

本 編

I. 調査の概要

1. 調査の目的

(1) 調査の背景

①日本のマンガ・アニメに対する海外での高い評価

日本のマンガ・アニメは諸外国で翻訳版の出版やテレビ放映、映画上映がされており、日本文化の一つとして定着している。最近では、日本のマンガ・アニメを動機として訪日する外国人も多い。そのため、マンガ・アニメを活用した地域振興やビジット・ジャパン・キャンペーンとの連携による観光立国の推進が可能と考えられる。

②京都精華大学マンガ学部の実績と、京都国際マンガミュージアムの開館

京都精華大学は日本初のマンガ学部を有し、学術的なマンガ研究や、マンガ人材(作家・クリエイター・編集者等)の育成における国内拠点の一つである。同学部には東アジア等からの留学生も数多い。また、企業や自治体のマンガ広報誌の制作等、マンガを通じた社会貢献の歴史を持つ。

このような実績をもとに、京都市と京都精華大学は、平成 18 年(2006 年)11 月、マンガ資料の調査研究と博物館・図書館機能を併せ持つ「京都国際マンガミュージアム」を京都市内に開館し、共同で運営にあっている。同ミュージアムは、研究のための施設であると同時に、京都への誘客を図る魅力的な観光施設として期待を集めている。

京都国際マンガミュージアム 外観



(2) 調査の目的

本調査が日本のマンガ・アニメを通じた国際観光交流の拡大を目指すなかで、京都検討委員会は、京都国際マンガミュージアムを観光交流及びマンガ文化研究の拠点と位置づけ、同ミュージアムを活用した国際交流の拡大、地域経済への波及高度化のための仕組み検討を通じて、京都におけるマンガを核とした地域活性化方策を検討する。

2. 調査体制

(1) 京都検討委員会の設置

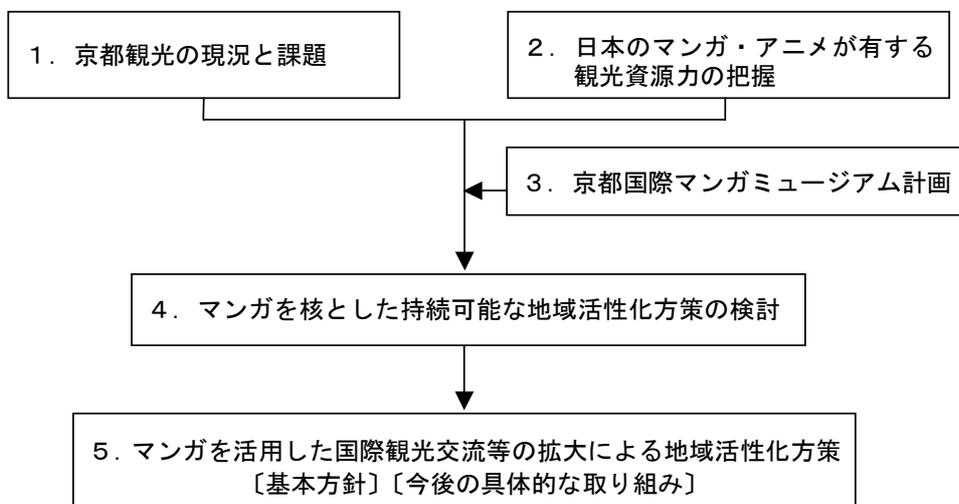
京都におけるマンガを核とした地域活性化方策の検討にあたり、牧野圭一委員(京都精華大学 マンガ学部長)を委員長とする「日本のアニメを活用した国際観光交流等の拡大による地域活性化調査 京都検討委員会」(以下、京都検討委員会という)を設置した。

①委員名簿

所 属 ・ 役 職	氏 名
京都精華大学 マンガ学部 学部長	牧 野 圭 一
京都嵯峨芸術大学 芸術学部 観光デザイン学科 教授	坂 上 英 彦
京都精華大学 マンガ学部 助教授	吉 村 和 真
京都市 教育委員会 生涯学習部 生涯学習推進課長	宮 田 英 喜
京都市 産業観光局 観光部 観光振興課 担当課長	西 村 健 吾
社団法人京都市観光協会 事務局次長	佐々木 雅 章
京都商工会議所 理事・産業振興部長	龍 不 可 止
J T B 西日本 国際旅行営業部 営業企画室長	船 積 靖 敬
京都国際マンガミュージアム 準備室室長 (平成18年11月より、運営統括室長)	安 部 一 郎
国土交通省 総合政策局 観光地域振興課 課長補佐	井 上 健 二
文化庁 文化部 芸術文化課 地域文化振興室 室長補佐	佐 藤 康 宏
国土交通省 近畿運輸局 企画観光部 観光地域振興課長	堀 田 良 幸

②検討経過

i. 調査の手順



ii. 委員会開催

平成 18 年 10 月 16 日	第 1 回委員会	<ul style="list-style-type: none"> ・委員会設置 ・調査実施計画の検討
12 月 18 日	第 2 回委員会	<ul style="list-style-type: none"> ・京都国際マンガミュージアム開館後の状況報告 ・調査実施経過報告 ・地域活性化方策の基本方針の検討
平成 19 年 1 月 22 日	第 3 回委員会	<ul style="list-style-type: none"> ・調査実施経過報告 ・地域活性化方策の検討
2 月 19 日	第 4 回委員会	<ul style="list-style-type: none"> ・調査実施経過報告 ・地域活性化方策に関する今後の取組みについて
3 月 12 日	第 5 回委員会	<ul style="list-style-type: none"> ・調査実施経過報告 ・地域活性化方策のとりまとめ

iii. 主な調査

		調査内容	実施期間
資源力の把握 日本のマンガ・アニメが有する観光	1. Web アンケート調査	①日本人対象アンケート	平成 18 年 12 月 1 日～10 日
		②外国人対象アンケート i 英語版 ii 韓国語版 iii 中国語（繁体字）版 iv 中国語（簡体字）版	平成 18 年 12 月 20 日 ～平成 19 年 1 月 3 日 平成 19 年 1 月 12 日～1 月 26 日 平成 19 年 1 月 12 日～2 月 5 日 平成 19 年 1 月 25 日～2 月 5 日
	2. 旅行会社へのヒアリング調査	国内旅行 2 社、インバウンド旅行 3 社にヒアリング	平成 18 年 11 月 21 日、27 日
	3. 留学生グループインタビュー調査	①韓国、台湾、中国からの留学生	平成 18 年 11 月 27 日
		②欧米からの留学生・社会人	平成 19 年 3 月 6 日
来館者アンケート調査		京都MM来館者（中学生以上）対象アンケート	平成 18 年 12 月 2 日～9 日
活性化方策の検討 マンガを核とした持続可能な地域活性化	1. 公開講座・体験講座の実施	①参加者対象アンケート a) 講演会、b) 企画展で各 1 回アンケート実施	a) 平成 19 年 1 月 7 日 b) 平成 19 年 2 月 24 日 ～3 月 11 日
		②京都MMによる体験講座「マンガ家アシスタント体験」	平成 19 年 2 月 13 日

		調査内容	実施期間
マンガを核とした持続可能な地域活性化方策の検討(続)	2. 訪日外国人を 対象とするPR	①京都MMパンフレット多言語化 英語・韓国語・中国語(簡体字) に多言語化	制作:平成18年11月 ~平成19年2月
		②京都MMホームページ多言語化 英語・韓国語・中国語(簡体字) に多言語化	制作:平成18年11月 ~平成19年3月
	3. マンガまち歩き ガイドマップの 制作	①京都MM館内案内マップ 日本語・英語・韓国語・中国語 (簡体字・繁体字)で制作	取材:平成18年11月~12月 制作:平成18年12月 ~平成19年1月
		②京都MM周辺観光案内マップ 日本語・英語・韓国語・中国語 (簡体字・繁体字)で制作	
		③図解マンガ3種類(英語)試作	制作:平成19年3月
	4. 外国人を対象と する京都マンガ ツアーの試行	①留学生をモニターとする 京都MM周辺ツアー	第1回:平成19年2月13日 第2回:同 3月8日
		②訪日旅行との連携による誘客	平成19年2月20日~3月11日
	5. マンガ関連 新産業の 創出策の検討	①マンガ語学教材の検討 語学学校等4機関にヒアリング	平成18年11月15日~24日 平成19年2月7日
		②キャラクターグッズ制作の検討 兵庫県のじぎく国体局等 2機関にヒアリング、及び 京都MMでの事例まとめ	平成18年12月12日~20日 平成19年2月7日
		③マンガを活用したPR誌、 広報誌の検討 京都府等3機関にヒアリング	平成19年1月24日~2月1日

※表内「京都国際マンガミュージアム」を「京都MM」と略記

II. 京都観光の現況と課題

1. 観光マーケットの将来動向

(1) 国内観光の動向

①国内観光は「個人化」「テーマ型」へ

旅行会社へのヒアリング等によると、国内観光の形態は、「団体」旅行から「個人」旅行へ、また、有名な観光地を巡る「周遊観光型」から、「テーマ型」「交流型」「滞在型」へと変化しつつある。国内観光が個人化していくなかで、価格よりも価値が重要視され、観光に求められるものは、より深く、広がっている。「自分だけのオリジナリティーのある旅にしたい」という意識を持って旅行を計画・選択する人々が増えており、こうした旅行者の主体性を尊重して、滞在地の地域文化を様々に楽しめる観光メニューの開発が求められている。

消費者ニーズを先取りした旅行スタイルの一例

～JATA 国内旅行委員会が2004年にとりまとめた「さらなる国内観光振興にむけて」より抜粋～

①新しい観光スタイル	グリーンツーリズム	<ul style="list-style-type: none"> ・農林漁業を体験する ・田舎生活を体験する ・地方の伝統文化や生活に触れ、体験する ・地域で生活を疑似体験し、地域の人々と交流する ・その地域ならではの「食」を体験する など
	エコツーリズム	<ul style="list-style-type: none"> ・地域資源を損なわない旅をする ・自然に触れる ・地域社会の歴史 ・文化を楽しむ など
	ライフスタイル提案型観光	<ul style="list-style-type: none"> ・本場の美術・芸術を鑑賞し、創作体験する ・ボランティア活動、NPO活動に参加する など
	自分史振り返り型観光	<ul style="list-style-type: none"> ・自分の足跡をたどる ・若い頃行なったことに再挑戦する ・旧交を温める など
②世界遺産をはじめとする豊富な歴史文化資源を活用した観光スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ・世界遺産を訪ねる ・文化遺産を訪ねる ・歴史的人物の足跡を訪ねる など	

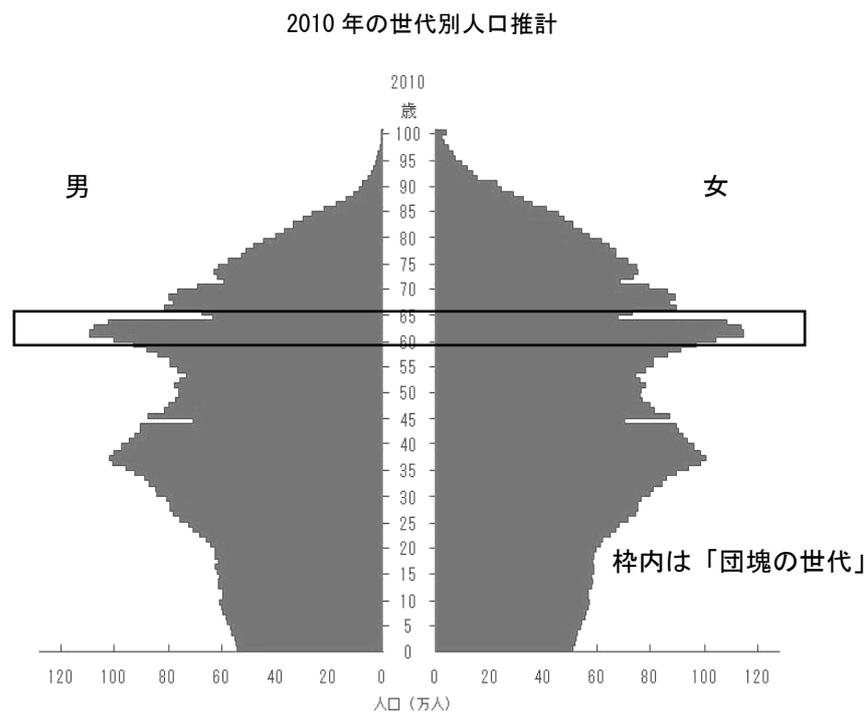
②シニアマーケットの拡大

少子高齢化の進行により、平成17年（2005年）の日本の人口（国勢調査結果）は、前年の推計人口を約2万人下回る1億2,776万人となった。自然減の傾向も続いており、日本は人口減少社会に入りつつある。

そのなかで、高齢者が人口に占める割合は年々増大しており、様々な消費の分野で、シニ

マーケットが拡大すると見込まれている。「JATA経営フォーラム 2006」(2006年2月21日実施／(社)日本旅行業協会主催)では、「アクティブシニアを60～70歳と想定して、1世代200万人と仮定すると、10年間で2000万人規模の非常に大きなマーケットになる」との予測が報告された。

平成19年(2007年)には、人口ボリュームの大きい「団塊の世代(1947～49年生まれ)」が60歳となる。多様な趣向を持つといわれる「団塊の世代」の退職後の消費行動に注目が集まっている。



(2) 訪日外国人観光の動向

国際観光振興機構(JNTO)の調査によれば、平成17年(2005年)の訪日外客数は、前年比9.6%増(590,021人増)の6,727,926人となり、年計では過去最高を記録した。増加の要因として、訪日査証の緩和措置(韓国、台湾)、愛知万博の開催、ビジット・ジャパン・キャンペーンの拡大、航空便の拡充(チャーター便等)、円安傾向などが挙げられている。

①韓国、台湾からの観光客が増加

アジアからの訪日外客数は4,627,478人で、前年比では10.0%増(419,383人増)の伸びとなった。これを国別にみると、東アジアからの訪日外客数が大半を占めており、韓国1,747,171人(前年比10.0%増)、台湾1,274,612人(18.0%増)、中国652,820人(6.0%

増)、香港 298,810 人 (0.5%減) となっている。

韓国と台湾については、短期滞在者 (90 日以内) に対して訪日査証の免除措置が取られたため、訪日目的別の「観光客」が大きく伸びた。韓国からの「観光客」は前年比 17.2%増の 1,215,766 人、台湾からの「観光客」は前年比 20.6%増の 1,160,402 人となった。

国籍別訪日外客数 (2005) 総数 上位 10 カ国

	国名	総数 (人)	伸び率 (%)	シェア (%)
1	韓国	1,747,171	10.0	26.0
2	台湾	1,274,612	18.0	18.9
3	米国	822,033	8.2	12.2
4	中国	652,820	6.0	9.7
5	香港	298,810	-0.5	4.4
6	英国	221,535	2.7	3.3
7	オーストラリア	206,179	6.1	3.1
8	カナダ	150,012	5.6	2.2
9	フィリピン	139,572	-9.7	2.1
10	タイ	120,238	14.7	1.8

国籍別訪日外客数 (2005) 観光客数 上位 10 カ国

	国名	総数 (人)	伸び率 (%)	シェア (%)
1	韓国	1,215,766	17.2	27.8
2	台湾	1,160,402	20.6	26.6
3	米国	487,887	9.4	11.2
4	香港	269,123	-0.9	6.2
5	中国	201,940	6.5	4.6
6	オーストラリア	154,571	7.3	3.5
7	英国	123,618	0.5	2.8
8	カナダ	107,591	5.4	2.5
9	タイ	75,333	19.5	1.7
10	シンガポール	63,772	1.3	1.5

②韓国、中国からの教育旅行の活発化

平成 16 年（2004 年）より、韓国及び中国からの訪日教育旅行生は査証免除となったため、両国からの訪日教育旅行（修学旅行）が活発化した。

文部科学省によると、2004 年度の訪日教育旅行総数は 1,748 校、34,506 人で、韓国、米国、オーストラリア、中国、台湾からの来訪が多い。このうち、米国を除く 4 国からの教育旅行については、主な訪問地に関西が挙っており、京都への訪問が行われていると推察される。例えば、韓国からの訪日教育旅行では、福岡が最も多く、大阪、京都、奈良、熊本と、九州と関西が上位を占める。中国の場合は、関東、関西、九州となっている。

訪日教育旅行相手国別受入実績（平成 16 年度）

		学校数	受入者数
1	韓国	238	10,376
2	米国	495	6,385
3	オーストラリア	360	4,639
4	中国	167	3,995
5	台湾	55	2,709
	その他（38ヶ国）	433	6,402
	計	1,748	34,506

資料：文部科学省

③京都への訪日観光

平成 17 年（2005 年）に京都市内の宿泊施設を利用した外国人客数は 729,830 人で、前年比では 34.2%増（186,154 人増）と大きく伸びている。国籍別では米国が 31.0%と最も多く、続いて台湾 14.0%、韓国 7.5%、中国 5.5%、英国 5.0%の順となっている。

旅行会社へのヒアリング調査によると、東アジア（韓国、中国、台湾、香港）からの訪日旅行者の京都での過ごし方は、主要な寺社仏閣巡りと、無料で入れる場所での写真撮影が多い。日本文化、京都文化の体験機会がある場合は、舞妓の芸の鑑賞、茶道、浴衣の試着、人力車、写経、着物ショーの見学等のプログラムが行われている。教育旅行での文化体験については、和菓子作り、金箔貼り等も行われている。

京都市内に宿泊した外国人客数 国籍別 上位10カ国

国, 地域名	宿泊者数 (人)	構成 (%)
米国	226,247	31.0
台湾	102,176	14.0
韓国	54,737	7.5
中国	40,141	5.5
英国	36,492	5.0
オーストラリア	32,113	4.4
フランス	29,923	4.1
ドイツ	27,734	3.8
香港	19,705	2.7
カナダ	18,976	2.6

資料：平成17年「京都市観光調査年報」

2. 京都観光の現況と課題

「新京都市観光振興推進計画（平成 18 年 1 月）／京都市」で挙げられている京都観光の現況から、観光客及び観光資源に関する課題を導く。

京都は日本を代表する観光地であり、順調に観光客数を増やしているが、追随する他都市・他地域との競争に打ち勝つためには、さらなる魅力の向上が求められる。

下表にあらわす①から⑥までの京都観光の課題をふまえ、本調査の検討を進める。

	現況 「新京都市観光振興推進計画（平成 18 年 1 月）」で 挙げられている京都観光の現況より抜粋		課題
観光客について	<ul style="list-style-type: none"> ●入洛観光客数が好調に伸びている。 ●京都の観光客像は「日帰り：宿泊が 3：1。中高年女性。リピーター」。 ●欧米からの観光客に高い人気。アジアからの観光客の人気は弱い。 ●修学旅行客数は 100 万人台を維持。 ●春と秋に入洛客が集中する。 	⇒	<ul style="list-style-type: none"> ①観光客層のさらなる開拓・拡大。 ②国内外からの、多様な形態の修学旅行への対応策。 ③季節にかかわらず、恒常的に集客できる観光魅力の開発。
観光資源について	<ul style="list-style-type: none"> ●各行政区が 1 つの観光都市に匹敵するほど数多くの歴史的観光資源を有する。 ●従来の「見る」観光が中心。 ●旅行者が持つイメージは「歴史・文化が素晴らしい」が高く、「地域の人とのふれあい」「その地ならではの活動や楽しみ」が低い。 ●景観・伝統文化の保全、文化財の公開と保全の調和が課題となっている。 ●外国人観光客向けの観光案内機能不足。 	⇒	<ul style="list-style-type: none"> ④現代の京都文化を活かした新しい観光の提案。 ⑤「見る」だけの観光でなく、京都ならではの「体験」「活動」で楽しむ観光の提案。 ⑥観光案内及び観光情報提供の充実。

(1) 京都観光の課題

①観光客層のさらなる開拓・拡大

現況の観光客層では比較的少ない「男性」や「若年層」、外客では「アジアからの観光客」を新たなターゲットとし、観光客層をさらに拡大していくことが重要である。

②国内外からの、多様な形態の修学旅行への対応策

日本の修学旅行は、児童・生徒の自主性を重んじたグループ別行動が一般的となっているため、少人数グループの修学旅行生が、主体的に京都の魅力と関わることができる環境づくりが必要である。また、韓国、中国からの教育旅行への対応策が今後ますます求められる。

③季節にかかわらず、恒常的に集客できる観光魅力の開発

桜と紅葉の時期以外のオフシーズンにも集客できるインドア型の観光、コンベンション型の観光を開発し、京都観光の通年化を図る必要がある。

④現代の京都文化を活かした新しい観光の提案

伝統的な京都文化だけでなく、現代京都を形成している様々な文化を重要な観光資源と位置づけ活用して、新しい観光スタイルを開拓する。

⑤京都ならではの体験・活動で楽しむ観光の提案

京都でしかできない体験型の観光開発がさらに求められている。また、京都に来なければ入手できない土産品の開発も、訪問の動機付けとなる。

⑥観光案内、観光情報提供の充実

歴史と伝統の厚みがある京都の観光資源について、その真髄を外国人にもわかりやすく直感的に伝える方法を創出し、より多くの人に理解を深めてもらうことが重要である。

(2) マンガ・アニメを京都観光に活用

京都において、マンガ・アニメを観光に活用するとき、前項の課題について、例えば、以下のような解決への方向性を見出すことができる。

マンガ・アニメを京都観光に活用

①観光客層のさらなる開拓・拡大

マンガは、男性や団塊の世代にも受け入れやすいテーマであることから、シニア女性層が多い京都観光にとって観光客層のさらなる開拓・拡大に結びつくことが期待できる。

②国内外からの、多様な形態の修学旅行への対応策

マンガは子ども達が「学習」「体験」する強い動機付けとなる。また、東アジアでは日本のアニメやマンガが定着しており、国内外からの修学・教育旅行を誘客する力を持つと考えられる。

③季節にかかわらず、恒常的に集客できる観光魅力の開発

「京都国際マンガミュージアム」の開館、「国際マンガサミット（2008年・京都で開催予定）」の開催等は、季節を問わずマンガファンや研究者を集客できる観光魅力の開発につながる。

④現代の京都文化を活かした新しい観光の提案

「京都国際マンガミュージアム」での企画展・講演会・体験講座、また、京都市内の文化施設との提携によるイベント等によって、新しい観光が提案できる。

⑤京都ならではの体験・活動で楽しむ観光の提案

京都は、マンガプロデューサー人材を輩出し、ベンチャー精神あふれる企業が立地する。また、学生文化交流の地でもある。新しい体験観光の開発を担う人材が数多いと期待できる。

⑥観光案内、観光情報提供の充実

京都精華大学の活動実績（マンガによる広報誌制作、マンガ図解本制作等）をふまえ、観光案内、観光情報提供の充実に向けて、さらに活かすことができる。