

商業アニメーション企画の創作物価値向上の実証と検証

大阪芸術大学 映像学科 特任准教授 金澤洪充

日本のコミック・アニメといったエンターテインメントコンテンツの最大の強みは、オリジナル作品の企画力にある。デザインやアニメーション技術、撮影（コンポジット）といった制作技術の面では、アジアや欧米各国の研究が急速に進んでおり、日本との差は年々縮まっている。しかし、企画力やオリジナリティに関しては、依然として日本が圧倒的な優位性を持ち、他国は追従できていない。この力の正体を明らかにするため、本研究を提案した。

近年、インターネットやSNSの発展により、商業アニメの制作事情や技法がクリエイター個人からも発信されるようになった。しかし、商業作品の企画がどのように成立するのかについては、監督やプロデューサーのインタビュー記事やWikipediaの記録にしか残らない。日本のアニメが世界に挑戦できるだけの力を持ちながらも、その根幹となる企画の成り立ちは表に出てこないのが現状だ。研究手段としてアニメ制作関係者への取材を通じ、企画成立のプロセスを明らかにすることは可能だが、私は商業アニメのクリエイターであるため、実際に企画を生み出すことでその力を体感し、理解を深めることができるのではないかと考えた。

アニメの企画成立は、大きく「プロデューサー発信」と「クリエイター発信」に分けられる。一見、単純な分類のように思えるが、実際には企画が制作開始に至るまでのプロセスは千差万別である。また、日本のアニメ業界では、企画準備のための予算がほとんど支給されない。これは私が12年間アニメ監督を続けてきた中で一度も目にしたことがないため、少なくとも一般的ではないと言える。プロデューサー主導の企画では準備予算が支給される場合もあるが、クリエイター発信の企画ではすべて自己資金で賄わなければならない。

そこで、本研究の一環として、大学の研究成果を商業アニメーション企画として活用することを提案した。電化製品や薬品の分野では、企業と大学が共同開発を行っている。ならば、娯楽コンテンツの開発も可能ではないか。大学の研究費を活用すれば、優秀なクリエイターを招聘し、説得力のある企画書を作成できる。そして、最も難しい課題ではあるが、制作会社との交渉次第では、企画に関わったクリエイターに著作権などの作品権利を与えることも可能かもしれない。

研究費の許諾が下りた後、以前から世話になっている大手制作会社のプロデューサーに研究の意図を説明し、共同開発の協力を依頼した。しかし、反応は芳しくなかった。「前例がない試みは難しい」との回答であり、それももったもな話である。日本のアニメーション業界は、プロダクションごとに異なる文化・手段が根付いている。実写映画やドラマでは、タイトルや主演俳優が最初に注目されるが、日本のアニメでは監督名と同時に制作プロダクションの名前が前面に出る。そのため、「前例がないので難しい」という回

答も、プロダクションの文化・手段としては妥当である。最終的に、大学との共同開発という形ではなく、純粋なアニメ企画として検討してもらうことになった。研究の目的の半分は失われたが、予定していた表現物を形にすることに注力することにした。

企画のジャンルは「TVシリーズのロボットもの」とし、物語や企画意図、背景設定は私が担当、メカデザインとキャラクターデザインはフリーのクリエイターに発注をかけることにした。デザイナーには若手の才能を求めた。メカデザイナーは海外在住のクリエイター、キャラクターデザイナーはSNSで人気が急上昇しているイラストレーターに依頼した。予算はかかったが、結果的に素晴らしい出来上がりに繋がった。本来、アニメの企画書はA4一枚から始まるが、制作会社所属でない外部クリエイターが発案すると、受け入れられる確率が極めて低い。しかし、質の高いビジュアル資料を揃えることで少なくとも興味を持ってもらえる可能性は高まる。

各クリエイターへの発注は5月に行い、企画書や世界観資料を含むすべての成果物が揃ったのは11月半ばだった。良いものができたかどうかは自分では判断できない。アニメ業界では、どれほど精巧な企画を作り上げても、それが商業的に価値を持ち、多くの人に受け入れられるかは別問題だからだ。

そして、以前相談したプロデューサーの尽力により、制作会社の企画責任者へのプレゼンの機会を得た。しかし、伝えきれない部分も多く、厳しい状況であった。プレゼンを通じて業界の現状や未来について貴重な話を聞くことができたものの、社外秘の内容が多いため、詳細を本報告書に記すことはできない。

プレゼンの結果としては、「成果なし」となる。持ち込んだ企画書は作品化されず、世に出ることはない。残念ではあるが、当初から覚悟していたことである。世に出る作品の裏には、日の目を見なかった企画が無数に存在する。制作途中で頓挫したもの、完成しても葬り去られたもの、世に出たとしても評価されず忘れ去られたもの——娯楽業界において、それは避けられない現実である。

今回の研究成果物である企画書は大学に提出するが、閲覧や発表は不可とする。これは、提出した制作会社のIP（知的財産）を利用しているためであり、先述したようにプロダクションごとの文化やルールに従った結果である。

本報告は失敗の記録が多いが、研究成果とは成功のみを示すものではない。今回の最大の成果は、参加したクリエイターたちが「またやろう」と声をかけてくれたこと、そして制作会社との縁がより深まったことだと考えている。

最後に、本研究、企画においてご協力頂いた各関係者の方々に本報告書発表にて心から御礼を申し上げます。有難うございました。