



RIETI Discussion Paper Series 13-J-059

文化的財の国際貿易に関する実証的分析

神事 直人
京都大学

田中 鮎夢
経済産業研究所



Research Institute of Economy, Trade & Industry, IAA

独立行政法人経済産業研究所

<http://www.rieti.go.jp/jp/>

文化的財の国際貿易に関する実証的分析*

神事 直人 (京都大学)

田中 鮎夢 (摂南大学・経済産業研究所)

要 旨

本稿では、文化的財の国際貿易について、その現状と決定要因に関する分析を行う。まず国連の統計データを用いて、クリエイティブ財・サービスの国際貿易の現状について概観する。中国がクリエイティブ財の最大輸出国かつ最大貿易黒字国である一方、米国はクリエイティブ財の最大貿易赤字国であり、日本も米国に次ぐ貿易赤字国であることを示す。次に、重力方程式を用いて文化的財の貿易額の決定要因を探る。分析の結果、GDP や二国間距離等、通常の決定要因との相関は非文化的財よりも文化コア財のほうが相対的に小さいのに対して、共通言語や旧植民地関係等の歴史的・文化的要因との相関は前者より後者のほうが大きいという結果が得られた。さらに、WTO 及び文化多様性条約の加盟状況との関係进行分析したところ、文化多様性条約の批准は文化コア財の輸出との間で概ね統計的に有意な正の相関がある一方で、文化コア財の輸入に対しては、WTO 加盟国であれば統計的に有意な正の相関がみられた。本稿の分析からは、文化多様性条約が文化的財の貿易を阻害しているという証拠は発見されなかった。

キーワード：文化的財、クリエイティブ財、文化多様性条約、重力方程式

JEL classification: F13; F14; Z10

RIETI ディスカッション・ペーパーは、専門論文の形式でまとめられた研究成果を公開し、活発な議論を喚起することを目的としています。論文に述べられている見解は執筆者個人の責任で発表するものであり、(独) 経済産業研究所としての見解を示すものではありません。

† 京都大学経済学研究科 〒 606-8501 京都市左京区吉田本町

‡ 摂南大学経済学部 〒 572-8508 大阪府寝屋川市池田中町 17-8

§ (独) 経済産業研究所 (RIETI) 〒 100-8901 東京都千代田区霞が関 1-3-1

*本稿は、(独) 経済産業研究所 (RIETI)における研究プロジェクト「現代国際通商システムの総合的研究」の成果の一部である。若杉隆平氏と、川瀬剛志氏をはじめとする研究プロジェクトのメンバーの方々から本稿に対する貴重なコメントをいただいたことに感謝する。また、坂本美南さんにはリサーチ・アシスタントとして本稿の研究を手伝っていただいた。RIETIの森川正之理事/副所長、山城宗久総務ディレクター、金子実研究調整ディレクターには本研究に対するご支援と貴重なコメントをいただいたことに感謝する。本研究の一部は日本学術振興会科学研究費 (No. 24730234) の支援を得ている。

1 はじめに

近年、国際貿易と「文化」との関係に対する関心が高まっている。その主な理由として、「文化的近接性」が二国間の貿易に対して一定の影響を与えているなど、文化的側面が国際的な経済活動を理解する上で重要な要素であるという認識が挙げられる。その一方で、GATT/WTOを中心とする国際貿易ルールにおいて、これまで文化的財は多くの場合、例外扱いされてきた。しかし、経済学的な視点からそうした例外扱いの正当性が説明可能であるかということがあらためて問われるようになってきており、そうした要請も国際貿易と文化との関係に対する関心が高まる要因になっている。さらには、グローバリゼーションの進展により、小国の文化が大国の文化に席卷されてしまうのではないかという根強い懸念が国際世論にあり、そうした懸念に対する専門的な知見を明らかにすることも重要である。

加えて、日本では、経済産業省を中心に政府が2010年頃から積極的にクール・ジャパン戦略に取り組み始めたことも、国際貿易と「文化」との関係に対する関心を高めていると言える。経済産業省は、自動車や家電に頼った経済成長の限界を認識し、積極的にクール・ジャパン戦略に取り組み始めた。経済産業省は、『産業構造ビジョン2010』において「文化産業立国」を提唱し、省内にクール・ジャパン室を置き、2011年にはクリエイティブ産業課に改組した。さらに政府は、2012年にはクールジャパン戦略担当大臣を設け、2013年にはクールジャパン推進会議を内閣官房で開催し始め、クール・ジャパンは政府全体の取り組みになっている。

クール・ジャパンとは、「世界が共感する日本」「世界が欲しがると定義される（経済産業省、クール・ジャパン官民有識者会議資料）。そして、クール・ジャパン戦略とは、「日本の魅力を高め、世界に届ける仕組みを作り、来訪を促進することにより、経済成長を実現し、雇用を創出する」ための成長戦略である。つまり、日本の文化や創造性を利用し、日本の輸出・雇用を増やす戦略と理解できる。

従来、経済産業省は、文化に積極的に関与しない自由主義的政策を取ってきた。基本的には、日本は外国からの文化的財の輸入に制限を加えず、自国の文化産業に補助金を与えない自由主義であった。フランスやカナダが、米国の文化的財（映画など）の輸入を制限するために保護主義的政策を取ってきたのとは好対照である。アジアでも、韓国や中国のように文化保護主義的政策をとる国がある中で、日本の自由主義は際立っている。

このため、クール・ジャパン戦略の開始は、大きな政策の転換であるといえる。しかし、どのようにクール・ジャパン戦略を進めるべきなのか考えるうえで、日本のクール・ジャパン戦略の学問的基盤は脆弱である。そのため本研究は、経済学の視点から文化的財の国際貿易の現状と政策課題について分析

することを主たる目的とする。

経済学では、*Journal of Cultural Economics* という芸術・文化を主要な対象とする国際学術誌が存在し、これまでに多くの研究成果が蓄積されている。文化的財の貿易に関しても、Schulze (1999) による先駆的な実証研究が既にある。本稿はそうした研究蓄積を踏まえ、近年の政策課題を織り込み、文化的財の国際貿易の実証分析を深める。分析手法は、他の一般的な財に関する分析を行う場合と同様である。具体的には、まず統計データによって文化的財の国際貿易の現状を捉え、それを踏まえて計量経済学的な分析手法を用いて、文化的財の国際貿易に関して実証的な分析を行う。

本稿における主要な知見は次の通りである。まず、国連の統計データによれば、文化的財よりも広い定義である「クリエイティブ財」に関する国際貿易の現状として、「デザイン商品」(具体的には、室内装飾品・宝飾品・アクセサリ類・玩具類等が含まれる)がクリエイティブ財の輸出額全体の6割以上を占める。また、中国がクリエイティブ財の最大輸出国であり、かつ最大貿易黒字国である。他方、米国は中国に次ぐクリエイティブ財の輸出国であるが、それと同時にクリエイティブ財の最大貿易赤字国でもある。2010年の統計では、日本はクリエイティブ財の輸出額では世界第15位であるが、クリエイティブ財の貿易に関して米国に次ぐ貿易赤字国である。次に、重力方程式(グラビティ・モデル)と呼ばれる、国際貿易の実証研究で一般的に用いられている計量経済学的手法を用いた文化的財の貿易決定要因に関する分析によれば、GDPや二国間距離等の一般的変数との相関は非文化的財よりも文化コア財(UNESCOの定義で文化的財の中でも特に文化的要素の強い財)のほうが小さく、共通言語や旧植民地関係等の歴史的・文化的変数との相関は文化コア財のほうが大きいという結果が得られた。また、文化多様性条約の批准とWTOの加盟状況と文化的財の輸出・輸入との関係を分析したところ、文化多様性条約の批准は、WTOの加盟状況にかかわらず、文化コア財の輸出と概ね統計的に有意な正の相関がみられた。他方、文化コア財の輸入に対しては、WTO加盟国であれば統計的に有意な正の相関がみられた。したがって、文化多様性条約について一般的に懸念されているような、文化的財の貿易を阻害するという影響について、少なくとも本稿の分析からは、そのような証拠は発見されなかった。

本稿と関係する先行研究¹としては以下のようなものが挙げられる。まず、文化的財の貿易あるいは貿易全般に対する文化の影響について実証分析を行った研究として、Schulze (1999)、Disdier et al. (2010)、Felbermayr and Toubal (2010)、Guiso et al. (2009)などがある。Disdier et al. (2010)は文化的財の二国間貿易量を二国間の文化的近接性の指標として用いて、文化的近接性が二国間貿易の重要な規定要

¹文化的な財の国際貿易に関する包括的な展望論文としては、英文ではAcheson and Maule (2006)、邦文では田中(2008)がある。

因であることを重力方程式の分析によって明らかにした。Felbermayr and Toubal (2010) は、二国間の文化的近接性を測る新しい指標を欧州の TV 番組のデータから構築し、文化的近接性が二国間貿易の重要な規定要因であることを重力方程式を使って明らかにした。また、Guiso et al. (2009) は、サーベイデータを用いて欧州諸国間の相互の信頼度合いを計測し、相互の信頼関係が二国間の経済関係に与える影響について分析した。その結果、相互の信頼度が低いと、二国間の貿易額や投資額に対して負の影響があることを明らかにした。

他にも関連する研究としては、グローバリゼーションが文化に与える影響に関する実証分析として、Aizenman and Brooks (2008)、Disdier et al. (2010)、Ferreira and Waldfogel (2010) などがある。Aizenman and Brooks (2008) は消費において文化的な側面をもつ財として、アルコール飲料であるビールとワインを取り上げ、ビールに対するワインの消費比率に関して国際間で同質化の傾向が見られることを示した。また、Disdier et al. (2010) は各国の文化的な影響を強く受けるものとして子供の名前の付け方に着目し、フランスの名付けに対してメディアが一定の影響を与えていることを明らかにした。さらに、Ferreira and Waldfogel (2010) はポピュラー音楽の貿易に関する分析を行い、一般にグローバリゼーションの負の影響として懸念されているような、小国の国内音楽が米国音楽にシェアを奪われるという傾向が実際には見られないことを明らかにした。むしろ消費において自国の音楽に偏重の傾向がみられ、しかも最近の 10 年間でその傾向が強まっている。

本稿は次のような構成になっている。第 2 節では、国連の統計データを用いて、文化的財・サービスの国際貿易について 2002 年から 2010 年までの変化を詳しく検討する。第 3 節では、文化的財の貿易額の決定要因について、重力方程式を用いた分析を行い、特に文化多様性条約の批准が文化的財の貿易に与える影響について詳しく分析する。第 4 節では、本稿で得られた結果をまとめる。

2 クリエイティブ財の国際貿易に関する概観

本節では、主に国連の統計データを用いて、文化的財の国際貿易の現状と過去約 10 年間における変化について見ていくことにする。

2008 年以降、国連の機関である UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development: 国連貿易開発会議) と UNDP (United Nations Development Programme: 国連開発計画) が共同で、世界のクリエイティブ産業に関する報告書として *Creative Economy Report* を公表している。すでに 2008 年版と 2010 年版の 2 回公表されている。その報告書の中で、文化的財を含む、クリエイティブ財とク

リエイティブ・サービスの国際間の取引に関しても、統計データに基づく報告がなされている。また、その報告書で扱われている統計データの多くは UNCTAD がオンラインで公表しているデータベースである UNCTADSTAT から取られている²。そこで、本節では、UNCTAD/UNDP (2000) の報告書及び UNCTADSTAT で利用可能な統計データに基づいて、クリエイティブ財の国際貿易を概観していく。

2.1 クリエイティブ財とクリエイティブ・サービス

まず、UNCTAD のデータベースおよび UNCTAD/UNDP (2010) の報告書では、「クリエイティブ財」を「1. 文化的遺産 (heritage)」、「2. 芸術 (Arts)」、「3. メディア (media)」、「4. 実用的創作品 (functional creation)」の4つの分野に分けている。1の文化的遺産には、「芸術的工芸品 (art crafts)」が含まれており、そこに含まれる具体的な財としては、カーペット、織物・編物製品、祝祭品等である³。2の芸術には「視覚芸術品 (visual arts goods)」と「実演芸術財 (performing arts goods)」が含まれ、前者の内容は古美術品、絵画、彫刻、写真等となっていて、後者の内容はあらゆる舞台芸術に関連する財となっている。なお、2007年以降は統計の区分が変更になったために、実演芸術財のデータは除外されるようになった。3のメディアには「出版物 (publishing goods)」と「音響映像作品 (audiovisual goods)」があり、前者には書籍、新聞等が、後者には映画、テレビ、ラジオ作品等が含まれる。4の実用的創作品には、「デザイン商品 (design goods)」と「ニューメディア商品 (new media goods)」がある。前者に含まれる財としては、室内装飾品 (interior)、宝飾品 (jewellery)、アクセサリー類、玩具類が主要なものである。他方、後者に含まれるのは、ソフトウェア、ビデオゲーム、アニメ、その他のデジタル品などとなっている。したがって、このデータに含まれる「クリエイティブ財」は、次節で解説する UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: 国連教育科学文化機関) の定義による「文化コア財」をほぼ網羅し、「文化関連財」の一部 (ソフトウェアなど) も含んでいるが、必ずしも分類が一致しているわけではない点に注意が必要である。特に、UNESCO が定義する文化コア財からは基本的に除外されている、デザイン商品が含まれている点が特徴的である。

他方、「クリエイティブ・サービス」は、クリエイティブ財における分野のうち、「2. 芸術」を除く3つの分野に分けられている。まず、文化的遺産に関わるサービスとして「他の個人的、文化的、余暇的サービス (other personal, cultural and recreational services)」が挙げられているが、具体的には歴史

²UNCTADSTAT の URL は <http://unctadstat.unctad.org/> である。

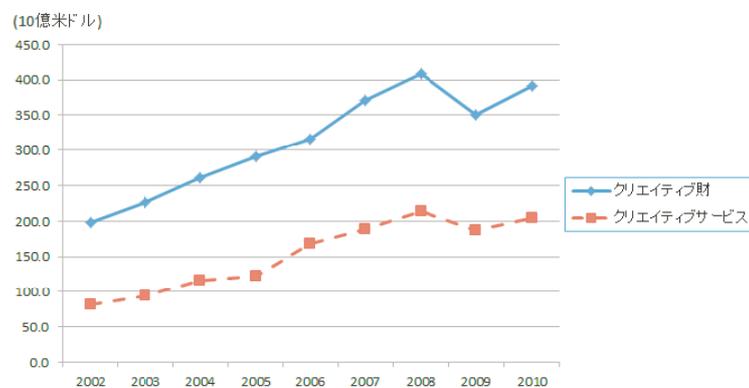
³UNCTAD/UNDP (2010, p. 140) によれば、芸術的工芸品を定義し、分類することは容易ではない。職人による手作品と機械生産品との境界はしばしば曖昧で、芸術的工芸品と視覚芸術品やデザイン商品などを区別することが困難であるような場合もある。その結果、ある品目を芸術的工芸品に分類する作業がしばしば主観的にならざるを得ないことを認めている。

的建造物や遺跡，博物館，図書館等に関連したサービスが含まれる．またメディアに係るサービスとしては「音響映像及び関連サービス（audiovisual and related services）」という項目がある．映画投影サービス，映画製作・配給サービス，テレビ・ラジオ放送サービス等がこれに含まれる．また，実用的創作サービスには4つの項目があり，それらは「広告・マーケティング及び関連サービス（advertising, market research and related services）」、「建築・エンジニアリング及び他の技術サービス（architectural, engineering and other technical services）」、「研究開発（research and development）」、「個人的，文化的，余暇的サービス（personal, cultural and recreational services）」である．これらはいずれも様々な分野に関連したサービスであると言える．

なお，日本のクールジャパン戦略では，クリエイティブ産業として，UNCTADの統計でクリエイティブ財およびクリエイティブ・サービスに含まれる業種に加えて，食品や観光業（宿泊サービス等）なども対象に含めて考えられているようであるが⁴，本稿ではそれらの追加的な業種は分析の対象としない．

2.2 クリエイティブ財とクリエイティブ・サービスの貿易

次に，クリエイティブ財とクリエイティブ・サービスの貿易について見てみよう．



出所：UNCTADSTAT のデータより著者作成．

図 1: クリエイティブ財・サービスの輸出額

図 1 に示されているように，世界全体のクリエイティブ財の輸出額は 2002 年には 1,982 億ドルだったのが 2008 年には 4,089 億ドルにまで拡大し，2009 年にはリーマン・ショックに端を発する世界的な金融危機の影響で，いったん 3,508 億ドルにまで落ち込んだが，2010 年には 3,918 億ドルにまで拡大した．

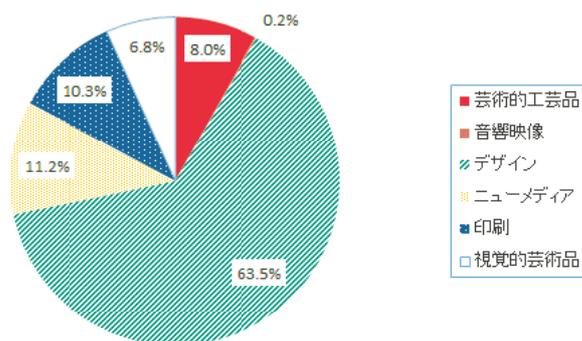
⁴例えば，経済産業省がホームページ上で公開している資料（経済産業省，2012）などを参照されたい．

2010年の輸出総額は2002年の約2倍にもなっている。世界の全商品貿易に占める割合としては、クリエイティブ財の2002年の輸出額は3.1%である一方、2010年の割合は2.6%とやや低下している。これはクリエイティブ財の貿易額よりも早いスピードで全商品貿易が拡大したことを意味する。他方、世界全体のクリエイティブ・サービスの輸出額は2002年には825億ドルだったのが、2008年には2,140億ドルにまで拡大し、2009年に1度落ち込んだあと2010年には2,050億ドルにまで回復した。2010年の輸出総額は2002年の実に2.5倍である。サービスについても、全サービス貿易に占める割合をみると、2002年は5.0%で2010年も5.2%であるので、あまり大きな変化はみられない。

しかし、これらの統計データには注意が必要である。上記の数字はあくまでも加盟国からの報告に基づいて算出されていて、そもそも報告数自体がこの間に増加しているからである。例えば、クリエイティブ財の輸出額については、2002年に報告した国は86カ国だったのが2010年には143カ国にまで増加している。クリエイティブ・サービスの輸出額に関しても、2002年に報告した国は93カ国だったのが2010年には126カ国に拡大している。したがって、報告国数の増加による見せかけの輸出額の増加を取り除いて、純粋に輸出がどの程度拡大したのかを見る必要がある。

2.3 クリエイティブ財の貿易動向

では、クリエイティブ財の貿易についてもう少し詳しく見てみる。



出所：UNCTADSTAT のデータより著者作成。

図 2: クリエイティブ財の輸出に占める項目別シェア (2010年)

図 2 に示すように、2010年のデータで世界全体のクリエイティブ財の輸出において、最も大きな割合を占めているのが「デザイン商品」であり、全体の63.5% (2,488億ドル) を占めている。そのうち

表 1: クリエイティブ財の輸出上位国

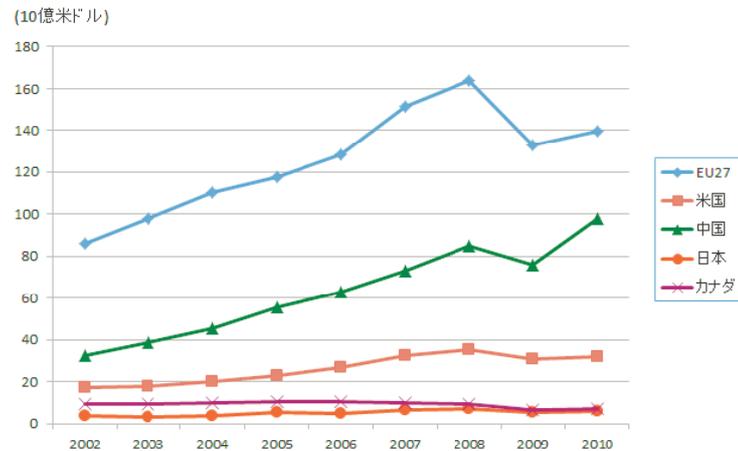
順位 (2010)		輸出額 (100 万米ドル)		順位 (2002)	シェア (2010)
		2010	2002		
1	中国	97,754	32,323	1	25.0%
2	米国	32,049	17,051	3	8.2%
3	ドイツ	28,362	14,306	5	7.2%
4	香港	27,748	23,356	2	7.1%
5	イタリア	23,342	16,502	4	6.0%
6	英国	18,401	13,305	6	4.7%
7	フランス	15,616	8,823	8	4.0%
8	インド	13,796	—	—	3.5%
9	スイス	9,600	5,059	10	2.5%
10	オランダ	8,226	3,379	15	2.1%
11	ベルギー	7,554	5,348	9	1.9%
12	シンガポール	6,957	1,134	25	1.8%
13	カナダ	6,889	9,253	7	1.8%
14	ベトナム	5,830	—	—	1.5%
15	日本	5,828	3,835	12	1.5%
16	タイ	5,434	2,896	17	1.4%
17	オーストリア	5,397	3,578	14	1.4%
18	トルコ	5,256	2,150	20	1.3%
19	スペイン	5,144	4,471	11	1.3%
20	ポーランド	4,655	1,974	21	1.2%

出所：UNCTADSTAT のデータより著者作成。

の 30% (745 億ドル) を室内装飾品が占め、次いで宝飾品が 27.5% (684 億ドル)、アクセサリー類が 26.6% (663 億ドル)、玩具類が 15.1% (375 億ドル) などとなっている。デザイン商品に続くのが、ニューメディア商品、出版物、芸術的工芸品、視覚的芸術品であり、それぞれ 11.2% (438 億ドル)、10.3% (404 億ドル)、8.0% (315 億ドル)、6.8% (265 億ドル) などとなっている。音響映像作品の輸出額は 6.4 億ドルにすぎず、クリエイティブ財の貿易全体に占める割合は 0.2% にすぎない。

2010 年のデータでクリエイティブ財の主要な輸出国を見ると、表 1 に示すように中国が輸出額 977.5 億ドルで第 1 位である。世界全体に占める中国の輸出額のシェアは実に 25% にも上る。第 2 位は米国で輸出額は 320 億ドル、シェアは 8.2% である。3 位以降は欧州の主要国が多数を占めるが、香港 (第 4 位)、インド (第 8 位)、シンガポール (第 12 位)、ベトナム (第 14 位) などのアジア諸国・地域も上位に入っている。2002 年と比べて、上位国の変動はあまりないが、インドとベトナムが新たに加わり、シンガポールの順位が大きく上昇した。日本は輸出額 58 億ドルで第 15 位である。2002 年と比べて輸出額の伸びは他の上位国ほど大きくなく、順位も 12 位から下げている。

また、図 3 には 2002 年から 2010 年までの主要国・地域について輸出額の推移を示している。EU 加盟国が主要な輸出国であるが、それに対して中国の伸びが目立つ。他方、日本はカナダと同じくらいの



出所：UNCTADSTAT のデータより著者作成。

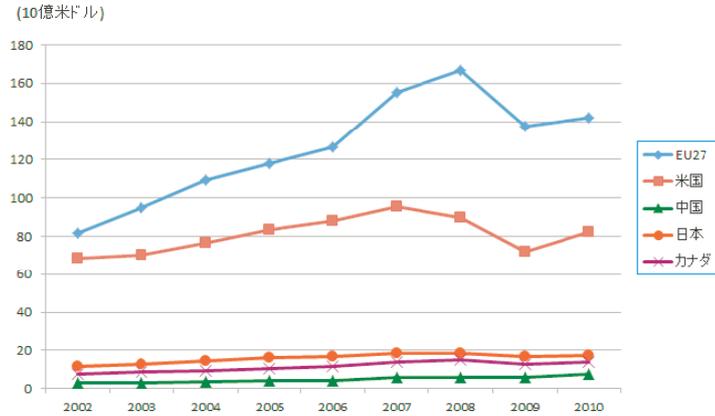
注：「EU27」には、2007 年以降欧州連合に加盟している 27 カ国が含まれる。「中国」には香港とマカオの統計は含まない。

図 3: クリエイティブ財の主要国・地域の輸出額推移

規模であり、あまり目立った伸びは示していない。他方、図 4 には 2002 年から 2010 年までの主要国・地域について輸入額の推移を示している。欧州がクリエイティブ財の大きな市場であることが分かるが、次いで米国が単独では最大の輸入国である。中国の輸入額は日本やカナダを下回る水準である。

図 5 は 2010 年のデータでクリエイティブ財の貿易黒字国と貿易赤字国の上位 10 カ国をそれぞれ示している。図から明らかなように、中国が圧倒的な規模で貿易黒字国であるのに対して、米国は大きな貿易赤字を示している。日本は米国に次ぐクリエイティブ財の貿易赤字国である。貿易黒字国の上位には、インド、ベトナム、タイ、マレーシア、台湾、インドネシアなどアジアの国々が多くみられる。

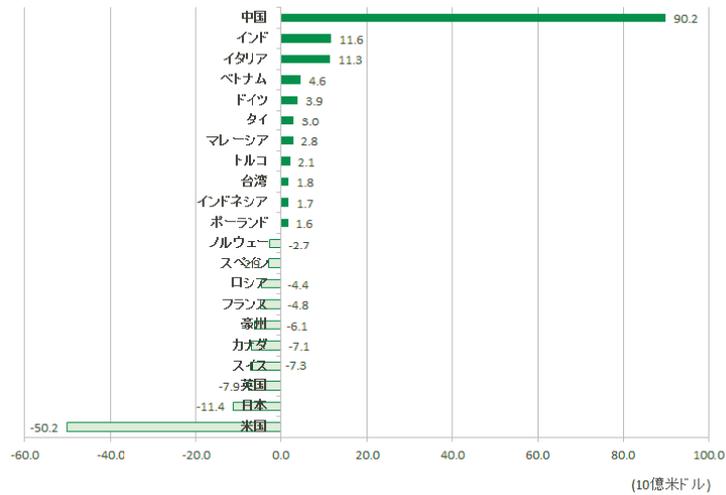
さらに、2010 年におけるクリエイティブ財の主な輸出品目を見ると、中国では、アクセサリ類（273 億ドル、輸出全体の 27.9%）、室内装飾品（249 億ドル、25.5%）、玩具類（135 億ドル、13.8%）が上位を占めている。米国は、宝飾品（66 億ドル、輸出全体の 20.7%）、出版物（50 億ドル、15.5%）、絵画（49 億ドル、15.2%）、記録媒体（33 億ドル、10.3%）、ビデオゲーム（32 億ドル、9.9%）などが多く、欧州は、室内装飾品（303 億ドル、輸出全体の 21.7%）、アクセサリ類（222 億ドル、15.9%）、出版物（217 億ドル、15.5%）が多く、次いで宝飾品（155 億ドル、11.1%）、記録媒体（142 億ドル、10.2%）などとなっている。他方、日本は宝飾品（13.6 億ドル、輸出全体の 23.3%）と玩具類（13.4 億ドル、23.0%）の輸出が最も多い。ビデオゲームの輸出額が少ない（2.0 億ドル、3.4%）が、これは近年オンラインの配信が中心となり、モノの貿易統計には含まれないことが原因ではないかと考えられる。



出所：UNCTADSTAT のデータより著者作成。

注：「EU27」には、2007 年以降欧州連合に加盟している 27 カ国が含まれる。「中国」には香港とマカオの統計は含まない。

図 4: クリエイティブ財の主要国・地域の輸入額推移



出所：UNCTADSTAT のデータより著者作成。

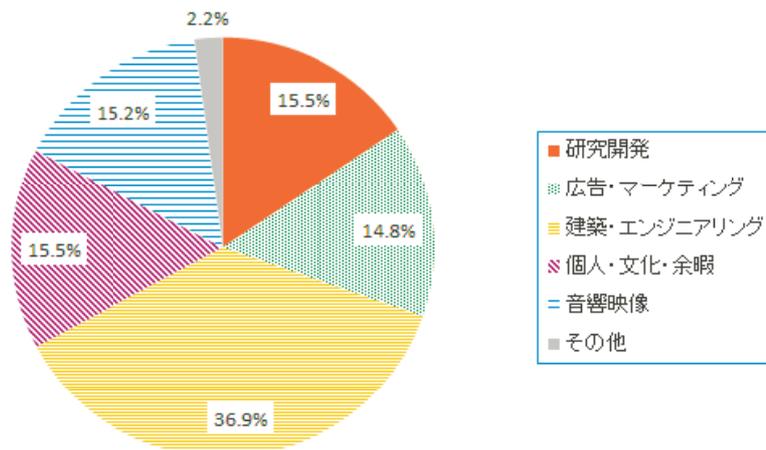
図 5: クリエイティブ財の貿易黒字・赤字上位国 (2010 年)

2.4 クリエイティブ・サービスの貿易動向

次に、クリエイティブ・サービスの貿易動向に目を向けてみよう。モノの貿易に比べサービスの貿易に関する統計データは限定されるため、かなり制約のある数字であることに注意しながら見ていく必要がある。

図 6 に示すように、2010 年の統計でクリエイティブ・サービスの輸出において、建築・エンジニアリング及び他の技術サービスが 36.9%（756 億ドル）と最も大きな割合を示しており、次いで研究開発（15.5%、318 億ドル）と個人的・文化的・余暇的サービス（15.5%、318 億ドル）、音響映像及び関連サービス（15.2%、311 億ドル）がほぼ同じ割合になっている。

文化が関係する国際貿易をめぐるしばしば紛争の原因となるのが音響映像の分野であるが、この分野の輸出の大半を占めているのが音響映像及び関連サービスである。2010 年における世界全体の音響映像作品の輸出額が 6.4 億ドルにすぎなかったのに対して、音響映像及び関連サービスの輸出額は 310.9 億ドルにも上っている。音響映像及び関連サービスの輸出はそのほとんどが先進国によるもので、最上位国である米国だけで 135.3 億ドル（2010 年）になっており、全体の 43.5%を占めている。



出所：UNCTADSTAT のデータより著者作成。

図 6: クリエイティブ・サービスの輸出に占める項目別シェア（2010 年）

3 重力方程式による実証分析

3.1 推定方法

本節では、重力方程式と呼ばれる推定式を用いて、文化的財の貿易額の決定要因を探る。近年、日本政府は海外に日本の文化的財を輸出することを成長戦略の一つにしている。しかし、文化的財の貿易額に政府の政策が果たす役割については、まだ十分に明らかになっていないことが多い。そこで、本節では、重力方程式を用いて、文化的財の貿易額に政策が果たす役割を探る。とりわけ、2005年にUNESCO総会で採択され、2007年に発効した文化多様性条約と文化的財の貿易との関係について分析を行う。

文化多様性条約の採択は、フランスをはじめとする国々が、文化的表現の多様性を確保することを目的として、政府が政策を取る権利を明示するために推進した。一方で、文化多様性条約の採択には、米国が反対した。その背景には、WTOの枠組みに基づく文化的な財の自由な貿易に対して、文化多様性条約によって、制限措置が根拠付けられるという懸念があった。

そこで本研究では、WTOと文化多様性条約それぞれへの加盟状況と文化的財の貿易との関係を明らかにする。分析の主たる関心は、文化多様性条約が、文化的財の貿易を阻害する要因となっているか否かである。つまり、文化多様性条約の加盟と、文化的財の貿易が統計的に有意に負の関係にあるのか否かを明らかにする。

具体的には、以下の重力方程式を最小自乗法（OLS）で推定し、文化的財の貿易額と文化多様性条約との関係を明らかにする。

$$\begin{aligned} \ln Trade_{ij} = & \alpha + \beta_1 \ln GDP_i + \beta_2 \ln GDP_j + \beta_3 \ln Distance_{ij} \\ & + \beta_4 D_{ij}^{language} + \beta_5 D_{ij}^{colony} + \beta_6 D_{ij}^{contiguity} \\ & + \beta_7 CCDWTO_i + \beta_8 CCDWTO_j + \epsilon_{ij} \end{aligned} \quad (1)$$

ここで、 $\ln Trade_{ij}$ は国 i から国 j への文化的財の輸出額対数値である。 $\ln GDP_i$ 、 $\ln GDP_j$ は、それぞれ輸出国 i と輸入国 j の GDP 対数値である。 $\ln Distance_{ij}$ は、輸出国 i と輸入国 j の間の距離対数値である。 $D_{ij}^{language}$ は、輸出国 i と輸入国 j の間で言語が共通であれば 1 を取り、そうでなければ 0 を取るダミー変数である。 D_{ij}^{colony} は、輸出国 i と輸入国 j が旧宗主国・植民地関係にあれば 1 を取り、そうでなければ 0 を取るダミー変数である。 $D_{ij}^{contiguity}$ は、輸出国 i と輸入国 j が国境を接すれば 1 を取り、そうでなければ 0 を取るダミー変数である。 $CCDWTO_i$ は、輸出国 i が、(1) WTO に加

盟しているか否か，(2) 文化多様性条約に加盟しているか否かの 4 通りを識別するベクトルである．同様に， $CCDWTO_j$ は，輸入国 j が，(1) WTO に加盟しているか否か，(2) 文化多様性条約に加盟しているか否かの 4 通りを識別するベクトルである．

3.2 データ

貿易額に関するデータは，フランスの研究機関 CEPII が，国連統計局の貿易統計 (COMTRADE database) を基に作成している BACI: International Trade Database at the Product-Level を用いた．BACI は，HS6 桁の製品分類で 200 以上の国について，1995 年以降の毎年の 2 国間の輸出額を提供している．また，BACI は，文化的財以外のすべての財を含んでいる．そこで，本研究では，すべての財を (1) 文化コア財 (2) 文化関連財 (3) 非文化的財に分類した．文化コア財と文化関連財の分類は，UNESCO の定義に従った．UNESCO の定義では (1) 文化コア財には，下記の 5 つが含まれる．

- 文化遺産 (骨董品)
- 印刷物：本，新聞，地図など
- 音楽と実演芸術：録音されたもの
- 視覚芸術：絵画，彫像など
- 写真，映画，ビデオゲーム

また (2) 文化関連財には，下記の 5 つが含まれる．

- 楽器，音楽再生機，録音前のメディア
- カメラ，映写機，録画前のメディア
- テレビ，ラジオ，
- 建築，産業等用の図面など，広告物，カタログ
- ソフトウェア (メディア記載)

文化多様性条約の対象となる文化的財の範囲は，文化関連財ではなく文化コア財に近いと考えられる．そのため，本節の分析の主たる対象は，文化コア財とする．そして，本節の分析から，文化関連財は除外する (3) 非文化的財は，文化コア財・文化関連財のいずれにも含まれない財である．

表 2: WTO 及び文化多様性条約への加盟状況と文化コア財の輸出 (2010)

	国・地域の数		輸出額	
(a) WTO・文化多様性条約とも非加盟	56	(23.93)	2,312,450.0	(2.39)
(b) WTO のみ加盟	50	(21.37)	22,700,000.0	(23.45)
(c) 文化多様性条約のみ加盟	13	(5.56)	234,967.3	(0.24)
(d) WTO・文化多様性条約とも加盟	94	(40.17)	69,900,000.0	(72.38)
(e) その他	21	(8.97)	1,483,338.0	(1.53)
計	234	(100.00)	96630755.3	(100.00)

注：輸出額の単位は、1,000 アメリカ・ドルである。括弧内はシェアを示す。その他には自治領などが含まれる。

GDP のデータは、世界銀行の *World Development Indicators* から得た。距離、植民地関係、言語、国境に関する変数は、CEPII のデータベース GeoDist から得た。

表 2 は、WTO と文化多様性条約の加盟状況別に、国・地域の数とシェア、文化コア財の輸出の合計額とシェアを示したものである。分析対象に含まれる 234 カ国・地域の内、WTO と文化多様性条約双方に加盟している国が 94 と最も多い。これらの国々は、文化コア財の輸出の約 72% を占める。日本は、WTO には加盟しているが、文化多様性条約には批准していない。そうした国は、日本を含め 50 カ国であり、文化コア財の輸出の約 23% を占める。WTO に加盟していない国の文化コア財の輸出に占めるシェアは、3% 未満である。

3.3 推定結果

文化的財の特質を明らかにするために、式 (1) の推定を行う前に、標準的な重力方程式を用いて、文化コア財と非文化的財の推定結果の比較を行った。推定結果は、表 3 に示している。用いたのは 2010 年のデータである。

推定結果からは、文化コア財の輸出額も非文化的財の輸出額と同じ符号の推定係数を有していることが分かる。つまり、経済規模が大きい国ほど、文化コア財の輸出額、輸入額は大きい。2 国間の距離が遠いほど、文化コア財の輸出額は小さくなる。言語が共通であれば、文化コア財の輸出額は大きくなる。旧植民地関係もしくは、国境を接すれば、やはり文化コア財の輸出は大きくなる。これらの推定結果から、文化コア財についても重力方程式が適用可能であることが分かる。

非文化的財と文化コア財の推定係数の大きさを比較すると、文化コア財の場合、GDP に示される経済規模の大きさや距離の隔たりの役割は相対的に小さい。一方で、言語が共通であることや旧植民地関係にあることは、相対的に大きな推定係数を持っている。これらの結果から、文化コア財の輸出に関し

表 3: 重力方程式による文化コア財と非文化的財の比較 (2010)

	文化コア財	非文化的財
ln 輸出国 GDP	0.961*** [0.012]	1.178*** [0.007]
ln 輸入国 GDP	0.656*** [0.011]	0.902*** [0.007]
ln 距離	-1.061*** [0.027]	-1.334*** [0.020]
共通言語	1.047*** [0.060]	0.673*** [0.048]
植民地関係	1.012*** [0.119]	0.571*** [0.094]
隣国	0.717*** [0.120]	1.163*** [0.110]
N.	8387	18222
決定係数	0.534	0.677

注: 括弧内は不均一分散を考慮した標準誤差。***, **, * はそれぞれ 1%, 5%, 10%水準で統計的に有意であることを意味する。

ては、言語や植民地関係のような歴史的・文化的要因が大きな役割を果たしていることが示唆される。

次に、表 4 は、式 (1) の推定結果を示している。2008、2009、2010 年のデータを用いた結果を示している。GDP や距離、言語、植民地関係、国境に関する変数の推定係数は、表 3 と同様の結果である。

WTO と文化多様性条約への加盟状況に関しては、WTO と文化多様性条約双方に加盟している国の文化コア財の輸出額が最も大きい傾向がある。続いて、WTO のみに加盟している国の輸出額が大きい。文化多様性条約のみに加盟している国の輸出額は、WTO と文化多様性条約のいずれにも加盟していない国に比べて、大きい。しかし、2010 年のデータを用いるとその関係は統計的に有意ではない。これらの結果からは、文化多様性条約への加盟は、文化コア財の輸出額と概ね統計的に有意に正の関係にあるといえる。

輸入国側に関しては、WTO と文化多様性条約双方に加盟している国もしくは、WTO のみに加盟している国の文化コア財の輸入額が、WTO と文化多様性条約のいずれにも加盟していない国に比べて、大きい傾向がある。文化多様性条約のみに加盟している国の輸入額は、WTO と文化多様性条約のいずれにも加盟していない国に比べて、大きいか否かは、推定結果が年によって異なるため、明らかではない。概して、文化多様性条約が文化コア財の輸入額と統計的に有意に負の関係にあるということにはなかった。

要約すると、文化多様性条約の批准国は、WTO 加盟国であるか否かに拘らず、文化コア財の輸出が概して大きい傾向にあることが分かった。同時に、文化多様性条約の批准国は、WTO 加盟国である場合は、文化コア財の輸入も活発な傾向にあることが分かった。また、WTO 加盟国でなくとも、文化多様性条約の批准国が、文化コア財の輸入が小さい証拠は得られなかった。

そのため、重力方程式の推定結果からは、文化多様性条約が、文化コア財の貿易の促進と相反するものであるとは言えないと結論付けることができる。この結果からは、文化多様性条約が文化的財の自由な貿易を阻害する恐れがあるという、文化多様性条約採択時の米国の懸念が根拠付けられないことが分かる。

3.4 分析上の課題

本節の分析は、標準的なものではあるが、幾つかの改善の余地があることを最後に述べておく。まず第 1 に、本節の重力方程式による分析は、横断面のデータを用いて、文化多様性条約と文化的財の貿易との相関関係を探るものであった。そのため、文化多様性条約の効果を測るものではない。文化多様性条約が及ぼした効果を推定するには、パネルデータを用いた、因果関係を識別するより高度な計量分析

表 4: 文化コア財の貿易の重力方程式

	2008	2009	2010
ln 輸出国 GDP	0.935*** [0.011]	0.916*** [0.012]	0.959*** [0.012]
ln 輸入国 GDP	0.652*** [0.010]	0.649*** [0.011]	0.657*** [0.011]
ln 距離	-1.055*** [0.026]	-1.056*** [0.027]	-1.056*** [0.028]
共通言語	1.094*** [0.059]	1.111*** [0.061]	1.056*** [0.061]
植民地関係	1.325*** [0.115]	1.193*** [0.117]	1.014*** [0.119]
隣国	0.651*** [0.118]	0.561*** [0.125]	0.703*** [0.121]
WTO のみ加盟 (輸出国)	0.903*** [0.112]	0.697*** [0.130]	0.480*** [0.151]
文化多様性条約のみ加盟 (輸出国)	0.717*** [0.148]	0.351** [0.162]	0.139 [0.177]
WTO・文化多様性条約加盟 (輸出国)	0.934*** [0.108]	0.725*** [0.126]	0.644*** [0.146]
WTO のみ加盟 (輸入国)	0.506*** [0.087]	0.160* [0.093]	0.218** [0.109]
文化多様性条約のみ加盟 (輸入国)	0.304** [0.132]	-0.124 [0.126]	-0.02 [0.135]
WTO・文化多様性条約加盟 (輸入国)	0.451*** [0.084]	0.226** [0.088]	0.254** [0.103]
N.	9311	8808	8242
決定係数	0.532	0.517	0.541

注: 括弧内は不均一分散を考慮した標準誤差。***, **, * はそれぞれ 1%, 5%, 10%水準で統計的に有意であることを意味する。

が必要であることは言うまでもない。

また、第 2 に、近年重力方程式の推定手法は格段の進展を見せているが、本研究は最も伝統的な推定手法を採用している。その理由の 1 つは、言語や植民地関係のような変数の係数の推定値を得るという目的があったからである。しかし、今後より精緻な推定結果を得るためには、固定効果法による推定やポワソン疑似最尤法による推定が求められることを付言しておく。

第 3 に、文化コア財をさらに細分化して、より細かい財分類ごとに文化多様性条約の効果を推定することも今後の課題である。文化コア財と一言と言っても、骨董品から書籍、絵画、ビデオゲームまで含まれているからである。

4 結語

本稿では、文化的財の国際貿易について、現状および過去約 10 年間の変化を概観し、さらにその決定要因について計量経済学的な分析を行った。国連の統計データによれば、文化的財を含むクリエイティブ財およびサービスの貿易は過去 10 年間で大きく伸びており、室内装飾品・宝飾品・アクセサリー類・玩具類等のデザイン商品に分類されている財がクリエイティブ財の輸出額全体の 6 割以上を占めている。中国がクリエイティブ財の最大輸出国であるとともに、クリエイティブ財の最大貿易黒字国でもある。他方、米国は中国に次ぐクリエイティブ財の輸出国であるが、クリエイティブ財の最大貿易赤字国でもある。日本はクリエイティブ財の輸出額では第 15 位（2010 年）であるが、米国に次ぐ第 2 位の貿易赤字国となっている。中国を除くクリエイティブ財の主要な輸出国として、米国や欧州諸国のほか、香港、インド、シンガポール、ベトナム等のアジアの国々もみられる。

他方、文化的財の貿易決定要因については、重力方程式を用いた分析によれば、まず UNESCO の定義による文化コア財と非文化的財のそれぞれについて、通常重力方程式に用いられる変数の効果を分析してみたところ、GDP や二国間距離等、非文化的要因との相関は非文化的財よりも文化コア財のほうが相対的に小さいのに対して、共通言語や旧植民地関係等の歴史的・文化的要因との相関は、文化コア財のほうが非文化的財よりも大きいという結果が得られた。さらに、文化コア財について、WTO 及び文化多様性条約の加盟状況との関係を分析したところ、文化多様性条約の批准は、WTO の加盟状況にかかわらず、文化コア財の輸出と概ね正の相関があることが分かった。それに対して、文化コア財の輸入に対しては、WTO 加盟国であれば統計的に有意な正の相関がみられたが、WTO 非加盟国については、年によって文化多様性条約の批准が統計的に有意な正の相関がある場合と、相関が統計的に有意

でない場合があり、一定の結論は得られなかった。しかし、少なくとも文化多様性条約が文化的財の貿易を阻害しているという証拠は発見されなかった。本稿における重力方程式を用いた分析には、まだ多くの改善の余地があるため、今後さらに改善を重ねて、より正確な分析結果を得るようにしたい。

最後に、本研究から示唆される政策含意について述べる。第1に、クール・ジャパン戦略を推進するうえで、データの整備が欠かせないということを指摘したい。文化的財の国際貿易の分野においてデータの制約は大きい。まず、文化的財の国際貿易はしばしばサービス貿易の形態をとるが、サービス貿易の統計は、OECDによるものなどがあるものの、十分とはいえない。

また、文化的財の付加価値貿易のデータも今後整備が望まれる。というのも、文化的財の最終製品の輸出国と文化的財の創造的部分の生産国とが一致しない場合が考えられるからである。例えば、日本でデザインされた文化的財が中国で最終製品に仕上げられる場合、従来の粗輸出額のデータに基づけば、日本の貢献が無視され、中国の貢献が過大評価される。本研究は、粗輸出額に基づいて、中国がクリエイティブ財の世界最大の輸出国であり、日本と米国が貿易赤字国であることを明らかにした。しかし、付加価値貿易のデータに基づけば、全く異なる結果が得られる可能性がある。

第2に、クール・ジャパン戦略を推進するうえで、日本が文化多様性条約に批准する利点を指摘したい。本研究からは、文化多様性条約と文化コア財の貿易との間に負の相関は確認されなかった。そうであれば、文化多様性条約の批准は、クール・ジャパン戦略との間に齟齬がない。むしろ、文化多様性を推進するという論理を用いて、日本の文化的財を中国・韓国をはじめとする諸外国に普及する根拠として、日本が文化多様性条約に批准する利点が存在すると思われる。

参考文献

- 経済産業省. 2012. 「クール・ジャパン戦略」. 経済産業省クリエイティブ産業課 .
http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/
- 田中鮎夢 . 2008. 「文化的財の国際貿易：課題と展望」 RIETI Discussion Paper Series, No. 08-J-007.
- Acheson, Keith and Christopher Maule. 2006. “Culture in international trade.” In Ginburgh, V.A. and D. Throsby, eds. *Handbook of the Economics of Arts and Culture, Volume 1*, pp. 1141–1182.
- Aizenman, Joshua and Eileen Brooks. 2008. “Globalization and taste convergence: The cases of wine and beer.” *Review of International Economics* 16(2): 217–233.
- Disdier, Anne-Célia, Keith Head, and Thierry Mayer. 2010. “Exposure to foreign media and changes in cultural traits: Evidence from naming patterns in France.” *Journal of International Economics* 80: 226–238.
- Disdier, Anne-Célia, Silvio H.T. Tai, Lionel Fontagné, and Thierry Mayer. 2010. “Bilateral trade of cultural goods.” *Review of World Economics* 145: 575–595.
- Felbermayr, Gabriel J. and Farid Toubal. 2010. “Cultural proximity and trade.” *European Economic Review* 54: 279–293.
- Ferreira, Fernando and Joel Waldfogel. 2010. “Pop internationalism: Has half a century of world music trade displaced local culture?,” *The Economic Journal*, 123(569): 634–664.
- Guiso, Luigi, Paola Sapienza, Luigi Zingales. 2009. “Cultural biases in economic exchange?” *Quarterly Journal of Economics* 124(3): 1095–1131.
- Schulze, Guenther G. 1999. “International trade in art.” *Journal of Cultural Economics* 23(1–2): 109–136.
- UNCTAD and UNDP. 2010. *Creative Economy Report 2010*. United Nations.