

# 中国資本の進出と独自化するアニメ産業

董 鎧 源

アブストラクト：日本のアニメ市場の近年の急速な成長は、海外の売上の伸びが主要な原因となっていた。中でも、中国の「爆買い」は海外市場成長の要因の一つとされてきた。しかしながら、その正体は、配信を行う中国のインターネット企業が、正規版を購入するようになったことで過去の作品を買い漁り、人気作品の配信権を確実に得ようとしたために起こったことであったのだ。中国資本の日本のアニメ業界への進出も近年話題となった。日本のアニメの製作委員会への中国企業の出資、自らの企画・製作による日本のアニメーション制作会社への発注がその中身である。中国資本における日本での製作は、次第に独自色を強めている。日本からの強い影響を受けた中国のアニメ文化は、青年向けアニメ市場においても中国独自の展開が見られつつある。

## 1 日本のアニメ市場

2018年の暮れに発表された日本動画協会の『アニメ産業レポート2018』によれば、日本のアニメ市場は2017年の時点で初めて2兆円を突破したという（日本動画協会 2018：7；図表1-1）。ここでいう「広義のアニメ市場」とはテレビ、映画、ビデオ、配信、商品化、音楽、海外、遊興、ライブエンタテインメントの各ジャンルのエンドユーザーの売上の合計を指す。日本のアニメ市場は2012年以前の数年間は1.3兆円前後で推移していたが、2012年以降に、急速に拡大し、過去最高記録を毎年更新している。その中で、成長しているジャンルは配信、ライブ、海外であり、中でも海外での売上の伸びは、2014年以降の成長のほとんど唯一の原因となっている（日本動画協会 2018：7；図表1-2）。国内市場は2014年の1兆3,034億円でピークを

迎えた後、漸減してきている（日本動画協会 2018：8；図表1-5）。それに対し、海外市場は2014年以降、急激に成長した。2014年には3,265億円で全体の20.0%を占めていたが、2017年には9,948億円に達し、全体の46.2%を占めるに至った。

海外市場成長の要因の一つとしては「中国市場の継続的な成長」が挙げられてきた（日本動画協会 2018：80）。しかしながら、日本動画協会は、2017年に中国市場に変化が生じたといい、この変化を政府の制限の強化が原因であると説明する（日本動画協会2018：81）。この説明は果たして適切であるだろうか。

## 2 中国における日本のアニメ「爆買い」の正体

日本のアニメの中国への輸出の契約数の推移を見ると、2016年から2017年にかけてたしかに

急速に後退しているように見える<sup>1</sup>。しかし、これは日本動画協会が言うような中国の政府機関による映像関連市場の規制が強化されたからではない。確かに、2017年にはりが指摘したように、アメリカのミサイル防衛システムの配備による中韓関係の悪化を受け、韓国のテレビドラマやミュージックビデオが動画共有サイトから削除された<sup>2</sup>。インターネット配信業者組合の自主規制によって、海外のドラマ、映画、ドキュメンタリー、バラエティー番組などの配信が事前審査となり、配信まで時間を要するようになっていた。しかし、子ども向けとされたアニメはほとんど影響を受けなかった。

では、なぜ2017年に中国市場に変化が生じたように見えたのか。その背景には日本のアニメの海賊版に対する中国政府の規制強化と、配信サービス業者による正規版の買付けによって2015年から2016年にかけて生じていた「爆買い」が関係している。

中国による日本のアニメの輸入は、1980年代からはじまり、1990年代には多くの日本のアニメが輸入された。その中には、『セイイントセイイヤ聖闘士星矢』

(1991年)、『北斗の拳』(1993年)、『ドラゴンボール』(1998年)、『SLAM DUNK』(1999年)といった中国の中高生に人気があった作品が含まれていた<sup>3</sup>。しかしながら、2000年代以降、中国政府は、国内のアニメ産業の育成を目的に、海外のアニメ作品のテレビ放送を徐々に厳しくし、2005年には夕方の午後5時から9時までのゴールデンタイムに海外のアニメ作品を放送することが禁止され、2008年以降は海外のアニメ作品を新規に輸入して放送することができなくなった。

そうした中国では、1990年代末のビデオCDの普及について、日本のアニメを含む様々な海外の映像コンテンツの海賊版が流通するようになった。ビデオCDは、2000年代初頭にはDVDに代わり、2005年以降、動画共有サイトが普及するにつれて、動画共有サイトに投稿された海賊版を視聴することが、日本のアニメを視聴する主要な形態となった。

中国政府が、動画共有サイトの海賊版の規制に本格的に乗り出したのは、2010年代に入ってからである。中国政府は、2011～15年の第十二次五カ年計画において、海賊版の管理を目標とし、2015年までに動画共有サイト上の海賊版を全部削除しなければならないとした。

中国における日本のアニメの正規版の動画配信は2011年に始まる。中国の動画共有サイトトゥードゥ「土豆網」は、2011年に『NARUTO—ナルト—』と『銀魂』の正規版を購入し配信を始める。また、中国の大手インターネット企業・バイドゥ百度傘下の「アイチイー愛奇艺」は、『名探偵コナン』の正規版を導入した。この時期、これらのサイトを含む中

1 日本動画協会『アニメ産業レポート』各年版に掲載されている巻末資料③「日本のアニメの海外展開」に基づく。中国市場では2016年に355件の契約であったものが、2017年に121件に急減した。契約数は、2013年に50件、2014年に64件であったものが、2015年に286件と急速に拡大していた。

2 リ・ユエン (Li Yuan) 「中国、ネットの海外TV番組も一斉規制 韓流ドラマや日本のアニメも——若い世代への共産党イデオロギー植え付けが狙い」『THE WALL STREET JOURNAL』2017年7月21日付 (<https://jp.wsj.com/articles/SB12486374110347244704404583280610837903502>)。

3 カッコ内は、中国でのテレビ放送開始年。

国の大手動画共有サイトでは、有料会員制度を充実させ、欧米や日本、韓国などの映像作品の正規版を購入して配信し、それらの海賊版を削除していった。この過程において、日本のアニメのファンが集まるようになったのは、海賊版がまだ削除されていなかった「AcFun」と「ビリビリ動画」である。2014年6月、許可証を持っていなかった「AcFun」はサーバーを停止させられ、海賊版を削除させられる。「ビリビリ動画」は、同年7月から日本のアニメの正規版を配信し始める。同年11月には、「人人影視」など、海賊版の供給源となっていた主要なファンサブグループ（字幕組）のサイトが停止させられ、二大海賊版ダウンロードサイトとなっていた「漫遊BT」と「動漫花園」が停止させられた。

こうした過程において、中国の動画共有サイトは、動画配信が主要なサービスの一つとなり、日本のアニメ作品を購入していった。しかし、大手動画共有サイトは、「民工漫<sup>4</sup>」と呼ばれる誰でも知っている日本のアニメ作品が中心であったのに対し、ビリビリ動画は日本の青年向けアニメ作品というニッチな市場に特化して行った。ビリビリ動画は、最新の作品を購入するとともに、過去の作品を買い増していく（表1）。また、大手動画共有サイトでも、競争が激しさを増す中、契約が更新の時期を迎え、作

品の価格が高騰して行った<sup>5</sup>。つまり、中国市場における日本のアニメの「爆買い」は、配信を行う中国のインターネット企業が、正規版を購入するようになったことで過去の作品を買い

表1 ビリビリ動画で配信が開始された日本のアニメ（作品数）

ビリビリ動画での配信開始年 日本での放送開始年	2014	2015	2016	2017	2018	2019
～1993				8	3	1
1994～96			1	4	4	3
1997			1		2	1
1998			1	1		
1999					1	2
2000				1	1	1
2001				1	1	1
2002			3	3	2	1
2003		2		3	10	1
2004				2	8	4
2005		2	3	4	8	2
2006		1	2	5	19	5
2007		1	1	6	13	5
2008		3	3	4	12	3
2009		5	2	3	6	9
2010	1	3	2	6	6	9
2011	3	9	3	6	7	7
2012		12	5	6	10	7
2013	3	15	11	11	15	12
2014	15	2	4	21	15	13
2015	—	104	8	12	6	11
2016	—	—	113	22	10	22
2017	—	—	—	109	17	9
2018	—	—	—	—	97	28
2019	—	—	—	—	—	147
合計	22	159	163	238	273	304

※ビリビリ動画ホームページ（<https://www.bilibili.com/>）掲載情報に基づき筆者作成。

4 「民工漫」とは中国のネットスラングで、アニメやマンガとは全く縁が無いであろう農民工（農村戸籍を持ち都市に出稼ぎに行く肉体労働者）でも知っている作品の意味である。中国のアニメファンの中で、「三大民工漫」と言われるのは『ONE PIECE』、『NARUTO—ナルト—』、『BLEACH』であるが、これに『名探偵コナン』、『銀魂』、『FAIRY TAIL』などを加えることもある。

5 「中国が日本アニメを爆買い、人気作品は1話1,000万円—米紙」『Record China』2016年12月27日付（<https://www.recordchina.co.jp/b158906-s0-c30-d0046.html>）。

漁り、人気作品の配信権を確実に得ようとしたために起こったことなのである。

2017年の中国市場における契約数は、121件に急落した。これは、「爆買い」が起こる前の2014年と比べても、倍近くの件数に昇る。しかし、ビリビリ動画で新規に配信が開始される日本のアニメの数は継続的に増えている。中国の動画配信サービス業者が、日本のアニメ作品を購入する際の、契約形態が影響していることがうかがわれる。2018年には281件に回復した(日本動画協会 2019：巻末資料③)。

### 3 日本への中国資本の進出

2010年代中盤以降、日本のアニメをめぐる、もう一つ注目されたのは、中国資本の進出である。これは、日本のアニメ業界では、2015年頃より関心を集められてきたという。「2016年になると製作委員会への投資、自らの企画・製作による日本のアニメーション制作会社への制作発注などにビジネスの役割が広がった」(日本動画協会 2017：23)。

中国系企業が、製作委員会に出資するようになったのは、配信ライセンス価格が上昇する中、「より確実にライセンスを獲得するため」(日本動画協会 2017：31)であった。北京に本社のある金誠同達法律事務所は、「日本の著作権業務における神秘的な組織“製作委員会”の解説」という論文の中で、中国の企業が製作委員会に出資する理由として、中国のバイヤーが知的財産の所有権までは購入できないこと、購入プロセスに時間が掛かり面倒であることを挙げている<sup>6</sup>。製作委員会に出資し、知的財産を共有す

ることによって、中国での権利ビジネスを優位に展開し、速やかに作品を中国で公開することに繋がっているというのである。

こうした日本のアニメの製作委員会に出資するようになった代表的な中国企業として、自社の動画共有サイトにおいて動画配信サービスを行っているビリビリ動画を挙げることができる。ビリビリ動画は、2015年夏クールに公開された『洲崎西 THE ANIMATION』というショートアニメを皮切りに、現在までに確認しているだけで15本の日本のアニメ作品に出資している。また、「驚奇大地動漫」,「羚邦集団」,「杰外動漫」といった、香港や台湾を含む中国語圏の配信権を取得し、大陸を含む各地域の動画配信サービス事業者に仲介する企業も、しばしば製作委員会に出資している(表2)。

一方、日本のアニメーション制作会社に委託して制作された作品を中日両国で発表するようになったのは、中国の大手インターネット関連企業テンセントである。テンセントは、2015年にアニメスタジオ「<sup>もん</sup>夢アニメーション」に出資し、上海絵界文化伝播有限公司を設立した。同年10月には、アニメーション作品の企画・制作を目的として、その日本法人<sup>えもん</sup>絵夢株式会社を設立していた。2016年1月に発表された『<sup>れいけん</sup>靈劍山』は、日本のアニメ制作会社「スタジオディーン」に発注して制作したものであり、テンセントと並び、絵夢も製作委員会に名を連ねていた。続いて、2016年7月に発表された『一人之下』では、日本のアニメ制作会社「バンダニウム」

秘組織——“制作委員会” 2017年9月11日付  
(<https://www.jtnfa.com/CN/booksdetail.aspx?type=06001&keyid=000000000000000003121&PageUrl=majorbook&Lan=CN>)。

6 金誠同達法律事務所「解密日本版權運營中的神

表2 中国系企業の製作委員会への参加

放送時期	作品名	話数	参加中国系企業
2015夏	洲崎西 THE ANIMATION	12	ビリビリ動画
2016冬	蒼の彼方のフォーリズム	12	ビリビリ動画
2016春	宇宙パトロールルル子	12	ビリビリ動画
2017冬	南鎌倉高校女子自転車部	13	上海天譚文化傳媒
	AKIBA'S TRIP - THE ANIMATION -	13	ビリビリ動画
	エルドライブ【eDLIVE】	12	テンセント
	アイドル事変	12	ビリビリ動画
2017春	喧嘩番長乙女 - Girl Beats Boys -	12	絵夢
2017秋	戦刻ナイトブラッド	12	JY Animation (杰外動漫)
	Dies irae	17	驚奇大地動漫 (香港) 有限公司
	アニメガタリズ	12	JY Animation (杰外動漫)
	干物妹! うまるちゃんR	12	ビリビリ動画
2018冬	刀使ノ巫女	24	驚奇大地動漫 (香港) 有限公司
2018春	魔法少女 俺	12	驚奇大地
	宇宙戦艦ティラミス	13	JY Animation (杰外動漫)
	鹿楓堂よついろ日和	12	驚奇大地
2018夏	ISLAND	12	ビリビリ動画
	はねバド!	13	MEDIALINK ENTERTAINMENT LIMITED (羚邦集団)
	すのはら荘の管理人さん	12	ビリビリ動画
	百鍊の覇王と聖約の戦乙女	12	ビリビリ動画
	Phantom in the Twilight	12	Happy Elements (楽元素控股有限公司)
2018秋	風が強く吹いている	16	MEDIALINK ENTERTAINMENT LIMITED (羚邦集団)
	ガイコツ書店員 本田さん	12	木棉花 (木棉花国際股份有限公司)
	CONCEPTION	12	ビリビリ動画
	叛逆性ミリオンアーサー	10	ビリビリ動画

2019冬	みにとじ	10	驚奇大地動漫
	CIRCLET PRINCESS	12	ビリビリ動画
2019春	この世の果てで恋を唄う少女 YU-NO	26	ビリビリ動画
	叛逆性ミリオンアーサー (第2期)	13	ビリビリ動画
	群青のマグメル	13	翻翻動漫, 瞬心文化, ビリビリ動画
2019秋	真・中華一番!	12	JY Animation (杰外動漫)

※各作品のホームページに記載の情報に基づき筆者作成。

に制作を委託したものの、監督、企画、プロデューサー、設定制作は、絵夢アニメーションの中国本社のスタッフが関わっており、実質的には中日合作であったと言えよう<sup>7</sup>。こうした制作形態は、中日両国のアニメ業界で話題になり、中国で制作された作品よりは「日本的」であるとして評価されたが、日本のアニメ作品ほどの人気を獲得することはできなかった(表3)。また日本においても、テンセントが製作する作品は、道教の世界観に基づいて作られた物語など中国色が強く、現状では日本のアニメファンに受け入れられているとは言い難い<sup>8</sup>。

7 『一人之下』の監督・王昕は、この作品の制作事情について、日本と中国の制作プロセスの違いにより、日本の制作会社との間でコミュニケーションに齟齬が生じ、第4話以降は、絵夢側で修正を行うようになったことを中国メディアのインタビューで語っている(録音筆「中日合作動画要経過各種磨合——動画導演王昕專訪(三)」『Anitama』2016年12月10日付(<http://www.anitama.cn/article/0cbccf21786d498e>))。

8 中国資本の日本進出については、数土(2017)が知られているが、2016年末までの状況を基にまとめたものであり、すでにかなり状況は変わっ



表3 中国資本により日本で制作・放送された中国の青年向けアニメ

放送開始日	作品名	話数	テレビ局	アニメ制作会社	中国側の出資者
2016. 1. 8	霊剣山 星屑たちの宴	12	AT-X	スタジオディー	テンセント
2016. 4. 5	聖戦ケルベロス	13	テレビ東京	ブリッジ	愛奇芸
2016. 7. 9	一人之下	12	TOKYO MX	パンダニウム	テンセント
2016.10. 1	Bloodivores	12	TOKYO MX	クリエイターズインバック	テンセント
2016.10. 4	侍霊演武	12	TOKYO MX	スタジオぴえろ	優酷土豆
2017. 1. 7	霊剣山 叡智への資格	12	AT-X	スタジオディー	テンセント
2017. 4. 7	兄に付ける薬はない！	12	TOKYO MX	イマジニア, ファンワークス	テンセント
2018. 7. 9	兄に付ける薬はない！2	24	TOKYO MX	イマジニア, ファンワークス	テンセント
2018. 7.10	悪偶-天才人形-	12	TOKYO MX	スタジオディー	テンセント
2019.10. 7	兄に付ける薬はない！3	12	TOKYO MX	イマジニア, ファンワークス, Planet Cartoon	テンセント

※筆者作成。

#### 4 独自化する中国のアニメ産業

中国資本における日本での制作は、次第に独自色を深めていくことになる。テンセントは、日本での制作の委託先として、はじめ日本企業に委託していたものの、2017年4月に発表された『銀の墓守り』では、テンセントが出資する中国の制作会社の日本法人である絵夢を中心に「絵夢アニメーション」のブランドで制作された。さらには、2018年1月から発表された『銀の墓守りⅡ』でも、絵夢が制作を受託する。2017年1月の『SPIRITPACT』や2018年1月の『一人之下2』などでは、中国本社が制作した作品の日本語版の制作を担当した<sup>9</sup>。こうした様態は、日本法人の絵夢が、基本的には中国の青年向けアニメの制作と日本への進出に関わる会社であることがわかる<sup>10</sup>。

てきている。

9 絵夢株式会社の「会社沿革」(<http://www.haoliners.co.jp/company/>)による。

10 たしかに絵夢は、日本のアニメ『セントールの

絵夢アニメーションの日本進出の背景には、中国のアニメ産業における人手不足の問題があった。子ども向けアニメを中心に、急速にアニメ産業が発展した中国では、人手不足の傾向にある。絵夢は日本だけでなく韓国にも制作スタジオを設立しているが、日本に対しては特に中国において不足している青年向けアニメの制作に関するノウハウの獲得が期待されているようである。

武蔵野市にある絵夢の制作スタジオでは、日本人クリエイターたちが中国国内で放映する作品に携わっているという。Abema TVの取材において、唐雲康副社長は、日本に会社を設立し

悩み』(2017年)や『THE REFLECTION』(2017年)において、製作委員会に出資するとともに、前者では元請として制作を受託している。しかし、『セントールの悩み』では、実際の制作の大部分を日本のアニメ制作会社「エンカレッジフィルムズ」に再委託していたとみられることから、基本的には中国のアニメの制作を行う会社であることには変わりはない。

表4 ネット配信された中国の青年向けアニメ作品数

配信年	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
作品数	3	5	7	8	18	25	62	102	117	108

※愛奇芸, テンセントビデオ, 優酷土豆, ビリビリ動画のホームページ掲載情報に基づき筆者作成。

た「一番の目的は日本の優秀なクリエイターと技術を集めて作品を作ること」であり、「優秀なアニメ企業の運営方法を学びたかった」と語っている<sup>11</sup>。

2018年6月には、日本でもう一つの中国資本のアニメ制作会社が設立された。テンセント傘下の「閱文集団」が出資して2014年に設立された彩色鉛筆動漫設計有限責任会社の日本法人 Colored Pencil Animation Japan 株式会社である。この会社は、町田市に制作スタジオを置き、高い技術を持った日本のクリエイターとともに制作するために、正社員を募集し、残業の少ない環境を整備するなど、スタッフの待遇に力を入れている<sup>12</sup>。彩色鉛筆動漫が日本に進出する理由を、WIREDのインタビューに対し、創業者の一人・鄧志巍は「日本から学び、ともに作品をつくるため」と話している。「中国のマーケットは急成長していますが、制作技術などで不足している点も多くあります。また、アニメ監督の経験がないことも弱みです。このあたりは長い時間を要する技術なので、日本企業から学ん

でいきたいと思っています」<sup>13</sup>。彩色鉛筆動漫は、将来的に中国で国産アニメが好まれるようになるという未来予想のもとに、日本で中国のアニメを制作しているのである。

中国において青年向けアニメ作品が制作されるようになったのは、実質的には2010年代に入ってからであり、その制作数は近年急速に伸びてきた(表4)。中国のアニメファンの中では、日本のアニメは依然として高く支持されているが、中国のアニメの中にもある程度の支持を集めるようになった作品も出つつある。そうした作品の一つが2017年に発表された『一人之下』であり、『マスターオブスキル (全職高手)』である。

テンセントが製作した『マスターオブスキル』では、中国のアニメファンによる「聖地巡礼」のムーブメントが起きた。このアニメはネットゲームの達人である主人公・葉修が世界大会に参加し、優勝するまでを描いたものである。この作品では、主人公が住んでいる都市として、杭州の情景を背景画に使用した。このアニメの制作会社は、実際に杭州でロケハンを行い、撮影した写真に基づきアニメを制作した。このアニメの原作は中国で人気のライトノベルであ

11 「中国勢の台頭で、もはや立場が”入れ替わってる!?” 日本アニメの未来は暗いのか?」『Abema Times』2019年6月3日付 (<https://times.abema.tv/posts/7005537>)。

12 日本放送協会「どうなる?日本のマンガ・アニメ～中国 急成長の衝撃～」『クローズアップ現代』2019年3月5日付 (<https://www.nhk.or.jp/gendai/articles/4257/index.html>)。

13 川鍋明日香「中国が国産アニメを求めると、制作スタジオ「彩色鉛筆動漫」が日本に進出した理由」『WIRED』2018年11月11日付 (<https://wired.jp/2018/11/11/colored-pencil-animation-japan/>)。

り<sup>14</sup>、原作中では「日市」とされていたが、作中に出てくる「蕭山体育館」という名称から、「舞台」が杭州であることが予想できた。そして、アニメが配信されはじめた直後から、作中で登場したマクドナルドにファンが行くようになった。この店はアニメの看板を設置し、さらには当該店を宣伝する特別編が製作されるとアニメのグッズがもらえるキャンペーンを実施した。

『一人之下』は、大学生の主人公が祖父の死の謎を解くため、呪術を使って「異人」と戦うストーリーである。2018年に放送された第二期（『一人之下 羅天大醜篇／全性篇』）では、主人公・張楚嵐の出身地である龍虎山<sup>15</sup>が登場するにあたって、テンセントは龍虎山を紹介するビデオを製作して発表した<sup>16</sup>。そのビデオでは、中国初のアニメ「聖地」と称し、中国の有名なコスプレヤーが主人公に扮し、作品で登場する場所を含め、龍虎山を紹介した。龍虎山天師府でも、作品で登場した場所に看板を設置した。

日本のアニメファンのファン文化を発祥とする「聖地巡礼」は、いよいよ中国のアニメにおいても見られ始めたのである<sup>17</sup>。

14 中国で最も大きいライトノベルサイト「起点中文網」では、会員の講読に応じたポイント制で各小説はランク付けされている。この小説は、このサイトで初めて最高ランクの「盟主」を獲得した作品である。

15 中国江西省にある景勝地。道教の発祥の地とされ、ユネスコの世界文化遺産にも登録されている。

16 「【一人之下】龍虎山聖地巡礼」2018年5月14日付 (<https://www.bilibili.com/video/av23418305>)。

17 ただし、中国において「聖地巡礼」は、日本のようなファンムーブメントとしてというよりも、製作側が誘導する要素が強いように思われる。重慶江小白酒業有限公司と重慶市が出資して製

## 5 結論

中国のアニメ文化は、日本アニメからの強い影響を受けている。しかし、子ども向けアニメについては、2004年以降テレビ放送が大きく制限されるようになり、現在では中国アニメが主流となっている。中国では、コスプレ文化においても、2000年代半ばには、「舞台劇」という独自の形式が確立し、服飾の産業化が起き（化2013）、2010年代に入ると、中国のゲーム作品を題材とするものが3分の1ぐらいを占めるようになった。中国政府のアニメ産業に対する保護政策もあり、青年向けアニメ市場においても、アニメ産業が育ちつつある。中国の青年向けアニメ産業は、日本と接点をもちつつも、独自のものとして展開されつつあるのである。

※本研究ノートは、2019年10月5日に東京女子大学で開催された第92回日本社会学会大会におけるテーマセッション「文化産業としてのアニメーション」における口頭報告を基に書き改めたものである。

※本研究ノートで言及しているインターネット上の資料の最終閲覧日は全て2020年5月28日である。

[投稿受理日2020.6.5/掲載決定日2020.6.5]

作されたアニメ『私は江小白(我是江小白)』(2017年)は、重慶市の多くの場所が登場した。また、アニメ映画『昨日青空』では、2018年10月の上映開始にあたって製作側が「舞台」となった浙江省の無名の町を紹介するビデオとロケ地マップを発表した(董2019)。



## 引用文献

- 董鎧源, 2019, 『ファン活動としてのアニメ「聖地巡礼」——中国のアニメファンの場合』早稲田大学大学院社会科学研究科2018年度修士論文.
- 化濱, 2013, 『コスプレでつながる中国と日本——越境するサブカルチャー』, 学術出版社.
- 日本動画協会, 2017, 『アニメ産業レポート2017』日本動画協会.
- , 2018, 『アニメ産業レポート2018』日本動画協会.
- , 2019, 『アニメ産業レポート2019』日本動画協会.
- 数土直志, 2017, 『誰がこれからのアニメをつくるのか? ——中国資本とネット配信が起こす静かな革命』星海社新書.