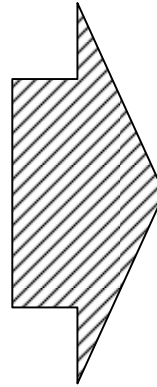


アニメ・マンガと旅行・観光に関する現状把握

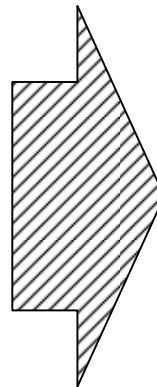
アニメ・マンガと旅行・観光の連携メリット

- (1) 旅行・観光側にとってのメリット
 - アニメ・マンガが新しい誘客魅力となる
 - アニメ・マンガを通して日本全般への興味を喚起
- (2) アニメ・マンガ側にとってのメリット
 - これまでと異なる情報発信チャンネルを通じた市場開拓
 - 新たなビジネス展開の機会拡大
- (3) 連携により期待される地域活性化効果
 - 日本に対する地域イメージの向上
 - 新規産業創出による経済波及効果
 - 訪日外国人の増加による国際交流チャンスの拡大



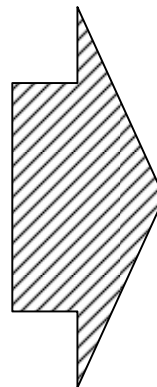
アニメ・マンガに関する旅行の意向

- (1) 海外の住民
 - ファン層も「伝統文化」「買い物」などアニメ・マンガだけでない日本の魅力に期待
 - 今後の来訪希望として「歴史地域」「ショッピング街」「自然風景の美」に加え「アニメ関連美術館・博物館等」にも期待
 - 情報源としてはWebサイトを積極的に活用
 - 訪日の障害として「高い旅費」「高い物価」「言葉の不安」
- (2) 国内の旅行者
 - アニメ・マンガを旅行に結びつける傾向はまだ低い
 - 可能性があるのは「舞台となった土地を訪ねる」「背景にある文化に触れる」旅行
 - 実際に経験したアニメ・マンガ関連旅行としては上記に加えイベントへの参加など



アニメ・マンガの観光活用状況

- (1) アニメ・マンガをテーマにした集客施設
 - アニメ・マンガに特化したミュージアム系施設
 - 総合ミュージアム系施設
- (2) アニメ・マンガと関係性の強い地域
 - アニメ・マンガ関連産業の集積地
 - アニメ・マンガ作家ゆかりの地
 - アニメ・マンガ関連グッズの流通・消費地
- (3) その他のアニメ・マンガ活用例
 - アニメ・マンガ関連のイベント
 - 地域のイメージキャラクター活用・創出
 - キャラクターを活用した交通機関
 - アニメ・マンガを学ぶ教育機関



アニメ・マンガを旅行・観光につなげる上での課題と可能性

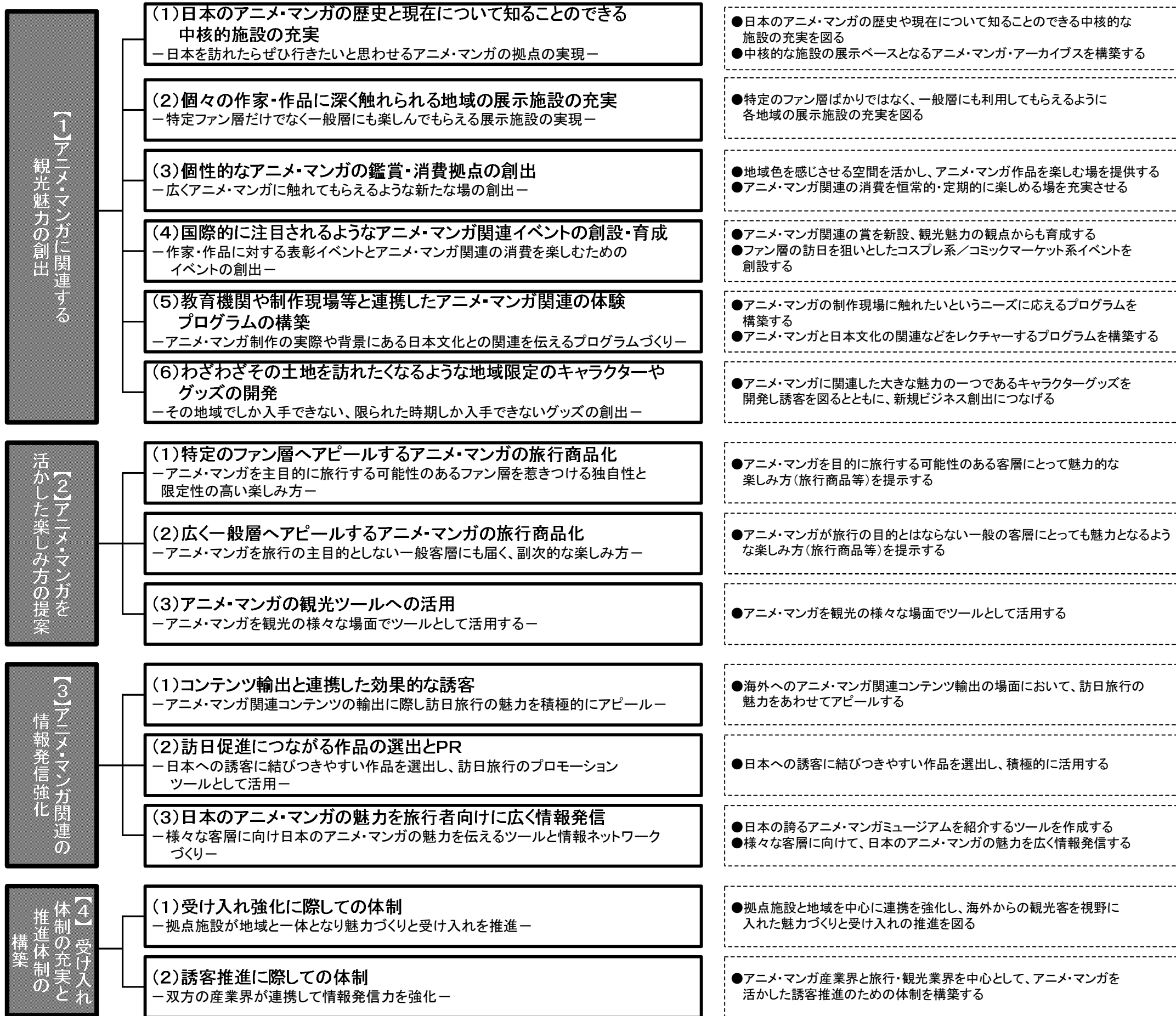
利用者側から見た課題と可能性

- (1) 海外アニメファンの意識
 - (課題1-1) アニメ・マンガに関連する要素のうち、日本を訪れなければ獲得し得ない価値を提示することが重要である。
 - (課題1-2) 個々の指向性に一括して対応するためには、アニメ・マンガに包括的に触れられる拠点が求められる。
 - (課題1-3) 日本が有するアニメ・マンガ以外の魅力要素をいかに結びつけアピールするかが重要。
 - (課題1-4) 国・地域別、旅行形態別など、マーケット層の特性に応じた適切な情報発信手段の取捨選択が必要。
 - (可能性1-1) 海外からの誘客を図る上で、他の旅行目的地との差別化要素としてアピールしうる。
 - (可能性1-2) アニメ・マンガを一つのきっかけとして、その他の日本の魅力要素に対しても興味を持ってもらえる可能性が高い。
 - (可能性1-3) 大都市圏の著名な拠点だけでなく、地方に立地するアニメ・マンガ関連の要素も興味対象となりうる。
 - (可能性1-4) アニメ・マンガに対する興味度合や同行者の違いに応じ、各地域の特性に応じた誘客につながる可能性がある。
- (2) 国内旅行者の意識
 - (課題2-1) まずは、日本国内でのアニメ・マンガに対する認識を高める必要がある。
 - (課題2-2) 国内市場に対してもアニメ・マンガ作品と観光の魅力セットにしてアピールする取り組みが必要となる。
 - (課題2-3) アニメ・マンガにちなんだ単発的イベントだけに頼らず、既存施設を恒常的に活用する地域活性化策も必要。
 - (可能性2-1) 具体的な舞台となる土地が存在する作品を活用して、アニメ・マンガを地域への誘客につなげる可能性がある。
 - (可能性2-2) 地域性の強いテーマを扱った作品を活用するなど、地域関連情報と作品を結びつけることで国内市場にアピールしうる。

受け入れ側から見た課題と可能性

- (1) 地域の認識
 - (課題3-1) アニメ・マンガをどう地域と絡めるか、将来像も含めて検討が必要。また、関連施設内だけで完結させるのではなく、利用客をいかにして周辺地域に送り出すかが重要。
 - (課題3-2) 作家や作品の知名度だけに頼らない地域の魅力の掘り起こしが大切。また、地域づくりにアニメ・マンガを絡めると、そのイメージが地域を表す代名詞になる。それを理解した上で、地域の魅力のどの部分に焦点を当てて伝えたいのかを明確にする必要がある。
 - (可能性3-1) アニメ・マンガ関連の施設だけでなく、地域全体としてアニメ・マンガに関する要素を活用するなど、イメージ発信につなげることが可能である。
 - (可能性3-2) アニメ・マンガと、その地域が持っている他の魅力を絡めて紹介することで、地域の姿をより深く知ってもらえると同時に、より幅広い客層にアピール可能となる。
- (2) アニメ・マンガ関連施設の認識
 - (課題4-1) 展示内容や情報発信、案内等それぞれの面で、海外からの利用ニーズも意識した対応が課題である。
 - (課題4-2) 周辺地域や類似施設と連携して、トータルな魅力を高めるとともに、利用促進策を図ることが欠かせない。
 - (可能性4-1) 多様な施設やイベント、地域間の連携によって、海外市場にもアピールしうるだけの魅力向上につながりうる。
- (3) アニメ・マンガ関連業界の認識
 - (課題5-1) アニメ・マンガ関連産業界として、旅行・観光産業と連携することで得られるメリットが具体的に見えにくい。
 - (課題5-2) 日本のアニメ・マンガを包括的に紹介できるような拠点の必要性。
 - (可能性5-1) 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客層への情報発信が可能となり、新規市場開拓につながるというメリットが得られる。
 - (可能性5-2) 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・購読施設の展開など、新たなビジネス展開を図るチャンスが広がるというメリットが得られる。
- (4) 旅行業界の認識
 - (課題6-1) 受け入れ体制の有無も含めて、外国人向けの情報を整理することが当面の課題となる。
 - (可能性6-1) アニメ・マンガに関連する拠点等が、そのような興味の受け皿となる可能性がある。
 - (可能性6-2) アニメ・マンガと先端的要素(科学技術、現代産業等)を組み合わせアピールすることが可能である。
 - (可能性6-3) アニメ・マンガと日本の伝統的文化等を組み合わせることでアピールすることが可能である。

アニメ・マンガを観光的に活用するための基本施策(体系)



各モデル地域での具体的検討内容	
東京WG	<p>■ポップカルチャーに着目した秋葉原紹介マップの作成 外国人旅行者に対して、ポップカルチャーの拠点としての秋葉原の魅力を伝える手段として、マップを制作</p> <p>■外国人を対象とするアニメ関連ツアーの検討 日本ツーリズム産業団体連合会(TIJ)が実施している「秋葉原新発見ツアー」において、秋葉原を訪れる外国人に対するアンケートを実施、秋葉原に集積しているポップカルチャーに対する認知度や観光資源としてのポテンシャル等を調査</p> <p>■地域の大学との連携によるアニメツアー・体験講座の検討 デジタルハリウッド大学との連携のもとで、秋葉原における海外からの留学生や研修生のためのプログラム(ツアー・体験講座)の提供を通じた、秋葉原の魅力づくりの可能性について検討</p>
京都WG	<p>■公開講座・体験講座の実施 「マンガ家アシスタント体験」(所要時間45分)を留学生のモニター11人に対して試行し、意見を聴取</p> <p>■マンガまち歩きガイドマップの制作 英語・韓国語・中国語簡体字及び繁体字を含む5ヶ国語版のマンガによるガイドマップを制作 市バスの乗り方、茶道での薄茶の飲み方、寺社の参拝手順を解説する図解マンガ(英語版)を試作</p> <p>■訪日外国人を対象とするPR 京都国際マンガミュージアムの設立目的等を解説するパンフレットの英語・韓国語・中国語簡体字への翻訳と、京都国際マンガミュージアムホームページの多言語化を実施</p> <p>4. 外国人を対象とする京都マンガツアーの試行 マップ試行を主とするツアー、「マンガ家アシスタント体験」講座の試行を主とするツアーを留学生を対象とした各1日コースとして実施</p>
地域連携WG	<p>■中国地方国際観光ビジネスフォーラムへの出展 VJC事業として実施された展示商談会(海外の旅行会社・マスコミを招請)に、対象4地域のアニメ関連施設・地域の案内展示を出展</p> <p>■海外からのモニターツアーの実施 対象4地域・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が旅行し、評価及び意見交換を実施</p> <p>○海外のマスコミ関係者(中国、台湾、韓国、香港から各2名)8名と、在日の外国人留学生7名の計15名が参加</p>