

## フランスでマンガ市場を切り開く —異色出版社キューン社のケーススタディ—

豊永 眞美<sup>1</sup>

### Exploring the French Manga Market — Case Study of the French Start-up “Ki-oon”—

Mami Toyonaga

#### フランスのマンガ<sup>2</sup>市場の特徴

日本のコミック市場は 1995 年から長期の停滞を続けている。出版科学研究所<sup>i</sup>の推計によると、2017 年は紙（雑誌と単行本を合わせたもの）と電子を合わせた市場規模（推定販売金額）は前年比 2.8%減の 4,330 億円となっており、ピークであった 1995 年の 5,864 億円と比べておよそ 4 分の 3 まで縮小している。2017 年は電子コミックが前年比 17.2%増の 1,711 億円と大きく拡大しているものの、マンガ市場全体の低迷を補うまでには至っていない。

一方、海外における日本のマンガの大きな市場であるフランスでは 2000 年代初期に、「ドラゴン・ボール」、「NARUTO」、「ONE PIECE」など、アニメでも人気のある少年マンガの翻訳を中心に人気が高まり、2009 年には単行本販売部数が年 1,500 万部を超える市場となった。ところが、その後減少に転じ、2015 年にようやく前年比 7.8%増の 1,240 万部と反転した。2017 年には 2009 年の 1,500 万部を超えた模様である<sup>ii</sup>。日本では、よく「フランスでは日本のマンガが大人気」と報道などで伝えられるが、決して一直線で市場が拡大したわけではない。2015 年からようやく売り上げが回復したというのが現状である。

現在のフランスのマンガ市場には日本とは異なる二つの特徴がある。一つは、「正規」<sup>3</sup>の電子コミック市場が非常に小さいことである。フランスでは、バンド・デシネ、マンガの電子化率は非常に低く、せいぜい売り上げの 2 - 3%とされている<sup>iii</sup>。電子コミックで市場が支えられている日本と大きく異なる。

これは、フランス人の読者が、バンド・デシネやマンガを「絵」として鑑賞することが多

---

<sup>1</sup> 昭和女子大学 現代ビジネス研究所 研究員

<sup>2</sup> 日本では、ビジネスの世界では、雑誌や単行本のマンガは通常「コミック」という言葉で表現する。一方、フランスでは、バンド・デシネやアメリカのコミックスと識別するため、日本のコミックは MANGA（マンガ）という言葉で表現する。本稿では、フランスの呼び名にならない「マンガ」という言葉で統一して表現する。

<sup>3</sup> ここでいう「正規」というのは出版社が正規のライセンスを与えたものであり、通常は有料のサービスを指す。フランスでは正規の電子のマンガ市場は殆どない反面、海賊版の利用は多いといわれている。

いためと考えられる。特に、フランスのマンガであるバンド・デシネは、オールカラーの美しい図柄が売り物で、紙の本はコレクションの対象である。このため電子化にはなじまない。

フランス人の嗜好は、日本のマンガの嗜好にも表れている。フランスで人気のある日本のマンガは、図柄のシャープなものを中心となっている。

もう一つの特徴は、フランスで出版されるマンガが日本のヒット作品だけではなくてきたことである。2000 年代半ばまでは、フランスのマンガ市場は、フランスの大手出版社が日本の人気マンガを翻訳したものが中心だった。

ところが、近年、フランス人のマンガ家が日本風の作品をフランスで「マンガ」として出版したり、フランスの出版社が、日本人のマンガ家を発掘しフランス向けに作品を書かせる動きが顕著となっている。

日本でマンガ家を発掘し、成功しているのが、独立系出版社のキューン (Ki-oon) 社である。本稿では、日本ではあまり知られていないキューン社の歩みを紹介する。

### キューン社の成り立ち

キューン社はセネガル出身の両親を持つ黒人男性のアメッド・アニュが、大学の同級生の白人女性セシル・プルナンと、2003 年、27 歳のときに設立した。アニュは、JET プログラム<sup>4</sup>で日本に留学した経験を持つ、日本語が堪能な青年だったが、大学卒業時、100 以上の企業に履歴書を送付したものの、採用に至らなかった。アフリカ系の移民出身であることが就職の阻害要因だったと考えられる。このため、ゲームの翻訳などをしながら、独立して事業を行うことを考えた。思いついたのがマンガの出版だった。

フランスのテレビでは 1980 年代から 90 年代にかけて、日本のアニメが多く放送された。アニュもこのような日本アニメを数多く見て育ち、日本に留学した理由も、日本のアニメに惹かれたことが一因となっている。アニュは、日本に留学したことで、2000 年代初期にはフランス語に翻訳されていない日本のマンガが数多くあることを知っていた。

大学の同級生のセシル・プルナンが祖母の遺産を受け継いだのを機に、彼女と一緒にマンガ出版社キューン社を設立した。そして、数多くの日本の出版社に、フランス語の翻訳出版ができないかを掛け合った。

キューン社の強みは経営者の二人ともが日本語ができることだった。当時、フランスで日本のマンガの翻訳は盛んになりはじめたものの、フランスのマンガ出版社の多くは大手出版社の系列企業であり、担当者で日本語を話すものはいなかった。

ところが、経営者の二人が日本語ができるとはいえ、フランスでの出版実績のない新興企業に版權を渡す日本の出版社は皆無だった。出版実績がないから、版權がとれないというのは、新興企業にとって大きな矛盾である。このままでは永遠に出版ができない。

---

<sup>4</sup> JET プログラムは一般社団法人自治体国際化協会 (CLAIR) が主催するプログラム。語学指導等を行う外国青年招致事業 (The Japan Exchange and Teaching Programme) の略で、外国青年を招致して地方自治体等で任用し、外国語教育の充実と地域の国際交流の推進を図る事業。

キューン社が異色だったのはここからである。日本で商業出版されているマンガの著作権を取得することは困難と見極めると、今度は日本で商業出版されていないマンガの著作権の取得に乗り出す。日本で商業出版されていないマンガとは何か。キューン社がまず目を付けたのが、素人のマンガ家が集うコミック・マーケット、通称コミケである。キューン社の二人は、コミケのブースを回り、独創的な作品を探した。コミケで見つけたのは、たきざきまみやである。たきざきまみやは、プロのマンガ家のアシスタントをしながら、コミケでオリジナル作品を発表していた。こうして、キューン社の第一作「Element Line」が生まれた。

それまでフランスで出版されていた日本のマンガは、日本でのヒットを踏まえてフランスで翻訳されたものだった。このため、フランスの出版社が日本のマンガを翻訳するときは、日本のマンガ家と直接交渉するのではなく、日本の出版社経由で連絡を行っていた。

90年代から2000年代は、マンガの原稿はまだ「紙」が主流であった。フランスでの出版に際し、日本の出版社は、マンガ家の紙の原画を渡すことは皆無であった。日本の出版社がフランスの出版社に渡していたのは、原画のコピーである。このため、フランスで印刷するときは、絵の品質が劣化してしまう。このほか、翻訳の確認や、吹き出しに入れる翻訳した文字のレイアウトの確認なども、マンガ家と直接行うのではなく、出版社経由で行うため、やりとりに時間がかかり、かつ、回答が得られないことも多かった。

この点、キューン社は、マンガ家から紙の原画を受け取るため、印刷がきれいである。また、マンガ家と直接コンタクトをしており、細かいやりとりにも時間がかからないため早く出版できる。

この印刷の美しさはフランスではとても重要なことだ。キューン社は原画から印刷することにより、たきざきまみやの細やかな絵を活かした出版を行うことができた。

キューン社はコミケだけでなく、ネット上でもマンガ家を探した。発見したのは筒井哲也。筒井哲也はすでに商業誌でもデビューしていたが、ネットでも作品を発表し続けていた。キューン社はネットサーフィンをしている中で、筒井の作品を見つけ出し、2004年に「DUDS HUNTS」を出版した。筒井の作品は、日本に逆輸入される形で、日本でも商業出版された。

「DUDS HUNTS」が日本で出版されたことにより、キューン社は日本の出版社とのコネクションを作ることに成功した。まずはスクウェア・エニックスの作品の翻訳権を獲得した。日本から安定的に翻訳できるタイトルを獲得することができるようになったことで、キューン社の経営も拡大し、安定していく。

### キューン社の成功の鍵

キューン社は、多くのフランスのマンガ出版社が望みながらも実現が難しかったことを実現していったことでも知られる。

第一にサイン会の開催である。日本の売れているマンガ家は殆どサイン会を開催しない。しかし、フランスでは、バンド・デシネのマンガ家の大半はサイン会を行っている。2016年に発表されたアンケートによると、フランスのバンド・デシネのマンガ家1500人のうち、

76%ivが過去 1 年にサイン会を行っている。これは、宣伝の一環でもある。バンド・デシネのマンガ家は、新作が出ると、出版見本市や地方の図書館、書店のイベントなどでサイン会を行い自作の宣伝を行う。

キューン社以外でも、日本のマンガ家がパリでサイン会を行うことはあったが、地方都市でサイン会を行う者は殆どいなかった。キューン社はマンガ家との信頼関係をもとに、パリだけでなく、フランス全土を回るサイン会を企画する。2012 年に開催された筒井哲也のサイン会vを一例としてあげる。2012 年の 6 月 28 日から 7 月 8 日までの 11 日間に 22 回のサイン会を開催するのだが、移動距離も、グーグルマップで計算すると 3345 キロとなり、しかも毎日が移動である。パリを皮切りに、ベルギーのブラッセル、フランスに戻って、リヨン、マルセイユ、ボルドー、レンヌ、リールと、パリ以外のフランス語圏の重要な都市でサイン会を開催している。このようなハードなスケジュールをこなせる日本人のマンガ家は多くない。キューン社がマンガ家と信頼関係を結んでいることの証左である。サイン会を行うことにより、キューン社は地方の書店としっかりとした絆を作ることができる。

テレビ CM や、地下鉄の広告など、メディアへの広告もキューン社が積極的に行ったことの一つである。フランスでは雑誌連載がないため、新しいタイトルを一般に周知させることは難しい。その一方で、日本のマンガやアニメに多く見られる目の大きい「アニメ絵」の図柄を、公共の場で広告すると、マンガに好意をいただいていないフランス人には反感を買うことも考えられる。ところが、キューン社の扱うタイトルは、フランスのバンド・デシネにも通じるシャープな絵柄の作品が多い。例えば筒井哲也の「予告犯」は黒の背景に新聞紙をかぶった登場人物がこちらに向かって指さす衝撃的な画像であり、パリの地下鉄の広告としても違和感がないvi。

こういった独自路線で、キューン社は売上を伸ばしていった。2016 年には、週刊少年ジャンプに連載されている堀越耕平の「僕のヒーローアカデミア」の翻訳出版を始めている。

「僕のヒーローアカデミア」は日本でも 2018 年に「ONE PIECE」について 2 位の 672 万部を売り上げているviiiが、フランスでも 1 巻あたり 10 万部近く売り上げる大ヒット作品であり、キューン社の売り上げを支える根幹となっている。

## 新人マンガ家の発掘

「僕のヒーローアカデミア」という経営の屋台骨を支える作品の翻訳権を獲得した後も、キューン社はフランスと日本で、マンガ家の発掘を行っている。フランスでは、日本のマンガ雑誌が行うような新人発掘のコンテストを主催している。審査員はキューン社で翻訳出版を出している日本人マンガ家である。

もう一つ、日本で商業出版していない日本人マンガ家の発掘も続けており、成果を上げている。例えば、藤井組原作、平井志作画「Sous un ciel nouveau(新しい空の下で)」は 2018 年の ACBD アジア賞viiiを受賞した。ACBD アジア賞とはフランスの新聞記者と批評家が年 1 回、その年に翻訳されたアジアのバンド・デシネの中から優秀な作品を選出する賞で

ある。2017 年は安倍夜郎の「深夜食堂」、また過去には浦沢直樹の「PLUTO」が受賞するなど、それまでの受賞作は日本でも実績のある作品である。

ところが、「新しい空の下で」は、藤井組のブランドを持つ、滋賀県の株式会社まちおこしが原作を手掛けており、日本では商業出版されていない。株式会社まちおこしは滋賀県の企業で地域おこしのコンテンツ等を制作している企業である。

また宮城県在住の主婦である佐々野まりえの「モモとタイヨウノツカイ」も出版している。この作品は、フランス市場でニーズが高い児童マンガで、オールカラーの作品である。前述したとおり、フランスのバンド・デシネは殆どがオールカラーであり、フランスの市場の好みに合致した作品となっている。

このようにキューン社は地方在住の日本人マンガ家が地方に居住し続けながら、作品を制作することを結果的に手助けしている。

また、新作の宣伝も大胆に行っている。日本の新人イラストレーター「につけ」の単行本デビュー作となる「Beyond the clouds」のプロモーションにあたっては、日本のアニメーションスタジオの GONZO にプロモーションビデオの作成を依頼している。日本では、まだアニメとなっていない作品の宣伝に、アニメを使うことはまずなく、先進的なプロモーション方法である。

ただ、上記のようなプロモーション活動を行ったとしても、日本で出版されていない作品はフランスでも、知名度が劣る。この欠点を補うため、キューン社は、書店向けに無料の宣伝の冊子を置くことを始めている。この雑誌にはキューン社の複数の作品が、日本の雑誌の 1 話分程度収められており、ちょうど日本のコミック雑誌のような体裁をしている。

日本人マンガ家の発掘をさらに容易にするため、キューン社は 2015 年より日本に拠点も設けている。拠点の所在地は在日フランス商工会議所である。日本に拠点を置くことにより、日本人マンガ家とより密な関係を築くことができる。日本とここまで密接な関係をもつフランスのマンガ出版社はこれまで存在せず、今後、キューン社がどこまで日本との関係が深められるか注目される。

---

## 脚注

<sup>i</sup> 公益社団法人全国出版協会「2017 年のコミック市場規模発表 紙+電子で 2.8%減の 4,330 億円、紙は初の二桁減、電子は 17.2%増」<https://www.ajpea.or.jp/information/20180226/index.html> (2018 年 2 月 26 日発表、2019 年 1 月 19 日アクセス)

<sup>ii</sup> “Journal du Japon” [Bilan Manga 2017] Ventes : un marché français en bonne santé ! <https://www.journaldujapon.com/2018/03/14/bilan-manga-2017-ventes-un-marche-francais-en-bonne-sante/> (2018 年 7 月 29 日発表、2019 年 1 月 19 日アクセス)

<sup>iii</sup> HADOPI” LE RAPPORT COMPLET DE L'ÉTUDE SUR LA DIFFUSION DE LA BANDE DESSINÉE NUMÉRIQUE EST DISPONIBLE” ([https://www.hadopi.fr/actualites/le-rapport-complet-de-letude-sur-la-diffusion-de-la-bande-dessinee-numerique-est?fbclid=IwAR2rE0IB\\_kCobIII0-3EvFAIV1S1j0\\_W3BPpDeGN4ME3Jq8HRLvH87nDDQM](https://www.hadopi.fr/actualites/le-rapport-complet-de-letude-sur-la-diffusion-de-la-bande-dessinee-numerique-est?fbclid=IwAR2rE0IB_kCobIII0-3EvFAIV1S1j0_W3BPpDeGN4ME3Jq8HRLvH87nDDQM)) (2017 年 12 月 15 日発表、2019 年 1 月 19 日アクセス) フランスのバンド・デシネの電子化についてのレポート

<sup>iv</sup> les États Généraux de la Bande Dessinée “Enquete Auteurs 2016” <http://www.etatsgenerauxbd.org/etat-des-lieux/enquete-auteurs/> (2019 年 2 月 1 日アクセス) フランスのバンド・デシネ作家 1500 人へのアンケート調査

- 
- v Ki-oon” Dedicaces Tetsuya TSUTSUI “ <http://www.ki-oon.com/news/19-dedicaces-tetsuya-tsutsui-le-planning.html> (2012 年 6 月 4 日発表、2019 年 2 月 2 日アクセス)
- vi MANGA-NEWS “Prophesy s'affiche dans le métro parisien” <https://www.manga-news.com/index.php/blog/2012/06/27/Prophecy-saffiche-dans-le-metro-parisien> (2012 年 6 月 27 日発表、2019 年 1 月 19 日アクセス)
- vii ORICON NEWS コミック作品別ランキング <https://www.oricon.co.jp/confidence/special/52166/7/> (2018 年 11 月 30 日発表、2019 年 1 月 19 日アクセス)
- viii PR TIMES 「ジャパンエキスポ in パリ」で藤井組のマンガが「ACBD アジア賞」を受賞 <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000035746.html> (2018 年 7 月 10 日 発表、2019 年 1 月 19 日アクセス)

#### 参考文献

- La Mulette 2016 『フランスにおけるイラストレーター事情』（自費出版）.
- La Mulette 2017 『トップクリエイターに聞いてみた』（自費出版）.
- 大場吾郎 2017 『テレビ番組海外展開 60 年史』人文書院.
- 豊永真美 2014 「マンガはなぜ赦されたのか - フランスにおける日本のマンガ 第 1 回—第 9 回」  
<http://www.animeanime.biz/archives/category/column/%E8%B1%8A%E6%B0%B8%E7%94%B1%E7%BE%8E%EF%BC%9A%E3%83%9E%E3%83%B3%E3%82%AC%E3%81%AF%E3%81%AA%E3%81%9C%E8%B5%A6%E3%81%95%E3%82%8C%E3%81%9F%E3%81%AE%E3%81%8B> 2019 年 1 月 19 日アクセス
- 豊永真美 2016 「フランスの日本マンガ市場、最新事情 第 1 回—第 4 回」
- 増田弘道 2018 『製作委員会は悪なのか? アニメビジネス完全ガイド』星海社新書.