

### 第3回 京都市コンテンツビジネス研究会 議事録

日時 : 平成21年3月25日(水) 午後1時30分～3時30分

会場 : 京都リサーチパーク4号館2階 ルーム1

出席委員 : 井汲委員, 稲垣委員, 宇田委員, 岡本委員, 齋藤委員, 坂田委員, 酒谷委員,  
佐藤委員, 砂田委員, 高木委員, 高橋委員, 滝口委員, 西谷委員, 細井委員,  
牧野委員, 三宅委員, 尹委員, 渡辺委員, 永井委員, 藤田委員, 江川委員

代理出席 : 清水委員(代理:清水氏), 土佐委員(代理:藤岡氏), 水嶋委員(代理:平松氏)

配布資料 : 1. 京都市コンテンツ関連企業アンケート調査結果  
2. 海外のコンテンツ産業支援政策の事例を通して(立命館大学・中村彰憲准教授)  
3. コンテンツビジネス研究会分科会展開(案)  
4. 京都のコンテンツ産業振興施策のイメージ(案)(参考資料)

議事概要 :

#### 1. 開会・委員紹介

- ・事務局より初回出席委員の紹介
- ・以降, 細井座長により議事進行

#### 2. 京都市コンテンツ関連企業アンケート調査結果報告

- ・事務局より配布資料1に基づき報告
- ・質疑応答

#### 3. 基調提案「海外のコンテンツ産業支援政策の事例を通して」

- ・立命館大学映像学部 中村彰憲准教授より配布資料2に基づき説明

#### 4. 意見交換

○人材を育てるには大変時間がかかる。中国で数年やったからといって原作が描けないのも無理がない。そう簡単には成功しない。『社長島耕作』の弘兼憲史さんにどうやって勉強するのかと聞くと、ブレーンがいて、その人と一緒に勉強したり現地調査をしたりするそうだ。同じことを若い人ができるかという、資金も知識もないのでできない。

○もう1つは、マルチな人間を育てる必要がある。わが社のクリエイターは音楽もプログラムもある程度わかり、原作も読み込んでいる。野球ゲームをつくる場合は野球の勉強もする。アメリカンフットボールのゲームは現地の人とルールを勉強しながらつくっている。大変な苦勞をして年をとって、やっと成功する。そういう人材を育てるには、長い目で取り組まなければなかなか難しい。

○中村先生のご報告にあった「暗黙知」とは、具体的にどのようなことをイメージされているのか。

- 産業によって違う。マンガであれば描画の表現やコマ割りなど、原作を絵として表現する技法は解説書を読んでも 100 分の 1 も理解できない。さらに、マンガの表現は日進月歩で進化しているので、細かい文章では形式化できない部分も含めてのノウハウがある。ゲームの場合はデザインの問題になる。アニメの場合もさまざまな技法があり、マンガと同様、解説本では描き切れない。それをすべて含めて「暗黙知」と言っている。
- 米大統領の演説草稿を書いた人物が、日本のマンガやアニメがなぜこんなに世界に浸透しているのかを調べにきた。半月ほどかけて日本のアニメ関係者の話を聞いて回り、そこで得た結論というのが「暗黙の了解」だった。コミックマーケットなどでは、明らかに盗作とわかるものが市場に出ている。取り締まらなければならないものが平然と提示されているのに、まねた若者もまねられた作家も、間に入っている管理者たちも暗黙の了解でそれを許している。そこから日本のマンガのエネルギーが生まれているのではという見方をしている。彼の妻は法律家だが、こんなことは許せないと机を叩いて抗議するほどショックを受けたと言っていた。私も同じように考える。日本は極度に自由であり、自由さを暗黙の了解で認めながらマンガ作家を育てている。
- 作家という個を育てようとしてもなかなか育たない。作家は読者とのコラボレーションとともに育ち、現場の中から生まれてくるものだ。作家が育っていく風土が「暗黙の了解」の中にあるのではないかと、学生や先生たちを現場で見ていると感じる。
- 埋もれている人たちは、今の育成システムの中で育てられなかったのか、市場の前でリジェクトされたのか、両方なのか。
- システムの中で残っていく人も命がけだが、命がけでも市場に淘汰される人がいる。しかし、その市場は日本だけの市場であり、日本でこの時代に埋もれた人が中国では成功するかもしれない。かつてはそういうセカンドチャンスはありえなかったが、今は ICT の高度化により実現が可能になっている。日本の一流作品ではないが、『ブルーキャット』のようなキャラクターなら発想転換とコラボレーションでできる。そういう可能性が埋もれているのではないか。一流の作家でも連載というシステムの外で新たなクリエイティビティが発揮できる場合もあるかもしれない。ただし、連載作家がそれにチャレンジするリスクをとるかどうかは別の問題になる。
- 中国は今第一ステージで、展示会に出てくるゲームやアニメも半分以上はコピーで、どこかで見たことがあるとか、昔見たようなものばかりだ。中国の社員もしばらくするとコピーは恥ずかしいと言い始め、そこからオリジナルをつくり始める。そこからさらに 10 年、20 年経ってやっと作家性が出てくる。最初は何かに感動してそれを普遍化できないかということでスタートするのであり、そういうプロセスを繰り返しながら作家は生まれてくるのではないか。

- 模倣から始まるということは、コンテンツ産業だけでなく全産業に共通する。
- まねを許しているから作家が生まれてくる。少女マンガの世界には同じようなものがたくさん生まれてしまっており、それをどう著作権で管理するかが課題になっている。音楽著作権協会は五線譜を使ってやっているが、マンガはあまりにも複雑な五線譜なので、著作権をどう管理していいかわからない。まねから始まったものを、今さらまねではないと認定するのかという問題がある。
- 私のマンガの先輩は「大学でマンガなど教えられるか」と言っていた。ではプロダクションで教えればどういう漫画家ができるかという、同じ漫画家ももう1人できるだけだ。イチローのような選手はジャイアンツにいる必要はない。ただし、ベースとなる「ゆりかご」はつくる必要がある。作家を育てるなどというのは傲慢であり、良いゆりかごがあれば勝手に育っていくという考え方だ。
- ドラゴンボールがいい例だが、せっかく日本のいいアニメがあってもハリウッドではああいふふう加工してしまう。他方で、アメリカ発のマーベル・コミックは忠実に作品としてつくり上げる。グローバルコンテンツ市場の環境を見る限り、アジアはアジアで独自のものを最大限展開していかなければならないのではないかな。
- 産業政策は出口としてビジネスになることが前提となるが、コンテンツ産業の場合は出口が文化と連動している。新しい文化の創造ということになると、次世代といっても大学の学生ぐらいをイメージされているのだと思うが、本当の次世代は読者である子どもたちだ。子どもをターゲットとするビジネスという大人の目線になっていて、次世代の人材育成のレベルもそのあたりで留まっているのではないかな。京都市教育委員会は京都国際マンガミュージアムと連携しているが、学校現場が関わったプロジェクトも生まれている。税金を使ってやる以上、初等・中等教育まで視野に入れた政策が必要ではないかな。また、海外へ開かれた状態で次世代とどうリンクするのか、世界の子どもを相手にするぐらいの視野の広さがほしい。
- コンテンツを理解する教育が重要であるという議論は既にあり、見る力、作品を評価する力を初等教育からやっつけようという動きはある。そこまで政策のスコップを広げることには確かに意義があるが、反面、政策の効果がわかりにくくなる懸念もある。しっかり議論したうえで、アウトプットと対象を明確化することによって方向性は定まるのではないかな。
- 子どもを中心とした国際交流をコンテンツを通してやろうというのは斬新でインパクトがあるアイデアだと思う。そちらの方向に向かうのであればそれでもいいし、他の地域のように経済的効果や新しい技術開発を促進したいという視点から見れば別の方向になる。それは戦略と戦術の問題であり、府・市や本研究会に参加している委員の方々がどう考えるかによって方向付けしていけばいいのではないかな。

- ビジネス化の中に子どもの視点を入れるべきだと言っているのではない。政策決定していく際に、戦術、戦略、手段のうち、手段に相当するフェスティバルをやったり成果を発表したりする際に、読者である子どもが参加する観点を盛り込んだり、映画祭で中学生や高校生が映画をつくってもいいのではないかと思う。
- 日本中が京都市の企業や地域や大学と一緒に人づくりや次世代教育に注目しており、そうした状況を考えても、初等・中等教育まで視野に入れてはどうかと思う。フェスティバルに子どもの視点を入れ込んでいくことによって、京都らしさを発揮できるのではないか。
- 先ほどから次世代という言葉が出ているが、この業界は変化が激しすぎて5年後もわからない。ここ数年でもモバイル業界では着メロから着うた、待ち受け画面も、動画画面が出てカメラが付いたとたんに市場がほとんどなくなる。ケータイマンガは年率2倍、3倍のペースで伸びている。非常に変化が激しいので、原作をつくることとビジネスに対応する人材を育てることは、二つに分けて考えなければならないのではないか。
- もう1つは、デザインだけやっている人はだめで、ほかのこともでき、なおかつデザインもわかっている人材を企業は求めている。芸大を卒業してもなかなか絵では食べられない現状がある。絵で食べられる人を育てたいのであればもっとマルチな教育が必要ではないか。
- この業界の変化のスピードが速いという指摘についてはそのとおりで、世代と社会と人間の好みの変化に対してビジネスモデルの相対速度が遅い。そういう意味では、人材育成を考える際には小学生も含めて全体をターゲットにしないと、そのスピードに追いついていかないことになる。
- 中村先生のご報告のもう1つのポイントとして「生産基地」があった。これは人材育成機関も含む地場のいろいろなリソースと組織と人の組み合わせの入れ物であり、広げればビジネスモデルということになる。その仕掛けをどうするかということで、シンガポールやハンブルグの事例をご紹介いただいたが、この点についてもご意見をいただきたい。
- 産業政策という視点で整理すると、目標に対して戦略と戦術を明確にし、コントロールしないと産業支援はできないというお話だったかと思う。何のためにやるのかと言えば、京都の持っているリソースで最大の効果を出すためであり、たたずまいはこれから育てるべきということではないかと思う。
- もう一つは、産業支援や地域活性化に、産官学がそれぞれの持っている機能やスキルを発揮してコラボレーションしながら取り組むべきというのが本日のご報告の2つ目のポイントだった。そういう意味では、この議論は単年度で、この研究会だけで処理できる話ではないと思うが、それをどうするのか。
- 恒常的機関としてのKRP（京都リサーチパーク）の活動の中では、コンテンツ分野についてどのような展望があるのか。

- KRP 地区には現在約 250 社が入居しているが、そのうち 30 数%が ICT 系の企業となっている。すでに入居企業の中でグルーピングされていて、それぞれがサポートし合いながらアウトプットを出している。
- 京都全体にリソースはあると思う。KRP 地区という話でなく、新たな文化としてどうものをつくり上げ外に出すか、産官学がそれぞれ機能を分担して取り組むシステムも必要ではなからうか。KRP(株)もそれに対する協力はしたい。
- 最後に、中村先生のご報告はアニメ制作が中心だったが、映画産業の観点からのご意見をいただきたい。
- 中村先生によるプロセス区分の中で、映画の場合、京都には制作基盤はあるが、企画・資金調達と販売が欠けている。われわれもそれを経営課題として取り組んでいるが、企画はどうしても有名な俳優が出演するというようなことに左右されるので、産業政策によってその部分を補うことはできない。ただ、国際共同制作ということで、違う文脈での企画の成立はありうるかもしれない。映画は2時間サイズのコンテンツだが、中国のように50時間の大河ドラマをつくる必要があるのかもしれない。そういうものづくりのニーズがあれば、日本的な企画や資金調達とは違う方法もありうるのではないか。
- 国際的な共同制作をしたいという需要は、例えばシンガポール側にもある。その根底にあるのが原作力の欠如であり、日本と国際共同制作条約を締結したいという構想もあるようだ。日本で何らかの助成金が出て開発ができる状況になれば、シンガポールも同額を出して倍にして制作するスキームが検討されている。日本では話題にもならないが、シンガポールとカナダでは実際に共同制作が進んでいるなど、日本がパッシングされている状況があり、機会損失になっている。
- 本日は中村先生から「原作力」という面白い提案があった。人材育成と都市としてのインキュベーションシステム、さらに京都の地場の力としての原作力という3つが提案のポイントだったと思う。本日は時間の関係もあるので、また次の機会にご議論いただければと思う。

## 5. 21年度の取組について

- ・事務局より21年度の取組として、配布資料3に基づき、「人材育成検討分科会」及び「ビジネスモデル検討分科会」を提案し、了承された

以上