

コロナ下のフランスのマンガ市場

豊永 眞美¹

Manga Market in France under Covid-19

Mami Toyonaga

筆者は 2019 年の「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ー」ⁱ、2020 年の「フランスのマンガ出版社が日本オフィスを開設した理由—独立系出版社 AC メディア（キューン）のケーススタディー」ⁱⁱで、フランスの独立系漫画出版社 AC メディア社（レーベル名キューン：Ki-oon）の歩みを紹介した²。今回は若干視点を変えて、コロナ禍のフランスのマンガ市場の動向について考察する。

2020 年のフランスのコロナの影響とマンガ³市場

2020 年のフランスのマンガ市場はコロナの影響による書店の一時閉鎖や、ジャパン・エキスポ⁴など大型イベントの延期により前年と比べて減少することが懸念されていた。しかし、調査会社 GfK が 2020 年 1 月末に発表した資料ⁱⁱⁱによると、フランスのマンガ市場は売上冊数ベースで前年比 18%増の 2,260 万部と大きく伸び、過去最高となった。

売上増の原因となったのは『NARUTO』の復活である。『NARUTO』はフランスでも 2016 年に最終巻が発行されているのだが、2020 年にもっとも売れたのはなんと『NARUTO』の 1 巻である（表 1）。このほか、日本で人気の『鬼滅の刃』、『僕のヒーローアカデミア』もランクインしているが、これも一番売れているのは 1 巻である。フランスで『NARUTO』の 1 巻が出たのは 2002 年、『鬼滅の刃』の 1 巻が出たのは 2017 年（ただし、新訳がでたのは 2019 年⁵）、『僕のヒーローアカデミア』の 1 巻が出たのは 2016 年である。フランスでも、その年のベストセラーにランクインするのは、その年の新刊の

¹ 昭和女子大学 現代ビジネス研究所 研究員

² AC メディア社は「キューン」というレーベル名でマンガ出版をしており、日仏の多くの記事で「キューン」と紹介されているため、本原稿では「キューン」と記す。

³ 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。

⁴ ジャパン・エキスポは 2000 年よりパリ郊外で開催されている。日本のポップカルチャーを広く紹介するイベント。マンガ出版社もブースを構え書籍を販売している。（<https://www.japan-expo-france.jp/jp/>）

⁵ 『鬼滅の刃』はフランスでは仏語タイトル『Les Rodueurs de la nuit（夜の徘徊者）』として 2017 年に翻訳が始まったものの、売れ行きが伸びず 3 巻までで翻訳が止まっていた。2019 年にアニメがフランスで紹介されヒットしたことにより、『鬼滅の刃』のアニメのタイトルとおなじ『Demon Slayer』に改題され、仏訳もアニメに合わせて改訳された。

マンガであり、過去のマンガの売上が上位を占める 2020 年は異例な年といえる。

表 1 フランスのマンガ市場— 2020 年の人気タイトル トップ 10 —

タイトル	巻数	出版社
NARUTO	1	KANA
NARUTO	2	KANA
鬼滅の刃	1	PANINI
ドラゴンボール超	10	GLENAT
NARUTO	3	KANA
ONE PIECE	93	GLENAT
僕のヒーローアカデミア	1	KI-OON
ONE PIECE	95	GLENAT
ONE PIECE	94	GLENAT
ドラゴンボール超	11	GLENAT

出所) Actua BD “Marché de la BD en France en 2020 : une année record”

配信アニメがヒットのきっかけ

フランスで『NARUTO』を出版する KANA の担当者がフランスのメディアに語った記事によると、NARUTO の売上の増加要因は、Netflix など複数の配信プラットフォームでアニメが配信され、親世代が安心して子供に与えられるマンガとして親世代、子供世代の双方から価値を認められている作品であるからだという。『NARUTO』の売上の増加はフランスだけではなく、ドイツや米国でも顕著とのことだ^{iv}。

配信アニメの人気がマンガ本の売上増加につながったのは、『鬼滅の刃』も『僕のヒーローアカデミア』も同じである。第 1 巻の売上が増えるということは、アニメを見てマンガを読みたくなった層が多いということでもあり、配信プラットフォームの影響の大きさが見て取れる。

長期戦略の必要性

アニメはこれまでテレビ放送が中心であり、見逃したら視聴しにくい状態にあった。しかし、配信プラットフォームでは長い期間、アニメを見ることが出来る状態にある。旧作でも人気が出る可能性があることが、『NARUTO』の人気により証明された。マンガ出版社もアニメの人気と連動して本を販売する機会を得た。

フランスを含む海外での売上は著作権を持つ日本の出版社や作者にとっては、日本での売上と比較して微々たるものかもしれない。しかし、2020 年の『NARUTO』1 巻の売上部

数は 12 万部程度であり、日本に支払われる印税収入も決して小さくはない。比較的成本をかけずに旧作により利益を得ることができることは日本の作者や出版社にとっても悪くない話であるはずだ。

配信プラットフォームの普及により、人気アニメの「寿命」は長くなっていくはずである。日本の出版社や作者も長期的な視野で著作権を海外に展開していく必要があるのではないか。

参考文献

- (1)豊永眞美 (2019)「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ー」(<http://swubizlab.jp/wp/2018kiyou>) 昭和女子大学現代ビジネス研究所紀要 (2018 年度) (2021 年 1 月 31 日アクセス) .
- (2)豊永眞美 (2020)「フランスのマンガ出版社が日本オフィスを開設した理由―独立系出版社 AC メディア (キューン) のケーススタディー」<http://swubizlab.jp/wp/2019kiyou>) 昭和女子大学現代ビジネス研究所紀要 (2019 年度) (2021 年 1 月 31 日アクセス)
- (3)松井剛 (2019)『アメリカに日本のマンガを輸出する～ポップカルチャーのグローバル・マーケティング』(有斐閣) .
- (4)Actua BD “Marché de la BD en France en 2020 : une année record”
<https://www.actuabd.com/Marche-de-la-BD-en-France-en-2020-une-annee-record>
. (2021 年 1 月 28 日発表、2021 年 1 月 31 日アクセス)
- (5)Livres Hebdo “Naruto est le manga le plus vendu en 2020 »
<https://www.livreshebdo.fr/article/naruto-est-le-manga-le-plus-vendu-en-2020> (2021 年 1 月 15 日発表、2021 年 1 月 31 日アクセス) 【有料記事】

ⁱ 参考文献 (1)
ⁱⁱ 参考文献 (2)
ⁱⁱⁱ 参考文献 (4)
^{iv} 参考文献(5)