

日本アニメーション産業の発展要因
ーイノベーションのジレンマ論等に基づく分析ー

安達 明久（新潟産業大学）

チェ ゲン（新潟産業大学大学院）

日本のアニメーション産業は、第 2 次世界大戦後に急成長を遂げ、当時アニメ産業を創出し主導していた米国を凌ぐまでに成長、現在では、アジア・欧州において多くの日本版アニメの愛好者を擁するなど、世界的規模で展開する我国重要産業の一角を占めるに至っている。

本研究は、既存の我国アニメ産業の成功要因に関する研究成果を踏まえて、その要因を C. クリステンセンの「イノベーションのジレンマ論」等を基に再構成し、何故、後発弱小企業の集合体に過ぎなかった我国アニメ産業が、当時世界に君臨していた米国アニメ産業を猛追し、現在の世界的な地位を獲得するに至ったのか、その要因を科学的に明らかにすることを目標としている。結論は次の 3 点である。

①戦後の米国アニメ産業は、映画向け高品質アニメに固執し、当時急成長を遂げつつあったテレビ・アニメや雑誌アニメへの対応を怠った。そこに後発弱小の存在であった日本アニメが新規展開する余地が存在したことが第 1 の成功要因として指摘できる。これは、イノベーションのジレンマの典型事例である。

②日本アニメ産業が、上記のテレビ・アニメの拡大に対応するにあたっては、テレビ局を中心に、クリエイター（例 手塚治）、声優提供企業などの弱小関係企業がネットワークを構築し、各々がアニメ作成工程を分業しリスクを分散する「日本型アニメ作成方式」を独自に開発、当時米国アニメの巨大企業であったディズニーに互すことのできる競争優位を確保することが可能となったことが第 2 の成功要因である。これは、M.E.ポーターの「産業クラスター論」の典型的事例である。

③さらに、日本のアニメ産業は、米国アニメが重視していた「正義、友情、成長、成功」といった合理的で明快単純化された価値観を尊重しつつも、日本独特の価値観である「非合理性・状況依存性」といった人間の多様な感情的側面や一見非合理とも思える行動の背景にも焦点を当てたコンテンツ、「日本的・アジア的」価値観に基づくコンテンツを志向した。これが、合理性・明快性を重視する米国型とは異なる価値観を有するアジアや欧州などにおいて、多くの視聴者の共感・賛同を得る結果となったことが第 3 の要因と言える。この様な米国、日本、アジア諸国、欧州諸国の文化的価値観の相違・特徴については、オランダの G.Hofstede や F. Trompenaars などによって戦後展開された「ビジネス文化の定量的国際比較」の研究成果からも確認することができる。|