

2021年は国際マンガ研究センター（以下IMRC）が創設されて15年を迎える節目の年であった。IMRCは、マンガに関連した研究を多角的に行うべく、京都国際マンガミュージアムの中核を担う研究機関として、これまでに数えきれないほどの企画展、シンポジウム、国際会議、資料の収集・保存・活用、調査等を、国内外の組織と連携して展開し続けてきた。本報告書の上梓にあたり、まずはここで15年の間に亘り、IMRCの活動にご協力頂いた関係者の皆様に、そして各種イベントにご参加頂いた方々に厚くお礼を申し上げたい。

本年もこれまで培ってきた経験やネットワークを活用して、展示会、講演会、コンペティション、アーカイブ事業等を、産官学連携の体制によりグローバルに実施した。これらの中でも、特に新しい方向性として芽生えてきているのが、コロナ禍という時代背景の後押しも大きくあり、オンライン活用による活動の進展である。例えば、展示会会場に来場できない方々のために展示会の様子をインターネット配信すると同時に、リアルタイムで作家の方による解説を加えたり、昨今ミュージアムの運営における資金調達は大きな課題であるが、オンラインイベントの有料化を試みたりしたことは手ごたえがあった。広く一般から作品を募るオンライン・コンペティションでは、まさに「国際」というセンター名に冠する通り、世界中から千を超える作品の応募があった。さらに、展示会会場の様子や講演会の一部は、YouTubeチャンネル「京都国際マンガミュージアム」に記録をアーカイブしている。これらの活動では、対面で実施していたものを単にオンライン化するに留まらず、オンラインならではの付加価値を加えている。IMRCの活動目的の一つは、マンガとその周辺の研究基盤の人的・情報ネットワークを形成することであり、現在はインターネットにより、さらに幅広く多くの知を集約して発信するための新たなインフラを整えつつある時期ともいえる。

新たなフェーズといえば、マンガをはじめとした文化に対する価値評価が、国内で社会的に強まった一年でもあった。それは、マンガ産業やデジタルコンテンツ産業のデータからも読み取ることができる。マンガ(コミック)の市場規模(紙+電子、推定販売金額)は、ここ3年に亘って急成長を遂げており、2021年は前年比10.3%増の6,759億円と過去最大を更新した(公益社団法人全国出版協会・出版科学研究所調べ)。出版市場全体におけるマンガのシェアは4割をも超えており、いかに日本の出版業界にとってマンガが重要なポジションを占めているか、ひいては日本の社会がいかにマンガに魅了されているかが理解できる。約2年前の新型コロナウイルス感染症が世間を揺るがしはじめた当初は、文化は不要不急ではないかといった議論が見受けられ、一般的には不要とまでいかなかったも不急であるといった考えも多かったように思う(但し、本報告書を手にとって頂いている方々は、マンガに対して肯定的な意見の方が多いと推測される)。しかしながら少し時間が経過してみると、この間に私たちが文化を享受した実体験をもとに、文

化は心を潤す存在として生活に不可欠であるとの認識が高まってきたように感じる。特に感染を心配することなく気軽に楽しむことができるマンガ、ゲーム、映像をはじめとしたデジタルコンテンツの需要の伸びは著しく、業界のリーディングカンパニーは軒並み大幅に業績を伸ばした。日本の企業で言えば、集英社、講談社、任天堂、ソニーは、これまでの各社の歴史の中において、過去最高益や過去最高売上高を記録した。Netflixに代表されるインターネット定額動画配信サービス(SVOD)は、いつのまにか多くの人々が加入して生活の一部となっている。これらのエンターテインメントは、とても身近で手軽な文化として、我々の生活を豊かにしてくれる力を持っている。コロナ禍において、私たちは当たり前の日常の有難さを改めて強く認識し、その価値の尊さをあらゆる場面で噛みしめて日々を過ごしている。マンガをはじめとした文化に対してもその価値を再評価したのではないだろうか。マンガは日本社会に浸透していることからマンガを観察すると社会の一端がみえてくる。マンガは社会を映す鏡でもある。本報告書はそんなマンガの力をさらに活かすために2021年にセンターが行った活動の記録である。