

コンテンツの創造基盤の日仏比較に関する予備的考察

—マンガを事例として¹⁾—

川 又 啓 子

I はじめに

1990年代後半から日本のポップカルチャーを評価する気運が高まるにつれ、マンガやアニメなどのいわゆる「コンテンツ」は、次代を担う産業として注目が集まってきた。マンガを含むコンテンツ産業にとって、国際展開とワンソース・マルチユース（1つのコンテンツを複数の目的やメディアで利用すること）は喫緊の課題であると認識されているが、マンガの国際展開は1990年代のアジアにはじまる。当初はアジア各国での海賊版対策が主目的であったが、21世紀に入り欧米へと販路が広がることにより、その展開もあらたな局面をむかえているという。（久保 2003; 2004; 2005）

世界三大マンガ大国とされる日本、アメリカ、フランスの年間売上高を比較すると、アメリカ1億4,000万ドル（2009年）、フランス約1億ユーロ（2010年）であり（鈴木 2011）、市場規模3,900億円、販売部数9.6億冊の国内市場に比べると、海外市場は規模が小さいといわざるをえない。しかしながら、昨今では国際情勢におけるコンテンツなどのソフト・パワーの影響力を積極的に評価する向きもある（渡辺 2011）。また、国内市場が頭打ちの現状を打開するためには、国際展開をみすえて海外市場についての知見を積み

1) 本稿は平成21～23年度文部科学省科学研究費補助金基盤研究（C）「マンガ制作プロセスの促進要因に関する日仏比較研究～作家・編集者の関係を中心に～」(課題番号：21530447)の成果の一部である。

上げる必要があると思われる。

そこで本稿では、海外市場のなかでも日本のポップカルチャーの受容度が高いフランスを対象として、コンテンツの創造基盤の日仏比較に関する予備的考察をおこなうことを目的とする。今回は、ストーリー作りに優れており、映画やテレビ番組への転用可能性の点からも、ワンソース・マルチユースの源泉としての利用価値が高いマンガを事例としてとりあげることにする。

II 日本におけるマンガの現状

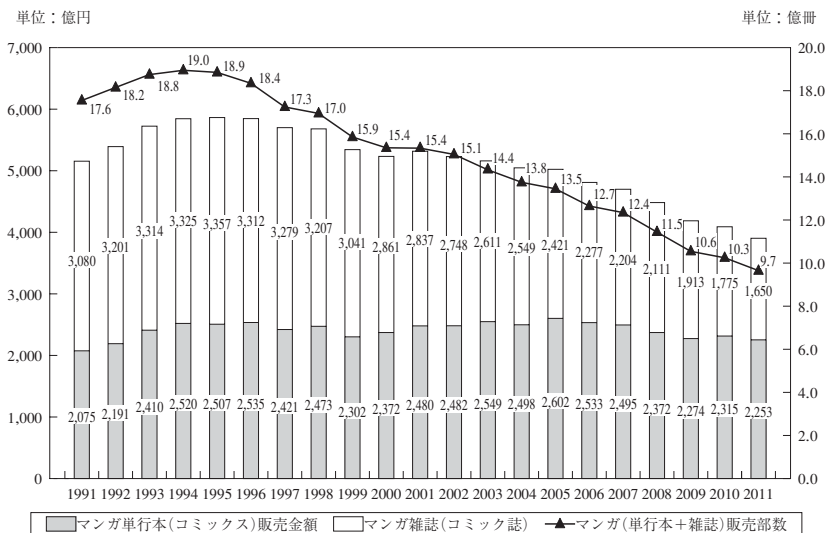
1. 2011年のマンガ市場

日本のマンガ市場（マンガ単行本とマンガ雑誌）²⁾ は減少傾向が続いており（第1図）、2011年のマンガの推定販売金額は3,903億円（前年比4.6%減）となった。その内訳は、マンガ単行本が2,253億円（同2.7%減）、マンガ雑誌が1,650億円（同7.1%減）である。マンガ雑誌の長期下落傾向は、『週刊少年ジャンプ』の発行部数の減少に起因すると考えられているが、同誌が1995年に653万部を達成した後、1995年に「ドラゴンボール」、1996年には「SLAM DUNK」という人気連載が終了し、部数低下に拍車がかかったといわれている。（出版科学研究所編 2007a; 中野 2004）

2011年の推定販売部数は10億冊を割り込み9億6,819万冊（同5.8%減）で、マンガ単行本が4億5,216万冊（同2.7%減）、マンガ雑誌が5億1,603万冊（同7.7%減）となった。2011年3月11日の東日本大震災により出版業界も大きな影響を受けたが、書籍はヒット作が続出したため前年並みであったのに対して、雑誌は過去最大の減少を記録した。このため出版物全体（書籍・雑誌合計）としては前年比3.8%減の1兆8,042億円で、マンガの占有率は販売金額の21.6%（同0.2%減）、販売部数は変わらず35.8%であった。（出版科学研究所編 2012）

2) 出版業界では、「コミックス」、「コミック誌」という名称を用いるが、本稿ではより一般的に用いられている「マンガ単行本（＝コミックス）」、「マンガ雑誌（＝コミック誌）」という表現を用いることにする。

第1図 マンガ（単行本+雑誌）販売金額・部数推移



出所：『出版指標年報』（2007；2008；2009；2010；2011）より作成。

日本のコンテンツ産業の市場規模は2008年の金融危機以前には13兆円程度で2010年には15兆円とも予測されていたが、2011年には前年比0.8%減の12.1兆円となった（デジタルコンテンツ協会 2011）。このため、最近では過度の期待は後退し、現状の厳しさを指摘する論調もでてきている。とはいえ、依然として12兆円の市場であり、また海外へのソフト・パワーの源泉としての評価は決して小さいものではない。

2. 日本のマンガ消費の特徴³⁾

(1) 1分間16ページ

ある文化圏の中で生活する人間にとって当たり前で気にならないことが、その文化圏のコードを共有しない外部の人間にとってはそうではないことは、

3) 本節は川又（2009）に依拠している。

しばしば指摘されることである。たとえば、マンガ消費に関していえば、欧米人にとって大人が電車でマンガを読むということは考えられないという。Berndt (1990) は、日本でのマンガの人気はドイツ人にとっては「異常」で、その人気は量の点だけをとってみても、おそらく世界に類をみないものであると指摘している。そもそも、ドイツではフランス、ベルギーなどと異なり、マンガ文化が成立しない国であるというが、そのドイツ語圏ですら、1990年代には「日本はマンガの国だ」という認識が高まったという。

Berndt (1990) では、日本のマンガが西洋人になじみにくい理由（モノクロ、縦書き）を指摘しているが、彼女の目からみた日本のマンガ消費の特徴には興味深いものがある。たとえば、日本人がマンガ（4コママンガではなく、ストーリーマンガ）を読むスピードは平均して1分16ページだという。マンガ週刊誌の1話は約19ページであるため、およそ1分15秒程度で読み終わることになる。

にわかには信じられない数字であるが、実際に電車の中で観察してみると、マンガ読者はそれぐらいのスピードでページをめくっているのが分かる。30年前にはアメリカ人も日本人と同じ速度でコミックを読んでいたそうだが、1990年代の日本人は、「西洋人がめまいを起こすような猛スピードで読むのである。訓練すれば、この視覚性によって大事な情報を即座につかみ、そこで喚起された気分酔うことができる。だがひとたびそれが身につくと、図像から情報を吸収することが当たり前になる。(Berndt 1990, 121頁)」と指摘している。

また養老・牧野(2005)によれば、日本人は、漢字（表意文字）を読んでいる時とカナ（表音文字）を読んでいる時に、脳の別の場所を使っているという。日本語は表音文字と表意文字が含まれるという世界的にも珍しい言語であるとされるが、画像と文字の同時処理ができる日本人の脳の機能にあうようにマンガが発展してきたといえるのかもしれない。

(2) マンガの多様性

日本ではマンガが幅広い世代に愛好されており、それに対応する品揃えに

も特徴がある。夏目（2001）は、日本のマンガは市場が大きいから優れているわけでも、一部の芸術的作品があるから優れているわけでもなく、層が厚く、豊かな多様性を持ち、社会のあらゆる要求にに応じているからこそ優れていると述べている。

とくに少女マンガという分野の存在は、フランス語圏のマンガであるバンド・デシネ（bande dessinée。略して「BD（ベデ）」。以下、「BD」とする）、アメリカのコミックス（comics）のいずれにも存在しない領域であるとされる。なぜなら、BDは主に絵画に近い芸術として、愛好者と成人向けと考えられており、アメリカではコミックスは主に子ども向けと捉えられているからである（阿尾 2005；山下 2009）。

II フランスにおけるマンガの現状

1. バンド・デシネ（bande dessinée＝BD）とはなにか⁴⁾

BDはハードカバーの「アルバム（album）」という単行本形式で出版されており、フランスで第9番目の芸術として認知されている⁵⁾。BDを日本語に直訳すると「帯状のデッサン」となるが、フランスやベルギー、スイスなどのフランス語圏が主な市場で、制作も同じくフランス、ベルギーがほとんどである。BDの起源を定義することは容易ではないとされるものの、1830年代にコマ割りのように1ページを区切って絵を並べたというスイス人のロドルフ・テプファー（Rodolphe Töpffer）をもって嚆矢とするのが一般的であるといわれている。しかし、マンガ形式の先駆者としてのテプファーよりも、19世紀後半以降に発展した風刺マンガ雑誌や大衆向けイラスト新聞（た

4) 本節は阿尾（2005）、藤田（2006）、猪俣・細萱（2007）、山下（2009）、ユーロコミックジャパンに依拠している。

5) フランスの芸術の秩序には諸説あるようだが、第1芸術：建築（1er art : l'architecture）、第2芸術：彫刻（2ème art : la sculpture）、第3芸術：絵画（3ème art : la peinture）、第4芸術：舞踊（4ème art : la danse）、第5芸術：音楽（5ème art : la musique）、第6芸術：詩（6ème art : la poésie）、第7芸術：映画（7ème art : le cinéma）、第8芸術：テレビ（8ème art : la télévision）、第9芸術：バンド・デシネ（9ème art : la bande dessinée）とする例がある。

たとえば、1904年に創刊された *Le petit journal illustré*）などの大量発行こそが、BD のルーツにあたるとも考えられている。

1990年代までに BD 作品の発表の場であった BD 雑誌がほとんど廃刊となり、「アルバム」による出版が主流になっていった。そして BD は「ある一定の人々、一定の年齢、一定の教育レベル文化層、一定の読者（山下 2009, 199頁）」のために作られるようになり、ターゲットを限定する構造を生んでしまった。大手出版社は市場の拡大よりもマニア向けの既存市場の囲い込みに注力し、購買数が確実な有名作家を起用する傾向が強まったため、作家・作風のマンネリ化が顕著になった。しかし、次第にこれらの潮流に異を唱える BD ファンが増え、自主レーベルなどを立ち上げた新人作者が独自に出版をはじめることになる。現在は新人作家の作品発表も一時よりは門戸が開かれているといわれている。

前述のように、フランスでは思春期の若者と少女層向けの BD が存在しなかったため、日本のマンガが急激に普及した理由の1つはそこにあるとされる。最近では BD の作品制作上も少女層を無視できないほどの存在になりつつある。たとえば、マダカスカル生まれのフランス人マンガ家 Jenny が描く、Kenji と Kiyoko の双子の兄妹を主人公とする少女マンガ（Pink Diary <http://pinkdiary.free.fr/html/manga/album/album.htm>）が登場し、10万部（1～7巻）を売り上げるに至っている。

2. フランスのマンガ市場

(1) 書籍売上高における BD とマンガ

2009年4月第4週のフランス国内での書籍売上高の第1位は *NARUTO*⁶⁾ 第41巻であった（川又 2009）。筆者はこのデータに少なからず驚いたが、なぜ驚くのかといえ、*「文化芸術大国フランス」「日本的フランス＝おフランス的（ローラン＝ピエーグ・荻野・堀 2008, 68頁）」*といった固定観念をもつ

6) 岸本斉史による忍者の頭目を目指す少年うずまきナルトを中心に描く忍者アクションコミック（集英社）。<<http://www.naruto.com/j/>>（2012年11月24日閲覧）

ているからかもしれない。ローラン＝ピエーグ・荻野・堀（2008）では、フランスは芸術文化を公式に価値づける体制が厳然と存在するっぽうで、19世紀のジャポニズムばかりではなく、ヨーロッパにおけるジャズのメッカになったこともあり、また今日ではニューポップスの発信地で、アメリカ小説が人気を博している国でもあるという点を指摘している。

第1表はフランス国内での2012年11月第3週の書籍売上高上位200冊のなかから日本のマンガを拾い上げたリストである。2009年4月第4週にはBD 13タイトル／マンガ14タイトル、2010年6月最終週にはBD7／マンガ9が200位以内に入っていたものの、今回はBD35／マンガ10となり、BDの売上げが大きく伸びていることがわかる。売上高上位のBDの中にはマンガ風の作品も何冊が含まれており、マンガの影響力を感じさせるランキングとなっている。

第1表 フランスでの全書籍販売上ランキング（2012年11月12日～18日）

順位	フランス語名	日本語名	出版社
8	<i>Naruto</i> T.57—Kishimoto, Masashi	『NARUTO』第57巻	Kana
28	<i>Fairy Tail</i> T.27—Mashima, Hiro	『FAIRY TAIL』第27巻	Pika
64	<i>Bleach</i> T.50; The Six Fullbringers—Kubo, Tite	『Bleach』第50巻	Glénat
83	<i>One Piece</i> T.64; 100 000 Vs 10—Oda, Eiichiro	『ONE PIECE』第64巻	Glénat
92	<i>Switch Girl</i> T.18—Aida, Natsumi	『スイッチガール!!』第18巻	Delcourt
108	<i>Black Butler</i> T.11—Toboso, Yana	『黒執事』第11巻	Kana
117	<i>Vampire Knight</i> T.16—Hino, Matsuri	『ヴァンパイア騎士』第16巻	Panini
119	<i>Blue Exorcist</i> T.9—Kato, Kazue	『青の祓魔師』第9巻	Kazé
127	<i>Hunter X Hunter</i> T.29—Togashi, Yoshihiro	『HUNTER×HUNTER』第29巻	Kana
199	<i>Gto Shonan 14 Days</i> T.8—Fujisawa, Toru	『GTO SHONAN 14 DAYS』第8巻	Pika

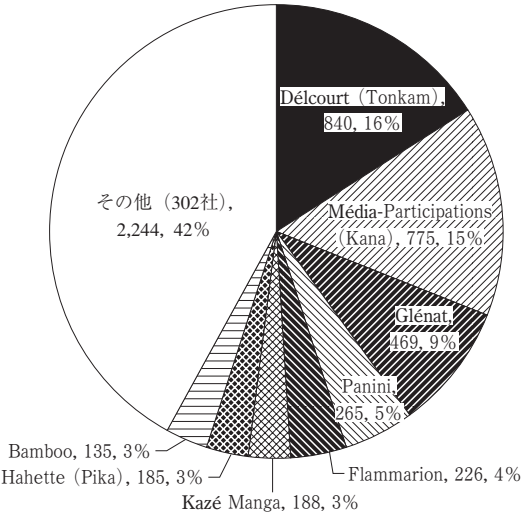
出所：http://www.edistat.com/palmares.php（2012年11月24日閲覧）。

（2）出版タイトル数

2011年のフランスにおける出版総数は5,327タイトルで前年比3.0%の増加だった。第2図はBD出版社の出版タイトル数であるが、第2表が示すようにBD出版社総数310のうち大手3グループ（Delcourt、Média-Participations、

Glénat) で約 4 割を占め、中小出版社の再編がすすんでいるといわれている。
(Ratier 2011).

第 2 図 フランス主要 BD 出版社の出版タイトル数① (2011年)



出所：Ratier (2011). 注：出版社の後の数字はタイトル数.

第 2 表 フランス主要 BD 出版社の出版タイトル数② (2011年)

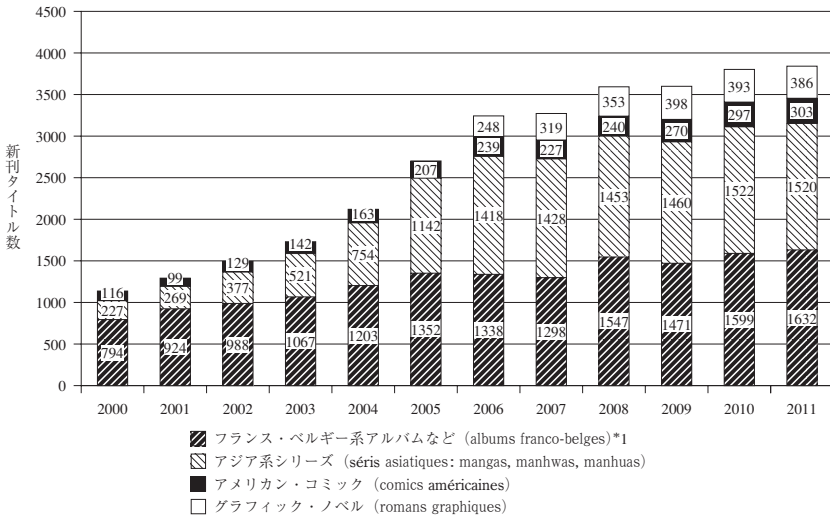
グループ	全体	主要部門	部門単体	主な出版作品	取扱
1 Delcourt (15.8%)	840	Delcourt	245	NANA、フルーツバスケット、	BD 出版も 手がける
		Tonkam	148	金田一少年の事件簿、キャッツアイ	
2 Média-Participations (14.5%)	775	Kana	154	Naruto、Hunter×Hunter、ドラえもん、遊戯王、名探偵コナン	マンガ専門 出版社
3 Glénat (8.8%)	469	Glénat	161	ドラゴンボール、One Piece、新世紀エヴァンゲリオン、BLEACH	BD 出版も 手がける

出所：Ratier (2011)、JETRO (2005)、ユーロコミックジャパン<<http://www.eurojapancomic.com/manga/france>> (2012年11月24日閲覧) から作成.

(3) カテゴリー別 BD・マンガ新刊タイトル数

第 3 図は ACBD (Association des critiques et journalistes de bande dessinée)

第3図 フランスにおけるカテゴリー別 BD 新刊タイトル数の推移 (2000～2011)



出所：Ratier (2000; 2002; 2003; 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011).

注：2005年までは新刊からアジア系とアメリカン・コミックを除いたものをフランス・ベルギー系アルバムとしている。

＝BD 批評家・ジャーナリスト協会による、フランス・ベルギー系アルバム、アジア系シリーズ (mangas 日本マンガ、manhwas 韓国マンガ、manhuas 中国マンガ)、アメリカン・コミック、グラフィック・ノベルの新刊の発行部数の推移である。

1994年にはフランス語圏でわずか19タイトルであった日本のマンガが、約10年後の2005年には60倍の1,142にまで急拡大している (Ratier 2005)。ACBD 事務局長 (Secrétaire général) Gilles Ratier による2005年の ACBD の年報の副題はいみじくも “L’année de la ‘mangalisation’”⁷⁾ 「マンガ化の年」で

7) ‘mangalisation’ は Gilles Ratier の造語。“1142 bd asiatiques ont envahi les librairies francophones” (1,142のアジア系 BD がフランス語圏の書店を侵略した) という記述があるものの、manga に対して批判的なわけではない。Labé (2006) では NARUTO が売上高上位30位以内に入ったことに言及しているが、上位は Astérix (<http://www.asterix.com/>) などのフランス語圏の古典ともいれる BD シリーズが占めていること

あった。

3. フランスにおけるマンガ消費の特徴

夏目 (2001) はマンガ出版の老舗の一つである Tonkam 社の創設者である Dominique Véret との1998年の会話について次のように述べている。

「ドミニクと話していて、はじめ違和感をおぼえたのは、彼がやたらと「マンガは文化であり芸術である」と強調したがる点だった。私にすれば「ゲージツのお座敷なんぞかかんなくたってマンガはマンガでいい。大衆娯楽でいいじゃねえか」という思いがあるので、どうもひっかかるのだった。が、彼はマンガを認めない人々に「芸術」として認めさせることが、まずは第一歩と考えているようなのだ。BD 自身が「芸術化」することでようやく社会的に認知された経緯があるようで、マンガも BD 同様に認めろという主張らしい。要するにフランスで文化として認められるには、映画、文学、純粋映画など既存の「芸術」分野であって、BD ですら一般にはさげすまれている。が、一部の BD の「芸術」性の高さは、それがかろうじて認められ、まずはマンガをそこまでひきあげたいということのようだった。」(46～47頁)

また、Véret (2000) は、「普通の文化消費財へ」という文章の中で、次のように述べている。

「日本のアニメ・マンガは、マスメディアによるバッシングの時期を経て、今後ごく普通の文化消費財として流通していくこととなると考えている。世論をリードする権威あるマスメディアに属する人々のマンガに対する偏見はなくなりつつあり、マンガ世代で社会人となり、マスメディアに職を得るものも現れはじめているからだ。」(227頁)

も指摘している。「Un secteur en voie de « mangalisation »」(「マンガ化しつつあるセクター」)という記事の標題が示すように、マンガがかなり普及していることを認めた点で注目するといえよう。Trespallé (2008) では、mangalisation が、globalization の新たな一面 (un nouvel avatar de la mondialisation) をあらわす怖ろしげな造語として発生し議論になっていること、人によっては (19世紀のというより1980年代の日本経済の拡大を彷彿とさせるらしい) « péril jaune » (「黄禍論」) のように思えることを指摘している。

Véret の一連の発言は、フランスにおけるエリート知識階級やジャーナリズムの文化芸術に対する決定権の強さを示唆しているが、マンガを通してフランスにおける文化消費の構造を垣間みることができる興味深いエピソードである。

フランスにおける文化消費状況について、山下（2009）は、ブルデュー（Pierre Bourdieu）の『ディスタンクシオン（La Distinction）』を引きながら、フランスでは社会的格差が文化的差異となって顕著に現れており、このため社会階級ごとに文化に対する姿勢に違いがみられるという。第9 芸術としての認知を獲得している BD と違い、マンガは大衆文化に属するというのである。

阿尾（2005）は芸術としてマンガを認め評価するという姿勢は、裏を返せば芸術に値しないものは取り入れないという選別と排除のメカニズムを生み出すとしている。ローラン＝ピエーグ・荻野・堀（2008）も指摘するように、フランスには芸術文化を公式に価値づける体制が厳然と存在する。しかしながら、同時にマンガをはじめとした外国文化受容に対する柔軟な姿勢が存在するともいわれている。

Berndt（1990）は「大衆文化」によって、近代の美的・文化的二極対立構造の問題を考えようとするが、大衆文化としての日本のマンガは芸術と日常生活との間にある境界を乗り越えるものであり、二極対立的構造でとらえられるものではないと指摘している。

そして、夏目（2001）はフランスとの比較の中で次のように述べる。

「日本の批評、報道では、今さら「マンガは芸術だ」などと主張する言説は、まずない。かつて70年前後にそうした言説がなされたことがあったが、マンガを知る人間ほど反発し、結局マンガの大衆娯楽としての実力がそのテの言説を吹き飛ばしたような形になった。これは「芸術」という言葉が、日本ではせせこましい世間離れした領域を意味するようになり、権威や価値を失ったことをも意味している。（47頁）」

第3表 BD とマンガの比較

	BD（アルバム）	マンガ（雑誌）
判型	A4 判	B5 判
頁数	44～48または52～56	週刊1作品：19ページ（1冊約470ページ）
装丁	フルカラー	白黒
出版社	大手15グループ	大手5社（秋田書店、講談社、集英社、小学館、白泉社）
作家毎の作品数	年間1～2作品	週刊連載を4～5本かけもちする者さえる
価格	1,500円前後	240円（『週刊少年ジャンプ』）単行本500円前後
制作	作画と原作者は別	原作者つきもあるが、基本的にはマンガ家を中心として、編集者やアシスタントも加わるチーム制作
特徴	第9芸術として認知されており、1枚1枚を絵画としてとらえ、アートとしても受け入れられている	週刊マンガの連載ではスピードを必要とし、ストーリーに引き込むことが重要であるため、それに適した表現方法が用いられる

Ⅲ フランスの出版社へのインタビュー

1. BD とマンガ

BD とマンガの制作上の違いを要約すると第3表のようになるが、前者は全編フルカラーで美しく⁸⁾、日本のマンガ雑誌とは大きく異なっている。BD はページ数が少ないためアクションを短く描写する必要があるが、フランスのある作家は、日本のマンガのアクションシーン50ページはBD なら4 ページで表すだろうと述べている。また、作品の制作ペースもまったく異なっており、週刊連載を抱える日本人マンガ家は1 週間で20ページを仕上げるノルマ（それを4～5本をこなすマンガ家すら存在する）に追われているのに対して、BD は1 作品を完成するのに2 年ということもある⁹⁾。

8) フランス人作家フランソワ・スクイテン（François Schuiten）からマンガ雑誌の「巻頭カラー」の意味を尋ねられた日本人マンガ家浦沢直樹は、それ自体に意味はないし、巻頭をカラーにしてもまったくモチベーションはあがらないと答えている。浦沢によれば、スクイテンらは、前日の学習院大学のシンポジウムで「カラーは本質である」と答えている。（2012年11月18日「海外漫画フェスタ」於、東京ビッグサイト）

2. 創造基盤の日仏比較にむけて

(1) 制作上の違い

BD は作画と原作者によって制作されるが、マンガは原作者つきの場合もあるものの基本的にはマンガ家一人の作業である。しかし、編集者やアシスタントの存在抜きには週刊マンガの連載は不可能であることから、実際にはチーム制作であるといえることができる。編集者のタイプは、原作者に近いようなストーリー作りに長けている者、原稿の受け渡しだけの者などさまざまであるが¹⁰⁾、作家と編集者という二者間関係のあり様が膨大な量の日本のマンガ出版を支えていると考えられる。(川又 2008; Kawmata 2011)

フランス人原作者ブノワ・ペータース (Benoît Peeters) によれば、“Tanto-sha” (担当者=編集者) の存在が BD とマンガとの大きな違いであるという¹¹⁾。また、フランス人作画家のフランソワ・スクイテン (François Schuiten) は BD もテーマや人物像などは 2 人 (原作と作画) で話し合ってきたが、日本の場合は “Tanto-sha” が第三者の視点で創作に関わっている点が興味深くまた羨ましい点であると述べている¹²⁾。

(2) フランスの編集者へのインタビュー

本章の最後に、コンテンツの創造基盤の日仏比較研究の一環として、フランスでおこなったインタビューの内容を要約して紹介することとしたい。各社へのインタビューは主にフランス語の通訳を介して、1 時間半から 2 時間程度実施した。

9) *Les Cités obscures* (邦題『闇の国々』) の作者ら (作画: フランソワ・スクイテン (François Schuiten)、原作: ブノワ・ペータース (Benoît Peeters)) は、非常に精緻な技法で作成するために、完成まで 2 年くらいかかると述べている。(2012 年 11 月 18 日「海外漫画フェスタ」於、東京ビッグサイト)

10) 浦沢直樹による 2012 年 11 月 18 日「海外漫画フェスタ」(於、東京ビッグサイト) での発言。

11) Benoît Peeters による 2012 年 11 月 18 日「海外漫画フェスタ」(於、東京ビッグサイト) での発言。マンガ家の谷口ジローから “Tanto-sha” の存在を聞いて非常に興味をもったということである。

12) François Schuiten による 2012 年 11 月 18 日「海外漫画フェスタ」(於、東京ビッグサイト) での発言。同氏は Peeters と小学館の『モーニング』の招待で来日した際に、編集者の存在に驚いて羨ましかったと述べている。

第4表 フランスでのインタビュー先一覧

日程	訪問先	会社概要
2011/2/22	Josselin MONEYRON 氏 *注 (KAZÉ/Asuka 編集者)	マンガ専門出版社 (2004年設立) ブラックジャック、七色いんこ、GUNSLINGER
2011/2/22	Pascal LAFINE 氏 (Delcourt/Tonkam 編集者)	BD 出版も手がける。NANA、フルーツバスケット、金田一少年の事件簿、キャッツアイ
2011/8/19	Josselin MONEYRON 氏 *注 (KAZÉ/Asuka 編集者)	マンガ専門出版社 (2004年設立) ブラックジャック、七色いんこ、GUNSLINGER
2011/8/22	Ives HUCHEZ 氏 (TAIFU 社代表取締役・編集者)	マンガ専門出版社 (2004年設立) コブラ、メトロポリス、電車男、新白雪姫伝説プリーティア
2011/8/24	Pierre VALLS 氏 (Pika 社取締役・編集者)	マンガ専門出版社。カードキャプターさくら、CLOVER、ガンダム SEED
2012/3/15	Stephane FERRAND 氏 (Glénat 社編集者)	BD 出版も手がける。ドラゴンボール、OnePiece、新世紀エヴァンゲリオン、BLEACH

*注：KAZÉ/Asuka の Moneyron 氏には英語でのインタビューをおこなった。

(3) インタビュー結果の要約

コンテンツの創造基盤を構成する重要な要因はなにか。この問いから始めたインタビューであったが、これまでのインタビュー調査で浮かびあがってきたのは、マンガやアニメ、ゲームなどのコンテンツの開発は、商品開発のなかでもとりわけハイリスクと考えられており、「ヒットするかしないかわからない」という関係者に共通する認識であった。そこで、まずは相手に対する「信頼ありき」ということになり、「信頼」はハイリスク商品（マンガ）の創造基盤の重要な構成要素であるという指摘を何度もうけることになった。

フランスにおけるインタビュー調査では、絵を描く才能よりも信頼できる人物であるかどうかが最重要項目であるとする編集者もいれば、別の編集者は、米仏の出版社間ではまずは契約ありきで、契約書さえあれば相手に対する信頼がなくとも構わないという。いっぽう、フランス人編集者からみた日仏関係では、信頼ありきで契約書がビジネスを始めてから半年後にくることすらあるらしい。しかもそれでビジネス上の問題は発生したためしがないそうだ。また、仏仏関係は、契約書があっても、信頼関係にあると思っていて、常に相手に対する警戒を怠らないことが必要であるという編集者もいた。

このように「信頼」という言葉は、調査対象者のおかれる状況によって意味内容が異なっており、個人間や組織間、そして取引慣行など社会制度に対する信頼も包含している。

前出のペータースによれば、フランスでは1968年の5月革命以降は作家の自己主張が強まり、著者が奉られてしまったため、BD制作における作家の芸術志向性・独立性が強いので、日本の“Tansho sha”のような編集者は残念ながら存在しえないという。スクイテンはジュール・ヴェルヌ（Jules Verne）はピエール＝ジュール・エッツェル（Pierre-Jules Hetzel）という編集者によって世に送り出されたともいえ、クリエーションにおける協力関係の研究は未開拓であるが興味深い分野であると述べている¹³⁾。

IV むすびにかえて

本稿では、日仏両国におけるマンガ・BD市場の規模と特徴、さらにはマンガを通じた文化消費の構造的違いを概観した。コンテンツ開発における創造基盤としての編集者と作家の二者間関係において「信頼」が重要な概念として浮かび上がってきたが、「信頼」が意味するところは文脈によりさまざまである。

筆者は日本の編集者へのインタビュー調査にも着手しているが、コンテンツ開発の初期段階と関係が成熟している段階では「信頼」の果たす役割が異なっている可能性があり、信頼の形成と発展をダイナミックな視点から捉える必要があるのではないかと考えている。

たとえば初期段階では、マンガ家と編集者の双方のタスクに対する信頼（task reliability）（Sitkin and Roth 2006）がもっとも重要であると考えられる。あわせて、誠実さ（integrity）＝編集者の人格に対する信頼がハイリスクなビジネスの基盤となり、創造活動を推進するドライバーになるものと思われる。

13) Peeters と Schuiten による2012年11月18日「海外漫画フェスタ」（於、東京ビッグサイト）での発言。

また、作家・編集者の関係が成熟するにつれて、信頼が当事者間では意識されなくなり、二者間の信頼はマンガ制作プロセスにおける、埋め込まれた信頼によって代替されるのではないかと考えられる。マンガ制作は編集者とマンガ家の共同作業のように進行するが、タスクに対する信頼 (task reliability) が達成されれば、日本のマンガ制作システムが創作を下支えしていく。これに、編集者の人格要件 (誠実さ integrity) が満たされれば、マンガ家にとっては理想的な環境を提供することとなるのではないか。

今後は、コンテンツ開発における信頼概念の精緻化をはかり、コンテンツの開発の創造基盤としての信頼をダイナミックな視点から研究する予定である。

(筆者は京都産業大学経営学部教授)

引用・参考文献

【欧文】

- ACBD: Association des critiques et journalistes de bande dessinée <<http://www.acbd.fr>> (2012年11月25日閲覧)
- Edistat, statistiques des ventes de livre en France <<http://www.edistat.com/>> (2012年11月25日閲覧)
- Euro Japan Comic <<http://www.eurojapancomic.com/>> (2012年11月25日閲覧)
- Kawamata, Keiko (2011), "Preliminary research on the Japanese content development process: Cases of manga," 『京都マネジメント・レビュー』 No. 19, pp. 17-41.
- Labé, Yves-Marie (2006), "Un secteur en voie de « mangalisation », " *Le Monde*, 27 janvier 2006.
- Glélat <<http://www.glenatmanga.com/>> (2012年11月25日閲覧)
- Ratier, Gilles (2000 ; 2001 ; 2002 ; 2003 ; 2004 ; 2005 ; 2006 ; 2007 ; 2008 ; 2009 ; 2010 ; 2011), Bilan <<http://www.acbd.fr/>> (2012年11月25日閲覧)
- Sitkin, Sim B., and Nancy L. Roth (2006), "Explaining the limited effectiveness of legalistic "Remedies" for trust/distrust," in Kramer, Roderick M., *Organizational Trust*, UK: Oxford University Press, pp. 295-330.
- Trespallé, Nicolas (2008), "Février 06" <<http://www.arte.tv/fr/fevrier-06/724016,CmC=1131808.html>> (2012年12月8日閲覧)

【邦文】

- 阿尾安泰 (2005) 「フランスの漫画事情」 日下翠編著 『漫画研究への扉』 福岡：梓書院, 155-174頁.

- 猪俣紀子 (2003) 「フランスの若者における日本アニメ・マンガの受容 (日本マンガ学会 第2回大会 特集号) 『マンガ研究』 日本マンガ学会, 第3号, 117-127頁.
- 猪俣紀子, 細萱敦 (2007) 「フランスにおける若者マンガ読者層とBD [含 座長コメント] (日本マンガ学会第7回大会特集号)」 『マンガ研究』 日本マンガ学会, 第12号, 6-15頁.
- 川又啓子 (2008), 「マンガ・コンテンツの商品開発: マンガ家・浦沢直樹」 『京都マネジメント・レビュー』, 第15号, 131-146頁.
- 川又啓子 (2009), 「フランスにおけるマンガ事情」 『京都マネジメント・レビュー』, 第15号, 79-100頁.
- 久保隆志 (2003) 「日本 MANGA の海外進出事情」 『創』, 第33巻第5号, 40-47頁.
- 久保隆志 (2004) 「新たな局面を迎えた日本 MANGA の海外進出」 『創』, 第34巻第6号, 66-73頁.
- 久保隆志 (2005) 「日本マンガの海外進出、欧米での定着の成否が鍵」 『創』, 第35巻第6号, 72-79頁.
- JETRO (日本貿易振興機構) 市場開拓部 (2005) 「フランスにおける日本アニメを中心とするコンテンツの浸透状況」 日本貿易振興機構. http://www.jetro.go.jp/jfile/report/05001223/05001223_001_BUP_0.pdf (2012年11月25日閲覧)
- 出版科学研究所編 (2007a) 『出版月報』, 財団法人全国出版協会, 2007年2月号.
- 出版科学研究所編 (2007b; 2008; 2009; 2010; 2011) 『出版指標年報』 財団法人全国出版協会.
- 鈴木繁 (2011) 「<MANGA、宴のあとで>FRANCE バブルがはじけた?」 『朝日新聞』 2011年2月7日グローブ1面 <http://globe.asahi.com/feature/110207/index.html> (2012年12月2日閲覧)
- デジタルコンテンツ協会編 (2007; 2011) 『デジタルコンテンツ白書』 財団法人デジタルコンテンツ協会.
- 中野晴行 (2004) 『マンガ産業論』, 筑摩書房.
- 夏目房之介 (2001) 『マンガ世界戦略—カモネギ化するマンガ産業』 小学館.
- 藤田裕二 (2006) 「フランスにおける日本のマンガ・アニメの受容」 『論叢』 玉川大学文学部, 第47号, 189-201.
- Berndt, Jaqueline (1990), *Bilderfluten-Phänomen Manga* (佐藤和夫, 水野邦彦訳 『マンガの国ニッポン』 花伝社, 1994年).
- Véret, Dominique (2000) 「普通の文化消費財へ (フランス) (滑落する日本製アニメ・マンガ—最大の輸出ソフト産業は今)」 Uno Takanori 訳 『中央公論』 中央公論社, 第115巻第10号, 224-27頁.
- 松山秀俊 (2008) 「フランスにおける日本製マンガ・コンテンツの受容状況～受容と抵抗の歴史～」 財団法人デジタルコンテンツ協会編 『デジタルコンテンツ白書 2008』, 183-186頁.
- 山下雅之 (2009) 『フランスのマンガ』 論創社.

養老孟司, 牧野圭一 (2005) 『マンガをもっと読みなさい』 晃洋書房.

ローラン＝ピエーグ, エティエンヌ, 萩野千草, 堀茂樹 (2008) 「三人閑談 フランス
“MANGA” 事情」『三田評論』慶應義塾, 第1116号, 58-70頁.

渡辺靖 (2011) 『文化と外交』中央公論新社.