マンガ展評論

Vol. 1

＊＊＊　目　次　＊＊＊

p.2　マンガ展示の作られ方

イトウユウ

p.7　講演会「マンガ展の作り方」報告

谷川竜一

マンガミュージアム研究会

2018.12.19

マンガ展示の作られ方

イトウユウ

はじめに

本稿の元となった金沢大学での講演のタイトルは「マンガ展示の作り方」だった。しかし、そこで話したことは、このタイトルから想像できる、プラクティカルな展示テクニックの話などではなく 、そもそもマンガをテーマにした展覧会がなぜ成立するようになったのかという社会的背景や、現在、どういった人たちがどういった意図でマンガ展を作ろうとしているのか、といったことだった。つまり、「マンガ展の作られ方」である。

1　日本における「マンガミュージアム」の成立背景

マンガの展覧会を考えるにあたっては、〈マンガ関連文化施設〉というものについても合わせ考えていく必要がある。マンガ展を含む展覧会というのは、一般的に、「ミュージアム」のような文化施設で開催されることで初めて「展覧会」と認識されるものであり、また、マンガ関連文化施設の存立背景を分析することが、マンガ展というものの困難と可能性を語ることにもなると考えるからだ。そこで、ここではまず、日本においてマンガ関連文化施設が成立していった歴史的背景についてまとめておきたい。

日本において、マンガミュージアムが次々と設立されるようになったのは 90 年代以降のことである。90 年代は、一言で言ってしまえば、マンガの社会的な地位が向上した時期と言える。大きなきっかけは、89 年に手塚治虫が亡くなったことである。このとき、マンガ業界内のみならず、マスメディアにおいても手塚の再評価が行われたことで、手塚が牽引してきたマンガ文化全体に対する社会一般の評価も大きく変わった。特筆すべき出来事としては、東京国立近代美術館で、1990 年に開催された「手塚治虫展」【図 1】が挙げられる。国が、手塚のマンガ作品を大々的に「芸術」と認めたという意味で、戦後マンガ史においてきわめて重要なイベントであった。

図 1

2000 年代初頭、欧米において、日本マンガブームが本格的に始まったことで、「文化」としてのマンガの意味は変質していく。グローバルな経済競争に勝つための強力な商品を探していた国が、「ソフトコンテンツ」のひとつとして、マンガを“再発見”したからである。

一方、当時の政府が強調していた新しい地域主義とも言える方針は、地方自治体の経済的な自立を促していた。このことは、パブリックな「文化」として取り上げやすくなっていたマンガを、地域活性のための「観光資源」として注目する地方自治体を増やす結果となったのだった。

２　マンガミュージアム、マンガ展の困難

こうして、現在も、地方自治体が関わるマンガミュージアムが次々と作られつつあるわけだが、すべての施設が期待通りの働きをしているとは言えない。

そもそも、マンガを、ミュージアムや展覧会という場で扱うこと自体、困難を伴うものである。その理由を一言で言ってしまえば、マンガは、〈現役性〉と〈大衆性〉と〈日常性〉によって特徴づけられた「ポピュラー文化」というものだからだ。

「ミュージアム」というのは元々、公的な価値が社会的に認められた上で、放置しておけば消えてしまうかもしれないと危惧されるモノを収集・保存する施設として、近代以降に確立した、一種の制度だ。一方、マンガというのは、社会的な価値や評価が付されることを拒否するかのように目まぐるしく変化し疾走し続ける〈現役性〉を持った文化であり、そこに一種の矛盾が生じるのは必然と言える。

また、〈日常性〉と深く結びついているマンガ文化を、一種の非日常空間であるミュージアムに設置することの意味も十分に議論されてきたとは言えない。この点については、後に考えてみることにしよう。

手軽な娯楽商品として発達してきた日本のマンガ文化はまた、年間約 7 億冊の本として発行される〈大衆性〉を有した文化でもある。ミュージアムの重要な機能のひとつは資料のアーカイブだが、その大衆性ゆえに膨大な数の資料を対象としなければならないという、これまでなかったような状況に、マンガミュージアムは直面していると言えるだろう。

３　マンガミュージアム、マンガ展の可能性

〈現役性〉〈大衆性〉〈日常性〉というものによって特徴づけられた「ポピュラー文化としてのマンガ」を扱うことの困難はしかし、逆に言えば、その困難を成立させている制度――「ミュージアム」や「展覧会」、そして「学問」というものを問い直す可能性も持っている。

３－１　マンガ展の「付加価値」――３つの立場

マンガ展やマンガミュージアムを運営する立場の最も大きなジレンマのひとつは、そもそも書店に行けば簡単に手に入るマンガ作品を、場合によってはそのマンガ本よりも高いお金を要求して、観てもらうための「付加価値」をどのように創出するか、ということだ。

この問いに関して言えば、おそらく 3 つの立場から、それぞれのアプローチで付加価値を設定し、マンガ展を作っていると思われる。

ひとつは、マンガ家自身が、展覧会やミュージアムを、作品発表のための新たな「メディア」とみなし、雑誌等の紙媒体ではできなかった新しい「表現」を模索する、という立場です。欧米のマンガ展ではしばしばみられるパターンですが、日本においては、マンガ家の井上雄彦が、展覧会に合わせて描き下ろしたマンガ作品を紹介する「最後のマンガ展」（2008 年）や「建築家・ガウディ×漫画家・井上雄彦展」（2014 年～）がその代表例だろう。あるいは、現代美術的な発想をもって、キュレーターが、マンガ作品を一種の「素材」とみなし、一種のインスタレーションとして展覧会を作るということもある。川崎市市民ミュージアムの学芸員であった金澤韻氏や、水戸芸術館の学芸員・高橋瑞樹氏がそうしたタイプだと思いますが、金澤

氏が担当した「横山裕一　ネオ漫画の全記録:「わたしは時間を描いている 」」展(2010年)【図 2】は、その意味では、「最後のマンガ展」と同じタイプだと言えるかもしれない　　。

図 2

ふたつめは、展覧会を、マンガという大衆娯楽商品が、さらなる利潤を産み出す場とみなす立場です。東京会場の入場者が 50 万人を超えた「ONE PIECE 展」(2012 年～)の成功以降、大手出版社が、本格的に「マンガ展市場」を積極的に作り出そうとしているが、全国を巡回しヒットした「進撃の巨人展」(2014 年～)【図 3】や「岸本斉史 NARUTO 展」(2015 年～)といった、出版社によるこうした大型展は、今後のマンガ展の主流のひとつになっていくと思われる。

図 3

「進撃展」や「NARUTO 展」では、いわゆるマンガ原画が大量に展示されている。しかしながら、原画が観られる、ということはおそらく、多くの来場者にとっての「付加価値」ではないようにみえる。このタイプのマンガ展の「付加価値」とは、取り上げた作品や作家のファンたちが、ファンであることを確認するためのリアルな「場」を提供していること、そして、そうやって集ったファンたちのために、一種の記念品として、そこでしか買えない限定商品を提供していること、である。その意味で、例えば、連日行列を生んだ「京都　黒子のバスケ展」(2015 年)【図 4】のような展覧会は、デパートの催事場における、規模も内容も全く異なっていた展覧会であるにもかかわらず、「進撃の巨人展」と同じ目的と構造を持った展覧会だったと言えるだろう。この展覧会には、いわゆる原画は一切出展されなかったが、キャラクターの切り出し看板と写真の撮れるコーナー、そして、限定商品を販売するショップで構成されていた。

図 4

もちろん、そうした展覧会の存在を否定することが、ここでの目的ではない。それこそ、〈現役性〉を持った娯楽商品としてのマンガならではの展開とも言えるからだ。し

かしながら、こうしたマンガ展は、今現在多くのファンを持ったキラーコンテンツしか取り上げない、という大きな制約がある。また、これらのマンガ展は、ファンがファンであること、正確に言えばマンガのキャラへの愛の「再確認」の場でしかないため、作品を別の角度から読み直すための新しい視点や解釈、情報が提供されることは、ほとんどない。

そこで、それらを提供する第 3 の立場によるマンガ展が必要になる。そして、そうした解釈の構築や、事実の検証を行うのが、マンガの学術研究である、と言える。逆に言えば、マンガ研究者でなければ、第 3 の立場においてマンガ展を作ることは難しいはずである。そして、そうしたマンガ展もいくつか作られるようになっている。大分県立美術館の企画で作られた「『描く！』マンガ展～名作を生む画技に迫る――描線・コマ・キャラ～」(2015 年～) は、監修者のマンガ研究者・伊藤剛氏による、「日本のマンガ文化とは、マンガを描く人をたくさん再生産するシステムを持った文化である」というコンセプトの元に作られた展示だった。しかし、驚くべきことに、こうした挑戦はまだ少ないと言える。一般の美術館・博物館においては、キュレーター＝研究者であることは自明のことだが、マンガ展を作ることとマンガ研究はこれまで、別々のものとして行われてきた。このことは、ほとんどすべてのマンガミュージアムに、研究スタッフが設置されていないことと無関係ではないだろう。

３－２　展覧会、ミュージアムという非日常体験が新たな日常体験を構成する

展覧会の意義はしかし、作品や資料の新しい解釈や情報を提供することだけではない。解釈や情報の提供だけならば、本というメディアでもことたりるからだ。大切なのはむしろ、展覧会というメディアだからこその体験をそこに用意できるかどうか、ということである。

ふだん行われている通常のマンガ読書が、きわめて〈日常性〉の高い体験であることを自覚することは、マンガ展を作る上では重要である。一般的に、ミュージアムや展覧会というのは、それ自体はもちろん、そこで展示される作品や資料も非日常性の高いものだが、マンガ作品そのものは日常的なものであり、それを非日常空間に設置する、という行為が引き起こす異化作用は、一般の美術館・博物館とは異なるからだ。

さらに重要なのは、マンガ展やマンガミュージアムという非日常における新しい形のマンガ体験が、日常空間にいわば“逆流”する可能性もあるということだ。作品の解釈や情報ではなく、展覧会というメディアが提案する新しいマンガ体験の仕方それ自体が、日常におけるマンガ体験をも変容させるのである。少なくとも筆者が勤めている「京都国際マンガミュージアム」は、そうしたマンガ文化の変化を観察するための、ある意味“実験場”と想定されている。

そうした変容が可能なのは、展示されるマンガ作品も、それを享受している読者も、〈現役〉であるところのポピュラー文化の一部だからである。例えば、縄文文化に関する展覧会がいかに斬新なものであっても、その時代に生きた人たちの生活スタイルに影響を与えることは決してないが、マンガを含むポピュラー文化の展示はそれが可能なのである。

（いとうゆう・京都精華大学国際マンガ研究センター 研究員）

《参考文献》

・伊藤遊「「マンガ展」における展示手法の類型化――展示手法共有のためのツール開発に向けて」『京都精華大学国際マンガ研究センター年次報告書　2017 年度』京都精華大学国際マンガ研究センター、2018 年
・河村健夫／伊藤信太郎編著『文化芸術基本法の成立と文化政策　真の文化芸術立国に向けて』水曜社、2018 年
・志賀健二郎『百貨店の展覧会　昭和の見世物 1945－1988』筑摩書房、2018 年

講演会「マンガ展の作り方」報告

谷川竜一

2017 年 11 月 2 日金沢大学において、京都国際マンガミュージアム・学芸員の伊藤遊氏による講演会を開催した。本稿は、講演会主催者による記録である。

マンガは過去において、美術館や博物館で展示に値する芸術や文化であるとは認識されていなかった、という話題から伊藤氏は講演を始めた。そのむかし、多くの人々はマンガを子ども文化の一つや、大衆の娯楽として眺めており、美術館で高尚な目を通して眺められるものとは正反対のものとして位置づけていたのである。しかし、その潮目は 1990 年に変わった。伊藤氏曰く、東京国立近代美術館で行われた「手塚治虫展」（1990 年 7 月 20 日-9 月 2 日）がその大きなきっかけであった。この展覧会により、マンガがアートシーンのなかに入り、その後 2000 年代を経て爆発的なマンガ展の増加に繋がっていったという。

写真 1

伊藤氏の講演は、こうした流れを振りかえりながらマンガ展示の歴史を解説していくものであった。また、同氏の講演の後、仁愛大学教授（現在・京都産業大学教授）・山中千恵氏および関西大学教授の村田麻里子氏にコメントをお願いした。いずれもマンガミュージアム研究会で議論を行ってきたメンバーであり、本講演会は伊藤氏の具体的な経験や知見を参加者に知ってもらいながら、他のメンバーのコメントを通じて多角的な視点や分野につなげることを目的としていた。その点で、本講演会は同研究会の成果発表の場でもあった。

さて、筆者の印象に残った話題のなかで、今後の参照点として書き残しておきたいことは伊藤氏自身のマンガ展示に対する評価基準である。たとえば、内容の薄い展示の典型例として、名の売れたキャラやイケメンあるいは萌えキャラなどをそのままパネルにし、単に置いているような展示が世の中には多くあるという。その展示対象のマンガが人気のあるものであれば、自動的に多くの来観者が見込まれるからであり、展示セットを最低限の努力で整備して、効率良く入館料を回収するという動機がそこにある。そして悲しいかな、実際に来観者は多くやってきて、自分の知っているキャラを見つけてそこで写真を撮って、来観者然とした振る舞いを楽しんで帰る。もちろん展示の前では例えば来観者同士でそれぞれのキャラに対する思いや記憶が吐露され、コミュニケーションが成り立っている場合もあるだろう。伊藤氏はそれを批判・否定しているわけではない。ここで彼が批判的に言及するのは、こうした展覧会がマンガファンのためのマンガ展になっており、新しいマンガファンを獲得したりそのマンガの別の読解などを用意したりする工夫が、多くの場合なされていない点だ。確かに、そうした

マンガ展はそのマンガのブームに乗った単なる「消費」とも言えなくない。新しい文化的可能性を、展覧会を通して意識的に「生産」していないのである。つまり、展覧会がマンガ文化に貢献しているかどうか、ということが評価基準として重要であり、その点を踏まえた批評を盛り上げることが今後より充実した展示を作る上でも大切なのだ。

写真 2

それでは、こうした安易な展示が作られてしまう原因は何だろうか。それは、マンガ＝若者文化であるといった思い込みや、マンガを展示すれば人が集まる、マンガを展示することが新しい、という期待がそこにあると伊藤氏は述べる。実際には日本におけるマンガはすでに文化的に成熟度を増しており、読み手も歳を重ねているし、展示の技法や技術も様々な場所で試行錯誤がなされている。しかし、そうした現実とは裏腹の思い込み（マンガ＝新しい、マンガ＝若者が喜ぶ、といった時代錯誤な思い込み）が、いまだマンガ展を行う動機として機能しているというのだ。

したがって事実をまず多くの人々が知り、その知見を共有したり、相互に批評し合ったりする場所が必要だ。筆者による本報告文が掲載されているこの媒体は、伊藤氏がそういう考えで用意したものでもある。

ここで報告文を書いている筆者自身は基本的に建築・都市の研究者であり、マンガの専門家ではない。しかしながら文化を通じたまちづくりや地域における博物館などに筆者も関心をもっており、そこにおいてもマンガのようなポピュラー文化は強い力を持っていることをよく感じている。たとえばマンガ文化に多大な期待が寄せられて、ご当地マンガやその地出身のマンガ家の作品が「活用」されたり、期せずしてある場所が「聖地」となることで多くの観光客が押し寄せたりする現象も、起こりはじめて久しい。これらを広義の「マンガ展示」あるいはその二次的現象と捉えることも可能だろう。こうしたことも含めて、マンガ展示批評の裾野は実は極めて広いと筆者は考えている。

本講演会では、マンガ展示を批評する際に着目すべき点を伊藤氏が語ってくれた。文化に生産的に関与し、それをより豊かにしていくことに寄与できているかどうか、という展示をめぐる視点は、今後より一般的に様々な分野と繋げて議論され深められていくべきである。そしてそうした場所が育っていけばよいと筆者も考えている。

（たにがわりゅういち・金沢大学新学術創成研究機構 助教）

『マンガ展評論』第 1 号

2015-19 年度科学研究費補助金報告書
「文化施設におけるマンガ展示手法の共有のためのツール開発に向けた研究（課題番号 15K01152）」

発行日　2018 年 12 月 19 日
編集/発行　マンガミュージアム研究会
（伊藤遊・谷川竜一・村田麻里子・山中千恵）
印刷　関西大学 印刷センター（関大パンセ）
表紙ロゴデザイン　三重野龍