

◆その後の動向

3億人1兆円を超える大市場と言われる中国のアニメ市場。この市場を日本やアメリカなどの外資系に席卷されているのをみすみす見逃しては、と、中国は今、国を挙げて巻き返しを図っていますが、その道は容易ではありません。政府はゴールデンアワーでの外国製アニメの放映を制限するなど強力な保護措置も辞さない構えですが、それだけでシェアが確保できるほど問題は単純ではありません。

アニメの製作にはまず、巨額の費用がかかります。起業には少なくとも10億円の投資が必要とも。更に、実際の動画製作コストも相当の費用がかかります。しかし、中国の場合、放送料は微々たるもので、時には未払いの発生さえも。勢い、作る側はコストを極端に抑えた安価な粗悪品に走り、ますます外資に太刀打ちできなくなります。

アニメの収入は、人気キャラクターグッズの知的財産権収入が莫大なものになるのですが、そういった粗製乱造では、なかなか大ヒットは生まれません。

近年のヒットといえば“藍猫”ですが、キャラクターグッズは海賊版の利益が本家の9倍と徹底的に市場を荒らされてしまいました。幅広い分野で外国製品の偽物市場を見て見ぬ振りしていたこれまでのツケが来て、結局は自分で自分の首を絞めてしまっているわけです。

中国のアニメ制作のメッカといえば長沙ですが、3年後には180万分市場といわれる中、その年製作量はわずか1.5万分。最近急激に増えてきたアニメ製作者養成学校や学科の将来のためにも、抜本的な対策が望まれます。