

Title	コンテンツ・ビジネスのグローバル化における日本企業の戦略 - アニメーション コンテンツにみるグローバル戦略 -
Sub Title	
Author	島田, 一(Shimada, Hajime) 和田, 充夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2005
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2005年度経営学 第2053号 不可
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002005-2053">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002005-2053</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

論文要旨

所属ゼミ	和田 充夫 研究会	学籍番号	80430497	氏名	島田 一
(論文題名)					
<p style="text-align: center;">「コンテンツ・ビジネスのグローバル化における日本企業の戦略」          —— アニメーションコンテンツにみるグローバル戦略 ——</p>					
(内容の要旨)					
<p>・問題意識          改めて、国内、国外ともに関心が高まっている日本のアニメーションビジネスに注目する。「コンテンツ・ビジネス＝著作権ビジネス」として産業界からの関心も高く、経済産業省を中心とした行政においても、新たな外貨獲得のための産業として位置づけられている。しかしながら、現状、世界的な成功は単発にとどまり、高い評価を受けながら、必ずしもグローバルなビジネス展開にはいたっていないと考えられる。今後のコンテンツ・ビジネスのグローバル展開において、とるべき戦略は何かを研究の目的として捉える。</p> <p>・国内のビジネス状況          コンテンツ・ビジネス市場規模は、約 14.7 兆円（2003 年）で自動車産業の 20.8 兆円に次ぐ規模をもつ。コンテンツ・ビジネスは、権利を利用した 2 次展開、3 次展開が可能なビジネスであり、テレビや映画などの映像ビジネスの背後に大きな市場が存在する。しかしながら、国内市場は少子化などの影響も含め、潜在的に縮小の傾向にある。そこで、日本のアニメに注目している海外市場への展開が選択される道となる。</p> <p>・政府政策と制作プロダクション          政府の「知財立国宣言」により、コンテンツなどの知的財産ビジネスが育成されることになった。現在の国内のコンテンツ制作環境の改善、産業としての組織化、海外への積極展開、人材育成、2 次使用の法制化などが主な内容である。下請化した制作サイドと権利を握る流通サイドとの間の公正な取引環境の整備も含まれている。さらに信託法の改訂により、制作サイドの資金調達を容易にし、事業環境の改善が図られる。</p> <p>・海外のビジネス状況 海外諸国も政府がコンテンツ・ビジネスに注力している。</p> <p>・事例研究「東映アニメーション」「ポケモンビジネス」          コンテンツ・ビジネスを取り巻く環境が激変し、スピードを増しながら整っていく中で、現在のコンテンツ・ビジネスの成功例を取り上げ、今後のビジネス展開への示唆を得る。ひとつはアニメーションビジネスの老舗・東映アニメーション。東映アニメは長年の国内外のビジネス展開により蓄積したノウハウを持って、これまでのディストリビューター方式での海外ビジネスから、現地法人設立による海外ビジネスに転換しようとしている。もうひとつは世界的な大ヒットとなった「ポケモン」ビジネス展開に注目する。国内でのビジネスモデルの改革と海外での成功のポイントを検証する。</p> <p>・最後に、コンテンツ・ビジネスのグローバル化における日本企業の戦略としてとるべき対応は何かを考察する。制作サイドでの権利の確保と、権利の機動的利用により、コンテンツの価値を最大化することがポイントである。そのためには、現在の国内ビジネスの段階からの改革が必要であり、そのためには制作サイドの資金調達と組織インフラ整備が重要となる。信託による資金調達、SPC 方式による制作、企業タイアップによる制作協力を提言する。また、将来的な対応として自社制作コンテンツ展開を提案する。</p>					