

2013/12/16

山口様 貴稿『クールジャパンが示すのは安倍政権の誤った「コンテンツ戦略」』を読ませて貰いました。テレビ番組スポンサー収入の分配において放送局と広告代理店のシェアが大きく、他方制作会社の分が極端に小さいことは、（すでに広く語られていたことながら）目に余ります。直接の理由は、放送局・代理店の寡占状態と両分野への新規参入の欠落でしょう。このうち放送局は、政府（議員、総務省）が既存事業者の意向を汲んで（放送電波が大量に余っていたのに）長期にわたり実質上の参入規制を課した結果で、視聴者・国民の利便に反することです。他方広告代理店がなぜ寡占になっているのか（高利益のはずなのに新規参入が見られないのか）分かりません。小生に時間があつたら、「広告代理産業組織の分析」を試みてみたいところです。全体として、新規参入を伴う競争市場であれば制作会社の手に入ったはずの収入のかなりの部分が放送局・代理店に（独占利潤として）流れていることとなります。経産省・公取は、本来このようなケースにメスを入れるべきです。

すでに御承知のことでしょうが、「健康な」産業組織では、産業内部が競争状態にあり、かつ産業外部からの新規参入が可能になっています。その結果、バランスのとれた収入の分配が保証され、また事業者・企業が「安くて良い製品・サービス」の供給に注力するインセンティブが生まれて産業、そして経済全体の成長につながります。競争が乏しく新規参入も少ない「不健康な」産業では、事業者・企業が独占・寡占市場、閉鎖市場からの高利益に安住して「粗悪で高価な」製品・サービスが供給され続け、経済全体は停滞・衰退することになります。

しかしながら他方で個々の事業者・企業は利益追求に際し、技術・経営面からの自己努力で収入を増大させるだけでなく、競争を避けることからの収入確保も望んでいます。

経済全体にとって望ましい環境でも、当事者には「過当競争」や「経営の圧迫」として映り、これに反対します。もとよりこれ自体は「収入増大・生活向上」を求めるかぎり当然で、是非善悪を言うべきことではありません。本来われわれの経済には、マイクロレベルの行動から生ずる圧力（競争回避）が、マクロレベルの経済成長（競争促進）を阻害するという「望ましくないメカニズム」が内包されていることとなります。

経済学の分野では、すでに20世紀初頭からこのことを認識し、望ましくないメカニズムが産業組織の「健康を損なう」ことを防ぐために「独占禁止法」が作られ、産業における「健康維持政策の実施」が政府・規制当局の責務の1つになりました。残念ながら日本では経済学基本知識の普及がまだ不十分でⁱ、政府がマイクロレベルの事業者・企業の要求をそのまま容認し、「産業の健康維持」と逆方向の政策を採用することが珍しくありません。日本の放送産業の現状は、この望ましくないメカニズムから生ずる圧力が政治勢力と結合した結果生じたものです。

クールジャパンと輸出振興について小生は、コンテンツ制作活動に対する直接の補助金は（他の多くの補助金と同じく）有害無益に近いと思っています。周辺取引制度の整備、若い世代の創作者の教育・トレーニング、基礎技術の開発、コンテンツ供給リスクカバーのための金融などには意味があるでしょうが。コンテンツに限らず海外への輸出ができるか否かは、コンテンツなど対象が海外の視聴者・消費者にアピールする力によって決まるものです。制作活動自体への補助金は、「補助金への依存体質」を生ずることから制作力を長期的に弱体化します（典型例は日本の農業）。

日本のメディア産業、コンテンツ産業は問題を沢山抱えています。成長（輸出も）を実現するためには、競争市場の整備が近道ではないでしょうか。新規参入機会を持つ競争市場だけが、すぐれた創作者を育て、かつ消費者による支持の結果であるコンテン

ツ収入のバランスのとれた分配を保証できるからです。政府の役割は、そのような市場機能を阻害する要因を取り除くことにあると考えています。もとより貴説の「放送コンテンツのネット公開」は、コンテンツ流通市場の拡大と円滑化をもたらすものであり、小生も賛成です。スマート・テレビ（受信機）も普及が始まったので、「競争市場と新規参入」という成長の（必要）条件がインターネットによってようやく実現することになります。

i 「競争市場の重要性」の認識について、欧米先進国と日本の落差は大きいと考えます。海外シンポジウム等の基調講演（とくに招かれた FCC や Ofcom の高官による）で、競争政策（competition policy）の語がまず最初に出てくることに驚いた方も多いのではないのでしょうか。しかしながら言語間の壁もあり、この点は余り日本に伝えられていません。日本のシンポジウムで政府高官が競争政策の必要を語るケースは稀です。このことは、言い過ぎかもしれませんが、江戸時代末期に西洋医学（蘭学）が日本に入ってくる以前の状況を想起させます。人体内の構造や機能を理解しないで病気に対応した場合、人々は表面的・直接的な方策（体温を下げるために水や氷を使う）、願望を繰り返し唱えることが効果を生ずると信じる（まじない、祈祷）に頼りました。経済組織の機能を正しく理解しない状態で採用される方策もこれに類似する点があるようです。