

業界の現状及びアクションプラン（案）について

【漫画・書籍】

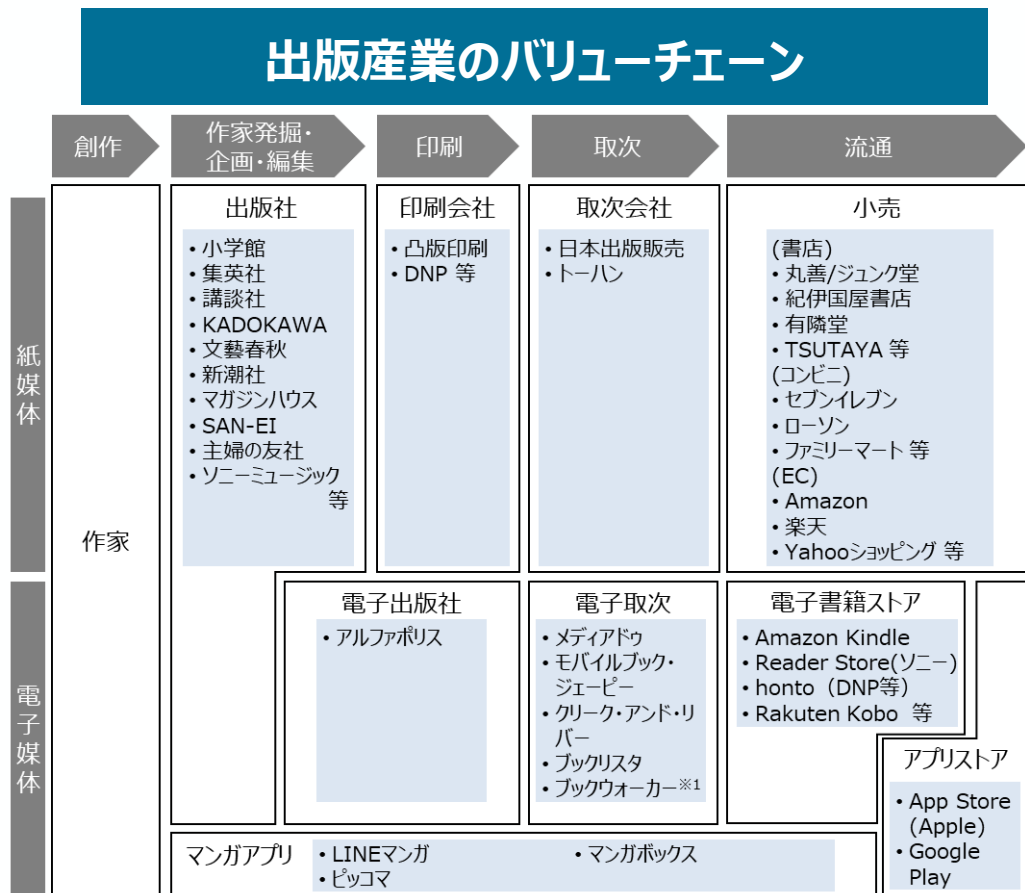
（事務局資料③）

2025年1月17日

I . 業界の現状について

出版産業のバリューチェーン

- 紙媒体は、作家発掘や企画、編集を行う出版社から印刷会社、取次会社を経て小売に流れる構図
- 電子媒体の登場により、電子専門の出版社や取次、電子書籍ストア・アプリというプレイヤーが参入している



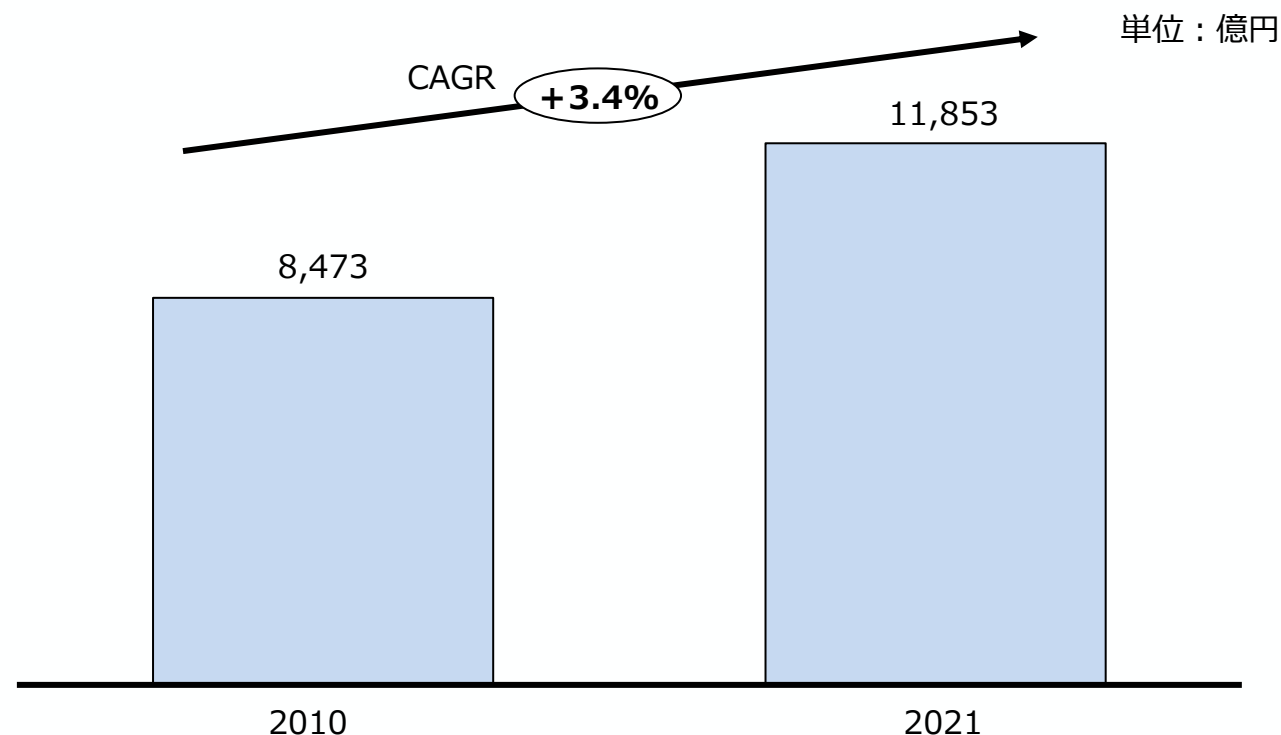
バリューチェーンの特徴

- 紙媒体と電子媒体に大別
 - 電子媒体の場合は印刷業者・（紙の）取次業者が介在しない一方、電子専門の取次会社や電子書籍ストア、漫画アプリ、アプリストアによって流通される
 - 紙・電子共通で、出版社は漫画家の発掘や、作品の企画、連載時の編集を通じて漫画制作に携わりながら、完成した作品を自社が発行する媒体に掲載
- 電子媒体には、紙媒体に適用される再販制度（出版社が最終価格を指定する制度）が適用されないため、値引きやクーポンなど、需要に応じた柔軟な価格設定を行うサービスも存在

世界全体の漫画・コミック市場

- 2010年から2021年にかけて漫画・コミックのグローバル市場は年間3.4%程度の成長をしており、約10年間で8,400億円規模から1兆1,800億円規模の市場に拡大している

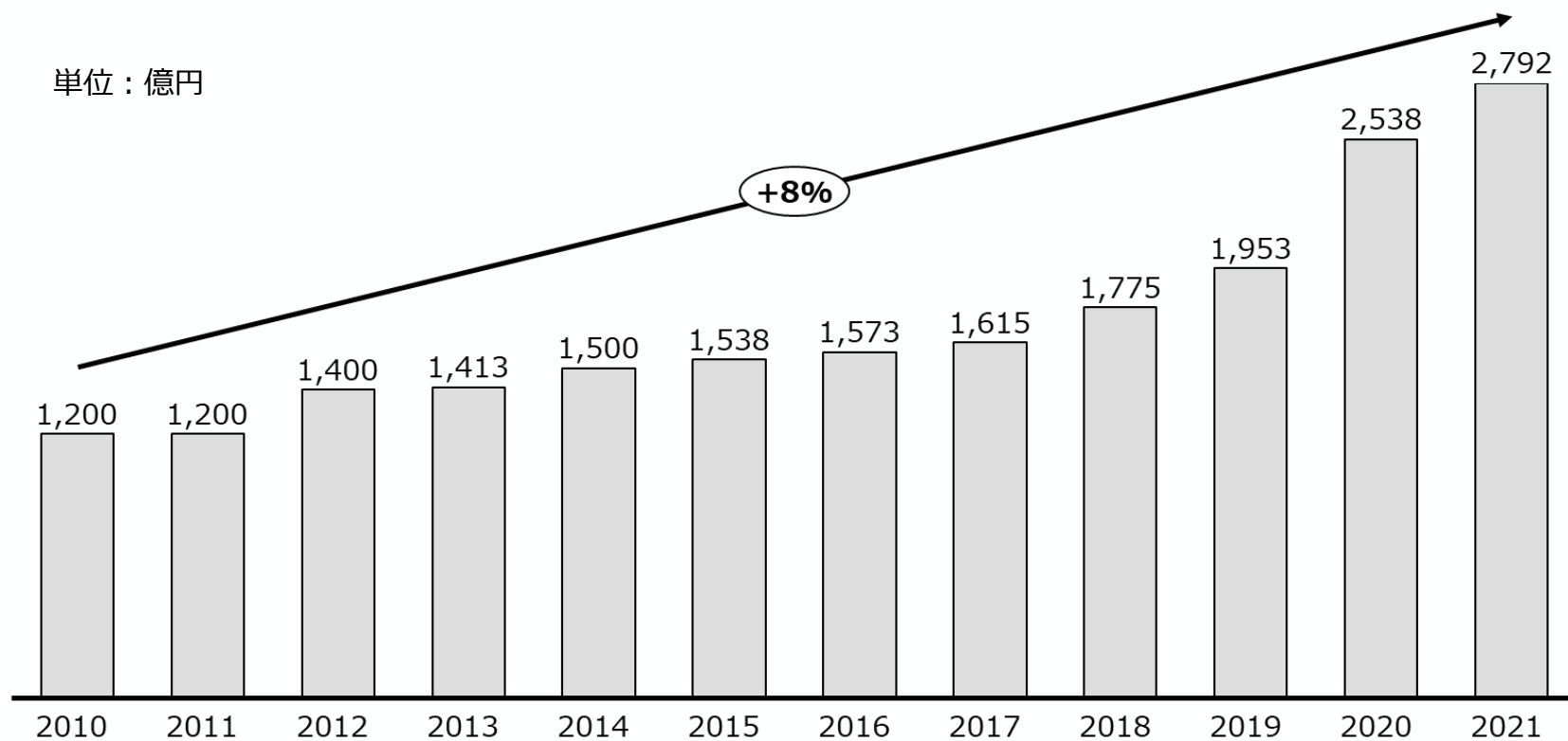
漫画・コミックの市場規模（2010年・2021年）



日本の漫画（出版物）の海外市場規模

- 日本の文学や実用書も多く多くの国で翻訳され、日本の出版物の印刷出版、電子出版の海外市場規模の推計（全ジャンルの出版物を含むが漫画が主）は2010年以降成長傾向にあるが、規模は小さい

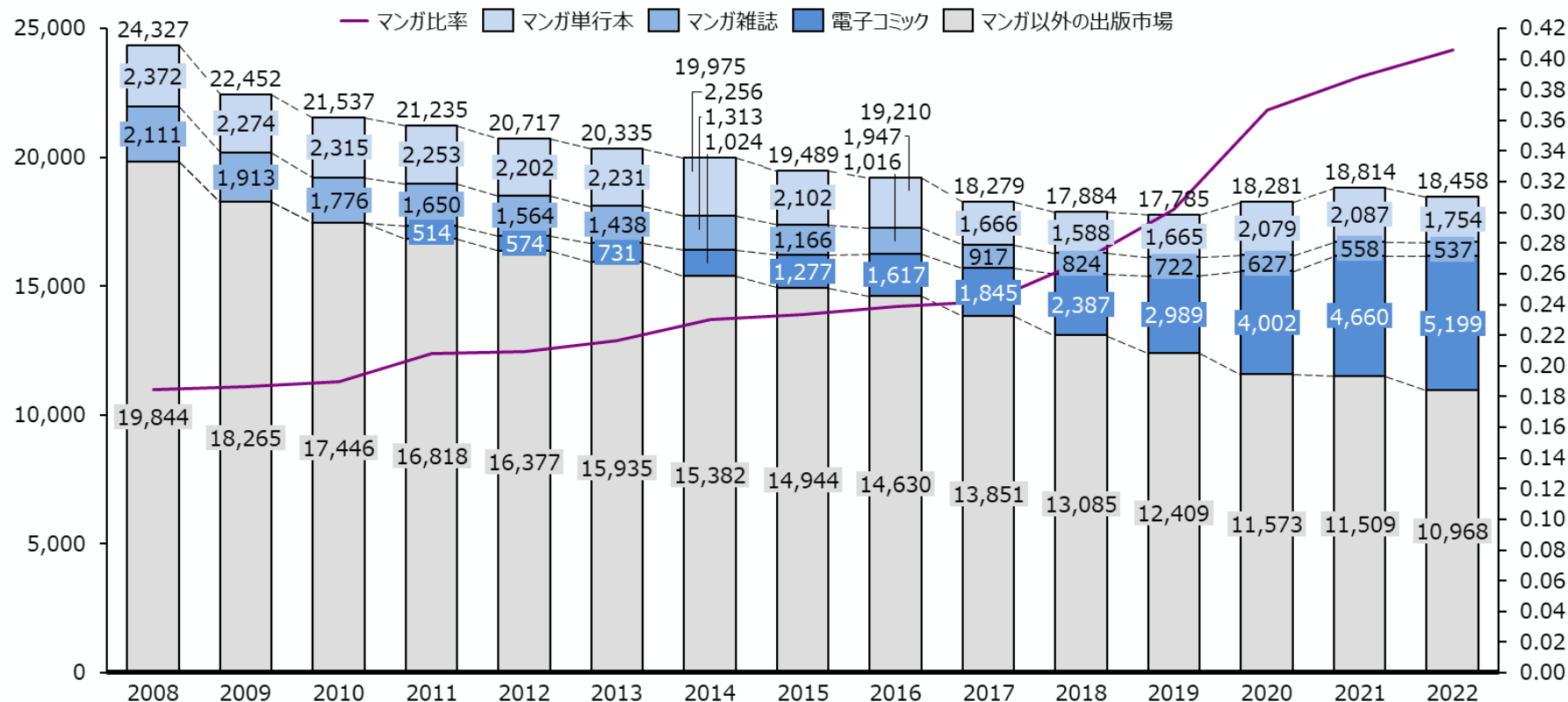
日本の出版・漫画等の海外市場規模の推移（2010～2021年）



日本の出版市場・漫画市場の推移

- 日本の漫画市場は2018年まで4千数百億円程度であったが、2019年以降拡大傾向にあり、2021年には7千億円超に
- 出版市場全体は縮小しているものの、漫画の占める割合は2010年前後の約20%から、2021年には40%に迫るなど、2020年以降の出版市場の回復を支えている

日本の出版市場に占める漫画市場とその内訳の推移（2008～2021年）及び漫画の比率(右軸)



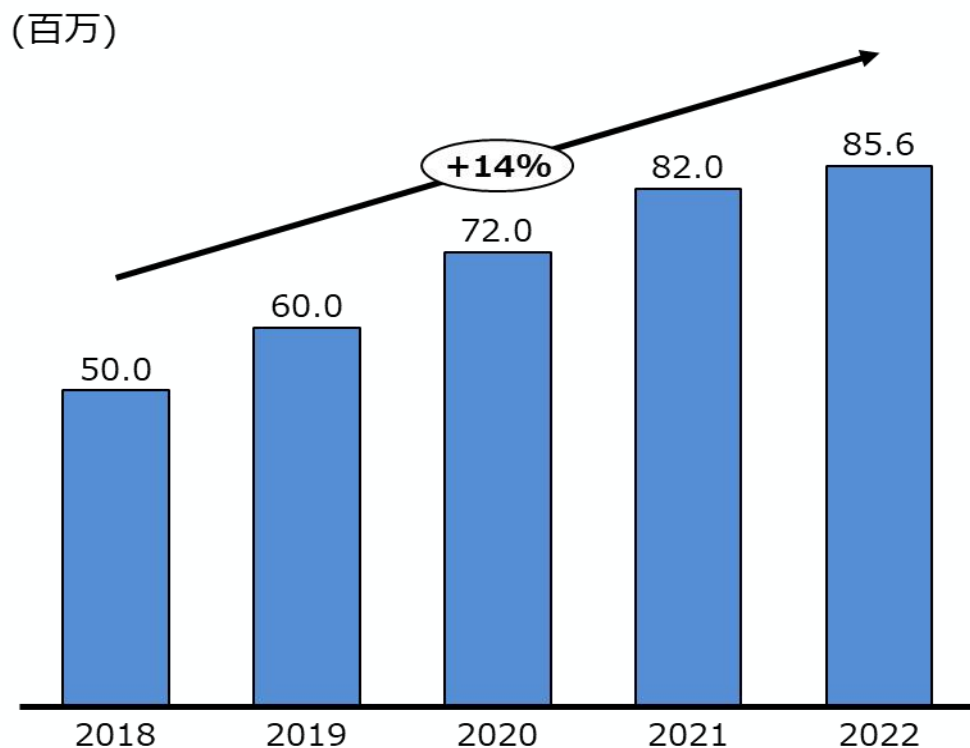
出典先：出版市場全体は(1)参照、マンガ単行本・マンガ雑誌：全国出版協会・出版科学研究所「出版指標年報」、電子コミック：インプレス「電子書籍ビジネス調査報告書」

※2008～2010は電子コミックの数値は不明

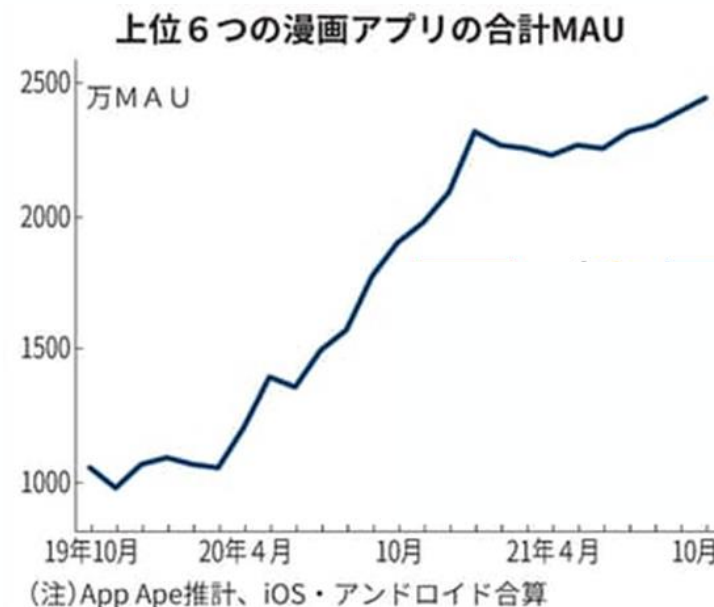
電子コミックプラットフォームの広まり

- 近年、電子コミックプラットフォームの存在により、低価格で作品に触れることができる環境が構築されつつある
- 電子コミックプラットフォームのトップシェアの一角であるNaverWebtoonのグローバル利用者数は直近5年の年平均成長率が14%となっている（ユーザ数8,560万人）

NaverWebtoonのグローバルユーザ数



日本における漫画アプリユーザ数の推移



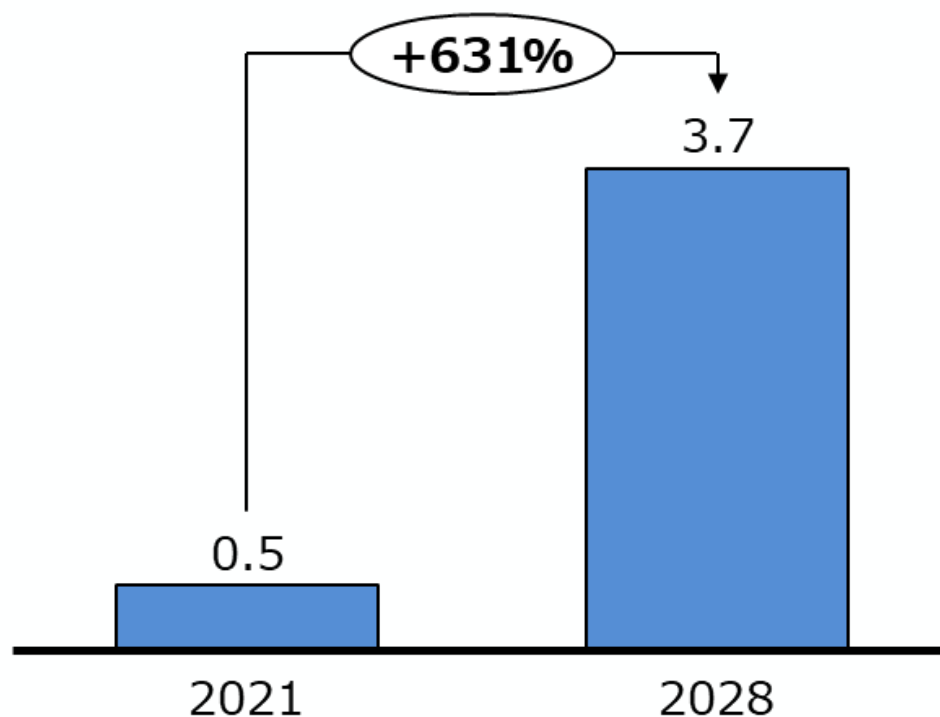
- 2021年10月の漫画アプリ月間利用者数（MAU）上位6アプリの合計
- MAUは2,438万人と19年10月に比べ実に2.32倍(iOS・アンドロイド合算)
- 6アプリは首位から順に「LINEマンガ」「ピッコマ」「マガジンポケット」「少年ジャンプ+」「マンガBANG」「ゼブラック」

ウェブトゥーン市場の拡大

- グローバルのウェブトゥーン市場の市場規模は、2021年時点で0.5兆円、2028年には3.7兆円に達し、約6倍での成長が見込まれている。

グローバルのウェブトゥーン市場規模予測

単位：兆円



国内出版社による海外デジタル配信の事例

- ・ 国内出版社の自社プラットフォームによる海外デジタル配信が進んでいる
- ・ 日本との同時配信・多言語対応を更に拡大することで大きな成長の余地を残す

集英社「MANGA PLUS」

沿革	・ 2019年1月に英語版をローンチ ・ 2023年10月よりサブスクリプションを開始
対応言語	・ 8か国語 ➢ 英語・スペイン語・タイ語・ポルトガル語・インドネシア語・ロシア語・フランス語・ベトナム語に対応
対象国	・ 日本、韓国、中国を除く世界各国
配信作品	・ 80作品6000話を配信 ・ 連載作品の最新話を日本と同時に配信

出典先 : https://release.nikkei.co.jp/attach/662869/01_202310041450.png

講談社「K MANGA」

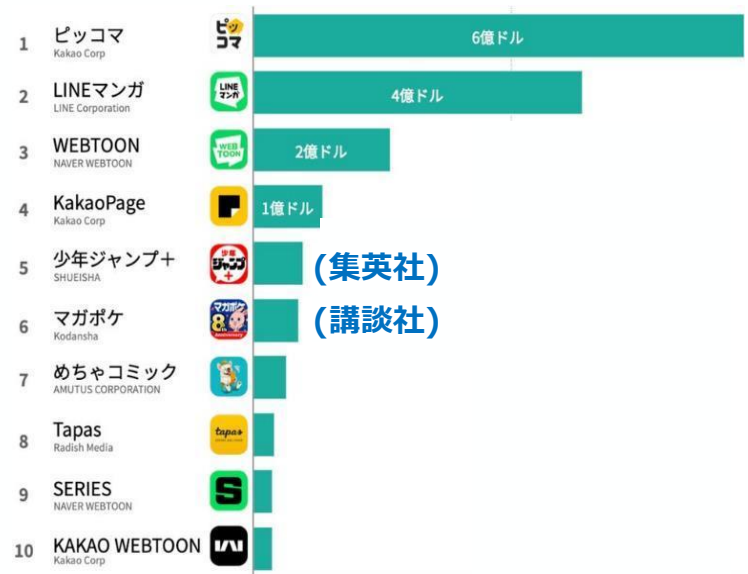
・ 2023年5月にローンチ ・ 2024年9月に日本国内向けサービスを開始
・ 英語
・ 初めはアメリカのみ対象 ・ 2024年10月にカナダ、オーストラリア、ニュージーランド、シンガポールも配信対象に
・ 連載作品60作品、既存作品400作品を配信 ・ 連載作品の最新話を日本と同時に配信

出典先 : <https://natalie.mu/comic/news/524121>

電子コミックプラットフォームの市場状況

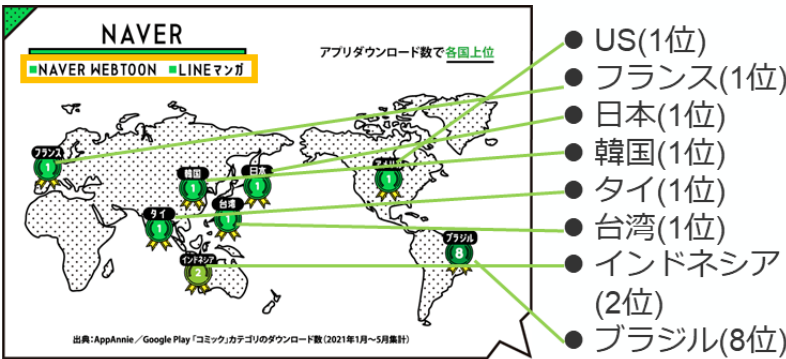
- 電子コミックプラットフォームでは、韓国のNAVER社やKAKAO社が世界展開に挑戦している
- 但し収益の大半は日本市場でありグローバルプラットフォーマーは存在しないと言える

漫画アプリTop10世界収益 ランキング



※一般的な電子書籍ストア（例：Amazon Kindle）や一部のアニメ専門配信サービス（例：Crunchyroll）でも電子コミックは販売されているが、上記集計からは対象外

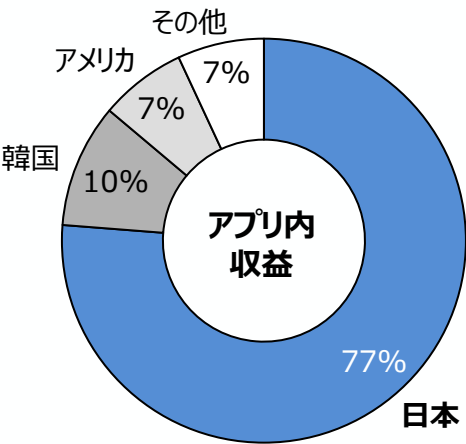
主要企業の世界展開 (KAKAO社)



2021年時点で、NAVERのNAVER WEBTOONのダウンロード数が世界各国で上位になるなど、グローバル展開を積極的に行っている

出典：Yahoo Japan「タテ？ヨコ？スマホで変わるマンガ表現」

世界トップ30漫画アプリ 地域別シェア



(2023年1月～10月)

※一般的な電子書籍ストア（例：Amazon Kindle）や一部のアニメ専門配信サービス（例：Crunchyroll）でも電子コミックは販売されているが、上記集計からは対象外

海賊版サイトの動向

- 出版分野におけるオンラインで消費される海賊版被害額は約4000億円～8300億円と推計される
- 海賊版サイトは、日本語以外の言語にて海外向けに発信されているものの方が多く、主要サイトへのアクセス数も日本からのアクセス数より他国からのアクセスが多い状況にある

海賊版被害額／言語ごとの海賊版サイト数

- ✓ 海賊版被害額推計値（出版分野・2022年）は約3,952億円～8,311億円
- ✓ 日本人向けの海賊版サイトより、英語、それ以外の各国語のサイト数が多い
- ✓ 各国語のサイト言語は多様である

サイト種別		サイト数	半年前数
出版物海賊版サイト数		1176	- (半年前からやや増加)
内訳	日本人向けサイト	277	240
	英語翻訳サイト	446	400
	各国語サイト*	453	460

*各国語サイトの言語は、中国語、ベトナム語、ハングル、タイ語、インドネシア語、スペイン語、フランス語、トルコ語、ポルトガル語、ロシア語、イタリア語など様々。各国語の中ではベトナム語が160と非常に多い（サイト数はABJ把握のもの。2024年1月1日現在）

出典：CODA「2022年・オンラインで流通する日本コンテンツの海賊版被害額を推計」、文化審議会著作権分科会政策小委員会（第4回）伊東委員（ABJ）発表資料。
海賊版被害額はオンラインで流通する日本コンテンツの流通量から、無料でなくても購入していた割合等を考慮して算出された数値。

大手海賊版サイトへの月間アクセス数

- ✓ 外国語版サイトで、日本人向けサイトの数倍のアクセス数となる
- ✓ 英語版について、多様な国からのアクセスがある

サイト種別	月間アクセス数	日本向けサイトとの差
日本人向け上位10サイト	1億2359万	-
英語翻訳大手5サイト**	3億2050万	5サイトで日本人向け上位10サイトの 2.5倍
ベトナム語大手3サイト ※約97%ベトナム国内からのアクセス	2億1300万	3サイトで日本の 約2倍

**英語翻訳大手5サイトへのアクセス上位10か国					
1	アメリカ	24.6%	6	イギリス	3.5%
2	インド	9.4%	7	メキシコ	3.3%
3	フィリピン	7.6%	8	フランス	3.3%
4	インドネシア	4.7%	9	ドイツ	3.1%
5	カナダ	3.6%	10	マレーシア	2.9%

漫画翻訳の現状

- 漫画翻訳では、文化的背景等の理解とともに、漫画特有の不規則な配置や短い台詞から文意を読み取る等、高度な判断が要求されるほか、翻訳者やデザイナー等複数人の専門家での連携が必要となる
- これによる翻訳コストの高さ、所要時間等が漫画の翻訳出版の制限要因となってきた

漫画の翻訳におけるポイント

文化的理解 の必要性

- 小説等と同様、**作品の文化的背景に対する深い理解**を要する

機械翻訳の 適用困難

- 加えて、下記のような特徴から、**単純な機械翻訳によって高精度な翻訳を行うことが困難**
 - 「コマ」や「吹き出し」の配置にしたがって**テキストが非規則的に配置**されるため文脈情報を抽出にくい
 - 会話文のため**省略される語**が多い
 - キャラクターや場面によって**独特の言い回し**が発生する

複数の専門性

- 言語的な処理だけでなく、翻訳済テキストの配置などのために、**煩雑な画像処理**も要するため、翻訳家・デザイナーなど、**複数の専門家間での連携**が必要

漫画の翻訳出版における課題

高コストによる 翻訳数の少なさ

- 左記のようなクリエイティブな作業であることから、漫画翻訳は1冊の翻訳に1カ月程度などを要する場合もあるなど、**時間がかかる**。
その結果、**翻訳コストが高く、翻訳出版される漫画作品数・対象言語数は限られている**

翻訳家の待遇

- クリエイティビティが求められる職業にも関わらず、**翻訳家の報酬が少なく業としての継続が難しいとの訴えも**

品質と応需 の両立

- 漫画に特化したAI技術を開発し翻訳の効率化・翻訳出版の増加を目指す新興企業も登場しているが、一方で翻訳家からはAI活用には懸念の声も出ている
- いかに高品質な翻訳をグローバルの消費者ニーズに合わせて提供し、産業の発展につなげられるかが問われる

マーケティング情報の不足

- 日本漫画の海外展開に関するマーケティング情報の整備が必要な理由として、ライセンスアウト形式が主要な輸出方法であるところ、輸出統計には表れにくいことや、日本由来の漫画のシェア率を識別した情報の有無にばらつきがあること等が挙げられる

漫画の海外展開データ取得における困難

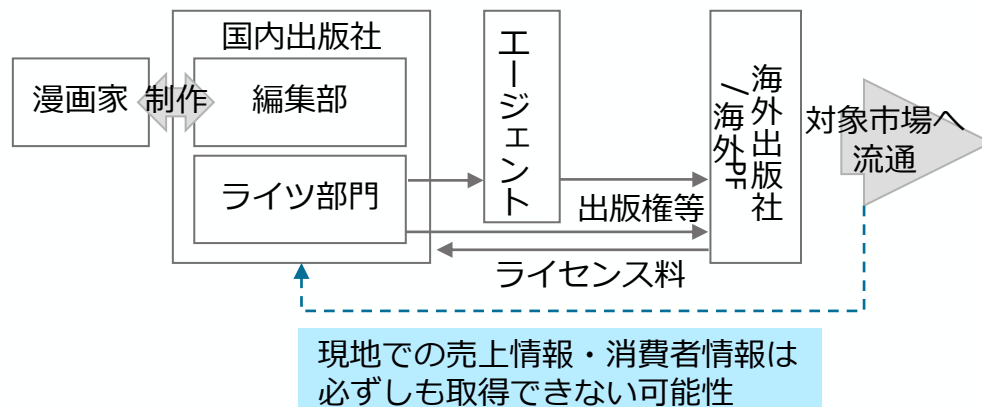
統計情報の不在

- ✓ 日本の出版物の海外売上や収入に関する統計は発表されず（2023年、ヒューマンメディア社調査）
- ✓ 国により、「日本由来の漫画」に区切ったシェア情報が識別されていない場合がある
例：英国における日本漫画の流通量の数値は取得できず（2021年、自治体国際化協会ロンドン事務所調査）

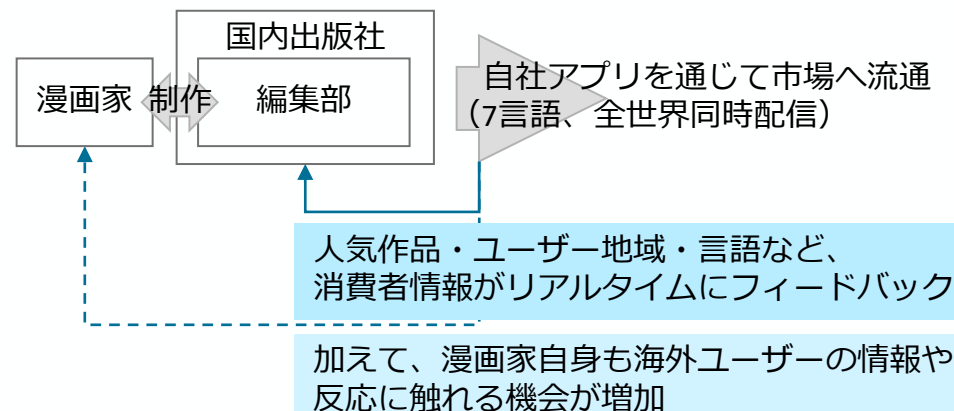
ライセンス・他者PF利用形式

- ✓ 近年は大手出版社による海外の子会社等からの現地での出版・配信、国内から海外向け配信が増加しているとされるが、**マンガの海外出版はライセンスアウトが主流であったところ、現地出版社日本の子会社である場合も含め、既存の輸出統計等での捕捉が難しい**と考えられる。
- ✓ また、自社デジタル配信により消費者情報を得ている事例もあるが、同様の取り組みを行える企業は一部に留まると想定される。

ライセンスアウトの場合の情報の流れ（簡略版）



自社アプリ活用の事例（集英社MANGA Plus）



海外展開における留意事項

- 海外展開においては、日本では流通上問題とならない表現でも、規制や文化的背景から、流通の規制や中止に発展する場合がある
- また、個人情報保護法など、ビジネス展開上関係する法令の把握・対応も肝要である

漫画の海外展開に影響する法的規制および社会状況の例

表現 関連	規制による制約	中国の例	- 中国においては、インターネットで電子配信される、漫画・ライトノベル・小説を含む出版物は「国家の統一、主権及び領土の完全性に危害を及ぼすこと」等、含んではならない内容が11か条に渡り定められている - 当局による公開前の検閲はなく、プラットフォームが自主審査を行い、当局は定期的に配信サイトへ審査状況や配信物の内容を確認し、禁止内容に抵触していた場合には処罰がある
		欧米の例	- 主に欧米圏など、外国においては、日本で流通・所持が可能な創作物（日本では架空の創作物において性的内容に未成年が登場することは現時点で禁止されていない）が「児童ポルノ」にあたると認識され、制作や所持そのものが禁止される場合がある。日本の「萌え系」イラストを所持していたことで逮捕に至った事例が主に欧米圏で確認されている - また、未成年による閲覧が適切とされる表現についての感覚も大きく異なる - 米国では、学校・図書館の現場において漫画設置の規制が検討される場合が多く、日本の人気コミックが設置中止となった例がある
	社会的背景の 考慮の必要性		当局の規制のほかにも、読者からの批判（いわゆる“炎上”）を受け、配信サイトが配信を中止する場合がある。中国では漫画「僕のヒーローアカデミア」上の人物名が、人体実験を行ったとされる旧日本軍の部隊を想起させるとして批判を受け、漫画及び同作のアニメ・劇場版の配信も中止となった
ビジネス 関連	個人情報保護		EUにおけるEU一般データ保護規則（GDPR）は日本における個人情報保護法よりも対象が厳しく判定され、ユーザーIDなども対象となると考えられ、罰則も厳しい等、デジタル事業も含めた海外でのビジネス展開において海外法令の十分な知識・対応が必要

アニメ起点でのIP認知度の向上

- 海外市場においては、アニメ配信やアニメ映画などの映像メディアが、消費者が漫画IPに触れるきっかけとして大きな役割を果たしている

米国における「鬼滅の刃」の展開と検索トレンドの推移

米国での
IP展開

出版

映像

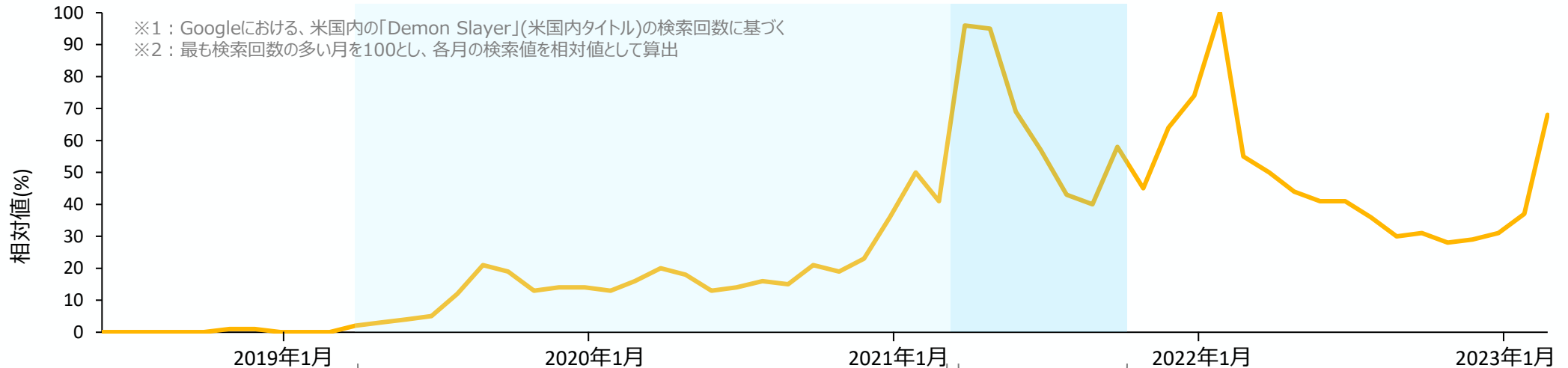
＜漫画＞ 単行本（英訳版）発売（2018年7月）

＜アニメ1期＞ 竈門炭治郎 立志編
オンラインプラットフォーム配信開始（2019年4月）

＜劇場版アニメ＞
無限列車編公開（2021年4月）

＜アニメ2期＞ 無限列車編、遊郭編
オンラインプラットフォーム配信開始（2021年10月）

検索
トレンド
Google
トレンド



アニメ配信を通じてIPへの関心が上昇

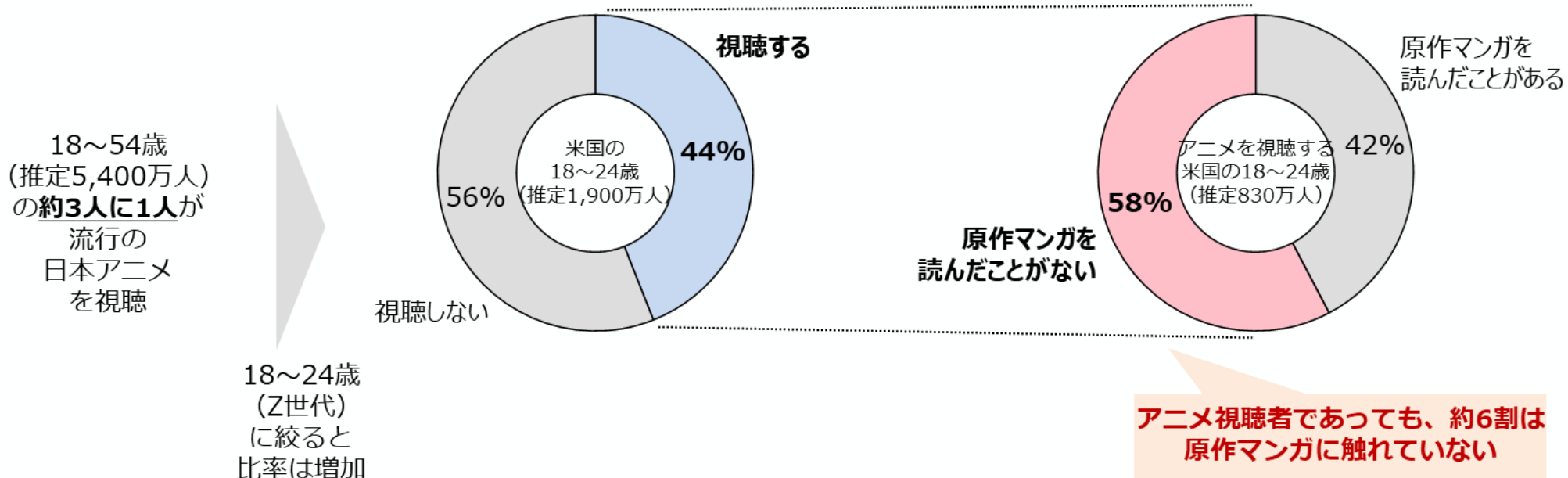
劇場版アニメ
公開で拡大

出典：経済産業省「令和4年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備事業（デジタル化の進展等がコンテンツ産業構造にもたらした変化に係る調査事業）」より作成

国外アニメ視聴者の原作漫画接触割合

- OTTの普及などにより海外でもアニメ視聴者が増加している一方で、原作漫画に触れているユーザーはまだ限られており、海外市場拡大の余地がある

米国での日本アニメ作品の視聴と原作漫画の読書に対する態度

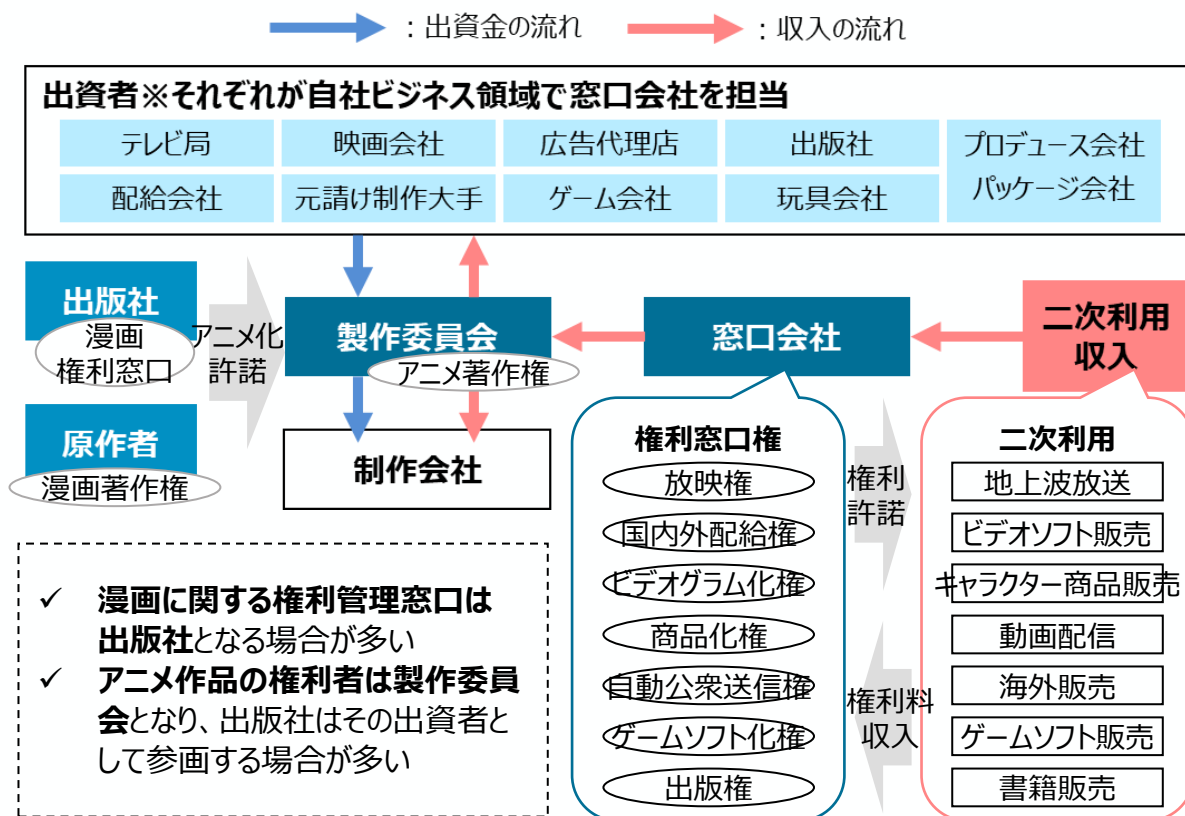


※アメリカの18～54歳の男女約1800人（年代別一般層、Z世代、アニメファン各600名）にインターネットリサーチを実施した結果

漫画原作アニメの権利関係

- 漫画に関する権利管理窓口は出版社となる場合が多いが、アニメ作品の権利者は製作委員会方式となり出版社はその出資者として参画する場合が多い。製作委員会方式の場合は権利許諾・収益分配は煩雑となり、機動的な権利運用に対してはネックとなりやすい
- 漫画作品の権利管理者についても、多様な形態が登場している

アニメ化の権利関係（製作委員会方式の一例）



漫画の権利運用に関する多様な契約形態の登場

① クリエイターエージェントとの契約

- ✓ 出版以外も含めた**出稿戦略**や**著作権運用**、**ブランディング**を担うエージェントと代理人契約を締結するパターン

② 出版社との権利分割

- ✓ 作家と担当編集者等によって権利会社を立ち上げ、出版社が保有する漫画出版圏以外の二次利用権を権利会社が専門的に取り扱うなど、複数の**権利の一部**を作家が分離保有するパターン

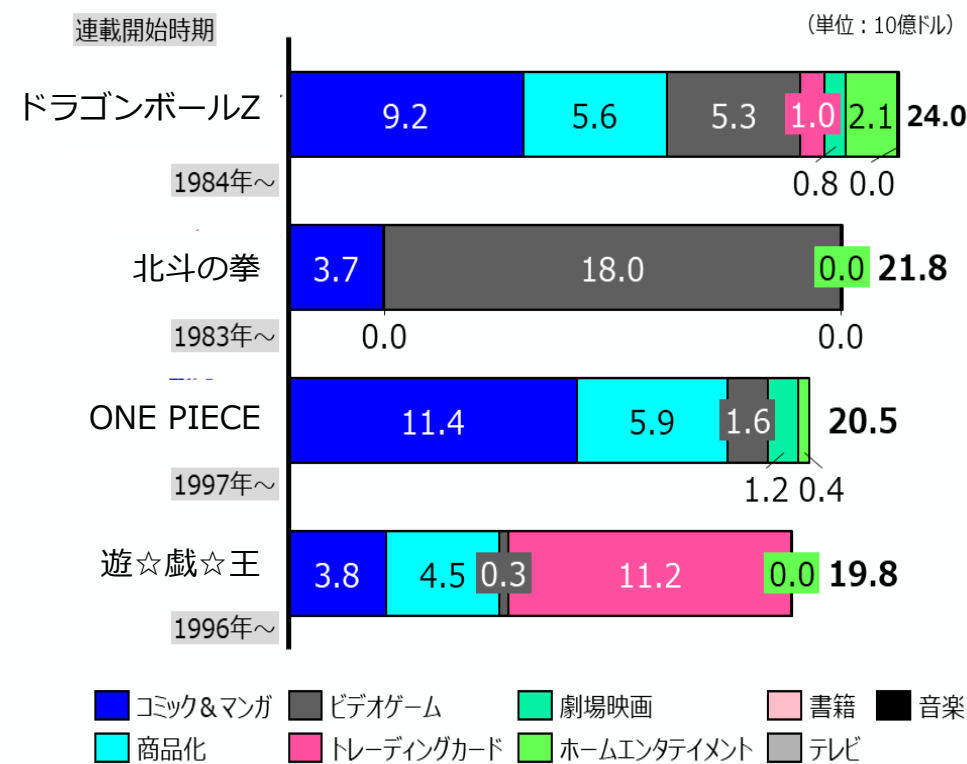
③ 漫画家の独立・窓口化

- ✓ 漫画家自らが**作品の全権利**を保有し、自ら作品の二次利用希望者の**権利窓口・運用者**となるパターン

漫画のIP展開の事例

- 日本の漫画を原作として、商品化（キャラクターグッズ）・ビデオゲーム・トレーディング・劇場映画等にIPを展開し、累計860億ドル(13兆円)の売上を獲得
- 海外でも人気があり、コナンやドラえもんは20作品超で10億ドルの収益を上げている

漫画原作IP展開例



出所: THE 25 HIGHEST-GROSSING MEDIA FRANCHISES OF ALL TIMEより作成

漫画原作アニメ映画の全世界歴代興行収入

(単位: 百万ドル)

名探偵コナン 1994年～	26作品 例) 名探偵コナン ハロウィンの花嫁	計 1,084
ドラえもん 1970年～	24作品 例) 映画ドラえもん のび太の宇宙小戦争 2021	計 1,018
鬼滅の刃 2016年～	2作品 例) 劇場版「鬼滅の刃」無限列車編	計 509
クレヨン しんちゃん 1990年～	13作品 例) 「しん次元！クレヨンしんちゃんTHE MOVIE」	計 296
呪術廻船 2018年～	1作品 例) 劇場版 呪術廻戦 0	計 166
僕のヒーロー アカデミア 2014年～	4作品 例) 僕のヒーローアカデミア THE MOVIE ワールドヒーローズミッション	計 97

出所: 米国Box Office Mojo (2024年1月基準) の全世界興行収入より作成

高付加価値体験の提供

- ・ ヒットした漫画のアート展が行われたり、コラボカフェが行われるなど漫画によって高付加価値体験が提供される側面もある

漫画原作のアート展

集英社マンガアートヘリテージ

活用IP	ONE PIECE（尾田栄一郎作）など
沿革	・ 漫画、アート、文化を後世に継承するためのプロジェクトの常設展示場として「集英社マンガアートヘリテージ トーキョーギャラリー」が2023年11月にスタート ・ 2023年11月～2024年2月まで「ONE PIECE」を題材にした展示が行われた
内容	・ イラストが高品質印刷して販売されるなど、<u>漫画作品を基にアート作品が制作され、展示・抽選販売が行われた</u> ・ <u>NFTブロックチェーンなどの最新技術を取り入れながら、マンガアートの文化的価値を永続的に高める取り組みも実施</u>
直接的な経済効果以外に期待される効果	・ 外国人観光客やアートコレクターなど、これまでマンガに接する機会がなかった層のマンガへの接触機会の増加

コラボカフェ

JUMP 50th anniversary cafe

週刊少年ジャンプの2000年代以降の人気作品
・ 2018年に週刊少年ジャンプが創刊50周年を迎え、記念する展示会が森アーツギャラリーで開催された ・ 展示会に合わせて、会場に隣接するカフェで、コラボレーションカフェ「JUMP 50th anniversary cafe」をオープン
・ 展示会で展示されていた、マンガの登場人物や重要なシーンを再現した食事やドリンクの販売が行われた
・ ファンが作品の世界観を体験できることによる、満足度とエンゲージメントの向上

地域への経済効果を生んだ事例①

- 熊本県では、熊本地震からの復興を目的に、尾田栄一郎氏（熊本県出身）の漫画「ONE PIECE」の登場人物の銅像の設置を行い、主人公のルフィ像のみでも2019年に約26億円の経済効果が生まれた他、訪日外国人旅行者の滞在率が増加するなどの効果があった

漫画IPを活用した地方創生

活用IP	ONE PIECE（尾田栄一郎作）
対象地域	熊本県9市町村 ➤ 熊本市、益城町、御船町、大津町、西原村、南阿蘇村、阿蘇市、高森町、宇土市
実施内容	2016年4月に起きた熊本地震の被災地復興を後押しするために、「ONE PIECE」の登場キャラクターの銅像を各地に設置
経済効果	- 主人公のルフィ像のみでも2019年に5万5000人が訪れ、約26億7000万円以上の経済効果が生まれた 2019年度と2023年度で比較すると、9つの市町村で訪日外国人旅行者の年度内の滞在率増加率が前年比2倍以上であった（最大は宇土市の7.33倍）

地域への経済効果を生んだ事例②

- 大分県日田市では、諫山創氏（大分県出身）の漫画「進撃の巨人」と連携したプロジェクトを行った
- 「進撃の巨人」を題材にしたミュージアム設置や登場人物の像の設置を行った結果、直接経済効果は年間20億円、経済波及効果は30億円を超えると推計されている

漫画IPを活用した地方創生

活用IP	進撃の巨人（諫山創作）
対象地域	大分県日田市
実施内容	- 進撃の巨人 in HITA ミュージアムを開設し、「進撃の巨人」作者や作品に関する展示を実施 - 主要登場人物の銅像を設置
経済効果	2021年は半年間で約73,000人が進撃の巨人 in HITA ミュージアム訪問に訪れ、<u>誘客やコラボグッズなどの販売により、観光客による直接経済効果は年間20億円以上</u>あると推計されている - 雇用や仕入れ等を含めた<u>経済波及効果は30億円を超える</u>と推計されている

漫画の制作体制

- 日本では漫画家1人で制作が行われることが多いが、原画と作画を分業する体制や、ウェブトゥーンで用いられる完全分業体制など、漫画制作の現場では様々な体制がとられている
- どの体制においても、編集者がクリエイターを見出し、作品に意見を出す他、スケジュール管理等を行っている

		漫画家1人	原作・作画分業体制	完全分業体制
体制概要	概要	• 主に一人の漫画家がストーリー作りから作画まで担当する	• ストーリーの原作と作画の担当者が1人ずついて、原作担当者がセリフや描写を文字にし、作画担当者が絵にする	• 作家がストーリーの大まかな流れを決めた後はネーム制作チーム、人物線画チーム、背景作画チームなど、工程ごとに分業して作品制作する • 特にウェブトゥーンの制作で用いられる体制
	編集者の役割	• <u>新人漫画家の採用</u>を行う • 編集者が、<u>作品の構成や内容に対して助言</u>する	• <u>編集者は原作者と作画担当のマッチング</u>の他、ストーリー・作画の監修など<u>原作と作画のギャップを埋める役割</u>を果たす	• <u>新規作品の企画立案、スケジュール管理、各工程のクリエイターの採用</u>等を行う
特徴		• 完全分業体制と比較すると、<u>制作に時間を要する</u>	• どちらかの能力に秀でたクリエイターを発掘すればよいので、出版社の<u>作家発掘コストが低減</u>する • 作家同士の方向性の不一致が起こることもある	• <u>短期間で量産</u>ができる • <u>トレンドを押さえた制作ができる一方で、似たような作品が多く生まれて読者が飽きやすい</u>
作品例		『ドラゴンボール』 (鳥山明)	『推しの子』 (原作：赤坂アカ、作画：横槍メンゴ)	『俺だけレベルアップな件』 (原案Chugong、作画DUBU)

出典：東京新聞「鳥山明さんとの出会いを鳥嶋和彦さんが語る Dr.マシリトは「いちばん嫌いなやつを描いてこい」で誕生」、ASKUL「週休3日・残業禁止・作画の完全外注！東大入試漫画「ドラゴン桜」の異色漫画家がアシスタントとなしとげた漫画界の働き方改革とは？～三田紀房氏インタビュー～」、ENTAME next「ユーザー離れが加速？韓国発縦読み漫画「ウェブトゥーン」の将来性を韓国カルチャー専門家に聞く」、「マンガ制作の分業体制 ～GANMA!編集者と作家の視点～」、「【WEBTOON】電子書籍編集者ってどんな仕事？」

クリエイターの法律・契約関係トラブル

- 漫画家等のクリエイターは個人での活動が主となることから、法令順守や税務に十分対応できなかったり、契約等において不利益を被るなどのトラブルが生じやすく、専門家によるサポートを受けることが重要である

事例① 契約トラブル

概要

- ある漫画家の投稿によれば、漫画アプリで新連載の開始が決定し、数話分を書き溜めていたところ、企業側から提示された契約書に「契約を終了したとしても」「会社側に作品の独占的な利用を永久的に継続される」という記述があり、弁護士に相談した上で**企業側に契約条項の修正を依頼したところ、企業側から契約書内容の交渉余地なく連載中止を伝えられた**
- 時間を費やした連載が破棄される可能性について、漫画家から遺憾の意が表明された

経過

- 企業側から漫画家への謝罪にて決着。連載は他社プラットフォームにて行われることとなった

事例のポイント

- 本件では、漫画家が**自ら契約前に弁護士に相談**することで、納得しない契約を締結する事態には至らなかったが、専門家相談を行わなかった場合、さらなるトラブルが考えられる
- 契約交渉においても、漫画家側に不利な状況が発生しうる**ことを示す例と考えられる

事例② 納税に関するトラブル

概要

- 2024年7月、人気作品の作画を担当する漫画家が、**所得税法違反罪で懲役10カ月執行猶予3年、罰金1100万円の有罪判決**を受けた

クリエイターの状況

- 原因は金銭目的ではなく、確定申告作業の先送り**とされ、判決文では以下のように申し渡された。
「事務作業が極めて不得手で、金銭への関心が薄く、年齢相応の社会制度に対する理解も不足した被告人が、急激に人気漫画家となり、確定申告の重要性を軽く見て、目の前の仕事やプライベートを優先させ、（申告の）事務作業から逃げ続けた結果、犯行に至った」

専門家の活用状況

- 報道によれば繁忙から書類の整理ができていないことを理由に、**税理士への依頼に至っていなかった**

事例のポイント

- 報道によれば漫画家は税務署からの連絡を受け、加算税を含め遅れての納付を行っていたものの強制捜査に至っており、法定の納期限の遵守が肝要である

Ⅱ. アクションプラン（案）について

【アクション①】 海賊版対策の着実な実行及び正規版流通の強化、海外販路の整備

現状・課題

- ・海賊版の被害は、日本国内に向けたものだけでなく、現地語に翻訳されたものも増加傾向であり、海外において、漫画タイトルで検索すると海賊版サイトが上位に表示されてしまう現状がある。
- ・こうした海賊版が広く出回っている国・地域では、正規版にお金を払って読むというリテラシーが不足している。
- ・また、海賊版対策と並行して正規版の流通も進めていく必要があるが、海外においては、国内で流通しているコミックに比して、翻訳され海外にまで流通しているコミックが不足しており、その背景には、漫画特有の表現に対応可能な高度な翻訳人材の不足やカルチャライズのコスト等の課題がある。
- ・このほか、紙のコミックにおいては、海外では書店にも流通し始めているが、他の流通チャネルの開拓等商品接点の場をいかに増やしていくかが課題となっている。また、諸外国では注文が原則であり、商品を並べるためには、まずは各店への商品認知が非常に重要となる。
- ・電子コミックにおいては、海外における電子コミックについては、いくつかの事業者が進出しているものの、エンドユーザーへの普及はこれからであり、絶対的なプラットフォーマーが不在である。

【アクション①】 海賊版対策の着実な実行及び正規版流通の強化、 海外販路の整備

アクション

- 日本国内及び海外現地版における海賊版被害の実態調査、海賊版サイト運営者情報の調査及びフィルタリングへの活用、海外法的機関との連携等の現行の海賊版対策を引き続き実施するとともに、国際執行の強化のため、被害の多い地域の把握（詳細調査）と、被害の大きい地域での国際執行の強化、拠点の拡大などを進める。
- 海外現地におけるリテラシー教育や、海外に向けた啓発活動を行う。
- 翻訳における業界インフラツールの開発支援や、JLOXにおけるカルチャライズ支援の拡充等を行う。
- 紙のコミックの各店への商品の売込みの方法として、国際見本市への出展等が考えられる。現地見本市への出展等の海外展開を支援や、JETROに設置されたコンテンツ専門人材による現地ネットワーク構築やマッチングを通じて出展促進を行うほか、消費者へ向けた直接の接点を増やす方法として、アニメEXPO等アニメファンが集うイベントへの出展及びその支援を行う。
- 電子コミック先進国である日本のノウハウを生かしつつ、海外で通用するプラットフォーマーの育成支援を行う。

【アクション②】 海外の各種データ（統計・法務・税務等）の整備

現状・課題

- 各国における出版市場規模が不明瞭であり、日本発漫画の占有やどのようなジャンルが売れているのかといったマーケティング情報が不明で今後の成長予測が困難。
- また、海外展開においては、個人情報保護法を始めとした各国の法務情報、税務情報、歴史・文化・宗教とそれらにもとづく表現規制などの情報が必要である。
- こうした情報を取得し、その情報と進出ガイド、ナレッジ等を公開・共有し、作品制作や海外展開に活かすことで、国ごとのマーケティングが可能となり、例えば類似ジャンルなど戦略的な展開が可能となるため、各種データの整備が望まれる。

アクション

- 各国ごとの基礎情報の統計データを収集、調査、分析を行う。
- 出版の海外展開における各国情報を調査・集約し、その情報と進出ガイド、ナレッジ等を公開・共有し、作品制作や海外展開に活かす。

【アクション③】クリエイターのサポート体制の構築

現状・課題

- ・漫画家等クリエイターは、税務や法制度に対する知識が乏しいことが考えられるため、こうした専門的な知識のサポート体制も望まれる。

アクション

- ・クリエイターへの税務や法制度のサポート体制の構築を支援する。

5. デジタル技術の活用とさらなる進化への応用

【アクション④】最先端技術の活用を進めたコスト削減

現状・課題

- ・漫画製作の効率化のため、様々な技術の活用がテストされている。また、現地語の翻訳等でも利用が試されており、漫画製作や流通全般で効率化が期待できる。

アクション

- ・最先端技術を活用し、海外における正規版コンテンツの絶対数の不足といった課題解決に資する取組を支援していく。

【アクション⑤】 MD化やメディアミックスによる高付加価値体験の提供及び地方創生への貢献

現状・課題

- ・ 海外における漫画原作のアニメ・映像の人気は高まっている一方、必ずしも映像作品の認知度が原作の認知度につながっておらず、海外におけるアニメファンの中でも、原作を購入する層は未だ少なく、漫画ファンへと還元していくことが必要。
- ・ アニメ人気を原作人気へとつなげていく必要がある一方でアニメの制作本数は年間300本程度で、生産体制の限界が来ており、このままでは大きな増加は見込めず、映像化に頼らない認知度向上の方法を模索していく必要もある。
- ・ 漫画原作の原画展や、原作とのコラボホテルやコラボカフェなどの企画が盛んになっている。こうした高付加価値体験の提供により、ファンダムの形成が促進されると考えられる。
- ・ 有名作家の出身地、著名作品の舞台などゆかりのある地域において、作品の銅像を街中に建てるといった事例が多数生まれ、聖地巡礼等により地域への経済効果が生まれており、地方創生へも期待される。

アクション

- ・ アニメEXPO等アニメファンが集うイベントへの出展支援を行う。
- ・ 漫画原作とのコラボホテルやコラボカフェなど高付加価値体験を提供することで、作品へのエンゲージをさらに高めコアファンへと昇華し、個人消費額の向上を目指す取組を支援する。
- ・ 作品を通じた観光需要を創出するなど、地方創生を推進し、アニメ作品だけではなく、原作も盛り上がるような取組を進めるとともに、こうした取組みへの支援を検討する。