

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

2005年3月

日本貿易振興機構
市場開拓部

免責

ジェトロは、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえ、ジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。

本報告書に関する問い合わせ先：

**日本貿易振興機構（ジェトロ）
市場開拓部 輸出促進課**

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

TEL : 03-3582-5313

FAX : 03-5572-7044

ジェトロ海外マーケティング調査報告書のご利用アンケート ●
 ～「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」～

本レポートをご利用頂き、誠にありがとうございました。

ジェトロの今後のサービス向上に向けて、皆様のご意見を伺いたく存じますので、アンケートにご記入下さいますようお願い申し上げます。

質問1： 本報告書は、フランスアニメ市場における日本アニメのポテンシャルを探ることを目的に作成いたしましたが、どの程度満足されましたか？（○をひとつ）

4：満足 3：まあ満足 2：やや不満 1：不満

質問2： 上記のように判断された理由、またその他本報告書に関するご感想をご記入下さい。

■ 質問3： その他、ジェトロへの今後のご希望等がございましたら、ご記入願います。

ふりがな お名前		会社・団体名	
部署		役職	
住所			
TEL		FAX	
e-mail	http://		

★今後、お客様のご関心のあると思われるジェトロおよび関係機関の各種事業、各種アンケート調査等のご案内の可否につき、該当欄に✓をご記入願います

＜ 送付可 送付不可 ＞

ご記入頂いたお客様の情報は適切に管理し、ジェトロのサービス向上のために利用します。

お客様の個人情報保護管理者：市場開拓部 輸出促進課長 TEL:03-3582-5313

ご協力ありがとうございました。

日本貿易振興機構(ジェトロ)輸出促進課 〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 6階

Eメール： fba@jetro.go.jp

ウェブ： http://www.jetro.go.jp/jetro/activities/export/

はじめに

～フランスにおける日本のコンテンツ市場のポイント～

フランスは世界市場の入り口

フランスは世界の中でも日本のアニメが紹介されたもっとも古い国であり、日本のコンテンツ人気が最初に高まった国である。70年代に紹介された「グレンタイザー」、「キャンディ・キャンディ」は子供世代の視聴率100%といわれた。その後も90年代前半まで「ドラゴン・ボール」、「キャプテン翼」のようなアニメが紹介され、大きな人気を博した。米国での本格的な人気は90年代後半の「ポケモン」であるのに比較すると、日本アニメの歴史の長さが際立っている。

映画の紹介も比較的早く、広範な映画が紹介されている。フランスは宮崎アニメの人気が高く、「千と千尋の神隠し」、「ハウルの動く城」は100万人を突破している。

マンガの市場も大きく、2002年までは間違いなく世界最大の市場であった。ここ1-2年で米国に市場規模で抜かれたが、人口規模を考えると非常に大きな市場である。

その意味で、フランスは世界に先駆け日本のコンテンツが紹介されている国であり、世界市場の入り口といえるだろう。

反面、日本のコンテンツに対する反発の歴史も長い。80年代初期の日本アニメのブームは、フランス政府がアニメに補助金を投入する一因となり、90年代の「ドラゴン・ボール」等のブームは、外国番組のクォータ制導入のきっかけとなった。

フランス企業により作られたブーム

フランスと米国における日本のコンテンツの販売方法を見ると、米国では日本企業が自ら市場開拓を行った面が強いのにに対し、フランス市場はフランス企業によって、「売られていった」側面が強い。このため、日本企業は必ずしも、フランス側の事情に通じていたとはいえない。

このため、本レポートでは世界市場の入り口であるフランス市場の概況について紹介する。

目次

序	5
日本のコンテンツ市場の仏米比較	5
. 映画	6
A.宮崎アニメに根強い人気	6
B.アニメ好きなフランス人	7
. テレビ	8
A.欧州基準より強化されたフランス国内の放映規制	8
B.フランスにおける日本アニメの放映の歴史	9
C.2004年現在の放送状況	9
D.ケーブル局は増加傾向	11
E.インタビュー：TF1 子供番組担当者に聞く	13
F.フランスの放送基準	15
. マンガ（コミックス）	18
A.世界有数の市場	18
B.フランスで売れているマンガ	20
C.フランスサイドから見た出版の悩み	21
D.日本サイドの悩み	22
E.インタビュー TONKAM マーケティング担当者に聞く	22
. DVD	23
A . 米国に次ぐ市場	23
参考資料	25
1.EU のアニメ制作会社概況	25
2.イタリアの劇場映画、テレビアニメの放映一覧	27
3.スペインの劇場映画、テレビアニメの放映一覧	29
4.ドイツの劇場映画、テレビアニメの放映一覧	30

序

日本のコンテンツ市場の仏米比較

フランスは人口規模に比べて、日本のコンテンツの需要が大きい。
米国との比較で見ると、以下のとおり推計される。

表 1 米仏の日本のコンテンツ市場規模比較

	米国	フランス
アニメ映画の興行収入(2003年)	200 万ドル	1114 万ドル
マンガ売上(2004年)	1 億 5000 万ドル	6415 万ドル
DVD 売上(2004年)	1 億 8000 万ドル	1 億 1200 万ドル

注) 米国の数字は WOWMAX 資料

1 ユーロ=1.1286 ドル(2003 年期中平均)と仮定

DVD の米国の売上は販売枚数×1 枚 15 ドルと仮定。

マンガのフランスの売上は 1 冊 6 ユーロと仮定

フランスの興行収入は「千と千尋の神隠し」、「天空の城 ラピュタ」、「猫の恩返し」の入場者 145 万 3023 人に入場料 6 ユーロをかけて算出

上述のとおり、フランスは米国と比較しても日本のコンテンツの需要が相対的に強い国であることがわかる。以下、分野ごとにフランスの市場の特性を見ていく。

I. 映画

A. 宮崎アニメに根強い人気

フランスは欧州においてもっとも日本映画の商業上映が盛んな国である。2003年の数字をみても¹（表）フランスは欧州において邦画上映の中心地である。米国と比較しても、上映される作品の多様性では勝っている。

表 2 欧州における日本映画の観客動員ベスト 10 (2003 年)

順位	タイトル	EU25合計	内				
			フランス	ドイツ	イタリア	英国	デンマーク
1位	千と千尋の神隠し	926,128	62,799	424,492	158,089	194,805	39,549
2位	天空の城 ラピュタ	921,136	921,136				
3位	猫の恩返し	474,088	474,088				
4位	座頭市	360,965	238,633		111,174		
5位	Dolls	221,082	182,136		8,634	17,340	
6位	仄暗い水の底から	129,747	74,424			44,976	2,973
7位	Cowboy Bebop: 天国の扉	40,833	34,300		6,030		
8位	少女	23,400	21,275				
9位	インターステラ 5555:	20,867	19,569		1,298		
10位	鏡の女たち	19,234	19,234				
10位までの合計		3,137,480	2,047,594	424,492	285,225	257,121	42,522
その他		60,398	32,327	0	2,270	12,654	4,539
合計		3,197,878	2,079,921	424,492	287,495	269,775	47,061

観客動員総数	174,150,000	149,000,000	109,300,000	167,300,000	NA
日本映画の割合 (%)	1.19	0.28	0.26	0.16	NA

2004年についてはまだ完全な統計が完成していないが、春休みシーズンに上映された『魔女の宅急便』は62万人、夏休みに上映された『スチームボーイ』は9万5000人の観客動員を記録している。また、2004年末に公開された『ハウルの動く城』は100万人の動員を超えたと発表されており、宮崎アニメおよびスタジオ・ジブリの作品には根強い人気がある。

日本アニメの人気はフランスにおける劇場公開本数からも伺える。1991-2005年の間にフランスでは136本の劇場用アニメが公開されたが、米国製アニメが63本、日本製アニメは34本で、日本製アニメの公開本数はフランス（23本）を上回っている。

¹ 出所：欧州視聴覚研究所 European Audiovisual Observatory

B. アニメ好きなフランス人

このように、フランスで日本アニメの劇場公開が盛んな理由として、まずフランス人のアニメ好きが挙げられる。1945年以降、フランスで公開された映画の観客動員数のTOP20²を見ると、4位に『ジャングル・ブック』（公開年1986年、動員数1529万）、6位に『101匹わんちゃん大行進』（1961年、1466万人）、12位に『シンデレラ』（1950年、1287万人）、14位に『おしゃれキャット』（1971年、1248万人）、17位に『わんわん物語』（1955年、1118万人）、18位に『バンビ』（1948年1068万人）と6作もランクインしている。フランスでは休暇シーズンに子供たちを劇場に連れて行く習慣があり、良質のストーリーを持ったアニメに対する需要は根強い。最近では2003年に公開された『ファインディング・ニモ』が917万人の観客動員数で歴代32位にランクインしていることから、ストーリー・アニメに対する需要の強さが伺える。

さらに、米国の商業主義映画の独占を避けるため、小品の作品に対しては、上映補助が出ることもある。2003年にフランスで劇場公開された日本映画のうち、フランス国立映画センターの上映補助金を受けた作品は以下のとおりである。

表 3 2003年にCNCより公開助成を受けた作品一覧

『アカルイミライ』（黒沢 清監督）	2003/12/03 公開	助成額	22,000 ユーロ
『19』（渡辺一志監督）	2003/07/23 公開	助成額	14,000 ユーロ
『Dolls』（北野 武監督）	2003/04/30 公開	助成額	22,000 ユーロ
『鏡の女たち』（吉田喜重監督）	2003/04/02 公開	助成額	18,000 ユーロ
『仄暗い水の底から』（中田秀夫監督）	2003/02/26 公開	助成額	35,000 ユーロ

2003年についてはアニメ作品で上映補助を受けた作品はなかったが、良質な作品であればアニメであっても上映補助を受けることは可能である。この制度は”ARTS ET ESSAI”（芸術のトライ）と言われ、このような作品を上映する映画館にも補助が行くことから、小品を公開する映画館の手助けともなっている。

反面、フランスでは、テレビから派生した『ポケモン』のような作品の人気は意外と低い。2004年に公開された劇場版『遊戯王』の観客動員は4万4000人と、米国の318万人を大きく下回り、英国の13万人と比べても小さい数字となっている。フランスではテレビから派生したマス・マーケットを狙った外国映画については、助成制度が受けられないほか、映画観客の多数を占めるインテリ層（人口の19.5%を占める上級管理職層は観客動員数の23.0%を占める）に嫌悪感を抱かせている可能性も高い。

² 出所：フランス国立映画センター（CNC）の”Results 2004”

II. テレビ

A. 欧州基準より強化されたフランス国内の放映規制

EU では域内の文化的価値の保護を目的とした「国境のないテレビ指令」(89. 552. EEC、修正指令 97. 36. EC) により、ニュース、スポーツ・イベント、広告、文字多重放送を除くテレビ放送の 50%以上を EU 製の番組とするよう加盟国に求めている。この結果、フランスではテレビで放映される作品の少なくとも 60%は欧州製、うち 40%はフランス語オリジナルでなくてはならないと規定されている (1992 年の政令 86-1067)。

フランスの基準は以下の欧州主要国の基準と比較しても厳しく、日本を含む外国製の番組の放映は困難となっている。

表 4 欧州主要国と比較したフランスのクォータ制度 (2002 年)

	フランス	ドイツ	英国	イタリア	スペイン
国産クォータ %	40	none	none	25	25
EU クォータ % (フランス含む)	60	50	51	51	50
地上波無料民放数	2	7	4	3	4

出所：フランス国立映画センター (CNC)

実際、この規制にそぐわなかったとして、フランスで日本のアニメを中心に放送する有料チャンネルのマンガ・チャンネル (AB グループ傘下) は 2002 年に 7 万ユーロの制裁金を受けている。制裁金を課したのはフランスの視聴覚評議会 (CSA) で、制裁の理由は、「マンガ・チャンネルは、96 年の設立当時からこの政令の存在を知り、それを順守すると言ったにもかかわらず、2000 年のフランス製番組の放映時間は 34%にしかならなかった」というものである。

マンガ・チャンネルは以後規制に対応するため、「燃えろ！トップストライカー」「ピグマリオン」「宇宙伝説ユリシーズ 31」などの日仏合作アニメを放映することにより、60%をフランス製 (日仏合作アニメを含む) とし、残りの 40%については日本製アニメを放映することで現在に対応している。

B. フランスにおける日本アニメの放映の歴史

このように規制が強化された背景には、まずは米国製番組のシェアを引き下げることがあったが、それに加えて、日本製アニメの人気があった。

フランスで日本のアニメが放映されたのは1970年代と比較的古い。1978年には当時の公営放送ANTENNE2で女性タレント、ドロテによるアニメの紹介番組“RECRE A2”が開始された。この中で、「グレンタイザー」(78年)、「キャンディ・キャンディ」(79年)、「キャプテン・ハーロック」(79年)などが紹介され、圧倒的な人気を誇るようになった。特に「グレンタイザー」はハイム・サバーン³の作曲した主題歌が100万枚以上を売り上げるというヒットとなった。このヒットに警戒感を抱いた文化省が自国のアニメ育成のための補助金を出すようになったのが83年である。

86年にテレビ放送局の民営化が始まり、民放チャンネルTF1が放送を開始した。上述のドロテは民営化を機にTF1に移り、87年より、「クラブ・ドロテ」という子供番組が開始された。この時間帯には「ドラゴン・ボール」、「北斗の拳」、「キン肉マン」などが放映されたが、8歳以下を主力とする時間帯に小学校高学年以上向け番組を放映したことから、日本アニメは暴力的との批判が出てきた。

89年には、社会党議員のセゴレーヌ・ロイヤル議員が、“Le ras-le-bol des bebes zappeurs” (チャンネルを次々に切り換える子供にはもううんざり)を発表し日本アニメを批判、日本アニメは90年代半ばにはほとんど放映がされなくなった。

放映が再開されたのは98年ごろからで99年には「ポケモン」の放送が開始、日本アニメの放映が本格的に再開された。

C. 2004年現在の放送状況

ポケモンをきっかけに日本アニメは再びフランスの地上波で放映されるようになったものの、放送時間の長さは他の欧州諸国と比較すると短いものにとどまっている。規制の影響が大きく、最大の公営チャンネルであるFRANCE2は日本のアニメをほとんど放映していない。

表 5 主要国地上波での日本の番組の放映時間

³ ちなみにこれをきっかけにサバーンは日本アニメとの接点を持ち、のちに米国に進出。サバーン・インターナショナルを設立し、日本のゴレンジャーシリーズのリメイクである「パワーレンジャー」シリーズをヒットさせた。

主要国での地上波での日本の番組のテレビ放映時間

国名	2002年	2003年
ドイツ	1326	868
ベルギー	1167	930
イタリア	998	877
英国	550	528
ポルトガル	534	302
ポーランド	513	384
スペイン	438	203
フランス	260	233
ギリシャ	255	270
アイルランド	179	218
オーストリア	149	140
スウェーデン	121	235
ノルウェー	48	36
デンマーク	45	38
スイス	35	2
フィンランド	26	41
オランダ	2	0
合計	6648	5303

(注) 放送時間については、ロンドンに本部を置く ETS(Essential Television Statistics、<http://www.etstv.com>) の調査結果から欧州視聴覚研究所が作成。アニメ換算は、アニメ1本当たり30分、年間放送週を50週と仮定。

(出所) 欧州視聴覚研究所 “2003,2004

表 6 フランスの地上波における日本アニメの放映 (2004年)

放映局	放映時間	タイトル
TF1	41 時間 42 分	ポケモン、ソニック X
FRANCE2	41 分	ラブひな
FRANCE3	19 時間 47 分	鉄腕アトム、爆転シュート ベイブレード
CANAL+	67 時間 37 分	ずっとずっと大好き、キャプテン翼、エクセル・サーガ、GTO
FRANCE5	152 時間 10 分	うちのタマ知りませんか? ガラスの仮面、光の伝説、愛してナイト、おじゃ魔女ドレミ、若草物語、家なき子、キャッツアイ、アルプスの少女ハイジ、とっとこハム太郎、ベルサイユのばら
M6	65 時間 56 分	ミルモでポン、遊戯王、カードキャプターさくら、明日のナージャ、超ロボット生命体トランスフォーマー、デュエル・マスター

出所：視聴覚評議会 (CSA)

民放は TF1、M6、CANAL+ (CANAL+は有料チャンネル)

左記の放映ライン・アップからみるとわかるとおり、公営放送の FRANCE5 で放映しているアニメは古い作品が多い。フランスでは子供の学校休暇時にアニメの時間枠を設けることがあるが、こうしたときに古いアニメは放映料が安いことから、よく放送される。さらに、世界名作劇場の作品は公営放送が求める教育的配慮もなされていることが放映につながっていると思料される。

一方、民放の TF1、M6 の場合、商業性の高いアニメの放映が求められている。このため新作が多く、ゲーム関連と近いアニメも数多く放映されている。

TF1 の場合、総売上上の 0.6%以上を欧州またはフランス製アニメの購入に充てる協約(2001 年 11 月 20 日付)を視聴覚評議会 (CSA) との間で結んでおり⁴、かつ 1 年間に 1000 時間相当の子供番組を放映しなくてはならない。このため、子供番組の需要は根強いが、

クォータ規制に加え、金額ベースでも制約条件を付け加えられていることから、日本製アニメの参入の余地は決して大きくない (インタビューは後述)。

D. ケーブル局は増加傾向

地上波における子供番組の放映時間は CSA の指導はあるものの、長期的には減少傾向にある。これはフランスでも高齢化が進んでいることが一因で、地上波の大顧客である高齢者向けの番組が優先され、子供番組は有料ケーブル局に集中する傾向がある。子供向けケーブルは活発で、対象年齢のいる世帯の多くが加入している。

但し、このようなケーブルチャンネルは加入者が重なっており、視聴者を獲得することは熾烈な競争となっている。また、番組の購買単価は地上波と比較して安く、30 分番組で MAX1 本 5000 ユーロ、安い場合は 500 ユーロ程度のこともあるという。

⁴ M6 は 1%以上という協約を CSA の間で結んでいる。

表 7 フランスの子供向け有料チャンネル (2004 年)

チャンネル名	総視聴者数に占める視聴割合	4-11 歳の視聴割合	視聴者数
Boomerang	0,3	1,4	1 563 000
Canal J	1,2	6,7	4 448 000
Cartoon Network	0,6	3,4	2 595 000
Disney Channel	0,6	3,3	2 602 000
Disney Channel + 1	0,2	1,2	2 015 000
Eureka	0,1	0,6	1 572 000
Filles TV	0,4	2	2 149 000
Game One	0,1	0,3	2 778 000
Jetix (<i>ancienne Fox Kids</i>)	0,7	3,9	2 521 000
Mangas	0,1	0,4	2 379 000
Piwi	0,4	2	1 695 000
Playhouse Disney	0,2	0,9	1 843 000
Teletoon	0,3	1,9	2 295 000
Teletoon + 1	0,2	1,2	1 282 000
Tiji	0,8	4,8	2 642 000
Toon Disney	0,3	1,8	2 039 000

出所 : MEDIAMETRIE

表 8 日本アニメ放映の主な衛星、ケーブル局名と放映開始時期

衛星放送は CANAL SATELITE / TPS /AB Sat/ の 3 局が配信キー局 (CANAL SATELITE と TPS が主で AB は極僅か)。衛星放送用の番組供給局はこの 3 局のいずれかに供給し衛星放送で配信となる。又、ケーブルも Canal SatDSL /Free/TPSL の 3 ケーブルが配信キーサービスを行っており、通常の電話局 ADSL 使用と 2 種がある。

局	放映開始年	配信方法
CANAL J (Canal J International)	1985 年 12 月	CanalSatellite 経由の衛星放送が主で ケーブル配信 (CanalSatDSL) も併用
AB CARTOONS / MANGAS (AB Groupe)	1996 年 4 月 (AB Cartoons) 1998 年 9 月 (Mangas)	AB Sat 経由の衛星放送が主でケーブル 配信 (FREE) も併用
TELETOON (TPS Jeunesse)	1996 年 12 月	TPS 経由の衛星放送が主でケーブル配 信 (TPSL) も併用
DISNEY CHANNEL (Disney)	1985 年 (France 3) 1997 年 (CanalSatellite)	CanalSatellite 経由の衛星放送が主で ケーブル配信も併用

CARTOON NETWORKS (Time Warner)	1997 年 (CanalSatellite)	CanalSatellite 経由の衛星放送が主で ケーブル配信も併用
FOX KIDS / JETIX (Fox Sabban) / (Disney)	1997 年 11 月 (Fox Kids) 2004 年 8 月末 (Jetix)	Canal Satellite 経由の衛星放送が主で ケーブル配信も併用
TIJI	2000 年 12 月	Canal Satellite 経由の衛星放送が主
TELETOON + 1	2002 年 9 月	TPS 経由の衛星放送が主
DISNEY + 1	2003 年	Canal Sarelite 経由の衛星が主
BOOMERANG	2003 年 4 月	TPS 経由の衛星放送が主でケーブル配 信 (Free) も併用
PIWI	2003 年 12 月	TPS 経由で衛星放送が主でケーブル配 信 (TPSL) も併用
PLAYHOUSE	2003 年	Canal Satellite 経由で衛星放送が主で ケーブル配信も併用
TOON DISNEY	2003 年	Canal Satellite 経由で衛星放送が主で ケーブル配信も併用
FILLES TV	2004 年 9 月	Canal Satellite 経由で衛星放送が主で ケーブル配信も併用

なお、2005 年 3 月より地上波デジタル放送が始まり、対応機器を有していれば 14 チャンネルが無料チャンネルとして視聴可能となっている。

地上波デジタルの普及状況はまだ小さいものであるが、今後メディアとして注目される。

E. インタビュー：TF1 子供番組担当者に聞く⁵

民放テレビ局最大手「TF1」のドミニク・プシエール子供番組担当部長に、日本アニメ番組の購入方針について聞いた。4～10 歳児を対象とする子供番組では、アクションものよりも、娯楽番組や冒険ファンタジーものを中心に編成する方針で、日本の新しいクリエイターによる作品に強い関心を示した。

インタビュー概要

(TF1 の日本アニメの放送概要)

TF1 は毎朝 2～3 時間 (学校が休みになる水曜日・日曜日は 6 時 50 分から 11 時 15 分までほぼ 4 時間半)、子供向けにアニメ番組を放映している。これまで「ポケットモンスター」「ロックマン」「ソニック X」など日本製アニメを放映してきた。

⁵ 2005 年 4 月 22 日付 ジェトロ通商弘報記事に加筆

TF1 は 87 年に民営化された際、子供番組の運営をテレビ制作会社「AB グループ」（前章参照）に委託した。同グループは低廉な日本製アニメを重点的に購入したため、当初は子供番組の大部分を日本アニメが占めていた。有名な「クラブ・ドロテ」の運営は AB グループにほぼ委託されていたとあってよい。

90 年代になるとアクション・戦隊ものが多い日本製アニメに対し「暴力的」との批判が強まり、同局の子供番組の視聴率は徐々に低下した。購入方針の転換を迫られた TF1 は、90 年代後半から自社運営に切り替え、現在はコスト面より番組構成全体の多様化、ストーリー性に重点を置いている。現在は子供番組の購入は子供番組担当部に一任されている。

日本製アニメの利点はシナリオが創意工夫に富んでおり、独創性があるのに価格が安いことだ。例えば米国製アニメ（1 話 26 分でおよそ 1 万 5,000 ユーロ）に比べ、日本製はほぼ 4 割安い。にもかかわらず、日本製アニメの放映時間が少ない主な理由は国内規制である。

フランスでは、テレビ放送時間の 60%以上を欧州製の（うち 40%はフランス製）番組を流すことが政令（90 年 1 月 17 日付）で義務付けられている。これに加え、TF1 は売上高の 0.6%以上を欧州またはフランス製アニメの購入に充てる協約（2001 年 11 月 20 日付）を視聴覚評議会（CSA）との間で結んでおり、これが日本製アニメ購入の制約になっている。

未成年者に照準を合わせた広告の放映は、政令（92 年 3 月 27 日付）で規制されているため、キャラクター商品が既に国内で流通しているアニメの放映が、キャラクター商品の「広告媒体」として視聴覚評議会から摘発されかねないことも、日本製アニメの購入を控える要因と説明した。特に、最近ヒットした日本アニメは「ポケモン」や「遊戯王」などキャラクター商品やゲームとの関連が強いことから、新しいアニメに対する CSA の警戒心も高まっている。特に TF1 はフランス最大の民放で、視聴率も高いことから、CSA の監視も厳しくなっている。

現在、TF1 に提案される日本製アニメはアクションものが中心で、こうした番組に多く見られる戦闘シーンは、フランスでは子供に悪い影響を与えるとされるため、番組の一部に修正を加えるか、購入を断念するか、選択を迫られる場合が多い。

TF1 ではアニメの対象年齢を 4~10 歳と設定し、それ以上の年齢層にはアニメ番組を放映していない。そのためアクションものではなく、子供向けの娯楽番組や冒険ファンタジーものを中心にアニメを購入する方針だ。

もっとも、日本側の売り込みもフランス側の事情を飲み込めていないことが多い。TF1 に

は「クレヨンしんちゃん」の売り込みがあったが、母親はヒステリックすぎるし、父親は若い女性に関心を示しすぎる（笑）。こうした倫理観はフランス人にそぐわないものであり、TF1のような多数の視聴者を抱える地上波では、購入は難しい。

（訪日で大きな成果）

2005年3月の東京国際アニメフェアに招待され、初めての訪日を果たすことができた。それまでは日本にはもちろん大きな関心があったが、東京国際アニメフェアの開催は常にMIPTVに近すぎ、出張することが不可能であった。

東京国際アニメフェアに行くまではMIPTV, MIPCOMで作品を探すか、日本の製作者の直接の売り込みを待つかであった。但し、いずれにせよ、紹介されるものは戦隊物やゲーム物が多く、作品の紹介に偏りがあったような気がする。

今回、初めて訪日し、低年齢層の子供番組や画像で、漫画（劇画）と異なるシリーズが紹介されており、日本アニメの多様性を発見した。残念だったのは、国際アニメフェアと銘打っていないながら、多くのブースで英語対応ができていなかったことだ。プロフェッショナルな見本市としては再考して欲しい。

日本文化の特有性にストーリーを求めたアニメ番組なども、購入の対象になり得る。英語で書かれているものであれば、あらかじめコンタクトがない制作会社からでも直接、広告・チラシ、企画書を受け付けている。日本の制作会社はフランスや韓国の制作会社と比較し、売り込みが積極的でないようだ。

F. フランスの放送基準

フランスにも米国同様未成年保護のための放送基準があり、その基準そのものはEU指令に従っている。ただし、フランスの場合、下記の年齢制限のガイドを設けてはいるが、核番組をどのカテゴリーに入れるかは、放送局の判断に任されている。また、EU指令は各国基準のハーモナイゼーションを求めるものではないものから、加盟国により基準が異なる可能性がある。

放送基準を管轄しているのはCSAだが、CSAは基準につき「問題がある」と判断したときのみ介入を行う。

表 9 未成年保護のための記号と各記号の意味

各年齢別制限の現行記号



各年齢別制限記号の内容

- カテゴリーⅠ：全ての視聴者向け（表示なし）
- カテゴリーⅡ（-10）：10歳以下には勧めない。（10歳以下の子供の精神を傷つける可能性のある番組。）
- カテゴリーⅢ（-12）：12歳以下には勧めない、又は12歳以下禁止の映画。（12歳以下の子供を動揺させる可能性のある番組。特にシナリオが繰り返し一貫的に、身体的又は精神的暴力に訴えている場合。）
- カテゴリーⅣ（-16）：16歳以下には勧めない、又は16歳以下禁止の映画。（16歳以下の子供の身体的、精神的又は道徳的モラルを傷つける可能性のあるエロチックな性質やひどい暴力性をもった番組。）
- カテゴリーⅤ（-18）：18歳以下には勧めない、又は18歳以下禁止の映画。（18歳以下禁止の映画作品、ポルノグラフィックや非常にひどい暴力の番組など、事情の分かった大人向けのもので、18歳以下の未成年の身体的、精神的又は道徳的モラルを傷つける可能性のある番組。）

制限カテゴリー別番組プログラムとの条件

- カテゴリーⅡ：これらの番組の放映時間は各局の判断に任せる。この放映は子供向け番組の中に入れることはできない。
- 番組が30分間以下の場合、記号は番組開始から最低5分間、画面に表示しなければならない。番組が30分以上で、宣伝によって何度か中断される場合は、記号は番組開始から最低5分間、宣伝による中断の後は1分間画面に表示しなければならない。番組が30分以上で、宣伝による番組中断がない場合、記号は番組開始から最低5分間と最初の15分間が過ぎた後に2回目の表示を1分間行う、或いは番組開始から最低12分間表示しなければならない。
- カテゴリーⅢ：映画以外のチャンネルで、これらの番組は22時以前に放映してはならない。
- 例外的に20時30分後にこのカテゴリーの番組放映を許される場合もある。但し火曜日、金曜日、土曜日、祝日の前日、学校のバカンス時期を除く。12歳以下禁止の映画作品については、これらの例外は1年に4つを超えてはならず、映画チャンネルについては、これらの番組は水曜日の20時30

分より前に放映してはならない。

記号は、番組放映中は常に画面に表示しなければならない。

「12歳以下禁止」という注記、又は場合によっては、文化省から与えられた12歳以下禁止の注記は、番組開始から最低1分間、白字で画面に表示するか、又は番組開始前に最低12秒間、画面全体に表示しなければならない。

カテゴリーⅣ：事情の分かる視聴者向け。映画以外のチャンネルではこれらの番組は22時30分、映画チャンネルでは20時30分より前に放映してはならない。

「16歳以下禁止」という注記、又は場合によっては、文化省から与えられた16歳以下禁止の注記は、番組開始から最低1分間、白字で画面に表示するか、又は番組開始前に最低12秒間、画面全体に表示しなければならない。

記号は、番組放映中は常に画面に表示しなければならない。

カテゴリーⅤ：許可されたチャンネルを除いて、これらの番組は放映の完全禁止の対象である。カテゴリーⅤの番組放映を許可されるチャンネルは、映画専門チャンネル、又は映画専門チャンネルと同レベルの作品契約に署名した特別なチャンネルとなり、これらの番組と予告編の放映は、一般視聴が可能な時間帯（契約者以外も視聴可能な時間帯）、又そうでなくとも5時から24時の間に入れてはならない。又いずれにせよ、未成年保護に関する立法の意向を尊重しなければならない。そのため、これらの番組が個人コードのシステムを持ったアクセス端末セットを活用しているテレビ局によってのみ放映されているということが必要となる。

「18歳以下禁止」という注記、又は場合によっては、文化省から与えられた18歳以下禁止の注記は、番組開始から最低1分間、白字で画面に表示するか、又は番組開始前に最低12秒間、画面全体に表示しなければならない。

記号は、番組放映中は常に画面に表示されていなければならない。

予告編の番組編成について

番組が区分けされているカテゴリーの記号は、予告編においては常に表示しなければならない。

カテゴリーⅡ：子供向け番組又はそこに近いところで放映する場合は、特別に注意を払うことを各局に要求する。

カテゴリーⅢ：子供たちの感性を傷つける恐れのある場面を含んではならない。また、子供向け番組に近いところで放映することはできない。

カテゴリーⅣ：子供（及び未成年）たちの感性を傷つける恐れのある場面を含んではいけない。又、20時30分より前に放映してはならない。

カテゴリーⅤ：番組放映を許可されたチャンネルでしか放映できない、またどんな場合も、5時から24時の間には放映できない。

子供向けチャンネル上の記号表示

- ・ 幼少児向けチャンネル (TiJi、Playhouse Disney 局などを想定)
これらはカテゴリー I より上のクラスに分類される可能性のある番組を一切放映しない。よってこれらのチャンネルは記号表示を免除されている。協定に基づく配置では、各チャンネルに子供心理学の専門家を含む番組の倫理委員会をしかるべき所に置くことを義務付けている。
- ・ 子供向けフィクション番組とアニメ番組しか放映しないチャンネル (Disney Channel、Toon Disney などを想定)
これらのチャンネルは記号表示を免除されている。
- ・ 広い視聴者に向けられた子供向けチャンネル (Fox Kids、Canal J、Télétoon などを想定)
これらのチャンネルは、児童 (9-12 歳) 向けのいくつかの番組は幼少児に衝撃を与える恐れがある時はそれを視聴者に知らせなければいけない。子供と家族向けの番組を提案する TNT の放映の為、Canal J の条項の協議時に次の事項が決められた：
 - 幼少児の感性を傷つける恐れのある児童向け番組は、子供とその両親に向けて、特有の注意を先に促さなければいけない。
 - 「10 歳以下禁止」番組は、21 時以降しか放映できず、チャンネルはこれらの番組の予告編に対し特別な注意を払わなければいけない。21 時以降、チャンネルはこれらの番組を特別な下準備の元、子供たちのその家族向けに放映する。

ただし、フランスでは、米国のように「武器はみせない」、「血は見せない」といった明確な基準があるわけではない。どの番組がどのカテゴリーに分類されるかは、各局の判断である。このため、米国では殺人事件を扱うため、子供番組として放送できない「名探偵コナン」は通常の子供番組として放映されている。この基準で審査されるのは、あくまでコンテンツ総体の価値であり、その意味で、不透明な部分と、良識的な部分が同居しているといえる。

Ⅲ. マンガ (コミックス)

A. 世界有数の市場

フランスは、日本を除く世界有数のマンガ市場である。2004 年のマンガの売上は 7,240 万ユーロ、1,070 万冊となっている。ちなみにフランスの同年の書籍売上数は 4 億 3300 万冊、フランスでコミックス全般をさす BD の売上は 3210 万冊となっている。米国のマンガ市場が 1.1-1.4 億ドル程度 (2004 年) と推計されており、(<http://www.icv2.com/articles/home/6340.html>) フランスが、米国の 1/5 という人口から想定される市場規模であることを考えると非常に大きなマーケットである。ちなみに米国市場が急拡大したのは、ここ 2-3 年のことであり、それまではフランスは世界一のマン

が市場であった。

フランスの特徴の一つとして、翻訳されるタイトル数が非常に多いことである。仏訳が始まった10年ほど前にはせいぜい年間20件程度であったが、2003年には521件、2004年には754件と急増した（フランス漫画批評家協会）。

フランスにおけるマンガ出版の本格的な歴史をみると、皮肉にもテレビアニメの放映中止がきっかけとなっている。日本のアニメがテレビから消えたことにより、ファンは日本語のマンガを言葉がわからないながらも読むようになってきた。90年にはTONKAM社がフランスの流通業者としては初めて日本のマンガの輸入を始めるようになった。

89年にはGLENAT社が大友克洋の「AKIRA」の仏訳版を出版。AKIRAの出版部数そのものはまだ数字的には小さいものであったが、91年に出版した「ドラゴン・ボール」は大ヒットとなった。95年には、ドラゴン・ボールの右開き版（日本と同じ版）を出版。科白は横書きでありながらも、日本と絵が反転しない版が出たことにより、マンガへの理解は深まっていった。

また本屋であったTONKAM社も90年代半ばには、桂正和の「電影少女」を出版。ドラゴン・ボールを卒業した青少年のマーケットが広がった。その際、TONKAM社はカバーつきの体裁をとり、マンガは「廉価本」というイメージを払拭した。

マンガの1巻あたりの売価平均は6-7ユーロとなっている。特にここ2-3年、青年マンガがブームとなっている。ドラゴン・ボールで成長した世代が、マンガを捨てずに大学生になり、自分の年代にあったマンガを読むようになってきている。これに伴い、マンガを見る目も変わってきており、経済誌『ル・ポワン』に『ブラック・ジャックによろしく』の紹介記事が出るなど、青年マンガは徐々に認知されている。

米国では小学館・集英社がVIZを立ち上げ、また、東京ポップのような比較的大手の出版社がマンガ出版を取り扱っているのに対し、フランスでは中小企業が乱立しているのも特徴である。表でわかるとおり、フランスの出版社は強い関係のある日本の出版社はあるものの、各出版社が作品ごとに翻訳権をとっている。

表 10 フランスの主要マンガ出版社

出版社名	市場占有 率 %	主要出版タイトル	特徴
GLENAT http://www.glenat.com/	30-35	『ドラゴン・ボール』、『ブラック・ジャックによろしく』、『BLACK CAT』、『封神演義』	フランスの BD も出版する大手出版社。集英社系の作品が多い。少年に強かったが最近は青年分野に進出
KANA http://www.mangakana.com/	30 前後	『HUNTER×HUNTER』、『NARUTO』、『名探偵コナン』、『モンスター』、『ジパング』、『ミルモでポン!』、	大手 BD 出版社 DARGAUD の子会社。96 年創設。小学館系の作品が多い。ブリュッセル拠点 DARGAUD-LOMBARD 社のマンガ部門のレーベル名。レーベルは 96 年創設。小学館系、集英社系の作品が多い。
PIKA	10-15	『YOUNG GTO』、『ハッピー・マニア』	講談社系の出版が多い。2003 年より、1 年に 1 回雑誌形態の『SHONEN』を発行
TONKAM	10-15	『バガボンド』、『天使禁猟区』、『アドルフに告ぐ』	日本のマンガの専門出版社で 94 年にマンガ出版を始める。特定の出版社にこだわらず、作品を紹介。

B. フランスで売れているマンガ

フランスで売れているマンガを見ると、43.4%の市場が TOP10 タイトルで占められている。上位 10 タイトルは以下のとおり。

表 11 トップ 10 作品 (43.4%) の作品別割合

ドラゴン・ボール	12.7%	サムライディーパー-KYO	3.5%
NARUTO	5.0%	GTO	3.1%

遊戯王	4.2%	ONE PIECE	2.7%
シャーマンキング	4.0%	るろうに剣心	2.3%
ラブひな	3.6%	ハンター×ハンター	2.3%

一種のお化けコンテンツであるドラゴン・ボール（累計で 1000 万部以上販売）を除き、ヒット作の販売部数は 1 巻あたり 3－5 万部というところである。ヒットした作品はテレビ放映と関連したものが多く、テレビと出版のメディア連携はうまくできていないのが実情である。

また、フランスではまだ「少年ジャンプ」のようなマンガ雑誌は出版されていない。単行本中心の市場の中で、どのように新作を認知させていくかが課題である。作品紹介の媒体としては ANIMELAND のようなマンガ雑誌が中心となっているが、タイトル数が多くなるにつれ、作品を紹介する場の確保が困難になっている。

C. フランスサイドから見た出版の悩み

米国のマンガ市場が飛躍的に拡大した背景には、前述した BIZ や東京 POP のような日本企業の子会社や日系の企業の存在が大きいが、フランスの場合、フランス人が起こした現地企業が出版するマーケットとなり、米国とは大きく異なる。このようにダイヤモンド・プルの形で発展したことが、良きにつけ、悪きにつけ、フランスの特徴となっている。

フランスサイドから見ると、出版を始めた 90 年代当初、日本の出版社の多くは、質にはこだわりの、最低販売部数などビジネスの面では比較的寛大であったという。

ところが、近年はビジネス面で日本サイドからの要求も厳しくなっている。特にフランス側にとって、悩みが大きいのは「継続販売の義務」である。日本のマンガは通常 10 巻以上にわたる連載が続いており、日本サイドとしては、当然作品の終了までの出版を保障してほしいところであるが、フランスサイドとしては、それが重荷となる場合もある。

また、原画をなかなか日本が貸し出さないこともフランスサイドの悩みである。本来なら原画をスキャンし、日本語の台詞部分をフランス語に書き換えていくのであるが、場合によっては原画をスキャンした媒体ではなく、印刷媒体をスキャンしたものが送られてくることがあるという。このような場合、どうしても印刷の質が低くなってしまう。

また、フランスでは作家が自分の作品を PR 用に語ることが多いが、日本の漫画家は概して寡黙である。このため宣伝がうちにくい。

なお、フランスにおけるマンガ出版の契約の基本は「フランス語圏での販売権」すなわ

ちフランス、ベルギー、スイス、場合によってはカナダでの販売権が基本である。欧州ワイドの翻訳権を得るのはまだ稀である。マンガというのは言語に深く頼っている市場であるため、各社とも特に大きな問題は感じていないようだが、今後は、欧州ワイドでの翻訳権の販売も重要となってくるであろう。

D. 日本サイドの悩み

一方、日本側にもフランスはわかりにくい市場となっている。出版社の多くは中小企業であり、「継続販売」やマーケティングの面で不安感も多い。また、翻訳の質もチェックすることが困難である。フランスのマンガの多くは、学生等に格安で翻訳を出し、その後、出版社の人間が編集するのが通常であるが、最初の翻訳にどうしてもお金をかけられないため、質が悪くなる場合もある。

また、メディア間の連携が悪く、作品とゲーム、テレビ放映などの連携がとりにくい。

E. インタビュー TONKAM マーケティング担当者に聞く

TONKAM 社は日本マンガの専門出版である。90年代半ばからマンガ出版をはじめたパイオニア的存在で、青年マンガをフランスに紹介したのも、TONKAM 社が最初である。マーケティング責任者のセバスチャン・モリカールに聞いた。

インタビュー概観

トンカム社は青年マンガ、少女マンガをフランスに広めたパイオニア的存在。90年代初め、フランスでは圧倒的な人気を誇った「クラブ・ドロテ」というテレビ番組で多数の日本アニメが紹介され、日本アニメのファンが多数生まれた反面、幼児も見ると同時に青少年向けマンガを放映したため、有識者から「日本のアニメは暴力的」という評価も得てしまった。トンカム社はこうした偏見をぬぐいさるためにも、インテリ層に訴える「知的」なマンガの紹介に務めている。また、日本のマンガの正しい姿を伝えるためにも「少年マンガ」、「少女マンガ」、「青年マンガ」をバランスよく紹介するよう務めている。

トンカム社が仏訳しているタイトルで2004年にもっとも売れたものは「少年」で『ヒカルの碁』、「少女」で『天使禁猟区』、「青年」で『バガボンド』。このほか、手塚治虫の作品の翻訳も手がけている。

悩みとしては、フランスでの新規参入が増加していること。フランスで日本マンガの人氣が高まるにつれ、大手出版社も積極的に参入するようになった、フランスのマンガ市場をリードする、GLENAT、KANA は BD を自ら手がけているか、BD の会社の子会社である。こうした資本力のある企業が増加してくるにつれ、TONKAM 社のような会社はポジションをどうやってとっていかかが戦略上重要となってくる。5 万冊売れるヒット作品を狙うより

15000部を完売し、増刷ができる体制を目指している。

日本サイドとの交渉の難しさであるが、当初は文学的な面での指摘が多かったが、最近ではビジネス面での要求が厳しくなってきた。フランス企業にとっては、「最終巻までの出版の保障」というのは困難だが、TONKAM社は最終巻まで出版できるという自身を持てるものを中心に出版しようとしている。またコストを下げるため、自社で直接ショップを持ち、3000部でも採算がとれるよう工夫している。

著作権については、日仏の見解の相違もある。フランスでは、作品の一部を宣伝のため書評に載せることは著作権上認められており普通に行われているが、日本サイドはそれは著作権を超えたものとの認識が強い。

IV. DVD

A. 米国に次ぐ市場

フランスにおける日本アニメのDVD市場の大きさについては確固たる統計がないが、日仏合弁企業のBEEZ社によると1億ユーロ程度の売上げがあると考えられている。

セルビデオがなかなか普及しなかったフランスだが、DVDの普及は米国を追いかけるペースで進んでいる。

表 12 各年のビデオ・DVDの販売推移

(単位：100万€)

	レンタルビデオ(レンタル料)	ビデオ販売 (DVD含む)	内DVDの販売	合計
1994年	49	384		433
1995年	50	483		533
1996年	57	499		557
1997年	67	495		562
1998年	71	502	13	572
1999年	78	498	83	576
2000年	78	578	216	656
2001年	96	723	415	819

2002年	88	986	714	1 074
2003年	78	1 132	944	1 210

資料:SEV、CNC、GFKより製作

表 13 日本アニメ専門制作・卸会社リスト

DYBEXの数字は本社がベルギーのため入手ができなかった。又、DECLIC IMAGES・IDP・MABELLの3社は商業登録所へ決算報告を提出していないため表への掲載ができなかった。

製作(出版)会社	住所	資本金	総売上高(100万ユーロ)	利益(100万ユーロ)
Beez (Bandai)	c/o Visual, 123 125 rue Jean Jacques Rousseau - 92130 Issy les Moulineaux	80 000	0,56	-0,12
Déclic images	Route de Barjols 83143 Le Val	1	-	-
Dybex				
IDP	19, rue de la Croix Javot 94430 Chènevrières/Marne			
Kaze	45 rue Broca 75005 PARIS	38 112	1,84	0,07
Mabell	2-3-4 Quai Blanqui 94140 Alfortville	8 000	-	-

資料: Eurojapancomico 作成

参考資料

1. EU のアニメ制作会社概況

EU のアニメ制作会社ベスト 15

(2000 年～2002 年の制作作品から)

下の表は、2002 年に作られた作品を対象にしたヨーロッパのアニメ制作会社取扱い額ベスト 15 社リストである。ここにある数字はアニメ作品の販売が主体の数字だが、企業によっては、長編アニメの制作、グッズ、アニメプログラムに関する版權管理その他も含まれる。

1 番目の HIT Entertainment plc. は英国の会社で Bob the Builder (テレビアニメ)、Barney (子供向け映画シリーズ) を制作し、世界的に成功を博した「ピングー」、「機関車トーマス」などの重要なカタログも管理している。利益の無視できない部分は、ビデオ卸販売と版權管理から来ている。同リストには他に 2 つの英国の会社があり、Aardman Holdings の利益には長編アニメ「チキンラン」のグッズ利益も含まれている。ドイツの会社は 3 つあるが、中でも一番大切なのは TV Loonland である。3 番目の RTV Family Entertainment 同様、2002 年の制作は落ち込み、TV Loonland に関しては約 50% の減少となっている。

フランスの会社は 7 つ入っている。数が多いが、留意すべきは、フランスの会計法上の規約で製作途中の作品についても売上計上に入れているという点であり、他の国については一般的にそうはしないということである。また同様にフランスはしばしばヨーロッパにおいて最もアニメを多産する国だと見なされている。4 番目の Carrere は TV アニメ番組やアニメ映画の制作者であり、フランスに置いてスヌーピーの版權を持っていて、Casmir の世界中の版權を持っている。2002 年に現れた Marathon Animation はこの 15 社の中で最も高い上昇率を示している。

2002 年の売上高順位 (ユーロ)

	制作会社名 制作アニメ一例	国	2000 年	2001 年	2002 年	2002/ 2001
1	HIT Entertainment PLC <i>Bob the Builder, Angelina Ballerina</i>	英国	33 064	85 194	193 591	127,2%
2	TV - Loonland <i>The Cramp Twins, Connie the Cow</i>	ドイツ	76 187	101 759	51 015	-49,9%
3	RTV Family Ent. AG (consolidated) <i>Marvellous Milly, Wicked, Little Bear</i>	ドイツ	62 337	70 560	48 960	-30,6%
4	Carrere Group <i>Poil de carotte, Schehérazade</i>	フランス	28 631	38 461	39 959	3,9%

5	Entertainment Rights PLC <i>Basil Brush, Postman Pat</i>	英国	7 072	22 684	39 284	73,2%
6	Carrington Productions Int. Ltd.	英国	1 674	-	-	-
7	Mondo TV <i>Robin Hood, Christopher Columbus</i>	イタリア	14 109	27 871	37 560	34,8%
8	Aardman Holdings Ltd <i>Wallace & Gromit, Chicken Run</i>	英国	19 004	20 892	27 381	31,1%
9	Xilam Animation <i>Space Goofs, Les nouvelles aventures de Lucky Luke</i>	フランス	11 976	18 711	25 436	35,9%
10	Millimages <i>64, rue du Zoo, Old Tom</i>	フランス	18 002	29 471	25 387	-13,9%
11	Dargaud Marina <i>Lucky Luke, Astérix</i>	フランス	28 841	26 158	25 116	-4,0%
12	Marathon Animation <i>Totally Spies, Marsupilami</i>	フランス	-	6 219	15 711	152,6%
13	Ellipse Animation <i>Tintin, Babar</i>	フランス	27 700	16 126	15 542	-3,6%
14	Hahn Film AG (estimated) <i>Bibi Blocksberg, Benjamin Blümchen</i>	ドイツ	6 985	10 000	15 000	50,0%
15	Alphanim <i>Mona le Vampire, Canards extrêmes</i>	フランス	17 072	11 159	12 961	16,1%
16	Cromosoma SA <i>Juanito Jones, The Triplets</i>	スペイン	2 849	9 322	12 883	38,2%

資料：Observatoire européen de l'audiovisuel より作成

AMADEUS の基礎データの中で、ヨーロッパ視聴覚研究所（l' Observatoire européen de l' audiovisuel）は EU の中で約 270 のアニメ制作会社があると認めた。1998 年から 2001 年の間で、これらの会社の活動は 4 倍以上になり、41, 800 万ユーロ（約 585 億円）から 187, 000 万ユーロ（約 2618 億円）に飛躍した。

いずれにせよ、欧州のアニメ制作会社は日本のアニメ制作会社と比較して、規模の大きなところが多い。これは、日本のアニメ制作会社が、一般的には漫画の原作からアニメを起こし、テレビ局に納入するという中間業者の役割が強いのに対し、欧州のアニメ制作会社は自分で原作を起こして製作をするのが通常であるということも一因となっている。

2. イタリアの劇場映画、テレビアニメの放映一覧

イタリアで上映された日本のアニメ映画作品

イタリア語タイトル	日本語タイトル	観客動員数	上映年
-	もののけ姫	26 989	2000
-	ポケモン The First Movie: Mewtwo Strikes Back	943 893	2000
Pokemon 2: La forza di uno	ポケモン: The Movie 2000	185 987	2000
Metropolis (de Osamu Tezuka)	メトロポリス	16 086	2001
Cowboy bebop	カウボーイビバップ: 天国の扉	6 030	2001
Digimon - il film	デジモン The Movie	21 805	2001
La città incantata	千と千尋の神隠し	158 089	2003

資料: Eurojapancomic 作成

イタリアで放映されている TV アニメ

アニメタイトル	チャンネル
キャプテン翼: Road to 2002	Italia 1
若草のシャルロット	Italia 1
サイボーグクロちゃん	Italia 1
ダッシュ勝平	Télé Roma 56
デジモンアドベンチャー	Rai 2
Dr スランプアラレちゃん	Italia 1
Dr スランプアラレちゃん	Rai 2
ドラえもん	Italia 1
おジャ魔女どれみ	Italia 1
おジャ魔女どれみ	Rai 2
ドラゴンボール	Italia 1
デュエル・マスターズ	Rai 2
科学忍者隊ガッチャマン	Super 3
銀河旋風ブライガー	Télé Roma 56

とっとこハム太郎	Italia 1
アルプスの少女ハイジ	Italia 1
炎のアルペンローゼ	Télé Roma 56
紅三四郎	Télé Roma 56
Let's go	Italia 1
Les Sauveteurs de l'Outre-Monde	Rai 2
ラブひな	Super 3
めぞん一刻	Télé Roma 56
マーマレードボーイ	Italia 1
名探偵コナン	Italia 1
わがまま☆フェアリーミルモでポン	Italia 1
機動戦士ガンダム	Italia 1
機動戦士ガンダム	Rai 2
明日のナージャ	Rai 2
One Piece	Italia 1
機動警察パトレイバー	Télé Roma 56
ポケットモンスターアドバンス	Italia 1
聖闘士星矢ハーデス編	Italia 1
名探偵ホームズ	Rai 1
The かぼちゃワイン	Télé Roma 56
東京ミュウミュウ	Italia 1
私の足ながおじさん	Italia 1
宇宙空母ブルーノア	Télé Roma 56
宇宙魔人ダイケンゴ	Télé Roma 56
宇宙戦士バルディオス	Télé Roma 56
ヤッターマン	Télé Roma 56
ヤットデタマン	Télé Roma 56
ぷちぷり*ユーシィ	Rai 2
遊戯王 III	Italia 1
ゾイド	Italia 1

資料 : Eurojapancomic 作成

3. スペインの劇場映画、テレビアニメの放映一覧

スペインで上映された日本アニメ映画作品一例

スペイン語タイトル	日本語タイトル	観客動員数	放映年
Akira	アキラ	120	1996
La princesa Mononoke	もののけ姫	157 623	2000
Pokemon : la pelicula	ポケモン the First Movie: Mewtwo Strikes Back	1 311 187	2000
Pokemon 2: el poder de uno	ポケモン The Movie 2000	525 985	2000
Digimon: La pelicula	デジモン The Movie	252 007	2001
Metropolis (de Osamu Tezuka)	メトロポリス	14 177	2001
El viaje de Chihiro	千と千尋の神隠し	239 341	2002

スペインで放映されている TV アニメ

作品タイトル	チャンネル
ベルセルク	TV Buzz
爆転シュートベイブレード	Panda
ブギーポップファントム	TV Buzz
Yawara!	TVCi
デジモンアドベンチャーII	Panda
DNA ²	K3
ドラえもん III	Panda
ドラえもん	K3
ドラえもん	Télé Madrid
ドラえもん	TVCi
エクセルサーガ	TV Buzz
Hellsing	TV Buzz
犬夜叉	TV Buzz
こちら葛飾区亀有公園前派出所	K3
こちら葛飾区亀有公園前派出所	TVCi
Lain	TV Buzz
ラブひな	TVCi

おジャ魔女どれみ	Panda
メダロット	Panda
名探偵コナン	K3
獣兵衛忍風帖	TV Buzz
ラーゼフォン	TV Buzz
らんま 1/2	K3
聖闘士星矢	TV Buzz
カードキャプターさくら	Panda
名探偵ホームズ	Canal 4
クレヨンしんちゃん	K3
クレヨンしんちゃん	TVCi
るろうに剣心	TV Buzz
トライガン	TV Buzz
Wolf 's rain	TV Buzz
幽遊白書	TVCi

資料: Eurojapancomic 作成

4. ドイツの劇場映画、テレビアニメの放映一覧

ドイツで上映された日本アニメ映画作品一例

ドイツ語タイトル	日本語タイトル	観客動員数	放映年
Patlabor II - The Movie	パトラボール II - The Movie	不明	不明
Prinzessin Mononoke	もののけ姫	不明	不明
Jin-Roh	人狼	不明	不明
Pokémon 2: Die Macht des Einzelnen	ポケモン 2: the mystery of mount moon	1 843 086	2000
-	ポケモン the First Movie: Mewtwo Strikes Back	3 222 452	2000
-	ポケモン The Movie 2000	1 843 086	2000
Digimon - Der Film	デジモン The Movie	667 335	2001
Chihiros Reise ins Zauberland	千と千尋の神隠し	424 492	2003

現在ドイツで放映されている TV アニメ

タイトル	チャンネル
バーバパパ	RTL
バーバパパ	RTL II
爆転シュートベイブレード	Fox Kids
爆転シュートベイブレード	ATVplus
カードキャプターさくら	Kabel 1
カードキャプターさくら	Fox Kids
激闘！クラッシュギアTURBO	Tele 5
キューティーハニー	Junior
名探偵コナン	RTL II
ウリクペン救助隊	ARD
キャプテン翼：Road to 2002	ATVplus
デジモンアドベンチャー	RTL II
デジモンアドベンチャー	Fox Kids
デジモンアドベンチャー	SF2
デジモンアドベンチャー2	Fox Kids
デジモンフロンティア	RTL II
Dr スランプアラレちゃん	Premiere Start
Dr スランプアラレちゃん	Junior
Dr スランプアラレちゃん	SF2
デュエルマスターズ	RTL II
時空探偵ゲンシクン	Kabel 1
不思議の国のアリス	Kinderkanal
新機動戦記ガンダムW	Sci Fi
とっとこハム太郎	RTL II
アルプスの少女ハイジ	Kinderkanal
Hellsing	VIVA Schweiz
犬夜叉	RTL II
神風怪盗ジャンヌ	RTL II
マルセリーノ	Kinderkanal
母をたずねて三千里	Junior
メダロット	Fox Kids

メダロット	Tele 5
メダロット	ATVplus
メダロット	Premiere Start
ロックマン エグゼ	RTL II
メタルファイターMIKU	Junior
モンスターランチャー	Fox Kids
モンスターランチャー	Premiere Austria
ニルスのふしぎな旅	Junior
ニルスのふしぎな旅	Premiere Austria
ニルスのふしぎな旅	ARD
Noir	RTL II
One Piece	Premiere Austria
One Piece	RTL II
One Piece	Premiere Start
One Piece	Junior
ピーターパンの冒険	ARD
ピノキオの冒険	ZDF
ポケットモンスター	RTL II
ポケットモンスター	Premiere Start
ポケットモンスター	SF2
ポケットモンスター	Premiere Austria
ポケットモンスター	Junior
ポケットモンスターアドバンスジェネレーション	Fox Kids
ポケットモンスター-- Master Quest	Premiere Start
ポケットモンスター-- Master Quest	Fox Kids
セーラームーンS	RTL II
シャーマンキング	Kabel 1
シャーマンキング	ATVplus
クレヨンしんちゃん	Premiere Start
クレヨンしんちゃん	Premiere Austria
クレヨンしんちゃん	Fox Kids
スレイヤーズ	Junior
Sonic X	Kabel 1
仙界伝 封神演義	Junior

仙界伝 封神演義	SF2
トムソーヤーの冒険	Kinderkanal
遊戯王	RTL II
遊戯王	Premiere Start
遊戯王	Fox Kids
X/1999	VIVA Schweiz

資料 : Eurojapancomic 作成