

序 章

調査の目的と背景

序章 調査の目的と背景

序 - 1 . 調査の目的と手法

(1) 調査の目的

日本のアニメ・マンガに対する海外での高い評価と認知度

近年、世界に流通しているアニメ等の我が国のコンテンツは、国際賞の受賞が頻繁に話題となり、また作品に登場する各種キャラクターが世界的に人気を博するなど、日本ブランドとして世界で広く認知されてきた。日本のアニメ等に触れたことがきっかけとなって日本語や日本文化に興味を持ち、訪日する外国人も増加していると言われる。さらにこのような状況下で、アニメ等に関係するコースを設置する大学等の教育機関も目立つようになった。

このような状況を受け、海外各国・地域に対して日本製のコンテンツを売り込もうとする取り組み、さらにはこれらのコンテンツを文化外交という観点からも積極的に活用しようという取り組みが展開されている。このような現状認識は、秋葉原において麻生外務大臣が行った、日本が目指す新しい文化外交についての演説（2006年4月）内容にも色濃く反映されている。

図表0 - 1 麻生外務大臣演説「文化外交の新発想 - みなさんの力を求めています」

(前略)

「日本」とか、「ジャパン」と聞いて、「ぱっ」と浮かぶイメージ。それが明るい、あるいはカッコいいとかクールなものと、長い目で見たとき、日本の意見はそれだけで通りやすくなります。つまり、日本の外交がじわりじわり、うまく行くようになるわけです。

だいたい、日本はこの点で、昔からそう捨てたものではありません。お茶は、「禅」の文化とあいまって、今でも関心を集めております。歌舞伎やら、文学やら。「フジヤマ・ゲイシャ」というワンパターンのイメージにしても、考えてみたら攻撃的なところのない、平和なものです。

(中略)

ですから、われわれ、こういう素晴らしい伝統文化をこれからもどしどし広めていくつもりですが、お能や文学、お茶、お花というアイデンティティに加え、たいへんアピール力のある新しい文化というものが、幸いなことに日本には備わっておりました。

それがアニメや音楽、ファッションといったポップカルチャーでして、これをいわゆる「売り込んでいく」ということに、外務省としてはいよいよ本腰を入れて参ります。

(後略)

資料：外務省 HP <http://www.mofa.go.jp/>

緒に就いたばかりの日本国内の受け入れ体制

アニメ・マンガに関しては、DVD やコミック等といった形態でコンテンツそのものが消費されるだけでなく、作品から派生したキャラクターグッズの収集や、コスプレといった楽しみ方も含め、その情報発信地（＝本場）である日本に対する文化的な興味が高まっており、アニメ・マンガをテーマとした訪日ツアーも少数ながら組まれている。また、これらのアニメ・マンガを切り口として、日本文化が幅広く注目される可能性も十分考えられる。諸外国の若者の日本への留学意向等も、こうした背景のもとに高まっていると言われており、日本文化に対する指向性を受け止める取り組みが求められている。

しかしながら、現状ではアニメ・マンガに触れることを目的に訪日しようとする客層を受け入れる体制が十分整っているとは言えない状況である。これらのコンテンツに関する“聖地”的な位置づけとなっている秋葉原が海外のアニメファン等のあこがれの地となっている他は、いくつかの国際的なアニメ・マンガ関連のイベントや各地に点在するアニメ・マンガ関連の展示施設等が個別にその受け皿となっている程度にとどまっている。

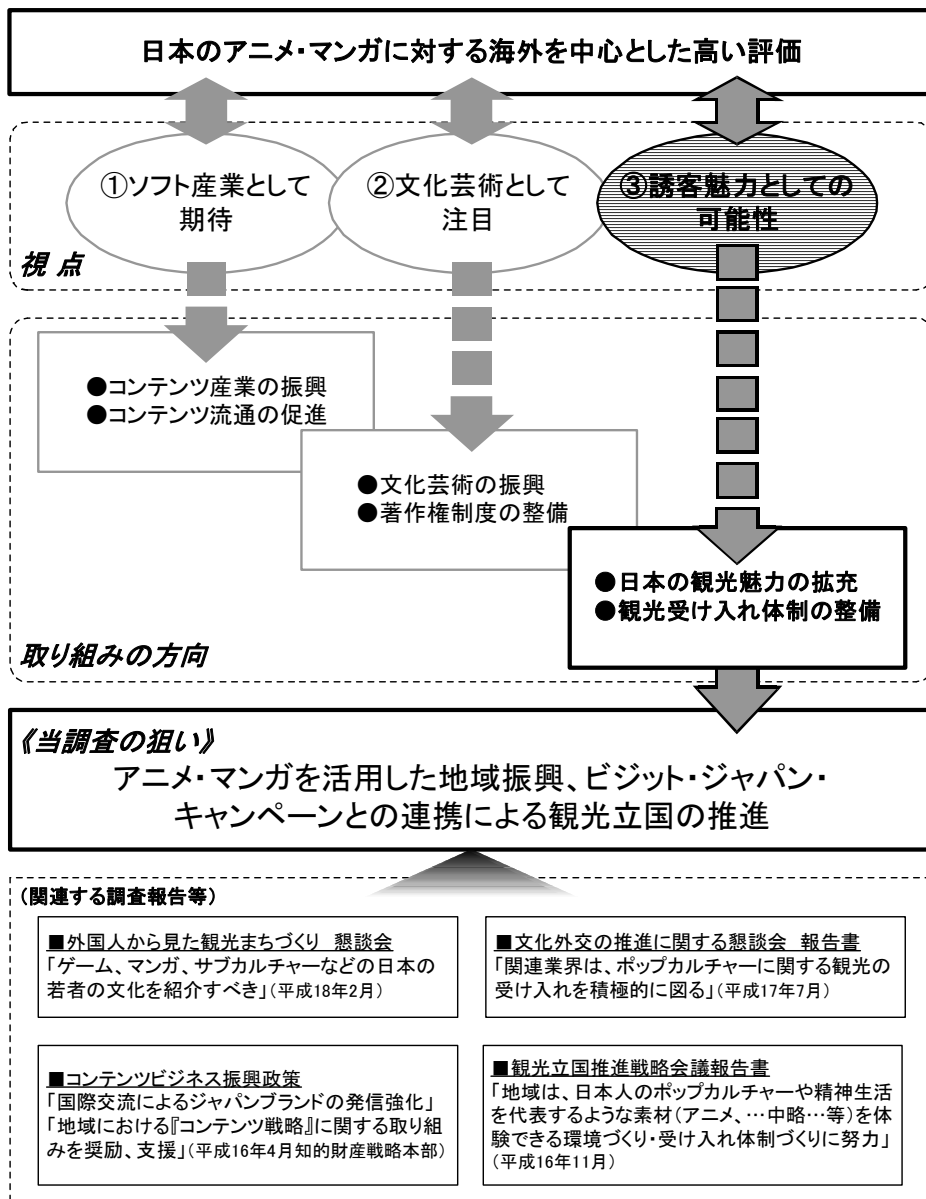
これらの施設が立地する地域では、アニメ・マンガを活用して地域振興に取り組もうという試みが見られるが、単独地域では新たな観光モデルの創出に限界があることや、これまで広域的な取り組みに着手できていないこと等から、海外各国・地域における日本のアニメ・マンガブームとも言える動きを地域活性化の側面で十分には活かしていない状況にある。

誘客魅力としての可能性と地域活性化につなげる方策の必要性

こうした現状を踏まえ、アニメ・マンガを外国人が日本を訪れる際の魅力要素の一つとして今一度捉え直し、観光面での誘客魅力として活用していく方策を検討し、アニメ・マンガを目的に日本を訪れようとする海外からの観光客のニーズに応えうる体制を整えていく必要がある。

このため、本調査では、モデル地区を設定して日本のアニメを通じた国際観光交流の拡大を目指し、大学を活用したアニメ等と他産業との連携強化による新たな国際観光ビジネスモデルの構築、マンガミュージアムを活用した国際交流の拡大等による地域交流拠点の構築、アニメ館等の広域連携による外国人を対象とした効果的なPR等に関連する課題の抽出やその克服のための方策について調査・検討を行う。さらにこれらのアニメ等を核とした地域振興、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、日本のアニメ・マンガを通じた国際交流の拡大等を視野に入れ、既存のストックをいかした海外への情報発信と受け地の連携を進め、戦略的に国家のイメージ向上と地域の活性化を図ろうとするものである。

図表0-2 本調査の目的

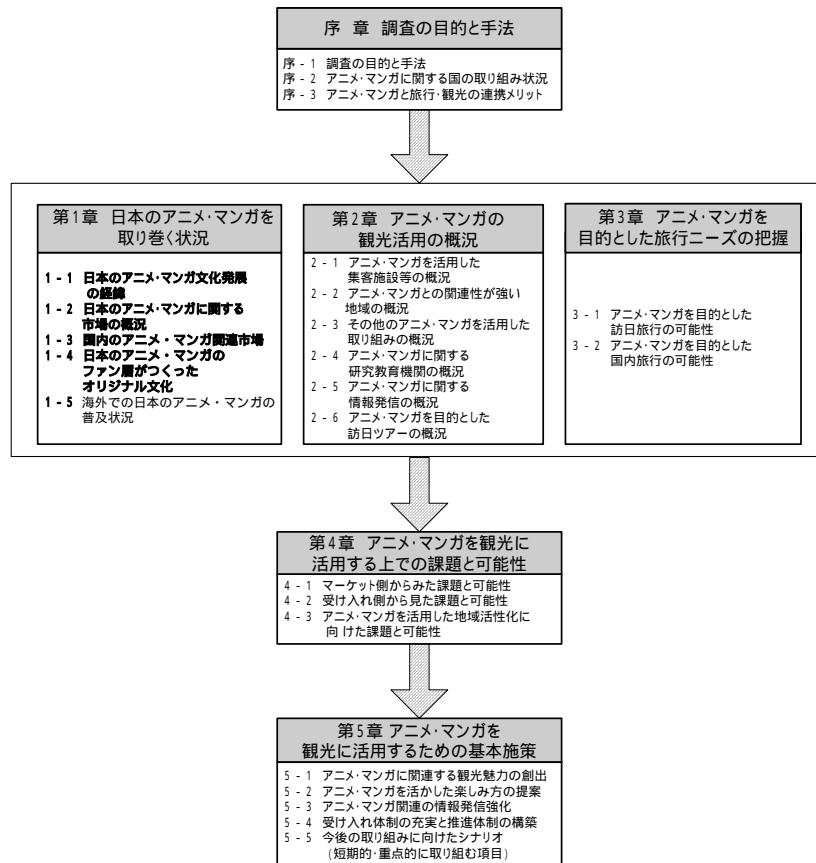


(2) 調査の手法と実施体制

日本のアニメ・マンガに対する国際的な評価が寄せられていることから、旅行・観光側でもこれらを日本への誘客魅力として活用できる可能性がありそうだという認識が生まれつつあるものの、そうした動きは緒に就いたばかりである。そのため、アニメ・マンガそのものに関する現状やファン層の旅行ニーズ、さらには誘客魅力としての具体的な可能性等、基礎的なデータの把握ができていない状況にある。

従って、当調査においては、まず日本のアニメ・マンガを取り巻く状況を概観（第1章）すると同時に、国内各地でアニメ・マンガを観光と絡めて活用している事例を整理した（第2章）。また、アニメ・マンガを目的とした旅行の可能性について、海外7カ国・地域ならびに日本国内在住の旅行者を対象としたアンケート調査等を実施、結果の分析を行った（第3章）。ここまでで得られた結果にアニメ・マンガ産業界側、旅行・観光産業界側それぞれの意見も加味して、利用者側（海外、国内の観光客）、受け入れ側（各地域、アニメ・マンガ産業界、旅行・観光産業界）双方の視点から、アニメ・マンガを観光に活用する上での課題と可能性を整理した（第4章）。そして当調査の最終的なアウトプットとして、第4章を踏まえ、アニメ・マンガを観光に活用して地域活性化につなげるための基本施策について取りまとめた（第5章）。

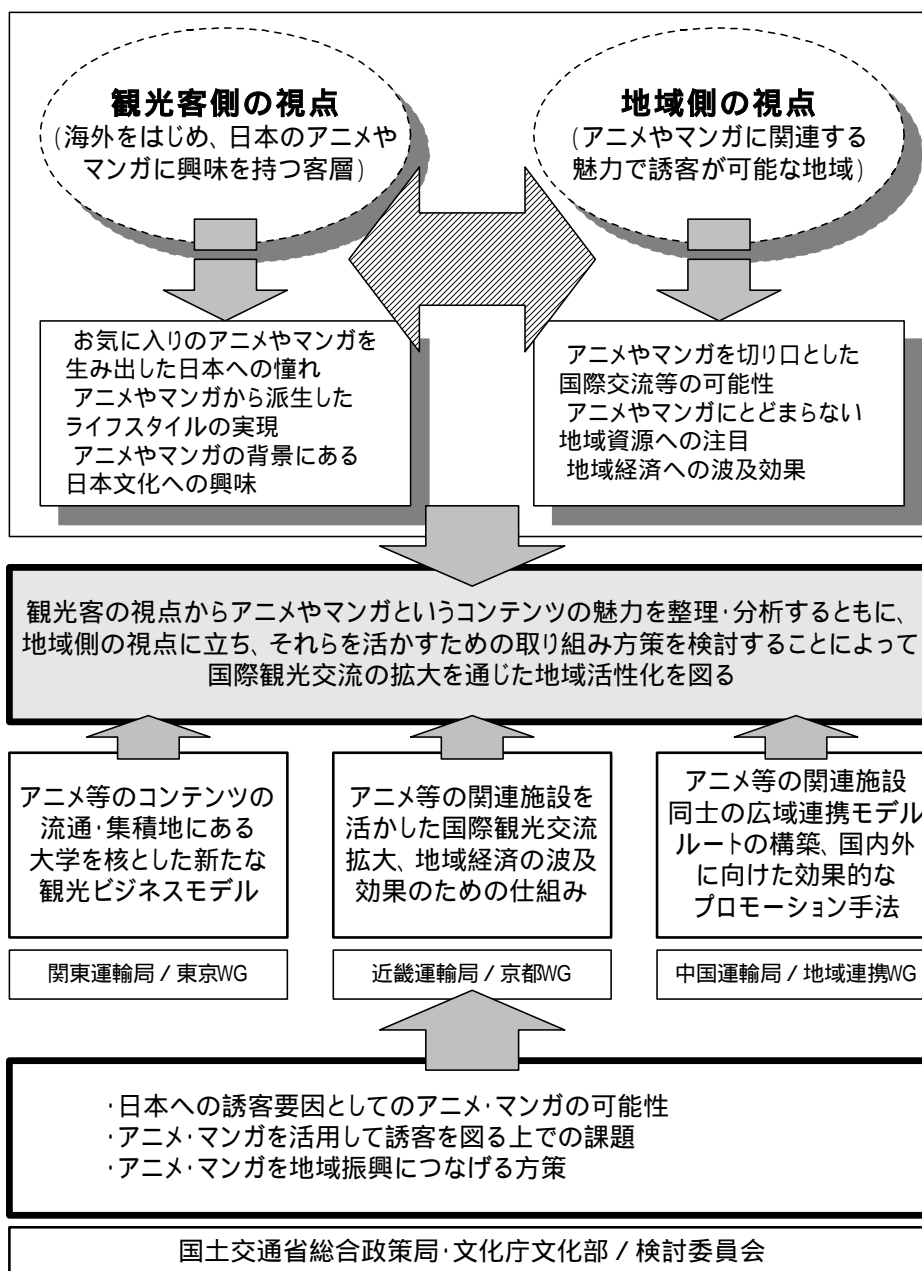
図表0-3 調査のフロー



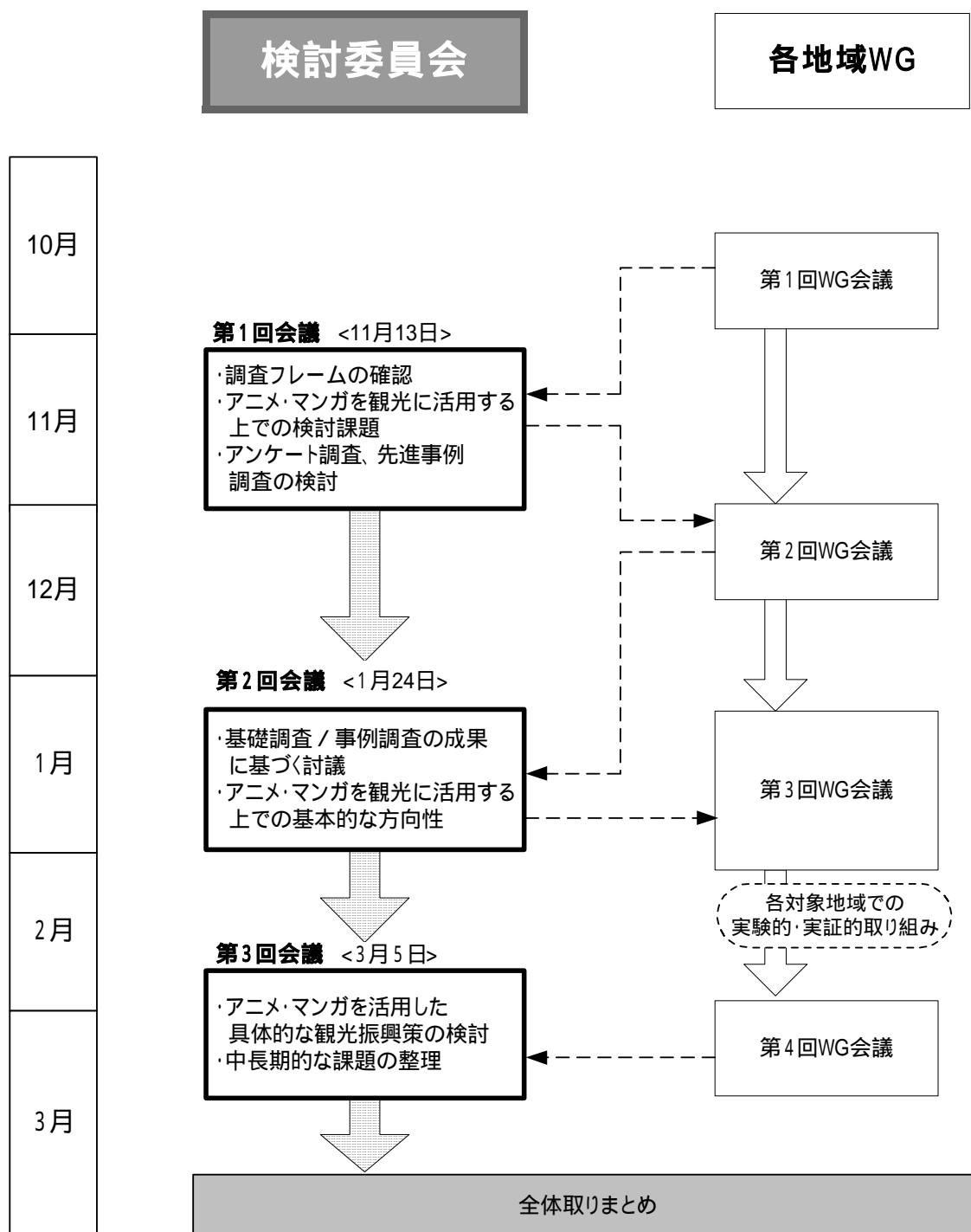
なお、調査の実施にあたっては学識経験者や行政関係者を中心とした検討委員会を設置して検討を進めた。

あわせて3つのモデル地域（東京都、京都府京都市、兵庫県宝塚市・岡山県倉敷市・鳥取県境港市・同北栄町）を設定し、各地域が抱える個別課題の解決について、ワーキンググループを設置して検討を行った。

図表0 - 4 調査のフレーム



図表0 - 5 調査検討のスケジュール



序 - 2 . アニメ・マンガに関する国の取り組み状況

アニメ・マンガに関連した国レベルでの主要な取り組みとしては、外務省が文化外交の牽引役として世界で幅広く受け入れられている日本のアニメ・マンガの活用を想定している他、経済産業省はソフト産業としてのアニメ・マンガに期待し、コンテンツ産業の振興、コンテンツ流通の促進を図っている。また文化庁は日本の現代文化の一端を担うジャンルとしてアニメ・マンガに着目し、文化芸術の振興や著作権制度の整備に取り組んでいる。

ここでは、特に海外への情報発信や国際交流等に関連すると考えられるものを中心として、以下に整理する。

(1) 外務省の取り組み

日本アニメに関心を有する記者招聘の実施

実施時期：2005年9月26日～10月6日

概要：

- ・アジア諸国・地域の新聞・雑誌等において文化分野を担当する記者10名(中国2名、香港2名、韓国、タイ、マレーシア、フィリピン、インドネシア、ブルネイ)を日本へ招聘。
- ・日本滞在中、アニメ関係者への取材、アニメ関連施設の視察、わが国の現代文化事情に精通する有識者によるブリーフィング、新聞社への訪問、観劇、都内・地方視察(京都、奈良)を実施。
- ・アジア各国・地域のマスコミの最前線で活躍する記者に、わが国から発信されるポップカルチャー、特にアジア諸国で人気の高い日本アニメの魅力を日本の新しい文化の一つとして紹介するとともに「クール・ジャパン」の一面を広報してもらうことが目的。

資料：外務省 HP <http://www.mofa.go.jp/>

「ポップカルチャーの文化外交における活用」に関する報告

(ポップカルチャー専門部会)

開催年：2006年6月～10月(計4回開催)

開催主旨：

- ・諸外国における対日イメージの改善等、わが国の発信力強化のために、外務省としてどのようにポップカルチャーにかかわっていくのが適当であるかを詳細に検討するため、海外交流審議会第2回総会において設置を決定

概要：

- ・「ポップカルチャー」をテーマとした文化外交の実施は、我が国に対する支持者を拡げていく上で、高い効果が期待されるとの点で認識が一致し、特に「ポップカルチ

ャーへの関心をどのように日本への関心に高めるか」及び「ポップカルチャーを推進している産業界に対して外務省がどのような協力を行うべきか」につき、議論を行った。

提言内容：

「ポップカルチャー」関連業界の海外進出に対する支援（環境・基盤の整備）
コンテンツ発表の場等の情報提供
「ポップカルチャー」への関心を日本全体への関心に繋げる
上記取り組みの実現に向け、関係省庁間の連携について検討し、「ポップカルチャー」
関連業界の活動を支援・促進

資料：外務省 HP <http://www.mofa.go.jp/>

日中 21 世紀交流事業 日中漫画交流展

開催日：2006 年 8 月 27 日

概要：

- ・中国高校生訪日団第二陣の一部の学生と、ホストファミリーとなる日本の高校生たちを迎え、東京にて開催した。
- ・戦前に中国で暮らし、日本に引き揚げた著名な漫画家の森田拳次、山内ジョージ、山口太一、林静一、石子順各氏を迎え、漫画の実演や、参加学生が自由に描いた漫画の講評など世界的に有名な日本の漫画文化を通して交流を行った。

資料：外務省 HP <http://www.mofa.go.jp/>

（ 2 ） 経済産業省の取り組み

コンテンツグローバル戦略研究会

開催期間：2005 年度

概要：

- ・アジアにおけるコンテンツ産業の躍進など、コンテンツ産業の国際競争が激化している中、日本のコンテンツのプレゼンスは伸び悩んでいることから、将来にわたり我が国のコンテンツ産業が国際競争力を強化し、グローバル化を図っていくための戦略（「コンテンツグローバル戦略」）を構築することを目的とする。
- ・具体的な取り組みは内外の成功事例や障壁について現場の声を踏まえた検討を行う。食やファッションといった日本の強みや、地域振興との連携の可能性を探っている。

資料：経済産業省 HP <http://www.meti.go.jp/>

コンテンツ国際展開推進強化（国際コンテンツカーニバル（仮称）の開催）

実施時期：2007 年～

概要：

- ・既存の「東京国際映画祭」を積極的に拡大してコンテンツ国際取引マーケットビジ

ネス機能を強化し、アニメ、ゲーム、音楽、コミック等を含むマルチコンテンツを総合的に扱うマーケットとして開催する。

- ・また、内外のプロデューサー等を集めた国際共同制作ワークショップの開催、インターネット上のコンテンツマーケットの構築、国際的な人材育成・人材交流のためのシンポジウム・セミナーの開催、ロケーション情報発信のためのロケ・マーケットの開催やコンテンツ振興と地域振興との連携事業の実施などに取り組む。

資料：経済産業省 HP <http://www.meti.go.jp/>

(3) 文化庁の取り組み

日本 ASEAN 交流年 2003 国際アニメ・マンガフォーラム

期間：2003年3月10日～3月16日

会場：東京・丸の内の丸ビル

概要：

- ・文化庁と ASEAN 諸国在京大使館が日本 ASEAN 交流年を記念して開催するものでアニメやマンガを通して、ASEAN 文化への理解促進とメディア芸術としての認識を国内外へ高めることが目的である。
- ・アニメ作家・漫画家・評論家等による基調講演・シンポジウムと、各国の文化やマンガのスクリーン投影、アニメ作品上映、マンガ原画の展示等が行われた。

資料：文化庁メディア芸術プラザHP <http://plaza.bunka.go.jp/amfreport/index.html>

文化庁メディア芸術祭 10周年記念事業 『日本のメディア芸術 100選』

期間：2006年7月13日(木)～8月31日(木)

概要：

- ・文化庁メディア芸術祭は、新しい表現方法や優れた芸術的表現によるメディア芸術作品を顕彰するとともに、先端的なメディア芸術の創作活動を広く紹介するメディア芸術の祭典で、1997年より開催している。
- ・同芸術祭 10周年を記念して、日本を代表するメディア芸術 100作品を選ぶアンケートを実施(一般の Web アンケート・エントリー方式と、メディア芸術に関わる専門家による郵送法の 2 方式で収集)、最終的には延べ 33,884 名より 209,284 票におよぶ得票があった。
- ・アート、エンターテインメント、アニメーション、マンガの各部門より選ばれた、自由回答を含む上位 25 作品、計 100 作品を、HP 上で発表している。
- ・2007 年 1 月 21 日～2 月 4 日まで国立新美術館で開催された「メディア芸術祭 10 周年企画展『日本の表現力』」では、100 選として選ばれた作品を数多く紹介した。

資料：文化庁メディア芸術プラザHP <http://plaza.bunka.go.jp/hundred/>

(4) その他の関連する既存調査・報告等

コンテンツ専門会報告書(「コンテンツビジネス振興政策」)(2004年4月)

- ・知的財産戦略本部のコンテンツ専門調査会において2003年10月よりコンテンツビジネスの振興のあり方について検討、報告書として取りまとめた。
- ・ここではコンテンツビジネス振興を国家戦略の柱にすべきとの基本的方向の下、集中改革を進めるべきだとしている。
- ・集中改革の具体策として、3つの目標が示される中で、「我が国コンテンツビジネスを大きく展開するとともに、日本文化の積極的な発信により海外での日本のイメージを向上させることが求められている」としている。

資料：首相官邸 HP <http://www.kantei.go.jp/>

観光立国推進戦略会議報告書(2004年11月)

- ・総理主宰の「観光立国懇談会」による報告書(2003年4月)を受け、「観光立国推進戦略会議」では、民間有識者の議論を集約して4つの課題と55の提言として取りまとめた。
- ・4つの課題の一つである「国際競争力のある面的観光地づくり」では、「地域ブランドの振興」に関する提言として、「日本人のポップカルチャーや精神生活をテーマにした旅行の促進」をあげ、「地域は、日本人のポップカルチャーや精神生活を代表するような素材(アニメ、回転寿司、マグロのせり、禅、武道、相撲、映画ロケ地、祭り等)を体験できる環境づくり・受け入れ態勢づくりに努力する」としている。

資料：国土交通省 HP <http://www.mlit.go.jp/>

文化外交の推進に関する懇談会報告書(2005年7月)

- ・日本と諸外国の国民が、文化交流や文化の分野での国際協力を通じて、相互理解を深めること、日本の有識者が地域研究・知的交流を通じて発信力を高めることが日本外交に幅と奥行きを持たせる上で重要となっていることから、国際文化交流や知的交流の基本的あり方を検討した。
- ・同報告書で「文化外交の理念と柱」が3点示され、第一の柱「『発信』の理念と行動指針」では、「『21世紀型クール』の追求として、日本語の普及と、ポップカルチャーや現代アート等を糸口に、世界における『日本のアニメ世代』の育成を積極的に図り、奥行きと広がりのある日本文化へのさらなる関心を発展」させることを掲げている。
- ・また、その具体的取り組み課題として、「現代日本のポップカルチャーを含むコンテンツ、及び食やファッション等の生活文化の積極的発信と活用」等があげられている。

資料：首相官邸 HP <http://www.kantei.go.jp/>

外国人から見た観光まちづくり懇談会（第1回：2006年2月）

- ・ ビジット・ジャパン・キャンペーンを展開し、日本への外国人旅行者の増加に取り組む中で、「女性にとって美しく、高齢者にとって安心で、外国人にとって分かりやすい」という視点から観光やまちづくりに取り組むことが求められている。
- ・ そのため、日本の各地域で観光振興やまちづくりに取り組んでいる外国人の方々から、日本人が気づかない日本の魅力や大切にすべき景観・伝統・文化、日本人が改善すべき点などについて、新鮮な視点から意見、アドバイスをいただく目的で懇談会を開催した。
- ・ 第1回懇談会において、「ゲーム、マンガ、サブカルチャーなどの日本の若者文化を紹介すべき」との指摘を委員より受けている。

資料：国土交通省 HP <http://www.mlit.go.jp/>

序 - 3 . アニメ・マンガと旅行・観光の連携メリット

アニメ・マンガ分野と旅行・観光分野の連携は、これまでほとんど手つかずであったと言ってよい。従って、当調査を進めるにあたって、アニメ・マンガといった要素を旅行・観光で取り扱うことによって、双方にとってどのようなメリットが考えられるかを以下のとおり整理した。

(1) 旅行・観光産業側にとってのメリット

訪日につながる新しい誘客魅力の創出

- ・ 訪日外国人客に対して、日本の観光の「プラス」の魅力としてアピールしうる。
- ・ 海外のディープな日本アニメ・マンガのファン層にアピールすることで、アニメ・マンガの「本場」である日本を訪れてみたいという強い欲求につながる可能性がある。

日本全般に対する興味の喚起

- ・ 海外のアニメ・マンガのファンが、アニメ・マンガをきっかけとして広く日本に対して興味を持ち、さらには訪日観光をアピールする可能性がある。

(2) アニメ・マンガ産業側にとってのメリット

新たな情報発信チャンネルを通じた市場開拓

- ・ 旅行・観光業界が持つ情報発信ネットワークを活用することで、これまでとは異なるマーケット層への情報発信が可能となり、新規市場開拓につながる可能性がある。
- ・ アニメ・マンガに限らず広く日本に対する興味あるいは訪日意向を持っている客層が新たにアニメ・マンガのファンとなる可能性がある。

新たなビジネス展開の機会拡大

- ・ 地域独自のキャラクターグッズ開発や新しいタイプの作品鑑賞 / 購読施設など、新たなビジネス展開を図るチャンスが広がる。

(3) アニメ・マンガと旅行・観光の連携により期待される地域活性化効果

日本や各地域に対するイメージの向上

- ・ 作品やキャラクターの姿を通じて、海外から見た日本に対するイメージ向上につながる可能性がある。
- ・ 地域の姿が市場に対してより強く印象づけられ、新たな地域イメージ形成に寄与する。

新規産業の創出による経済効果

- ・ 地域独自のキャラクターグッズ開発など、新規地場産業の創出を通して地域活性化につながる可能性がある。

訪日外国人の増加による国際交流チャンスの増大

- ・ 各地域への訪日外国人の入り込み増加により、国際交流の機会が増大する。