

マンガ・アニメを活用した、 これからの空間づくり



株式会社 CMIセンター
空間メディアプロデュース統括部2部 部長

澤島寿成

空間づくりのノウハウにアイデアとテクノロジーを掛け合わせ、多彩な専門性とコラボレーションすることで体験価値を最大化する。空間の可能性を追求し、共創を楽しむ、試行錯誤に夢中になりながら、人々のこころ動かす感動体験を創造します。

Withコロナから 「ニューノーマル」なWithコロナへ

4月に春スキーを楽しみ、その際にゲレンデで派手に転倒し右肩を骨折した。人生初の入院・手術という貴重な体験とともに、いまだリハビリに悪戦苦闘している。リハビリには作業療法士の資格をもつ担当が専属で治療にあたる。コロナ禍でも対面以外に治療方法がない、常にリスクと隣り合わせの厳しい環境で、私を含めた多数の患者に対応する姿には感謝しかない。

2019年に発生した新型コロナウイルス感染症は、われわれの生活を一変させた。その生活は「withコロナ=コロナウイルスと共存する世界」と呼ばれ、感染を防ぎ一刻も早くコロナウイルスのない世界「afterコロナ=コロナ後の世界」を目指すための共通目標として、多様な生活様式を受け入れた。

たとえばテレワークが定着し、オフィスへ入社することが当たり前であった働き方が大きく変わった。また、ZoomなどのWeb会議サービスや日用品、衣料品を購入するECサイトは、もはやなくてはならないインフラとなった。一方、オンライン飲み会など一時盛り上がりを見せたが、定着しなかったものもある。

現在の状況はどうだろうか。「withコロナ」が長期化し、経済や人々のメンタルにも大きな影響がみられ、コロナの終息を目指していた「afterコロナ」では

なく、「withコロナ」が継続することが前提の新たな「ニューノーマル」時代を迎えようとしている。

マンガ・アニメを活用した 空間づくりの現状

マンガ・アニメを活用した展覧会やイベントが10年ほど前から活況を呈している。マンガ・アニメという二次元の表現手法から空間という三次元にその世界観を拡張し、作品世界を「体感」する、まさにフィジカルな空間でしか表現し得ないその展示手法は、作品ファンのみならず、このフィジカル空間を「体感」したすべての人々に新たな価値を提供してきた。その結果、展覧会やイベントでの「体感」は、マンガ・アニメの作品ファンにとって、「マンガを読む」「アニメを見る」と同様に、「作品世界に没入する」「ストーリーを追体験する」ための必須な機会となった。さらにフィジカルな空間を多くの作品ファンが「体感する」から、作品ファン同士が「共感する」場へと拡張している。拡張されたファンコミュニケーションの場は、新たな体験を生み、作品ファンの増加にもつながっている。

われわれはクライアントから与えられた条件のなかで、その空間の価値を最大化する手法を探り続け、これまでたくさんのマンガ・アニメを活用した展覧会やイベントの場を生み出してきた(写真①②③)。

そこへ新型コロナウイルス感染症が流

行し、一時マンガ・アニメの展覧会やイベントはその開催さえ叶わない事態となる。その後も国や行政からの開催や外出の自粛、開催条件の厳格化(集客人数、検温・消毒・追跡調査のための個人情報取得など)が続く、もはや展覧会やイベントを開催する意義があるのか、その価値を見出し会場まで足を運ぶ人がいるのか、まさに何が「ニューノーマル」なのか問い直す機会となった。

いち早く動いたのは、フィジカル空間をバーチャル空間に移した「オンライン」での展覧会やイベントだ。時と場所を選ばず、コロナ禍の影響を受けないこの空間に未来(出口)を求めた。そして日々、さまざまなプラットフォームが生まれ、オンラインでの展覧会やイベントが次々と開催されていく。

フィジカルもバーチャルも「空間」であることに変わりはなく、新たな空間づくりとしてわれわれはフィジカル空間で培ったデザインをバーチャル空間で展開することにトライし、実績を重ねていく。実際にバーチャル空間である「オンライン」の展覧会やイベントに参加する人たちの反応はどうだろうか。専用のURLまたはアプリをダウンロードすれば、そこは会場の入口。フィジカル空間と変わらない場がそこにある。バーチャル空間であればアバターに扮することもできる。

バーチャル空間でのイカした自分でも実際、会場に足を踏み入れてみよう。時と場を制限しない新たな空間は、フィジ

ONE PIECE展



1
撮影:フォワードストローク ©尾田栄一郎/集英社
事業主:(株)朝日新聞社、(株)集英社、東映アニメーション(株)、(株)ADK、(株)フジテレビジョン、森アーツセンター
展示企画、デザイン・設計、制作・施工:(株)丹青社

BLEACH生誕20周年記念原画展『BLEACH EX.』



2
撮影:(株)クドウ オリジナルフォト ©久保帯人/集英社
事業主:大日本印刷(株)
監修:(株)集英社
展示企画、デザイン・設計、制作・施工:(株)丹青社

ゴールデンカムイ展



3
撮影:フォワードストローク ©野田サトル/集英社
事業主:ゴールデンカムイ展東京実行委員会
展示デザイン・設計、展示制作・施工(東京会場):(株)丹青社

VRデビルマン展～悪魔の心、人間の心～



4
出典:<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/0000000004.000076045.html>
漫画版「デビルマン」©永井豪/ダイナミック企画
TVアニメ版「デビルマン」©ダイナミック企画・東映アニメーション
DEVILMAN crybaby ©Go Nagai-Devilman Crybaby Project
©VRデビルマン展実行委員会

カル空間までの移動やキャパシティ、感染症対策などを不要とし、これまでと異なるコミュニケーションを誘発する。一方で、「あれ、意外と操作が大変だぞ!」「目的の場所を探すのが難しい!!」「スマホが熱くなって電源落ちた!!!」なんて経験もあるのではないだろうか。

Anique^(※)は、いち早くオンライン展覧会のプラットフォームを構築し、バーチャル空間での作品鑑賞、商品購入、ファンコミュニケーションを可能にした。集英社が毎年開催する「ジャンプフェスタ」も、2021年は完全オンラインでの開催となった。

これまでバーチャル空間での体験は無料が多かったが、「VRデビルマン展」(写真④)のように有料での公開を試みた事

例もある。その後、「デジタルツイン」が叫ばれ、リアルイベントの開催とバーチャル空間でのイベントを狭間なく体験することが可能な展開が期待されたが、まだ効果的な事例はみられない。

「ニューノーマル」な新たな「withコロナ」の時代を迎え、マンガ・アニメを活用した展覧会やイベントの開催はコロナ前に戻った印象はある。しかし、感染防止対策は継続して実行していくことが必須な状況のため、入場者数の制限、検温や消毒のための設備や人員など、安全・安心な「ニューノーマル」な展覧会やイベントを開催するためには、これまで以上にリスクや負担が増している。

一方、来場者はフィジカルな「体感」を

求めて再び動き出し、「ニューノーマル」な展覧会やイベントで、これまで以上に快適な時を過ごすことができるようになった。

補助金を活用したデジタル配信の取組み

宮城県石巻市の「石ノ森萬画館」(写真⑤)が、昨年開館20周年を迎えた。石ノ森萬画館の誕生は、宮城県出身の漫画家・石ノ森章太郎先生が1995年に石巻を訪れ、当時の市長と会談。市街地の空洞化、定住人口の減少など元気がなくなってきた石巻市を再興する起爆剤として、「マンガを活かしたまちづくり」の話が浮上した。このチャンスを何とかものにしようとする有志が立ち上がり、市民運動

石ノ森萬画館

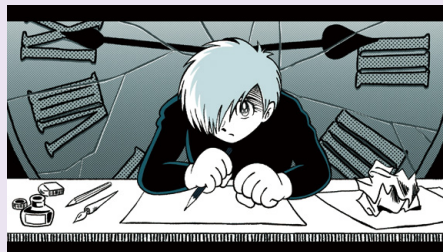


5
撮影:フォワードストローク 事業主:石巻市
©石森プロ デザイン・設計、制作・施工:榊丹青社

変わるまち、変わるまち、石巻。feat.ジュン



6
出典:<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000008.000079726.html>
©石森プロ



事業主・制作:石巻市
監修:石森プロ
企画:石巻市、街づくりまんぼう、榊丹青社
協力:小川勝久(和歌山大学/大阪芸術大学)

をはじめたことがきっかけとなり、1997年に石巻市が「石巻マンガランド基本構想」を策定。1999年に石巻マンガロードに「サイボーグ009」像が完成、2000年には田代島に「マンガアイランド」がオープン。そして2001年7月に石ノ森萬画館がオープンし、「マンガを活かしたまちづくり」の活動の拠点として動き出す。

石ノ森萬画館は、常設展示室を中心に石ノ森章太郎が生んだキャラクターの世界観を存分に味わい没入する展示空間を目指し、サイボーグ009や仮面ライダーなど代表作を中心にその作品世界を徹底的につくりこんだ。ほかに企画展示室やグッズショップ「墨汁一滴」、展望喫茶「ブルーゾーン」、コミックスの閲覧やアニメの制作体験ができるライブラリー・マルチメディア工房など、さまざまな機能が集約した総合的なミュージアムとして、観光以外にも人材育成、市民の憩いや活動拠点としての機能も有する。

当時、地域創生にマンガやアニメを

活用する事例は少なく、石巻の「マンガを活かしたまちづくり」は、まちを元気にしたいと想う人たちの熱意と、マンガの可能性を信じて活動してきた人たちの汗が原点にある。その後も、仙台駅から石巻駅まで石ノ森キャラクターがラッピングされた列車「仙石線マンガタンライナー」が運行。石巻駅には石ノ森キャラクターが装飾され、改札近くではサイボーグ009と仮面ライダーが出迎える。駅を出てからは石巻マンガロードを歩いて石ノ森萬画館へ。マンガロードには、石ノ森キャラクターのフラッグや等身大モニュメント、ブロンズ像、漫画家ギャラリー、ロボコンのマンホール等が設置されており、楽しみながら散策できる。また萬画館のみならず、市街地各地でマンガのイベントが開催されるなど「マンガのまち」として大いに賑わいをみせている。

2011年の東日本大震災では甚大な被害を受け一時休館したが、全国各地から数えきれないほどの激励や萬画館の

再開を望む声や寄付があり、「子どもたちに夢を。大人たちに勇気を。」をキーワードに、震災から1年8か月後の2012年11月に再開を果たし、さらに2013年3月にリニューアルオープンしている。開館20周年を迎えた2021年には来館者の累計が350万人を超え、「マンガを活かしたまちづくり」が地元だけでなく広く国内外に浸透したことが伺える。

石巻市ブランドムービー『変わるまち、変わるまち、石巻。feat.ジュン』（写真⑥）が、「映文連アワード2022」（主催：公益社団法人映像文化製作者連盟）において最優秀作品賞（グランプリ）を受賞した。「映文連アワード」は、「プロフェッショナルが選ぶ、プロフェッショナルの仕事にふさわしい作品」を積極的に発掘・顕彰することによって、短編映像業界の活性化を図るとともに、次世代を担う新しい才能（学生・個人）を発掘し、映像業界のインキュベーターとしての機能も担う賞である。本作品は、経験豊かなプロデューサー・ディレクターによる一次審査、さらに映画監督や広告関係者、映像評論家の方々による二次審査を経て、全応募作品から最も優秀な作品として選出された。なお、本作は現在『ジュン ～春の針～』と改題して、「石ノ森萬画館」の映像ホールにて上映している。

今回の特徴的な試みとして、特定非営利法人映像産業振興機構（VIPO）のJ-LOD(5)「コンテンツグローバル需要創出促進・基盤強化事業費補助金」事業を活用し、コロナ禍の影響で減少していた石巻市への観光客入込数と石ノ森萬画館の入館者数の回復、また石ノ森作品を知らない若手層、Z世代へ深く訴求できていない課題を解決するため、映像による情報発信により鮮烈な切り口で石ノ

進撃の巨人展FINAL



進撃の巨人展 FINAL ATTACK ON TITAN: THE EXHIBITION 19 FEB - 09 AUG

出典: <https://jp.marinabaysands.com/museum/exhibitions/attack-on-titan.html>

ジェッダ・シーズン 2022 アニメビレッジ



出典: <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000002.000102060.html>

森章太郎を世に出し、マンガ文化の街・石巻市をアピールする映像を制作、デジタル配信を行なった。

前衛的なマンガ表現が話題となった石ノ森章太郎の『ジュン』を題材に、主人公ジュンの成長を描いたアニメーションを製作。映像化が困難といわれた原作を、一般のセル画アニメとは異なる書きタッチのような作風で制作。アート作品としてプロモーションすることで、従来のファンに加え石ノ森作品を知らない Z 世代にも訴求させることを試みた。

石巻市は東日本大震災から10年を経過したことに加え、石ノ森萬画館が開館20周年を迎え、本作品で「ジュンの成長」と「震災から復興する石巻市」を重ね伝えることで、「マンガ文化の街・石巻市」をブランド化することを計画。本作品のストーリーに、自身の経験を重ね合わせられるような没入感を持たせ、視聴者の共感を得ることで、石巻市を訪れたい気持ちになるような映像として制作した。

デジタル配信は、多くの目にとまるようYouTubeにて映像を放映することとし、石ノ森ファンを足掛かりとしたいことから、石ノ森萬画館が開設しているチャンネルで動画を放映(2/11~2/20までの限定公開)。配信情報はSNSを主体にしてティザー動画を拡散した。さらにデジタル配信のリーチ数はデータとして整備し分析を行なうなど、補助金を活

用したマンガ・アニメによる地域のブランディングという新たな試みは、マンガ・アニメを活用した空間づくりをさらに拡張させ、地域創生に貢献し、文化や観光を育む手法として今後注目されていくだろう。

また今回の取組みは、和歌山大学国際観光学術研究センター客員フェロー／大阪芸術大学写真学科客員教授の小川勝久先生の協力を仰ぎ、補助金申請から活用までのコンサルティング、両大学からの情報発信を行ない、産学連携の取組みとして論文「持続可能なアニメツーリズム」も発表している。この英語論文は、現在、和歌山大学ウェブサイト、世界のアニメファン、観光関係者に向け、公開中である(論文「持続可能なアニメツーリズム:Sustainable anime tourism」公開サイト⇒和歌山大学学術リポジトリ) <http://repository.center.wakayama-u.ac.jp/ja/4724>)

マンガ・アニメを活用した 空間づくりの将来

これまでマンガ・アニメを活用した空間づくりの現状や事例を述べたが、その将来性はどうか。

近年、国内市場の充実はもとより、海外市場でのマンガ・アニメは日本の文化として認知され、さらなる拡大が見込まれる。2000年からフランスのパリで開催されている「ジャパンエキスポ」は、マン

ガ・アニメを中心に和食や伝統文化など日本文化を幅広く紹介するイベントとして定着しているが、今年は3年ぶりの開催にもかかわらず、前回を超える約30万人が来場した。コロナ禍で外出が制限され、自宅でマンガやアニメに触れる機会が増えたことも新たな来場者を生んだようだ。

またシンガポールのマリーナベイ・サンズでは、「Attack on Titan: The Exhibition」(写真⑦)が今年の2月から8月まで開催され人気を博した。この展覧会は2019年「進撃の巨人展FINAL」として東京で開催され、その後国内巡回を経て東南アジアではじめての開催となった。シンガポールを皮切りに、今後アジア各国での開催が検討されている。国内で開催した展覧会を海外向けにリバイスする取組みはこれまでも事例はあるが、ここまで大規模な展覧会を海外で複数展開する事例は少ない。海外市場まで意識した展覧会の在り方として、注目すべき事例である。

サウジアラビアのジェッダで開催された「ジェッダ・シーズン2022」(写真⑧)では、サウジアラビア国内で人気の高い「機動戦士ガンダム」「鬼滅の刃」「キャプテン翼」「攻殻機動隊SAC2045」「ゴジラ」「呪術廻戦」「進撃の巨人」「NARUTO」「バックマン」「HUNTER×HUNTER」「BLEACH」「僕のヒーローアカデミア」といった12のアニメコ

豊島区立トキワ荘マンガミュージアム



撮影:フォワードストローク

事業主:豊島区
各種調査、展示企画、デザイン・設計、制作・施工、
運営コンサルティング、プロジェクトマネジメント:(株)丹青社

コンテンツの体験型パビリオンが「アニメビレッジ」として期間限定でオープン。このアニメコンテンツのグッズが購入できる「アニメイトショップ」と「サンリオショップ」が出店し、ジェッタ・シーズン2022全体で約600万人が参加した。

このように海外での大規模なイベントは、グローバルなファンを醸成し、新たなビジネスの可能性を期待させる。

国内では、「ニューノーマル」なマンガ・アニメを活用した展覧会やイベントが定着し、フィジカル空間での「体感」を求めたファンが集う場として今後も集客が見込める東京を中心に展開されていることが予想される。

一方、石ノ森萬画館の事例が示すように、マンガ・アニメはこれからの地域創生のために欠かせないコンテンツとなり、地域の財産として大切にされ、街や人を育てていこう。

2020年にオープンした「豊島区立トキワ荘マンガミュージアム」(写真⑨)は、老朽化により1982年に解体された、手塚治虫をはじめとするマンガ界の巨匠たちがかつて住み集い、若き青春の日々を過ごした「トキワ荘」を、多くのファンや地域住民の熱望によりマンガミュージアムとして再現されたものだ。写真や聞き取りにより、外観から間取り、描きかけの原稿やペンが置かれたマンガ家の部屋から、木造階段のギンギンと

鳴る音まで当時の姿を忠実に再現している。また、外壁や内装はあえて汚す演出を行ない、築10年の使い込まれたトキワ荘を再現し、さらに、建物以外にも「トキワ荘」と書かれた看板やマンガ家たちがよく利用した電話ボックスもミュージアムのアプローチに再現した。新たな施設は「マンガの聖地としま」の象徴として、マンガ・アニメ文化の情報発信拠点、マンガによるまちづくりを推進する地域の活動拠点としての役割を担っている。

東京都葛飾区は、区ゆかりの人気漫画「こちら葛飾区亀有公園前派出所(こち亀)」をテーマにした観光施設を整備、オープンは2024年度を予定している。こち亀の舞台となった亀有地区では主人公の両津勘吉らの銅像やデザインマンホールを設置するなどして、国内外から観光客を呼び込んできた。区は新たな観光拠点を整備し、「こち亀の街」としての魅力をさらに向上させたい考えだ。

「まんが王国とっとり」を謳う鳥取県では、2025年春に開館予定の「鳥取県立美術館」(写真⑩)で、「未来を”つくる”美術館」として、鳥取のマンガ家やポップ・カルチャーをさまざまな展覧会やプログラムで発信していく計画としている。

コロナ禍による「ニューノーマル」な体験は、フィジカルとバーチャルの狭間をなくし、テクノロジーを活用したファンコミュニケーションのツールとなった。

鳥取県立美術館



10

提供:横総合計画事務所 イメージ制作:ヴィックVicc Ltd.
プレサイト:<https://tottori-moa.jp>

建設:竹中・懸樋・丹青共同企業体
運営:アクティオ&丹青共同事業体
事業主:鳥取県

ECサイトでの商品購入は日常となり、SNSを通じ情報はリアルタイムに共有される。クラウドファンディングを活用した、ファン参加型の体験も増えてきた。

xRなどの最新技術を活用し、フィジカルとバーチャルを同一空間で「体感」する演出も日々の技術の進化に比例して今後ますますその価値を向上させていこう。メタバースやNFTなどの活用は、空間での「体感」を拡張する手法として今後もその動向に注目していきたい。

マンガ・アニメを活用した空間づくりは、その作品世界に「没入」「追体験」する「体感」の場から、テクノロジーと融合した「共感」の場として、フィジカルとバーチャルの狭間を行き交う新たな体験として更に価値を高めていこうと求められていこう。

人はフィジカルな体験がなくては生きていけない。生きるために、よりよい体験がしたい。それを支えるのがフィジカル空間であり、その拡張のためにテクノロジーを活用する。リハビリだって、バーチャル空間では成立しないし、フィジカルなコミュニケーションによって、こころも回復する。ゴールまであと少し、リハビリ頑張ろう。

※Anique(株)は、アニメやマンガ等のアートワークをブロックチェーン上で管理や取引ができるプラットフォーム『Anique』を展開し、新たなエンターテインメントを発信している企業。