

創造産業政策の潮流における芸術家・クリエイターの  
労働市場と労働政策・社会保障政策  
—日本のアニメ産業におけるアニメーターの  
労働市場をケースとして—

同志社大学経済学研究科博士後期課程

学籍番号 44111104 稲熊太郎



## 目次

<b>1.</b>	<b>序章</b>	<b>(5)</b>
1.1	はじめに	(5)
1.2	本論文の構成について	(6)
<b>2.</b>	<b>創造産業政策の潮流</b>	<b>(9)</b>
2.1	はじめに	(9)
2.2	創造産業政策の潮流	(11)
2.2.1	文化政策から創造産業政策へ	(11)
2.2.2	創造産業政策に対する期待と懐疑的な議論	(12)
2.2.3	創造産業政策の世界への波及について	(14)
2.2.4	創造産業における芸術家・クリエイター労働市場に関する研究	(16)
2.3	まとめ	(19)
<b>3.</b>	<b>芸術家・クリエイターの労働市場</b>	<b>(21)</b>
3.1	はじめに	(21)
3.2	芸術家・クリエイターの労働市場の特徴	(21)
3.3	映像産業におけるスタッフの労働市場 フリーランスの戦略	(26)
3.4	不確実性に由来する不確実な将来、失業リスク、不安定な収入への対応への対応	(27)
3.5	今日的課題	(33)
3.6	まとめ	(34)
<b>4.</b>	<b>芸術家・クリエイターの労働市場と労働政策・社会保障政策</b>	<b>(37)</b>
4.1	はじめに	(37)
4.2	諸外国の制度	(38)
4.2.1	アメリカのケース	(38)
4.2.2	フランスのケース	(40)
4.3	日本のケース	(42)
4.3.1	日本におけるフリーランスの芸術家・クリエイターと労働政策・社会保障政策	(42)
4.3.2	日本における芸術家・クリエイターへの労働政策・社会保障政策が未整備である要因	(46)
4.3.3	今日の状況と政策をめぐる議論	(48)
4.4	まとめ	(51)

<b>5.</b>	<b>日本のアニメ産業におけるアニメーターの労働市場についての ケーススタディー・・・・・・・・・・・・・・・・・・</b>	<b>(53)</b>
5.1	アニメ産業の概説	(53)
5.1.2	アニメ産業の歩み	(53)
5.1.3	アニメ産業の市場規模について	(57)
5.1.4	アニメ産業のビジネスモデルについて	(59)
5.1.5	アニメーション制作の平均予算	(66)
5.1.6	アニメーションの制作工程について	(67)
5.2	アニメーターの労働市場についての考察 ～制作会社・教育機関・アニメーターへの ヒアリング調査結果から～	(77)
5.2.1	はじめに	(77)
5.2.2	調査の概略	(78)
5.2.3	アニメーターのキャリアプロセス、総数、単価についての概説	(81)
5.2.4	アニメーターの労働市場とキャリアプロセス、人材育成についての調査結果	(83)
5.2.5	考察	(100)
5.2.6	まとめ	(110)
5.3	アニメーターの人材育成事業について	(113)
5.3.1	はじめに	(113)
5.3.2	経済産業省によるアニメーター育成事業	(115)
5.3.3	文化庁による若手アニメーター等人材育成事業の取り組みについて	(118)
5.3.4	アニメーターの労働市場と人材育成支援政策の関係および問題点について	(124)
<b>6.</b>	<b>結論・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・</b>	<b>(133)</b>
6.1	はじめに	(133)
6.2	日本の労働政策における芸術家・クリエイターの労働市場の位置付け	(133)
6.3	文化政策上の課題	(135)
	引用文献一覧	(139)
	ヒアリング調査実施概要	(144)

## 図表一覧

図 1	日本の現行労働法と社会保障制度とフリーランスの芸術家・クリエイター	(51)
図 2	日本における第 3 カテゴリー論とフリーランスの芸術家・クリエイター	(51)
図 3	TV 放送作品タイトル数 1963 年～2000 年	(56)
図 4	TV 放送作品タイトル数 2000 年～2013 年	(56)
図 5	劇場版アニメ制作本数 2000 年～2013 年	(57)
図 6	製作委員会の仕組み	(62)
図 7	資本の突出した 3 社を除く制作・作画系企業の平均資本金	(64)
図 8	アニメーション制作における取引の流れ	(65)
図 9	制作工程	(68)
図 10	アニメ作画作業フロー	(71)
図 11	原画の作業フロー	(72)
図 12	アニメーターのキャリアプロセス	(81)
図 13	アニメーション制作者 現在の仕事の継続理由	(106)
図 14	人材育成のモデル	(117)
図 15	プロジェクトの流れ	(120)
表 1	2013 年アニメ業界市場 (狭義のアニメ産業)	(58)
表 2	2013 年アニメ産業市場 (広義のアニメ産業)	(59)
表 3	2013 年アニメ制作投資額	(67)
表 4	アニメの制作プロセスごとの人数	(67)
表 5	アニメーション産業 推定就業者数試算	(82)
表 6	アニメクリエイターの作業単価の一例	(83)
表 7	動画の総収入	(86)
表 8	原画の総収入	(91)
表 9	拘束料について	(95)
表 10	演出の総収入	(97)
表 11	監督の総収入	(97)
表 12	2006 年における制作会社インターンシップ受け入れ結果	(116)
表 13	2006 年から 2008 年までの実施結果	(116)
表 16	若手アニメーター育成プロジェクトに参加した作画部門のスタッフの単価および総額	(123)
表 17	若手アニメーター育成プロジェクトに参加した作画部門のスタッフの単価および総額	(123)



## 1. 序章

### 1.1 はじめに

日本における文化政策は、1980年代以降本格的に整備されてきた。文化領域に対する政策は1990年代後半に始まるコンテンツ産業・創造産業に対する政策や、文化庁のメディア芸術支援などによってポピュラーカルチャーまで含む複合的な領域へと広がることとなる。同時に文化領域の政策について多様な省庁の政策が関連するようになり、2000年代以降多岐にわたる政策がめまぐるしく展開するようになった。

日本の文化政策学や文化経済学の研究は、これまで一部のハイカルチャーや伝統文化、文化施設、まちづくりや都市政策と結びついてきた領域が中心であったが、創造産業政策への注目にともない、ポピュラーカルチャーやサブカルチャー、若者文化にまでその領域が広がった。創造産業政策の潮流は、多様な研究課題や制度整備の必要性を示しているが、この点、日本の現状は国際的に形成されてきた文化経済学を中心とする研究蓄積や欧米での政策展開との間で大きな差が存在する。そのため、欧米の研究蓄積や制度背景をサーベイし、日本の創造産業のあり方や政策課題について考察することの重要性はこれまでよりも増しているといえるだろう。

世界的な創造産業政策への注目の高まりとともに芸術家・クリエイターの労働市場についての関心も高まっている。欧米では文化政策や労働政策・社会保障政策の整備を進めてきた国もあり、芸術家・クリエイターの労働市場について体系的な調査や研究蓄積も存在する。さらに創造産業政策の時代に入り、より多様な領域に研究対象が広げられている。これに対して日本では創造産業の経済的活力やコンテンツの活用について政策上の関心が高まる一方で、プロジェクトベースのもとで就労するフリーランスや自営業者など非労働者、短期契約者の比率が高い創造産業内部の芸術家・クリエイターの労働市場について焦点を当てた研究は存在しなかった。文化政策の遅れもあり日本では芸術家・クリエイターの労働市場に対する政策について関心は低く、また労働政策・社会保障政策においては、フリーランスの芸術家・クリエイターの労働市場は周縁的な領域として政策対象として見落とされてきた。そのため、日本における芸術家・クリエイターの労働市場についての研究は遅れている。

しかしながら、日本でも創造産業の発展に注目が集まる中で産業のコアとなるコンテンツや文化的生産物、サービスを生み出す芸術家・クリエイターの労働市場に焦点を当て、市場システムの問題や政策上の課題について明らかにす

ることはますます重要な課題となってきた<sup>1</sup>。

このような背景のもと本論文では、文化政策や創造産業政策を背景として、欧米における芸術家・クリエイターの労働市場の研究蓄積をサーベイし、日本の労働政策・社会保障政策が芸術家・クリエイターの労働市場にどのような特徴を与えているかについて考察したうえで、ケースとしてアニメーターの労働市場を分析し<sup>2</sup>、政策課題について議論を提示するという構成をとっている。

## 1.2 本論文の構成について

本論文の構成と各章の内容について簡単に要約する。第2章では、主に欧米の研究蓄積を整理し創造産業政策の潮流・現状と課題点について概説する。創造産業政策の潮流はイギリスに端を発し、世界中に波及している。特にイギリスでは創造産業政策は伝統的な文化政策からの劇的な転換として、また世界各国へ強い影響を与えた動きとして注目される一方で、その政策の背景となっている根拠については懐疑的な見解も多く、創造産業政策の描く楽観的な青写真に批判的な見解も多い。創造産業内部の芸術家・クリエイターの労働についての近年のいくつかの実証的研究は、創造産業の内包する労働市場の特徴、不確実性・格差などについて批判的である。

一般にその起源をヨーロッパに持つとされる創造産業政策であるが、現在ではアジアを含む世界各国でも同様の政策が展開されつつある。しかしながら、創造産業の定義や範囲および政策の目的は各国の思惑により相互に類似性を持ちながらも異なる。創造産業という用語で一括りにされているとはいえ、各国、各地域によって得意とする創造産業の分野は異なり、それぞれ独自の産業構造と特徴、ビジネスの仕組みを備えている。この点ヨーロッパだけでなく他の地

---

<sup>1</sup>この点について創造産業政策に焦点を当てた *International Journal of Cultural Policy* 特集号の中で Hesmondhalgh and Pratt は他の研究を紹介しつつ、明示的な創造産業政策や文化政策だけでなくそれ以外の多様な政策がどのように創造産業に関係するのか多角的に考察する必要があると指摘する(Hesmondhalgh and Pratt, 2005, p2)。

<sup>2</sup>日本のアニメ産業は、1960年代以降成長を続け、現在では国際的にも人気が高く、日本のコンテンツ産業・創造産業の中でも注目されている領域の一つである。その一方で、長らくアニメーターの労働実態の問題は置き去りにされ社会問題化していた。そのため2000年代以降、アニメ産業のビジネスモデルや産業の仕組みについての研究(例えば、公正取引委員会事務総局, 2009)とともに、制作部門のアニメーターの労働市場について実態調査(例えば、日本アニメーター・演出協会 2009, 2015)や文化庁による人材育成支援事業も行われてきた。こうした国内での研究・調査の蓄積、人材育成事業の取り組みが土台になり、アニメーターの労働市場について詳細に考察することが可能になった。

アニメ産業におけるアニメーター以外では芸術家・クリエイターの就労実態について調査が行われているケースはまだ少ない。例えば、芸能実演家団体協議会は、実演家とスタッフの実態調査を行ってきたが、アニメ産業の隣接領域となる映像産業や音楽産業、舞台産業など各産業ごとの就労者に焦点を当てた調査が十分に行われてきたとは言い難い。



域での創造産業に対する実証的な研究および、適切な政策が必要とされる。

第3章では、芸術家・クリエイターの労働市場についての先行研究に焦点を当てる。芸術家の労働市場についての先行研究は日本ではほとんど研究蓄積が存在しないが、欧米では、映画やテレビなど映像産業におけるスタッフや実演家の労働市場などの研究蓄積が存在する。欧米の先行研究をサーベイし、芸術家・クリエイターの労働市場について研究蓄積の知見を概説する。本論文では、アニメーターの労働市場についての考察するため、芸術家・クリエイターの労働市場の研究蓄積の中でも映像産業の労働市場についての研究蓄積の分析にも重点を置く。本章での議論は5章でのアニメーターの労働市場についての分析と考察における基盤を提供している。

第4章では、芸術家・クリエイターの労働市場と労働政策・社会保障政策の関係に焦点を当てる。芸術家・クリエイターの労働市場については共通の特徴が観察されるが、この労働市場に対してどのような政策を展開しているかは各国で異なる。そしてこの政策の違いが芸術家・クリエイターの収入やキャリア戦略にも大きく関係している。本章ではアメリカとフランスのケースに触れた後、日本のケースに焦点を当てる。日本においてはフリーランスの芸術家・クリエイターに対する労働政策・社会保障政策も整備されず、芸術家・クリエイターは不安定な地位に置かれている。これまで、文化政策あるいは労働政策・社会保障政策において芸術家・クリエイターの労働市場は重要な領域とみなされてこなかったため、この問題について改善策は講じられてこなかった。しかし、創造産業政策の潮流によって新たに創造産業の経済的活力にも焦点が当てられ、芸術家・クリエイターの労働市場についての考察と労働政策・社会保障政策の問題の重要性は高まってきている。

本論文の第5章では、ケーススタディとして日本のアニメ産業におけるアニメーターの労働市場を取り上げる。第5章第1節ではアニメ産業を概説する。2000年代、創造産業政策の潮流において注目されている領域の一つがアニメ産業である。アニメ産業では1990年代以降のアニメブームによって制作本数が増加し、2013年以降過去最高規模の制作本数となっている。また製作委員会方式の発展によってメディアミックスなど著作権をベースにしたビジネスモデルを発展させ、関連市場を拡大させている。

アニメ産業の流通市場規模が注目される一方、もともと問題視されていたアニメ産業における制作部門内部におけるアニメーターの労働実態の問題が取り上げられ、アニメブーム以降の制作本数の増加傾向の中でアニメーターの就労条件の悪化が指摘されている。この問題については幾つかの団体が実態調査(日本芸能実演家団体協議会, 2005, 労働政策研究・研修機構, 2005, 日本アニメーター・演出協会, 2009, 2015, 日本動画協会, 2010)を行い、考察も加えているが、

欧米で発展してきた芸術家・クリエイターの労働市場の研究蓄積をベースとした考察は存在しない。第5章第2節では、アニメーターの労働市場についてヒアリング調査を含む定性調査を行い、主に欧米の研究蓄積の知見をベースにアニメーターの労働市場について分析・考察する。

第5章第3節では、政府によるアニメーターの人材育成事業に焦点を当てる。アニメーターの過酷な労働条件が社会問題として取り上げられたこともあって、政府によるアニメーターの人材育成事業は、2000年代以降コンテンツ産業・創造産業政策の中で経済産業省から文化庁へと受け継がれる形で2015年現在も継続されている。前節でのアニメーターの労働市場における分析と考察をベースにして政府による人材育成事業のあり方と問題点について論じる。

第6章では結論部として日本の芸術家・クリエイターの労働市場に対する政策課題について論じる。アニメーターを含むフリーランスの芸術家・クリエイターに対しては労働政策・社会保障政策の整備が重要な課題となり、労働政策においても非労働者であるフリーランスの就労者に対する制度改革の議論が存在する。しかし、制度の確立が遅れる日本では文化庁など文化政策部門が芸術家・クリエイターの労働市場の政策に対して役割を担う必要がある。文化政策部門の役割の中でも重要なのは体系的な文化統計の収集である。体系的な文化統計の収集を通じて、創造産業を中心に多様な労働市場で就労する芸術家・クリエイターの労働実態について把握する必要がある。さらに文化政策部門からも望ましい芸術家・クリエイターの労働のあり方について検討し、提言を行うなど労働条件の改善に向けて建設的な取り組みを行うことが重要となる。

## 2. 創造産業政策の潮流をめぐって

### 2.1 はじめに

近年、創造産業政策の潮流が世界的に注目されている中、日本においてもコンテンツ産業・創造産業に対する関心が高まってきている。創造産業とはイギリスにおける文化・メディア・スポーツ省(DCMS)の定義によれば「個人の創造性、スキル、才能を源泉とし、知的財産権の活用を通じて富と雇用を創造する可能性を持った産業」として、舞台芸術、デザイン、映画、テレビ・ラジオ、美術品・アンティーク市場、広告、建築、工芸、デザイナー・ファッション、ゲーム、音楽、出版、ソフトウェアの 13 産業を対象としている。日本ではこれまで創造産業という定義は用いられず、類似の概念として音楽、映像、出版、写真、メディア、コンピューターゲーム、マンガ、アニメなど教養・娯楽作品を製品として生産・流通・販売していく営利産業を指すコンテンツ産業という定義が一般的に用いられてきた。日本におけるコンテンツ産業の定義はイギリスにおける創造産業の定義よりも狭く、舞台芸術、美術などの非営利芸術活動やファッション、建築、工芸などの領域は含まれない<sup>3</sup>。

創造産業の世界的な潮流に伴って日本でも国や自治体においてコンテンツ産業・創造産業を振興する政策、あるいはそうした産業において生産される文化的生産物を活用し、外交に用いるケース、地域振興を図るケースなどが多くみられるようになってきた。このようなコンテンツ産業・創造産業に対する政策および研究における関心は比較的最近の事であり、歴史は浅い。日本における経緯とは別に、一般的に欧米において文化産業の領域は Adorno and Horkheimer による文化産業批判以降、研究者の間や政策議論において肯定的な関心は長い間払われてこなかったようである。そうした状況が劇的に変化するのは、1990 年代以降イギリスにおいて、政府が文化産業を新たに創造産業として定義しなおし、経済的な成長を見込んで経済政策における重要な領域として

---

<sup>3</sup> しかしながら近年、日本でもクリエイティブ産業という定義が用いられるようになっており、経済産業省は 2011 年にクリエイティブ産業課を設置している。野村総合研究所(2012)によればクリエイティブ産業の定義について、「クリエイティブ産業」は、価格ではなくクリエイティビティの付加価値によって市場から選択されるモノ・コト・ヒトからなる。「クリエイティビティ」とは、個人的・組織的な製品(モノ)の製造・流通プロセス及びサービス(コト)の提供プロセスにおいてなされる独創的または固有のインプットのことであり、また個人(ヒト)が人的資源として保有するそのようなスキル・才能のことをいう。なお、「独創的または固有のインプット」とは、芸術的・文化的・知的・伝統的・革新的な取組を含む。クリエイティブ産業の範囲としてファッション、食、コンテンツ、特産品、すまい、観光を含むとする(野村総合研究所, 2012, 8-13 ページ)。

取り上げたためであった。以後、このような政策が先進国を中心にヨーロッパだけでなく、アジアにおいても検討されるようになり、世界中で、その潮流が盛んなのを見ることができる。

一方で日本におけるコンテンツ産業政策は、1990年代以降、政府において関心を集め、2000年代に入って積極的に推進され、様々な事業や、調査研究が継続的に行われてきている。それとは別に文化庁の文化政策においても1990年代後半からこのようなアニメやマンガ、ゲームなどポピュラーカルチャーを含め、メディア芸術とし、新たな政策対象として位置づけ、予算は少ないものの政策を展開してきた。これまで注目されることの少なかった文化産業、ポピュラーカルチャーの領域に対して、その文化的な魅力がソフトパワーとしての価値を有し、経済的な面からも有望なリソースとして捉えられ、ある種熱狂的な雰囲気を作り出し、政策としても注目を集めてきた。しかしながら、果たしてコンテンツ産業・創造産業の実態はそれに見合うものであったのかという点については疑問も多く、いまだ明らかにされていないといっていよう。確かに2000年代以降における政策展開の中で、国や各自治体によって様々な取り組みや調査がなされてきたが、それでも10年ほどであり、その研究蓄積は不十分といわざるを得ない。

一方で欧米では、創造産業政策の楽観的な主張に対していくつかの批判的な研究は、個人の創造性・芸術性、あるいは才能といった、あいまいで不確実な要素に強く依拠する創造産業の実態は、表面上の華やかさや、一面的に見れば活発で力強い経済的な成果というイメージとはかけ離れていることを示している。これらの研究では、創造産業はビジネスにおける生産・流通・利益分配など、非常に複雑な構造を有し、巨大なメディア企業群からなる流通部門と大多数のフリーランスや小規模の会社からなる制作部門との間の資本力・交渉力の差、内部の労働市場における不確実性、芸術家・クリエイター間の厳しい競争、大きな格差など、創造産業政策の議論において描かれるような楽観的な青写真とは異なり、ネガティブな側面を持つことが改めて強調されている<sup>4</sup>。

創造産業政策の潮流を巡っては多様な議論がなされているが、本章では創造産業政策に関する欧米の先行研究の議論を主に整理し、創造産業政策の潮流と課題についてまとめる。日本におけるコンテンツ産業・創造産業政策の背景・経緯は必ずしも欧米の経緯やそれに伴う議論と合致するわけではないが、相互に類似性や近接性も見られ、現在の日本のコンテンツ産業・創造産業政策の展

---

<sup>4</sup> たとえば日本のケースについても後藤・奥山（2011）は、東京都が行ったクリエイティブ産業（14分野）への体系的な調査結果を基に、経済産業省のコンテンツ産業政策が推進しようとしている海外展開戦略と海外展開に消極的な東京都内の企業の意識とのギャップを指摘し、創造産業政策の課題についても論じている。

開を考察する上でも、主に欧米でなされてきた議論は有意義である。

## 2.2 創造産業政策の潮流

### 2.2.1 文化政策から創造産業政策へ

一般的に創造産業政策の潮流の起こりはイギリスといわれるが、そのイギリスでは、創造産業政策はそれまで継続されてきた伝統的な文化政策からの抜本的な転換として説明される。これまで文化政策の領域では文化遺産、文化施設など主に文化資源の保護・保存的な観点から政策がなされてきた。このような文化政策が内包する文化領域は限定的であり、政策の対象となる領域は極めて限られてきた。文化政策の議論においてどの文化的領域が政策対象となるかの基準については不明確であり、一般的には市場で成立しにくい文化領域の中で、洗練され、希少で芸術的価値が高いとされる領域を政策対象として設定するという文化の卓越性の基準が採用されることが多かった。このような基準のもとでは、いわゆる伝統的な芸術、ハイカルチャー領域のプライオリティが高く、ポピュラーカルチャーやサブカルチャーを含むその他の文化領域については文化政策上の重要な対象領域として取り上げられることは少なかった。

しかしながら、1990年代ブレア労働党政権が大胆に導入した創造産業政策によって、古典的な芸術などハイカルチャーを中心に政策対象とする文化政策は一新されることとなる。まず、1992年以降文化政策を担当してきた国家遺産省 (Department of National Heritage: DNH) が廃止され、1997年に新たに文化・メディア・スポーツ省 (Department for Culture, Media and Sport: DCMS) が設立された。DCMS が 1998年に発表した **Creative Industries Mapping Document** では、創造産業を「個人の創造性、スキル、才能を源泉とし、知的財産権の活用を通じて富と雇用を創造する可能性を持った産業」として定義し、舞台芸術、デザイン、映画、テレビ・ラジオ、美術品・アンティーク市場、広告、建築、工芸、デザイン・ファッション、ゲーム、音楽、出版、ソフトウェアの 13 産業を対象とした。ここでは、これまで文化政策の対象として内包されてこなかったポピュラーカルチャーの領域まで幅広く含む文化産業群に着目している。そしてこれらの産業から生み出される文化的生産物を経済的資源として再認識し、将来的に有望な産業として位置づけ、産業政策・貿易政策・地域振興政策の対象としている。さらにソフトパワーなどの概念と関連づけて外交政策に活用するなど、文化的生産物の役割を強調し、これらを生み出す一連の創造産業の成長・活用促進政策を進めている。

日本におけるコンテンツ産業・創造産業政策の背景はイギリスとは異なる。日本においては、文化政策の制度の確立は欧米に遅れ、戦後欧米の文化政策の制度を取り入れつつ、1980年代から 1990年代にかけて本格的に文化政策の制

度が整えられてきた<sup>5</sup>。そのため、イギリスのように文化政策の制度や議論は確立されておらず、文化政策の制度が確立されたうえで創造産業政策への転換が強調されているケースとは異なり、文化政策における文化の卓越性の議論はそれほど強調されることは少なく、同時に文化政策におけるハイカルチャーの重要性についての議論も希薄であったといえる。日本の文化政策においては、政策対象となる文化領域についての基準が明確に議論されないまま、文化政策の発展とは別に経済産業省を中心にコンテンツ産業・創造産業政策の議論が進められてきたという点に特徴があるといえ、こうした特徴は創造産業政策の方向性や実践についても影響を与えていると思われる。

日本でも 2000 年代に入ってからコンテンツ産業政策、創造産業政策など、いくつかの名称に分かれるが、イギリスのケースと同様の政策を展開しつつある状況にある。これらの政策は対象領域も、政策目的もイギリスの創造産業政策と類似しており、これまで注目されてこなかった文化産業領域に対して文化の発展を促進し、日本文化として保護・育成を進めるなどの文化的な目的に重点を置いていない。コンテンツ産業・創造産業を有望な産業領域として位置づけ、生産される文化的生産物を経済的な資源として再認識し、これらの産業の発展を促進し、その文化的生産物の多様な活用を促進することに重点が置かれており、イギリスの創造産業政策と同様の性格を有していると思われる。

このような文化産業領域における新たな政策上の関心および導入という潮流は、イギリスから欧米先進国のみならず世界中に広がっており、アジアにおいても日本だけでなく、韓国、中国にとどまらず、様々な国々で見られるのである。

### 2.2.2 創造産業政策に対する期待と懐疑的な議論

さて、このような文化領域に対する新たな政策の潮流に対して、文化政策学や文化経済学などの研究者の間ではどのような議論がなされているのだろうか。ここでは代表的な議論のいくつかに焦点を当て、創造産業をめぐる議論を整理したい。創造産業政策の潮流に対して肯定的な見解として、たとえば Throsby(2010)が挙げられる。この著書の中で Throsby は、経済政策の議論において、文化領域に対する公的支援の根拠については芸術の公共財としての特徴が強調されてきた。しかし、それのみでは説得的な根拠となりえず、幅広い支持は得られなかった。そのため文化領域への政策は、周縁的な議題にとどまりやすかったが、創造産業政策の潮流によってこれまで主に公的支援の対象として捉えられてきた文化領域は経済的な面からも魅力的な資源として注目され、政策議論における重要性を増してきたと指摘(Throsby, 2010, p7)し、この潮流を

---

<sup>5</sup> 1980年代以降の文化政策の発展については、例えば吉本（2008）参照。

肯定的に捉えている。さらに Throsby は創造産業への政策について、文化的な側面における芸術政策とともに、経済的な側面の政策として (1) 小規模ビジネスの開発、(2) 創造産業における法的基盤整備、(3) イノベーション支援政策、(4) 市場開発、(5) 芸術家やクリエイターの教育とトレーニングなどをあげ、積極的に創造産業を活性化するための政策について言及している(Throsby, 2010, pp110-112)。また Throsby は別の論文の中で、創造産業群を理解する上で有効な経済分析手法として、産業構造分析、バリューチェーン分析、産業連関分析、立地分析、契約論と知的財産権論、貿易論と開発論などを挙げ、この分野における研究の発展についても論じている(Throsby, 2008, pp223-228)。

これに対して、創造産業政策の潮流に対する懐疑的な立場の見解として、Hesmondalgh and Pratt(2005)による文化政策と文化産業政策の関係に焦点を当てた論文がある。彼らは創造産業政策の潮流においては、適切な分析上の関心が欠落しているため、創造産業は多様で膨大な領域を含み、その潜在的な可能性に対して過度の期待が寄せられ、政策上議論においても混乱が生じていると論じる (Hesmondalgh and Pratt, 2005, p8)。

さらに、社会学やメディアスタディーズなどの立場から文化産業に関心を持ってきた研究者たちは創造産業が将来、経済的な牽引車となるという楽観的な青写真とは異なる創造産業の姿を描きだしている。彼らはインタビュー、ケーススタディなどの定性的な手法を用いて、創造産業内部の創造部門の労働における負の側面に焦点を当てている<sup>6</sup>。これらの研究において、創造部門の労働市場は個人の創造性に着目し、創造性を経済的な価値に変換し交換するが、市場の内部では参入障壁が低く供給過剰、過酷な競争、不確実性、大きな格差などの特徴が観察される。こうした実証的な研究蓄積を基に Banks and Hesmondalgh は、イギリスの創造産業政策は、創造産業が経済的に有望であるという楽観的な青写真のもと、創造産業における創造的労働を理想化し、技術の獲得、才能の発育などの教育及び雇用政策を進め、若い世代による創造産業への就労を支援している。しかしその一方で、創造産業内部の労働市場が内包する不確実性・不安定性・極端な格差など負の側面を無視し、これらを是正するための措置を講じようとしていないとして、政府の姿勢を厳しく批判している (Banks and Hesmondalgh, 2009)。

また、このような創造産業政策への転換に対して、文化政策が元来持っていたポピュラーカルチャーからハイカルチャーを保護・保存するという、いわゆる文化の卓越性の観点に基づく政策の在り方について疑問を示す研究者もいる。イギリスのメディアスタディーズの研究者である Garnham は、イギリスの文

---

<sup>6</sup> たとえば、Hesmondalgh and Baker (2010)参照。

化政策においてテレビへの政策は、文化的に重要な領域であるにもかかわらず、ながらく正当な文化政策の対象領域として扱われなかったことを挙げ、創造産業政策では、これまでの文化政策の性格を規定していた文化の卓越性に基づき政策対象領域が決定されるのではなく、ハイカルチャーとポピュラーカルチャーの区別なく、市場での審判を受け、市場で支持を得た文化領域が創造産業政策の対象となるだろうとしている。さらに市場で支持を得ている文化領域であれば、政府による支援の必要性は存在せず、そもそも文化政策としての動機を必要としなくなると説明している(Garnham, 2005, pp27-28)。このような意見は極端にしても、創造産業政策においてはそれまでの文化政策を規定づけていた文化の卓越性の基準が適用されず、経済政策としての色合いが強くなることを示している。とはいえこのように考え、経済政策としての創造産業政策の性格を強調しても、それは何らかの文化的生産物の流通・消費・輸出の促進にほかならず、その意味で文化政策としての性格を有するといえよう。またこのような文化政策から創造産業政策への転換の中で、社会における芸術文化の果たす役割が、経済的な利益を生み出すということのみに限定されるようになることは考えにくい。

### 2.2.3 創造産業政策の世界への波及について

創造産業政策のグローバルな潮流の発祥はイギリスとされる。イギリスにおいては、1990年代後半、ブレア労働党政権時に創造産業政策を提唱し、舞台芸術、デザイン、映像・映画、ラジオ・テレビ、美術品・アンティーク市場、広告、建築、工芸、デザイナー・ファッション、ゲーム、音楽、出版、ソフトウェアの13項目を創造産業として定義し、担当省庁として、それまでの国家遺産省から文化・メディア・スポーツ省(DCMS)を設立した。イギリスでの伝統的な文化政策から新たな創造産業政策への転換を受けて、この政策モデルは世界各国に波及し、イギリスのモデルと類似する、あるいはこの政策転換に影響をうけた様々な政策が導入されている。

こうした現象について Pratt は、イギリスの創造産業政策が先進国を中心に世界各国で導入されているが、各国・地域の社会的・経済的な文脈の違いを考慮せず、また政策目的に関心を持たずに、ほとんどバリエーションを持たずにコピーされていく現状について「Xerox 政策」のようだと指摘する(Pratt, 2009, p15)<sup>7</sup>。創造産業政策は非欧米諸国を含む世界各国に波及しているが、実際は Pratt の指摘するような単なる政策コピーではなく、イギリスの創造産業政策に

---

<sup>7</sup> とはいえ、こうした傾向は創造産業政策に始まったことでもなく、もともと西洋に起源をもつ文化政策に類似する政策が非欧米諸国にも波及しており、〈グローバル化する文化政策〉ともいえる状況が存在している(川崎, 2006, 66 ページ) 参照。



影響を受け、相互に類似する面を持ちつつも、各国の実情と政策目的の中で、それぞれ異なる体系の政策が導入されているのが実情である。このような状況について河島は、Throsby の文化産業の同心円モデル<sup>8</sup>を取り上げ、類似の概念である世界知的所有権機関(WIPO)の「著作権産業」と簡単に比較した後「創造的産業の定義や、政策対象に何が含まれるのか、という点に多様性がある理由は、そのような定義を生み出す政治的・経済的背景の違いによるが、現実には、どの層までを文化政策の対象としての『創造的産業』と考えて政策立案を行うのか、性質の異なるものがあまりに混然一体となっていると、政策効果の現われ方にも影響してしまう。また、政策介入を正当化する根拠があいまいになってしまう」(河島, 2009, p113) と指摘する<sup>9</sup>。

日本のケースでは、イギリスの「創造産業」に対応する概念として 2002 年以降「コンテンツ産業」という概念が用いられてきたが、2011 年からは新たに「(イギリスのモデルとは異なる) 創造産業」という概念も登場し、重複的な領域でありながらそれぞれ政策立案がなされている。このような政策体系として未整理な状況は、いささか錯綜しているような印象を与えるが、日本のケースからも、自国の事情や政策の枠組みに応じて創造産業に関連する政策が、試行錯誤を経て立案・修正され続けていることがうかがえる。

また創造産業政策においては、対応する産業概念および政策の対象範囲だけでなく、政策担当省庁などの政策実施主体の設置が予算や政策実行力との関係から議論される。この点について、Pratt は文化・創造産業政策が政策対象としてのプライオリティを維持できるかどうかは、表面的あるいは部分的にイギリスの創造産業政策をコピーするのではなく、文化・メディア・スポーツ省のように文化・創造産業を中心的な政策課題に設定し、政策を実行するために必要な資源と能力を備えた省庁の設立が必要だと論じる(Pratt, 2009, p20)。実際には、どの省庁が創造産業政策を担当するのかについても各国で状況はそれぞれ異なり、必ずしも創造産業政策領域に特化した担当省庁が存在しないケースも多い。

---

<sup>8</sup> 文化産業の同心円モデルについては、スロスビー(2001, pp177-181, Throsby, 2010, pp90-93)参照。

<sup>9</sup> 創造産業に類似する概念については、日本では田中、海外では、Throsby がそれぞれ整理・比較している。田中は、代表的な文化産業の説明モデルについて、創造産業、著作権産業、日本のコンテンツ産業などの類似概念について紹介し、比較・考察を加えている(田中, 2009, 114-129 ページ)。Throsby は、文化産業のモデルとして、(1) UK-DCMS モデル、(2) 象徴的テキストモデル、(3) 同心円モデル、(4) WIPO 著作権産業モデル、(5) UNESCO 統計研究所モデル、(6) Americans for the Arts モデルの 6 つを取り上げ、それぞれのモデルにどの産業領域が含まれるのかについて整理している(Throsby, 2008, pp219-223)。これらの比較・分析は、各モデルが相互に類似しているが、対象とする範囲は異なることを示している。

日本のケースではコンテンツ産業政策、創造産業政策、およびメディア芸術支援など類似の対象領域が重複する政策が混在している状況であり、内閣府、経済産業省、文化庁、総務省、外務省など多様な省庁がこの領域の政策に関わっている。イギリスのように創造産業政策が、文化・メディア・スポーツ省(DCMS)という1つの担当省庁に統合される形はとっておらず、政策議論における創造産業領域への高い関心も政策体系として統合されるには至っていない。現段階では政策が定着し安定的に展開されるまでのプロセスとも捉えることができるが、一方でその時々々のトレンドによって対象とされる文化領域への政策の実施に偏りが生じたり、場あたりの政策が立案されたりするなどの問題が生じる可能性がある。そして一時的なトレンドが過ぎ去った後は、創造産業政策が再び周縁的なテーマになっていくことも考えられる。また創造産業領域への政策は未成熟な段階であり、今後も統計など基礎的なデータ、実証的な調査研究にもとづく継続的な政策が必要とされるため、現在の省庁横断的な性格が問題となるかもしれない。

創造産業政策は世界各国に波及しているが、その諸相は多様である。文化的な背景、顕著な産業分野、ビジネスモデル、産業内部の構造や特徴、問題点などが相互に異なり、政策の目的、対象範囲、政策実施主体など政策体系も異なる。さらに各国・地域によって各産業の構造や、ビジネスモデル、契約、慣習なども相互に異なるため、一概に政策をコピーしたとしても、必ずしも各地域の創造産業に対して効果的な政策になるとは限らない。この点については、これからもそれぞれの地域で各国の事情に応じた政策立案が進められていくと思われ、創造産業に対する実証的な研究が進むにつれて、必要な政策の在り方も多様化していくだろう。このような創造産業政策についてのケーススタディなどの研究はヨーロッパのケースが中心であり、アジアを含むその他の地域の研究蓄積は不足している状況にある。今後アジア地域を含む各国の創造産業の実態や傾向と政策の関連性についての研究が進むことによって、地域や文化によって異なる多様な創造産業の実態と対応する政策の関係が明らかにされるだろう。

#### 2.2.4 創造産業における芸術家・クリエイターの労働市場に関する研究

近年の創造産業政策の潮流が関心を集める中、様々な研究の必要性が唱えられているが、創造産業内部の制作部門における労働市場を対象とした研究の重要性も増してきている。創造産業政策が創造産業の持つ経済的な力強さに注目し経済的な成果を強調している中で、制作部門におけるコンテンツなどの文化的生産物を生み出す仕組みや構造を理解し、創造産業内部の芸術家やクリエイターの技術や才能を強化し、コンテンツ制作における生産性を高め、創造産業

におけるビジネスを活性化し、成長させるためにはどのような方策が必要かという問いが存在する。ところで、芸術家・クリエイターの技術や才能などの育成・強化は、芸術文化活動の発展・芸術文化の多様性といった文化政策の観点からも重要なテーマではあるが、創造産業政策においてはそうした文化政策としての色合いは弱く、産業成長戦略の観点が強調されている。その中で創造産業内部における芸術家・クリエイターの労働市場という領域に対する関心が高まっているのである。

ところで、創造産業政策に伴う創造産業内部の労働市場への関心の高まりの以前から、一部の文化経済学や文化社会学の研究者たちは、芸術家・クリエイターの労働市場という研究領域に関心を持ってきた。彼らの主な研究上の関心には、例えば以下のものがある(スロスビー, 2002, 188-192 ページ, Towse, 2010, pp293-317, Benhamou, 2010, pp53-55)。

- ・芸術産業の雇用における創造的労働者と非創造的労働者の違いはどのようなものか。

- ・何故、芸術家・クリエイターは複数の仕事を掛け持つのか。

- ・芸術家・クリエイターの創造活動およびその成果は、どのように市場的な価値に置き換えられて交換されているのか。

- ・芸術家・クリエイターの創造的行為そのものを労働として位置づけた場合、報酬や対価の仕組みをどのように理解するか。

- ・芸術家・クリエイターの労働市場に内在する芸術家・クリエイター同士のコミュニティ内における芸術的側面の競争と経済的側面での競争の仕組みをどのように理解するのか。それらの競争の結果、どのように芸術家・クリエイター一間の格差は生み出されるのか。

- ・一般的には天才的才能という不明確な基準が持ち出されがちだが、いったい何が芸術家・クリエイターの成功と失敗を分けるのか。教育などいわゆる人的資本開発によるのか、それとも現場での経験なのか。

- ・芸術家・クリエイターの労働市場において人的資本開発は有効か、どのような効果をもたらすか。

- ・芸術的キャリアプロセスに伴う高いリスクについて、芸術家・クリエイターはどのように認識し対応するか。

- ・芸術家・クリエイターの雇用に対しては、どのような労働政策が有効か。

芸術家・クリエイターの労働市場を対象とする研究者の関心は多岐にわたり、映画産業、テレビ産業、音楽産業、ファッション産業などいわゆる文化産業における制作・創造部門の労働から、オペラやクラシック音楽、ダンサーなどい

いわゆるハイアートの芸術家・クリエイターの労働まで含んでいる。とはいえ、1990年代に創造産業政策の潮流が起こる前には、芸術家・クリエイターの労働市場という領域は経済的な観点からは市場の規模も小さくマイナーな研究領域として捉えられ、どちらかといえば一部の文化経済学や文化社会学の研究者のみが関心を持つ領域にとどまっていた。さらにポピュラーカルチャーやサブカルチャーなどの産業領域における労働市場の研究は、それらが文化的に周縁的な領域として考えられ、ハリウッドなど一部の例外を除いて近年まで研究対象として多くの関心が集めることはなかった。世界的な創造産業政策の潮流に伴う関心の高まりを背景に、改めて創造産業内部の労働市場に対して関心が高まってきた。

さらに、ここではそれまでの芸術家・クリエイターの労働市場の研究領域と、創造産業政策の潮流に伴って、新たに出現しつつある創造産業内部における労働市場の研究領域との関連が問題となる。この点、芸術家・クリエイターの労働市場の研究は、創造産業内部の労働市場を考察する上で多くの有益な知見を提供している。この領域の研究者は様々な領域の芸術家・クリエイターを研究対象としてきたが、その中には、創造産業に含まれる領域も存在し、この領域の研究蓄積における考察や分析は、創造産業の労働市場を考察する上での土台となっている。また、産業としての規模からすれば小規模なケースではあっても、芸術家・クリエイターの労働市場には共通の特徴が観察でき、こうした特徴の多くは創造産業内部の労働市場でも同様に当てはまるようだ。芸術家・クリエイターの労働市場の研究で著名な Menger は、芸術家・クリエイターの労働市場の特徴を以下のように説明する(Menger, 2006, pp765-766)。

- ・プロジェクトベースにおいて、短期的な契約の連続、不安定な雇用が多くの割合を占める。
- ・労働市場において、労働の過剰供給が観察される。
- ・生産工程において、際限なき分業化・差異化が進んでいる。
- ・個人で契約するフリーランサーや小規模な会社が占める比率が高い。
- ・仕事における革新や自己実現という魅力と高いリスクとが共存する。
- ・経験学習がトレーニングとして重要な役割を果たし、同時に人材のフィルタリング・選別機能を担う。
- ・雇用における人材の選別については、アーティスト間のコミュニティ内での評判を重視する。
- ・各アーティスト間では、仕事の量、収入における大きな格差が存在する。

Christopherson (2009, pp72-73)が Caves を引用して説明するように、こうし

た特徴の多くは、そのまま創造産業における芸術家・クリエイターの労働市場でも同様に観察できる。しかしながら、ハイアートの領域における芸術家・クリエイターの労働市場と同様の特徴が観察できる一方で、創造産業は多様な領域を含み、複雑な構造を有する。各創造産業における芸術家・クリエイターの労働市場では、この他にも市場を規定する様々な特徴が観察できると思われ、それぞれ焦点を絞った調査・研究が求められる。創造産業における芸術家・クリエイターの労働市場に焦点を当てる際には、市場規模の小さい伝統芸術・古典芸術などハイカルチャーの領域から、市場規模の大きなポピュラーカルチャーの領域に重点が移されることになる。こうした創造産業群は巨大な市場を有し、不確実でリスクの高いビジネスとしての側面が強まり、投じられる予算規模も大きい。そして労働市場における構造・契約関係はより複雑になり、プロデューサーやマネジメントサイドのスタッフ含め多くの仲介者が複雑に絡み合うことになる。相互に密接に関わりあう複雑な関係そのものが、創造産業における芸術家・クリエイターの労働市場を形成しているといえる。さらにそうした関係の中で独自の慣習や基準が形成され、それらが各創造産業内の労働市場を規定し、それぞれ固有の特徴を有する労働市場を形成している。

このように創造産業における芸術家・クリエイターの労働市場では、たとえば映画産業、音楽産業、ファッション産業、ゲーム産業など各産業領域における独自の表現形式、文化的背景、制作プロセスなどの相違や、各産業に固有のビジネスモデルや契約関係、慣習が各労働市場の性格を規定している。そのうえ、こうした特徴はそれぞれの国や地域でさらに多様化している。このような地域間での差異を含む各産業における固有の性格は、一見些細な特徴として見落とされがちかもしれないが、創造産業政策の実際的な展開の中では特に重要な意味を持つといえるだろう。ゆえに、創造産業政策への関心が高まる中で、創造産業内部の芸術家・クリエイターの労働市場の研究においては、各産業における労働市場のみならず、各国や地域ごとに異なる固有の特徴を含めて、実証的な研究のもとで考察される必要があるだろう。

## 2.3 おわりに

本稿では、創造産業政策の潮流について欧米の先行研究を中心に議論を整理してきた。ヨーロッパを起源とする創造産業政策の潮流は世界中に波及し、今や世界各国で類似する政策が展開されるまでに至った。創造産業政策の潮流を肯定的にとらえ、積極的な政策展開を主張する意見が存在する一方、創造産業への過度な期待、楽観的な政策ヴィジョンに対して懐疑的な見解や、実証的な研究をもとにしたより踏み込んだ批判が存在する。立場の相違はあるが、これらの議論は創造産業が政策対象領域として未知の部分が多く、今後の研究課題

も豊富であることを示している。

創造産業政策の議論において、創造産業をどのようにとらえ、政策立案を進めていくかは国や地域で異なり、政策対象とされる文化領域も多様である。創造産業群のどの分野が将来的に有望な領域かという点についても相互に異なり、政策議論や成長戦略における重点の置き方も異なってくる。また、創造産業政策においては個人の創造性が注目されるが、このような創造性は創造産業の内部でどのように形成され、促進されるのか、さらに創造性をベースにしてどのようにビジネスが形成され、展開されるのかという点についても各産業で構造や仕組みが異なる。そうした国や地域間における差異、個々の産業の構造、固有の特徴に焦点を当てた実証的な研究の蓄積によって、実際的でより踏み込んだ政策議論が可能になるだろう。

芸術家・クリエイターの労働市場に関する研究については、世界的にも文化政策から創造産業政策への転換に伴い研究領域としての重要性が増し、これまで関心をもたれることのなかった多様な創造産業領域における労働市場にも焦点が当てられ、研究が進められるだろう。この点、各国間で文化統計の整備や政策上の取り組みも異なるため、研究蓄積にも大きな差がある。日本ではこの領域の研究蓄積はまだ充実していないが、コンテンツ産業・創造産業への関心の高まりとともに、芸術家・クリエイターの労働市場に対する研究の重要性が増してきている。

現在では日本でもコンテンツ産業・創造産業に対して様々な政策が展開されているが、これまでの実証的な研究蓄積の不足、関連する業界団体の未発達、多様で統合されていない政策実施主体、あいまいで変わりやすい政策対象などの問題によって政策議論が錯綜している面がある。さらに、創造産業の実態と政策の関係、政策の効果についても不明瞭になりがちな問題も存在する。欧米の研究者が指摘するように<sup>10</sup>、日本においてもこれまで特に経済政策の観点から文化産業への関心は低かったため、踏み込んだ実証的な研究蓄積は少なかったが、近年のコンテンツ産業・創造産業政策の展開とともに、創造産業領域に焦点を当てた実証的な調査・研究が進められている状況にあるといえる。今後、実証的な研究が進むことによってコンテンツ産業・創造産業政策が一時的な政策トレンドというイメージから脱却し、実際的で効果的な政策を立案し続けられるかどうか重要な課題となる。

---

<sup>10</sup> 2012年スペインのバルセロナで開催された国際文化政策学会 (ICCPR) において Ginger, Menger, Bustamante, Wagner らヨーロッパの研究者による Closing Session でも、創造産業における実証的な研究蓄積の必要性が強調された。

### 3. 芸術家・クリエイターの労働市場

#### 3.1 はじめに

本章においては、芸術家・クリエイターの労働市場における文化経済学、社会学、労働関係論の領域において蓄積されてきた欧米の先行研究をベースに、芸術家・クリエイターの労働市場の特徴を描き出すことを目的とする。本論文では第5章でアニメ産業におけるアニメーターの労働市場をケースとして扱うため、芸術家・クリエイターの労働市場の中でも特にテレビや映画など映像産業におけるスタッフの労働市場を扱った研究に焦点を当て蓄積された先行研究の議論を整理する。

本章ではまず第2節で概説的に芸術家・クリエイターの労働市場について説明する。次に第3節で、芸術家・クリエイターの労働市場においてどのようにフリーランスの芸術家・クリエイターが戦略を有し、キャリアプロセスを歩むのかについて考察する。第4節では不確実で見通しのつきにくいキャリア、再生産される失業リスク、生活する上では不十分で不安定な収入をカバーするための芸術家・クリエイターの対応策について説明する。世界的に非正規雇用化が進む一方で、創造産業政策の潮流に伴い、フリーランスの芸術家・クリエイターの労働市場にも注目が高まりつつある。第5節ではこうした背景のもと、今日的課題について要約する。

#### 3.2 芸術家・クリエイターの労働市場の特徴

これまで芸術家・クリエイターの労働市場の先行研究は、主にフリーランスの芸術家・クリエイターに焦点を当ててきた。Throsby(2012)の説明によれば、創造産業内部の労働市場において、芸術的な創造活動に従事する就労者と、会計や庶務など非芸術的・非創造的な労働に従事する就労者に分かれる。前者は正規雇用されるケースは少なく、フリーランスが多い<sup>11</sup>。後者は正規雇用されるのが一般的である。後者の正規雇用される非芸術的・非創造的労働者については、一般的な労働者と同様に労働経済学の説明が適用されるため、研究者の注目はそれほど集めず、前者の独自の特徴を有するフリーランスの芸術家・クリエイターの労働市場について研究が進められてきた(Throsby, 2012, pp7-8)。

こうした、芸術家・クリエイターの労働市場の特徴について、前章でも引用し

---

<sup>11</sup> 例外としてオーケストラの楽団員や芸術団体のオペラ歌手やコーラス、ダンサーなどの実演家は正規雇用のケースとして挙げられる。日本でもオーケストラの楽団員は正規雇用されるケースが多く、健康保険、厚生年金、雇用保険、労災保険などの社会保険、退職金、演奏家向け諸手当など整えられている。清水（1995）参照。

たが Menger(2006)は以下のように指摘する(Menger, 2006, pp765-766)。

- ・プロジェクトベースにおいて短期的な契約の連続や不安定な雇用が多くを占める。
- ・労働市場において労働の過剰供給が観察される。
- ・生産工程において際限なき分業化・差異化が進んでいる。
- ・個人で契約するフリーランサーや小規模な会社が占める比率が高い。
- ・仕事における革新や自己実現という魅力と高いリスクが共存する。
- ・経験学習がトレーニングとして重要な役割を果たし、同時に人材のフィルタリング・選別機能を担う。
- ・人材の選別については、芸術家・クリエイター間のコミュニティ内での評価・評判を重視する。
- ・芸術家・クリエイター間では、契約数や収入において大きな格差が存在する。

ここでは、欧米の先行研究蓄積をベースに映画や TV など映像産業におけるスタッフの労働市場に関連する特徴 (1) 垂直的解体とフリーランス化、(2) プロジェクトベース (3) 評価・評判の競争 (4) 労働力の過剰供給 について焦点を当てる。

#### (1) 垂直的解体とフリーランス<sup>12</sup>

現在、映画やテレビなど映像産業の制作部門内の労働市場ではフリーランスとの契約が一般化しているが、映画産業などでは、もともとフリーランス中心の労働市場を形成していた訳ではない。Christopherson and Storper (1989)の説明によれば、1940 年代までハリウッドの映画産業では、撮影部門のスタッフや俳優など実演家は同様に正規雇用されていた。しかしながら、1940 年代に垂直的解体を通じて俳優などの実演家やスタッフは正規雇用からプロジェクトベースでの契約に移行していった(Christopherson and Storper, 1989, pp333-335)。制作部門の垂直的解体はハリウッドの映画産業特有の現象ではなく、1980 年代におけるイギリスのテレビ産業、1970 年代の日本における映画産業やアニメ産

---

<sup>12</sup> Stoper and Scott (1990)はロサンゼルス映画産業における芸術家・クリエイターの労働市場をフォードイズムから変容してきた柔軟な専門化(flexible specialization)モデルの 1 類型として説明する。ここでいう柔軟性(flexibility)とは、それまで主流であったフォードイズムでは対応しきれない多様な生産需要に応じた多様な就労形態とマネジメント手法の組み合わせのことを指す。映画産業では不確実でリスクの高いビジネスモデルや個々の芸術家・クリエイターの才能など、不確実で移ろいやすい要素が絡んでおり、そうした市場の不確実性に対応するため、垂直的解体が進み、フリーランスなどより柔軟な契約関係、短期契約が好まれる。



業など幅広く観察される。

こうした、映像産業における垂直的解体とフリーランス化の理由については、制作における人件費の削減と不確実なビジネスにおけるリスクの移行がある。ハリウッドなどの映画産業では、投じた莫大な予算について興行を含む流通ビジネスを通じて回収する不確実でリスクの高いビジネスモデルを採用する。しかし流通市場においては Caves(2000)が“nobody knows”というフレーズで説明を試みたように、消費者がどのコンテンツを歓迎するかは、実際にそのコンテンツを享受する前には分からない。さらに時代の変化や一時的なブーム、消費者の気まぐれともいえる嗜好にも左右され、流通市場における不確実性が存在する。このため製作会社は、流通市場で成功するかどうか事前に分からない作品製作におけるリスクを減らし、制作コストを抑えようと努める。そのため正規雇用ではなく、プロジェクトベースでの下請契約、フリーランスとの短期契約によって流通市場における不確実性から生じるリスクとコストを制作部門の小規模スタジオや個人のフリーランスへと移行させる。制作部門の労働市場においては予算を投じたプロジェクトの成否、完成した作品の質、流通市場での成功や評価の鍵を握る優れた才能と高い技術を有する脚本家などの著作者、俳優や演奏家などの実演家、撮影部門の芸術系スタッフが不可欠となる。制作部門内の労働市場においてどの芸術家・クリエイターが優れた才能や技術を発揮して作品の成立、市場での成功に貢献するのかは完全に把握することはできず、プロジェクトごとの契約によってその都度人材の最適化が図られる。

人材育成に焦点を当ててみると、Towse(2010)は芸術家・クリエイターの労働市場においては、一般的な人的資本開発の理論では説明しきれないと指摘する(Towse, 2010, pp308-312)。テレビや映画など映像産業の制作部門においても、無数の新規参入者の中からどの参入者が技能を身につけ、優れた才能を発揮する芸術家・クリエイターになるのかは事前に把握できない。また、流通市場での成功が時代の変化や一時的なブーム、消費者の気まぐれといえる嗜好にも左右される。そのため、流通市場で成功する作品の成立に必要な優れた才能は曖昧で移ろいやすく、その一方で新たなイノベーションや成功を求めて際限なく多様な才能が投入される。制作部門では新しい才能を求めてプロジェクトベースでの請負契約や短期契約を通じて無数の参入者の審査を行い、このことは労働市場における過剰供給の一因となる<sup>13</sup>。

映像産業では流通市場での成功をめぐる不確実性と制作部門内部の労働市場

---

<sup>13</sup> Menger(1996)では Towse を引用して、芸術家・クリエイターの労働市場では、常に才能ある労働者が求められ、一方では才能のない労働者が供給過剰になる傾向があると指摘する(Menger, 1996, p353)。筆者の調査で「アニメの制作現場では常に才能ある優れたアニメーターが不足している」という記事(増田 2012)が存在したが、アニメーターの労働市場は基本的に労働力の供給過剰が存在し、ここでの指摘と同様の傾向にあると言える。

でプロジェクトごとに最適な芸術家・クリエイターの招集と人材育成をめぐる不確実性という二つの不確実性が存在する。この不確実性に基づくリスクをマネージするため、製作会社は芸術家・クリエイターについて正規雇用を避け、無数の個人のフリーランスや小規模のスタジオとの間でプロジェクトごとの契約に移行していくのである。労働市場においてはプロジェクトベースで短期の契約を結ぶフリーランスで溢れ、彼らは失業リスクや不安定で不十分な収入に対応しながら、チャンス求めて先の見えないキャリアに向かうこととなる。

## (2) プロジェクトベース

芸術家・クリエイターの労働市場では、オーケストラやオペラハウスなど一部の例外を除いてプロジェクトベースでの就労が一般的である。フリーランスや自営業者として活動し、様々なプロジェクトを通じてキャリアを形成していくと説明される。テレビや映画などの映像産業では、垂直的解体によってプロジェクトベースで個人や小規模スタジオとの契約が一般化していった。これによって製作会社は正規雇用と異なり、プロジェクトごと、期間ごとの契約によって最適な労働力の調整が可能となるし、新規採用や人材育成に伴うリスクやコストについてもフリーランスとの契約になれば負担せず済む。社会保障費など人件費の削減も容易である。

フリーランスの芸術家・クリエイターはプロジェクトベースでの契約を通じて制作プロジェクトに参加することになる。彼らはプロジェクトへの参加を通じて、経験を積み、実績を生み出していく。同時にプロジェクトは新規参入者からベテランまで人材育成やトレーニングの場でもあり、次の契約の判断基準となる仕事の成果を審査する場となる。一方で、プロジェクトベースにおけるフリーランスとの契約は単発の契約であり、継続的な契約を保証するものではないため、フリーランスの芸術家・クリエイターは潜在的に失業リスクを再生産していると説明される(Menger, 2008, pp372-373)。プロジェクトベースにおいてフリーランスの芸術家・クリエイターの収入は安定せず、常に失業リスクが存在する。

## (3) 評価・評判をめぐる競争

芸術家・クリエイターの労働市場の特徴の一つとして、芸術家・クリエイター間での作品の質、才能や技術などについて評価・評判の競争が挙げられる。こうした特徴はハイアート、ポピュラーカルチャーと問わず幅広く見られる<sup>14</sup>。映

---

<sup>14</sup> ただし、例えば日本における伝統芸能については世襲制度や家元制度が採用されるなど、必ずしも芸術家・クリエイターの労働市場で評価・評判の競争が成立しているわけではない。

映像産業の制作部門における脚本家、作曲家などの著作者、俳優などの実演家スタッフの労働市場でも同様の特徴が観察される。映像産業内の労働市場においては、評価・評判をめぐる競争は、単に作品などのコンテストやコンペティション、アカデミー賞のような映画産業内での審査など明示的なものに限らず、労働市場内部でのネットワークにおける情報共有を媒体として日常的に行われている。特に映像産業のスタッフでは集団での作業となるため、労働市場の外部から個々のスタッフが注目されることは少ない。しかしながら、不断の制作プロジェクトへの参加を通じて、先輩スタッフなど他のスタッフやプロデューサーの間で仕事の成果、技能、人間性などについての評価が形成・共有され、常に刷新されていくこととなる<sup>15</sup>。継続的に契約を得るためには、プロジェクトにおける自身の仕事の成果に対する制作部門内での高い評価・評判に基づく信頼と期待が必要となる。そのため制作部門内での評価・評判の形成・発展は芸術家・クリエイターにとって重要な課題となる。

#### (4) 労働市場における供給過剰

芸術家・クリエイターの労働市場では広く労働力の供給過剰が観察される。総じて芸術創造活動から得られる収入が少なく、成功の可能性が低いにもかかわらず、何故供給過剰が見られるのかについて研究者の関心が集まった。供給過剰の理由について、芸術家・クリエイターとしての華やかな成功を夢見て、リスクの高い市場へ参入するという説明や、芸術家・クリエイターの労働市場においては金銭的な報酬のみならず、芸術・創造活動に従事・参加することから得られる心理的な報酬が存在するためという説明が存在する。Smith and Mckinlay(2009)は創造産業における創造的労働者(creative labour)について低報酬・無報酬でキャリアの見通しが不確実にもかかわらず、長時間就労する理由として心理的報酬の存在を指摘している(Smith and Mckinlay, 2009, pp43-46)。さらに近年の映像産業の労働に焦点を当てたクリティカルスタディーズの研究は、こうした心理的報酬の存在を芸術家・クリエイターが無報酬や低い金銭的報酬で、不安定で悪質な労働条件のもとで就労を強いられる理由として説明している(Ursell, 2000, pp816-819)。

芸術家・クリエイターの労働市場では学歴や特別な資格などによって参入が審査される事はなく、一般的に参入障壁が低い。Towse(2010)は、芸術家・クリエイターの成功は参入前の教育や訓練よりもプロとして現場での経験の方が成功に対して重要な要素になると指摘する(Towse, 2010, pp310-312)。映像産業にお

---

<sup>15</sup> アメリカのハリウッド映画産業では俳優のケースなどランク制が導入されている。日本でも組合の協約によって俳優のケースや演奏家のケースでは一部ランク制が導入されている。日本のケースについて浜松(1995)、清水(1995)参照。

いても芸術家・クリエイターの労働市場の参入者障壁は低い。参入者に対する審査は学歴や、専門的な訓練、資格の取得を通じてなどに行われるというよりは、プロジェクトへの参加を通じて行われる(Grugulis and Stoyanova, 2009, pp138-140)。フリーランスは十分な収入を得られなかったり、新たな契約を結ばず失業を繰り返したりしながらもチャンス求めてプロジェクトへの参加を通じて経験を積む。プロジェクトベースのもとフリーランスでの参入のため、新たな才能ある人材を求めるプロデュース・マネジメントサイドも雇用に伴うリスクやコストを負担することなく、必要に応じて人材の審査が可能となる。映像産業における芸術家・クリエイターの労働市場は供給過剰となり、常にフリーランスの参入と退出が繰り返されている。さらにプロジェクトベースが中心の労働市場では新規参入者だけでなく、中堅・ベテランであっても高い評価・評判を維持して継続的に契約を得られるとは限らず失業することも多い。常にプロジェクトに参加していない芸術家・クリエイターが無数に存在し、労働市場における芸術家・クリエイター数が飽和している。

### 3.3 映像産業におけるスタッフの労働市場 フリーランスの戦略

本節では、前節で説明してきた芸術家・クリエイターの労働市場の中でも特に映像産業のスタッフの労働市場について、フリーランスがどのような戦略を立てていくのかについて焦点を当てる。映像産業のスタッフの労働市場では正規雇用は少なく、フリーランスとしてキャリアをスタートさせるケースが多い。そのため、経験を積み技能を高め、次の契約に必要な実績を上げるためプロジェクトへの参加が不可欠となる。Ursell(2000)はイギリスのテレビ産業におけるスタッフの労働市場では、参入初期の段階においてスタッフの報酬が低いケースや無報酬であるケースが多いと指摘する(Ursell, 2000, pp814-816)。一般にどの参入者が各職能に必要な技能を習得し才能を発揮する人材になるかどうか分からないため、プロデュース・マネジメントサイドは人材育成に投資することを嫌う。そのため、プロジェクトベースで低報酬や無報酬のOJTを通じて人材育成・審査が行われる。

先行研究(Christopherson and Storper, 1989)は、映像産業の労働市場における中核労働市場と周縁労働市場の分離を説明している(Christopherson and Storper, 1989, pp340-342)が、新規参入者はフリーランスとして周縁労働市場に参加し、プロジェクトで中核労働者のメインスタッフや先輩の手伝いや見習いとして経験を積み、仕事を覚える(Grugulis and Stoyanova, 2009, pp138-pp140)。映像産業におけるスタッフの労働市場においては下積みの時期を経てフリーランスとして活動していくが、ここでは芸術家・クリエイターの採用する戦略として評価・評判の形成・維持と、制作部門内でのネットワーク

の形成を取り上げる。プロジェクトベースにおいてフリーランスの実演家やスタッフは次の契約を得られるかは不確実であり、常に失業リスクが存在する。プロジェクトにおいて安定的に契約を得て失業リスクを軽減し、収入を安定させるためには、各プロジェクトへの参加を通じて作品制作の過程で実績を上げ、制作部門のコミュニティ内で優れた人材であることをアピールする必要がある。制作部門内部で共有される評価・評判は労働市場において労働力の質についてのシグナルとなり、需要や契約における交渉力を変化させる。芸術家・クリエイターは自身の技能についての評価・評判を高めることによってプロジェクトベースでの契約数を増やし、報酬や契約条件などを向上・安定させることが可能となる。しかしながら、こうした制作部門内部での評価・評判はプロジェクトベースで常に刷新されるため、芸術家・クリエイターは自分の評価・評判を維持・発展させる必要がある。脚本家など著作者は著作物の使用料によって収入安定化戦略が図れるが、プロジェクトベースでの契約数がそのまま収入を決定するスタッフなどは、プロジェクトにおける評価・評判が次の契約の成否・収入の増減に直接的に影響するため、プロジェクトベースにおいて絶えざる審査にさらされているといえる。

また、芸術家・クリエイターは失業を避け、収入を安定させるため、制作部門内部で人的ネットワークを形成する戦略を採用する。映像産業の制作プロジェクトでは優れた技能を有するスタッフが必要となるが、プロジェクトにおける優れた芸術家・クリエイターの存在は、フリーランスとして参加する他の芸術家・クリエイターにとっても重要である。プロジェクトを通じて評価・評判が共有されるため、優れた仕事仲間と一緒に仕事をすることによってプロジェクト全体で優れた成果をあげ、それぞれの評価・評判を安定・発展させることができる。このような理由から一緒に仕事をできるように有能な人材の間で人的ネットワークを形成する。また、こうした人的ネットワークを通じて次のプロジェクトにおける契約の紹介がお互いに行われ、失業リスクを軽減することができる。逆に、個人的にも友人同士といえる関係であっても、一緒に仕事することが、プロジェクトにおける仕事の成果、評価・評判にとってマイナスならば、仕事仲間としての関係を解消してしまう (Ursell, 2000, pp811-813)。他方で製作・部門のプロデューサー・マネジメントサイドにとっては、正規雇用に伴う人的コスト負担や法的制約なくして、スタッフなど優れた人材とのネットワークを通じて、プロジェクトの必要に応じていつでも最適な人材を調整できるため、インフォーマルな人的ネットワークの形成は重要となる (Christopherson and Storper, 1989, pp340-343)。

これらの戦略を通じてスタッフの労働市場における失業リスクを軽減し、収入の安定化が図られる。しかしながら、こうした戦略を採用するとしても、すべ

ての芸術家・クリエイターが成功し、十分な収入を得られるわけではない。芸術家・クリエイターの労働市場においては、個々の芸術家・クリエイター間において、契約数、収入において格差が形成される。一部のトップアーティストやスーパースターが才能や芸術性を高く評価されたり、市場で成功を収めたりする反面、多くの芸術家・クリエイターは注目されず、芸術創造活動からは十分な収入が得られない。映像産業における制作部門内の労働市場でも格差は形成されるが、フリーランスの中でも著作者、実演家、芸術系スタッフでその態様は異なる。**Christopherson and Storper(1989)**は、1950年代～1980年代までの映画産業におけるスタッフの労働市場・契約関係の変化を分析し、正規雇用が減少しフリーランス化が進み、プロジェクトベースで個々の契約期間が短くなり、契約数によってフリーランス間で収入格差が生じていること、さらにスタッフの労働市場が、継続的に契約を得て制作部門で中心的に仕事をして収入を増加させる中核労働者の労働市場と、契約数が少なく周縁的な仕事を散発的に得るだけで低い収入しか得られない周縁労働者の労働市場に分断され、周縁労働者の数が増加していることを指摘した。さらに **Christoperson(2008)**は2000年代のアメリカにおけるテレビや映画など映像産業の労働市場への調査から、ケーブルTV向け番組制作など低予算プロジェクトの増加、スタッフの労働組合の機能の変化、映像作成技術の革新などの要因によって中核労働市場と周縁労働市場の分断がさらに進み中間層が減少し、十分に収入が得られない周縁労働者が増加していると論じる。

### 3.4 不確実性に由来する不確実な将来、失業リスク、不安定な収入への対応

芸術家・クリエイターの労働市場における競争の中で芸術家・クリエイターは芸術的・経済的成功や収入安定化を試みるが、チャンスをつかめず失業や、不安定な収入という問題に直面することも多い。**Menger(1996, pp356-358, 2008, pp374-375, 2012, pp25-27)**は不確実な将来、再生産される失業リスク、不安定な収入に対応するために、芸術家・クリエイターが採用する対応策を3つあげている。

- (1) 芸術家・クリエイターによる兼業（複数の就労）
- (2) 個人的リソース（家族や友人からの支援、恋人や配偶者の収入）の活用
- (3) 公的・共同のリソース（政府の補助金や助成、企業のスポンサーシップ、年金や保険など移転所得、共同保険や相互保険、組合活動による労使間交渉、再使用料の分配(residual payment)、社会保障制度）の活用

ここで、個々の対応策について考察していく。

### (1) 兼業について

不確実性に由来する不確実な将来、失業リスク、不安定な収入への一般的な対応策は兼業である。Throsby(2012)は、芸術家・クリエイターは芸術創造労働、芸術関連労働、芸術外労働の3つの労働市場を有すると説明する(Throsby, 2012, pp10-12)。芸術創造労働とは、芸術家・クリエイターが望む芸術創造の仕事であって、造形芸術家や作曲家や漫画家などの創造活動、舞台芸術におけるダンサーや演奏家、俳優などの実演、舞台や映像のプロジェクトに参加する芸術系スタッフの労働まで含む。芸術関連労働とは直接的な芸術創造活動ではないが、芸術家・クリエイターが受けてきた教育や経験をベースとした芸術関連の仕事で、大学や専門学校などで芸術・技能について教える教職や、個人スクールなどで生徒を教える仕事を含む<sup>16</sup>。学歴や資格などより仕事での経験や実績が労働市場におけるシグナルとして機能する芸術創造労働と異なり、芸術関連労働では学歴が労働市場におけるシグナルとして機能する。非芸術労働とは、芸術創造活動に関連しない仕事のことで、いわゆるアルバイトやパートも含む。

芸術家・クリエイターは天職としての仕事(vocational work)である芸術創造労働から得られる収入が必ずしも十分ではなく、一部のトップアーティストやスーパースターを除けば、多くの芸術家・クリエイターが芸術創造労働から得られる収入は高くない。芸術創造活動を続け、生活する上で十分な収入をが得られなければ、不足分をカバーするために芸術関連労働、非芸術労働などを兼ねる。若く未経験な芸術家・クリエイターはプロとしての基盤を固めるために必要な経験を積み、実績を生み出す過程で、十分に収入を得られないケースも多く芸術外労働で兼業するのが一般的である<sup>17</sup>。

映像産業におけるスタッフの労働市場においても、こうした兼業は幅広く見られるが、不確実な将来への対応策と言う意味では兼業は限界のある方法となる。Dex et al (2000)はイギリスのテレビ産業へのスタッフの労働市場における調査で、20代の若い世代のスタッフは収入の不足を兼業によってカバーしているが、自身のキャリアについて不安が大きいという意識が高いという結果を指摘している(Dex et al, 2000, pp296-298)。テレビ産業で働くスタッフは本来制作プロ

---

<sup>16</sup> 芸術創造労働が不安定な就労条件であることが多い一方で、芸術系大学の教員など芸術関連労働、非芸術労働における雇用条件は安定していることも多い。そのため、芸術関連労働や非芸術労働で安定した雇用と社会保障適用を受けて、芸術創造労働における不安定な就労をカバーする戦略が取られていると思われる。

<sup>17</sup> 日本の芸能実演家のケースについて、芸団協の調査(日本芸能実演家団体協議会 2015 44-46 ページ)では、舞台や映画の出演を含む芸能活動などの芸術創造労働だけでなく、指導や教育など芸術関連労働やアルバイトやパートなど非芸術労働に従事していることが示される。

プロジェクトにおけるスタッフの仕事から生活していく上で十分な収入を得たいが、労働市場において中核労働者となることができず、収入の不足分を兼業でカバーしている。しかし、そのことは自分が制作部門内で十分に評価されておらず、労働市場での需要が低いことを示しており、将来のキャリアや収入について見通しが立たないことを示唆する。そのため若い世代は映像産業でのスタッフの仕事とアルバイトなど兼業を組み合わせるが、年齢が上がってくると兼業の組み合わせは減少する。一定の年齢までにスタッフの仕事から十分な収入が得られなければ、労働市場から退出する。

近年の研究(Morgan et al 2014)では映像産業の制作スタッフや、スタイリストなどファッション産業の雑誌編集スタッフ、ラップグループなど音楽産業での実演家をケースとして取り上げている。彼らは創造産業における若い世代の就労について、兼業の組み合わせが広く見られるが、この兼業の組み合わせは参入者間での競争が厳しい、将来が不確実で成功するチャンスが少ない、収入が不安定といった特徴を有する創造産業での周縁労働市場への参加と、兼業として飲食業や小売などでのパート、アルバイトによる非正規雇用の組み合わせからなる。年齢が上昇してくるにつれて、創造産業の労働市場で厳しい競争に勝ち、少ないチャンスをつかみ成功を収めるか、あるいはより安定的な職業へ方針転換しなければ、中途半端なままどちらの労働市場でも収入安定化、キャリアアップを計ることができないと論じた。さらに論文の後半では創造産業の潮流と労働市場全体における非正規雇用化の流れの中で、創造産業に対して憧れや期待をもって労働市場に参入してきた若い世代がリスクを適切に把握し、十分な戦略を持たなければ、柔軟な就労形態と契約の断片化による犠牲者となってしまう危険性について論じている。

## (2) 個人のリソースについて

もう一つ代表的な対応策としてあげられるのが、家族や友人の支援、配偶者の収入、貯金など個人の人間関係にもとづく支援によって収入の不足を補う対応策だが、これも広く一般的に見られる。イギリスのテレビ産業における同上の調査(Dex et al 2000)でも、スタッフの労働市場ではフリーランスは次のプロジェクトで契約を得られるかわからない。しかしフリーランスのクリエイターであるにせよ、正規雇用者<sup>18</sup>にせよ、結婚相手やパートナーが職を持ち、自分が契約を得られないときでも一定の収入が見込まれているフリーランスは収入不足や不確実な将来に対して不安に思うことも少ないことが示されている(Dex et

---

<sup>18</sup> パートナーが正規雇用の場合、被扶養者として社会保障がカバーされる部分があり、フリーランスの芸術家・クリエイターに対する社会保障制度が整っていない場合、こうした点もフリーランスの芸術家・クリエイターにとって重要な対応策となる。



al, 2000, pp296-298)。2010年に報告されたオーストラリアの行われた芸術家・クリエイターに対する体系的な実態調査(Throsby and Zednik, 2010)では、配偶者やパートナーと共に生活する芸術家・クリエイターで調査回答者の半数以上がパートナーの収入が重要、あるいは極めて重要と回答している(Throsby and Zednik, 2010, p49)。Christopherson(2009)はアメリカ映画産業の労働市場について、新規参入者は十分な収入が得られないため、家族の支援が一般的になっており、映画産業で十分に収入に得られるまで労働市場に残っていられるのは親が裕福なケースだけだと指摘する(Christopherson, 2009, pp87-88)。

このほか、芸術家・クリエイターの労働市場に参入してからは十分な収入が得られないことがわかっているため、参入前の貯金によって収入の少なさを補っていくことも一般的である。これらの対応策についてはどれか一つを選ぶというより相互に組み合わせて収入の低さをカバーしている<sup>19</sup>。

### (3) 公的・共同的リソースについて

3つ目の手段である公的・共同的リソースの利用については、国や自治体などによる文化政策における補助金、企業メセナ、寄付、企業のスポンサーシップの活用、社会保障制度など公的制度的利用、同業者による相互保険や組合活動など共同的な対応策が存在する。しかしながら、フリーランスの芸術家・クリエイターに対する社会保障政策や組合活動については国や地域によって多様である。この点については、各国の労働政策・社会保障政策においてフリーランスの芸術家・クリエイターという周縁的な非労働者をどのように位置づけ制度を整備してきたか、文化政策においてフリーランスの芸術家・クリエイターに対してどのように補助金やメセナ、寄付制度、優遇税制など支援政策を整えてきたかに関連する。各国において制度の整備状況は異なるが、芸術家・クリエイターは芸術創造活動を継続する上で、労働政策・社会保障政策上の制度や文化政策における支援を活用しながら、労働市場における不確実性に基づく不確実なキャリアや失業リスク、不安定な収入などの問題に対処している。

アメリカでは、国の制度としてフリーランスの芸術家・クリエイターに対する社会保障制度は整備されていないが、連邦労働関係法上の労働団体の構成員としてフリーランスなど請負者も認められるため職能組合が発達している。映像産業におけるスタッフのケースでも各職能組合とプロデューサーサイドの団体との交渉を通じて健康保険、労災保険、年金など組合員に対する制度、制作プロジェクトにおけるフリーランスの労働条件について細かく定められている。

---

<sup>19</sup> 筆者が行ったアニメーターの労働市場についての調査でも、若年世代のアニメーターは家族の支援やパートナーとの同居、貯金などによって不安定な収入をカバーしているケースが存在した。

また、映像コンテンツの再使用料を分配する協約を職能団体が結ぶことによって組合員への収入安定化、福利厚生や人材育成の充実が図られている。さらに俳優など実演家については州法で失業保険が整備されている。ヨーロッパではドイツやフランスなどフリーランスの芸術家・クリエイター向けの社会保障制度が整備されている。ドイツではドイツ社会保険法において被用者と類似した芸術家・クリエイターについて年金、疾病保険、災害保険、失業保険が適用される。さらに1981年に制定された芸術家社会保険法によって独立の芸術家・クリエイターに年金、疾病保険などの制度が適用されている。フランスではフリーランスの著作者・実演家・スタッフに対して様々な社会保障制度が整備されている。さらに映像産業などで働くフリーランスの実演家やスタッフ向けに独自の失業保険制度が用意されており、こうした制度を利用することによって失業リスクへの対応、収入の安定化を図っている。先進的なケースとしてカナダでは、ユネスコの「芸術家の地位についての勧告」を受けて1992年に「芸術家地位法」が制定されている。この法律においてはフリーランスの芸術家・クリエイターが製作者との団体交渉を通じて労使間調整、労働条件の改善が進められるように規定されている<sup>20</sup>。さらに芸術家・クリエイターにとって望ましい活動条件の実現について提言を行う「芸術家の地位に関するカナダ評議会」、芸術家・クリエイターと製作者との間に生ずる問題を裁定する「芸術家・製作者業務関係裁定委員会」など2機関の設置について規定している。

この他、芸術家・クリエイターの地位向上の取り組みについてユネスコの報告書(2011)では各国の取り組みについて紹介している。年金制度を整備している国としてアルゼンチン、アゼルバイジャン、エジプト、スイス、医療保険を整備している国としてパキスタン、モロッコ、チュニジア、失業保険の制度を整えている国として中国、クロアチア、スロヴェニア、組合・芸術家団体やその他の非営利団体が社会保険制度を整備している国としてアメリカ、カナダに加えてオーストラリア、さらにブルキナファソ、セネガル、トーゴなど西アフリカ諸国、この他、芸術家・クリエイターに対する減税・免税制度や最低収入保障制度などが整備されている国々も存在すると報告している(UNESCO, 2011)。各国において制度整備の状況は様々である。主に欧米諸国において整備が進んでいるとはいえ、アジアやアフリカ、南米の諸国でも整備が進められているようである。なお、日本については芸術家・クリエイターに対する労働政策・社会保障政策は整備されておらず、組合などの活動も発展していない。この点については、次章においてアメリカとフランスのケースと共に取り上げて考察する。

### 3.5 今日の課題

---

<sup>20</sup> カナダの芸術家地位法について詳しくは佐藤(2001)参照。

これまで、芸術家・クリエイターの労働市場に焦点を当てた先行研究をベースに考察してきたが、本章の最後に芸術家・クリエイターの労働市場における今日的な問題について触れる。Throsby は、創造産業政策の潮流の中で、芸術家・クリエイターの労働市場に対する関心が高まり、就労者数が増加していると指摘する(Throsby, 2012, p13)。一方で、今日の世界的な労働市場全体における急激な非正規雇用化と職業移動の流れのなかで、芸術家・クリエイターの労働もさらに不安定化が進む可能性があるとは指摘する(Throsby, 2010, pp80-83)。Menger(2012)は、近年の傾向として芸術家・クリエイターの労働市場においてはさらに正規雇用が減少し、プロジェクトベースにおける短期契約化が進んでいると指摘する(Menger, 2012, pp19-22)。創造産業の発展と創造産業政策の高まりの中で、芸術家・クリエイターの労働市場においては、非正規雇用化やフリーランス化、契約の短期化によって、創造産業政策の描く魅力的な青写真と異なり、より過酷な労働市場へと変容するかもしれない。

Stopher and Christopherson(1989)は1980年代の映像産業など柔軟に専門化された産業における非正規雇用化や短期契約化など柔軟性(flexibility)による搾取や不安定化の問題に対して懸念を示していた(Stopher and Christopherson, 1989, pp345-346)が、1990年代～2000年代のメディアスタディーズの研究者たちは映像産業における若年就労者の労働実態を批判的に考察してきた。例えば Ursell(2000)は、若い新規参入者が、無報酬や低賃金で劣悪な労働条件で酷使され、多くが離職していく中で最適な人材かどうか審査されるイギリスのテレビ産業における制作部門のシステムについて吸血鬼(vampire) のようだと批判的に考察する(Ursell, 2000, pp814-816)。Christopherson(2008)は、アメリカのテレビや映画など映像産業において、製作・流通ビジネスにもとづくリスクとコストを流通部門から、制作部門の小規模スタジオや個人のフリーランスへと移行させているが、その傾向が2000年代以降さらに進んでいると説明する。こうした状況において、労働条件の悪化、労働市場における2極化、格差の拡大、収入の不安定化、失業リスクの増大によって個人のフリーランスへの負担が大きくなり、ますます不安定化、若年就労者の使い捨てなど搾取の問題が懸念される。その一方で創造産業の発展と創造産業政策の潮流の中で、政府による人材育成支援によって、さらに多くの新規参入者がフリーランスによる不安定で苛烈な競争の労働市場に引寄せられ、労働力の過剰供給が進むことも考えられる。

日本については、こうした状況が必ずしもすべて当てはまるわけではないとも考えられるが、組合など業界団体の未発達、体系的な調査の不足から詳しくは明らかにされていない。しかしながら、第5章で扱うアニメーターの労働市場のケースでも考察されるように、映像産業などプロジェクトベースのもとで働

くフリーランスの芸術家・クリエイターの就業実態は不安定な状態にあり、ビジネスモデルの変化、予算の制約、技術革新などによって労働市場は大きな影響を受けている。国による文化政策や労働政策・社会保障政策が未発達であるため、欧米の先行研究で示唆されているよりも労働市場の問題は深刻な状況にあるかもしれない。

### 3.6 まとめ

本章においては欧米の先行研究をベースに芸術家・クリエイターの労働市場、特に映像産業のスタッフの労働市場についての知見を整理した。この分野の研究は日本での研究蓄積は少ないが、海外では産業で言えばハリウッドなど映画産業やテレビ産業、職種で言えば俳優、演奏家やダンサー、振付師など実演家や芸術系スタッフなど研究蓄積が存在した。2000年代以降も創造産業政策の潮流の中で文化経済学のみならず労働関係論、メディアスタディーズ、社会学など多様な立場からこれまで焦点が当てられなかった幅広い創造産業の労働市場に焦点を当てた実証的な研究が進められている。日本においてもこの領域について学際的な研究蓄積が待たれる。

芸術家・クリエイターの労働市場に焦点を当てた研究のためにはいわゆる文化統計など芸術家・クリエイターの人口、収入、年齢、契約関係などについての体系的な統計が必要とされる。しかし、こうした文化統計については芸術家・クリエイターの定義や分類上に難題が存在する。またプロジェクトベースで契約を重ねる無数のフリーランスの実態を把握するためには発達した組合や職能団体・業界団体などの協力が必要になる。このような理由からユネスコの文化統計をベースに構築する必要性が長らく議論されてきている<sup>21</sup>にもかかわらず、文化統計の発展状況には各国で大きな差がある。さらに、文化統計を含め芸術家・クリエイターへの実態調査については、各国の文化政策や労働政策・社会保障政策上の観点から芸術家・クリエイターの労働市場をどのように政策対象として捉えてきたかによって調査が発展するか大きく影響される。日本においては芸術家・クリエイターに対して政府による体系的なデータ収集は行われてこなかった。実演家の団体である日本芸能実演家団体協議会（以下 芸団協）は、実演家・スタッフ・アニメーターなどについての実態調査を発表してきたが、創造産業政策の潮流に伴いこれからは創造産業の広範な領域でフリーランスを含む芸術家・クリエイターについても実態調査が進められるべきであり、より大規模で体系的な調査が必要である。

本章の第4節では労働市場における不確実性に由来する不確実な将来、失業リスク、不安定な収入への対応策に焦点を当てた。このうち公的・共同的リソー

---

<sup>21</sup>例えばスロスビー(2014, 247-264 ページ)参照。

スのあり方は国や地域によって大きく異なる。芸術家・クリエイターの労働市場については共通の性格が観察される一方で、この労働市場に関係する補助金や芸術支援などの文化政策、社会保障政策や組合の発展など労働政策のあり方は各国・各地域で多様である。これに関連して芸術家・クリエイターが創造活動やプロジェクトへの参加を続けるために採用できる戦略も大きく異なってくる。次章では労働市場と芸術家・クリエイターの関係をより理解するために、芸術家・クリエイターへの労働政策・社会保障政策上の制度がどのように整備されているかに焦点を当て、アメリカとフランスの制度を概説した後、日本の制度を取り上げて考察する。



## 4. 芸術家・クリエイターの労働市場と労働政策・社会保障政策

### 4.1 はじめに

前章では、フリーランスの芸術家・クリエイターが、不確実な将来、失業リスクや不安定な収入に対応するための3種類の方法について説明した。その中でも文化政策における補助金政策、企業によるメセナ、寄付、社会保障制度、組合の取り組みなど公的・共同的なリソースの活用について、スロスビー(2014)は、こうした文化政策や社会保障制度によって、それがなければ芸術創造活動を続けることができなかったプロの芸術家・クリエイターの持続的活動を可能としていると指摘する(スロスビー, 2014, pp93-96)。しかしながら、こうした制度や取り組みのあり方は国や地域によって多様である。欧米先進国を中心に一部の国々が制度整備を進めているが、世界的にみれば、フリーランスの芸術家・クリエイターの労働市場に対して制度的・政策的配慮がなされている国はまだ少ない。この点について、Benhamou(2000)はフランスとイギリスにおける映像産業における俳優やスタッフの労働人口の推移に焦点を当てた研究の中で、労働政策上フリーランスの芸術家・クリエイターをどのように位置付けるかによって芸術家・クリエイター数や、就労実態、キャリア戦略は大きく異なると論じている(Benhamou, 2000, pp314-315)。

本章では、前章で触れた③公的・共同的リソースの中でも芸術家・クリエイターに対する労働政策・社会保障政策に焦点を当て日本のケースについて考察する。まず第2節で映画産業の組合が発達しているアメリカのケースを取り上げ、次にフリーランスの実演家・スタッフを労働法上の労働者に含み芸術家・クリエイターへの社会保障制度を整備しているフランスのケースを取り上げる。労働組合による交渉によって労働保護や社会保障を整備してきたアメリカ、国による法政策として芸術家・クリエイターに対する労働保護や社会保障を整備してきたフランスであるが、それぞれ制度上の問題点についても言及する。第3節では、日本のケースに焦点を当てる。日本ではフリーランスの芸術家・クリエイターは労働法上の労働者に含まれないケースも多く、独自の社会保障制度の整備も進んでおらず、フリーランスの芸術家・クリエイターによる職能組合の活動も未発達である。その結果、フリーランスの芸術家・クリエイターの地位はより不安定となる。さらに第3節では、日本においてフリーランスの芸術家・クリエイターに対する社会保障制度が発展してこなかった背景と現代的課題についても取り上げる。

## 4.2 諸外国の制度

### 4.2.1 アメリカのケース

アメリカでは、芸術家・クリエイターに対する社会保障制度はどのように整備されきたのだろうか。この点については、労働法研究者による論文(永野 1995)が存在する。この論文ではアメリカの連邦労働関係法において演奏家やコメディアンなど芸能実演家が労働者となるか請負者となるかという問題に焦点を当てている。アメリカでは連邦労働関係法上、労働者に含まれるかどうかの判断について労働者性判断基準を用いてきた。アメリカの連邦労働関係法における労働者性判断基準について詳細な議論は煩雑であり、本研究と直接関係ないので省略するが、永野(1995)は労働者性判断基準の適用によって芸能実演家が労働者に含まれるかどうかについて判例によって判断が異なると説明する(永野, 1995, 12-18 ページ)。フリーランスの芸術家・クリエイターの地位は不安定となるが、アメリカの連邦労働局は、連邦労働法において労働団体に参加できる労働者についてフリーランス(請負者)を含むと認めており、ここにフリーランスの芸術家・クリエイターによる組合活動発展の基盤があると指摘する(永野, 1995, p11)。アメリカではフリーランスの芸術家・クリエイターも組合を結成し、雇用者側との交渉によって労働条件を改善し、社会保障制度を整備するという選択肢を有することができたのである。

アメリカの舞台産業やハリウッドの映画産業について焦点を当てると、1910年代ブロードウェイの舞台産業における俳優が劣悪な労働条件の改善するために組合を結成して以来、長い歴史がある。ハリウッドでは1940年代以降垂直的解体が進み、正規雇用からフリーランスとのプロジェクトベースでの契約に移行していったが、一方でフリーランスの芸術家・クリエイターは職能ごとに組合を結成し、プロデューサーサイドとの交渉を進めてきた。こうした交渉によってプロジェクトベースでの契約条件についての改善を進め、フリーランスの芸術家・クリエイターについても健康保険や年金、労災保険など社会保険や、最低賃金率の設定、再使用料の分配(residual payment)について整備が進められてきた。

こうした制度の整備によって、ハリウッドの映画産業で就労するフリーランスの芸術家・クリエイターについては一定の収入安定化の方策や、社会的リスク分散の仕組み、人材育成支援の仕組みなどが整えられてきたが、ここではアメリカの映像産業における組合の機能の限界や問題点について考察している論文として Christopherson and Storper(1989)、Christopherson (2008)を取り上げたい。アメリカの映画産業におけるスタッフの労働市場に焦点を当てた Christopherson and Storper(1989) では、労働市場の変化と組合の形成と機能



の変化について以下のように説明する。

ハリウッド映画産業では 1920 年代～1930 年代はスタジオシステムと呼ばれる工場型生産システムのもとスタッフは正規雇用され、自動車産業など大量生産型産業と類似した雇用形態であった。1940 年代の垂直的解体を経てフリーランスとの短期契約に移行した後、1950 年代以降フリーランスのスタッフによる組合が発展し、名簿システム(roster system)によって就労の安定化を図る一方で労働市場への新規参入を防いできた。1950 年代中期ではハリウッドのスタッフの労働市場への新規参入者はほとんどなく、30 歳以下の就労者は 6.7%、50 歳以上の就労者が 50%以上を占めるほどであった。1970 年代ではハリウッドの映画産業におけるビジネスモデルが制作から投資・流通へと転換したこと、テレビや広告産業の発展に伴う映像制作におけるフリーランススタッフの需要の増加、大学における映像産業スタッフの人材育成など要因から、フリーランスの就労者の過剰供給が進んだ。

1970 年代以降、名簿システム(roster system)などによるフリーランスの労働市場に対する組合の調整機能は低下するが、映画産業の中でも伝統的な組合による保護は強く、労働貴族(labour aristocracy)と呼ばれるフリーランスのスタッフの一群が存在した。こうした保護の強い伝統的な組合に所属しているスタッフと、新規参入してくるスタッフとの間で労働条件について大きな格差が存在した(Christopherson and Storper, 1989, pp333-335)。

この論文では、アメリカの映像産業における職能組合はスタジオシステムでの正規雇用から垂直的解体を経てフリーランス化が進んだのちも、工場労働者のように安定した労働条件の獲得のため、名簿システム(roster system)など組合を通じた交渉によって組合員の保護を図ってきた。しかし、短期契約化と労働力の供給過剰によって中核労働市場と周縁労働市場の分離が引き起こされ、さらにフリーランスの芸術家・クリエイターの労働市場ではフリーランス間における技能競争によって個人主義的性格が強くなったため、組合の保護のもと同一条件の契約を好まないフリーランスが多くなり、組合のシステムは有効に機能しなくなっていったと論じている。

さらに、2000 年代のアメリカにおけるハリウッドやテレビなど映像産業におけるスタッフの労働市場に焦点をあてた Christopherson (2008)は労働市場の変化と組合の仕組みが直面する新たな問題について次のように説明する。

ハリウッドの製作プロジェクトでは地域への経済的波及効果を見込んでのロケ誘致を目的とする州政府や他国からの補助金を目当てにロケ地を決定し、現地スタッフとの契約が増えてハリウッドで組合に所属するスタッフとの契約が減少している。また、米国内でケーブルテレビ向けの低予算プロジェクトが増加したことによって、制作予算の制約から保護の手厚い組合員との契約より海

外のスタッフや低報酬・悪条件での契約を結べる非組合員（若い世代）との契約が増加している。これらの要因によって中核労働者と周縁労働者の分断が進み、組合による保護のもと安定的に収入が得られる中間層が減少し 組合に加入していない低収入の周縁労働者の増加が進んでいる(Christopherson, 2008)。

この論文では技術の革新、それに伴うマルチな技能を有する新しい世代の参入者の増加、映像産業のビジネスモデルや製作プロジェクトの動向などの要因から、労使間交渉によって構築してきた組合のシステムが新たな問題に直面していることが示されている。

#### 4.2.2 フランスのケース

フランスでは 1969 年の労働法改正以降、フリーランスの実演家・スタッフを労働者に含むと規定された。これによってどれほど短期の契約であっても労働契約とすると規定された。また、芸術家・クリエイター（著作者、実演家、スタッフ）について社会保障制度が整備されてきた。著作者向けの社会保障制度を担当する組織として、作家、写真家、作曲家などに AGESSA(Association pour la Gestion de la Sécurité Sociale des Auteurs)、造形芸術家、グラフィックデザイナーなどに「芸術家協会(maison des artists)」が設立され、各団体が社会保障制度の運営に当たってきた。フリーランスの実演家やスタッフについては労働者として扱われるため一般制度の中で年金、医療、労災保険など保障されている。

さらにフランスでは、全国商工業雇用協会(ASSEDIC;)、全国商工業雇用連合(Unédic; union nationale interprofessionnelle pour l'emploi dans l'industrie et le commerce)が運営する失業保険制度の中で、実演家・スタッフ向けに独自の失業保険制度が用意されている。Menger(2008)は元来フランスにおけるフリーランスの実演家・スタッフ向けの失業保険制度の確立は、映画産業や舞台産業など興行形式の創造産業で仕事をする実演家やスタッフにとって重要な関心事であった。というのは、プロジェクトベースでの契約のため失業リスクが再生産され常に失業リスクにされており、独自の失業保険制度の確立の必要性を認識していたためと説明する(Menger, 2008, p373)<sup>22</sup>。制度の発端は 1950 年代の映画産業のスタッフを対象とした失業保険制度が始まり、その後、協約拡張手続きによって修正拡大を続けてきたが、その過程で失業保険の利用者が増大しすぎてしまい、失業保険の適用対象範囲と適用要件について問題が存在する。

どの職能まで失業保険の適用認めるのかという問題についてグレッフ（2007）

---

<sup>22</sup> これに対して著作者には多様なタイプが存在し、フリーランスの実演家やスタッフのように共通の就労形態ではなかった。そのため独自の失業保険に対する関心は低く、失業保険の整備に向けて共同して活動してこなかった(Menger, 2008, p373)。

の説明によれば、1990 年代から失業保険制度の利用者は増え、1992 年の 41,038 人から 2005 年の 110,000 人へと増大した。芸術家・クリエイター概念が拡大されキャバレーやナイトクラブ のダンサー、素人参加型リアリティー番組への出演者なども失業保険制度を利用し始めており、制度の適用対象範囲についても当初の映画産業におけるスタッフの失業保険という制度から大きく肥大化してしまった（グレッフ, 2007, 76-79 ページ）。

失業保険制度の適用要件と制度の過剰利用については、長らくフランスでも問題視されてきた。Menger(1996)は行政上のデータをサーベイして 1980 年代から文化政策における文化支援目的の公的財団の劇的な増加や視聴覚産業の発展によって実演芸術の労働市場が拡大する一方でフリーランス(intermittent)数が増加し、契約が短期化し契約数が増加していること、労働力の供給過剰が進んでいることを指摘した Menger (1996, pp359-362)。さらに実演家やスタッフ向けの失業保険制度の利用実態を調査することによって利用者が急増していることを指摘した。失業保険の過剰利用の原因について Menger(2012) は、フリーランスの実演家・スタッフはプロジェクトベースにおける短期契約を重ねて失業補償の適用要件を満たすと、失業保険を利用し補償を受ける。失業補償期間中も新たな契約は可能であり、その契約は次の失業保険の適用基準に勘案される。フリーランスの実演家・スタッフは失業補償期間中、次の失業保険適用の要件を満たすため、プロジェクトベースでの短期契約を積み重ね、失業保険の利用を繰り返していると説明している(Menger, 2012, pp27-29)。フランスではフリーランスの芸術家・クリエイターの失業保険費は増大し続けた。失業補償額は 1992 年の 4 億 8700 万ユーロから 2007 年の 12 億 6200 万ユーロまで増大した(Menger, 2012, p29) 。しかしながら、この失業保険制度用に別個の財源は確保されておらず、一般的な労働者と事業者の負担による失業保険の財源に統合されていたため、フリーランスの実演家・スタッフによる失業保険制度の過剰利用は全面的な不興を買い社会問題化している。

グレッフ（2007）は、制度の利用者は周縁労働者など低所得者の割合が高く、適用要件ギリギリの労働時間で継続的に失業保険を適用しており、必ずしもフリーランスの実演家・クリエイターの芸術創造活動を促進・活性化していないと指摘する（グレッフ, 2007, 76-79 ページ）。Menger(1996)はプロジェクトベースのもとフリーランスの実演家・スタッフが低い報酬での短期契約を続けながら、失業保険制度を利用することによって企業側は人的コスト削減が可能になると論じ、失業保険制度の過剰利用について失業保険制度を通じた実演芸術産業における就労者と企業への補助金政策と評した(Menger1996, p376)。この制度に対して 2008 年に制度の改革が進められ要件の厳格化が図られたが、それでも失業保険の利用者は多い。現在でもさらなる改革が必要とされるが、組

合の激しい抵抗によって制度改革は難航している。

フランスでは、国による労働政策および社会保障政策上の配慮によって芸術家・クリエイターに対する社会保障制度を整え、実演家・スタッフに対しては独自の手厚い失業保険制度を整備してきた。こうした制度によってフリーランスの芸術家・クリエイターは一般的な労働者と同様に社会保障制度が整備され、労働法による保護も得られている。これらの制度によって芸術家・クリエイターも失業リスクや不安定な収入による負担がある程度軽減され、継続的に芸術創造活動に従事することが可能になっている。

しかし、フリーランスの実演家・スタッフに対する失業保険については、制度が発展していく過程で創造産業や文化政策の発展、フリーランスの実演家・スタッフの労働市場における短期契約化など就労形態の変化などの要因もあり、適用要件や適用対象範囲など制度設計上の難しい問題が存在している。フリーランスの実演家・スタッフの労働市場ではプロジェクトベースでの短期契約と労働力の供給過剰のため恒常的に失業状態を生み出す。失業リスクや収入の不安定化に対応するためにフリーランスの実演家やスタッフは継続的な失業保険制度の利用によって収入を失業補償に依存してしまう。制度設計の改革が課題であるが、そもそもプロジェクトベースでの短期契約を繰り返すフリーランスの実演家・スタッフに対する失業保険制度は継続的雇用が前提となっている一般的な労働者向けの失業保険制度と同様に扱うことはできない。フリーランスの実演家・スタッフ向けの制度は、財源や制度設計の問題を含めて労働市場の実態や変化に合わせて常に修正を加えて制度の最適化を図ることが求められる。失業保険の適用対象範囲についても、創造産業の発展やトレンドの変化と共に失業保険の適用対象として適当な実演家・スタッフの範囲や種類も変化するため、創造産業におけるフリーランスの実演家・スタッフの労働市場の変化に合わせた柔軟な対応が必要となるだろう。

#### 4.3 日本のケース

##### 4.3.1 日本におけるフリーランスの芸術家・クリエイターと労働政策・社会保障政策

日本ではフリーランスの芸術家・クリエイターに対して、どのような制度を構築してきたのだろうか。日本の制度では、労働法の適用対象になるために労働基準法上の労働者に含まれることが前提となる。労働者に当たるかどうかは労働基準法その他、労働安全衛生法、労働組合法、賃金支払確保法、労働者災害補償保険法、雇用保険、健康保険法、厚生年金法、所得税法など諸法の適用範囲にかかわる問題でもある<sup>23</sup>。労働基準法上の労働者の定義に含まれる就労者に

---

<sup>23</sup> 鎌田（2001）は、実際には労働法上の労働者概念は厳密に統一されているわけではなく、

については共通の特徴として労働の提供先との間で使用従属関係が認められる必要があるが、「使用従属関係」については1985年に旧労働省の研究会報告書は労働者一般に対してその有無を判断するために判断基準を示しており、この基準（85年基準）が労働基準監督署などの監督官庁や裁判で活用され一般化している。もともとはフリーランスの実演家やスタッフについてもこの85年基準が適用されてきたが、フリーランスの実演家やスタッフはプロジェクトベースの契約で就労し、業務における個人の創造的性格もあり労働者かどうか判断することが難しい。1996年に労働基準監督署は映画やテレビ番組の製作に従事する俳優・技術スタッフ（撮影、照明、録音等）が製作会社との関係で労働者に該当するかどうか否かについて判断基準を提示している。

96年に示された基準については以下になる。

1. 使用従属性に関する判断基準として（1）指揮監督下の労働について イ：仕事の依頼、業務に従事すべき旨の指示等に対する許諾の自由の有無、ロ：業務遂行上の指揮監督について（イ）業務の内容及び遂行方法に対する指揮命令の有無、（ロ）その他：通常予定された業務以外の業務従事の可否等 ハ：拘束性：勤務場所・勤務時間の指定・管理 二：代替性の有無：他の者による労務提供、補助者の使用の可否 （2）報酬の労務対償性：所定時間・日数の超過に対する報酬支払の有無
2. 労働者性の判断を補強する要素として（1）事業者性の有無についてイ：機械、器具、衣装等の負担関係 ロ：報酬の額 ハ：その他：業務による第三者への損害の本人負担の有無 （2）専属性の程度 （3）その他：源泉徴収の有無

96年基準の適用においては1の指揮監督下の労働かどうか複数の要素から判断しつつ、2労働者性の判断を補強する要素をも併せて総合的に判断するとされる（日本芸能実演家団体協議会, 2011, 83-85 ページ, 労働基準法研究会労働契約等法制部会, 1996）。

しかしこのような措置にもかかわらず、労働基準法上フリーランスの実演家・スタッフが労働者に含まれるかどうか判断する労働者性判断基準の適用について複数の要素を総合評価するため、判例によって基準適用の手法や解釈について違いが生じ、判断が安定しないという問題がある<sup>24</sup>。また、日本ではテレ

---

各法における労働者の範囲は各法の趣旨・目的に応じて異なり、労働者概念の意味は微妙に変化し、各法において労働者概念を拡張する傾向にあると指摘する（鎌田, 2001, 188-190 ページ）。

<sup>24</sup>フリーランスの実演家・スタッフの労働者性が否定された判例として、新宿労基署長事件の第1審判決、新国立劇場運営財団事件の第1審判決がある。労働者性が肯定された判例

びや映画など制作中における大きな事故について労災適用を訴えるケースなどにおいて労働者性の判断について争われてきた。さらに映画やテレビの撮影中の事故において、フリーランスの実演家・スタッフに対して労災保険が適用否認された事件が大きく取り上げられてきた<sup>25</sup>。しかしながら日本では、こうした事件以外では社会保険（厚生年金、健康保険、失業保険など）について大きく取り上げられることは稀であった。1980年にユネスコで「芸術家の地位についての勧告」が採択されて以降、芸団協を中心に1990年代からフリーランスの実演家の契約関係に関する研究が進み、何度かフリーランスの芸術家・クリエイターに対して一般的な労働者と同様に社会保障制度の整備を望む提言はあったが、これまでのところ具体化するには至っていない。

フリーランスの芸術家・クリエイターによる組合活動について日本の労働組合法は労働者性判断基準を用いて労働組合法上の労働者に当たるかどうか判断する。労働組合法における労働者性判断基準は労働基準法における労働者性判断基準より要件が緩和されており、業務委託・請負契約で就労するフリーランスも労働組合法上の労働者に当たり、フリーランスの芸術家・クリエイターも組合活動が肯定されている（水町, 2014, 69-71 ページ）。しかしながら、この点について近年でも国立新劇場運営財団と出演契約を結ぶ合唱団メンバーについて労働組合法上の労働者に当たるかどうかについて裁判で争われたケースが存在する。この訴訟では2011年の最高裁判決で、合唱メンバーについて労働組合法上の労働者に当たると判断されたが、このように比較的近年でもフリーランスの実演家が労働組合に所属できるのかについて争われ、判例でも判断が分かれていることもあり、現場レベルではフリーランスの芸術家・クリエイターによる組合を通じた労使間交渉は定着していない。実際、フリーランスの実演家やスタッフによる組合活動は日本においては日本俳優連合、音楽家ユニオン、映演労連など幾つかの例外を除いてほとんど見られない。日本においては実演家やスタッフは労働組合よりも緩やかなつながりとなる職能団体が普及している。こうした職能団体は積極的にプロデュース・マネジメントサイドと交渉することは少なく、団体交渉や協約を通じて労働条件の改善や社会保障制度の整備が進められることはなかった。

---

としてチボリ・ジャパン（楽団員）事件の第1審判決、新宿労基署長事件の控訴審判決がある（日本芸能実演家団体協議会, 2011, 85-86 ページ）。ちなみに、新国立劇場運営財団事件でも最高裁第三小法廷判決では、労働者性が肯定されている。

<sup>25</sup> 例えば、1990年前後に映画やテレビの制作現場における事故として取り上げられたものとしてテレビドラマ「軽井沢シンドローム」車両事故(1988)、劇場用映画「座頭市」立ち回り事件(1988)、日活撮影所スタジオにおける火災事故(1989)、映画「ゴジラ対ビオランテ」車両事故(1989)、テレビ番組「10R8」収録中の火傷事故(1990)、映画「東方見聞録」死亡事件(1991)などがある（音楽議員連盟ユネスコ勧告小委員会, 1992, 74-85 ページ）。

このため、日本においてはフリーランスの実演家やスタッフに対する労働政策・社会保障政策の整備は、芸団協の芸能人年金などの取り組みがあったにせよ、全体として整えられてきたとは言いがたく、正規雇用されている労働者と比べて労働保護や社会保障制度の適用について大きな格差が存在している。結果としてフランスやアメリカを含む欧米諸国のように国による社会保障制度や組合による仕組みが確立・発展してきた国に比べ、芸術家・クリエイターは不安定な地位に置かれやすい。個人のフリーランスは失業リスクや不安定な収入、不確実なキャリアなどビジネス上のリスクの他、社会的なリスクについても個人でカバーする部分が相対的に多く、フリーランス個人にかかる負担が大きい。アメリカやフランスなど芸術家・クリエイターの労働市場に対する労働政策・社会保障政策が整えられている国に比べて日本ではフリーランスの芸術家・クリエイターという職業は成立しにくいといえるだろう。

ここで、補足として日本のケースについて最新の芸団協の調査（日本芸能実演家団体協議会, 2015）を参照し、日本で実演家やスタッフがどのように仕事上のリスクや将来への備えをしているかについて取り上げる。邦楽、伝統演劇、邦舞、洋楽、現代演劇・メディア、洋舞、演芸、演出・制作等のジャンルで活動する実演家に対する経済環境・景況感についての調査で、万一の場合や老後に対する備えについては「生命保険や損害保険などに加入している」が 60%、「国民年金に加入している」が 57.3%、「貯蓄をしている」が 33.7%、「厚生年金・共済組合などの公的年金に加入している」が 33.3%となる。仕事上の傷害（ケガ）の治療費等の負担状況については「自分で負担した」が 69%、「自分で加入している傷害保険などの給付があった」が 7.6%となり、労災適用は 7.6%にとどまる。治療費以外の補償については「何もない」が 77.9%となる。仕事が原因と考えられる病気病状の治療費の負担状況については「自分で負担した」が 91.2%、「自分で加入している傷害保険などの給付があった」が 9.9%となり、労災適用は 1.1%にとどまる。治療費以外の補償について「何もない」が 83.5%となる（日本芸能実演家団体協議会, 2015, 56-60 ページ）。

映像系として劇場用映画、テレビ、その他（DVD、アニメ、CM 等）、ライブ系として演劇・ミュージカル、コンサート、その他（オペラ、舞踊、伝統演芸等）のジャンルで活動するスタッフについて、雇用形態についての調査では、映像産業やライブや舞台産業におけるスタッフの雇用形態としてフリーランス 42.9%、会社経営者 19.8%となる。中でも映像系では、フリーランス 62.9%、会社経営者 13.8%となり非労働者の比率が高い。また会社経営者であっても実際は個人で活動するフリーランスと変わらないケースも多いといわれる。経済環境・景況感についての調査で、万一の場合や老後に対しての備えについては「生命保険や損害保険などに加入している」が 64.4%、「国民年金に加入してい

る」が 45.3%、「貯蓄をしている」が 26.7%、「厚生年金・共済組合などの公的年金に加入している」が 45.6%となる。仕事上の傷害（ケガ）の治療費等の負担状況については「自分で負担した」が 56.7%、「自分で加入している傷害保険などの給付があった」が 23.3%となり、労災適用は 13.3%にとどまる。治療費以外の補償については「何もない」が 76.3%となる。仕事の原因と考えられる病気病状の治療費の負担状況については「自分で負担した」が 93.6%、「自分で加入している傷害保険などの給付があった」が 10.6%となり、労災適用は 2.1%となる。治療費以外の補償について「何もない」が 80.9%となる（日本芸能実演家団体協議会, 2015, 110-119 ページ）。

これらの調査結果から実演家<sup>26</sup>やスタッフ<sup>27</sup>については、労働者として厚生年金を利用するケースや労災適用が適用されるケースは少なく、将来への備えや仕事上のけがや病気など含めて個人負担が主流であることが分かる。

#### 4.3.2 日本における芸術家・クリエイターへの労働政策・社会保障政策が未整備である要因

本節では、日本の芸術家・クリエイターに対する労働政策・社会保障政策にの状況に対する要因について以下の 4 点を挙げる。

##### (1) 文化政策上の未対応

1980 年代にユネスコで「芸術家の地位についての勧告」が採択されたが、1980 年代以降の日本では文化政策として文化施設が整備され、メセナや個人の芸術家・クリエイター、芸術団体への補助金政策が活発化していく（吉本, 2008）。国内においても芸術家・クリエイターの地位向上についての研究が行われたが、文化政策において制度立案など具体的な対応はなされなかった。2001 年の文化芸術振興基本法制定以降、再び芸術家・クリエイターに対する社会保障政策の整備について議論が高まり、芸団協のイニシアティブによって、実演家に対する社会保障制度についての提言を行っている（日本芸能実演家団体協議会, 2002）が、芸術家・クリエイターの中でも実演家に絞った労働政策・社会保障政策の整備についてはその実現性について批判的な見解が存在する<sup>28</sup>。

<sup>26</sup>芸団協の調査（日本芸能実演家団体協議会 2011, 157-189 ページ）によれば、公立劇場を管理運営している財団が抱えている実演家集団に所属する実演家について、雇用されて社会保険や手当まで整っているケースから業務委託などの契約で仕事上のけがについて個人負担するケースまで様々である。実際には労働条件や社会保険など福利厚生まで整えられているケースは少ないだろう。

<sup>27</sup>この点、日本映画監督協会や日本映画撮影監督協会へのヒアリング調査によれば、テレビや映画など制作現場の事故での労災適用めぐる訴訟や組合や職能団体による働きかけによって近年、「雇入れ通知書」を導入して労災保険を適用するケースも増えてきているという。

<sup>28</sup>日本芸能実演家団体協議会（2011）において、池添は実演家の保護について法解釈の変更



(2) 労働政策・社会保障政策におけるフリーランスの芸術家・クリエイター  
労働政策上の背景として、戦後日本の労働政策においては正規雇用の労働者中心に労働政策を展開してきた。一方で、1990年代以降における非正規雇用や非労働者の増加以前は、家内労働者、建設労働者など一部の非労働者に対する労働法の拡張や社会保障法の修正が幾つか見られるとはいえ、概して業務委託・請負契約の就労者であるフリーランスは非労働者とされるため労働政策上の課題として取り上げられることは少なかった。映画やテレビ、舞台産業、音楽産業など創造産業で働く著作者、実演家、スタッフなどフリーランスの芸術家・クリエイターについても1996年の労働者性判断基準の提示を除けば労働政策・社会保障政策上の対応は行われてこなかった。

### (3) フリーランスによる組合の未発達

日本における組合の90%以上は企業内組合であり、その多くは大企業の組合といわれ、職能組合や産業別組合は発達していない。もともとギルドが職人の労働市場において重要な役割を果たしていた欧米と異なり、日本では職能組合が発達する素地がなく、職場内組合が発達してきた。日本では、現在でも労働組合法上の労働者にあたるかについて労働者性判断基準によって判断しているため、フリーランスの芸術家・クリエイターが組合を結成・加入できるかについて争いがある。さらに映画産業における製作会社などプロデュース・マネジメントサイドでは非労働者であるフリーランスによる組合との交渉に対して消極的な姿勢が存在し、労使間交渉が発展するための土台が整ってきていない。このような背景もあり、欧米の映画産業と同様に垂直的解体が進み実演家やスタッフなどもフリーランスとの契約に移行した映画産業のほか、舞台産業や音楽産業なども含めてフリーランスとの契約が多いにもかかわらず、フリーランスの芸術家・クリエイターによる組合は発達してこなかった。

### (4) 政策立案部門における芸術家・クリエイターの労働市場に対する関心の低さ

---

や大規模な法改正など法政策上の対応について、現行労働法が労働者概念に基づく「労働契約」概念を基にして構成されていること、実演家の市場が極めて小さいことやジャンルごと特殊性や慣行が存在することを理由に難しいと論じた（日本芸能実演家団体協議会, 2011, 154-156 ページ）。また現実的な労働政策・社会保障政策の提言をする上で、これまでは労働法学者による研究蓄積に偏っているが、統計を専門とする、ヒアリング調査を専門とする研究者による研究が必要だと指摘する（日本芸能実演家団体協議会, 2011, 131 ページ）。ここで指摘されている実演家についての体系的な研究蓄積については、国による芸術家・クリエイターの労働実態把握のための調査を含めて進んでいるとはいえない。

創造産業の成長と創造産業政策の潮流が注目されるまで日本の文化政策は、高尚芸術や伝統芸術など非営利芸術に対する支援が政策の中心であり、ポピュラーカルチャーの領域を含め、創造産業の広範な領域に対して焦点を当ててこなかった。文化政策自体が未成熟で発展途上であったこともあり、芸術家・クリエイターの労働については実演家・スタッフなど一部の領域の労働実態にしか調査は行われず、政策立案部門において芸術家・クリエイターの労働市場は周縁的な領域として重要な課題として扱われてこなかった。

#### 4.3.3 今日の状況と政策をめぐる議論

これまで、日本では重要な政策課題として扱われてこなかった芸術家・クリエイターの労働市場であるが、状況は大きく変わりつつある。ここでは、2つの変化に焦点を当てる。

##### (1) 創造産業政策の潮流

世界的な創造産業政策の潮流の中、日本においてもコンテンツ産業・創造産業に対する政策を展開し、これまで注目されてこなかったポピュラーカルチャーの領域にまで幅広く政策上の関心を広げている。これらの対象の中には、アニメ産業やゲーム産業など海外への輸出によってでも大きな利益を上げている分野も存在し、成長可能性のある分野については個人の創造性を資源とする活発な労働市場が形成されるだろう。これまで取り上げられてきた一部の実演家やスタッフの領域にとらわれずに、創造産業群を中心に多様なフリーランスの芸術家・クリエイターの労働市場にも焦点を当てることによって、日本経済における芸術家・クリエイターの役割と重要性が明らかになり、労働政策・社会保障政策上の議論として芸術家・クリエイターの労働市場の重要性も大きく変わってくる。

##### (2) 労働市場全体の変化と労働政策・社会保障政策の対応

今後も芸術家・クリエイターの労働市場の重要性は増していくと思われるが、一方で1990年代後半以降、日本の労働市場において非正規雇用者・非労働者数が増加し労働市場全体の3割を超え、定着してきている（労働政策研修機構，2007，15-17ページ）。就業形態の多様化に伴う労務格差の深刻化が大きな問題となり、非正規雇用者・非労働者への労働政策のあり方が課題となっている。その中に創造産業におけるフリーランスの芸術家・クリエイターに対する労働政策のあり方も含まれる。上述のようにこれまで芸術家・クリエイターに対する労働政策・社会保障政策の整備について国による制度改革は行われてこなかった。芸団協の調査（日本芸能実演家団体協議会，2011）の中で、榊原、池添は

今後もこうした直接的な抜本的な法改正の見込みは低い、一方で非正規雇用の主流化が進む中で、非正規雇用者向けの社会保障制度改革において実演家やスタッフも対象に含めていくことの可能性について言及している（日本芸能実演家団体協議会, 2011, pp143, pp154-155）。

現状ではフリーランスの芸術家・クリエイターに焦点を絞った抜本的な法制度改革やドイツにおける「芸術家社会保障法」のような特別法の制定は難しいかもしれない。ここではより一般的に業務委託・請負契約などで就労する非労働者に焦点を当てた労働保護・社会保障制度改革の議論として鎌田耕一編著『契約労働の研究』（2001）の中で考察されている「第三のカテゴリー論」を取り上げたい。

「第三のカテゴリー論」とは、労働法上の労働者について判断する労働者性判断基準によれば労働者には含まれないが、ユーザー企業との関係で経済的に従属的な立場にある業務委託契約や請負契約で労務やサービスを提供する就労者を対象として労働者と自営業者の間に新たに契約労働者という第三のカテゴリーを創出するものである。鎌田（2001）は労働法上の労働者概念の単一性と労働者性判断基準の限界について論じ、第三のカテゴリーの対象となる就労者に対して労働法の拡張ではなく新たな立法的措置によって保護すべきことを提唱している。さらに、契約労働者に対する必要な保護領域として報酬の保護、社会保険・労働保険仕事の継続的保障、団体交渉、男女差別禁止など挙げている（鎌田, 2001, 188-190 ページ）。

この議論は特にフリーランスの芸術家・クリエイターに焦点を絞ったものではないが、鎌田は契約労働の代表的なケースとして俳優など芸能実演家のケースを扱っており、フリーランスの芸術家・クリエイターもユーザー企業との間で経済的に従属的な関係にある業務委託・請負契約の就労者であれば、同様に適用対象となる（図 4、図 5 参照）。第 3 のカテゴリーの創出が実現すれば、プロジェクトベースにおいて業務委託・請負契約で就労するフリーランスの芸術家・クリエイターの多くに対する労働政策と社会保障政策の整備が進むだろう。

フリーランスなど自営的就労者に対する労働政策については、労働政策研究・研修機構の報告書（2007）でも労働法の拡張や第三カテゴリーについての学説を紹介しながら政策課題について検討し、個人請負者に対する公的保険や労働政策の一部適用を政策の課題として挙げている（労働政策研究・研修機構, 2007, 261-269 ページ）。日本芸能実演家団体協議会（2011）で池添は、個人請負型就労者についての厚生労働省の研究を挙げ、政策提言として労働者性判断方法の検討にとどまっており、現段階で法制度改革に対して本格的に取り組む様子はないと指摘している（日本芸能実演家団体協議会, 2011, 155-156 ページ）が、制度改革が進めばフリーランスの芸術家・クリエイターに対する労働政策

や社会保障政策の整備についても大きく状況が変わることになるだろう。

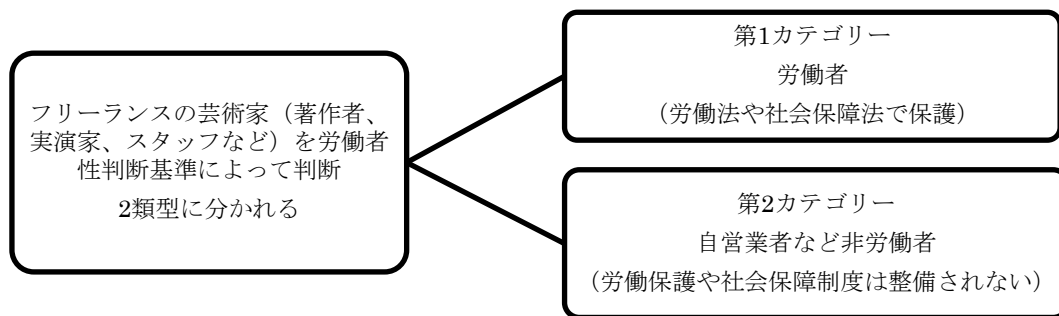
芸術家・クリエイターの労働市場の特徴については前章で論じてきたが、独自の特徴を持つ市場を形成するフリーランスの芸術家・クリエイターに対して最適な制度を実現するためには、一律の制度適用だけではなく、契約労働者の中でも芸術家・クリエイターに焦点を当てた対応が必要となるだろう。同時に、フリーランスの芸術家・クリエイターによる労働組合の発達を促進して、各創造産業内の労働市場において労働条件や福利厚生を整備など改善を図ることも重要だろう。

また、芸術家・クリエイターの労働市場ではフリーランスの割合が高いため、フリーランスの就労者に対する労働法改正は、文化政策上も重要な意味を持つ。フリーランスの芸術家・クリエイターへの労働政策・社会保障政策の整備によって個人の芸術家・クリエイターにかかる負担が軽減されるため、労働市場における定着や芸術創造活動の継続が促進される<sup>29</sup>。同時に、文化政策における補助金やメセナなどによって活動する非営利の芸術団体とフリーランスの芸術家・クリエイターの契約のあり方にもにも変化をもたらすだろう。

---

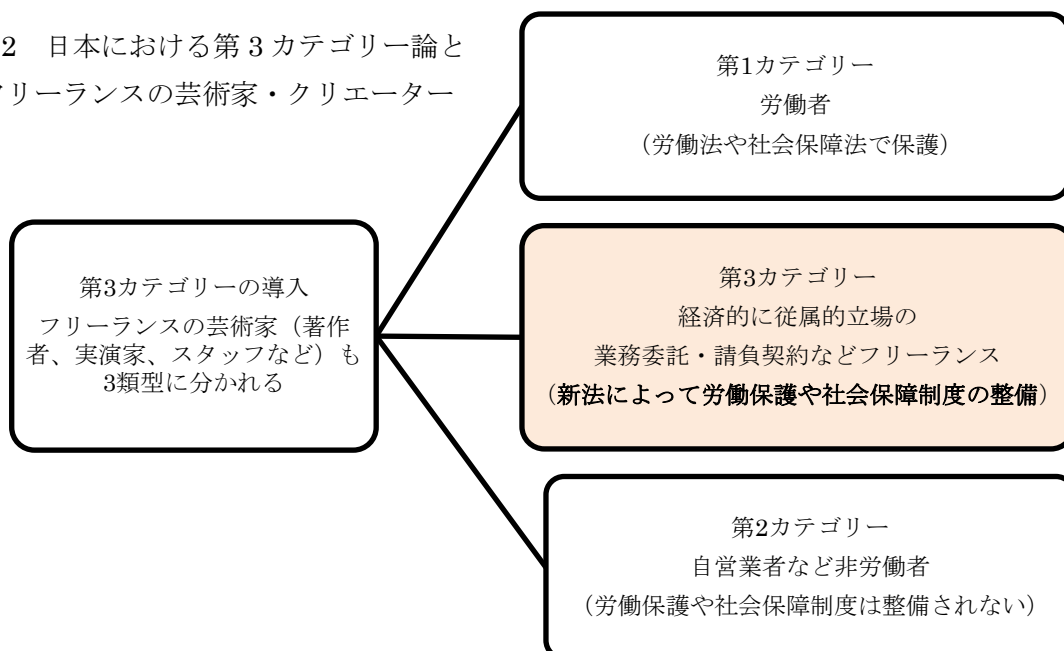
<sup>29</sup> Menger(2008)は、1990年代以降写真家におけるフリーランスの増加を例に挙げてフリーランスの著作者の増加の一因として、AGESSA や芸術家協会によって一般的な労働者と同レベルの社会保障（失業保険を除く）が著作者に対して整備されていたことを挙げている。(Menger, 2008, pp366-370)

図1 日本の現行労働法と社会保障制度とフリーランスの芸術家・クリエイター



筆者作成

図2 日本における第3カテゴリー論とフリーランスの芸術家・クリエイター



筆者作成

#### 4.4 まとめ

本章では日本のケースに焦点を当て、芸術家・クリエイターの労働市場と労働政策・社会保障政策についてアメリカのケースとフランスのケースについて触れた後、日本の制度、背景と今日的状況について考察してきた。アメリカやフランスに比べても日本の制度は発展しておらず、さらに制度的な基盤としての法政策上の整備がなされていないことが課題になっている。また、こうした制度状況は芸術家・クリエイターという職業のキャリアにおけるリスクや経済的負担を増大させ、職業の成立と継続を困難にしている。制度の改革は重要な課題

だが、日本では 1990 年代以降労働市場全体で非正規雇用化に伴う労働政策の対応が課題となっており、業務委託契約や請負契約で就労するフリーランスに対する労働政策・社会保障政策の整備が政策上の課題として検討される中で、フリーランスの芸術家・クリエイターに対する制度改革についても状況は大きく変化している。創造産業政策の潮流によって日本でも芸術家・クリエイターの労働市場を取り巻く状況は大きく変化し、経済的リソースとして個人の創造性が注目される一方で労働市場のシステムについての理解や労働政策・社会保障政策上の制度整備が重要な課題として出現してきている。このような問題意識のもと次章ではケースとして日本のアニメ産業におけるアニメーターの労働市場に焦点を当て、労働市場のシステムと人材育成政策の関係について考察したい。

## 5. 日本のアニメ産業における

### アニメーターの労働市場についてのケーススタディ

#### 5.1 アニメ産業の概説

##### 5.1.1 はじめに

これまで芸術家・クリエイターの労働市場について欧米の先行研究と芸術家・クリエイターの労働市場に対する労働政策・社会保障政策について論じてきた。第5章ではケースとして日本のアニメ産業におけるアニメーターの労働市場を取り扱う。5.1では、アニメ産業の概説としてアニメ産業のこれまでの歩み、ビジネスモデル、制作工程について要約する。5.2では、ヒアリング調査を含む定性調査によって収集したデータをベースにアニメ産業におけるアニメーターの労働市場について考察し、5.3においては2000年代以降、経済産業省、文化庁によって進められてきたアニメーターへの人材育成事業について論じる。

次節からアニメーターの労働市場の調査と政策に焦点を絞った考察に入る前に5.1では日本のアニメ産業を概観し、全体像を把握することを目的とする。本節ではテレビや映画などの分野で発展したアニメ産業の歩みと現在のアニメ産業の市場規模、アニメ産業における代表的なビジネスモデルである製作委員会方式、そして実際のアニメ作品の制作を担う制作会社と制作工程について概説する。

##### 5.1.2 アニメ産業の歩み

日本のアニメ産業における重要な転換点は1956年、政岡憲三、山本早苗らが設立した日動映画を買収する形で東映動画が誕生したことである。「東洋のディズニー」を目標とする東映動画は、本格的に劇場用長編アニメの制作を開始し、1958年に劇場用長編第1作として『白蛇伝』（1958年）を始め、以後、年に1本のペースで劇場用長編アニメの制作を続けていく。一方すでに著名な漫画家として成功していた手塚治虫は東映動画で自身の漫画が原作となる『西遊記』（1960年）の制作に演出として参加する。アニメ制作について学んだ手塚は翌1961年、自身のアニメスタジオである虫プロダクションを設立し、実験的な短編『ある街角の物語』（1962年）を制作したのち、1963年初のTVアニメシリーズ『鉄腕アトム』（1963年～1966年放映）を制作、このシリーズは平均視聴率25%という高視聴率を記録し、大成功を収める。この作品においては、予

算の制約から制作コスト削減し、週一回というTVアニメの放映スケジュールに間に合わせるため、動きを省略・抽象化し、作画枚数を減らすリミテッドアニメの手法を導入するなど様々な表現上の工夫が試みられた<sup>30</sup>。ここでなされた表現上の工夫は以降のTVアニメの制作において普及・浸透していくこととなる。またぎりぎりの予算、時には赤字でTVアニメを制作し、ライセンスビジネスで制作費を回収するというビジネスモデルもこの時点で形成されていた。この『鉄腕アトム』の成功がきっかけとなり、これに続く多くの参入者によってTVアニメ制作の市場は一気に拡大し、アニメ制作の主流は映画からTVへと移り変わっていく。1963年以降、日本のアニメ産業におけるTVアニメの制作本数は、増加していく（図1、図2、図3参照）。

1970年代に入りTVアニメが定着し、様々な作品が制作されるようになっていくが、高度経済成長に伴う労働コストの上昇に伴い、制作会社が自社内でこなせない分の仕事を下請に出すことが常態化していく。それまで正社員として雇用されてきたクリエイターが出来高での契約や業務委託・請負契約を結び、フリーランスとして働くことが一般化していく<sup>31</sup>。このような流れの中、1972年には東映動画で大規模なリストラが行われ、1973年には、劇場用長編アニメ『悲しみのベラドンナ』の興行的失敗を受けて虫プロは倒産する。しかしながら、東映動画や虫プロで経験を積んだクリエイターはそれぞれ、移籍、独立して制作会社を設立し、アニメ産業の制作部門を支え、牽引していくこととなる。

1980年代に入ると、映画、テレビに加えて、ビデオが新たなアニメの流通媒体として機能しはじめる。OVA（オリジナルビデオアニメーション）では、販売代金によって制作費を回収するというビジネスモデルを採っており、一部の熱心なファンの支持を得れば十分に制作費を回収でき、制作会社がスポンサー、TV局などから経済的に自立できる。より意欲的な作品作りが可能となり、作家性が強い作品を含め、様々な作品が制作されていく。しかしながら、このOVAのビジネスモデルは、1995年『新世紀エヴァンゲリオン』（1995年～1996年放映）以降、製作委員会方式で製作され、ソフトを含む関連ビジネスの売り上げで利益を出すビジネスモデルが一般化し、TVの深夜枠を買い取り広告目的

---

<sup>30</sup> 虫プロダクションにおける『鉄腕アトム』の制作背景、表現上の技法については（山本、1989）、（津堅、2007）が詳しい。

<sup>31</sup> 大塚（2013）によれば、1970年頃には「制作会社→下請プロ→個人外注、演出→コンテマンというような制作機構上の重層化が、ほぼ現在と同じ程度に完成していた」（大塚、2013、188-189ページ）。このころにはアニメ産業における垂直的解体が進み、現在と同様下請への外注、フリーランスとの出来高契約による制作システムが形成されつつあったと思われる。

また山口は、出来高契約と業務委託契約への移行は、アニメーターにとっては収入の増加、制作会社にとっては仕事の増減を外部委託調整費によって調整でき、リスクの軽減となるため、大方歓迎されたと説明している（山口、2004、98-100ページ）。



で放映するいわゆる深夜アニメが増加する中で衰退していく。

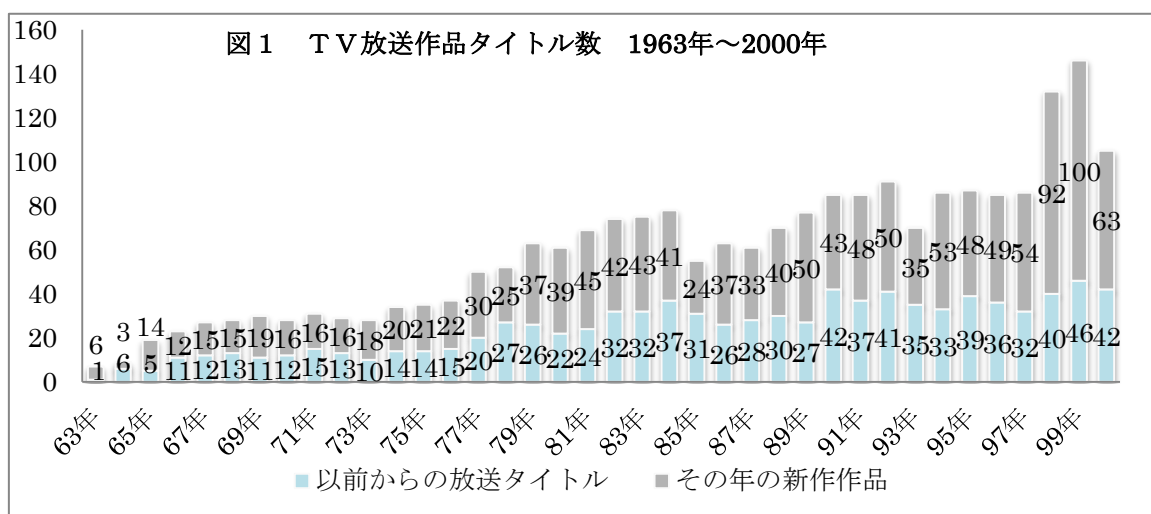
1990年代後半以降、国内の『新世紀 エヴァンゲリオン』のヒット、宮崎駿作品の記録的な興行収入と海外での高い評価、ゲームソフトから派生した『ポケットモンスター』の世界的な成功などから、アニメ産業（特にビジネスとしての側面）に対する関心が高まっていく。このことが、2000年代以降に入ってからTVアニメ制作本数激増・アニメバブルの下地となる。2000年代に入り、アニメバブルといわれるように2006年までTVアニメの制作本数が激増していく。この中には深夜アニメも多かったが、この時期の作品には、十分な視聴者を得られず1クールで終了してしまいビジネスとして成功できなかった作品も多い<sup>32</sup>。最盛期の2006年では、1年の制作本数が279本となり、その翌年以降制作本数は減少してきたが、2011年以降再び制作本数が増加し2013年では年間制作本数は271本となっており、アニメバブルの再来が予測される(図2参照)。

1990年代後半以降、アニメ産業においてもデジタル化、インターネットなど技術革新の影響を受け、表現技術の革新、制作プロセスの簡略化、コストカット、スピードアップが図られている。表現上の技術革新について、日本では、欧米のアニメーション制作業界にみられるような手描きアニメーションからフル3DCGアニメーションへの完全な移行は見られないが、様々な作品の制作工程において3DCGの導入が進んでいる。まだ多くはないが、フル3DCGアニメーションで制作された作品も増えてきている。さらに、3DCGアニメーションとセルアニメーションの融合という独自の表現手法も発達してきており、今後もこのような技術革新がアニメーション制作における表現を刷新し、大きな変化をもたらすだろう。

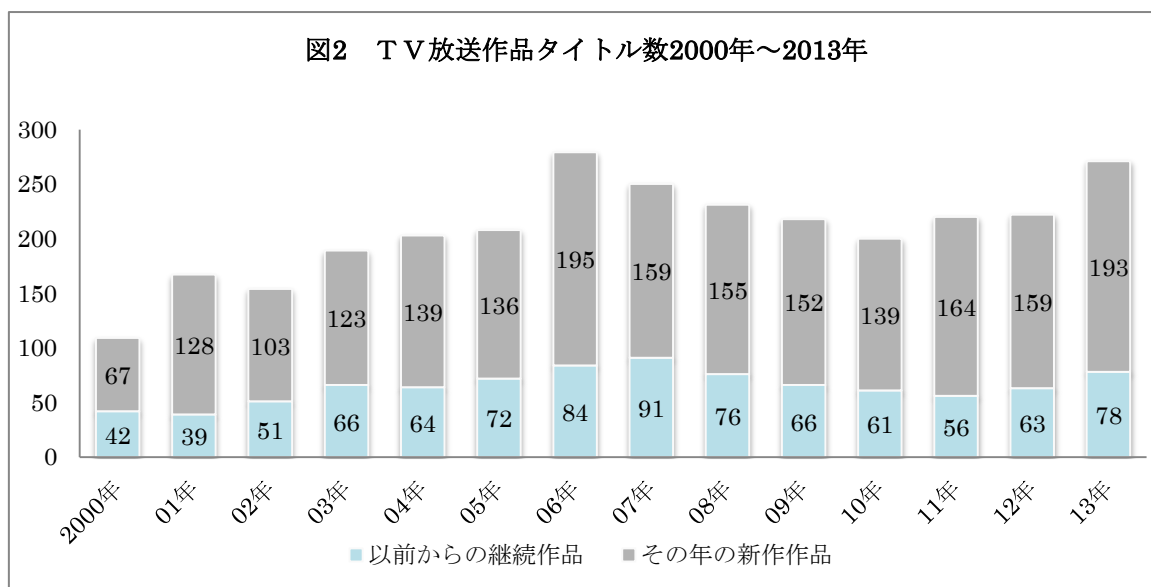
1990年代より普及してきたインターネットの影響については、インターネット上でのプロモーションを活用し、個人制作から成功する深海誠に代表されるように、デジタル化・IT化によって個人でもアニメを制作し、インターネット上で自身の作品を公開・プロモーションする環境が整ってきている。また、インターネットによって流通チャンネルも多様化し、近年アニメコンテンツの配信事業が発展してきている一方で、インターネット上でファンなどによって不法にアップロードされたコンテンツが氾濫し、海外のファンが自発的に日本のアニメコンテンツに字幕をつけ、アップロードし共有するファンサブという現象がみられるなど、アニメ産業を取り巻く状況は大きく変化し続けている。

---

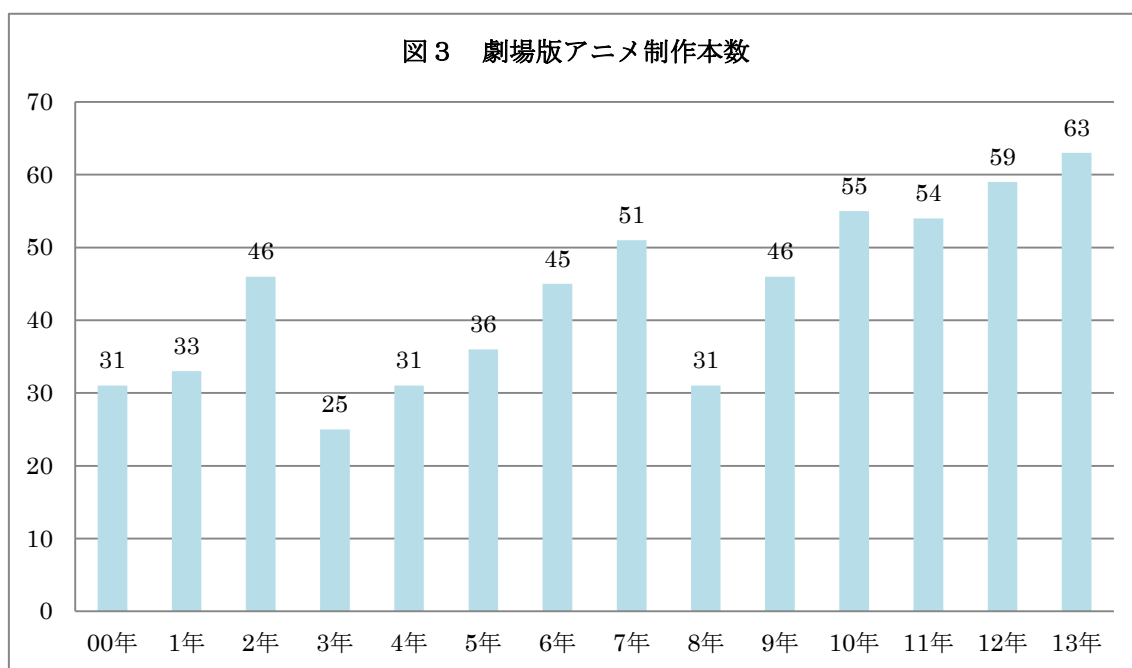
<sup>32</sup> 久保雅一（2005）参照。



出典：日本動画協会データベースワーキンググループ編著(2014)『アニメ産業レポート 2014』  
23 ページ, より筆者作成



出典：日本動画協会データベースワーキンググループ編著(2014)『アニメ産業レポート 2014』  
23 ページ, より筆者作成



出典：日本動画協会データベースワーキンググループ編著(2014)『アニメ産業レポート 2014』

69 ページ, より筆者作成

### 5.1.3 アニメ産業の市場規模について

2000年代に入ってからアニメ産業の市場動向を示すデータとして、日本動画協会データベースワーキンググループ(2014)『アニメ産業レポート 2014』がある。こちらの表では2002年～2013年における日本動画協会が行った元請、準元請制作会社へのアンケートの集計を基に算出したアニメ製作・制作会社＝アニメ業界市場（狭義のアニメ市場）の売上の推移を示している（表1）<sup>33</sup>。分類として①テレビ番組制作・放映権利収入、②劇場作品制作・分配収入、③ビデオプログラムの制作・分配収入、④配信作品の制作・分配収入、⑤ライセンス収入、広告・販促・イベントなど収入、⑥音楽関連収入、⑦映像販売、ライセンス等収入による海外収入、⑧パチンコ・パチスロの映像制作・分配収入、⑩上記の分類に属さない製作・制作収入、となる（日本動画協会データベースワーキン

<sup>33</sup> 実際に多くのアニメ制作会社やフリーランスの芸術家・クリエイターの収入源として直接関連するのはTV、映画、DVD、ビデオなどの制作収入である。流通ビジネス展開の収益から利益を得られるのは、製作委員会に出資している制作会社のみである。その場合でもライセンスビジネスなどを担うことができる一部の大手元請制作会社を除き、小規模の制作会社は製作委員会への出資比率も小さく、流通ビジネスの収益からの分配は小さい。また流通ビジネスから得られた利益が下請制作会社に分配されることは少ない。フリーランスの芸術家・クリエイターについては脚本家や作曲家などの著作権の他、組合や職能団体による再使用料の分配(residual payment)について協約を結んでいる監督や声優などをのぞけば、スタッフに分配されることは稀と思われる。

ゲグループ, 2014, 8-9 ページ)。

表 1 2013 年アニメ業界市場 (狭義のアニメ市場) (単位: 億円)

	①TV	②映画	③ビデオ	④配信	⑤商品化	⑥音楽	⑦海外	⑧遊興	⑨その他	合計
2002	372	88	358	1	216	24	224		83	1,366
2003	364	68	335	3	254	16	253		113	1,406
2004	459	184	277	5	292	41	290		536	2,084
2005	478	169	349	10	345	21	313		547	2,232
2006	584	228	373	21	354	75	312		173	2,120
2007	500	180	301	25	307	31	268		260	1,872
2008	459	310	218	26	363	33	248	31	124	1,812
2009	432	186	179	31	274	40	153	45	117	1,457
2010	472	252	164	37	260	34	172	25	72	1,488
2011	560	153	162	40	244	31	160	97	85	1,532
2012	616	207	153	68	267	29	144	109	50	1,643
2013	674	248	155	85	265	31	169	116	91	1,834

出典: 日本動画協会データベースワーキンググループ編著(2014)『アニメ産業レポート 2014』

9 ページ, より筆者作成

こちらの (表 2) では、「アニメ業界市場」を包摂した「産業市場」全体の売上であり、「業界市場」に流通付加価値を足したものであるアニメ産業 (広義のアニメ市場) の売上の推移について示している。分類として①TV 局アニメ番組売上、②劇場アニメの興行、③ビデオの売上、④配信の売上、⑤アニメ関連商品の売上、⑥アニメ音楽の売上、⑦海外展開での売上、⑧アニメ作品を利用したパチンコ・パチスロの出荷台数、⑨アニソン・声優ライブ、イベント、ミュージアム・展示会、カフェなどの売上まで幅広く含まれている (日本動画協会データベースワーキンググループ, 2014, 6-7 ページ)。

表2 2013年アニメ産業市場（広義のアニメ市場）（単位：億円）

	①TV	②映画	③ビデオ	④配信	⑤商品化	⑥音楽	⑦海外	⑧遊興	⑨ライブ	合計
2002	1,241	198	1,294	2	4,350	138	3,725			10,948
2003	1,165	196	1,176	10	4,337	91	4,212			11,187
2004	1,100	380	1,031	18	4,617	235	4,827			12,208
2005	1,041	178	1,388	41	5,049	120	5,215			13,032
2006	1,003	284	1,358	84	5,305	261	5,204			13,499
2007	924	213	128	98	6,419	263	4,390			13,584
2008	946	338	111	102	5,652	270	4,137	1,528		14,086
2009	955	299	1,052	123	5,881	307	2,544	1,665		12,826
2010	895	338	1,085	149	6,421	297	2,867	1,226		13,278
2011	900	285	1,067	160	6,041	245	2,669	2,026		13,393
2012	951	409	1,059	272	6,120	230	2,408	2,272		13,721
2013	1,020	470	1,153	340	6,146	246	2,823	2,472	288	14,913

出典：日本動画協会データベースワーキンググループ編著（2014）『アニメ産業レポート 2014』

6 ページ，より筆者作成

#### 5.1.4 アニメ産業のビジネスモデルについて<sup>34</sup>

##### （1）製作委員会方式におけるアニメ産業の関係者

##### （ア）製作委員会

製作委員会は TV アニメや劇場アニメを製作する際に負担するリスクを分担し、関係各社で制作費を出資し、完成した作品にかかわる様々なビジネスを展開するために設立される。通常、民法上の任意組合として結成される。製作委員会に出資し、構成員となる事業者としてはテレビ局、映画会社、制作会社、広告代理店、商社、出版社、レコード会社、DVD販売会社、玩具メーカー、インターネット各種関連会社などが挙げられる。

##### （イ）テレビ局

アニメ作品はテレビ局（地上波，BS，CS等）でテレビ番組として放映されているものが多い。地上波テレビ局のアニメ番組については、在京キー局・準キー局からネット局に対して番組の供給を行っており、取り分け在京キー局・NHKからのアニメ番組供給が大半を占めていることから、在京キー局・NH

<sup>34</sup> 公正取引委員会事務総局（2009，4-9 ページ）を参照して作成。

Kはアニメ作品の流通において最も重要な役割を占めている。

#### (ウ) 映画会社

一般に映画会社の業務は「制作」「配給」「興行」の3つに区分されるが、劇場アニメ作品の場合、「制作」は制作会社が行い、映画会社が「配給」を担っている。国内で制作される劇場アニメ作品については、「邦画メジャー」と称される映画会社が配給を担っている。

#### (エ) 広告代理店

アニメ作品については、大手広告代理店(電通、ADK)が主に取り扱っており、①アニメ番組に係るテレビ局とのコマーシャル(CM)枠の交渉、②アニメ番組のCM枠の広告主(スポンサー)との交渉、③アニメ作品の企画への関与、④製作委員会の取りまとめ・出資などを行っている。

#### (オ) DVD販売会社

DVD販売会社は、アニメ作品をDVDなどの媒体で販売しており、制作会社、出版社などからアニメ作品の企画を持ち込まれるだけでなく自社でもアニメ作品を企画や製作委員会への出資、深夜にテレビ放映を行うアニメ番組を中心にCM枠の購入も行う。

#### (カ) 音楽出版社

音楽出版社は、アニメ作品の主題歌やサウンドトラックの原盤(マスター・テープ)を制作・管理しており、制作した原盤をレコード会社に提供している。在京キー局・NHKなどのテレビ局は、自社系列の音楽出版社を有しており、自社でテレビ放映を行ったアニメ作品の主題歌やサウンドトラックの原盤制作・管理は、自社系列の音楽出版社が行っている場合が多い。

#### (キ) 出版社

アニメ作品の企画について出版社が関与することが多く、漫画の原作をアニメ化する場合は、漫画の原作者との著作権などの権利処理は、漫画の原作者と出版社との間で行っている。また、出版社が企画に関与したアニメ作品については、製作委員会の主な出資者となる場合もある。

#### (ク) その他

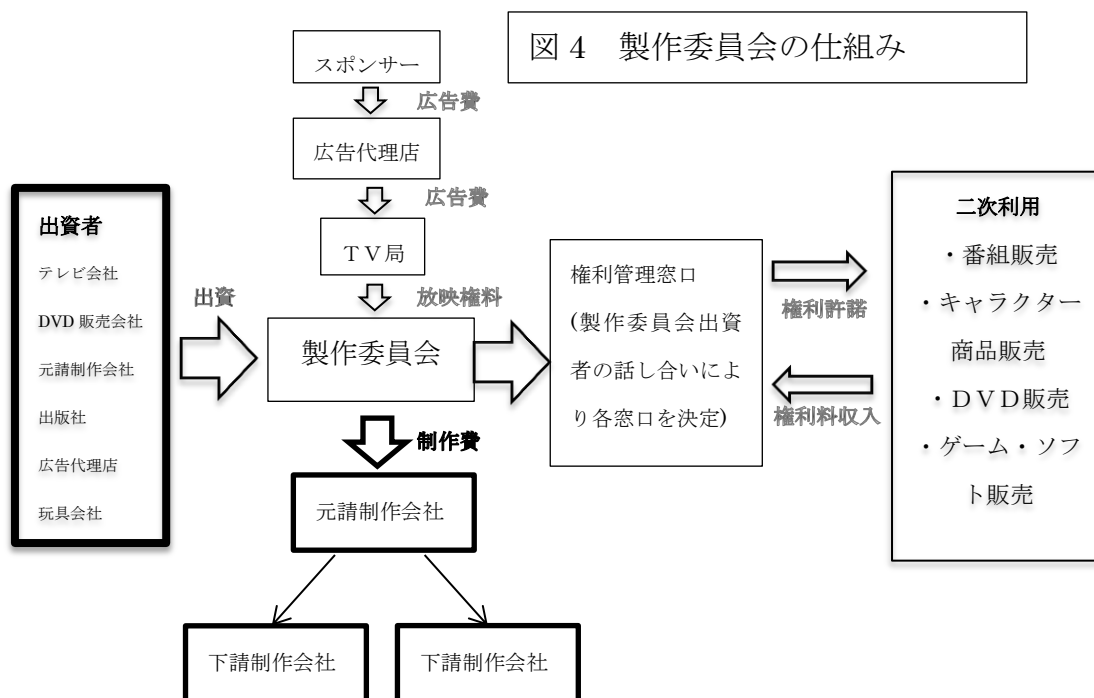
ゲーム会社や玩具会社は、アニメ作品の製作委員会に出資するなどして、当該アニメ作品のキャラクターを使ったゲームや玩具の製造を行っている。また、

食品会社などが自社の商品にアニメ作品のキャラクターを使用する目的で出資している。近年では配信事業などインターネット上のビジネス展開に力を入れているインターネット系の企業も製作委員会に参加している。

## (2) アニメ作品を巡る取引の流れ

### (ア) TV アニメ作品

TV アニメにおけるテレビ局と制作会社との取引形態は、広告代理店、DVD 販売会社、出版社などアニメ産業における流通部門の各企業が制作費の一部を出資して製作委員会を設立する取引形態と、製作委員会を設立せずにテレビ局などが元請制作会社に直接発注する取引形態の 2 つに大きく分けられる。1990 年代後半以降製作委員会方式による TV アニメ制作が普及し、現在では一般的な取引形態となっている。製作委員会方式においては、テレビ局が製作委員会を通じてアニメ作品の供給を受ける取引形態として、テレビ局による製作委員会方式の放映権などの購入という形を採る場合が多い。ただし、完成した番組の放映権を単純に購入するだけではなく、プロデューサーなどの制作スタッフを派遣するなど、制作工程に関与することが多く、製作委員会に出資し、製作委員会のメンバーの一員になることも多い。また、放映権などの購入による取引では、テレビ局が購入する放映権には放映回数・有効期限の制限が付くとともに、その有効期限に合わせて、放映権とセットで期限付きの番組販売権や二次利用収益の配分を受ける権利も得るケースが目立つ。したがって、製作委員会方式で制作されたアニメ作品の多くは、受託制作会社にとっては、取引の相手方（発注元）はテレビ局ではなく製作委員会となる。製作委員会の仕組みについては（図 4）参照。



(出典) 公正取引委員会事務総局(2009)「アニメーション産業に関する実態調査報告書」7 ページ, より筆者作成。

#### (イ) 劇場アニメ作品

劇場アニメ作品は主に製作委員会方式で制作されており、その取引形態はテレビアニメ作品の場合とほぼ同様である。①制作会社や出版社など企画の発案者が劇場アニメ作品の企画を作り、②企画の発案者や映画会社、テレビ局、広告代理店、DVD販売会社などが中心となって製作委員会を立ち上げ、③製作委員会から制作会社に対して劇場アニメ作品の制作委託を行い、④映画会社が劇場アニメ作品の配給・配給宣伝を行い、⑤劇場アニメ作品の納入後、映画館で上映（興行）され、⑥興行収益や二次利用収益が製作委員会への出資比率に応じて配分されるという流れになっている。

#### (ウ) OVA（オリジナル・ビデオ・アニメ）

OVA作品は、テレビアニメ作品の製作委員会方式と同様の方式で制作されているものが多く、基本的な制作については①DVD販売会社を中心となって製作委員会を立ち上げ、②製作委員会が制作会社に対してOVA作品の制作委託を行い、③作品の納入後、DVD販売会社がOVA作品のDVDを販売するという流れになっている。



### (3) アニメーション制作会社、制作会社数・地理的集積について

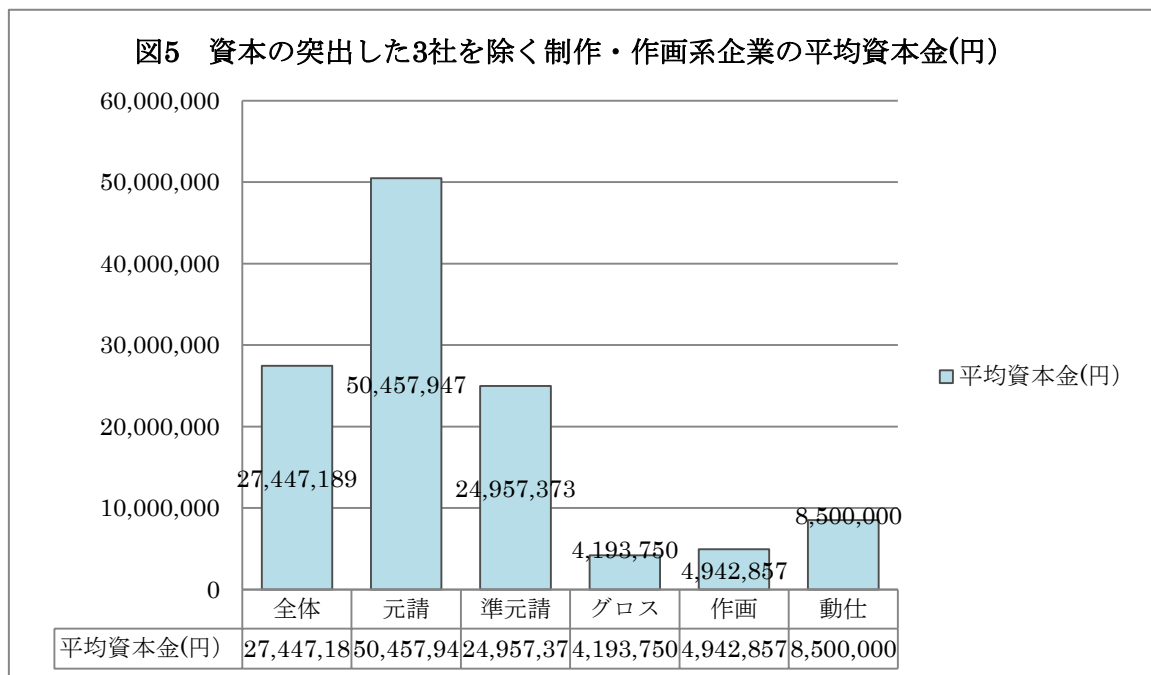
#### (ア) 制作会社の種類と取引の流れについて

制作会社は企画、脚本、絵コンテ、レイアウト、原画、動画、背景、撮影、編集、音響など制作工程を担う事業者である。制作会社はアニメ制作についてテレビ局や製作委員会から直接受託するほか、他の制作会社から全工程又は一部の工程を再受託することがある。制作を一括して受託する制作会社を「元請制作会社」という。再受託する制作会社を「下請制作会社」という。大手元請会社の中には、積極的に製作委員会に出資して参加し、ライセンスビジネスなど多角的にビジネス展開するケースも存在し、一方で制作請負に絞るケースも存在するなど各社によって経営戦略ビジネスモデルは異なる。元請制作会社からの再受託のうち、一部工程ではなくテレビシリーズ1話分制作工程全部を請け負う会社を「グロス請」という。商業アニメーション制作では、元請制作会社でも他社作品の下請を受け持つこともあり、作品制作プロジェクトごとに「元請制作会社」と「下請制作会社」の関係が入れ替わることもある。下請制作会社の中でも特定の工程のみ受け持つ会社を「専門スタジオ」と呼ぶ場合もある。特に作画（絵コンテ、レイアウト、原画、動画など）を請け負う会社を「作画スタジオ」という。特に動画や仕上げを専門に請け負う会社を「動画・仕上げスタジオ」という。特に美術、背景を専門に請け負う会社を「美術スタジオ」という。特に撮影や編集、あるいは両方を請け負う会社を「撮影・編集スタジオ」という。近年作画スタジオについては、実質フリーランスのアニメーターの集まりというスタジオも多く、規模も小さく、設立・解散も頻繁であり、正確にその数を把握することは難しいといわれる。多くの下請制作会社は、製作委員会に出資することではなく、流通ビジネスからの利益分配されることはない。制作請負に特化し制作予算からの収入しか得られないため、その経営基盤は不安定となる。アニメーターの労働市場については後に詳しく説明するが、制作部門において、制作会社として質の高い成果を上げ続け、制作部門内での評価・信頼を勝ち得なければ、個人のクリエイターと同様に十分な仕事を得て、利益を上げることができず倒産・解散することも多い。

日本動画協会（2010）によれば制作会社の平均資本金は、27,447,189円とされる<sup>35</sup>。大手元請と準元請を除けば、平均資本金1000万円以下の小規模の会社が多いことがわかる（図5参照）。

---

<sup>35</sup> 日本動画協会（2010）による2009年度の調査によって得られたものであるが、このグラフには、資本金が突出している3社（元請制作会社2社・資本金88億円・資本金29億円と準元請1社・資本金33億円）を除いている。なおここでいう「準元請」とは、制作元請とグロス請が混ざっている会社を指している（日本動画協会、2010）。

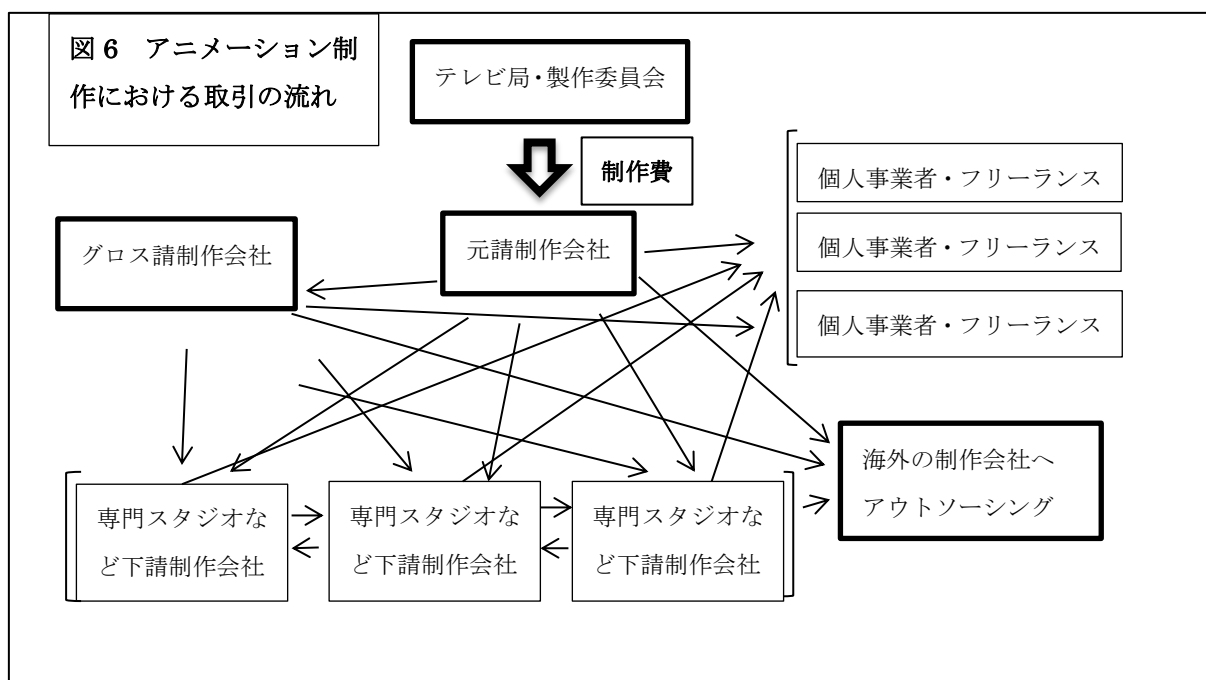


出典：日本動画協会（2010）『アニメ産業コア人材育成事業報告書：平成 21 年度アジアコンテンツ人材ネットワーク構築事業』23 ページ，より筆者作成

各制作会社における所属スタッフ、社員の構成は会社のタイプや規模によって異なる。アニメーターを含む制作に関わる芸術家・クリエイターとプロデューサーなど制作を管理する部門の他、アニメ作品のライセンスビジネスに関わるスタッフまで要している会社もあれば、代表のアニメーター中心に数名のアニメーターが所属しているだけの会社もあり、様々である。制作部門の中でも作画部門のアニメーターや監督、脚本家などはプロジェクトベースでの業務委託・請負契約や短期契約の比率が高い一方、美術や仕上げ部門、CG 部門などのスタッフ、制作管理や他部門のスタッフはより安定的な条件で就労することが多い。制作プロジェクトにおいて元請制作会社は国内および国外の多様な下請制作会社、フリーランスと協力して作品を完成させることになる。この過程で様々な制作会社や作画スタジオ、個人で活動するフリーランスとの間で契約が行われ、スケジュール内での完成を目指して制作が進められていく。5-2 で詳しく取り上げるアニメーターの労働市場はこのような元請制作会社を中心とする制作プロジェクトの連続の中で形成されている（図 6 参照）。個人のアニメーターと同様、制作会社も制作プロジェクトの仕事で成果を上げ続け、制作部門におけるコミュニティ内での評価・信頼を高め、制作会社としての地位を築き、安定的に仕事を得ていく必要がある<sup>36</sup>。制作会社の戦略としては、必ずしも規模

<sup>36</sup> 半澤（2005）は、日本のアニメ産業においては取引先の能力把握と信頼性の構築が重視

の大きい元請制作会社に成長し、生き残る戦略を採用するわけではなく、例えば作画など特定の工程に特化し業界内での評価を確立するなど、戦略は多様である。



出典：筆者作成

#### (イ) 制作会社数・地理的集積について

HUMANMEDIA (2011) によれば、国内にアニメ制作会社<sup>37</sup>は 419 社あり、そのうち東京に 365 社(87%) が集中しており、杉並区 (70 社)、練馬区 (79 社)、西東京市 (30 社)、武蔵野市 (18 社)、三鷹市 (11 社) など東京西部にスタジオが集積している (HUMANMEDIA, 2011, 256 ページ)。

アニメ産業の集積の要因について半澤 (2006) が詳細に説明している。半澤は大手アニメ制作会社の垂直分割が進展した理由として以下の 3 つの要因を挙げている。①作品の当たり外れの予測が難しく、テレビシリーズの制作会社の

され、過去の取引という人的繋がりや「噂」などの非公式な情報収集が重要になると指摘する (半澤, 2005, 82 ページ)。

<sup>37</sup>アニメ制作会社の中でも作画スタジオなど小規模の会社はアニメ制作市場の規模の変化に直接的な影響を受けやすく設立されても短期間で解散することも多いので、正確にその実態を把握することは難しい。

HUMANMEDIA (2011) では、テレビアニメの制作本数が 183 本であった 2003 年では制作会社数 435 社、制作本数の増加がピークに達し、279 本だった 2006 年には制作会社数 626 社であった。なおここでのアニメ制作会社とは企画、動画制作、マスター制作に携わる企業となっている (HUMANMEDIA, 2011, 256 ページ)。

制作量が安定的ではない。同じ元請制作会社が異なるタイプの作品を制作する場合があり、このためアニメーターなど必要な労働力が量的・質的側面からいって短期間で変動する可能性がある。②アニメ産業においては、一般的に内製化すると質的向上が図られるが、アニメ制作市場において主流となるテレビアニメ制作では、テレビシリーズ劇場用映画やPR用アニメほど高い質が必要とされないため制作会社1社の中で内製化を進め質的向上を図る必然性が薄くなった。③テレビシリーズが始まった当初、制作会社はクリエイターに正社員として固定給を払うことが一般的であったが、歩合給の条件が非常によく、有能なクリエイターはフリーランスとなった方が高賃金を獲得でき、制作会社と労働者双方にとって都合がよかった。

次に半澤は垂直分割した企業群やフリーランサーがなぜ空間的に集積したのかについて以下のように説明する。①アニメーション制作においては工程内、工程間における対面でのコミュニケーションを含む情報のやりとりのためクリエイターなどのスタッフが制作会社間を移動する時間や、動画やセルなど物流などに時間が必要となるが、制作スケジュールに限界があるため時間的節約が必要となる。そのため各制作会社間の近接性が重要となる。②取引先の能力把握と信頼性の構築のため人的繋がりが必要となるが、このような人的繋がりは多くの制作会社とフリーランサーが存在している東京において生じやすく産業集積強化へとつながる。産業集積が東京西部で発達した理由としては、①テレビシリーズの初期に最大手の東映動画と虫プロダクションが練馬区に立地しており、これら2社から仕事を受注するために周辺に多くの制作会社やフリーランサーが立地したこと。②「現像」工程を担当する「現像所」とアニメ制作の発注元であるテレビのキー局が東京都心部に立地し、物流や対面コミュニケーションの利便性から元請制作会社が東京から離れられなかった（半澤, 2006, 80-84 ページ）。

しかし近年では、東京以外の地方に拠点を移しているリーディングカンパニーもいくつか存在する。

#### 5.1.5 アニメーション制作の平均予算

アニメーション制作の平均予算については、これまで十分な資料は公開されていなかったが、近年では動画協会によるデータが公開されている。増田(2007)によれば、キッズファミリー向けTVアニメ(30分)で1100万円ほどであり、青年向け深夜アニメ(30分)の平均制作費1400万円と割高となる。劇場用映画では、スタジオジブリ作品など予算20億円以上の大作を除けば、劇場用映画(90分)で2億7000万～3億円ほどとされる(増田, 2007, 22-23 ページ, 28-31 ページ)。日本動画協会(2014)では、アンケート回答からTVアニメ(30分)の平均予算は

2010 年 1,301 万円、2011 年 1,387 万円、2012 年 1,315 万円、2013 年 1,350 万円と変化していない（日本動画協会データベースワーキンググループ、2014, 11 ページ）。2013 年の TV アニメと劇場用映画の総制作費については、(表 3) を参照。

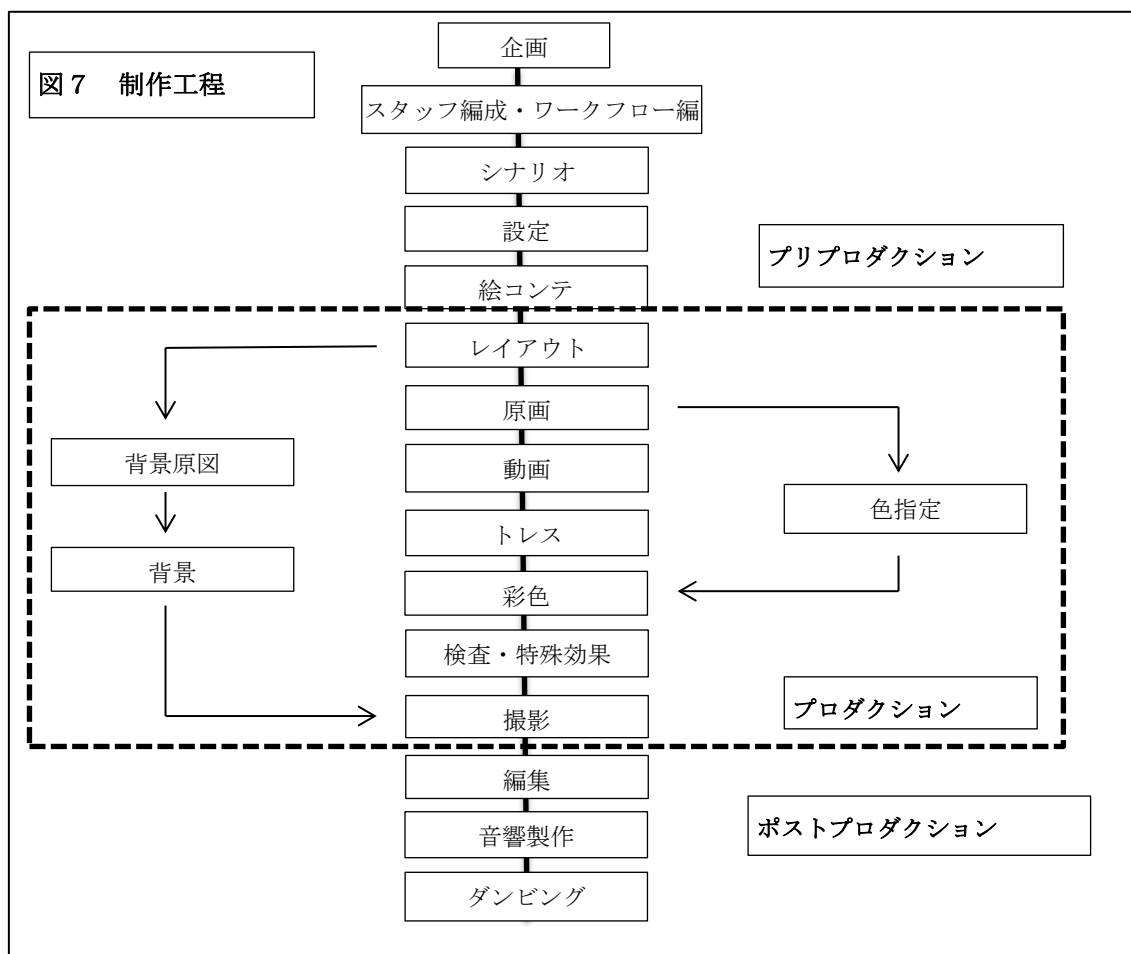
**表 3 2013 年アニメ制作投資額**

項目	制作分数	単位分数	話数換算	単価 (円)	小計
TV アニメ	111,794	30	3,726	14,000,000	52,170,533,333
劇場アニメ	4,782	1	—	3,000,000	14,346,000,000
				合計	66,516,533,333

出典：日本動画協会データベースワーキンググループ編著(2014)『アニメ産業レポート 2014』  
11 ページ，より筆者作成。

#### 5.1.6 アニメーションの制作工程について

一般的なアニメーションの制作工程全体の流れ、アニメの制作プロセスごとの人数については(図 7)、(表 4)のとおりである。現在では仕上げや作画の段階でもデジタル技術が導入されるケースや、3DCG が導入されるケースも多くなり、制作工程も異なっている。



出典：鷲谷正史（2004）「コンテンツ・プロデュース機能の基盤強化に関する調査研究 アニメーション製作」6 ページ，より筆者作成

表 4 アニメの制作プロセスごとの人数

工程	職種	人数	
		テレビシリーズ	映画
脚本	シナリオライター	3～5 人	1 人
絵コンテ	ディレクター	5～8 人	1 人
レイアウト	原画マン	3～10 人	3～10 人
演出確認	ディレクター	5～8 人	1 人
	演出助手	2～4 人／作品	チーフ 1 人＋補助 1～2 人
作画監督修正	作画監督	6～8 人	チーフ 1 人＋補助 1～2 人
原画	原画マン	3～10 人	50 人＋ $\alpha$
作画監督修正	作画監督	6～8 人	チーフ 1 人＋補助 1～2 人
色指定	色指定・美術監督	1 人	1 人
動画	動画マン	30～40 人	40～50 人
彩色	彩色	30～40 人	40～50 人
仕上検査	仕上検査	4～5 人	4～5 人
特殊効果			
背景原図	美術デザイナー	3～4 人	10～15 人
背景	背景原画マン	20～30 人	40～50 人
撮影	撮影	10～15 人	30～40 人
編集	編集	2～3 人	2～3 人
アフレコ	音響スタジオ	6～10 人	6～10 人
	声優	随意	随意
ダビング	ボスプロ	6～10 人	6～10 人

出典：鷲谷正史（2004）「コンテンツ・プロデュース機能の基盤強化に関する調査研究 アニメーション製作」18 ページ，より筆者作成

（１）プリ・プロダクションー作品の企画段階から実制作開始前までの準備段階

・企画

作品の原作、テーマ・コンセプト、ターゲット、制作費などを検討する工程。

・プロデューサー

作品製作のすべてに参画する業務。作品の企画から納品まで責任を負う。日本の商業アニメーションでは、企画立案からメインスタッフの人事、資金集めを含む予算管理を受け持つプロデューサーと、制作現場の進行に責任を持つラ

インプロデューサーとプロデュースワークを二分割して担当するケースが多い。

- ・監督の選別

企画が通った後、プロデューサーが全体の指揮をとる監督を選ぶ。

- ・監督、演出

制作現場でスタッフの作業を統括指導する役割であり、制作工程全体を通して関わり、作品の内容・出来に責任を持つ役職である。テレビシリーズの場合、監督はシリーズ全体の統括的立場をとるため、監督がすべての話数を担当することは不可能なである。そのため、各話ごとに演出（1話ごとの監督）を置く。現場での作業として、シナリオ・絵コンテ・キャラクターの打ち合わせ、作画打ち合わせ、レイアウト・原画チェック、美術・色指定との打合せ、撮影打合せ、音響打合せなどがある。

- ・脚本、シナリオ

場面の状況の説明、登場人物のセリフや仕草など脚本を書く工程。主に脚本家が担当。

- ・スタッフ編成、ワークフロー確定

どのような人員体制で制作を行うかを確定する工程。監督・演出、キャラデザイナー、作画監督、美術監督、撮影監督、色彩設定など、メインスタッフを決定する。作画・背景については、プロデューサーと監督が相談して決める。決定権は監督にある。

- ・設定

企画書を基に作品の主要なキャラクターや舞台、小物、メカなどの絵を見本的に描き、基本設定となる資料を作成する工程。キャラクターデザイナー、美術監督、メカデザイナー、作画監督などが担当。

- ・イメージボード、美術ボード

美術監督が作品の世界観や雰囲気を伝えるため、シーンごとに描く背景画見本。背景部門は美術ボードに合わせて背景図を描く。絵コンテ作成に必要。

- ・色彩設計

作品全体の基本となるキャラクターや小物の色を設計し、調整する仕事。色指定表（書）の作成をする。



### ・絵コンテ

カットごとに、画面構成を絵で示すとともに、セリフ、場面の説明が書き入れられ、映像の流れをたどれるようにコマ割りで書かれた絵入りの台本（絵コンテ）を作成する工程。主に監督、演出家、作画監督などが担当。テレビシリーズでは話数が多いため各話に絵コンテマンを置き、作成された絵コンテを監督・プロデューサーなどがチェックする場合もある。

### （２）作画・演出（図 9 参照）

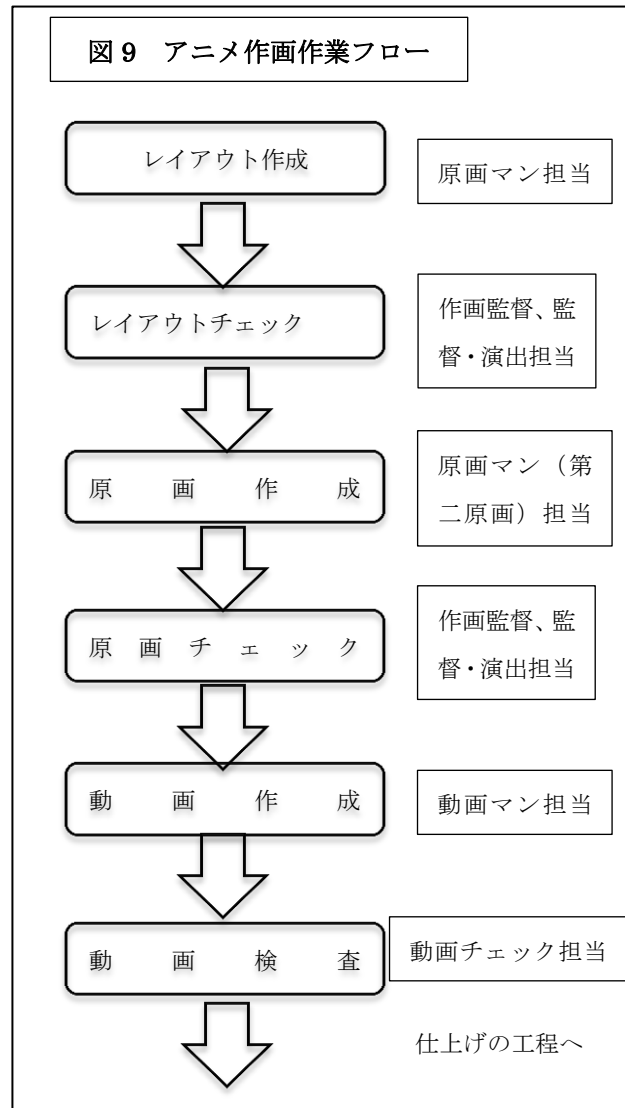
#### ・原画打ち合わせ

絵コンテを元に、原画マンが監督・演出監督と作画内容について打ち合わせをする。原画マンが担当するカットについて監督・演出がどのような絵を描いてほしいかを説明する。

#### ・レイアウト

絵コンテを元に大まかな背景・場所とキャラクターの位置・演技、カメラアングルなどのポイントを示す画面

設計図を作成する工程、「背景原図」を兼ねる場合もある。主に実力のある原画マンがレイアウトを作成するが、専門のレイアウトマンを置くこともある<sup>38</sup>。原



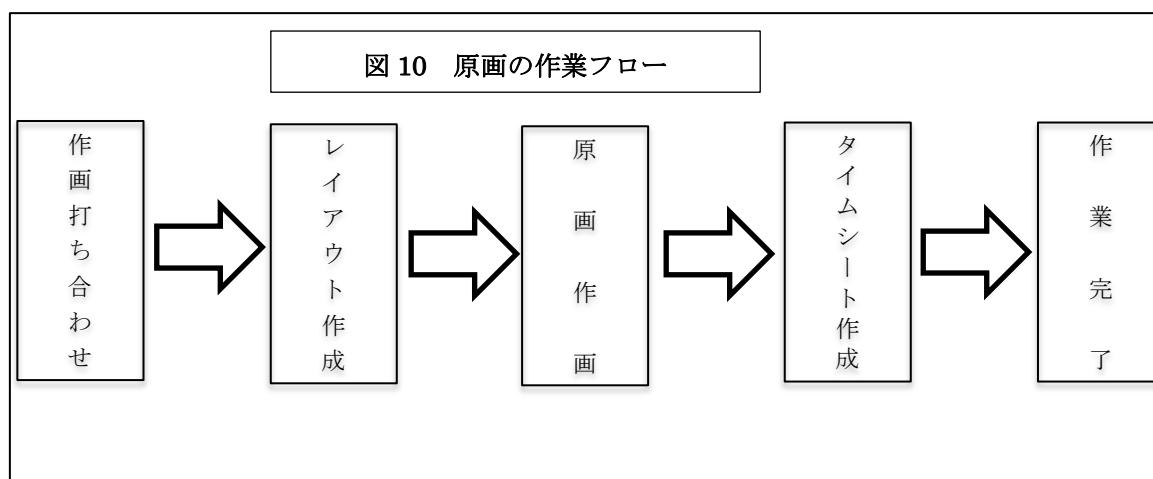
（出典）大橋雅央（2007）「修士学位論文 日本のアニメーション制作現場の実情と課題」64 ページ、より筆者作成

<sup>38</sup> レイアウトマンを起用するレイアウト先行制について、高畑（2013）は作品制作におけるメインスタッフ中心主義のあらわれとし、「アルプスの少女ハイジ」（1974 年放映）制作時に初めて導入されたという。「短期決戦が連続する殺人的スケジュールの中で、作画他玉石混交の外注スタッフの力を活用しつつ、できる限り質的に高い作品に仕上げるには、メインスタッフによる完全な集中管理が必要だった」ために、宮崎駿氏がレイアウトマンとして参加し、場面設定レイアウトを先行させることによって作品の質を高めた。またこのシステムによって制作スケジュール進行も効率的になった。その後、TVアニメ制作現場においてレイアウトマンシステムが普及していったと説明する（高畑, 2013, 384-387 ページ）。

画マンが作成する場合、レイアウトは演出チェック、作画監督（総作画監督）チェック、監督チェックなどを経て再び原画マンに渡され、原画作成に入る。また背景担当者にも「背景原図」として送られ、背景作業に入る。

#### ・原画

一連の演技・動きの中で基本となるポーズを描いた絵・原画を描く工程。演出の要求する動きや演技を絵に描いていく。画面構成、カメラワーク、特殊効果、処理方法から後の作業効率まで、画面作りすべてを計算し指示する必要がある。原画マンは、まず、「作打ち」といわれる監督・演出との打合せを経て、レイアウト作成に入る。作成されたレイアウトは、「監督・演出」「作画監督」のチェックを受けた後、原画マンに戻され、レイアウトをもとにラフな原画を作成した後、表情・ポーズなどに細心の注意をはらいラフな原画を仕上げる（クリーンナップする）。さらに描いた原画をどのようなタイミングで動かすか決め、原画と原画の間に何枚動画を入れるか、きめのポーズを何コマ止めるかななどを指示する「タイムシート<sup>39</sup>」と呼ばれる表を作成し、カメラワークや特殊処理の指示も書き込む。またこれとは別に、「つめ指示」といわれる原画と原画の間にどのような動画・どのような絵を入れるのか示したゲージも作成する。原画チェックでは、監督・演出、作画監督によって原画チェックでは、原画とタイムシートにチェックが入る。原画の作業フローについて（図 10 参照）。



（出典）大橋雅央（2007）「修士学位論文 日本のアニメーション制作現場の実情と課題」 65  
ページ、より筆者作成

#### ・第2原画

原画マンが通常担当するレイアウトを描き、原画作成するという工程のうち、

<sup>39</sup> タイムシート・撮影シートには、動画・仕上・撮影に対する詳細な指示が書き込まれる。

原画作成部分を別のアニメーターが担当すること。予算や制作スケジュールの制約から短期間で原画作成を行う場合に第2原画が導入されることがある<sup>40</sup>。主にレイアウトからラフの原画作成を実力のあるアニメーターが担当し、クリーンナップなど原画作成を経験の少ない若手アニメーターが担当することが多い。

#### ・演出作業

原画マンが描いたレイアウト、原画、そして作画監督作業後の原画などを演出がチェックする作業。絵コンテを元に描かれた原画が演出意図通り、打ち合わせ通りに描かれているか、タイミング、セリフ合わせ、構図や演技などチェックする。

#### ・作画監督作業<sup>41</sup>

作品内、話数内でキャラクターや演技を統一し、作画水準を高めるためにレイアウト、原画をチェックし、修正を加える仕事。作画監督作業（作監修正）には専用の修正用紙を用いる。作監チェックが入った原画は再度演出チェックを通り、レイアウトと一緒にカット袋にまとめられ、動画の担当者に回される。なお、作画監督は、新人原画などの育成を担当することも多い。

---

<sup>40</sup> 制作会社 I へのヒアリング調査によると、第2原画は、2000年代アニメブームの中で、制作本数の増加によって制作スケジュールが圧迫される中、作業効率を上げるため用いられることが多くなったという。さらに M 氏へのヒアリング調査によれば、制作会社によっては第2原画にとどまらずラフ原画清書、原画作監などさらに作画工程の分業化が進められているケースもある。この場合、原画の単価は分割され、個々のアニメーターへの報酬はさらに低くなるという。

<sup>41</sup> 高畑（2013）はアメリカと日本の原画の分業システムの違いを挙げ、日本における作画監督制の確立の経緯について説明している。アメリカでは、原画の分業は「多くの場合、基本的にキャラクター別に分けられる」が、日本においては「原画はキャラクター別の分業ではなく、シーン別に分けられる。」（この違いの根底には、日本とアメリカにおけるアニメーションの表現に対する考え方・姿勢の違いがある。）様々なタイプの原画が参加するため、キャラクターデザインの統一、一貫した性格描写が難しい。そのため、日本では作画監督制度を導入し統合を図っている。またこれらの目的の中には、「個々の原画家の力量や持ち味をカバーし、全体に底上げしたりする余地を含んでいる」ため、「作画監督制は、重労働に耐えさえすれば、各担当原画家の技量や個性を超えて（場合によっては殺して）キャラクターのデザインと演技とそのタイミングのすべての面にわたり作画監督（そして演出＝監督）が強い主導権を発揮して、完全に集中管理を行うことのできるシステムである」と説明する。

しかしながら、実際は、作画監督の仕事の範囲は様々であり、必ずしも上記のように常に強いイニシアティブを発揮しているわけではないと付け加えている。また初めてこの作画監督制が導入されたのは、東映動画の『わんぱく王子の大蛇退治』（1963年公開）の制作からと指摘する（高畑、2013、375-380 ページ）。

- ・リテイク

演出作業・作画監督作業においてレイアウト・原画に不備がある場合に作業担当者・原画マンに返し、やり直してもらうこと。動画や仕上、作画監督作業などの他の工程においてもリテイクは出されることがある。映画作品などスケジュールに余裕がある場合はリテイクも可能になるが、TVシリーズなどでスケジュールに余裕がない時は難しい。リテイクについては追加報酬が出ることはなく、監督や作画監督などが直接修正を入れる、制作進行がアニメーターに配りなおすなど追加作業は制作スケジュールを圧迫するため、望ましくない。

- ・動画

原画マンの記した注意・指示・参考をもとに、ラフに描かれた原画の線を動画用に整理し、きれいにまとめあげる（「クリーンアップ」ともいう）。次に原画と原画の間を埋め、原画と原画の間の一連の動きをスムーズに表す絵（動画）を描く（「中割りする」ともいう）。アニメーターになって最初に担当する仕事であり、新人育成・教育としての面もある。近年では動画の仕事の多くは海外にアウトソーシングされている。

- ・動画チェック・動画検査

動画チェックは、作品の動画の質を維持管理し、問題なく次の仕上の工程にしてくれるように、上がってきた動画が正しく作画されているかを確認・修正する。演出・作画監督などとのコミュニケーションを取りながら作業を進め、次工程のペイント・撮影担当者とも話をしながら、作画の総まとめをする重要な工程である。動画の経験を積んだベテランが担当することが多い。スケジュールにもよるがリテイクを出すこともある。新人動画育成の仕事も兼ねることが多い。

### （3）背景原図・背景作業

背景原図は背景の主要要素を具体化した背景原図を制作する工程。背景は背景原図を基に背景を描く工程。アニメーターの描いたレイアウトが背景原画を兼ねるケースもある。アニメーターではなく背景担当のスタッフが描く。背景は、美術監督が所属する美術制作会社のスタッフが担当することが多い。近年では、美術・背景部門でもデジタル導入が進んでいる。

### （4）仕上げ作業

- ・色指定

彩色時にどのカットに対してどの色を用いるか指定する工程。

- ・トレス、スキャン

もともとは輪郭線をトレスマシンと呼ばれるコピー機にかけて、輪郭線を画用紙からセルに転写する工程のこと。しかし、現在ではセルをほとんど用いないため、デジタル仕上げ・彩色用に紙に描かれた動画をP Cに取り込み、デジタルデータ化するために「スキャン」という工程となる。原画あるいは動画の段階からP Cなどで作業し、すでにデジタル化されている場合はこの「スキャン」という工程も必要とされない。

- ・彩色

セルに転写された絵に専用の絵具で色を着彩する工程。現在ではセルを用いず、P C上で動画に色を着彩している。

- ・仕上げ検査

すべての作業が完了した画像を撮影にまわす前に色間違いや塗りの抜けなどがないかチェックする工程。

.

## (5) 撮影・編集

- ・撮影

仕上げ、背景、3 Dデータなどの素材から、タイムシートの指示・設定に従った合成の計算を経て、カメラワークをつけて、最終的な画面を組み上げる工程。その後、エフェクトを入れてレンダリングし、出力する。現在では、パソコン上で画面を組み上げていく。

## (6) ポスト・プロダクション

- ・編集・カッティング

バラバラに完成した映像を最終脚本に基づいて順序どおりにつないでいく工程。

- ・音響制作

音楽の制作、効果音の作成、声優の声の録音（アフレコ）の各工程。

- ・ダビング

完成映像素材と音響制作によって作成された個別の素材（音楽、効果音、声優の声）をミキシングし、作品として完成させる工程。

- ・制作進行について

制作担当（プロデューサー・制作デスク）のスタッフ体制のもと、制作スケジュールに間に合い、大幅な遅れが出ないように各作業の日々の進行状況を把握・管理するのが制作進行の仕事である。各アニメーターへの作画の仕事の依頼、1カットごとの上がりの回収、記帳、次の工程への送りなどを担当する。また制作作業の進行管理と並行してメインスタッフの打ち合わせのスケジュール調整、会議室など場所の確保、資料の準備もこなす。制作管理部門のスタッフだが、キャリアアップとしてプロデューサーではなく監督・演出方面へと進むケースもある<sup>42</sup>。

---

<sup>42</sup> 制作会社Ⅲへのヒアリング調査によれば演出志望として、制作進行に入る理由の一つとしては、作画では、描く高度な技能を磨かなければならないという技術的な理由と、動画マン・原画マンでは出来高制のため、なかなか十分に稼げないが、制作進行は固定給で収入が安定するためという経済的な理由がある。

## 5.2 アニメーターの労働市場についての考察

### ～制作会社・教育機関・アニメーターへの

### ヒアリング調査結果から～

#### 5.2.1 はじめに

1950年代に東映動画が誕生して以降、成長・拡大を続けてきたアニメ産業であるが、1990年代に入ってアニメブームや作品内容について評価の高まりという大きな転換期を迎えた。また2000年代以降、日本においてもコンテンツ産業・創造産業政策への関心が高まり、アニメ産業に対しても文化庁の人材育成事業の他、経済産業省、地方自治体などによって様々な政策が展開されるようになった。一方、こうした動きに連動するかのように2002年に大手・中堅元請制作会社やDVDメーカー、関連企業などによって構成される日本動画協会が設立され、続いて2006年にはアニメーターや監督・演出家を中心とするクリエイター側の職能団体である日本アニメーター・演出協会（以下JAniCA）が設立されるなど業界団体の設立が相次いだ<sup>43</sup>。コンテンツ産業・創造産業政策の潮流以前にはアニメ産業についての実証的な研究は少なかったが、2000年代に入ってアニメ産業についての様々な研究調査が進められるようになった<sup>44</sup>。先の2つの業界団体によるアニメ産業におけるアニメーターの労働実態、人材育成の仕組みについての調査はこれまでにない体系的なものであった。しかし、この分野における学術的な研究蓄積はまだ少ない状態であって今後も機関による体系的な調査とともに学術的研究の蓄積が求められる。特に制作部門のアニメーターの労働や人材育成については、近年業界内でも問題視され、メディアなどでも若いアニメーターの過酷な労働状況や低い対価などが報道され、インターネッ

<sup>43</sup> このほかアニメーション関連の業界団体として、アニメーション文化の振興や会員同士の親睦を目的として1971年に設立され、個人の制作関係者、作家、研究者、クリエイターによって構成される日本アニメーション協会や、1991年に小規模の制作会社を中心に設立され、杉並区の人材育成事業「杉並アニメ匠塾」にも協力しているアニメーション事業者協会などが存在する。

<sup>44</sup> 個人の研究者によるアニメ産業への実証的な調査研究として、代表的なものは経済地理学の観点からアニメ産業の地理的集積に焦点を当てた半澤（2002）、山本（2007）、またアニメーターとしての経験を持つ大橋（2005）などがある。アニメ産業における労働や人材育成に焦点を当てた業界団体などの機関による調査としては、日本芸能実演家団体協議会（2005）、（労働政策研究・研修機構, 2005）、（日本アニメーター・演出協会, 2009, 2015）、経済産業省からの委託事業である（日本動画協会, 2010）と続く。このほか2000年代以降、国や自治体含め外部の研究機関によるアニメ産業への研究調査や提言が多く見られるようになった。

ト上でもアニメ産業の内情についても様々な批判やコメントで溢れかえっている。しかしながら実際のところ、こうしたメディアやインターネットで見られる意見がどれほど実態を反映しているかについては疑わしい点も多く、アニメーターの労働実態についての体系的な理解のため、今後も実証的な調査研究の継続が必要とされる。またコンテンツ産業・創造産業への関心の高まりの中でも、顕著な産業の一つであるアニメ産業におけるクリエイターの労働市場およびそのメカニズムを理解することは他の創造産業を理解する上でも有益であり、コンテンツ産業・創造産業政策および文化政策においても重要な課題ともいえる。

このような背景のもと、本研究ではフリーランスが中心となっているアニメーターの労働市場に焦点を当てる。本研究ではヒアリング調査を含む定性的な調査を行い、第3章で取り上げた欧米で蓄積されてきた映像産業の労働市場を中心とした芸術家・クリエイターの労働市場に焦点を当てた先行研究の知見、第4章で扱った芸術家・クリエイターの労働市場についての労働政策・社会保障政策について議論をベースに収集したデータを分析・考察することによってアニメーターの労働市場における構造上の特徴と問題点を明らかにしたい。

欧米における芸術家・クリエイターの労働市場についての研究蓄積はこれまで一部を除いて日本では紹介されてきていない。また、日本における芸術家・クリエイターの労働市場についての研究は労働法領域の研究者における実演家の契約についての優れた研究蓄積を除けば、大きく発展してきていない<sup>45</sup>。そのため本研究は、欧米の芸術家・クリエイターの労働市場についての研究蓄積の知見から、日本のアニメーターの労働市場について考察し、政策について課題の提示を試みる点に研究としてのオリジナリティがあると思われる。

## 5.2.2 調査の概略

### (1) 研究手法について

本研究では、社会科学における定性的調査の手法を採用した。まずアニメ産業、アニメーターを含むクリエイターの労働について関連領域を含む先行研究・雑誌など関連書籍、WEB上での情報サーベイ、業界セミナーやシンポジウム、

---

<sup>45</sup> 日本芸能実演家団体協議会（2011）で、池添は実演家の労働環境や処遇の改善の取り組みにおいては、労働法分野の法律学者による契約の研究だけではなく、統計的手法に通じた計量分析精通した研究者と、ヒアリング調査に精通した研究者の協力が必要と指摘している（日本芸能実演家団体協議会, 2011, 131 ページ）。これは、芸術家・クリエイターの労働市場についての研究全般に当てはまることである。また、日本アニメーター・演出協会（2015）では、アニメーション制作者の中でもフリーランスとして就業している者についてはアンケート調査だけではなく、より詳細な実態や特徴について解明の必要性が指摘される（日本アニメーター・演出協会, 2015, 32-35 ページ）。



イベントなどへの参加も行なった。

次にアニメ制作会社、フリーランスのアニメーター、日本動画協会などの業界団体、専門家、専門学校など教育機関へのヒアリング調査を行った。制作会社へのヒアリング調査協力依頼については、まず日本動画協会のサイト、ウィキペディア、各制作会社の **WEB** サイトなどを参照し、制作に参加している作品や制作会社の規模、メールアドレスの有無などを確認する。調査協力依頼状をメールで送付し、適時電話で確認作業を行う。ヒアリング調査協力への承諾を経た後、訪問インタビューを行うという形をとっている。制作会社によっては制作スケジュールなどの理由から訪問インタビューが難しい場合もあり、アンケート形式の質問項目をEメールで送り、後日返信してもらうという形をとった。

## （２） 調査経過について

2012 年度 1 月から、先行研究、文献、WEB 上情報のサーベイ収集・分析を開始した。2013 年 1 月から 2013 年 10 月までヒアリング調査を行った。2013 年 2 月中旬より制作会社 52 社に調査協力依頼状をメールで送付した。そのうちメールでのコメント 2 社、電話での質疑応答 1 社、アンケート形式での調査 2 社、インタビュー 4 社（編集 1 名、プロデューサー 3 名、制作進行 1 名、アニメーター 4 名—作画監督 2 名、動画チェック 1 名、新人動画 1 名、アニメーター・CG アーティスト 1 名）となっている。他、日本動画協会にインタビュー（総務 1 名）、JAniCA にインタビュー（JAniCA 理事・アニメーター・演出家 1 名）フリーランスのアニメーター・演出家 1 名にインタビューを行っている。また専門学校については 2013 年 4 月下旬に 13 校へ調査協力依頼状を送付し、そのうち電話でのコメント 1 校、インタビュー 3 校（事務局長 1 名、講師・アニメーター 2 名、教務・アニメーター 1 名）、となっている。各インタビュー時間は 2 ～ 4 時間となっており、ケースによってはかなり長時間となった。アニメ産業への調査の他、文化庁や経済産業省による人材育成について電話で確認をとった。関連領域として映画産業におけるスタッフのケースとして日本映画監督協会と日本映画撮影監督協会にもヒアリング調査を行った（ヒアリング調査については章末のヒアリング調査実施概要を参照）。

## （３） データ収集の方針・範囲、備考

本研究において、ヒアリング調査の対象はアニメ産業の制作現場におけるアニメーターのみならず、監督・演出家、制作進行、制作会社社長（プロデューサー）、専門学校の講師<sup>46</sup>・職員となっている。この理由としては、第 1 に直接

---

<sup>46</sup>アニメーターなどを育成する専門学校では現役のアニメーター、アニメーター経験者が講

個人のアニメーターに連絡を取るなどのアプローチが難しかったということがある。第2に、本調査の目的に適ったヒアリング調査協力者が、若いアニメーターよりは業界で長い経験を持ち、アニメ産業内部の労働市場、アニメーターの人材育成、キャリアプロセスについてある程度客観的な視点を持つことのできる作画監督や監督・演出家、プロデューサー、あるいは制作現場と少し距離を置いた専門学校の講師などの方が適していたという点がある。第3に、アニメーターは個人で創造活動を行い、市場に作品を送り出すのではなく、制作会社および他のスタッフとのコミュニケーションを通じて、制作プロセスの中で仕事をしている。これらの理由から、本研究においてはアニメーターを含む様々な立場の関係者にもヒアリング調査を行い、多角的にデータ収集することが最適だと判断した。

ヒアリング調査上の問題としてアニメ産業における制作部門の体質の問題がある。概して日本のアニメ産業の制作会社は業界外部からの調査に対して協力的ではないといわれるが、今回の調査でもアニメ産業制作会社から積極的に調査協力を得られたとは言い難い。理由としては、会社の制作スケジュールの問題からヒアリング調査協力の時間をとれない、あるいは会社の方針として研究者・個人の研究については協力しない、研究テーマが制作会社の公開したくない情報の開示につながってしまうなど様々である。また近年、日本動画協会、JAniCAといった業界団体がまとめた調査や、人材育成関連事業を行ってきているため、直接個々の制作会社に調査協力を求めるのではなく、こうした業界団体にヒアリング調査を行ってほしいというコメントも数社からあった。筆者が京都在住のため、わざわざ東京にヒアリング調査にきてもらうのは忍びないと敬遠されるケースもあった。また、筆者の調査を通じた感想として、制作会社はアニメーターの契約や人材育成の問題について外部の調査者によって問題視されるような点があると判断した場合、こうした内部事情について公開したくない傾向がある。そのため今回ヒアリング調査協力を得ることができた制作会社は、多くの制作会社の中でもアニメーターの労働市場における対価や待遇、人材育成のあり方について問題意識を持っていたり、何らかの対応策を講じていたりする制作会社であった。今後、動画協会やJAniCAのような団体が発達し、制作部門の労働市場について調査研究を行い、アニメーターを含む芸術家・クリエイターの労働問題についての意識が高まれば、制作部門における調査協力の状況が変わっていくだろう<sup>47</sup>。

---

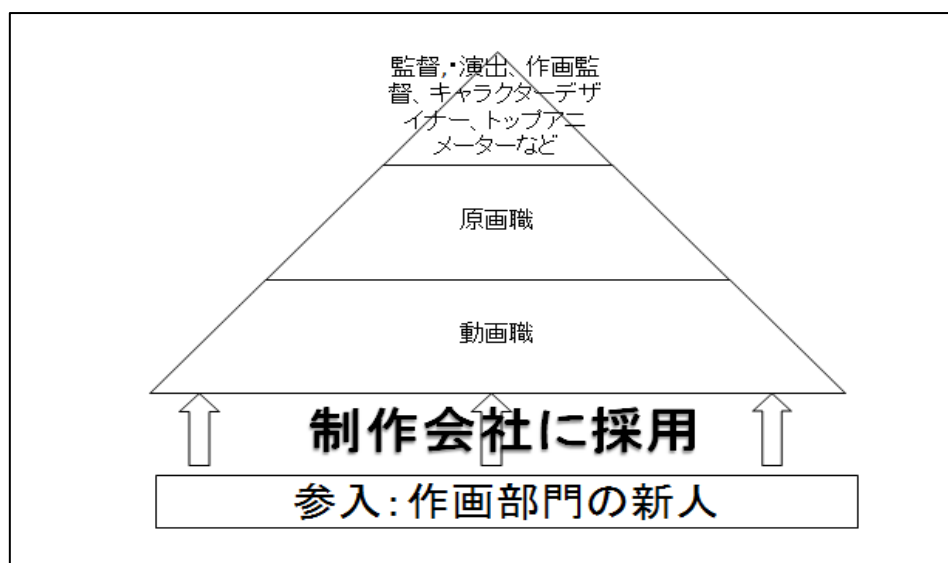
師を務めていることが多い。

<sup>47</sup> 例えば、Christopherson and Storper(1989)、Dex et al(2000)などアメリカ、イギリスにおける映像産業のスタッフの労働市場への調査研究は、労働組合など業界団体が収集したデータや調査協力がベースになっている。優れた研究蓄積のためには業界団体の発達と協力が必要だろう。

### 5.2.3 アニメーターのキャリアプロセス、総数、単価についての概説

一般的にアニメーターのキャリアプロセスについては（図 10）のように示される。新人アニメーターは専門学校などを卒業した後、制作会社に採用され動画工程に配置される。動画マンとして1年～3年ほど経験を積んだのち、原画マンへと進む。この時、動画チェックとして動画工程にとどまることもある。また、原画マンに進む前に第2原画などを経験することもある。原画マンになってからは経験を積みながら作画部門の責任者である作画監督へ進む、アニメーターとして原画マンを続ける、絵コンテマンや作品制作全体を統括する立場の演出・監督方面へ進む、キャラクターデザインを担当するなど、キャリアプロセスは多様化している。原画マン以降のキャリアアップについて必要な年数やプロセスについては個人差が大きく、多様なケースが存在する<sup>48</sup>。また、原画マン以降、アニメーター間における契約数や収入における格差が大きくなる。

（図 10 アニメーターのキャリアプロセス）



出典：筆者作成

次に、日本における企業に所属している原画、動画を担うアニメーターの数について日本動画協会（2010）によれば約 3100 人とされる（表 5 参照）<sup>49</sup>。ま

<sup>48</sup>動画マンの段階では、本格的にアニメーターの労働市場で活動していけるかどうかを審査するという性格が強い。一般的に芸術家・クリエイターの労働市場の特徴として説明される、キャリアプロセスにおける多様化と経験を通じての試行錯誤という特徴はアニメーターの労働市場においては動画を経た後、原画マンの段階以降に見られる。

<sup>49</sup> さらに日本動画協会（2010）によれば、アニメ業界の制作系企業の総従業員数の推定については1万1,522人とされる。ただしこの調査では従業員の定義が不明瞭で、制作会社

た、動画総計のうち新人動画採用数の推計は 782 人とされ、「おそらく毎年 1000 名近い新人動画マンが生まれているのであろうが、キャリアアップした原画マンは新人の倍程度しか存在しない」「その多くが途中であきらめて離職する、あるいは独立を果たしていることが予測される」と指摘（日本動画協会, 2010, 91-93 ページ）されている。動画マンから初期の原画マンの段階において多くのアニメーターが離職していることが推察される。

表 5 アニメーション産業 推定就業者数試算(単位：人数)

分野	就業者数
原画総計	1,806
動画総計	1,296
合計	3,102

出典：HUMANMEDIA（2011）『日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース 2011』  
258 ページ，より筆者作成

アニメーション制作者を対象とした最新の実態調査（日本アニメーター・演出協会, 2015）によれば、就業形態(回答者数 759 人)についてフリーランスが 37.7%、自営業者が 14.9%、併せて 52.6%となり、非労働者の割合が高いことが分かる。なおこの調査では、プロデューサーや制作進行など管理部門のスタッフや、美術や仕上げ、撮影、CG など他工程のスタッフなど雇用されやすい部門も含んでいるため、アニメーターに焦点を絞ればフリーランスの比率はもっと高いと思われる。

社会保障制度の利用状況については健康保険の加入状況(回答数 759 人)では「市町村の国民健康保険」が 64.7%で、「会社加入の健康保険組合」が 19.5%、年金の加入状況(回答者数 759 人)については「国民年金」が 58.5%で、「厚生年金」が 20.7%となる。雇用保険(回答者数 757 人)について「加入している」が 17.0%、「加入していない」が 66.4%となった。実演家やスタッフと同様アニメーターのケースでもフリーランスが多く、社会保障の制度は整っておらず、社

---

によってとらえ方が異なる可能性があり、あくまで参考値としている。なおここでの従業員の定義の中には、いわゆる正社員ではなく契約社員・委託・単価による出来高制の就労者も含まれている（日本動画協会, 2010, 26-27 ページ）。また山本（2007）は、によれば、アニメーター（原画マン・動画マン）は正規従業員（286 人）より、フリーランサー（841 人）の割合の方が大きく大量のフリーランサーの存在を指摘する（山本, 2007, 449-450）。この点、スコットはアメリカのロサンゼルスアニメ映画産業における従業員数を把握するために労働組合の構成員数を参照しているが、日本ではアニメーターの組合は発達してこなかったため、フリーランスの人数の推移などについて信頼できる数値を得ることを困難にしている。

会的なリスクについても個人負担が主流であることがうかがえる。

アニメ産業の制作部門における平均的な対価については(表 6)の通りとなる。(日本動画協会 2010)やヒアリング調査によれば、制作部門におけるクリエイターの作業単価は過去数十年間それほど変化がないといわれる<sup>50</sup>。

表 6 アニメクリエイターの作業単価の一例 (単位：円)

放送形態	職種	単位	平均
TV	絵コンテ	話	211,688
TV	演出	話	210,909
TV	総作画監督	月	314,000
TV	作画監督	月	315,294
TV	作画監督	話	300,118
TV	原画	カット	3,942
TV	動画チェック	話	69,684
TV	動画	枚	203
劇場	原画	カット	13,886
劇場	動画	枚	311

出典：日本動画協会（2010）『アニメ産業コア人材育成事業報告書：平成 21 年度アジアコンテンツ人材ネットワーク構築事業』185 ページ，より筆者作成

#### 5.2.4 アニメーターの労働市場とキャリアプロセス、人材育成について調査結果

##### (1) はじめに

ここから、ヒアリング調査やアンケート調査などクリエイターの定性調査から得たデータをもとに、アニメーターの労働市場の構造とキャリアプロセスに焦点を当て要約していきたい。今回の調査目的はアニメーターの労働市場および人材育成に焦点を当てているので、新人アニメーターから原画マンまでを中心に扱い、参入から動画マン、動画チェック、原画マン、原画マン中期以降のキャリア段階を取り上げる。監督・演出家などについては中心的な調査対象ではないが、アニメーターのキャリアアップの上位工程と位置づけ、補足的に説明している。また直接的な調査対象の範囲ではないが、CGアニメーション制

<sup>50</sup>専門学校講師・作画スタジオ代表の J 氏へのヒアリング調査によれば、関西圏では関東圏よりも動画の単価は 1 割から 2 割低くなる傾向にあり 1 枚 150 円～200 円ほどとなり、制作会社による天引きがある場合、単価が 100 円程度になる。また一方でパチスロなど遊戯関連機具向けアニメーション制作の仕事では、動画単価は 350 円～500 円ほどになるという。TV 制作のケースより予算が豊富なことをうかがわせる。

作会社1社にもヒアリング調査を行う機会を得た。一般的な商業アニメーションの制作会社とはビジネスモデル、雇用形態、人材育成についての仕組みが異なるが、興味深いデータを得ることができたので、商業アニメーションの労働市場を考察する上でも有益と考え、併せて紹介する。基本的にヒアリング調査協力者の発言を引用する際は会社名・個人名など明らかにしないが、JAnica 理事でもあるアニメーター・演出家の森田氏については、本人の意向もあり実名を明記する。

## （２） 参入について

### （ア） 概説

一般にアニメーターの労働市場においては参入障壁が低く、多くの新人が制作会社で採用されアニメーターとして働き始める<sup>51</sup>。制作会社の作画部門への就職においては、専門学校出身者が占める割合が多い。専門学校では制作現場に入る前の準備として、商業アニメーションの制作システム・制作プロセスなどを教え、アニメーターとしての必要な基礎的表現の訓練を行う。教育指導には制作現場で作画として仕事している、あるいはその経験があるアニメーターが担当しているケースが多い。

一般的に専門学校においては商業アニメーションに特化し、制作会社への就職を目標として学生を指導していくため、学生の就職率は非常に高い。アニメーターとして制作会社に就職する中心的なルートとなっている。専門学校以外でも、美大、4年制大学、高卒、他業種からの再就職など様々な背景の人がアニメーターとして制作会社へ就職する。必ずしも美術大学などで絵画やアニメーションを専攻していなくても、アニメーターとして採用されているようだ。実際には、制作会社へ就職する新人アニメーターの8割ほどは専門学校出身者とされる。専門学校の場合、学校側がイニシアティブをとり就職へのサポートをしていくケースが多いが、専門学校以外の場合は、個人で制作会社へ連絡を取る、知人の紹介などで制作会社への就職が決まるケースが存在する。

制作会社は新人アニメーターの採用についてどのようにとらえているのだろうか。制作会社によっては専門学校卒の人材しか採用しないケース、4大卒が望ましいと考えるケースも存在する一方、特に要件を設定していないケースも多

---

<sup>51</sup> とはいえ、新人の採用方針については、会社によって異なる。労働政策研究・研修機構の調査（労働政策研究・研修機構、2005、26-28 ページ）では制作会社の新人採用方針についてまとめられているが。この場合、採用といっても正規雇用されるのではなく、フリーランスとして会社に所属して、プロジェクトベースで作画の業務委託・請負契約を結ぶのが一般的である。しかし、このような方針を採用せず、面接などで厳しく人材を審査する会社も存在する。またこのような審査の厳しい会社の中には人材育成に対し積極的に、労働条件改善に努めているケースも多い。

い。その場合でも年齢について制限するケースも存在する。採用募集の類型については、主に以下の3つのタイプに分かれる。

- ① 1年ごとの採用募集というケース
- ② 制作スケジュールなど、各社の状況に応じて一定期間の間に採用募集が行われるケース
- ③ 随時募集というケース

制作会社の新人アニメーターの能力や適性については、採用時に学歴などから考慮することは少ないという。制作会社においては一般的に作画部門の新人は研修などを経て、フリーランスの動画マンとして採用される。現場で動画マンとして仕事を始めていく中でアニメーターとしての能力や潜在性が測られ、人材として有望かどうかを判断されている<sup>52</sup>。

#### (イ) 参入後に予想される経済的問題についての対応

制作会社に就職したのち動画マンから初期の原画マンの段階の数年間では、一般的にアニメーターの年収は100万円以下～200万円以下となる(表1 参照)。アニメーターの仕事は激務であり、特に新人の頃は徹夜など含め、拘束時間も長いため、他業種のアルバイトなどの時間を確保することは難しい。さらに収入を増やすためにはできる限り早く能力・技術を向上させ、仕事で成果を上げることが必要とされるため、アルバイトよりアニメーターとしての仕事を優先する傾向がある。そのため、新人の頃から収入面では厳しい状況に直面することが予想される。制作会社の多くは東京に集中しており、一人暮らしをしなければならない地方出身者にとっては経済的負担も大きい。制作会社は採用時において、新人アニメーターの収入面での厳しい状況に対処するための貯金の有無や、実家からの通勤可能か、家族から支援<sup>53</sup>が望めるかなどについても質問し、考慮するケースも存在する。参入者も制作会社へ就職後の厳しい経済状況に備え、学生の間アルバイトで貯金をしておくケースも存在する。また制作会社の中には新人アニメーターとして採用後、出来高制を基本として一定

<sup>52</sup>この点、JAniCA 理事で、アニメーター・監督の森田氏は、「アニメーターとして仕事をしてけるかどうかは、採用し、現場でやってみないとわからないため、制作会社の採用において、作品制作などのポートフォリオが、重要な基準とはなっていないだろう。また専門学校出身者については制作現場で即戦力として通用するだけの高度の技術や能力を期待してはいない。」と指摘する。

<sup>53</sup>とはいえ、このように参入時に経済的に厳しい状況におかれるのはアニメ産業のケースに限らない。創造産業における労働において、たとえば、映画制作における新規参入者のケースも同様であり、見習い期間として十分に収入が得られないため、親の支援を得ながら、現場での経験を積んでいくことが説明される(Christopherson, 2009, pp87-88)。

期間（数か月～数年）月収の最低保障給などを設定し、新人アニメーターの育成を支援するケースも存在する<sup>54</sup>。動画マンの総収入について（表 7）参照。

表 7 動画の総収入

動画の総収入（回答者数 101 人）	
100 万円未満	50.50%
100 万円台	40.60%
200 万円台	7.90%
500 万円台	1.00%

出典：日本アニメーター・演出協会（2009）『アニメーター労働白書 2009』61 ページ、より筆者作成

### （3） 動画マンについて

#### （ア） 概説

まず新人アニメーターは動画研修などを経てフリーランスの動画マン（出来高制<sup>55</sup>）として仕事をスタートするケースが一般的である。新人研修の手法については業界内で共通の方法が定まっているわけではなく、各制作会社によってそれぞれ異なる<sup>56</sup>。まったく研修を行わず即動画マンとして仕事を始めるケースも存在する。動画マンにおいては新人研修などのみで必要な技術をすべて身に着けるのではなく、仕事での経験を通じて技術を学んでいくことになる。この点、だれがどのように新人動画を指導していくのかについては各制作会社によって対応は異なるようだ<sup>57</sup>。ヒアリング調査からは所属する制作会社の作画監督や先輩原画、動画のスペシャリストである動画チェック（動画検査）が若手の指

<sup>54</sup> 月収の最低保障制度など、制作会社における初期のアニメーターの待遇改善の仕組みについてはさまざまなケースが存在する。ヒアリング調査を行った制作会社Ⅱでは、動画マンの段階では月々 7 万円の基本給＋出来高制という仕組みを取り、動画マンでの 1～2 年の経験を経た後、アニメーターを正社員として正規雇用し、待遇の改善と安定を図るという方法を取っている。プロデューサーの I 氏によれば、アニメーターの人材育成・待遇については、アニメ業界でも長年問題とされてきたが、このようにアニメーターの雇用形態の改善・安定化を図る制作会社はまだ少ないという。またこのようにアニメーターを正社員として雇用することについてはフリーランスが中心となっているアニメ業界において、アニメーターによっても賛否の意見は分かれる。

<sup>55</sup> 制作会社に所属しているアニメーターの場合、いわゆる「場所代・机代」など制作会社の経費として出来高から 2～3 割を天引きされるのが一般的である。収入が低いといわれる動画マンの段階から、報酬の天引きがなされている。（制作会社の天引きの割合についても様々で、制作会社として天引きの割合を抑えるケースや 3 割より大きい割合で天引きするケースも存在する。）

<sup>56</sup> 経済産業省からの委託事業として日本動画協会が動画マンの研修プログラムの確立について取り組んできたが、実現には至っていない。

<sup>57</sup> ヒアリング調査を行った制作会社Ⅱでは制作会社内で継続的に講座など勉強会を開催し、作画技術の訓練・教授、制作の他工程の勉強などスキルを磨く場を提供している。



導を兼任しているケースが多い。これらのケースでは先輩が丁寧に指導するというよりは、新人動画から先輩・先生に積極的にアドバイスを求めるのが一般的である<sup>58</sup>。また、絵を描く技術以外についての業界内での仕事の仕方やノウハウは先輩の他、制作進行など制作会社のスタッフからも教わるようだ。

動画マンになってから最初の時期は、個人差はあるがまだ技術も身につかず、描く速度も速くないため、概して多くの枚数を描くことができず収入は低い。このような状況では、収入が生活費としても不十分である場合が多い。こうした動画マンの経済的問題に対処するため、制作会社が最低保障給として一定期間、月々一定額を支給するケースもある。これらも大抵は数か月～3年までであり、その後は出来高制のみで収入を得ていくことになる。しかしながら動画マンの仕事を続けても、動画の単価は低い<sup>59</sup>ため十分に収入を得ることは難しい。一定以上枚数をこなせないアニメーターや、動画マンの仕事を経験する中で技能の向上が期待できないアニメーターは同期の中でも遅れを取り、制作会社での自分に対する評価や期待も低くなり、会社の中での居心地も悪くなり、経済的な面から生活が苦しくなるため離職するケースが多い<sup>60</sup>。

動画の仕事については制作プロセスの中で主に動画チェックによって確認・修正が入ったのち仕上の工程にまわされる。動画マンの段階であれ、出来高制のため個々のアニメーターの動画マンとしての能力および仕事の成果については差がはっきりと生じてくる。早い段階で動画としての技術を身に着け、多くの枚数を描けるようになるアニメーターがいる一方、なかなか描く速度が上がらず、描く枚数が伸び悩むアニメーターも存在する。ただしヒアリング調査では、初期の段階でなかなか伸び悩むアニメーターもその後の経験の中で、伸びていくようになるケースもあり、動画の初期段階で伸びているかどうかだけでは、一概にアニメーターの能力・将来性は測れないという意見も得た。

#### (イ) 動画工程～人材を選別する機能～

アニメーターの労働市場においては参入障壁が低いとされるが、実際には多くの新人アニメーターは制作会社に就職した後、最初の動画マンの段階で離職

---

<sup>58</sup> ヒアリング調査から「新人動画マンは、自分自身の技術の向上に必要な教えやアドバイスを得られるよう、先輩と上手に付き合っていく能力を養う必要がある。」という説明を得た。

<sup>59</sup> 一般的に動画の単価は200円～300円といわれ、制作会社に所属している場合、出来高から天引きされるため、収入はさらに下がる。200円とした場合、一月で500枚書いても10万円であり、そこから3割天引きされれば、7万円の収入となる。

<sup>60</sup> ヒアリング調査によれば、制作会社において新人アニメーターの描く技能が低く、将来性が見込めないからと言って会社側から強制的に契約解除するということは稀で、自分から離職していくケースが多いようだ。

していく<sup>61</sup>。理由については技術的な問題や経済的な問題の他、自分のイメージしていた仕事と異なる、制作現場と合わないなどの理由からも離職するケースもあるようだ。

動画はアニメーターとしてアニメーション制作の基礎を学ぶ重要な工程であり、さらに原画のみならず監督・演出などへのキャリアプロセスの土台としても重要な工程である。また制作部門ではアニメーターとしての能力やポテンシャルについては学校教育の中ではなく、制作プロセスの中でまず動画マンとして仕事をする中で判断されるという認識が強い。このため参入障壁が低いとはいえ、動画マンの段階でアニメーターとして必要とされる基本的な能力や適性およびポテンシャル、アニメーターとしての姿勢・意欲などが制作会社の先輩アニメーターなどのスタッフに審査される仕組みになっている。しかしながら動画工程において、新人アニメーターは著しく収入が低い・労働条件が悪いなどの理由から離職していくケースも多いため、純粋に適性や技能、意欲が審査されているとはいい難い。また、近年動画の仕事の大半は海外へアウトソーシングされることが一般化し、日本において動画の仕事は少なくなっており、特に下請の作画専門スタジオなどでは新人アニメーターに動画の仕事が十分にいきわたらないケースも存在する。その結果、動画工程における人材を審査する機能も低下していると思われる。

#### (ウ) 動画チェック（動画検査）について<sup>62</sup>

一般的には動画を経験したのち、原画へとステップアップしていくのが一般的であるが、この間に動画チェックという工程を経験するケースもある。また原画へは進まず、動画のスペシャリストとして動画チェックの仕事を選ぶアニメーターも存在する。動画チェックは制作プロセスの重要な要であり、海外へアウトソーシングした動画も含めて作品の全動画を確認・修正して動画の質を維持・管理するという責任の重い仕事でもある。一般的に国内の仕事の多くが海外へアウトソーシングされる動画とは異なり、作品制作においては、国内の制作スタッフとして有能な動画チェックが必要とされる。そのため動画チェックの報酬は出来高制ではなく、作品ごと、話数ごとの報酬支払、あるいは拘束・半拘束という形で月々の報酬支払いになる。動画チェックは、新人アニメーターの新人研修から、動画マンの育成を兼ねる場合もある。

#### (エ) 動画から原画へのキャリアアップについて

---

<sup>61</sup>労働政策研究・研修機構の調査報告によれば、「作画新人の「入社」後1年間の離職率は5～8割とする企業が多い」とされる（労働政策研究・研修機構, 2005, 26-28 ページ）。

<sup>62</sup>動画チェックの仕事については（上村, 2006）参照。

動画の単価は平均で 200～300 円ほどである。今日では動画の仕事の大半は海外へアウトソーシングされるため、国内での需要もそれほど多くない。また動画として技能を上げ、多くの枚数を描けるようになったとしても動画マンでは収入に限界がある。各作品制作における全動画を統括管理する動画のスペシャリストである動画チェックとして動画工程に残るのでなければ、一定期間動画として経験を積み技能を磨いたのち、原画へとキャリアアップするのが一般的である。とはいえ、どれほどの期間で動画から原画にキャリアアップするのかは一律に定まっておらず、数か月～3 年ほどとなっているようだ。動画から原画へとキャリアアップするための要件も様々だが例として以下のようなケースがある。

- ① 月に動画 500 枚描けるようになれば、原画になれる。
- ② 動画を 3 年間経験すれば原画になれる。
- ③ 原画へのステップアップについて試験がある。

実際には制作の状況などを見極めながら、それぞれの制作会社の基準で原画へキャリアアップさせていると思われる。新たなプロジェクトで原画マンが必要になれば、そのタイミングでキャリアアップするケースや、逆に制作会社内で新たな原画マンが必要とされず、経験を積んだにも関わらず収入の低い動画マンにとどまらねばならないケースも存在し、その場合アニメーターが原画マンにキャリアアップするチャンスを得るために他の制作会社へ移っていくケースもある。

近年では動画マンを経ないで、第二原画としてアニメーターのキャリアをスタートするケースも存在する。理由としては国外に動画の仕事をアウトソーシングしてしまい、特に下請の作画専門スタジオでは国内に残った動画の仕事を集めにくいなど、制作会社側の都合という面が強いようだ<sup>63</sup>。また個人で市販されている原画集などを購入し独学で原画の技術を学び、ネット上で自分の作品を公開し、そこから紹介でアニメーターとしてデビューするケースも稀だが存

---

<sup>63</sup>この点について、元請・グロス請けを中心とする制作会社と下請の作画専門スタジオなどでは事情がかなり異なるようだ。ヒアリング調査を行った元請制作会社 A によれば、動画工程のアウトソーシングの増加による OJT・新人の人材育成の機会減少は関係しない。制作会社が動画の仕事をアウトソーシングするのは、自社や国内のスタッフだけではこなせない量の仕事があるからであって、新人の人材育成に向けて必要な動画の仕事は確保しており、育成のための動画の仕事が足りなくなるということはない。また日本国内には動画専門のアニメーターも存在するが、一般的には、動画は原画にキャリアアップするための土台として位置づけられており、その人材育成の範囲で必要な量以外の仕事は海外へアウトソーシングしているという。なおこの問題については上村（2006）参照。

在する<sup>64</sup>。今後このようにアニメーターとしてデビューする新たな方法も増えるかもしれない。

#### （４） 原画マンについて

##### （ア） 初期の段階

動画を数か月～3年ほど経験したのち、動画チェックになるのであればたいのアニメーターは原画マンにキャリアアップする。原画マンになって以降は、本格的にフリーランス（出来高制）のアニメーターとして仕事をしていくことになる。初期の段階では制作会社に所属して原画の仕事の経験を積み、技能を磨き、原画マンとして基礎を固めることとなる。また制作会社で原画マンとして数年経験を積んだ後、フリーランスとして独立できるだけの土台を確立するための時期ともいえる。制作会社に所属している場合、制作会社が請けた仕事の中から原画マンに仕事が分配される。この場合でもアニメーターは基本的に出来高制であり、担当したカット数がそのまま収入につながる<sup>65</sup>。原画マンは収入を得るためには多くのカット数をこなす必要があり、技能を磨く必要がある。収入の低さが動画から原画へのキャリアアップの根拠の一つとして説明されるが、動画マンを経て原画マンになった後、最初の時期は収入が動画マンの時より下がるアニメーターも多い。というのは、動画と原画の仕事の役割、求められる技能が大きく異なるため新たに原画の仕事に就き、原画の描き方など仕事の仕方を学び、技能を磨かなければならないからである。このような状況に対処するため、一時期原画と動画の仕事を兼ねるというケースも存在する。この段階の人材育成・教育においても制作会社側で一律のカリキュラムが取られているのではない。専門のベテランアニメーターが指導につくケースもあるが、制作現場での先輩、作画監督などから教えやアドバイスをもらうなど、各アニメーターが自発的・積極的に学ぶスタイルが取られるのが一般的である<sup>66</sup>。（表8）では、原画マンの総収入は動画マンの総収入に比べて幅があることが示されている。ベテランやトップアニメーターなど一部のアニメーターの所得は高いといわれるが、若手のアニメーターの多くは年収100万円台～200万円台となる。

<sup>64</sup> とはいえ、制作現場で経験を積みながら学ぶケースと異なり、このようなケースではアニメーターが学ぶべき技術の内、独学で学べる範囲しか習得できないという問題が残る。

<sup>65</sup> 原画の1カットの単価は近年TVアニメ制作で3500円～5000円ほどである。映画作品の場合は1カットが8000円から2～3万円ほどのケースも存在するようだ。原画マンのケースでも制作会社に所属しているアニメーターは制作会社によって報酬から2～3割ほど、天引きされるのが一般的である。

<sup>66</sup> 文化庁が委託しているJAniCAの人材育成事業の対象となっているのはこの段階の原画マンのアニメーターである。

表 8 原画の総収入

原画の総収入（回答者数 227 人）	
100 万円未満	15.40%
100 万円台	41.40%
200 万円台	18.50%
300 万円台	8.40%
400 万円台	9.30%
500 万円台	1.80%
600 万円台	2.20%
700 万円台	1.80%
800 万円台	0.40%
1200 万円台	0.90%

出典：日本アニメーター・演出協会（2009）『アニメーター労働白書 2009』62 ページ，より筆者作成

#### （イ）フリーランス<sup>67</sup>としての独立と制作会社に所属という選択について

これまで制作会社に所属してきたアニメーターも一定期間原の仕事の経験を積み、原画マンとしての技能を身に着け、仕事の成果も認められるようになると、フリーランスとして会社から独立するケースも多い。制作会社には新人の頃からアニメーターに仕事・OJTの機会を与え、会社によっては最低保障給を設定するなどして育てきたという意識も存在する。そのため、アニメーターの独立に対して、アニメーターが成長するために外部の会社での経験が必要ななどの理由から独立を支持する会社と支持しない会社に分かれ、独立後関係が良好なケースと、悪化してしまうケースが存在する<sup>68</sup>。一方でアニメーターは、自

<sup>67</sup> 山本（2007）は、アニメ産業におけるフリーランサーについて「多くの場合、最低賃金の保障はなく、不安定な就労を特徴とする。一方で、特定の企業に所属しないために、製品や制作スタッフなどの要素によって制作企業間を渡り歩くなど、就業先を柔軟に選択できる側面を有する。そのため、フリーランサーは労働市場では労働者の存在であるが、雇用契約においては個人事業主的な扱いを受けている」と説明する（山本, 2007, 449-450 ページ）。

<sup>68</sup> アニメーターの独立・引き抜きについては賛否両論ある。反対論としては、制作会社の人材育成において、制作会社は資本を投資して人材を育成するが、経験を積み、力をつけるとアニメーターは独立してしまうため、損しているという意見がある。また才能が有り、有望なアニメーターほど早期に独立してしまう傾向があるという。容認の意見としては、アニメーターの成長のためには、一つの会社にずっととどまるのではなく、他の制作会社で異なるスタッフと様々なタイプの作品制作に参加するほうがアニメーターとして経験を積むことが必要である。また、どの会社でも自社で育てた人材だけではなく、他社や他の制作現場で育ってきた人材を受け入れ、一緒に仕事をしているという意見がある。

分が参加したい作品を制作している会社と仕事したい、自分の憧れる監督やアニメーターと一緒に仕事がしたいなどクリエイティブな動機や、制作会社による報酬の天引きがなくなるため、収入が増えるなど経済的な動機からフリーランスを選ぶケースも多い。

フリーランスとして独立する場合にはアニメーター自身が原画の仕事を得るために制作会社に営業したり、自己的人脈から紹介してもらったりして仕事を請けていくことになる。このためフリーランスの場合、アニメーターとして表現の技能だけではなくマネジメント能力、人的ネットワーク形成能力なども磨いていく必要がある。そのうえで、個人でアニメーターとして様々な制作会社の作品制作に参加していくことになる。反対に制作会社に所属しているケースでは、天引きなどはあるものの、アニメーター自身による営業の必要はなく、仕事の能力に応じて会社側から仕事が提供されるため、安定的に原画の仕事を得ることができる。また待遇や会社での人間関係、仕事場の雰囲気の良いなどの理由から制作会社への所属を選択するケースも存在する。

#### (ウ) 原画中期以降

原画の中期以降は、完全なフリーランスとして独立か、制作会社に所属かの違いはあるが、アニメーターとして様々なプロジェクトでの経験を通じ技能を磨き続ける。演出や監督へのキャリアアップを考えるアニメーターの場合はその準備期間ともなる。この段階からアニメーターとしてのキャリアプロセスも個人で大きく異なってくる。フリーランスとなるか、会社に所属しているかという選択を含めて、アニメーターの採る戦略は様々である。

#### (エ) 原画マンの評価について

前章で述べているように、制作プロセスにおいて原画マンの描いた画については、作画監督や監督・演出などのチェックがはいる。映画など予算スケジュールに余裕があれば、リテイク（描き直し）も入るが、TVシリーズなどでスケジュールに余裕がなければ、そのまま手直しされるのみのケースも多い。常に出来の良い上がりばかりならば問題はないが、アニメ制作に参加するアニメーターはフリーランスを含めて玉石混交のため、原画マンの仕事の質にばらつきが生じ、作画監督などメインスタッフが質を維持するためにチェックを入れるという制作体制になっている。このチェックを入れる過程でアニメーターの技能、成果は常に審査されている。問題のある原画は、修正、リテイクなどメインスタッフにさらに負担がかかることとなり、スケジュール上も問題となる。そのため、原画マンについては第一に作画が早くて描く枚数が多い、リテイクや修正の少ないアニメーターが評価され、作画の質や描くスピードに問題のあ

る原画マンの評価は下がる。制作会社は評価が低く問題の多いアニメーターに対して作画の依頼数を減らす、依頼をしないなどの対応をする<sup>69</sup>。この点、原画の仕事においては表現力や芸術性も必要とされるが、実際は、予算・制作スケジュールなどの制約の中で、安定的に必要な枚数を描くことの方が重視され、特に絵を描く才能や芸術性などが重視されているわけではない。作画監督による原画チェック・原画マンの評価について JAniCA の森田氏は以下のように説明する。

キャラクターの演技が上手か、絵・表現が上手といった個人の芸術性・創造性の点よりも、まずは厳しいスケジュールの中で、一定レベル・求められる原画を枚数多く描けるかという点が重要とされる。たとえ、芸術性・創造性の面で優れていたとしても、描く速度が遅く締切に間に合わないのでは仕事として成立しない。また、このような評価の基準については、制作プロジェクトの個々の作画監督に委ねられている。制作プロジェクトにおいて最終的には作画監督が、作品中の全原画をチェックして、どの画に直しを入れ、どの画をリテイクに出すのかという点について判断している。何かしら客観的な基準から画が上手い、芸術性や創造性を含む能力を判断しているとは言い難い。

#### (オ) 制作進行による評価

原画マンの評価について、画については原画チェックの過程で作画監督、演出・監督などが制作プロセスの中で評価がなされるが、同時に原画マンへ仕事の依頼・分配・回収を担当する制作進行の立場からもアニメーターの評価付けが行われる。制作進行はアニメーション制作において、スケジュールを調整しながら各カットを担当する原画マンを探すことになるが、この際に、どの原画マンにどのカットを依頼するかは作品の質のみならず作品の成否を決定するうえで重要な問題となる。制作進行は限られたスケジュールと予算のなかで各シーンに最適な原画マンを選択して仕事の依頼をする必要があるため、作画のスピードや作画の質に問題の多いなど評判の悪い原画マンには、仕事の依頼を避ける（先に述べたようにこうしたアニメーターに依頼してしまえば、後々メインスタッフに負担がかかったり、スケジュールが遅れて後の工程に負担がかかったりするためである）。制作進行は、制作プロジェクトにおいて最適なアニメーターへの作画の仕事を分配する必要があるため、それぞれアニメーターとの

---

<sup>69</sup> この点、アニメーターは制作部門での評価が下がれば、すぐに仕事を得られなくなるのかというと、そうでもない。原画マンの評価は相対的なものであり、極端に言えばプロジェクトごと、チェックしたスタッフごとに異なる可能性もある。また、制作プロジェクト数の増減、スケジュール調整などによって常に最適な原画マンに原画の仕事を分配できず、問題のあるアニメーターにも依頼をせざるを得ない状況はたびたび起こりえる。

独自のネットワークと評価付けを有している。これらの評価は明示的には示されていない<sup>70</sup>が、実際会社内の制作部のスタッフ間や、現場の演出・監督、作画監督などメインスタッフとの間で共有されているのである<sup>71</sup>。

また近年のアニメ産業ではフリーランスで自宅作業のため、作打ち以外は直接メインスタッフとコミュニケーションをとらないアニメーターも多い。そうしたアニメーターとメインスタッフの間のコミュニケーションを円滑にするのも制作進行の仕事であるが、このため制作進行は、現場のメインスタッフと異なり、個々のフリーランスのアニメーターの仕事への姿勢、性格や自己管理能力、コミュニケーション能力などについても審査しているのである。

このようにアニメーターは各制作プロジェクトへの参加を通じて、主に制作部門のメインスタッフに作画の技能を、仕事の分配・回収を担当する制作進行に仕事への姿勢、コミュニケーション能力・自己管理能力などを絶えず審査されており、その評価は制作管理サイド、メインスタッフなどによって共有されているのである。

#### (カ) トップアニメーターと拘束料について

アニメーターが仕事の依頼を増やし、収入を増すためには、制作部門内で評価・評判を高めなければならない。こうした仕組みの中で、トップアニメーターといわれる有能なアニメーターの一群が生み出される。このようなアニメーターの収入は他のアニメーターに比べて高く年収 1000 万以上のケースも存在するという。また、原画マンについては、拘束・半拘束というオプション契約も存在する。有能なアニメーターの評判・評価が制作部門内で高まれば、そのアニメーターのもとに様々な仕事の依頼が集中するため、各制作会社は自社の制作プロジェクトに適した有能なアニメーターを確保し、優先的に仕事をしてもらうため、拘束・半拘束というオプション契約が必要になる。拘束・半拘束の契約内容はケースバイケースだが、概して月極めの報酬となる。「拘束」は、

---

<sup>70</sup> アニメ産業におけるアニメーターの評価付けにおいては、ハリウッドのケースと異なり、業界内で公に共有されている制作スタッフのランク付けリストは存在せず、報酬額の差別化も図られていない。

<sup>71</sup> ヒアリング調査によれば、近年、ある制作会社の内部資料の「アニメーターランク表」がインターネット上に不正にアップロードされる事件があったが、このような制作会社の制作側によるアニメーターに対する技能、仕事への姿勢などを含む評価および情報の把握は一般的といわれる。こうしたアニメーターの評価の共有について制作会社側からすれば、優れたアニメーターは優先的に確保したいため、アニメーターの情報を業界内で全面的に共有しているのでもない。しかしながら、反対に仕事の能力が低い制作会社やアニメーターの評判は業界の中で、素早く共有されるという。(この点、原画マンの場合、原則として単価は一律で、報酬額の差別化は図られないため、評価の高いアニメーターに仕事が集まる。)



契約期間中は契約されている仕事以外は受けることは許されず、「半拘束」は、契約期間中は契約されている仕事が優先されるが余裕があれば他の仕事を請けることができるというものである(表 9 参照)。

表 9 拘束料について<sup>72</sup>

	最大 (円/月)	最小 (円./月)
拘束料	350,000	15,000
半拘束料	165,000	30,000

出典：日本アニメーター・演出協会(2009)『アニメーター労働白書, 2009, 』34 ページ, より筆者作成

原画マンはこのような仕組みのもとで、自分自身の評価・評判を高める必要がある。原画マンの平均年収は 200 万円代とされるが、収入を上げて安定させるためにはアニメーターとして評価・評判を高め、契約数を増やし、出来高制のもとで、多くの仕事をこなしていくか、拘束・反拘束といったオプション契約を結ぶか、あるいは、作画監督、監督・演出へキャリアアップしなければならない。とはいえ、上記の手段によって収入の増加、安定化に成功するのは、一部のアニメーターだけである。

#### (5) 演出・監督へのキャリアアップ

演出・監督へのキャリアアップの道筋は明確な形では存在しないが、数年間の現場での経験が必要とされる。演出部門で演出助手を採用している制作会社も存在するが、作画部門の原画、制作部の制作進行の他、他の工程からも演出に進むケースも多いが、ここでは主に作画部門の原画から演出・監督へと進むケースについて焦点を当てる。

ヒアリング調査では演出・監督へ進むにあたり、まずアニメーターとして制作現場で経験を積み、アニメーション制作のプロセスや個々の仕事について理解する必要があると説明された。たとえば、監督・演出の仕事に絵コンテ作成があるが、動画・原画の仕事で経験を積んでいれば、どのような絵コンテが下位工程のアニメーターにとって仕事をしやすいのか、各アニメーターの能力をどのように引き出すかという点を含めて具体的・実的に理解できるので、アニメーターへの指示書として適切な絵コンテを描くうえでアニメーターとしての経験は有益である。とはいえ作画部門のアニメーターが原画から演出や監督

<sup>72</sup> JAniCA の森田氏によれば、拘束料の在り方も制作会社ごとに異なる。年代別に最高額が定められている、社内の慣習として最大で月 50 万円の拘束料を支払うなど様々なケースがある。

にいきなり採用されることはない。また試験など明確な基準や訓練・カリキュラムが用意されているわけでもない。では、作画部門で仕事をしているアニメーターがどのように演出・監督に進むのであろうか。この場合、一般的に、演出・監督を志望するアニメーターは原画の仕事の傍ら、自ら準備を進め、チャンスを得るためプロデューサーや先輩の監督・演出にアピールすることとなる。アニメーション制作プロセスにおいては、アニメーターは演出・監督、プロデューサーなどとコミュニケーションをとる中で、演出助手として演出・監督の仕事を学ぶ機会や直接演出として仕事の機会を与えられることがある。演出助手で、どのような仕事を担当するのかについても制作プロジェクト・会社ごとによってそれぞれ異なり一様ではない。アニメーターとして経験を積んできたとしても、演出・監督については、再び新人となり仕事を通じて経験を積み、能力を磨いていくことになる。特に制作プロセス全ての工程に関わる制作進行から演出に進む場合と異なり、概してアニメーターは作画部門内でのみ仕事をしているため、演出になった際の他の工程のスタッフとのコミュニケーション・指示など演出を務める上での課題も多い。このような演出の仕事についても先輩監督・演出について学ぶか、あるいは実際の演出の仕事の経験から学ぶのであり、先輩のアドバイスや指導が重要な役割を果たす。

アニメーターから演出・監督へのキャリアアップの道筋は明確ではないが、演出・監督、プロデューサーなどが現場での人間関係・ネットワークの中で人材を審査し、演出・監督へキャリアアップするチャンスを与えられているようだ。一般的には、数年経験を積んできた演出志望のアニメーターが、演出として必要な土台を有していると判断された場合に演出の機会を与えられる。、ここでも制作現場での人間関係の中での絶えざる審査によって人材が選別されているといえる。しかし、こうした審査はアニメーター間における厳しい競争の中で行われているというより、制作現場におけるインフォーマルで親しい人間関係の中で人材の審査が行われているといえる。作画部門については描かれた画を見ることで能力・技術を測ることができるが、まだ経験のない演出の能力を測る指標は明確に存在しない。演出志望のアニメーターはチャンスを得るために、原画のアニメーターがプロとして自立していく以上に制作現場で密度の高い人的ネットワークを形成し、制作プロセスに積極的にかかわっていくことが必要とされる。

監督・演出としてチャンスを与えられた後は、アニメーターと同様にプロジェクトを通じて経験を積み成果を上げて、評価・評判を形成して新たな契約を獲得していく。監督・演出にも制作会社に所属しているケース、フリーランスのケースが存在する。演出・監督の報酬は作品ごと、テレビシリーズの担当話数ごとに支払われる（表 10、表 11 参照）。アニメーターより収入が安定しやす

いが、それでも新人演出の場合、十分な収入を得られないことも多く、様々な作品を掛け持ちするのが一般的だという。また、作画部門からキャリアアップしてきた演出の場合は、作画監督や原画の仕事をこなしながら、演出の機会を得るというケースも多いようだ。このように、アニメーターから演出に進んだ場合には、演出・監督だけでなく、アニメーターの仕事を兼ねることが可能であり、それぞれ成果を上げることによって失業リスクをカバーし、収入を安定させることができる。

**表 10 演出の総収入**

演出の収入(回答者数 23 人)	
100 万円未満	4%
100 万円台	8%
200 万円台	39%
300 万円台	17%
400 万円台	17%
500 万円台	4%
800 万円台	8%

出典：日本アニメーター・演出協会（2009）『アニメーター労働白書 2009』60 ページ，より筆者作成

**表 11 監督の総収入**

監督の収入(回答者数 15 人)	
200 万円台	13%
300 万円台	13%
400 万円台	20%
500 万円台	7%
600 万円台	40%
700 万円台	7%

出典：日本アニメーター・演出協会（2009）『アニメーター労働白書 2009』60 ページ，より筆者作成

#### (6) アニメーター間で生じる格差について

原画にキャリアアップした後、原画マンとして経験を積む過程で、個人の能力や成功に応じて収入の格差が増大するとともに制作部門において果たす役割にも大きく差が生じてくる。一部の有能なアニメーター達が作画監督、演出・監督へとキャリアアップする、または原画のトップアニメーターとして多くの

作品制作に参加して作画の仕事をこなし、さらに作画監督や演出など他工程を兼ねるなどアニメーション制作プロセスにおいてより重要で中心的な役割を担っていくようになる。これらのアニメーターは多くの仕事を請けるようになり、収入も安定的に得られるようになる<sup>73</sup>。

その一方で、そうしたキャリアアップを実現できない他のアニメーターはフリーランスとして仕事をしていくが、収入は低いままである。この低収入で不安定な状態の中で仕事をしていく状況について、若いアニメーター達が経験を積み技能を向上させ、仕事の成果が評価されキャリアアップするための試行錯誤の段階と解することもできる。しかしチャンスをつかむ少数のアニメーターがいる一方で、原画としてある程度の年数を経ても、なかなか多くの仕事をこなせるようにならず、技能、仕事の成果に対する評価も上がらないアニメーターも多い。このようなアニメーターの多くは離職し業界を去るが、収入が低くともそのままアニメーターとして仕事を続けるケースも存在する。こうしたタイプのアニメーターはアニメの制作の仕事が好き、あるいはアニメーターとして仕事をしているうちに年齢が上がってしまい、他の仕事に就くことが困難と考えるといった理由から収入が低くともそのままアニメーターの仕事の続けることを選ぶという。またアニメーターの仕事は体力と集中力を要する激務のため、20代～30代の仕事量を維持できず加齢とともに仕事の質・量が下がり、収入を維持できなくなっていくケースも存在する<sup>74</sup>。

#### (7) アニメーション・CG制作会社Cのケース

ここまで、主にテレビや映画用アニメーション制作を行う会社とそこで就労するアニメーターのケースに焦点を当ててきたが、最後に異なるケースとして、ヒアリング調査を行ったアニメーション・CG制作会社Cを取り上げる。テレビや劇場用アニメーションの制作部門ではプロジェクトベースでのフリーランスとの契約が中心となるが、この制作会社ではゲームのムービーパートやPV、広告などの予算が潤沢な映像制作プロジェクトに特化し、強みを発揮することによって制作会社として収益を上げ、アニメーターなどクリエイターについて正規雇用を可能にしている。

制作会社Cでは主にゲームコンテンツのムービー、音楽PV、TVアニメのオープニング・エンディング、CMなどの映像を制作する一方、オリジナルビデオアニメーションも手掛けているが、TVアニメや劇場用長編アニメ制作の仕事

<sup>73</sup> この他、本論文では特に取り上げないがアニメーターとして経験を積み実績を築いたのち制作会社の経営サイドに進むケースもある。この場合においても地位や収入が安定する。

<sup>74</sup> アニメーター間の格差に関連して、半澤(2012)は2000年代以降のアニメバブルから一転して制作本数が激減した際、実力の高いアニメーターは継続して仕事が集中する一方、仕事が受注できなくなり苦境に陥った原画マンも少なくなかったと指摘する。

は請けていない。この会社ではクリエイターの労働状況や待遇に対する問題意識からアニメーター、CGクリエイター、美術、監督・演出家などすべてのスタッフを正社員として採用し、給与形態は固定給となっており、出来高制は採用されていない。また、不安定になりがちなクリエイターの勤務時間を規定し、福利厚生を整備している。会社のスタッフ数は、現在（2013年）で20名ほどである。

制作会社CではCM、ミュージッククリップ、ゲームのムービーパートやTVアニメオープニングの映像・アニメーション制作など小規模の仕事を受注し、自社スタッフを中心に短期間で集中的に制作するという形をとっている。こうした作品制作の場合TVアニメと予算の規模も大きく異なる。ゲームのムービーパート、PV、広告などのコンテンツ制作では、短い作品とはいえ一般的なTVアニメよりもインパクトのある凝った密度の高い映像制作が求められ、豊富な<sup>75</sup>予算が提供される。またこうした小規模の作品制作では作品完成後に流通ビジネスなどによって予算回収するという不確実でリスクの高いビジネスモデルと異なり、作品制作におけるリスクが小さい。こうした豊かな制作予算のもとで制作会社におけるスタッフ全員の正社員雇用、勤務時間の安定、福利厚生の整備が可能になっている。

採用については最初の段階で厳しく審査するという形をとっている。倍率はおおよそ20倍になることもあって競争も厳しいが、採用された新人は試用期間を経てその後正社員として採用されることになる。一般的なアニメーション制作会社のように会社が採用するとはいえ、フリーランスとして業務委託・請負契約のもと新人アニメーターの技能やポテンシャルを測っていくという手法とは対照的である。

人材育成については会社内で制作プロセスへの参加を通じて指導・教育するというOJTが中心であるが、TVアニメの制作会社と比べて監督・演出までのキャリアアップに必要な期間が短い点が特徴である。この会社では1～2年制作のプロセス・工程を学んだ後、演出として仕事の機会が与えられており、20代半ばで演出として作品制作に参加することが可能になっている。会社代表L氏の方針として、若い人材を積極的に制作現場で活躍の場を提供するように心掛けているということ。一般的な商業アニメーションの制作部門におけるアニメーターの人材育成のケースでは、動画から原画を経て演出・監督へ進むため、人材育成に時間もかかり、そのプロセスも不確実である点と対照的である。

商業アニメーションの制作部門では、新人アニメーターが制作会社で一定の経験を積んだのちフリーランスとして独立するケースが観察されるが、制作会

---

<sup>75</sup> 会社代表L氏によれば、テレビアニメ制作は1話30分で1000万円の予算とすれば、ゲームのムービーパートの仕事は3分で1000万円ほどであったという。

社Cでは、スタッフのフリーランス化についてはこれまでのところほとんどないという。その理由として会社代表L氏は、CGアニメーション制作業界の中でフリーランスとして活動するより制作会社に所属している方が制作の仕事の依頼が多く、社内での待遇も安定しており、キャリアアップのためのトレーニングの機会も充実し、比較的短期間でキャリアアップへのチャンスも与えられるため、独立するインセンティブが少ない。また表現の規格やフォーマットが統一されている手描きアニメーションの世界と異なり、CGアニメーション制作においては業界内の各社で使用機材や制作プロセス・ノウハウも異なり業界内で制作における共通の土台が形成されていないため、ある会社で一定年数経験を積んでも、別の会社でフリーランスとして仕事を請け負っていくことが難しいため、クリエイターのフリーランス化は進んでいないと指摘する。なお、制作会社Cは小規模でありながらCGアニメーション制作を牽引してきた会社の一つであり、これまで多様なプロジェクトに参加し、作品を手掛けてきている。こうしたビジネス面での成功によってスタッフの正社員化、福利厚生などの整備、勤務時間の安定化、積極的な若手人材育成が可能になっている。

CGアニメーションの労働市場については一般的なTVアニメや劇場用長編作品の制作プロジェクトに参加している手描きのアニメーターの労働市場と異なる。ゲームコンテンツのムービー、音楽PV、TVアニメのオープニング・エンディング、CMに特化して制作の仕事を請け負っているため、制作予算は潤沢で、スタッフの雇用が安定し、短期間での人材育成モデルが可能になっている。近年、CGアニメーション制作は制作部門にイノベーションを引き起こしつつも普及が進み、作品や映像の評価も高まりつつある。今後CGアニメーション領域におけるクリエイターの労働市場も拡大し、同時に隣接領域であるアニメーターの労働市場にも大きな影響を与えていくだろう。

#### 5.2.5 考察

ここから、アニメーターの労働市場とキャリアプロセスについての調査結果を踏まえて、アニメーターの労働市場の特徴について考察をしていきたい。

##### (1) アニメーターの労働市場についての概説

まず、今回の調査結果から明らかになった点は、アニメーターの労働市場においても欧米で蓄積されてきた芸術家・クリエイターの労働市場の研究で論じられてきた特徴が同様に観察できることである。アニメ産業におけるアニメーション制作部門も、映画やTV番組のコンテンツ制作など映像産業における労働市場と基本的には共通の特徴を有しているといえるだろう。アニメーターの労働市場においては以下のような特徴を挙げることができる。

- ・アニメーターが最初に就く工程である動画において労働の供給過剰が観察される。
- ・プロジェクトベースのもと業務委託・請負契約が一般的である、小規模なスタジオやフリーランスが多く正規雇用されるケースは少ない。
- ・アニメーターの技能の評価については、制作部門のコミュニティ内における評価・評判の共有が大きな影響力を持っている。
- ・コミュニティ内で共有される評価・評判がアニメーターへの次の仕事の契約、キャリアアップの機会を決定する上で決定的な要因となっている。
- ・各アニメーター間では、技能の評価・評判に大きな個人差があり、契約数や収入においても大きな格差が形成される。

ここでは欧米の芸術家・クリエイターの労働市場の研究蓄積をベースに、調査によって明らかになった詳細な点を踏まえながら、アニメーターの労働市場の特徴について考察していきたい。

#### (ア) アニメーターの労働市場における労働力の供給過剰と動画工程における審査機能

アニメーターの労働市場においても最初に就く動画工程の段階で、労働の供給過剰が観察できる。アニメーターの労働市場にも制作への憧れや興味、華々しいトップクリエイターとしての成功を目指すなどして大勢の若者が参入してくる。一方で、周縁労働市場においては断片化された契約が無数に存在し、参入者は低報酬ではあるが作画の契約を得るチャンスはある<sup>76</sup>。新規参入者はまずフリーランスとして周縁労働市場に参加し、プロジェクトベースのもと周縁労働者の訓練と審査が行われる。マネジメントサイドにとっては、新規採用・人材育成などに必要な人的コストやリスクをカットでき、労働法の制約や社会保障費負担も避け、各プロジェクトに合わせて労働力調整も容易なため、こうしたシステムから得るメリットは大きい。

アニメーターの労働市場では原画マン以降の本格的なフリーランスの競争に入る前に、動画工程で参入者の審査が行われる。動画工程において、参入者は制作会社に所属しながらフリーランスとして就労する。基本的技能の習得ができない場合や業界の体質と合わない場合、参入者は労働市場から退出する仕組みになっている。

<sup>76</sup> Benhamou(2000)は芸術家・クリエイターの労働市場についてプロジェクトベースによる断片化した契約の存在によって参入者は、自身のキャリアについて判断を誤りがちだと指摘する(pp303-305)。

(イ) 原画マン以降フリーランスのアニメーター間における競争の本格化、キャリアプロセスと戦略の多様化

原画工程へと進んだアニメーターは本格的にフリーランス間の技能競争に参入する。この段階ではアニメーターは制作会社所属から、完全なフリーランスへと転向する者も多い。独立したアニメーターはプロジェクトベースでの技能競争及び評価・評判の形成・発展に専心する一方で、人的ネットワークを形成し、プロジェクトベースにおける失業リスクをカバーし、契約数の増加と収入の安定化を計る。このプロセスにおいて制作部門内のコミュニティ内でアニメーター間の技能について評価・評判、契約数や収入の格差が形成され、中核労働者と周縁労働者の分離が決定的なものになる。

この段階から各アニメーターの戦略の多様化が観察できる。中核労働市場に進んだアニメーターの中には、トップアニメーターとしての技能についての評価・評判を発展させていくケースや、作画監督、監督・演出など制作部門内における上位工程を含め多様な職を兼ねることによって失業リスクのカバー、収入の安定化を図るケースが存在する。アニメーターが他工程へ進出したり、複数工程を兼ねたりすることによって制作プロジェクトにおける自身のポジションを安定させることができる。一方で、プロジェクトへの参加を通じて技能競争に勝ち、高い評価・評判を形成できなかったアニメーターは、周縁労働市場へと移行していく。この場合、契約数の減少及び収入の不安定化が進む。中核労働市場のアニメーターと異なり、制作部門内で他工程との兼業もできず、アルバイトなど芸術外労働との兼業も難しいため、収入の維持はますます難しくなっていく。したがって、労働市場から退出していくケースも多いが、一方でアニメーターの労働には高い心理的報酬が存在するため、低収入でも労働市場に留まるケースも存在する。

(ウ) 不確実性に由来する不確実な将来、失業リスク、不安定な収入へのアニメーターの対応について

3章で述べたように、芸術家・クリエイターの労働市場について、Menger(2006)は芸術家・クリエイターによる不確実なキャリア、失業リスク、不安定な収入に対する対応策として①芸術家・クリエイターの兼業、②家族・友人の支援、結婚相手の収入、貯金など個人的リソースの活用、③政府の補助金や助成、企業のスポンサーシップ、年金や保険など移転所得、共同保険や相互保険、組合活動による労使間交渉、再使用料の分配(residual payment)、社会保障制度など公的・共同のリソースの3つを挙げている。これら3つの手段のうち③については、日本においてフリーランスの芸術家・クリエイターへの労働政策、社会



保障政策は整備されず、職能組合の成立・労使間交渉も幾つかの例外を除いて普及していない。さらに①についてアニメーターのケースでは、一部の中核労働者による制作部門内での他工程（芸術労働）との兼業、大学や専門学校での教職（芸術関連労働）などとの兼業があるが、周縁労働者を含むその他のアニメーターについては、制作部門内での芸術関連労働、およびアルバイトやパートタイム労働など芸術外労働の兼業は少ない。一般に映像産業における労働市場においても、スタッフや俳優など実演家は芸術関連労働やアルバイトなど非芸術労働を含めて兼業で不安定な収入をカバーしている。しかしアニメ産業では制作スケジュールが厳しく仕事の依頼が不規則で、いつ作画の仕事が入ってくるかわからず、兼業をできるだけの時間を安定的に確保できない。そのためアニメーターは兼業という手段を採りにくく、対応策は②の貯金や家族の支援、結婚相手の収入など個人的リソースの活用が中心となる。このことが、日本のアニメ産業におけるフリーランスのアニメーターが不確実な将来、失業リスク、不安定な収入に対応することを困難にしている。

#### （エ） アニメーター間の格差

アニメーターの労働市場においてもアニメーター間の技能競争と格差の形成が観察できる。アニメーターは制作プロジェクトへの参加を通じて経験を積み、仕事の成果によって評価・評判を形成していくことになるが、制作現場における絶えざる審査によってアニメーターの技能の評価・評判は常に刷新されていくため、高いパフォーマンスを維持できなければ成功したアニメーターであってもそのポジションを維持できるとは限らない。アニメーター間の格差は、多様な制作プロジェクトにおける仕事の成果と評価・評判に拠って形成・刷新されているといえる。そうした仕組みによって形成された中核労働者のアニメーター、中でもトップアニメーター、カリスマアニメーターに対する需要と技能に対する信頼・評価は大きい。しかし、アニメ産業の制作プロジェクトでは限られた制作予算の中で海外へのアウトソーシング含め多くのアニメーターが制作に動員されるため、アニメーター間における経済的格差は広がりやすい。一部の監督やキャラクターデザイナーなどのケースを除いて個々のアニメーターが追加の成功報酬や流通ビジネスによる利益分配を得ることは稀である。

この点、著作者として映画産業において興行や2次利用ビジネスから利益分配を受ける作曲家・作詞家や原作者・脚本家の労働市場のケース、また、人気や実力があれば個人でも強い交渉力を持ち、特別な契約を結ぶことのできる俳優の労働市場のケースと比べて、アニメーターの労働市場を含むスタッフの労働市場のケースではプロジェクトベースでの報酬支払いが主流のため、収入について格差の広がりは一時的であり、むしろ全体として格差は拡大しにくい。

こうした特徴は、中核労働者の中でも特に技能や仕事の成果に対する評価が高いトップアニメーター、カリスマアニメーターといわれる一群が存在しつつも、アニメーター間における経済的な格差はそれほど拡大しないことを示唆している。

#### (オ) アニメーターの労働市場からの退出

創造産業における芸術家・クリエイターの労働市場は若年世代が多くを占めるが、アニメーターの労働市場も同様の特徴を観察できる。アニメーターの労働市場のケースでは、動画マンから原画マンにキャリアアップしたアニメーターは、年収 100 万～200 万円代になるという。しかし、フリーランスとして若年世代が一人で生活していくことが可能なレベルの収入を得ることができても、年齢が高まるにつれ将来への不安は大きくなる。年を重ねるうちにアニメーターは制作部門の中核労働市場において技能競争に勝ち、評価・評判を形成・発展できなければ、労働市場での需要が減り、新規参入者など他の周縁労働市場のアニメーターとの代替性が高まり、安定的に契約と収入を得られるレベルまで達しなくなって離職するケースも多い。しかし、この点については加齢とともに転職が難しくなる、アニメーターの労働そのものに内在する心理的報酬といった理由から、年齢が上がっても制作部門内で十分な評価・評判を得られず、収入が低いままであっても、アニメーターの仕事を続けていくケースも多い。

#### (カ) アニメーターの労働市場における心理的報酬

Christopherson and Storper(1989)は映像産業のスタッフの労働市場について、中核労働者と周縁労働者の分離を説明している(Christopherson and Storper, 1989, pp340-343)が、アニメーターの労働市場でも技能が高く、高い評価・評判を形成し、契約数が多く、高収入で制作部門において中心的に役割を担っていく中核労働者と評価・評判が低く、契約数も少なく、オプション契約なども取れない低収入の周縁労働者に労働市場が 2 極化していくことが観察される。

技能競争で高い評価・評判を形成・維持している中核労働者に対して、周縁労働市場は未経験な新規参入者、技能競争で高い評価・評判を形成できないアニメーター、海外へのアウトソースなどから構成される<sup>77</sup>。ここでは海外のアウトソースを除く前 2 者を扱う。文化経済学においては、芸術家・クリエイターの労働からは経済的な報酬の他、芸術活動に携わることによって得られる心理的

---

<sup>77</sup> 森田氏へのヒアリング調査で、マネジメントサイドのアニメーターに対する考え方の一例としてあるプロデューサーの「商業アニメーション制作においてはプロジェクトにメインスタッフとして優れたアニメーターがいれば、その他については国内フリーランスでも海外アウトソースでも良い」という話を伺った。

報酬が存在すると説明されるが、アニメーターという職業についても芸団協や JAniCA の調査結果からも高い心理的報酬の存在が伺える(図 11 参照)<sup>78</sup>。つまり、周縁労働市場のアニメーターは経済的に十分な報酬が得られない一方で、アニメーション制作への参加を通じて高い心理的報酬を得ていると考えられる。商業アニメーションの制作部門では、中心的なプロジェクトとなる毎週の TV 番組向けのアニメーション制作で、厳しい予算とスケジュールの制約が存在する。一部の中核労働者だけでは、制作を間に合わせることができず、低報酬で契約する無数の周縁労働者が必要となる。そのため周縁労働市場のアニメーターは低い経済的な報酬と高い心理的報酬によって、制作プロジェクトへの参加を続けることになる。また、若年世代の未経験のアニメーターは十分な収入が得られなくとも、制作プロジェクト参加という経験と実績が次の契約に必要なため、低い報酬でも制作に参加する必要がある。こうした理由から、周縁労働市場のアニメーター層が形成・維持されている。さらに、周縁労働市場における断片化された無数の契約がフリーランスの新規参入、労働力の供給過剰を促進している<sup>79</sup>。

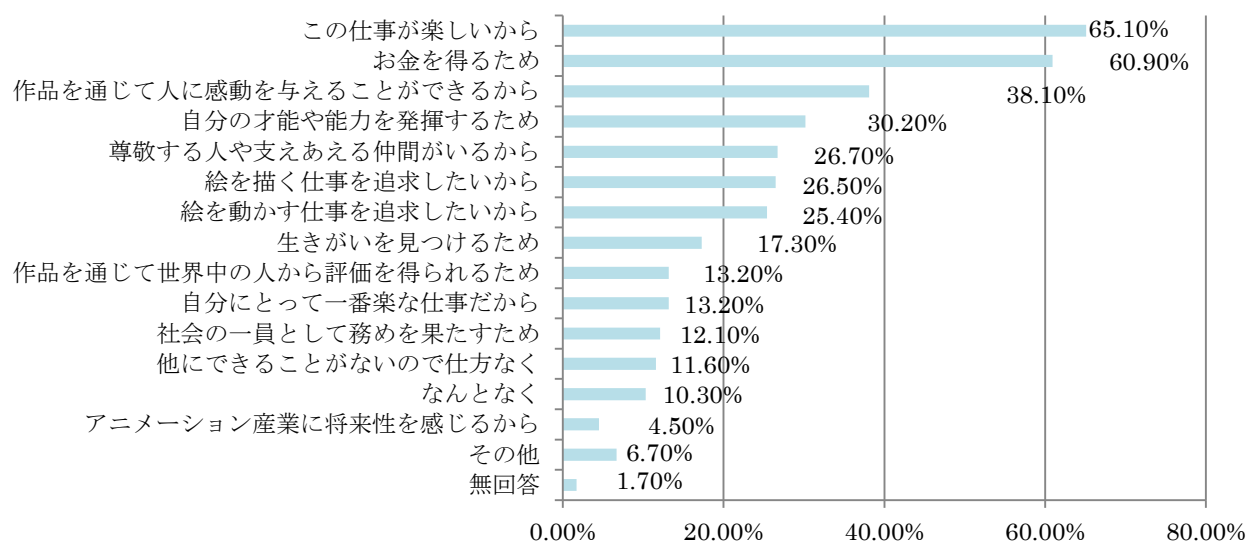
---

<sup>78</sup> 日本アニメーター・演出協会(2015)では調査対象がアニメ制作者となり、アニメーター以外のプロデューサーや制作進行、他の職種の就労者も幅広く含まれる点に注意。

<sup>79</sup> Christopherson(2008), Hsemondalph and Baker(2010), Usell(2000)の研究では、イギリスの TV 番組制作やアメリカの映像産業におけるケーブル TV 番組制作でも、近年の制作部門における予算削減・人的コストカットの圧力が強まっており、一方で新規参入者はキャリアのため制作プロジェクトでの経験や実績を必要とする現状がある。そのため、組合に加入していない若くて未経験な大学生や大卒者が制作現場でフリーランスとして悪条件・低報酬のもと就労する傾向が広がっていると説明している。

しかし、これとは異なり日本のアニメ産業においては、長年制作プロジェクトにフリーランスの周縁労働者が組み込まれてアニメ産業が発展してきたこと、またフリーランスの組合が未発達で労働市場に対する調整・抑制機能が存在せず、労働条件を安定・改善させる手段を持たなかったことに特徴がある。

図13 アニメーション制作者 現在の仕事の継続理由（複数回答）  
（回答者数759人）



出典：日本アニメーター・演出協会(2015)『アニメーション制作者実態調査報告書 2015 第9  
回 芸能実演家・スタッフの活動と生活実態 調査報告書 2015年版 別冊—アニメーター編—』

50 ページより筆者作成

## (2) 制作会社・人材育成における格差について

映画産業などの創造産業では、興行や流通の市場において作品がヒットするかどうか分からない。作品の流通市場での成功が気まぐれなともいえる予測不可能な消費者の主観にも大きく影響される。各製作プロジェクトにおいて、多様な人材の中から最適な技能や才能の組み合わせが必要とされ、プロジェクトベースでの契約で最適化を図る。さらに制作部門の人材育成において、芸術家・クリエイターが才能を有しているかは事前に分からず、制作プロジェクトでの技能や才能の発揮には大きな個人差が生じる。プロデュース・マネジメントサイドは、コンテンツの興行・流通ビジネスにおける不確実性、制作部門での芸術家・クリエイターの技能の獲得・才能の発揮における不確実性に対応するため、制作に関わる雇用や人材育成などに基づく人的コストを削減する傾向にある。芸術家・クリエイターの労働市場において正規雇用ではなく、短期契約、フリーランスの割合が多くなる。労働市場においてフリーランス化が進むことによってプロデュース・マネジメントサイドが削減したリスクやコストは、制作部門の小規模なスタジオや個人のフリーランスへと移行してくる。不公正な社会的リスクの分配、不安定な収入、高い失業リスク、搾取、地位の不安定化などフリーランス化に伴う負の側面ともいえるべき問題が生じるが、アメリカのケースでは芸術家・クリエイターの職能組合が発達し、プロデュース・マネー

ジメントサイドから制作部門への過度のリスクやコストの移行に対して抑制・調整機能を果たしてきた。このような背景もあり、アメリカの映像産業におけるスタッフの労働市場では、個人における技能による契約数や収入の格差の他、労働保護の厚い組合に所属しているかどうかで、スタッフ間での格差が存在している(Christopharson, 2008)。日本の芸術家・クリエイターの労働市場のケースでは、日本の労働政策の不備や企業別組合の風土もあって、アメリカのように職能組合は発達せず、幾つか例外的なフリーランスの組合は存在するもののプロデュース・マネージメントサイドから制作部門へのリスクやコストの移行に対して有効な抑制・調整機能を果たすには至らなかった。日本のアニメ産業におけるアニメーターのケースも同様であり、これまで実演家やスタッフの組合に参加しつつも、アニメーターが独自に職能組合を設立し、労働条件の改善、福利厚生の整備について団体交渉によって成果を上げることは少なかった<sup>80</sup>。こうした理由から、日本のアニメ産業においてはフリーランスのアニメーターは保護の強い組合に所属しているかによって格差は形成されにくい。むしろ良心的で優れた制作会社に所属しているかによって労働条件、人材育成において格差が形成される。そしてこうした格差がアニメーターのキャリアプロセスにも深く関係してくるのである。ここでは、制作会社との関係でアニメーターの雇用関係と人材育成に焦点を当てて考察したい。

### (3) アニメーターの雇用について 制作会社の努力

これまで芸術家・クリエイターの労働市場一般に見られる特徴を備えながらも、フリーランスにとって厳しい日本のアニメ産業におけるアニメーターの労働市場について考察してきたが、こうした特徴は長年アニメ産業の制作部門でも問題視されてきた。しかし、2006年にアニメーション制作部門におけるクリエイターの職能団体として JAniCA が設立され、他にもいくつかの団体が存在するとはいえ、これまでアニメ産業におけるアニメーターの労働市場の問題について組合などの団体による取り組みは発達してこなかった。アニメ産業にお

---

<sup>80</sup> こうした経緯については、シート(2014)の訳者解説に詳しい。またアメリカの経済地理学者であるスコットは、ロサンゼルスアニメ映画労働者の局地労働市場に焦点を当てた論文(スコット, 1996)において、制作工程における海外へのアウトソーシングを促進した制作スタジオ側とユニオンショップなどを行使し動画製作者の雇用を維持し、出来高制の導入による雇用の不安定化を止めたい動画製作者による組合側との対立について言及している。ここでは制作スタジオ側の交渉力の強さから、動画製作者の雇用の将来について悲観的な観測が述べられる(スコット, 1996, 179-184 ページ)が、動画製作者の雇用の安定化について組合が大きな役割を果たしてきたことが示されている。一方、日本のアニメ産業においては2006年のJAniCA設立まで、制作部門のアニメーター・演出家による団体は存在しなかった。

ける制作本数が増加し続けてきた一方で、アニメーターの労働市場が内包する問題は放置され、ついにはアニメーターの労働問題が社会問題化したのである。

こうした事態はアニメーターのみならず制作部門の制作会社にとっても大きな問題であった。制作会社の中にはアニメーターの現状を憂慮し、雇用関係・人材育成について改善を試みる会社も存在する。今回ヒアリング調査やアンケート調査を行った会社の中には、動画の段階を経て原画の段階からアニメーターを正規雇用あるいは契約社員として採用し固定給を採用し、賞与、社会保険、雇用保険、退職金共済制度、福利厚生などを整えている会社も数社存在した。また雇用形態を改善するだけでなく、制作スタッフがアニメーターのマネージメントを発達させることによってアニメーターが一つの会社に在籍し続けることによって生じる不利益をカバーしようと試みる会社も存在した。

たとえばグロス請け制作会社Ⅱでは、原画マン以降のアニメーターを正規雇用し、能力主義を取り入れながらも固定給制を採用している。さらにアニメーターのマネージメントに力を入れている。この会社では雇用しているアニメーターに強い拘束をかけずに、積極的に外部の会社から仕事を請け、独立したフリーランスと同様、様々なプロジェクトで成果を上げて、評価・評判を形成し、人的ネットワークを構築できるようにアニメーターのマネージメントに配慮している。制作会社Ⅱ代表プロデューサーのⅠ氏は、会社で雇用している優秀なアニメーターが外部の会社から作画監督などの仕事を請けることによって制作会社Ⅱとしても作画のまとまった仕事を請けることができ、雇用している他のアニメーターにも作画の仕事を与えられると説明する。また、制作会社Ⅱでは監督・演出、作画部門以外に撮影部門を有しているが、撮影部門が「線撮」など収益率の高い工程の請負を多くこなし、そこから得た利益をアニメーターの教育や待遇改善にあてている。また、このほか制作進行などマネージメント部門の人数を減らすことによって人件費をカットし、アニメーターへの利益還元に努めている。

プロデュース・マネージメントサイドがフリーランス化を好む理由とは別に、アニメーター側にもフリーランスとしての業務委託・請負契約を望む動機がある。制作会社から設備費など報酬の天引きがなく、自分の技能に応じて契約数・収入が増え、安定するという経済的な動機と、様々な会社の制作プロジェクトに参加して経験を積み、技能を磨きたいというクリエイティブな動機である。この点について制作会社Ⅱ代表プロデューサーのⅠ氏は、アニメーターによるフリーランス化を望む傾向についても、会社側の雇用形態の改善とアニメーターに配慮したマネージメントの開発によってカバーできると指摘する<sup>81</sup>。

---

<sup>81</sup> 半澤(2013)は制作工程におけるデジタル化がアニメーターの待遇悪化を招いているが、優秀なアニメーターの育成のためには制作会社が内製可能工程を増やすことによって収益

アニメーターの労働市場ではフリーランスが主流化しているが、制作会社Ⅱのケースでは雇用形態の改善、マネージメントの開発、収益移譲などの組み合わせによって労働市場におけるフリーランスという就労形態の長所を取り入れつつ、フリーランス化に伴うの高い失業リスク、契約数・収入の不安定化、不公正な社会的リスクの分配など負の側面をカバーできることを示している。

#### (4) 制作会社における人材育成の取り組みの違い

アニメーターの労働市場においては参入障壁が低く、プロジェクトベースのOJTで人材を育成するという手法が一般的といわれる。新規参入者は制作会社や作画スタジオに所属するものの、フリーランスの周縁労働者としてキャリアをスタートしプロジェクトでの経験を積み技能を磨くことになる。しかし、その実態は一様ではない。長年動画チェックを担当し、制作会社Ⅲでは新人育成も担当しているP氏へのヒアリング調査より、アニメーターの人材育成には、若手アニメーターを経済的に支援し、教育と経験の場を提供する経済的な基盤と人材育成・教育方針に基づく専門スタッフの配置が重要だという説明を得たが、各制作会社によって人材育成の方針や仕組み、収入が少ない若いアニメーターへの経済的支援制度の有無など大きく異なるようである。

人材育成に積極的な会社では新人アニメーターのための新人研修をはじめ、新人動画マンに必要な動画の仕事の確保、動画単価の保持(動画単価から天引きしない)、若手アニメーターへの経済的な支援、会社内で先輩や外部講師による定期的な勉強会の開催、会社以外での作品鑑賞など勉強の機会支援、作画監督や動画チェックなど新人教育専門のスタッフの配置や育成プログラムの提供など様々な取り組みがなされている。一方では、このような新人育成のための経済的支援・教育体制を整備できない制作会社も多いという。そうした制作会社では、動画単価の保持、経済的支援はなされない。新人アニメーターは採用後に研修や教育の機会もなくフリーランスとして動画マンや第二原画の仕事を担当することになる。さらに新人のために十分な動画の仕事を確認できないなど人材育成上の問題が存在する。また制作会社は元請、グロス請け、作画スタジオに分かれるが、アニメーション制作プロジェクト全体を統括し請け負う元請制作会社では、海外へアウトソーシングされる動画の仕事から新人育成に必要なとされる動画の仕事を確認することが可能だが、下請の作画スタジオなどでは新人育成に必要な十分な動画の仕事を確認できないという問題も存在する。この他、下請の小規模な制作会社に比べて大手元請の制作会社の中には経済的に安定し、制作部門を牽引する優秀なクリエイターやベテランのクリエイターが

---

率の高い工程からの収益移譲が必要だと指摘している。グロス請け制作会社Ⅱもこのケースに当てはまる(半澤, 2013 30-31 ページ)。

集まっており、人材育成への投資や教育環境の整備、優れたOJTの機会提供が可能になっているという面がある。

このため元請制作会社やグロス請け制作会社のなかでも人材育成に力を入れている制作会社に所属するかどうかで、新人および初期段階のアニメーターが得られる教育やOJTの機会、経済的な支援の面で格差が形成されているといえる。もともとアニメーターの労働市場では、小規模な下請制作会社から制作部門を牽引するようなトップアニメーターが何人も輩出されてきたことも事実だが、近年の厳しい制作予算とスケジュールのもと制作本数の増加、動画の海外アウトソーシング化、製作委員会方式の普及に伴う制作会社の下請化という状況においては、作画スタジオなど小規模な制作会社はますます人材育成に必要な十分な作画の仕事と経済的基盤を維持することが難しくなっている。動画の海外アウトソーシングが進み、動画の仕事が国内の作画スタジオなど下請の制作会社に十分に行き渡らない状況においては、しっかりとした経済的基盤と教育方針を有する制作会社とそれ以外の制作会社における人材育成における格差は大きくなる。

#### 5.2.6 まとめ

本章では、ヒアリング調査を中心とする定性調査の結果をもとにアニメーターの労働市場、キャリアプロセス、人材育成について以下のように考察した。

- ・アニメーターの労働市場が芸術家・クリエイターの労働市場が有する特長が観察されるが、単価が低く、ロイヤリティ収入もないため、全体として収入が抑制され、技能についての評価・評判における格差に対して経済的な格差の広がり小さい。

- ・日本においてフリーランスの芸術家・クリエイターに対する労働政策・社会保障政策は整備されていない。映像産業の中でもアニメーターの労働市場では一部の中核労働者を除いて兼業が難しい。結果として労働市場における不確実性に由来する不確実な将来、失業リスク、不安定な収入への対応策が少なくなる。作画部門における海外へのアウトソーシングの主流化とともにこうした理由から、フリーランスのアニメーターがワーキングプア化してしまう傾向が強い。

- ・労働市場が中核労働市場と周縁労働市場に分離し、周縁労働者の労働については低い経済的報酬と高い心理的報酬が混在する。またアニメ産業では厳しい予算やスケジュールの制約から制作プロジェクトにおいて多くの周縁労働者を



組み込みんでいる。

こうした要因によってアニメーターの労働市場は低収入のフリーランスの周縁労働者層を内包している。現状として周縁労働者についての労働条件の整備・契約関係については進んでいないことから、アニメ産業の発展・流通ビジネスの促進とともに制作部門内部の労働市場が拡大・活性化するが、同時にフリーランスの周縁労働者の層が広がり、中核労働市場と周縁労働市場の二極化が進む危険性が存在する。

また、アニメーターの労働実態は業界内でも長らく問題視されてきたがこれまでの組合など業界団体の未発達という要因もあり、アニメーターの労働条件改善や人材育成について意欲的な制作会社が重要な役割を果たしている。制作会社の中でも人材育成や労働条件の問題に積極的に取り組む会社とそうではない会社に所属しているかでアニメーター間において大きな格差が形成され、こうした違いがアニメーターの労働市場に対して決定的な影響を与え、アニメーターの人材育成・キャリアプロセスにも大きく関連している。

次節では、2000年代以降のコンテンツ産業政策において経済産業省と文化庁によって進められてきたアニメーターの人材育成事業の取り組みと労働市場の関係について考察したい。



### 5-3. アニメーターの人材育成事業について

#### 5.3.1 はじめに

前節では欧米における芸術家・クリエイターの労働市場を扱った研究蓄積の知見・考察をベースに、日本のアニメ産業におけるアニメーターの労働市場に焦点をあて考察してきた。本節では、日本のコンテンツ産業・創造産業政策においてアニメーターの人材育成が政策対象としてどのように扱われ、政策展開してきたかについて焦点を当て、現在までの経緯を整理する。そのうえでアニメーターの労働市場と政策の関係および問題点について考察することを目的とする。

日本におけるアニメ産業への政策の歴史はそれほど長くはない。1990年代以降アニメ産業では制作本数が倍増し、コンテンツ流通市場が拡大していく中で、一部の優れた作品群が国際的にも高い評価を集めてきた。2000年代以降のコンテンツ産業・創造産業政策への関心の高まりとともにアニメ産業は政策領域として新たに注目を集めるようになった。アニメーターの人材育成についても、アニメブームおよび創造産業政策の潮流以前は特に重要な政策テーマとして取り上げられてこなかったといっていだろう。もともと日本の文化庁における文化政策は1980年代の文化政策推進会議、文化振興マスタープランなどを経て政策の整備が進められてきたが、アニメーションの領域を含む政策としては1997年からメディア芸術支援が開始された<sup>82</sup>。その後、2001年に制定された文化芸術振興基本法の9条においては、メディア芸術の振興について「国は、映画、漫画、アニメーション及びコンピュータその他の芸術（次条に規定するメディア芸術を除く。）の振興を図るため、メディア芸術の製作、上映などへの支援その他の必要な施策を講ずるものとする」として、アニメーション領域の支援についても明確に規定されている。とはいえ、文化庁のメディア芸術振興はメディア芸術祭を中心とするメディア芸術の創造・発信とメディア芸術の人材育成からなり、映画振興の枠組みの中でアニメーション映画への製作費補助はあったにせよ、アニメーション領域への政策はあくまでメディア芸術支援の一環として扱われ、特に商業アニメーション領域のアニメ産業が取り上げられることはなかった。しかしながら、2010年度より文化庁は多様な領域を含むメディア芸術の人材育成の中でも、アートアニメーションではなく商業アニメーシ

<sup>82</sup> 1997年、文化政策推進会議マルチメディア映像・音響芸術懇談会による「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について」において、アニメーションを含むメディア芸術振興の施策について提言されている。文化庁（1999, 437-439ページ）、小林真理（2004, 208-214ページ）参照。

ョンのアニメーターに焦点を当てた「若手アニメーター育成支援事業」を立ち上げ、2億1450万円の予算を投じたのである。

この文化庁によるアニメーター育成支援では、アニメ産業における若いアニメーターの労働状況と人事育成の状況を問題視してその改善を目的としている。もともと文化政策においては文化遺産の保護、芸術団体への補助、博物館・劇場など公的文化施設の運営など、西洋のハイアートや日本の伝統芸術の領域が政策対象として重要視されてきた。その政策の目的は、市場で成立することのできない優れた芸術・文化を保護・育成という面が強かったが、今回のアニメ産業におけるアニメーターの人材育成支援は、映画の興行、DVD販売、動画配信事業、ライセンスビジネスなどを含むメディアミックスという手法によって巨大な流通市場を形成しているアニメ産業において、芸術・文化支援というより産業政策としての観点から文化庁が人材育成政策を担当している。毎年内閣府によって策定される知的財産推進戦略においても文部科学省による若手クリエイターの育成という役割が明記されている（知的財産戦略本部、2011、(工程表) 52 ページ)。メディア芸術の他の分野への政策が特に整えられない中、アニメーションの中でも市場で成立しにくいアートアニメーションなどの領域への支援ではなく、巨大な市場を形成するアニメ産業に焦点を当て、中でも特にアニメーターに絞って独自の予算を計上し、踏み込んだ人材育成事業が展開されている点は興味深い。

ところで、このアニメーターの人材育成事業は文化庁の政策として唐突に表れたという印象を受けるが、もともと文化庁の文化政策としてではなく、2009年まで経済産業省の政策の一環として行われてきた委託事業および政策提言を引き継ぐ形で人材育成事業が展開されてきたという経緯がある<sup>83</sup>。本節ではまず文化庁による人材育成事業の前身として2006年度から2009年度まで進められてきた経済産業省が日本動画協会に委託したアニメ産業コア人材発掘・育成事業に焦点を当て、人材育成事業の取組、調査研究・政策提言について要約する。次に2010年度から現在まで継続される文化庁のアニメーター育成事業

(PROJECTA、アニメミライ、あにめたまご) について、政策の背景・事業の概要を整理する。そしてアニメーターの労働市場についてこれまでの考察を踏まえ、アニメーターの労働市場と人材育成事業との関係および問題点について考察する<sup>84</sup>。

---

<sup>83</sup> 2009年度までの知的財産推進戦略においてはクリエイターの育成は経済産業省の担当領域とされていた（知的財産戦略本部、2009、54 ページ）。

<sup>84</sup> なお本節では特に取り上げないが、国の事業とは別に、東京都杉並区でも独自に人材育成事業として2002年より、「杉並アニメ匠塾」を展開し、一定の成果を上げてきた。しかし、選挙によって杉並区長が代わったのち、2010年度に事業仕分けによって、廃止されている。杉並区（2011）参照。

### 5.3.2 経済産業省によるアニメーター育成事業

2010 年度以降、文化庁がアニメーター育成支援事業に取り組んでいるが、その前身として経済産業省による委託事業「アニメ産業コア人材発掘・育成事業」が存在し、経済産業省から事業委託された日本動画協会がアニメーターの育成の問題について取り組んできた。日本動画協会による事業としては 2006 年～2008 年までの 3 年間、アニメーターとしての経験を有していない学生などを対象として一律の技能検定試験で参加者を選別し、合格者に講座など OFFJT の提供し、さらに参加者を選別した後制作会社へインターンとして派遣し経験を積むという人材育成事業が行われた。この事業では制作会社へのインターン参加者の中から数名がアニメ制作会社へ就職するなど一定の成果を挙げつつも、最終的に検定制度は本格的には導入されなかった<sup>85</sup>。なお、この事業の 2006 年における制作会社インターンシップ受け入れ結果(表 14)、2006 年から 2008 年までの実施結果(表 15)については以下の通り。

---

<sup>85</sup> 日本動画協会へのヒアリング調査によれば、動画協会においてもどこまで動画マンの育成に関わるのか、一律の教育システムを提供すべきかについては意見が分かれているという。また一律の教育システムや資格についても、制作会社の規模や立場（元請、グロス請、作画スタジオなど）によって基準を導入するメリット・必要性も大きく異なるという。本事業のような基本技能値基準の共有・活用については、クリエイティブな要素も含め最終的にどのような一律の基準でアニメーターの能力を測って数値化するのかについては意見が分かれ、最終的には実現していないという経緯がある。

この点アウトソーシングに伴う国内の動画の仕事の減少の影響については制作会社によって異なる。元請・グロス請けの制作会社であれば、自社制作作品など、必要な動画を調整・確保できる。しかし下請制作会社、特に作画専門スタジオなどは、動画の海外アウトソーシングの影響を直接受けている。人材育成において大きな問題が生じているのは、このような下請の作画スタジオなどであり、こうした下請制作会社にとっては評価基準・教育カリキュラムの導入によるメリットは大きい。実際今回の調査でもアニメーター作画スタジオの代表 M 氏へのヒアリング調査から「下請作画スタジオでは動画の仕事が少なく、OJT で新人アニメーターの人材育成ができないため、個人で塾を開き、育成を行っている」という説明を得た。

表 12 2006 年における制作会社インターンシップ受け入れ結果

受け入れ企業	性別	年齢	職業
オー・エル・エム	男	20	4 年制大学芸術専門学群
	男	24	無職
ゴンゾ	女	23	無職
	男	24	無職
手塚プロダクション	女	23	専門学校アニメ科
テレコム・アニメーション	女	20	専門学校アニメ研究科
東映アニメーション	女	18	専門学校アニメ科
	男	20	4 年制大学芸術専門学群
トムス・エンタテインメント	女	25	専門学校アニメ研究科
ぴえろ	女	20	美術大学デザイン科
	女	20	専門学校芸術専門課程総合アニメ科

出典：日本動画協会（2007）『「アニメ産業コア人材発掘・育成事業」報告書 平成 18 年度』6 ページ，より筆者作成。

表 13 2006 年から 2008 年までの実施結果

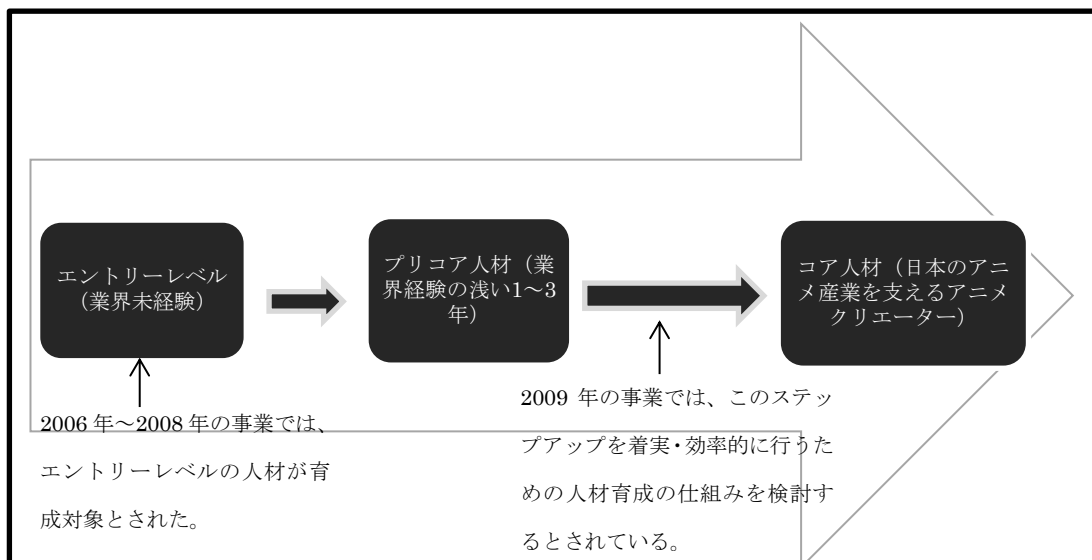
	2006 年		2007 年		2008 年	
	申込者	合格者	申込者	合格者	申込者	合格者
1 次試験	147 名	42 名	210 名	65 名	465 名	89 名
2 次試験	42 名	17 名	65 名	49 名	89 名	31 名
3 次試験	—	—	—	—	31 名	16 名
指導講座受講者	15 名	13 名	19 名	19 名	16 名	13 名
インターンシップ	11 名	11 名	19 名	18 名	13 名	13 名
採用	4 名		3 名		8 名	

出典：日本動画協会（2010）『アニメ産業コア人材育成事業報告書：平成 21 年度アジアコンテンツ人材ネットワーク構築事業』14 ページ，より筆者作成。

翌 2009 年の経済産業省による委託事業において、日本動画協会はアニメーション制作会社へのヒアリング調査、アンケート調査など体系的な調査を行い、制作会社における人材育成の状況を分析し、新たなアニメ産業に有効な人材育成事業のモデルについて提言を行っている。この調査研究では、各制作会社の雇用状況や人材育成についての取り組みについて整理分析し、アニメ産業における新たな人材育成事業のモデルとして、2006 年～2008 年までの事業で対象としてきた学生、エントリーレベルの新人ではなく、一定の経験を有する若手

原画に対象としている(図 11 参照)。

図 11 人材育成のモデル



出典：日本動画協会（2010）『アニメ産業コア人材育成事業報告書：平成 21 年度アジアコンテンツ人材ネットワーク構築事業』15 ページ，より筆者作成。

そして中堅以上の元請制作会社による制作プロジェクトを通じての OJT の機会提供を含む以下のシステムを提案する（日本動画協会, 2010, 204 ページ）

- ・キャリアパスの整理（アニメクリエイター共通キャリアパス）
- ・スキル標準の策定（アニメクリエイタースキル標準）
- ・OJT の推進（OJT 計画書策定、アニメトレーナーの設定）
- ・Off-JT の推進（アニメ版研修講座）
- ・自己啓発の推進（アニメクリエイター初歩能力診断表）

このような具体的な人材育成事業案を提案しつつも、日本動画協会による人材育成事業は 2009 年度における本研究事業を持って終了する。2010 年度からはアニメーター育成支援事業の担当省庁は経済産業省から文化庁へと移っていく。事業を受託する団体もアニメ産業の制作部門における比較的規模の大きい元請制作会社が多い団体である日本動画協会から、競争入札制度によってフリーランスを含むアニメーター、演出・監督の団体である JAniCA が事業運営することとなる（2014 年以降は競争入札によって日本動画協会が事業運営している）<sup>86</sup>。なおここで提案されているシステムの中で、実際に文化庁の若手アニメ

<sup>86</sup>経済産業省の担当者によれば、アニメーターなど制作現場のクリエイターへの支援は、経

ーター育成事業で行われているのは、主に OJT とそれに関連する Off-JT のみとなっている。

### 5.3.3 文化庁による若手アニメーター等人材育成事業の取り組みについて

#### (1) 背景

経済産業省のコア人材育成事業を受けて、文化庁では、平成 22 年度（2010 年）よりメディア芸術振興の一環としてアニメーター支援事業は行われるようになる。

近年アニメブームと言われ、2000 年代以降 TV アニメの制作本数が急増する中、それまであまり注目されてこなかったアニメーターの過酷な労働環境について言及されるようになる。2005 年に芸団協がアニメーターの労働環境を調査し、その実態が初めて明らかにされた（日本芸能実演家団体協議会 2005）。その他、独立行政法人労働政策研究・研修機構による調査（労働政策研究・研修機構 2005）や、幾つかの研究によってアニメーターの労働環境についての調査が行われてきたが、2009 年に JAniCA により大規模なサンプル数を有するより体系的な調査（日本アニメーター・演出協会 2012、2015）が行われ、前述した日本動画協会による調査研究（日本動画協会 2010）によってアニメーターの労働状況についても全体像が明らかにされつつある。これらの調査結果が示しているのは、若いアニメーターの低収入、極めて高い離職率、フリーランスなど不安定な契約条件などの過酷な労働状況である。

このような調査結果を受けて、文化庁では制作費の低下、海外へのアウトソーシング<sup>87</sup>などアニメ産業の構造的な要因によって悪化する若いアニメーターの労働状況に対し人材育成の必要性を認識し、メディア芸術振興の一環として 2010 年度より 2 億 1450 万円の予算を投じて、アニメ産業の人材育成プロジェクトに取り組み始めている。このプロジェクトでは文化庁が直接企画・運営するのではなく、事業に適した団体の採用のため競争入札という形で事業者を募集している<sup>88</sup>。その中から 2010 年度～2013 年度は JAniCA、2014 年度～2015 年度は日本動画協会が選定されている。文化庁はこのプロジェクトにおいて監督的な立場にあり、プロジェクトの実際的な企画・運営は受託団体が担当して

---

経済産業省よりも文化庁の政策領域にもなる。またこの事業は文化庁のメディア芸術支援政策と同領域となり、経済産業省が担当すると予算の重複という問題が生じる。これを避けるため、アニメーター人材育成事業は文化庁のメディア芸術支援政策として統合されたと説明される（電話での質問 2013 年 3 月 14 日）。

<sup>87</sup> 半澤は、日本のアニメ産業における海外への外注そのものは 1970 年代から存在していたが、その後国内での制作本数の増加による供給能力の不足、海外の制作会社の作画能力の著しい向上などの理由から海外依存率が高まってきたと説明する（半澤 2005）。

<sup>88</sup> 応募団体は 2010 年度 3 団体、2011 年度 3 団体、2012 年度 1 団体となっている。（文化庁へのヒアリング調査 2012 年 7 月 3 日）



いる。

## (2) JAniCA：若手アニメーター育成プロジェクト<sup>89</sup>

2010 年度～2013 年度まで文化庁から事業を受託してきた JAniCA は、制作本数の増加、制作現場の経済的疲弊、デジタル化に伴うスケジュールの悪化などから、アニメーション制作プロセスにおいて **On the job training** (以下 OJT)<sup>90</sup>が十分に機能しなくなったと説明し、このプロジェクトでは人材育成における効果的な OJT を再び機能させることを重視している。文化庁から得た予算の枠組みの中で制作現場に人的、経済的、時間的余裕を与え、アニメ作品を制作する過程で有望な若手アニメーターが第一線で活躍する先輩アニメーター、監督、作画監督などから指導を受けられるように配慮し、一緒に作品を制作することを通じて人材育成を行うという手法をとっている。人材育成の中心的な対象となるのは中堅以上の原画マンの成長が見込まれる若手アニメーターであるが、一般的なアニメ産業におけるアニメーション制作と同様の制作体制を組織し、その制作プロセスの中で OJT が行われるため、直接の教育対象なる若手原画アニメーター以外にも、監督や作画監督始め多くのスタッフが制作に関わっている。

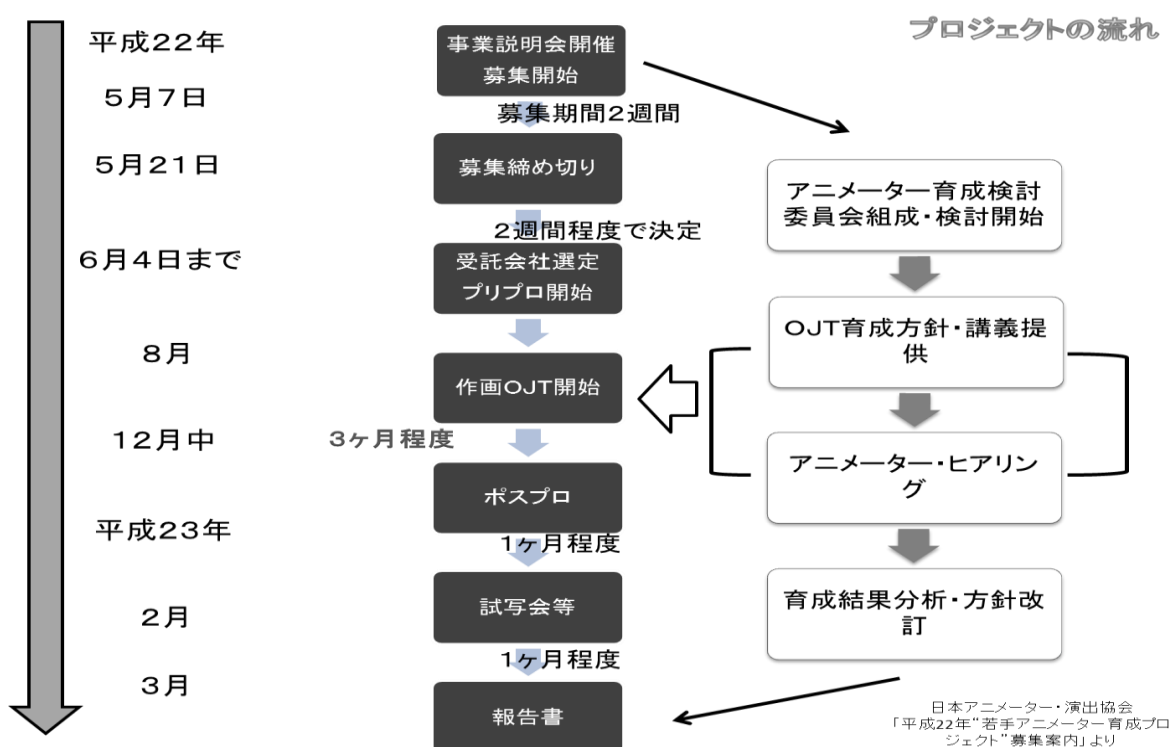
このプロジェクトにおいて JAniCA は人材育成事業に参加する制作会社 4 社を公募によって選定し、文化庁の予算に基づき各社に 3800 万円の制作予算を提供する。各制作会社は割り当てられた予算を基に 23 分程度のオリジナル短編アニメーション作品（計 4 作品）を制作するとしている。一般的な TV アニメ(30 分)の予算は、1 話あたり、1000 万円～1500 万円、TV スペシャルアニメ(60～90 分)の予算は 2000～3000 万円とされ、このプロジェクトにおける予算は指導・教育料を含めてもかなり潤沢な予算となっている。育成対象となる若手アニメーターについては選定された各社から要件を満たした若手原画マンがプロジェクトに参加することになっており、人材育成・OJT はこれら各社の制作現場で行われることになる。人材育成・OJT について JAniCA は基本方針を示すが、制作する作品のタイプも異なるため各制作会社でそれぞれ重点の置き方・手法の異なる人材育成が行われることになる。またプロジェクトに参加する人

<sup>89</sup> 日本アニメーター・演出協会(2010, 2011, 2012a, 2012b, 2013)参照。

<sup>90</sup> オンザジョブトレーニング (OJT) というが、アニメ産業の制作現場では、特に意識されているわけではない。ヒアリング調査をまとめた前節で説明したように、アニメーターは制作プロジェクトでの経験を通じて、自分自身の技能を磨いていくのが一般的である。ここでは OJT とは特に制作会社のスタジオで先輩原画マン、作画監督、監督などと一緒に仕事して、濃密な経験を積むことで高い教育効果を上げることを目指す。近年ではフリーランスのアニメーターが自宅で作業することも増え、制作会社内のスタジオで先輩原画マン、作画監督、監督などと一緒に仕事をする機会も減った。このため若手アニメーターが制作プロセスから十分に学び吸収する機会が得られなくなっているという。

数も各社で異なる。このプロジェクトの期間は、5月の募集開始から、6月の制作会社選定・プリプロ開始、8月の作画OJT開始、12月のホスプロ、2月の試写会など、3月の報告書作成までの11ヶ月間である(図12参照)。実質若手アニメーターがOJTを兼ねて制作に参加する期間は3ヶ月間ぐらいである。またこのプロジェクトでは、OJTに先立ちOff-JTでの全体講座とグループディスカッション、制作別チーム講座、合宿などを開催している。

図12 プロジェクトの流れ



出典 日本アニメーター・演出協会 (2010)「平成 22 年“若手アニメーター育成プロジェクト”募集案内」(添付資料 2) 1 ページ, より筆者作成

・「アニメミライ 2014」からの変更点について

このプロジェクトが育成対象とする若手アニメーターの定義については「アニメミライ 2013」までは、下の 2 類型とされる。

第 1 類型：①原画職 6 か月から 3 年程度、かつ、②応募時 30 歳以下であり、育成の効果を期待することのできるアニメーター

第 2 類型：①原画職経験が 6 か月に満たないが、②このプロジェクトにおいて当該アニメーターの育成を担当する作画監督が、育成を強く希望するものであり、かつ、③応募時 27 歳以下であるアニメーター

この点、第2類型についてはこのプロジェクトの育成目的に見合うレベルに至らないとして、「アニメミライ 2014」からは定義を以下のように変更した。

- ① 動画職または原画職として1年以上の作画経験を有し、かつ、②そのうち原画職として3年6ヶ月以内程度の経験を有しており、かつ、③応募時において29歳以内であること。

また、「アニメミライ 2013」までこのプロジェクトにおいては、参加制作会社に所属しているアニメーターしか参加していなかったことを受けて、「アニメミライ 2014」から参加制作会社に所属していないフリーランスや他の制作会社に所属しているアニメーターもプロジェクトに参加できる旨を明確化し、団体推薦（参加制作会社以外の制作会社による所属アニメーターの推薦システム）を導入するとしている。

2010年度から2013年度までに参加した制作会社、作品名、若手アニメーター数については以下のとおり。

2010年度[PROJECT A 平成22年度若手アニメーター育成プロジェクト]  
企画応募16社から4社を選定

制作会社名	作品名	参加した若手原画の人数
株式会社アセンション	キズナ一撃	6名
株式会社テレコム・アニメーションフィルム	おぢいさんのランプ	6名
株式会社ピーエーワークス	万能野菜 ニンニンマン	12名
株式会社プロダクション・アイジー	たんすわらし。	9名

2011 年度[アニメミライ 2012 平成 23 年度若手アニメーター育成プロジェクト]

企画応募 11 社から 4 社を選定

制作会社	作品名	参加した若手原画の人数
株式会社テレコム・アニメーションフィルム	BUTA	5 名
株式会社白組	しらんぷり	6 名
株式会社プロダクション・アイジー	わすれなぐも	6 名
株式会社アンサー・スタジオ	ぶかぶかジュジュ	5 名

2012 年度[アニメミライ 2013 平成 24 年度若手アニメーター育成プロジェクト]

企画応募 18 社から 4 社を選定

制作会社	作品名	参加した若手原画の人数
株式会社ゴンゾ	龍—RYO—	6 名
株式会社トリガー	リトル・ウィッチ・アカデミー	5 名
有限会社 Z E X C S	アルヴ・レズル	6 名
株式会社マッドハウス	デスビリヤード	7 名

2013 年度[アニメミライ 2014 平成 25 年度若手アニメーター育成プロジェクト]現在進行中のプロジェクト

企画応募 15 社 17 企画から 4 社を選定

制作会社	作品名	参加した若手原画の人数（未定）
株式会社ウルトラスーパーピクチャーズ	アルモニ	
株式会社 A-1 Pictures	大きい一年生と小さな二年生	
シンエイ動画株式会社	パロルと未来島（仮）	
株式会社スタジオよんどしい	カゼノソラシタ（仮）	

このプロジェクトは 2010 年度から 2015 年度まで継続中である。文化庁はこのプロジェクトについて単年制とし、今後も継続するかどうかは未定としている。このプロジェクトに参加したクリエイターの単価および、総収入については、以下のとおりである。（表 16、表 17 参照）

表 16 若手アニメーター育成プロジェクトに参加した作画部門のスタッフの単価および総額

育成対象職種	人数	備考	作画9～12月	380c/11,000 枚
監督	1	企画開発(企画・脚本・絵コンテ)	80万円	¥800,000
キャラデザイン	1	キャラクター設定	80万円	¥800,000
監督	1	40万円×6ヶ月	総額契約	¥2,400,000
作画監督	1	60万円×4ヶ月	総額契約	¥2,400,000
作画監督補佐	1	40万円×4ヶ月	総額契約	¥1,600,000
原画	6～12	380カット×2万円	1カット 2万円	¥7,600,000
動画検査	1	管理費込み	総額契約	¥750,000
動画	33	300枚×33人＝ 11000枚	600円× 11,000枚	¥6,600,000
作画予備費		出張費、超過枚数分等		¥450,000
			作画部分総額	¥23,400,000
			総制作費	¥38,000,000
			残額	14,600,000

出典：日本アニメーター・演出協会（2011a）「文化庁委託事業平成 22 年若手アニメーター等人材育成事業“若手アニメーター育成プロジェクト”報告書」（添付資料 2）15 ページ，より筆者作成。

表 17 若手アニメーター育成プロジェクトに参加した作画部門のスタッフの単価および、総額

育成対象職種	人数	備考	1ヶ月当たりの収入	総額
作画監督	1	作監料30万円＋ 原画指導料30万円	60万円	¥2,400,000
作画監督補佐	1	作監料20万円＋ 原画指導料20万円	40万円	¥1,600,000
原画中堅	3	25000円× 12カット～22カット	30～55万円	¥4,300,000
若手原画	5	15000円× 10カット～17カット	15～25万円	¥3,300,000
動画	33		12～18万円	¥6,600,000

出典：日本アニメーター・演出協会（2011a）「文化庁委託事業平成 22 年若手アニメーター等人材育成事業“若手アニメーター育成プロジェクト”報告書」（添付資料 2）15 ページ，より筆者作成。

このプロジェクトにおいては、育成の対象となっている若手原画の報酬が高い。高報酬の理由として若手原画の収入は100万未満～200万代のため、収入支援としての側面もある。育成対象以外にも単価・報酬が高額になっていることがわかる。このような報酬についてJAniCAでは、作画監督・作画監督補については人材育成・指導報酬料も含むとしている。人材育成プロジェクトに参加している監督は、現場でも第一線クラスといわれるため、このプロジェクト報酬よりも高報酬を得ているケースもあるが、平均的な監督の収入と比較した場合、このプロジェクト報酬が高額となる。このような報酬について、参加したクリエイター中では肯定的な意見が多いが、一線で活躍する監督は十分な収入を得ているため、この事業から高い報酬を得る必要はないのではないかとといった否定的な意見も存在する。

#### 5.3.4 アニメーターの労働市場と人材育成支援政策の関係および問題点について

##### (1) 担当省庁の推移について

アニメーターの人材育成事業において制作担当省庁が経済産業省から、文化庁へと移行していったことは興味深い。コンテンツ産業・創造産業政策においては、芸術家・クリエイターの育成という文化的領域と、流通ビジネスの促進という経済的領域を含んでおり、それぞれ政策領域が重複するという問題を孕んでいる。第2章で論じたように日本において、イギリスのメディア・文化・スポーツ省（DCMS）のように創造産業政策の担当省庁が1つに統合されなかったため、政策担当領域が明確に規定されず、それぞれの省庁の政策が相互に関連しているという複雑な状況を生み出しやすいとも言える。創造産業・コンテンツ産業領域の政策においては文化的な領域と経済的な領域は不可分といえ、この点、アニメーションの制作現場と流通ビジネスというように明確に区別できるものではなく、制作現場においてもアニメーターなど芸術家・クリエイターの労働市場が形成され、クリエイター間の厳しい競争が存在する。同時に、コンテンツ流通の促進は単に経済的な利益を生み出すだけではなく、社会における文化の形成・変容に非常に大きな影響を与えている。そのため、創造産業・コンテンツ産業領域への政策において、政策を明確に文化的領域と経済的領域と区分することは不可能である。

アニメーターの人材育成事業の担当省庁は経済産業省から文化庁へと移ってきたが、2013年の時点で文化庁はその他の分野のクリエイターについて特に重点的な支援を展開していない。メディア芸術支援の領域である漫画やゲームな

どの分野のクリエイターの支援は、産業政策としての面を含んで文化庁として人材育成など独自の政策が形成されてはいない。このような状況の中で、実際にはコンテンツ産業のクリエイター育成については文化庁が担当し、ビジネス面の支援は経済産業省が担当するというように明確には区別・規定されず、それぞれの経緯の中で省庁間において調整されており、このような性格が芸術家・クリエイターへの人材育成政策の展開を把握することを困難していると思われる。また文化的側面と経済的側面が複雑に結びついている領域に対して、政策担当省庁が統合されていないという状態は、政策の立案・実行の面で非効率であり、各領域により踏み込んだ政策を継続的に展開するための障害となっているといえるだろう。アニメーターの人材育成については、経済産業省から文化庁へと統合されていったが、当初経済産業省のもと、日本動画協会がまとめた人材育成モデルと、文化庁から日本アニメーター・演出協会（JAniCA）が受託したアニメミライプロジェクトの内容は、ほぼ同一線上にあるといえ、現在日本アニメーター・演出協会 JAniCA が運営している事業は日本動画協会のシステム提案がもとになっているといっておくべきだろう。しかしながら、日本動画協会が提案したシステムのうち、大手制作会社による OJT 以外は実行に移されておらず、特に下請・作画スタジオなどに所属する若手アニメーター育成支援含め、不十分な状態にあるといえる。

## （2） 日本動画協会アニメーター育成事業

この事業はアニメーターの技能の評価について一律の基準のもと、数値化を試み、その教育プログラム・試験を導入することによって、新人アニメーター手法を確立するというものである。この事業の意欲的な点は、アニメーターの技能について一律の基準を設けて教育カリキュラムを組み、試験を行うことで基礎的な動画レベルの技能の測定を試みている点にある。近年海外へのアウトソーシングにより動画の仕事は減少しており、アニメーターの人材育成においても大きな問題となっている。作画スタジオなどでは新規参入者に対する人材育成を行わず、動画マンでの十分な経験を経ず、原画マンからアニメーターとしてキャリアをスタートするケースも存在する。このような状況に対処するため、この事業では制作部門で動画工程が担っていた人材育成・トレーニング的役割をこのような事業が代替することが可能かどうかを検証し、可能であればこのシステムの普及を目的としていた。この事業においては参入段階での人材育成と審査の機会を設けることによって新規参入希望者を一律の試験で篩いにかける。プロジェクトベースにおける人材育成の負担軽減、労働市場における過剰供給の抑制という機能を持つが、一方で一律の試験によって適切に新規参入者を審査することは難しい。また事業運営においては、教育プログラムや審

査に必要な試験や審査員の準備など大規模な予算が必要ともなる。

制作会社などへのヒアリング調査からは、アニメーターが実際に有望かどうかについては制作現場でしか判断できないという意見が多く、制作会社において動画の段階から作画監督・動画チェック・先輩原画マンなどの指導のもと人材育成が行われているケースが多い。そのため人材育成の仕組みが整っている会社では、わざわざ予算を投じてこのようなシステムを構築する必要は少ない。しかし下請・作画スタジオなど、経営基盤が弱く、海外アウトソーシングの影響を直接的に請けている会社では、十分な人材育成の仕組みを整えられないため、このようなシステムについても一定の有効性がみられるだろう。またこのような技能検定基準に基づく評価をもって、フリーランスなどアニメーターの技能アピールが可能になるとしているが、制作部門では一律試験の評価よりプロジェクトベースでの成果の積み重ねによって形成される評価・評判のほうがアニメーターの能力判断基準として信頼度が高いとされるため、あくまで補完的な基準として機能するに留まるだろう。

### (3) 現在行われている文化庁による若手アニメーター等人材育成事業について

文化政策においてアニメ産業が政策対象として扱われてきたことはこれまでなかったことであり、今回文化庁がアニメーターの労働の問題に注目し、人材育成という形で政策を展開し始めたことは興味深い。この事業は単年制のプロジェクトのため、今後文化庁がこの事業を継続するかは不明確な状況である。ここではこの事業とアニメーターの労働市場の関係・問題点について言及していきたい。

#### ① 人材育成事業へのフリーランスアニメーターの参加

この事業の背景として若いアニメーターの低収入やフリーランスなど不安定な就労形態が挙げられていた。しかし、2010年～2012年度まで大手制作会社を中心にこの事業に参加し、これらの制作会社に所属する若手アニメーターが選ばれ人材育成の機会を与えられるという形になっており、若手アニメーター個人については参加できない仕組みになっていた。この点、この事業に参加している大手制作会社に所属する若手アニメーターは比較的待遇の面でも支援が整っていると思われ、なかには固定給制の制作会社に所属するアニメーターも参加している。元請制作会社であれば人材育成システムについても比較的充実し、仕事もグロス請けや専門スタジオなど下請に比べれば、確保しやすい立場にある。また、このような事業に参加している制作会社は比較的人材育成に対する問題意識も高いと思われるため、所属アニメーターがこの事業に参加す



る必要性は相対的に低いといえる。逆に経験が不足しているフリーランスや、人材育成に熱心ではない制作会社に所属するアニメーター、下請・作画スタジオなど小規模の制作会社に所属している若手アニメーターはこの事業には参加できず、仕事の獲得、待遇、人材育成・教育などの面で厳しい境遇にある若手アニメーターへの救済策である人材育成事業として本来優先されるべき対象が人材育成事業に参加できないという根本的な課題が残っていた。

このような状況に対してアニメミライ 2014 において、JAniCA は事業参加会社の選定基準を変更し、固定給等待遇、人材育成が比較的充実している制作会社の参加を排除するよう規定する。3 年間に同一会社が 2 回以上選出されないように規定する。参加制作会社所属以外のアニメーターが事業に参加できるシステムを導入するなど、制度の改善を図っている。この事業の趣旨からすれば、より多様な制作会社が事業に参加できるように配慮したこと、また、厳しい労働環境にあり、人材育成のシステムも整っていない下請の制作会社やフリーランスのアニメーターが事業に参加できるように制度を改善したと指摘できる。こうした変更がどれほどの効果があるのかはまだわからないが、今後も立場がより不安定で教育や OJT の機会を必要とするフリーランスのアニメーターにとって公平で、透明性の高い制度設計および運営が課題となるだろう。

## ② アニメーターの人材育成事業の効果について

Smith and Mckinlay(2010)は、創造産業における創造的労働者の中でも映画やテレビなど技術労働者について短いサイクルでのプロジェクトチームで効率的に仕事をするため、技術的・美学的な共通領域で仕事をするために技術的なバックグラウンドを共有していると説明する(Smith and Mckinlay, 2010, pp32-33, p46)。この共通の技術的基盤は、制作部門内部のフリーランスの競争の基礎的な土台となるため、これを維持し発展させることはテレビや映画など映像産業の制作部門にとって不可欠である。日本のアニメ産業でもフリーランスのアニメーターはプロジェクトでの経験を通じて共通の技術的基盤を習得していく。しかしアニメ産業が成長する一方で周縁労働市場におけるアニメーターの労働条件の悪化、海外へのアウトソーシング化が進み、制作部門内部で共通の技術的基盤を十分に維持することが困難になった。文化庁による人材育成事業は制作部門内におけるフリーランスの競争の土台となる共通の技術的基盤の補強を試みるものである。この事業は、周縁労働市場でフリーランスとして活動し、収入が低く不安定であり、制作会社で十分に人材育成の機会が得られないアニメーターへの人材育成の機会提供し、人材育成における格差の是正と割高の単価設定による参加アニメーターへの一定の収入補助としては有意義であるといえる。

また、大手制作会社で正規雇用されるなど比較的恵まれている若手アニメーターではなく、より厳しい状況のフリーランスのアニメーターに人材育成の機会を提供することで、人材育成の機会提供の格差に対して一定の是正を図るという意味でもこの事業は重要である。現在、大手元請やグロス請けの制作会社、比較的な小規模な会社であつても人材育成に積極的な会社では、アニメーターの待遇や、人材育成のシステムを整備に努力しているが、そうした方針を持たない会社や、小規模の作画スタジオなどでは十分な人材育成の機会を提供することは難しい。こうした状況は人材育成やキャリアアップの機会、収入など経済状況に大きな格差を生み出しており、各制作会社の取組だけでは解決できない。

前節での考察では、フリーランスのアニメーターは一部の中核労働者以外は兼業が難しく、労働市場における不確実性への対応策が少ないことを指摘した。そのため、制作会社から経済的支援を得られない周縁労働市場におけるフリーランスのアニメーターにとって収入補助は重要である。一般的にアニメーターは新規参入後、制作会社に所属しながらも周縁労働市場のフリーランスとしてキャリアをスタートすることになる。その後プロジェクトベースで経験を積み共通の技術的基盤を習得し、さらに技能を磨くが、動画・原画の単価は低く契約を安定的に得られるとは限らないので収入は安定しない。3章で論じたように、芸術家・クリエイターは不確実な将来、失業リスク、不安定な収入に対して兼業などによって収入の安定化を図る。しかし、日本のアニメ産業におけるアニメーターは、無数のプロジェクトに拘束され不規則な就労を強いられるため、兼業が難しく収入の安定化が図りにくい。こうした問題に対して、人材育成事業のプロジェクト内でも作画部門（特に原画）について高単価を設定し、若手のフリーランスのアニメーターの収入支援として機能している。

91。

### ③ アニメーターの労働市場における不確実性と人材育成政策の関係

前節で考察してきたようにアニメーターの労働市場においては、アニメーターは様々な制作プロジェクトに参加し、経験を積む中で技能を高め、技能についての評価・評判を形成していくことが観察された。そのため、このような人

---

91 後藤・奥山 (2011) はスコットを引用して IICS や SIGGRAPH などの団体を例に挙げ、アメリカの南カルフォルニア、マルチメディア産業におけるフリーランサーなどの人材育成をギルド・ユニオンが担っていることを取り上げ、日本でその機能をどのように形成するのかと問うている（後藤・奥山, 2011, 15-19 ページ）。アニメ産業のケースでは、人材育成の機能は OFF-JT であれば組合や業界団体が担うことができるが、OJT であれば組合や業界団体よりも制作会社为中心的に担っているため、制作会社の機能を活用することが重要だといえるだろう。

人材育成事業の効果は各アニメーターが参加後にどのような制作会社に所属し、どのような制作プロジェクトに参加し、経験を積み、成果を上げていくかと密接にかかわっており、この事業のみを取り上げて客観的に評価すること難しい。むしろ、このような人材育成事業も制作現場における多様な制作プロジェクトの一つとして位置づけられるべきで、各アニメーターはこのような政府の人材育成事業を含めて、不確実性の大きい労働市場で制作の仕事が続けていくことになる。こうした育成事業の効果の測定は難しく、各アニメーターが参加する制作プロジェクトや、所属制作会社などによって大きく人材育成事業の効果は変わってしまう。さらにアニメーターの人材育成事業の評価における問題点として、個々のアニメーターの技能の向上については制作部門内部のコミュニティの中で判断されるため、外形的・客観的な基準で測定できない。文化政策における芸術家育成支援のケースと同様、制作部門におけるクリエイターの人材育成は短期的・直接的な成果につながりにくいため事業の評価は難しく、コンテンツ産業・創造産業政策における人材育成事業としての必要性を主張する根拠が不明確になりやすいという点がある<sup>92</sup>。

また人材育成事業の効果は、制作本数や予算の増減にも大きく影響を受ける。TVアニメ制作本数が増加して安定すれば、アニメーターが制作プロジェクトに参加して経験を積み、活躍する機会も増えるため、人材育成事業の効果も大きくなる。しかし、逆に市場が縮小していく過程では、十分な仕事の機会を得られなくなるなどの要因から事業の効果は半減してしまう。アニメ産業では、流通メディアの変化や流通市場のトレンドが影響し、プロジェクト数・予算額は常に安定しない。また、技術発展に伴う表現上のイノベーションとその組み合わせという挑戦が絶えず、制作プロジェクトに召集されるクリエイターの種類も変化し続ける。前節で考察してきたように、日本では雇用されないフリーランスの芸術家・クリエイターへの労働政策や社会保障政策は整備されず、労働組合も発達してきていない。またアニメ産業では、一部の中核労働者を除いて兼業はあまり観察されない。フリーランスのアニメーターは労働市場における不確実性に由来する失業リスクや不安定な収入に対応する手段を有しておらず、プロジェクト数や予算の増減などから直接的な影響を受けてしまう。近年アニメ産業は2000年代のアニメブームを経て制作本数がいったん落ち着き再び増加傾向にあるが、今後の市場の動向によってアニメーターの人材育成事業の効果も大きく変化するだろう。アニメ産業のように興行や流通市場の動向に

---

<sup>92</sup> こうした指摘は2002年から2010年まで杉並区が取り組んできた人材育成事業である「杉並アニメ匠塾」でも同様に当てはまる。杉並区の人材育成の取組については（労働政策研究・研修機構, 2005）参照。また大橋は「杉並アニメ匠塾」についても事業の参加者がその後アニメーターの職を離職していることを指摘し、人材育成事業の効果を疑問視している（大橋, 2007, 93-94 ページ）。

よって人材育成政策の効果が大きく影響を受ける点は、主に市場では成立しない、あるいは小規模の市場しか有さない文化領域を対象としてきたこれまでの芸術家支援政策では見られなかった点である。これはアニメ産業に限らず、創造産業・コンテンツ産業領域におけるフリーランスの芸術家・クリエイターへの人材育成事業において共通する特徴といえるだろう。アニメ産業のような不確実でリスクの高いビジネスモデルにおける人材育成支援のケースでは文化政策における芸術家支援と異なり、産業政策としての側面が強い。制作部門における人材育成と経済産業省が政策展開しているように興行・流通市場の拡大・ビジネスモデルの開発がセットとして重要な課題となる。

#### ④ フリーランスのアニメーターへの労働政策・社会保障政策上の課題

さらにフリーランスのアニメーターに対する労働保護の仕組みや社会保障制度の整備、組合活動を通じての労使間調整などによる労働条件の改善も重要な課題となる。先行研究 (Dexs et al. 2000, Ursell 2000, Christopherson 2008, 2009, Hesmondalgh and Baker 2010,) によると、テレビや映画など映像産業においてプロデュース・マネジメントサイドは流通市場と労働市場における技能や才能に由来する不確実性をカバーするために制作部門へリスクやコストを移行させていると説明される。現在のアニメ産業では製作委員会を組織し、制作部門に制作予算を投じて流通ビジネスによって投じた資本を回収するモデルが主流化しているが、ここでも制作予算の制約やスケジュール管理、製作委員会による著作権の独占、フリーランス化、プロジェクトベースでの短期契約化、海外へのアウトソーシング化などによってプロジェクトにおけるリスクとコストが制作部門の小規模の制作会社やフリーランスのアニメーターに移行されている。そしてこれらがフリーランスのアニメーターの労働条件の悪化や供給過剰、技能競争の苛烈化、人材育成の機会不足、失業リスクの増大、収入の不安定化、周縁労働者の増加や搾取の要因となっている。しかしながら日本においては、フリーランスへの労働政策・社会保障政策が整備されてこなかった経緯もあり、法的制度、あるいは組合による労使間交渉によって労働条件を改善し、福利厚生を整えてこうしたプロデュースサイドやマネジメントサイドからのリスクやコストの移行に対する抑制機能が存在しなかった。さらに海外アウトソースの主流化の影響もあり、アニメーターの労働実態が悪化し、プロジェクトベースでの OJT を通じて新規参入者に対する十分な人材育成が難しくなった。こうした状況に対して文化庁が予算を投じている現在の人材育成事業のみでは、労働市場におけるフリーランスのアニメーターの地位不安定化の問題を根本的に改善するには至らない。こうした政策は、結局のところ、流通部門の集まりである製作委員会側がビジネスにおける不確実性をコントロールす

るために、制作部門へと移行させたリスクやコストの一部を文化政策によって補っているにすぎない。本質的な問題解決には人材育成事業だけではなく、アニメ産業の不確実でリスクの高いビジネスモデルにおいてフリーランスの就労者に対する公正な社会的リスクの分配や労働条件の整備を行うための労働市場の調整機能や仕組みが重要になる。契約慣習の改善、労使間交渉の発達などアニメ産業内部での取り組みだけでなく労働政策・社会保障政策および、文化政策における制度の整備が必要である。この点については第 6 章で扱う。

#### ⑤ 文化庁が予算を支出する点について

現在、文化庁が予算を投じているこの事業であるが、文化庁が創造産業の 1 セクターであるアニメーターの人材育成に予算を投じることの根拠が問題となる。ここまで論じてきたようにアニメ産業でもプロデュース・マネジメントサイドは流通市場と労働市場における技能や才能に由来する不確実性をカバーするために制作部門へリスクとコストを移行させているが、芸術家・クリエイターなどの人材育成にともなうコストとリスクもここに含まれる。こうした不確実でリスクの高いプロジェクトに伴うコストやリスクの分配はアニメ産業内部で、プロジェクトを企画する製作委員会側と制作部門側の調整を通じて調整されるべき課題であって、文化政策のパラダイムにおいて予算を投じ人材育成事業を展開しても根本的な解決には至らない。したがって、今後の課題としてフリーランスへの労働政策・社会保障政策の整備、労使間交渉の発展とともに現在の文化庁が予算を投じている段階から移行して、動画協会のような元請け制作会社を中心とした団体である製作委員会が流通ビジネスから得た利益の一部をプールする、あるいは製作委員会に参加している企業から出資を得るなどして財源を確保して人材育成支援の予算を拠出する仕組みの整備が必要となる。



## 6. 結論

### 6.1 はじめに

これまで本論文では創造産業政策の潮流、芸術家・クリエイターの労働市場の研究蓄積、芸術家・クリエイターの労働市場と労働政策と社会保障政策、ケースとして日本のアニメ産業におけるアニメーターの労働市場と人材育成政策に焦点を当て考察してきた。第5章において、アニメーターの労働市場の問題の改善については、労使間調整や流通部門の利益の一部を還元して人材育成にあてるなどの仕組みを構築することが必要であると指摘した。この点、アメリカのハリウッドなど映画産業における再使用料の分配(residual payment)のような制度を構築し、流通部門における利益の一部を職能組合に還元し、福利厚生の実や、人材育成、収入支援に充てる仕組みは有効だろう<sup>93</sup>。これまで成長を続けてきた今後も海外展開含め、流通ビジネスが拡大していく日本のアニメ産業において制作部門のフリーランスのクリエイターの福利厚生の実や労働条件の改善などの整備はより現実的な課題となるだろう。しかしながら、アニメ産業に限らずフリーランスの芸術家・クリエイターとプロデュース・マネジメントサイドが交渉して労働条件や福利厚生の実を進める上で、その基盤となる日本の現行労働政策・社会保障政策は不十分な状況である。6章では、結論としてこの問題を取り上げ、労働政策と併せて文化政策の課題について論じる。

### 6.2 日本の労働政策における芸術家・クリエイターの労働市場の位置付け

日本の現状について第4章で焦点を当て考察してきたように、フリーランスの芸術家・クリエイターに対する労働政策・社会保障政策は整備されてきていない。そのため、日本ではフリーランスの芸術家・クリエイターは不安定な地位に置かれたままである。ユネスコによる「芸術家の地位に関する勧告」の存在

---

<sup>93</sup> Menger(2012)は、再使用料の分配(residual payment)は、金銭的な報酬システムとしてだけでなく、不労収入の流れを生み出すことによって頻繁な失業や不安定な就労の影響を和らげる機能がある。そのため、映画産業や視聴覚産業の市場が拡大し、労働市場での柔軟性が増していく過程で、個人の契約交渉や集団的な労使間交渉において再使用料の分配は重要な焦点となっていくと説明する(Menger, 2012, pp26-27)。なおアメリカの映像産業における実演家やスタッフなど職能組合による再使用料の獲得については永野(1995, pp24-29)参照。シート(2014 pp364-371, pp464-46)によると、アメリカの映像産業においてアニメーターの組合である漫画映画家連盟(MPSC)は何度も再使用料を求めてきたが、結局獲得できていない(シート 2014 pp364-371, pp464-466)。日本では、監督や俳優のケースなどで一部再使用料の分配制度が導入されている(内藤, 2012, pp230-234)。また、日本映画撮影監督協会へのヒアリング調査よれば、1970年代から1980年代にかけて撮影監督についても再使用料の分配の交渉が行われたが、結局実現しなかったという。

にもかかわらず、芸術家・クリエイターの地位の問題を政策上どのように捉えるかは各国の文化政策や労働政策・社会保障政策によって異なってくる。世界的に見ても欧米先進国など一部の例外を除き十分な労働政策・社会保障政策を整備している国は少なく、政策手段についても既存の労働法の拡張、特別法の制定、自営業者向けの制度の整備、組合の活動など、どのような政策手段を用いるかについても異なる。近年の芸術家・クリエイターなど個人の創造性を経済的資源として注目する世界的な創造産業政策の潮流に伴い、こうした芸術家・クリエイターの地位の問題は重要性を増している。同時に、世界的にも労働市場全体で非正規雇用化の流れが進む中で、もともとフリーランスの割合が多いといわれる芸術家・クリエイターの労働市場においてもさらにフリーランス化、短期契約化が進むと思われ、地位の問題は重要なテーマとなるだろう。

日本では 2000 年代以降コンテンツ産業・創造産業政策が整備されていく中で、主に流通ビジネスの拡大、海外への輸出や地域活性化など経済的資源としてコンテンツの活用に関心が集まった。その一方で創造的コアを担う人材の育成などについて政策上の関心はあったにせよ、全体的に芸術家・クリエイターの労働市場については見落とされてきたといえる。元来、安定した正規雇用者を中心的対象としてきた日本の労働政策の中で、フリーランスの芸術家・クリエイターの労働市場に対する関心は低く、労働市場に対する修正システムは構築されてこなかった。創造産業において就労するフリーランスの芸術家・クリエイターの労働市場に対する修正システムや労働保護が後進的な状況にありながらも、芸術文化支援など文化政策の発展と 2000 年代以降における創造産業への注目と政策展開は、芸術家・クリエイターの労働市場に対して新たな問題を提起することになる。今後、日本でも非労働者である業務委託・請負契約の就労者に対する労働政策・社会保障政策を改革し、芸術家・クリエイターの労働条件を改善するという議論の重要性が増すだろう。

本論文で焦点を当てたアニメーターの労働市場については、流通部門におけるビジネスモデルの発展と市場拡大という流れの中で、創造的コアとなる制作部門で重要な役割を果たすアニメーターの労働市場では分業化が進み、フリーランスの比率が高く、プロジェクトベースのもと出来高制で低報酬の契約が主流のため供給過剰が進み、プロジェクト数が増えても雇用形態や収入が安定しない実態について考察した。アニメ産業におけるアニメーターのケースに限らず、映画産業の制作部門で就労する芸術家・クリエイターはフリーランス契約が一般的であり、この他音楽産業や舞台産業など興行という不確実でリスクの高いビジネスモデルを採用する領域でも、芸術家・クリエイターの就労条件は不安定であると思われる。また文化政策の対象領域となる非営利部門の芸術団体などにおいても、指定管理者制度の導入や文化政策の方針転換などの要因もあり、



実演家やスタッフの就労形態も安定しているとは言い難い<sup>94</sup>。

本論文の議論の流れからは、労働政策において労働者や自営業者と並ぶ「第3カテゴリー」の創設し、労働保護を拡張していくなど制度改革の議論の中で、実演家やスタッフなどフリーランスの芸術家・クリエイターについても労働保護や社会保障の仕組みを整備していくのが望ましいといえるだろう。フリーランスや短期契約が多い芸術家・クリエイターの労働市場にとっては非常に重要な改革である。しかしながら、現段階では業務委託・請負契約の就労者に対してどのような制度を構築し法制度改革を行うのか具体的な段階の議論には至っていない。実際にどのタイプのフリーランスの芸術家・クリエイターがこの制度で保護されるのかについても未定である。さらに、こうした制度を背景にどのようにフリーランスの芸術家・クリエイターによる組合などの組織を発展させ、労働条件や福利厚生を改善できるのか見通しが立たないのが現状である。

芸術家・クリエイターの地位の問題についてフランスやアメリカでも組合や業界の団体が重要な機能を果たしてきたが、制度の確立と発展には長い年月を必要とした。これまでフリーランスの芸術家・クリエイターによる組合など組織が十分に発達してこなかった日本では、今後長期にわたる取り組みが必要になるだろう。この点、これまで芸術家・クリエイターの地位の問題に取り組んでこなかった日本において労働政策・社会保障政策の改革と制作部門内部の自発的努力のみでフリーランスに対する労働保護の仕組みが発展するとは考えにくい。そのため文化政策部門も連携して各業界団体を設立・発展させ、芸術家・クリエイターの地位向上について取り組む必要がある。

### 6.3 文化政策上の課題

文化政策においても、芸術家・クリエイターの労働市場は重要な領域であり、労働実態の把握は政策上の課題である。昨今の創造産業政策の潮流では経済政策としての面が強調されているが、実際に制作部門の芸術家・クリエイターについては文化政策の領域でもある。労働政策・社会保障政策の整備とは別に、文化政策部門も創造産業などの領域で就労する芸術家・クリエイターが適切な就労条件で働いていけるような労働市場の実現に向けて取り組みを強化すべきである。何故なら、たとえ今後労働政策が業務委託・請負契約での就労者に対する制度改革を進めても、芸術家・クリエイターの全てをカバーできるわけで

---

<sup>94</sup> 近年のアートプロジェクトにおける就労者の労働実態に焦点を当てた調査として吉澤（2015）を参照。芸術団体、実演家についてのヒアリング調査として日本芸能実演家団体協議会（2011 pp157-189）参照。ただし、ここでの就労条件の不安定化の要因については、不確実でリスクの高いビジネスモデルにおける制作部門へのリスクとコストの移行によるというより、自治体などの文化政策や芸術団体の運営方針、補助金の不足や指定管理者制度の導入に伴う契約関係の変化、芸術団体の運営が未成熟などの要因もある。

はない。また、創造産業の経済的な活力や、経済的なリソースとして個人の創造性が注目されているとしても労働市場全体から見れば、芸術家・クリエイターの労働市場は周縁的な小領域として認識されるにすぎず、労働政策として強い関心を持たれることは少ない。その一方で、建設労働など他の業務委託・請負契約の就労者のケースと類似する点を有しつつも、個人の創造性や技能を競い合うという独自の性格を有する労働市場について文化政策部門は体系的に理解する必要がある。さらに文化の発展や多様性、持続可能性など文化政策の目的と関連して労働政策上の制度改革の中でどのように芸術家・クリエイターにとって望ましい仕組みを作るかという課題は残る。

文化政策の取り組みとして重要な課題の一つは文化統計の収集である。現状では芸術家・クリエイターの労働実態を体系的に把握する取り組みは行われていないため、実態に即した具体的対応策を検討することは難しい。アニメ産業におけるアニメーターのケースでは、貧困や搾取の問題が社会問題として取り上げられ、この問題について文化政策部門によって応急的・事後的対応がなされてきた。本論文では日本のアニメーターの労働市場と人材育成政策の問題に光を当て考察したが、アニメーターの労働市場の問題を改善するためには、現行労働組合法上での組合結成や団体交渉など産業内部での改善の取り組みの他、アニメーターなど弱い立場で就労する芸術家・クリエイターの地位を改善するためには国の制度改革が必要となるが、そうした問題を検討する上で十分な芸術家・クリエイターについての統計や研究蓄積、成熟した組合などの組織が存在しないことが決定的な課題となっている。

元来文化政策の対象領域である非営利セクターやハイカルチャーの領域だけでなく、多様な創造産業の領域でも芸術家・クリエイターの労働市場を形成しており、労働実態を把握し、芸術家・クリエイターの経済的な側面だけでなく社会的な役割まで理解することによって建設的な政策議論の土台となる。継続的な実態調査を基盤として芸術家・クリエイターの労働市場を把握して動向を理解することによって、政策としてどのように対応するのか実態に即した議論が可能となるだろう。

芸術家・クリエイターの労働市場の調査については、これまで実演家やスタッフの労働実態について調査を進めてきた芸団協の取り組みがあるが、今後は実演家やスタッフにとどまらず創造産業を中心に多様な芸術家・クリエイターの就労実態を調査し、自己申告制による国勢調査と異なり就労する芸術家・クリエイターの実態に即した調査が必要となる。この点、ユネスコの文化統計の基準や手法を採用すべき Throsby (2012) という議論があるが、これは公的セクターが担う役割であり、文化庁を中心に積極的に芸術家・クリエイターの労働市場の実態を調査するための文化統計のモデルを構築すべきである。同時にデ

ータ収集に協力可能な職能団体や組合の設立と参加が必要となる。労働政策や社会保障政策を含む政策議論において芸術家・クリエイターの労働市場が実態に即して認識されるためにも体系的な文化統計の収集は不可欠である。

この他、参考となる先進的な事例として第3章で触れたカナダにおける「芸術家の地位法」を取り上げたい。「芸術家の地位法」では文化省内部に芸術家・クリエイターにとって望ましい地位のあり方を検討する芸術家の地位評議会の設置について規定しているが、日本の文化政策においてもカナダのケースのように芸術家・クリエイターの労働市場について調査し政策提言する部門は有効に機能するだろう。2001年に文化芸術振興基本法が制定され、近年日本版アーツカウンシルの整備が進められる中で日本版「芸術家の地位評議会」の設立を検討することも有益ではないか。

Benhamou(2000)では、1980年代におけるイギリスとフランスの映像産業内部の実演家とスタッフの労働市場における就労者の増加について焦点を当て比較分析を行っている。ここでは、労働政策の改革によってフリーランスの芸術家・クリエイターに対する社会保障制度を整えてきたフランス型の政策と労働政策上フリーランスの芸術家・クリエイターを自営業者として位置付け、自営業者支援政策の対象とする一方、労働市場に介入せず、労働保護や社会保障制度を整備しないイギリス型の政策について考察している。創造産業政策の潮流におけるこうしたイギリスの芸術家・クリエイターの労働市場に対する非介入的な政策姿勢はBanks and Hesmondalgh (2005), Ursell (2000)などの研究者によって芸術家・クリエイターの労働実態を悪化させていく要因として批判されているところである。しかしながら、フランスはもとより、イギリスよりも文化政策の確立が遅れ、フリーランスの芸術家・クリエイターによる労働組合さえ普及していない日本において芸術家・クリエイターはさらに不安定で過酷な状況にあるといえ、創造産業への注目と政策展開が進む中で大きな課題として残っている。こうした状況を改善する芸術家・クリエイターの労働市場に対する修正システムを整備するには、文化政策としても制度の見直しが必要である。

#### 6.4 今後の研究課題について

本論文では、創造産業政策の潮流を背景に日本のアニメ産業のアニメーターの労働市場と政策について焦点を当て考察してきた。今後もアニメ産業以外の多様な創造産業領域について研究蓄積が必要だが、最後に本研究の立場から研究課題について簡単に触れたい。

芸術家・クリエイターの労働市場研究については映像産業、音楽産業、出版産業、ゲーム産業やファッション産業など創造産業領域、クラシックやバレエなど古典芸術、日本の歌舞伎や能など伝統芸能の領域、非営利団体やアートプ

プロジェクトにおける就労まで、多岐にわたるだろう。芸術家・クリエイターの労働市場は公的セクターと私的セクターに分かれ、公的セクターの労働市場は主に補助金政策やメセナ、文化財保護政策など文化政策と関連する領域となり、私的セクターは巨大な産業群である創造産業を中心とし、主に経済政策と関わる領域となる。これらの2つの領域は完全に分かれるのではなく、相互に関わっているといえるだろう。しかし、概して言えば、寄付や補助金で成り立っている公的セクターよりも、私的セクターである巨大な創造産業群に内包される芸術家・クリエイターの労働市場に対する研究と制度整備の議論が、より重要な課題といえるだろう。

もう一つの研究課題として、芸術家・クリエイターの労働市場に対する制度比較研究が挙げられる。本論文ではアメリカやフランスのケースを扱い、先進的なケースとしてカナダに触れた。創造産業の経済的活力への注目が高まる中で、カナダの芸術家の地位法など他国の制度が創造産業政策のほか、文化政策や労働政策・社会政策など他の政策領域と関連してどのように機能しているかについて日本における研究蓄積は存在しない。今後、芸術家・クリエイターに対する日本の政策の在り方を検討するうえでも、各国の制度比較研究は重要である。

創造産業政策の潮流にともない、日本における文化経済学・文化政策学領域の研究は新たな段階に入りつつあるといえるが、まちづくりや都市政策など一部の領域を除いて研究蓄積は不十分な状況にあるといっていいたいだろう。今後の課題として創造産業領域を含めて欧米を中心とする国際的な研究蓄積をベースとした研究が望まれる。

## 引用文献一覧

- 大橋雅央（2007）「修士学位論文 日本のアニメーション制作現場の実情と課題」同志社大学総合政策研究科
- 大塚康生（2013）『作画汗まみれ 改訂最新版』文芸春秋
- 音楽議員連盟ユネスコ勧告小委員会（1992）『芸術家の地位に関するユネスコ勧告』音楽議員連盟ユネスコ勧告小委員会
- 鎌田耕一（2001）「第3章 契約労働の法的問題」鎌田耕一編著『契約労働の研究』多賀出版, 79-192 ページ
- 上村幸子（2006）「動画最前線 2006 動画チェックに聞く動画の現状」  
<http://animatorweb.jp/pdf/report20060212dougasaizensen.pdf>
- 川崎賢一（2006）『トランスフォーマーティプ・カルチャー 新しいグローバルな文化システムの可能性』勁草書房
- 河島伸子（2009）『コンテンツ産業論 文化創造の経済・法・マネジメント』ミネルヴァ書房
- 後藤和子・奥山雅之(2011)「東京都におけるクリエイティブ産業の集積—理論と政策へのインプリケーション」『文化経済学』, 第8巻第1号（通算第30号）
- 小林真理（2004）『文化権の確立に向けて 文化振興基本法の国際比較と日本の現実』勁草書房
- 公正取引委員会事務総局（2009）「アニメーション産業に関する実態調査報告書」
- 佐々木雅幸・川崎賢一・河島伸子編（2009）『グローバル化する文化政策』勁草書房
- 佐藤一晴監訳（2001）『カナダ芸術家地位法』社団法人日本芸能実演家団体協議会
- 清水敏（1995）「職業的音楽家の労働実態と労働法上の問題点」『労働法律旬報 1361号』1995年6月10日号, 29-42 ページ
- 杉並区（2011）「平成22年度『杉並区外部評価委員会』報告書」
- 田中秀幸（2009）「第5章 コンテンツ産業とは何か—産業の範囲、特徴、政策—」出口弘・田中秀幸・小山友介編『コンテンツ産業論 混淆と伝播の日本型モデル』東京大学出版会, 113-157 ページ
- 知的財産戦略本部（2009）「知的財産推進計画 2009」  
(<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/090624/2009keikaku.pdf>)
- 知的財産戦略本部（2011）「知的財産推進計画 2011」  
(<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/chizaikeikaku2011.pdf>)
- 高畑勲（2013）「60年代頃の東映動画が日本のアニメーションにもたらしたもの」大塚康生『作画汗まみれ 改訂最新版』文芸春秋, 348-388 ページ
- 津堅信之（2007）『アニメ作家としての手塚治虫 その軌跡と本質』NTT出版
- 久保雅一（2005）「2. アニメーション、キャラクターの総合プロデュース」デジタルコンテンツ協会『デジタルコンテンツ白書 2005』デジタルコンテンツ協会, 13-29 ページ
- 内藤篤(2012)『エンターテイメント契約法 第3版』商事法務
- 永野秀雄（1995）「アメリカにおける芸能実演家に関する法制度と問題点」『労働法律旬報 1362

号』1995年6月25日号, 11-45 ページ

日本アニメーター・演出協会 (2009)『アニメーター労働白書 2009』日本アニメーター・演出協会

日本アニメーター・演出協会 (2010)「文化庁委託事業平成 22 年若手アニメーター等人材育成事業“若手アニメーター育成プロジェクト”募集案内」

日本アニメーター・演出協会 (2011a)「文化庁委託事業平成 22 年若手アニメーター等人材育成事業“若手アニメーター育成プロジェクト”報告書」

日本アニメーター・演出協会 (2011b)「文化庁委託事業平成 23 年若手アニメーター等人材育成事業“若手アニメーター育成プロジェクト”募集案内」

日本アニメーター・演出協会 (2012a)「文化庁委託事業平成 23 年若手アニメーター等人材育成事業“若手アニメーター育成プロジェクト”報告書」

日本アニメーター・演出協会 (2012b)「文化庁委託事業平成 24 年若手アニメーター等人材育成事業アニメミライ“若手アニメーター育成プロジェクト”計画書」

日本アニメーター・演出協会 (2013)「アニメミライ 2014 プロジェクト計画書」

日本アニメーター・演出協会 (2015)『アニメーション制作者実態調査報告書 2015 第 9 回 芸能実演家・スタッフの活動と生活実態 調査報告書 2015 年版 別冊—アニメーター編—』日本芸能実演家団体協議会

日本芸能実演家団体協議会(2002)「芸能実演家等の社会保障制度の提案 —新たな労災補償制度作りを中心に」『労働法率旬報 1537 号』2002 年 10 月 10 日号,6-9 ページ

日本芸能実演家団体協議会 (2005)『芸能実演家・スタッフの活動と生活実態 調査報告書 2005 年版—アニメーター編』社団法人 日本芸能実演家団体協議会

日本芸能実演家団体協議会 (2011)『実演芸術家等の社会保障・地位に関する研究 報告書』アルファデザイン

日本芸能実演家団体協議会 (2015)『芸能実演家・スタッフの活動と生活実態 調査報告書 2015 年版』社団法人日本芸能実演家団体協議会

日本動画協会 (2007)『「アニメ産業コア人材発掘・育成事業」報告書 平成 18 年度』

日本動画協会 (2010)『アニメ産業コア人材育成事業報告書：平成 21 年度アジアコンテンツ人材ネットワーク構築事業』

日本動画協会データベースワーキンググループ編著 (2014)『アニメ産業レポート 2014』

野村総合研究所 (2012)「平成 23 年度 知的財産権ワーキング・グループ等侵害対策強化事業 (クリエイティブ産業に係る知的財産権等の侵害実態調査及び創作環境等の整備のための調査)」

浜松彰 (1995)「俳優の労働実態と労働法上の問題点」『労働法律旬報 1361 号』1995 年 6 月 10 日号, 14-28 ページ

半澤誠司 (2006)「博士学位論文 日本における映像系コンテンツ産業の分業と集積」東京大学大学院 総合文化研究科広域科学専攻広域システム科学系

半澤誠司 (2013)「アニメーション産業における分業体制の変容」『文化経済学』, 第 10 巻第 1

号（通算第 34 号）

HUMANMEDIA（2011）『日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース 2011』

文化庁監修（1999）『新しい文化立国の創造をめざして 文化庁 30 年史』ぎょうせい

増田弘道（2007）『アニメビジネスがわかる』NTT 出版

増田弘道(2012)「なぜ空洞化でアニメーターが足りないという声が生まれるのか」It media ビジネス ONLiNE HP([http://bizmakoto.jp/makoto/articles/1211/07/news012\\_4.html](http://bizmakoto.jp/makoto/articles/1211/07/news012_4.html))

2012.11.7. 取得

水町勇一郎（2014）『労働法 第 5 版』有斐閣

山口康男（2004）『日本のアニメ全史 世界を制した日本アニメの軌跡』テン・ブックス

山本暎一（1989）『虫プロ興亡記 安仁明太の青春』新潮社

山本健太（2007）「東京におけるアニメーション産業の集積メカニズム ―企業間取引と労働市場に着目して―」『地理学評論』, 第 80 巻第 7 号, 442-458 ページ

労働政策研究・研修機構（2005）「コンテンツ産業の雇用と人材育成―アニメーション産業実態調査―」『労働政策研究報告書』労働政策研究・研修機構

労働政策研究・研修機構編（2007）『多様な働き方の実態と課題 就業のダイバーシティを支えるセーフティネットの構築に向けて』労働政策研究・研修機構

労働法基準研究会労働契約等法制部会（1996）「芸能関係者の「労働者性」の判断基準」『月刊経営労務』1996 年 6 月号, 24-29 ページ

吉本光宏（2008）「再考、文化政策―拡大する役割と求められるパラダイムシフト―支援・保護される芸術文化からアートを起点としたイノベーションへ」『ニッセイ基礎研究所報』, Vol51

吉澤弥生（2015）「労働者としての芸術家たち ―アートプロジェクトの現場から―」『文化経済学』第 12 巻第 2 号（通算第 39 号）, 1-5 ページ

鷲谷正史（2004）「コンテンツ・プロデュース機能の基盤強化に関する調査研究 アニメーション製作」([http://www7a.biglobe.ne.jp/~animation/pdf/03\\_17.pdf](http://www7a.biglobe.ne.jp/~animation/pdf/03_17.pdf)), 2014.1.16. 取得

#### 引用英語論文一覧

Banks, M. and Hesmondalgh, D. (2005) “Looking for work in creative industries policy” *International Journal of Cultural Policy* 15:4, pp415-430

Benhamou, F. (2000) “The Opposition between Two Models of Labour Market Adjustment: The Case of Audiovisual and Performing Arts Activities in France and Great Britain over a Ten Year Period” *Journal of Cultural Economics*, vol24, pp301-319

Benhamou, F. (2011) “Artist’s labour markets” in Ruth Towse(ed) *A Handbook of Cultural Economics*, 2<sup>nd</sup> edition, Edward Elgar Pub, pp53-58

Caves, R. E. (2000) *Creative Industries: Contract between Art and Commerce* Harvard University Press

Christopherson, S. and Storper, M. (1989) “The Effect of Flexible Specialization on

- Industrial Politics and the Labour Market: The Motion Picture Industry” *Industrial and Labour Relation Review*, vol. 42, No.3 pp331-347
- Christopherson, S. (2008) “Beyond the Self-expressive Creative Worker An Industry Perspective on Entertainment Media” *Theory, Culture&Society*, 2008, vol. 25(7-8), pp73-95
- Christopherson, S. (2009) “Working in the Creative Economy: Risk, Adaptation, and the Persistence of Exclusionary Networks” in Mckinlay, A. and Smith, C. (eds)(2009) *Creative Labour: Working in the Creative Industries (Critical Perspectives on Work and Employment)* Palgrave Macmillan, pp72-90
- Dex, S. Willis, J. Paterson, R. Sheppard, E. (2000) “Freelance Worker and Contract Uncertainty: The Effects of Contractual Changes in the Television Industry” *Work Employment Society*, 2000, 14, pp283-305
- Garnham, N. (2005) “From cultural to creative industries” *International journal of Cultural Policy* 11:1, pp15-29
- Grefe, X. (2007) *La Politique Culturelle De La France* (グレッフ, X. (垣内恵美子監訳) (2007) 『フランスの文化政策』 水曜社 )
- Grugulis, I. and Stoyanova, D. (2009) “I Don’t Know Where You Learn Them: Skills in Film and TV” in Mckinlay, A. and Smith, C. (eds) *Creative Labour: Working in the Creative Industries (Critical Perspectives on Work and Employment)* Palgrave Macmillan, pp4-28
- Hesmondalgh, D. and Baker, S. (2010) *Creative Labour : Media Work in Three Cultural Industries(CRESC)*, Routledge
- Hesmondalgh, D. and Pratt, A. C. (2005) “Cultural industries and cultural policy” *International journal of Cultural Policy* 11:1, pp1-13
- Mckinlay, A. and Smith, C. (eds.), (2009) *Creative Labour: Working in the Creative Industries (Critical Perspectives on Work and Employment)*, Palgrave Macmillan
- Menger, P-M. (1996) “Work and Compensated Unemployment in the Performing Arts Exogenous and Endogenous Uncertainty in Artistic Labour Markets” in Ginsburgh, V. A. and Menger, P-M. (eds.), *Economics of the Arts – Selected Essays*, Elsevier Science B.V. pp347-381
- Menger, P-M. (2006) “Artistic labour markets: contingent work, excess supply and occupational risk management” in Ginsburgh, V. A. and Throsby, D. (eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, vol1, North Holland, pp765-806
- Menger, P-M. (2008) “Quel impact de la révolution numérique sur les professions artistiques ?” in Xavier, Grefe. and Nathalie, Sonnac. (eds.), *Culture Web Création, Contenus, économie numérique*, Dalloz-Sirey. pp365-385
- Menger, P-M. (2012) “Job Growth and Unemployment Increase French Flexible Labour Markets and Their Insurance Shelter in the Performing Arts” *Economia della Cultura*, Anno



XXII, 2012, n.1, pp17-33

Morgan, G. Wood, J. Nelligan, P. (2013) “Beyond the Vocational Fragments: Creative Work, Precarious Labour and the Idea of ‘Flexploitation’” *The Economic and Labour Relations Review* 24(3), pp397-415

Scott, A. J. (1988) *Metropolis from the division of labor to urban form*, The University of California Press. (スコット, A.J. (水岡不二雄監訳), (1996) 『メトロポリス』 古今書院)

Site, Tom. (2006) *Drawing the Line The Untold Story of the Animation Unions from Bosko to Bart Simpson*, University Press of Kentucky. (シート, T. (久美薫訳), (2014) 『ミッキーマウスのストライキ! アメリカアニメ労働運動 100 年史』 合同出版)

Smith, C. and McKinlay, A. (2009) “Creative Industries and Labour Process Analysis” in McKinlay, A. and Smith, C. (eds.) *Creative Labour: Working in the Creative Industries (Critical Perspectives on Work and Employment)* Palgrave Macmillan, pp4-28

Smith, C. and McKinlay, A. (2009) “Creative Labour: Content, Contract and Control” in McKinlay, A. and Smith, C. (eds.) *Creative Labour: Working in the Creative Industries (Critical Perspectives on Work and Employment)* Palgrave Macmillan, pp29-50

Pratt, A. C. (2009) “Policy transfer and the field of the cultural and creative industries: what can be learned from Europe” in Lily Kong, Justin O’Connor (eds.), *Creative Economies, Creative Cities*, Springer, pp9-23

Stoper, M. and Scott, Allen J. (1990) “Work Organisation and Local Labour Markets in an Era of Flexible Production” *International Labour Review*, vol.129, No5, pp573-591

Throsby, D. (2001) *Economics and Culture*, Cambridge University Press (スロスビー, D. (中谷武雄・後藤和子監訳), (2002) 『文化経済学入門 創造性の探求から都市再生まで』 日本経済出版社)

Throsby, D. (2008) “Modelling the cultural industries” *International Journal of Cultural Policy* 14:3, pp217-232

Throsby, D. (2010) *The Economics of Cultural Policy*, Cambridge University Press. (スロスビー, D. (後藤和子・阪本崇監訳), (2014) 『文化政策の経済学』 日本経済出版社)

Throsby, D. and Zednik, A. (2010) “Do you really expect to get paid? An economic study of professional artists in Australia”

Throsby, D. (2012) “Artistic Labour Markets: Why are They of Interest to Labour Economics?” *Economia della Cultura*, Anno XXII, 2012, n.1, pp7-15

Towse, R. (2010) *A text book of Cultural Economics*, Cambridge University Press

UNESCO (2011) “General Conference, Consolidated report on the implementation by member states of the 1980 recommendation concerning the status of the artist”

Ursell, G. (2000) “Television Production: Issues of Exploitation, Commodification and Subjectivity in UK Television Labour Markets” *Media Culture Society*, 2000, 22(6),

pp805-825

#### ヒアリング調査実施概要

##### ・アニメ産業についてのヒアリング調査

1

日時	2013 年 3 月 5 日 （インタビュー時間：2 時間 30 分ほど）
事例	制作会社 A
設立年	1980 年代
資本金	
企業属性	T V アニメ、映画の制作元請、グロス請
ヒアリング対象者	編集 1 名、プロデューサー 1 名、アニメーター・作画監督 2 名

2

日時	2013 年 3 月 6 日 （インタビュー時間：2 時間 15 分ほど）
事例	一般社団法人日本動画協会
設立年	2000 年代
団体属性	
ヒアリング対象者	総務 1 名

3

日時	2013 年 4 月 21 日 （インタビュー時間：4 時間 45 分ほど）
事例	フリーランスのアニメーター・演出家
備考	30 代、経験年数約 10 年。2013 年 4 月より放映中の深夜 T V アニメ制作参加で忙しい中、お話を伺う。
ヒアリング対象者	フリーランスのアニメーター・演出家 1 名

4

日時	2013 年 5 月 10 日 （インタビュー時間：2 時間 15 分ほど）
事例	日本アニメーター・演出協会 理事 森田宏幸氏
設立年	2006 年
団体属性・備考	本人希望のため実名表示。フリーランスのアニメーター、演出家・監督。
ヒアリング対象者	フリーランスのアニメーター・演出家 1 名（40 代・経験年数：25 年前後）

5

日時	2013 年 5 月 26 日 （インタビュー時間：1 時間 30 分ほど）
事例	専門学校 I
設立年	1980 年代
団体属性・備考	アニメーション専門学校で、長年人材育成を担ってきた事務総長にアニメ産業の制作現場、専門学校学生の就職動向等含め、お話を伺う。
ヒアリング対象者	事務総長 1 名

## 6

日時	2013 年 5 月 27 日 （インタビュー時間：3 時間 30 分ほど）
事例	アニメ制作会社 B
設立年	
資本金	
会社属性	グロス請を中心とする制作会社
ヒアリング対象者	取締役代表・プロデューサー1 名

## 7

日時	2013 年 6 月 5 日 （インタビュー時間：1 時間 45 分ほど）
事例	専門学校 II
設立年	2000 年代
団体属性・備考	就職担当のスタッフの厚意で、インタビューをコーディネートしていただく。講師と教務の 2 名は、アニメーターとして経験も長く、専門学校での教育とともに現在も制作現場での仕事をしている。
ヒアリング対象者	講師・アニメーター1 名、教務・アニメーター1 名、就職担当 1 名

## 8

日時	2013 年 7 月 15 日 （インタビュー時間：1 時間ほど）
事例	アニメーション、CG 制作会社 C
設立年	1990 年代
資本金	約 4000 万円
会社属性	TV アニメ制作ではなく、ゲームのムービーや広告、音楽アーティストのプロモーションビデオ等の制作を中心に請負う会社。CG と 2 D を融合した作品等独自の映像表現を追求している。
ヒアリング対象者	代表・アニメーター、CG アニメーション作家 1 名

その他 電話・メールでの対応、E メールインタビュー

9

日時	2013 年 2 月 22 日 （電話でインタビュー：30 分ほど）
事例	アニメ制作会社 D
設立年	
資本金	
会社属性	
ヒアリング対象者	広報 1 名

10

日時	2013 年 3 月 1 日（メールでの回答）
事例	制作会社 E
設立年	1970 年代
団体属性・備考	ヒアリング調査依頼状・調査概要をメールで送信後、メールで回答をいただく。
ヒアリング対象者	プロデューサー 1 名

11

日時	2013 年 7 月 19 日アンケート送信、7 月 26 日アンケート回答受領
事例	アニメ制作会社 F
設立年	1970 年代
資本金	約 1 億円
団体属性・備考	会社制作スケジュール等の理由からでインタビューが困難のため、質問票を作成しメールで送信・回答という形で調査を行う。
アンケート回答者	プロデューサー 1 名（経験年数 8 年）

12

日時	2013 年 8 月 8 日 （インタビュー時間：2 時間、各 1 時間）
事例	専門学校 III
設立年	1980 年代
備考	教務部スタッフにスケジュール調整いただき、アニメーション科講師で、現役のアニメーター・作画スタジオ代表（20 代・経験年数約 5 年）にインタビューさせていただく。
ヒアリング対象者	講師・アニメーター・作画スタジオ代表 1 名

13

日時	2013 年 8 月 8 日 (総インタビュー時間：4 時間、各 1 時間)
事例	制作会社 G
設立年	2000 年代
資本金	
会社属性	T V アニメ制作元請中心の制作会社、関わっている作品の多くは製作委員会にも出資している。
ヒアリング対象者	代表・プロデューサー 1 名 (40 代・経験年数 20 年以上)、制作進行 1 名 (20 代・経験年数 2 年半)、動画チェック 1 名 (経験年数 10 年以上)、新人動画 1 名 (20 代・経験年数 4 か月)

14

日時	2013 年 9 月 5 日アンケート送信、2013 年 10 月 28 日アンケート回答受領
事例	制作会社 H
設立年	1970 年代
資本金	500 万円
アンケート回答者	制作部 1 名 (経験年数 27 年)、企画部 1 名 (経験年数 14 年)

・インタビュー・リスト

調査対象者 (匿名)	役職	所属	インタビュー日時
A	編集	制作会社 I	2013/3/5
B	プロデューサー	制作会社 I	2013/3/5
C	アニメーター・作画監督	制作会社 I	2013/3/5
D	アニメーター・作画監督	制作会社 I	2013/3/5
E	総務	日本動画協会	2013/3/6
F	アニメーター、監督・演出	フリーランス	2013/4/21
森田宏幸 (G)	アニメーター、監督・演出	日本アニメーター・演出協会	2013/5/10
H	事務総長	専門学校 I	2013/5/26
I	制作会社代表 プロデューサー	制作会社 II	2013/5/27
J	講師・アニメーター・作画スタジオ代表	専門学校 II	2013/6/5
K	教務・アニメーター	専門学校 II	2013/6/5
L	制作会社代表 アニメーション監督	C G アニメーション制作会社 I	2013/7/15
M	講師・アニメーター、作画スタジオ代表	専門学校 III	2013/8/8

N	制作会社代表 プロデューサー	制作会社Ⅲ	2013/8/15
O	制作進行	制作会社Ⅲ	2013/8/15
P	動画チェック	制作会社Ⅲ	2013/8/15
Q	動画マン	制作会社Ⅲ	2013/8/15

・アニメ産業以外の補足的なヒアリング調査

1

日時	2012年7月3日（電話インタビュー時間：30分）
事例	文化庁文化芸術文化課支援推進室
備考	文化庁によるアニメーター人材育成事業の経緯と概要について伺う。
ヒアリング対象者	担当者1名

2

日時	2013年3月14日（電話インタビュー時間：30分）
事例	経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課（メディア・コンテンツ課）
備考	経済産業省によるアニメ産業の人材育成事業や調査研究、経済産業省の政策と文化庁の政策の関係について伺う。
ヒアリング対象者	担当者1名

3

日時	2014年9月22日（インタビュー時間：約1時間25分）
事例	日本映画監督協会
設立年	1936年
備考	監督の労働市場、契約、収入、キャリアプロセス、人材育成、社会保障や職能団体の在り方などについて伺う。
ヒアリング対象者	事務局担当者1名

4

日時	2014年10月15日（インタビュー時間：約1時間24分）
事例	日本映画撮影監督協会
設立年	1954年
備考	映画撮影スタッフの中で撮影監督（カメラマン）を中心にの労働市場、契約、キャリアプロセス、兼業、人材育成、社会保障や職能団体の在り方などについて伺う。
ヒアリング対象者	事務局担当者1名

(参考資料 ヒアリング調査依頼状)

2013 年 月 日

様

同志社大学経済学研究科 河島研究室

博士後期課程 2 年 稲熊太郎

アニメ産業におけるアニメーター等クリエイターの人材育成・キャリアアップに関するヒアリング調査へのご協力をお願い

拝啓

時下ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。

突然お手紙を差し上げる失礼をお許してください。

私は、同志社大学経済学研究科博士後期課程にて文化経済学・文化政策学の研究をしております、稲熊太郎と申します。

さて、この度私は、博士論文作成のため「コンテンツ産業政策における人材育成の取り組み」に焦点を当てヒアリング調査を行うことといたしました。

近年、日本においてもコンテンツ産業に対して関心・注目が集まり、政府・自治体による様々な政策が展開されてきています。同時に、コンテンツ産業および政策に関する研究についても多様な主体によって行われてきています。しかし、この分野について未だ研究蓄積も少なく、今後も様々な観点から研究がなされている必要があるといえます。今回、私はコンテンツ産業の中でもアニメ産業における人材育成・キャリアプロセスの問題に焦点を当て、ヒアリング調査を進めていきたいと考えております。アニメ産業においては文化庁による人材育成の取り組み等も開始されていますが、制作部門のアニメーター等クリエイター労働状況や人材育成、キャリアアップなどの実態については研究・調査等で明らかにされていない部分も多くあります。本研究ではアニメーター、制作会社、専門家等へのヒアリング調査を通じて、アニメ産業におけるアニメーター等クリエイターの労働状況、人材育成、キャリアアップの仕組み・構造などの実態について明らかにしていきたいと考えております。

つきましては、ご多忙のところ大変恐縮ですが、インタビューという形で 制作現場に詳しい方より日本のアニメ産業における人材育成・キャリアアップの仕組みについてお話を伺い、ご教示をいただきたく存じます。何卒、ご協力賜りますようお願い申し上げます<sup>95</sup>。

---

<sup>95</sup> 本調査ではインタビュー内容について録音させていただきたく存じます。また個人情報等の取扱いについては、研究の目的の範囲でのみ参照させていただきます。個人情報が漏洩することのないよう管理を徹底いたします。また論文作成・資料作成において個人の特

なお、別紙に調査目的と調査項目を記しております。調査の意図と意義をご理解のうえ、ご負担にならない範囲でご協力いただけますならば幸いです。ヒアリングについても可能な範囲でお答えいただければと考えております。

改めてご連絡させていただきますので、よろしくお願い申し上げます。

敬具

連絡先

携帯：

電子メール：

## 1、目的

近年、日本でも創造産業・コンテンツ産業政策への注目が高まってきている。アニメ産業についても産業としての側面を含め、政策対象として注目を集め政策の取り組みも開始されている。しかし、アニメ産業そのものについては十分な研究蓄積があるとは言い難く、アニメ産業の構造や、ビジネスの仕組み、製作・制作のシステム、クリエイターの労働やキャリアアップ、人材育成に関する研究蓄積はいまだ少ない。また若いアニメーターの労働環境の変化から人材育成の必要性が唱えられるが、アニメーターについても人材育成・キャリアアップのプロセス・実態についてはこれまで研究・調査によって明らかにされていない部分も多い。今回のヒアリング調査では、アニメ産業における作品制作に携わるアニメーター等クリエイターがアニメ産業内でどのように人材育成・OJTを経て仕事での経験を積み、学び、能力や技術を磨き、成長し、プロアニメーターとして自立していくのか、その実態、プロセスの仕組みや構造、および課題や問題点について明らかにすることを目的とする。

## 主な聞き取り項目

〈アニメーターの人材育成・キャリアアップについて〉

- ・専門学校等教育機関とアニメーターの人材育成の関係・専門学校等教育機関の人材育成における役割。
- ・専門学校等教育機関の教育と制作現場のOJTの関係。
- ・アニメーターの人材育成の仕組みについて。制作会社ではどのように若い人材に教育をしてきたのか。教育におけるOJTの役割、人材育成における先輩アニメーターの役割。
- ・若いアニメーターは制作会社での教育から仕事での経験を通じてどのようにキャリアアップしていくのか。
- ・プロアニメーターとして自立していくために必要とされる能力、獲得されるべき技術はどのようなものか。

---

定につながる情報（名前、年齢、会社・団体名など）は修正し、個人と特定されることないよういたします。



- ・アニメーターの能力や技術、成果の評価の仕組みについて。だれがどのように評価するのか。
- ・ある程度経験を積んだアニメーターがプロとして自立していくための戦略について。
- ・会社間、アニメーター同士、業界内のつながり・ネットワークの形成・役割について。

#### 〈アニメーターの労働状況について〉

- ・フリーランスという労働形態について。
- ・アニメーター間の所得格差、アニメーター間の競争、ベテランの存在・活躍、トップアニメーターについて。
- ・人材育成の課題① 海外へのアウトソーシング、若いアニメーターを取り巻く労働状況の変化について。
- ・人材育成の課題② アニメーターの人材育成への技術革新の影響について。

#### 〈制作会社の機能について〉

- ・元請制作会社と下請の制作会社、その他の作画スタジオや専門スタジオの関係・（協力・競争関係）
- ・各制作会社の役割・機能と制作会社の戦略
- ・制作会社とアニメーター等クリエイターの関係

#### 〈今後の課題〉

- ・アニメ制作の現場・人材育成等改善のために必要なこと。
- ・アニメの制作会社・現場から業界改善のため政策に求めること。
- ・制作工程のグローバル化、アウトソーシング化への対応と人材育成の問題。
- ・今後新たな人材が業界で仕事をしていく上で必要な環境づくり、支援制度について。