

平成21年7月10日  
パリ産業情報センター  
駐在員 酒井 裕史

## 一般調査報告書

### フランスにおける日本のポップカルチャー人気について

「Japanimation(ジャパニメーション)」、「Manga(マンガ)」、「Otaku(オタク)」、「Cosplay(コスプレ)」、「J-Pop(J-ポップ)」、「Kawaii(カワイイ)」、これらは日本のポップカルチャーに関連して使われる言葉の数々ですが、今日のフランスの若者の間でも一般的に使われる言葉になっています。これはつまり、日本のポップカルチャーがフランスの若者の間で広く人気を獲得し、浸透していることの表れでもあります。

例えば、マンガでいえば、パリとその周辺地域には「Manga」を販売する店舗が40件以上もあると言われていています。そこでは日本の書店のように棚にマンガが隙間なく並べられており、一見して膨大な冊数が販売されていることが判ります。また、各個冊の表紙デザインは日本の漫画そのものですが、よく見るとタイトルをはじめとしてそのすべてがフランス語に翻訳されており、もはや漫画ではなく、「Manga」になっています。このことから、フランスでのマンガの普及率あるいは浸透率がいかに高いかがよく理解できます。

実は、今日のフランスにおいてこのような人気を集めているのはマンガに留まりません。ビデオゲームやアニメ、ファッションなど日本のポップカルチャー全般に、それぞれの「分野」ごとの熱烈なファンがいると言われていています。

今回、このようなフランスにおける「日本のポップカルチャー・ファン」の祭典とも言うべき「ジャパン・エキスポ2009」がパリ市郊外で開催されましたので、この様子をレポートします。

#### 〈ジャパン・エキスポ2009の概要〉

ジャパン・エキスポ2009は7月2日から5日にかけて、パリ市郊外ヴィルパント展示場で開催されました。

今年は第10回という記念すべき年に当たり、4日間の会期中に過去最高の来場者数を見込んでいます。海外において日本のポップカルチャーを発信するという点では世界最大規模のイベントであると言われており、フランス国内のみならず、広くヨーロッパ全域から愛好家が訪れます。(日本からの参加者さえも見受けられます。)



このジャパン・エキスポは、フランスにおける日本のポップカルチャー愛好家が中心になって立ち上げられたものです。2000年の第1回開催時には約3,200人しか来場者

がいなかったのが、回を重ねるごとに飛躍的に参加者数が伸びており、主催者発表によれば、今回は16万4000人も参加者があったそうです。これは主催者が当初予測していた15万人を大きく上回るものでした。ちなみに、2005年には来場見込数が急激に増えすぎて確保していた会場では収まりきらないため、安全性を考慮して展示会そのものを中止したそうです。(なお、2005年開催分が中止されているにも関わらず今年が10回目であるのは、2000年に2回開かれていたことがあります。) 来場者数の急激な伸びはヨーロッパ最大のポップカルチャー展示会としてのジャパン・エキスポの知名度が上がるにつれて雪だるま式に来場者が増えていることを表すものであり、つまりジャパン・エキスポがターゲットとする「潜在的な来場者」がもともと数多く存在していた、ということが背景にあるように思われます。

### 〈出展者・出展物について〉

出展者の多くは、フランス国内で日本のポップカルチャー関連商品を扱う中小企業ですが、ドイツやオランダなどからの出展者も見受けられました。

一口に日本のポップカルチャーを発信するといっても、ジャパン・エキスポがカバーするのはたいへんに広い範囲にわたります。マンガ、アニメ、ビデオゲームを中心としながら、音楽、ファッションも含めたあらゆる分野のポップカルチャーが対象になっているのです。同時に、茶道、武道をはじめとする日本の伝統文化を紹介する場にもなっています。

このため、会場内では、日本のマンガやDVD、CD、フィギュア、衣料などさまざまなグッズが販売される物販エリアのほかに、ビデオゲームの体験会場、ゲスト作家のサイン会、コスプレのための舞台、コンサート会場、プロレス・柔道・剣道などのデモンストレーション会場、将棋・囲碁の対戦コーナー、書道・茶道・華道の体験コーナーまでもが設けられています。結果として、ポップカルチャーという枠にはとどまらず、「Japon」に関する様々な催し物が盛りだくさんに開催される総合的な「文化祭」のようでもあります。

日本からはゲーム会社やソフト会社、玩具メーカーなどが参加しており、さまざまな商品を展示・販売し、あるいは体験コーナーを設けていました。特にビデオゲームの体験コーナーには長蛇の列ができており、人気の高さを見せつけていました。また、個人出展者がはるばる日本からパリにやって来てブースを設け、自主企画した商品を販売しつつ、当地のファンと写真を取り合うなどして活発な



交流を展開している場面も少なからず見受けられました。

また、今年も、外務省、経済産業省、観光庁の3省庁が連携してイベントを開催するという、例年にはない企画が織り込まれています。外務省・国際交流基金が共催する「ジャパン・ポップカルチャー・フェスティバル」には、「カワイイ大使」が派遣され、ファッションショーなどを実施しました。(ただし、会場はジャパン・エキスポ会場ではなく、パリ日本文化会館。) 経産省はゲーム、アニメ、マンガ、放送、音楽、映画といったコンテンツ産業のイベント「JAPAN国際コンテンツフェスティバル」の一環としてコ・フェスタ・ブースを出展しました。観光庁は「ビジット・ジャパン・キャンペーン」ブースを出展し、観光地としての日本の魅力を広くアピールしていました。

なお、日本の音楽はヨーロッパでもJ-POPと呼ばれており、広く人気を獲得しているとは言えないものの、熱烈なファンがいると言われています。そのなかでジャパン・エキスポは「豪華な」ゲストが出演することでも知られており、今年もAKB48、パフュー(Puffy AmiYumi)、芥川賞作家である辻仁成らが参加するロックバンド「Zamza N' Bashee」などが特設会場でライブを行い、集まった数多くのファンを魅了したそうです。

### 〈コスプレについて〉

ジャパン・エキスポはヨーロッパ最大のコスプレイベントとしても有名です。このため、ヨーロッパ中からコスプレイヤーが集まる現代の「カーニバル」となっています。実際、インタビューを試みたなかには、オランダやベルギーからの参加者が含まれていました。

愛知・名古屋では、2003年以降、毎年「世界コスプレサミット」が開催されています。この「世界コスプレサミット」には、第1回から連続してフランスからも出場しており、その出場者はジャパン・エキスポのコスプレイベントの中で決定されます。実際、2007年には、このジャパン・エキスポでの選考会を経たフランス代表が、世界コスプレサミットの優勝者になっています。

今年の選考会では、LudoさんとLyeiさんによる2人組みの女性デュオ「Blame」が、「魔法騎士レイアース」のキャラクターに扮して手品を織り込んだステージプレイを展開して優勝し、「世界コスプレサミット」に参加することになりました。

ジャパン・エキスポにおけるコスプレは「100%COSPLAY(コスプレ)」と名付けられた舞台でパフォーマンスが繰り広げられます。ここでは予めコンクールへの出場を登録したプレイヤーだけでなく、いわばその場での「飛び込み」で舞台に上がることも可能であり、「自由な表現」を目指すという観点から参加者に高い評価を得ているとのこと。

毎年、複数の作品もしくはカテゴリーごとにステージ枠が設けられますが、今年も特に、数多くの大ヒット作を生み出した漫画家集団であるCLAMPの作品をテーマにしたコンクールが開催され、CLAMP自身が審査員を務めたことで大いに盛り上がったとのこと。



なお、これらコスプレイヤーの圧倒的多数が、日本のマンガ、あるいはビデオゲームをテーマにしています。同時に、ステージテーマも設けられており、「ニンジャ」やジャパン・モードとしての「ゴシック・ロリータ」、「Kawaii(カワイイ)」などがあります。

なお、今回は、コスプレ会場においてインタビューを実施し、「世界コスプレサミット」及び名古屋の認知度などを探ってみました。結果として15名の方々から回答を得ることができましたが、世界コスプレサミットを知っていたのはこの15人中わずか2人でした。「名古屋」を知っていた人は、残念ながら一人もいませんでした。

一方で、東京については全員が知っていました。そのなかでもさらに7人が「秋葉原」を知っており、「Otaku」の聖地として世界的に高い知名度があることが判りました。

予選大会となっていながらも、ジェパン・エキスポでの世界コスプレサミットの知名度が低い理由は確かではありません。しかしながら、ジャパン・エキスポ会場においても世界コスプレサミットが特段に挙げられて紹介されることはなく、そのホームページにおいてようやく極めて簡単に紹介されているだけです。選考に関するルールもジャパン・エキスポの中では説明されていないため、公募している事実すらあまり知られていないようです。フランスで世界コスプレサミットの知名度向上を図るためには、ジャパン・エキスポとの連携をさらに深める必要があるように思われました。

後日、あらためて世界コスプレサミットについてフランス語の情報を検索してみたところ、フランス発のパッケージツアーで「コスプレ・マンガ・アニメツアー」と題して、東京・秋葉原、京都を訪れるとともに、名古屋の世界コスプレサミットに参加する、という内容のツアーを発見しました。まだ募集が始まったばかりで申込状況は確認できませんでしたが、名古屋に滞在する、名古屋の見どころを体験する、というパッケージツアーがほとんど見当たらない中で、はっきりと「名古屋を訪問する」ということがメインに掲げられている貴重なツアーであると言えます。

## <おわりに>

今回、ジャパン・エキスポに参加し、普段はなかなか目にすることのないフランスの「Otaku」文化を知ることができました。同時に、日本のポップカルチャーが非常に大きな人気を博していること、また、ある意味において「ヨーロッパ的」に解釈され、すっかり消化されている事実も理解できました。

それを生み出した日本自体では必ずしも好意的には捉えられていない面のある日本のポップカルチャー、あるいはオタク文化ですが、ここヨーロッパではネガティブなイメージはまったくないようです。

かつて、日本を表すキーワードは、「浮世絵」、「禅(Zen)」、「サムライ(Samurai)」、「エレクトロニクス」などでしたが、ここに新たに「ポップカルチャー」が加わり、それにとともに新たな日本のイメージになったように思います。

中国などがそのコストの低さを武器に国際市場を席捲している中で、いま日本に求められるのは「付加価値の高い商品」と言われています。あらゆる分野において「ジャパン・ブランド」を前面に押し出した商品の開発・普及が進められているのは、この「付加価値の追求」の一環であると言えます。ポップカルチャーをはじめとする現代の日本の文化は、この付加価値を生み出す「源泉」の一つになるように思われます。