

エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会 第3回  
業務分野別専門委員会 ② 漫画・書籍／書店

議事要旨

日時：令和7年1月17日（金） 11:00～12:00

場所：経済産業省本館 17階第3特別会議室（オンライン併用）

出席委員：

＜ステアリングコミッティ委員＞

座長 中村 伊知哉 iU（情報経営イノベーション専門職大学）学長

委員 河島 伸子 同志社大学 経済学部 教授

中山 淳雄 Re entertainment 代表取締役社長

桃井 信彦 株式会社バンダイナムコホールディングス 取締役

＜専門委員＞

伊藤 聡 株式会社紀伊國屋書店 海外事業推進室長

沢辺 伸政 株式会社小学館 常務取締役

炭田 真也 エヌ・ティ・ティ・ソルマーレ株式会社 取締役 電子書籍事業部長

成田 兵衛 開志専門職大学 アニメ・マンガ学部 教授／学部長代行

野間 省伸 株式会社講談社 代表取締役社長

瓶子 吉久 株式会社集英社 常務取締役

＜ステアリングコミッティ オブザーバー＞

市井 三衛 特定非営利活動法人 映像産業振興機構 専務理事兼事務局長

浪越 徳子 一般財団法人デジタルコンテンツ協会 専務理事 国際部長兼事業推進部長

＜専門委員会 オブザーバー＞

樋口 清一 一般社団法人 日本書籍出版協会 専務理事

【議事要旨】

1. 日本の漫画・書籍／書店産業の現状について

- アニメ・映画など日本のコンテンツは海外で人気があり、コンテンツが産業の軸とみなされるようになったが、大元は漫画に依存している。漫画自体もデジタルシフトが進み、世界展開に力が入るようになってきているが、海賊版や人材育成の課題も浮き彫りになっている。
- 日本の漫画の海外展開について、2019年以降は市場拡大がひと段落している。世界のほとんどでデジタル市場よりも紙の市場の方が大きい。北米漫画市場における紙の市場はやや縮小傾向にあり、特に大手量販店における売上が低下している。アメリカでは、商品に対する安全規制や関税の課題があり、スムーズな輸出ができないケースもある。また、UAEでは、検閲（LGBTや性的描写）により、販売ができないケースもある。
- コンテンツビジネス振興の観点から、書店という売り場はショーケースのような役割を担っている。加えて、老若男女がアクセスできる点も重要な位置づけとして考えられる。一方で

海外での店舗運営においては、家賃や人件費の高騰、治安悪化、訴訟対応等の課題が山積している。国内の書店では、返品率が高く、それに起因し、オペレーションが非効率的となり、収益性が低下している課題もある。加えて、コスト上昇や光熱費・電気代の高止まり等により、書店の廃業が増えている。

- 日本発の出版物を日本語、英語の双方で7000点程度掲載している取引プラットフォームでは、漫画のみではなく、文学作品に係る取引も増えており、日本の文学作品に対する評価が高まっている。

## 2. 漫画・書籍／書店分野におけるアクションプランについて

- 漫画作品のIPを利活用することにより、作品やキャラクターを認知してもらい、作家や出版社が権利料等を得られることは重要であるが、それらの資金を活用して次のクリエイターを育成していくエコシステムを構築することが最重要である。加えて、漫画やアニメーション等を専門的に学んでいる人材の活用について、産官学にて連携して考えていくことも必要である。一方、漫画家については、激しい競争の中で育成される側面も持ち合わせている。
- 海外展開においては、海賊版流通は大きな課題である。海外向けのプロモーションを通じてヒットが創出されていても、海賊版流通開始に伴い、正規版の流通量が低下することがある。すでに海賊版流通に対する支援はあるが、関係省庁の協力のもと更なる対策が必要である。特に、デジタル流通について対策が重要である。
- 新たな市場を開拓するにあたり、日本国内では一定の売上があるが、海外では映像化されていない作品を展開することも有効であると想定される。海外に展開する際には、ローカライズが必要だが、中小規模の出版社等ではその費用を負担することは難しい。
- 質の良い翻訳と、コストやスピードとの兼ね合いも課題である。迅速な海外展開については、AI翻訳ツールが欠かせないが、各事業者がそれぞれの仕様でツール開発を進めているため、それぞれに応じた協力や支援があることが望ましい。
- 各国の検閲については、問い合わせ先や問い合わせ方法が不明なケースもあり、単一事業者にて調査することが難しい状況である。各国の規制等に対する判断・対応方法などのノウハウを蓄積することが重要である。
- アメリカとフランス以外で出版やデジタル流通に係るデータがなく、関係事業者が共同でデータを集めることが必要である。
- 海外市場でのプロモーションについては、各出版社単位ではメディアジャックするなどの効果的な広報を行うのは難しく、韓国ウェブトゥーンが行った「横読みの漫画文化を創造する」というような一体的なプロモーションが必要である。
- 作家や編集者に、海外にいるファンの熱気を直接肌で感じていただき、創作意欲につなげてもらうことが大切。さらに作家の方々には、日本だけではなく、世界で自分の作品が読まれるようになることの魅力を実感してもらうことも必要である。どちらも現地の熱量を感じるという点では、作家や編集者を海外現場に連れていくような活動に対する支援も重要である。
- 海外展開においてはライトノベル分野も伸びしろのある分野であると考えられ、AI翻訳等を活用しながら、原作のニュアンスを踏まえて正確に早く作品を送り出すことが必要である。
- 海外展開においては、出版のみではなく、グッズ等の販売も重要である。書店やショッピングモール、ポップアップショップなど、デジタルのみではなく、リアルな商品を販売する場の開発も重要であり、支援が必要である。特に、中堅、新興の出版社については、単独でイ

ベント等に出展することが難しいため、業界団体がとりまとめ、支援を受けながら出展している。こちらについても引き続き支援が必要である。

- 漫画等に関連するグッズについては、ライセンスの都合により日本国内のみで許諾されるケースがあり、海外においても許諾を得られる例が広がると良い。加えて、漫画分野では、1冊が500-600円にて販売されているが、漫画のコマをプリントし、1コマ400円で販売するサービスもあり、高い収益を見込めることから海外へのライセンス展開が熱心なアニメと同様に原作漫画の直接展開に対する支援も重要である。
- 地域での国際アニメーション映画祭の開催を通じて、海外から業界の方の来日が増えている状況である。海外の方に対して、地域で漫画の描き方を教えるイベントを実施するなど、小さな取組を継続していくことが重要である。地域での取組を継続的に実施するためには、産官学の協力のもと、取組を推進することが必要である。海外の大学では、漫画等のクリエイター育成のみではなく、プロデューサーを地域が一体となって育成するという街づくりを行っている事例もある。
- 書店ではRFIDタグの普及により、棚卸の効率化、返品率の低下に取り組むことが肝要である。加えて、キャッシュレス決済に係る負担軽減についても検討が必要であると思われる。

以上