

経済産業省東北経済産業局委託事業

令和 3 年度市場競争環境評価調査
(ゲーム・アニメ市場におけるクリエイティブ人材の
新たな活躍に資する競争環境の調査) 報告書

令和 4 年 3 月

株式会社エービーコンサルティング

目 次

I. 本調査の目的と実施手順

1. 事業目的	1
2. 実施方法	
(2-1) 先行文献調査及びヒアリング調査	1
(2-2) 先進事例の調査	2
(2-3) アンケート調査	2
(2-4) 調査結果の報告会の実施	2

II. 本調査概要報告

1. 業界動向把握	
(1-1) 先行文献調査（業界商慣行、業界動向調査等）	3
(1-2) 人材輩出機関一覧および東北人材輩出機関のヒアリング概要	12
(1-3) 東北のコンテンツ産業関係産業	15
(1-4) 研究者について	16
2. 企業ヒアリング結果概要	
(2-1) ゲーム・アニメ制作企業	17
(2-2) 周辺技術を提供する企業・その他機関	20
3. 先進地事例調査	
(3-1) 高知県高知市	24
(3-2) 徳島県徳島市	26
(3-3) 北海道札幌市	27
4. アンケート調査	
(4-1) 首都圏企業	28
(4-2) 首都圏の既就労者	33
(4-3) 東北の人材輩出機関に所属する学生	44
5. オンライン報告会基調講演概要	
(5-1) 「地方から世界市場展開するゲーム開発・販売企業の取組」	56
株式会社コトブキソリューション ケムコゲームビジネス推進事業部	
常務取締役 黒川 雅臣 様	
(5-2) 「アニメーション業界のこれからの地方との関りの可能性」	78
アニメーション映画監督 イシグロキョウヘイ様	

6. 調査全体を通じた次年度以降への提言	91
7. 各種参考文献・WEB 記事ほか	
(7-1)「Ⅱ. 本調査概要報告 1. 業界動向把握 (1-2) 人材輩出機関への ヒアリング概要」	97
(7-2)「Ⅱ. 本調査概要報告 (2-1) 企業へのヒアリング概要」	104
(7-3)「Ⅱ. 本調査概要報告 (2-2) 周辺技術を提供する企業・ その他機関へのヒアリング概要」	117
(7-4) 参考文献	127

Ⅰ．本調査の目的と実施手順

1．事業目的

第四次産業革命と呼ぶべき技術革新が進行している現下では、産業構造が劇的かつ急速に変革する可能性が予見されるとともに、高度デジタル人材の獲得はどの産業界、どの地域においても喫緊の課題である。また、デジタル・ネットワーク技術の進展とともに、様々な社会的な変化・要求により「地方部」に脚光が当たる中、今回のコロナ禍によるリスク回避の働き方、事業環境の見直しは、企業や人々に「場所や地域に捉われない」ことへの気付きを与え、地方分散への契機であるとともに、全国フラットに「人材獲得競争」が行われる時代の本格到来とも言える。

特に、デジタルクリエイティブなエンジニアが活躍するコンテンツ産業に注目すると、ゲーム・アニメ市場においては今後も市場の拡大傾向が予想される。また、産業構造は基本的に東京や一部の大都市に集積しているが、エンジニアの確保とユーザーの獲得を狙った M&A や地方への拠点開設、UIJ ターンによる独立・移籍等によって、地方部においても産業としての振興の可能性を期待できる産業界である。

こうした中、地方部出身で首都圏の大手企業で働くクリエイティブ人材からも地方回帰による活躍の場を期待する声なども多く、また多拠点協働に対応できる業界であるため、地方部でも産業振興の可能性もある。一方で、これまでの業界慣習（リアル対面／コミュニティによる取引機会の創出）、働く環境（ソフト、ハードの受け入れ態勢）、フリーランスの機会創出・雇用環境（契約条件の不利益性の有無）への懸念や、雇用が固定化していて中途人材の流通がなく即戦力人材の獲得が困難、などといった課題も聞かれるところ。

そこで、クリエイティブ人材を今後の東北地域の産業振興・発展のための重要な要素と捉え、地方部がクリエイティブ人材を取り込むための方策を検討し、ゲーム・アニメ市場の競争環境や働き方、取引慣行に起因する問題等を明らかにすることを目的とする。

2．実施方法

（2－1）先行文献調査及びヒアリング調査

東北地域におけるコンテンツ産業、特にゲーム・アニメ市場の産業実態を把握することを目的とし、Web 上に公開されている各種文献等や出版刊行物などの調査、および各所へのヒアリングにより業界の産業構造や競争環境、取引慣行や制度など総合的情報の収集および課題の洗い出しを実施した。

（ヒアリング先）

- ・東北に立地する人材輩出機関

（次世代層アンケート協力依頼も兼ねる）

- ・ゲーム・アニメ産業関連企業(東北地方および首都圏)
- ・ゲーム・アニメ産業を支える企業・団体・有識者など

（首都圏企業・団体には既就労者アンケート協力依頼も兼ねる）

（２－２）先進事例の調査

首都圏から地方部に進出した事業者および自治体の文献調査や現地視察・ヒアリングを実施し、地方部に進出したきっかけや課題、地方部のメリット・デメリット等について調査を行った。本件調査では高知県、徳島県、北海道札幌市を対象とした。

（２－３）アンケート調査

東北の人材輩出機関に学び今後活躍すると想定される次世代のクリエイティブ人材、首都圏事業者および首都圏のゲーム・アニメ市場で働くクリエイティブ人材や対象として、首都圏を勤務地として選んだ理由や地方で働く意向、地方で働く上での課題などについてのアンケートを行った。

（２－４）調査結果のオンライン報告会の実施

調査報告概要に関して、東北地域を中心とした全国のゲーム・アニメ業界の企業、自治体職員および関係者の参加を得て、オンライン報告会を実施した。その報告会基調講演として、本調査時ヒアリングにおいて、東北地方のコンテンツ産業にとって示唆に富む意見を特に得られることから、株式会社コトブキソリューション ケムコゲームビジネス推進事業部 常務取締役 黒川 雅臣 様とアニメーション映画監督のイシグロキョウヘイ様から基調講演を頂いた。

なお、本報告書は、上記オンライン報告会を基に構成しているものである。

II. 本調査概要報告

1. 業界動向把握

(1-1) 先行文献調査（業界商慣行、業界動向調査等）

最初に「コンテンツ産業の特徴」として、調査全体を通じて出てきたキーワードを紹介する。コンテンツ産業に包含されるゲーム産業、アニメ産業も製造業の一つとして考えるべきではあるが、一般的な「機械金属加工」や「食品加工」といった他の「ものづくり企業」の調査ではあまり聞かれない「ウェットな関係」という言葉があった。

この「ウェットな関係」を求める背景には、このコンテンツ業界、特にアニメ業界やゲーム業界の特徴がある。成果品となる作品を判断する際に、機械工業製品の場合は日本工業規格(JIS)と言った客観データに基づき、仕様書に対して製品が作られ納品される。しかし、コンテンツにはそのような客観的に表す指標がなく、「無」から「有」を生み出し、成果物の完成度は依頼者の主観的判断、消費者の評価によるものである。そのため、依頼者と制作者の感性を相互に理解する必要があり、この「ウェットな関係」が重視され、「ウェットな関係」をうまく地域に繋げていくことが、テレワークの時代に有っても、地域の産業振興には重要である。

【コンテンツ産業の特徴】

製造業の一つとして考えるべきも、「**ウェットな関係**」がコンテンツ産業を理解する上でのキーワード

一般的な製造業

- ✓ 納品時に、製品精度の客観評価指標が存在
- ✓ 仕様書に素材、形状などの指定を受け、日本工業規格等、製品の性能を客観的に評価



アニメ・ゲーム産業

- ✓ 「何もないところ」から製品を作り上げ、製品評価を日本工業規格の様な基準で照合する事ができない「芸術性」や「感性」を求められるモノを仕上げていく
- ✓ 主観的な判断により評価されるという特性があるため、**相手をよく知る = 「ウェットな関係」**が必要

特にアニメ産業の一部の課題の要因

- ✓ 経験年数/技術力による格差
- ✓ 契約慣行の遅れ

コンテンツ産業の市場構造の整理ということで、経済産業省によるコンテンツ産業の5分類を確認すると「動画（アニメ・CG、実写、配信）」、「ゲーム」のほか、「音楽・音声」、「静止画・テキスト」に Web 広告などの「複合型」となる。これらが具体的にどのような関係性があるのかをまとめた。

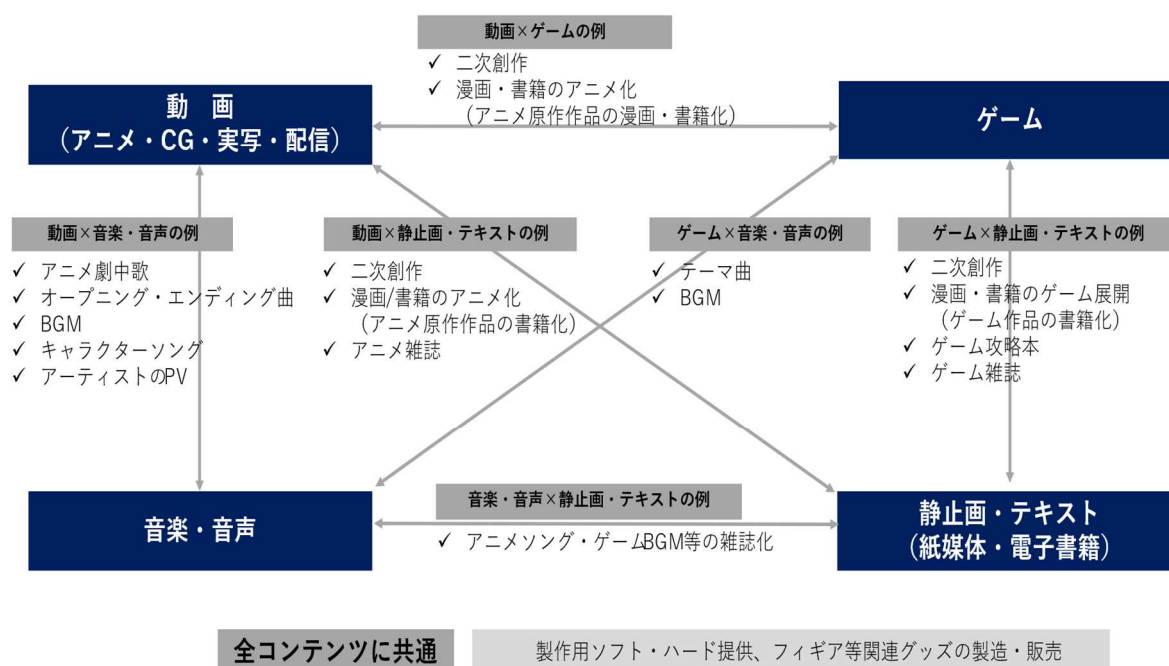
アニメやゲームといった単体のコンテンツではなく、他のコンテンツとうまく絡み、そのシナジー効果を発揮し、様々な展開が図られているのが今のコンテンツ業界の特徴点である。「動画」のアニメを例にすると、原作を「静止画・テキスト」の漫画に求め、このアニメ作品にはオープニング曲を始め「音楽・音声」である楽曲がアニメ作品に提供された後、DVD や配信サービスで楽曲単独で販売される。また、アニメ作品のキャラクターやその作品の世界観をベースとした「ゲーム」作品のリリースにつながっていき、このゲームであれば、e スポーツで取り上げられる他、YouTuber、VTuber などをはじめとした各種 SNS とも融合しながら、「複合型」のコンテンツとして世に出ていくとともに、更に e スポーツの対戦状況や各コンテンツ作品に関する様々な評論などが SNS 系収益事業に繋がっていくパターンなどがある。これら作品に登場するキャラクターに関しては、生活関連消費財などで利用され 2 次商品としての販売や立体的なフィギュア製品の開発・販売などが展開され、コンテンツ業界を超えてすそ野が広がっていく。

このような具体的な例として、この数年にわたり社会的現象となり話題となっている「鬼滅の刃」は、まさに各コンテンツが絡み合って、ブームを引き起こしていた。

このような国内コンテンツ市場の 2020 年の市場規模は、「動画」が 4.3 兆円、「音声・音楽」が 1.3 兆円、「ゲーム」が 1.7 兆円、「静止画・テキスト」が 3.7 兆円、「複合型」1 兆円で計約 12 兆円の産業と言われており、クールジャパン戦略も有り、日本が強みを持つ輸出産業となっている。

【ゲーム・アニメ関連コンテンツ産業の関係性】

ゲーム・アニメ関連のコンテンツ産業は下記のように分類され、他コンテンツとシナジー効果を狙った展開が図られる



※経産省による「コンテンツ産業の5分類」を利用、複合型は省く エービーコンサルティングにて作成

「ゲーム市場の構造の整理」に関し、「制作」と「流通」に分け、更に「制作」は「ハード分野」と「ソフト分野」に分けることができる。

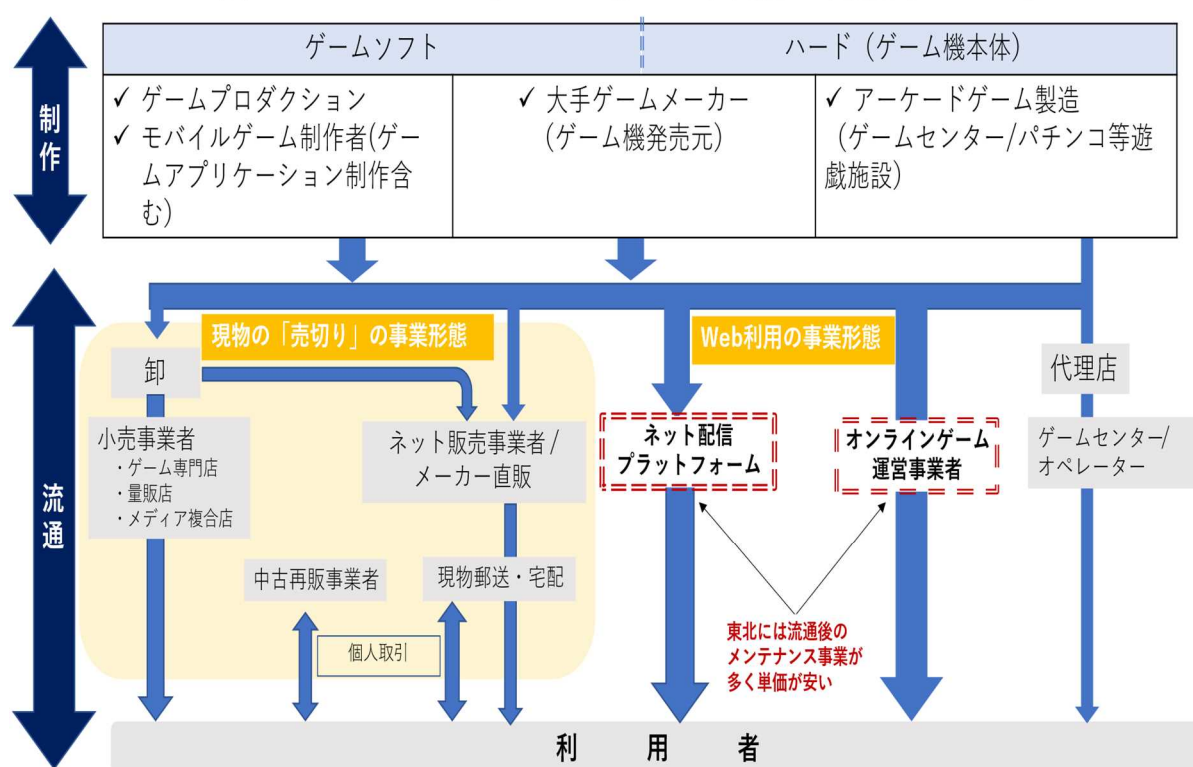
ゲームソフト開発に関わる企業は3種類あり、スマートフォンなど通信機器を介したソーシャルゲーム向けのゲームソフトを開発するゲームプロダクション、大手ゲームメーカーの添え付け型ゲーム向けのゲームソフトを開発するゲームプロダクション、更に大手ゲームメーカーが直接関わる場合となっている。一般的に大手ゲームメーカーのゲームソフト開発費は期間も費用も膨大になっているため、資本金のある企業しか対応できなくなっている。

東北の企業には、ゲームソフト開発を行っている事業者は多くなく、ネット配信のプラットフォーム維持、オンラインゲーム運営事業者のメンテナンスなどの下流部門をIT事業者としての一部門として担っている会社が多くなっている。

流通に関し、新たなハード機器（ゲーム機本体）が販売されると、映像技術などが相当進歩するため、これに対応する新たなゲームソフトのニーズが生れる。これらは現物のゲームソフトの「売切り」の販売形態を取り、コロナ禍以降の巣ごもり需要として需要が高まったWeb利用と併せ、依然として消費者ニーズが高い状況が続いている。

【ゲーム業界の市場構造の整理】

制作は「ゲームプロダクション」と「ゲーム機メーカー」、流通は「現物売り」と「Web」



*今回の調査は「ゲーム制作」に焦点を当てていきたいが、ゲーム市場の構造全体に関して整理する。流通において「技術スキル」の提供もメンテナンス分野で行われている。

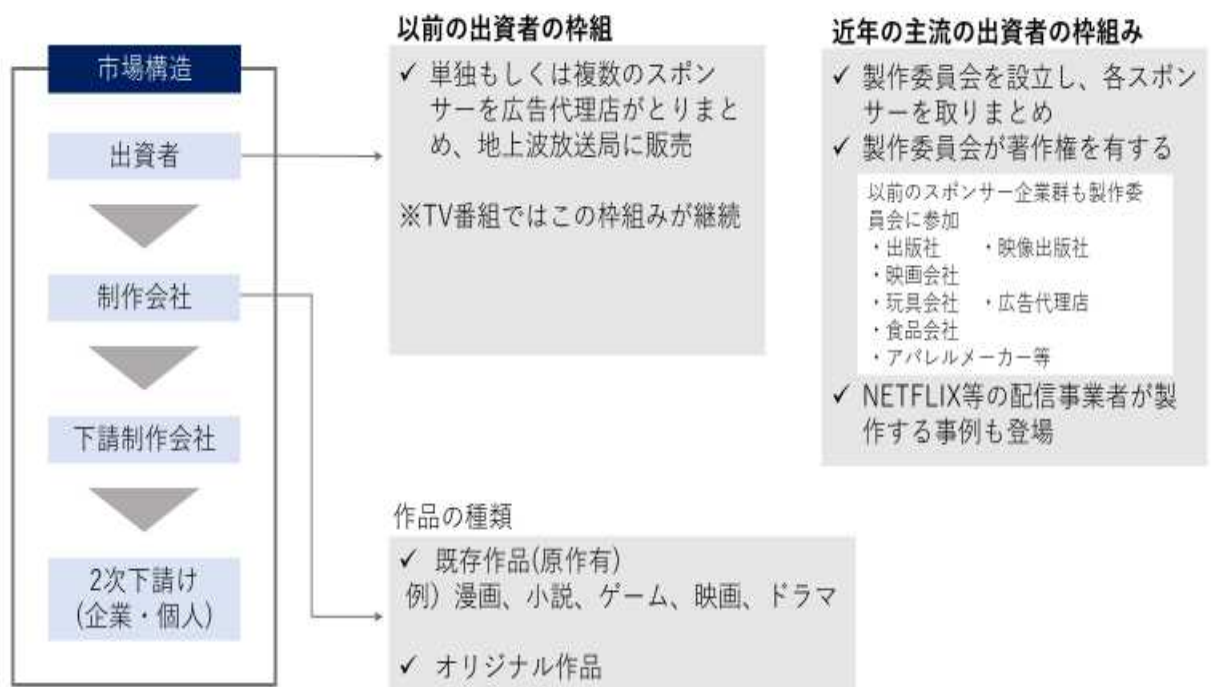
次にアニメ業界の市場構造の整理を行う。

以前は、単独もしくは複数のスポンサーを広告代理店が取りまとめ、地上波放送局に販売する垂直的な枠組みが主流であった。近年は各スポンサーが共同で出資し制作、その著作権も有する製作委員会方式と、Netflix などの大手配信事業者が単独で出資する方式が次第に増加してきている。

制作の体制としては元請け、グロス請けといった制作全般を請け負う制作プロダクションから、下請け制作会社、二次下請けの企業・個人の力を借りてアニメ作品が制作されている制作現場の構造に関しては、大きな相違は見られない。この制作に関して、9 割ほどの事業者が東京都に集中しており、特に都内西部に多く立地していることから、「アニメ産業は東京の地場産業」とも言われている。

【アニメ業界の市場構造の整理】

大規模作品化・公開手法の変化により出資者の変化が枠組みに影響



なぜこの制作への出資の形が変わってきているのかについて確認する。

製作委員会による出資のメリットは、その制作費に関わるコストの高額化に対してのリスクヘッジを取りやすいとの考え方に起因している。製作委員会の分析に関する資料は、既存資料にも非常に多く出ており、作品制作者にとっては、複数社が出資によるリスクの平準化によって、出資リスクを抑え制作に注力できる。出資を行ったリスクテイク者はそのリターンの最大化を狙うことができるために、製作委員会形式が主流になってきていると言われている。

著作権も製作委員会が持つことから、利益の最大化を図るための2次利用拡大が進んでおり、ヒット作品に関してはその収益が莫大になる。しかし、それらの収益は製作委員会への出資社にのみ基本的に還元されるため、ヒット作品であればあるほど、制作側と出資者側の収益の格差が表面上見える。この点を課題として成功報酬制度等の制度の導入など請負契約の見直しなどを一部で進めている。

制作企業によっては、契約報酬のアップは希望するものの、作品がヒットするか否かは制作時に判断がつかないため、出資のリスクを取りたくないと考える場合もあるが、逆に製作委員会に出資する制作企業も見られるようになっている。

【アニメ産業 製作委員会による出資の現状】

制作者と出資者側のリスク分散のため製作委員会方式により出資

【制作側の事情】（作品制作）

- ✓ 制作作品数ニーズの高止まり
- ✓ 良質なアニメーターの供給が需要に追いついていないことなど積年の課題であった「低賃金」は改善傾向（経営者意識の改善傾向）
- ✓ ヒット作品になるか否かで収益が極端に変動するため、製作はハイリスクハイリターン

【出資側事情】（商品販売）

- ✓ 2次利用の拡大が進み、アニメ関連産業の裾野が拡大（玩具、ゲーム、生活関連消費財、音楽、アミューズメントパーク、パチンコ産業等）
- ✓ DVD、Blu-rayの売上が減少し、配信プラットフォームへの作品提供により収益を確保

制作費の高額化に対し、リスク分散が必要

- ✓ 単一の事業者では取り組み難いため、「製作委員会」の形態で資金を確保
- ✓ 各権利関係が製作委員会に帰属するため*著作権を作品制作側がほぼ得られない
- ✓ 成功報酬制度、ロイヤリティの取決めで制作者側への還元も行われている

*アニメ作品に付随する著作権

- ・ビデオ化権（DVD/BD）
- ・ネット配信権
- ・海外販売権

- ・映画化権（テレビアニメ）
- ・出版権

- ・映画興行権
- ・ゲームソフト化権

- ・テレビ放送権（オリジナル劇場版）
- ・商品化権（キャラクタービジネス）

「ゲーム制作の工程と職種と所得」についてまとめる。

ゲームクリエイターは下記の図の三角形の通り主にゲームディレクター、ゲームプランナー、ゲームプログラマーとゲームデザイナー3つの階層の職種に分かれ、上位職種に上がれば給与も上昇する。

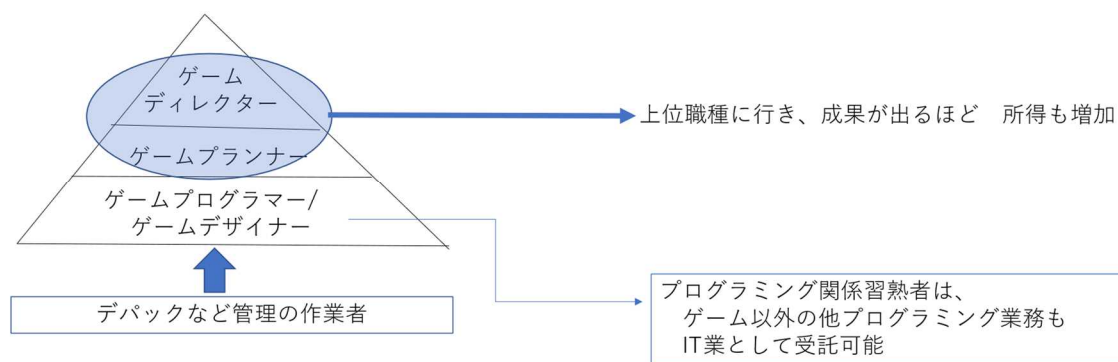
ゲームディレクターやゲームプランナーは要素技術だけではなくゲーム全体の構成などプランを固めていく職種となっており、ゲームに関する業務だけでも仕事として成り立っていく。

ゲームプログラマーは受託開発ソフトウェア業と、ゲームデザイナーの一部はアニメ産業やイラストレーターなどの職種への転業・転職が有り得る職種となっている。人手不足の業界であるため、首都圏など求人の多いエリアでは企業を渡り歩いても有る程度の所得の増加も見込まれる。

一方で、スマートフォンアプリ向けゲームなどは、地方の小規模事業者でも全工程を単独制作行っている会社も存在している。要素技術の提供だけとなるゲームプログラマーやデザイナー業務だけではなく、ゲーム全体の企画から行うため小規模のゲームであっても専門性の高さから収益性も高くなる。更に今回の調査で接触した東北のそれら事業者は、「ゲーム事業者」として「ゲームを作っている」という仕事への満足度が高く攻めの業態である一方、企業規模はデバックなどの管理業務の事業者が大きかったとしても受身の業務となっている。

【ゲームクリエイターの3つの職種】

上位職種に行き、成果が出るほど 所得も増加



制作工程の種類としては「仕様書の作成」－「制作ツールの用意」の上流の業務によって、作品の方向性が固まり、各要素技術が絡み合い「ツールに適した素材のコンテンツの収集・作成」、「プログラミングおよび UI デザイン」、「テストプレイおよびデバック」と下流の工程が細分化、分業化されていく。

プログラミング、UI デザインに関しては IT 技術の習熟者が行うため、ゲーム産業だけでなく、一般的なソフト開発系の企業と事業者の取り合いとなっている。

ゲーム機器の進歩によってゲームソフトの制作に伴う技術力や創造性がより問われ、開発期間の長期化とともにゲーム開発費が高額化している中で、東北をはじめとした地方の企業や事業所が担当している工程は、下流の工程を首都圏企業から受託して行っている事が多い。特にテストプレイやデバックに関しては、技術的な裏付けがなくてもできる作業工程となる事も多く、ゲーム制作を売り上げの柱としていない一般的な IT 企業でも低い単価で受託をしている。また、テレワークの浸透から、それらの業務に関して Web により地方人材を募集している首都圏企業も散見される。

【「ゲーム」制作工程イメージ】

ゲームの制作工程には主として5つの工程

1. ゲーム仕様書の作成

➤ 企画書作成

2. 制作用ツールの用意

➤ プラットフォームの決定
(スマートフォン or PCゲーム or アーケードゲームなど)

3. 素材コンテンツの収集・作成 (音声、画像)

ゲームデザイナー or イラストレーターなど
➤ キャラクターデザイン画像、背景画像、効果音、ナレーション、楽曲・他

4. プログラミングおよびUIデザイン

➤ 素材コンテンツを仕様書の通り動く様にプログラミング
➤ User Interface design (UIデザイン) ゲームとしての直観性による対応が可能か、プログラムのチェック確認、再構築

5. テストプレイおよびデバック

➤ プログラムが仕様の通り動作するか、バグのチェック

発売・公開 (以降、デバック他フォローアップ業務)

「4. プログラミング、UIデザイン」は
IT技術の習熟者が求められている

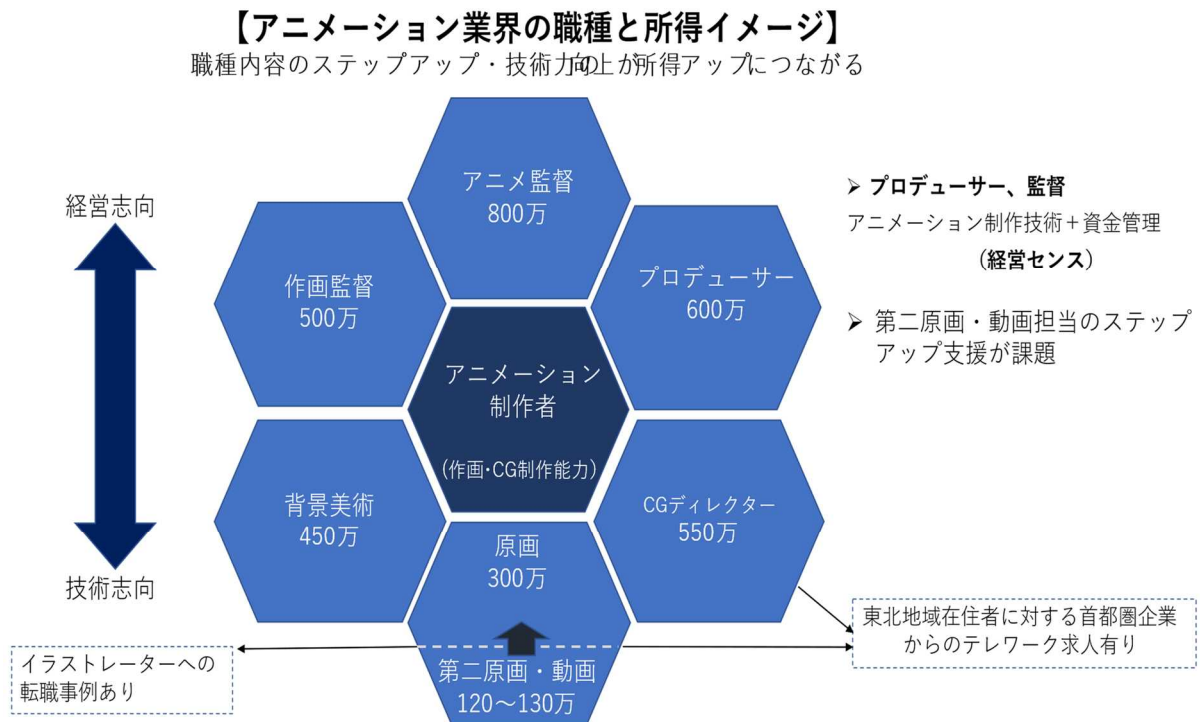
東北など地方の企業・事業所が担当している工程
テレワーク推進企業を発掘することで東北に仕事を呼び込める可能性
*販売以外を全て実施する企業や、首都圏本社のサテライトスタジオとして本社業務所掌の工程を行っている事例もあり

次にアニメーション業界の職種の所得のイメージを取りまとめた。

アニメーターと一口で言っても様々な職種があり、大まかに6種類に分類した。アニメ監督、作画監督、プロデューサーといった業務全体に経営志向が必要になってくる職種は、所得水準が上がってくるといふ部分がある。

今回調査で一般的に就労環境の改善が進んできていることがヒアリングで分かった。また技術志向の職種であってもその技術力が高いことによって、その制作レベルが抜きんできていると評価されることや後進指導を行っていることなどによって、所得水準が高いフリーランスがいる。その一方で、フリーランスで業務を行っている方の一部には、所得水準が以前の状況から改善されていないという人も見受けられる。

また、テレワークで原画担当に相当する求人が東北の各県居住者対象に行われている実態もあったが、所得などの詳細は把握できなかった。所得水準の課題は個々人のアニメーターの技術力を高めるかあるいは、経営的センスを身につけていくことのいずれかの能力をできるだけ短期に養うことで改善が進むと考えられる。また、所得的にどうしても厳しくなるような、業界に入りたての時期をどう支援していくのかの検討も必要である。



年収は一般社団法人日本アニメーター・演出協会アニメーション制作者実態調査2019」(<https://www.mhlw.go.jp/content/11601000/000684025.pdf>) を参考に㈱エービーコンサルティングにて作成

本項最後に海外市場におけるコンテンツ産業とのSWOT分析でまとめた。

「強み」に関して、日本は表現の自由度が諸外国に比べて圧倒的に高いことが挙げられる。宗教や文化などでの縛りが低く、様々なクリエイターの自由な発想によって作品が作られている事が強みとなっている。

「弱み」としては日本語が障壁となり、海外に販路を求めないといずれは頭打ちになる市場であること、更に慢性的な技術者不足となっている状況が有る。更にオフショアが浸透してくると、製造業などでも見られたような「産業の空洞化リスク」も生じることが懸念される。

「追い風」として、世界的なコンテンツへの需要増が有ることと、資本力を背景に様々な形でコンテンツ産業に進出してきた中国は日本にとって大きな脅威になる可能性のあったものの、このところ中国政府の方針でコンテンツに対しての規制を強めているため、中国からのプレッシャーが減少傾向にあることなどが挙げられる。

SDGsの意識の高まりによる多様な価値観、感性の違いから生じるトラブルリスクなど、「逆風」に対しての取組が今後より重要になってくる。日本国内では、その制作自由度が高いことはメリットであるものの、SDGs関係は今後、様々な形でチェックが必要になってくる。解決策の一つとしては、留学生の利活用等の対策などがあり、早急な動きが必須となってくる。

また、投機的、経済的な課題ということでも出てくるNFT（非代替性トークン）や、支払い決済に関係するクレジットカードや電子マネーというような分野の扱いに関して、日本は諸外国に比べて金融面も含めた制度設計も遅れていると言われている。NFTは作品の取引や著作権保護にも使える可能性があることなどから、コンテンツ産業においても対策方針が早くまとまり、諸外国とそん色ないものになっていく必要がある。

【海外市場におけるコンテンツ産業のSWOT分析】

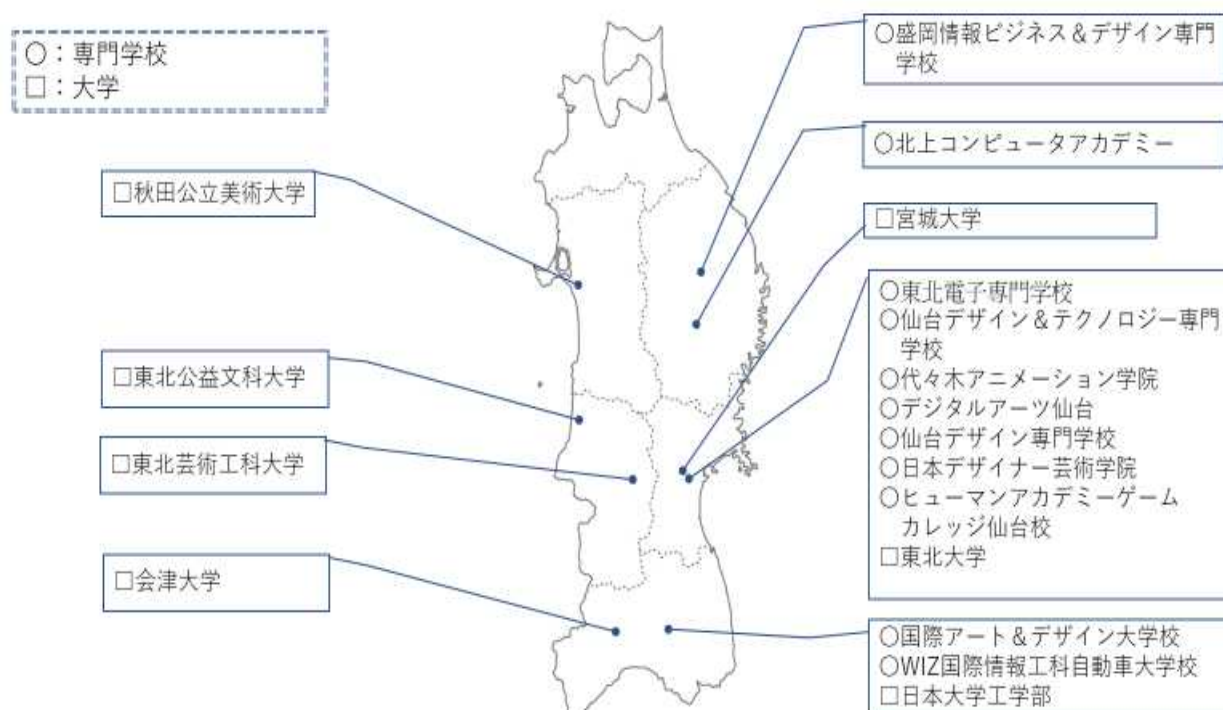
(強み) 制作に関し宗教や法律・文化等余計な縛りが諸外国に比べて薄い日本の特性 ⇒作品の自由度が高い・独創性のある作品群	(追い風) 最大市場／技術的キャッチアップの著しい中国 ⇒規制強化での弱体化 ・表現手法 ・製作企業の巨大化に対する課税その他 ・利用時間制限等(ユーザー) 海外での技術者養成と国内とのWINWINの連携 世界的な巣籠需要の増加
(弱み) 日本語が障壁 ⇒人口1億2千万以上のシェアが望めない 国内の慢性的な技術者不足 ⇒一部にオフショア浸透	(逆風) SDGsの意識の高まりに対する対応の注意 資本力差による攻勢と技術者海外流出リスク 海外ではNFTの利活用が浸透 ⇒国内での利活用浸透度合いは遅い ⇒法的・文化的な違い

(1-2) 人材輩出機関一覧および東北人材輩出機関のヒアリング概要

本掲載大学に以外にも工学系の中で、画像処理、解析などコンテンツ業界で利活用する要素技術を専攻できる大学があるかもしれないが、今調査において、web 検索やヒアリング結果として現状で把握させて頂いた状況を以下の通り報告する。

専門学校は宮城県内の学校が多いものの、東北各地域に学校が点在している。

【東北地方のアニメ・ゲーム産業の主な人材輩出機関（専門学校・大学）】



- ・ Web 検索とヒアリング情報を基に(株)エービーコンサルティングにて作成
- ・ 秋田県では(株)つむぎ秋田アニメ Lab が独自にアニメーター育成教育事業を行うとしているが詳細実態不明

◎人材輩出機関へのヒアリング概要

前項の 18 校の人材輩出機関の中から、17 校 18 名の方にヒアリング調査への協力を得た。

ヒアリング項目については主に次の項目で行っている。

- ・ゲーム・アニメ産業に対しての現状認識
- ・人材教育・地域人材の特徴と評価
- ・東北地方と首都圏のメリット・デメリットの具体的な項目認識、またデメリット解消のための取組
- ・地域とコンテンツ産業のよりよい関係構築のために考えられること
- ・行政に望む支援策や要望

各項目の特徴点などは次の通りとなっている。また、個別の意見に関しては「6.各種ヒアリング・参考文献・WEB 記事ほか」に記載する。

○ゲーム・アニメ産業に対しての現状認識

- コロナ禍における「巣ごもり需要」もあり、ゲーム産業、アニメ産業とも右肩上がりの業種と見ている
- 賃金の低さ、特にアニメ産業に関する見解は分かれており、「クリエイターの技術レベルの差と仕事の取り方に関する課題」とする意見と、「業界構造そのものの課題」の見るパターンの 2 つに分かれている。ゲーム産業の賃金に関しては、厳しい意見は少ない
- デジタル化の浸透によって、技術力があればゲーム、アニメ産業ともに働く場所を選ばなくなっている
- 海外との技術競争に遅れず、日本の優れた表現の制作技術をどのように作品に入れ込んでいくかが今後の課題
- 東北のコンテンツ産業の企業数は少なく、また資本力がないため大型ゲームは独自に作れず、世界的な市場を見ないと生き残りが難しい。

○人材教育・地域人材の特徴と評価

- 専門学校入学時の学生のモチベーションに関して、「アニメ・ゲームのファン」として入学してくる学生が多く、「モノづくり」を学ぶ意識は低い傾向
- アニメ・ゲームの「モノづくり」の楽しさを中高校生など次世代層への啓もう活動が必要である
- 地元で就職したい意向の学生が多い一方で、コンテンツ産業の仕事がないため首都圏や仙台など企業がある地域での就職となる場合が多く、首都圏に出ても地方出身者は地方で暮らしたいと考えている層が一定数いる
- 専門学校生の保護者の経済力が低下しており、学業上厳しい状況の学生が増えている

○東北地方と首都圏のメリット・デメリットの具体的な項目認識、またデメリット解消のための取組

- 取引において地方は付度などのしがらみが多くなる傾向にあり、首都圏は技術力があれば交渉をし易いのではないか
- 地方行政としても産業を見る目を養い、立地支援を行わないと首都圏から適切な企業が来ないことになる
- 地方では保護者自体がコンテンツ産業とはどのようなものか理解せずに子供を進学させている
- 東京は遊びに行くのは良いけど生活や仕事では面倒臭いという声を聞く

○地域とコンテンツ産業界のよりよい関係構築のために考えられること

- コンテンツ産業界と大学等学術研究機関が相互に理解していないところがあるため、情報交換等の連携できるような場が有れば地域経済にプラスになる
- 地域がコンテンツ産業界に様々な働きかけを行って、地域文化・芸術を体験できるようなプログラムを次世代層に行っていくことが、次世代のクリエイター育成に必要

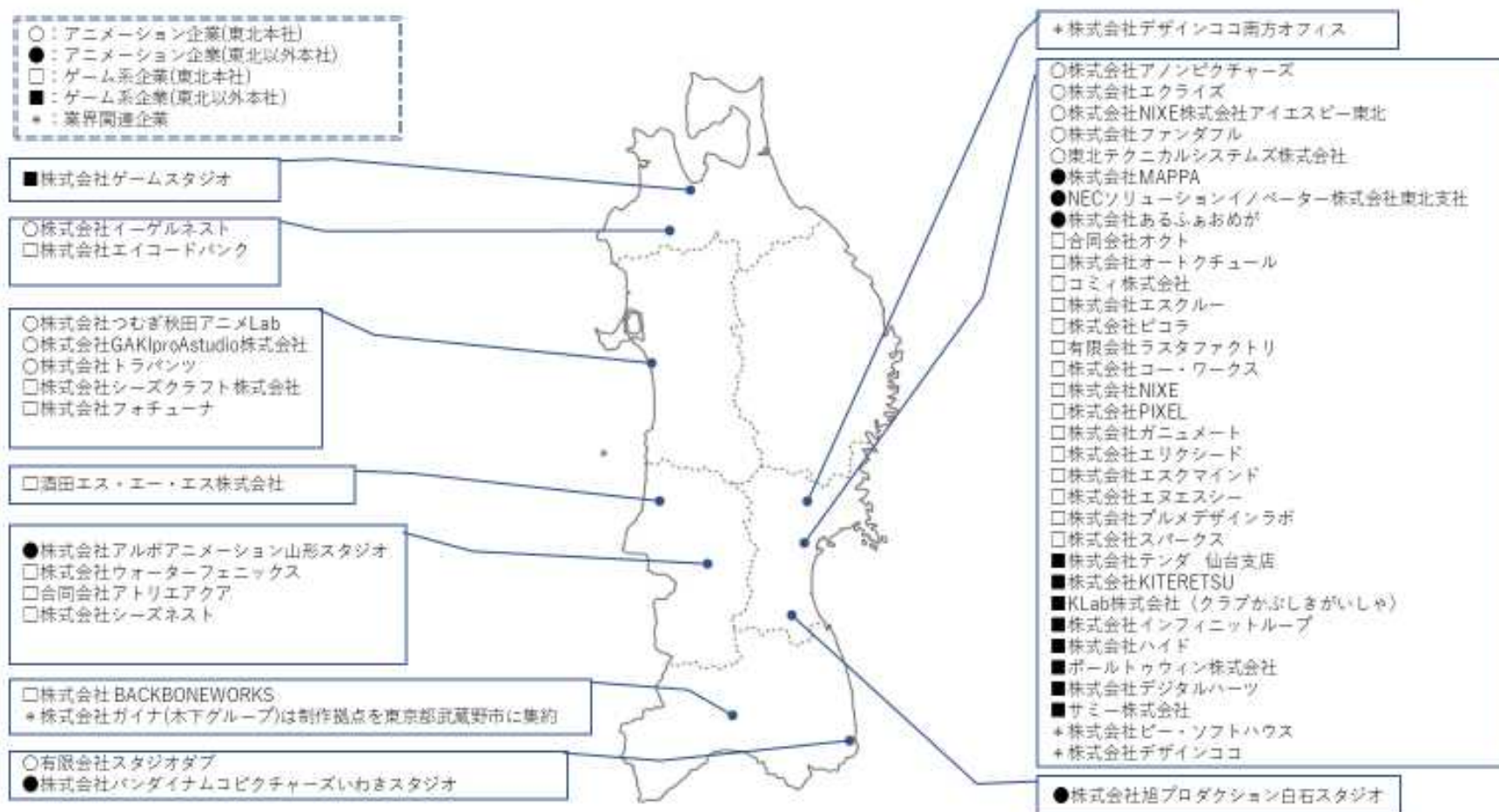
○行政に望む支援策や要望

- コンテンツ産業を支える企業や、コンテンツ制作の道具への支援
- 中高校生などの次世代層育成対策を展開し、クリエイター希望者の裾野の拡大を図る
- 各種企業同士や行政、学術機関や人材輩出機関との橋渡しのコーディネーターの設置
- 公的な IT コンテンツに特化した試験場施設的なものの必要性
- 文化振興全般と中高校生などの次世代層や若年クリエイターとのリンク
- 民間の制度利活用も可ながら専門学校生、若年クリエイターの経済的な支援策の検討
- 企業誘致や行政支援策の理解啓蒙活動の必要性

(1-3) 東北のコンテンツ産業関係産業

本調査で把握できた企業に関しては、以下の通りとなっている。

【東北地方に立地するアニメーション・ゲーム制作企業】



(1-4) 研究者について

本調査で把握できた東北にゆかりのあるコンテンツ関係の研究者に関しては、以下の通りとなっている。

【東北にゆかりのあるコンテンツ関係の研究者】 (敬称略)

氏名	大学	学部等	職名	分野
飯倉 宏治	秋田公立美術大学	情報科学	教授	C G、画像処理関係 X-B O X開発に関与
玉井 建也	東北芸術工科大学	芸術学部文芸学科	准教授	日本史学、コンテンツ学
岩井 天志	東北芸術工科大学	映像学科	学科長・教授	アニメーション、アートプロデュース専門、MAPPA仙台スタジオの寄付講座窓口、キッコマンの企業CMをゼミ生が作成
蒔苗 耕司	宮城大学	事業構想学群	カリキュラムセンター長、教授	ゲームデザインとその応用に関する研究、日本デジタルゲーム学会会員、同大客員教授遠藤雅伸先生の窓口
大野 実	尚絅学院大学	人文部門	客員教授	アニメーション論、メディア文化論、コンテンツ産業論 アニメ制作の現場経験
小池 隆太	山形県立米沢女子短期大学	社会情報学科	教授	記号学／物語構造論／メディア論／サブカルチャー研究
林 隆史	日本大学工学部	工学部 情報工学科	教授	情報通信、C G、プログラミング
酒井 元気	日本大学工学部	工学部 情報工学科	准教授	会津大出身 CG動画作成、解析
西村 憲	会津大学	コンピュータ理工学部 コンピュータ理工学科	教授	C G、画像処理関係
一小路 武安	東北大学大学院	経済学研究科	准教授	日本デジタルゲーム学会会員
遠藤 雅伸	東京工芸大学 (宮城大客員教授)	ゲーム学科	教授	ゲームスタジオ創業者、「ゲームの神様」の呼称が有り業界関係者の有名人、ゲームプレイヤーの動向分析等の論文多数 宮城大学事業構想学群客員教授
山本 健太	国学院大学	経済学部	教授	経済地理学、都市地理学、地方におけるアニメ産業振興の可能性、東京におけるアニメ産業の集積メカニズムに関する研究報告有り 東北大学大学院理学博士課程

(全国のアニメ関係者に関する一般社団法人日本アニメーター演出協会(JAniCA)大坪英之事務局長作成資料に株式会社エービーコンサルティングでゲーム系他を追加編集)

2. 企業ヒアリング結果概要

(2-1) ゲーム・アニメ制作企業

本調査では東北地方に立地している企業を中心に首都圏企業も含め、ゲーム系企業 10 社、アニメ系企業 15 社にご協力を頂き、ヒアリングを行った。

ヒアリング内容は主に以下の項目となっている。

- ・アニメ産業・ゲーム産業に対しての現状認識
- ・賃金と契約単価などの商慣習
- ・人材教育・地域人材の特徴と評価
- ・操業場所に対しての評価
- ・東北地方と首都圏のメリット・デメリットの具体的な項目認識、またデメリット解消のための取組など
- ・地域経済との連携
- ・行政に求める産業支援策等の希望など

ヒアリングの主な特徴点としては以下の通りとなっている。

○アニメ産業・ゲーム産業に対しての現状認識

- 市況の現状認識について、ゲームとアニメともに、それぞれ市況はまだ伸びる方向にあると認識しており、課題は人材育成・人材定着である
- 新規参入が非常に厳しく、ウエットな経営者間の人間関係で仕事が流れていく、人の関係性が非常に重要視されている業界である
- 海外からの攻勢に関して意識はしているものの、絶対的な脅威ではなく、逆に市場性を認識したうえで、海外戦略を確実に実践していく事が今後必要になってくる

○賃金と契約単価などの商慣習

- 商慣行に関して、契約書に寄らず発注者の言いなりになる昔からの「搾取」となるような契約形態が一部に残るが、「過去作品が最大の PR 素材」と言った実績を基にした適切と考えられる契約も増え、賃金水準は技術力次第であり、改善されている
- 特に人材を一般的な IT 企業者と取り合うゲーム企業は請負金額や賃金水準の考え方が、アニメ産業よりも全体的な改善が進んでいる
- ゲームに関係する企業であってもゲーム制作の比率の低い企業は、取引期価格の安価な点を問題視している
- アニメに関しては、「地域の最低賃金に満たない」委託料の存在と改善策が必要になるのではないかと

○人材教育・地域人材の特徴と評価

- 低賃金は他の技術職にもあるが、製品精度、欠品率等の数値基準が「感性」である難しさは業界特有のものであり、いかにクライアントのニーズを満たすか技術とともに心情表現などを覚えることも必要
- 実践的な専門学校への交流支援、若年層社員への社内研修制度、上流となるグロス受け・元請けとの交流による教育指導機会がよりいっそう求められる
- 中高校生などコンテンツ産業に対して興味を持ってもらい「作る喜び」を知っている若者が増える対策が、将来的な労働力確保へ向けて必要

○操業場所に対する評価

- 都内本社で働いていた中堅、ベテラン社員が実家都合でUターンし、地域スタジオを新設した事例では、その後に現地採用によって人員増を図り、地方において戦力強化が図られている
- 技術水準がある社員であれば、会社を辞めることがないように、今後、テレワークの有効活用で、当該社員が地方で力を発揮してくれる勤務形態が今後も増加する可能性が高い
- 地方に立地するには、地方自治体の協力体制は立地地域選定のチェック項目であり、条件の良いところに実際に立地する

○東北地方と首都圏のメリット・デメリットの具体的な項目認識、またデメリット解消のための取組など

- 東北にはコンテンツ産業を志望する学生がいても、企業側の受け皿が圧倒的に少ない
- ゲーム事業などコンテンツ系の仕事を事業の一環としているということを PR することにより採用が容易になる環境が地方にはある
- 特に地方は人材の流動化が少なく定着する可能性が高い一方、中途採用を行いたくても人材情報の不足や採用情報の発信がうまくいかない事が多い
- テレワークの利活用を効果的に行うことで地方のデメリットはほぼなくなるが、受託費格差が一部で残っている
- 通信回線の高速化はコンテンツ産業の立地条件として最も必要なものであり、地方ほどその整備が必要

○地域経済との連携

- 企業や大学がお互いに何を行っているか、地域に連携できるところがあるのか否かが分からないため、交流するような場、情報交換の場が求められる
- 新規立地に際して、固定費を少しでも安くしたいため不動産情報その他の地元情報の交流があると良い

○行政に求める産業支援策等の希望など

- 行政機関による事業者間・人材排出機関のマッチング

- UIJ ターン支援金制度、IT 産業立地支援策などの諸制度が有っても、企業側に知られていなく、行政情報の提供と企業と行政の橋渡し、その他産学連携等のマッチング支援
 - * 本社直轄となる総務・経理などの間接部門社員を首都圏本社ではなく、地方へ進出した事業所内に配置し、その状況から「地方拠点強化税制移転型」の採択の可能があったが、地元行政からその制度案内他がなかった事例があった
- 制作活動に関わるハード機器やアプリケーションソフトウェアなどの要素技術を持つ企業の支援育成
- 業界全体課題として、人材不足と国内空洞化への懸念・海外資本からの攻勢リスク、作品のガラパゴス化の回避(SDG s の視点)などもの問題意識もあり、この個別対応策検討策、予算の提供など
- 背景処理ソフトなどの最新処理技術(実用化途上)の導入によって、3D アニメーション制作企業は工程省略が可能となり、結果的に一人当たりアニメーターの所得アップにつながるため、最新アプリケーションソフト導入に際して支援制度の整備
- クラウドファウンディング利活用による制作費調達と作品のリリースを考えていたが、クラウドファウンディング詐欺に巻き込まれ、その対策相談箇所など個別企業の困りごとと相談箇所の情報提供や相談事業
- 各種支援制度の利活用や、自社広報の在り方など、有益情報の指導支援をコンテンツ産業に特化した中小企業支援

（２－２）周辺技術を提供する企業・その他機関

ゲーム・アニメ産業の周辺の産業となる「ソフト開発企業」や「制作工程で利用する機器提供企業」、「キャラクターフィギュア製作企業」、ゲームに関し「eスポーツ関連」ほか、コンテンツ産業に親和性の高いワーケーション・テレワークの推進支援事業者、調査方針等のアドバイスを頂いた一般社団法人日本アニメーター・演出協会大坪英之事務局長、東北学院大学柳井雅也教授、國學院大學山本健太教授など 20 か所に話をお伺いした。

主にお聞きした点は以下の項目となっている。

- ・ゲーム・アニメ産業に対しての現状認識
- ・人材教育や地域人材の特徴と評価
- ・東北地方と首都圏のメリット・デメリットの具体的な項目認識、またデメリット解消のための取組
- ・地域経済とアニメ・ゲーム産業の連携のために必要と考えられること
- ・行政に求める産業支援等

主なヒアリングの概要は以下の通りとなっている。

○ゲーム・アニメ産業に対しての現状認識

- ゲーム・アニメ産業は首都圏にクラスターが存在し、海外からの脅威はあるものの市場的な伸び代がある成長産業である一方で、日本国内において各行政機関や地域経済等が産業としての価値を正しく理解できているのか疑問もある
- アニメ・ゲーム作品の当たり外れは大きく、経営者の才覚、プロデューサーの金の差配次第で結果が変わり、企業規模の小さいところは疲弊の繰り返しとなっている事も多い。予算金額の配分権限を持っている大手のプロデューサーが、制作への委託金額の重要性を理解し、更なる配分増など協力をしないと孫請け以下などの現場の環境改善は進み難い
- NFT 導入に関して日本国内は諸外国よりも遅れており、eスポーツ関係に絡むゲーム産業が活性化しない要因の一つ

○【商慣行や労働環境】

- 企業として「やりがい詐欺」が横行する様な事業環境であれば、人は定着せず産業として先がなくなるため、現在は優秀な人材を早期に育て、制作ノウハウも含めて技術継承に力を入れており、その様に人を育て大切にする企業しか生き残れない
- ミニマムロイヤリティに付加して、ヒット作品に関わった場合に得られるべき、ランニングロイヤリティなどのプラスアルファの報酬制度が業界内に定着しておらず、この改善に少しずつ関係各所が取り組んでいる

○人材教育や地域人材の特徴と評価

- 専門学校においてコンテンツ産業の事業環境や契約の重要性の説明をカリキュラムに組んでいるという話もあり、この様な取組は徹底して継続すべき
- 形のないところに、見えるモノを作っていくため、仕事の経歴、「同じ釜の飯を食う」といった仲間意識が大切なところがあり、「ウェットな関係」が今も濃厚に残っているのがコンテンツ業界
- 普通一般の労働者は「仕事はしたくなくてもお金が欲しい」ということが一般的な感覚であり、アニメーターは真逆で「お金は無くても、仕事をしていたい、創作活動に関わりたい」という人種である
- 今後、首都圏で働く地方出身者が家庭事情などにより U ターンせざるを得ない場合も多く出てくると考えられているため、その様な人向けの支援に関する制度があるのであれば、必要とする人や企業に情報が届く様に積極的な広報が必要である
- ファンだという事で就労希望者となっている者がいるが、ファン層は長く仕事は出来ず、またコンテンツ作りの楽しさを中高校生がもっとよく知る場が必要であり、ブートキャンプ的な取組が人材育成の場として広がることを期待する
- 学生の親の所得が厳しく、学生自体の物欲も少なくなる傾向が有り、e スポーツに興味があってもゲーミング PC すら購入できない層も出ている

○東北地方と首都圏のメリット・デメリットの具体的な項目認識、またデメリット解消のための取組

- 東京は産業集積が進み、アニメ・ゲーム産業にとっては「クリエイターの栄養」を吸収できる文化施設やイベントも多彩で非常に魅力がある一方、巨大すぎる都市であり、刺激が強すぎる地域
- 東北はコンテンツ産業の空白地域的なイメージがあり、人材輩出機関が有るのに事業者がいない空白地域は進出先を検討している企業にとってチャンス
- 首都圏企業は東北地方の実態を基本的に知らず、労働力は潜在的にあるのではないかと考えられているものの、地域からのアクションが少ない
- コンテンツ産業に対してのある種の偏見が東北地方にはあるため、この払しょくが必要な一方、首都圏は多様性を認めてくれるためコンテンツ産業に従事する若者にとっては首都圏の方が居心地良い

○地域経済とアニメ・ゲーム産業の連携のために必要と考えられること

- コンテンツ産業を利活用した振興策のアイディアは地元企業でも持っている可能性があり、その様な動きに対して業界や行政等関係個所とのコーディネーター支援で可能な取組を地域全体に広げていくこと
- コンテンツ産業と地方の文化芸術活動の交流を進めて、関係人口の拡大に努め、地域をコンテンツ産業従事者に知ってもらうことと、地域での就労に理解を求め人材流出の負の環境を断ち切ることが急務

○行政に求める産業支援等

- ゲームやアニメーションの制作活動を支える要素技術を持つ企業への支援が必要で急務であり、諸外国をリードする技術が有ることでコンテンツ産業が栄える
- 首都圏から UIJ ターンをしたい人向けに、情報を届ける工夫と企業と個人のマッチングの場の創出
- 産学連携など関係者を円滑につなぐ、よろず御用聞き的なコンテンツ産業に特化したコーディネーター育成
- 地方の立地の際の財政的支援に関しては必ず厳密な対応が採択企業に求められるが、コンテンツ産業に就労時間管理を厳格に当てはめると、首都圏企業と齟齬が出てしまい事業がすすまないため、行政の裁量で寛容さがある地域は上手く行っている
- 「仕事を募集している」、「技量がどのくらいあって、納期と受託可能金額の目安」という客観的なデータ窓口があれば発注したい制作者は飛び付くため、その様なコーディネーター、ポータルサイトがあると良い
- フィルムコミッションが利用者側ニーズを理解して運営し、ロケのコーディネートを行って欲しい

(ヒアリング結果を受けたクリエイターの所得に関する考察まとめ)

これまでのヒアリング結果を受け、クリエイターの所得に関する考察として次の通りまとめた。

今回の調査の下調べの段階では本当にゲーム産業、アニメ産業ともクリエイターの方々に対して、特にアニメ産業は「やりがい詐欺」が成立することで、業界が成り立ってきているとのスタンスの資料が多かった。そのような状況下で、クリエイター寿命の短命化の改善、慢性的な人材不足の改善、更には海外への仕事の流出、海外制作者との技術力の差の縮小などということがこの数年、様々な報道でも言われてきている。

このような事が背景にあったが、本調査の企業等へのヒアリングでは、所得や労働環境に対する業界の中の考え方が相当変化してきていることが理解できた。

更に、アニメやゲームのクリエイターも「もの作り産業」の一つとして、「一般的な製造業と同じ構造に基づいての報酬に対しての尺度も当然にある」という意見もあった。「ウエットな関係」というコンテンツ業界に特有な関係性が入ってくるものの、一般的な製造業同様に、その顧客ニーズに対応できる技術力があれば、「だんだん稼げるようになってくる」というものである。顧客のニーズに対応した技術が伴わなければ、例えば JIS 規格に適合するといったものが作れなければ、当然これは収入を得られず、企業によっては倒産ということにもなる。顧客ニーズを満たす対応技術は「もの作り」の世界だけではなく、サービス産業、例えばホテル等で、何かマナーを求められる業界であっても同じようなものであり、その技術力アップが顧客の満足度を引き上げ、給与アップに正当に結びつけられる。

フリーランスのクリエイターの給与が少ない事例を実際、確認している一方で、逆にフリーランスで給与が高い方も多くいることも把握でき、特に若年層に対してその技術力、市場で見合う技術力を身に付けて頂く支援の必要性の声は寄せられている。

アニメ産業の発注の商習慣は、一気通貫で上から下にお金の下りてくるパターンではなく、製

作委員会が全体をプールし、IPと言われる著作権を持って行く方式が主流となった。その背景としては、リスクテイクに対する経営判断によるものと、1作品に対する制作費用の高額化していることが大きい。この変化によって、制作現場への配分予算が大きく変化する様な状況にならないことを把握したが、ヒットした場合には何らかの形で制作現場に対して、恩恵が回るような仕組みの模索は始まっている。

アニメ業界においては、制作者への配分額増(出資者の意識改革による制作者への配分増)を訴えることや、制作工程のDX導入などによる効率化、生産性を高める企業努力を通じ、賃金アップへの取組は継続されている。

ゲーム産業に関しては一般的なIT系企業との人的交流が行われやすくIT人材としての人の取り合いが行われることから、給与体系の改善がアニメ業界よりも早く進んでいる。アニメ産業の給与関係には課題も残るものの、賃金アップも徐々に進んできている状況である。

【クリエイターの所得に関する考察】

◆これまでの業界イメージ

「アニメ・ゲームを含むコンテンツ産業、エンターテインメント産業は、下流クリエイターに対する「やりがい詐欺」が成立することで業界が成り立ってきた」
⇒クリエイター寿命の短期化・クリエイター不足 ⇒ 海外への仕事の流出・技術力低下

◎変化

「働き手確保」のため経営者の意識改革が浸透・

⇒従事者のワークライフバランスへの意識と生活レベルの向上傾向

⇒更なる改善「技術者の早期レベルアップ」、「スポンサー企業の意識改革」

※一般的製造業と同じ構造に近づく(顧客ニーズへの対応技術が有れば稼げる)

⇒フリーランスを望むクリエイターと社員の立場の安定を求めるクリエイター二極化

発注の商習慣の変化は「リスク・テイク」に関する経営判断



ゲーム産業：一般的なIT産業との人的な交流が生まれやすく給与体系の改善が進む

アニメ産業：技術力の差が賃金格差 ⇐ 30年前の製造業的慣習が一部に残る?!

※求める技術に至らない事が低賃金の要素となることは他産業も同様

※JIS規格基準に合わないなどの規格基準での判断が出来ない難しさ

※地域の最低時給賃金と最低単価の不一致 ⇒ どのように考えるべきか

⇒実態としてはこの10年で給与関係の改善を感じる話が非常に多い

スポンサー企業の意識改革による制作費増 + 作業工程のDX等制作工程の変革

(例：3Dモーションピクチャー利用)

3. 先進地事例調査

今回はコンテンツ産業に関して先進的な取組をしている、高知県、徳島県、札幌市の調査を行った。高知と徳島は、都市の規模感が東北にもマッチする可能性が高いことと、札幌市は東北に隣接する地域であることから選定した。なお、コンテンツ産業が盛んと言われている京都府や福岡県などは、文献が多数出ているためそれらを参照することし、今回は訪問を伴った事例調査は行っていない。

(3-1) 高知県高知市

高知県は、コンテンツ関係の人材育成機関がなく民業圧迫することもないため、地域ニーズとして、自治体が人材育成のために就学コースを設けている他、コンテンツ自体の地域への理解促進と、次世代層の育成イベントとして全国の高校生を対象とした「漫画甲子園」という行事を1992年から継続実施している。

更に、コンテンツ自体を地域で育成する様な取組として、ロケ地や作品舞台の聖地化に繋がるような取組を行っている。例えば県内でロケがあれば、そのロケが円滑に行われるための諸手続きなどについて当該市町と県が連携して対応し、ロケ後も関連するPRなどを制作者との協議の上で積極的に行政機関が広報に務めることで、地元でのコンテンツへの理解啓蒙が進んでいる。

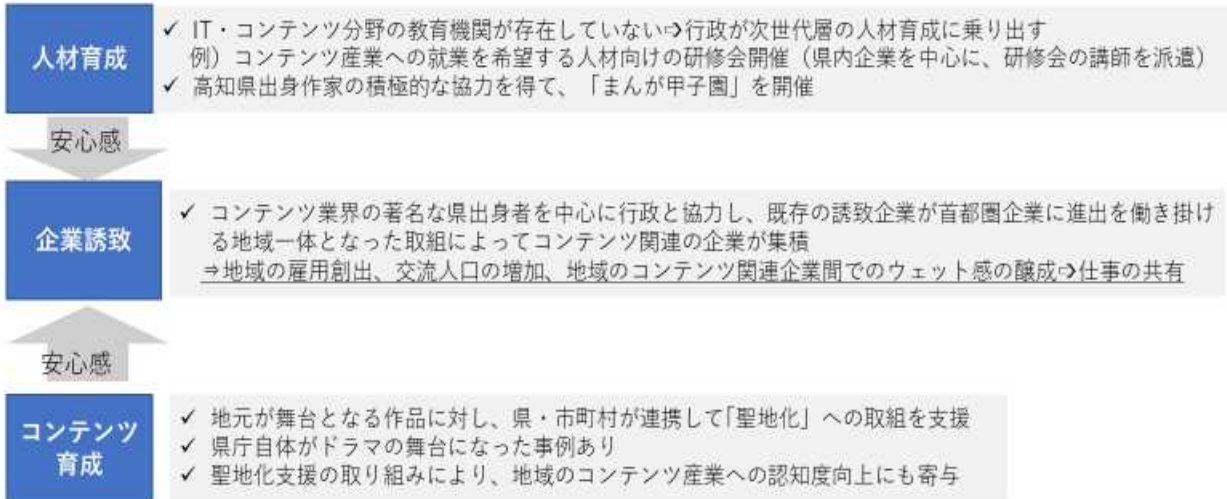
そのような人材育成やコンテンツ自体の育成に関しての取り組みを見ていた、高知県出身の首都圏で活躍しているコンテンツ業界を牽引している方が、コンテンツ関連企業の誘致活動に積極的に行政との連携を進め、首都圏企業に個別に働きかけを行っている。この様な動きに加えて高知県の特徴として、立地した企業が更に他の企業の立地を働き掛け、行政と連携して誘致するという形でコンテンツ産業の集積が進んできている事が挙げられる。これら企業は「ウエットな関係」を構築し、高知県内での企業間の交流も積極的に行われている。

高知県庁自体も相当コンテンツを意識した組織課名を採用しており、観光振興部にあり高知県出身の人気作家によって小説で描かれその後、映画にもなった「おもてなし課」をはじめ、本調査で伺った文化生活スポーツ部の「まんが王国土佐推進課」、観光振興部内の「リョウマの休日推進委員会」などが庁舎内案内に掲出されていた。地域社会でもこのようなネーミングが当たり前を受け入れられ、コンテンツ産業の振興に関わる企業誘致課や産業デジタル化推進課などと上手く連携している。

【視察結果（高知）】

コンテンツ産業、「コンテンツ」自体も育てる高知県～コンテンツ・IT業界全体に好循環を生む

行政・企業によるコンテンツ・人材への投資



（３－２）徳島県徳島市

徳島県は元々、ワープロ開発企業が本社を設けて、IT 企業を中心とした産業集積クラスターを作っている地域で、産業振興の業務に関わっている方には、以前から有名な地域であった。

企業誘致に成功した場合の成果は、雇用増や出荷額増と言う話になるのが一般的である。徳島県の場合は企業が立地したことにより、雇用などの直接効果だけではなく、地域の新たな大きなイベントが生れ、更に関連する施設が通年の観光資源として観光客集客に機能する、特筆すべき事例となっている。

首都圏から徳島県に立地したアニメ制作会社を中心となり、コンテンツ産業の方々に働き掛けを行い、「マチ☆アソビ」という名称のイベントを開催している。春と秋の各 3 日間、2 回の開催で年間約 15 万人がそのイベント自体に来場している。1 回の開催期間 3 日間の消費誘発効果として約 7 億円程度と徳島県では算出している。更に、このアニメ制作会社は関連事業としてコンセプトカフェ、映画館事業を通年で行っており、それら施設が一種の聖地化し、観光地となっている。そのためそれら施設の立地する旧市街地となるアーケード街の交通量ははじめ、関連する既存の観光施設の利用者数などが増加している。

当該企業の進出の経緯に関しては、コンテンツ産業に適した誘致支援制度が当時、整っていたことが挙げられ、またこのようなイベントが開催できている理由は、徳島県の鷹揚な対応によってコンテンツ産業界の関係者がイベント運営に取り組み易い様々な環境が作れたこと、徳島市の都市機能の特性によってイベント期間中の流入人口上限がおおよそ決まっていることなどとコンテンツ産業関係者は分析している。

【視察結果（徳島）】

アニメ制作企業の立地を伴った他地域に例を見ない観光集客効果と、長年のIT系企業誘致による集積



（３－３）北海道札幌市

札幌市、札幌商工会議所と各企業が協力し、「ニアショア」の拡大にこれまでも取り組んでいる。「ニアショア」というのは、「オフショア」が海外を業務拠点にすることに対して、「ニアショア」は国内の地方を業務拠点にしようというものである。札幌市の事業者が首都圏の IT 系の業務を受託できるための PR 活動と併せて、首都圏の展示会にも積極的に参加している。

その札幌市の取り組みで、特筆すべきは人材確保支援事業である。「ゲーム・アニメ産業は学生の親世代から市民権をなかなか得ていないのではないかと、そのために若年層が仕事をし難い状況や就職活動に支障が出ているのではないかと」いう事を危惧し、親世代へのコンテンツ産業の理解啓蒙活動の準備をしている。具体的な取組の 1 つとしてゲーム・アニメ産業の企業と札幌市が共同で就職説明会の開催準備を行っている。また地元の専門学校では、首都圏企業と連携して校舎内にサテライトスタジオを設けてもらい、企業側からの提供カリキュラムによるより実践的な授業を受けてもらい、企業からは優秀な学生を採用していきたいという事から実現したものである。

札幌市は人口が 200 万人を超える都市であり、IT コンテンツ系企業は 300 社程ありその中でアニメ・ゲーム関係は 100 社程の企業が集積している。札幌市に立地するコンテンツ企業からは「過去作品が最大の営業力」であり、制作場所や本社が首都圏でなく地方であっても、その地方に立地するメリットを生かし事業を推進できるとの意見があった。アニメ制作企業では、3DCG など最新の制作技術を積極的に取り入れ、それらがコスト対策とも相成って差別化が図られていた。

アンケートやヒアリング結果によると東北の人材輩出機関や学生も札幌市のコンテンツ企業の実態を理解していないところがある。同様に札幌市の企業からも「人材や連携先となる企業のこととお互いの地域をよく理解していない」という意見があった。事業上の連携や人材の相互の交流など、首都圏のコンテンツ産業だけを見るのではなく、北海道と東北の産業連携のため両地域の企業同士や企業と人材輩出機関相互の情報交換の必要性がある。

【視察結果（札幌）】

東北地域にとって連携できる隣接地域として、より一層の相互理解の浸透が、新たなチャンス機会創出も

札幌市の取り組み	✓ 商工会議所と連携し、ニアショア取引先の拡大を継続的に支援 ✓ 次年度以降、一般市民対象としたコンテンツ産業自体への理解啓蒙活動を実施 ⇒複数年継続予定であり、人材育成・人材輩出に繋げることが目標
札幌市内のコンテンツ関連企業の特徴	✓ 牽引企業の存在と札幌バレー構想の継続でIT・コンテンツ関連企業300社が集積 ✓ 東京圏クライアント企業は一般的に社員の流動性が高いが、札幌市内の企業は協力関係が強く各層でウェットな関係を構築。社員の定着率が高い ✓ 「過去作品」が最大の営業力であり、制作場所や本社場所による影響はない ✓ 首都圏との賃金格差が小さいため、地方で働きたい層を取り込めている ✓ 3DCG等の新手法を積極的に活用しており、差別化・コスト対策を両立
札幌市企業との連携に向けて	
✓ 札幌市内のコンテンツ関連企業は、東北の人材輩出機関・関連企業と連携の意向あり ✓ 一方で、東北の関係企業を知っているようで知らない ✓ 新卒採用で北海道に渡っても、力を付けてからのU・I・Jターンは有り得る。テレワークの更なる高度化が条件	

4. アンケート調査

首都圏のゲーム・アニメ市場で働くクリエイティブ人材や、今後活躍することが期待される次世代のクリエイティブ人材等に対し、首都圏の現在の勤務地を選んだ理由や地方で働く意向、就業に関する意識や地方で働く上での課題などについてのアンケートを行った。

あわせて、首都圏のクリエイティブ人材へのアンケート協力依頼の際に、首都圏企業の操業上の認識などについて別アンケートとして依頼した。

次世代のクリエイティブ人材は、東北地域を中心としたクリエイティブ人材の輩出元（専門学校等）とし、今後の希望勤務地や働き方への希望について回答を得た。

（4－1）首都圏企業

1. 回答総数 28 件

2. 質問事項

- 主な事業領域を教えてください
- コンテンツ関連事業で扱っている分野にチェックを入れてください
- 御社ではテレワークを実施していますか
- 現在の事業所以外に他地域で事業所をお持ちですか
- 上記4の回答で「ある」と回答した方にお尋ねします。どの地域に事業所をお持ちですか
- 現在の場所に本社事務所を設けた最も大きな理由は何でしょうか
- 地方に事務所を設けることを検討される場合、地域によっては補助金や減税等の支援制度があることをご存じでしたか
- 従業者の方の人数は足りていますか
- 今後の事業展開で、地方に事務所を設けることを御社内で検討する場合、「このような情報があれば有益である」と思われる事項について教えてください

3. 回答概要

(1) 主な事業領域を教えてください

本調査の主対象となる「アニメーション企画・制作」が 5 社、「ゲームソフト開発・販売・運営等」が 2 社となっている。

その他、受託開発ソフトウェア業が最も多く 9 件、「映画・ビデオ制作業」が 7 件となっている。

(単位：社)

受託開発ソフトウェア業	9
映画・ビデオ制作業	7
アニメーション企画・制作	5
その他 IT 関連事業	2
パッケージソフトウェア業	2
ソフトウェア開発	1
ゲームソフト開発・販売・運営等	2
計	28

(2) コンテンツ関連事業で扱っている分野にチェックを入れてください

ゲーム制作関連が最も多く 10 社で、次いでアニメーション制作関連が 9 社となっている。その他、ゲームとアニメーションの両方の制作に関わっている企業が 2 社、ゲームとアニメーション、音楽の 3 つのコンテンツに関わっている企業も 2 社、静止画関係が 2 社となっている。

主業がゲーム関連である企業は (1) において 2 社しかなかったが、関連プログラム作成をはじめ、バックチェックやフォローアップ業務等の後方支援的な業務を受託している企業が多く存在しているものと推察される。

(単位：社)

ゲーム制作関連	10
アニメーション制作関連	9
特にコンテンツに関するものを扱っていない	3
ゲーム制作関連;アニメーション制作関連	2
ゲーム制作関連;アニメーション制作関連;音楽関係	2
ゲーム制作関連;アニメーション制作関連;小説などテキスト・イラストレーションなど静止画	1
小説などテキスト・イラストレーションなど静止画	1
計	28

(3) 御社ではテレワークを実施していますか

テレワークについて「実施し現在も利用している」が 19 社と最も多く過半数を占め、「緊急事態宣言中は実施していたが、宣言解除に合わせて終了する」が 6 社、「検討したが実施していない」と言う企業も 2 社あった。

(単位：社)

実施し、現在も利用している	19
緊急事態宣言中は実施していたが、宣言解除に合わせて終了する	6
検討したが実施していない	2
週 1 で実施	1

(4) 現在の事業所以外に他地域で事業所をお持ちですか

今回の調査では大企業をほぼ含んでいないことから、「ある」としたのは 7 社と回答全体の 4 分の 1 であり、「ない」が 21 社と大半を占めている。

(単位：社)

ある	7
ない	21

(5) 上記 4 の回答で「ある」と回答した方にお尋ねします。どの地域に事業所をお持ちですか

「首都圏の 30 分程度の時間距離の場所」が 2 社あった他、回答を得た場所はいずれの企業も西日本となっている。大阪府に持つ企業が 3 社、福岡県、名古屋市、熊本に各 1 社事業所を持っている。

(単位：社)

首都圏の 30 分程度の時間距離の場所	2
福岡県	1
大阪府	2
熊本支社	1
名古屋、大阪	1
回答合計	7

(6) 現在の場所に本社事務所を設けた最も大きな理由は何でしょうか

「取引先との関係」、「従業員を集めやすい環境にある」の2項目が最も多く9社ずつとなっている。次いで「イメージ的に良い地域であった」が3社、「過去に居住した地域である」と「親会社との関係」が2社ずつと続いている。

(単位：社)

取引先との関係	9
従業員を集めやすい環境にある	9
イメージ的に良い地域であった	3
過去に居住した地域である	2
親会社との関係	2
統合的に考えてビジネスがしやすい	1
本社では無い 仙台支社	1
無回答	1
回答合計	28

(7) 地方に事務所を設けることを検討される場合、地域によっては補助金や減税等の支援制度があることをご存じでしたか

「知っていた」が過半数の18社であり、「知らなかった」が9社となっている。無回答が1社あった。

この「知らなかった」と回答した企業は、クロスチェックによると主業が「アニメーション企画・制作」の3社と、全てゲームやアニメーションに関わる業務を持っている企業であった。

企業本体の規模が不明ながら、「UIJ ターン支度金」となるような地方の取組情報の発信が更に行き渡る様な取り組みをする必要性はあるのではないかと。

(単位：社)

知っていた	18
知らなかった	9
無回答	1
回答合計	28

(8) 従業者の方の人数は足りていますか

従業員が「やや不足している」が 12 社、「不足している」が 10 社となっており過半数が人手不足を感じている。3 社の「アニメーション制作関連企業」が不足しているとしている一方で、「足りている」と回答した企業も 2 社あった。

(単位：社)

十分足りている	1
足りている	5
やや不足している	12
不足している	10
回答合計	28

(9) 今後の事業展開で、地方に事務所を設けることを御社内で検討する場合、「このような情報があれば有益である」と思われる事項について教えてください

以下のような 3 つの視点からのコメントが寄せられている。

- ・ 回答を得たほぼ全数から、人材情報の提供が求められている
- ・ 補助金や減税制度等の地域の立地支援制度に関する情報に関しても、同様にほぼ全数に求められている。
- ・ 不動産情報や光通信回線などの地域インフラ情報に関しても要望があった。

（４－２）首都圏の既就労者

1. 回答総数 32 件

2. 質問事項

- 男女の別を教えてください年齢を教えてください
- 出身都道府県をお答えください（生活期間が最も長かった所をご記入ください）
- 最終学歴の学校所在都道府県をお答えください
- どちらの業界でお仕事をされていますか
- 在職年数はどのくらいの期間ですか
- 通勤時間はどのくらいですか
- 家賃・生活費はどのくらい金額ですか
- 最も近い職種を選択ください
- 自分の今の生活に必要な不可欠なものと感じる施設にどのようなものがありますか
- 前項目の「その他」を選択した方のみご回答ください。具体的にどのような施設でしょうか
- 首都圏でお仕事をされている主な理由を3つお選びください
- 前項目の「その他」を選択した方のみご回答ください。具体的にどのようなことでしょうか
- テレワーク、もしくはワーケーションを体験したことがありますか
- テレワークなど、働く場所の選択が自由に選択できる場合、最も仕事をしたい場所はどちらでしょうか
- 前項目で「現在の自宅」、「現在の職場」以外を選択した方にお聞きします。選択した場所で仕事ができるとした場合に必要な条件等について自由にお答えください
- 前項目で「現在の自宅」、「現在の職場」以外を選択した方にお聞きします。選択した場所で仕事ができるとした場合に必要な条件等について自由にお答えください
- 地方でコンテンツ産業を根付かせるために感じている事やご意見があれば自由にご記入ください

3. 回答概要

（１）男女の別を教えてください

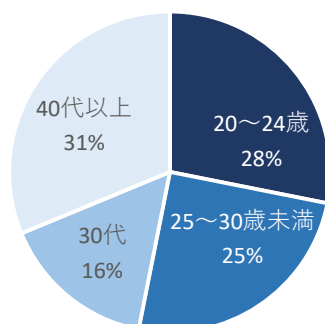
男性が 17 名(53.1%)、女性が 15 名(46.9%)となっている。

男性	17 名
女性	15 名
回答者合計	32 名

(2) 年齢を教えてください

「20～24 歳」が 9 人(28.1%)、25 歳～30 歳が 8 名(25%)、30 代が 5 人(15.6%)、40 代以上が 10 名(31.3%)となっている。

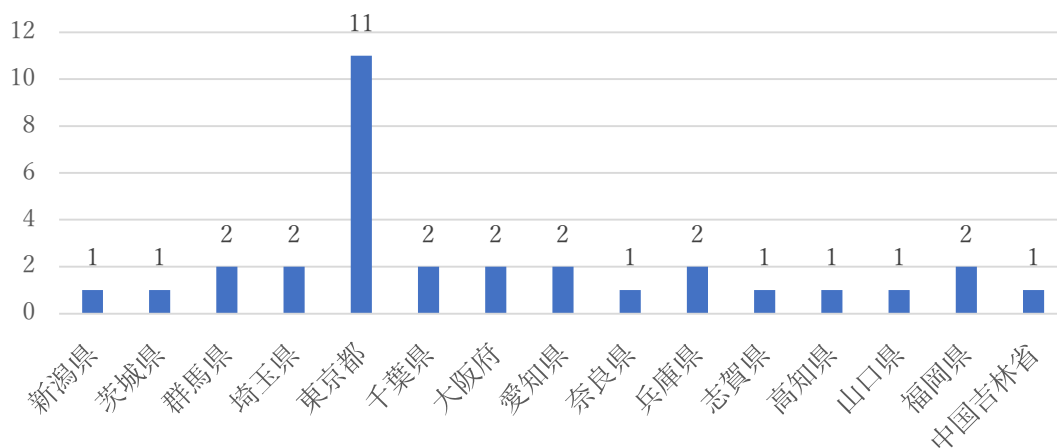
回答者年代



(3) 出身都道府県をお答えください（生活期間が最も長かった所をご記入ください）

東京都が最も多く 11 名(34.4%)となっており、次いで群馬県、埼玉県、千葉県、大阪府、愛知県、兵庫県、福岡県がそれぞれ 2 名(6.3%)ずつとなっている。新潟県、茨城県、奈良県、滋賀県、高知県、山口県の他、中国吉林省の出身者が各 1 名いるが、東北出身者は一人もいなかった。東京都、千葉県、埼玉県出身者を除く首都圏以外出身者は 17 名(53.1%)であり、この男女比は男性が 10 名、女性が 7 名となっている。(4) の回答と併せてみると、首都圏以外出身の 17 名中、首都圏以外の学校が出身校となっているのは 13 名である。新潟県から京都府で学んだ後に就職している 20 台後半男性、群馬県から新潟県で学んだ 30 代女性が各 1 名ずついるが、基本的には出身県か隣接県で学んでいる。

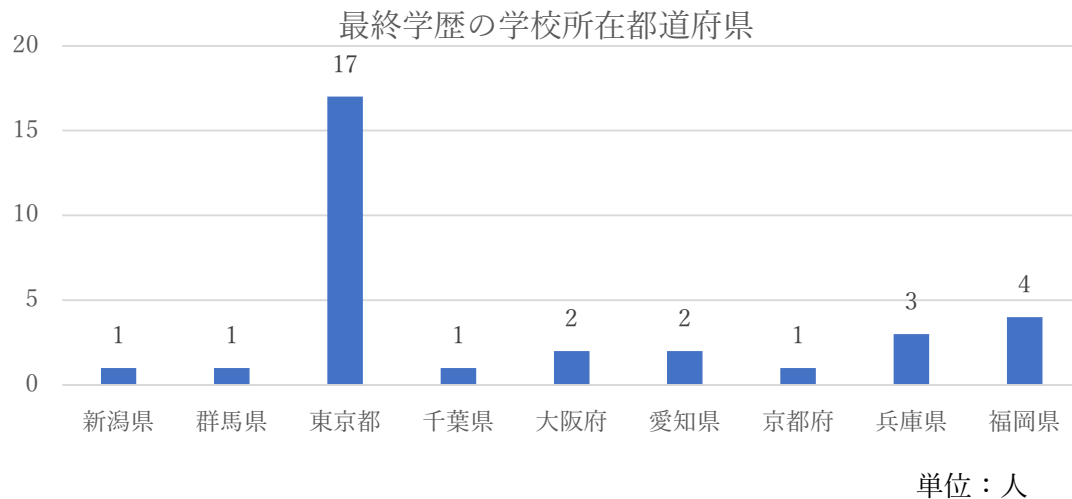
回答者出身地



(4) 最終学歴の学校所在都道府県をお答えください

最終学歴に関し東京都が最も多く 17 名(53.1%)であり、過半数を超えている。また、前項の「出身地が東京という回答者 11 名」よりも 6 名増加しており、「東京集中」がうかがえる。

次いで福岡県が 4 名、兵庫県が 3 名、愛知県と大阪府が 2 名、新潟県、群馬県、千葉県、京都府が各 1 名となっている。



(5) どちらの業界でお仕事をされていますか

アニメ業界が 23 名(71.9%)と過半数を占めており、ゲーム業界が 1 名(3.1%)で、IT 業界が 8 名(25%)となっている。

クロスチェックとして、アニメ業界の男女別の人数をみると男性 11 名、女性 12 名とほぼ半々の割合であった。ゲーム業界の 1 名は東京都出身の 25～30 歳未満の女性であった。

アニメ業界	23 名
ゲーム業界	1 名
IT 業界	8 名
回答者合計	32 名

(6) 在職年数はどのくらいの期間ですか

在職期間は2～5年が最も多く10名(31.2%)であり、次いで10年以上が9名(28.1%)であり、1年未満が8名(25%)、5年から10年が5名(15.6%)となっていた。

「1年未満」、「2～5年」の若手と考えられる在職期間の回答者は18名で、男女9人ずつとなっていた。また、「5～10年」、「10年以上」と回答している合計14名のうち、男性は8名、女性は6名であった。

1年未満	8名
2～5年	10名
5～10年	5名
10年以上	9名
回答者合計	32名

(7) 通勤時間はどのくらいですか

「30分以上」が最も多く17名(53.1%)で、次いで「10～20分」が8名(25%)で、「20～30分」が5名(15.6%)と続いている。

「自宅作業」との回答者はアニメ制作ディレクター職の経歴10年以上の40代女性となっている。

「30分以上」の通勤時間を要している回答者が過半数を占めており、同居家族や持ち家などの関係と推察される。

20分以内の比較的職場の近隣に居住している9名のうち、40代以上が3名、30代が3名となっており、職住接近のイメージが各世代に対してあったものの、本アンケート回答者においてはそのような優位なデータはなかった。

10分以内	1名
10～20分	8名
20～30分	5名
30分以上	17名
自宅作業	1名
回答者合計	32名

(8) 家賃・生活費はどのくらい金額ですか

「5～10 万円未満」が 14 名(34.7%)と最も割合が多く、次いで「10 万～15 万円未満」が 9 名(28.1%)で、「親と同居のため不要」が 5 名(15.6%)となっている。

クロスチェックをすると「親と同居のため不要」としたのは、「20～24 歳」男女 1 名ずつ、30 代女性 1 名、40 代以上の男女 1 名であった。同じく「10 万円未満」の 2 項目は計 16 名回答者いるが、男女 8 人ずつ、回答者年代も各世代にいて、アニメ業界が 11 名、ゲーム業界が 1 名、ゲーム業界が 1 名となっている。

5 万円未満	2 名
5～10 万円未満	14 名
10 万～15 万円未満	9 名
15 万円以上	2 名
親との同居のため不要	5 名
回答者合計	32 名

(9) 最も近い職種を選択ください

「アニメ原画制作」が最も多く6名、「アニメ制作ディレクター」次いで5名、「アニメ動画制作」と「アニメ制作プロデューサー」がそれぞれ3名となっている。

「アニメ原画制作」と回答した6人をクロスチェックすると、「家賃生活費」が「5～10万円未満」が3名、「10～15万円未満」が2名、「親と同居のため住居生活費不要」が1名であった。

アニメ制作プロデューサーの3名か同じく「家賃生活費」で回答した項目は「15万円以上」、「5～10万円未満」、「10～15万円未満」で各1名ずつであった。

アニメ制作ディレクター	5名
アニメ制作プロデューサー	3名
アニメ制作進行	1名
アニメ動画・仕上げ	1名
プログラム作成・保守メンテナンス(客先常駐)	4名
プログラム作成・保守メンテナンス(受託)	4名
管理職	1名
アニメ原画制作	6名
事務	1名
制作進行	1名
総務	1名
アニメ動画制作	3名
無回答	1名
回答者合計	32名

(10) 自分の今の生活に必要な不可欠なものと感じる施設にどのようなものがありますか

「映画館」が18名(56.3%)で最も多く、「趣味に関する専門店」が14名(43.8%)、「美術館」が8名(25%)、「大型アミューズメント施設」が7名(21.9%)となっている。

趣味に関する専門店	14名
劇場やライブハウス等	6名
映画館	18名
美術館	8名
画廊や個別のギャラリー	2名
大型アミューズメント施設	7名
趣味に関するフェス会場	4名
その他	6名

(11) 前項(10)の「その他」を選択した方のみご回答ください。具体的にどのような施設でしょうか

「図書館」、「スーパーマーケット」など、生活関連施設、都市機能に関する施設が挙げられている中で、「自然」を挙げた回答者が1名あった。この「海や山などの自然」を選択したのは、大阪出身の40代男性でアニメ関係の管理職となっている。

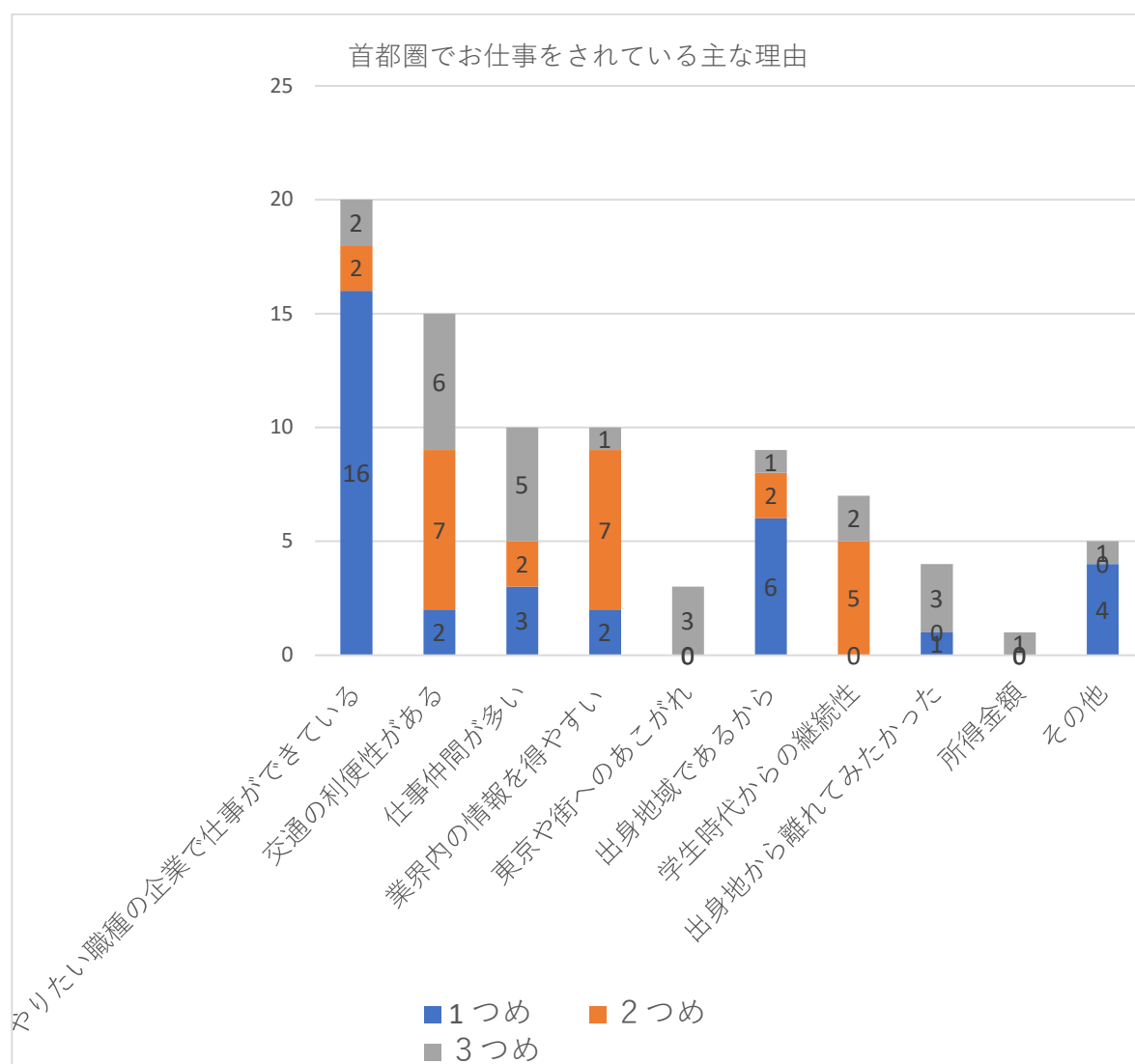
海や山などの自然	1名
文房具・画材専門店	1名
図書館	1名
スーパーマーケット	1名
プール	1名
対戦、交流が盛んなゲームセンター	1名

(12) 首都圏でお仕事をされている主な理由を3つお選びください

「やりたい職種の企業で仕事ができている」が1つ目の項目として16名、全体として合計20名と最も多く選択されている。

一つ目の選択項目では「出身地であるから」が6名であるが、全体としての合計としては「交通の利便性が有る」が合計15名で、次いで「仕事仲間が多い」、「業界内の情報を得やすい」が合計15名ずつとなっている。

クロスチェックでは「やりたい職種の企業で仕事ができている」を選択していたのは「アニメ業界」が17名で「IT業界」が3名であった。「ゲーム業界」の1名は「出身地域であるから」、「学生時代からの継続性」、「交通の利便性がある」の順で選択している。



(13) 前項(12)の「その他」を選択した方のみご回答ください。具体的にどのようなことでしょうか

5名はいずれも「アニメ業界」の回答となっている。仕事が東京に有ることが理由の根底となっている。「地元が住みづらく首都圏に戻った」旨の回答したのは愛知県出身のアニメ業界の男性の40代であった。

- ・アニメ会社が東京にいっぱいあったから
- ・転勤
- ・打ち合わせ、日常の素材のやりとりがある為仕方なく
- ・若い頃、アニメの仕事をする為にやむを得ず東京に住むようになったが、一旦仕事を辞めて地元に戻ってみるととても住みづらく、心の平安を求めて首都圏に舞い戻った。
- ・会社への通勤を考えると離れることができないから

(14) テレワーク、もしくはワーケーションを体験したことがありますか。

「ある」が24名(75%)、「ない」が8名(25%)となっている。

「ない」のうち、ゲーム業界が1名の他はアニメ業界が8名となっている。

ある	24
ない	8
合計回答数	32

(15) テレワークなど、働く場所の選択が自由に選択できる場合、最も仕事をしたい場所はどこでしょうか。

「現在の自宅」が11名、「現在の職場」が10名となっており、合計22名と過半数を占めており、他地域を仕事場として選びたい意向が全体として少ないものとなっている。

既に東京以外の居住希望地に住居取得済	1
現在の自宅(同居も含む)	11
現在の職場	10
住んだことのない地域	1
出身地の実家等(上記の自宅以外)	3
出身地以外に過去に住んだ街や地域	4
回答者合計	30

(16) 項目目(15)で「現在の自宅」、「現在の職場」以外を選択した方にお聞きします。
選択した場所で仕事ができるとした場合に必要な条件等について自由にお答えください。

ライフラインや業務関連する機材とともに、同業者を含めた人とのつながりに関しての回答が寄せられている。

- ・作業機材
- ・仕事部屋とネットワーク環境
- ・同業者との情報交換
- ・資材のやり取り(宅配)代を請負先が負担、無料通信手段にて打ち合わせ諸般完全リモート
- ・地元名古屋以外の愛知県内で、程よく田舎。
- ・海が近い。家族から遠く友人に近い場所
- ・ライフラインが十全であること
- ・400Mbps以上のインターネット回線、東京へのアクセスがしやすい、宅配便がすぐに届く、周りに自然が多い

- (17) 地方出身者の方にお聞きします。将来的に出身地に戻り働きたいという希望はありますか。

「仕事があること」が前提に、移転の可能性を過半数の回答者が認めている。

仕事があれば戻ること検討する可能性がある	10
実家の親族（父親）の将来の状況次第では実家と現居住地との2ヶ所を行き来して仕事をするかもしれない。	1
出身地には仕事がなくとも出身地方に仕事があれば検討する可能性がある	3
全く考えられない	6
回答者合計	20

- (18) 地方でコンテンツ産業を根付かせるために感じている事やご意見があれば自由にご記入ください

- ・地方に優秀な人財がいるのだけれど、音響関連での東京縛りが厳しく、「工程請の仕事」としては根付かせられても「コンテンツ産業の中心」にはなり得ないと諦めています。せめて魅力的なコンテンツを発信できる制作会社が集積することが重要かと思います。地方で頑張っている企業のことを、意外と地元の人が知らないことも多いので、地方での雰囲気づくりも重要かと。
- ・ずっと同じメンバーで信頼関係は築きやすいと思うが、マンネリや限界も感じるかもしれない。地方イコール永住ではなく、年代や収入や家族構成の変化による希望にその都度合った場所が選べるということが大事。
- ・ギャラが高額になれば地方でも問題ない。
- ・作打ち時、アニメーターがスカイプを使用せず、リモート打ち合わせが出来ない事が多く、電話打ちするから出社を要請されツケをこちらに回されるのが耐えがたい
- ・アニメの場合、声優を集めなければいけないという物理的な制約もあって東京依存を脱却するのは難しいが、より一般的に言えば、エンタテインメントや芸術を志す若い人たちが具体的な理由もなく、なんとなく東京に移ってきてしまう心理を根本から変えられないと、地方にコンテンツ産業が根付くのは難しいと思う。
- ・「なぜその地方なのか」の理由が明確であればあるほど成功率が高くなるのでは
- ・日本であるかぎり東京一極集中なのは避けられない
- ・デジタル作業だったらどこでも作業はできそう
- ・アニメ業界はまだ紙でのやりとりが多く、首都圏と遠方とのやりとりに時間もお金もかかります。デジタル化が進めば、地方と首都圏のやりとりのテンポにも変化があると思うので、アナログ手段をとってきた人がデジタルに歩み寄れる講習会などを根気強く行っていただきたいと思いました。

（４－３）東北の人材輩出機関に所属する学生

1. 回答総数 560 名

2. アンケート協力依頼先 東北の人材輩出機関（19 校中 18 校協力あり）

3. 質問項目

- ・性別を教えてください
- ・出身地を教えてください
- ・学んでいるのはどの分野ですか
- ・卒業後の仕事はどの分野へ行くことを希望していますか
- ・卒業後はどの地域で生活したいですか
- ・首都圏、もしくは出身地以外で就職・生活した場合、自分の出身地やその他の東北地方の都市に移り住むことを将来的に考える可能性がありますか
- ・自分の出身地やその他の東北地方の都市に移り住むことを将来的に検討する時に、実際にその土地で生活ができるようになるにはどのような事が必要ですか
- ・卒業後に生活したい地域を選択したもっとも大きな理由はどのような事ですか
- ・将来の職種や居住地等について相談する先や情報入手先は主にどちらですか
- ・卒業後、社会人になる際に、給与水準はどのくらいの金額が最低ラインと考えていますか
- ・仕事を選ぶ際に大切であると考えている順番を教えてください。

4. 各質問項目への回答状況

（１）性別を教えてください。

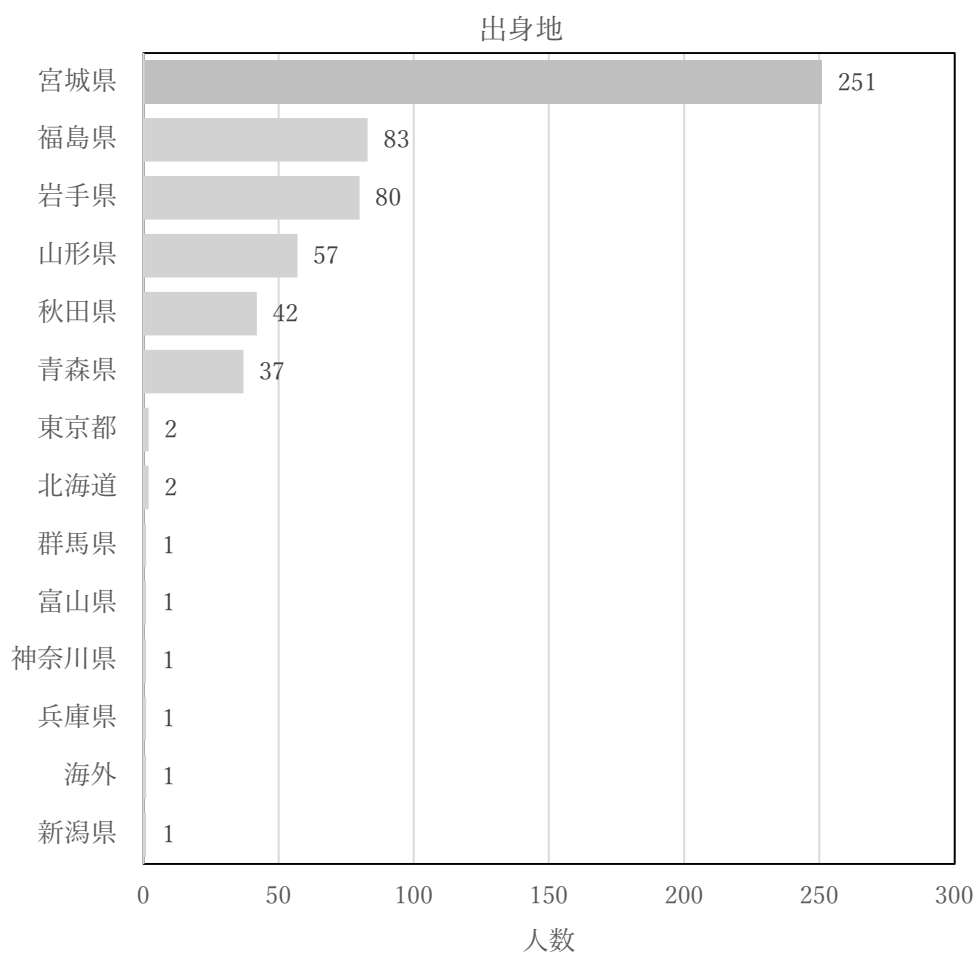
男性が 365 名(65.2%)、女性が 191 人(34.1%)、無回答が 4 名(0.7%)となっている。

(単位：人)

男性	365
女性	191
無回答	4
合計	560

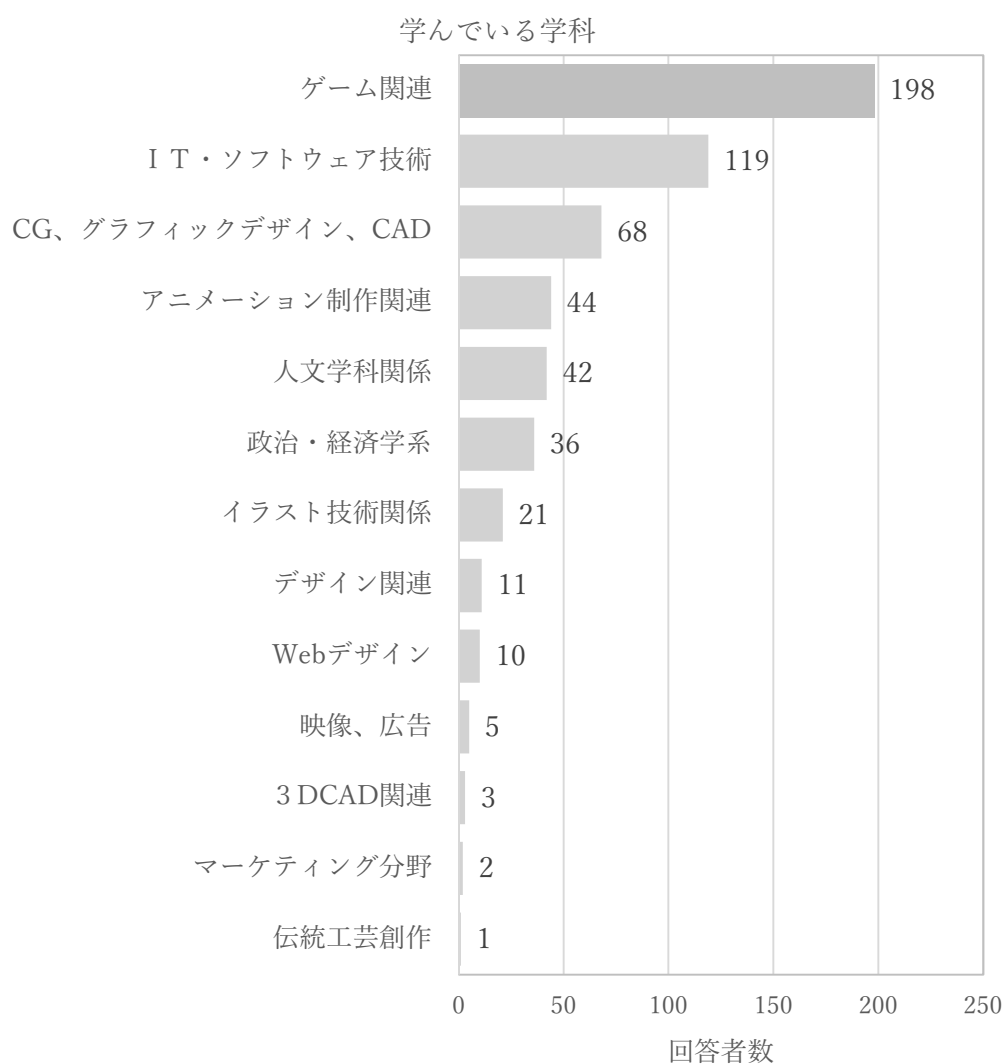
(2) 出身地を教えてください。

宮城県が最も多く 251 名(44.8%)と過半数を占めている。次いで福島県が 83 名(14.8%)、岩手県が 80 名(14.3%)、山形県が 57 名(10.1%)、秋田県が 42 名(7.5%)、青森県が 37 名(6.6%)となっている。その他東北以外の地域から東京都、北海道、から各 2 名、群馬県、富山県、神奈川県、兵庫県、新潟県、留学生が各 1 名となっている。



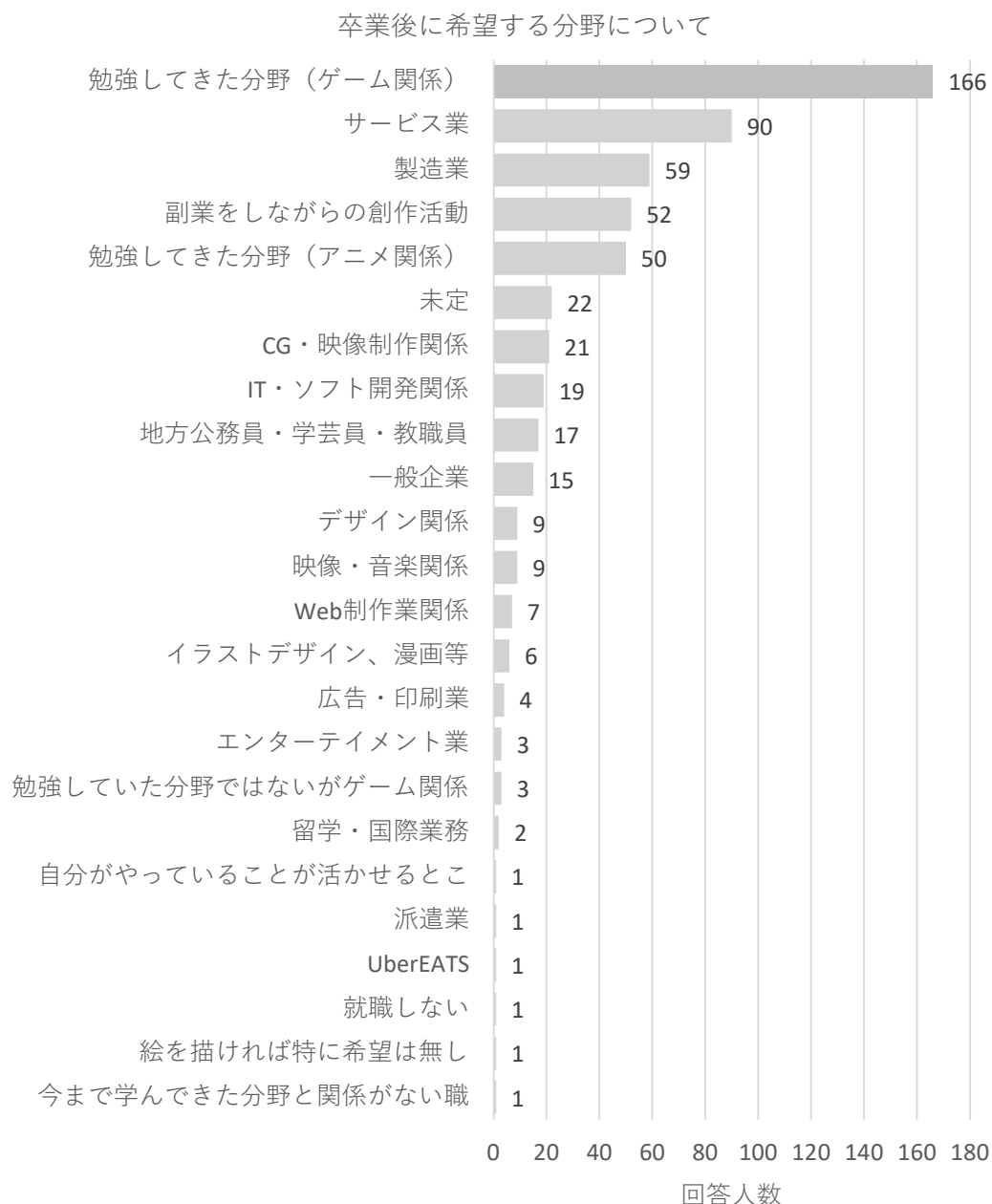
(3) 学んでいるのはどの分野ですか

最も人数が多いのは「ゲーム関連」で 198 名(35.3%)となっている。次いで「IT・ソフトウェア技術」で 119 名(21.2%)、「CG、グラフィックデザイン、CAD」が 68 名(12.1%)と続き、アニメーション制作関連が 44 名(7.8%)となっている。



(4) 卒業後の仕事はどの分野へ行くことを希望していますか

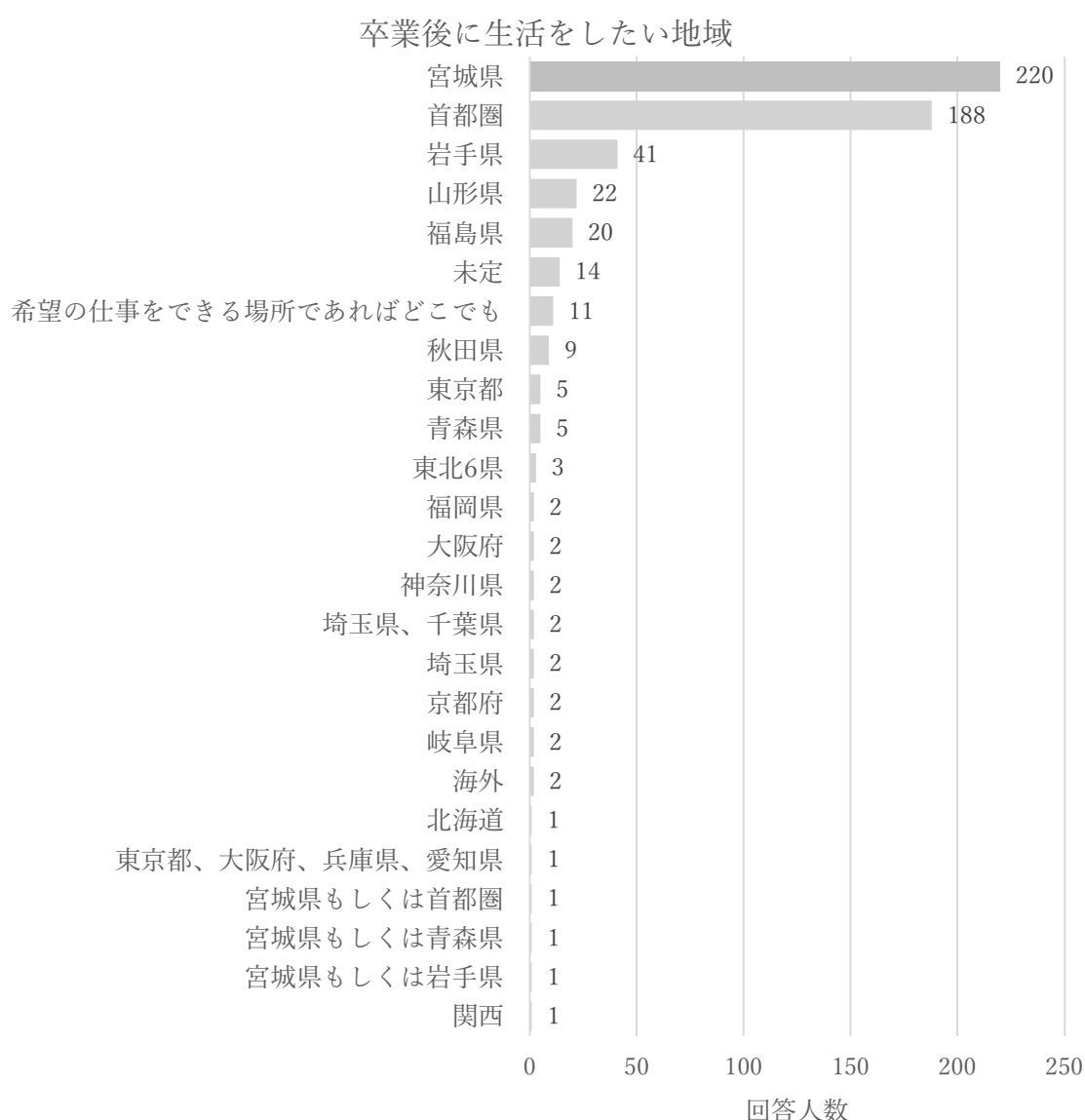
「勉強してきた分野(ゲーム関係)」が最も多く 166 名(29.6%)となっており、次いで一般サービス業となっている。「勉強してきた分野(アニメ関係)」は 50 名(8.9%)であるが、アニメ・ゲーム関係産業に関連する「CG・映像制作関係」21 名(3.7%)や「映像・音楽関係」9 名(1.6%)などとなっており、周辺産業までを含めるとコンテンツ産業志望者は 4 割程度になっていると考えられる。



(5) 卒業後はどの地域で生活をしたいですか

最も多いのが宮城県で 220 名(39.2%)であり、次いで首都圏が 188 名(33.5%)となっている。東京都 5 名、「埼玉県、千葉県」が 2 名、埼玉県、神奈川県が各 2 名ずついる他、東京都や首都圏と他地域を希望する学生も 2 名いることから、これらを合計すると 13 名が加算され計 201 名(35.8%)が首都圏を希望している。

その他の東北各県では岩手県が 41 名(7.3%)、山形県が 22 名(3.9%)、福島県が 20 名(3.6%)、秋田県が 9 名(1.6%)、青森県が 5 名(0.9%)となっている。その他、東北 6 県が 3 名、宮城県もしくは岩手県、青森県のいずれかという回答が各 1 名いる。



(6) 首都圏、もしくは出身地以外で就職・生活した場合、自分の出身地やその他の東北地方の都市に移り住むことを将来的に考える可能性がありますか

回答者 438 名(78.2%)のうち、将来的な移住の可能性について「ある」と回答しているのは 172 名(39.2%)となっている。「今はどちらともいえない」が 208 名(47.4%)となり半数近く、無回答も 122 名(21.8%)であり、将来的な居住地に対する思いは相当柔軟性があると思われるデータとなっている。

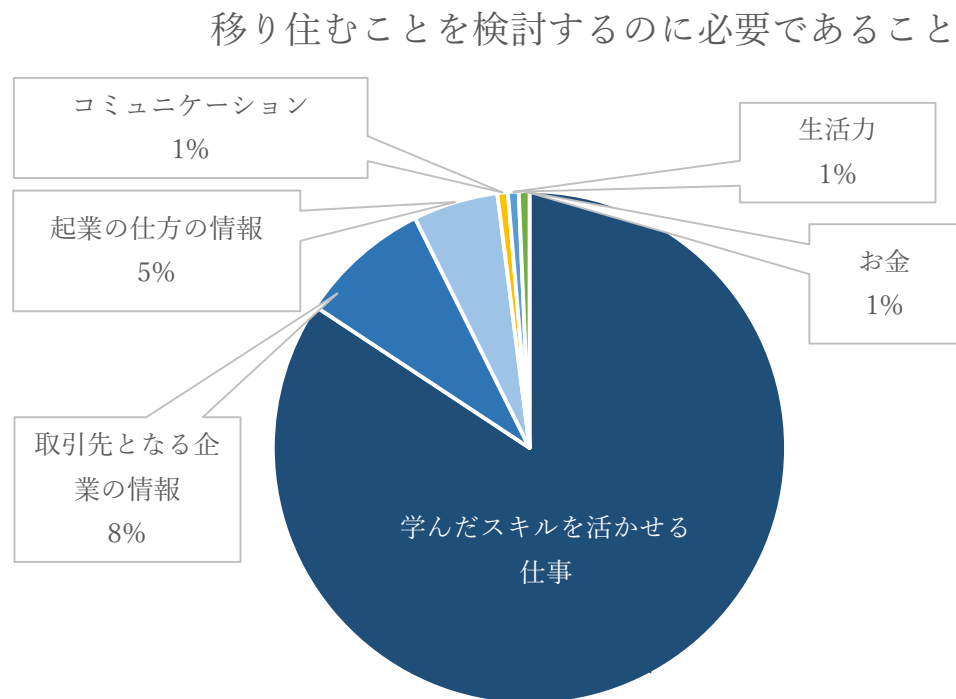
「同じ仕事を続けたいと考えているので、出身地などに同じ業種の企業ができたら移り住みたい」と具体的に回答した方は、福島県出身のアニメ産業志望者で出身県以外の大学に在学しており、このような気持ちを持っている学生は実は多いのではないかとということが、人材輩出機関ヒアリングと

(単位：人)

ある	172
ない	57
今はどちらともいえない	208
同じ仕事を続けたいと考えているので、 出身地などに同じ業種の企業ができたら 移り住みたい。	1
無回答	122
回答合計	560

(7) 自分の出身地やその他の東北地方の都市に移り住むことを将来的に検討する時に、実際にその土地で生活ができるようになるにはどのような事が必要ですか

「学んだスキルを活かせる仕事」が 252 名(45%)で最も多く、次いで「取引先となる企業の情報」が 25 名(4.5%)、「起業の仕方の情報」が 16 名(2.8%)となっている。その他の「コミュニケーション」、「生活力」、「お金」に関しては各 2 名(0.4%)である。

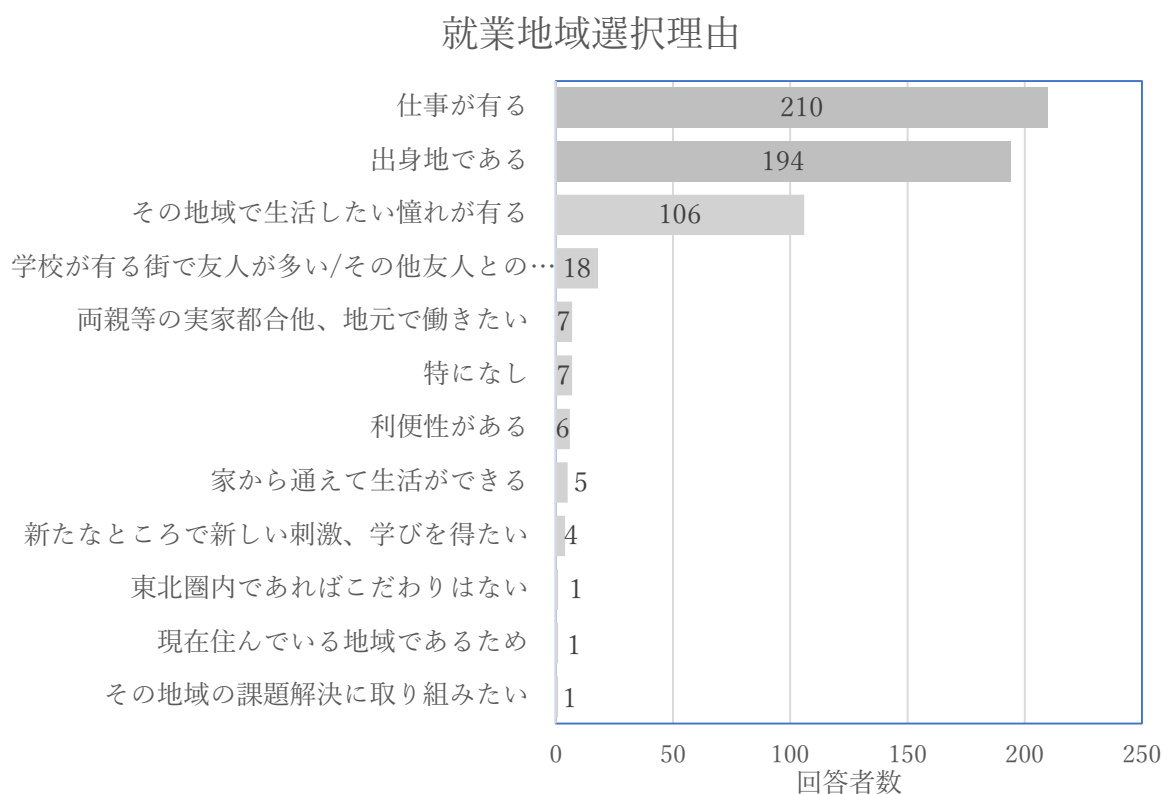


(8) 上記(5)の回答で、卒業後に生活したい地域を選択したもっとも大きな理由はどのような事ですか

「仕事がある」が210名(37.5%)、「出身地である」が194名(34.6%)、「その地域で生活したい憧れがある」が106名(18.9%)と続いている。

一方で、「出身地である」のほか、「友人」や「家族」をキーワードとしている地元志向の回答も225名(40.2%)と多く、「コロナなどの大規模な問題が起きた時に実家に帰るのが困難な時に親に何かあったら助けられなくなるから」と付記された記述もあった。また、クロスチェックを行うと、これら回答者の希望職種ではコンテンツ産業としている回答も117名(20.9%)あり、仕事が地方にあればマッチする可能性が高いことを示すものとなっている。

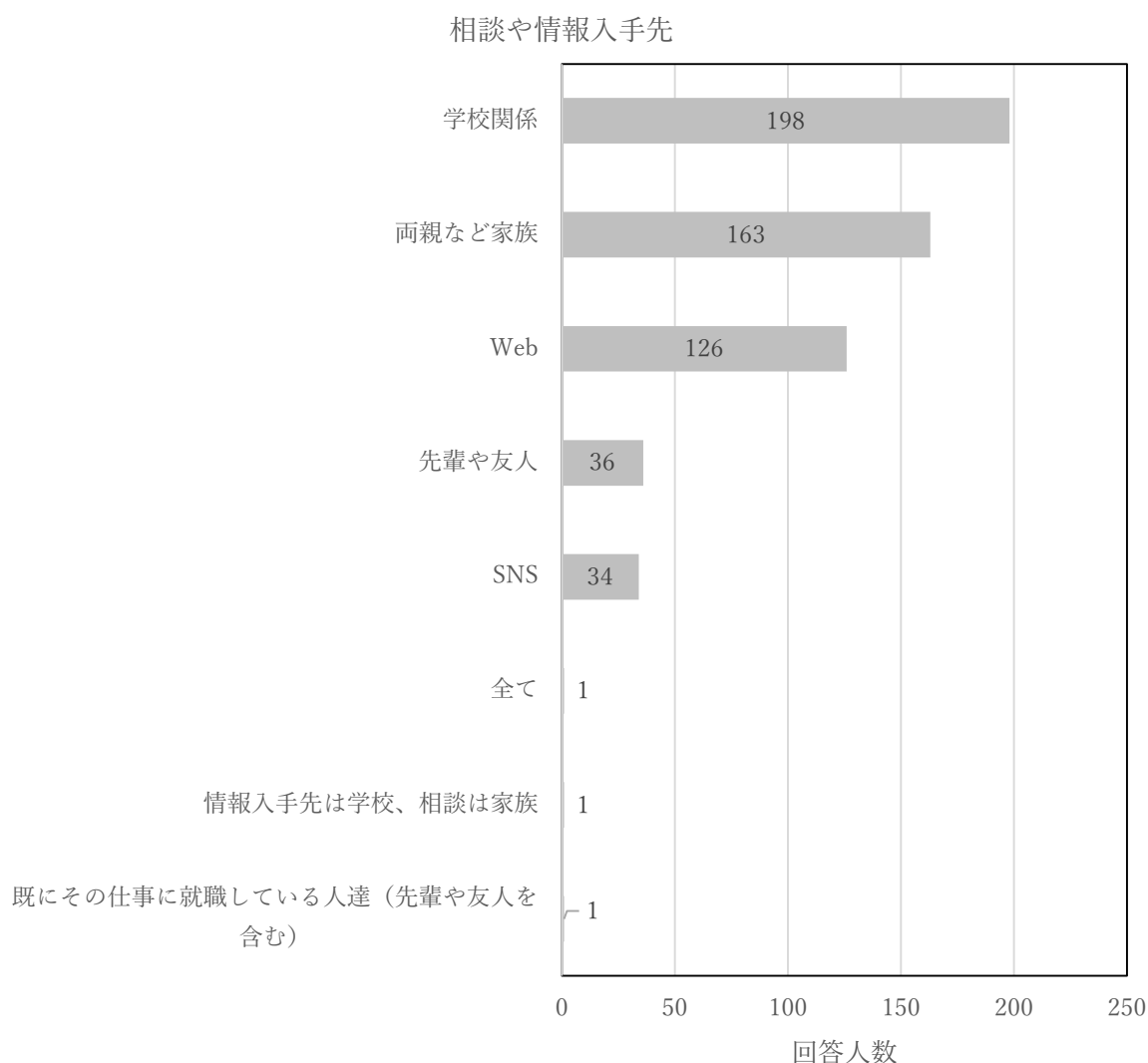
その他クロスチェックとして、「仕事がある」との回答者のうち、製造業やサービス業などIT・コンテンツ産業以外を希望するのは22名となっていた。またIT・コンテンツ産業希望者188名のうち、首都圏、宮城県、その他大都市以外を就職希望地域として挙げていたのは岩手県が1名のみであった。仕事優先と考える人ほど希望住居地域が大都市圏を意識している事が分かるものとなっている。



(9) 将来の職種や居住地等について相談する先や情報入手先は主にどちらですか

「学校関係」が198名(35.4%)であり、「両親など家族」が163名(29.1%)、「Web」が126名(22.5%)となっている。「先輩や友人」が36名(6.4%)、SNSが34名(6%)と続き、選択肢がなく自由記載の回答は「全て」、「情報入手先は学校、相談は家族」、「既にその仕事に就職している人たち(先輩や友人を含む)」が各1名となっている。この3名中2名がゲーム産業志望者であった。

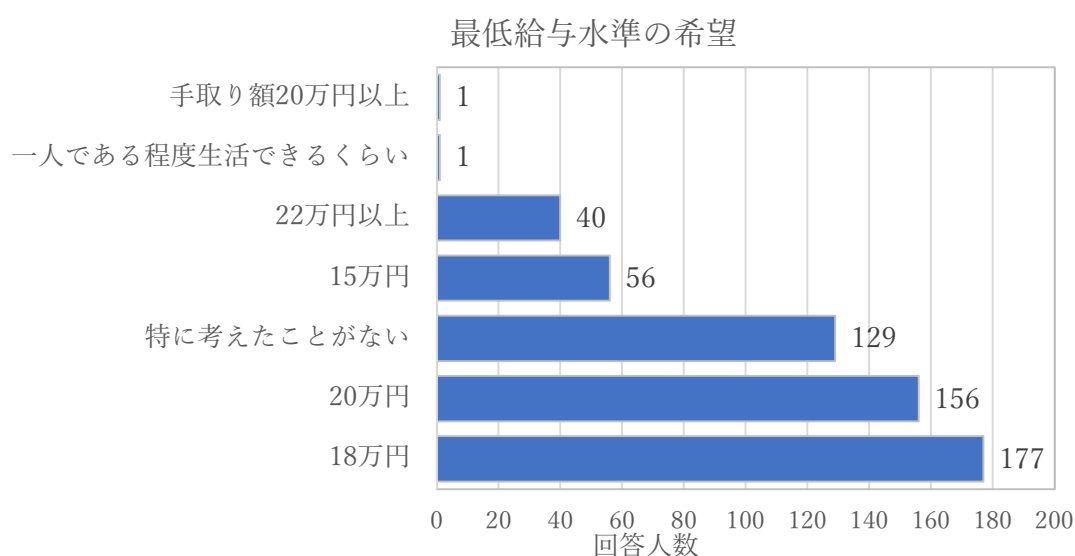
「学校関係」に関して在籍校の記載が有ったもののうち、専門学校が121名、大学が23名となっていた。



(10) 卒業後、社会人になる際に、給与水準はどのくらいの金額が最低ラインと考えていますか

「18 万円」が最も多く 177 名(31.6%)、次いで「20 万円」が 156 名(27.9%)となっている。3 番目に「特に考えたことがない」が 129 名(23%)とあり、「15 万円」が 56 名(10%)であった。

クロスチェックでは「15 万円」の回答者の志望職種は 36 名がアニメ・ゲーム関係を中心としたコンテンツ産業系となっていた。また、「一人である程度生活できるくらい」と回答した方は、青森県出身のアニメーション制作関連を学習し、同分野での就職を仕事のある所でしたいと考えていた。



(11) 仕事を選ぶ際に大切であると考えている順番を教えてください。

本項目の1位項目の単純合計で1418名の回答が有り、回答者に正しく質問意図が伝わっていなかったことから、各項目の回答者数の単純合計を下記のグラフ「仕事を選ぶ際に大切であると思える事 合計」の通りまとめた。1～3位までの総回答は3075名となっており、本来想定される1680名の回答数の2倍近くになっているため、本項では%表記を行わない。

最も多くチェックされたものは「給与額」で399名、ついで「やりがい」357名、「休日や勤務時間」が350名、「職種」が339名、「福利厚生」289名と続いている。

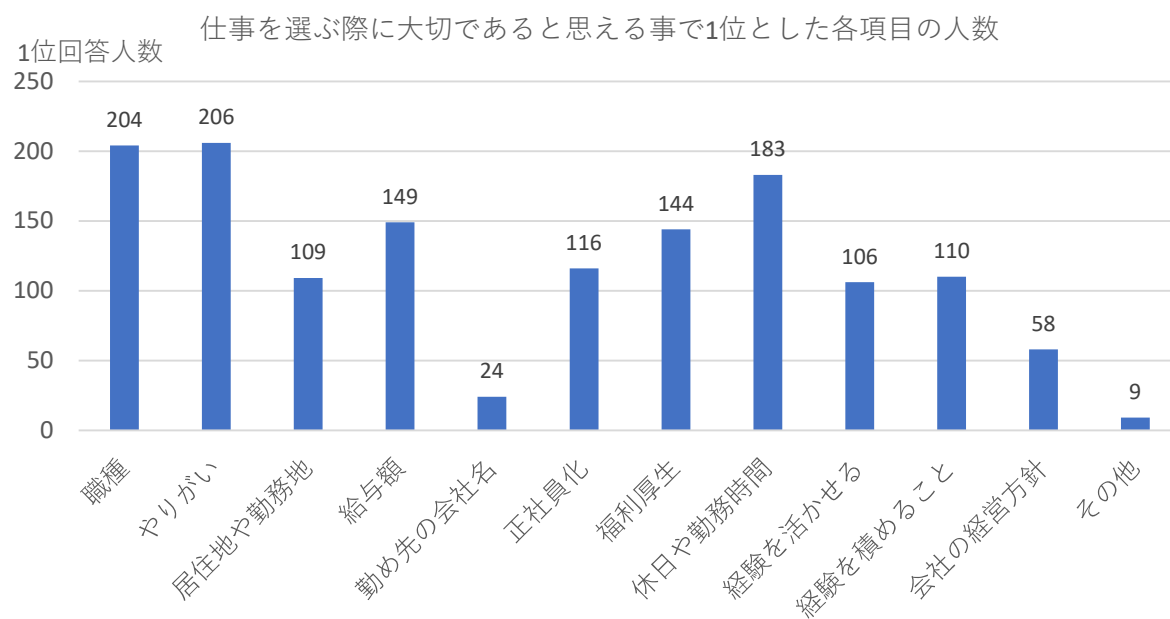
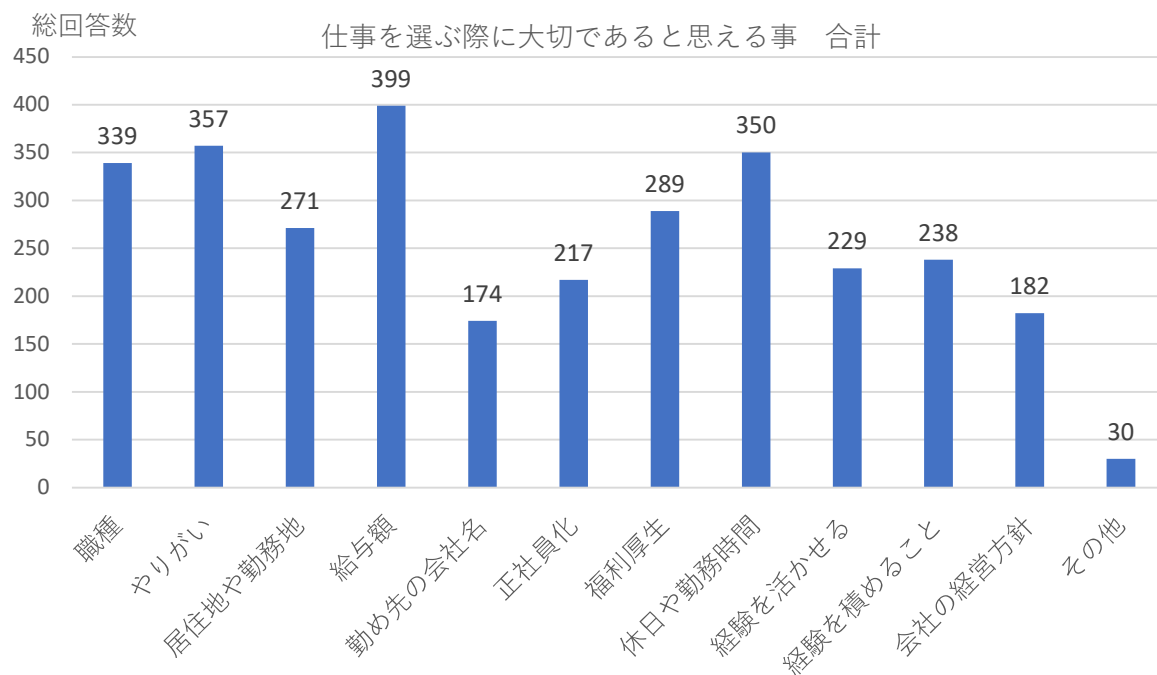
「仕事を選ぶ際に大切であると思える事で1位とした各項目の人数」のグラフで1位とした項目でみると、最も多いのは「やりがい」で206名、次いで「職種」が204名となっている。全項目合計ではトップだった「給与額」は149名で4番目に多い項目となり、全項目でも3番目だった「休日や勤務時間」の183名よりも選択者数が少なくなっている。

両グラフとも、「勤め先の会社名」の選択者数が最も低く1位から3位までの合計で174名、1位としたのは24名だけであった。また、「正社員化」、「経験を活かせる」、「経験を積める」、「会社の経営方針」に関しての選択者数もほぼ同じ傾向となっている。

そのようなことから、選択の優先度としては「本人の気持ち」の有り様である「やりがい」が最も重要であるのではないかと考えられる。

「その他」の個別に記載があったものは「離職率」、「楽しさ」、「人間関係」、「物価」、「会社の雰囲気」、「共に働く人達」、「特になし」、「通勤手段」、「人間関係」、「楽しいかどうか」となっている。

クロスチェックで「職種」を1位とした回答者中、希望進路に関してみると137名(25%)がコンテンツ産業系を志向していた。



5. オンライン報告会基調講演概要

(5-1)「地方から世界市場展開するゲーム開発・販売企業の取組」

株式会社コトブキソリューション
ケムコゲームビジネス推進事業部
常務取締役 黒川 雅臣 様

コンピュータに関心を持つきっかけは親が買ってくれた高スペック PC がきっかけに

「地方から世界市場展開するゲーム開発販売企業の取り組み」という題目でお話させていただきます。私は株式会社コトブキソリューションの常務取締役黒川雅臣と申します。

私自身は「地方のことをよく知っている」というよりも、地方にしか住んだことがない人間です。現在 43 歳で、妻と子供 3 人の 5 人家族で広島県東広島市に在住し、今まで一度も東広島市を出たことはありません。もちろん出張などで東京や海外に頻繁に行っていますが、実際に外に住んだことはありません。

私はコンピュータの業務に関わっているものですから、元々パソコンが好きです。当時としてはかなり早い時期と思いますが中学校 1 年生の時、大学など教育機関にしか置いていないような高スペックの「PC9801」というパソコンを父親が 50 万円で購入してくれました。私自身はゲームをやりたかっただけなのですが、このパソコンが契機となり、プログラミングを独学し始めた事がパソコンとの関わりを持つようになった契機です。

以来、コンピュータが好きになり、ずっとコンピュータに関わっています。大学は広島大学総合科学部総合科学科数理情報科学コースで、ちょっと数理寄りの勉強をしてきました。本当は化学が好きで、薬学などの勉強がしたかったのですが、コンピュータの方が得意なのでそちらの道に行こうと決め、総合科学部に入り、数学の勉強をしていました。この大学時代には今のビットコインの元になるような楕円曲線暗号といった分野の研究をしていました。

自己紹介

- 黒川 雅臣（くろかわ まさおみ）
 - 株式会社コトブキソリューション 常務取締役
 - 広島県東広島市在住（一度も東広島市を出たことはありません）
 - 43歳、妻と子ども3人の5人家族
-
- 中学一年生でPC9801に出会い、プログラミングを独学
 - 2001年：広島大学総合科学部 総合科学科 数理情報科学コース 卒業
 - 2001年：システム開発者を志しコトブキソリューションの前身のコトブキシステムに入社するもゲーム事業に関わることになる
 - 妹が福島県本宮市に嫁いだことがきっかけで、数年前に初めて東北を訪れる



2022/2/16



兼業農家の継続と大学時代からの人的ネットワークの魅力のために広島を選択

2001年に大学を卒業し、広島で就職したいという強い気持ちが有ったことから、地元でシステム開発者を目指そうと、コトブキソリューションの前身のコトブキシステムに入社することになりました。そこで、システム開発をやりたいかったのですが、ゲーム事業に関わることになり、それ以来、今現在もゲーム事業に携わっている状況です。

私の実家が稲作の兼業農家であることが、私が広島にいる大きな理由です。資料の写真、父と叔父です。私を含めて3人で約2町歩、約6000坪の田んぼで稲作を行っています。耕作しているのは、東京ドームの半分程の大きさだと思いますが、実際は私たちが所有する土地がそれだけある訳ではなく、東北地方でも同じ状況だと思いますが、若い方が農業から離れ、高齢の方が持っている土地を「ただで良いから貸すので、何でも作ってくれ」というような状況になっています。相当な広さの土地を借り、お米作りをしています。この様な実家都合もあり、私自身は今も夏場などの農繁期は、広島を出ることができない状況にあります。

また、私は東北にも縁が有り、妹が福島県本宮市に嫁いでいます。コロナ禍になる何年か前には、東北の各地を巡り、親族も福島県にいます。

私が広島に居る理由1

■ 稲作



2022/2/16



もう一つ広島に居ることを選択した理由は、在学中から地元の多くの人を知っている優位性を感じたことがあることです。広島大学に残られている先生もいらっしゃいますし、自分にとっての人材ネットワークがあります。大学のキャンパスは東広島市という、広島市中心部から 30 キロ程離れた田舎にあり、そこには留学生も含めて、県外からたくさん人材がいます。この学生が多いという事はビジネスの可能性があるのではないかとということも考えていました。

資料写真は広島大学の写真です。右側の写真の下の方には広島大学大学祭という横断幕が写っており、ここに小さいながらコトブキソリューションの会社のロゴを掲出させてもらいスポンサーをしていました。

私が広島に居る理由2

■ 広島大学（人材の宝庫）



2022/2/16



システム開発企業の事業再編で生まれたコトブキソリューション、KEMCO 事業

会社概要の紹介をさせていただきます。コトブキソリューションの本社は広島県呉市に有ります。軍艦など造船の街で、有名な戦艦大和もここで造られました。

支社が東京都新宿区、大阪府吹田市の他、広島市と東広島市の5拠点あります。私自身は2006年からずっとこの東広島市でゲーム事業に当たっています。ゲーム事業は20名、システム開発130名、総務等管理部門合わせて現在約160名体制です。

前身のコトブキシステムと言う会社は1984年の設立で、それから2004年まで、飲食事業など複数の事業を行っていました。それら複数の事業を分割再編することになり、システム開発事業を独立させた企業として、コトブキソリューションが2004年に設立されました。

会社概要

■ 株式会社コトブキソリューション

- 本社：呉市、支社：東京都新宿区、大阪府吹田市、広島市、東広島市
- 現在合計約160名、ゲーム事業約20名、システム開発事業約130名、総務経理等約10名
- 2004年設立、前身はコトブキシステム株式会社（1984年設立）



呉本社



東広島スタジオ

2022/2/16



私が所掌しているゲームビジネス推進事業部は、ゲームの企画・開発・販売を行っている事業部です。コトブキソリューションという会社名に対して KEMCO というブランド名で事業を進めており、対外的には KEMCO のゲームということで販売等をしているため、コトブキソリューションの名前ではあまり認知されていないかもしれません。しかし、KEMCO であればゲーム関連の業界の方であればご存知の方が多いと思います。

もう一つの事業として、ソリューション事業部があり、こちらの事業内容はシステム開発です。一般的な IT 企業が行う様なシステム開発を130名体制で行っています。一般的にシステム開発企業は BtoB の事業形態が多いものの、当社は BtoCであるゲーム事業もやっている関係から、BtoC の業務も取り扱っております。具体的には高齢者向けのテレビ電話アプリの開発、販売などをやっております。

広島県内のとある市町村では独居老人の方に対してこのテレビ電話機を配布し、オペレーターの方が安否確認を行っています。「今日、元気ですか」といった見守り事業なども私どもではサポートさせていただいております。

事業概要

■ ケムコゲームビジネス推進事業部

- ゲームの企画、開発、販売



■ ソリューション事業部

- システム開発
- 老人向けTV電話アプリの展開



2022/2/16



ネットワークの知識が偶然ゲーム産業に踏み込む契機に

ゲーム事業の KEMCO の歴史についてお話させていただきます。

1984 年に任天堂とライセンス契約を結ぶことができ、ファミリーコンピュータ向けのゲーム開発・販売を始めました。この任天堂のファミコンはじめ、プレイステーションや Xbox など様々なゲーム用のハード機器が出てきています。これらのゲーム専用機をまとめて、僕はコンソールという言い方をします。当時をコンソールゲームの時代と言っており、私も事業はコンソールゲーム機に利用できるゲームソフト開発・販売を 2000 年くらいまで行っていました。2000 年代直前には 1 本当たりのゲーム開発費用が高騰し、億単位の開発費用が掛かるようになりました。

その時期に私はコトブキシステムに入社し、ガラケーといわれる携帯電話上で「ゲームが走る」ことを携帯電話キャリア事業者から紹介してもらいました。それを契機にコンソールゲームは開発費用が膨大で経営的に重いため、携帯電話ゲームにも取り組んでみようと思った事が私にとってはゲームとの最初の関わりです。

私はシステム開発者として入社させてもらったつもりでおりました。当時はガラケーという言い方はありませんでしたが、携帯電話でゲームをするのであれば、ダウンロードモデルでゲームを販売するため、ネットワークに関して知見がなければいけないのではないかとという事で、私が大学時代に少しネットワークの知見を得ていたため、引っ張り出された形です。ネットワーク系の仕事の一環としてゲーム制作に私は関わりを持ち始め、なぜか開発・販売までやり始めたところ、これがたまたま当たってしまいました。当時、本当に 1、2 ヶ月の売上額だけで、その年に必要な収益になるという状況になり、ゲーム制作は面白い、というか簡単に儲かってしまうと勘違いもあって、今に至ってゲームに関わっているという状況です。

2008 年頃、iPhone が日本にやってきました。それによりガラケーの時代が終わりましたが、その後も、スマホとガラケー向けにゲームを作っており、ここ最近はコンソールゲーム機とスマホ向けゲームの開発・販売をしているといった状況です。



2022/2/16

制作販売しているゲーム作品の種類は、RPG、アドベンチャー、海外製のゲームというのが主なラインナップです。弊社の HP のゲームの説明ページでは、使う機種プラットフォーム別にゲームの紹介が出ています。そのように各種ハード向けにゲームをリリースしています。

具体的なゲーム作品を見て頂くと「なんか昔っぽいな」と思われることが多いかもしれません。私は今、43 歳ですので、小学生の頃である約 30 年前に流行ったような雰囲気、レトロな感じの RPG という分野のゲームをメインに販売しています。

ちょっと毛色を変えて、RPG にゴルフの要素を入れたゲームもここ最近発売させていただいています。

また、アドベンチャーゲームもラインナップしております。ちなみに資料画像は山形県の事業者であるウォーターフェニックスさんと一緒に作った作品です。

海外との連携の事例としてカナダのバンクーバーの会社で作った RPG を日本とアジアだけでなく全世界で販売させて頂いております。



© 2019-2021 KEMCO/Water Phoenix

* (株)ウォーターフニックス様から掲載了解済

KEMCO のゲーム紹介ページ

<https://www.kemco-games.com/>

コロナ禍が業界全体の追い風に

「ゲーム事業がコロナ禍によってどんな影響があったのか」とよく聞かれます。正直に申して、非常に好影響を受けております。この理由は、ゲームユーザーの皆さんの「可処分時間」が増加したということであると思います。

「時間が余り、仕方がない」という状況になった方は一定数いらっしゃると思います。首都圏の方であればテレワーク等で通勤時間が減ったとか、それ以外の地域の方でも土日は外に出られないので家の中でゲームをしているという事が多くなっています。これらを背景にゲームの販売は大幅に増となっています。特に弊社は RPG やアドベンチャーが主力商品であり、これらのゲームをクリアするまでには何十時間という時間が必要です。長時間プレイできるゲームはコストパフォーマンスが高い商品です。

映画館等に行くと 1800 円を払って 2 時間程、映画鑑賞をすることになります。ゲームの場合、3000~4000 円程の支払いで 50 時間ほど遊べる様な作品も結構多くあるもので、皆さんゲームに流れてきているのだと考えています。

売上額は弊社も上昇してきており、業界全体としても良かったところが多いと聞いており、産業全体としては儲かっている業種になっているのかなと思っています。

地方のゲーム産業の自己完結化の可能性を現実的なものに引き上げた iPhone 普及

ゲーム業界全体の動向にも触れさせていただきました。この様な話をすると、「地方でゲームのパブリッシャー(販売元)をできるのですか」という事が皆さんの関心事項と思いますが、実際に弊社は広島県で 1984 年からパブリッシャー事業を行っています。

この当時は「パッケージの時代」という言い方で表現され、「ゲームはゲームショップに行って買うものだ」という時代です。ショップに商品を出していかなければならず、マンパワーもそれなりに必要でした。販売・営業などの担当者も必要であり、かつ、その人たちを大消費地であり、他の商流も集積している東京に配置しなければならず、正直に言えば地方だけではやりきれない部分もあった時代でした。

しかし現在は、全てダウンロードによってゲームが販売できる時代になりました。パブリッシャーになるハードルは大幅に下がったと考えております。

最近も広島大学の学生との会話で、「自分でアプリを作って配信し、収入を得ました」という話を聞きました。各個人の立場でも、技術技能があれば、ゲームやアプリのパブリッシングもできるという環境が既に出来上がっている時代であるのです。また、市場は世界に広がっており、デジタル販売においては、企業規模の大小は全く関係がないと思っています。

例えば広島からアメリカへ行くのも、東京からアメリカへ行くのも、大きな差はありません。地方からは飛行機に 1 回乗り、成田や羽田まで行かないといけないというのは有りますが、大きな手間ではありません。デジタルであればインターネットでデータを送れるため、基本的にはどこにいても、通信環境があれば、事業上の差がないと考えた方が良いと思います。

厳密に弊社事業環境に即して言えば、若干パッケージゲームをゲームショップで販売させてもらっています。その様な商流の関係で多少首都圏は有利な部分が残っているかと思います。しかし、基本的に取り扱うものがデジタルだけで完結するのであれば、地方に居て、地方だけで開発・制作・販売まで完結できる商売、事業であると考えております。

ゲーム産業への参入難易度について、時系列で見ると 2008 年以降に iPhone が普及してくるまでは、正直難しかったです。以前のコンソールゲーム事業ではまず、国内のプラットフォーム、そして海外のプラットフォームと契約しなければならないというような状況がありました。実際に現地に出向く必要も有り、各社のゲームを取り扱えるようになるにも苦労が多かったと思います。

しかし、2001 年以降、ガラケーが出てきて、ゲームを通信で扱えるようになり、既存のゲーム会社以外の会社もゲーム業界に参入してきました。今でもその当時の参入企業が何社か残っていますが、元々全くゲーム分野の事業を行っていない企業であり、携帯通信キャリアといったプラットフォームの提供企業と契約をしなければなりません。それらの契約が簡単にできるかと言われれば、個人では絶対無理であり、法人であってもある程度の会社でないと契約ができない状況でした。

当時は携帯通信キャリアとの契約が困難だった時代と言えると思います。これが 2008 年の iPhone 登場とともに個人でもゲームの販売、アプリケーションの配信が可能な状況になりました。ゲーム産業への参入はそのあたりからすごく緩くなっていったのかなと思っています。

ゲームは「作って売る」が基本で、発売日を決めたら動かさない

ゲーム事業で成功する秘訣について、弊社の実験の経験談としてご紹介させていただきます。私どもが考えている基本は「ゲームを作って速やかに売る」という事です。「きちんと市場調査を行い、それを基に頑張って企画を考えて、駄目そうであれば、また企画を練り直して」というようなことを行う企業の方も多いと思います。しかし、実際は「ゲームをさっさと作って、さっさと売ってしまって、そこで状況を見て、また次のことを考える」というサイクルにした方が良いと考えています。

このスピード感を持った制作とあわせて、もう一つの基本方針として、「決めた日に売る」ということがあります。ゲームを買ったことがある人であれば何度か経験した事があると思います。が、「発売日が延期しました」というニュースが時々出てきます。

1ヶ月間発売が遅れたとして、その事業に100人が関わっていれば、100人×1ヶ月分の給料を売り上げがない状況で、会社は負担することになります。これは大企業でないと経営的に厳しいものになります。そしてその様に遅延できる商品は利益率の高いゲームでないと更に割が合わないものになります。そのような事から、「発売日を決めたらできるだけその日に向けて発売してしまう」という方針としています。これによって、できるだけコストを圧縮するという方針の基に事業を進め、私がKEMCOに関わり出した2001年から約20年間、基本的にはほぼ黒字で事業が推移してきています。

海外展開なくして今後のゲーム、コンテンツ業界では生き残れない

ゲーム事業で成功する秘訣として、もう1つ意識してもらいたいものが海外展開です。これはもう絶対の必要条件だと思っています。今回、事前の打合せの際にも主催者の方にズバリお話をさせて頂きましたが、海外展開以外にはもうゲーム業界で生き残る道はないと考えています。もっと言えば、ゲームに限らずコンテンツ業界全てにおいて、海外展開をしなければ確実に数年後には生き残れないと私は断言できていると思っています。

弊社の場合、海外展開によって売り上げが実際に倍になったという事例もあります。この後はこの辺に関して詳しくお話しします。

弊社ホームページにはKEMCOのロゴマークとともに「GOING GLOBAL」と標語を入れています。これは私の「所信表明」でもあって、海外に対してゲームを出していく姿勢を一番トップに表示させて頂いて、KEMCO事業の方針としております。

とは言え、「なぜ海外展開をするのか」というと、「海外進出していたら格好いいな」というような世間体的なものも有りましたが、それ以前に最大の経営課題の一つとして「手数料問題」というものが有ったことが動機の一つです。私どもはガラケーでゲームを販売していたことを最初に紹介させていただきました。それが2001年～2008年ぐらいです。当時、ガラケーでゲームをダウンロード販売すると、単価数百円のゲームでこの売上のほとんどが弊社の収入となっていました。つまり携帯通信キャリアの手数料は非常に低かったのです。だいたい商品というものは、

どこかに卸してくると 7 掛けとかで売上の 3 割程の販売手数料を取られます。6 掛けと言われれば、販売価格の 60%しか売上で自分たちには入ってこない契約になります。お客さまがお支払いになる金額よりも卸事業者を介して渡ってくる金額はだいぶ少なくなるという事が一般的であるのですが、ガラケーの場合は実は結構実入りが良く、かなりの部分が弊社に入ってくるような状況でした。

しかしそれが 2008 年の iPhone の登場とともに変わりました。iPhone でダウンロードされたデータ商品の販売額の 30%ぐらいの手数料をアップル社に支払う必要があり、1000 円で売れば 700 円程しか売主たる弊社に入ってこないという状況でした。これが弊社にとってはコスト増に繋がりました。

2008 年当時の事が皆さん記憶に残っているか否かわかりませんが、私たちが悩んでいた時に、ソーシャルゲームといわれる Web アプリが出てきました。ガラケーを対象に弊社は公式アプリとして、携帯通信キャリアに認められて参入してきましたが、そのような手順を踏まない会社であっても、ゲームで商売ができるようになり、その様な企業の売上がどんどん大きくなっている時代でした。つまりゲーム業界内に競合がたくさんいる状況だったのです。

そこに iPhone が登場して手数料が高くなったという状況だったので、売上収益はそれほど変わらなかったのですが、コスト増で利益が圧迫される状況が起きていました。その時に iPhone の販売モデルを見ていた際に、「海外にもゲームは簡単に売れますよ」という情報が有りました。それで「もうこれはやるしかないな」と思うようになったのです。日本でこれだけ競合が有り、苦しい状況であるのに、このまま現状を何も変えないことは考えられず、まずは「とりあえずアメリカなど海外に売ってみよう」ということで、ゲームを売り始めたという事が、海外展開したきっかけになっています。

それ以降、現在も海外展開を継続しており、コンソール向けも海外展開を行っています。

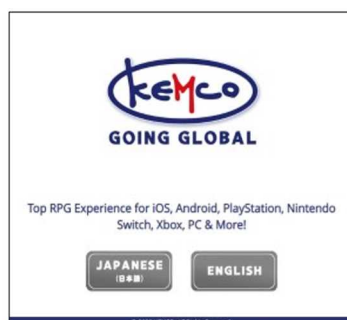
ゲーム事業で成功する秘訣は？

■ ゲーム事業の基本

- ゲームを作って→売る
- 決めた日に売る

■ 海外展開

- 売上が倍に！



2022/2/16

勇気が有れば、英語化しただけでもゲーム作品は海外で販売できる

では、「どうやって海外展開したんですか」という事ですが、KEMCO 事業として行ったのは日本語版のゲームを英語化しただけです。実はあと必要なことは、「勇気だけ」です。と言うのも、私どもが作っている RPG ゲームというものの特徴をご存知であればご理解いただけると思いますが、ある程度のストーリーが有り、そのストーリーに対して感情移入をしてゲームを進めていくものなので、ある程度、日本語がキチンとした英語になってないといけないものではありません。英語テキストがしっかりしていないと、やっぱり英語圏の方に遊んでいただけないものではあるのですが、資料の写真をご覧ください。これはアメリカの、とあるホテルに泊まった時に撮ったものです。「Welcome」とあるので「ようこそ」の意味で日本語も書いていると思うのですが、なぜか「いらっしゃいます」と書いてあり、完全に間違っている事が分かると思います。これを見て、「サービス業たるホテルの日本語表記がこれでも商売として成り立っているんだな」という様に思った事がきっかけとなり、「これであれば日本人が作るゲームに少々英語上の間違いがあっても大丈夫じゃないのかな」と考えるようになったのです。言うなれば、ちょっとした体験を基にした私の勝手な判断でしたが、それが後押しし、ゲームをアメリカに出してみたのです。結果的に、これが実際に結構当たり、今に至って、海外でも展開できる状況になりました。

どうやって海外展開するの？

- ケムコがやったこと
 - 日本語版のゲームを英語化しただけ。。
 - あと必要なのは勇気だけ



2022/2/16



踏み出す勇気で英語を克服、海外からの留学生との交流も英語力克服のチャンス

そうは言ってみても、やはり海外展開する時には勇気はいるものと思います。

それについて私のエピソードをご紹介します。私が初めてアメリカに出張した2002年、ロサンゼルス空港のセキュリティチェックでパソコンを投げられてしまったのです。X線装置を通す時に、ポンと言う感じではなく、本当に投げられてしまい、それで私のパソコンは壊れてしまいました。腹が立って私も文句を言いたかったのですが、当時は英語が片言しか喋れ

ない状況で、文句も言えません。すごく悔しい思いをして、この経験から絶対に日本へ帰ったら英語を勉強しようと決心しました。英語の勉強を真剣に始めたのはこの体験によるものでした。

英語の勉強のために、英会話教室に通おうと思いました。思いましたが、とある教室の話を聞きに行くとローン用紙を書かされそうになり、30万円程を「1年分も先に前払いしてください」という話になりました。私は当時まだペーペーの社員でしたので、お金もなく、教室に通うのは無理だなと思っていた時に、近所に英会話カフェができ、そのカフェで外国人留学生と出会うことになりました。彼らと夜一緒に飲み行くことなどをしていました。最終的には30万円以上の飲食費にお金を使ったのではないかと思います、それが英会話力向上に役立ち自信をつけていくきっかけになりました。

2004年には海外展示会 E3 (Electronic Entertainment Expo の略) に、英語力には自信を持って再びロサンゼルスに行きました。この展示会はゲーム業界の中では世界最大のショーと言われるものです。まだ当時、そこまで流ちょうに話せるわけではないのですが、ある程度の会話はできました。そこで見つけたある海外製のゲームを日本で販売するためのライセンスが欲しいと思い、もうシンプルな英語で、「I want to get your game's license」と対応者に言ってみたところ、トントン拍子で話が進み、実際にそのゲームを日本で販売するところまで漕ぎ着けることができました。この経験は自分にとって、一つの勇気の素になったと思っています。

その様に海外展示会視察をして成果も出ましたが、それだけでは、海外に本当に出ていることにはならないかと、私も思い始めておりました。その期間が2004年から2012年まで8年間ぐらいいましたが、何とかして E3 というロサンゼルス展示会に弊社として出展しようと企画してきました。そして実際に展示をすることができ、右側の写真の2012年の時にはかなり簡素な設備ですが、日本のスタッフ4人だけで実際に展示出典を行い、横断幕みたいなものを表示していました。2013年にはポスターも掲出し、2014年には慣れてきたことも有り、モニターの数を増やし、実際に試遊台まで設け、来場者の皆さんにゲームをプレイしていただくところまで持っていくことが出来ました。私たちもだんだん自信を付けてきた状況です。

どうやって海外展開する勇気をつけたか

- 初めてのアメリカ出張でパソコンを投げられて壊れた (2002年)
- 英会話教室が高すぎたので近所の外国人留学生と飲み歩いた (2003年頃)
- 海外展示会視察で成果を無理矢理出した (2004年)
 - I want to get this game's license.
- E3への出展を頑張った (2012年)
- 留学生をバイトや社員として雇出した (社内で英会話が必要に) (2013年頃～)
- 勇気元：海外に知り合いを沢山作った
 - ご縁(紹介) はとても大切
 - 大使館はとても協力的
 - タバコ
- 余談：英語習得の秘訣は、6回出張



2012年



2013年



2014年

2022/2/16



このような展開と並行し、社内では留学生をアルバイトや社員として増やし、2013 年頃からは社内で公用語とまでは言わないまでも、ある程度英語を喋らないと仕事ができない状況にしてみました。

地方にある大学などには留学生がたくさんいると思うので、もし企業経営者の方であれば1人でも良いので留学生をアルバイトで雇い、その人とずっと英語で喋ることを続けていれば、いつの間にか英語が身近なものになり、海外展開にも踏み込めるのではないかと思います。

海外、日本問わず人の紹介はビジネス拡大の追い風、縁を大切に 6回の渡米が会話力の鍵

もう一つ勇気を持って踏み出したことで、海外の知り合いをたくさん作ったという事も成功につながった要因であると思います。「ご縁」が大切であるということは、結局、海外でも日本と同じです。海外も紹介、紹介で仕事が大きくなっていくという事がありました。この点は本当に日本国内と変わらなかったなと思っています。誰かに紹介してもらったからと言え、やっぱりその人も一生懸命に仕事をしてくれていると思います。私たちも紹介していただいた方に対して失礼なことではできないなという気持ちが働きます。これは全世界共通の考え方かなと感じています。

大使館も非常に協力してくれました。まず大使館の方と仲良くなれば、その方を通じて様々な関係性を対象国内に広げていけます。大使館の方にご紹介いただいた方々とゲームの仕事が決まって一緒に取組めたこともありました。

海外の方と話のきっかけを作るというのはなかなか難しいと思います。当時、私はタバコを吸

っていたので、海外展示会に参加した時に喫煙コーナーに行くと、「ライターを忘れた」と嘘をつき、「ライターの火を貸して下さい」と話のきっかけ作りをやっていました。

余談ですが、当時、弊社の私の先輩に海外へよく行かれる英語がすごく得意な方がいて、「どうやって英語の勉強をしたんですか」と聞いたら、「6回アメリカに出張行ったら英語は喋れるようになるよ」と言われました。これは真意だなと思っており、私は初の渡米時にはパソコンを投げられ壊された経験があり、それ以外で展示会へ参加すると英語が通じなかったとかたくさん経験してきました。やっぱりそういう恥をかってナンボというところもあると思いますし、それで勉強しながら6回も無理やり海外に行くことで、どんな人でも英語が喋れるようになるのではないかと考えています。

デメリットよりメリットが多い地方事業展開、人的ネットワークと地元大学生との連携

地方で事業展開を進めていく中でのメリット、デメリットを弊社としてどのように認識しているかを次にお話をしたいと思います。デメリットに関して、正直に言えばあまりないのかなと今は思っています。コロナ禍の中で、特にリモートでも様々なことをできる環境となっております。デメリットを強いて言うのであれば、同業者が広島県の弊社周辺には居ませんので、情報が入って来づらいというところはあります。

そのデメリット対策としては、まず人のネットワークの構築が必要になります。人の紹介を頂き、様々な方策を取りながら知り合いを増やすという事が大事だなと思います。そのようなネットワークが出来上がった後であれば、それほど地方で事業を進めるデメリットにはならないのではないのでしょうか。

地方にはむしろ、メリットが非常にあると思っています。まず、人件費や家賃が安いというのが一番です。東京に比べたら何分の1とかいう状況です。そのようなことは固定費削減につながり、会社経営ではすごく助かる事です。クリエイターの方であれば、浮いた経費でそれだけ高性能のパソコン等の機材購入費に充てられると考えて頂いたら良いのかと思います。

更に、QOL(クオリティ オブ ライフ 「生活の質」)が非常に高いのではないのでしょうか。個人の主観も入っていますが、私は稲作をやりながらこのようなゲーム制作・開発・販売といった仕事もやれるということや、両親も近隣に居住しており、いろいろ子育ても安心してできるということは、QOLが高いという事に繋がっていると考えております。

また、意外と首都圏の方にも会いやすいということを感じています。実は広島にいと、なぜか東京の方から割と連絡をしてきてくれます。「広島に営業に行くので会ってください」「行かせてください」と言われます。多分、皆さんは広島への出張がしくて声を掛けてきてくれるのだらうなと思います。この逆もあり、弊社が東京の会社に対して、「〇〇社さんに会いたいです」と連絡を入れると、「広島会社と何か仕事をしたら、いつか広島に遊びに行けるんじゃないのかな」と言ったような気持ちが働くのではないのでしょうか。そのためか、連絡を入れてみると会えなかったという事がないと感じています。皆さんにお会い頂いております。

そして、地方で事業を行う最大のメリットは、大学が各地方にあるということだと思っています

す。例えば広島大学は弊社事務所のすぐ近くにあります。弊社事務所から多分 500m も離れていない近所です。資料の上側の写真が現在の私の事務所です。以前は実は地図の下ところに事務所を構えており、広島大学正門から 30m 程にありました。そうするとこの看板を見て、学生は何の会社か分からなくても調べてくるのでしょうか。「ゲームをやっている会社で働いてみたいので、何かアルバイトをさせてもらえませんか」と、学生が来てくれるようになっていました。

地方で事業を行う上での最大のメリットは？

■ 地方大学の活用



■ テスター、翻訳のアルバイト（日本人＋留学生）－> 就職

2022/2/16

何の求人活動をしなくても、アルバイトがいくらかでも手に入るという状況が起きました。そのようなチャンスをうまく利用し、弊社ではアルバイト学生にそのまま就職をして頂いた事例もあり、今は広島大卒の社員が 6 名程、アルバイトさんも 10 数名います。求人にはほぼ経費を使わずに、広島大学の近くに事務所があるということだけで、人材確保ができるという恩恵に預かっています。

地方大学の特徴だと思うのですが、広島大学は私自身が在学していた 20 数年前当時は 70% ぐらいの学生が大学近辺に下宿をしていました。要は広島以外の他の地方から来ている人が大多数だったという事です。その人たちは広島大学キャンパスの周辺半径 2km 以内にほとんど居住していました。その半径 2km 以内に事務所を作ってしまうと、いくらかでも広島大学生が居て、仕事に興味を持ってもらえれば、いくらかでも呼べるという状況ができてしまいます。

人材に関しては、この地で操業していれば困ることがないという状況になっており、グローバル展開を考える上でも、留学生といくらでも関係性を構築できます。中東の方など、様々な国の方が居るので、そういった方をアルバイトで雇い、彼らから知見を借りて色々とお手伝いを頂きながら、海外展開していこうとしています。

もちろん東京には多数の大学があり、同じようなことはできるとは思います。しかし、時給の

面を考えると最低賃金 1000 円強の東京に対して広島は 899 円と安く、かなり低コストで様々な優秀な人材がいて、しかも事務所のすぐ近くに居住しているため、ほぼ交通費も払わずに人材確保ができることは経営上のメリットです。

余談として、最近広島大学生にもプログラムを扱う仕事に将来は就きたい人もいます。その様な将来プログラマーになりたい人や起業したい学生の情報を察知したら、その学生を連れて来て、事務所で給料を払いながらアルバイトで雇って仕事をしてもらっています。これがどうかかわからないですが、彼らが将来、もしかしたら弊社に就職してくれるかもしれませんし、もしかしたら起業することになり、弊社がそこに投資をするということもできるのではないかと、今から楽しみに待っているところです。

以上のような話をする事と事業上、「東京は必要ないのか」という事ですが、そのような事はありません。実際、東京にはコロナ禍前は月 2 回ぐらいの頻度で私は出張していました。新しい出会いもあり、情報収集もできる非常にいい街だというふうに思っています。

東京支社も置いていますがこれはシステム開発の仕事上でどうしても必要だということによります。顧客との営業窓口も行い、本社とのやり取りもしていますが、ゲーム事業に関しては東京に人を置いていない状況です。

そうは言っても、地方は非常に事務所の家賃が安いという事が有ります。東京勤務の社員の借上げ社宅も用意し、もしくは社員が自前で借りたりもしていますが、住居費が東京に比べれば、地方は遥かに安いことは間違いないです。家賃の差でかなりのコスト圧縮ができており、その費用を使えば、東京出張 2 回であれば私の場合は 10 万円程掛かるのですが、余裕でカバーできるというところの金額です。また、海外出張費用も家賃の差額を考えれば十分カバーできていると考えます。そのような意味では、地方展開、海外展開を図って、東京にこだわらない事は、その点でもデメリットになっていないと思えます。東京出張を月に 2 回行けばコロナ禍前はだいたい会いたい人には会えていました。

東北地方で事業を行うとすれば、東北大生・専門学校生の利活用と、自分で売ってみる試みもデベロッパー飛躍の方策

もし私が東北地方でゲーム事業をする事とすれば、どうするかという事を考えてみました。例えば東北大学は留学生がすごく多いのではないかと思います、ホームページでさっと見ると 3000 名程はいる事が分かりました。この数字が本当かどうか確証は取れていませんが、大勢の方が居ることはわかります。そういった学生を使い海外向けにゲームを作り、今まで作品を出したこともない地域向けに訳してみる。例えば弊社ではヨーロッパ向けに英語版でゲームを出していますが、これまでに訳されていないドイツ語の翻訳を試みることができるのではないのでしょうか。そのためには、ドイツ人留学生を見つけて協力してもらうのが、最初の話になります。

また、ゲーム関連の専門学校もたくさんあるようですので、いくらでも人材が困らないのではないかなと感じています。もちろん学生の皆さんの多くが最終的には東京で就職してしまっている現状があるのではないかと考えられます。そうであっても地元に残って仕事をしたい人が一定

数いれば、ゲーム事業は東北でも絶対できるなど考えています。

もしも技術的な事等で足りない部分があれば、他の地域の会社と組めば良いだけではないかと思います。東京の会社と組むとどうしてもコストが高くなるため、地方と地方で連合するなどの工夫が必要かなということがあります。

実際にこれまでも東北の企業と連携して弊社でもゲームを販売させて頂いています。このように一緒に地方と地方の企業で連携して仕事をするにより、収支的にも金額が合う仕事が回るようになってくるのではないのでしょうか。

更にもう少し細かい点で、もし私自身が他の地方のゲームデベロッパーであれば、どのような手段を講じるか、お話しさせてください。ある意味、ちょっと自分たちの首を締めてしまう話になってしまうところもあるのですが、自分自身の力でゲームを売るパブリッシャーになろうとするのではないのでしょうか。

現在は、スマートフォンの普及により、個人でもゲーム販売ができる時代になっています。無理にパブリッシャーと言われる販売会社をお願いするのではなく、自分たちの力でできる範囲で販売活動を展開するというのも一つの手です。

海外展開になると、もちろん語学や文化習慣への理解などなかなか難しい課題も有るかと思いますが、その様なところは誰かに任せてしまえば良いと思います。ただ、自分自身でそのビジネスの中身がよくわかっている必要があります。「海外でこのような問題が起きるリスクがあるから、こういう会社に任せるんだ」といったところまでパートナー候補の事業概要などをしっかりと見てから、その会社とお付き合いするようにしたいのではないのでしょうか。

この交渉最中に、だいたいガラス張りでお話していただけないと感じるところがあると、何か向こうに都合があり隠している事があると思った方が良いでしょう。これは後でまた事例があるのでご紹介させていただきます。イラストの制作会社を例とすると、その会社が海外に販売実績があるところであればお付き合いするのは問題ない、間違いない企業ではないのでしょうか。日本市場だけを見ているのでは、今から子供もどんどん少なくなっていく時代であり、将来性に課題があります。人口が増えている地域と仕事している企業と一緒に仕事をしていくのは絶対必要な条件だと思っています。

ですから、海外展開している会社とそうではない会社があり、同じような仕事内容であれば海外展開している会社の方をパートナーとして選択した方が将来性は高いのではないのでしょうか。そこで得たノウハウによって、自分たちでまた別の海外展開している会社に当たれば良いだけの話だと思いますので、とにかく、日本だけを見て事業を行っている会社にはしない方が良いでしょう。かなということですが。

利益は知っている部分で得るもので、「遠い」ところは失敗の影が見えない

基本的には自分の近い分野にしか、利益を生むビジネスはないと考えています。ゲーム会社、ゲームのクリエイターであればゲームに関連する仕事をやるべきだと思います。突拍子もないこ

とに突然取り組んでみても、全然儲からないというのが、私の今までの経験です。

地方のある団体の方から「ゲーム事業をやりたいので教えてもらえませんか」と頼まれたことが有ります。「何かゲーム関連で取り組まれたことが有るか」とお聞きしたのですが、「全くないです」という事でした。しかもキャラクターをお持ちの団体だったのですが、それも活用するビジョンもなく、とにかくゲーム事業をやりたいというお話でした。やっぱり何かしら知っている人でないと、話が進みません。そのままお引き取り頂きました。

実際、もしもそういった状況で事業をスタートしてもうまくいくことはないと思います。また、こういう状況だと外から騙されてしまう事も多いです。色々と美味しい話が来るでしょう。大きな会社でも何も知らないのに全部任せ切りにして上手くいかない事が実際に起きています。実際に自分たちが新しいビジネスに関わるとき、クリエイターの方々であれば、その仕事をする時には、自分の業務範囲内なのか否かをよく考えた方が良くかなということをお話しさせていただきました。

行政に求めるサービスは出会いのコーディネート・マッチング支援

行政から企業に対して欲しい支援について、次に触れさせていただきます。

私のこれまでの業務の経験上、「出会い」が重要ということです。海外企業のキーマンの紹介ということ、広島県も実は取り組んでいました。先ほどご紹介させていただきました通り、海外のゲーム作品を日本に輸入して販売した実績が多数有ります。そのうちの一つは広島県が広島県の事業としてコンサルを入れてくれて実現しました。コンサルの費用を広島県が負担するという内容の支援でした。それで実際にアメリカ西海岸に広島県の方と行って、色々な会社と会って話をし、そこで仕事を決めることができ、実際にビジネスに繋がりました。

この渡米時には広島県からお金は出てきませんでした。弊社の旅費は全部自分たちで負担しました。それであっても、人の繋ぎをしていただくところだけ、基本的には人紹介だけ広島県にさせて頂きました。

東北であれば、例えばまずは国内で宮城県が実施するのであれば、宮城県が人のコーディネートをしてくれれば良いと思います。地方在住のフリーランスクリエイターを集めた交流会を開催し、首都圏の業界のキーマンなどを連れて来て、交流会をどんどん行う様にする。これは単発ではなく、数年間に渡ってずっと継続していただかないと意味のない取組になると思います。広島県も毎年、毎年継続頂いています。継続によって様々なノウハウをどんどん溜めていくというやり方であり、人に会う機会を作り、人を繋ぐことをやっていただけると地方企業は助かると思います。やっぱり行政はそういう事が出来るのが凄く良いです。もしも東北で実現する時には、ぜひ東北に私も呼んでいただければ、弊社も参加会社とつながることが出来ると思いますので、是非実現に向けて動いて頂きたいです。

JLOD(コンテンツグローバル需要創出促進・基盤強化事業補助金 <https://j-lodlive.jp/>)という経済産業省の補助金があり、この制度を翻訳費用の負担軽減目的に活用させていただいております。

値付けの前にその市場価値が客観的かトライして適正価値を探り、コスト削減努力を

まとめる前に余談として、ゲーム会社経営のコツというか、私自身も経営者としては未熟ではあるのですが、思っている事をまとめさせていただきます。

まずは、自分で全部やってみることで、人に頼らないという事があります。そして、できないものに手を出さない事です。

私自身の経験談で、中国に会社を 2010 年頃に作りました。そのため、当時は中国語も 1 年ぐらい勉強していました。そんなに中国語が理解できるわけではなかったものの、とにかく会社を作ってみても、やはりなかなか事業がうまく行かず、結果、数年で撤退することになりました。

コトブキソリューションの子会社として取組み、結果的に撤退をしたのですが、2020 年 1 月、ちょうどコロナ禍の直前に、上海に仕事に行くことができました。行った時には中国法人もなかった（撤退して数年経っていた）ので、1 人で上海のいろんな会社を回ってみようと思い、1 人で行ってみたのですが、会社を回るだけでももう大変という状況でした。タクシーに乗ってももちろんある程度中国語を喋るのですが、きちんと説明できず目的地にきちんと連れて行ってもらえないのです。

中国に会社を出した時に、色々な会社へ行きましたが、その当時は中国にいた社員が全部手伝ってくれて何とかなっていたのだなという事に気が付きました。やっぱり自分ができないことに取組むと大失敗しているんだなということの気づきになりました。

正直今頃こんな簡単なことに気がついたのかと言うところです。アメリカでの事業展開に関しては、英語も自分で勉強して、うまく回すことができたと思います。しかし、異なった国に出た時にうまくいかなかったのも、自分ができないことを人に頼ってやっても、あまりうまくいかないということを痛感した経験でした。

地方で仕事をする上でも、東京でのノウハウが必要であれば、自分自身で勉強してから地方に持って帰るとか、きちんと自分の力をつけないとうまくいかないのではないかなと思ったという事例でした。

もう一つ、クリエイターの方とかとよく考える課題なのですが、「制作に 500 万円掛かったからこれは 700 万円分を売らないと利益が出ません」と言った話をよく聞きます。イラストを描いている方から、「これは 10 万円で描いたのだから、15 万円で売らないといけない」と言われます。実際にそれらを 1 回作って販売してみたらどうか、と僕は思っています。

それが当初予想通りに 10 万円で売れる、20 万で売れるというものであれば良いですが、実際にはそれで売れず、コストの方が高くなり利益が出ないという状況になります。でも次回は試行錯誤してコストを下げて作れば、利益が出るという話ではないでしょうか。

私は企業努力によって、コストは幾らでも低減できていると思っています。例えば地元のスーパーなどであっても安売りしている店があると思います。そのようなお店は皆さん、プライベートブランドを作り、販売単価を安くして、何とかコストも下げてと努力をしています。一般的に消費者が買いたいと考える価格よりも低いコストで作れば、絶対利益が出るわけです。そこを頑張っている、取り組んでいる小売店がうまくいっている時代だと思います。クリエイターなどもそ

ういう考えでゲーム市場を見ていった方が良いのではないのでしょうか。

「ないものねだり」、大きな賭けを絶対にしないことも重要だと思います。ゲーム会社でも多大な制作費を掛けて、有名な声優も使えばヒットすると考えがちです。もちろん自分たちの会社が潰れない程度に投資することは全然問題ないです。よくあるのは自分たちの努力できる範囲、力量を超えたような投資をしてしまって失敗してしまう事例であり、よく見聞きます。

私は絶対にそのような失敗をしないということを決意表明的に弊社内チームはもとより、ステークホルダーの皆さんに対しても話しています。「これだけのコストでやろう」という話をよくします。そういうことが長年、ゲーム会社をやってこれて、かつ対外的な信用にもつながっているとありましたので、お伝えさせて頂きました。

まとめです。地方で事業を成功させるのに、私なりに考えたことを改めてまとめます。

「まずは退路を断ちましょう」、その地で一生仕事をするぐらいの覚悟が必要です。私も広島県を出て生活をしたことがありませんので、ここにずっと居ようと決め、今の状況があります。

次に、地元の人材をフル活用しましょう。まずいろんなところを見てください。そうすると、学生とか留学生もたくさんいると思います。若い人も絶対にそこでまず勉強をしてから東京に出ているのであり、地元の良い人たちは大勢いるはずです。「東京はいっぱい良い人がいるなあ」と思うのではなく、自分の目の前、身の回りにもたくさん人材がいてくれることを理解し、それをフル活用する方法を考えた方が良いでしょう。

私は特に留学生と大事に交流するべきだと思っています。インターネットや人脈を使って市場を最大化しましょう。市場最大化のためには、日本だけではなくて、海外に出ましょうということです。

留学生の中には実はアメリカの会社と繋がりがある学生が居るなど、思わぬ人脈を広げてくれる人がいるかもしれません。そのような事が有るかどうかわかるか、人脈を使い、いろいろ教えてもらうことによって、自分たちが売れる範囲を増やしていきましょう。

自分がわからないことには手を出さずということは、先ほどお伝えした通りです。わからないことをやってもうまくいきません。継続し商品サービスを作って、売り続けるということが大事です。私たちは最終的にはゲームを作って売る、クリエイターならゲームを作って売る、イラストレーターなら絵を描いて売る、ゲームプログラマーであればプログラムを組み続けて商品を市場に出すということが絶対大事なのです。それをずっとやり続けるってことをしていく、その中で勉強し、次はこういうコストでやったらうまくいくんじゃないのかというような気づきをどんどん作り、ノウハウをためて収益を拡大していけば、地方でも十分、どのような仕事でも何をやってもこなせるのではないかなと思っています。

【質疑応答】

(質問)

- ・海外展開を図る上で、商取引に関係する契約書などのリーガルチェックをどのようにしていますか。また、ゲーム作品自体に関し、日本は宗教その他を含め制約が少なく自由度が高い作品作りに取組める環境は強みではあると思いますが、この自由度が逆に SDGs の関係で海外業務

を円滑に進めるための課題になることもあると思うのですが、この対策についてお聞かせいただけないでしょうか。

(黒川様)

- ・法的な部分で言うと著作権法などは、海外でも国内でも同じレベルでかなり厳しく見えています。「気を付けるべき点は注意しましょう」という注意喚起を行っており、幸い国による差はあまり感じないため、あたり前に注意しているところです。しかし、アメリカと日本では、パロディーに対しての取り扱いが違ってきます。このような事に関して、論評している書籍が相当数出版されています。それらの本を買って読めばいくらかでも対応するヒントが掲載されているのではないのでしょうか。海外に明るい人が書いた本というものは貴重な資料になります。事前にしっかり読んでから海外に行った方が良いのではないかと考えています
- ・SDGs で日本のコンテンツが課題とされるのは、セクシャルな表現などが海外ではダメではないかという危惧があるという事だと思いますが、その判断のためにも外国人スタッフを本当に 1 回採用してください。大学への留学生であっても「これどう思う」と聞けば、それら作品を彼らが見た時に、駄目な時には「駄目だね」と多分、言います。感性の部分でもあり、議論しても仕方ないことで、アメリカ人が見て駄目と言え、日本人がいくら OK だと言ってもアメリカでは駄目です。この対策のためにも、いかに知り合いを増やして、そういった感性や文化的な事も交流を通じて体感で把握していくことが必要です。LGBT 問題ほか、様々な SDGs に関連するテーマが出てくるので、もう経験して理解していくしか抜本対策にならないかと考えています。

(質問)

- ・「大使館は協力的」との話があったが、具体的な支援内容を教示いただけますか

(黒川様)

- ・例として、大使館がよくやってくれるのは GDC(Game Developers Conference)というゲームデベロッパーのイベントがある場合、事前に大使館が他国、例としてカナダ大使館を通じカナダのゲーム会社のリストを全部送ってくれました。しかも 1 会社毎の説明文まで付けてくれて、しかも推奨情報として「この会社は多分 KEMCO さんと一緒に仕事してうまくいく可能性が有ります」の様なコメントも付けてくれる場合も有りました。そういった協業先を見つけてもらえる事は、とても協力的であると感じましたし、大変助かりました。
- ・また、商談を進め最終的に打ち合わせする時も、その大使館の方がアポを取って頂いて、現地に入って、もしくは最近はオンラインでもやりますが、その大使館の方も参加頂いて、皆でお話して条件とか決め、仕事に繋げていくところまで面倒を見てくれます。
- ・例えば広島県は海外の特に「シリコンバレーの企業と一緒に仕事してください」という話がよくあり、シリコンバレーの企業を繋いでくれます。しかし、そういったイベントもあるのかもしれませんが地元の広島県内の企業とマッチングしてもらったことは私はないです。しかし、想像でしかありませんが、自動車産業など他の業種では広島県の場合はマッチングをしているのではないかと思います。

(質問)

- ・「市場調査を行わず、期日を重要視しゲームを作る」ということは、マーケットインは全然頼らず、その制作者の感性などを重視し制作をするということなのでしょうか。

(黒川様)

- ・もちろん失敗してしまう可能性も有りますが、「当たるから」と言って出したゲームが、当たった試しが経験上ないのです。そのため、基本的にゲームをはじめ、エンターテインメントのコンテンツは「その成功方程式がない」と私は思っています。今までにないものを出してみたら当たった、ということはよくあると思います。しかし、今までにないものを出したら全然当たらなかったってこともたくさんあると思っています。それが当たるか当たらないかという事は誰にもわからない中で、「そこを悩んでいる時間をもったいないのではないですか」というのが私の考えです。

(質問)

- ・留学生が御社に就職する上で必要な知識技術があれば教えてください。

(黒川様)

- ・もし例えば日本のゲームを海外に持っていきたいという事を考えていらっしゃるのであれば、翻訳業務などで入社して頂くことになるので、やはり日本語と英語は最低限、ある程度自由に使える必要があると思います。
- ・プログラマーとして働くという手もありますし、私もとある国の留学生を弊社に雇っていました。プログラム力がバリバリであったので、大変活躍してくれました。
- ・イラストに関しては、今まで私は留学生と関わりを持った経験がありません。留学生でイラストを描ける人もいなかったです。多分ビザの関係でも、そのような分野の方は来日するのが難しいのではないのでしょうか。留学生を採用するには、多分、言語的な問題が一番で、次にプログラミング言語が出来れば良いと思います。

(5-2) 「アニメーション業界のこれからの地方との関りの可能性」

アニメーション映画監督 イシグロキョウヘイ様

アニメの監督をしていますイシグロキョウヘイと申します。僕は東京住まいですが、東北を中心とした地方についてのアニメ産業の可能性のお話をさせていただきます。それではよろしくお願ひします。

今回は地方と僕の関わりや、地方とあまり関係がないのかもしれませんが、アニメ制作の予算回りの話と、更に人材確保のこと、それから行政に対する要望など、僕のアニメ監督としての視点で感じている事を話させていただきます。

改めて自己紹介させていただきますとフリーランスでアニメの監督をしており、4月生まれの現在41歳で間もなく42歳です。妻と子供と3人で東京都練馬区に住んでいます。

代表作を自分で言うのも恥ずかしいものですが2014年10月放送の「4月は君の嘘」というテレビアニメが有名で一番ヒットした作品なのかなと思います。映画作品だと2021年公開作品の「サイダーのように言葉が湧き上がる」を作り、最新作はNetflixで現在、全世界に向け配信中の「ブライト：サムライソウル」があります。

アニメ業界に入ったのは2005年です。だいぶ時間が経っていますが、「機動戦士ガンダム」や今の若い子たちには有名な「ラブライブ！」などの作品を作っているサンライズ株式会社に制作進行として入社し、アニメ業界で1歩目を踏み出しました。

現在の制度はわかりませんが、サンライズには当時、通常の契約で制作進行を担当する場合と、将来は演出家になるための演出契約というものがありました。僕は実はプロデューサーになろうと思い制作進行の契約をしたのですが、途中で「アニメの演出は楽しそうだ」と感じるようになり、2009年に演出契約に切り替えました。これはフリーランスになるための準備期間の契約の様なものです。2年間ほどの演出助手契約で仕事を行い、2011年の契約期間終了時点でフリーランスとなり、「4月は君の嘘」で監督デビューしたのが2014年です。それから監督業を続けて、今に至っています。

振り返ると記憶がどんどん蘇ってきて、自分ではまだ若手だと思っていたものの、いつの間にか中堅で、更にはもうベテランの域に足を踏み入れ始めていることに自分でもちょっと驚いています。

作品舞台は作品が求めている雰囲気・イメージの合致が必要、景観の良し悪しではない

僕の最新作である「ブライト：サムライソウル」は、江戸末期や明治初期の日本を舞台にした、異世界ファンタジーの作品です。作画には実在する場所を舞台にすることが多いのです。「4月は君の嘘」は東京都練馬区、「サイダーのように言葉が湧き上がる」では群馬県高崎市が舞台となっています。

「実際のその風景が良いので作品の舞台に選ぶ」という事ではなく、「作品作りに求めている

雰囲気や景観などイメージがマッチする」という理由で、「作品自体が選んだ場所」としてその場所を舞台として選択します。場所や景観に「何を求めているか」は、作品によって異なります。作品主体に考え、作品に適した場所を選んでいく状況であり、「自分で舞台として選びたい場所」を理由に、その場所を使うことは有りません。そのため、「町興し」で「この場所を舞台に作品作りをしてください」という事は、実はなかなか難しいのです。

作品作りの場所は問わずとも、制作者一同の空気感が知りたくて札幌移住

作品の舞台は作品次第ですが、作品を制作する場所は様々です。「ブライト：サムライ ソウル」を制作したアニメプロダクションは札幌市にある会社でした。株式会社アレクトという 3D アニメ制作会社です。

アニメ制作スタジオは、だいたい東京に集まっていますが、地方にも出ている企業は有り、特に東北地方にはサテライトスタジオが多かったのではないのでしょうか。僕も詳しく知る訳ではないのですが、東京に本社が在り、地方にサテライトスタジオ、第 2 スタジオなどとしてスタジオを構え、アニメーター人材の確保をしている企業が割と多い印象があります。

その辺りも後半の方でご紹介しようと思いますが、実は「ブライト：サムライ ソウル」を制作していた約 1 年間、僕と妻そして子供と 3 人で札幌市に移住し、現地スタジオに入って仕事をしていたのです。

まず、なぜこの「ブライト：サムライ ソウル」の仕事をすることになったのかというと、この制作会社アレクトのプロデューサー 成田穰君から僕に声を掛けてもらったことから話が始まります。成田君は北海道出身のプロデューサーで、2013 年頃に NHK で放送していた「団地ともお」というテレビアニメがあり、そこで一緒に仕事をして知り合った方です。

そのアニメ制作スタジオは東京にあり、成田君は当時、東京に住み、その会社で働いていました。僕はフリーランスの演出助監督として、「団地ともお」の制作スタッフにオファーを受け、制作に加わったため、成田君とご縁が出来たのです。その後、成田君は結婚などを機に、地元の札幌へ U ターンをしていました。地元でもアニメ関連の仕事を続けられる会社を探し、アレクトへ転職しアニメ業界で働き続けていたそうです。

「ブライト」という Netflix のオリジナル映画があり、そのスピンオフ作品を作らないかという話が、Netflix からアレクトに入りました。これを受け、僕に対し成田君経由で監督のオファーをもらったことが、札幌へ行き「ブライト：サムライ ソウル」を作るようになった経緯です。

アニメの業界に長く居て、特に演出業・監督業を経験し常々思っていることに、現場に入らないと「いい空気感ができない」という事があります。これは僕の自分の仕事スタイルの話にもなります。アニメ制作は基本的にはデスクワークです。机に座り、絵を描くのが仕事の中心になります。やろうと思えばスタジオなどに入らず、特に最近はコロナ禍ですから、自宅で仕事することも可能です。しかし人が集まって、お互いが今、何を行っているのかという事を見せ合う事が、実は結構重要だと思っています。

実際に僕が制作進行を担当していた時、現場になかなか入らないスタッフがいたことがありました。それは監督や、演出、作画担当、作画監督など職種も様々でしたが、そういう人たちが多い現場はあまり良い空気感にならない事が多くありました。姿が見えない人の意見は、人間の感情

として取り入れ辛くなるのではないのでしょうか。自分が何をしているのか見てもらえていない、逆に相手が何をしているのかを自分が見たくても見られない状態であるにも関わらず、ただ指示だけを受けることは、その相手の言いたい文脈が感じられないと言いますか、疑心暗鬼になり易く、仮想敵を作りやすい状況になると思うのです。

だからこそ、主体となる制作現場が札幌に決まって、僕が監督を務めると決めたのであれば、現場の札幌に入った方が良くとすぐに考えました。

ちょうど時期的に子供が生まれたばかりで、妻が育休期間でした。妻もフリーランスのアニメーターで、子育てで休むことは決まっておき、環境を変えてみることは可能な状態でした。妻にも札幌行を相談したところ、乗り気でしたので、作品制作期間中限定で札幌に移住することがすぐに決まりました。僕は仕事、妻は札幌で子育てということで札幌へ引越しです。期間は厳密に言うと2020年12月から翌年21年10月まででした。しかし、僕自身は結構前から札幌に現地入りし、1年間ぐらい札幌に住んでいたことになります。

現地のマンションを借り、徒歩通勤でスタジオに通っていました。期間がちょうどコロナ禍の始まりの時期と重なり、2021年初めから3〜4ヶ月間ほどの期間、僕は札幌に移住し札幌の制作スタジオで仕事に取り組むために来たにもかかわらず、ずっとリモートワークを行うといった「謎の状態」に陥ってしまいました。「なぜ僕はここに来たのだろうか」とその時は思いましたが、その後、コロナ禍が多少落ち着いた時期にはスタジオに入りし、スタッフとも連携を取って仕事を進めていきました。

自分の視点での移住の感想は、「札幌へ行って仕事をして良かったな」というものでした。現地入りしたことで、僕がどういうスタイルで仕事をしているのか、スタッフの皆さんに一応見てもらえたと思います。これが一番大きい成果だと思います。その姿が見える相手からの指示は、やっぱり受け入れ易い。あとは僕自身もスタッフの空気を感じながらの指示は出しやすい。職場全体の熱量を含め、自分でその場を感じ取りながら、指示の強弱などをコントロールしたつもりです。その結果、大きな混乱もなく、作品作りを終えられました。これだけでも僕が札幌に移住して良かったなと思う理由です。

将来的に完全移住も考えたいと思う体験であった「札幌暮らし」

僕自身は神奈川県出身で首都圏を離れた生活はこれまで経験が有りませんでした。札幌市は大都市ですが、東京との距離もちろん離れており、いろいろな設備などを比べると、言葉が悪いかもしれませんがやっぱり首都圏との差があることを実感しました。娯楽関連やサービスの選択肢は首都圏の方が圧倒的に多いです。これは埋められない差で、多分この先も埋まることはないのではないのでしょうか。

「ブライト：サムライ ソウル」の制作が終わり東京に戻り改めて感じるのは、様々な選択肢は確かに東京の方が多いのです。しかし実際、その中から選び取っているものは極々限られた範囲のものであることが多いのです。札幌で得ようと思うものやその選択肢は少ないのではなく、東京で得たいと思う選択肢が類似した複数のものがあるだけであり、実はその選択肢の多くは被っ

ているのではないかと考えました。札幌でも豊かな生活が十分できて、東京の方が優れているものが特にないのでは、と感じています。

例えば「食」はその代表的なものでした。東北地方に関しても昔、冷麺が食べたくて、新幹線で盛岡まで日帰りで行ったことがあります。東北も北海道も本当に美味しいものが多いです。値段も安いという感じではなく、東京と値段が別に変わらない様に思いましたが、同じ値段を払っていても質が全然違うと感じました。例えば本当にその辺で売っている鮭であっても、札幌のスーパーで売っているものは美味しさがもうびっくりするようなものでした。野菜も美味しかったです。当別町の栗かぼちゃが美味しかったので、週末に車で 40 分ほどドライブし、わざわざ買いに行ったこともあります。本当に食のクオリティは東京と地方では大きな差があって、東京はかなわないなと言うことがありました。東京で同じクオリティの食材を得ようとすると、値段が相当高くなってしまいます。そういうのは本当に地方のメリットとして体感してきました。

僕は子育て世代であり、公園など家族で利用できる公共施設を頻繁に利用します。生活に根ざした話で、駐車場代が不要である地方は良かったなと思います。東京に帰ってきて子供と週末に遊びに行きますと、23 区やその周辺の武蔵野地域は、公園の駐車場代が不要なところはありません。必ず駐車場代が掛かります。2、3 時間で 600 円程なのですが、これが毎週、しかも連休も有ったりすると更に加算され、毎月数千円以上、年間コストにすると相当な額になります。札幌では駐車場代が掛かるような施設はなかったと思います。単に駐車場だけの話ではなく、東京とその他の地方で生活し比べてみると、東京と地方の差のような事が色々と気が付くことが有り、特に子育て世代にはプラスになることも多くありました。

良い意味での「人の少なさ」も地方暮らしのメリットと感じました。コロナ禍の当初は何も病気の特性が分からず、皆さんも相当恐怖であったと思います。東京に比べると人口密度が札幌はだいぶ低いことが幸いでした。自分の健康のこともありますし、子供を遊びに行かせなければということもあるため、近所の公園に家族で散歩に行くことや、住まいから歩いて 20 分ぐらいのところにある北海道神宮に、毎朝わざわざ歩いて行ってお参りしてから仕事を始めるといったルーティンを組んでいました。その往復の道中に人に会うことは、ほぼ無かったのです。すれ違う人もいなかったのです。札幌市は 200 万人弱の大都市です。東京の人口と比べたら少ないかもしれませんが、それでも全然すれ違う人すらいらないというのは、結構びっくりするような状況でした。人の接触を避けなければならない社会情勢の中で、東京に住んでいるよりは当時、相当安心して暮らせたと思います。

そのような事を振り返り、いろんな意味で東京に戻り思うのは、札幌時代はすごく心穏やかだったなと思います。東京は殺伐としていると言いますか、暮らし難いというわけではないですが、都会ならではの様々な生活費も掛りますし、メリットもあるけれどデメリットも多いなと住み比べてみて思います。冗談ではなく将来可能であれば、僕は札幌に完全移住したいなと思っています。自分の収入や家族の状態などによって、実現するかわからないですけど、常々妻には札幌へ移住したいという話をしております。

出資者が製作委員会か単独社でも現場制作費予算はほぼ変わらない

次にアニメーション制作のお金に関することをお話しさせて頂こうと思います。

先ほど「ブライト：サムライ ソウル」の制作を札幌で行った話をさせていただきましたが、この制作出資者は Netflix で、同社は世界最大のオンライン配信サービスの会社です。

日本のアニメ、TV アニメや映画も、最近は製作委員会方式と言う体制を取って予算を捻出しています。製作委員会方式は、複数の出資元となる企業を募います。ステークホルダーが複数集まり、その人たちが予算を組み作品を作り、利益を分配するという形態となります。一方で Netflix の作品、特に「ブライト：サムライ ソウル」は完全なオリジナル作品で、Netflix が IP (intellectual property rights：知的財産権) を持っている作品です。つまり Netflix、1 社が制作予算を全額出資し、その利益は全て Netflix が得るといような形でした。

製作委員会と単独出資の善し悪し、相違点と言った視点で話ができれば良いのかもしれませんが、作り手側の視点から結論を言うと、どちらも変わらないものなのです。予算の総額が変わる訳でもありません。これを勘違いしないで欲しいのです。

例えば、総額で 5 億円ぐらいの予算があり、その 5 億円で作品を作りましようとなった時、制作費として配分される金額割合は変わりません。制作費全体を複数社が集まって 5 億円を捻出するか、単独出資で 5 億円を捻出するかという違いだけなのです。現場に降りてくる制作予算の金額が増減する様な事があると影響は出てきますが、製作委員会か単独出資かは作り手側からすると全然関係がないものです。

特にその地方にスタジオを構え、東京から送られてくる仕事を得るような人たちが、例えば「製作委員会だから」や「クォーター出資だ」、「単独出資だ」ということをあまり考える必要はないような気はします。出資者は制作現場には影響力がないという事だと思います。

また、出資者に近い立場となる「元請」になってきたとしても、あまり関係はないような気がします。シンプルに考えてみて頂ければわかると思います。例えばビデオメーカー、アニプレックスやバンナム・ナムコのような販売企業、もしくはその Netflix の様な配信業者になろうとすれば、出資元になるため自分の会社 1 社で単独提供するか、複数社で製作委員会を組むかということで、収益の割合も大きく変わってくるかもしれません。制作に回せる金額はおおよそ決まっているため、制作現場のスタジオに関しては大して変わらないのです。

製作委員会方式の方が、出資元の複数社に声を掛けて、寄り集めて来るため出資し易くなることもあるかもしれませんが、ステークホルダーとして参加しやすくなることもあるかもしれません。そのような事では製作委員会の方が良いことも有るかもしれないと、今、自分で話しながら少し思いました。

この先のアニメーション制作会社の事業展開としては、京都アニメーションやピーエーワークスのように、地方に拠点を構え、元請として制作を行うスタジオも増えていくと思います。製作委員会方式は別に悪いことばかりではないということを、念頭に置きながら地域と産業の事を考えてもらうという事で良いのではないのでしょうか。

ブラックイメージであったアニメーターの就労環境は大きく改善、技術力で十分稼げる業態に業界入りたて若年層の数年、他業界でも同様にスタートアップ支援は欲しい

最近のアニメーターのギャラ事情に触れようと思います。専門学校の方や学生の方にも、アニメ業界に入ろうと思っている方もいるかもしれません。そのような方にも参考になればと思います。

「ブライト：サムライ ソウル」の制作に出資をした Netflix など、黒船的な海外の大きいプラットフォームが入って来た当初、これは中国資本が入って来た時にも言われたのですが、「ギャラが良い」と噂が立ちました。今回、実際に良かったと思います。具体的な金額はお伝えできませんが、今までの監督作品の中では一番良かったかもしれません。しかし、目玉が飛び出る金額ではなく、「それ 1 本撮ったら遊んで暮らせるぞ」みたいなアメリカ的、ハリウッド的な夢があるような金額でも全然ありません。割と現実的な金額でした。

しかし、賃金体系のその底上げという意味では、最近アニメ業界全体が良くなっているという実感も有ります。Netflix や Amazon プライムなどが関係するか否かと言うことは、「それはさておき」と言ったところで断言できません。それでもアニメのテレビシリーズや、アニメ 1 本作るための制作予算が少しずつ底上げされているという実感はあります。なぜその様に感じられるのかと言えば、自分の作品制作が今、企画段階で世に出ない状態のため、知り合いの仕事を手伝ったりすることが最近が多く、テレビアニメの絵コンテなどの仕事をしてきたことによります。僕が演出を始めた 2009 年当時や、フリーランスとなった 2011 年頃に比べて、だいたい皮膚感覚で 1 本当たりの単価が 3~5 万円程高くなっている印象でした。昔は TV アニメの絵コンテは、安いと 1 本で 20 万円でした。高いと 25 万円くらいで、新人の時に一番高かった絵コンテの仕事は 1 本の単価が 28 万円位でした。

当時の作品と同じような作品の重さ、工程の大変さみたいな尺度で比べてみても、最近の平均単価は 27~30 万円くらいと感じており、実際に僕がその手伝った作品も、だいたいそのぐらいの金額帯に収まるような仕事でした。

さらに劇場作品の絵コンテの単価も同様に上がっているなど感じています。僕は元々制作進行だったので、どのような予算感で仕事が進んでいるのか、監督業を行っていてもだいたい把握できています。

アニメ業界は安月給で仕事時間も長いブラックなイメージで語られることが多いと思います。どちらかと言うとその安月給というイメージが先行し、業界として良い仕事の職種ではないと語られることが多いです。しかしそのようなイメージに関して、業界内部の者として自分の実感で言えるのは「半分正解で半分不正解」と言った感じです。

確かに僕自身も演出業に転向し、特にフリーランスになった年、2011 年の最初の頃はわりと経済的に厳しかったです。演出になるまでに貯蓄をして 100 万円を貯めていました。フリーランスになる時、アニメの制作にはパソコンを結構使いますので、性能の良いパソコンやアプリケーションソフト、Adobe 製のソフトなどを購入しました。当時はサブスクリプションがなく、買い切りのソフトを購入し、50 万、60 万円と言った金額を使いました。残りの半分 50 万円ぐらいを学生時代から猶予していた年金の一括支払いのために使いました。そのためフリーランスになっ

た直後に貯蓄が空になってしまいました。

仕事はクオリティ重視を目指したため、1本の仕事を2ヶ月から3ヶ月をかけてじっくり取り組んだこともあり、どうしても生活できない時期ができてしまいました。その時には親に連絡し、50万円程を借りて、それで何とか生活したという時期がありました。

今は普通に一本立ちし、誰彼にお金を借りなくても、普通に生活できるような状態です。キャリアの初期で生活が苦しいことは当たり前と言え当たり前ではあります。その苦しさの程度が他の業種に比べて厳しいのが、多分アニメ業界なのかなと思うところはあります。

しかし、アニメ業界が特殊すぎるかというところでもないのです。皆さん美容理容協会をご存じでしょうか。美容師さんや理容師さんも、新人の頃は相当生活が金銭的に厳しいのです。1本に2、3万円もするハサミを数本購入し、手が物凄く荒れるからその手のケアのためにお金を掛けなければならない。必要なお金が出ていく状況でも、実入りは少ないから生活は苦しいといった話があり、それとアニメ業界も似ているのではないのでしょうか。

若年層の所得のボトムアップ、特に業界に入りたての最初の段階で極端に生活が苦しくならないようにするべき支援が必要という事は、本当にそうであると思います。

しかし、アニメ業界の人全体がすごく貧しいのかと言えば、実はそうでもないと思います。僕自身、実際に親からお金を借りながら生活した時期はありました。その時期を突き抜けた以降は、一般的に言われているサラリーマンの平均所得よりは僕の方がずっと稼いでいると思います。毎年、確定申告しているので、自分がどのくらい稼いでいるか、どのくらいの経費が掛かるのかはきちんと把握しています。自分の年齢からすると一般的サラリーマンよりは稼いでいると思いますが、僕がめちゃくちゃ稼いでいる人種なのかということとそのような事はないと思います。

あまりお金の話をするのはどうかと思いますが、仕事に関係する周りの人の暮らしぶりや生活水準など見ても普通であり、特に最近のアニメ業界の若い子たちには、生活破綻者などは少ないような気がします。スタジオに入って見ても、昔は「どうやって生活しているんだろう、この人は」という人も実際に居ました。今は時代が多分許さないこともあるのでしょうか。だから「先ほどギャラが上がってきている」という話もしましたが、そういう流れが若手にも反映してきているのかなと見ています。

もう少し作り手側の視点から話すと、例えばアニプレックスやバンダイ・ナムコという企業はメーカーと呼ばれる大元です。元請になるのですが、彼らは制作主体を持っていないのです。僕たち作り手がいないとアニメを作れない人たちなのです。そのため彼らは、常日頃から、制作側の才能を求めているのです。簡単に言うとアニメ制作の才能があれば、本当に天才的な才能があれば、絶対に稼げる業界となっています。これは間違いないです。

しかし、みんなが天才かと言うとそのようなこともないし、僕自身も自分を天才だと思ってないです。ある一定水準の技術さえ持っていれば、この業界で働きながら生活して行くことは現実的なものであり、不思議な事でも何でもありません。

僕が監督作に関わったような作品で、メインスタッフと言え少し幅が広いかもしれませんが、原画マンや作画監督など、様々な職種でトータルした皆の年収を考えると、自分の想像値ではあるものの、年収税込み300万円から350万円程にはなっているのではないのでしょうか。その金額をどう見るかは人それぞれになると思います。しかしブラックなイメージで言われるような「超絶貧乏」というわけではないのではないのでしょうか。

もちろん、この平均以上に稼いでいる人たちも多いのです。僕も含めてそれ以上を稼ぐ可能性も大いにある訳です。そのような事からも決して夢がない業界ではないと思います。昔の様に、生活破綻をしている人間が少なくなったということも含めて、業界としては少しずつ待遇改善が進んでいるという事は自分でも感じています。「良くなってきている」と言っても、更に改善していかないと人材確保もできないですから、制作スタジオや関連する企業側としても、その辺は相当意識しているのではないのでしょうか。

空間把握力は地方の自然環境が育て、良質な人材がいる潜在要因、これからのアニメスタジオの地方進出は人材確保の中で時代の流れ

せっかく人材の話が出ましたので、東北地方に絡めて話をさせていただきます。

アニメに限らず、先ほど黒川さんのゲーム業界のお話にもあった通り、人材は本当に重要な課題です。アニメ業界でもやっぱり、人材の奪い合いが昔から続いています。奪い合うライバル業界はそれこそゲーム業界やイラスト業界などになっています。どの企業も地方からの人材を確保するという流れが来ているような気がします。

アニメ制作スタジオも地方にサテライトスタジオを建て、地方人材を確保しながら、東京の元請の仕事回していくことが、最近では割と主流になってきています。僕の監督映画作品の「サイダーのように言葉が湧き上がる」では、宮城県白石市にある旭プロダクションが仕上げ工程などを担当してくれました。

僕はフリーランスであり、会社経営をしている訳ではないのですが、東京で人材を確保するのは監督目線から言っても限界に近いと思います。それこそ才能の奪い合いが行われている状況です。更にその才能は、首都圏の人口がいくら多くても流石に数には限りがあります。良いものを作る、売れそうなものを作るという人は、もう本当にオファーがどんどんどんどん続いて来ていて仕事もう埋まってしまっている状況です。だからこそ制作スタジオ自らが地方に出て、人材を確保するという流れは大きいのではないかなと思います。

コロナ禍の中でも感じたことで、ネットの発達があり、遠距離の人たちとのコミュニケーションも容易になってきており、地方でスタジオを起こすための追い風であるのかなということも感じます。

札幌滞在期間中、アレクトの成田君を含めスタッフの皆さんと話しましたが、基本的にはアレクトは札幌のアニメーションスタジオですから、北海道内から人材確保することが基本路線みたいです。それでもやっぱり人手不足なので、東北地方など他の地方にも採用活動に出ているらしいです。東京のスタジオも東北に人材発掘へ行こうとアンテナを張っており、札幌から見ても同様に良い人材がいると感じるものが東北地方にはあるようです。

アニメ監督は絵描きではないのですが、絵に関する仕事をする人間の視点で、もう一つ話をさせてもらいます。札幌に住み、感じたことの一つに、あの環境で幼少時代から育っていると絵が上手くなるだろうという事が有ります。これは本当に真面目な話です。札幌に限らず、北海道や東北出身の絵描き、漫画家やアニメーターの方は相当多いのです。有名な人も大勢おり、アニメだと機動戦士ガンダムの安彦良和(やすひこよしかず)さんは北海道から弘前大を経ている方です

し、キャラクターデザインで僕が大好きな今敏(こんさとし)さんも北海道出身です。なぜそのように本当に絵が上手い人や、魅力がある絵を描く人が北海道や東北地方から生まれるのかちょっと不思議に思っていました。

しかし、札幌に住んでみてわかったのが、東京では絶対に味わえない、その距離感の感覚、空間把握能力が養われて、その能力をつかむことが地方だと多分可能であるというでした。どのようなことかと言うと、僕は神奈川県秦野市出身で、山に囲まれた地方なのですが、せいぜい遠くを見渡したとしても 10 キロ先や 15 キロ先の山を見るような環境でした。それでも遠いところに山などがあるというのはわかるし、空気遠近というものがあり、遠くのはだんだんと色が褪せていき、サイドが低くなるということを見えています。秦野市に住んで居た時も、ちょっとはそのような景観を感じてはいました。

札幌や札幌周辺の土地に行った時に、綺麗なグラデーションを持ってその遠くのものがよく見え、「色が褪せていくんだな」ということをより良く実感できたのです。札幌から岩見沢市へ遊びに行った際に、高速道路を走りながら見た山の色の合わせ方が、すごく空気遠近で綺麗に落ちていくというのが、本当はしっかり見て取れたのですね。これは、僕が住んでいた秦野では感じられないことで、地図で後から確認したところ、その山は高速道路から 30~40 km 程離れていました。あれだけ綺麗に色褪せる景観を子供の時から見ていたとすると、距離感の表現やその他の自然物の捉え方など、変わるだろうなと思いました。

更に札幌市という街は、縦に伸びるビル、四角い建物が多いと思います。それらを対比しながら、かなり遠くの方まで見渡せるという条件の整った場所が相当数ありました。あれも距離感やパース感覚(遠近法)をつかむために、本当に素晴らしく良いなと思ったものです。

要は子供の時からこのような環境、状況で育ち、感覚が染み付けば、それはもう絵がうまくなる条件が整っていると思えました。これは札幌に限らず、多分、地方全部に言えることのような気がしたのです。

イラストを見ていて最近感じることは、ワイドに捉えている絵が少なく、キャラクターのドアップばかり描いているものが多いのです。その制作者が全て東京出身であるとは言わないのですが、絵の基本となるその空間把握と空間認識能力は地方に住んでいる方が絶対に育まれるのではないのでしょうか。例えば地方に住み着いて、絵の仕事をしながら、その普段見ている景色を意識していると、絵のセンスを磨けるということになるのかもしれませんが。地方でこの仕事をしたいということや、スタジオを地方に設けて仕事をしていくのはプラスに働くことであろうと、本当に真面目にそう思いました。

常々東京に住んでいる人が地方に行ったときに実感することだと思うので、ここで話を聞いて頂いている地方在住の方に、このような話の実感があるのか分かりません。けれど多分、その地域の方々の血肉に染み込んでいるようなパース感などは、もう既に皆さんにも備わっているのではないのでしょうか。

結局、東京出身の人が東京には少なく、地方から集まっている人の集団であるため、東京出身で東京に住んでいたから絵を描くためにプラスになることは、あまりないかもしれません。東京よりも地方の人の方が高い確率で、空間認識などが長けている可能性があり、生活費も安くなる可能性のある地方に人材を求めていくことは、今後のアニメ業界にとっては正攻法だと思います。

行政に欲しい支援は、アニメ産業の下支えとなるソフト開発支援と通信回線強化

その様な社会環境の中で、その通信インフラをどう整備していくかという事が課題になると思います。最近ではネットで仕事をするということが多くなっています。通信インフラが強くなれば地方の競争力が高まるという事は、僕が言わずとも皆さん考えていることだとは思いますが。通信インフラが強ければ、地方に居住しアニメの仕事をする事は本当に現実的だと思います。これは行政の方たちへの僕らの提案として、コンテンツ産業の振興のためにも通信インフラを強くすることは、まずは一番に取り組むべきことであるとお伝えさせていただきます。

ネット社会に対しての通信インフラというのは、結局、その下支えの部分だと思います。これはアニメ業界にも言えることだと思います。行政に望むことに繋げていきたいのですが、例えば助成金と言うのは、表層的なその上澄みの部分にのみお金を掛けるのではなく、やはり下支えの土台の部分にお金をきちんと掛けるべきだと思います。

特にアニメ産業は「クールジャパン」として語られることが多いのですが、僕の印象だと上澄みの部分ばかりにお金を回している感じがします。イベントごとなどにお金を掛けて、キャラクターの売り方にお金掛けてばかりしているのではないのでしょうか。でも、そこにお金を掛けるのではなく、キャラクターを生み出すところにお金を掛けないと、これからの「クールジャパン」の取組や、アニメ産業はうまくいかないです。売り方ではなく、売るものを作る事への支援が必要と、はたから見ている感じがします。

本当に支援すべきその下支えの部分というのは、人よりは僕はツールにお金を掛けるべきではないかと思っています。具体的に言うとアニメ制作に利用するソフトなどです。

ここにお金をどんと投入し、強いインフラを作っておけば、最終的に良いキャラクターや売れるキャラクターなどもこれからも作れる可能性が高くなるのです。そのため、視点を少しこれまでと変えて頂いて、お金を掛ける部分を見極めるべきではないかと思っています。

例えば、セルシスという企業を皆さんはご存知でしょうか。アニメ業界ではデファクトスタンダード(業界標準)であるソフトを作っているような会社です。Clip Studio というアニメの絵を描くソフトを開発製造しており、これが制作現場では業界標準のアプリケーションソフトです。セルシスは既に行政支援を受けているかもしれませんが、例えばセルシスに更に助成金を回し、アニメ制作ソフトの更なる高度化を図るための開発を推進させることは、アニメ制作のインフラを強くするためにやるべきです。

これは地方にもメリットがあり、デジタル作画が更に高度に進展すれば、地方でアニメ制作事業を展開することがより現実的になります。つまりネットワークとデジタルツールさえあれば、制作場所は今まで以上に自由になります。その様に考えてもらえれば、行政がすべきは通信インフラ強化とツール開発の支援です。

この様なアプリケーションソフトの強化は、技術的な参入障壁を低くすることにも寄与します。そのツール開発にお金を掛けて、アニメ産業のボトムアップを図るということは、人材不足の解消にもつながるためにも取り組んで欲しいものです。しかし、その様な部分に目が行くのは、業界人というか、そのテクノロジーに精通した人間ではないと気が付かないというか、視点が向かないのかなと思います。

ピー・ソフトハウスも仙台に本社があるアニメ産業のインフラ企業です。皆さんはご存知でし

ようか。3D の¹セルルックのアニメーションで線を出すプラグインソフトがあり、それが PSOFT Pencil という製品で、それを作っているのがピー・ソフトハウスです。業界内で 3D アニメをやっていない人も含め、この PSOFT Pencil というプラグインソフトを知らない人はいないぐらいのデファクトスタンダード(業界標準)になっているようなソフトです。この様なプラグインを作っている会社が東北にはありますし、そういうところの下支えを行政ができれば、もっと大きい産業の波が起きるのではないのでしょうか。そしてそのようなところに視点を向けてくれれば、何かまた新しい人材が確保できるのではないかとアニメ監督視点で思うところです。

行政の頑張りでアニメ業界にとっての「adobe 社」を国内企業から育てて欲しい

そろそろ締めという形で、最後に行政に望むことをもう一つお伝えします。アメリカの Adobe という会社は「Photoshop」などの映像編集ソフトで有名な会社です。アニメ業界でいうところの「Adobe 社」を日本国内企業として育て上げ作るべきだと思います。国内でもセルシスやピー・ソフトハウスという会社があって、育ってきているわけです。それを行政が下支えし、世界市場においても圧倒的なそのシェアを奪えるようなソフトウェアとなるようにするのです。この様な会社を作ってしまうと、あとはそのインセンティブを得るための事業として、人が集まってくると思います。完成した作品の上澄みの部分にばかりに目を向けなくて、ソフトウェアやそのツールなど、アニメ制作のインフラとなるところにお金を掛けるという方針が打ち出されることを願っております。そのような方針を打ち出せる人が行政側に居てくれれば、アニメ業界の状況はもっと良くなるのではないかと考えております。今日お話しした内容がどこに届くかわからないですが、そういう動きがあると嬉しいなと思います。本日はありがとうございました。

【質疑応答】

(質問)

・アニメーターの単価に関して、「絵コンテ 1 本とは、アニメの一話ですかそれともワンシーズンですか」

(イシグロキョウヘイ様)

・TV アニメ 1 本で、1 話数あたり 1 本の話です。

(質問)

・3 つ質問が有り①作品作りがスタートして受領できるお金が発生するのは、監督業としてどういう時期でしょうか、②一つの作品に対してある程度、仕事に専念できるぐらいの量が揃ってきたタイミングというのは、一般的にその作品の公開日から逆算してどのぐらいの時期になる

¹セルルック：コンピュータグラフィックスにおける手描きアニメーションや漫画、イラスト風の作画を用いて新たな画像を生成すること

んでしょうか③お話頂ける範囲で構わないのですが、仕事の報酬はどのタイミングでもらえるものんでしょうか。

(イシグロキョウヘイ様)

- ・ 僕自身は制作スタジオから仕事を請負い、そのスタジオからお金の支払いを受けるので、Netflix から直接お金を頂いているわけではありません。そのためどちらかというとその話は制作スタジオ経営している経営者側に対する質問に近いかもしれません。
- ・ 僕自身はどうかと言えば、配信開始日が何時なのかに関係なく、僕がアニメ作品を監督すると決まり、「それではいつから支払いが発生します」、「どこから請求開始します」ということも都度、都度、そのプロデューサーと作品毎に仕事毎に決めています。
- ・ そのため、公開時期や配信時期、テレビ放映時期などは実はあまり関係なく、「こちらが、提案、提示した時期からください。それは可能ですか」と言う様なやりとりを経て、主たる支払い発生期の期日を決めることとなります。作品自体がいつ公開されるかというのは僕の立場からすると関係ないのです。
- ・ 支払タイミングは経営者には大いに関係ある話です。特に Netflix は完成して全話納品した以降にお金が払われていくスタイルの筈です。金額は高くても、それまでに会社を持たせる資金力がなければ、そもそも Netflix の仕事を元請でやるのは難しいというのはあるのではないのでしょうか。

(質問)

- ・ 地域振興のためにアニメと地域を繋げるためには、どのような働きかけが必要でしょうか。

(イシグロキョウヘイ様)

- ・ 例えば町興しをするためにアニメで自分たちの土地、自分たちの住む街を舞台として、「アニメを作ってもらおう」、もしくは「作ろう」みたいな取組は、僕自身、アニメ監督というか、作り手側からするとあまり魅力を感じない話となるのです。仕事として、この街を舞台にして、例えば僕の立場であれば練馬に住んでいますので「練馬を舞台にしたアニメを作りたいのです。それを監督してくれませんか、金額はいくらです」と言う様な話をもしも練馬区からあったとした場合、考えはします。しかし、練馬区自体に対して、本当に特別な思い入れが僕自身にない限り、その土地が特別なものになるわけではないのです。これは「聖地」に対しての考え方も同じで、「聖地」というのは作品が出来上がった後にできるものです。「作品」も町興しのために作ったとしても、その結果がどう出るかは分かりません。結果論でそうだったというか、たまたま「聖地」になるだけなのです。だから、地域振興という意味であっても、アニメがその町興しに与える影響というのは絶対に後から付いてきているもの筈なのです。
- ・ その様にお答えすると取り付く島もないので、僕なりに地方活性化のため、例えばそのアニメ後の聖地として選ばれるためにはどういうことが必要なのかという話をしたいと思います。練馬区や群馬県高崎市を舞台にして作品作りしましたが、取材一つ取ってみても、行政が間に入ってくれることで、事がスムーズに進むことがすごく多くありました。
- ・ 一番顕著だったのは、「4月は君の嘘」のロケの時でした。まずは練馬区に話を通さず、制作会社の A-1Pictures という会社から、直接、区内の中学校へロケハンさせて欲しいと話を持

っていきました。中学校側からすると、「何かよく分からないアニメ会社が、内の写真を撮らせてくれって言っているけど怖くて受けられるわけがない」となるのではないのでしょうか。実際、最初は断られていました。そこから、練馬区や西武鉄道の人たちたちも実は関わってくれるようになったのですが、それ以降、本当に断られることが一度も無くなったのです。

- ・行政に対する地域の信頼はすごいものであると、その時に感じました。だから地域振興という意味で行って欲しいこととして僕から提案できるのは「窓口になりますよ」ということのアピールがまず一番大事だと思います。「私達、僕たちの町を割と自由に取材することができますよ」ということや、そのポータルになるようなサイトを作っておいて、各制作スタジオや各地域のフィルムコミッションを通じて制作会社にアピールすることで、地域振興に最終的に繋がるのではないのでしょうか。
- ・逆に言う「魅力的な土地がありますよ」という PR は、二次的な要素になると思うのです。作品としてそれを求めている否かかが僕たち制作者にとっては重要なので、いくら綺麗な景観、例えば湖、綺麗な山、川があったとしても、僕が汚いドブ川を求めているというか、作品的にその様なものが必要であれば、綺麗なものなんて必要ないのです。
- ・観光名所のような場所みたいなものは必要なく、どちらかというとその行政や地域が取材しやすいということの方が、相当プラスに働く気がします。
- ・例えば皆さまご自身が住まれた地域で、私たちがとにかく取材はしやすかったという事があったとします。その様な方に取材させてもらっているし、その人たちがお勧めするようなところを舞台にして作っていけるというのは、なんとなく自分はイメージ出来るのです。逆に「こういう良いところがありますよ」と最初の段階で言われても、それが作品として合わなかったら意味がないのです。「鶏が先か卵が先か」みたいな話ですが、「窓口として行政の間口を広げています」というスタンスがアニメ業界内に知られていれば、それは最終的に地域振興に繋がるような気がします。

* ロケ地に関し、イシグロキョウヘイ監督の作品「サイダーのように言葉が沸き上がる」の PR に YouTube へイシグロ監督がアップされている「サイコトチャンネル」# 29 に高崎市が舞台となった背景や作画に必要な景観の事などについて、イシグロ監督ご自身がお話をされています。ぜひご参考ください。(報告会事務局:エービーコンサルティング)

https://www.youtube.com/channel/UCIhfdxWGaK9SDyzS_dLJogg

6. 調査全体を通じた次年度以降への提言

1つ目に「制作を支える企業を支える」という視点での対策が挙げられる。「制作を支えている企業」に対して、行政の支援情報が入っていないということは、今回のヒアリング調査においても具体的に話があった。支援制度を個別に整えている自治体の情報をはじめ地方拠点強化税制やUIJ ターン支援制度などについて、認識している企業はほぼなかった。

半導体や機械金属加工業など一般的な製造業であれば、例えばファナックや、東京エレクトロンといった「工場のための工場」となるような、コンテンツ産業の下支えをしてくれる企業を支援する制度が設けられることが求められる。一方でコンテンツ系産業そのものに関しても、なかなか該当する様な制度がない場合や、制度が有ってもその情報が企業に正しく伝わる、伝わらない以前に、今回のヒアリングでもあるように企業に情報が届いていない場合もある。制度そのものの整備に加え、このような支援情報提供が確実に実行できる対策が必要である。

次に挙げるのは、コンテンツ産業向けに特化した公共インフラの整備である。各県に工業試験場は設置されており、材料分析やその他製品精度の確認等などに利用されている。しかし、IT系企業向け、コンテンツ産業向けにその様な施設は立地していない。例えば 3DCG のスタジオなどは、例えば北海道では 1 企業が単独所有している事例があったが、東北の企業ではなかなかそのような企業がない。高額であり製品進歩が激しいため、中小企業等では所有するのが難しい。

関連しその様な IT 企業向け施設に関し、音響関連スタジオが複数併設され、安価に利用できれば、地域の YouTuber、VTuber が集積し、新たな仕事生まれ育っていくことも想定できる。また、その様な施設が有ることで、コンテンツ産業に理解がある地域として認知されれば、首都圏企業の立地や制作スタジオの新規投資等という事にもつながっていく可能性が増える可能性がある。

～アニメ・ゲーム等のコンテンツ産業を支える技術の提供者への支援～

CoolJapan戦略 現状：「出来上がったコンテンツ」の販路開拓 ⇒「制作を支える」取組への支援
(ソフト・ハード面の提供事業者)

- 製造業の「ファナック」、「東京エレクトロン」の様な「工場のための工場」
⇒ 「コンテンツ制作機材を提供する制作者」の支援

(制度面の情報周知／制度設計)

- 機械金属加工業の「ものづくり補助金」(設備投資支援)制度などコンテンツ企業の導入支援
 - ①制度が有っても情報がコンテンツ系企業に届かない(商工会議所等の経済団体の課題)
 - ②企業規模から適切に使える制度の不足
 - ③その他の可能性⇒検証必要
- アニメ・ゲーム企業が上記による新たな製品を導入しやすくする仕組みの整備

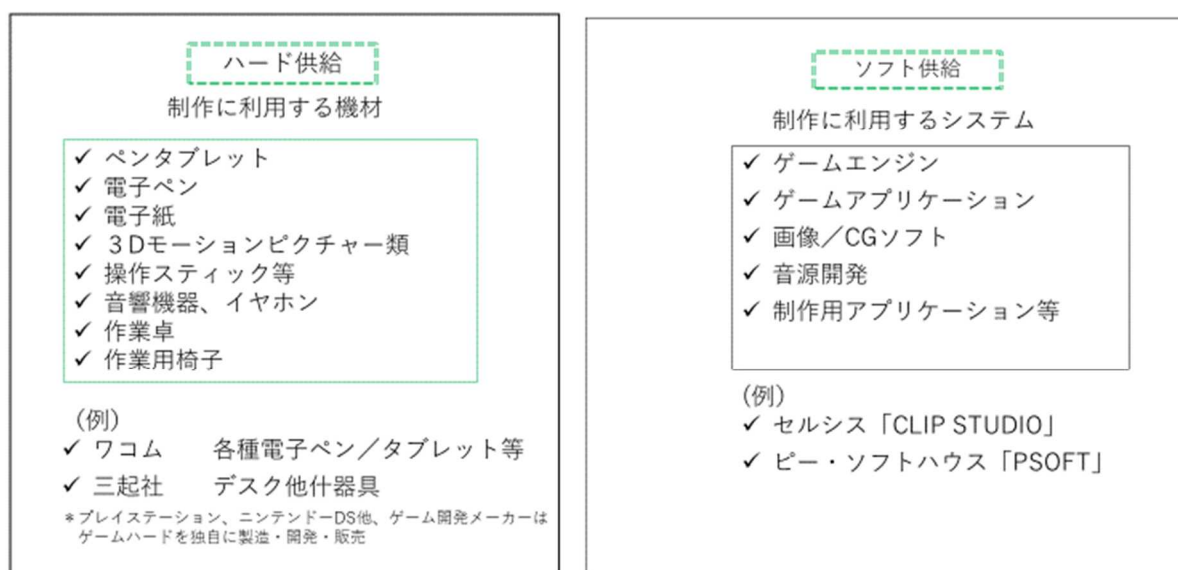
前ページの前半で触れた、コンテンツ産業の「制作を支える企業」が具体的にどのようなものがあるかをまとめた。ハード機器と関連するソフトウェアの供給の2分類があり、株式会社ワコム、有限会社三起社などがハード供給しており、株式会社セルシスや株式会社ピー・ソフトハウスなどがソフトウェア供給を行っている企業の例である。

ゲーム・アニメ制作に密接に関わっているこれらの企業の生産物は、日本国内においては業界標準の製品となっており、ゲーム・アニメの制作工程の発展に大きく貢献してきている。これらがバージョンアップ、もしくは関連商品開発が進み、世界標準を取れるような商品として育つことで、例えばパソコン用画像ソフトで世界的に有名なPhotoshopを開発・販売しているようなアメリカのAdobe社の様な企業が日本から出てくると、それに伴うコンテンツ産業の集積が図られることも期待される。

また、これら製品のゲーム・アニメ産業の企業が導入する際の経費負担が、重く押し掛かることになる。現在もDX推進のための補助金制度が設けられてきているが、その様な制度がゲーム・アニメ産業に利活用できるものとなるか、制度自体と広報手法の検討も必要である。

【制作支援企業群について】

アニメーション・ゲーム産業の制作技術向上、工程効率化等に寄与する 製造業やソフトウェア開発業



東北の人材輩出機関と行政機関の人材情報の連携という事が課題として挙げられる。

以前は各県の東京事務所では県出身者リストの様なデータを取りまとめていた時期があった。しかし昨今は、個人情報保護法の関係などからそのようなデータが整えきれないという現状がある。

行政機関の立場から見ると都内の県出身者は「関係人口」であり、その中の一部は人材輩出機関からみれば「卒業生」という括りの学校と非常に関わりが深い人たちである。ゲーム・ア

アニメ産業は「ウェットな関係」を軸に仕事のやり取りをするという事を今回の調査ヒアリングでも複数回聞いている。そうすると、その「関係人口」や「卒業生」といわれる「その地域に縁があった方たち」とのつながりは、地方でアニメ・ゲーム等のコンテンツ産業の振興を考えた場合、「ウェットな関係」を構築していくために絶対欠かせないネットワークである。

情報管理やその手間、経費等が、このネットワーク構築のための課題点となる。人材輩出機関や企業側からの視点とすると、行政がこのような事に取り組むことは信頼性の後ろ盾ともなり、ネットワーク構築が行いやすくなると考えられる。

東北の人材輩出機関・行政機関の人材情報の連携

アニメ・ゲーム産業の仕事の関心の基となる「ウェットな人間関係」をより生かすために

アニメ・ゲーム産業の仕事を得るための「ウェットな人間関係」を東北と首都圏でつなぐために

(仮説)

交流関係の基礎として、東北出身者から首都圏に転出していった就業者のネットワークの利活用促進
地方への仕事が増えるのではないか

人材輩出機関の立場としては、「卒業生」
行政機関としては、「関係人口」

(課題) ①手間 ②個人情報取扱い ③その経費

コンテンツ産業に関わらず、産業振興に関しては地縁血縁ネットワークが重要
そのネットワーク作りに関して地域行政の支援があれば人材輩出機関も活動を行いやすくなる

また、人材の部分に関することなど、技術的なものも含めて総合的な御用聞き、コーディネーターのような人材を常設で設置し、企業・人材輩出機関・行政の橋渡しをすることが、アニメ・ゲーム産業の地方での振興には欠かせないのではないか。

「コンテンツ業界に対する愛情を持ち」、そして地域の大学や専門学校の方たちの人材や眠れる技術その他を企業や行政とタイムリーに繋いでいくことをミッションとし、企業現場での悩みを地域の大学が解決策の提供を行うなど、様々な形での連携が可能と思われ、このようなコーディネーターが育ち機能することで、既存の様々なシーズが有効に発展していく可能性が増える。

東北へのゲーム・アニメ産業振興の施策（素案）

1. アニメ・ゲーム産業に関する御用聞き・マッチング等コーディネーターの常設・育成

- ・狭い業界、業務発注はウエットな人間関係がないと次のステップへ進まない濃密な関係



そのため、流通する情報が限られている

御用聞きのコーディネーターによって

産学連携によって「眠れる技術」、「新たな技術」の発掘と、人材供給機能の強化

2. コンテンツ産業への特性を理解したうえでの各種支援情報の確実かつタイムリーかつ継続的な発信

- ・UIターン情報、サテライトラボ等の地方立地に関する情報が今回の調査ではほぼ首都圏企業に伝わっていない
- ・今回の対象となる **コンテンツ産業全般は地方拠点強化税制等の支援体制や産学連携先、採用関係の諸情報等**の継続的な情報発信不足は「上記1」のミッションとしても必要

⇒コンテンツ産業へのメーリングリストほかによる支援情報、人材情報の提供

【参考情報】「聖地巡礼」

『聖地巡礼』スポットとなる場所は、狙ってできるものではない」というものである一方で、東北各県に既に「聖地巡礼」の場所が多数認められており、今後も各地域がそれぞれ工夫することによって、様々な形で観光とコンテンツが繋がっていく。

各地域のフィルムコミッションの資料は観光ガイドブックとほぼ同じ、というようなことがヒアリングで言われている。しかし、それをフックにしてロケ地選定の相談を受けた後に、円滑に対応ができるような支援サービス体制を整え、信頼関係構築を図ることが求められる。

アニメ作品と聖地巡礼(舞台訪問)による経済波及効果と地方行政の課題

【効果】(初期)知名度上昇 ⇒ 観光等を含めた「交流人口」の増加 ⇒ アニメ関連産業従事者の地域へ流入



一般的な企業誘致においても「知名度」が重要
これに寄与 + 地域住民の地元愛着心醸成に

下記以外の東北の事例)「ジョジョの奇妙な冒険」、「ハイキュー」いずれも仙台市が舞台



出典：アニメツーリズム協会HP

2019年には「ガーリッシュ ナンバー」(山形県尾花沢市)、「ミス・モノクローム」(山形県尾花沢市)が日本のアニメ聖地リストに掲載



フィルムコミッションの業務：(従来の東北)作品制作部隊誘致

(これから)フォローアップ 地域を盛り上げる部隊との連携

聖地化は狙ってできるものではない「大間のマグロの一本釣り」に成功する様なもの

～フィルムコミッション事業に求められるコンテンツ業界からの声～

1. 欲しい情報は観光地情報ではなく、「地域の様々な日常の風景」

(現状)「ただの観光地ガイド」になっていません

「観光ガイド」をフックにロケ班部隊との交流でニーズに合った景観場所の案内を

(行政側の写真・構成レベルを上げるとしても、クリエイターレベルの専門性が必要)

⇒ アニメツーリズム協会の「アニメ聖地88 Walker」の「聖地巡礼の旅」

実写と作品の比較がありイメージしやすい

※「作品に必要な風景」であって、「場所があるから作品に」はNG 地域が狙ってできるものではないが、「舞台」とする確率を上昇させることは可能性有り 少なくとも「ロケ・リポーター」の獲得の可能性が高まる

2. フィルムコミッション情報が気に入っても、取材承諾他、ロケの実現に手間

(現状)上記1同様に一般観光客向け情報の域を出ない

⇒ 取材許可、撮影許可、ロケ受入れ、灯台等のような場所の立ち入り許可や鍵の所在等どこに問合せをすべきか、地域情報(歴史や関連する蘊蓄)の紹介先が整っているか



フィルムコミッションが関与し、「手続き」をコーディネート

行政機関や地元の協力が格段に得やすくなる



上記写真はロケ地となった地方工場の見学者案内模様、他県からファンが訪れる

【参考情報】

今回の調査で寄せられた意見を基に、関連する事業者と情報交換をしたところ、「ゲーミング PC 付賃貸」が仙台で初めてリリースされた。コンテンツ産業を取り巻く、一つ動きとして紹介する。

eスポーツ関連の新たな取組 ゲーミングPC付賃貸の仙台圏でのリリース)

- ② **② 逆に住居もゲーミング化！仙台にバサラ監修の「ゲーミング」**
<https://www.man.com/ja-jp/money/other/逆に住居も。>
 2021/12/27 逆に住居もゲーミング化。仙台にバサラ監修の「ゲーミング賃貸プラン」が登場！ 2021年7月にもなく終わりを、新たな年がやってきます。きつと。
- ③ **③ 「ゲーミング賃貸」株式会社平和住宅情報センター**
<https://www.helwajustaku.com/helwe-gaming>
 「ゲーミング賃貸」仙台市青葉区海边的不動産をお探しなら株式会社平和住宅情報センターにお任せ下さい。オリンピック催進にも検討されているeスポーツ。eスポーツ エレクトロニック・...
- 株式会社エービーコンサルティングの活動を参照ゲーミングPC。>
- ④ **④ 仙台市に「ゲーミング賃貸」eスポーツ施設運営元が提供1K..**
<https://news.yahoo.co.jp/articles/a2476789fc02aa70ba67d3e5>
 2021/12/27 仙台市に「ゲーミング賃貸」eスポーツ施設運営元が提供1K。家具家電PC付きで4万円からeスポーツ施設を運営するバサラ（仙台市）は12月25日。
 著者: itmedia NEWS
- ⑤ **⑤ 仙台市に「ゲーミング賃貸」eスポーツ施設運営元が提供1K..**
<https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2112/27/news077.html>
 2021/12/27 仙台市に「ゲーミング賃貸」eスポーツ施設運営元が提供1K。家具家電PC付きで4万円からバサラと平和住宅情報センターが「ゲーミング賃貸」。
- ⑥ **⑥ 仙台市に「ゲーミング賃貸」| mixiニュース**
https://news.mixi.jp/view_news.php?id=67936538&media_id=32
 2021/12/27 仙台市に「ゲーミング賃貸」eスポーツ施設運営元が提供1K。家具家電PC付きで4万円から、eスポーツ施設を運営するバサラ（仙台市）は12月25日。平和住宅情報センター（仙...
- ⑦ **⑦ 【不動産】仙台市に「ゲーミング賃貸」。1K。家具家電PC付..**
<https://tenginer-matome.net/archives/37697>
 2021/12/31 仙台市に「ゲーミング賃貸」eスポーツ施設運営元が提供1K。家具家電PC付きで4万円からバサラと平和住宅情報センターが「ゲーミング賃貸プラン」の提供を始めた。インテ...
- ⑧ **⑧ 仙台市に「ゲーミング賃貸」1K 4万円〜」が登場。家具家電PC..**
<https://www.fc2ch.net/archives/51032>

[illegible]

左:「ゲーミングPC付賃貸 仙台」でのWeb検索事例
 上:株式会社平和住宅情報センターの募集図

7. 各種ヒアリング・参考文献・WEB 記事ほか

(7-1)「II. 本調査概要報告 1. 業界動向把握 (1-2) 人材輩出機関へのヒアリング概要」

【ゲーム・アニメ産業に対しての現状認識】

- ・ ゲーム・アニメ産業とも需要はあるため、当面、緩やかながらも右肩上がりの市場であると見ています。コロナ禍の巣ごもり需要の一つとして追い風になっているのではないかと。海外動向は気になる。(大学・専門学校)
- ・ IP (intellectual property：知的財産) を作品にきちんと載せていくか否かの違いも海外と日本の企業の間には差がある。IP を確実に取得できない制作の契約を含めたシステム面で、日本企業の開発力、アイディア力が落ちている。(大学)
- ・ 日本企業は²ネットワーク人材が乏しく、ネットワークエンジニアが不足しているため、プログラミングの問題などで日本独自ノゲーム作品が作れないところもあったことも新作にチャレンジし難い要因の一つ。ゲーム構成、システム・デザインが面白ければ売れるのが、海外ゲーム市場である。(大学)
- ・ 技術開発分野で海外に乗っ取られない、遅れを取らないように、日本が現在の優れた制作技術にどのように入り込んで作品を作っていくかは課題である。しかし様々な大学運営に関することに時間を割かれて、純粋に研究に充てる時間が恒常的に不足していると感じている研究者は多い。(大学)
- ・ 資本金がないと大型ゲームが作れず、世界的に売っていかないと産業として成り立たない。世界基準で売れるものであり、マニアックなものが求められる訳ではない。ただし、カジュアルゲーマーというものは存在せず、ゲームはコア層から広がるものであり、徹底的に作り込む必要がある。ゲームは一発当てるのが相当難しい。(大学)
- ・ 作家たちが地元をモチーフにするのは、「書きやすいから書く」という感じであり、教え子の作家も山形を舞台にして書いていた。鶴岡の「はちみつガーデン」が舞台になっていたが、観光振興などを原作者は考えていない。書き手が書きやすい場所がモチーフになり、そのような書き手がそれぞれの土地にいる。(大学)
- ・ Web 配信とその視聴者らのクラウドファンディング利活用が進んでいることから、大手とは全く関係なく、中小事業者が資金を集めゲーム制作を主業としてできるようになっている。また、ユーチューバーなどの演者との絡みで成果が出る体制ができれば、制作する場所、居住地域は関係なく、地方での大きな産業となる。一方、アニメ産業の給与水準が低いとの話を聞くが、ゲーム関係は既に力量次第で十分に稼げる状況にあるのではないかと。(大学)
- ・ 復興を絡めコンテンツ系企業は数社が新規立地したが、産業として定着するには企業数が不足している。誘致活動が東北地方では単発で終わっており、誘致した後の展開が乏しい。福岡の良い事例を目指しているだろうが、アニメ・ゲームに関して先行しているところに届い

² ネットワーク人材 web 回線利用に関しての技術知識を要してプログラムソフトをシームレスにネットワークにつなぎ込む、システムの構築運用、保守等を行える人材

ていない。(専門学校)

- ・ 業界全体で末端のクリエイターが単価の安い仕事ばかりに直面する「やりがい搾取」が生じるのは住居地域や場所に関係するわけではない。「やりがい搾取」に遭うのは、アニメでもゲームでも、技量が伸びない技術者であり、普通は淘汰されて業界内で生き残れない。(専門学校)
- ・ クライアントに搾取されるのは、受注者側が商慣行をきちんと知らないだけであり、このような商慣行は改善されるべきであるが、受注者となるクリエイターが取引実態の知識を得て、主張できるようになれば改善される。Webがこれだけ普及拡大した中で求められるのは作品制作の技術力、クオリティだけであり、居住地や制作地など地域差は存在しない。(専門学校)
- ・ 仙台の企業との情報交換では、ゲーム制作関係で首都圏との賃金格差や商慣行の不利益があるという様な事が、話題になったことはない。(専門学校)
- ・ ゲーム系は IT 系企業とほぼ同じ待遇であっても、アニメ系の給与体系は厳しい。ゲーム系は基本給 13 万円に対して、アニメ系は委託費 5 万円+1 枚 200 円×枚数の出来高など、労働環境が非常に異なる。アニメ系は食べていけない。(専門学校)
- ・ アニメ業界は就労環境や所得に関して、産業構造を変えないとまずいと思う。海外からの求人も増えており、将来的に業界が維持できるのか危機意識がある。IT 系というところでは、業務系の仕事の質は同じであり、対応機できる幅は広く、給与水準もアニメ産業よりもしっかりとしていると感じている(専門学校)
- ・ アニメ産業はデジタル化が進んでいるので、ほぼ働く場所は選ばない。アニメーターやゲーム関連クリエイターの仕事はチームで行うものも多く、またレベルがかなり高くなっている。新卒者が副業など片手間でできるものではない。地方だから給与が下がるというのは、不思議な話。技術レベルがあれば、給与格差にはつながらない。技術不足であれば当然に給与に影響するが、東北にも高度なレベルを要求する仕事も来る。アニメーターやゲーム関連クリエイターの仕事はチームで行うものも多く、またレベルがかなり高くなっている。イラストレーターなどは個人の仕事として可能かもしれないが、副業を持つような事例はほとんど聞かない。漫画を個人で描くなど、趣味程度で行うことはできるかもしれないが、一般企業の兼業や副業を持ち、融通の利く仕事は東北地域にはない。(専門学校)
- ・ ゲーム産業全体としては緩く右肩上がりであるが、コロナ禍でアーケード部門が採算割れ、ソーシャルゲームにシフトするなど様々な動きが出ている。アフターコロナ以降にならないと、今後の趨勢は読み難く、数年は紆余曲折していくと考えられるが、伸び代のある産業であることは間違いない。業界の方が特別講師をしてくれているため、決まった企業がオンライン説明会を実施し、業界研究をする時間が取れている。企業の生情報がある程度は得られるが、就活に際して企業がどういう審査基準で学生にものを求めているか、わからないのは難しい。(専門学校)

【人材教育・地域人材の特徴と評価】

- ・ 学生にもコンテンツ業界志望者はいるものの、業界に就職しても制作現場ではなく管理部門系に行かされることが多く、モチベーションに繋がらない。大卒であっても技術力があれば

制作現場の就業者になれるというキャリアパスが必要。(大学)

- ・東北地方の大学教員はゲーム・アニメ関連の論文を書き、研究を行っていてもサブ分野となっている場合が多く、大学事務局など大学本体自体がほぼ認識していない。その一方、学生の就職先ニーズとして、ゲーム関係を始めとしたコンテンツ系は多いと感じている。(大学)
- ・自分のやりたい分野の仕事を求め他地方に就職したいという学生もあり、積極性を持っている。各人の地元希望職種が有れば、地元就職したい意向を持っているが、仕事が無いために首都圏に行っているパターンと、首都圏出身で出身地に戻る学生も一定数いるため、就職する地域選択が学生の積極性などを示すバロメーターにはなり難い。(大学)
- ・東北地方で就職したい学生は多いが、クリエイティブな仕事が東北地方にないため首都圏に行く。東京での生活は楽しいかもしれないが、本来は東北にクリエイティブ産業の集積地があれば学生にもプラスである。コンテンツ業界でデビューしても必ずしもそれで生活を担保できるものではなく、副業を行っている卒業生もいる。(大学)
- ・コンテンツ業界は首都圏に搾取されている構図は昔からあり、特に大企業に吸い取られている実態は継続しているのではないかと。就活当初はほぼ全ての学生が「地元で就職したい」と言うが、就職したい業種が地元になく、その結果、首都圏や仙台に行っている。(大学)
- ・今の学生は一般的にメンタルが弱いため、デザインの徒弟制的な修行期間に耐えられない卒業生も多い。せっかく希望の業界に行っても1年で耐えられず、辞める人も多い。本人が満足するだけの待遇が得られていないと耐えられず、縦社会に弱い。現実的にアニメ・ゲーム産業に就職した場合は一般的な企業に比較し給与水準は低い。そのような事からも当該校では一般企業への就職を推薦している。(専門学校)
- ・そもそもコンテンツは「自分が楽しむもの」で「作る楽しさ」を小中高校生が知らない現状があるのではないかと。(専門学校)
- ・ゲームやアニメのファンとして入学してくる学生も多く、制作者としての心構えがないままの学生が多い。伸びて業界に就職できる学生は、入学時点での心構えが異なる。(専門学校)

【東北地方と首都圏のメリット・デメリットの具体的な項目認識、またデメリット解消のための取組】

- ・オンライン利用で「人の理解」がより良くなるようになるための改善が、地方のデメリットを少なくすることにつながり、更にテレワークが定着する(大学)
- ・地方としても産業を見る目が必要であり、コールセンター誘致などの実績があり進んでいた。地域性の差で、行政や経済界に牽引者がいるかないかも大きい。一般的に誘致企業といっても、補助金目当てで地方に来る企業は事業の健全性が怪しい。当該出身者など関係人口で頼り、信頼できる企業を対象に産業振興を図るべき。(大学)
- ・アニメやゲームなどのクリエイター業務以外にも定職を持ち、安定収入を得る事ができ、その他の収入源としてデザイン等の業務を受ける仕組みがあれば価格交渉力を持つ。自分の作品に自信を持って、価格設定ができる。しがらみ、事情の付度が多いことが東北のデメリット。学生の本音は、東京は遊びに行くのは良いけど生活や仕事では面倒臭いという。(専門学校)

- ・保護者目線でアニメ、ゲーム業界は職業選択や学業として心配であっても、学校に行く段階では良いと判断されることが多い。そもそも東北地方の保護者はサービス業よりは第1、第2次産業に従事している事が多いため、コンテンツ産業がどのようなものであるか理解していない。また、収入的に波があり、金銭的には学生が学業を継続するのは辛く、親の所得が学ぶ上ではハンディとなっている。(専門学校)

【地域とコンテンツ産業のよりよい関係構築のために考えられること】

- ・産業技術の応用の側面がゲーム産業の黎明期から見て取れている。産業界も大学側も双方をお互いに知り尽くしているわけではなく、連携できる場が増えれば地域経済にもプラスとなる。(大学)
- ・「焦らず周りにあるものから何を読み取るか」を意識することで他地域との差別化が図られ、自分たちの強みが理解できるようになる。しかし、自分が生活している地域の身近な事を知らない人は多いのではないか。地域のネタ、素材をもっとうまくPRを行っていくべきである。クリエイターやクリエイターの次世代層に向け、地域の芸術・文化を体験、知ることができるようにプログラムを構築し実践することは、次世代クリエイター育成には必要な事ではないか。(大学)

【行政に望む支援策や要望】

- ・著作権の関係から特にゲームに関しては、コンテンツの配信規定の標準化にも取り組みが必要(大学)
- ・「ゲームサービス運用の教科書の策定」といったものが将来的に作成されるべき。日本動画協会で行っているアニメ制作の指針と同等の資料として「ゲーム版」も必要で、技術の標準化を図ることで、市場が安定的に育つ指標ができる。(大学)

(コンテンツ産業を支える産業の支援)

- ・ゲーム開発支援向けのプラットフォーム開発への補助も行政支援が遅れている。(大学)
- ・ゲームの土台を支えるアプリケーションソフト開発もゲーム産業には必要であり、そのような取組として、企業とマッチングしてもらえれば協力したい。(大学)
- ・ゲームCGや、アニメ制作現場にも言えることで、新しい作画ソフトが次々とできており、制作者がそれらソフトにキャッチアップするため労力を要し、肝心の作成に注力できない面もあり、アプリソフトの普及拡大支援も必要な分野である。(大学)

(中高校生など次世代層への対策)

- ・サマースクールなどで中高生でもゲームを作れる場などを提供し、きっかけ作り、自分一人で行けるという意識付けを消費者にすることで、遊ぶだけではなくクリエイターが育つ可能性が増える。(大学)
- ・ゲーム開発に興味関心を持ってもらうため、中高校生など次世代層の子供たちに触れる機会を増やしてもらうと、入学時の学生のやる気を太くすることにつながる。(専門学校)

- ・コンテンツ関連企業が地方に立地し、交流が生まれると、高校生や中学生も作る楽しさをわかってくる機会になり、その様なモノづくりの楽しさの周知、啓蒙が必要。（専門学校）

（各種コーディネーター機能の必要性）

- ・地方に特化した業界団体のような組織があると企業間連携にも取り組みやすく、何かにつけて受け皿になるためマーケティング的な意味でも価値は大きい（大学）
- ・作っているものを広報する支援など、直接的な金銭的な補助金ではなく、後方支援のやり方を工夫し支援するやり方もある。優れた才能を制作に集中させる仕組みを作るなど、操業環境作りにお金を出すことや、業界関係者や行政、人材輩出機関等とのコーディネーターも必要。（大学）
- ・学生と企業のマッチングの機会を増やし、行政情報の橋渡しも行って欲しい。（専門学校）
- ・産学連携の仕組みがうまく使われていないように思う。コンテンツ関係とのコーディネーターを含めた組織化があればお互いにウィンウィンになるのではないか。（大学）
- ・何かしらのクリエイターの交流があれば良い。アマチュアの時から交流によって、自分の作品の論評をしてくれる人が様々な層であって欲しい。卒業生も言っている。コンテンツに興味のある人の交流できる大きなポータルとなるものがあれば良い。（大学）

（公的な試験場施設の必要性ほかインフラ関係）

- ・IT に特化した共用でできる施設、特殊機材が必要な分野も増えている。空間とモーションキャプチャーだけでもあるだけで違う。VR の多面のプロジェクター、ヘッドマウントディスプレイではなく、立体空間に入っていける CAVE 施設など、東北で持っている大学はないのではないかな。東北大災害研であるかもしれないが、企業でも当然、簡単に持てるものではない。高額でかつ更新頻度も高い設備であるため公的機関が、産業技術センターのようにレンタルで設備を整えて数年おきに更新しながら、中小企業等へ設備と部屋を貸し出す様なスキームが有ると良い（大学）
- ・地方中小企業などは専用線ではなく ベストエフォートの通信回線契約が多く、そのスピードが地方は一般的に速くないため、地域の利用者が多くなると通信回線が望むスピードで機能しなくなるため、対策が必要である。（大学）
- ・地域に居ることに必然性を求めるための他地域との差別化として、囲い込む手法が関連する設備の充実であり、YouTube スタジオや、創作活動に集中をできるものへの支援があると良い。（大学）
- ・ヴィチューバーは若者にとって憧れの仕事、スタジオが国、行政が地方で整備しているというのは、地域にとってメリット。より良いコンテンツ作りをできる公的な設備の環境を整備すると、人の集積は図れる。東京にあえて行く必要がない環境欲しいということをやチューバーが話している。IT 版ハイテクプラザの設立があれば、地方発信のユーチューバー、ヴィチューバー、関連する 3D モデラーなど IT 事業者が定住すると考える（大学/専門学校）

(文化振興全般とのリンク)

- ・映像文化に関して、ハリウッドは一般住民も関心が高く理解度が非常に高い。文化として地域に受け入れられることが日本のコンテンツ産業にも必要であり、その取り組みを行うべき。また、日本でヒットしたゲームも様々な交流を経た刺激が重要であり、反映されている。例として「ドラゴン・クエスト」の原曲はクラシックの思想がベースにあり、このような伝統文化を知る機会をクリエイターに与えて欲しい。(大学)
- ・コンテンツ産業としては、「文化」として成り立って行かなければならず、経済活動だけでいいのか。バランスが悪く、法律制度が独自進化か、遅れかわからないが、実態として拝金主義は良いのだろうか。ゲームは「経済活動」ではなく「文化活動」だったものが、変わってしまった。(大学)
- ・地域のネタ、素材をもっとうまく PR を行っていくべきである。クリエイターやクリエイターの次世代層に向けてそのような芸術・文化に広げて体験できるようにプログラムを構築し実践してもらう事も次世代クリエイター育成には必要な事ではないか。(大学)

(専門学校生、若年クリエイター支援策)

- ・CG系の学科は、コンピュータ設備が自宅に有れば頑張れる。コロナ禍以降、分散登校を実施し、テレワークで創作しており、自宅にコンピュータ環境がない学生が登校してきている。専門で勉強する機材は学校にはあるが、自宅にはない子もいる。ゲーミング関係の学生も、自宅に機械を持てずにいる例もある。もしもゲーミングPC付賃貸、ゲーム/アニメーション制作用PC付賃貸などが有れば、面白いと思うがハードウェアの更新が課題ではないか。その様な賃貸事業を専門学校ベースで考えるのは、隣でも通学者がいるため、借りる人達の数に限られて来るので、不動産業界が取り組んでももらえたら有難いと思う。(専門学校)
- ・『トキワ荘的』なものがある、家賃補助があるなど、クリエイターを養成できる施設が欲しい。クリエイターは孤独であることがあり、情報交換をできる場となる。また、防音設備等が共用スペースにあれば漫画作家などは集中できる環境を得られ、YouTuberがいれば配信スタジオとして利用できるのではないか。シンプルに YouTuber 向ハウスはニーズがある。(専門学校)

(企業誘致や行政支援策の理解啓蒙活動)

- ・東京でゲームを作っている人を、クラウドファンディング資金や、移転支度補助金を用いての地方への誘致は可能かもしれない。(大学)
- ・東北のクリエイターは搾取されていると思われる件について、商慣行、流通の仕組みなどの講義や学ぶ機会が乏しいため、インターネット利用によって個人のスキルを高く売れる方策を知る手助けが従事者に対して必要かもしれない。(専門学校)
- ・コンテンツ産業全体を大切にする「IT 等知的財産の価値」をもっと上げられないかと思う。支払われた対価が適切であるのか、その適正性が分かりにくい。短時間でできたものは良いデザインであっても金額が安いという事がある。質が同じであれば、というガイドラインがあっても良いのではないか。(専門学校)

- ・東北では福岡のような企業が育っておらず、企業誘致しかないと思うが、誘致活動でもなかなか成果、メリットを出せていない。デジタル化の費用支援などが更に充実しないと企業誘致で成果を出すのが難しいと思う。イマジカデジタルスケープ社の社長が当該校にも視察に来ているが、誘致は立ち消えになった。具体的理由は知らないが、なぜ来てもらえないか考える事から、産業振興のヒントが出てくるのではないか。(専門学校)
- ・行政から立地支援情報はなく、奨学金補助の情報も学生にはない。また市町のU I J ターンの支援に関する情報もない。このような情報が有れば、企業関係屋と接触する際のネタとして使える。(専門学校)

(7-2)「II. 本調査概要報告(2-1)企業へのヒアリング概要」

【アニメ産業・ゲーム産業に対しての現状認識】

(アニメ産業)

- ・ アニメーション自体の需要は旺盛であり、当面は右肩上がりの傾向が続く。ただ制作工程の業界展望としては、AI 導入が進むことで制作工程が今後、大きく変わる。現在でも紙の比重が減少し、IT 化が進みデジタル作画が増えている。今後は誰でもすぐに描ける作画支援ソフトが出てくるような気がしている。手描きでやっている企業は市場から置いていかれるのではないかと考えている。
- ・ アニメ業界は閉鎖的なところがあり、新規参入できる企業はなかなかない。どこかの会社の「卒業生」が独立開業するパターンでないと参入できない。テレビアニメも劇場アニメもコミック原作のヒット作の利用が増えていると感じる。東北の企業をはじめ東北地方の行政機関等がアニメなどコンテンツ作りに熱意を持っている感じを持っていない。現実的な業務として生まれるアニメの仕事はコマーシャルとして、目先を変えていくためだけのもの。楽天球団など東北の案件があっても発注者は東京であり、東北でのアニメ関連の取引はない。
- ・ 新規作品案件相談は変わらず多くあり、クライアントの数を減らしている。細かい作品を増やすと仕様書数が増え、現場の制作が追い付かずに会社的に困る。相性が良いリピーターの取引相手がだいたい見えてくるため、その様な企業と事業を継続している。
- ・ 作品数は一定程度毎年作られて、仕事が大きく減ることはないと考えている。人材の育成、定着が業界の最大課題であり、そのため、まともな賃金体系とそれに見合った質の提供ができる技術者養成が重要である。
- ・ 管理担当をしているアニメ制作オフショア業務管理は現在では IT 系などで増え、先行事例になるような事業スキームである。ある程度のレベルでの作品が電送されてきているため、チェック修正を多少加えることで制作工程に問題ない。デジタル化によってこのような業務形態が全く問題なくできる。
- ・ 国際分業を考える時、中国の台頭と脅威ということも聞くが、クオリティを求めていくと制作関係者の囲い込みが起きており、現状において直ちに日本の制作現場の優位性が損なわれるとは思っていない。しかし、スタッフを確保するため現状で資本力のある中国から高額なオファーもクリエイター個々人に対してあるかもしれない。その点は日本にとって脅威となる面もあるかもしれず、お金だけの話ではなく産業維持のため、今後の競争に備えておく必要はある。
- ・ アニメーション業界にとっては、制作に関する技術力開発が進むことが今後も国際競争を勝ち抜くために必要である。アニメーションだけに限らずコンテンツ業界として見れば、当面の市況は右肩上がりのトレンドとなることは間違いない。中国市場の振興によって、コンテンツ産業は倍増以上の売上となってきた。アフリカや東米などはまだ市場として「伸びしろ」があり、それら国々にマネタイズできれば一層の躍進ができる。北米と中国を中心としたアジア圏で「日本」の「アニメ産業」が良い、ということが認知されているが、ヨーロッパ圏ではアニメーションは子供が見るものとの認識が強く市場性が低い。また欧米にはアニメというと 3D のイメージもある。日本のアニメをより一層、海外に認知させるところから始まり、Web 上の各 SNS だけではなく、各媒体の競合を勝っていかなくてはならない。

- ・アニメそのものだけではなくゲーム素材として動画デザインを主要業態ターゲットとしている事業形態から、静止画よりも訴求効果があるためニーズは増加傾向が継続する。ゲームとアニメは相互にリンクしながら、当面の需要は高止まりではないか。しかし、コスト削減要求は強いいため、大きな売り上げ増は難しいと思われる。
- ・日本国内の制作予算は潤沢でないものの、仕事がないということは現状では考えられない。地方へ移り住んでも、技術力があればテレワークで十分できる。

(ゲーム産業)

- ・市場規模、売上はここ数年ほぼ横ばいで変わっていない。一般消費者向家庭用ゲーム機器からスマートフォンを中心としたモバイルゲームに変わってきており、より一層広告費を掛けないと売れない状況となってきた。コロナ禍で収益が伸びたが、去年1年は新規案件が全く動かなく、今後一旦踊り場があるが、今年になって新規案件が再始動しており、リリースできるようになればまた売上は期待できる。世界市場規模で見れば日本は元気がない。YouTubeを筆頭としたユーザー参加型放送コンテンツと顧客を奪い合いしている状況である。今後は外資が日本国内で投資を行ってコンテンツ自体を作る流れになるのではないか。相談は数件、既に来っており、対応の所感として日本のパブリッシャーのようなコストのかけ方をしており、市場開拓を真剣に考えている。ゲーム市場全体では右肩上がりも参入する企業は世界市場で増加し、競争は激化する。
- ・仙台のIT業界はコンサバティブな人が多く、公益企業の関係会社をトップにヒエラルキーがあるガチガチの業界である。この数年で変わってきているが、ゲームの仕事に対しては蓄積・評価が少ない。東京本社企業で仙台の開発拠点があるのは1社のみ、その他の企業は買収されてしまい仙台での実態が不明である。仙台地域では圧倒的にゲーム関連企業を希望する学生の就業先が不足している。技術力だけが上がっても仕事を取れず、ゲーム業界の仕事の進め方理解できないと委託業務を取れないが、現在はほぼ直受けまでできているようになっている。
- ・コロナ禍もあって業界はユーザーの隙間時間、ゲーム利用時間が増加傾向にあり、右肩上りが続く。開発ラインの人材不足は首都圏の企業ほど厳しい状況になっているが、それだけ案件が多く動いている。売上自体も大手を中心に伸びている。当該企業もずっとプラス基調である。海外について、受託金額も製品の制度もピンキリであり、中国では基本的に大手に属していない企業は市場に入っていけない。テンセントなどの大手のピラミッド構造が3社ほどを中心に有り、この中に入りこまないと中国での取引は難しい。また、日本と海外のユーザーの特徴を分類すると以下のような点がある。

「日本はユーザーが少ないので課金を高くしなければならない」

「日本人は金持ちなので高くても良く、海外はゲームに課金費用を掛けない」

「海外の無料スマホゲームをする人は低所得者層。日本は富裕層が課金する」

「ゲームの世界でもヒエラルキーが有り、札束でユーザーを制圧する」

「日本人はゲームにお金を払う価値を見出している。ネットを利用しデジタルで買うことに馴染んでいる」

- ・ 東北でオリジナルゲームを出している企業はほぼないに等しい。東京本社企業の受託を元請け的立場で受託できる企業は仙台の1社が突出しているのみであり、その他企業は良く知らない。ほぼ下請け企業、孫請け企業である。
- ・ 一般的にゲームに限らず IT 業界は右肩上がりとなっている企業が多く、人材の奪い合いとなっており、即戦力人材の新規採用は難しい。東北のゲーム関係企業でパブリッシャーができるところはないと思っている。100 人規模の要員がいる企業規模がないと難しい。ゲーム系は「一次下請け」までが東北の企業規模では受託できる限界である。
- ・ コンテンツそのもののパブリッシングを行っている側としては、コロナ禍の巣籠需要は追い風である。しかし一つの作品を制作するのに数年単位の時間を要するため、コロナ禍が始まってからは新作リリースができていない。受託開発を行っている企業の立場では、ゲーム開発を進める契約時点で金額も決まるため、「巣籠需要」の恩恵はない。業界的に作品数はほぼ横ばい。スマートフォン関連の規模は大きくなり、若干増えていると思われるが、ゲーム数が毎月何十本もリリースされているので、生き残るものが少なく、競争が激しい。任天堂 Switch の販売台数が増加し、これに伴うゲームソフトは増加傾向がある。

【賃金と契約単価などの商慣習について】

(アニメ産業)

- ・ 成功した作品であっても成功報酬はなく、契約書も存在していない。情報漏洩防止の口止めの念書は書かされているが、請求書作成時に1作品あたり先方に単価を聞き、初めて契約単価も知れる。言い値で仕事をやらされている状況である。制作進行は時給契約であっても生活するレベルの所得を得ることが可能であるが、アニメーターやペインターでは時給換算では賃金が安過ぎる。受託している委託費が少なく1枚いくらという単価契約となっているため、時給換算では就労者への支払い対応ができない。最低時給のために1時間で8枚位は描かないといけませんが、現実的にできない。そのため納期にあわせて、ひどい時には徹夜作業となる。
- ・ 当該企業が受託する委託費は安過ぎると感じているが生活できないようなものではない。技術力があれば、相応の給与の支払いもできサラリーマン平均給与以上をもらっている社員もいる。
- ・ 元請けからは人月単価によって請負費を算出されるが、通常のCG制作よりも15%は安い単価で受託する。昔よりは金額が上昇し改善されているが、全体の制作費がほぼ変わっていないため、元請けから受託するスキームではどうしても構造上、請負単価が安くなる。
- ・ 制作予算の座組をする際、「最低これくらいは支払わないと」と考えていても、元請けや製作委員会から来る予算書の依頼金額はそのような事を考えていないものとなっている。「この人を1日拘束するなら赤字だな」と思っているが現実には請けてしまっている。ある程度の技術力が備われば、頑張って1時間で2、3枚は描ける。8時間労働によって16枚×300円で4800円であり、地域の最低日給に届かない。業界全体がそうなので、あまり主張しても鬱陶しいと言われるので、言いたくても言えないところがある。「賃金が前よりも上がっている」と言われているのは、あくまで印象であり、作業や質に対して適正価格なのかという疑問がある。業界全体では上がっているかもしれないが、最低賃金として見るとまだまだ安いのではないか。30分作品のTVアニメーションの制作費も現在は、1500万～2000万円に上昇しているものの、

企業のきちんとした利益確保とスタッフに払う給与のアップを考えると、現在の製作金額の 2、3 倍を本当は欲しい。

- ・製作委員会方式が一般的な日本のやり方、一つのビジネスモデルとして認知している。「搾取」の話は考え方の問題であると思う。見方がそれぞれあるが、制作スタジオに仕事は「作って終わり」ではなく、「作って始まり」と考えている。作品の質が認められれば、次の仕事につながる。所得が低いのは、個々の能力によるところによる。アニメーターはある程度の力を出さないと組織やチームに入っていけない。低所得や賃金次第というよりも、どの程度の技術があるか、それで評価されればフリーでも高所得な方は相当数いる。フリーランスのアニメーターには何年待ちで仕事が先々まで埋まっている方もいる。
- ・最低賃金のお話をきちんと行政がルール化し、企業に周知することで企業はきちんと出すかもしれないが、沖縄県の支援策が失敗した通り企業活動がかえって停滞する可能性が高い。
- ・能力があり都内と同水準の制作業務が出来れば、給与水準は東京スタジオでも地方スタジオのアニメーターでも同じであり、それは現在も同様である。給与体系は技術力によるものであることが理解できる人とできない人がいる。現在も 40 代で月給 50 万円の人もあり、年功序列のものではない。平均的な給与所得者以上もらえる人は、技術水準が高い。
- ・資本金力やクリエイターの生活を守りつつ、作品制作を行うためのスキームが製作委員会方式である。製作委員会が二次利用なども行う力、ノウハウがある資本力を持った法人の寄せ集めだからこそ、作品を売ることが可能となっている。そのリスクやリターンの負担・分担を行う事は投資する側として当たり前であるが、作品の方向性、世界観を形作りどのような方向性へと持っていくかは、キーとなる資本力がある企業が筋を一本通してもらった方が良く考えている。その「筋」の部分には、業界として造り手を育てていくんだという気風、気概が出ないとまずい。クリエイターが使い捨てになり、よく言われていた「やりがい詐欺」が横行しては、業界が続かない。幸い、こういう気風が良い方に変わってきたと感じており、才能有る若いクリエイターも作品作りに集中できる環境になってきているのではないかな。
- ・配給会社の製作費はほぼ決まっているため、技術を高めて技術ランクが上がったとしても金額的に大幅に賃金が上昇することは見込めない。技術力が上がったことで関われる仕事が増え、結果的に拘束期間が長くなり、報酬アップという方向で考えてもらえないのではないかな。
- ・東京と地方都市では給与体系の考え方は同じであるが、県の最低賃金を基準にしている。そのため同一労働賃金ではない。「同一労働同一賃金」と言われている一方で、自治体ごとの最低賃金を決めており、これが一致していないのは、なぜか知りたいところである。「作品を知ってもらうこと」が「自分たちを知ってもらうこと」になる。スタジオ来訪者は業界関係者であり、長年付き合っているところかその紹介者である。関係性がない一見とはほぼ会わない。アニメ制作会社は人見知りもする BtoB 企業である。
- ・どこで仕事をやろうが技術力があれば業界内のギャラは変わらない。同じ所得で生活費が安くなる地方で暮らせるのはメリットである。基本的に作品規模によって制作費が決まる。重たい作品、質が高ければ関わっているアニメーターのギャラは増える。工業製品と同じ構造である。制作に関わるその人数が多ければ頭割りから一人当たりの取り分は減る。このようなことからアニメは儲からない宿命があると思われるが、3DCG など人工削減が可能な制作工程を導入するなどの対策によって、一人当たりの所得増を図ることはできる。アニメ業界が貧乏という

のは、間違っている情報であると感じる。15 年くらい前は確かに厳しく若手に業界に居着くわけがない状況であり、決してブラックな業界ではない。

(ゲーム産業)

- ・ 地方スタジオから東京のスタッフの技術指導育成をオンラインで行っている。この地方スタジオのリーダーによる東京の若手指導は今後も増えてくるのではないかと。給与体系は本社と変わらず、能力が同じであれば変える必要がなく、きちんと支払う。そうしなければ、会社に居てもらえない。
- ・ 産性を上げるには、東京の割りの良い仕事を取ることが必須である。宮城県の IT 業界の売上は 2500 億円程で半分が東京からの委託である。東北は全国の 1%の売り上げしかない。より生産性をあげて賃金を増やす必要がある。仙台は学生も多く、ゲームの勉強をしている人も多い、地元で就職したいと思う人も多い。
- ・ 委託費水準は東京よりも安い。東京のデベロッパーが高過ぎて使えない。それで多少でも安くなる地方の会社を探している。作品が成功した際の成功報酬を含むロイヤリティ契約は難しく、人月によるミニマム契約となっており、人月工数を基に見積を出す。
- ・ 以前はロイヤリティもあったが、最近、日本の会社のゲームが売れていないため、メーカーとしては払い難い。交渉時にロイヤリティの付加の話を出す、グロス請け企業の開発費を多少落としでもロイヤリティを付けてくれることはあっても、本来の割合での契約にはならない。ゲームのハード機器の値段が上昇し、その中で機器開発費用の割合が高騰し、売上の中の損益分岐点が増えているため、ソフト開発費の抑圧が出てきている。デベロッパーとしての開発スキルが上がり、必ず売れるようなソフトを作れると認められれば、交渉力が上がるが、リスクテイクを販売者の様に大きくは取らないで契約できることは良い。取引先のスキームとして、自社でグロス請けもしくは元請けとして首都圏の仕事を受託し、地元の下請けとつながり地元で仕事を優先的に回す。クライアントの了解を取った後に、まず仙台のゲームコートに流す。それが請けてもらえない場合は東京の既存取引会社に発注する。仕事を預ける場合、物理的な距離は全く問題ない。全てオンライン会議で対応可能。これもコロナ禍のプラス影響。
- ・ 売り上げの 3 割をメーカーへ入れる。アプリと同じ販売モデルになっており、他メーカーなども同じ仕組みで自社開発ゲーム機ソフトとして販売し、制作者側に売上金が入る。この様な販売モデルが現在のゲームソフト開発企業にとっては一般的なスキームとなっているのではないかと考えている。売上（ダウンロード本数）によって、自社売上としてメーカーから入る売上金が変わる。ゲームソフト制作企業の売上は、ゲーム本体のゲームソフトの売上に左右されるため、提供している自社開発ゲームソフトが全く売れない場合、可能性的には売上がゼロの場合もある。しかし、メーカーをパートナーとして選択している理由は、子ども層を最も多くユーザーとしているゲーム機メーカーであることからであり、個人的にはメーカーのプラットフォームを使わせてもらっているだけで満足である。
- ・ ネット上にブラック情報が多数出ていると、就活時にはマイナスイメージがついてその企業は敬遠される。しかし、若手の離職率は業界で下がっている。一定の規模の企業で代表者の年齢が高いと昔の働き方でブラックなところもあるが、業界として職場環境は大幅に改善している。

奴隷的な働き方は時代錯誤であり、経営者間で最近言われている経営課題は、「教育力と定着力」である。社員が10人雇って3年後に残らないのでは知見もノウハウも残らない。

- ・ソーシャルゲームにシフトしなければならないが、製作費の負担も請負側が払うため、実利が少なくなり、途中で抜くだけのパブリッシャーが儲かる構造の契約も多い。
- ・パブリッシャーから売上に対して〇%といった形で支払いを受け、ロイヤルティ+ミニマムギャランティの形にシフトし、制作者としての成功作品の場合の取り分の確保が可能な契約と仕様としている。
- ・ゲーム開発には3つの制作工程があり、その工程ごとに支払いが生じている。具体的に次の通りであり、その都度の支払い契約としている。

① プロトタイプ 概要のわかるもの

② アルファ版 遊びの要素の入ったテスト・実証版 サンプルなどで使える

③ ベータ版 販売目的を達することができるほぼ最終仕様の状況

この段階を経て、商品であるマスター版を納品する。一括支払いはクライアントにも工程確認できないためリスクが生じる。そのため、上記工程を踏む。契約途中で上記工程の途中で、中止になる案件もある。双方がリスクを過大に持つことを避ける体制の知恵である。そのよう中で、取引水準はあまり大きく変わっていない。当該企業はそのリスクがないことから経営上は楽になること、作品が売れた時には、開発の責任を取った報酬として売り上げの数%でのパイバックがミニマムロイヤリティに加算される。受託する側のモチベーション的にも十分な金額である。この様な報奨金的なものも契約の中で明記されているため、現状では問題を感じていない。創業から25年間、同業の社長との付き合いの中で仕事を取ってきている。トップの横のつながりが仕事を広げている。

【操業場所に対しての評価】

(アニメ産業)

- ・地方スタジオは作画の最終工程となる、動画と着色の仕上げ工程を全てデジタル化で行っている。映像落とし込みとなる撮影作業は、本社が首都圏の協力会社に依頼している。地方スタジオが東北地方で他社と連携をしている事例はない。あくまで当該企業の工程の一部分を担っている事業所であり、社内の仕事だけを事業として回している。地方スタジオにはアニメーター職とアニメーターを支える総務系のみが勤務し対外業務はない。地方スタジオで経験者募集しても人が集まらず、中途採用が難しい。そのためそのような地域情報のマッチングを行政にしてもらえればプラス情報となる。
- ・技術レベルは個々人差があるが、修得力やその他に東京本社の人材と大きな差はない。そのような事から、同一労働同一賃金となっている。社長が首都圏で仕事を取り、東京と地方に振り分けている。技術的な差が今後に顕在化してくる可能性がある。首都圏と地方といったアーティストの感性に関する刺激的な面や、仕事に対しての慣れなど、複合的な要因がマイナスに働いてくることを危惧。東京の場合は離職率が高いが、地方は離職率が低く、これは大きな地方のメリットである。

- ・地方進出理由は労働力の確保の視点もあるが、東京が色々と物価が高く、アニメーターは特に最初は低賃金であり、生活コストを安くできるのであれば集中して仕事をやれる環境になるのではないかと考えたこともある。絵を描くの集中できる程良い田舎であったこともメリットと考えている。
- ・地方出身の社員が一身上の都合で地方に帰ることになった。本人はアニメが好きであるが、帰ってしまうとアニメの仕事環境が地方にはない。会社としては業界を離れて欲しくないということで、双方の思惑が一致したことから、地方スタジオとして自宅兼制作場所で仕事をしてもらっている。
- ・スタッフが東京だけにいるのではなく、地方でやれる人がいないかという視点で地方に制作スタジオ機能の支店を設けてはどうかという検討は行っている。
- ・新スタジオ検討の際の進出候補地として、沖縄県、仙台市、北海道札幌市などが挙がり、広く探索中であった。その中で、当時進出に対しての助成金が充実し、地元のやりとりがしやすいだろうということで決まった経緯がある。縁故などではなく、助成制度が当時、地方で整っていなかった場合や、制度自体が良くなければ、進出しなかった可能性もある。

(ゲーム産業)

- ・地方の企業や人材では全ての制作工程を賄えない。彩色だけなら学生アルバイトが使えるかもしれないが、音楽その他は連携できる人がいないため、ほぼ県外発注となる。首都圏が中心で、他地方も利用する。
- ・オフィスは150㎡のワンフロアで賃料相場並みで社員は6名体制であり、全員地元出身者で賄っており、来春には新卒採用を実施し専門学校から採る。市からIT企業誘致支援制度として新事務所費、雇用確保に関する費用の支援でトータル1千万円規模の補助金が出た。他の候補地としては、京都は学校も有り、立地条件も新幹線一駅であったが、大手メーカーの本拠地であり、コンペティターが多く人材確保の優位性がない。また京都駅周辺は事務所費が高いことから諦めた。仙台市は他の検討エリアに比べて学校の数が少ないため、人材が集まるかという不安があった。
- ・取引先からみると地方の事業者ということで覚えてもらえるのは特徴点となっている。首都圏を行ったり来たりしている事がプラスに働き先方に覚えてもらえる。ソフト開発は地方で事足りているが、イベント開催は首都圏が最も良い。人口が多く首都圏では物販イベントの売上が当然地方よりも上がり、また来場者数が多いため、人のつながりもできてくる。アフターコロナ以降のやりかたは未定であり、地方企業としても認知してもらっている利点をあえて無くして首都圏に行くことは得策であるか、今の時点では判断ができない。

【地方と首都圏の違い、メリット・デメリット】

(アニメ産業)

- ・クリエイターの「栄養」は、ネットだけでは不足し、地方でネットだけで首都圏のクリエイターの動きを見ていると「そういう人もいるよね」という感覚にしかない。しかし、本社の

渋谷の街を歩き回るだけで、様々なハイクオリティな映像看板他が溢れていることを見て、クリエイターとしての「危機感」が生まれ、これが作品品質の向上にとって決定的なものになる。

- ・「首都圏在住者は東北を知らない」というよりも、東北出身者で首都圏に流れている者は、東北地域を良い地域と思っていないため「脱出した」人が多い。また、東北地域側の課題として、アニメーター等のクリエイターとの付き合い方を一般的に知らない。地方はクリエイティブな事にお金を払いたがらず、その技能の恩恵を地方として受けようとするなど、理解がない。
- ・地方都市では、「ゲームなんか作っているというと遊んでいる」と思われるという偏見は未だに残っている。若い子は憧れてゲーム産業で仕事をしようとして来るが、保護者や親戚縁者の高齢者の偏見は多少残る。これらのフォローアップが有れば、採用活動も地方でやりやすくなるのではないか。

(ゲーム産業)

- ・仙台は「一見さん、お断り文化」であり、ジョブリスト的な資料を用意し、訪問してもなかなか話が進まない、非常にウエットな関係が重要視される地域であった。
- ・モノを作りやその取り扱いをするのは地方でも、その企画・開発等を行うのは首都圏企業になっているため、首都圏との関係がないと仕事がなくなる。
- ・首都圏と地方で一番違うのは地価の違い、生活環境の差、住環境の差であり、これらをもっとしっかりとエンジニアに対して PR して情報を届けて欲しい。首都圏の就労者は地方と首都圏の生活環境の違いを知らない。コンテンツ産業を含めた IT 事業者は Facebook 利用者が多い。SNS、インターネットメディアなどを使って、「口コミ」を広げるようにする。新聞、雑誌などの「現物媒体」利用では周知が難しい。国のデジタル庁ではないが、地方自治体にもデジタル専門家を育成することもこの業界を盛り立てるには必須な対策である。必要な情報が必要な人に届く体制とすることが産業振興上も重要な施策となる。

【地元での経済界などとの連携】

(アニメ産業)

- ・マンガとアニメでヒットした作品は地元市が舞台であり、コンテンツリズムでもスポットが当たっているが、観光協会や地元市はこの動きにほぼ何もしていない。
- ・京都アニメーションは創業当初は仕上げ色塗りだけだったが、人を育て、業界内の信頼を勝ち得て、京都を舞台にしたオリジナル作品を作るまでになった。この京都アニメーションの歴史は地方のアニメ産業活性化のヒントだと思う。いきなり背伸びをせずに、地域経済に根ざす企業として育っていくことが、遠回りの様に見えても王道なのではないか。どこにも負けないクオリティがあるのが「京アニ」の強みである。地方だからチャンスがないのではなく、地元のクリエイターがどう協力するか、そして、センス技を競って、いい味を出せる集団になるかが肝であり、そこまで企業を育てるのには時間が掛かる。地域経済や行政が腹をくくって支援に取り組んでくれるかも大切である。
- ・通信回線整備はインフラとして最重要であるため、これは確実にしておくことを前提として、地元の方々と交流しながら少しずつ関係産業の方が定住できる、仕事を得られるように仕向け

てもらい、行政が中心となって生活関連や人のネットワークなどのサポート体制を構築してくれることが求められる。

(ゲーム産業)

- ・デベロッパーなので他の企業との繋がりはない。地元企業とのコラボレーションをしたくても、イラストなどの需要があっても価格勝負になるので、首都圏の安いところに結果的に頼むことになる。Webで取引先を探すようなことはせず、既存のルートで全国の個人と繋がっており、外注依頼をすることとなり、これらは東京本社主導で行っている。
- ・地元専門学校と現在のトレンドやカリキュラムなどの選定支援を行っている。その他の社員が他の専門学校等と交流を図っていたが、インターンの受け入れ態勢など、地元企業を知ってもらうことに繋がる地域のIT企業が育つため、産学連携で官も入って継続実施して欲しい。

【人材関係への評価、採用に関する考え】

(アニメ産業)

- ・アニメファンは仕事として長続きしない。次世代層教育で支援できることが有れば、将来的な課題として地元と連携を図りたい。地方スタジオで経験者募集しても人が集まらず、中途採用が難しい。そのためそのような地域情報のマッチングがしてもらえればプラス情報である。大学とは初年度から寄付講座として講座を持っている。同大とはアニメーターに限らずアニメ業界全体の連携しており、窓口となってくれる教授が存在し。同大OBの採用もある。
- ・高校生が専門学校を通じてアニメーターになるというストーリーがアニメ業界にとって絶対必要である。教育機関への不満として、より実践的な技術を身に付けさせて欲しい。基礎が身についていると研修期間は短期になり、早く食べられるようになる。作画監督は高卒でもなれる職種であり、高校在学時点で既に絵で食べていくと決心していたような人は早く育つ。離職率をどう下げるかを突き詰めて考えている。新入社員当初は業務委託契約で行っており、アニメーターは即正社員化できないため、「描いた分だけ上手くなる」と社員教育を放棄するのは無責任である。そのため、社員として雇えない事情の中で、最短で「食べる」ようにするための技術研修を社内教育プログラムとして設けている。教育機関も仕様書以上の「現場が求めるスキル」を理解していない。「歩き」と言った動作を「お芝居」で感情表現することや絵で表現するには、芝居の勉強しておらず芝居的な素養がないと絵としても表現して描けない。きちんとした技術の伝承をすべき。
- ・製作工程がデジタル化しているメリットとして、居住地域や作業場所を問わなくなっている。技術力があればどこに住んでいても仕事を掴むことが可能な社会になり、国境も関係ない。そのような事例が多数出ており、Web経由で仕事がつながる機会は間違いなく増えている。パソコンやネットのやり取りする時代前から、技術力を高めてから中高年になって北海道に移転して仕事をしているアニメーターはいる。そのような人がWebを介して有機的につながっていくことで、更に技術力をアップさせた地域の制作集団になってくる可能性がある。
- ・制作会社が求めているのは、決まった作品を期日までにテイストに合わせていくことが必要な商業アニメであり技術職となっている。アート系に傾き過ぎていると、商業アニメには馴染ま

ず、会社の事業にも適用できるような人でないと難しい。アニメ会社に入るための採用のためのコンテスト的なものを行なっても良いかもしれない。その技術が企業務めとして耐えられるか否か、プロ野球のトライアウト的にやって見るのはあるかもしれない。

(ゲーム産業)

- ・ 地方内で完結できたら良いが、どのような人材がいるのか、どういうコラボができるかイメージができない。地方で働きたいと考える若者や中途採用者であっても、ゲーム開発経験者が居るなら地方採用したい。これらのマッチングが上手くいくようなスキームがあれば良い。
- ・ 通年採用で良い人材は採りたい。質より量を重視する。クオリティの低い作品は信用に関わりその後の営業にも影響するため、受託できないし、商品として市場に作品を出せない。
- ・ 「小さいうちからコンピュータに触れてやってみたい」という人を増やさないと、すそ野の広がりが出ていかない。
- ・ パートナーがいれば新規受託できるが、現状はそのパートナー企業もないため新規案件は厳しい。ゲームに関われる IT 人材は少ない。宮城情報サービス産業開会 (MISA) でも、宮城県の人材育成事業の委託を受けているが、人材育成に関しての支援はいくらあっても欲しい。宮城県内だけでも 100 人、200 人は技術職が不足している。そのため、人員不足を「オフシェア」利用で補っている企業もある。

【行政に望むこと】

(産業への理解の獲得策)

- ・ 行政に最初にやって欲しいことは、行政自身のコンテンツ産業に対しての認識を変えて欲しい。働くための設備が整っているか否かもさることながら、UIJ ターン支援等の情報は首都圏のコンテンツ産業従事者に発信されているのであろうか。首都圏で様々な意見の聞き取りをし、地元に戻ってくる人を受け入れる土壌を作って欲しい。また、共用スタジオなど制作関連の設備が地元には不足している。音声入力のアフレコスタジオがないなど課題。(アニメ産業)
- ・ 地元県会議員との情報交換が有った際に、「身障者がオタク産業で何するの」という偏見に満ちた対応をされたことが数年前にあった。「身障者」と「オタク産業」という二重の偏見は、この当該県会議員だけではないのではないだろう。これを何とかしたい。(アニメ産業)
- ・ 補助金よりも市場活性化の支援策が欲しい。(アニメ産業)
- ・ ギャラは技術力が関係することと、製作委員会への変な偏見も人材輩出機関ではなくしてもらった方が良い。(アニメ産業)

(人材確保関係)

- ・ 採用が出来なくても業界に入ってくれて、仕事で繋がる可能性があれば、狭い業界なので人材マッチングなどで有効な情報提供が有ることは有難い。(アニメ産業)
- ・ 助成金も難しいところがあり、採択要件が正社員であることが多い。当該企業は全て正社員化を進めたが、この基準を満たすためにアニメ業界は尻込みする企業は多いことを理解して欲しい。(アニメ産業)

- ・行政機関などが、産業界に対して儲かっている企業があれば「ゲーム作ってみたいないでしょうか」という出資相談を働き掛けてもらい、様々な産業がデジタルコンテンツに関しての挑戦をしてくれたら面白い。(ゲーム産業)
- ・人材輩出機関に対しては、ゲーム関係の学科ができるなど、活動できる場が学生、生徒に提供できるようになれば良い。また、行政主導の関連企業の展示会や学生向けのコンテスト等も有れば見にいけるので、地域の人材のレベルが分かるようになる。(ゲーム産業)
- ・採用の支援に関する業務を行なって欲しい。企業と求職者のマッチング機会があれば、もしかすると採用できる人材が出てくるかもしれない。(ゲーム産業)
- ・地場企業にとって競合者を連れて来る行政は進出企業に対しては支援を行うが、それらの進出企業は地元採用や地元での仕事を積極的に生もうとしていない。そのような状況であるのに「行政は地元企業支援をしないのはなんだ」と不満に思っている。その誘致企業が東京で採用イベントを市の予算で実施するのに対して、地元企業には声をかけなかったのをおかしいと思っていた。公平性を持って地元も大切にしたい。(ゲーム産業)
- ・ゲーム系の業務の人員採用があれば、助成金をつけてもらうことで企業としては取り組みやすくなる。地方でゲーム系の業務をやるのはハードルを下げるにはそのような何かの行政の取組が欲しい。(ゲーム産業)
- ・行政の場作りによって、企業のつながりができている。場作りの役目が行政にはあるのではない。旗振り役が居るかないが地域での課題となる。(ゲーム産業)
- ・単年度予算になるのは、仕方がない点は理解できるものの何とかして欲しい。超長期の事業支援体制を考えて欲しいものである。県や市が教育委員会へ予算をつけて、民間交流の予算を付けて、次世代層向けの教育も行って欲しい。(ゲーム産業)

(産学連携他、情報や人とのコーディネートに関する希望)

- ・CGソフトは3Dマックスとシネマ4Dソフトの高度化が年々進み、ツールの進歩があるため、技術革新の勉強継続が必要。ソフト本体 50 万円が高額である。また、サブスクリプションになって年間1本 20 万で、これが7人分最低必要であり、ライセンス数を絞って有効活用を図っている。この点など産学連携などで対応できるのであれば有難い。(アニメ産業)
- ・行政の窓口とITの課題解決のための民間の交流を通じて仕事を落としてもらえるような環境整備や、地産地消の考え方をIT、DXにつなげて行く発想も欲しい。(ゲーム産業)
- ・中小企業としてマスコミ等メディアの使い方が分からない。市の広報課など協力してくれれば良いと思うが、縦割り行政の弊害を感じている。(ゲーム産業)
- ・立地に至らずともせめて大手パブリッシャーでヒット作品を手掛けたプロデューサー等が講師をする講演会、勉強会をするだけでも東北のゲーム産業に大きなプラスになると思う。専門学校と企業対象に話をしてもらえば、オンラインでもリアルでも100名単位で相当数集まると思う。(ゲーム産業)
- ・宮城県など隣県、東北全体での同業者の横のつながりが欲しい。コンテンツ産業関係の交流できる枠組を作りたい。(ゲーム産業)
- ・本来は人材がいるのであるから行政と大学機関は連携し、コンテンツ産業振興、地域振興の意識を共有化して欲しい。(ゲーム産業)

(補助金他立地支援制度に関する策)

- ・ 補助金や地方拠点強化税制などの支援策が様々他地域でもあることは、ほとんど知らなかった。 UIJ ターンや補助金、減税と言った資料は欲しいと思う。このような情報が継続してもらえるようになれば、投資を考えたときに参考にできる。秋田スタジオは採用がもっとう まくいくのであれば、事業所規模をもっと大きくしたい。秋田市役所は時々現地の事務所に来ているようで気に掛けてくれているのではないか。(アニメ産業)
- ・ 本社と地方スタジオの技術交流の観点で、社員寮などが設けることが出来て滞在費が削減可能となるような支援か、行き来の交通費の支援があり、本社と地方スタジオの往復頻度を上げることが出来れば、地方スタジオのレベルアップが更に進む。住居費や事務所などの不動産固定費の削減に通じる支援、ランニングコスト支援につながる制度があれば嬉しい。寮を設けることが出来れば、他地域から来た者に対してのホームシック対策にもなる。(アニメ産業)
- ・ セルシスなど業界技術を提供する産業を支援する。そうすると業界がより発展する。ピーソフトハウスは業界内で有名な企業である。目先の結果では見えてこないかもしれないが、このような企業が数年掛かっても、育たないとまずく、10 年後、20 年後に日本のコンテンツ市場として強くなる。(アニメ産業)
- ・ コワーキング、シェアオフィスなど固定費削減につながるコンテンツ産業向け支援を自治体が積極的にやっても良いのではないか。(ゲーム産業)
- ・ 3 年、5 年などのサポートがあれば良い。賃料支援などが、進出地域での地盤を固めるまでの期間として設けて欲しい。「いかに早く固定費を回収するか」は、新規投資のスタートアップでは大きな課題である。(ゲーム産業)

(各種支援策の情報周知に関する事項)

- ・ アニメ業界の中では様々な事業者との連携の中で仕事をやっているのに、支援制度の周知や、人材輩出機関の強化、人的なマッチング他、業界全体を底上げして欲しい。UIJ ターン補助金も知らなかったが、このような人の流動化の支援はよいことある。(アニメ産業)
- ・ 行政支援として研究開発費にお金を出すだけではなく、できたモノを普及させていくための宣伝やトータルの支援がないと難しいのではないか。その手立てがないと企業も取り組めない。作って終わりではなく、普及にも支援がないとアプリ開発は進まない。役所のコネクションをうまく利活用して、研究開発から普及までの広い視点の支援が必要ではないか。(アニメ産業)
- ・ UIJ ターン支援資料は知らなかった、今後もこのような情報に接することが出来ると有難い。(アニメ産業)
- ・ 地方に戻らなければならない事情を抱えている人は業界にも多数いるのではないか。今回はそのために仕事の環境を作った。東京に行かないとアニメが作れないということではないのではないか。この様な動きは各社で出てくると想定している。しかし、支援制度を使うか否かは別問題である。(アニメ産業)

(フィルムコミッション関係など)

- ・フィルムコミッションについて、長崎県と組んでパイロットフィルムを作っているの、各地域のサイトも見るときは見ている。各地域のフィルムコミッションの Web 情報は作画のヒントとするために制作者としては、ある程度見ていると思う。ロケハンが必要な場面他、連携のできる地方でのアニメーター集団などあっても良いのかもしれない。その集団の強みが分かれば、その点に関してはお願いするということが一般的になってくるかもしれない。また、海外のアニメーターとは web 上で繋がっており、街並みの必要コンテや背景画を依頼することもある。(アニメ産業)
- ・フィルムコミッションの場所によっては、アニメーターや演出関係などのスカウト活動の場になるのではないかと。地域情報発信の本来機能があるため、それを活用すること。これらに対しては、画の素材や学校など取材の協力を得るための手続き情報リスト等を記してもらうと利用価値が上がる。賛否の分かれる各地域の「箱物」にも絵的に面白いので、それら施設の利用手続き先の紹介もして欲しい。撮影可能場所、良いビューポイント、侵入禁止のところは事前に教えてもらい、ロケハンコーディネートできるようにフィルムコミッションのサイトで全て賄えるようになっていけば、地域 PR が円滑にできるのではないかと。ロケハン意外と重要である。(アニメ産業)
- ・ロケハンができるマップがあると良いと思う。アポイントを取る箇所や取材の可否などを記載してくれていけば、プラスになるのではないかと。対象地がもしかすると将来的に「聖地化」する素材にもなる。飲食店中は一般的に撮影不可であるが、撮影許可をもらえる店舗などがわかれば、プラスになる。長らく商工会や商工会青年部などに関わっていたが、各地が独自に観光して欲しい場所をアピールしているだけの「観光ガイド」となっている。ロケ地に関して東北全体でわかるようなものがあれば、観光産業にもすぐに結びつく。地図上(GoogleMap等)に表示できれば良い。写真を撮ってはいけない場所があるか、レポートは可能か、取材時間に制限はあるか、アポイントメントはどこで取ればいいのか、建物であれば鍵の管理や立ち入り許可はどこから取るかなどの諸情報が知りたい。(ゲーム企業)

(7-3)「II. 本調査概要報告(2-2) 周辺技術を提供する企業・その他機関へのヒアリング概要」

【ゲーム・アニメ産業に対しての現状認識】

- ・ アニメ・ゲーム産業は首都圏のクラスターが存在している事がはっきりとしている。今後、東北にクリエイターを呼ぶには相当の地域の財政的な支援と、仕事を地元でも作る取組など、収益源をはっきり示さないと首都圏から地方への展開は難しい。アニメーション産業を地域に根付かせるためには特に変わった業態として見るのではなく、商慣行などが特殊で労働者保護の観点などから遅れている面が有るが、一製造業と同じような業界構造にあるものと考えても良い(学術研究者)
- ・ 海外からの留学生による中国・韓国などへのアニメ技術の流出は危惧すべきこと。IT 空洞化リスク同様の点がある。日本はアニメ・ゲームの産業としての効用に対しての理解がまだ乏しく、危機感を持っている。(学術研究者)
- ・ コンテンツ産業は、職人の手による「ものづくり産業」である視点が抜けてはいけない。文化として継承されるもので、東京の地場産業になっているのが、アニメ産業である。アニメは年間の制作件数が製作者の数に対して多い。元請けとなる制作プロダクションだけでは対応しきれず、作品品質が著しく劣る「作画崩壊」となるか否かは賭けである。日本では年間に300 作品以上の30 分アニメが出るので「安かろう、悪かろう」になってくる。(学術研究者)
- ・ 国内のアニメーション業界は30 分モノの本数で200 作品3,000 話を年間作っている。このため制作スケジュールが2、3 年先まで埋まっているのは間違いなく、業界全体では業務が集中しているクリエイターに遅延が発生した時に、業務的に空いている人が助けている状況で作品が作り上げられている状況である。(業界団体)
- ・ 日本は作画レベルが高く他国と比べて異質なところがある。これが逆に世界市場でも受け入れられている理由であり、作画の線数などと言った基準を設けると、海外に受け入れられる作品品質にはならない。日本の良さを消すことになる。予算に対してこの程度のレベルでできる、という作品の完成度のレベル感を制作会社とアニメーター側で緩く合意形成し認識し合うことは必要であり、この動きは芽生え始めている。作品品質に直結する話に行政が介入すべきものではなく角を矯めて牛を殺すことになる。(業界団体)
- ・ 漫画市場は6000 億円と言われており、アニメーション、CG 等が絡みゲーム産業と複雑に絡んで総トータルで国内だけで10 兆円産業となっている。海外市場に関してゲームは20 兆円、アニメーションは30 兆円市場であり、中国が伸びている。CG やVFX(ビジュアルイフェクト：特殊視覚効果技術)はハリウッド映画関係なども含めると10 兆円となっている。コンピュータグラフィックスなどゲームやアニメの関連産業としては、仙台のピー・ソフトハウスなどもある。東北でのテクノロジーの企業はピー・ソフトハウスのみである。業界内部で対応できる役割が限られているので、要素技術を持っていたとしても、他には該当する企業はない。(周辺技術を提供する企業)
- ・ アニメ・ゲーム作品の当たり外れは大きく、経営者の才覚、プロデューサーの金の差配のうまさなくてはならない。企業規模の小さいところは疲弊の繰り返し。金額の権限を持っている大手のプロデューサーが制作への委託金額の重要性を理解して協力して変わらないと、下流の

現場の改善は無理だろう。利益の最大化が商業アニメの絶対条件であり、製作委員会方式では出資者の利益の取り合いとなり、リスクを取っていない人は限られた立場では利益が限られるものとなるのはしかない面もある。(周辺技術を提供する企業)

- ・ NFT 導入に関して日本は厳しく、仮想通貨と組み合わせるなどの工夫も遅れている。日本の法律が e スポーツの発展を阻害している面もあり、賭博法や風営法などの規制が厳しく、なかなか難しい現状があり、メーカーもコンプライアンスに関わるため現在の法律下では、自社のゲームの e スポーツ利用に関して絶対許諾しない。国内大手メーカーからは許諾を本当に得ることが難しい。海外 (アメリカ) はゲームの中の課金が賞金の一部に割り振られており、賭けも認め収益構造ができています。また、海外はクラウドで回線スピードに耐えられる機械が出ており、そちらが主流。ゲームクリエイターも人手不足であり、プログラマー、e スポーツ、ゲーム機側もそれぞれに不足しており、海外に比べて全て立ち遅れている。(e スポーツ関係)
- ・ 本業がソフトウェア開発業であっても、ゲーム関連の要素技術の提供を行っている企業が、20 社程度は宮城県内にあると認識している。それらにゲーム制作の全体工程を仕切れる企業はなく、要素技術の工程を担っているものであり、元締めは全て首都圏となっており、全て自律的な業務と仙台の企業はなっていない。(e スポーツ関係)

【商慣行や労働環境】

- ・ アメリカは工程分野において専門性があり、それと異なり日本は「動画—原画—監督」といった職種のアップのルートが明確であり、職種が上流に行かないと給与も上がらない。アメリカはずっと専門でできるが、日本は徒弟制的な雰囲気強い。技術力がなければ、ひたすら単純労働で食い潰されてしまう。アニメの末端価格がこの 10 年以上変わっていないため、アニメーター給与構成は変わらず、食えないフリーに近い人の給与水準は低い状況となっている。現実的に直ぐ AI ソフト実践投入で労働力の削減につながるものではないが、人材に求められる質が変わっていくことは間違いない (学術研究者)
- ・ 「やりがい搾取」が依然として横行しているようなアンケート調査結果に対して、企業としてはやりがい詐欺をやっているのは技術継承、ノウハウ継承維持ができないとの認識を持っている。この様な回答者はフリーランスのアニメーターが多い。どことの契約でその様な実態となっているのか気になっている。近年はより予算が大きく、個々人のギャランティの良い仕事をアニメーターが選択できるようになっている。制作会社側でも予算アップの必要性和それによる技術レベルの判断が必要になってきた。その一方で、昔のままの感覚で、納期最優先でクオリティ低下を容認する制作会社もこれまで通り存在しており、そのような企業ではアニメーターの賃金アップには繋がらない。必ずしも高い技術クオリティを必要とせず、予算を掛けなくても面白い作品があることも間違いなく、しかしそのようなジャンルの作品はアニメーターの賃金アップには繋がらない。そのような様々な作品が混在している現状がある。(業界団体)
- ・ 形のないところにモノを作っていくため、仕事の経歴、やった仲間意識が大切なところがある。ウェットな関係が今も濃厚に残っている業界である。付き合えば付き合うほど、お互いの状況がわかってくるため、技術的な良し悪しが分かりやすい。JIS 規格のように、製造工程管理を

定量的に言えば良いが、アニメーションは無の状態の全く存在しないものから、作品を作り出している中で、適切な金額を算出するのはほぼ不可能ではないか。(業界団体)

- ・ ミニマムロイヤリティに付加して、ヒット作品に関わった場合、ランニングロイヤリティなどのプラスアルファの報酬制度が業界内に定着していない。製作委員会はリスクテイクをしているので、それは仕方ないという考え方も業界内にもある。成功した作品の場合は印税部分で報酬を提供しようとするような、「善意」として制作関係者に対して利益を多少でも割り振ろうという感じとなってきている。(業界団体)
- ・ 元請け担当者も製作委員会の社内会議で予算増をうったえるための説得資料がないのが実情である。予算表は前任者から連綿と連なっている単価表を利用しており、なぜその単価が出てくるのか担当者自身も分からない状況である。製作委員会の予算取りは過去事例を元に、「これくらいでやってね」という形になっている。「モノ作り産業」の30年前の悪しき商慣行が残っていて、このような点だけではなく、「モノ作り産業」の発展の足跡をたどるような状況にあるため、将来的にアニメ産業も国際競争力の低下から空洞化するのではないかと感じる点もある。(業界団体)
- ・ アニメ業界は最初の3年間程度は生活するにカツカツの報酬しか得られない。ゲーム産業は立地場所重視でありオフィス代が高いものの、アニメよりも早く地方分散が進んできている。佐賀県や高知など地方都市が、大阪や名古屋、福岡、札幌などの地方中核都市以外でも立地が進んでいる。(周辺技術を提供する企業)

【人材教育や地域人材の特徴と評価】

- ・ 地方に才能のある人材がいるのは間違いないが、定住する著名クリエイターはなかなかでない。また、東北大学を中心とした留学生など、海外出身の仙台定住者の一定数はアニメが非常に好きな方が多い。アニメが好きで日本を留学先に選定し、専門分野を学んでいる人もいる。これらの方が地域を知り、「聖地巡礼」を行うことで、アニメツーリズムに寄与できる可能性があるほか、IT系の専攻者であればアニメ・ゲーム産業従事者になる可能性も秘めている。観光と絡めたアニメ・ゲーム産業の裾野の拡大の方が可能性は高く、関係人口増となる人たちであり、国際市場でも戦える分野がアニメ・ゲームであるので留学生は上手く活用できるように地域でも検討すると良い。(学術研究者)
- ・ 普通一般の労働者は「仕事はしたくなくてもお金が欲しい」ということが一般的な感覚であり、アニメーターは真逆で「お金は無くても、仕事をしていたい、創作活動に関わりたい」という人種である。これまではアニメーターの権利意識に関しての意識改革的なところに主眼を置いていたが、今後は製作委員会への出資者にもっと制作予算の増額を真剣に考えてもらえるようにしていかななくてはならない。(業界団体)
- ・ 営業的に新規開拓の動きができないのがアニメーターという職種の特徴だと考えている。事業者とのマッチングのサイトを作っても登録すらやったことがないため、動かないアニメーターは多いと思う。今のアニメーターは動かないが、若手に教育しながら、そのような制度を支援していくのは非常なプラスであり、給与体系や環境改善には時間が掛かっても必要な事だと考えている。(業界団体)

- ・ 専門学校においても事業環境や契約の重要性の説明をカリキュラムに組んでいるという話も聞く。これを徹底させて欲しい。一方で、新卒時に請負契約の業務とさせている企業があり、これは止めさせて欲しいというリクエストもある。戦力として育てるのに時間を要するのは理解できるが、社会的な立場の安定さもなくては、「搾取されている」となってしまう。(業界団体)
- ・ アニメーションブートキャンプを東京芸術大が中心となって行っているが、このようなものを東北で実施するのが最も良い人材育成の取組となる。(業界団体)
- ・ 東北地方はどうしても農業県、第一次産業に依存し最終的にそれらに戻るため、コンテンツ産業に就労しても最後までやれないというイメージがある。九州や北海道と比べても先進性や、やりきる根性が東北地方は薄い。特に宮城県から北の3県はコンテンツに対して隔絶した気持ち抱いているのではないかと感じる。地元の学校も地場に職がないことを知っている。大都市圏にしか仕事がない事を学校も学生もわかっているが、これからはテレワークの導入などで状況が異なる。(周辺技術を提供する企業)
- ・ 東京都内の就労者をターゲットにした活動として、全国各地の中小企業家同友会が連携した共同求人委員会がある。UIJ ターン者の雇用促進 PR 活動を実施しており、宮城県中小企業家同友会の株式会社ヴィ・クルーの佐藤全社長とやり取りをしている。UIJ ターンに伴う支度金的性格の補助金は良く知らなかった。今後もその様な情報の提供を継続してもらえると有難い。宮城県の窓口となる佐藤社長にも情報を共有化したい。また、人材育成を都内で行い、地方に人を戻す仕組みの提案を今後、東京中小企業家同友会としても考えていきたい。(周辺技術を提供する企業)
- ・ 日本の学生は貧困化が進み、ゲーミング PC などを買えない。このことも e スポーツ普及促進につながらない。若者の物欲が無くなっている。(e スポーツ関係)

【東北地方と首都圏のメリット・デメリットの具体的な項目認識、またデメリット解消のための取組】

- ・ 東京は産業集積が進み、アニメ・ゲーム産業にとっては「クリエイターの栄養」を吸収できる文化施設やイベントも多彩で非常に魅力がある。しかし、巨大すぎる都市であり、刺激が強すぎる地域でもある。仙台市はそのような点で適度に都会であり、東京との時間距離も手ごろに離れている点や専門学校の多さなど人材供給が可能な点がメリットである。(学術研究者)
- ・ (「アニメーション制作者実態調査報告書 2019」2.2 回答者の生活属性は東北が 0.5%と非常に低い結果であったことに対して) 属性に関して東北出身者割合が非常に少ないのは偶然ではないかと感じている。会員個々人の故郷を聞いたことがないため、東北出身者がどのくらいいるかは不明である。データの通り東北出身の会員が少ないとすれば、東北の地域性としてアニメーションに接する機会がなく、業界に来る人が少ないのではないか。(業界団体)
- ・ 現状では東京拠点のアニメーション制作企業が東北地方をみているのは、これまでの関係があるところとしかつながりがなく、その様なところとだけしか仕事ができないのではないか。そのような制作スタジオ機能が東北にあるのか、基本的に知らない。(業界団体)

- ・ 東京から UIJ ターンをする人向けの補助金があることは知らなかった。行政からの接触はそう多くない。コンテンツ産業向けということでカナダ等の諸外国から資料が送られてきたことや、福岡市役所は JANCA に継続接触してきており、産業振興の情報交換を行う。地方の方が支援制度は整っている事を何となくは知っていた。 (業界団体)
- ・ 東京で事業をやっているも砂漠に砂であり、人が定着しない。労働力の固定化には地方はプラスであり原画担当、作家になる人がどのくらい育つかが今後の課題である。 (業界団体)
- ・ 産業の空白地ニーズは必ずあり、コンテンツ産業はその点で東北にもメリットがある。 福岡、高知、徳島、石川、新潟、岡山、秋田など地方都市での進出事例が有るところには、学校が有り、学校が有るのに事業者がいない空白地は労働力の確保を中心にチャンスである。作品レベル等が高ければピーエーワークスなどの例の通り地域性は関係ない。(周辺技術を提供する企業)
- ・ 賃金格差の課題もさることながら、より高い技術が伝達されやすいと感じられるのが首都圏である。結局はクリエイターと言っても「職人」であるため、「いい棟梁の下につきたい」となる。 e スポーツに関し、プロゲーマーは集約が難しい。未成年も多く親元で生活している若者や、本当にゲーマーとして生計を立てられているのは極々一部であり、ユーチューバーとの兼業などシナジー効果がある IT 利活用の副業で生活している人はまだ良い方で、一般企業勤務などでイベントに参加して稼ぐ人が大多数である。 東北地方の保守性から、教職員のマイナスイメージはアニメよりもゲーム産業に対して大きいのではないか。「ゲームなんかで」といった価値観が大きい地方に対して、多様性を認めてくれる首都圏は、従事する若者も居心地が良くなる。(e スポーツ関係)

【地域経済とアニメ・ゲーム産業の連携のために必要と考えられること】

- ・ ゲーム・アニメはその作品をうまく活用することで、フックとなって地域経済の活性化を図ることができる。 市町レベルではそれらの利活用に関してアイデアがあれば乗ってくる首長がいるため、それらに先鞭をつけてもらう事も一考に値する。 公的な金銭支援ではなく、コンテンツ産業を利活用した振興策のアイデアとコーディネーター支援で可能な取組を地方自治体に広げていくことは求められてくる。(学術研究者)
- ・ 宿泊地を転々として地域の人たちと交流を持てる「リビングエニウェア事業」は、クリエイターにとっても良い取組である。 地方を知り、働くことが出来る人の交流人口を増やすことで最終的に定住人口も増える。素朴ななかに題材を求めて作品作りを行ってきた事例のように、「日本のバルビゾン森づくり」といったものも構想としては考えられる。(学術研究者)
- ・ 次世代産業(ネクストインダストリー)のターゲットを定めて、「苗床埋め込みインプラント」を早急に東北地方で作らないといけない。 今やらないとダメで手遅れになる。この理由は次の2点で、①人口減少、②次の産業が育っていないことにより、アニメーション等の産業がないと、食いつきの良い若者層が更に首都圏等他地域へ流出する。現在の人材流出の負の循環を断ち切って、定住者を増加させるのにコンテンツ産業振興はうってつけである。(学術研究者)
- ・ 制作現場にいる仙台出身者を地元に戻らざるを得ない人を囲い込みというのも有り得ると思う。 地方出身者への UIJ ターン支援制度の告知は一つの方策である。 (学術研究者)

- ・産学連携で新たなアプリケーションソフトを開発したとしても、業界のためのサポートを継続してもらえるのかと、実用化のフォローアップでは 10 年は少なくとも支援してもらえるというような保証がないと取り組めない。ゲームエンジンは VR や映像技術等の総合技術であり、アニメ業界との連携が進んできている。グラフィニカなどがそのような企業であるが、国境を越えて技術力向上に向けた取組が進んでいる。そのようなノウハウを持っている企業は産学連携や技術開発で参入しやすいのではないか。(周辺技術を提供する企業)
- ・首都圏から地方に戻りたい技術者向けのマッチングや支援も東北でのゲーム産業振興対策となり得るのではないか。(e スポーツ関係)

【行政に求める産業支援等】

- ・テレワーク支援を行い、このテレワークメニューに東北の伝統産業などの見学会や講座、コンテンツツーリズムなど「クリエイターの栄養素」の提供をプログラム化し交流人口を増やし、「聖地化」作品の誕生を仕掛け、移住定住者を 5 年単位等で育てていく。(学術研究者)
- ・高校生などを対象とした合宿によるアニメーションに興味を持ってもらえる取り組み等を秋田など地方で実施し、交流人口の増加を図るような誘い込み事業を積極的に行って、人材輩出機関の認知度と産業理解の場を創出することも地域人材育成に必要である。(学術研究者)
- ・沖縄は失敗事例として反面教師として地域は知っておくべきもの。一般的なモノづくり企業との作業時間帯の違いや、1 社では業務を完結できず、各連携により作品作りが進むことを行政も理解しないとそもそも成り立たない。ピーエーワークスへの行政支援・指導の場合、就労時間帯に関して地元行政の富山県と南砺市は黙認した。行政の労働管理が厳しくスタジオが閉まってしまったのが沖縄県の事例でもある。(学術研究者)
- ・「仕事を募集している」、「技量がどのくらいあって、納期と受託可能金額の目安」という客観的なデータ窓口があれば発注したい制作者は飛び付くだろう。行政がここにアクセスすると東北のアニメーターに接触できるという窓口を作ってもらうことは地方で仕事を獲得するための入り口になる可能性がある。(業界団体)
- ・行政の支援制度があることは、地方進出への決断をするきっかけとなり、アニメーターや企業にもプラスになる。情報が必要な人に伝わっているか否かが課題ではないか。アニメ業界は行政の支援補助制度があってもそれが使えるか否かを含めて知らない。(業界団体)
- ・アニメ業界はフィルムコミッションを知らないのではないか。アニメーション制作関係者はロケ地や原画風景の情報に困っているのではないか。アニメーター自身は「自分たちはフィルムコミッションとは関係ない」と思っているだろう。本当は連携というか、様々な情報提供があるとアニメーターにとってプラスになる。(業界団体)
- ・イベントをするよりもアニメ制作会社やアニメーター、その他地域との潤滑油となるコーディネータースタッフが欲しい。アニメ産業への理解のある、ある意味「おたく気質」がある人が、地方と業界の中でやれる人が欲しいが、現実的になかなかいない。「作る人」と「売る人」が分かれているのがコンテンツ業界であるが、この連携が地域の中でもできるようになってくれば、地域に根差す地方スタジオの可能性が増える。(業界団体)
- ・ゲーム・アニメ産業と言ってクリエイターには焦点が行くが、特許開発を経てリリースした自社製品ソフトウェアがなければ、そもそもアニメソフトやゲームソフトが作れない。その

ような恩恵を受けているハズであるが、自社の製品開発の取組が社会的にスポットに当たることはない。行政もまともに意見を聞いてくれず評価もされない。(周辺技術を提供する企業)

- ・ 連絡会レベルで良いので、プロダクションや入り口側産業、出口産業が全体の情報交換や課題を共有化する様な取組が必要である。産業の現場でも従事者目線で、次世代層に説明するのはプラス。公開講座やセミナーを行政が次世代層に行うことも必要であろう。漫画やイラストレーターが成りたい仕事ランキング上位 5 位に入る。子どもたちの意識が変わってきている中でしっかりと教育に含むことが大切であろう。キャリアデザインを意識すべきである。(周辺技術を提供する企業)
- ・ 高知県の支援策は通信回線補助を事業がその地で定着するまで行っているのはありがたい。地域で雇用が生まれてくれれば、別途支援するという二段構えとなっている。これも高知県の事例となるが、職業訓練学校でゲームプランナー等を招く事業を行っている。芸術系の学校がなくてもテクノセンターがあれば、企業から見ると採用したい気持ちや立地したい気持ちになる。企業進出に関しての支援は有っても、来てからの支援が少ないのでは片手落ちである。よしんば、専門学校にこういう教育をして欲しいということを企業が言っている。この点で愛知県はそのような点が進んでいる。人材教育に関して企業ニーズをくみ取って、広域で対応できるように行政は工夫して欲しい。そのようなコネクションを専門学校も持っていないのではないか。(周辺技術を提供する企業)
- ・ クールジャパン機構が様々事業を行っているが、現在の日本のコンテンツ産業関係のマーチャンダイジングで最も効果があるのは「フィギュア」であるが、この分野には行政は興味を持っていないのではないか。(周辺技術を提供する企業)
- ・ 地方の学校現場でのパソコン導入が進んでいるものの、端末のスペックが学校によって異なり過ぎており、これは結局子供たちの IT リテラシーの差として地域間格差の要因になる。なんでも配置すればよいのではなく、最低限のスペックを統一すべきである。(周辺技術を提供する企業)
- ・ コンテンツ産業全般の連携を図りたくても、仙台出身や東北で対応できる人がいるのか、新たに人を知れる手法がない。組織・団体に中抜きされることなく、地方の事業者間をマッチングできるものがあれば良い。ゲーミングハウスとして人が住めるところを探している。1 人一部屋、5 部屋分。有線配線が必要。個室がなくても、パーティションで間仕切りできれば良い。家賃が 1 人 2~3 万円、車がないと生活できないので、車をどうするか。ゲーミングシェアハウスは、東京と大阪しかない。賃料に光回線、ゲーミング PC 付き賃貸などでもニーズがあると思う。協力者がいないだろうか。(e スポーツ関係)

【その他】

(沖縄のアニメ利用の経済振興策が失敗だった理由) (学術研究者)

- ・ 企画当初から、地域経済、行政にも理解が有り、地域も関連する取り組みも含めて盛り上がっていた。そのような背景が有り、沖縄県庁もアニメ産業の振興に関する取り組みがしやす

かった。沖縄地元テレビ局のアニメ自主制作が可能となったのは、補助金があったからこそ作れたもの。

- ・最終的に制作工程が追い付かず、当初から計画性がなかったがために、企画時点の番組構成の通り行かなかった。計画性がない、良く言えば柔軟性なのかもしれないが、沖縄の県民性が現れた。元々アニメーターが沖縄におらず、首都圏から来てもらっていた。音声収録ができる設備が県内にないということで、東京まで出張させて、その模様もドキュメンタリーとして編集放送した。沖縄県の民放スタジオでも収録可能であったが、アニメ制作よりも声優の実写ドキュメンタリーの方が簡単ということも有った。
- ・産業振興を図ろうとする取組には、助成金ゴロの存在も見えてくる。このプロジェクトでもそのような点があった。
- ・綺麗な労働環境で就業してもらわないと助成金の採択要件違反となる。格安なインキュベーション施設の利用などを進めたが、この利用時間等の利用規則が厳しく、アニメ産業の就業実態にはなかなか馴染まないものであった。結果、東京で制作活動や打合せが行われている時間帯に、沖縄スタジオは稼働しておらずスケジュール管理などの点での不整合が生じて、東京から見ると「仕事にならない」状況に陥った。
- ・行政が事業実態を知らずに補助金を出して企業が倒産するのは一般的な産業振興でもあり得る話。聖地巡礼について、各地方が行っていて、制作サイドと地元のニーズが一致せず、補助金が良いように利用されているだけの事例もよく聞くので注意が必要である。事業実績が乏しく、コンテンツ産業と観光を連携させるためのノウハウが全くなかった地元企業が中心で、JTB 関東の力では力量不足もあり、うまく集客できなかった。プロジェクト全体のコーディネート力の不足もあり、4つの業界の連携がうまく取れなかった。結果的にコーディネーターが不在になり、言葉が悪いが関係した4社の間でも補助金の分捕り合戦となっており、各社の儲け意識が強く、事業目的に関する意識が低かった。

(子供たちへのコンテンツ産業への理解促進活動) (周辺技術を提供する企業)

- ・当該施設は「生きる力」をキーワードに「能動的に仕事を選択、参画できるように」子供たちに対して体験を通じて感じ取ってもらいたいということがコンセプトのアミューズメントパークであり、教育 (education) と娯楽 (entertainment) を組合せた造語「エデュテイメント」として様々な取り組みをしている。
- ・映像クリエイター、アニメーターは今風の仕事の種類と思われるが、これまでの施設にない分野をやろうと考えた。創造性と探求心の横断的な伸張を目指す STEAM 教育が流行っているが、アート分野がなかった。「音楽、美術」が ART であり、これに寄った教育モノをやろうとした。その中でメディアクリエイターの話が出てきた。
- ・パソコン利用は必須として、マウスの操作ができない場合、保護者同席で支援を行ってもらうこととした。パソコン利用なのは、ZOOM を利用して参加者相互が顔を見られるようにして、その zoom を利用してスーパーバイザーが指導、会話を進めていく。アニメ映像の制作に利用したアプリケーションソフトは、このプログラムに専用対応するアニメ制作アプリケーションソフトを外注してゼロから開発した。

- ・対象は幼稚園児から中学生までで、子供に不人気なものを取り上げてもつまらない。エデュティメントの観点で業種と中身を選んだ結果、アニメ制作工程の中の編集・各種効果仕上げをテーマとしたのは、一番ダイナミックな工程であり、パソコンに向かい合って地道に作業を行う原画や仕上げは子供たちに分かり難いかなと思う。ファン目線だけではなく、作る事の喜び、楽しさが伝えやすいと考えた。
- ・子供たちが制作するアニメーションは、「施設内の劇場での演目の幕間に流す CM を、劇場のオーナーからの依頼で作る」という設定となっている。館のアニメーションキャラクターの紹介をする内容で、パソコン上で動画の切り貼り編集を行って、キャラクター動画を作る事の体験をしてもらう。オリジナルアニメーションを好きなところを切り貼りし編集してもらう。この段階で切ったアニメーションは効果音やポップアップも全くないため、次の工程ではこれらの効果を入れる。
- ・「トリミング・テキストエフェクト・映像エフェクト・効果音」といったポストプロダクション工程を進め、最後に BGM を載せることとなる。個人の作業後、監督業務はチームで行い、チームで作った動画を合成する工程は、参加者皆でスーパーバイザーの指導で一緒に行う様にしている。完成後に最後に試写会を行い、チームで相互に作品を見る。試写会として作品視聴の際、エンドロールが流れる仕組みにしており、そこに参加者個々人の自分の名前が載るようにしているのが、子ども喜ぶポイントである。視聴用の URL を提供しているので帰宅後も視聴できる。参加者への「成果物」として後日、URL と上映時間とともにキッザニア内の通貨を「報酬」としてもらえる。この報酬で、お金の使い方をキッザニア施設内で疑似体験できるものとなっている。体験者の評価は良く、今後もコンテンツ系のアトラクションを増やしていく予定で検討している。
- ・地方で開催展示は 1 か月に 1 回程度の頻度で行っており、1 箇所にも 20~30 の仕事を体験できるように会場を借りて実施している。準備期間に平均 6 か月を要している。開催が多いのは新潟県三条市では 9 年連続で行っている。東北地方では、南相馬市が検討中、岩手県滝沢市は 3 回開催している。東北の他県からもオファーが有るが、予算や期間が合わなかったため開催できていない。産業振興、人材育成、地域創生などの目的意識が明確に存在している地域との連携で実施している。ブランド名だけ欲しくて来ている企画などには金額の過多によらず、却下している。

（東北のトップリーダー都市仙台とコンテンツ産業）（学術研究者）

- ・仙台の「地の利」は東京から新幹線利用で 1 時間半の所要時間で移動できるということであり、この優位性が他の地方都市と比較して段違いのストロングポイントである。新幹線は移動時間中も仕事をでき、また時間の正確性、本数などの有利である。札幌、広島、福岡は航空機利用が必須であり、時間の制約が生まれる。最終便の遅さが新幹線利用の仙台の強みであり、実質的な滞在時間の増加にも寄与している。アニメ産業に関して、賃金格差のある中国市場の取り込みをどう考えるか。仙台は魯迅の関係も有り、本来は中国との親和性が他地域よりも高い。仙台をプラットフォーム起点としてネットワーク型で仙台をハブにして仕事を作るといったことも可能ではないか。「札仙広福」と四大地方都市を表現する括りが有るが、コンテンツ産業に関しては、仙台をみても他の 3 都市に比較して、著名な企業活動が少

ない。そのため、東北は他地域から比較してチャンス、素材はあるものの「未開拓の地域」と考えられる。(東北学院大学 柳井雅也教授)

(テレワーク・ワーケーションによる地域との交流事業の取組) (民間企業)

- ・同社が運営する会員向けのテレワーク、ワーケーション/宿泊施設とその利用者向けのイベント等を提供する「リビングエニウエア事業」はテレワークなどでの利活用が進んでいる。当該企業のこの取り組みは、元々福島県の UIJ ターン促進事業として、同社が受託し体験型テレワークとしてコロナ禍以前の3年度前に開始したもの。その可能性を感じた当該企業が独自に各地方自治体等と連携し、翌年度以降事業化し全国に展開している。福島県磐梯町はこの取り組み賛同し、施設第1号となっている。当初はクリエイターを顧客の中心としてスタートしており、クリエイターや彼らの所属する企業等の移住の動機付けの第一段階的な取組としての効果がある。
- ・「定額払って地方に住み放題」のサブスクリプション方式であれば、他の企業も取り組むようになっている。しかし、地元との交流や仕事のマッチングなどの地域コーディネートを他社は行っていない。空き家やゲストハウスの連携だけで、住居や宿泊施設の斡旋仲介にとどまっている。
- ・「リビングエニウエア事業」は「寝泊りできる環境」、コミュニティーマネージャー、テレワーク環境、利用者皆がその施設で集う共有スペースの提供が特徴となっている。この体験でクリエイターら利用者の感覚が刺激になり、地方移住を考えるきっかけになれば良いと願っている。
- ・地域で起業しているはコピーライティングや SNS など、地元不足しているものを個人事業主として役務提供し、首都圏から下田に移住している人であり、本来の目的の成果が出てきている。他も特徴を出したプロジェクトが各地で展開できるようになってきている。

(7-4) 調査に利用する参考文献

- 日本の 2 大コンテンツ ゲームとアニメの制作企業の実態を比較する (経済産業省 経済分析室 2017 年 7 月)
- コンテンツ産業の現状と今後の発展の方向性 (経済産業省商務情報制作局)
- アニメーション制作業界における下請適正取引等の推進のためのガイドライン(経済産業省)
- ゲーム アニメ 制作企業の実像比較 6 権利関係 (経済産業省 2017 年 7 月)
- アニメとゲームの売上正社員比率など(経済産業省 2017 年 7 月)
- 活況を呈する国内ゲームソフト産業;今後の見通し (経済産業省 2017 年 7 月)
- ゲーム産業とアニメ産業の転換点 (経済産業省 2017 年 8 月)
- ゲーム制作はグローバル指向 (経済産業省 2017 年 8 月)
- 知的財産戦略推進事務局 クールジャパン戦略 (内閣府 HP)
- アニメツーリズムの推進 (内閣府)
- 特定サービス産業実態調査報告書 (令和元年 9 月 経済産業省大臣官房調査統計グループ)
- コンテンツの制作活用による地域振興のあり方に関する調査 (国土交通省総合政策局観光地域振興課)
- 第 10 回芸能実演家・スタッフの活動と生活実態調査 (公益社団法人日本芸能実演家団体協議会)
- アニメーター労働白書 2009 (一般社団法人日本アニメーター・出演協会)
- 若手アニメーター育成プロジェクト報告書 (一般社団法人日本アニメーター・出演協会)
- アニメーション制作者実態調査報告書 2015 年 (一般社団法人日本アニメーター・出演協会)
- アニメ業界の現状と課題、支援策とは (一般社団法人日本アニメーター・出演協会代表理事 入江泰浩)
- 「アニメーターはどう働いているのか？」(第 112 回労働政策フォーラム 長野大学 松永伸太郎)
- フリーランサーの働き方 (労働政策研究・研修機構 研究所長 濱口桂一郎)
- 東映動画労組の歴史と労働者としての権利 (労働政策フォーラム 映演労連 全東映労連東映動画労働組合 副委員長 沼子哲也)
- 「アニメ産業レポート 2021」2020 年データ速報 (一般社団法人日本動画協会)
- アニメ制作業界動向調査 (2020 年)、(アニメ制作会社の経営実態調査)、特別企画 (アニメ制作業界動向調査) (帝国データバンク「帝国ニュース」)
- 地方では無理なのか？アニメ産業の・特殊な働き方・ほか (國學院大學 ARTICLES)
- 地方におけるアニメーション産業振興の可能性 沖縄スタジオの事例 (日本地理学会地理科学第 68 巻第 3 号 國學院大學教授 山本健太)
- 東京におけるアニメーション産業の集積メカニズム(日本地理学会地理科学第 80 巻第 7 号 國學院大學教授 山本健太)
- 上海地域におけるアニメーション産業の集積構造 海外依存型企業の事例を中心に(日本地理学会地理科学第 64 巻第 4 号 國學院大學教授 山本健太)
- ソウルにおけるアニメーション産業の集積と特質 国際分業および労働市場に着目して(日

本地理学会地理科学第 60 巻第 4 号 國學院大學教授 山本健太)

- 日本のコンテンツ産業の特徴と立地 (明治学院大学 准教授 半澤誠司)
- ゲーム産業における経営研究の課題と展望(福岡大学田代安彦教授 退任記念号 2020 年 10 月)
- 新しい価値をもたらす消費者の発信行動:コンテンツ産業における消費、支援、伝達、創造活動とその関係性の定量分析 (一小路武安 他)
- スマートフォンゲーム市場の成熟化による製品普及過程の変化 (一小路武安 他)
- 漫画映画からアニメーションへ 自主制作という選択肢 (玉井健也 吉田正高)
- 家庭用ビデオゲーム産業の経済分析 新しい企業結合の視点 (東京大学経済学部助教授通商産業省通商産業研究所特別研究官 2000 年 3 月)
- 東京工芸大学 芸術学部 遠藤雅伸教授 関連論文
 - ゲームのプレイ動画を見る楽しさに関する訂正調査分析.pdf
 - 継続したゲームプレイからの離脱理由.pdf
 - 日本ゲーム文化を理解するゲーム学の手がかり.pdf
- 第 6 回 コンテンツツーリズム (アニメ聖地巡礼) ——イマジネーションとテクノロジーのゆるやかな関係— (web 青い弓, 横浜国立大教員 須川亜紀子)
- 訪れてみたい日本のアニメ聖地 88 (2022 年版) (一般社団法人アニメツーリズム協会)
- アニメツーリズム協会公式 アニメ聖地 88Walker2020 (KASOKAWA)
- コンテンツと地域活性化 日本アニメ 100 年、聖地巡礼を中心に(日本政策投資銀行)
- 「護れなかった者たちへ 事件ファイル (ロケ地マップ)」(せんだい・宮城フィルムコミッション)
- 202201 政策投資銀行マンスリーオーバービュー
<https://www.dbj.jp/upload/investigate/docs/e0cc8e6b60dbf33f6d7138903d57fa88.pdf>
- 20210913 中国ゲーム市場 未成年のゲーム時間制限. (JETORO)
- 20211228 中国ゲーム市場 (JETORO)
- E スポーツを通じた産業活性化調査研究「報告書」(2019 年 3 月) (特定非営利活動法人映像産業振興機構)
- We Know Sendai 仙台から最先端のアニメ制作を 株式会社 MAPPA (仙台市)
- 仙台でゲームを作りたい! 仙台の主なゲーム会社一覧 (<https://game-creators.jp/media/career/211/>)
- 障がい者に向けた新しい就労のカタチ、障がい者就労継続支援 B 型事業所「サブカルビジネスセンター」がいよいよ仙台にもオープン! | 株式会社あるふぁおめがのプレスリリース
- 図解入門業界研究 コンテンツ業界の動向とカラクリがよくわかる本 (秀和システム)
- 図解入門業界研究 アニメ業界の動向とカラクリがよ〜くわかる本 (秀和システム)
- 日経業界地図 2021 年度版 (日本経済新聞社)
- アニメビジネスハンドブック 2013(東京国際アニメフェア実行委員会)
- マチ♡リポ (徳島新聞社)
- 「マチ★アソビ」経済効果等調査分析報告書(徳島県)
- マチ★アソビ ガイドブック 2017-08 関係者用サンプル (大坪英之)
- アニメ・イチバンのまち 再改定版練馬区 (練馬区商工観光課)

- 国内シェア率ほぼ 100%！日本のアニメ業界下支えのトップ「ピー・ソフトハウス」 - (いぐする仙台)
- 「鬼滅の刃」が異次元の興行収入 400 億円突破の可能性は？ (細野真宏の試写室日記 - 映画.com.)
- 鬼滅の刃が歴代興行収入 1 位になりましたがあなたはどうおもいますか. (細野真宏の試写室日記 - 映画.com.)
- 劇場版鬼滅の刃のメガヒットでどの会社にくら利益が出るのか (細野真宏の試写室日記 - 映画.com.)
- テレビアニメ制作と「中央線」の深すぎる関係 (東洋経済オンライン)
- 「日本人なら中国人の 3 分の 1 で済む」アニメ制作で進む"日中逆転"の深刻さ (PRESIDENT Online)