

論文審査の結果の要旨

論文提出者氏名 趙 政原

植民地支配と戦争、その後の冷戦の下で、中国大陸、香港、台湾は、長期にわたり、分断された状況に置かれてきた。1990年代以降、改革開放による中国経済の急成長、中台関係の緊張緩和、香港の中国への返還といった歴史的な大変革を経て、これらの地域におけるヒト・モノ・カネ・情報の流動、とりわけ華人と華人系資本の地理的交流が活発になり、「中華圏」とよばれる圏域が存在感を増してきている。

こうした成長著しい巨大な消費市場に対して、多くの国や地域の企業が製品を売り込もうとしているが、仲介役としての広告企業の役割も重要になってきている。そこでは、欧米系、日系、華人系といった広告企業間の競争が激化するとともに、広告文化の差異を越えるために、企業間の提携も盛んになされている。本研究の目的は、中国大陸、香港、台湾において、それぞれ出自の異なる広告企業の立地特性と企業間関係を明らかにするとともに、広告企業のネットワークがどのように発展してきたかを検討することにある。

本研究は、経営規模や母国の異なる広告企業の立地展開、広告制作上の分業や取引関係の空間的特徴、クリエイターの特性といった興味深い事象を、上海、香港、台湾での現地調査によって解明したもので、これまで部分的局所的にしか知られていなかった中華圏の広告産業についての包括的な研究成果として高く評価することができる。

本論文は、8つの章から成る。第I章では研究の背景と既存研究のレビュー、本研究の目的と方法が示される。欧米では、広告産業を含む都市型産業の地理的集積とその要因に関する多くの研究が蓄積されてきている。また、進化経済地理学の隆盛のなかで、ネットワーク進化についての新しい研究成果も登場してきている。こうした欧米での研究視角を参照しつつ、政治、文化、制度等の歴史的な大転換の下での企業間ネットワークの進化プロセスとその要因の解明という本論文での研究枠組みが提示されている。

第II章と第III章では、統計資料の分析を中心に、中国における広告産業の歴史的変遷と広告企業の立地再編からみた都市間ネットワークが明らかにされている。国有企業、国内民間企業、外資企業の共存からなる中国広告産業の特徴、香港、上海、北京、台北、広州の5大拠点の中で、特に香港と上海との連結度が最も高い点など、重要な指摘がなされている。

第IV章、第V章、第VI章は、本論文の中心をなす部分で、それぞれ上海、香港、台湾の広告産業に関する実態調査の成果である。まず第IV章では、世界都市として急成長を遂げてきている上海における広告産業の空間構造を、大手広告会社と中小広告会社との二重性に注目して明らかにした点が重要である。とりわけ、規模や母国の異なる広告企業を対象

とした聞き取り調査によって、ローカルな市場に密着する中小広告会社に対して、外資系の大手広告会社は、グローバル・ナショナルに取引関係および人材を展開し、上海と北京、広州とのネットワークが強固に形成されてきていることが明らかにされている。

続く第V章では、中国への返還により、中国本土との経済統合が進展してきている香港を中心に、広告企業の立地と企業間関係の変化が検討されている。欧米系大手広告企業の中には、アジアの統括機能をシンガポールや上海に移転させ、香港拠点を縮小させる傾向がある一方で、中国本土にはない広告制作上の優位性により、香港がクリエイティブな人材を呼び込んでいる点は興味深い。また、香港の華人系中小広告企業が、中国本土に事業を拡張する一方で、中国本土の広告企業が、国際的な事業展開にあたり香港を重要な拠点とするなど、ネットワークの新たな交錯状況を明らかにした点も重要である。

第VI章では、台湾の代表的な企業2社の長期にわたる系譜が詳細に明らかにされている。当初は日本の広告技術が導入されたものの、1980年代後半からグローバル広告グループの進出に伴い、合併・買収とともに、徐々に欧米的な広告生産システムや業界組織に移行しはじめること、さらに1990年代には中国大陸に人材が流出するとともに、事業継承にあたって、M&Aへの対応がその後の企業の空間戦略を大きく左右した点が明らかにされている。

第VII章では、これまでの上海、香港、台湾広告業の事例を総括し、欧米系、日系、華人系広告企業の中華圏市場をめぐるネットワーク進化を、ダイナミックな捉え方で統括的に考察する試みがなされている。最後の第VIII章では、中華圏広告産業について今後の展望が述べられている。

本論文は、中国が改革開放政策を導入した後、国有企業改革や多国籍広告会社の進出に伴った特有な社会経済環境が、いかに広告業のグローバル・ローカルネットワークに変容を与えたのかを論じ、従来のナショナルとグローバルの間に、中華圏という空間的領域を挿入し、文化的近接性のある香港や台湾の企業と企業家の独特な役割にも注目した点に、大きな意義がある。

以上のように本論文は、中華圏という国境を越えた領域における広告産業の動態を、空間的視点に注目した詳細な実証研究から解明したもので、文化産業に関する経済地理学の研究成果として、高く評価することができる。したがって、本審査委員会は博士（学術）の学位を授与するにふさわしいものと認定する。