

第2回デジタル関連産業のグローバル化促進のための関係閣僚会議 議事要旨

(開催要領)

1. 開催日時：令和7年8月27日（水）11:20～12:10
2. 場 所：首相官邸2階小ホール
3. 出席者：

林 芳正	内閣官房長官
赤澤 亮正	新しい資本主義担当大臣
城内 実	内閣府特命担当大臣（クールジャパン戦略、知的財産戦略）
武藤 容治	経済産業大臣
阿達 雅志	総務副大臣
宮路 拓馬	外務副大臣
野中 厚	文部科学副大臣
岸 信千世	デジタル大臣政務官
橘 慶一郎	内閣官房副長官（衆）
青木 一彦	内閣官房副長官（参）
佐藤 文俊	内閣官房副長官（事務）
阪田 渉	内閣官房副長官補
河邊 賢裕	内閣官房副長官補
小林 麻紀	内閣広報官
飯田 祐二	内閣官房参与
野間 省伸	株式会社講談社 代表取締役社長
村松 俊亮	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

(議事次第)

1. 開 会
2. 議 事
デジタル関連産業のグローバル化促進に向けたコンテンツ分野の取組
3. 閉 会

(配布資料)

- 資料1 基礎資料・論点案
- 資料2 株式会社講談社説明資料
- 資料3 株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント説明資料
- 資料4 株式会社バンダイナムコホールディングス説明資料
- 資料5 内閣府特命担当大臣（クールジャパン戦略、知的財産戦略）提出資料
- 資料6 総務大臣提出資料
- 資料7 外務大臣提出資料
- 資料8 文部科学大臣提出資料
- 資料9 経済産業大臣提出資料

○赤澤新しい資本主義担当大臣

ただ今から、第2回「デジタル関連産業のグローバル化促進のための関係閣僚会議」を開催する。御多忙の中御参集いただき、誠に感謝申し上げます。本会議の司会を務める、新しい資本主義担当大臣の赤澤です。よろしくお願い申し上げます。それでは議事に入る。

まず、資料1「基礎資料・論点案」をもとに、エンタメ・コンテンツ産業のグローバル化の状況や、本日の会議の論点について御説明させていただきます。

1 ページ目。エンタメ・コンテンツ産業は、ゲームのプラットフォーム利用料やアニメ・漫画のライセンス料が、デジタル関連収支の改善に貢献。2 ページ目。日本には、競争力の高いキャラクターが豊富で、累積収入ランキングでは世界のトップ25の約半分にポケモン、ハローキティ、マリオといった日本発コンテンツがランクイン。3 ページ目。エンタメ・コンテンツ産業は、海外売上げが半導体の輸出額を超えるなど、日本の新しい基幹産業に成長。本年6月には、2033年に海外売上げを20兆円とする官民目標を閣議決定。4 ページ目。コンテンツは、アニメの聖地巡礼という形で、インバウンド観光客の聖地巡礼者が地方において約4,800億円の国内消費支出を行い、旅行収支を通じてサービス収支の改善に貢献することが期待される。5 ページ目。他方で、海外売上げの一部が国内に還流せず、または海外に流出する収入ギャップ問題が発生。海外売上げの回収率は56%に留まっている。売上げの数%の受取に留まるライセンスビジネスから配給・卸売への転換や、視聴データの提供等についてプラットフォーマーとの契約の改善・透明化が必要とされる。6 ページ目。エンタメ・コンテンツ産業でも、産業政策の国際競争が激化。諸外国は、1,000億円規模以上の政府支援を提供し、多額の製作費で良質なコンテンツを市場に投入。一方、日本も政策支援を強化してきたが、諸外国の支援規模には及ばず、海外売上げも劣後。最後は本日の論点。このあと事業者3者から頂戴する御意見も踏まえ、世界的な大ヒット作品の量産に向けたコンテンツの制作支援・人材育成の強化、海外売上げの拡大や回収率の向上に向けたコンテンツの海外流通機能の強化、大規模・長期・戦略的な政府支援による官民投資の増大、の3つの論点で、政策の深掘りを進めてまいりたい。私からの説明は以上である。それでは、事業者からのヒアリングに移りたい。

○株式会社講談社 野間氏

弊社のグローバル展開の主要エリアは北米、欧州、東アジアであり、北米が最大の市場。北米事業は大きく2つに分かれ、現地法人のKodansha USA Publishingによる出版活動と、日本から北米に向けた電子配信やアニメ事業である。

ここ20年は漫画出版を主軸にビジネス規模を拡大。直近5年間の刊行ペースは年間約1,000点に達し、まだ拡大の余地がある。北米の出版市場は、紙とデジタルの比率が9:1であり、日本国内では3:7であることと比較すると、紙の漫画の売れ行きが圧倒的に大きい。

次に、日本国内から北米に向けた事業の1つとして、携帯アプリ「K MANGA」がある。米国を皮切りに現在48か国で、100作品以上を日本と同時に英語で配信し、海外ファンが日本と同じタイミングで作品を楽しめるようにしたもの。

また、自社資金を投じたアニメ制作も積極的に行い、直近では年間40~50本ペースで弊社の漫画原作のアニメを制作し、昨年1年間では45本。これらはNetflixやCrunchyrollといったプラットフォームを通じ、北米を含むグローバルで配信されている。

弊社はIPの価値最大化を重視し、紙とデジタル、アニメ、イベント等を組み合わせている。「ヤングマガジンUSA」は、ニューヨークでのアニメイベントや米国内の紀伊国屋書店17店舗で無料配布する目的で制作。少年漫画が主流の北米で、青年層のファン拡大を意図した試みである。昨年10月にニューヨークで開催した「KODANSHA HOUSE」では、およそ20日間で2万人が来場し、「AKIRA」や「進撃の巨人」、「頭文字D」といった人気作品の展示や、著者を招いたトークショーなどを実施。SNSでの反響も大きく、今年10月に第2弾も予定。

今後の取組について、1つ目は、弊社の出版物を原作としたシリーズものの実写映画制作における、グローバル展開も見据えた新たな資金調達スキームの構築である。クレデウスと弊社で合同会社を設立。この合同会社に対して、三菱UFJ銀行や投資家から調達した資金の受け皿となるファンドを三菱UFJ信託銀行が組成し、制作資金を一括提供するというスキーム。すでに60億円以上が集まっており、金融機関との連携によって資金調達に選択の幅が生じることとなった。

2つ目は、米国発のゲームプラットフォームであるRobloxとの連携。Robloxは「ゲーム版YouTube」とも呼ばれ、世界で4億人以上が登録、月間アクティブユーザー数は2億人を超える巨大なサービス。弊社は、NetflixやSEGAなどと共にRobloxのパートナーとなり、弊社で管理するIPのライセンス提供を開始する。これにより、Roblox上のゲームクリエイターは正規のルールに基づいて人気IPを利用でき、無断利用の抑止とともに原作者への収益還元も可能となる。弊社から「ブルーロック」「転生したらスライムだった件」の提供を予定。

今後に向けては、いくつか大きな課題がある。第1には海賊版対策。英語版漫画の海賊版サイトへの月間アクセス数は6億とも言われ、北米での正規版拡大を阻んでいる。第2はプロモーションコスト。米国では漫画がアニメの原作との認知が浸透しておらず、市場形成に大きな負担を伴う。日本国内では漫画、アニメ、ゲーム、グッズなどの展開で各社の連携が図れているが、米国では不十分な状況。第3は巨大プラットフォームやハリウッドとの交渉力。世界的ネットワークと圧倒的な資本力をもつ彼らとの交渉は容易ではない。コンテンツ自身の魅力とともに、上述の資金調達スキームも用いるなど、交渉上の優位性を獲得したい。

政府に期待することは、第1に海賊版対策について、海賊版の拠点とみられる国での政府・関係機関へのハイレベルでの働きかけの強化や、海賊版が読まれている市場、例えば北米で官民一体となった啓蒙・教育キャンペーンが必要だと考えている。

第2に北米市場で漫画・アニメの更なる浸透を図るため、助成の規模の大型化や、1社または1案件あたりの上限額緩和などを期待。第3にJETRO等を通じた現地情報の発信や相談対応の強化継続。最後になるが、弊社は「おもしろくて、ためになる」コンテンツを世界に広めるという理念のもとグローバル展開を進めてまいる。引き続き官民で連携をし、コンテンツ市場拡大を頑張ってまいりたい。

○株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント 村松氏

弊社のグローバル展開の事例、今後の取組、課題と支援のお願いについて説明する。まず、グローバル展開の事例として、アニメ映画「劇場版 鬼滅の刃 無限列車編」の世界的な大ヒットがある。アニメビジネスは映画の興行収入だけでなく、グッズや音楽、360度のビジネス展開を図ることが可能であり、経済波及効果が非常に大きい。実写映画「国宝」も国内で記録的なヒットとなっている。す

でに9つの国と地域での公開が決定し、今後は世界中にも展開していく予定。音楽分野では、YOASOBI、LiSAの活躍が象徴的であり、数々の世界最大規模フェスへの出演や海外ツアーを実施。日本の音楽がアニメとともに世界で存在感を高めており、日本のコンテンツは、確実に今までにない勢いで世界から求められている。ゲーム分野では、10周年を迎える「Fate/Grand Order」が世界累計8,000万ダウンロードを突破し、長期的にファンを獲得。また、自身が理事長を務める一般社団法人カルチャーアンドエンタテインメント産業振興会(CEIPA)による、本格的国際音楽賞「MUSIC AWARDS JAPAN」は、今年5月に京都で初開催し大成功を収めた。同団体とTOYOTA GROUPとの共創プロジェクト「MUSIC WAY PROJECT」では、Ado、YOASOBI、新しい学校のリーダーズが出演する「Matsuri' 25」をアメリカ・ロサンゼルスで開催し、日本を代表するアーティストを世界に発信。

今後の取り組みとしては、上述のTOYOTA GROUPとの共創プロジェクト「MUSIC WAY PROJECT」の取組推進。日本のコンテンツをもっと世界に発信すべく、世界でライブイベントを開催するなどグローバル化への「道」を創る。次に、有料会員数1,700万人を超える定額制ビデオ・オン・デマンドのストリーミングサービスであるCrunchyrollでの取組について、同サービス内において、漫画配信サービスであるCrunchyroll Mangaを北米にて開始し、アニメ原作の日本漫画を世界へ訴求していく予定。正規版漫画を世界に提供することが海賊版撲滅にもつながり、日本のコンテンツパワーをより強く打ち出せることを期待。

グローバル展開における課題の1つ目は海賊版対策。海賊版による損失金額は2兆円を超えるとされるが、弊社は違法アップロードを探しプラットフォームに削除依頼するという地道な業務に日々追われている。各国政府、関係機関への協力要請の抜本的強化とともに、違法アップロードの調査をはじめ、盗撮・違法アップロード・違法配信視聴が犯罪であることを周知させる啓発活動への対応費用の補助もお願いしたい。2つ目はローカライズ、カルチャライズ。言語対応以外にも、ライブ映像配信・ファンクラブ・越境EC・海外ライブツアー等のサービスをグローバル展開する際、1か国ごとに法律等を調査し1つ1つクリアしていくプロセスが大きな負荷。現地の情報集約機能の強化や、国際契約・知的財産に精通した専門人材の育成と派遣や海外展開におけるアーティスト及びクリエイティブチーム稼働に伴うビザ申請の容易化もお願いしたい。3つ目は日本のエンタメ・コンテンツ産業を象徴する拠点の不在。日本のコンテンツ産業振興のためには、日本のコンテンツ産業を世界に強く打ち出せるようなシンボルがあることも重要と考える。

現在の日本において、世界をこれほど熱狂させ、未来を切り拓く力を持つものはコンテンツ産業以外にはない。まさに、日本のイメージを形づくる最後の砦。その潜在力を活かし、確実に実を結ばせるために、本格的な予算投入や税制優遇、そして韓国コンテンツ振興院のような長期的に機能する実務体制が不可欠。コンテンツ産業全体に対する長期的かつ大規模な戦略的支援をお願いしたい。

○株式会社バンダイナムコホールディングス 桃井氏

グループ全体の地域別の売上割合は日本国内が58%、海外が42%となっているが、海外売上げもさらに伸ばし、早期に日本50%、海外50%にしたいと考えている。最終的な理想は日本が40%、北米20%、欧州20%、アジア20%が理想。カテゴリー別の売上げは、トイホビー（グッズ）にカードやガシャポン、お菓子等の商品が含まれており46%、ゲーム（デジタル）が35%。

本日御参加の講談社やソニー・ミュージックエンタテインメントなどとも協力し、世界中で各種

コミック・ブック・コンベンションを実施しているが、日本のアニメコンテンツは世界の隅々まで浸透していると感じる。一方、そういったイベント内での海賊版グッズなども増えてきており、もう一度正規版をしっかりと流通させなければならないと考えている。

弊社の海外拠点について、バンダイメキシコでは社員は全てローカル人材を採用し、アニメコンテンツをしっかりと現地に伝えている。中南米やアフリカは未進出であり伸びしろがある。

最近のヒット商品を紹介する。モバイルゲームの「SDガンダムGGENERATION」は香港、台湾等アジア圏を中心に全世界で大ヒット。コンソールゲームの「ELDEN RING」は、2022年から世界累計出荷3,000万本の大ブレイクであり、北米、ヨーロッパを中心に95%が海外である。ゲームはプレステーションやXboxのコンソールに限らず、アメリカのPCゲームのプラットフォームであるSTEAMでも市場が拡大している。ワンピースのカードゲームは、2022年の発売以来全世界で大ヒット。売上割合は国内45%、欧米45%、アジア10%で半分以上が海外市場。カードバトル大会での熱狂により市場が伸びていき、ガンダムカードゲームも今年7月の世界同時発売初日に全世界の店頭で売り切れとなった。

海外展開における課題は、玩具・フィギュアの模倣品対策。弊社は、20年以上前から中国において模倣品対策（行政摘発、刑事摘発）を現地公安などと協力し行ってきた。自身が「ニセモノ対策委員長」を務めてきた一般社団法人日本商品化権協会においては、これまでの弊社グループの対策ノウハウをまとめたガイドブックを公開し会員企業とも協力をしている。中国での対策を集中的に行ったことにより、中国国内での模倣品製造、流通は減少したが、その分、インド、東欧、中東、中南米に大規模に模倣品が輸出され大きな課題となっている。これらの課題背景は3点あり、知的財産意識の欠落・未成熟、生産国からの3国間貿易の際の高関税、正規の商品化申請、契約、監修の流れが現地の会社にとっては複雑という点。

デジタル収支の改善とコンテンツビジネスは、ロイヤリティが日本に入ってくることが重要であり、単純な輸出額では測れない。消費者のファンを基盤とした多層複合的なビジネスモデルであり、IPライセンスロイヤリティ収入をどのように最大化するかという視点が重要。

○赤澤新しい資本主義担当大臣

続いて関係閣僚から順に御発言をお願いしたい。

○城内内閣府特命担当大臣

日本のコンテンツ産業は、海外展開の市場規模が10年間で3倍以上に増加し、2023年には半導体産業や鉄鋼産業を超え、約5.8兆円の規模に達している。知的財産戦略本部では、ソフトパワーの強化と好循環の実現を目指し、昨年6月に決定した「新たなクールジャパン戦略」において、コンテンツを基幹産業として位置づけ、日本発のコンテンツの海外市場規模を、2033年までに20兆円とする目標を設定。

さらに、政府では、クリエイター・コンテンツ産業に係る政府の司令塔機能として、昨年9月に「コンテンツ産業官民協議会」及び「映画戦略企画委員会」を立ち上げ、官民連携による推進体制を整えた。

去る6月3日には、官民協議会等での意見も反映しつつ、知的財産戦略本部において「知的財産推進計画2025（にせんにじゅうご）」を決定し、コンテンツ産業の海外展開支援や現地マーケット等

へのコアネットワークの構築、流通プラットフォームの機能強化、海賊版・模倣品対策の強化等の施策に取り組むこととしている。

また、海外からの高付加価値インバウンド誘致など、地域経済において大きな経済波及効果が期待されるアニメ・映画等のコンテンツの魅力を活かした地域一体となった取組を、クールジャパン戦略会議においてコンテンツ地方創生拠点として選定し、関係省庁や自治体、関係経済界等が連携の上、その実現・拡大を促進することとしている。

内閣府としては、コンテンツ産業の成長を日本経済の「稼ぐ力」につなげるためにも、引き続き、関係省庁と連携しつつ、力強く取り組んでまいる。

○阿達総務副大臣

コンテンツは、世界市場で評価されるとともに、世界の人々を魅了し、日本や地域の魅力を発信。コンテンツ産業は、地域の中で生まれ、地方創生にも寄与すると同時に、海外の活力を取り込む観点からも重要な産業。

この中で、放送・配信コンテンツは、世界のコンテンツ産業の市場規模や国内の市場規模においても、約3割を占めており、市場全体の中で最も割合が大きく、重要な位置づけとなっている。日本の放送コンテンツの海外輸出額は約835.8億円と増加傾向であるが成長余地がある。現状では日本からの輸出額の多くをアニメが占めていることから、特に実写系コンテンツは成長の余地が大きいと考えている。

総務省では、日本の放送コンテンツの製作力強化・海外展開推進のため「放送コンテンツの製作力強化・海外展開推進パッケージ」として、高品質の放送コンテンツの製作促進、権利処理の効率化、日本の放送コンテンツを集約した配信プラットフォームの整備支援等に取り組んでいる。

製作力強化・海外展開推進を更に進めるため、本年6月に閣議決定された「経済財政運営と改革の基本方針2025」及び「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画2025年改訂版」も踏まえ、総務省の有識者会議において放送・配信コンテンツの製作力強化・海外展開推進に関する産業戦略を検討し、今月、とりまとめを公表した。

ここでは、「企画・開発」、「製作」、「権利処理」、「流通」の各製作段階の課題や人材、DXの横断的課題について整理し、それぞれの対応策を取りまとめた。

一例をあげると、製作段階においては、4KやVFX、AI等の先進的なデジタル技術の活用補助の抜本的強化、流通段階においては、海外配信機能の強化への支援、人材育成においては、ビジネスプロデューサーやAI人材等を育成する教育・研修の推進など。

今後、これを踏まえて、官民が連携し、企画・開発からはじまる各段階における課題や横断的な課題の解決に、一体的に取り組む、製作力強化、海外展開の好循環を実現してまいる。

○宮路外務副大臣

日本企業の海外での活躍は、日本経済の成長にとっても、また国際社会の課題解決への貢献の観点からも、極めて重要。政府としてその海外展開を支援していく必要があると考えている。今回は、コンテンツ分野における外務省の取組を2つ紹介する。

1つ目は、海賊版を始め、海外に展開する日本企業が直面する知的財産に関する問題への対応。

海賊版の被害を受ける日本企業からの相談に対応する窓口として、ほぼ全ての在外公館に知的財産担当官を任命し、現地の実情に関する情報収集や、案件に応じ先方政府に申し入れを行うなどの対応を行っている。例えば知的財産に関する問題が深刻なベトナムについて、政府ハイレベルに対し、累次にわたり、漫画の違法サイトの取締り等の強化に向け働きかけを実施。

2つ目は、国際交流基金及び在外公館を通じたコンテンツ発信の取組。国際交流基金は、海外における日本文化紹介事業に加え、日本映画等動画配信プラットフォーム「JFF Theater」、舞台公演作品のオンライン配信プロジェクト「STAGE BEYOND BORDERS」等、幅広い分野の文化事業をオンラインで実施し、対日理解を促進すると共に視聴需要を高めるなど、海外展開の土壌づくりを推進している。また、在外公館でも、対日理解の促進や親日層の形成を目的とした外交活動の一環として、オンラインも活用し、邦楽公演や日本映画上映会、日本アニメ関連事業などの日本文化紹介事業を実施し、日本文化としてのコンテンツ分野の広がり貢献。

コンテンツ分野についても、引き続き、関係省庁とも連携し、民間企業等とも意思疎通しながら、スタートアップを含む日本企業の海外展開を支援してまいる。

○野中 文部科学副大臣

マンガ、アニメ、ゲーム、映画、音楽等のコンテンツは我が国の誇るべき財産であり、その海外展開を進めるためには、海外へのプロモーションを担う人材から制作実務を担う人材まで、幅広い人材の育成が重要。

このため、文部科学省では、長年にわたり、「土壌」づくりとして、若い才能を見い出し、創造や留学の機会を提供してきた。

また、令和5年度に「クリエイター支援基金」を創設し、国際的に活躍する卓越したクリエイター等を複数年度にわたって戦略的に育成する枠組みや、グローバルに活躍する高度専門人材を産学官連携により育成するプログラムを構築する取組を開始。

今後も、コンテンツの海外展開を担う人材を育成するとともに、国内外のコンテンツ制作需要の増大に対してコンテンツ制作に携わる人材が質・量ともに圧倒的に不足しているという課題を踏まえ、骨太方針2025等にも記載されているように、関係省庁と連携し、クリエイター、技術職、スタッフ等、作品の制作工程で大きな役割を果たす「中核的専門人材」の育成・確保にも取り組んでまいりたい。

○武藤 経済産業大臣

エンタメ・コンテンツ産業は、日本の基幹産業に成長した。今後は、官民で、「外貨の稼ぎ頭」に育てる。

人材や知的財産（IP）、デジタルへの国内投資を倍増すれば、エンタメ・コンテンツ産業は、主に国内で稼ぐ労働集約型産業から世界で稼ぐ知識集約型産業に変わり、2040年には貿易・サービス収支の黒字の半分を稼ぎ出す産業に成長する。

当面は、2033年に海外売上げを3倍の20兆円にする官民目標に向けて、投資する分野・バリューチェーン・地域等を具体化し、制作から海外展開まで一貫通貫で大規模・長期・戦略的な政府支援を行う。これにより、官民連携による投資を増大させ、世界的な大ヒット作品の量産、流通・開発プラッ

トフォームの強化、投資拡大の好循環を作る。

その際、特に国際的に競争力の強いゲーム・アニメ・マンガを起点に、音楽、実写も含めた五大戦略分野を横断的に、クロスメディアとして展開することにより、知的財産の価値を最大化する。

こうしたプロセスを通じ、官民連携を本格化して、「投資戦略」の検討を進めてまいる。

○赤澤新しい資本主義担当大臣

それでは、事業者からの御説明に関し質疑応答に移る。

○林官房長官

お三方に共通して伺うのは、海賊版について、所得が高く正規版を買えるはずの北米で広がっている理由は何故か。

カードゲームにおいてはビジネスとして、ゲーム大会の開催からも収入はあると思うが、カードそのものの売上げが最もキャッシュフローとして大きいのか。

以前は、アニメは良くて実写や音楽は受け入れられづらかったと聞いたが、ここ数年でその壁がなくなったと感じる。もともと日本の音楽は優れていたと思うが、YOASOBIなどがアメリカで展開できたきっかけは何だったのか。また、そのきっかけを更に増やすことはできるか。

漫画について、限られたページ数の中で優れた作品を選ぶノウハウは、他国よりも優れている部分だと考える。原作者を探し出す方法について、差し支えない範囲で教えてほしい。

○株式会社バンダイナムコホールディングス 桃井氏

先進国での模倣品が増えてきている背景の一つとして、個人の二次創作の延長で、個人ブースでの出展や販売などが増えてきているという傾向がある。模倣品のクオリティも高まっており、企業側も違いをしっかりと示す必要がある。

ドイツでのペーパーワールド（紙の展示会）では展示会オープン前に知財ポリスが巡回し違反者を締め出していた。そのような動きも現地警察と連携しながらやることも必要。

カードに関する売上げについては、数十億枚流通させているので、カード本体の売上げが大きい。

○株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント 村松氏

ここ2、3年で日本人アーティストの海外での認知が高まったが、きっかけはアニメの主題歌で認知が広がったことが大きい。日本の楽曲のベスト100のうち80曲くらいはアニメ主題歌が占めており、そこで認知されたアーティスト、例えばYOASOBIや米津玄師等が深掘りされた。日本の音楽の良さであるメロディやアレンジが世界に広まりつつある。ボカロ文化も強みがある。

きっかけを広げるために、アーティストが集まりオールジャパンで行うワールドツアーを、漫画、アニメ、ゲーム等日本コンテンツのファンが集まるイベントなどへ当てていきたいと考えている。大きな資金が必要となるため、サポートいただけると大変ありがたい。

海賊版の被害が大きいのは漫画、アニメ。海賊版を見る理由を調査すると、無料であるという理由より、正規の翻訳版よりも早く見る・読むことができるからという理由が多い。海賊版はファンたちがあつという間に翻訳して流通させるため早く出回る。それらよりも早く流通させるために、

AI等の活用や大きな予算を投入するなど含め早期に流通させることが重要であり、正規版流通を確立させることができれば海賊版は撲滅できると考える。

○株式会社講談社 野間氏

講談社は、携帯アプリ（K MANGA）で100作品以上を日本と同時に英語で配信している。日本発売と同タイミングで海外配信することは大変であり、実行できている会社は数社程度。正規の翻訳版を早期に流通させることや、量を増やすことが海賊版対策としても重要。

コロナ禍を機に急速にアニメが広がり、そこから漫画需要が拡大したことで、これまでアメリカでは広く読まれていなかった少女漫画、ラブコメディなどのジャンルも読まれるようになってきて、それらの中では正規版がまだ流通していないものもあるという背景もある。海賊版を読むとマンガ家の収入が減り、新しい漫画も生み出すことができなくなっていくため良くないことであるという教育・啓蒙を、最大の市場であるアメリカでも一層広げていくことができないかと考えている。

漫画家の育成に関して、雑誌の新人賞等への応募も多く、漫画家になりたい人は多い状況。漫画雑誌へ掲載できる作家・作品数は限られているため、厳しい競争が機能しており、日本での競争に勝ち残っていければクリエイターとしては困らないと考えている。また、海外クリエイターの育成等も手掛けている。

○城内内閣府特命担当大臣

桃井氏に伺いたい。フィギュアのクオリティは高いがMADE IN CHINAであることが多い。中国当局が海賊版を取り締まっているとも聞いたが、そこで働いた方が金型や技術を転用して海賊版グッズを作ることもあるのではないかと考えている。コストの問題があるかもしれないが、グッズを日本で作ることはできないか。そうすれば雇用や技術継承にも繋がるうえ、マニアからするとアニメフィギュアがMADE IN JAPANの正規品で証明書も付いていれば、高価でも複数購入することも考えられる。また日本の職人技でハイクオリティなものにもできると考える。

○赤澤新しい資本主義担当大臣

Web3.0が十分に普及すれば権利者に利益が還元される形で流通させられるはずだと考えており、我々もWeb3.0やブロックチェーン技術等を支援してきたが、いまだに海賊版対策が重要だという話を聞くと、Web3.0の普及が遅いのか、思ったほど技術が成熟していないのかなど現場の皆様としてどのように感じているのか伺いたい。

○株式会社バンダイナムコホールディングス 桃井氏

グッズの国内生産に関して、日本でしかできない付加価値の高い生産もあり、できる限り日本で回せるものは日本で作りたいと思っている。各国では得意なものと不得意なものがあり、例えば、アジアでは色を吹きつける彩色工程で高い技術を持つ。メキシコでは、組み立て整形はできるが、彩色はできないなどもあり、強みをうまく組み合わせながら製造を行うことが重要。関税の影響もあり、カードなどは現地製造を考えたが、紙への印刷のクオリティ等は海外より日本の方が高い。クオリティに注力しながらやっていきたい。

Web3.0に関しては、デジタル面においてのセキュリティは高まってきていると思う。悪意を持ったアニメ、マンガ、グッズに関してはweb3.0の対象とは異なる話だと捉えており、それらの海賊版は徹底的に対処すべき話と考える。Web3.0でファンコミュニティ等を通して製作者へ還元される仕組みに関しては可能性を感じている。

○株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント 村松氏

Web3.0やブロックチェーンについては実用フェーズに入ってきている部分があるが、お客様に楽しんでもらうときに、権利者に還元する仕組みは、まだまだ研究途中である。将来的にはできると思う。

○株式会社講談社 野間氏

Web3.0、ブロックチェーンの技術を活用していく話はこれまでも出ているが、それを流通させることができる事業者があまりいない。様々な活用方法があると思っており、今後の活用の幅はあると思っている。

○赤澤新しい資本主義担当大臣

それでは、最後に林官房長官から御発言いただく。

○林官房長官

本日は、第2回の「デジタル関連産業のグローバル化促進のための関係閣僚会議」に参加いただき、特に有識者の皆様にも御礼申し上げます。コンテンツ産業は、日本の基幹産業に成長した。日本のコンテンツを目的に観光に訪れる外国人も増えて外貨の獲得にも貢献。これからは国内市場を超えてグローバル市場の視点での成長産業として、後押しする必要があると考える。ゲームやアニメ、マンガを中心に顧客訴求力の高い知的財産を持ち、デジタル関連産業の中でもコンテンツ産業の競争力は非常に高い。しかしながら、グローバル市場での競争という視点では、官民で連携して世界市場で戦っている諸外国に対して、競争していくという認識が必要となる。本日ご来訪のお三方からは、海賊版対策を含めて厳しい国際競争環境のなかでデジタルプラットフォームを作り、1つの知的財産をマンガからアニメ、グッズまで多角的に展開を行うなど、海外展開に果敢に取り組む話を聞いた。こうしたコンテンツ分野における民間事業者の挑戦を強く支えるには、知的財産、人材やWeb3.0の話もあったが、デジタル技術に大規模・長期・戦略的な支援を行い、新分野への官民投資を増大させることが必要。このためにも、関係府省庁が連携するとともに、政府支援策を思い切って充実させていただきたい。今後、第3回も事業者からのヒアリングを行った上で、9月を目途に、一旦、施策パッケージを取りまとめたい。

○赤澤新しい資本主義担当大臣

以上をもって、本日の会議を終了させていただきたい。本日の事業者の方々からの御意見、そして官房長官からの御指示を踏まえ、デジタル関連産業のグローバル化に向けた政策の検討を加速させてまいりたい。本日は、誠に感謝申し上げます。