

アニメーション作品における3DCG利用の日中比較

文教大学大学院情報学研究科 准教授 佐野 昌己[†]

Masami Sano[†]

あらまし アニメ (Anime) という単語は、英語圏でも日本風アニメーションを指す言葉として使われるほど、日本のアニメーション (以下 日本アニメ) は国際的に知名度が高い。また、TV において 1 週間に 200 以上の番組が放送される人気コンテンツである¹⁾。しかし、インターネットの普及などメディアの多様化に伴うコンテンツ不足が叫ばれる状況にもかかわらず、制作量は増えるどころか減る傾向にある。その要因を、近年発展著しい中国アニメーション (以下 中国アニメ) における 3DCG 使用の傾向との比較から考察する。

キーワード: アニメーション, コンテンツ, 3DCG

1. はじめに

日本アニメは、1963 年放送開始の「鉄腕アトム」(手塚治虫) 以来、海外の多くの国に輸出され、日本の文化として広く認知されている。特に欧州での人気は高く、フランスで毎年 7 月に開催されるジャパンエキスポでは、近隣諸国からもアニメやマンガ愛好家が多数集まり、イベント全体として 2010 年は 17 万 4 千人もの来場者を集めた。これらことから、経済産業省を中心にアニメやマンガを経済成長戦略、または、文化輸出の軸として促進すべく各種検討がされている。しかし、テレビ放送用アニメは 2006 年に制作分数が 13.6 万分を記録して以降、減少を続けており、2009 年には 10.8 万分まで落ち込んでいる。また、セルビデオ市場においても、ブルーレイメディアの市場は伸びているものの、全体の売り上げは減少している。アニメ市場全体を俯瞰しても、2006 年の 2415 億円をピークに 2009 年は 2164 億円まで落ち込んでいるなど日本アニメの現状は厳しいといえる²⁾。これらの影響からか、アニメビジネスの旗手として注目されていたゴンゾホールディングスやウィーブが、2009 年に上場廃止となっている。

このような日本アニメの現状に対し、中国におけるアニメ産業は、日本と対照的な勢いで拡大している。2011 年 4 月 28 日から 5 月 3 日にかけて中国国際アニメフェアが杭州で開催され、200 万人を超える来場者があったことが発表されている。また、同フェアにおいて、2010 年度に制作された国産アニメは 385 作品 22 万 530 分であり、2009 年よ

りさらに 28 % 増加していることが伝えられた。中国アニメの躍進は、国策としてアニメの発展を推進していることを考慮しなければならないが、アニメの生産においては、量の面においてすでに日本を凌駕していることがわかる。本稿では、かつて世界を席卷した日本アニメの現状を、中国アニメにおける 3DCG の利用との比較から検討する。

2. 日本アニメにおける 3D 導入の特徴

ジョン・ラセター監督が、1995 年に全編を 3DCG で構成した世界初の劇場用長編フル 3DCG アニメーション作品となる『トイ・ストーリー』を公開して以後、米国では全編 3DCG 制作による劇場用アニメーションが次々と制作されている。2000 年以降 2006 年までの間に、米国で年間 1 億ドル以上の興行成績をあげた劇場用アニメーション作品は『Finding Nemo』(2003)、『Shrek2』(2004) など 15 作品を数えることができるまでに拡大している。それに対して、同期間に年間 1 億ドル以上の興行成績をあげた劇場用 2D アニメーション作品は 2002 年公開の『Lilo & Stitch』が唯一みられるのみである³⁾。それ以後も、2010 年における興行収入第一位『トイ・ストーリー 3』や、『カールじいさんの空飛ぶ家』(2009) など 3DCG を利用したアニメーション大作を挙げればきりが無い。

日本アニメにおいても『アップルシード』(2004)、『ホットタラケの島 ~ 遥と魔法の鏡 ~』(2009) など 3DCG 使用を使用していることを前面に出す作品も複数存在する。しかし、これらの作品においてさえトゥーンシェイディングを使用して 2D 風に見せているものが多い。その他アニメ作品においても、作品中の乗り物や背景描画に 3DCG 画像を利用することは一般的になっているが、伝統的 2D アニメの雰囲気や壊さない努力がされている。この理由として日本アニメが 2D で成功していることが考えられるが、さら

2011 年 6 月 30 日受付

[†] 〒 253-8550 神奈川県茅ヶ崎市行谷 1100

sano@shonan.bunkyo.ac.jp

[†] Graduate School of Information and Communication,
Bunkyo University

に増田弘道は次のように述べている。

ディズニーでは3Dアニメに移行する際に2Dアニメのアニメーターを大量に解雇した。しかしながら、日本では契約制とは言え労使関係がウエットであり、長年貢献のあったアニメーターを解雇するような方策はなかなか取り難い。それもあってか、現行の2D制作会社がシステムを本格的に切り替えて3Dに参入するケースは見られない⁴⁾。

日本アニメにおいては、世界規模で公開される作品の大半が3DCG作品である現状にもかかわらず、3DCGを導入する場合においても、伝統的2Dアニメ表現を守ることに力が注がれている。

3. 中国アニメにおける3D導入の特徴

中国におけるアニメ制作は、国家による振興策の助けもあり、近年著しく発展を遂げている。青崎智行によれば、中国全土で15のアニメ基地と4カ所の教学基地が設置され国から制作費などの直接支援や施設を安く貸し出すなどの間接支援が行われている⁵⁾。さらに、アニメ制作会社を温家宝首相が自ら視察するなど、物・金だけでなく政治の後押しもあり、本格的な力の入れようが伺える。国家広播電影電視総局 金徳龍の2007年の発言によれば「国家教育部の統計によれば、現在全国には447の高等院校（高等教育機関）が動画専門を設置しており、1230の高等教育機関が、何らかの形で動漫とかかわるような学系を開設している」など、人材面で層が厚いのが中国アニメの特徴である。このような豊富な人材、資金の後押しにより、中国アニメの制作量は著しい増加を見せている。

もちろん、中国アニメの発展要因に長期にわたる日本アニメ制作の下請けをしてきたことを忘れることはできない。また、日本アニメを見て育った若者が、アニメに憧れて制作を志す実態もある。しかし、現代の中国アニメは日本アニメを模倣するだけではなく、ハリウッド作品の特徴を組み入れ世界市場を対象とした制作がなされているのが特徴だ。その傾向を3DCGの使用から窺い知ることができる。

中国アニメにおける3DCGの使用は、日本アニメのようにトゥーンシェイディングを施し2Dのように見せているもの、ハリウッド作品のように3DCGであることを前面に見せるもの、さらに、日本の特撮映像作品で俳優と3DCGを組み合わせているものをすべて3DCGで表現するなど多様性がある。中国アニメの制作量が莫大であるように、制作されるアニメの制作手法も多岐にわたるが、概して合理的理由から制作手法の選択が行われている。それが、3DCGの積極的な使用に現れている。

4. 3DCG利用の日中比較

すべての芸術作品や商行為と同様、中国で制作されるアニメのすべてが成功しているわけではない。しかし、作品

の制作戦略が日本アニメと異なる。それは、売れるアニメを作るという目的において明確である。日本アニメも利潤を上げることが目的として制作されていることは間違いない。しかし、日本アニメの多くがTVの1クールに対応する11~13話程度で構成されているのに対し、中国では、世界市場が求める50話以上を想定して作られることが多い。企画の段階から大きな市場を意識することで、大きな成功を目指すのである。それに対して、日本アニメは企画の時点から世界市場に参入することを考慮していない。

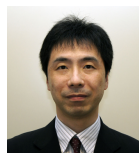
この戦略の違いが、3DCG活用の差を生んでいると考えられる。話数が多くなれば制作の効率を意識する必要があり、3DCGの導入は必然的に必要となる。逆に、3DCGによるアニメ制作は、キャラクターや舞台のモデリングなど話数の多い少ないに関係なく必要となる初期の工程が必ず存在することから、話数が少ない場合は相対的に非効率だ。3DCGの積極的な利用は、3D風作品を作ることを意図しているばかりではなく合理的な思考の結論として導入されているのである。実際、中国のプロダクションでは、独自の3DCG作品を作る傍らで、日本からの2Dアニメの下請け作業をしていることも珍しくない。

5. おわりに

日本アニメが世界的に高い知名度を持つことは事実である。また、ライトノベル、マンガ、そしてアニメ、さらに映画の連携がうまく機能していることが日本におけるアニメ制作の特徴であり、他国と比較して日本アニメの強さとなっている。しかし、アカデミー賞を初めとする世界に数あるコンテストに日本アニメが名を連ねることは近年希であるのが現状だ。それに対して中国アニメの躍進は目を見張る物がある。現時点で世界市場の中で日本アニメと中国アニメの成功を比較することは難しいが、中国が明確な目的を下にアニメを制作していることから、世界市場においても躍進する可能性が高い。世界市場が3DCGを中心に制作されている実情を、日本アニメもいまいちど検討する必要があるだろう。

〔文 献〕

- 1) 佐野昌己『急速に進展する3DCGと日本のアニメ』名古屋商科大学論集, Vol.53-2 pp105-115, 2009.
- 2) 電通総研『情報メディア白書2011』ダイヤモンド社, 2011.
- 3) 佐野昌己『3DCG使用法の差に起因するアニメと非アニメの境界線の考察』名古屋大学大学院国際言語文化研究科『メディアと文化』第4号, 129-143, 2008.
- 4) 増田弘道『アニメビジネスがわかる』NTT出版, 2007.
- 5) 青崎智行『コンテンツビジネス in 中国』翔泳社, 2007.



さの まさみ
佐野 昌己 1965年生まれ。名古屋大学大学院国際言語文化研究科国際多元文化専攻博士課程後期課程修了。博士(学術)。2009年4月より文教大学情報学部に着任。2011年4月より大学院情報学研究科情報学専攻准教授兼任。3DCG、アニメーションなどが専門。文教大学大学院情報学研究科情報学専攻では、「CG・アニメーション特論」を担当。