

鳥獣戯画からポップカルチャーへ ～京都力を生かしたコンテンツ産業の創出（京都府京都市）～

【京都財務事務所】

1. はじめに

平安遷都以来 1200 年、京都は、伝統文化・芸能が脈々と生き続ける歴史都市である。

さて、パリで毎年 JAPAN EXPO が開催されるなど、クールジャパンと呼ばれるアニメやマンガなどの日本のポップカルチャーが最近海外で人気を集めているが、この、一見かけ離れた歴史都市とポップカルチャーとの関わりをご存知だろうか。

2. 「京都力」



～飛び跳ね、駆け出す動物たちの生き生きとした動き～

平安時代末頃にはマンガの原点のひとつといわれる鳥獣戯画絵巻が誕生。そして、明治 30 年にはわが国初となる映画試写会を開催。現在は、映画発祥の地としての映画製作、世界的なゲーム関連企業やコンテンツ系大学等の人材育成

機関が集積しているなど、歴史と伝統に支えられた固有の地域資源とあいまって、京都はコンテンツ産業の新たな可能性を秘めた都市である。

平成 18 年には、京都市と京都精華大学の共同事業となる京都国際マンガミュージアムが開館した。40 年近くマンガを専門として研究対象にしている京都精華大学の運営の下、国内唯一のマンガ文化の総合的博物館として、約 30 万点のマンガ資料や歴史と現状を紹介するほか、人材育成や新産業の創出など多角的な研究を行っている。なお、同館の来館者は昨年 11 月の開館 4 周年までに 109 万人を突破。年間入場者数約 30 万人のうち 1 割超がフランス、オーストラリア、米国など、海外からの来訪者となっており、海外からの観光客の観光スポットのひとつとして、京都の観光産業との相乗効果も発揮。同館は、「マンガ文化全般の研究には一般の人との接点も重要で、お客様の声も大事な研究指針のひとつ。“ひとりよがり”はありえない」という。

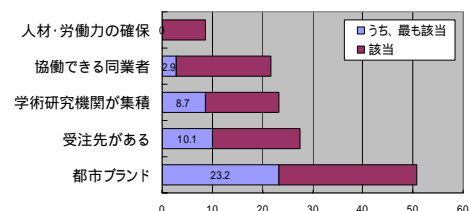


京都国際マンガミュージアム（元龍池小学校校舎）

3. 京都コンテンツ企業の現状と課題

平成 20 年 12 月に京都市が設置した、京都市コンテンツビジネス研究会で、一昨年、京都市内コンテンツ関連企業に対するアンケート調査が実施された。京都のコンテンツ関連企業は、約 580 社、従業員 1 万 2 千人で、映像・音声・文字情報制作業の集積状況は主要都市の中では中位に位置している。このほとんどは、中小企業であるが、京都で事業を行うメリットとして、都市ブランドを挙げる声が圧倒的に高い。京都に対する愛着のほか、「京都という理由で、取引先の社

京都で事業を行うメリット



<H21.1 京都市コンテンツビジネス研究会調査>

長が配偶者同伴で訪問してくれるため、顔を合わせて商談できる」という声もあり、「京都ブランド」のメリットはいろいろな面で感じられている。一方、経営課題としては人材の確保・育成、取引・販売力、PR・宣伝力が上位を占めており、研究会における議論でも、京都の歴史、伝統文化などの豊富なコンテンツ資源が十分に活用されていないこと、クリエイター・プロデューサーを目指す人材を育成し、京都を活動の場としてもらうことが課題として指摘されている。

4. 「京都力」を生かしたコンテンツ産業振興への期待

こうした課題を踏まえ、京都市は、京都の特長を生かした様々なコンテンツ産業振興施策を展開している。

例えば、平成21年から、JAPAN国際コンテンツフェスティバル(コ・フェスタ)のオフィシャルイベントとして



開催している KYOTO CMEX では、マンガ・アニメ、映画・映像、ゲームなどの京都コンテンツの魅力を広く国内外に発信し、次代のコンテンツ産業を支える人材育成・交流に取り組み、コンテンツを楽しむ多数の来場者を迎えている。はじめに述べた JAPAN EXPO では、KYOTO CMEX の宣伝ブースをつくり、着物姿の舞を披露するなど、海外での発信にも取り組んでいる。

京都国際マンガミュージアムでは、マンガ文化の発信拠点として、若手研究者を対象とした公開研究会の開催や、子供向けイベント、ワークショップの開催等の事業を展開しており盛況となっている。海外からの学生たちの参加も多く、例えば今夏も米国の中高生数百人がサマースクールとして漫画アシスタント体験に参加し、「帰ったら自分でも描いてみたい」との感想も寄せられている。また、海外のマンガも精力的に紹介する中で、12月3日まで「マンガ・ミーツ・ルーヴル」展を開催。これは、ルーヴル美術館との共催により、フランスの漫画「BD(バンド・デシネ)」の日本初上陸となる作品展が、「京都で」ということで実現したものである。このほか、京都の伝統文化との連携も行われている。例えば、マンガが描かれた茶器での茶会



や、華道マンガを紹介しながらの「いけばな体験」、能面とフィギュアなどの現代文化も考察しながら行われる能楽囃子方演奏会など、マンガを通して伝統文化に触れる機会などにも少しずつ取り組んでいる。

京都市が産学公連携で研究開発に取り組む最先端の科学技術をマンガでわかりやすく紹介したり、企業の海外従業員にマンガでその企業の生い立ちを紹介するなど、マンガに対する新たなニーズの発掘も行っている。京都国際マンガミュージアムのマンガに関するビジネスを受託するチームには、多様なプロの描き手をバックボーンに、企業からの受注も増えている。

京都市では、「コンテンツを産業として振興するには、ビジネス化に向けての斬新な発想と実行力、人的ネットワークを合わせ持つプロデューサーの存在が重要。そうしたキーマンが京都にいて、人や企業を呼び込むことができる。」としている。そのための人材育成や、京都に定着してもらうための取組みが実を結び、京都固有の地域資源、産業集積等の「京都力」を生かした、コンテンツ産業が広がり、発展することが期待されている。

(京都市 ホームページアドレス <http://www.city.kyoto.lg.jp/>)

(京都国際マンガミュージアム ホームページアドレス <http://www.kyotomm.jp/>)