

マンガ・アニメ海賊版対策

“Manga-Anime Guardians Project”

概要説明

平成26年11月14日

経済産業省

商務情報政策局 文化情報関連産業課（メディア・コンテンツ課）

- クールジャパン戦略の狙いは、アニメ、ドラマ、音楽等のコンテンツや「衣」「食」「住」をはじめ、日本の文化やライフスタイルの魅力を付加価値に変え、新興国等の旺盛な海外需要を獲得し、日本の経済成長（企業の活躍・雇用創出）につなげること。
- このため、海外需要を取り込む段階を3つに分け、①日本の魅力を発信することにより、海外において日本ブームを創出する段階、②現地で関連商品、サービス等を販売する段階、③観光政策などと連携しつつ、日本に関心を持った外国客を実際に日本に呼び込むことで消費を促す段階、それぞれの段階での支援を講じていく。

<戦略的海外展開>

①日本ブーム創出

日本の魅力の 効果的発信

日本に対する興味・関心を高める機会の創出

- (1) コンテンツ海外展開支援（ローカライズ等）
 - ・J-LOP
- (2) 日本でのイベント開催及び海外情報発信
 - ・コフェスタ
 - ・インフルエンサー招聘

②現地で稼ぐ

現地で稼ぐための プラットフォーム構築

日本のコンテンツ専用チャンネルの確保や商業施設等における関連商品の販売

- (1) 製品開発・チームづくり
 - ・プロデューサー派遣
- (2) 現地企業とのマッチング
- (3) テストマーケティング
- (4) リスクマネーの供給
 - ・クールジャパン機構の設立

③日本で消費

日本に呼び込み 大きく消費を促す

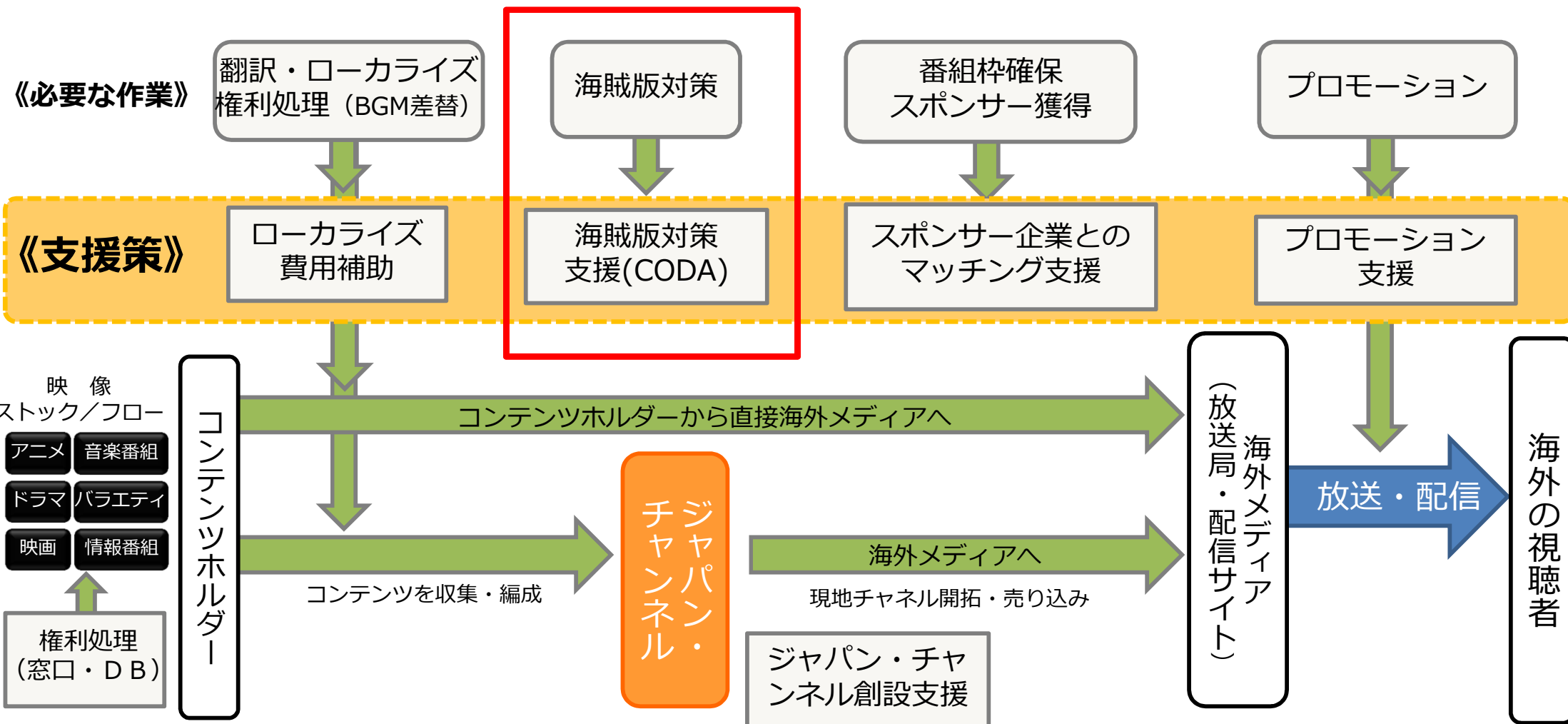
ビジット・ジャパンをはじめとする外国人観光客・ビジネス客の集客

- 日本でのイベント開催及び海外情報発信（再掲）

2. 日本ブーム創出のためのコンテンツ海外展開

- コンテンツを通じて日本の魅力を発信することにより、海外において日本ブームを創出する。
- コンテンツの継続的な放送・配信等のプラットフォームを確保し、コンテンツ輸出を一気に加速することで、海外で日本のコンテンツが常に視聴される環境を整える。

<映像コンテンツの海外流通フロー>



- ・ **オンライン海賊版ユーザーのファン全体に占める割合は、マンガ、アニメともにアメリカの方が高い**
 - アメリカは、マンガ・アニメの順にファンの53%・51%、日本は7%・17%。
 - 日米ともに、オンライン海賊版ユーザーのほとんどが正規版との併用ユーザー。

アメリカ

- ・ 米はオンライン海賊版ユーザー比率が高いものの、**「条件が満たされれば、正規版に対しお金を払う意向」は8割前後**、「その場合に、払ってもよいと考える金額」は2,000円前後/月と、いずれも日本に比べ高い
- ・ 米ユーザーが正規版にお金を払う主な条件は、「**サイマル配信**」、「**デバイスの自由度**」、「**ダウンロードができ、視聴制限なし**」の**3つ**（3割以上のユーザーが選択）。
- ・ 元オンライン海賊版ユーザーがその利用をやめたのも、「海賊版利用はよくない」といった価値観というより、「**海賊版が見れなくなること**」と「**正規配信が増えること**」に起因しており、海賊版対策と併せて正規版推進が重要

日本

- ・ 日本では、ライトユーザーにとっては、「正規配信が増えること」の効果は限定的であり、むしろ「**海賊版が見られなくなること**」と、**米国と比較すると「海賊版利用はよくない」といった「罪悪感」が効いている**。
- ・ ヘビーユーザーにとっては「**海賊版が見れなくなること**」と「**正規配信が増えること**」が**オンライン海賊版利用中止の主な理由**となっている
- ・ 他方、正規版にお金を払うようになる主な条件は「**サイマル配信**」、「**ダウンロードができ視聴制限がなくなること**」だが、「**1つのサイトで全て視聴できる**」といったような利便性に対する要望も一定数存在しており、正規配信ビジネスの推進も同時に行う必要あり

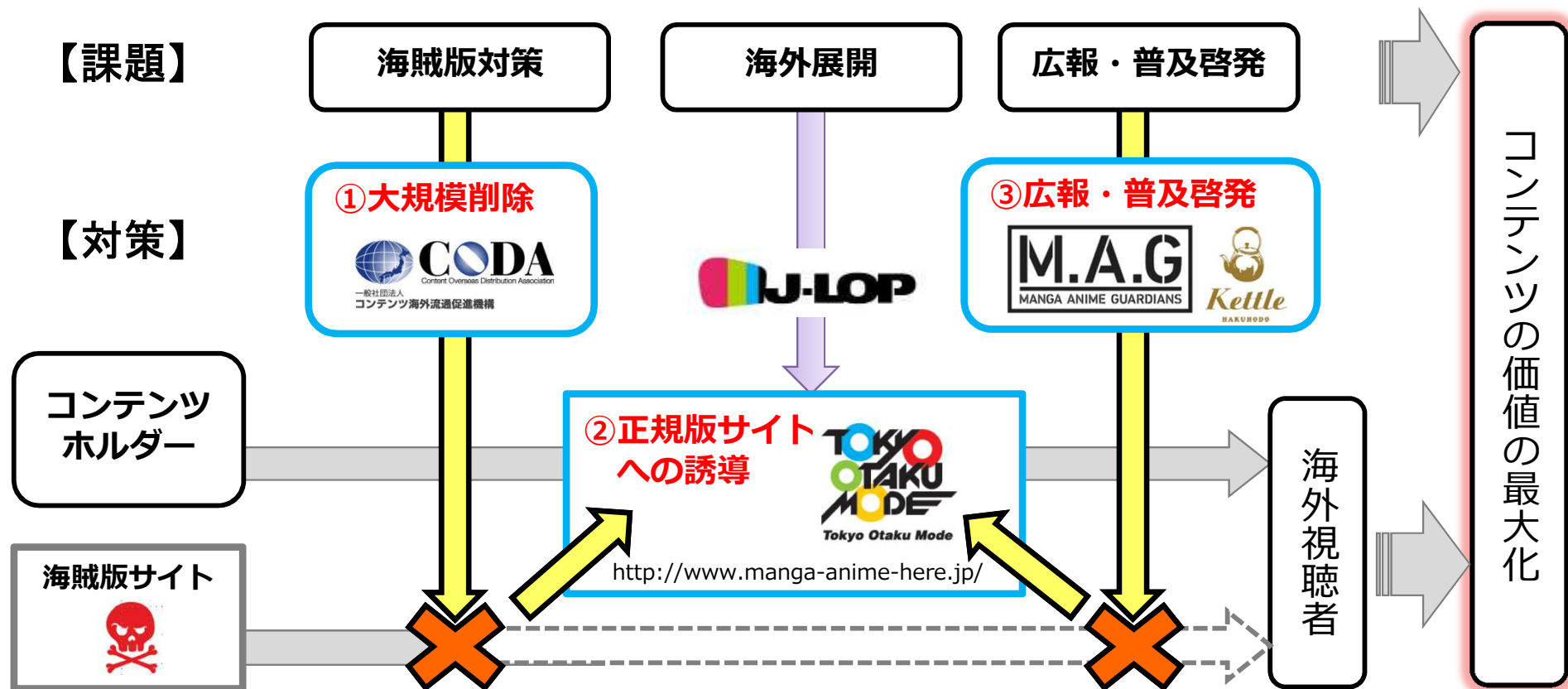
1)日本のマンガ・アニメファンに対するインターネット・アンケート。サンプル数は、日本682名、アメリカ541名

2) オンラインリーディング（マンガのみ）、動画投稿サイト、オンラインストレージ、トレントサイト、ファイル交換ソフト

Source: 消費者アンケート、ローランド・ベルガー分析

- ①海賊版の「**削除**」を効率的に行い、それと同時に②ファンを海賊版から正規版サイトへ「**誘導**」する仕組みを構築し、更に③国内外の視聴者等に「**広報・普及啓発**」を行うという3つの課題に一貫して戦略的に取り組むことが重要。
- これらの取組の連携を通じて、国内外のファン層を維持・拡充しつつ海賊版サイトが市場から消滅していく、コンテンツ対価を支払う仕組みが主流化するような、良貨が悪貨を駆逐する仕組みの構築を行う。

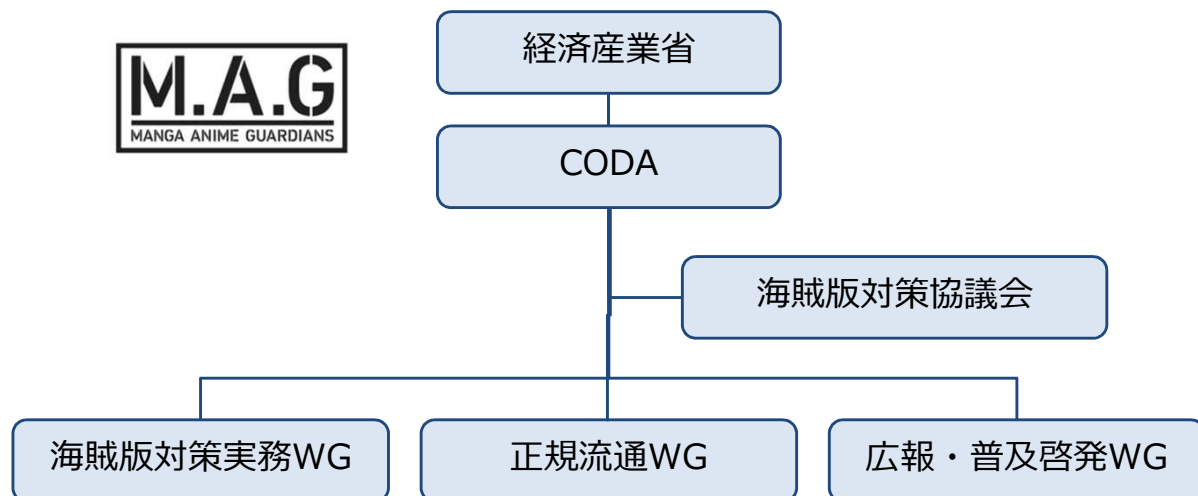
<コンテンツの価値のグローバルな最大化に向けた取組>



本プロジェクトは、経済産業省平成25年度補正予算「コンテンツ海賊版対策強化事業（コンテンツ流通促進に向けた海賊版対策支援事業）」として、一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構（CODA）に委託し実施。

1. 期間 2014年3月～2015年3月

2. 体制と実施内容



- ① **大規模削除：**
主にインターネット上に掲載されている海賊版コンテンツの削除
CODAが削除プロバイダ（8社予定）を通して実施
- ② **正規版サイトへの誘導：**
正規版リンク集Manga-anime-here.jpの構築・運営
CODAよりTokyo Otaku Modeに再委託
- ③ **広報・普及啓発：**
正規版コンテンツの視聴を促進するための広報・普及啓発活動
CODAより博報堂に再委託

<マンガ・アニメ海賊版対策協議会委員>

（敬称略・50音順）

(株)グッドスマイルカンパニー 代表取締役社長

(株)KADOKAWA 代表取締役専務

(株)サンライズ 代表取締役会長

(株)バンダイナムコゲームス 代表取締役副社長

(株)トムス・エンタテインメント 専務取締役

(株)小学館 常務取締役

(株)ブシロード 代表取締役社長

東映アニメーション(株) 取締役

(株)集英社 専務取締役

(株)アニプレックス 代表取締役

(株)ぴえろ ファウンダー

(株)スタジオジブリ 代表取締役社長

(株)手塚プロダクション 代表取締役社長

(株)小学館集英社プロダクション 取締役

(株)講談社 国際事業局 局長