

平成22年12月10日
パリ産業情報センター
酒井 裕史
ニコラ・トルファノフ

一般調査報告書 フランスにおけるマンガについて

1 フランスにおけるMANGA（マンガ）とBande Dessinée（バンド・デシネ）

フランスで「MANGA」と言えば、それは日本の「漫画」を意味します。若い世代であれば誰もが知っている単語で、もはや立派なフランス語の一部となっています。（以下、本稿では、日本製の漫画・日本スタイルのマンガについてはすべて「マンガ」と表現しています。）

一方で、フランスにも古くから「Bande Dessinée（バンド・デシネ）」と呼ばれる絵とセリフで構成される出版物があり、100年以上にわたる長い歴史を持っています。（正確にはベルギーの作品ですが、日本でも紹介されている「タンタン少年の冒険旅行」はもともとバンド・デシネでした。）

ただし、フランスのバンド・デシネと日本のマンガの間には、見た目にも、内容的にも大きな違いがあります。マンガでは人物の動きを中心に表現しながらストーリーが展開しますが、バンド・デシネでは、詳細に書き込まれた情景画を中心にしてストーリーが説明されていきます。また、マンガが子どもも楽しめる娯楽である一方、バンド・デシネは「9番目の芸術分野」として認知されており、印刷も精緻な大人向けの格調高い趣味の一つになっています。1つのタイトル(作品)ごとの長さの違いも特徴的で、数十巻で構成されるマンガが珍しくない一方、バンド・デシネは1巻ごとに完結するものがほとんどです。（同じキャラクターや背景設定を用いるシリーズものであっても、バンド・デシネでは一つのストーリーが1冊で完結します。）こうした違いは単価にも反映されており、フランスにおけるマンガの1冊あたりの平均単価は7ユーロ程度と比較的安価である一方、バンド・デシネでは11.5ユーロ程度になっています。

このような違いはあっても、出版物上の区別・統計上の区別では、マンガはバンド・デシネに含まれる形になっています。フランス、ベルギーのバンド・デシネはもちろん、日本のマンガ、アメリカの「コミック」、中国の「マンガ」、韓国の「マンガ」などすべての漫画が、このバンド・デシネに含まれています。

なお、最近ヨーロッパの作家が描くマンガもあり、それが「サムライ」や「学園」をテーマにしていたりして、画風もストーリーも日本のマンガと見紛うばかりです。

2 フランスにおけるマンガの歴史

フランスにおける日本のマンガには、実は短くありません。フランスに紹介されたマンガのなかで最も古い記録に残っているのは「武士道無残伝」という作品で、1969年に日本の武道を紹介する雑誌上に掲載されたもののようです。その後、「ゴルゴ13」

や「火の鳥」、「キャンディ・キャンディ」、「ハダシのゲン」などが紹介されましたが、いずれも大きな成功には至らなかったようです。

フランスでマンガが爆発的な人気を得たのは、1990年の「AKIRA (アキラ)」(大友克洋作)以降のことです。当時からバンド・デシネを扱っていたグレナ社というフランスの出版社から発行されたものでした。この「アキラ」の成功のきっかけは、1991年に公開された映画版「アキラ」の成功にあると言われており、映画を見て気に入ったファンがマンガを買い始めたのが普及の始まりだったようです。

「アキラ」の成功に自信を得たグレナ社は、次々に日本のマンガを翻訳してフランスに紹介しました。1993年には「ドラゴンボール」、1994年には「らんま1/2」、1995年には「セーラームーン」をそれぞれ出版し、テレビ放映のおかげもあって、そのいずれもが大ヒットになりました。これらの成功がフランスにおけるマンガ・アニメ市場の幕開けになりますが、まだこの時点ではマンガ自体はどちらかというとマニアの間でのものでした。また、フランスにおいて発行された初期のマンガはフランスの書籍に合わせて左開きにされたため、印刷も逆向きにされ、絵が反転していました。(今では右開きが一般的です。)

一般化が進んだのは2004年頃からで、以来、日本で話題になるマンガのほとんどがフランス語に翻訳されて販売されるようになりました。今日、フランスは日本に次いで世界第二位のマンガ出版国になっています。パリ市内には「まんが喫茶」もあり、マンガ愛好家がお気に入りのマンガを抱え込んでカフェを飲む光景も日常的に見られるようになっています。

パリ市内の「まんが喫茶」



フランスにおけるマンガの成功についてはさまざまな理由が挙げられています。その最も有力なものをいくつか紹介すると、

- ① TVでも並行してアニメが放映されたことで高い認知度が得られたこと
- ② 既存のバンド・デシネが大人・男性向けであるなか、マンガのターゲットの中心は子どもであり、かつ少女向けのジャンルもあったこと
- ③ 少年まんが、少女まんが、青年向け、大人向け(一定の知識を要求されるという意味での「大人向け」です)など、各ジャンルの中に多様な作品があり、またジャンルごとの読者ターゲットが明確であったこと

などがあります。①の理由は日本でも同じ状況にあると言えますが、②の理由については、フランスにおいてはマンガが様々な読者層を網羅する存在であったことを表していると思われます。さらに③により、いったんマンガに親しんだ世代が成長に合わせてジャンルを変えながら継続的にマンガを読み続けられるようになっています。なお、フランスの書店では「Shonen」「Shojo」「Seinen」など、日本語のジャンル分けをそのまま使ってマンガが並べられています。

3 フランスにおける日本のマンガの現在

(1) 発行部数・売上高

2009年中に発行されたマンガ単行本は406タイトル150万部以上で、これまでに発行された総タイトル数は1297にも上っています。結果、バンド・デシネ市場全体の売上高の約25%、発行部数では約35%を占めるまでになっています。総売上高は約1億ユーロに達するものと推測されています。

なお、普及が始まった1990年以降、マンガ市場は一貫して大きなプラス成長を続けてきましたが、2006年以降はその成長が緩やかになり、さらに2009年に初めてのマイナス成長を記録しました。(発行部数でマイナス6.9%、売上高でマイナス5.8%)。この成長の鈍化については、人気マンガの日本での既刊分について翻訳し尽くしたことで日本での新刊発行ペースに追いついてしまったことによるものと指摘されています。つまり、これまでは人気が出たマンガの既刊分を翻訳して出版することで同じタイトルのマンガの異なった巻をたくさん出版できていたのが、現在では日本と同じペース(週刊誌に掲載されているマンガの場合、同一タイトルのマンガで年に4~6回程度)でしか出版できなくなったために、業界全体の成長が頭打ちになっているという指摘です。

(2) 出版社

現在、フランスにはマンガを発行する出版社が41社あると言われていています。ただし、そのうちの大手5社が全体の83.8%のシェアを占めている寡占状態にあります。なお、日本の大手出版社の中には、マンガ・アニメ等の著作権を管理するための拠点をフランスに設置し、フランスをはじめとする欧州の出版社へのライセンス供与を行っているところもあります。

(3) 翻訳・著作権について

フランスで出版されるマンガの単行本は、すべてフランス語に翻訳されています。しかしながら、週刊誌・月刊誌に掲載されているマンガはそれぞれ掲載された週・月毎に翻訳が行われているため、日本で単行本が発売されるのとあまり変わらないタイミングでフランスでも単行本を発行することが可能になっています。

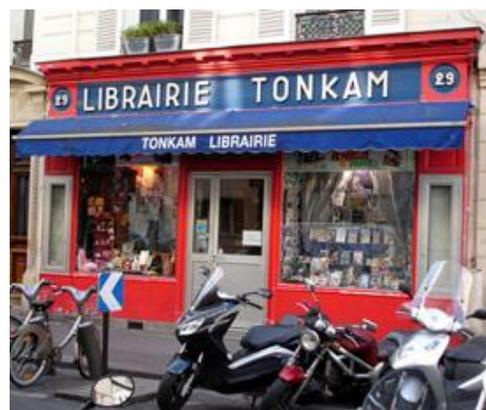
もちろん、現在これらフランスで翻訳・発行されているマンガは著作権上のライセンスも取得されています。(1970年代は著作権上の手続きが執られていないケースもあったそうです。)

なお、絵・セリフについての表現上の制約は日本とは異なっており、一部においてはより厳しく制限されているため、改変されることもあり得ます。例えば、血が流れるシーンなどはタブーとされているようです。

(4) マンガの販売について

これだけ広く普及したマンガは、今やフランスのどこでも入手可能です。書店に限らず、スーパーマーケット、メディアショップ(CD・DVD・書籍などを扱っています)でも売られていますし、少し大きな都市にはマンガ専門店が必ずと言っていいほどあります。スーパーマーケットのマンガ売り場では、親の買い物に連れて来られた子どもたちが立ち読みをしている姿も見られます。その風景は、日本のコンビニと見紛うばかりです。

マンガ専門店は、フランス全土に200ほどあると言われています。パリとその周辺都市で構成されるイル・ド・フランス県には、そのうちの50店ほどが集まっています。これらマンガ専門店は、日本の書店の漫画コーナーから全く見劣りしない幅広い品ぞろえで、ほぼ日本のマンガとキャラクターグッズだけを販売しています。日本との違いは販売されているのがフランス語化されたマンガであることだけであり、店舗内の眺めは日本とほぼ変わりありません。



パリ市内のマンガ専門店

パリ市内には、若者が集まる地区などを中心に数か所の「マンガ通り」があり、それぞれ数軒ずつマンガ専門店が軒を連ねています。

(5) 2009年のフランスにおけるバンド・デシネのベストセラー

フランスにおける2009年のバンド・デシネ市場のベストセラーをタイトル別で整理すると次のとおりになります。(区別がしやすいように、日本のマンガはカタカナあるいは漢字表記にしています。)

| 順位 | タイトル | 出版元国 | 1位との販売部数比 | 日本マンガの日本における販売部数順位 |
|----|-------------------------|------|-----------|--------------------|
| 1 | ナルト | 日本 | 100% | 2位 |
| 2 | Asterix | フランス | 71% | — |
| 3 | ワンピース | 日本 | 60% | 1位 |
| 4 | Les Aventures de TinTin | ベルギー | 32% | — |
| 5 | ドラゴンボール | 日本 | 32% | |
| 6 | Les Simpson | アメリカ | 30% | — |
| 7 | ブリーチ | 日本 | 24% | 3位 |
| 8 | Titeuf | スイス | 21% | — |
| 9 | 鋼の錬金術師 | 日本 | 20% | 4位 |
| 10 | フェアリーテール | 日本 | 20% | 8位 |

売上トップ10に、日本のマンガが6作も含まれていることが分かります。同時に、フランスで描かれたバンド・デシネが1タイトルしか含まれていないことも判ります。これは、前述のように、フランスのバンド・デシネが一部の大人向けの趣味性の高い、値段も比較的高価なメディアである一方、マンガが安価かつ子ども・大衆向けであることにも原因があります。

日本のマンガを取り出してみると、第一位の「ナルト」が2位の1.4倍も売れており、大差をつけていることが分かります。ただし、上表はタイトル別の整理であるので、ナルトの既刊分52巻、ワンピースの既刊分60巻（いずれも2010年11月現在）など、発行巻数の多いマンガには有利な整理であることに注意が必要です。

また、日本での売上順位と比較すると、フランスでの順位と大きな差のないことが判ります。つまり、日本で人気のあるマンガがフランスでも相応の人気を得ていると言えます。

なお、「ドラゴンボール」は既にマンガ単行本としては完結しており、新刊の発行がないにも関わらず、第5位に入っています。現在でもアニメ版がテレビで放映されていることにも原因がありそうですが、フランスにおいてすっかり「定着している」ことの表れと見ることもできます。なお、原作者の鳥山明氏は、在仏日本大使館が毎年行っている調査において「フランスで最も有名な日本人」に選ばれた年もあります。

(6) フランスにおける今後のマンガ市場の見通し

近年においてマンガ市場の成長が鈍化していること、2009年にマンガの売り上げが減少したことは既に紹介しましたが、この状況は2010年においても変わりそうにありません。

その理由の一つとして、先に紹介したように、これまでのコンスタントな成長を支えていた人気マンガの既刊分のフランス語化を終えてしまったため、人気があつて大きな販売部数が見込めるマンガの発行回数・部数が限られてしまうことが挙げられます。また、人気マンガも巻数が進むと「普及率」が上がり、既刊分の売り上げが落ちます。さらに、いま新たに人気が出始めている既刊マンガについてはもともと構成巻数が少ないため、一つのタイトル全体として売れる部数も多くないようです。

また、近年の傾向として、ベストセラーになるマンガのタイトル数が少なくなっていることも指摘されています。一部のメガヒット作だけが爆発的に売れ、その他の作品の売上げが伸びていない、という指摘もあります。例えば、最も売れているマンガ「ナルト」は、それだけでマンガ市場全体の売上の約7分の1を占めています。(2009年の新刊6巻分だけで、約70万部の売り上げがありました。) その他、1つの巻で4万部以上売れたマンガは11タイトルしかありませんでした。毎年60以上の新タイトルのマンガが発行されていると言われてはいますが、その大部分は1巻当たり4万部を超えない発行部数しか出ていないということになるのです。

フランスにおいては、日本での人気を追いかける形でしかマンガが発行・販売されておらず、積極的に読者をリードすることができません。(週刊誌・月刊誌等が直接に販売されているわけではなく、また翻訳の手間等もあるので、日本で人気の出た作品の単行本しか発行されないことに原因があります。) したがって、次の「超ベストセラーマンガ」が日本で誕生するまで、フランスのマンガ界にも大きな成長が見込めないのです。

4 おわりに

今回のレポートでは、フランスにおける日本のマンガの普及に係る歴史と現況について報告しました。日本のポップカルチャーが世界中で人気になっているなかではありますが、特にフランスにおける普及度には突出したものがあります。日本のマンガの売り上げは日本に次いで世界第二位ですし、マンガをはじめとする日本のポップカルチャーの祭典「Japan Expo」にはヨーロッパ中から約18万人が集まります。

日本のポップカルチャーを愛する若者にとって、マンガは日本を知るためのメディアの一つになっています。マンガを通して、遠い、あこがれの国である日本を身近に感じているのです。マンガを入口にして日本語を学び始める若者も数多く、また日本文化を知ろうとするきっかけにもなっています。

もともと、日本の文化は以前からフランスのみならず世界のなかでそれなりの存在感を發揮していました。浮世絵はフランスの印象派画家に大きな影響を与えたと言われていすし、柔道はオリンピックの正式種目になって久しい世界的なスポーツです。ちょっとした街にはほぼ必ず日本料理店がありますし、「ZEN(禅)」は日本の精神文化の一面を象徴する単語として多くの国の辞書に載っています。

マンガをはじめとする日本のポップカルチャーも日本の文化の一つですし、そもそもがポップカルチャーとして「普通の人たちの現在」を反映して描き出すジャンルであることから、現代日本に対するイメージや親近感を高めることについて大きく寄与し得るものであると思われます。

特に経済面において世界における日本の存在感が揺らいでいるとの論調が目立つ今日この頃ですが、マンガのようなソフト・パワーによる日本文化の再発信、さらにはポップカルチャーの他分野への応用可能性を検討すべきであるように思われます。