

# フランスの対外文化活動

## —文化的プレゼンス再生に向けた取組み—

大 宮 朋 子

## 目 次

はじめに	2 改革の評価
I フランスの対外文化活動	III 文化創造産業に対する取組み
1 歴史的経緯	1 フランスの文化創造産業
2 危機に直面する対外文化活動	2 文化創造産業への助成と輸出
II 対外文化活動の体制改革	おわりに
1 外務省改革と文化ネットワークの再編	

## はじめに

フランスは、19世紀からフランス語の普及を中心とした対外文化活動を展開し、世界の中でも最も早くから文化による外交を重視してきたという自負がある。国家が、国民の文化活動に積極的に関わり、フランス語やフランス文化の世界への発信と、それによる国の名声や威信の獲得に意識的に取り組んできた。

2009年にフランス議会に提出された報告書『国際的な文化の威光—フランス外交の野望』（以下「2009年報告書」という。）<sup>(1)</sup>によれば、フランスが「文化ネットワーク (le réseau culturel)」と呼ぶフランス語教育と文化交流のための在外文化施設は、外務省管轄のアンスティテュ・フランセ (Institut français)、文化センター (centres culturels) が144か所、調査研究機関が27か所、民間の語学教育機関のアリانس・フランセーズ (Alliance française)<sup>(2)</sup>が1,070か所 (内、255か所が国の補助を受けている) に及び、これらの施設への2008年の政府支出はおよそ1億3600万ユーロであった<sup>(3)</sup>。

このように世界に広がる文化ネットワークを通して、フランス語やフランス発の文化、思想、学問が発信され、一方で、フランスの首都パリは、芸術・文化の都として世界的に知られ、外国人芸術家や作家を惹きつけ、文化創造の場となってきた。

(1) "Le rayonnement culturel international: une ambition pour la diplomatie française," Rapport d'information n° 458 (2008-2009) de M. Jacques Legendre, fait au nom de la commission des Affaires culturelles et de la commission des Affaires étrangères, de la défense et de forces armées

(2) 2009年現在、1,070か所のアリانس・フランセーズが135か国に設置されている。パリにある本部は、1901年の法律によって、フランス国家管理の機関 (association régie) とされていたが、2008年1月より、公益財団 (fondation reconnue d'utilité publique) となった。2008年に461,000人の外国人学生にフランス語の授業を行った。2008年の予算は2億3800万ユーロ、そのうちフランス語教育からの収益、寄付、民間からの資金などの自己収入が80%を占める。 *ibid.*, p.15.

(3) *ibid.*, p.23.

しかし、21世紀以降のグローバル化時代において、国際社会におけるフランスの「文化的プレゼンスの低下」がフランス国内外で指摘され始めている。フランス政府はGDPの1.5%を文化や創造活動に支出し、その比率はドイツの0.7%、イギリスの0.5%、アメリカの0.3%と比較して圧倒的に大きいにもかかわらず、今やフランス文化は海外での競争力を持たず、フランスは世界の文化市場の中心にはない、という痛烈な批判も出てきた。<sup>(4)</sup>

本稿では、フランス文化の危機が叫ばれる中、特に2007年のニコラ・サルコジ (Nicolas Sarkozy) 大統領就任以降に実施された対外文化政策の体制の大々的な見直しについて述べた上で、近年、フランスでも注目されている文化創造産業輸出の取組みについて紹介する。

世界各国に文化発信の拠点を張り巡らせ、文化大国と称されるフランスでさえ、現在大きな岐路に立ち、その「文化的再生」に向けた政策が積極的に議論され、改革が進んでいる。この事例は、「震災を超えて『日本ブランドの輝き』を取り戻す」と謳う日本のクール・ジャパン戦略<sup>(5)</sup>や、「日本再生の基本戦略」(2011年12月24日閣議決定)に掲げられている『世界における日本のプレゼンスの強化』<sup>(6)</sup>にとっても一つの示唆となると考えられる。

## I フランスの対外文化活動

### 1 歴史的経緯

フランスにおいて、対外文化活動が制度的に整備されたのは、普仏戦争(1870年)後の第三共和政の時代である。1883年に、政治家や外交官、民間の有識者の発案で、海外においてフランス語教育を行うアリアンス・フランセーズが設立され、世界的に広がったのをきっかけに、外務省の政策局内にフランス語普及活動を担当する在外フランス学校・事業課が設立された。第二次世界大戦後の1945年には、文化外交を中心的に担う文化関係総局 (Direction générale des relations culturelles: DGRC) が設置され、これがフランスに「文化 (culture)」を冠する行政組織ができた最初のものとなった。以降、担当部署の再編を繰り返しながら、フランス外務省では、政治、経済と並んで文化の分野も重視されてきた。

この長い歴史の中で、国際関係における文化活動については、対外文化活動 (action culturelle extérieure)、国際文化政策 (politique culturelle internationale)、あるいは、文化外交 (diplomatie culturelle) という用語が使われてきた。それが、2008年頃から、外務省を中心に、これまでの「文化外交」に代わり、「影響力の外交 (diplomatie d'influence)」あるいは「文化と影響力の外交 (diplomatie culturelle et d'influence)」という表現が用いられるようになっていく。

そもそも、フランスの対外文化活動の目的は、「威光 (rayonnement)」の獲得あるいは保持のためと言われてきた。フランス語の「威光」とは、もともと「光を放つ・放射する・輝く (rayonner)」という意味から転じて、文化が普及する、伝播する、影響力が広がる、という意味を持っている。その語源が示すように、一方向的な光の放射、すなわち文化の普及、とい

(4) Donald Morrison, "In Search of Lost Time (失われた時を求めて)," *Time Magazine World*, November 21, 2007. <<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1686532,00.html>> (本稿におけるインターネット情報の最終アクセス日は2012年8月2日である。)

(5) クール・ジャパン官民有識者会議提言『新しい日本の創造—「文化と産業」「日本と海外」をつなぐために』2011.5.12, p.1. <[http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/seisan/cool\\_japan/2011\\_houkoku\\_01\\_00.pdf](http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/seisan/cool_japan/2011_houkoku_01_00.pdf)>

(6) 『日本再生の基本戦略~危機の克服とフロンティアへの挑戦』2011.12.24, p.15. <<http://www5.cao.go.jp/keizai2/keizai-syakai/k-s-kouzou/shiryou/k-s-6kai/pdf/1.pdf>>

う意味合いが強いものであった。それが、2000年頃から「互恵的」な目的をもった対外文化活動という考え方が示されるようになり<sup>(7)</sup>、近年、一方通行ではないフランス文化外交の目的や意義が問い直されている。<sup>(8)</sup>

このような用語の変更や目的の問い直しも、フランス文化の影響力の低下に関する指摘と、対外文化活動に関する活発な議論、そしてそれに伴う改革と無縁ではない。

## 2 危機に直面する対外文化活動

### (1) 文化的影響力低下の指摘

2007年5月にフランス第五共和政の第6代大統領に就任したサルコジ大統領は、外交指針において「フランスは国外に向けた文化的影響力の拡大を最重要と考える。文化産業や文化的多様性の将来は、世界におけるフランスの働きによる。」<sup>(9)</sup>と明言した。しかし、サルコジ大統領の意気込みとは逆に、その文化的影響力は海外においてはさほど大きくはなくなっている、と指摘したのは、アメリカ人ジャーナリスト、ドナルド・モリソン氏である。

モリソン氏は、2007年11月、タイム・マガジンのヨーロッパ版に寄せた記事の中で<sup>(10)</sup>、映画、音楽、文学、芸術などの多くの分野において、フランス文化の世界における競争力が低下していると指摘した。例えば、小説の分野では、2007年にフランスで販売されたフィクションのうち30%が英語から翻訳されたものであり、その割合はこの10年で増加した。かつては、モリエールからユゴー、バルザック、プルースト、更にはカミュ、マルローなどのフランスの小説家は、海外の読者に事欠かなかった。しかし今、それに代わるフランスを代表する小説家が出ているだろうか、という疑問を投げかけている。

このようなフランス文化の海外での競争力低下の理由について、モリソン氏は、第一に、小説、音楽、映画などの作品が、フランス語で作られていることを挙げている。第二に、政府の補助金の問題を指摘した。文化産業の保護政策により、国内市場で十分消費され、海外進出することなく成長できる点を問題として挙げた。また、美術館、オペラハウス、演劇祭などのいわゆる「ハイ・カルチャー」を中心とした国家の芸術文化分野への支援についても疑問を呈している。

「2009年報告書」でも、「この記事がきっかけとなって“フランス文化の危機”が随所で聞かれるようになった。」<sup>(11)</sup>と言及されているほど、モリソン氏の指摘は国内の対外文化活動の関係者に大きな衝撃を与えた。

(7) 国際政治学者の入江昭氏も監修している2002年出版の“Entre rayonnement et réciprocité”(Paris, Publication de la Sorbonne)では、フランスの文化外交についての歴史的事例を紹介し、『「威光」と「互恵」の狭間で』というタイトルが示すように、文化外交の役割の変遷を議論している。

(8) フランスの影響力の外交という言葉の背景には、いわゆる「ソフト・パワー論」がある。2010年にフランス政府の経済社会環境委員会が提出した『フランスイメージの向上について』(Etude présentée par M. Bernard Plasait, *Améliorer l'image de la France, Avis et Rapports du Conseil Economique, social et Environnemental*, 2010.)と題した報告書では、フランスの影響力の戦略について、『そもそも影響力と威光は区別されなければならない』として、『影響力は、人々の意見や行動を変えることができる。』と述べ、アメリカの民主主義、市場経済、人権、英語の国際的広がりなどを例に挙げている。すなわち、相手国の信頼を勝ち得る外交という意味で〈影響力の外交〉という言葉が、一方的な〈威光〉と区別されて使用されるようになった。ただし、威光という言葉もフランスの文化外交といまだに強い結びつきを持っており、その内容の解釈が変容してきていると理解しておく必要がある。

(9) 西山教行「第60章文化外交」三浦信孝・西山教行編著『現代フランス社会を知るための62章』明石書店, 2010, p.352に引用

(10) Morrison, *op.cit.* (4)

(2) 国内における議論

一方で、フランス国内でも、フランス文化の危機が議論されている。その背景の一つには、アメリカを中心とした英語圏による圧倒的な文化市場の支配がある。そもそもフランスでは、第二次世界大戦以降から、徐々に英語文化への危機感が高まった。ハリウッド映画や英米のポップ・ミュージシャンに代表される英語文化が大量に流入することにより、フランス語の「英語化」への懸念が広がり、フランス文化の保護を掲げて様々な政策が取られてきた。1994年には、フランス国内で英語使用が制限される法律も出されている<sup>(12)</sup>。また、国際社会においても、1993年のウルグアイ・ラウンドで、映画、オーディオビジュアル（視聴覚）分野について、輸出の例外的措置を求め、ハリウッド映画をはじめとした強大なアメリカ文化に対するフランス文化保護の姿勢を世界に表明した。いわゆる「文化的例外（*exception culturelle*）」である<sup>(13)</sup>。また、ユネスコでは、フランスはカナダとともに、いわゆる「文化の多様性条約」の採択（2005年）を主導した。こうした歴史的背景がある中で、2000年に入ると「ソフト・パワー」論の高まりと共に、アメリカや日本のソフト・パワーにフランスはどう対抗するか、という新たな議論も出てきている。<sup>(14)</sup>

近年のフランスの対外文化政策にとって、第二の脅威は、いわゆる「中国ソフト・パワー（*le soft power chinois*）」<sup>(15)</sup>の台頭である。特に、中国が積極的にアフリカ諸国への外交を展開していることに対して、旧宗主国という立場も利用しつつ、アフリカ諸国との関係を維持、強化したいフランスは危機感を募らせている。また、中国語の教育機関である「孔子学院」<sup>(16)</sup>が、猛烈な勢いで世界中に設立されていることも、フランスの対外文化活動の関係者に衝撃を持って受け止められている。この孔子学院が、2010年には98か国・地域に290か所と拠点を増やし、フランスが誇るアリアンス・フランセーズの拠点数255か所を超える勢いを見せると、フランスでは、文化ネットワークの見直しと体制強化が叫ばれるようになった。代表的なフランスの新聞『ル・モンド』紙をはじめ、フランスのメディアでは、2000年以降たびたびフランスの対外文化政策の体制の問題と、文化的影響力低下の危機を結びつけて取り上げている<sup>(17)</sup>。

(11) Note de synthèse, Rapport d'information de M. Jacques Legendre et de M. Josselin de Rohan, rapport No458 "Le rayonnement culturel international: une ambition pour la diplomatie française," 2009, p.1. (<http://www.senat.fr/rap/r08-458/r08-458-syn.pdf>)

(12) 当時の文化大臣の名を付した「トゥーボン法（フランス語の使用に関する法律）」が、フランスにおける英語の氾濫を防ぐという目的で、1994年8月に成立した。これにより、フランス国内の雇用契約、商品表示、報道、教育、国際会議などでフランス語の使用が義務付けられた。その後この法律は2006年に修正され、輸入品にフランス語の翻訳や説明を付けること、などが追加された。

(13) 1993年、GATTウルグライ・ラウンドにて、フランスは、サービス貿易自由化交渉のリストから、オーディオビジュアル（視聴覚）分野を除外すべきと主張した。

(14) 元在アメリカ文化参事官のフレデリック・マルテル氏の「文化：なぜフランスはソフト・パワーの戦いに敗れるのか？」（Frédéric Martel, "Culture: Pourquoi la France va perdre la bataille du « soft power »,” *Terra Nova*, le 31 mars 2010. (<http://www.tnova.fr/note/culture-pourquoi-la-france-va-perdre-la-bataille-du-soft-power>)), エマニュエル・ルミュー氏「新しい植民地戦争—フランスはソフト・パワー戦争に負けるのか？」（Emmanuel Lemieux, "Nouvelle guerre coloniale —La France aurait-elle perdu la guerre du soft power?" *Le nouvel Economiste*, Jeudi 15 juillet, 2010. (<http://www.lenouveleconomiste.fr/nouvelle-guerre-coloniale-3339/>)) など。

(15) Lemieux, *ibid.*

(16) イギリスのブリティッシュ・カウンシルやドイツのゲーテ・インスティトゥート、フランスのアリアンス・フランセーズなどの文化機関をモデルに、中国は2004年、中国語及び中国文化を普及させる目的で「孔子学院」を初めて韓国ソウル市に設立した。（孔子学院については、鎌田文彦・津田深雪「文化的発信を強化する中国」『世界の中の中国—総合調査報告書—（調査資料2010-2）』国立国会図書館調査及び立法考査局, 2011, pp.147-150. を参照した。）

## (3) 議会の調査報告書

こうした事態を受け、フランス議会を中心に、対外文化活動に関する議論・調査が行われ、報告書が多数発表されている。一連の対外文化活動の改革に、フランス議会が大きな役割を果たしていることも見逃すことはできない。

2000年以降、フランス議会において、文化外交についての調査報告書 (rapport d'information) が継続的に発表されるようになった。議論の場合は、元老院 (Sénat) 及び国民議会 (Assemblée Nationale) の外務委員会、文化委員会、財務委員会など複数の委員会にわたり、フランスにおける文化外交には多様な部署が関与していることが分かる。

対外文化活動に関わる2000年以降の主要な報告書は、表1に示すとおりである。2001年の外

表1 対外文化活動に関わるフランス議会の報告書 (2000年以降)

発表年月	報告書タイトル (提出先)	執筆代表者 (担当委員会)	主な内容 (総頁数)
2001年2月	『海外におけるフランスの文化センター』(国民議会) (注1)	イブ・ドージュ議員 (外務委員会)	フランスの在外文化施設について、その予算の少なさ、競合の問題、人材不足などを指摘。アンステイテュ・フランセなどの文化機関の自治の保障を提案。(62頁)
2004年12月	『フランスの対外文化活動の新戦略－例外から影響力へ』(元老院) (注2)	ルイ・デュヴェルノワ議員 (文化委員会)	外務省の対外文化活動を担う部署の再編、アンステイテュ・フランセの自治の強化、海外におけるすべてのフランスの文化機関の統合を提案。(132頁)
2008年6月	『文化外交の危機に対してどのように対応するか?』(元老院) (注3)	アドリアン・グテイロン議員(財務委員会)	対外文化政策の多極管理体制について問題提起。在外文化機関を「商工業的公施設法人 (EPIC)」とすることを提案。(84頁)
2009年6月	『国際的な文化の威光－フランス外交の野望』(元老院) (注4)	ジャック・ルジャンドル議員 (文化委員会及び外務防衛軍事委員会)	統一された対外文化政策・戦略の不足、外務省・文化省・国民教育省などによる多極管理体制の問題を指摘。人的資源の管理の不足も指摘。アンステイテュ・フランセの新しいあり方を検討することを提言。(124頁)
2010年5月	『教育と文化によるフランスの威光』(国民議会) (注5)	フランソワ・ロシュブロワヌ議員 (外務委員会)	視聴覚メディアや文化産業も含めた対外文化活動の戦略を、外務省に新しく設立された「グローバル化・開発・パートナーシップ総局」が中心となって推進していくことの必要性を強調。(221頁)

(注1) Rapport d'information n° 2924 (2000-2001) de M. Yves Dauge, fait au nom de la commission des affaires étrangères de l'Assemblée nationale sur les centres culturels français à l'étranger.

(注2) Rapport d'information n° 91 (2004-2005) de M. Louis Duvernois, fait au nom de la commission des affaires culturelles du Sénat, intitulé « Pour une nouvelle stratégie de l'action culturelle extérieure de la France : de l'exception à l'influence ».

(注3) Rapport d'information n° 428 (2007-2008) de M. Adrien Gouteyron, fait au nom de la commission des finances, du contrôle budgétaire et des comptes économiques de la nation sur la crise de la diplomatie culturelle française, "Quelles réponses apporter à une diplomatie culturelle en crise?"

(注4) Rapport d'information n° 458 (2008-2009) de M. Jacques Legendre, fait au nom de la commission des Affaires culturelles et de la commission des Affaires étrangères, de la défense et de forces armées sur la réforme de l'action culturelle extérieure, intitulé « Le rayonnement culturel international: une ambition pour la diplomatie française ».

(注5) Rapport d'information n° 2215 (2009-2010) de M. François Rochebloine, fait au nom de la commission des affaires étrangères de l'Assemblée nationale, intitulé « le rayonnement de la France par l'enseignement et la culture ».

(出典) フランス元老院 (<<http://www.senat.fr/themes/rapports-affaires-etrangeres-et-cooperation.html>>) と国民議会 (<<http://www.assemblee-nationale.fr/documents/index.asp>>) のウェブサイトと各報告書を参照して、筆者作成

(17) 『ル・モンド』紙における「フランス対外文化政策の困難な時期」(2001)、「フランス対外文化政策の悲惨」(2004)、「政府拠出金の減少によりフランス文化の国外での存在感が窒息」(2009)。(藤井慎太郎「フランスの対外文化政策」伊藤裕夫・藤井慎太郎編『芸術と環境』論創社, 2012, p.236);

Alain Juppé et Huvert Védrine, "Cessez d'affaiblir le Quai d'Orsay!" *Le Monde*, le 7 Juillet 2010;

また、月刊誌『ル・モンド・ディプロマティーク』でも、「悪化の一途を辿るフランス文化外交」(2004年6月)という記事が掲載されている。

務委員会の報告書『海外におけるフランスの文化センター』、2004年の文化委員会の報告書『フランスの対外文化活動の新戦略－例外から影響力へ』では、文化ネットワークを中心とした、フランスの対外文化政策の体制の問題が明らかにされた。

2007年にサルコジ大統領が就任すると、それまでの調査報告書を踏まえた上で、フランスの対外文化活動について、より活発な議論と調査が行われるようになる。元老院のジャック・ルジャンドル議員がまとめた前述の2009年報告書、国民議会の外務委員会による報告書『教育と文化によるフランスの威光』（2010年5月）などが代表的なものであり、これらの報告書で具体的な改革案が示された。

「今日の対外文化活動の改革は、2001年のイブ・ドージュ議員に始まるこの10年間にいくつも出された議会の調査活動とその報告書の成果である。」<sup>(18)</sup>と指摘されているように、これらの議会での議論・調査や勧告を受け、対外文化活動を担う組織の具体的な改革が進んだ。フランス議会において、この10年の間に「対外文化活動」というテーマだけで、これだけの数と内容の報告書が出されていることは、注目される。

## Ⅱ 対外文化活動の体制改革

### 1 外務省改革と文化ネットワークの再編

2008年7月、元外務大臣のアラン・ジュペ氏らによってサルコジ大統領に提出されたフランスの対外・ヨーロッパ政策に関する白書『世界におけるフランスとヨーロッパ（2008-2020）』<sup>(19)</sup>では、2020年までの外交政策の5つの優先課題が挙げられ、その5番目に「フランス文化・言語・思想の存在を確固たるものとし、文化の多様性に寄与すること」という項目が設けられた。この白書の提出以降、段階的に対外文化活動の体制の見直しが行われた。

2009年3月、ベルナルル・クシュネル外務大臣が外務省改革を発表する。このうち、対外文化活動に関わる主な改革は、外務省の担当部局の再編と文化ネットワークの統合であり、その内容は以下のとおりである。

#### (1) 「グローバル化・開発・パートナーシップ総局」の創設

2009年3月、「グローバル化・開発・パートナーシップ総局」（以下「総局」という。）<sup>(20)</sup>が、1999年から対外文化活動を担ってきた国際協力開発総局（DGCID）<sup>(21)</sup>と経済・財政局が合併する形で誕生し、新しく「文化と影響力の外交」を推進していくことを決定した<sup>(22)</sup>。新しい総局は、グローバリゼーションとグローバルな問題、例えば人口問題、エネルギー問題、自然資源の問題、文化の問題などに対応するという使命を持って統合・設立された。その予算の中でも、「文化と影響力の外交プログラム」（プログラム185）<sup>(23)</sup>の2011年予算は、外務省予算全体の15%を占めた<sup>(24)</sup>。

<sup>(18)</sup> Philippe Lane, *Présence française dans le monde*, documentation française, 2011.3, p.38.

<sup>(19)</sup> Alain Juppé et Louis Schweitzer, *La France et l'Europe dans le monde, Livre blanc sur la politique étrangère et européenne de la France 2008-2020*, juillet 2008.

<sup>(20)</sup> Direction générale de la mondialisation, du développement et des partenariats (DGM)

<sup>(21)</sup> 1969年以降文化交流事業を担当していた「文化科学技術総局」と旧植民地諸国への国際協力事業を担当していた「海外協力省」が1999年に統合され、国際協力開発総局（Direction générale de la Coopération internationale et du Développement : DGCID）となっていた。

<sup>(22)</sup> Décret No 2009-291 du 16 mars 2009

表2 文化と影響力の外交プログラム（プログラム185）に関する予算

(単位：1,000ユーロ)

	2011年予算
文化と影響力の外交プログラム（プログラム185）	757,617
アクション①文化ネットワークの活性化	49,382
アクション②フランス語普及と文化協力	79,322
アクション③グローバル問題	9,766
アクション④魅力・研究	110,255
アクション⑤外国におけるフランス語教育の施設	420,800
人件費	88,092

(出典) Philippe Lane, *Présence française dans le monde*, documentation française, 2011.3, p.112,より筆者作成

この総局の創設により、対外文化活動の戦略が明確になり、また司令塔としての活動が可能になった、と2009年報告書では評価されている。

## (2) アンスティテュ・フランセの統合・再編

改革の柱として位置付けられるのが、世界に広がる文化ネットワークの統合・再編である。海外においてフランス語教育やフランス文化の普及活動を行うフランスの在外文化機関には、アンスティテュ・フランセ、文化センター、アリアンス・フランセーズなど、名称も設立経緯も異なる組織が何種類か存在しており、イギリスのブリティッシュ・カウンシルやドイツのゲーテ・インスティトゥート、新しく設立された中国の孔子学院と比較しても、分かりにくい組織という印象を従来から与えていた。複数の議会報告書でも、世界の中でフランスが「目に見えない (invisible)」存在となっているのは、この複雑な在外文化施設の仕組みに問題があると指摘している。

また、同じ地域や都市にフランスの複数の在外文化施設が存在するケースもあり、2000年頃からは、議会報告書の指摘も受け、合理化のためにこれらの機関の閉鎖や再編が行われていた。特に、ドイツを中心としたヨーロッパの施設を閉鎖し、1999年にヨーロッパ諸国に52か所あった文化機関を、2005年には33か所に減らしている。その一方で、東欧、アジア、地中海地域には新しい文化センターが開設されており、対外文化政策上、重要な地域には新たな文化施設を積極的に設立している点は特記できる。<sup>(25)</sup>

2009年10月には、クシュネル外務大臣から、全ての在外文化施設に向けて、対外文化政策の改革の必要性についての通達が出され、次のような問題が指摘された。すなわち、予算の減少、永続的で明確な戦略の不在、人材育成のための研修やキャリア管理が不十分なこと、文化機関

(23) この「プログラム185」は、2010年に「文化と科学の威光 (Rayonnement culturel et scientifique) プログラム」から「文化と影響力の外交 (Diplomatie culturelle et d'influence) プログラム」という名称に変更された。

(24) 2001年に制定された予算組織法 (LOLF) により、予算は政策目的ごとに策定されるようになっている。(藤井 前掲注(17), p.233.)

(25) 伝統的に、文化センターやアンスティテュ・フランセはヨーロッパ、アフリカ、中近東に、アリアンス・フランセーズはアメリカ、アジア、ロシアに設立される傾向にあった。第二次世界大戦後、隣国ドイツとの長年の対立関係を改善すべく、ドイツ国内に多数設立されたフランスの文化センターは、その役割を終えたとして、この再編によって15か所閉鎖された。その一方で、仏独文化センターをパレスチナのラマラに2004年6月、設置した。ドイツとフランスの歴史的和解のプロセスが、イスラエルとパレスチナの紛争解決の例証となることを願ったものであり、ヨーロッパ理解を深める場所として開設に至った。Legendre, *op.cit.* (1), p.16.

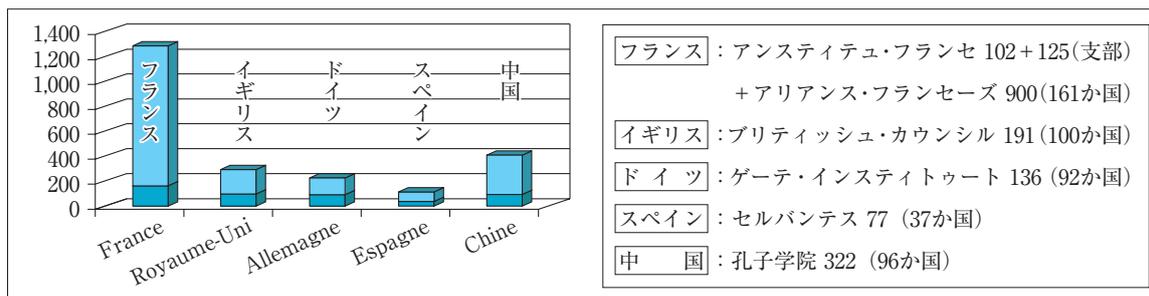
の存在が外国で見えにくいこと、などである。<sup>(26)</sup>

これらの指摘を受け、フランスの在外文化施設の一元化を目指し、実現した改革が、新しいアンステイテュ・フランセの統合である。2009年から関連法案の審議が始まり、元老院での議論の過程では、ドイツや中国の例にならない、フランスを代表する詩人・小説家であるヴィクトル・ユーゴーの名を冠したアンステイテュ・ヴィクトル・ユーゴーなどの案も出たが、最終的には、従来からある「アンステイテュ・フランセ」という名称を残し、ここを中心に各地の在外文化施設と、芸術家の国際交流を促進するキュルチュール・フランス (CulturesFrance)<sup>(27)</sup>、大使館の文化部を統合する案が採用された。民間の語学教育機関であるアリアンス・フランセーズについては、一部が外務省と協定を結び支援を受けることが決定したものの、今回の統合には組み込まれていない。

国民議会での採決を経て、2010年7月、「国家の対外活動に関する法律」によりアンステイテュ・フランセの統合・再編が決定<sup>(28)</sup>、2011年1月から初代院長にグザビエ・ダルコス元国民教育大臣が5年間の任期で就任し、活動を開始した。キュルチュール・フランスから引き継いだ99人、外務省から30人、国民教育省から8人、文化省から6人が出向しており、2013年には200人まで増やす予定である<sup>(29)</sup>。2011年度予算として4254万ユーロ、2012年度は6249万ユーロが充てられ、その主な財源は外務省と文化省からの補助金であるが、それに加えて地方自治体からの補助金やメセナ活動の収益などもある。<sup>(30)</sup>

この統合により、アリアンス・フランセーズの海外拠点も含め、フランスは各国の中でも最も拠点の多い文化ネットワークを有することになった、とフランスは主張している。2012年1月現在、98か国に102か所のアンステイテュ・フランセと125か所の支部があり、900か所以上のアリアンス・フランセーズの内、137か国307か所が外務省と協定を結び、支援を受けている (図1を参照)。<sup>(31)</sup>

図1 国別在外文化施設の数



(出典) Conférence de presse, “L’Institut français a un an -La nouvelle donne,” jeudi 26 janvier 2012 により筆者作成

<sup>(26)</sup> Lane, *op.cit.* (18), p.35.

<sup>(27)</sup> 2006年から芸術家の交流の支援やフランスの芸術・映画・文学などを海外に紹介する機関として活動していた。

<sup>(28)</sup> Loi No 2010-873 du 27 juillet 2010 relative à l’action extérieure de l’État 及び Décret 2010-1695 du 30 décembre 2010 による。

<sup>(29)</sup> アンステイテュ・フランセ院長のグザビエ・ダルコス氏へのインタビューより。(“Institut Français -Xavier Darcos veut unifier et fédérer,” *le petit journal (Le media des Français et francophones à l’étranger)*, 23 mai 2011. <<http://www.lepetitjournal.com/homepage/a-la-une/78872-institut-francais-interview-d>>)

<sup>(30)</sup> François Rochebloine, *Action Extérieure de l’État, Diplomatie culturelle et d’influence*, No3808, Assemblée Nationale, le 12 octobre 2011, p.22. <<http://www.assemblee-nationale.fr/13/budget/plf2012/a3808-tII.asp>>

<sup>(31)</sup> Conférence de presse, *L’Institut français a un an -La nouvelle donne*, jeudi 26 janvier 2012.

## (3) アンステイテュ・フランセの自治強化と「商工業的公施設法人」としての位置付け

今回の改革の第一の目的は、アンステイテュ・フランセを対外文化政策の唯一の実行者として位置付けることにあったが、もうひとつの大きな目的として、「商工業的公施設法人 (établissement public à caractère industriel et commercial: EPIC)」<sup>(32)</sup>とすることがあった。

アンステイテュ・フランセの統合・再編に伴い、同組織には、公的機関でありながら、ある程度の商業活動を行うことができる「商工業的公施設法人 (EPIC)」という立場が付与された。フランス外務省は、アンステイテュ・フランセが、商工業的公施設法人 (EPIC) となるメリットとして、①民間資金を調達しやすくなり、民間の会計によって管理されることになる、②EU域内の企業や国際的な組織の資本を導入しやすくなる、という点を挙げている<sup>(33)</sup>。

このような立場の変更は、サルコジ大統領が強力に進めた「公共政策全般改正」(Révision générale des politiques publiques)<sup>(34)</sup>という一連のプロセスの中で出された結果も影響を与えている。これはフランスの行政改革であり、効率的・合理的な機構のあり方を議論したもので、フランスの在外文化機関も対象となった。この議論のために大統領を議長として首相、各大臣が参加して行われる公共政策現代化会議 (Conseil de modernisation des politiques publiques: CMPP)<sup>(35)</sup>は、2008年6月11日に開かれた第3回会議において、文化ネットワークの統合とそれを形成する在外文化施設が、独立採算制 (Etablissements à autonomie financière: EAF) をとる必要性について言及している。<sup>(36)</sup>

アンステイテュ・フランセの商工業的公施設法人 (EPIC) 化について、「文化を売る」ことだとの批判も出たが、当時の外務大臣クシュネル氏は、「“文化を売る” というような繰返しの批判はやめよう。文化は長い間、企業によっても支えられてきた。我々はもうドイツやスペインやイギリスや中国が追い抜いていくのをただ眺めているわけにはいかない。企業からの支援も必要であるし、この公的機関は以前よりもっと公的なものになるであろう。」<sup>(37)</sup>と述べており、フランスの対外文化活動の改革において、商工業的公施設法人 (EPIC) になることによる自治強化と独立採算制をとることが急務であったことを強調している。

アンステイテュ・フランセ自身は、商工業的公施設法人 (EPIC) となったことによるメリットを4つ挙げている。第一に、海外におけるローカル事務所の開設の可能性、第二に、共同出資がしやすくなること、第三に、より効率的な活動・サービスによる管理の高品質化、第四に、競争が激化する環境への速やかな対応である。具体的には、メセナによる支援 (2012年の目標は270万ユーロ)、地方自治体との協力 (1年で300プロジェクトを計画)、文化・教育・メディア業界の企業との提携 (国際放送のTV 5 Monde、ユニフランス (Unifrance Film))<sup>(38)</sup>、ゲーテ・インスティ

<sup>(32)</sup> 商工業的公施設法人 (établissement public à caractère industriel et commercial : EPIC) は、公益性を有する商業的または工業的活動を私企業に近い形で行う法人。公法上の法人格を有する公益法人 (établissement public) の中に、公務 (service public) の管理を行う行政的公施設法人 (établissement public à caractère administratif) と商工業的公施設法人がある。商工業的公施設法人としては、他に、パリ国立オペラ座、パリ交通公団 (RATP)、郵便局などがある。

<sup>(33)</sup> Conférence de presse, *Création de l'Institut français*, 21 juillet, 2010.

<sup>(34)</sup> サルコジ大統領の要請の下、国家の政策全般を社会の要求に応えられるよう公共政策を改革する手順として「公共政策全般改正 (RGPP)」プロセスが、2007年7月10日から、フランソワ・フィヨン首相の下で始まった。

<sup>(35)</sup> CMPPは、大統領を議長として、政府のメンバーとフォローアップ委員会メンバーが召集され行われる。2007年から2008年にかけて3回のCMPPが招集され、その結果、主要な改革の内容が決定した。

<sup>(36)</sup> Legendre, *op.cit.* (1), p.32.

<sup>(37)</sup> Siegfried Forster "CulturesFrance deviant « L'Institut français » et la culture s'élargit," *RFI*, 21 juillet 2010. <<http://www.rfi.fr/afrique/20100721-culturesfrance-devient-institut-francais-culture-s-elargit>>

<sup>(38)</sup> 1949年にフランス映画の海外輸出を促進するために設立された組織。

トゥート、コレージュ・ド・フランスとの協定)などを計画している。<sup>(39)</sup>

アンステイテュ・フランセは、この再編から5年間、外務省から1億ユーロの追加支援を受けることが決まっているが、その代わりに文化活動の幅を広げることも期待されている。例えば、文化産業市場や芸術界におけるフランス作品の占める割合を増大させること、国際的な視聴覚メディアの分野においてフランスのプレゼンスを強化すること、などである。また、新しい試みとして、デジタル化に対応するため、フランス映画を紹介したり、フランス文学の外国語への翻訳を支援したりするウェブサイトの開設も計画している。<sup>(40)</sup>

#### (4) その他の改革

一連の改革の中で、アンステイテュ・フランセの統合と同時に、商工業的公施設法人(EPIC)として、外務省の下に、従来あった組織を改編し、対外文化活動を支える2つの組織が新しく設立されたことにも注目したい。

一つは、留学生の招致や、大学間の提携支援、フランス滞在中の留学生の支援等を行うフランス政府留学局(キャンピュス・フランスCampusFrance)である。外国人研究者や留学生の受入れ、留学生向けの奨学金の管理、新しい情報やコミュニケーション技術を利用した高等教育の開発と促進、海外におけるフランス語教育や高等教育のシステム開発に取り組んでいる。

もう一つは、国際的な開発協力や技術支援を行うフランス国際専門機構(France Expertise Internationale: FEI)である。FEIは、前身のフランス国際協力機構(France Coopération Internationale: FCI)<sup>(41)</sup>が2011年4月に名称を変更して誕生した組織で、主に開発途上国において、公衆衛生、治安維持、税制、教育といった分野での国際協力に関わる政府、民間企業・団体の仲介やコンサルティングを行っており、各々の要望に応じてフランスの技術者や専門家を派遣している。これらの業務を通して、結果的にフランスのイメージの向上やフランス企業の誘致につながることも念頭に置いている。

また、若者を引き付けるための政策の一環として、デジタルプラットフォームの設置を掲げ、フランスの文化を紹介する新たなサイト「ラティテュード・フランス(l'atititudeFrance)」<sup>(42)</sup>が2009年4月から開設された。これは、芸術、文化、経済、開発、高等教育、調査研究、地球規模の問題などを扱うフランスの対外文化活動の現在の状況について紹介するサイトであり、ここから、世界各国地域のアンステイテュ・フランセに加え、フランス大使館、総領事館、アリアンス・フランセーズなどフランス文化の拠点を検索できる仕組みになっている。

## 2 改革の評価

2009年報告書では、外務省における改革について一定の評価をしつつも、対外文化活動の予算の低下については問題視している。同報告書によれば、文化外交に関しては2007年に10億ユーロを拠出することが決定され、その後も増加が見込まれていたが、財政難のあおりを受け、当初の目論見とは逆に、予算は減少した。2005年から2008年までの間に、外務省の対外的な文化

<sup>(39)</sup> *op.cit.* (31)

<sup>(40)</sup> *op.cit.* (33)

<sup>(41)</sup> 2002年にフランス外務省の下に設立された組織で、2008年以降は補助金を受けずに収益を出していた。2009年の売上高は設立当初の補助金額の33倍となった。(在日フランス大使館「国際的に需要が高まるフランスの専門能力」〈<http://www.ambafrance-jp.org/spip.php?article3999>〉)

<sup>(42)</sup> L'accutualité du réseau culturel et de coopération français dans le monde 〈<http://www.latititudefrance.org/>〉

及び学術活動に関する予算は10%減少している。同報告書をまとめた文化委員会及び外務防衛軍事委員会の二つの委員会は、このような対外文化活動予算の削減が、フランスの今後の活動を脅かすことになると危惧を表明し、改善を求めている。対外文化活動の予算については、2010年7月、二人の外務大臣経験者のアラン・ジュベ氏とユヴェール・ヴェドリン氏が連名で「外務省の弱体化を止めよ」<sup>(43)</sup>とする文章を『ル・モンド』紙に掲載し、予算の縮小によるフランスの文化ネットワークの将来を危ぶむ声が上がっている。

この他にも必要な改革として、同報告書では、戦略的な対外文化活動の政策の必要性を強調し、そのために外務省、文化省、国民教育省による「多極管理」を解消し、特に外務省がフランス文化の国外普及、文化省が国内の文化振興を行うという役割分担は、対外文化政策を推進していく上で見直すべきである、と指摘している。

対外文化活動に関わる人材の育成についても、他国と比較して弱い点が指摘された。ドイツのゲーテ・インスティトゥートでは、入所後の育成期間を6か月設けているのに対して、フランスでは5日に過ぎず、また、各国の在外文化施設での勤務の任期を比較しても、ゲーテ・インスティトゥートとブリティッシュ・カウンシルは約5年間であるのに対し、フランスは3年間であり、対外文化活動を担う人材の育成の在り方が今後の課題とされている。

外務省の改革に始まる一連の対外文化活動に関する改革の目的を2009年報告書では、「歴史的遺産にとらわれた威光の論理を超え、フランス文化の普及だけを模索するのではなく、同時に、各々の地域の現実に適応し、異文化に接触することでフランス文化自体も豊かになるような影響力の政策へ移行することである。」<sup>(44)</sup>と述べている。

また、アンステイテュ・フランセの改革については、在イギリス大使館で大学協力アタッシュを務めていたフィリップ・ラーン氏が、この統合・再編によってアンステイテュ・フランセが「文化の橋渡し役 (passeur de cultures)」になることが期待されており、「フランス文化を海外に持って行くだけでなく、他国の文化も受け入れること」がその使命であり、「我々の文化は、異なる文化のアーティストやクリエイターとの交流や対話なしに生き残ることはできないし、開花することはできない。」と述べている<sup>(45)</sup>。

フランス文化の危機が叫ばれ、フランスの対外文化活動を支える組織の弱体化が指摘される中で、フランスは、商工業的公施設法人 (EPIC) による民間資金の投入や、異文化との交流の重視など、在外文化施設に対する考え方を変容させ、新しく統合されたアンステイテュ・フランセを中心に対外文化活動を強化していく姿勢を明確にしていることが分かる。

### Ⅲ 文化創造産業に対する取組み

#### 1 フランスの文化創造産業

##### (1) 背景

フランス文化の復興を目指して文化ネットワークの改革が進む一方、フランスでも、「文化創造産業」がもたらす新しい国家のイメージと同時に、その経済効果にも政府が関心を示すようになった。

(43) Juppé et Védrine, *op.cit.* (17)

(44) Legendre, *op.cit.* (1), p.37.

(45) Lane, *op.cit.* (18), p.43.

2010年に提出された議会報告書『教育と文化によるフランスの威光』では、「このインターネット時代、コンテンツ市場はアメリカの製品であふれているが、フランスでも映画などの成功例があり、商工業的公施設法人（EPIC）となった文化機関を中心に、文化創造産業の普及に貢献すべきである」とし、外務省の新しい総局と、フランス出版国際協会、フランス音楽輸出振興協会、ユニフランスと協力してフランスの文化産業の普及を担っていく必要性が述べられている。

2007年5月には、欧州委員会が、グローバル化社会における文化の役割についての政策綱領を採択し、欧州連合（EU）で初めての文化戦略「グローバル化する世界における欧州の文化面での課題（The European Agenda for Culture in a globalizing world）」が発表された<sup>(46)</sup>。2010年に欧州委員会から出された報告書<sup>(47)</sup>では、文化創造産業について、「ヨーロッパの文化創造産業は、文化的多様性に不可欠だけでなく、最もダイナミックな経済分野のひとつ」になっていると述べている。また、この分野がEUのGDPの2.6%を占め、EU加盟27か国の中で見ると、およそ500万人以上が文化創造産業の分野で雇用されており、他の経済分野と比較しても急激に成長している分野である、と指摘された。その一方で、文化創造産業における経済活動は、他の分野と比較して障害に直面することも多く、正しいビジネス環境の整備が必要と説いている。

このようなEUの動きを受け、フランスでも文化創造産業に対する取組みが始まった。

## (2) フランスの文化創造産業

フランス外務省では、「文化創造産業（industries culturelles et créatives：ICC）」の定義をいくつか提示しているが、それによれば、文化産業として、映画・ビデオ、テレビ・ラジオ、ビデオゲーム、音楽（レコード音楽・ライブコンサート）、出版物（図書、新聞、雑誌）、また、創造産業として、デザイン（ファッション、グラフィック、製品、インテリアデザインなど）、建築、広告、高級品産業（ファッション、香水など）、観光、教育産業（伝統的あるいはデジタルなマニュアル、学校支援、オンライン教育など）を挙げている。<sup>(48)</sup>

2011年に外務省が発表した報告書『海外におけるフランスの文化創造産業の地位に関する調査』<sup>(49)</sup>の中で、「フランス文化のイメージは、世界的に名声が高いが、それは『歴史的遺産の文化』であって、若者向けや現代的なものではない」と述べており、新しい芸術形態である若者文学、漫画、ファッション、アニメ映画、ビデオゲームなど、より若い世代に向けた文化の発信が重要になってくる、という認識を示している。同報告書によれば、これまで文化産業と定義されてきた「音楽、映画、視聴覚メディア、書籍」に加え、「建築、ファッション、テレビゲーム、デザインなど」を入れてフランスの輸出合計を見た場合、2009年度の輸出全体に占める文化創造産業分野の割合は、0.42%から5%に上がる。しかし、その輸出相手国は、ヨーロッパ諸国やアメリカを中心に多くて6～7か国が全体の4分の3を占めているという地域的偏

<sup>(46)</sup> 駐日欧州連合代表部「EU初の文化戦略：経済成長と異文化間の理解を促進」〈<http://www.euin-japan.jp/media/news/news2007/20070510/110000/>〉

<sup>(47)</sup> European Commission, *The European Agenda for Culture – progress towards shared goals*, Commission Working Document, SEC(2010)904, 2010.7.19, p.7.

<sup>(48)</sup> Industries culturelles et créatives, France diplomatie. 〈<http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/enjeux-internationaux/cooperation-culturelle-et-medias/industries-culturelles-et/>〉

<sup>(49)</sup> Hélène Fevrier, Mathilde Gansemmer et Guillaume Hollard, “Etude sur la place des industries culturelles et créatives françaises à l'étranger,” Ministère des affaires étrangères et européennes, le 22 avril 2011.

り<sup>(50)</sup>も指摘されている。

同報告書では、これらの新しい分野は、その他の伝統的な芸術に比べて支援が少ない、と指摘する一方、まだ市場のない国々への対応、若年層のための政策、フランス文化の「可視化」を測定することができる指標を整備すること、などが検討されているが、その取組みはまだ始まったばかりである。

フランス外務省では、アンステイテュ・フランセとも連携し、国・地域ごとの戦略を立て、これらの文化創造産業の海外展開を積極的に支援する姿勢を見せている。フランス文学やフランス映画の海外への紹介プログラムなどが良い例である<sup>(51)</sup>。

## 2 文化創造産業への助成と輸出

以下では、個別の文化産業の輸出の取組みと現在の状況を見るために、積極的な海外展開を行い、年々輸出高が伸びている映画と音楽の分野について、その海外発信の体制と近年の実績を紹介する。

### (1) 映画

フランスでは、第二次世界大戦直後の1946年、当時の情報省の下に国立映像センター (Centre National de la Cinématographie: CNC) が設立され、フランス映画の支援と普及が図られてきた<sup>(52)</sup>。1949年には、フランス映画を世界に広めるための機関として、CNCの傘下にユニフランスが設立されている。1959年に文化省が設立されて以降は、CNC、ユニフランス共に文化省の管轄になっている。<sup>(53)</sup>

ユニフランスは、プロデューサーを中心として650人の会員を擁し、年間予算は約963万ユーロである。その内、70%がCNC、10%が外務省から出資され、他に経済貿易省からの助成も受けている。ニューヨーク (1972年設立)、東京 (1990年設立)、北京 (2005年設立) に事務所を構え、その会長には、プロデューサーが就任することになっている。

映画市場においては、ハリウッド映画のシェアがフランスでも大きい。しかし、他のヨーロッパ諸国と比較すると、フランスは自国映画のシェアが比較的高く、健闘していると言える。なお、後に述べるように、「フランス映画」の定義には、外国との共同製作も含まれるため、一般にフランス映画と見なされる「100%フランス製」のものは、その4分の1程度のシェアとなることは念頭に置いておかねばならない。<sup>(54)</sup>

<sup>(50)</sup> 2009年のフランスの文化創造産業 (映画、音楽、図書、視聴覚メディア) の輸入先は、多い順に、スイス、アメリカ、UEBL (ベルギー＝ルクセンブルグ経済協定)、カナダ、イギリス、ドイツとなっている。 *ibid.*, p.4.

<sup>(51)</sup> L'action audiovisuelle extérieure, Direction générale de la mondialisation, du développement et des partenariats, 2010. ([http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Action\\_audiovisuelle\\_exterieure.pdf](http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Action_audiovisuelle_exterieure.pdf));

Promouvoir le livre français, Direction générale de la mondialisation, du développement et des partenariats, 2010. (<http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Promouvoir-No2-FR-PP.pdf>)

<sup>(52)</sup> 現在の正式名称は、「le Centre national du cinéma et de l'image animée」となっている。

<sup>(53)</sup> フランスの映画政策については、Jean-Michel Frodon, "A l'étranger, promouvoir non seulement le cinéma français, mais l'idée française du cinéma," *La culture française dans le monde 1980-2000*, L'Harmattan, 2011, pp.127-133; Xavier Carpentier-Tanguy et Véronique Charléty, "Le festival de cinéma-Industrie mondiale, activité locale de communication politique?" *L'arme de la culture*, L'Harmattan, 2011, pp.217-239; 湧口清隆「第10章 フランス映画・視聴覚産業への補助政策」内山隆・菅谷実編『映像コンテンツ産業とフィルム政策』丸善, 2009, pp.179-205; 河島伸子「ハリウッド・モデルへの対抗」『コンテンツ産業論』ミネルヴァ書房, 2009, pp.110-133. などを参照した。また、フランス映画の現況を示す統計データはCNCが公開しており、参考になる。

CNCでは、毎年フランス映画に関わるデータを公開している<sup>(55)</sup>。それによると、リーマンショックに端を発する世界的な経済危機によって、2009年の輸出高は大幅に減少した。それが、2010年には、26.1%増とこれまでにないほどの売上げを記録し、2011年も、外国でフランス映画の入場者数が前年の10%増の6570万人となり、更に好調を記録した。中でも、特に北米への映画の輸出高の伸びが大きいことが分かる（表3を参照）。2010年は、前年度比で、55%も上昇した。

この好調について、ユニフランスが、「この結果は、フランス語で撮影された映画の期待はずれの結果を覆い隠している。」と述べたように<sup>(56)</sup>、英語で撮影されたフランス映画の方が、収入が多かった事実がある。2011年の6570万人のフランス映画入場者のうち、フランス語で撮影された映画を見たのは2520万人で半分以下である。海外輸出高の好調を支えた取組みの一つとして考えられるのが、フランス映画の英語版撮影という手法である。フランスでは近年、英語市場への進出を目指し、撮影時から、フランス語ではなく英語で撮影する英語版の製作という手法が取られるようになった。これにより、2008年に海外公開された英語撮影版映画「バビロンAD」（観客動員数1013万人）「96時間（Taken）」（同885万人）などが好成績をあげた。また、2011年は、海外における入場者数が多かった順に、「アンノウン(Sans Identité/Unknown)」（1320万人）、「三銃士(Les Trois Mousquetaires)」（870万人）、「コロンビアーナ(Colombiana)」（770万人）と続くが、上位2つの映画はフランスのプロダクションが一部加わっているに過ぎず、3位の「コロンビアーナ」は100%フランスのプロダクション作品だが、英語で撮影されたものである。純粋フランス映画といえる「申告なし（Rien à déclarer）」（210万人）が4位で、唯一トップ5入りを果たしている。

その他にも、近年、外国映画の支援や文化交流を目的として、世界の映画関係者をフランスに呼び込む取組みが行われている。例えば、2009年から、フランス国内で撮影した外国の映画製作会社に対し、フランスでの出費の20%が税額控除されるなどの税制優遇措置が取られてい

表3 地域別フランス映画の輸出高の変遷

(単位：1,000€)

地域名	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
西ヨーロッパ	77,481	75,413	56,529	63,653	65,138	73,984
北アメリカ	28,808	46,853	24,822	28,603	30,820	47,765
中央・東ヨーロッパ	13,285	19,326	19,739	23,804	16,194	17,654
アジア	22,652	15,991	17,752	12,793	10,581	16,475
ラテン・アメリカ	4,410	4,765	4,681	4,160	4,817	5,570
オセアニア	1,658	2,437	2,635	1,998	2,340	3,920
中東	1,835	1,934	1,196	2,194	3,401	2,935
アフリカ	805	529	852	954	725	629
その他（注1）	2,218	3,099	3,239	3,184	2,889	3,689
合計	153,151	170,349	131,444	141,344	136,905	172,626

(注) フランスの海外向けテレビ会社CFIとTV 5の売上。

(出典) “L’exportation des films français en 2010, Novembre,” CNC, 2011より筆者作成

<sup>(54)</sup> 河島 同上, p.116.

<sup>(55)</sup> ‘statistiques,’ CNCウェブサイト 〈<http://www.cnc.fr/web/fr/statistiques>〉

<sup>(56)</sup> “2011, une belle année pour le cinéma français à étranger,” *20minutes.fr*, 13 janvier 2012. 〈<http://www.20minutes.fr/cinema/859086-2011-belle-annee-cinema-francais-etranger>〉

る。これは、世界的に大ヒットし、フランスが舞台となった「マリー・アントワネット」(ソフィア・コッポラ監督、アメリカ・ソニー・ピクチャーズ・エンターテインメント製作)や「ダ・ヴィンチ・コード」(ロン・ハワード監督、アメリカ・イマジン・エンターテインメント製作)などのフランスでの映画撮影を受けてのものだった。<sup>(57)</sup>

また、2012年4月には、文化省、外務省、CNC、アンスティテュ・フランセの提案により「世界の映画助成に関するデクレ(政令)」<sup>(58)</sup>が制定され、フランス国内で設立されたプロダクション会社が、他国に設立された企業と共同製作する場合に支援を行うことを決めている。しかも、条件を満たした共同製作であれば、フランス語ではない他の言語での製作も支援することが規定されている。デクレには、このような支援が、外国との共同製作を奨励することにつながり、「文化の多様性の促進に貢献する」と言及している。また共同製作した会社が設立されている国が、2005年にユネスコで採択された文化の多様性条約を承認する可能性についても触れている。助成の中身を見ると、映画産業が弱い国など、主にアフリカ諸国を中心とした開発途上国との共同製作を想定していることが分かる。この助成は、CNCの会長とアンスティテュ・フランセの院長により審査される。2012年には、600万ユーロの予算が充てられ、年4～5回の審査で40～60のプロジェクトが助成を受けることになっている<sup>(59)</sup>。このような政策により、映画関係者同士の交流が進み、フランスが中心となって進めている文化の多様性の保護の賛同者を増やす、という点でフランスが目指す影響力の外交とも連動していることが分かる。

## (2) 音楽

歴史が長い映画分野の海外進出と比較すると、音楽分野の海外進出の体制整備が始まったのは最近のことである。1993年、外務省、文化省、フランス芸術活動協会(AFFA)などの公的機関と、音楽プロデューサー連盟、フランス音楽産業制作者連盟などの音楽関係機関の協力により、フランス音楽輸出振興協会(Bureau Export de la Musique Française)が設立された。略してビューロ・エクスポートと呼ばれるこの機関は、フランス音楽関係各社のフランス国外での支援を主な活動目的としている。現在は、ベルリン、ロンドン、ニューヨーク、サンパウロ、ワルシャワ、東京にそれぞれ事務所を開設し、活動拠点を拡大している<sup>(60)</sup>。2010年の予算は260万ユーロであり、この内、外務省も80万ユーロを負担している。

日本では、アンスティテュ・フランセ内に事務局を設置し、フランス音楽関係者のニーズに応えるため、日本の音楽市場に関する情報の提供、活動の支援を行う一方、日本側からのフランスの音楽市場に関する問合せなどにも対応している。具体的には、フランス音楽の日本版リリースの促進、テレビ・ラジオにおけるフランス音楽のタイアップ企画、フランス人アーティストの日本でのコンサート・ツアーの援助などである。

支援の対象は、フランス人かどうか、またはフランス語の歌かは問わず、フランスで制作された音楽のアーティストを支援するという点が特徴的である。よって、カナダやアフリカ出身の音楽家たちもこの支援の対象となっている。<sup>(61)</sup>

<sup>(57)</sup> 在日フランス大使館ウェブサイト「フランスのロケ誘致活動」〈<http://www.ambafrance-jp.org/spip.php?article3304>〉

<sup>(58)</sup> Décret No2012-543 du 23 avril 2012 aux aides aux cinémas du monde

<sup>(59)</sup> 'aide aux cinémas du monde,' CNCのウェブサイト 〈<http://www.cnc.fr/web/fr/cinemas-du-monde>〉

<sup>(60)</sup> フランス音楽輸出振興協会のウェブサイト 〈[http://www.french-music.org/bureauexport-contact-information\\_.html](http://www.french-music.org/bureauexport-contact-information_.html)〉

<sup>(61)</sup> 例えば、カナダのシンガーソングライターのレスリー・ファイトや、北アフリカの歌手グループTinariwenなど。フランス音楽輸出振興協会のウェブサイト 〈<http://www.french-music.org/>〉

表4 2009—2010年に最も外国に輸出されたアルバム（注）

アーティスト	タイトル	ディスク販売元	発売日	販売数
ダイヤモンド・アルバム（500,000枚以上）				
DAVID GUETTA	One Love	EMI Music France	2009.8.	2,000,000
PHOENIX	Wolfgang Amadeus Phoenix	Ghettoblaster	2009.5.	728,500
プラチナ・アルバム（100,000枚以上）				
Charlotte Gainsbourg	IRM	Because Music	2009.12.	147,000
GOTAN PROJECT	Tango 3.0	Ya Basta!	2010.4.	128,000
ZAZ	Zaz	Play On/ Sony Music France	2010.6.	118,000
辻井伸行	Gold Medalist Thirteenth Van Cliburn International Piano Competition	Harmonia Mundi	2009.7.	110,500
AIR	Love 2	EMI Music France	2009.10.	103,500

（注） 2009年10月から2010年9月までに最も多く外国で売れたアルバム

（出典） “Les certifications export 2010,” Bureauexportより筆者作成

音楽分野も、映画同様、2010年は輸出の成功の年として注目された。フランス音楽の輸出総額は5500万ユーロとなり、2009年と比較して21%上昇した。その内クラシック音楽は19%を占めている。

この2010年のフランス音楽輸出の好調の理由として、ビューロ・エクスポートは、デヴィッド・ゲッタ（David Guetta）やフェニックス（Phoenix）をはじめとするフランス人アーティストの国際的な活躍、デジタル作品の好調、クラシック音楽の好調などを挙げている。フランス人アーティストの国際的な活躍とは、英語で歌い、また、英米チャートで首位を獲得してきたことを意味する点は興味深い。また、フランスの音楽の輸出先はEUが70%、アメリカが14.5%、日本が6%、カナダが5%、オーストラリアが2.5%と、日本も輸出先として重要な位置を占めていることが分かる。<sup>(62)</sup>

## おわりに

2010年7月、「世界に耳を傾けるフランス（“La France à l'écoute du monde”）」というタイトルで、対外的なフランスネットワークに関する会議がパリで開催された。これまで、フランス語やフランス文化の保護・普及を掲げてその威光をいかに保持するか、を志向してきたフランスが、「世界に耳を傾ける」というテーマを掲げたことに、大きな対外文化政策の転換を見取れる。この会議の閉幕にあたって、文化大臣のフレデリック・ミッテラン氏は、「招き入れることは、すなわち威光を放つ（rayonner）ことである。受け入れることは、強くなることでもある。門戸を開くことは、豊かになることであり、しかしそれは同時に他者に接近することであり、その他者までの道を開くことでもある。」<sup>(63)</sup>と述べた。

フランス文化のプレゼンスの危機は、文化の「例外」を主張し、文化の多様性を掲げつつ、自国の文化を強力に保護するだけでは、文化の創造性とその影響力に限界があることを示して

<sup>(62)</sup> フランス音楽輸出振興協会の報告書 “Les Chiffres Export 2010,” “Les Succès Export 2011” を参照。

<sup>(63)</sup> Frédéric Mitterrand, “Discours de Cloture du Ministre de la Culture et de la Communication,” *Journées du réseau français dans le monde*, Paris, 21 juillet 2010.

いる。近年、フランスの対外文化活動の関係者や議会報告書でも指摘されているように、異文化を受け入れ、それによってフランス文化も豊かになり、新しい文化が創造されるという視点を持つことが、新たなフランスの対外文化政策の方向性を表している。

映画や音楽の世界では、もはやフランス語に固執することなく、英語での制作が行われ、それによって新たな境地を開きつつある。文学の分野では、アフリカやアジア出身者のフランスでの活躍が目立っている。その中には、自国にあるフランスの在外文化施設に通い、フランス語を学んだ経験を持つ外国人作家が、フランスに来て活躍するケースもある。例えば、アフガニスタン出身のアティク・ラヒミ氏、ギニア出身のティエルノ・モネネンボ氏は、フランス語で小説を書き、各々フランスで権威ある文学賞であるゴンクール賞とルノー賞を受賞している。

フランスで活躍するイラン出身のイラストレーター、マルジャン・サトラピ氏は、「フランスは常にどんな国から来ても、フランス語であれ別の言語であれ、すぐに書き始め、あるいは描き始めることのできる国だ。」と述べている<sup>(64)</sup>。先に述べたモリソン氏も、フランスは既に各国から映画、文学、音楽などが流入する「多民族のバザール (multiethnic bazaar)」になっている、と述べており<sup>(65)</sup>、ここに新たなフランスの対外文化活動の活路があるといえる。

近年の対外文化活動の体制改革や、文化創造産業輸出の取組みをみると、フランスには、文化外交の長い歴史と蓄積があるにもかかわらず、「フランス文化のプレゼンスを取り戻す」という共通の目的意識を持って、現況に合った対外文化政策の在り方を模索し、それを改革という形で実行に移している点は示唆に富む。

振り返って我が国を見てみると、日本の在外文化施設である外務省管轄下の国際交流基金の海外拠点は、アジアに9か所、北中南米に5か所、欧州・中東・アフリカとまとめられた地域に8か所の全部で22か所である<sup>(66)</sup>。図1からも分かるように、先進各国がこれだけ在外文化施設に関心を持ち、またこれらの拠点を通してその影響力と信頼を得ようとしていることを、日本はもっと認識して良いだろう。フランスを含むヨーロッパでは、日本のアニメや漫画の大ブームが起きている。寿司ブームも続いており、パリではファストフードでありながら健康に良いイメージが受けて、マクドナルド店の数より寿司店が多いという2010年のデータもある<sup>(67)</sup>。これらの「消費」をきっかけに、日本という国自体に関心を持つ若者も増えている。「日本を知りたい」「日本の情報を得たい」という彼らの欲求に、日本はどう応えるのか。このように考えたとき、フランスの事例も踏まえて在外文化施設を中心とした対外文化政策の重要性は今こそ見直されてしかるべきであろう。

(64) Morrison, *op.cit.* (4), p.4.

(65) *ibid.*

(66) 国際交流基金ウェブサイト〈<http://www.jpf.go.jp/world/jp/>〉

(67) Clara Bamberger, "Restauration: la folie sushi," *le nouvel observateur*, n° 2387, 5-11 août, 2010, p.45.