

**練馬区アニメ企業誘致および
産業集積等に関する調査報告書**

平成 22 年 3 月

練馬区

目次

はじめに	本調査の目的	1
1	練馬区のアニメ産業を取り巻く動向	2
(1)	わが国のアニメ産業の動向	2
(2)	わが国のアニメ業界の特徴と課題	10
(3)	練馬区におけるアニメ産業集積と振興への取り組み	17
2	アニメ企業・アニメーターの立地環境	23
(1)	調査の概要	23
(2)	アニメ制作会社の立地環境	24
(3)	アニメーターの所在地	37
3	国内外のアニメ・映像コンテンツ企業誘致方策事例	42
(1)	事務所の開設・運営に係る費用補助	43
(2)	インキュベーション施設の設置	50
(3)	企業のマッチング	53
4	練馬区のアニメ関連産業集積の特徴、展望と課題	55
(1)	練馬区のアニメ産業集積の特徴と展望	55
(2)	事業者意向等を踏まえた、練馬区アニメ産業集積促進の可能性と課題	56
5	練馬区におけるアニメ関連産業集積強化に向けて	63
(1)	集積強化のために目指す方向	63
(2)	集積強化に向けた取り組み方針	67
6	練馬区におけるアニメ関連産業集積強化の施策	68
(1)	事業所集積の向上に向けた支援	68
(2)	集積を活かした新たなビジネス展開に向けた支援	70
(3)	持続的な集積成長のための人材育成に向けた支援	71
(4)	集積による新たな展開に向けた支援	72
(5)	新たなビジネスモデル創出の場として考えられるモデル地区の整備	73
(6)	事業推進にむけて	74

はじめに 本調査の目的

練馬区は、日本のアニメ産業発祥の地であり、現在も区内には約90社のアニメ制作関連会社があり、国内最大の集積地となっている。一方、アニメ、マンガ、映画、ゲームなどに代表されるコンテンツ産業は、情報通信技術の進展などを背景として、国際的にも今後の成長が期待されている。

そこで区は、このアニメ産業集積を重点産業として戦略的に強化することにより、地域経済全体に波及効果をもたらし、区内産業全体の活性化を図るとともに、区民の地域への誇りを醸成することを目的として、「練馬区地域共存型アニメ産業集積活性化計画」を平成21年1月に策定した。

については、区内外のアニメ関連事業者からのアンケート調査などを通じて、区内企業の定着および区外からの企業誘致の手法に関する調査・検討を行い、アニメ産業集積強化に向けた取り組みのための基礎資料とする。

1 練馬区のアニメ産業を取り巻く動向

(1) わが国のアニメ産業の動向

アニメ関連事業者の集積状況

わが国のアニメ関連事業者の企業数について、平成 18 年度（以下、本調査では原則として元号を用いるが、海外の状況等に際しては一部西暦を用いる）に実施された中小企業基盤整備機構調査によれば、全国 626 社のうち東京都に 8 割の 497 社が集積している。さらに、東京都の中でも練馬区が 94 社（全国の 15%）と最大の集積を誇り、隣接の杉並区の 75 社とあわせると全国の 1 / 4 超を占める。練馬区はわが国のアニメーション発祥の地であり、歴史ある企業（虫プロダクション等）や、日本のアニメーション業界を代表する大手企業（東映アニメーション等）も立地しており、アニメ産業集積の一大拠点となっている。

一方で、他の道府県では、第 2 位の大阪府でも 21 社にとどまり、まさに一極集中の状況となっている。

図表 1-1 市区町村別 アニメ関連企業数

都道府県別内訳

都道府県名	企業数
北海道	6
青森県	1
宮城県	4
山形県	1
福島県	4
茨城県	4
栃木県	1
千葉県	8
埼玉県	17
神奈川県	12
東京都	497
新潟県	3
長野県	5
富山県	3
石川県	2
福井県	2
静岡県	1
愛知県	10
京都府	5
大阪府	21
兵庫県	1
広島県	3
岡山県	1
鳥取県	2
島根県	3
徳島県	1
福岡県	5
大分県	1
熊本県	1
鹿児島県	1
合計	626

東京都内訳

東京都内訳		企業数	
西東京市	25	練馬区	94
武蔵野市	20	杉並区	75
三鷹市	10	新宿区	44
国分寺市	10	渋谷区	43
小金井市	7	港区	30
小平市	5	中野区	22
東久留米市	5	世田谷区	13
調布市	3	千代田区	13
府中市	3	豊島区	11
昭島市	3	中央区	9
東村山市	2	品川区	9
多摩市	2	板橋区	5
八王子市	2	目黒区	4
狛江市	2	台東区	3
清瀬市	2	大田区	3
町田市	2	江東区	2
国立市	1	文京区	2
立川市	1	荒川区	2
稲城市	1	墨田区	2
あきる野市	1	足立区	1
日の出町	1	葛飾区	1
多摩地区小計	108	江戸川区	1
		23区小計	389

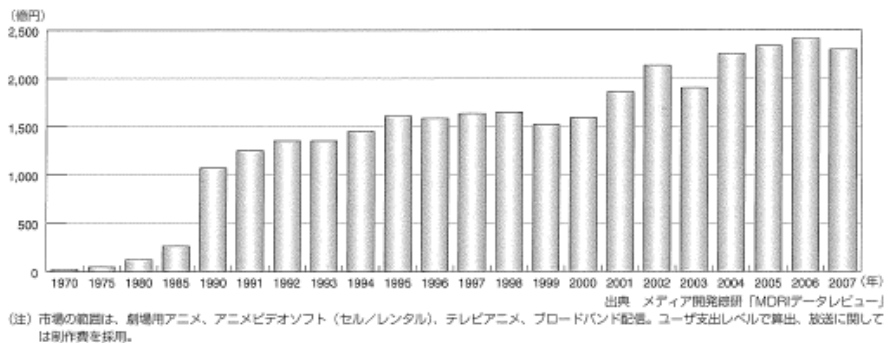
出典：(独)中小企業基盤整備機構「平成 18 年度 ナレッジリサーチ事業コンテンツ産業の方向性に関する調査研究（アニメ制作会社の現状と課題）」

国内アニメ市場の動向

国内のアニメ市場の規模は平成 19 年で約 2400 億円である。近年のわが国の経済の低迷下も含めて長らく拡大傾向にあったものの、平成 19 年は前年を下回った。

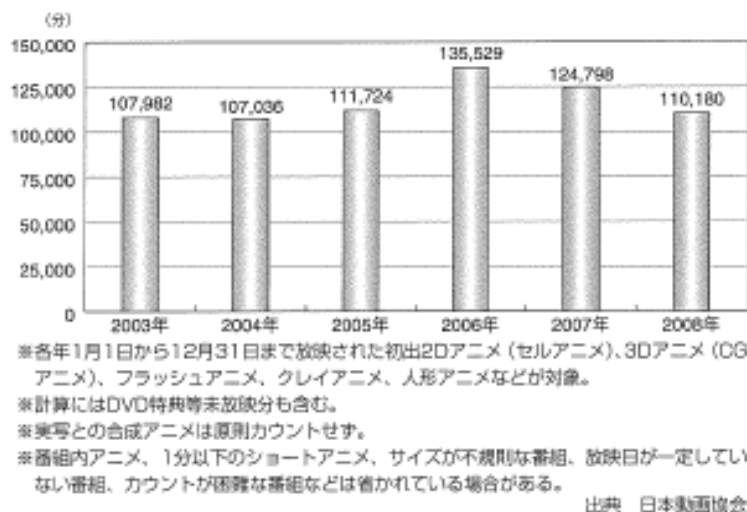
特にメインマーケットである国内テレビアニメ市場が平成 19 年から縮小に転じていることが大きい。こうした背景には、経済全体の不況からくるものや、主たる市場であるこどもの減少、テレビ離れなどが指摘されているが、アニメの原作ともなっているマンガの販売部数も減少傾向にあることから、長期的な市場縮小の傾向に陥っていると懸念される。

図表 1-2 国内アニメ市場規模の推移（ユーザー支出ベース）



出典：デジタルコンテンツ白書 2009 (財)デジタルコンテンツ協会)

図表 1-3 国内テレビアニメ放映分数の動向

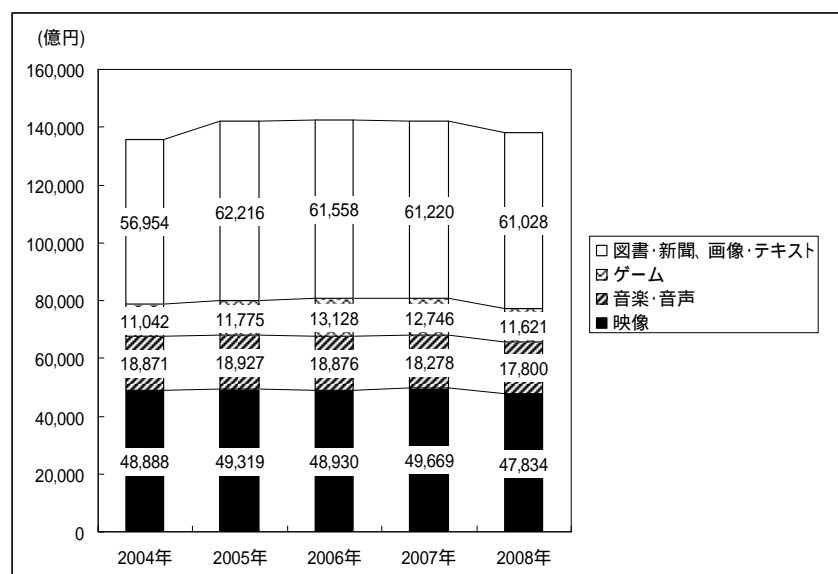


出典：デジタルコンテンツ白書 2009 (財)デジタルコンテンツ協会)

また、テレビアニメ以外の、OVA¹市場やゲーム市場も成熟化してきており、携帯コンテンツも過当競争となっていることからVOD²等のインターネットを介した新たな流通経路による消費者直販等、新たな市場を介するビジネスモデルの確立が、急務となっている。

ただし、平成18年からの市場規模の減少は、アニメに限らず、他の映像や音楽・音声、ゲーム等を含むコンテンツ産業全体に共通の傾向となっている。それまで拡大一途であったわが国のコンテンツ市場は平成18年をピークに減少に転じ、平成20年は約13兆83百億円となった。アニメ産業の市場規模はコンテンツ産業全体の約2%弱であるが、わが国のコンテンツ産業全体が、転換期を迎えているといえる。

図表 1-4 コンテンツ分野別市場規模の推移



資料：デジタルコンテンツ白書 2009 (財)デジタルコンテンツ協会)

一方、テレビアニメ市場の縮小が進む中、アニメ産業においては、テレビ以外の媒体への展開やキャラクター権利等の利活用が模索されてきている。

従来資産を活用できる大手企業では、VOD等による非資産・時間消費型の作品制作へシフトをすることが考えられ、また、キャラクター力・企画力のある企業では、企画・制作分野への新たな展開も模索されている。その例として、小作品アニメ(「やわらか戦車」、観光地PR用アニメ「富山観光アニメプロジェクト」等)市場などの顕在化もあり、メディアの多様化に即したアニメーションが生まれてきている。

¹ OVAとは、オリジナル・ビデオ・アニメーションの略。劇場上映やテレビ放映をするのではなく、DVD等のソフト販売を一次利用とするアニメーションのことを言う。

² VODとは、ビデオ・オン・デマンドの略。視聴者が閲覧したいときに映像を観ることでできるサービスのことを言う。

また、分野類似性が高いとみられるゲーム、エンターテインメント（パチンコ）等への展開や、コンテンツ産業³としての新たな需要開拓として双方向情報提供ビジネスも模索されてきている。例えば、カーナビゲーションにアニメキャラクターを搭載させた双方向情報提供サービス事業（図表 1-5 参照）や、docomo社の携帯電話のサービスとして「i コンシェル」（図表 1-6 参照）で、ご当地キャラクターにアニメキャラクターを利用している事例もある。

図表 1-5 アニメーションのカーナビへの適用



出典：MAPLUS ホームページ

図表 1-6 NTTdocomo 社ご当地マチキャラパスポート



出典：NTTdocomo ホームページ

³ デジタルコンテンツ白書 2009 によると、「コンテンツ」とは、様々なメディア上で流通する「映像、音楽、ゲーム、図書」など、動画・静止画・音声・文字・プログラムなどの表現要素によって構成される“情報の内容”であると定義されている。本報告書における「コンテンツ産業」は、前述の「コンテンツ」に係わる産業のことを言う。

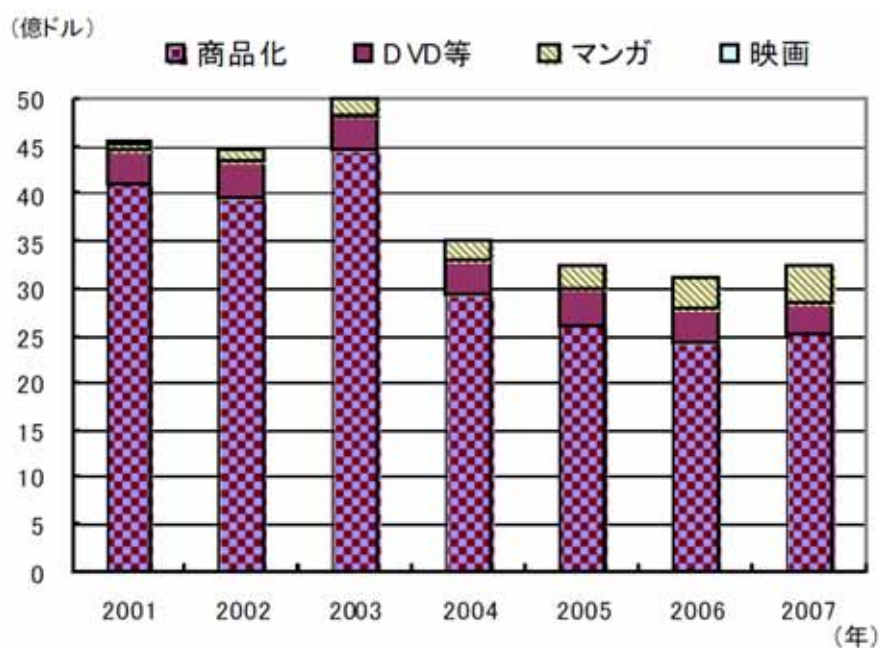
海外市場への展開

海外へのアニメの輸出は、当初予想より拡大には至らなかった。米国における日本アニメの関連市場を見ると、国内アニメ作品の輸出は2003年（平成15年）頃をピークに縮小に転じている。米国における日本アニメ関連市場では、最大の売上高を誇っている商品化の売上げが減少し、縮小傾向にある。また、DVDやマンガ市場がわずかに存在するものの、映画としての市場はほとんど顕在化していない。

海外へのアニメの輸出が拡大しなかった理由は、デジタルコンテンツ白書2009によると、ビジネスモデルが海外現地企業にライセンスを提供する形になっていたこと、市場構造の変化、海外諸国における海外アニメーション放送への規制等、があった。

さらに、国内外では公開に時差が発生するため、違法アップロード⁴等が行われていることも海外市場展開の足かせとなっている。この対策として国内外同時放映をすることによって、違法アップロードが発生する原因を抑制する取り組みも始まっており、抑制につながっている。

図表 1-7 米国における日本アニメ関連市場



出典：経済産業省「neo anime 産業のビジネスモデルに関する調査研究」

⁴ 違法アップロードとは、著作権法において保護される著作権物のデータを、私的利用以外の目的で、コンピューターネットワークを通じてサーバコンピューターに転送することを言う。

一方、コンテンツ産業全体における海外輸出をみると、ゲームソフトが増加傾向にあり 2008 年（平成 20 年）で 7230 億円である一方、映画等の映像は伸び悩んでおり、その規模も約 7 千万ドルとゲームソフトに比べ二桁小さいものにとどまる（わが国の各税関長公示の 2008 年の年平均円ドルレート 104.23 円 / ドルで換算すると、約 74 億円）。

既存商品の海外輸出や海外向けの新作の製作等、海外市場にむけた展開の可能性はあるが、コンテンツ産業全体を見ても権利関係や放送コード⁵の違い等でハードルがあることが分かる。

国内市場が伸び悩む中、転換期を迎えつつあるコンテンツ産業全体においても、新たなビジネスモデルの構築と海外市場の獲得が急務となっている。

図表 1-8 コンテンツ関連の海外輸出データ

		2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
ゲーム	(億円)	2,532	2,255	1,993	2,327	2,528	3,269	5,600	7,230
	2001年を1とした値	1.00	0.89	0.79	0.92	1.00	1.29	2.21	2.86
映像	(百万ドル)	81	70	70	61	73	64	66	71
	2001年を1とした値	1.00	0.87	0.86	0.75	0.90	0.80	0.82	0.88

注：ゲームはゲームソフト出荷額（社団法人コンピュータエンターテインメント協会）。映像は映画輸出実績（社団法人映画製作者連盟）。

資料：デジタルコンテンツ白書 2009

⁵ 放送コードとは、テレビやラジオ等のメディアを有する放送局がそれぞれ定める放送基準、あるいは基準のことである。

アニメ関連産業への期待と振興への取り組み

わが国経済が停滞する中であって、国においても、アニメ関連産業を成長分野、重点産業と位置づけて各種振興策が徐々に講じられてきている。また、アニメ産業が集積した東京都や杉並区においても支援施策が展開されてきている。ただし、基礎自治体レベルではアニメ産業に限定した振興策はあまりなく、杉並区が唯一取り組んでいる基礎自治体であるといえる。さらに、国や都、杉並区等の振興策の担い手として、アニメ制作会社が多数加盟している「一般社団法人 日本動画協会」もある。日本動画協会においては、施策の実行主体としての役割以外にも、協会が主催する自主事業も行っており、様々なアニメ産業振興の取り組みを行っている。

■経済産業省

経済産業省では、「新産業創造戦略」を策定しコンテンツ産業を先端的新産業分野と位置づけコンテンツ産業の支援を行っている。コンテンツ産業の国際展開を加速すべく、平成 19 年度以降「JAPAN国際コンテンツフェスティバル」を実施しており、東京国際映画祭(TIFFCOM)を中心に、映画、アニメ、ゲーム等のイベントを一定期間に開催し、総合的な発信の場を整備している。また、人材育成についても同時に支援策を実施しており、アニメ制作のコアとなる原画マン人材を発掘・育成事業として、現役の作画監督の関与のもとで、技能評価試験や研修講座などの企画・立案・実施を行っている。

■東京都

東京都では平成 19 年 3 月に策定した「産業振興基本戦略」でコンテンツ産業を重点産業と位置づけている。

アニメ産業については「東京国際アニメフェア」「アニメアーカイブ事業」を実施したり、「産業人材育成(アニメ高度化支援事業)」として、教育機関や制作会社等と連携し、クリエイターのスキルスタンダードを策定することでアニメの高度化を進めており、平成 20 年 12 月には「アニメの教科書」を発行した。

また、平成 20 年 7 月には旧労働資料センターの建物を活用して、コンテンツ関連産業に特化した創業支援施設「東京コンテンツインキュベーションセンター」を開設した。

■杉並区

練馬区と隣接した杉並区においても、アニメ産業を重要な地場産業として位置づけ、平成 12 年度より「アニメの杜すぎなみ構想」を掲げてアニメ産業の発展支援に取り組んでいる。具体的には、「杉並アニメーションミュージアム」の設置、「アニメーションフェスティバル in 杉並」の実施や人材育成のための「杉並アニメ匠塾」、商店街など

と協力した関連イベントや講座などを開催している。

特に、「杉並アニメ匠塾」は、次世代のアニメーターに向けた人材育成事業として、志望者を6カ月間、アニメの製作現場に研修派遣するものである。平成20年度も14名の志望者と7名の修了者の実績があり、修了者については概ね派遣先のスタジオにアニメーターとして就職している。

■日本動画協会

平成14年5月、アニメ制作企業20社の加盟によって設立された日本動画協会は、アニメーション製作の新技术の開発、マーケット情報の収集と発信、各種付加価値の創造、著作権保護の研究と実践、人材の育成、さらに諸団体との協力・調整やアニメに係わる様々な協同研究に取り組んでいる。

また、先述の経済産業省の「アニメコア人材育成事業」の実施や、東京都の「東京国際アニメフェア」・杉並区の「杉並アニメーションミュージアム」の運営等、振興策の担い手として事業に取り組んでいる。この他、「東京アニメセンター」、「アジア・パシフィック アニメ国際会議」等、主催事業を実施している。

(2) わが国のアニメ業界の特徴と課題

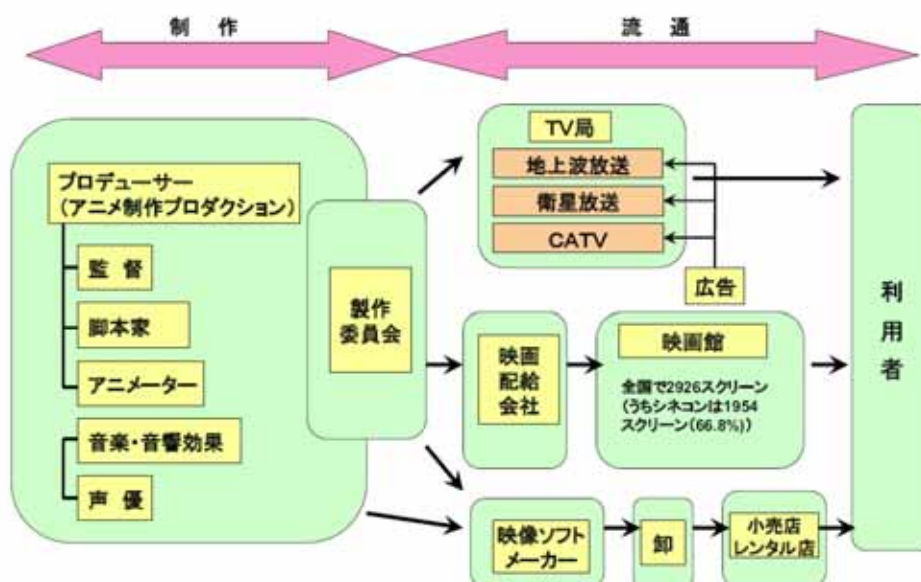
わが国のアニメ産業の業界構造と課題

わが国のアニメ業界の構造を見てみると、制作部門と流通部門に大きく分かれる。

流通を見ると、テレビアニメの場合は、アニメ制作会社が制作したテレビアニメをテレビ局が放送する。また、映画の場合には、映画配給会社、映像ソフトメーカーが買い取り、アニメ映画作品を映画配給会社が映画館に配給し上映する。DVD等のパッケージ商品の場合には、映像ソフトメーカーが卸して、レンタル店や小売店等に並ぶ。

制作を見ると、アニメ制作会社はテレビ局や映画配給会社、映像ソフトメーカーからアニメーション制作を受託し、プロデューサーのもと、アニメーション作品を制作する。

図表 1-9 国内アニメ産業の業界構造

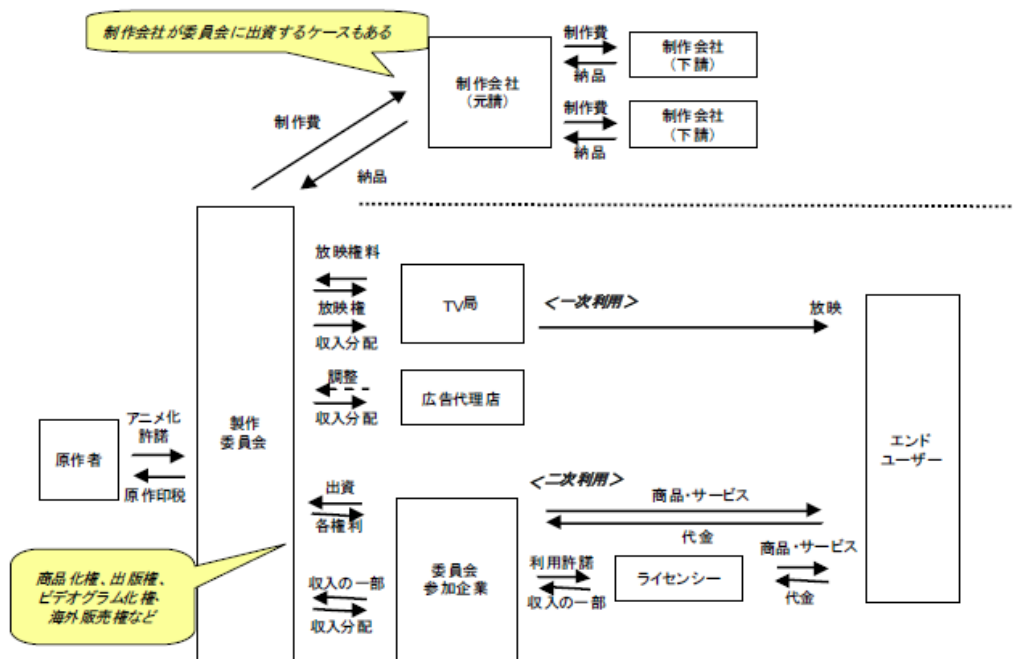


出典：経済産業省資料

アニメ制作における資金調達の方法として、従来のアニメ作品はテレビを中心に放映されていたため、テレビの放映権料がほとんどであった。ところが、近年、映画や携帯電話、インターネット、DVD等、メディアの多様化が進んだことで、製作委員会方式での作品制作が増えてきている。

製作委員会方式では、テレビ局や広告代理店、アニメ制作会社等がアニメーション制作に対して資金出資することで、その割合に応じて権利を確保できる方式となっている。この方式の採用により、従来はテレビの放映後は放映権等の著作権が制作会社のものとなっていたが、著作権は製作委員会に帰属するようになった。

図表 1-10 製作委員会方式のしくみ

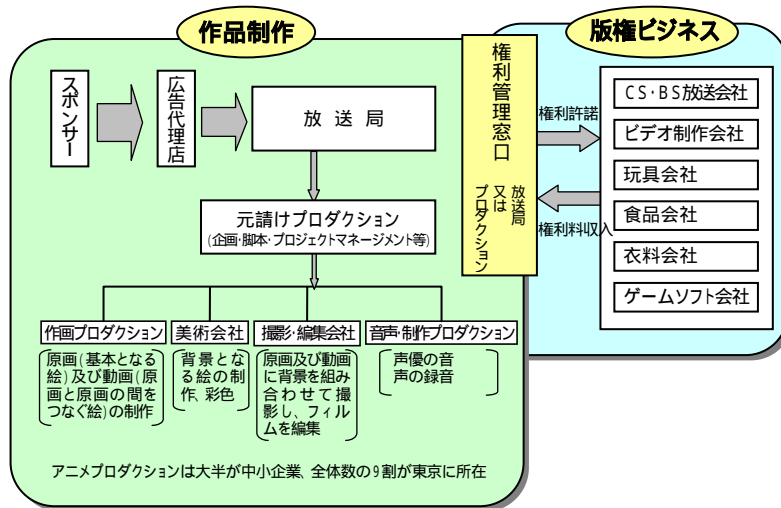


出典：経済産業省「neo anime 産業のビジネスモデルに関する調査研究」

しかし、資金力が弱く製作委員会への参加ができないアニメ制作会社も多く、アニメ制作会社に権利が帰属しない状況が生まれている。こうした点を踏まえ、アニメ制作会社においては資金面での強化も含め、著作権ビジネス、海外市場への展開などにむけて、基本的な契約や権利、財務など、経営に関するノウハウに精通した人材確保等による体制強化が必要となっている。

一方、アニメ作品の制作では、受託者が元請プロダクションとなり、元請プロダクションが下請プロダクションに発注する下請け構造が常態化している。元請プロダクションは、制作を受託し、その一部を下請プロダクションに依頼し、受領した制作費から支払う。経済産業省資料によると、実際の製作に係る経費は、1000～1300万円程度とされる。その他には、元請プロダクションが、管理手数料などを控除して制作すべてを下請プロダクションに委託する場合もある。

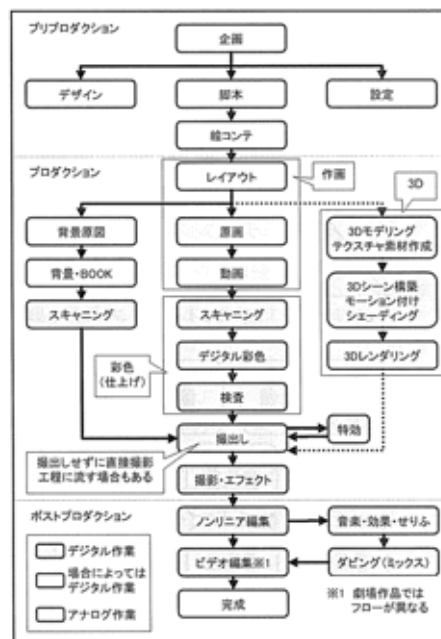
図表 1-11 アニメ制作における下請け構造



資料：経済産業省資料をもとに作成

アニメーションの制作環境は、細分化された分業システムで構成されている。制作を担当するプロダクションの元、各工程は個人や個人グループ単位での受発注などで成立しており、工程毎の分業パターンがさらに細分化されている構造になっている。

図表 1-12 アニメ制作の工程



出典：デジタルコンテンツ協会「アニメーション制作における物流管理等に関する実態調査」

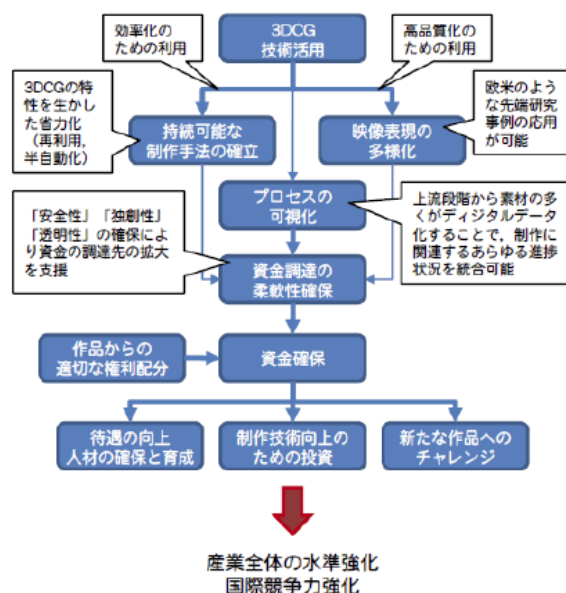
アニメーション制作で最も人数を必要とする作画（原画・動画等）段階において、日本のアニメ制作会社では必要な人材の雇用は行わず、特にフリーのアニメーターに依存する側面が強い。そのため、アニメ制作会社とフリーのアニメーターの間には、下請けの発注・受注の関係が生まれる。アニメーターは、基本的に制作会社のスタジオ（作業場）での引き入れ外注として作業するほか、個人の住宅兼事務所等で、業務毎に仕事を請け負って作業を行う。

アニメ制作会社の多くは、テレビ放映アニメーションを制作しているが、日本におけるテレビシリーズ作品は、制作開始から放映開始までの期間を十分に確保できないことが多く、スケジュールに余裕がない場合が多い。その対応として、アニメ制作会社が、多くの下請け先に広く薄く発注したり、海外発注をする傾向があり、アニメ制作会社において、多く工程のスケジュール進行管理を余儀なくされている。さらに、急なスケジュール変更への対応として、製作現場において深夜に及ぶ作業をすることも多く、自動車での移動も多い。

また、昨年来の制作費削減の中で、制作会社の体力が急速に弱まり、低コスト化は必須となっているため、制作費削減のしわ寄せは小規模零細や個人アニメーターへの発注額の低下という方向につながっている。こうした中、規模効率追求のため、分社化していた会社を統合する業界再編の動きもある。

さらに、近年ではCG等の技術革新を活用して、高品質で低コストな番組制作への取り組みもすすめられている。

図表 1-13 3DCG⁶の利用によるアニメ産業強化



出典：経済産業省「neo anime 産業のビジネスモデルに関する調査研究」

⁶ 3DCGとは、コンピュータを用いて作成するアニメ等の画像について、描画物の立体形状情報を入力、平面画面上に投射することで、より立体感のある陰影等を表現したり、描画物の向きの変更や、描画物に対する視点を変更させることができる。

アニメ・クリエイターの動向

アニメやCG⁷等の産業では、個人のブランド力が高く、企画力、資金調達力、制作、発表を個人の名前で実質的に完結させる、アーティスト型のクリエイターが存在する。彼らは個人事務所を中心に、自社ブランドやキャラクターを保有し、自らの名前で、冠番組を放送したり、アニメーションを制作、発表することができる。また、サンライズやスタジオジブリに所属するアニメ映画監督のように、大手制作会社の中にあって、実質的に個人の名前でアニメを制作・発表できる人物も存在する。

アニメ市場が成熟する中で、個人の名前でアニメーションを制作・発表するクリエイターは、海外市場でも評価され、近年では海外における映画賞等で表彰されるほか、映画上映等されるケースが増えており、国際的な評価も高まっている。

個人単位で活動するアーティスト型クリエイターは、基本的に自らが現場等に出向き、スタッフとの折衝や制作、クライアント等との打合せ等を行わなければならない、自ら活動の拠点としているテレビ局や制作会社の近隣に、個人事務所を構えているケースが多い。一方で、彼らは自らの名前ブランドが持つステータスを十分に理解しており、アニメやCG等の世界での成功体験や理想的なライフスタイルを追求する傾向もみられる。すなわち渋谷区や港区など都心区や、所属する制作会社の近隣に個人事務所や個人の活動拠点を有しているが、生活環境面で魅力ある臨海部や内陸部の自然環境に接することができる住宅を拠点にするケースもみられる。

いずれにせよ、クリエイター本人によると、自らの創造性を触発する機会に満たされている場が理想とされ、触発する仲間や周辺環境（自然や都市的魅力）のある場に立地する傾向が強い。

ここ数年都心3区から活動の拠点を移転したクリエイターのなかには、港町の魅力にあふれ、アニメーションの制作・撮影に適したスタジオ機能を併設する横浜市内の臨海部（関内・桜木町地区）に移転したケースや、快適な子育て環境と創作意欲の向上を求めて、都心の地下鉄と直結した私鉄沿線に移転した例がある。

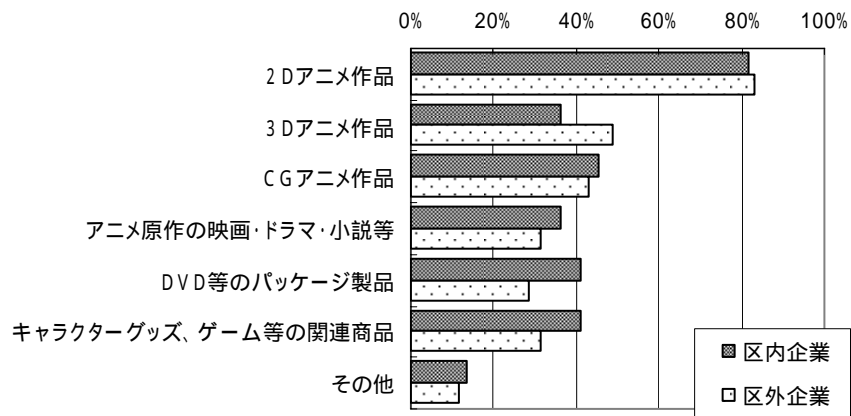
⁷ CGとは、コンピュータグラフィックスの略で、コンピュータを用いて画像を作成すること。

アニメーション企業の今後の事業展開意向

練馬区内外企業へのアンケート（詳細後述）からアニメーション事業者の今後の事業展開意向についてみる。

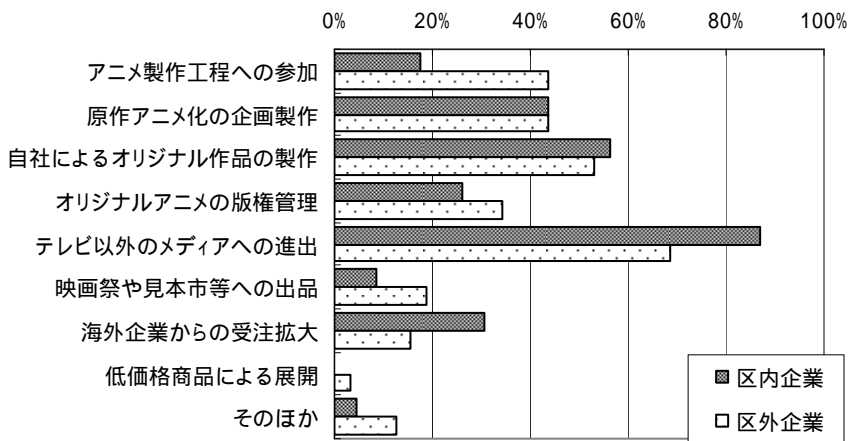
今後の製品・サービスとしては、従来からの「2Dアニメ⁸作品」を中心に「3Dアニメ⁹作品」や「CGアニメ作品」等、多様な作品の制作を検討している。

図表 1-14 今後の製品・サービスとして考えるもの



今後のビジネス展開としては、テレビアニメの不調を受けてか、多くのアニメ制作会社では「テレビ以外のメディアへの進出」も模索している。

図表 1-15 今後のビジネス展開として考えるもの

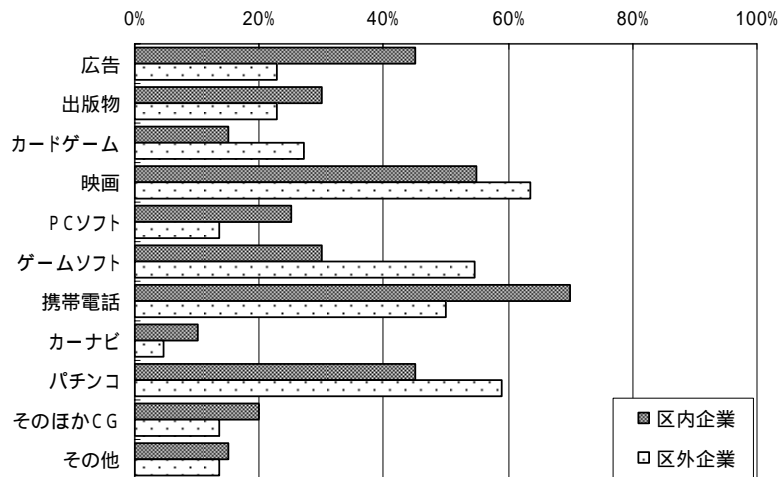


⁸ 2Dアニメとは、セル画やCG上に描画物を描いて制作するアニメーション

⁹ 3Dアニメとは、3DCGを用いることで、より立体感をリアルに表現したり、描画物や映像の視点を自由に変更して制作するアニメーション。最近では画面上に特殊効果を施して、特殊フィルターの眼鏡等を用いて、描画物が立体にみえるようなアニメーションをいう場合がある

テレビ以外に具体的に展開が考えられるメディアとしては、「携帯電話」「映画」「パチンコ」等、多様なメディアが模索されている。

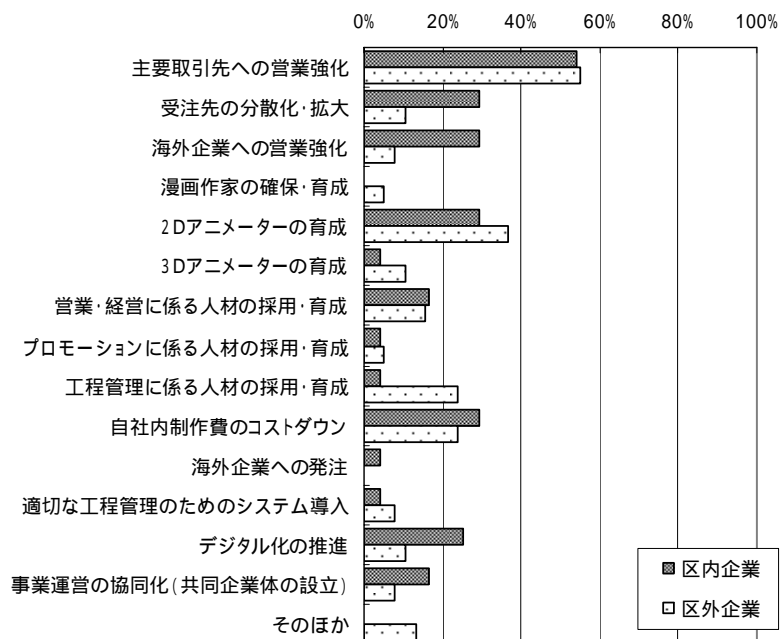
図表 1-16 テレビ以外に具体的に想定しているメディア



一方、今後優先的に取り組む課題としては、半数以上の企業が「主要取引先への営業強化」を挙げており、取引先は従来どおりのまま、新たなメディア・分野への対応を進めていく意向が読み取れる。

また、「2D アニメーターの育成」「自社内制作費のコストダウン」等、自社内での課題解決に向けた人材育成やコストダウンに取り組もうとしている。

図表 1-17 今後優先的に取り組むべき課題



(3) 練馬区におけるアニメ産業集積と振興への取り組み

先述のとおり、練馬区はわが国のアニメーション発祥の地であり、最大のアニメ産業集積地である。平成16年には練馬アニメーション協議会が設立され、企業集積を活かした取り組みが展開されてきている。

また、アニメーションの原作とされることの多い漫画家の在住者も多く、その作品に区内がモデル、モチーフとして取り上げられているものも多いなど、アニメがまちの特徴の一つとなっている。

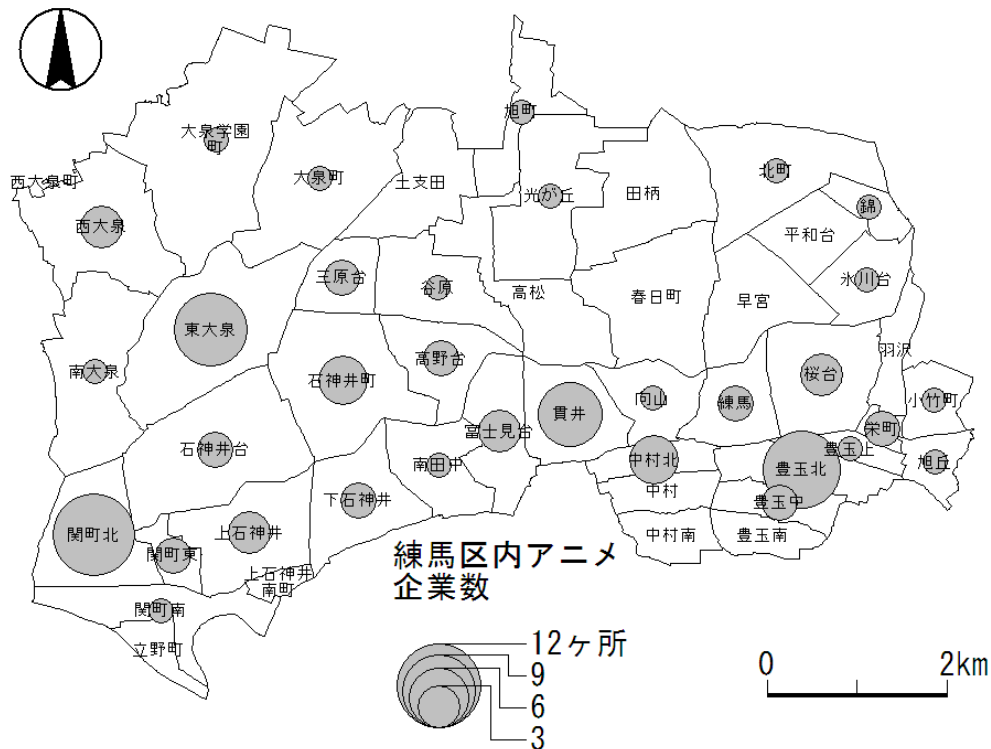
こうしたことを受け、平成21年1月には練馬区がアニメ産業集積を重点産業として戦略的に強化することにより、地域経済全体に波及効果をもたらし区内産業全体の活性化、区民の地域への誇りの醸成を目的として、「練馬区地域共存型アニメ産業集積活性化計画」を策定し、その後、それにそった取り組みを多面的に展開してきている。

さらに平成21年12月策定の練馬区基本構想でも、まちの魅力を引き出し、活力を高める視点から「アニメプロジェクト」を掲げ、産業振興とともに練馬区発の文化として広く世界に発信することを目指している。

練馬区内のアニメ関連企業の立地分布状況

練馬区内のアニメ関連事業者集積状況を見ると、豊玉北・貫井・関町北・東大泉等をはじめ、区の南部から西部を中心に区内に広く立地していることが分かる。

図表 1-18 練馬区内のアニメ関連企業分布



資料：練馬区

練馬アニメーション協議会

平成 16 年 7 月に新しいビジネスモデルの模索とアニメ産業の活性化などを目的とし、多くの区内のアニメ関連事業者が集結して設立された。

協議会では、新しいアニメビジネスの模索や新たな販路の開拓のための研究・意見交換や、行政や大学などと連携してアニメ産業への支援や人材育成などを働きかけていくとともに、マスメディア、各種イベントを通じて国内だけでなく海外にも目を向けて、広く情報を発信していくことを目指している。

具体的な事業としては、アヌシー国際アニメ映画祭・見本市や東京国際アニメフェアへの出展など、新たなビジネスの拡大を図っている。また、区のアニメ事業にも協力し、イベントの企画運営を行っている。

【設立】平成 16 年 7 月設立

【会員】平成 22 年 3 月現在

株式会社 プロダクション ガニエ	有限会社 アゼータ・ピクチャーズ
有限会社 九魔	株式会社 アニメ・インターナショナルカンパニー
株式会社 三協新社	株式会社 アニメ・スポット
有限会社 スタジオ座円洞	イマジン 株式会社
東映アニメーション 株式会社	有限会社 荒木プロダクション
株式会社 動画工房	株式会社 藤塚零太郎商店
株式会社 美峰	有限会社 きのプロダクション
株式会社 ブシロード	有限会社 カオスプロジェクト
株式会社 ミルキーカートゥーン	株式会社 ぎゃろっぶ
虫プロダクション株式会社	有限会社 銀画屋
有限会社 メビウス・トーン	有限会社 銀プロダクション
株式会社 スタジオ雲雀	有限会社 じゃんぐるじむ
株式会社 ビッグファイタープロジェクト	株式会社 スタジオぬえ
有限会社 スタジオエル	有限会社 スタジオ MAO
有限会社 かぐら	株式会社 ジーアンドジーディレクション
有限会社 草薙	有限会社 スタジオヴィクトリー
株式会社 スタジオコメット	有限会社 薺画舎
株式会社 サンシャインコーポレーション	有限会社 ハーモニック
有限会社 スタジオジャイアンツ	有限会社 ビッグ・スタジオ
有限会社 三晃プロダクション	有限会社 ライトフット
株式会社 ブロッコリー	有限会社 ラストハウス
	有限会社 La・Moon
	有限会社 Wish

練馬区地域共存型アニメ産業集積活性化計画（平成 21 年 1 月）

平成 21 年度から平成 26 年度までの 6 年間を計画期間とし、日本一の歴史と産業集積を持つ練馬区のアニメ産業を戦略的に強化・育成し、区全体の産業振興と区民の地域への誇りの醸成を図ることを計画目標とするもの。

支援の実施にあたっては、アニメ産業の発展に必要な機能を区内に集積させ、企業の活性化と練馬区の魅力の拡大に向けて取り組んで行くこととしている。

具体的な計画事業としては以下を掲げている。

< 計画事業 >

(1) 国際ビジネス支援

- ・海外進出に向けた市場調査と参入手法の検討
- ・国際的見本市への出展支援（ 1 ）
- ・フランス・アヌシー市と練馬区の産業交流（ 2 ）
- ・国際アニメビジネスセンターに関する研究

(2) 作品製作支援

- ・スタジオの定着・区内誘致手法などの研究
- ・アニメスタジオ等企業集積に向けた施設の整備・支援（ 3 ）
- ・録音スタジオなど共同利用施設の整備に関する支援

(3) アニメ文化普及事業

- ・アニメカーニバル（ 4 ）
- ・アニメキャラバン（出前講座）
- ・アニメアーカイブスの製作
- ・石神井公園ふるさと文化館アニメコーナー
- ・練馬アニメモニュメントの整備
- ・アニメ製作や作品を紹介するアミューズメント施設整備支援
- ・アニメ製作現場の見学コース整備

(4) 人材育成支援

- ・アニメクリエイターズアワード（ 5 ）
- ・アヌシー市と練馬区のクリエイター・スタジオ交流
- ・アニメ・コンテンツ産業に関する専門学校等の誘致

(5) 地域産業連携事業

- ・商店街事業におけるアニメの活用
- ・鉄道事業者等との連携による地域活性化（ 6 ）
- ・練馬区独自アニメキャラクターの開発

既に以下のような取り組みが進められているところである。

1 国際見本市への出展支援

練馬アニメーション協議会がアヌシー国際アニメ映画祭・見本市や東京国際アニメフェアなど、国際的見本市へ出展することに対し、補助金交付による支援を行っている。「アニメのまち練馬区」を国内外に広くPRするとともに、新しいビジネスモデルの構築と国際的レベルでの販路拡大など、練馬アニメーション協議会の事業活動の促進に資することを目的とする。

2 フランス・アヌシー市とのアニメ産業交流協定（平成21年4月）

平成21年4月、練馬区とフランス・アヌシー市はアニメ産業交流協定を締結した。日本のアニメーション発祥の地であり、国内最大のアニメ企業集積を誇る練馬区と、世界最大のアニメ映画祭が開催される国際都市アヌシー市との間で行われるこの産業交流は、アニメを通じた海外の都市間による初めての試み。今回の協定に基づき、

- （1）両市のアニメ会社による国際的なビジネス展開のための情報交換や相互協力
- （2）アヌシーのクリエイターの日本のアニメ制作会社への受け入れ
- （3）練馬区とアヌシー市で行われるそれぞれのイベントや映画祭での連携を推進・実行していくこととなった。

3 アニメスタジオ等企业集積に向けた施設の整備・支援～公共施設跡地等の活用～

練馬区では、平成22年4月に光が丘地区の8つの小学校を4つに統合再編するにあたり、学校として利用されなくなる4つの小学校の校舎や体育館などの跡施設を公共利用したり、民間事業者へ貸与するなど多様に活用し、まちの活性化を図る予定である。その一つ、光が丘第三小学校跡については、アニメ産業など地場産業の強化に繋がる施設、専門学校などの教育関係施設、高齢者や子供のための施設などとして活用する民間事業者を優先的に誘致するなどの取り組みを行っている。平成22年度内に事業者を選定する。

4 アニメカーニバル

日本のアニメ産業発祥の地であるとともに、国内最大のアニメ関連企業集積地である「アニメのまち練馬区」を区内外に向けて発信するため、区と区内アニメ事業者や関係企業が協力して実施しているアニメイベント。毎年11月にとしまえんで開催している。

5 アニメクリエイターズアワード

地域共存型アニメ産業集積活性化計画において、動画作成技術者の不足解消および市

場性の高い作品の制作を目的として、アニメーターなどの人材育成、技術向上などへの支援を行う事業計画の一環として実施している。

平成 19 年度と平成 20 年度の脚本部門でグランプリを受賞した作品は、練馬アニメーション協議会によってプロモーションビデオが製作された。

6 鉄道事業者等との連携による地域活性化～西武鉄道のアニメ電車（平成 21 年 5 月）

漫画家の松本零士氏と西武鉄道株式会社、練馬区および練馬区観光協会は、平成 21 年 5 月 1 日より、池袋線・西武秩父線・豊島線・狭山線において銀河鉄道 9 9 9 のデザイン電車を運行している。

このほかにも、インターネットサイトの製作や、アニメキャラクターを活用した駅前観光案内板の設置などを実施している。

練馬区基本構想における「アニメプロジェクト」(平成21年12月)

平成21年12月に策定した「練馬区基本構想」において定めた「ねりま未来プロジェクト」では、区が横断的に取り組む重要施策の方向性として定めた「未来の練馬を区民とともに築く」3つの視点に基づいて、それらを具体化する4つのプロジェクトを定めている。そのうち「まちの魅力を引き出し、活力を高める」視点で、「アニメプロジェクト」が挙げられている。

<アニメプロジェクト>

日本アニメ発祥の地としての半世紀を超す長い歴史と、わが国最大の集積をもつ練馬区のアニメ産業を育成・強化し、区全体の産業振興や雇用創出へつなげるとともに、練馬区初の文化として広く世界に発信します。

- ・国際競争力をもつ産業へ育成する。
- ・アニメ文化を通して練馬の魅力を高める。

また、「ねりま未来プロジェクト」を総合的・効果的に具体化し推進する観点から、練馬区の特徴を最大限に活かした先導的なモデル事業として、「新たな練馬ブランドの発信拠点」づくりを検討することになっている。

区内の大学等との連携事業

区役所と区内の大学の連携も推進しており、練馬区内においてアニメに関する取り組みが多様化してきている。

■武蔵大学のアニメに関する講演会(平成21年10月～11月)

武蔵大学と練馬区が連携し、「日本のアニメ～絵巻物から漫画まで」と題した連続講演会を開催した。練馬区が文化芸術振興支援事業の一環として武蔵大学と共催した。日本のアニメやマンガが誕生するまでの歴史や背景をさまざまな角度から探った。

■日本大学芸術学部によるワークショップ(平成21年12月)

アニメや映画がどのように作られているのか、デジカメやパソコンを使ってたのしく遊びながら学ぼうと、区内にある日本大学芸術学部により企画・運営され、小学生とその親を対象としたワークショップ「映像おもちゃ箱～親子で遊ぶアニメと映画の世界～」が開催された。練馬区文化芸術振興事業として実施。

2 アニメ企業・アニメーターの立地環境

(1) 調査の概要

練馬区内におけるアニメ制作会社の産業集積強化をするにあたり、練馬区内外のアニメ関連事業者およびアニメーターにアンケート調査を実施し、区内外の事業者およびアニメーターの実態把握を行った。

また、区内外のアニメ関連事業者を対象としてヒアリングを実施し、事業展開や集積強化に向けた行政支援のあり方等について、意向を伺った。

なお、アンケート対象となったアニメーターについては、練馬アニメーション協議会からの手渡しとなったことから、練馬区内アニメ関連事業者と取引のあるアニメーターが主であることを留意する必要がある。

	練馬区内アニメ関連事業者に関するアンケート		
調査対象	練馬区内に事務所のある アニメ関連企業	練馬区外に事務所のある アニメ関連企業	練馬区内外の アニメーター
回収率	29.5%	12.6%	20.0%
回収数	26	40	34
送付数	88	317	170
配布方法	郵送	郵送	練馬アニメーション 協議会より手渡し

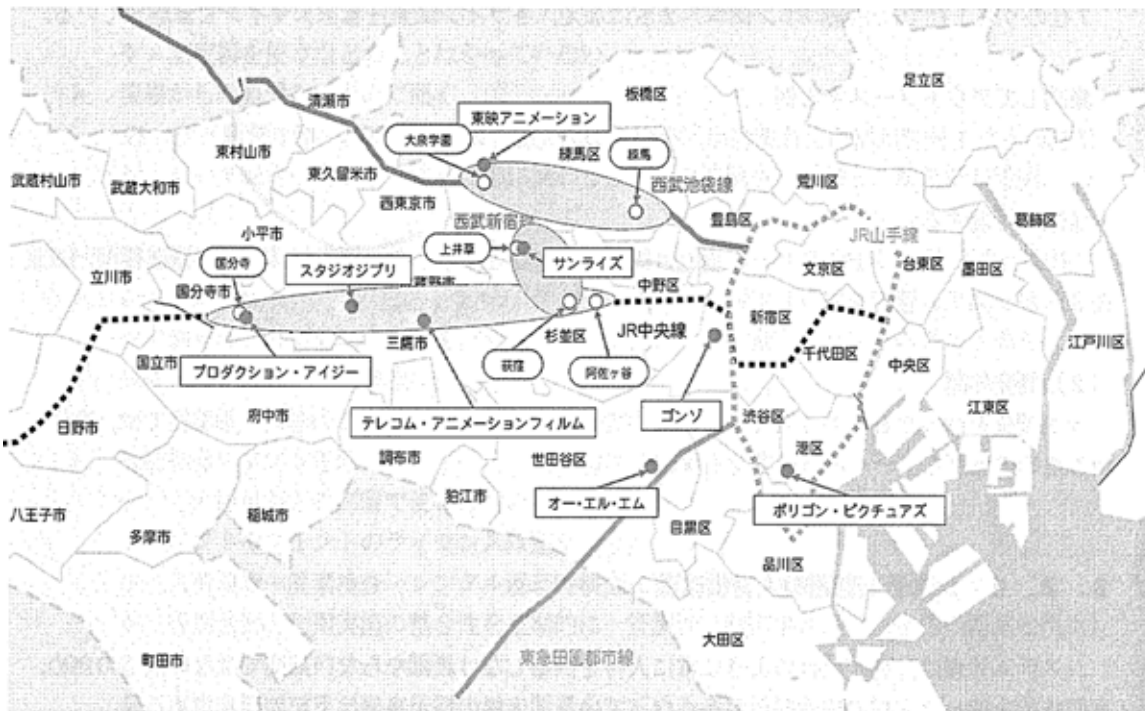
(2) アニメ制作会社の立地環境

アニメ制作会社の事業内容・規模

アニメ制作会社の集積は、西武池袋線沿線にある練馬区エリアと、西武新宿線から中央線にかけての杉並区から国分寺市までのエリアに集積がある。

西武池袋線沿線には、東映アニメーションが立地しており、主に練馬区でのアニメ制作会社の集積が見られる。また、西武新宿線から中央線にかけてのエリアには、プロダクション・アイジーやスタジオジブリ等の大手プロダクションが立地しており、その下請けのプロダクションが立地していることがわかる。さらに、西武新宿線とJR中央線を結ぶエリアにも集積が見られる。これは、杉並区にあるサンライズの下請け企業の集積と見られる。その範囲は、杉並区の「上井草」駅から練馬区の「武蔵関」駅周辺まで広がっている。

図表 2-1 東京都内のアニメ制作会社の集積

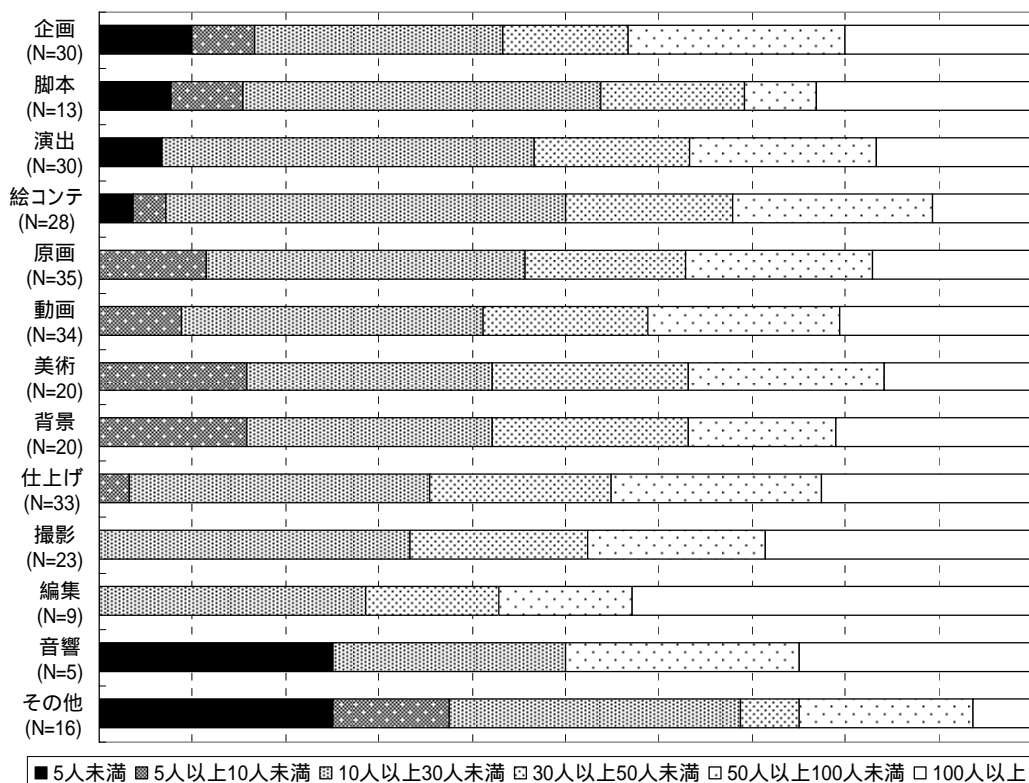


出典：アニメーション制作における物流管理等に関する実態調査

アニメ制作会社の業務内容は、全工程を総合的に手がける事務所と、特定の工程だけを請け負う事務所がそれぞれ存在する。1つの事務所が関わる作業工程は、作品が仕上がるまでのある段階に限られるケースが多い。また、従業員規模が大きい会社ほど、作業工程の多くの段階に携わっている。

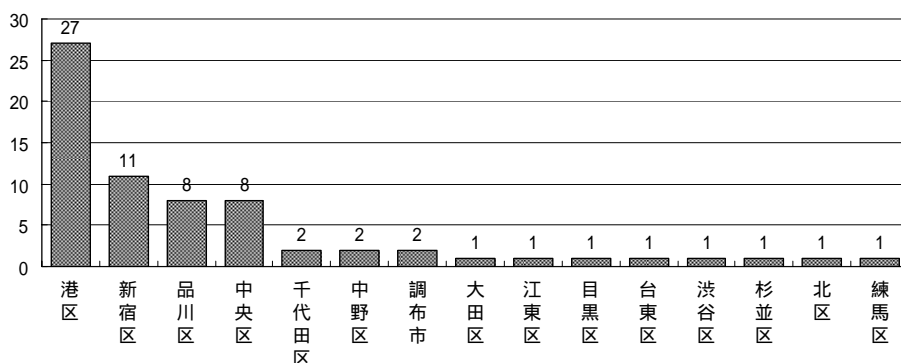
従業員規模別に業務内容をみると、「企画」「脚本」「演出」「絵コンテ」等の工程を手がけるプリプロダクションは、5人未満の従業員で手がけているところもあり、比較的少ない人員で作業を実施できる。また、アニメーション制作において、最も数多くの人員を要する「原画」「動画」「美術」「背景」「仕上げ」等の工程を手がけるプロダクションは、従業員が5人未満の事務所では取り扱っていない。一方、「撮影」「編集」等の工程を取り扱うポストプロダクションは、10人以上の事務所では取り扱っておらず、まとまった人数が必要となることが分かる。「音響」工程を扱うポストプロダクションは、5人未満の事務所もある。

図表 2-2 アニメ関連企業の従業員規模別業務内容 (N=63)



「編集」「音響」等を手がけるポストプロダクションは、自社での映像制作と同時に貸スタジオ業を手がけていることもあり、録音サービスと共に貸スタジオ等を有している。アニメ制作に限定せずポストプロダクションの立地地域をみると、東京都内におけるポストプロダクションはテレビ局が集積する港区に集中して立地していることが分かる。その他、新宿区・品川区・中央区等、都心部での集積が目立つ。先述のアニメ制作会社の立地に比べ、テレビ局周辺への立地が目立つ。

図表 2-3 東京都内のポストプロダクション事業所の分布



日本ポストプロダクション協会正会員企業と、iタウンページに「ポストプロダクション」として登録していた企業を足し合わせ、重複分を除いた。

(社)日本ポストプロダクション協会によれば、ポストプロダクションとは「収録した素材の映像や音声を編集し仕上げをする作業」を主義務とする法人のことをさす。(アニメ制作のみを手がけているとは限らない。)

資料：社団法人日本ポストプロダクション協会 HP、iタウンページ

図表 2-4 アニメ関連業種の主な立地分布 (イメージ)



区内アニメ企業の事業内容をアンケート結果からみると、練馬区においては、プリプロダクション、プロダクションは数多く存在するが、ポストプロダクション専門の制作会社が不足していることがみてとれる。

図表 2-5 練馬区内のアニメ企業の業務内容

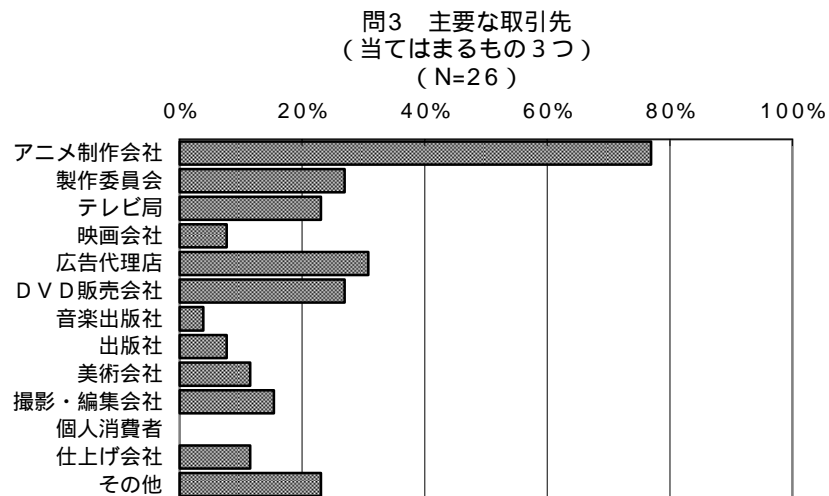
	プリプロダクション				プロダクション					ポストプロダクション		その他	
	企画	脚本	演出	絵コンテ	原画	動画	美術	背景	仕上げ	撮影	編集		音響
A													
B													制作業務のみ デザイン 音楽著作権管理 CGディレクション
C													CG
D													制作
													グロス請け制作、元請制作

A	全工程を総合的に行う事務所
B	プリプロダクション
C	プリプロダクション+プロダクション
D	プロダクション

資料：区内事業者アンケート結果

また、区内のアニメ関連企業の取引先として、アニメ制作会社のほかに関連産業として、広告代理店・TV局等が挙げられるが、それらは練馬区に集積がない。

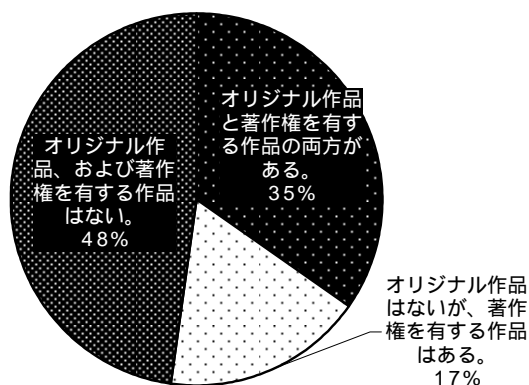
図表 2-6 練馬区のアニメ企業の主要な取引先



現状、練馬区におけるアニメ制作会社は、オリジナル作品または著作権を有する作品を持たない企業も約半数にのぼっており、今後区内のアニメ企業は新たなビジネス展開を模索していく必要がある。

図表 2-7 オリジナル作品または著作権を有する作品の有無

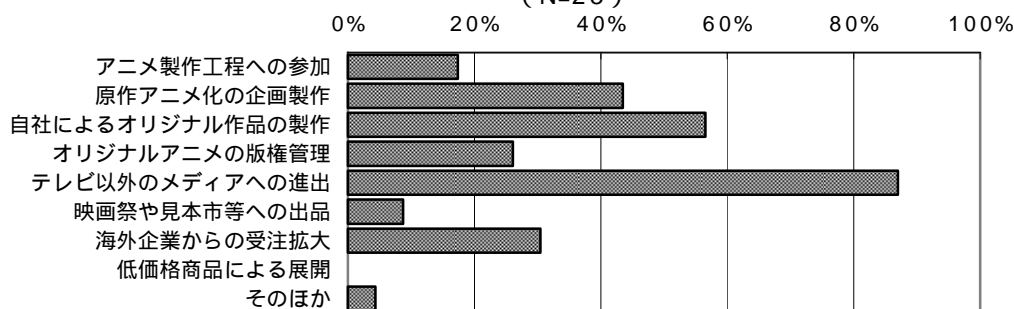
問6 オリジナル作品または著作権を有する作品の有無
(N=23)



実際、練馬区内の企業の今後のビジネス展開として、「携帯電話」「映画」等の「テレビ以外のメディアへの進出」を検討していることが分かる。

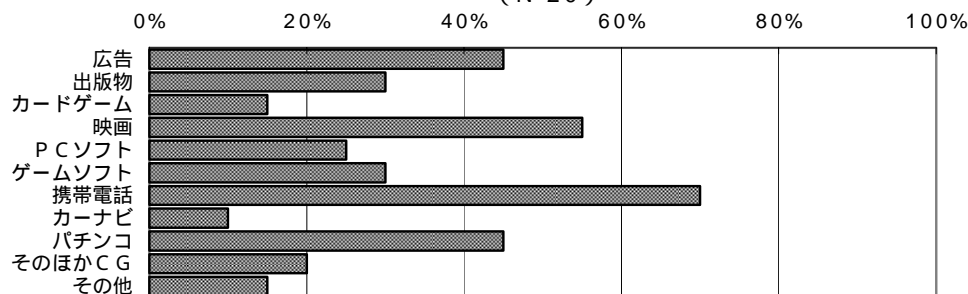
図表 2-8 練馬区内企業が、今後ビジネス展開として考えるもの

問13 今後のビジネス展開として考えるもの
(当てはまるもの全て)
(N=23)



図表 2-9 練馬区内企業が、テレビ以外に具体的に想定しているメディア

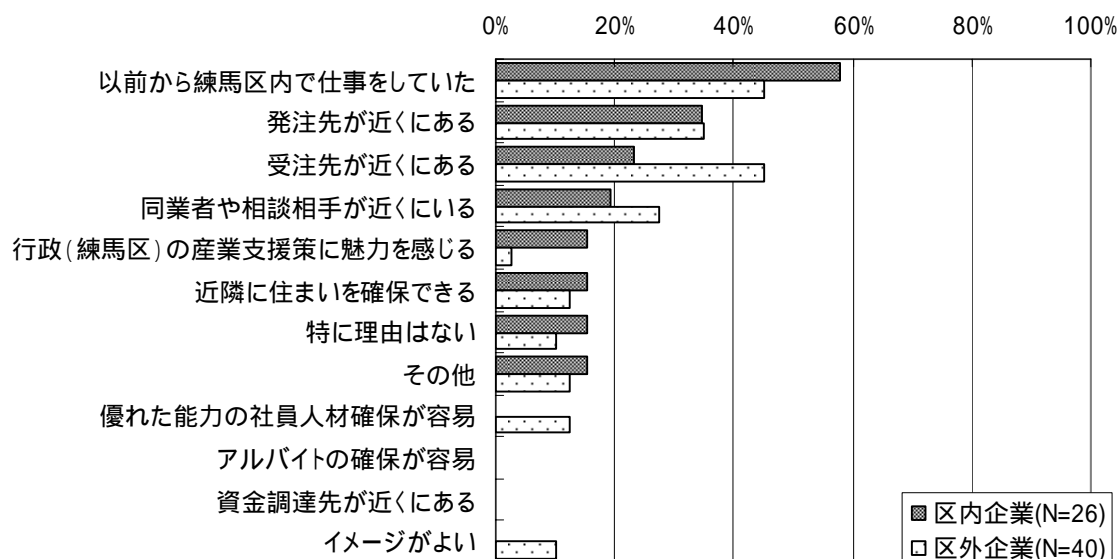
テレビ以外に具体的に想定しているメディア
(当てはまるもの全て)
(N=20)



立地地域・物件を選んだ理由

アニメ制作会社が立地地域を選ぶ理由としては、以前から立地地域で仕事をしてきたこと、受発注先が近くにあることが多く挙げられた。事務所の設立にあたって、従来の立地や既往の受発注先は継続するものと考えられ、新たに遠く離れた立地を選ぶことは少ないと推察できる。(アンケート結果より)

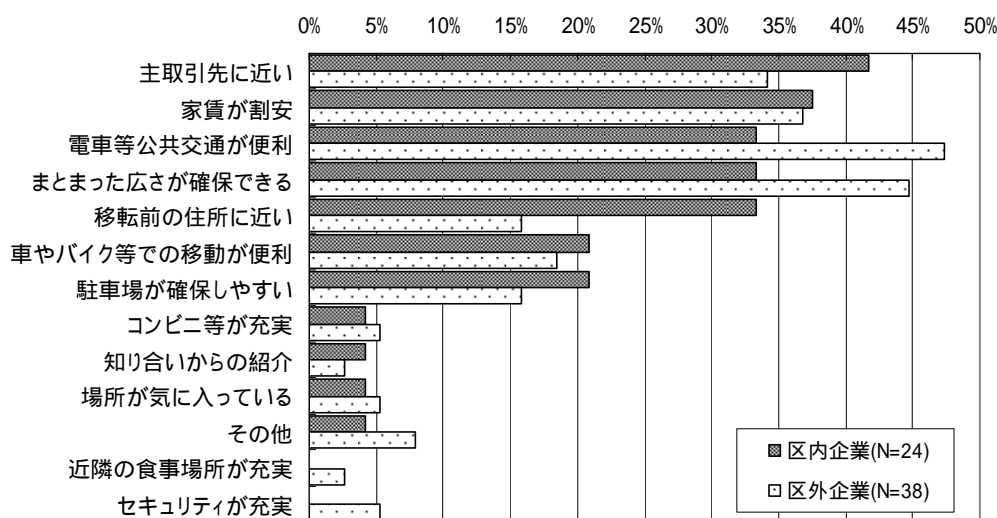
図表 2-10 立地地域を選んだ理由



現在の物件を選んだ理由としては、「主取引先に近い」「電車等公共交通が便利」「家賃が割安」が多く挙げられた。(アンケート結果より)

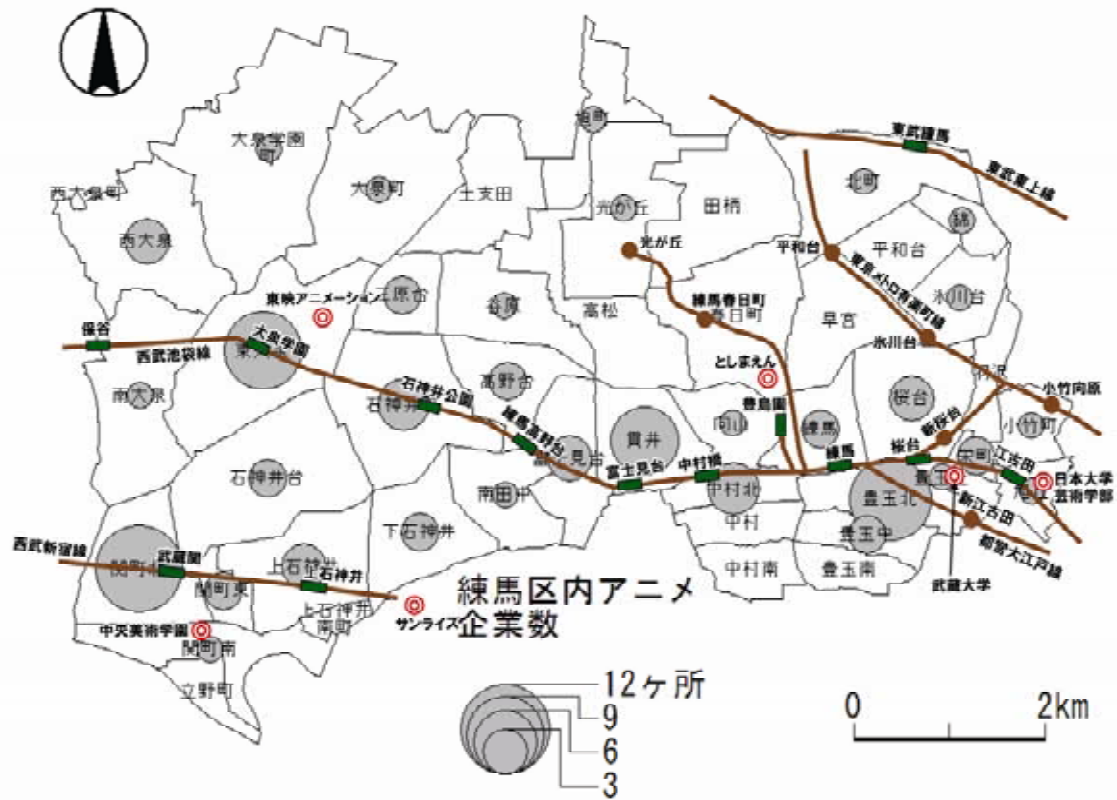
アニメ制作会社では、作業が深夜まで及ぶこともあり、鉄道に限らず車を使った移動が多い。そのため、アニメ制作会社の立地として駐車場の有無や自動車でのアクセスの良さも重要視される。(ヒアリング結果より)

図表 2-11 現在の物件を選んだ理由



練馬区内におけるアニメ制作会社の分布を見てみると、鉄道駅や幹線道路等近隣への立地が見られた。町丁目でみると、「豊玉北」「貫井」「富士見台」「石神井」「東大泉」等の西武池袋線駅沿い地域、また「上石神井」「関町北」の西武新宿線駅沿い地域への立地が見られ、アニメ制作会社が「電車等公共交通が便利」であることを理由に物件を選んでいることが分かる。

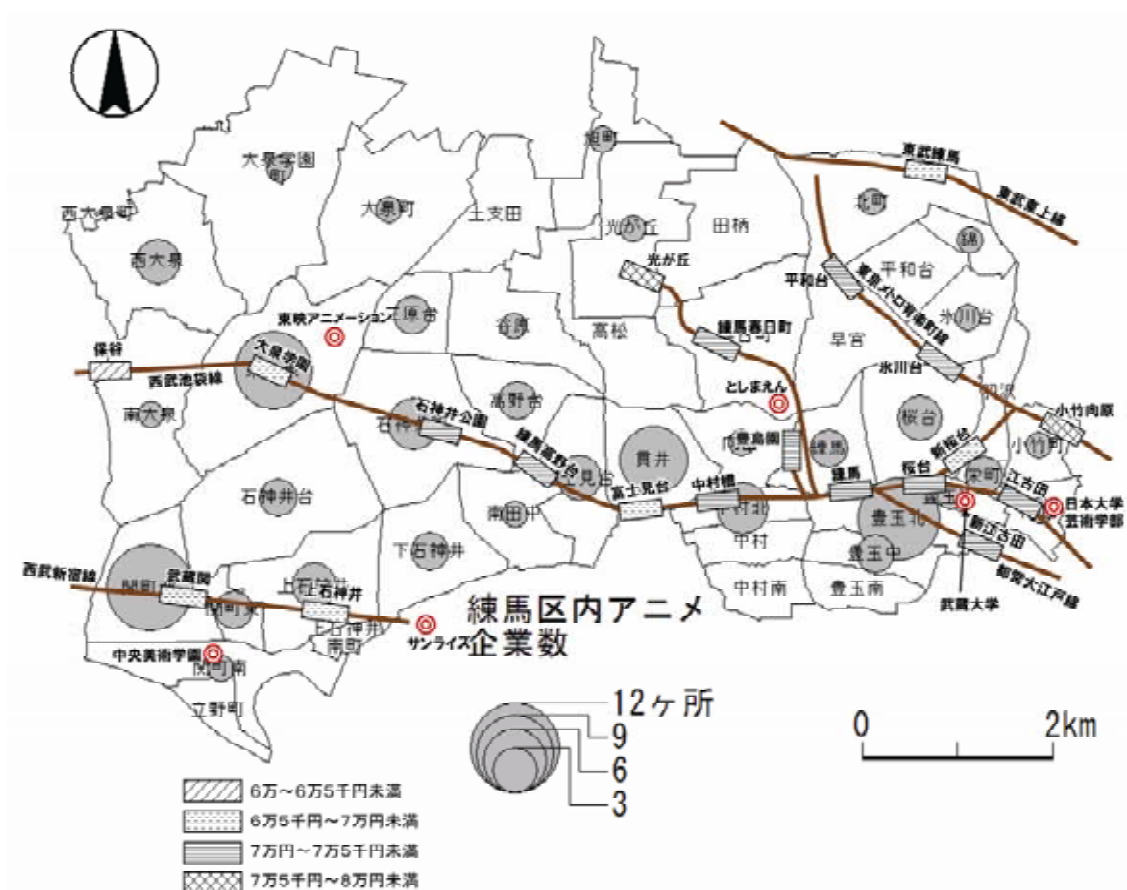
図表 2-12 練馬区内のアニメ関連事業者の分布



資料：練馬区

また、練馬区内の沿線別家賃分布を見ると、西武池袋線の「富士見台駅」は沿線の中では比較的家賃が低くなっており、その周辺の貫井地域にはアニメ制作会社の集積が見られる。また、「武蔵関駅」や「大泉学園駅」等の集積がある地域も、家賃は比較的安くなっている。アニメ制作会社が、「家賃が割安」であることを理由に、物件を選んでいることが見てとれる。

図表 2-13 練馬区内の沿線別家賃相場分布（ワンルームの場合）

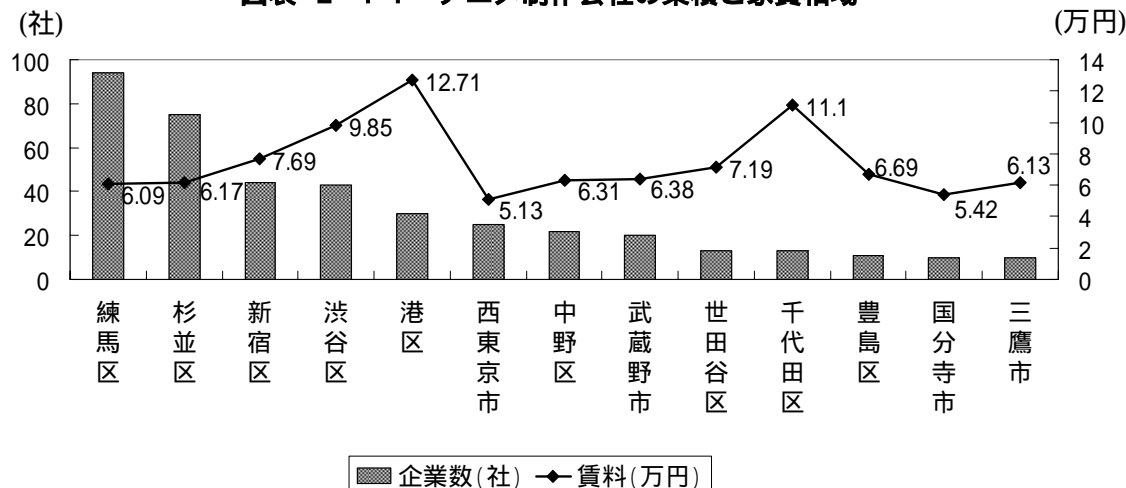


家賃相場は、HOME'S 賃貸 HP (<http://yachin.homes.co.jp/>) より、練馬区内に所在する私鉄沿線駅周辺の家賃相場となっている。

資料：HOME'S 賃貸 HP、練馬区
(<http://yachin.homes.co.jp/>)

アニメ制作会社の集積がある市区と練馬区の家賃相場を比較する。練馬区に次いで集積の高い杉並区では、家賃が練馬区よりもやや高くなっている。その他、西武新宿線やJR中央線沿線の市では、西東京市や国分寺市が練馬区よりやや安い賃料となっている。

図表 2-14 アニメ制作会社の集積と家賃相場



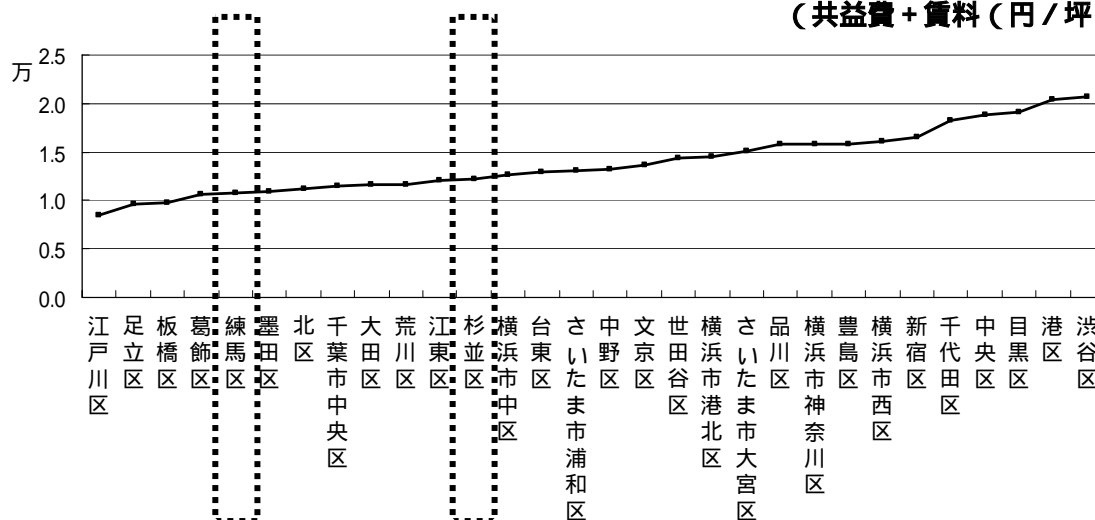
図表 1-1 市区町村別 アニメ関連企業数のうち、関連企業が20社以上の市区町村を抽出した。家賃相場は、HOME'S 賃貸 HP (<http://yachin.homes.co.jp/>) より、東京都下の市区町村のうち1Rの家賃相場を用いた。

資料：HOME'S 賃貸 HP
(<http://yachin.homes.co.jp/>)

一方、近隣市区町村のオフィス賃料を見ても、アニメ制作会社の練馬区は杉並区やその他アニメ制作会社の集積のある23区と比較して、比較的安い賃料であることから、アニメ制作会社にとって、家賃やオフィス賃料の安さが魅力となっていることが分かる。

図表 2-15 東京都23区および横浜市・さいたま市のオフィス賃料比較

(共益費+賃料(円/坪))

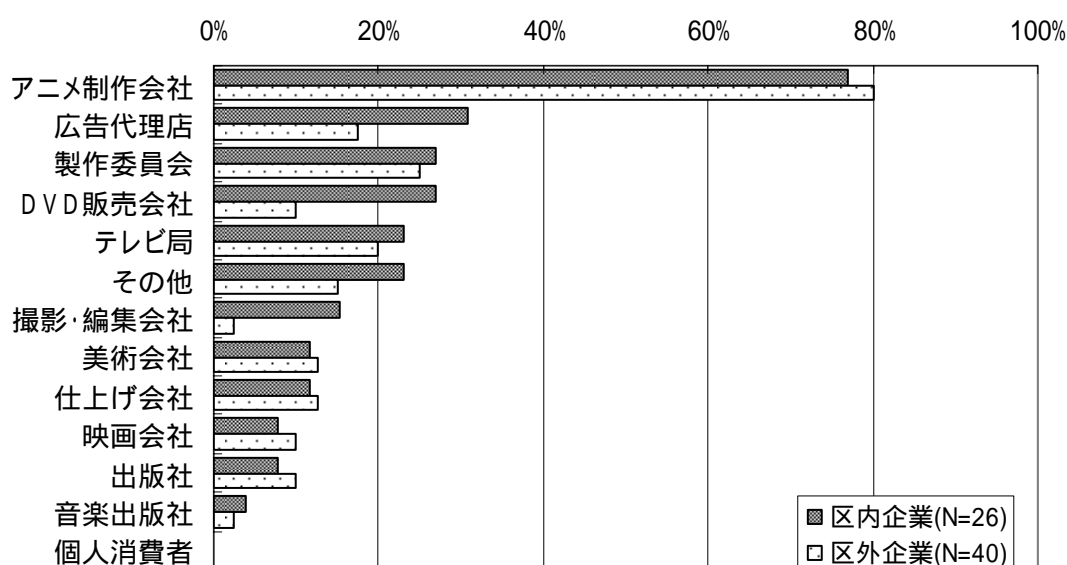


オフィス家賃相場は2009年1月1日～2009年12月31日に新規に募集された貸事務所の募集価格を元に算出している。

資料：貸事務所・賃貸オフィス物件検索サイト
(<http://www.officenavi.com/database/2009kubetu.html>)

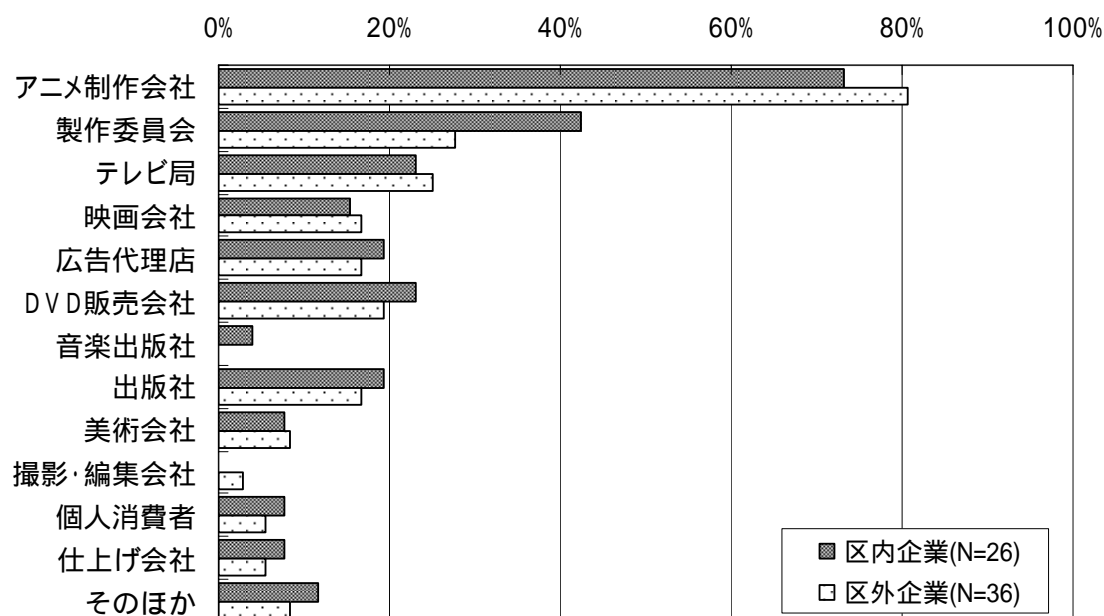
さらに、アニメ制作会社の現在の主要な取引先を見ると、アニメ制作会社が最も多く、制作会社間での取引がほとんどである。「西大泉」「石神井台」「三原台」等、東映アニメーションが立地する「東大泉」周辺への集積も見られることを考えるとアニメ制作会社が「主取引先が近い」ことを物件を選ぶ際に重要視していることも分かる。

図表 2-16 現在の主要な取引先企業



ただし、今後の主要な取引先としてはアニメ制作会社が最も多くなっているものの、練馬区内企業については、製作委員会との取引強化意向もみられる。

図表 2-17 今後の主要な取引先企業

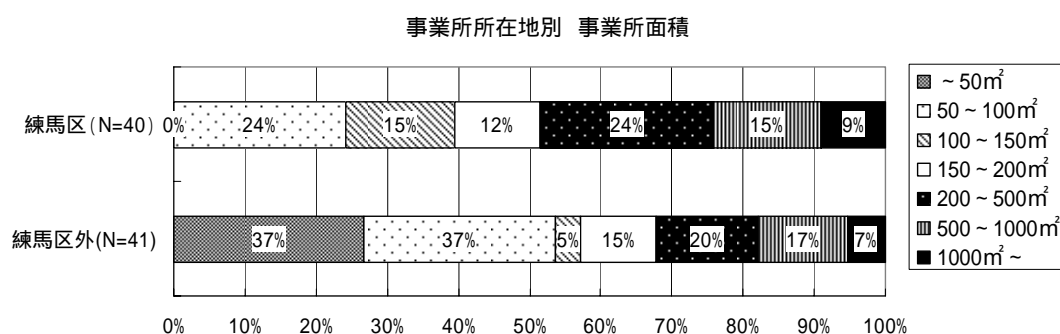


物件の広さ・賃貸所有の別

アニメ制作会社の事務所が入居している物件の広さについて見てみると、区内外の事務所の半分は広さが 200 m²以下となっており、比較的狭い場所で作業を行っている。一方、500 m²以上の事務所も区内外ともに約 1/4 となっており、比較的大規模なオフィスビルのような建物内を事務所としている場合もある。大規模なビルに入居している場合でも、手狭になった場合に新たに小規模な作業場を複数賃貸契約している場合もある。(ヒアリング結果より)

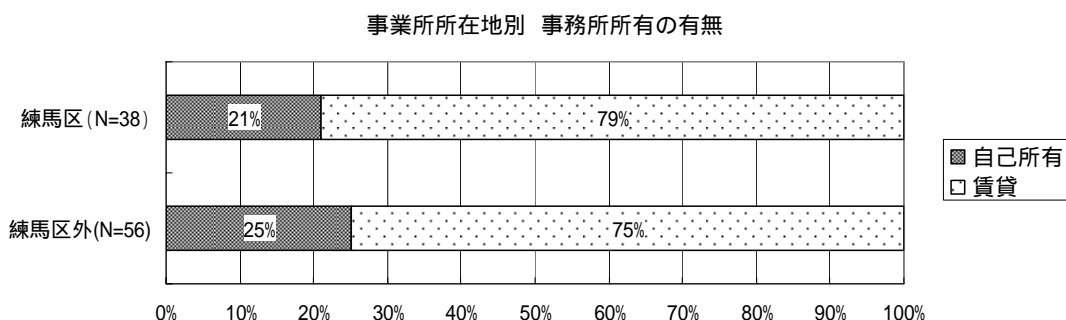
練馬区外の事業者が有する事務所と比較して、練馬区内の事業者の事務所は比較的広い。100 m²以下の事務所が区内外ともに最も多いものの、練馬区では、50 m²未満の事務所は見られなかった。

図表 2-18 アニメ企業の事業所面積（区内・区外別）



事務所の賃貸・所有の別を見てみると、事業所床の保有率は賃貸が約 8 割を占めており、賃貸がほとんどであることがわかる。区内外でその差はあまり見受けられない。ただし、練馬区内における事務所面積の大きな事務所は自己所有が多く、1000 m²以上の 3カ所は、いずれも自己所有であった。

図表 2-19 アニメ企業の事務所所有の有無（区内・区外別）



事務所の移転意向

アニメ制作会社の移転意向について見てみると、練馬区では 50%の事務所が、練馬区外では 60%を超える事務所が「当面、移転および新設・増設・閉鎖はない」としており、区内外において、当面事務所の大きな移動はないと思われる。ただし、長期的に見れば、IT を活用し、安い人件費と立地経費を求めて、海外や国内の地方に事務所の移転を検討している企業もあり、事務所の分散が進展することも考えられる。(ヒアリング結果より)

具体的に区内事務所の意向をみると、練馬区内企業のうち 2 社が練馬区内で移転の予定があると回答している。また、事業所の集約・統合に伴って、半年以内に 1 社が練馬区内の事務所の閉鎖を予定していることが分かる。

図表 2-20 練馬区内企業の移転意向

	A 社（練馬区内）	B 社（練馬区内）	C 社（練馬区内）
移転計画	移転の予定・計画がある	移転の予定・計画がある	移転の予定・計画がある 閉鎖の予定・計画がある
練馬区内への移転	移転の予定・計画がある	移転の予定・計画がある	閉鎖する予定・計画がある
時期	1 年～ 3 年後	半年～ 1 年後	半年以内
移転の理由		SOHO の自宅の移転のため	事業所の集約、統合

また、練馬区外企業のうち 2 社が、練馬区内への移転を予定、検討している。

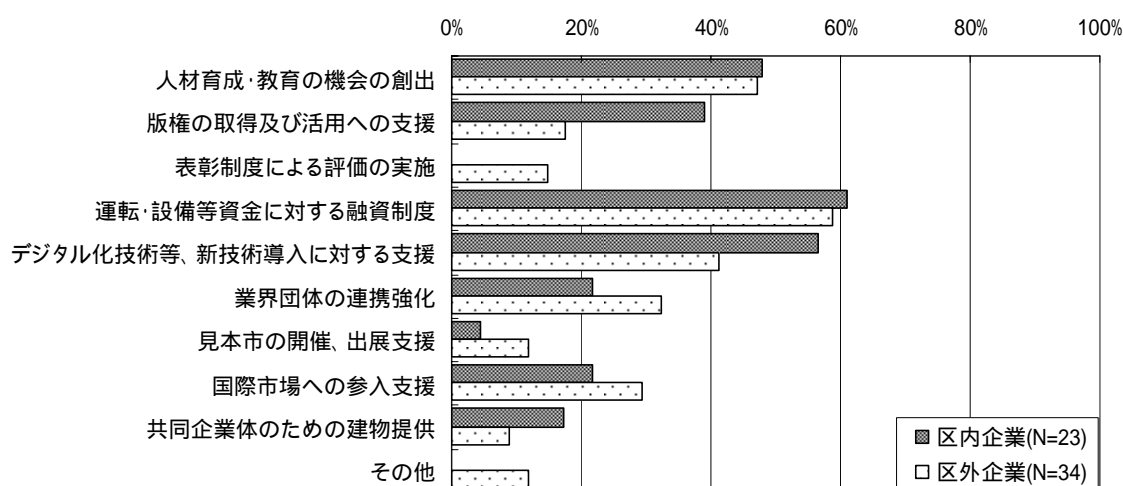
図表 2-21 練馬区外企業の練馬区への移転意向

	D 社（練馬区外）	E 社（練馬区外）
練馬区内への移転	予定・計画がある	候補の 1 つとして検討中
時期	半年～ 1 年後	1 年～ 3 年後
移転の理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業の整理、縮小 ・ 人材確保策の一環として 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 賃料等事務所経費削減 ・ 自治体等における支援施策、優遇措置等の活用のため
立地地域に選んだ理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ 行政の産業支援策に魅力を感じる ・ 以前練馬区内で仕事をしていた 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 優れた能力の社員人材確保が容易 ・ 同業者や相談相手が近くにいる ・ 受注先が近くにある
物件を選ぶ理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ 家賃が割安 ・ 駐車場が確保しやすい ・ 自宅が近い 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 車やバイク等での移動が便利 ・ まとまった広さが確保できる ・ 家賃が割安

行政への支援意向

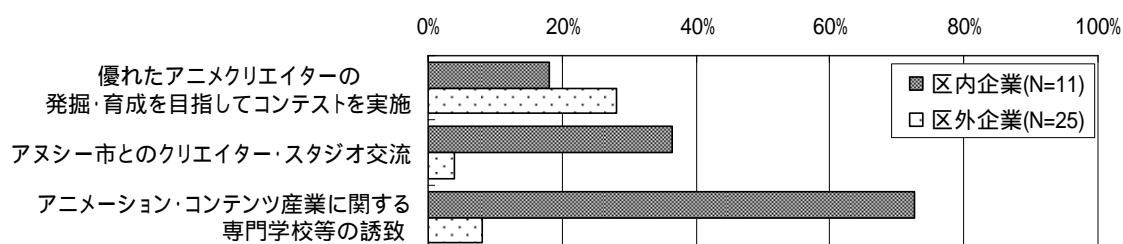
アニメ制作会社の行政への支援意向としては、「運転・設備等資金に対する融資制度」「デジタル化技術等、新技術導入に対する支援」等、具体的な資金支援についての需要が最も多く見られた。

図表 2-2 2 行政への支援意向



次いで、「人材育成・教育の機会の創出」が望まれている。具体的な人材育成策として、練馬区外企業は「優れたアニメクリエイターの発掘・育成を目指してコンテストを実施」に最も関心を持っている。練馬区内企業は、「アニメーション・コンテンツ産業に関する専門学校等の誘致」に7割を超える企業が関心を持っている。

図表 2-2 3 人材育成支援施策として関心のあるもの

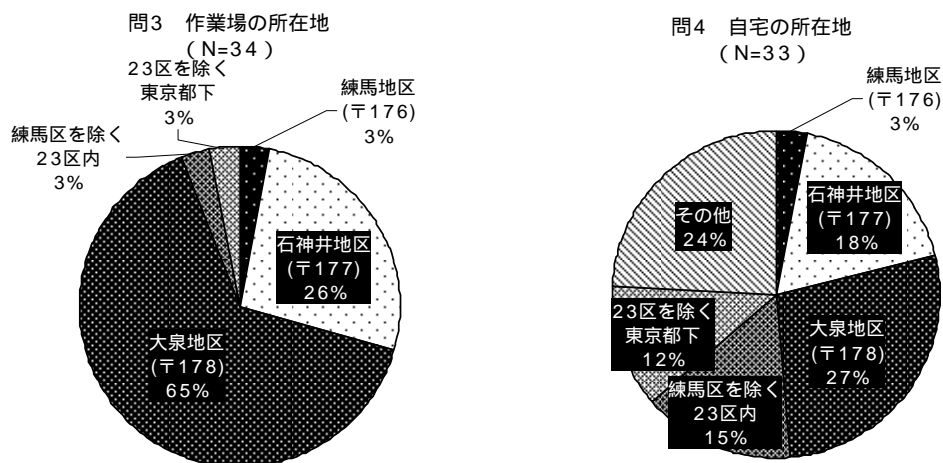


(3) アニメーターの所在地

アニメーターの立地環境

石神井公園、大泉学園地域を中心として、練馬区で作業するアニメーターも数多い。

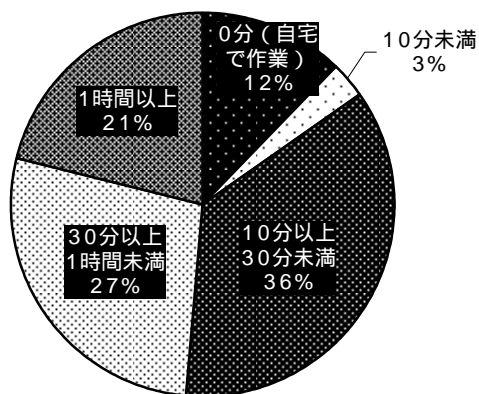
図表 2-24 アニメーターの作業場および自宅の所在地



特に練馬区内でも、大手アニメ制作会社等の事務所で作業したり、出入りしているフリーのアニメーターでは、自宅ないし自宅から30分未満の行き来できる場所で仕事している人が過半数を占める。

図表 2-25 アニメーターの自宅から作業場までの通勤時間

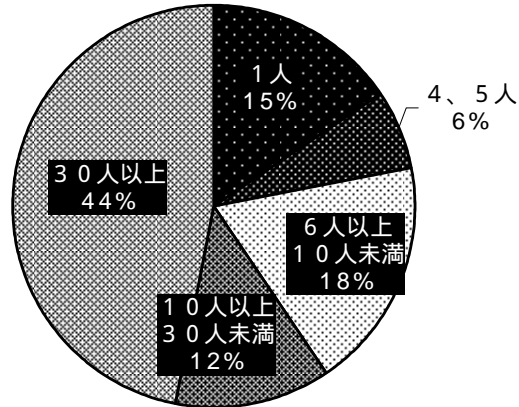
問5 自宅から作業場までの通勤時間 (N=33)



作業場で同時に作業するアニメーターの数としては「30人以上」が最も多く44%であった。

図表 2-26 作業場で同時に作業するアニメーターの数

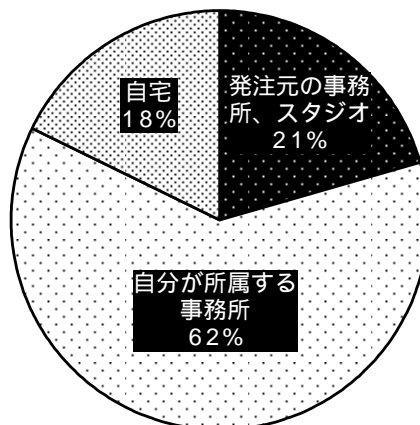
問9 作業場で同時に作業するアニメーターの人数
(N=32)



仕事する場所としては、所属スタジオが大半で、一部には自宅に持ち帰り作業する人もいる。基本的に大手制作会社で下請けをしているアニメーターの中でも、全員がスタジオ内で作業している訳ではなく、自宅など作業しやすい環境整備がポイントとなる。

図表 2-27 最も多く作業する作業場

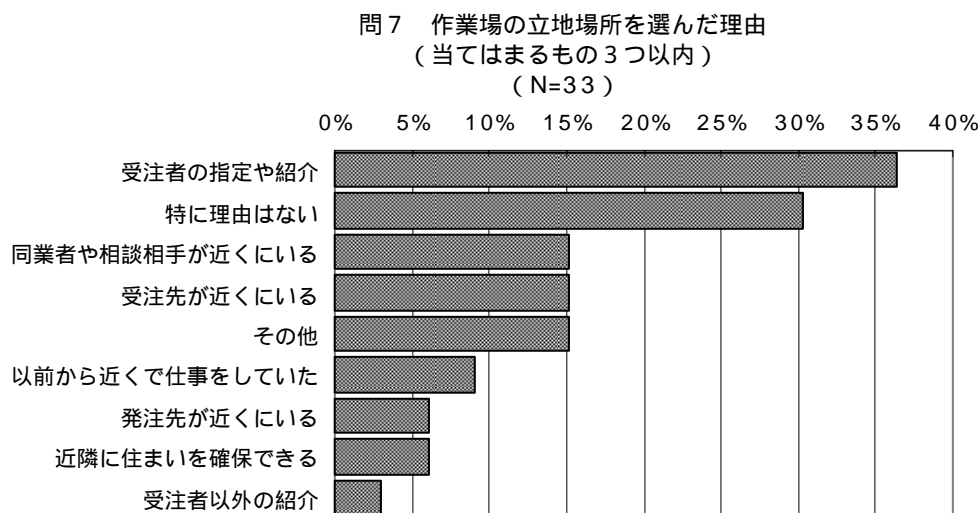
問6 最も多く作業する作業場
(N=34)



作業場を選んだ理由

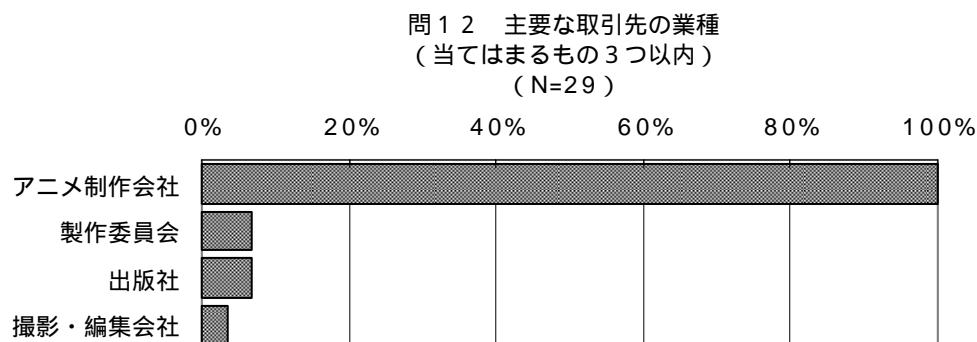
アニメーターが作業場を選ぶ理由としては、「取引先に近い」「同業者が近くにいる」ことが重要視されている。

図表 2-28 アニメーターの作業場所を選んだ理由



アニメーターの主要な取引先としては、すべてのアニメーターが「アニメ制作会社」を挙げていることから、アニメ制作会社の集積がある練馬区は、作業場の立地に「取引先に近い」ことを重要視するアニメーターにとって、魅力的な立地環境であることが分かる。

図表 2-29 アニメーターの主要な取引先業種



さらに、西武線沿線についての評価は高く、「同業者が近くにいる」ことから作業場として練馬区を選んでいることもある。

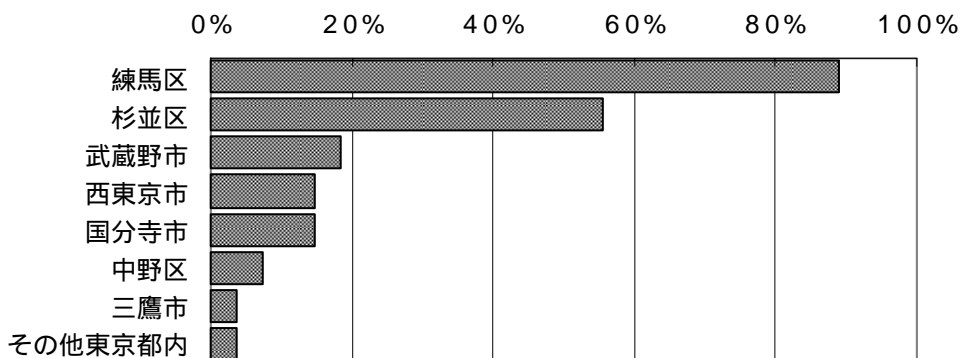
図表 2-30 アニメ関連事業者の練馬区への評価

社員に聞くと、顔なじみが多く、エリアの居心地がいいので西武線沿線は立地として良いとのこと。
(区外アニメ事業者ヒアリング結果より)

取引関係のある企業や事務所の所在地としては、「練馬区」が最も多く9割以上。次いで「杉並区」が約6割。

図表 2-3 1 アニメーターの取引先の所在地

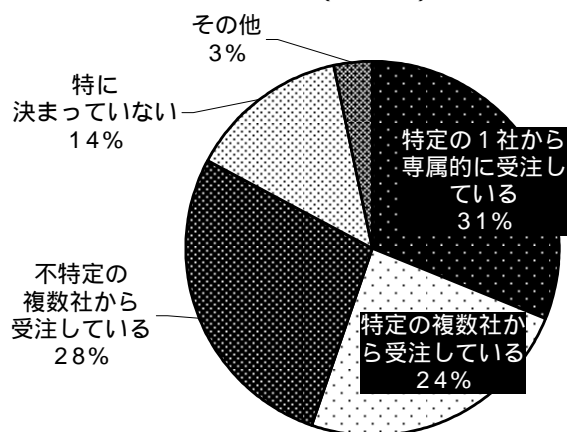
問 1 4 取引関係のある企業や事務所の所在地
(当てはまるもの3つ以内)
(N=27)



アニメーターとアニメ制作会社の関係としては、「特定の1社から専属的に受注している」「特定の複数者から受注している」「不特定の複数者から受注している」がそれぞれ約3割ずつとなるなど、そのスタイルは様々である。

図表 2-3 2 アニメーターの取引先との関係

問 1 3 取引先との関係
(N=29)

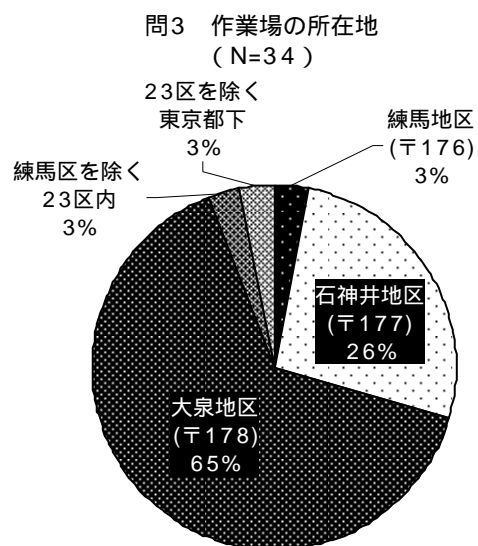


アニメーターの作業場、自宅の所在地

(アンケート回答者に限った作業場、自宅所在地である点に留意する必要がある。)

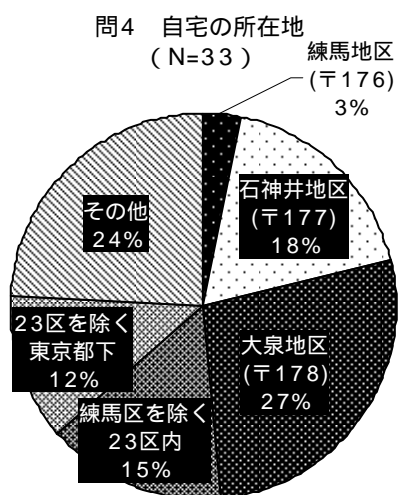
練馬区内におけるアニメーターの作業場の所在地としては、大泉学園地域が 65%、石神井公園地域が 26%の順で多い。

図表 2-33 アニメーターの作業場の所在地



一方、自宅の所在地として、大泉学園地域が 27%、石神井公園地域が 18%の順で多く、大泉学園地域・石神井公園地域へのアニメーターの集積が伺える。

図表 2-34 アニメーターの自宅の所在地



3 国内外のアニメ・映像コンテンツ企業誘致方策事例

近年、国内外の様々な都市において、その集積を高めるべくアニメ・映像コンテンツ企業の企業誘致施策が実施されている。具体的な企業誘致方策としては、事務所の開設・移設・運営に係る費用の補助、インキュベーション施設の設置による場の提供、企業のマッチングが挙げられる。

事務所の開設・移設・運営に係る費用の補助については、設備・改修工事費、制作機器購入費等の諸費用や賃料の補助、また固定資産税の減免等がある。

インキュベーション施設の設置による場の提供については、廃校などの既存建築物を利用し、低廉な家賃で複数の事業者にオフィス環境を提供するものである。

企業のマッチングについては、インキュベーション施設の入居者や自治体内の事業者に対して、インキュベーションマネージャー等のスタッフが、案件や協業先の紹介を行うマッチングを実施している。

上記の3分類の施策について、国内外におけるアニメ・映像コンテンツ企業誘致方策事例を、下記に示す。

(1) 事務所の開設・運営に係る費用補助

横浜市（映像コンテンツ制作企業等立地促進助成制度）

横浜市では映像文化都市づくりを推進するため、関内・関外地区に進出する映像コンテンツ（CG、ゲーム、アニメーション、実写映像、Web等）制作企業・教育機関の立地を支援している。その対象者としては、下記のいずれかに該当する「映像コンテンツ制作企業」としている。

(1) 映像コンテンツ（コンピュータグラフィックス、ゲーム、アニメーション、実写映像、Web等）の制作関連の業務を主として営む法人（株式会社、合資会社、合名会社又は有限会社）

(2) 映像コンテンツの制作に関する教育（研究、人材育成等）を行う学校教育法（昭和22年法律第26号）に基づく私立の大学、専修学校若しくは各種学校を運営する法人、又はこれに準ずる株式会社

申請者のうち、横浜市の目指す映像文化都市づくりにおいて特に高い貢献度が期待される企業等を審査により選考し、事業所等を立地する際に必要となる設備工事費、改装工事費、及び映像コンテンツ制作機器購入費の一部と賃貸する事業所等の面積分（経済観光局の範囲分は除く）を最大2,000万円以下、助成する。

図表 3-1 対象企業と条件

区分	対象	条件
A	対象区域（1）内の既存の民間建築物に、新たに映像コンテンツの制作関連の業務を主として営む事業所等（2）（主として映像コンテンツの制作に関する教育を行う事業所等を含む。）を設置する者	当該事業所等において常時勤務する従業員の合計が2人以上であること又は当該事業所等の床面積の合計が50平方メートル以上であること
B	対象区域内（1）に既に事業所等を有する者で、同区域内の既存の民間建築物に移転・新設・拡張により新たに映像コンテンツの制作関連の業務を主として営む事業所等（2）（主として映像コンテンツの制作に関する教育を行う事業所等を含む。）を設置する者	対象区域内における移転・新設・拡張後の事業所等（「新事業所等」）の床面積の合計が移転・新設・拡張前の事業所等（「旧事業所等」）の床面積の合計を上回るものであり、かつ、新事業所等において常時勤務する従業員の合計が2人以上であること又は新事業所等の床面積の合計が50平方メートル以上であること

1 対象区域：関内・関外地区の一部《下図参照》

2 事業所等：本社、事業所、研究所等（倉庫、保管場所、連絡員事務所等を除く。）

出典：横浜市経済観光局 企業誘致助成・融資制度に関する説明 HP
<http://www.city.yokohama.jp/me/keiei/kaikou/souzou/project/cultural/production.html>

図表 3-2 対象範囲



出典：横浜市経済観光局 企業誘致助成・融資制度に関する説明 HP
 (<http://www.city.yokohama.jp/me/keiei/kaikou/souzou/project/cultural/production.html>)

図表 3-3 過去の助成実績（千円）

年度（助成合計金額）		助成対象企業と助成金額
2005 年度（合計）	44,070	(有) アイトゥーン 11,829 (株) バンタンキャリアスクール 32,241
2006 年度（合計）	0	
2007 年度（合計）	3,204	(株) アマノスタジオ 1,899 (株) ナディア 1,305
2008 年度（合計）	10,669	(株) 日映科学映画製作所 2,274 (有) クジラノイズ 6,198 (株) メディアフォルトナボックス 2,197

出典：横浜市経済観光局 企業誘致助成・融資制度に関する説明 HP
 (<http://www.city.yokohama.jp/me/keiei/kaikou/souzou/project/cultural/production.html>)

本事業の成果として、上記のような事業所が新たに横浜市に立地し、事業を展開している。特に空き倉庫等様々な立地場所に展開し、東京芸術大学大学院との連携や、旧シルクセンター内に立地するソフトウェア関連のベンチャー企業との連携など、市内の関連事業等と積極的に連携するなど、単に事業所立地に留まらず、地域の文化創造都市形成に貢献している。なお、事業としては、平成 21 年度終了する予定である。

横浜市（クリエイター・アーティストのための事務所等開設助成）

横浜市では、都心部の活性化及び創造的産業の振興を図るため、関内・関外地区の既存の民間建築物に新たに入居するクリエイター・アーティストに、事業所等の立地に必要となる初期費用の一部を「クリエイター等立地促進助成」として助成してきた。

平成 20 年度からはアーツ・コミッション・ヨコハマが、助成金額を増額するとともに、対象者、エリア等を拡大してその運営を引き継いでいる。

対象者は、下記のいずれかに該当する「クリエイター、アーティスト等」である。

(1) 法人事業者（合名会社、合資会社、株式会社又は有限会社）又は個人事業者であって、下表に掲げる分野を主たる業務とし、申請時において過去 2 年間以上当該業務を営んでいるもの

(2) 次に掲げる条件をすべて満たす団体であって、申請時において過去 2 年間以上、表 1 に掲げる分野を主たる活動分野としている団体

上記団体とは、営利を目的とせず、自主的に、不特定かつ多数のものの利益の増進に寄与することを目的とする活動を行っている団体。

5 人以上の構成員がいる団体。

原則として、構成員となるのに条件のない団体。

ただし、「活動に必要な資格を有している」など、活動目的に照らして合理性のある加入条件をつけることはこの限りではない。

(3) 下記表に掲げる分野を履修できる大学院等に 2 年以上在籍した後法人を設立するもの

助成額としては業所等の立地に必要となる初期費用の一部として、賃借する事業所等の面積を 3.3 平方メートルで除した数値に 48,000 円を乗じた額(千円未満は切捨)とし、200 万円を限度として助成金を交付している。増床の申請は、増床分の事務所等の面積が対象となる。

なお、本事業では、東京芸術大学大学院を修了したアーティストやクリエイターが、引き続き横浜を拠点に創作活動を展開することを期待していた面があるが、実際には若手クリエイターは、当面の活動拠点としてクライアントとの近接性等を重視するなど、すぐに仕事につながる面を期待することから、すぐに市内での活動継続に至らないケースがみられる、最終的には産業集積の形成に至らなかったことが、本事業の継続を断念することにつながったが、横浜市がクリエイターの活動拠点として成立しうる可能性を有することが認知された成果は大きいと考えられる。

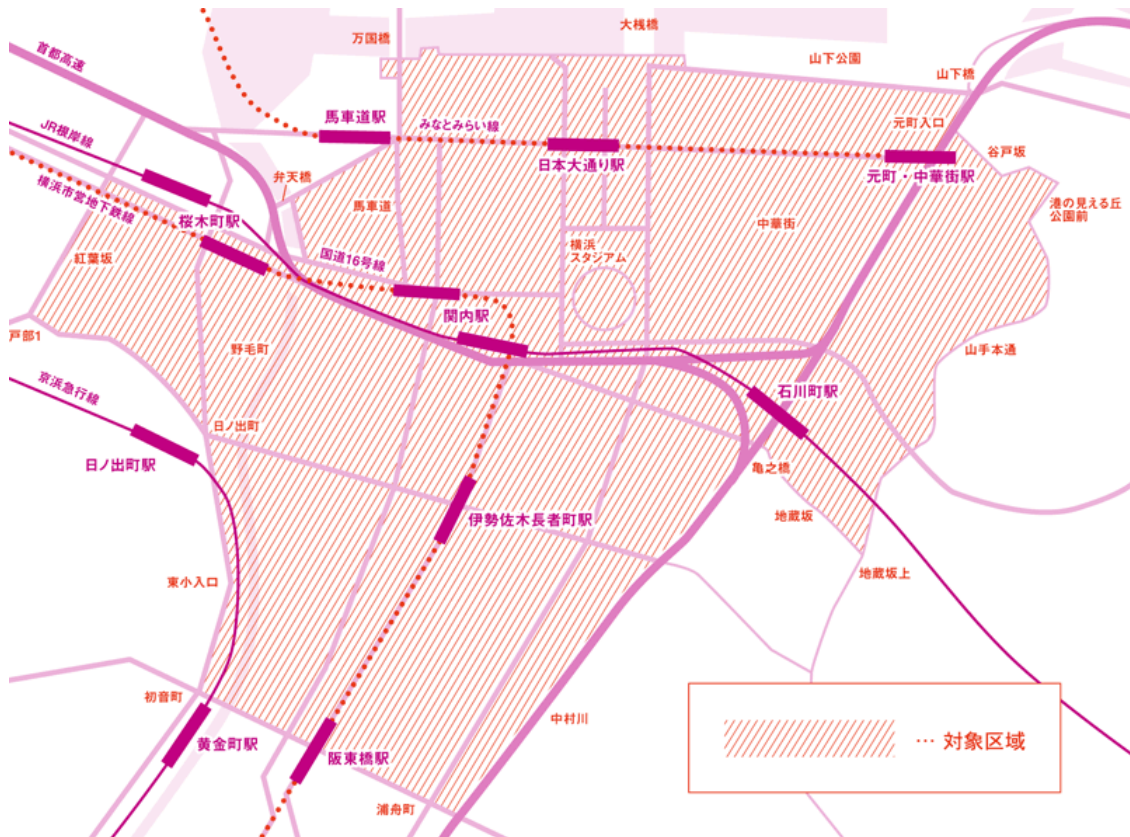
出典：事業概要に関する出典はアーツ・コミッション・ヨコハマ 助成制度 HP
(<http://www.yaf.or.jp/artscommission/grants/grants03.html> <http://www.city.yokohama.jp/me/keiei/kaikou/souzou/project/cultural/production.html>)

図表 3-4 対象となる分野

分野	映像コンテンツ制作	デザイン制作	芸術活動	ギャラリー
具体的な事業例	アニメーション、コンピュータグラフィックス、実写映像、ゲーム、WEB等制作	ビジュアルデザイン、グラフィックデザイン、建築デザイン、WEBデザイン等制作	美術家、舞台芸術家、音楽家等	古物営業法施行規則(1)美術品類を扱うギャラリー 但し、インターネット取引を主とした業務の事務所使用のみは不可

出典：アーツ・コミッション・ヨコハマ 助成制度 HP
 (<http://www.yaf.or.jp/artscommission/grants/grants03.html> <http://www.city.yokohama.jp/me/keiei/kaikou/souzou/project/cultural/production.html>)

図表 3-5 助成対象区域



出典：アーツ・コミッション・ヨコハマ 助成制度 HP
 (<http://www.yaf.or.jp/artscommission/grants/grants03.html> <http://www.city.yokohama.jp/me/keiei/kaikou/souzou/project/cultural/production.html>)

札幌市（デジタルコンテンツ企業に対する補助金）

札幌市では、デジタルコンテンツ産業の振興に向けて、これら業種の立地を支援する補助金を整備している。対象となる企業は、下表（図表 3-6）に該当する企業である。

図表 3-6 対象となる分野

デジタルコンテンツ産業：主に放送、インターネット附随サービス、映像・音声・文字情報制作業、デザイン業、写真業、広告業などに分類される業種で、デジタル技術の活用によりコンテンツの制作、配信、販売事業等を行う産業

資料：札幌市 企業誘致に関する HP
 (http://www.city.sapporo.jp/keizai/biz_info/seido/itbiodec.html)

対象となる企業が札幌市内に事業所を開設した場合、開設費、人件費、採用費、研修費の補助金を交付している。具体的な助成に内容については、下表（図表 3-7）のとおりである。

なお札幌市では、本事業の他に後述する ICC を核とする人材育成事業が進行している。この事業は、コアメンバーがイギリスのトマトグループを始め、世界的なコンテンツ界の有力者とのコネクションが豊富であり、人材育成に必要な世界デビューにきっかけづくり等にも積極的に支援しているため、国内外での評価が高まっており、今後これらインキュベーション機能を卒業した事業者の立地 が促進することが期待される。

図表 3-7 助成内容

種類	限度額	助成内容	補助条件
開設費補助	500 万円	建物付属設備費、通信設備費等の 1 / 2 建物付属設備費...事業所内の区域において、事業を行うために必要と認めるセキュリティ設備及び音響設備、空調設備、試験研究設備設置に伴う物品購入及び工事費等 通信設備費とは？...電話及びルーター等の機器購入及び設置工事費等	5 名以上の札幌市民を正社員雇用すること
人件費補助	600 万円 × 2 力年度	札幌市民かつ正社員 1 人あたり 50 万円	
採用費補助	300 万円	採用経費の 1 / 2 新設に伴い新たに雇用正社員の採用に要した、求人広告費、広告制作費、企業説明会等の会場借上費等	
研修費補助		研修費 1 人あたり 20 万円上限 新設に伴い新たに雇用した正社員に対し、業務に必要な知識や技術に関する研修にかかる費用で、講師謝金、教材購入費、会場借上費等	

正社員とは...下記の要件を全て満たす者

1. 札幌市内に住民登録を有するもの
2. 雇用期間の定めのないもの
3. 雇用保険法の規定による被保険者であるもの
4. 健康保険、厚生年金保険等に加入しているもの

出典：札幌市 企業誘致に関する HP
 (http://www.city.sapporo.jp/keizai/biz_info/seido/itbiodec.html)

仙台市（クリエイティブ産業立地促進助成制度）

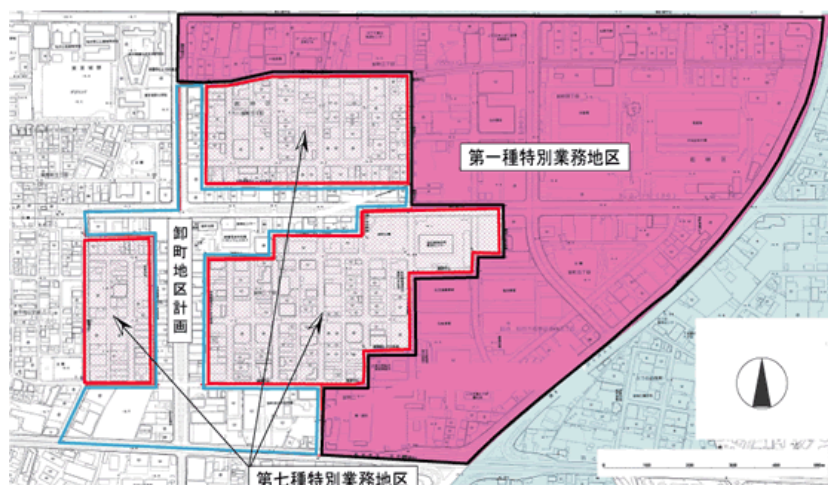
仙台市では、地域産業の高度化・高付加価値化に向けて、文化芸術と産業を媒介するクリエイティブ産業の集積を図るため、下表（図表 3-8）に該当するクリエイティブ産業の企業に対して、対象地区を卸町（図表 3-9）に限定し、基本助成期間を5年間（他の企業立地助成制度は3年）として、固定資産税と同額の補助金の交付を行っている。

なお、本事業では後述する卸町の流通団地内の卸センターホテル跡に、クリエイター向けのインキュベーション及びシェアオフィスとなる「TRUNK」を平成22年3月に開設した。同施設では、インキュベーションマネージャー兼クリエイティブディレクターを中核人材として配置し、彼の活動及び人脈を活かしながら、新たなクリエイティブ産業の拠点にする意向であり、その意味からも、産業育成の核ができあがった段階といえる。

図表 3-8 仙台市におけるクリエイティブ産業に対する助成内容

<p>クリエイティブ産業の定義</p> <p>クリエイティブ産業（中小企業者で日本標準産業分類表に掲げる大分類G - 情報通信業のうち、中分類 38 - 放送業（小分類 381 を除く）、中分類 41 - 映像・音声・文字情報制作業、小分類 391-ソフトウェア業、大分類L - 学術研究、専門・技術サービス業のうち、中分類 71 - 学術・開発研究機関、中分類 73 - 広告業、小分類 726 - デザイン業、小分類 727-著述・芸術家業、小分類 746 - 写真業、細分類 7421 - 建築設計業、大分類 N - 生活関連サービス業、娯楽業のうち、小分類 802 - 興行場、興行団に属する事業所）の設置</p> <p>交付要件</p> <p>投下固定資産相当額 1千万円以上（建物質借や設備リース等にも対応）</p> <p>月額賃借料に、土地は100、建物は70、生産設備（償却資産）は18を乗じた値を「投下固定資産相当額」、ただし、月額賃借料の上限は、土地は500円/m²、建物は5,000円/m²、生産設備（償却資産）は物件価格の3%</p> <p>交付内容</p> <p>基本額 新規投資に係る固定資産税等相当額の100%</p> <p>期間 5年間</p> <p>限度額 なし</p> <p>増設、市内移転の場合は新規投資に係る固定資産税等相当額の90%、3年間、限度額なし</p>

図表 3-9 仙台市におけるクリエイティブ産業立地促進助成対象地区



資料：仙台市 企業誘致に関する HP
(<http://www.city.sendai.jp/keizai/sangyou/yuchi-miryoku/support/creative.html>)

静岡市（コンテンツ制作業の事務所等の賃貸に対する助成）

静岡市では、コンテンツ制作業を対象に事務所等の賃貸に対する助成を行っている。下表（図表 3-10）の要件を満たす企業に対して、建物賃貸借料の1年間分の1/2以内の補助を行っている。

同市の支援事業では、アニメ等のコンテンツ制作事業者だけでなく、インターネットサービス等も含まれており、実際の立地企業では、コンテンツ制作だけではない事業者も含まれている。また、静岡市では、クリエイター支援センター（CCC）を設置し、単なる事業所誘致だけでなく、市内立地コンテンツ事業者に対する支援等を行っている。具体的には、インキュベーション入居、機器等の貸し出し、交流などが挙げられ、こうしたソフト事業との連携で、新たな事業者の立地が展開することを期待している。

図表 3-10 静岡市におけるコンテンツ制作業に対する助成内容

<p>【コンテンツ制作業の定義】 日本標準産業分類表のうち、下記に該当する業種。 39 情報サービス業、 40 インターネット付随サービス業、 41 映像・音声・文字情報制作業、 46 航空運輸業（461 航空輸送業の内、旅客を扱うものに限る。） 72 専門サービス業（7261 デザイン業、7281 経営コンサルタント業に限る。） 74 技術サービス業（7431 機械設計業に限る。） 79 その他の生活関連サービス業（791 旅行業の内、外資系のものに限る。）</p> <p>【要件】 従業員 3 人以上（市内移転等は 1 人以上の増加） 床面積 25 ㎡以上（製造業 300 ㎡以上） 概ね 1 年以上の事業実績 大規模特例事業所（市内への新規進出のみ）は、従業員 30 人以上又は、床面積 300 ㎡以上（製造業 1000 ㎡以上）</p> <p>【対象】 建物賃貸借料の 1 年間分の 1 / 2 以内 市内での移転等 1 年間最大 200 万円 市内への新規進出 2 年間最大 400 万円（200 万円/年） （ 大規模特例の場合 2 年間最大 1000 万円（500 万円/年）</p>
--

資料：静岡市 企業誘致に関する HP
(http://www.city.shizuoka.jp/deps/sangyoseisaku/seisaku_kigyouriichi.html)

(2) インキュベーション施設の設置

札幌市（札幌市デジタル創造プラザ（ICC））

札幌市では、コンテンツ産業での企業、事業拡大を目指すクリエイターが交流し情報発信できる拠点「札幌市デジタル創造プラザ（インタークロス・クリエイティブ・センター、以下ICC）」を設置している。ICCは、インキュベーション施設としてクリエイターに対する安価なスペースの提供をしている。また、会議室や専門機材等についても、レンタルを行っており、図書室・サロン等については無料で貸し出している。

図表 3-11 ICCの概要

施設名:	札幌市デジタル創造プラザ(インタークロス・クリエイティブ・センター(ICC))
所在地:	東札幌駅から徒歩10分
施設概要:	(1)入居対象者: デザイン・コンテンツ関連事業者又はその他の団体のうち、IT関連を含める情報化を検討・研究しているもの。 デザイン・コンテンツまたは様々なジャンルのクリエイター、アーティストとの新しいビジネスや産業の創出を検討・研究している団体、個人。 その他、財団法人さっぽろ産業振興財団(以下「財団」という。)が認めたもの。 (2)入居ユニット数:31室(うちサブインキュベーションブース4室) (3)共同利用施設:会議・商談室、カフェテリア、共用機材(コピー機、カラープリンタ、プロジェクタ・スクリーンなど)、デジタル工房、インターネット専用回線(インターネット網対向ATM4MB)
面積:	敷地面積:3378.99㎡、延床面積:5621.94㎡、地下1階 地上4階 入居ユニット:12.6㎡~123.1㎡
その他サービス:	(1)ビジネスサポート:産業支援機関と連携したビジネス支援(マッチング、事業へのアドバイス、助成金申請支援など)
支援機関:	土地・建物所有者:札幌市
支援機関:	管理・運営者: さっぽろ産業振興財団

図表 3-12 ICCの各種レンタル料金

室名	階	収容人数	料金(円)		備考
			9:00-18:00	18:00-21:00	
			円 / 時間	円 / 回	
会議室 C	1	40名	1,200	3,600	机 22・椅子 40
会議室 A	2	20名	600	1,800	円卓机 1・椅子 20
ミーティングルーム	1	6名	300	900	机 1・椅子 6
ワークショップルーム A・B・C	1	-	300~960	900~2880	-
音楽室	1	-	1,500	4,500	防音
研修室	3	72名	1,500	4,500	机 36・椅子 72
ホール	4	-	1,800	5,400	机 49・椅子 147 椅子のみ 270
造形研修室	1	-	300	900	-
フード工房	4	ガスレンジ 8台	2,100	-	夜間貸出なし
デジタル工房 A・B	-	-	3,600	10,800	Mac Pro Two 3.0GHz Quad-Core Intel Xeon 等
ビデオレコーディングシステム	-	-	4,800	14,400	HDCAM、CAM、DVC PRO HD、P2 カード、HDV / DVCAM、PAL 等に対応。IO HD あり
音声編集システム	-	-	4,800	14,400	ProTools HD1、アナウンスブース

資料：札幌市デジタル創造プラザ HP
(<http://www.icc-jp.com/ja/>)

東京都（東京コンテンツインキュベーションセンター(TCIC)）

東京都では、コンテンツ関連産業に特化した創業支援施設「東京コンテンツインキュベーションセンター（以下、TCIC）」を設置している。TCICでは、アニメ、映画、ゲーム等コンテンツ分野のベンチャー企業や創業間もない起業家に対して、廉価で快適なオフィスを提供し、常駐支援スタッフ（インキュベーションマネージャー、コンシェルジュ等）が、入居者へのワンストップの経営支援等をおこなっている。

図表 3-13 東京コンテンツインキュベーションセンターの概要

施設名:	東京コンテンツインキュベーションセンター(TCIC)
所在地:	地下鉄「中野新橋」駅より徒歩1分
施設概要:	(1)入居対象者:コンテンツ、アニメ産業及びその周辺産業分野において、本施設を主たる事務所として創業しようとする個人の方または、本施設を主たる事務所として事業の拡大を図ろうとする創業3年未満の法人(中小企業) (2)室数:25室 (3)オフィスの構造:個室タイプ(セキュリティシステム完備・24時間利用可) (4)通信設備:電話、インターネット (5)共同利用施設:会議室(3室)、フリースペース(2箇所)など
賃料:	(1)賃貸料:27,195円～69,930円(税込) (2)共益費:18,690円～48,195円(税込) (3)保証金:77,700円～199,800円
面積:	(1)個室18.19㎡～46.74㎡ (2)会議室 19.76㎡～51.94㎡
その他サービス:	(1)インキュベーションマネージャーによる支援 各種セミナー、専門家相談、アライアンス支援、各種交流会など (2)デジタルハリウッドの各種受講割引、八王子制作スタジオ利用料割引、エキストラやクリエイターの無料紹介など
支援機関:	東京都産業労働局商工部創業支援課

資料：東京都中小企業振興公社 HP
(<http://www.tokyo-kosha.or.jp/support/sogyo/incubator/tcic.html>)

仙台市 (TRUNK)

仙台市では、平成 22 年 3 月、先述の「クリエイティブ産業立地促進助成制度」の一環として、「仙台卸センターホテル」跡にシェアオフィスが開設された。当施設には、クリエイティブスタッフが常駐しており、入居者に対して企業支援やプロモーション支援、ビジネスマッチングを行う。さらに、セミナーやイベント等も開催する。

図表 3-14 仙台市 TRUNK の概要

施設名:	仙台TRUNK
所在地:	仙台駅から東へ4km
施設概要:	(1)入居対象者: デザイン、デジタルコンテンツ、印刷、設計、写真、映像制作、音楽
	(2)個室数:38室
	(3)オフィスの構造:個室タイプ、間仕切りタイプ
	(4)共同利用施設:会議室(3室)、ライブラリ、ミーティングルーム
賃料:	レジデンス会員 月3万円(利用者が1人増えることに+1万円) スポット会員 = 1時間300円
面積:	(1)レジデンスルーム:10.2㎡~13.6㎡ (2)レンタルルーム:11.6㎡~13.6㎡
その他サービス:	(1)ビジネスサポート:産業支援機関と連携したビジネス支援(マッチング、事業へのアドバイス、助成金申請支援など) (2)ファシリティサポート:レンタルルーム、共用スペース等の提供、音楽スタジオ(MOX)、演劇演習施設(10-BOX)との連携支援、イベント倉庫の貸出(有料)、機材の貸出(スポット会員は有料) (3)コミュニティサポート:地域との交流、ネットワークづくり支援、会員相互間のコラボレーション支援、情報の発信及び提供、翻訳サービス(有料) レジデンスルームは、入居者による改造がある程度認められる
支援機関:	仙台市、仙台クリエイティブ・クラスターコンソーシアム、仙台市産業振興事業団、10-BOX

資料: TRUNK HP
(<http://www.trunk-cos.com/>)

(3) 企業のマッチング

札幌市（札幌市デジタル創造プラザ（ICC））

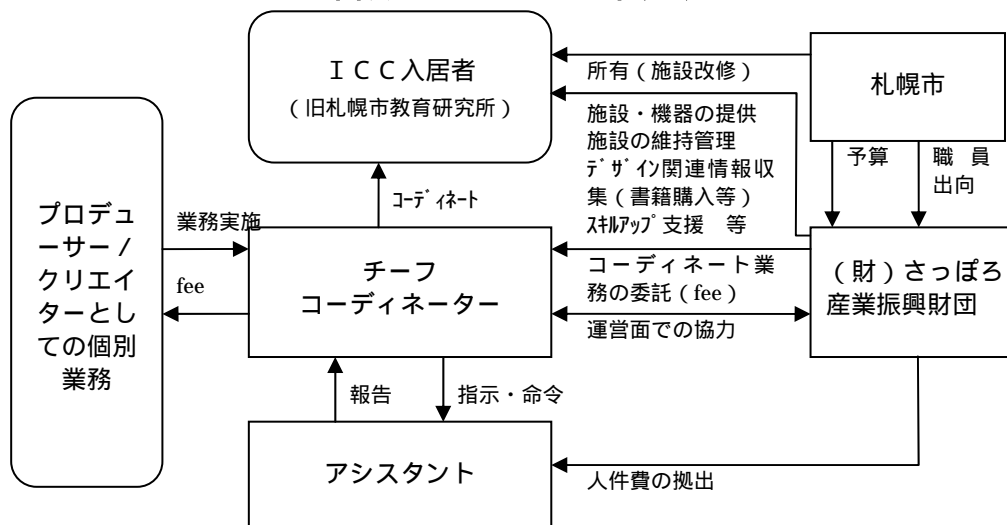
「札幌市デジタル創造プラザ（インタークロス・クリエイティブ・センター）」では、インキュベーション施設として低廉な家賃で利用できる快適なオフィス環境を提供するほか、入居者の活動内容やジャンルに応じたプロモーション・マーケティング支援、イベント、セミナー、ワークショップの開催等を企画している。

さらに、入居者の様々なクライアントに対するプレゼンテーション機会の創出や、マーケティング面での支援を目的として、イベントを開催するなど多彩な事業を展開している。

ICCにおける職務範囲は、施設の管理運営は さっぽろ産業振興財団、ソフト面のコーディネート業務をチーフコーディネーターが担当となる。チーフコーディネーターは、さっぽろ産業振興財団から業務委託を受けている。

チーフコーディネーターは、ICCのコーディネート業務以外にも、一人のプロデューサー、クリエイターとして活動を行い収入を得ているため、ICCから発生する業務を囲い込まず他のコーディネーター・プロデューサーの育成に努めることができる。

図表 3-15 ICCの仕組み



また、チーフコーディネーターの活動が源泉となり、英国のクリエイティブ集団「tomato」とのつながりが形成された。このことにより、ICCのチーフプロデューサーの立場を活用し、ICCを会場とした日本でのワークショップを開催したり、ワークショップ参加費の助成を実現した。

現在、ICCを巡る国内外のネットワークは、世界的規模で著名な人的ネットワークを形成しており、入居事業者等にとって、世界クラスの製作責任者と交流する機会がもてる環境を提供している点では、国内最高クラス的环境を提供している。

フランス・アヌシー市 (CITIA エンタープライズ)

フランス・アヌシー市では、2006年に事務局組織 (CICA) を発展させ、事業会社「活動映像都市 (以下、CITIA)」を発足させた。CITIAではディレクターに、フランスを代表するアニメーション制作会社「Folimage」のプロデューサーであったパトリック・エヴェノ氏を迎え、彼の下で、25人の常任スタッフが映画祭・MIFAの実行やCITIAのその他の活動に専念している。CITIAのミッションは、文化、経済、育成・研究となっており、産業育成の一貫として都市圏共同体が持っている遊休施設を転用し、創業間もない映像関連の企業に対するインキュベータ施設「CITIAエンタープライズ」を設立した。

「CITIA エンタープライズ」では、最大で2年間、コンテンツ制作業 (アニメーション、マルチメディアコンテンツ、ゲーム、コミック、ソフトウェア、CG)、ポストプロダクション、メディア、ネットワーク関連、サービス業 (法律・教育) その他映像関連ビジネス業の企業に対して優先的に支援を行っている。そのサービスとしては、下記のようになっている。

- ・事務所スペースの貸出：
約 540 m²のスペースが入居者オフィスの他、一時的に組成される制作チーム用のミーティングスペース等に提供される。
- ・レンタル：
制作に必要な機器・システム、文献や地方新聞の購読、レコーディングスタジオ、ビデオルーム、ビデオ会議用設備、ミーティングルーム
- ・業界関係者とのネットワークづくりのサポート
- ・プロジェクト開始にあたり、プロモーターとつながる窓口の設置
- ・映像制作企業が必要とする指導者のリソースセンターとしての役割

図表 3-16 CITIA エンタープライズの外観



資料：CITIA Entreprises HP
(<http://www.citia.info/economie-pepiniere.html>)

4 練馬区のアニメ関連産業集積の特徴、展望と課題

(1) 練馬区のアニメ産業集積の特徴と展望

これまでみてきた練馬区のアニメ産業集積の特徴を整理、アンケート、ヒアリング等から得られたアニメ関連企業の動向等を踏まえ、今後の練馬区のアニメ関連産業集積を展望する。

集積の特徴

- ・日本のアニメ発祥の地であり、全国を代表する企業をはじめ、それらの企業を支えるアニメーターも含めて裾野の広い、わが国最大の集積を有する。
- ・事業所立地において取引先企業の集積、不動産価格の安さ、公共交通利便が強みとして評価されてきた。アニメーターにとっては同業者の集積も評価されている。
- ・一方で、TV局等はなく、「工場」としての性格が強い。また、ポストプロダクション等の関連産業集積も弱い面がある。また、ゲームメーカー等関連産業もない。
- ・アニメのまちとしての取り組みも活発化している。地域を挙げた産業振興およびアニメ産業集積を活かした地域振興に取り組む。産業振興面ではフランス・アヌシー市との協定など、練馬区ならではの支援策も有する。

既存事業者等の事業展開意向と課題認識

- ・当面はTV等従来市場でのコスト削減等での生き残り策に重点がおかれている。
- ・一方で、TV以外の市場への展開を模索しており、海外市場進出についても前向きな姿勢がうかがえる。
- ・主に制作面を支える人材育成に課題認識を持っており、入職前の人材というよりも、3DCGなど企業側の意向、ニーズにそった形での人材育成に関心がみられる。

今後の事業所集積等の展望

- ・既存事業者は概ね区内で存続の見込みである。一方で、人件費削減のため、国内の地方圏や海外展開を進めている企業もある。なお、新設、拡充等の規模拡大に関する意向はほとんどない。
- ・練馬区内への新規立地は、事務所の集約化や家賃負担軽減等の経営効率化、スリム化を図る企業等に可能性が期待される。

(2) 事業者意向等を踏まえた、練馬区アニメ産業集積促進の可能性と課題

～規模縮小下での、各企業の持続的な経営体制の再構築や新規分野展開に向けた集積メリットの発揮(利便施設・サービス集積、共同化、交流、支援策)～

これまでTVアニメ市場を中心に拡大してきたわが国のアニメ産業は、市場の縮小、海外生産の進展、CG等の技術革新等によって、事業所集積規模の縮小が懸念される。

練馬区は、国内最大の集積をもつ優位性に加え、恒常的な賃料コストの安さ、生活環境の良さ等から、事務所の集約化や家賃負担軽減等の経営効率化、スリム化を図る企業等の集積の可能性がある。また、小規模・零細企業や個人アニメーターも多く、彼らにとっては顧客先との地理的近接性や、職・住両面での環境向上が重要な課題となっている。

こうした中で、従来の経営方針の再構築や新規分野展開に取り組む企業や人材の集積を強めることによって、アニメ関連企業の集積メリットをより活用し、新たな取引関係の構築など、区内既存事業者と新規立地事業者との事業連携など、区内アニメ産業の一層の発展が期待できる。また、アニメ関連企業の立地が増加することで、ビルオーナー等がアニメ関連企業向け賃貸物件を多く設定するなど、集積拡大に併せて、オフィス等の供給増加を促進することで、より良好な立地環境の実現等が期待できる。

練馬区のアニメ産業のポテンシャルと課題

アニメ関連産業の更なる集積促進に向けて、強み、プラス要素として評価される点と、弱み、克服すべき課題となる点を挙げると以下の通りである。

【ポテンシャル】アニメ制作「工場」としての高い評価

- ・日本のアニメ発祥の地であり、アニメーターも含め大手企業を中心に裾野広く分布
特に従来型の(2D)アニメの制作拠点としての強みは残る
- ・仕事仲間や企業が集積し、受発注や制作上の打ち合わせが容易
- ・周辺に多数のスタッフが居り、制作スタッフを集め易い
- ・鉄道や道路網が充実し、都心の顧客先打ち合わせにも比較的便利
- ・人材育成面では専門学校、大学等がないが、発注先となる企業が多く、今後企業連携等により企業が本当に求める人材を育成するための取り組みを行うことは可能

【ポテンシャル】家賃が安く、生活や企業活動維持コストが低廉

- ・収入が低い若手スタッフが安心して生活できるレベルを提供
- ・家賃や生活物価相場が低く、事務所維持費用を低廉に維持可能
- ・業務利便性の高い23区内であるにもかかわらず、豊かな生活環境等が武器に
- ・光が丘の学校跡地ほか、既存施設の活用により割安な事務所を提供することが可能

【ポテンシャル】地域ぐるみでのアニメ産業振興の取り組みの中に、新規事業分野創出の可能性

- ・鉄道事業者と商店街、遊園地等によるアニメによるまちづくり活動の展開
- ・地元大学での学術研究や、個性的な大学の集積
- ・フランス・アヌシー市との協定など国外の他都市との連携は、新規展開への強み

【課題】従来型のアニメ制作ビジネスモデルでは「手足」の立場

- ・企画・営業等の顧客との打ち合わせには不向き（都心での打ち合わせ中心）
- ・従来型では「工場集積」は可能だが、「産業集積」には限界

【課題】区内におけるアニメ「産業振興」「地域活性化」に関する合意形成

- ・一般の生活者とライフスタイルがやや異なるアニメーター等の生活への理解拡大
- ・安価な生活環境と作業環境の維持

今後の更なる集積促進に向けての取り組み課題

練馬区のもつアニメ関連産業集積形成への強みを活かしつつ、更なる集積促進に向けて取り組むべき課題としては以下が挙げられる。

■恒常的な経営コストの低減（低廉な事業スペースと共同化メリットの提供）

アニメ産業を取り巻く環境が厳しさを増すなかにあって、企業が持続的に事業活動を展開していくにあたり、事務所の運営コスト、交通費、研修・人材育成費等の恒常的に発生するコストを低減する機会を提供していく必要がある。

練馬区は、事業所立地の際の重要な条件となる取引先企業との近接性において、全国最大の企業集積から優位にあり、交通条件にも恵まれている。その立地条件の強みに、低廉なオフィス賃料、あるいは設備機器、研修・人材育成、研究開発等の共同化によって経営コストを下げる事ができれば、企業側にとってメリットが大きい。また、そうしたメリットの享受を目的として企業集積が高まれば、更に企業にとっての利便性も向上することから、まずはオフィス賃料等の強みをアピールすることが得策である。

< 低廉な事業スペースの提供 >

低廉な事業スペースについては、創業者向けのインキュベートオフィスとは異なり、今回の対象は既に実績豊富な企業も含むものである。そのため、一時的な家賃補助的な観点ではなく、低廉な物件の発掘とマッチングにウエイトをおき、なおかつ、事業活動上も企業集積を活かした共同化メリットや支援施策の活用、あるいはまちを挙げてのアニメ産業振興への理解が享受できることを訴えていく。

そのため、アニメ事業者へのスペース提供を意識して、光が丘の小学校にみられるような公共施設の転用や、民間の空き物件についても不動産事業者等を巻き込みながら、住宅近接の小規模のもの、複数事業所が入居できるもの、分散した事業所を集約しうるものなど多様なニーズに合わせた物件を発掘し、提供していくことが有効である。

また、アニメのまちとして、職住近接の環境あるいは住民によるアニメ企業への理解と誇りを併せて整え、地域活性化につなげていくことが、持続的に企業を集め、さらには新たに生み出し、育てていくことに求められる。

<共同化メリットの提供>

企業集積を活かして、設備機器の共同利用、合同の研修・人材育成、新規ビジネスモデルのための勉強会等が開催できれば、効率的、効果的な事業運営が可能となる。練馬区内における企業連携の取り組みとしては、既に練馬アニメーション協議会が活動を行ってきている。また、アニメ産業の振興は、経済産業省等の国、日本動画協会といった業界単位、さらに東京都でも取り組まれている。今後は、企業集積をより意識して、区内企業への日常的な活動の支援（設備機器の共同利用）や、練馬区ならではの独自のチャンネル、コンセプトに基づく勉強会、交流会等の開催を進めるべきである。練馬アニメーション協議会という連携基盤を活用しつつ、さらにその枠、参加者をアニメ関係者から広げたり、あるいはテーマを重点化する形で、共同化の取り組みを実施していくことが有効である。

■市場開拓、新規チャレンジ機会の提供

TV以外の市場開拓、海外市場への展開など、新規チャレンジに積極的な企業が多い。練馬区に立地することで、こうした新規チャレンジの機会が得やすい環境としていくことが求められる。練馬区は全国を代表する大手企業が所在するため、従来のTV市場への展開にあたっては優位に展開してきた。しかしながら、特に中堅以下の企業にとっては生き残りに向けて従来のTV市場への営業展開も行いつつ、更なる市場開拓も進めなければいけなくなっている。

そのためには、従来市場も含めて各社の得意分野、新商品について情報発信を行ったり、あるいは新たな取り組みに他社と共同で取り組むことが求められている。そこで、練馬区において以下のような機会の提供を行うことが有効である。

<従来のTV市場分野での営業開拓、情報発信機会の提供>

従来のTV市場において、技術面、製品面の情報発信とともに、上述のような立地環境面での優位性も活用しつつ、各社の競争力強化への取り組みを支援していく。

< 海外市場への展開機会の提供 >

また、今後の展開が期待される新規市場の中で、海外市場は既に顕在化している開拓有望な市場である。そこで、練馬区が有するフランス・アヌシー市とのチャンネル等を活用して、海外市場への展開機会を提供していく。特に海外に対しては中小企業単独の進出には法律面の対応等困難な面もあることから、支援体制を充実していくことが海外市場展開に向けた優位性とすることも期待できる。

< 新たな市場、アニメ及びアニメ技術の新分野での活用機会の提供 >

TV以外の新規分野への展開に向けては、ゲームなどこれまでの活用分野での展開に加え、従来の業界関係者以外の事業者も参画させつつ、アニメ自体あるいはアニメで培った技術を他の分野への活用を含めて検討していく機会を設けることも有効である。近年、アニメあるいはキャラクターは情報伝達、コミュニケーションの手段として活用の機会が高まっている。各地あるいはイベントでのゆるキャラの他、富山県における観光地PR用のアニメや戦術のカーナビのキャラクターでのガイドランスなどの例もあり、練馬区のまちづくりの多様な分野（例えば、観光、福祉、教育、商店街振興など）でのアニメの活用を検討することが新たな市場を創出させることも大いに期待できる。その実現に向けて、アニメやアニメ技術のユーザーとなり得る分野や、その活用に向けての援軍となり得る異業種との勉強会の創設も有効である。

■創造性の発揮、新規展開発想への刺激の創出

練馬区はアニメの「工場」として制作部門の集積が高く、取引先あるいはアニメーター同業者の集積等が立地選定の際の優位性として評価されてきた。一方で、従来のTVアニメ市場の縮小から、新規分野展開が必須となる中において、事業としての新規展開への発想や、アニメのクリエイターとしての感性、創造性が今まで以上に求められてくる。

そのためには、従来の通常業務以外の文化的、技術的な刺激あるいは異業種・異分野からの新たな発想を享受できる機会、環境を提供することが有効である。その点では、例えばクラフトやものづくり関連のクリエイター、デザイナーのインキュベーション施設である台東区デザイナーズビレッジや世田谷ものづくり学校では、共にかつての学校校舎を活用して産業振興と地域活性を目指していることもあり、施設内で入居者以外も対象としたセミナー、イベントも開催するなど開かれた運営となっている（62ページ参照）。練馬区においてもアニメ関連企業の企画、制作現場に携わるスタッフ同士の交流や、区内外の芸術関係の大学との交流、あるいはまちづくり関係者、賑わいイベント関係者、また、農業、伝統工芸、遊園地アミューズメントなど練馬区ならではの分野との交流も有効と考えられる。アニメのまちとして、豊かな就業・生活環境を提供し、創造性を喚起していくことを目指す。

■人材育成、人材供給への支援

練馬区のアニメ産業集積の強みは大手企業を抱えつつ、それを支える品質の高い「工場」、制作部門としての裾野の広い集積である。特に従来の2Dアニメにおいては世界をリードする存在にある。これら優位にある分野の技術を磨くとともに、技術革新に応じてCG、3Dなど実用的なスキルの向上に取り組み、アニメ技術者、技能者のメッカとしての地位を維持していくことが求められる。加えて、アニメ関連企業が海外市場や新規分野展開等を進めていくため、プロデュース、マネジメントも含む多様な人材の確保、育成も支援していくことが求められる。

< 2D、3D、CG等の実用的スキルの向上、技術者・技能者への誇りの醸成 >

わが国のアニメを支える制作人材の育成は大きな課題となっている。専門学校等アニメ業界を目指す入職前人材の育成機関は少なくないものの、現在のところ即戦力人材を育成するに至っておらず、アンケート、ヒアリングを通じて企業ニーズに即した人材育成機関の必要性も指摘されている。その点から、杉並区のアニメ匠塾を評価する企業もみられた。練馬区内にはアニメの専門学校はないものの、3DCGなど企業の戦略的展開に応じた人材を、地域の企業および大学等の教育機関が連携して育成する実践的教育プログラムの開発と運用も有効である。

また、こうしたアニメを支える技術者、技能者を重視する姿勢を、地域を挙げて明確に打ち出す一つの方策として、アニメ作品の技術部門別表彰制度も有効であろう。

< プロデューサー等、経営面での人材育成、確保 >

今後、TVアニメ市場の縮小に応じて、各社が新規分野の展開を目指すにあたって、事業全体のプロデュースやマネジメント、あるいは著作権、版權等についてのノウハウを要することが増えてくることが見込まれる。上記の技術者、技能者人材育成と同様に、こうしたプロデュース、マネジメントに係る人材の育成や外部活用等に共同して取り組むことが求められる。これら分野の人材は、アニメ専門学校等ではカバーしていないことから、技術者教育以上に地域内の大学等と連携した取り組みが有効とみられる。

■区全体の振興の牽引、他産業への波及

練馬区のアニメ産業がこれまでの強みを活かし、さらに新規分野への展開も成し遂げつつ持続的に発展するためにも、アニメ産業の振興と練馬区のまちづくり、他産業との連携、相乗効果の実現が求められる。アニメ産業をモチーフ、一つのきっかけとしながら、他業種も含む産業界、行政、地域が一体となって、国内外の他地域との交流を展開しながら、練馬区の特徴を活かした活性化に取り組んでいくことを目指す必

要がある。

<アニメ産業をコアにした、地域経済産業の活性化>

アニメ産業は従来中心であったTV市場に限れば、規模縮小は避けられない。しかし、これまで述べたような取り組みを推進すれば、練馬区のアニメ産業集積自体は更なる充実も十分に期待できる。特にその集積形成の実現過程において、公共・民間の遊休施設の有効利用を進めるほか、アニメ産業の新市場展開、新分野展開に向けてはフランス・アヌシー市を含む海外との交流の活発化、地域内外の関連分野の事業者等とのビジネス交流の活発化、観光やまちづくり関連へのアニメ技術の活用など、地域の経済活動の活発化が必須の条件となっている。従来のアニメユーザーを対象とするだけでなく、地域の住民生活あるいは地域企業の事業活動へのアニメの活用を行うことで、アニメ産業と共に地域の経済活動も一体的な活性化を進めていくこととなる。

加えて、日本のアニメ作品が国内はもとより広く世界で受け入れられている中で、特定の作品やキャラクターを活用するだけではなく、日本アニメの誕生の地、メッカとしての「産業観光」としての展開をアニメ産業の活性化の一環として進めていくことが期待される。映像作品を「モノ」として購入させるビジネスからコンテンツや時間を消費させるエンターテインメント型ビジネスへの展開も視野にいれつつ、としまえん等の拠点化と地域内の産業観光プログラムづくり等により、地域の交流人口増大へとつなげていくことも求められる。

<アニメのまちとしての区民の誇り、区民文化としての醸成>

これまで述べてきた、まちづくりと一体となったアニメ産業振興を展開していくにあたっては、そのための区としての投資やアニメ関連企業との共生について、区民への理解を獲得していくことが必要である。

そのためには、今後の人口減少、地方分権のより一層の進展が見込まれる中で、地域産業振興の重要性や、住民・企業から選ばれる存在となるための地域アイデンティティ、地域の誇りの確立の重要性を区民に理解してもらうことを前提としつつ、さらに、区民自身の生活を豊かにし、あるいはビジネスを助ける存在としてのアニメの活用を図ったり、練馬区のアニメの歴史と現在の集積についての認知度を高め、地域への誇りや愛着を喚起していくことが求められる。

これらの区民理解のもとに次代を担う企業、人材を生み出し、育てることを通じて、アニメのまちとしての持続的な発展を目指すものである。

(参考)ものづくり等のクリエイター等を対象としたインキュベーション施設

施設名	IID 世田谷ものづくり学校
運営主体	株式会社ものづくり学校
所在地	東急線「三軒茶屋駅」より徒歩 15 分(旧池尻中学校)
施設概要	(1)入居対象者:[デザイン・建築・映像・食・アート・ファッション]など、ものづくりを核としたクリエイター
	(2)室数:39室
	(3)オフィスの構造:個室タイプ、間仕切りタイプ
	(4)共同利用施設:会議室(2室)、プレゼンテーションルーム(1室)、カフェなど
賃料	(1)賃貸料:30,000円～40,000円(税込)
	(2)共益費:別途必要
面積	(1)個室:7.2㎡～12㎡
	(2)会議室:24.4㎡
	(3)プレゼンテーションルーム:90㎡
その他	ギャラリー、ワークショップ、イベント等の開催

出典：世田谷ものづくり学校 HP
(<http://www.r-school.net/>)

施設名	台東デザイナーズビレッジ
運営主体	台東区、
所在地	地下鉄「新御徒町駅」より徒歩 1 分(旧小島小学校)
施設概要	(1)入居対象者: ・ファッション関連産業、及びデザイン・コンテンツ関連産業に携わるデザイナー等であること。もしくはファッション関連産業やデザイナーを支援する業務を行う者等であること。 ・台東区内で創業を予定している、または創業 5 年以内(入居時点)の法人または個人。 ・ビジネスを拡大する意欲が高く、また創業のための支援が必要と認められること。 ・台東区内の産業や地域の活性化に寄与する活動を行う意欲があること。 ・施設の利用期間終了後、台東区内において引き続き事業を行おうとする意思を有すること。 ・他の公的創業支援施設への入居経験が無いこと。(ブレイクインキュベーション利用者及び既入居施設による推薦状のあるものを除く) ・住民税・事業税を滞納していないこと。
	(2)室数:19室
	(3)オフィスの構造:個室タイプ、間仕切りタイプ
	(4)共同利用施設:会議室(3室)、交流サロン、ショールーム(2室)、図書室など
賃料	(1)賃貸料:8,000円～16,000円
	(2)共益費:月額 21,000円～27,000円
	(3)保証金:使用料の 3 ヶ月分
面積	(1)個室:20㎡～40㎡
	(2)会議室:
期間	3年以内
その他サービス	(1)作品スペースや展示スペースの共有施設の使用
	(2)インキュベーションマネージャーによるマーケティングアドバイスや、台東区による支援、地元金融機関等による支援メニューの活用

出典：東京都中小企業振興公社、台東デザイナーズビレッジ HP
(<http://www.tokyo-kosha.or.jp/support/sogyo/incubator/index.html>)
(<http://www.designers-village.com/>)

5 練馬区におけるアニメ関連産業集積強化に向けて

(1) 集積強化のために目指す方向

前章4の取り組み課題を踏まえ、アニメ関連産業の集積強化のために以下の2つの方向を目指す。

【方向】事業所・人材の集積を強化し、アニメ制作拠点としての地力を高める

【方向】拠点性を活かして、新たなビジネスの創出、地域活性化へと展開する

【方向】事業所・人材の集積を強化し、アニメ制作拠点としての地力を高める

練馬区における既存のアニメ関連産業集積や立地特性上の強みを基盤として、更に事業所集積や人材育成を進めることにより、将来に渡りアニメ制作の拠点、メッカとしての地位を確立するため、地力を高めることを目指す。

特にアニメ産業を取り巻く状況が厳しい中、各企業の生き残りに向けて経営コストの低減、体制の再構築を実現する環境を提供することで、練馬区への事業所集積の強化を図る。

■コスト低減、利便向上を実現する事業スペースの提供による事業所集積の強化

取引先との近接、高い交通利便という好立地に加え、遊休の公共施設や民間物件を活用して低コストで利便性の高い事業スペースを提供することで、事業所コストの低減・効率化を狙う企業等を誘致、集積させる。

そのため、練馬区のアニメ振興策についての情報発信に加えて、地域の不動産事業者とも連携してアニメ制作会社の規模、業務内容、ワークスタイルに適した物件を発掘・紹介したり、事前に不動産所有者や地区住民に対して企業集積への理解を得ておくことで、円滑な進出を支援する。(66ページ参照)

■若手アニメーター等の生活環境向上による人材、事業所集積の強化

事業所立地だけでなく、家賃負担の少ない住宅、ルームシェア物件等についても発掘・紹介し、区内での生活情報の提供をするなど、若手アニメーター等の生活面を側面支援していく。

■集積メリットを活かした共同化の取り組み促進

コスト低減や経営支援策の一環として、地域の中小・零細事業所等の共同での設備機器利用、情報発信、販路開拓、人材育成等についても支援、促進していく。

■アニメ制作技術の世界的メッカを目指した、技術・技能の向上

アニメ専門学校等の卒業生が即戦力とならない現状や3DCG等技術革新への対応が求められていることを踏まえ、企業ニーズに応じた実践的な研修・人材育成プログ

ラムを地域の企業や教育機関等の共同で開発、実施していく。

また、アニメ技術・技能向上を奨励すると共に国内外にその高さをアピールしていくため、アニメ作品の技術部門ごとの表彰制度やコンペティション等を創設する。

【方向】 拠点性を活かして、新たなビジネスの創出、地域活性化へと展開する

海外市場への展開、新たなビジネスモデルの創出、更にアニメのまちとしての観光交流の促進などに向けて、アニメ制作の拠点としての強みを基盤に、海外を含む地域内外の事業者との交流、連携を進めていく。

練馬駅北口など新たな拠点整備を活用しながら、行政、民間の連携のもと中核を担う推進体制を確立して戦略的に地域内外の関係者を巻き込んでチャレンジしていく。

■フランス・アヌシー市との連携をはじめとした国際ビジネスへの展開

フランス・アヌシー市との協定を足掛かりに、国等との支援策とも連携しながら、地域企業の海外市場への展開を支援、促進していく。国際ビジネス展開には単独で対応できる企業も限られることから、地域での連携した取り組みを進めていく。

■アニメを活用した新たなビジネスモデル創出への展開

アニメあるいはアニメに関わる技術を活用した新しいビジネスモデルの創出に向けて、例えば、情報伝達、コミュニケーションツールとしてのアニメの活用について、そのユーザーとなり得る分野や、その活用に向けての援軍となり得る異業種からのノウハウ（IT、法曹、経営支援、ブランド、その他）も交えて検討していく。

■区民、区内事業所によるアニメおよびアニメ技術活用の検討

練馬区のアニメのまちづくりの一環として、区民あるいは区内企業の利便向上のためのアニメおよびアニメ技術活用について、観光、福祉、教育、商店街振興など多様な分野で地元メンバーを交えて検討していく。

■「アニメのまち」としての魅力づくりとプログラム開発

日本のアニメの発祥地かつ最大の事業所集積地である「アニメのまち」として地域を挙げて産業観光、文化交流を促進していく。

特にアニメの業態がコンテンツや時間を消費させるエンターテインメント型ビジネスへと展開している中で、イベントやライブ等の開催によるメッカ性の向上と、制作サイドからの新たなビジネス展開を支援していく。

そのため、アミューズメント施設整備支援や地域内のアニメゆかりの土地、施設のネットワーク化や観光地としての魅力づくりに取り組む。

■アニメ企業の業容拡大に対応した人材、支援体制の拡充

上記のようなアニメ企業の業態拡大、新規ビジネス展開に向けて、プロデュースやマネジメントを担当する人材を育成していく。そのため、地元大学と地元制作会社の連携による実践講座等の開催も考えられる。

また、中小・零細事業所等の事業展開支援として、契約、財務、人事、工程管理などを代行、支援していくことも考えられる。

(参考) 不動産事業者を巻き込んだ取り組みイメージの参考事例

千代田区SOHOまちづくり

都心でのオフィスビルの供給過剰が懸念されていた平成15年頃、都市基盤、交通条件に優れた神田地域でも中規模ビルの空室率上昇が課題となっていた。一方、秋葉原地区はソフト系IT系産業集積地となりつつあったことから、既存のストックを有効活用しつつ新たな産業と人材を呼び込み、それらを結びつけて地域クラスターを形成していくため、千代田区では「中小ビル連携による地域産業の活性化と地域コミュニティの再生」に取り組んできた。中小ビルの1フロアを改修してSOHO支援の拠点施設を設けると共に、ビルの空きスペースを活用した地域プロモーションのためのアートデザインイベントを毎年開催してきた。その結果、ギャラリーが進出し始めるなどの成果を得てきている。

東京R不動産 (<http://www.realtokyoestate.co.jp/>)

インターネット上での不動産物件紹介であるが、通常の物件情報だけを提供するのではなく、利用者の視点から物件の特徴を活用イメージとして紹介している。



番町・麹町 STATION (<http://www.rakuten.ne.jp/gold/bancho/>)

番町・麹町エリアに限定してインターネット上で物件情報とタウン情報を提供。

利用者にとっては、地域外からの移転を検討する際に現地を訪ねて何軒もの不動産事業者を回らなくてもインターネット上で多数の物件の賃借条件、間取り図の閲覧ができ、気に入った物件の内覧申込もできる。また、「エリアのソムリエ」としてタウン情報もきめ細かく提供されている。

(2) 集積強化に向けた取り組み方針

前項(1)の2つの方向でアニメ関連産業集積強化を進めていくにあたり、以下の方針で取り組んでいく必要がある。

■「アニメ制作拠点としての地力強化」と「新たなビジネス創出、地域活性化への展開」の2つの方向の複線的展開

練馬区でアニメ産業振興を進める上で、「アニメ制作拠点としての地力強化」と「新たなビジネス創出、地域活性化への展開」を並行して複線的に展開する。

但し、当面は、企業の生き残り支援を通じた地力強化に重点をおいて、日常のかつ広く区内を対象とした取り組み体制を構築し、拠点性の確立、集積メ리트の実現を目指す。他方、新たなビジネス創出、地域活性化への展開に向けては、中長期的な観点での成果を目指しつつ、イベント的、拠点的な取り組みから着手し、様々なソフト施策を展開していく。

■産業振興とまちづくりの一体的推進

練馬区のアニメ関連産業集積を(一時避難、駆け込み寺的なものではなく)持続可能なものとして強化、再構築していくため、自立的経済活動が展開されていくよう民間ベースの地力を高めることを目指して、産業振興とまちづくりの一体化を意識する。

練馬区において、アニメ関連事業所は南部や西部の鉄道沿線を中心に広く分布している。小規模の事業所や個人アニメーターも多いことから職住近接で取引先との行き来も含めた生活の大半が区内で完結してしまうケースも少なくないとみられる。そうした中で、生活利便と業務利便の向上、さらにはクリエイターとしての創造性を刺激するといった側面も求められる。加えて、今回のアニメ産業振興では、新たなビジネス創出や産業観光・文化交流の展開にむけて、まちを挙げて国外を含む地域外との交流、区民・区内事業者との交流も展開しようとしているものである。その点、工場団地やオフィス街のように業務効率だけを優先した集積形成を図るのではなく、練馬区の様々な地域特性をもったまちのなかに、その特性に応じた集積を構築していくことを目指すこととなる。

一方、練馬区のまちづくりにおいても都市機能の更新時期に来ており、光が丘の小学校跡のほか、練馬駅北口も新たな機能導入が予定されており、他の民間施設も同様に遊休物件も発生しているところである。こうした街全体の機能更新と一体的に、アニメ産業振興のために必要な諸機能を整備していくことが有効である。

そのため、アニメと共にまちが発展し、区民生活が豊かになり、区内事業者も元気になるという全体ビジョンのもとで、拠点整備、モデル的整備で動きをつくりつつ不動産事業者、不動産所有者等を巻き込みながら機能更新を図る。更に、その運営においてもアニメ事業者をはじめ、民間ベースでの主体的取り組みを支援していく。

6 練馬区におけるアニメ関連産業集積強化の施策

以上のような方針のもと、練馬区におけるアニメ関連産業集積の強化に向けた施策を整理する。既に見てきたように練馬区及びわが国におけるアニメ関連産業を取り巻く状況は、短期的には、従来までの主たるマーケットであったテレビ、映画、OVA等市場の縮小等もあり、厳しい経営環境に陥っている。こうした中で、短期的には厳しい市場環境の下で、アニメ産業集積を持続するための経営維持による地力の強化に向けた施策や次代の集積強化に向けた取組と、中長期的には地力を強化した企業集積が新たな産業発展に向けて展開するための支援策を検討する必要がある。

(1) 事業所集積の向上に向けた支援

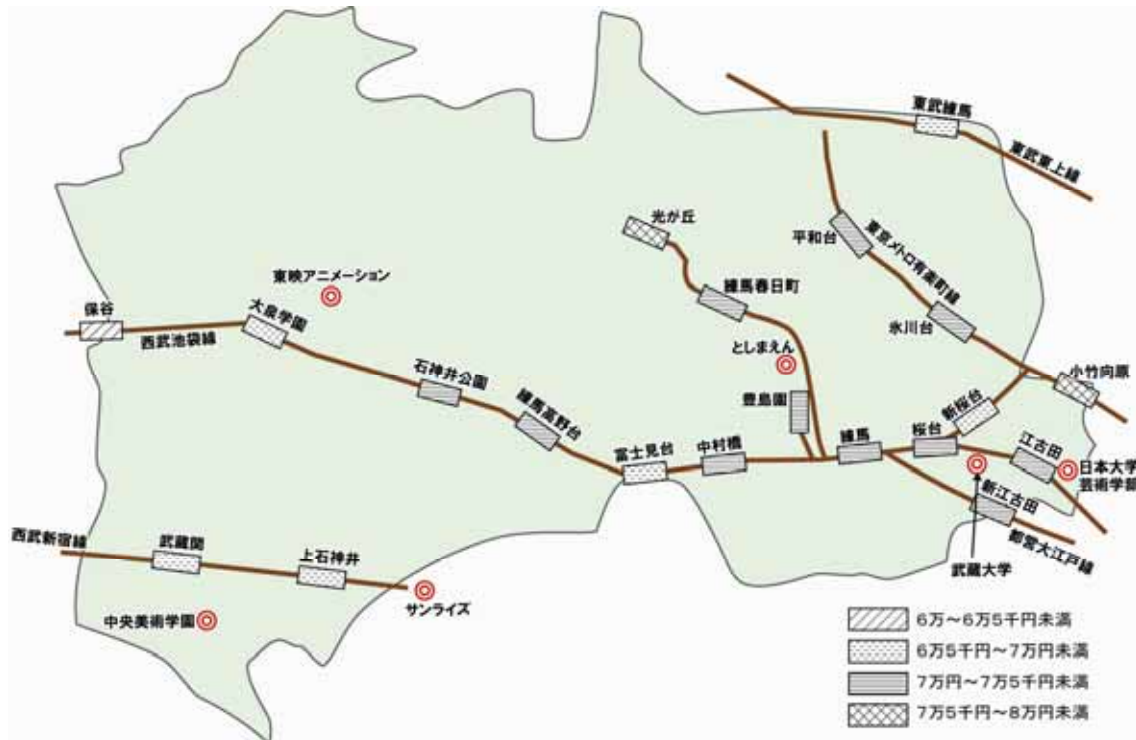
急速な制作費削減やテレビ等の市場環境の変化に伴う、各事業者の体力低下に対応し、練馬区のアニメ産業集積の地力を強化するための短期的な支援を行う。

中長期的には、アニメ関連産業の地力向上を実現し、国内外に対して一定の競争力を有しながら、新たな事業展開を可能とするスタジオ・設備等の環境整備を行う。

<短期的取組>

- ・資金面での体力低下が厳しいアニメ関連事業者が、割安な家賃で事業継続が可能となるような公共施設転用や区内のオフィス、事業所、商店街等の空き店舗、公的機関が管理する物件等の提供や、民間等のより安い物件に移転する場合の家賃補助
- ・個人や事業所がアニメ制作に関して共同利用できる施設の整備や、練馬区外から区内に移転する場合の移転費用補助や、区内での新たな雇用創出や、雇用維持に対する助成金等による企業支援等の緊急措置の実行
- ・次頁の図にみられるように、比較的事業所家賃の低い練馬区にあっても、さらに区内で家賃相場の低い区西部地域は、大泉学園や石神井など比較的アニメ事業者の集積の高い地域であり、これらの地域で、より安い物件への移転支援のための情報提供や、区内民間ビルオーナー等に対して、アニメ関連事業者の入居を促進するための入居条件等情報の提供や、アニメ関連事業者向けのビル改装費用の助成、実際の入居に対する移転費用の補助等の支援策の展開
- ・アニメ関連事業者の移転や設備投資等に対する支援措置の実現

図表 6-1 練馬区内の沿線別家賃相場分布（ワンルームの場合）



< 中長期的取組 >

- ・短期的な対応によって、急速に縮小した制作費による発注（受注）にも対応した経営体力（地力）を備えた、区内事業者に対して、継続的に事業展開ができるように、撮影機器や高価なCG機器等の機材を共同で利用したり、急な大規模発注時の作業空間を臨時に借りることができるような一時利用型共同スタジオ整備等による支援の実現。また、比較的作業空間に余裕のある中堅事業者に対して、上記のような短期間、あるいは1プロジェクト単位で臨時にスタジオや作業場を貸し出すことに関する助成など、区内事業者の有する作業空間の共同利用の促進等を行う。
- ・個人や事業者が、日常的作業以上に特別な作業を行わなければならないとき、あるいは、日常の業務とは分けて作業を行いたい等の場合に、低コストでこうした空間を確保することができるように、期間限定で利用できる小スタジオや作業スペース等の整備支援を行う。

(2) 集積を活かした新たなビジネス展開に向けた支援

区内の集積を活かした新たなアニメ関連産業のビジネス展開に向けた支援を行う。短期的には、現状の厳しい経済環境のもとで、既存の取引先だけでなく、より多くの取引先との交流接点を設け、新たなビジネスチャンスにつながることをめざす。また、既存のアニメ関連事業者以外にも、新たなアニメビジネスの発注者となることが期待される企業（例えばすでにアニメ関連に参入している、パチンコや携帯電話のコンテンツ制作会社等を含む）等との交流機会の創出や、これらの事業者練馬区の有するアニメ関連事業者の集積の優位性を伝え、有効な情報発信を行う。

中長期的には、こうした交流機会を、より具体的なビジネスにつなげることができるように、札幌市（53 ページ参照）やアヌシー市（54 ページ参照）による活動を参考にして、コーディネーターがインキュベーションやビジネスマッチング等を、人脈やノウハウ、センスを活かして有効に実施することができる交流拠点の整備を行う。また、日本アニメの制作集積を活かして、IT等と連携しながら、新たなコンテンツ産業、情報伝達産業、コミュニケーション産業を支える重要なコミュニケーションツールとしての可能性を高め、その可能性を国内外に発信することで、国際的なアニメビジネス展開の拠点として、国際アニメビジネスセンター等の中核を形成する。これにより区内事業者の新たな事業展開、ビジネス展開の支援を検討する必要がある。

< 短期的取組 >

- ・国内外のアニメ関連ビジネス事業者や、コンテンツ制作へのニーズが高いとみられる事業者（パチンコ等エンターテインメント事業者、携帯電話コンテンツ事業者等）向けに、区内アニメ制作会社の技術等を PR し、新たなビジネスチャンス創出に向けて情報発信する活動への支援
- ・区内アニメ関連事業者の活動等を情報発信する取組への支援
- ・コンテンツ制作やエンターテインメント事業者、コミュニケーションツール事業者等、アニメ制作やアニメ商品化ビジネスにつながるのがある事業者等との交流会開催支援

< 中長期的取組 >

- ・アニメやコンテンツビジネスにおいて、新たな商品開発やシステム開発を行う際に、研究開発のテーマを公表し、広く内外の事業者や人材から自社製品に関するイノベーションを収集する「アニメ版オープン・イノベーション¹⁰」の拠点として、クリエイターや事業者が交流し、新たなビジネス素材を紡ぎ出す空間を整備し、特にコーディネーターとして招聘した人材を核に、新たなビジネスに向けた民間主体の活動を促進する。

¹⁰ オープン・イノベーションとは、自社に限らず外部の知識や技術を活用しながら、事業化や研究開発を行うことを指す。

- ・上記イノベーション拠点活動を支援する仕組みとして、過去のコンテンツ素材を集積させ、新たなイノベーションに資する蓄積を有し、国内外のビジネスチャンス創造に向けたインキュベーション、ビジネスマッチング支援等を行う機関を、国や東京都等と連携して整備、札幌「ICC」等の仕組みを参考にした、コーディネーターを核としたネットワーク形成に取り組む。
- ・日本アニメの将来に向けた可能性として、エンターテインメント等と連携した新たなコンテンツビジネスの展開、機器操作や難しい情報をわかりやすく伝達するための情報伝達ビジネス、様々な情報を交流させるコミュニケーションビジネスの中核となるコンテンツとして展開していくことに向けて、国内外のビジネス関連情報を集積・発信する、国際アニメビジネスセンター等の整備について取り組む。

(3) 持続的な集積成長のための人材育成に向けた支援

持続的な集積形成に向けて若手人材や次のステップを目指す人材、アニメ関連産業のマネジメント等を担う人材育成を進める。

厳しい経済環境の中で、練馬区内で低コストかつ集積しながら、経営地力を蓄えた事業者に対して、持続的な集積と成長、あるいは次代へのステップのための人材育成と発掘、教育を進める。

特に、区内にあっては、既存の中堅大手等が行っている各種人材育成機会と、各事業所が実践しているOJT¹¹的なプログラムを基本としつつ、共同で研修することで、費用と機会を節減することができるような若手人材を対象とした共同研究機会の充実を図るとともに、各事業所でも独自に開催する教育研究に対する支援を強化する。

また、アンケートやヒアリングでも人材不足が指摘されている、アニメ関連のマネジメント人材の育成に向けて、区内の武蔵大学や日本大学芸術学部等と連携しながら、地元経済団体等と協力して、マネジメント人材育成プログラム整備を支援する。

中長期的には、アニメ関連人材として、日本大学芸術学部や区内及び周辺の専門学校等と連携しながら、より実践的かつ新たなビジネスにつながるような技術を習得するための教育機関の誘致、強化を支援する。

また、若手人材が、日常的な業務のほかに、独自に新たな練馬アニメを創作、発表していくための場として、アニメ版トキワ荘など、職住が一体化しながら、若い有能な人材が切磋琢磨していき、新しい時代にマッチしたアニメを創出するための空間整備等の支援を検討する必要がある。

¹¹ OJTとは、オン・ザ・ジョブ・トレーニングの略。「日常の業務に就きながら行われる教育訓練のことをいう。直接の上司が、業務の中で作業方法等について、部下に指導することなどがこれにあたる。」

資料：厚生労働省 能力開発基本調査 主な用語の定義
(<http://www.mhlw.go.jp/houdou/2009/06/dl/h0610-1b.pdf>)

< 短期的取組 >

- ・ 区内アニメ関連事業者の若手人材を対象とした共同研修への支援
- ・ 各事業者による育成研修の開催支援
- ・ アニメ関連のマネジメント人材育成研修の支援

< 中長期的取組 >

- ・ アニメ関連の大学や専門学校等の人材育成機能の誘致、および連携
- ・ 若手人材の定着と切磋琢磨を実現するための、アニメ版トキワ荘等の整備支援
- ・ 個人レベルで活躍できるアーティスト型クリエイターの発掘・育成に向けて、若手人材等の教育研修や、若手人材による作品製作・発表の機会拡大の支援
- ・ 次世代のビジネスを担う人材の、新たなビジネス展開に対しての支援と、専門家によるアドバイスの提供

(4) 集積による新たな展開に向けた支援

区内の集積を活かして新たな事業展開や文化交流・観光等周辺産業への展開を支援する。特に区内には、としまえん等の有力な地域資源があり、また将来的には練馬駅周辺での交流拠点となり得る施設整備が計画されていることから、これらの拠点を活用したアニメを題材とした交流、新ビジネスの展開を支援する。

また、国内外のアニメファンが制作現場を見学するためのコース等の整備を目指し、アニメ制作自体を新たな地域観光資源として位置づけ、各事業者にとっても副次的な収入源としての観光収入の実現を支援する。

一方、アニメ関連事業者には、中小零細事業者が多く、営業や企画、経営的な部分で経営者の負担にかかる部分が多いことから、これらの事務等を代行するような周辺産業の振興にも支援する。また、先に記したインキュベーション拠点等を活用して、新たな産業とのマッチング等を支援を検討する必要がある。

< 短期的取組 >

- ・ アニメ事業者の作品を紹介するイベント、映画祭等の開催
- ・ アニメ関連産業を観光等周辺産業と連携させるための、アニメ制作会社等の見学コース整備
- ・ アニメ関連産業と周辺産業とのマッチング機会の支援
- ・ アニメ産業を支援する周辺産業（事務代行等）の支援

< 中長期的取組 >

- ・ アニメ関連の技術やアイデア、過去の作品や新たな作品紹介のための施設整備
- ・ アニメ関連産業と周辺産業をマッチングする人材の発掘
- ・ アニメを活かしたアミューズメントや文化活動の拠点整備

(5) 新たなビジネスモデル創出の場として考えられるモデル地区の整備

前節までで整理したような、アニメ産業集積強化に向けた取り組みについて、区内各地区の特徴を活かした場で、集中的に実施することで、各地区の特性を伸ばしながら、より効果的、効率的にアニメ関連産業の集積強化と産業振興を実現していくためのモデル地区の整備を検討する必要がある。

モデル地区	発展の方向	事業内容案
主要駅前 (例：練馬駅北口、駅前商店街)	<ul style="list-style-type: none"> 練馬の地力をPRする情報発信拠点 アニメビジネスの拠点 新たなビジネス展開に向けた拠点 	<ul style="list-style-type: none"> 新規ビジネスのための国内外のビジネス交流センターの設置 若手の能力や可能性の情報発信拠点 アニメ制作等の共同利用施設の整備誘致、立地支援 プロデューサー等人材育成拠点 関連新サービスの集積 空き施設等を利用して低価格で個人や突発的な事業へ対応するため期間限定で利用することができる共同作業空間の整備支援、情報提供 地域と交流しながら、新たなビジネスチャンスの芽を創出する機会や交流の場の整備支援
公共施設跡地 (例：光が丘学校跡施設)	<ul style="list-style-type: none"> 若手人材の職住隣接低廉拠点 中小企業の共同制作拠点 アニメーター技術向上拠点 	<ul style="list-style-type: none"> 地域交流による新ビジネス創出拠点 産学連携による新ビジネス実証拠点 低コスト型共同利用、事業展開に向けた施設整備、立地支援 区内事業者の共同研修等の実施支援 新たなビジネスを創出するインキュベーターやビジネスマッチングを行うためのコーディネーターの活動拠点と入居企業の活動拠点(53ページ参考)
住宅地 (例：石神井公園周辺)	<ul style="list-style-type: none"> 作家型アニメーターの生活拠点 創作意欲を喚起する環境整備 	<ul style="list-style-type: none"> 地域交流による新ビジネス創出拠点 アニメ舞台を活用した周辺産業充実 個人向け小スタジオ、アトリエ等の整備支援 職住が近接し、低コストで生活と仕事を回すことができる職住空間の提供支援 地域と交流しながら、新たなビジネスチャンスの芽を創出する機会や交流の場の整備支援
事業集積地 (例：大泉学園駅周辺)	<ul style="list-style-type: none"> アニメ制作に適した事務所の充実 アニメーター技術向上拠点 	<ul style="list-style-type: none"> 大手制作会社を核とした新事業展開 スタジオ、事業所集積の支援 低コスト型の新たな事業所供給支援 スタジオ見学等観光との連携
大規模施設 (例：としまえん)	<ul style="list-style-type: none"> 練馬の地力を世界に発信するイベント拠点 作品発表、クリエイターの交流機能 	<ul style="list-style-type: none"> 海外展開に向けた国内拠点(イベント) アニメ企業との連携による集客事業の展開
産学連携拠点 (例：江古田駅周辺)	<ul style="list-style-type: none"> 作品創作、アニメ授業、研究発表 若手アーティストとアニメとの連携 	<ul style="list-style-type: none"> 地元大学との産学連携 アニメ産業のマネジメント教育充実

(6) 事業推進にむけて

以上のような形で、練馬区が誇るわが国最大規模のアニメ関連産業集積を維持し、厳しい事業環境や日々変化するビジネス環境に対しても、生き残っていく地力を蓄え、さらに地域と連携しながら、新たなビジネスチャンスを発掘、育成し、次代に続く人材育成と、持続的な経営を実現していくために、諸施策を実行していくことが求められる。そして、これらの施策を展開していくためには、区民の理解と協力が不可欠である一方で、わが国アニメ産業集積の中核である本区が強いリーダーシップを発揮しながら、国や都と連携、役割分担を図っていき、短期的、中長期的課題に、できることから積極的に取り組んでいく必要がある。

練馬区アニメ企業誘致および産業集積等に関する調査報告書

発行年月：平成22年3月

編集・発行：練馬区産業地域振興部商工観光課

住所：練馬区豊玉北6丁目12番1号

電話番号：03(3993)1111（代表）

調査：(株)三菱総合研究所

住所：千代田区大手町2丁目3番6号

電話番号：03(3277)0718