

# 知的財産国家戦略フォーラム

研究会合（2003年2月25日）講演記録

講師：弘兼憲史氏

## 「日本のマンガ文化を大切にしよう！！」

### < 講師略歴 >

弘兼憲史 [ ヒロカネケンシ ] 氏

1947年、山口県生まれ。早稲田大学法学部卒。松下電器産業販売助成部に勤務した後、漫画家として独立。76年、「朝の陽光の中で」で本格的デビュー。以後、人生を考えさせる社会派作家として活躍。84年には「人間交差点」で小学館漫画賞、91年には「課長島耕作」（「取締役島耕作」として連載中）で講談社漫画賞、「黄昏流星群」（連載中）で文化庁マルチメディア芸術祭優秀賞を受賞。

### < 御講演のポイント >

#### ・マーケット・ターゲットは「50歳以上」

これからは、あらゆる商品が中高年向けの企画になる。国勢調査の結果を、「0 - 19歳」、「20 - 49歳」、「50歳以上」を、それぞれの総人口に対するパーセントでグラフにした。「50歳以上」というのは、ほぼあらゆる義務から解放される世代、つまり子供の教育や住宅ローンが終わり、自由時間に恵まれた世代である。「20 - 49歳」は、スペンディング・ウェーブといい、一番お金を使う世代。この層が多いときは景気が良い。1970 - 80年代の日本が右肩上がりの経済成長時代は、「20 - 49歳」の数が多く、消費が活発な時代であった。今後は、日本の人口の約2人に1人が「50歳以上」となる。つまり、日本は「若者の国」から「高齢者の国」に変わりマーケットは逆転する。2003年の今頃が、「20 - 49歳」世代と「50歳以上」世代の人口が逆転している頃である。

レコード業界は「0 - 19歳」にポイントを絞ってセールスしている傾向が強い。お金があり、音楽で育った「50歳以上」を対象に良い企画を出せばもっと売り上げが伸びるのではないか。実際に、ビートルズのリメイク版、井上陽水の「コーヒールンバ」等が売れている。レコード業界は子供向けの傾向が強すぎるのではないか。AMラジオ番組が、最近分かってきたようだ。ラジオは「50歳以上」世代の視聴者が多い。TBSが中高年向けに高い視聴率を取

っている。NHKも「ラジオ深夜便」など良い番組を作っている。ラジオ日本も高齢者中心の番組作りをしている。

コミックの売上は、ゲームソフトに負けている。若い世代にとって、紙の媒体は刺激が少ないからだろう。ゲームでも、すでに新時代のオンラインゲームの世界に入っているようだ。これからは、マンガ離れした若年層よりも中高年向きのマンガを描いたほうが良いのではと思うこともある。

## ・中国の現状

### 中国取材から

上海や北京の話を、松下電器時代の知人から取材している。現在、総経理でも私より若い世代となっている。今回、「島耕作」を中国に派遣したのは、中国には限りなくビジネスのチャンスがあるであろうというある種甘い考えからだった。しかし実際にコンサルタント、製造業に携わっている人間に聞き取り調査してみると、日本の製造業はこのままでは壊滅するぞという厳しい声が多かった。この第一の理由は、中国の労働力は安いことである。現在1ヶ月1000元前後（1万5千円）これは現地の感覚では、都市部で15～30万円、地方で30～40万円ぐらいの感覚であろう。次の理由は、労働力が優秀であることだ。毎年、50万人の理科系人間が大学から輩出されている。松下電器の研究所がある北京の「中関村（ちゅうかんそん）」というハイテクパークには、北京大学、清華大学など、優秀な学生や研究者がたくさん集まっている。日本と中国は1億3千万人と13億人の人口比であるから、単純計算すれば日本トップ100の頭脳が中国には1000人いることになる。中関村には相当優秀な頭脳が安いコストで転がっている感じだ。

ところで日本が開発した技術にDVDがあるが、生産量ではすでに中国が50%を握ってしまった。しかしDVDの製造におけるコア部分の「光ピックアップ」技術はまだ追いつかず、日本製と韓国製を使っている。現在、この技術については、中国では作れないようだ。また、テレビのブラウン管も、日本製と韓国製が使われているようだ。しかし安心は出来ない。彼らはすぐに学習してキャッチアップする。今は技術力に差はあるが、だんだん中国で作った製品のレベルが上がっている。中国で取材した内容を、「取締役 島耕作」第2巻に書いた。合弁製品がローカル製品に比べて、値段と質が中途半端なためとても勝てない。だからこれからは、中国で作った製品は中国で売る時代ではないかと考えた。現地の巨大マーケットを考慮する必要がある。どうすれば現地で売れるよう、合弁製品の価格を下げるができるか。それは、中国製の部品を使うことだ。実は従来の日本製品は、全て日本メーカーの部材を使っていたのでコストがかかった。中国のメーカーの部品はどうしても質が悪かったからだ。

中国に移った日本企業 1 万 5 千社の半数が、実は部材メーカーである。しかし、今後はコストを抑えるためには、中国の部材メーカーから買わざるを得ない。そうしないと電機メーカーの母屋がやられる。日本から連れて行った部材メーカーを、「泣いて馬鹿を斬る」状況のように、取引を中止している。台湾に取材に行ったときも同様の話を聞いた。台湾から中国本土へ行けるが、失敗すると恥なので帰れないと悲惨なことを言っていた。

\*\*\*\*\*

「取締役 島耕作」第 2 巻（講談社 2002 年）56 - 61 頁より

水戸卓郎：確かにこれからは電機業界に限らず中国市場での日本の合弁会社は苦しくなります。中国は今から 20 年前に、国内産業の振興を目指して外国企業をドンドン誘致しました。つまりモノづくりのための技術指導を求めたわけです。中国人はまるで海綿が水を吸収するように、あらゆる技術を貪欲に取り入れました。'90 年になったら中国の資本と手を組んだ外資系合弁会社が一挙に増えました。品質のいい製品は中国市場でドンドン売れて、この景気は '96 年まで続きます。

ところが '97 年になって合弁製品の売り上げが頭打ちとなり、がたがたと落ち込んでいたのです・・・何故か？

島耕作：中国のローカル企業の台頭ですか？

水戸：その通りです。合弁製品を徹底的に研究しぐんぐん力をつけてきたんです。品質は多少劣るものの価格は 3 割前後も安くなり、販売のボリュームゾーンは一気に低価格帯へ移行したんです。しかも今回の中国の WTO 加盟によって、中国の市場開放はいっそう進みます。つまり、輸入関税が安くなるので、いままで高かった高品質の外国製品が安くなって、どっと中国市場に流れ込んでくるでしょう。そうなると、一部の富裕層は高くても高品質の外国製品を買いますが、大部分の人は、'90 年代後半から力をつけてきたローカル製品を 2 ~ 3 割安い価格で購入します。つまり品質と価格の両面で優位性を失った合弁製品が売れ残ってしまうという構造になります。

島：なるほど。

水戸：日本企業は、今まで中国でコストを押さえて作って日本へ輸出していればよかった。言いかえれば、日本の工場で作るより安く出来るというメリットだけでよかったんです。ところが今や、日本の市場に中国の企業の安い製品がどんどん入ってきて日本製品の売り上げを圧迫しています。いわゆる“価格のグローバル化”が進んできたという

ことです。日本の市場の中で、韓国、台湾、中国のローカル企業の製品と戦わなくてはならなくなった……。こりゃ大変だと気づいた時には日本の製品が一番高い　　こういう状態になってきたんです。

つまり、日本の企業が国内向けの製品を中国で安く作るという時代は終わったということです。これからは中国で作って中国市場で売り、世界の市場に出てゆく時代です。そのことにアメリカやドイツはいち早く気付いて、中国と技術提携をして安い商品を作り、ラテンアメリカや中東という大きな市場へ進出していってます。はっきり言って、日本は後手にまわっています。

ちなみにここに中国の外資系企業の売り上げランキングがあります。トップは5千億円以上売り上げたアメリカのモトローラ……。上位30位の中に入っている日本企業は広州ホンダのわずか1社だけです。

島 : こうしてみると、香港の企業が多いですね。約3分の1強です。

水戸 : そうですね。あとはアメリカが5社、ドイツが4社、フランス、オランダ、そして北欧諸国も入っています。今や中国は間違いなく“世界の工場”です。中国市場をなめたら日本は沈没しますよ。

\*\*\*\*\*

## 今後の戦略

知的財産権を確立した上で、ライセンス商売をすることだ。現在、中国の開発力はコピー段階で、開発段階までいっていない。しかし中国の頭脳があれば、開発段階になるのは近い将来であろう。日本が勝てるのか。日本が勝つには、子供の教育が重要である。平等教育ではなく、英才教育という形で、優秀な理系の人間を作る必要がある。田中耕一さんのような数名の天才が日本を救うという形になる気がする。現在、ゆとり教育と称して、円周率を3としたりする日本の教育で、中国や韓国に勝てるのか。

そこで、中国人を安い費用で雇って共同開発するのが良いと思う。25歳前後の若い技術者はほとんどが博士コースを出た人間である。ココム（対共産圏輸出統制委員会）、ワッセナーアレンジメント（96年7月からココムに代わって発足した輸出管理機構）という共産圏に対する技術公開の制限もあったが、そういうことを言っている状態ではない。技術を隠しても、製品を分解すればどうせ分かる。それなら、開発段階から組んだほうが良い。アメリカ、ドイツなどはすでに中国に技術を公開して、安くて質が高い製品を作り、中東、南米という大市場に輸出している。

## 中国脅威論

いつまで中国は栄えるだろうか。近代の覇権国家を歴史順に並べると、オランダ、ポルトガル、スペイン、イギリス、アメリカ、日本と西ドイツ、中国となるだろう。今後は、確実に中国の時代と言われているが、中国もいつかは国際競争力がなくなるのが歴史の常である。この理由として考えられるのは、労働コストの上昇、元の高騰、国家体制の変化であろう。また無計画と思えるほど、上海にドンドンビルが建っている。しかも、一戸の値段がかなり高価である。そのうち、売れ残って値崩れし、不動産バブルが来るだろう。そうすると、今までのように右肩上がり維持することは出来なくなる。さらに中国は一人っ子政策がある。中国は、20年後に超高齢化社会になる。このように、いろいろなマイナス面が出てくるだろう。

先日、中国のコンサルタントと対談した。労働コストが上がっても、中国の中にいろいろな民族があり、安い労働力の地域が残っている。安いコストで働く人間はいくらでもいると言っていた。

しかし、高齢化社会への対応は出来ていない。一人っ子同士が結婚すると4人の老人の面倒を見なくてはいけない。事実上、これは不可能だ。そうすると、介護ビジネスと言う形で日本が巻き返しを図ることが出来る。50歳以上の人口比がこれから先、40、42、45、46%と推移すると、日本は世界にさきがけて介護ビジネスを確立するだろう。高齢者対応商品、電気製品、歯ブラシ、食べさせる機械・・・介護ビジネスのノウハウを確立していけば、来るべき20年後に、こちらから中国のマーケットにのりこんでいける。したがって今は「臥薪嘗胆」だと思う。製造業ではどう考えても勝ち目がないというのが現場の人たちの意見で、私も痛感した。これは、マンガにも描いた。

是非、日本政府の大臣や企業の本社の連中にも、現場の危機意識を持って欲しい。日本は今まで何とかやってきたので、今回も乗り越えてくれるという精神論をひっぱりだして安易に考えている大臣や企業のトップが多すぎる。実際、数名の大臣に会ったが、そのことを痛感した。現地の人間の危機感が伝わっていない。

## ・著作権問題

今、日本のマンガ文化が危機に直面している。日本のアニメ、ゲームソフト、マンガの3つは、世界に冠たるレベルを誇っており、日本にとって大事な分野である。ところが、「日本のマンガ文化を維持するため、適正な利益を著作者と出版社に分配すべき」という考え方がなかなか理解してもらえない。現在、コミックの売り上げがガタンと落ちている。新人漫画家は週刊誌の連載では、アシスタントの給料や必要経費を払うとほとんど残らず、コミックスの売上で食

べている仕組みになっている。だからコミックスが売れないことは、日本の漫画家の消滅に直結する。そこで、「21世紀のコミック作家の著作権を考える会」(発起人：北見けんいち、さいとう・たかを、ちばてつや、つのだじろう、弘兼憲史、藤子不二雄(A)、古谷三敏、松本零士；50音順)を作り、緊急アピールを始めた。我々が発起人になったのは、新人漫画家ではアピール度が少ないからだ。このままでは、日本に若い漫画家が育たない。これは日本のマンガ文化の危機である。この原因は、次の4つがあると考えている。

## 新古書店

第一に、新古書店という形態の書店の出現だ。代表的な企業は、「ブックオフ」(ツタヤ経営、697店舗、総売上580億円、内コミックス部門売上300億円)、「ブックマーケット」(フォーユー経営、352店舗、総売上240億円、内コミックス部門売上95億円)、「古本市場」(K2経営、89店舗、総売上70億円、内コミックス部門売上31億円)である。トータルでは、1500-2000店舗、出版物の総売上900億円(定価換算：2000億円)、コミックス売上670億円(定価換算1450億円)となる。

1991年-2001年のコミックスの売上をみると、1996年がピークで2535億円である。1997年から売上げが落ちている。日本で他の製品が落ちているのと同じ頃からである。約200億円以上、売上が落ちている。最近、少し持ち直しているが、これは出版社の営業努力である。廉価版、100円版、333円版などの形で出版した。しかし、発行種類は増えている割に、売上げが伸びていない。

新古書店の商売とは、新刊書店でマンガを買った客からマンガを買い取り、他の客に売るということだ。例えば、500円でマンガを買い、読んだら3日以内に新古書店に持って行く。新古書店は、それを50~100円で買い取り、250円で売る。最近の子供たちは読んだら本棚に並べたりせず、捨てる傾向が強い。だからどうせ捨てるなら、買ってもらった方が得となる。子供たちの間では3日待てば、半額で変えるという情報が広まる。だから新刊のマンガを買わない。

新刊書店の儲けは20%である。書店は再販価格制度があるので、他の業界に比べて低いようである。売上の80%は、著者、印刷、製造業者に分配されている。これに対して、新古書店の粗利は80%である。売上の20%は売主(子供たち)にいく。

このような2次的使用に対して、CDなど音楽業界では、ジャスラックなどの団体が費用を徴収している。CDは、プラスチックの円盤ではなく、円盤に刻まれている音楽情報が販売の対象である。これを、譲渡権で保護している。

譲渡コントロール権（譲り渡しをやめてくれといえる権利）と言ってもいいと思う。これには、1次的譲渡、2次的譲渡がある。また、映画には頒布権がある。映画は系列映画館で上映を制限することが認められている。

しかし、書籍については、新書店で本が買われた時点で、作家に印税が支払われていることになり、それ以降の譲渡権が消尽されると規定されている。マンガは、紙を売買しているわけではない。コンテンツを売っているのだ。古紙のリサイクルのように考えられては困る。しかし世界的に見ても、2次、3次の譲渡権のある国はないから、新古書店に対して、譲渡権を主張することは我々も考えていない。

ところが、巨大な業態の新古書店サイドも、漫画家たちが弱体化してきたのが分かっているようだ。我々が弱体化するということは、自分たちも弱体化するということと理解している。そこで、話し合いの場に着く可能性のある企業があると聞いている。反対に交渉には応じず、日本から漫画家がいなくなったらこの業種から撤退するだけと主張する企業もあるようだ。

## レンタル書店

少し前まで、貸しレコード屋では、棚にたくさんのビデオを並べていた。そのビデオがDVDに変わったので棚が空いてしまった。そこで、その場所と同じ大きさのマンガを並べて、貸し出しを始めたようだ。現在、相当安いお金で貸している。

日本の貸本の歴史は古い。起源は江戸時代になる。井原西鶴のような娯楽的な本が流行したとき、自然発生的に貸し本屋ができた。当時は、本が大変高価であったからだ。昭和20年以前は、保証金を預かって本を貸していた。例えば、1600円で貸し出し、戻ってきたら1300円で買い戻すというシステムだった。昭和20年には、「ネオ書房」という本屋が出来、画期的な会員制の貸し本システムを作った。この貸し本屋は、普通の書店では売っていない本を10-20円で貸した。そして、貸本マンガの全盛時代は昭和30年時代である。全国で2万店舗、東京で3000店舗あった。貸し本屋の本は、さいとうたかをさんの本などがあり、大阪の小さな出版社が印刷していた。その会社は、全国の貸し本屋の数に合わせて印刷していた。当時の1冊280円くらいだから、現在の5000円くらいである。当然子供では買えない金額だから、貸し本屋の形になった。これは、昭和32年がピークであった。昭和33年には、翌年の皇太子ご成婚を見るためテレビが凄く売れた。昭和34年になると、少年サンデー、マガジンの週刊マンガが発行された。その後、貸し本屋はほとんど倒産した。現在、239店舗、都内に29店舗である。

## マンガ喫茶

マンガ喫茶というのは、フリードリンクで、1時間380円くらい支払えば、マンガが読み放題のところが多い。

マンガ喫茶の誕生は、昭和52-53年ごろからである。最初は、喫茶店の店主がマンガ好きで、マンガを店内に並べて見せたくらいで大きな問題にはならなかった。現在のマンガ喫茶は、推定3000-4000店舗、年間500-600店舗の勢いで増えている。マンガを読むことが主だが、ゲームやリラクゼーションのシステムがあるところが増えてきて、総合アミューズメント喫茶に進化している。料金形態はいろいろだが、大体380円前後である。年間総売上700億円と推定されている。1時間に1.5冊のコミックスを読むとすると、2億6000万冊が読まれる。これは、コミックス価格に換算すると、1300億円くらいの被害となる。

対抗するには、貸与権である。著作者の許可なく公衆に貸与することを禁止するという貸与コントロール権だ。レコード、映画には認められているが、書籍、マンガには当面の間適用されないことになっている。著作権法の附則4条の2に書いてある。20年前に「貸与権」が規定されたとき、レコードはレンタルレコード業界があったので適用された。書籍に関しては、街の古本屋さんがあったので、しばらくの間、適用しないことになった。マンガ喫茶のような業態も考えられなかった。“しばらくの間”が放置されて、そのまま20年も経ってしまった。

現在、どれくらい損害があるかという実績を示すための作業が大変である。これから国会に実績を出して、文部科学省に出して、最短で決まっても3年先と言われている。しかし、この貸与件の獲得に関しては、割と実現性が高いと考えられている。ただし、マンガ喫茶の問題は、店舗の外に出さないと貸与権が発生しないという解釈が存在していることである。当面は、双方の話し合いで協定を作り、マンガ喫茶用に1冊5000円で売り、外カバーがマンガ喫茶用の本で無いと違反という方法があるかと検討している。

## 図書館

これは、難しい問題である。行政サービスという名の下に、例えば、宮部みゆきさんの『模倣犯』を50-100冊納入した図書館の例がある。図書館としては、予算獲得のためには、多くの人々が利用した実績が重要なので、人気のある本を揃えて、来館者の数を増やそうとするのである。しかし、本来の図書館は学問の一助となり、書店に置いていない学術書などを置くというのが存在の大きな理由であったのではないか。住民との公開討論では、図書館側を応援される方が多く、我々作家側には冷ややかな反応が多かった。

図書館に対しては、猪瀬直樹さんがいうように外国の制度を参考にして、貸出頻度に応じて著作権料をとる考え方もあろう。

### 日本のマンガ文化のため

我々の運動は「もっと金よこせ運動」に見えるらしい。新古書店、マンガ喫茶、図書館は、利用者にとっては安くて便利な存在であるから、漫画家が不利になるのはやむを得ない。しかし漫画家が食べていくには、コミックの売上げが大切である。この運動は、日本のマンガ界全体のためだと考えている。日本からマンガ文化の火を消してはいけない。また、学術書などの赤字になる本が出せるのは、マンガの売上げがあるからという現状もある。出版社は文化事業なので、売れない本でも出版しなければならないから、赤字の補填をコミックスの売上からしている。この意味でもマンガの売上げは日本の文化にとって重要であろう。

マンガの著作権の侵害は、日本文化にとって大変重要な問題と主張したい。

以上