

二一世紀の中国アニメーション

——再出発と第三の黄金期

陳 龔

二〇〇二年、上海美術電影製片廠によって創られた中国アニメーションの集中上映が開催され、その二〇年後、中国の権威的先行文献である『中国アニメーション史』が日本において翻訳出版された。この本が学術界で注目されていることに加えて、アニメ産業においても、さらには近年、日本の劇場およびテレビにおいても、中国アニメーションの存在感が高まり、話題になっていることは間違いない。しかし、世界の舞台において、「芸術アニメーション」のイメージしかない中国アニメーションは、いつの間

に、『羅小黑戦記』のような、日本でも五億円超の配給収入を獲得できる「いま風」の商業アニメに変容していたのか。さらに、二〇二三年九月二六日、フジテレビが中国のピリピリ社と手を組んで、ピリピリの人気作品を専門に流す「Bstation」という枠を創設し、安定的に中国のアニメを放送する枠が日本にできたのは画期的な現象だと言える。本稿は中国アニメーションが辿ってきた道を振り返りながら、二〇〇〇年代以後の中国アニメーションの発展と現状、ならびに日本との関連性にフォーカスし、中国アニメーション史における位置づけを試みる。

一 「美術片」の世界

——二〇世紀の中国アニメーション史

筆者が京都精華大学マンガ学部で担当している「キャラクター造形論」という授業では、中国キャラクターを紹介する回で、いつも一つのアンケートをとっている。一連のアニメーション作品の場面画像を見せた後、「この中のどれが中国のアニメーションですか？」と質問をする。場面

流す「Bstation」という枠を創設し、安定的に中国のアニメーション史における位置づけを試みる。

画像は筆者の「特別アレンジ」によって二つのグループに分けられており、グループAには草創期の大藤信郎『西遊記 孫悟空物語』（一九二六）など中国要素のあるものや、東映動画（現東映アニメーション）の古い作品『白蛇伝』（一九五八）や『西遊記』（一九六〇）などの日本作品一〇作、グループBには近年日本で放送されたことのある2Dアニメ『縁結びの妖狐ちゃん』（日本での放送、二〇一七）や『天官賜福』（日本での放送、二〇二二）などの中国アニメーション八作が含まれる。グループAは芸術系に近い、若い世代の日本人が見たことがない「イメージの中の中国アニメーションっぽい」日本作品、グループBは日本でも上映されている日本の商業アニメの作り方に強く影響されている二〇一〇年代以後の中国作品と言い換えることができる。結果としては、授業の対象となる毎年二〇〇人近い二次以上のマンガ学部学生の履修者のほとんどが、グループAは中国アニメーションであり、グループBは中国アニメーションではないという反応を「予想通り」にしてくれている。面白いことに、留学生も三〇%いる中で、中国アニメーションに関して、強い「先入観」のあることが分かる。

この例を元に、混乱を避けるため、本論に入る前にまず「名称問題」を明確にしておきたい。メディアや一般会話の中では問わないが、専門研究では「アニメーション」と

「アニメ」の使い分けがなされている。無論、その定義に関して也多説あり、時代によって「漫画映画」「まんが」「テレビまんが」、また中国特有の「美術片」や「動漫」など他の呼称もあるが、本稿は一つの用語を提唱する目的ではなく、曖昧で正確な定義づけがない用語を分かりやすくするため、以下のルールに準ずる——一九六三年に放送された日本最初の一話三〇分の連続テレビアニメ『鉄腕アトム』に続く系譜（脚本・構成・表現）の作品群、すなわち商業性の強い手描き中心の2D制作のシリーズを「アニメ」と称する。それ以外のもの、オリジナル2Dアニメーション映画（シリーズものの劇場版を除く）や、3DCG中心のものやFlashなどの技術による作品も含め、一旦全部を「アニメーション」と呼ぶ。つまり、グループAのような作品は「アニメーション」であり、グループBのような作品は「アニメ」である。また、便宜上、日本式ストーリーマンガを「マンガ」と表記して、中国の元々の漫画作品と漫画産業では「漫画」と表記する。また、「制作」と「製作」の使い分けも、アニメーション業界での特殊な習慣によって、実際に映像作品を創作することを「制作」、企画や委員会を立ち上げて製作費調達なども含める商業として成り立たせる、総合プロデュースをすることを「製作」として表記する。

では、二一世紀の中国アニメーションの状況を理解する

ために、まず解決しなければならぬのは、「中国アニメーション」がいつ、どのような原因によって「アニメ風」に転換したのかという問題である。

(一) 中国アニメーションの日本における上映

二〇〇〇年代までに、中国アニメーションの日本における集中的な上映は三回ある。最初は戦時中の『鉄扇公主』（一九四二）の公開、第二回は「改革開放」が提唱された後、八〇年代の冒頭（一九八〇—一九八一）に日中両国のアニメーションクリエイターたちの相互訪問をめぐって開催された『大暴れ孫悟空』（大鬧天宮、一九六一—一九六四）や『ナーザの大暴れ』（哪吒鬧海、一九七九）の上映を中心とした一連の上映会とイベント、そして上記二回に比べるとあまり知られていないが、二〇〇二年四月、日中国交正常化三〇周年を迎えた際に、渋谷ユロススペースにて開催された「上海アニメーションの奇跡」というタイトルの上映会である（図1）。七作品を二つのプログラムに分けて上映され、宣伝チラシでも宮崎駿や山村浩二などアニメーション監督からの高評が掲載されていた。これが、二〇〇〇年代に入って初めての中国アニメーションの日本における集中上映だった。

「上海アニメーションの奇跡」では、一九六〇年代から一九八〇年代まで上海美術電影製片廠によって作られた、

水墨アニメーション、切り紙アニメーション、人形アニメーションとセルアニメーションの四種類の作品がピックアップされ、「経典アニメと呼ばれる最高級作品集」だと宣伝された。同年九月、中国映画祭が東京で開催され、上映作品の中に中国アニメーションが入っており、特に水墨アニメーションの『琴と少年』（山水情、一九八八）が目玉となっていると、テレビのニュース番組にて「中国映画祭 水墨画アニメの技」というタイトルで紹介されていた



図1 2002年「上海アニメーションの奇跡」チラシ
左は『牧笛』(1963)の場面
出所：筆者コレクションのスキャニング。



図2 ニュース番組で『琴と少年』を紹介する場面

出所：日本テレビのニュース番組（2002年9月19日7:34）。小野耕世氏提供。

（図2）。上映会以外に、「上海美術電影作品集」DVD二巻の中にも収録されていた。

したがって、二〇〇〇年代に入っても、「中国国家アニメーションの最高レ

ベル」と見なされる作品は、上海美術電影製片廠が作られた一九八〇年代までの作品群——いわゆる「美術片」であり、その特徴は、様々な美術的技法を取り入れた民族性の強い芸術アニメーションだと概括できる。同じく上海美術電影製片廠の手によって、中国建国五〇周年を記念して企画製作された『宝蓮灯』（一九九九）は選ばれておらず、それ以外の九〇年代以後の作品も一切姿を見せていなかった。その後、存在感のある中国アニメーションの上映や配給はほぼなく、二〇一〇年代初頭でも、映画祭のワークショップでの古い中国アニメーションの上映以外はない。

（二）中国アニメーション史のアウトラインと二〇世紀の中国アニメーション

日本では「中国アニメーションII美術片」の印象が二〇〇〇年代初頭まで続いていたが、中国国内の実情はどうであらう。

二〇二二年末に、初めて中国から輸入されて翻訳出版されたアニメーション史関連の著作が現れた。本稿冒頭で言及した『中国アニメーション史』である。この一冊が中国アニメーション史の権威的先行文献であり、従来の中国アニメーション史を代表して、一九二〇年代からスタートした中国アニメーションが辿ってきた道を以下のように区切っている。

一九二〇年代…中国アニメーションの萌芽と誕生

一九三〇～一九四八年…初期の中国アニメーション

一九四九～一九七七年…新中国成立以後の中国アニメーション（第一次ブーム）

一九七八～一九八八年…改革開放後の中国アニメーション（上）（第二次ブーム）

一九八九～一九九九年…改革開放後の中国アニメーション（下）

二〇〇〇～二〇一七年…二一世紀の中国アニメーション
九五年間の歴史を大きく六つの段階に分けて、同書では

区分する理由も詳しく説明している。これまで二回ブームがあり、「改革開放」が時代を分け、二〇〇〇年代以降は新しい時期として見なされている。孫立軍の結論は勿論一理あるが、さらに中心人物の更迭や重大な政策の実施を考慮すれば、より明白な脈絡が見えてくるため、ここでは、筆者自身の理解に基づいて発展段階を表1にまとめた。

中国アニメーションは様々な不運に遭い、時代の流れとともに断絶と復活を繰り返してきた。そのため、日本のアニメーション史と違って、中国アニメーション史に関して、基本事実の整理が様々な原因で徹底されておらず、まだ不明瞭な箇所が多く存在している。二〇一〇年代以後のことを論じるには、それまでの事情をある程度まとめなければならぬが、「通説」は不確実であるため、引用できる既存の結論がない。筆者は中国アニメーション史の再整理に力を入れており、他の場でもその実証研究の成果を発表しているが、本稿の中心は中国アニメーション史ではないので、関連部分だけを簡潔に総括する。

中国アニメーションは一九二〇年代に誕生した当時、アメリカの作品に強く影響され、実写との合成やアニメーション広告、そして映画の中の特殊効果などを試行した後、その技術が三〇年代に開花し、一連のエンターテイメント用の短編アニメーションが万兄弟（兄・万籟鳴、弟・万古蟾）によって世に送られてきた。その後、戦争が始ま

り、作品をつくる人物と「倒したい敵」が時期によって変わるが、プロパガンダのために、中国民族的要素を意識的に取り入れたアニメーションを作ることが主流になり、ソ連のアニメーションにも影響を受けはじめた。新中国が設立された後、「美術片」という新たな呼称が提言され、戦前の基礎を踏まえて、子供向けに、さらに中国多民族それぞれの美術スタイルと伝統美術技法を積極的にアニメーション制作に応用する製作方針が決められた。文芸の「百花齊放、百家争鳴」方針が提唱された後、新中国のアニメーション生産の重鎮となる上海美術電影製片廠も設立された。「社会主義的な生産システム」によって毎年指定されたタイトル数で、優れたクリエイターであっても高額な人件費ではなくコストの心配が少ない中、中国アニメーションが最初の黄金期を迎えた。当時の上映は劇場中心のため、芸術性の高いシヨットアニメーションがメインであり、長編への挑戦もあった。有名な水墨アニメーションや切り紙アニメーションの技法と代表作はこの時期に完成され、国際的にも評価されたが、文化大革命の闘争が始まり、それまでに中国アニメーションを支えてきたアーティストたちは「打倒」され、更なるハードなプロパガンダアニメーションしか作れなくなった。残された若い世代のクリエイターたちは技術面で制作水準が落ちないように尽力し、やっと文革が終わって引き続き芸術性の高い生産を回

表1 中国アニメーションの発展段階

時期	発展段階	補 足	区分する原因
1920-1945	草創期	1920-1930年：前期	アニメーション技術の模索期。娯楽性を求める。複数の当時有名な漫画家がアニメーターに転向。欧米との関わりがある
		1930-1945年：後期	万兄弟を中心に作品が作られ続けていた。教育性を重視し始める「カートゥン」時代。抗戦期のプロパガンダ
1946-1953	準備期	1949年：新中国成立	旧満映との繋がり。キーマンは持永只仁と特偉など。国民党との戦いにおけるプロパガンダ。新中国アニメーションの基礎を築いた。美術片構想の提出
1954-1965	美術片時期 第一の黄金期	1956年：文芸の「百花齊放、百家争鳴」方針	上海美術電影製片廠の土台が作られ、1957年に設立。万兄弟が上海に戻り、美術片が開花
1966-1977	文化大革命時期 停滞期		上海美術電影製片廠の芸術家が打倒される。イデオロギー装置としてのアニメーション
1978-1987	美術片の発展 第二の黄金期	1978年：改革開放 1979年：一人っ子政策 1979年：中国初のワイドスクリーン劇場アニメーション作品『ナーザの大暴れ』上映	文革後の生産回復。ワイドスクリーンやテレビシリーズなどの新たな試み。海外との提携（下請けが中心）。テレビ局が「動画製片廠」を設立。計画経済から市場経済へ徐々に移行
1988-1994	全面変容期	1988年：初回の中国主催国際アニメーションフェア開催 1990年：初の企業投資アニメーション放送	計画経済式の中影公司の「包購包銷」（買取販売制度）の一方で、市場化も試し始める。民営アニメーション会社発足。国際提携増加。上海美術電影製片廠の人材流失
1995-2003	市場経済模索期	1999年：最初の商業アニメーション映画『宝蓮灯』上映 2001年：最初の学園生活をテーマにしたテレビアニメ『我為歌狂』放映	「包購包銷」中止。全面的に市場化生産。多様な実験。すでに成功していたアメリカ式のアニメーション映画と日本式テレビアニメを参考に作品を作り始める
2004-2014	国産アニメ「大躍進」時期	表2を参照	一連の国産アニメ保護政策の発表と実行および中止
2015-	新時期・再出発		新時期の国際提携と海外進出

出所：鮑濟貴『中国動画電影通史』（北京：連環画出版社、2010年）、王六一編『征途・歩向百年的中国動画』（北京：三辰影庫音像出版社、2012年）、李鉄『中国动画史』上・下（北京：北京交通大学出版社、2017年）、傅広超『身為动画人—上海美影人口述史』卷一（北京：中国传媒大学出版社、2022年）などを総合的に参照した上で、筆者がまとめた。

復したところで、改革開放に伴う新しい局面に遭遇した。

改革開放政策によって、各地の電影製片廠やテレビ局が自分のアニメーション製作所を立ち上げ、海外との交流も頻繁になり、名作を作り続けた上海美術電影製片廠に海外の注文と提携依頼が殺到し、中国アニメーションは第二の黄金期を迎えた。上海美術電影製片廠を中心に、各製作所が継続して芸術性の高いものを生み出しながら、新しい表現も試していた。前述した、日本で二〇〇〇年代に公開された作品群以外にも傑作が多くある。例えば、一九八二年の『瓷器のお人形さん』(瓷娃娃)は初めて瓷器を用いて人形アニメーションのようにコマ撮りをする実写合成の作品であり、今でも世界で唯一無二だと言える。また、テレビという新メディアに合うシリーズものも生産され、作画力の強い中国の製片廠は海外との提携によって外貨も稼いだ。しかし、改革開放政策は中国アニメーションにとつてはまさに「諸刃の剣」であり、国内の人が見たことのない海外の娯楽性の高いアニメーション作品が大量に中国で放送・上映される中で、一九九五年、国産アニメーションは国の「統購包銷」システムから追い出された最初のコンテンツジャンルとなった。上海美術電影製片廠のようなクリエイター出身者が代表者を務める時代が終わり、作品の芸術性以上に、経営問題を考えることが大前提となっていた。同時に、海外作品を下請けすることにビジネスチャン

スを感じた人も現れ、収入差が激しいため、国営製片廠から人材が流失し続けた。この時期に、日本や欧米のすでに成功した先例を参考にしながら中国の商業性アニメーションが発足したが、短期間では、輸入された海外の成熟市場で生き残った作品に敵わなかった。コストも制作難易度も高いがビジネスモデルのない「美術片」のジャンルの代表作が減ることも、市場向けの作品が「海外を模倣している」と指摘されるのも、避けられない現実であった。例えば、上海美術電影製片廠によって製作された最初の商業アニメーション映画『宝蓮灯』のワンシーンが「アラジンのジャスマンとそっくり」などと言われ、当時流行りの日本式学園ものを参考にして製作したテレビアニメ『我為歌狂』も「スラムダンクの真似」と指摘された。しかし、この二作では、上海美術電影製片廠のクリエイターたちが、国内的要素や中国式ストーリーテリングと、成功している海外の作り方との間でのバランスを模索していたため、中国アニメーションの「持ち味」はまだ消えていなかった。

二二世紀へ邁進

中国アニメーションの「高度成長期」

「美術片」としての中国アニメーションは二〇〇〇年代以降、「過去の栄光」としてテレビの再放送の中にだけ存

在するようになった。劇場では3D時代に入ったアメリカの作品が殺到し、テレビでは海外アニメーション、特に日本テレビアニメの存在感のさらなる拡大によって、国産テレビアニメーションシリーズは徐々に教育目的の「子供向けアニメ」という狭いジャンルとなった。一方、日本のマンガ・アニメの人気作品の「大量流入」によって、「動漫」という「新語」が誕生し、メディアに染み込んできた。また、市場経済の流れの中で、海外作品に対抗するための「対策」も練られていた。

(一) 中国における日本アニメ産業構造の受容と変遷

中国自身のアニメーション産業の変化を語るためには、海外作品の輸入とその影響について言及しなければならぬ。また、欧米の作品より、むしろ日本アニメーション映画と日本テレビアニメが中国アニメーションにもたらした影響に注目したい。一九七八年末に行われた中国共産党第十一期中央委員会第三回全体会議以後、文革中に「打倒された」作品および海外の様々なコンテンツが解禁される中で、一九七八年八月に日中平和友好条約が締結され、鄧小平が訪日した後、他国のコンテンツと比べて、新中国は膨大な日本のコンテンツ群を迎えることとなった。確実な統計データはないが、一九七九年から一九八七年の間に、五二部の「訳制动画片」（吹替アニメ）がテレビ局で放送さ

れ、そのうち最も多かったのが日本テレビアニメだった。『龍の子太郎』などアニメーション映画も最初は劇場で上映され、後に中国中央テレビ局においても九〇年代前半まで繰り返し再放送されて幅広い観客に強い印象を与えたが、やはり日本テレビアニメの上映規模と注目度が最も大きいと言えよう。

例えば、一九八〇年一月七日一九時三〇分、一九六三年に作られたモノクロの『鉄腕アトム』が、在日華僑が経営する向陽社によって日本企業のCMパッケージとして中国中央テレビ局（全国ネット）で放送され、これが中国最初のテレビアニメ専用枠——「中央テレビ局日曜夜テレビアニメ枠」の開設に繋がった。ゴールデンタイムに放送された『鉄腕アトム』は中国全土で絶大な人気を獲得し、アトムも、原作者の手塚治虫も日中友好の象徴となり、現在に至るまで日中アニメ文化交流を語る際に不可欠な要素として認識されている。その後、様々な海外テレビアニメーション（日本アニメがメイン）がこの枠で放送され、八〇年代後半からは広東・北京・上海のテレビ局を中心とした地方テレビ局でも海外アニメを自主輸入しはじめ、シリーズ化された娯楽性と物語性の高い日本のテレビアニメによる「訳制动画片」が大ブームとなった。⁸⁾

一方、中国においては、一九四〇年代から、あらゆるコンテンツが絵師によって「連環画化」される伝統があった

ため、放送された日本アニメも同様に「連環画化」される運命を避けられなかった。しかし、日本アニメの場合、大部分の作品が人気マンガからアニメ化されたものであるため、アニメが放送された後、改めて絵師を雇う必要がなく、原作マンガを翻訳して「連環画風」に編集すれば完成だった。その結果、『鉄腕アトム』をはじめとして、日本アニメの原作マンガの「連環画」版（手のひらサイズであるため「小人書」と呼ばれる）が大流行した。こうして、六〇年代から発足した日本の代表的な産業構造の「マンガ↓アニメ」とは真逆の、「アニメ↓マンガ」という「動」が「漫」の先にある「構造」が出来上がった。¹⁰同時に、深刻な日本マンガの海賊版問題も発生した。

(二) 「動漫」という造語

前述したように、すでに成功した日本の人気マンガ、および人気マンガからアニメ化されたテレビアニメシリーズが中国の若い世代の心を奪っていき、テレビ局や国営出版社による輸入以外にも、海賊版が氾濫しはじめた。それに伴い、二〇〇〇年代以降、今までにない「動漫」という言葉が中国で広がり、メディアでも頻繁に用いられるようになった。

実は、「動漫」の意味、および「動漫」が最初に使われたシチュエーションについての定論はない。一九九八年に創

刊された『動漫時代』という、日本のアニメ・マンガを紹介する専門情報誌が最初か、台湾の日本コンテンツ産業の影響ではじまった「動漫画」と「ACG」といった呼び方を經由して大陸に入ったか、検証することは困難である。

「動漫」は「動画」（アニメ）と「漫画」の総称¹¹、「動漫」は日本アニメのこと¹²、「動漫」は「動画からの漫画」¹³など様々な説と観点があり、辞書でもそれぞれが異なる解釈を示している。筆者も二〇一五年にこの現象について「誤読された「動漫」¹⁴」と題して、日本の影響による「動漫Ⅱアニメ+マンガ+α」と論じており、他の研究でも、一九九〇年代以降の大陸における『動漫時代』など、日本アニメ・マンガ情報誌の出現に関連づける形で中国における「動漫」の「仕組み」を分析している¹⁵。以上の結論は「見知らつきがあるが、どちらも日本式の「マンガ・アニメ」産業のメディアミックスが海を越えて中国に与えた、「衝撃」と言えるぐらい強い影響と深く関連している。

上記で紹介した「動」が「漫」の先にある構造がすでに大衆の認知ベースにあつたため、日本の人気マンガからアニメ化される流れは、「動画」が絶対的存在の中国において違和感なく逆転された。また、聞き取り調査¹⁷によれば、当時は大陸も台湾も、「漫画」業界では日本の人気マンガを無断輸入した「海賊版問題」が深刻となっており、国際的知名度を持つ伝統のある「動画」の方が地位が高いた

め、「動」が先にあることも「妥当」だと思われていたという。他方、中国の「漫画」自体にも独自の歴史と発展があり、ここでは詳しく言及しないが、様々な原因によって、一九八〇年代以降、「漫画」は「美術片」IIアニメーションの低位に置かれているのも一つの特徴と言えよう。したがって、「動漫」という言葉が使われるようになった時に、その言葉はすぐに受け入れられた。後に、中国漫画産業とアニメーション産業の発展に伴い、メディアミックスし始めた時、「動漫」という言葉は自然に「漫画もある、動画IIアニメーションもある」作品を「一つの「動漫」作品」というふうに、複数のメディアにおいて展開する作品を示すために使われていた。

(三) 二〇〇〇年代以後の中国文化产业政策の転換

市場化製作への転換、海外アニメーション放送の衝撃で、中国国産アニメーションの存在感が揺らぎ、二〇〇〇年代以降、政府はこの問題を解決しようとして動き出した。

中国の文化产业政策を分析していた徐隆は、改革開放以後に実施された五カ年計画を対象に検討した結果、八〇年代から九〇年代までは物価安定、人口管理、生産強化、外資利用、対外貿易増強などを経て「⁽¹⁸⁾社会主義市場経済体制」が初歩的に完成されたと概述した。その後、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

民精神も向上させようと考え、「文化事業」を徐々に重視し始めた。二〇〇一年からの第十次五カ年計画の第二十一章の中では、「文化产业」という言葉が初めて使われ、その後、第十一次五カ年計画と第十二次五カ年計画の中には、文化产业発展の促進に関する内容も増え続ける。ここで補足したいのが、二〇〇一年は中国が世界貿易機関(WTO)に加盟した年でもある。また、「文化事業」から「文化产业」への変更は、要するに、経済利益を重視し市場化、産業化させるといふ試みが窺える。

徐隆は強調していないが、その研究が提示した手がかりを追うと、第十一次五カ年計画の全文「国民经济と社会发展第十一次五カ年計画綱要」⁽²⁰⁾第十六章第四節の最後に、「動漫産業」が初めて五カ年計画で言及され、また、第十一次五カ年計画の期間中に発表された国务院办公厅による「国办发〔2006〕三二号」公文、すなわち「国务院办公厅財政部門から提出された我が国の動漫産業を發展させることについての若干意見を公表するお知らせ」⁽²¹⁾が「動漫産業」の内容を明確に説明している。

動漫産業は「創意」を核心に、動画(アニメーション)、漫画といった制作スタイルを通じて、動漫図書、新聞雑誌、映画、テレビ、映像製品、舞台劇と現代情報配信技術によって実現された動漫新種などを含む、動漫による直接の商品(作品)の開発、生産、出版、放

送、(舞台やイベントの)上演と販売、および動
キャラクターに関する服装、玩具、ビデオゲームなど
派生商品の生産、経営をする産業である。

公式文書の文が長くて理解し難いが、つまり、「動
業」は「アイディア」から創作された「動
新種」を中心に展開するビジネスだと言える。また、「動
漫」自体と「派生商品」という二重の「商品」が生産対象
となる。図にまとめれば図3のような構造となり、ロジッ
クは日本のマンガ産業やアニメ産業に似ているが、やはり
「漫」と「動」という順番に発達したのではなく、漫画が
動画IIアニメーションの「原作データベース」ではない。

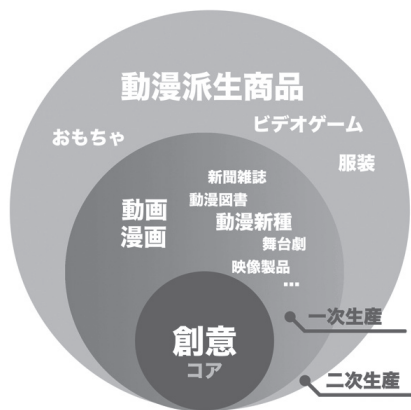


図3 「中国動漫産業」構造図

出所：筆者作成。

ここでもう一つ注目したいポイントは、中核にある「創
意」という言葉が、後に「文化創意産業」という当時の「新
語」の出現と繋がっていることである。さらに、二〇一〇
年代には、「文化産業」が「動
業」をはじめとする「文
化創意産業」に、「動
業」が「文化創意産業園」に「進
化」し、「動
業」よりさらに曖昧な「IP」という言葉を生
み出した。この点に関しては、また後で説明する。

四 「動 業」のために特化した 国産アニメーション保護政策

二〇〇二年に開かれた「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され、
その戦略に基づき、国産「動
業」とゲームが国家政策に
よって支援され、二〇〇四年、全国最初の「国家動
業振興基地」(以下、動
業基地と略称する)が上海で
オープンした。「入居」した動
業企業は、家賃と納税の優
遇、さらに銀行融資の優遇も受けられる。

また、「広電総局」も海外アニメーションの輸入に関す
る徹底的な「検閲」を始めた。それと同時に、海外アニ
メーションおよび国産アニメーションの放送規定も定め
た。現在は見られない情報もあるが、筆者は二〇一一年に
官営メディアが発表したニュースと広電総局の公式サイト
に基づいて、この一連の「自己保護」政策の主な内容と変

表2 近年における「海外アニメーション放送」に関する広電総局公布の政策内容

時 期	政策内容 ¹⁾
2000年	テレビが外国のアニメーションを放送する場合、必ず総局の許可を得ること。同時に、放送する国産と海外アニメーションの放送時間は比率的にコントロールされるべきである。 ²⁾
2004年4月	「關於發展我國影視動畫產業的若干意見」 ³⁾ (我が国の動画産業の発展に関する意見について)により、1/3以上の県レベルの地方テレビ(31局)は必ず「小児チャンネル」(子供向けのチャンネル)を開設し、国産アニメーションの放送比率は放送総量の60%以上を占めること。
2006年	「關於進一步規範電視動畫片播出管理的通知」 ⁴⁾ (テレビアニメ放送の管理をさらに標準化するためのお知らせ)により、2006年9月1日以降、中央と地方テレビの動画チャンネルと「小児チャンネル」(子供向けのチャンネル)は、毎日17:00から20:00まで国産アニメーションのみを放送すること。同時に、テレビ各局は、それ以前の6:4であった国産と海外アニメーションの放送比率を、7:3に変更すること。
2008年	「關於加強電視動畫片播出管理的通知」 ⁵⁾ (テレビアニメ放送に対する管理強化のお知らせ)により、2008年5月1日以降、中央と地方テレビの全放送局は、毎日17:00から21:00まで国産アニメーションのみを放送すること(海外アニメの禁止時間を1時間延長する)。

注：1) 翻訳は筆者によるもの、以下同様。

2) 新華網 (http://news.xinhuanet.com/politics/2006-08/13/content_4954807.htm) より引用、アクセス日：2011年6月6日。

3) 当時の広電総局公式サイト (<http://www.sarft.gov.cn/articles/2005/06/16/20070908133641130964.html>) より引用、アクセス日：2011年6月6日。

4) 中国 CCTV テレビの公式サイト (<http://www.cctv.com/program/dhc/20060814/104240.shtml>) より引用、アクセス日：2011年6月6日。

5) 当時の広電総局公式サイト (<http://www.sarft.gov.cn/articles/2008/02/19/20080221111624750711.html>) より引用、アクセス日：2011年6月6日。

化を年代順にまとめた(表2)。
つまり、大量に児童チャンネルを開送すると同時に、海外アニメーションの放送を厳しく制限した。その結果、三一局は毎日子供が起きている四時間に新しい国産アニメのみを放送することになり、各局が全く同じタイトルを流したとしても年間八万七六〇〇分の国産アニメが必要となった。もし三パタンで違うタイトルを流す場合、年間二六万分の国産アニメに対するニーズが発生する(実際、この生産量はのちに一回達成された)。無論、再放送も含めるのであれば、この長さには至らないが、それまでの国産アニメーションの「在庫」を考えると、新規でつくるニーズはすでに存在する制作会社にとつて決して消化できるものではない。したがって、二〇〇四年から、国産アニメーションの制作を支援するために、各地の政府がそれぞれの制作補助金を出しはじめた。

現存資料を調べることは困難だが、当時の経験者の聞き取り調査によれば、制

作補助金は、作品の質を問わず、基本的には上映されたら毎分ごとに制作補助金がもらえる仕組みであり、2Dの場合八〇〇〜一五〇〇元、3Dの場合は一五〇〇〜二五〇〇元、省レベルのテレビ局で流される場合には基本の補助金が、中央テレビ局で流される場合には二倍ももらえる。また、動漫基地に入っている企業は年産二〇〇〇分以上であれば、全部放送されなかったとしても生産量によって毎分一〇〇〇元がもらえ、さらに生産量が多ければそれに応じて上回るという。また、アニメーションに関連する賞を取れば、さらに奨励金を獲得できる。

したがって、二〇〇四年以来、中国のアニメ制作会社とアニメスタジオなどが雨後の筍のように現れ、所謂「国産アニメーション」の作品数も飛躍的に増えた。二〇〇九年に広電総局が公表した数字からみると、二〇〇八年の一年間に中国国産テレビアニメーションは二四九本、総時間一三万一〇四分が生産され、中国はすでに日本の年間生産量一一分分²⁷を超え、世界第一のアニメーション生産国になった。ちなみに、一三万分のうち、七七%は「動漫基地」によって作られていたという。

一方、「国家社会科学基金芸術学研究プロジェクト」を通じて、大学によるアニメ研究も助成され、中国における多様なアニメーション研究もその時期から発足した。アニメーション産業関連データの權威的発信元である『中国動

漫産業発展報告』もその流れの中で、二〇一一年から出版され続けている。

(五) 国産アニメーションの大躍進と海賊版問題

一連のトップダウンの政策が発表された二〇〇四年からの十年間、中国アニメーションの実態は政府の本意に反する結末になった。放送されれば補助金がもらえる仕組みであるため、表現欲求や「いいアニメーションを作りたい」などの理由ではなく、「ビジネスチャンス」と感じてアニメーション制作を始めた会社がほとんどであった。このような制作会社は作品に力を入れるより、テレビ局のコンテンツ購買部の「人脈」や「コネ」に尽力する傾向があった。それに対して、各テレビ局側としても、作品の品質や視聴率を考慮して判断するより、制作会社が放送してほしい作品の購買コストはとて安く、放送できれば枠も埋まってKPIが低予算でクリアできる方が魅力的で、しかもキックバックもある²⁸。補助金の給付を担当する地方政府の責任者にとっても、自分の担当地域でのアニメーション生産量が伸びてチャンネルの内容が豊富に見えて実績を作れる。三者による利益目当てで「共謀関係」が成立した。

一方、受賞した場合には奨励金があるが、相対的にハードルが高く、それに対して、生産量によってももらえる補助金もあるため、質の高い作品ではなく、短時間で大量生産

できるものを長く作ったほうが金稼ぎになる。加えて、当時は2Dより3Dの補助金が多かったため、誕生した一つの「必殺技」は、既存の人気作品の設定を少し変えてコマごとに模倣あるいは3D化して、制作周期を楽に縮め、すぐ「量産」することであった。その結果、二〇〇四年以降、中国アニメ作品の生産量が激増し、その大半は粗悪なパクリで、異常な「中国国産アニメーション大躍進」時代となった。「盗作」と言える作品の数々はここでは省略するが、最も有名な例は二〇一一年、高速鉄道問題で揺れた中国において八月に放送された「高速鉄道アニメーション」——『高铁侠』は、日本の一九九七年の『超特急ヒカリアン』の模倣（いわゆるパクリ）であるという疑惑が高まり、製作会社の元スタッフによるネットでの「裏情報暴露」の発言も補助金政策が現場においてどのように利用されたのかをリークし、中国内外で大騒ぎとなった。その後、製作会社の担当者はメディアの取材で否定したが、その否定が極めて無力であり、若い世代のネットユーザーたちは「騙されるか」と反発し続けた。その結果、一時放送がキャンセルされたが、翌年ほとぼりが冷めたころに、再びこっそり放送され、書籍出版もセットで行われたため、結局、補助金は製作側が予定通り手に入れたと推測できる。このことは、「国産保護政策」が次の五カ年計画で終止符を打つ決断に繋がる代表的な事件であった。

六 ネット時代のアニメーション視聴状況

視聴者側でも変化が起きている。二〇〇〇年代から、ネット時代に突入し、海外作品の放送制限と悪質な国産アニメーションの「大量増殖」に伴い、小学校以下の子供以外、テレビでアニメーションを見る習慣が徐々に消えていった。その代わりに、海賊版海外コンテンツを専門に輸入・販売する会社が当時の情勢によって生まれ、二〇〇〇年代後半以降、自らダウンロードすることも簡単になった。専門的に海賊版コンテンツの「ファンサブ」²⁶を制作する「字幕組」が大学生のネットユーザーを中心に自発的に形成され、諷刺動画片時代と違ってファン自身が作品を選択して流通させるようになった。

それ以外に、二〇〇四年「楽视网」(Le.com)という版權物を配信するプラットフォームが現れ、二〇〇五年、中国最初のTVオンラインサービス「PPTV」と最初のUGC機能付きの動画サイト「土豆網」(Tudou)など一連の動画サイトが開設されたため、その年は「中国動画サイト元年」と呼ばれている。それまで海賊版のコンテンツは、ダウンロードかVCDやDVDとして流通していたが、二〇〇五年からオンライン視聴の方法も新たに出現した。放送制限がどんどん厳しくなっていくなか、逆に「検閲なし」のより幅広い海外アニメーションがネットを經由

して、特に人気作品がほぼリアルタイムで中国国内でも鑑賞されていた。その一つの例は、二〇〇一年に大ヒットした『千と千尋の神隠し』で、字幕版や香港上映の広東語版が同じ年に大陸で大量に海賊版DVD化され、動画サイトでも投稿された。大陸では公式上映がないジブリの作品が、それをきっかけに一気に大陸の視聴者に認知されるようになった。一八年後の二〇一九年、『千と千尋の神隠し』はようやく中国大陸で公式に上映され、ファンたちが「宮崎駿監督に「チケット代」を返すチャンスが巡ってきた」と大喜びして劇場鑑賞を楽しんでいた。³⁰⁾

無論、この時期、『虹猫藍兔七侠传』（二〇〇六）や『喜羊羊与灰太狼』（二〇〇五）など評判のいいオリジナル性のある子供向けアニメーションシリーズと、まだ未熟ではあるがストーリーテリングを重視する青年向け志向の3D CGアニメーション『秦時明月』（二〇〇七）など「補助すべき」優れた作品もあった。それらの作品は二〇〇〇年代生まれの若い世代の新たな思い出となり、現在でも続いている長寿シリーズとなった。しかし、その数は「国産アニメ大躍進」において僅少であった。一方、産業が重視されることで、オリジナルではなく、海外の下請けを受け入れ続ける制作会社や大学のアニメーション専攻の設立などが時代の潮流に乗って大きく発展したのも事実であり、若い世代が優れた海外のアニメーションを満喫しながら、

「中国アニメーションはこれじゃない、いつか海外アニメーションのような良い作品を作ろう」と感じはじめた若手クリエイターとプランナーが大量に現れた。この段階が、次世代のための人材育成の基礎となった。

三 第三の黄金期が到来？

——二〇一〇年以後の中国アニメーション

保護政策の影響で、テレビアニメーションを中心に中国アニメーションの年間生産量が驚異的なスピードで伸びてゆき、その頂点は前述した『高鉄侠』事件を記録した二〇一一年の二六万二〇〇分³¹⁾であった。その後、一連のトッパダウン政策が本意ながら生み出した混沌が徐々になくなり、二〇一四年からテレビアニメーションの生産総量は安定しはじめた。広電総局の統計データによれば、二〇一二年から二〇一七年まで、テレビアニメーションの年間生産量は減少しつつ、その後はほぼ九万分前後で推移しており、大きな変化は見当たらない。では、中国アニメーションの生産規模はそれで止まったのか。

(一) 二〇一〇年以後の中国アニメーション生産傾向

ここではまず中国アニメーション産業の関連データについて説明する必要がある。日本では、動画協会が毎年参加

会社からデータを集めて『アニメ産業レポート』が発行されているが、その中には、テレビアニメ、アニメ映画など様々なアニメ関連データが含まれている。中国では、政策の変化によって、二〇一八年まで広電総局がアニメーション関連データを総合的に管理していたが、そのデータ源は「政府に登録されたもの」のみであり、また当時はアニメーション映画というジャンルは注目されず、補助金や「検閲制度」はテレビアニメーションに特化したものであったため、単独の統計は見当たらない。二〇一八年以降、アニメーション映画を管理する機能は中国電影局に移り、広電総局の公開データでは年間テレビアニメーションの生産量しか反映されなくなっている。民間調査機関のデータはそれぞれ異なり、ここでは便宜上、映画業界の興行収入を専門に統計しているアプリ「猫眼專業版」の統計結果を使用する。一方、二〇一八年年末に公表された「国家廣播電影電視總局ネット番組を対象とする情報登記システムのレベルアップに関するお知らせ」³³⁾によって、二〇一九年二月一日日から、製作予算が五〇〇万元（約一億円）を超えるネットアニメーションも事前に製作情報を専用の登記システムにアップする必要がある、一回限りの「企画登記番号」が付与される。作品の制作完了後は、再度システムにアップし、作品自体のデータを各省の広電局に提出しなければならぬ。各省の広電局の審査を通れば、「リリース

許可番号」が生成され配信できるようになる。したがって、二〇一九年から広電総局の公開データでは、ネットアニメーションのリリース許可番号を獲得した作品のタイトル数が含まれるようになった。

従来のアニメーションに関連する研究では、広電総局のテレビアニメーションデータを用いるものの、「アニメーション年間生産量」について語る際に、それが「テレビアニメーション」か「アニメーション全体」かの説明が曖昧なため、二〇一〇年代以降の中国アニメーション制作規模の発展が見えるかもしれない。筆者が上記三つのデータを整理して、一つの表にまとめた結果、二〇一〇年代以降の中国アニメーション生産の傾向について、ある程度全貌が窺えるようになった。

まず、テレビアニメーションに関しては、年度生産量が安定しており、広電総局の最新統計公報では二〇二二年に放送されたテレビアニメーションが三三・一タイトルあり、テレビ放送時間が六四万三三〇〇時間、二・七五%増えた。その内容は、「少年児童の生活により寄せている」と評価され、生産量は子供のテレビ人口が増加していないことにも関連すると推測できる。一方、二〇二二年のネットアニメーションのリリース許可の数が三三・〇に至り、二〇一九年登記システムがスタートした後で、毎年急増している。最近一年間の公表された許可リストによれば、ター

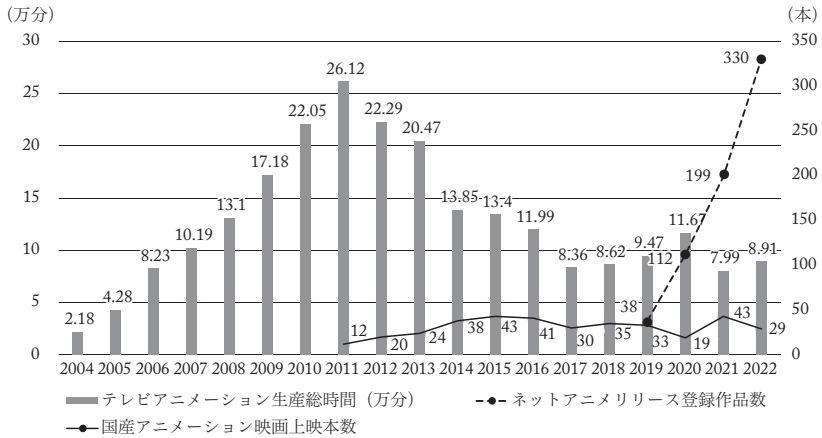


図4 21世紀中国アニメーション産業データ

出所：2018年以前のテレビアニメーションデータは新華網 (http://news.xinhuanet.com/politics/2006-08/13/content_4954807.htm) および当時の広電総局公式サイトなどを参照。2018年以降のデータは現在の広電総局公式サイト (<http://www.nrta.gov.cn/index.html>) で毎年発表される「行業統計データ」より引用、アクセス日：2023年5月20日。中国アニメーション映画データは、2018年前までは当時の広電総局公式サイトに掲載されていたが、2018年以降、組織改変によって前のサイトが見られなくなり、新サイトでは、広電総局の管理範囲の調整によって映画部分が含まれなくなった。したがって、中国映画統計データ専門アプリ「猫眼專業版」で毎年「配給収入が記録された国産アニメーション」の数を根拠に筆者が整理した。また、ネットアニメーションの「上線許可」(リリース許可)本数に関しては、本文中で説明した通り、現在の広電総局「行業統計データ」より引用。筆者が全てのデータを年代順に整理して、図にまとめた。

ゲット層は青年と判断できる。シリーズアニメーションの二種類とさらに「ビジネス戦場」の異なるアニメーション映画に関して、コロナ禍の影響を除けば、基本的に成長している。

ネットアニメーションに関しては、二〇一九年以前の生産本数は参考にできる公式統計データがないが、動画配信サイトの急速な発展に伴い、二〇一〇年代以降、一連の人気作品が次々と登場した。例えば、本稿冒頭で言及した『羅小黑戦記』のシリーズ版は二〇一一年から連載が始まったUGC式のネットアニメであり、その作り方は当時流行りのFlashだったが、物語の構成や、時々一瞬登場する日本アニメの人気キャラクターなどから、日本アニメの影響を強く受けていることは明白である。もう一つの代表的なシリーズは二〇一二年からスタートした『十万個冷笑話』であり、二〇一〇年から当時の大手ネットマンガサイト「有妖気」の人気ギャグマンガ作品のアニメ化企画によって誕生した。この原作の特徴は、中国のいわゆる「八〇後」の「子供の頃の思い出人気「動漫」」の元ネ

夕の絶妙な脱構築であり、日本式ツッコミが満載で「中国の『銀魂』と呼ばれている。例えば、切り紙アニメーションの『ひょうたん童子』（胡芦兄弟、一九八六）の中の純朴なお爺さんが日本式美少女マンガの「イケオジ」の設定に変わり、敵キャラの蛇の精は彼に惚れて一連の事件を起こしたなど。このようなギャグ的なストーリーは、前述した第一と第二の黄金期で作られた「美術片」と、九〇年代以降の大陸で流された日本アニメの名作の両方を観て育ってきた世代に強く響いて話題となっていた。アニメ化によって、当時の「美術片」のタッチを再現しつつ、本編が日本アニメの様式に加え、「この番組は、御覧のスポンサーの提供でお送りします」といった日本式の定番のナレーションは中国人の声優陣によって日本語に吹替され、中国の日本アニメ好き向けの「日本語吹替版中国産アニメ」というジャンルを切り開いた。その後、第一期の好評によって二〇一三年に第二期も放送され、二〇一四年に劇場版第一弾、二〇一七年に劇場版第二弾も上映され、現在は第三弾が製作中という。このような一連の作品が流行りになり、良い刺激を中国アニメーション業界にもたらし、公式統計データはないが、おそらく二〇一九年までの審査のないネットアニメーション作品の数は、すでにそれ以後の統計データに負けないぐらい現れていたと考えられる。

また、中国の日本アニメファン向けの日本語吹替版を製

作したアニメーション映画もあった。それが、青年向けの『魁拔』（二〇一二）という当時「いま風」の日本アニメスタイルで作られた劇場アニメシリーズの第一作である。当初は全五弾のオリジナル劇場版アニメーション、および全一五二話のシリーズアニメが予定されていた巨大な世界観のある作品であり、キャラクターデザインを中心とした製作スタイルは日本式だが、ストーリーと美術には中国的要素が盛り込まれていた。しかし、上映宣伝の不足や『NARUTO—ナルト—』など日本作品に寄せすぎといった口コミなどが原因で、興行収入が予想に届かず、結果的には二〇一三年の第二作を経て、二〇一四年の第三作が公開された後、シリーズに終止符が打たれた。一作目は中国語版と日本語版が同時に製作されており、日本語版の吹替はナルトの声優の竹内順子など日本の人気声優を複数同時「投入する」ことによって、日本ではいつ上映するのかなど海外でも話題になっていたが、結局正式に日本進出できず、二〇一一年の中国映画週間で限定上映された後、日本語版も中国動画サイトでリリースされただけとなった。ただ、一点強調しておきたいのは、日本進出こそしなかったものの、この作品をきっかけとして、日本の人気声優を大量起用する宣伝手法が度々中国アニメの中国国内宣伝ではなく、日本におけるローカライズ化の定番手段となったことである。

以上三つの「国産アニメの希望」と呼ばれる二〇一〇年

代前半に世に送られた代表作に共通する特徴は、すべて青年向けで、日本アニメから受けた影響の痕跡が著しいという点である。また、この時期から、前段階と比べて質が向上した3D技術によるアニメーションも現れ、制作の特徴とコストの計算によつて、一〇〇話以上ある子供シリーズ作品は3Dで作られることが多くなり、そのうち最も有名な作品は、二〇一二年からスタートした現在でも毎年劇場版を出している『熊出没』である。つまり、この時期から釜慶大学子供向けシリーズアニメーションはほとんど3Dでテレビメディアを中心に展開される一方、青年向けの作品はしばしば日本アニメの影響を受けている傾向が強く、ネットを中心に視聴されており、アニメーション映画は多様な作品が出始めた。ほかに、上海美術電影製片廠の新作「美術片」は現れなかったものの、「美術片」に対する思い出や「美術片」のような作り方から中国の伝統的要素が融合した作品の魅力は色褪せず、人気作の3D版やリメイクが多くなっている。口コミはまぢまぢだが、『大鬧天宮』3D修復版(二〇一二)や、原作が一九八四年に放送された『黒猫警長』(二〇一〇、二〇一五)などが挙げられる。また、本稿では深入りしないが、「美術片」が若い世代の芸術アニメーション創作に強く影響し、デジタルの手法で水墨アニメーションを再現しようとする作品などが

絶えず現れている。

この段階のアニメーション作品の数、質、影響力などが前の時期と比べて全面的に上回っていることは紛れもない事実であり、「テレビアニメーション」3D児童向け」「ネットアニメーション」青年向け」「アニメーション映画」対象年齢の多様化」「美術片」根強い存在感」というような構造が現在まで続いている。

(二) 二〇一五年から現在

——「IP」の一環としての「中国动画」

二〇一〇年以降の中国アニメーションを、もう一つの角度から説明してみたい。

中国が世界第二の経済大国となった二〇一一年に、中国において一つの流行語である「泛娛樂」^{フアンユエラ}が現れた。二〇一一年の夏、中国IT企業テンセントの理事会主席兼CEO馬化騰が「中国国産アニメーション映画サミット」ではじめて言及した。彼は、IT企業から出発して、オンラインゲームで稼いだテンセントの戦略が「スターIP」⁽³⁶⁾(明星IP)を育成することを軸に「泛娛樂」を展開していくと宣言。⁽³⁷⁾「泛娛樂」というのは、日本での「メディアミックス」と同じ意味で、同じ原作をマンガ・アニメ・ゲーム・実写・グッズなど様々なメディアにおいてプロデュースし、「広い範囲、あるいは複数の形でエンターテイメン

トを提供する」ことを意味する（「泛」は「広い」という意味）。その後、二〇一五年までの短期間で、動漫・文学・実写などの領域に進出し、テンセント一社で「メディアミックス全領域制覇」に成功した。

二〇一五年、同じく馬によって提唱された「互連網^{インターネット}」が、当時の李克強総理による「政府工作報告」で正式に国家戦略として打ち出されることとなり、「泛娛樂」は「ネット」プラス「コンテンツ」という意味に変化した。つまり、インターネットの力で伝統コンテンツ業界を改造し、ネット時代の「IP」の人氣がデータで可視化され、急速に「メディアミックス」化されていく。従来の日本によく見られた伝統的なビジネスモデルは、IT系巨大企業によって再定義された。こうして「泛娛樂」の軸となる「IP」が国家戦略として宣伝されたため、メディアは二〇一五年を「中国IP元年」と呼んでいる。

このような流れの中で、前文で紹介した元々海賊版のコンテンツとUGCによって成立した中国大手動画サイトは、二〇一〇年以降、有料会員制度によって巨大化した。二〇一四年後半から、日中友好回復に伴って、版權物の放送・上映を「正当化する」試みがスタートし、ライセンス使用許可を獲得してから、日本での公開と同時に新作をネットで放送したり、ネットドラマ化したりするなど、「^{ゼネラル}正^{バージョン}版」（正規版）時代が始まった。人氣作品を確保して競

争に勝つために、大量の觀光客が日本を訪れて「爆買い」をしたように、中国のIT系会社も日本コンテンツの「爆買い」をし始めた。アニメ・マンガ・小説・ドラマ・ゲーム……あらゆるジャンルにおいて、中国資本の「関与」が窺える。メディアミックス化されている日本コンテンツは、一つ前の時期に使われた「動漫」だけでは総括できなくなり、また、「創意産業」の部分で紹介した構造のように、「IP」という言葉が当時の「創意IIアイディア」に代わって頻繁に使用され、ビジネスレベルだけではなく、民間レベルでも使われるようになった。

一方、中国の經濟發展と円安によって、アニメーション制作コストは中国国内と比べて、日本で制作する「コスパ」が良くなっている。また、八〇年代以来の中国アニメーションの基盤崩壊によって、アニメーション制作における「下請け」に含まれない「キャラクターデザイン」「演出」「監督」などの人材育成がほぼ空白であった。逆に、作画やアニメ制作の「動画」の部分は日本アニメの下請けによって、日本の現場と連結できるようになっている。二〇一五年以降、動画サイトも投資に参加する日中合作アニメの企画や、中国側が原作を出して企画し、完全出資して日本の実力のある制作スタジオに「元請け」を発注するシステムや、中国系コンテンツ会社が日本でアニメ制作会社をつくって自ら2Dの「国産オリジナルアニメ」を制作する

トレンドがある。『詩季織々』(二〇一八)のように、中国の若い世代の監督が新海誠監督の作品に感銘を受け、彼の作品を制作したスタジオのコミックス・ウェーブ・フィルムに企画を持ち込んで共同製作を実現した例は少なくない。

さらに、前の時代に海賊版日本アニメを存分に楽しめた世代(一般的には八〇後)が大学を卒業し、中国アニメーション生産の中核となりつつある。彼らは、幼少期に美術片の薫陶を受けて育った感覚を持ち、「伝統美術」と「民族性」を取り入れる傾向が著しい。その結果、日本の観客から見て親和性が高く受け入れやすい「中国新生代アニメ・マンガ」の作品群が生まれた。その代表作としては上記の作品以外に、『紅き大魚の伝説』(二〇一六)、『兄に付ける薬はない!』(二〇一七)や『フェーレンザイ 神さまの日常』(二〇一八)などが挙げられる。とりわけ『紅き大魚の伝説』は、ジブリからの影響が強いと言われ、視覚表現と同様に音楽を重視し、監督が気に入った日本アニメ映画『時をかける少女』(細田守、二〇〇六)などの名作の音楽を担当していた吉田潔に依頼して音楽会も開催した。ちなみに、この三つの作品の日本語名が公式にある理由は、日本で公開されたからである。後者の二作も、日本でローカライズされ、放送されていた。それぞれのやり方は違うが、二〇二一年以前は、『兄に付ける薬はない!』のようなテンセント傘下のマンガ連載サイトと動画サイト

で人気になった作品は、テンセントが出資して日本で作品との相性が高い制作会社と共同制作して日本でも吹替で送るパターンがメインである。二〇一九年に本稿冒頭で言及した羅小黒の劇場版が中国で大ヒットした後、中国系日本企業が日本語幕版の限定上映会を開催したところ、「このアニメやばい」などの口コミが爆発的に広がり、日本アニメ製作業界内部でも話題となり、アニメーター・アニメ演出家の入江泰浩監督など有名人が自発的に自分のSNSで感想を投稿するようになった。その後、日本の大手企業 Aniplex が投資して日本語吹替版を製作して全国上映し、中国企業が費用を出資して日本会社が「仕事を受ける」立場ではなく、日本市場でも受け入れられそうな中国の人気アニメを輸出することは「ビジネス」として成り立つことが証明された。その後、Aniplexをはじめ、他の日本企業も積極的に中国のアニメーションを検討するようになり、筆者も企画に参加した『フェーレンザイ 神さまの日常』などは二〇二三年に日本企業が委員会を組んで実現できたローカライズ作品である。

2Dアニメだけでなく、中国の3DCGアニメーションもアメリカの影響を受けつつ発展してきた。特に劇場アニメでは『大聖帰来』(西遊記ヒーロー・イズ・バック、二〇一五)が一〇億元近くの配給収入を獲得し、新たな利益率の高い領域として投資家の注目を集めた。その後、中国

の3DCGアニメーション映画は爆発的な成長を見せ、高予算・高品質のオリジナル3DCGアニメーション映画を作る製作会社が林立するようになった。また、3DCG作品は日本アニメ業界の弱点であるため、上記のシリーズもと同様に、中国の市場で一度検証された人気作品を輸入することを「ビジネス」として考え始めており、ワーナー・ブラザーズと提携して製作した3DCG映画『白蛇・縁起』（二〇一九）が二〇二一年に、中国の伝統芸能「獅子舞」についての『雄獅少年／ライオン少年』（二〇二一）が二〇二三年に日本ローカライズされた。

ちなみに、上述したローカライズされた作品の声優陣は、ほぼ全部『魁拔』のように豪華な声優陣である。以前は中国国内での話題作りが目的であったが、現在は日本国内向けのプロモーション手段として起用している。

コロナ前、中国でヒットした作品がすぐに「IP」としてみなされ、あらゆる形において一気に展開されるようになっていた。その流れの中には、中国と海外の制作現場における密接な提携があり、その一方で二〇一〇年以降の中国アニメーション作品は、日米の影響をまだ強く反映しながらも、ストーリーテリングや美術面において、新たな中国独自の「持ち味」を備えるようになってきた。『美術片』に関しては、二〇二三年一月一日に公開された中国伝統美術の様式を取り入れた短編アニメーション集『中国奇

譚』シリーズが話題になった。この作品は、上海美術電影製片廠の新たな試みとして、ネット配信プラットフォーム「ビリビリ」と手を組んでプロデュースした最初の成果である。上海美術電影製片廠自体がIPとなり、伝統的な「美術片」が現代のあり方を探求している動きが窺える。このシリーズがヒットした後、短編にもかかわらず、人気が数の商品化やゲーム化が進んでおり、YouTubeの「海賊版」にはファンサブが付けられ、アップされたため、海外でも知られている。

まとめ

中国アニメーションは様々な不運に遭い、時代の流れとともに断絶と復活を繰り返してきた。草創期から、舶来品としてのアニメーションが独自の美術的伝統を持つ中国に受け入れられた後、中国のクリエイターはまず当時圧倒的に強いアメリカ作品の影響から脱出し、戦争を生き抜き、プロパガンダ用でも努力して独自の芸術表現を模索して成功させた。新中国が設立された後、「美術片」という造語に含まれる可能性のように、中国の様々な伝統美術的要素をアニメーションと融合して上海美術電影製片廠で試作し、第一の黄金期で水墨アニメーションなどの代表的な作品が世に送られた。しかし、その後の文革を経て、ようや

く美術片の道を拡大しようとした矢先、テレビ向けに美術片の生産が不適応になり、また、市場経済によって美術片の基礎が瓦解し始めたため、第二の黄金期は終焉を迎えた。にもかかわらず、二〇〇〇年代初頭に日本で上映された中国アニメーション作品は、全部美術片であり、二〇世紀の中国アニメーションは、美術片の天下だったと言える。二一世紀に入り、中国アニメーションは全体的に海外の衝撃によって一変し、「動漫」という言葉が日本マンガ・アニメの大量流入によって現れ、中国政府による自国産業保護政策も裏目に出てしまい、補助金目当てのアニメーションで儲ける企業が大量に現れ、アニメーションの本質である「生み出す」ことから乖離した生産が行われた。同時に、「国産アニメーション大躍進」によって視聴者がテレビアニメーションから離れ、ネットアニメーションに転向した。二〇一〇年代から、日中両国の優れた作品を観て育った世代が創作の中核となり、中国アニメーションが再出発し始めた。前の時代の痕跡を残したまま、政策の変化も同時あるが、新たな作品が次々とリリースされ、徐々に「テレビ3D中心の子供向け作品」「ネット青年向けシリーズアニメ」「劇場色鮮やかな日本式から2Dもしくはアメリカ式から3Dの映画作品」という構造が出来上がった。「動漫」の次のステップのビジネスモデルが広がり、中国の「IP化されたアニメーション」は、夢を追う

ように海外の声優・制作スタジオなどと手を組む一方、再度外国の影響から脱却することを図っている。しかし、「民族的な独自の道」というより、よりオープンな新型の共同開発関係を求め、コロナ禍でも中国アニメーションの海外提携は止まらず、一連の日本での上映に成功した作品によって、優れた中国の作品が日本市場においても独自の存在感を獲得し、日中両国のアニメーションシステムはさらなる密接関係を保ちつつ、新たな時代が到来しようとしている。したがって、二〇一〇年代から現在に至る最新段階は、中国アニメーションの「第三の黄金期」として位置づけられるだろう。

注

〈1〉 日本語版は孫立軍主編『中国アニメーション史』（水野衛子訳、樹立社、二〇二二年）。原文は孫立軍主編の『中国动画史 95 Years (1922-2017)』（商務印書館、二〇一八年）であり、その内容は、二〇一一年に出版された同じ執筆による『中国动画史研究』（商務印書館、二〇一一年）をベースにして更新したものである。筆者の孫立軍は北京電影学院副校長、中国动画学会常務理事であり、この本自体は中国アニメーション史関連の権威的先行文献と言える。しかし、誤植や議論する用地のある内容がさまざまである。

〈2〉 シネマトゥデイ (<https://www.cinematoday.jp/news/N012>)

1479) 参照、アクセス日：二〇一三年九月二〇日。

〈3〉 フジテレビ (<https://www.fujitv.co.jp/fujitv/news/20231022.html>) 参照、アクセス日：二〇二三年九月二七日。

〈4〉 例えば、一九八一年四月三日から八日まで Studio 200 で開催された「中国美術電影動画面展」や、アニドウ主催の一九八〇年の「中国アニメーションの夕べ」「ナーザの大暴れ」上映会と一九八一年『FILM 124』第三一巻において報道されていた上映会「『ナーザの大あばれ』リバイバル」などが挙げられる。

〈5〉 孫立軍主編『中国アニメーション史』の目次と本文内容からの抜粋によってまとめた。

〈6〉 同右書。

〈7〉 「統購包銷」とは、計画経済において、国が生産指標を策定し、生産された成果物を全部買取してから分配を行うというシステムである。中国ではコンテンツの生産も同じ仕組みで四〇年以上行われていたが、一九九五年一月一日から、中国電影發行總公司が真っ先に国産アニメーションの生産および購入計画をキャンセルし、市場経済に向かわせたという。鮑濟貴『中国動画面影通史』（北京：連環画出版社、二〇一〇年）二〇六頁を参照。

〈8〉 諷刺動画面片については、以下を総合的に参照。

趙豊・羅星海『童話往事 1——中国諷刺動画面片1979—1987』北京：中国伝媒大学出版社、二〇一七年。

趙豊・羅星海『童話往事 2——中国諷刺動画面片1988—1992』北京：中国伝媒大学出版社、二〇一七年。

〈9〉 武田雅哉『中国のマンガ（連環画）の世界』平凡社、二〇一七年、七九頁。

〈10〉 この内容の詳細に関して、筆者は「諷刺動画面片」と「小人書」——一九八〇年代日本アニメ・マンガの中国における伝播についての考察」をタイトルに、二〇一九年八月三日に、二〇一九年度日本アニメーション学会第二一回大会にて口頭発表をした。

〈11〉 遠藤誉『中国動漫新人類——日本のアニメと漫画が中国を動かす』日経BP社、二〇〇八年、八頁。

〈12〉 古市雅子「中国で「動漫」になった日本アニメ——日本ポップカルチャーの受容から世界競争時代へ（特集パブリック・ディプロマシーの最前線）」『外交=Diplomacy』Vol.51（二〇一八年九月号）、三〇—三三頁。

〈13〉 『香港漫畫圖鑑 1867-1997』香港：非凡出版、二〇一七年、二七頁。

〈14〉 陳夔「誤読的『動漫』（誤読された「動漫）」『美術観察』二〇一五年第二号、二八—二九頁。

〈15〉 その一部の理由を後述(三)の政策分析にて提示する。

〈16〉 例えば、謝天「動漫」の誕生——中国における「動漫」のメディアシステムについての考察『早稲田大学大学院文学研究科紀要』第六四号、二〇一九年、八八九—八九二頁。

〈17〉 聞き取り調査の対象は「ACG」という呼称の最初の提唱者とされる台湾のアニメ監督 Jo-Jo Huang と「漫友」という一九九七年に創刊された当時主流となった日本アニメ・マンガ情報誌の創始者金城。調査時期：Jo-Jo Huang、

二〇一八年五月二六日、台北。金城、二〇一九年六月一七日、東京。

〈18〉徐隆「中国文化産業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』二〇〇〇年一巻一號、立命館大学政策科学会、二〇一二年、一八九―二〇六頁。

〈19〉同右論文。

〈20〉「国民經濟和社会發展第十一箇五年規劃綱要」中国国家發展規劃司HP (<http://ghs.ndrc.gov.cn/zqtp/gjhd/quantwen/>)、發表日：二〇〇六年三月一四日、アクセス日：二〇一九年五月一三日。

〈21〉「國務院弁公庁転発財政部等部門関于推動我国動漫産業發展若干意見的通知」。全文 (<http://www.waizi.org.cn/law/9413.html>)、發表日：二〇〇六年四月二五日、アクセス日：二〇一九年五月一三日。

〈22〉原文：動漫産業是指以「創意」為核心，以動畫、漫画為表現形式，包含動漫圖書、報刊、電影、電視、音像製品、舞台劇和基于現代信息傳播技術手段的動漫新品種等動漫直接産品の開發、生産、出版、播出、演出和銷售，以及与動漫形象有關的服裝、玩具、電子遊戲等衍生産品の生産和經營的産業。

〈23〉「広電総局」という略称の意味は何回か変化している。二〇〇二年当時は国家廣播電影電視総局の略称。國務院に直屬し、放送を含む視聴系メディアの監督・管理、関連政策、規制等を司る機関であり、海外で製作された映画や番組の放送禁止や規制（検閲）も監督している。二〇一三年

三月に国家廣播電影電視総局（SARFT）と新聞出版總署の統合で発足した国家新聞出版広電総局（SAPPRFT）を、第二回全国人民代表大會第一次會議で再編する方案が承認され、二〇一八年九月の改組を経て、それまで所管した映画や新聞出版等の業務が切り離された。その後、これらの業務は中国共産党中央宣伝部の管理範圍に移管され、国家新聞出版署、国家版權局と国家電影局に統制されるようになった。

〈24〉当時の広電総局公式サイト (<http://www.sarft.gov.cn/>) より引用、アクセス日：二〇一一年六月六日。

〈25〉聞き取り対象は、北京迪生数字娛樂科技股份有限公司董事長（DISON Animations 代表取締役）、ASIFA-CHINA 事務総長李中秋、聞き取り時期は二〇一九年二月一五日、北京迪生オフィス。

〈26〉中国国家人民政府公式サイト (http://www.gov.cn/jrzq/2009-05/15/content_1316047.htm) より引用、アクセス日：二〇一一年六月一六日。

〈27〉『一般社団法人日本動画協会 報告書 アニメ産業レポート 2022』サマリー版 (https://aja.gr.jp/download/anim-industry-report-2022-summary_jp-2-2) 参照、アクセス日：二〇二三年八月二九日。

〈28〉場合によって、放送料をテレビ局から出さず、逆にコンテンツを提供する側が「枠を買う」こともある。特に中央テレビ局を目指す場合、放送できたら、補助金でまた枠を買うコストも含めて回収できるという計算である。この

点は日本式製作委員会でのやり方とはまた違う。

〈29〉 英語では「Fansub」。「fan-subtitle」の略称である。ファンによってつけられた字幕、非公式字幕ともいう。中華圏ではファンサブを作るファンのグループを「字幕組」「漢化組」と呼ぶ³⁴⁾。

〈30〉 ジブリ作品の中国における上映に関して、実は二〇一八年に、一九八八年に日本公開された『となりのトトロ』三〇周年記念を機に「ジブリにチケット代を返す」というトレンドがあった。しかし、実はそれがトロロの中国初登場ではなく、一九九二年に、『隣居托托羅』という翻訳名で『風の谷のナウシカ』（一九八四、当時の翻訳名は『風谷少女』）と一緒に、徳間書店が日中国交正常化二〇周年記念のために無料提供して訳されて上映していたと、趙豊・羅星海前掲書が紹介している。さらにその前に、『天空之城』という翻訳名で中国語字幕付きで北京国際児童電影フェスティバルで公開され、その後、日本電影週間でも正式に訳制動画面として上映された。これがジブリ作品の中国における初登場である。したがって、本文では『千と千尋の神隠し』を例として挙げた。この部分に関しては趙豊・羅星海『童話往事 1——中国訳制動画面1979-1987』二一九—二二〇頁を参照。

〈31〉 中国国家人民政府公式サイト (https://www.gov.cn/zwqk/2012-02/14/content_2066505.htm) 参照。アクセス日：二〇一三年二月一四日。

〈32〉 具体的な変化は注(23)を参照。

〈33〉 広電弁発[2018]一五八号「国家廣播電視總局弁公庁關於網絡視聽節目信息備案系統升級的通告」。二〇一八年二月二八日発表。広電總局の公式サイトでは現在見られないが、全文は広東省広電局の公式サイトから引用 (https://gbdj.gd.gov.cn/zxzx/tzgg/content/post_2172714.html)。アクセス日：二〇二二年九月一三日。

〈34〉 広電總局公式サイト (http://www.nrta.gov.cn/art/2023/4/27/art_113_64140.html)。アクセス日：二〇二三年八月二八日。

〈35〉 広電總局公式サイト (http://www.nrta.gov.cn/art/2023/7/19/art_113_64954.html)。 http://www.nrta.gov.cn/art/2023/4/24/art_113_64078.html。 http://www.nrta.gov.cn/art/2022/9/8/art_113_61575.html。 http://www.nrta.gov.cn/art/2023/1/3/art_113_63212.html。 アクセス日：二〇二三年八月二八日。公式サイトでは最近一年のものしか見られない仕組みらしい。

〈36〉 「IP」という言葉は、様々な英語名詞の略称として使われてきたが、ここ七、八年来「Intellectual Property」すなわち「知的財産権」の略称として日本のコンテンツ業界にも広く知れ渡っており、普遍的に日常のやり取りやメディアの報道などで使用されている。

〈37〉 テンセントに関する内容については、馬化騰など『互聯網+ 國家戰略行動路線地圖』（北京：中信出版，二〇一五年）を総合的に参照。