



台湾のデジタルコンテンツ産業最新データと 最近の日台アライアンスの動向

NPO 法人アジア IT ビジネス研究会

理事 田所陽一



台湾のデジタルコンテンツ産業は昨年（2011年）も堅調な成長を遂げた。一方、中国と台湾の経済交流のさらなる活性化をめざした ECFA（兩岸経済協力枠組協定）が締結され、その早期開放業種に台湾映画の中国における輸入割当規制撤廃が盛り込まれたことによって、日本のコンテンツビジネス各社による台湾企業とアライアンスを組んだ中国進出の動きが増えてきた。今回はこれらの状況についてレポートする。

1 台湾デジタルコンテンツ産業の最新統計

台湾の経済部工業局が昨年 12 月に発行した『2011 台湾数位内容産業年鑑』（デジタルコンテンツ産業年鑑）によると、台湾のデジタルコンテンツ産業の市場規模は 6,003 億台湾ドルとなり、前年（2010 年）の 5,225 億台湾ドルと比べて、約 14.89% の成長を示した。さらにその前年（2009 年）の 4,603 億台湾ドルと比べれば、約 30.41% の成長となり、産業として確実に成長を遂げていると言えるだろう。

このデジタルコンテンツ産業年鑑では、台湾のデジタルコンテンツ産業を、以下の 5 つの主要産業と 3 つの関連産業の合計 8 つのカテゴリーからなる産業と定義づけている。

（主要産業）

- ① デジタルゲーム（PC ゲーム、コンソールゲーム、携帯ゲーム）
- ② コンピュータアニメーション（テレビ・劇場用アニメ、企業宣伝アニメ、ライセンスビジネス）
- ③ e ラーニング（教材制作、ソフトウェア開発、プラットフォーム開発）
- ④ デジタル出版&アーカイブ（電子出版、電子辞

書、流通プラットフォーム、アーカイブデータベースなど）

- ⑤ デジタルオーディオ&ビデオ（デジタル音楽、カラオケ配信、デジタル映画&テレビ、デジタル放送）

（関連産業）

- ⑥ モバイルアプリケーション（モバイルコンテンツ、GPS サービス）
- ⑦ ウェブサービス（インターネットコンテンツプロバイダー、インターネットサービスプロバイダー、インターネットデータセンター、インターネットアプリケーションシステム）
- ⑧ コンテンツ・プロセッシング・ソフトウェア（マルチメディアプロダクションツール、DRM、ウェブサイトコンテンツマネジメント）

『2011 台湾デジタルコンテンツ産業年鑑』によると、2011 年の台湾デジタルコンテンツ産業市場規模 6,003 億台湾ドルを、上記 8 つのカテゴリー別に見ると、次のとおりとなる。

- ① デジタルゲーム
436 億台湾ドル（前年比 + 3.36%）
- ② コンピュータアニメーション
45 億台湾ドル（前年比 + 4.65%）
- ③ e ラーニング
332 億台湾ドル（前年比 + 24.81%）
- ④ デジタル出版&アーカイブ
716 億台湾ドル（前年比 + 45.23%）
- ⑤ デジタルオーディオ&ビデオ
594 億台湾ドル（前年比 + 30.47%）
- ⑥ モバイルアプリケーション
731 億台湾ドル（前年比 + 40.04%）
- ⑦ ウェブサービス

1408 億台湾ドル（前年比+ 3.91%）

⑧コンテンツソフトウェア

1741 億台湾ドル（前年比+ 4.06%）

主要産業である①から⑤の中で、最も高い成長率を示しているのがデジタル出版&アーカイブ分野である。昨年の前年比+ 74.2%の成長からは鈍化したものの、今後も台湾政府のデジタルコンテンツ産業育成の要となるものと見られる。

2 台湾企業と日本企業のアライアンスの可能性

日本企業と台湾企業のアライアンスによる中国進出は 2000 年以降増え続け、日本企業にとって中国進出の 1 つのビジネスモデルとして定着しており、すでにいくつもの成功例がある。

それが一昨年からさらに注目を浴び、台湾政府当局が「台日産業架け橋プロジェクト」を推進したり、みずほ銀行とみずほコーポレート銀行が台湾の経済部投資業務処や工業技術研究院と相次いで業務協力協定を結んで、日本企業の台湾進出及び日台企業連携の強化によるアジアへの共同進出支援を始めるなどの動きが始まっている。

また、有力ビジネス雑誌『週刊東洋経済』も昨年 10 月 1 日号で「中国は台湾から攻める」と題した 20 ページを超える特集を企画したり、各テレビ局も同様の趣旨の特集を企画したりするなど、話題を呼んだ。

その大きな理由が、台湾企業の中国進出の加速と、それに伴う中国と台湾双方の自由貿易協定である「ECFA」（兩岸経済協力枠組協定 Economic Cooperation Framework Agreement）の締結である。

この ECFA は中国と台湾間の貿易自由化（関税撤廃、貿易規制の撤廃）をめざすものだが、同時に外国企業にとっては台湾企業と組むことによって、これらの恩恵を享受できる可能性が出てきており、注目を浴びることとなった。

ECFA は 2010 年 9 月 12 日に発効となり、2011 年 1 月 1 日から物品貿易でア－リーハーベスト（先行的に自由化を進める措置）対象品目として、台湾側 267 品目、中国側 539 品目で関税の引き下げが始まっている。続いて、サービス部門のア－リーハーベストが 2 段階で規制緩和が実施され、現時点で台湾側で 9 業種、中国側で 11 業種の開放が行われている。

このような中台間の ECFA 締結の動きに加えて、台湾と日本は近代以降歴史的なつながりが深く「台湾は世界一親日的な国」というイメージが日本国内においても広く流布されていること、パソコンや半導体、液晶などの分野で世界有数のシェアを持つハイテク大国のイメージ、国内市場が小さいためにグローバル志向であること、中国と共通の言語・文化的背景を持っており中国人との交渉に長けていること、などの背景が、日本企業の視線が台湾企業に注いでいる原因と思われる。

3 最近のコンテンツビジネス分野における日台アライアンスの動き

ここまで台湾のデジタルコンテンツ産業の発展状況と、最近の日台アライアンスによる中国進出増加の背景について説明してきた。

以上をもとに、ここからはコンテンツビジネス分野における日台アライアンスの増加とその可能性について考察を試みる。

周知のとおり、日本のコンテンツ産業は国際競争力を持っている分野が多く、とりわけマンガやアニメーションの分野では圧倒的なシェアを持っている。しかし、それは最初から国際展開を見据えたビジネス戦略の成果というよりは、コンテンツそのものの競争力によって結果的に得られたものという側面が強い。

一方、台湾のコンテンツ産業は国内市場規模が小さいこともあり、必然的に海外との合作が不可

欠である。

これまで台湾と日本のコンテンツ企業の提携は散発的にいくつかあったが、昨年、いくつかのプロジェクトが相次いで発表され、業界で話題となった。

まず日台合作の劇場用3Dアニメーション映画『孫中山』。これは1911年に勃発した辛亥革命100周年を記念して、台湾では「国父」、中国でも「中国革命の父」とされている孫文の一生を描いたものである。台湾側はこのプロジェクトのために設立された「中華中山文化国際伝媒」が制作を行い、日本からは映画『ALWAYS 三丁目の夕日』シリーズなどのVFX（視覚効果）で知られる有力映像プロダクション「白組」が技術指導で加わる。昨年10月18日に台北で正式に調印が行われ、本年中の完成と中台同時公開をめざす。また、その後のテレビアニメやゲーム、出版などの展開も見せているという。

また日本最大の出版社「講談社」は台湾の出版大手「城邦」グループと昨年2月に業務提携、続く9月22日に「華雲数位」を共同設立することを発表。講談社の出版コンテンツを台湾で中国語化し、中華圏でデジタル出版を始めることを発表した。

前述したとおり、過去に台湾と日本のコンテンツ関連企業のアライアンスケースがなかったわけではない。むしろ、台湾はアニメ、コミック、ドラマ、音楽といった日本製コンテンツ最大の消費国であり、両者のビジネス関係は長い歴史を持っている。

では、前記2つのプロジェクトがなぜ注目されるか。それは両方とも日台連携による中国市場進出を目的としていること、そして前述のECFAにおけるサービス貿易部門のアーリーハーベスト対象業種にも明記された「中国側の台湾映画に対する輸入割当撤廃」を利用して、台湾企業と連携した形で日本製コンテンツの中国輸出を念頭に置

いたものだからである。

中国では、外国製コンテンツの輸入は厳しい規制によって阻まれている。劇場用映画であれば輸入割り当て（1年間に輸入できる海外映画は50作品と決められている）、テレビ用アニメーションであれば放送枠である。これにさらに内容に関するセンサーシップ（検閲）があり、性描写や暴力、政治性などで問題ありとみなされたコンテンツは中国での上映や放送、出版などができないようになっている。これに加えて、中国では、興業や流通などにおける中国独自の商習慣や海賊版DVD・インターネット上の違法ダウンロードの問題もある。

このように、日本のコンテンツ関連企業にとって、13億人の人口を擁する中国は垂涎の市場でありながら、思うようにビジネスが展開できないのが悩みの種であり、過去に多くの企業が中国に挑んでは撤退した事例は枚挙に暇がない。

しかし、前述のECFAの枠組みを使えば、理論上は台湾企業と共同制作した「台湾製中国語映画」（台湾の規定によって設立された映像制作会社が撮影し、資金やスタッフなどで台湾側の関与比率が50%以上認められる映画）としてリリースすれば中国の輸入割当から逃れられることができる。また、台湾は世界一の親日国であると同時に台湾企業は中国にも多数進出しているため、台湾側パートナー企業の力を借りて、中国当局や企業との交渉を有利に進めたり、ビジネスリスクをヘッジしたいという日本側の思惑も考えられる。

台湾のコンテンツ産業自体は日本と比べて市場規模が非常に小さく、大半が欧米や日本企業の下請けである。独自に欧米市場向けにオリジナルコンテンツを制作して輸出している会社もあるものの、台湾政府のコンテンツ産業振興や輸出促進への関与も中国や韓国のそれに比べれば低いのが実情で、オンラインゲームを除けば台湾製コンテンツは日本ではマイナーな存在だった。

しかし、ECFA の交渉進展により台湾政府も今年になって、コンテンツ分野での対日プロモーションに俄然熱が入ってきたようである。

毎年 10 月の東京国際映画祭に付随されて行われている TIFFCOM (映像見本市) には、昨年は過去最大の 12 社の台湾の映像関連会社 (映画、ドラマ、アニメ) が出展した。また、これに先立つ 9 月 16 日には日本の財団法人 (本年 4 月 1 日より一般財団法人に移行) デジタルコンテンツ協会と台湾の経済部が都内で開催したセミナー & 商談会では、活発な商談が行われた。同セミナーでは、日本側はグリーやドワンゴといったケータイコンテンツ会社、台湾側は携帯電話メーカー HTC や中華電信がプレゼンテーションを行った。

「日本側の ECFA への関心は高い。これまではアニメやゲームが中心だったが、今後は電子書籍や SNS などの新しいメディアで、日台のコンテンツ企業でどんな協力関係が築けるかがテーマ。台湾側は世界的に競争力のある自社の携帯端末に日本のコンテンツを搭載してさらなる国際市場開拓をしたいという意欲が見えた」(同協会国際室長・浪越徳子氏)。

一方、冒頭で紹介した合作アニメ『孫中山』の日本側プロジェクトコーディネートをを行った日本総合研究所のアジア・コンテンツ・インキュベーション・プログラム統括プロデューサーである紅瀬雄太氏は「『孫中山』はもともと台湾側で進んでいた企画だが、映像のクオリティ向上と日本流の制作委員会方式で資金調達を行いたいという台湾側の要望を受けて日台合作という形になった。ECFA がいい追い風になっており、台湾側からは中国や他の中華圏市場を念頭に置いた 7~8 本の企画がすでに提出されており、意気込みを感じる。日本企業はクリエイティブ面やビジネスノウハウの優位を持つ一方、台湾企業は中国での許認可手続きノウハウや中国市場に対する深い理解などが強みであり、補完関係を構築できる」と語る。

日本総研は台湾の政府系シンクタンク「資策会」と MOU (業務提携覚書) を締結し、日台合作による中国コンテンツ市場開拓をめざす「アジア・クリエイティブ・エクスチェンジ・コンソーシアム」(仮) を本年中に立ち上げる予定である。昨年 6 月 30 日に都内で開催したセミナーには日本側から約 100 名のコンテンツビジネス参加者が集まり、手ごたえを感じているという。

このほか、日本テレビも将来の中国への市場供給を見据え、昨年 5 月に台湾放送局と合弁会社を設立したことが伝えられている。

4 コンテンツビジネス分野における日台アライアンスの課題

以上紹介したように、昨年から盛りあがりを見せているコンテンツ産業における日台アライアンスだが、当然不安要因と課題がある。

まず、ECFA によって中国側の輸入割当制限から逃れることができても、中国側の輸入ライセンス取得やセンサーシップは引き続き残るということである。次に、政府間交渉であるため「映画の輸入割当撤廃」の次の解禁分野が何になるのかわからないことである。そして、今年 1 月の台湾総統選挙で国民党の馬英九総統が ECFA に慎重な姿勢を示していた民進党の蔡英文候補を破って再選されたことで台湾側の事情による ECFA の中止自体はないとしても、相手が中国である以上、本年 10 月の中国新指導部の発足如何で交渉の進展に影響が出てくる可能性も排除できないことである。

そして、ECFA を足掛かりに台湾経由で中国進出を考えている日本のコンテンツ企業にも、課題はある。

現在、台湾ドラマを日本向けに配給している「アジアリパブリックエンターテインメント」の塚崎隆文社長は、ECFA により映画に続いてテレビドラマの輸入規制緩和が進むことに期待しつつも、

「台湾人は確かに親日的で日本語を話す若者も多いが、ビジネスでの考え方はむしろ中国人に近い。台湾企業と組めば必ず成功するという保証はない。中華圏でのビジネスは個人的な人間関係づくりがポイントであり、日本的なビジネスは通用しないことを知るべきだ」とブームに乗った形での安易な日台アライアンスを懸念する。

確かに日本のコンテンツ産業はごく一部の大手を除けば、中小零細企業が圧倒的に多く、そこでつくられたコンテンツは国際競争力をもっているが、企業自体は国際化に対応できていないことが多い。また、ECFAの対象となるのは台湾側の関与が50%以上を占めるコンテンツであり、日本側

にとっては単なるコンテンツのライセンス供与ではなく、国際共同制作というより高度なビジネス対応が求められる。

国際経験の少ない日本のコンテンツ企業にとって、確かに親日的かつ国際経験の豊富な台湾企業は最初に組む国際パートナーとしては理想であろう。しかし、台湾企業と組んで成功するかどうかには、ECFAの行方もさりながら日本のコンテンツ企業自身の国際化も不可欠なのである。

単に「台湾企業に何ができるのか」を考えるのではなく、「台湾企業を使ってどのようなコンテンツを作り、どのようなビジネスを構築するか」が問われる。