

マンガ・アニメ造形ビジネス学科設立事業セミナー
第 11 回

“ 新マンガ時代論 ”

“ コンテンツ産業論 ”

会場：日本財団大会議室

日時：10月21日(火) 13:00～16:30

講師：ちばてつや氏（マンガ家）

杉浦健太郎氏（経済産業省）

はじめに

東京財団はマンガ・アニメの底力に着目し世の中のために活かす様々な事業を継続しています。創造力や独立精神の豊かな新しい人材を発掘、育成することは個人や社会の将来に大事なことからです。21世紀はあらゆる分野において感性、情熱、魂といった人間力がとても大きな力となります。高等教育の現場にマンガ・アニメの創造力を取り入れて豊かな人間力をもった優秀な人材を発掘したいと願っております。本年度は、「マンガ・アニメ造形ビジネス学科」を設置しようという提案です。

大学等高等教育機関の経営者の方々に日本のマンガ・アニメの持つ底力をご理解いただきたいと思います。マンガ・アニメに対する世界からの評価や期待、次世代の若者のニーズをしっかりと掴んでいただきます。個性とバリエーションのある「マンガ・アニメ造形ビジネス学科」の設置に向けてセミナーを6月10日より11回開催いたします。

具体的には、マンガ・アニメ学科を設立する為に、マーケティング戦略・新産業構造・海外戦略(比較)・教育論・学生入学促進案などをテーマに、魅力ある学園づくりのヒントとコンテンツを提供する日本で最初の試みです。

東京財団の過去の成果を見てください。昨年はマンガ・アニメ寄付講座を早稲田大学(www.tkfd.or.jp)で実施しました。米国UCLAでもマンガ・アニメ講座を開きます。今回は第一級プロフェッショナルを揃え、自信をもってマンガ・アニメに関する世界最高のセミナーをご提供いたします。参加者のご納得していただけるセミナーの開催と自負しております。

本報告書は、第11回(2003年10月21日)の同セミナーをまとめたものです。本書は、本セミナーの内容を関係各位に報告するとともに、参加できなかった方などより多くの方々に内容を共有していただくために作成したものです。魅力ある学校作りのテキストとしてご活用いただければ幸いです。

東京財団会長 日下公人

目 次

- セミナー全体スケジュール -	P3 ~ P31
- セミナー第一部風景 -	P5
- 第 11 回セミナー第一部内容 -	P6 ~ P16
優等生でない主人公	P 6
子どもから年寄りまで	P 7
「ようこそ先輩」秘話	P 8
海外に広がる日本のマンガ	P 9
これからのマンガ	P 10
ちばてつや賞	P 12
「あしたのジョー」のラストシーン	P 13
アジア・マンガサミット	P 14
教育界に対して	P 15
- セミナー第一部参考資料 -	P17 ~ P18
- セミナー第二部風景 -	P19
- 第 11 回セミナー第二部内容 -	P20 ~ P26
コンテンツ産業の現状	P 20
コンテンツ産業による波及効果	P 20
産業構造上の問題と対応の方向性	P 21
コンテンツ産業の国際展開によるジャパンプランドの確立	P 22
ブロードバンド市場の確立	P 23
映像における新たな流通ルートの立ち上げ	P 24
プロデューサー・クリエイター人材育成等	P 24
流通事業者と制作事業者の間の公正な競争の確立	P 25
制作事業者による資金調達環境の整備	P 25
日下会長挨拶	P 26
- セミナー第二部参考資料 -	P30 ~ P31

2003年度 「マンガ・アニメ造形ビジネス学科設立事業セミナー」全体スケジュール

第1回 マンガ・アニメ学科のシミュレーション及びモデルケース

日時：6月10日(火) 13:00~16:30

講師：稲葉哲ノ介氏(マンガ研究家)・臼井稔氏(東京財団)

- ◇ 日本力...ポップカルチャーの育成策(マンガ・アニメの魅力)
 - ◇ 日本の大学が担うもの、大学の魅力作り
 - ◇ ポップカルチャー市場と教育機関のギャップ
 - ◇ マンガ学・アニメ学構築のための学科のシミュレーション
 - ◇ 芸術系からの学科 2.工学系からの学科 3.文系からの学科
-

第2回 マンガ・アニメ学科のシミュレーション及びモデルケース

日時：6月18日(水) 13:00~16:30

講師：稲葉哲ノ介氏(マンガ研究家)・臼井稔氏(東京財団)

- ◇ 日本発マンガ・アニメ学の構築と海外戦略
 - ◇ 設備投資シミュレーション
 - ◇ 学生募集ケーススタディ
 - ◇ 産業分布とマンガ学卒業後の職業・仕事
-

第3回 マンガ・アニメグローバル戦略と新ビジネス構想

日時：6月24日(火) 13:00~16:30

講師：久保雅一氏(小学館キャラクターセンター長)

- ◇ マンガ・アニメのもつ国際力の検証
 - ◇ 21世紀のニューメディアの世界への戦略考察とのモデル化
 - ◇ マンガ・アニメ産業のリスク、回避方法、特徴、リターンの考え方
-

第4回 アニメプロデューサー論

日時：7月8日(火) 13:00~16:30

講師：清水慎治氏(東映アニメ/チーフプロデューサー)

- ◇ アニメのプロデュース力と作品のシナジー検証
 - ◇ 日本アニメの世界戦略
 - ◇ プロデューサー育成計画
-

第5回 産業論

日時：7月22日(火) 13:00~16:30

講師：竹内宏彰氏(コミックスウェーブ社長)

- ◇ マンガ・アニメ産業の構造のリスクとリワードの考え方について
 - ◇ 他産業への関連性及び発展性について
 - ◇ 海外市場への影響力及び展開を様々な視点から考察する。
-

第6回 教育論

日時：8月12日(火) 13:00~16:30

講師：谷川彰英氏(筑波大学教授)

- ◇ 人間力を鍛えるイメージ教育としてマンガの成果や視点を多角的に考察
- ◇ 近年のContext教育理論に見られるような新教育理論を考察
- ◇ キャラクターを作り、原作力の教育、特殊技能の教育などケース検証

第7回 新文化外交論

日時：8月26日(火) 13:00~16:30

講師：タケカワユキヒデ氏(タレント・音楽家)

- ◇ 日本のマンガはなぜ凄い…7人のマンガ家の功績と時代
- ◇ アニメが諸外国でどのように受け取られているか。その影響力
- ◇ マンガ・アニメが果たす日本のイメージをポジティブにする文化外交の事例とポップ

第8回 リテラシー論

日時：9月9日(火) 13:00~16:30

講師：牧野圭一氏(京都精華大学教授) 養老孟司氏(北里大学教授)

- ◇ マンガ・アニメを様々な知識や能力を学習するための基本的な理解手段の検証
- ◇ 従来の文字リテラシーの補完、代替していく21世紀のリテラシーとして考察
- ◇ マンガリテラシーが学問として成り立つ評価と実証

第9回 マンガ編集論

日時：9月24日(水) 13:00~16:30

講師：堀江信彦氏(コアコミック社長)

- ◇ 現代のマンガ・アニメにおける編集者・プロデューサーの果たす役割の重要性
- ◇ 現在の問題点、新しい編集像、人材育成方法を提案
- ◇ 研究者の必要性とその役割を提案

第10回 モデル人材論

日時：10月7日(火) 13:00~16:30

講師：大久保高文氏(電子学園理事)

- ◇ モデル人材に必要なスキルの種類、水準や知識の種類をマトリックス分析
- ◇ 実際のカリキュラムを設計するに当り基礎情報となる部分の分析と設計

第11回 マンガアニメ造形ビジネス学科設立セミナー総括

日時：10月21日(火) 13:00~16:30

講師：ちばてつや氏・杉浦健太郎氏(経済産業省)

- ◇ マンガ家ちば先生が語るこれからのマンガ界と人材育成
 - ◇ コンテンツ産業総論
-

第一部



講義中のちばてつや氏

第11回 一部 新マンガ時代論

講師：ちばてつや氏（漫画家）

優等生でない主人公

白井　　今回でこのマンガアニメの人材育成する学科設立事業セミナーの最終回です。その最終回にふさわしい皆さんが大変よくご存知のちば先生にお忙しい中、お越しいただき、世界のマンガについてお話を頂戴したと思います。

早速ですが、先生は17歳でデビューをなさっていますが、先生がマンガ家になられたきっかけとか、そんなところをお話しいただきたいと思います。

ちば　　昔の家庭はどこもそうでしたが、マンガというのは、いわゆる本ではなくておもちゃというか、駄菓子というか、そういうものだということで、うちの親は厳しくてマンガは絶対に家に置いてはくれなかったんです。僕は中国から引き揚げてきて、7歳か8歳になって初めてマンガというのを見ました。しかも道端で豆本というのを拾いまして。豆本って知っていますか。たぶん駄菓子屋さんで売っていたのですが、5センチ四方ぐらいの小さな本で、景品か何かだったのかもしれませんが、「アラビアンナイト」の一部を杉浦茂さんという方が描いたマンガだったと思います。

それまで絵本は見ていたのですが、マンガというのは初めて見たんです。道端で拾ってパラパラと見たときに、キャラクターが笑ったり怒ったり、飛んだりはねたりしている冒険物語なのだけれど、カルチャーショックを受けて、こんな表現方法があるんだとびっくりしました。

そのころ出会った友達がマンガの同人誌を1人でつくっていたんです。僕が絵を描くのが好きだということは知っていましたから、一緒に描かないかと誘われて描き始めたのがきっかけです。だから本当に遊び心というか、こういうものを描いてみたいなというのがきっかけだったです。

白井　　連載のデビューが少女マンガですが、少女マンガを最初からお描きになりたいということだったのでしょか。

ちば　　僕の兄弟は全部男だし、ガールフレンドみたいなのもいませんでしたし、母親は男みたいな人でしたし、女性というのは全然わからなかったのだけれど、いわゆる一流のマンガ家は少年誌に描いていて、少女マンガのマンガ家はほとんどいなかったのです。それで隙間がたくさんあったんですね。少年マンガはベテランがたくさんひしめいていて、入る余地がなかった。僕だけではなくて、石ノ森章太郎も松本零士も赤塚不二夫も少女マンガから出ているんです。

そういうことで少女マンガから入りましたが、女の子のことをどう描いていいかわからなくて非常に悩みました。いろいろな少女小説とか少女雑誌を神田の古本屋で買ってきまして、女の子の衣装だとか、女の子はどういうものを描いたら喜ぶのか、とかというのを調べました。当時はみんな悲しいお話が好きだったみたいですね。継母がいて、頭のいい同級生がすごくいじわるで、非常に悲運なもともとで生まれたのだけれど、けなげに一生懸命生きているとか。映画もそうでしたが、女性はかよわいもの、運命に翻弄されながらも、けなげに一生懸命生きているその姿がかわいい、応援したくなる、というようなシチュエーションが多かったみたいですね。

そこで私も、お父さんが死んでしまったショックで目が見えなくなった盲目の少女の話とか、悲しい話を一生懸命自分がそういう気持ちになって描くのですが、非常にストレスがたまるといって、描いていてつらいんですね。女の子がいじめられても我慢するような

場面を描いていて、それで自分自身がノイローゼになってしまっていて。私の家は6人家族でしたので、家族が起きている間は仕事ができないんですね。ですから昼間は押入に入って寝ていて、家族が寝るころに起き出してマンガを描くようなことをしていましたから、体調を崩したというのがありますが、非常にストレスがたまってしまいました。

あるときとうとう我慢できなくなって、主人公の女の子がいじわるをしてきた男の子をバチッと殴って仕返しをする場面を描いたんです。そうしたら、少女クラブの担当がびっくりしまして、「かわいいからこんなに人気が出てきているのに、男の子を殴ったりしたら人気は下がるから描き直してくれ」と言ったのですが、それを描き直すと後ろのほうも描き直さなくちゃならないし、もう締め切りを過ぎているものだから、どうしようかと言いながら持って帰ったんです。

ところが、それが本になった途端に人気はすごく出まして。要するに僕の気持ちが爆発したところをキャラクターに託して描いたものですから、思いっきりやっつけるところを描いたのですが、そうしたらハガキがたくさん来まして、主人公の女の子はユカちゃんというのですが、どれもユカちゃんが男の子をひっぱたいしている絵なんですね。「うれしかった」「ユカちゃんを応援する」「気持ちよかった」「すっきりした」と書いてある。

僕はそこで気がついたんですね。それまで男の子の主人公も女の子の主人公も、正義感が強く、おりこうで正直者で、親孝行で友達思いで、と何の欠陥もなかったのですが、僕はそれを描いていてもちっともおもしろくないんですね。それよりも脇役で主人公が困るようなこと、足を引っ張ったり間違いを犯して、主人公がそのためにまた悲運な目に遭うというような子を描いていたほうが楽しかったんです。そのへんで僕は吹っ切れて、男の子も女の子も同じだ、同じところで怒るし、悔しい思いをするし、爆発するんだというので、僕のキャラクターがガラッと変わっていったんです。自分のすぐ隣りにいそうな、いろいろな欠点があって、勉強はできないし、遅刻はするし、でもどうも憎めないというキャラクターを描きたくなってきたんですね。

臼井　いわゆるスーパーマン的なキャラクターからそういうキャラクターになったことによって、日本のマンガがすごく庶民化されてきたと私は思っています。当時、ああいふマンガがなかったとしたら、いまのマンガはどうなっているのかなというくらいです。

ちば　それは言いすぎでしょうけれども、確かにマンガ家同士で影響は受けあいますね。僕もスタートしたときにはいろいろな人の、馬場のぼるさん、古沢秀雄さん、手塚治虫さんなど、ちょっと先輩のマンガに影響されましたし、教えられました。私もそういう意味では、主人公というのは二枚目じゃなくてもいい、優等生じゃなくてもいい、傷だらけの男でもいい、かえってそれが親しまれるということで、もしかしたら後輩たちのマンガに影響を与えたかもしれないですね。

子どもから年寄りまで

臼井　日本のマンガがすごくおもしろいという評価を世界で受けていますが、外国人から見ると、日本人が子どもから大人までどこでもマンガを読んでいるのが不思議なようです。なぜ日本はそうなったのだと思われませんか。

ちば　僕もマンガは本ではないという家庭に育ったせいもありますから、やはり大学生やサラリーマンが電車のなかで少年マガジンを読んでいるのを見ると、「ちょっとまずいんじゃないか。大丈夫かな」と思って、ちょっと恥ずかしいような気持ちもありました。いまでもちょっとあります。

日本も昔は、新聞に発表されるような1コママンガとか4コママンガは大人も楽しむけれど、いわゆるマンガは子どものものだったんです。ところが、団塊の世代の人が子どものときにマンガがたいへん売れ出して、市場が広がった。そのときに手塚治虫さんをはじ

めとしていろいろなマンガ家がおもしろい作品を描いたので、子どもたちがマンガに夢中になったんですね。それが中学生、高校生になっても、マンガをしばらく離さなかった。それで出版社も青少年の鑑賞にたえるマンガ雑誌をつくり出したんですね。

最初にできたのはビッグコミックだと思いますが、我々マンガ家もちょっとびっくりしました。大人が読むマンガをつくるのか、と。大人の世界を描いていますから、いままでマンガが表現しなかった、恋愛とか、ちょっと色っぽい場面とか、非常に暴力的で子どもにはちょっと見せたくないようなものも入ってきましたけれど、ただ、人間は本当にこういうものなんだから、大人に読ませるものだったらそういう表現はいいなと思いましたし、それが当たったんですね。

マンガ家は寿命が短いというか、5年も描いているとベテランといわれるくらい新陳代謝が激しかったのですが、団塊の世代の読者層につられるようにして、マンガ家も勉強しながら、青少年の世界、大人の世界を描いていくようになった。そうしたら、いろいろなジャンルが広がっていったわけですね。なかにはつげ義春さんのマンガのように私小説というか、本当に純文学だなという世界を描く人も出てきました。短くて字はほとんど描かないけれど、詩を書いているような作品も出てきました。石ノ森さんは、ちょっとむずかしい経済の話のわかりやすく描きました。わかりやすいけれども深くは描けませんから、ある程度わかったら本格的に本を読めばいいわけですよ。こうしてマンガが子どもだけのものではなくて、青少年あるいは大人が読んで楽しめる世界に広がっていった。これは日本独特の現象のようですね。

そういう団塊の世代の人たちがもういまは中年から老年にいらいますから、これからはもしかしたら、シルバーマガジンとか老年サンデーとかね。たとえば養老院で70歳のおじいさんが80歳のおばあさんと恋愛して、それで殺傷事件を起こしたりするということだから、歳を取っても人間というのはそんなに変わらないんですよ。ですから、そういう真理をついた、そういう世界をきちっと描ける作品であれば、おじいさんやおばあさんがマンガを読んで、「老後はこう生きたい」とか「こういうじいさん、ばあさんになりたい」といった示唆を与えるような作品も出てくるだろうと思います。

「ようこそ先輩」秘話

白井 2年ぐらい前に、ちば先生はNHKの「ようこそ先輩」という番組にご出演されましたが、あのときマンガを夢中になってつくっていた子どもたちのお話などしていただくとうれしいのですが。

ちば あの番組は非常にプレッシャーがあったんですね。私が卒業した東京墨田区の小梅小学校の6年生にマンガ家として何か伝えられないだろうかということで、NHKから依頼を受けました。クラスには必ず1人か2人、絵が好きで、マンガが好きで、自分でもマンガを描いているような子がいるので、そういう子をいろいろなクラスから集めて話すのだったらやりやすい。マンガに興味があるわけですから、一生懸命聞いてくれるだろうし、ついてきてくれるだろうと思ったのですが、そうではなくて1クラスで、マンガの嫌いな子もいる、全然興味のない子もいる、そのなかでやってほしい、そこにドラマが生まれるのだからというのです。

まず、自分はどういう人間か、それをまずキャラクターに描いてみようということから始めました。痩せている子は少し大げさに描いたほうがいいよ、太った子も大げさに、目が大きい子は目を大きく、髪の毛がボサボサの人はボサボサに、というようなレクチャーをしたり、絵が全然描けない子にも、丸に点々つけて、それに眼鏡を描いたりというあたりから始めたのです。それに自分はどういう性格をしているかということもちょっと書き添えてみたらどう、などとやっているうちに、最初の日が終わってしまいました。しかし、だんだん自分の顔はこうだな、自分はこんな背は小さいけれど元気なところがあるな、というように自分を見つめるきっかけになったみたいです。

たとえば自分は非常に力が強い、体が大きい、お相撲さんになりたいというので、そんなキャラクターを描いた人もいます。なかにはとても顔のかわいい子なのに、あちこちに血管が出ていて傷がついたりしているキャラクターを描いた子がいて、「僕は殺し屋になりたい」と言うんです。実は次の日になって、両親が仲が悪くて離婚問題になっていて、すごくイライラしていることがわかったのですが、そのときは殺し屋というキャラクターになったわけです。

次の日は、自分たちが描いたキャラクターを使って物語をつくりましょうというので、どこか島へ行って何かを見つけて帰ってくるというようなテーマを与えて、グループごとにマンガを描かせたんです。大きな紙を与えて、それを6コマから8コマぐらいのコマにして。最初はそれぞれ自分を生かしたくて話がまとまらないのですが、そこでアイデアなどをちょっと入れたりしましたけれど、みんなそれぞれ自分のことを見つめる、友達のことも見つめる。そうして、お前が先頭で船をつくったほうがいい、ライオンが出てきたら殺し屋が殺すんだとか、そういう役割を皆で相談して決めて、ちゃんとストーリーのあるマンガができたんですね。

6つのグループが全部おもしろいストーリーをつくったし、よかったのはそれぞれのキャラクターを全部うまく生かして、しかも与えられたテーマに沿ってその話ができただけです。時間が何時までと決められていたのに、時間ギリギリになってできたんですね。それは僕自身も感動しましたし、子どもたちもマンガをこんなに楽しめるんだということに気がついたので、そのことでは子どもたちがとっても喜んでくれました。

僕は最初「ちば先生」と言われていたけれど、だんだん「ちばっち」なんて呼ばれてね。一緒に給食を食べたりしたせいもあるんでしょうけれど、とても仲良くなって、本当に楽しいひとときでしたし、よい番組ができたと思っています。

白井 里中満智子先生や、矢口高雄先生もこの番組にお出になっていて、皆さん同じことをおっしゃっているのは、マンガを描くことだけでも、いろいろな意味の教育効果があるというようなことです。マンガを描かせただけで、あるいはキャラクターをつくらせたただけで、その子の持っている素質をずいぶん上げていくことができると感じるのですが。

ちば そうですね。僕も子どもたちにマンガを教えるときに、マンガ家になれということではなくて、マンガをもっと身近に親しんでほしい、楽しんでほしいという気持ちがありました。

たとえば、年賀状を書くのでもただ「賀正」と書くよりも、ちょっと自分の顔を描いてみたりするのに使ったらいいと思う。あるいは、働いているお母さんが子どもに夕飯の支度をしておくときに、「てっちゃん、しっかり最後まで食べるんだよ。よく噛むんだよ」と書いて、お母さんがジッとにらんでいるような顔をちゃんと入れると、ただ文字だけの手紙よりもいいんじゃないか。成績が悪くて怒っているときにも、ちょっと絵を入れてやると、やわらかさというか愛情が伝わる、あったかい気持ちが伝わると思うんですね。

子どものほうも、お母さんが帰ってくるのが遅いから淋しいよ、っていうのを絵に描いて玄関に貼って寝てもいい。そういったように生活のなかに使うと、穏やかな関係づくりに役立つし、人生もそのほうが楽しいのではないかと思います。そういうことで、子どもたちにはマンガをもうちょっと身近に楽しんでほしいと思うし、お母さんたちにもよくそういうお話をすることがあります。

海外に広がる日本のマンガ

白井 ここで、ちば先生にご質問がございましたら、ご遠慮なくお話していただきたいと思うのですが、どなたかいらっしゃいませんか。

中谷 徳山大学の中谷と申します。日本のマンガとアメリカのコミックその間にはか

なりの差があるように思います。表現もページ割りもかなりの差があって、日本のマンガは素直に入ってくるのですが、アメリカのコミックはそんなに素直に入っていないんです。その差というのは何か、お気づきの点がありますでしょうか。

ちば アメリカンコミックというのは格好いいですよ、「スーパーマン」にしても「スパイダーマン」にしても。絵はすごく格好いいのだけれど、格好いいだけで終わってしまっているところがある。日本もその影響を受けましたが、日本人はもうちょっと細かい機微があるんでしょうか。俳句をつくったり水墨画を描いたりするDNAというようなものが。1千年近く前に鳥羽僧正というお坊さんが、ウサギとかカエルが相撲を取ったりする絵を描いていますが、あれはもうマンガですよ。

そういった微妙なものをうまく表現する優秀な絵描きさんやマンガ家が日本に出た。手塚治虫さんはウォルト・ディズニーにすごくあこがれて、ずいぶん影響を受けて、あの人の絵は完成されていったわけですね。ああいう天才みたいな人が出てくると、ちょっと絵の好きな子どもたちが、僕もその1人だったのですが、ああいうマンガを描いてみたいということで真似して描き始めるわけですね。それは石ノ森章太郎も松本零士も藤子不二雄もそうです。手塚治虫さんの影響を受けて、あの時代にたくさんのマンガ家が出たんです。

そのマンガ家たちの描いた「ドラえもん」とか何かを見て、日本中にいろいろなマンガ家が出ましたし、東南アジア、韓国、台湾、中国、いろいろな所へ海賊版で出て行ったんですね。著作権も何もないから我々には何も返ってこないのですが、アジアの子どもたちが日本のマンガを読んだのは種を蒔いているのと一緒ですね。そこから芽が出て、アジアにはマンガ家がたくさん出てきた。みんな日本のマンガの影響を受けているんです。

そういう発展の仕方をしましたが、アメリカでもいまは日本のマンガを研究していますね。ディズニープロダクションは、日本のマンガを全部しらみつぶしで研究しているそうです。そのなかから「ライオンキング」を出したんですね。あれは絶対に手塚治虫の「ジャングル大帝」だと思うんですよ。

アメリカの、いわゆるビジュアルで仕事をしている人たちが、ゲームの世界でもそうですし、何の世界でもそうですが、日本のマンガをすごく研究しているんですね。映画もそうですね。自分のことでなんですが、「ロッキー」は「あしたのジョー」だという人もいますよ。シルベスター・スタローンが読んだかどうか知りませんが、同じボクシングですからね。まあ、それは冗談としても、日本のマンガから何かを取り入れたい、どうしてこんなに日本のマンガは大衆の気持ちをつかむんだろうかというので、研究しているんですね。

アメリカだけでなく、ヨーロッパでも。いまや「マンガ」と言えば、日本の劇画も含めたストーリーのあるマンガという意味で通じますね。

白井 マンガで日本を知るというケースが非常に多くなってきたという話はよく聞きますね。

ちば 音楽も言葉が通じなくても非常に心が伝わる媒体ですが、マンガも同じです。東南アジアで人気のあるマンガを見ると、もちろん字は読めないのですが、その民族の生活ぶりや習慣、宗教、アイデンティティにいたるまで、伝わってくるんですね。そういう意味ではいろいろな国とマンガを通じて互いの民族の心理みたいなものを理解するのはとてもいいと思います。

これからのマンガ

高槻 東海大学の高槻と申します。ちば先生のキャラクターの顔はみんな丸顔で、非常に温かい人柄を感じます。「あしたのジョー」のジョーだけは、ちょっと顎がきりりと締まっていますし、前髪を垂らして片目を隠していますね。あのキャラクターのアイデアは

どこから来たのでしょうか。

また最近のマンガのヒーローは非常に顎がとんがってきているんですね。知的なイメージを表現しているのかもしれませんが、昔はあんなに顎のとがったキャラクターはいなかったと思うんです。そのとがった顎について、先生のご感想がありましたらお聞かせ願えればと思います。

ちば 「あしたのジョー」の前に描いた「ハリスの旋風」もそうですが、髪の毛を描くときの癖があるんですね。チョンと前髪を描く。ジョーの場合は、だんだん大人になっていくし、減量したりするので、丸顔では減量したことが伝わらないから、本当に頬がこけて顎がとがってきましたね。髪の毛は、なぜああいう髪の毛にしたのかなあ。いま、キャラクター人形をつくっている人が、あの髪の毛に苦労しているんですね。僕は勢いで描いてしまったんですね。ジョーの野生味というものを描きたい、その鋭い生き様を描きたいというので、髪の毛も勢いでシュッシュッと長く描いてしまったんですね。

ちば賞というマンガ賞の選考をやっていると、本当に顎がとんがっているのが多いですね。最近のマンガは若者の生態を描く話が多いですが、リアルに描きたいということになると丸い顔だとちょっと表現できない。もしかしたら、いまの若者の心理的な何かがそういうふうにとがった神経質そうな顎を表現させるのかもしれませんが、そこまでは僕もよくわからないです。

臼井 マンガ家もマンガも時代によって変わっていますが、先生がいまのマンガ家たちを感じるころ、これからマンガ家がどういう傾向に向かっていくのかといったお話を聞かせてください。

ちば 自分がマンガ家なのにこんなことを言ったらなんですが、マンガを描くには本当にいろいろな才能がいるんです。映画をつくるのと同じなんです。原作の話をつくる。コマの運びなどの演出をする。主人公や脇役など俳優を設定をするプロデューサー。カメラアングルを決めるカメラマン。登場人物のコスチュームを考える衣装係。大道具、小道具、背景まで決める。主人公がが貧しいかお金持ちかによって、住んでいる家も家具も、着ている服から何から全部違いますね。それは非常に大変なことなので、手塚治虫さんみたいな天才は別ですが、みんな苦労していることです。

最近、ちば賞の選考していても、若い人たちは絵はすごくうまいんですよ。ところが、演出がだめだったり、お話のもっていき方がちょっとしくじって白けてしまったり、最後がすぐわかってしまったりと、苦労していますね。

ですから、「ゴルゴ13」を描いているさいとうたかをさんは最初からそういうことに気がついて、「マンガ家は1人で描くものじゃないよ」と。たとえば「ゴルゴ」は世界中で活躍しますから、レバノンとか韓国とかいろいろな所へ飛んでいるわけですから、その国の街の様子とか、その街に走っている車の種類とか、どういう衣装を着ているとか、そういったことまで全部調べなくてはいけない。だけどマンガ家にそんな時間はないですから、調べる人を必ずスタッフとして置くわけです。ですから、あの人の作品を見ると、一番最後に脚本誰々、資料誰々、背景誰々と7、8人の名前が入っていると思います。最初からそういうふうに行っていましたね。

アメリカとかヨーロッパではそうですね。絵を描くだけの人、お話をつくる人、色を塗る人というふうに分担作業が決まっていて、それで仕事をしています。そういったことはこれからはもっともっと明確に必要なようになってくるだろうと思うし、そうなって行って、いろいろな才能を育てていくことが、ある意味さらにマンガの文化を大きく育てていく一つの要素になるのではないかと、僕はいま思っているのですが。

臼井 心配なのは、どちらかというと売らんがため、見てもらいたいがために、キャ

ラクターやストーリーが似通っていく傾向にならないかということですが。

ちば そうなってしまったら、それは淘汰されますね。読者は、「これは1回見た話だな」「あれの亜流じゃないか」と、そういうことはすぐ気がつきますから。人気なくなったらすぐに仕事はなくなりますから、非常に厳しいですよ。読者も本当によく読んでいるし、「これはどこの真似だ」「この映画から盗っただろう」「盗作じゃないか」とすぐ言われますから、いまのマンガ家たちはそんなことはしないとします。

ちばてつや賞

臼井 ちばてつや賞というのは、年2回決めるわけですか。

ちば 前は3回だったのですが、僕があまり大変なので。新人のマンガは、おもしろいものもなかにはあるのでそういうときはうれしいのですが、どういうことを描いているのかわからないのもあるんですね。だからそれは非常に辛いところがあるんです。描き上げたというだけで僕はすごく褒めてやりたい。30枚なり20枚を描き上げるのは非常にエネルギーがいることです。それだけでも賞をあげたいのですが、何を言いたいのかなかなか伝わってこないと非常に辛いのです。

だけど、何かこれはおもしろいな、絵はへたくそだけど何か変なセンスを持っているな、これは何かなるんじゃないか、というのもある。名前を挙げたら悪いですが、みうらじゅんという人も、ちば賞の佳作か期待賞か、何か下のほうの賞に入ったんですよ。何かブタが空を飛んでいたり、変な絵を描いていておもしろい。何か才能があるんじゃないかと。いまは、マンガの才能よりもタレントの才能のほうが開きましたが。

ただ、いろいろな才能を見つけるのが我々の仕事ですから。何かを言おうとしてこれは描いているはずだからというので、1回ではわからないんですが、少なくとも2回から3回読むと、この人はこれが言いたくてこれを描いてきたんだなというのがわかる。すると、ガラッとその作品の評価が上がったりすることがあるので、いわゆる読み砕くという作業が、非常に大変なんです。そういうなかから第2の手塚治虫とかさいとうたかをとか、いろいろな才能を持った人がきつと育ってくるはずだと思うから、それは僕の使命だと思っています。

臼井 もう20年近いですか。

ちば いや、もっと長いと思いますね。

臼井 その当時から、新人を育てよう、という志といいますか、マンガ界全体を大きく、人材発掘を目的におつくりになったのですね。

ちば これは、ちばてつや賞という名前はついていますが、モーニングとヤングマガジンという雑誌が企画して、僕が選考委員長としてやっています。出版社は新人がほしいわけ。この賞だけではなくて、いろいろな出版社がいろいろな形で新人を募集しています。それだけ才能がほしいわけですが、受賞してもそれっきりということもある。大賞100万円を獲ったら自分の目的が終わっちゃったと言って、マンガを描くのはつらいからとやめてしまう人もいますので、それが非常に残念なんですけれど。だけど、ゲームの世界に行ったり、コンピュータのほうで絵を描く力を生かしたりもしていますから、何もマンガだけでということではないのですが、そういう自分の才能を開花する、見つけるきっかけになってほしいと思います。

選考ではこの作品を好きだと思った人がいい点をつけるわけですね。それが最後に残って受賞しますと、この作品を好きと言った人を担当につけます。そうすると、担当者は自

分が選んだという気持ちもありますから、一生懸命育てようとするわけです。その作家にあった題材を持ってきたり、いろいろとアイデアを言ったりして育てる。そういうシステムができてから、その後マンガ家たちが育つんですね。ほかの新人賞に比べて、アフターケアがしっかりしていますね。これはとてもいいアイデアだと思いました。ほかの新人マンガ賞の出版社にもそういう話はして、才能をポンと見つけることよりも、才能のかけらしかないものでも、それをアフターケアで育てるのが編集者の役目だということよく話をします。

「あしたのジョー」のラストシーン

斉藤 多摩大学の斉藤です。この講座がきっかけで私も久しぶりにマンガを描き始めているのですが、キャラクターをつくったら自然にストーリーはどんどん生まれてくるのか、それともやはりストーリーは苦労して生むものでしょうか。

もう一つ、「あしたのジョー」のラストシーンですが、あれは読者に解釈を委ねられていると思うのですが、ちば先生なりの解釈を教えてくださいませんか、ぜひお願いします。

ちば 最初はキャラクターは手取り足取りマンガ家が動かすんですよ。たとえば「ハリスの旋風」で国松というキャラクターがいました。だいたいこういう性格にしよう、いわゆる優等生ではなくて、欠点だらけの人間にしよう、ということで、ほっぺたに傷をつけて、詰襟をはだけて、あちこちつぎがあたっているキャラクターを決めました。そのときにある程度は決まっているのですが、そのキャラクターを使っているいろいろなエピソードをつくりながら、こいつはこういうときはどういう反応をするかな、こういうところでは怒らないかもしれないな、じゃあもっとすごい奴をぶつけよう、しかもぶつけるシチュエーションを変えようなどと、いろいろ工夫しながら、ぎくしゃくしながら最初はつくっていくんです。とくに読み切りの場合は非常にそれがむずかしいですね。できるだけそのキャラクターの性格、できれば血液型まで知った上で描くようなつもりで、そこまで用意して描くのが一番いいのです。しかし、連載の場合、僕は本当に毎週考えながら、苦労してマリオネットを動かすようにつくっていくのです。

そうしてだんだん性格がわかってきますね。こういうときはこいつは全然動じないぞ、こういうことをされたら、普通の人だったら怒らないけれどこいつは怒るぞ、ということがわかってきます。そうすると、自分で動き出すようになるわけですね。それがキャラクターが動き出すということで、そういうふうになるのは連載を始めてから2月ぐらいかかるでしょうか。しかもそれがどんどんおもしろい展開をしていくと、あまりストーリーを考えなくてもライバルが自然にタイミング良く出てきたりするようになります。キャラクターを本当につかんでしまうと、僕は寝ていて国松と話をしたことがありますけれど、そういうぐらい入ってきちゃうというか、身についてしまうことがあります。

「あしたのジョー」のラストシーンですが、最初は僕は、これは完全燃焼でもう死んだかな、という気持ちで描きました。だけど「死んだかな」ですね。僕は、減量から何かものすごい彼の体をいじめ抜いているところを描いていますから、力石のときもそうでしたけれど、描いているうちにだんだん死相が見えてくるんですね。ああ、こいつはもうまもなく死ぬな、と。そこまで思い詰めて描いてしまうんですね。

力石の場合は、もう少しで死ぬという話まで僕は頭のなかで決めていたのに、ちょうどテレビで放映が始まるまで、その当時はジョーより力石のほうが人気があったので、テレビ局が、力石が死ぬなんてとんでもない、あれを生かして永遠のライバルとしてこれからやっていかないと困るとかと言い出した。出版社の編集の人たちも、力石は殺さないほうがいいと。しかし、僕は、もう力石は死相が出ている。それを、これでまた試合が終わって数日して元気になって立ち上がって、「さあ、ジョー、もう1戦やろう」ということになったら、読者を裏切ることになる。俺はそれはできない。だったらもうやめますと。あのときはまだ私も28、29で青かったですから。テレビなんていうのは人気が出たから

やろうということなんだから、テレビの都合でどうのこうのってのはおかしいだろうと、がんばっちゃったんですよ。それで力石の場合は死にました。その後は本当に困って、生かしておけばよかったかなとも思いましたけれども、けどそれは一つの人生の流れというものがあるのだから、仕方がない。

ジョーのほうですが、僕は死相が出ているぐらいに思い詰めて描きましたが、あれから30年も経っているいろいろ考えてみると、ジョーは最後にちょっと微笑んでいるように描いたんですね。ぐったり疲れた顔じゃなくて、フツと微笑んでいる顔を描きました。タイトルも「あしたのジョー」ですから、きっと明日のために立ち上がるだろう、という余韻を残す部分もあって描いたなと思ひまして、だから、もしかしたら生きている、明日がある、というつもりで、いまは皆さんにはそうお話しています。

臼井 続編はできないほうがいいのかという人もたくさんいますが、つくってくれるんじゃないかな、という楽しみもあるんですけど。

ちば 本当にありがたいことで、そういう話もいただくのですが、顎のとがった目の鋭い、ちょっと不精ひげの生えた野性的なジョーというのは、やはり僕自身が野性的なものを持っていないと描けないですね。色紙には鋭い目を一生懸命がんばって描けるんですが、やはりどこか。ジョーを描いた後に「のたり松太郎」のお相撲さんのキャラクターとか、「あした天気になあれ」のデブのキャラクターを描いたせいもあるでしょうけれど、あの痩せて野性的なジョーを描いたら、読者ががっかりすることは目に見えているので、僕はちょっと手は出せません。

アジア・マンガサミット

臼井 昨年アジア・マンガサミットの第5回の実行委員長をお努めになりましたが、マンガが今後、世界にどんなふう広がっていくのか、あるいは日本がどう注目されていくかというあたり、何か実感されたところをお話をさせていただきたいと思います。

ちば 先ほどもお話ししましたが、アジアに海賊版として種がたくさん飛んだんですね。そういうなかから育ったマンガ家たちがたくさんいるので、アジアのマンガ家たちは日本のマンガ家に会いたくて仕方ないんですね。「これを描いている人はどんな人なんだろう」「どういうペンを使っているのか」「どういう紙を使っているのか」と、そういう素朴なことから日本のマンガ家に会いたがっているということを、我々が海外に行ったときに聞いたのです。それが最初のきっかけで、マンガ家同士が会って話し合おうということ、マンガサミットは始まったので、1回目はただの親睦会みたいなものだったのです。

2回目は韓国でやりましたが、韓国のマンガ界での問題は、表現の自由がないんですね。儒教の国ですから、暴力とかセックスとかはできるだけ触らないようにということです。日本のマンガが紹介されるときも、女の人がお風呂に入っていて、おっぱいが出ているとだめです。そうすると、お風呂に入っているのにブラジャーをするという不自然なことまでするので、それはおかしいだろうと。セックスも、歴史を描いたりすると必ずそういう場面も必要になる。あえてそういうものを売りにするのではなくて、人間というのはそういうものなんだということで、どろどろした隠したい部分も表現するのがマンガであったほうがいいのか、と。

子どもに見せられないものを描くのはマンガ家の理性ですが、大人が読むものということでそういう表現はしてもいいのではないかと、日本のマンガ家が行ってアピールしました。日本のマンガ家、日本の出版社が、マンガはこういう表現をしてもいいんだと言ってほしいという、韓国のマンガ家たちの要請もあったのです。

台湾のときはやはり著作権だったですかね。それから表現もありましたが、きちんと著

著作権を守りましょうということ。海賊版は種を蒔くにはいいのですが、これから先、国同士がマンガを紹介しあったり出版したりするときに海賊版でやりとりするのはいけないから、著作権のことを話し合おうということになりました。

今回は、それらを全部ひっくるめたこともやりましたし、出版社なども一緒に参加して、マンガの将来とかいろいろなことについて話し合いました。とくにいま日本でも韓国でも、新古書店やマンガ喫茶がたくさん出てきています。それから図書館もおもしろいマンガを20冊ぐらい買ったりするんですが、それは図書館の役目じゃないでしょうということで、話をしました。

著作権と貸与権ですね。本を貸す、それを読むことによって、本は買わなくてもいい。マンガ家にも出版社にも何も返ってこないから、困っているんですね。やはり、借りて読んだら、借りた所へ行くばかりのポイントが行って、それを出版社なり作者のほうに還元してほしい。そうしないとアシスタントが雇えない。人を雇うと給料を払わなくちゃならないですから。しかし、自分1人では週刊誌になんかとても描けない。原稿料だけでは人を雇うこともできない。ということで、いろいろなジレンマがあります。

レコードなど音楽業界ではJASRAC（日本音楽著作権協会）を通じて著作権、貸与権を守っていますが、マンガ、雑誌、小説、写真集、その他いろいろな出版物が、著作権、貸与権がないので非常に困っている。それをマンガサミットでも、マンガのファンの人たちも含めてそういうことを理解してほしい、ということでいろいろ話してきました。

白井 11月3日をマンガの日に設定なさっていますね。

ちば はい、そうです。マンガの日はいつがいいかと考えたのですが、なかなかこれという日がなくて、マンガも日本ではここまで世界中に認められ、いろいろなジャンルが広がったりしているから、ちょっとおこがましいけれどマンガも文化と呼んでもらっているのではないかという気持ちがありまして、11月3日の文化の日に便乗させてもらった形です。

何をやるかといったら、マンガのおもしろさを見直してほしいということです。アニメーションにしても、ゲームにしても、ルーツはマンガにあるんですね。しかも、国がしっかりしてくれれば、キャラクター事業は非常に大きな貿易の財産になると思うんですよ。日本にはいいキャラクターがたくさんあるし、いい作品もたくさんありますから、それをきちんと組織をつくって国を挙げてやればね。アメリカは、ウォルト・ディズニーのミッキーマウスのキャラクターを守るために、著作権というのは作者の死後50年だったのを、70にして、いま90年にしています。そういうことを日本の政府にもやってほしいと思うんですよ。

教育界に対して

白井 せっかく教育機関の方たちがお集まりですので、マンガ界全体、あるいは日本がもっと潤うために、教育界としてどんなことをしてほしいか、ご要望みたいなものはございますか。

ちば 若者たち、学生たちはほとんどの人がマンガが好きで、マンガで育っていますよね。ですから、マンガ家を育てるより何よりも、マンガで教育をしてくれたら、むずかしい数学やむずかしい歴史も、もうちょっと生徒たちの気持ちのなかにスッと入っていくかなど。それで興味を持ったら、本格的に専門書を読めばいいんですから。一部の学校、教科書では矢口孝雄さんのイラストやマンガを入れたりして、マンガでこういうことを表現できる、ここにはセリフがないけれど、入れるとしたらこの主人公は何を語っていますかという問題もできたりしています。そういう意味で少しずつですけど、教育の場に入ってきていますねそういう意味でも、もっと積極的にマンガを若者たちの教育のために、

成長のためにうまく使ってくれるようになったら私はうれしいなと思います。

臼井 最後になってしまいますが、先生はちょっと描くのをお休みになっていたのですが、またお描きいただけるんですね。

ちば 去年、マンガサミットで疲れたせいか、もう死ぬかなと思ったぐらいの風邪を引いて、その後網膜剥離をやって、いろいろと体調が崩れたので、ちょっと慎重にしていたのですが、少し元気になりましたので。そうですね、私も64ですけども、この年齢で、この感覚で、この絵を描く力で、あの野性的なジョーは描けないまでも、もうちょっとのどかな丹下段平の世界だったら描けるかなと思いますので、そういうことで僕が表現できることがあったら描きたいと思います。

そういったことを僕のホームページで語ったりしながら、次の準備を少しずつしようかなと思っているところです。

(了)

キャラクターの面白さ

紫電改のタカ」、「ハリスの旋風」、「おれは鉄兵」、
「あした天気になあれ」、「のたり松太郎」



NHK 「ようこそ先輩」

● ちばてつや マンガをつくろう

- 人それぞれにいいところがある
- マンガのキャラクターには、主人公にも脇役にも、それぞれに欠点がありながらも、憎めない、いいところがある。
- 子どもたち自身のキャラクターも同じことで、ちばさんは、子どもたちに「自分のキャラクターをいかして、自分が人生で燃やし続けられるものを早く見つけて」と、メッセージを送る。



アジアマンガサミット



- 日本で大きく花が開き、現在では世界の共通語とまで言われるようになった「MANGA」。この素晴らしい文化がさらに将来、大きな実を結んでいくために、今年から11月3日を「まんがの日」と制定されることが決まりました。その「まんがの日」とリンクして、この「第5回アジアMANGAサミット日本大会」が横浜で3日間開催されます。この大会は、あらゆる垣根を越えて、これまでになく規模で国内外のプロの漫画家、原作者たちが横浜に集まり、シンポジウムで語り合い、フェスティバルで楽しみ、交流会で親睦を深めることを目的としています。みなさん、大変お忙しいとは思いますが、ぜひ仲間を誘い合って楽しい充実した3日間を過ごしませんか。みなさんのご参加をわれわれ実行委員会一同、心よりお待ちしております。

2002年8月吉日
実行委員長：ちばてつや



ビッグ27日記



- 「家路（1945～2003）」は、ボクの終戦時の体験談です。ちょっと重い話なので、描くのも辛かったけど読むのも辛いかもしれない。でも、日本人にとって忘れてはならない現実なので、
- 「ビッグ」が発売されたら立ち読みでもいいからパラパラッと覗いてみてください。



10月10日発売

第二部



講義中の杉浦健太郎氏



受講風景



東京財団 日下公人

第11回 二部 コンテンツ産業総論

講師：杉浦健太郎氏（経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課）

コンテンツ産業の現状

杉浦 きょうは、経済産業省がコンテンツ業界をどうとらえていて、それを踏まえてどういった施策を行っているかをお話します。

言うまでもありませんが、日本のマンガ、アニメ、ゲームは世界各地で注目されていて、アジアを中心にニーズも大きいです。コンテンツ産業はほかの産業に対する波及効果も非常に高いです。そして、文化への理解、国としてのブランド価値の向上といった、さまざまな効果があります。諸外国ではいろいろな形で国がコンテンツ産業を振興しています。コンテンツ産業はほかの産業と協同しながら、新たなリーディングインダストリーとして、日本経済を引っ張っていくと思います。

国内市場は成熟していて、過去5年間では全体として横ばい、あるいは若干減少しつつあり、特にゲームソフトは少し厳しい状況にあります。音楽の分野は、ネットの影響もあると思いますが、ずいぶん厳しい状況にある。映画は、DVDが売れるようになったという背景もあるので、何とか健闘しているところです。出版、新聞、放送など、全体としては横ばい、ジャンルによっては非常に厳しい状況にあると言えます。

ゲームソフトの生産額はアメリカと並んで世界のトップであり、65%は輸出されています。アニメは、世界の放映量の6割を占めると言われており、評価が非常に高い。アジアではプレゼンスが拡大しているけれども、海賊版も多いという問題があります。ゲームソフトは極端な輸出超過になっているが、映画、放送、音楽、出版は輸入超過というのが現状です。

そういった現状から、コンテンツ産業のフロンティアは海外とブロードバンドではないかと考えられます。

野村総研の推計によると、理想的な市場環境整備が促進されることを前提とした場合、2006年には6300億円、2010年には1兆5000億円という規模にまで拡大すると予測されます。日本のコンテンツの海外における市場規模は、2001年には3200億円でしたが、環境整備が理想的に進展すれば、2010年には1兆4928億円に拡大すると考えています（省内推計）。これは海外展開分の比率が2001年には2.9%だったのが、2010年には10.9%まで伸びること、および海賊版が正規版に改善していくことを前提にしています。世界全体のコンテンツ産業の成長率は2006年に7%強になると予測していて、これは世界GDPの実質成長率よりも高い水準です。アジア・太平洋地域に限って見ると、コンテンツ産業全体の成長率よりも高い水準で推移するであろうと見込んでいます。

ゲームの輸出先は北米が約6割を占め、アメリカのゲームソフト市場では日系企業が4割のシェアを占めています。アニメも、やはり大きく世界的にも受け入れられていますが、実際にはアニメの輸出についてどのぐらいの額があるのかという統計はありません。これも我々の課題の一つと考えていて、業界団体と相談しながら、アニメ産業に関する数字を出していこうと思っているところです。

コンテンツ産業による波及効果

コンテンツ産業には、さまざまな波及効果があります。第一に、多様なメディアによるマルチユース展開（ウィンドウ型）。一つの作品が劇場用映画、ビデオ、放送、その他複数のメディアで展開されるようになってきたということです。特にアメリカの映画産業は、メディアが複数であるという意味での垂直的なウィンドウと、海外の複数市場という意味の水平的なウィンドウの戦略が確立しており、制作段階から両面でのウィンドウ戦略を考えています。日本でも最近のアニメや映画の一部ではそういう考え方がありますが、まだ

制作時に日本しか視野に入れてないことも多いと思います。

第二に、コンテンツによる商品のマーケティング（プロダクト・プレイスメント型）。映像作品のなかに商品を露出させることで、商品の訴求効果を狙うものです。たとえば007の映画のなかにBMWが出てくるとか、マトリックスの映画のなかにノキアの携帯電話が出てくるといったように、商品マーケティングとコンテンツとを直結する手法です。アメリカの調査では、映画にこの手法を導入した場合には、テレビに比べて2.5倍のブランド記憶率があるとされています。

第三に、コンテンツの多角的拡大（メディアミックス型）。たとえば、「ポケットモンスター」の経済波及効果を見ると、直接的なゲームソフト、ゲーム機、アニメ、マンガ、劇場用映画などで3000億円を超え、さらには食品、おもちゃなどマーチャндаイジングで7000億円ぐらいになり、これらを合わせた直接効果は1兆円に達する。さらに、海外68か国で放映され、映画やゲームボーイも海外に出ていることを考えると、全体では2兆3000億円という非常に大きな波及効果があると考えています。

第四に、観光への波及効果（観光型）。映画「ラブレター」（岩井俊二監督、中山美穂主演）が韓国で平成11年に上映された後、小樽市では韓国からの観光客がたいへん増え、観光へのインパクトが非常に大きかったそうです。

第五に、国家イメージあるいは文化への理解促進（共感型）。海外において日本語を学ぶ人が増加傾向にあります。学習の目的は文化的側面が強いようです。日本語は日本以外ではほとんど通用しないのですが、日本のマンガを読みたい、アニメを原語で見たいということが日本語を学ぶ動機づけになっているのです。私自身も留学中に、フランス人の多くと、あるいは台湾や中国の人と話すとき、必ずといっていいほど日本のマンガやアニメ、芸能人の話になって盛り上がったものです。

産業構造上の問題と対応の方向性

産業の現状は、コンテンツを流通させる事業者（配給会社、テレビ局等）が寡占的な傾向にあって、コンテンツを生産する事業者（プロダクション、つくり手）の側が資金調達やマーケティングを含めて流通事業者に依存する構造にある。ブロードバンドでコンテンツが流通することが期待されていますが、まだコンテンツ不足のためにビジネスとしてうまく成り立っていません。

コンテンツそのものの価値をつくり出す生産部門が、寡占化した流通部門の下請け化しており、必ずしも成果に応じたリターンが得られないため、優秀な人材も入ってこないし、本来持っているポテンシャルを發揮できていないのではないかと、という問題意識があります。したがって、この分野でも構造改革が必要だと思えます。

対応の方向性は、新しい流通ルートを立ち上げることにより、流通ルート間競争を促し、流通段階でのボトルネック解消を目指す方向と、生産部門を活性化し、優秀な人材を惹きつける方向の、2つに分けられます。

映画制作の資金調達は、たいていの場合、配給会社、テレビ局、流通部門に依存しています。テレビ局、配給会社、出版社が出資して任意組合という形で制作委員会をつくり、プロダクションはそこからの下請けの形で制作をする。結果的に、興行収入は川下の劇場、配給会社などに優先的に配分されてしまうため、本当にクリエイティブな仕事をやっている方々へのリターンが少ないと考えられます。

地上波のテレビ番組の制作では、テレビ局が広告代理店あるいはスポンサーを通じて得た広告費が制作費になるということで、テレビ局が制作費の配分を決めることになっています。制作費が渡し切りであるために、短期的には番組のクオリティとか視聴率は制作事業者の報酬には反映されない。やはり一種の下請け構造があるために、テレビ番組の制作分野に優秀な人材が行かないような結果になっているのではないかと考えています。

具体的な施策としては、流通部門では、国際展開によるジャパンブランドの確立、ブロードバンド市場の確立、映像における新たな流通ルートの立ち上げ、制作部門では、

プロデューサー・クリエイター人材の育成、流通事業者と制作事業者の間の公正な競争の確立、制作事業者による資金調達環境の整備、を考えています。

コンテンツ産業の国際展開によるジャパンブランドの確立

コンテンツは、国民の相互理解を深めるなどの効果をもたらすため、コンテンツをコアとした国家のブランディングが重要です。具体的な事業としては、コンテンツの海外発信力の強化を目指して、東京国際映画祭などのイベントの再構築、国内イベントへの海外からの流入支援、カンヌなどの国際コンテンツマーケットへの出展支援、海外への新しい流通ルートを開拓するための調査などを行うことにしています。

海賊版対策としては、JETRO、コンテンツ海外流通促進機構と連携した情報収集、訴訟の支援、JETROの機能拡充などを行っています。

コンテンツ産業の国際戦略研究会というのを立ち上げており、7月に「中間とりまとめ」が行われましたが、今後は海外の市場参入アプローチを検討するワーキンググループと、レコード関係の輸入権のワーキンググループを立ち上げて議論を行い、年度内に報告書を出す予定になっています。

また、日中韓文化コンテンツ産業フォーラムにおいて、政府関係者、業界の専門家が定期的に話し合い、戦略的な協力関係を結んでいこうとしています。

韓国、台湾などはコンテンツ産業の国際展開に積極的です。韓流現象と呼ばれますが、中国や台湾で韓国のドラマ、コンテンツがずいぶん人気を集めています。映画の輸出額は、1998年に48万ドルだったものが、2000年には736万ドルになっています。また、韓国は家庭用ゲーム機によるゲームはあまりなくて、オンラインゲームが非常に流行っているということで、オンラインゲームは世界市場の4割を占め、輸出額は非常に大きくなっていますし、さらに伸びると予測されています。

韓国政府はこれらを国の基幹産業と位置づけ、国を挙げた支援体制を整備しており、文化観光部という役所を中心として、海外の見本市に参加するための支援など、その他さまざまな国際展開を支援しています。

博報堂のアジア生活意識調査の結果から、香港と台北におけるポップカルチャーと製品イメージに関する部分を見ると、2001年11月の段階では日本のドラマ、ファッション誌、J-POPが健闘しているのですが、2003年1月には韓国のドラマが日本のドラマを上回るようになってきており、音楽も韓国が非常に伸びてきている。

一方、アジアを中心に海賊版による被害が非常に巨額の規模になっています。海賊版が氾濫しているから正規版のビジネスを断念するという、業界の消極的な対応が歯止めを失うことになってしまって、一層の海賊版増加につながっています。レコードは、中国では海賊版が90%、台湾では50%と、海賊版の比率があまりにも多くなっています。香港、台湾における海賊版の被害も、ゲームソフト、テレビ番組の比率が非常に高いです。

白井 海賊版については、ちばてつや先生から、マンガの海賊版も文化振興という意味ではたいへん効果があったけれど、これからはいけないというようなお話がありました。

杉浦 中国と台湾がWTOに加盟して、ようやくルールができあがってきたところなので、あとはその実効性の問題です。それについては文化庁、その他関係省庁と連携しながら考えているところではあるのですが、なかなかこれという妙案があるわけではありません。

平野 デジタルエンターテインメントアカデミーの平野と申します。ゲームソフト業界は最近積極的に中国・韓国・台湾に出ています。パッケージソフトでは海賊版が通用してしまうので商売にならないのですが、ネットワークゲームは偽物が通用しない世界で、しかもサーバーの管理をきちんとやっておけば必ず料金は回収できるということで、日本

の大手のソフトメーカーが非常に積極的に向こうに進出しているというのが現状です。

パッケージソフトについては、政府の方も著作権の概念をお持ちではありません。ウィンドウズのゲームは勝手につくって販売できるのに、なぜプレイステーションのゲームは勝手につくって販売できないのかという議論に終始して、まったくビジネスにならないというのが現状です。

ブロードバンド市場の確立

杉浦 わが国は世界一のブロードバンド大国ということで、インフラ面の整備が進んできたわけですが、この市場を立ち上げるために権利処理の円滑化、安全な流通環境の整備を行おうと考えています。

第一に、コンテンツの配信ルール、二次利用のルールについては、経団連におけるルールづくりを支援する。

第二に、不正利用対策に関する環境整備としては、電子透かし技術、ネットポリス技術など、コンテンツが違法に複製され、あるいは転々と利用されても追跡していけるような技術ができつつあるので、それらについての検討を行う。また、不正利用を証明するための証拠のあり方についても検討する。さらに、電子透かしなどの技術の標準化していくことについても、専門家に調査していただいています。

映像における新たな流通ルートの立ち上げ

これは特に映画の世界ですが、デジタルシネマ、地域の公民館などを活用しながら、既存の流通網とは別の新たな流通ルートをつくって、コストが低い上映ビジネス、あるいは映像制作ビジネスを促進していこうという試みです。

公民館などを活用した新たな地域上映マッチングシステムの開発ということで、公民館、文化ホール等、さまざまな地域の施設を非常設の映画上映施設として活用するため、上映の事業者の育成をしていきます。具体的には、上映を希望している人（自治体、NPO、文化施設等）と提供を希望している人（テレビ局、映画会社、イベント企画会社、地域映像制作会社等）のマッチングをして、さらにはプロジェクターとコンテンツを確保して、この事業で成約した事業に対しては装置を無償供与します。

プロデューサー・クリエイター人材育成等

いま圧倒的に不足している、製作資金調達やマーケティングなどを総合的に行うコンテンツプロデューサーを育成し、わが国のコンテンツの戦略的な活用の拡大を図り、さらにはクリエイターの育成を行います。

プロデューサー人材育成支援事業では、プロデューサーに必要とされる知識、ノウハウ、たとえば契約の法制、資金調達の手法、海外との取引実務、その他会計、法務、マネジメント、制作過程のクリエイティブな面も含めて、ある程度パッケージ化したカリキュラムのプロトタイプを作成中です。来年初頭にはテキストの形でホームページに載せて、自由にお使いいただけるようにしたいと考えています。

クリエイター人材育成支援事業では、クリエイターとして必要なスキルの一部を客観化、標準化して、カリキュラムを作成し、効果的な人材育成スキームを提案することを考えています。さらにはカリキュラムの実施、あるいはさまざまな表彰、コンペを整理することも含めて、育成事業をやっていこうと考えています。

コンテンツプロデュース機能に関する調査研究として、平成14年度には海外のプロデューサー養成機関の調査等を行い、その報告書をホームページに載せていますが、それも参考にしながら具体的なプログラムを策定しており、実験的にいくつかの機関で実施して評価を行います。実は先週の土曜日から仮のプログラムを叩き台とした実証実験が始まっておりまして、さまざまな実務を行っている若手の方々に集まっていますが、その結果をもとに来年初頭に公表する手順になっています。

講師の方は、弁護士、公認会計士、金融機関、映画制作、テレビ番組制作等、実務を担うプロフェッショナルを考えています。対象は、まったく制作に携わったことのない方々ではなくて、ある程度経験のある社会人が中心と考えています。実施形態としては、いくつかの教育機関（慶応大学、デジタルハリウッドが名乗りを挙げている）に実証実験という形で、12月か1月ごろから始めようと思っていますが、実際にセミナーを組んで効果的で、より良いプログラムをつくっていかうと考えています。

臼井　これはいけるとなったら、カリキュラムを大学や専門学校で政府が支援してオープンにやる可能性はあるのでしょうか。

杉浦　カリキュラムはどんどんお使いたいと思っています。また、講師とのつながりなども含めてご相談いただければ対応しますし、協力しながらやっていきたいと思っています。

山鹿　ナムザックジャパンの山鹿と申します。私どもはカナダのシェリダンカレッジのカリキュラムを日本にトランスファーするプロジェクトをやっているのですが、シェリダンカレッジは1980年からコンピュータアニメーションを取り入れてやってきて、現在ハリウッドノースという言葉すら出るぐらい、カナダにおけるCGの産業界をつくってきたカレッジです。そういう成功例等を取り入れることも大事ではないかと思えます。

また、私どもがカナダのカリキュラムを日本に持ってこようとしたとき、日本では何年間かカリキュラムや講師を変えてはならないという文部省のガイドラインがありました。カナダでは1年ごとにカリキュラムを変えています。というのは産業界がそれだけ動いているわけで、特にカナダの場合は産業界を大学が引っ張っていくということをやっているわけです。そういったことを取り入れていかないと、遅れるのではないかと感じます。

杉浦　次にクリエイション機能強化のための環境整備です。現状は、第一に、デジタル化、ネットワーク化の進展によって縦割りから横割りへ技能が変化している。つまり、映画、ゲーム、アニメというまったく別々の業界だったものが、CGとかデジタル撮影という意味では垣根がなくなって、業界は横断的になっていると認識しています。第二に、徒弟制の崩壊、すなわち社内ですテップアップしていく人材育成のシステムから、細分化、専門化していった、現在ではプロダクションはほとんど外部委託をする状態になっている。第三に、教育機関の不備ということで、古い制作理論に基づく体系化されていないカリキュラム、機材や講師の不備等から、ビジネスユースとのミスマッチが生じているのではないかと。第四に、3DCGの技術が非常に高度化している。

こういった現状を踏まえて、クリエイターのスキルを客観的に評価し、そのためのカリキュラムを策定して、モデル事業をやっていこうと考えているところです。具体的に今年度は、3DCGを中心に、作成の流れに従ってスキルマップをつくり、それに則ってカリキュラムを作成する事業を行っています。来年度以降は、その策定したスキルマップに基づくカリキュラムを完成し、それを使っていこうと考えています。これは16年度、17年度、18年度と少し長い目でやっていこうと考えています。

大西　京都造形大学の大西と申します。産業界が求めるクリエイターといまの学校のカリキュラムによって育てられているクリエイターの間にミスマッチがあるというお話ですが、もう少し具体的にお教え願えればと思います。

山鹿　ミスマッチということでちょっと例を挙げますと、ある日本企業が、アニメーション映画をつくらうと実際にクリエイターを募集したそうです。専門学校あるいは大学の卒業生、3000人ぐらいの応募があったそうです。そこからかろうじて1名、何とか

採りましょうということになったのですが、結局はハリウッドから10人ほどクリエイターを呼んだという事例があります。

大西 いつもこういう場所では数字とかハリウッドというキーワードが話題になるのですが、ではいったいハリウッドのどの部分が、たとえば3DCGをつくるといっても、モデリングだったりデザインだったりアニメートだったり、そういう細かいところのどこを要求されているかを見ていかないと、粗い網で見ているだけで、ハリウッドだったら何でもいいんじゃないか、日本の中小はだめなんじゃないかという、バイアスがかかった見方になりそうな気がして、ちょっと心配なのです。

山鹿 たとえば日本のCG系クリエイターは、CGのソフトウェアを扱うことだけが何とかできる。ところが、ハリウッドでは、モーションダイナミックスといいますか、人間が動くとはどういうことか、どういうふうに重心が移動しているのか、そういった細かいところまでやっているわけです。そういうことをちゃんと勉強しないと、映画がつかれないのです。

杉浦 クリエイターの育成は手探りでやっています、正直なところ役所が細かいところまではわかりませんので、実際には丸投げのような形になってしまっているところがあります。何が必要なのかというのは、今後の大きな課題として持っているところです。

流通事業者と制作事業者の間の公正な競争の確立

コンテンツをつくり出す部門というのが下請け化しているのも、必ずしも本来のポテンシャルを発揮できていないのではないかと思います。そこで公正な競争環境を確保し、生産部門を活性化していくことを考えていきます。

具体的には、下請代金支払遅延等防止法（下請代金法）が今年6月に成立し、来年4月1日に施行される予定で、それに伴って政令、省令、こういった行為類型が下請代金法の適用範囲になるのか等についても整理していく。また、アニメプロダクションの、元請け会社と下請けの間のモデル契約、あるいはガイドラインのようなものを策定していこうとしているところです。

下請けという関係にあるために不公正な取引になっている例は、正当な対価を支払わずに制作プロダクションの著作権をテレビ局に譲渡させている、制作プロダクションに著作権を認める場合であっても、テレビ局が窓口権という形でプロダクションによる二次利用を制限する、制作に当たってテレビ局の関連会社の関与を強制する、ということがあります。元請けのプロダクションと下請けの間でも、さまざまな不公正な取引例があるのではないかと考えています。

下請代金法の改正は、プログラムや放送番組等の作成にかかる下請取引という項目が入ることで、コンテンツ業界にも適用されるようになります。具体的には、親事業者が受領拒否や代金の支払いを遅延してはいけないということに、さらには役務の利用強制、労務提供の強制などをしてはいけないという項目が追加されました。罰金も引き上げられました。公正取引委員会所管の法律ですが、セミナー等で周知を図っているところです。

制作事業者による資金調達環境の整備

大多数が中小企業であって、不動産等も持たない、物的な担保を持たないコンテンツの制作事業者が、自らリスクを取ってビジネスをすることができるように、資金調達手法を多様化します。

第一に、知的財産権信託及び信託事業会社の解禁について。信託業法等の改正によって、著作権が信託財産の対象になるようにして、それが新たな資金調達の手法になるのではないかと。

第二に、日本政策投資銀行による知的財産有効活用事業。財政投融資という公的な資金がコンテンツビジネスに入っていくようにしようということで、現在財務省に50億円を要求中です。

第三に、日本型完成保証制度の創設。アメリカには、特に映画制作の場合に、最後まで完成しないというリスク、当初考えていた予算よりも膨らんでしまうようなリスクがないように、絶対に完成させることを請け負う保証会社があります。そういったものを日本にも導入をしていこうというのですが、ハリウッドのビジネス慣行と日本映画界はまったく違いますので、日本版の完成保証について研究会で議論をしているところです。

第四に、投資事業者等からなる知的財産権投資協議会を設立。これは民間の話になるのですが、知的財産権投資協議会（FCC協議会）でも資金調達の上でさまざまなことについて、まさに検討が行われているところです。たとえば、プロダクションが自ら金融機関や一般投資家から資金を調達できる方法がないかということを考えているわけです。これまで、中国雑技団の公演について、匿名組合を利用して広く個人投資家から資金調達をした例や、ゲームソフトについて投資信託を利用した例などがあります。

大西 著作権について少しお伺いしたいと思います。産業界から見た著作権ということで、いかにこれを大事にしていくかというお話ですが、教育の現場から見ると、コンテンツが著作権で守られていることが必ずしもいいほうには働かないということがあります。たとえば授業で映画を見せたいとか、ビデオ教材をつくるに当たって映画のシーンを使いたいといっても、それができないのです。大学の通信教育部でブロードバンドを活用して教育をやっていきたいと思っているのですが、電子図書館みたいなものをサーバー上につくってアニメーション作品を見られるようにしたいと思っても、いまの法律だとまったく実現できない状況です。アメリカにはフェアユースという考え方があって、教育目的であれば、制限が緩和されるというようなことを聞いたことがあります。国として、教育におけるコンテンツ利用をどう考えておられるか伺いたいと思います。

杉浦 著作権制度については文化庁の管轄になるので、私が責任を持ってお答えできるわけではないのですが、教育利用については、もともとインターネットもないような時代の規定がそのままになっていたところがありますので、早急に対応しなければならないと考えています。基本的に教育に関しては、より自由に利用できるようにという方向性で考えているところだと思います。

フェアユースは全体の法体系の問題になるのですが、そこも著作権法自体をよりシンプルな形にして、抜本的に変えるような議論も少し行われているところです。

秋田 日本マンガ学会の秋田と申します。マンガのことについてはお話に出てこないのですが、とりあえずいまはマンガはいいだろうとお考えなのでしょうか。

杉浦 経済産業省のコンテンツ課としては、マンガの支援というのは確かにあまりやっていません。それは一つには、映像分野のほうが大きな資金が必要ですし、産業としてより支援をしていかなくてはいけないのではないかという認識があるからです。

白井 ありがとうございます。今回でこのセミナーも最後ということで、日下会長からご挨拶させていただきます。

日下会長挨拶

日下 皆さん、お忙しいなかを11回来てくださいまして、本当にありがとうございました。何か勉強になりましたか。マンガを読んでいるように楽しかったということはな

だと思いますが、でも、有名なマンガ家とかプロデューサーの顔が見られて、声が聞けて、感激したかどうかは、日ごろ愛好しているかどうかによるんですけど、東京財団としてはお金をずいぶん使いました。1400万円使いました。

最後ですから、こちらのなかの話をしますと、千何百校にご案内をすれば、40校か50校は来てくださるであろう。1400万円をそれで割るとこのくらいお金をくださるかな、なんて思っていたのですが、誰もくださらない。ですから全部自分で持つことにいたしまして、全部ただ。ただと言っても44校くらいしか来なかったということで、大変関心が低いらしい。

大学は冬の時代に入って、子どもが来なくなって、もうじき倒産する。国立大学もあと2年したら文部科学省はお金をくれない。2年間の準備期間の間に何とかして独立教育法人か何かになって、収支とんとんになるようにせよと。そのために学長の権限は与えたというのですが、何をやっているのかと思うと、改革なんか何もしていないで、ただ合併しているだけじゃないかと思っております。私立大学でもピンチは同じことです。

というときに関西へ行くとマンガアニメ学科をつくった大学があり、あるいはデザイン学科をつくった大学は20倍も子どもが受けに来ている。これは皆知っていることですよ。ですから、私はたくさん人が来るかと思ったけれど、全然来ない。この後引き続き、わが大学でもうちょっと研究をしたいから教えてくれ、というところはいまは4校しかありません。ですから、皆さんが5番目にやれば、日本でたった5つ6つの大学になれるわけですから、たくさん受験生が来るのではないかと思っております。

ところで、財団ですから儲けなくてもいいわけで、日本のためになる、世界のためになると思うことは何をやってもよろしいわけではありますが、しかし世間の風は冷たくて、私の所へ来る声は「なぜマンガアニメというくだらんものをやるんだ。公共の利益に反している」。あるいは「もうすでに大変儲かっているものについて、援助をしたり研究したり、盛んにする必要はまったくないではないか。世の中には困っている事業、商売がたくさんあるぞ」と。

これは後ろ向きな話ですね。日本の未来へ向かって、文化・娯楽産業というのは、いま伸びていったって、もっともっと伸ばさなければいけない。それから、国民精神に悪い影響を与えるとは僕はまったく思っておりません。悪い影響を受けても、それを子どもは乗り越えてもっと偉くなるものなんだ。マンガアニメには良いものもたくさんある。

先々週カリフォルニア大学へ行きまして、4回マンガアニメについて話をしてきました。教授、学生、社会人に対する公開講座をいろいろとやりまして、彼らは大変熱心に聞いてくれました。私は「これはなぜおもしろいと思えますか。皆さんから見れば異文化だからでしょう。ただジョークとかユーモアとか、あるいはセックスとかバイオレンスとかで強烈だからだけではないでしょう。その間に日本精神を感じ取っているでしょう。自分ではわからないでしょう。私から教えてあげます。マンガアニメのなかにひそんでいる日本精神。これはやはり良いものがあるんですよ」という話をしました。

その後、ここでもお話しになった東映のプロデューサーの清水さんなどが、これから10回、このセミナーと同じようなことを向こうでやるんです。向こうは熱心ですよ、それが商売になるならやろうかなと。私は、彼らは知らず知らずのうちに日本精神に感化されるだろう。それは世界的に見ても良いことだと。

そこで出た質問は「なぜ日本のアニメはセックスと暴力ばかりなんだ」と。必ず出る質問なんです、清水プロデューサーが答えて、「東映だけで年間にアニメは400本もつくっている。そこにはいろいろなものが全部ある。それをアメリカの皆さんはセックスと暴力だけ買っていくんだ。あんたらが間違っているんだ。400本全部見てみなさい」と返事をして、向こうの人も「そうか」と思っておりました。これはアメリカ人に限らない。日本でも年取った人は皆そう思っているわけですよ。

「ポケモン」のピカチュウはなぜしゃべらないか。アメリカ人は何でも口でしゃべらないとインテリでないと思っているけれど、ピカチュウはしゃべれないのに全部通じるんで

すよ。そのことをアメリカの子どもはわかったんです。ハート・トゥ・ハート・コミュニケーションというのがこの世にあるということ、あんたらの子どもはもう皆わかったんだよ。この人たちが20年、30年先になると、「お父さん、全部しゃべる必要はない、もうわかったよ」と。裁判所の判事も「いちいち弁護士はうるさい。だいたいこのへんで和解しなさい」と。アメリカの裁判もなあなあになるかもわからない。そのときにアメリカ人の皆さんは幸せになるんですよ。そのころ、日本は皆理屈を言うようになって、裁判を起こすようになって、日本のほうが住み心地が悪くなるかもわからない。

そんなわけでマンガアニメにこもっている精神というのを感じ取って、それを子どもに教えていきたい。子どもはそれがわかっているから、屁理屈ばかりの法学部や経済学部なんかに行かない。アニメマンガ・デザイン学科へ行きたいという子どもが増えてくるのは当然のことであって、その子どもたちは頭がいいんだと思っているわけです。それがわからない親とわかっている親がある。

大学の先生はもう少しわかっているかと思ったら、まったくわかっていない。自分は大学にしばらくいましたから、そうだろうなと。だけど、これだけ赤字になってきたなら、将来どうするかと思えば来るはずだと思うのに、それでも来ない。大学の先生は将来なんか何も考えていない。最後にこんなことを言ひましてすみませんけれど、あとは皆様方がこれから行動してくだされば、日本の役に立ったなということになるかと思っております。

ちょうどご本人がいるから、言わせていただきますが、本当に日本の経済産業省には優秀な人、よく働く人がいる。立派なパンフレットを作ってください。これを皆さんご覧になって、おわかりのように、まず産業でとらえていますよね。精神面はちょっとしか触れていませんね。

産業としてとらえて、出てくるのはまず規模ですよ。意外に大きいんですよ、と。それから、伸び率が高いですよ。国際競争関係は勝っていますよ、あるいは一部は負けていますよ。それから中身を分析して、映画館とかゲームとか分けて書いていくわけですね。このやり方は、鉄鋼であろうが電子であろうが、肥料であろうが何でも同じやり方です。私の学生のころからと同じやり方です。もう40年間このやり方です。

私は20年前から宗旨変えをいたしまして、産業を言うにしてもマーケットから議論したい、消費の動機から見たいというわけで、たとえばこういうマンガアニメのマーケットをこう言うのではなくて、消費動機から見たい。少年ジャンプを買いに行く子どもはどういう気持ちで買うんですか。気持ちはいろいろあるわけですね。「もう勉強は嫌いだからこちらへ逃げたい」、「勉強の合間にマンガを読むとまた元気になって勉強ができる」というのもあるし、「これ専門で将来食べていきたい」。

勉強を軸にして対立関係を考えれば、勉強の邪魔であるか共存共栄であるか、これ専門でいくと。そういう3つの動機があるわけでしょう。だけど、いまの若い人はそもそも勉強に関心がないですから、勉強を軸にしてこんなことを言ってマーケットを3つに分けても大したことがないだろうと。

若い人は一番何に関係があるか。友達の間でいい格好をしたいというのも一つあるわけです。いい格好をする道具として、スポーツもある、勉強もある、冗談もある、マンガもある。これがライバル関係にあるわけです。マーケットというのはお互いに競争関係にある。それが相手の動向に無関心ではいられないというのが商売敵です。マンガにとっての商売敵は何ですか、というのがマーケット構造であって、それを統計にしようと思っても数字はない。だからつくらなければいけない。

そう考えたら、これからマンガアニメ学科がこれから日本中にできても、4種類できてもいいんですよ。つまり、これを専門に食べていこうという人のための大学、これで友達にしばし格好良ければ、大学4年間が楽しければそれで十分とか。それから経済産業省の政策も、マーケットのニーズにあわせて4種類とか3種類とかつくっていいわけですよ。

先ほど著作権に関するご質問がありましたが、これはイギリスのエコノミスト誌が書いているのですが、東南アジアは海賊版だらけで、アメリカは裁判を起こして海賊版退治を

一生懸命やっている。しかし日本の会社はなぜかまったくやらない。宣伝だといってほったらかしてある。これが日本人のやり方なのか、これが日本人の精神なのか。

それで、ビル・エモットさんだろうと思うのですが、こう書いてあるんですね。「おもしろいことにアジアの貧乏子どももお金が増えてきたら本物が欲しくなって、1日も早く日本の本物を買うようになった。著作権退治をしている間に、ディズニーはオリジナルをつくる力を失った。日本人は、そんなことをするよりも次をつくるのが楽しい、次をつくるのがうれしい」

これがまさに文化・娯楽産業をやる態度だと思うんです。産業の前に文化そのものが楽しいわけですよね。というようなことがアジアのマーケットでもいまや起こっているわけです。

僕が最初にこんなことを思いついたのはもう20年前なのですが、少年ジャンプが水曜の朝か木曜の朝か知りませんが、セブンイレブンで売れるわけです。それを朝7時に散歩に来たおじいさんが買って行ってしまうという話を聞いたわけです。商店街の本屋さんは10時ぐらいに起きてきて、シャッターの前に本が置いてあるのをほどいて並べて店を開く。ただお客の子どもから見れば、それはもう古本なんです。10時過ぎた本は古本なんですよ。8時に学校に行く前にパラパラッと見て、学校へ行って威張らなければいけないわけです。それをおじいさんが喜び勇んで買いに来る。これは消費動機から見た商品の性質ですよね。

というようなことを思い出しまして、そんなようなことで気をつけているといろいろと思いつくことがあって、こんなセミナーをしたいなということでございました。

(了)

注目を集める知的財産としてのコンテンツ

国際競争力を有する我が国コンテンツ

- ・マンガ、ゲーム、アニメなどの日本のコンテンツは、世界各地で注目される。
- ・映画・音楽・TVドラマも海賊版の氾濫が示すよう、アジアを中心にニーズが拡大。

戦略的に活用(マルチユース)される知的財産としての我が国コンテンツ

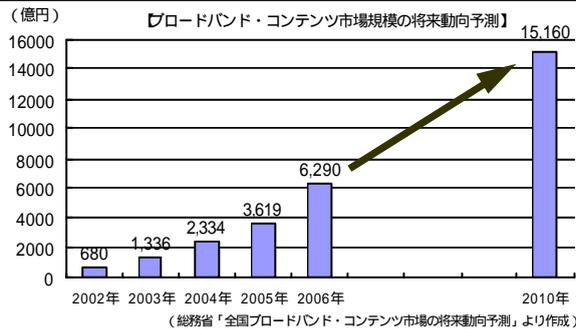
- ・知的財産そのものであるコンテンツは、その戦略的活用により、他産業と比べ非常に高い経済波及効果をもたらす。
- ・加えて、文化への理解、国家ブランド価値の向上などといった様々な効果を有するため、諸外国では、積極的なコンテンツ産業振興が行われている。



コンテンツ産業は、製造業等他産業と協同して、新たなリーディングインダストリーとして、我が国経済を牽引する可能性大！

日本コンテンツ産業のフロンティア

日本のコンテンツ産業のフロンティアは、海外市場とブロードバンドコンテンツ市場。野村総研の推計によると官民双方により理想的なコンテンツ市場環境整備が促進されることを前提とした場合、2006年のブロードバンド・コンテンツ市場は約6,300億円へ拡大。さらに2010年には約1兆5,000億円市場にまで拡大するものと予測される。



ブロードバンド・
コンテンツ市場

日本コンテンツ産業の潜在性

海外市場における
可能性

コンテンツ産業の国際展開によるジャパンブランドの確立

趣旨

コンテンツは、その国際展開に伴って、文化への尊敬、国民の相互理解を深めるなどの効果をもたらすため、わが国国際的地位の向上にも大きく貢献する。我が国ポップカルチャーは、世界的にも高い評価を受けているところであり、コンテンツをコアとした国家ブランディングは、我が国にとって特に大きな効果が見込まれる。

コンテンツの国際展開支援事業

コンテンツの国際展開支援

- コンテンツの海外発信力の強化を目指し、東京国際映画祭を含めたイベントの再構築、国内イベントの海外からの流入支援、カンヌなど国際コンテンツ流通市場への出展支援、海外への新しい流通ルート開拓に向けた調査等を行う。

海賊版対策の抜本的な強化

- 海賊版対策の抜本的な強化を目指し、JETRO、コンテンツ海外流通促進機構の連携を進めることにより、海賊版等に係る情報収集、情報発信及び研修事業、訴訟・示談支援、JETRO海外事務所機能拡充等を図る。
「コンテンツ産業国際戦略研究会」（座長：ウシオ電機株式会社会長）にて本年7月「中間とりまとめ」が行われたところ。今後、国際展開に向けた具体的な市場参入アプローチを検討する行動計画WG及びいわゆる輸入権について検討するWGの2つを立ち上げ、必要な議論を行う。

日中韓文化コンテンツ産業フォーラム

- 日中韓のより一層の情報交換・交流の促進を図る観点から、コンテンツ産業に関する政府及び各業界の専門家が定期的に集まり、3カ国の文化コンテンツ産業の現状についての情報、経験、意見を交換しながら戦略的に協力関係を結び、共同発展を促進させることを目的とする。本年は、中国・韓国・日本の3カ国間の人材交流・育成及び共同制作投資に係る効果的な協力・深化を目的に、韓国済州島にて9月17日より3日間開催された。

平成16年度施策

クリエイター人材育成支援

(クリエイター人材育成支援事業：0.6億円)

カリキュラムの実施・評価

前年度策定したスキルマップに基づく教育カリキュラムを完成し、モデル事業として実施、評価等を行う。

クリエイターを選抜し、策定されたスキルマップを活用し、各クリエイターのスキルに応じた教育カリキュラムに基づき、研修・セミナーを実施し、評価等を行う。

16年 - 18年度に実施