

第3章 実験の実施内容と結果

(1) 中国地方国際観光ビジネスフォーラムへの出展

①目的

ビジットジャパンキャンペーン（V J C）と連携した海外へのPR方策と国際観光交流の拡大方策を探るため、「中国地方国際観光ビジネスフォーラム」の商談会場で、いがらしゆみこ美術館、手塚治虫記念館、北栄町コナンの里づくり計画、水木しげる記念館(50音順)のアニメ展示を実施。中国、韓国、台湾の旅行会社商品造成担当者に対してアンケート調査を行った。

②中国地方国際観光ビジネスフォーラムの概要

i. 目的

中国、韓国、台湾の旅行エージェント等を中国地方に招請し、中国地方の観光魅力をPRする。中国地方の観光関係団体・企業が最新情報の提供や旅行商品の提案を行い、中国地方の魅力を招請したマスコミ関係者が現地で紹介するとともに、海外各市場から中国地方への旅行商品の造成を促す。

ii. 開催日程

平成18年11月27日（月）～12月1日（金）

招請者：中国、韓国、台湾の旅行エージェント及びマスコミ

招請ツアー：平成18年11月27日（月）～11月30日（木）

コース	
Aコース	山陰・岡山の歴史・文化を訪ねる旅
Bコース	瀬戸内の多島美と歴史・文化を訪ねる旅

フォーラム（商談会・アニメ展示・交流会）：平成18年12月1日（金）

iii. 主催

中国地域観光推進協議会

iv. 運営・構成メンバー

【行政】

中国運輸局 鳥取県 島根県 岡山県 広島県 山口県 愛媛県 香川県

【団体】

中国地域観光推進協議会 中国経済連合会 中国地方商工会議所連合会
(社) 日本観光協会中国支部 (社) 日本旅行業協会中四国支部

(社) 日本ホテル協会中国四国支部 国際観光旅館連盟中国支部

【交通事業者】

中国バス協会 (株) 日本航空インターナショナル広島支店 全日本空輸
(株) 広島支店 中国東方航空公司岡山支店 アシアナ航空広島支店
大韓航空岡山支店 チャイナエアライン広島支店 エバー航空大阪支店
(順不同)

v. 商談会・アニメ展示・交流会スケジュール (平成 18 年 12 月 1 日)

9:00～ 岡山市内視察 (招請者)
12:30～13:00 オープニングセレモニー
13:00～17:00 商談会・アニメ展示
17:30～19:30 交流会 (歓迎レセプション)
会場: 岡山国際ホテル 〒703-8274 岡山市門田本町 4-1-16 別館「瑞光の間」

③アニメ展示概要

中国地方国際観光ビジネスフォーラムの商談会場 (岡山国際ホテル「瑞光の間」) のホワイエに特設の展示コーナーを設け、趣旨説明パネル (B 1 縦)、4 施設紹介の広域マップパネル (B 1 横)、各施設紹介パネル (B 3 横)、タイトルパネルを掲出。(以上のパネルを日本語、簡体字、ハングル、繁体字で表記)



展示風景

展示パネル

新しい観光 日本アニメツアー紹介

新的觀光 介紹日本動畫片之旅 新的觀光 介紹日本動畫片之旅 새로운 관광지 일본 애니메이션 투어 소개

タイトルパネル



趣旨説明パネル



4つの施設を結ぶマップ



手塚治虫記念館



水木しげる記念館・水木しげるロード



いがらしゆみこ美術館



青山剛昌ふるさと館・コナン通り

(2) 著作権に配慮した準備

制作したパネルは、下表の通りである。この7枚のパネル全部のどこかに、手塚治虫、水木しげる、いがらしゆみこ、各氏の作品に登場するキャラクターを使用することを前提に、デザイン案を作り、宝塚市立手塚治虫記念館、水木しげる記念館、いがらしゆみこ美術館、北栄町青山剛昌ふるさと館開設準備室（青山剛昌ふるさと館）を窓口に、使用許可を得るための交渉を行った。

種類	内容
① タイトルパネル	4人の漫画家記念施設と日本の魅力を訪ねる旅
② 「企画意図」紹介パネル	本プロジェクトで想定しているアニメ観光ルートの企画意図及び各館の所在地等の紹介 (日本語、繁体字、簡体字、ハングル)
③ 「宝塚市立手塚治虫記念館」紹介パネル	同館の概要、展示内容等の紹介 (日本語、繁体字、簡体字、ハングル)
④ 「水木しげる記念館・水木しげるロード」紹介パネル	同館及び水木しげるロードの概要、展示内容等の紹介 (日本語、繁体字、簡体字、ハングル)
⑤ 「いがらしゆみこ美術館」紹介パネル	同館の概要、展示内容等の紹介 (日本語、繁体字、簡体字、ハングル)
⑥ 「青山剛昌ふるさと館・コナン通り」紹介パネル	同館及びコナン通りの概要の紹介 (日本語、繁体字、簡体字、ハングル)
⑦ 「イラストによるルート」紹介パネル	同ルート上にある温泉、食べ物などをイラストマップで紹介

①交渉経過

- a 具体的な使用許可交渉を始める前に、手塚治虫、水木しげる、いがらしゆみこ、各氏の著作権を管理している株式会社手塚プロダクション、水木プロダクション、いがらしゆみこ美術館、北栄町青山剛昌ふるさと館開設準備室に、観光ルートのPR、地域活性化事業などにおいて、キャラクターを使用する場合の著作権処理に関する基本姿勢をヒアリングした。

- b 各館に共通していることは、費用問題も含め、キャラクター使用を許諾するかどうかについて一般論では回答のしようがないという反応だった。そこで相手が許可するかどうかを見定める意味合いも含めて、キャラクターをふんだんに使ったデザイン案を作成し、それぞれ提示した。

(ただし名探偵コナンのキャラクターの利用権を全くもたない北栄町、キャンディ・キャンディの著作権をもたないいがらしゆみこ美術館は、最初から「名探偵コナン」「キャンディ・キャンディ」を省いたデザイン案とした。)

手塚キャラクターについては、「記念館」をPRする範囲での利用であるから、交渉相手は、手塚プロでなくて記念館となる。水木キャラクターについては、水木プロから、中・四国における交渉窓口は同中四国支部と指定されていた。いがらしキャラクターについては、キャンディ・キャンディ以外はすべて同美術館が交渉を任されているということだったので窓口とした。北栄町については青山キャラクターを直接使用することは全く管轄外だが、ブロンズ像については許諾窓口と判明していた。

- c 全体からいうと、タイトルパネル、「企画意図」紹介パネル、「イラストによるルート」紹介パネルに、鉄腕アトム、三つ目などの手塚治虫関連キャラクターを他キャラクターと一緒に使用することは、アニメ観光ルートの企画意図が未熟であり、著作人格権の点から難しいという返事もらった。

そこで、タイトルパネル、「企画意図」紹介パネル、「イラストによるルート」紹介パネルには、キャラクターを使用しないことにし、宝塚市立手塚治虫記念館、水木しげる記念館、いがらしゆみこ美術館、北栄町青山剛昌ふるさと館開設準備室が著作権を保持している各館の写真だけを使用することにした。

- d 個別から見ると、まず手塚治虫記念館は、「宝塚市立手塚治虫記念館」紹介パネルに、キャラクターのステンドグラス写真や不死鳥などを使用することについて、宝塚市立手塚治虫記念館から許諾を得た。しかし単独の手塚キャラクターは一切許諾を得られなかった。

- e 「水木しげる記念館・水木しげるロード」紹介パネルに、鬼太郎などのキャラクター、キャラクター、ブロンズ像の写真などを使用することについて、水木プロ中国支部（境港市）と交渉し、許諾を得た。

- f 「いがらしゆみこ美術館」紹介パネルに、同館ホームページに掲載されている

キャラクターを使用することについて、いがらしゆみこ美術館の館長と交渉し、許諾を得た。

- g 「青山剛昌ふるさと館・コナン通り」紹介パネルに、コナン通りのブロンズ像の写真を使用することについて、北栄町青山剛昌ふるさと館開設準備室と交渉し、許諾を得た。

②今回の事例を通して分かったこと

- a アニメキャラクターを使用する場合、その使用範囲、料金、使用方法などを定めた料金表のようなものはないと思われる。プロダクション内部には、一応の基準になるものはあるようであるが、あくまでも内部資料で公表されていない。
- b 地域活性化のためのアニメ関連施設連携による観光開発などにアニメキャラクターを使用することについて、各著作権管理者、各館はきわめて好意的である。しかし、取組事例の実績がなく、ルールができていない。そのため、著作権管理者、担当者、関連施設によって、判断にバラツキがあると思われる。
- c アニメキャラクターの使用について、著作権管理者共通の基準のようなものがあるわけではない。具体的な案件が生じたとき、その都度、著作権管理者と交渉して、使用方法、料金などを決めるといのが、現状である。
今後、経験、実績を積むことによって、著作権管理者、利用者の双方にとって納得できる基準が出来上がるものと思われる。

(3) アニメ展示を通しての海外招聘者の評価

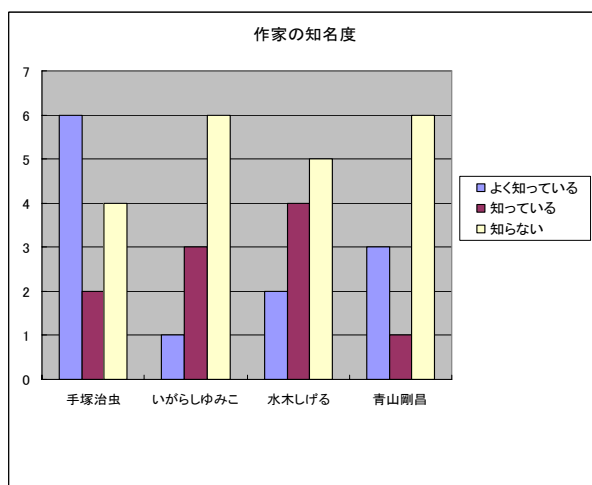
中国地方国際観光ビジネスフォーラムのアニメ展示を通して、招聘者へ日本のアニメに関するアンケート調査を行った。会場でアンケート用紙を配布し直接、回収した。

i. アンケート結果

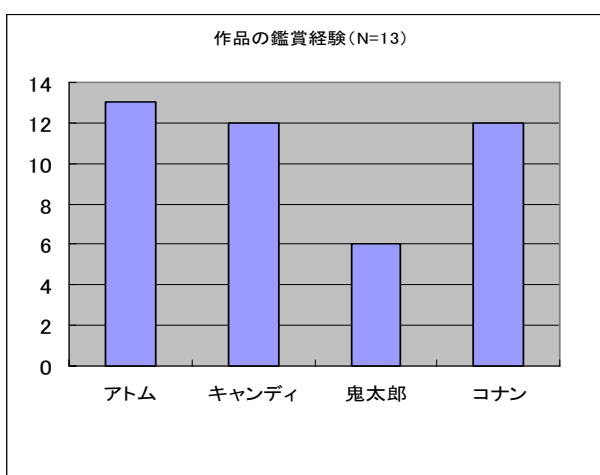
■ 韓国

回答者数：13人（招請者18人中）

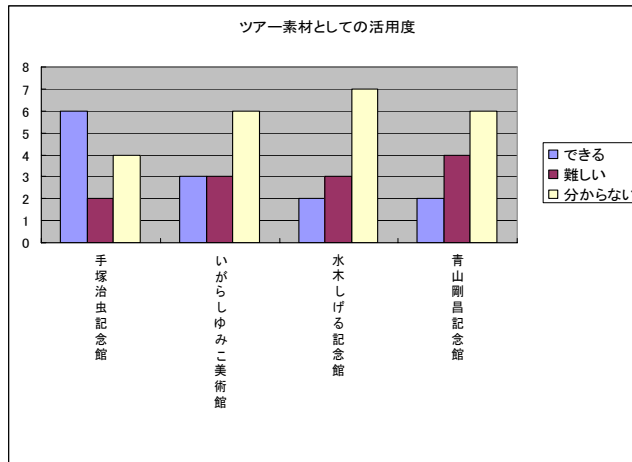
Q1. それぞれの作家をご存知ですか。



Q2. それぞれの代表的な作品を観たことがありますか。



Q 3. それぞれの記念施設は、貴国の観光客向けのツアー素材として活用できそうですか。



●手塚治虫記念館

<活用できる理由>

- 韓国のアニメファンはアトムを好きである。
- アトムを見て育った30代後半世代に思い出となつきさを与えてくれる。
- 30代以上の世代が共有できるキャラクターである。30～40歳代にはとてもなつきしい。
- 韓国で一番紹介されているアニメである。

<活用が難しい理由>

- 手塚治虫本人以上に彼の作品が有名である。
- 韓国人にとって作品が重要で、作家のイメージはあまり重要ではない。
- 韓国では大衆に知られた人物ではないので旅行者の興味を引きにくい。
- 韓国はまだアニメーションを見るだけのマニア層は多くない。

●いがらしゆみこ美術館

<活用できる理由>

- 日本を訪れる観光客で女性の比率が徐々に伸びており、多様なニーズが膨らんでいる。

<活用が難しい理由>

- 韓国人にとって作品が重要で、作家のイメージはあまり重要ではない。

●水木しげる記念館

<活用が難しい理由>

- 韓国人にとって作品が重要で、作家のイメージはあまり重要ではない。

●青山剛昌記念館

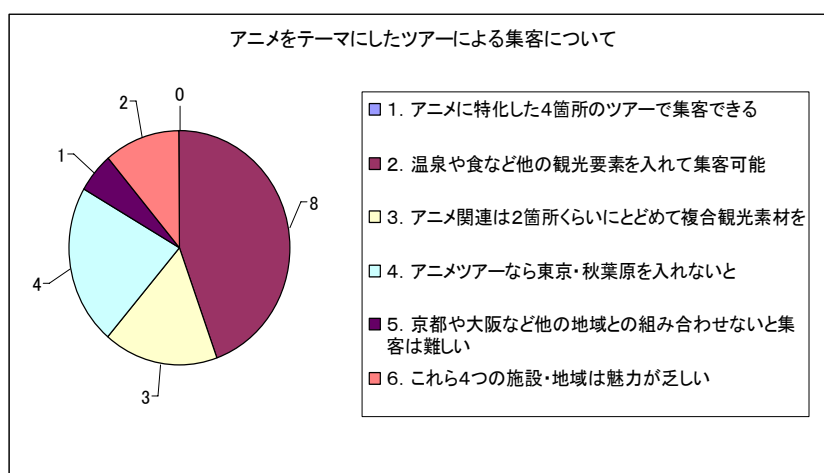
<活用できる理由>

○最近韓国で知られつつあり、広い層に好まれる。

<活用が難しい理由>

○キャラクターがそれほど大衆的ではない。

Q 4. 4つの施設及び地域を結ぶ、アニメをテーマとしたツアーによる集客について、どのように思われますか。



Q 5. 4つの施設及び地域を結ぶツアーに集客するため、どのようなことが必要でしょうか。(自由回答)

回答は概ね3つのジャンルに分かれた。

i. 「アニメ関連施設だけではなく、他の観光コンテンツと組み合わせるべきである」

○アニメ施設は1～2ヶ所を省いて、地域を代表する観光地を紹介する方がよい。

○アニメ施設は東京の方が充実しているため、韓国のアニメマニア達を新しい施設（博物館、展示館など）に集客するのは難しいだろう。

○韓国の観光客は一つのテーマだけを望んでいないケースがほとんどであり、若い層も同じ傾向である。もう少し多様性をかねた商品で包むべき。その需要を引き出せると思われる。

ii. 「ターゲットもアニメ施設の中身も、より専門化すべきである。大学や専門学校との交流と連携」

○各地域の大学または専門学校との交流と連携を強化し、アニメ教育をのぞき見られ

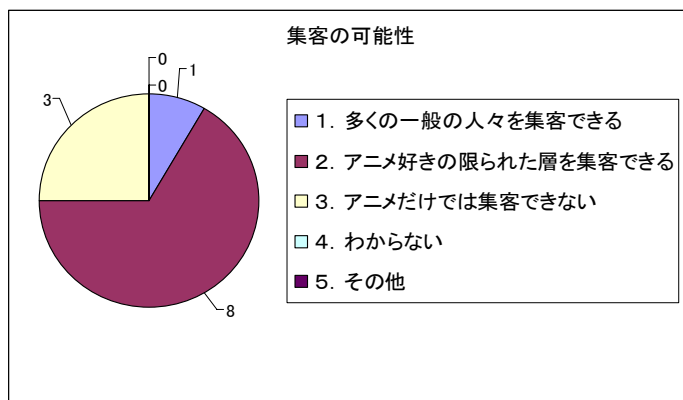
ると良い。

- まず作家とマンガについてよく知っており、関心があるマニア集団を対象にマーケティングの必要がある。（たとえば日本マンガマニア同好会のような所）

③「韓国でのプロモーション4施設を結ぶ交通アクセスの改善」

- 出発前の観光資料の提供
- 韓国で劇場や大衆が集まる場所でのプロモーション
- より便利な交通アクセスの整備

Q 6. 日本アニメを活用して、貴国の観光客を集客できると思われますか。



Q 7. アニメを活用した観光についての意見

i. 「アニメに絞って施設、旅行環境を整備すべきである」（4名）

- アニメが好きな階層はアニメ自体にはまっている人たちである。アニメ関連商品でなければ関心自体もたないかもしれないので、観光商品を構成する時に観光地よりもアニメショッピングだけに絞ったほうがよさそう。
- アニメマニア層は若い層だと思われる。付帯費用（宿泊、食事）などをリーズナブルにし、見たいテーマを充分見られる商品の構成が必要。そのように構成する場合、どうして思い出を作れるのか、というアイデアが浮かばない。
- パッケージ観光客よりもアニメに関心のある若い層の自由旅行コースを開発するのがよい。特に交通の便を増やす（広げる）ことを必ず考慮すべきである。そしてガイドブック製作者と持続的なビジネスが必要のように思います。いまはパッケージより自由旅行に関心が集まっているからである。
- 東京のビッグサイト、広島などで誘致されているアニメフェスティバルなど、専門的なイベントには常に顧客たちの関心が高いので、イベントを誘致するべきである。

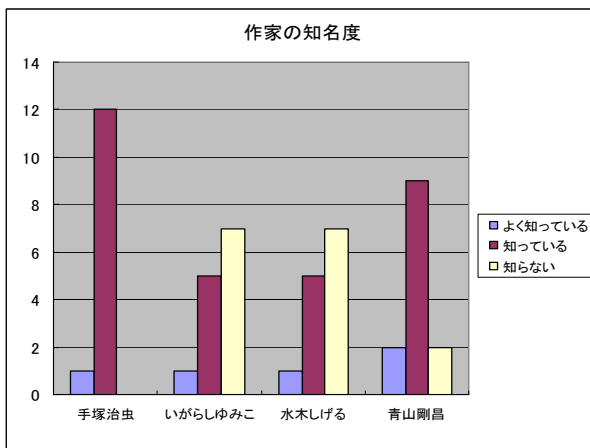
ii. 「より顧客層の広い〈温泉プラス食〉にアニメを付加すべきである」（2名）

- ジブリ博物館のようにテーマパーク風の多様な見物箇所と体験を準備すべきである。アニメ人口がそれほど広くない韓国では親子で満足できるキャラクターでなくては、アニメ単独のツアーは難しいと思う。
- 日本のアニメは、世界的に有名であるが、主に若い顧客層がその対象である。日本の旅行の場合、東南アジアと違って顧客層が広い。温泉と食がメインとなりますが、ここにアニメを結び付ければ魅力的である。

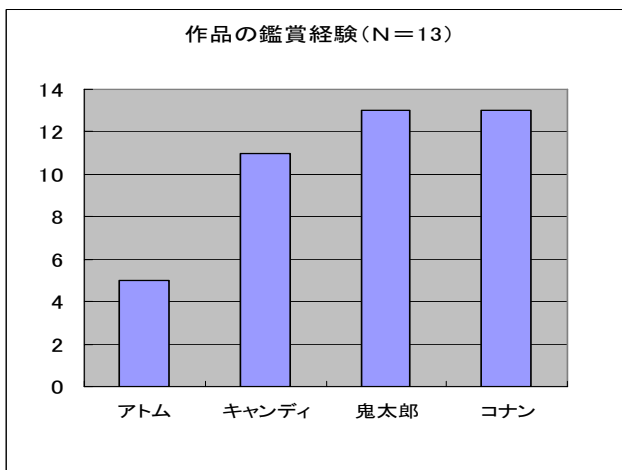
■台湾

回答者：13人（招請者21人中）

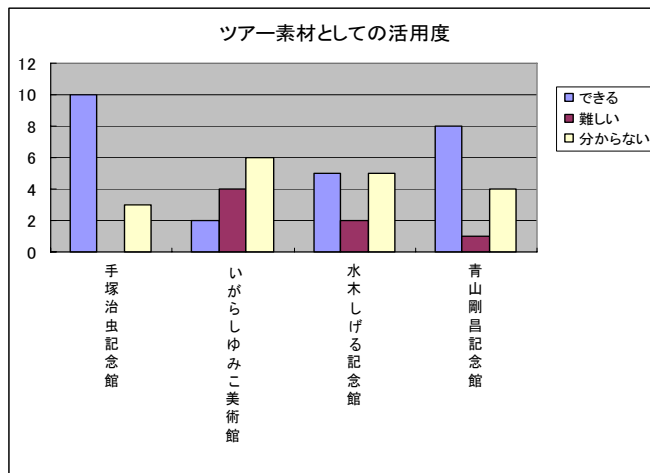
Q1. それぞれの作家をご存知ですか。



Q2. それぞれの代表的な作品を観たことがありますか。



Q3. それぞれの記念施設は、貴国の観光客向けのツアー素材として活用できそうですか。



●手塚治虫記念館

<活用できる理由>

- 知名度があり、夏・冬休みの親子に売れる。
- 台湾で、ブラックジャックが流行った。
- ブラックジャックは、台湾で知名度が高いが、宣伝されない。
- ベストセラーになった漫画がたくさんあり、知名度の高い漫画家である。

●いがらしゆみこ美術館

<活用できる理由>

- キャンディキャンディは台湾でとても有名である。

<活用が難しい理由>

- 30年前の漫画で若い人は知らない。
- 現在知られている漫画ではない。
- かつて一世を風靡したが、年代が古いので若い人はこの作品をあまり知らないだろう。

●水木しげる記念館

<活用できる理由>

- 鬼太郎はとても良い映画・アニメだが、宣伝はほとんどない。
- 登場人物が独特で、この漫画を好きな一定のファンがいる。

●青山剛昌記念館

<活用できる理由>

- 知名度があり、夏・冬休みの親子に売れる。
- コナンは子供に人気がある。
- コナンは新しい世代のアイドルだが、宣伝は少ない。
- 名探偵コナンという有名な作品があり、映画やテレビでも絶えず良い成績を上げている。

<活用が難しい理由>

- 翻訳本やアニメがあれば来る。

Q 5. 4つの施設及び地域を結ぶツアーに集客するため、どのようなことが必要でしょうか。(自由回答)

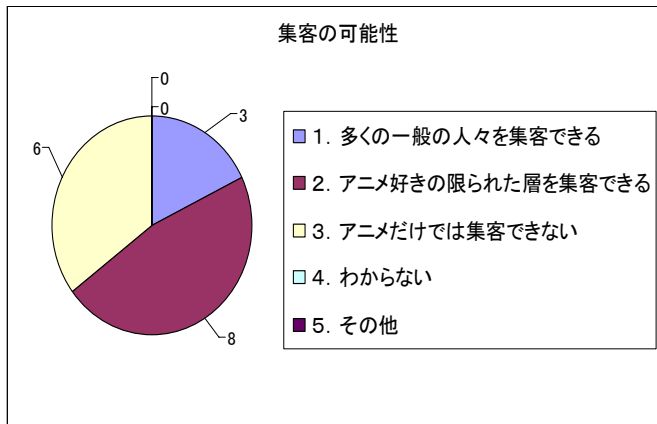
i. 「現地でのプロモーションについての提案」

- 家に持って帰るのに良い記念品が必要。
- 先に宣伝して、台湾の観光客に、この4つの施設について知らせる必要がある。宣伝して初めて観光客が来る。
- 地域の利便性。例えば行きやすい、車が停めやすい。観光スポットのそばに関連する店があり、記念品を売っている。
- 視覚に訴える必要がある。唯一無二、といった特徴があると良いと思う。
- 例えば、団体客に対して特別割引があるというプランは、業者にとって魅力的である。
- FITに焦点を当てるなら、文字の資料やメディアへの露出
- グルメ、ショッピング、温泉などと結びつけると、比較的売れるだろう。

ii. 「台湾での宣伝を活発に、という提案」

- メディアでの露出や広告を増やすこと。泊まる場所、観光スポット、交通手段が上手く組み合わせること。
- 漫画と観光スポットを結びつける考え方は悪くない。しかし、これまでこのようなことを紹介する人がいなかったため、作者は誰か、その地域はどこかといったことについて全く知らない。意見を述べたいが、全く見当がつかない。
- 台湾に作品の放送か翻訳本があること。

Q 6. 日本アニメを活用して、貴国の観光客を集客できると思いますか。



Q 7. アニメを活用した観光についての意見（自由回答）

i. 「もっと台湾で宣伝すべき、現地でのプロモーションを活発にすべきである」（4名）

- 夏、冬休みの期間に売り出し、参加者に漫画と関係のある小さなプレゼントが有ることが誘客につながる。
- 親子の旅行を増やすため、中学生を対象とした広告、宣伝を行う。
- 現地の施設と連携する。
- メディアを大量に投入する 交通の便を良くする。
- 宿泊施設の部屋を確保する
- できるだけ宣伝すること。
- 台湾に来て宣伝活動をしてください。

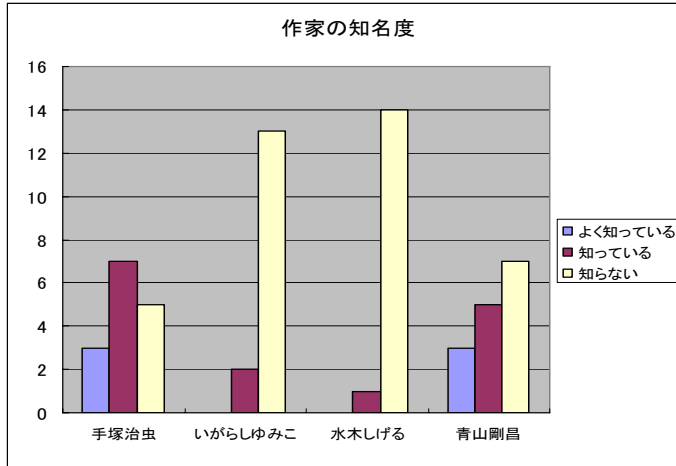
ii. 「複合的にアニメ施設と他の観光要素を組み合わせるべきである」（2名）

- アニメは若い観光客を惹きつける。しかし、年配の観光客は、何のためにこのような観光スポットを見に行くのか、あまり理解できないだろう。そのため、もし全てこのようなテーマで旅行のコースを決めれば、いくつかの限られた客層しかつかめない。グルメ、温泉、ショッピング等と結びつけて、ひとつのテーマだけに重点を置かないほうが良い。しかし、わが社はもちろん漫画コースを作って、若い客層を満足させることもできる。その他には、各館に外国人割引を作ってくれるように提言する。
- ほとんどがアニメの観光スポットで、他の観光資源が少なすぎる。周辺を開発して、目で体験できる施設を増やすと良い。レストラン、商店も重要である。

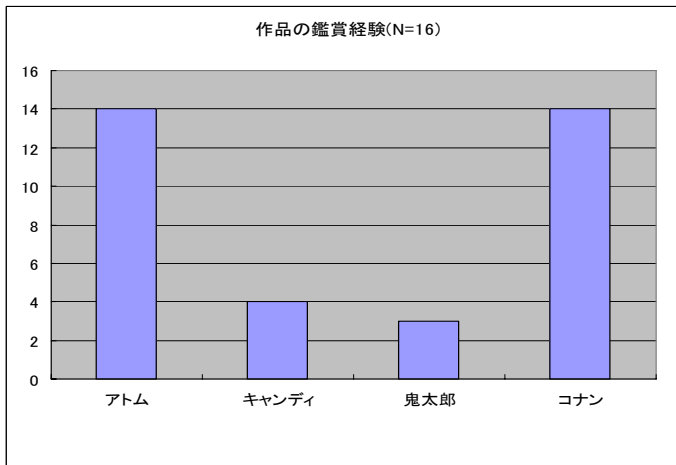
■中国

回答者：16人（招請者23人中）

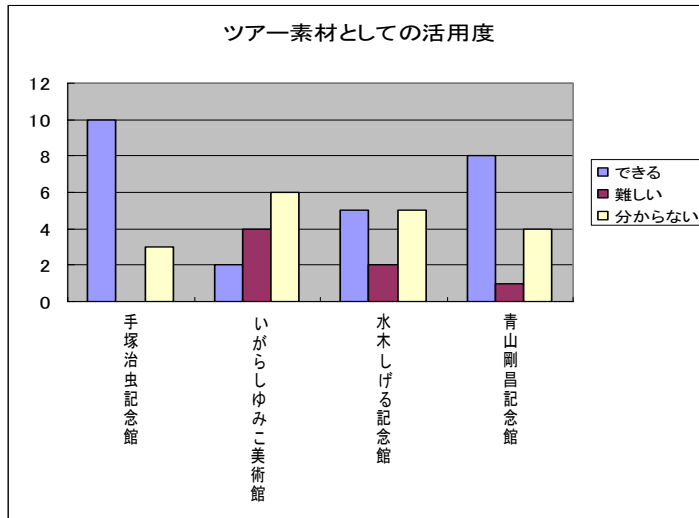
Q 1. それぞれの作家をご存知ですか。



Q 2. それぞれの代表的な作品を観たことがありますか。



Q 3. それぞれの記念施設は、貴国の観光客向けのツアー素材として活用できそうですか。



●手塚治虫記念館

<活用できる理由>

- 中国の30～40歳の人みんなアトムなどを見たことがある。
- 彼の作品は、中国で知名度が高い。
- わが国には多くのアニメファンがいて、これらの漫画家は非常に人気がある。

<活用が難しい理由>

- 中国人は漫画に対する関心があまり高くない。
- いくつかの漫画を知っているが、作者についてはあまり知らない。

●いがらしゆみこ美術館

<活用できる理由>

- わが国には多くのアニメファンがいて、これらの漫画家は非常に人気がある。

<活用が難しい理由>

- 中国人は漫画に対する関心があまり高くない。
- いくつかの漫画を知っているが、作者についてはあまり知らない。

●水木しげる記念館

<活用ができる理由>

- わが国には多くのアニメファンがいて、これらの漫画家は非常に人気がある。

<活用が難しい理由>

- 中国人は漫画に対する関心があまり高くない。
- いくつかの漫画を知っているが、作者についてはあまり知らない。

●青山剛昌記念館

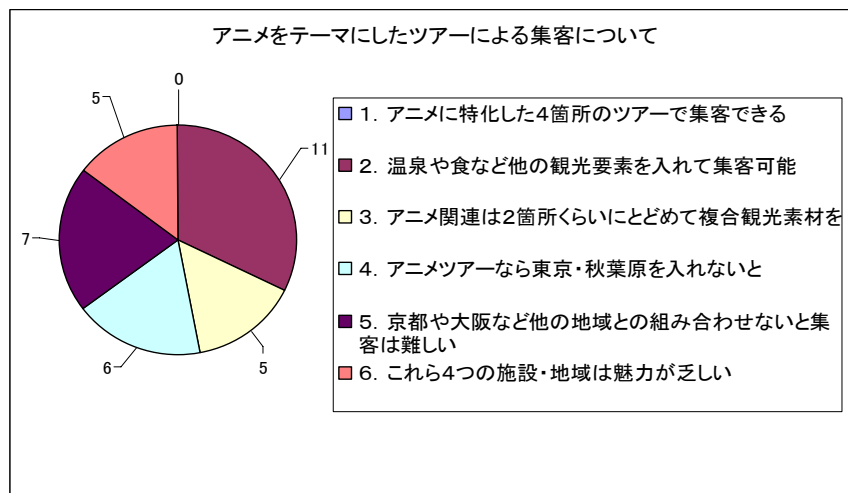
<活用できる理由>

- 若い人は彼の作品が好き。同名のテレビアニメも中国で放映され、人気がある。
- 中国では、コナンはわりと知られている。

<活用が難しい理由>

- 中国は日本と違い、アニメが好きなのは主に子供である。彼らは消費能力が無く、自由な時間も限られている。中国の学校が休みの時期に売り出すほうが良い。

Q 4. 4つの施設及び地域を結ぶ、アニメをテーマとしたツアーによる集客について、どのように思われますか。



Q 5. 4つの施設及び地域を結ぶツアーに集客するため、どのようなことが必要でしょうか。(自由回答)

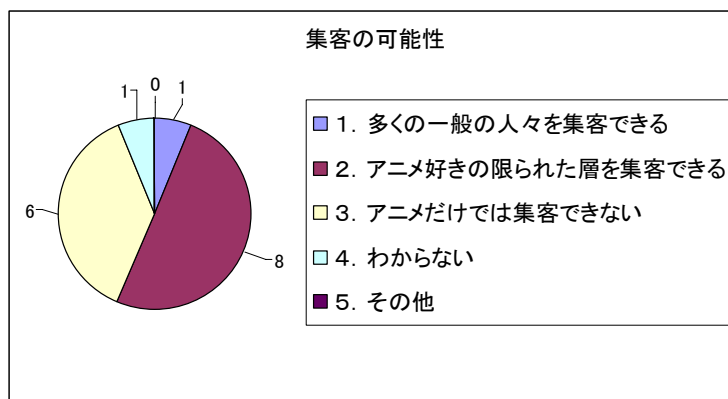
i. 「中国での宣伝プロモーションを活発にすべきである」

- 宣伝を強化し、知名度を上げる。
- 他の（東京？）ルートと結びつけたルートを売り出す。この4つの施設だけで観光客をひきつけるのは、おそらくかなり難しい。宣伝を増やして販売促進をする必要がある。
- テレビ、メディアの人々への宣伝強化。
- 宣伝を強化する。東京、大阪などの大都市と中国地方を関連付けて宣伝する。観光のイメージキャラクターを作る。

ii. 「現地でのプロモーションの工夫など」

- 若者には、キャラクターによるショーや珍しい記念品、作者のサインのあるお土産などを売ってれば、歓迎されるだろう。
- 温泉やグルメなどと結びつける。休暇の目的はリラックスなので、日程は、ゆとりのあるものにする。ショッピングや娯楽も、欠くことのできないものである。観光客に人気のあるアニメのキャラクターの記念品を作ったり、観光客に、アニメ制作に参加する機会を与えたりすることで、アニメ愛好家の観光客をひきつけることができる
- 航空便を増やし、人の動きを活発にする。関連する補助的な施設、例えば観光スポットや特色などを観光客の国の言葉で紹介する。
- 中国で中国地方が売れるかどうかは、セールスの方法にかかっている。中国の特徴に合った売り方を採用するべきだ。
- もし、アニメだけだったら、若いアニメファンを惹きつける。しかし他の観光資源と結びつければ、より多くの観光客を惹きつけることができる。

Q 6. 日本アニメを活用して、貴国の観光客を集客できると思いますか。



Q 7. アニメを活用した観光についての意見（自由回答）

i. 「アニメに絞って施設、旅行環境を整備すべき」（2名）

- 日本のアニメは、国際的に知名度が高い。これを売りにして（中国との）協力や交流を強化する必要がある。
- 日本のアニメ博物館を作り、過去のアニメと現在のアニメを展示する。アメリカのディズニーの手法を真似て日本のアニメ遊園地を作り、よく知られているアニメの登場人物を用いて雰囲気を出す。遊園地の中でお馴染みのアニメのキャラクターに出会うことができ、また面白い記念品を売ってれば、観光客は興味を持って参加するだろう。

ii. 「より顧客層の広い〈温泉プラス食〉にアニメを付加すべき」（6名）

- 若者には魅力的だろうが、年配の人にとっての魅力はあまりない。
- 日本のアニメが好きなのは、ほとんどが若者である。しかし、彼らは一人で旅行に行く能力はない。保護者は、アニメをあまり好ましくないものと考えている。アニメの良いところを宣伝することに力を入れ、健康的で活発な面を示す必要がある。旅行の日程においては、子供が世界を知る能力を高められるようにすべき。
- アニメは一部であり、その他のより良い資源の力を借りることができると良い。
- アニメのキャラクターは、子供には魅力的である。日本とその他の国の観光の違いに重点を置き、日本の観光の特徴を強調する。
- アニメは一部分にすぎず、若い観光客をひきつけるにすぎない。彼らは高い旅費を払って日本に来ることはできない。今のところ、日本に観光に来るのは比較的裕福な観光客である。もし、アニメだけなら、あまり大きな魅力にはならないと思う。
- 中国語の資料と中国語を話せる人材を増やす。他の観光資源と結びつける

(質問表)

中国地方国際観光ビジネスフォーラム招聘者への日本のアニメに関するアンケート
パネル展示をご覧頂き、以下の質問にお答え下さい。

Q 1 それぞれの漫画家をご存知ですか。

a	手塚治虫	1 よく知っている	2 知っている	3 知らない
b	いがらしゆみこ	1 よく知っている	2 知っている	3 知らない
c	水木しげる	1 よく知っている	2 知っている	3 知らない
d	青山剛昌	1 よく知っている	2 知っている	3 知らない

Q 2 それぞれの代表的な作品を観たことがありますか。

a	鉄腕アトム	1 ある	2 ない
b	キャンディキャンディ	1 ある	2 ない
c	ゲゲゲの鬼太郎	1 ある	2 ない
d	名探偵コナン	1 ある	2 ない

Q 3 それぞれの記念施設は、貴国の観光客向けのツアー素材として活用できそうですか。

a	手塚治虫記念館	1 できる	2 難しい	3 わからない
→上記の理由				
b	いがらしゆみこ美術館	1 できる	2 難しい	3 わからない
→上記の理由				
c	水木しげる記念館	1 できる	2 難しい	3 わからない
→上記の理由				
d	青山剛昌記念館	1 できる	2 難しい	3 わからない
→上記の理由				

Q 4 これらの4つの施設及び地域を結ぶ、アニメをテーマとしたツアーによる集客について、どのように思われますか。あてはまるものをお選び下さい。(いくつでも)

- 1 アニメに特化した4個所を廻るツアーで多くの集客ができそうだ。
- 2 アニメだけでなく温泉や食など他の観光要素も入れることで、集客できそうだ。
- 3 アニメ関連は2個所程度に止め、他は普通の観光施設を入れた方が集客できそうだ。
- 4 アニメをテーマとする場合は、東京・秋葉原を入れなければ集客できない。
- 5 京都や大阪など、他の地域と組み合わせなければ集客できない。
- 6 これら4つの施設・地域は魅力が少なく、ツアー集客は難しい。
- 7 その他

()

Q 5 4つの施設及び地域を結ぶツアーに集客するため、どのようなことが必要でしょうか。

Q 6 日本アニメを活用して、貴国の観光客を集客できると思われますか。

- 1 多くの一般の人々を集客できる
- 2 アニメ好きの限られた層を集客できる
- 3 アニメだけでは集客できない
- 4 わからない
- 5 その他 ()

Q 7 その他、日本アニメを活用した観光についてご意見をお願いします。

ご協力ありがとうございました。

(3) 海外関係者の招請ツアーの実施

①実施概要

対象4地域（中国・台湾・韓国と、ビジット・ジャパン・キャンペーンの重点マーケットである香港を招請ツアー対象国として追加）・施設と周辺の観光地を組み合わせたルートを設定し、海外から招聘したマスコミ関係者と、在日の外国人留学生に旅行してもらい、評価及び意見交換を実施した。

○実施日：平成19年1月20日～24日（4泊5日）

○参加者：東アジア各国地域のマスコミ関係者*（中国、台湾、韓国、香港、各2名）8名
在日の外国人留学生（観光学部）7名

計15名

○行程等：

- ・モニターツアーのルート設定に際しては、各国地域からの航空便スケジュールや各施設の開館日などを考慮しつつ、効率的に周遊できるルートを検討した。
- ・また、アニメ関連施設のみならず、可能な範囲で、温泉や自然景観などの観光資源を組み合わせることを心がけた。
- ・出身国・地域毎にマスコミ関係者と留学生を合わせた3～4名と当該言語のガイド1名で1チームとなり、計4チームで行動した。

（詳細次頁）

*マスコミ関係者

- ・韓国 雑誌「Newtype」記者
雑誌「ANIMATION JOURNAL」記者
- ・台湾 新聞「蘋果日報」記者
新聞「樺舎文化」記者
- ・中国 新聞「労働報」記者
雑誌「上海星期三」記者
- ・香港 雑誌「壹週間」記者
雑誌「壹週間」カメラマン

日次	時 間	日程(予定)	食 事
1/20 (土)		各国から関西国際空港へ 関西国際空港到着 ※各国毎に添乗員が待機 リムジンバスで大阪市内へ ホテル着 ※着後、関係者を入れてブリーフィング 夕食:レストラン(ホテル内) 大阪市内ホテル(泊)	朝: - 昼: - 夕: レストラン
1/21 (日)	8:30 9:30 10:30 13:00 14:30 15:20 18:30 20:30	ホテル発 バスにて宝塚へ 着後、「手塚治虫記念館」見学 見学後、バスにて倉敷へ移動 昼食:レストラン(倉敷市内) 「いがらしゆみこ美術館」見学 倉敷観光(美観地区など) 夕食:レストラン(岡山市内) ホテル着 岡山市内ホテル(泊)	朝: ホテル 昼: レストラン 夕: レストラン
1/22 (月)	8:40 9:04 10:49 11:40 13:30 14:30 15:30 18:00	ホテル発 JR 利用で鳥取へ移動 : 特急「スーパーいなば1号」 鳥取着後、バスにて移動、「鳥取砂丘」見学 昼食:砂丘フレンド 北栄町にて「青山剛昌ふるさと館」開館カウントダウンセミナー参加、「コナン探偵社」見 学、「コナン通り」など散策 その後、境港へ 着後、「水木しげるロード」「水木しげる記念館」など見学 見学後、皆生温泉へ 夕食:旅館 旅館到着後、意見交換会(韓国グループ:旅館内) 皆生温泉(泊)	朝: ホテル 昼: レストラン 夕: 旅館
1/23 (火)	15:00 8:30 9:17 12:43 13:00	韓国班 タクシーにて米子空港へ移動 OZ163 にてソウルへ 台湾・中国・香港 ホテルバスにて、米子駅へ 昼食:弁当積み込み(JR米子駅にて) JR 利用で大阪へ移動 : 特急「やくも10号」&新幹線「のぞみ16号」(米子→岡山→新大阪→大阪) 大阪到着後、ホテルチェックイン ホテル到着後、意見交換会(台湾・中国・香港グループ:ホテル会議室) その後、自由行動 夕食:レストラン ※各国毎に添乗員と相談の上、対応 大阪市内ホテル(泊)	朝: 旅館 昼: 車中弁当 夕: レストラン
1/24 (水)		リムジンバスにて、関西国際空港へ移動 関西国際空港着 各国へ帰国の途に	朝: ホテル 昼: - 夕: -

②各訪問地の評価

i. 宝塚

<行程>

- ・実質的な初日の朝、バスにてホテルを出発し1時間程で宝塚市に到着。徒歩にて宝塚大劇場前などを散策した後、「手塚治虫記念館」を見学。
- ・館のスタッフから概要説明の後、ガイドと共に館内を1時間程度見学した。
- ・「鉄腕アトム」などのキャラクターが各国地域での知名度が高いこともあり、多くの参加者が土産物を購入していた。



<個別評価>

○アニメ関連施設自体の魅力

- ・世界的にも有名で日本の国宝級の漫画家である手塚治虫の幼少の頃からの作品の展示は、彼の作品世界への理解をより一層深めてくれる。(台湾)
- ・館の入り口のキャラクターの手形足型から訪問者を楽しませて、手塚の世界に引き込んでくれる。また、中の展示物も楽しい。(台湾)
- ・記念館にはグッズをはじめ、アニメの体験ができるなど様々なアトラクションがあり楽しい。(韓国)
- ・アトムの認知度は高いが数十年も前のマンガである上、記念館の規模も小さい。(中国)
- ・手塚治虫は有名で人気があり、記念館自体も面白いが、建物の外観などがもっと雰囲気のあるものであって欲しい。(香港)

○周辺の魅力など

- ・宝塚市は美しい街であり、もしここを観光スポットとして広めようとするなら、自然や古跡、面白いイベントなどや、大阪や神戸との組み合わせなどにより客を引き寄せる鍵とすべきである。(台湾)
- ・周囲に宝塚歌劇団の劇場があり雰囲気がある。(韓国)
- ・宝塚周辺に記念館以外に何も無い。(中国)
- ・記念館だけでは旅行者を呼ぶのには十分でないため、他のアトラクションが必要。(香港)

ii. 倉敷

<行程>

- ・手塚治虫記念館の見学の後、中国道・山陽道経由で倉敷へ。13:30頃到着し、昼食の後、「いがらしゆみこ美術館」へ。
- ・館内見学、説明を受けた後、美観地区へ。美観地区ではそれぞれ自由行動とし、約1時間半の間、日本らしい風景の街並みの散策や買い物などを楽しんだ。



<個別評価>

○アニメ関連施設自体の魅力

- ・中は全くキャンディ・キャンディの世界であり、とても懐かしく見学できた。(台湾)
- ・他の作品があったとしても、同じキャラクターにしか見えないものばかり。(台湾)
- ・道がわかりにくく、美術館自体も特に見るものがない。(韓国)
- ・美術館は全く知名度がない上、1Fにグッズ販売、2Fに原画を展示しているだけで、また行ってみたいという気になれない。少女マンガが好きな一部のマニアには受け入れられるかもしれない。(中国)
- ・幼い時に見たが、記憶にない。美術館は物足りない。(香港)

○周辺の魅力など

- ・周囲の美観地区はとても素晴らしく、こちらにメインを持ってくるのであれば(美観地区の中の一美術館と見れば)、行程の中に入ってもよい。(台湾)
- ・美観地区が周囲にあり、日本の情緒ある雰囲気味わえるため、美術館より評価は良い。(韓国)
- ・美観地区は日本の昔ながらの建物を再現しており、大変魅力的であった。また、中国語の観光マップも入手可能で、当地の観光行事などの紹介が多く、再度行ってみたいと思える要素が多い。(中国)
- ・香港にはない、歴史的な建物やゆったりできる雰囲気が魅力的で、時間を過ごす価値がある。(香港)

iii. 北栄町

<行程>

- ・岡山から列車で鳥取へ移動し、バスに乗り換え。鳥取砂丘の見学の後、北栄町へ。住民組織「北栄町コナンの里づくり計画推進委員会」委員などの盛大な歓迎を受けた。
- ・「青山剛昌ふるさと館」の開館に向けたカウントダウンセレモニー（3月18日の55日前）が実施され、参加者も除幕式に加わった。テレビ局、新聞社などの取材もあり、NHK（中国地方）で、2月5日に放映された。



<個別評価>

○アニメ関連施設自体の魅力

- ・「ふるさと館」に関しては、まだ改装中であるため評価できない。しかし、コナンロードなど付属の施設はインパクト不足。銅像も小さくあまり魅力が無い。（台湾）
- ・コナンの銅像に関して「コナン大橋」に4体あるが、大橋というほどでもなく、周りにお土産屋以外何もない。魅力的な施設がない。（韓国）
- ・記念館予定地とモニュメントがあるコナン通りは離れており、今回はバスを利用したが、実際に見学するときは不便なのではという印象が残った。（中国）

○周辺の魅力など

- ・町の人たちの熱意は素晴らしい。コナンの作者はヒット作がコナン一つであり、また、その街づくりと全体の環境は、整合性を持った観光のポイントにはなっていない。ふるさと館以外の組み合わせを強化し、また、北栄町の熱心な町民を活用して解説員にしたり、民宿や土地の料理を出す店などを発展させるべきである。（台湾）
- ・周辺に特に見所もないが、地域住民のボランティアの方々が熱心に案内して下さり、町を挙げてコナン通りを盛り上げようとする気持ちが伝わって、好印象だった。（中国）
- ・果物で有名な町のようなのだが、観光農場での果物狩りに興味を感じる。また伝統的な旅館への宿泊、ファーム・ステイ、魚市場やフィッシング、文化体験などはとても魅力的である。（香港）

iv. 境港

<行程>

- ・ 北栄町を後にし、境港へ。あいにくの雨天であったが、水木しげるロードの一部の散策と水木しげる記念館の見学を行った。記念館では、特別に館員の説明を受け興味深く館内展示を見学し、予定時間をオーバーした。
- ・ 生憎の天気のため、残念ながら商店街は閉めている店が多かった。
- ・ 皆生温泉の旅館に宿泊し、和風情緒を体験した。夕食は「バイキング」であったが、料理内容が良く好評であった。



<個別評価>

○アニメ関連施設自体の魅力

- ・ 水木しげるロードは、多数の妖怪が左右に続き、鬼太郎を知らない人でも楽しみながら通ることが出来る。記念館は、作者の幼少の作品や、体験などから展示されており、彼の妖怪世界を知る手がかりにもなっており、楽しく見学できる。(台湾)
- ・ ゲゲゲの鬼太郎はあまり知られていないが、水木しげるロード、商店街、記念館と見所が多い。個性的なキャラクターが多く、知らない人でも楽しめる。(韓国)
- ・ 4施設の中で最も良かった。駅から記念館まで一本道で便利だし、記念館も規模が大きく見やすい。(中国)
- ・ この作家について知らなかったが、展示もわかりやすく、偉大な作家であることがわかり、非常に興味を持った。(香港)

○周辺の魅力など

- ・ 境港市は鬼太郎を発展させて魅力的なスポットにし、非常に人を惹き付ける。もう少し賑やかになれば（活気に溢れば）さらに魅力的になるに違いない。(台湾)
- ・ 町全体がとても鬼太郎を愛していると感じられ、全体的に好感が持たれる。また、周囲に温泉施設があって良い。(韓国)
- ・ 中国では鬼太郎は知られていないが、知らない人でも楽しめる。ただアニメのキャラクターが浸透していないため、単に妖怪マンガとして捉えてみれば好き嫌いに分かれるのでは。(中国)
- ・ 大きな魚市場があるということだが、そちらに非常に行ってみたかった。また、魚を捕るところも見てみたい。(香港)

(4)全般的な意見・評価

<今回の旅行全体の感想>

中国

- ・宿泊施設、交通、食事は特に問題ないが、各4施設及び関連施設でツアーを組んでも集客の可能性は低いと思う。

台湾

- ・ほとんどの施設に言える事だが、周辺の施設・観光地が不足している（この点で唯一良かったのは、美観地区のあった、いがらしゆみこ美術館）。
- ・移動距離が長すぎる。たとえ、小さな範囲でも移動距離のもっと少ない行程を組んで欲しい。欲張って移動時間が長く、観光時間の短いコースにするよりも、地域を絞ってその中で、バラエティに富んだ観光地を組み合わせたい。
- ・日本に来る台湾人のほとんどは温泉がその目的のひとつなので、例えば4泊5日の行程ならばそのうちの2日は温泉旅館に泊まりたい。
- ・他にもっと特色のある観光地を、沢山組み込んで欲しい。同じ温泉でも、台湾では体験できないような温泉など。また、テーマパークなどのスポットもあればなおよい。

韓国

- ・交通が不便、一言で大阪からの移動時間が長い、ということを感じた。
- ・2つのアニメ関連施設と温泉地めぐり（コナン・鬼太郎と皆生温泉）、倉敷美観地区といがらしゆみこ記念館、手塚治虫と宝塚・大阪観光、のように地域毎に特性を活かしたツアーはどうか。

香港

- ・施設と施設の移動時間ばかり掛かり、見学時間が短すぎる。
- ・各施設にてアニメ関連の『体験』ができる機会が充実していることが望ましい。
- ・地方の人々の生活を垣間見れた点は良かった。

<旅程中、最も好印象だったもの（その理由）>

中国

- ・水木しげる記念館周辺
（JR境港駅から一本道で記念館へ続いていて、周りには商店街があり、鬼太郎グッズの販売や、モニュメントが100体以上あり一貫性がある。4施設の中で一番広く、展示物の内容も豊富。近くには鳥取砂丘や温泉旅館があり、中国では作家、漫画の認知度はないが楽しめた。）

台湾

- ・手塚治虫記念館・水木しげる記念館

(どちらも記念館の内容がとても豊富で、しかも人を惹きつける魅力に溢れており、とても楽しく見学できた。)

・いがらしゆみこ美術館

(子供の頃に「キャンディ・キャンディ」を見て、とても好きだったので、懐かしい思いで見学した。)

・倉敷美観地区

(日本的な風景を堪能できた。非常に趣のある町並みで、とても魅力を感じた。)

韓国

・水木しげる記念館周辺

(今回紹介された4人の漫画家の中では韓国であり知られていない作家である。にもかかわらず、駅から始まる水木しげる通りをはじめ商店街に至るまでのブロンズ像、博物館自体と見所が多い。)

香港

・北栄町の人々

(町の人々の笑顔が印象的だった。)

<各施設や地域を結ぶアニメをテーマとしたツアーの集客可能性>

中国

・各地とも、アニメ関連施設のみでは集客は難しいのでは。

・境港のように、アニメ以外に特色ある景観地や温泉施設が充実している場所は、中国の旅游局などを通してもっと宣伝すれば集客出来ると思う。

台湾

・総合的には可能性は低い。単にマンガ・アニメ施設を結ぶだけでは集客力は無いだろう。何か観光スポットや、その他の魅力的なイベントと合わせてセットにしないと客は喜ばない。

・今回の4つの施設はほとんどが比較的年齢の高い大人向け(35~45歳)だが、家族で来た場合、年齢の低い子供が楽しめるところが少ない。

韓国

・アニメだけで観光客を集客するのは難しいと思われる。

香港

・作品や作者の認知度に世代格差が大きく、親子を中心とした団体客の集客は難しい。また、個人客が対象であっても、ガンダム等のように作品に力が無い。

・アニメ関連のイベント(例:ゲーム大会など)でもない限り集客は難しい。

・イベント後の恒常的な集客は各施設までの移動の問題が整理できない限り難しい。移動距離の長さ・不便さと施設の魅力を比べた場合、移動の不便さの方が大きい。

<これらの地域に集客するために必要と考えられる点>

中国

- ・アニメやマンガを活用するなら、もっと作者が育った町やマンガを書くに至った背景や生家の紹介などをしてマンガファンの興味を引くような工夫が必要。中国語のガイドがいれば尚よいが、いないなら中国語のパンフレットや展示物に中国語の説明を付けてアニメを見たことがない人でも楽しめる工夫を凝らして欲しい。

台湾

- ・施設自体の内容の充実と、施設の周辺の充実が必要。
- ・台湾における宣伝。アニメを主なテーマとするなら、これらのマンガ・アニメを台湾で放送し人々の認知度を上げたり、様々なメディアで作者について紹介し、これらの作者の記念館や美術館に行きたいと思わせること。最も効果的なのは、台湾で番組を放映し、その途中や最後に、こうした施設、あるいはツアーの宣伝を入れること。
- ・移動距離が長くない範囲で、他の集客力のある観光スポットと組み合わせる。例えばUSJ、サンリオ・ピューロランド（ハローキティ）などのテーマパークや美観地区のような古い町並み（ただし観光地として活気のあるところ）など。

韓国

- ・ターゲットを絞るのも一つの手だと思われる。
- ・コナンに関して言えば、子ども達を含めた家族を対象とするのであれば、記念館とは別に家族で楽しめるような他の施設も考慮すべきである。（レストラン、アトラクション、宿泊施設、食事会場のメニュー、等）

香港

- ・アニメ+（α）が必要。αとは宿泊施設や飲食が並列される。今回は各施設がそれぞれ「点」として感じられた。宿泊施設や飲食施設が周辺にないと、アニメ施設は「一通過点」から前進できない。
- ・体感できるテーマ、施設にすることが必要。ヌイグルミとの写真など安直であるが「来たぞ」の実感を望む。
- ・お土産や施設の休憩・飲食施設にはアニメと関連した独自性が欲しい。

<日本のマンガ・アニメを利用して外国の観光客を集客するアイデアなど>

中国

- ・インターネットの活用が必要。今回モニターツアーに参加するに当たり、中国で検索をしたがほとんど照会できなかった。最近では旅行前にネットを活用して事前に調べていく知的好奇心の強い人が多い。
- ・中国では大人はマンガをほとんど読まないし、マンガに特化すると客層も限定されるのではないでしょうか。
- ・現在中国では海外旅行も開放されて、旅行者が求めることは、見聞を広めることがで

き、斬新で特色があり、見た目の美しさなど、要求が非常に高い。

- ・もっと日本ならではの特色を取り入れ、風光明媚な観光地やメイドインジャパン（日本製であることがブランドで価値がある）をショッピングできる所を取り入れて、宣伝すれば集客の可能性はあると思う。

台湾

- ・利用しようとするマンガ・アニメとその作者、関連施設を大々的に台湾で宣伝すること。作品自体を人々に知らしめ、次いで作者についても雑誌などの媒体で詳しく紹介し、是非これらの作者の記念館・美術館に行ってみたいと人々に思わせること。
- ・親子連れなどの観光客のことも考慮に入れて、ピックアップするマンガ・アニメ作品を決定し、幅広い年齢層で楽しめるようにすること。特に低年齢の子供が楽しめる関連施設を入れるべき。
- ・マンガ・アニメだけでは限界がある。他のスポットとの効果的な組み合わせが必要。
- ・移動時間を利用して関連施設到着前にビデオなどの媒体で該当作品を少し紹介しておくのも見学には効果的では。

韓国

- ・今回訪れた各施設には英語のパンフレットさえ置いていないところもあった。外国からの集客を願うのであれば、最低限、英語のパンフレットは準備しておくべき。特に、米子空港に乗り入れている唯一の国際線が韓国便ということで、韓国からの集客を期待するならば、韓国語のパンフレット位はあった方が良いのではないかな。
- ・写真の対象となるようなスポットをもっと多く作り、家族単位で楽しめるようにしてはどうか。今のコナン施設だけでは集客は望めない。他の施設も水木しげるロードのようにテーマ性あって、愛情のあるロード作りが望まれる。
- ・インターネットなども活用してもっと町全体の魅力を宣伝すべき。

香港

- ・香港の中産階級は日本への旅行が大変好きである。しかしアニメは彼らにとって魅力あるものではない。アニメに興味のある若年層は東京に代表されるような都市に魅力を感じる。中産階級が魅力を感じる点は（香港からの団体）旅行客の少ない温泉のある（地方都市）所であり、新鮮な海の幸と歴史ある古い建物（旅館）である。

(5)参加者の評価まとめ

モニターツアーの行程中、および意見交換会などから得られた意見から、以下のようにまとめることができる。

○4拠点の周遊は行程的にも困難

- ・4箇所を短期間で周遊するため、移動時間が長かったとの印象が強い。東アジアからの訪日旅行の標準的な日程である5～6日間の旅行では、4箇所を巡るためには、大半を移動に費やすことになる。
- ・アニメ関連施設・地域を2箇所程度、その他の近接する観光地との組み合わせなどとして、地域的に絞るべきと言う意見が多い。

○知らない作品でも街の魅力を評価

- ・全体的に、水木しげるロード周辺および記念館の評価が高い。作品を知らない韓国人や中国人の参加者も、街の楽しい雰囲気や展示に好印象を持っている。
- ・集客のためにはアニメ作家や作品の認知度が重要だが、実際に訪れた時に楽しんでもらえることが、街の魅力として重要であることが改めて感じられる。

○案内の充実などの必要性

- ・表記やパンフなどの多言語対応が出来ていないことを指摘する声も多かった。
- ・展示物の案内の多言語対応により、作家や作品の背景を説明できるなど、案内の充実を図ることにより、理解を進め満足度を高めることが必要である。

○アニメ関連と他の観光魅力との組み合わせが必要

- ・各国の参加者とも、アニメだけで集客することは困難との意見であった。
- ・都市的なものでなく、日本の地方の伝統的な文化、歴史的街並み、新鮮な海山の幸、温泉、などを中心とした他の観光魅力との組み合わせが必要と考えられる。