# 京都国際マンガミュージアムの機能と文化政策的位置づけ

弁護士知財ネット
ジャパンコンテンツ調査研究チーム
（京都弁護士会）
弁護士　**益山　直樹**

## 1　はじめに

本稿の目的は、マンガが我が国のクリエイティブ産業振興政策、文化政策においてどのような位置づけにあるかを説明し、我が国初にして最大のマンガ博物館である京都国際マンガミュージアムがその中でどのような役割を担っているかについて説明することにあります。

現在の我が国におけるマンガの市場規模は、紙と電子コミックを合わせて4500億円ほどのようです。産業単体で見ると、例えば化粧品市場が２兆円台、アパレル市場が９兆円台もあるのと比べると、けして大きいとはいえません。

しかしマンガは人気作品になると非常に豊かな展開を見せます。マンガは多くのテレビアニメ[1]や劇場アニメ、テレビドラマや実写映画[2]の原作になります。またマンガがノベライズされるものもあれば、小説やオリジナルアニメからコミカライズされるものもあり、またゲーム化されるものもあります。そうして新たな出版が行われたり、映像ソフトやゲームソフトが販売されたり、電子書籍や映像、ゲームが配信されます。また、映像化されると音楽も付いてきますので、音楽ソフトが販売されたり、楽曲が配信されます。アニメソングを歌うアーティストや人気キャラクターを演じる声優がアイドル的人気を誇るようになり、ライブイベントも盛況です。音楽をテーマにした作品でコンサートが開かれることもあります[3]。また近年では、2.5次元と言われるようにミュージカルとして舞台化される作品も多く出て来るようになりました[4]。そうして多くの実演家に活躍の機会が与えられることになります。また映像化に伴って玩具、文房具、食品などのキャラクター商品が製造・販売される例も多くみられ、最近では伝統工芸品にもキャラクターをあしらうものが見られるようになってきています。中には展覧会やテーマパークのアトラクションになる作品もあり[5]、またマンガやアニメの舞台となった土地をめぐる「聖地巡礼」とい

---

1　例えば2016年春クールだけみても、ジョジョの奇妙な冒険第４部、うしおととら、坂本ですが？、マギ シンドバッドの冒険、境界のRINNE、僕のヒーローアカデミア、文豪ストレイドッグスなど枚挙にいとまがない。

2　例えば2016年５月公開作品だけをみても、ヒーローマニア－生活－、シマウマ、オオカミ少女と黒王子、ヒメアノ～ルなど６作品にも上る。

3　例えば「四月は君の嘘」http://www.kimiuso.jp/event/

4　一般社団法人日本2.5次元ミュージカル協会　http://www.j25musical.jp/

5　ドラゴンボールやワンピースなど。https://www.usj.co.jp/

う言葉も定着してきたようで、非常に積極的な自治体もあります[6]。さらにはマンガのキャラクターがファッション雑誌にも登場するようになり、世界的ファッションブランドとコラボレーションする例も出てきました[7]。

他方で、消費者であるファンが同人誌を作ってコミックマーケットなどの同人誌即売会やネットを通じて販売したり、キャラクターの衣装を作ってメイクするなどしてキャラクターになりきって撮影会をするなどコスプレイベントも盛んに行われており、コスプレの衣装制作やメイク技術などに関する専門雑誌も刊行されています。ドラゴンボールやワンピースなど一世を風靡した作品はその世代の共通体験となり、一般教養のようになっていきます。

このように、マンガはオリジナル・コンテンツとして映像作品やゲーム、音楽、舞台など新たなコンテンツを生み出す源となり、それらがいくつものプラットフォームを通してマルチユースされていき、さらに各種グッズ、ファッション、観光など様々商品やサービスに活用されて幅広くビジネス展開されていくことで大きな波及効果を生んでいます。これほどエンタテインメント産業に大きな影響を与えるものはないでしょう。

## 2　クリエイティブ産業振興とマンガ

世界に視野を広げると、海外のマンガ市場（規模60億米ドル）における日本由来のコンテンツのシェアは24.1%に上るといいます[8]。全世界のGDPにおける日本の割合が5.5%、世界人口に占める日本の人口の割合が1.9%という中で、それだけ世界における日本のマンガの存在感は大きいと評価できるでしょう。

いわゆるクール・ジャパン戦略の狙いは、アニメ、ドラマ、音楽等のコンテンツや「衣」「食」「住」をはじめ、日本の文化やライフスタイルの魅力を付加価値に変え、新興国等の旺盛な海外需要を獲得し、日本の経済成長（企業の活躍・雇用創出）につなげることとされています。

我が国のマンガがこのクール・ジャパン戦略の代表選手のような位置づけにあるのは、我が国の規模に比しても世界的に大きな存在であり、多彩な二次創作のもととなり、幅広い影響力を有するからだと考えられます。

そもそも「クール・ジャパン」という言葉は、1990年代後半に英国で、音楽やファッション、アートなどの英国文化が「クール」であることをアピールする言葉「クール・ブリタニア」（英国の愛国歌“Rule, Britannia”をもじったもの）を模した言葉だと言われています。

その英国では1998年に、振興策の対象とすべき「クリエイティブ産業」を「個人の創造性やスキル、才能を基礎として、知的財産権の生成と開発を通して、富と雇用のポテンシャルを有する産業」と定義して、次の13分野が列挙されました。それは①広告、②建築、③アート、④工芸、⑤デザイン、⑥デザイナー・ファッション、⑦映像、⑧ゲーム、⑨音楽、⑩舞台芸術、⑪ソフトウェア、⑬テレビとラジオです[9]。

マンガが原作となって様々に形を変えて、これらの分野を広く横断して展開されていることから、我が国のクリエイティブ産業の振興にとってマンガは欠かせないものであるといえます。

---

6　例えば秩父市。http://navi.city.chichibu.lg.jp/anime/2016/04/2586/

7　GUCCI・荒木飛呂彦　http://www.gucci.com/jp/worldofgucci/articles/araki-manga# 1

8　「コンテンツ産業の現状と今後の発展の方向性」平成28年３月経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課

9　「クリエイティブ産業の経済学」（有斐閣　2013年　後藤和子）

## ３　我が国の文化政策におけるマンガの位置づけ

「クリエイティブ産業」は、文化産業とほぼ同じ概念と理解されています。上記のような13分野を含むクリエイティブ産業の振興という政策目標は、産業政策であると同時に文化政策でもあります。

ここで産業政策とは、政府が特定の産業部門を選んで、補助金などの優遇措置を使って保護・育成する政策を指し、文化政策とは芸術・文化を対象とする公共政策を指します。公共政策とは、民間部門では対応しきれない課題に対して国や地方公共団体が当該公共課題を改善・増進させる目的で立案される施策をいいます。我が国において芸術・文化に関わる公共政策を中心的に担っているのが文化庁になります。

その文化政策の対象となる「文化」の内容は、この数十年の間に芸術と文化遺産にとどまらず、生活様式というより広い意味で解釈されるようになってきたといわれています。そうして政策上の関心の対象は広がり、文化政策の領域は芸術と文化遺産から映画、放送、出版メディア、さらにはファッションやデザイン、建築といった幅広い文化産業へ、さらに観光、都市開発・地域開発、外交などへ広がっていきました[10]。

このことは、我が国のポップカルチャーや伝統文化を積極的に海外に発信していくことを通して産業や人材を育成しつつ、我が国のソフトパワーの更なる向上を目指すというクール・ジャパン戦略の目的と重なるところがあります。

ここで我が国の文化政策を主に担っている文化庁の芸術文化政策の基盤となる文化芸術振興基本法に言及したいと思います。

2001年に制定された同法の目的は、「文化芸術の振興に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務を明らかにするとともに、文化芸術の振興に関する施策の基本となる事項を定めることにより、文化芸術に関する活動を行う者の自主的な活動の促進を旨として、文化芸術の振興に関する施策の総合的な推進を図り、もって心豊かな国民生活及び活力ある社会の実現に寄与すること」にあるとされています。

そこで文化芸術の振興という政策課題は、国だけではなく地方公共団体もその担い手であること、また文化芸術活動が精神的活動であることから、これを行う者の自主的性・自発性が重視しつつ、その促進を行っていくものであることが明らかにされています。

そして同法は、振興策の対象となる芸術を「文学、音楽、美術、写真、演劇、舞踏その他の芸術」（８条）と、「映画、漫画、アニメーション及びコンピュータその他の電子機器等を利用した芸術」（９条）とを分けて規定しており、後者を「メディア芸術」としています[11]。そこでマンガは、「メディア芸術」[12・13]の一つであることが法文上明確に位置づけられています。

同法が芸術を前者と後者で分けていることについて、前者は伝統的な「高級文化」が念頭に置かれているのに対して、後者は「ポピュラー文化」といえるものですが、これらは「近年の情報通信技術の進展に伴い、広く国民に親しまれ、新たな芸術の創造や活性化を促す、諸外国に日本への理解や関心を促す、つまり、情報通信技術とともに今後の産業経済発展の鍵を握る分野であるため」、その他の芸術から独立させたと説明されています[14]。これには前年にIT基本法（高度

10 「文化政策の経済学」（デイヴィッド・スロスビー／監訳：後藤和子・坂本崇）２頁

11 同法が成立する前の1997年から始まり、2016年に第20回を迎える文化庁メディア芸術祭は当初、デジタルアート（インタラクティブ）部門、デジタルアート（ノンインタラクティブ）部門、アニメーション部門、マンガ部門の４部門からなっていた。

情報通信ネットワーク社会形成基本法）が制定されたことの影響があったと考えられます。なお、翌2002年には、小泉政権下で「知財立国」が国家戦略として打ち出され[15]、知的財産基本法も制定されています。

さて、文化芸術振興基本法を基礎として文化庁が主に担当する文化政策は、文化的財の創作の振興を目的とするものですが、他方で創作物の流通を振興する産業政策は経済産業省の担当とされています。

そして2004年には、経済産業省の所管となるコンテンツ振興法（コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律）が議員立法によって成立しました。同法も知財立国推進の観点から、マンガやアニメ、映画、ゲームなどのコンテンツを保護・活用の促進を目指すものです。同法でいう「コンテンツ」は、文化芸術振興基本法にいう「メディア芸術」とほぼ重なります。

伝統的な「高級文化」が博物館や美術館で展示され、あるいは劇場で披露されるような、どちらかといえばストックされる性質のものだとすれば、メディア芸術は様々な媒体を通じて流通し、拡散していくフローな性質のものだといえます。前者が公的な保護や教育の対象となってきたのに対し、後者は私的領域において産業として競争にさらされるものですから、公共政策において取り扱われ方が異なってくるのも理解し得ます。つまり、前者を扱うのが文化政策、後者を扱うのがメディア政策ということができます[16]。

しかし近年では、メディア芸術とそれ以外のいわゆる高級芸術との垣根が崩れてきているように思われます。例えば「スラムダンク」や「バガボンド」で知られるマンガ家の井上雄彦氏の「最後のマンガ展」が東京の上野の森美術館や大阪のサントリーミュージアムなど各地の美術館で開催され、また2014年には同氏が東本願寺から依頼を受けて描いた親鸞の屏風絵が奉納されました。2015年には、手塚治虫の亡くなった1989年から四半世紀の、複合的メディア表現として深化する日本のマンガ、アニメ、ゲームを総合的に展望し、想像力と創造力を再発見する機会を提供することを狙いとした「ニッポンのマンガ＊アニメ＊ゲーム展」が、東京・六本木の国立新美術館と神戸の兵庫県立美術館で開催されました。

このように、ストック的な文化財を展示する美術館で、フローな性質を持っているマンガやアニメが展示されるようになってきているのが近年の流れです。

---

12　芸術表現に新しい技術発明を利用する、いわゆる「メディアアート」と、ここにいう「メディア芸術」とは、その定義からも分かるとおり異なる独自の概念である。このことからも同法が十分な学術的議論を経ずに立法されたことがうかがえる。

13　2000年度の教育白書でも、「近年の技術の進展に伴って誕生したコンピュータ・グラフィックス、ゲーム・ソフト、インターネット・ホームページなどの新しいメディアを活用した芸術の発展が期待されています。また、映画やアニメーション、マンガは、これらの新しいメディア芸術の基盤となっています。このため、文化庁では、メディア芸術の振興を図るための諸施策を「メディア芸術21」と位置付け、その一層の推進を図っています。」との記述がある。

14　「文化政策の法的基盤」（水曜社　2003年12月　根岸昭）104頁以下。なお、文化芸術振興基本法の成立過程においては、法案の検討が拙速で学術的議論が不十分であったことなどの理由から、文化政策の研究者らからの強い反対があったそうである。この点については後藤和子教授（摂南大学経済学部、文化経済学会〈日本〉元理事長）からご説明を受けた。ここに謝意を表する。

15　マンガに関しては、「国はマンガやアニメーションの貴重な資料の散逸を防ぎ、情報提供する場を確保する取り組みに積極的に協力し、奨励する」という方針が打ち出され、世界に誇る「マンガ」文化を学術資料として体系的に収集・保存し、広く内外に発信するとともに、次代へ継承していくための博物館・図書館の機能を兼ね備えた新時代の総合文化施設の整備が急務とされた。

16　「自治体文化政策」（学芸出版社　2016年　平竹耕三）16頁

## 4　文化政策とメディア政策をつなぐ京都国際マンガミュージアム

フローな性質を持ち日々消費されるマンガが、文化政策の一つの中心である博物館に収蔵されて学術として研究対象となり、また観光資源となる。このような文化政策とメディア政策をつなぐ取り組みとされているのが、初のマンガの博物館として2006年に京都市で開館した京都国際マンガミュージアムです[17]。

京都国際マンガミュージアム提供

**■ ミュージアムの位置づけ**

京都国際マンガミュージアムの紹介に入る前に、ミュージアムすなわち博物館とはそもそもどういうものかを確認したいと思います。

最近テレビで見たある建築家の言葉ですが、建築家にとって博物館や美術館の建築に関われることは大変な栄誉だといいます。その理由は、博物館や美術館はその国に文化を収める器だからだそうです。

ここでミュージアム、つまり博物館の定義を確認します。国際博物館会議（International Council of Museums）によれば、博物館とは「社会とその発展に寄与するため、人間とその環境に関する有形無形の財を研究、教育及び享受する目的のために、取得、保存、研究、伝達、展示する公開された非営利の常設機関」と定義されています[18]。また、我が国の博物館法２条は「博物館」を、「歴史、芸術、民俗、産業、自然科学等に関する資料を収集し、保管し、展示して教育的配慮の下に一般公衆の利用に供し、その教養、調査研究、レクリエーション等に資するために必要な事業を行い、あわせてこれらの資料に関する調査研究をすることを目的とする機関（後略）」と定義しています。

そして同法３条が規定する博物館の事業として、資料の収集・保管・展示し、一般公衆に対して、資料の利用に関し必要な説明、指導等を行い、又は研究室、実験室、工作室、図書室等を設置してこれを利用させ、資料に関する専門的、技術的な調査研究を行い、資料に関する講演会、講習会、映写会、研究会等を主催し、及びその開催を援助し、社会教育における学習の機会を利用して行った学習の成果を活用して行う教育活動その他の活動の機会を提供し、及びその提供を

17　平竹前掲18頁

18　http://icom.museum/the-vision/museum-definition/

奨励すること等が列挙されています。

このように博物館の役割は、文化財をストックし、学術研究や一般公衆の文化財へのアクセスを可能にし、教育活動に供するなど、まさに公共政策である文化政策の中心を担うものといえます。

京都国際マンガミュージアムも、後に述べるように上記のような博物館としての事業を、マンガを対象として行ってきています。文化の器として文化財をストックする役割を有する博物館に、フローする消費財として扱われてきたマンガが他の文化財と同様に収容され、学術研究や教育活動に供されるようになったということです。

なぜこのようなことが実現したのでしょうか。

### ■ 京都文化芸術都市創成計画と京都国際マンガミュージアム

文化芸術基本法４条は、地方公共団体は同法の基本理念にのっとり、文化芸術の振興に関し、国との連携を図りつつ、自主的かつ主体的に、その地域の特性に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有するとしています。

京都市でも、2006年３月に「京都文化芸術都市創成条例」を制定し、その前文で「将来にわたって、京都が日本はもとより世界の人々を魅了する個性に満ちあふれた都市であり続けるには、・・・優れた文化芸術の保存と継承により、創造的な活動が不断に行われるとともに、文化芸術が市民の暮らしに息づくことにより、市民に大きな生きる喜びをもたらし、京都のまち全体を活気に満ちたものとする必要がある。」と謳い、文化芸術都市の創成を計画的に進めるために「文化芸術都市創成計画」を定めなければならないとしました。

これを受けて2007年３月に「京都文化芸術都市創成計画」が策定され、その後2012年３月に改定されています。この計画の中でも、施策の一つとして「京都国際マンガミュージアム等をいかしたコンテンツ産業の振興」という項目があり、映画、マンガ、アニメ、ゲーム等の分野を融合し、京都ならではのコンテンツ産業を振興するため、京都国際マンガミュージアム等をいかし、次代のコンテンツ産業を支える人材の発掘と育成等に取り組むとともに、新産業の創出といったコンテンツビジネスの促進に取り組みます。」とされています。

このように、京都国際マンガミュージアムは、京都市の文化芸術都市創成の一環としてメディア政策推進の重要な資源として位置づけられています。

### ■ 京都国際マンガミュージアムの開館の経緯[19]

1979年に開学した芸術系大学である京都精華大学は、2000年に芸術学部マンガ学科を開設し、初のマンガ学科ということで当時話題となりました。その後同大学は2003年４月、京都市にマンガミュージアムを開設する構想を提案し、同年12月に本構想に京都市が協力することについて基本合意がなされました。

翌2004年10月には京都市長の定例記者会見で同構想が発表され、12月には「京都国際マンガミュージアム（仮称）構想」策定フォーラムが開催されました。そして2005年10月に、京都市の中心部である中京区の烏丸御池に所在し、少子化による学校統合により使用されなくなった龍池小学校跡地の活用計画案が承認され、同地にマンガミュージアムが設置されることになりました。

京都市はこのような経緯で2005年11月に京都精華大学と協定を結び、両者が協議して運営委員

19　京都国際マンガミュージアムのウェブサイトと前掲平竹を参考にしてまとめた。

会を設置してマンガミュージアムの運営に当たることとされました。具体的には、京都市が土地・建物を無償で提供し、同大学が建物をミュージアムに改修して管理・運営し、研究成果やノウハウを提供するというものです。マンガ･アニメーションを体系的に研究し、生涯学習、観光誘致、人材育成や新産業創出等への活用を図るため、資料の収集・展示・保存を市と大学の共同により行い、その成果を地域社会の文化活動に対しても還元・貢献できる形態とされています。同ミュージアムは、このような注目すべき試みとして2006年11月開館しました。

なお、京都国際マンガミュージアムの開館に先立って、同年４月に京都精華大学はマンガ学科を芸術学部から独立させてマンガ学部とし、また「国際マンガ研究センター」も開設しました。

ここまで述べてきたような背景で、以上のような経緯で京都国際マンガミュージアムが開館する運びとなりました。京都国際マンガミュージアムの入り口を見上げると、「京都市・京都精華大学共同事業」と掲げられているのは、このような事情があるからです。

以下では、同ミュージアムをより詳しく紹介していきたいと思います。

## ５　京都国際マンガミュージアム

改めて京都国際マンガミュージアムの目的を述べますと、マンガの収集・保管・展示およびマンガ文化に関する調査研究、これらに関連する博物館事業を行っていくこととされています。

同ミュージアムは博物館的機能と図書館的機能を併せ持った文化施設であり、ここに保存されるマンガ資料は、明治の雑誌や戦後の貸本などの貴重な歴史資料や現在の人気作品、さらには海外のものまで約30万点に上り、そのうち約５万点については一般来館者が見られるように公開展示されており、閲覧に供されています。

また、マンガに関するワークショップやセミナーなども開催しています。

京都国際マンガミュージアム提供

©Tezuka Productions

**■ 京都国際マンガミュージアムの建物**

建物は1929年に建造された元龍池小学校の校舎を改修したもので、外観だけでなく内観も当時の佇まいを残しています。このことは、地域住民の交流の場でもあった小学校の役割を引き継ぐという意味を持っています。館内に元龍池小学校の記憶をとどめるために資料や写真を展示している龍池歴史記念室が設けられているのには、このような意図があるそうです。

入り口を入ると物販コーナーがあり、英語等の翻訳版のマンガや手塚治虫やスタジオジブリなど日本を代表する作品のグッズのほか、最近の人気アニメのグッズが販売されています。中には京都アニメーションの作品のグッズが多く置かれている印象です。同社は京都府宇治市に本社を置き、京都市や宇治市を物語の舞台のモデルとする作品を多く製作していることから[20]、いわゆる「聖地巡礼」で京都を訪れたファンがミュージアムに寄った際に購入するケースも多いのかもしれません。また、同コーナーには京都市営地下鉄の応援キャラクター「太秦萌（うずまさもえ）」らを主人公とするライトノベルなども売られています。この点については後で詳述します。

ミュージアムは３棟の建物から構成され、これらをつなげる吹き抜け部分はガラス張りとなっていています。そしてそこには現在の我が国のマンガ・アニメ文化の礎を築いたと言っても過言ではない手塚治虫の代表作「火の鳥」の巨大オブジェが、外からでも垣間みることができる状態で掲げられており、強く目を引きます。このオブジェには仏像制作の技術が使われているそうです。

教室や廊下は閲覧室やギャラリーとして利用されており、廊下や２階のメインギャラリーには壁一杯の本棚にびっしりとマンガが並んでいて壮観です。もう少し詳しく紹介しますと、１階には海外で翻訳されて流通している我が国のマンガや、海外のマンガが展示されています。また「こども図書館」という小学生以下の子どもや親子連れ向けのスペースがあり、読み聞かせなどができます。ほかに「マンガ工房」という作画の実演が行われるところもあります。多目的映像

20　例えば「たまこまーけっと」（2013年）の舞台である「うさぎ山商店街」は京都市上京区の出町枡形商店街をモデルにしている（http://masugata.demachi.jp/）。また「響け！ユーフォニアム」（2015年）の舞台は京都府宇治市である。宇治市は「響け！ユーフォニアム」宇治探訪マップ（https://www.city.uji.kyoto.jp/0000014385.html）を作成して観光案内所で配布している。こうした「聖地巡礼」レポートをブログで報告するファンも多く、観光振興に一役買っている。

ホールでは、講演会やシンポジウム、研究発表会、学生が制作したアニメーションの上映会などが行われています。

また、毎年２月は芸術系大学の卒業・終了制作展が行われる時期ですが、京都精華大学マンガ学部の卒業制作展は同ミュージアムで開催されます。

**■ 京都国際マンガミュージアムの機能**[21]

京都国際マンガミュージアムは、前述の博物館法が規定する博物館としての事業を行っており、その機能として①資料の調査・研究、②博物館・図書館の展開、③研究者・専門家の育成、④新産業の創出、⑤生涯学習・文化の創造の５つを挙げています。

①については、所蔵資料による「マンガ」文化の調査・研究を行うほか、国内外の学術研究機関や地域施設、他のマンガ施設との共同調査・研究への取り組み、資料の共有・相互活用、情報のネットワーク構築、さらには実作・編集・出版などの現場関係者も加えて、研究の応用化も追求しているといいます。

②については、マンガ資料の体系的な収集とデータの整備が進められています。日本の貴重な歴史資料、現代の人気作品、世界各国の名作などに加え、江戸時代以降の関連資料、海外のマンガ本、雑誌、アニメーション、その他の関連資料等を集めており、30万点以上という世界一のマンガ資料を所蔵しています。内容もアナログ（現物資料）とデジタル（電子データ）の双方を有し、多様性のある展示を行っていくとしています。

③については、将来の「マンガ」文化を担う研究者・専門家の養成拠点としての機能も重視しており、研究プロジェクトへの参画、成果の発表、資料の公開、情報ネットワークの構築などにより研究者や学生の研究を支援し、教育現場の要望に応えていくとともに、クリエイターの養成にも積極的に取り組み、学芸員・司書技能のカリキュラムも提供していくとしています。

④については、マンガの産業振興における可能性の大きさに着目し、国内外のマンガの社会的な活用事例を収集し、その効果や課題を検証しながらコミュニケーションツール、産業コンテンツとしてのマンガ活用モデルの研究・開発を推進していくとともに、ミュージアムにおける研究成果の公開、企画展などを通じてミュージアム施設・機能の新たなあり方も探究していくとしています。

⑤については、「マンガ」文化を通じた国際文化交流。世界各国からの研究者や留学生の受け入れ、交換留学などの制度化、地域社会の人々に向けたワークショップ、各種講座などの開講、さらに幼児・児童を対象にした学習プログラムの開発・教材の制作も実施していくとしています。

**■ 来館者とその内訳**

京都国際マンガミュージアムの来館者数は、開館して半年後の2007年５月には10万人を突破、２年後の2008年11月には50万人を突破、2010年８月には100万人、2014年８月には200万人を達しました。2015年度の入館者は約29万５千人だったそうです。入館者の内訳は、大人が75%、中高生が15%、小学生が10%とのことです。なお、現在の入場料は大人800円、中高生300円、小学生100円です。

入館者のうち外国人の数は、受付での目視確認によるところ、2013年度は約２万9300人、2014年度は約３万7600人、2015年度は約４万9000人だとのことで、近年の訪日観光客の増加とともに増加傾向にあります。

---

21　京都国際マンガミュージアムのウェブサイトを参照

また、2015年度の外国人入館者数を国別でみると、フランス、中国、アメリカ、オーストラリア、イギリス、イタリア、ドイツ、スペイン、スイス、カナダの順で多いそうです。訪日外国人数に占めるアジア諸国の割合が８割に上るのに対し[22]、同ミュージアムでは欧米からの来館者の割合が高いのが特徴的です。確かに館内にいると外国人をよく見かけ、フランス語、スペイン語、英語、ドイツ語などが聞こえてきます。

これはもともと欧米で我が国のマンガの人気が高いことに加え、ロンリープラネット等の海外の有名旅行ガイドブックでも京都国際マンガミュージアムが紹介されているなどの事情があるようです。

このように、同ミュージアムは、我が国のメディア芸術を海外にアピールすることに加え、官民挙げて行われている観光立国の取り組みにも一役買っているといえそうです。

**■「地下鉄にのるっ」**

ミュージアムの物販コーナーにも関連商品が置かれている「地下鉄にのるっ」とは、京都市交通局が京都市営地下鉄や京都市バスの利用促進を目的とし、「地下鉄・市バス応援キャラクター」の「太秦萌（うずまさもえ）」「太秦萌（うずまさもえ）」「松賀咲（まつがさき）」「小野ミサ（おのみさ）」らを活用した展開しているプロジェクトです。もともとは京都市職員の親族が描いたイラストだったそうですが、後にそれをもとに、京都市出身のイラストレーター・賀茂川さんが新たに描きなおしたものです。これらのキャラクターの名前は京都市営地下鉄の駅名から取られており、京都市営地下鉄を利用すると、誰もが必ず太秦萌らのかわいらしいポスターを目にすることになります。乗車カードにも絵柄が使用されており、これを集めるファンもいるようです。

2014年11月には、京都国際マンガミュージアムでも「地下鉄にのるっ」の世界を紹介するキャラクターパネル展が開催されました[23]。この世界には「烏丸ミユ」というマンガが好きなキャラクターも存在し、ミュージアムのPRキャラクターとなっています。

「地下鉄にのるっ」は、FacebookやtwitterなどのSNSにもアカウントが設けられており、これらのキャラクターを主人公にしたライトノベルも出版されていて、京都市内の主な書店では目立つように置かれています。京都精華大学の学生がこれらのキャラクターを描いた４コママンガを作成して地下鉄構内に掲示するという、京都市と連携した人材育成効果のある試みにも活用されています[24]。また、これらのキャラクターの声を演じる声優も決まっていて、京都市交通局のアニメCMも制作されています。このCMのアニメを制作している株式会社魚雷映蔵も京都で設立された会社です。

「地下鉄にのるっ」については現在、本格的な短編アニメの制作が企画されており、クラウドファンディングで制作費を集めたところ、目標額の10倍以上の1000万円余が集まったようで、今年５月29日日曜日、京都市営地下鉄の開業35周年イベント「地下鉄の日」にて制作報告会が開催されました[25]。

**■ 京都国際マンガ・アニメフェア（京まふ）**

京都マンガ・アニメフェア（略称：京まふ）は、京都国際マンガ・アニメフェア実行委員会、

22　http://www.jnto.go.jp/jpn/news/data_info_listing/pdf/160518_monthly.pdf
23　http://www.kyotomm.jp/event/exh/chikatetsuni_noru.php
24　http://www.city.kyoto.lg.jp/kotsu/page/0000196181.html
25　https://www.makuake.com/project/chikatetsu/

京都市が主催し、京都国際マンガミュージアムほかが共催で2012年から毎年開催されているイベントで、今年で５回目となります。

開催趣旨は、関西圏企業と首都圏企業とのビジネスマッチングの場の創出、関西で優秀な若手クリエイターが育つための市場づくり、マンガアニメファン及び外国人も含めた観光客の新たな層の掘り起こしなど、関西圏のコンテンツ市場の促進を図ることにあります。

京都市では京都国際マンガミュージアムと連携してコンテンツ産業振興に取り組んできていますが、「京まふ」はその核となるイベントです。京都最大級のイベント会場・展示場である京都市勧業館「みやこめっせ」と京都国際マンガミュージアムで開催され、コンテンツ企業の出展やビジネスセミナー、声優やアニメソング歌手のイベントなどが行われ、昨年は約３万7000人の来場者があったようです。

その他の関連事業については後述します。

**■ 伝統産業や美術とのコラボレーション**

京都は平安京ができて以来1200年余りの歴史を持つ都市であり、長く我が国の都であったことと関係して、多くの伝統産業が育まれてきました。しかし伝統産業の多くは生活様式の変化に伴う需要の減少などで衰退してきたため、その振興が課題となっていましたが、最近では伝統工芸品などにマンガのキャラクターの絵柄を採用する取り組みも見られるようになりました。

2009年の火の鳥オブジェ除幕式の際には、火の鳥の絵柄の西陣織ネクタイが制作されたといいます[26]。また、京友禅も京都の伝統産業の一つですが、京まふ2015では、前記「地下鉄にのるっ」のキャラクターをモチーフにしたトートバッグを制作する友禅染体験教室を開催されています[27]。

京都精華大学でも、芸術学部・デザイン学部・マンガ学部では、３年次以降の夏季休暇の２週間を利用して、伝統工芸を中心とした産業の現場を体験的に学習する「京都の伝統産業実習」を実施しているそうです[28]。

昨年は琳派400年と言われた年でした。琳派とは江戸時代に絵画や工芸、書などの装飾芸術の流派ですが、その祖の一人である本阿弥光悦が京都の鷹峰に芸術村を拓いてからちょうど400年となったからです。京都国際マンガミュージアムでも昨年、京まふ2015の開催と合わせて、琳派とマンガ・アニメ、伝統産業とのコラボレーションによる展示・物販を行う企画展「琳派オマージュ展」を開催しました[29]。展示された作品は、「漫画やアニメを琳派的手法で描くとどうなるか」という視点から、日本画と着物を基盤とする京都の老舗工房・豊和堂の絵師が描いたものです。このときに展示された作品に新作を加えて、今年５月20日から29日にかけて東京・代官山のギャラリー ALでも同様の展覧会「ぼくらが琳派を継いでいく展『琳派の世界にキャラクターが佇む展覧会』が開催されました[30]。

このようにマンガやアニメと伝統産業や伝統美術がコラボレーションする試みが次々と出て来るようになっています。私達は、伝統的な「高級文化」と、「ポピュラー文化」が融合していく過程を体験しつつあるのかも知れません

---

26　http://www.kyotomm.jp/event/exh/hinotori2010.php
27　http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000186850.html
28　https://www.kyoto-seika.ac.jp/edu/sangaku/taac/
29　http://www.kyotomm.jp/event/exh/hommage_rinpa.php
30　http://al-tokyo.blogspot.jp/2016/04/blog-post.html

■ **京都版トキワ荘事業**

「京都版トキワ荘事業」とは、漫画家志望者支援を行っているトキワ荘プロジェクトが2006年８月から京都で運営しているマンガ家志望者向け支援活動です。京都市内には、京都精華大学だけでなく、京都造形芸術大学、京嵯峨芸術大学にもマンガについて学べる学部学科があり、多くの学生がマンガを学んでいます。そして京都市も既述のとおり、京都国際マンガミュージアムとの連携を核として、マンガ産業クラスタを育成しようとしています。京都版トキワ荘事業は京都市が東京のNPOに委託して行っている事業で、京町家を活用して安価なシェアハウスを学生を含む漫画家志望者に提供しているものです。

同事業は、京まふにおいても「マンガ出張編集部」と題して東京の出版社のマンガ編集者を招き、京都を中心とする関西圏のマンガ家志望者に原稿を持ち込む機会を提供しています。

昨年からは、京まふでの出張編集部に紐づけて外国人漫画家の日本メジャー誌デビューに特化した国際漫画賞「京まふ漫画賞」を設け、最初の大賞受賞者となった台湾人マンガ家が今年の夏から漫画誌で連載を開始することになったそうです。

■ **今後の課題（知的財産教育）**

マンガに限らず創作活動を行っていくに当たっては、他人の権利を侵害することなく適正に利用し、また自分の権利を守っていくためにも、著作権法をはじめとする知的財産法の知識が不可欠と考えられます。また最近では京都精華大学などの芸術系大学でも、企業や自治体と連携して取り組む「産学連携プロジェクト」が積極的に行われており、その成果物に関する権利関係を整序するにも知的財産法の知識は必要です。

しかし、今のところ京都の芸術系大学において知的財産法を学ぶ機会はほとんどなく、今後の課題となっているようです。

■ **まとめ**

ここに紹介してきたような京都国際マンガミュージアムの取り組みは高い評価を受けており、今年の第20回手塚治虫文化賞において「10年にわたり博物館と図書館の両面からマンガ文化に貢献」してきたとして特別賞を受賞しています[31]。

今回の記事を執筆するに当たり、改めてマンガが我が国の文化・産業・観光振興において重要な役割を果たしていることを認識すると同時に、他方でクリエイティブ産業振興を目的とする国レベルの政策立案・実施において、関係する文化庁、経産省、観光庁の効果的な連携のあり方について検討する余地があるのではないかと思われました。他方、京都市レベルでは、「地下鉄にのるっ」のキャラクター活用の例をみると交通局、産業観光局がうまく連携しているように見えます。

今後も、国のクリエイティブ産業振興策とともに、京都市・京都国際マンガミュージアムの取り組みに注目していきたいと思います。

以　上

31　http://www.asahi.com/shimbun/award/tezuka/2016winners.html