

論文

UIS.Statを用いたグローバル化と文化的財の 国際貿易に関する実証的分析

市川 哲郎

1. 序 文

本論文ではグローバル化と文化的財の国際貿易に関する実証的分析を行う。本論文ではまず、グローバル化の定義と分類について明確にする。つぎに、文化的財の需要における経済学的性質について検討する。その後、UIS.Stat等の統計データを用いて、文化的財国別および分類別の推移の推移に関して検討する。最後に、文化的財のデジタルデータ化とインターネットに代表される情報化の文化的財への影響について検討する。

2. グローバル化の定義

グローバル化と文化的財の国際貿易を検討するに当たり、まずグローバル化の定義について検討する。グローバル化という用語は様々な社会的、文化的、経済的活動において用いられ、その意味は使われる文脈に依存する。そこで、定義の代表例¹を挙げる。

国を超えて地球規模で交流や通商が拡大すること。世界全体にわたるようになること。

カックレインとペインは、グローバル化の最も顕著な特徴あるいは概念を以下の4項目にまとめている²。

1 岩波書店 広辞苑（第六版）より。

2 「グローバル化する社会」（デヴィッド・ヘルド編『グローバル化とは何か』）第1章より。

- 1) 社会的諸関係の拡張：社会における文化・経済・政治の過程が国民国家の境界線を越えて拡張し続けており、ある場所で起こったことや決定が他に重大な影響を及ぼす。大陸を超えた諸関係や隣接する国家間の相互関係が形成され、地球全体に広がっていることを指すと言える。
- 2) フローの強化：社会的諸関係の拡張は、国民国家を超えた相互作用と相互関連性のフローおよびネットワークの強化と結びついていると思われる。
- 3) 相互浸透の強化：グローバルな相互作用の規模が広がり、強度が強まるなかで、ローカルなものと同グローバルなものとの相互浸透も深くなり、文化と社会が、グローバルな次元だけでなくローカルな次元でも他の文化や社会と直面するようになる。
- 4) グローバルなインフラストラクチャ：国民国家の境界を越えた相互関連化は、個別国民の規制と統制のシステムの外部で作用しており、情報とコミュニケーションの技術によって、グローバル市場の成長を支える相互作用のインフラストラクチャが整えられる。国民国家はこうした市場の裁量に委ねられ、市場は構造的に強力で作用する中で、国民国家の政治的選択肢は厳しく制限されることになる。

3. 文化と財・サービスの再整理

3.1. 文化の定義

次に、文化の定義について検討する。まず、既存の文化の定義について挙げてみる。

定義1：社会を構成する人々によって習得・共有・伝達される行動様式ないしは生活様式の総体。言語・習俗・道徳・宗教、種々の制度などはその具体例。

定義2：学問・芸術・宗教・道徳など、主として精神的活動から生み出されたもの。

定義1はある集団に共有される態度や信念、慣習、習慣、風習などを表す³。集団は、政治や地理、宗教、人種その他によって区分される。この文化の解釈

3 定義1は、人類学者Edward Tylorが“Primitive culture” (1871) で定義した「文化」の定義をほぼ踏襲している。

は、経済実績における文化の役割や経済発展と文化の関係を検討する目的では有用である。

定義2は機能的な方向づけを持っており、人間生活における知的、道徳的、芸術的側面をともなっている人々の活動や、その活動が生み出す生産物を表している。この定義の「文化」は、関連する活動を客観的に定義でき、三つの性格が示唆されている。第一に、関連する活動は、それらの生産に於いて何らかの創造性を含んでいる。第二に、関連する活動は、象徴的な意味の生産やコミュニケーションに関係する。第三に、関連する活動から生み出される生産物は、少なくとも潜在的には、ある種の知的財産を含んでいる。

次に、2つの定義の関連について考えてみよう。本章では、定義2の「宗教・道徳」の一部を、社会を構成する人々によって習得・共有・伝達される行動様式ないし生活様式の要素と見なして定義1に含め、これを定義1'としよう。また、定義2のうち定義1'の下で精神的活動から生み出される産出物を定義3'としよう。そうすると、定義1'から定義2'、定義3'、と分けることができ、これらの中で図1のような相互関係に分ける事ができる。

社会を構成する人々によって習得・共有・伝達される行動様式ないし生活様式の要素（定義1'）の下で精神的活動から生み出された生産物（定義2'）を生産するためには、定義1'の下で日常生活を過ごし行動をするために需要される財・サービスが必要である。生活・行動するために需要される財・サービスをそこで定義1'と定義2'の間に設定する。

このような「文化」の定義の元で、本稿では定義3'の「文化的財」に関して

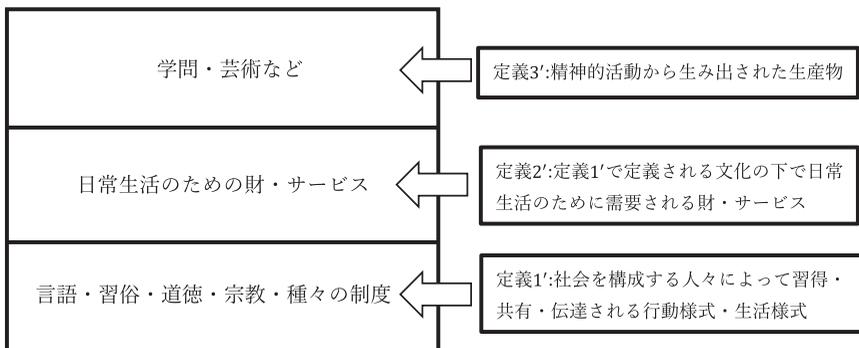


図1. 「文化」の定義とその関係

検討する⁴。文化的財は永らく研究の対象とされており、文化的財に関する統計も国連教育科学文化機関⁵等によって体系立てて整備されている。以下では文化的財に関する分類をUIS.Statの分類を元に採り上げる。

3.2. 国際統計における文化的財の区分について

表1に、UIS.Statで統計の対象としている文化的財およびサービスを挙げる。

まず挙げられるのが、生の実演芸術など、ユニークで複製不可能という特徴と持つ財である。B. 実演と祝祭の上演芸術, F. デザインとクリエイティブサービスなどがこれにあたる。これらの財は国際貿易ではサービス貿易に相当する。

次に挙げることができるのが、物体として存在するが、オリジナルにのみ価値が認められる財である。C. 視覚芸術工芸品中の絵画、彫刻などの美術品、銀塩写真のオリジナルプリントなどがこれにあたる。

最後に挙げられるのが、文化的財として複製品がオリジナルと同等の価値を認める財である。D. 書籍と出版の印刷物, E. オーディオビジュアルとイン

表1. UIS.Statで統計の対象としている文化的財／サービス

A. 文化および自然遺産			
・有形遺産	・無形遺産	・自然遺産	・博物館
B. 実演と祝祭			
・上演芸術	・フェスティバル／カーニバル		
C. 視覚芸術工芸品			
・純粹芸術	・写真・工芸	・建設サービス	
D. 書籍と出版			
・写真	・図書館		
E. オーディオビジュアルとインタラクティブメディア			
・音楽	・ビデオゲーム	・フィルム／ビデオ	
F. デザインとクリエイティブサービス			
・文化教育	・ツーリズム	・デザインサービス	

4 グローバル化の中でSNSなどが文化経済に与える影響を考える時、文化的財のほかに、服装や食生活など定義²に含まれる財・サービスは、「文化」に関する検討の対象に値するだろう。

5 以下、UNESCOと表記する。

タラクティブメディアの録音された音楽、録画された映画といった財がこれにあたる。

4. ミクロ経済学から見た文化的財の特徴

国際貿易において、文化的財が一般的な財と性質が異なるかは興味深い問題である。もし文化的財が一般的な財と性質が変わらないならば、一般的な財を対象とした貿易理論を当てはめて説明することができる⁶。しかし、今までの研究からは、国際貿易において文化的財は一般的な財とは異なるいくつかの性質あるいは特徴を備えていると見なせる。

4.1. 経験財

文化的財への需要の特徴の一つとして、文化的財の消費における中毒性 (addiction) が挙げられる⁷。文化的財は経験財 (experience goods) の性格を備えていることが多い。経験財とは購入前にはその財の評価が不可能であり、消費をすることで初めて嗜好の形成 (taste formation) が行われるような性格を備える財を指す。経験財は、消費を重ねるに従って嗜好が形成されてゆき、その財の消費の限界効用が増加していくと考えられる。上記の説明ではあまりに抽象的なので、経験財が備える中毒性の例として音楽を考えてみる。

例：ヒップホップ

1970年代初めにアメリカ合衆国ニューヨークで生まれたヒップホップが1980年代後半から90年代初めに日本に本格的に持ち込まれた時、消費者には今まで聴いてきた音楽とは異質であるために、すぐには受け入れられなかったはずだ。しかし、ラジオやテレビなど様々なメディアでくりかえし流され、模倣や受容の形で日本人が作曲する音楽に取り込まれていった結果、日本人はヒップホップに違和感を徐々に覚えなくなってゆき、今や日本の音楽の1カテゴリーとして何の違和感もなく聴くようになっている。

6 文化的財が一般的な財と性質が変わらないという主張としてSeaman (1992) がある。

7 Stigler and Becker (1977)

それでは、このような経験財は標準的な国際貿易の教科書の説明で説明可能なのだろうか。もし可能ならば、どの程度まで説明可能なのだろうか。

経験財の消費の増大が増大するほどその経験財への需要が増加するという経験財の消費の中毒性の性質は、消費資本 (consumption capital) という概念を用いて説明される⁸。Becker (1996) は消費資本を、個々人の過去の消費およびその経験財に関連する財の消費に従って形成される個人的資本 (personal capital) と社会組織が他の個人の効用に影響を及ぼす社会資本 (social capital) という2つの資本から構成されると説明をしている。そして、社会資本のうち、個々人に影響を与える部分を文化資本 (cultural capital) と呼んでいる⁹。

Schulze (1999, 2003) は、文化的財の国際貿易において消費の中毒性が存在して文化的財が普通の財とは異なる側面を備えているとした。国際貿易において文化的財に消費の中毒性が存在することから2つの含意が導出される。第1に、外国から輸入される文化的財に対して、消費資本が十分に蓄積されるまではそれらの財が低く評価されると言う文化的割引が存在する。これは、文化

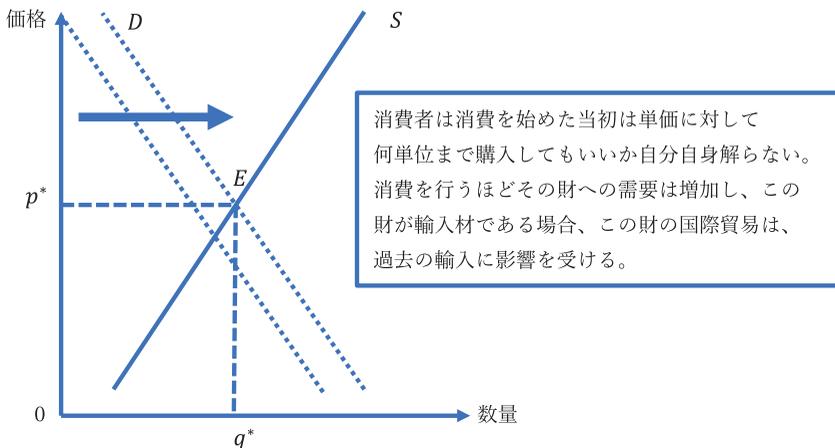


図2. 需要曲線と供給曲線

8 Stigler and Becker (1977)

9 Throsby (1999)

的財の国際貿易が、文化の近接さに依存するということになる¹⁰。第2に、文化的財の国際貿易は、現在の文化的財の貿易が過去の文化財の輸入に影響を受ける履歴効果が見られる。これらの性質から、文化的財の貿易は文化的近接性に関して正の関数であり、過去の文化的財の貿易に関してまた正の関数となる。

複製可能な文化的財に関してはCaves（2002, 2003）が分析を行っている。Cavesが分析対象とした映画制作には、制作に伴う様々なリスクの担保、制作における高度な諸々の専門技術の開発、柔軟で短期的な雇用が重要だ。これらの実現のために、供給において規模の経済が発生する。文化的財の需要の特徴とともに西欧におけるアメリカ映画への集中の説明が行われている。これらの説明にはスーパースター現象（superstar effect）を理解することが重要である。スーパースター現象とは、才能が高い少数の生産者が生産する財が得る収入が、才能の劣るその他の生産者が生産する財が得る収入よりもはるかに高くなり、市場を支配する現象である。スーパースター現象は、需要側の選好の不完全代替性と供給側の共同消費技術という2つの条件によって発生する¹¹が、文化的財はこれら2つの特徴を備えている場合が多く、しばしばスーパースター現象が発生する。

最後に、特に映画や音楽CDのような複製可能な文化的財は、一度原盤を制作してしまえば、複製によって同じ財を生産できる。このような産業では、原盤から複製を生産して販売するほど利益が発生することになる¹²。

5. 文化的財の貿易の動向

次に、文化的財の国際貿易の状況を統計から検討する。まず、UIS.Statの統計資料を用いて、全世界における文化的財の輸出入の推移を検討する。その後、日本の国際収支統計を用いて、日本における文化的財の輸出入の推移を検討する。

10 また貿易を行う両国において、文化的割引は非対称的であることも指摘されている。

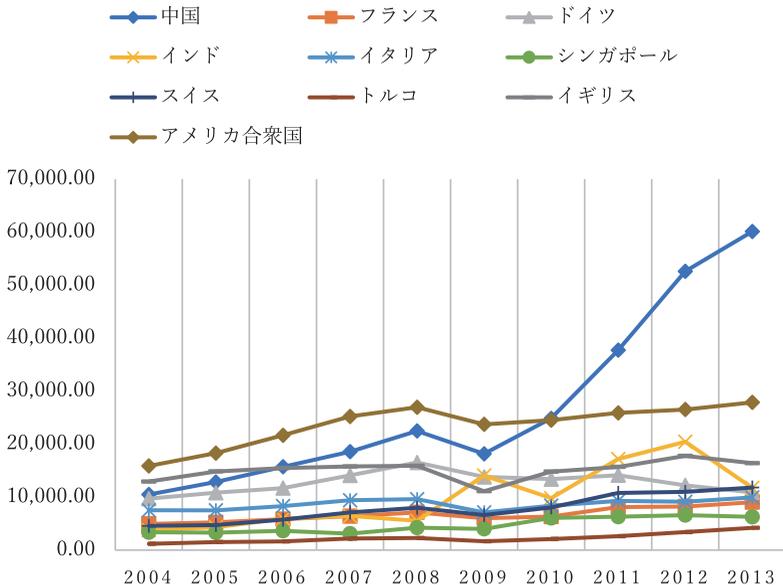
11 Rosen（1981）

12 規模の経済性。

5.1. UIS.Statから見る文化的財の国別輸出

UIS.Statの統計資料を用いて、全世界における文化的財の輸出の推移を検討する。この資料は2004年から2013年までの範囲となる。

2004年から2009年までは、文化的財の輸出ではアメリカ合衆国が最も高い輸出額を占めていたが、2009年を境に中国の文化的財の輸出額が上昇を始め、2010年以降最も高い輸出額を占めるようになる。中国は“E. オーディオビジュアルとインタラクティブメディア”が全世界の50%超、“C. 視覚芸術工芸品”が全世界の33%、“D. 書籍と出版”が11%、“F. デザインとクリエイティブサービス”が5.7%を占める。ちなみにこの時期に、日本は“E. オーディオビジュアルとインタラクティブメディア”の輸出額の増加が著しい。中国およびアメリカに次ぐ文化的財の輸出国は、2004年以来イギリスとドイツであったが、2008年以降はインドが輸出額を伸ばし、この9年間で文化的財の輸出は北米・ヨーロッパ主体からアジア圏に移り始めたことになる¹³。



出典：The UNESCO Institute for Statistics, “THE GLOBALISATION OF CULTURAL TRADE: A SHIFT IN CONSUMPTION International flows of cultural goods and services 2004–2013.”

図3. 全世界における文化的財の輸出額上位10カ国

5.2. UIS.Statから見る文化的財の国別輸入

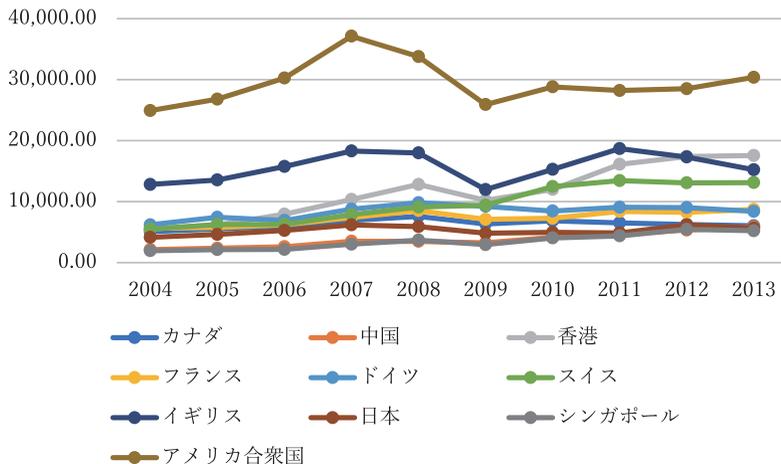
2004年から2013年にかけての文化的財の輸入では、文化的財の輸入では一貫してアメリカ合衆国が最も高い輸入額を占めて続けており、年間の輸入額は250億ドルから最も大きい年で370億ドル（2007年）となっている。次いでイギリスが50億ドル前後の輸入額を保っている。一方、文化的財の輸入額の伸びが著しいのは中国、次いでスイスである。2004年には、香港と日本が文化財の輸入上位10位に入っている。

これらより2009年以降、文化的財は主に中国において生産・輸出され、アメリカ合衆国に輸入されていることが解る。

5.3. UIS.Statから見る文化的財のカテゴリ別輸出

次に、全世界の文化的財の輸出における各財が占める割合を見てみる。

次に、2004年から2013年にかけての全世界の文化的財の輸出を検討する。6



出典：The UNESCO Institute for Statistics, “THE GLOBALISATION OF CULTURAL TRADE: A SHIFT IN CONSUMPTION International flows of cultural goods and services 2004-2013.”

図4. 全世界における文化的財の輸入額上位10カ国

13 ただし、この変化が一時的なものか恒久的なものかは現状ではわからない。

つの大項目のうち一貫して“C. 視覚芸術工芸品（視覚芸術と工芸品）の割合が増加している。“C. 視覚芸術工芸品”は、2004年には世界的な文化的財の輸出額の半分を占め、総額513億ドルとなり、このシェアは2013年までにはすべての文化的輸出のうち71%を占めている。

5.4. UIS.Statから見る文化的財のカテゴリー別輸入

最後に、文化的財の輸入について検討する。2009年のリーマンショック以降、視覚芸術工芸品が占める割合が増加している。

これらの統計から・全世界の文化的財の貿易取引では視覚芸術工芸品が大きな割合を占めている。・2009年のリーマンショックを境にして、全世界の文化的財の最大の輸出国は中国であり、輸入国はアメリカ合衆国である、という2点が明らかとなる。

5.5. 国際収支統計から見る文化的財の輸出入

次に、日本における文化的財の輸出入の状況について検討する。財務省が作成している国際収支統計から、文化に関連するサービス収支とその内訳に関して掲載する。

表4に掲げたように、サービス収支のうち¹⁴、文化的財に関連する項目は(1)旅行 (2)知的財産等使用料の中の著作権等使用料¹⁵ (3)音楽映像・関連サービス (4)その他個人・文化・娯楽サービスが該当する。

(1) 旅行

3.2で挙げたF. デザインとクリエイティブサービス中でツーリズムがこの項目に該当する。ある国の消費者が海外に旅行した際の宿泊費や、旅行先でのショッピングが計上される。1996年の3兆5880億円の赤字から、年々赤字が減少し、2015年には黒字へ転換している。また、世界経済フォーラム¹⁶の「旅行・

14 「その他サービス」には文化的財に関連して明記した項目の他に、「建設」、「金融サービス」、「通信・コンピュータ・情報サービス」、「その他業務サービス」、「公的サービス等」、「委託加工サービス」、「維持修理サービス」が含まれる。

15 知的財産等使用料は、著作権使用料と特許権や商標権等の産業財産権使用料で構成される。

UIS.Statを用いたグローバル化と文化的財の国際貿易に関する実証的分析

表2. 2009年のUNESCO FCS (文化貿易フレームワーク)に基づく, 2004年から2013年までの文化財の世界的な輸出総額とシェア

輸出年	文化・自然遺跡		上演芸術・祝祭		ビジュアルアート・工芸品		書籍・出版物		オーディオビジュアル・インタラクティブメディア		デザイン・クリエイティブサービス		輸出年
	十億ドル	シェア (%)	十億ドル	シェア (%)	十億ドル	シェア (%)	十億ドル	シェア (%)	十億ドル	シェア (%)	十億ドル	シェア (%)	
2004	2.56	2.36	26.44	24.38	53.14	49.00	20.69	19.08	5.34	4.92	0.27	0.25	2004
2005	2.87	2.39	28.77	23.98	59.62	49.69	21.76	18.14	6.71	5.59	0.24	0.20	2005
2006	3.07	2.28	28.94	21.52	70.00	52.04	22.85	16.99	9.39	6.98	0.26	0.20	2006
2007	2.88	1.86	26.84	17.38	84.08	54.46	25.72	16.66	14.47	9.37	0.42	0.27	2007
2008	2.84	1.64	30.46	17.65	90.91	52.67	26.89	15.58	21.04	12.19	0.44	0.25	2008
2009	2.05	1.37	25.58	17.14	82.39	55.20	23.38	15.67	15.48	10.37	0.36	0.24	2009
2010	2.47	1.49	28.95	17.47	96.82	58.44	23.50	14.19	13.66	8.25	0.27	0.16	2010
2011	3.09	1.55	30.34	15.16	128.79	64.34	25.06	12.52	12.67	6.33	0.22	0.11	2011
2012	3.58	1.67	25.42	11.87	147.69	68.99	23.63	11.04	13.53	6.32	0.23	0.11	2012
2013	3.73	1.75	21.74	10.21	151.77	71.32	24.06	11.31	11.31	5.32	0.19	0.09	2013

出典: The UNESCO Institute for Statistics, "THE GLOBALISATION OF CULTURAL TRADE: A SHIFT IN CONSUMPTION International flows of cultural goods and services 2004-2013."

表3. 2009年のUNESCO FCS (文化貿易フレームワーク)に基づく, 2004年から2013年までの文化財の世界的な輸入総額とシェア

輸入年	文化・自然遺跡		上演芸術・祝祭		ビジュアルアート・工芸品		書籍・出版物		オーディオビジュアル・インタラクティブメディア		デザイン・クリエイティブサービス		輸入年
	十億ドル	シェア (%)	十億ドル	シェア (%)	十億ドル	シェア (%)	十億ドル	シェア (%)	十億ドル	シェア (%)	十億ドル	シェア (%)	
2004	3.20	2.89	28.44	25.68	49.31	44.51	22.28	20.11	7.36	6.65	0.18	0.16	2004
2005	3.32	2.66	30.83	24.66	57.58	46.05	23.84	19.06	9.29	7.43	0.17	0.14	2005
2006	3.49	2.58	31.31	23.16	62.02	45.89	25.47	18.85	12.73	9.42	0.14	0.11	2006
2007	4.68	2.76	31.67	18.68	78.75	46.45	28.74	16.95	25.49	15.03	0.19	0.11	2007
2008	3.70	2.04	34.95	19.22	79.42	43.66	30.62	16.84	32.98	18.13	0.21	0.11	2008
2009	2.73	1.93	27.21	19.22	59.04	41.68	25.94	18.32	26.56	18.75	0.14	0.10	2009
2010	3.15	1.99	30.22	19.07	75.24	47.50	26.37	16.65	23.24	14.67	0.20	0.13	2010
2011	5.00	2.89	31.50	18.18	90.95	52.50	27.49	15.87	18.15	10.48	0.14	0.08	2011
2012	4.70	2.72	25.25	14.61	99.44	57.52	25.63	14.83	17.69	10.24	0.16	0.09	2012
2013	5.03	2.99	23.37	13.89	99.11	58.88	25.05	14.88	15.60	9.27	0.16	0.09	2013

出典: The UNESCO Institute for Statistics, "THE GLOBALISATION OF CULTURAL TRADE: A SHIFT IN CONSUMPTION International flows of cultural goods and services 2004-2013."

表4. 国際収支統計：文化的財に関連するサービス収支

暦年	経常収支 (a+b+c)	単位：億円																				
		(a) 貿易・サービス収支		サービス収支		輸送		旅行		その他サービス		知的財産権等使用料		個人・文化・娯楽サービス		言語映像・関連サービス		その他個人・文化・娯楽サービス		(b) 第一次所得収支		(c) 第二次所得収支
		貿易収支	サービス収支	輸送	旅行	その他サービス	知的財産権等使用料	受取	支払	ネット	受取	支払	受取	支払	ネット	受取	支払	受取	支払	ネット	第一次所得収支	第二次所得収支
1996	74,943	23,174	90,346	-10,588	-35,880	-20,704	-3,427	479	3,076	-2,593	-1,123	96	637	-545	100	681	100	681	-579	61,544	-9,775	
1997	115,700	57,680	123,709	-9,078	-34,651	-22,300	-2,794	931	3,924	-2,993	-1,031	144	706	-561	140	610	140	610	-471	68,733	-10,713	
1998	149,981	95,299	160,782	-7,018	-32,739	-25,726	-2,047	944	3,314	-2,369	-1,092	414	1,002	-587	140	642	140	642	-505	66,146	-11,463	
1999	129,734	78,650	141,370	-6,354	-33,287	-23,080	-1,903	600	2,999	-2,401	-1,007	153	832	-678	123	453	123	453	-329	64,953	-13,869	
2000	140,616	74,298	126,983	-8,324	-30,730	-13,630	-838	594	2,855	-2,260	-1,250	61	934	-873	63	442	61	934	-376	76,914	-10,596	
2001	104,524	32,120	88,469	-8,909	-28,168	-19,272	-800	706	3,695	-2,987	-1,547	73	1,283	-1,211	71	407	73	1,283	-337	82,009	-9,604	
2002	136,837	64,690	121,211	-7,512	-28,879	-20,130	-733	745	4,246	-3,501	-1,104	98	1,049	-951	297	450	98	1,049	-153	78,105	-5,958	
2003	161,254	83,553	124,631	-6,058	-23,190	-11,830	1,491	810	4,148	-3,339	-930	96	862	-766	66	231	96	862	-164	86,398	-8,697	
2004	196,941	101,961	144,235	-7,483	-29,189	-5,603	2,231	983	5,415	-4,430	-1,091	66	933	-865	11	239	66	933	-226	103,488	-8,509	
2005	187,277	76,930	117,712	-5,021	-27,659	-8,102	3,289	1,015	5,741	-4,729	-1,122	89	996	-905	16	236	89	996	-219	118,503	-8,157	
2006	203,307	73,460	110,701	-6,032	-21,409	-9,799	5,358	1,340	6,640	-5,302	-1,350	122	1,142	-1,021	40	371	122	1,142	-331	142,277	-12,429	
2007	249,490	98,253	141,873	-8,264	-20,199	-15,157	7,729	1,949	7,899	-5,951	-1,368	150	1,230	-1,080	35	323	150	1,230	-287	164,818	-13,581	
2008	148,786	18,899	58,031	-7,316	-17,631	-14,184	7,644	2,046	7,801	-5,755	-1,099	124	966	-843	35	291	124	966	-254	143,402	-13,515	
2009	135,925	21,249	53,876	-8,383	-13,886	-10,358	4,527	1,489	6,569	-5,082	-833	104	767	-664	47	217	104	767	-170	126,312	-11,635	
2010	193,828	68,571	95,160	-3,698	-12,875	-10,015	6,943	1,388	7,243	-5,656	-690	77	646	-566	52	176	77	646	-123	136,173	-10,917	
2011	104,013	-31,101	-3,302	-6,202	-12,963	-8,634	7,901	1,317	7,007	-5,692	-653	73	639	-566	54	142	73	639	-87	146,210	-11,096	
2012	47,640	-80,829	-42,719	-9,907	-10,617	-17,586	9,569	1,320	7,142	-5,823	-812	112	763	-653	31	194	112	763	-159	139,914	-11,445	
2013	44,566	-122,521	-87,734	-7,183	-6,545	-23,239	13,422	1,972	8,192	-6,222	-948	98	854	-756	57	249	98	854	-194	176,978	-9,892	
2014	39,215	-134,988	-104,653	-6,653	-444	-23,239	17,502	2,265	10,284	-8,020	-401	141	740	-325	86	162	141	740	-197	194,148	-19,945	
2015	162,351	-28,169	-8,862	-6,831	10,902	-23,378	23,508	2,412	10,012	-7,599	-766	651	1,221	-569	133	330	651	1,221	-76	210,189	-19,669	
2016	203,421	43,771	55,251	-6,837	13,266	-17,909	21,190	2,990	11,633	-8,645	-632	706	1,221	-515	174	293	706	1,221	-120	181,011	-21,361	

資料：財務省「国際収支状況」

観光競争力指数」を見ると、日本は世界の中で9位に位置しており、特に自然遺産、安全、公衆衛生と行った点で競争力を有しているとされる。

(2) 著作権等使用料

3.2で挙げたE. オーディオビジュアルとインタラクティブメディア中で複製品が文化的財としてオリジナルと同等の価値を認める財に関係して、ソフトウェア、音楽、映像、文学作品などを複製・頒布するための使用権料の支払いがこの項目に計上される。現在ではソフトウェア関連の比率が大きい。著作権等使用料は受け取りが1996年の479億円から2016年の2990億円に増加しているのに対して、支払いが1996年の637億円から2016年の1兆1633億円とともに増加傾向であり、ネットの著作権等使用料は一貫して支払い超過である。

(3) 音響映像・関連サービス

映画、テレビ番組、音楽録音の制作、演劇・音楽の公演、スポーツイベントなどに関連するサービス取引が計上され、3.2で挙げたB. 実演と祝祭中の生の実演芸術などに関連する。音響映像・関連サービスは著作権等使用料と異なり、2013年以前は一貫した傾向が観察できず、2014以降、受け取り、支払いとともに金額が増加傾向に移っている。またネットでは、2008年まで700億円台から1000億円台の支払い超過に推移していたのに対して、2009年以降は300億円から600億円の支払い超過である。

(4) その他個人・文化・娯楽サービス

美術館・博物館などに関する取引が計上され、例えば3.2で挙げたC. 視覚芸術工芸品の中で純粋芸術や銀塩写真のオリジナルプリント、工芸といった美術品を日本の博物館と外国の博物館で貸借したときこの項目に計上される。その他個人・文化・娯楽サービスは、2002年の297億円を除いては、1996年の100億円から2004年の11億円まで減少したのち、一貫して増加傾向にある。一方支払いは、1996年の681億円から2002年を境に減少し、その後は100億円台から300億円台である。またネットでは、1996年の579億円の支払い超過から2011年まで減少傾向にあったものの、その後は支払い超過が増加しつつある。

6. 文化的財のデジタル化とインターネット

6.1. 文化的財の制作および頒布のデジタルデータ化とインターネット

現在では、写真、出版、音楽、ビデオと広い範囲の財がデジタルデータで記録されている。そして、文化的財がデジタルデータで記録される場合、その財は完璧な複製品を作ることが可能になる。インターネットの出現はパーソナルコンピュータ¹⁷やスマートフォンの出現と性能向上と相まって、デジタルデータ化された文化的財の公共財化に大きな影響を与えたと言っても過言ではない。デジタルデータ化された文化的財を扱えるユーザーインターフェイスと処理速度を備えたPCが出現したのは1990年以降である。2000年代に入り、インターネットの利用について2つの著しい変化が現れた。一つは無線を通じたインターネットへの接続が広く普及したことであり、もう一つはスマートフォン・タブレット端末が出現したことである。無線を介したインターネット接続の上でPCからスマートフォン・携帯端末に至るまでのデバイスが使われ、そのそのデバイスには様々な能力を付与されていった。この状況が成立したことでインターネットはデジタルデータ化された文化的財の流通経路を確立したといえる。

6.2. インターネットの利用の推移

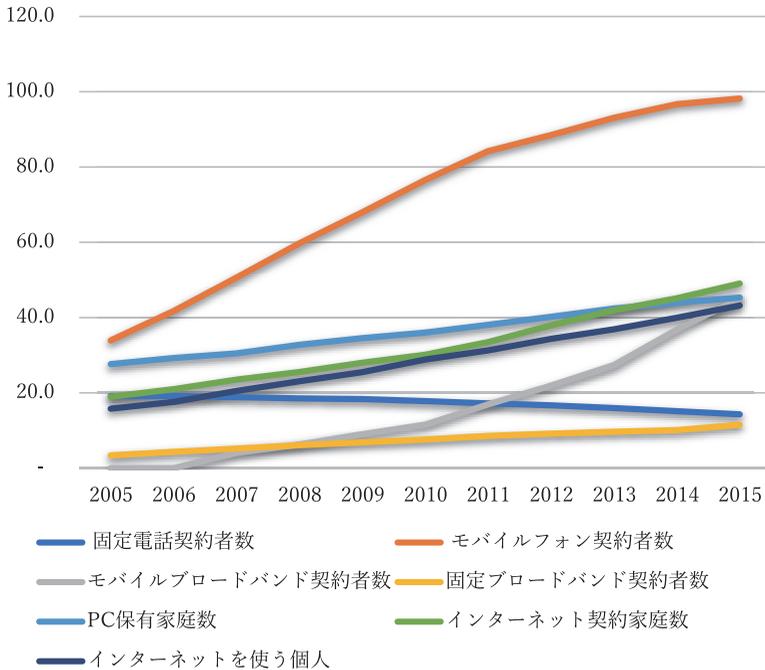
それではインターネットの利用形態はどう推移しているか。図5に2000年から2015年までのインターネットを含む情報通信技術の利用形態の推移を示す。

橙色がモバイルフォン端末の利用者数であり、灰色がモバイルブロードバンドの100人あたり利用者数の推移である。インターネットの普及・整備と利用する端末の開発を考えると、パーソナルコンピュータ(PC)とモバイル端末を用いてインターネットの利用はごく短期間に普及したことが解る。

6.3. インターネットがもたらす外部性と(文化的)財への正の影響

2018年現在、世界はインターネットで覆われている。これは、従来の各種マスメディアだけではなく、SNSや動画投稿サイト上で個人が発信する情報が、世界中に波及し影響を与えるようになったことを意味する。

17 以下PCと表記する。



出典：ICT STATISTICS Home Page: Key ICT indicators for developed and developing countries and the world (totals and penetration rates)

図5. 2005年から2015年にかけての情報通信技術の成長（100人当たり）

例：ハリウッド・スターとラーメン

数多くの世界的ヒット作に出演しているハリウッド・スターが、日本中のラーメンを食べて回ることが大好きであり、日本に来るたびに様々なラーメン店に出没している。そのハリウッド・スターを目撃した人¹⁸はSNSで彼または彼女がとあるラーメン店に出没した記事を書くだろう。ハリウッド・スターが有名であればあるほど、その記事が外国のSNSに写真ごと転載されるだろうことは想像に難くない。その記事を読んだことをきっかけにSNSの読者である外国人はラーメンに興味を持ち、ラーメンを食べるために日本を訪れ、今度はSNSの読者であった外国人がラーメンに

18 その役者のファンや映画マニアでなくとも、おそらく書くだろう。

はまってゆく。

上記の例え話は、「ハリウッド・スターとラーメン」を「ロックミュージシャンと鯛焼き」と入れ替えても「ページビュー数が多いSNS記事を書く繰り返し来日する外国人と彼または彼女が好きな自動販売機で売られるホットの缶コーヒー」と入れ替えても成立するだろう。経験財と中毒の説明は文化的財に限定されるわけではないのである。

6.4. インターネットがもたらす外部性と（文化的）財への負の影響

デジタル化された文化的財が、書籍や12cmの樹脂製のディスクといったメディアで流通する限りは、この文化的財の取引は基本的なミクロ経済学で説明できる。しかし、世界中に極めて低コストで瞬く間に情報を伝達できるインターネットが出現して以降、メディアから剥ぎ取られたデジタル化した文化的財がデジタルデータのみでインターネットを流通すると、この文化的財の性格は大きく変わる。デジタルデータは原理的に完全な複製が可能だ。しかも複製には金銭的費用は発生せず、複製の機会費用もほぼゼロである。

いったんメディアから剥がれ出したデジタル化した文化的財が流通し始めると、デジタル化した文化的財は複製されてばらまかれることになる。この複製され続け、多数の消費者が同時に消費するという状況は純粋公共財の性質を帯びることになり、いわゆるフリーライダーが出現する。インターネットで流通するデジタル化した文化的財に対するフリーライダーが増加する結果、文化的財の金銭的対価が支払われなくなる状況が発生する事は、容易に想像できるだろう。

7. ま と め

本論文ではグローバル化と文化的財の国際貿易に関する実証的分析を行った。本論文ではまず、グローバル化の定義と分類について明確にした上で、文化的財の需要における経済学的性質について検討した。このとき、文化的財は経験的財の性質を持ち、文化的財の貿易は文化的近接性に関して正の関数であり、過去の文化的財の貿易に関してまた正の関数となる。そして、UIS.Stat等の統計データを用いて、文化的財国別および分類別の推移の推移に関して検討した。

最後に、文化的財のデジタルデータ化とインターネットに代表される情報化の文化的財への影響について検討した。

今後の課題としては、まず統計データについて有意な統計的分析を行うことが挙げられる。UIS.Statのデータ数では統計量を取ることができなかった。そこでUIS.Statをコンパイルする上で基となった統計データに遡り、十分なデータ数を確保した上で各種統計量や因果関係を検討したい。また各国間の文化的財の輸出入に関しては、2009年を境に状況が急激に変化しており、これはリーマンショックとの関連性が考えられる。そこで、貿易モデルを構築した上でリーマンショックの文化的財の輸出入に関する仮説検定を行うべきである。

更には、著者の元来の研究課題である3.1の定義2'に該当する財サービスに関して実証的分析を行いたいと考えている。現在はUIS.Statのコンパイルする上で基となった統計データに遡り、3.1の定義2'に該当する財サービスに関する統計データを取得することを模索中である。

参考文献

- Becker, Gary S. "Accounting for Tastes," Harvard University Press, 1996
- Caves, Richard E. Creative Industries: Contracts between Art and Commerce, Harvard University Press, 2000.
- Caves, Richard E. "Contracts between Art and Commerce," Journal of Economic Perspectives, Vol. 17, No. 2, 2003, pp. 75-83
- David Held ed, "A Globalizing World?: Culture, Economics, Politics (Understanding Social Change)," Routledge, 2000, 「グローバル化とは何か—文化・経済・政治」, デヴィッド ヘルド (編集), 中谷義和監訳, 法律文化社, 2002年。
- Edward B. Tylor, "Primitive Culture: Researches Into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom," J. Murray, 1871
- ICT STATISTICS Home Page <<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/default.aspx>>
- Ruth Towse ed, "A Handbook of Cultural Economics," 2003, Edward Elgar, 2003
- Schulze, Guenther G. "International Trade in Art," Journal of Cultural Economics, Vol. 23, No. 1-2, 1999, pp. 109-136.
- Stigler, George J. and Gary S. Becker. "De Gustibus Non Est Disputandum", Ameri-

- can Economic Review, 1977, Vol. 67, No. 2, pp. 76–90.
- Schulze, Guenther G. “International Trade in Art,” *Journal of Cultural Economics*, Vol. 23, No. 1–2, 1999, pp. 109–136.
- Schulze, Guenther G. “International Trade,” in Ruth Towse ed., *A Handbook of Cultural Economics*, 2003, Edward Elgar, 2003, pp. 269–275.
- Seaman, Bruce A. “Considerations in Adapting Industrial Organization Theory to the International Trade in Cultural Goods,” in Ruth Towse and Abdul Khakee ed., *Cultural Economics*, Springer-Verlag, 1992, pp. 153–162.
- The UNESCO Institute for Statistics, “THE GLOBALISATION OF CULTURAL TRADE: A SHIFT IN CONSUMPTION International flows of cultural goods and services 2004–2013,”
- Feenstra, Robert C. “Advanced International Trade: Theory and Evidence,” Princeton University Press, 2004.
- Throsby, David. “The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics,” *Journal of Economic Literature*, Vol. XXXII, 1994, pp. 1–29.
- Throsby, David., “Economics and Culture,” Cambridge University Press, 2001. デヴィッド・スロスビー著, 中谷武雄・後藤和子監訳『文化経済学入門：創造性の探求から都市再生まで』日本経済新聞社, 2002年。
- Raymond, Williams, “A vocabulary of Culture and Society,” London: Fontana, 1976, レイモンド・ウィリアムズ著『文化と社会』, 小谷洋一・清原孟編注, 桐原書店, 1978
- Throsby, David., “The Economics of Cultural Policy,” Cambridge University Press, 2010, デヴィッド・スロスビー著, 後藤和子・坂本崇監訳『文化政策の経済学』ミネルヴァ書房, 2014年。
- 池上淳・植木浩・福原義春編 (1998)『文化経済学』有斐閣
- 広辞苑 第六版, 岩波書店, 2008年
- 田中鮎夢, 「文化的財の国際貿易：課題と展望」, RIETI Discussion Paper Series 08-J-007

本論文は、筆者が分担執筆した「文化経済学：理論と実際を学ぶ（有斐閣近刊）」から派生したものである。執筆にあたり様々なコメントを頂戴した、摂南大学経済学部の後藤和子先生、名城大学の勝浦正樹先生に深く謝辞を申し上げる。なお、本論文における誤り、主張の一切の責任は言うまでもなく筆者に帰するものである。