

【研究ノート】

アニメ文化博物館の一考察

A Study of the Anime Culture Museum

趙 屹森*

Yisen ZHAO

要旨

本稿は、アジアにおいてアニメ文化が最も発展している日本のアニメ文化博物館を調査し、展示及び機能の視点から分類化を図るものである。また、教育と観光の2つの機能から考察を試み、アニメ文化博物館が必要とする要素とアニメ文化の社会への影響力について論じるものである。

キーワード：アニメ文化、アニメ文化博物館、教育、経済効果

Ⅰ はじめに

アニメ文化は、二次元文化とも呼ばれている。その中には Anime（アニメ）、Comics（漫画）、Games（ゲーム）、Novel（ライトノベル）などの文化が含まれていることから、ACGN 文化とも呼称される。ACGN 文化とは、アジア漢語文化圏におけるアニメ文化に対する呼び方であるが、欧米などではあまり使用されていない。アニメ文化は多文化が共存し、互いに連携して存在する文化圏といえるのである。

また、アニメ文化は完全な二次元文化ではない。つまり、CG 制作技術により制作された3D ゲームや、実写ドラマを結合して作られた SF 映画や特撮作品は、二次元作品と三次元作品の間に介在するからである。

本稿は2022年1月12日に福岡県に所在する「アンパンマン・ミュージアム」、2022年3月28日に川崎市に所在する「藤子・F・不二雄記念館」、2022年3月27日に東京に所在する「杉並アニメーションミュージアム」の現地調査を行い、それをもとにアニメ文化博物館の分析を行った。

Ⅱ アニメ文化博物館の分類

1. 展示上の分類

現地調査の結果、日本のアニメ文化博物館は、展示館と記念館の2つに分類される。

(1) 展示館

広義では記念館も展示館に分類されるが、本稿では単独の分類とする。このタイプの博物館は、美術館や図書館などと統合する複合施設となる場合がある。著者及びチーム、あるいはあるテーマに関連する資料を収集、保存、展示、説明、研究を行う施設が展示館である。

(2) 記念館

このタイプの博物館は、ある著者やチームの関連資料を顕彰するために建てられた博物館である。記念館タイプのアニメ文化博物館には、様々な古い漫画原稿、おもちゃ、作家のインタビューなどが多く展示されている。その年代の著者の生活環境を再現したエリアもあり、著者が活動した時代の雰囲気を体感することが可能である。博物館全体がレトロな雰囲気を醸し出す展

*長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻修士課程2年

示となっており、それにより記念館としての効果をあげている。

2. 機能上の分類

現地調査の結果、アニメ文化博物館は「教育研究型」、「観光娯楽型」、「学術娯楽型」の3つのタイプに分類される。

(1) 教育研究型

このタイプのアニメ文化博物館は、古い漫画の原稿、著者の仕事場および漫画制作の過程を復元展示することが多い。一般的に、多くの博物館は学術研究性を備えており、展示資料が研究価値と教育的意義を有している。来館者は展示を観覧することにより、知識の習得が可能である。大学などの研究・教育機関との連携や、学校との博学連携活動を行うことが多いのが特徴である。

(2) 観光娯楽型

このタイプのアニメ文化博物館は、学術研究を目的の一つとする博物館本来の性質とは異なる博物館である。博物館の名称が付いているものの、実際には教育的な博物館はほとんどなく、館内には娯楽施設が多い。施設のデザインは博物館のテーマに合わせて設計されており、小型テーマパークに近いといえる。このタイプの博物館は比較的少なく、展示品は館内の装飾品となっている。

アニメの雰囲気来館者に感じて楽しんでもらう博物館で、利潤の追求を最大の目的としていることから、学術研究型タイプの博物館に比べて入場料が高い。

事例としては、「アンパンマン・ミュージアム」が観光娯楽型博物館として挙げられる。館内には装飾品や、おもちゃが展示され、アンパンマンをテーマにした娯楽施設と関連飲食エリアがほとんどである。展示品の学術的価値は低く、娯楽性が高い。

入場料は大人1,880円と高く、利益を目的とした博物館といえる。

(3) 学術娯楽型

日本の一般的なアニメ文化博物館がこのタイプの博物館である。アニメ文化をテーマにすると娯楽性は避けられないことから、日本のアニメ文化博物館の多くは、教育研究型展示を第一義としながら、観光娯楽性も備わっている。2種の性質を有しているのが学術娯楽型の博物館である。

事例としては、「藤子・F・不二雄記念館」が学術娯楽型博物館である。街の案内サイトなどに有名アニメの「ドラえもん」などをテーマにしたデザインが採用されている。

また、博物館の隣には藤子・F・不二雄が住んでいた建物が保存され、アニメ作品に登場する人物が生活するシーンにも使用されている。藤子・F・不二雄のアニメ作品のファンは、藤子・F・不二雄が生活していた環境を体験し、アニメ作品をより一層感じとることができ、いわゆる「聖地巡礼効果」がある。

博物館には、原稿やスタジオなどが展示され、著者の生涯や当時のアニメ制作技術を解説する学術研究エリアと、撮影や商品販売を行う娯楽的なエリアがある。さらに博物館の周辺一帯は、藤子・F・不二雄の住居を含む「聖地」が形成され、学術研究、教育、観光娯楽、経済創設などの機能を満たしている。

Ⅲ アニメ文化博物館と教育

1. アニメ文化博物館の教育機能

アニメ文化博物館は、能力教育と精神教育の2つの教育機能を有している。

(1) 能力教育

能力教育とは、職業の能力スキルなどの

アニメ文化に含まれるコンテンツと各コンテンツが関連する業界

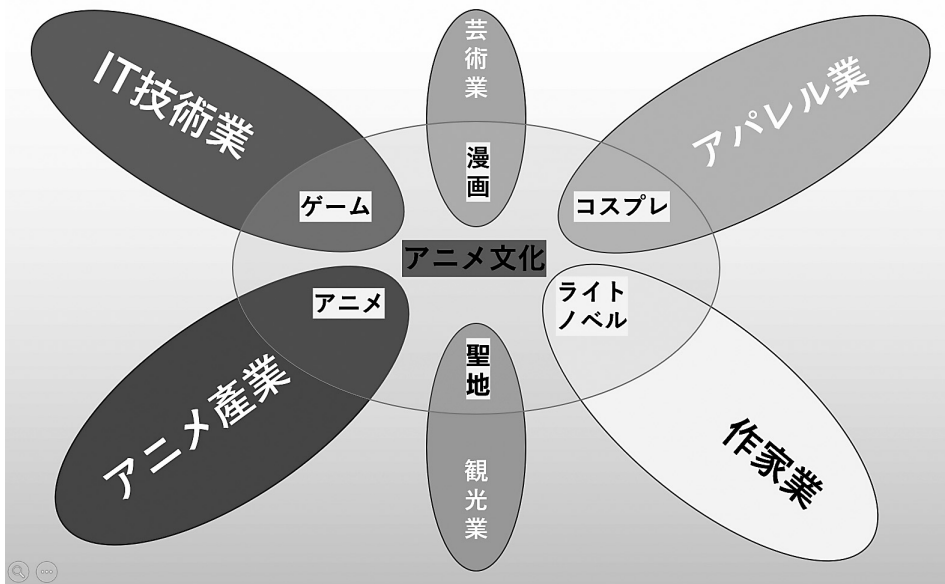


図1 アニメ文化圏と各産業との関係（筆者作成）

知識を他者に伝えることである。この教育は、ある関連分野の理論的能力をまとめて分類することで視覚、聴覚、触覚、嗅覚などの感覚で脳内の知識を結合し、ある技術の応用過程や応用原理を理解させ、技術の過程を習得するのが一般的である。

(2) 精神教育

精神教育とは、能力教育のように能力を身につけさせる教育とは異なり、より複雑に人の精神を導く必要がある。しかし、個々の精神は生まれつきで、生活環境の影響から精神の多様化がより複雑になる。このような教育は、人を導く精神理念、すなわち人格をこの社会に適応させ、さらには社会の前向きな発展を導くと考えられる。

2. 教育機能の分類

(1) アニメ文化と能力教育

アニメ文化の能力教育には「多様性」と「感情刺激」の2つの核心がある。「多様

性」とは、アニメ文化自体の枠を超え、複数の関連文化が共通して維持されている大型サブ文化圏である。

アニメ、漫画、ライトノベル、ゲームなどの周りを1本の線で各楕円の間を通り円形に形成されている。この「円」はいわゆるアニメ文化圏である（図1）。しかしこの「円」を突破し、周辺に残る各産物は、もう一つのより大きな「産業圏」に含まれている。アニメを制作するとともに、他の付加産業と連携する可能性がある。これらの産業圏は共同で「社会」という大きな圏を形成し、アニメ文化圏を核心としてアニメ文化を利用することで最終的に社会に影響を与える可能性が得られる。アニメ文化と教育が結合すれば、アニメ文化を利用して人材育成を行うことができ、人材サービス社会の潜在力となることが期待される。

アニメ文化と各産業との関係を示すには、各職業に関する人材の育成状況に注目

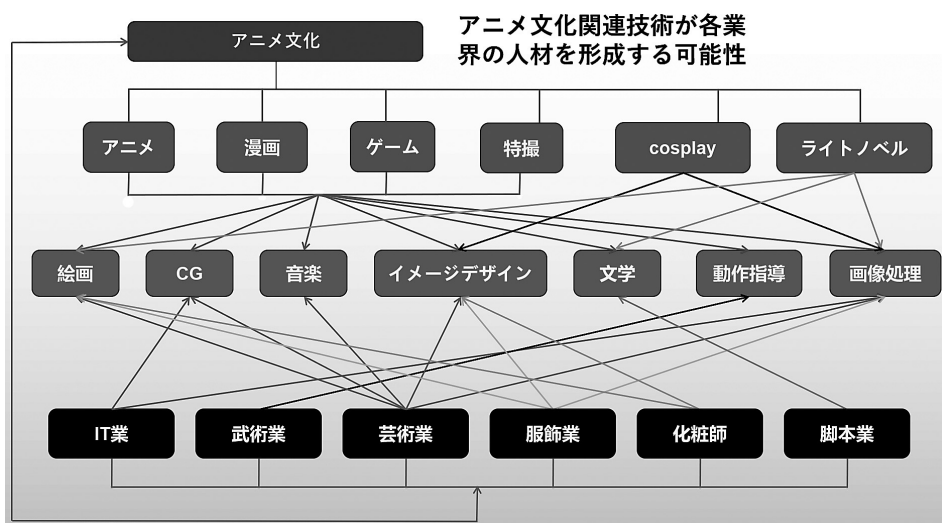


図2 関連技術による各業界の人材形成（筆者作成）

する必要がある。アニメに対するファンの興味も「感情刺激」であり、アニメ文化を利用する教育と「感情刺激」の結合は重要となる。

李・羅（2007）によると「記憶は情報保持時間の長さに応じて長時間記憶（long-term memory）と短時間記憶（short-term memory）」に分類できるとある。人材育成のために必要なのは「長時間記憶」である。情緒の長い記憶における役割について、通常私たちは情緒刺激のあることを退屈なことよりも深く記憶しており、楽しいことは不愉快なことよりもよく覚えていると述べられている。

さらに、fMRI（Functional Magnetic Resonance Imaging）と行動学方法を用いて比較すると、実験者らは覚醒情報と非覚醒情報（両者の比較基礎は同じ）が情緒記憶の増強効果に対して異なる認知と神経基礎を有していることを発見した。前者は扁桃核－海馬経路に依存し、後者は前頭皮質－海馬経路に依存し、制御機序の関与を示唆している。記憶は愉快と不快、覚醒と非覚醒の感情内容によって区別されると論じ

ている（李・羅 2007）。

アニメ文化と教育の結合を重視する理由は、ファンのアニメ文化への意識の強さを利用して見学を誘致し、学習効率を増加させる目的を達成しているだけではなく、アニメ文化の「多様性」が社会の各産業と非常に密接につながっているからである（図2）。

アニメ文化圏には、漫画という産物がある。愛好家の漫画好きを通して漫画の制作を知るようになれば、絵画、イメージデザイン、文学テクニク、画像処理など様々な能力・知識の一部を知ることができる。アニメ文化に興味があり、知識を身につけた見学者は、将来漫画制作業界に参加しなくても、他分野で活躍する人材になる可能性がある。たとえば画像処理技術にはCG技術やPS（画像処理技術）など、いわゆるIT業界、絵画やイメージデザインが芸術業界に役立つということである。アニメを通じて興味や効率を促進し、ある技術に関する知識を身につけて基礎人材となることであり、多様な雇用可能性を得て社会のための人材育成を行う理論といえる。

(2) アニメ文化と精神教育

アニメ文化とは、二次元プラットフォームを利用して、人々の様々なアイデアを創作・表現し、伝播させることである。

まず最も簡単な例は、日本のアニメが世界的に非常に有名なことである。日本のアニメのかつての黄金時代やその後の影響で、日本の風景、人文風俗文化、美食などが世界に知られ、日本の物語は国内だけでなく海外の観光客を魅了している。

同様の例は中国でも発生している。2021年に MIHOYO 会社が開発したオープンワールドネットゲームの「原神」は、世界的に大変な人気となり、プレイヤーが熱狂している状況にある。さらにこのゲームを通じて、極めて高い中国風情を表現している。

このゲームを通して海外のプレイヤーに中国の文化を知ってもらい、アニメ文化と若者にほとんど認められていない中国の伝統芸術の「京腔戯曲」を組み合わせ、「神女劈靚」という CG 短編アニメを制作した。当時の世界のプレイヤーグループ内で大きな話題となり、中国の伝統芸術が中国の若者に注目され、中国文化が海外に発信された。

これは中国文化の伝統観念を打破し、若者に認められにくい古い芸術を現代美学と組み合わせることにより誕生した画期的な革新といえる。これは日本のアニメ制作の方法であり、アニメを通じて日本の伝統文化が若者に愛され、海外に広まって外国人に知られ注目される最大の理由でもある。

アニメ文化が情報の担い手であることを論じてきたが、人間の思想は精神と同様に「情報」であり、情報の担い手であるアニメ文化は作者の精神思想を伝播できる能力を持っている。アニメの物語は仮想的であり、仮想だからこそ無限の創作の可能性がある。

世界的に影響力の高いアニメ映画「君の

名は。」は、多くの大人に若い時代の思い出や感動を呼び起こした。アニメは「仮想」として存在するが、人に与える感情は「真実」である。

精神的誘導とは、人が美しさを追求する本能や、仮想的な情報を介して物語として思想を広め、視聴者が考えて道理を知るように導き、知らず知らずのうちに観客の思想を正しい方向に導くことである。これがアニメ文化が持つ精神教育の力である。

IV アニメ文化博物館と観光

1. アニメ文化を利用した地域振興

小村（2020）は「地域振興とアニメ」の中で、コンテンツビジネス、観光学、メディアなど、アニメ聖地巡礼に関する資料は非常に多いと述べている。アニメ聖地巡礼に関する記事も多数掲載され、サブカルチャー現象として見ることもでき、さらに地域振興にも役立つとしている。アニメの聖地は、二次元と三次元の世界が絡み合った独特の場をアニメファンに提供する。アニメファンが聖地に行く目的も、アニメのイメージと一致しているかどうか、あるいはアニメで表現されていた感情を感じることができるかどうかを確認するためである。

また、インターネットもこの現代の最も重要な宣伝方法の1つである。インターネット（SNS など）を介して、写真や動画を友人などと共有することができるようになった。ネットワークの広さや、翻訳ソフトの利便さにより、このような行為は海外の人も見ることができるようになった。聖地巡礼は地域の活性化に大きな役割を果たしている。ネットワーク時代には、様々な SNS ソフトウェアによって、情報を広く宣伝することができ、各国のファンの増加、地元の特産品の宣伝などに顕著な効果があった。ネットワークによる宣伝で情報を得る外国

人観光客数は無視できないため、各方面で多言語化を行うことも重要である。指定された地域とアニメを組み合わせることで、本来の地域イメージよりも魅力的になる可能性がある。住民にとっても、身近な風景を映像化するのとは特別な体験で、地域外にいる人でも、訪れたいという感情を得ることができる。

そして、アニメ作品中の地域や風景を実世界にコピーし、関連する産物の販売やアコースティックな声優の採用などにより、現実には二次元の独特なシーンの雰囲気醸し出し、集客力を高めて観光地化する事例も存在する。「ラブライブ！」などの作品を例にとると、これらのアニメは現実のある地域を物語の背景とし、アニメの成功によって地域の観光力を牽引している。また完結後も、作品の再開や関連ゲームの発売などにより地域活性化の起爆剤となっている。アニメによる地域振興が成功する過程ではアニメファンの地元住民やその町が好きな移住者との交流が重要である。

最後に考えられるポイントは、アニメ文化による聖地巡礼は、地元の宿泊業、レストランなどの飲食業や地場製品生産加工業による限定的な連動消費などに、ある程度の経済効果があることである。アニメ作品関連のイベントを行うには、アニメキャラクターのオリジナル声優が協力しなければならない。現実世界に存在しないアニメキャラクターたちが実際に存在していると錯覚するような雰囲気を醸し出す。声優に会うことを目的とするファンも多く、観光の集客力は極めて高い（小村 2020）。

2. アニメーション産業の状況

『杉並区産業振興計画』（2003）には、日本のアニメーション産業は情報メディアの進化に伴い発達し、優れた作品が多く高い国際競争力があり、今後の日本の産業に対する牽引作用があり、その潜在力は非常に

大きく、貴重な観光資源として扱うべきであることが記されている。

産業の観点から考察すると、日本の産業の9割は中小企業であるが、アニメーション産業の多くも中小企業である。したがって注目されるのも当然であるが、「地域産業振興」と「中小企業振興」は正確に区別されなければならない。また、アニメーション産業振興と中小企業振興の違いは、アニメーション関連企業は直接的な支援ではなく、間接支援が多いことである。

そして、アニメーション産業の市場収益源は、実際には非常に複雑である。テレビ局だけでなく、劇場版アニメ制作、ビデオテープや光ディスクの販売、インターネット配信、さらにはゲームや漫画産業などの連携状況が含まれている。また、アニメ番組の年間平均世代視聴率も減少傾向にあり、アニメーション市場の拡大にともない、アニメーション産業に関する連動や発展には段階期と転換期が必要であり、時代に適応する必要がある。

2001年4月に「杉並アニメフェスティバル」が開催され、2003年2月に「杉並区産業振興計画」が発表された。海外のスタジオ制作技術力は高く、アニメーション産業が地域の有力な地場産業として地域経済を牽引することが業界の注目すべき課題である。日本政府は、2002年に「知的財産」を保護・強化するために、「知的財産戦略大綱」と「知的財産基本法」を誕生させた。その中で、アニメーションやゲーム産業の重要性が注目されるべきであることが明らかになったことを論じている。アニメ制作会社の経営基盤の強化が必要である（杉並区 2003）。

東京都産業労働局は、今後10年の産業振興施策展開の方向性を示すために、都民や産業界からよせられた意見を参考に、(1)国際競争の激化、少子高齢化の進行等に対応し、東京の産業をさらに発展させるために

は、新たな製品やサービスを生み出す革新（イノベーション）が必要、(2)「知」と「技術」の集積や巨大な「市場」の存在といった「東京の強みを活かし異なるものをつなぐ」とともに「イノベーションを支える環境を整える」ことにより、国際競争力を強化する、(3)東京の産業を新たなステージに飛躍させるとし、10年後の東京をさらに魅力的で活力溢れる都市に発展させることを明示した（東京都産業労働局 2007）。

また、2003年に発表された「アニメ産業振興方向策に関する報告」（東京都産業労働局）によると、「日本のアニメーション産業の将来の状況は決して楽観的ではなく、中国や韓国を中心としたアジア諸国が台頭を始めているに違いない。そうすれば将来的に国際競争力を失う可能性が存在する」とある（東京都産業労働局 2003）。

つまり、現在日本ではアニメ産業の世界市場での優位性が確立されているのに対して、ビジネスより十分な成果がなく、さらにはアニメーター人材不足、デジタル化遅延、資金困難などが大きな影響を与えている。様々な立場に対して、国と市町村などが支援を行うことで、自助努力では解決できない問題を解決する必要がある。東京都には79.4%のアニメ制作会社が集中している。そのためアニメは日本を代表する産業であると同時に、東京都の重要な地場産業や観光資源としても真剣に対応しなければならない（清水 2008）。

V まとめ

日本のアニメは、ここ数十年間で急速に海外に拡大進出し、世界的にみても高い地位を獲得してきた。日本のアニメ映画は、海外で「ジャパニメーション」と呼ばれ、多くの大企業に注目され、支持されている。

藤本（2010）は、『マンガ・アニメ・

ゲーム・フィギュアの博物館学』において、「日本はマンガに関しては世界でも珍しいくらいの鎖国状態の国で、他の国にはマンガ文化は存在しないかのように思っている人が多いが、実際には、世界にはさまざまなマンガ文化が存在し、出版形態も、また流通形態もそれぞれに違う」と論じている。つまり、日本は漫画文化で極めて高い地位を有しているが、他の国でもある程度関連文化が発展しているということである。

また博物館は固定建築であり、アニメファンの活動に適した場所、地元の象徴的な建物となり、聖地としての2つの価値を備えている。日本のアニメ文化博物館は、学術研究型、観光娯楽型と2つの性質が共存する学術娯楽型に分類することができた。博物館の教育機能について、能力教育と精神教育の2種の視点から考察を試み分析した。

アニメ文化博物館と地域協力による観光経済の潜在力について考察した。その結果、地域風景、住民の考え方、ネットなどの要素を利用して観光振興に協力することが重要なポイントであることが理解できた。

今後も文献渉猟を継続し、中国のアニメ文化博物館状況を参考に比較研究を行う予定である。

参考文献

- 小村明子（2020）：「地域振興とアニメ：自治体による地域振興の場におけるアニメ作品の活用例を考察する」『応用社会学研究』62巻、131-147頁。
- 清水強志（2008）：「アニメーション産業による地域振興」『創価人間学論集』創刊号、103-120頁。
- 杉並区（2003）：『杉並区産業振興計画』杉並区産業振興センター。
- 東京都産業労働局（2007）：『東京都産業振興基本戦略』。
- 東京都産業労働局（2003）：『アニメ産業振興方向策に関する報告』。

藤本由香里（2010）：『マンガ・アニメ・ゲーム・フィ
ギュアの博物館学』風間書房。
李雪氷・羅躍嘉（2007）：「情緒和記憶的相互作用」
『心理科学進展』15巻，3-8 頁。
人民網日本語版（2018.12.12）：次第に日常生活にま
で溶け込んでいる中国の二次元文化
<http://j.people.com.cn/n3/2018/1212/c206603-95>

[27579.html](http://www.j-cast.com/2013/05/23175766.html?)（2022年7月22日取得）
J-CASTニュース（2013.5.23）：「特撮を我が国の文
化に」庵野秀明監督も訴え 失われるクールジャ
パンの「源泉」、保全難しく
[https://www.j-cast.com/2013/05/23175766.html?](https://www.j-cast.com/2013/05/23175766.html?p=all)
[p=all](https://www.j-cast.com/2013/05/23175766.html?p=all)（2022年7月5日取得）