

古都・京都 “はつ” マンガを活用した産業振興

京都府京都市産業観光局新産業振興室コンテンツ産業振興担当
天野 裕之



1 はじめに

世界遺産「古都京都の文化財」を構成する14の社寺・城や3,000件を超える文化財の宝庫であり、観光、ものづくりなど、多種多様な魅力を持つ京都市に、近年、マンガという新たな魅力が加わった。

そのきっかけが、2006（平成18）年に京都精華大学と京都市との共同事業として開設した日本初のマンガ文化の総合拠点「京都国際マンガミュージアム」である。

ミュージアム開設を踏まえ、京都市では、マンガ・アニメ、映画、ゲーム等に関連する産業を「コンテンツ産業」と位置付け、現在、西日本最大規模のマンガ・アニメの総合見本市やマンガ家志望者の育成支援など様々な取り組みを行っている。

本稿では、ミュージアムの開設の経緯や、京都市におけるコンテンツ産業の振興に向けた取り組みについて紹介する。

2 マンガミュージアムの開設経緯

京都は、能、狂言、歌舞伎、茶道、華道、香道など、1,000年にわたって良質な文化を生み出してきた。その中には、日本最古のマンガとも称される国宝「鳥獣戯画絵巻」や、源氏物語、方丈記などの様々な文学、平安時代から鎌倉時代にかけて盛んに作られた絵巻物など、現代のマンガに通じるものも多数存在している。

このような歴史的背景のもと、京都市内の私立大学であり、現在、日本で唯一のマンガ学部を持つ「京都精華大学」では、芸術の一

環としてマンガを捉えることを目的として、1973（昭和48）年、当時の美術学部の中に「ひとコママンガ」、「風刺画」等を扱う「マンガクラス」を設置し、以降、取り扱う領域をストーリーマンガやマンガのプロデュースなどにも拡大してきた。

その過程において、2003（平成15）年、京都精華大学から京都市に対し、増え続けるマンガの蔵書を整理・収蔵するための書庫として、京都市内の廃校となった小学校を活用したいという提案が行われた。

候補となった元・龍池小学校は、1872（明治5）年に政府が大学・中学・小学を基本とする学校体系の整備等を示した「学制」の発布に先駆け、1869（明治2）年に、地元の町衆の寄付によって創設された番組小学校（日本で最初の学区制小学校）である。

そのため、京都市においても、少子化の影響によって統廃合された小学校跡地の活用が課題ではあったものの、龍池小学校の跡地活用には、地域住民を含めて広く合意形成を図る必要があった。

京都市と京都精華大学は、協議の結果、単なるマンガの収蔵庫としてではなく、まちづくりに貢献できるミュージアムとして検討を進めることとし、地域住民との会合や学校跡地の活用に関する審議会等での議論を重ねた。

これらの経過を踏まえ、2006（平成18）年、京都精華大学と京都市との共同事業として、元・龍池小学校の跡地にマンガの研究・人材育成・生涯学習・収集・展示等の機能を備えた日本初のマンガ文化の総合拠点「京都国際

マンガミュージアム」を開設する運びとなった。

地域のシンボルであった小学校の校舎を生かしつつ、地上3階・地下1階の建物の中に、収蔵庫や展示会用のギャラリー、研究室、多目的映像ホールなどを整備している。館外にはカフェレストランのほか、地域住民からの寄付金で整備された人工芝のグラウンドが広がり、小学校当時の佇まいを残しながらも、新たな文化施設に生まれ変わっている。

現在、このミュージアムには、明治の雑誌や戦後の貸本などの貴重な歴史資料、現在の人気作品、海外作品など約30万点が収蔵されており、そのうち5万冊のマンガ本はグラウンドを含め、どこでも自由に読むことができる。

また、マンガやアニメの原画展のみならず、江戸時代の浮世絵師による戯画、プラモデル等の模型展など、マンガに端を発するものを広く対象とした展覧会のほか、マンガに関するワークショップ、似顔絵コーナー、昔懐かしい紙芝居の口演なども行われている。

これらの図書館機能と博物館機能等の両立がミュージアムの大きな特徴であり、現在も国内外から多くの人々が訪れる人気スポットとして定着している。



元の小学校の佇まいを残すミュージアム。芝生に寝転びながらマンガを読むこともできる。

3 京都市のコンテンツ産業振興

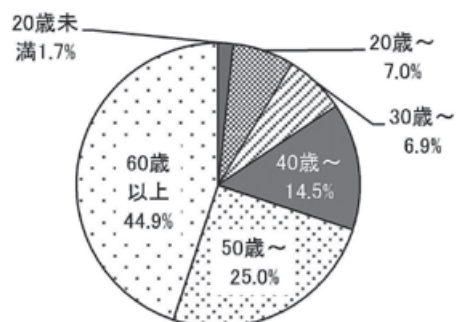
(1) 京都国際マンガ・アニメフェア

京都国際マンガミュージアムの開設以降、京都市ではマンガ・アニメ等のコンテンツ産業の振興に向けた取り組みを模索してきた。

コンテンツ産業の分野は、主要企業の大半が首都圏に一極集中しており、地方都市にとっ

ては、人材の流出やマーケットから遠いという課題を抱えている。

また、世界有数の観光都市であり、年間5,600万人を超える観光客が訪れる京都市であるが、観光客の年齢層は50歳以上が7割近くを占めており、将来にわたって魅力的な観光都市であるためには、若年層を継続的に取り込んでいく必要がある。



京都市を訪れる観光客の約7割が50歳以上。
(2015(平成27)年京都観光総合調査)

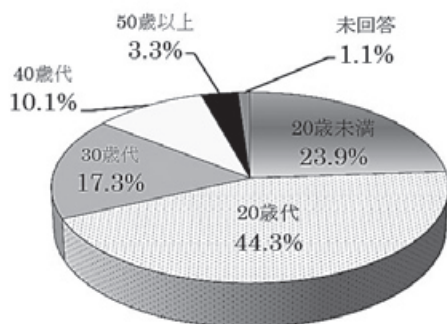
これらの課題を解決するため、キャラクター商品の開発等のビジネスマッチングの促進や、若年層をはじめとした新たな観光客の掘り起こしなどを目的に、2012(平成24)年からマンガ・アニメの総合見本市「京都国際マンガ・アニメフェア」、略称「京まふ」を開催している。

同フェアでは、出版社や映像メーカー、人気声優などによる最新のマンガ・アニメ作品の宣伝のほか、京都企業が開発したマンガ・アニメ商品の販売や伝統産業の技法を用いたオリジナルグッズの制作体験などを行っている。

関西では数少ないマンガ・アニメイベントであり、春先の東京での大規模アニメイベント、夏・冬のコミックマーケットと重ならない時期を狙い、9月下旬に開催していることなどから、開催当初、会期2日間で約2万人であった来場者は、その後、順次会場を拡大したことも相まって、5年目となる2016(平成28)年には4万人を突破し、同種のイベントとしては西日本最大規模にまで成長している。

来場者の年齢層は、20歳代以下が7割近くを占めており、当初目的としていた若年層の観光客の取り込みに成功していると言える。

特集2 アート（文化芸術）によるまちづくり



京都国際マンガ・アニメフェアへの来場者は、20歳代以下が約7割を占める。（京都国際マンガ・アニメフェア2015来場者アンケート）



2日間で約4万人が来場する西日本最大規模のマンガ・アニメの総合見本市に成長。

(2) 商品開発支援

マンガ・アニメなどのコンテンツは、作品そのものを販売し、利益を獲得することはもちろんのこと、キャラクターの商用利用などにより、幅広い産業で活用できるという特性を持つ。

そのため、商品化コーディネーターを配置し、マンガ・アニメ作品等の著作権を保有する企業を京都に招いての商品化セミナーや著作権保有企業に提案する企画書の作成支援などを行うことで、京都企業が京都国際マンガ・アニメフェア等で販売するための商品開発を促進している。

これにより、現在では、マンガ・アニメと、伝統産業をはじめとした京都企業とのコラボレーション商品が年間100種類ほど生み出されており、京都企業にとって、従来とは異なる客層に自社製品の魅力を伝えるきっかけとなっている。

また、京都国際マンガ・アニメフェアが定着し、来場者・参加企業が増えたことによる

副次的効果として、地元放送局や民間商業施設による独自のマンガ・アニメ関連イベントも、同フェアに連動して開催されるようになってつつある。

これに伴い、商品化コーディネーターの役割も、単なる商品の開発支援にとどまらず、マンガ・アニメに登場する舞台を巡るツアーや、民間商業施設・鉄道会社・社寺等を周遊するスタンプラリーなどのイベントコーディネートにも拡大しており、マンガ・アニメを切り口に、新たな客層を呼び込もうとする取り組みの輪が広がっている。



伝統工芸の技法を用いたオリジナルグッズなど、マンガ・アニメと京都企業とのコラボ商品を開発。

(3) マンガ出張編集部

京都市は、38大学が集積し、人口の約1割に相当する学生がいる大学・学生のまちという側面も持つ。

その中には、京都国際マンガミュージアムの事業主体であり、日本で唯一のマンガ学部を持つ京都精華大学をはじめ、マンガを専門に学べる大学・専門学校も数多く存在しているため、マンガ家志望者支援の一環として、マンガ出版社の編集担当者を京都に招き、マンガ家志望者に自分の作品の持ち込みの機会を提供する「マンガ出張編集部」を開催している。

取り組みを始めた当初の2012（平成24）年は27編集部、116人の持込参加であったが、2016（平成28）年は69編集部、362人の持込参加と大きく増加しており、会場のキャパシティの関係から編集部の出展申込をお断りせざるを得ない状況となっている。

関西圏のマンガ家志望者にとっても、首都圏に集中している編集部から効率的にアドバイスをもらえる貴重な機会として活用されており、この編集部をきっかけに連載デビューを果たすマンガ家が誕生するなど、着実な成果が出始めているところである。

2015（平成27）年には海外発信の取り組み強化の一環として、日本でのプロデビューを希望する海外のマンガ家志望者を対象とした国際マンガコンテスト「京まふ漫画賞」を台湾を対象として実施し、優勝者をマンガ出張編集部に招待することとした。

当初の事務局の期待を上回るハイレベルな作品が集まったこともあり、第1回目の優勝者が翌年の2016（平成28）年から小学館のマンガ雑誌で連載を始めるなど、目覚ましい成果をあげたため、引き続き対象を拡大して取り組んでいるところである。



プロの編集者から自分の原稿にアドバイスをもらえる「マンガ出張編集部」。

（4）他機関との連携

京都市は、1897（明治30）年に日本で初めて映画（シネマトグラフ）の試写実験に成功した場所であり、数多くの作品を世に送り出してきた映画撮影所を有するほか、世界的なゲーム企業が存在するなど、マンガ・アニメにとどまらず、多様なコンテンツ資源が集積しているまちである。

そのため、京都府、京都商工会議所等との連携により、ゲームや映画の祭典、コンテンツ分野に関する京都の諸大学の教授陣によるリレー講義、コンテンツビジネスの第一人者を招いてのセミナーなど、京都のコンテンツ

を発信し、次代の産業を支える人材の育成・交流にも取り組んでいる。

4 今後の取り組み

これまで紹介したように、マンガ・アニメなどのコンテンツは、それ自体に価値があるのみならず、ものづくりや観光など、他の様々な産業分野への二次利用、さらには情報発信ツールとしても活用可能な特性を持つ。

京都市は、良質な文化を生み出してきた土壌を有するとともに、匠の技、感性による多様な産業が集積しており、国内外での都市の知名度の高さも相まって、異分野とも結び付きやすいコンテンツ産業の特性を最大限に活用できるまちだと考えている。

38の大学を中核とする高度で豊富な学術研究機能や高度人材の集積、歴史・文化・観光都市としてのブランド力などを基に、京都の多様な魅力を国内外に発信できる新たな切り口として引き続きコンテンツを活用した取り組みを進めてまいりたい。

コンテンツ関連企業が首都圏に一極集中している中、マーケットから遠いという地方都市共通の課題解決に向け、京都市の取り組みがその一助となれば幸いである。

著者略歴

天野 裕之（あまの・ひろゆき）

1981年生まれ。愛媛県出身。2005年に京都市役所入庁後、区役所に配属され区政広報誌等を担当。その後、総合計画関連部署への異動を経て、現部署においてコンテンツ産業の振興を担当。