

Title	韓国マンガ産業の海外市場進出のための戦略モデル研究：プロデュースシステム導入を中心に
Sub Title	Research on a strategic model of Korean comics with a produce system
Author	尹, 仁完(Yoon, In Wan) 稲見, 昌彦(Inami, Masahiko)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2010
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	<p>本論文は、コンテンツ産業の時代に韓国マンガ産業が持っている対内的な問題を解決し、韓国マンガ産業の市場を広げるための新しい海外市場戦略モデルの提示を目的とする。これを叶えるための研究は、大きく海外の文化産業の比較を通じた韓国マンガ産業の世界的位置と問題点の把握、メジャー市場の戦略を基にした戦略モデルの模索、戦略モデルを活用したプロジェクトの施行及び評価に分けられる。</p> <p>研究方法は、まずマンガ産業に対する全般的な理解のために、関連機関の統計資料と既存の論文を中心にする文献研究を試み、この理論的研究(筆者の)現場経験を基に仮説を立てた後、戦略モデルを築いた。その過程で仮説の検証と、より効果的な戦略モデルを築くため専門家の深層インタビューを行った。こうして築いたモデルは韓国漫画映像振興員の支援を得て、実際にプロジェクトを起こし、約7ヶ月間かけて行われた。プロジェクトの評価は実際の参加者を対象にしたアンケートを活用し、客観性を得ようとした。</p> <p>本研究では、プロデュースシステムを活用した戦略モデルの提示とプロジェクト施行を通して、韓国マンガ産業へのプロデュースシステムの導入の必要性を検証し、プロジェクトの中で韓国の作品が日本のウェブサイトに掲載される所定の成果を挙げた。また、本研究は韓国マンガ産業には新しい代案を提示し、日本のマンガ産業には韓国マンガに対する認識の変化をもたらした点、プロジェクト自体が一つの新しい試みとして、これから起きる様々な海外進出戦略のモデルになった点で意義がある。</p> <p>最後に、本プロジェクトの過程で提起された問題点を基に、現在の戦略モデルを発展させる方法だけでなく、韓国型のプロデュースシステムを築き、定着させる必要性を提示した。従って、今後の研究では、韓国型のプロデュースシステムを築くための良い編集者の育成に対する研究と、このシステムを利用して作られた良質のマンガの海外進出の方法に対する具体的な戦略研究が行われるべきである。</p>
Notes	修士学位論文. 2010年度メディアデザイン学 第120号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002010-0120

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文 2010年度(平成22年)

韓国マンガ産業の海外市場進出のための 戦略モデル研究

ープロデュースシステム導入を中心にー

尹 仁 完

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に
修士(メディアデザイン学) 授与の要件として提出した修士論文である。

尹 仁 完

指導教員：

稲見昌彦 教授（主指導教員）

中村伊知哉 教授（副指導教員）

審査委員：

稲見昌彦 教授（主査）

中村伊知哉 教授（副査）

加藤朗 教授（副査）

韓国マンガ産業の海外市場進出のための戦略モデル研究 —プロデュースシステム導入を中心に—

要旨

本論文は、コンテンツ産業の時代に韓国マンガ産業が持っている対内的な問題を解決し、韓国マンガ産業の市場を広げるための新しい海外市場戦略モデルの提示を目的とする。これを叶えるための研究は、大きく海外の文化産業の比較を通じた韓国マンガ産業の世界的位置と問題点の把握、メジャー市場の戦略を基にした戦略モデルの模索、戦略モデルを活用したプロジェクトの施行及び評価に分けられる。

研究方法は、まずマンガ産業に対する全般的な理解のために、関連機関の統計資料と既存の論文を中心にする文献研究を試み、この理論的研究(筆者の)現場経験を基に仮説を立てた後、戦略モデルを築いた。その過程で仮説の検証と、より効果的な戦略モデルを築くため専門家の深層インタビューを行った。こうして築いたモデルは韓国漫画映像振興員の支援を得て、実際にプロジェクトを起こし、約7ヶ月間かけて行われた。プロジェクトの評価は実際の参加者を対象にしたアンケートを活用し、客観性を得ようとした。

本研究では、プロデュースシステムを活用した戦略モデルの提示とプロジェクト施行を通して、韓国マンガ産業へのプロデュースシステムの導入の必要性を検証し、プロジェクトの中で韓国の作品が日本のウェブサイトに掲載される所定の成果を挙げた。また、本研究は韓国マンガ産業には新しい代案を提示し、日本のマンガ産業には韓国マンガに対する認識の変化をもたらした点、プロジェクト自体が一つの新しい試みとして、これから起きる様々な海外進出戦略のモデルになった点で意義がある。

最後に、本プロジェクトの過程で提起された問題点を基に、現在の戦略モデルを発展させる方法だけでなく、韓国型のプロデュースシステムを築き、定着させる必要性を提示した。従って、今後の研究では、韓国型のプロデュースシステムを築くための良い編集者の育成に対する研究と、このシステムを利用して作られた良質のマンガの海外進出の方法に対する具体的な戦略研究が行われるべきである。

キーワード：

漫画・編集プロデュースシステム・コンテンツ産業

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科
尹 仁 完

Research on a Strategic Model of Korean Comics with a Produce System

Abstract

This paper's objective is to solve the problems the Korean comics industry has in today's culture contents industry era and to propose a new strategic model in order to enter the overseas market, which will result in the expansion of the Korean comics market. To achieve the objective, our research was divided into three parts. First, we identified the Korean comics industry's position in the world and the industry's problems. This was done by comparing the Korean industry to the overseas industry. Second, we proposed a new strategic model based on the strategy of larger comics markets. Finally, we performed a project using the new model and evaluated the results.

Our method of research was to look into statistics and existing papers from relevant institutions. This was done to gain a general understanding of the comics industry. Eventually, we made a hypothesis based on our theoretical research and field experience which if we perform a Japanese produce system in the Korean Comics industry; it is able to make high quality comics that can enter the overseas market. To verify our hypothesis and to make a more effective strategic model, we also conducted interviews with professional people. This model, supported by the Korean Manhwa Contents Agency, was used to create an actual project which was performed for 7 months. For the project evaluation to be objective, questionnaires were filled out among actual participants of the project.

By conducting the project and proposing a new strategic model using the produce system, our research proved that it is necessary to also implement a produce system in the Korean comics industry. We were also able to gain the good result of having Korean comics be published in Japanese websites. The research was also meaningful due to the suggestion of an alternative strategy for the Korean comics industry, the change of perception that the Japanese comics industry had on the Korean comics industry, and the introduction of a new model for various overseas expansion strategies.

Finally, the issues that were raised during the project not only showed how to improve the current strategic model, but also suggested the need for a Korean produce system. To make a Korean produce system, further research must be conducted on how to train editors. Research on how to enter the overseas market using the high quality comics made by the system must also be conducted in the future.

Keywords :

Comics, Produce system, Content industry

**Graduate School of Media Design, Keio University
In-Wan Yoon**

-目次-

第1章 序論

1.1 研究背景及び目的	1
1.2 研究対象と方法	3

第2章 韓国におけるマンガ産業

2.1 マンガの概念及び定義	5
2.2 マンガ産業の登場と発展過程	6
2.3 マンガ産業の特性と重要性	8

第3章 韓国と海外マンガ産業の比較分析

3.1 海外マンガ産業の現況	12
3.1.1 米国マンガ産業の現況及び特徴	12
3.1.2 日本のマンガ産業の現状および特徴	15
3.2 韓国マンガ産業の現況	20
3.2.1 韓国マンガ産業の現況及び特徴	20
3.2.2 政府のマンガ支援政策及び海外進出の現状	22
3.3 韓国のマンガ産業の限界と新たな戦略の必要性	27

第4章 韓国のマンガ産業の新しい海外進出の戦略モデル

4.1 新しい戦略としての編集プロデュースシステムの必要性	29
4.1.1 韓日のマンガ制作システムの分析及び仮説の設定	30
4.1.2 専門家への深層インタビューを通じた仮説の検証	33
4.2 日本の大手出版社との提携を通じた戦略モデル	44

第5章 戦略モデルを活用したプロジェクトの実行及び評価

5.1 戦略モデルを活用したプロジェクトの進行過程	48
5.1.1 プロジェクトの準備	48
5.1.2 参加プロデューサーのキャスティング及び出版社との協力決定	49
5.1.3 プロジェクトの計画と修正	50
5.2 プロジェクトの進行過程	50
5.2.1 事業広告	51
5.2.2 応募作 一～二次審査	52

5.2.3	ビデオ会議システムの構築及び三～五次審査	53
5.3	プロジェクトのプロデュースング過程と細部内容	53
5.3.1	会議進行の方法	53
5.3.2	プロデュースングの内容	54
5.3.3	現在までのプロジェクトの進行結果	56
5.4	参加者のアンケートを通じたプロジェクト評価	57
5.4.1	日本のプロデューサーのプロフィール	57
5.4.2	日本のプロデューサーの回答の分析	57
5.4.3	韓国作家のプロフィール	66
5.4.4	韓国作家の回答の分析	66
5.4.5	日本編集者と韓国作家の態度の比較	75
5.5	アンケートの分析を通じたプロジェクトの評価	76
5.5.1	プロデュースング過程に関する評価	77
5.5.2	公募展の運営全般に関する評価	78
5.6	プロジェクトの成果及び今後の課題	79

第6章 結論と今後の課題

6.1	研究過程及び内容の整理	82
6.2	今後の研究のための提案	83
6.3	論文を終えて	84
	謝辞	85
	<参考文献>	89
	<添付資料1> 作品別プロデュースング進行状況	91
	<参考資料2> アンケート用紙（日本人編集者）	107
	<添付資料3> アンケート用紙（韓国人作家）	110

-表目次-

表1.1 文化コンテンツの産業輸出現状	2
表1.2 2010年3分岐コンテンツ産業規模	2
表3.1 全世界マンガ市場の規模	12
表3.2 北米圏マンガ市場の規模	13
表3.3 日本のマンガ市場の規模	16
表3.4 韓国マンガ産業の売上げ現況	20
表3.5 マンガ産業振興5ヵ年計画(2003~2007) 5大重点推進課題	23
表3.6 韓国マンガの海外進出の段階	26
表4.1 インタビュー対象者	34
表5.1 プロジェクトの事前準備	48
表5.2 プロジェクトの進行過程	50
表5.3 日本のプロデューサーの状況	57
表5.4 日本のプロデューサーの回答 1	58
表5.5 日本のプロデューサーの回答 2	58
表5.6 日本のプロデューサーの回答 3	59
表5.7 日本のプロデューサーの回答 4	59
表5.8 日本のプロデューサーの回答 5	60
表5.9 日本のプロデューサーの回答 6	60
表5.10 日本のプロデューサーの回答 7	61
表5.11 日本のプロデューサーの回答 8	62
表5.12 日本のプロデューサーの回答 9	62
表5.13 日本のプロデューサーの回答 10	63
表5.14 日本のプロデューサーの回答 11	63
表5.15 日本のプロデューサーの回答 12	64
表5.16 日本のプロデューサーの回答 13	64
表5.17 韓国作家のプロフィール	66
表5.18 韓国作家の回答 1	67
表5.19 韓国作家の回答 2	67
表5.20 韓国作家の回答 3	68
表5.21 韓国作家の回答 4	68
表5.22 韓国作家の回答 5	69
表5.23 韓国作家の回答 6	69
表5.24 韓国作家の回答 7	70
表5.25 韓国作家の回答 8	70
表5.26 韓国作家の回答 9	70
表5.27 韓国作家の回答 10	71
表5.28 韓国作家の回答 11	71
表5.29 韓国作家の回答 12	72
表5.30 韓国作家の回答 13	72
表5.31 韓国作家の回答 14	73
表5.32 日本編集者と韓国作家の比較 1	75
表5.33 日本編集者と韓国作家の比較 2	75
表5.34 日本編集者と韓国作家の比較 3	76
表5.35 日本編集者と韓国作家の比較 4	76

-図目次-

図2.1 マンガ産業のOSMUビジネスモデル	11
図3.1 2009韓国マンガベストセラー50位圏の作品の国籍分布	18
図3.2 第2期マンガ振興中長期計画の目標と推進課題	25
図4.1 韓日の出版マンガ産業のビジネスモデルの比較	30
図4.2 韓国の出版マンガ産業の構成要素	31
図4.3 海外進出戦略モデル	46
図5.1 プロジェクトの形態	49
図5.2 ポスター及び広告ポスター前	51
図5.3 広告ポスター裏	51
図5.4 NAVER WEBTOONクリック数	51
図5.5 韓国漫画映像振興院クリック数	51
図5.6 一次審査進行過程	52
図5.7 ビデオ会議の待機画面	54
図5.8 ビデオ会議の進行画面(1)	54
図5.9 ネームの添削指導 (JEBE: ムン・チフン-吉田)	55
図5.10 ビデオ会議の進行場面(2)	55
図5.11 削指導後、ネームの変化 (Kiss me: パク・ミスク-図師)	55

第1章 序論

1.1 研究背景及び目的

21世紀の韓国経済のパラダイムで最も大きな変化を遂げているのは、まさしくコンテンツ産業である。文化は一つの産業として台頭し、文化・芸術に対する社会の各界各層の関心と支援を得てきた。特に2000年代に入ってから作られた‘韓国文化コンテンツ振興院¹’の文化産業統計を見ると、このような文化に対する関心が単純な社会的支援を超えて国家的次元にまで至っていることがわかる。そしてこのような環境は文化を様々な産業的な側面から成長させている。優れた情報通信技術を土台に知識基盤の創造的結果物は、新しい産業の動力になった。また、全世界的に素早く拡散するインターネットの普及は、韓国文化産業のグローバル位相もまた急速に加速させている。

韓国の文化産業の成長の部分の大部分は、上に述べた通り国家的次元の支援から始まるが、これは金大中政権の時代から文化産業を21世紀の基幹産業として提示して始まった持続的な文化産業の投資が、今日まで弛みない結果を出していると評価される。その代表的な事例を挙げるなら、映画とドラマ、音楽CDが‘韓流’という新しい形態の経済産業のブランドとして東アジアに進出しており、韓国のオンラインゲームもやはりIT産業強国のインフラを土台に、経済活動における躍動的な主役になっている。しかし、このような韓国のコンテンツ軍の躍進にも関わらず、活躍が遅れている媒体があるが、それはまさしくマンガである。下の表から確認出来る様に、コンテンツ産業全体の輸出現状にマンガ産業が占めている比率は0.2%程度で最も低い。また増減率も前年対比3.7%程度増加したと言えども、マンガ産業の全体の増減率が20.6%上昇したことに比べてもやはり僅かである。従って韓国のコンテンツ産業の中でマンガ産業だけが世界市場で大きく活躍できていないことが伺える。

¹ ‘韓国文化コンテンツ振興院’は2001年に設立され、運営していたが、2009年からは韓国放送映像産業振興院、韓国ゲーム産業振興院、文化コンテンツセンター、韓国ソフトウェア振興院、デジタルコンテンツ産業団と統合され現在、‘韓国コンテンツ振興院’として運営している。本文では韓国文化コンテンツ振興院や韓国コンテンツ振興院の名称を使用する時、本に書かれた次期や（参考文献の場合）、政策が施工された次期を基準に使用することにする。

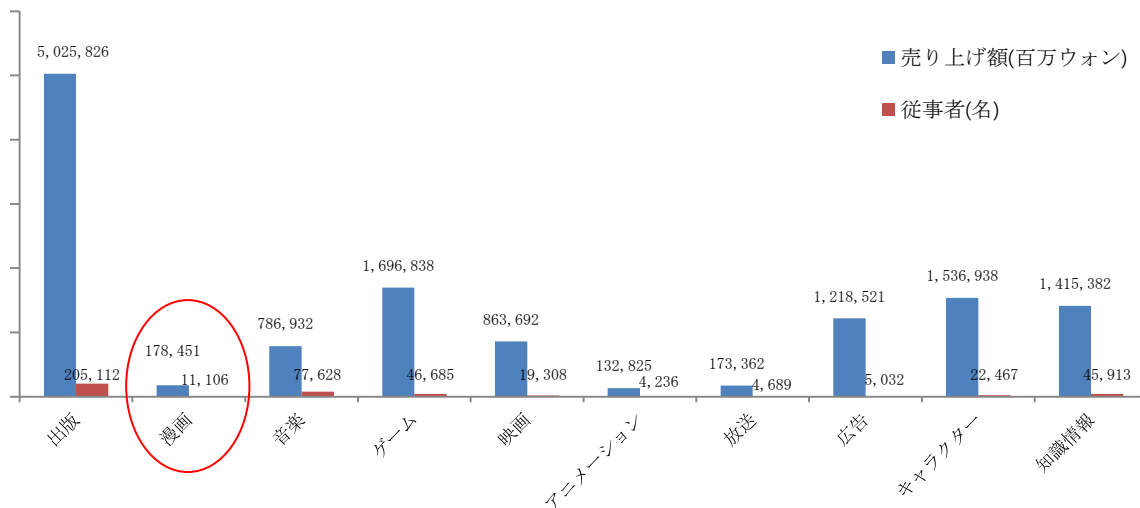
表1.1 文化コンテンツの産業輸出現状²

産業区分	売り上げ額						
	2005	2006	2007	2008	構成比	前年対比増減率	年平均増減率
出版	191,346	184,867	213,100	260,010	13.8	22.0	10.8
マンガ	3,268	3,917	3,986	4,135	0.2	3.7	8.2
音楽	22,278	16,666	13,885	16,468	0.9	18.6	-9.6
ゲーム	564,660	671,994	781,004	1,093,865	58.0	40.1	24.7
映画	75,995	24,515	24,396	21,037	1.1	-13.8	-34.8
アニメーション	78,429	66,834	72,770	80,583	4.3	10.7	0.9
放送	121,763	133,917	150,953	160,120	8.5	6.1	9.6
広告	9,359	75,981	93,859	14,212	0.8	-84.9	14.9
キャラクター	163,666	189,451	202,889	228,250	12.1	12.5	11.7
エデュタメント	5,203	5,016	5,201	5,736	0.3	10.3	3.3
合計	1,235,967	1,373,158	1,562,043	1,884,416	100.0	20.6	15.1

(単位: 千ドル, %)

このような韓国マンガ産業の低調している現状は自国内でも同じように表れている。表1.2の2010年3分岐韓国のコンテンツ産業の規模を見るとマンガコンテンツ産業の売り上げ規模は、アニメーション、放送と共に下位圏に位置している。そしてマンガコンテンツ産業は特にその従事者数が他の二つの産業の約3倍高いことが分かる。更に全体的な産業における立地だけでなく、その内部での立地もまた広くないことを見せている。

表1.2 2010年3分岐³コンテンツ産業規模⁴



それに関わらず、マンガ産業は変わらず注目されるべき事業である。マンガ産業はアイデアと創意で勝負できる産業として、少ない制作費で高効率の価値を見出すことが出来るという長所があるからだ。それだけでなくマンガ産業は単純に一つの産業に留まらず映画、アニメーション、キャラクター、公演などの産業の源泉コンテンツとして活用され、その付加価値が他のコンテンツ産業の活性化にも影響を与える点から重要である。その為に良いコンテンツ制作が前提になるのは当然である。だが国内のマンガ産業に対する既存の研究は、その数も絶対的に不足しているだけでなく、研究内容においても既に作られたコンテンツを産業的に活用し、

2 韓国コンテンツ振興院『2009 문화산업통계(文化産業統計)』p.79、2010

3 分岐とは、1年を4分割した3ヶ月ごとの期間で3分岐とは、7~9が該当する。

4 韓国コンテンツ振興院「2010년 3분기 콘텐츠 산업 동향분석 보고서2010年3分岐コンテンツ産業の動向分析報告書」p. 56、2010

それを評価的にビジネス化するための研究に傾いている⁵。つまりこのような産業化の前提になる‘立派なコンテンツを作り出すことの出来るシステム’に対する論議は皆無だと言える。

従って、本論文ではコンテンツが作られる制作環境に対する論議を中心に、上記の韓国マンガの様々な問題を解決し、韓国マンガ産業の市場を広げる為の新たな海外市場進出戦略を論じる。それに伴う目標は以下である。

- 1: 韓国マンガ産業の現況を海外のマンガ産業市場と比較分析し、現在の韓国マンガ産業の世界的位置と問題を把握する。これについては第3章で論じる。
- 2: 海外のマンガ産業市場で世界のマンガ市場の大部分を占めているメジャー市場の戦略を土台に、韓国マンガが世界市場でその位置を確固できる戦略モデルを模索する。これについては第4章で論じる。
- 3: この戦略モデルを韓国の現状に合うように構成し、直接的なプロジェクトを通して実行し、その有用性と今後の課題などを検討する。これについては第5章で論じる。

1.2 研究対象と方法

本研究は1.1で述べた通り、韓国のマンガ産業の海外進出のための戦略モデルの樹立を目的とする。従って韓国を中心とした‘マンガ産業’が主な研究対象である。しかし‘マンガは時代・地域・社会階級によって多様な内容と形式で存在してきたため、学術的に概念化された定義がなく⁶’、その範囲や内容が広く多様であり、論議展開以前にこれに対する整理が必要だ。従って本文ではまず事前的提議を中心に、マンガの一般的概念を簡単に整理し、その中で我々が扱う対象である‘マンガ’の概念を述べる。そして戦略の樹立のための理論的背景として、既存の研究を中心に産業としてマンガの登場と、その発展過程を韓国を中心に見ていき、マンガ産業の特徴と重要性を整理する。そして韓国マンガ産業の限界と問題点をより正確に把握するため、関連機関の統計資料を中心に韓国と海外のマンガ産業の現状を整理し、ここから各国のマンガ産業の特徴を導き出すこととする。

このような過程を通し整理された資料を基に、韓国のマンガ産業の新たな海外進出の戦略モ

5 イ・サンミン/イム・ハクスンの2009年の論文によると、2008年を基準に韓国のマンガ関連の学位論文は総348編、学術誌論文は総316編で、この中でマンガ産業に関する論文は40編であり約6%である。また、その研究内容は1990年代初期には、韓国のマンガ産業の実態と流通構造の改善及び市場構造の問題に関する研究が主に行われ、その研究の殆どがマンガ産業の経済的価値創出のための接近ではないマンガ産業の実態及び問題点を把握する水準で留まっている。マンガ産業の経済的特性と価値に関する研究は1990年代半ばから拡大され、2000年代に入ってからマンガを文化コンテンツ産業の原作産業として見つつ、マンガのキャラクター商品化、OSMU活性化法案、輸出競争力の増進などの論議が行われた。そして2005年から、最近ではデジタル技術を土台にインターネットで連載するウェブトゥーン(webtoon)が増えていることから、これに関する研究も増えている。(이상민・임학순, 「우리나라 만화 연구 경향 분석과 향후 과제(我が国のマンガ研究傾向の分析と今後の課題)」、『만화애니메이션연구(マンガアニメーション研究)』、第16号、韓国アニメーション学会、pp. 12~15、2010 参照)

6 韓国文化コンテンツ振興院『2009 해외콘텐츠 시장조사 - 만화(2009海外コンテンツ市場調査-マンガ)』p. 1、2010

デルに対する仮説を樹立し、戦略モデル化してこれを実際にプロジェクトを行って試験する。しかし、実際のプロジェクトの進行は失敗した場合、その危険と負担が大きいため、プロジェクトに入るにあたって理論的論議を土台に作られた仮説をまず検証しなければならない。これに対する方法として、現在マンガ産業に従事している専門家達を対象にインタビューを行う予定だ。専門家達のインタビューは、応答理由、意見、経験などの詳細な情報を得ることができ、仮説の検証だけでなくより効果的な戦略モデルの構築にも役立つと予想される。またプロジェクトの進行後、これを評価し整理する方法として、プロジェクトの参加者を対象にアンケートの実施を予定している。

第2章 韓国におけるマンガ産業

この章ではまずマンガの概念を定義し、韓国でマンガ産業が登場した背景と、その発展過程を簡単に掘り下げた後、マンガ産業の特性と重要性について論じる。

2.1 マンガの概念及び定義

マンガに対する明白な学術的意味は1.2で述べた通り定義されていないので、そのジャンルの定義は多くの研究者達によって扱われてきた。初期にはマンガを絵画形式と比べて絵画の非主流の枝分かれの一つとして見たり、マンガの画線に注目してカートゥーン(Cartoon)に偏った概念で説明されていた。今日ではマンガの絵画的性格と共にナレーティブ(Narrative)、コミュニケーション(Communication)の要素などを考慮した定義が主流として認められている⁷。

マンガ(漫画)を漢字の通りに説くと、‘自由奔放な筆で描く絵’と定義できる⁸。これと似た意味で、国語辞典にはマンガを、‘筆が動くとおりに描く絵⁹’と言っている。もう少し詳しい書籍的な定義を見ると、マンガは‘対象の性格を誇張したり省略しながら、滑稽で簡潔に人生や社会を風刺・批判する絵の形式であり、自由誇張法や省略法を使って単純・明快に、そして暗示的な特徴を狙っているのが純粋な絵画と区別される点である。絵画または風刺画をカリカチュア(Caricature)と言うが、これはイタリア語のcaricare(誇張する)という動詞から出来た言葉で、現在は英国・フランスなどのごく一部のヨーロッパの地域で時事マンガを指す言葉であり、一般的には誇張された人物画をカリカチュアと言う。そして時事マンガや1コママンガはカートゥーン(cartoon)とし、4コマ以上でストーリーになっているマンガはコミックス(comics)またはコミックストリップス(comic strips)と言うが、これは主に米国で使われる言葉であり、ヨーロッパでは普通カートゥーンと言う。日本と韓国・中国などではマンガと言い、小説のように長いストーリーを読むマンガは劇画¹⁰’と呼ばれている。

この様にマンガの意味と分類方式は国ごとに少しずつ違って使われているが、主にカリカチュア、カートゥーン、コミックスなどの用語が中心になっている。韓国でのマンガは上記の通り3つの全てが含まれ、主に連載マンガであるcomicsが多く使用される。

7 박성식 「만화콘텐츠의 산업적 활용사례 분석과 저작권 비즈니스 모델 구축에 관한 연구(マンガコンテンツの産業的活用の事例の分岐とビジネスモデル構築に関する研究)」 祥明大学修士論文, pp. 19~20, 2006

8 정현숙 『일본만화의 사회학(日本マンガの社会学)』 문학과지성사, p. 41, 2004

9 “만화(マンガ)” 『동아 새국어사전(東亜新国語辞典)』 東亜出版社, 1994

10 두산세계대백과 (トッサン世界大百科) EnCyber 参照

2.2 マンガ産業の登場と発展過程

産業的な側面から見た時に、マンガは物質的価値を創出するコンテンツとしての性質を持ち合わせることで商品性が生まれる。そして商品化されたマンガコンテンツは一連の流通過程を通して消費者に渡る。結局はマンガ産業とは、一般的にマンガの創作、加工、流通、消費の過程全般に関連する事業とこれを支援する関連事業の全てを指す¹¹。これは狭い意味でマンガ雑誌と単行本の売上げを言い、広い意味ではマンガ産業で発生する経済活動を含める¹²。

韓国のマンガ産業についてこれと同じ定義を本格的に論議するには長い時間がかかった。1909年の大韓帝国時代にイ・ドヨンが時事マンガを新聞に発表したことから始まり¹³。出版マンガ産業が復興した1980年代まで、約70年余りかかったのである。だが、本項では1945年から今までに及ぶマンガ産業の発展過程についてのみ述べる。1945年は韓国が自治権を獲得した年であり、真の意味で韓国のマンガ産業が本格的に動き始めたためである。

1945～50年代の韓国の一般的な文化政策は‘文化観光政策’から始まった。しかし第1・2共和国文化観光政策(1948.8～1961.5)は、国民の基本的な衣食住の解決と経済の安定化に力を注いだけであり、文化を芸術的に振興しようとしたり、産業的に育成する政策はまだ存在しなかった¹⁴。このような時代背景を土台に1948年、キム・ヨンファンによって最初のマンガ専門雑誌である『マンガ行進¹⁵』が発刊されことは異色なことであった。だが、当時のマンガを専門にしたこの雑誌は朝鮮戦争の勃発により、産業的な成果を大きくあげることができなかった。

1950年代後半に入るとマンガ専門雑誌の単行本が続出した。また日本マンガの盗作も頻繁に起こり、マンガが大きく普及した。またこの時代にできた貸し本屋は安くマンガを読めるため人気を博し、書店からマンガが次第に無くなっていく現象を呼び起こした。

‘1961年マンガ創作物に対する事前審議制が投入され、貸本屋の流通システムまでも1960年代後半に入って独占化¹⁶’し、1960～70年代のマンガ産業の競争力は弱まった。基本的に貸本市場は質の競争ではなく量の競争が起っている市場であった。量による競争は市場の弁別力を弱め、質の競争を難しくした¹⁷。そのため貸本屋の流通構造を独占していた企業の‘工場マンガ’の量産が、韓国マンガ産業の質の標準を下げた。だが、これと同じ社会環境と市場の歪曲にも関わらず、韓国マンガは少年マンガ雑誌を基盤にして産業としてのアイデンティティを確立していった。

11 한국만화콘텐츠진흥원 『만화산업 중장기 발전전략 연구(マンガ産業中長期発展戦略の研究)』 p. 61, 2003 参照

12 中野晴行著 『マンガ産業論』 筑摩書房, p. 129, 2004 参照

13 文化体育観光部 『만화산업진흥 중장기계획(2009~2013) (マンガ産業振興中長期計画)』, p. 16, 2008 参照

14 김성훈 「만화정책의 개선방안에 관한 연구(マンガ製作の改善法案に関する研究)」 韓国放送通信大学修士論文, p. 20, 2006 参照

15 韓国コンテンツ進歩院 『만화콘텐츠 비즈니스(マンガコンテンツビジネス)』 p. 20, 2005 参照

16 Ibid. p. 21

17 박성식 「만화산업의 체질개선과 발전전략(マンガ産業の体質改善と発展戦略)」 『한국 애니메이션학회 학술대회 자료집(韓国アニメーション学会学術大会 資料集)』 한국만화애니메이션학회, p. 16, 2004 参照

1980年代中・後半には専門マンガ雑誌である宝島に続き、多様な週刊マンガ雑誌と純情マンガ専門雑誌などが創刊されながら、マンガ専門雑誌の時代が到来する。このような社会環境の変化は、マンガの購読年齢層を多様化したという点で大きな意味を持つ。結局、人気作家達がマンガ専門雑誌に多く移動しながら貸本屋は衰退の道をたどった。また、この時期のマンガ雑誌はマンガ興行のトップとしてその地位を掴み、作家登壇システムに変化をもたらした。過去に作家としてデビューするためには有名作家への弟子入りから始まり長い過程を踏まなければならなかった。しかしこの頃からはマンガ雑誌の中の公募展を通して人気作家として成長することが可能になった。

だが発掘された作家に対する長期的管理及び育成人の投資が及ばず、日本マンガに依存する傾向が深刻になった。さらに1990年代後半に入ると“マンガ事態¹⁸⁾”と外貨危機が差し迫るが適切に対応できずに事態は深刻さを増していく¹⁹⁾。また当時の退職者達のための小資本創業アイテムとして貸しマンガ屋が脚光を浴びたことが、マンガ市場をまたもや供給者中心の量的競争へと転換させた。その他にも‘マンガ=不良’という社会の否定的な認識も、韓国マンガを厳しくする要因になっているという指摘もあった。

2000年代に入ってもマンガ専門雑誌と単行本市場の沈滞は続いている。だが『魔法千字文』、『Why?』のような学習教養マンガの浮上で、マンガに対する認識は肯定的な方向に転換し始めてた。そしてデジタル技術を基盤にして登場したウェブトゥーン(Web-toon)は紙のメディアでは限られていたマンガの空間をデジタル画面に拡張したことで新しい環境に適合した形に変化させた。ひとつ注目することはハードウェアからソフトウェアに関心が移ったことにより自然にコンテンツ産業に目を向けられるようになった点。コンテンツ産業の活性化において基本的に最も必要なことは、源泉ソースの開発である。ここで重要なのは、マンガが源泉ソースとしてOne Source Multiple Use(OSMU)の過程を経て多様なメディアと手を組み、マンガ産業の市場が2次、3次と拡大しているということだ。‘かつてマンガ産業は別途の独立した産業として認められておらず、出版産業の一部分と認識されてきたが、現在ではアニメーション、ゲームなどのストーリー原作として活用されるなど、コンテンツ産業の創作素材として浮上化²⁰⁾し、一つの独立した産業として認められている。

このように韓国のマンガ産業は過去から今まであらゆる方向への社会的変化を経て、次第に外形を整えてきており、これを通じて市場の領域を世界に拡大しようと試みてきた。我々は現在、デジタル技術の発達によって、多様なプラットフォームが開発され拡散する時点に到達した。今の時点でマンガがデジタルプラットフォームに込められ、融合されるか新しい意味を創出でき

18 マンガ事態とは1997年に韓国の人気漫画家イ・ヒョンセの『天国の神話』を初めとしたスポーツ新聞の連載マンガの淫乱・暴力性を問題にして進められた検察の捜査と、それによる波及効果などを言う。

19 韓国コンテンツ進行院 『만화콘텐츠 비즈니스(マンガコンテンツビジネス)』 p. 21、2005 参照

20 안성혜·허영 「국내 만화콘텐츠 비즈니스의 확장과 발전방향 조망(国内マンガコンテンツビジネスの拡張と発展報告の眺望)」、『한국콘텐츠학회논문지(韓国コンテンツ学会論文誌)』 第7巻第2号、韓国コンテンツ学会、p. 224、2007

るならば、世界的な規模のコンテンツ市場への進出も成功するであろう。

2.3 マンガ産業の特性と重要性

マンガ産業に対する‘協議の概念は、出版マンガの創作、加工、流通、消費の過程の全般に関連した産業のことを言い、広範囲の概念はこれを支援する関連産業及び、さらに多くの付加価値を創出する近隣産業を包括²¹⁾する。ここでの出版マンガはコンテンツとしての属性を持つ。よって近來の韓国マンガ産業では‘マンガ’という表現の代わりに‘マンガコンテンツ’という用語を使用し、ジャンルの産業的特性を俯角している。

マンガコンテンツはコンテンツの下位カテゴリーに属する領域として、コンテンツ概念の延長線上に概念を規定してみると、マンガコンテンツとは“マンガ的要素で経済的価値を創出する文化商品”と言える²²⁾。文字という言語的表現と、絵という非言語的表現で物語を語る形式のマンガコンテンツはコンテンツ産業²³⁾でそれ自体だけでも商品性を持つ。そして引き締まったストーリーを基盤にデジタルメディアの源泉ソースとして活用され、新しいコンテンツとしての商品化を模索できる可能性を含む。ここではまず、マンガコンテンツの産業的特性を大きく幾つかに分けて整理し、それに伴うマンガ産業の重要性について調べることにする。

最初に、マンガ産業は文化的属性を持つ。ここで言う‘文化’とは、消費されることによって価値が付けられる享有の文化である。‘1つのジャンルの文化が文化産業として地位を得るためには、普遍的な多数の大衆がそのジャンルを通じて文化的欲求を解消²⁴⁾する過程が伴わなければならない。文化産業の下位カテゴリーとしてのマンガ産業も文化的属性を持つことは当然なことである。すなわち、マンガコンテンツが消費される過程で大衆の文化的欲求を解消するのである。これは韓国と日本で共通して表れる要素である。だが日本の場合、マンガ産業は全ての世代が楽しむ文化に成長してきたが、韓国ではマンガ産業を通して大衆が文化的属性を享有する過程で、集団文化が生まれるという違いが存在する。韓国の集団文化の中には青少年文化を代表として数えられる。青少年は受動的にマンガを読むことだけに留まらず、コスチュームプレイとコミックマーケット活動などを通して能動的に行動することで彼らだけの集団文化を生成している。しかしこうして成長したマンガ産業は、集団的孤立の限界があった。多

21 Ibid. P. 223

22 임학순 外『만화와 문화산업 그리고 도시(マンガと文化産業そして都市)』북코리아, p. 104, 2007 参照

23 韓国で‘文化コンテンツ産業’と呼ばれる用語は、米国ではエンターテインメント産業(Entertainment Industry)、英国は創造産業(Creative Industry)、日本はコンテンツ産業(Contents Industry)、カナダは芸術産業(Art Industry)として各国ごとに少しずつ違った表現で使用されている。

24 Ibid. p. 105.

様な世代に受け入れられなかった。

それにもかかわらず、強力なコミュニティーを具現する安全的な支持層と共に、コアターゲット(core target、特定のコンテンツに対して強い集団意識を持ったコミュニティー)を確保するという強みを持つことになる²⁵。

マンガ産業が文化的属性を持つことで、それに伴う文化経済的な波及効果は大きい。その代表的な例が‘韓流’である。“韓流は初め、‘大衆文化の販売’として始まったが、次第に‘派生商品の販売’、‘韓国の一般商品の販売’、‘親韓’などに波及していった²⁶”。そしてこれは韓国の文化産業に極化した話ではなく、世界の文化産業の特徴である。特にマンガ産業でこのような特徴を最もよく活用しているのは日本である。日本はマンガを通じてアニメーション、キャラクターなどの販売を拡大させただけでなく、さらに日本に対して好感を抱いて日本語を勉強するマニアック消費者を量産した。マンガ産業において文化的属性はこのように消費者による該当コンテンツを制作する国家に対する文化的関心が生まれる。この該当コンテンツに関連した商品の販売も続き、結果的に該当国家へ観光産業を活気づけるなどの外的経済効果も引き起こす点も重要である。

だが、これと同じ現象には限界が存在する。一つの文化が他の文化の市場に進入する時は、該当国家で主に使われる言葉と固有の慣習、大衆の好みの違いなど、文化の壁が存在するためである。文化の壁とは一つのコンテンツが他の文化の市場に進入する時に価値が落ちる現象を起こす意味で、その割引される比率を‘文化的割引率’と言う。文化の壁が高い場合、文化的割引率が高く、文化の壁が低ければ文化的割引は低い²⁷。マンガは‘単純化と誇張という独特な表現様式と素材を、絵と物語によって形にする²⁸’という点で、文化的割引率は低い。しかし文化的割引率がなくなるわけではない。世界市場を目標にするときは、文化的割引を考慮しなければならない。

二つ目に、マンガ産業は興行産業の特性を持ちながら、そのコンテンツ的属性によって一般的な興行産業とは区別されり。“一般的に興行産業は‘競争’と‘市場の弁別力’を両面から‘High risk-High return’を追求する属性を持っている²⁹”。また“通常30%内外の興行成功商品が産業全体を引っ張って³⁰”おり、同時に“内容上の面白さと感動を重視するエンターテインメント産業の属性も持って³¹”いる。

ここで注目すべきことは、マンガはこれと同じ興行産業の特性をそのまま持っていながらも、‘High risk-High return’という部分ではその在り方は若干変わっているという点である。

25 Ibid. p. 105 参照

26 김평수 외 『문화콘텐츠 산업론(文化コンテンツ産業論)』 커뮤니케이션북스, p. 24, 2007

27 Ibid. p. 15 参照

28 김성훈 「만화정책의 개선방안에 관한 연구(マンガ政策の改善法案に関する研究)」 韓国放送通信大学修士論文, p. 8, 2006 参照

29 임학순 외 『만화와 문화산업 그리고 도시(マンガと文化産業そして都市)』 북코리아, pp. 105~106, 2007

30 韓国文化コンテンツ振興院 『만화콘텐츠 비즈니스(マンガコンテンツビジネス)』 p. 35, 2005

31 임학순 외 『만화와 문화산업 그리고 도시(マンガと文化産業そして都市)』 북코리아, p. 106, 2007

すなわち“マンガは制作費にこだわる必要なく多様な物語を自由な想像力を発揮して制作³²”でき、他の文化産業に比べて創作費用が少なく済むので、High risk産業と断定することはできない。だが、収益面から初期の費用が少ないことに比べ、消費者の負担が大きくないため、拡散と興行が早く行われるという面でHigh return産業の可能性を持つ。そして、このような傾向はマンガが多様な分野の原作として利用されていることでさらに増している。

これと同じで、次に明かすマンガ産業の三つ目の特性である、源泉ソースとしての利用可能性にも一部適用が可能である。例えば、有名なマンガ作品を利用して特定のコンテンツ商品を製作した際、それ自体の消費の不確実性を下げることができるため、消費者は経験財の属性によって新たに誕生したコンテンツ商品に、より簡単に接近することができる。これは結局、コンテンツ産業の最も重要な目標である収入創出に繋がる。

三つ目に、マンガ産業でマンガはそれ自体でもコンテンツ的利用価値であるが、源泉ソースとしての利用価値もある。そのため、‘マンガ産業は原作産業(One Source Contents Pool)と言えるのである。“原作産業は該当コンテンツの著作権を販売し、そこから得られる収益事業の根幹とした産業を意味する³³”。このような特性はコンテンツが持つOSMU(One Source Multi Use)³⁴の属性と関連している。

韓国の文化体育観光部では『マンガ産業振興中長期計画(2009～2013)』中、政策ビジョンでは‘マンガの原作産業化のための基盤拡充’を核心戦略としている。これと同じ脈絡で今日の多方面の文化産業では、成功した一つのコンテンツを他のメディアのコンテンツとして制作・流通することで、シナジー効果を極対化する戦略を活用している。同じく、文化産業の下位カテゴリーであるマンガ産業でも、これと同じ戦略が活用され、他の文化産業に比べて大きく脚光を浴びている。マンガ産業が原作産業として注目される理由は大きく二つの面から伺うことができる。

一つ目は、マンガ産業は出版市場の内部的沈滞による新しい突破口が必要だった。持続的な出版市場の沈滞により、マンガ産業がこれ以上マンガ雑誌や単行本などの出版では運営が難しくなった。それによってマンガ産業は自主的に興行性が検証された作品の著作権産業を通じてアニメーション、キャラクター、映画などの多様なコンテンツを開発することで突破口を見つけた。二つ目は、今日のデジタルメディアとグラフィックテクノロジーの進歩によって、マンガが持つ超現実的な次元の話を表現できる技術的舞台を提供した。これを土台にして、他のコンテンツ産業はマンガは比較的少ない機会費用で大衆が検証しジャンルの特性上、無限な想像力を発揮できる点により多方面から利用できると判断した。よって、マンガ産業はOSMUを通し、コンテンツの源泉ソースとして活発に利用されている。これを図式化すると以下である。

32 韓国文化コンテンツ振興院 『만화콘텐츠 비즈니스(マンガコンテンツビジネス)』p. 37, 2005

33 임학순 외 『만화와 문화산업 그리고 도시(マンガと文化産業そして都市)』북코리아, pp. 106~107, 2007

34 OSMUは韓国でよく使用される用語で、外国では同様の意味でCOPE(Create Once Publish Everywhere)を使用する傾向が多い。

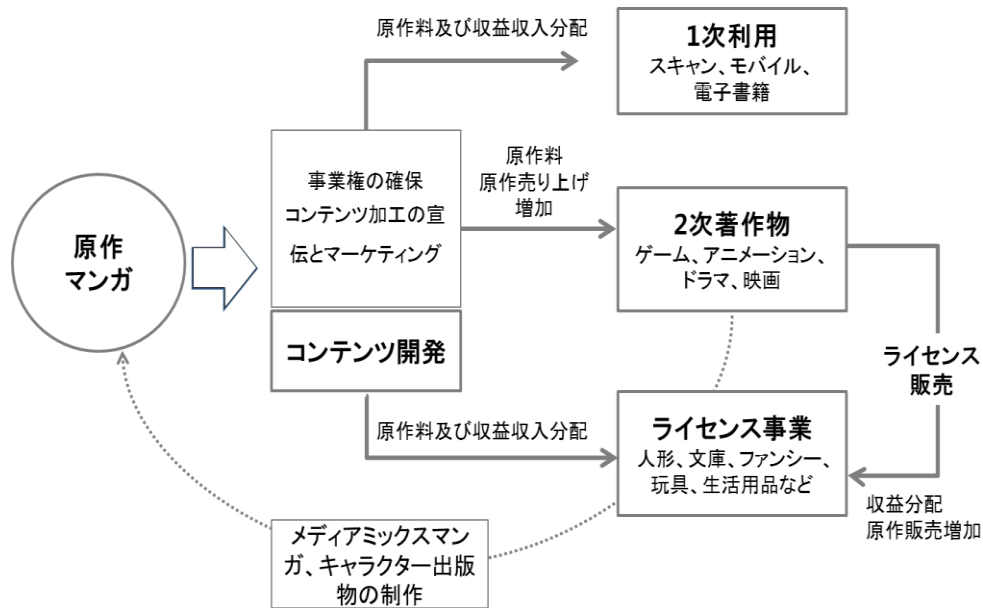


図2.1 マンガ産業のOSMUビジネスモデル³⁵

このような世界マンガ市場の中で、原作産業が活発に行われている国は日本と米国である。日本の場合、既にマンガを原作としたアニメーションとキャラクターが本国だけでなく、世界市場で大きな人気を得ている。代表的な成功例は‘集英社’の『ドラゴンボール』である。『ドラゴンボール』のストーリーとキャラクターは米国を始め、北米・中米とフランス、ドイツなどヨーロッパ全域に輸出され、出版・放送・キャラクター商品など多様な製品に利用され、商品的な人気を呼んだ。特に米国では映画化もされ、伝統的なコミック市場の沈滞を克服した。米国の‘DCコミックス’の場合は自社が保有する『スーパーマン』、『ワンダーウーマン』、『バットマン』などのキャラクターをアニメーション、映画、テレビシリーズなどで反復的に脚色・制作し、収益を創出している。世界市場を席卷している米国の映画とマンガの出会いは、コミックスの売上げの七倍以上の収益を出す成功を収め、これに対して持続的な投資がされている³⁶。

これと同じマンガ産業は、それが持つ文化産業的な特徴、高付加価値を創出する興行産業的な特徴と原作産業の特徴などを持っているため、二十一世紀の代表的コンテンツ産業として脚光を浴びている。

35 韓国コンテンツ振興院『2010 만화산업백서(マンガ産業白書)』p. 26、2010

36 임학순 外『만화와 문화산업 그리고 도시(マンガと文化産業そして都市)』북코리아, pp. 107~108、2007 参照

第3章 韓国と海外マンガ産業の比較分析

この章ではまず、アメリカと日本のマンガ産業の現況と特徴について調べる。続いて、韓国マンガ産業の現況・特徴を述べた後、韓国政府のマンガ支援制作とその現況を整理し、現在の韓国マンガ産業が抱えている限界点と新しい戦略の必要性と論じる。

3.1 海外マンガ産業の現況

表3.1の全世界のマンガ市場の規模は、2009年を基準に出版市場は約2.3%減少した63億110万ドルと推算でき、出版マンガ市場の成長率は高くはないが、デジタルマンガ市場の躍進で2014年まで年平均1.90%が増加し、持続的な成長を遂げていることが推測できる。

表3.1 全世界マンガ市場の規模³⁷

(単位: 百万ドル)

区分	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	'09-'14 CAGR**
出版マンガ市場	5555.8	5767.8	6022.5	6179.4	6232.4	6063.3	6012.0	6102.7	6198.6	6309.4	6419.2	1.10%
デジタルマンガ市場	8.6	27.7	93.6	160.9	215.4	237.8	264.3	304.1	360.4	429.5	512.2	16.60%
合計	5564.4	5795.5	6116.1	6340.3	6447.7	6301.1	6276.3	6406.9	6559.0	6738.9	6931.5	1.90%

* 小数点以下の単位は四捨五入されているため全体の合計と一致しないこともある。以下全ての統計も同一である。

資料元: Global Entertainment and Media Outlook 2009, Comics Chronicles, ICv2, 日本全国出版協会, 日本出版科学研究所, ストラベース再構成

** CAGR - 年平均複合成長率

特に、全世界的に出版市場が沈滞していることで、マンガ市場も出版マンガ市場に重心を置くよりも、長期的観点からデジタルマンガ市場と共にマンガを原作とする多様なコンテンツ開発産業に注目している。この章では、全世界のマンガ産業において、規模やシステム面で評価の高い米国と日本を中心³⁸に海外マンガ市場を分析する。

3.1.1 米国マンガ産業の現況及び特徴

世界市場の約12%程度を占めている米国を含めた表3.2の北米圏のマンガ市場の規模は2000年代以降、持続的に成長勢している。出版市場が世界的に下落している、米国の出版マンガ市場の成長は目を引き、デジタルマンガ市場もまた成長しており、世界マンガ市場でその領

37 韓国コンテンツ振興院 『2009 해외콘텐츠시장조사 - 만화 (海外コンテンツ市場調査-マンガ)』 p. 12, 2010

38 主に世界3大漫画市場は日本、米国、フランスが挙げられる。しかしここで海外マンガ市場と韓国マンガ市場の比較はこれから述べられるシステムの問題を提議しようとするため、マンガに芸術的接近を試みる(フランスではマンガを9番目の芸術と呼ぶ)フランスに対する細部分析は、ここでは除外する。しかし論議の展開において、日本のMangaに関連された内容や、政府の支援という側面から必要になった場合言及する。

域を広げている。

表3.2 北米圏マンガ市場の規模³⁹

(単位: 百万ドル)

区分	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	'09-'14 CAGR
出版 マンガ市場	465.3	553.8	630.2	696.0	695.0	748.1	786.3	837.3	866.6	904.4	932.8	4.5%
デジタル マンガ市場	3.1	4.4	6.3	8.1	11.5	16.9	25.8	37.4	49.5	63.9	78.5	36.0%
合計	468.5	558.2	636.6	704.2	706.5	765.0	812.1	874.7	916.1	968.3	1011.3	5.7%

資料元: Global Entertainment and Media Outlook 2009, Comics Chronicles, ICv2, ストラベース再構成

米国の出版マンガ市場の出版形態は大きくコミックストリップ(Comic Strip)、コミックス(ComicsまたはComic book)、TPB(Trade PaperBack)、グラフィックノベル(Graphic Novel)などに分けられる。コミックストリップは、創世記の米国マンガで多く使われた形態として、主に新聞連載用の4コママンガを意味する⁴⁰。コミックスは米国マンガの伝統的な出版形式で32ページ程の薄い雑誌形態のマンガで、Regular SeriesまたはAmerican Comicと呼ばれ、日本では‘Amekomi(アメコミ)’とも言う⁴¹。一般的にFull-Colorで制作され、巻ごとの購入価格は約2ドル程度である。一般の雑誌とは違って一巻のコミックに一つのマンガが広告と共に掲載されているので、マンガのタイトル別に独立した形態を持っている⁴²。TPBはコレクション価値のある名作コミックスを主に、単行本にまとめて制作される。グラフィックノベルはTPBと同じ意味で使われもし、コミックスの下位カテゴリーでTPBを包括する概念で使われたりもする。“米Pop Culture専門情報サイトICv2が2009年2月に‘New York Comi-con’で発表した資料によると、2008年、米Comic Bookの売上げは、前年度の3億3,000万ドルから3億2,000万ドルに減ったことに比べ、Graphic Novelの売上げは2007年の3億7,500万ドルから2008年、3億9,500万ドルに5,33%増加⁴³”しており、このような現象は2006年を起点に続いている。グラフィックノベルは、よく日本の単行本マンガと同じ形式で理解される。グラフィックノベルが大衆の人気を得た時点で、日本式の単行本が米国で人気を集め始めた2002年以降だと考察するのが一般的である⁴⁴。

米国のマンガ産業システムの最も大きな特徴の一つは、他のエンターテインメント産業と同じで、大型企業化・資本主義マーケティング化されていることである。そして、大型企業によって“マンガは‘企画文化商品’として、既にヒットした商品のキャラクターをを中心とし、作家達を技術者として雇用して制作して”され、具体的には“ストーリー(script)、下書き(penc

39 韓国コンテンツ振興院『2009 해외콘텐츠시장조사 - 만화(海外コンテンツ市場調査-マンガ)』p. 25, 2010

40 韓国文化コンテンツ振興院『해외만화산업사례조사 (海外マンガ産業事例調査)』p. 93, 2003 参照

41 韓国コンテンツ振興院『2009 해외콘텐츠시장조사 - 만화(海外コンテンツ市場調査-マンガ)』p. 19, 2010 参照

42 Ibid. p. 27 参照

43 Ibid. p. 26

44 Ibid. p. 19 参照

iling)、線入れ(inking)、着色(coloring)などの分野に分かれて作家達を割り当てるシステム⁴⁵⁾をとっている。これはコミックやキャラクターの著作権の大部分が出版社に帰属され、マンガはそれを描くマンガ家ではなく、特定のキャラクターを中心に制作されることを意味する。このようなシステムは経済的収益には有利だが、マンガ家の権利がしっかりと保護されず、マンガをマンガ家の個性と創意が入った一つの作品として誕生させるのは難しいため、主流マンガ家の特定ジャンル化・画一化されるという短所がある。これと同じ問題は、特に大型企業の独占化が目立ちながら深刻化している。現在、米国マンガ市場は“マーブルエンターテイメントとDCコミックスが市場全体の売上の65%を占め、マーブルの場合、2006年度に市場全体を売上の46%を占有しており、その他のイメージ・ダークホースなどの群小業者が10%未満を占めて⁴⁶⁾、市場全体の主導権を二大メジャー会社が握っている。流通業者もまた1996年以降、米国マンガの90%以上をDiamond Comics Distributor社が独占しており、米国マンガ市場において大企業の決定権が大きいことは明らかである。

二つ目、米国マンガ産業の特徴はスーパーヒーローシリーズが主流マンガとなっている。このような特徴は米国のマンガが、1930年代スーパーマンの誕生で産業的に復興し、これに上で述べたマーブルエンターテイメントとDCコミックスが、経済的にスーパーヒーローシリーズを発行することから始まった⁴⁷⁾という。そして、このようなスーパーヒーローシリーズは直ぐに世界最大規模の米国映画と出会い、巨大な収益を創出したマンガ産業は勿論、映画とキャラクター産業にまで影響を与えた。特に米国のマンガ産業と映画は緊密な関係を維持しており、〈スパイダーマン〉、〈バットマン〉、〈メンインブラック〉、〈エックスマン〉、〈スーパーマン〉、〈トランスフォーマー〉、〈300〉などの多様なマンガはハリウッド映画の原作として利用された。そして、その内でも米国のバックルオフィスの100位以内に入っている映画は13本ある。それだけでなく、この作品達は世界市場でもその力を発揮し、全世界的に成功を収めた⁴⁸⁾。これと同じマンガと映画の出会いは1970年代後半のコンピューターの発達と共に、ハリウッド映画の特殊効果技術が急速に発展し始めたことで、到底再現できないと思われていた場面が実現可能になった。そしてそれに見合った創造力が必要になったからである。そしてマンガの人気と効果的なストーリーは映画の興行の半分を保障し、このような試みは現在でも続いている⁴⁹⁾。

だが、このようなスーパーヒーローシリーズが米国マンガの70%以上を占めていることで、問題が提起されている。まず、素材の多様性の欠如である。米国式の英雄主義と呼ばれるストーリー構造はすでに全世界的に通用するほど有名である。だが、違う意味でこれはスーパーヒー

45 韓国文化コンテンツ振興院『해외 만화산업 사례조사(海外マンガ産業事例調査)』p. 96、2003

46 박성식·노준석『한국 만화산업의 카툰노믹스(Cartoonomics) 전략(韓国マンガ産業のカトゥーノミックス戦略)』p. 13、2009

47 マーブルエンターテイメントは「スパイダーマン」と「エックスマン」の著作権を、DCコミックスは「スーパーマン」と「バッドマン」の著作権を所有している。

48 박성식·노준석『한국 만화산업이 카툰노믹스(Cartoonomics) 전략(韓国マンガ産業のカトゥーノミックス戦略)』p. 14、2009 参照

49 韓国文化コンテンツ振興院『만화콘텐츠 비즈니스(マンガコンテンツビジネス)』pp. 95~96、2005 参照

ローシリーズが既に読者にとって、ありふれたものになってしまったということの意味する。また、英雄という素材の読者が男性中心になっていることで、多様な読者層の確保に失敗し市場の成長自体を阻害する要素になった。これはすなわち、米国でのマンガの立地を‘マイナー文化(mionr Culture)’に格下げする結果を招いた。このような認識の拡大はマンガが外的であるキャラクター、映画などで収益を出していることとは別に、マンガ自体の成長の可能性に対して懐疑的な見解を呼び起こす原因の一つとなった。

勿論、米国マンガ産業はこのような問題を解決するために、多様な試みを行っている。現在、伝統的な出版形態のコミックを除き、日本の単行本形態のグラフィックノベルが市場を独占していることが、代表的な例である。また他の試みも、日本のManga風のマンガを創作する事例が挙げられる。米国では2000年代以降、日本のMangaが大きな人気を集め、日本で刊行されたマンガの版權輸入による出版以外にも、直接日本Manga風のマンガを制作している。このように、日本で生産されない英語圏の作家達のために創作されたマンガを‘OEL Manga(Original English Language Manga)’と呼ぶ。そして、これと共に日本市場で発表されない作品を、米国市場で日本人マンガ家が直接リリースする事例も増えている。このようなマンガは‘J-OEL Manga(Japanese- Original English Language Manga)’と呼び、最近ではこのようにして制作されたマンガが日本にも逆輸出される事例も目立つ⁵⁰。

整理すると、米国のマンガ産業は幾つかの独占企業が主導を握っており、これによって米国のマンガは、マンガ家の創作ではなく、有名キャラクターを中心に一つのマンガを複数のマンガ家達が制作する、分業システムが主になっていると言える。そして積極的なマンガの映画化を通して、二次著作物により出版マンガの収益以上の莫大な収益をあげている。だが、このようなシステムは、マンガに対して創造的にアプローチするというよりも、経済的に接近することで創造産業として持つマンガの文化的・芸術的価値を下げ、70%近い主流マンガであるスーパーヒーローシリーズが肥大化し、ジャンルの多様化と読者層の拡大を制約した。2000年代以降に入って、米国は上と同じ状況を克服するため、日本のMangaをモデルにしたグラフィックノベルやManga風のマンガを作りながらマンガを多様化し、マンガ産業の持続的な成長のための方策を模索している。

3.1.2 日本のマンガ産業の現状および特徴

日本のマンガ市場は世界市場の約50%に達する程大規模になっている。しかしそのその勢いは、最近雲行きが怪しくなっている⁵¹。特に出版マンガ市場の減少が目立つ中、出版マンガ市場は20

50 韓国コンテンツ振興院 『2009 해외콘텐츠시장조사 - 만화(海外コンテンツ市場調査-マンガ)』 pp. 20~21, 2010

51 その減少時期や増減の推移については、各自の資料に少しずつ違いがあるが、日本のマンガ市場を分析した大部分の資料から、日本のマン

08年代に比べて2009年度には約2.37%減少し、今後5年間平均0.8%減少することが推測される。

一方デジタルマンガ市場は目に見えるように成長しており、2014年までに平均11.5%の成長を見せ、そのさらに規模は大きくなることが予想される。従って表3.3の日本マンガ全体の市場規模は、出版市場の減少とデジタル市場の増加がかみ合い、2014年までに現在の規模をある程度維持すると推定される。

表3.3 日本のマンガ市場の規模⁵²

(単位: 百万ドル)

区分	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	'09-'14 CAGR
出版マンガ市場	3033.5	3033.2	3127.4	3083.1	3118.0	2931.9	2839.3	2833.1	2831.9	2822.6	2814.6	-0.8%
デジタルマンガ市場	5.1	22.4	84.4	146.5	192.6	207.9	222.5	244.7	273.9	331.5	358.7	11.5%
合計	3038.6	3055.6	3211.9	3229.7	3310.5	3139.8	3061.8	3077.8	3105.8	3134.1	3173.3	0.2%

資料元: 全国出版協会, 出版科学研究所出版指数年報, Global Entertainment and Media Outlook 2009, ストラベース再構成

日本のマンガ産業のシステムを見ると、全ての日本のマンガ産業の底にはマンガ雑誌の出版を中心とした大型出版社の編集プロデュースシステムがあることが分かる。日本でのマンガビジネスシステムは大きく2つの部分に分けることが出来る。一つは人材(マンガ家)を発掘・育成し、市場評価(読者による人気投票)による競争を通じて、質の高いマンガを作り出す作品制作システムである。もう一つは、マンガを素材にしたアニメーションとキャラクター商品を通じて市場を拡大していく事業展開システムだ⁵³。日本のマンガ産業を支えている編集プロデュースシステムは、作品制作システムとして日本マンガの質を向上させるのに大きな影響を与えた。このような編集プロデュースシステムを取り入れている出版社は、日本マンガ市場で重要な位置を占めながら、事業の展開システムでも同じように適用している。

一方日本のマンガ市場は大きく、マンガ雑誌市場と単行本市場に分けられる。この中でも特に出版社の主力商品であるマンガ雑誌は、日本のマンガ産業において重要な位置を占めている。これは日本のマンガ市場の本格的な成長したのは1970年代半ばのマンガ雑誌の創刊ブームが始まりだと考えられる。この創刊ブームはマンガ雑誌を読んで育った世代が青年になり、大人になってもマンガを読み続けることによって、日本が他の国では見る事の出来ない広範囲の読者層を持つマンガ市場を誕生させるのに一役買った⁵⁴。日本でマンガ雑誌は子供から大人まで細分化されており、各年齢に合う多様なジャンルのマンガを掲載している。“定期刊行物としての雑誌は、一般的に男女別、年齢別、趣味・嗜好別に分類され(マーケティング)作られる⁵⁵”。

ガ市場(特に出版市場)の減少の趨勢は共同で現れている。

52 韓国コンテンツ振興院『2009 해외 콘텐츠 시장 조사-만화(海外コンテンツ市場調査-マンガ)』, 2010, P. 53

53 岡田美弥子「マンガビジネスにおける分析視角の検討」『経済学研究』169-178頁、北海道大学、p. 176、2009 参照

54 岡田美弥子『マンガビジネスの国際展開における問題』『経済学研究』79-89頁、北海道大学、p. 81、2003 参照

55 夏目房之介、竹内オサム「漫画学入門」京都ミネルヴァ書房、p. 15、2009 *単行本の場合は男女年齢別・サイズ別・出版社別に通称分類さ

発行周期も週刊から隔週刊、月刊、隔月刊、季刊に至るまで多様であり、発行部数も数万部から数百万部に達する。この一連の動向は、マンガ王国の日本でのみ見ることの出来る特殊な現象だ。各雑誌はマンガ家に作品発表の機会を与え、読者層には様々な種類のマンガを提供しながら、日本のマンガ市場をしっかりと支え、市場を成長させるという大きな功績を立てた⁵⁶。

マンガ雑誌の長所は逸話的な出版形態である単行本に比べ、定期的に刊行され、これを購読する読者層を確保することによって、継続的に読者層を増やしていくことができることだ⁵⁷。しかし、このような長所は現代に入り、むしろマンガ雑誌の読者層を減少させる要素に変わった。

一般的にマンガ雑誌の売上げの減少は少子化によるものである。少子化よりも現実的な問題として、急速に子供のマンガ読者が減少していることが挙げられる。また週刊誌の連載のみというマンガの伝達方法自体が、小学生のような新しい年齢層の読者に適していないという意見も提議される。それは現代の子供達が、その場で全てを享有することのできる即効的な娯楽に、より多くの興味を示しているからである⁵⁸。すなわち子供達のマンガ離れによって将来のマンガ産業の消費者が減少する可能性が高いことからこの問題は深刻である。それ以外にマンガ雑誌の売上げの減少の原因として、最近マンガ雑誌の連載マンガが、比較的早く単行本化されており、マンガ雑誌を買わずに単行本の販売を待つことが挙げられる。さらにマンガが直接読める‘マンガ喫茶’でマンガを読む読者達が増えているということも原因の一つである⁵⁹。

これにより、日本でマンガ雑誌は1990年代半ばからその売上げが急激に下落し始めた。そして2005年にはマンガ雑誌の売上げが単行本の売上げに追い抜かれる事態が起きた。単行本の場合も2008年には前年比4.9%が減少するなど、マンガ雑誌と共に規模が縮小され、出版マンガ市場の落ち込みが拡大している⁶⁰。さらにこれに続き、マンガ雑誌が立て続けに廃刊され、大型出版社達が進んで提携するなど⁶¹、落ち込みが目立つ。

しかしこのような現象だけで、日本のマンガ産業が停滞期に陥っていると断定するのは難しい。何故ならマンガ雑誌の販売部数が減少しているにもかかわらず、雑誌の総数は2004年の275から2008年には296に増えたからである⁶²。確かに絶対的読者の数値は減少したかもしれないが、そこに多様な読者層を確保しようとする努力が伺える。マニアをターゲットにした雑誌は、マンガ産業の中心になるメジャー雑誌と共に、販売されてもすぐに消えていくマイナー雑誌とし

れる。

56 정현숙 『일본만화의 사회학 : 만화사적 접근을 통해 본 경쟁력의 기반(日本マンガの社会学 : マンガ史的アプローチから見た競争力の基盤)』 문화과학사, p. 103, 2004 参照

57 Ibid. p. 104 参照

58 미야하라 고지로·오기노 마사히로 『만화사회학(マンガ社会学)』 안명곤·강기철 訳, 해와담, p. 183~184, 2004 参照

59 桑野雄一郎 「出版・漫画ビジネスの著作権」 東京著作権情報センター, p. 20, 2009 参照

60 백승혁 「일본 킬러콘텐츠의 핵심 소재, ‘만화’ (日本キラーコンテンツの核心素材, ‘マンガ’)」, 『동향과 분석(動向と分析)』 통권 295호, 韓國콘텐츠振興院, p. 41~42, 2009 参照

61 日本の主要出版社であるKodansha(講談社)とShogakukan(小学館)が2009年3月に創刊50周年を迎える、自社のマンガ週刊誌‘週刊少年マガジン’と‘週刊少年サンデー’の提携を推進したことで話題になった。(韓國콘텐츠振興院, 『2009 해외콘텐츠시장조사 - 만화(2009海外콘텐츠市場調査-漫画)』, 2010, p. 63参照)

62 出口弘 「コンテンツ産業論 ; 混雑と伝播の日本型モデル」 東京大学出版会, p. 292, 2009 参照

て定着した。そしてマンガ市場が拡大するのに従い、ある程度の利益が確保できる市場として形成された⁶³。そして何よりも日本マンガ産業を停滞期と断定できない理由は、今日のマンガ産業が2.3で述べた通り出版市場だけでなく、それを基盤とする様々な経済活動を含んでいるためである。

日本は、世界でもマンガを原作にしたOSMUが最も活発に行われている国であるだけに、出版市場の落ち込みだけで市場全体の停滞を述べるのは不可能である。それはまず、マンガ市場は出版社を中心に形成されているが、マンガ雑誌での興行に成功した作品は、多様な分野の商品化計画を積極的に進めていることだ。例えば、アニメーション制作を始めドラマ、映画、ゲーム、小説、OST以外にも、玩具や文具、衣類や飲食など様々な分野のコンテンツ制作が挙げられる。各ジャンルの専門企業、放送社などの配給関連企業、投資社、ライセンス企業などが参加する‘制作委員会⁶⁴’を設立し、分野別ビジネスでの成功の可能性を問う。そしてより成功的なOSMU戦略を実行する。その中で最も普遍化されたのはマンガ原作のTVアニメーションシリーズだが、これは劇場版シリーズとして発展したり、原作マンガの単行本の販売増加⁶⁵による成功を収めている。このような戦略はすでに80年代初盤から始まり、その市場が世界に進出する踏み台になった。この結果は、やはり日本のマンガが海外の市場で大部分を占めているので、日本のマンガ産業が停滞期だと断定できない二つ目の理由である。

世界最大規模のマンガ市場を持っているだけに、日本マンガの海外市場での立地は丈夫で広範囲である。特にアジア地域-韓国や台湾、香港や中国等を含む、東アジア地域と、タイやマレーシア等を含む東南アジア各国-では、1970年代後半から日本のマンガが広く読まれ始めている。代表的な例として、韓国の場合、図3.1の2009年のマンガベストセラーの目録を見てみると、韓国のマンガが33%、日本のマンガが65%で、未だに日本のマンガが市場を支配していることが分かる。

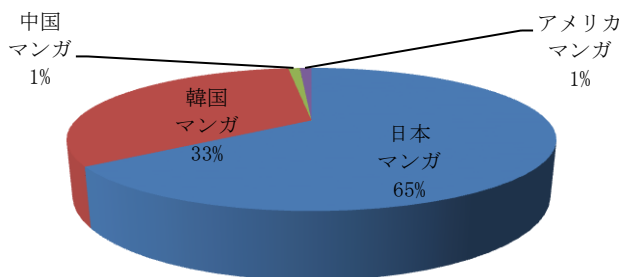


図3.1 2009韓国マンガベストセラー50位圏の作品の国籍分布⁶⁶

63 中野晴行「マンガ進化論-コンテンツビジネスはマンガから生まれる」(株)ブルース・インターアクションズ、p. 69、2009 参照

64 ‘制作委員会’とは映像コンテンツのような複雑な制作ノウハウや、質の高い費用が要求されるコンテンツとして制作する場合、ゲーム業態、音盤業態、玩具業態などのような該当コンテンツの活用に関心のある、多様な事業者が共同で出資しており、その利益やコンテンツの販売権限に配分する、日本の独自の Multi-Use ビジネス構造をいう。(韓国コンテンツ振興院『2009 해외콘텐츠시장조사 - 만화(海外コンテンツ市場調査)』、p. 57、2009 脚注 参照)

65 박성식·노준석, 『한국 만화산업의 카툰노믹스(Cartoonomics) 전략 (韓国マンガ産業のカトゥーノミクス戦略)』 p. 17~18、2009 参照

66 韓国コンテンツ振興院『2010 만화산업백서』 p. 116、2010 参照

また日本マンガは米国とヨーロッパでも急激に増えており、2008年に米国とヨーロッパの輸入は米国だけで220億～280億円、ヨーロッパでは300億円と推定される。“世界三大マンガ帝国と呼ばれるフランスでは、マンガ出版全体の約40%、ドイツでは約60%を翻訳された日本のマンガ⁶⁷”が占めている。これに小学館と集英社、小学館集英社プロダクションの三社は‘Viz Media’、‘Viz Mediaヨーロッパ’を設立し、講談社は‘講談社USA’、‘講談社USA Publishing’などを設立するなど、日本の大型出版社達の海外本社の進出も増えている⁶⁸。また1990年代以降、全世界的に人気を博した日本のマンガ(Manga)は、それまでなかった新しい市場形成に大きな影響を与えた。外国の若いマンガ家たちの中に、日本のManga風にマンガを制作する事例が、数多く見られるようになった。また中国やフランスなどでは、このような日本のManga風のマンガテクニックを教育するカリキュラムを組んだ学校なども登場している。また、最近海外で発刊される翻訳版Mangaは、日本の右から左に読んでいく出版形式で刊行され、世界の市場での日本のマンガの影響力を見せつけている。

日本のマンガ市場で注目すべきもう一つの部分は、デジタルマンガ市場の成長である。日本のデジタルマンガ市場は、主にモバイルマンガが約90%を占めており、コンピューター用電子マンガ市場は10%程度に留まっている。出版社たちは出版市場の売上げの減少に対処する新しい収益源として、デジタルマンガ市場に注目した。そして大型出版社を中心として自社が保有するマンガコンテンツのデジタル化を無料で行っている。また‘Yahoo! Japan’のようなインターネットポータルサイトは、韓国のようにサイトでマンガを無料で提供し、読者達の反応が良かった場合、単行本として発行するビジネスモデルを試みている。このような動きに対し、デジタル小説やマンガによるオフライン書籍と、マンガの売上げ減少の問題も提議された。しかし、むしろこれはオフライン出版物に対するプロモーションと、作品の流通経路およびコンテンツの販売の拡大に肯定的な役割を果たしている。従って未だ自国内でデジタルマンガ市場の割合は多くないが、世界的に出版マンガの占有率ほどの大規模なデジタルマンガコンテンツを保有しているため、これからもその成長に注目する必要がある⁶⁹。

整理すると、日本のマンガ産業は編集プロデューサーシステムという、出版社主導のシステムの下でその立地を固めた。これは現在、世界第一位である日本のマンガ産業の形成に大きな影響を与えた。一方、現在の日本のマンガ産業は、マンガ雑誌と単行本がメディアの発達と新しい娯楽媒体の登場により、売上げの低調とともにその発行部数が減少している。そしてこれは一般的にマンガ産業の停滞期に直面していると言える。しかしそれにもかかわらず、日本の

67 大城房美・一木 順・本浜秀彦「漫画は越境する！」世界思想社、p. 4、2010

68 백승혁 「일본 킬러콘텐츠의 핵심 소재, ‘만화’ (日本キラーコンテンツの核心素材、‘マンガ’)」『동향과 분석(動向と分析)』 통권 295호, 韓国コンテンツ振興院, pp. 45~46、2009 参照

69 韓国コンテンツ振興院『2009 해외콘텐츠시장조사 - 만화(海外コンテンツ市場調査—マンガ)』 pp. 56~68、2010 参照

マンガ産業はやはり世界市場で高い比重を占めている。またマンガを原作とした原作産業が活発に行われながら、マンガ産業の経済的な付加価値を高めている。そして最近になってからは海外進出が更に目立っており、デジタルマンガ市場の成長が根強く続いているという点などを考えると、出版市場の不況だけで全体の停滞期を断定するのは難しい。そのため、これからの日本のマンガ産業の変化に、より注目すべきである。

3.2 韓国マンガ産業の現況

3.2.1 韓国マンガ産業の現況及び特徴

下の表の通り、2009年基準の韓国マンガ産業の規模は2008年に比べ2.2%増加した。この内、最も大きな比率を占める分野は、マンガ出版で約42.8%を占めており、その後をマンガ卸し・小売業(39.9%)、貸しマンガ業(9.9%)と続いている。これに比べオンラインマンガの制作及び流通は7.7%で、その比率は低い方だが、前年比15%と成長しており、最も大きな成長率を見せている。

表3.4 韓国マンガ産業の売上げ現況⁷⁰

中分類	小分類	売上高(百万ウォン)			比重(%)	前年対比増減率(%)	年平均増減率(%)
		2007	2008	2009			
マンガ出版業	マンガ出版社(マンガ雑誌, 一日マンガ, コミックスなど)	106,599	95,559	92,361	12.5	-3.3	-6.9
	一般出版社(マンガ部門)	218,116	205,706	224,281	30.3	9.0	1.4
	小計	324,715	301,265	316,642	42.8	5.1	-1.3
オンラインマンガ制作・流通業	インターネットマンガサービス	24,588	24,120	28,521	3.9	18.2	7.7
	モバイルマンガサービス	12,004	10,748	11,348	1.5	5.6	-2.8
	インターネット及びモバイルマンガ制作及び提供	16,342	12,550	14,682	2.0	17.0	-5.2
	小計	52,934	47,418	54,551	7.4	15.0	1.5
貸し本屋業	貸し本	22,918	25,647	25,291	3.4	-1.4	5.0
	貸し出し書籍(マンガ部門)	48,419	47,623	47,686	6.5	0.1	-0.8
	小計	71,337	73,270	72,977	9.9	-0.4	1.1
マンガ卸・小売業	マンガ書籍及び雑誌類の卸売り	85,440	84,924	79,489	10.8	-6.4	-3.5
	マンガ書籍及び雑誌類の小売り	193,771	117,027	169,094	22.9	-4.5	-6.6
	インターネット書店(マンガ部門)	33,489	39,382	46,341	6.3	17.7	17.6
	小計	312,770	301,333	294,924	39.9	-2.1	-2.9
マンガ産業総合計		761,686	723,286	739,094	100	2.2	-1.5

特に注目すべき部分はマンガ出版業の分野である。マンガ出版は前年比5.1%増加したが、これは学習・実用マンガを含めた一般出版社の売上げの増加によるもので、マンガ雑誌、一日マンガ、コミックスなどを含めたマンガ出版社市場は、2007年から持続的に下落している。これと同じ現象は、まずメディアの発達による全般的な出版市場の停滞と、ゲーム・スマートフォンのような多様な媒体の登場と関連していることが伺える。産業の内的要因としては、オンライン市場の拡大と、マンガの掲載方法の変化による読者の移動が推測される。これは新しい媒

70 韓国コンテンツ振興院『2010 만화산업백서(マンガ産業白書)』p. 93, 2010

体の発達に合わせて、マンガ産業がウェブトゥーンなど新しい市場の開拓に積極的な点では肯定的に評価される。しかし韓国マンガの伝統的な市場形態である、マンガ出版社市場の持続的な停滞は、媒体の衰退だけでなく基本的なマンガ制作の与件を難しくしているため⁷¹、マンガのより長期的な発展のためには、これに対する対策を用意する必要がある。

一方、韓国マンガ産業のシステムは、幾つかの制作システムが混合している。韓国マンガ産業は、出版マンガの昔ながらの慣わしである徒弟システム⁷²や、数人が一度に絵を描く工匠式システム、日本のシステムを見習ったプロデュースシステムなどが共存している。かつては徒弟システムが主だった韓国マンガは、1980年代に入ってマンガ雑誌が活性化しながら公募展を通してマンガ界にデビューし、雑誌内の競争を通して成長するシステムに変化した。このような構造をマンガ雑誌を刊行する出版社の主導で行われるという観点から見ると、一種のプロデュースシステムといえる。しかし、日本とは異なり韓国のプロデュースシステムは編集者の役割が少なく、資料収集からマンガの構成、制作などの大部分を、作家一人で解決することが一般的であり、結局は作家一任システムというのが正確な表現である。

韓国マンガ産業の他の特徴として2.1で述べた通りウェブトゥーンを中心にしたオンラインマンガの飛躍的成長がある。オンラインマンガ市場の成長は、韓国のインターネット文化の発展を背景にしている。出版マンガをスキャンした‘スキャンマンガ’から始まったオンラインマンガは、1990年代末にマンガのウェブマガジンが登場し本格化した。大きな成功を収めることはできず、ほとんどは2・3年もしないうちに撤収した。この失敗の原因は、初期のオンラインマンガの形式から大きく抜け出せなかったことや、オフラインマンガ市場のトレンドと差別化できなかったためである。その結果、ほとんどのオンラインマンガのウェブマガジンやオンラインマンガサイトの市場が封鎖されたり、インターネットポータルマンガコンテンツを供給するCP(content provider)で終わった⁷³。

その後、今日のようなオンラインマンガ市場の成長及び停滞の確立は、ウェブトゥーンの登場で本格化した。初期の出版マンガ市場で地位を得られなかった作家たちが、個人で運用するインターネットのブログなどに自分の作品を掲載し始めた。そしてウェブトゥーンは数人の作家たちの作品が人気を得て、オンライン空間に広がり注目されるようになった。この流れの出発点となったシン・スンヒョンの『パペポメモリーズ』は、その人気に後押しされて単行本を刊行した後、120万部以上を売上げ、2003年上半期ベストセラーの一位に上るなど、ウェブトゥーンの力を見せた。ウェブトゥーンはデジタルイメージを操ることができるなら、誰でも作品を発表することができる点で、これからその市場の規模はさらに大きくなることが推測され

71 *ibid.* p. 95.

72 徒弟システムとは匠人が徒弟を置き、自分の仕事を手伝わせながら匠人に育て上げるシステムで、マンガ産業での徒弟システムは、既成作家の門下で長い修作期間に渡り、師匠の後見を受けマンガ家としてデビューすることをいう。

73 임학순 외, 『만화와 문화산업 그리고 도시(マンガと文化産業そして都市)』 북코리아, pp. 112~113, 2007 参照

る。また、現在の韓国マンガ産業でウェブトゥーンが、二次著作物事業は勿論、ライセンス事業でも注目を浴びていることを考えると、ウェブトゥーンによる市場の成長は一層加速すると予測される。

だが、同時にウェブトゥーンに対する憂慮も存在する。それはウェブトゥーンの発達はマンガ家達に新しい可能性を見出したが、“ポータルウェブトゥーン担当者は原稿をマンガコーナーにアップロードする、単純な管理者程度の役割のみを行うため、ウェブトゥーン作家は作品創作に対する実質的な全権を持つ代わりに、全ての制作における責任も一人で負わなければならない⁷⁴”という点である。

すなわち、市場へ入りやすくなったが、一任システムはさらに強化され、結果的に制作環境は過去のものとは大きく変わらないことを意味している。これは過去に、作品の企画過程の大部分を作家の個人的な力量に依存し、多くの作品を生産しながら、結果的に質的低下をもたらした1980～90年代のマンガ産業を連想させる。そのため、過去の失敗を繰り返さないためには長期的なウェブトゥーンの質的成長のためのシステムの形成が要求される。

この他にも、韓国マンガ産業は海外マンガ産業と同じく、マンガの原作による多様なコンテンツ化が行われており、海外への進出もまた増加している。そして何よりも、政府の政策が産業全般に強い影響を与えるという特徴を持つ。これと関連した特徴は3.2.2で詳しく述べる。

3.2.2 政府のマンガ支援政策及び海外進出の現状

韓国のマンガ産業は2.2で述べた通り、政府の政策によって多くの変化を遂げた。マンガ産業に対する政府の政策は、大きく60～70年代の事前審議制度を中心としたマンガに対する規制政策と、80～90年、そして2000年代に入り更に活発になった支援政策に分けることができる。60～70年代の事前審議制度は軍事政権の主導の下に、文化関連業務を総括するために制定された。事前審議制度はマンガ家達の制作作業を制限し、流通中のマンガについても持続的に取り締まることによって、マンガの全般的な生産性の低下をもたらした。さらにそれだけでなく、大衆達によってマンガに対する否定的な認識を生み出した。従ってこのような政府の政策は、結果的に韓国のマンガ産業の発展に、多大な支障をもたらす原因となった。しかし80～90年代に入り、政府はマンガの経済的付加価値の可能性を見出し、これに対する支援政策を始めた。特に1990年代に活発に行われたソウル国際マンガアニメーションフェスティバル、マンガ賞の呈上などは、マンガに対する政府の積極的な支援を表している。しかしこの時期は支援と規制が共存した。政府の支援とマンガの産業的発展にもかかわらず、国民達の情緒の中にはマンガに対する否定的な認識が変わらず残っていたが、これは政府の二元的政策と関連している。その代表

74 韓国コンテンツ振興院『2010 만화산업백서(マンガ産業白書)』p. 58、2010

的な事例が、2.2で述べた通り青少年保護法という名の‘マンガ事態’だ。政府の支援政策は続いたが、やはり政府が制定した法の下でマンガは徐々に立場を失っていった。従ってマンガ産業で1997年は、‘マンガ事態’と‘IMF’によって最も辛かった年として記憶されている⁷⁵。

韓国政府は続いて、以後2000年～2002年にわたり施行されたマンガ支援政策をもとに‘文化産業の振興中長期計画’を樹立した。2003年～2007年には、一期マンガ産業の振興中長期1ヵ年計画を推進し、現在は2009～2013年にわたる二期マンガ産業の中長期事業を実行している。しかし政府の積極的な支援にもかかわらず、マンガ産業での目に見える成果はまだ微々たるものだ。これは特に政府の振興計画が、三回も同じように繰り返されているという点からよく分かる。

政府が準備したマンガの振興計画の一つ目は、マンガ産業の中長期発展計画を立てるための出だしとなる作業として、‘マンガ産業の振興のための基盤組成及び環境改善’、‘マンガ産業に対する効率的支援体系の構築’、‘マンガに対する一般国民達の認識改善’、‘マンガの海外輸出の活性化’を目標とし進められた。各成果をみても、‘マンガ産業の振興のための基盤組成及び環境改善’のための政策により、‘富川マンガ博物館が設立され、マンガのDB構築のための‘マンガミュージアム’事業などが推進された。‘マンガ産業に対する効率的な支援システムの構築’では、‘韓国マンガ産業発展協議会’、文化コンテンツ振興院内のマンガ専門支援チームが構成・支援した。‘マンガの日’など記念イベント、‘SICAF(Seoul International Cartoon & Animation Festival; ソウル国際マンガアニメーションフェスティバル)’、‘富川国際マンガフェスティバル’など、マンガ関連の大衆イベントを開催・支援し、各種の表彰制度と優秀マンガの出版及び補給支援を通して、マンガに対する一般国民達の認識改善のために尽力した。また、マンガの海外輸出のために‘2003 アングルレム韓国マンガ特別展示会’を開催し、優秀マンガの海外進出を支援するなどの政策を施行した⁷⁶。そして政策の施行を通じ、マンガの中長期振興計画を樹立した際の詳細内容は以下である。

表3.5 マンガ産業振興5ヵ年計画(2003~2007) 5大重点推進課題⁷⁷

5大重点推進課題	詳細内容
マンガ産業の創作力量の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ マンガ創作支援の拡大 ・ マンガ専門人力の育成 ・ マンガ創作与件の改正 ・ マンガ創作人サポート及びアマチュアマンガ家の育成
マンガ産業制作・流通インフラの構築	<ul style="list-style-type: none"> ・ マンガ流通構造の改正 ・ デジタルマンガ育成基盤の用意 ・ マンガ関連インフラの拡充
国際交流及び海外への輸出の活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 韓国マンガの国際化のためのシステム基盤の与件と助成 ・ 海外市場への進出支援 ・ マンガの国際交流事業の拡大
国民の認識引き上げ及び参加の活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・ マンガに対する認識の引き上げ ・ マンガ消費人口の底辺拡大及び基盤の用意
法・制度の改正及び支援システムの定立	<ul style="list-style-type: none"> ・ マンガの著作権保護の強化 ・ マンガ関連の各種規制要素の改善及び支援システムの定立

75 김성훈 「만화정책의 개선 방안에 관한 연구(マンガ政策の改善法案に関する研究)」 한국방송통신대학교 석사논문, pp. 23~38, 2006 参照

76 文化觀光部 『만화산업 진흥 5개년 계획(2003년~2007년)(マンガ産業振興5年計画)』 pp. 12~14, 2003 参照

77 Ibid. p. 18 参照.

政府はこの表3.5の五大重点推進課題を基に、韓国マンガコンテンツの質的向上と、マンガ市場の規模の拡大及び構造を改善した上で、政策市場が3,000億ウォンに達する①**国内市場規模の拡大**⁷⁸、輸出額を全体市場の10%を目標とする②**海外進出の活性化**、消費市場の1兆ウォンの形成及び60%以上の販売市場の確保を通じる③**販売市場を中心とする市場の改編**、OSMUを通じた付加価値の創出及びマンガの基盤スタープロジェクトによる④**連携事業の活性化**、韓国マンガの占有率70%確保を通じた⑤**韓国創作マンガ中心の市場形成**、マンガの芸術的教育的価値の向上として⑥**マンガ文化の政策化**、マンガ専門図書館5個、マンガ政策総合団地1個、マンガ博物館3個の設立を目標とする⑦**社会的創作インフラ拡大**という具体的な達成目標計画を立て、2003年から2007年にわたり5年間施行した⁷⁹。

そして1年余りの評価期間を経て、2009年に再び5ヵ年計画を樹立した。評価によれば、‘国内市場規模の拡大の場合’、2007年のマンガ市場は2003年に比べ50%以上増加し、ある程度目標値に近づいたが、出版市場の不況は未だ変わらない。すなわちマンガ市場の拡大は3.2.1で述べた通り、学習・実用マンガの成長によるものとして、本論文で述べているマンガ産業の核心であるジャンルマンガの成長ではない。従って‘販売市場を中心とする市場改編’は、未だまともに成されていない。また不実な内需市場に対する法案として推進された‘海外進出の活性化’の場合も、2003年‘アングルレムマンガフェスティバルの主賓国-韓国展’をきっかけに、マンガ(Manhwa)ブランドの世界的認知度が高まり、マンガコンテンツの輸出(ライセンス)も飛躍的に増加した。しかし単行本市場の萎縮と共に、輸出の可能なコンテンツ物の枯渇が著しく、これに対する対策が要求されている。‘韓国創作マンガを中心とする市場形成’は、韓国マンガの占有率が70%に達し、それ自体は目標を達成したといえる。しかし3.1.2で述べた通りベストセラーの65%を日本マンガが占めているということを詳記してみると、究極的な問題は未だ解決されていないと考えられる。それ以外のマンガ文化の政策は、オンラインマンガの増加による接触頻度の増加、マンガフェスティバルなどの開催、マンガ関連学科とマンガ教育期間などの側面からみると、ある程度の外延は持ち合わせていると評価される。そして社会的創作のインフラ拡大と連携産業の活性化の部分は、マンガ図書館、博物館、マンガ制作団地の設立とマンガを基盤とした映画、ドラマ、ゲーム、ミュージカル、演劇、エデュテイメントなどの多様な形態のコンテンツ化が成し遂げられることで、一定以上の成功を収めている⁸⁰。

上記の内容を整理すると、第1期マンガ振興5ヵ年計画により、創作インフラの拡大と連携産業の活性化などの成果はみられた。しかし韓国のマンガ産業の発展において根本的な問題だと

78 太線は筆者の任意である。以下同一。

79 文化体育観光部『만화산업 진흥 중장기 계획(2009~2013) (マンガ産業振興中長期計画)』pp. 48~49, 2009 参照

80 Ibid, pp. 50~56 参照。

いえる創作インフラの育成と、内需市場の拡大と、この問題を解決するための海外進出の活性化の部分に対する成果は未だ不十分である。このような限界の中で、第2期マンガ振興中長期計画が施行されたが、第1期の時に比べ範囲が更に縮小されているにも関わらず、図3.2の通り世界市場の進出を目標とする具体的な計画が設立されている。

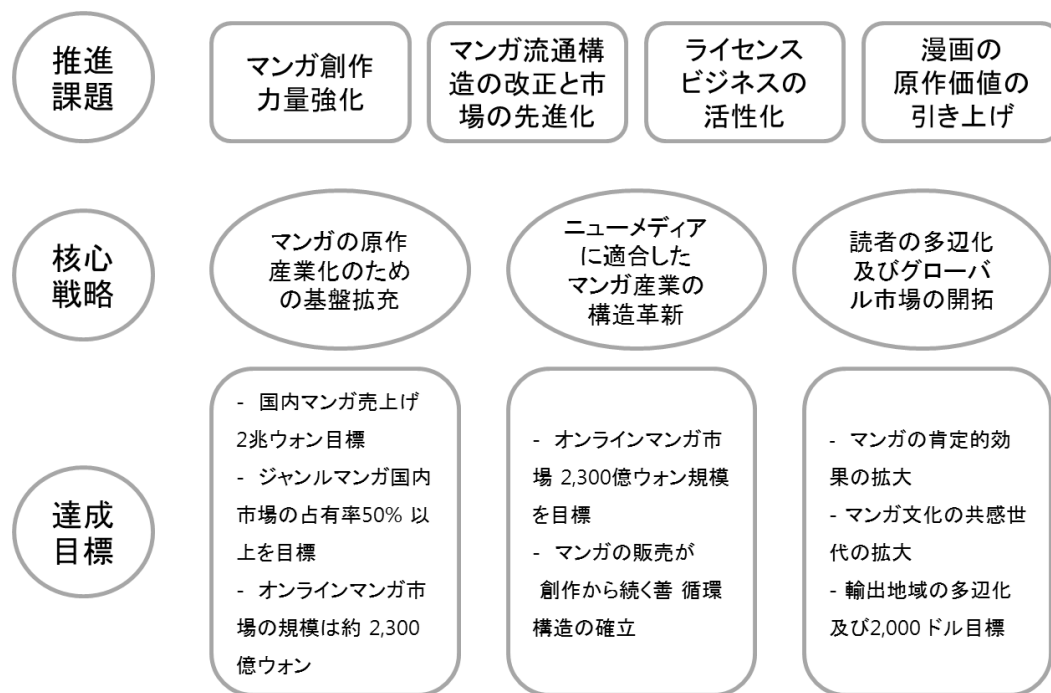


図3.2 第2期マンガ振興中長期計画の目標と推進課題⁸¹

また上記した図のように第1期と比較すると、第2期マンガ振興中長期計画のは、内需市場の内室化とマンガ創作の力量の強化を通じた原作の産業化に焦点を当てていることが分かる。原作の産業化の場合は、事実OSMUの結果だけに限定すれば、第1期でも成果は得られている。しかし第1期では既存のOSMUでマンガ産業が原作コンテンツの提供以上の役割を果たせず、まともにシナジー効果が出なかったという批判⁸²を受けてきた。そのため第2期では、単純にいくつかの作品が原作で活用されるという数値よりも、より持続的な観点でマンガ産業を発展させるための基盤を築くことに、焦点が当てられた。すなわち第2期の原作の産業化は、国内マンガの販売市場とオンラインマンガ市場の確保による内需市場の強化と、このような流通構造の中で、再びマンガの販売が良い作品の創作に繋がる善循環の構造を目標とする。そして原作の産業はさらに、マンガの肯定的な認識とマンガ文化の形成、海外輸出にまで影響を与えているという点で重要である。

ここで、最後に韓国マンガの海外輸出現状について簡単に見ていく。韓国マンガ産業にと

81 Ibid. pp. 58~59 参照.

82 Ibid. p. 53. 参照

って、海外輸出は生産と消費の側面から、脆弱な内需市場による市場の萎縮を解決するための法案として重要だ。またいくつかの個人作家の作品集が海外で翻訳、刊行されたことを除けば、韓国マンガの世界進出は90年代初め、日本講談社のマンガ雑誌〈モーニング〉で韓国の作家達が作品を本格的に連載しはじめた。そして以後韓国マンガの世界進出は、その変化により大きく四段階に分類することができる⁸³。

表3.6 韓国マンガの海外進出の段階

海外進出段階	<1段階> 週刊誌時代の開幕と マンガの輸出の開始 (90年代中盤)	<2段階> 日本進出開始 (2000年代序盤)	<3段階> 日本 - 韓国作家の進出 拡大 米国・ヨーロッパ-韓国 マンガ輸出が本格化	<4段階> 日本 - 韓国作家達のメ ジャー雑誌への進出 米国 - 現地出版社と 国内作家の協業
進出内容	講談社の〈モーニング〉で韓国作家達の作品を発掘、連載 ・ 1993年 ファン・ミナ〈ユニ〉 ・ 1996年 ファン・ミナ〈李(イ)さんちの物語〉 ・ 1995年 オ・セホ〈水野国アリラン〉 台湾、タイ、香港など東アジア地域に進出 ・ 〈小魔神話伝記〉、〈赤い鷹〉、〈明太者ディオオン〉、〈飛天舞〉、〈熱血強豪〉のような人気作の輸出	・ 2000年 イム・ガンオク〈教務委員〉(〈月刊コミックビーム〉連載) ・ 2001年 ユン・インワン、ヤン・ギョンイル〈新暗行御史〉(〈サンデーGX〉連載) 總和社と出版社大明鐘のタイガーブックスのラベルで韓国人気作として大挙出版 ・ 〈飛天舞〉、〈フルハウス〉、〈セールスマン〉、〈スードルソード〉等	・ 2004年 柚弦〈箱姫パンドラ〉(スクエアエニックス〈月刊ガンガンWING〉) ・ 2004年 イム・ダルヨン、パク・ソンウ〈黒神〉(〈ヤングガンガン〉) 以外にイ・ユンジョン、コ・ジンホ、イ・テヘン	・ 2009年11月 パク・ムジク〈ラキア〉連載(講談社〈モーニング〉) ・ 2008年 12月 パク・ソンウ〈アニマ・カル・リブ〉(集英社の〈ウルトラジャンプ〉)に連載開始 ・ 2009年人気小説家のジェームスピューターソンの原作〈マキシマムライド〉を韓国の新鋭イ・ナレがマンガ化し、雑誌〈エヌプラス〉に連載
特徴	- 1988年〈アイキュージャンプ〉創刊、1991年〈少年チャンプ〉創刊で韓国マンガ市場が拡大しマンガの競争力が増加 - 韓国的な雰囲気強調した作品が主	- 韓国的なマンガから日本マンガと変わらないマンガに、現地進出作の変化	- 若い作家達の日本進出が本格化 - 2003年、アングレム国マンガフェスティバル(FIBD)韓国特別展、サン・ディエゴコミックコン、フランクフルト図書展参加により西欧輸出の拡大	- 日本進出作家達の大手出版社の雑誌連載開始(現地に移住する作家の登場) - 米国への著作権の輸出の減少、新たな方式の作業登場

上の表を参考にすると、韓国マンガの海外進出は、世界マンガ市場で最も大きな部分を占めている日本を中心とし、活発に行われている。そして‘2003年アングレム国際マンガフェスティバル’をきっかけに拡大された、米国とヨーロッパへのマンガ著作権の進出もやはり目立つ。しかしこのような韓国マンガの海外進出は、質的な部分は向上されたが、量の面で期待に答えられずにいる。これは最近の米国市場での著作権輸出の減少が、結局それだけ輸出する価値のある作品の不足を意味する。そしてまた一つの問題点は、現地の出版社と韓国の作家との協議の際、その作品がどの国籍に属するかということである。特に日本の場合には著作権の輸出が殆どなく、作家達の直接の進出が増えており、初めからデビューの舞台を日本とする事例も増えている。このような場合、韓国マンガの海外進出の段階に分類することが適切であるかどうかはクリアではない。例えば、日本で2000年から2008年まで、累計400万部の販売高を上げた伊仁完、

83 韓国コンテンツ振興院, 『2010 만화산업백서(2010マンガ産業白書)』 p. 88~89, 2010 参照

梁慶一の〈新暗行御史〉や、2003年から現在まで170万部の販売高を上げた林達永、朴晟佑の黒神〉、最近100万部が班列にあがった朴武直の〈サンケンロック〉などは、作品の一次著作権は韓国の作家達にあるが、そのライセンスの権限は日本出版社にある。そのためこれは韓国のマンガ市場では、日本マンガまたは輸入マンガとして分類される。従ってこのようなマンガを韓国マンガとして認識し、彼らの海外市場での活動を海外進出としてみるのは現段階では問題になりかねない。それだけでなく市場での分類以外に、政府の支援やマンガ賞受賞などでも、上記のマンガ達は受賞候補から除外されているが、これはマンガのアイデンティティーの問題に繋がる。また優秀な作品に対する権限を外国に明け渡しているという批判的な側面に対しても、その解決法案を模索しなければならない。

3.3 韓国のマンガ産業の限界と新たな戦略の必要性

ここで世界マンガ産業のメジャー市場で、産業的システムを比較的良好に持ち合わせている米国と日本を中心に、海外のマンガ産業の現状と特徴を探り、これと比較して韓国のマンガ産業の現状と特徴について述べる。そして政府の支援事業及び海外市場の進出現状についても整理する。

米国と日本でマンガ産業の共通した特徴は、大型出版社の主導でマンガ制作に対する体系的システムが整っているという点である。しかし両国はシステムを運営する方式において違いがある。まず米国の場合はキャラクターを中心とするシステムの運営にこれを活用し、映画、キャラクター産業を振興することによって収益を出すという構造を持つ。しかしこれによる大型出版社の独占化現象及び素材の画一化が、問題として露になり、キャラクター中心のシステムが持つ根本的限界に直面した。

一方日本は産業の経済的価値だけでなく、質の高い作品の創作に重点を置いたプロデュースシステムを運営している。そのため日本では大型出版社の比重が高いのにもかかわらず、多様な素材のジャンルのマンガが出版されている。またこれを通じて内需市場は勿論、世界市場にまでその範囲を拡大し、多様な読者層を確保している。これに対して韓国は未だ体系的なシステムが定着しておらず、多様なシステムが共存しているが、大部分のマンガの制作が作家個人の力量にかかっているため、作家一人のシステムとみるのが一般的だ。このようなシステムの下では、作家が持つ負担が大きく、作品の創作のための準備期間及び創作期間が長くなるため、多様な素材の確保と、様々なジャンルのマンガの創作の持続は難しい。

一方、マンガを原作としたコンテンツの開発を通してマンガ産業を拡大し、経済価値を創出しようとする努力とデジタル市場の成長は、世界的な趨勢を見せている。デジタル市場の場合、

韓国はウェブトゥーンを中心とするオンラインマンガ市場の拡大が目立つが、韓国内の市場拡大の程度に比べ、世界市場での比重は未だ微々たるものだ。反面、日本の場合は日本内でデジタル市場が占めている比率はまだ低いながら、既存のマンガをデジタル化する作業が活発に行われながら、世界のデジタルマンガ市場で約88%に達するという巨大な比重を占めている。このような差は、各国の内需市場の差もあるだろうが、より本質的なところでは質の高いマンガを、どれだけ保有したかという差が起因している。つまり、質の高いマンガを作ることが出来る環境と作家が、どれだけいるかという問題が推測される。そしてこれはデジタルマンガ市場だけでなく、二次著作物を含むマンガ市場全体に繋がる問題だけに尚更重要である。このような実状に合わせ、韓国政府は2000年代からこれを解決するために、支援政策を粘り強く実行してきた。しかし現在制作人力の確保及び養成中心の韓国政府の支援政策は、公募展開催や変化するメディアの環境に対する教育などに限定されており、韓国のマンガ産業が持つ根本的なシステム問題は、まだ解決されていないようにみえる。つまり長期的なマンガ市場の拡大及び活性化のためには、公募展を通して能力のある作家を発掘し出すことから更に発展し、発掘された作家の実力を育て、国内市場は勿論海外市場の進出までを可能にするための支援政策が必要である。

最後に過去に比べ、活発に行われていると評価される海外進出の場合も、いくつかの限界がある。一つ目の限界は3.2.2で述べた通り、現在海外進出の成功事例として、マンガのライセンスの大部分を日本出版社が所有しており、実際市場で日本マンガとして分類されている点だ。これは優れた作家と、良い作品を失うという点で損失が大きい。さらに現段階ではこれを韓国マンガとして分類することは難しいという実状だ。二つ目の問題は、すでに日本マンガとして分類されている海外進出のマンガを除けば、政府の持続的な投資にもかかわらず、輸出の実績が高いマンガが殆どないということである。つまり、再び質の高いマンガを制作するためのシステムの不在問題に戻っていくのである。そのためこのような韓国のマンガ産業の限界を克服するためには、作家がより良い作品を創作することの出来る根本的なシステムの構築と、海外で制作され外国マンガとして分類される韓国の作品達に対する問題が、同時に解決できる新たな戦略が必要になっていると考えられる。

第4章 韓国のマンガ産業の 新しい海外進出の戦略モデル

この章では、先の章で必要性を述べた新しい戦略について詳しく論じる。日韓のマンガ制作システムを分析し、仮説を立てる。専門家と行ったインタビューを元に仮説を検証し、日本のメジャー出版社と提携した新しい戦略モデルを説明する。

4.1 新しい戦略としての編集プロデュースシステムの必要性

第3章で 韓国マンガの質を高め、狭い内需市場を克服するためには、海外のメジャー市場と韓国のマンガ産業の比較分析を通じて、海外進出を模索する戦略が必要だということを言及した。第4章では、新しい戦略としての日本の編集プロデュースシステムの導入について述べる。戦略モデルで日本の編集プロデュースシステムを選択した理由は以下である。

- 1:日本は世界のマンガ市場で半分以上の比重を占めている程、巨大な市場を所有しており、これに編集プロデュースシステムが起因しているためである。日本の世界の市場規模ではプロデュースシステムの効率性及び効果を立証している。またすでに世界への進出ルートを持っている日本のシステムを借用するということは、質の高いマンガ制作だけでなく海外進出に対する成果を導出するのに役に立つと推測される。
- 2:韓国では日本マンガが持つ文化的な障壁が低いという長所がある。韓国で日本マンガは正式に輸入される以前から密かに読まれており、1990年代の文化解放以後今日に至るまで、人気マンガとしての位置を維持している。このような現象が現れる理由は、韓国が日本と地理的に近い位置にあるため、日本の文化に対して違和感が少なく、韓国のマンガ市場で日本マンガが長い時間をかけて人気を獲得してきたことで、ある程度の読者層を確保しているためである。
- 3:最近浮き彫りになった日本のマンガ市場が持つ問題を解決することができるという側面から、日本でもプロデュースシステムの必要性が提議されているためだ。日本で制作され、大きな成功を収めた林達永、朴晟佑の『黒神』のプロデュースを担当した、強豪出版社の藤田武馬氏の話によれば、現在日本はここ最近2~3年の間に日本のマンガ市場で提議されている人材不足の問題解決のために、マンガ制作能力を持ち合わせた作家達を必要としている。前述の通り、このような側面から韓国のマンガ文化は、西洋と比較してみると、日本との大きな差や違和感がないという点から、長所を持っているといえる⁸⁴。従って戦略モデルを作り実

84 이현석 『일본만화의 최전선을 달리는 사람들(日本マンガの最前線を走る人たち)』 만화규장각, pp. 73~74, 2010 参照

行するにあたって、より円滑な進行を可能にするために、お互いの必要性を認識することが想定される。

4.1.1 韓日のマンガ制作システムの分析及び仮説の設定

日本のプロデュースシステムを韓国で活用するにあたり、試行錯誤を減らすためには、もう一度その必要性について検討する必要がある。従ってこの項では韓日マンガ制作システムの分析を通して、各システムの本質的な差異を確認し、編集プロデュースシステムが韓国のマンガ産業にどのような効果をもたらすかということについての仮説を設定する。まず簡単に日・韓の出版マンガ産業⁸⁵のビジネスモデルを概説する。

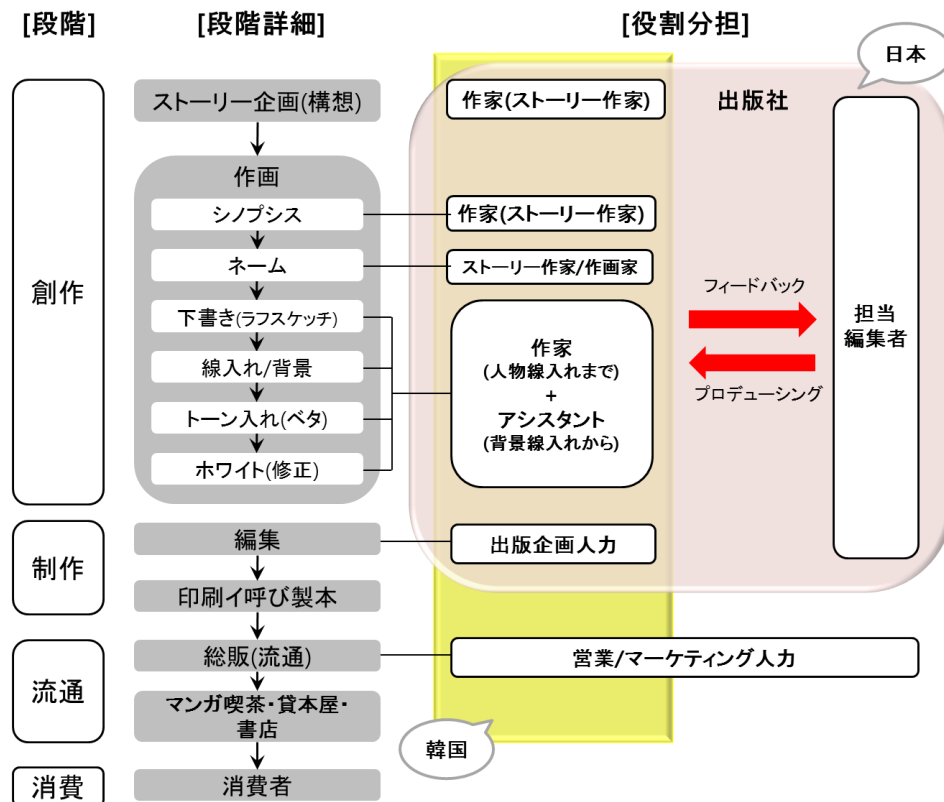


図4.1 韓日の出版マンガ産業のビジネスモデルの比較⁸⁶

一般的な出版マンガ産業のビジネスモデルは、上記のように大きく創作、制作、流通、消費

85 日本のプロデュースシステムは一般的に、マンガ雑誌の刊行を通して市場を形成する、出版マンガの産業システムをいう。従ってここではマンガ産業全体のシステム構造とうよりは、出版マンガ産業としてその対象範囲を縮小し、集中的に見ていく。

86 韓国文化コンテンツ振興院, 『만화콘텐츠 비즈니스(マンガコンテンツビジネス)』 p. 26, 2005を参照し再構成。*この表では作家をそれぞれの役割によって細分化させたが、必ずしもこの作業が行われたわけではなく、マンガ家一人が全ての作業を行いもする。特にアシストの場合は除外される場合が多い。

の4段階に分かれる。韓・日のビジネスモデルの比較で重要なことは、各段階を担当する構成要素の役割だが、最も大きな差を見せているのは、制作部分での出版社(もしくは編集者)の役割である。

まず韓国の場合を見ると、出版社の主な役割は作家から作品を受け取り、それを出版するところまでに限定されている。つまりマンガの出版と流通の業務以外に、作家の創作に関しては出版社が大きく関与しない。従って作家は素材開発、取材、読者のトレンド反映、作品創作、シナリオ及びその他の参加作家の総括等、多くの役割を一人でこなし、これに対するフィードバック(Feedback)は作品を購入する読者によって成される。しかしここでのフィードバックの意味は、作品の内容やトレンドの反映に対する助言のような具体的なフィードバックというよりも、マンガ雑誌や単行本の販売部数による表面的なフィードバックに過ぎないという限界がある。そしてすでに出版と流通が全て完了した状態で成されるフィードバックのため、市場の失敗の可能性の減少と、より大きな成功を導き出すフィードバックの実質的な機能は殆どないといえる。これを表で整理すると以下のようになる。

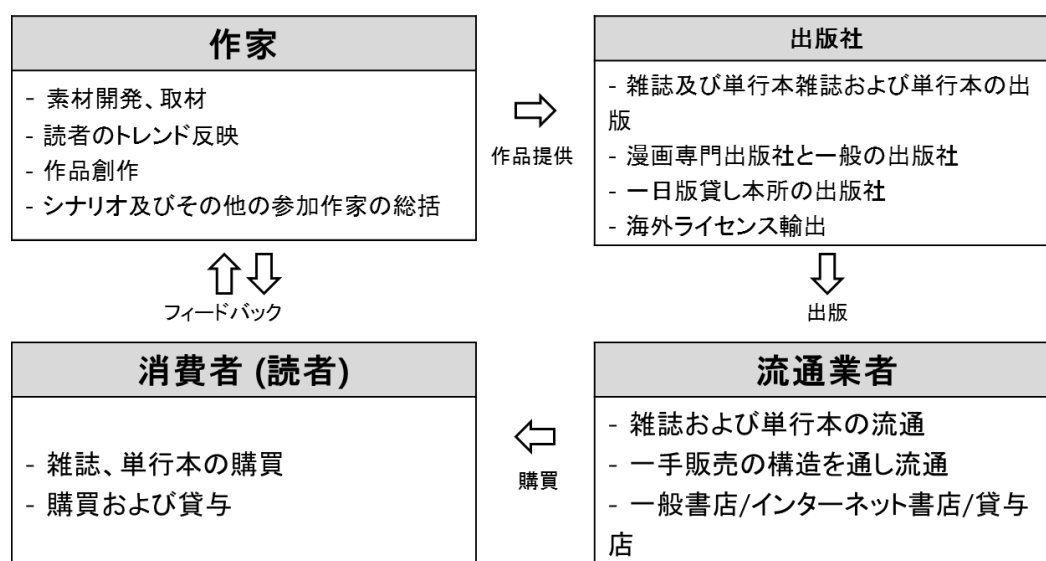


図4.2 韓国の出版マンガ産業の構成要素⁸⁷

日本の場合には図4.2でも表したように、一般的なビジネスの過程が韓国と類似している。しかし重要なのは、創作の段階において出版社が積極的にプロデュースに参加しているということだ。出版社は担当プロデューサーを優先的に割り当て、作家の仕事が減らし、原稿の制作に没頭できるようにしている。これは結果的に質の高いマンガを作り出すことになる。編集者は作家が個人的にフリーを雇用する場合もあるが、一般的には出版社が担当を割り当てる。編

87 韓国文化콘텐츠振興院 『만화콘텐츠 비즈니스(マンガコンテンツビジネス)』 p. 27, 2005

集部はマンガ雑誌全般の総責任者であると同時にマンガ雑誌の内容構成、作家の採用、発行部数等の決定権を持った編集長と、作家を割り当てられ積極的にプロデュースを進行する編集者から構成される。編集者の主な業務は、プロデュースを通してマンガ家のアイデアを引き出し、面白いマンガを制作して、これを雑誌の連載や単行本として発表、完成させることである。しかし作家の能力を引き出すためには、多様な作業が必要である。この作業を‘どうやって遂行するか’という問題は、編集者のスタイルによってそれぞれ違うが、マンガ家と共に登場人物を設定し、ストーリーの構成を整える作業、作画のための様々な資料を調査して提供する作業、最終編集作業及びマーケティングまでその役割は広範囲にわたる。

一般的に週刊マンガ雑誌の編集者は、一人が何編もの連載マンガを担当しており、企画マンガの場合には編集者が企画して、その内容に絵のイメージに合うマンガ家に作品を依頼し、作業を進める⁸⁸。また連載作品の管理以外に、編集者は人材を選抜し養成する業務も遂行する。そして長期的にマンガを制作し、連載する作家を確保する。この一連の作業を通じて、日本のマンガはより専門的で多様な素材とジャンルの質の高い作品を確保し、更に世界市場に進出している。

韓国と日本の出版マンガのビジネスモデルの大きな差は、上で述べた通り編集プロデュースシステムの有無にある。ここで韓国でも編集プロデュースシステムが存在するならば、日本のようなマンガ市場の確保が可能なのかに対する問題を提議することができる。事実このような試みが今までなかったわけではない。1980年度韓国のマンガ産業は、マンガ雑誌を刊行するにあたり、日本のプロデュースシステムを取り入れ、ある程度成果を出していた。しかし当時プロデュースシステムは、マンガ雑誌の人気連載マンガを単行本として刊行する流通構造的システムを取り入れただけであった。そのため日本のプロデュースシステムの核心といえる編集社のプロデュースは殆ど成されてなかったという点で、その違いと限界が生まれた。また1990年代初めには大元シーアイ、鶴山文化社、ソウル文化社、いわゆる韓国マンガ界の3大メジャー出版社と呼ばれる出版社が、日本の編集プロデュースシステムを標榜し、日本のような編集プロデュースシステムを構築しようとする試みも見受けられた。特に大元シーアイは、集英社、小学館の編集プロデュースシステムを積極的に導入しようとは何度も試みたが、結果は失敗に終わった。その理由は大きく2つに分けられる。

一つは、作家の編集者に対する信頼不足を挙げることができる。上記の通り、編集プロデュースのシステムで最も重要なのは、作家とプロデュース間の信頼だが、これは編集者がマンガを理解する能力と相通じている。多くの韓国の作家達は、編集者達がストーリー作法と面白さを選別し出す分別力のレベルが低く、信頼できないと考えている。そのため作家達は編集者の

88 韓国コンテンツ振興院 「일본 만화잡지 발간현황 및 제작시스템 사례분석(日本マンガ雑誌の発刊現況及び政策システムの事例分析)」, 해외산업동향[온라인게시판](海外産業動向「オンライン掲示板」) p. 7, 2009 参照 検索日: 2011年 1月 15日 http://www.kocca.kr/knowledge/trend/abroad/1201761_1232.html

プロデュースを拒否し、結局マンガ家達の間で‘編集者と作品協議をするよりは、作家一人で作品を作るほうがまだ’という認識を生み出した。

二つ目に、編集者の認識問題を挙げることができる。日本のマンガ出版社達は大部分が朝9時から13時の間までに出勤すればよいというフレックスタイムを実施しているが、これは主に夜に勤務するマンガ家達の特性によるものだ。出版社大元シーアイの編集者達も、日本の編集部のような理由でフレックスタイムを施行したことがあるが、結局失敗に終わった。編集者達が自身の担当する作品を優先した業務形態よりも、個人の私生活のための業務形態を固守し、朝9時に出勤し、夕方6時に退勤するシステムを譲らなかつたためである。これは韓国出版社の編集者達は、作家ほどマンガの制作者としての意識がないということを確認させる、代表的な事例として挙げられる。

ウェブトゥーンの場合、一人の作家システムにさらに依存する。作品が掲載される媒体が出版社ではないポータルサイトであるため、既存の出版社よりもマンガの人力が少なく、ウェブトゥーンの作家達はストーリーと絵、更には本のデザインまでも作家一人で手がけている。プロデュースと仕事がしたい作家達は、個人で自費を払い雇用をしなければならないが、劣弱な韓国マンガ市場で個人プロデューサーを雇用するという事は事実上不可能である。また一人の作家システムが昔から固着してきたため、作家をサポートするだけのマンガ制作能力を持ち合わせているプロデューサー達を探すのは難しい。従って本論文では、‘日本の編集プロデューサーシステムを導入した場合、韓国のマンガ産業でも海外に進出できる良質のマンガが制作可能だ’という仮説を立て、韓国マンガ界において現実的に構築することのできるシステムをモデル化し、実際のプロジェクトで証明する。まずこの作業に着手するにあたり、より正確な実験設計と結果を導き出すため、この仮説がある程度の客観性と実現可能性があるのかを検証する必要がある。

4.1.2 専門家への深層インタビューを通じた仮説の検証

上で設定した仮説を確認するために、韓国と日本のマンガ業界の政策環境と、プロデュースシステムに対する認識調査を行った。調査方法としては、深い情報が集められ、尚且つ新しい領域に関して探索的な研究が可能な専門家へのインタビューを選択した。

インタビューの対象は韓国と日本のマンガ出版業界で10～30年以上従事している専門家達を中心に、総勢23人を選定した。ただし、韓国の場合、マンガ編集者と呼べるほどの職業がないため、5年以上の経歴を持つ編集者を含めた。また、映画業界で10年以上プロデューサーとして従事している人も対象に選抜した。これはマンガの原作と映画のシナリオが原作産業(One Source Contents Pool)であり、興行産業の源泉ソースとなる共通の特性を考慮した上で含めた。こ

れを踏まえて、本プロジェクトのためにインタビューに協力してくれた作家と編集者の名簿は以下である。

表4.1 インタビュー対象者

区分	職業	名前	経歴	代表作/肩書き
日本	マンガ家	浦沢直樹	30年以上	『20世紀少年』
		あだち充	30年以上	『タッチ』、『H2』
		高橋留美子	30年以上	『らんま1/2』、『犬夜叉』
		村上もとか	30年以上	『龍』、『仁』
		CLAMP	20年以上	『カードキャプターさくら』
		荒川弘	10年以上	『鋼の錬金術師』
		二ノ宮知子	10年以上	『のだめカンタービレ』
	編集者	都築伸一郎	30年以上	小学館 マンガ局発行人
		久保田滋夫	30年以上	小学館メディアコンテンツ事業部長
		鈴木晴彦	30年以上	集英社 りぼん編集長
		茨木政彦	20年以上	集英社 ジャンプSQ発行人
		三河かおり	20年以上	講談社 隔週Kiss編集者
		島田英二郎	20年以上	講談社 週間モーニング編集長
熊谷俊一郎		15年以上	講談社 週間少年マガジン編集者	
マンガ原作者、 プロデューサー	樹林伸	30年以上	『金田一少年の事件簿』、『神の雫』	
	長崎尚志	30年以上	『20世紀少年』、『BILLY BAT』	
教育者	竹熊健太郎	20年以上	京都精華大学マンガ学部教授	
韓国	マンガ家	カン・プル	10年以上	『純情マンガ』、 『あなたを愛しています』
		梁慶一	15年以上	『新暗行御史』、 『ディフェンスデビル』
		梁載賢	20年以上	『熱血江湖』
		元秀蓮	25年以上	『フルハウス』、『レットダイ』
	編集者	キム・ジュング	5年以上	ネイバーウェブトゥーン編集者長
		オ・テヨップ	15年以上	大元CIマンガ局長
		ファン・ミンホ	20年以上	大元CI専門理事
	映画 プロデューサー	チャ・スンジェ	20年以上	映画製作会社サイダス前代表

調査対象者とのインタビューは韓国と日本の全てにおいて個別訪問し、調査期間は2009年9月から2010年2月までの6ヶ月間に渡って行われた。インタビューに要した時間は、対象ごとに約2時間から3時間程度で、確実な記録を残すためにインタビューは全て録音しビデオカメラで録画した。

インタビューの前半部分では、対象者達が自覚する本人の長短所に対する質問を用意し、インタビューを自然に誘導した。後半には、本論文の核心であるプロデュースシステムに関して質問した。現在編集プロデュースシステムが、日本マンガにどれ程貢献しているのか、また編集プロデュースシステムが作家達の作品にどのような影響を与えるのかという点である。そして個人の履歴を含めそれぞれの作品観とマンガ観についての話もした。ここではその中でも核心に近い部分である後半に焦点を合わせ、インタビュー内容を整理する。

a. 編集プロデュースシステムの必要性

まず肝心な質問の前に韓国制作環境を把握するため、韓国作家達が作品活動をしながらか感じる難しさについて聞いた。注目は韓国のマンガ雑誌市場で、最も高い売り上げを上げた作家と、ウェブで最も人気を博している2人の作家が、難しさについて同じことを語っている点である。彼らは編集者がなんの窓口的な役割もせず、作品のテーマと方向性の全てを作家が一人で悩み、判断するという点が大変だと答えている。一方、マンガ出版社の大元CIのマンガ局長はこれに相反し、編集者の権威が低いことについて苦しい心情を語ってくれた。また韓国最大のポータルサイトであるネイバーウェブトゥーンの編集者も90を超える作品数に対して、作家を管理する編集者が3人おらず、人力不足の限界を克服するのは難しいと答えている。

Q1-1. 韓国で作品を作るのにあたり、難しい点はなんですか？

最初にウェブトゥーンでデビューした頃は、一人で全てを決定しなければならなかったのが、非常に大変だった。フィールドに一人取り残された感じというか、生き残ろうと思ったら上手くやらなければいけないという焦りにかられて作家活動をしました。

-カン・プル、純情マンガ、あなたの全ての瞬間の作家 -

自分が全てを解決しなければいけないことが大変でした。例えば、良い意見やアイデアを誰かと話し合える窓口があったなら、それだけでも助けになるのに、実際「熱血江湖」は出版社でそんな役割を一切してくれませんでした。作家だけで解決しなければならないので、自分達も果たしてこれでいいのかという疑問に悩まされ、もどかしいことが多かったです。

-梁載賢、熱血江湖の作家-

韓国の作家達のほとんどは、編集者のマンガを見る目を信頼していません。編集者さえも、自身の実力を信じていない場合もあります。マンガの面白さを直感的に判断できるプロデューサーすら存在しないことが、仕事において大変なことだと思います。

-キム・ジュング、ネイバーウェブトゥーンマンガ編集長-

韓国は市場が小さいので、編集者が作家を手伝えることはとても少ないです。それはつまり、編集者がサポートして良い作品が生まれても、編集者の権威が上がらないからです。市場が小さいのでOSMUに着手するのも簡単ではありません。また面白いマンガを作る方法を知っている編集者もいません。一人の編集者が常に作家達を飽和状態で管理しているので、制作の方に気を使えないんです。韓国で編集者は日本の編集者よりも厳しい環境にいると思います。

-オ・テヨップ、大元CIマンガ局長-

この質問を通じて我々が3.2で述べた通り、韓国マンガ産業の作家一任制システムが、有名作家にさえも大きな負担を与えていることが確認できた。有名作家の場合、アシスタントを雇用できるという経済的条件が伴う点を考慮すると、この状況は新人であるほど深刻だと言える。では、本格的にプロデュースシステムに対する専門家達の認識について調べる。

Q1-2. マンガ家にとって編集プロデュースシステムは必要だと思いますか？

私は基本、直しが入っても全然平気です。それで面白くなるんだったら本当に言ってもらいたい。だからあまり言わない人は信用出来ないですね。それはあまりアイデアを持っていないからじゃないですか。私は編集プロデュースシステムは必要だと思います。例えば新しい雑誌が出来るとしたら、作家を集めるよりも私はまず優秀な編集者を集めるべきじゃないかなと思います。

-高橋留美子、らんま1/2、犬夜叉の作家-

必要だと思います。マンガ家の自分のやりたいものとか、自分があこがれてるものは見えると思います。それを実行して成功するっていうことはごく稀にはあります。ごく稀に天才的な人でそういう人もいるけど、そうではないケースが殆どです。読者を含めて作家自身が客観的に見られるようにすることがとても重要です。このシステムがあるので日本のマンガが発展したんだと思います。

-都築伸一郎、小学館マンガ局発行人-

編集者の質によってある程度のクオリティーを保てるんだったら、このシステムはいいと思うんですね。でも、作家性を尊重して、その人の才能を広げていくことで、尊重しすぎて何もしないってわけじゃなくて、そんな中で、できる有効な効果のある編集をしていく人が多ければ、このシステムは放置するよりは全然いい漫画ができると思います。

-三河かおり、隔週刊Kiss編集者-

それは漫画家のタイプにもよります。一人一人考えると、それが必要な人もいれば、必要じゃない人もいるだろうけど。だけど、マクロな視野で漫画市場が、長い期間によってこれからも存続していないと、どんな漫画家も飯は食えなくなるわけだから。そういう点から考えると、プロデュースシステムは必要だろうと思います。全部の作家がそれに従う必要はないけど、ト

ータルで考えるとやっぱりいるんだと思います。

-島田英二郎、講談社、週間モーニング編集長-

漫画家の種類でも、打ち合わせしたがる人と、ほっといてくれって言う人に大きく分けられるんですけども、打ち合わせしたくない人と作品をどう作りたいか考える編集者と一緒になっても、案外うまくいかないじゃないですか。僕は打ち合わせが好きなので、毎週プロデューサーと一緒に作品を作っています。

-浦沢直樹、20世紀少年、モンスターの作家-

必要だと思います。僕の場合は必要ないと思って一人でやるタイプですけど、今ウェブトゥーンで連載している作家達は、週1回や2回という殺人的な締め切りスケジュールをこなしています。それにウェブトゥーンは分業よりも一任制システムでやっている人が多いです。その中ではプロデュースシステムを求める作家達も多くいて、とても助かると思います。

-カン・プル、純情マンガ、あなたの全ての瞬間の作家 -

今までの段階の韓国のウェブトゥーンは作家の命を縮めるシステムです。ウェブトゥーンのマンガ担当者達は雑誌出版社の編集者よりももっと編集者らしくありません。彼らはプラットフォームの役割だけをやろうとします。原稿の写植さえも嫌がります。こんな状況で現実的な対応はやはりプロデューサーのような作家の創作環境をサポートしてくれる、専門的な人たちが必要だと思います。

-元秀蓮、フルハウス、Let DIE 作家-

必要だと思います。実質的にプロデューサーの肯定的な効果が現れる事例がない以上、ポータルサイトでは簡単にプロデュースシステムに投資できません。だとすると、やはり作家がプロデュース費用を全面的に負担しなければならないが、韓国の新人作家達は貧乏なのでそれは不可能だと思います。

-キム・ジュング、ネイバーウェブトゥーンマンガ編集長-

日本側の作家と編集者達は、作家個人の個性を尊重するという前提で、彼らの才能をサポートし、作品が作家の一方通行にならないように、客観的なアドバイスをする役割をすべきだという意見に同意した。また、浦沢直樹を始め、高橋留美子と隔週刊「Kiss」の編集者である三河かおりはサポーターを越え、編集者の役割までこなせる編集者になるための条件として、資質の優秀さを挙げた。特記すべき点はプロデュースシステムを経験していない韓国の作家達さ

えもが、マンガ産業においてプロデュースシステムの必要性を認めているという点である。このように、日韓両国でその必要性が強調されている編集プロデュースシステムの具体的な利点については下記の解析が興味深い。

Q1-3. 編集プロデュースシステムが与える利点は何だと思えますか？

一人で全てを決定して描くのはとても大変だと思います。もちろん自分で好きな事は描きたいですよ。やっぱりそれを評価してくれる人がいたほうがいいです。迷う事だってあるし。これ面白いかどうかなんて自分一人じゃわからないことって多いから。あと、自分は面白いと思ってもつまらないことってありますし。夢から覚ましてくれるっていうのも大事ですね。早道です、編集さんがいたほうが。身近に読者がいるってこと。編集さんはやっぱ第一の読者って昔から言うけど、やっぱり売る前に見てくれる読者なんですよ。

-二ノ宮知子、のだめカンタービレの作家 -

ネームとプロットを見せた時に‘ここは直しましょう’って指摘されて納得することもあるし、直したくない所を指摘されたときは、もっと良いものを作ろうと努力するので、それは良い意味で編集プロデュースシステムの効果だと思います。

-荒川弘、鋼の錬金術師の作家-

b. マンガにおける編集者の価値

編集者は作家にとって最初の読者である。すなわち、作家は編集者を通じて第一読者の声を聞くことができる。そしてこれは第2・第3の不特定多数の読者のためのフィードバックを徹底し、お互いが納得できる最も良い結果を生み出す。日本の作家達が編集プロデュースシステムを肯定的に考えている理由は、このような理想的な相互協力効果が、より良い作品に繋がるといふ信頼があるためである。次に、これを実現させるための、編集者の資格について考える。

Q2-1. 良い編集者とはどんな人ですか？

編集の影響はデビューした時からものすごく受けてるんですよ。人間関係としては、未だにデビューしたての頃の担当とは仲がいいですからね。僕は編集者との関係はすごく大事に思ってますよ。編集者と意見が衝突しても、それは自分の作品に対してちゃんと意見言ってくれるし、そういうところがあるからがんばれるっていう面もありますし。

-あだち充、タッチの作家 -

私の場合は作家との打ち合わせは実の所、雑談ばかりです。世間話、昨日見たテレビ番組の話のような雑談の中で時々仕事についてのアイデアを自然に出そうと思って、そういうことが作家にとって楽しく、また動力になるので物凄いネームができたりします。

-鈴木晴彦、集英社、りぼん編集長-

よく聞かれるんですけど、ヒットの黄金法則は無いんですよ。公式もありません。何を満たしてればヒットするってことは全くないし、何がヒットするかわからないってことははっきりわかるんですけど。ただ、何個か、調子のいい漫画何個かやってた時に共通して言えるのは、すごく楽しかったですね。自分も漫画家さんも。打ち合わせするのがワクワクして、原稿もらうのも楽しいし、毎日のように二ノ宮さんと話をして大変な仕事だと思われるじゃないですか。でも全然苦にならなくて楽しくて仕方がなかったんですよ。今考えて見れば、編集部も漫画さんも、皆が楽しかったって言う作品が売れたなって思いますね。.

-三河かおり、隔週刊Kiss編集者-

多くの作家と編集者達は実力という大前提で、人として信頼できなければいけない点を、良い作家と理想的なマンガ編集者の必須条件だと挙げている。すなわち作家と編集者の間の信頼こそ、良い作品を作る土台なのである。集英社の少女マンガ雑誌「りぼん」の編集長である鈴木氏は、作家との信頼関係こそが日本を世界のマンガ強国に築き上げた礎になったと語った。だが、肯定的な部分だけを強調するのは、システムを構築し実行する上でむしろ逆効果になることもある。従って、プロデュースシステムに対する否定的な見解の中で、代表的な‘編集プロデュースシステムが作家のアイディア性を阻害する’という意見について専門家の考察を加えた。

Q2-2. では、編集プロデュースシステムがアイディア性を阻害することは無いと思いますか？

むしろ尊重しながらやってると思うんですけど。でもそれは一人ずつ考え方が違うんでね、もしかしたら俺の言う通りにやれって言ってる奴もいるかも知れないから一概には言えないんだけど、僕が思うには、作家性を潰す程強引な打ち合わせや指導はやってないと思います。

-茨木政彦、ジャンプSQ発行人-

プロデュースという言葉の意味は、編集者のスタイル通りに作品ができあがるということですよ？それが上手くいって売れる作品ができるが、上手くいかなければ作家の個性を生かす

のではなく、むしろ失わせることになると思います。

-梁慶一、新暗行御史、ディフェンスデビルの作家-

編集者の制限じゃなくて、エンターテインメントの制限だと思うんですよね。僕が、担当する限りでは、小学館のある雑誌のそのメディアの編集者なわけで、そこには当然制限というのはあるわけで、だから、制限とは色んなメディアによってその制限は変わってくるだけです。なので、編集者がいるから制限っていうことではないと僕は思います。

-久保田滋夫、小学館メディアコンテンツ事業部長 -

この他に作家の中には編集者の過ぎた指導が圧迫になり、作家のアイディア性と個性の低下を招くと憂慮する意見もあった。一方、大多数の編集者達は作家のアイディア性を抑圧する程の介入はしていないと言い、意見に微妙な温度差があった。だが、両者の大多数はこれはシステム自体の問題というよりも、編集者個人のスタイルによるものだと考える方に近く、必須ではなくともある程度はシステムの必要性について肯定するものだとわかった。

c. 韓国マンガ産業の編集プロデュースシステムの導入に対する期待

インタビューを行いながら、インタビュー対象者全員が同意したことがあるが、それは編集プロデュースシステムが日本のマンガ市場を世界的なレベルに育てた要因であることと、一つのノウハウとして明らかに格付けされ、肯定的な結果を導き出すことに成功したということだ。これに対する幾つかの返答を挙げる。

Q3-1. 編集プロデュースシステムがマンガ産業に与える影響は何だと思いますか？

ケースバイケースなんですけど、僕にとっては編集者がいないと作品世界が自分のアイディアだけでは進まないことがありますね。編集さんが資料を調べでくれたりコーディネートしてくれてますし。具体的にどうやっていこうとか、作戦会議をしないと自分の頭の中で物語の世界が動き出さない時がありますから。みんな意見違うと思いますけど、きっと編集者って日本のマンガ界において存在が大きいと思います。

-村上もとか、JIN- 仁の作家-

これだけ雑誌が増えてくれば、無くては成立しないでしょうね。編集ノウハウが無い所に、大きなヒットっていうのはなかなか生まれにくいから。実際テレビや映画なんか100パーセントそうでしょ？この世で、そういうサポートする人間がいなくて100パーセント成立するのって、商

業的なコンテンツの中ではほぼ0に近いんじゃないんですか？

-樹林伸、金田一少年の事件簿の作家-

日本の漫画に客観性があるのは、編集者がいるからです。作家だけで書くとオチがいまいちだったり、独りよがりの作品が多くなります。作家達は自分が描いて表現することだけに集中するので当然のことです。これはマンガ学部の学生を見てればわかります。精華大学では現場のプロデューサーが学生の指導をしますが、プロデューサー達は学生の作品を徹底的に読者の観点から指導してくれます。そうすると学生の作品は一人で作ったものとは完全に違うものになります。

-竹熊健太郎、京都精華大学マンガ学部教授-

このように現在の日本のマンガ産業で、編集プロデュースシステムは必須要素である。だが、この日本での成功が韓国でも適用できるかについてはまだ未知数だ。そこで韓国のマンガ産業への編集プロデュースシステムの投入が、果たして日本ほどの評価を上げられるかについて専門家の意見を聞く。まず日本の専門家達から韓国マンガに対する見解を聞いた。これは韓国の日本マンガ産業への進出の可能性の話をする際に、プロデュースシステムの不在の他に問題はないのかということに対して間接的に返答したものである。

Q3-2. 韓国マンガに対してどう思いますか？

外国人マンガ家、特に韓国人マンガ家達は独特な個性を持っています。そんな独特な個性っていうのはヒットに必ず必要なもので、やはり日本でもその個性を受け入れられてきています。

-樹林伸、金田一少年の事件簿、神の雫の作家-

韓国・中国・台湾は前から日本マンガが浸透していたことから、読む人も描く人もレベルが高いと思います。でもアメリカのマンガ家は今でも日本で通用できていません。

-島田英二郎、講談社、週間モーニング編集長-

‘絵の実力が優れた作家達がとても多い’ と思いました。日本で活動している韓国作家達は皆、絵の実力が高いです。ストーリーも‘新暗行御史’などを見ると日本マンガと比べても全然引けをとらないです。

- CLAMP、カードキャプチャーさくら、XXXホリックの作家-

韓国マンガはよく知らないという意見もあったが、大部分の日本の専門家達は肯定的な意見であった。特に日本進出においては、同じ文化圏に属しているという点から共感できることが多いため、成功する可能性は高いと提示した。では今回は韓国の専門家の立場から海外進出のために必要な要素は何であるのか聞いてみる。

Q3-3. 韓国マンガが海外に進出するのに必要な要素はなんだと思いますか？

最も良いのはその国の文化を理解して、それに合わせてマンガを作ることです。でも、向こうの立場から見た時韓国マンガ家達は外国人なのに、それを無理やり合わせようとするつ逆効果だと思います。最も良いのはやはり世界的に通用できる普遍的な価値のあるストーリーを作ることです。

-梁載賢、熱血江湖の作家-

現在の韓国の出版市場は非常に小さいので作家達がとても苦勞していると思います。彼らが狙うべきは海外市場です。日本は編集プロデュースシステムで作品を作るので、そのシステムを経験したことのない韓国の作家達が慣れるには壁が多いです。そんな両国の市場の接点を作るシステムが作れるなら、僕はとても良いと思います。でもその前に、そういった高級な人材の費用を果たして誰が払ってくれるのかという問題を解決しなければいけないと思います。無鉄砲に作家達に印税を要求しても断られますから。

-梁慶一、新暗行御史、ディフェンスデビルの作家-

ほとんどの韓国作家が海外市場への進出は必要であると答えた。だが、海外進出の必要性を感じてはいるが、そのための費用と手続き、または本人が自分で解決しなければならない部分が困難なことも看過できないという意見だ。特に海外進出の経路や進出のための費用の問題などは、作家が一人で解決するには危険と負担が大きい。この問題は今日本のシステムをそのまま導入しようとしても手に余るだろう。従って、この問題を最大限に縮小する方法も戦略モデルを作る際に考慮しなければならない。そしてこのシステムを導入するための費用も作家と編集者、出版社間で必ず解決しなければならない。

今まで仮説の内容を土台に検証するため、様々な側面から質問をし、仮説にたいする多様な問題を見出してきたが、最後に仮説に対し直接的な質問として論議をまとめる。

Q3-4. 編集プロデュースシステムの韓国への導入が、マンガの質の向上と海外(日本)進出の手

助けになると予想しますか？

ある程度はできると思います。日本と韓国は文化が似ているから、言葉も方言程度しか違いがないでしょう。文化圏の違いがないから違和感がないと思います。でも日本の空気を吸って感じない以上、物凄いヒットを飛ばすことは無理でしょう。やはり自分の国の人々が描いたマンガが、その国で最も受け入れられると思います。韓国でも韓国人が作った作品が彼らに受け入れられることと同じです。

-浦沢直樹、モンスター、20世紀少年の作家-

韓国と日本は文化的背景が近いから可能だと思います。ある意味マンガも文化だから、どこかで共通項がある。だから、さっきも言ったようなアングロサクソンのような合理的な人間とかね、マンガなのに曖昧模糊な部分は許せないと思うけど、アジア市場はそれを許容できる文化があると思います。相性の良い編集者と作家が組んだら、韓国でも日本でヒットできるような作品が生まれると思います。

-都築伸一郎、小学館マンガ局発行人-

あれだけ韓国の映画とかドラマが日本でヒットしたんだから、日本人では生み出せない物語性っていうものを持っていると思います。京都精華大には留学生多いんですけど、彼らは情熱的で素直だし、日本の学生よりも吸収していきこうって力が強いから、きっといいものを作ってくれるんだろうなって思います。

-三河かおり、隔週刊Kiss編集者-

少年ジャンプに外国人作家がいない理由は、単純に持ち込んでくる作家がいないからです。在日 韓国人の編集者もいて、実力のある韓国作家がいくらでも活躍できると思います。実際に台湾のマンガ家も短編ですが、掲載されたことがありますから。韓国の映画とドラマが日本でヒットしたんだから十分に少年ジャンプでも成功できると思います。

-茨木政彦、ジャンプSQ発行人-

売れると思います、アメリカや外国でメジャーになれなかった作家達が日本ではメジャーになれます。なぜなら、日本マンガの強みはストーリー構成とそれに合った絵だからです。すなわち、日本をターゲットに描くという論理は世界をターゲットにして描くのと同じだからです。日本で作られたマンガが世界でも売れているからです。

-長崎尚志、マンガ原作者、20世紀少年プロデューサー-

韓国が本当にマンガを発展させるつもりなら、絶対にプロデュースシステムを導入すべきです。映画とかドラマなんかはもっとたくさんの人間が見るでしょう？特に映画なんかものすごい進んでるなって思うもんね。日本の映画よりも全然システムが進んでいてハリウッドに近いでしょ？そのシステムで面白いものが作れるんだから皆見に来るんです。韓国は日本に例えるとマンガ創世記みたいな状況だと思うから、それだと市場は開拓できません。面白い作品が出てくるとは思います、その数は少ないでしょう。

-樹林伸、金田一少年の事件簿、神の雫の作家-

きっと役に立つとは思いますが、今（韓国の）マンガ雑誌界にいる編集者たちのマインドでは不可能だと思います。マンガ家の経験があってマンガへの深い情熱がある人たちがプロデューサーになるなら、良い作品が作られると思いますけど。一般の会社員として雇われた人にプロデューサーをやらせたら、マンガ家は反抗します。

-梁載賢、熱血江湖の作家-

最後の質問で大多数の作家及び編集者が、韓国への日本の編集プロデュースシステムの導入が韓国マンガの発展と海外進出の役に立つと同意した。そして重要なのは、その導入は韓国の文化が世界市場に韓流という名前で注目を浴びている時期のため、その成功率は高いと判断できるということだ。また、このシステムがコンテンツ産業時代には必要になってくるという意見も目立った。すなわち、システムの導入は選択ではなく必須要素であると考えられる。

今まで我々は深層インタビューを通じて、先に立てた仮説がどの程度の客観性があるのかを検証した。そしてその過程で仮説の検証だけでなく、こうして検証された仮説をモデル化することにおいて提起できる、様々な問題に対しての良いデータが得られた。ではこれより、この仮説を土台に効果的な海外進出戦略モデルを作る。

4.2 日本の大手出版社との提携を通じた戦略モデル

韓国マンガ市場への編集プロデュースシステムの導入が、韓国マンガの質的向上と海外進出の手助けになるという仮説が検証されたと言っても、それが実際に市場で効果を発揮できる構造を作れなければ、この研究の価値は半減する。従って、先の市場分析と専門家のインタビューなどを元に、実現可能でかつその効果を最大限に引き出せるモデルを作ることにする。

モデル作りにおいて最も基本的なことは、モデルの構成要素を構築することである。そして、それが実際の市場でその役割を果たそうとした際、それを存続することの出来る費用の問題も考慮しなければならない。まず、基本的な構成要素から整理する。

本論文では日本式のシステムを、韓国にそのまま適用させようとした前例と違い、編集プロデュースシステムを持った日本の出版社と、韓国の作家の結合を通じたモデルを構築する。この構成は韓国マンガの実力不足というよりも、韓国のマンガが海外市場への進出に大きな比重を占めていないことが、システム面に原因があることを証明している。

また、日本の編集プロデュースシステムを借用するのではなく、それ自体を活用しようとするのは、過去に行われたシステム導入の失敗原因が、有能な編集者の人材が構築できていない状態で日本のシステムを借用し、実際に編集者の役割をまともに果たせなかったからである。従って、本論文のモデル構築においては、新しいシステムを作るというよりも、現在のシステムを活用し、日本の専門編集者との作業を進めることで、このシステムが編集者の人材だけが補充されれば韓国でも適応できることを証明する。

ここでの基本的な戦略モデルの必須構成要素は、マンガ家・ストーリー作家・作画家を全て含めた韓国作家と、編集プロデュースシステムを持っている日本の出版社である。そしてここに韓国と日本という言葉の距離問題を解決し、作家と編集者が創作だけに没頭できる、全体的なプロデュース過程の進行と、その過程で発生する問題を解決するエージェンシーが加わる。だが、この過程で発生する費用をエージェンシーが負うには、その負担が大きすぎる。従って、エージェンシー以外にこのプロジェクトを支援してくれる後援者が必要になる。そして、その後援者は、このプロジェクトが初めて試される事業であることから、経済的側面よりもその試み自体の価値を理解し、後援できなければならない。

幸い、それらは現在、韓国で活発に行われているマンガ進行事業と一致する。文化体育観光部の資料によると、現在行われている‘2次マンガ産業中長期経計画(2009~2013)の予算は約1425億ウォンで、この中で我々のモデルと関連付けられる海外市場進出支援の予算は51億2千万ウォン、1年で約10億ウォンである⁸⁹⁾。つまり、モデルの信憑性と実現可能性さえあれば、このような国家の支援を得ることができる。従って本モデルではマンガ産業の振興を目的として作られた、韓国漫画映像振興院を後援者として選定する。そして、この国家支援の活用はこれを通じて作られたモデルが実際の海外に韓国マンガを輸出しヒットさせる事例が作れた場合、長期的に続く可能性があるという点でさらに適合できる。ここではそんな構成要素を図式化し、各々の役割とプロジェクトの進行方法について整理する。

89 文化体育観光部『만화산업진흥 중장기계획(2009~2013) (マンガ産業振興中長期計画)』p. 86~88, 2008 参照

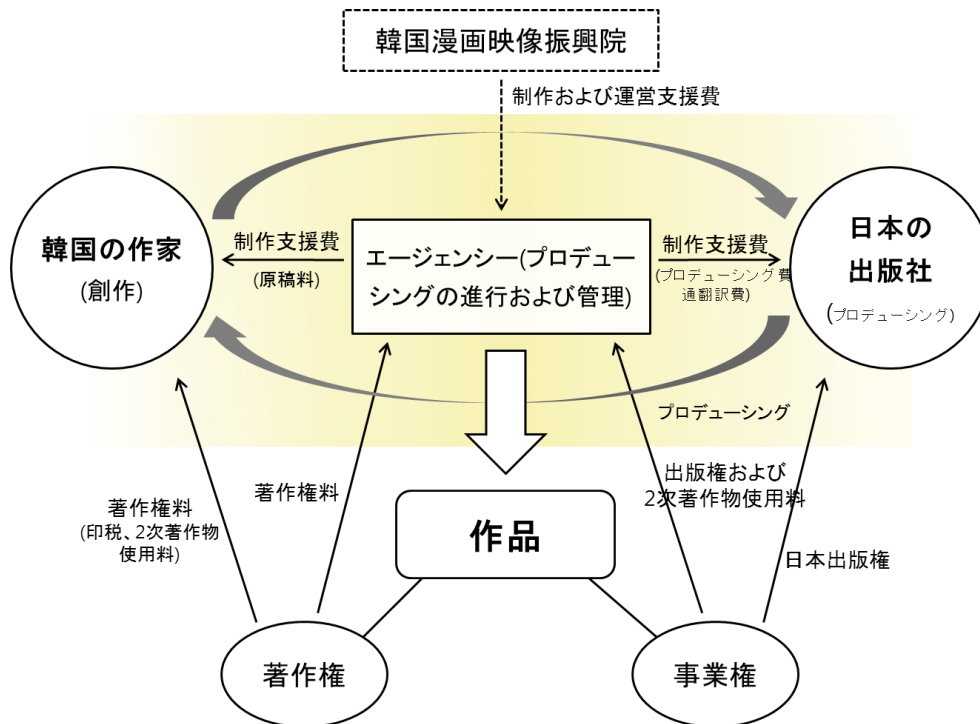


図4.3 海外進出戦略モデル

まず韓国漫画映像振興院の支援を受けたエージェンシーを中心に、プロジェクトのための韓国作家の選定と日本の出版社との協力を行う。韓国作家と日本の出版社は、エージェンシーから原稿料とプロデュース費、翻訳費などの政策支援費を受け、プロデュース作業を進める。こうして出来た作品の著作権と事業権は、著作権の場合、韓国作家とエージェンシーが持ち、事業権の場合は日本の出版権は日本の出版社へ、その他の出版権と二次著作物使用料はエージェンシーが持つことになる。このモデルを基に、各構成要素が相互作用することで得られる各利益は以下である。

まず日本の出版社の最も大きな利益は、日本内の出版権であるため、海外版権を放棄する代わりに、国内マンガ制作に掛かる初期費用が軽減できる。勿論そのためには韓国のエージェンシーから得るプロデュース費や、軽減した原稿料、日本側では放棄する海外版権料とある程度釣り合わなければならない。しかし、そうなると韓国のエージェンシーは、マンガ制作において初期に負担する費用が、既存のものよりもずっと大きくなってしまふ。だが、エージェンシーは韓国漫画映像振興院の支援によって、この部分の費用を減らすことができ、そうすることで韓国作家の作品を製作段階から、日本市場に進出できる流通が確保できる。日本のプロデュースシステムを利用し作家達の版権を守りつつ、韓国のマンガを日本と世界市場に進出することが可能になるのである。そして、このシステムは韓国の作家も初期段階から日本の大手出版社のプロデューサーと共同作業ができるのと同時に、日本の市場に作品を発表する機会を得られるという点で意味がある。日本を除いた版権が全て韓国にあり、これを韓国漫画映像振興院が支援したため、‘韓国マンガ家が日本マンガを描いている’という否定的な評価を受け

る憂慮も低いと推測される。ただし、この長所を得るためには、収益の一部をエージェンシーと分配しなければならないという短所がある。だが、上記の長所が作家に与える利益を分配を相反できるほどの利点があるため、容認できるのではないかと考える。

第5章 戦略モデルを活用したプロジェクトの実行及び評価

この章では、戦略モデルを活用したプロジェクトの実際の進行状況とその評価について整理し、プロジェクトの成果と今後の課題について論じる。

5.1 戦略モデルを活用したプロジェクトの進行過程

表5.1 プロジェクトの事前準備

日付	年	2009年		2010年		
	月	9～12月	1～2月	3月	5月	6月
日程		資料調査	事業計画書作成	事業提案	振興院契約	グローバルプロデューサーの参加確定 (7日)
						講談社の協力確定 (11日)
		専門家インタビュー			プロジェクト計画の修正(29日)	

5.1.1 プロジェクトの準備

本プロジェクトに対する議論は、韓国のマンガ業界に新しい海外進出戦略を立てることを目標に2009年9月にスタートした。韓国と日本の市場で通用する作品を完成させることに、その目標を置いている。準備を進めるために、まず韓国と海外のマンガ産業の比較分析する過程が必要であった。そのため、4ヶ月間に渡り関連資料を集め、これを土台に韓国と日本のマンガ業界の製作環境と、編集プロデュースシステムの有効性とその必要性に対する調査に着手した。また、これらを考察する方法として、約6ヶ月に渡りマンガの専門家にインタビューを行った。

インタビューで多くの日韓専門家たちは、プロデュースシステムが必要であるという見解を述べた。これを通して‘編集プロデュースシステムのない韓国マンガ界で日本と同じ形式の編集プロデュースシステムを導入することができれば、大きな効果を得られる’という暫定的な結論を導き出すことができた。そしてこれを実体化するための仮説を立て、2010年2月4日慶應義塾大学メディアデザイン学科の指導教授の承認の下で、論文化に向けてのプロジェクトが正式に実施された。

公募展という形で進行された本プロジェクトは、作品を審査し後に授賞する一般の公募展とは異なり、編集プロデュースシステムの有効性を証明するためにデザインされた。そのため、すでに完成された作品ではなく、ポートフォリオと原作のシノプシス、ネームなどの初期段階の作品を募集し、作品完成までのプロデューサーとの協力の可能性や今後の海外進出可能性の可否を審査の基準にした。プロジェクトの進行改定を図式化すると以下の通りである。

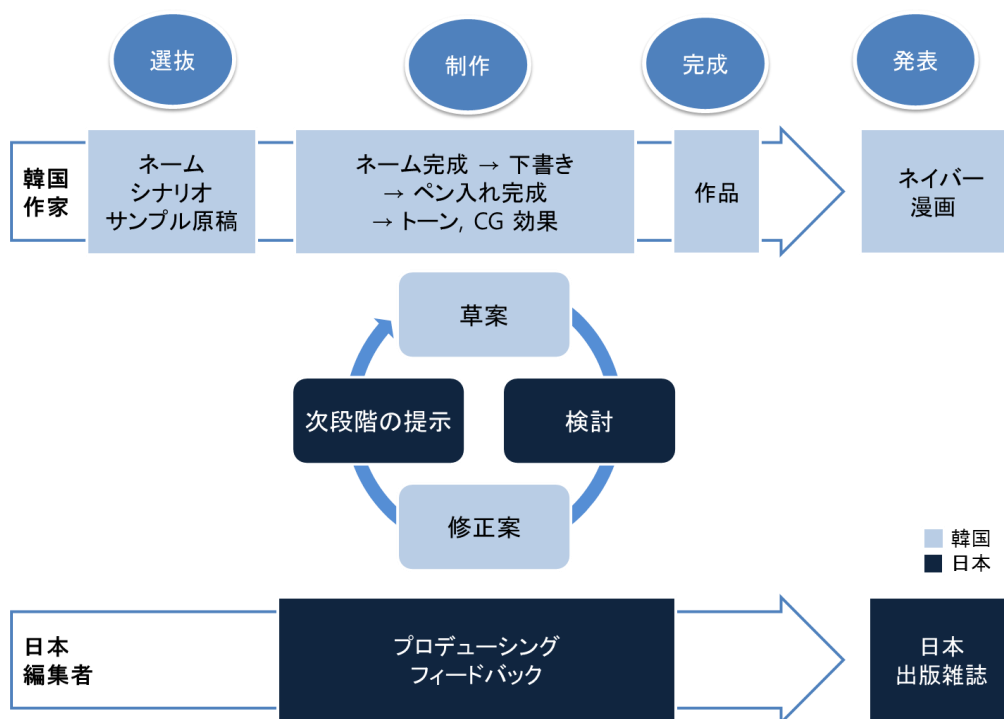


図5.1 プロジェクトの形態

本プロジェクトのための6ヶ月間の準備の末、プロジェクト事業計画を完成、2010年3月に韓国マンガ映像進行院に提案した。その後、2ヶ月間に渡る運営委員会との会議の末、韓国漫画映像振興院との共同主催が決まった。そしてプロジェクトの進行および翻訳と通訳などのエージェンシーは、韓国漫画映像振興院の支援の下、Ylabが担当することになった。

5.1.2 参加プロデューサーのキャスティング及び出版社との協力決定

プロジェクトの仮説をより客観的に立証するため、現場で活躍しているプロデューサーのキャスティングが必要であった。日本では長崎尚志、樹林伸、三河かおりが、韓国では漫画家のイヒョンセ、ウォン・スヨン、カン・プル、映画監督のボン・ジュンホ、映画プロデューサーのチャ・スンジェの各氏が提案に応じてくれた。彼らは韓国と日本のエンターテインメント業界で名の知れた専門家で、日韓の漫画界の発展という大義に同意し、協力を約束した。

2010年5月には本プロジェクトに決定的なアイデアをくれたプロデューサーの長崎尚志氏が、

プロジェクトをより円滑に進めるためには、大手出版社で働いているベテラン編集者の協力が必要であると提案してきた。多様なマンガ雑誌の専門家の協力を得ることで、作家の隠れた才能をより多く見つけることができるという理由だった。6月11日、長崎氏の仲介で韓国漫画映像振興院長が日本の講談社を訪問し、講談社の第7編集局の漫画局長である古川公平さんに協力を要請した。その結果、6月24日、講談社の漫画編集局の国際部から本プロジェクトの協力を承認するという連絡を受け、日韓漫画プロジェクトは本格的に動き始めた。

5.1.3 プロジェクトの計画と修正

日本の編集プロデューサーと講談社の編集者が参加してから、プロジェクトはより現実的で建設的な方向へ修正されていった。会議ではこのプロジェクトで誕生する作品の掲載の問題と、著作権の分配の問題などが論議された。韓国漫画映像振興院から提示された1年間のプロジェクト期間は、現実的に見て短すぎるという問題点も提起された。大手出版市場で一人の新人が作品を掲載するまでかかる時間は、平均して2～3年というのが一般的だが、本プロジェクトで選ばれた作家たちに与えられた時間は3ヶ月にすぎなかった。よってプロデューサーたちの意見を受け入れ、作品の制作期間を延長し、プロジェクトの全体の時期は1年半に設定した。以下の表がプロデュース前の進行過程である。

5.2 プロジェクトの進行過程

表5.2 プロジェクトの進行過程

日時	年	2010年				
	月	7月	8月	9月	10月	11月
日程	事業告知 (1日)	ネイバー と務協約 の締結 (8日)	1次書類審査 (1日)	4次 特別審査 (Takeshi Nagasaki) -電話面接 (19日)	5次 最終 審査 (4日)	
	広告の制 作 (7日)		書類審査発表 (10日)			
			2次面接審査(1) ストーリー(15日)			
			2次面接審査(2) マンガ・作画 / グローバルプロデューサーBICOF コンファレンス			
		3次講談社編集部での審査及び ビデオ開通		最終 選抜者 の発表 (16日)		

5.2.1 事業広告

本プロジェクトは7月1日、韓国漫画振興院のホームページと韓国のポータルサイトでNAVERの‘NAVER WEBTOON’に広告された。プロジェクトの志願資格は、プロデュース過程に参加可能な者で、経歴は問わなかった。なお、以下は公募展のポスターである。



図5.2 ポスター及び広告ポスター前

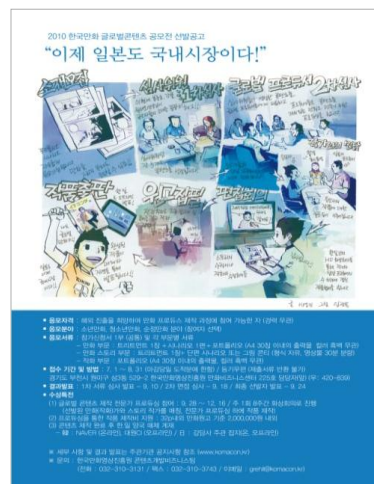


図5.3 広告ポスター裏

本プロジェクトの最大の特徴は、才能のある作家を発掘し、現役で活躍している専門のプロデューサーと一緒に作品を作ることである。これはより専門的な視点から作品を制作できるので、新人作家はもちろん、既成作家もよりレベルの高い作品を作り上げるができる。この長所が認められ、短い公告期間にも関わらず、多数の応募作が出品された。

번호	제목	날짜	조회
662	일부 만화 중지 - 7/21	10/07/15	12013
661	2010 한국만화 글로벌코믹스 공모전 선발전공고	10/07/12	80285
660	웹툰 <살인자> 난감 > 등급 변경 공지	10/07/12	11317
659	일부 만화 중지 - 7/12	10/07/06	10266
658	7/5 웹툰 <덴마> 연재 지연 안내	10/07/05	2206

図5.4 NAVER WEBTOONクリック数

번호	제목	작성일	조회
9	2010 글로벌코믹스타 프로젝트 참여자 선발 공고	2010.07.04	7810
8	홍보보서 제작용역 입찰 심사 결과	2010.03.08	1442
7	[수정]경기도 민화-애니메이션 제작지원 사업 공고	2010.03.05	2879
6	2009 고간민화복간 출판물 제작/판매 용역 입찰 공고	2009.12.15	1557
5	한국만화영상진흥원 교민후지료 구입공고	2009.11.03	1575
4	제5회 부천다화스토리공모전 & yahoo carbon award	2009.10.23	2534

図5.5 韓国漫画映像振興院クリック数

プロジェクトの公告はNAVERウェブトゥーンの年間告知の中で、図5.4の通り3番目のクリック数を記録し、図5.5の通り韓国漫画映像振興院ホームページの告知の中では最多のクリック数を記録した。

5.2.2 応募作 一～二次審査

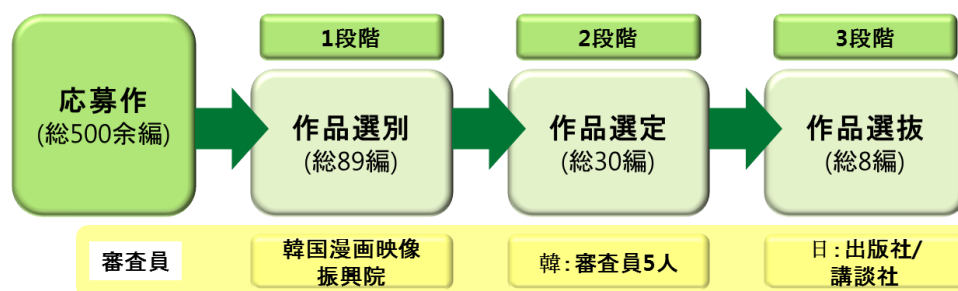


図5.6 一次審査進行過程

9月1日、公募展に募集された作品の素材審査が実施された。作品選抜までの流れは図5.6である。一次応募作は約500作余りで、まず一次的に韓国漫画映像振興院の審査委員たちが、形式に合った作品89本を選別した。そして、韓国漫画振興院の会議室で行われた9時間に渡る審査の末、韓国マンガ界と映画界で活躍している5人の審査委員によって合計30本の作品が選定された。30本の作品は日本語に翻訳され、本プロジェクトの編集プロデュースチームがある日本の講談社に送られた。その後2回の選考会議を経て、8つの作品と11名の作家が選ばれた。審査委員とプロデューサーの感想は概ね一致した。韓国側の審査委員は‘面白くて多様な素材が多い’という意見を示し、日本側のプロデューサーは‘韓国漫画市場の規模に比べ、才能のある作家が多い’という見解を述べた。

9月15日と16日の二日に渡って2次審査が行われた。当日の審査員は‘金田一少年の事件簿’の原作兼プロデューサーである樹林伸氏と、のだめカンタービレのプロデューサーである三河かおり氏が参加した。2次審査は応募者たちとプロデューサーが直接会い、作品とプロデュースシステムに対する質疑応答が行われたが、これは当落を決定する席ではなかった。また16日には、‘グローバルプロデューサーBICOF⁹⁰コンファレンス’が開催された。このコンファレンスでは、樹林伸氏によるマンガ編集プロデュースシステムに関する講演会も開かれた。

本プロジェクトの最大課題は、公募展で選抜された韓国の作家たちと日本のプロデューサーたちのコミュニケーションだった。円滑なプロデュースングのためには、定期的な会議が必要だが、事実上、日本のプロデューサーたちは現役で働いているため、韓国への頻繁な出張は不可能な状況だった。また費用と効率性の側面から見ても、打ち合わせの度に作家を日本に送ることは難しいことであった。

90 BICOF : 韓国漫画映像振興院主催、国際漫画家大会&富川国際漫画祭2010 (Bucheon International Comics Festival)。

5.2.3 ビデオ会議システムの構築及び三～五次審査

上記のコミュニケーションの問題を解決するために、コンピューターを利用した画像会議システムが提案されたが、講談社のネットワークセキュリティの問題と、コンピューターのプログラミングの設定が難解であることなどの難関にぶつかった。結局この問題を解決するために、プロジェクトの主催機関のひとつである慶應義塾大学大学院のメディアデザイン学科から支援を受け、HD画像会議システムであるタンバーク(Tandberg⁹¹)が投入された。タンバークの導入で韓国漫画映像振興院の会議室と講談社の会議室を高画像の映像と音声で繋げることが可能になった。

9月24日タンバークを利用したビデオ会議の開通式が開かれた。これは韓国の作家と日本のプロデューサーが長距離移動せずに、顔を合わせ会話をすることができるという点から重要である。同日、プロジェクトに参加したプロデューサー達が、応募書類が不十分であるという理由で書類の再提出を要請した。10月19日、長崎尚志氏がストーリー部門の応募者の中、チョン・ユンソプ、イ・ヨンスと直接話をして担当可否を決めたいと要請してきた。そして該当応募者達と電話面接を行い、シナリオを追加で提出してもらった。11月4日、講談社と振興院をビデオ会議システムで接続し最終審査を行った。本審査の審査委員は日本のプロデューサーである長崎氏、樹林氏、三河氏、吉田氏、北本氏、図師氏が参加した。そして11月16日、グローバルコミックスタープロジェクトの最終選抜者が発表された。

5.3 プロジェクトのプロデュースング過程と細部内容

5.3.1 会議進行の方法

11月22日、韓国の作家達と日本の編集プロデューサーたちの作品会議がスタートした。最終選抜された「キルタル伝」と「社会科学探求領域」は、担当プロデューサーの長崎氏の要請によりプロデュースングの内容を短編の作品完成ではない、シナリオ作法の指導へと方向性が変更されることになった。そのため、ビデオ会議ではなく、メールを通してのプロデュースングが行われた。両作品を除くほかの作品は、メールだけではなく、ビデオを通してプロデュースングの作業を進めた。会議の日程は各プロデューサーと作家がメールやビデオを通して決めたが、それぞれのスケジュールのため日程は不定期であった。各作家とプロデューサーの日本での会議は、講談社の雑誌「モーニング」の会議室で行われた。韓国の場合、12月3日にエージェンシ

91 フィンランドTandberg社のEdge95 MPX使用。

ーを担当したY1labが新しい事務所に移転することにより、それまで韓国漫画映像振興院で行われていたビデオ会議はY1labで、別のビデオ会議システムであるPolycomを用いて行われることになった。



図5.7 ビデオ会議の待機画面



図5.8 ビデオ会議の進行画面(1)

Y1labのネットワークは固定IPアドレスの割り当てを受けていなかったため、会議を始める前に電話をかけて相手のIPアドレスを確認しなければならない。図5.7はビデオ会議システムの待機画面であり、図5.8に会議中の様子を示す。図5.8の中央の大きい画面は相手に写される画面であり、右側の下にある小さな画面がこちら側の画面である。一つの作品にかかるビデオ会議時間は通常1～2時間である。

また、正確な言語伝達のために、二人の通訳が導入された。韓国語は日本人の通訳が、日本語は韓国人の通訳が行った。これまで約4ヶ月間、日本のプロデューサー5人と韓国の作家11人は、積極的にこのシステムを活用した。会議の回数はこれまで総37回である。

5.3.2 プロデュースングの内容

エージェンシーを担当しているY1labで翻訳と通訳が進められた。全体的な流れとしては、作家が描いたネームをY1labが受け取って翻訳をした後、日本のプロデューサーに発送する。そしてプロデューサーに検討してもらい、それをまた翻訳して作家に伝達をする方法を取った。作家とプロデューサーは平均して1ヶ月に1回、ビデオ会議システムを通して会議を行った。

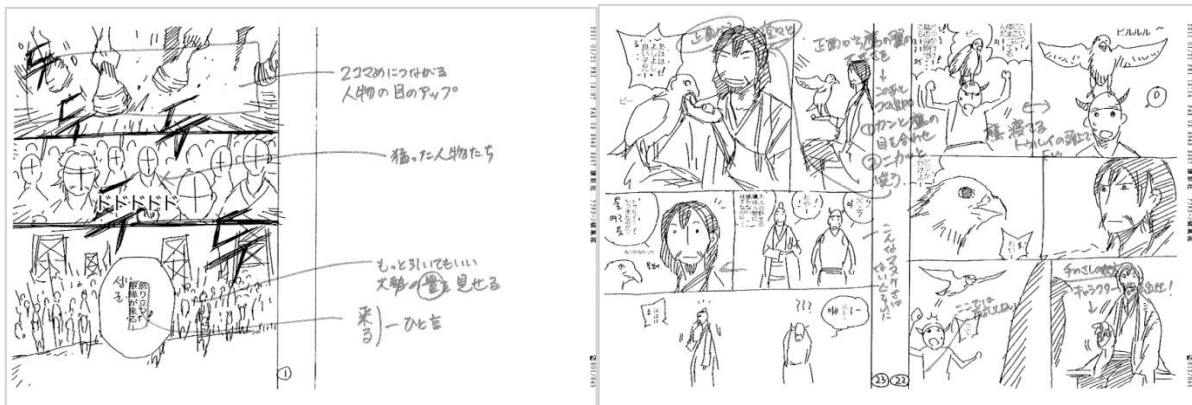


図5.9 ネームの添削指導 (JEBE: ムン・チフン-吉田)

図5.9は作家ムン・チフンの‘JEBE’のネームの一部である。ここにプロデューサーの吉田昌平氏の添削内容が書かれてある。

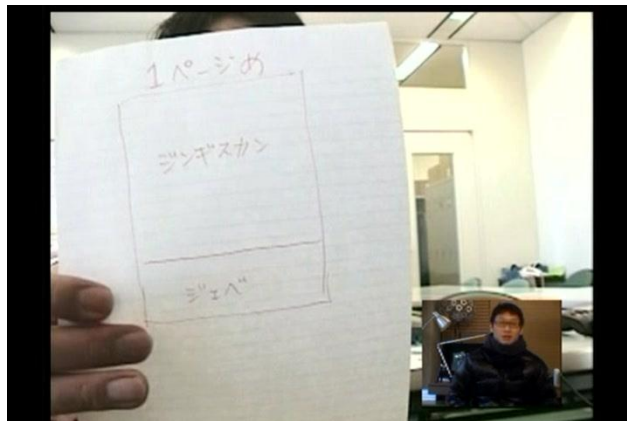


図5.10 ビデオ会議の進行場面(2)

ビデオ会議の主な内容は、斬新な素材とキャラクターを作り上げるためのストーリー構成とネームの修正である。そして今後作品の方向性について、作家とプロデューサーが意見を交換することで会議を終了する。ビデオ会議を通して行った4ヶ月間の作品会議の内容は、資料整理して別添⁹²する。



図5.11 削指導後、ネームの変化 (Kiss me: パク・ミスカー-図師)

92 <添付資料1> 作品別プロデューシング進行状況

メールとビデオで行われたプロデューサーの添削指導は、ネームに変化をもたらした。これは図5.11の通りである。

一方、5.3.1に明記したように日本のプロデューサーの長崎氏は、プロデュースの最終目標を作品の完成ではなくシナリオ作法の指導に変更したため、長崎氏の担当作家二人はメールのやり取りを通して指導を受けた。

5.3.3 現在までのプロジェクトの進行結果

12月27日に韓国漫画映像振興院の行政上の理由で予算執行が終結し、本プロジェクトの公式的なスケジュールは終了した。しかし、ビデオ会議を通しての作品の製作はまだ活発に行われており、雑誌の掲載まで半年もかからないと予想される。

シナリオ作法だけではなく、作画のトレーニングの指導を受けた6つの作品の中、‘Punks n ot dead’は「モーニングWeb」に掲載されることが2011年1月27日に決定した。本プロジェクトから韓国の新人作家が日本漫画界に進出した一番目の事例が確定したのである。その他、‘Kis s me’と‘過去を変えよう’は現在ペン入れの段階であり、‘インプラントの犬’は下書きを進めているところである。‘デタラメ話ーりんご’の編は2～3週間後にはネーム作業が完了する予定だ。‘JEBE’の作家であるムン・チフン氏の場合は、日本のプロデューサーの樹林氏と吉田氏から良い評価を受け、クオリティをより高めるために慎重にネーム作業を進めている。

一般的に作家とプロデューサーが出会って作品を制作する場合、プロの作家でも雑誌の掲載の可否は市場原理により決定される。まだ打ち合わせの段階でプロジェクトは終了したが、プロジェクトで選ばれた作品の一部に対して雑誌の掲載が決定されたことから本論分で提示した仮説、即ちマンガ制作にあたってプロデュースが本質的に重要であるということは、客観的に肯定できるのではないかと考えられる。

2011年1月21日から27日まで、プロジェクト参加者の中、総16人を対象にアンケートを実施した。アンケートの内容は主に国家の違いから起こる問題と、プロジェクトのプロデュースシステムに関する問題である。これに関しては次の項で検討する。

5.4 参加者のアンケートを通じたプロジェクト評価

本アンケート⁹³はプロジェクトに対する評価のため、本プロジェクトに参加した日本のプロデューサー5人と韓国の新人作家11人を対象に2010年1月21日から27日まで実施した。調査項目は、日本のプロデューサーが14、韓国の新人作家が15に分類され、調査は対面調査及び電話・メールを平行して実施した。

5.4.1 日本のプロデューサーのプロフィール

日本のプロデューサーは男性が5名中2名、女性が3名であり、年齢別では20代が1名、30代が1名、40代が2名、50代が1名、活動経験別では5年以上10年未満が1名、10年以上15年未満が1名、15年以上が3名であった。

表5.3 日本のプロデューサーの状況⁹⁴

		人数
性別	男	2
	女	3
年齢	10代	0
	20代	1
	30代	1
	40代	2
	50代	1
活動経験	3年未満	0
	3年以上5年未満	0
	5年以上10年未満	1
	10年以上15年未満	1
	15年以上	3

5.4.2 日本のプロデューサーの回答の分析

「現在担当されている韓国人作家(コンビ)の長所」

作品の修正に対してアドバイスをした時、自分の意図をちゃんと理解して修正する、作品に対する自分の意見をはっきり主張し、能動的に打ち合わせに参加する、その他の意見は似たような比率であり、時間や約束を守るなど、プロ意識が優れているが続いて韓国人作家(コンビ)の長所に対する意見は、見た所ほとんど同じであるとわかった。

93 本アンケートの目的はプロジェクト参加者の直接的な意見を聞くもので、主観式で記述するその他の回答を可能な限り原文通りに添付した。それに伴い、回答の解読のために各回答の前にアルファベットを任意で付け足したことを明かしておく。

94 以下のアンケート回答の表で回答が無かった項目は削除した。アンケートの全文は <参考資料2> アンケート用紙(日本人編集者) <添付資料3> アンケート用紙(韓国人作家)に添付する。

表5.4 日本のプロデューサーの回答 1

		人数
現在担当されている韓国人作家（コンビ）の長所	締め切りや約束を守るなど、プロ意識がしっかりしている	2
	作品の修正に関するアドバイスをした時自分の意図をちゃんと理解する	3
	作品に対する自分の意見をはっきり主張し、積極的な態度を見せる	3
	その他	3

その他

- B. 「b」「c」に関して→けっしてできていないわけではないが、意図が理解できているかは作品完成時に判断したい。また、積極性はじゅうぶんに感じているが、いまだ遠慮のようなものは見られると思う。これは緊張感も同時に感じていると思うので仕方がないかな。
- C. 作品の内容や絵柄など、いいところを伝えると本当に素直に喜んでくれて、やり甲斐を感じました。非常に真摯に作品に取り組んでいるのが伝わりました。
- E. 何も知らないので素直。学ぶ意欲がある。

「現在担当されている韓国人作家（コンビ）の短所」

編集者全員が提示した内容以外にその他の意見を主張した。そして、その内容のほとんどは、特に短所はないと答え、自分の力で努力する必要があるという意見もあった。

表5.5 日本のプロデューサーの回答 2

		人数
現在担当されている韓国人作家（コンビ）の短所	その他	5

その他

- A. 短所はこれといってないのですが、作品創りの技術面では、まだ未熟な部分がありました。
- B. 今のところは感じられません。
- E. 何もかも教えてもらえると、頼り切りの点。もっと自己の切磋琢磨が必要では？

「現在担当されている韓国人作家（コンビ）の作品の強み」

作品のネタが独特で斬新であるが、他人とは異なる優れた画力が高く、密度あるストーリーの構成がその後続いた。その他の意見多く、ほとんどの意見が独自性と新鮮さに対してであった。

表5.6 日本のプロデューサーの回答 3

		人数
現在担当されている韓国人作家（コンビ）の作品の強み	作品のネタが独特で斬新である	2
	ストーリーを緻密に構成する	1
	他人とは異なる優れた画力を持っている	2
	その他	4

その他

- B. キャラクターの強さ。人物の「内面」を描こうとしているところ。
- C. 粘り強さ。セリフの面白さ。キャラクター造形の新鮮さ。日本人の作家には出てこないセリフなどに、ハッとさせられた。
- D. キャラクターの絵の線にオリジナリティーがある。
- E. 漫画について知らないためなのだろうが、作品の方向性が新鮮。

「日本人作家と韓国人作家との違い」

編集者全てから提示した内容以外にその他の意見が出た。その他の意見として、プロデュースシステムにまだ慣れていない部分を指摘する意見と、日本の作家よりも正直であるという意見、作品の世界観の違い、マンガの知識の違いという意見があった。

表5.7 日本のプロデューサーの回答 4

		人数
日本人作家と韓国人作家との違い	その他	5

その他

- A. まだプロデュースを受けることに慣れてないせいだと思いますが、同じくらいのキャリアがある日本の漫画家さんだと、打ち合わせの時点で、浮かんだイメージを何通りも示してくれます。そこからこちらも可能性を広げていくことができるので、結果深い段階まで掘り下げることができます。その打ち合わせでの掘り下げが、少し足りないような気もしました。
- B. 今のところは特に感じていませんが、韓国の作家さんのほうがより素直な感じがあります。また、その熱意についても日本よりも強いかもしれません。ただ、これは新人ということもありますし、また日本とは漫画制作の環境が異なる点もあるかと思います。日本では漫画がビジネスとして成立している部分が大きく、また生活の中にじゅうぶん溶け込んでいます。そういったところでの日本人の作家のほうが慣れているゆえに緊張感がないというところに要因があるのでしょうか。
- C. 私の意見を聞いてくれて、でもその意見に対してわからないことや、ちがう意見がある時に、とても建設的に自分の考えを述べることで感心した。日本の作家とちがって、まだまだ「これは自分の作品だ」という意識がしっかりとあるので、その気持ちは大事にしてほし

い。編集者のアイデア待ち…みたいな作家にならないように、編集者の意見は素直に聞きつつも、自分の書きたい

ことをなくさない作家さんでいてほしいです。

D. 作品の世界観が違う。

E. わたしの見た韓国の新人は漫画に関する知識がないが、可能性はほぼ同じようなもの。才能はある。あとは本人の努力次第。

「今までご覧になった韓国漫画の強み」

独特な作家性または多様な素材がと共に、その他の意見に分かれた。その他の意見では、一概に言えない、解かり易いストーリーとキャラクター、ジャンル選択などがあつた。

表5.8 日本のプロデューサーの回答 5

		人数
今までご覧になった 韓国漫画の強み	独特な作家性または多様な素材	3
	その他	3

その他

B. 質問の「5」「6」ともに、作家によって一長一短あり、です。一概には答えられないと思っています。また、日本の漫画についても包括的な評論は未だ登場していないと考えていますので難しいですね。

C. 韓流ドラマの脚本に見られるような、少女漫画の王道な展開をてらいもなく描いてみせる力があると思います。わかりやすい王道路線のストーリー、キャラクターをこのま大切にしてほしいです。

E. 日本の漫画家や原作者が避けて通るようなジャンルを選ぶ点が、逆に強みではないか。

「今までご覧になった韓国漫画の弱み」

粗末なストーリーと構成力、演出力と作画力の不足が選択され、各自その他の意見を挙げた。その他には、構成、ストーリーの構成力、コマ割り、マンガの知識の不足、一概には言えないという様々な意見があつた。

表5.9 日本のプロデューサーの回答 6

		人数
今までご覧になった 韓国漫画の弱み	粗末なストーリーと構成力	1
	演出力と作画力の不足	1
	その他	5

その他

- A. 想像力は豊かで、はっとさせられるアイディアは、非常にレベルが高いのですが、それを納得させるため必要な、巧みで緻密な構成、丁寧な心情の描写などが、簡単に（もしくは省略されている）描かれている傾向がありました。非常に繊細で、頭を悩ませる作業なのですが、それをやりきるための忍耐力、執拗さが、少し不足しているのかもしれませんが。
- B. 質問の5・6の両方とも作家によって一長一短である。まとめて答えられる問題ではないと思う。また、日本についても包括的な評論がまだ出てきていないと思うので、一概には言えない。
- C. 粗末とまでは思いませんが、ストーリーの構成はまだ弱いと思います。国内発表であれば問題はないのかもしれませんが、私には少し暴力的な描写が多い作品が多いような気がしました。作品の雰囲気暗いものが多かったです。殺人ゲームのような話が多かった。奇抜な発想はあると思うので、それをすべて夢落ちみたいな展開にすると、すぐに読者には飽きられると思います。
- D. 日本の漫画とは違うコマ割り。
- E. 漫画の世界で生きて行きたいなら、とにかくもっと日本の漫画を読むことをお勧めします。今は漫画知識のないことが強みだが、2作目以降からは弱みになってしまいます。

「ビデオ会議システムを使用して良かった点」

作家と直接顔を見て細かい話ができる点と、質問・提案などをその場で直ぐに出来る点は編集者全員が良かったと答え、ネームや原稿をお互いに見せ合って打ち合わせができる点についても過半数が肯定的に評価した。

表5.10 日本のプロデューサーの回答 7

		人数
ビデオ会議システムを使用して良かった点	作家と直接顔を見て細かい話ができる点	4
	ネームや原稿をお互いに見せ合って打ち合わせができる点	2
	質問・提案などをその場で直ぐに出来る点	4
	回答無し	1

「ビデオ会議システムを使用して良くなかった点」

必ず機材が設置してある場所に赴かなければならず、前もって場所を予約しないと行けない点は全員の編集者が良くなかったと答え、それ以外にネットワーク・機材などに問題が発生しても個人的に解決出来ない点、ネームや原稿を見せる為にはカメラを操作したり近くに寄らないといけない点が良くなかった。

表5.11 日本のプロデューサーの回答 8

		人数
ビデオ会議システムを使用してみて良くなかった点	必ず機材が設置してある場所に赴かなければならず、前もって場所を予約しないとけない点	4
	ネットワーク・機材などに問題が発生しても個人的に解決出来ない点	1
	ネームや原稿を見せる為にはカメラを操作したり近くに寄らないといけない点	1
	回答無し	1

「この公募展でプロデュースをされながら良かったこと」

面白いマンガを作ることが出来る新しい人材を育てられる点が、日本の作家とは違う、外国人作家の意見と考えなどを聞く事が出来る点が、マンガ先進国として韓国マンガ産業に貢献出来た点が後に続いた。その他の意見では、外国人作家との作用自体が貴重な経験だったというものがあった。

表5.12 日本のプロデューサーの回答 9

		人数
この公募展でプロデュースをされながら良かったこと	面白いマンガを作ることが出来る新しい人材を育てられる点	4
	日本の作家とは違う、外国人作家の意見と考えなどを聞く事が出来る点	4
	マンガ先進国として韓国マンガ産業に貢献出来た点	3
	その他	1

その他

C. 外国の漫画家さんと作品と一緒に作れたのは、何より貴重な体験でした。

「この公募展でプロデュースをされながら大変だったこと」

言葉、文化的な違いによるコミュニケーションの問題。当初予想していたものよりも過程が長く手間が掛かる点、作品の方向性にあまり満足いかない点が同じような比率になり、その他の意見としてビデオ、通訳などを挟んだコミュニケーションの方法によって作家感じる負担についての憂慮と制作期間が短かったという点が指摘された。

表5.13 日本のプロデューサーの回答 10

		人数
この公募展でプロデューシングをされながら、大変だったことは	言葉、文化的な違いによるコミュニケーションの問題	1
	当初予想していたものよりも過程が長く手間が掛かる点	1
	作品の方向性にあまり満足いかない点	1
	その他	3

その他

- A. ビデオの前に座ると、ちょっと緊張してしまいました。丁寧に通訳していただいたので、コミュニケーションに問題を感じたりはしなかったのですが、雑談を交えながら、一気に盛り上がりて行く（日本の漫画家さんとの）打ち合わせよりも、固くなってしまったかと思いません。
- B. 以前、ヨーロッパの作家と日本的な漫画を作成した経験もあるので、さしてストレスを感じることはありません。あえて挙げるなら、やはり翻訳を通すので、時間がかかってしまい、作家側の負担（緊張など）が大丈夫かな、と心配というくらいかな。
- D. 制作に当てられる時間が短時間だったこと。

「この公募展の運営について良かった点」

編集者全員が外国人の新人作家と会って仕事ができ点が良かったと挙げ、ビデオ会議システムを使った点、新しい作品制作システムの導入に手助け出来た点などが後に続いた。

表5.14 日本のプロデューサーの回答 11

		人数
この公募展の運営について良かった点	外国人の新人作家と会って仕事ができ点	5
	ビデオ会議システムを使った点	3
	新しい作品制作システムの導入に手助け出来た点	2

「この公募展の運営について残念だった点」

ほとんどの編集者が公募展の進行と方向に対する事前説明が不足していた点を指摘し、通訳を挟んだコミュニケーションが迅速・正確でなかった点にもある程度落ち度が指摘された。その他では、始めの頃の進行や選抜資料の不足、打ち合わせのスケジュール及び公募展の運営全般に対する意見があった。

表5.15 日本のプロデューサーの回答 12

		人数
この公募展の運営について残念だった点	公募展の進行と方向に対する事前説明が不足していた点	4
	通翻訳を挟んだコミュニケーションが迅速、正確でなかった点	1
	その他	3

その他

- A. なかなか打ち合わせのスケジュールを合わせる事ができず、長引いてしまったこと。仕方ないことですが、いつでも気軽に使用できる場所にビデオがあれば、もうちょっと迅速に対応できたのではなかったかと思います。
- B. 「a」の補足ですが、最初の作家・作品選考の際に、資料が不十分だった点でしょうか。
- D. 最初の所だけ。初めて行うプロジェクトだったから
- E. 漫画の作り方、制作時間、打ち合わせ方法など、韓国の主催者側はもちろん、韓国漫画関係者も知らなすぎた点は残念。

「韓国の作家達が日本を始めとして世界のマンガ市場で成功する為には何が必要か」

作品をもっと面白くすることの出来る人力またはシステムが、マンガ産業の関係者の人的・物的サポートが高く、その後に面白いストーリーと適切な作画など作品性が需要だという意見が挙げられた。その他の意見では内容の全てが必要だと意見と、アドバイスを受け入れる姿勢、オリジナルの世界観、マンガの勉強などがあつた。

表5.16 日本のプロデューサーの回答 13

		人数
韓国の作家達が日本を始めとして世界のマンガ市場で成功する為には何が必要だと思いますか？	面白いストーリーと適切な作画など作品性	3
	作品をもっと面白くすることの出来る人力またはシステム	4
	マンガ産業の関係者の人的・物的サポート	4
	その他	4

その他

- A. クリエイター達の潜在能力は高いと思います。その可能性をどこへ向けるかを考えて助言できる人材がいれば、日本でも活躍できると確信しています。
- B. すべて、です。（日本でも事情は同様です）まずは、面白い作品ありき、です。その意味では、今回のプロジェクトが作家を増やすことにつながれば意義があつたと思います。また、

日本のみならず世界の漫画・コミックとの人材交流も必要ではないでしょうか。描くことは星の数だけある、または人の数だけドラマがあると考えれば、自然と世界が視野に入ってくるのではないのでしょうか。大本は、読者を増やすために何をするか、ということ＝作品の受け皿への配慮は忘れられがちですが、これも大切だと思います

- C. 全部。画力や世界観のある作家さんがたくさんいたが、どこかイラスト作家とか絵本作家…という感じの作風の方々も多くいた。また、男性作家のすごく絵の上手い方でも、ディズニーのアニメ画のような、アメコミのような作風の方もいた。いわゆる日本のマンガで成功した作品は、そのどれでもない「マンガ」の作風だったからだと思う。日本のマンガの法則がすべてとは思わないが、その日本の絵柄や物語の作り方が、世界にはとても新鮮だった、意外と需要があった…のではと思っています。特に少女漫画の読者は絵柄に厳しい。彼女たちにうける絵柄の模索、研究は必要だと思います。
- D. オリジナルの世界観。日本人に馴染みのあるコマ割り。
- E. 才能はあるが、漫画の勉強が不足している。漫画はなぜ愛され、読まれつづけているかをもっと勉強すべきではないですか。特に日本の漫画を読んでもください。ただしそれはスジためではなく、構成やコマ割りを学ぶためです。その上でストーリー作りのためには、海外の小説等を読むことを勧めます。

[主観式項目] 韓国マンガ・韓国作家・プロデュース過程・公募展などについて自由に記述

- A. 韓国のクリエイター達の可能性を強く感じました。日本でも人気作品を描くまでは、長い時間をかけて、クリエイター達の才能を引き出さなければなりません。今回のプロジェクトでは「今、目指せる最前の形」までしか伸ばすことができず、それが残念です。できれば、何かしらの形で今回担当した方々とは継続して漫画作りをしていきたいです。また、漫画家を描く人材だけではなく、プロデュースをする人材を育てることに協力できれば嬉しいです。韓国ならではの作品を創りあげるためには、韓国で生まれ育った人の感性が必要です。日本の漫画の一部にならず、韓国ブランドを作り上げてこそ、世界でも日本でも通用する作品が生まれるのではないかと思います。
- B. 今回はプロデュースということで関わりましたが、問題はその成果をどうするかです。やはり、作品は読者の目にさらされて、そのうえでの評価によって変わってくるものです。また、日本の編集部では、一人の新人をデビューまで数年かけることもあり、時間をかけて育てます。作家のことも考えると、一過性のプロデュースだけではなく、その後につながるかたちをどうやって作ることができるかが問題だと思いました。
- C. 今回はよく事情がわからないまま参加させていただいて、最初は戸惑うことも多かったです。大変勉強になり、いい経験になりました。ありがとうございます。韓国の作家さんは

才能溢れる方々がたくさんいることがわかり、日本のマンガが負けないように頑張らなくては…と思いました。韓国の作家さんたちを応援する気持ちも、ものすごくありますが、同時に強力なライバルだな…と思う気持ちもあります（笑）文化の交流をやりながら、でも私は一会社員としては、才能ある作家さんがいれば、ぜひ日本の市場で…とも思います。もし、そういうチャンスにつながるのであれば、またぜひ、こういうプロジェクトがあれば参加させていただきたいです。

- D. 最初に考えていたよりも有意義な時間を送れました。ありがとうございました。
- E. こちらのスケジュールより、韓国側のスケジュールが優先され、きわめて不愉快なことが多々ありました。またこちらの話の内容を勝手に誤解し、とんちんかんな解決策をはかり、こまってしまうこともありました。仕事が全体に大雑把でわがままです。ただし、韓国の漫画をなんとかしたいという情熱は買います。

5.4.3 韓国作家のプロフィール

今回参加して頂いた韓国のマンガ家のプロフィールは11人中男性が5名、女性が6名、年齢別では20代が5名、30代が4名、40代が2名、マンガ作品の活動経歴別では、今まで経験無し、つまり新人が6名、3年未満が1名、5年未満が2名、5年以上が2名となっている。

表5.17 韓国作家のプロフィール

		人数
性別	男	5
	女	6
年齢	10代	0
	20代	5
	30代	4
	40代	2
	50代	0
マンガ作品の活動経歴	なし	6
	1年未満	0
	3年未満	1
	5年未満	2
	5年以上	2

5.4.4 韓国作家の回答の分析

「この公募展以前の公式的なマンガ作品の活動経歴」

活動経歴が全くないが最も高く、次に雑誌連載、ウェブトゥーン連載とが他の公募展でのデ

ビュー、ウェブトゥーン・雑誌・公募展などに作品を応募したことはあるが、当選またはデビューが出来なかったがという場合が同じ比率で後に続いた。

表5.18 韓国作家の回答 1

		人数
この公募展の以前公式的なマンガ作品の活動経験	ウェブトゥーン	2
	雑誌	3
	その他公募展当選	2
	ウェブトゥーン、雑誌、公募展などに 作品を応募したことはあるが、当選またはデビューができなかった	1
	作品をこの公募展で初めて応募したため 活動経歴が全くない	4

細部内容

- B. 雑誌-2007年第31回スーパーマンガ大賞(大元シーアイ)のISSUE部門佳作当選、短編2編がISSUE雑誌に記載/ウェブトゥーン-オンライン連載を1年(各種ポータルサイト)(単行本が3巻刊行)、その後も他の作品としてオンライン連載を1年程度した。(トゥーン都市)
- D. その他の公募展-鶴山出版社統合公募展2009
- G. その他の公募展-1997東亜、LG国際マンガ展優秀賞
- I. ウェブトゥーン-Daumマンガの中の世界、‘ドロシーバンド’ 2006年5月～2007年10月、雑誌-ココン ‘ハイド’ 2010年4月～2011年2月

「プロジェクトの打ち合わせに参加する前、作品活動をしながら感じた大変さ」

スランプやストレスなどの執筆危機を一人で克服しなければならないが最も多く、資料調査など、作品制作の準備の時間がかかったり、手間がかかるが、作品に対し直言してくれる人がいないが後に続いた。その他には、市場が小さいので生業のようにしなければ点、個人の能力不足があった。

表5.19 韓国作家の回答 2

		人数
プロジェクトの打ち合わせに参加する前、作品活動をしながら感じた大変さ	資料調査など、作品制作の準備の時間がかかったり、手間がかかる。	2
	スランプやストレスなどの執筆危機を一人で克服しなければならない	6
	作品に対し直言してくれる人がいない	2
	その他	3

その他

- C. マンガに没頭するには市場が小さすぎて、生業のようにしなければならない。
- D. 個人的な能力の不足。

J. 作家と編集者の間に、多くの方達の業務を通過しなければいけないためか、会議の直前まで放置期間があった点。

「作家としての自身の弱点」

時間の管理が出来ずに締め切りに間に合わないという意見が最も多く、構成力、演出力が不足している、作品の素材や表現のアイデアが多少平凡だという意見が続いた。その他の意見では、ストーリーにこだわりすぎてキャラクターを生かしきれないという意見があった。

表5.20 韓国作家の回答 3

		人数
作家としての 自身の弱点	作品の素材や表現のアイデアが多少平凡だ	3
	構成力、演出力が不足している	4
	時間の管理が出来ずに締め切りに間に合わない	6
	その他	2

その他

C. ストーリーにこだわりすぎて、キャラクターを生かせないときがある。

「プロデュースの打ち合わせに参加する前、最も心配だった点」

他の仕事(作品、学業など)をしながら、プロデュースの作業に参加しなければならないという意見が最も多く、プロデューサーにより想像力を制限され、自分の意見とは違う作品になるという憂慮もあった。その他の意見では、海外の出版社や編集者に対する疎遠感が挙げられた。

表5.21 韓国作家の回答 4

		人数
プロデュースの打ち合わせに参加する前、最も心配だった点	他の仕事(作品、学業など)をしながら、プロデュースの作業に参加しなければならない	7
	プロデューサーにより想像力を制限され、自分の意見とは違う作品になる	4
	その他	2

その他

D. 日本の出版社、日本の編集者に対する疎遠感。

「ビデオ会議システムを使用しながら、良かった点」

プロデューサーに直接顔を見て細かい話が出る点が最も多く、質問・提案などをその場で

直ぐに出来る点、ネームや原稿をお互いに見せ合って打ち合わせが出来る点が後に続いた。その他の意見では、ビデオ会議自体よりもプロデューサーにアドバイスを得られたことが良かったという意見があった。

表5.22 韓国作家の回答 5

		人数
ビデオ会議システムを使用しながら、良かった点	プロデューサー 直接顔を見て細かい話が出来る点.	6
	ネームや原稿をお互いに見せ合って打ち合わせが出来る点	3
	質問・提案などをその場で直ぐに出来る点	4
	その他	1

「ビデオ会議システムを使用しながら、良くなかった点」

必ず機材が設置してある場所に赴かなければなら点が最も多く、ネットワーク・機材などに問題が発生しても個人的に解決出来ない点も指摘された。その他の意見では、鮮明度の問題と直接あって緻密に話ができないという点などがあった。

表5.23 韓国作家の回答 6

		人数
ビデオ会議システムを使用しながら、良くなかった点	必ず機材が設置してある場所に赴かなければなら点	7
	ネットワーク・機材などに問題が発生しても個人的に解決出来ない点.	2
	その他	3

その他

B. 映像を通してネームや原稿を見せるとき、ネームが画面上に鮮明度が落ちて、絵がよく見えなかった。そのため、その場ですぐ見ることができず、あらかじめメールで受け取りをしなければいけない点が残念だった。

D. 一緒にお酒が飲めないこと。

「プロデュースの作業中、プロデューサーと意見が相違した場合の対処方法」

一定の部分は受け入れながら意見を言い、折衷案を選んだがほとんどであり、全体的にプロデューサーの意見に従ったという意見もあった。

表5.24 韓国作家の回答 7

		人数
プロデュースングの作業中、プロデューサーと意見が相違した場合の対処方法	全体的に プロデューサーの意見に従った	2
	一定の部分は受け止めながら意見を言い、折衷案を選ぶ	9

「この公募展でプロデュースングの作業をしながら良かった点」

客観的な立場で自分の作品を見た プロデューサーが適切なアドバイスをしてくれた点、日本の現役プロデューサーに多くのノウハウを教わる事が出来た点が最も多く、他の人と共に仕事をしながら作品の執筆に対するモチベーションの向上に対する意見もあった。その他には、このシステム自体が新鮮だという意見と、その過程自体に教わる事が多かったという意見があった。

表5.25 韓国作家の回答 8

		人数
この公募展でプロデュースングの作業をしながら良かった点	客観的な立場で自分の作品を見た プロデューサーが適切なアドバイスをしてくれた点	7
	他の人と共に仕事をしながら作品の執筆に対するモチベーションが向上した点	1
	日本の現役プロデューサーに沢山のノウハウを教わる事が出来た点	6
	その他	2

その他

- E. 多くの人たちと共に仕事をする過程自体が、教わる事が多い。
- H. 以前雑誌社以外の仕事を殆どしたことがなく、今回の仕事は新鮮な経験だ。

「この公募展でプロデュースングの作業をしながら大変だった点」

当時予想していたよりも過程が長く、手間がかかった点が最も高く、言語、文化的な違いによるコミュニケーションの問題、作品の方向性にあまり満足いかない点に対する意見も挙げられた。その他の意見では、打ち合わせの待ち時間が長いという意見と、本人の実力不足などがあった。

表5.26 韓国作家の回答 9

		人数
この公募展でプロデュースングの作業をしながら大変だった点	言語、文化的な違いによるコミュニケーションの問題	1
	当時予想していたよりも過程が長く、手間がかかった点	5
	作品の方向性にあまり満足いかない点	1
	その他	5

その他

- B. 事が着々と進まなく、少し伸びた感じがした。そのため日本の編集長がとても忙しい気がした。自分がネームの修正を4回ほどしたが、ほぼ1ヵ月半以上かかった。修正する期間よりもミーティングの日を待つ期間がもっと長かった気がする。仕事というのは急ぎすぎても駄目だが、伸びすぎても駄目だと思う。
- D. なし。
- E. 本人の実力不足。

「この公募展のプロデュースング過程が本人の弱点を克服するのに役に立ったか」

とても役に立ったと、役に立ったが最も高く、普通という意見もあった。

表5.27 韓国作家の回答 10

		人数
この公募展のプロデュースング過程が本人の弱点を克服するのに役に立ったか	とても役に立った	4
	役に立った	6
	普通だ	1

その他

- H. まだ作画の作業を本格的に始めてないので、はっきりと答えるのが難しい。

「この公募展のプロデュースング過程が作品を更に面白くさせるのに役に立ったか」

全ての作家が、役に立った(とても役に立ったも含む)という意見だった。

表5.28 韓国作家の回答 11

		人数
この公募展のプロデュースング過程が作品を更に面白くさせるのに役に立ったか	とても役に立った	5
	役に立った	6

「この公募展の運営について良かった点」

現役プロデューサーに会い、作業することが出来た点が最も多く、新しい作品制作システムを経験することが出来た点が後に続き、ビデオ会議システムを使えた点についての意見もあった。

表5.29 韓国作家の回答 12

		人数
この公募展の運営について良かった点	現役プロデューサーに会い、作業することが出来た点	8
	ビデオ会議システムを使えた点	1
	新しい作品制作システムを経験することが出来た点	6

「この公募展の運営について残念だった点」

公募展の進行と方向に対する事前説明が不足していた点が最も高く、残念だった点はないという意見が次に多かった。作品制作費など適切に支給されなかった点、通翻訳を挟んだコミュニケーションが迅速、正確でなかった点が後に続き、その他の意見では、今度の進行方向についての正確な提示と、そのためのモチベーションの向上の不足などがあった。

表5.30 韓国作家の回答 13

		人数
この公募展の運営について残念だった点	公募展の進行と方向に対する事前説明が不足していた点	7
	通翻訳を挟んだコミュニケーションが迅速、正確でなかった点	1
	進行費、作品制作費など適切に支給されなかった点	2
	残念だった点はない	3
	その他	2

その他

- B. おそらく公募展に参加された大部分の人達の最大の関心事は“日本デビュー”ではないだろうか？これ以降どうなるのだろうか？このままここで終わるのか？貴重な経験だった。の一言で終わらせるにはあまりにも勿体無く、欲が生まれる。初めてのため公募展の提出方式だとか。結果発表もずっと引き伸ばしになるなど、すれ違いが多かったが、最も大きかったのは今後の方向がどのように展開されるかが明らかではないという事？つまり当選者達の目標をしっかりと掴んでくれればと思う。韓国にはいない“プロデューサーというシステム”の経験に重点を置きたいのか、そうではなく日本デビューさせるのが目的なのか少し曖昧だ。確実なモチベーションが欲しい。今回の公募展当選者達の中から、このプロジェクトで良い見本が出れば、モチベーションが上がり次にまた公募展を開くといってもマンガ家達が積極的に参加すると思う。
- D. このような公募展は、できれば続けて欲しい。日本という夢の市場を一人の力で開拓していくのは不可能だ。このような機会によってマンガ家達は夢見ることができる。

「韓国のマンガが日本をはじめとし、世界市場に進出するのにあたって難しい理由」

適切な出版社や雑誌などに個人的に接近するのが難しいことと、通翻訳などの費用が沢山かかることが最も多く、ストーリー、作画力などの作品性に問題があるためが後に続いた。その他には、小さな内需市場、インフラなどの問題についての意見があった。

表5.31 韓国作家の回答 14

		人数
韓国のマンガが日本をはじめとし、世界市場に進出するのにあたって難しい理由	ストーリー、作画力などの作品性に問題があるため	3
	出版社や雑誌などに個人的に接近するのが難いため	7
	通翻訳などの費用が沢山かかるため	7
	特に難しいことはないと思う	1
	その他	1

その他

- E. ベースがなく規模が小さい国内市場。悪循環の高利。
- H. マンガに関連したシステムだとか、インフラ自体があまりにも貧弱なためだと思う。

【主観式項目】韓国マンガ、日本の編集者(プロデューサー)、プロデュースの過程、公募展などに関し自由に記述

- A. 個人的にこのような公募展が沢山あったら良いと思います。小説、映画、ドラマなどを習う大学の学科や、その他の機関は多いですが、マンガのストーリーに対する学科が不足していることが分かっています。このような機会が増えてマンガがもっと活性化すれば良いと思います。
- B. まず新しい経験だった。韓国の指折の出版社でも仕事をしたことがあるし、エージェンシーを通じても仕事をした経験がある。仕事をしたとき限界を感じたのは、作家があまりにも多くの仕事をしているということだ。ちなみにエージェンシーで仕事をしたときは、フォントやデザイン、マンガのバーナーまで自分が全て関わらなければならなかった。とにかくストレスが溜まった。当然ストーリーやら演出、構成などについて相談したことはない。雑誌で連載をしたことはないが、単行本の連載をしたときも記者が大きく関わらなかった。しかし本を早く出すための焦りを沢山感じた。出版社のルールなのかも知れないが、単行本が出たときページ制限があった。160ページ。少なければもっと良いし、本をもう少し内容豊かにしようとしてサービスカットを入れようとしてもだめだと言われた。その時感じたように“作品”を作ろうというよりは、“貸本屋マンガ”を作るという感じが強く、沢山傷ついた。多分こ

これは自分が新人だったせいかもしれない。しかし私はマンガのための作品を作りたい。貸本屋のマンガでもなく、ドラマや映画のためのマンガでもない、マンガのための作品。日本のプロデューサーの特徴を聞き、あれこれ日本のマンガの講演を聞きながら、一番うらやましかったのはマンガのためのマンガを作るという自負心と、その努力だった。プロデュースしながら一番驚いたのは、マンガで自分が言わんとすることを編集長がよく理解してくれているということだ。またこの作品の面白いポイントも何かあまりにもよく分かっていた。ネームの修正に入ったときも、編集長の意見を多く受け入れた。何故ならその意見がもっと面白く、共感できる部分があったからだ。反駁する私の意見も多く受け入れてくれた。面白くてドキドキした。相手が自分の作品をよく理解してくれているためだ。このままずっとこんな風に一緒に作っていきたいという欲も沸いた。おそらくこのプロデューサーの過程が終われば、とても残念だと思う。このプロデュースがここで終わらず、韓国と日本を繋ぐ丈夫な橋になってくれることを願う。

- C. 今回のプロジェクトで終わるのではなく、日本の編集者との繋がりを続けて作っていき、より多くの韓国のマンガ家達が日本に進出するのに役立てばいいと思う。
- D. マンガは一人では作り上げることが出来ない文化です。皆元気を出してください!私も頑張ります!
- E. 焦って書いたせいで…言いたいことは沢山あるけど、ありがとうという言葉伝えたいです。これからも素晴らしい人材が光を見出すことができる機会が多くあればいいなと思います。
- F. 作品が早く完成されず、集中力が切れること以外は、今回の公募展は本当に斬新でいい機会だと思います。プロデューサーと一緒に作品作りを進められたことを見れば、私個人の絵ではなくチームの一員として責任感が生まれるような気がします。このように交流しながら第一歩を踏み出すということがわくわくします。途中で終わらずに恥ずかしくない作品を完成させられればなあと思います。
- G. プロデュースの過程を通して、マンガ全般について知らなかった事を教わった良いきっかけになりました。公募展の進行過程と方向についての事前説明を、十分にしてくれたらもっとよかったのにと思いました。
- H. コンテンツにあたり、国境というものが殆ど無意味なものになるほどネットワークが発達した今、それをよく活用した斬新な試みだと思います。良い作品を作り出し、今後このようなシステムが安定的に構築されればなあと思います。
- I. やぱりプロデュースシステムといえば、自分以外に全体的に作品を見てくれる、一つの視線が増えたという点が一番良い気がします。韓国の出版システムと同じようで違う点は、やはり最初から作品に関わるという点だと思います。韓国はウェブトゥーンが発展しながら、読者達の関心がそちらに多く焦点が当てられているけど、今回の作業で出版マンガの進行に

よって、久しぶりに新鮮な気持ちで作業をすることができました。

- J. 面白い作業です。韓国とは違う作業システムも経験したし、同時にそれでも作品に対する感情は同じなんだなあ、という点を感じもしました。
- K. 誰かが自分の作品に関心を持ってくれたという事実が力になりました。有名編集者に直接プロデュースを受けながら、自らの能力が形成された面も勿論良かったです。自分の作品に対してもう少し自信を持てるようになったということが、私には大きな成果だったと思います。

5.4.5 日本編集者と韓国作家の態度の比較

「この公募展でプロデュースの作業をしながら良かった点」

マンガ制作自体の意見は韓国作家が良く感じ、外国人(もしくは他人)との作業に利点については日本の編集者がはるかに良く感じていた。そしてプロデュース作業を通じたモチベーションの向上若しくはノウハウの伝授については韓国作家がより多く感じている。

表5.32 日本編集者と韓国作家の比較 1

		日本編集者	韓国作家
この公募展でプロデュースの作業をしながら良かった点	面白いマンガを作ることが出来る、新しい人材を育てることができるという点 / 客観的な立場で自分の作品を見たプロデューサーが適切なアドバイスをしてくれる点	4	7
	日本の作家とは違う外国人作家の意見と考えを聞くことができるという点. / 他の人と共に仕事しながら作品の執筆に対するモチベーションが上がる点	4	1
	マンガの先進国として韓国マンガの事業に寄与することが出来る点. / 日本の現役のプロデューサーに多くのノウハウを教わることが出来る点	3	6
	その他	1	2

「この公募展でプロデュースの作業をしながら大変だった点」

言葉、文化的な違いによるコミュニケーションの問題や、作品の方向性にあまり満足できない点においては日本の編集者と韓国の作家が同じように大変だったと回答があり、当初予想していたものよりも過程が長く、手間が掛かる点においては、作家がはるかに大変だったと感じていた。

表5.33 日本編集者と韓国作家の比較 2

		日本編集者	韓国作家
この公募展でプロデュースの作業をしながら大変だった点	言葉、文化的な違いによるコミュニケーションの問題	1	1
	当初予想していたものよりも過程が長く、手間が掛かる点	1	5
	作品の方向性にあまり満足できない点	1	1
	その他	3	5

「この公募展の運営について良かった点」

外国人の新人作家と会って仕事ができ点の項目では、韓国作家の方が肯定的であり、ビデオ会議システムを使えた点の項目では、日本編集者の方が評価している。新しい作品制作システムの導入に手助け/経験についての部分は韓国作家の方が評価していることがわかった。

表5.34 日本編集者と韓国作家の比較 3

		日本編集者	韓国作家
この公募展の運営について良かった点	外国人の新人作家と会って仕事ができ点	5	8
	ビデオ会議システムを使えた点	3	1
	新しい作品制作システムの導入に手助け出来た点 / 新しい作品の制作システムを経験することができた点	2	6

「この公募展の運営について残念だった点」

公募展の進行と方向に対する事前説明が不足していた点の項目は韓国作家が、通翻訳を挟んだコミュニケーションが迅速、正確でなかった点の項目では日本編集者が多く指摘している。進行費、作品制作費など適切に支給されなかった点の項目では、日本編集者がより問題視しており、残念だった点は無いという意見は同じような比率だった。

表5.35 日本編集者と韓国作家の比較 4

		日本編集者	韓国作家
この公募展の運営について残念だった点	公募展の進行と方向に対する事前説明が不足していた点	4	7
	通翻訳を挟んだコミュニケーションが迅速、正確でなかった点	1	1
	作品制作費など適切に支給されなかった点	0	2
	残念だった点は無い	0	3
	その他	3	2

5.5 アンケートの分析を通じたプロジェクトの評価

本アンケートの内容は大きく‘プロデュース過程に対する評価’と‘公募展運営の全般に対する評価’に分けられる。だが、各内容の構成においては日本の編集者と韓国の作家が持つマンガ産業の位置と立場の違いを考慮する。特に、このプロジェクトで韓国作家の多くは5年以下の経歴で、編集プロデュースシステムに初めて接する反面、日本の編集者は編集者としてプロデュースシステムが引かれた産業環境に最低9年以上の勤務経歴を持っているため、各集団に対して回答の方向性が異なるのは自然である。従って、本アンケートでは同じ質問でも項目

を修正した。結果的に、編集プロデュースシステムの投入についての評価は韓国の作家に、編集プロデュースシステムの適用して作られた韓国の作品の海外市場での成功の可能性については、日本の編集者から評価されていることが分かった。それ以外に公募展の運営やプロデュース過程でのビデオ会議システムの利用、韓国マンガの世界進出での必須要素などに関する質問は共通で行った。

5.5.1 プロデュース過程に関する評価

プロデュース過程に関する評価は現在プロジェクトで進行中である作品を中心に行われ、各役割によってその値は若干違って現れた。韓国作家の場合は、作品制作においてプロデュース過程が与えるサポートの可否を基準にプロデュース過程を評価し、作品の面白さを高め弱点を克服するのにプロデュース過程が役に立ったという意見が90%以上で高く評価されていることが分かる。その中でも、作品を制作するのにアドバイザーの役割をしてくれるプロデューサーの適切なアドバイスが最も評価されている。そしてプロデュースの進行においては、作家の立場から最も憂慮していた創意力の制限の問題はプロデューサーと意見が食い違った際の対処策については、一定の部分は受け入れながら折衷案を選択するという返答が多かった。すなわち、一般的に編集者の意見によって作品が作られるのではなく、適切なコミュニケーションを維持して作品の制作を進めていると評価された。そして、この主観式の項目で、韓国作家の大多数がこれと同じ公募展が続いて欲しいという意見を明かしたことでプロデュース過程に対する韓国作家の満足度は高いことが分かった。

日本の編集者の場合は作品を直接制作するのではなく、アドバイザーの立場であるため、プロデュース過程に関する評価は、自身が担当する作家に対する評価を行った。自身が担当する作家(コンビ)に対する長所の返答から編集者たちは韓国作家の素材の斬新さ、そしてプロデュース過程で感じる創作に対する真面目さと熱意を高く評価した。反面、短所においては、過半数以上が‘無い’と答えたが、ストーリー構成や細かい心理描写のような作品制作の技術面やプロデューサーへ頼りすぎを指摘した編集者もいた。プロデュース過程全体に対しては、既存の日本の作家とは違った感性を持つ韓国作家との出会いが興味深かったという評価のが多かった。韓国作家達が編集プロデュースシステムという新しいシステムに出会ったのであれば、日本の編集者たちは斬新で新しい人材として韓国作家たちに出会ったのである。従って、プロデュース過程に対する評価はほとんどが肯定的であった。だが、それにも関わらずこのプロジェクトの問題点に対する両者の意見はほとんど変わらず、やり方が手間が掛かったという点に関する指摘は韓国作家の方から多く回答があった。これはプロデュース過程を通して自身の作品を向上させ、海外進出を目標に本公募展に参加した彼らの期待度が日本

の編集者たちよりも大きいことから、打ち合わせの日程を待つ期間が長引いた際に、このような不満がさらに大きく現れたと考えられる。

全体として、プロデュース過程に関する評価は両方から非常に高いことが分かった。この評価は、今までお互い違う制作環境で活動してきた両者が、プロデュース作業を通じて相手に新しい何かと可能性を見つけれられるという事実が重要な役割をすると考察される。そして興味深くも、日本の編集者たちがプロデュース過程で作家たちの未熟な部分として指摘した、作品の制作技術のような場合はむしろ、このプロデュース過程の持続と必要性を強調する部分だという点である。従って、編集プロデュースシステムの導入によるプロデュース過程は幾つかの改善すべき点はあったとしても、成功したと言って差し支えないと考えられる。

5.5.2 公募展の運営全般に関する評価

公募展の運営に関する評価はやはりプロデュース過程と同じく、作家には有名プロデューサーとの出会いを、編集者には新しい可能性を持った新人との出会いという点が最も高く評価された。そして、このような部分の比重は日本の編集者よりも韓国作家達の方がさらに高かった。だが、プロデュース過程とは違い、公募展の運営に関しては多くの落ち度を指摘された。

特に、公募展の進行に対する事前説明の不足に関する部分は韓国作家と日本の編集者の全員から強く指摘された。特に、プロジェクトの修正と作品選抜時の資料不足の問題、これによる作家の立場からは、資料を再提出しなければならなかった点、結果発表の日程の変更などは公募展の目標やプロデュース過程自体が高く評価されたにも関わらず、編集者と作家の両方から落ち度として指摘された。特に作家の場合、公式的に公募展の事業が終わった状態で自分の作品がどのような方向に行くのか不確実である点が最も気になったという意見が目立った。そして全体的に見ても、日本のプロデューサーとの作業を通じて海外進出が可能な作品を作るという目的の下で公募展に参加した作家の立場から、このような落ち度は、編集者が感じるものよりも高く表れた。それに反して、通翻訳の過程を挟みながらのコミュニケーションが迅速・正確ではなかった点についての落ち度編集者側から高く表れた。この結果の原因は、もう少し多くのことを作家に教えて導きたい・その可能性を最大限に育てたいという編集者にとってコミュニケーションの問題は重要であるためだと伺える。

最後に、韓国マンガの海外進出の問題に関しての返答は本プロジェクトの重要性と必要性を再度証明した。韓国作家の場合、作品の世界進出における難点は、出版社や雑誌などへの個人的な接近と通翻訳などの諸費用の負担などを指摘した。そして日本の編集者たちは、韓国マン

ガが世界に進出するためには作品をもう少し面白くするための人力やシステム、マンガ産業の人的・物的サポートが必要だという意見が多く現れた。このような返答を総合すると、我々がプロジェクトを始めるために作った戦略モデルが完成したことがわかる。従って、韓国マンガの海外進出の必要要素に対する返答は直接的に本プロジェクトを評価する項目ではないが、その必要性を間接的に訴えるものとしてプロジェクトが肯定的に評価されたと伺える。では、このプロジェクトがもたらした具体的な成果と本アンケートを通して明かされた問題点の解決のための、今後の課題について整理する。

5.6 プロジェクトの成果及び今後の課題

事前準備を除いて、公募展が始まってから今まで約7ヶ月間進められてきたプロジェクトの、最も大きな成果のうちの一つに、‘プロジェクトの進行’のそれ自体を挙げることができる。今までの海外コンテンツの調査事業の一環として、米国・日本・フランスなどのマンガ先進国を中心とした市場の現況調査と、それに対する分析は多々行われたが、その分析を利用して国際的な規模のプロジェクトを行った事例で、何らかの結果を得たケースは珍しい。特に振興院で進められた海外進出の支援事例の場合は、ほとんどが海外の博覧会や展示の参加である。そして目に見える成果は少なかったことから、実際のプロジェクトを通して目に見える成果を作ろうとした本プロジェクトは、これを支援した韓国漫画映像振興院にとっても、一つの良い事例を提供したと評価できる。

そして、これは本プロジェクトを通して、日本のマンガ市場に正式にデビューする作品が生まれた点で一層その意味を強めている。既存の日本の編集プロデュースシステムを通じて、日本でデビューして作品を連載した事例はあったが、その大部分の著作権は日本に属しており、韓国マンガとして分類されていなかった点は3.2.2で述べた通りである。しかし今回のプロジェクトを通じて日本に進出する作品の著作権は、プロデュースを担当した出版社と韓国漫画映像振興院が共に共有するという点で、‘Punks not dead’の‘モーニングweb’への掲載は大きな成果だと言える。また、まだ正式に作品の掲載が決まっていない韓国作家達の場合も、公式的なプロジェクトは終了したが、プロデュース作業が今でも続いており、のちのちこれと同じ成果を得られる可能性はあるだろう。そして、韓国の作家達のアンケート回答に現れている通り、プロジェクトへの参加自体が韓国の作家達にとっては貴重な経験となり、海外進出の機会を与えた点でプロジェクトを一つの成果として評価できる。

また本プロジェクトは韓国マンガに対する、日本の編集者達の認識の変化をもたらした点で

意味を持つ。プロジェクトで多くの日本の編集者達と韓国作家達に対する肯定的な評価を下すだけでなく、始めはプロジェクトへの参加を躊躇した編集者が、アンケート回答では韓国の作家の才能を発見できて良かったと評価したことは、その認識の変化の断片的な事例だと言える。そしてその認識の変化はプロデュース過程が終了した後も、日本で発表される作品が増えればさらに拡散するものと推測される。

だが、この所定の成果にも関わらず、プロジェクトに対する問題点も指摘された。特に、初めての試みという点を考慮しても、頻繁な日程変更は参加者達に良い印象を与えなかった。また、進行方法においてもプロデュースの締め切り期間や、公募展の審査に通過した後のプロデュース過程での作品の完成結果については未知数であったことから、進行に関する不満も多かった。プロジェクトの持続のためには基本的にプロデュース作業自体が時間が掛かり、その完成においては明確にできないとしても、ある程度の期間を決めて明示したり、プロデュース後に掲載するという条件を確実に提示し、不満を未然に防ぎ、参加者からの信頼を築かなければならないと考える。

また本プロジェクトの構成が国家の主導ではなく、同じ考えを持った日韓の作家達の人脈から始まった点は、今まで実施されたものとは異なり、ユニークなものであったが、このプロジェクトを継続的に実行するということに関しては、スケジュールや費用などの面で容易ではないかもしれない。そのためには、政府の持続した支援と協力が必要であり、さらにはマンガ産業自体の中でこのモデルを運用できる基盤を築くべきである。それさえ可能ならば、今回の機会を通じてプロデュース作業に参加した作家達が望む通り、本プロジェクトの戦略モデルは韓国の多くの人材を世界市場に進出させるモデルとしての地位を得られる。

だが、切実に願うのは単純に現在のモデルを受け継いでいながら、わざわざ海外の人力を使わなくとも国内で良い作品を作ることのできる、韓国型のプロデュースシステムのモデルの開発である。実際に、ビデオ会議システムや、順次通訳、作品の翻訳など多様な試みと努力に関わらず、言葉の壁と物理的距離がプロデュース過程で問題となっていた。それだけでなく、日本との著作権の共有は、既存の日本のマンガ産業と韓国作家の関係が一段階発展したとしても、世界で最も大きな市場である日本の中で、著作権の譲渡は重要なことである。

また、日本の編集プロデュースシステムによる作品制作は、同時に日本のマンガの性格を持つという点も考慮すべきである。この部分については日本の編集者も指摘した通り、“韓国だけの作品を作り出すためには、日本マンガの一部ではない、韓国独自のブランドを作り上げなければ、世界でも日本でも通用する作品は制作できない”ということを考えると、長期的な韓国漫画産業の発展のために、韓国型のプロデュースシステムの開発が必須である。

そのために、良い編集者の育成が何よりも急を要している。作家との信頼関係の中でアドバイスとサポートを惜しまない良い編集者が多く育成されれば、韓国マンガの質を高められる編

集プロデュースシステムが作られるからである。そして韓国の作家達もまた、海外市場への進出のために現在の韓国の作家一任制に落ち着くよりも、自身の作品を客観的に見て軌道修正の
できる、編集プロデュースシステムから近道を探さなければならない。

第6章 結論と今後の課題

6.1 研究過程及び内容の整理

今まで我々は、韓国マンガ産業の海外市場進出のための戦略モデルとしてプロデュースシステムについて論議した。序論では韓国のコンテンツ産業の発展と、それに対して微弱なマンガ産業の現況を研究背景として三つの目標と、これによる研究対象の選定と方法を提示した。三つの目標は海外マンガ産業との比較を通じた韓国マンガ産業の現況分析、海外のマンガ市場の戦略を基にした韓国の海外進出戦略モデルの模索、このモデルを基にしたプロジェクトの実行と評価などに分けられる。

第2章ではまず、戦略モデルを論じるための理論的背景としてマンガとマンガ産業に対する内容を推察した。マンガの概念及び定義は辞典的な定義を中心とし、マンガ産業の登場と発展に対しては、我々の主な研究対象が韓国のマンガ産業であることから韓国でのマンガ産業を中心に整理した。そして最後に、戦略モデルを築く上で土台になるマンガ産業の特性と重要性をマンガ産業が持つ文化産業の特性、興行産業の特性、源泉産業としての特性に分けて述べた。

第3章では、本格的な戦略モデルを築くための韓国と海外マンガ市場について深層的に比較・分析した。産業的システムが確立していると判断できる米国と日本市場の産業の現況及び特徴をメジャー市場になりえた市場構成とシステムを中心に推察した。そして、それと比較し韓国マンガ産業の現況及び特徴を整理し、さらに韓国マンガ産業の現況では、韓国マンガ産業の特徴の内の一つと言える政府の支援制作と本研究の目標と言える海外進出現況について別途推察した。そしてこの比較研究を通して韓国マンガ産業の限界と新しい戦略の必要性を論じた。

第4章では、新しい戦略として編集プロデュースシステムについて研究した。先の第3章での比較分析を基に、より効果的なシステムの導入として日本のシステムを提示し、これにより、日韓のマンガ制作システムを比較分析し‘日本の編集プロデュースシステムを導入すれば、韓国のマンガ産業でも海外に進出できる良質のマンガを作り出すことが可能である’仮説を立てた。そして仮説を基に戦略モデルを築くためにまず、より正確な結果を導き出すため日韓の専門家の深層インタビューを通して検証した。この過程を経て、韓国作家・日本出版社・エージェンシーを主軸とする戦略モデルを築いた。

第5章では、上記の戦略モデルを韓国漫画映像振興院の支援を得て、実際にプロジェクトを実行した結果について述べた。まず、事前準備過程・プロデュース前のプロジェクト進行過程・プロデュース過程の三部分に分けてプロジェクトの進行過程を整理した。プロジェク

トの評価は、プロジェクトに参加した日本の編集者と韓国作家を対象に行ったアンケートと通して行い、アンケート内容を基にプロジェクトの成果及び今後の課題を整理した。

6.2 今後の研究のための提案

この過程を通して本論文では、新しい戦略モデルを基にしたプロジェクトの施行及び成果を挙げた。具体的な成果としては、プロジェクトで作られた作品の日本のウェブサイトへの掲載、日本の編集者たちの韓国マンガに対する認識の変化などがある。だが、プロジェクトの施行過程では幾つかの問題点も浮き上がった。従って、今後のプロジェクトの施行とそのための研究では、その改善が必要である。

まずプロジェクトの進行部分では、その施行過程で指摘された頻繁な日程変更・プロデュース期間の設定問題などについて改善が必要である。多く肯定的に評価されたビデオ会議システム・順次通訳の部分についても持続的な検討を通して、より便利なシステムの研究が必要である。これに対しては、本プロジェクトの進行過程で内部的に指摘された問題・プロジェクト施行後に行ったアンケートの結果及び評価を参考に、今後のモデルの設定及びプロジェクトの施行に適応すれば、より効果的な戦略モデルを築くことができる。

また、より広い観点から見ると、日韓共通のプロジェクトを行うことは、グローバル時代に合ったプロジェクトであり、本モデルで提起された言葉の壁と物理的な距離における問題・今後の作品完成時の収益分配に対する問題を伴う点を考察する必要がある。従って、今後の研究では韓国型のプロデュースシステムモデルに対する研究と開発が行われるであろう。このような研究と開発のためには、単純な海外メジャー市場の現況とシステムに対する調査だけではなく、その中に込められた各国の戦略、そして、それに相応する韓国の戦略の構築に対する研究も必要である。そして何よりも、良い編集者を育成する研究が先行されるべきである。本研究がプロデュースシステムの導入を中心にした戦略を通して海外進出が可能な良質なマンガを作ることに焦点を合わせるのであれば、今後の研究ではその海外進出の方法に対する具体的な論議が必要である。このためには、日本のマンガを始め世界市場で大きな比重を占めている世界各国の海外進出戦略モデルについて、より深い研究が行われるべきである。また、進出市場についての文化的・制度的な検討と韓国マンガだけが持つ固有のブランドの創出についての論議もしなければならない。

6.3 論文を終えて

この論文を終えた2011年2月17日、韓国では国会議事堂で文化振興法のための公聴会が開かれた。今まで国家公務員達の判断によって支援されていたマンガ政策をマンガ家主体で設計した振興法を作り、現実的にマンガ家達に支援できるよう改正した法令である。立法の可否によって、韓国のマンガ産業政策はきっと、より良い方向に向かって進むと推測される。だが国家の予算を執行する政府側の公務員と現場にいるマンガ関係者の間には恐らく大きな壁が存在する。政府の立場からは、システム化された学説を基に作られた理論でなければマンガ家が出したアイデアがいくら良くても、国家の予算を執行できないのである。

この論文の筆者は、韓国と日本で今も現役のマンガ原作者として活動している。1997年に韓国でデビューし、2001年には日本への進出を叶え14年間、日韓のマンガ界を経験してきた。作家活動をしながら、自然に習得した両国のマンガ業界の相違点はマンガを制作する段階から現れている。韓国での執筆活動は普通、作家一任制であり、日本の場合は編集プロデュースシステムと言う共同作業が行われているということである。韓国のマンガ制作システム下では、作家の個性が現れた芸術的な要素を持った作品として誕生させることができるという長所がある。そして日本の制作環境は、作品をより客観的にサポートすることで、読者の立場まで考慮した作品を誕生させるという利点がある。だが、見過ごしてはならない明白な事実はマンガという媒体がコンテンツ産業の一環であり、エンターテインメントの要素を含んでいるということである。日本のマンガ編集プロデューサーは読者の立場まで客観的に考慮し作家をサポートしながら、日本のマンガがより、エンターテインメントとして機能を充実させることに一役買っている。勿論、プロデューサーが必要無い作家も恐らく存在する。作家一任制で大きなヒットを挙げた作家達も確実に存在している。だが、より多くの作家がその才能を開花させることなくマンガ市場から姿を消していることも事実である。そんな作家の才能をもう少し多様に把握し、引き出すことのできるシステムがあればきっと、マンガ業界に従事する関係者はこれを見過ごしてはならないのである。

1998年4月当時の金大中大統領は‘日本の大衆文化の開放を恐れるな’という政策を施行し、これによって政府当局は日本の大衆文化の段階的開放方針を明らかにした。続いて5月に日韓文化交流政策自問委員会を構成し、10名余りで論議した結果を文化観光部の関係局の協議を経て、段階的な開放方針を築いた⁹⁵。当時、世間の多くの人々は、日本の大衆文化に韓国の大衆文化が荒らされるという憂慮の声もあった。だが、2011年2月現在、その予言は完全に反対になっている。いわゆる『韓流』と呼ばれる現象がそれである。ドラマと映画は、日本のメディアでも大きな人気を得ている。停滞した韓国の音楽業界さえも、日本進出で成功を収めながら多くのア

95 두산대백과사전 ‘일본문화개방’

アイドルグループが現地で活躍している。アニメーションの場合、3Dアニメーションの『ポンポロロ』がヨーロッパ全域でヒットして韓国=アニメーションの不毛の地という不名誉を脱ぎ捨て新しい足がかりを築いた。だがマンガはどうだろう。マンガはまだ20年前の人々の憂慮がそのまま再現されている。上記の数多のコンテンツ産業のソースと比較して、一任システムを維持しているマンガは未だに日本マンガの影に隠れているのである。そういった意味で、コンテンツ産業といえば基本的に行われるべきであるプロデュースシステムを導入し、編集プロデュースシステムの育成を提案しながら本論文を締めくくる。現在、韓国のコンテンツ産業でプロデューサーの役割が無い媒体は『マンガ』のみである。

謝辞

本研究の指導教員であり、幅広い知見からの確な指導と暖かい励ましやご指摘をしていただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の稲見昌彦教授に心から感謝いたします。

稲見先生の研究に関する広く深いお考えばかりでなく、学生ひとりひとりに対する深い思いやりに触れるたびに、稲見先生にお会いできこうしてご指導を頂けることの幸せを改めて感じます。

プロジェクトが始まる前にはわざわざ韓国までご足労いただき、研究の方向性におけるアドバイスを多々いただきました。

研究の方向性や論文執筆について様々な助言や指導をいただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の加藤朗教授に心から感謝いたします。加藤先生の貴重なお時間を快く割いてくださり、無知な私に対して辛抱強く熱心なご指導を頂きました。

さらにビデオ会議のための機材の手配や、韓国漫画映像振興院にご足労いただき韓国側のネットワークの確認など、プロジェクトに関しましてきめ細やかなご配慮に心から感謝いたします。

論文の企画段階で、数多くの助言をいただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の太田直久教授に心から感謝いたします。

太田先生の的確なご意見はいつも研究の原点に戻って考えることの大切さを教えてくださいました。

稲見先生と共に韓国にご足労いただき、多くのご指摘とアドバイスをいただきました。

プロジェクトの要を握るビデオ会議システムであるPolycomを講談社へ設置をしていただいた慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の遠峰隆史氏に心から感謝いたします。

研究活動、日本国内での情報・資料収集等に関して、さまざまな助言と助力をいただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科のパク・ジョンヨン氏に心から感謝いたします。

プロジェクト初期の段階から数多くの貴重な助言、ご指導をいただいた、フリープロデューサーの長崎尚志氏、樹林伸氏、三河かおり氏に心から感謝いたします。

インタビューを通じて日本のマンガ界の深層を教えていただき、プロジェクトが本格的に始動した際には2度に渡る審査会議の末、韓国の新人作家達へ熱心にご指導いただきました。

特に、長崎氏におきましては韓国のマンガ発展のためにプロジェクト当初から強いご関心を持っていただき、プロジェクトに関するアドバイス、公募展の方向性そして講談社に協力を直接お頼みいただくなど、様々な面でご尽力いただきました。プロジェクトの順調な進行は長崎さんのお力添えなし

ては成しとけられなかったと言っても過言ではありません。

そして今、論文を完成させるにあたって御三方と出会えたことに心からの喜びを感じます。

研究の事前準備活動において最も主軸となったインタビューにお答えいただいた、日韓のマンガ家のあだち充氏、村上もとか氏、高橋留美子氏、浦沢直樹氏、CLAMP氏、荒川弘氏、二ノ宮知子氏、イ・ヒョンセ氏、ウォン・スヨン氏、カン・プル氏、梁慶一氏、梁載賢氏に深く感謝いたします。

皆様の貴重なご意見やご見解は、これからの韓国マンガ界の現状を見極めることにおいてとても勉強になりました。

本研究の主題である、編集プロデュースシステムについてのインタビューにお答えいただいた、日韓の編集者の皆様、小学館の久保田滋夫氏、小学館の都築伸一郎氏、集英社の茨木政彦氏、集英社の鈴木晴彦氏、講談社の島田英二郎氏、講談社の熊谷俊一郎氏と、編集者の皆様とは違った観点からインタビューにお答えいただいた、京都精華大学マンガ学部マンガプロデュース学科の竹熊健太郎氏に心から感謝いたします。

編集プロデュースのプロである皆様のご意見とご見解は、本論文で論じた戦略モデルの構築の基盤になりました。

公募展の韓国での一次審査において審査員を請け負ってくださった、マンガ家のイ・ヒョンセ氏、ウォン・スヨン氏、カン・プル氏、映画プロデューサーのチャ・スンジェ氏、映画監督のボン・ジュノ氏に心から感謝いたします。

一日かけて全ての応募作に目を通し、素晴らしい才能を選抜していただきました。

プロジェクトをさらに成功させるためご協力いただいた講談社第七編集局局長の古川公平氏に心から感謝いたします。韓国の新人を当初の予定よりも多く発掘しようと、講談社の現役編集者の皆様をご紹介いただきました。

この編集者の増員によって、さらに多くの才能に出会えたことに深く感銘を覚えます。

プロジェクトにおいてプロデューサーとしてご参加いただいた講談社の現役編集者である吉田昌平氏、図師いづみ氏、北本かおり氏に心から感謝いたします。

韓国の新人作家とのビデオ会議では韓国作家達の新しい才能を発見し、いつも優しく接していただき、的確なアドバイスをいただきました。

プロジェクトにおいて講談社の窓口をしてくださった講談社国際部の堀江彰夫氏に心から感謝いたします。いつも韓国のマンガ発展のために、日本と韓国の両方の視線から適切なアドバイスをいただきました。

プロジェクトにおいて韓国側の窓口をしてくださった大元CIのイ・ジュウン氏、パク・ジンヘ氏に心から感謝いたします。日本とのビジネス的な側面での不足分を補っていただきました。

プロジェクトの最も要であるビデオ会議装置をご提供くださいました、TANDBERG Japanのご担当者の方と、韓国のTANDBERG取り扱い業者である、DAESHIN VCSのパク・チュンリョル氏、チェ・スヒョン氏に心から感謝いたします。

高音質・高画質のビデオ会議装置のおかげでプロデュースを円滑に進めることができました。

プロジェクトの発表や公募展の募集等、韓国最大のポータルサイトであるNAVERのウェブトゥーンに掲載してくださったウェブトゥーン編集者のキム・ジュング氏に心から感謝いたします。

ウェブトゥーンに掲載できたことで数多くの応募者を集うことができました。

研究活動や論文執筆において多くのサポートをいただいたY labのユン・ジョン氏、花宮麻衣氏、チャン・ジョンヒ氏、孫伊鏡氏と慶應義塾大学経済学部白浜佐和子氏に心から感謝いたします。

プロジェクトの進行・コーディネート・通翻訳・資料収集等、様々な面でサポートしていただきました。

プロジェクトにおける日本側の撮影や映像の編集等、映像としての記録を残していただいた、泥棒映像設計事務所の藤井智氏と韓国側で撮影をしてくださったビョン・ビョンジュン氏に心から感謝いたします。

確かな撮影技術でプロジェクトの記録を残すため、ビデオ会議の際に日韓同時に打ち合わせの様子を撮影していただきました。

最後に、これほどまでも多くの方々のお力を借りた本論文が日韓のマンガ界に微力ながらも役に立つことを願います。

2011年3月 尹仁完

<参考文献>

- 김동욱 「한국만화시장의 성공사례연구:산업 환경 변화에 따른 대응 방안을 중심으로 (韓國マンガ市場の成功事例の研究:産業環境の変化による対応方案を中心に)」 중앙대학교 석사논문, 2007
- 김성훈 「만화정책의 개선방안에 관한 연구 (マンガ政策の改善方案に関する研究)」 한국방송통신대학교 석사논문, 2006
- 박성식 「만화콘텐츠의 산업적 활용사례 분석과 저작권 비즈니스 모델 구축에 관한 연구 (マンガコンテンツの産業的活用事例の分析と著作権ビジネスモデルの構築に関する研究)」 상명대학교 석사논문, 2006
- 배정아 「출판만화 콘텐츠의 ‘OSMU’ 활성화 방안연구:한국과 일본의 사례 비교를 중심으로 (出版マンガコンテンツの‘OSMU’活性化方案研究:韓国と日本の事例比較を中心に)」 중앙대학교 석사논문, 2006
- 유진룡 「한국 문화콘텐츠산업정책과 혁신체제에 관한 연구:한국문화콘텐츠진흥원의 지원사업을 중심으로 (韓國文化コンテンツ産業政策と核心体制に関する研究:勸告文化コンテンツ進行院の後援事業を中心に)」 한양대학교 대학원 국내박사, 2005
- 정설 「출판만화산업 발전 전략에 관한 연구 (出版マンガ産業の發展の戰略に関する研究)」 조선대학교 석사논문, 2002
- 허영 「OSMU 기획을 통한 국내 만화콘텐츠 비즈니스의 발전방향 제시(OSMU企画を通じた国内マンガコンテンツビジネスの發展方向の提示)」 상명대학교 석사논문, 2007
- 백승혁 「일본 킬러콘텐츠의 핵심 소재, ‘만화’ (日本キラーコンテンツの核心素材、‘マンガ’)」 『동향과 분석(動向と分析)』 통권 295 호, 한국콘텐츠진흥원, 2009
- 안성혜·허영 「국내 만화콘텐츠 비즈니스의 확장과 발전방향 조망 (国内マンガコンテンツビジネスの拡張と發展方向の眺望)」 『한국콘텐츠학회논문지』 제 7 권 제 2 호, 한국콘텐츠학회, 2007
- 양문희 「만화 상품의 경제적 특성과 만화잡지 제작산업구조에 관한 연구(マンガ商品の經濟的特性とマンガ雑誌政策の産業構造に関する研究)」 『만화애니메이션연구』 제 3 호, 한국애니메이션학회, 1999
- 이상민·임학순 「우리나라 만화 연구 경향 분석과 향후 과제(わが国のマンガの研究傾向の分析と今後の課題)」 『만화애니메이션연구』 제 16 호, 한국애니메이션학회, 2009
- 임학순 「문화다양성 증진을 위한 만화산업정책 방향설정에 관한 시론적 연구 (文化多様性の増進のためのマンガ産業政策方向設定に関する持論的研究)」 『만화애니메이션연구』 제 10 호, 한국애니메이션학회, 2006
- 岡田美弥子 「マンガビジネスにおける分析視角の検討」 経済学研究169-178頁、北海道大学、2009
- 岡田美弥子 「マンガビジネスの国際展開における問題」 経済学研究79-89頁、北海道大学、2003
- Scott McCloud 『REINVENTING COMICS(Reprinted Edition)』 Paw Prints、2008
- Scott McCloud 『UNDERSTANDING COMICS(Reprinted Edition)』 Paw Prints、2008
- Will Eisner 『Graphic Storytelling and Visual Narrative』 W.W.Norton & Co Inc、2008
- Will Eisner 『WILL EISNER COMICS AND SEQUENTIAL ART』 W.W.Norton & Co Inc、2008
- 권경민 『세계만화미학론 (世界マンガ美学論)』 도서출판 심포지움, 2009
- 김상범 『만화책도 책이다!(マンガ本も本である!)』 (주)초록배매직스, 2004

- 김평수 『문화콘텐츠 산업론 (文化コンテンツ産業論)』, 커뮤니케이션북스, 2007
- 미야하라 고지로·오기노 마사히로 『만화사회학-만화로 사회학을 하다(マンガ社会学-マンガで社会学をする)』 안병근·강기철 역, 해와달, 2004
- 박성식·노준석 『한국 만화산업의 카투노믹스(Cartoonomics) 전략(韓国マンガ産業のカトゥーノミックス戦略)』, 2009
- 정현숙 『일본만화의 사회학 (日本マンガの社会学)』 문학과지성사, 2004
- 박인하 『만화를 위한 책 (マンガのための本)』 교보문고, 1997
- 박치완 외 『글로벌문화콘텐츠, 어떻게 그리고 왜? (グローバル文化コンテンツ、そして何故?)』 한국외국어대학교 출판부, 2009
- 이현석 『만화왕국 일본의 알려지지 않은 진실 (マンガ王国の知られざる真実)』 부천만화정보센터, 2007
- 이현석 『일본만화의 최전선을 달리는 사람들 (日本マンガの最前線を走る人たち)』 만화규장각, 2010
- 임학순 외 『만화와 문화산업 그리고 도시 (マンガと文化産業そして都市)』, 북코리아, 2007
- 한국문화콘텐츠진흥원 『만화콘텐츠 비즈니스(マンガコンテンツビジネス)』, 2005
- 中野晴行 『マンガ産業論』 筑摩書房, 2004
- 夏目房之介·竹内オサム 『漫画学入門』 京都ミネルヴァ書房, 2009
- 桑野雄一郎 『出版·漫画ビジネスの著作権』 東京著作権情報センター, 2009
- 出口弘 『コンテンツ産業論; 混雑と伝播の日本型モデル』 東京大学出版会, 2009
- 中野晴行 『マンガ進化論-コンテンツビジネスはマンガから生まれる』 (株)ブルース・インターアクションズ, 2009
- 大城房美·一木 順·本浜秀彦 『漫画は越境する!』 世界思想社, 2010

機関資料

- 문화관광부 『만화산업 진흥 5개년 계획(2003년~2007년) (マンガ産業振興5年計画)』, 2003
- 한국문화콘텐츠진흥원 『만화산업 중장기 발전전략 연구(マンガ産業中長期發展戰略の研究)』, 2003
- 한국문화콘텐츠진흥원 『해외만화산업사례조사 (海外マンガ産業の事例調査)』, 2003
- 한국콘텐츠진흥원 『2009 만화 산업 백서 (マンガ産業白書)』, 2010
- 한국콘텐츠진흥원 『2009 문화산업통계 (文化産業統計)』, 2010
- 한국콘텐츠진흥원, 『2009 해외콘텐츠시장조사 - 만화 (海外コンテンツの市場調査-マンガ)』, 2010
- 한국콘텐츠진흥원, 『2010 만화산업백서 (マンガ産業白書)』, 2010
- 한국콘텐츠진흥원, 『2010년 3분기 콘텐츠 산업 동향분석 보고서 (コンテンツ産業動向分析の報告書)』, 2010

<添付資料1> 作品別プロデュース進行状況

Kiss me

[作品情報]

キスをしたら前世をみることのできる女子高生と彼女をいじめる先生。

[作家] パク・ミスク

[プロデューサー] 図師いづみ

1996年 講談社入社、〈なかよし〉編集部配属。〈なかよし〉で『ゴーストハント』（原作：小野不由美：いなだ詩穂）、『NERVOUS VENUS』（早稲田ちえ）、『チェリージュース』（フクシマハルカ）等を担当。

2007年から〈デザート〉編集部で。現在『江 姫たちの戦国』（原作：田淵久美子 / 絵：暁かおり）等を担当。

[作品プロデュース打ち合わせ]

回数	進行物	内容
一次 (10.12.01)	<p>公募展応募原稿</p>	<ul style="list-style-type: none"> - プロデューサーと作家の初対面。 - 作品のストーリーの流れと雰囲気について話し合った。 - 登場人物の性格と外見等、基本設定についておおまかに相談した。
二次 (10.12.17)	<p>一次修正ネーム</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ストーリーの流れとページ数の問題について協議した。 - 女性主人公の心理描写の仕方をもっと明るくし直した。 - 空間的背景を日本に再設定した。

<p>三次 (10. 12. 27)</p>	<p>二次修正ネーム</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 過去の回想シーンとラストシーンの演出を再検討した。 - セリフをもう少し効果的に表現する為の方法を提示した。
<p>四次 (11. 01. 21)</p>	<p>三次修正ネーム</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 演出方法を細かく再検討し、総まとめをした。 - 登場人物に日本の名前を付けた。 - 現在、下絵の作成段階。

インプラントの犬

【作品情報】

犬と一緒に道に倒れていた女を発見する歯科医師。そして彼の恋人。

【作家】 原作: ビョン・ジミン / 絵: ペ・フィウォン

【プロデューサー】 図師いづみ

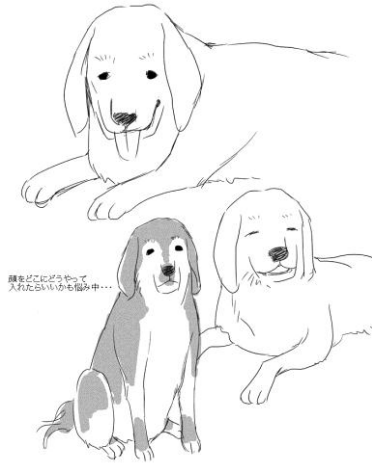
1996年 講談社入社、〈なかよし〉編集部配属。〈なかよし〉で『ゴーストハント』（原作:小野不由美 :いなだ詩穂）、『NERVOUS VENUS』（早稲田ちえ）、『チェリージュース』（フクシマハルカ）等を担当。

2007年から〈デザート〉編集部で。現在『江 姫たちの戦国』（原作:田淵久美子 / 絵: 暁かおり）等を担当。

[作品プロデュース打ち合わせ]

次数	進行物	内容
<p>一次 (10. 12. 01)</p>	<p>公募展応募原稿</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - プロデューサーと作家の初対面。 - 登場人物の性格とキャラクター性について話合った。 - 男性主人公のバックストーリーを再設定した。
<p>二次 (10. 01. 21)</p>	<p>一次修正ネーム、キャラクターイメージ画</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - 演出と構成を再度整理した。 - ページとコマ割りについて協議した。 - キャラクターイメージについて意見を交換し、改善点を協議した。

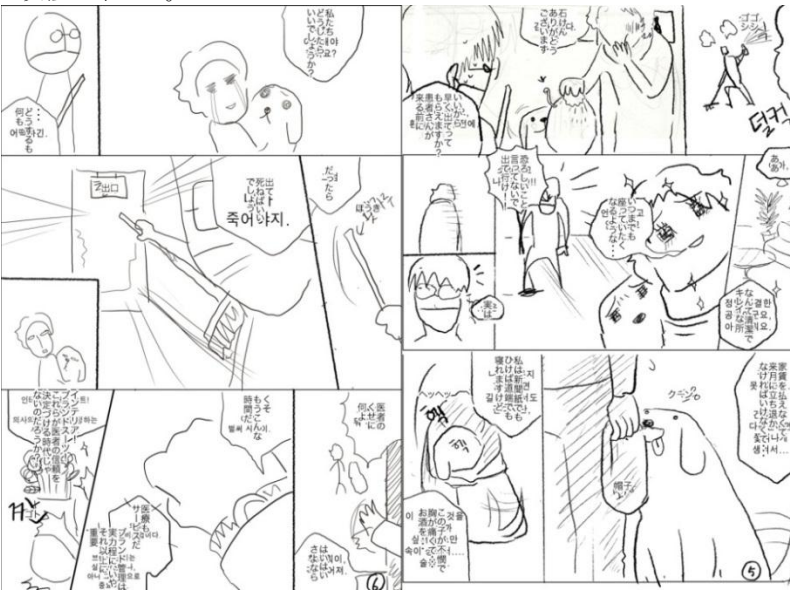
二次修正ネーム、一次修正キャラクターイメージ画



-細かいコマ割りと構成を再検討した。
 -ラストシーンをどのように演出するか話し合った。
 -扉絵の構図と雰囲気について協議した。

三次
 (10.01.28)

三次修正ネーム。



(まだ打ち合わせしていない)

四次
 (未定)

過去を変えよう

[作品情報]

仲の悪い夫婦。夫が提案した過去を変える旅行。


[作家] 原作: パク・ドンフン / 絵: キム・ソンジュン

[プロデューサー] 三河かおり

講談社 <KISS>の現役編集者。作家の作品性を尊重し、オリジナル作品を制作することをモットーにしているベテラン女性マンガプロデューサー。作家が描きたいものを尊重し作家の才能を引き出すことで有名な彼女の代表プロデュース作品には『のだめカンタービレ』が有る。

[作品プロデュース 打ち合わせ]

回数	進行物	内容
一次 (10.11.26)	公募展応募原稿 	<ul style="list-style-type: none"> - プロデューサーと作家の初対面。 - ストーリーの流れと周辺の登場人物の役割を整理した。 - 空間的背景を確定し、直接の取材について話し合った。
二次 (10.12.24)	一次修正ネーム 	<ul style="list-style-type: none"> - 作画家にネームを切ることを要請した。 - 旅行過程について細かい描写を具体的に論議した。 - 登場人物の描写と背景の活用について効果的な案を提示して話し合った。

<p>三次 (11. 01. 31)</p>	<p>二次修正ネーム</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - 作画家のネームで進行した初打ち合わせ。 - 細かいコマの演出の仕方について協議した。 - 登場人物の距離感が変化する過程を絵で効果的に現す為に協議した。 - 結末部分を再度整理した。
----------------------------	---	--

でたらめ話 - 青林檎編 -

[作品情報]

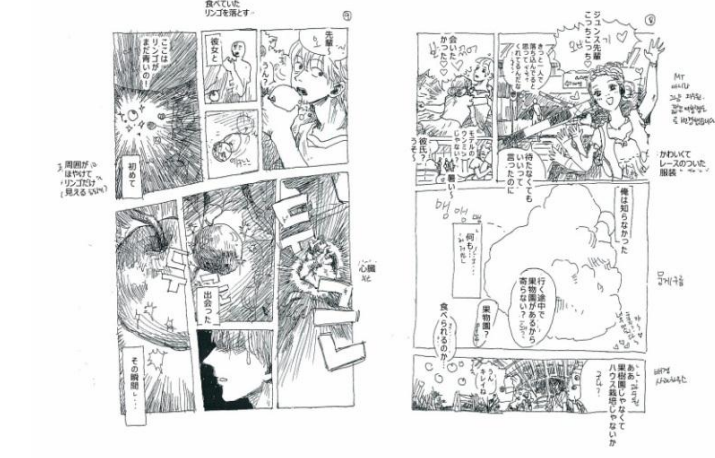
林檎に恋する一人の男の話。

[作家] 原作: キム・イヌ / 絵: イ・ジナ

[プロデューサー] 三河かおり

講談社 <KISS>の現役編集者。作家の作品性を尊重し、オリジナル作品を制作することをモットーにしているベテラン女性マンガプロデューサー。作家が描きたいものを尊重し作家の才能を引き出すことで有名な彼女の代表プロデュース作品には『のだめカンタービレ』が有る。

[作品 プロデュース 打ち合わせ]

次数	進行物	内容
<p>一次 (10. 11. 26)</p>	<p>公募展応募原稿</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - プロデューサーと作家の初対面。 - 二人を組ませた理由について説明し、作画家にネームを切るように要請した。 - ストーリーの流れを全般的に整理し、ストーリーの雰囲気と魅力を生かす演出法について協議した。

<p>四次 (10. 12. 24)</p>	<p>原稿(線)</p> 	<p>- 大きな直しは無く、直ぐにカラー作業に入るように要請した。</p>
<p>五次 (11. 01. 27)</p>	<p>完成原稿(カラー)</p> 	<p>- 二箇所 of 若干日本語のニュアンスがおかしい部分を修正。 - 英語の歌詞の引用について協議。 - モーニングWebにて掲載決定。</p>

JEBE(仮)

[作品情報]





チンギス칸時代の優れた武将、ジェベの復讐劇。

[作家] ムン・チフン

[プロデューサー] 吉田昌平

1991年に講談社入社、〈モーニング〉編集部配属される。その後、〈モーニング〉の増刊号である〈アフタヌーン〉の独立創刊と共に〈アフタヌーン〉編集部へ移動し、2004年に編集長に就任。主な担当作品は『ああっ女神さまっ』(藤島康介)、『無限の住人』(沙村広明)、『TOKKO 特公』(藤沢とおる)等。その他に、ヨーロッパ(主にスペイン)マンガも担当した。

[作品プロデュース 打ち合わせ]

回数	進行物	内容
一次 (10. 11. 24)	なし (公募展では作画部門に公募し 応募作にはストーリーが無い為)	- プロデューサーと作家の初対面。 - 素材を、魅力的な人物画登場する歴史者に 確定し、どの時代のどの人物を描くのか準 備するよう要請した。
二次 (10. 12. 03)	なし (口頭で説明)	- 準備して歴史的人物と時代的背景につ いて話し、主人公の性格とおおまかなスト リーラインについて協議した。 - 主人公のキャラクター設定画と全体のス トーリーシノプシス、1話のシノプシスを作 るよう要請した。
三次 (10. 12. 17)	<p>キャラクター設定画と全体ストーリーシノプシス1話シノプシス</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>新しい戦いの名前: チル・コガタイ</p>  </div> <div style="width: 35%; text-align: center;"> <p>ジェベ(Jebe) (?-1225)</p> <p>ジンギスカンの部下、4先鋒の内の一 人。中国史書にも号の名字として記録されている。 本名はチル・コガタイ、ジェベ氏向は ジンギスカンに命をされた。始めはジンギスカンに備わって ジンギスカンの部族に矢を射って殺し 続めるが、彼の才能を高く評価し重用した。 その後ジンギスカンの元で忠実な部下として スパイと共に地盤確立を助ける。 金(元)朝討伐時、万里の長城の首領(きょうかん): 中国河北省、北京の北西60キロにあった関所。 華北とモンゴルの高麗を結ぶ要所。1)の陥落、 スパイとの西方討伐で彼の恐ろしい能力を発揮する。 西方討伐の当時、カパカス山脈を超えて南ロシア領地に 攻め入りロシア連年の連合軍を撃破し モンゴルの領土を拡大する途中に死亡。</p> </div> <div style="width: 30%;">  </div> </div>	- 効果的な1話のスト ーリー作成の仕 方を提案し、重点 を置く事件、戦 闘、心理描写につ いて協議した。 - シナリオ修正と 共に、他の主要登 場人物のイメージ 画を要請した。
四次 (10. 12. 27)	<p>修正シナリオ、キャラクター設定画</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="width: 45%;">  </div> <div style="width: 45%;"> <p>身長: 165くらい 名前: Tash 年齢: 18歳</p>  <p>'Altun Tash' という名でスルタン スルタンの名前を受け継いでつけられた名前。 ティケク(ekish)王と正室の間に子供 がなかつたが、運よく生まれた。 才気と才能に秀でて王の寵愛を一身に受け、 女性という政治的弱点を克服して勇将スルタンの 位を他の王子達と競争するほどの女性。 弓の才能は誰よりも優れていて、 各国の字者と闘争を繰り返すまでの 知能を兼ね備え、内にも外にも天才的な 才能を見せ付ける。</p> </div> </div>	- シナリオで特に 重点的に見せるシ ーンと効果的な演 出方法について協 議した。 - シナリオをもと にしネームを切る よう要請した。

<p>5次 (11.01.21) 6次 (11.01.26)</p>	<p>ネーム</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - ネームの分量が多かったため、二回に分けて打ち合わせが行われた。 - 1話のネームを見てコマの構成とページ分配について全体的に直す部分を議論し協議した。 - セリフを効果的に見せる為の方法について議論した。
--	---	--

キルタル伝

[作品情報]

オッドアイの女性を対象にした連続殺人事件。殺人事件の重要参考人として目をつけられた男子高校生ビビョン、そして刑事キルタルとイムジョンの物語。

[作家] イ・ヨンス

[プロデューサー] 長崎尚志

フリーのマンガプロデューサー。小学館入社後<ビックコミック>在籍当時、新人だった浦沢直樹を担当。<ビックコミックオリジナル>を経て、<ビックコミックスピリッツ>編集長に就任した後、小学館を退社。独立後、マンガプロデューサーとして、浦沢直樹と組んだ『20世紀少年』、『PLUTO』等をプロデュース。マンガ原作者としても、複数のペンネームで多数の作品を発表している。

[作品プロデュース打ち合わせ]

※ プロデュース最終目標を作品完成ではなく‘シナリオ作法指導’に変えたのでビデオ会議ではないメールで進行された。

次数	進行物	内容
<p>特別面接 (10.10.20)</p>	<p>公募展応募ストーリー 『シナ』</p> <p>S2 飲み屋 (昨晚) 誕生日会で狂ったように酒を飲むジヌオン</p> <p>ジヌオン： (E) ‘昨日のオレの誕生日会で見た奴だけど…’ ‘監督と知り合いだかなんかで一緒に飲んだよな?’</p>	<ul style="list-style-type: none"> - プロデューサーの要請で行われた特別面接。 - プロデュース過程が公募展の目標とは違う方式であることを説明した。 - 分量を指定し、新しい短編シナリオを作るよう要請した。

<p>一次 (10.11.07)</p>	<p>一次シナリオ(下線部分について、黒く表記された所が添削コメント。以下同一)</p> <p>S# 3 慶州のある高校の屋上、日の暮れる夕方。 吉達、林宗[漫画家はこのシナリオを読んで、こう思います。この二人の年齢は? どういう容姿なのですか? 服装は? と。シナリオは漫画家が読むものです。漫画家がいちいち引っかかっているシナリオは、良いシナリオとは言えません。読めば後でわかるというのではダメ。漫画家には最初から教えてください。]は各々大きな箱[そもそも二人は、何をしようとしているのですか? 漫画家は絵にできませんよ。]を持って屋上に上がって来る。 林宗: (箱を屋上の一角に下ろしながら)ここに置けばいいんですか? 吉達: (後ろから小さな箱を持って来て)すみません。私のクラスの子達みんな手伝ってくれなくて。</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 一次シナリオをもとに添削指導。 - マンガシナリオはマンガ読者を対象にするものではなく、作画家を読者にしたものであると強調、基本的なキャラクター設定と伏線など、ストーリーの流れをより詳しく書くことを要請した。
<p>二次 (10.11.22)</p>	<p>二次シナリオ</p> <p>S# 3. ゴミ処理場。 …(省略)… 可愛い外見。普段は茶色い瞳。 / イムジョン - 刑事、27歳、185cm 73kg. 黒い短髪。イケメン。シンプルでカジュアルな服装) 刑事1: (キルタルに近づきながら)カン刑事、イム刑事来たか? 被害者は一名。近くの高校の女子生徒だそうだ。[ここで刑事1が被害者の名前を言い、それを読者におぼえさせるために、キルタルあたりが復唱しないと、何もわからないまま話がどんどん進んでしまいます。あなたの作品は面白いですが、読者を置き去りにしています。これでは、読者は読むのをやめてしまいます。] …(省略)… キルタル: (おかしいなと風に刑事を見つめる) 刑事1: (気をつけながら)片目が無い。この女子生徒はオッドアイ[オッドアイの意味、韓国の方ならず、誰でもわかるのでしょうか。日本人はほとんどわからないと思いますが……ここは、オッドアイとは何か、ちゃんと説明すべきではないでしょうか? さらには読者に対しては、オッドアイの女性のみを狙う連続殺人事件が発生していると、この場面で教えてあげるべきではないでしょうか?]だそうだ。</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 二次シナリオをもとに添削指導。 - 登場人物の職業等、設定を面白く変えたと評価。 - 警察関連資料をもっと調べるよう指摘した。 - 読者に与える情報をどこに置くか考慮し修正するよう要請した。
<p>三次 (10.12.01)</p>	<p>三次シナリオ</p> <p>S# 4. 空き地 - 昼。 警察の立ち入り禁止のテープ。ザワザワしている野次馬達。彼らをたち止める警察達。 キルタル、イムジョン、テープをくぐっていく。[場面変わって最初のシーンが、両目のえぐられた少女の遺体なら、ビジュアル的に読者は惹きつけられるのでは?] …(省略)… イムジョン、班長の横に立っている。 イムジョン: (班長に)誰ですか? (キルタルをじっと見ている - イムジョンはオッドアイの3人目の犠牲者の双子の妹であるキルタルだと一目でわかる) [これは不自然。キルタルがすでに殺人課にいる刑事で、そこへイムジョンが来るべきでは? つまりキルタルが先輩で、イムジョンが後輩のほうがいい。]</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 三次シナリオをもとに添削指導。 - キャラクター間の関係を再設定することを要請した。 - 人物の行動で矛盾している箇所を指摘した。 - 読者の目を引く効果的な演出法についてアドバイスした。 - シナリオの一行がマンガの一コマになることを強調した。

<p>四次 (10. 12. 13)</p>	<p>四次シナリオ</p> <p>S#4. 空き地(工事中のアパートの建物の間にある空き地)。-昼 ゴミ袋の上に置かれたキム・ミンジの死体。捜査官たちが写真を撮り、検査官たちが調査をしている。…(省略)… きれいな方 [これも1コマで表現するのですか? ありえないと思いますが。特にミンジの遺体は1コマ、アップにしないと話にならない。]</p> <p>電灯が消えた電信柱の下であわただしい警察たち。…(省略)… キルタル、後ろを振り向く。 イムジョン、班長の横に立っている。[イムジョンのアップのコマがもう1コマ必要では?]</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 四次シナリオをもとに添削指導。 - 三次シナリオがずっと面白かったという評価。 - マンガのコマ割りについてもっと考慮することを要請した。 - 主人公を主人公らしく描く方法について指導した。
<p>五次 (11. 01. 13)</p>	<p>五次 シナリオ</p> <p>S#3 空き地- 昼。 ゴミ袋の上に置かれたキム・ミンジの死体 C.U …(省略)… (キムミンジの死体 - 目がえぐられている。死体の顔にティッシュのようなものが付いている。腹部にナイフが刺さっている。) [ロングでこの描写はありえない。まず遺体全身を描くよう漫画家に指定してから、彼女の顔のアップを1コマ取らないと!] 立入り禁止テープと少し離れたところで人々が見物している キルタル、立入り禁止テープを越えて入ってくる。[主人公の最初の絵が、身体を曲げてテープを越える、というのはいない。かっこ悪いでしょ。読者にこの女性が主人公だというたまたまいや動作を見せないと!] (キルタル、女性、刑事、26歳、168cm 54kg。…(省略)… 班長: カン刑事! こっちだ。 キルタル、後ろを振り返る。(キルタルの全身 C.U) [主人公登場のファーストシーンが全身ならありだが、二番目のシーンでそれはない。ここは顔のアップでしょう。] イムジョン、班長の横に立っている。</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 五次シナリオをもとに添削指導。 - シナリオの書き方が前に比べてとても良くなったと評価。 - 内容をもう少し補強する必要があると指摘した。 - キャラクターの性格、能力、行動に見える矛盾点を指摘し、描写の仕方を変えることを要請した。
<p>六次 (11. 01. 25)</p>	<p>六次シナリオ</p> <p>S#3 空き地- 昼。 ゴミ袋の上に置かれたキム・ミンジの死体 C.U …(省略)… ミンジの死体の横で捜査官たち[写真を撮るのも鑑識の人。]が写真を撮り、検査官たちが調査をしている。 野次馬たち(警察が止めている) [〇〇メートル先に非常線。大勢の野次馬。/ 彼らを止める制服警官ら。] 立入り禁止テープの中の機動警察がキルタルに敬礼。キルタルの後姿。[敬礼する警察とキルタルの姿を1コマに描くと、キルタルの主人公としてのキャラクターが立ちません。主人公がはじめて登場する1コマ目で主人公を颯爽とさせないと(具体的な動作)漫画になりません。前回のわたしの指摘を誤解していませんか?] キルタル、立入り禁止テープの前で手袋を取り出す。全身C.U (キルタル、女性、…(省略)… 若干長めの茶髪。好感の持てる外見。シンプルでカジュアル。/班長、50代。 カジュアルな服装) キルタル、立入り禁止テープを越えて入ってくる。[こういうト書きを要求したわけではありません。読者の目にキルタルがどういう格好かポーズをとればかっこよく見えるか……それをキルタルが初登場したコマで描いてほしいのです!]</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 六次シナリオをもとに添削指導。 - 人物の行動や伏線の配置等、内容面も以前に比べてとても良くなったと評価。 - 登場人物の過去のエピソードをもう少し生かすこと、能力に関連するエピソードを細かく設定することを要請した。 - 細かい描写やコマの演出方法を点検して指摘した。

社会科学探求領域

[作品情報]

韓国で起きた大型の惨事と未来を予知する力を持った人物達の物語。

[作家] チョン・ユンソプ

[プロデューサー] 長崎尚志

フリーのマンガプロデューサー。小学館入社後<ビックコミック>在籍当時、新人だった浦沢直樹を担当。<ビックコミックオリジナル>を経て、<ビックコミックスピリッツ>編集長に就任した後、小学館を退社。独立後、マンガプロデューサーとして、浦沢直樹と組んだ『20世紀少年』、『PLUTO』等をプロデュース。マンガ原作者としても、複数のペンネームで多数の作品を発表している。

[作品プロデュース打ち合わせ]

※ プロデュース最終目標を作品完成ではなく‘シナリオ作法指導’に変えたのでビデオ会議ではないメールで進行された。

回数	進行物	内容
特別面接 (10. 10. 20)	<p>公募展応募ストーリー『社会科学探求領域』</p> <p>1章 ”おまえ、ほんまに死にたいんか。どうかしたんちゃうか。” テグ市内のある病院。腕と足にギブスをしたソンジンが、制服を着た友だちに囲まれている。 ソンジンの顔にいっぱい残っている擦り傷。友だちたちがいたずらでギブスに落書きをしながら騒いでいる。</p>	<ul style="list-style-type: none"> - プロデューサーの要請で行われた特別面接。 - プロデュース過程が公募展の目標とは違う方式であることを説明した。 - 応募作のシナリオを修正して連載用の1~3話分のシナリオを書くことを要請した。
一次 (10. 11. 15)	<p>一次シナリオ(下線部分について、黒く表記された所が添削コメント。以下同一)</p> <p>第一章<1995年 4月 27日 テグ(大邱)> 真夜中の道路。 ニャーゴ、ニャーゴ …(省略)… 恐怖で震えている猫を抱き上げる制服姿のソンジン (17歳) ソンジン / もう大丈夫だ。怖がらなくていいよ。俺が死ぬ前に猫助けか。 猫を撫でるソンジン。車が走り過ぎる道路を横切る。 まるで車の動きを全て読んでいくかのように躊躇なく歩くソンジン。 [面白いシーンですがもっと具体的に車(もしくはトラック等)よけているシナリオが必要。あなた自身は、このシーン、漫画家に何コマ描いてもらいたいですか?] クラクションの音!だが奇跡みたいに車の間を抜けて歩道に上がる。 [場面が変わるなら、線を引くか、一行空けてください。] の階段にポタポタと落ちる涙。誰かの足が階段を上ってくる</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 一次シナリオをもとに添削指導。 - マンガシナリオはマンガ読者を対象にするものではなく、作家を読者にしたものであると強調、基本的なキャラクター設定と伏線など、ストーリーの流れをより詳しく書くことを要請した。 - 作品の序盤で重点を置いて描写しなければならない点、読者が読んで次回も読みたくなるマンガを作らないといけないことを強調した。

<p>二次 (10. 11. 29)</p>	<p>二次シナリオ</p> <p><15前テグ> …(省略)… <私は真のブドウであり、私の父は農夫である>(キリスト教の聖書から)</p> <p>-----</p> <p>広々としたブドウ畑。平和だ。 ブドウの木を枝打ちする農夫の手つき。[このシーンで、聖書の言葉を引用するのは洒落ていますが、聖書のシーンを絵にする必要はないと思います。ここは主人公の行動を絵で見せて、聖書の台詞をかぶせるべきでは?]</p> <p><ツルは私にからみつき実を結ぶだろう。そうでない枝は神様(韓国語では"お父様"で書かれている)がそれを取り除いてくださり></p> <p>やがてふさふさとみごとにブドウの房が実を結ぶ。[ここも上と同じ。]</p> <p>…(省略)… 恐怖におののいた表情で虚空の中に落ちていく! …(省略)… 恐怖にさらされた表情でしきりにもがきながら、工場の足場をなんとかつかんだソンジン。 しかしそのまま足場は崩れ、ガタガタと落ちていくソンジン。 ソンジン/うわぁー!![これは、そのまま落ちていってもいいのではないのでしょうか?だったら死ななきゃいいじゃないと、読者は思ってしまうですよ。]</p> <p><人は友のために自身の命を捨てれば、これよりもさらに大きな愛はないーヨハネ黙示録第15章></p>	<ul style="list-style-type: none"> - 二次シナリオをもとに添削指導。 - 読者に与える情報量が多すぎて次回にたいする期待感を落としている点を指摘した。 - シーン割りをする際、読者の興味を引く方法をアドバイスした。 - 重点を置いて描写しなければならないキャラクターと関係性を採光性することを要請した。
<p>三次 (10. 12. 12)</p>	<p>三次 シナリオ</p> <p><15前テグ> 真夜中の道路、轟音を響かせながら走り去る車たち。 ニャーゴ、ニャーゴ …(省略)…</p> <p>ソンジン / もう大丈夫だ。怖がらなくていいよ。俺が死ぬ前に猫助けか。[たとえば<ソンジン「もう大丈夫だ。怖がらなくてもいいよ」/ソンジン、クスッと笑い「オレは死ぬ前に猫助けか」>とか。コマ割りを考えて! 漫画は1コマ、1動作です。演出をするのはあなたです。ソンジンが1コマの1フキダシにセリフを長く言うのではなく、2コマにして演技を変える……漫画の脚本家はそこまでやらないと。]</p> <p>プップー!!クラクションの音。激しく走り去る車でいっぱいの車道。 しかしソンジンはまるで車の動きを全て読んでいるかのように躊躇なく歩く。[これも漫画家任せ。何コマに区切って漫画家に描かせたいのですか?ソンジンの1動作、1動作をシナリオにしないと、漫画の脚本にはなりません。]</p> <p>ソンジンにぶつかる寸前で通りすぎる車。[これも漫画では表現できない。<ソンジンの前、近づく車。/ ソンジン、そのまま進む。/ ソンジンの足、前に出る。/ 直進するタイヤ。/ 車がソンジンの間近、数ミリで通り過ぎる。/ ソンジン、その車が存在しなかったかのように、前だけ向いて進む。>とか。]</p> <p>車線のど真ん中に立つと車は約束をしたかのように車線を変更する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 三次シナリオをもとに添削指導。 - マンガシナリオを書く方法論についてアドバイスした。 - シナリオの一行がマンガの1コマになることを強調し、作家にどのように情報を与え画面を構成させるか指示することを要請した。

<p>四次 (10. 12. 25)</p>	<p>四次シナリオ</p> <p><15前テグ> 真夜中の道路、轟音を響かせながら走り去る車たち。 ニャーゴ、ニャーゴ …(省略)…</p> <p>再び正面からヘッドライトを光らせ、走ってくる大型トラック。 突然ガラス窓の前に現れたソンジンの姿に驚き、クラクションを鳴らす運転手。 運転手 / 何だ!あの野郎!!! [ソンジンがまだ読者にわからない段階です。カメラをトラック内部に切り替えず、あくまでソンジン側(外側)から描いた方がいいでしょう。運転手のセリフを入れたいなら、運転席の窓から顔を突き出して「気をつけろ、馬鹿」とか言わせるとか……]</p> <p>しかし全く動じる様子を見せず、ヘッドライトの光の中を横切るソンジン。[顔のアップが1コマ必要では?] 巨大なトラックのタイヤが、ソンジンのかかとをぎりぎりのところで掠めていく。 やがて プップーークラクションの音と共に歩道に上がるソンジン! [誰かがソンジンの行動に急ブレーキを踏んで、道路が渋滞するようなシーンがある方が面白いと思います。しかしソンジンは一顧だにせず、道を渡る。]</p> <p>-----</p> <p>遠くテグ市内の夜景がピカピカと光輝いている。 …(省略)…</p> <p>やがて 屋上に立つソンジン。 ソンジンの肩越しに、テグ市内の夜景がピカピカと光り輝いている。 <ツルに実をつける枝はさらに実を結ぼうとし、それを神様はきれいにされる> 屋上の手すりの下にうずくまっているソンジン。[肩越しに見える景色から、次のコマで屋上にうずくまるソンジンは無理があります。<ソンジンの肩越しに、テグ市内の夜景が光り輝く。/ それを無表情に見つめるソンジン。/ ソンジン、手すりの下にうずくまる。>とか書くべきで、動作が飛び過ぎています。] 涙を流しながら悲しく泣いている。</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 四次シナリオをもとに添削指導。 - 周辺登場人物を魅力的に描き、読者に愛されるようなキャラクターを作ることを要請した。 - 重要なシーンであることを読者に効果的に認識させる方法についてアドバイスした。 - 映像のアクションシーンとマンガのアクションシーンの違いを指導した。
<p>五次 (11. 01. 25)</p>	<p>五次シナリオ</p> <p><#> 表示は漫画の一カットに該当する表示です。 …(省略)…</p> <p># 制服についている名札 <パク・ソンジン> (17歳) [やはり名札だけで読者にソンジンを認識させるのはづらい。自分の名を猫に言い、猫の名前をつけるというエピソードを入れたらどうでしょうか。] …(省略)…</p> <p>ソンジン / 俺が死ぬ前に猫助けか。 [このあたりで自己紹介] # 前に一步踏み出されるソンジンの足。…(省略)…</p> <p>-----</p> <p>工事現場の屋上 …(省略)…</p> <p># 虚空に投げ出されるソンジンの足。 …(省略)…</p> <p># 猫が去り、がらんと空いた屋上の手すり。[屋上のシーン、漫画にしては長すぎます。手すりに乗り、飛び降りるまでのシーンが、特に長いです。]</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 五次シナリオをもとに添削指導。 - 2, 3話の分量は後回しにして、まずは1話を面白く書くことを目標に再設定した。 - 内容はずっと面白くなったが、シーンが長すぎると評価。 - 作中の登場人物の行動をもう少し正当化するよう要請した。 - 効果的にキャラクターを見せられていない点を指摘した。

<参考資料2> アンケート用紙（日本人編集者）

こんにちは。

このアンケートは2010年韓国漫画グローバルコンテンツ公募展に関連する論文の為のものです。論文では匿名アンケートなので、公募展のプロデュースの打ち合わせ中に感じられたことを率直にお答え頂ければと思います。複数応答可能です。

* 性別

- a. 男
- b. 女

* 年齢

- a. 10代
- b. 20代
- c. 30代
- d. 40代
- e. 50代

* 活動経歴

- a. 3年未満
- b. 3年以上5年未満
- c. 5年以上10年未満
- d. 10年以上15年未満
- e. 15年以上

1. 現在担当されている韓国人作家（コンビ）の長所は何だと思われますか。
 - a. 締め切りや約束を守るなど、プロ意識がしっかりしている
 - b. 作品の修正に関するアドバイスをした時、自分の意図をちゃんと理解してくれる
 - c. 打ち合わせの時、作品に対する自分の意見をはっきり主張し、積極的な態度を見せる
 - d. その他（詳しくお書き下さい）

2. 現在担当されている韓国人作家（コンビ）の短所は何だと思われますか。
 - a. 締め切りや約束をちゃんと守らない
 - b. 作品の直しに関するアドバイスをした時、自分の意図とは違う方向に直してしまう
 - c. 打ち合わせの時、作品に関する自分の主張をほとんど言わず、プロデューサーに頼りっきりでである
 - d. その他（詳しくお書き下さい）

3. 現在担当されている韓国人作家（コンビ）の作品の強みは何だと思われますか。
 - a. 作品のネタが独特で斬新である
 - b. ストーリーを緻密に構成する
 - c. 他人とは異なる優れた画力を持っている
 - d. その他（詳しくお書き下さい）

4. 日本人作家と韓国人作家との違いを教えてください。
 - a. プロとしての意識
 - b. 作品の修正方向に対する理解度
 - c. 作品に関する意見を強く主張する程度
 - d. その他（詳しくお書き下さい）

5. 今までご覧になった韓国漫画の強みは何だと思われますか。
 - a. 面白いストーリーと構成力
 - b. 緻密な演出力と画力
 - c. 独特な作家性、または多様な素材
 - d. その他（詳しくお書き下さい）

6. 今までご覧になった韓国漫画の弱みは何だと思われますか。
 - a. 粗末なストーリーと構成力
 - b. 演出力と作画力の不足
 - c. 平凡な作家性または、つまらない素材
 - d. その他（詳しくお書き下さい）

7. ビデオ会議システムを使用して、良かった点は何ですか？
 - a. 作家と直接顔を見て細かい話ができる点
 - b. ネームや原稿をお互いに見せ合って打ち合わせができる点
 - c. 質問・提案などをその場で直ぐに出来る点
 - d. その他（詳しくお書き下さい）

8. ビデオ会議システムを使用して、良くなかった点は何ですか？
 - a. 必ず機材が設置してある場所に赴かなければならず、前もって場所を予約しないとイケない点
 - b. ネットワーク・機材などに問題が発生しても個人的に解決出来ない点
 - c. ネームや原稿を見せる為にはカメラを操作したり近くに寄らないとイケない点
 - d. その他（詳しくお書き下さい）

9. この公募展でプロデュースをされながら、良かったことは何ですか？
 - a. 面白いマンガを作ることが出来る新しい人材を育てられる点
 - b. 日本の作家とは違う、外国人作家の意見と考えなどを聞く事が出来る点
 - c. マンガ先進国として韓国マンガ産業に貢献出来た点
 - d. その他（詳しくお書き下さい）

10. この公募展でプロデュースをされながら、大変だったことは何ですか？
 - a. 言葉、文化的な違いによるコミュニケーションの問題
 - b. 当初予想していたものよりも過程が長く、手間が掛かる点
 - c. 作品の方向性にあまり満足出来ない点
 - d. その他（詳しくお書き下さい）

11. この公募展の運営について良かった点があれば教えてください。

- a. 外国人の新人作家と会って仕事ができ点
- b. ビデオ会議システムを使えた点
- c. 新しい作品制作システムの導入に手助け出来た点
- d. 良かった点はない
- e. その他（詳しくお書き下さい）

12. この公募展の運営について残念だった点があれば教えてください。

- a. 公募展の進行と方向に対する事前説明が不足していた点
- b. 通翻訳を挟んだコミュニケーションが迅速、正確でなかった点等
- c. 進行費、作品制作費など適切に支給されなかった点
- d. 残念だった点はない
- e. その他（詳しくお書き下さい）

13. 韓国の作家達が日本を始めとして世界のマンガ市場で成功する為には何が必要だと思いますか？

- a. 面白いストーリーと適切な作画など、作品性
- b. 作品をもっと面白くすることの出来る人材またはシステム
- c. マンガ産業の関係者の人的・物的サポート
- d. その他（詳しくお書き下さい）

14. 韓国マンガ・韓国作家・プロデュースング過程・公募展などについて、ご意見等ありましたらご自由にお聞かせ下さい。

質問は以上です。アンケート内容は大切に活用させていただきます。お忙しい中、お時間作って頂きまして有り難うございました。

<添付資料 3> アンケート用紙 (韓国人作家)

안녕하세요.

이 설문은 2010년 한국 만화 글로벌 콘텐츠 공모전과 관련된 논문을 위한 것입니다. 논문 상 무기명 설문이므로, 공모전 프로듀싱을 진행하시면서 느끼신 점을 솔직하게 답해 주시길 바랍니다. 보기는 몇 개이든 복수응답 가능합니다.

* 성별

- a. 남
- b. 여

* 연령

- a. 10대
- b. 20대
- c. 30대
- d. 40대
- e. 50대

* 만화 작품 활동 경력

- a. 없음
- b. 1년 미만
- c. 3년 미만
- d. 5년 미만
- e. 5년 이상

1. 본 공모전 이전에 공식적으로 만화 작품 활동을 하신 적이 있습니까? 스토리/작화 중 어느 한 쪽이었다면 함께 기입해 주세요(보기 e를 선택하신 경우, 2번 문항은 건너뛰세요).

- a. 웹툰 (데뷔 년도와 사이트, 활동 기간을 적어 주세요)
- b. 잡지 (데뷔 년도와 잡지명, 활동 기간을 적어 주세요)
- c. 타 공모전 당선 (공모전 이름과 주관사, 당선 년도를 적어 주세요)
- d. 웹툰, 잡지, 공모전 등에 작품을 응모한 적은 있지만 당선 또는 데뷔는 하지 못했다.
- e. 작품을 본 공모전에서 처음 응모했으므로 활동 경력이 전혀 없다.

2. 프로젝트 회의 참여 전, 작품 활동을 하시면서 느낀 어려움은 무엇입니까?

- a. 자료 조사 등, 작품 제작 준비가 너무 오래 걸리거나 힘에 부친다.
- b. 슬럼프나 스트레스 등의 집필 위기 상황을 혼자 극복해야 한다.
- c. 작품에 대해 직언을 해 줄 만한 사람이 없다.
- d. 기타 (직접 작성해 주세요)

3. 작가로서 자신의 약점은 무엇이라 생각하십니까?

- a. 작품 소재나 표현 아이디어가 다소 식상하다.
- b. 구성력, 연출력이 부족하다.
- c. 시간 관리를 잘 못해서 마감을 제때 못 지킨다.
- d. 기타 (직접 작성해 주세요)

4. 프로듀싱 회의 참여 전, 가장 걱정스러웠던 것은 무엇입니까?
 - a. 다른 일(작품, 학업 등)을 하면서 프로듀싱 작업에 참여해야 하는 것.
 - b. 다른 사람의 의견을 듣고 내 작품을 조정하는 작업을 한다는 것.
 - c. 프로듀서에 의해 상상력을 제한당해 내 의도와는 다른 작품이 완성되는 것.
 - d. 기타 (직접 작성해 주세요)

5. 화상회의 시스템을 사용하시면서, 좋았던 점은 무엇입니까?
 - a. 프로듀서와 직접 얼굴을 보며 친밀하게 이야기할 수 있는 점.
 - b. 콘티나 원고를 서로 보여 주면서 회의할 수 있는 점.
 - c. 질문, 제안 등을 그 자리에서 바로 할 수 있는 점.
 - d. 기타 (직접 작성해 주세요)

6. 화상회의 시스템을 사용하시면서, 좋지 않았던 점은 무엇입니까?
 - a. 반드시 기기가 설치된 장소에 가야 하는 점.
 - b. 네트워크, 기기 등에 문제가 발생해도 개인적으로 해결할 수 없는 점.
 - c. 콘티나 원고를 보여주려면 카메라를 조작하거나 가까이 다가가야 하는 점.
 - d. 기타 (직접 작성해 주세요)

7. 프로듀싱 작업 중, 프로듀서와 의견이 상이했을 경우 어떻게 대처하셨습니까?
 - a. 전적으로 프로듀서의 의견에 따랐다.
 - b. 일정 부분 수용하면서 내 의견을 말해 절충안을 택했다.
 - c. 주장을 관철해서 내 의견으로 이끌었다.
 - d. 서로 의견이 달랐던 적이 없다.

8. 본 공모전에서 프로듀싱 작업을 하시면서 좋은 점은 무엇입니까?
 - a. 객관적인 입장에서 내 작품을 본 프로듀서가 적절한 조언을 해 주는 점.
 - b. 다른 사람과 함께 일을 하면서 작품 집필에 대한 동기 부여가 되는 점.
 - c. 일본 현역 프로듀서에게 많은 노하우를 배울 수 있는 점.
 - d. 기타 (직접 작성해 주세요)

9. 본 공모전에서 프로듀싱 작업을 하시면서 힘든 점은 무엇입니까?
 - a. 언어, 문화적 차이로 인한 커뮤니케이션 문제.
 - b. 당초 예상했던 것 보다 과정이 길고 방식이 수고스러운 점.
 - c. 작품 수정 방향이 내가 의도한 것과는 다른 점.
 - d. 기타 (직접 작성해 주세요)

10. 본 공모전 프로듀싱 과정이 본인의 약점을 극복하는 데에 도움을 주었다고 생각합니까?
 - a. 매우 도움이 되었다.
 - b. 도움이 되었다.
 - c. 보통이다.
 - d. 별로 도움이 되지 못했다.
 - e. 전혀 도움이 되지 못했다.

11. 본 공모전 프로듀싱 과정이 작품을 더 재미있게 만드는 데에 도움을 주었다고 생각합니까?

- a. 매우 도움이 되었다.
- b. 도움이 되었다.
- c. 보통이다.
- d. 별로 도움이 되지 못했다.
- e. 전혀 도움이 되지 못했다.

12. 본 공모전 운영에 대해 좋았던 점이 있다면 알려 주세요.

- a. 현역 프로듀서와 만나 작업을 할 수 있었던 점.
- b. 화상회의 시스템을 이용할 수 있었던 점.
- c. 새로운 작품 제작 시스템을 경험할 수 있었던 점.
- d. 좋았던 점은 없다.
- e. 기타 (직접 작성해 주세요)

13. 본 공모전 운영에 대해 아쉬웠던 점이 있다면 알려 주세요.

- a. 공모전 진행과 방향에 대한 사전 설명이 부족했던 점.
- b. 통번역 과정을 거치면서 커뮤니케이션이 신속, 정확하지 못한 점.
- c. 진행비, 작품 제작 지원비 등이 적절히 지급되지 않는 점.
- d. 아쉬웠던 점은 없다.
- e. 기타 (직접 작성해 주세요)

14. 한국 만화가 일본을 비롯하여 세계 시장에 진출하는 데에 어려움이 있다면 왜 그렇다고 생각하십니까?

- a. 스토리, 작화력 등 작품성에 문제가 있기 때문에.
- b. 적절한 출판사나 잡지 등에 개인적으로 접근하기 어렵기 때문에.
- c. 통번역 등 제반 비용이 많이 들기 때문에.
- d. 특별히 어려움은 없다고 생각한다.
- e. 기타 (직접 작성해 주세요)

15. 한국 만화, 일본 편집자(프로듀서), 프로듀싱 과정, 공모전 등에 관해 하고 싶은 말씀이 있다면 자유롭게 작성해 주세요.

문항은 이상입니다. 설문 내용은 소중히 활용하도록 하겠습니다. 시간 내어 주셔서 감사합니다.