

フランス、スペインの
アニメーション市場
視察報告書

2003年12月

財団法人デジタルコンテンツ協会

有限責任中間法人日本動画協会

目次

．	はじめに	1
1．	はじめに	2
2．	視察先写真（カラー版）	4
．	フランス	6
1．	ゴブラン専門学校アニメーション学科	7
	ゴブラン訪問を振り返って	10
2．	ピボ・フィルム社&パンプキン社	14
3．	若手アニメーター2氏との会見	17
4．	DVD 専門店&MANGA 専門店探索	24
5．	ゲジラム社	30
6．	ペリーネ・フィルム社	38
7．	TV フランス・インターナショナル社	45
8．	シップ・アニメーション社	48
9．	月刊「ANIME LAND」誌	56
10．	IDP グループ2氏との会見	63
．	スペイン	64
1．	アウリガ・フィルムス社	65
2．	スペインアニメーション協会幹部との会見	74
3．	ダイグラ・フィルムス社	82
4．	タバノアーツ&アニメーションフィルムス社	87
．	まとめ	95
1．	アウトライン	96
2．	総括	107
3．	入手アニメ映像・資料一覧	109

．はじめに

1 ．はじめに

フランス市場概要

スペイン市場概要

2 ．視察先写真（カラー版）

1. はじめに

デジタルコンテンツ協会 DCAj は、日本動画協会 AJA のデジタル技術研究会と共同で、2003年5月17日～25日、フランス及びスペインを対象に、アニメーション市場視察を行った。

今回の視察の目的は、これまで制作プロダクション単位に行われていた海外事業について、日本のアニメ業界全体として今後の有望な輸出産業として捉え、各国の規制あるいは制作支援制度を踏まえて、効果的な海外ビジネスモデルを業界全体として再検討していくための基礎調査として、今回、フランス及びスペインの2カ国を取り上げ実施したものである。

フランスの視察先は、プロダクション5社、アニメーション専門学校1校、その他2社。会見者として、アニメーター2氏、その他2氏。スペインの視察先は、プロダクション3社、会見者は、AEPA（スペインアニメプロダクション協会）幹部3氏。

フランス市場概要

TVは売上の5%を映像制作（実写、記録、アニメ、その比率は問わない）に振り向けることとの規制があり、更に、TVアニメ放送の50%はフランスアニメという規制がある。また国立映画センターのアニメ制作助成制度（COSIPプログラム）、EU連合からの助成制度（MEDIAプログラム）もあり、100%フランス製アニメあるいは国際的合作とみなされる条件（ポイント制度）、相手国などあたかもFTA張りの協定がカナダを含めたEU圏で結ばれているようで、ある種のガードを感じる。

TVシリーズは欧州（仏、英、独、西、伊、加）による製作資金パートナーシップが一般化しており、制作スタイルについては、上記国内での合作が一般化している。フランス内はプリプロ中心及びポストプロで、合作相手国筆頭はカナダ。作画の殆どを中国、韓国、チリなどへ発注している。

TVアニメは子供向けという捉え方が未だ大勢を占めるなかで、MANGA（ジャパニメーションの呼称）に対するフランス愛好家の存在をどの程度評価するかが今後のフランス向け展開戦略を左右する。シャンゼリゼ通りの大型DVDショップでは、MANGAの新旧160タイトルがいい場所に並べられ、ディズニーの棚面積に逼迫し、フランスアニメは少数であった。圧巻はジャパコンミックコーナーで、フランス語版のコミックが入り口横の棚4面と平積みで陳列され、立ち読み客でびっしり埋められていた。

パリにMANGA専門店が集中した場所があり、三店訪れた。店員いわく、大量に過去の作品が流れ込んでいる。量が売れる作品はスーパーでも取り扱い始めている。日本のアニメへの反発は少なくなり、メディアによる悪口は減少した。市場は拡大するだろうとのこと。

同様な話はMANGA専門誌の編集長からも聞かされた。また、興味深い話として、専門誌読者はアニメ全般よりも日本のアニメのみを求めていること。前期まで順調に売り上げを伸ばしてきたが、今期は成長が止まった。競合誌が8誌も登場したからとのこと。

現状から言えることは、フランスアニメファンは日本の（大人向けの）アニメに飢えていること。市場の要求に応じて、現在過去の日本の作品が大量流入している。MANGA の輸出はビデオグラム面ではまだまだ延びるものと期待される一方で、今後の展望はどのようなだろうか。

一方で、これまで制作されたフランスの長編アニメは数えるほどだが、今年にはいり6本の長編が制作され劇場公開の予定とのこと。フランスアニメ市場はまさに動き出していると考えていい。長編アニメ製作に新たな活路を見出した動向が、市場からどう評価されるか。MANGA ファンは果たしてそれをどう評価するか、フランス長編アニメが MANGA に取って代わる可能性が無いでもない。

フランス製、EU 製アニメの製作が強力に保護されている状況下、日本にとっては、フランス製、EU 製のブランド確保が非常に困難であり、TV 市場、映画市場での資金・放映環境はマイナス要因として大きく立ちはだかる。限定された自由市場下で現状通りのビジネスモデルで推進せざるを得ないのか、あるいは可能性が存在するのか、更なる調査、分析、戦略検討が必要である。

スペイン市場概要

フランスに比較しスペインはまだアニメーション萌芽期といえる。TV アニメは子供向けのものとの認識が支配的。スペイン国民は映画好きで鑑賞券も 5.5 ユーロ（約 715 円）と安く、水曜日は 4.5 ユーロ（585 円）と更にお得。従って DVD ショップを覗いてもアニメーションそのものが少なく、MANGA も少ない。

TV アニメは当たっている外国性アニメの放映でいいとの TV 局方針で、TV アニメ制作は低調で 2D プロダクションは元気が無く、仏、独などとの共同制作（下請け？）に甘んじている。フランスに対し自分達は自社で制作するし制作費も安くクオリティでは負けないとの意識で制作意欲はフランスに決して負けてはいない。一方で映画用 2D / 3D 長編アニメに活路を求めているとも見える。

ダイグラ・フィルム社は EU の助成金プログラム、MEDIA プリユースからの資金も得て、欧州最初の 3DCG 長編アニメ「にぎやかな森」を製作、昨年、スペインアニメ史上最高の観客動員数（51 万人）を記録し、次作長編も製作中でスペイン国内から EU で独自のジャンルを確立していく動きと見える。AEPA 副代表の M クリストバル氏はアニメ技術教育の指導を始め、広報手段の発想のユニークさをみても将来、スペインアニメ産業推進の牽引役となる人物と思われる。

スペイン TV 局も 2005 年、フランスと同様の 50%放映規制、5%映像制作投資規制が採用される（EU の国境の無い TV 法）。スペイン自身の市場は大きくないが、フランスと比較しマーケティングもきちんとしている点を取り上げれば、中南米スペイン語圏を市場として捉えた共同制作先として、あるいは EU 製ブランドを確保できる共同制作先としてきちんと2 国間の提携関係を締結することを前提に、有効なパートナーかもしれない。

2. 視察先写真（カラー版）



GOBLIN 専門学校アニメーション学科にて



GOBLIN にて（左奥が ERIC RIEWER 学科長）



BIBO FILMS 社 PASCAL CHEVE 氏 (GOBLIN 卒業生)



MANGA 専門店 MANGARAKE の日本製アニメ



XILAM 社にて（左が THOMAS DERON 氏）



XILAM 社 3DCG 長編アニメ「KAENA」



LES FILMS DE LA PERRINE 社
DOMINIQUE BOISCHOT 氏



SIP ANIMATION 社にて (右が BRUNO BIANCHI 氏)



AURIGA FILMS 社 JOSE A RODRIGUEZ 氏



AEPA 幹部 左 ENRIQUE UVIEDO HERRERA 代表
右 PABLO HERNANDEZ GONZALEZ 委員



DYGRA FILMS 社 MANUEL R CRISTOBAL 氏



TABANO ARTS & ANIMATION FILMS 社
右 JESUS MINGUET 氏
左 MARIAM SEOANE 女史

．フランス

- 1．ゴブラン専門学校アニメーション学科
ゴブラン訪問を振り返って
- 2．ビボ・フィルム社&パンプキン社
- 3．若手アニメーター 2 氏との会見
- 4．シャンゼリゼ通りの DVD 専門店 &
バステューユの MANGA 専門店探索
- 5．グジラム社
- 6．ペリーネ・フィルム社
- 7．TV フランス・インターナショナル社
- 8．シップ・アニメーション社
- 9．月刊「ANIME LAND」誌
- 10． IDP グループ 2 氏との会見



ゴブラン専門学校正面玄関



ゴブラン専門学校ロゴマーク

1. ゴブラン専門学校アニメーション学科 (GOBELINS L'ECOLE DE L'IMAGE)

対応者：エリック・リーヴェル (ERIC RIEWER) アニメーション学科長

5月19日(月) 15:15 ~ 17:00

ゴブラン専門学校は1930年、女性のドレメ学校として設立され、1960年に映像系の学科を設立し、1976年にアニメ学科を設立した。設立後27年経過し、フランスのアニメスタジオにいけばどこでも卒業生が在社している。当初の15年間は15人/学年で、その後は現在まで25人/学年。

スポンサーはパリ商工会議所で、学費はフランスの他のアニメ学校が6,000ユーロに対し、無料であったが最近1,500ユーロとなった。これは一切の教材費等を含んだ金額である。フランスでは企業から教育税を徴収しており、会社員には教育を受ける権利が与えられているが、ゴブランではこの制度を活用している。

アメリカの大学、ドイツのフィルムセンター、日本はジブリと関係を持っている(高畑氏、大塚氏が訪問し講義していると聞いた)。(卒業生は今年7月の卒業生を含めて約5百名位か)日本には現在2名滞在している。アメリカで働いている者もいるが、大半はフランスでの就職を希望している。世界中にアニメ学校は多く存在し、その多くがアーティスティックを教えているが、ゴブランの伝統としては、動きを描くことを重視し、即戦力のアニメーターを養成している。

ここは2階に分けてあって、2階はドローイングの施設、1階にはもはや使われなくなったが写真撮影装置の施設となっている。

アニメーション学科は従来、基本コース2年間だったが、昨年9月よりコンピューターコース1年間が増設されて計3年コースとなった。最初の1年間は、ドローイングのエクササイズが中心である。絵を描ける人が入学しているが、更に鍛えている。ウォーキングとかリップシンクとかアニメーションテクニックについて徹底して鍛え上げる。

フランスでは日米の影響が大であるが、フランス独自性を作っていきたい。ここでの教育は、フルアニメーション教育が基本である。しかし、フランスアニメ市場では、長編ではフルアニメの仕事はあるものの全体としては稀少であり、一種のリミテッドアニメが中心。従って、リミテッドアニメ、フラッシュアニメについても教えている。

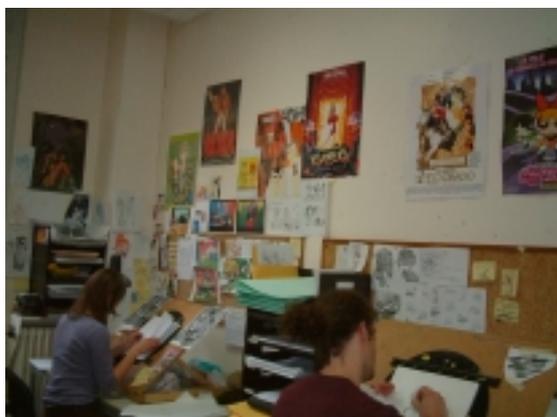
奥のほうに1年間の3Dのコースがあって、毎週、手描きの課題が与えられている。これは3Dの教育は人数が限られているところから、2Dの手描きのアニメーションの技術が身についている生徒を優先的にして（手描きの動きの課題も入試で試している）、通常の教育ではデッサン、クロッキー（スケッチ）、動きの観察に注意させそれを描き込むことをやらせている。

3Dコースの教室を見学したが、生徒数は18名。各自がディスプレイに向かい、指導教師と思われる若干年長の方がディスプレイを渡りながら指導を行っていた。3DのシステムはMAYAを使用。

2D部門の卒業制作は、3~4人でチームを組み、30秒の作品を制作する。期間は3ヶ月。現在（5月中旬）各チーム共に映像がちょうどできたばかり。昨年アヌシー2002に出展した卒業制作を小鑑賞室で見せていただいた。何点かの作品間で多少のスキルの開きは感じたが、上位はさすが即戦力の養成とあって、充分即戦力になりうると感じた。

ゴブラン専門学校の下記ホームページから、卒業制作の短編映像を見ることができる（毎年、アヌシー国際アニメーションフェスティバルに応募している）。

<http://www.gobelins.fr/galerie/animation/>



3Dコース教室



3Dコース教室（イタリアから入学の女生徒）



2Dドローイング教室



フランス版ライトテーブル



2Dドローイング教室



卒業制作取組みが終わった教室



3D制作実習中



地価倉庫に眠る写真撮影装置1



地価倉庫に眠る写真撮影装置2



1Fロビー

ゴブラン訪問を振り返って

約 2 時間の訪問を終え、ゴブラン専門学校を出た途端、突然の驟雨にみまわれた。粋なパリジャンは少々の雨では傘をささないが、これはたまらない。次の訪問先のプロダクションはすぐ近くであるが小一時間あり、ゴブランの近くのカフェへ飛び込んだ。ここで、ゴブラン専門学校で聞いた話を振り返って、5 人でいろいろ語った。

昨年アヌシーへ出展した卒業制作のショートムービーのほぼ殆どに、社会に対する出口が無くて不満に思っているという感じが見られた。それが潜在意識として現れてきているのかなと思うが。ゴブランのアニメーターに、日本とかハリウッドに来て働きたいかと尋ねたら、フランスに残って、短編でもいいから自分の作品を作りたいと言っていた。イタリアから入学した女性だ。他の男性もそう言っていた。

何年も前からそう考えている人が多い。この悪状況をどうやって乗り越えたらいいのか。(通訳のゲン・イラン氏の発言を太字で表示。この節限定。)

それにはスタジオを興すべきかもしれない。他人のものを作るのではなく自分達のものを作る、フランス製として、1 作品 3 千万円、政府から半額くらい補助が出るだろうし。制作後の出口の管理を我々日本がやる。丁度、ワーナーとかフォックスがカナダとかオーストラリアに実写映画のスタジオを作っているが、それと同じ発想で。

フランスに日本がアニメスタジオを作ってみてはどうか。ハリウッドのフルアニメーションに慣れた人達よりも、フランスの方が日本のアニメ制作のスペックに適しているかもしれない。ゴブランの教室の壁中に日本のアニメのポスターが溢れていた。ジブリが多かったけれども。

それはみんな当然のように日本のアニメを知っている。

欧米に本格的に進出しようとするなら、日本で制作していたのでは無理かなと最近良く考える。そうするとアニメ産業がある国というに限られていて、アメリカは無理だし、フランスか？

フランスでも問題はいろいろある。ディズニーは十数年前、パリの郊外にスタジオを作った。それが昨年、労働法律に絡んで、結局、閉鎖した。

高コストだった？

ディズニーとしては納得のいかない話で、3 年前にできた法律で、アニメーターが週 35 時間以上実質働けない。

労働基準法が日本と全く違って、日本と同じように働いてもらおうなんて無理だ。

35 時間以上働くことも出来るが、こまかな規定で実質残業をするには至らない。

日本の 4 日分にしかならない。みんなのんびりしている。アメリカでユニオンを使うのと全く同じかも。日本で制作しながら、一部を日仏共同制作するといった方式では考えられないだろうか。

平等な関係で制作できれば、世代的には日本の技量を認めていて、それならば 35 時間以上働いてもいいと考える人達はいるだろう。

リヨンの近くにフルアニメーションを制作しているスタジオがあるが、給料を半分くらいにしてそれでも作りたいという人達だけを集めているそうだ。

これから訪問するピボフィルムもそうで、フルアニメーションを自分達で制作したい、外注に出したくないということで、非常に安い給料で働いている。殆ど支援ばかりで生活しているようで、それで稼いだ金で若い人達に企画を出させて良ければ制作している。だから短編程度に過ぎないが。

アニメーターの給料のベースは、日本の場合は、ワンカット 3,500 円～4,000 円。動画は 1 枚 210 円～220 円。

それはフランスでは考えられない。

日本でも考えられなくて韓国とか中国に出しているが。フランスの場合動画は 5 倍くらいするのか。

フランスの場合、新人の原画制作者は、カット単位ではなくて基本が 1 万 5 千フランだったから月に 2 千ユーロ（約 30 万円弱）以上貰っているはず。

その話は日本で働きたいというフランスアニメーターのケースで聞いた記憶がある。

基準が全く違う。基準が変わっても日本に行きたいということはそれなりの覚悟があるということ。月に 2 千ユーロが卒業直後の最低給料でその後上がっていくのだが。

日本のスタジオでも月 25 万円以上稼いでいる原画マンはたくさんいる。

こうすればどうか。5 ライン中 1 ラインをフランスで作って監督とシナリオライターをフランス人。フランスに何を求めるか。フランスとヨーロッパのエスプリ。後は政治的な参入障壁を排除すること。その 1 ラインで儲けられなかったら後の 4 ラインでリカバラなければならなくなるが？大丈夫だろう。

弱点と思われるのは、フランスでは日常生活をテーマとするアニメは殆ど無いということ。テーマにすればいいのにとと思うかもしれないが。描けば描いたでフランス流になってしまうだろう。

それはどういう理由からなのか。

やはりフランスではアニメは子供向けとの位置づけで、アメリカ流のカートゥーンとかデフォルメされてて、信じられないような動きをするだとか、キャラを描くようになって、それが主流になっている。

それは日本でも可愛い女の子の絵は描けても動くキャラが描けない人が一杯いる。日本のアニメでこういうアニメを描きたいというスタイルがあって、それを目標にやっているから描けないというものも出てくる。フランスのアニメーターにも自分のあこがれているスタイルがあって、それから外れたものが描けないというのではないだろうか。描けないからこちらでビジネスにならなくて多分みんな困っているのではないかと思う。

アメリカやフランスのアニメでは食事をしているシーンが殆ど見られない。日本のアニメ

メでは脚本家のご飯を食べるシーンを書くとは描かざるを得ない。日本でも美少女の斜めシーンは描けてもご飯を食べるところを描けない人は一杯いる。

フランスで流通を手掛けるなら制作もやってみてはどうだろうか。共同プロダクションでなくてもいいかもしれないがキチンと交流させたい。最初はプリプロだけでもいいかも知れない。

フランス的な味を出す企画としては、例の今度公開される長編のアニメ「ベルヴィルの三つ子姉妹」が唯一かも知れない。フランス映画は一時全くだめだったが、ヤンクーネンとかリックベッソンとか出てきて、商業的に復活の兆しが見えてきたのではないかと思う。多分アニメも何か一つ出てきたら変わるのではないか。

今は長編を目指した方がいいのか。

5年前、「キリク」が長編で大ヒットしたことによって、今回の「ベルヴィルの三つ子姉妹」とか「雨の子供たち」という企画が間違いなく実現できたと思う。

日本人もアニメ関係者はビジネスが下手だと思うが、ひょっとしてフランス人も下手なのかも知れない。政府から如何に補助を得てマージンを抜くかという点に特化してしまうから、きっとマーケット重視ではないのではないか。何を重視しているかという点、人との関係、会計とマネジメントではないか。

多分、戦略とかマーケティングではない。確かにそういう考えで企画を立てているようではない気がする。それは大手の「グジラム」とか「シップ・アニメーション」に行った時に聞いてみたらどうか。確かにそういう余裕は無いようだ。チャントしたものを作りたいからという理由は制作上で理由になっている以外は認められない。TVチャンネル向けではもってのほかとかという話になるだろうし、誰も戦略とかマーケティングで作ろうとしないからこそフランスのアニメーター達は大変な不満を抱えているのだと思う。多分チャントしたものをチャント作ればフランスで火がつくのではないかと思う。

フランスの人口は？6千万人。韓国6千万人と同規模。

あと、作り方のスタイルについて、日本はパート分けされているが、フランスのスタイルは違うと思う。それはフランス側にとっていい勉強になる話かもしれない。学校でストーリーボードとかレイアウトの基本は教えたとしても、それもアメリカ方式で細かく分けられていて、ディズニーでラフな原画しか描かないだとかそういったシステムで、殆どの人がレイアウトまで行くか行かないかというところで、絵コンテしかやらないで韓国とか中国に下請けに出してレイアウトから先は下請けにやってもらうというのが主流となっている。

プリプロを日仏で一緒に取組むのは面白いと思う。徐々に増やしていけばいいだろうし。半年位前に、日本のプロダクションでエッフェルの孫に当たる人のプロダクションと一緒に合作を作ろうという話があったと思うが。10人くらい日本に来て1年位やると聞いていたが。

一昨年、パリのフォーラム・デ・ジマージュ映画祭で、大塚康生さんに、ゴブランの出

身者など 16 人に課題を与えて描かせるというレクチュアがあったが、その中の何人かを良く知っている。中一人は非常にできる男で、日本に行きたがっていた。その人間ではない二人が 3 ヶ月日本のプロダクションで研修中であるが、実は様子を注目している。

そのプロダクションでは合作が多く、元々研修生を受け入れやすいのではないかと聞いている。

二人とも自費で渡ったのだが、一昨年の大塚教室の後は 16 人中 3~4 人が日本語の勉強を始めたと聞いている。

日本の他のプロダクションも受け入れを考えてみていいのではないかと聞いている。現場への刺激にもなるだろうし。現場から場所が無いと断ってくるだろうが、場所は作ればいいし、簡単に諦めるのはもったいない話だ。

滞在中の二人を他のプロダクションに紹介することは可能だが、どうだろうか？二人は大塚さんと相談の上で、1 ヶ月目は日仏の描画とか線の違いをクリアして、2 ヶ月目には実際の 1 話のプロダクションの中で原画を分担して描き、3 ヶ月目には自分達の作りたい企画について、イメージ・ボードやコンテから始めて周囲と議論しながら進めていくという日本式の制作をやることになっている。3 ヶ月終了後はそのプロダクションの社長以下の判断で、働いてもらうかどうか決まることになっている。ワーキングホリデーのビザを取得しているが、3 ヶ月は自費なのでそれ以上延長は無理で、二人ともできれば残って働きたいと言っている。

フランスのアニメーターが日本に来て合作を制作すると、配給、流通の方はどうなのだろうか？市場に 6 千万人いるから何とかなるだろう。フランスは流通は殆ど TV 局が抑えている。映画配給はカナルプラス (CANAL+, ユニバーサル系) が大手で、リメイクする時のカウンターパートナーは結局 TV 局だ。MS とか FM とかゴーモンとか。



ビボ・フィルム社玄関



パスカル・シュヴェ氏

2. ビボ・フィルム社&パンプキン社 (BIBO FILMS , PUMPKIN)

対応者：パスカル・シュヴェ (PASCAL CHEVE) 取締役

5月19日(月) 18:00 ~ 19:00

たまたま映像機材のトラブルが発生し、丁度1本の作品を仕上げたところで、明日の納品を控え、いろいろ調整しなければいけないという生憎の状況であったが、制作映像の鑑賞を依頼したところ、すぐさま見せていただいた。

ビボ・フィルム社はこじんまりしたスタジオでスタッフは15名位。CM や短編、あと米国向けのTV短編シリーズを制作している。長編を制作しようとしているが企画どまり。短編は60~90秒。鑑賞した短編はTVシリーズ向けで、企画がカナルプラスに採用され、プロダクションも含めて総てをビボ・フィルム社と姉妹会社のパンプキン社で制作している。

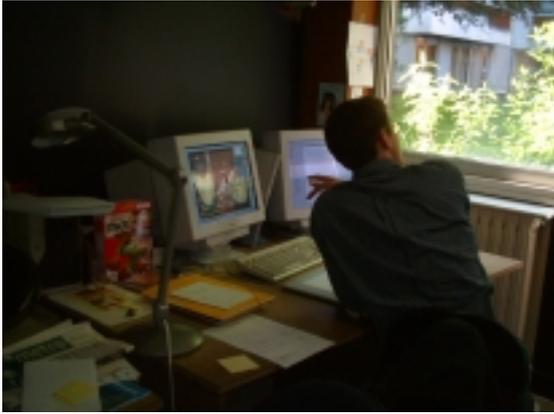
放映されたもの、企画止まりのもの、長編の企画も含めて何点かの短編シリーズを鑑賞。

隣接のパンプキン社へ移動した。こちらではコンピュータアニメーションを制作している。やはりこじんまりしたスタジオで、スペースはビボ・フィルムよりやや小さい。人員は7~8名。PC上で制作中のアニメ映像を見せてもらいながら、質疑を行った。

使用ソフトは、CG周りはソフトイマージュ(トゥーンシェイダー)、仕上げにはトゥーンズ、合成はアフターを使用している。

日本での2Dと3Dの使い分けについて先方より質問を受けた。金属系とか、飛行機、ロボットもので3Dを使うことが多いと思うが、日本では3Dでキャラクターのレンダリングを試すようなことはやっているか?

日本では、キャラクターは殆ど手描きで、例えば飛行機に乗ってるロングショットのキャラクターは3D化してあるが、手描きでキャラクターを描いて、それが乗ったら3Dになる。何故なら日本のアニメファンは手描きのキャラが好きなので、動きの多いものについては3Dで描いているという状況。



パンプキン社アニメーターとの質疑



パンプキン社工房

先程観たケロップのCM映像はパンプキンではどんな体制で制作しているのか？（日本側発言を太字表示。以下同）

原画 3 人、動画 3 人、仕上げ 1 人、3D-CG 3 人、コンポジット 1 人、合計 10 人。制作期間は絵コンテ、撮影含めて 1 ヶ月と 2 週間位。撮影に入ってからしか出来ない実写との合成画像の作画もあるのでその状況にもよるが。

パンプキンで 3D で将来的に挑戦したいコンテンツはあるか？

ボリュームあるもの、水とか煙の作画を 3D-CG で挑戦していきたい。それからよりきめ細やかな 3D-CG キャラクターの表現をやってみたい。

ビボ・フィルムへ戻り、再度、制作映像を鑑賞した。アヌシー映画祭へ出展し表彰を受けた短編、蝶々をテーマにした日本の墨画風タッチのアニメであったが、これはこちらのゴブランの卒業生二人で制作したもの。ゴブランを卒業してすぐにこのようなものを制作したいとってそれがかなえられるムードがビボ・フィルムにはある。制作したうちの一人は現在、例の日本で研修している二人のうちの一人だ。

仏にはビボ・フィルムのようなアニメスタジオはいくつぐらいあるのか？

アニメーターがいて実際に作画の仕事をしているスタジオは 3 , 4 社だろうか。作画の仕事はもはやフランスではやっていない。作画は中国など他へ出しているのが現状。

主要なクライアントはTV局か？

CM 映像では TV 局ではなくて企業だ。シリーズは予算が高過ぎて作れないのが現状。企業との間には広告代理店が介在している。

映画製作についてはどう考えているか？

前から作りたいと考えてはいるが。仏とヨーロッパ（EU）で資金を集める可能性はあると考えている。長編映画製作は今の現状を突破できる唯一の方法と思う。人材も付けられるだろうし。

金さえ集めれば出来るか？

いつもの問題だけどそうだ。

仏とかパリ市には製作資金支援制度とかは？

仏国立映画センター（CNC）の助成金があるが足りない。他に TV チャンネル、映画配給会社という投資パートナーを見つける必要がある。長編製作は仏では未だ新しいジャンルであるし。

1本幾らあれば製作できると考えている？

どういものを作るかにもよるが、先程見せた短編シリーズの長編を企画しているが、25 百万フラン、400 万ユーロ、それが最低。割と安い企画だが、もう一つの企画は 15 百万ユーロ。時間は 75 分。ヨーロッパでは 74 分が標準。

TV シリーズの製作はどう考えているか？

予算の成立はヨーロッパの数ヶ国の共同企画として、各国で金を出し、EU から資金を得て、更に企業からの投資を集めて、それで予算が確保できたとなる。日本と仏とでは予算基準も違って、仏の方が圧倒的に高いと思う。

TV シリーズの平均的 1 話の製作費は？

シリーズものは製作していないので正確には判らないが、大体 27 万ユーロ。これは先程見せた短編のシリーズものを企画した時、そのような予算がカナダの会社から提示があった。

米国では 35 百万円だから仏と大体同じ位か。TV シリーズの制作を成立させようとする
と米国の企業から、米国の作品ということになるのか？単独の発注となると米国しかない
かもしれないが。

視聴者の数が多い点米国では金に繋がりやすいが、仏で独自に作っても視聴者が少なく
金に繋がりにくい（創りたい企画では作れなく、金になるものさえ仏では米国より作り
にくいということをお願いしたいのか）。



パンプキン社玄関



ビボ・フィルム社シンボル

3. 若手アニメーター2氏との会見

対談者：メルワン・シャバン (MERWAN CHABANE) 25 歳。

ツグダル・ピロトー (TUGDUAL BIROTHEAU) 27 歳。

5月19日(月) 20:00 ~ 23:00

シテ島はセーヌ河に囲まれたパリ市のほぼ中心。その左岸(南側)にあるサン・ミッシェル広場に近いとあるレストランで我々一行4人は、通訳のゲン・イラン氏の知合いの二人の若いアニメーターに紹介された。二人共に昨年の広島国際アニメフェスティバル2002(隔年開催)に出展。シャバン氏の方は優秀賞を受賞。

シャバン氏のデッサン帳を見せてもらいながら会話。昨年広島出展の「ピオトープ(生物学的環境)」のキャラクターとか、今制作中のTVシリーズのパイロット画像とか、格闘技のキャラクター、これはA4版フルカラーのMANGA向け。日本のMANGAは白黒で動きを表現しやすいと思うが、カラーでは動きを表現するのが難しい(作品の「灯台ホテル」のビデオ、パル方式を入手)。

二人とも制作を企画する会社に席を置いて、その会社が制作会社の現場と繋がっているいろいろな話の中から仕事を受けている。その企画会社が3年がかりで取組んでいた3Dの白黒長編アニメの企画に米国のミラータッチストーン社が投資するというのが最近決まったばかりで関係者一同喜んでいるとの事。(シャバン)

90分の白黒っていうのはどうかという考えもあるので、多少は色付けして変化を付けていこうとしている。(シャバン)

それは仏の企画を米に売り込めたという話?(日本側の発言を太字表示。以下同)

その通りで、米が投資し、米で配給することが決まった。

ゴブランの卒業生で実際の作画の仕事につける人は少ない。MANGAを描いたり、シリーズの仕事でストーリーボードしか描かない人の方が圧倒的に多い。(シャバン)

二人共にゴブラン卒業生?

シャバン氏は本日訪問時に在席していた学生と同級生。別の芸術学院を卒業後にゴブランに入ったが中退した。ゴブラン入学後にTVの番組で、入学者はいずれ米国へ行って大成功すると取り上げられて、みんながその気になったところ、先生達からそれは違うといわれた。(シャバン)

米国内でも作画の仕事は(中国などへ出して)出来なくなってきているし、仏内の米国系プロダクションは閉鎖された。(ピロトー)



メルワン・シャバン氏

確かに多くの人たちが仏に残って、ストーリーボードを描いたり、MANGA を描いたりしている。ゴブランは教科書過ぎてなかなか自由にやっていけなかった。実際の制作において、思うようにやらしてもらえなくてゴブランを止めた。(シャバン)

それはスパイルをこうしなさいとか言われたりしたのか？

時間に非常に厳しいし、課題の進展のペースが速くて、芸術的に満足しつつ取組むには余りにもスケジュールが多忙すぎて自分には合わなかった。(シャバン)

二人の夢を聞きたい。

今のところ先が見えなくて将来の夢は考えてなく、現在制作中のものをうまく描くことしか眼中には無い。(ピロトー)

ストーリーを作ってそれを絵に表現することができればと思う。(シャバン)

監督、シナリオライターとかを目指さないのか？

今まではシナリオも自分で書いているが、いい脚本家に出会えば任せられる。(シャバン)

ゴブランでの日米への観方として、学年によっても違うが、シャバン氏の学年では、大体日本派が30%、ディズニー派が70%だった。すぐ上の学年では少女漫画に夢中な女性が多かった。シャバン氏が在籍した昨年、一昨年での一番ショックを受けたのは「クリクリ」という作品を観て、皆が夢中になった(GAINAX の作品。動きとかカットニングに独特のものがある)。公開される作品として日本のものは多く、日本派の熱心な者は、これはというものを良く探し出している。(シャバン)

ディズニー派も日本派もいて、フレンチアニメの確立についてはどう考える？

フランス的なスタイルの作品としてあげられるのは、パリ郊外の現代ダメ人間を捉えたシリーズ(ピボフィルム社で観た作品)はまさに現代のパリ郊外を捉えていると思うし、ショメー監督の「老婦人と鳩」という短編は、現代のフランスの都会を舞台にして非常にフランスっぽいところが出てくると思う。しかし力関係からいって、ディズニーとか日本の作品をまったく無視してアニメを制作するということはできない。(シャバン)

フランスの長編アニメというのはこれから立ち上がっていくと思っているが、面白いと思っている点は、アメリカ的要素と日本的要素をうまく調和していこうという面がでてくることだ。そういうところから発展していけばいいのだと思っている。(シャバン)

今度公開されるベルヴィール(Belleville)の長編アニメで、フランス的アニメのスタイルが築き上げられるかどうか判らないが、先導役はつとめているという気がする。ある国独特の雰囲気表現するというスタイルは、ようやく成立するかどうかということまで来ているのではないと思う。これまでは無国籍というところの作り方が多かったと思うが、これからは自負してフランスを表現して、他にはない雰囲気を出していこうというような考え方からの作り方へ移っていくべきかもしれない。(ピロトー)

聞いていて分らないのは、ジャンヌダルクとか、ナポレオン、ルイ、ベルサイユの宮殿とか歴史上の題材には事欠かないと思われるが、フランス文学で実証されたテーマをアニメ

メ化したら当たらないのだろうか？そんなモノへ眼を向けないのは何故なのだろうか？

ディズニー・アニメーションのスタイルは、できるだけ幅広く、普遍的に受け入れてもらえるようなものを作っていると思う。それに対して、ようやくベルヴィールのような新しいスタイルが出てきているということは、自信をもって特性を主張できるのではないかという動きが出始めてきたのではないかと思う。(ピロトー)

聞いてた話では、それ以前の問題とも思える。EU 数カ国での共同資本調達では、企画を決めるにあたり、マーケティング上中庸を取らざるを得ないと思う。そこがフランスアニメにとっては結構なネックになっていると思う。ナポレオンでは独も英もいやだろうし、豊臣秀吉での日韓共同制作が多分、ダメなように。

かようなテーマについては、仏ではアニメよりは実写でとの考えで、実写による「ナポレオンの生涯」との考えが支配的だ。実際にも実写で何度も制作されているし。アニメに対する日本とフランスの認識の違いが現れていると思う。仏では、アニメはかろうじて子供向けという認識から立ち上がろうとしているところだ。(ピロトー)

日本に行って驚いたのは、本屋に行って小説を開いても、その中にマンガ的挿し絵が入っていることだ。それはこちらでは全く考えられないことで、内容が乏しい場合にでも挿し絵を入れてということは許されない。日本ではマンガ的な挿し絵が一般的になっているようにマンガに対する認識が広く一般的に浸透しているのではと思った。仏でのアニメーション、またマンガに対する関わりかた、認識については理解に苦しむ。何でこうなんだろうと。(シャバン)

日本でも昔々は、お母さん、お父さんから、マンガを読んじゃあいけない。もっと勉強しろと言われながらも、みんなマンガを読んでいたが。仏の大人はマンガは読むのか？

勿論読んで。仏ではマンガ(コミック)は人気がある。古典になっている「タンタン」(仏の古典中の古典。タンタンという男の子が犬を連れて冒険するという1930年開始のシリーズ。)とかは世代を超えて読まれている。(ピロトー)

という、日本と変わらないのではないか。数はさて置いて。

これから仏でアニメーションの人气が爆発するという予感を抱いている。一本か二本の作品が当たれば、続けてみんなが制作すると思う。みんな企画を抱えて様子を見ている。確かに今までアニメーションとかかわりの無かった映像関係、例えば、ベッソンなんかでもアニメーションの制作に挑戦しようとしている動きがあるとみている。今ベッソンが制作中の「アーサー」というフル3Dの長編の制作にちょっとだけ関わったが、今度作品が公開されるはずだ。(シャバン)



ツグダル・ピロトー氏

ここで「人狼」を取り上げた「セルアニメーションの制作工程の記録」(平成14年度デジタルアーカイブ構想振興事業)DVDを提供したら、「ジンロウ!素晴らしい!」と明らかに興奮した声音で、「アリガトウ」との日本語が返ってきた。

確かに私(イラン)も、今、仏ではアニメーションへの認識が変わりつつあって、劇場映画の中でこれから認識されていくに違いないというを感じている。シャバン氏のゴブランの同級生の中で、シャバン氏と同様に他に新しいアニメーションの企画を持っている人としては、もう一人女性がいて、仲間とシリーズものを企画しているが、それだけのこと。他の同級生のほとんどは、アニメーション以外の仕事をしているとのこと。

ゴブランのような専門教育を受けてもったいない話だが、日本も同様で、アニメ専門学校の卒業生は、会社員とか、漫画家、ウェブデザイナーになっていて、アニメーターになれる人は日本でも少ない。

アニメーション映画祭等のイベントの役割は大変大きい。自分の「ピオトープ」という短編は、プロデューサーが最初から興味を持ってくれて制作に至った。映画祭等で受賞していくうちに、それによって掛かってくる電話が多くなり、チャンスが広がるという動きに繋がっている。そういった映画祭の存在は、評価の場として非常に大事だと思う。(シャバン)

仏からは日本でどの位アニメーション映画祭があるか分からないが、仏では小さいものから大規模なものまで幾つかある。短編の制作を持ちかけてくるプロデューサーに、長編とかシリーズ物を作らせようという思惑が無ければ、作れとは言わないと思っている。短編を作ることによって何かの動きを作ろうということで、その第一歩としての短編だったと思っている。(シャバン)

南仏で2年に一回、フランスアニメーション映画協会主催で、フランスアニメーション映画祭が開かれていて、今年は3月か4月に開催されたが、シャバンがグランプリを取った。ピロトープも特別賞を受賞している。カラーで制作したが、白黒のフィルムしか事務局に届いてなくて、白黒のアニメでグランプリが取れた。カラーにしたのは無駄な努力だったかも(笑い)(シャバン、ピロトープ)

東京国際アニメフェアは仏で知られているか?

私は知っているが彼らは知らない。(イラン)

フランスアニメーション映画祭でグランプリを取っていながら、アヌシー国際アニメーションフェスティバルでノミネートすらされなかった。出品もできず落とされてしまった。映画祭の違いというのもあって、アヌシーは国際的規模なので、いろんな国の作品を取り上げなくてはならない、同じアール・デコ(Arts deco)という学校から今年は4本の短編が既に選ばれていて、後から出された作品について、それ以上は多分無理だったのだと思う。例えばインドから2カットでしか構成されていない作品が入っているらしい。(シャバ

ン)

日本に対して聞きたいことはあるか？

前から気になっていて聞きたいと思っていたが、日本におけるアニメーターの教育について、どういう教育を受けてアニメーターになるのか？教育を受けているところで、どれだけ就職先が期待できるのか？（シャバン）

日本のアニメーション教育はビジネス化（民間の専門学校）されてて、毎年、アニメーションの専門課程を卒業する学生は数百人から千人近くはいると思う。

それは作画の教育を示しているのか？（シャバン）

作画も含めていろいろある。日本では声優学科というのもあって、1クラスで数百名という場合もあって、ゴブランのような高邁（こうまい）な理想は持っていないで、学生を入れたら入学金を取って、適当なところで卒業させればいいや、とも写る。

就職についても、専門学校側があまり見ていないとは思わない。アニメーターとして就職できない人は、会社員、バイトなどやっている。結局アニメーターになる人は教える前から上手い。

日本の小学校にいくと多分、三分の一位は漫画が描けるか、絵を描くことを趣味にしている。一クラスに二、三人はものすごく上手い者がいる。

仏におけるサッカーと同じような話しか？（シャバン）

そう、サッカー選手とか、漫画家とかゲームクリエイターは子供にとってヒーローだから、日本の子供は、将来、漫画家とかゲームクリエイターになりたいとか、女の子は芸能人になりたいとか思っている。

日本と仏の認知の仕方の違いとして考えられるのは、仏ではマンガ（アニメとコミック）が好きといっても、作者が誰か知らないで楽しむということで、どんなに大好きといってもそれが誰の作品か分からないということが多。日本では、作品よりも誰が作者なのかということが広く認知されているような気がするが、作品よりも作者ということとは？（ピロトー）

作品自体は勿論広く認知されているが、先ず、作品もフランス人よりもたくさん見ているだろうし、それに費やしている時間も長い。

フランスよりは、玄人というか通になりやすいということ？（シャバン）

日本は、アニメとかゲームとかの専門誌がやたらとたくさんある。フランスでの事情はよく分からないが、日本では情報が氾濫していて、専門誌側も作品だけでは生き残れないので作者の周辺情報も対象に取り上げている。作り手の方も結構マニアックなので、専門誌は作品の紹介だけでなく作り手にインタビューしたりして、超有名作品については、小学生すらプロデューサー等の名前を知っていて、作り手と小学生個人との距離が非常に近い存在となっている。

仏ではそのような専門誌は多分ビジネスとして成立しない。ゲームもアニメーションも、TV ゲームでヒット作があって、それを作った人の次の作品には、その人の名前は出ないで、

「何々のクリエイターの新しい作品」としてしか言われず、全然、名前は認知されない。(ピロトー)

日本のアニメ業界も悩みがあって、絵を描いて生活していくんだという人たちが、ゲームとか漫画に流れて、アニメに全然入ってきてくれない。その理由として、アニメは絵も上手でないといけないし、量産性も要求される。

しかしゲームクリエイターは、絵が上手だったら多少遅くてもいいという面もあるだろうし、スターになったときの収入も大きそうだ。日本のゲームのカリスマクリエイターとかで、今はいないと思うが、昔は年収 1 億円とかという人がいたわけで、小学生では分からなくても、専門学校生位になるとアニメーターよりはゲームクリエイターの方がスーパーカーに乗っていそうだと判るわけだ。人気もあるし。アニメーターは誰々とかいうが、ゲームクリエイターとなると何々さんというとなみんな眼が憧れモード、スターとなるわけだ。

日本のゲームデザインで一番影響を与えたのはやはりカプコンの「ストリートファイター」か？(ピロトー)

あの作品はマンガよりも絵のスタイルが最高だと思う。仏のゲームだと人の絵のスタイルを真似てということもあるが、日本ではやはりゲーム専用のデザインを創り出す点は素晴らしいと思う。格闘ゲームのデザインもそうだが、アーケードゲームの「ロックマン」のあの丸っぽさは手塚漫画の原型があってそれを更に新しく変えたスタイルはすごいと思う。(シャパン)

「モリー(スターレーサー)」(塔で有名なエッフェルの孫の企画した作品)はある程度のレベルを保っているが、日本のアニメーションの強い影響を受けていると思う。仏から見れば、あれは日本のアニメーションのパターンを模写したように見える。(ピロトー)

ワーナーの「パワーパフガール」は日本のアニメーションのスタイルをパロディ化して作っていると思うが、あれは非常に受けたが、「モリー」は仏人にとっては魅力的か？

「モリー」は作品としては良くできているとは思いますが、ほんのらしさに欠けて、本物の日本の作品とはやはり見ての印象が違うと思う。真似しようとしているところが見えて、それは本物ではなく自然ではない。日本の作品ほどには楽しめない。(ピロトー)

それは未だ消化できていないということなのだろうか？日本のマンガもフレンチコミックやアメコミからの影響を受けて、それを咀嚼して描いていると思う。

「モリー」の例は表面的に真似しているだけと見えるのだろうか？(ピロトー)

日本のマンガから、例えば、パワフルエイチコミックとかアメコミの真似ではないかとは思わないか？

そういう模写というより、ショックが強いのは、天使とか悪魔とか宗教的なモチーフを自由に使って、違うものになっている点だ。(シャパン)

日本の制作者(森本さん)もフレンチコミックをある意味パクッていると思う。それには仏として違和感を感じないか？

感じていない。その制作者の絵は明らかにフランスの影響を受けていると思っている。仏からは違和感無く、熟成したスタイルに見える。単に絵としての絵によるモチーフよりも、モチーフの使い方の方を重視している。象徴的な意味のあるモチーフを使ったりしていると思う。(シャバン)

森本さんの絵に日本人として違和感を感じているのか？(シャバン)

感じている。森本さんにも、大友さんにもフレンチコミックの影響を大いに感じている。というのも、彼らは日本の伝統的マンガとは、明らかに画風が違っていると思っている。確かに仏からはメビウスの影響が見て取れる。メビウスは、日本のアニメ業界の恐らく三分の一以上にとって強い影響を受けている、若しくは尊敬していると思う。「アキラ」しか知られていないのと同じで、日本はメビウス位しか知らないのだが。

仏のジャン・ジロー (Jean Giraud) の作品を知っているか？

ジャン・ジローとメビウスは同一人物で、本名のジャン・ジローで描いている作品とペンネームメビウスで描いている作品とがある。絵のタッチも少し違って、作品の傾向も違っている。興味深いのは、メビウスのファンタジックな作品は日本でも紹介されているが、もう片方は例えば西部劇とかいろいろなものを描いている。メビウスの非常に簡略化された線というのは日本のマンガに近いと思うが、それに対しジャン・ジローは複雑な線でリアリスティックを追求しているが、仏ではメビウス同様に知られている。(ピロトー)

日本の制作過程について聞きたい。森本さんの最新作は「アニマトリックス」の中の一編に含まれているが、あれを見てアメリカ的な作り方をしているなという気がした。というのは、非常に細かくイラストを描いて、アシスタントがいて、動画をブレイクダウンして多くの人数でというやり方でできているのではと思った。それに対して、前から日本での作り方として見てきたのは、もっと数少ない人数でチームを組んで、少ないメインスタッフが各自もっと制作過程の広い範囲を担当するというやり方を聞いていた。その制作過程の変化について聞きたいのだが、変わってきているのか？(シャバン)

確かに変わってきている。どこが変わってきているかというと、先ず日本では現在、TVアニメを週約70本余り制作している。2年前は約60本だった。そうするとアニメーターを各社で取り合いするから、上手なアニメーターを確保できなくなってきたということ、となると分業化、然も細かい分業化、例えば今まで、原画、動画、仕上げだったのが、レイアウトチェック、第一原画、第二原画、動画は韓国、中国などで中2日、中1日という超短期スケジュールで、そんなにチェックできていない。そうすると何が起きるかということ、元々絵を描いた人のニュアンスがどんどん失われていってしまう。今、日本のアニメではそんな問題が起きている。上手なアニメーターが最初に絵を描いていても、最後の画面になるとかなりニュアンスが無くなってしまふ。

4. シャンゼリゼ通りの DVD 専門店 & バスティーユの MANGA 専門店探索

(1) シャンゼリゼ通りの DVD 専門店

訪れ先：店内撮影ができなかった店とメガストア (MEGASTORE)

5月18日(日)お昼過ぎ

シャンゼリゼ通りの大型 DVD ショップ(凱旋門寄りで店名は失念)の3Fでは、MANGA の新旧 160 タイトルがいい場所に並べられ、ディズニーの棚面積に逼迫し、フランスアニメは少数であった。価格は製造国でやや差があったが、MANGA は DVD が 25~27 ユーロ、ビデオが 13 ユーロ。

MANGA の大きな天吊りプレートの下、DVD、ビデオのタイトルはどんなの? と思っていたら、何でもかんでも揃っているという状況で、これはもう数といい MANGA がしっかりフランスに根を下ろしているなと感じた。その奥にディズニーコーナー。手前の中間地点にこじんまりしたフレンチコーナー。一番奥まった所が映画サイドで、アニメ全体と比較するとほぼ同数位。チェックを入れたら、「第三の男」とか「駅馬車」とか「男と女」とかややオールドムービー寄りのリバイバルムードで、しっかり「七人の侍」「隠し砦の三悪人」と黒澤作品が見つかり、何となくホッとする。

オツと思ったのは、「JINROH (人狼)」が 2F から 3F への階段を上がりきった特設コーナーに平積みされていたということ。後で知ったが、フランスの映画祭に出展し入賞。それが縁で何と日本に先駆けフランスで映画館封切りしたとか。平積みされてるわけだ。

圧巻は 1F の書籍フロアーのジャパンコミックコーナーというよりはブロックで、やはり MANGA の大きな天吊りプレートの下、フランス語版のジャパンコミックが表玄関入り口横の棚 4 面と平積みで陳列され、まるで外見は日本の書店の漫画陳列の趣き。よく見るとタイトルも当然フランス語で開いてみてもフランス語。ビックリしたのは井上雄彦の「バカボン」16 巻はついこの前新刊がでたばかりだということに、もうフランス語版が出ていたこと。ジャパンコミック単行本の価格は 4.99~6.85 ユーロ。このブロックは日曜日ということもあるかもしれないが、立ち読み客でびっしり、床に座り込んで読んでいる人もいて、改めてフランスにおける MANGA 人気を認識した。



シャンゼリゼ通り DVD 専門店 MEGASTORE



MEGASTORE 内 MANGA コーナー



シャンゼリゼ通り GAUMONT AMBASSADE



シャンゼリゼ通り GAUMONT AMBASSADE



シャンゼリゼ通り GAUMONT の隣の DISNEY 専門店



シャンゼリゼ通り 5 / 16 世界同時封切の MATRIX の看板

(2) バスティーユの MANGA 専門店探索

探索先：トンカム(TONKAM)、マンガラケ(MANGARAKE)、
ミス・アンド・マジック(MYTH AND MAGIC)

5月20日(火) 11:00~12:30

空いた時間帯に MANGA 専門店に行ってみようという話しとなり、場所はバスティーユに集中しているという。バスティーユといえば18世紀、フランス革命勃発の引き金となった場所。現在はバスティーユ広場で、広場から北東へ数百メートルの辺りに MANGA 専門店が集まるケレイ通りがある。ここで専門店を三店訪れた。

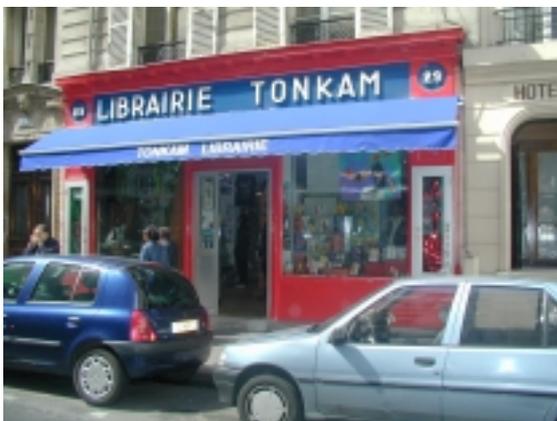
MANGA 専門店とは、日本のアニメーション、コミック、及び専門誌とキャラクターグッズ、日本製及びフランス語版を扱っている。総じていえることは、品揃えの豊富さ、奥の深さ、工夫された陳列ショーケース、専門知識をもった店員と、マニア市場に関しては大きな期待を抱かせる。

トンカム

MANGA オタクで知らない人はいないといわれるほどパリで有名な老舗とのこと。店内には日本オリジナルコミックというか、日本で販売されている日本語のコミックがそのまま置かれていたり、取り上げてよく見るとフランス語版の日本コミックとか、ビデオ、DVDにとどまらず、グッズ、フィギュアの類もキチンとショーウィンドーに納まっていた。とにかく、総て日本の MANGA、アニメーションであり、アニメについては、新旧、ありとあらゆる作品が揃っているという印象であった。

訪れたのがウィークデイの午前中だったので、店の人と我々しかおらず、シャンゼリゼ通りの DVD 専門店の 1F、フランス語版日本コミック(MANGA)コーナーの超人気ぶりに圧倒されたにもかかわらず、オタク向けの日本語版で売れんの?と懐疑的になったが、後で知ったことには、週末は大混雑で歩道にも人が溢れて入りきれないとか。

店員いわく、大量に過去の作品が流れ込んで来ている。量が売れる作品についてはスーパーでも取り扱い始めている。フランスでは今や日本のアニメーションへの反発は少なくなり、メディアによる悪口は減少した。市場は拡大するだろう、とのこと。



TONKAM 店頭



TONKAM 店内展示 1



TONKAM 店内展示 2



TONKAM 店内展示 3



TONKAM 店内展 4



TONKAM 店内展示 5

マンガラケ

店の佇まいはトンカムと変わらないと写った。日本語を勉強しましょう！というポスターがドアのガラスに貼ってあった。日本語の勉強をしているフランス人がたまに日本語版コミックを買っているとか（正直、あまり売れてはいないとのこと）



MANGARAKE 店頭



日本語を学ぼう！というポスターが



MANGARAKE 店内展示 1



MANGARAKE 店内展示 2



MANGARAKE 店内展示 3



MANGARAKE 店内展示 4

ミス・アンド・マジック

ここはグッズ・フィギュア専門店らしく、他の2店とは違って、フィギュアだらけ。
MANGA系だけではなく欧米のものも含めてすべからくフィギュアに徹した店であった。



MYTH & MAGIC



三枚とも開店してなかった ATOMIC CLUB
の店頭展示

5 . グジラム社 (XILAM、元 Gaumont Multimedia ゴーモン・マルチメディア)

対応者：トーマス・デロン (THOMAS DERON) エグゼクティブ・プロデューサー

5月20日(火) 15:00 ~ 16:30

グジラム社は、パリ旧市街のいかにもヨーロッパ風の街並みに溶け込んだ建物が連なるブロックに存在し、丁度車の幅より若干広い門を押して入ると、中庭に続くアプローチの左右に中層の建物が在って、右手がグジラム社であった。扉から入ると、左手に受付。建物は真ん中が吹き抜けで4階建て。ガランとした印象であるが、スタジオとしてはかなりでかい。生憎、社長のマーク・デュ・ポンタビス (Marc Du Pontavice) 氏はカンヌ映画祭へ出掛けていて、今回の訪問先のデロン氏の部屋がある2階へ。



グジラム社前景 (左奥が玄関)



グジラム社内部の展望

(1) グジラム社概要

グジラム社の前身は、ゴーモン・マルチメディアという会社で、ゴーモンという老舗の映画会社の100周年を記念し、1993、4年頃にデュ・ポンタビス氏により設立された。当時、三つの事業があって、ウェブサイトのデザインと、TVゲームの制作、TV用アニメーションの制作でスタートした。

設立時に三つの事業活動が考えられていたのは、ゴーモン社で製作された実写映画を中心に置いてのプロモーション用ウェブサイトのデザインであったり、そのTVゲーム版の制作のためだったが、最初に制作されたのは、「ハイランダー (Highlandre)」という実写の劇場版とTVシリーズが数本あって、そのアニメーションシリーズの何本かの制作だった。次に制作されたのは「ドラゴンフライズ (Dragonflyz)」シリーズ、そして「スカイデンサー (Skydencre)」シリーズが制作された。

その時点でデュ・ポンタビス氏が、アメリカ風の古典的なカーツーンを制作したいということで、「スペースグーフ (Space Goofs)」という宇宙モノのいかれた登場人物のドタバタをテーマにしたシリーズが制作されて、最後にカーツーン・ネットワーク路線で「オギーとゴキブリ達 (Oggie etlls cqfonds)」シリーズと、もっとリアル志向の「魔術師 (Le

magician) 」シリーズという2本のタイトルがゴーマン時代の最後の作品になった。その後グジラム社となり、独立して違う方向へ進んできた。

1999年、デウ・ポントビス氏がゴーマン社より独立してグジラム社を興し、1年後ゴーマンマルチメディアだった場所と株とカタログ権をゴーマン社より買い取って、元の場所へ戻ってきた。それまでの路線の続きとして、カーツーンの的な作品を作ってきたと同時に、汎リアル、ある程度リアル志向の作品の制作も継続している。

「オギーとゴキブリ達」シリーズは独立してからその続編を制作し、同時にリアル志向についてはフランス、ベルギーのコミックの古典「ルッキールック (Lucky Luke) 」という昔、日本版も出ていると思うが、西部劇のこっけいな、これは大きなライセンスでかなり質の高さのシリーズを制作してきた。現在製作中のカーツーン路線のシリーズは3Dをあらゆるところで使っていて、今丁度完成しようとしているので後でご覧にしたい。

三つのポイントがあって、先ず、同時に二つの方向で制作する。一つはカーツーン路線のものは基本的にオリジナルで制作する。もう一方は安定した収益が得られる可能性が高いと自信の持てるライセンスを得て制作する。また、その収益を見越して、カーツーン・ネットワーク路線では新しいことが実験できるように、というバランスで二つの路線を併存していく。

二つ目のポイントは、今、ライセンス路線では三つの大きなタイトルを検討中だが、どれもフランス、ベルギーの代表的なヒット作で、恐竜モノ、西部劇モノであり、これらはまだ基本契約が完了していないが、もっと3Dを増やしての2D、3D合成していこうという方針で考えている。

三つ目のポイントは、それぞれの部門が個別に進めるのではなく、お互いにクロスさせようと考えている。例えば「スペースグーフ」のTVシリーズ、これから劇場版も制作予定だが、フラッシュアニメーションで制作したり、TVゲーム「オギーとゴキブリ達」シリーズのゲームボーイ版ソフトも制作したし、必ず様々なメディア、様々なフォーマットで同じ概念、同じ世界を表現していこうという方針でやっている。

お断りしておきたいのは、現在、人数がそんなに居ないということ。カーツーン・ネットワーク路線でもっと3Dを使うシリーズ、「フラツ (Flats) 」というネズミ達が主人公のシリーズだが、その制作は終わるところで、次の2Dのシリーズが秋頃に制作が始まる予定。また、コミックからの大きなライセンスからのシリーズ三部作については、資金調達が順調に進行中で、年内に制作開始の予定である。



FLATS の STORY-BOARD

もう一つは「カエナ（Kaena）」という長編のことについて。シャマンという会社が何年か掛けて企画制作を進めてきたヨーロッパで初めてのフル 3D の長編の企画だが、シャマン社が倒産した時には制作が 7 割進んでいたところで、当社はパリの株取引市場に上場する時だったし、制作過程の途中から参加していたので、その権利を買って完成させて、再来週、6 月 4 日にフランスで封切公開される。それで長編分野でのノウハウと 3D のノウハウを蓄積できたということで、これからも長編は考えていきたいと思っている。というわけで、今はたまたま制作期間の合間という状況。



6月封切り予定の kaena

最後に、主要事業は TV シリーズの制作で、予算上も TV シリーズ制作をメインの柱にするという方針。また企画から制作の最後まで当社が担当しているということで、こちらでも芸術的な方向、創作を仕切って制作したいということで、シナリオ、絵コンテ、デザインを当社で、作画は韓国で、仕上げはカナダで行い、ポストプロダクションはフランスに戻して当社で行うというチェーンである。芸術的なこだわりを重視していこうというモットーである。

3D の方も企画、制作の全過程を当社で行うということは、3D の世界では普通ではないかもしれないが、これからは単に依頼を受けてそのまま制作するというのではなく、企画から 3D 制作の全工程を社内で受け止めて、当社で責任が取れる形でやっていきたい。

（２）社内工房の見学

制作の前半は総てこちら（グジラム社）で行っている。

制作はプレスコでやっているのか？

基本的にはプレスコ（pure-scoring）で、英語をオリジナルに制作している。唯一の例外は「ルッキールック」で、あの作品は最初が地上波の国営 TV 向け放映で、夜 8 時という時間帯だったためフランス語で作った。大体はアメリカ市場を計算して制作するため、英語で制作している。また、3D で作って、様々なアングルから背景を得て仕上げられるように設計している。



工房風景 1

仕上げの工房へ。

仕上げはカナダで行い、2D、3Dの合成は例外的にフランスとカナダ合同でやっている。

「フラッツ」シリーズの3D用CGデザイン。メインバックというイメージボードの替わり。CG用のラフデザイン。CG用のテクスチャ。主要な背景デザイン。低画質の2D、3D合成映像、これは最終的には色が変わるため完成カットではないが。キャラクターは



工房風景 2

2Dで後は総て3D。2D、3D合成カットで、カメラワークをいろいろ変えたもの。この途中段階で3Dで計算されたキャラクターを入れるのが普通だが、後で手描きで描いて合成されることになる。ソフトはMAYAを使用。2D、3D合成のやり方を実際にカットを見ながら説明。

作画の外注先は指示したとおり描いてくれるか？

こちらで制作の前半、3DCGも添えて、1話分を1パックにし、2D作画のための細かい指示を付けて外注先へ送っている（だから問題なし？）。

これは「トルガル（Thorgal）」という人気コミックのシリーズで、これが主人公のトルガル。原作に忠実に表現しようとしていて、キャラクターを3Dで、背景を2Dで作成しているが、キャラクターは原作に近いグラフィックの感じを出すため、通常3Dでの冷たい感じを極力消すように腐心している。

レンダリングする時にフィルタリングをかけているのか？

合成の最終段階でフィルタを掛ける場合もあるが、基本的にはMAYAのテクスチャで処理している。この作品のテーマが北欧神話なので、効果を出せるようグラフィックで暗い感じを出している。煙は3Dではなくて、実写のデフォルメを使っている。3Dの外注はモーションキャプチャーを使うかどうかはともかく、基本モデルを作成後の簡単な制作について、国外へ出せないか現在真剣に検討中。

1話26分の39本シリーズとして制作している。制作期間は2年間。制作費用は非常に高いとしかお答えできない。大半はTV局数社の寄合い資金になるが、詳細にはフランス国立映画センター（CNC）とかTV放映用の助成金を得て、残りがヨーロッパ全土レベルでのTV局からの資金で70%位になるだろう。TV局には完成後の放映権の販売も含まれているが。



工房風景 3

日本での製作資金の割合はどうなっているのか？

KIDSモノと大人向けとで違うが、KIDSモノは比較的TV局が出している。TV局の後ろにはスポンサーがいるが、大人向けは基本的にはアニメプロダクションがリスクを背負って投資している。

制作プロダクションが金額面でのリスクを負うことは非常にめずらしいと写る。フランスでは、製作予算の70～80%が集まった時点で制作に入るという意味でのリスクを負うことはある。後から配給によって資金を埋めるという計画なのだが、全額リスクを負うことはフランスでは稀である。

日本では子供向け、大人向けのアニメという話だが、フランスでは子供向けばかりで、大人向けは未だ登場中の段階。劇場映画として大人にも観てもらえるようなアニメが出始めていて、TVでも大人に観てもらえるようなシリーズを徐々に制作していこうという動きである。

次に、長編の「カエナ」と「スペースグーフ」という作品の制作の状況をご覧にしたい。「スペースグーフ」は2万2千枚の動画を使っているが、枚数の割には確かに効果的に使っていないと思う。しかし、シリーズとしては大成功した作品である。

(3) 質疑応答

マーク社長はカンヌへ長編の資金探しに出張していて、会えないのを残念に思っていると伝言している。全体を振り返って何かご質問があればどうぞ。

ということで、トーマス・デロン氏の個室での質疑応答へ。

フランスでTVアニメに最も資金を提供しているのは、国営TVのフランス3CHで、ここはフランス最大のTV局ではないが、ア

ニメに関しては最も積極的で、当社社長のマークがゴーモン時代に食い込んで、ゴーモン・マルチメディアの時に、フランス3CH向けに制作してやってきた。

韓国、カナダとの制作チェーンについても、制作スタッフについても、ゴーモン・マルチメディア時代の依頼主、制作チェーン、人材という資産を独立後も継続して活かしている。企画面でのコンティニュティについても「スペースグーフ」シリーズの制作権を買取ったが、これからの長編制作に活かしていきたい。そんな意味でもゴーモン・マルチメディア時代より断絶なく継続してやっている。

ゴブラン専門学校の卒業生はグジラムにいるか？

ゴブランでの教育というのはフランスだけではなく、ヨーロッパ全土へ通用するトップレベルの教育で、アメリカでアニメ制作が盛んだった頃、アニメータだけではなくストー



トーマス・デロン氏

リーボードを描くデザイナーとかに必ずゴブランの卒業生が徹底的にスカウトされていた。今は静かな時期になっているが、当社では主にアニメーターとして、ボードデザイナーとして一番寄与しているのはゴブランの卒業生である。

グジラムとしてこれから力を入れてやっていきたいことは何か？また、その推進上で一番の課題は何か？

マーク社長の一番の夢は長編の制作で、もう一つの方針は、3Dでリーダー的公司になりたいということ。3D制作のノウハウを蓄積し、多人数体制での3D制作の制作工程を技術的にもコントロールし、3Dで優れた映像を制作できるようにしたいということ。その傍らで実写の企画も考えられる。今古典的な三部作の権利を購入しているが、中一本については実写の権利も購入している。

一番の問題はやはり製作資金の問題で、ご存知かと思うが、今こそフランスにおいてはアニメーション業界は転換点に来ていると思っていて、今こそいろんな変化が起きようとしている時だ。年内にフランス製の長編アニメが7本公開される。これは前例の無い事で、その反応、その需要によってこれから長編の資金環境が左右されることになる。だから今はテスト的時期で今後のことを読みにくいとも言えるが、基本的にやっていきたいのは、長編の制作に挑戦することと、3D制作のノウハウをあげることである。

日本のアニメがフランスに大量に入ってきている。ほとんどは2Dセルアニメだが？日本アニメに対してはどう考えている？

子供の頃よりいろんな日本のアニメを見て、個人的には大好きで、年齢的にも「グレンダイザー」とか「キャンディキャンディ」、「キャプテンハーロック」のような作品を見て育った世代として、その後、大量に様々なシリーズが入ってきて、質的にも様々なレベルが入ってきて、イメージとして悪くなってきた時期もあった。近年では劇場での長編アニメの公開を見て、またイメージが変わってきたといわねばならない。「攻殻機動隊」のような作品とか宮崎アニメとか、高畑監督の作品も公開されて、イメージとして再認識されたことになる。

様々な段階がある中で、個人的には「千と千尋の神隠し」のような作品は、映画体験として素晴らしい一本と思う。最初に出現後、溢れすぎた時代があって、それに対してイメージが悪くなった時期もあったが、今や日本アニメとしてはフランス人からは正確に見られているのではないかと思う。劇場用長編の中で、アジアでも巨匠達がいるということが認識されるようになったと思う。

余談だが、私はでっかい「グレンダイザー」のプラスチックのフィギュアを7歳の頃から持っている。

日本では週約70本のTVアニメが制作され、放映されているが、日本でも、2Dセルアニメの世界に対し今、2D、3D合成という手法が増えてきている。

そういう3D合成の動きは、3D制作コストが下がってくると共に今後益々増えてくるのではないかと思う。

日本人としては、アニメーションカルチャというのがフランスだけでなく世界でもっと一般的になればいいという風に考えている。かつて、フランス映画というのは一世を風靡していたが、ハリウッド映画に負けてしまった。個人的には、かつてのフランス映画ファンで、フランスには蘇って欲しいと期待しているが？

苦勞があるだろうが。今の段階でヨーロッパ映画の一番の弱点は、多分、配給、宣伝、マーケティングではないかと思う。どういう作品を作るかというよりも、配給、宣伝に力が足りないという気がする。

作品企画のマーケティング時に、海外マーケットの意識と海外からの収益はどう考えているか？

作品の企画段階より、海外市場を意識しないと先ず成立しないという状況である。フランスの公共的助成金が得られるものは、企画内容によって30%から60%ということになるので、残りはTVチャンネルからの資金調達となり、ドイツとかカナダと組んだり様々なパートナーを探している。

アメリカのTVネットワークへの放映権販売の場合には、シナリオに細かな要求が入ってくるので、そのことを考慮して企画を進める必要があるが、アメリカ以外のいろんな国に対しても、やはり様々なチェックが入ってくるというのが普通である。

制作自体は、国別制作というよりはかなり密接した作りになる。「フラッツ」というシリーズの場合は、カナダ、アメリカの協力者にシナリオチェックを依頼したりして、国際的に共通できる制作、それでも原作が持っている味を損なわないようにしている。

売上について日本の場合だと、日本国内の売上が70%、海外が30%で、海外の比率が上がってきているが、フランスの場合はどうなのか？

先程触れたように、フランス国内からの資金というのは、国立映画センター（CNC）と地上波のTVチャンネル一つからと、ケーブルTVか衛星放送チャンネルからの合計で35～60%が国内資金から調達できる金額で、勿論制作公開後3～4年後に再放映権が売れる場合はあるけれども、制作段階で国内から得られる資金は60%止まりだ。後は海外からの資金調達で、売上は投資への参加の割合によるもので、海外売上は40%となり、日本の比率よりは大きいと思う。

日本で「千と千尋の神隠し」という作品が、日本国内でヒットした程度と、海外での反響を比べると、通販するのは日本では文化として支えてくれる人口が多いという気がするが、それはフランスではどちらかということ子供向けというイメージが強いわけで、徐々に大人への鑑賞に堪えうるという実証を作っていないといけないというのが現状だと考えている。

カナダ、ドイツ、アメリカとの共同出資という話があったが、日本からの出資についてはどう考えるか？

質問に答える前に、仕組みについて。出発点はフランス国内で集められる資金があって、次に必ずカナダ。カナダにも制作支援制度がある。必ず最初にフランスとカナダが組んで、

次にヨーロッパの主な地域。イタリア、スペイン、ドイツ、イギリスへの放映権からある程度の資金が集められるという状況があって、最後にアメリカにも放映権が売れるかどうかというのがボーナスとしてあるという状況。

韓国、日本への放映権販売には興味は？

当然ある。

韓国にも制作資金支援制度はあるが？

フランスと韓国の間にあるパートナーシップとして、当社では未だやったことはないが、韓国内で上場し大手になりつつあるスタジオがあって、フランスの企画に対し、作画で共同制作参加の代わりとして韓国内、東アジアでの放映権を貰いたいという話は既にいくつかある。

グジラム社にはアジアでの放映権の取纏めを頼んでいるという会社は存在しているか？

アジアでの放映権を以って資金参加するという例は未だない。作画の外注先の韓国とパートナーシップを組むというのは簡単な方法として考えられるが、窓口はどこかという意味の質問か？そういう意味だったら、代理店とかではなくて、企画段階で放映権をもっての資金参加という話ならば、出来上がった作品の後からの配給とか放映権の販売とは違って、直接マーク社長に話してもらう必要がある。社長という存在とプロデューサーという存在は、フランスではアメリカと違って同一人物である。日本もそうかと思うのだが。マーク社長はプロデューサーであり、私は実際の制作プロデューサー（ラインプロデューサー）である。

アジアに対してはまだ市場として取組まれていないという状況はよく解った。

その通りである。

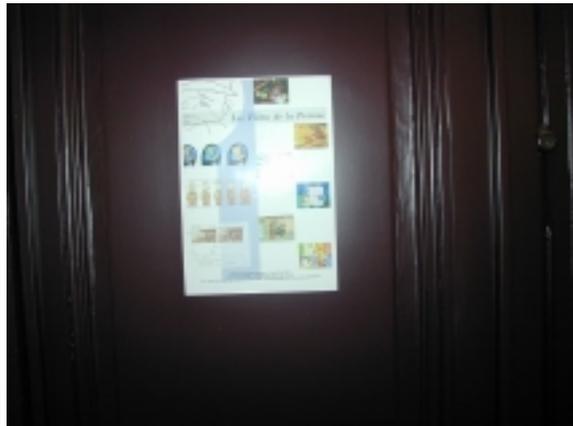
ジグラム社のように、企画から資金調達して制作を推進できるという会社はフランスには何社くらいあるのか？

フランスでは今アニメ業界がかなり大きな転換期を迎えているが、大手で全工程を担っている会社は6～8社位。大手でも制作シリーズ作品の規模としては当社まではっていない。もっと規模の小さな会社で全工程を持っている会社は他にもあるが、制作規模は小さくなり、非常に短いフォーマットになる。

因みに、フランスアニメ業界で株式上場しているのは3社。一つは「カレール」という会社で、アニメの他にも音楽関係をやっており、実写の制作もやっている会社が最初で、次に「ミルイマージュ」という会社。そして当社が2001年から2002年にかけて上場した。



ドミニーク・ボワショー氏



ペリーネ・フィルム社玄関

6. ペリーネ・フィルム社 (LES FILMS DE LA PERRINE)

対応者：ドミニーク・ボワショー社長 (DOMINIQUE BOISCHOT) PRESIDENT

5月20日(火) 17:15 ~ 18:45

(1) 会社概要

会社案内に沿って紹介したい。当社はTV用アニメーション制作会社として14年前に設立されて、フランスのTV局向けに定期的に制作している。フランスにおける他のプロダクションと同様に、制作シリーズの殆どがヨーロッパ各国、英、独、伊、西、及びカナダとの合作である。アメリカ、日本との合作経験についてはまだ無い。当社は制作会社でスタジオを保有しているが、制作は制作の前半、企画、設定をやって、実際の作画は外注している。

「LES ENQUETES DE PRUDENCE PETITPAS」はこの前NHK衛星放送に放映権を買っていただいた。「ANTON」は初めて日本のプロダクションとの合作で、現在企画中である。日本独特の作り方とこちらでのやり方をうまくミックスできないかと考えている。

(2) ペリーネ社の作品の概要

当社の代表的な幾つかのシリーズについて紹介したい。

プレスクール(小学校以前)向けアニメーション

一つは「MILO」シリーズで、プレスクール(小学校以前)という2~5歳向けを対象にしたもの。多くのプロダクションがこのクラスの、フランスアニメーションの典型ともいえるスタイルで制作している。1話当り5~7分で52話(フランスでは1クールは最低26話で通常は52話)。教育的な内容。この例では製作資金は、イタリアの国営TVライとフランス国営TVのフランス5、カナダのTV局の3カ国で調達した。

ヨーロッパ全土の問題として、非常に複雑な具体的仕事の振り分けについて、もはやヨーロッパにはアニメーション制作の全工程を行えるところは無きに等しいということで、

作画、仕上げ、合成の工程をパートナーになっている各国で分担しなければならないという問題が出ている。

カナダは仕上げを担当していると聞いているが？

カナダは多くの場合、仕上げ、合成を分担している。また、ポストプロダクションを担当することも多い。特に言葉について、カナダでやるメリットとして、自然にフランス語版、英語版が同時にできること。

カナダのフランス語はフランス人にとって方言ではないのか？

カナダにおけるフランス語にはやはり違いがあるが、カナダの声優はフランス語圏で通用する標準フランス語を喋っている。

韓国とか中国を作画で使ってはいないのか？

この作品の例では、イタリアのプロダクションと一緒に、シナリオ、ストーリーボード、キャラクター設定、美術設定、背景原図、メインバック（カラー設定）など企画、プリプロダクションをフランスで担当して、作画は通常中国、韓国などアジアへ発注しているが、この作品では南米のチリへ発注した。シリーズによって資金パートナーによって依頼する先も変わってくる。1996年、パートナーシップを組んで、チリのプロダクション設立に参加した。今チリのスタジオは主にアメリカ、カナダから、FOXの仕事を受けてやっている。「MILLO」と同じタイプのシリーズとして、「BLANCHE」はプレスクールクラス向けのフランス・イタリア合作でイギリスにも放映権が販売できたが、これは作画は中国へ発注した。

「PRUDENCE PETITPAS」もプレスクールクラス向けで、フランスではこのタイプのアニメーションに関心を持っているTV局として、地上波の国营フランス5、衛星系のチャンネルJ、ディズニーチャンネルがあり、制作に対し資金参加している主要なTV局である。フランスのディズニーチャンネルは、プログラムの自由があるがアメリカでも放映できるということ、またフランスのTV局は、フランス若しくはヨーロッパで制作されたものを放映する義務があるので、これらのTV局とはパートナーシップを組みやすいということが上げられる。

古典的なアニメーション

次に上げられる対象は古典的なアニメーションで、原作のコミックのアニメ化とか、古典的アニメーションの企画で、主に6~9歳を対象とした企画である。サイズは1輪26分で1クール26話、セカンドシーズンが入ると2クール52話となる。このタイプは、プリプロはフランスで、作画は韓国で、仕上げはレウニオン島（南太平洋のフランス領で、南アフリカの東側にある）へ出している。

6~9歳を対象にしたアニメはフランスで放映中のアニメの60%を占めている。（「TEAM SOS」、「SEA DOG」という作品の企画書を見ながら）フランスアニメーションのプログラムとして様々なジャンルのものがあり、さまざまなスタイルで制作されている。「SHORKY

GEORAGE」という作品の例では、1話13分で4話の構成。

6～9歳を対象にしたアニメーションの放映に興味を示しているTV局は、地上波のTF1、
国営のフランス5、民間のM6である。あと放映先としてケーブルTVがあるが、彼らは制作時の資本参加には加わらない。

第三のアニメーション

3番目のカテゴリーとして、非常に制作しにくいタイプのアニメーションで、10代の思春期、12歳以上を対象にした作品で、TV局はなかなか作りたがらないタイプがある。

「WOMBAT CITY」の例でお話すると、グラフィックデザイン上、美術的な仕事としてはこれまでのシリーズと比べて、複雑な仕事及要求されてくるので、そのような価値のものといえる。TV局はなかなか興味を示してくれないが、この作品の場合は、国営のフランス2と組んで制作することができた。フランス2は主に10代向けのアニメーションを専門に放映していきたいという方針を示している局である。

この作品のプリプロの総てはフランスで、作画は中国で、コンポジット等はフランスで行った。ソフトとして、違うものを併せて使ったということで、ペッグスとアフターエフェクツを併せて使ったことで、国内で合成等を担当することになった。このシリーズを制作するためにCGを担当し二つのソフトを使える担当を確保した。

「ANTON」について言えば、日本のプロダクションとの間で共同制作を進めている企画で、TV局としては先程述べたフランス2がパートナーシップを組む予定である。以上、フランスのTV局におけるアニメーション市場の概要についてお話した。

長編アニメーション制作

TV用アニメーションの他に、近年では、長編アニメーションについての新しい制作が進んでいて、少なくとも現在5本の長編の制作が進んでいて（正確には6本の間違い）、プロデューサーにとっては新しい動きと捉えている。

一番の特徴は絵のタッチの違いと思うが、普通とは違うグラフィック的な概念の下で制作されるというのがフランスの長編の特徴かと思う。（「LION BOY」の企画書を見ながら）これは最初の段階のスケッチに過ぎないものであるが、アメリカなどで主流のスタイルとは違うところを目指すところが共通して違う点であると思う。

予算的にも比較できないようなレベルではあるし、アメリカとは違うものを目指すしかないと考えている。ディズニーのような作り方を目指すことは意味がなくて、能力的にはある意味で欠けているかもしれないが、勿論資金的余裕も同じではなくて、スタッフも同じようなものを作るだけの余裕は無いと思っている。

(3) 質疑応答

もしフランスのアニメーション市場について質問があればお聞きしたい。日本との関係

についても。

フランスはヨーロッパ内では5年前よりアニメの企画制作尺数がトップである。4年前は360時間のアニメが制作されて、昨年は少し減少して290時間。2番目の国はドイツから今やイギリスになっている。フランスがトップである主な理由は、TV局は映像制作に投資しなければならないという義務があるからである。(実際には、売上の5%をフランス国内の映像制作へ投資せよという規制で、実写、記録、アニメが対象で、その比率は問わない。このためTV局が映像プロダクション設立に走っているという噂も聞いた。)

アニメの放映に関し、50%以上はフランス制作のアニメであることという規制は有名だが、制作への投資義務というのは初めて聞いたが。

両方ある。両方あってこそ成立していると思う。もっと細かく言えば、ヨーロッパ内で制作される比率に対しても規制があって、合作については、フランスが中心でなければならない。

シリーズをヨーロッパで共同制作の場合、資金上は、TV局からの投資と国からの助成金がある。国からの助成金の額はフランス国内で使われる製作費の割合によって違ってくる。

ヨーロッパというのはユーロを指しているのか？

ヨーロッパ内のアニメーション制作への投資力を持っているTV局のある国で、フランスのほかに、イギリス、ドイツ、イタリア、スペインを指す。

100%フランス制作と、ユーロ合作とでの助成金の違いの詳細とは？

合作先の国からの投資額には依らず、あくまでもフランス国内の制作投資の比率によって決まる。助成金は最高金額があって、その範囲内で、国内制作投資の比率に応じて助成額が決められる。

国際的 cooperation として認められる条件としては、マイナー側の資金比率が30%以上であること。フランス・スペイン合作の例で、スペイン側の資金比率が30%以上ならば合作となるが、30%未満ならば100%フランス制作と見做される。その条件上で例外的扱いの国が3~4カ国ある。それらの国と締結した条約によって、カナダ、韓国、ドイツは資金比率が20%でも合作扱いとしている。日本もその対象の国だと思うが、正確には実際に助成金を管理、運営しているフランス国立映画センター(CNC Centre Nationale de la Cinematographie)に確認する必要がある。

TV局に映像コンテンツ制作への投資が義務付けられているのと同様に、プロダクション側にも、ヨーロッパ内で制作しなければならない比率に関し、制作工程の各単位にポイントを設定して、全体21ポイント中14ポイント以上をヨーロッパ内で制作しなければならないという義務がある(いわゆるポイント制)。

ポイント制が守れないと、ヨーロッパ合作、フランス制作と認められなくなり、かつて日本との共同制作で、日本側のポイントが多すぎたため、ヨーロッパ制作と認められなかったケースがあった(当然ながら、その場合、製作資金調達上、放映上、優遇措置が得られない)。

カナダがフランスの有力なパートナーとなっているのは、カナダとの条約が締結されたのがこの制度ができる以前だったため、カナダもヨーロッパ内の 1 領域として扱われることとなった。カナダが担当する制作工程もヨーロッパ内のポイントとして扱われている。フランスで制作されているアニメーションの事情についてお話できることは以上。

フランスでこれまで長編アニメが制作されていなかったのが、今年、5 本も制作されているということは何を意味するのだろうか？何故なのか？

様々な理由があると思うが、その一つとして、子供達が家族ぐるみでアニメーション映画を観る機会が増えてきていること。これまでアメリカの映画しか観ないということから、いろんな映画を観るといふ風にも変わってきている。複数スクリーンを備えたシネコンの増加も、アニメ上映の機会の増加に関係していると思う。地方を含めて、小さい映画館などで、水曜日（小学校休校日、土曜日 AM は登校日）にアニメーションを上映して、それを子供達が観ることも増えてきている。

もう一つの理由として、フランス、ヨーロッパのアニメーションは 15 年前から存在し、子供達もディズニーアニメとは違ったものを観て育ってきていることから、アメリカスタイルとは違ったものを観たい、観せたいとの流れが起きていることが上げられる。

その中に日本のアニメも含まれるか？

日本のアニメーションのこちらにおける影響の特徴として、今や明らかになったこと、誰しも認めることとして、フランスにおけるアニメーションの再興、再立上げの原点となっていることが上げられる。フランスが日本と組んで制作したシリーズもあれば、「キャンディ・キャンディ」のようなシリーズもこちらで放映されて、アニメーションというジャンルが再び立ち上がるきっかけを作ったといえる。

1975～1985 年の、日本のアニメーションの放映時間数の動きを見ると、増加の一途であった。1985 年以降は二つの動きがあると思う。一つは、フランス、ヨーロッパ制作のアニメーションが立ち直り始めたということ。もう一つは、非常に詳しい存在（MANGA おたく！）が立ち上がったということ。日本のアニメーションについて非常に詳細に知っていて、熱心に追っかける人たちが現れた。

衛星放送に「マンガチャンネル(La Channel Mngas)」というのがあって、日本のアニメーションばかり流していて、その対象は 10 代の若者達。専門誌も「ANIMELAND」が出版されるようになり、雑誌の読者は日本のアニメについては何でも知っていて、新しいシリーズを追って、自分達で翻訳してというように非常に熱心な存在で、大事な存在でもあるのは、「口コミ」という重要な役割を演じてきたこと。

そのような日本のアニメーションに詳しい存在が、後々、劇場で公開されるようになった長編の成功にも一役買っていると思う。宮崎アニメは特例だが、それ以外に劇場公開された長編アニメについては、かような存在から反響が広がり、長編アニメに対する一般的関心が広まっていったと思う。

もう一つ、忘れてならないのは、カナルプラス (CANAL+) という有料 TV チャンネルの存在。ある時期までは日本のアニメーションをかなりな量放映していた。そのチャンネルの主な対象は 10 代の若者であるが。

そういった日本のアニメーションのフランスにおける大成功によって、フランスの TV 局にとって、日本の長編アニメーションに対し、再度見直す動きが出始めている。その結果、TV 番組に 100% 日本で制作されたアニメーションを取り上げなければならないのではないかという必要性、また中間的な合作という形での様々な文化を取り上げたシリーズの制作について、検討されることとなった。

今やフランスの TV 局にとって、もっと日本のアニメーションの放映時間を増やすべきではと考えさせたのは、「ポケモン」の大成功であった。そういった意味でも、これから日仏合作というのは成長、発展していくのではないかと思う。しかしその成長は、日仏両方の市場、更には世界に通用するコンテンツの制作でないと成しえないと思う。

100% 日本のアニメーションの放映についてはこんな問題もある。「ポケモン」の大成功に対し、こちらのアニメではうまくいかないこともあって、今検討していてよく話題になるのは、こちらでいうところの「MANGA」的の暴力に対し、国营フランス 2 で 10 代の若者向けアニメーションのシリーズに「ノアール」という日本のシリーズを見せたところ、舞台はパリだが、かような内容なら夜の 12 時台でないと放映できないと判定されたこと。

今やこういう (日仏共同制作という) 動きで、合作と言え、ご存知かもしれないが、マラトン社というプロダクションが「トータル・スパイズ (Totally Spies)」、もう 1 社 PLD 社が日本と合作し成功した事例がある。これからも一緒に共同で制作していく動きはあると思う (「トータル・スパイズ」は共同制作ではない、ボワショー氏の勘違いとの翻訳者注あり)。

日本との共同制作だけでなく、ドイツ、カナダ等との合作についても同じだが、できるだけ早い段階から共同で概念形成について検討するということがポイントかと思う。既に出来上がったコンセプトとか企画でこれは通用するかどうかということを考えるよりも、共同での企画検討が重要と思う。そうでなければ、単なる放映権の販売になってしまう。

これまでお話を聞いてきて、フランス、ヨーロッパのアニメーション市場は、今動き出したという印象を受けた。これからはどんどん制作を推進していくべきか考えるが、その上での課題とは何か？

基本的な問題は製作資金調達。10 年前頃の共同制作のパートナーは 2、3 社だったが、今や 5~7 社がパートナーで、制作のパートナーと放映権を取る資金上のパートナーとあり、そういう意味で複雑化している。しかも放映権を制作予算時に計算に入れるということは、将来放映されることによる売上を制作時に見込まなければならないということである。

例をあげると、TV 局との放映権の契約が成立する時点と、最終的作品を納品する時点との期間的長さについて、1 話 26 分、1 クール 26 本のシリーズの場合だと、24~30 ヶ月の

間がある。非常に長い。フランスのプロダクションは独自の資力で制作して市場に出すことができる体力がないということ。

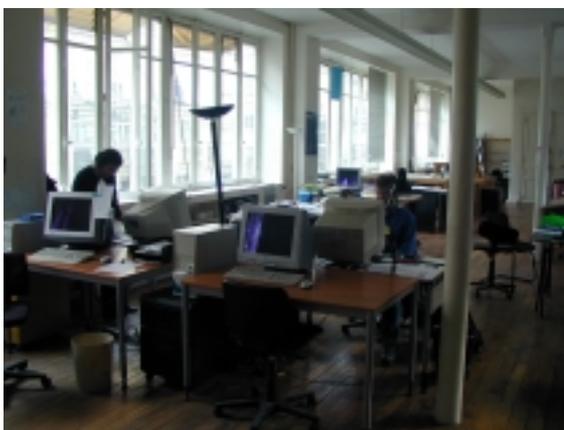
今一番大きな問題としては、通常の子供向けアニメーションはこれからも制作していくと思うが、CATVなども登場して、アニメーションを要求してくるTV局も出てくるだろうし、子供達だけではなくもっと上の10代の若者達以上を対象としたアニメーションを制作できないかというのが大きな課題である。

ペリーネフィルム社の制作作品の概要書、フランスの映像制作宣伝機構が毎年出しているフランス制作アニメーションのパーツ映像集のVIDEOをいただく(これによってある程度、フランスのアニメーションの傾向を垣間見ることができる)。

この後、社長室を出て社内の工房を見学。幾つかの部屋を順繰りに見学。どの部屋も広くアニメ用機材、デスクは数が少なく、空きスペースが目立ち、閑散と写る。ほんの3人の作業していた人を除き殆ど人もいない。フランス国内での制作は企画が中心で、実際の制作を社内でやっていないせいかもしれない。あるいは、日本と違って19時というと既に帰宅した後かもしれない。



ペリーネ・フィルム社工房1



ペリーネ・フィルム社工房2



マシュー・ビジョット氏



TV FRANCE INTERNATIONAL 社玄関脇社章

7 . TV FRANCE INTERNATIONAL

対応者：マシュー・ビジョット (MATHIEU BEJOT) エグゼクティブ・ディレクター
5月21日(水) 10:30～12:00

(1) フランスのTV局

フランスのテレビ放送はネット系地上波放送としては6局、その他パリ地区で衛星放送・CATVが43局存在している。

地上波放送局は、TF1(元国营、1988年に民営化)、France2(国营)、France3(国营)、CANAL+(4ch、民営)、France5(昼は仏国营、夜は仏独国营、教育文化的内容)、M6(民営)であり、それぞれに番組の特色を打ち出すことで放送局ごとの競争が激化することはなく、提供番組ジャンルごとに各放送局の偏りが出ているのが現状である。主にその内容としてはフィクション、ドキュメンタリー、アニメーション、シリーズもの、そしてニュースなどである。

アニメーションについては、地上波放送番組全体でその放送の割合はわずか6%ほどで、アニメーション放送のほとんどはCATV局にて行われているのが現状である。主にアニメーションを放送しているCATV局としては、CANAL J、DISNEY CHANNEL、TELETOON、CARTOON NETWORK、FOX KIDS、TIJI、13EME RUEが挙げられる。

(2) TV FRANCE INTERNATIONAL とフランスにおけるアニメーション制作

TV FRANCE INTERNATIONALは、フランス国内のテレビ事業者団体で、主にTF1(民営テレビ局)で放送する作品の国際宣伝機構として活動をしている会社である。

フランスのアニメーション制作状況はTV放送対象が中心(放映は朝と昼に集中し、ここ数年間は300時間強/年間で推移)で、ビデオグラム専用(日本版OVA)などは皆無である。しかし、近年、TV放送対象向けの制作は非常に弱まっている感じで、代わりに長編(劇場用)制作が立ち上がってきている。しかし、現在の市場はTV向け市場が中心で、幼い子供たち向け(プレスクール)、多少年齢が上の子供たち向け(キッズ)、10代の少年

向け（ティーン）の3ジャンルに分類される。

劇場向け長編の方はだいたい全体の3割くらいで、多くなってはきているが、まだまだ足りないと言われている。こちらの方は、先ずクラシカルなものでこれは昔ながらのぱらぱらマンガのように全て手作業で制作される2Dもの、次に立体物で制作される粘土や実物モデルを使っただけのアニメーション、そして最近のハヤリの2D+3DCGの技術的融合で制作されるものの3タイプに分類される。

（3）TV向けアニメーションビジネスにおける日本との大きな違い

フランスと日本とのアニメーションビジネスに関する大きな違いとは、企画の立て方と投資の仕方であり、フランスでは日本のような番組スポンサーや関連商品（マーチャンダイジング）などはあまり無い。TV向け制作では、「この時間帯のアニメを制作しませんか」という公募、募集が条件付で出される。そしてTV局と制作会社との連携により、一緒に企画を考えていくというスタイルが多く、制作会社がTV局の下請けにならないようによって国が規制した（2001年制定のコミュニケーション法により、TV局は放映権のみに限定され、制作会社からの権利剥奪を国が規制した）。

特にプロデューサーが、TV局からの投資を受けてアニメーションの製作を行うというスタイルも多く、TV局から投資を受けて制作されたアニメーションは、2002年には全体の18%に相当し、ここ数年の年間平均で言えば、25%以上を占めている。

また上記とは対照的に、プロデューサー自身が自己の資金を出すことも多くある。

（4）TV局の業務、義務、資金参加他

TV局の業務

フランスの地上波放送局では、編成全体としてTVスポンサーを振り分けるシステムとなっており、一つ一つの番組にスポンサーを充てていく日本のシステムとは大きく異なっている（TV局では、CMの割り振りと、代理店機能を同時に果たしている）。2001年制定のコミュニケーション法により、TV局は放映権のみに限定され、制作会社からの権利剥奪を国が規制したことにより、TV局における業務が定められている。以前は様々な権利をTV局が持っていつてしまっていた。ただ、成立当時より一部改定され、修正されてきている。

TV局のコンテンツ投資義務と放映義務

TV局の義務として、コンテンツ制作投資に関する規制（年間売り上げの5%を実写、記録、アニメーション制作へ直接投資する義務）と、アニメーション番組編成規制（欧州製が60%以上、その半分（30%）以上はフランス単独制作のアニメであること）とがあり、CNCの制作準備・制作助成金制度も含めて、フランスのアニメ産業はフランス独特のコンテンツ振興策に守られている。

TV局のアニメーション制作への資金参加

TV局の制作資金参加は非常に少なくなっている。これはTV局にとってアニメーション

ンが、CM を流すのに有効な時間帯では無くなってきていて、それだけ TV 局では重要視されていないコンテンツ、CM を入れるのには不向きなコンテンツという認識が強いため。TV 局としては、アニメーションをある程度流さなくてはいけないので最低限度の CM はつけるが、投資まではしたがない。

制作者協会

フランスアニメーション制作者連盟協会 (SPFA) というものも存在し、そこへはグジラム (Xilam) 社のマーク・デュ・ポンタビス (Marc Du Pontavice) 社長が、事務局長として参加している。

(5) 国立映画センターCNC (Centre Nationale de la Cinematographie) のCOSIP

CNC の助成金のプログラム COSIP (Compte de Soutien de l'industrie des Programmes audiovisuels、視聴覚番組産業支援勘定) は、TV 局の約 5.5% の特別課税・前納金などを財源とし、その内アニメーションへは 15% 前後が制作準備 and/or 制作として助成されている。

例えば、TF1 (民営 TV 局) での助成金 (COSIP) の内訳割合としては、全予算の 11% がアニメに使用されている (他局に関しては、全く不明)。因みに、上記 11% のうち、四分の一はフランス単作であり、残る四分之三が各国との共同制作に利用されているらしい。

COSIP の審査基準について、欧州作品基準というのがあり、下記のポイントの合計値について、欧州内担当が計 21 ポイント中 14 ポイント以上でなければならない。

原作、監督、脚本、キャラクターデザイン、絵コンテ、レイアウト、動画、美術、背景画、ポストプロ、作曲、アフレコ、グワッシャー (仕上げ)

その他に番組 1 時間当たり換算のフランス国内支出費用などについても最低額条件がある。



TV FRANCE INTERNATIONAL 社玄関



TV FRANCE INTERNATIONAL 社ビル



シップ・アニメーション社



シップ・アニメーション社社章

8. シップ・アニメーション社 (SIP ANIMATION、元 SABAN INTERNATIONAL PARIS)

対応者：ブルーノ・ピアンキ (BRUNO BIANCHI) DIRECTEUR

5月21日(水) 15:00~16:45

シップアニメーション社はパリ郊外、パリの西方、地下鉄線の終端駅からバスで更に西方へ。パリ郊外ともなると建物も一部高層ビルあり(パリ西部新都心らしい)、ビルの間にも空間が存在し、ヨーロッパの中層建物ビッシリ並列した城郭的構成の形骸は郊外で崩れる。バス通りにクロスした大きな交差点に面した中層ビルがシップアニメーション社であった。窓には旧社名のサバンの文字が見える。

今、フランスで一番人気の高い作品といえば「遊戯王」とか、「ベイブレード」、CATVの「トランスフォーマー」シリーズ。やはり子供たちの間で人気が高く、学校で子供達同士が話題にしているようだ。「遊戯王」シリーズがこちらで放映され始めた当時は、CATVだったが、私は直ぐカードを探し始めて、こちらで販売されてなくて日本の専門店へ探しに訪ねた。長編も次々と公開されて、宮崎さんもそうだが、こちらで知られている監督としては、りんたろう監督で、「メトロポリス」なども封切られている。

フランスの日本アニメーションの資料について。

日本のアニメーションが基本内容。日本アニメシリーズのフランス放映史、人物紹介、日本の監督のインタビュー記事、番組紹介(フランス公開/非公開)、などからなる定期刊行雑誌の提供を受けた。

一般認識も大きく変わってきて、昔は日本のアニメーションを放映しているのは民間TVチャンネルで、国営TVは立場上、フランスのアニメを放映しようという考えだったが、「遊戯王」を放映しているのは国営5CHで、今や国営TVも日本のアニメーションを放映していきたいと考えているようだ。

先程、国際的な共同制作についての経験の有無をお聞きしたのは、個人的に是非、日本

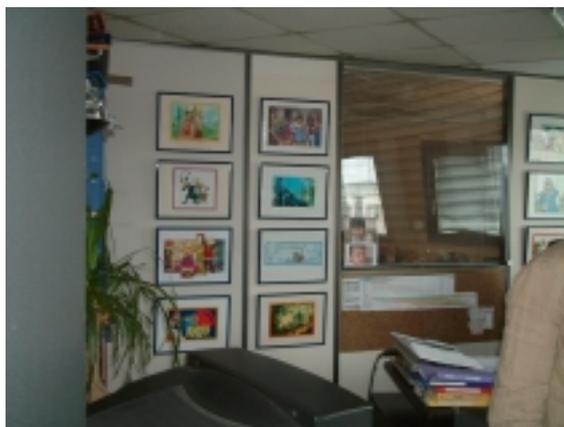
との共同制作を行いたいと考えているからである。個人的には昔何年か日本に住んでいたこともあって、大変懐かしい時代だったが、今や本当の合作も大変難しくなっていると思うが、その理由として、資金調達問題、両方で制作を分担することとかコンセプトを考えなければならないが、可能性はあるに違いない、それだけは確信を持っている。

(1) シップアニメーション社の概要

シップアニメーション社の設立は 2 年前。それ以前は米国サバン社の子会社サバン・インターナショナル・パリだった。創立者のハイム・サバン社長が、1977 年にサバン・パリ社を設立した。主に日本などのアニメーションシリーズのフランス版の音楽の作曲をしていたのが当初の事業で、例えば「グレンダイザー」等の主題歌の作曲などを手掛けた。

1983 年にサバン・パリをそのままに、サバン社長がアメリカに渡り、会社を興して音楽事業から映像コンテンツの配給事業へ展開し、最終的に制作にも着手するようになって、アメリカの会社の方がフランスの会社よりも大きくなった。ハイム・サバン社長の事業としては、日本の特撮「パワーレンジャー」シリーズの権利を購入してアメリカ向けにアレンジし大ヒットさせたことが日本でも知られているかもしれない。

1990 年、フランスサバン社もアニメーション制作を開始した。私(ブルーノ)はその頃、日本の DIC でアニメーション制作の仕事をしていて、サバン社長に誘われてフランスへ戻り、パリでアニメーション制作を始めた。2 年前までは、アメリカではアニメーション、実写の制作、特に TV 向けスペシャルの制作を行い、フランスでもヨーロッパで調達した資金で TV アニメシリーズの制作を行い、特にフランス制作のアニメシリーズは、アメリカからの資金は無したが、放映はアメリカでも行っていた。壁に貼ってあるのはそういった作品の数々である。



制作作品の数々

この 10 年間でこちらで制作した作品はおよそ 15 タイトル。52 本のシリーズもあれば、26 本のシリーズもあるが、年平均 2 タイトル制作している。独自制作、ドイツ、イタリア、イギリスとの共同制作などあるが、流通ではサバンの配給網で他の地区にも流している。「ディアボリック(Diabolique)」というシリーズは日本のスタジオとの共同制作。

2 年前、大事件が起きた。サバン社長は 2 年前まで、TV チャンネルを保有するマードック氏と組んで、サバン側はスタジオ、制作会社などサバングループ全体を率いて FOX ファミリーワールドアイネット(FFWU)としてやっていたが、2 年前、ディズニーが FFWU を買収した。アメリカの TV チャンネル、ABC ファミリー、地上波、CATV なども含まれ

るが、FOXのヨーロッパ各国でのFOXネット、FOXフランス、FOXスペインなど、それから南米に保有していたTVチャンネルなども総てがディズニー傘下となった。

ディズニーがアメリカとそれ以外のTVチャンネルはそのまま残して、アメリカでの制作活動を停止した。こちら（フランス）の方だけ制作事業を継続している。今のシップという会社の株は49%をディズニーが保有している。2年前の買収により、SABAN INTERNATIONAL PARISという名称が使えなくなり、SIP ANIMATIONに名称変更したという次第。

そのような経緯もあってディズニーという強い制作資金パートナーがいるということになる。然もディズニー配給チャンネルとの強い関係もあるということ。一方でディズニーとは関係なく、独立して企画し、ヨーロッパで制作資金を集めて制作するというのも継続していて、この場合、ボーナスとしてディズニーも制作資金パートナーに加わることも可能という利点もある。そして国際的なレベルで出来上がった作品の配給は、ディズニー系列の配給会社であるブエナビスタ(Buena Vista)が扱うことになる。

(2) シップ社の制作体制について

当社でやっているのは、企画、プリプロダクションのキャラクター設定、ストーリーボード、アメリカのスタジオでプレスコーリングを英語で行っている。実際の作画は外注で、下請け先として今や中国が中心だが、これまでは韓国であった。作業内容は、作画、背景、スキャンで、場合によっては仕上げを発注している。その後フランスでコンポジット以降のポストプロが行われることになる。それが基本的な制作工程で、合作の場合は様々な違うやり方をとる場合がある。カナダとの合作の場合には、カナダとフランスの両方で分担することになる。

フランスのアニメーションの制作事情に大きな影響を与えたのが、同時に将来の制作についても大きな問題をもたらしたのが、フランス国立映画センター(CNC)のプログラム(制度)である。10~15年前にできた制度だが、フランス政府が自国の映像産業を支えようという方針を決めて、今や映像産業はその制度の助成金で成立している産業といえる。

TV局にフランス製映像の放映比率を義務付けているということと、今はヨーロッパになってもっと複雑になっているが、当初はフランス国内政策で、10年、15年前の当時はアニメーションといえばアメリカ、日本の作品がTVでは圧倒的に多かった。それはTV局にとって自分達で制作するよりは購入する方が安くて簡単でどこもそうやっていた。

フランス政府は、制度としてフランス製の映像を制作させ放映させることによってそれを打倒しようとしたのだが、その時、問題になったのは、フランス製とはどういうものなのかという定義問題であった。フランス製だといってメインの数人のスタッフにフランス人を上げて、実際には国外で制作して助成金をもらおうという動きもあった。

少なくとも実際の制作の30%はフランス国内で行われなければならないという規則もで

きて、制作過程の詳細な単位にポイントを定めて、シナリオを国内でやるなら2ポイント、監督がフランス人なら2ポイントというように、全体で21ポイント中14ポイントがフランスならフランス製と認めるという制度ができた。

誰から見ても当然だったのは、フランス単独で100%フランス製は無理ということで、制作上も外国とパートナーシップが組め、制度上もそれを容認するようなプログラムでないと無理ということだった。

そういう仕組みが日本との共同制作をより難しくしていると思う。15年前に当時私（ブルーノ）も日仏共同制作ということで、日本で仕事をしていたが、そのような共同制作は難しくなっている。日本側のパートナーにとっても納得のできる作業分担、日本でも受け入れられる内容でなければと理解しているが、やはりCNCのプログラムの存在が一番の問題と思う。

かような規制ができたことによって、15年前に比較するとフランス国内でアニメーション制作会社というのは2,3社しかなかったが、それに対し今は50社位あるように思える。やはり大きく変わってきたということがいえると思う。それでも合作の可能性は必ずあると確信している。

（3）工房の見学

現在、2つの作品を制作中で、2本ともにカナダとの共同制作である。1つ目の作品は「レッドフット(Redfoot)」。もう一つは「ワッツイズアンディ」。彼、フェルナンド氏がこのスタジオのスターアニメーターである。彼がこの「レッドフット」シリーズのキャラクター、美術の総てを担当していて、モデルパックという仕様を中心になって作成している。ペースは1週間で1話分のモデルパック設定なのでそんなに多人数は必要



フェルナンド氏に指示するブルーノ・ピアンキ氏

ない。ストーリーボードの作成についてはこちらではなくて外部のいろんな人をお願いしている。ここはプリプロをやっている工房。助監督のシバさんに7人のスタッフでボードなどの監修とチェックをやっている。外部のコンテマンが完成したらボードを持ち込んで

いる。「レッドフット」シリーズのプレスコーリングはカナダのパートナーのスタジオで行われ、英語で録音されて、レイアウトは中国のホンニャンスタジオで行われている。ポストプロ以降の作業については、映像に関してはカナダで行われ、音に関してはフランスで行っている。パートナーシップとしては、フランスでは国営TVのフランス3、カナダではテレトゥーン(Teletoon)というTVチャンネル、それからイギリスのITVとヨーロッパ全土の

FOX チャンネルである。

これは 26 分で 26 話のシリーズ、バジェットは全部で 4 千万フラン(約 8 億円)。このシリーズは、1 週間で 1 話の制作が始まって、放映開始は来年の秋、9 月頃からの予定。26 話のシリーズの制作期間としては、通常、約 1 年半を掛けている。シナリオも書き始められている。共同出資の場合、注意すべきは、それぞれの国にマッチするように作品企画の段階からシナリオ、絵コンテ、設定などについて各国から了解を得なければならず、各 TV 局の OK をとる必要がある。実際の制作に入ると、スケジュールが決まっているので、締切りに対応するようにしなければならない。最初の段階、企画段階においていろいろギャップが発生することが多い。

背景と仕上げの工房へ

「レッドフット」シリーズは、フランスがリーダーシップをとっている。「ワットイズアンディ」シリーズはカナダメインで、フランスとカナダに各監督を置いてやっているが、最終決定権はカナダにある。コンテはフランスとカナダの両方で描かれ、シナリオは全部カナダで書かれて、コンポジット以降はそれぞれフランスとカナダで行われている。

「レッドフット」シリーズの作画スタジオは

シティゴープという会社でここは以前からの協力会社で、「ワットイズアンディ」というシリーズについては 1st シーズンがあって、当社は 2nd シーズンから参画しているが、作画スタジオはチリにあるチリアニマシオン社を使っている。

今フランスで放映されているのは、元々日本の「ガオレンジャー」というシリーズで、それも再編集されたもので、私(ブルーノ)の息子は 7 歳だがこれが大好きで、義理の父から日本のオリジナルテープが送られてきて、その日本語版と一緒に見て、それで両者を比較できるが、シーンごとに日本のオリジナルシーンだとか、アメリカで追加されたシーンだとか評しながら二人で楽しんでいる。

以前はサバングループの中で、マーチャンダイジング担当部門もあった。これは 20 年前に没になった企画だが、「ルパン 8 世」の企画。22 世紀のルパンを取り上げ、りんたろうさんが監督を務めるはずであった。著作権の問題で没になったが、これはなかなか思い出深い。

背景・仕上げ工房



サバン社時代からのキャラクター

美術工房

ここも人数は少ないが、カナダがリーダーシップを取っている「ワットイズアンディ」シリーズの美術をやっている。カナダで線画が書かれ、美術設定されてこちらへ送られ、こちらでカラー指定を行っている。処理にはMACでPHOTOSHOPを使ってやっている。



ここにサバン社時代からのキャラクター商品がすべて陳列されている。今までにイタリアの玩具メーカー、ジョッキプリソーディ社と2タイトルの作品で組んだことがある。制作段階からの参画で、日本のスタジオと連携をとった「ディアボリック」と、もう1本は「シシ」だが、企画段階からキャラクター商品が検討された。通常の場合は、制作が動いてからキャラクター商品を検討されることが多い。総てはバンダイ社と提携してやっていることだが。

作画工房

フランスではコンポジットの専門会社が2社あり、こちらでは西仏のアングレアムの会社に依頼している。「ガジェット警部」シリーズのコンポジットでは、行き来するには遠い(3~4百キロ)ので、私(ブルーノ)がカットをチェックする時に、3人のチームをこちらに迎えてチェックし、修正等もこちらでやってもらった。彼らはTTKというツータンカトゥーン社で独自に開発したソフトを利用している。

(4) 質疑応答

フランスにとって日本のアニメーションとは？

フランスの子供、6~10歳位のファンについていえば、フランス的な、アメリカ的な、日本的な概念というのは余り無いと思う。子供がその作品に惹かれるかいなかは、作品のコンセプトがいいかどうか、ストーリーが面白いかどうか、絵に対し馴染みやすいかどうか、馴染みやすければ入っていくのだろうが、フランス風、アメリカ風、日本風という絵柄の概念はどちらかというとな大人的な考え方で、主観的なことになっている。というのは、チャンネル等としての立場、方針と関ってくるので。どのようなイメージでやりたいのか、日本的イメージでやっていくかを決めるかどうかということになるので。

20~25年前の様子に比べると、そのような一昔前は、日本のアニメーションは酷いイメージだった。非常にパッシングの強い対象であったが、今や様相が全く変わってきている。メディアの評論家や新聞記者の観方が完全に変って、「ル・フィガロ(Le Figaro)」というメインの日刊紙でも日本のアニメーション作品へ絶賛の1ページが掲載されるのが不思議でもないというようなのが現状で、それが二つ目の状況。

三つ目には、今 25 歳、30 歳、35 歳という人達、今子持ちの世代は日本のアニメーションを見ながら育ってきた。そういう意味でも日本アニメーションに対する認識が完全に変わってきたといえる。こちらでの「カルトニスト」とか「ジャパン・エキスポ」のような行事に、日本からゲストが来られて、皆さんがこちらで知名度があることに驚いている。例えば、荒木さんが初めてフランスへ来たときに、こちらで知られているんだということに非常に驚かれたことを覚えている。

かつてのサバン時代の共同制作では、日本側の出資はどうだったのか？

アメリカのサバン本社で決定した日本との共同制作だったので、その詳しい姿は知らないが、出資はあったと思う。葦プロ側からの条件として日本における放映権という話もあったはずだが、結局、それは実現されなかったと思う。フランスで放映してヒットし、イタリアでもヒットした。というのも原作がイタリアのコミックだったので。日本で放映されたかどうかさえ不明だ。デスクの上のあのモデルは主人公の車でジャガーだ。関連商品も製作されてヒットした。フランスとイタリアではなじみある作品の一つと思う。

サバン社時代における日本との共同制作以来、シップ社として、日本に対し共同制作は仕掛けられているのかどうか？

今のところではない。かつてサバン時代のパートナー先は葦プロダクションであった。葦プロへ依頼した仕事は、少しして韓国へ再発注されて、自身ではやらしてもらえなかった。残念だったのはそのような仕事のやり方で、こちらとして共同制作のポイントとと思っていることは、こちらではできないような内容に関する何らか新しい要素を持ち込んできてもらえる、そういう意味での共同制作、にしたいと考えていたから。

日本と仕事をするホントの意味はそういうクリエイティブな面を期待していた。中国や韓国のスタジオに発注する時は、日本からもそのような発注があるかと思うが、コスト面でそうしているかと思う。日本と組んで仕事をする場合とは、創作過程での力を期待して組むということでは無ければならぬ。

フランスのアニメーションの制作が何らか良くなった理由の一つには、今こちらで仕事をしている若い人達というのは日本のアニメーションを見て育った世代で、演出、構成、作り方などについて、日本のアニメーションを意識しているからだと思う。

日本でのアニメーション展示会等に定期的に参加しているか？その際に、共同制作などの相手候補を考えるなどやっているか？

今のところ、そういうことはしていない。この夏、個人的には日本へ旅行の予定だが。

それでは、MIPTV とか MIPCOM で日本のアニメ関係者に会うことは？

私自身は MIP には出掛けていないが、当社には共同制作など担当する資金担当スタッフがいて、彼らが参加している。私が聞いている範囲では、日本からの共同制作のコンタクトはない。最近、韓国からのかなりのコンタクトがあったと聞いている。韓国で企画を立てて一緒に作ろうという話は多く来ている。韓国は日本ほどにはアニメの経験が無いと見ている。

過去に日仏共同制作して残念だったと思うのは、シリーズは共同制作として制作されたにもかかわらず、日本の市場へ成功できる条件が揃っていない形で制作されてしまったということ。10~20年前に共同制作で制作されて、フランス市場のポイントを掴むために、様々なことが削られて、日本から創作、制作作業の面で参加してもらっても、結局日本で人気の出ないシリーズとなってしまった前例で、それ以降、日本から警戒があるのではないかと思う。

以前、社内の人とそんな話しをしていて、日本人に言われたのは、フランスと共同制作して日本側に何のメリットがあるのかと言われて、眼とか口の大きさとか絵柄そのものは変えられるだろうし、暴力的ということで幾つかのシーンは削られるだろうし、でも完成しなければならないということで、枚数は増やさなければならないのでより高くつくし、日本では受けないだろうし、日本に何のメリットもないじゃないのと言われた。

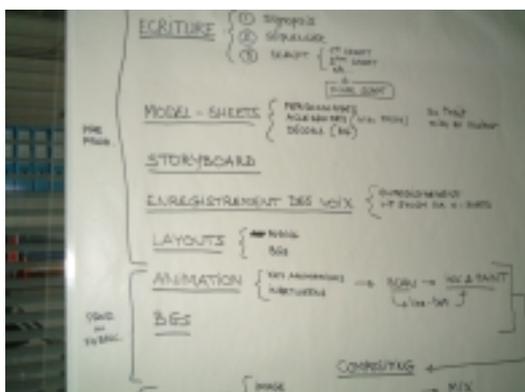
それは確かに10~20年前の現状だったが、先程申し上げたようにこちらでの常識、認識が大変変わってきたことによって、今ならお互いに納得のできる共同制作が可能になってきたのではないかと思う。

なるほど。昔も今も、日本はプロダクション単位にいろんな対応ケースが考えられると思う。

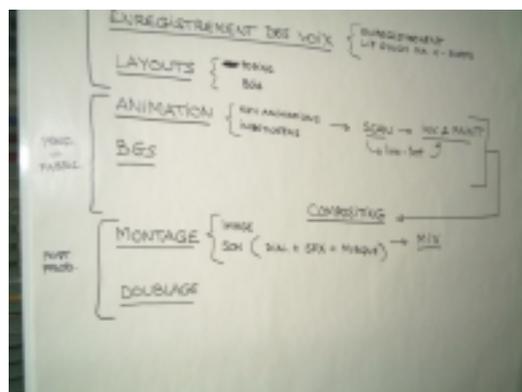
できればお話したような共同制作ができれば素晴らしいと思うが、その方向へ動き出すためにはどうすればいいか、特定の企画があってコンタクトした方がいいのか、アドバイスをもらいたい。

それはよく判らないが、日本のアニメプロダクションとしてというよりも日本として、フランスに向けて、情報提供とか共同制作を盛んにするだとか、フランスでアニメーションが盛んになるようにとか、何らかの動きかけというのを日本として考えるべきだと思っている。帰国後検討したい。

ビジネスモデルの摺り合わせが重要で、出資比率を工夫すれば共同制作はスムーズに動き出すのではないかという気がする。うまく成功させることの方が困難で、最後まで、日本のアニメーション制作会社は、絵を描くクリエイターの意志で左右されることが多いから、多分、プロジェクトとして、共同制作を始めることよりも、完成させることの方が難しいのではないかと思う。



制作会議の痕跡 1



制作会議の痕跡 2

9. 月刊「ANIME LAND」アニメマンガプレス社 (ANIME MANGA PRESSE)

対応者：イワン・ウェスト・ローレンス
(YVAN WEST LAURENCE) 編集長

5月21日(水) 17:40~19:00



(1)「ANIME LAND」について

アニメランドは1991年同人雑誌として誕生したが、5年後の1996年に一般雑誌となって、キオスクで発売されるようになって、幅の広い読者層にアクセス可能な雑誌となった。その過程、成長の過程はかなり早かったと思うが、誕生当時は、同世代の雑誌のなかでは唯一アニメーションを取り上げようとしていた雑誌だった。

アニメランドという雑誌を発足した目的は、日本のアニメーションを更に紹介、理解してもらうことで、当時は、日本のアニメーションには非常に悪いイメージがついていた。主にフランスのTVで放映されたいろんなシリーズに対して女性国会議員がリードして作られたイメージだが、そのイメージを問い質すために、当雑誌を発足した。当初、日本のアニメーションの良さを主張しようというのがモットーだった。

しかし非常に早い段階から、もっと幅の広い考え方、見方が必要と考え、アニメーションという表現の可能性を追求せずして日本のアニメーションを語ることはできないということが判ってきた。そういうスタッフが少しずつ加わってきて、アニメーションというジャンルの何が面白いのかということを追求していこうとなり、子供という対象以外のアニメーションを主張しようということになった。

つまりアニメーションそのものを取り上げようということで、芸術足りえるものとしてのアニメーションをテーマにしようということになった。そういう考えに至ったのは、アニメーションというものは決して子供に限らないものであるという結論に至ったからだ。それが非常に大事だと思うのは、日本の作品が、子供向けではないということで評価されなかったものが、その後いろんな人から再評価されるようになってきたからである。

例えば、「北斗の剣」とか「うろつき童子」のようなシリーズは子供向けとして紹介されたが、当時の状況下では誰から見ても問題ありとなっていた。矢張り様々な対象に向けたアニメーションがあっていいのではないかという考えの下、非常に独特な分野である暴力やエロという分野においてさえ、アニメーションという表現があってもいいのではないかという主張をモットーにしてやってきた。

自然にアニメーション業界、プロの世界に対し関心が高まり、アニメーションというものはどういう風に制作されるのか、流通されるのかということにも関心が高まってきて、それについても取り扱うようになった。劇場での配給でも、VIDEOとしての配給でもそう

だが、アメリカや日本とのコンタクトができたのは、様々なフェスティバル、特にアヌシ
ー国際アニメーションフェスティバルなどへの参加のたま物である。

後から登場してきた他のアニメーション専門誌との大きな違いは、当誌が日本のアニメ
ーションに限らず、ロシアのアニメーション、イギリスのアニメーション、ディズニーに
代表されるアメリカのアニメーション映画なども取扱う方針でやっていることかと思う。
主な問題は対象読者の反応で、表紙に日本以外のアニメーションを用いると読者からクレ
ームを受ける。

問題は発足時と変わらず、同じ課題を抱えている。読者達に様々な技法、様々な国のア
ニメーションの面白さを納得してもらうことが一つの大きな課題であると同時に、一方、
こちらのアニメーション業界の人たちに、日本のアニメーションの多様性、面白さを認識
してもらうことで、常にそういう両方の課題を意識して進めている。

専門誌としては、フランスにおける日本のアニメーションの好評現象をそのまま受けて、
単に、日本のアニメーションは面白いとかすごくいいとか、勢いだけで戦うつもりはない。
もっと大きな範囲の活動として、日本などで行われている流れ、動き、多様性の紹介によ
って、日本以外のフランスなどでアニメーションの繁栄に寄与したいということ。特に、
アニメーションを子供に限定するという傾向からの脱出の役割を果たしたいということ。

日本のアニメーションは、テーマとしても、取り扱う量としても充分で、本誌は、それ
だけでもやってはいけるが、将来を含めたスパンとして考えると、先の見えないことにな
ってしまうのが怖い。読者達の日本の作品への興味、趣味に応えながらも、違う地平線へ
読者達を導いていかなければならないという風に考えている。

しかしそれにはどうすればいいか、そのやり方も大事な問題になってくる。例えばフラ
ンスで未公開の作品にフォーカスしすぎると、多分、逆効果になってしまうと思う。今や
インターネットで最新情報にアクセスでき、場合によっては作品も見ることができる。場
合によっては創造している大人向け市場のためにならないのではないかと思う。まだ未公
開の作品を安易に紹介しすぎるとは間違いだと思う。基本的にフランスに輸入された作
品に優先的にスポットを当てるべきだと思う。勿論、同時に日本からの新しい動きも紹介
すべきだが、絶妙なバランスが必要だと思う。

一つの例を上げるなら、ジブリの最新作「猫の恩返し」について、日本で昨年公開され
た時に取り上げて紹介した。紹介は去年の夏だが、今年の夏フランスで公開されることにな
った。そうすると再び取り上げざるを得ないが、しかし同じことの繰返しはできないと
いった事態になりかねない。勿論、去年日本で公開された時点では、こちらでの公開が実
現するのは全く見えていなかった。専門誌としては当然の話ではあるが、こちらで公開を
先取りしすぎないように常に注意しなければならない。

同時にその記事によって、こちらの業界、配給会社の興味を刺激したということも考え
られる。この点については当誌が果たすべき役割とも考える。一番熱心な読者層の期待に
応えたとしたら、日本の最先端の動向を追うことになってしまうが、それでも一ヶ月遅い

ではないかというクレームがある。しかし、日本の動向追っかけ一辺倒に動くことは間違いだと思っている。

(2) 読者層(日本アニメファン)は三つの世代グループ

面白いことに、フランスで入手できる日本のアニメソフトの量が増加する一方にもかかわらず、更なる消費願望の増加現象が見えてきていて、フランスでは日本のアニメーションを必要とする人達、消費者が間違いなく増えつつあることを示しているかと思う。

実際に読者層が成長していて、具体的には、読者層は凡そ3つの世代に分けられる。一つ目は一番古い世代。ある意味でノスタルジーが強くなっている世代。日本アニメ登場の最初の頃 1978 年から始まった「グレンダイザー」「キャンディキャンディ」「キャプテンハーロック」「キャプテンフューチャー」のようなシリーズの最初の放映に触れた世代。今や30代の世代。

二つ目は、そのかれこれ10年後「クラブ・ドロテー」という子供向けの番組、これは日本のアニメーションに非常に悪いイメージをもたらした張本人の番組で、いろいろ区別無くアニメーションのシリーズを大量に流した。そういう番組で日本のアニメーションに触れた世代。

三つ目は、今登場しつつある「ポケモン」シリーズを見たことによって出てきた世代ではないかと思う。それもここ近年の動きで、今や14・5歳になっている子供たちで、そういう作品をきっかけに今や幅広く日本のアニメーションに興味を持っている層というわけだ。

そういった状況で、当誌は14・5歳から35~40歳位までの読者達が多い。日本のアニメーションの構成、表現、美学に慣れた人たち、様々な要素を全く違和感無く受け入れることができる人たち、大きな眼とか、リミテッドアニメーションとか、日本のシリーズでたまに出てくる非常に変わったテーマも全然違和感なく見られる人たちが、当誌の主な読者になっている。それが当誌の主要読者のタイプでもある。しかし、もっとそういうカテゴリーを越えたところの内容も載せたいというのが本音だ。

主な対象になっている読者達は、可能性を秘めた市場であり、また今まで未開拓のまま成長してきた市場でもある。「ポケモン」の成功があつたごく最近まで、「グレンダイザー」からそれぞれの時代で人気の高かった日本のシリーズ「聖闘士星矢」とか、「ドラゴンボール」とか、何も意図的にちゃんとした紹介が行われたわけではないのに非常に高い人気を得たが、言ってみればコンテンツの内容としての力だけで市場の



左 イワン・ウェスト・ローレンス編集長

右 ゲン・イラン氏(通訳)

高い人気を得たといえると思う。

(3) これからのアニメには合理的な紹介と配給が必要

5,6年前までは、誰も合理的に作品を紹介し、配給しようと考えた人はいなかった。5,6年前に、特にアメリカにそういう動きが現れて、世界的に配給していこうという動きが始めた。「ポケモン」が非常に大ヒットになったのは、子供向けの作品であったことが大きな要素かと思う。子供向け以外の作品の殆どにおいては、世界的な配給はこれからしなければならないこと、これからの課題であると思う。ビデオ用の作品とか長編についても同様だが。

「もののけ姫」以来、フランスにおいても宮崎作品は認められたが、それは一つの例として、それ以外にも高畑作品とか、押井作品とかそういった人物をキーとして作品を紹介していこうという動きは非常にわずかで、長編作品の映画館での公開などが、過去の事例から何も学ばないまま、何の発展も無いままに同じ間違いを繰り返している実態があり、当誌はそのことを配給会社に主張している。

例えば「メトロポリス」のような作品は、当誌の主な対象読者のことをよく理解して封切すべきと助言したが、アニメーションは必ずしも子供向けではないということに対する理解がいまだに不足しているといわざるを得ない。その明らかな例といえば「となりの山田君」がこちらで公開された時も、最後の最後まで子供向けの作品としての認識のまま配給された（配給は失敗に終わった）。

(4) 質疑応答

「ANIME LAND」は何部位売れているのか？

月刊誌で発行部数は月 55～58 千部。売上はその約半分。これはフランス内の数字。フランス以外の全世界の売上は月 5 千部と少ない。

日本からの情報入手はどのようにしているのか？

記事、内容にもよるが、例えば日本の業者に取材できる場合だと、相手と映像等を送ってもらう直接交渉をすることもあれば、記事などは著作権元のフランスの事務所からの情報と、こちらで持っている情報を一緒に検討するケースが多い。多くの場合、こちらで持っている情報の方が正確でかつ豊富なことが多い。というのもフランスの配給先事務所では知識不足のケースが多い。

新しい「聖闘士星矢」シリーズでは、当誌の東京特派員のピエール・ジネールがプレミア上映に参加することができて、その際手に入れた映像、情報、許可された撮影写真などを送ってくれた。そのように非常に簡単に手に入る場合や、もっと難渋する場合もある。フランスでの著作権を持つ会社、これから著作権を入手する会社、あるいはそれ以降の配給会社とかとの協力によって進めているが、通常、そういった会社から情報を提供してもらっている。

日本側の著作権元からの映像を直接、あるいはそういう会社経由で間接に貰っている場合もあれば、非常に良いコンタクトが取れている制作会社とは直接いろいろ問合せが可能である。ただ大きな問題として正確な copy right の標記を在仏の担当者でさえ分らない場合もあり、間違った標記をしてしまう場合がある。

アニメ作品のタイトル、作品そのものを見たがっているフランスの市場が存在していて、それは、日本、アメリカ、フランスといった作品に限らず、また TV、劇場、DVD、ビデオといった商品形態に限らず、長編、シリーズ、短編といった形にも限らず、いろんなカテゴリーで市場とその関係者が存在している。

例えば配給会社における長編ヒット作の興行とか、ビデオ市場は流出問題（違法コピー）を抱えているが、現行の MANGA 流通は固定的かつ旧態依然として、それをもっと多様な構成になるように変えていかないとより大きな発展は望めない状況とか、アニメーションはもっと一般化、市民権を得ていかなければならなくて、それにはまだ数年かかるだろうと思う。

今、40、50 代の人にとっては、いまだにアニメーションといえばディズニーであって、映画で見るもので子供向けのものであるということが通常観念で、TV で放映されるアニメはそんなに良いイメージのものではないということ。しかし変化しつつあって、あと 10 年も経って、私どもの世代が主導権を得た時には、大きく変わっていくのだと思う。

日本の流通業者はどのように考え、海外で自分達の作品を紹介しているのか良く判らないが、フランスにおいては、日本の作品はキチンと（熱心に）プロモーションされているかどうか？その辺りをアニメランドはどのように見ているか？

アニメランドのような雑誌の販売数と読者数というのは同じではなくて、大体 3 倍位の読者があると想定される。アニメーション雑誌の販売数が 3 万余りとする、約 10 万人に読まれていると思う。その中には業界関係者もいるが、この人達の一番の問題は、対象を良く知らないでやっていることだと思う。対象作品を良く知らないでやっている、成功することはまれでしかないということ。

例えば、TV の放映の例で、「ガンダム」シリーズで有名な「ガンダム W」という作品をフランスの M6 という民間チャンネルが購入して放映したが、いまだにシリーズの最後まで放映されていなくて、これからも多分放映されないと思われ、それは失敗だったと思う。

対照的な例として、「遊戯王」というシリーズについては、同じ M6 と CATV の CANAL J が、コナミからの助言もあったかと思うが、同時に「カード」を扱ったほうが成功するのではないかといい事で、そうやっ



左 ローレンス編集長

て放映したところ大成功した。日本側からのかようなイニシアティブ、作品がヒットするためのマーケティング的指導があってこそ、フランスで成功できる見込みが生まれると思う。

アニメランドの売上は伸びているか？年間を通し波があるかどうか？市場性について聞きたい。

細かい数字は分からない。去年まで売り上げは一貫して増加してきた。昨年、同じジャンルで他の雑誌が 10 誌ほど登場したことによって、売り上げの伸びは止まったが、当誌の売上が減っているわけでもなく、同じ売上で推移している。そういう動きの意味するところは、我々の雑誌だけでは市場にとっては情報源、情報提供という面で足りなかったのだと思っている。関連しているジャンルでの情報、例えば、J-POP とか、日本映画を初めとするアジア映画とか、日本文化などアニメランドとして取り上げるつもりが無かった分野において、他の雑誌が成立する余地があったのだと思う。

我々の方でも取り上げているテーマについては後続の専門誌は進化させていると思うが、目的は子供というより、若い大人たちを相手にしたいということで、今「遊戯王」とか「ポケモン」「デジモン」などでアニメーションに接した層についても、いずれ我々の取扱についてきてくれるだろうと考えている。

日本のアニメーションだけではなく、アニメーションを流すあらゆるチャンネルに興味があって、当誌として関係を保持している。10 年前に無くなった「クラブ・ドロテー」という番組の中で、何本もの日本のアニメシリーズが大量に放映されていた。あの番組が TV から消えたのもかれこれ 10 年前のことで、それ以来、そのような番組はなくなってしまった。

しかし AB 社という会社が、これはかつて「クラブ・ドロテー」を作っていた人たちが、90 年代の終わり頃に、「MANGAS」という名前の番組を CATV、衛星放送で作って、唯一日本のアニメーションを専業で放映している。最近そのチャンネルが、フランス映像倫理管理局というような機関から、圧倒的な割合でヨーロッパ外のプログラムを放映しているという点で指摘を受け、トラブルの真ただ中にある。

他に日本のアニメーションに興味があるチャンネルと言えば、日本アニメを 2,3 タイトル扱っているに過ぎないが、例えば、GAME ONE というテレビゲームがテーマのチャンネルとか、CARTOON NETWORK とかというようなチャンネルである。それ以外にあるのは子供向けの FOX-KIDS とか、CANAL J とかある。今の現状を 10 年前、15 年前に比較すると、放映されている日本のアニメーションのタイトル数は皆無とっていいくらい激減している。

「ガンダム」と「遊戯王」の事例

一番の問題はどうすれば作品に適切な視聴者に見てもらえるようにできるのかということ。いまだにその意識が弱いままに放映しているということ。

サンライズとバンダイの「ガンダム」シリーズは、日本でかれこれ 25 年前からの代表的

な作品なのに、こちらでは M6 という TV 局が、それを放映するに当たって、10 代の若者を対象として考えて、子供向け番組を流す時間帯を避けて、先導的内容もあったせいか、もっと大人の若者を対象として、最初に放映されたのは、M6 の系列の FUN TV、若者向けの有力チャンネルで、最後まで放映されたにもかかわらず、結局、主な視聴者は 10 歳から 12 歳位の男の子達で、対象と狙ったもっと大人の層には見てもらえなかった。ターゲット層を決めて放映してもそれが成功することは難しいという事例を残した。「ガンダム」シリーズはキャラクター商品、玩具が発売され、マーチャダイジング的アプローチも行われていた。

一方で、FOX-KIDS が M6 で放映した「遊戯王」は成功した事例で、対照的に 1 年間、何の関連商品も発売されなかったが、放映自身は大ヒットした。1 年間、カードが発売されると宣伝されて、何も出ないまま、イギリス、香港などからの海賊版カードははやったが。子供向け枠の公的な時間帯で放映され、下校した時とか土曜日の朝とか、子供達が見ることができる時間だったことが大きい。ちゃんと子供にターゲットを定めてそのような時間帯で放映したことが成功要因だったと思う。もう一つ、放映の直後から DVD、ビデオも販売開始し、TV で見逃した人たちも DVD、ビデオで見ることができ、その結果 DVD、ビデオも売れるということにつながった。

アニメーション市場の成長の可能性については、TV、DVD というよりも、これからは劇場アニメーションというカテゴリーの方が、流通機構、配給会社を説得しやすいと思う。内容的にも質的にもアニメファンとは違う対象を創るという意味で、これからは映画市場のほうが発展していくのではないかと思う。それでも、DVD、ビデオという媒体の方が、いろいろな作品を紹介していくには手頃な手段であり、制作費の回収上重要な手段ではあるが、それだけではなくて、もっと新しい商品スタイルとしての深みというか歴史を創っていかねばならないという気がする。

TV でたまに放映されたり、フェスティバル等で上映されたり、フェスティバルで表彰されれば尚更良しということで、一般にも配給会社にも区別できるようにしなければなかなかうまくは行かないだろうという気がする。

劇場アニメーションの事例として、「人狼」という作品は、映画祭で上映されたことによって、制作者と配給会社との出会いの場が設けられて、ご存知のように、日本で公開されるより前にフランスで公開されることになった。そして、ビデオが直接一般の人たちに知ってもらう一番効果的な手段だった。



当然ながら新旧タイトルの DVD は揃っている

10. IDPグループ(DVD流通会社他)2氏との会見

対談者：イヴ・ユシェーズ (YVES HUCHEZ) IDP Home Video Music Manager

EUPHOR Manager

オリビエ・ファレー (OLIVIER FALLAIX) LOGA RYTHME Directeur

5月21日(水) 20:00~22:00

IDPグループは日本製アニメのフランス語版パッケージ(DVD/ビデオ)を、フランス国内にて多数販売している。他にも日本製アニメCDの販売や、“JAPAN EXPO”という日本文化紹介イベントなどの主催会社EUPHORも系列として行っている。

グループの中核IDP HVM社は8年前に会社を設立。日本の作品か、日本が合作で参加した作品の海外販売許諾を得てフランス国内でパッケージ販売しており、現在、20タイトル(シリーズ)以上がラインナップされている。その多くは15~20年前に放映されていたものがほとんどで、海外的にも知名度の高い作品が多い。中でもトムスエンタテインメント制作の作品が多い。

ファレー氏は日本の音楽(特に声優)に非常に興味があり、今後はフランス国内にて日本のアニメーションBGMや声優のCDをたくさん紹介していきたいと考えている。

ヨーロッパのアニメーション市場では、フランス、ドイツ、イタリア、スペインが今後伸びてゆく国でもあり、その中心になっていく国になると考えている。また、ヨーロッパでは、ハリウッド方式の作り方はNGで、失敗すると思われるので、違うやり方で制作していくべきと考えている。

IDPに競合する会社として、1994年にレーベル社がKAZE社を設立。また、1996年からパイオニアがパリに進出した。各流通業者が台頭し、一時期市場が耐えられないくらいに飽和したために国からの規制が掛かってしまった。最近ではDVDの急激な普及により、またたくさん増え始めている。

フランスでは、アニメーションは子供向けのものしか作らせてくれない。これだけ市場があるのに大人向けの良い作品を作らせてくれる環境にはなっていない。TV局がフランスのアニメを多く放送していくのなら、これからのフランスらしいものを作らせる方向へ眼を向けて欲しい。