

## 科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成 25 年 6 月 4 日現在

機関番号：34315

研究種目：基盤研究（C）

研究期間：2010～2012

課題番号：22530289

研究課題名（和文）中国コンテンツ産業における産業クラスター形成と産業振興政策に関する比較事例研究

研究課題名（英文）Comparative Case Studies on Industrial Cluster and Industrial Promotion Policies for Contents Industry in the People's Republic of China

研究代表者

中村 彰憲（NAKAMURA Akinori）

立命館大学・映像学部・教授

研究者番号：70367134

研究成果の概要（和文）：本研究においては、中国各地に存在する「デジタルコンテンツ産業」の産業集積地の状況を踏まえつつ、その中でも特出して市場規模並びに産業規模の拡大が進む、中国デジタルゲーム産業並びに中国アニメ産業の発展とこれらを支援する産業振興政策について研究を進めた。この比較研究を通じ、中国のゲーム産業は市場先導型で発展が進んでいるのに対し、アニメ産業は政策主導で推進されている様子が浮き彫りとなった。

研究成果の概要（英文）：In the present study, the development of digital animation as well as game industry in the People's Republic of China is scrutinized, along with industrial promotion policies for the same. Through the study, it is found that game industry seemed to be market driven industry while animation industry is policy driven.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2010年度	1,300,000	390,000	1,690,000
2011年度	800,000	240,000	1,040,000
2012年度	600,000	180,000	780,000
年度			
年度			
総計	2,700,000	810,000	3,510,000

研究分野：経済政策

科研費の分科・細目：経済学、経済政策

キーワード：産業集積、産業クラスター、デジタルコンテンツ産業、中国企業、国際分業

### 1. 研究開始当初の背景

これまで、筆者がゲーム産業を研究対象にアジア各地域の研究を推進してきた結果、これらの地域では、ゲームにデジタルアニメ、VFXなどを加え、これらを「デジタルコンテンツ産業」として産業振興を積極的に行って

いるという事実、並びに地域ごとにデジタルコンテンツ産業の産業クラスターの形成が進んでいるという事実が確認出来た。そこで、本研究においては、研究対象を従来のゲーム産業に加え、CG、SFXおよびデジタルアニメ

メーション産業を追加し、これらを「デジタルコンテンツ産業」と定義したうえで、デジタルコンテンツ産業における主要コンテンツであるオンラインゲーム産業並びにアニメーション産業が成長している中華人民共和国（以下、中国）を対象に研究を進めることにする。この研究を通じ、（１）中国において、如何なる形で、デジタルコンテンツ産業振興政策が効果として表れているのか（２）産業集積または、産業クラスターが如何にして発展してきたのか（３）デジタル産業政策が同産業クラスターの形成、発展期から、成熟期に移行しつつある中で、如何なる施策がこれまでの産業形成に寄与したのか、（４）そして今後、「市場」としての中国がどのような方向性に推進するのかを探究することの意義を確認した。

## ２．研究の目的

本研究は、中国におけるデジタルコンテンツ産業クラスター形成の過程と発展における各地域の差異について比較研究を進めることで、中国デジタルコンテンツ産業振興政策の現状を把握するとともに 04 年以降のアニメ及びゲーム産業の飛躍的成長の所以と、行政による産業振興政策の関係性の有無を明らかにすることにある。

## ３．研究の方法

本研究では、研究領域、研究対象ともに研究蓄積が行われていないことから、グラウンデッド・セオリーアプローチを採り、文献サーベイ、各行政機関によって認定された「動漫産業振興拠点」における政策実行機関及び企業への半構造化面接などによる定性分析を中心とした「分厚い記述」での分析を進めていく。

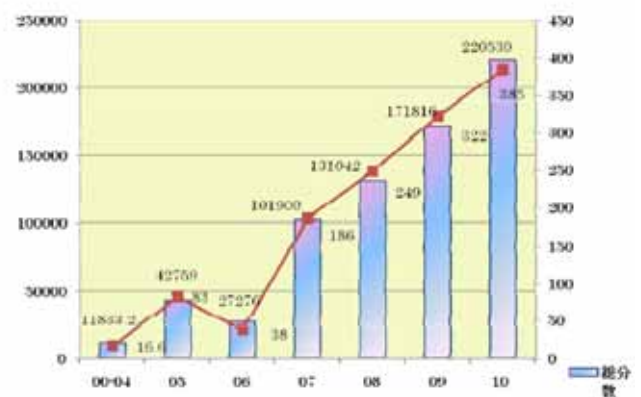
## ４．研究成果

本研究で得られた成果は（１）市場動向、

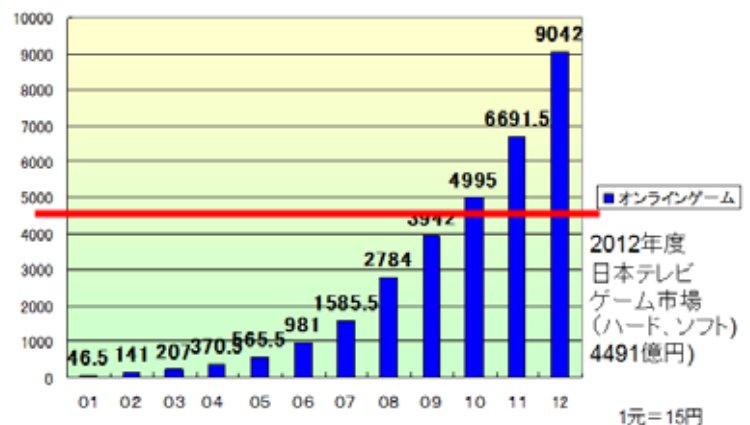
（２）産業構造、（３）日本企業や他地域と中国動漫産業地区との関係性という３点に対する知見を得られたことに集約される。

### （１）市場動向

中国においては、ゲーム産業、アニメ産業ともに飛躍的な発展が進んでいる。00 年から 04 年までの平均生産量が 11800 分だった中国国産アニメは、産業振興政策が進んだ 05 年には、42759 分が生産され、更にその 5 年後の 10 年には 22 万分、385 作品が国産作品として国内流通が認められるに至っている。



▲ 中国国内向けアニメの生産量推移 (出典: 国家広播電影電視総局)



一方、ゲーム産業は市場規模が 00 年の黎明期以降、現在まで飛躍的な成長を記録しており、12 年には、1 元、15 円換算で、9042 億円に到達した。日本のゲーム専用機市場が 4500 億円弱で伸び悩んでいる中で、中国市場は、健全に成長している様が見える。前述の

ようにアニメ産業も生産量という視点では、見える形でその成長が示されているものの、海外証券市場などでの上場企業の数や一般的に公開される興行収益などを比較しても、ゲーム産業の成長度合いがアニメ産業のそれを圧倒的に上回っているという状況が確認出来た。

## (2) 産業構造と振興政策

デジタルコンテンツを取り巻く産業構造についても、中国においては、アニメ、ゲームの間に切り分けがなされ、それぞれに対し独自の施策を展開していることが明らかとなった。従来はどちらかといえればこれらの事業を管理しつつ、中国社会主義的思想教育のために活用することを前提とした管理体制が行政と「コンテンツ」との関わり方だった。この「管理」という視点は現在のコンテンツ産業のジャンルごとの管轄体制にも反映されている。一般的な書物、DVD や CD といった光学メディアの出版、インターネット上における「コンテンツの出版的」なサービスなどは、国家新聞出版総署が、映画、テレビ、ラジオ、そして IPTV などは国家広電総署の管轄にある。また、これらすべてのコンテンツを文化産業として産業振興を進めている行政機関としての文化部の存在も無視できない。特にインターネットに流れるコンテンツに注目し、これらを「インターネット文化」と総称して様々な管理を進めている。このような事情もあり、市場として中国を見た場合は複雑を極める。オンラインゲーム産業を例にとると、中国において、サービスをするには、外資系企業は最低でも合弁企業でなければサービス展開は出来ず、運営体制を整えるにしてもその過程の中で、情報産業部、国家新聞出版総署、文化部がそれぞれの立場から「管理」されるという煩雑さである。

だが、05 年以降は、それぞれの管轄が独自の「特区」指定をおこなっている。まず、文化部が中心となって構想したのが、国家動漫遊戯振興基地 (China National Center for Developing Animation, Cartoon & Game Industry) だ。04 年 7 月に上海で初めて設立された国家動漫遊戯産業振興基地は、07 年までに、前述の上海、無錫 (江蘇州) 杭州、長沙 (湖南省) 成都 (四川省) 大連 (遼寧省) の 6 か所が認定され、以降、08 年にはこれら 6 箇所の連携関係強化についての合意がなされた。

一方、国家新聞出版総局は、国内のハイテクパークを中心に国家オンラインゲーム動漫発展基地 (「**国家網路遊戯動漫發展基地**」) を認定することを決定した。これらの拠点は、たとえば、上海、張江には、ナインシティや、盛大ネットワーク、北京の海淀区には完美時互というように大規模なオンラインゲームパブリッシャー・開発拠点が設置されているケースが多い。

特区認定に最も熱心に感じられるのが、国家広電総局だ。04 年末から国家動画産業基地の認定を進めた。動画産業基地は、現在 20 箇所を数える。これに加え、10 年以降は、「国家映画ネット動漫実験パーク」の認定を進めた。その結果、国家広電総局はこれまで、中国国内にある 24 箇所をアニメ、ゲーム関連の産業集積地として認定した。このような中で、テレビ放送と関連づけた、優遇政策を行っているのが、国家広電総局の管轄で形成された国家動画産業基地である。地方局と中央のキー局的な位置づけにある CCTV で放送された際の報奨金の授与や、賃貸オフィスの賃貸料助成の実施、CG 制作用インフラの完備など、支援方法は地域で様々だが、国際展示会を成功させ、世界的に認知度を高めることができた杭州のようなケースもある。これら強

力な行政側の施策によって恩恵を受けているのが現在の中国国内アニメ産業であり、結果としてアニメ生産量の増大につながっている。

一方、オンラインゲーム産業を後押しする新聞出版総署の施策は、企業マッチングや国際展示会の開際、開発者や経営者同氏のコミュニティ醸成に力を注いでおり、市場を開拓するのはあくまでも企業であることをふまえたうえでの市場支援型援助に終始している。これが中国オンラインゲーム市場をアジアの巨大市場へ発展させるうえでの一翼を担ってきたと言えよう。以上のことから、アニメ、ゲームとそれぞれが産業集積を進めているものの、企業ごと並びに行政側の役割に大きな違いがあることが確認出来た。

### (3) 日本企業や他地域との関係性

このような発展とともに、日本の作り手が、個人、または組織という形で中国企業とコラボレーションする機会が増えている。マッドハウスがアニメ制作において企画段階から携わり、無錫で最終工程まで実施した、『チベット犬』プロジェクト、大賀俊二氏が監督として携わり、テレビ大阪などでも放映された『最強武将伝三国演着』などが代表的だ。また、中国国内の代理店にライセンスアウトし、成功を収めたオンラインゲーム開発企業も存在する。アウトソーシング拠点としては、シンガポール、香港、台湾、日本、韓国などアジア各国が活用しているという点も、今回の調査で、明らかとなっており、これら一連の施策が有効に機能してきたことを示唆している。一方で、これら中国産業基盤と国際分業において如何なる仕組みが存在しているのかは今後、更に研究を深耕させる必要があるだろう。

### 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者に

は下線)

[雑誌論文](計4件)

「2012年の中国オンラインゲーム産業と2013年の展望」『ファミ通ゲーム白書2013』pp 370-373

「2011年の中国オンラインゲーム産業」『ファミ通ゲーム白書2012』pp374-381

「2010年の中国オンラインゲーム産業」『ファミ通ゲーム白書2011』pp374-381

[学会発表](計2件)

The Present Condition of Computer Game Industry in China, A Sleeping Giant Awaken in the Realm of Digital Entertainment International Conference on Japan Game Studies 2013 2013年5月23日~5月25日、立命館大学、京都市

「中国オンラインゲーム産業の形成と発展」日本デジタルゲーム学会年次大会 2013年3月4日~3月5日、九州大学、福岡市

[図書](計2件)

変貌するコンテンツ産業(第11章アジアデジタルコンテンツ産業の発展~韓国、中国における産業形成とASEAN諸国への発展を中心に~)ミネルヴァ: pp 303-345

テンセント VS. Facebook ~世界SNS市場最新レポート 2011年、エンターブレイン(第二章:中国オンラインゲーム産業ソーシャルエンターテインメント戦略: pp22-35; 第五章:ソーシャルエンターテインメントとしての中国アニメビジネス-その市場と産業構造: pp 64-75; 第七章:各社のアジアソーシャルエンターテインメント市場における挑戦: pp84-92)

[産業財産権]  
出願状況(計0件)

名称:  
発明者:  
権利者:  
種類:  
番号:  
出願年月日:  
国内外の別:

取得状況（計0件）

名称：  
発明者：  
権利者：  
種類：  
番号：  
取得年月日：  
国内外の別：

## 6. 研究組織

### (1) 研究代表者

中村 彰憲 (NAKAMURA Akinori)  
立命館大学・映像学部・教授  
研究者番号：22530289

### (2) 研究分担者

なし ( )

研究者番号：

### (3) 連携研究者

なし ( )

研究者番号：