

キーワード：キャラクタービジネス、知的財産権

1. 目的

本論文では、クロス・カンントリー分析とケーススタディによって知的財産権保護水準の違いが日本企業のキャラクタービジネスの海外展開に与える影響を考察する。まず、分析対象国として154カ国を選出し、国別に日本からのキャラクターグッズ輸出額データを収集する。次に、日本からのキャラクターグッズ輸出額を対照グループと比較し、知的財産権保護水準が与える影響を回帰分析で検証する。最後に、ケーススタディとしてキャラクタービジネス事業を行う日本企業の事例を取り上げて、時系列で比較する。

2. 方法

知的財産権保護水準が日本企業のキャラクタービジネスの海外展開に与える影響を、クロス・カンントリー分析とケーススタディから考察する。まず、Delgado, Kyle, and McGahan (2013)の国家所得水準リストに基づき、2009年から2018年と2015年から2018年の2つの期間に分け、154カ国を分析対象国として選出する。これらの国を対象に、日本からのキャラクターグッズ輸出額と国の知的財産権保護水準を表すIPRI(Intellectual Property Right Index)の関係性を分析し、知的財産権に影響されやすい日本からのキャラクターグッズの輸出額と、知的財産権に影響されにくい対照グループを回帰分析によって比較する。次に、分析対象国の一つである中国の知的財産権に関連する政策について考察する。最後に、分析対象期間である2009年から2018年において、中国においてキャラクタービジネス事業を展開した日本企業の複数の事例を考察し、そのうち1社に対してインタビュー調査を行う。

3. 分析結果

キャラクタービジネスの海外展開と知的財産権保護水準の関係性を分析した結果、以下の3点を明らかにした。

(1)IPRIとGDPは2009-2018年、2015-2018年の2つの期間中でともにキャラクターグッズの輸出額と対照グループである電気機器類輸出額に影響を与えていた。さらに、2009-2018年の期間中、高所得国と低所得発展途上国にも同様の影響を与えていた。

(2) 2つの期間中において、キャラクターグッズの輸出額は知的財産権保護水準に影響されるだけではなく、対照グループである電気機器類輸出額よりさらに影響を受けやすいことから、知的財産権保護水準の違いがキャラクタービジネスに大きな影響を与えていると推測できる。

(3) 中国市場における代表的な日本企業のキャラクターライセンス事業の展開は、知的財産権保護水準が安定期に入った 2011 年以後となることがわかった。

4. 結論

分析結果から、以下の 3 点のインプリケーションが得られた。

(1) キャラクタービジネスの海外展開に、知的財産権保護水準は一つの重要な判断基準となり、企業側が海外展開するときのタイミングをつかむことが重要であろう。それゆえ、企業には現地の政策動向を注視することが求められるだろう。

(2) 知的財産権保護水準が上昇する傾向があり、かつキャラクタービジネスに対して市場の需要が大きい国においては、現地の販売代理店や代理ネットショップを通して宣伝・販売する方法を広げるべきかもしれない。

(3) 短期間で知的財産権保護水準を高め、模倣品・海賊版を完全に無くすることが難しいため、キャラクタービジネスの海外展開において、長期間、海賊版被害に対策しつつ正規品を輸出することが重要となるだろう。消費者が模倣品・海賊版を購入しないように、正規品への認知度を向上させるべきかもしれない。

5. 主要参考文献

- 生稲史彦・新宅純二郎・半澤誠司・和田剛明 (2008) 「フリーコピー化がコンテンツ産業成長の原動力」、新宅純二郎・柳川範之 (編) 『フリーコピーの経済学—デジタル化とコンテンツビジネスの未来』所収、日本経済新聞出版社：47-82 ページ
- Dominika Bochańczyk-Kupka (2016) 「A comparative analysis of intellectual property rights protection in China and India in the XXI century」 Journal of International Studies
- Mercedes Delgado・Margaret Kyle・Anita M. Mchahan (2013) 「INTELLECTUAL PROPERTY PROTECTION AND THE GEOGRAPHY OF TRADE」 Journal of Industrial Economics