



® 平成 29 年 6 月 8 日 (木)

No. 14461 1部370円 (税込み)

発行所

一般財団法人 経済産業調査会

東京都中央区銀座2-8-9 (木挽館銀座ビル)

郵便番号 104-0061

[電話] 03-3535-3052

[FAX] 03-3567-4671

近畿本部 〒540-0012 大阪市中央区谷町1-7-4

(MF天満橋ビル8階) [電話] 06-6941-8971

経済産業調査会ポータルサイト <http://www.chosakai.or.jp/>

特許ニュースは

- 知的財産中心の法律、判決、行政および技術開発、技術予測等の専門情報紙です。

定期購読料 1カ年61,560円 6カ月32,400円
(税込み・配送料実費)

本紙内容の全部又は一部の無断複写・複製・転載及び
入力を禁じます(著作権法上の例外を除きます)。

目次

☆特許出願動向から考える日本のコンテンツ

産業のこれから…………… (1)

☆ [随筆] 音楽CDの衰退…………… (12)

特許出願動向から考える日本の コンテンツ産業のこれから

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 副主任研究員

萩原 理史

協力：イノベーションリサーチ株式会社 武藤 謙次郎

1. はじめに

日本のマンガ・アニメ、ゲーム等のコンテンツが、海外から評価されていると言われてから久しい。こうした中で、昨年度は日本のコンテンツ産業が大いにその力を発揮した1年間だったといえる。改めて昨年度をふりかえてみると、ゲーム分野では米国企業のナイアンティックと株式会社ポケモンによる「Pokémon GO」が世界的に注目された。同作は

一時に比べると落ち着きを見せつつあるものの、未だに公園など様々な場所で老若男女問わず「ポケモンボール」を投げる姿を見かける。また、昨年度は「VR (仮想現実) 元年」と呼ばれる年であり、ソニー・インタラクティブエンタテインメントによる「PlayStation VR」や米オキュラス社の「Oculus Rift」、台湾のHTCの「HTC Vive」などが発表された。「東京ゲームショウ2016」においては国内外の多くの

TH弁護士法人は、アクセス容易な新宿にオフィスを構える弁護士事務所です。

TH弁護士法人の集中分野の一つである知的財産法務を担当する弁護士・弁理士高橋淳は特許侵害訴訟を中心として活動してきましたが、近時は、職務発明規定の作成、変更に関するコンサルタント業務に注力しており、多数の書籍、論文の執筆、セミナー、講演、テレビ出演などを通じて職務発明規定変更の実務の第一人者として知られており、多数の相談実績を有しています。

また、平成27年から参加費無料の高橋知財勉強会(原則月1回18時から20時まで。懇親会あり)を主催しており、随時ニュースレターを発行しております。

高橋知財勉強会への参加、ニュースレターの受領等を希望される方は、下記までご連絡下さい。

 TH弁護士法人

〒163-0631 東京都新宿区西新宿1-25-1 新宿センタービル31階

TEL 03-6911-2500

E-mail jun14dai@gmail.com

メーカーによるVR作品が多く展示され、大いに賑わったところである。VRという技術の中で、日本のコンテンツがいかに成長していくのか、今後注視していきたいところである。

他方、映像分野では、新海誠監督による映画「君の名は。」が国内でのヒットを皮切りに、世界中で観られる作品に成長した。そのほか、「シン・ゴジラ」や「この世界の片隅に」など、映画全体として当たり年とってよかっただろう。一般社団法人日本映画製作者連盟によると、邦画の興行収入は148,608百万円と前年比123.5%と大幅に増加しており、映画興行収入全体でも235,508百万円と過去最高額になったという。

これらの日本のコンテンツ産業の海外展開に対して、2000年代前半より政府は「クール・ジャパン政策」として後押ししている。2016年9月18日に開催された「リオ五輪」のフラッグハンドオーバーセレモニー¹における日本のパフォーマンスをみても、政府として日本のコンテンツ産業が大いに推されていることがわかる。おそらく、2020年東京五輪ならび「文化プログラム²」においても、マンガ・アニメ、ゲームに関連する取り組みが進められるのではないだろうか。

こうした中で、本稿では、コンテンツ企業による特許出願動向にあえて着目したい。その背景には以下の3つの観点がある。

■意外と成長していない日本のコンテンツ市場

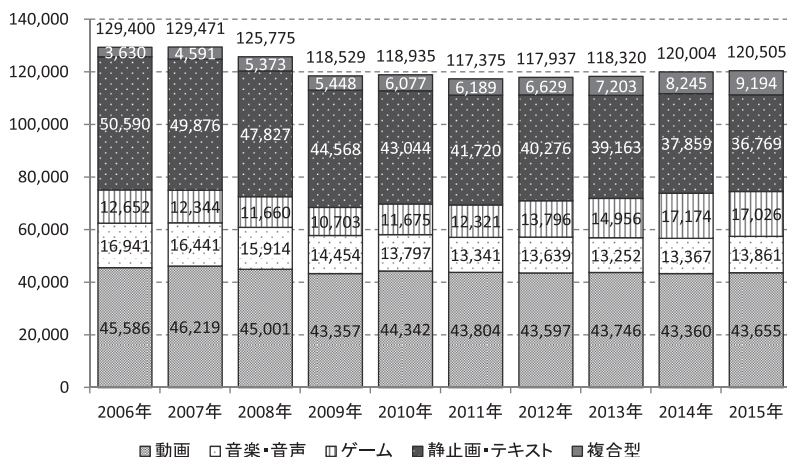
日本のコンテンツの市場規模をみると、2006年→2016年の間に12.9兆円→12.1兆円と微減している。2009年のリーマンショックにおいて12兆円を割り込んでおり、2015年においては12兆円を超え回復基調にあるものの、全体的に伸び悩んでいるといえる。冒頭に整理したようなヒットコンテンツが数多く生まれた2016年度を含めた統計はまだ整備されていないものの、コンテンツ市場は「意外と成長していない」と言わざるをえない。

■コンテンツの消費形態の変化

市場は10年間で概ね横ばいであるが、コンテンツそのものはよく報道の材料として活用され、盛り上がっているように感じる。その背景として、その楽しみ方自体が常に変化していることも一つの要因だろう。

楽しみ方の変化を把握するひとつの観点として、コンテンツの市場のうち、「デジタルコンテンツ」の占める比率が高まっていることからその一端が読み取れる。この「デジタルコンテンツ」の占める比率が高まる背景には、テレビ放送が地上デジタルテレビ放送に変化したことが、大きくデジタル化に寄与している。加えてコンテンツ分野で唯一大きな伸びをみせているゲーム分野、特にスマートフォンの普及に伴い10年間で14倍以上に成長した「オンラインゲーム」や、「複合型」(インターネット広告等)が成長していることなども要因となっている。他方で、「音楽・音声」においてはデ

図表1 わが国のコンテンツ産業の市場規模の推移<コンテンツ別>



注釈)「複合型」にはインターネット広告等が含まれる(以下同様)

資料) デジタルコンテンツ協会「デジタルコンテンツ白書2016」