

宝塚市立手塚治虫記念館における来館者調査
— 地域活性化のためのマンガ関連文化施設の実態と是非をめぐって —

村田麻里子 ・ 山中千恵 ・ 伊藤 遊 ・ 谷川竜一

宝塚市立手塚治虫記念館における来館者調査
— 地域活性化のためのマンガ関連文化施設の実態と是非をめぐって —

村田麻里子・山中千恵・伊藤 遊・谷川竜一

Visitor Survey at the Tezuka Osamu Manga Museum:
Do Manga Museums Really Promote Regional Development?

Mariko MURATA, Chie YAMANAKA, Yu ITO and Ryuichi TANIGAWA

abstract

This paper questions the purpose of manga museums intended to promote regional development. This has been a trend for more than 20 years in Japan, and Tezuka Osamu Manga Museum is one of the earliest museums established for such purpose. Through conducting a visitor survey and analyzing the visitors' movements and attitudes, we aim to understand what it means to adopt manga in a museum for regional development.

Keywords: Manga, Museums, Visitor Survey, Regional Development

抄 録

本稿は、宝塚市立手塚治虫記念館を取り上げ、館がいかなるコンセプトのもとに設計・運営されているのか、訪れる来館者がその空間をいかに受容しているのかに注目して行った調査結果を考察するものである。地域活性化・地域振興を掲げたマンガ関連文化施設の一例として、その現状を来館者の行動から詳細に繙き、地域振興という言葉が抱える矛盾や、そもそもマンガを博物館などで扱うことの意義や課題が見過ごされてきた点について分析・考察する。

キーワード：マンガ、博物館、来館者調査、地域活性化、地域振興

I. 本研究の射程

マンガを扱う公共文化施設は、地域や社会にとってどのような存在なのだろうか。90年代以降、町おこしや地域活性化を目的として、マンガ関連文化施設が主に市区町村単位で一定数つくられてきた。その背景には、マンガを扱うことで地域に外部から人やカネを呼び寄せ、経済効果を得ることができるのではないかというソフトパワーへの期待があった。こうした施設は2000年前後から急増しており、石ノ森章太郎萬画館（宮城県石巻市、2001年）、水木しげる記念館（鳥取県境港市、2003年）、青山剛昌ふるさと館（鳥取県東伯郡北栄町、2007年）などが次々と開館している¹⁾。

本稿では、その先駆的な事例として、マンガ家手塚治虫とその作品をテーマにした宝塚市立手塚治虫記念館をとりあげる。マンガ関連文化施設の地域における役割を論じるには、実際にその施設がどのようにマンガを扱い、マンガという素材でどのような活動を展開し、来館者がそれをどのように受容しているのかを、より詳細にみていく必要がある。そうすることで初めて、これらの施設が地域やコミュニティでどのように活用されているのかを考えることができる。そこで、本研究では、宝塚市立手塚治虫記念館の来館者を対象とする調査を実施した。

兵庫県南東部の宝塚市に位置する宝塚市立手塚治虫記念館（以下、記念館）は、1994年に開館した。1989年の手塚の死後、いくつかの地域で誘致の動きがみられたが、株式会社手塚プロダクション（以下、手塚プロ）と遺族の意志で、手塚が20年間過ごした宝塚市に設立されることが決定した。市民の意見や市議会の後押しもあり、建設計画は比較的スムーズに進んだといえる。建設当初、その予定地は宝塚ファミリーランドに隣接しており、相乗効果も期待されていた。

運営には市の職員が直接関わっており、指定管理者制度などによる事業委託は行っていない。現在は市の職員6名（常勤・非常勤を含む）で運営しており、受付業務や清掃業務は外部に、展示部分の企画制作は手塚プロに委託している。また、ミュージアムショップとミュージアムカフェも、手塚プロが管理・運営している。記念館は、市の組織としては産業文化部内の観光企画課²⁾に属しており、本来的には社会教育施設でありながらも、む

1) 正確には、市区町村によるマンガ関連文化施設の設立ブームには90年代半ば頃と2000年代初頭の二つのピークがある。「ソフトパワー」「コンテンツ」としての経済効果が本格的に期待されるようになったのは2000年代以降である。

2) 正確には、産業文化部 宝のまち創造室 観光企画課 手塚治虫記念館。通常、博物館行政は社会教育行政の一環とされ、教育委員会や社会教育部（課）などに属することが多いため、観光企画課の所属であることは特徴的である。京都市と京都精華大学が共同運営する「京都国際マンガミュージアム」（京都府京都市、2006年開館）を管轄

しる観光客誘致を通じた経済効果増大を目指すものとして当館が位置付けられていることがわかる。

では、こうした市の期待する「地域振興」は、記念館においていかに展開していったのだろうか。開館初年度は50万人以上の入館者数を記録して順調なスタートを切ったが、翌年には半減、その後も減少傾向にある³⁾。2003年には館のリニューアルを行うも、同年、宝塚ファミリーランドが閉園されることとなり、大きな効果を発揮することはできなかった。記念館は入館料と市の財源によって運営されており、入館者数の減少は市の負担増を意味する。市側の持ち出しが増加するにつれ、現在では館の存在意義を疑問視する声も出始めている。

このように、宝塚市立手塚治虫記念館は、多くのマンガ関連文化施設がそうであるように、市区町村単位でつくられ、地域の活性化に貢献することを期待されてきた。そして、やはり他の施設同様、厳しい運営状況に置かれている。

本稿では、記念館のこうした沿革や運営状況および館のスタッフからのヒアリングによる見地を重視しながら、来館者を対象とした調査のデータ分析を行う。とはいえ、その目的は地域活性化の方策について議論・提案することにあるのではない。むしろ、マンガを扱う公共文化施設をつくることイコール地域活性化という直接的で単線的な発想自体を問い直していこうとするものである。地域における文化施設の運営に関する議論は、多くの場合、いかに施設への観光客誘致を促進するかという議論ばかりがなされがちである。しかし、そうした問題設定からは、マンガ関連文化施設が「マンガ文化」と関わるものであるという視点が抜け落ちてしまう。マンガを扱うことが、実際に館にどのような効果や課題をもたらすのかを正面から問うことなくして、マンガ関連文化施設を地域活性化の起爆剤とすることは、そもそもできないのである。本稿を通じて、持続可能なマンガ関連文化施設を構想するうえで必要なこととは何かを考えていきたい。

なお、本調査は、文部科学省私立大学戦略的研究基盤形成支援事業（平成22年度～26年度）の助成を受けた成果である。調査を実施したわれわれ研究チームの目的は、公共文化施設とポピュラー文化（マンガはその代表例）の関係性を考えることであり、そのために、2009年には京都国際マンガミュージアム、2011年には宝塚市立手塚治虫記念館と広島市まんが図書館において調査を行った。

する市の部局は、当初は教育委員会であったが、2009年に産業観光課に移管された。

3) 宝塚市都市産業活力部産業国際室「平成プロジェクト手塚治虫記念館を核とした宝塚の活性化」[人と国土21] 33(2)、国土計画協会、pp.43-45、2007。

本稿では、このうち宝塚市立手塚治虫記念館に焦点をあてて論じ、京都国際マンガミュージアムの調査で得られた知見と適宜あわせて検討する。

II. 調査の概要

宝塚市立手塚治虫記念館の建設地は、JR及び阪急宝塚駅から宝塚大劇場に向かって東に延びる「花のみち」の先にあり、駅から徒歩7～8分の距離にある。敷地面積は860平方メートル、延べ床面積は1,395平方メートル、建物は東西に40メートル、南北に10メートルの長方形の平面で、建物は地上2階、地下2階建ての鉄筋コンクリート造である。

パンフレットによると、館の外観は「ヨーロッパの古城をイメージ」している。とりわけエントランス付近は「リボンの騎士」の王宮を再現したものとなっており、宝塚歌劇を中心に発信される街のイメージを引き継ぐものとなっている。エントランスに至る小道には火の鳥のモニュメントがあり、手塚作品のキャラクターの手型・足型が押されたタイルや街灯型のモニュメントが並んで、来館者を建物入り口へ誘っている。

館内は、1階が手塚治虫に関する常設展と上映施設「アトムビジョン」、2階が企画展とその他の設備（ミュージアムショップ、カフェ、「情報・アニメ検索機」⁴⁾、「手塚治虫ライ



写真1 記念館ファサード



写真2 記念館エントランスホール

4) 手塚アニメやゲームを楽しんだり、手塚治虫に関する情報を検索できる。写真5の手前にみえる設備で、特に子供達に人気がある。



写真3 記念館1階 常設展の様子



写真4 記念館2階 企画展入り口



写真5 記念館2階



写真6 記念館地下1階「アニメ工房」

ブラリー」⁵⁾、地下1階が「アニメ工房」の3フロアから成る。常設展では、手塚の子供時代の通信簿や落書き入りの小説などゆかりのもの、マンガ原稿や当時出版された単行本などの実物資料がSF的な意匠のカプセル什器で展示されている（このカプセルは「火の鳥」に描かれている「生命維持装置」を再現したものである）。2階の企画展は、年に3回入れ替わり、調査期間中は「osamu moet moso—feat.いとうのいぢー」（詳しくは後述）を開催していた。地下1階のアニメ工房では、パソコンを使ったイラスト制作やアニメ作成体験ができる。また、館内のいたるところに、手塚作品に登場するキャラクターのフィギュアや絵がちりばめられている。

調査は、記念館がいかなるコンセプトのもとに設計・運営されているのか、その結果、来館者がその空間をいかに受容しているのかに注目して行われた。具体的には、来館者が館内にどれくらい滞在し、実際に何をして過ごしているのかを把握するために、滞在時間調査及び、館全体を対象にしたトラッキング（tracking）を行った。また、館の運営コン

5) 壁に備え付けられた本棚に手塚作品が一通り並んでおり、椅子と机もある。本館2階の一番奥にあり、写真5でいえば「情報・アニメ検索機」の後方に位置する。

セプトや状況を知るために、記念館スタッフへのインタビュー調査も行った。

トラッキングとは、来館者の動線を把握する事を目的としておこなわれる追跡調査のことである。博物館における来館者調査の伝統的な方法論の一つで、対象となる空間の図面をおこし、そこに来館者がたどった経路を調査員が手で書き込んでいく。どこで留まったか、どこに視線を向けたかなども記号で書き込み、それ以外にも気が付いたことをメモする。館内での来館者の実際の行動や空間利用を把握するには最も有効な方法である一方で、年齢等の属性に関する正確な情報を知ることはできず、調査対象者が何を考えていたのかを明確にデータとして抽出することはできない。

今回のトラッキング調査は、京都国際マンガミュージアムに引き続き、館全体を対象としたものである。通常博物館研究において行われるトラッキングは、対象範囲を展示室に絞って行い、展示室内での来館者行動を記録・観察する場合がほとんどである。しかし、当館はチケットを購入すれば館内すべてを自由にまわることができる。また部屋も独立してはおらず、階段のある吹き抜けを通じて全体がつながっている。来館者の記念館での体験は、この全体性と関わっていることから、館全体の動線のみをみることが不可欠だといえる。

調査は村田・山中・谷川・伊藤の4名の共同研究として行われ、館の全面的な協力を得た。2011年5月2日(月)・3日(火・祝)に滞在時間調査及びトラッキングのパイロット調査と、スタッフへのヒアリング⁶⁾を実施した。2011年8月30日(火)の調査員アルバイトへの説明会を経て、企画展「osamu moet moso—feat.いとうのいぢー」の開催期間中である2011年9月1日(木)～9月5日(月)⁷⁾、および10月14日(金)の計5日間の本調査を行った。これは、平日と休日の双方を調査日に含めるためである。各日調査員を3組(計6人)フロアに立たせ、データを収集した。また10月14日(金)には、滞在時間調査も実施した。

Ⅲ. 調査の結果

期間中の来館者数は表1の通りである。年齢構成をみると、子供と学生の割合が低く、多い日でも両方を足して1割程度となっている。青少年社会教育施設であるにもかかわらず、子供の来館者数が少ないことがわかる。10月14日の滞在時間調査では、1日で138件のデータを得ることができたが、これは当日の全来館者147人の93%にあたる⁸⁾。彼らの当日

6) 記念館係長・松本由美子氏および館長・前川猛氏に話を聞いた。

7) ただし、9月3日(土)は台風上陸の悪天候であったため、調査を中止し、10月14日にあらためて追加調査を実施した。

8) 当日の来館者全員の滞在時間を測ることを前提としたが、調査を断られた場合など、測れなかったものが残りの

表1 調査期間中の全来館者数（トラッキングの人数ではない）

	大人		学生		小人		無料者		合計人数
8月30日(火)	172	63.2%	10	3.7%	25	9.2%	65	23.9%	272
8月31日(水)	109	60.2%	7	3.9%	8	4.4%	57	31.5%	181
9月1日(木)	78	72.9%	1	0.9%	1	0.9%	27	25.2%	107
9月2日(金) 台風	52	73.2%	0	0.0%	0	0.0%	19	26.8%	71
9月3日(土) 台風	128	77.1%	2	1.2%	5	3.0%	31	18.7%	166
9月4日(日)	217	71.9%	12	4.0%	21	7.0%	52	17.2%	302
9月5日(月)	130	84.4%	0	0.0%	0	0.0%	24	15.6%	154
10月14日(金)	122	83.0%	2	1.4%	2	1.4%	21	14.3%	147
合計(8日間)	1008	72.0%	34	2.4%	62	4.4%	296	21.1%	1400

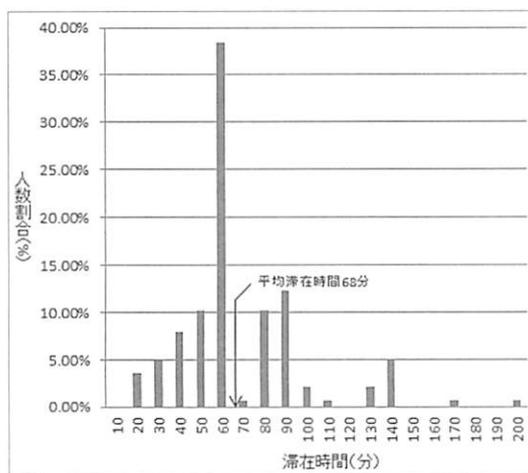


図1 滞在時間別分布割合グラフ

表2 トラッキング調査年齢別分布

属性	人数	性別	人数
小学生以下	3	男	1
		女	2
中高生	5	男	1
		女	4
20代～30代	28	男	15
		女	13
40代～50代	13	男	5
		女	8
60代以上	4	男	3
		女	1
合計	53	男	25
		女	28

の平均滞在時間は1時間8分、最長滞在者が10代の女性で3時間17分、最短滞在者が60代の男性で13分であった⁹⁾ (図1)。

次に、集まったトラッキングデータ53件の詳細をみると、上記年齢構成を反映してトラッキング対象者も中高生以下が少ない(表2)。調査の多くを占めたのが20代～50代までの青年～壮年層である。男女比はほぼ半分ずつとなっており、10月14日の来館者滞在時間調査の男女比から見ても適正な割合と言えよう。ちなみに対象者のうち1割弱は外国人であった。

トラッキング対象者の平均滞在時間は1時間15分であった。最長滞在者は10才前後の女

7%弱に該当する。

9) 滞在時間調査における来館者の年齢分類は、調査者の予測による。

性で、3時間40分を記録している。最短滞在者は15才前後の男性で、9分であった。こちらでも10月14日の滞在時間調査と照らし合わせても、この程度のばらつきは日常的にあるものと考えられる。

さて、館内におけるトラッキング調査の結果、典型的な動線は、1階の常設展を観覧後¹⁰⁾、階段で2階へ上がり、そのまま企画展を鑑賞、ショップやライブラリーやカフェなどの施設に立ち寄り、エレベーターで地下に降りるパターンであることがわかった。図2は館側の想定した動線を最も忠実に歩いた来館者のトラッキングデータといえる。次に、建物の構造的な問題からくる典型例として、常設展をみたあとに、階段ではなくエレベーターで2階へ上がり、企画展会場出口から入口に逆走する動線を描くというパターンもみられた。階段の苦手な高齢者や車椅子の利用者などをはじめ、かなりの数の人がこうした動線を描いた。詳細にみていくと多様な動きがみられるが、さしあたって大きくこの2種類の動線を描いている。

この一連のデータを、来館者の行動類型、すなわち行動パターンによる類型に分けて捉えてみると、記念館においては8割の来館者が、我々が「博物館型（M型）」と呼ぶ行動パターン¹¹⁾を示す結果となった。ここでM型とは、館の提示するマンガに関する展示物を「観る」ことを行動の中心としながら、館内を回遊するパターンのことを指す。そもそもマンガは綴じられた形式の「書籍」という媒体を開いて読むことで受容されるものであり、文化施設という空間にマンガが配置される際にも、そうした提示・受容の仕方がなくなるわけではない。一方文化施設でマンガを展示物として観ることは、マンガの受容としては本来特殊な方法であるが、多くの施設が実践している。マンガ関連文化施設のほとんどが、なんらかの形で両者を取り入れており、その比重や取り入れ方は様々である。我々がマンガ関連文化施設における来館者の行動パターンを「博物館型」と「図書館型」に分けているのは、来館者の行動がマンガを施設に収めることのこうした特性と関わっているからである。

本調査における行動類型としては、「博物館型（M型）」のほかに、館内でマンガ本を読むことが行動の中心となる「図書館型（L型）」、参加型イベントを体験したり、ゲームやインタラクティブな展示に接することが行動の中心となる「ワークショップ型（W型）」が

10) 入り口を入ると、2階に上がる階段と地下に降りる階段が目前にあるが、受付を済ませる時、スタッフによって、左横から入る常設展に誘導される。

11) こうした類型は、京都国際マンガミュージアムを分析した際に使用したものである。詳細は、村田麻里子・山中千恵・谷川竜一・伊藤遊「京都国際マンガミュージアムにおける来館者調査——ポピュラー文化ミュージアムに関する基礎研究」『京都精華大学紀要』第37号、2010を参照されたい。

宝塚市立手塚治虫記念館における来館者調査 (村田・山中・伊藤・谷川)

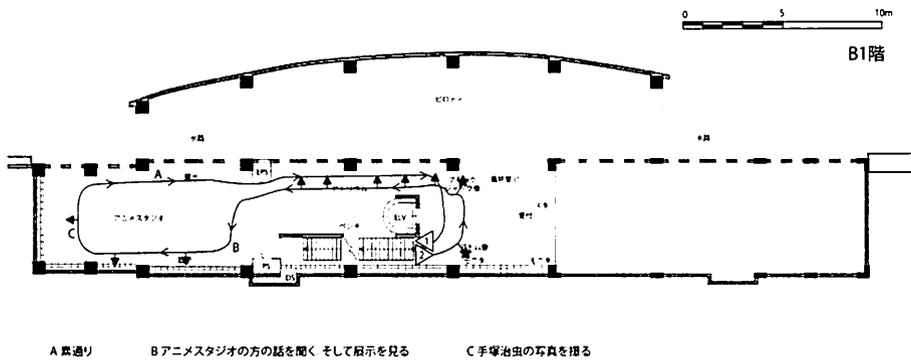
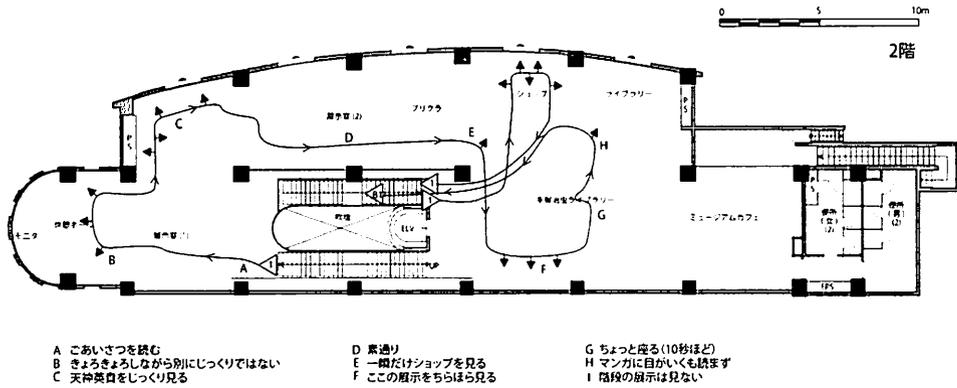
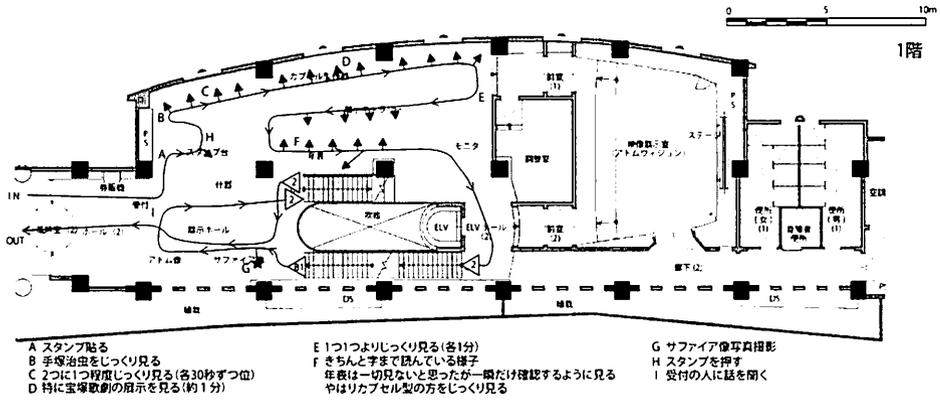


図2 トラッキング図 典型データ

みられたが、今回の調査では、M型が最も多く43件、L型は1件、W型は9件だった(表3)。このM型の多さとL型の少なさ、2割程度のW型の存在は、当記念館が、図書館としての機能をほとんど持たない、一部体験型の、しかし典型的な博物館であることをよく示していると思われる。

表3 トラッキング調査行動型別人数表

M	43	13歳以上	43	男	23
		12歳以下		女	20
L	1	13歳以上	1	男	
		12歳以下		女	1
W	9	13歳以上	6	男	2
		12歳以下	3	女	7
合計	53	13歳以上	50	男	25
		12歳以下	3	女	28

また、先述のように、トラッキングデータの傾向をみると、来館者の大部分が比較的同じような動線をたどっており、館にあらかじめしっかりと動線が想定されていることが読み取れる。これは、典型的な動きというものがほとんど存在しない京都国際マンガミュージアムとは対照的である¹²⁾。

もうすこし、京都国際マンガミュージアムとの違いを確認しておこう。京都国際マンガミュージアムでは、博物館的な行動と図書館的な行動とが混在している来館者が多く、M型・L型のどちらの類型にも分類できないようなパターンが多数みられたが¹³⁾、当記念館における53件のデータのうち10件を除いたほぼすべてのデータが、容易にM型の行動類型に分けられたことは、両館の差異であるといえるだろう。逆に、京都国際マンガミュージアムでは3割の来館者が主軸とした図書館的行動——同記念館で言えば、2階に設置された「手塚治虫ライブラリー」で、腰を落ち着けマンガ本をじっくり読んだりするような行動——は、記念館においてはわずかにとどまり、L型として類型化できるものや、M型・L型のどちらにも分類できないようなパターンはほとんどみられなかった。また、一部の来館者には、展示をほとんど鑑賞することなく、マンガ本を読むこともなく、ワークショップに参加したり、ハンズオンの機器操作をしてほとんどの時間を過ごすW型の行動類型もみられた。このような類型は、京都国際マンガミュージアムにおいても見られた。

12) 村田・山中・谷川・伊藤、前掲論文。

13) 村田・山中・谷川・伊藤、前掲論文。

以上のことをまとめると、記念館は、まず、来館者に博物館的な振る舞いを促す場所となっていることが確認できる。だがこのことをもって、マンガを扱わない一般の博物館と、当記念館が同じであるとみなすべきではない。

この記念館の来館者の特徴的な行動として、同じ来館者でも1階の常設展の見方と、2階の企画展の見方が異なることが挙げられる。記念館の来館者の多くが、1階の常設展を、程度の差こそあれ、一通りみて回ろうとする。来館者によっては、特定の展示前で立ち止まったり、なにか反応を示したりする様子も記録されている。それに比して、かなりの割合の来館者が2階の企画展では通過するだけという行動を示した。

先述のように、常設展は手塚治虫という人物そのものに焦点を当てており、手塚の偉業を紹介するというこの館の方針に最も沿った部分である。一方、今回の企画展である「osamu moet moso—feat. いつものいち—」展¹⁴⁾は、手塚を含む伝統的なマンガとは異なるファン層に受容され、通常「萌え系」「アキバ系」と呼ばれているジャンルにまで踏み込んだ、当館の企画展の中でも異色の展覧会である（図3）。展示スペースは、萌え系アーティストらによる鉄腕アトムやブラック・ジャックなど手塚キャラクターの二次創作イラストを展示する部分と、「涼宮ハルヒの憂鬱」シリーズのキャラクターデザインなどで知られるいつものいちの作品を展示する部分とから成る。当館では、常設展も企画展もチケットの区別なく入れる仕組みになっているが、動線を確認すると、この企画展を熱心にみる客層はきわめて少数であることがわかる。このこと自体は、記念館の普段の来館者層から考えると自然なことと思われるが、興味深いのは、企画展に関心を示す層が逆に1階の常設展を素通りし、ほとんど関心を示さないことである（図4）。

次に、写真を撮るという行動が目立ってみられるのが、当館の最大の特徴である。日本の博物館（や図書館）の多くが撮影を許可しないこともあってか、仮に許可されているところであっても、来館者が写真撮影をする光景はさほどみかけない。しかし今回の調査で



図3 企画展ポスター

14) 2011年7月1日～10月24日開催。「osamu moet moso」展自体は、2010年9月の東京・秋葉原での開催を皮切りに手塚プロが人気のクリエイターたちとコラボレーションしながら全国展開しているもの。記念館の企画では、「萌え」イラストのスターで、兵庫県出身のイラストレーター・いつものいちの作品を紹介するオリジナルパートが加わっている。

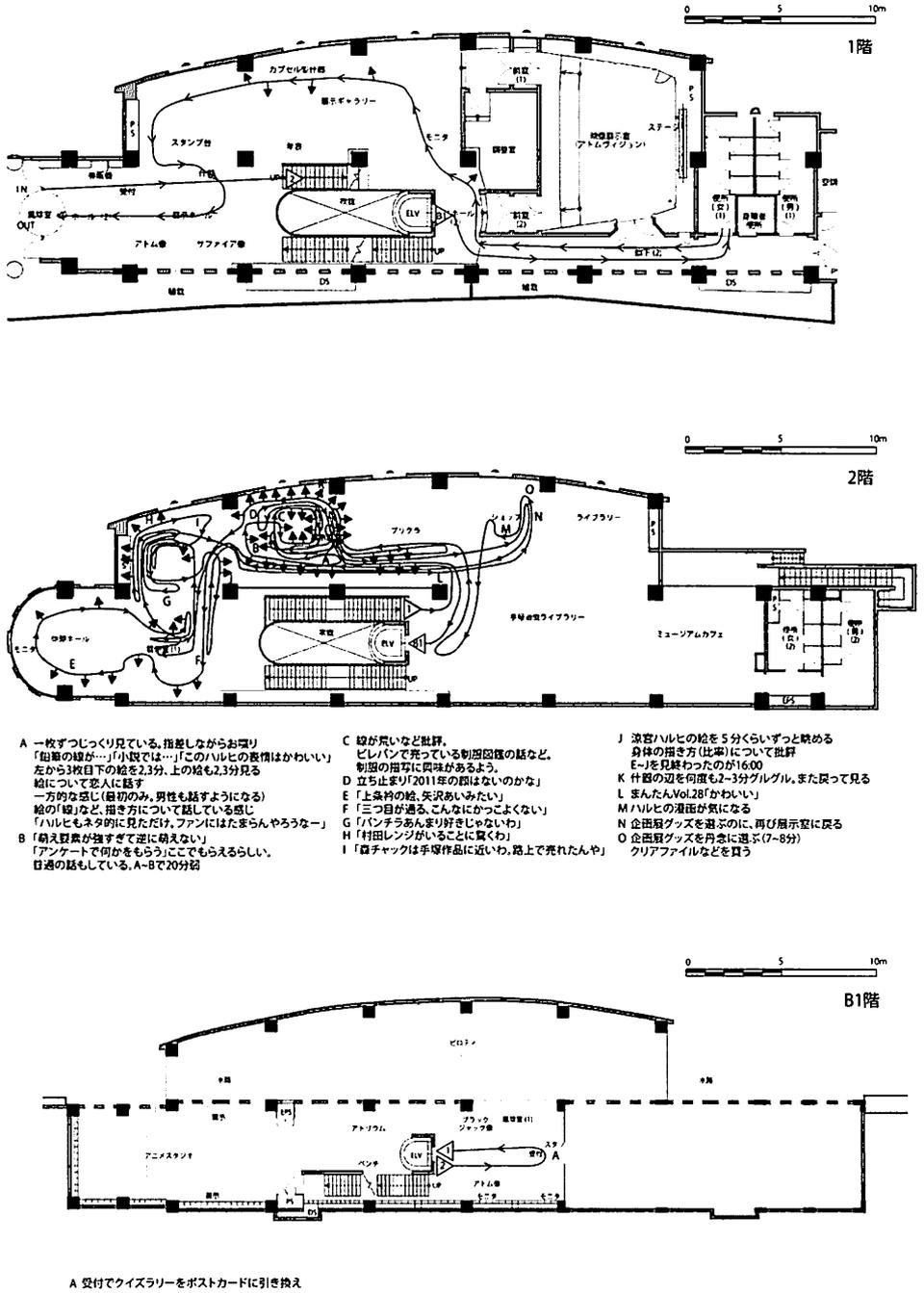


図4 トラッキング図 企画展集中型の典型データ

は、3人に1人が少なくとも1度は、そしてほとんどの場合は数回にわたり撮影しており、被写体は主に館内にちりばめられたキャラクターのフィギュアやイメージである。2人連れ以上の場合は、お互いを入れて撮り合う場面も多く見られ、マンガを扱う文化施設の最もテーマパーク的な側面を映し出しているといえよう。

最後に、マンガを扱う館でありながら、手塚のマンガが並んでいる「手塚治虫ライブラリー」にほとんどの人が立ち寄らないということが指摘できる。これは、京都国際マンガミュージアムと比べるときわめて特殊な状況であるといえる。そもそも記念館の空間的な配置からしても、マンガ本を読んでもらうことに重きを置いていないことがみえてくる（詳しくは後述）。マンガをミュージアムで扱う際に、どのようにマンガをみせるのか—原画を展示するのか、キャラクターをみせるのか、本来流通しているマンガ本という形態そのものをその場で読んでもらうのか—という問題と直結しており、先に指摘した、ほとんどの来館者が博物館型の行動をみせるということと関連している。

IV. 調査の考察

ミュージアムの来館者は、Ⅲで示したような特徴をもつ行動をとっていることが明らかになった。つまり、①館が設定した動線に沿う観覧、②写真撮影の多さ、③1階と2階での観覧密度の差異の存在、④館におけるライブラリーの意義の低さ、の4点である。以下では、これらの関係性をふまえて、より深く記念館の特徴を考察していくこととする。

まず、館の設定した動線にしたがっておおよそその人が同じようなルートをとって行動していることは、どのように解釈できるであろうか。実は、このようにほとんどの人が一通り館内を回ろうとするのは、来館者が博物館における「正しい」行動の在り方として、館内は全て回るものであるという想定をしているからである。その結果、ほぼ全ての人が動線としては「博物館型」に分類できる行動を示すのだが、実際には歩きながら展示を素通りしているだけで、ほとんど展示をみていないケースがかなり多いことが、行動や滞在時間のデータから読み取ることができる。したがって、来館者は博物館における「正しい」行動と、辿るべき動線を理解しており、記念館側も、そのような「博物館的身体」を来館者に期待しているといえよう。ちなみに、ここで言う博物館における「正しい」行動とは、館内で行儀良く振る舞い（大声を出さず、走らず、展示に触らない）、順路通り観覧し、館側に提示されたものは一通り全て受容し、そこからなんらかの新しい知識や知見を得て博物館を後にするべきである、という認識や身体を有す行動のことである。これは、本人に意識されているとは限らない。博物館は社会教育施設であり、啓蒙されるべき空間である

という認識は、近代以降の身体を持つ我々が自然と身につけているものである¹⁵⁾。

館の要求する身体性には、もう一つ、写真撮影へと向かわせるものがあつた。キャラクターをみつけては写真撮影に臨むような身体は、きわめてテーマパーク的な振る舞いであり、「正しい」博物館の身体とは異相にある。つまり、記念館は、博物館型の空間構成により、博物館型の動線を誘発しておきながらも、一方でこうしたテーマパーク的な振る舞いを誘発する装置が館内の随所にちりばめられており、来館者はこうした二重性に身体をその都度適応させながら、あるいは時に混同しながら、動いていることが読み取れる。その証拠に、常設展は撮影可能であるが、彼らがカメラを向けるのはキャラクターのフィギュアやイメージのある場所のみである。一方で、テーマパーク的雰囲気にはきずられて、観覧中のおしゃべりは通常の博物館より圧倒的に多い。

では、記念館においては、「正しい」博物館的な振る舞いと、テーマパーク的な振る舞いが共存しているということは、何を意味しているのだろうか。

ここで注目すべきなのは、先の1階と2階の密度の問題である。「正しい」博物館の身体を持ちながらも、狭い館内において、このような差が出てきてしまうのは当館の特徴である。ここには、マンガの展示を、正しく博物館的に読み取ることとはいかなることかをめぐる「不確かさ」が見いだせる。

1階の常設展は人物顕彰館的なフォーマットで手塚を紹介する展示になっており、その結果、来館者は「偉人」としての手塚を資料から読み取ることが求められている。一方、2階の企画展では、美術館で原画を鑑賞するようなスタイルでイラストが配置されているため、博物館の中でももっとも「正しい」身体を求められる美術館¹⁶⁾同様の振る舞いが期待されることになる。一般的に言って、来館者は1階の常設展にあるような偉人伝の語りを受容する能力(リテラシー)は、比較的持っている。幼少期からの子供向け偉人伝や学習教材、あるいは「情熱大陸」¹⁷⁾のようなテレビ番組やスポーツドキュメンタリーのような個人のライフストーリーを追う語りは日常にあふれており、なじみの深いものである。したがって、その偉人がエジソンであれ、ピカソであれ、マンガの作家であれ、比較的抵抗なくその語りに入っていくことができる。一方で、企画展で求められている、原画と直接

15) ミシェル・フーコーが「規律・訓練」と呼ぶ類の行動の一環である。

16) 美術館 (art museum) は、博物館 (museum) の中でも絵画、彫刻、インスタレーションなどの芸術 (アート) に特化した館を指す。ホワイトキューブ (装飾の一切ない真っ白で直線的な空間) に、基礎情報以外の情報を極力廃して原画 (オリジナル) そのものをみせようとする特徴があり、来館者に美術史の知識や、作品と直接向き合うリテラシーが備わっていることを前提としている。博物館が「高級文化 (ハイカルチャー)」と言われるとき、美術館を指している場合も多い。

17) 毎日放送 (MBS) 制作。TBS系列局で1998年4月より放映開始。

向き合うような美術館的な振る舞いや読みは、多くの人にとってはなじみが薄く、ハードルも高い。また仮にそうしたリテラシーを身につけていたとしても、いや、身につけていればこそ、対象がマンガであることに戸惑うという者が多いだろう。

つまり、一見博物館的な行動にみえる記念館での振る舞いは、社会教育施設の求めるそれと合致しているかにみえるが、そこにあるマンガ展示という要素が、博物館的な意味で「正しい」見方をするには、おさまりの悪いメッセージを発してしまうのである。換言すれば、そもそもマンガの社会的な意義が一般的に見出されていない中で、マンガに関する社会教育的なメッセージを発信することの意義自体はさらに曖昧であり、その結果、当館のような施設のメッセージも、おのずと曖昧化してしまうのである。そしてそれを受け取る人々も、マンガに関する展示を見る身体を持たないし、展示によってそうした身体化の契機を獲得することも、現状ではできない。

その結果、上記のような1階と2階で要求されるリテラシーが異なるという二重性や、テーマパーク型の身体を呼び寄せてしまうような館内の意匠により、館内における行動は、一見「博物館」的な動きにみえたとしても、その内実は常に曖昧化されてしまうのである。

さて、先にⅢの調査結果で館内ではライブラリーを利用する来館者がほとんどいないことを指摘したが、このことと上記の現象は実はつながっている。1階が手塚の人物に迫るものであるとするならば、2階の企画展とライブラリーは、本来手塚の作品に触れることのできるコーナーと位置づけられている——企画展は手塚の人物像ではなく作品の展示を通して、そしてライブラリーでは直接手塚のマンガ本が読めることを通じて。にもかかわらず、2階は美術館的なリテラシーがマンガ作品に触れるのに必要となり、またライブラリーの本は館の奥まったところに本棚が配置されマンガが並んでいるだけである。しかし、博物館という空間でマンガ作品を提示するということは、単に原画や本を並べ、来館者が自分の意志で作品に触れてくれるのを期待することではないはずだ。

作家の人間性でなくマンガの作品それ自体に迫ろうとする展示は、企画する側にとっても、受容する側にとっても、簡単ではない。それが容易ではないのは、前述したとおり、マンガが「書籍」という綴じた形態をとり、一人で「読む」という行為を伴う印刷媒体だからでもある。それを展示するには、新しい見せ方を生み出さなくてはいけない。つまり、いかにマンガを展示するのかという問いは、マンガをどのようなメディアとして見せ、そして読ませるかを含んでいる。

このように考えると、実はマンガの展示に定型が存在しないというだけではなく、読者にとって最も身近に作品に接することができるマンガ本という媒体を公共文化施設の空間

でどのように読ませたり、さらにいえば、そもそもマンガを読んだりする行為を博物館等の文化施設においていかに位置づけていくのかにも、いまだ定型がないということがわかる。確かに、マンガ喫茶や書店のような空間でのマンガ読書は存在する。しかし、公共文化施設においてマンガを読むという行為は、はたしてこれらと同様なのだろうか。こうした問いに応えられるような、博物館内での読書行為の位置づけを考えること、つまり、私たちが普段手にしている書籍としてのマンガ本をどのような形で館内に設置するのかは、マンガをどのように展示するか、という問題と同等に考えられるべき問題なのである。

記念館の問題としてこれを捉え返すならば、ライブラリーという作品と直結する部分に来館者があまり関心を示さないことと、館がその部分について深く考えてこなかったことは、どちらもがミュージアムの収蔵品が「マンガである」ことに十分に目を向けていない、という事実を示している。もちろん、これは当記念館だけの問題ではない。より公共的な文脈や、抽象化された文脈においてマンガ作品を提示する文化は、全国的にみてもまだ未成熟なのである。

以上のように、記念館の来館者行動から見えてくるのは、マンガという文化を博物館においていかに呈示し、それを読み取る身体を形作っていくのかという思想の不在である。マンガ関連文化施設に来るからこそ得られ、生み出されるマンガの読み方・楽しみ方や、それによってマンガ文化が豊かになるような施設の「貢献」が、見積もられていないのである。これは、マンガを収める文化施設が、マンガ文化という資源を利用しつつ、その再生産過程において、マンガ文化それ自体に対し、なんらかの還元を行えていないことを意味するのではないだろうか。そこには、そうしたサイクルによって成り立つ、持続可能なマンガ文化という発想に対する未成熟が見て取れる。地域に根差した持続可能な文化施設が成立するためには、その施設が、広がりや深度を誘発する形での文化への貢献を目的とすることが必要とされるのではないだろうか。

V. まとめと展望

調査結果から見えてきたのは、記念館が従来的な意味での社会教育施設と、経済効果を見込まれたテーマパーク的施設という二つの目的によって、それぞれの効果が減じられているという状況である。これは、当館が青少年社会教育施設として構想されながらも、教育委員会等ではなく観光企画課の管轄下にある、ということからもある程度予想されたものであった。だが記念館における根本的な問題は、上記の二つの目的が矛盾するものであるとか、相反するものであるとかいうような部分にはない。むしろ、その中身が十分に問

われていないところに問題があることがわかる。

記念館は、従来存在する「偉人伝」や「原画展」といった枠組みで展示をおこなうなど、来館者に社会教育施設として博物館的な行動を求めるつくりになっていた。このため、記念館の建物やフィギュアが発するテーマパーク的なメッセージを読み取った来館者の行動は、やや抑制されることになる。その一方で、何を教育する施設であるのかも、明確ではない。そのことによって、テーマパーク的な消費以上の何かを、来館者にもたらすことができていても言い切れない状況を生んでいるのである。この状況は、当館がこのような施設として先駆的な存在だったこととも当然関係しているだろう。マンガがマンガのまま収まることを許されなかった環境や時代だったからこそ、敢えて既存の博物館展示の枠組みに落とし込むカタチを採ったという。しかし、その後こうした施設が増えてゆく中で、歳月を経た記念館は、現在行き詰まりをみせている。今後こうしたマンガを扱う公共文化施設に求められているのは、上記の課題を超える新たな枠組みを生み出すための試行錯誤や実験ではないだろうか。そして、記念館では、手塚の作品を読み継ぎ、語り継ぐために必要な展示や設備を模索していく必要がある。

実際館の運営にあたっている市の職員に、こうした矛盾を超えて新たな形を目指したいという意欲がないわけではないことは、スタッフのヒアリングからも充分伺える。本来、マンガを扱う公共文化施設は、他の様々な文化事象を扱う文化施設がそうであるように、マンガ独特の展示法の開発など、マンガ研究ひいてはマンガ文化そのものの活性化に努める場となることも期待されている。しかし、当館は、手塚作品をいかに来館者にみせていくのかという試行錯誤を行う場として機能させるには、組織的・構造的な制限があまりに多い。ひとつには、マンガというコンテンツは、博物館という施設が一般的に対象としているモノとは異なり、公共財として扱うことが難しいということが挙げられる。現在進行形で市場に流通し、企業が著作権上の権利を一手に保有するマンガという「商品」を扱う以上、それを管理し、利益を出している出版社やプロダクションの意向を最優先せざるを得ないのである。記念館では、常設展・企画展のいずれも、その制作が手塚プロに外注されている。記念館の職員は、手塚治虫に関する研究者や、学芸員・博物館専門職員のような展示の専門職員ではなく、プロダクションが作った内容を管理・運営する役割しか期待されていない。言い換えれば、記念館の職員は、「何をメッセージとして発信するか」という内容にかかわる部分——それが新たなマンガの読みを生み出すような可能性を秘めた社会教育的なものであれ、観光政策的なものであれ——の操作可能性をほとんど持たないのである。実は多くの市区町村単位のマンガ関連文化施設には共通してこうした構造上の問

題がある。

市および記念館が、マンガというコンテンツに、経済活性を通じた地域振興の核になることを期待して、こうした構造を甘受しているという面がないわけでもないのだろう。しかし、仮にそうだとした場合、一企業の利益追求が、地域の経済活性に直結するわけではない。ここでは、「地域にマンガをもちこむこと」あるいは「地域にマンガの文化施設をつくること」の意味を、もっと根本から問い直す必要があるだろう。市が文化施設をつくることは、そこに文化的貢献が目指されるということだが、実際には文化的貢献（ここではマンガ文化への貢献）の意味や、地域振興にこめられた経済効果以外の意味が十分に検討されないまま「マンガ関連文化施設による域活性化」が議論されている。その結果、経済効果自体も現実的には達成されない事のほうが多い。

いや、そもそも「地域振興」という言葉が何を指しているのかを問い直す必要があるだろう。観光客を増やし、その地域に落ちるカネを増やす仕組みを作ることのみが、地域振興ではない。比較的裕福な層のベッドタウンとして成立している同地域の住人にとって、この地が観光地としてにぎわいを見せること自体に、さほど関心がないとも言われている。そうした地域住民にとっての「地域振興」とは、記念館が発信し続ける知的欲求を満たすサービスを期待して集まってくる住民間のコミュニケーションの活性化なのかもしれない。

重要なのは、こうした文化施設の持続可能性だろう。そして、マンガ関連文化施設の持続的な存立の可能性は、地域振興と、文化貢献（マンガ文化への貢献）あるいは文化の持続性の双方が相互に関係したところにしか存在しないのではないのか。

最後に、今回の調査および執筆にあたり、惜しみない協力をしてくださった宝塚市立手塚治虫記念館の係長松本由美子氏、館長前川猛氏およびスタッフの皆様と、株式会社手塚プロダクションの福井由士人氏に厚く御礼申し上げます。

【参考文献一覧】

- 石井泰一「宝塚市における文化観光推進方策の検討——宝塚市立手塚治虫記念館を事例として」政策研究大学院大学2009年度修士学位論文、2009
- 稲泉連「ようこそミュージアムへ6 手塚治虫記念館」『潮』532、pp.190-193、2003
- 奥田奈々美「日本のまんが博物館——その現状と課題」『博物館研究』Vol.39 No.10、財団法人日本博物館協会、2004
- 表智之・金澤韻・村田麻里子『マンガとミュージアムが会うとき』臨川書店、2009
- 水木しげる（監）五十嵐佳子（著）『こんなに楽しい！妖怪の町』実業之日本社、2006

- 宝塚市都市産業活力部産業国際室「平成プロジェクト手塚治虫記念館を核とした宝塚の活性化」【人と国土 21】33 (2)、国土計画協会、pp.43-45、2007
- 竹内真一「〈文化MONO語り〉見て、触れて、感じる手塚治虫の世界 手塚治虫記念館を訪ねて」【子どもの文化】28 (6)、日本児童文化研究所、pp.36-39、1996
- ドリルプロジェクト（編）【聖地巡礼NAVI——アニメ&コミック】飛鳥新社、2010
- 中村伊知哉・小野打恵（編）【日本のポップパワー】日本経済新聞社、2006
- 原田安啓「ちょっと気になるLibrary 6 宝塚市立手塚治虫記念館」【図書館雑誌】88 (9)、日本文庫協会、pp.698-699、1994
- 増淵 敏之「物語を旅するひとびと——コンテンツ・ツーリズムとは何か」彩流社、2010
- 村上知彦「達人がいく4 宝塚市立手塚治虫記念館に村上知彦がいく」【図書館の学校】73、pp.12-16、2006
- 村田麻里子、山中千恵、谷川竜一、伊藤遊「京都国際マンガミュージアムにおける来館者調査——ポピュラー文化ミュージアムに関する基礎研究」【京都精華大学紀要】第37号、pp.78-92、2010
- 山中千恵、伊藤遊、村田麻里子、谷川竜一「人はマンガミュージアムで何をしているのか——マンガ文化施設における来館者行動と〈マンガ環境〉をめぐって」【マンガ研究】17号、日本マンガ学会、pp.76-85、2011
- 山村高淑【アニメ・マンガで地域振興】東京法令出版、2011
- 「人物ミュージアム紀行14 宝塚市立手塚治虫記念館 マンガを文化に変えたマンガ家」【あさひ銀総研レポート】11 (5)、あさひ銀総合研究所、pp.65-68、2002
- 「とくとく情報館東京飛鳥山3つの博物館、宝塚市立手塚治虫記念館」【月刊消費者】515号、Consumer、pp.62-64、1998

—2011.12.11受稿—