

## 視点

## コンテンツ産業の人的基盤は大丈夫か

No194 2005年5月

通信におけるブロードバンドの普及や、映像や音楽をいつでもどこでも楽しめるような各種端末機器の登場などによって、それらを満たすべき中身としての情報への欲求が加速度的に高まりつつある。いかなる高度情報機器も、中に入れる情報がなければただの箱にすぎず、何の役に立つものでもない。「電子媒体を通して、経済的に取引される情報財」、とりわけ「映画、音楽、演劇、文芸、写真、漫画、アニメーション、コンピュータ・ゲーム」などの、いわゆるエンタテインメント系の情報財を作り出す「コンテンツ産業」が、消費者からも、また産業政策の見地からも、熱い期待を集めるようになった。

昨年4月、内閣の知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会は、コンテンツビジネス振興を国家戦略の柱に位置づけた『コンテンツビジネス振興政策』をとりまとめ、業界の近代化、資金調達、投資促進、人材育成、技術開発などの推進策を提案した。また、5月には、議員立法による「コンテンツ促進法（コンテンツの創造・保護及び活用の促進に関する法律）」が成立し、国や地方自治体によるコンテンツ産業振興の基盤整備がはかられた。

ところで、エンタテインメントを中心とするコンテンツ産業は、いまやアメリカの一人

勝ち状態といわれ、日本の立ち遅れがかねてより指摘されていた。経済産業省によれば、2000年時点での世界のコンテンツ産業市場規模は約1兆ドルと推定されるが、そのうち半分（5068億ドル）はアメリカ市場に属する。アメリカのコンテンツ産業はGDPの5%を占め、またその売り上げの17%を海外で稼ぐ輸出産業でもある。これに対し、日本のコンテンツ市場は1091億ドルで、世界市場のおよそ1割のシェアであるが、GDP比は2%にすぎず、海外での売上高はわずか3%にとどまり、アメリカの産業成熟度にははるかに及ばない。（経済産業省、『コンテンツ産業の現状と課題』、2005年2月）

このように、市場規模でも、国際競争力の上でも、いまだしの感がある日本のコンテンツ産業ではあるが、例外的に世界をリードしている分野がある。アニメーションとコンピュータ・ゲームである。とりわけ、アニメ産業は日本の独壇場の感がある。現在世界でみられているアニメの3分の2は日本で作られているといわれ、和製英語をローマ字でつづった「Anime」がそのまま世界で通用する。

アニメ産業は、実は東京の地場産業であり、杉並区、練馬区、吉祥寺、三鷹、国分寺など、城西地域への産業集積が特徴的である。この界限は、機械工業における大田区に相当する。東京の城西地域に産業集積が形成された発端は、大手制作会社が、1960年前後に、テレビシリーズアニメの開始に対応して、この地域に相次いでスタジオを開設したことによる。テレビシリーズアニメは、作品周期が短く市場予測が難しく、しかも納期もきわめて短い。そこで大手制作会社の下に、各工程に特化した中小零細の下請け企業群が多数乱立する垂直分割体制が進展した。そして、各制作会社間の物流と情報交換の利便性の面から、大手制作会社の立地地域を中心とする産業集積が生まれたといわれる。アニメ産業は、コンテンツ産業として知識集約的な特徴を有すると同時に、実際の制作工程においてはむしろ労働集約的な製造業としての側面も強く持っているのである。

このように大手プロダクションと労働集約的下請企業という二重構造を抱える日本のアニメ産業は、いま岐路に立たされている。IT技術革新の急速な進展を背景に、コンテ

ンツのデジタル化が、メディア・コンテンツ産業全体の流れになる中で、中小のアニメ制作企業はデジタル化への対応のための資金的余裕がない。加えて、低賃金や劣悪な労働環境のために、人材確保もまた困難になりつつある。さらには、彩色や動画制作などの部分工程を人件費の安い海外に発注する制作体制構築も急速に進みつつある。製造業における「もの造り」基盤の危機と同様の事態がここでも起きつつあると見てよい。

最近発表された労働政策研究・研修機構による実態調査（『コンテンツ産業と人材育成－アニメーション産業実態調査－』、2005年3月）は、アニメ産業で働く人たちの低賃金、長労働時間、年間5～8割にも達する高い離職率など、この産業における深刻な労働問題の所在を明らかにし、「アニメは今日国の内外で高い評価を得ており、コンテンツ産業の一つとして注目を浴びているが、一方でその制作過程には、低劣な就業条件を始めとして『持続可能』とは思われない課題」が存在すると指摘し、この産業の人的基盤の危うさに注意を喚起している。こうした労働問題の存在は、映像やゲームソフト開発など、労働集約的下請け企業によって底辺を支えられている他のコンテンツ産業にも共通している可能性が高い。コンテンツ産業における雇用の質について、今後実態の究明を急ぐ必要があるだろう。

経済産業省『新産業創造戦略』（2004年5月）は、アメリカに次ぐ世界第2位の市場規模を持つ日本のコンテンツ産業を、「日本経済の将来の発展を支える戦略分野」としての「7つの新産業分野」のひとつに位置づけ、今後の産業成長とその波及効果と同時に、その国際展開による日本の国際的地位向上への効果にも期待が寄せられると指摘している。けれども、その潜在的な力が現実のものとなるためには、産業基盤整備や技術開発・人材確保支援などの面での公共政策の展開が不可欠である。劣悪な労働条件の改善はいうまでもない。

日本のアニメに対する高い国際的評価や、「Sail We Dance」「呪怨」「リング2」などの日本映画のハリウッド・リメイク版のヒットなど、日本のコンテンツ産業の最近の健闘は、久方ぶりに元気のである話題であった。しかし、その元気が持続するためには、日本の産業がどこでも抱えている積年の課題をひとつひとつ解決していかなければなら

ない。自信喪失と萎縮の相乗効果で日本の産業が沈没しないためには、元気の芽を育てる発想こそが、いま求められている。そして、その元気の源は、産業を支える人的基盤にあることを忘れてはならない。

[HP D I O目次に戻る D I Oバックナンバー](#)