業振興政策に関し、主に二つの仮説を提示しその検証を行った。まず、中国において、アニメ産業及びゲーム産業を含む文化産業クラスターの発展を推進するためには、政府の関与は不可欠なものであることを提示した（仮説1）。次に企業に対する直接的な資金支援のみならず、生産性とイノベーションの創発に有利なコミュニケーション環境の整備も不可欠であることを提示した（仮説2）。そして仮説を検証するための公表データの分析、アンケート調査による政策評価に関する定量的分析、および現地調査による政策の影響に関する定性的分析、以上三つの研究方法を通じて記述した。

公表データの分析としては、アニメ産業振興を成功させた代表的地域である杭州地域の政策ならびにゲーム産業の先進地域である北京中関村サイエンスパークの地域状況と政策内容を検討し、その結果、アニメ産業の代表地となる杭州政府は、オリジナルアニメ作品を作る企業を対象とする振興政策が緻密に設定されていることを確認した。これに対し、ゲーム産業の代表地である北京中関村サイエンスパークでは企業のみならず、教育機関、投資企業など直接ハイテク産業とは関わらない対象にとっても振興政策を享受できることを明らかにした。また杭州政府が動画産業基地の発展のために策定した政策内容の主旨が、基地に入るアニメ企業の存続と発展を目的としているのに対して、中関村における政策はサイエンスパークの中にあるゲーム企業のために限定されているわけではなく、中関村全体に対するビジネス活動や起業活動の活発化のために作られた政策であることが特徴づけられる。これは、両産業の産業政策の特徴を浮き彫りにしている。続いて、中国アニメ産業及びゲーム産業の発展状況を分析した結果、アニメ産業が先行者の成功をきっかけに市場に注目され、さらに産業振興政策の実行がその成長を後押しする形で産業発展を遂げたことを解明した。これに対し、ゲーム産業ではネット環境の整備、多くの企業の参入及び産業振興政策の推進を元に、自らの発展に成功したのみならず、関連産業の発展を推進し、他の業界や海外市場への進出も果たしてきたことを解明した。2002年から、中国政府は様々な支援政策を打ち出し、文化産業の発展を着実に支援し始めた。産業振興政策が実施されていた期間において、アニメ産業とゲーム産業の発展は加速し、大きな発展を遂げたことから、産業の発展と政府の振興政策との関連性があることが示唆された。

さらに、アンケート調査のデータを元にアニメ産業とゲーム産業の発展状況を確認した。企業の分布から見ると、中国経済において最も発達している北京、上海、広東地域では、アニメ産業とゲーム産業は比較的バランスよく発展していることが見て取れた。同時に、上海の近辺にある江蘇と浙江地域において、アニメ産業の発展が盛んであることも確認できた。一方、企業の設立時期から見ると、7割の企業が、産業促進政策が集中的に発表される2002年から2009年の間に設立されていることが確認できた。つまり、行政による政策実施の意思表示が、起業の促進効果をもたらしたと考えることが出来た。また、創業資金の集まり方について、アニメ及びゲーム企業にとって、共同出資が最も利用される方法であることと、複合企業の場合には複数の方法を併用するのが主流であることを確認できた。重回帰分析を用いて、企業発展と産業振興政策の利用状況の関連性を分析してみると、現在実行している産業振興政策を利用することによって、企業の発展に全面的且つ有利な影響が与えられることが明らかにされた。また、基地型支援政策と交流促進政策に比べ、直接支援政策が企業のより多くの発展項目に影響を及ぼすことを確認できた。企業の種類を分けて見ると、複合企業があらゆる政策を活用すれば、企業のすべての項目の発展を促進できることに對し、アニメ企業では、企業の発展に有利な影響がある政策は直接支援政策のみであるため、現在アニメ企業の発展は直接支援政策に依存していると考えられた。政策利用の効果から考えると、現在実行している産業振興政策の一番大きな受益者は複合企業であると言えよう。また、単一の事業を行うアニメ企業とゲーム企業の発展状況と政策利用状況の差を分析してみると、売上以外に母集団の差を確認できなかったものの、アニメ企業とゲーム企業を単一企業として再分類し、複数の事業を行う複合企業と比較した場合、複合企業のほうが売上、利益性、業務量、企業連携など発展の項目に対する評価が高く、政策の利用に関しても、複合企業のほうが積極的に利用していることを確認できた。

さらに、定性的に分析を通じ、アニメ産業は主に政府主導の政策を活用して発展が進んだことを判明した。それに対し、調査した北京中関村にあるゲーム企業は現在政府の支援政策に頼らず、市場のルールに従って自力で発展しているものの、発展の初期段階では、産業支援政策が企業の発展を推進し、役割を果たしてきたと考えられる。また、中関村サイエンスパークは人材獲得の安さや企業連携を実現しやすい環境を整えているなどの優位性を発揮しており、企業のみならず、ゲーム産業全体の発展を推進した。定性的分析の結果から見ると、第4章で定量的分析を用いて検証した仮説1の産業振興政策がアニメ産業およびゲーム産業の発展に及ぼす推進効果を改めて確認できた。また、調査企業が述べた産業振興政策に対する意見を分析した結果、企業側が主に交流促進支援政策の改善と中小企業に対する支援の強化を求めていることが明らかとなった。先行

研究を踏まえると、交流促進支援政策と中小企業に関する支援政策を改善することによって、人材の育成と企業間コミュニケーションに有利な影響を与えることができ、イノベーションの創発を促進できることを明らかにした。これによって仮説2で示した生産性とイノベーションの創発において、コミュニケーションの環境整備が必要性であるということを確認できたからである。

また、アニメ産業とゲーム産業に関連する上場企業の状況を分析し、ゲーム産業のほうが市場化の発展が進み、事業の収益性も高いことを説明した。これにより、現段階において、アニメ産業の市場化は、ゲーム産業に比較するとまだ不十分であり、産業全体の収益性が比較的に低いことも明らかとなった。

6.2 政策改善の提案

本研究で解明された問題を解決し、アニメ産業とゲーム産業の更なる発展を推進するため、現在実行している政策の改善と補完について、以下のように提案を試みる。

① 人材育成政策の強化

現在多くの教育機関がアニメ制作あるいはゲーム制作に関わる授業を用意したものの、業界での仕事の経験がない講師が多いために、学生に教えられた技能と企業が従業員に求めた能力との間にズレが生じている。そのため、企業側は実務経験がある人材のみを採用することとなり、あるいは新人社員を社内でもう一度訓練しなければならない。結果として、企業の効率においても、若い世代の人材の育成においても悪い影響を与えた。このような問題を解決するためには、産官学連携をさらに促進し、政府あるいは教育機関がそれぞれの機関が単独で人材を育成するのではなく、企業とコミュニケーションを深め、企業の需要を参考しながらカリキュラムをデザインする必要があるだろう。あるいは企業側の人間を学校に招聘し、実際の教育のプロセスに参加させることが重要である。

② 企業連携の強化

アニメ産業とゲーム産業においては、クリエイターのアイデア、つまりイノベーションが非常に重視される。しかし、実体がある商品とは違い、アイデアは盗まれやすい。これが中国多くの企業が他の企業との連携を拒否する原因である。この問題を解決するため、著作権を保護する法制度を改善し、クリエイターの利益が守られる社会環境を作る必要がある。

③ 中小企業の支援の強化

資金面では、現在実行されている資金支援に関する政策の内容は、政府の要件を満たす企業に奨励金あるいは補助金が存在することだが、本研究における N 社への半構造化面接の結果、アニメ放送奨励の金額は制作コストの一部しか補助できないことが明らかになっている。従って、政府の奨励金や補助金が果たせる役割は限定的と考えられる。そのため、民間の投資機関に対する支援政策を用意し、投資のリスクを軽減させることによって、民間資金による投資行為を促進することは重要である。また、中国において、青少年に悪い影響を与えないよう、発売する前に、アニメ作品とゲーム作品の内容は管理機関に厳しく審査され、企業が自由に作品を作ることができない。そのため、ゲームの題材はほとんど歴史と武侠に限られ、アニメ作品では低年齢層向けの作品が多く作られこととなり、高い年齢層の視聴者に受け入れられないという状況が続いている。この状況を打破し、クリエイターの創造力を発揮させるためには、作品のレーティング制度の確立がもはや必要不可欠となっている。第 5 章でも記述したように、フロリダによると、「創造経済における創造的機能は大企業ではなく、創造的個人にリードされた小企業、SOHO (Small Office, Home Office)、起業であることにもとづく」(野田[36]、173 頁)であるため、中小企業に勤めるクリエイターの創造力が発揮できれば、その人が務める組織にも間接的に支援を与えたと考えられる。

最後に、アニメ産業では、産業の発展を促進するために、各地方政府の主導によって、多くの「国家動画産業基地」が設立され、認定された。しかしながら、10 年の発展を経て、動画産業基地内発の上場企業はなく、社会的にブランドとして認識され、ビジネス的な成功を収めたと言える企業は杭州の一家のみである。あらにその企業は杭州政府が誘致されて基地に移転しているため、創業した地域において成功した企業はまだ存在しない。したがって、政府主導の、単に企業の経営負担を軽減させることを目的とした基地型政策は、産業の発展の大きな役割を果たしたのかについては疑問が残る。このため、アニメ産業でも、北京中関村で成功を収めた地域全体に対するビジネス活動や起業活動の活発化のために作られた政策を参考し、現在の企業の発展を中心とする産業政策を改善すべきである。当然、北京中関村の政策も試行錯誤を経てたどり着いた結果であるため、単に真似することはではなく、地域の長所と不足を分析し修正する必要がある。また、中国におけるアニメの放送習慣は、日本番組のように週一回の更新ではなく、番組を毎日放送するだけでなく時には 1 日数話放送する習慣がある。そのため、アニメ作品の審査は制作プロセスをすべて終了してから行うこととなり、結果的に審査期間の費用はすべて企業自分が負担しないといけない。加えて、テレビ局がアニメ作品の放送権

は非常に低い費用で取引されている⁵⁰ために、アニメ企業は作品の放送からわずかの収益しか得ることができず、赤字経営の悪循環が続いている。これはアニメ企業が産業政策に頼らざるを得ない原因の一つでもある。現在の中国アニメ市場では、たまに商業的成功する作品もあるものの、作品制作量のみならず、産業全体的に収益を高め、良好な発展循環に入るため、アニメ企業を補助する放送制度やテレビ局の放送権購入制度の見直しを含め、アニメ産業全体的のバリューチェーンの改善が必要である。

同時にアニメ産業は、市場そのものの力が、産業のさらなる発展へとつながる可能性がある。上場企業の発展から見ると、ゲーム産業関連企業では、売り上げの上位を占める10社の中で、9社が他の産業からゲーム事業に参入した企業である。資金力がある大企業の参入は産業全体の発展を推進したと考えられる。これと同様に、近年、中国では、大手ゲーム企業がアニメ事業に進出するようになっている。これらの企業が漫画サイトを開設し、自社のサイトでアニメ放送ページを作った。海外漫画、アニメ作品の輸入のみならず、国産漫画作品も募集し、連載している。さらに人気漫画作品のアニメ化、ゲーム化を成功させたケースもある。このようなゲーム企業主導によるアニメ産業の発展がどこまで成功するのかは改めて検証していく必要があるだろう。

以上のように、本論文で取りまとめた一連の調査と研究を通じて、アニメ産業およびゲーム産業を代表とする中国新興文化産業に対し、政府の産業振興支援政策の効果と影響を定性且つ定量的に分析し、この結論をもとに、アニメとゲーム産業を始めに、新興文化産業クラスターの発展を促進するため、現在実行している産業新興政策の改善策を提案した。しかしながら、本研究には限界もある。まず、アニメ産業とゲーム産業の発展時間が現時点では短く、先行研究の資料が少ない。加えて本研究での資金と時間の制限もあるため、より多くの地域と企業を調査することが出来なかったのは誠に残念である。また、両産業は新興産業であり、今後の政府による振興政策の変化や産業全体の発展の傾向は予測しにくい状況でもあるため、両産業発展をもっと長期的な観察していく必要があると考えられる。それにしても、両産業は今後も政府に支援されつつ、研究者にも注目されつつであるに間違いのない、また、「五年計画」から見ると、アニメ産業とゲーム産業を含む文化産業は今後も中国経済の継続的な発展をけん引する重要な力の一つとなることを予想されるため、研究者のみならず、中国国内と海外の産業界、投資家にも関心を持たせると考えられる、例えば“クールジャパン”を推進する日本の企業の中には、今後中国への文化製品の輸出や中国企業との連携が更に増やしていく可能性があるかもしれない。

⁵⁰ 「中国アニメ産業発展報告 2013」によると、現在国産アニメ作品の制作コストは1分間1.2万元から2万元であるものの、テレビ局が支払った放送権料の値段は最大でも制作コストの1/10程度である（[137]）。

本研究は、産業全体の発展状況や政策内容に対する分析が多い中国産業政策研究の中で、企業の発展と政策の関係に着目することで、本研究独自の視点から、産業振興政策を分類し、それを元に企業を調査、分析した。その結果、業界の主体である企業の意見をまとめることをある程度実現したため、今後の研究者にとって、参考あるいは批評の対象としての価値が持ち、産業界にとって中国市場をより深く認識できる資料となれば筆者の本望である。

参考文献

- [1] 天野倫文・他「ものづくりクラスターの特殊性と普遍性 ―グローバルゼーションと知的高度化―」（法政大学イノベーション・マネジメント研究センターワーキング・ペーパー）、2006 年
- [2] 秋川卓也・内藤統也『文系のための SPSS 超入門』ブレアデス出版、2005 年、158 頁
- [3] 石倉洋子・他『日本の産業クラスター戦略 地域における競争優位の確立』有斐閣、2003 年、15～16 頁
- [4] 伊藤宗彦・楊英賢「台湾パソコン産業の競争力の分析 ―パソコン産業集積の形成に関する研究―」（神戸大学経済経営研究所ディスカッションペーパー J60）, 2004 年
- [5] 伊藤元重・他『産業政策の経済分析』東京大学出版会、1988 年
- [6] 伊藤元重『はじめての経済学（上）』日本経済新聞出版社（日経文庫）、2004 年、33 頁
- [7] 井山利秋「東京都城西地域におけるアニメ産業集積の今後と自治体アニメ産業振興支援の現状・課題について」（法政大学大学院政策科学研究科ワーキング・ペーパー）、2005 年
- [8] 石村貞夫・石村光資郎『SPSS でやさしく学ぶ多変量分析 第 3 版』東京図書、2008 年、112 頁
- [9] 大木裕子『文化政策とアートマネジメント』 296BOOKS、2004 年、4 頁
- [10] 王敏・歴無畏『創意（クリエイティビティ）は中国を変える：中国トップリーダーの視点』三和書籍、2013 年、31 頁
- [11] 朽木昭文『アジア産業クラスター論―フローチャート・アプローチの可能性』書籍工房早山、2007 年
- [12] 小塩真司『研究事例で学ぶ SPSS と Amos による心理・調査データ解析』東京図書、2006 年、126～167 頁
- [13] 小森正彦「わが国の産業クラスター関連政策に関する一考察」『日本大学大学院総合社会情報研究科紀要』、2003 年
- [14] 後藤邦夫「「テクノポリス」から「テクノクラスター」へ 地域産業政策の最近の動向」『桃山学院大学総合研究所紀要』第 28 巻第 3 号、2003 年、pp215-222
- [15] 後藤和子「創造性へのインセンティブと都市政策 文化政策と産業政策の統合の視点から」（佐々木雅幸 + 総合研究開発機構編『創造都市への展望―都市の

- 文化政策とまちづくり』学芸出版社、2007 年、chapter4
- [16] 坂田一郎・他 「地域クラスターのネットワーク形成のダイナミクスー12 地域・分野のネットワーク・アーキテクチャの比較分析」(RIETI Discussion Paper Series 07-J-023)、2007 年、2～3 頁
- [17] 佐々木雅幸・水内俊雄『創造都市と社会包摂文化多様性・市民知・まちづくり』水曜社、2009 年
- [18] 佐々木雅幸『創造都市への挑戦』、岩波書店、2002 年
- [19] 佐々木雅幸『創造都市の経済学』、勁草書房、1998 年
- [20] 佐々木雅幸・他『創造都市への展望 都市の文化政策とまちづくり』学芸出版社、2008 年
- [21] 塩沢吉典・小長谷一之『創造都市への戦略』晃洋書房、2007 年
- [22] 塩沢吉典・小長谷一之『まちづくりと創造都市ー基礎と運用ー』晃洋書房、2008 年
- [23] 姜娟・原山優子「「クラスター計画」と「産学連携」」『研究技術計画』Vol. 20, No. 1、2005 年、5～6 頁
- [24] 徐隆「中国動漫産業及びゲーム産業における発展状況並び関連政策に関する一考察」『立命館大学政策科学』21 卷 1 号、2012 年 10 月、113～122 頁
- [25] 徐隆「中国ゲーム産業のクラスター化とその発展に関する一考察 - 「中関村」のデジタルゲーム企業に関する比較事例研究」『立命館映像学』6 卷、2013 年 3 月、54～63 頁
- [26] 税所哲郎「産業クラスターの実態とネットワーク組織の構造に関する研究ー中国とベトナムにおける産業クラスター戦略の展開ー」『電気通信普及財団研究調査報告書』、2006 年、86～87 頁
- [27] 橘川武郎・連合総合生活開発研究所『地域からの産業集積・イノベーション・雇用創出』有斐閣、2005 年
- [28] 田中悟 『イノベーションと産業組織ー企業間コーディネーションの視点』多賀出版、2005 年
- [29] 中平和伸・藤井義之・権田金治「地域産業集積におけるクラスター形成に関する解析」、『研究・技術計画学会年次学術大会講演要旨集』、2001 年、349～352 頁
- [30] 中村彰憲『中国ゲームビジネス徹底研究 2005』株式会社エンターブレイン、2005 年、20～110 頁
- [31] 中村彰憲『中国ゲームビジネス徹底研究 2006』株式会社エンターブレイン、2006 年、93～111 頁

- [32] 西川太一郎・二神恭一・鶴飼 宏成『産業クラスターと地域経済』八千代出版、2005年
- [33] 西川太一郎『産業クラスター政策の展開』八千代出版、2008年、13～15頁
- [34] 西山茂「清華大学の産業連携-中関村のベンチャー支援システムにも触れながら-」『早稲田経営研究』、2012年、31頁
- [35] 日本貿易振興機構「中国オンラインゲーム産業に関する報告書 2006年3月」、日本貿易振興機構ジェトロ、2006年、71-72頁
- [36] 野田邦弘『文化政策の展開 アーツ・マネジメントと創造都市』学芸出版社、2014年、172～175頁
- [37] 原田誠司「ポーター・クラスター論についてー産業集積の競争力と政策の視点ー」『長岡大学研究論業第7号』、2009年、21～42頁
- [38] 原山優子・氏家豊・出川通『産業革新の源泉 ベンチャー起業が駆動するイノベーション・エコシステム』白桃書房、2009年
- [39] 速水佑次郎、「経済開発における市場と国家」『国際協力研究』Vol. 11 No. 2、1995年
http://jica-ri.jica.go.jp/IFIC_and_JBICI-Studies/jica-ri/publication/archives/jica/kenkyu/95_22/01_01.html
- [40] 馬場靖憲、渋谷真人「東京ゲームソフトクラスター ー形成要因の総合的考察ー」『研究技術計画』15（1）、2000年、33～47頁
- [41] 福田一史・中村彰憲・細井浩一「産学公連携による地域映像産業新興産業と内発的発展における外来要因の役割」『立命館映像学』、2009年、85～100頁
- [42] 福田一史・中村彰憲・細井浩一「コンテンツ活用型地域振興の類型化に関する比較事例研究」『立命館映像学』、2010年、71～87頁
- [43] マイケル・ポーター著（竹内弘高訳）『競争戦略論Ⅰ、Ⅱ』ダイヤモンド社、1999年、105頁
- [44] マイケル・ポーター著（土岐坤・他訳）『競争優位の戦略 いかに高業績を持続させるか』ダイヤモンド社、2003年
- [45] 宮寄晃臣「産業集積論からクラスター論への歴史の脈絡」『専修大学都市政策研究センター論文集』第1号、2005年、266～267頁
- [46] 山崎朗『クラスター戦略』有斐閣、2002年
- [47] 山崎茂雄・宿南達志郎・立岡浩『知的財産とコンテンツ産業政策』水曜社、2008年
- [48] 李宏舟『北京シリコンバレーの形成メカニズム テクノポリス・ホイール・モ

デルの検討』現代図書、2006年、45～161頁

- [49] Boekholt, P. and Thuriaux, B., “Public Policies to Facilitate Clusters: Background, Rationale and Policy Practices in International Perspective” in *Boosting Innovation The Cluster Approach : The Cluster Approach*, ed. By OECD Proceedings, Paris, Organization for Economic Co-operation and development, 1999, pp381-412
- [50] Dunning, J.H. ed., *Regions, globalization, and the knowledge-based economy* Oxford, Oxford University Press, 2000.
- [51] Humphry, J. and Schmitz, H. “Principles for promoting clusters & networks of SMEs” Vienna, UNIDO report, Oct.1995
- [52] Iammarino, S. and McCann, P., “The Structure and Evolution of Industrial Clusters: Transaction, Technology and Knowledge Spillovers” *Research Policy* 35, 2006, pp1018-1036
- [53] Isserman, A.M. “State economic development policy and practice in the United States” , *International Regional Science Review*, Vol.16, 1994, pp49-100
- [54] Motohashi, K. “University-industry collaborations in Japan: The role of new technology-based firms in transforming the National Innovation System” , *Research Policy* 34, 2005, pp.583-594
- [55] Powell, W.W. and Brantley, P. “Competitive Cooperation in Biotechnology: Learning Through Networks” . In *Networks and Organizations*, ed. by N. Nohira and R.G. Eccles, Boston, MA: Harvard Business School Press.
- [56] Porter, M.E., “Clusters, Innovation, and Competitiveness: New Findings and Implications for Policy” Stockholm, Sweden, 2008
- [57] Porter, M.E., *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, 1998
- [58] Theo J.A. Roelandt and Pim den Hertog, *Cluster Analysis & Cluster-based Policy in OECD Countries*, Paris, OECD, 1998, p7
- [59] Raines, P. 「Cluster Development and Policy: EPRC studies in European Policy」, Glasgow, Ashgate Pub Ltd, 2002.
- [60] Smilor, R.W, Gibson, D.V. and Kozmetsky, G. “Creating The Technopolis: High-Technology development In Austin, Texas” *Journal of Business Venturing* 4, 1989, pp49-57
- [61] Sun Chia-Chi, Lin Grace, T.R, Tzeng Gwo-Hshiung “The evaluation of cluster

- policy by fuzzy MCDM: Empirical evidence from HsinChu Science Park” *Expert System with Applications* Vol. 36, 2009, pp11895-11906
- [62] Steinle, C. and Schiele, H. “When Do Industries Cluster? A Proposal on How to Assess an Industry’ s Propensity to Concentrate at a Single Region or Nation” *Research Policy* Vol. 31, 2002, pp849-858
- [63] 安虎森・朱妍「產業集群理論及其進展」『南開經濟研究』2003 年第 3 期, p34
- [64] 財政部「關於扶持動漫產業發展有關稅收政策問題的通知」一、關於增值稅, 2009 年
- [65] 財政部「關於扶持動漫產業發展有關稅收政策問題的通知」四、關於進口關稅と進口環節增值稅, 2009 年
- [66] 陳劍鋒「基于產業集群的政策研究」『科學學與科學技術管理』2005 年 5 月号, pp62-63
- [67] 陳家沢「政府作用与文化產業政策設計」『西南交通大學學報（社會科學版）』7 卷 5 号, 2006 年, p88
- [68] 陳清泰「促進企業自主創新的政策思考」『管理世界』2006 年第 7 期, pp2-4
- [69] 陳中原「試論我國傳媒的幼稚產業政策」『新聞記者』2005 年 3 月号, pp9-10
- [70] 馮梅・楊建文「經濟全球化与創新集群の跨区域網絡建立」『學術月刊』, 2009 年第 4 期, pp77-78
- [71] 侯雲先・于英川、「WTO 下的幼稚產業適度保護體系研究」『上海大學學報（社會科學版）』第 9 卷第 2 期、2002 年, p17
- [72] 李秀香「開放式保護幼稚產業的理論探討」『江西社會科學』2003 年第 5 期, pp1-4
- [73] 李秀香「幼稚產業開放式保護問題研究」江西財經大學、2004 年 4 月, pp3-11
- [74] 李源・許晶・景璠「基于幼稚產業保護的我國動漫產業發展政策及績效研究」『現代商貿工業』2012 年第 11 期, p39
- [75] 劉恆江・陳繼祥「國外產業集群政策研究綜述」『外國經濟与管理』第 26 卷第 11 期, 2004 年, p41
- [76] 劉研「簡析我國遊戲產業的性質及政策特徵」『浙江傳媒學院學報』第 18 卷第 4 期 2011 年, p100
- [77] 林毅夫・蔡昉・李周『中國的奇跡：發展戰略与經濟改革』上海三聯書店, 上海人民出版社, 1994 年
- [78] 聶鳴・李俊・駱靜「OECD 國家產業集群政策分析和對我國的啓示」『中國地質大學學報（社會科學版）』第 2 卷第 1 期, 2002 年, p42

- [79] 聶鳴「培植競爭力：從產業政策到集群政策」『中國軟科學研究會』，2002 年，pp82—85
- [80] 龐井君·陳共德·方德運「中國動漫產業自主創新實現路徑與政策機制」『視聽界』，2006 年第 6 期
- [81] 郝峰·楊宏「日本對幼稚產業的保護及啓示」『經濟縱橫』，2001 年 12 月號，pp48—51
- [82] 秦喜傑『中國動畫片的產業經濟學研究』中國市場出版社，2006 年，p152
- [83] 萬籟鳴·萬國魂『我與孫悟空』北岳文芸出版社，1986 年，p168
- [84] 王緝慈「關於發展創新型產業集群的政策建議」『經濟地理』第 24 卷第 4 期，2004 年，p435
- [85] 王緝慈「關於中國產業集群研究的若干概念辨析」『地理學報』第 59 卷增刊，2004 年，pp47—51
- [86] 王緝慈「超越集群——關於中國產業集聚問題的看法」『上海城市規劃』2011 年第 1 期，pp52—53
- [87] 王世營「產業集群與特色產業園區——我國城市產業空間新的發展範式」『上海城市規劃』，2009 年第 3 期，pp5—7
- [88] 王亞華·鄢一龍「中國 10 個五年計畫完成情況的定量評估」『當代中國史研究』Vol. 16, No. 5, 2009 年，p83
- [89] 魏樂·吳殿廷「我國“五年計畫”的執行評估及區域發展戰略的思想演變」『經濟研究導刊』2007 年第 6 期，p141
- [90] 文化部「文化部關於扶持我國動漫產業發展的若干意見」第一條、2008 年
- [91] 文化部辦公廳「關於「原創動漫扶持計畫」（2008）申報工作的通知」，2008 年
- [92] 吳學花·楊蕙馨「中國製造業產業集聚的實證研究」『中國工業經濟』第 10 期，2004 年，p36
- [93] 徐現祥·陳小飛「經濟特區：中國漸進改革開放的起點」『世界經濟文匯』2008 年第 1 期，pp21—24
- [94] 顏慧·索亞斌『中國動畫電影史』中國電影出版社，2005 年，pp10—224
- [95] 楊吉華「文化產業政策研究」中國共產黨中央黨校，2007 年，p3
- [96] 楊韶艷「幼稚產業論與中國幼稚產業政策的現實優化」『商業研究』第 335 期，2006 年，pp200—201
- [97] 趙紅專「新技術產業園區的產業集群與競爭力研究」西北工業大學，2006 年，p36
- [98] 浙江大學數字娛樂產業研究中心『國家動漫遊戲產業振興基地 2009 年動漫遊戲產業政策與核心競爭力研究報告』，2009 年

- [99] 鄭永年・吳国光「論中共一地方關係」『当代中国研究』第6期，1994年
- [100] 中国國務院「文化産業振興規画」三、重点任務：（一）發展重点文化産業，2009年

参考ウェブページ

- [101] コトバンク、「ブリタニカ国際大百科事典 小項目事典」、
<https://kotobank.jp/word/%E5%B9%BC%E7%A8%9A%E7%94%A3%E6%A5%AD-145803>
(2015年5月16日)
- [102] 五目舎、「過酷なアニメ制作現場・・・・・・・・“神様”手塚治虫の功罪」、
<http://www.oricon.co.jp/news/2052779/full/> (2015年5月14日)
- [103] Britten, N. (大滝純司、藤崎和彦訳)、「医療の研究における質的面接法(1)」、
http://www.igaku-shoin.co.jp/nwsppr/n2000dir/n2402dir/n2402_06.htm、
2000年9月4日
- [104] 大連市経済和信息化委員会，“大連市人民政府關於加快發展軟件産業的實施意見”，
http://www.jxw.dl.gov.cn/xxgk_fgwj_show.asp?id=300，(2008年5月8日)
- [105] 大連市文化局，“大連国家動漫遊戲産業振興基地籌建工作報告”，
http://www.whj.dl.gov.cn/info/157829_159662.vm，(2006年6月28日)
- [106] “《動漫藍皮書：中国動漫産業發展報告2014》發布”，
<http://www.cnaci.com.cn/html/dhzx/gnyw/14995.html>，(2014年7月25日)
- [107] 孫海悦，“《動漫藍皮書》：今年動漫産業產值將達1000億元”，
http://www.chinaxwcb.com/2014-07/28/content_299097.htm，(2014年7月28日)
- [108] 馮源・段菁菁・于佳欣，“国産動畫電視年產量“二連降”進入“換档期”，
http://www.zj.xinhuanet.com/newscenter/headlines/2014-05/02/c_1110504497.htm，(2014年5月2日)
- [109] 傅晨琦，“杭州：動漫業異軍突起”，
http://www.cnci.gov.cn/content/2010428/news_57701.shtml，(2010年4月28日)
- [110] 高薇華，“中国動漫産業政策的實施效果与展望”，
<http://media.people.com.cn/GB/22114/45733/118743/7001507.html>，(2015年5月13日)

- [111] 「国家“十一五”時期文化發展規劃綱要」，
<http://www.sdpc.gov.cn/fzgghz/fzgh/ghwb/115zxgh/200709/P020070925408117396176.pdf>, p23, (2015 年 5 月 15 日)
- [112] 「广电总局關於加強電視动画片播出管理的通知」，
<http://www.sarft.gov.cn/articles/2008/02/19/20080219171313160874.html> ,
(2008 年 2 月 18 日)
- [113] 杭州市人民政府弁公厅秘書一处、“杭州市人民政府弁公厅關於鼓励和扶持動漫遊戲產業發展的若干意見”，
http://www.hzgx.gov.cn/ggao_det.asp?info_kind=004002&ID=552, (2005 年 11 月 11 日)
- [114] “杭州動漫產業及動漫節發展狀況”，
<http://comic.qq.com/a/20130419/000018.htm>, (2013 年 4 月 19 日)
- [115] 杭州統計信息網，“杭州概況”，
<http://www.hzstats.gov.cn/web/shownews.aspx?id=2Suk/uVaISg=>, (2014 年 5 月 25 日)
- [116] 「第十一届中国國際動漫節今天開幕」，
<http://www.dtxs.cn/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=31&id=245> ,
(2015 年 4 月 28 日)
- [117] 計算機世界“中国遊戲引擎發展現狀分析”，
<http://www.it.hc360.com/scyj/2004/200404/new/0404-12.htm>, 2004 年 4 月
- [118] 賈若祥(国家發展和改革委員會国土開發与地区經濟研究所)、“產業集群概念辨析及对区域發展的作用”，
<http://theory.people.com.cn/GB/49154/49155/3818282.html>, (2005 年 11 月 1 日)
- [119] 江西省統計局，“我省動漫產業發展前景廣闊，大有可為”，
<http://www.jxstj.gov.cn/News.shtml?p5=2305837>, 2012 年 6 月
- [120] 李雪，“文化部整治暴恐動漫 多家動漫網站被查”，
http://www.mcprc.gov.cn/whzx/whyw/201503/t20150331_439865.html , (2015 年 3 月 31 日)
- [121] 劉海波(中国經濟体制改革研究会)，“我国中央与地方政制結構の分析与改進”，
<http://www.cser.org.cn/news/152.aspx>, (2010 年 1 月 9 日)
- [122] 上海美術電影制片廠ホームページ，<http://www.ani-sh.com/>，(2015 年 5 月 15 日)

- [123] 天津市統計局, “天津文化產業初具規模 人均產出遠超全國平均水平”,
http://www.stats.gov.cn/ztjc/ztfx/fxbg/200512/t20051231_15967.html ,
(2006 年 1 月 12 日)
- [124] 新經濟導刊, “三辰卡通動漫網遊產業基地新型動漫社區” ,
<http://finance.sina.com.cn/review/observe/20061008/11052966632.shtml> ,
(2006 年 10 月 8 日)
- [125] 汪江軍, “簽約項目總金額再創新高” ,
http://z.hangzhou.com.cn/content/2012-05/04/content_4181346.htm, (2012
年 5 月 4 日)
- [126] 王夏斐, “三辰卡通投奔杭州 動漫的好日子來了”,
<http://zjnews.zjol.com.cn/05zjnews/system/2005/03/13/006070966.shtml> ,
(2005 年 3 月 13 日)
- [127] 遊戲產業網, 中國遊戲產業年度市場報告 (2003 年 - 2014 年) 関連データ全
般,
<http://www.cgigc.com.cn/list/79644663134.html>, (2015 年 5 月 15 日)
- [128] 中関村管委會, “中関村遊戲企業產值占全國遊戲產業超三成” ,
http://www.zgc.gov.cn/kjzzcx1/g%E4%BD%9Cjz_2012/83887.htm, (2012 年 8 月
31 日)
- [129] 中國版協遊戲工委, “2012 年中國遊戲產業海外市場報告 (摘要版) 2013 年” ,
<http://www.cgigc.com.cn/201301/151661652421.html>, (2013 年 1 月 9 日)
- [130] 中國經濟網, “廣電總局副司長: 遊戲分級制度十分必要” ,
<http://www.gamelook.com.cn/2015/04/213409>, (2015 年 4 月 30 日)
- [131] 中関村サイエンスパーク公式サイト, 中関村産業政策内容全般,
http://www.zgc.gov.cn/zcfg10/zcjd_jd/, (2014 年 3 月 20 日)
- [132] 中國共產黨新聞網,
<http://dangshi.people.com.cn/GB/151935/204121/index.html>,
(2015 年 5 月 17 日)
- [133] 中華人民共和國國家新聞出版廣電總局公式サイト, 中國アニメ産業関連データ,
<http://www.sarft.gov.cn/catalogs/gldt/20070831155418550682.html> , (2015
年 5 月 15 日)
- [134] 中華人民共和國國家新聞出版廣電總局, “2014 年中國電影票房收入增長顯著”,
<http://www.sarft.gov.cn/articles/2015/01/05/20150105174531720823.html> ,
(2015 年 1 月 5 日)

- [135] 中華人民共和國國家發展和改革委員會發展規劃司，“國民經濟和社會發展五年計劃簡介”，http://ghs.ndrc.gov.cn/yjdt/200506/t20050601_37653.html，（2015年5月15日）
- [136] 「中華人民共和國國民經濟和社會發展第十二個五年規劃綱要」，
<http://ghs.ndrc.gov.cn/ghwb/gjwngh/201109/P020110919590835399263.pdf>
p99
- [137] 「中國動漫產業發展報告（2013）發布 動畫制作生態不佳」，
http://news.xinhuanet.com/politics/2013-12/04/c_125805382.htm，（2013年12月4日）
- [138] 中華人民共和國工業情報化部，「減輕企業負擔政策解答（2013）」，
<http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n15216906/n15217002/15630342.html>
- [139] “【137.29 萬人次、148.46 億元】這是一場動漫之都的傾城之約”，
http://www.cicaf.com/xwzx/content/2015-05/07/content_5760591.htm，（2015年5月7日）
- [140] “ChinaJoy 相關資訊”，<http://www.cgigc.com.cn/201009/79649214947.html>，（2010年9月28日）

他の資料

- [141] 萬古蟾，《大鬧畫室》，長城畫片公司，1927 年
- [142] ウォルト・ディズニー、『白雪姫』、ウォルト・ディズニー・カンパニー、1937 年
- [143] デイヴ・フライシャー、『ガリバー旅行記』、フライシャー・スタジオとパラマウント映画、1939 年
- [144] ウォルト・ディズニー、『ピノキオ』、ウォルト・ディズニー・カンパニー、1940 年
- [145] 萬兄弟，《西遊記 鉄扇公主の巻》，新華影業公司，1941 年
- [146] 錢家駿・李克弱，《烏鴉為什麼是黑的》，上海電影制片廠，1955 年
- [147] 上海美術電影制片廠，《小蝌蚪找媽媽》，上海美術電影制片廠，1961 年
- [148] 特偉・錢家駿，《牧笛》，上海美術電影制片廠，1963 年
- [149] 萬籟鳴・唐澄，《大鬧天宮》，上海美術電影制片廠，1961-1964 年
- [150] 章超群，《山村新苗》，上海美術電影制片廠，1966 年

- [151] 『偉大的声明』, 上海美術電影制片廠, 1968 年
- [152] 阿達, 『三個和尚』, 上海美術電影制片廠, 1981 年
- [153] 劉蕙儀・靳夕, 『阿凡提的故事』, 上海美術電影制片廠, 1980 年
- [154] 手塚治虫, 『鉄腕アトム』, 虫プロダクション, 1963 年
- [155] 金田益実・まがみばん, 『トランスフォーマー』, 東映アニメーション, 1984 年
- [156] 井上雄彦, 『スラムダンク』, 東映アニメーション, 1993 年
- [157] 王宏, 『Bluecat』 (『藍猫淘氣三千問』), 湖南藍猫卡通傳媒有限公司, 1999 年
- [158] 『万王之王』, 雷爵資訊, 1999, PC

付録 1 アンケート調査の問題

中国文化産業（アニメ産業及びゲーム産業方向）アンケート調査

本アンケート調査の目的は中国アニメ産業及びゲーム産業が過去数年間の発展状況を明白すること、また政府の産業振興政策が各産業に対する影響を解明することである。本調査の内容は個人研究のみに使われ、アンケートの回答内容は外部の機構また個人に漏らすこと、あるいはビジネス活動に使われることがないと保証する。

立命館大学大学院

政策科学研究科&映像研究科

パート 1：企業基本情報

“*”がある問題の回答は必須である

貴社の社名：_____

* 貴社の事業内容 [複数回答]

事業内容	選択欄
オリジナルアニメ作品の制作	<input type="checkbox"/>
他社アニメ作品の加工する仕事	<input type="checkbox"/>
オリジナルオンラインゲームの開発	<input type="checkbox"/>
オリジナルブラウザゲームの開発	<input type="checkbox"/>
PC用パッケージゲームの開発	<input type="checkbox"/>
コンソールゲーム機用ゲームの開発	<input type="checkbox"/>
オリジナルモバイルゲームの開発	<input type="checkbox"/>
他社のゲームを加工する仕事	<input type="checkbox"/>
ゲームパブリッシング	<input type="checkbox"/>
アニメ周辺商品の生産	<input type="checkbox"/>
他	<input type="checkbox"/>

＊貴社の所在地：_____

貴社の設立時間：____年

従業員数： 約____名

（職種：美術：____名 プログラマー：____名 プランナー：____名 他：____名）

去年一年中実行したプロジェクト数： 約____個

去年一年の売り上げ： 約____万元

注：関連職種がない場合、空欄にしてください

＊貴社が設立初期にどのような方法で資金を集めた [複数回答]

資金を集める手段	選択欄
個人投資	<input type="checkbox"/>
みんなで出資	<input type="checkbox"/>
融資	<input type="checkbox"/>

パート 2：調査内容本文、すべての問題の回答は必須である

2005 年以来貴社業務内容の発展状況

（2005 年以後に設立した企業は設立の年から判断する）

問題	←大幅悪化 大幅改善→				
	1	2	3	4	5
1 売り上げ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 純利益	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 プロジェクト数/業務量	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 従業員の能力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 同業他社との協力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 他の業界の企業との協力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7 企業認知度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 作品認知度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 企業経費使用の効率	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 開発の効率	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 新技術の導入と運用	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

貴社業務内容の発展状況と政府の産業支援政策の関係

	←全く関係がない			関係深い→	
問題	1	2	3	4	5
12 売り上げ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13 純利益	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14 プロジェクト数/業務量	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15 従業員の能力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16 同業他社との協力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17 他の業界の企業との協力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18 企業認知度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19 作品認知度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20 企業経費使用の効率	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21 開発の効率	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22 新技術の導入と運用	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

貴社以下各種産業振興政策の利用状況

	←全く利用しない 十分利用→				
問題	1	2	3	4	5
23 産業基地/サイエンスパークに立地する	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24 スタジオ家賃の減免	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25 各種税金の減免	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26 公共設備の無料/低価格利用	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27 融資また上場の支援	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28 優秀作品の表彰と宣伝	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29 新技術開発に対する支援	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30 企業交流を促進するための座談会など	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31 外部教育機関の設立	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32 技術者技術交流の場	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33 市場に関する資料の提供	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34 大型展覧会など展示の場の用意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35 海外出展や海外市場進出の支援	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

貴社が各種産業振興政策の評価

	←全く効果がない 非常に効果的→				
問題	1	2	3	4	5
36 産業基地/サイエンスパークに立地する	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37 スタジオ家賃の減免	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38 各種税金の減免	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39 公共設備の無料/低価格利用	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40 融資また上場の支援	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41 優秀作品の表彰と宣伝	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42 新技術開発に対する支援	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

43 企業交流を促進するための座談会など	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44 外部教育機関の設立	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45 技術者技術交流の場	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46 市場に関する資料の提供	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47 大型展覧会など展示の場の用意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48 海外出展や海外市場進出の支援	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

49 もし貴社が以上全部また一部の政策が利用しなかったら、その原因は？ [複数回答]

利用しなかった原因	選択欄
政策の効果に期待しない或は魅力を感じでない	<input type="checkbox"/>
申請の手続きが面倒	<input type="checkbox"/>
所在地域は政策を利用/申請できない	<input type="checkbox"/>
政策内容が企業の需要に合わない	<input type="checkbox"/>
申請の資格が満ちてない	<input type="checkbox"/>
他の原因	<input type="checkbox"/>
特にない	<input type="checkbox"/>

貴社が以下の政策にどう思いますか？

	←必要がない とても期待する →				
問題	1	2	3	4	5
50 政府が産業クラスターの形成及び産業価値連鎖の改善に対する支援	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51 投資企業や会計企業など関連産業への支援	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
52 作品の内容を管理する制度（アニメ作品内容の審査, オンラインゲームの遊び時間を制限するなど）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
53 国産オリジナル作品に対する支援（海外製品の輸入や放送時間に対する制限など）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

貴社が以下の海外で実施されている産業政策にどう思いますか？

	←必要がない とても期待する →				
問題	1	2	3	4	5
54 政府が従業員の給料の一部を負担する（カナダ）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
55 統一の宣伝のスローガン（CoolJapan！ Cool British など）（日本，イギリスなど）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
56 海外資料の翻訳と提供（日本，ヨーロッパなど）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
57 海外企業が国内市場に誘致する（シンガポール）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

他の意見があれば、自由に書いてください

付録2 半構造化面接調査対象リスト

企業名	主要面接調査 対象の役職	面接時間	面接場所
A	代表取締役	2009年8月17日 10:30～11:30	A 社社内
B	マネジメント	2009年8月17日 14:00～15:00	B 社社内
C	代表取締役	2009年8月18日 10:30～11:30	C 社社内
D	制作部責任者	2009年8月18日 14:00～15:00	D 社社内
E	取締役社長 兼総監督	2009年8月19日 14:00～15:30	E 社社内
F	取締役社長	2009年8月23日 14:00～15:00	F 社社内
G	取締役社長、 制作部担当者	2009年8月24日 10:30～12:00	G 社社内
H	社長、総監督	2009年8月25日 10:30～11:30	H 社社内
I	代表執行役	2009年8月26日 14:00～15:20	I 社社内
J	総制作主任	2009年8月27日 10:30～11:30	J 社社内
K	取締役社長	2009年8月24日 10:30～12:00	K 社社内
L	業務執行取締役兼 監督	2011年8月11日 10:30-11:30	L 社社内
M	企画アシスタント	2011年8月10日 14:30-15:30	M 社社内
N	取締役社長	2013年8月23日 13:00-14:00	N 社社内
O	マネジメント	2013年8月23日 15:00-16:00	O 社社内
P	プロジェクトマネ ージャー	2011年8月9日 14:30-16:30	P 社内
Q	マネジメント	2012年3月24日 14:30-16:00	Q 社社内
R	代表取締役	2012年3月21日 10:30-12:00	R 社社内
S	取締役社長	2012年3月22日 13:00-14:30	S 社社内
T	取締役社長	2012年3月23日 15:00-16:00	T 社社内
U	取締役社長	2013年2月25日 14:00-15:15	U 社社内
V	取締役社長	2013年8月16日 14:00-15:30	V 社社内
W	取締役社長	2012年8月12日 14:30-16:30	W 社社内

政 府 関 係 者	主任	2009 年 8 月 17 日 16:00～17:30	杭州動画産業 基地オフィス 内
政 府 関 係 者	秘書長	2011 年 8 月 11 日 14 : 30-15 : 30	蘇州動画協会

付録3 各企業に対する半構造化面接調査の質問内容

1. A 社

- (1) 貴社の設立の契機を教えてください？
- (2) 現在杭州動画産業基地からどんな優遇政策を享受していますか？
- (3) 貴社の人材の構成状況はどうですか？
- (4) 貴社は杭州でどういう方法で人材を獲得しますか？
- (5) 貴社が五年間一作品の制作に専念したから、この作品の制作費の出所は何处ですか？
- (6) 現在中国アニメ企業の主流の作品はテレビアニメですが、貴社のデビュー作はコストが大きいアニメ映画です、このリスクについて、貴社はどう考えていますか？
- (7) 現在貴社の作品の興業状況はどうですか？また、周辺商品の開発と外国市場の進出についてどう考えますか？
- (8) 貴社の作品は企画から全部自社で完成しますか？
- (9) 貴社今後の発展計画は何ですか？
- (10) 貴社は代表的な中国特色のアニメ作品を制作しようと考えますが、貴社にとって、中国特色のアニメとはなんでしょう？
- (11) アニメ作品を制作の中で、政府から作品内容に関する制限などを感じたことがありますか？
- (12) 中国の人件費を今段々上昇しているから、この状況について貴社はどう対処しようと考えますか？

2. B 社

- (1) 貴社の基本状況を紹介してくれませんか？
- (2) 貴社は杭州市政府に誘われて、杭州に移りますから、その前、北京での発展状況はどうなんしょう？
- (3) 政府はどうやって貴社と連絡を取りましたか？
- (4) 貴社の長所を教えてくださいませんか？
- (5) 貴社にとって、杭州の優位性はなんですか？
- (6) 貴社の制作資金源は何ですか？
- (7) スポンサーとどのような方法で提携を展開していますか？
- (8) 今貴社主な利潤源は何ですか？

- (9) 事業をやっている中で、難しいと感じたことがありますか？
- (10) 現在貴社どんな優遇政策を享受していますか？
- (11) 貴社従業員の給料の状況はどうですか？
- (12) 貴社今後の発展目標はなんですか？

3.C 社

- (1) 貴社現在どんな事業をやっていますか？
- (2) 今の作品以外、貴社他の作品の状況を紹介してくれませんか？
- (3) 貴社今何人ぐらいの従業員を働いていますか？
- (4) 貴社設立初期の状況を教えていただけませんか？
- (5) 利益を上げるため、貴社はどんな商業モードで事業を展開していますか？
- (6) アニメ会社を設立するために、貴社はどうやって業界の情報を獲得しましたか？
- (7) 現在、貴社どんな優遇政策を享受していますか？
- (8) 政府は地元テレビ局が地元アニメ会社の作品の放送を励むという政策は貴社にとって、いいところがありますか？
- (9) 貴社人材募集の基準はどのようなのでしょうか？
- (10) 貴社の発展に対して、杭州という場所の良いところはなんですか？
- (11) 政府主催した業界内の交流会は貴社にとって役に立っていますか？

4.D 社

- (1) 監督さんが現在中国アニメ市場の評価はどうですか？
- (2) 政府の奨励政策についてどう考えますか？
- (3) 杭州の優位性はなんと思いますか？
- (4) 監督さん個人の経歴を教えていただけませんか？
- (5) 貴社現在の従業員数はどのぐらいですか？
- (6) 杭州政府は積極的に他の地域からアニメ会社を誘致します。この政策について貴社の意見は何でしょうか？貴社にとって、良いところがありますか？
- (7) 杭州市内では、よく貴社の公益広告を見えます、でもこのような広告はあまり企業利益に貢献できません。貴社はこの事業をやっている原因はなんですか？
- (8) 貴社にとって、杭州では事業連携のパートナーを探し易いですか？
- (9) 政府は地元テレビ局が地元アニメ会社の作品の放送を励むという政策について、貴社の意見はなんですか？

- (10) 貴社にとって、杭州政府がオリジナルアニメ作品の発展を促進する政策の利点はなんですか？
- (11) 貴社はどんな人材を求めていますか？
- (12) アニメ産業の人材の流れが非常に早いから、貴社は政府が主催した人材交流会で他社の人材を採用したことがありますか？

5.E 社

まず PowerPoint の資料を使って、会社の状況、作品の状況と未来の発展計画を紹介してください。

- (1) 貴社は最初に上海で設立されましたが、なぜ杭州に移りましたか？
- (2) 貴社から見ると、なぜ杭州の動漫産業を素早く発展できますか？
- (3) 杭州政府がオリジナルアニメ作品の発展を促進する政策は貴社にとって利点はなんですか？
- (4) 現在中国では多くの小さなアニメ制作企業が無料で作品を放送局に提供し、放送させます。貴社はどの方法で作品を放送させますか？
- (5) 視聴者がネットを通じて無料で貴社の作品を鑑賞できますが、貴社作品の DVD の販売に影響を与える恐れがあります。この点について、貴社はどのように考えますか？
- (6) 現在貴社の人気作品はオリジナル作品ですか？それとも原作を改編し、アニメ化した作品ですか？
- (7) 杭州で会社を設立する時、どんな優遇政策を享受していますか？
- (8) 政府支援政策以外、貴社にとって、他の都市に比べて、杭州市の優位性は何でしょうか？
- (9) 貴社の作品は既に海外進出を果たしました。その前に、貴社はどのように海外の企業に連絡を取りますか？
- (10) 展覧会に参加する時、政府がどの役割を果たしましたか？
- (11) 貴社の人材はどのように必要の人材を確保しますか？
- (12) 貴社は今上海でもスタジオを持っていますか、杭州と上海の仕事をどのように分配していますか？
- (13) 貴社は現在オンラインゲーム産業に進出しようと考えていますが、各部門間の関係をどう対処していますか？
- (14) 現在の人気作品以外、貴社を行っている他のプロジェクトがありますか？
- (15) 貴社現在の作品は1億元（約12億円）を投資し、7作を分けて完成しようと考えていますか？

えていますが、この膨大な資金の来源は何ですか？

(16) 貴社は現在上場する計画がありますか？

6. F 社

- (1) 貴社主な事業内容を教えていただけませんか？
- (2) 貴社現在従業員の構成はどういう状況ですか？
- (3) 無錫動画産業基地でどんな優遇政策を享受していますか？
- (4) 貴社はどうやって従業員を育成していますか？
- (5) 貴社はアニメ作品ではなくて、教育ソフトを開発する理由は何でしょうか？
- (6) 会社を設立初期、動の方法で資金も問題を解決し、事業を展開していましたか？
- (7) 中国市場では、企業に対して、海賊版ソフトは大きな問題ですから、貴社はどのような方法で対処していますか？
- (8) なぜ無錫で会社を設立しようと考えましたか？
- (9) 貴社今後の発展計画は何でしょうか？
- (10) 現在実行している支援政策に対してどう評価しますか？また、改善させたいところは何か？

7. G 社

- (1) 貴社の状況を紹介してください？
- (2) 現在貴社ではどのぐらいの従業員を働いていますか？
- (3) 貴社現在の仕事の内容と毎日の生産量を教えていただけませんか？
- (4) 貴社は現在オリジナルアニメ作品の制作を企画していますが、このプロジェクトの状況を教えていただけませんか？
- (5) もし貴社現在企画している作品を完成したら、中国で直接放送できますか？
- (6) 貴社はどんな人材を募集していますか？
- (7) 貴社は外資系アニメ会社として、どんな産業支援政策を享受していますか？
- (8) 貴社は無錫にある他のアニメ企業との連携状況はどうですか？
- (9) 貴社から見ると、中国アニメ産業ではまだどんな問題がありますか？
- (10) 上海や杭州に比べ無錫アニメ産業の特徴は何ですか？また、人材の分布状況はどうですか？
- (11) 現在無錫で実行している産業支援政策についてどう考えますか？また、改善させ

たいところがありますか？

8. H 社

- (1) 監督さんの仕事の経歴を教えてくださいませんか？
- (2) なぜ自分が起業しますか？
- (3) 監督さんのアニメ原画の技術は何处から学びましたか？
- (4) 監督さんの作品の風格はどうやって身につけましたか？
- (5) 最近国内人気の作品について、監督さんはどう評価しますか？
- (6) 貴社にとって、無錫の基地政策の利点はなんですか？
- (7) なぜ無錫で起業しますか？
- (8) もし監督は無錫地元の方ではなければ、どこで起業しようと考えますか？
- (9) 貴社はどうやって業界内外の企業と交流を取りますか？
- (10) 杭州政府は動画産業基地を設立された初期、たくさんの企業を基地に誘致しましたが、無錫政府は同じような行動がありますか？
- (11) 杭州のアニメ企業はほとんど一つ地域に集中していますから、無錫企業の分布状況はどうでしょうか？
- (12) 貴社現在の発展状況はどうですか？
- (13) 杭州に比べ、無錫の優位性は何ですか？
- (14) 現在実行している無錫のアニメ産業政策に対し、改善させたいところがありますか？
- (15) 20 世紀 60 年代、中国のアニメ産業を一時に盛んでいたことがありましたが、この後段々衰退していました、この原因はなんと思いますか？
- (16) 貴社はどうやって人材を募集しますか？

9. I 社

- (1) 貴社の設立の契機を紹介してくれますか？
- (2) あなた自身の経歴を教えてくださいませんか？
- (3) 会社を設立初期どうやって仕事のチャンスを貰いますか？
- (4) 最初はどのような方法で欧米の顧客と連絡を取りましたか？
- (5) 貴社の代表的な作品を紹介してよろしいですか？
- (6) 貴社は無錫で会社を設立する原因はなんですか？
- (7) 貴社は 3D アニメ制作企業ですが、無錫で 2D アニメを制作する人材の方が多いか

ら、人材の問題はどうやって解決しますか？

(8) 貴社にとって、動画産業基地の良いところは何ですか？

(9) 無錫の優遇政策についてどう考えますか？

(10) 貴社の発展政策は何ですか？

(11) 現在貴社の従業員の人数はどのくらいですか？

(12) 無錫アニメ企業との交流状況はどのようなのでしょうか？

(13) 政府はの中でどんな役割を果たしましたか？

(14) 無錫のアニメ産業の発展を促進するために、政府がやるべきことはなんと思いますか？

(15) 現在中国動画産業基地の中で、発展が良い基地は何処の基地と考えますか？

(16) 貴社の発展目標は何ですか？

10. J 社

(1) 貴社の基本状況を紹介してくれませんか？

(2) 貴社の設立の契機は何ですか？

(3) 貴社に投資する会社の状況を紹介していただけませんか？

(4) 貴社の最初の作品はどんな作品ですか？

(5) この作品を制作する時、貴社の従業員の構成はなんですか？

(6) 日本のアニメ会社との連携の契機は何ですか？

(7) 貴社はなぜ日本のアニメ企業と連携しようと考えますか？

(8) 貴社は北京で設立された会社ですが、なぜ無錫に移りますか？

(9) 貴社は現在何人ぐらいの従業員を働いていますか？

(10) 貴社は日本のアニメ企業との間、どのような連携モードを考えていますか？

(11) 現在無錫のアニメ企業との連携を取っていますか？

(12) 貴社にとって、無錫以外の地域のアニメ企業との連携を可能ですか？

(13) 現在中国国内のアニメ企業の中で、どの企業に対する評価が高い？

(14) 日本のアニメ会社と連携した後、現在作品と元の作品の間どんな変化を起こしていますか？

(15) 貴社はどうやって外国の顧客と連絡を取りましたか？

(16) 貴社はどの方法を使って、新入社員を訓練していますか？

(17) 原画など高い能力を求められる仕事をできる人材をどうやって育成しようと考えますか？

- (18) 現在の従業員を改善させたいところは何ですか？
- (19) 日本アニメ企業と共同制作している作品の制作プロセスは何ですか？
- (20) 現在貴社毎日の生産量はどのくらいですか？
- (21) 貴社の人材はどうやって募集しますか？
- (22) アニメ制作者が独立して、会社を作る行動について、どう思いますか？
- (23) 貴社はどのような優遇政策を享受していますか？また、無錫動画産業基地と他の基地の違いは何ですか？
- (24) アニメ作品をテレビ局で放送させるだけで、制作コストをなかなか回収できない現実があります、貴社はこういう資金の問題をどう解決しますか？
- (25) 中国でアニメ産業価値連鎖はまだ完成していないという意見が多く、多くの会社に述べられましたが、貴社はこの点についてどう考えますか？
- (26) 貴社が「杭州国際アニメフェスティバル」に参加したことがありますか？このイベントにどう評価しますか？
- (27) 貴社に対して、中国消費者の消費能力の向上の利点は何ですか？

11. K 社

- (1) 貴社の基本状況を紹介してくれませんか？
- (2) 現在貴社では何人の従業員を働いていますか？
- (3) 無錫のアニメ産業発展の歴史を教えてくださいませんか？
- (4) 貴社設立する契機は何ですか？
- (5) なぜ動画産業基地所在地ではなくて、市中心の地域で会社を設立しますか？
- (6) 貴社にとって、無錫の優位性は何ですか？
- (7) 他のアニメ制作会社との連携がありますか？どの会社と連携を取っていますか？
- (8) アニメ加工会社として、貴社は現在の中国国産オリジナルアニメ作品に対して、どう評価しますか？
- (9) 貴社は外資系会社として、生産量のデータは国家広電総局に統計されましたか？
- (10) もし貴社が中国市場向けのアニメ作品を制作したら、中国国内で放送できますか？
- (11) 貴社の強みは何ですか？また、現在どんな人材を求められていますか？
- (12) 貴社の未来の発展に対して、親会社はどう考えていますか？
- (13) 貴社から見ると、現在中国動漫産業の不足点はなんですか？
- (14) この問題を解決するために、中国の動漫企業は何をすべきと考えますか？

- (15) 現在国内の人気作品の成功に対して、貴社はどう評価しますか？
- (16) 現在たくさんの加工会社が日本だけではなくて、中国国内会社の下請けの仕事も受けていますが、貴社もこの事業を展開しようと考えていますか？
- (17) 海賊版は中国アニメ産業にどの程度の影響を与えますか？
- (18) 貴社今後の発展の計画は何ですか？

12. L 社

- (1) 御社の状況を紹介してください？
- (2) 貴方はこの業界での経歴を教えてください？
- (3) 御社は現在どんなプロジェクトをやっていますか？
- (4) 御社はなぜオリジナルアニメ作品を作ると同時に、他社のアニメ作品の加工の仕事も受けていますか？
- (5) オリジナルアニメ作品を作るきっかけはなんですか？
- (6) 御社はどうやって社員を募集しますか？
- (7) 御社はどの方法を使って、投資者にアピールしますか？
- (8) 現在中国アニメ産業発展の難点はなんですか？
- (9) 御社今後の発展の目標は何ですか？
- (10) 御社は日本のアニメ企業と協力したことがあります。今後日本の独立アニメ制作者との協力に興味がありますか？
- (11) 御社はオンラインゲーム企業との協力の意向がありますか？
- (12) 御社は現在どんな企業と協力していますか？
- (13) 現在実行しているアニメ産業政策について、なにか改善すべきところがありますか？

13. M 社

まず、現在やっているプロジェクトを紹介してくれた。

- (1) 御社について簡単に紹介してもらえますか？
- (2) なぜ蘇州で企業を作りますか？
- (3) 具体的に言うと、政府からどんな政策を受けていますか？
- (4) 地元のアニメ協会はどんな役割を果たしましたか？
- (5) さっき紹介した御社現在の作品について、この作品を作るきっかけは何ですか？

- (6) なぜこの作品の制作時間は3年という長い時間がかかりましたか？
- (7) 国内放送局の放送権買収価格は低いですから、御社はなにか収益を上げる計画がありますか？
- (8) 貴方は現在中国アニメ産業の発展についてどう思いますか？
- (9) 御社はなぜパソコンの技術を使って、昔中国水墨アニメのような効果を再現しようと思いますか？
- (10) 御社は他の企業との協力状況を教えてくださいませんか？
- (11) 最近たくさんのアニメ映画を上映されていますが、成功した者はほとんどありません。あなたは どう 思いますか？

14. N社

- (1) 貴方の経歴を教えてください？
- (2) 御社の状況を紹介していませんか？
- (3) 現在御社はどんな事業をやっていますか？
- (4) 具体的に行くと、御社はアニメ制作プロセスの中のどの部分をやっていますか？
- (5) 日本のアニメ開発プロセスと中国は何か違いますか？
- (6) なぜ中国アニメ作品の題材が制限されていますか？
- (7) 現在のアニメ産業政策はどう思っていますか？
- (8) 今後東アジア地域のアニメ市場はどう変化しますか？
- (9) オリジナルアニメ作品を作る最大な困難は何ですか？
- (10) 御社今後の発展の計画は何ですか？

15. O社

- (1) 貴方個人の経歴を紹介してください？
- (2) 御社現在の事業内容、構成を紹介していませんか？
- (3) 御社は事業発展中、何か困難がありましたか？
- (4) 御社は他の企業との連携がありますか？
- (5) 御社の発展計画はなんですか？
- (6) 最近モバイルゲーム市場は急成長中、貴方はどう思いますか？
- (7) 御社はなにか産業支援政策を受けていますか？
- (8) 御社は現在の産業政策にどう思いますか？

- (9) 御社はどうやって人材を獲得しますか・。
- (10) 御社設立したとき、資金はどこから調達しましたか？
- (11) あなたにとって、会社の強みはなんですか？
- (12) 現在の産業支援政策は何か改善すべきところがありますか？
- (13) 現在のゲーム市場について、どう思いますか？

16. P 社

- (1) 御社について紹介してください？
- (2) 計画経済時代のアニメ市場はどんな特徴がありますか？
- (3) 御社現在の事業内容は何かですか？
- (4) 市場化前後、御社また市場全体の変化は何かですか？
- (5) 他の企業との競争中、御社の長所と短所は何かですか？
- (6) 海外アニメ企業と連携について、どう思いますか？
- (7) 現在の中国人気アニメ作品について、なぜ彼らが成功できたと思いますか？
- (8) 中国の放送、市場習慣と日本はどこか違いますか？
- (9) 他の業界の企業がアニメ産業に参入することについてどう思いますか？
- (10) 中国アニメ市場全体に対する外部からの投資の状況はどうですか？
- (11) 御社の発展の計画は何かですか？
- (12) 上海の動画産業基地は杭州に比べ何か違いますか？
- (13) 御社は国営企業として、何か発展の制限がありますか？
- (14) 御社は今後どんな事業を展開しますか？

17. Q 社

- (1) 御社について紹介してください？
- (2) 中国政府はどのようにゲーム産業を支援していますか？
- (3) 発展早期、何か政府からの資金支援がありましたか？
- (4) 貴方個人から見ると、過去 10 年間、ゲーム産業変化の傾向は何かですか？
- (5) 多くのアニメ企業が政府の資金のサポートを頼っていますが、ゲーム企業はどうですか？
- (6) モバイルゲームを含め、今後中国ゲーム産業発展の傾向は何かですか？
- (7) 御社は他の中小企業と協力していますか？
- (8) 政府の支援の中で、最も重要な内容は何かだと思いますか？

- (9) 中国のゲームをどうやってグローバルでの影響力を拡大すればいいですか？
- (10) 政府が「民族的ゲーム」の発展を推進していますが、貴方はどう思いますか？
- (11) 今後の中国ゲーム市場は政府のどんな支援が必要だと思いますか？
- (12) 現在日本のゲームは中国での影響力がどう変化していますか？
- (13) 御社のような IT 事業からゲーム市場に参入した企業と純粋なゲーム企業と何か違いますか？
- (14) 中国アニメ企業には何か発展の問題がありますか？
- (15) 中国アニメ作品の生産量が増えますが、上場企業や収益をあげた企業が少ない、アニメ産業はゲーム産業の発展からなにか学べますか？
- (16) 御社最近運営し始まったオリジナルアニメプラットフォームの状況を教えてくださいませんか？現在の運営状況はなんですか？
- (17) 日本の漫画事業の発展と中国漫画の発展の違いはなんですか？
- (18) 今後御社はアニメ産業でなにか計画がありますか？そして、御社の長所は何ですか？
- (19) 中国ではまだレーティング制度が存在しません、御社のアニメプラットフォームでは、この問題をどう処理していますか？
- (20) モバイルデバイスの発展が非常に速いため、今後 PC 以外のデバイスで事業展開の計画がありますか？

18. R 社

- (1) 御社の従業員の数と事業内容を紹介してくださいませんか？
- (2) 現在御社はどんな作品がありますか？
- (3) 一つのプロジェクトには何人関わりますか？
- (4) 御社ゲーム開発のプロセスを教えてください。
- (5) 御社はまず日本で成功を収め、そして中国に進出しました。御社は日本市場での経験をどうやって中国市場で活用しましたか？
- (6) 御社は政府からなにか優遇政策を受けていますか？
- (7) 御社は現在国内での発展状況はどうですか？
- (8) 御社主な作品はソーシャルゲームとブラウザゲームです、これは伝統的なオンラインゲームと何か違いますか？
- (9) 政府支援最大な利点は何ですか？
- (10) 御社設立ときの資金はどこから調達しましたか？

- (11) 御社はどのような従業員を採用してほしいですか？
- (12) 政府は現在アニメ産業に対する支援について何か意見がありますか？
- (13) 現在のゲーム産業で採用されている海賊版ソフトを排除する方法はアニメ産業でも通用しますか？

19. S 社

- (1) 中国ゲーム産業発展の現状についてどう思いますか？
- (2) 御社の状況を紹介してくれませんか？
- (3) 御社設立ときの資金はどこから調達しましたか？
- (4) 御社は現在どんなプロジェクトをやっていますか？どうやって仕事をもらいますか？
- (5) 御社はどのような人を採用しますか？そして、現在の従業員はなぜ御社を選ぶ理由は何ですか？
- (6) 御社の仕事のプロセスを紹介してください。
- (7) 現在御社の従業員の給料はどの程度ですか？
- (8) 現在中国教育機関のゲーム人材育成の効果についてどう評価しますか？
- (9) 御社はゲーム産業支援政策についてどのぐらい知っていますか？
- (10) 御社は他の企業との連携がありますか？アニメ企業との連携がありますか？
- (11) 御社今後発展の計画は何ですか？
- (12) 現在御社のような中小企業がゲーム産業での発展環境をどう評価しますか？

20. T 社

- (1) 御社はいつから中国市場に進出しましたか？
- (2) 御社は現在中国でどのぐらいのプロジェクトをやっていますか？
- (3) 中国の支社と海外の本社、支社とどう協力していますか・。
- (4) 貴方個人の経歴を紹介してください？
- (5) 中国で事業展開するとき、特に難しいところは何ですか？
- (6) 御社は新しく採用した従業員はどうやって訓練しますか？
- (7) 御社は政府からなにか優遇政策を受けていますか？
- (8) なぜ中関村で会社を立ち上げましたか？
- (9) 現在中国教育機関が行っている人材育成の効果についてどう評価しますか？

21. U 社

- (1) 貴方個人の経歴を紹介してください？
- (2) アウトソーシング業務を行う企業は中国アニメ産業の発展に何か役に立つところがありますか？
- (3) 貴方から見ると、日本の企業と中国の企業となにか違いますか？
- (4) 御社現在の事業内容を教えてくださいませんか？
- (5) 南京のアニメ産業全体の発展状況はどうですか？
- (6) 中国アニメ産業には何か問題がありますか？なぜ作品の題材の豊富さが足りない？
- (7) 現在中国教育機関が行っている人材育成の効果についてどう評価しますか？そして、業界の人材流動についてどう思いますか？
- (8) 御社の発展の目標は何ですか？
- (9) 御社は政府からなにか優遇政策を受けていますか？
- (10) 現在実行している産業政策が改善すべきところはなんですか？
- (11) 今後アニメ産業の発展はどう予想していますか？

22. V 社

- (1) 御社の事業内容を紹介してください？
- (2) 御社は政府からなにか優遇政策を受けていますか？
- (3) 南京のゲーム産業発展の問題は何だと思いますか？
- (4) なぜオンラインゲームは中国での発展を成功できますか？
- (5) 中国ゲーム産業の現状についてどう評価しますか？
- (6) ゲーム産業の発展では、南京の優位性はなんですか？
- (7) 現在中国教育機関が行っている人材育成の効果についてどう評価しますか？
- (8) 中国ゲーム産業の発展の中でなにか問題がありますか？
- (9) 現在実行している産業政策が改善すべきところはなんですか？
- (10) 御社今後発展の計画は何ですか？

23. W 社

- (1) 貴方の経歴を紹介してください？
- (2) 御社について紹介してください？
- (3) 政府はどうしてあなたたちをここに招待しましたか？

- (4) 御社は政府からなにか優遇政策を受けていますか？
- (5) 御社と政府の関係はなんですか？
- (6) 中国はアニメ産業に対する支援政策がたくさんありますが、ゲーム産業に対する政策はそれほどではない、貴方はどう思いますか？
- (7) アニメ産業とゲーム産業の違いは何だと思えますか？
- (8) なぜ吉林の政府がゲーム産業の発展を重視すると思えますか？
- (9) 現在中国教育機関が行っている人材育成の効果についてどう評価しますか？そして、どうやって人材を育成していますか？
- (10) 御社現在どんなプロジェクトをやっていますか？
- (11) 上海など発達地域の企業に比べ、ここの優位性は何ですか？
- (12) 政府は貴方たちの仕事の成果をどう評価していますか？
- (13) 御社のオリジナルゲーム作品の制作と下請けの仕事はどう分配していますか？また、他の企業との連携がありますか？
- (14) 御社は主にどこから仕事を受けていますか？
- (15) 御社今後の発展計画は何ですか？
- (16) 現在実行している産業政策が完全すべきところがありますか？

杭州動画産業基地政府関係者

- (1) 杭州動画産業基地の状況を紹介していただけませんか？
- (2) 動漫産業の発展にとって、杭州市の優位性は何ですか？
- (3) 公共サービスプラットフォームについて教えてください？
- (4) 学生起業の促進状況を教えてくださいませんか？
- (5) 他の動画産業基地より杭州の生産量の方が高いから、この原因は何ですか？
- (6) 杭州は外地から幾つの企業を動画産業基地に誘ってきました。誘う対象となる企業の選択基準は何でしょうか？
- (7) 企業誘致だけではなくて、基地は人材誘致方面どんな政策を備えていますか？
- (8) 企業と地方テレビ局との連携を促進するためにあるいは企業が外国市場に進出しようとする時、企業を支援するために、基地側がどんな工夫をしましたか？
- (9) なぜ杭州動画産業基地が最初からオリジナルアニメ作品の発展を中心にアニメ産業の発展を促進するという発展の方針を定めましたか？

蘇州動画協会関係者

- (1) 蘇州動画協会はどのような組織ですか？
- (2) 産業発展を促進するため、協会はどんな支援内容を用意しましたか？
- (3) 現在蘇州アニメ産業の発展状況はどうですか？また、周辺地域に比べ、蘇州の優位性は何ですか？
- (4) こちらの動画産業基地と他の基地とのコミュニケーションがありますか？
- (5) 協会でも人材育成センターを用意しました、現在このセンターの運営状況はどうですか？
- (6) 蘇州ではアニメ加工企業もたくさん存在しています、これらの企業は産業支援政策を受けられますか？
- (7) 協会はアニメ企業と投資企業の間で、どんな役を果たしましたか？
- (8) 協会今後の発展の目標は何ですか？

付録 4 現地調査内容の概要

(1) A 社

(a) 企業概要

A 社は 2004 年から各地を転々とし、2007 年杭州で正式に設立された。従業員数は 20 人であり、創業時ともに業務に従事したアニメ制作経験者で構成されている。主な事業内容はアニメ映画の企画、設計と市場宣伝、放送権の販売である。作品の制作を他社に発注するから、それに代って、制作技術の開発と作品の品質管理の仕事を行っている。A 社の代表作は 5 年をかけて、投資金額 2000 万元をかけて完成したアニメ映画である。この作品はすべて A 社自ら企画し、投資したプロジェクトである。

(b) 当地で企業を設立する原因あるいは政策の受け入れ状況

(i) 動画産業基地がアニメ企業の発展に力を入れる。たとえばオフィスの家賃減免政策がある。その優遇政策を利用すれば、最初の一年間家賃を免除できる、二、三年目のとき家賃が半額になる。

(ii) 杭州の自然環境、教育状況に気に入った。

(c) 海外進出状況

中国国内の人件費がさらに上昇すれば、制作の仕事を外国の企業に発注する可能性もありうる。ただし、作品の品質を重視するため、外国企業にも制作能力を求める。

(2) B 社

(a) 企業概要

2005 年、B 社は杭州市政府に誘われ、北京から杭州に移った。従業員数が 30 人余りあがある。自社での制作以外、一部の仕事は上海にある企業に制作の部分を下請けに出す。B 社は主にアバレル企業と食品企業と連携し、ブランドを宣伝するためのアニメ作品を制作している。作品はテレビ局に無料で提供し、放送させ、周辺商品であるキャンディ、書籍などの販売を通じて利益を獲得する。

(b) 当地で企業を設立する原因あるいは政策の受け入れ状況

アニメ放送事業において資金回収が困難であるから、政府の優遇政策を重視せざるを得ない。また、杭州市政府がアニメ産業の発展を重視する。基地の成立が早いし、政府にも誘われた。

(c) 資金状況

自社から投資する他、スポンサーから提供してくれた資金もある。

(d) 人材の育成

就職イベントに参加しもしくはネット上で募集情報を登載し、人材を募集する。採用された人はほとんど経験者である。

(e) 海外進出状況

自らもしくは政府と一緒に海外のイベントに参加し、作品は東南アジア地域でも放送された。

(3) C 社

(a) 会社概要

C 社のアニメ事業は 2003 年から発足し、2004 年に中国で最初の 3D アニメ作品の一つを制作した。2005 年に、広電総局により、この作品が中国「オリジナル優秀アニメ作品」と選ばれた。作品の中のキャラクターが浙江省児童チャンネルのマスコットになる。C 社は 200 人規模の企業で、そのうち 150 人がアニメ制作の仕事に従事している。その他の人は主に二つの仕事があり、一つは自社作品の周辺商品の開発、もう一つは政府の意見に基づき、インターネット通販のサイトの運営している。作品の企画から販売まで全部社内内で完成する。広告や放送権の販売を通じて、利益を獲得する。

(b) 当地で企業を設立する原因あるいは政策の受け入れ状況

政府が産業の発展を重視し、政策だけではなくて、人材交流やアニメ展覧などイベントも主催する。また、家族は地元の人である。

(c) 人材の育成

制作の仕事はできるだけ経験者を募集する。逆に、企画の仕事の場合、能力さえあれば、どんな学歴でも採用する。

(d) 海外進出状況

自社から投資し、フランスの会社と連携して、アニメ映画を制作している。また、日本の制作者との協力も考えている。

(4) D 社

(a) 企業概要

D 社は中国政府に所属する大手新聞社の子会社である、アニメ事業だけではなくて、映画やデザインに関する事業も行っている。杭州拠点では 50 人余りの従業員がいる。Flash 作品を中心に全ての仕事を自社内で行う。

(b) 当地で会社を設立する原因

- (i) 中国美術学院や浙江大学など高等教育機関がため、能力のある人材が豊富。
- (ii) 生活環境、仕事環境が優れている、ほかの地域の人材を誘致し易い。
- (iii) 伝統的な手工業が発達していて、周辺商品製造のパートナーを探しやすい。

(d) 資金状況

現段階すべての作品は自社から投資する。

(e) 人材の育成

被面接者L氏の意見によると、中国ではアニメ制作に関する授業を設置している大学や専門学校などが多いものの、能力の高い教員は少ない。その結果、企業に入社した学生をもう一度訓練せざるを得ない。コストから考えると、D社ができるだけ経験者を採用したい。

(5) E社

(a) 企業概要

E社は2005年杭州で設立し、もっとも早くアニメ産業基地に立地し、杭州市政府が重点的に支援する企業の一つでもある。現在の企業を設立する前、E社の社員は上海でゲームにおけるグラフィックデザインなどを事業の中心としていた。事業内容は主にアニメ作品の制作や周辺商品の開発など事業を行っている。杭州の拠点は従業員数が50人近く、また上海では80人規模のスタジオを持っている。代表作は武侠小説に基づき制作したアニメシリーズ作品である。最初の資金の大半は小説の原作者の投資により獲得し、その後、ベンチャー企業の投資や営業利益から必要な資金を確保している。

(b) 当地で企業を設立する原因

- (i) 杭州は歴史が長い都市であり、文化環境がよい。
- (ii) 政府が重視し、オリジナルアニメ産業の発展を積極的に促進する。
- (iii) 優秀な大学があるから、人材が取りやすい。

(c) 人材の育成

社内独自のプロセスを用意し、新入社員を訓練する。また、人材を蓄えるため、自ら研修グループを開く計画も考えている。

(d) 海外進出状況

海外のイベントを出席し、作品の宣伝を行う。今の代表作は北米、欧州、アジアの34ヵ国で配給し、周辺商品の海外代理権についても外国の企業と交渉している。

(6) F社

(a) 企業概要

F 社は 2003 年創設され、アニメ技術を用いて、教育ソフトを制作する企業である。企業の創設者はもともとアニメのアウトソーシング受託専門企業で働き、教員の仕事も経験したことがあり、これらの経験を生かし、1998 年頃アニメ制作訓練のコースを開いた。アニメ制作事業を経て、2002 年末から数学の授業を中心に教育ソフトの開発も本格的に取り組み始める。社内では、制作社員 30 名、営業社員十数人である。また、一部の仕事を外注するが、その際の協力した会社の社員ももともと F 社の社員であった。

(b) 当地で企業を設立する原因あるいは政策の受け入れ状況

当地政府との協議があり、市場を確保してくれる。ずっと無錫で働いているから、恩返し of 気持ちもある。

(c) 人材の育成

経験者採用以外、会社自身がアニメ制作コースをやっているから、受講生の中から優秀な学生も採用する。

(7) G 社

(a) 企業概要

G 社は 2006 年頃二つのアウトソーシング受託専門企業の合併により形成された企業である。今回調査の中でも、唯一の産業支援を受けている外資系アニメ制作企業である。社員数 300 人ぐらいあり、アウトソーシング企業の中の大手企業とも言える。主な事業内容は日本アニメ作品の一部の内容の制作と仕上げであり、年間 30 万枚に及ぶ。

(b) 人材の育成

主にアニメ制作経験がある人を採用する。

(c) 海外進出状況

オリジナル作品を企画している、もし PV が好評価を得られれば、親会社から制作資金を貰える。ただし、外資系の企業であるから、直接中国国内での放送は困難だと考え、この作品の内容は日韓の視聴者の好みを考えた上で制作し、作品の配給も他の企業に任せる。

(8) H 社

(a) 企業概要

H 社はアニメのプリプロダクション段階に関する仕事を行っている企業である。企業の創設者は日本アニメのアウトソーシング受託専門企業出身で、中国国内の大手アニメ

会社に勤めた経歴もある。2000年に独立した後、幾つの中国の中央テレビの作品の台本制作や演出の仕事を担当した。2007年、現在の会社を創設し、主な事業内容はアニメ作品の美術設計やカットの構成を設定する、また監督業も時々行っている。2009年に、動画産業基地から現在地に移転した。自社オリジナル作品の企画をほぼ完成していたものの、資金の問題と諸事情のため、正式的な制作段階にはまだ至っていない。

(b) 当地で企業を設立する原因あるいは政策の受け入れ状況

(i) 地元出身で、人脈があるから、仕事のパートナーを比較的探しやすい。

(ii) 地元の教育機関との連携をとりやすくて、人材流失を防止できる一方、会社も優秀な人材を獲得できる。

(iii) 無錫の自然環境が良くて、文化産業の発展に適切する。

また、動画基地から現在地に移転した原因について、R氏は基地が郊外に立地し、従業員の通勤が不便であると述べた。

(c) 人材の育成

経験者と新卒両方随時採用している。ただし、新卒にはある程度の制作能力を求め、入社後、まずアシスタントとして技術を鍛えながら、仕事をこなす必要がある。

(9) I社

(a) 企業概要

被面接者Yさんは無錫最初のアニメアウトソーシング受託専門企業に勤めていた。しかし発展の限界を感じ、1997年から独立して広告アニメのスタジオを設立した。2004年、地元の民営会社から投資をうけ、現在の会社を設立した。I社は無錫にある僅かな3Dアニメ制作会社の一つである。I社には制作スタッフと企画スタッフ合計60人があり、ほかの都市では企画の仕事を中心にする協力会社もある。

(b) 当地で企業を設立する原因あるいは政策の受け入れ状況

(i) 政府がアニメ産業を支援する。

(ii) 無錫での仕事の経験があるから、無錫の人材状況をよくわかっている。また、無錫は中国最大な日本アニメ加工生産基地であるから、能力の高い人材が多い。

(iii) 無錫から上海、蘇州など周辺都市への交通が便利である。また、上海など大都市に比べ、物価、人件費が低いから、創業に適している。

(iv) 地元出身であるため、地元での人脈がある。

(c) 人材の確保

主に学校もしくはインターネットを通じて、新卒を採用している。その後、およそ半

年間、会社独自の方法で人材を育成する。また、仕事によって、経験がある人材を募集するときもある。

(d) 海外進出

制作の仕事は主に欧米の企業と協力し、販売はカナダや中東アジア市場で行っている。日本の企業はまだ 2D アニメ市場を重視しているから、連携のチャンスがあるものの、実績はまだない。

(10) J 社

(a) 企業概要

J 社は 2009 年に中国大手 IT 会社と映画・ドラマ制作会社共同出資 1 億元により設立され、無錫一番大きなアニメ制作企業である。J 社はオリジナル作品を中心に事業を展開し、設立初年、既に 5000 万元を投資し、中国古代文学作品『西游記』を元に、同名アニメ作品を制作した。この作品の制作の際、社員数がまだ 40 人しかいない J 社は主に企画とクリエイティブディレクションを担当し、制作は台湾系アニメ制作会社の上海スタジオに外注し、完成させた。その後、日本の大手アニメ企業と連携し、劇場版アニメを制作していた。このプロジェクトでは、J 社は主に作品内容の制作と仕上げを行い、毎日約 2000 枚完成できる。

(b) 当地で企業を設立する原因あるいは政策の受け入れ状況

(i) 無錫は最大な日本アニメアウトソーシング受託専門企業の集積地である。J 社社員の中でもアウトソーシング受託企業の出身者が多数存在しているから、技術上の交流を図り易く、また日本アニメの制作技術を熟知している人材も採用しやすい。

(ii) 政府が重視し、また政府に所属する投資会社が J 社にも直接投資をした。

(iii) 昔から、無錫はいいところと評判された。

(c) 人材の育成

経験者と新卒両方採用しているものの、新卒社員は一年間の訓練を受けなければならない。また、人材の質について、被面接者制作部門主任 T 氏は場所に限らず、中国において制作スタッフではなく、作品監督などハイレベルの人材が足りないと述べた。

(d) 海外進出

『西游記』関連の作品はすでにフランスとアメリカに配給している。また、日本の企業と協力し、制作した劇場版アニメ以外、日中韓三国のアニメ企業を連携し、アニメ制作プロジェクトも企画している。

(11) K 社

(a) 企業概要

K 社日本アニメ制作企業の子会社であり、日本アニメ作品の加工の仕事のみ行っている。約 120 人の従業員があり、アニメ制作すべてのプロセスを完成することができる。

(b) 当地で企業を設立する原因あるいは政策の受け入れ状況

(i) 無錫ではアニメ加工事業の歴史が長いので、制作の人材とチームが多い。

(ii) 外資系のため、申請したものの、アニメ企業向けの支援政策を利用できない。

(c) 企業間連携

仕事の量が急に増える場合、同じアウトソーシング受託企業である他社と一緒に仕事を完成させることがある。

(d) 人材の育成

被面接者 W 氏によると、一般的なアニメ制作人材の場合、当地の教育機関との協力があるため、教育機関で開いた講座の受講生から採用できる。しかしながら、ハイレベルの人材が非常に少なく、採用しにくい。

(12) L 社

(a) 企業概要

L 社の前身は 2003 年に上海で設立された小さなスタジオである、当時に社員は 4、5 人しかいない。2005 年に蘇州に移転し、2011 年に 100 人規模の企業まで成長した。毎年 2000 分-3000 分ぐらいのアニメ作品を制作でき、そのうち、時間的にはオリジナル作品の制作と他社アニメ作品の加工の仕事約半分ずつ、利益は下請けの仕事の方が多い。公開的な人材募集を行わず、すべて現地の教育機関と連携し、無料なコースを提供して、卒業生の中から優秀な人材を雇う。

(b) オリジナル作品と下請けの仕事同時にやる理由

他社のアニメ作品の加工の仕事を通じて、企業の技術力を向上でき、安定な収入も確保できる。一方、政府の支持と個人の理想があるから、オリジナル作品の開発も進んでいる。中国において、アニメ作品の著作権販売で儲けない現実があるため、ブランド確立した後、周辺商品の製造事業にも進出する計画がある。

(c) 海外進出の状況

アウトソーシングの仕事以外、毎年海外の展覧会に出展し、自分の作品を世界にアピールする、その際、政府から一部の資金援助を貰える。

(d) 人材の採用と育成

社会から人材を採用するではなく、教育機関と連携し、無料の育成コースを提供する。この方法を通じて、学生を育成するのみならず、自社の人材も確保できる。

(e) 他社との連携

上海の企業と協力して、テレビアニメを制作している。他には、別業界の企業と連携し、遊園地の宣伝アニメの制作や海外企業との連携もある。

(13) M 社

(a) 企業概要

M 社の前身は北京に立地したマスコミ業界の企業であり、2008 年にアニメ制作会社に転向した、当時の従業員数は約 30 人前後であった。現在、蘇州、北京および張家港三地にスタジオがある。優秀な作品を制作する理念を持ち、設立 3 年間、一つの作品に集中している。そして、下請けのアニメ制作仕事と関わらない。

(b) 当地で企業を設立する原因

政府の支援が良くて、賃料などの減免を享受でき、展覧会において出展の資金の一部も援助し、また制作必要な設備も自由に使える。ほかには、アニメ協会という組織を存在し、他社との連絡の手伝い、業界に関する情報の提供や政府との連絡の橋渡し役を果たした。政府の支持とアニメ協会の支援があるため、社員も安心的に仕事できる。

(c) 支援政策を受ける状況

主に家賃の優遇を受けている、作品がテレビ局で放送されれば、他の奨励がもらえる。また、基地の公共設備を無料で利用できる。

(d) 海外進出の状況

現在の作品の海外著作権の運営は他の専門的な企業に任し、自社は作品の制作に集中する。そして、作品ブランドの確立と作品内容の充実も考え始めた。

(e) 他社との連携状況

企業間の連携に対し、積極な態度を持っている。そして、現在ゲーム企業との連携がある。

(14) N 社

(a) 企業概要

N 社は 2011 年に設立された、創設者は他のアニメ企業も設立した経験がある。N 社約 20 人の従業員があり、200 話で構成されるアニメ作品を制作している。原画、設定など前期の仕事のみに集中するため、一部制作の仕事は他社に委託する。

(b) 政策の受け入れ状況

(i) 作品が放送されれば、一部の補助金が貰えるものの、制作コストに比べると、非常に少ない。N社の作品はまだ制作中であるため、補助金を貰えない。

(ii) 作品が海外に輸出できれば、1ドルに当たり、0.15元の税金が返還される。

(c) 企業の資金状況

設立当時は創設者S氏と他の人と一緒に出資したが、進行中の作品を完成するため、まだローンを借りる必要がある。

(15) O社

(a) 企業概要

O社は2009年に設立されたゲーム企業である。約50人の従業員があり、そのうち30人はゲーム制作関連の仕事をやっている。運営しているゲームは1つ、他には2つのゲームを開発している。

(b) 政策の受け入れ状況

(i) スタジオ賃料の減免がある。

(ii) 創業当時、50万円の創業支援金を貰えた。

(c) 資金状況

企業設立当時は共同出資である。2013年頃に融資を始めた。

(d) 人材の採用と育成

経験がある人材が採用する。また、一部の従業員は人脈がある企業から紹介してきてくれた。

(e) 海外進出と企業間連携

韓国の企業との連携を展開し、O社の作品が韓国で配信される予定である。

(16) P社

(a) 企業概要

P社は1957年に設立された国営企業、中国最大の美術電影⁵¹制片基地である。また、中国最も早い「動画産業基地」の名を付けられる企業の一つでもある。

計画経済時代のP社は中国最も影響力を持つアニメ制作企業である、中国当時のアニメ制作の人材もほとんどM社に勤めていた。当時の作品の特徴は政府が作品の制作に出

⁵¹被面接者Wさんにより、美術電影は動画作品であるものの、日本のアニメーションの概念とは違う部分もある。英語ではAnimationではなくて、Art Filmと呼ぶ。最も代表的な中国美術電影のスタイルは水墨動画である。他には、木偶片、剪紙片など形もある。

資し、完成した作品を統一的に購入した。また、放送の場所と時間も政府により決められた。そのために、企業がコストとスケジュールの心配がなく、作品自体が市場性より芸術性を重視した。その結果、P社の作品が国内外多くの賞を取り、影響力を一層高まるにもかかわらず、大金を儲けたことがなく、また、市場化経営の経験もほとんどなかった。1990年代、アニメ産業の市場化を進むと同時に、P社の人材は他の企業へ大量的に流出し、P社の作品の量が減りつつある。産業の発展と共に、P社は伝統的な制作手段以外、Flash, 3D など先進的なアニメ制作方法を導入し、人気キャラクターの市場価値を再開発するなど、様々な努力をして、企業の発展を促進している。

(b) 政策の受け入れ状況

上海市では様々な産業を集めている、収益性が高い産業だけ政府の支援を受けられる、P社は特別な支援を受けていない。まだ、国営企業のため、支援政策がある地域に移すことも不可能である。

(c) 海外進出と企業間連携

現在はアメリカの企業と一緒に過去の作品の復刻版を制作している。しかしながら、中国では独自の審査制度があり、特に作品ストーリーの内容とキャラクターの設定について、厳しく管理されている、外国企業との協力は簡単なことではない。そのため、共同出資でオリジナル作品を作ることは可能であるが、まだ実際にやっていない。

(17) Q社

(a) 企業概要

Q社は1998年に広東省シンセイ市に設立され、現在中国最大なインターネットサービスを提供する企業である。起業当時にQ社が主に行った事業はIM(Instant Messenger)ソフトの開発と運営である。2003年にN社がオンラインゲームプラットフォームを開発し、ゲーム市場に参入した。中国オンラインゲーム市場に参入した時期は決して早いとは言えないものの、A社は膨大なIMソフトユーザー数を利用し、僅か6年で他のゲーム企業を抑え、中国最大なオンラインゲーム企業となった。

(b) 政策の受け入れ状況

中途入社の子面接者T氏はQ社最初の状況を把握していないため、北京で支社を設立時、政府の援助を受けたかどうか不明である。現在は支援を受けていない。

(c) 人材の育成と採用

ゲーム事業だけではなく、IT関連の多角の事業を展開しているから、Q社は毎年中国各地の大学で説明会を開き、優秀な学生を獲得する、また、事業展開の需要によって、

経験者の採用も常に行っている。

(d) 海外進出と企業間連携

Q 社は IM ソフトの運営により獲得した膨大のユーザー数の優位性を生かし、現在中国最大なオンラインゲームプラットフォームを運営している。また、自社も海外のゲーム企業と連携し、中国国内で海外のオンラインゲームを運営している。逆に、Q 社が海外でのゲーム事業はほとんど展開していない。

(18) R 社

(a) 企業概要

R 社は 2008 年に設立されたソーシャルゲーム開発企業である。2012 年に、500 以上の従業員を雇って、中国最大級のソーシャルゲーム開発企業まで成長した。現在、R 社が開発したゲームは中国のみならず、日本を始め、アメリカ、韓国そしてヨーロッパ幾つの国に輸出している。

(b) 企業が政府支援を受ける状況

一部のスタジオは賃料の優遇政策に適応し、活用している。政府直接の資金支援を受けていなかった。

(c) 資金状況

R 社は設立初期では創設者と投資者共同に出資した。事業の発展とともに、R 社に投資する投資家も増えている。現在、R 社は収益で企業の運営を維持できる状態となった。

(d) 人材の採用と育成

現在 R 社は事業の拡大しており、企業の規模も急速に拡大している。そのため、R 社は主に経験者を採用する。

(e) 海外進出と企業間連携

中国に比べ、海外のソーシャルネットワークの発展のほうが早いため、B 社は日本とアメリカのソーシャルゲーム市場で成功を収め、この経験とノウハウを中国市場で生かし、A 社のオンラインゲームプラットフォームを利用して、中国最大級のソーシャルゲーム開発企業まで成長した。

(19) S 社

(a) 企業概要

S 社の従業員数は 8 人、主な事業内容は iOS ゲーム開発の下請けの仕事である。被面接者 Y 氏の話しによると、彼が意図的に企業の規模をコントロールしている。その理由

として、S社はまだ発展初期であるため、小さな規模を維持し、従業員の団結力を向上しやすく、今後発展の良き基礎になれると述べた。

(b) 企業が政府支援を受ける状況

S社は規模が小さいものの、政府からの資金支援や税金の免除は一切享受していない。Y氏の話しにより、彼たちは優遇政策を申し込みの手続きが煩わしい、また、政府との繋がりを持たず、申請しても許可されない可能性があると考え、優遇政策を申し込んでいなかった。そして、政府が政策の宣伝をあまり行っていないとも述べた。

(c) 資金状況

S社は創設者Y氏と友人を共同出資し創設した企業である。設立一年後、友人の方は個人の都合で会社から離れ、同時に出資した分の資金も取り出したが、ゲーム制作の下請けの仕事の発展が順調のため、市場化の運営を展開し、資金面の問題は大きいではない。

(d) 人材の採用と育成

主にネットの掲示板に募集に関する情報を投稿し、人材を獲得する。また、知人の紹介、就職サイトも活用している。そして、雇った社員は自社で実際の仕事を通じて育成するため、従業員の出身大学での専門は拘らない。政府の交流イベントなど利用したことがない。

(e) 海外進出と企業間連携

下請けの仕事を行っているものの、中国国内企業のみならず、海外企業特に欧米企業との連携も積極的に展開している。

(20) T社

(a) 企業概要

T社は2001年頃に中国で事業を展開し始めた外資系ゲーム企業である。設立当時の従業員数はわずか20人ほどだが、十数年の発展を経て、T社はすでに中国全国範囲で600人以上の開発スタッフを抱えている。

(b) 企業が政府支援を受ける状況

アニメ産業において、外資系企業また外国アニメ加工企業が優遇政策をほとんど享受していないと違って、D社は設立の初期段階では、ハイテク企業として、税金の免除やスタジオ賃金の優遇政策を受けたことがある。

(c) 人材の採用と育成

外資系のT社は中国国内の教育はまだ不十分なところが多いと考え、グローバル市場

で蓄えたノウハウを生かし、社内独自の人材育成コースを用意し、企業が必要また中国市場に相応しい人材を育成する。

(d) 海外進出と企業間連携

外資系企業のため、北京にある中国支社は独立でゲームを開発機能も十分備えているとはいえ、ほとんどの事業内容は海外と関わっている。もちろん、ゲーム制作に関する業務は海外本社や支社との連携は不可欠であり、また、ライセンス商品である場合、ゲーム業界以外の映画会社、出版社などとのやり取りも行っている。

(21) U 社

(a) 企業概要

U 社は主に国内企業のアニメ作品の下請けの仕事を行っている。仕事内容は脚本や絵コンテを中心である。従業員の数は 20 人程度である。他のアニメ企業のようなアニメ制作すべてのプロセスをこなす企業ではなく、日本のようなスタジオタイプを目指す。

(b) 企業が政府支援を受ける状況

U 社は支援政策を受けていない。その状況に対し、調査対象 X は小企業がほとんど政策を享受できないと述べた。

(c) 資金状況

現在の資金状況は企業経営の維持を精いっぱい、オリジナルゲーム作品を作る余裕がない。

(d) 人材の採用と育成

被面接者 X 氏は自社の人材の採用について話してないものの、現在の教育機関の問題を批評し、アニメ産業の人材がゲーム産業に流失する現状も述べた。

(22) V 社

(a) 企業概要

V 社は 2000 年に設立された。従業員数は約 60 人であり、その内、ゲーム関連事業を行っている従業員の数は 15 人である。主な事業内容はゲームプリペイドカードの販売、ゲーム製品のプロモーションなどである。

(b) 企業が政府支援を受ける状況

ゲーム産業に関連するにもかかわらず、V 社は直接ゲーム内容を制作する企業ではないため、クリエイティブ企業として認められず、政府の支援政策を受けていない。

(c) 人材の採用と育成

V社は主に学校の企業説明会あるいはインターネット広告を通じて人材を募集する。また、35歳以下の人しか募集しない。また、調査対象N氏が優秀な人材が北京、上海のような大都市に集中し、他の都市では優れた人材を確保できない問題も述べた。

(d) 海外進出と企業間連携

被面接者N氏は他の企業との連携を通じて、事業の範囲を拡大する考えがあると述べ、国内企業のみならず、海外企業との連携の意欲も示した。

(23) W社

(a) 企業概要

W社は「吉林動漫集団」の一員である。2009年5月、吉林省が文化庁を中心にアニメ企業11社を取りまとめ、中国国内初の大型アニメゲーム総合企業グループ「吉林動漫集団」が設立された。同集団は、政府が一定量の株式を保有しつつ、民間資本も広く参加している。設立当時の総資産約4億元である。2010年に調査対象が当地政府と合意し、上海から10数人のチームとともにここ移転し、W社を設立した。W社には50人の正社員があり、その他110名のスタッフを含め、合計160人の従業員がある。ゲームの制作以外、ゲームの運営、他社ゲーム開発の仕事を下請するあるいはゲーム人材の育成の事業も行っている。

(b) 企業が政府支援を受ける状況

政府がスタジオのスペースと設備を提供してくれ、総投入額は600万元を超えている。

(c) 資金状況

設立当時政府から支援を受けている、規模が拡大すると、政府から独立する可能性がある。

(d) 人材の採用と育成

主に高校や大学で説明会を開き、学生を採用する。その後、社内で無料コースを提供し、実習のチャンスを与え、厳しい選抜を経て、自社に適切し、即戦力がなれる人材を育成する。

(e) 海外進出と企業間連携

海外企業のゲームの下請け制作の仕事以外、集団内部の連携も多い。集団では様々な企業があるため、ゲーム内CGグラフィックの制作はアニメ企業と協力して完成することがある。また、上海にいった時代の人脈を活用し、吉林当地の企業に仕事を紹介することもある。今後Win-Winの効果を求めるため、海外のゲーム製品を代理する、あるいは自社の製品を輸出する計画がある。

付録5 主成分分析による政策の分類

表1 KM0 および Bartlett の検定

Kaiser-Meyer-Olkin の標本妥当性の測度		.871
Bartlett の球面性検定	近似 χ^2 乗	1530.364
	自由度	78
	有意確率	.000

表2 説明された分散の合計

成分	初期の固有値			回転後の 負荷量平方和		
	合計	分散の %	累積 %	合計	分散の %	累積 %
1	4.865	37.421	37.421	2.673	20.563	20.563
2	1.340	10.307	47.729	2.413	18.560	39.122
3	1.108	8.524	56.253	2.227	17.130	56.253
4	.860	6.614	62.867			
5	.797	6.131	68.998			
6	.731	5.619	74.617			
7	.633	4.871	79.488			
8	.555	4.268	83.757			
9	.488	3.752	87.509			
10	.457	3.515	91.023			
11	.430	3.306	94.330			
12	.387	2.975	97.305			
13	.350	2.695	100.000			

因子抽出法：主成分分析

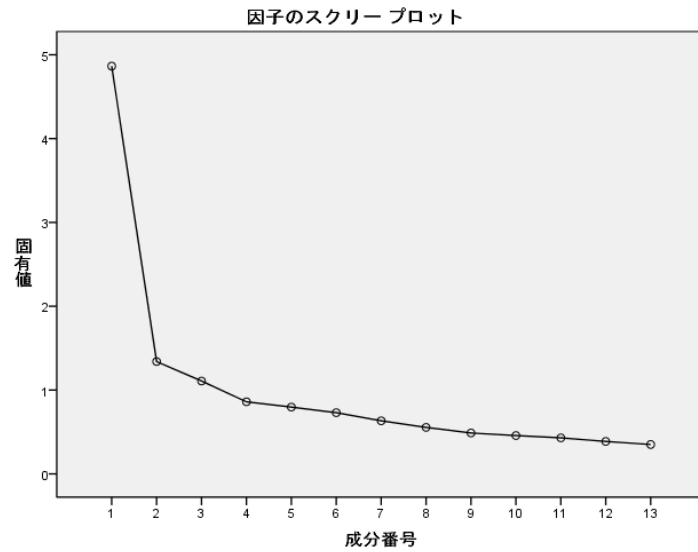


表3 成分行列a

	成分		
	1	2	3
@29新技術開発に対する支援	.691	.244	-.167
@27企業融資或は上場の支援	.666	-.184	-.474
@35海外出展或は海外市場進出の支援	.658	-.180	-.210
@30企業連携を促進する座談会或は交流会	.654	.282	-.032
@26公共設備の低価格或は無料利用	.647	-.389	-.103
@28優秀作品の表彰と宣伝	.627	.212	-.407
@34大型展覧会など展示の場	.621	.272	-.130
@24スタジオ家賃の減免	.592	-.436	.338
@23産業基地或はサイエンスパークに立地する	.586	-.354	.313
@25各種税金の減免	.571	-.432	.170
@33マーケティング関連資料の提供	.564	.266	.300
@31人材育成のための教育機関	.551	.383	.170
@32技術向上のための交流の場	.495	.380	.507

因子抽出法：主成分分析

a. 3 個の成分が抽出されました

表4 回転後の成分行列^a

	成分		
	1	2	3
27企業融資或は上場の支援	.765	.341	-.035
28優秀作品の表彰と宣伝	.738	.047	.241
29新技術開発に対する支援	.601	.144	.427
35海外出展或は海外市場進出の支援	.561	.428	.110
34大型展覧会など展示の場の用意	.532	.097	.429
24スタジオ家賃の減免	.073	.777	.211
23産業基地或はサイエンスパークに立地する	.099	.704	.248
25各種税金の減免	.187	.703	.110
26公共設備の低価格或は無料利用	.447	.617	.027
32技術向上のための交流の場の用意	-.017	.173	.785
33マーケティング関連資料の提供	.170	.223	.633
31人材育成のための教育機関	.274	.081	.631
30企業連携を促進する座談会或は交流会	.481	.143	.507

因子抽出法：主成分分析

回転法：Kaiser の正規化を伴うバリマックス法

a. 8 回の反復で回転が収束しました。

付録 6 産業振興政策分類の信頼性の検証

(1) 直接支援政策

信頼性統計量

Cronbach のアルファ	標準化された項目に基づいた Cronbach のアルファ	項目の数
.777	.778	5

尺度の統計量

平均値	分散	標準 偏差	項目の数
19.47	11.954	3.457	5

項目間の相関行列

	@27企業融資或 は上場の支援	@28優秀作品 の表彰と宣伝	@29新技術開発 に対する支援	@34大型展覧会 など展示の場	@35海外出展或は海 外市場進出の支援
@27企業融資或は上場の支援	1.000	.470	.408	.333	.510
@28優秀作品の表彰と宣伝	.470	1.000	.532	.404	.339
@29新技術開発に対する支援	.408	.532	1.000	.421	.329
@34大型展覧会など展示の場	.333	.404	.421	1.000	.380
@35海外出展或は海外市場進出の支援	.510	.339	.329	.380	1.000

項目合計統計量

	項目が削除された場 合の尺度の平均値	項目が削除された 場合の尺度の分散	修正済み項 目合計相関	重相関 の 2 乗	項目が削除された場合の Cronbach のアルファ
@27企業融資或は上場の支援	15.68	7.735	.583	.375	.725
@28優秀作品の表彰と宣伝	15.44	8.183	.588	.382	.725
@29新技術開発に対する支援	15.61	8.016	.562	.356	.732
@34大型展覧会など展示の場	15.43	8.468	.507	.270	.750
@35海外出展或は海外市場進出の支援	15.73	7.979	.519	.315	.748

(2) 基地型支援政策

信頼性統計量

Cronbach のアルファ	標準化された項目に基づいた Cronbach のアルファ	項目の数
.746	.745	4

尺度の統計量

平均値	分散	標準 偏差	項目の数
15.80	7.734	2.781	4

項目間の相関行列

	@23産業基地或はサイエンスパークに立地する	@24スタジオ家賃の減免	@25各種税金の減免	@26公共設備の低価格或は無料利用
@23産業基地或はサイエンスパークに立地する	1.000	.516	.317	.369
@24スタジオ家賃の減免	.516	1.000	.496	.371
@25各種税金の減免	.317	.496	1.000	.466
@26公共設備の低価格或は無料利用	.369	.371	.466	1.000

項目合計統計量

	項目が削除された場合の尺度の平均値	項目が削除された場合の尺度の分散	修正済み項目合計相関	重相関の 2 乗	項目が削除された場合の Cronbach のアルファ
@23産業基地或はサイエンスパークに立地する	11.89	4.935	.510	.303	.703
@24スタジオ家賃の減免	11.87	4.295	.598	.392	.652
@25各種税金の減免	11.72	4.805	.549	.338	.683
@26公共設備の低価格或は無料利用	11.91	4.842	.504	.276	.707

(3) 交流促進支援政策

信頼性統計量

Cronbach のアルファ	標準化された項目に基づいた Cronbach のアルファ	項目の数
.686	.687	4

尺度の統計量

平均値	分散	標準 偏差	項目の数
15.62	6.697	2.588	4

項目間の相関行列

	@30企業連携を促進する座談会或は交流会	@31人材育成のための教育機関	@32技術向上のための交流の場	@33マーケティング関連資料の提供
@30企業連携を促進する座談会或は交流会	1.000	.426	.378	.275
@31人材育成のための教育機関	.426	1.000	.356	.279
@32技術向上のための交流の場	.378	.356	1.000	.414
@33マーケティング関連資料の提供	.275	.279	.414	1.000

項目合計統計量

	項目が削除された場合の尺度の平均値	項目が削除された場合の尺度の分散	修正済み項目合計相関	重相関の 2 乗	項目が削除された場合の Cronbach のアルファ
@30企業連携を促進する座談会或は交流会	11.72	3.974	.479	.247	.615
@31人材育成のための教育機関	11.73	4.119	.471	.236	.620
@32技術向上のための交流の場	11.66	4.184	.514	.272	.594
@33マーケティング関連資料の提供	11.75	4.366	.416	.198	.654

関連する研究業績

査読付論文

- 1) 徐隆「中国文化产业政策における動漫産業の位置づけと同産業振興政策に対する評価」『政策科学』20 巻 1 号、2012 年 10 月、189～206 頁
- 2) 徐隆・中村彰憲「中国ゲーム産業のクラスター化とその発展に関する一考察－「中関村」のデジタルゲーム企業に関する比較事例研究」『立命館映像学』6 巻、2013 年 6 月、53～62 頁
- 3) 徐隆・中村彰憲「中国における文化産業振興政策がアニメ産業およびゲーム産業の発展に与えた影響に対する一考察」『アート・リサーチ』Vol. 15、2015 年 3 月、23～48 頁

研究ノート

- 1) 徐隆「中国動漫産業およびゲーム産業における発展状況並びに関連政策に関する一考察」『政策科学』21 巻 1 号、2013 年 10 月、113-122 頁

学会発表

- 1) 徐隆「中国オンラインゲーム産業及び動漫産業の発展に関する比較研究」2012 年度日本デジタルゲーム学会年次大会、立命館大学、2012 年 2 月 26 日
- 2) 徐隆「中国ゲーム産業のクラスター化とその発展に関する一考察－「中関村」のゲーム企業に対する調査を通じて」2013 年度日本デジタルゲーム学会年次大会、九州大学、2013 年 3 月 4 日
- 3) 徐隆「中国動漫産業パークの形成と発展に関する一考察」International Conference on Japan Game Studies 2013、立命館大学、2013 年 5 月 25 日
- 4) 徐隆「A study of the situation of utilization about the cultural industry development and promotion policy by anime industry and digital game industry in China」、Replaying Japan 2014 2nd International Conference on Japan Game Studies、University of Alberta、Canada、2014 年 8 月 22 日
- 5) 徐隆「中国における文化産業振興政策がゲーム産業の発展に与えた影響に対する一考察」2015 年度日本デジタルゲーム学会年次大会、宮城大学、2015 年 3 月 7 日

謝辞

本研究の遂行にあたり、多くのから様々なご指導とご協力をいただきました。記してここに心より感謝の意を表します。

まず、立命館大学映像研究科の中村彰憲教授には、筆者が日本で興味があるアニメとゲーム産業を研究する機会を与えていただきますとともに、現在に至るまで、始終丁寧且つ情熱的なご指導をいただきました。浅学且つ未熟な筆者に対して、ひとかたならぬご厚情と徹底的なご指導をくださりまして、研究者として、人としての素養を身に着けるうえで、貴重な教育を頂きました。また、国内外の学会発表や海外現地調査のチャンスも与えていただきまして、力のある研究者として成長できるよう惜しみないご支援を承れ、幅広い学問的且つ実践的な経験を得られました。ここに一番深く感謝の意を表します。

立命館大学映像研究科の細井浩一先生、政策科学研究科の稲葉光行先生、三上達也先生、周瑋生先生には、リサーチゼミの研究発表あるいは日常の契機を通じて、貴重なご助言並びにご指導をいただくとともに、筆者が壁に突き当たった時に常に適切なヒントや協力をいただきました。先生方のご理解と激励なしには本研究が完成にたどりつくことはあり得ませんでした。厚く御礼申し上げます。また、亡くなられた三上先生には、ご冥福祈ります。

先輩である前田耕作さんは多忙であるにもかかわらず、毎度丁寧に日本語の問題を修正してくれました。事務室の職員の方々はいつも質問を丁寧に回答してくれました。また、面接調査あるいは現地企業訪問に協力して下さった浙江大学の夏先生、大衆軟件の陳さん、殿岡さん及び各企業の方にもこの研究の完成に大きな力になりました。心より深く感謝申し上げます。

また、奨学金をくださって生活を支援した財団の方、一緒に切磋琢磨したあるいは助言してくれた友人、テホン、ハヨンご夫婦、謝さん、ドンス、I-soon、尚己、林さん、王さんに感謝申し上げます。

最後に、中国にいるものの、筆者の留学希望を受け入れ、温かく惜しみない支援をくださった家族、呉さんと熱い応援をくださった友人に、心より深く感謝申し上げます。

2015年5月15日

京都にて

徐 隆

