

エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会
第 10 回 業種分野別専門委員会（漫画・書籍/書店）
議事要旨

日時：令和 8 年 1 月 26 日（月）16：00～17：30

場所：経済産業省本館 17 階 第 1 共用会議室（オンライン併用）

出席者：

<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
工藤 大丈	株式会社 KADOKAWA 執行役 Chief Anime Officer
沢辺 伸政	株式会社小学館 常務取締役
炭田 真也	NTT ソルマーレ株式会社 取締役 電子書籍事業部長
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

<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
-------	---------------------

<ステアリングコミッティー委員>

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
河島 伸子	同志社大学 経済学部 教授
栗田 宏俊	株式会社講談社 取締役
齋藤 精一	パノラマティクス 主宰 株式会社アブストラクトエンジン 代表取締役
佐宗 邦威	株式会社 BIOTOPE 代表
中山 淳雄	Re entertainment 代表取締役社長
村松 俊亮	一般社団法人日本経済団体連合会クリエイティブエコノミー委員 株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント代表取締役社長 グループ CEO
桃井 信彦	株式会社バンダイナムコホールディングス 取締役副社長

<ステアリングコミッティー オブザーバー>

株式会社海外需要開拓支援機構
独立行政法人国際観光振興機構
独立行政法人国際交流基金
独立行政法人日本芸術文化振興会
独立行政法人日本貿易振興機構
一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構
一般財団法人デジタルコンテンツ協会
特定非営利活動法人映像産業振興機構

【議事要旨】

1. 論点1. 大規模・長期・戦略的な支援

(論点1-2. リソースの重点配分の戦略)

- 出版分野の論点はローカライズ、海賊版、電子漫画、マーチャンダイジング等に絞られているが、今後はその中での優先度や重点度を変えるべきではないか。何にプライオリティを置くのかを、この会で議論してほしい。
- 過去にアニメ化・実写化されたが、実は海外展開されていない作品は数百タイトル規模になる。これらの作品の優先的な輸出が重要ではないか。特に、大手以外の出版社は体力がなく、難しい場合が多い。また、漫画IPを、メディアミックスされたアニメや映画、ゲームと一緒に海外展開する際の機能別支援が必要ではないか。
- 既に海外で継続的な投資と運用実績を持つ流通プラットフォーム事業者に対し、作品の集約度や海賊版対策につながる日米同時展開の実績などを見極めた上で、大きな支援が必要である。

2. 論点2. 国内投資の促進

(論点2-1. コンテンツ制作の支援)

- 現在、紙の雑誌サイズをもとに作った漫画を電子掲載しているが、日本では7割以上が電子漫画を読んでいる中、いわゆるウェブトゥーンとは別に、スマホ等の閲覧媒体を考慮したユーザー最適化フォーマットの検討も必要な可能性がある。
- 縦読み漫画に関しては、日本の漫画とは作り方が異なる部分が多い。ヒット作を作り、アニメ化などを経て作家が集まるエコシステムを確立する必要があるのではないか。
- 北米等ではアニメーションが先行しており、カラーリングに馴染みがあるため、日本の漫画をカラーリングして、ニーズに合わせ海外展開する取組はあり得る。他方で、実行するには人材不足や資金面の課題がある。

(論点2-2. 開発プラットフォームの強化)

- 翻訳・ローカライズにおいてAIを活用しているが、文脈や絵の読み込み等で不完全なため、人の手による修正が必要である。他方、売れるか分からない作品をAIで翻訳して配信し、ユーザーがついたら正式なローカル版を作るなど、活用できるレベルにはなってきた。AIの進化を見ながら支援いただけるとありがたい。
- AI翻訳の可能性は否定しないが、絵を読み込めない、コマの順番が分からない等の課題があり、現段階でAIだけに頼ることは難しい。
- 商品の製造過程において、AIを活用した監修ツールの開発を進めている。将来的には自社だけでなく他社も活用できるソリューションにしたい。

3. 論点3. 海外展開の促進

(論点3-1. 海賊版対策の強化)

- 海賊版対策は最優先課題である。削除対応に加え、海賊版の最大消費地である米国等において、官民連携による海賊版の違法性周知の啓蒙活動を強力に推進すべきである。
- 海外では翻訳された正規版が流通していないため海賊版が利用されるという面もあるため、正規版の作品数を増やして届けることが重要である。
- ヨーロッパでは、いわゆるプラットフォームのような電子書籍サービスが存在しないため、海賊版データの需要が生じているという課題がある。
- 漫画だけでなく日本語教科書の海賊版被害も多く、現地の教育現場で教師への啓蒙活動が必要である。
- 海賊版サイト閉鎖の効果は大きいですが、日々新たな海賊版サイトやそれらへの作品のアップロードが出てくる。啓蒙活動に加えて、検索除外（テイクダウン）を支援するツールの活用や、個別のアップローダーへの削除要請など、日々の運用面でのサポートが必要。

- 現地警察による摘発が進まない現状がある。実効力を高めるために官民で何ができるか、連携して対応策を模索したい。

(論点3-2. 国際的な流通網・ファンダムの強化)

- 海外向けの配信コンテンツ数は国内に比べて圧倒的に少なく、ローカライズのコストとスピードに課題がある。ここを強化しなければ、ユーザー1人あたりの平均売上(ARPU)も上がらない。
- 海外展開においては、デジタルでの直配信やプラットフォームへの直接ライセンスが今後のポイントになるが、圧倒的な翻訳量とスピード不足が課題である。
- 海外売上の拡大やファンのエンゲージメントの向上には、電子だけでなく実際に商品(グッズ)に触れられるリアルな場(実店舗、ポップアップ、イベント等)での展開が極めて重要である。民間単独では困難な規模に対する公的支援を求めたい。
- 流通プラットフォーム支援を通じて出版業界も活用しやすい制度が検討されている点はあるが、実店舗、物販は支援対象外と聞いている。大手リテイラーの都合に左右されず、実際に商品に触れて購入できる売り場を自社で構築することは、ファンが集まる重要なプラットフォーム作りの観点からも重要だと思っている。物販事業と合わせて支援対象として検討してほしい。
- リアル店舗を持たない出版社としては、海外の書店等でグッズやフィギュアも販売し、トータルでユーザーに届けるような取組ができると、認知度やファンの熱量が高められると考える。
- 自社のIPを核として世界中にコンテンツを届け、ファンダムを構築するために、日本国内で行っているワンソースマルチユースを世界中でも実現したいと考えている。
- 日本資本、日本発のプラットフォーム、もしくは自分たちでハンドリングできるような形での商流の開拓について、引き続き議論したい。
- 世界中の人が電子で漫画を読む癖が海賊版でついていることは好機でもあり、良質な正規プラットフォームを提供できれば、その市場を獲得できるのではないかな。
- 欧米のアクセシビリティ法への対応を間違えると大変な損失になるため、国として適切な対応が必要である。
- 海外市場における顧客接点を探るためのマーケティングデータの獲得が必須である。
- ウェブプロモーションだけでなく、紙媒体を活用したクロスプロモーションの方法や、漫画文化・作品自体の認知をどのように向上させていくかが課題である。
- 漫画とアニメはセットで展開を考える必要がある。海外へのプロモーションについては、配信事業者なども含め日本企業が連携して実施する必要がある。

(論点3-3. 海外支援拠点の強化)

- 海外への直配信を行う際、現地でのセンサーシップ情報が不足している。また、現地のグッズ市場の情報が無いことが課題である。海外拠点からの情報提供や専門人材の配置を求めたい。
- 海外では紙での売り上げの方が大きく、アナログな面も多いため、JETROのような海外拠点の存在に優位性があると考えられる。現地の調査会社では電子出版の調査を行っていないところも多く、アナログと電子の両方の調査をJETROのコンテンツ専門員に各国で担ってもらうようにすれば、コンテンツ専門員間の連携も深まるのではないかな。

4. 論点5. 外部性

(論点5-2. ソフト・パワー強化への貢献)

- フランクフルト、パリ、ロンドン等の世界各地のブックフェアで日本ブースを展開している。特にイギリスでは翻訳作品の上位を日本作品が占める日本文学ブームが起きてい

る。一過性のイベントで終わらないように、翻訳者の育成、ネットワーキングの充実、海外に向けた版權窓口の一本化等に対する支援をいただきながら進めていきたい。)

以上