

フランスを中心とする
欧州のコンテンツ市場調査
(2011-2012)

キャラクタービジネス編

2013年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部 調査企画課

本報告書に関する問合せ先:

日本貿易振興機構(ジェトロ)

調査企画課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

TEL: 03-3582-5544

FAX: 03-3582-5309

E-mail: ORA@jetro.go.jp

【免責条項】

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

目次

フランスおよび欧州のキャラクタービジネス	3
フランスにおける日本のキャラクタービジネス	4
ハローキティ（サンリオ）	5
ベイブレード	5
パワーレンジャー	6
少年マンガおよびアニメのキャラクター（「One Piece」、「ドラゴンボール Z」、「NARUTO」 など）	6
ニッチな市場で健闘するフィギュア制作会社 Tsumé.....	7

フランスおよび欧州のキャラクタービジネス

業界関係者のヒアリングによると欧州におけるライセンス市場は小売りベースで約 322 億米ドルで、10 の主要ライセンサーが市場全体の約 67% を占める。欧州における大規模ライセンス市場（小売ベース）はドイツ、フランス、英国である（※3 国の順番は市場規模順ではなく順不同）。

プロパティ（ライセンス対象となるもの）は、玩具、飲料、衣料、文房具、コレクションアイテム等、様々な商品について展開されており、中でも玩具市場は最大である。他地域と同様、欧州においても、国際的に認知度の高いキャラクターの玩具が売上の上位を占めている。

図表 1 欧州における玩具ライセンスのトップ 6 : 2012 年 1~8 月（小売りベース）

出所：NPD

順位	プロパティ	ライセンサー	玩具市場におけるシェア
1	スターウォーズ	ディズニー（米）	3.1%
2	プレイモービル	Geobra Brandstätter GmbH & Co（独）	2.9%
3	カーズ	ディズニー（米）	2.3%
4	バービー	マテル（米）	1.7%
5	ハローキティ	サンリオ（日本）	1.6%
6	モンスター・ハイ	マテル（米）	1.3%

フランスのキャラクタービジネス市場：

フランスでは、ローカルキャラクターが活発に活用されている。バンデシネ（フランス・ベルギーのコミック）のキャラクター達の認知度は高く、「Astérix（アステリクス）」、「Tintin（タンタン）」、「Marsupilami（マルスピラミ）」、「Boule et Bill（ブルエビル）」等が、長年に渡り様々な商品に使われている。しかし近年では国際的なインターナショナルなプロパティの売上が大きい（図表 2 参照）。

図表2 2012年のフランスの玩具ライセンス売上（小売ベース）の上位

出所：NPD

順位	プロパティ
1	カーズ（米国）
2	ハローキティ（日本）
3	ベイブレード（日本）
7	ポケモン（日本）
11	パワーレンジャー（米・日）

2012年にはアメリカンコミックや、バンデシネを原作とする劇場版映画からのライセンス展開が多く見られた。代表例は「The Avengers（アメリカンコミック）」と「Marsupilami（BD）」である。バンデシネを原作とする映画「Tintin 2」、「Schtroumpfs」、「Boule et Bill」、「Superdupont」、「Les Krostons」などの公開が決まっていることから、今後もこの傾向は継続し、ライセンス展開が増加すると見込まれる。

さらに近年、50年代に人気のあった少女向け小説のヒロイン「Martine」等の、クラシックなキャラクターがリバイバル人気を得ている。大人へ訴求すると同時に、新たな子ども層のファンを獲得しつつある。

また、玩具市場において、米国で爆発的ヒットとなったゲーム「[Skylanders](#)」（Activision）が、フランスにおいてもゲームとフィギュアの売上を伸ばしている。プレイヤーは、ゲームと連動するフィギュアを使ってゲームに参加する仕組みだ。

フランスにおける日本のキャラクタービジネス

フランス市場、特に玩具市場で成功している日本のプロパティは「ハローキティ」、「ポケモン」、「ベイブレード」（交換可能なパーツから成るコマの玩具）である。特に「ハローキティ」「ポケモン」は、ライフサイクルが短いプロパティが多い中、長期に渡り安定した需要を保っている。日本の特撮テレビシリーズである「スーパー戦隊シリーズ」を米国企業がリメイクした「パワーレンジャー」も、人気を得ている。

ハローキティ（サンリオ）

「ハローキティ」については、フランスだけでも約 300 の商品（インテリア、アクセサリ、トイレタリー、文房具等）を商品を対象とするライセンス契約がある。「ハローキティ」については、ファミリーレストラン「Flunch」の子ども用メニューから、クリスタル宝飾店「スワロフスキー」のアクセサリまで、幅広い年齢層を対象にした、多様なキャラクター・マーチャンダイジングが展開されている

フランスでは「TF1 Licences¹（TF1 Entreprises の一部門）」が 2008 年より「ハローキティ」、2012 年よりその他を含むサンリオのプロパティのライセンスを所持している。TF1 Licences は「ハローキティ」の対象を 4～44 歳の女性と定義している。TF1 Licences を担当するユベール・テブ担当副部長は、「ハローキティ」は「幅広い年齢層に受け入れられる突出したキャラクター」であると語り、「グラフィックとしてのバリエーションが豊富で、季節やイベント、テーマ別に非常に豊富なスタイル（図柄）を提供していることが、世界中の幅広い消費層に受け入れられた理由ではないか」と分析する。TF1 Licences では、今後も「ハローキティ」を含むサンリオのプロパティのフランスでの一層の展開を予定している。

ベイブレード

フランスでは Hasbro France が「ベイブレード」のライセンスを購入し、2000 年初めに最初の大ヒットを記録した。同社のマーケティング部長であるシリル・ゲラン氏は、成功要因を「子供のコレクションの好みに合わせたこと」と述べた。「ベイブレード」が受け入れられたのは「カスタマイズのための新しいパーツを 2 ヶ月に 1 度の頻度で発売したこと、フランスにおける玩具の平均価格である 11 ユーロを超えない価格設定、そして単なる玩具から、娯楽、競技へと発展させて行く演出」による、と同氏は分析する。幼年～青少年向け地上波デジタル無料放送局「Gulli」で、2010 年からアニメシリーズ「ベイブレード」を放映したことも、この人気を後押しした。

1

<http://s.tf1.fr/mmdia/a/99/0/tf1-licences-partner-with-sanrio-10794990ivnny.pdf?v=1> 2012 年 9 月より TF1 Licences はサンリオ・キャラクターのフランスにおけるマスター・ライセンサーとなった。

パワーレンジャー

2012年、「パワーレンジャー」関連商品の売上は前年比160%の伸びを見せた。これは米SabanBrands社制作の新しいテレビシリーズのヒットに負うところが大きい。パワーレンジャーは、2001～2010年にディズニーがテレビシリーズおよび関連商品を製作していた時期には人気低迷したが、2010年にSabanがテレビシリーズの製作権を買い戻してから、再び人気を盛り返した。「パワーレンジャー」関連商品は英国などでも人気が高い。

少年マンガおよびアニメのキャラクター（「One Piece」、「ドラゴンボール Z」、「NARUTO」など）

2012年、東映アニメーション持つプロパティ全般は好調で、特に「One Piece」については、「D17（地上波無料デジタルチャンネル）」で放映中のアニメ「One Piece」の人気に後押しされ、フランス国内に14あるライセンシーがその専門性を生かし、様々なキャラクター商品が展開された。例えば、商品化を手がける [Abyss Corp](#) では、「One Piece」の衣料、ゲーム、玩具等を展開している。2012年8月（新学期前）には、「One Piece」の文房具類の売上が特に好調であった。

また、長く安定した人気を誇る「ドラゴンボール Z」にも新展開が見られる。フランスの全国フランチャイズのファミリー向けレストランチェーン Flunch での「ドラゴンボール Z メニュー」（2013年2～3月）はその一例であり、衣料品の展開も予定されている。

さらに2013年「D17」で放映予定の「トリコ」、ケーブル/衛星/IPTV局「Canal J」で放映予定の「聖闘士星矢Ω-セントセイヤ・オメガ-」の商品化も予定されている。

Média Participation は「NARUTO」（ゲーム、玩具、トレーディングカードを除く）、「黒執事」等のライセンス展開を行っている。「NARUTO」の人気は非常に安定しており、約15のライセンシーのもとで、スマートフォンケース、ビデオゲーム用小物、イヤフォン、衣料品、バッグ、文房具、カレンダーなどが商品化されている。ソシエテ・ジェネラル銀行発行のVISAカードの絵柄にも採用された。また、「NARUTO 疾風伝」コレクター向けのステッカー、ポスター、マグカップやTシャツアイテムも販売されている。「黒執事」は、D17の前身であった地上波TV局「Direct Star」での放映時にはそれほど視聴率を得られなかったが、現在では4社がライセンシーとして、ポスターやカレンダーなどを制作しており、好調である。

ニッチな市場で健闘するフィギュア制作会社 Tsumé

[Tsumé](#) はルクセンブルグに本拠をおき、欧州、特にフランス市場向けに、日本のアニメキャラクターのコレクション用のレジン製・ポリ塩化ビニル製フィギュアを制作している。フィギュアはルクセンブルグの本社でデザインされ、中国の工場で生産される。2012 年は、Tsumé にとって「大変好調な」年であったという。

2012 年 3 月現在、Tsumé のカタログに掲載されているフィギュアのプロパティは以下の通り。

- 「NARUTO 疾風伝」
- 「聖闘士星矢」
- 「ソウルイーター」
- 「D. Gray Man」
- 「Bleach」
- 「Faily Tail」
- 「アイシールド 21」

特に人気の高いプロパティは「NARUTO 疾風伝」、「聖闘士星矢」、「BLEACH」である。レジン製フィギュアの価格は 235～334 ユーロで、コレクターアイテムという性質上、生産数は非常に少ない（通常は数百、最多でも 1,000 体以下）。この他、同社は 50 ユーロ前後のレジン製フィギュアも制作している。

執筆・取材協力 Olivier RICHARD (ジャーナリスト)

アンケート返送先 FAX： 03-3582-5309

e-mail：ORA@jetro.go.jp

日本貿易振興機構 海外調査部 調査企画課宛

JETRO

● ジェトロアンケート ●

調査タイトル：フランスを中心とする欧州のコンテンツ市場（2011-2012）キャラクタービジネス編

今般、ジェトロでは、標記調査を実施いたしました。報告書をお読みになった感想について、是非アンケートにご協力をお願い致します。今後の調査テーマ選定などの参考にさせていただきます。

■質問1：今回、本報告書での内容について、どのように思われましたでしょうか？（○をひとつ）

4：役に立った 3：まあ役に立った 2：あまり役に立たなかった 1：役に立たなかった

■質問2：①使用用途、②上記のように判断された理由、③その他、本報告書に関するご感想をご記入下さい。

--

■質問3：今後のジェトロの調査テーマについてご希望等がございましたら、ご記入願います。

--

■お客様の会社名等をご記入ください。（任意記入）

ご所属	<input type="checkbox"/> 企業・団体	会社・団体名
	<input type="checkbox"/> 個人	部署名

※ご提供頂いたお客様の情報については、ジェトロ個人情報保護方針（<http://www.jetro.go.jp/privacy/>）に基づき、適正に管理運用させていただきます。また、上記のアンケートにご記載いただいた内容については、ジェトロの事業活動の評価及び業務改善、事業フォローアップのために利用いたします。

～ご協力有難うございました～