

科学研究費助成事業 研究成果報告書

令和 2 年 5 月 26 日現在

機関番号：10101

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2016～2019

課題番号：16K03844

研究課題名（和文）コンテンツビジネスのグローバル・シナジーに関する実証研究

研究課題名（英文）An Empirical Study on Global Synergy of Contents Business

研究代表者

岡田 美弥子 (Okada, Miyako)

北海道大学・経済学研究院・教授

研究者番号：30333587

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,500,000円

研究成果の概要（和文）：本研究の目的は、コンテンツビジネスにおけるグローバルシナジーを生み出すための事業システムを解明することである。研究対象は、日本のマンガビジネス（たとえば「ドラえもん」のような作品を軸に連動するコミックとアニメ、キャラクター商品などの事業）である。研究成果としては、第1に、国際展開における事業システムを構成する企業の業種の多様化とアライアンスの複雑化が明らかになった。第2に、日本のマンガのグローバルな事業展開が、アニメ事業を核とする国内の「製作委員会」によってコントロールされており、個別の事業が個別の国に適応していた従来の適応的戦略とは異なるグローバル戦略に変化していることが解明された。

研究成果の学術的意義や社会的意義

コミックやアニメは海外に向けた日本のソフト・パワーとして位置づけられている。国内外における市場規模の大きさや国際競争力の高さ、さらにはコンテンツとしての波及効果を考えると、我が国にとって、マンガビジネスの重要性は高く、ビジネスのさらなる発展のためにも研究を進めていくことには社会的な意義があると考えられる。また、製造業を中心に行われてきた国際経営の研究分野においても、非製造業の研究が蓄積されつつある今日、コンテンツの国際展開が製造業あるいは他の非製造業とどのように異なるのかについて明らかにすることは、学術的にも意義があると考えられる。

研究成果の概要（英文）：The purpose of this research is to clarify the business system for creating global synergies in the content business. Our research target is Japanese Manga business (comics, animation and character products, etc. those businesses are linked to the work such as "Doraemon"). As a result of the research, firstly, the diversification of industries and the complicated alliance of companies that compose the business system in the global expansion became clear. The second research result is that the global business development of Japanese Manga has come to be controlled by a domestic "Production Committee" centered on the animation business. It was clarified that the strategy has changed to the global strategy different from the previous adaptive strategy that individual businesses are adapted to individual countries.

研究分野：経営学

キーワード：コンテンツビジネス グローバルシナジー

1. 研究開始当初の背景

1990年代以降、コンテンツビジネスに関する研究は蓄積されてきたが、製造業はもちろん他の非製造業に関する研究に比べると、発展途上の研究分野であった。国内では、ゲームソフト企業の組織や人材マネジメントの研究(小橋, 1993, 1994, 1999)や、映画産業におけるプロデューサーの研究(山下, 2000, 2010, 2014)、高業績映画プロジェクトのネットワーク分析(山田他, 2007)がある。海外では、映画産業におけるキャリアの研究(Jones, 1996)などがある。これらの研究は、組織や人的資源に焦点を絞ったものである。一方、産業全体を広く分析した研究としては、エンターテインメントビジネスの研究(Vogel, 1986)や映画産業の研究(Davis, 2008)、ゲーム産業の研究(新宅他, 2003; 生稲, 2012)、音楽産業の研究(太下, 2004, 2005)、コンテンツ産業の研究(出口他, 2009; 河島, 2009; 河島・生稲, 2013)などがある。

本研究とこれらの研究との違いは2つある。第1に、個別企業や個別産業ではなく、事業システムを分析レベルとすることである。本研究は、コミックやアニメ、キャラクター商品などマンガに関する複数の事業間関係を分析対象としており、さらに各事業には業界を越えた多くの企業関わっている。それらの複数の事業(および事業に関わる多くの企業)が、単一事業では成し得ない価値をいかに創造し分配しているのかを、複数の産業間や企業間にまたがる事業システムの観点から分析していく。第2は、グローバル戦略に焦点を当てることである。新宅他(2003)では、日米のゲーム産業の国際比較を行っているが、対象はあくまでも各国の国内市場である。本研究では、日本のマンガビジネスの国際展開におけるシナジーの追求およびそのための事業間調整を行う事業システムの解明を目指している。本研究が理論的に依拠する国際経営の先行研究には、トランスナショナル・モデルを提唱したBartlett & Ghoshal(1989)、海外子会社の役割に注目したBirkinshaw & Hood(1998)、メタナショナル経営論を展開するDoz, Santos & Williamson(2001)、研究開発におけるグローバル・シナジーを解明した岩田(2007)などがあるが、これらの研究は多国籍企業の親会社と子会社の関係を前提にしている。本研究は、単一企業の国際経営ではなく、複数企業にまたがる事業システムにもとづくグローバル戦略を解明する点で、これらの先行研究とは異なっている。

2. 研究の目的

本研究の目的は、グローバル・シナジーを生み出すコンテンツビジネスの事業システムを解明することである。1960年代半ばから国内で形成されてきたマンガの事業システムが生み出すローカル・シナジーについては、研究代表者のこれまでの研究で明らかにされていた。一方、1990年代から加速した各事業の海外進出は連動が進まなかったため、マンガビジネスのグローバル・シナジーが確認されるようになったのは、2010年前後である。このような経緯を経て、今回の科学研究費では、(1)コンテンツの製作や流通のデジタル化に伴う事業システムの変革、(2)進出国市場の多様性に適応しながら、国際間の事業間調整を行う事業システムが生み出すグローバル・シナジーのメカニズムの解明に取り組んだ。

3. 研究の方法

本研究は、研究代表者のこれまでの研究を進展させ、国内および海外3カ国の市場を対象に、詳細な定性的調査にもとづいて、グローバル・シナジーを生み出すマンガの事業システムのメカニズムを実証的に明らかにすることを目指した。

具体的には、国際経営論および経営戦略論の先行研究やコンテンツビジネスに関する二次資料などの広範囲な探索により、理論的な分析枠組みを構築するとともに、適切な分析対象の選定を行った。

調査対象企業は、マンガビジネスの核となる事業を担う出版社(コミック)、アニメ制作会社やテレビ局、キャラクター商品企業の日本本社および海外の現地法人、これらの日本企業と取引を行っている海外3カ国の現地企業である。調査対象は、グローバルに展開する2つの作品を取り上げ、その2作品に関連する企業とした。

本研究の方法論的な特徴は、国内企業だけでなく、現地法人や現地企業の聴き取りも行うことで、現象に対する多面的な視点にもとづいた分析が可能になることである。また、研究代表者自らも現地市場へ出向くことで、実態に即した調査や分析ができると考えた。

4. 研究成果

研究成果としては、第1に、国際展開における事業システムを構成する企業の業種の多様化とアライアンスの複雑化が明らかになった。これは、コンテンツの製作や流通のデジタル化に伴い、出版社やアニメ制作会社、映画会社、テレビ局などの従来のプレーヤーに加えて、異業種(遊興機器メーカー、商社、小売業者など)からのプレーヤーがマンガビジネスに参入してきたという背景がある。これにより、従来の事業システムにみられたような1業種1社という暗黙のルールは、特に国際展開においては機能しなくなると考えられる。その理由は、収益の上げ方の変化である。マンガに限らず、映画などのコンテンツビジネスにおいても、多数のプレーヤー間でコストやリスクを分散しながら、各プレーヤーが手掛ける事業分野での作品展開を連動させることによって収益を確保する、いわゆる「製作委員会方式」が主流になっている。日本のマンガビジネスでも、多くの作品が製作委員会方式をとっており、テレビや映画、出版といった主要

なメディア企業を中心に、多様な業界から参入した企業を含めたアライアンスが国内外の事業展開を支える構造にシフトしている。

第2の研究成果は、事業戦略の転換の解明である。1990年代から国際市場が拡大した日本のマンガ(コミックやアニメーション)は、必ずしもはじめから海外進出を想定してわけではなく、海賊版対策や海外の需要対応といった消極的な国際展開であった。しかし、近年では、大手の出版社やアニメ制作会社が主要な市場に拠点を設立するなど、積極的に国際展開に取り組んでいる。日本のマンガのグローバルな事業展開の前提が、アニメ事業を核とする国内の「制作委員会」によってコントロールされるようになってきたことで、個別の事業が個別の国に適応していた従来の適応化的な戦略とは異なるグローバル戦略に変化していることが解明された。この研究成果は、国際経営の研究分野に対する学術的貢献が期待される。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計0件

〔学会発表〕 計2件（うち招待講演 1件 / うち国際学会 1件）

1. 発表者名 岡田美弥子
2. 発表標題 インタビュー調査の実際 - マンガビジネスという未開拓分野の研究 -
3. 学会等名 国際ビジネス研究学会（招待講演）
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 Miyako OKADA
2. 発表標題 Development of Japanese Manga Business : Why is it popular in the world?
3. 学会等名 The Ninth Joint Seminar of Yeungnam University and Hokkaido University (国際学会)
4. 発表年 2017年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 岡田 美弥子	4. 発行年 2017年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 184
3. 書名 マンガビジネスの生成と発展	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------------------------	-----------------------	----