

**Innovation Nippon 研究会報告書**

アジアのコンテンツ市場の変容：海賊版の流通する海外市場進出  
への戦略を探る

**2013年12月**

**Innovation Nippon** アジアのコンテンツ市場の変容：海賊版の流通する海外市場進出への戦略を探る

研究会メンバー

田中辰雄（国際大学 GLOCOM・慶應義塾大学）

渡辺智暁（国際大学 GLOCOM）

## 1. はじめに：正規版市場は、政府が海賊版を駆逐しなければ成立しないのか？

コンテンツ立国やソフトパワーといった言葉と共に、日本のコンテンツ産業に期待が寄せられるようになって久しい。人気の点ではアニメ、漫画、ゲーム、音楽、アイドルなどさまざまな分野のコンテンツが現に世界中で親しまれていることも広く知られている。とりわけアジア諸国には、そのような日本発コンテンツのファン層が少なくないことが伺われる。

一方、事業としてコンテンツ産業が海外に進出する、あるいはコンテンツを輸出する場合、途上国において流通する海賊版が、大きな懸念材料となってきた。厳しい取り締まりを要求する声もあるが、実効性を持つに至っていないようでもある。また、海賊版には正規版の売上げを阻む事業者にとってネガティブな効果だけでなく、新規市場を開拓するポジティブな効果もあるという指摘もある。このような議論を踏まえると、例えば正規版が流通していない初期段階では海賊版が普及してファン層の裾野をひろげ、その後正規版が発売されると、消費者が移行し、権利者に収入が入るようになるというパターンも考えられるところである。ただし、このような消費者の移行、市場の変容が政府の強いアクションを必要とするのかどうか、また政府のアクションによって実現が可能なのかについては、自明ではない。

政府による海賊版対策が必ずしも大きな効力をあげないことに加え、iPod 仮説とでも呼ぶべき広く認識されている考え方によっても、これは支持されよう。この考え方によれば、Bit Torrent などのアプリケーションを利用したファイル共有による音楽の流通は長年海賊版流通の裾野を広げ、一時期は、無料で流通するこうした音楽ファイルに事業者が競争で勝てる見込みがないという悲観論もあったものの、実際には iPod の登場によって安価で、品質が確保され、簡単に購入でき、利用者の生活スタイルにあった音楽消費を可能にするようなデバイス、サービスとして提供されれば、消費者はそれに対して対価を支払うことが明らかになった。すなわち、政府の努力によってではなく、民間事業者の魅力的なサービスによって消費者の移行、市場の変容が実現するというのがこの iPod 仮説のひとつの大きな含意である。

本研究ではこのような問題意識に基づき、示唆に富んでいると思われる海外のコンテンツ市場事例をとりあげ、その実態解明を試みた。<sup>1</sup>具体的にとりあげたのは主にタイのマンガ市場である。近年タイではマンガの海賊版流通が激減し、正規版の流通が多くなったと言われる。このような移行がどのようにして起こったかを解明することで、上述の問題を考える上での手がかりを得た。また、併せて、同様の移行が生じたとされる中国のオンライン・コンテンツ市場についても補足的調査を行った。

## 2. 調査手法：消費者アンケートと専門家ヒアリング

具体的な調査手法は、専門家へのヒアリングとタイの消費者へのアンケート調査の形をとった。

タイの状況については、タトルモリエージェンシーの荻野氏と明治大学の藤本由香利氏へのヒアリング調査を行った。タトルモリエージェンシーは長年にわたり日本から途上国向けのマン

---

<sup>1</sup> 本調査の実施にあたっては調査デザインや調査結果の解釈などに森祐治（電通コンサルティング、デジタルハリウッド大学院）および境真良（国際大学 GLOCOM）の両氏に貴重なアドバイスを頂いた。ここに記して感謝したい。もちろん、報告書の立場は必ずしも両氏の意見を全面的に反映するものではなく、本報告書に落ち度があればそれは研究会メンバーの責任である。

ガの著作権管理の実務を行っており、藤本由香里氏は 2013 年にタイのマンガの海賊版の現地調査を行っている。

中国のオンライン音楽市場についてはペンシルバニア州立大学博士課程の Snow Dong 氏へのヒアリング調査を行った。同氏は近年の中国のオンライン音楽市場の変容（正規版の主流化）について、その要因や過程を分析した研究を行っている。動画を中心とする中国のオンライン・コンテンツ市場全般については、一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構（CODA）の坂田俊介氏へのヒアリング調査を行った。

タイの消費者アンケートは、マンガの読者（オンライン海賊版潜在的な消費者でもある PC 利用者）に対して行った。

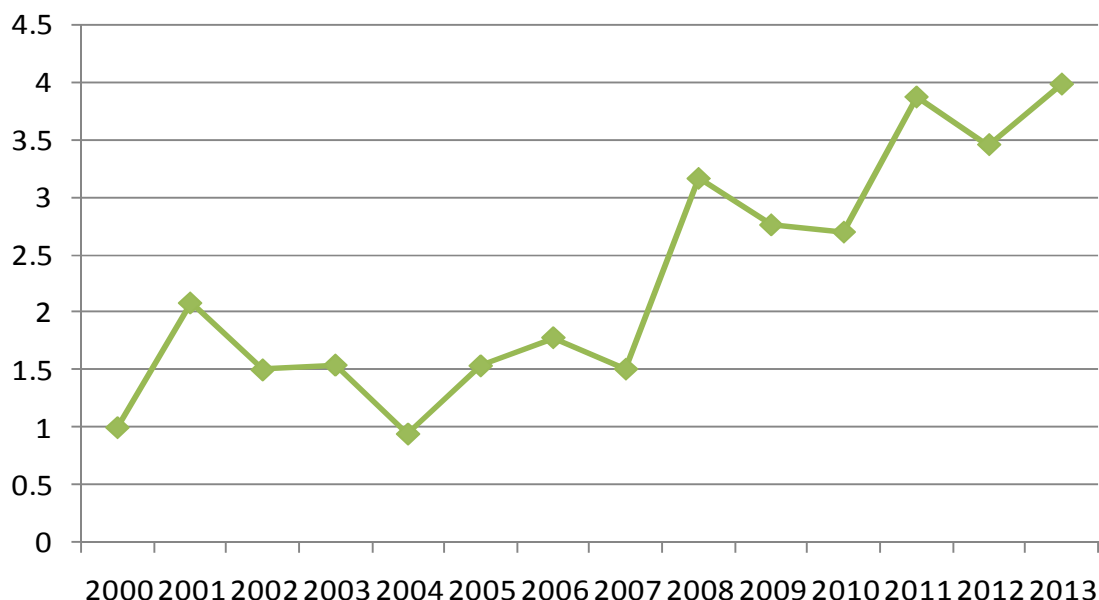
### 3. 調査結果 1：タイのマンガ市場に関するヒアリング結果

ヒアリングの主な結果は次の通りであった。

タイでは 2000 年に入ってから海賊版が目立って減少した。毎年タイを訪れるタトルの社員が、現地の書店や路上で売られている海賊版と正規版の比率をいわば定点観測して得た体感としては、2002 年ごろには少年マンガの 30%が海賊版であったが 2009 年ごろには 5%程度にまで低下したという。なお、現時点の海賊版は、タイで発行が許されていない成人向け作品や、ボーイズラブ関係（男性間の同性愛を描いた作品）が多いということである。

これにともなって、タトルの著作権収入も急激に伸びた（図表 1 参照）

図表 1：タトルエージェンシーのタイからの著作権収入



2000 年を 1 とした経年変化。（資料出所：タトルモリエージェンシー）

この図からは 2000 年から 2006 年までは 2000 年を 1 とした場合に 1-2 程度の幅で上下し、概ね 1.5 程度で推移していたのに対して、2007 年から急激に著作権収入が増えており、2000 年の 3 倍にも達していることがわかる。これ以降は、それ以前の水準に戻ることもなく、変動はあるもののどちらかといえば増加する方向で推移している。

マンガ市場の動向として、2007 年以降に日本のマンガの人気が急に増えたという事実は報告されていない。したがって、この著作権収入の増加は、タイの漫画市場が海賊版から正規版に移ったためと推定される。

本件を考える上で示唆的なのが、1990 年代前半のタイにおけるマンガ雑誌の市場の変遷である。この市場は、次のように変遷してきた。

- ・まず、1992 年、現地の海賊版業者が正規ライセンスを求めてきた。理由は過当競争であり、海賊版業者同士の競争が激しく収益をあげることが困難であることから独占販売権を求めてきた。

- ・1994 年には少年ジャンプを創刊、できるだけ早くタイ語版を出す方針で展開した。これは、日本で日本語版が出てからタイ語に翻訳して正規版を出すと、どうしても遅れることを意識した方針であった。海賊版事業者は、正規版より早く翻訳して出版してしまう。海賊版事業者の動きは早く、場合によっては日本で出るより早くタイで海賊版が出ることもすらある（発売日前の日本の流通過程あるいは印刷過程でタイへ漏れていると考えられる）。

- ・そこで、発売を早めるという対策を講じることになった。少年ジャンプの正規版をタイで出したはじめての 6 か月（1994 年）の間は、日本で月曜に発売されるものを、その 10 日前の金曜にタイで読めるようにした。出版社にお願いして発売の 2 週間前にはできている「青焼き」という校正紙をタイに送ってもらって、それをベースとしてタイ版を作成した（翻訳は 1 日、印刷・配布に 3 日を要した）。

- ・正規版が海賊版より早く出版されるようになったことで、雑誌の海賊版は市場から姿を消していった。6 か月経過し、海賊版が消滅したのを確認し、日本と同じ出版のタイミングに戻した。

タイの単行本マンガ市場の場合は、現地で正規ライセンスを取得した現地企業が、海賊版事業者に圧力をかける形をとっている。典型的には、これは以下のようなプロセスを通じて市場の変容をもたらす。

- ・正規ライセンスを取得した企業は、まず、海賊版業者に通知する。タイには衝突を避ける文化があり、これでかなりの海賊版事業者が活動を停止する。

- ・それでも止めない時は、印刷所に電話をかけ、それでも印刷を辞めないようであれば警察を呼ぶという。それでも止めない時は実際に呼んで、現行犯逮捕となる。

- ・これらのプロセスは、正規版を持っているのが現地企業だからできることである。彼らは誰が海賊版を出しているかを業界事情として良く知っている。この意味で現地の企業を味方にしてことが有効であった

このプロセスは、衝突を避けるタイの文化があるからこそ有効に働くものと言える。ベトナムや中国では全く同じようには行かないかもしれない。（ただし、その国の業界や文化に精通した地元の事業者と提携することで、その国において有効に機能する別のプロセスを発見できるというより一般的な教訓をここから得ることには無理がないだろう。中国におけるプロセスについては、後述する。）

## 4. 調査結果 2 : タイのマンガ市場に関するアンケート結果

### 4. 1. 回答者の特性

アンケート調査は 2014 年 1 月にタイにおいて実施した。調査協力者は PC を利用する調査モニター 500 名であり、年齢は 16 歳～35 歳である。

年齢と性別は分布の偏りを避けるべく均等に割り当てた。なお、モニターは PC 利用している者であるため、回答者はタイの国民全体に比べて高学歴・高所得・都市部在住者に偏る点に注意が必要である。

回答者の特徴は概ね以下の通りである。

- ・年齢：は 5 歳刻みでほぼ均等割り付け（下図 2 参照）
- ・性別：均等割り付け（下図 3 参照）
- ・職業：学生が 1/3、社会人 2/3、ホワイトカラーが多い。
- ・学歴：大学卒が半分
- ・マンガを読む程度：マンガを年に年に 20 冊以上読む人が半数弱

なお、回答者は、調査の目的に即してマンガを年に 5 冊以上買うか貸本屋から借りて読む人に限定している。無償で読んでいるマンガ（友人から借りる、図書館から借りる）は除外し、また有料であれば電子書籍の形態をとっているものも含むとしている。

以下ではまず、これらの特徴をより詳しく確認していくことにする。年齢層と性別構成は割付を行っているためにほぼ均等に分布している。

図表 2 : 回答者の年齢分布

年齢	人数
16-19	124
20-24	124
25-29	126
30-35	126
	500

図表 3 : 回答者の性別構成

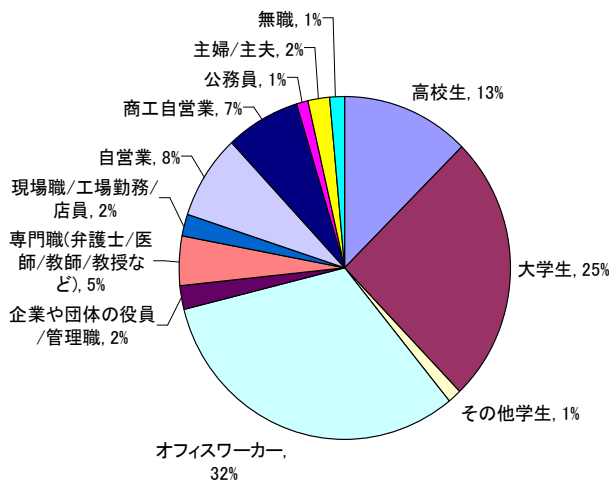
性別	人数
男	250
女	250
	500

回答者を職種・就学状況の分布によって見ると、以下の図表の通りである。学生はおおよそ 1/3 を占める。社会人のうち半分はオフィスワーカーであり、ホワイトカラーの割合は高いことがわかる。タイ国民の識字率は高く<sup>2</sup>、アンケート調査への回答ができることやマンガを読めることが人口の特定の層に偏っているわけではないが、労働人口の 3 分の 1 程度が農林水産業に従事している<sup>3</sup>ことを考えると、同国民をバランスよく反映していない可能性が考えられる。

<sup>2</sup> UNICEF の統計によれば、2008-2012 年の 15 歳以上人口の識字率は 93.5%である。Thailand Statistics <[http://www.unicef.org/infobycountry/Thailand\\_statistics.html](http://www.unicef.org/infobycountry/Thailand_statistics.html)>

<sup>3</sup> 同国の労働統計によると、農林水産業に従事する労働者は、総労働人口の 3 分の 1 を上回る。National Labor Survey, October 2013 <[http://web.nso.go.th/en/survey/data\\_survey/561127\\_lfs\\_survey\\_oct.pdf](http://web.nso.go.th/en/survey/data_survey/561127_lfs_survey_oct.pdf)> 同国の職種別統計においても、3911 万人中熟練農林水産労働者が 1543 万人を占め、対して事務員、専門職、技術者・準専門職はそれぞれ 200 万人満たない。The Labor Force Survey July - September 2013 <[http://web.nso.go.th/en/survey/lfs/lfs13\\_q3.htm](http://web.nso.go.th/en/survey/lfs/lfs13_q3.htm)> 読書人口に近いと思われる人数(英語表記は“population

図表 4 : 回答者の職種・就学状況

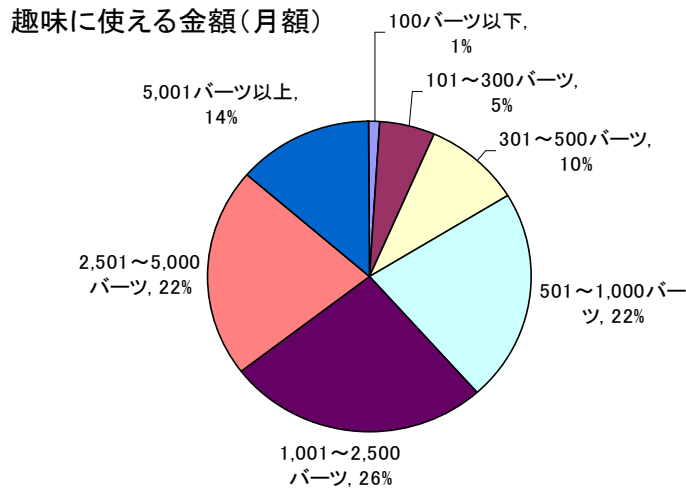


図表 5 : 回答者の職種・就学状況

職種	人数	比率
高校生	63	13%
大学生	126	25%
その他学生	7	1%
オフィスワーカー	160	32%
企業や団体の役員/管理職	11	2%
専門職(弁護士/医師/教師/教授など)	23	5%
現場職/工場勤務/店員	10	2%
自営業	40	8%
商工自営業	37	7%
公務員	5	1%
主婦/主夫	11	2%
無職	7	1%
<b>合計</b>	<b>500</b>	<b>100%</b>

回答者が趣味に使える金額の分布を見ると、学生は平均 2168 バーツ、社会人平均 2738 バーツとなっている。(両者には大きな差がない。)

図表 6 : 回答者が趣味に使える金額の分布



図表 7 : 回答者が趣味に使える金額の分布

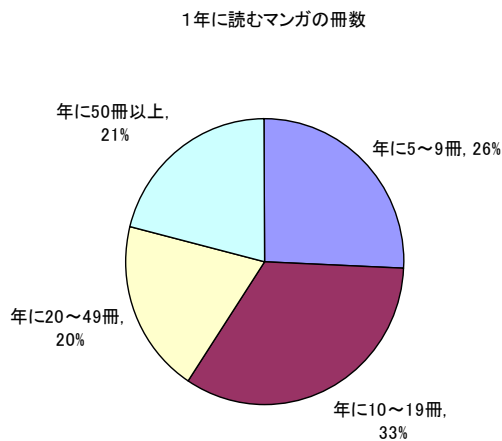
1か月に趣味で使える金額	人数	比率
100バーツ以下	6	1%
101~300バーツ	27	5%
301~500バーツ	49	10%
501~1,000バーツ	110	22%
1,001~2,500バーツ	130	26%
2,501~5,000バーツ	110	22%
5,001バーツ以上	68	14%
<b>合計</b>	<b>500</b>	<b>100%</b>

who read”) を計上した 2011 年統計を参照すると、全労働者の読書人口 2582 万人中、熟練農林水産労働者は 842 万を占め、割合としては減るが最大カテゴリーであり、事務員、専門職、技術者・準専門職はいずれも 110-180 万人程度に留まっている。 Reading of Population Year 2011  
 <[http://web.nso.go.th/en/survey/education/edu\\_2011.htm](http://web.nso.go.th/en/survey/education/edu_2011.htm)>

タイの大卒の初任給は約 1.2 万バーツであり、その 20%程度を趣味に使えらとじていることから、回答者が裕福な層に属する者を相当程度含んでいると想定される。日本に喩えらと、大卒初任給が 20 万程度であり、その 20%程度である 4 万円前後を使えらとじているのが回答者の平均像である。

更ら、一年間に読むマンガの冊数を見らと、かなり多くのマンガを読む者（50 冊以上）が相当数含まれていることがわかる。

図表 8：回答者のマンガ消費量分布

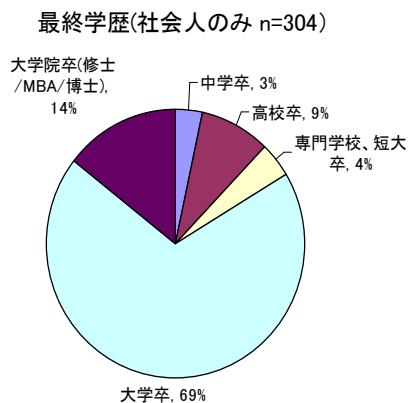


図表 9：回答者のマンガ消費量分布

1年に読むマンガ	人数	比率
年に5～9冊	129	26%
年に10～19冊	167	33%
年に20～49冊	99	20%
年に50冊以上	105	21%
	500	100%

また、学歴も高いことが伺える。大学卒が 69%と多く、大学院卒が 14%に達している。タイの大学進学率は 2010 年代は 50-53%の範囲で推移している。<sup>4</sup>これを考慮しても高い数字であり、非常に高学歴である。サンプルがパソコンを利用している人であることの結果と考えられる。

図表 10：回答者の最終学歴分布



図表 11：回答者の最終学歴分布

最終学歴(社会人のみ)	人数	比率
中学卒	10	3%
高校卒	27	9%
専門学校、短大卒	13	4%
大学卒	210	69%
大学院卒(修士/MBA/博)	44	14%
	304	100%

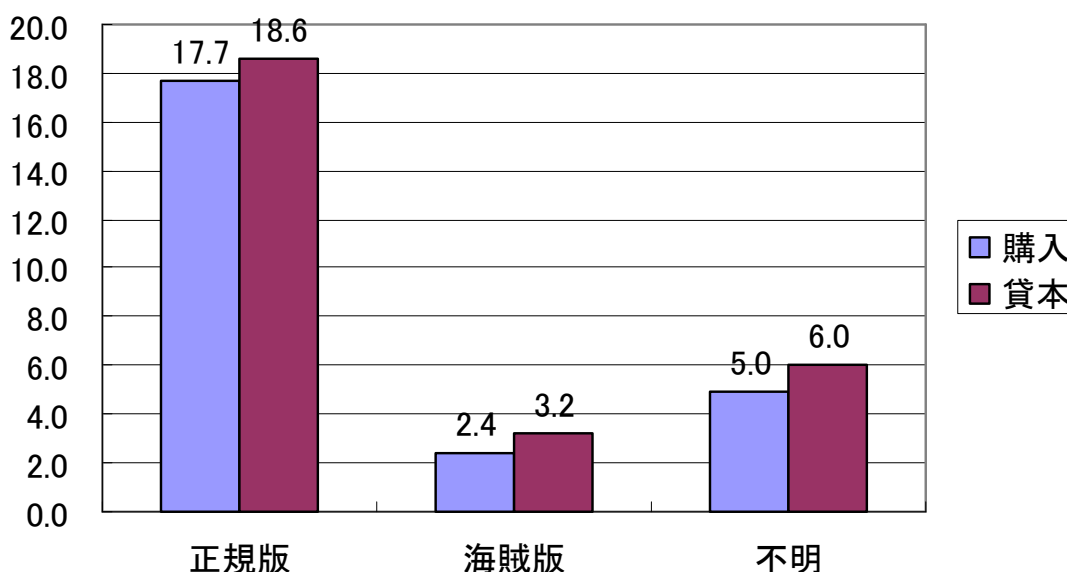
<sup>4</sup> UNESCO 統計サイトより <<http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=142&lang=en>>



#### 4. 2. マンガの入手・消費傾向について

次に、アンケート回答者がマンガをどのように入手・消費しているかを確認する。まず、正規版と海賊版の比率について、貸本と購入に分けて集計したのが下図である。

図表 1 2 : 1 年間に読んだマンガの冊数  
(貸本・購入別、および正規版・海賊版別)

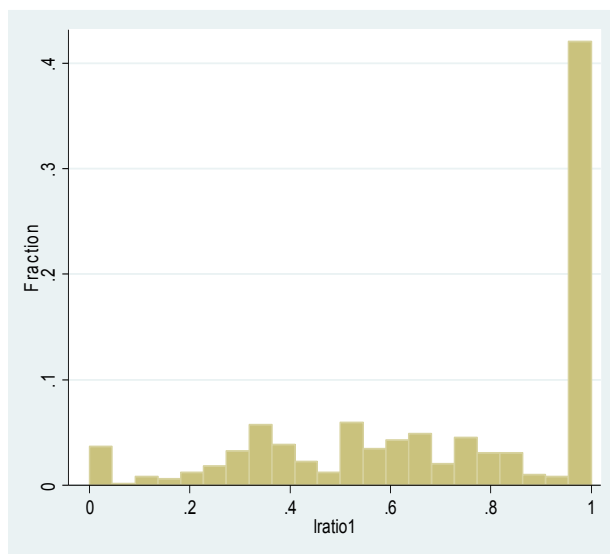


縦軸は冊数である。購入と貸本であまり差がないことが伺われる。正規版はおよそ7割を占めている。一般にアンケート調査では、法的・道徳的に望ましい回答が明白である場合などには、その望ましい回答が増える傾向があるため、この回答にもそのような傾向が反映されている可能性がある。ただし、海賊版の比率は10%なのでヒアリング調査で専門家が「体感」とした数値(5%)とほぼ一致する。その差は更に、「体感」数値が店頭や路上を視認して得られた感触であるのに対し、海賊版がその他のルートによる流通もしているため、と考える説明することも可能であろう。

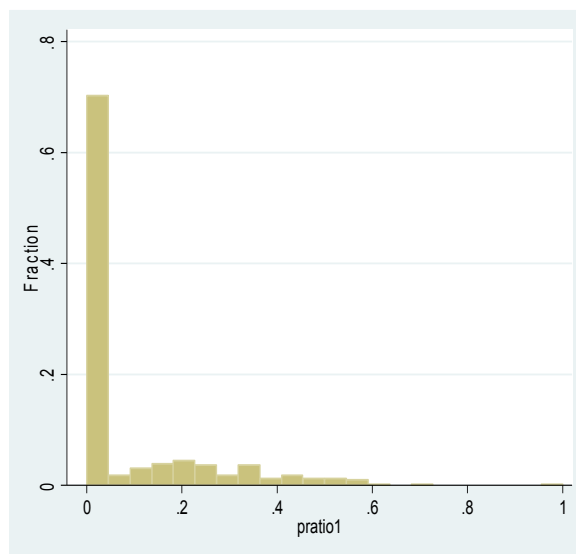
正規版と海賊版の消費割合が回答者によってどの程度ばらついているかを確認するため、読む総冊数に占める正規版の比率と海賊版の比率を計算し、その分布を描いたのが下の2図である(正規版か海賊版か不明の冊数があるために両者は足して1にはならない)。これらの図からは、正規版だけ読むという人が約4割、海賊版は全く読まないという人が約7割存在していることがわかる。

2つの図を比較すると、全マンガ消費に占める正規版の比率は、人によってばらつきがあり、正規版比率が2-3割の人もあることがわかる。これに対して、海賊版の比率はおおむね5割以下とどまる。なお、両者の分布が一致しないのは、不明の冊数が多いことに起因する。

図表 1 3 : 全マンガ消費に占める正規版の多寡の分布



図表 1 4 : 全マンガ消費に占める海賊版の多寡の分布



※図中、横軸は、マンガ消費量に占める正規版、海賊版の割合を 0-1 の数値にしたものであり、縦軸は、それぞれ特定の割合の正規版や海賊版を消費する回答者が回答者全体に占める割合を 0-1 の数値にしたものである。

#### 4. 3. 正規版を選ぶ理由と、著作権意識

続いて、これらの割合を決定づける要因を探るべく重回帰分析を行った結果が下表である。

図表 1 5 : 正規版、海賊版の比率の決定要因に関する回帰分析結果

	正規版比率		海賊版比率	
	係数	t値	係数	t値
年齢	0.004	1.17	-0.003	-1.63
教育水準	-0.001	-0.07	-0.006	-0.83
性別(男性=1)	-0.004	-0.15	0.023	1.66 *
自由に使える所得	0.001	0.05	0.010	2.00 **
定数項	0.616	8.25	0.108	2.96
n	488		488	
R2	0.0051		0.0307	

個々の回答者が正規版・海賊版を消費する比率を被説明変数とし、年齢、教育水準、性別、趣味に使えるお金（「自由に使える所得」と表記）を説明変数として用いた。統計的に有意な変数は少なく、海賊版で所得が5%で有意であるが符号が理論と逆である。また、この決定係数極めて低い。ここから伺われるのは、一般的に、正規版・海賊版の選択にこうした変数は影響を与えていないということである。

こうした社会・経済的変数に代えて、著作権に関する意識を軸に分析した場合はどうか。アンケートには、以下のような質問が含まれていた。

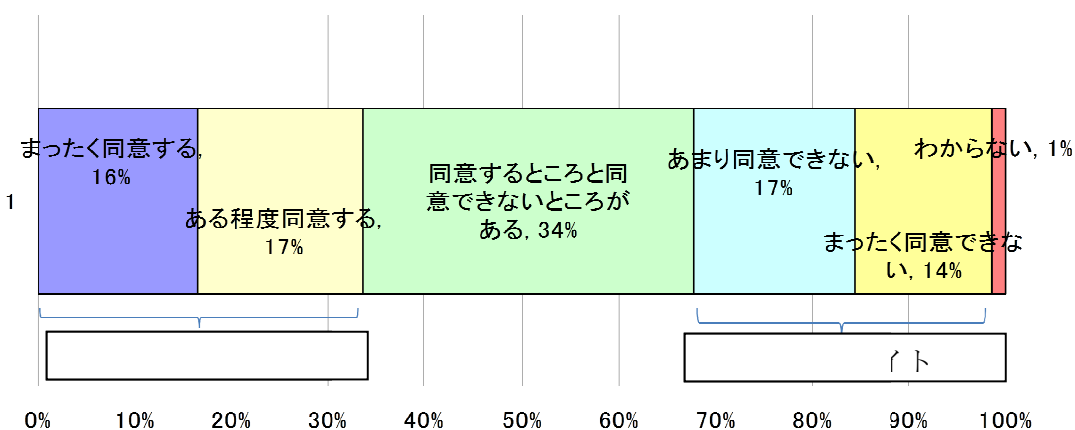
ある海賊版業者が、海賊版のマンガ本に次のような声明をつけていました。

『印税という形で、何故もうすでにお金持ちの日本のマンガ本の著者にお金をタイから払わなければならないのかわからない。私たちはその印税分を読者に還元しているし、また正規版よりずっと早くタイの読者に作品を届けることで大いに読者に貢献している。』

あなたはこの意見にどの程度同意しますか。

これに対する回答の分布は以下の図の通りで、かなり左右対称性の高い分布を示した。

図表 1 6 : 回答者の著作権意識の分布



そこで賛成・反対を異なるグループとして扱い、先述の回帰分析に追加した結果が下表である。

図表 1 7 : 正規版、海賊版の比率の決定要因に関する回帰分析結果

	正規版比率		海賊版比率	
	係数	t値	係数	t値
年齢	0.004	1.18	-0.002	-1.49
教育水準	-0.005	-0.36	-0.01	-0.74
性別(男性=1)	0.009	0.33	0.02	1.28
自由に使える所得	-0.002	-0.18	0.01	2.10 **
プロコピーライト	0.14	4.38 **	-0.04	-2.41 **
アンチコピーライト	-0.09	-2.70 **	0.06	3.69 **
定数項	0.62	8.49	0.09	2.53
n	488		488	
R2	0.097		0.0986	

この回帰分析は、アンチコピーライトまたはプロコピーライトと名づけたグループに回答者が属するかどうかの説明変数として加わった点が先述の回帰分析と異なる。結果はしかるべき相関を示している。すなわち、著作権保護に肯定的な人ほど、その人のマンガ消費量に占める正規版の割合が高く、著作権保護に否定的な人ほど、その人のマンガ消費量に占める海賊版の割合が高い。ここから、著作権に対する意識が正規版・海賊版の消費に影響を与えていることが伺える。

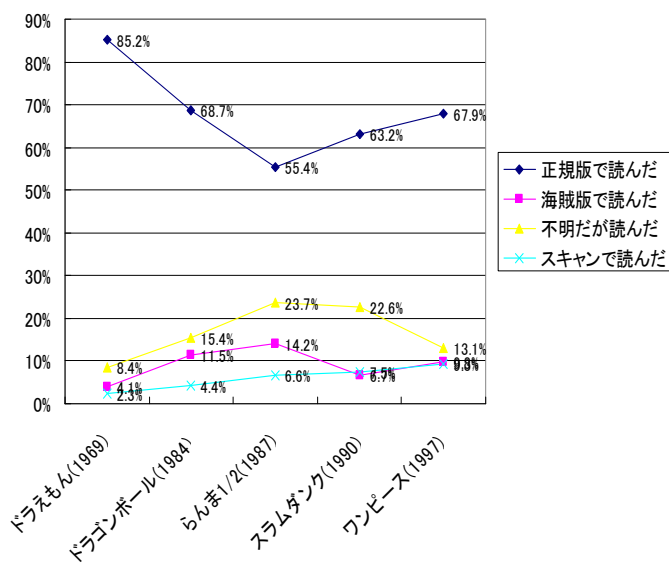
#### 4. 4. 正規版消費の推移

海賊版消費について更に詳細に把握するため、時間的推移を分析した。過去に遡って海賊版・正規版の消費率を割り出すことは極めて困難だが、アンケート中では、異なる時期に人気を得たマンガ作品を5作品選び、それらの消費形態を尋ねることでその近似を試みている。選んだ作品は、古い順にドラえもん、ドラゴンボール、らんま 1/2、スラムダンク、ワンピースであり、それぞれ作品を正規版で読んだか、海賊版で読んだかを尋ねた。時系列で見て正規版利用が顕著に増えているのなら、新しい作品ほど正規版で読まれることがおおくなるはずである。結果は以下の表にまとめた。図表18が正規版で読んだ人・海賊版で読んだ人それぞれの数と比率であり、それをグラフにしたのが図表19である。

図表18：正規版利用の変遷

	ドラえもん (1969)	ドラゴンボ ール(1984)	らんま 1/2(1987)	スラムダン ク(1990)	ワンピース (1997)
日本における連載期間	1969-96	1984-95	1987-96	1990-96	1997-連載中
正規版で読んだ	414	299	175	218	264
海賊版で読んだ	20	50	45	23	38
不明だが読んだ	41	67	75	78	51
スキヤンで読んだ	11	19	21	26	36
読んだことがない	13	55	168	136	97
答えない・わからない	1	10	16	19	14
読んだ人(1-4)合計 (比率)	486	435	316	345	389
正規版で読んだ	85.2%	68.7%	55.4%	63.2%	67.9%
海賊版で読んだ	4.1%	11.5%	14.2%	6.7%	9.8%
不明だが読んだ	8.4%	15.4%	23.7%	22.6%	13.1%
スキヤンで読んだ	2.3%	4.4%	6.6%	7.5%	9.3%

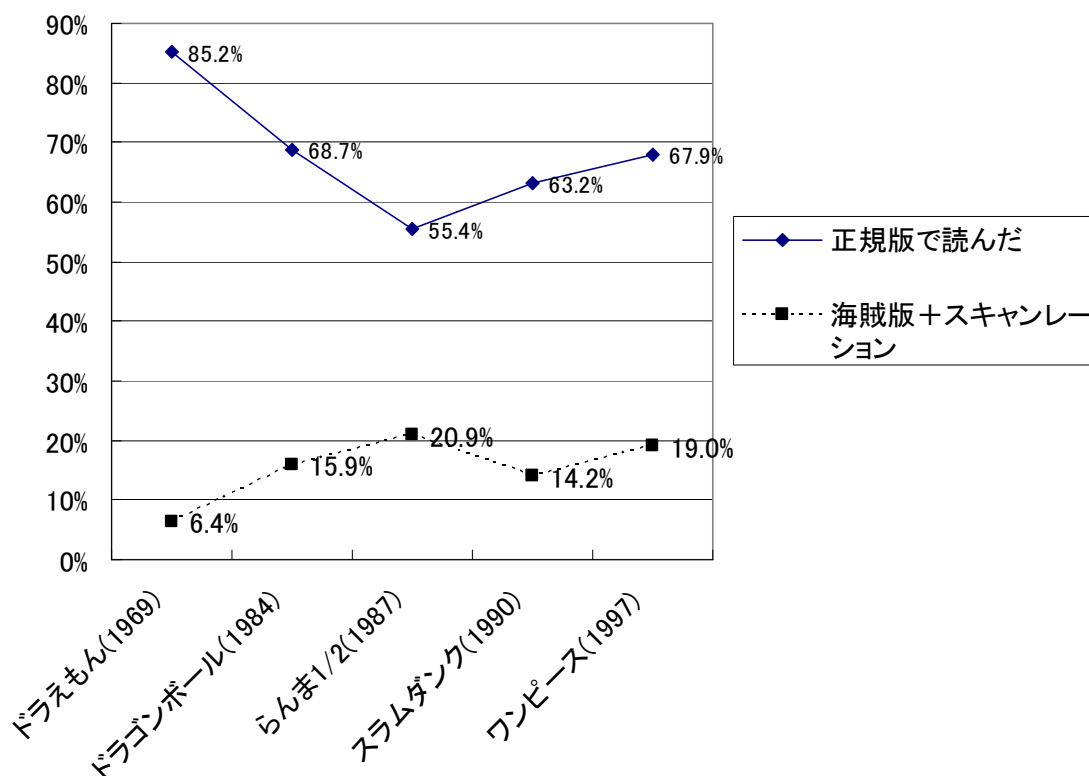
図表19：時代別の代表的人気作品の消費形態の変遷



なお、回答を拒否した人や、読んだかどうか分からないと答えた人の割合は4%以下であったため、これは無視して良いレベルと考えた。また、単に正規版・海賊版のどちらで読んだかを尋ねるだけでなく、スキャンレーション（スキャンしたものに翻訳を付した、違法コピー版の一形態）で読んだかどうかも尋ね、典型的な海賊版の流通形態が紙ベースからデジタルに変動しているかどうかも考慮に入れている。

大きな傾向としては、正規版の読者割合が一端落ち込んだ（1980年代）後、近年は上昇中にあるということとであろう。近年になって正規版の比率が増えている傾向は確かに確認される。これはヒアリングで得た結果と一致する。スキャン版の読者は一貫して増加傾向にあることも伺えるが、全体に照らして依然少ないレベルに留まっている。無許諾利用として合わせた影響を見るため、海賊版とスキャンレーションを合算して、正規版の消費量と比較したのが以下のグラフである。

図表 20：時代別の代表的人気作品の消費形態の変遷（2）



一般には、インターネットの普及と共に、無断コピーが横行し、海賊版の消費が非常に大きな割合を占め、それによって正規版への受容が落ち込む、といったことが懸念されることも多いが、ここから伺える傾向は、そうした説とは大きく異なっている。

近年正規版が読まれるようになっており、海賊版の流通は頭打ちの状態にある、と考えるべきであることをデータは示唆しているように思われる。違法コピーの消費は、むしろインターネ

ットの商業化以前に、4人に1人程度にまで普及した（らんま 1/2, 1987年）が、その後は割合を低め、ネットも限定的な影響しか持っていないことが伺われる。

ヒアリングから得られた知見と、アンケート調査から得られる示唆は、ここでも響きあっているように見える。すなわち、1990年までは正規版利用はむしろ減っており、海賊版が蔓延していたと考えられる。しかし、2000年代から次第に正規版の利用者が増えている。

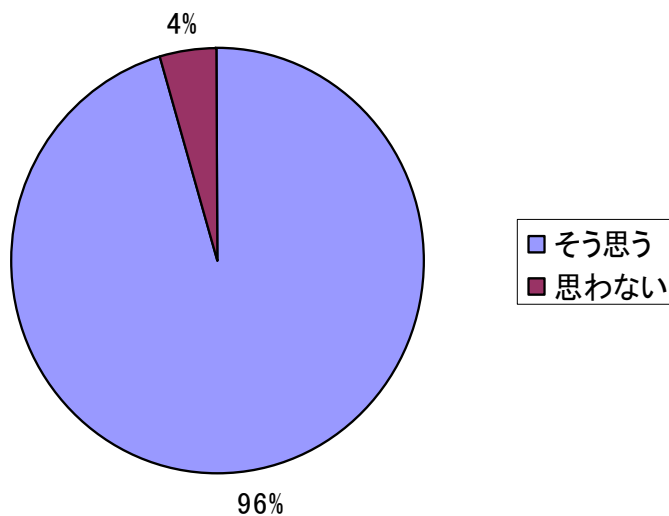
論理的には、読んだ時期が発売時期と一致しないこと、また加齢効果（年齢があがり、十分な所得を得ると海賊版を読まなくなる可能性）も配慮する必要がある。しかし、まず、加齢効果は回帰で年齢が有意になっていないことからあまり関係ないと思われる。読んだ時期と発売時期は一致しない傾向はあるが、もっとも読まれるのは発売時期であるので、趨勢を逆転させるほどの影響はないだろうと考えられる。

#### 4. 5. 正規版消費の推移と著作権意識（1）

では、インターネットの普及にも関わらず、海賊版の氾濫に至らず、正規版の受容・消費が増えている背景にはどのような要因が考えられるだろうか？アンケート調査から伺えるひとつの結果は、正規版を買うことへの意欲の高さである。

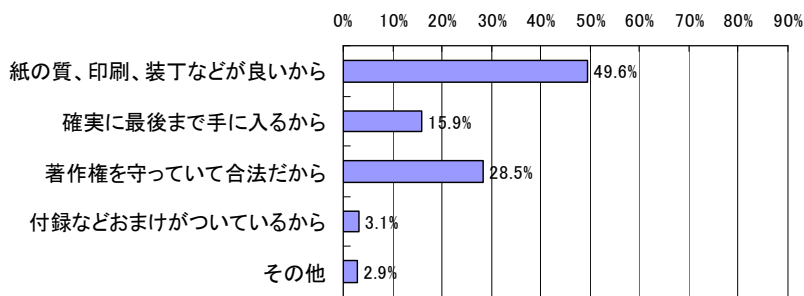
図表 2 1：正規版を買うことへの意欲

マンガを買う時できれば正規版を買いたいと思うか

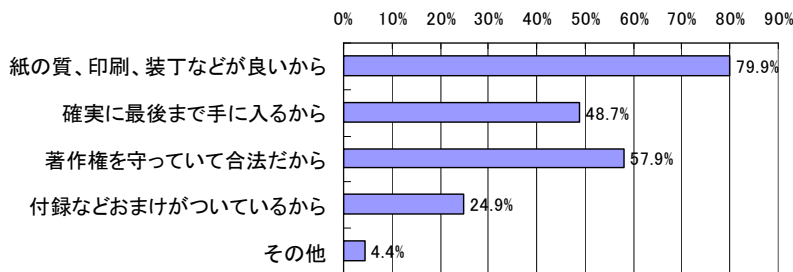


アンケート調査では、道徳的に望ましい回答が明らかである場合にはそのような回答をする者の割合が増える傾向にあるため、この質問に対する回答も、文字通りに受け取ることは適切ではない。ただし、それを考慮したとしても、正規版を買いたい人の比率 96% というのは高い数値である。更にアンケート中では、正規版を買いたいと考える理由について、より詳しい設問を用意している。質問では、複数の理由を選択可能にし、もっとも重要と考える理由について特定することを求めた。その結果は以下の図にまとめたとおりである。

図表 2 2 : 正規版を買いたい理由 (もっとも重要な理由)

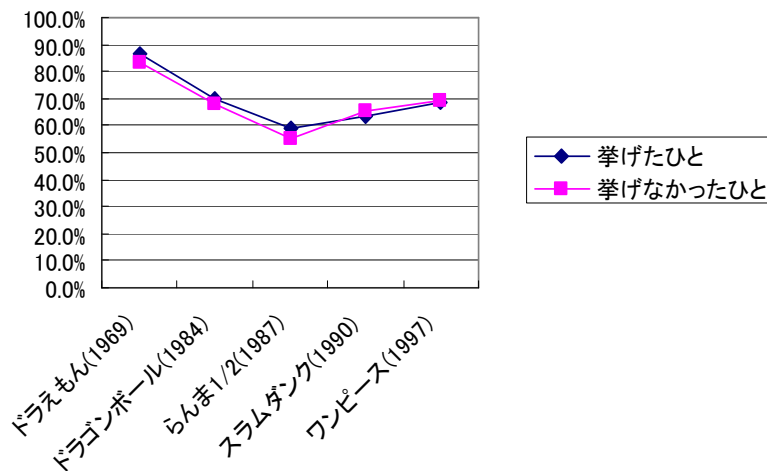


図表 2 3 : 正規版を買いたい理由 (複数回答)



ここから、最も重要な理由を尋ねた場合、正規版を買いたい理由は、紙の質・印刷などの品質がもっとも大きく、半分に達することが伺える。ついで、著作権を守っていて合法だからが30%程度で続き、確実に最後まで手に入るからとする者が15%程度である。これら3つの理由は、最も重要と位置づけない場合も含めると半数から8割近くの回答者から支持を得ている理由でもある。著作権が大きな理由のひとつになっているのは興味深いところである。ところが、更に分析すると、下図に示すように、この理由は行動レベルでは影響を与えていない。

図表 2 4 : 著作権を理由とした正規版への興味の有無別に見た、正規版の消費の割合

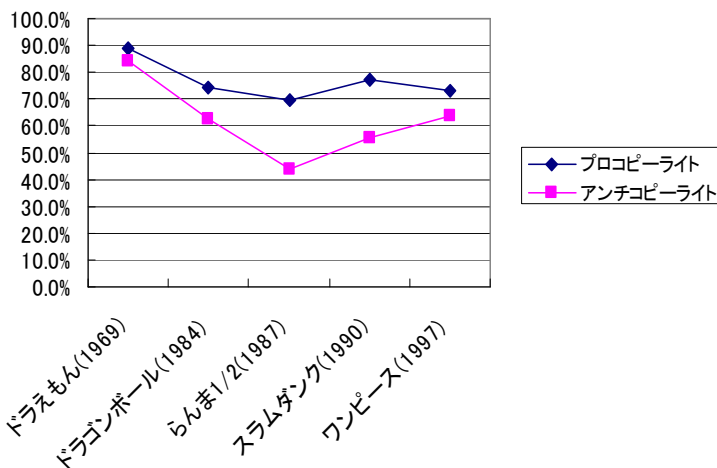


このグラフでは、正規版を読みたい理由として、著作権を挙げた人と、そうでなかった人を2つのグループに分けて、それぞれのグループが各人気作品について正規版を消費した割合をプロットしたものである。一目して明らかな通り、2つのグループは意識の上では異なるが、行動の上ではほとんど差がない。すなわち、アンケート結果からは、著作権を守りたいという意識が高いことや、著作権を理由に正規版を好む層が一定数いることが伺われるものの、そのような意識の高さは必ずしも実際の正規版の消費には影響を与えていないように思われる。

#### 4. 6. 正規版消費推移と著作権意識（2）

著作権意識についてはアンケート調査では更に別の形でも尋ねている。すなわち著作権者に印税を払うことが望ましいかどうかという形である。既に回帰分析によって見たとおり、この質問への回答傾向を軸に整理した場合には、正規版の消費に影響を与えることもわかっている。そこで、再度この軸との関係で、今度は各人気作品の正規版消費の割合をプロットしたのが下図である。

図表 2 5：著作権への態度別に見た正規版の消費の割合



ここから、1990年代の正規版比率の上昇は、主としてアンチコピーライトの人が正規版を読むようになったことに起因することが伺える。つまり、アンチコピーライトの人も正規版を買うようになったことがこの背景にあると考えられる。

これは、ヒアリングを通じて得られたタイのマンガ市場の変遷と大筋で呼応するものとなっている。すなわち、正規版の消費割合が増えたのは、著作権意識の高まりによるものではなく、供給側の事情の変化によるものである。

タイには元々、正規版を読みたいと考える者が多く、その理由には品質や著作権法などがあるが、このような著作権意識の高低は実際に海賊版を読むかどうかといった行動を説明する力は弱い。これに対して、著作権制度に批判的であるかどうかは、海賊版の消費行動に影響を与えていることが伺われる。そして、1990年代の正規版比率の上昇は、著作権を積極的に支持しない層にも正規版の消費をうながした効果があり、その背景には海賊版が出回りづらくなる、品質の差がつくなどの供給側の事情があったことが伺われる。実際、ヒアリングでも日本よりも



速く雑誌を出す、現地企業を味方にして海賊版業者に圧力をかけるなど、供給側の努力が正規版読者を増やしたのであり、アンケート調査とヒアリング調査が呼応する。

## 5. 調査結果2：中国のデジタルコンテンツ市場

中国のオンライン・コンテンツ市場の動向について補足的に実施した調査から得られた知見は、より詳細な調査が必要なものではあるが、タイのマンガ市場との比較で興味深い点を含むものであった。

オンライン音楽分野では、事業戦略上の理由による合法コンテンツへの切り替えが近年起きている。きっかけとなったのは百度によるデジタル音楽配信の戦略転換で、2011年のことである。<sup>5</sup> この転換は当時法廷で係争中であったワーナー、ユニバーサル、ソニーの大手音楽事業者との合意に基づくもので、百度側はMP3ダウンロードおよび自社サイトからのストリーミングについて金銭を支払うことに合意しており、当時はこの種の音楽配信を手がけるほぼ唯一の事業者となった。それ以前には海賊版を簡単に検索・入手できる環境にあり、それについて百度は批判や訴訟の対象となってきたが、合意を受けて、百度はそうしたファイルへのリンクの削除も行っている。

戦略転換の原因としても、当然国内外の圧力（文化省、産業界、著名なアーティストによる批判も含む）や訴訟も考えられるところだが、プレッシャーだけであればもっと長期間に渡って対応せずに済ませることも可能であったと思われる。また、訴訟については、無許諾に提供されているファイルを自ら提供しているわけではなく、リンクを提供しているだけであるため、必ずしも敗訴の可能性が濃厚だったとは言えない。それまでの類似の判決においても自社に有利なものが複数あった。検索におけるシェア争いという事業上の理由であるとの説明が有力であると思われる。すなわち合法的な音楽コンテンツを提供することで、低下しつつあった検索シェアを挽回したいというものである。大学のキャンパスの音楽祭やテレビ番組などを通じて自社サービスのプロモーションを展開したが、これも合法コンテンツを提供しているが故に展開しやすくなっていた。これを追うように、競合他社も合法コンテンツの提供に方針を展開する動きが出ている。

なお、海賊版の入手は中国では非常に簡単であり、幅広い楽曲を非常に簡単に入手することができた。米国において iPod と iTunes が出現したことで「有料だが安価で、より簡単に入手できるコンテンツ」が海賊版と競合する選択肢となったという説があるが、これは中国に対してはあてはまらない。

なお、このような動きはこれまでのところ音楽分野に限られており、動画やソフトウェア、電子書籍などについては正規版の大規模配信事業者は登場していない。

## 6. まとめと提言

本調査の結果をまとめると、概ね以上のようなになる。

---

<sup>5</sup> 中国のオンライン音楽市場については、ヒアリングの他、ヒアリング協力者による以下の論文を参照している。Dong, X & K. Jayakar (2013). The Baidu Music Settlement: A Turning Point For Copyright Reform In China? Journal of Information Policy, v3, pp.77-103

タイのマンガ市場では、著作権制度を積極的に支持しない層も、海賊版の流通減少、正規版の品質上の優位などを通じて 1990 年代から正規版の消費割合を強めて行った。このような供給上の変化は政策や訴訟によるものではなく、海賊版の市場をよく知る海賊版の販売事業者を味方につける形で海賊版を減少させる、正規版を早く読めるなど品質上の優位性を出せるようにする、といった事業戦略上の決定によってもたらされている。

中国のオンライン音楽市場では、検索エンジン大手の百度が、やはり事業戦略上の理由によって主要コンテンツ・ホルダーと契約を結び、積極的なプロモーション・キャンペーンを展開するに至っている。

以上のような事例が、オンライン・コンテンツ市場一般にどの程度よくあてはまるかどうかについては、今後の研究課題である。だが、このような事例が既に存在していることから、以下のような示唆を得られる。

1. 海賊版対策は、訴訟や政策（国際的な圧力を含む）によらなければ解決できないものではない。事業戦略上の課題として取り組むことも可能である。
2. より具体的には、海賊版の流通に重要な役割を果たしている事業者の戦略転換が起これば、それによって市場が大きく変容する可能性もある。
3. 海賊版に関わる事業者は、必ずしもコンテンツ事業者の敵と位置づけることが適切ではない。提携先となれば市場に大きな影響力を発揮できる場合があることを念頭におくことも検討に値する。

## 付録: アンケート調査票(日本語版)

Q1 あなたの年齢をお答えください。

歳

※15歳以下と、36歳以上は対象外

Q2 あなたの性別をお答えください。

- 1  男性
- 2  女性

Q3 あなたの職業をお答えください。

- 1  高校生/職業訓練校生
- 2  大学生
- 3  その他学生
- 4  オフィスワーカー
- 5  企業や団体の役員/管理職
- 6  専門職(弁護士/医師/教師/教授など)
- 7  現場職/工場勤務/店員
- 8  自営業
- 9  公務員
- 10  主婦/主夫
- 11  無職
- 12  その他( )

Q4 あなたの最終学歴をお答えください。

- 1  中学卒
- 2  高校、職業訓練校卒
- 3  専門学校、短大卒
- 4  大学卒
- 5  大学院卒(修士/MBA/博士)
- 6  教育は受けていない

Q5 衣食住以外に、あなたご自身が趣味に使えるお金は、1ヶ月あたりどのくらいですか。

- 1  100 バーツ以下

- 2 ○ 101～300 パーツ
- 3 ○ 301～500 パーツ
- 4 ○ 501～1,000 パーツ
- 5 ○ 1,001～2,500 パーツ
- 6 ○ 2,501～5,000 パーツ
- 7 ○ 5,001 パーツ以上

改ページ

---

**Q6** あなたは現在、年にどれくらいマンガ本を読みますか。  
マンガ本を買う冊数と、マンガ本を貸本屋から借りる冊数を足し合わせた数をお答えください。

※マンガ雑誌と有料の電子版マンガを含めてお考えください。

※図書館・インターネットカフェで読むマンガ本や、家族・友達に借りたマンガ本は除きます。

- 1 ○ この1年、マンガ本を買ったり貸本屋から借りたりしていない →対象外
- 2 ○ 年に1～2冊 →対象外
- 3 ○ 年に3～4冊 →対象外
- 4 ○ 年に5～9冊
- 5 ○ 年に10～19冊
- 6 ○ 年に20～49冊
- 7 ○ 年に50冊以上

※マンガ本を読む頻度が年に5冊未満(Q6=1～3)は対象外

改ページ

---

今回は、マンガ本についてのアンケートです。

調査結果は、学術研究目的で使用いたします。

質問の中には、海賊版やスキャンレーション(※)についてお伺いする質問もございますが、調査結果は統計的に処理され、個人の特定等は決して行いませんのでご安心ください。

※海賊版:原作者の許可を得ずに複製したもの

スキャンレーション:原作者の許可を得ずに翻訳され、インターネットで公開されているもの

あなたは、今回のアンケートにご参加いただけますか。

- 1 ○ アンケートに参加する
- 2 ○ アンケートには参加しない →対象外

改ページ

---

---

---

マンガ本のなかには、正規版と海賊版があります。

正規版は原作者の許可をえた本で、紙質や翻訳など品質は良いですが値段が高めです。

海賊版は原作者の許可をえない本で、紙質や翻訳など品質は悪いですが値段は安めです。

Q7 あなたは、マンガ本をこの1年に何冊くらい買いましたか。  
また、そのうち正規版と海賊版はそれぞれ何冊くらいかもお答えください。  
大体の冊数でかまいません。

※マンガ雑誌や有料の電子版マンガを含めてお考えください。

この1年間に買った マンガ本の数の合計	正規版の マンガ本の数	海賊版の マンガ本の数	正規版か海賊版か からないマンガ本の数
<input type="text"/> 冊	= <input type="text"/> 冊	<input type="text"/> 冊	<input type="text"/> 冊

Q8 あなたは、マンガ本をこの1年に何冊くらい貸本屋から借りて読みましたか。  
また、そのうち正規版と海賊版はそれぞれ何冊くらいかもお答えください。  
大体の冊数でかまいません。

※マンガ雑誌を含めてお考えください。

この1年間に貸本屋から 借りて読んだマンガ本の数の合計	正規版の マンガ本の数	海賊版の マンガ本の数	正規版か海賊版か からないマンガ本の数
<input type="text"/> 冊	= <input type="text"/> 冊	<input type="text"/> 冊	<input type="text"/> 冊

改ページ

---

---

Q9 それでは、あなたが高校生/職業訓練校生(15~18歳くらい)の頃、  
マンガ本を1年間で何冊くらい買っていましたか。  
また、そのうち正規版と海賊版はそれぞれ何冊くらいかもお答えください。  
大体の冊数でかまいません。

※マンガ雑誌や有料の電子版マンガを含めてお考えください。

高校生(15~18歳くらい)の 1年間に購入していた マンガ本の数の合計	に 正規版の マンガ本の数	海賊版の マンガ本の数	正規版か海賊版か からないマンガ本の数
<input type="text"/> 冊	= <input type="text"/> 冊	<input type="text"/> 冊	<input type="text"/> 冊

Q10

**あなたが高校生/職業訓練校生(15～18歳くらい)の頃、**  
マンガ本を1年間に何冊くらい貸本屋で借りて読みましたか。  
また、そのうち正規版と海賊版はそれぞれ何冊くらいかもお答えください。  
大体の冊数でかまいません。

※マンガ雑誌を含めてお考えください。

高校生(15～18歳くらい)の 1年間に貸本屋から借りて読ん だ マンガ本の数の合計	に	正規版の マンガ本の数		海賊版の マンガ本の数		正規版か海賊版か からないマンガ本の数
<input type="text"/> 冊	=	<input type="text"/> 冊		<input type="text"/> 冊		<input type="text"/> 冊

改ページ

---

Q11

あなたは、この1ヶ月に、スキャンレーションでどれくらいマンガ作品を読みましたか。  
マンガの作品数でお答えください。  
スキャンレーションで読んでいない場合は0作品とお答えください。

※スキャンレーション:原作者の許可を得ずに翻訳され、インターネットで公開されているもの

月に  作品くらい

改ページ

---

Q12

それでは、**あなたが高校生/職業訓練校生(15～18歳くらい)の頃、1ヶ月間に、**  
スキャンレーションでどれくらいマンガ作品を読みましたか。  
マンガの作品数でお答えください。スキャンレーションで読んでいない場合、  
もしくはスキャンレーション自体が利用できなかった場合は0作品とお答えください。

月に  作品くらい

改ページ

---

Q13

あなたは、以下のマンガ本を読んだことがありますか。  
読んだことがある場合、分かれば  
正規版だったか、海賊版だったかも合わせてお答えください。

※正規版・海賊版の  を読んだ  がある場合は、最  に読んだ  をお答えください。

	正規版を読んだことがある	海賊版を読んだことがある	正規版か海賊版かは分からないが、読んだことがある	スキヤンレーションでなら読んだこと マンガ本では読んだことはないが、 とがある	読んだことがない いずれの方法でも	わからない、答えたくない
1 ドラえもん	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 ドラゴンボール	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 らんま 1/2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4 スラムダンク	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5 ワンピース	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

改ページ

Q14 あなたはマンガ本を買うとき、できれば正規版の方を買いたいと思いますか。

- 1  思う
- 2  思わない

改ページ

Q15 は、Q14 でマンガ本を買うとき、できれば正規版の を買いたいと思うとお答えの にお伺いします。

Q15 あなたが、できれば正規版のマンガ本の方を買いたいと思うのはなぜですか。  
あてはまるものをすべてお選びください。

- 1 正規版のマンガ本の が、紙の質、印刷、装丁などが良いから
- 2 正規版のマンガ本の が、確実に最後まで手に入るから
- 3 正規版のマンガ本の が、著作権を守っていて合法だから
- 4 正規版のマンガ本は、付録などおまけがついているから
- 5 その他( )

改ページ

Q16 Q15 でお答えの回答のうち、最も大きな理由をひとつだけお選びください。

- 1 ○ 正規版のマンガ本の が、紙の質、印刷、装丁などが良いから
- 2 ○ 正規版のマンガ本の が、確実に最後まで手に入るから
- 3 ○ 正規版のマンガ本の が、著作権を守っていて合法だから
- 4 ○ 正規版のマンガ本は、付録などおまけがついているから
- 5 ○ その他( )

※Q16の は、Q15で されたもののみ

改ページ

---

以下の をお読みになってから、 問にお答えください。

Q17 ある海賊版業者が、海賊版のマンガ本に次のような声明をつけていました。

「印税という形で、何故もうすでにお金持ちの日本のマンガ本の著者にお金をタイから払わなければならないのかわからない。私たちはその印税分を読者に還元しているし、また正規版よりずっと早くタイの読者に作品を届けることで大いに読者に貢献している。」

あなたは、この意見にどの程度同意しますか。

- 1 ○ に する
- 2 ○ ある 度 する
- 3 ○ するところ できないところ がある
- 4 ○ あまり できない
- 5 ○ まったく できない
- 6 ○ わからない