

平成18年度中国地域における  
アニメ等コンテンツを活用した  
地域振興方策調査

平成19年3月

経済産業省

中国経済産業局

## はじめに

映画、アニメ、ゲーム等に代表される我が国コンテンツ産業は、高い経済的波及効果を持つのみならず、海外への日本文化の発信の観点からも極めて重要な産業です。また、知的財産立国の重要な柱として位置づけられており、平成18年6月、経済産業省がとりまとめた「新経済成長戦略」においては、現在13.6兆円の市場を、今後10年間で約5兆円拡大させ、2015年には約19兆円の市場規模を目指すこととしています。

中国地域では、世界四大国際アニメーション映画祭の一つに数えられる「広島国際アニメーションフェスティバル」が開催される広島市のほか、地域にゆかりのある漫画家や漫画のキャラクターを活用して国内外からの集客交流を促進しようとする鳥取県境港市や同北栄町など、アニメ等のコンテンツを活用した地域づくりに取り組む例が輩出されつつあります。

地域に関わるアニメ等コンテンツの制作や活用は、産業振興、観光振興、芸術文化振興の側面から、魅力ある地域づくりに貢献するものであり、中国地域においては、今後もこのようなアニメ等コンテンツに着目した地域振興を戦略的に展開する必要があると考えます。しかしながら、中国地域において戦略的な展開を考えた場合、解決すべき課題が多く存在していることも事実です。

本調査は、アニメ等コンテンツを活用した地域振興に取り組む上で解決すべき主な課題について、その解決策や対処方針について検討することを目的として、有限会社地域科学研究所に委託して行ったものです。

本書が、アニメ等コンテンツを活用して地域振興に取り組まれる皆さまの一助として、活用されることを切に願います。

最後に、本調査の実施に当たり、ヒアリング調査や情報提供等のご協力を賜りました関係各位に対しまして、この場をお借りして深く謝意を表する次第です。

平成19年3月

中国経済産業局 産業部長 柏葉清志

# 目 次

	(頁)
第1章 調査の概要	1
1 実施方針	1
2 実施内容	3
第2章 中国地域におけるアニメ等コンテンツのシーズ	7
1 地域を題材にした作品	7
2 地域にゆかりのある作家・制作者	11
3 施設・モニュメント・車両等	17
4 イベント	21
第3章 アニメ等コンテンツを活用した地域振興事例	22
1 中国地域における取組事例	22
2 中国地域において参考とすべき他地域の取組事例	43
第4章 アニメ等コンテンツの活用に応じた課題	52
1 プロデュース機能に関わる課題	52
2 人材育成機能に関わる課題	56
3 著作権処理に関わる課題	60
4 海外展開・海外連携に関わる課題	62
第5章 プロデュース機能の確保・充実方策の検討	64
1 プロデュース機能の確保・充実に向けた基本方向	64
2 各地域における取組みの方向性	66
3 中国地域全体としての推進方策	69
第6章 人材育成機能の確保・充実方策の検討	71
1 人材育成機能の確保・充実に向けた基本方向	71
2 各地域における取組みの方向性	74
3 中国地域全体としての推進方策	76
第7章 著作権に関わる問題解決方策の検討	78
1 著作権に関わる問題解決に向けた基本方向	78
2 各地域における取組みの方向性	79
3 中国地域全体としての推進方策	80
4 ケーススタディ～本調査における小冊子作成に係る著作権交渉の過程～	82

第8章 海外展開・海外連携のあり方の検討	86
1 海外における日本アニメ等の市場動向等	86
2 海外展開・海外連携に関する基本方向	89
3 各地域における取組みの方向性	92
4 中国地域全体としての推進方策	94
第9章 ケーススタディ～広島市を事例として～	96
1 アニメ等コンテンツ活用の実態と課題	96
2 プロデュース機能の確保・充実方策の検討	105
3 人材育成機能の確保・充実方策の検討	108
4 著作権に関わる問題解決方策の検討	110
5 海外展開・海外連携のあり方の検討	111
第10章 中国地域における今後の展開方針	113
1 中国地域の強み・弱み	113
2 近隣地域の戦略	114
3 中国地域における取組みの方向性	116
資料編	118
1 掲載事例に関する問合せ先	118
2 関係機関等	119
3 著作権について	120
4 わが国におけるアニメ等コンテンツの海外展開・海外連携の方向	124

# 第1章 調査の概要

## 1 実施方針

### 1.1 調査の背景

中国地域では近年、アニメ等コンテンツを活用した地域振興に取り組む例が輩出しつつある。

例えば広島市では、1985年から世界四大国際アニメーション映画祭<sup>1</sup>の一つに数えられる「広島国際アニメーションフェスティバル<sup>2</sup>」、2004年からアニメーションによる集客交流と都市活性化を目的とする「広島アニメーションピエンナーレ<sup>3</sup>」が開催され、国内外からの多数の来場を得て、集客交流や文化振興の面で成果をあげている。さらに、2005年に17の企業・団体がコンソーシアム「ポール・イメージ・広島<sup>4</sup>」を組織し、アニメ等コンテンツを活用した産業育成と集客交流促進にかかる事業を具体化させつつある。

また、中国地域を題材にした漫画やアニメーション作品、中国地域にゆかりの漫画家やアニメーション作家・制作者等とその作品を活用して集客交流を促進しようとする取り組みも各地でみられるようになってきた。記念館を核にキャラクター名を冠した商店街や交通車両を活用して集客交流や中心市街地活性化に取り組む鳥取県境港市<sup>5</sup>、キャラクター名を冠した通りの整備やグッズ販売に取り組む鳥取県北栄町<sup>6</sup>、美術館を核に集客交流や都市デザインに取り組む岡山県倉敷市<sup>7</sup>、キャラクターを活用したバス運行に取り組む山口県岩国市<sup>8</sup>などがその代表例である。このうち、鳥取県境港市と同北栄町、岡山県倉敷市はそれぞれのアニメ等コンテンツを活用した国際観光の推進にも取り組んでいる。

しかし、これらの活動をさらに拡大・充実させていくとともに、中国地域において戦略的な展開を図ろうとした場合、解決すべき課題も存在している。

第一はプロデュース機能の不足である。上記の事例をみても、アニメ等のコンテンツ自体をプロデュースする人材・組織、コンテンツと地域振興をつなぐ地域の総合プロデューサーとしての人材・組織が確保（確立）されていないケースがほとんどである。そのため、それらの機能を東京周辺の人材・組織に依存せざるを得ず、中国地域にそのノウハウが蓄積せず、中国地域がイニシアチブをとった形での戦略的な展開を阻害している例が多い。

第二は人材育成機能の不足である。中国地域では近年、アニメ等コンテンツ制作やそのプロデュース方法を学ぶ学科を持つ大学や専門学校が増えている。しかし、それらの多くは入学者の確保や卒業後の就職に問題点を有している。その解決のためには、子どもの頃からアニメ等コンテンツに親しみ、関心

<sup>1</sup> 世界四大アニメーション映画祭は、フランスのアヌシー、カナダのオタワ、クロアチアのザグレブ、日本の広島で開催されているものをいう。

<sup>2</sup> 1985年から2年に一度（1度だけ3年間隔で開催）、夏に開催されており、世界中から多くの作品とともに才能あるアニメーション作家を集める歴史と権威あるフェスティバルとして認知されている。

<sup>3</sup> 2004年から2年に一度、夏に開催されている。都市興し・産業興しを目的として、広島経済同友会の会員企業が有限責任中間法人広島経済同友会アニメーションピエンナーレ基金を設立して運営。2006年は約4万人を集客した。

<sup>4</sup> アニメーションを活かした集客交流と産業育成に取り組む。平成17年度から経済産業省「サービス産業創出支援事業」の支援を受け、調査事業とそれを受けたモデル事業（市民参加型情報通信基盤整備事業、コンテンツ活用ビジネス開発事業、拠点施設運営事業）の検証に取り組んでいる。

<sup>5</sup> 2003年に「水木しげる記念館」が開館。また、水木しげるロードやJRの鬼太郎列車、隠岐汽船の鬼太郎フェリーも人気を博している。

<sup>6</sup> 「名探偵コナン」の原作者である青山剛昌の出身地。平成19年3月に「青山剛昌ふるさと館」を開館。

<sup>7</sup> 倉敷市美観地区内に「いがらしゆみこ美術館」が開館。いがらしゆみこの代表作は「キャンディキャンディ」。

<sup>8</sup> 岩国市交通局が、同市出身の漫画家・弘兼憲史の代表作「課長島耕作」のキャラクターをデザインしたバスを運行。

<sup>9</sup> 中国運輸局「平成18年度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」

を高める機会を提供するとともに、卒業後に即戦力となる人材を育成する機会の提供、中国地方を拠点としてアニメ等コンテンツに関わる事業を営むための環境整備が求められる。特に後者の問題は中国地域から東京周辺等に人材が流出する要因となっており、積極的な対応が必要である。

第三は著作権処理の問題である。地域に関わるアニメ等コンテンツを地域資源として活用しようとした場合、著作権の制約や活用交渉に時間を要し、適時適切な活用に支障を来しているケースがみられる。また、その交渉を東京周辺のプロデューサーや制作会社等に一任するケースもみられ、地域振興に役立てようという地元の意識が十分理解されないままであったり、それらのプロデューサーや制作会社等の対人関係や権利関係に左右されたりするという問題もみられる。

第四は海外展開・海外連携の脆弱さである。地域に関わるアニメ等コンテンツの海外展開を積極的に図ることは、海外への中国地域の魅力の情報発信の観点からも重要である。また、地域におけるアニメ等コンテンツに携わる人材のレベルアップや海外からの集客（インバウンド観光）の促進に向け、海外との連携を積極的に図ることは有効である。しかし、これらについても、広島市におけるフィルムマーケット<sup>10</sup>の試行、岡山県倉敷市と鳥取県境港市、同北栄町におけるインバウンド観光の推進方策の検討<sup>11</sup>など、中国地域の取組みは端緒にすぎたばかりである。

## 1.2 調査の目的

本調査は、このような背景を踏まえ、中国地域においてアニメ等コンテンツを活用した地域振興に取り組む上で課題となっているプロデュース機能および人材育成機能の確保・育成方策、著作権の問題に関する改善・解決方策、海外展開・海外連携の推進方策を検討することを目的とする。

なお、中国地域全体を対象としたそれらの方策を検討するとともに、現場レベルの実践的な調査・検討が必要であるとの認識にもとづき、中国地域の他地域と比べてアニメ等コンテンツが集積し、それらを活用したイベント等が長年開催され、海外展開・海外連携の熟度が高い広島市を対象としたケーススタディを実施する。

これらの調査・検討結果は、中国地域をはじめわが国の地方部におけるアニメ等コンテンツを活用した地域振興を図る際の参考とするとともに、中国地域におけるアニメ等コンテンツ自体のプロモーションとそれらを活用した地域振興に係るネットワークづくりに活用することをねらいとする。

---

<sup>10</sup> 広島エデュケーショナル・フィルムマーケット。「ポール・イメージ・広島」が経済産業省委託事業として実施。国内外の大学・専門学校生の作品等の取引を促進するためのマーケット。

<sup>11</sup> 前掲 注9) 中国運輸局「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」

## 2 実施内容

### 2.1 調査内容

#### (1) 中国地域におけるアニメ等コンテンツ及びそれを活かした地域情報の整理

##### 情報収集整理

既存資料の収集整理，ウェブ検索等を通じて，中国地域のアニメ等コンテンツのポテンシャルを把握した。具体的な調査項目及び内容は以下のとおり。

番号	項目	調査内容
ア	地域を題材にした作品	作品名，原作者，関係地域，作品概要，出版社等 漫画・アニメーションの別
イ	地域にゆかりのある作家・制作者	作家・制作者名，関係地域，代表作品，所属先 漫画・アニメーションの別
ウ	施設，モニュメント，車両等	施設等名称，所在地，管理者，施設等概要 漫画・アニメーションの別
エ	イベント	イベント名，開催地，主催者，プログラム イベント種別（産業振興，集客交流，教育文化）

##### 小冊子作成

上記内容を整理し，中国地域におけるアニメ等コンテンツ及びそれを活用した地域情報を紹介する小冊子（カラーA4版4頁2,000部）を作成した。

#### (2) アニメ等コンテンツ活用事例の収集整理

既存の調査報告書やウェブ検索を通じて，アニメ等コンテンツを活用した地域振興事例の概要を整理するとともに，現地ヒアリング調査を通じてそれらの詳細を把握した。

調査対象事例は次のとおり。

##### 中国地域の事例（13の取組事例）

- ・ 鬼太郎に会えるまち（鳥取県境港市）
- ・ 名探偵コナンに会える町（鳥取県北栄町）
- ・ 遙かなまち倉吉創造プロジェクト（鳥取県倉吉市）
- ・ 石見フィルムコミッション（鳥根県浜田市他）
- ・ いがらしゆみこ美術館（岡山県倉敷市）
- ・ 吉備川上ふれあい漫画美術館（岡山県高梁市）
- ・ 広島市まんが図書館（広島県広島市）
- ・ 広島国際アニメーションフェスティバル（広島県広島市）
- ・ 広島アニメーションビエンナーレ（広島県広島市）
- ・ ポール・イマージュ・広島（広島県広島市）
- ・ 広島フィルム・コミッション（広島県広島市）
- ・ 物怪プロジェクト三次（広島県三次市）
- ・ 島耕作バス（山口県岩国市）

中国地域以外の事例

- ・ 石巻マンガランド構想（宮城県石巻市） 文献調査
- ・ 東京国際アニメフェア（東京都） 文献調査
- ・ 杉並アニメーションミュージアム（東京都杉並区） 文献調査
- ・ 三鷹の森ジブリ美術館（東京都三鷹市） 文献調査
- ・ 京都精華大学（京都府京都市）
- ・ 大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会（大阪府）
- ・ 全国高等学校漫画選手権大会～まんが甲子園～（高知県高知市） 文献調査
- ・ 福岡コンテンツ産業拠点推進会議（福岡県）
- ・ ソウル国際漫画アニメーションフェスティバル（韓国・ソウル市） 文献調査
- ・ 中国国際アニメ漫画祭（中国・杭州市） 文献調査
- ・ マジュリス・ポール・イマージュ・アングレーム（フランス・アングレーム市） 文献調査
- ・ アヌシー国際アニメーションフェスティバル（フランス・アヌシー市） 文献調査

(3) アニメ等コンテンツ活用に当たっての課題の抽出

(1)及び(2)の調査結果をもとに、中国地域においてアニメ等コンテンツを活用した地域振興を図る上で課題となっている点（プロデュース機能，人材育成機能，著作権処理，海外展開・海外連携）を抽出した。また，それぞれの課題について，中国地域以外の事例から参考となる点を整理した。

なお，抽出・分析を行う4つの課題の具体的内容は次のとおりとした。

設定課題	具体的内容
プロデュース機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ アニメ等コンテンツ自体をプロデュースする人材の確保及び組織づくりに関わる課題（コンテンツプロデュース）</li> <li>・ 地域にあって，アニメ等コンテンツと地域振興をつなぎ，地域振興活動を牽引する役割を担う人材の確保及び組織づくりに関わる課題（地域プロデュース）</li> <li>・ 地域にあって，アニメ等コンテンツを楽しもうとする観客等に対してそれらを高質かつ効果的に提供する役割を担う人材の確保に関わる課題（キュレーション<sup>12</sup>）</li> </ul>
人材育成機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域プロデュースを行う人材の育成・確保に関わる課題（地域プロデューサー）</li> <li>・ 地域にあって，観客等がアニメ等コンテンツを楽しめるプログラムを企画・実施する（キュレーション）人材の育成・確保に関わる課題（キュレーター<sup>13</sup>）</li> <li>・ アニメ等コンテンツを活用した地域振興に係る取組みを進める上での事業協力者を確保し，組織化する上での課題（事業協力者）</li> <li>・ 地域に関わるアニメ等コンテンツ及びその作家・制作者等の愛好者層の育成・拡大に当たっての課題（愛好者層）</li> <li>・ アニメ等コンテンツの制作を行う人材の育成・確保に関わる課題（クリエイター）</li> </ul>
著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ アニメ等コンテンツに関わる著作権に関わる知識やノウハウの学習機会の課題</li> <li>・ 地域にあってアニメ等コンテンツを活用する際の著作権交渉に関わる課題</li> </ul>
海外展開 海外連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ アニメ等コンテンツを海外へ流通させていく上での課題</li> <li>・ アニメ等コンテンツを活用して外国人観光客を増加させるための課題</li> <li>・ アニメ等コンテンツを活用した国際貢献や国際交流の推進に関わる課題</li> </ul>

<sup>12</sup> 博物館等において作品を適切に収蔵したり，観客に魅力的かつわかりやすく見せるための展示等を行うこと。

<sup>13</sup> 博物館の業務あるいは収蔵作業，作品を観客に魅力的かつわかりやすく見せるための展示に関わる分野の専門家。

#### (4) プロデュース機能の確保・充実方策の検討

(3)で抽出した課題のうち、プロデュース機能の確保・充実についてとりあげ、その確保・充実に向け、中国地域全体を対象とした方策、ケーススタディ地域（広島市）における方策を検討した。具体的に、中国地域に分布するアニメ等コンテンツを活用及び発信していくための基本方向、地域プロデュースのあり方、コンテンツプロデュースのあり方、推進体制について検討した。

#### (5) 人材育成機能の確保・充実方策の検討

(3)で抽出した課題のうち、人材育成機能の確保・充実についてとりあげ、その確保・充実に向け、中国地域全体を対象とした方策、ケーススタディ地域（広島市）における方策を検討した。具体的に、アニメ等コンテンツに関わるプロデューサーとクリエイター、愛好者層等について、その育成及び確保のあり方を検討した。

#### (6) 著作権に関わる問題解決方策の検討

(3)で抽出した課題のうち、著作権について問題となっている点をとらげ、中国地域全体、ケーススタディ地域（広島市）においてアニメ等コンテンツを活用した地域振興を円滑に促進するための改善・解決方策を検討した。

#### (7) 海外展開・海外連携のあり方の検討

(3)で抽出した課題のうち、海外展開・海外連携のあり方についてとりあげ、その進展・充実に向け、中国地域全体を対象とした方策、ケーススタディ地域（広島市）における方策を検討した。具体的に、中国地域に分布するアニメ等コンテンツの海外への流通促進、コンテンツを活用した海外からの集客（インバウンド観光）、国際交流について検討した。

## 2.2 調査手法

本調査は、調査内容の性格上、統計的手法にもとづく計量的調査よりも定性的調査を行うことが妥当と判断し、詳細な事例検証（文献調査、ウェブ検索、ヒアリング）やブレインストーミング、専門家ヒアリングを調査手法とした。各項目に対応する調査手法は以下のとおり。

調査項目	調査手法
(1)中国地域におけるアニメ等コンテンツ及びそれを活かした地域情報の整理	文献調査，ウェブ検索
(2)アニメ等コンテンツ活用事例の収集整理	文献調査，ウェブ検索，ヒアリング
(3)アニメ等コンテンツ活用にあたっての課題の抽出	事例分析
(4)プロデュース機能の確保・充実方策の検討	ブレインストーミング，専門家ヒアリング
(5)人材育成機能の確保・充実方策の検討	ブレインストーミング，専門家ヒアリング
(6)著作権に関わる問題解決方策の検討	ブレインストーミング，専門家ヒアリング
(7)海外展開・海外連携のあり方の検討	ブレインストーミング，専門家ヒアリング

## 2.3 スケジュール

調査項目	1月		2月			3月		
	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬
(1)中国地域におけるアニメ等コンテンツ 及びそれを活かした地域情報の整理	情報整理		小冊子編集	(含.著作権交渉)		小冊子印刷		
(2)アニメ等コンテンツ活用事例の収集整理	文献等	ヒアリング						
(3)アニメ等コンテンツ活用にあたっての 課題の抽出								
(4)プロデュース機能の確保・充実方策の 検討								
(5)人材育成機能の確保・充実方策の検討								
(6)著作権に関わる問題解決方策の検討								
(7)海外展開・海外連携のあり方の検討								

## 第2章 中国地域におけるアニメ等コンテンツのシース

### 1 地域を題材にした作品

#### 1.1 漫画

中国地域を題材（舞台）とする主な漫画は次のとおりである。

これらの中には、中国地方を出身地とする漫画家が自らの生い立ちや思い出を描いた作品と、出身地かどうかに関わらず地域の歴史や風土を題材（舞台）にした作品がみられる。前者の代表例は「のんのんばあとオレ」（水木しげる）や「はだしのゲン」（中沢啓治）であり、後者の代表例は「遥かな町へ」（谷口ジロー）や「天然コケッコー」（くらもちふさこ）、「朝霧の巫女」（宇河弘樹）などである。

また、作品のテーマとして、「歴史（神話）」「原爆」「故郷」「恋愛」「スポーツ」「ビジネス」などがみられる。このうち、「歴史（神話）」「原爆」などは中国地域固有のテーマを扱ったもので地域的な独自性が強い。また、その他のテーマについても、中国地域の風土・文化が作品背景として重要な役割を果たしている。

表1 中国地域を題材にした漫画作品の例(1)

県	関係市町	作品名	概要	原作者
鳥取	鳥取市	砂漠の野球部	相模大横浜高校の名門野球部から落ちこぼれた9人が、予選の試合数が最も少ない鳥取に転校し、新天地・オアシス学園から甲子園を目指す野球漫画。	コージイ城倉
	鳥取市	父の暦	谷口ジローが自らの故郷・鳥取を舞台に、人生の機微を鮮やかに描き尽くしたコミック。父の死をきっかけに故郷・鳥取に帰郷した主人公の心の動きを表現。	谷口ジロー
	倉吉市	遥かな町へ	中年に差し掛かろうとする主人公が、突然出張の途中で中学生になってしまい、その夏に父親が失踪したのを思い出し、自分の青春時代との邂逅を描いた内容。	谷口ジロー
	境港市	のんのんばあとオレ	著者が生まれ育った鳥取県境港ののどかな昭和初期の生活と、妖怪に魅せられるきっかけとなった“のんのんばあ”を通して描かれる著者の原体験。	水木しげる
鳥根	松江市他	鳥根の弁護士	神奈川県出身の新米弁護士が、日本で一番弁護士数が少ない鳥根で生きる決意をする。鳥根の地で、主人公が裁判を通して人間の真実の姿に出会うヒューマンドラマ。	香川まさひとあおきてつお

資料：ウェブ検索等をもとに作成

表1 中国地域を題材にした漫画作品の例(2)

県	関係市町	作品名	概要	原作者
島根	松江市	蔵人	曾祖父の“蔵”再建を夢見て、日本に留まることを決めた日系アメリカ人・クロード。酒造りを学ぶため、松江市でその第一歩目を踏み出す。	尾瀬あきら
	浜田市	天然コケッコー	東京から来た転校生との恋愛物語。主人公の住む小さな村に東京から転校生が来た。心もなごむホノボノ田園ライフ。	くらもちふさこ
	出雲市他	ナムジ	記紀に描かれているナムジ=大国主を2世紀後半の日本に実在した人物として、大胆な仮説や創作を加えながらその半生を描いた歴史作品。出雲地方が舞台。	安彦良和
	大田市	砂時計	砂時計をテーマとした現在と過去、未来を繋ぐ恋の物語。少女期から大人への季節の移り変わり的心情を緻密に描く。話の要所に仁摩サンドミュージアムが登場。	芦原妃名子
岡山	美作市	バッテリー	中学入学を控えた春休みに、父の転勤で岡山の県境の街に引っ越してきた巧。ピッチャーとしての自分の才能を信じ、セルフトレーニングに励む巧と同級生の豪がバッテリーを組む。	あさのあつこ
広島	広島市	はだしのゲン	1945年8月6日。たった一発の原爆で廃墟と化したヒロシマ。父・妹・弟を奪われながらも、たくましく生き抜くゲンとその家族を描いた長編マンガ。	中沢啓治
	広島市	夕風の街 桜の国	原爆スラムを舞台に、被爆して生き延びた女性の物語。昭和30年-灼熱の閃光が放たれてから十年。ヒロシマを舞台に一人の女性の小さな魂が大きく揺れる。	こうの史代
	広島市	女神の鬼	1979年の広島。この町に王国を作らんと暴れ回る小学生が活躍する物語。仲間と出かけた隣町の鬼祭りです。4匹の鬼と出くわしたことが、少年の運命を変えてゆく。	田中 宏
	呉市	カバチタレ	行政書士事務所を舞台にして、法を駆使する法テクで社会的弱者を守っていくという熱血物語。“カバチ”は広島弁で屁理屈の意。	田島 隆 東風孝広 (青木雄二監修)
	呉市	極悪がんぼ	学歴も資格もない弱者の主人公が法律の裏をかく探偵事務所に入所し立身出世を夢見て働く物語。「がんぼ」とは広島弁で「わんぱく・いたずらっ子・悪ガキ」の意味。	田島 隆 東風孝広 (青木雄二監修)

資料：ウェブ検索等をもとに作成

表1 中国地域を題材にした漫画作品の例(3)

県	関係市町	作品名	概要	原作者
広島	尾道市	かみちゅ!	広島県尾道市に住む女子中学生が突然神様になってしまう。神様になった主人公とその仲間たちの生活を描く。	ベサメムーチョ 鳴子ハナハル
	尾道市	ばすてる	広島県尾道市を舞台に、父の死によって只野家に同居する事となった美少女月咲ゆうと、彼女に思いを寄せる心優しい高校生只野麦の二人を中心とした恋愛模様。	小林俊彦
	福山市	赤い文化住宅の初子	両親を失った薄幸の少女・初子がただ一つ儚い「恋」を支えに生きる姿を描く純情恋愛物語。作者が出身地への愛と執着を胸に描いた「愛と青春のヒロシマ」叙情傑作集。	松田洋子
	三次市	朝霧の巫女	主人公は広島県三次市に引っ越して来る。引っ越し以来、主人公は怪奇に襲われる日々を過ごす。三次市に伝わる稲生物怪物語がベース。	宇河弘樹
山口	下関市	ふくはうち	龍崎円の夫の実家はふくの本場下関の本格ふく料理の割烹旅館。円は若女将として「ふく龍」をまかされる。老舗の割烹旅館「ふく龍」再建にむけて頑張る若女将・円の奮闘物語。	文月今日子

資料：ウェブ検索等をもとに作成

## 1.2 アニメーション

中国地域を題材（舞台）とする主なアニメーション作品は次のとおりである。これらを見ると，中国地域を題材にした漫画の中からアニメーション化した作品が多いことがみてとれる。

表2 中国地域を題材にしたアニメーション作品の例

県	関係市町村	作品名	概要	監督
岡山	倉敷市	天地無用！	岡山県倉敷市の高校生を主人公とした物語。ひよんなきっかけから主人公が様々な事情で地球にやってきた宇宙人たちの騒動に巻き込まれていくコメディタッチのSFアニメ。	林 宏樹
広島	広島市	はだしのゲン	1945年8月6日。たった一発の原爆で廃墟と化したヒロシマ。父・妹・弟を奪われながらも、たくましく生き抜くゲンとその家族を描いた長編アニメーション。原作：中沢啓治。	真崎 守 平田敏夫
	広島市	かっぱせ！ドリーマーズ	日本のプロ野球唯一の市民球団『広島カープ』の歴史を背景に，原爆で家を失い，家族を失った子どもたちが『カープ』に夢を託しながら逞しく生き抜いた姿を描く。原作：中沢啓治。	兼森義則
	広島市	ピカドン	広島市の被爆の瞬間を描いた衝撃のアニメーション。広島国際アニメーションフェスティバル開催への働きかけを行った木下連三氏の作品。	木下連三
	尾道市	かみちゅ！	広島県尾道市に住む女子中学生が突然神様になってしまう。神様になった主人公とその仲間たちの生活を描く。 原作：ベサメムーチョ/鳴子ハナハル。	舛生孝二
	三次市	朝霧の巫女	主人公は広島県三次市に引っ越して来る。引っ越し以来，主人公は怪奇に襲われる日々を過ごす。三次市に伝わる稲生物怪物語を参考としている。原作：宇河弘樹。	森山雄治
山口	萩市	奥様は魔法少女	昔風の風情が残る城下町で，「リルム」と呼ぶ世界からやってきた「魔法少女」たちが繰り広げるが恋愛物語。萩市が作品舞台のモデルとなっている。	錦織 博

資料：ウェブ検索をもとに作成

## 2 地域にゆかりのある作家・制作者

### 2.1 漫画家

中国地域を出身等とする漫画家は次のとおりである。

漫画家の年齢や性別，作品の性格（少年漫画，青年漫画，少女漫画等）や出版状況等は様々であるが，知名度もあって作品に対する人気の高い漫画家も多く輩出している。なお，漫画家のほとんどは出版社等が集積する東京周辺を拠点に活動しており，中国地域を活動拠点とする漫画家は日本漫画家協会中国支部に所属する7名を含めて少数である。

表3 中国地域を出身等とする漫画家の例(1)

県	作家名	主な作品	備考
鳥取	青山 剛昌	YAIBA, 名探偵コナン	北栄町に協力
	石田 走	プリンセス・ミネルバ, ヴァンパイアハンター, 鬼女螺	
	伊藤 ゆう	ダイナマイトキッス	
	岩田 廉太郎	私学日彰館, まんが出雲昔話, 耳なし芳一	
	上田 としお	まんがはっとうちょうのむかしばなし, ハローとっちゃん	
	川崎 三枝子	姫, 女猫	
	玄 太郎	マネー・ハンター	
	佐々木 ケン	漫画レーダー	
	篠田 ひでお	悪魔っ子ゴミタン	
	大地 翔	奥様ランチ	
	谷口 ジロー	事件屋稼業, 坊ちゃんの時代, 父の暦, 遥かな町へ	倉吉市に協力
	ながとしやすなり	ジャングル・ジムジム, うちゅう人田中太郎, ミラクルボール	
	藤原 芳秀	拳児, ジーザス, コンデ・コマ, 闇のイービス	
	松本 浩一郎	マルサンくん	
	水木 しげる	ゲゲゲの鬼太郎, 悪魔くん, 河童の三平, のんのんばあとオレ	境港市に協力
	森 秀樹	青空しょって, 墨攻, 新・子連れ狼	
山松 ゆうきち	2年D組上杉治, 天元坊, 俺は天才だろうか		
島根	亜月 亮	幽霊ごっこ, Silky, Wピンチ, ラブわん	
	柏屋 コッコ	蝶々の小悪魔カルテ, ラヴ・エスプレッソ	
	こうま・すう	ひまわりくん, ちょっと来てナツコさん, 政治漫画	
	沢田 とろ	ムースのいじけレポート, てくてこはこべ	
	そのだ たつの助	ばちあたりKIDS, ロード・オブ・ザ・パチ子, 弾丸スロ娘レン	
	園山 俊二	がんばれゴンベ, ギャートルズ, はじめ人間ゴン, ペエスケ	
	空十雲	あらしのよるに	
	高梨 みつば	悪魔で候, 紅色HERO, 微香ルート, 天使のポレット	
	田中 政志	ゴン, ゴンちゃん, FLASH	
	ながいのりあき	がんばれ! キッカーズ, 男たちの好日, その時歴史が動いた	

資料：ウェブ検索等をもとに作成

表3 中国地域を出身等とする漫画家の例(2)

県	作家名	主な作品	備考
島根	長谷川 潤	春のとなり, 銀盤カレイドスコープ	
	南 Q太	夢の温度, さよならみどりちゃん, オリベ	
岡山	青木 雄二	ナニワ金融道, カバチタレ!	
	あさの あつこ	バッテリー, 福音の少年, 弥勒の月	美作市在住
	いしい ひさいち	がんばれ!! タブチくん!!, ののちゃん, おじゃまんが山田くん	
	一条 ゆかり	雪のセレナーデ, 有閑倶楽部, 砂の城	
	岡本 一広	トランスルーセント~彼女は半透明~	
	岡本 慶子	CUTE BEATおしゃれクラブ, 7月はガラスのリボン	
	春日井 恵一	アカテン教師梨本小鉄, 昌守	
	片山 円	カートゥーン制作者	日本漫画家協会中国支部
	かわはら なつみ	FLY HIGH, 週番ロマンス, きみにあいたい	
	岸本 斉史	NARUTO - ナルト -, カラクリ	
	岸本 聖史	666~サタン~	
	木村 えいじ	明日カップ・イン, とねっ娘, 女かじきEXP	
	胡桃 ちの	なにわOL奮闘記, 山のしずく田んぼの木	
	神坂 智子	シルクロードシリーズ, TE口レンズ, 蒼のマハラジャ	
	鈴村 肇実	カートゥーン制作者	日本漫画家協会中国支部
	玉野のももたろう	カートゥーン制作者	日本漫画家協会中国支部
	寺田 克也	西遊奇伝・大猿王, ラクダが笑う, デトロイトエヌジーサーカス	
	中田 ゆみ	下町マドンナ食堂, カフェデリシャス, 女神さまの言うとおり	
	中原 杏	きらりん レボリューション, オトナになるもん!	
	中山 星香	妖精国の騎士, ヤーケウツソ物語	
	中山 ラマダ	泣くな! イノマティー, 甲子園の砂肝, 嵐のRリーグ	
	馬頭 ちーめい	BLACK AGE, 兄弟神技	
	東大路 公仲	カートゥーン(1枚もののユーモア漫画)制作者	日本漫画家協会中国支部
	平井 一雄	カートゥーン制作者	日本漫画家協会中国支部
	平松 伸二	ドーベルマン刑事, マーダーライセンス牙	
	深井 結己	分水嶺, 海が教えてくれた, 祈る人	
	フクシマ ハルカ	チェリージュース, オレンジプラネット	
福谷 たかし	独身アパートどくだみ荘		
碧也 ぴんく	FIGHT, 八犬伝, 姫様の花束, BLIND GAME		
松葉 博	タクティウスオウガ, もっと 心に星の輝きを		
南 一平	カートゥーン制作者	日本漫画家協会中国支部	
森永 あい	山田太郎ものがたり, あひるの王子様, 極楽青春ホッケー部		
八潮路 つとむ	2丁目のドンキホーテ		

資料: ウェブ検索等をもとに作成

表3 中国地域を出身等とする漫画家の例(3)

県	作家名	主な作品	備考
岡山	矢吹 健太郎	BLACK CAT, To LOVEる, 邪馬台幻想記	
広島	明智 抄	毎日のセレモニー, 女の十字架, 図説オカルト恋愛図鑑	
	あすな ひろし	青い空を白い雲がかけてった	
	新井 葉月	いちばんいい顔あげる, 心のスウィング, 役たたずな神様	
	池田 恵	無敵のビーナス	
	市河 柳乃助	ブレイド三国志, ファイナルファンタジー・クリスタルクロニクル	
	宇河 弘樹	朝霧の巫女, 妖の寄る家	三次市に協力
	うぐいす みつる	ビバビバ猫ライフ, しましまエブリディ	
	岡本 ゆり	ニンジンぱせり, 三つの赤いハイヒール, おとなになるって?	
	小野 弥夢	LADY LOVE, DIVA, Pony Tail	
	かわぐち かいじ	夜が明けたら, 沈黙の艦隊, アクター, ジパング, 太陽の黙示録	
	川原 正敏	パラダイス学園, 海皇記, 修羅の門	
	岸 香里	おどる老人病棟~愛しの患者さんたち~, 天使のたまご	
	久保 帯人	BLEACH, ZOMBIEMPOWDER	
	こうの 史代	夕凧の街 桜の国	
	耕野 裕子	CLEAR - クリア -, ラバーソウル, 愛ある暮らし	
	小だま たけし	平成イリュージョン, ちえのわ, 平成COMPLEX	
	小林 俊彦	ハーフコート, ぱられる, ぱすてる	
	西条 真二	鉄鍋のジャン!, となりの格闘王, 365歩のユウキ	
	さだやす 圭	ああ播磨灘, なんと孫六, おかしな二人, ぶたいぬ	
	佐藤 両々	そこぬけRPG, 天使の仕事, 保育士のススメ	
	JUDAL	吸血遊戯(ヴァンパイア・ゲーム)	
	鈴賀 れに	マンガの居場所	
	瀬尾 公治	W's~ダブルス~, CROSS OVER, 涼風	
	瀬戸 優菜	マーブル・キッズ, みなみのジュエル, 天界陸上!	
	高上 優里子	ずっと続いてゆくのです, ふたご天使, 二重奏	
	高田 靖彦	いま会いにいきます, やんちゃぼ, ポールパークへようこそ	
	太刀掛 秀子	花ぶらんこゆれて..., 秋への小径, 星聖夜	
	立石 圭太	超人キンタマン, プロレスくん, ウラワザ戦士ファミまるくん	
	田中 宏	BADBOYS, BADBOYSグレアー, 女神の鬼	
	東城 和実	黒いチューリップ	
	東風 孝広	カバチタレ!, 極悪がんぼ	
	とだ 勝之	あきら跳ぶ, DANDANダンク, 猫~ミック~, Mr.釣りドレン	
TONO	しましまえぶりてい, カルバニア物語, チキタ GUGU		
中沢 啓治	はだしのゲン, 広島カープ誕生物語, お好み八ちゃん		

資料: ウェブ検索等をもとに作成

表3 中国地域を出身等とする漫画家の例(4)

県	作家名	主な作品	備考
広島	永田 正実	恋愛カタログ	
	夏目 義徳	トガリ, クロザクロ	
	箱田 真紀	ファイアエンブレム暗黒龍と光の剣, ワールドエンド・フェアリーテール	
	早見 純	地獄のコミュニケーション, 血まみれ天使	
	細馬 信一	魔界学園, 魔界都市ハンター, 魔宮バビロン	
	まがり ひろあき	魔女っ娘つくねちゃん, よいこのしごと	
	松田 洋子	赤い文化住宅の初子, まほおつかいミミッチ, 薫の秘話	
	松本 美緒	彼女の彼, Two Hearts, ラヴァーズ, 優雅で野蛮な女たち	
	水穂 しゅうし	はいすくーる仁義, 創造者の罫, プルジョア刑事	
	道原 かつみ	JOKER, 銀河英雄伝説, アルカライラ	
	満田 拓也	MAJOR, 健太やります	
	光原 伸	アウトゾーン, マジックセララー~ラストコール~	
	三原 ミツカズ	ハッピーファミリー, 死化粧師, DOLL	
	みやもと 留美	しずみ荘UPUP!, 寂しがりの子猫達	
	宮脇 明子	ヤヌスの鏡, 名探偵保健室のオバさん, ダイエットは殺しの暗号!?	
	村上 佳代	くう・ねる・そだつ, 夫婦ふしぎ発見	
	百里 あきら	王様の仕立屋, ガッツ乱平	
	もりた じゅん	ラッキー・ウーマン	
	杜野 亜希	碧のミレニアム, 神林&キリカシリーズ, レディーX・鏡の中の私	
	八神 健	ななか6/17, 密・リターンズ, ふたばの教室	
安永 知澄	やさしいからだ		
和田 慎二	スケバン刑事, 超少女明日香, 忍者飛翔, 少女鮫		
渡辺 和博	熊猫人民公社		
わち さんぺい	火星ちゃん, ナガシマくん, 豆パンチ		
山口	青池 保子	さよならナネット, エロイカより愛をこめて, アルカサル~王城~	
	ありさか 邦	温泉旅館・沢野屋	
	乾 はるか	お元気クリニック	
	漆原 友紀	蠹師	
	義山亭 石鳥	河童レボリューション, 73式乱射銃	
	樹本 ふみきよ	ゴルフ下手脱出塾シリーズ	
	小池田 マヤ	僕のかわいい上司さま, バーバーハーバー, うめぼし	
	河野 慶	たたきのサリー, ユート, 俺らしくB坊主	
	小坂 俊次	せんせいになれません, 幼稚の園, やまいだれ, ハルコピヨリ	
	佐伯 かよの	緋の稜線, 彩子・サイコ-	

資料：ウェブ検索等をもとに作成

表3 中国地域を出身等とする漫画家の例(4)

県	作家名	主な作品	備考
山口	関 よしみ	ゴルフ下手脱出塾シリーズ	日本漫画家協会中国支部
	ソルボンヌK子	三つ目の猟奇, 大猟奇	
	田中 モトユキ	リベロ革命, 鳳ボンバー, 最強都立あおい坂野球部	
	遠野 一生	形而上のマリア	
	なかはらかぜ	風の中の案山子	
	七瀬 葵	ていんくる マイスターきは	
	はしもと いわお	どてらネコ, どてらネコの月例チョー議会報告	
	はんだ ちはる	天真ラン漫!	
	弘兼 憲史	黄昏流星群, ラストニュース, ハロー張りネズミ, 課長島耕作	岩国市に協力
	文月 今日子	ティンカーベル交響曲, 銀流砂宮殿, ふくはうち	日本漫画家協会中国支部
	穂実 あゆこ	風のたてがみ	
	堀江 卓	矢車剣之助	
	まっつー	これが私のご主人様	
	水野 英子	ファイヤー!, ハニーハニーのすてきな冒険	
	宮下 あきら	魁! 男塾, 天下無双・江田島平八伝	
	宮原 ナオ	三軍神参上!	
	森園 みるく	キアラ, ほんとうに怖い童話	
	山野 りんりん	ナギーにおまかせ, 気ままなストロベリー, ちこりん日記	
	山本 貴嗣	最終教師, 紅壁虎	
	遊人	桜通信, 学園天国, 美少女学園	

資料：ウェブ検索等をもとに作成

## 2.2 アニメーション制作者

中国地域の出身等とするアニメーション制作者は次のとおりである。

漫画家と比べると数は少ないものの、テレビや劇場で人気のあるアニメの監督や脚本家、作画家などを多く輩出している。また、制作者のほとんどは東京周辺のアニメ制作会社に所属しており、中国地域を拠点とする制作者は石井あみ氏と前田稔氏（いずれも広島市）の2名のみである。

表4 中国地域を出身等とするアニメーション制作者

県	制作者名	主な関係作品	備考
鳥取	赤井 孝美	星界の紋章, プリンセスメーカー, 八岐の大蛇の逆襲	
	前田 真宏	青の6号, アニマトリックス, 巖窟王, ファイナルファンタジーアンリミテッド	
	山口 宏	機甲猟兵メロウインク, 勇者王ガオガイガー, アキハバラ電脳組	
島根	大塚 康生	ルパン3世, 未来少年コナン, ジャリン子チエ	
岡山	梶島 正樹	天地無用!, フォトン, デュアル! ばられルンルン物語	
	古賀 誠	劇場版マクロス7, DNA2, トライガン, メダロット	
	高畑 勲	風の谷のナウシカ, 天空の城ラピュタ, 平成狸合戦ぽんぽこ	
	毛利 和昭	楽しいムーミン一家, さすがの猿飛, 劇場版どうぶつ森	
広島	安藤 雅司	もののけ姫, 千と千尋の神隠し	
	石井 あみ	天使と悪魔	広島市在住
	石田 敦子	勇者特急マイトガイン, るろうに剣心, らんま1/2	
	井上 雪子	ズントコトonz	
	うるし原 智志	レジェンド・オブ・レムネア, AKIRA	
	うるまでるび	しかと, カプセル侍, Mr. Calpaccio	
	大張 正己	機甲戦士ドラグナー, 超重神グラヴィオン	
	兼森 義則	ひみつのアッコちゃん, 銀河鉄道999, ストップ!! ひばりくん	
	木村 真一郎	HAND MAIDメイ, ちっちゃな雪使いシュガー	
	佐藤 雄三	YAWARA!, ごくせん	
	只野 和子	美少女戦士セーラームン, していはんたー, ケロロ軍曹	
	西尾 大介	ふたりはプリキュア, ドラゴンボール	
	西田 正義	アイシールド21, とってもラッキーマン, 火の鳥	
	羽原 信義	マシンロボ クロノスの大逆襲, 蒼穹のファフナー	
	前田 稔	太陽をなくした日, 雪のシンフォニー	広島市在住
	面出 明美	機動戦士ガンダムSEED, 逮捕しちゃうぞ	
	渡辺 忠美	名犬ジョリー, おじゃまんが山田くん, レンズマン	
	山口	庵野 秀明	新世紀エヴァンゲリオン, トップをねらえ, ふしぎの海のナディア
奥田 淳		大運動会, 魔法少女プリティーサミー, 神秘の世界エルハザード	
甲斐 政俊		新世紀GPXサイバーフォーミュラ, 機動警察パトレイバー2	
貞本 義行		新世紀エヴァンゲリオン, トップをねらえ, ふしぎの海のナディア	


資料：ウェブ検索をもとに作成


### 3 施設・モニュメント・車両等


#### 3.1 記念館等


記念館等の施設については、中国地域に5つの施設が立地している。このうち、水木しげる記念館(境港市)と青山剛昌ふるさと館(北栄町)、いがらしゆみこ美術館(倉敷市)は特定の漫画家に関わる施設であり、集客交流を主な目的としている。一方、吉備川上ふれあい漫画美術館(高梁市)と広島市まんが図書館(広島市)は、特定の作家・制作者に関わりなく、幅広く漫画資料の収集・提供に取り組んでおり、教育文化の拠点としての役割を果たしている。

表5 中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用した記念館等

施設名	水木しげる記念館	
所在地	鳥取県境港市	
開設年	平成15年3月	
管理者	境港市	
コンテンツ	水木しげるが制作した漫画	
施設構成	展示室(少年時代の作画, 仕事場再現, 水木キャラクター紹介, 世界の妖怪紹介, 妖怪コレクション, 鬼太郎企画展示), いこいの広場, トイレ, 授乳室, コインロッカー	
イベント	水木しげる記念館友の会(年会費制, 入場料無料, 周辺観光施設割引)	
利用料金	一般: 700円, 中高生: 500円, 小学生: 300円(団体割引有)	
年間入場者数	198,694人/年(平成18年)	

施設名	青山剛昌ふるさと館	
所在地	鳥取県北栄町	
開設年	平成19年3月	
管理者	北栄町	
コンテンツ	青山剛昌が制作した漫画, 同町在住時の思い出の品	
施設構成	青山剛昌氏の北栄町時代の思い出・エピソード展示, 青山剛昌氏全作品, 海外出版物, 名探偵コナン海外版, 名探偵コナンに関する展示・体験アトラクション	
イベント	内覧会, 複製原画プレゼント	
利用料金	一般: 700円, 中高生: 500円, 小学生: 300円	
年間入場者数	目標130,000人/年	

施設名	いがらしゆみこ美術館	
所在地	岡山県倉敷市	
開設年	平成12年5月	
管理者	株式会社明日絵	
コンテンツ	いがらしゆみこが制作した漫画	
施設構成	ミュージアムガーデン，情報コーナー，ミュージアムカフェ，ミュージアムショップ，いがらしゆみこギャラリー，屋上テラス，2ショットラブポイント	
イベント	有名漫画家サイン色紙展，「未来のくらしき」漫画展，倉敷雑めぐり 他	
利用料金	一般：600円，中高生：400円，小人：300円（団体・障害者・高齢者割引有）	
年間入場者数	約20,000人/年	

施設名	吉備川上ふれあい漫画美術館	
所在地	岡山県高梁市	
開設年	平成6年4月	
管理者	高梁市	
コンテンツ	漫画10万冊所蔵。漫画家・富永一朗の原画等。	
施設構成	富永一朗漫画廊，漫画読書室，中央カウンター，イベント・展示室，スロープ展示，小展示室，ごろごろ読書室	
イベント	アジア漫画展，漫・賀・年賀状コンテスト，吉備川上漫画グランプリ，夏休み！ワクワク手作り体験教室 他	
利用料金	一般：400円，高大生：300円，小中生：200円（回数券，団体割引有）	
年間入場者数	約20,000人/年	

施設名	広島市立まんが図書館
所在地	広島県広島市
開設年	平成9年5月
管理者	広島市
コンテンツ	代表的な漫画雑誌や単行本及び地元同人誌，海外の代表的な漫画及び漫画雑誌，漫画文化論・漫画史論・漫画家論や伝記・随筆等の図書資料，絵巻物・戯画・風刺画等の歴史的な資料（蔵書数約88千冊）
施設構成	貸出・返却カウンター，図書室，研究資料室，
イベント	おはなし会，読書会，企画展示，おもしろその年まんが大賞（コンテスト）
利用料金	無料

資料：ウェブ検索等をもとに作成

### 3.2 モニュメント

モニュメントについては、鳥取県境港市と同北栄町にそれぞれ「ゲゲゲの鬼太郎」等と「名探偵コナン」のキャラクターのブロンズ像が設置されている。

また広島市では、市民参加によりアニメーションに関わるバナーやポスター等で市内を埋め尽くそうというイベントが開催された。

表6 中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用したモニュメント

県	市町名	名称	内容	設置開始	設置者
鳥取	境港市	水木しげるロード	妖怪ブロンズ像(120体)	平成5年7月	境港市・妖怪ブロンズ像設置委員会
		妖怪神社	御神体・鳥居	平成12年1月	(株)アイズ
		がいな鬼太郎	全長7.7mの石像「鬼太郎」	平成18年7月	大漁市場なかうら
鳥取	北栄町	コナン通り	コナンタイル コナンマンホール蓋 コナン大橋 コナンレリーフ オブジェ(コナン,工藤新一)	平成11年12月	北栄町
広島	広島市	ひろしま街じゅうアニメーションで賞	アニメーションに関わるウィンドウフィギュア,手作りバナー,創作ポスターを募集・市内各所に展示	平成18年8月	Habyクラブ

資料：ウェブ検索等をもとに作成



水木しげるロード(境港市)



コナン通り(北栄町)

### 3.3 交通車両

アニメ等コンテンツを活用した交通車両については、境港市と岩国市で車体（船体）へのキャラクターデザインの取組みがみられる。

境港市では、JR西日本が運行する列車を皮切りに、バスやフェリーにも鬼太郎のキャラクターがデザインされるようになった。また、岩国市の「島耕作バス」は、車体へのキャラクターデザインだけでなく、車内に「島耕作ギャラリー」を設置し、乗客が乗車中に楽しめる工夫をしている。

表7 中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用した交通車両

県	市名	名称	路線	内容	開始年	運行(運航)主体
鳥取	境港市	鬼太郎列車 ねずみ男列車 ねこ娘列車 目玉おやじ列車	JR境線 (境港 - 米子)	車体へのキャラクターデザイン 駅案内板の設置	平成5年9月	(株)JR西日本
		鬼太郎バス	高速バス路線 観光バス	車体へのキャラクターデザイン	平成8年7月	(株)日本交通
		鬼太郎フェリー	境港 - 隠岐	船体へのキャラクターデザイン	平成18年1月	隠岐汽船(株)
山口	岩国市	島耕作バス	岩国駅 - 新岩国駅	車体へのキャラクターデザイン 車内ギャラリー	平成15年11月	岩国市交通局

資料：ウェブ検索等をもとに作成



JR境港駅の案内板（境港市）



島耕作バスの概観（岩国市）

## 4 イベント

アニメ等コンテンツを活用した主な地域振興イベントは次のとおりである。

開催目的をみると、集客交流を目的とするイベントがもっとも多く、教育文化を目的とするイベントがこれに次ぐ。アニメ等コンテンツ制作等に関わる産業育成を目的とするイベントはみられなかった。

開催地域については、イベント数でみると、境港市と広島市が卓越しており、しかも両市は行政と民間の様々な主体が主催者となっており、地域ぐるみで取り組んでいることがわかる。

表8 中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用したイベント例

県	市町名	イベント名	主催	開催目的		
				産業	集客	文化
鳥取	倉吉市	遙かなまち倉吉ツアー	倉吉市観光協会			
	境港市	ゲゲゲのゲタつみ大会	水木しげるロード振興会			
		ゲゲゲの鬼太郎ゲタ飛ばし大会	境港青年会議所			
		境港妖怪ジャズフェスティバル	みなと祭実行委員会			
		妖怪川柳コンテスト	境港市観光協会			
		境港妖怪検定試験	境港商工会議所			
		妖怪そっくりコンテスト	同実行委員会			
		世界妖怪会議(第1回,第2回,第7回)	同実行委員会			
		山陰夢みなと博覧会(平成9年) 「鬼太郎ワンダーシアター」	同実行委員会			
		霊在月祭	境港市観光協会 水木しげるロード振興会他			
湯梨浜町	中華コスプレ日本大会	同プロジェクト日本支部				
岡山	高梁市	吉備川上漫画グランプリ	吉備川上ふれあい漫画美術館			
		絵ぶたまつり	川上町商工会他			
広島	広島市	おもしろその年まんが大賞	広島市立まんが図書館			
		広島国際アニメーションフェスティバル	同実行委員会, 広島市, 広島市文化財団			
		広島アニメーションビエンナーレ	広島経済研究会アニメーションビエンナーレ基金			
		アニメーションアカデミー	広島市立大学			
		クリエイターズカフェ	Habyクラブ			
		アニメナイト	Habyクラブ			
	三次市	三次妖怪まつり	物怪プロジェクト三次			
		朝霧の巫女スタンプラリー	物怪プロジェクト三次			
		第11回世界妖怪会議	物怪プロジェクト三次			
山口	宇部市	山口きらら博「漫画ウォークラリー」	県内漫画家有志			

資料：ウェブ検索等をもとに作成

## 第3章 アニメ等コンテンツを活用した地域振興事例

### 1 中国地域における取組事例

#### 1.1 調査事例の位置づけ

中国地域における13の取組事例（p3「中国地域の事例」参照）は、事業目的及びコンテンツの活用方法の2つの観点から、それぞれ次のように位置づけられる。これをみると、地域を題材にした作品や地域にゆかりの作家・制作者等を活用した集客交流に取り組む例が多いことがわかる。また広島市では、広島フィルム・コミッションの取組を除いて、コンテンツの活用方法が「機会型」に位置づけられることに特色がある。

表9 中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用した地域振興事例の位置づけ

方法 目的	題材型	ゆかり型	機会型
産業振興	タイプ 該当なし	タイプ 該当なし	タイプ ポール・イマージュ・広島
集客交流	タイプ 遥かなまち倉吉 創造プロジェクト ● 石見フィルムコミッション ● 広島フィルムコミッション 物怪プロジェクト三次	タイプ 鬼太郎に会えるまち 名探偵コナンに会える町 いがらしゆみこ美術館 島耕作バス	タイプ 広島アニメーションピエンナーレ
教育文化	タイプ 該当なし	タイプ 該当なし	タイプ ● 吉備川上ふれあい漫画美術館 広島市まんが図書館 広島国際アニメーションフェスティバル

#### 事業目的による区分


区分	事業目的
産業振興	コンテンツの制作及び活用に関わる産業育成と関連ビジネスの創出
集客交流	コンテンツを活用した観光・集客交流の活性化
教育文化	コンテンツの発表・鑑賞機会及び作家同士の交流を通じた教育、芸術文化活動の振興

#### アニメ等コンテンツの活用方法による区分

区分	活用方法
題材型	地域を題材としたアニメ等コンテンツを活用
ゆかり型	地域にゆかりの作家等とそのコンテンツを活用
機会型	コンペティション等発表・交流機会の提供、及び制作環境の提供

## 1.2 調査事例の取組内容


### (1) 鬼太郎に会えるまち（鳥取県境港市）

事業目的	産業振興 ・ <b>集客交流</b> ・ 教育文化	
コンテンツ	「ゲゲゲの鬼太郎」ほか，水木しげる作品	
活用方法	題材型 ・ <b>ゆかり型</b> ・ 機会型	
事業開始年	1992（平成4）年度	
事業主体	境港市，境港市観光協会，境港商工会議所 水木しげるロード振興会 他	
事業概要	<p>水木しげるロードの整備</p> <p>事業開始：1992（平成4）年</p> <p>供用開始：1993（平成5）年7月</p> <p>整備内容：妖怪ブロンズ像（120体）設置</p> <p>整備主体：境港市，妖怪ブロンズ像設置委員会</p> <p>備考：2004（平成16）年 増設するブロンズ像（30体）の スポンサー全国公募 水木しげる記念館の運営</p> <p>開設年：2003（平成15）年3月</p> <p>管理者：境港市</p> <p>施設構成：展示室（少年時代の作画，仕事場再現，水木キャラクター紹介，世界の妖怪紹介，妖怪コレクション，鬼太郎企画展示），いこいの広場，トイレ，授乳室，コインロッカー</p> <p>入場者数：198,694人/年（平成18年）</p> <p>販売促進：水木しげる記念館友の会（年会費制，入場料無料，周辺観光施設割引） 観光クーポン券が利用可（旅行代理店23社） オリジナル商品販売（ガイドブック，特別展カタログ，ポストカード，縮刷絵葉書）</p> <p>妖怪関連イベントの実施（主なイベント）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ゲゲゲのゲタつみ大会等（水木しげるロード振興会）</li> <li>・ ゲゲゲの鬼太郎ゲタ飛ばし大会（境港青年会議所）</li> <li>・ 境港妖怪ジャズフェスティバル（みなと祭実行委員会）</li> <li>・ 妖怪川柳コンテスト（2006（平成18）年～）（境港市観光協会）</li> <li>・ 境港妖怪検定試験（境港商工会議所）</li> <li>・ 妖怪そっくりコンテスト（同実行委員会）</li> <li>・ 世界妖怪会議（第1回1996年，第2回1997年，第7回2002年）</li> <li>・ 夢みなと博覧会「鬼太郎ワンダーシアター」（1997（平成9）年）</li> <li>・ 霊在月祭（2001（平成13）年～，境港市観光協会・水木しげるロード振興会他）</li> </ul> <p>鬼太郎列車の運行</p> <p>運行主体：JR西日本株</p> <p>運行開始：1993（平成5）年9月</p> <p>車両数：4台（鬼太郎列車，ねずみ男列車，ねこ娘列車，目玉おやし列車）</p> <p>鬼太郎バスの運行</p> <p>運行主体：日本交通株</p> <p>運行開始：1996（平成8）年7月</p>	

	<p>車 両 数：13台（高速バス5台，観光バス8台）</p> <p>鬼太郎フェリーの運航</p> <p>運行主体：隠岐汽船株</p> <p>運行開始：2006（平成18）年1月</p> <p>船 舶 数：1隻（フェリーしらしま）</p> <p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 水木ロードを育てる会（1995（平成7）年発足，水木しげるロードの清掃・防犯活動）</li> <li>・ ゲゲゲのしげる会（1996（平成8）年発足，水木しげる氏のファンクラブ）</li> <li>・ 鬼太郎音頭保存会（1996（平成8）年発足，鬼太郎音頭等の普及・PR）</li> <li>・ 水木しげるロード振興会（1998（平成10）年発足，水木しげるロードの商業振興）</li> <li>・ 妖怪神社（2000（平成12）年，株アイズ）</li> <li>・ 妖怪ポスト設置（2000（平成12）年，郵政省）</li> <li>・ 印鑑証明や住民票等の偽造防止の透かしに妖怪使用（2001（平成13）年，境港市）</li> <li>・ 妖怪大戦争を楽しむ会（2005（平成17）年発足，映画「妖怪大戦争」の盛り上げ）</li> <li>・ 鬼太郎交番の設置（2006（平成18）年，鳥取県警本部）</li> <li>・ 鬼太郎を鳥取県「とっとり妖怪観光大使」に任命（2006（平成18）年）</li> <li>・ がいな鬼太郎（巨大石像）の設置（2006（平成18）年，なかうら）</li> </ul>
事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 直接投資合計11.5億円（1992（平成4）～2004（平成16）年度）</li> <li>・ 境港市および米子市において約48億円の観光消費，約58億円の経済効果。 （資料：水木しげるロード整備等が及ぼす経済波及効果について）</li> <li>・ 観光入込客数の増加（1994（平成6）年：約28万人 2005（平成17）年：約85万人）</li> <li>・ 店舗全体の1/3で売上金額が増加。（資料：とっとり総研）</li> <li>・ 地域住民の地域への愛着心が高まり，地域振興活動への参加意欲の向上や街並・景観保全に対する意識の向上につながった。</li> </ul>
プロデュース	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 境港市は，平成元年から「緑と文化のまちづくり」をテーマとして，人に優しく，人々に親しめる快適な街づくりを進めていた。この事業の一環として境港市出身の著名人の方々にお集まりいただき，境港市の魅力やこれからの街づくりについての提言をもらうためのシンポジウムを開催した。このシンポジウムがきっかけとなり，商店街活性化のための話し合いが繰り返される中から「鬼太郎」「妖怪」をキーワードとし，妖怪オブジェを商店街の歩道に設置する「水木しげるロード」構想がまとまっていった。</li> <li>・ 計画当初においては，妖怪オブジェを設置することに，商店街の中から「ただでさえ寂しいのに，客が余計に近寄らなくなる」といった消極意見も出た。</li> <li>・ 市長をはじめとする市職員が水木プロダクションや商店街の各事業者に対して熱心に説明・説得することにより，ブロンズ像を設置することができた。</li> <li>・ ブロンズ像が設置されると，マスコミに度々取り上げられたことや実際に観光客数が増加したことにより，市民の意識が変化し，市民組織も次々と発足した。</li> <li>・ ブロンズ像をはじめ，展示物の制作・展示などには水木プロダクションが協力し，それらの質を高い水準で保つためのキュレーターの役割を果たしている。</li> </ul>
人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 境港市内の小中学校では「総合的な学習の時間」で使用される副読本に水木しげるロードのことが取り上げられ，小学生のふるさと教育に活用された。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高校の現代国語の教科書に『のんのんばあとオレ』の一節が掲載され、境港市内の高校でもその教科書を使用していた。</li> <li>・ 水木しげる氏の妖怪漫画は「多神教的な価値観」「アニミズム的価値観」を表現しており、それを集積・公開した水木しげるロードは日本人の心性、文化的伝統を感じられる場所としての教育力を有しているとみることができる。</li> <li>・ 観光アドバイザー（日本観光協会認定）を招請し観光講座を実施。講座修了生 35 名には「わが町博士・観光アドバイザー」の認定書を発行。今後は、水木しげるワールドの面白さを伝えるプログラムの作成と観光アドバイザーの育成を計画中。</li> </ul>
著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 水木プロダクションがそのすべての著作権を有する漫画及びその原画を保有していたことから（アニメ作品の著作権は別のアニメ制作会社が保有）、地元からみればそのコンテンツを活用した事業展開が比較的容易であった。</li> <li>・ 境港市が実施する事業については、境港市通商課が著作権を有する水木プロダクションとの交渉を担当。ブロンズ像の設置については、水木プロダクションの好意により著作権料は無料。観光パンフレット等へのキャラクター使用についても使用料の減免措置を受けており、しかも事業開始後しばらくは水木プロダクションから受け取ったロイヤリティのほとんどが基金に寄付され、水木しげるロード関連事業に再投資された。</li> <li>・ 境港市内の民間事業者がキャラクター商品を開発・販売する場合、境港市内にある水木プロダクション中国支部に申請。著作権料は一般的にみると、かなり低い割合のロイヤリティであり、それが地元事業者の商品開発を促し、境港市の経済活性化に貢献している。</li> <li>・ 水木プロダクションはキャラクター使用の目安となる料金表を作成しているが、事業ごとに使用料金を決定するケースが多い。著作者人格権を重視し、ロイヤリティ主義の立場をとっている。使用料金を公共と民間の区別はないが、境港の経済活性化につながる事業であれば、使用方法や料金等で全面的に協力することとしている。</li> </ul>
海外展開 海外連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業開始前は水木しげるロードを訪れる外国人観光客はほとんど皆無であったが、事業開始後徐々に外国人観光客がみられるようになってきた。その多くは『ゲゲゲの鬼太郎』が翻訳出版及びテレビ放送された台湾と香港からのツアー観光客。なお、米子空港と台湾の間に年数回のチャーター便を運航している。</li> <li>・ 米子空港と定期便を運航するソウルから水木しげるロードや水木しげる記念館を訪れる観光客はほとんどいない。その理由として、翻訳出版やテレビ放送が行われていないことや韓国人には妖怪の概念が理解されないことなどが考えられる。</li> <li>・ 中国運輸局の平成 18 年度事業として、鳥取県北栄町や岡山県倉敷市、兵庫県宝塚市と連携したアニメ等を活用した国際観光の推進に取り組んでいる。</li> </ul>
課題・問題点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 水木しげるロードは、地元消費者を主な顧客とする「地域密着型店舗」と観光客向けの店づくりに特化した「観光対応型店舗」の分化が進展。地元客も観光客も魅力を感じる安く高品質の生鮮品の特定商品、店舗を核として特化戦略をとり、この効果を計りつつ、資力を有する店から業態転換を順次再編することが必要。</li> <li>・ 2007（平成 19）年度は『ゲゲゲの鬼太郎』のテレビアニメ（第 5 作）放送及び実写映画の上映などが予定されており、これらを契機としたさらなるプロモーション活動と集客促進が期待されている。</li> </ul>


(2) 名探偵コナンに会える町（鳥取県北栄町）

事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化	
コンテンツ	「名探偵コナン」ほか，青山剛昌作品	
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型	
事業開始年	1999（平成11）年度	
事業主体	北栄町 他	
事業概要	<p>コナン通りの整備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ JR由良駅から国道9号までの県道を「コナン通り」と命名。</li> <li>・ 橋の架け替えにあわせて，新しい橋「コナン大橋」と命名。</li> <li>・ 「コナン通り」に名探偵コナンのブロンズ像設置（7体）</li> </ul> <p>青山剛昌ふるさと館の整備・運営</p> <p>管理主体：北栄町</p> <p>供用開始：2007（平成19）年3月</p> <p>施設構成：青山剛昌氏の思い出の品や全作品，仕事場の再現，体験アトラクション他</p> <p>備考：旧大栄歴史文化学習館を改装</p> <p>コナン探偵社（名探偵コナンを愛する人達の関連グッズ販売店）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ オリジナルグッズの開発・販売（コップ，アクセサリ，図書カード）</li> <li>・ ウェブサイトの運営（最新情報，商品情報，地域情報，掲示板）</li> <li>・ コナン探偵団の運営（会員証，スタンプカード，グッズプレゼント他）</li> </ul> <p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ コナンマップの作成（北栄町観光協会）</li> <li>・ イラストコンテスト（北栄町商工会）</li> <li>・ コナンのイラスト入り住民票等の発行（北栄町）</li> </ul>	
事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 町の知名度向上とイメージアップを図ることができた。</li> <li>・ 青山剛昌ふるさと館は年間13万人の集客を見込んでいる。</li> </ul>	
プロデュース	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 旧大栄町商工会からの提案を受け，旧大栄町が事業主体として各種事業を展開。町長の理解のもと，各課がそれぞれの所管事業で「名探偵コナン」を活用した取組みを推進。旧北条町との合併後も「コナンの里づくり」を北栄町のまちづくりの柱として掲げ，町として積極的に取組みを推進している。</li> <li>・ 著作権を有する小学館プロダクションとの交渉は，効率性及び信頼性の観点から，企画情報課の特定職員が継続的に担当している。</li> <li>・ コナン通りの整備やマップ作成等は，各課職員が青山剛昌氏の確認を得ながら手づくりで行ってきた。青山剛昌ふるさと館については，著作権を持つ小学館プロダクションが北栄町に対して展示内容や展示方法，接客方法等を細かく指導し，北栄町（歴史文化学習館の企画員）がその指導を基に企画運営を行っている。</li> </ul>	
人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 町民の意識啓発を図るため，町勢要覧や広報紙にコナン情報を掲載。また，行政と町民が一体となった取組みの推進に向け，平成18年6月に町民10名からなる「北栄町コナンの里づくり計画推進委員会」を設立した。</li> </ul>	
著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「名探偵コナン」をはじめとする青山剛昌氏の漫画作品の著作権は小学館プロダクションが管理している。同社との著作権交渉は北栄町役場が担当している。「名探偵コナン」のアニメ映画の著作権はテレビ局が管理しているが，青山剛昌氏が描い</li> </ul>	


	<p>たものではないため、北栄町が取り扱うコンテンツの対象外としている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ コナン通りの整備や印刷物等へのキャラクター使用については、地域振興を目的とする非営利事業であるとの判断から、北栄町と小学館プロダクションの協議により著作権料は無料となった。</li> <li>・ 青山剛昌ふるさと館の整備に当たって、北栄町と小学館プロダクションキャラクターの使用点数と使用範囲（北栄町や旅行会社による施設のPRを含む）、使用料金などの詳細を調整した。また、北栄町は小学館プロダクションを通じて青山剛昌氏に青山剛昌ふるさと館のオリジナルキャラクターを制作してもらった。</li> </ul>
<p>海外展開 海外連携</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 青山剛昌ふるさと館では日本語と英語、中国語、韓国語の4か国語表記を行う。また、韓国や台湾、香港等の旅行エージェントに対して、オープンに向けたプロモーション活動を展開。</li> <li>・ プロモーション活動を受けて、海外の雑誌社から取材を受けたり、韓国の漫画に関する博物館から交流・提携の申し入れがあった。</li> <li>・ 北栄町は平成19年度に青山剛昌ふるさと館のプロモーションビデオを作成予定であり、将来的にこれを活用した海外への本格プロモーションを検討している。</li> </ul>
<p>課題・問題点</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「コナンの里づくり」は端緒についたばかりで、今後青山剛昌ふるさと館を核として面的整備や住民参加を促進し、鳥取県を代表するような魅力ある観光エリアを創出することが課題である。これを具体化するため、北栄町コナンの里づくり計画推進委員会は「青山剛昌Mゾーン 計画」を作成し、次の各事業を計画した。 <ul style="list-style-type: none"> <li>- コナン通りを中心にした景観形成</li> <li>- コナン通り商店街の形成</li> <li>- レンタサイクルの対応</li> <li>- 由良宿のまち歩き</li> <li>- 由良川めぐり（遊覧船）</li> <li>- ブロンズ像の増設</li> <li>- コナン通りの街灯設置</li> <li>- 道路標識、看板等の整備</li> </ul> </li> <li>・ 「名探偵コナン」が人気作品であることもあり、作品及び作家イメージの保持・向上等の観点から、キャラクター使用等に係る協議が慎重に行われており、著作権交渉に多大な時間と労力を要している。</li> </ul>




(3) 遥かなまち倉吉 創造プロジェクト(鳥取県倉吉市)

事業目的	産業振興・集客交流・教育文化	
コンテンツ	「遥かな町へ」(谷口ジロー/小学館)	
活用方法	題材型・ゆかり型・機会型	
事業開始年	2006(平成18)年4月	
事業主体	倉吉市, 倉吉市観光協会	
事業概要	<p>倉吉市は江戸時代末期から明治・大正期の古い商家の町並みが残っており, こうした「ほんもの」の地域資源を活用し, 「遥かなまち倉吉~ほんものに会えるまち(本物至高)~」をテーマとするまちづくり及び観光戦略を展開している。</p> <p>漫画と観光のコラボレーション「遥かなまちへ倉吉」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>倉吉市観光協会が昭和30~40年代の倉吉を描いた漫画「遥かな町へ」を活用した観光商品を造成。</li> <li>漫画に登場する場面(場所)を訪ね歩くまち歩きツアー(@1,900円)</li> <li>個人客と団体客のいずれにも対応。</li> <li>団体客(20名以上)にはツアーガイド1名を無料(観光協会負担)で配置。</li> </ul>	
事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>倉吉市のまちづくり及び観光戦略と作品イメージが一致することにより, 観光地・倉吉のブランディングに成功している。</li> <li>旅行エージェントからの問合せが増加し, 個人客(約10,000人/年)に加え, この企画を利用する団体客(約500人/年)も増加している。</li> </ul>	
プロデュース	<ul style="list-style-type: none"> <li>鳥取県から派遣された観光コーディネーターからの漫画「遥かな町へ」の活用提言をきっかけとし, それを受ける形で, 倉吉市及び倉吉市観光協会が観光戦略の立案と企画商品の造成・販売を実施している。</li> <li>旅行エージェントや利用者(観光客)からの意見・要望を積極的に汲み上げ, それらを踏まえた商品の内容や提供方法の改善に漸次取り組んでいる。</li> <li>市内観光事業者を対象とした勉強会やモニターツアーを実施することにより, 事業運営に対する意識啓発と協力依頼を行った。</li> </ul>	
人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>市内の小中学校と図書館に漫画「遥かな町へ」を寄贈し, 作品への理解を促進。</li> <li>シンポジウムの開催や市民等を対象としたモニターツアーの実施を通じて, 市民意識の啓発に努めている。</li> </ul>	
著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業開始前に作者及び出版社(小学館プロダクション)と作品使用に関する協議を行い, クレジット表示, 作品情景への配慮, デザインの作者への事前確認, 入込客の増加に伴う住民生活への対応等を条件に, 著作権料は無料となった。倉吉市の観光PRにも作品カットを使用可能。</li> </ul>	
海外展開 海外連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>倉吉市観光協会としては特に対応していない。</li> <li>なお, 当該作品はフランスの「アングレーム国際漫画フェスティバル」で「ベストシナリオ賞」「優秀書店賞」を受賞するなど, 海外での評価が高い。</li> </ul>	
課題・問題点	<ul style="list-style-type: none"> <li>漫画作品の実写映画化を推進し, それらの二次著作物を利用した倉吉市の観光PRと一層の集客を検討している。</li> </ul>	

(4) 石見フィルムコミッション(島根県浜田市他)


事業目的	産業振興・集客交流・教育文化	
コンテンツ	「天然コケッコー」(くらもちふさこ/集英社)	
活用方法	題材型・ゆかり型・機会型	
事業開始年	2006(平成18)年2月	
事業主体	特定非営利活動法人創作てんからっと ※同法人内に「石見フィルムコミッション」を設置。	
事業概要	<p>石見フィルムコミッションは、石見地方を舞台とする映画、テレビ、CM等のロケーション撮影を支援するため、地域住民や行政機関、観光関係団体などの幅広い協力を得ながら、撮影に関する地域の情報提供、撮影支援などを行っている。2006(平成18)年夏には、石見地方を題材とする漫画「天然コケッコー」の実写映画化に当たり、撮影場所の紹介、宿泊施設や交通機関、エキストラの手配等を通じて、そのロケーション撮影を支援した。また、2007(平成19)年夏の「天然コケッコー」の映画上映に併せて、浜田市と江津市、益田市などで上映会や展示イベントなどの開催を計画している。</p>	
事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 撮影スタッフが一定期間滞在することにより、宿泊施設や飲食店を中心に経済的効果がみられた。また、撮影スタッフ等との交流は、地域住民にとって、石見地方に対する新しい視点を提示されるなど、精神的な刺激にもなった。</li> <li>・ ロケーション撮影への協力を通じて、原作者やテレビ局、制作会社等との対人関係を形成することができ、今後のロケ誘致に向けた足がかりができた。</li> <li>・ 映画上映を通じて石見地方の知名度と地域イメージが向上し、観光・集客交流の促進に繋がることが期待される。</li> </ul>	
プロデュース	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市民や事業者、行政職員などの有志が組織するNPO法人として、石見フィルムコミッションを運営している。中心メンバーは約15名。しかし、メンバーは別の本業を持っているため、石見フィルムコミッションの活動に専従できない。</li> <li>・ 代表者のI氏はテレビ番組や映画の脚本等のライティングを職業としており、映画に対する造詣も深く、時間的にも柔軟な対応が可能であることから、石見フィルムコミッションの中で中心的な役割を果たしている。</li> </ul>	
人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ロケーション撮影に当たり、エキストラの募集を通じて、地域住民の参画を進めている。「天然コケッコー」では数百名のエキストラを動員した。</li> </ul>	
著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 撮影風景の写真については、俳優等の肖像権の問題から、石見フィルムコミッションが自由に使用することはできない。石見フィルムコミッションがウェブサイト等に掲載する写真については制作会社の許諾を得ている。</li> <li>・ 上映会の開催に向け、配給会社との交渉を行っている。</li> </ul>	
海外展開 海外連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現段階で特に実施していない。</li> </ul>	
課題・問題点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ NPOだけでは人的にも財政的にも活動範囲に制約があるため、今後は行政機関との連携・役割分担を進め、地域ぐるみの活動を強化する必要がある。</li> <li>・ 東京と石見地方を結ぶ交通条件が十分でないため、東京の制作会社等にとって緊密な情報交換と迅速な移動ができないことがロケ誘致のマイナス要因となっている。</li> </ul>	

(5) いがらしゆみこ美術館（岡山県倉敷市）

事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化	
コンテンツ	いがらしゆみこ作品	
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型	
事業開始年	2000（平成12）年5月	
事業主体	株式会社明日絵（デザイン会社）	
事業概要	<p>いがらしゆみこ美術館の運営</p> <p>施設構成：情報コーナー，ミュージアムカフェ，ミュージアムショップ，いがらしゆみこギャラリー，屋上テラス，2ショットラブポイント 他</p> <p>イベント：有名漫画家サイン色紙展，「未来のくらしき」漫画展 他</p> <p>入館者数：約20,000人/年</p> <p>地域連携：倉敷難めぐり（倉敷美観地区で開催されるキャンペーンに協賛し，同美術館の一部にイメージキャラクターを活用した雛人形を展示）</p> <p>くらしき物語（同美術館のイメージキャラクター「はちまんちゃん」を主人公とする倉敷美観地区を舞台に繰り広げる恋の物語の制作・展示を通じて，倉敷美観地区の観光PRを行っている。）</p>	
	 	
事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 年間約2万人が入館。入館者はいがらしゆみこ作品をリアルタイムで読んだ30～40代の女性及びその両親世代（50～60代）が多い。入館者は全国から訪れており，東京都やいがらしゆみこ氏の故郷である北海道からの来場が特に多い。</li> <li>・ 外国人の入館者もみられる。フランスからの旅行者が多いが，近年は韓国や中国，台湾等のアジア諸国からのツアー旅行者も増加している。</li> </ul>	
プロデュース	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 漫画に対する理解の深い同社スタッフが同美術館のマネージャーを務めている。</li> <li>・ 同社社長とこのマネージャーを中心に，地域行事への協力，共同PRなどを通じて地域連携の推進を図っている。しかし，現段階では，漫画に対する理解や景観規制等もあり，観光事業者や行政機関等との連携が実効化しているとは言えない。</li> <li>・ 展示作品等コンテンツのキュレーションは，このマネージャーがいがらしゆみこ氏の著作権を管理する有限会社アイプロダクションとの調整を基に担当している。</li> <li>・ 美術館のPRは，ウェブサイトとチラシ（全国各地で配布），JR 西日本とのタイアップ（ぐるりんパス）等を通じて行っている。</li> </ul>	
人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 修学旅行生等向けに漫画制作やイラスト制作の体験プログラムを提供。</li> <li>・ 将来的には，漫画制作に関わる通信教育プログラムの確立・提供を構想している。</li> </ul>	
著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 同社は有限会社アイプロダクションと正式契約し，同美術館を運営している。</li> <li>・ 同社は美術館入場料及び商品売上の一部をロイヤリティとして有限会社アイプロダクションに支払っている。</li> <li>・ いがらしゆみこ作画の原画については，有限会社アイプロダクションの承諾を得</li> </ul>	

	<p>て展示している。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ いがらしゆみこ美術館のPRであれば、著作者人格権を重視すること（クレジット表示）を条件に、オリジナルキャラクターを無料で使用することができる。</li> <li>・ キャンディ・キャンディのキャラクターは使用できない。いがらしゆみこには共同著作権を含めて第一次著作物の権利がない。ただし、「キャンディ・キャンディを描いた、いがらしゆみこ」という表現は認められており、その範囲で同館のPRを行うことはできる。</li> </ul>
海外展開 海外連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 海外からのツアー旅行客が来館しているが、言語の問題もあり、海外の旅行代理店やツアーコンダクターと十分なコミュニケーションがとれない。そのため、海外からの集客について情報を収集し、マーケティングにつなげることができない。</li> <li>・ 中国運輸局が実施する国際観光の推進に向けた調査事業に参加している。</li> </ul>
課題・問題点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 同美術館を活かした観光・集客交流活動が地域ぐるみの取組みとなっていない。歴史的建造物を基調とする美観地区の中で、鮮やかな色彩で描かれたキャラクターを使用することもあり、意識の面でも景観規制など制度面でも制約が残っており、それが同美術館の効果的な運営を阻害している。</li> <li>・ いがらしゆみこ氏の代表的作品である「キャンディキャンディ」について、著作権の問題から同美術館が自由に使用することができない。</li> </ul>

(6) 吉備川上ふれあい漫画美術館（岡山県高梁市）

事業目的	産業振興・集客交流・教育文化	
コンテンツ	富永一朗作品，その他漫画関連図書	
活用方法	題材型・ゆかり型・機会型	
事業開始年	1988（昭和63）年4月 美術館は1994（平成6）年オープン。	
事業主体	高梁市教育委員会	
事業概要	<p>吉備川上ふれあい漫画美術館の運営</p> <p>施設構成：富永一朗漫画廊，漫画読書室，中央カウンター，イベント・展示室 スロープ展示，小展示室，ごろごろ読書室</p> <p>イベント：アジア漫画展（アジア10カ国の第一線で活躍する漫画家の作品展示） 漫・賀・年賀状コンテスト（干支をテーマにした漫画） 吉備川上漫画グランプリ（1～2コマの漫画コンテスト） 夏休み！ワクワク手作り体験教室（親子で楽しめる体験プログラム）</p> <p>地域連携：地域をあげて「マンガ文化によるまちづくり」を推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「マンガによる地域活性化推進要綱」制定（1988年）</li> <li>・「町民一人一冊運動」（マンガ本の収集）（1988年～）</li> <li>・地域文化に関わる漫画制作（地学，神楽，城跡）</li> </ul>	
事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・年間約2万人が来館。岡山県内や広島県東部からの来館が多い。また，子どもよりも大人の来館が多く，来館者はじっくりと何冊も漫画を読んで過ごしている。</li> <li>・美術館等を通じて「マンガ文化のまち」をPRすることができ，旧川上町の知名度向上とイメージアップにつながった。</li> <li>・行政主導の取組みとしてスタートしたが，住民と連携したイベント「絵ぶたまつり」の開催，小学校の「マンガクラブ」設立など，住民等主体の活動も生まれてきた。</li> </ul>	
プロデュース	<ul style="list-style-type: none"> <li>・旧川上町<sup>14</sup>が「ふるさと創生基金」の活用を検討する過程で，当時の町長が「マンガ文化によるまちづくり」を発想し，行政主導でハード・ソフト両面にわたる事業を展開。旧川上町では地域振興課を中心に，部局を横断した推進本部を設置し，若手職員を中心に町役場をあげての取組みとして推進した（平成16年の高梁市との合併により推進本部は解散）</li> <li>・漫画家・富永一朗氏は，かねてからマンガを通じた地域活性化の構想を描いており，仮オープンで記念講演をきっかけとして，旧川上町の取組みへの協力の申し出があり，漫画原画の寄贈，グランプリ審査委員長などを通じて，美術館の運営やキュレーションに協力している。</li> <li>・県内外の漫画家がグランプリの審査員として参加し，コンテンツの質的向上と漫画</li> </ul>	




<sup>14</sup> 平成16年11月に高梁市と合併。


	<p>に関わる人材育成に協力している。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 美術館の企画や展示は、高梁市教育委員会の事務職員 1 名が臨時職員 2 名とともに手作りで行っている。</li> </ul>
人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 年賀状コンテストやグランプリを通じて、漫画制作に関わるアマチュア人材の育成を図っている。全国から応募があり、これらの企画を通じてアマチュア人材のネットワークが形成・強化されてきた。</li> <li>・ 地元小学校に「マンガクラブ」が結成され、自主的に制作等に取り組んでいる。</li> <li>・ 「マンガ文化によるまちづくり」運動を通じて、住民の郷土に対する誇りを喚起し、地域づくりの原動力となる実践行動を誘発していくことを目指している。</li> </ul>
著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 吉備川上漫画グランプリの応募作品について、著作権などのすべての権利は高梁市に帰属することを応募要項に規定している。</li> <li>・ 富永一朗氏の作品は、同氏が旧川上町のために描いたオリジナル作品を含めて、同氏が旧川上町に寄贈したものである。その使用についても、同美術館や旧川上町のPRに関わる目的であれば、高梁市教育委員会は自由に使用することができる。</li> <li>・ マスコットキャラクター「きじ丸」は、岡山県内に在住の漫画家に制作を依頼し、町民等からネーミングを公募して制作・決定したものである。これについても、同美術館や旧川上町のPRに関わる目的であれば、高梁市教育委員会は自由に使用することができる。</li> </ul>
海外展開 海外連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国際交流基金<sup>15</sup>が巡回開催する「アジア漫画展」の開催地として立候補し、2007（平成 19）年 1 月に企画展示を行った。この企画は普段アジア各国の漫画に触れることがない近隣住民にとって貴重な機会になったと思われる。</li> <li>・ それ以外は、同館が岡山県内及び広島県東部を主たるターゲットとする集客を目指していることから、海外展開・海外連携に関する取組みは実施していない。</li> </ul>
課題・問題点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 2004（平成 16）年に高梁市等と合併したことにより、それまで旧川上町にあった同美術館に関する決裁権限が旧高梁市内の本庁に移管したことや、厳しい財政状況もあり、従来のような行政主導による積極的な事業展開が困難となりつつある。</li> </ul>

<sup>15</sup> アニメ等コンテンツを含む日本文化の国際交流事業を展開している。

(7) 広島市まんが図書館（広島県広島市）


事業目的	産業振興・集客交流・ <b>教育文化</b>	
コンテンツ	漫画関連図書及び漫画研究資料	
活用方法	題材型・ゆかり型・ <b>機会型</b>	
事業開始年	1997（平成9）年5月	
事業主体	広島市	
事業概要	<p>広島市まんが図書館の運営</p> <p>施設構成：貸出・返却カウンター，図書室，研究資料室</p> <p>イベント：おはなし会，読書会，企画展示</p> <p>おもしろその年まんが大賞（1998（平成10）年度～）</p> <p>その年に話題になった人や出来事などを描いた明るくユーモアにあふれる1～4コマのまんがを幅広い世代から募集して行うコンテスト。</p> <p>広島市まんが図書館あさ閲覧室の運営</p>	
事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・漫画及び関連資料の収集・提供を通じた市民の文化生活の向上。</li> <li>・各種事業の実施による漫画文化の発展。</li> </ul>	
プロデュース	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市立図書館として事業も含めて運営している。</li> </ul>	
人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各種研修を通じて職員（司書等専門職を含む）の資質向上を図っている。</li> <li>・「おもしろその年まんが大賞」の審査は外部専門家（漫画家等）にも委任している。</li> </ul>	
著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「おもしろその年まんが大賞」応募作品の応募後の著作権は，広島市まんが図書館に帰属する。</li> </ul>	
海外展開 海外連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特になし</li> </ul>	
課題・問題点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「おもしろその年まんが大賞」は9回目を迎え，広島市まんが図書館自身とともに市民に親しまれている。今後は内容をより充実させていくことが課題である。</li> </ul>	

(8) 広島国際アニメーションフェスティバル（広島県広島市）


事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ <b>教育文化</b>	
コンテンツ	コンペティション応募作品（2006年：1,764本）	
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ <b>機会型</b>	
事業開始年	1985（昭和60）年（隔年開催）	
事業主体	広島国際アニメーションフェスティバル実行委員会，広島市，広島市文化財団	
事業概要	<p>世界各国・地域から応募されるアニメーション作品を選考審査及び本審査によりグランプリなどの優秀作品を選考するコンペティション，国内外の有名作家の作品，他大会の優秀作品，子ども向けの作品などを上映する特別プログラム，セミナー，プレゼンテーション，展示会，ワークショップなどで構成する総合的なアニメーション映画祭。アヌシー（フランス），ザグレブ（クロアチア），オタワ（カナダ）と並ぶ世界4大アニメーション映画祭の一つ。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンペティション（2006年：世界58か国・地域から1,764作品が応募）</li> <li>・ 特別上映（2006年：545作品（45か国・地域）</li> <li>・ フレームイン（プロをめざす若者たちのための発表やインフォメーション）</li> <li>・ ネクサスポイント（プロのための作品の持ち込み上映やプレゼンテーション）</li> <li>・ ブース展示（映像メディアゾーン）</li> <li>・ 展覧会</li> <li>・ ワークショップ（キッズ・クリップ，マッキントッシュ制作体験） 他</li> </ul>	
事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 若いアニメーション作家の世界への登竜門として，人材育成の場となっている。</li> <li>・ 来日する世界的に有名なアニメーション監督や作家と交流することができ，広島市民にとって貴重な国際交流の場となっている。</li> </ul>	
プロデュース	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国際アニメーションフィルム協会（A S I F A）日本支部会長が同フェスティバルのディレクターをはじめ，自らもアニメ作家であるという立場と経験を生かして，プロデューサーの役割を果たしている。</li> <li>・ 広島市文化財団常務理事が同フェスティバルのエグゼクティブディレクターを務め，フェスティバルディレクターや広島市，地元企業等との調整を始め，フェスティバルを地域に根づかせるため，地域プロデューサーの役割を果たしている。</li> </ul>	
人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンペティションは若いアニメーション作家の登竜門として，国際的に認められた貴重な人材育成の場となっている。</li> <li>・ コンペティション以外にも学生が自らの作品を紹介できる「フレームイン」，子どもたちがアニメ制作を体験できる「キッズ・クリップ」など，各レベルに応じたアニメーションに関わる人材育成プログラムが提供されている。</li> </ul>	
著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大会規約に「出品者は，出品申込書であらかじめ異議の申し立てをしない限り，主催者が当該出品者の参加作品の一部（上映時間の10%以内かつ3分以内）及びその他これに関わる提出物をフェスティバルの広報目的に利用することを認める」ことを応募条件としている。</li> <li>・ 入賞作品については，主催者とアニメーション監督との契約に基づき，下記の使用目的に沿って使用することなどを条件に，主催者が予算の範囲内で作品を買い取っている。</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大会の成果として、広島大会の広報のために行う非営利上映</li> <li>・ アニメーション芸術の普及・発展のための非営利上映</li> <li>・ 青少年の健全育成等の社会教育のために行う非営利上映</li> <li>・ 上映作品については、ガイドブックに作者の連絡先等を掲載しており、作品等の使用希望者が作者と直接に著作権交渉等を行えるように工夫している。</li> </ul>
海外展開 海外連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 同フェスティバルは ASIFA が公認し、世界 4 大アニメーション映画祭の一つであり、海外での認知度も高い。そのため、毎回、海外 50 数カ国から作品応募があるほか、作品監督や ASIFA 関係者など海外からの大会への出席者数も多い。</li> </ul>
課題・問題点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 厳しい経済情勢を反映して、広告収入、入場料収入、補助金収入などの事業資金が漸減する傾向にあり、財政基盤の確保が課題となっている。</li> <li>・ コンペをはじめ上映作品の多くが芸術的で専門的なアニメーションであり、広島市民への浸透の点で、今後主催者が取り組む余地が大きい。</li> <li>・ フェスティバルの開催が広島市におけるアニメーション産業の振興及び関連ビジネスの展開に結びついていない。</li> </ul>


## (9) 広島アニメーションビエンナーレ（広島県広島市）

事業目的	産業振興・集客交流・教育文化	
コンテンツ	TVアニメ（スタジオジブリ、東映アニメーション）	
活用方法	題材型・ゆかり型・機会型	
事業開始年	2004（平成16）年（隔年開催）	
事業主体	広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金	
事業概要	<p>「広島国際アニメーションフェスティバル」の開催実績を踏まえ、広島市におけるアニメーションを活かした都市興し・産業興しを目的とした展示等イベントを「広島国際アニメーションフェスティバル」の開催時期に併せて開催している。</p> <p>[2004(平成16)年]アニメーション&amp;マンガワンダーランド展，ハウルの動く城展 フィギュア大博覧会，ファンタジアコンサート，協賛事業(27)</p> <p>[2006(平成18)年]東映アニメーション50周年ヒストリー，協賛事業(64)</p>	
事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広島都市圏の親子連れがアニメーションを楽しむ機会を提供できた。</li> <li>・協賛事業数が増加するなど、アニメーションを切り口とした広島市内の関係機関の連携・協力体制を確立・強化することができた。</li> </ul>	
プロデュース	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域プロデュースは広島都市圏の有力企業が構成する広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金（基金拠出額：1億550万円）がその役割を果たしている。また、イベント運営は実行委員会形式で行い、基金の構成企業以外にも行政機関や教育機関、コンテンツ流通企業、NPO等による協力体制を確立している。さらに、メインプログラム以外に、広島市内の各事業者等が自主的に企画実施するイベントを協賛事業として位置づけ、実行委員会が統一的なプロモーションを行っている。</li> <li>・メインプログラムのキュレーションについては、実行委員会が東京のアニメーション制作会社や広告代理店にすべて委託している。</li> <li>・イベントのマスコットキャラクター「Habyくん」を制作・活用している。</li> </ul>	
人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広島市立大学寄付講座「アニメーションアカデミー」を開催し、アニメーションに対する広島市民や学生等の理解促進と関心向上に努めている。</li> <li>・市民団体「Habyクラブ」を組織し、アニメーション上映やアニメーション作家等との交流機会の提供等を通じて、愛好者層の拡大と事業協力者の確保に努めている。</li> </ul>	
著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メインプログラムにかかわる著作権処理は、実行委員会が東京のアニメーション制作会社や広告代理店にすべて委託している。</li> <li>・マスコットキャラクター「Habyくん」はアニメーション作家・山村浩二氏に制作を依頼したもので、広島アニメーションビエンナーレの発展につながる企画であれば無償で使用することができる。</li> </ul>	
海外展開 海外連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特になし</li> </ul>	
課題・問題点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・持続的な運営に向けて、さらに一層の採算性の向上を図る必要がある。</li> <li>・「広島国際アニメーションフェスティバル」との相乗効果を高める仕掛け・プロモーション方法を工夫する必要がある。</li> </ul>	

(10) ポール・イマージュ・広島（広島県広島市）


事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化	
コンテンツ	広島国際アニメーションフェスティバル作品 広島にゆかりのアニメ作品及び作家	
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型	
事業開始年	2005(平成17)年4月	
事業主体	ポール・イマージュ・広島 (17の企業・団体によるコンソーシアム)	
事業概要	<p>アニメーション文化の振興を図るとともに、新しい商品やサービスを創り出し、全国さらにはアジアを中心とする海外からの集客を促し、にぎわいを創出することを目的として、市民参加型ウェブサイトの運営、教育機関を対象としたアニメ作品等のマーケット開催、アニメ拠点施設の運営等に取り組む。2006(平成18)年度に社会実験事業を通じた事業検証を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市民参加型アニメーション情報発信・交流サイト「アニメーションシティ広島」</li> <li>・ アニメーション学生作品のマーケット「広島フィルムマーケット」</li> <li>・ アニメーション拠点施設「広島アニメーションセンター」</li> </ul>	
事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 教育交流サービスなど持続的に実施可能な集客交流サービスを抽出・作成できた。</li> <li>・ 事業実行体制を明確にするとともに、関係機関との組織的連携を強化できた。</li> </ul>	
プロデュース	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「創発」をキーワードとして、各参加団体の自主性と能力を尊重した事業展開を図った。そのため、事業全体を統括する地域プロデューサーでなく、各事業主体の自主性と能力を引き出すコーディネーターを置いた。</li> <li>・ 広島フィルムマーケットは「広島国際アニメーションフェスティバル」ディレクターがキュレーターを務めた。ウェブサイトと拠点施設の運営については、キュレーターを配置しなかったため、観客等が満足できるコンテンツの提供ができなかった。</li> </ul>	
人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業全般において「人材育成を柱とする産業育成と集客交流」を課題として設定し、講座やワークショップの開催、ボランティアスタッフの募集等を通じて、クリエイターと愛好者、事業協力者、コンテンツプロデューサーの育成・確保に努めた。</li> </ul>	
著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ マーケットは「広島国際アニメーションフェスティバル」ディレクターが著作権処理を担当し、これまでの経験を踏まえて円滑に処理した。</li> <li>・ ウェブサイトと拠点施設の運営では、広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金が著作権処理に当たったが、経験の乏しさ等から著作権所有者との円滑な交渉ができない場面もみられた。</li> </ul>	
海外展開 海外連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広島フィルムマーケットには韓国を中心に海外から多くの集客がみられた。また、その継続的開催に向け、韓国と中国、台湾などの教育機関や配給会社等を対象として、開催意義や参加意欲を把握するためのマーケティング調査を実施した。</li> </ul>	
課題・問題点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 社会実験を通じて継続実施が妥当と判断して抽出した各サービスを集客交流商品としてさらに企画内容の魅力向上を図るとともに、効果的なプロモーションを通じてそれらを販売する仕組みを確立する必要がある。</li> </ul>	

## (11) 広島フィルム・コミッション（広島県広島市）




事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化	
コンテンツ	「夕凧の街 桜の国」(原作：こうの史代)	
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型	
事業開始年	1999(平成11)年1月	
事業主体	広島フィルム・コミッション (広島観光コンベンションビューロー内)	
事業概要	<p>広島における映画やコマーシャル、テレビ番組などの映像制作にかかる撮影支援活動（ロケーション撮影に関する相談、ロケーション紹介、撮影に係る各種連絡調整及び許可申請手続き、現地案内、宿泊施設等紹介、エキストラ募集、広報）を実施している。漫画作品の映画化における撮影支援も行っており、2006(平成18)年には「天然コケッコー」「夕凧の街 桜の国」の撮影支援を実施している。</p> <p>「夕凧の街 桜の国」の撮影では、任意団体「ポップラ・ペアレンツ・クラブ(PPC)」の協力を得て、ロケ地の河岸緑地の草刈りを行うなど、NPOとの連携も進めている。なお、PPCは2007(平成19)年夏の公開前に映画「夕凧の街 桜の国」の試写会開催を検討している。</p>	
事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>映像作品による広島への関心の高まり、イメージアップ。</li> <li>映画のロケ地ツアーなど、ロケ地を訪問して作品の追体験を行う観光客の増加。</li> <li>市民等が映像に親しむきっかけになり、映像への理解や関心が高まる。</li> <li>制作スタッフの滞在に伴う宿泊や飲食等の経済的効果。</li> <li>見慣れた場所を映像の観点から見つめ直すことによる地域魅力の再発見。</li> </ul>	
プロデュース	<ul style="list-style-type: none"> <li>広島フィルム・コミッションのスタッフ2名が対応。</li> <li>映像制作者向けに、パンフレットやウェブサイトを通じて、ロケ地・広島をPRしている。また、国際フィルム・コミッションズ協会とアジア・フィルム・コミッション・ネットワークに参加し、国際的な認知度を高めるように努めている。</li> <li>ロケ地マップを作成し、上映予定の映画館などに配布するなどして、ロケ地ツアーによる広島への観光客の増加に努めている。</li> </ul>	
人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>「映画・ドラマで広島をじまんしようプロジェクト」を通じて、広島でのロケーション撮影の充実に向けた市民協力者を募集している。</li> <li>上記プロジェクトとして、広島市内の高等学校演劇部や専門学校メディア学科の学生が撮影に協力することにより、プロの演技や演奏、映像撮影ノウハウを学ぶとともに、映像制作に対する意識向上につながっている。</li> </ul>	
著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>広島フィルム・コミッションが撮影状況を写した写真の使用について制作会社と協議し、許諾された写真については、パンフレットやウェブサイトに掲載している。制作会社によって肖像権等の問題から使用が許可されなかったり（特にウェブサイトへの掲載）、使用料を請求される場合もある。</li> <li>PPCが計画する「夕凧の街 桜の国」の試写会開催にあたり、広島フィルム・コミッションが配給会社との調整・協議を行っている。</li> </ul>	
海外展開 海外連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>将来的に、ロケ支援を行った作品の海外の映画祭への出品に併せて、海外から広島へのロケ地ツアーを誘致するため、広島観光スポットやロケ地を紹介するプロモーション活動を実施したいと検討している。</li> </ul>	

課題・問題点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 映像作品がヒットするかどうか事前に読めないで、投資額や協力度の割に広島への波及効果が少ない場合もある。</li> <li>・ 広島を舞台にした作品や広島出身監督の作品はもとより、作品や作家は広島とは直接関係がなくても、広島を撮影場所としてロケーション撮影を行ってくれる作品の誘致を積極的に展開する必要がある。</li> <li>・ 広島フィルム・コミッションは行政組織であるため、予算措置を含めて、民間ベースの柔軟かつ迅速な対応が困難な場面が多い。</li> <li>・ 映像作品のロケ受入は地域経済に様々な効果をもたらすことがわかっているが、スタッフ数が少ないこともあり、そうした実施効果を一層高めるための企画の立案及び実施が十分といえない状況にある。</li> </ul>
--------	---

## (12) 物怪プロジェクト三次 (広島県三次市)

事業目的	産業振興・集客交流・教育文化	
コンテンツ	「稲生物怪物語」(少年の妖怪退治の物語) 「朝霧の巫女」(原作:宇河弘樹)	
活用方法	題材型・ゆかり型・機会型	
事業開始年	1999(平成11)年1月	
事業主体	物怪プロジェクト三次(市民団体, 会員40名)	
事業概要	<p>三次地方に伝わる「稲生物怪物語」を題材にしたイベントの企画・運営, 関連商品の開発・販売等を通じて, この物語を全国にPRするとともに, 三次市の地域活性化を図ることとしている。これまで実施してきた活動内容は次のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・妖怪オブジェ設置(比熊山)</li> <li>・「稲生物怪物語」関連イベントの開催</li> <li>・「朝霧の巫女」関連イベント(ウォークラリー&amp;原画展)開催</li> <li>・「第11回世界妖怪会議in三次」開催(2006(平成18)年)</li> <li>・清酒「朝霧の巫女」製造・販売(白蘭酒造©宇河弘樹/少年画報社)</li> <li>・地ビール「朝霧の巫女」製造・販売(三次ベッケンビール, ©宇河弘樹/少年画報社)</li> <li>・ワイン「稲生物怪物語」製造・販売(広島三次ワイナリー©宇河弘樹)</li> </ul> <p>将来は, 映画制作や物怪映画祭の開催, 全国物怪サミットの開催, 物怪村(アミューズメントパーク)の運営, 「物怪伝説発祥の地」宣言などを目指している。</p>	
事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「朝霧の巫女」の愛好者が日本各地から三次に訪れるようになった。</li> <li>・「妖怪」をテーマにした民俗学者や学生が三次に訪れるようになった。</li> <li>・三次市民がふるさとの歴史や伝承に誇りと愛着を感じるようになった。</li> <li>・滋賀県八日市市, 鳥取県境港市, 大分県臼杵市との「妖怪」交流が深まった。</li> </ul>	
プロデュース	<ul style="list-style-type: none"> <li>・同プロジェクトは三次市内の自営業者を中心とした団体で, 三次市の経済活性化を図ろうとする意識が強い。</li> <li>・同プロジェクトの中核メンバーが出版社や原作者, アニメ制作会社, 妖怪研究者等に積極的にアプローチし, 協力をとりつけることで, 各事業を実現してきた。</li> <li>・外部の専門家等の協力を得ながら事業を成功させることにより, 地元の行政や経済団体等も同プロジェクトの活動を支援しようという機運が高まってきた。</li> </ul>	
人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・三次市内の高等学校で「朝霧の巫女」を内容の一部とする講演を行うなど, 子どもたちに漫画を通じた故郷の歴史や魅力を伝えており, ふるさと教育に貢献している。</li> <li>・民俗学を学ぶ学生等に貴重な研究フィールドを提供している。</li> </ul>	
著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「朝霧の巫女」の原作者や出版社から, クレジット表示を条件に, キャラクター等の印刷物やウェブサイトへの掲載, 開発商品への使用を無償で許可されている。</li> </ul>	
海外展開 海外連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2006(平成18)年に「世界妖怪会議」を開催した。しかし実質的には日本国内の妖怪に関する専門家や愛好者, それを活用した地域振興の実施主体等の相互交流の機会となっており, 海外展開・海外連携には結びついていない。</li> </ul>	
課題・問題点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・史実(三次らしさ)に基づく漫画であることを強調した事業展開を図る必要がある。</li> <li>・史実をベースとして「漫画」「学術」「まちづくり」など多様な切り口でのファンづくり(顧客発掘)を通じて, 三次市への集客交流をさらに促進させる必要がある。</li> </ul>	

(13) 島耕作バス（山口県岩国市）

事業目的	産業振興・集客交流・教育文化	
コンテンツ	「島耕作」(原作：弘兼憲史)	
活用方法	題材型・ゆかり型・機会型	
事業開始年	2003(平成15)年11月	
事業主体	岩国市交通局	
事業概要	<p>岩国市と岩国市営バスのイメージアップと観光客の増加, 岩国市出身の漫画家・弘兼憲史氏とその作品「島耕作」シリーズのPRに資するため, 弘兼憲史氏の代表的キャラクター「島耕作」を車体にデザインした「島耕作バス」を運行している。</p> <p>運行区間：岩国駅～新岩国駅</p> <p>車内装飾：「島耕作」のカラー原画や弘兼憲史氏の紹介コーナー</p> <p>イベント：お披露目会(テープカット, 弘兼憲史サイン会 他), バス祭り          広島フラワーフェスティバルへのパレード参加(2006(平成18)年度)</p> <p>その他：岩国駅と錦帯橋, 新岩国駅に「島耕作」をデザインした案内表示を設置。</p>	
	 	
事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業初年度は乗客数が増加した。また, 中年層の利用が比較的多かった。しかし, 2年目以降は乗客数の増加は顕著にみられない。</li> <li>・ 観光PR活動を行う際に, 「島耕作バス」を見せることにより, PR相手に岩国市への関心を持ってもらいやすくなった。</li> </ul>	
プロデュース	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 岩国市交通局が「バス祭り」等のイベント開催または参加, 観光PR活動を通じて「島耕作バス」のPRと観光プロモーションを実施している。</li> <li>・ 旅行雑誌に「島耕作バス」を掲載してもらっている。</li> </ul>	
人材育成手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 特になし</li> </ul>	
著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 車体デザインについては, 弘兼憲史氏および株講談社との協議の上, デザインの内容および方法を決定した。</li> <li>・ 車内に展示してある弘兼憲史氏に関する資料や本などは, 弘兼憲史氏および株講談社の協力により, 無償で提供していただいた。</li> <li>・ バス車体や車内展示を撮影し, 二次利用することは問題ないが, キャラクター画像などを切り取って使用することは許可されない。</li> </ul>	
海外展開 海外連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 特になし</li> </ul>	
課題・問題点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ PR活動を強化し, 利用促進を図ることが必要である。</li> <li>・ 利用促進方策の一つとして, 車内展示のリニューアルを実施したいが, その変更には弘兼憲史氏および株講談社との協議が必要であり, 現段階では展示内容のリニューアルが実施できていない。</li> </ul>	

## 2 中国地域において参考とすべき他地域の取組事例

### 2.1 調査事例の位置づけ

中国地域以外の地域における12の調査事例は、事業目的及びコンテンツの活用方法の2つの観点から、それぞれ次のように位置づけられる。



これらを見ると、「石巻マンガランド構想」を除いて、いずれもコンテンツの活用方法が「機会型」に該当する。これらは同じように「機会型」の取組みが多い広島市にとっての参考になると考えられる。

また、中国地域では事例数が少ない産業振興に関わる取組みも国内外において多数みられる。これらは中国地域において今後新たに取組んでいく上での参考になると考えられる。

方法 目的	題材型	ゆかり型	機会型
産業振興	タイプ 該当なし	タイプ 該当なし	タイプ 東京国際アニメフェア ● 大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会 福岡コンテンツ産業拠点推進会議 ● ソウル国際漫画アニメーションフェスティバル 中国国際アニメ漫画祭 ポール・イメージ・アングレーム
集客交流	タイプ 該当なし	タイプ 石巻マンガランド構想	タイプ 杉並アニメーションミュージアム 三鷹の森ジブリ美術館
教育文化	タイプ 該当なし	タイプ 該当なし	タイプ 京都精華大学 全国高等学校漫画選手権大会 ● アヌシー国際アニメーションフェスティバル

## 2.2 事例概要と中国地域において参考とすべき点

### (1)石巻マンガランド構想（宮城県石巻市）

事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化
コンテンツ	「仮面ライダー」「ロボコン」ほか、石ノ森章太郎作品
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型
事業開始年	1997（平成9）年度
事業主体	石巻市，株式会社街づくりまんぼう <sup>16</sup> 他
事業概要	<p>石巻市は1997（平成9）年度に「石巻マンガランド構想」を策定し，漫画や漫画的発想を地域振興の手段として活用し，市民一人ひとりが「ロマン＝夢」を持てるまちづくりを推進している。</p> <p>石ノ森萬画館の運営 田代島マンガアイランドの整備・運営 いしのまきマンガロードの整備 マンガ列車の運行（JR東日本）</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
中国地域が参考とすべき点	<p>[プロデュース機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ (株)街づくりまんぼうが地域プロデュースを担当している。同社は「まちに光を」を経営理念として，会社としての利益だけでなく，街が元気になるという利益を追求することを旨として，石ノ森萬画館の運営と街づくり事業を展開している。</li> </ul> <p>[人材育成機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 石ノ森萬画館の整備を熱望する市民や企業等が組織する市民団体「マンガを活かしたまちづくり事業推進協議会」の活動が実現に向けた原動力となっている。また，(株)街づくりまんぼうの資本金の半額は一般企業や金融機関，一般市民から拠出されるなど，市民や企業等の主体的な活動が施設運営を実現している。</li> </ul> <p>[著作権処理]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ (株)街づくりまんぼうとマンガジャパン<sup>17</sup>の間の信頼関係をもとに，効果的なコンテンツビジネスが展開されている。具体的に，(株)街づくりまんぼうが展示内容や商品のマーケティングを行い，マンガジャパンがそれを反映させる形で商品を開発するとともに，著作権使用に関する契約事務の簡素化等を通じて迅速かつ効率的な商品開発及び販売体制を構築している。</li> </ul>

<sup>16</sup> 石巻市と地元経済団体，企業，市民等が出資した第3セクター。石巻市の中心市街地活性化を推進するまちづくり会社（TMO）

<sup>17</sup> ストーリー性のある漫画を描く漫画家の親睦団体。

(2) 東京国際アニメフェア（東京都）

事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化
コンテンツ	コンペティション応募作品（アニメ）、見本市出品作品（アニメ）
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型
事業開始年	2002（平成14）年
事業主体	東京国際アニメフェア実行委員会（委員長：東京都知事）
事業概要	国内外からアニメ制作会社やテレビ局、映画会社、玩具制作会社、ソフト開発関連企業等が参加・出展するアニメビジネスの総合国際見本市。見本市とコンペティション、イベントの3部で構成される。
中国地域が参考とすべき点	<p>[プロデュース機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 実行委員会の事務局は東京都産業労働局観光部振興課に置かれ、東京都が事業費の負担とともに、事業全体のとりまとめや調整を担当している。実行委員会には東京都の他、アニメ制作会社、コンテンツ流通企業、業界団体などが参加し、それぞれの強みを活かした事業展開を図っている。</li> </ul> <p>[海外展開・海外連携]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 実行委員会に海外事業を専門とする企業が2社参加しており、海外からの出展や来場の促進に向けたプロモーション活動を展開している。</li> </ul>

(3) 杉並アニメーションミュージアム（東京都杉並区）

事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化
コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 杉並区内に立地するアニメ制作会社が制作するアニメーション作品</li> <li>・ 日本動画協会会員企業が制作するアニメーション作品</li> <li>・ 杉並区オリジナルアニメーション作品「サヨナラ、みどりが池」</li> </ul>
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型
事業開始年	2003（平成15）年
事業主体	杉並区
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 区内にアニメーション関連企業が多数立地していることに着目し、アニメーション産業の振興を図ることを目的とした「すぎなみアニメの杜構想」を策定し、その具体策の一つとして、2003（平成17）年に杉並アニメ資料館をオープンした。</li> <li>・ その後、アニメーションアーカイブと体験プログラムを充実させ、2005（平成17）年3月に杉並アニメーションミュージアムとしてリニューアルオープンした。</li> </ul>
中国地域が参考とすべき点	<p>[プロデュース機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 館長の鈴木伸一氏（漫画家・アニメ作家）が総合的なプロデューサーとして、杉並区や日本動画協会各社、日本アニメーション協会などとの調整を図りつつ、地域連携やキュレーションを行いながら、ミュージアムを運営している。</li> </ul> <p>[人材育成機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 杉並区は杉並アニメ振興協議会（アニメ企業約20社の集まり）に委託し、「杉並アニメ匠塾」を運営している。この塾はアニメーターを育てるインターンシップ事業で、各社が6か月間インターンシップを受け入れ、現場研修を行っている。修了者のほとんどは区内のアニメ制作会社に就職している。</li> </ul>

(4) 三鷹の森ジブリ美術館（東京都三鷹市）

事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化
コンテンツ	「もののけ姫」「となりのトトロ」ほか、スタジオジブリ作品
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型
事業開始年	2001（平成13）年10月
事業主体	管理：三鷹市，運営：徳間記念アニメーション文化財団（三鷹市，株徳間書店など出資）
事業概要	三鷹市は，株徳間書店と株ムゼオ・ダルテ・ジブリから負担付き寄付を受ける形で，三鷹市立アニメーション美術館（通称：三鷹の森ジブリ美術館）を運営している。
中国地域が参考とすべき点	<p>[プロデュース機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>宮崎駿館主は、「見るだけでも楽しく，つくる人間の心が伝わり，アニメへの新しい見方が生まれてくる場所を」つくるという明確で一貫した事業理念のもとで，美術館の運営を行っている。</li> </ul> <p>[海外展開・海外連携]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>株JTBの協力を得て海外向けチケットを販売している。2004（平成16）年度の海外向けチケット販売枚数は37,780枚（全販売枚数の5.7%）で，販売先として台湾が35.9% ,香港が22.9% ,韓国が14.7% ,その他アジアが5.3% ,アメリカが3.2%。</li> </ul>

(5) 京都精華大学（京都府京都市）

事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化
コンテンツ	学生等が制作するマンガ及びアニメ作品等
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型
事業開始年	1968（昭和43）年4月：開学，2006（平成18）年4月：マンガ学部設置
事業主体	京都精華大学
事業概要	<p>マンガ学部の設置（マンガ・アニメを総合的に学ぶ日本の大学では最初の学部）</p> <p>交換留学プログラム（留学協定を結んでいる海外の大学へ留学できる制度）</p> <p>海外の大学への協力（学科設立やカリキュラム編成，講師派遣等の技術協力）</p>
中国地域が参考とすべき点	<p>[人材育成機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>マンガプロデュース学科では，卒業後に編集者やプロデューサーとして活躍できる人材の育成に努めている。具体的に，マンガやアニメの制作実習に加え，評論，編集，プロデュース実務，学外実習（インターン）等のカリキュラムを提供している。</li> </ul> <p>[海外展開・海外連携]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>海外の協力校については，国際交流課によるマーケティングと教員の持つ対人関係をもとに学内の委員会にて提携候補校を選定した上で，その候補校に協力を打診し，協力関係を構築している。協力校はいずれも各国を代表する芸術系大学であり，学生が世界レベルの教育を体験することができる。</li> <li>京都国際マンガミュージアムの運営（2006（平成18）年開設，京都市との共同事業）やマンガ等に関する国際会議の開催等を通じて，京都精華大学が核となったマンガ文化の国内外への発信を行うことにより，国内外からミュージアムや会議等への関心，ひいては京都精華大学への関心を高めることにより，教育研究内容の充実と国際交流の強化を図ろうとしている。</li> </ul>

(6) 大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会（大阪府）

事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化
コンテンツ	大阪府内のコンテンツ制作会社が制作する各種コンテンツ
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型
事業開始年	2006（平成18）年5月
事業主体	大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会（ODCC） 2007（平成19）年1月現在 会員数：101（企業・団体）
事業概要	コンテンツ制作企業が抱える3つの課題（資金調達、販路開拓、人材不足）の解決に向け、他企業とのマッチングや人材の発掘・育成を通じて、人的資源・ネットワークの強化を図り、優秀なコンテンツビジネスを生み出すことを目的に、以下の4事業を展開。 コンテンツ制作プロジェクト育成事業      プロデューサー人材育成事業 販路開拓支援事業                                  交流促進事業
中国地域が参考とすべき点	[プロデュース機能] ・ ODCC のマネージャーである S 氏はコンテンツそのものに対する理解もあり、ビジネス感覚と国内外の幅広い対人関係を有しており、事業推進に当たってのコンテンツプロデューサー及び地域プロデューサーの役割を果たしている。 [人材育成機能] ・ プロデューサー人材育成事業を通じて、S 氏に続くプロデューサーの育成に努めている。カリキュラムは講義形式とインターンシップからなり、教育効果を測るために、コンテンツビジネスに係る企画書のコンペティション等を実施している。 [海外展開・海外連携] ・ アジアとの連携による新たなビジネスモデルの創出をめざす。アジアのデジタルコンテンツマーケットとして、2007（平成19）年秋には「コンテンツショーケース2007in 関西」を発展させる形で、「アジア・コンテンツマーケット」の開催を計画中。

(7) 全国高等学校漫画選手権大会～まんが甲子園～（高知県高知市）

事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化
コンテンツ	コンテスト応募作品
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型
事業開始年	1992（平成4）年
事業主体	主催：高知県、「あったか高知」まんがフェスティバル実行委員会，自治総合センター 共催：高知県高等学校文化連盟
事業概要	「漫画王国・土佐」を全国に発信するとともに、漫画を通じた地域間及び世代間の交流を進め、地域振興の一助とすることを目的として、高校漫画サークルの日本一を決定するイベント。
中国地域が参考とすべき点	[プロデュース機能] ・ 日本漫画家協会が大会に協賛し、同協会に所属する漫画家が審査員（委員長：やなせたかし氏）を務めることにより、入賞作品（コンテンツ）の質が確保されている。 [人材育成機能] ・ 本選大会への参加校と高知県内の高校生との交流を通じて、県内高校生の漫画に関する知識や技術等の向上、漫画を通じた地域間交流に努めている。

## (8) 福岡コンテンツ産業拠点推進会議（福岡県）

事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化
コンテンツ	福岡県内のコンテンツ制作会社が制作する各種コンテンツ
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型
事業開始年	1998（平成10）年 マルチメディア・アライアンス福岡（MAF） 2006（平成18）年 福岡コンテンツ産業拠点推進会議設立（MAFを発展的改組）
事業主体	福岡コンテンツ産業拠点推進会議（事務局：福岡県商工部商工政策課） 2007（平成19）年1月現在 会員数：189（企業・団体）
事業概要	人材の育成・確保（首都圏における中核人材の確保、即戦力人材の育成・確保） ビジネス機会の拡大（福岡コンテンツマーケット、コンテンツビジネスセミナー） コンテンツ産業の拠点性の発信（デジタル作品の公募コンテスト） 連携・交流の促進等その他の支援（著作権セミナー、メールマガジン発行）
中国地域が参考とすべき点	<p>[プロデュース機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>福岡コンテンツ産業拠点推進会議では、クリエイターの育成よりも企業の育成に重点をおき、それまでのプロデューサーの属人的資質に依存したコンテンツプロデュースから、企業等の相互交流と自然発生的なビジネス創出を生み出す「場」のプロデュースに方針を転換した。</li> </ul> <p>[人材育成機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>人材育成よりも人材確保に係る取組みを重視している。具体的に、「福岡ゲーム産業就職フェア in 東京」(第1回：2007（平成19）年2月開催)を通じて、東京等の大学・専門学校を卒業する学生や第二就職をめざす若者を対象として、福岡県内のコンテンツ制作企業への就職を勧める活動を展開している。参加者に対しては、全国的にも有名な企業を紹介するとともに、東京と比較しつつ、都市的利便性と食や自然環境の豊かさなど居住地としての福岡の魅力をPRしている。</li> <li>クリエイターの育成は、福岡県内の大学・専門学校等にその役割を果たしてもらい、福岡県としてはそこでの教育活動を支援する形をとっている。</li> </ul> <p>[著作権処理]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>会員向けの著作権セミナーを開催し、コンテンツビジネス特有の著作権の権利処理等に関する情報提供を行っている。</li> </ul> <p>[海外展開・海外連携]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>福岡県は、地理的な近接性ととともに、以前からアジアへのゲートウェイとしてアジア地域との国際交流事業を多面的に展開しており、コンテンツ産業についても将来的にはアジア地域との交流・連携を目指している。</li> </ul>

## (9) ソウル国際漫画アニメーションフェスティバル(韓国・ソウル市)

事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化
コンテンツ	コンペティション応募作品(漫画・アニメ), 展覧会&見本市出品作品(漫画・アニメ)
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型
事業開始年	1997年
事業主体	主催:ソウル国際漫画アニメーションフェスティバル(SICAF)組織委員会
事業概要	韓国におけるアニメーションと漫画の文化的向上と産業育成を目的として,映画祭&コンテスト(ANIMASIA),展覧会&見本市(TOONPARK),プロモーション(SPP)を開催。
中国地域が参考とすべき点	<p>[プロデュース機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ SICAF はアニメ関係者がディレクターを務めることにより,イベント運営とりわけキュレーションを効果的に実施している。</li> <li>・ 韓国政府やソウル市が全面的に支援を行うことにより,国家レベルおよび地方レベルでの調整とプロモーションを効果的に行うことを可能にしている。</li> </ul> <p>[海外展開・海外連携]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ SPP は韓国と日本,中国を中心とする東アジア地域の投資家と作家,プロダクションのマッチングの場として,ロードショーやカンファレンス,プレゼンテーションが行われている。</li> </ul>

## (10) 中国国際アニメ漫画祭(中国・杭州市)

事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化
コンテンツ	コンペティション応募作品(漫画・アニメ),見本市への出品作品(漫画・アニメ)
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型
事業開始年	2005年
事業主体	中国国家放送映画テレビ総局,浙江省人民政府
事業概要	中国国家放送映画テレビ総局による国家的なアニメ産業振興策の一環として,国産アニメの生産拡大および市場拡大を図ることを目的に,コンペティションと見本市を中心としたイベントを開催している。
中国地域が参考とすべき点	<p>[プロデュース機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 開催地周辺の関係機関等との調整は浙江省人民政府が担当。また,杭州市に立地する20社以上のアニメ関連企業がイベント開催に協力している。</li> </ul> <p>[人材育成機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中国アニメ産業の発展に向け,世界各国のアニメ関係者を講師とする技術・産業論に関するセミナーを開催。</li> <li>・ 産業博覧会には中国国内の主要な大学のアニメ制作学部が出展し,アニメ制作者をめざす学生の人材育成の場となっている。</li> </ul>

## (11) マジュリス・ポール・イマージュ・アングレーム (フランス・アングレーム市)

事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化
コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「アングレーム国際漫画フェスティバル」応募作品</li> <li>・ アングレーム市内のアニメ制作会社等が制作したアニメ等コンテンツ</li> </ul>
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ <b>機会型</b>
事業開始年	1997年
事業主体	マジュリス・ポール・イマージュ・アングレーム (官民連携の任意団体) (アングレーム市, 県議会, 商工会議所, 国立研究機関, 映像関連企業, 印刷関連企業, デザイン関連企業)
事業概要	<p>アングレーム市は, 1974 年から市民主体で開催されてきた「アングレーム国際漫画フェスティバル」の開催実績や 1990 年の国立アニメーション・映像センター (CNBDI) 設立を背景として, 「マジュリス・ポール・イマージュ・アングレーム (MPIA)」を設立し, 「産業」「雇用」「教育」を柱とするアニメ等映像に関わる事業を展開している。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ アーティスト・イン・レジデンスの実施</li> <li>・ 廃屋を活用したアニメスタジオの整備と貸出</li> <li>・ アニメ等映像に関わる企業誘致</li> <li>・ アニメーション映画学校の設立と運営</li> <li>・ 企業間の情報交換の促進と共同プロモーション</li> </ul>
中国地域が参考とすべき点	<p>[プロデュース機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ MPIA は7つの組織 (グループ) によって構成される。事務局を務める SMPI は, 各グループの会合に出席して共同で事業計画を検討したり, 企画を具体化する段階には組織化や資金調達などのアドバイス (専任アドバイザーを雇用) をしたりするなど, 各組織や各事業をコーディネートおよびプロデュースする役割を担っている。また, 企業誘致等に当たっては, 国内外のアニメ作家等の進出意向を緻密に調査するなど, マーケティングを徹底的に行っている。</li> <li>・ MPIA を構成する企業グループは会員企業の情報交換を促進するとともに, 国内外の見本市への出展等を通じた会員企業のプロモーション, CNBDI の研究・技術情報の会員企業への提供を行うなど, 自助・共助による産業界育成を行っている。</li> <li>・ CNBDI は広報・プロモーションの担当職員を配置し, 併設する美術館等への集客促進に努めている。担当マネージャーは大学で文化マーケティングを専攻した美術館運営の専門家で, 来場者の分析やそれを踏まえた展示戦略やPR戦略の検討を実施。</li> </ul> <p>[人材育成機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ EMCA は一流の実務教員による教育を特色としており, 教員はフランス全土やベルギーやドイツなど国外からも招聘している。教育内容に対する評価も高く, フランス国内や欧州各国はもとより台湾や香港などからも入学希望がある。</li> <li>・ EMCA は 2005 年にパリのプロモーション会社と契約し, 学生が制作したアニメ作品を国内外のコンペティションに出品する際のアドバイスや事務手続きを依頼。</li> </ul> <p>[海外展開・海外連携]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ MPIA を構成する企業グループは国内外の見本市に積極的に出展している。例えば, 映像関連企業グループの 16000images は, 2005 年 11 月に北京での国際見本市に会員企業 20 社 70 人が参加して, アングレーム市のマンガ・映像文化や会員企業の技術の紹介を行い, 経済取引を成立させるなど具体的な成果をあげている。</li> </ul>

## (12)アヌシー国際アニメーションフェスティバル(フランス・アヌシー市)

事業目的	産業振興 ・ 集客交流 ・ 教育文化
コンテンツ	コンペティション応募作品
活用方法	題材型 ・ ゆかり型 ・ 機会型
事業開始年	1960年
事業主体	主催：アヌシー国際アニメーションフェスティバル組織委員会（CICA） 2007年からCITIAに名称変更。 後援：アヌシー市、フランス文化情報省、県、地方組織連盟、文化協会、国立映画センター他
事業概要	アニメーション映画祭を毎年開催している。中心事業は短編映画や劇場映画、委託作品、テレビ映画、インターネット作品などを対象とするコンペティション（1995年まで隔年開催、1997年から毎年開催）で、2005年は230作品が上映された。コンペティションの他に、CICAは次の各事業を実施している。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ The Mifa（フィルムマーケット）（1995年～）</li> <li>・ 情報センター（応募作品等のデータベース化）（2001年～）</li> <li>・ 野外アニメーション上映会</li> <li>・ アニメーション教室（市民対象、県内小学校対象）</li> </ul>
中国地域が参考とすべき点	<p>[プロデュース機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ CICA の統括ディレクターがフェスティバル全体を統括している。CICA は 17 名の正職員が9つの部門に配置され、各部門が責任を持って自立的に業務を遂行している。</li> <li>・ 9つの部門のうち、行政機関や企業との調整は「広告・協賛担当」、コンテンツ（応募作品）の管理・調整は「フィルム担当」が担当している。</li> </ul> <p>[人材育成機能]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ CICA の正職員は同フェスティバルにボランティアとして参加した経験を持つ。ボランティア経験を通じて、アニメに関わる知識やイベント運営のノウハウを習得し、正職員としての採用後に即戦力として活躍している。</li> <li>・ アヌシー商工会議所がマルチメディア学校を設立し、インターンシップなどの実務教育を中心としてマルチメディア人材の育成に努めている。卒業生の多くはアヌシー市内の企業に就職し、地元経済の活性化に貢献している。</li> </ul> <p>[海外展開・海外連携]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ The Mifa は、出展環境の整備とともに、従来の欧州市場に加え、日本や韓国、中国、マレーシア、インド、台湾などのアジア市場へのプロモーションを積極的に行い、近年はこれらの国々からの出展を得るようになった。遠方からの出展者にはブース設置の支援や交流機会の提供、マッチング支援などを行っている。出展者からの評価も高く、出展者は繰り返し出展するようになっている。</li> </ul>

## 第4章 アニメ等コンテンツの活用にあたっての課題

### 1 プロデュース機能に関わる課題

#### 1.1 課題分析の視点

プロデュース機能については、次の3つの視点に基づき、各事例から成功要因及び課題の抽出・分析を行った(表11)。

表11 プロデュース機能に関わる課題分析の視点

項目	内容
コンテンツプロデュース	・ アニメ等コンテンツ自体をプロデュースする人材の確保及び組織づくり
地域プロデュース	・ 地域にあって、アニメ等コンテンツと地域振興をつなぎ、地域振興活動を牽引する役割を担う人材の確保及び組織づくり
キュレーション	・ 地域にあって、アニメ等コンテンツを楽しもうとする観客等に対してそれらを高質かつ効果的に提供する役割を担う人材の確保及び組織づくり

#### 1.2 中国地域の事例にみられる成功要因

中国地域における13の事例分析から、プロデュース機能に関して、次のような成功要因(うまくいっている点)を抽出した。表2はそれらの成功要因を取組みのタイプ別に整理したものである(次頁)。

これをみると、コンテンツプロデュースについては、調査事例にはこれに該当する取組みがほとんどなく、2006(平成18)年度にコンテンツプロデューサーの養成講座を実施した「ポール・イマージュ・広島」もその取組みは端緒にすぎたばかりであり、具体的な成果や成功要因を見いだすことはできなかった。

地域プロデュースについては、いずれのタイプでも、行政計画への位置づけ、アニメ等コンテンツへの理解と地域振興の熱意を持ったキーパーソンが存在、多様な主体の参加による地域ぐるみの活動展開、が成功要因としてあげられている。また、タイプ(集客交流・題材型)では、倉吉市の例のように、まちづくり・観光戦略と作品イメージの同調が重要と考えられる。

キュレーションについては、コンテンツの活用方法によって成功要因に違いがみられる。すなわち、題材型及びゆかり型の取組みは出身作家や著作権を有するプロダクションとの協力体制の確立、機会型の取組みはキュレーターを配置することが成功要因となっている。

表12 中国地域の事例にみられるプロデュースに関わる成功要因

タイプ	調査事例	プロデュースに関わる成功要因（うまくいっている点）
タイプ (産業振興・機会型)	広島市	(キュレーション) キュレーターによる活用可能なコンテンツの確保
タイプ (集客交流・懸念型)	倉吉市 浜田市 広島市 三次市	(地域プロデュース) 行政によるまちづくり計画への位置づけ(倉吉市) 地域のまちづくり・観光戦略と作品イメージの同調(倉吉市) 旅行代理店等への積極的な販売・プロモーション(倉吉市) 映画等に造詣の深いキーパーソン存在(浜田市) 国際組織への参加による組織・活動のPR(広島市) 地域振興への熱意と外部協力者(専門家)の確保(三次市) (キュレーション) 著作権を有するプロダクションの協力(倉吉市, 三次市) 消費者ニーズを踏まえた観光商品の造成(倉吉市)
タイプ (集客交流・ゆかり型)	境港市 北栄町 倉敷市 岩国市	(地域プロデュース) 行政によるまちづくり計画への位置づけ(境港市, 北栄町) 行政による市民や事業者に対するねばり強い協力要請(境港市) (キュレーション) 漫画に対する理解の深いマネージャーの存在(倉敷市) 出身作家との信頼関係の醸成・活用(境港市, 北栄町, 倉敷市, 岩国市) 著作権を有するプロダクションの協力(境港市, 北栄町, 倉敷市, 岩国市)
タイプ (集客交流・機会型)	広島市	(地域プロデュース) 協賛事業の募集及び統一プロモーションを通じた地域ぐるみの活動展開
タイプ (教育文化・機会型)	高梁市 広島市	(地域プロデュース) 行政によるまちづくり計画への位置づけ(高梁市, 広島市) 地域プロデュースを行うエグゼクティブディレクターの配置(広島市) (キュレーション) 専門家の参画によるコンテンツの質の確保(高梁市, 広島市) 作品管理を行うフェスティバルディレクターの配置(広島市)

注) 広島市 : 広島市まんが図書館, : 広島国際アニメーションフェスティバル  
 : 広島アニメーションビエンナーレ, : ポール・イマージュ・広島  
 : 広島フィルム・コミッション

### 1.3 中国地域の事例にみられる課題

中国地域における13の事例分析から、プロデュース機能に関して、次のような課題を抽出した。表13はそれらの課題を取組みのタイプ別に整理したものである。

これをみると、地域プロデュースについては、事業目的によって違いがみられた。すなわち、産業振興を目的とする取組みは産業創出を支援する人材の確保、集客交流を目的とする取組みは地域ぐるみの体制づくりと効果的なプロモーションの展開、教育文化を目的とする取組みは行政事業としての位置づけの明確化が主たる課題としてあげられている。

キュレーションについては、いずれのタイプにおいても、キュレーションを行う人材の育成・確保が課題とされた。その中で、題材型の取組みでは地域の歴史・文化の掘り下げが課題とされていることが特徴的である。

表13 中国地域の事例にみられるプロデュースに関わる課題

タイプ	調査事例	プロデュースに関わる課題
タイプ (産業振興・機会型)	広島市	(地域プロデュース) ビジネス感覚をもって事業全体を統括する地域プロデューサーの確保 (キュレーション) コンテンツの質を担保するキュレーターの確保
タイプ (集客交流・題材型)	倉吉市 浜田市 広島市 三次市	(地域プロデュース) 実写映画化による観光PRと集客交流の促進(倉吉市, 三次市) 行政機関と協力した地域ぐるみの活動展開(浜田市) 東京の映像制作会社等との対人関係の確立・強化(浜田市) 地域振興効果を増大させる企画の継続的な実施体制の確立(広島市) 映画制作及び配給の取組に即応できる柔軟な体制整備(広島市) (キュレーション) 歴史・文化の掘り下げとそれらの多面的な活用(三次市)
タイプ (集客交流・ゆかり型)	境港市 北栄町 倉敷市 岩国市	(地域プロデュース) 集客交流促進に向けた継続的なPR(境港市, 北栄町, 倉敷市, 岩国市) 拠点施設を活用した地区計画と住民参加の促進(北栄町) 地域の漫画に対する意識の向上と景観規制等への対応(倉敷市) (キュレーション) コンテンツの観客等への効果的な提供に関わる人材の不足(北栄町)
タイプ (集客交流・機会型)	広島市	(地域プロデュース) 同じ地域の他の取組みとの相乗効果を高める仕掛けづくり (キュレーション) 自前のキュレーターの確保による経験とノウハウの蓄積
タイプ (教育文化・機会型)	高梁市 広島市	(地域プロデュース) 厳しい財政事情による行政予算の縮小への対応(高梁市, 広島市) 同じ地域の他の取組みとの相乗効果を高める仕掛けづくり(広島市)

注) 広島市 : 広島市まんが図書館, : 広島国際アニメーションフェスティバル  
: 広島アニメーションビエンナーレ, : ポール・イマージュ・広島  
: 広島フィルム・コミッション

#### 1.4 他地域の事例から参考とすべき点

プロデュース機能に関して、中国地域が抱える課題と、それに対応する他地域の事例から参考とすべき点について、表14のとおり整理した。

産業創出を支援する人材の確保については、各地域でビジネスプロデューサーの育成・確保、産業創出のための場（マーケット）づくり、コンテンツ制作企業の誘致などが実施されている。これらについては、各地域における対応というよりも、中国地域全体としての対応が必要と考えられる。

地域ぐるみの体制づくりについては、石巻市の例にみられる市民参加の仕組みづくり、東京都などの例にみられる行政と企業、関係団体が参加する総合的な推進体制づくりがみられる。前者は集客交流の促進あるいは教育文化の振興を目的とする場合、後者は産業創出あるいは集客交流の促進を目的とする場合に不可欠な視点とみなせる。

効果的なプロモーションについては、一貫した事業理念の発信、広報・渉外担当者の配置、旅行代理店等とのタイアップがみられる。これらは情報発信及びマーケティングの強化に関わるものである。

行政事業としての位置づけは、調査対象としたほとんどの事例に共通しており、事業利益を生み出しにくい教育文化事業ではその必要性が特に高い。

キュレーションについては、漫画家やアニメ専門家をキュレーターとして登用する場合と、日本漫画家協会や日本動画協会といった専門組織にその役割を依頼する場合がみられる。

表14 プロデュース機能について他地域の事例から参考とすべき点

地域プロデュースに関する課題	他地域の事例から参考とすべき点
【産業振興】産業創出を支援する人材の確保 (地域プロデュース)	ビジネスプロデューサーの育成・確保(大阪府) アジアとの交流を通じた新ビジネスの創出(大阪府) コンテンツマーケットの開催(福岡県) 東アジアをエリアとするビジネスマッチング(ソウル) マーケティングを踏まえた企業誘致(アングレーム) 国内外の見本市への積極的な参加(アングレーム)
【集客交流】地域ぐるみの体制づくり (地域プロデュース)	市民団体による積極的な活動展開(石巻市) 3セク会社への市民出資(石巻市) 実行委員会形式によるイベント運営(東京都) 地元企業の参加(東京都,ソウル,杭州,アングレーム)
【集客交流】効果的なプロモーション (地域プロデュース)	一貫した事業理念(施設理念)の発信(三鷹市) 旅行代理店等を介した効果的なチケット販売(三鷹市) 広報・渉外担当ディレクターの配置(アヌシー) 文化マーケティングの専門家の登用(アングレーム)
【教育文化】行政事業としての位置づけ (地域プロデュース)	行政機関による施設運営(石巻市,杉並区) 行政主導によるイベント運営(東京都,ソウル,杭州)
【全タイプ】キュレーターの確保 (キュレーション)	漫画家の総合プロデューサーとしての活用(杉並区) 日本動画協会との協力体制(杉並区) 日本漫画家協会との協力体制(高知県) アニメ専門家の登用(ソウル)

## 2 人材育成機能に関わる課題

### 2.1 課題分析の視点

人材育成機能については、次の5つの視点に基づき、各事例から成功要因及び課題の抽出・分析を行った(表15)。

表15 人材育成機能に関わる課題分析の視点

項目	内容
地域プロデューサー	・ 地域プロデュースを行う人材の育成・確保
キュレーター	・ 地域にあって、観客等がアニメ等コンテンツを楽しめるプログラムを企画・実施する(キュレーション)人材の育成・確保
事業協力者	・ アニメ等コンテンツを活用した地域振興に係る取組みを進める上での事業協力者の確保及び組織化
愛好者	・ アニメ等コンテンツ及びその作家・制作者等の愛好者層の育成・拡大
クリエイター	・ アニメ等コンテンツの制作を行う人材の育成・確保

### 2.2 中国地域の事例にみられる成功要因

中国地域における13の事例分析から、人材育成機能に関して、次のような成功要因(うまくいっている点)を抽出した。表16はそれらの成功要因を取組みのタイプ別に整理したものである(次頁)。

これをみると、事業目的によって育成する人材の種類に違いがみられた。

産業振興及び教育文化を目的とする取組みでは漫画家やアニメーション制作者といったクリエイターの育成を重視している。具体的に、著名クリエイターによる直接指導やコンテスト等への応募・発表が行われており、これらがクリエイターあるいはクリエイターをめざす若者等にとって貴重な学習の機会となっている。中でも「広島国際アニメーションフェスティバル」は若手のアニメーション作家の登竜門となっており、これに参加した若手作家が現在では世界的に著名なアニメーション作家や監督となっているケースがみられる<sup>8</sup>。

一方、集客交流を目的とする取組みでは愛好者や事業協力者となりうる市民や事業者への啓発活動を積極的に展開していることがみてとれる。具体的に、市民等への広報・PRを行うものと、検定試験や講座、ロケ協力等を通じて実践的な知識やノウハウの獲得をめざす取組みがみられる。これらを通じて、事業の推進体制を強化するとともに、顧客基盤になりうる愛好者層の育成・拡大に繋げている。

<sup>18</sup> 「トイストーリー」や「バグズライフ」のジョンラセター、「ウォレスとグルミット」のアドマンなどが代表例。

表16 中国地域の事例にみられる人材育成に関わる成功要因

タイプ	調査事例	人材育成機能に関わる成功要因
タイプ (産業振興・機会型)	広島市	(クリエイター) コンテストを通じた実践的な学習機会の提供 著名クリエイターによる直接指導
タイプ (集客交流・懸念型)	倉吉市 浜田市 広島市 三次市	(愛好者) 図書の寄贈や講演を通じた学校教育への展開(倉吉市, 三次市) 広報紙やシンポジウム等を通じた意識啓発(倉吉市) (事業協力者) ロケ協力を通じた市民等の地域再発見(浜田市, 広島市) ロケ協力への高校生の参加による映像産業への意識向上(広島市) (その他) 作品のベースとなった史実に関する研究フィールドの提供(三次市)
タイプ (集客交流・ゆかり型)	境港市 北栄町 倉敷市 岩国市	(愛好者) 副読本の作成を通じた学校教育への活用(境港市) 修学旅行生向けの体験プログラムの提供(倉敷市) コンテンツに関わる検定試験等を通じた愛好者の育成(境港市) (事業協力者) 広報紙やシンポジウム等を通じた意識啓発(境港市, 北栄町) 観光講座等を通じた事業協力者の育成(境港市) 愛好者や研究者を事業協力者として巻き込み(三次市)
タイプ (集客交流・機会型)	広島市	(愛好者) 大学寄付講座の開催による愛好者層の拡大 市民団体の活動支援を通じた愛好者層の拡大
タイプ (教育文化・機会型)	高梁市 広島市	(愛好者) 様々な年代やレベルに応じた学習・体験プログラムの提供(広島市) (クリエイター) コンペティションを通じたクリエイターの育成(高梁市, 広島市) (その他) 各種事業を通じた町民の郷土意識の向上(高梁市)

注) 広島市 : 広島市まんが図書館, : 広島国際アニメーションフェスティバル  
: 広島アニメーションピエンナーレ, : ポール・イマージュ・広島  
: 広島フィルム・コミッション

### 2.3 中国地域の事例にみられる課題

中国地域における13の事例分析から、人材育成機能に関して、次のような課題を抽出した。表はそれらの課題を取組みのタイプ別に整理したものである。

これをみると、事業目的やコンテンツ活用方法の違いに関わらず、事業協力者の育成・確保、体系的な人材育成プログラムの確立、が課題となっていることがわかる。このうち事業協力者の育成・確保は、それぞれの取組みを地域ぐるみで展開するために対応すべき課題と考えられる。また体系的な人材育成プログラムの確立については、集客交流を目的とする取組みでは顧客基盤ともなりうる愛好者層の拡大、産業振興及び教育文化を目的とする取組みではクリエイターなどの専門的人材の育成・確保につなげることが期待されている。

表17 中国地域の事例にみられる人材育成に関わる課題

タイプ	調査事例	人材育成に関わる課題
タイプ (産業振興・機会型)	広島市	(クリエイター) 体系的な人材育成プログラム及びその実施体制の確立
タイプ (集客交流・題材型)	倉吉市 浜田市 広島市 三次市	(事業協力者) エキストラ登録者の確保及び調整(浜田市) 各種企画の立案・実行スタッフ及び事業協力者の確保(広島市) 歴史や風俗の研究に関わる専門家ネットワークの形成(三次市)
タイプ (集客交流・ゆかり型)	境港市 北栄町 倉敷市 岩国市	(事業協力者) 市民や事業者等の意識向上と事業協力者の確保(北栄町, 倉敷市) (クリエイター) 漫画制作について学べる教育プログラムの確立・提供(倉敷市)
タイプ (集客交流・機会型)	広島市	(愛好者) 大学寄付講座等を通じた愛好者の継続的な育成・拡大
タイプ (教育文化・機会型)	高梁市 広島市	(事業協力者) 市民や事業者等の意識向上と事業協力者の確保(広島市) (クリエイター) コンテストの企画内容の一層の充実(広島市)

注) 広島市 : 広島市まんが図書館, : 広島国際アニメーションフェスティバル  
: 広島アニメーションビエンナーレ, : ポール・イマージュ・広島  
: 広島フィルム・コミッション

## 2.4 他地域の事例から参考とすべき点

人材育成機能に関して、中国地域が抱える課題と、それに対応する他地域の事例から参考とすべき点について、表18のとおり整理した。

事業協力者の確保については、市民団体による主体的かつ積極的な取組み、市民等の出資による地域ぐるみの運営（経営）の仕組みづくり、ボランティアから正職員採用への仕組みづくりなどがみられる。

体系的な人材育成プログラムの確立については、地域プロデューサーに関して、大阪府では講義とインターンシップ、OJT<sup>19</sup>で構成される育成プログラムが確立されており、中国地域全体として取り組むべきこととして参考になる。

また、クリエイターの育成に関して、クリエイター同士の交流機会の提供、世界的に著名な講師によるセミナー、他地域からの人材誘致、地元企業へのインターンシップ、コンペティションやマーケットへの参加・出展などがみられる。これらのうち、中国地域にはアニメ等コンテンツの制作企業の立地がほとんどないことを考慮すれば、短期的には他地域からの人材誘致と地元企業へのインターンシップは具体化が困難と考えられる。

表18 人材育成機能について他地域の事例から参考とすべき点

人材育成機能に関する課題	他地域の事例から参考とすべき点
事業協力者の育成・確保	（事業協力者） 市民団体による積極的な活動展開（石巻市） 3セク会社への市民出資（石巻市） ボランティアスタッフの活用とボランティア経験者の正職員としての採用（アヌシー）
体系的な人材育成プログラムの確立	（地域プロデューサー） プロデューサー人材育成事業の実施（大阪府） （クリエイター） 県内外の高校生同士の交流促進（高知県） 首都圏からの人材確保（福岡県） 世界の専門家に学ぶセミナーの開催（杭州） 国内外からの一流の実務家教員の確保（アングレーム） インターンシップ型育成プログラムの確立（杉並区、アヌシー） 大学生によるマーケットへの出展（杭州） 学生のコンペティション参加の支援（アングレーム）

<sup>19</sup> On The Job of Trainingの略。現場で仕事を体験しながら学習する方法。

### 3 著作権処理に関わる課題

#### 3.1 課題分析の視点

著作権処理については、次の2つの視点により、各事例から成功要因及び課題の抽出・分析を行った。

- ・ アニメ等コンテンツに関わる著作権に関わる知識やノウハウの学習機会
- ・ アニメ等コンテンツを活用する際の適時適切な著作権交渉のあり方

#### 3.2 中国地域の事例にみられる成功要因

中国地域における13の事例分析から、著作権処理に関して、次のような成功要因（うまくいっている点）を抽出した。表19はそれらの成功要因を取組みのタイプ別に整理したものである。

これをみると、いずれのタイプにも共通する成功要因として、著作権に対する理解と著作権交渉に関する経験・ノウハウの蓄積をあげることができる。広島アニメーションビエンナーレやポール・イマージュ・広島のように、東京を活動拠点とする代理店等に委託する場合もみられるが、多くは地域にあって著作権交渉の経験・ノウハウを積み上げており、そうした努力が適時適切な著作権交渉を実現しているとみることができる。

これ以外に、コンテンツの活用方法が題材型またはゆかり型に分類される取組みでは、出身作家や著作権を持つプロダクションとの協力体制の確立が重要である。

また、機会型の取組みでは、コンテスト等の応募作品の著作権を主催者が留保する応募条件を設定したり、著作物の使用希望者と出品作家が直接交渉できる仕組みづくりを行っている例がみられる。

表19 中国地域の事例にみられる著作権処理に関わる成功要因

タイプ	調査事例	著作権処理に関わる成功要因
タイプ (産業振興・機会型)	広島市	(著作権交渉) 著作権処理のノウハウを持つディレクター（所在地：東京）の参加
タイプ (集客交流・題材型)	倉吉市 浜田市 広島市 三次市	(著作権交渉) 著作権を有するプロダクションの協力（倉吉市，三次市） ロケ支援の早い段階での著作権交渉（広島市）
タイプ (集客交流・ゆかり型)	境港市 北栄町 倉敷市 岩国市	(著作権交渉) 著作権を持つプロダクションの協力（境港市，北栄町，倉敷市，岩国市） 著作権交渉の担当窓口の一本化（境港市，北栄町） 出身作家の協力（境港市，北栄町，岩国市）
タイプ (集客交流・機会型)	広島市	(著作権交渉) 著作権処理のノウハウを持つ広告代理店等（所在地：東京）への委託
タイプ (教育文化・機会型)	高梁市 広島市	(著作権交渉) キャラクター使用に関する漫画家の協力（高梁市） 主催者によるコンテスト応募作品の著作権の留保（高梁市，広島市） 著作物の使用希望者と作家が直接交渉できる仕組みづくり（広島市）

注) 広島市 : 広島市まんが図書館, : 広島国際アニメーションフェスティバル  
: 広島アニメーションビエンナーレ, : ポール・イマージュ・広島  
: 広島フィルム・コミッション

### 3.3 中国地域の事例にみられる課題

中国地域における13の事例分析から、著作権処理に関して、次のような課題を抽出した。表はそれらの課題を取組みのタイプ別に整理したものである。

これをみると、いずれのタイプでも、地域における著作権処理に関する経験・ノウハウの不足が課題となっている。そのため、著作権交渉に多大な時間と労力を要したり、事業目的を達成するために必要なコンテンツを確保できない場合もみられる。

また、ゆかり型の取組みでは、著作権の問題から、地域の実行主体が思い通りに著作物等を使用できないケースもみられた。これについては、作品の知名度が高いほど、作品イメージや販売状況への影響を慎重に考慮することなどから、使用に当たっての制約が大きくなる傾向がみられる。

機会型の取組みでは、コンテストを開催するにあたって、応募作品に関するすべての権利が主催者に留保される場合はその後の活用に制約を受けることはないが、応募作品の使用条件を設定している場合はその後の使用が制限され、集客交流の促進や教育文化の振興につながらないケースもみられる。

表20 中国地域の事例にみられる著作権処理に関わる課題

タイプ	調査事例	著作権処理に関わる課題
タイプ (産業振興・機会型)	広島市	(知識・ノウハウ) 主催者の著作権処理に関する経験・ノウハウの不足
タイプ (集客交流・題材型)	倉吉市/浜田市 広島市⑥/三次市	・特になし
タイプ (集客交流・ゆかり型)	境港市 北栄町 倉敷市 岩国市	(知識・ノウハウ) 著作権交渉にかかる時間と労力の負担(北栄町, 岩国市) (著作権交渉) 著作物使用制約による迅速かつ効果的な観光PRの制約(北栄町) 著作権の問題から生じる人気キャラクターの使用制限(倉敷市)
タイプ (集客交流・機会型)	広島市	(知識・ノウハウ) 主催者の著作権処理に関する経験・ノウハウの不足
タイプ (教育文化・機会型)	高梁市 広島市	(著作権交渉) 主催者と著作権所有者の契約にもとづく上映条件の制限 (主催者以外の者による上映不可)(広島市)

注) 広島市 : 広島市まんが図書館, : 広島国際アニメーションフェスティバル  
: 広島アニメーションビエンナーレ, : ポール・イマージュ・広島  
: 広島フィルム・コミッション

### 3.4 他地域の事例から参考とすべき点

著作権処理に関して、中国地域が抱える課題とそれに対応する他地域の事例から参考とすべき点について、表21のとおり整理した。

表21 著作権処理について他地域の事例から参考とすべき点

著作権処理に関する課題	他地域の事例から参考とすべき点
著作権処理の経験・ノウハウの蓄積	会員向け著作権セミナーの開催(福岡県)
【ゆかり型】著作物使用の制約	著作権処理に関する契約事務の簡素化(石巻市)

## 4 海外展開・海外連携に関わる課題

### 4.1 課題分析の視点

海外展開・海外連携については、次の3つの視点により、各事例から成功要因及び課題の抽出・分析を行った。

- ・ アニメ等コンテンツを海外へ流通させていく上での課題（流通促進）
- ・ アニメ等コンテンツを活用して外国人観光客を増加させるための課題（インバウンド観光）
- ・ アニメ等コンテンツを活用した国際貢献や国際交流の推進に関わる課題（国際交流）

### 4.2 中国地域の事例にみられる成功要因

中国地域における13の事例分析から、海外展開・海外連携に関して、次のような成功要因（うまくいっている点）を抽出した。表2はそれらの成功要因を取組みのタイプ別に整理したものである。

これをみると、タイプの別に関わらず、国際交流組織の協力、海外のコンペティションでの評価、海外での作品の評価・人気、が成功要因としてあげられている。その中で、国際アニメーションフィルム協会が公認し、世界4大アニメーション映画祭の一つである「広島国際アニメーションフェスティバル」は、世界各国から質の高い作品応募や著名な関係者の参加がある点などから、わが国の中でもアニメ等コンテンツを活用した海外展開・海外連携のモデル的取組みであると位置づけられる。

表22 中国地域の事例にみられる海外展開・海外連携に関わる成功要因

タイプ	調査事例	海外展開・海外連携に関わる成功要因
タイプ (産業振興・機会型)	広島市	(流通促進) 広島国際アニメーションフェスティバルと同時開催による外国人の参加
タイプ (集客交流・観光型)	倉吉市 浜田市 広島市 三次市	(インバウンド観光) 海外のコンペティションでの入賞による作品への高い評価(倉吉市)
タイプ (集客交流・ゆかり型)	境港市 北栄町 倉敷市 岩国市	(インバウンド観光) 海外での翻訳出版による作品知名度(境港市, 北栄町, 倉敷市) 海外のコンペティションでの入賞による作品への高い評価(境港市)
タイプ (集客交流・機会型)	広島市	・実施していない
タイプ (教育文化・機会型)	高梁市 広島市	(国際交流) 国際交流基金が実施するイベントへの参加(高梁市) 国際組織の公認によるイベント開催(広島市) イベント開催を通じた国際的な専門家ネットワークの形成(広島市)

注) 広島市 : 広島市まんが図書館, : 広島国際アニメーションフェスティバル  
 : 広島アニメーションビエンナーレ, : ポール・イマージュ・広島  
 : 広島フィルム・コミッション

### 4.3 中国地域の事例にみられる課題

中国地域における13の事例分析から、海外展開・海外連携に関して、次のような課題を抽出した。表23はそれらの課題を取組みのタイプ別に整理したものである。

これをみると、外国人観光客の増加（インバウンド観光）が多くの取組みにとっての課題となっていることがわかる。しかし、その取組みは端緒にすぎたばかりであり、今後マーケティングやプロモーションを充実させながら、その推進を図っていく必要がある。また、「広島国際アニメーションフェスティバル」については、これまでの大会運営を通じて培ってきた海外人脈を有効に活用した取組みを推進することが期待される。

表23 中国地域の事例にみられる海外展開・海外連携に関わる課題

タイプ	調査事例	海外展開・海外連携に関わる課題
タイプ (産業振興・機会型)	広島市	(流通促進) 広島フィルムマーケットへの海外の教育機関・企業の参加
タイプ (集客交流・題材型)	倉吉市/浜田市 広島市①/三次市	(流通促進・インバウンド観光) 作品の海外出品等に併せた観光PRの強化(広島市)
タイプ (集客交流・ゆかり型)	境港市 北栄町 倉敷市 岩国市	(インバウンド観光) 作品テーマに対する認識の違い(境港市:「妖怪」という概念の欠如) 作品の知名度を活かした海外プロモーションの充実(北栄町) 外国人観光客に関するマーケティングの不足(倉敷市)
タイプ (集客交流・機会型)	広島市	・実施していない
タイプ (教育文化・機会型)	高梁市 広島市	(国際交流) 海外の専門家ネットワークを活用した文化交流の推進(広島市)

注) 広島市 : 広島市まんが図書館, : 広島国際アニメーションフェスティバル  
: 広島アニメーションビエンナーレ, : ポール・イマージュ・広島  
: 広島フィルム・コミッション

### 4.4 他地域の事例から参考とすべき点

海外展開・海外連携に関して中国地域が抱える課題に対応する他地域の事例から参考とすべき点について、表24のとおり整理した。

インバウンド観光の推進については旅行代理店など海外事業を専門とする企業との連携、海外人脈の有効活用については大学間の提携や海外に向けた積極的な情報発信などがみられる。

表24 海外展開・海外連携について他地域の事例から参考とすべき点

海外展開・海外連携に関する課題	他地域の事例から参考とすべき点
インバウンド観光の推進 (マーケティング・プロモーション)	海外事業を専門とする企業の参加(東京都) 旅行代理店等を介した効果的なチケット販売(三鷹市)
海外人脈の有効活用	海外の大学と提携した交換留学(京都精華大学) 研究施設やイベントを通じた情報発信(京都精華大学)

## 第5章 プロデュース機能の確保・充実方策の検討

### 1 プロデュース機能の確保・充実に向けた基本方向

#### 1.1 コンテンツプロデュース

中国地域を活動拠点とする漫画家やアニメーション制作者・企業は少ないことや、地域振興に係る既存の取組みではアニメ等コンテンツを創り出すことよりも既存のアニメ等コンテンツを活用することが中心となっており、中国地域におけるアニメ等コンテンツの制作・流通に関する産業集積やそれに対するニーズは高いとはいえない。

その中で、中国地域でも漫画やアニメーション制作を学べる大学や専門学校が増加し、それらの大学・専門学校から地元での就職先の確保が期待されていることや、「ポール・イマージュ・広島」が学生を対象とした広島フィルムマーケットを開催したり、企業CMに使用するアニメーションの公募を行ったりするなど、アニメ等コンテンツビジネスの創出に向けたニーズや機運が少しずつ高まりつつある。

そこで、中国地域においては、漫画やアニメーション制作を学べる大学・専修学校等と協力し、人材育成と結びついた形でアニメ等コンテンツのプロデュースを展開する。具体的に、大学・専修学校と協力して漫画やアニメーション制作に係る若手人材及び作品情報を共有するとともに、地域や企業等におけるアニメ等コンテンツ活用に関する需要開拓に努め、双方を結びつける場を提供することにより、中国地域におけるアニメ等コンテンツの制作・流通・活用の循環システムを確立する。

[参考：コンテンツ・プロデューサーとは]

コンテンツ・プロデューサーの定義

- ・ コンテンツに関する分野でリーダーシップを持ちながらビジネスを牽引していく人材

コンテンツ・プロデューサーの要件

- ・ チーム全体を率いるリーダーシップ、他者との関係を調整する能力を併せ持つ経営者の側面
- ・ 脚本の見極め、制作スタッフやキャストの見極めと集める能力、制作技術の理解といったクリエイティブ・プロデューサーの側面
- ・ 企画、資金調達、予算管理、配給（出版）、回収までを理解するビジネス・プロデューサーの側面
- ・ ビジネス・プロデューサーとしての要件
- ・ 資金調達能力：金融、会計、税務の知識
- ・ ビジネスに対する深い理解：商品販売能力及びそのノウハウ
- ・ マーケティング志向：消費者のニーズを的確に掴む努力
- ・ 目利きの能力：才能を見つける力、ヒットの種を見つける力
- ・ ディベロップメントの能力：方向性を示し、適材な経営資源をつぎ込み、育てる能力
- ・ プロモーション能力：人々の関心を喚起する能力
- ・ 法務の知識と契約へのこだわり：権利や法律についての知識
- ・ 数字に強いこと：数字に基づく判断
- ・ リスク管理能力：ビジネスリスクと完成リスクへの対応
- ・ コミュニケーション能力：業界内外の様々な人々との意思疎通、説得等の能力
- ・ リーダーシップ：業界内外の様々な人々をとりまとめる能力

出所：経済産業省『コンテンツ・プロデュース機能の基盤強化に関する調査研究～プロデューサー論～』、

[http://www.meti.go.jp/policy/media\\_contents/](http://www.meti.go.jp/policy/media_contents/)、2007年1月検索

## 1.2 地域プロデュース

### (1) 各地域における地域プロデュース

各地域においてアニメ等コンテンツを活用して地域振興を図ろうとするとき、地域の人材や関係組織を調整しつつ、当該地域に関わるアニメ等コンテンツを活用した戦略や企画を立案し、それを実行していく地域プロデュース機能を確保することが不可欠である。

その際、具体的に次のような要件を確保することが大切である。

- ・ 熱意とリーダーシップ、アニメ等コンテンツに対する理解があるキーパーソンの育成・確保
- ・ 行政と市民、企業、教育機関等が参画した地域ぐるみの推進体制の確立
- ・ 作家・制作者やプロダクション等との協力体制の確立
- ・ 各種メディアや代理店等を活用した効果的な販売・プロモーションの展開
- ・ 行政計画等への位置づけ

### (2) 中国地域全体としての地域プロデュース

各地域における取組みと併せて、中国地域全体としてアニメ等コンテンツを活用した地域振興を推進するため、各地域の取組みやその関係者を調整しつつ、アニメ等コンテンツを活用した地域発展戦略や企画を立案し、それを実行していく地域プロデュース機能を確保する必要がある。

## 1.3 キュレーション

アニメ等コンテンツを活用した地域振興を図る上で、アニメ等コンテンツの持つ力を地域に最大限活かすことにより、観客等の満足度を高め、集客力等を向上させるとともに、アニメ等コンテンツそのものの魅力（価値）を一層高める観点から、地域においてキュレーション機能を確保することが重要である。その確保に当たっては、地域人材を育成する場合、地域内外から専門家を登用する場合、作家やプロダクション等との連携・協力を得る場合があり、コンテンツの活用方法や地域の実情に応じて、適切な方法をとることが望ましい。

#### [参考：キュレーターとは]

欧米の博物館（美術館含む）、図書館、公文書館のような資料蓄積型文化施設において、施設の収集する資料に関する研究を行い、学術的専門知識をもって業務の管理監督を行う幹部管理職を指す（日本の学芸員資格より高度で広範な役割を担う場合が多い）。現代美術の世界においては、キュレーターは展覧会の企画者としての業務が重要である。そこではキュレーターは現代美術と社会の橋渡しをする存在として重要な位置を占める。キュレーターは「観客」を常に意識しながら、「観客」に対して「人々がすでに持っている知識、考え、感情に何らかの変化を及ぼし、問題提起を行い、価値観をゆさぶる」ための演出を行う。

参考：ティム・キャンベル「キュレーターと学芸員」、福のり子「キュレーション」

## 2 各地域における取組みの方向性

### 2.1 地域ぐるみの体制づくり

#### (1) 取組みの方向性

地域にあって、アニメ等コンテンツと地域振興をつなぎ、地域振興活動を牽引する役割（地域プロデュース）を確保・強化するため、強いリーダーシップを発揮する人材を確保するとともに、地域の多様な主体が参画・連携した推進体制を整備し、地域ぐるみの活動を展開する必要がある。

地域ぐるみの体制づくりに当たっては、次の点に留意することが大切である。

- ・ 行政機関と民間団体、市民等のパートナーシップ
- ・ 産業育成、観光振興、教育文化、都市計画等の多様な分野からの参画
- ・ 行政計画への位置づけと部局横断型の推進体制の確立
- ・ 立場や肩書きだけにこだわらない実効性ある組織づくり
- ・ アニメ等コンテンツ及び著作権に関する知識・ノウハウの獲得・共有
- ・ 観客や消費者等を意識した商品・サービス造成に対する認識
- ・ 作家等やプロダクションとの協力体制の確立

#### (2) 推進方策の例

##### 作品イメージやキャラクターの行政計画への位置づけ

各県や各市町村の長期総合計画や観光振興計画等において、地域を題材とした作品や地域にゆかりのある作家・制作者等の作品のイメージやキャラクターを地域の将来像やキャッチフレーズ、まちづくりの基本理念として位置づける。

##### 官民連携による総合的な計画・調整組織の確立

行政機関と民間団体、市民等が参画する総合的な計画・調整組織を設置する。設置に当たっては、多様な立場や分野からの参画を得るとともに、立場や肩書きだけにとらわれず、実効性ある組織となるようにメンバーの構成に配慮する。

##### 事業内容に応じた実行組織の設置

総合的な計画・調整組織とともに、事業内容に応じて、関係団体等が参画する実行委員会やワーキンググループ等の実行組織を設置する。

##### 愛好者等のコミュニティづくり

各事業の顧客基盤、あるいは事業協力者ともなりうる、当該地域に関わりのあるアニメ等コンテンツの愛好者等のコミュニティづくりに努める。

##### 市民スポンサーの募集

イベント運営、施設やモニュメントの設置に当たり、市民や企業、その他の愛好者等から出資を募り、市民等がスポンサーとなった事業運営を展開する。これにより、地域振興の取組みに対する市民等の愛着を高め、愛好者層の拡大を図る。

## 2.2 キュレーション機能の強化

### (1) 取組みの方向性

アニメ等コンテンツの持つ力を地域に最大限活かすことにより、観客等の満足度を高め、集客力等を向上させるとともに、アニメ等コンテンツそのものの魅力（価値）を一層高める観点から、地域においてキュレーション機能を確保・強化する。

### (2) 推進方策の例

#### 地域人材の育成

推進組織のメンバー自身がキュレーションに関する知識とノウハウを身につけることにより、キュレーターとしての役割を果たす。

#### 専門家の活用

キュレーションに関する専門的な知識やノウハウを持つ、地域の図書館の司書や博物館等の学芸員、広告代理店、デザイン会社、イベント会社を効果的に活用する。

#### 作家・プロダクション等との連携強化

作家や作品のイメージを保持する観点を含め、作家やプロダクションとの協力体制を確立するとともに、展示や上映等コンテンツの活用に当たって、作家やプロダクション等の監修・指導を受ける。また、日本漫画家協会や日本動画協会といった業界組織の協力を得たキュレーションを行うことも考えられる。

## 2.3 効果的なプロモーション

### (1) 取組みの方向性

作家や作品のイメージやキャラクター等を効果的に活用しつつ、観客や消費者等のニーズに応じた効果的なプロモーションを展開する。

具体的に、活用するアニメ等コンテンツの愛好者層を明確にし、それらの愛好者層を主たるターゲットとした効果的な広告・PR活動を行う。また、それらの愛好者層を中心として、活用するアニメ等コンテンツに関わる愛好者等のコミュニティを育成・支援することにより、商品・サービスを提供する顧客基盤の確立に努める。この他、旅行代理店等との提携、コンペティションへの出品機会の活用など、効果的な販売・プロモーションの仕組みづくりに努める。

### (2) 推進方策の例

#### 愛好者等のコミュニティづくり（再掲）

各事業の顧客基盤ともなりうる、当該地域に関わりのあるアニメ等コンテンツの愛好者等のコミュニティづくりに努めるとともに、それらを対象とした商品・サービスの広告・プロモーション活動を展開する。

#### 継続的なマーケティング活動

POSシステム<sup>20</sup>の導入、定期的なアンケート調査やインタビュー調査等を通じて、観客や消費者等の感想やニーズを継続的に把握し、アニメ等コンテンツのキュレーションや運営体制の改善

<sup>20</sup> Point Of Sales Systemの略。物品販売の売上実績を単品単位で集計できるシステム。

にフィードバックする仕組みを確立する。

#### 旅行代理店等と提携した販売システムの確立

集客交流を目的とする事業については、旅行代理店と提携したチケット販売体制や、地域の他の集客施設等と連携した企画商品を造成し、それを旅行代理店等に販売する仕組みを確立する。

#### コンペティションへの出品機会を活用したプロモーション

国内外で開催される漫画やアニメーション、映画等のコンペティションに地域に関わりがあるアニメ等コンテンツが出品される機会を捉えて、作品の力を利用する形で、地域への観光・集客交流の促進に向けた観光プロモーションを展開する。

### 3 中国地域全体としての推進方策

#### 3.1 推進体制の確立

##### (1) 取組みの方向性

中国地域全体としてアニメ等コンテンツを活用した地域振興を推進するに当たり、各地域における取組みの関係者やアニメ等コンテンツに関わる専門家、有識者、企業等の参画を得て、相互の情報交換と中国地域全体としての発展戦略の検討、共同での情報発信を行うための推進体制を整備する。

##### (2) 推進方策

「『まんが・アニメ中国路』推進委員会（仮称）」の設置

アニメ等コンテンツを活用した地域振興に取り組む自治体や企業等が相互に情報交換を行うとともに、中国地域全体としての発展戦略の検討、共同での情報発信を行うことを目的とする「『まんが・アニメ中国路』推進委員会（仮称）」を設置し、年4回程度の会合を開催する。

現段階で想定される構成メンバー案は次のとおり。

- ・ アニメ等コンテンツを活用した地域振興に取り組む自治体・企業・NPO等
- ・ 漫画やアニメーションに関する学識経験者
- ・ 漫画家やアニメーション制作者（例：日本漫画家協会中国支部、日本動画協会）
- ・ 国土交通省中国運輸局<sup>1</sup>
- ・ 総務省中国総合通信局<sup>2</sup>
- ・ 経済産業省中国経済産業局

#### 3.2 活用指針の策定

##### (1) 取組みの方向性

「まんが・アニメ中国路」推進委員会（仮称）等における検討を通じて、中国地域におけるアニメ等コンテンツの活用指針を策定し、既に地域振興に取り組んでいる地域はもとより、これからアニメ等コンテンツを活用した地域振興や企業活性化に取り組もうとする地域や企業等に参考にしてもらう。

##### (2) 推進方策

「中国地域におけるアニメ等コンテンツ活用指針（仮称）」の策定

中国地域においてアニメ等コンテンツを活用して地域振興や企業活性化等を図る場合の、アニメ等コンテンツの活用のあり方や具体的手法、活用上の留意点等を明記した「中国地域におけるアニメ等コンテンツ活用指針（仮称）」を策定する。

#### 3.3 情報提供・相談

##### (1) 取組みの方向性

様々なメディアを活用して、中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用した地域振興の取組みと中国地域としてのプロデュース方針について、情報を積極的に発信する。また、各地域において取組みを推進しようとする場合の情報提供・相談窓口を開設し、日常的な対応を図る。

<sup>21</sup> アニメ等コンテンツを活用した国際観光の推進に向けた事業を推進している。

<sup>22</sup> コンテンツ産業の振興と各種メディアを通じた流通促進に向けた取組みを推進している。

これらを通じて、各地域の取組みを情報面から支援し、地域活性化に貢献する。

## (2) 推進方策

### PRパンフレットの作成・配布

中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用した地域振興や中国地域としてのプロデュース方針等を紹介するパンフレットを作成し、関係団体への配布を通じて情報を共有するとともに、中国地域内外のイベント等で配布することにより、各地域及び中国地域全体の取組みをPRする。

### ウェブサイトでの情報提供

中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用した地域振興や中国地域としてのプロデュース方針等を紹介するウェブページを開設し、インターネットを通じた情報提供を行う。

### 情報提供・相談窓口の開設

中国地域においてアニメ等コンテンツを活用した地域振興を図ろうとする場合に、人材育成や著作権処理、海外展開・海外連携等に関する参考情報を提供したり、それらに関する相談に対応する窓口を開設する。

## 3.4 マッチング支援

### (1) 取組みの方向性

アニメ等コンテンツを活用した地域振興を図ろうとする意欲が高い自治体や、それらを商品開発や広告・プロモーション活動に活用しようとする意欲が高い企業等の活性化を支援するため、それらの自治体や企業とアニメ等コンテンツの作者やプロダクションのマッチングを推進する場を提供するとともに、先導的な取組みを支援する。

### (2) 推進方策

#### アニメ等コンテンツ活用モデル事業

アニメ等コンテンツを活用した地域振興を図ろうとする意欲が高い自治体や、それらを商品開発や広告・プロモーション活動に活用しようとする意欲が高い企業等を対象として、地域における産業育成や集客交流、企業における商品開発や広告・プロモーションなどをモデル的に支援する実証事業または補助事業を実施する。

#### 「アニメ等コンテンツ活用フェア（仮称）」の開催

中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用した地域振興や企業活性化の取組みを紹介するとともに、今後それらに取り組みようとする自治体や企業、それらにコンテンツを提供しようとする作家やプロダクションなどが参加・出展することにより、アニメ等コンテンツと地域・企業等のマッチングを支援する「アニメ等コンテンツ活用フェア（仮称）」を開催する。

## 第6章 人材育成機能の確保・充実方策の検討

### 1 人材育成機能の確保・充実に向けた基本方向

#### 1.1 地域プロデューサー

各地域においてアニメ等コンテンツを活用して地域振興を図ろうとするとき、地域の人材や関係組織を調整しつつ、当該地域に関わるアニメ等コンテンツを活用した戦略や企画を立案し、それを実行していく地域プロデュース機能を確保するため、各地域あるいは中国地域全体として、その中心的役割を担う地域プロデューサーの育成・確保に努める。

各地域においては、各地域の実情に応じて、次の2つの方法からいずれかの方法を選択し、地域プロデューサーの育成・確保に努める。

- ・ 行政機関であれ民間団体であれ、地域振興に係る取組みの経験を持つ人材がそれぞれの熱意と経験・ノウハウ、人脈を活用しながら地域プロデューサーの役割を担う。
- ・ 地域外から専門家を招聘し、新たな視点とアニメ等コンテンツに関わる理解と人脈を活かして、地域プロデューサーとしての役割を担う。

中国地域全体としては、中国地域全体としてのアニメ等コンテンツのプロデュース方針を検討・発信するとともに、それらを牽引できる人材または組織を確保し、各地域における地域プロデュースを支援できる体制を整備する必要がある。また、その具体化に当たっては、アニメ等コンテンツのプロデュースに関わる人材の育成に努める大学等と協力的な仕組みづくりも検討する必要がある。

表25 中国地域においてアニメ等コンテンツのプロデュースに関わる人材育成に取り組む大学の例

県	学校名	学部・学科名	教育の特色
広島	広島経済大学	経済学部 メディアビジネス学科	メディアを理解し、自ら企画立案・プレゼンテーションできる実務家の育成をめざす。新技術を活かせるクリエイティブ能力やプロデュース能力を養成。
山口	徳山大学	経済学部 ビジネス戦略学科	漫画やアニメなどの様々なコンテンツを開発し、それらを「知的財産」と捉え、ビジネスに展開できる人材を養成。

#### 1.2 キュレーター

アニメ等コンテンツの持つ力を地域に最大限活かすことにより、観客等の満足度を高め、集客力等を向上させるとともに、アニメ等コンテンツそのものの魅力（価値）を一層高める観点から、各地域においてキュレーターの育成・確保を図る。

育成・確保に向けた取組みの方向性として次の2つがある。

- ・ 自治体や企業、NPO等が、研修等の開催または参加を通じて、自らキュレーションに関する知識とノウハウを身につける。
- ・ キュレーションに関する専門的な知識やノウハウを持つ、各地域の図書館の司書や博物館等の学芸員、広告代理店、デザイン会社、イベント会社を効果的に活用する。

表 26 司書及び学芸員の概要

司書	図書館に置かれる専門的職員（専門職）のこと。図書館学等では、英語のLibrarian に相当する図書館専門職の翻訳語として用いられる。日本では、図書館法に規定された日本の法制度上の資格として「司書となる資格」があり、図書館法上の「司書」は図書館法にいう「図書館」（公共図書館）に勤務し、資格を有する図書館専門職員を指す。
学芸員	日本の博物館法に定められた、博物館（美術館・科学館・動物園・植物園なども含む）における専門的職員およびその職に就くための公的資格。学芸員が行う職務として、研究・調査、収集・展示普及、保存・管理がある。

司書や学芸員については、欧米の博物館等に置かれるキュレーターと類似した職種であるが、それらと比べると、はるかに低い権限しか与えられていない場合が多い。また、キュレーターは観客をより重視するという点において学芸員等とは異なるという指摘もある。

（ティム・キャンベル「キュレーターと学芸員」、福のり子「キュレーション」）

### 1.3 クリエイター（漫画家・アニメーション制作者）

中国地域では漫画やアニメーション制作を学ぶ大学や専修学校が増加傾向にあるが、中国地域に漫画やアニメーション制作等に係る企業が立地していないため、卒業生の多くは首都圏等の同種企業に就職するか、中国地域の他業種の企業に就職するケースが多い。そうした実情もあって、中国地域を活動拠点とする漫画家やアニメーション制作者はわずかであり、しかもそれらは個人事業主として活動している場合がほとんどである。また、少子化が進展する昨今において、それらの大学や専門学校にとっても、入学者の確保が経営上の要請からも大きな課題となっている。

その中で、広島市では、子どもから大人まで楽しめるアニメーション制作体験講座が開催されるほか、学生を対象としたアニメーション作品のマーケットやキャラクターコンテスト<sup>23</sup>が開催されたり、企業CMに使用するアニメーション映像の公募が行われたりするなど、年代やレベルに応じたアニメーション制作の学習・体験プログラムが試験的に提供された。

こうした状況を踏まえ、中国地域においては、次の方向に基づく漫画家やアニメーション制作者の育成に向けた取組みを推進する。

#### 子どもの時からアニメ等コンテンツ制作に触れられる環境づくり

子どもの時から、漫画制作やアニメーション制作を身近に感じ、それらに対する興味や関心を持つことができるような機会を提供する。その際、漫画制作の基本やアニメーションの原理などが楽しく学べるようなプログラムを提供する。

#### 大学・専修学校間の相互交流の促進

中国地域の漫画やアニメーション制作を学ぶ大学生や専修学校生等の創作意欲の向上、新たな知識や視点の獲得、感受性の向上に結びつくように、情報交換や作品公開等を通じた相互の交流機会を提供する。

#### 若手クリエイターが実践的に活躍できる場づくり

大学や専修学校等で漫画やアニメーション制作等を学んだ若手クリエイターが、卒業後も中国地

<sup>23</sup> 学生キャラクターコンテスト。広島をイメージするキャラクター作品の募集を行い、全国的に著名な漫画家やアニメーション作家等の審査により、優秀作品等を審査・選考した。

域を活動拠点として活躍するとともに、国内外に向けた自らのプロモーション活動を行えるような場づくりに努める。

具体的に、大学・専修学校と協力して漫画やアニメーション制作に係る若手人材及び作品情報を共有するとともに、地域や企業等におけるアニメ等コンテンツ活用に関する需要開拓に努め、双方を結びつける場を提供することにより、中国地域におけるアニメ等コンテンツの制作・流通・活用の循環システムを確立する。また、広島国際アニメーションフェスティバルを始めとする国内外のコンペティションを積極的に活用し、若手クリエイターの育成とプロモーションに努める。

表27 中国地域における漫画・アニメーション関連学科を持つ大学・専門学校

区分	県	学校名	学部・学科名	漫画	アニメ
大学	岡山	岡山県立大学	デザイン学部造形デザイン学科		
		倉敷芸術科学大学	芸術学部映像・デザイン学科		
	広島	広島大学	教育学部造形芸術系コース		
		広島市立大学	芸術学部デザイン工芸学科		
		広島国際大学	心理科学部感性デザイン学科		
		広島国際学院大学	情報学部情報デザイン学科		
	山口	比治山大学短期大学部	美術科		
		徳山大学	経済学部ビジネス戦略学科		
専修学校	岡山	東亜大学	デザイン学部デザイン学科		
		岡山科学技術専門学校	映像音響学科		
		岡山ビジネスカレッジ	CGデザインコース		
		専門学校ピーマックス	デザイン学科		
	広島	中国デザイン専門学校	アニメ・コミックスタジオ		
		ヒューマンアカデミー広島校	マンガ・アニメーションカレッジ		
		穴吹デザイン専門学校	マンガ・アニメーション学科		
		広島芸術専門学校	美術工芸科		
		広島工業大学専門学校	CGクリエイターコース		
		広島コンピュータ専門学校	デジタルアニメーション		
		広島情報専門学校	マルチメディア科		
	広島電子専門学校	CGクリエイターコース			
	山口	代々木アニメーション学院広島校	アニメ学部・映像学部		
山口キャリアデザイン専門学校					

資料：ウェブ検索をもとに作成

#### 1.4 愛好者

各地域において、各事業の顧客基盤あるいは事業協力者ともなりうる、当該地域に関わりのあるアニメ等コンテンツの愛好者等のコミュニティづくりに努める。

#### 1.5 事業協力者

各地域において、アニメ等コンテンツを活用した地域振興に対する市民や企業等の理解を得て、それに対する関心を高めるための啓発活動を行うとともに、各事業を展開する上で必要となる事業協力者の

確保に努める。その際、アニメ等コンテンツの愛好者コミュニティを事業協力者としての参画を求めることが効果的と考えられる。

## 2 各地域における取組みの方向性

### 2.1 人材研修の充実

#### (1) 取組みの方向性

アニメ等コンテンツを活用した地域振興を推進するため、自治体等が主催する研修事業を充実させることにより、地域プロデューサー及びキュレーターを育成する。

#### (2) 推進方策の例

##### 専門職研修の充実

地域振興に関わるリーダー研修、司書や学芸員等の専門研修を新規実施または充実させることにより、アニメ等コンテンツを活用した地域振興を推進するための地域プロデューサー及びキュレーターを育成する。

### 2.2 啓発活動の積極的な展開

#### (1) 取組みの方向性

各地域において、アニメ等コンテンツやそれらを活用した地域振興の取組みに対する理解を深め、関心を高めるとともに、事業協力者の確保に繋げるため、市民や企業等を対象とする啓発活動を積極的に展開する。

#### (2) 推進方策の例

##### 広報紙やウェブサイトを通じた情報提供

自治体が作成・発行する広報紙にアニメ等コンテンツやそれらを活用した地域振興の取組みに関する情報を積極的に掲載する。また、自治体等が運営するウェブサイトアニメ等コンテンツやそれらを活用した地域振興の取組みに関する情報を掲載したページを設置する。

なお、これらの作成・活用にあたっては、アニメ等コンテンツの原画<sup>24</sup>やキャラクターの使用に当たり、作者やプロダクションとの著作権協議を行う必要がある。

##### シンポジウム等の開催

アニメ等コンテンツを活用した地域振興の取組みに対する市民等の理解を得るとともに、事業協力者の確保を図ることを目的とするシンポジウムやフォーラム、その他イベント等を開催する。

### 2.3 アニメ等コンテンツ制作に関する学習・体験機会の提供

#### (1) 取組みの方向性

子どもから大人まで、漫画制作やアニメーション制作を身近に感じ、それらに対する興味や関心を持つことができるような学習・体験の機会を提供する。

---

<sup>24</sup> 漫画家の直筆原稿のこと。アニメーションでは、分業制の手描きによる制作過程で、動きの要所や動き始め、終わりなどを書いた絵のことをいう。

## (2) 推進方策の例

### アニメ等コンテンツに関する教育文化施設の運営

既存の図書館や美術館，博物館に漫画文化やアニメーション文化に関わる資料等を収集・提供するコーナーを設置したり，当該地域に関わりの深いアニメ等コンテンツの企画展示を実施するなど，市民や企業等が漫画やアニメーションに触れることができる施設等を設置・提供する。

### 漫画やアニメーション制作の体験機会の提供

子どもから大人まで漫画やアニメーションの原理や歴史，制作技術の基本などを楽しく学べるような体験・学習プログラムを提供する。具体的に，公民館や図書館，美術館博物館等でのワークショップ，既存イベント等での制作体験コーナーの設置，小・中学校等への出張指導などが考えられる。

## 2.4 愛好者の育成とコミュニティづくり

### (1) 取組みの方向性

各事業の顧客基盤あるいは事業協力者ともなりうる，当該地域に関わりのあるアニメ等コンテンツの愛好者等の育成とコミュニティづくりに努める。

### (2) 推進方策の例

#### ファン組織や同人誌等との連携

高校や大学における漫画やアニメーションに関わるサークル組織，漫画家やアニメーション制作者あるいはその作品のファン組織，同人誌の主宰者，地域の歴史・風俗に関わる研究者や学生等との提携を進め，各地域のアニメ等コンテンツに関わる愛好者のネットワーク化を図る。

#### 検定試験の実施

各地域のアニメ等コンテンツ及びそれを活用した地域振興の取組みに関する知識を共有し，愛着を深めるため，それらに関する知識を問う検定試験を実施する。

#### 会員組織の設立

各地域のアニメ等コンテンツ及びそれを活用した地域振興の取組みをテーマとする会員組織を設立・運営する。会員相互の交流を促進するとともに，地域振興の取組みに関する情報をいち早く提供する。

## 2.5 事業への参画機会の提供

### (1) 取組みの方向性

様々な事業を展開する上で必要となる事業協力者の確保に努める。

### (2) 推進方策の例

#### ボランティアスタッフの登録

様々な事業を実施する際にボランティアスタッフとして協力できる人材を登録し，必要となった段階で作業に協力してもらう。具体的に，アニメ等コンテンツを活用したイベント運営や映画のロケーション撮影等に協力してもらう。

### 3 中国地域全体としての推進方策

#### 3.1 地域プロデューサー等の育成・確保

##### (1) 取組みの方向性

アニメ等コンテンツを活用した地域振興を図ろうとする自治体や企業等が地域プロデューサーを確保するために必要な支援を行う。

##### (2) 推進方策

###### 地域プロデューサー等育成事業

アニメ等コンテンツを活用した地域振興を図る上で必要な地域プロデューサーを育成する講座を開催する。講座のカリキュラムは講義形式とインターンシップによって構成し、受講後にアニメ等コンテンツを活用した地域振興の取組みに係る企画書のコンペティションを行う。

###### 地域プロデューサー等派遣事業

アニメ等コンテンツを活用した地域振興を推進しようとする地域に対し、地域プロデューサーとしての要件を備えた専門家を一定期間派遣する。

また、中国地域においてアニメ等コンテンツを活用したビジネス創出について学ぶ大学生等が自治体や企業等に一定期間滞在し、自治体や企業に対して、アニメ等コンテンツの活用方法について提案を行う仕組みを検討する。

#### 3.2 学習・体験機会の提供

##### (1) 取組みの方向性

中国地域全体としてアニメ等コンテンツを活用した地域振興に係る取組みを紹介するイベント等を利用して、子どもの時から、漫画制作やアニメーション制作を身近に感じ、それらに対する興味や関心を持つことができるような機会を提供する。

##### (2) 推進方策

###### 「アニメ等コンテンツ活用フェア（仮称）」の開催（再掲）

上述した「アニメ等コンテンツ活用フェア（仮称）」において、子どもから大人までの来場者が漫画やアニメーションの原理や歴史、制作技術の基本などを楽しく学習したり、体験できる企画を実施する。

#### 3.3 若手クリエイターの交流・発信支援

##### (1) 取組みの方向性

中国地域を学習あるいは活動拠点とする若手の漫画家やアニメーション制作者の創作・プロモーション活動を支援するため、若手クリエイター同士の交流機会を提供するとともに、国内外の映像関係企業等にアピールできる各種コンペティションへの応募の支援を行う。

##### (2) 推進方策

###### 「中国地域アニメ等インターカレッジ（仮称）」の開催

国内外のアニメーション専門家や優秀な作品等が一堂に集まる「広島国際アニメーションフェ

スティバル」との連携を想定しつつ、中国地域の漫画やアニメーション制作を学べる大学及び学生間の情報交換や作品公開等を行う交流イベント「中国地域アニメ等インターカレッジ（仮称）」を開催する。

#### コンペティションへの応募支援

中国地域の教育機関や若手の漫画家やアニメーション制作者等を対象として、国内外の漫画やアニメーションに関わるコンペティション情報を提供したり、応募に当たっての支援を行う仕組みを整備する。

### 3.4 マッチング支援

#### (1) 取組みの方向性

漫画やアニメーションの制作に取り組む学生を含めた若手の漫画家やアニメーション作家と、アニメ等コンテンツを活用した地域振興を図ろうとする意欲が高い自治体及びそれらを商品開発や広告・プロモーション活動に活用しようとする意欲が高い企業等のマッチングを推進する場を提供し、若手の漫画家やアニメーション制作者が実践を通じて、制作技術の向上やコンテンツビジネスの実態を学ぶとともに、自らのアニメ等コンテンツの販路拡大につながる機会を提供する。

#### (2) 推進方策

##### アニメ等コンテンツ活用モデル事業

アニメ等コンテンツを活用した地域振興を図ろうとする意欲が高い自治体や、それらを商品開発や広告・プロモーション活動に活用しようとする意欲が高い企業等を対象として、漫画やアニメーションの制作に取り組む若手の漫画家やアニメーション作家を活用した地域振興あるいは企業活性化の取組みをモデル的に支援する実証事業または補助事業を実施する。

##### 「アニメ等コンテンツ活用フェア（仮称）」の開催

「アニメ等コンテンツ活用フェア（仮称）」において、中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用した地域振興や企業活性化に取り組もうとする自治体や企業に対して、中国地域を学習または活動拠点とする若手の漫画家やアニメーション制作者自身及びその作品をPRする企画を実施する。

## 第7章 著作権に関わる問題解決方策の検討

### 1 著作権に関わる問題解決に向けた基本方向

#### 1.1 著作権等に関わる知識及び交渉ノウハウの獲得

中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用した地域振興の取組みでは、著作権に対する知識や著作権交渉に関する経験・ノウハウが十分でないため、著作権交渉に多大な時間と労力を要したり、事業目的を達成するために必要なコンテンツを確保できない場合もみられた。

こうした状況を解決するため、中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用した地域振興に取り組もうとする自治体や企業、NPO等が著作権について正しく理解するとともに、著作権交渉に関するノウハウを獲得・共有できるような情報提供及び学習機会の提供を行う。

その際、アニメ等コンテンツはあくまで作者や制作者、及びプロダクション等にその著作権が帰属することを認識し、地域を題材とした作品や地域にゆかりのある作者・制作者等であっても、そうした実情を踏まえた著作権及び著作権交渉のあり方を理解する必要がある。

#### 1.2 作品等イメージを活かすキュレーションの実施

地域にあって、アニメ等コンテンツを活用した地域振興を推進する場合、作家・制作者や作品のイメージ、作品に登場するキャラクターの力を利用することになる。このことは地域にとって効果が期待できるとともに、著作権を有する作者・制作者やプロダクションにとっても作家・制作者及び作品の知名度やイメージの向上につながることを期待される。

しかしながら、そうした相乗効果をあげるためには、作品そのものや登場キャラクターのイメージを大切にし、それらを最大限発揮できるような活用を行う必要がある。そのため、地域においては、作者・制作者の作品に対する想いやプロダクション等の意向を十分に理解し、その価値やイメージを観客や消費者等に適切に伝えるようなキュレーションを行うことが必要である。

#### 1.3 コンペティション等における応募作品の権利の留保

コンペティションや各種コンテスト等を開催するに当たって、主催者が応募作品の権利を留保し、応募作品を地域振興に利用できる条件を設定する等、地域において活用可能なコンテンツの確保を図る。

また、漫画の実写映画化に伴うロケーション撮影への協力に当たって、撮影風景を写した写真の使用や映画上映など肖像権や著作権に関する諸問題の解決方策を検討する。

## 2 各地域における取組みの方向性

### 2.1 著作権に関わる知識の獲得

#### (1) 取組みの方向性

アニメ等コンテンツを活用した地域振興に取り組む上で理解しておくべき著作権等について、自主的に学習を重ねる。

### 2.2 著作権交渉に関わる経験・ノウハウの蓄積

#### (1) 取組みの方向性

それぞれの主体や地域全体として、作者・制作者やプロダクション等との著作権交渉に関する経験・ノウハウの蓄積・共有を図ることにより、適時適切な著作権交渉を行うことができるようにする。また、著作権を保持する作者・制作者やプロダクション等との信頼関係の醸成に努め、著作物の活用にあたっての協力体制を確立する。

#### (2) 推進方策の例

著作権交渉担当部局（者）の固定

作者・制作者やプロダクション等との著作権交渉を担当する部局または担当者を固定し、著作権交渉に関する経験・ノウハウの蓄積を図るとともに、効率的な著作権交渉を行う。

地域の推進組織への作者・制作者やプロダクションの参画

地域ぐるみの取組みを推進するための計画・調整組織に、作者・制作者やプロダクション等の参画を得て、共同で著作物使用に関する検討・協議を行う。

### 2.3 キュレーション機能の充実

#### (1) 取組みの方向性

各地域において、アニメ等コンテンツに係る作品やキャラクターの価値とイメージを理解し、地域振興に関わる取組みにそれらを活かす形で活用するための支援を行うキュレーターを確保する。

#### (2) 推進方策の例

地域人材の育成（再掲）

専門家の活用（再掲）

### 2.4 応募作品の権利の留保

#### (1) 取組みの方向性

コンペティション等を開催するに当たって、主催者が応募作品の権利を留保し、応募作品を地域振興に利用できる条件を設定する等、地域において活用可能なコンテンツの確保を図る。

#### (2) 推進方策の例

応募要項への地域活用に関する条件の明記

コンペティションの応募要項に、応募作品のすべての権利を主催者が留保することを明記するとともに、地域振興に関わる応募作品の主催者としての使用方法を明記する。

### 3 中国地域全体としての推進方策

#### 3.1 著作権に関する学習機会の提供

##### (1) 取組みの方向性

アニメ等コンテンツを活用した地域振興を図ろうとする自治体や企業等が著作権に関する知識を獲得するために必要な支援を行う。

##### (2) 推進方策

###### 著作権に関する情報提供

アニメ等コンテンツを活用した地域振興を図ろうとする自治体や企業，NPO等に対して，活用に当たって必要な著作権に関する情報を紙媒体の資料やウェブサイト等を通じて提供する。

（資料編参照）

###### 著作権セミナーの開催

弁護士等著作権に関わる専門家を講師として，著作権の基本的考え方や対応策等に関する知識やノウハウを提供するセミナーを開催する。

#### 3.2 著作権交渉に関する経験・ノウハウの共有

##### (1) 取組みの方向性

アニメ等コンテンツを活用した地域振興を図ろうとする自治体や企業等が著作権交渉を行う際の参考とするため，著作権交渉に関する経験・ノウハウの共有とそれらの情報提供を行う。

##### (2) 推進方策

###### 情報交換会の開催

アニメ等コンテンツを活用した地域振興に取り組む自治体や企業等が著作権交渉に関する経験やノウハウを交換しあうための機会を提供する。

###### 情報提供・相談窓口の開設（再掲）

中国地域においてアニメ等コンテンツを活用した地域振興を図ろうとする場合に，著作権処理等に関する参考情報を提供したり，それらに関する相談に対応する窓口を開設する。

#### 3.3 地域活用における著作物等使用条件の検討

##### (1) 取組みの方向性

中国地域においてアニメ等コンテンツを活用した地域振興を図ろうとするときに，各地域の自治体や企業等にとって交渉の目安となる著作物等使用に当たっての基本的考え方を整理するとともに，地域にとって望ましい使用条件等について検討する。

##### (2) 推進方策

###### 「中国地域クリエイティブ・コモンズ（仮称）」の検討

中国地域に関わりがあるアニメ等コンテンツを対象としたクリエイティブ・コモンズのあり方を検討し，コンテンツの活用方法に応じて，著作物使用条件に関わるモデル案を作成する。

クリエイティブ・コモンズは，「All Rights Reserved（すべての権利が留保されている）」と表

示され、著作者が知的創造物に対して主張できる排他的な権利（著作権）と、著作者がそうした権利を主張できず、一般公衆に属する状態にあるとされる「パブリック・ドメイン」の間において、特定の条件に基づいて自由に使用することができるという考え方であり、「Some Rights Reserved（いくつかの権利だけ留保されている）」と表示される。クリエイティブ・コモンズには次の4つのライセンスがある。

表28 クリエイティブ・コモンズに用いられるライセンスの種類

種別	表示	内容
帰属ライセンス	BY	著作者の氏名を表記すれば自由に使用できる
非営利ライセンス	NC	商業目的でなければ自由に使用できる
派生禁止ライセンス	ND	派生作品を制作しなければ自由に使用できる
同一条件許諾ライセンス	SA	派生作品を制作する場合は最初の条件と同じ条件で再配布する

## 4 . ケーススタディ ~ 本調査における小冊子作成に係る著作権交渉の過程 ~

本調査では、中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用した地域振興の事例と中国地域におけるアニメ等コンテンツの活用方針を示した小冊子（パンフレット）を作成するに当たり、各事例で活用されているアニメ等コンテンツの原画やキャラクター、写真等を使用した。それらの使用に当たって、作者やプロダクション等と著作権に関する交渉を行った。

### 4.1 申請内容

著作物の使用に関する申請に当たっては、次の様式を用いた。

#### (1) 申請書

平成 年 月 日
御中
著作物使用許諾申請書
〒730-8531 広島市中区上八丁堀6-30 経済産業省中国経済産業局 産業振興課長 西崎 英司
下記の内容で、貴社で管理されている著作物を中国経済産業局制作のパンフレットで画像資料として使用したいと考えております。つきましては、その使用の許諾をいただきますようお願いいたします。なお、本複製物について、下記の目的以外に使用しないことを約束いたします。
使用したい資料： 使用目的：中国地方における漫画やアニメを活用した地域振興を促進するため、現在の先進的な活動事例等を紹介するパンフレットを作成するとともに、その内容を中国経済産業局のホームページにて紹介する。これにより、各地域の活動支援及び地域の活性化に繋がることを目的とする。
制作内容：名称 「まんが・アニメ中国路」 仕様 パンフレット カラーA4版4頁，2,000部 中国経済産業局のホームページ <a href="http://www.chugoku.meti.go.jp">http://www.chugoku.meti.go.jp</a> 価格 無償（編集・印刷経費は中国経済産業局が負担） 内容 中国地方における漫画やアニメーション等を活用した地域振興事例 中国地方における漫画・アニメーション等の活用方針の提案
使用内容：市における漫画(アニメ)を活用した地域振興活動を紹介する際の画像資料として使用。

(2) 回答書（申請書に添付）

平成 年 月 日
著作物使用申請に対する回答書
<p>経済産業省中国経済産業局 産業振興課長 西崎 英司 様</p> <p>上記申請の件に関して、下記のとおり当方が管理する著作物を画像資料として使用することを承諾します。</p> <p style="text-align: center;">記</p> <p>1 承諾する著作物 上記申請の画像資料</p> <p>2 クレジット表示 要（表示内容 _____） 不要</p> <p>3 使用料 要（請求金額 _____ 円） 不要</p> <p>4 その他条件 [ _____ ]</p> <p style="text-align: right;">以上</p> <p style="text-align: center;">住所 _____</p> <p style="text-align: center;">氏名 _____</p>

4.2 使用著作物及び申請先

使用著作物	申請先
鬼太郎&一反もめん（ゲゲの鬼太郎）	キャラクター 水木プロダクション
作品の一部（遙かな町へ）	原画 倉吉市観光協会
コナン（名探偵コナン）	キャラクター 小学館プロダクション
青山剛昌ふるさと館	ロゴマーク
ロケーション風景（天然コケッコ）	写真 石見フィルムコミッション
はちまんちゃん（オリジナルキャラクター）	キャラクター いがらしゆみこ美術館
いがらしゆみこ美術館の外観	写真
富永一朗氏イラスト	イラスト 高梁市教育委員会
吉備川上ふれあい漫画美術館の外観	写真
頭山・主人公（頭山）	キャラクター ヤマムラアニメーション
ラッピー（広島国際アニメーションフェスティバル）	キャラクター 広島市文化財団
Haby君（広島アニメーションビエンナーレ）	キャラクター 広島市文化財団
ロケーション風景（夕凧の街 桜の国）	写真 広島フィルムコミッション
「朝霧の巫女」単行本表紙	単行本表紙 物怪プロジェクト三次
「第11回世界妖怪会議」実施風景	写真
島耕作（島耕作）	キャラクター 講談社

### 4.3 協議過程

著作物使用にかかる協議は次の過程により実施した。

#### 事前協議（平成19年1月下旬～2月中旬）

- ・ 地域振興事例を対象とする現地ヒアリング調査（平成19年1月下旬～2月上旬）において、事例内容の聞き取りと併せて、各地域の自治体や企業、NPOの担当者に小冊子の作成趣旨及び画像使用申請について事前に説明・協議した。
- ・ 著作権管理者が別にある場合はその連絡先を紹介してもらった。

#### 著作物使用許諾申請書の送付（平成19年2月下旬）

- ・ 上記の申請先（著作権管理者等）に対して、電話連絡をした上で、著作物使用許諾申請書及び小冊子の企画案を送付し、回答書の返送を依頼した。

#### 著作物使用申請に対する回答書の受取り（平成19年2月下旬～3月上旬）

- ・ 上記の申請先（著作権管理者等）から著作物使用申請に対する回答書を受け取り、使用の可否及び使用条件を確認した。
- ・ 手元に原データがない著作物については、申請先等からデータを送付してもらった。

#### 素案の作成（平成19年3月上旬）

- ・ 使用条件を踏まえ、画像をレイアウトした小冊子の素案を作成した。

#### 申請先のデザイン協議（平成19年3月中旬）

- ・ 素案をもとに、申請先と画像の使用方法（配置、トリミングの有無、クレジット表示等）及び紹介テキストに関する協議を行った。
- ・ 申請先から修正要請があった場合は、素案のデザイン変更（修正）を行った。  
（修正要請件数：1件）

#### 最終デザイン（平成19年3月下旬）

- ・ 申請先とのデザイン協議を踏まえ、小冊子の最終デザインを行い、印刷・製本を行った。
- ・ 完成した小冊子は申請先に見本としてそれぞれ数部を送付した。

#### 4.4 協議結果

小冊子の作成に当たっての著作物使用許諾に対する回答状況は次のとおりであった。

行政機関が実施する非営利事業であること等から、いずれの著作物も使用が許可された。使用条件については、キャラクター等作者が描いたものについてはクレジット表示（多くは作者名とプロダクション名を並記）が求められたほか、一部の著作物は使用料が発生した。また、ウェブサイトへの掲載については、掲載期間を限定して許可する例もみられた。

総括すれば、著作物の使用許諾の状況は、作者やプロダクションの姿勢、作品や作家の知名度・人気度に応じて多様であり、クレジット表示や使用料の発生だけでなく、デザインに対する監修の姿勢にも申請先によって違いがみられた。これについては、申請先の対応方針や案件別の条件等に応じて、きめ細かく対応していくことが必要であることがわかった。

表29 小冊子作成に当たっての著作物使用申請に対する回答結果

使用著作物	申請先	可否	クレジット	使用料	その他条件
鬼太郎&一反もめん	水木プロダクション	使用可	要	不要	使用期間
遙かな町へ	倉吉市観光協会	使用可	要	不要	
名探偵コナン	小学館プロダクション	使用可	要	不要	実費負担
青山剛昌ふるさと館		使用可	要	不要	実費負担
ロケーション風景（天然コケッコー）	石見フィルムコミッション	使用可	不要	不要	掲載期間
はちまんちゃん	いがらしゆみこ美術館	使用可	要	不要	
いがらしゆみこ美術館外観		使用可	要	不要	
富永一朗氏イラスト	高梁市教育委員会	使用可	不要	不要	
吉備川上ふれあい漫画美術館の外観		使用可	不要	不要	
頭山	ヤマムラアニメーション	使用可	要	不要	
ラッピー	広島市文化財団	使用可	不要	不要	
Haby君	広島市文化財団	使用可	要	不要	
ロケーション風景（夕凧の街 桜の国）	広島フィルムコミッション	使用可	不要	不要	
「朝霧の巫女」単行本表紙	物怪プロジェクト三次	使用可	要	不要	
「第11回世界妖怪会議」実施風景		使用可	不要	不要	
島耕作（島耕作）	講談社	使用可	要	要	

## 第8章 海外展開・海外連携のあり方の検討

### 1 海外における日本アニメ等の市場動向等

#### 1.1 韓国

##### (1) 日本アニメ等の流通実態

韓国では長年、日本文化が禁止されていた影響で、表立って日本の漫画やアニメーション等を見ることができなかった。近年になって、日本文化の段階的開放が進み2004（平成16）年からはケーブルテレビと衛星放送、2006（平成18）年からは劇場でも日本のアニメーションが解禁されるなど、韓国人が日本の漫画やアニメーションにふれる機会が拡大している。また、インターネットの普及により、日本作品を容易に入手できるようになってきた。

韓国の書店では日本の漫画の翻訳版が置いてあることが多い。以前は海賊版も多くみられたが、1990年に日本の出版社のライセンスを正式に取得した翻訳版の出版が認められるようになってから、海賊版は徐々に駆逐されつつある。

アニメーションはテレビ放送や劇場での上映、インターネット等を通じて提供されており、日本のアニメーションを扱うインターネット（UMPS）やケーブルテレビ（TOONIVERSE）などもある。これらのメディアで扱われた中国地域に関わる作品として、いがらしゆみこが描いた「キャンディ・キャンディ」や青山剛昌原作の「名探偵コナン」などがある。

なお、韓国は近年、国家として国産アニメーションの発展に力を入れており、従来の日本の下請けの立場から脱却し、自国コンテンツの海外展開へと転換しようとしている。

##### (2) アニメ関連訪日ツアー

韓国では1998年から日本の大衆文化が段階的に開放され2004年1月の第4次開放によって日本の映画等が全面的に開放された。そのこともあり、アニメ等を通じて日本文化と身近に接してきた若者にとって、日本に対して憧れに近い感情があり、人気の旅行先となっている。

#### 1.2 中国

##### (1) 日本アニメ等の流通実態

中国では、「動漫（漫画・アニメ）」は依然として「子どものもの」というイメージが残っている。しかし、「スラムダンク」や「ドラゴンボール」を子ども期に見て熱狂した層が、現在は青年期に入ってきたこともあり、漫画・アニメの愛好者層が拡大し、消費者層に厚みが出てきている。しかし中国では、「動漫」は「子どもが安心して見られるコンテンツ」でなければならないため、暴力的な描写や性的な描写については厳しく制限されている。

また、海外のコンテンツを中国に輸入するためには、輸入の審査や申請が煩雑で時間もかかる。テレビ放送においては、中国の国産アニメの振興を図る観点から、海外コンテンツの放送枠はアニメ番組全体の4割以下とすることが規定されている。また輸入業者も政府が指定したアニメ制作会社に限定され、国内アニメと輸入アニメの取扱比率が1：1を超えないように規定されている。さらに、2006年9月からは海外アニメを午後5時から午後9時までのゴールデンタイムに放送することが禁止された。

一方、DVDやキャラクターグッズについては、海賊版が広く流通しており、その善し悪しは別として、一般市民に最新の日本アニメが浸透する基盤となってきた。また、専門雑誌購読などの熱

狂的な愛好者の間ではネット上でのファイル交換も行われている。

なお、中国のテレビ局でこれまで放送されたり、現在放送中のアニメ番組の中で、中国地域に関わる作品として、青山剛昌原作の「名探偵コナン」があり、これまで北京電視台、上海弦動アニメチャンネル、天津電視台、江蘇電視台などで放送されている。

## (2) アニメ関連訪日ツアー

中国では、次のような訪日ツアーが企画実施されている。

表 30 中国のアニメ関連訪日ツアーの例

商品名	実施主体	内容	参加者
日本動漫の旅	中青連	2006年7月実施。6泊7日の一般募集ツアー。大阪 京都 名古屋 箱根 東京の有名観光地をめぐる行程の中に「手塚治虫記念館」「秋葉原」「三鷹の森ジブリ美術館」が含まれている。	40名

## 1.3 台湾

### (1) 日本アニメ等の流通実態

台湾でも日本の漫画やアニメーションに対する人気が高く、多くの日本漫画が翻訳出版されたり、台湾の地上波テレビや衛星放送などで日本のアニメーションが放送されている。また、日本のアニメ制作会社とインターネットサービス会社が台湾のインターネット専用チャンネルで動画の有料配信を行うサービスも提供されるようになった<sup>25</sup>。こうした日本コンテンツの流通等により、台湾では近年、日本のテレビドラマやタレント、ファッション、アニメなどを熱狂的に支持する「哈日族（ハーリーズ）」と呼ばれる若者が増えている。

中国地域に関するアニメ等では、水木しげる原作の「ゲゲゲの鬼太郎」の翻訳出版及びテレビ放送（1970年代）、青山剛昌原作の「名探偵コナン」の翻訳出版、テレビ放送、関連グッズの販売などがみられる。

### (2) アニメ関連訪日ツアー

ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部が出展した「台北国際旅行博5」において、訪日個人旅行を促進するために造成した旅行商品をPRしたところ、台湾の若い人々に人気の高い日本のアニメを堪能するアニメ関連美術館・記念館や東京アニメ巡りツアーが人気を集めた。

## 1.4 フランス

### (1) 日本アニメ等の流通実態

フランスにおいても日本のアニメ等は人気があり、出版やDVD販売、テレビ放送、劇場映画、イベント等で日本のアニメ等コンテンツが流通している。

マンガの出版を行う会社は約20社あり、そのうち10社以上が日本マンガを扱っている。中国地域に関連する作品として、カステルマン社が谷口ジロー原作の「父の暦」「遙かな町へ」、カナ社が岸本斉史原作の「Naruto」等を出版している。

<sup>25</sup> 日本アニメーション(株)が日本電気(株)のインターネットサービスBIGLOBEと連携し、自社制作のアニメ作品を2005(平成17)年12月から台湾で有料配信している。

DVDについては、20以上の会社から260作品以上の日本アニメのDVDが販売される他、大型DVD専門店には日本アニメ専門の売場が設置されている。

フランスのテレビ局で日本アニメが初めて放送されたのは1975年で、それ以降主要な6テレビ局で220を超える作品が放送されている。1980年代の放送数をもっとも多く、1990年代に入ると日本アニメの暴力性や性描写を理由に放送が激減する2000年以降は徐々に放送数が回復しており2005年4月時点で青山剛昌原作の「名探偵コナン」などが放送されている。劇場映画については1970年代の「ルパン三世」「サイボーグ009」以降30作品以上の日本アニメが上映されている。

アニメ等に関わるイベントとして、アングレーム国際漫画フェスティバル<sup>26</sup>とアヌシー国際アニメーションフィルムフェスティバル、ジャパン・エキスポなどが開催されている。このうち、アングレーム国際漫画フェスティバルでは近年、日本マンガの専門ブースも設置されるようになったほか、谷口ジロー原作の「遙かな町へ」が「ベストシナリオ賞」「優秀書店賞」、水木しげる原作の「のんのんばあとオレ」が「大賞」を受賞した。また、第0回広島国際アニメーションフェスティバルでも「グランプリ」を受賞した山村浩二作「頭山」が、アヌシー国際アニメーションフィルムフェスティバルでも「グランプリ」を受賞した。

## (2) アニメ関連訪日ツアー

フランスでは、パリに本部を置き、日本マンガ・アニメ・ゲームなどの日本ポップカルチャー情報を日欧の愛好者や関係機関、企業へ発信し、交流を企画する団体「ユーロジャパンコミック」が年2回程度「日本マンガツアー」を企画実施している。

表31 フランスにおけるアニメ関連訪日ツアーの例

商品名	実施主体	内容	参加者
日本マンガツアー	ユーロジャパンコミック	7泊8日。東京周辺の有名観光地を巡る行程の一部に「秋葉原」等の観光が組み込まれている。	10～15名

## 1.5 アメリカ

### (1) 日本アニメ等の流通実態

アメリカでは1998年の「ポケモン」放送開始以降、日本アニメ人気が急速に高まり、テレビでの放送作品数は1990年代前半の13本から、2000年代には40本に増加した。アメリカでの日本アニメ市場は推定約43億6,000万ドル(2002年)で、同年にアメリカが日本から鉄鋼製品を輸入した額(13億7,000万ドル)の約3倍に相当する。大型書店では日本漫画の英語版を購入することができるし、テレビ放送やDVD等を通じて日本アニメを見ることも比較的簡単にできる。

アメリカでの流通拡大はアメリカの日本アニメファンの存在が大きいと言われ、日本での放送後2～3年にかかる公式のアメリカ版放送を待ちきれず、日本製テープを買って、英語版を自分で作り、仲間に無料で配布するファンもいると言われている。

### (2) アニメ関連訪日ツアー

アメリカでは、次のような訪日ツアーが企画実施されている(次頁)

<sup>26</sup> 「映画ならカンヌ、漫画ならアングレーム」と言われるほど、ヨーロッパでは権威のある国際的な漫画イベント。1974年から開催されている。

表32 アメリカにおけるアニメ関連訪日ツアーの例

商品名	実施主体	内容	参加者
伝説の戦士ツアー	ゲンヴィッド社	4泊5日。アニメ「セーラームーン」に登場する東京都内のスポットをめぐるツアー。	10名

## 2 海外展開・海外連携に関する基本方向

### 2.1 中国地域での取り組み

中国地域における13の取組事例において、海外展開・海外連携に関する取組みを推進しているのは以下の4事例のみであった。「コンテンツビジネスアジア連携研究会報告書～アジアの時代に向けた協力の方向～」（資料編参照）等に表示されているコンテンツの海外展開・海外連携の分野に照らしてみると、国際観光に関する取組数が多く、その他では「広島国際アニメーションフェスティバル」における人材交流、市場創出、情報共有に係る取組みが行われているにすぎない。

表33 中国地域におけるアニメ等コンテンツの海外展開・海外連携の現状

	共同制作	人材交流	市場創出	貿易投資	情報共有	国際観光
境港市（鬼太郎に会える町）						
北栄町（名探偵コナンに会える町）						
倉敷市（いがらしゆみこ美術館）						
広島市（広島国際アニメーションフェスティバル）						

### 2.2 アニメ等コンテンツの海外への流通促進

中国地域に関わるアニメ等コンテンツの海外展開を積極的に推進することは、アニメ等コンテンツの販売促進だけでなく、関連商品の販売促進、日本文化に対する理解の促進、地域としての魅力の発信等に繋がるものである。しかし、アニメ等コンテンツの海外流通は東京に立地する出版社やテレビ局、その他配給会社等を通じて行われたものであり、中国地域の自治体や企業、NPO等がこれに関与したものではない。また、国内外で開催されるコンペティション等への参加・出品も漫画家やアニメーション制作者自身の意欲と判断に基づくものであり、地域としての対応が行われているわけではない。

その中で、中国地域には国際アニメーションフィルム協会公認の「広島国際アニメーションフェスティバル」があり、世界各国・地域からの応募作品に加え、わが国の短編アニメーション作品が多数上映され、世界各国のバイヤーやプロデューサー等にとって若き才能を発掘する場となっている。すなわち、「広島国際アニメーションフェスティバル」がアニメーション・コンテンツの国際マーケットの機能を果たしているといえる。また、第11回広島国際アニメーションフェスティバル（2006（平成18）年）で同時開催した「広島フィルムマーケット」では、海外のアニメーション映画祭のディレクターが中国地域の教育機関に海外の映画祭への出品を要請するなど、海外展開に向けた新たな機会を得るための場ともなっている。さらに、海外で開催されるコンペティションにおいて、中国地域に関わりのある漫画家やアニメーション制作者の作品が表彰され、高い評価を得ていることを踏まえれば、アニメ等コンテンツの海外流通の促進に向け、国内外の漫画やアニメーションに関わるコンペティションを積極的に活用することが有効である。その際、中国地域を活動拠点とする漫画家やアニメーション制作者が少ない一方、中国地域において漫画やアニメーション制作を学べる大学・専修学校等が急増していること、「広

島フィルムマーケット」は教育機関を対象としていること等を踏まえ、中国地域の教育機関等で漫画やアニメーション制作を学ぶ学生等が国内外のコンペティションやマーケットへ積極的に参加し、学生自身やその作品等の海外流通を支援することとする。

また近年、デジタル及びインターネット技術の進展に伴い、各地でデジタル映画祭やインターネット映画祭<sup>28</sup>など、時間と空間を超えた映画祭が開催され、新たなグローバルマーケットとして注目されている。これは東京等を活動拠点とするプロの漫画家やアニメーション制作者だけでなく、中国地域の教育機関で漫画やアニメーション制作を学ぶ学生にとっても参加しやすいものである。そこで、インターネットを活用した作家・制作者や作品の国内外に向けた発信・プロモーションを推進する。

さらに、アニメ等コンテンツが持つ様々な力・可能性に着目し、それらのもたらす効用を地域や既存企業の発展に繋げていくという観点から、アニメ等コンテンツそのものだけでなく、アニメ等コンテンツを活用することによって付加価値を高めた他分野の商品・サービスの海外販売を促進する。

この他、アニメ等コンテンツを活用した地域振興の取組みについて、国内外の地域振興及び経済発展の新たなビジネスモデルとして確立し、それらの全国展開や海外展開を促進する。

以上を整理すると、中国地域においてアニメ等コンテンツの海外流通を促進するための方向性として、次の4点をあげることができる。

- 国内外のコンペティションやマーケットの積極的活用
- インターネットを活用した作家及び作品情報の発信
- アニメ等コンテンツを活用して付加価値を高めた商品・サービスの海外販売
- アニメ等コンテンツを活用した地域振興モデルのパッケージ販売

## 2.3 アニメ等コンテンツを活用した国際観光

アニメ等コンテンツを活用した地域振興の取組みを通じて地域の観光地としての魅力を高めることになる。このことを踏まえ、近隣地域を始めとする国内からの観光・集客交流の促進はもとより、漫画やアニメーション文化全般あるいは特定の作品等に関心を持つ海外のアニメ等愛好者や日本旅行に関心を持つ層を主なターゲットとしたインバウンド観光を推進する。

具体的に、次の方向性に基づき、取組みを推進する。

### アニメ等コンテンツを含めた拠点回遊型観光の推進

特定のアニメ等コンテンツに関心を持つ海外のアニメ等愛好者を対象として、特定の作品世界を地域で楽しむことができる旅行商品を造成・販売する。例えば、「鬼太郎の世界に浸る」「コナンの里を訪ねる」といったテーマを打ち出し、記念館等の観光施設やアニメ等関連イベントをメインプログラムとして、周辺の観光地や温泉等と組み合わせた旅行商品が考えられる。

また、日本への観光旅行に関心を持つ海外の人々を対象として、特定の地域に訪訪する際の訪問先の一つとしてアニメ等コンテンツを活用した施設やモニュメント、イベントを盛り込み、来訪者が中国地域のアニメ等コンテンツに対する認識を深めるような旅行商品を造成・販売する。例えば、岡山・倉敷地域を訪訪する際に、岡山城や瀬戸大橋、倉敷美観地区、倉敷チボリ公園などに加え、いがらしゆみこ美術館を観光コースに組み込む商品が考えられる。

なお、中国地域に関わりのあるアニメ等コンテンツは、それぞれ制作年や作品イメージ、愛好者層等が異なっており、複数のアニメ等コンテンツを活用した広域周遊型観光の推進は市場ニーズにマッ

<sup>27</sup> わが国では、埼玉県川口市に整備されたデジタル映像コンテンツ拠点・SKIPシティで開催される「SKIPシティ国際Dシネマ映画祭」が代表例。

<sup>28</sup> わが国では、CON-CANムービー・フェスティバルやブレデアス国際短編映画祭などが代表例。

ちしていない面があり、具体化に向けては慎重な検討が必要である。

#### アニメ等コンテンツに関する研修旅行の推進

広島国際アニメーションフェスティバルはアニメーションを学ぶ若者にとって最先端の制作技術や芸術性に触れることのできる貴重な学習・研修の機会となっており、毎回、海外からの参加者も多い。こうした強みを活かし、アニメ等コンテンツに関する制作技術や芸術性等を学ぶとともに、アニメ等コンテンツ制作に関わる若者同士の交流を図るため、広島国際アニメーションフェスティバル等を活用した海外からの研修旅行の受入を一層促進する。

## 2.4 アニメ等コンテンツを活用した国際交流

アニメ等コンテンツをコミュニケーションツールと捉え、それを活用した国際貢献や国際交流に関する取組みが近年、世界的にも注目されるようになってきている。中国地域でもそのような取組みが散見されるようになってきており、例えば、「アジアの友と手をつなぐ広島市民の会<sup>29</sup>」は絵本の読み聞かせを通じて被災地の子ども達の精神的ケアを行ったり、広島市在住のアニメーション作家・前田稔氏が制作した原爆に関するアニメーション作品が地震の被災地で上映することによって復興に向けた精神的な動機付けに活用したりするなど、「子ども」「平和」「文化」などに関わるメッセージを、アニメ等コンテンツを介して広島から世界に伝える活動が地道に展開されている。

また、広島国際アニメーションフェスティバルはアニメーションに関わる国際的な文化交流イベントとして定着しており、これまでの開催実績と海外人脈を活用した国際文化交流の一層の発展が期待されている。

これらを踏まえ、次の方向性に基づき、アニメ等コンテンツを活用した国際交流を推進する。

#### アニメ等コンテンツを活用した国際貢献

アニメ等コンテンツをコミュニケーションツールとして活用しながら、「平和」「子ども」「文化」等の大切さを世界に発信する国際貢献活動を積極的に展開する。

#### アニメ等コンテンツを活用した国際文化交流の推進

アニメ等コンテンツに関わる既存の海外人脈等を活用しつつ、アニメ等コンテンツを活用した、あるいはアニメ等コンテンツをテーマとした国際文化交流を推進する。

[参考：前田稔『雪のシンフォニー』]

原爆によって廃墟となった広島に生まれた音楽喫茶「ムシカ」の物語。「ムシカ」を通じて心を癒やされた広島市民が復興へ向けて元気を出す実話。2005（平成 17）年には、広島の実政府組織（NGO）がインドネシアの津波の被災地で巡回上映し、現地の子供達約4,000人の「心の栄養」になった。



©スタジオみのる

<sup>29</sup> 広島市の特定非営利活動法人。文化活動等を通じたアジア・アフリカ地域等への国際支援活動を展開している。

### 3. 各地域における取組みの方向性

#### 3.1 アニメ等コンテンツを活用した旅行商品の造成・販売

##### (1) 取組みの方向性

各地域で地域振興に活用しているアニメ等コンテンツに関心を持つ海外のアニメ等愛好者を対象として、特定の作品世界を地域で楽しむことができる旅行商品、及び日本への観光旅行に関心を持つ海外の人々を対象として、特定の地域に訪訪する際の訪問先の一つとしてアニメ等コンテンツを活用した施設やモニュメント、イベントを盛り込み、来訪者が中国地域のアニメ等コンテンツに対する認識を深めるような旅行商品を造成・販売する。

また、アニメ等コンテンツに関する制作技術や芸術性等を学ぶとともに、アニメ等コンテンツ制作に関わる若者同士の交流を図るため、海外からの研修旅行の受入れを促進する。

##### (2) 推進方策の例

###### 旅行商品の造成

アニメ等コンテンツを活用した記念館等やモニュメント、イベント等と周辺の観光施設、温泉などをコースに組み入れた拠点回遊型の国際観光商品、及びアニメ等コンテンツについて学ぶための研修旅行商品を造成する。

###### 海外プロモーション

国内外の旅行代理店や自治体の駐在事務所、国際交流組織等と連携して、アニメ等コンテンツを活用した旅行商品の海外プロモーションを行うとともに、その販売体制を確立する。

###### 受入体制の整備

外国人観光客の受入れに当たって、施設やモニュメント、イベント等の外国語表記（英語、中国語、韓国語等）の充実、国際基準に基づく案内表記、通訳の手配等の受入体制の整備を行う。

#### 3.2 アニメ等コンテンツを活用した国際貢献

##### (1) 取組みの方向性

アニメ等コンテンツをコミュニケーションツールとして活用しながら、各地域の地域性に応じて、「平和」「子ども」「文化」等の大切さを世界に発信する国際貢献活動を積極的に展開する。

##### (2) 推進方策の例

###### 被災地・戦災地におけるボランティア

自治体やNPO・NGO等が主体となって、地震や津波による自然災害や戦争による被害を受けた地域の人々（特に子どもたち）を対象として、傷ついた心を癒したり、災害からの復興に向けた気持ちを奮い立たせることを目的として、それに関わるテーマの漫画の読み聞かせやアニメーションの上映会などを開催する。

###### アニメ等コンテンツを活用した平和運動

自治体やNPO・NGO等が主体となって、「戦争」「平和」等をテーマとする漫画やアニメーション作品を活用しつつ、また日本が漫画やアニメーションを楽しむことができる平和な社会であることをPRしながら、戦争の放棄と世界平和の実現に向けた啓発活動を世界レベルで展開する。

### 3.3 アニメ等コンテンツを活用した国際文化交流

#### (1) 取組みの方向性

アニメ等コンテンツに関わる既存の海外人脈等を活用しつつ、アニメ等コンテンツを活用した、あるいはアニメ等コンテンツをテーマとした国際文化交流を推進する。

#### (2) 推進方策の例

##### 学生同士の交流機会の提供

各地域で開催されるアニメ等コンテンツを活用したイベント等と連動する形で、国内外の漫画やアニメーション制作を学ぶ学生同士の交流機会を提供する。また、それぞれの大学や専修学校等において国際的な人材交流を促進する。

##### 国際姉妹都市との文化交流

各自治体の国際姉妹都市との文化交流事業の一環として、アニメ等コンテンツを活用した企画を実施することにより、漫画やアニメーション文化の相互理解と人材の相互交流を図る。

##### 海外の愛好者団体等との交流

海外でも人気のあるアニメ等コンテンツについて、それを活用して地域振興に取り組む地域と海外の愛好者団体等との交流を行う。具体的に、招聘事業や国内の愛好者団体等との情報交流を通じて、アニメ等コンテンツ及び当該地域に対する理解をさらに深めるとともに、現地での口コミやインターネット等を通じた情報拡大により、現地からの観光客の増加に繋がるようにする。

## 4 . 中国地域全体としての推進方策

### 4.1 アニメ等コンテンツの海外への流通促進

#### (1) 取組みの方向性

中国地域のアニメ等コンテンツの海外への流通促進を図るため、国内外のコンペティションやマーケットの積極的活用、インターネットを活用した作家及び作品情報の発信、アニメ等コンテンツを活用して付加価値を高めた商品・サービスの海外販売、アニメ等コンテンツを活用した地域振興モデルのパッケージ販売等に関わる環境整備を行う。

#### (2) 推進方策

##### コンペティション等に関する情報提供

中国地域のアニメ等コンテンツ関連学科を持つ大学・専修学校や個人の漫画家・アニメーション制作者等に対して、国内外のアニメ等コンテンツに係るコンペティションやマーケット等の開催情報を適時適切に提供する。

##### インターネットを活用した発表機会の提供

総務省及び特定非営利活動法人映像産業振興機構<sup>30</sup>が推進する「デモ・コンテンツ ポータル(仮称)」<sup>31</sup>や広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金が運営するアニメーション作家紹介サイト「アニメーションシティ広島」と連携する形で、中国地域の漫画やアニメーションを学ぶ学生や若手作家等が自らの力量を示すデモ作品(デモ・コンテンツ)を公表できる場をインターネット上に提供する。将来的に英語と韓国語、中国語等のサイトも構築する。

[ 参考 : アニメーションシティ広島 ( <http://www.animation-city-hiroshima.com/> ) ]

広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金等が平成 18 年度、「ポール・イメージ・広島」の一環として制作した、広島を中心に活動する若手アニメーション作家(学生を含む)及びそのデモ作品を紹介するサイト。平成 19 年 2 月現在、11名の紹介を行っている。



##### アニメ等コンテンツを活用した商品のPR

アニメ等コンテンツを活用することでソフト面での付加価値を高めた、中国地域の企業が製造する商品や提供サービスの海外向けPRを通じて、それらの販売促進を支援する。

<sup>30</sup> わが国の映画、放送番組、アニメーション、ゲーム、音楽等を国際競争力ある産業とし、映像コンテンツ産業の発展を通じて日本経済の活性化に寄与することを目的とするNPO法人。

<sup>31</sup> 各地域の映像クリエイターがコンテンツを発信するウェブサイト。平成18年度は札幌市においてモデル調査が行われている。

## 4.2 アニメ等コンテンツを活用した国際観光の推進

### (1) 取組みの方向性

中国地域全体としてアニメ等コンテンツを活用したインバウンド観光の推進に係る基本方向及び推進方策を検討・実施するとともに、各地域におけるインバウンド観光の推進に係る取組みを支援する。

### (2) 推進方策

#### 推進体制の整備

平成 18 年度に「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」を実施した国土交通省中国運輸局と連携する形で、中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用したインバウンド観光を促進するための調査・推進組織を設置する。

#### 支援制度の充実

各地域におけるアニメ等コンテンツを活用したインバウンド観光事業を推進するための支援制度を継続・充実させる。

なお、経済産業省では平成 19 年度、地域における観光事業の推進に対して、次の支援事業を整備している。

- ・ ビジネス性実証支援事業（観光・集客サービス）（委託事業）
- ・ 広域・総合観光集客サービス支援事業（1/2 補助，最長 3 年間）

#### [ 参考：ビジネス性実証支援事業（観光・集客サービス） ]

制度や慣行等の影響下で、事業モデルの革新が起こりにくいサービス産業において、事業革新を促進する。そのため、地域再生の中核となる慣行・集客交流等のサービス産業において、関係者が業種横断的、地域横断的に連携し、ニーズの変化に対応した複合的・融合的な新サービスを提供する先導的な取組みを支援する。

具体的には、地域の慣行・集客サービス産業において、顧客ニーズや地域の観光資源の特性を踏まえた新サービスを提供する先導的な取組みに対し、コーディネーター機能の増進やデータベースの構築・活用等の事業基盤整備など、初期段階での支援（委託事業）を行い、新たなビジネスモデルの確立・普及と、事業革新を促進する。

#### [ 参考：広域・総合観光集客サービス支援事業 ]

国際競争力ある観光・集客サービス産業を創出するため、地域の特色ある産業や工場、商店街等の幅広い関係者の参画を得て、独自の差別化戦略を構築し、広域的かつ総合的に行われる取組みを支援する。このことにより、同時に中小企業の観光・集客サービス化による高付加価値化を図るとともに、地域経済の活性化に貢献する。

具体的には、特色ある地域の産業や工場、商店街、異業種等の幅広い事業者の連携など、観光・集客サービス分野において個別の事業者では対応が困難な立ち上がり期における共通基盤づくりを支援（1/2，最長 3 年間）する。

## 第9章 ケーススタディ～広島市を事例として～

### 1 アニメ等コンテンツ活用の実態と課題

#### 1.1 取組みの実態と特徴

##### (1) 調査事例の特色

本調査でとりあげた広島市における地域振興の事例は次の5つである。

- ・ 広島市まんが図書館(タイプ (教育文化・機会型), 漫画)
- ・ 広島国際アニメーションフェスティバル(タイプ (教育文化・機会型), アニメーション)
- ・ 広島アニメーションビエンナーレ(タイプ (集客交流・機会型), アニメーション)
- ・ ポール・イマージュ・広島(タイプ (産業振興・機会型), アニメーション)
- ・ 広島フィルム・コミッション(タイプ (集客交流・題材型), 漫画)

これらを見ると、事業目的は様々であるものの、コンテンツの活用方法については、コンペティション等発表・交流機会の提供及び制作環境の提供等を主とする「機会型」に位置づけられる取組みが5件のうち4件を占めている。また、活用しようとするコンテンツの種類をみると、広島市まんが図書館と広島フィルム・コミッションは漫画(前者はカトゥーン<sup>32</sup>、後者はストーリーマンガ<sup>33</sup>)、その他の3件はアニメーションを対象としている。

このように、広島市におけるアニメ等コンテンツを活用した地域振興の取組みは、中国地域の他の取組事例と比較して、「機会型」に位置づけられる取組みが多いこと、「アニメーション」を活用した取組みが多いことに特色がある。その中心的存在は「広島国際アニメーションフェスティバル」であり、これと連動する形で「広島アニメーションビエンナーレ」や「ポール・イマージュ・広島」の取組みが生まれ、行政機関と民間組織が連携して「アニメーションのまち・広島」を実現しようという動きが活発化している。

そこで本章では、広島市における取組みのうち、「広島国際アニメーションフェスティバル」と「広島アニメーションビエンナーレ」、「ポール・イマージュ・広島」を取り上げ、アニメーションを活用した「機会型」の取組みについて、取組みの実態と課題を解明するとともに、その発展に向けたプロデュース機能の確保・充実方策と人材育成機能の確保・充実方策、著作権処理の問題解決方策、海外展開・海外連携のあり方について検討する。

##### (2) アニメーションを活用した取組みの経緯

広島市とアニメーションとの関わりは1985(昭和60年)に開催された「第1回広島国際アニメーションフェスティバル」がその嚆矢である。開催のきっかけは、1984(昭和59)年9月、国際アニメーションフィルム協会(以下、ASIFA)が広島市に対して、国際アニメーション映画祭の開催を正式に要請したことである。ASIFAはアニメーション芸術の振興と国際的な友好親善を目的として1960年にヨーロッパを中心に設立された国際文化団体である。1984(昭和59)年当時、アヌシー(フランス)とザグレブ(クロアチア)、オタワ(カナダ)で開催されるアニメーション映画祭を公認しており、新たにアジア地域での公認映画祭の開催を検討していた。国際平和文化都市をめざす広島市はASIFAの提案を受け入れ、被爆40周年にあたる1985(昭和60)年8月に第1回フェスティバル

<sup>32</sup> 1枚もののユーモア絵画。

<sup>33</sup> ストーリー性のある漫画。

を開催した。

「広島国際アニメーションフェスティバル」は1985年から概ね2年に1回開催されており、世界各国・地域から応募された短編アニメーション作品を一般公開形式で審査し、グランプリなどの優秀作品を選ぶコンペティションのほか、国内外の著名なアニメーション作家の作品や子ども向けの作品などを上映する特別プログラム、展示会、ワークショップ、プレゼンテーションなどが行われている。コンペティションへの応募作品数は年々増え、2006（平成18）年8月の第11回大会では世界の4大国際アニメーション映画祭で最多の1,764本になり、入場者数も第1回大会の2倍以上の約3万人に達するまでになった。

「広島アニメーションビエンナーレ」は1997（平成9）年に発足した「大型集客装置研究会」<sup>34</sup>にその始まりを求めることができる。この研究会ではアニメーションをテーマとしたテーマパーク「アニメーションワールドジャパン（AWJ）」の建設が議論され、1999（平成11）年3月には広島経済同友会都市機能委員会が広島経済同友会の提言として位置づけた。その後、建設可能性を探る調査が行われたが、当時の経営情勢等からテーマパークの建設は断念された。その後、2003（平成15）年12月の広島経済同友会都市機能委員会と文化問題委員会の合同委員会でアニメーションをテーマとしたイベント開催が提案され、2004（平成16）年からフェスティバル開催の年に併せて「広島アニメーションビエンナーレ」に取り組むこととなった。

「広島アニメーションビエンナーレ」の開催に向け、広島経済同友会は会員企業から出資を募り、総額1億550万円の拠出を受け、2004（平成16）年3月にその推進母体となる有限責任中間法人広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金を設立した。「広島アニメーションビエンナーレ」は広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金を中心とする実行委員会によって運営されることになり、2004（平成16）年7月から9月まで第1回となる「広島アニメーションビエンナーレ2004」が開催された。2004（平成16）年は「夏休み 広島でアニメーションする！」をテーマに展示会やコンサートなど4つのイベントが開催され、約4万人が来場した。また、これらのイベント開催を通じて、アニメーションを広島の文化として盛り上げようとする市民団体「Habyクラブ」も誕生した。2006（平成18）年は「広島は、まちじゅう、アニメーション」をテーマに、アニメーション制作会社と提携した展示会が開催され、約4万人を集客した。

このように広島市では、世界4大アニメーション映画祭の一つといわれる「広島国際アニメーションフェスティバル」と、アニメーションを活かした都市興し・産業興しをめざす「広島アニメーションビエンナーレ」が隔年で開催されており、前者は芸術・文化活動の振興、後者は集客交流の促進において一定の成果をあげている。これらは広島市にとって大きな財産である。しかし、これらは採算性の向上とそれにもとづく持続性の確保というイベントそのものが抱える課題に加え、イベントの開催効果と地域経済への波及効果をさらに高めるため、広島市民や中小企業の参加と連携、通年にわたる集客交流の促進、アニメーション産業および関連ビジネスの創出の3点が課題となっている。

これらの課題を解決するため、広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金とHabyクラブ、広島市立大学<sup>35</sup>は2005（平成17）年4月、任意団体「ポール・イマージュ・広島」を設立した。「ポール・イマージュ（Pole Image）」はフランス語の「映像の中心」を表しており、アニメーション等映像コンテンツを活用することで、広島における関連産業の育成と国内外からの集客交流の促進を活動の目的としている。2005（平成17）年4月の設立後、同年8月に4団体、2006（平成18）年4

<sup>34</sup> 故・古橋正雄氏（ホテルグランヴィア広島社長（当時））らが中心となって設立した。

<sup>35</sup> 芸術学部においてアニメーション制作の教育・研究活動を推進している。

月に 17 団体へと参加団体が増え、活動の環は着実に広がりを見せてきた。「ポール・イマージュ・広島」は経済産業省からの委託を受ける形で<sup>36</sup>、2005（平成 17）年度は「アニメーションのまち・広島」を実現するためのビジネスプランの調査・検討、2006（平成 18）年度はそれらのビジネスプランの成立可能性と実施効果を検証するためのモデル事業を実施した。

### (3) 事業実施体制

「広島国際アニメーションフェスティバル」と「広島アニメーションビエンナーレ」、「ポール・イマージュ・広島」の事業実施体制を比較したのが表34である。

表34 広島市におけるアニメを活用した取組みの事業実施体制

	広島国際アニメーションフェスティバル	広島アニメーションビエンナーレ	ポール・イマージュ・広島
実施体制の特徴	行政主体	経済団体主体	行政，中小企業，NPO等のコンソーシアム
主催（代表）団体	実行委員会（会長：広島市長） 広島市，広島市文化財団	広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金	広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金
共催（参加）団体	[共催] ASIFA 日本支部 [公認] ASIFA [協力] 日本アニメーション協会 [支援] 文化庁 国内映画祭支援	[共催] 広島経済同友会 広島商工会議所 広島県 広島市 ひろしま文化振興財団 広島市文化財団 [協力] ㈱デオデオ	Habyクラブ ㈱総合広告社 ㈱スタジオロータス ㈹SOHO総研 ㈱ENTER ㈹ROCKETS ㈹ヤマムラアニメーション 広島市立大学 広島市中央部商店街組合連合会 他7社
地域プロデューサー	広島市文化財団常務理事 (エグゼクティブディレクター)	広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金事務局長	広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金事務局長
キュレーター	ASIFA 日本支部会長 (フェスティバルディレクター)	広告代理店 アニメ制作会社(東京)	-
事業協力者	日本自転車振興会 日本万国博覧会記念機構 国際交流基金 地元協賛企業・個人他	広島市現代美術館 デパート・商店街 映画館・公民館 Habyクラブ 他	広島市文化財団 飲食店・デザイナー アニメ作家等(東京)

これを見ると、「広島国際アニメーションフェスティバル」は行政主体、「広島アニメーションビエンナーレ」は経済団体主体、「ポール・イマージュ・広島」は中小企業やNPO等を含めた多様な主体の参加に特徴がある。また、行政主体の「広島国際アニメーションフェスティバル」は実行委員会の委員として、広島経済同友会や広島青年会議所、広島県経営者協会などの経済団体、地元マスコミなどの参加を得ているほか、地元企業から多くの協賛を受けており、地域ぐるみで事業を推進している。経済団体主体の「広島アニメーションビエンナーレ」も行政機関や関係団体の協力や

<sup>36</sup> サービス産業創出支援事業（観光・集客交流サービス分野）

支援を得て事業を推進している。

しかし、「広島国際アニメーションフェスティバル」と「広島アニメーションビエンナーレ」は、推進体制の確立という点では、行政機関と経済団体が連携・協力を実現しているものの、共同プロモーションや相互送客などの具体的な事業連携には至っておらず、チケット販売に係る競合も生じている。また、広島市民やNPO、コンテンツ制作等に関わる中小企業等の事業参加機会が限られている状況もみられる。

こうした課題を解決するため、「ポール・イマージュ・広島」は2005（平成17）年度から、コンテンツ制作等に関わる中小企業、まちづくりに取り組むNPO等の参加を得た推進体制を確立し、それぞれの主体の強みを活かした事業を展開している。しかし、組織文化（風土）の異なる各主体の連携・融合が困難であること、コンテンツ制作企業はウェブデザインやグラフィックデザイン、ゲーム制作などを主業務とし、広島市内にアニメーション制作に携わる企業が不在のため中核となる企業の参加がないこと、広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金がリーダーシップを十分に発揮できなかったことなどから、組織連携による相乗効果を十分にあげることができなかった。

キュレーションについては、「広島国際アニメーションフェスティバル」は国際アニメーションフィルム協会日本支部会長を中心に行い、「広島アニメーションビエンナーレ」はアニメ制作会社に委託する形で、その機能を確保している。「広島国際アニメーションフェスティバル」は主催団体の一つである広島市文化財団に学芸員資格を持った専従職員を配置しているが、いずれの取り組みも東京に居住する専門家にその中心的役割を求めていることが特徴である。

この他、「広島国際アニメーションフェスティバル」は、国際アニメーションフィルム協会をはじめとする国際文化団体、各国大使館、各国のアニメーション団体や制作会社、作家等の協力関係を形成している。

#### (4) 活用コンテンツと著作権処理

それぞれの取り組みにおいて活用するコンテンツの種類と、それらを活用するに当たっての著作権処理の方法は表35のとおりである（次頁）

これをみると、「広島国際アニメーションフェスティバル」と「広島アニメーションビエンナーレ」では活用コンテンツの種類に大きな違いがみられる。すなわち、「広島国際アニメーションフェスティバル」は芸術性・文化性を追求する短編アートアニメーションを対象とし、「広島アニメーションビエンナーレ」は大衆性・経済性を追求するテレビアニメを対象としている。これは前者が教育文化事業、後者が集客交流事業として実施されていることにも起因しており、特に集客交流を目的とする場合は専門家間で評価されるアートアニメーションよりも、知名度が高く人気もあるテレビアニメを活用することがビジネスとしての成功要件となっている。

「ポール・イマージュ・広島」は、アートアニメーションとテレビアニメの両方を活用しようとしたが、アートアニメーションを支持する専門家とテレビアニメに関わる専門家が細分化していて両者の間に意識面等で壁が存在すること<sup>37</sup>や、愛好者層も異なることから、結果的には活用コンテンツの絞り込みができず、集客面などで十分な事業効果をあげることができなかった。

それぞれのコンテンツに関する著作権処理については、「広島国際アニメーションフェスティバル」は応募作品の権利の一部を留保し、主催者が上映権や広報目的での使用权を確保している。また、入賞作品については、主催者と著作権者との契約に基づき、主催者が作品を買い取っている。

<sup>37</sup> アートアニメーションを支持する専門家の中には、アニメーションを文化として捉え、テレビアニメを商業的だと批判する意見もある。一方、テレビアニメの関係者の中には、アニメ制作をビジネスの一環と捉え、アートアニメーションは自己満足的であり、視聴者や観客のニーズに対応していないという意見もある。

しかし、上映条件が制限されているため、主催者以外の者がこれを借り受け、上映等に使用することはできない。なお、具体的な使用条件については、フェスティバルディレクターである国際アニメーションフィルム協会日本支部会長の判断によるところが大きい。

一方、「広島アニメーションビエンナーレ」は、使用する著作権の処理を含めて、メイン事業の企画・運営を東京のアニメ制作会社に委託している。そのため、著作権処理は効率的に行われるものの、著作権交渉に関する経験・ノウハウが主催者に蓄積されないままになっている。「ポール・イマージュ・広島」は、代表団体である広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金が中心となって著作権交渉を進めたが、経験・ノウハウが十分でないこともあって、必要以上の労力を負担したり、希望するコンテンツを使用できないこともあった。

表35 広島市における取組みの活用コンテンツと著作権処理の方法

	広島国際アニメーションフェスティバル	広島アニメーションビエンナーレ	ポール・イマージュ・広島
コンテンツ	芸術性・文化性を追求する 短編アートアニメーション 世界各国・地域のアニメーション作家による応募作品	大衆性・経済性を追求する テレビアニメ 東京の大手制作会社のアニメ作品等を活用	アートアニメーションとテレビアニメの両方
著作権処理	応募作品の権利の留保	制作会社等に処理委託	作家等との直接交渉 応募作品の権利の留保

#### (5) 事業内容とその性格

第3章でみたように、主要事業の性格（目的）から判断すれば、「広島国際アニメーションフェスティバル」は教育文化、「広島アニメーションビエンナーレ」は集客交流、「ポール・イマージュ・広島」は産業振興にかかる取組みとして区分できる。

しかし、各事業を構成するプログラムの詳細をみると（表36、次頁）、一つの事業であっても、複数の性格（目的）のプログラムから構成されていることがわかる。例えば、「広島国際アニメーションフェスティバル」は教育文化を主目的としつつも、ネクサスポイント<sup>38</sup>や企業ブース出展のように、アニメ等コンテンツの流通促進をめざす産業育成を目的とするプログラムも併せて開催されている。また、公式ガイドブックに上映作品の作者やその連絡先を掲載するなど、事業全体としてアニメ等コンテンツの流通促進の場としての性格も備えている。また、「広島アニメーションビエンナーレ」は集客交流を主目的としつつ、その顧客基盤となる愛好者の育成に向けて、教育文化に関わるプログラムも展開している。さらに「ポール・イマージュ・広島」は2006（平成18）年度、本格実施に向けた事業検証という必要性から、産業振興と集客交流、教育文化のすべてに関わるプログラムを試行している。その中で、教育文化事業としての「広島国際アニメーションフェスティバル」、集客交流事業としての「広島アニメーションビエンナーレ」に対して、産業育成に重点をおき、広島市におけるアニメ等コンテンツ産業の育成に向けた人材育成や商品開発、市場開発等のプログラムを展開している。これらは東京のアニメ制作会社、世界各国・地域のアニメーション作家等の作品という地域外のアニメ等コンテンツを活用してきた広島市において、自前のアニメ等コンテンツを生み出そうとする取組みとして評価できるものの、これらは端緒にすぎたばかりであり、その実現に向けては継続的な努力が必要である。また、広島フィルムマーケットのように、当初は学生が制作

<sup>38</sup> プロのための作品の持ち込み上映やプレゼンテーションを通じたビジネス交流の場。

したアニメ等コンテンツの流通促進を目的としていても、モデル事業（実証事業）を通じて、産業育成（流通促進）よりも参加した学生にとっての教育的効果が高いことが明らかとなった事業もみられた。

このように、広島市におけるアニメーションに関わる地域振興の取組みは、事業目的が多岐にわたっており、「アニメーションのまち」をめざした総合的な取組みとして評価できるものの、具体的にどのような「アニメーションのまち」を目指すのかが明確になっておらず、事業間の位置づけや調整が徹底されていない。

表36 広島市における取組みの事業内容とその性格（目的）

	広島国際アニメーションフェスティバル	広島アニメーションビエンナーレ	ポール・イマージュ・広島
産業育成	ネクサスポイント（ビジネス交流） 企業ブース出展	—	広島フィルムマーケット プロデューサー養成講座 若手クリエイター指導 関連グッズ開発・販売 アニメCM公募
集客交流	-	展示イベント（メイン事業） 講演会・トークショー アニメ上映会 他	広島アニメーションセンター社会実験 アニメーションシティ広島（ウェブサイト）
教育文化	コンペティション（メイン事業） フレームイン（若手作家の発表機会） 展覧会・上映会 ワークショップ	アニメ制作体験	学生キャラクターコンテスト

#### (6) 主な顧客層

上記の各事業について集客交流の面からみると、各事業の集客数（来場者数）と主な顧客層は表37のとおりである。

表37 広島市における取組みの主な顧客層

	広島国際アニメーションフェスティバル	広島アニメーションビエンナーレ	ポール・イマージュ・広島
来場者数	31,170人（2006年）	39,935人（2006年）	1,095人 ※広島アニメーションセンター
嗜好性	アートアニメーションの専門家及び愛好者	テレビアニメが好きな親子連れ	アートアニメーションまたはテレビアニメに関心を持つ若者及び親子連れ
地域性	広島市内 42.7% 広島県内 8.1% 広島県外 45.6% 国 外 3.6%	広島市内 65.0% 広島県内 27.0% 広島県外 8.0%	広島市内 75.6% 広島県内 17.5% 広島県外 6.7% 国 外 0.2%

注1) 来場者数は各事業報告書または資料による。

注1) 顧客の地域性は、各事業報告書に記載された来場者アンケート結果による。

2006（平成18）年の来場者数を比較すると、「広島国際アニメーションフェスティバル」が31,170人（5日間）、「広島アニメーションビエンナーレ」が39,935人（31日間、メイン事業のみ）、「ポール・イマージュ・広島」のメイン事業の一つである広島アニメーションセンターは1,095人（46日間）となっている。「ポール・イマージュ・広島」の広島アニメーションセンターは社会実験として実施したこともあって、広報・PRの不足、利用者にわかりにくい立地場所、アニメ等コンテンツの不足等から集客面でふるわない結果となった<sup>39</sup>。

次に、嗜好性から顧客層を比較すると、それぞれ活用しているコンテンツの性格に応じた違いがみられる。また、地域性から顧客層を比較すると、いずれの取組みも広島市内からの来場者数もっとも多い。「広島アニメーションビエンナーレ」及び「ポール・イマージュ・広島（広島アニメーションセンター）」はその傾向が特に顕著であり、いずれも広島市内に続いて広島県内からの来場者数の比率が高い。これに対し、「広島国際アニメーションフェスティバル」は、広島県外や国外からの来場者が比較的多いことがみてとれる<sup>40</sup>。

#### (7) 今後の計画

各事業の2007（平成19）年度及び2008（平成20）年度の事業計画（予定）は表38のとおりである。これをみると、「広島国際アニメーションフェスティバル」と「広島アニメーションビエンナーレ」は2008（平成20）年度に大会開催を予定し、2007（平成19）年度は、上映会やワークショップ、寄付講座などの普及啓発事業を含めて、その開催準備を行うこととしている。

一方、「ポール・イマージュ・広島」は2006（平成18）年度までの調査事業及びモデル事業（実証事業）の成果を踏まえ、各プログラムの本格実施に向けた検討・調整を行うこととしている。その中で、ウェブサイト「アニメーションシティ広島」におけるインターネット広告事業は具体化が進んでおり<sup>41</sup>、広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金が独自に進める映像制作会社の設立検討と併せて、広島市におけるアニメ等コンテンツに関わる新しいビジネスの創出・展開が期待される。なお、17団体によって構成した「ポール・イマージュ・広島」は、モデル事業（実証事業）の終了に伴い、コンソーシアムを発展的に解消し、各企業等がモデル事業（実証事業）の成果を踏まえた事業を独自に展開することとしている。

表38 広島市における取組みの今後の計画（予定）

	広島国際アニメーションフェスティバル	広島アニメーションビエンナーレ	ポール・イマージュ・広島
2007年度	2008年大会の開催準備 上映会の開催 ワークショップの実施	2008年大会の開催準備 アニメ業界との関係強化 Habyクラブ事業の支援 広島市立大学寄付講座 映像制作会社の設立検討	広島アニメーションセンター具体化検討 アニメーションシティ広島・広島駅
2008年度	2008年大会の開催	2008年大会の開催	広島フィルムマーケット

<sup>39</sup> ポール・イマージュ・広島の資料による。

<sup>40</sup> 「第11回広島国際アニメーションフェスティバル開催結果報告書」によれば、アンケート回答者のうち、広島県外からは、東京都（79人）、神奈川県（44人）、大阪府（33人）、兵庫県（27人）、愛知県（23人）、京都府（23人）などが多く、国外からは韓国（8人）が多い。

<sup>41</sup> 広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金と広告代理店の株総合広告社、情報システムサービスの株セカンドビジョンが提携し、「アニメーションシティ広島」を活用した広告ビジネスに取り組んでいる。

## 1.2 事業推進上の課題

上述の取組みの実態分析から、広島市におけるアニメーションを活用した地域振興にかかる事業を推進する上での課題として、次の7点をあげることができる。

### (1) 芸術性と商業性の融合

「広島国際アニメーションフェスティバル」は芸術性・文化性、「広島アニメーションビエンナーレ」は大衆性・商業性を志向しており、活用するコンテンツの違い、専門家及び関係者間の意識の壁の存在、愛好者層の違いなどから、それらの融合を図ることが困難である。そのため、それぞれの取組みを別の事業として位置づけた上で、それぞれの特色と対象とする顧客層を明確にした事業展開を図る必要がある。

### (2) 事業間の連携強化

「広島国際アニメーションフェスティバル」と「広島アニメーションビエンナーレ」は実施体制や開催時期等の面で連携が図られ、「アニメーションのまち・広島」としての情報発信に効果をあげてきた。しかしながら、共同プロモーションや相互送客といった実務的な連携・協力関係が十分に形成されているとはいえず、チケット販売の競合といった問題点も生じている。

こうした問題点を解決し、それぞれの相乗効果を高めるために、事業間の実務的な連携・協力関係を強化していくことが必要である。

### (3) 地域プロデュース機能の強化

「広島国際アニメーションフェスティバル」及び「広島アニメーションビエンナーレ」の隔年開催、「ポール・イマージュ・広島」による実験的取組みを通じて、「アニメーションのまち・広島」の実現に向けた機運醸成が進むとともに、事業内容及び事業主体にも広がりがみられるようになってきた。しかし、それらを総合的かつ一体的に推進するための地域プロデュース機能が不足している。今後は、事業を総合的かつ一体的に推進するための体制整備と併せて、目指すべき「アニメーションのまち・広島」の将来像とそれを実現するまでのロードマップを共有した上で、効果的なプロモーションを展開することが必要である。

### (4) 国内外の既存人脈の活用

「広島国際アニメーションフェスティバル」及び「広島アニメーションビエンナーレ」の開催を通じて、広島をハブとする国内外のアニメーション関係者等との対人関係や組織的な協力関係が形成されてきた。こうした対人関係や組織的な協力関係を有効に活用することによって、既存事業の一層の充実を図るとともに、「アニメーションのまち・広島」の具体化に向けた各種事業の展開を図る必要がある。

### (5) コンテンツ活用の仕組みづくり

「広島国際アニメーションフェスティバル」は世界各国・地域から最新のアニメーション作品が集まる貴重な場であり、それらの作品を鑑賞したり、作家等と交流することは教育文化だけでなく、作品流通の観点から産業育成にも繋がるものである。しかし、開催期間外においては、著作権等の問題やフェスティバルディレクターの意向もあって、地域での活用が厳しく制限されており、通年的な地域振興に結びつけることができない。また、「広島アニメーションビエンナーレ」については、著作権処理を含めた業務全体をアニメ製作会社に委託しており、事業運営は円滑に行われているものの、

コンテンツ活用の実務的な経験・ノウハウが主催者側に蓄積されない問題点がある。

こうした問題点を解決し、地域振興に結びつけるためのアニメ等コンテンツの活用の仕組みづくりに取り組む必要がある。

#### (6) 集客交流ビジネスの具体化

「広島アニメーションビエンナーレ」及び「ポール・イメージ・広島」はアニメ等コンテンツを活用した集客交流を事業目的の一つとしているものの、事業採算性の向上に向けて、集客交流をさらに促進・強化する必要がある。具体的に、「広島国際アニメーションフェスティバル」を含めた既存の取組みを都市型集客サービスの資源（集客交流サービス群）と捉え、それらの内容をブラッシュアップするとともに、効果的なプロモーションを通じて販売する仕組みづくりを行うことにより、地元市場と旅行者市場の双方から集客を図る必要がある。

#### (7) コンテンツ産業及び人材育成

広島市における取組みは、世界各国・地域から最新のアニメーション作品を集結させたり、東京のアニメ制作会社等の人気作品を活用したりすることによって、アニメ等コンテンツの質を担保し、観客等に一定の価値を提供してきた。しかし、そうした取組みが広島市におけるアニメーション制作等に関わる産業育成や人材育成に結びついておらず、さらなる事業展開を図ろうとする上での弱みとなっている。

こうした弱みを克服し、さらなる事業展開に結びつけるために、アニメーション制作等に関わる産業育成と人材育成に取り組む必要がある。

## 2 プロデュース機能の確保・充実方策の検討

### 2.1 取組みの方向性

広島市におけるアニメ等コンテンツを活用した地域振興にかかる取組みをさらに定着・発展させるためのプロデュース機能の確保・充実については、事業全体を総合的かつ一体的に推進するための体制整備と併せて、目指すべき「アニメーションのまち・広島」の将来像とそれを実現するまでのロードマップを共有した上で、効果的なプロモーションを展開する。また、様々な取組みの情報の共有を図り、それらを積極的に発信することにより、アニメ等コンテンツ及びそれを活用した地域振興の取組みに関する普及・定着を図るとともに、事業間の実務レベルでの連携・協力を促進する。

### 2.2 推進方策の例

#### (1) 「アニメのまち広島推進委員会（仮称）」の設置

「広島国際アニメーションフェスティバル」と「広島アニメーションビエンナーレ」を核として、「アニメーションのまち・広島」を総合的かつ一体的に推進するための計画・調整組織（「アニメのまち広島推進委員会（仮称）」）を設置する。

「アニメのまち広島推進委員会（仮称）」は「広島国際アニメーションフェスティバル」と「広島アニメーションビエンナーレ」の関係者はもとより、広島市の産業育成、観光・集客交流、都市計画・まちづくり、教育・人材育成、文化振興に関わる有識者及び関係者によって構成し、「アニメーションのまち・広島」の実現に向けたビジョン及びロードマップの計画、関係機関の調整等を行うこととする。また、「産業育成」「集客交流」「教育文化」をテーマとして設定し、各テーマに関わる計画・検討を行うとともに、「広島国際アニメーションフェスティバル」と「広島アニメーションビエンナーレ」、その他事業等との連絡・調整を行う。

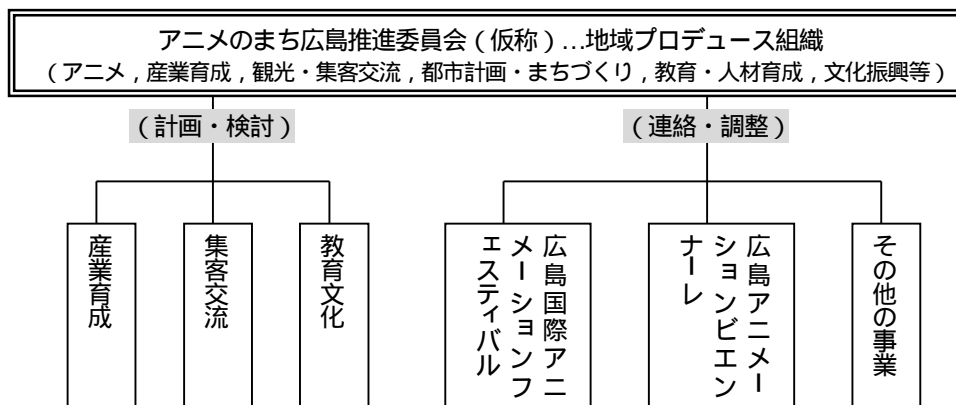


図1 アニメのまち広島推進委員会（仮称）のイメージ

#### (2) 「アニメのまち広島ビジョン（仮称）」の策定

「アニメのまち広島推進委員会（仮称）」等が中心となって、既存事業の目的や「ポール・イメージ・広島」の検討成果等を踏まえ、「アニメーションのまち・広島」の将来ビジョンとその実現に向けたロードマップを策定する。

なお、「広島国際アニメーションフェスティバル」と「広島アニメーションビエンナーレ」の事業目的、「ポール・イメージ・広島」の平成18年度検討成果は以下のとおりである（表39、次頁）

表39 広島市におけるアニメーション関連事業の目的

広島国際アニメーションフェスティバル	広島アニメーションビエンナーレ	ポール・イマージュ・広島参考)
「愛と平和」の希求 世界平和の実現 世界のアニメーション芸術の普及・発展及び映像文化の振興・映画産業の発展	アニメーションを核とした街おこし	コンテンツ教育の発信基地 地域コンテンツの創造基地 平成 18 年度事業を通じて再設定した事業方針

(3) 「広島アニメーションセンター（仮称）」の設立

広島市におけるアニメーションを活かした様々な取り組みの情報を発信するとともに、アニメ制作等に関わる人材育成，アニメ等コンテンツや関連商品・サービスの販売・プロモーション等を行う地域プロデュース機能を持つ拠点「広島アニメーションセンター（仮称）」を設置する。「広島アニメーションセンター（仮称）」は拠点施設の整備と運営を前提とするものでなく，施設の有無に関わらずに地域プロデューサーを配置し，上記機能に関わるサービスを提供することが十分条件となる。

「広島アニメーションセンター（仮称）」の機能及びサービスの例は以下のとおりである。

必要な機能（案）

- ・ 「広島国際アニメーションフェスティバル」関連情報の発信
- ・ 「広島アニメーションビエンナーレ」関連情報の発信
- ・ その他の広島市におけるアニメーション関連情報の発信
- ・ アニメーションに関わる普及啓発及び人材育成機能
- ・ アニメ等コンテンツ及び関連商品等の商品化及び販売の支援

活用コンテンツ（案）

- ・ 「広島国際アニメーションフェスティバル」入賞作品等
- ・ 「広島国際アニメーションフェスティバル」に関わる国内外の人材情報
- ・ 「広島アニメーションビエンナーレ」に関わる国内外の人材情報
- ・ 広島市の学生等が制作したアニメーション作品
- ・ アニメーションに関わる世界の最新動向

提供サービスの例

- ・ 既存施設等を活用した資料コーナー（図書・各種資料）の設置
- ・ 既存施設等を活用した視聴コーナー（映像）の設置（教育目的の利用）
- ・ アニメーションに関わる人材情報等のデータベース作成・利用サービス
- ・ アニメーション制作及び関連ビジネス展開に関わる各種セミナーの開催
- ・ アニメーションを活用した商品・サービスの開発・販売の支援（図2，次頁）



### 3 人材育成機能の確保・充実方策の検討

#### 3.1 取組みの方向性

世界各国・地域から最新のアニメーション作品を集結させたり、東京のアニメ制作会社等の人気作品を活用する従来の手法に加え、広島市でアニメ制作等を学ぶ学生等がアニメ作品の制作に関わったり、広島発のアニメコンテンツを発信することができるように、産業育成と結びついた形でアニメ制作者の育成を推進する。

その際、3つのレベル（段階）に応じた人材育成事業を展開する。第1に、子どもから大人までアニメに関心を持ち、アニメ制作に関わろうという意欲を育てようとする愛好者層の拡大にかかる取組みである。これにより、広島市に立地するアニメ制作等に関わる大学・専修学校等の入学者確保にもつなげていく。第2に、アニメ制作等を学ぶ学生等及びその作品のプロモーションの強化である。「広島国際アニメーションフェスティバル」や「ポール・イメージ・広島」などの既存事業を活用した学生等及びその作品のプロモーションを展開し、若者のビジネス機会の拡大と作品の流通促進に努める。第3に、そうした学生等の卒業後の受け皿となるアニメ制作企業等を育成または誘致することである。

#### 3.2 推進方策の例

##### (1) アニメ等学習プログラムの企画・提供

広島市に居住もしくは広島市に訪来する子どもから大人まで、年齢やレベルに応じて、アニメーションの原理や歴史、制作技術の基本などを楽しく学べるような体験・学習プログラムを企画し、上述の「広島アニメーションセンター（仮称）」等において提供する。具体的に、年代別の体験・学習プログラムを企画し、それらを一体的に広告PRすることにより、広島市民及び広島市への来訪者が自らの関心に応じてプログラムを選択して参加できるような仕組みを構築する。これにより、広島を「アニメーション教育のまち」として発信し、それらへの参加を目的とした全国各地からの集客交流の促進にも繋げていく（教育観光の推進）

例えば、次のような一連の体験・学習プログラムを企画・提供することが考えられる。

表40 アニメ等学習プログラムの例

参加対象	プログラム	サービス内容
小学生	お絵かき教室	お絵かきワークショップ
	ワークショップ	アニメの基本原理を学び、制作体験ができるワークショップ
	アニメ巡回上映	「広島国際アニメーションフェスティバル」入賞作品等を学校で上映
中・高校生	アニメ制作体験	修学旅行の体験プログラムの一つとしてのアニメ制作体験
	アニメ巡回上映	「広島国際アニメーションフェスティバル」入賞作品等を学校で上映
大学生・ 専修学校生	アニメ交流会	アニメ作家・制作者等との交流機会の提供
	アニメ制作指導	トップレベルのアニメ作家による学生の個別指導
若手作家	フレームイン	若手作家による発信と情報交流（再掲）
	アニメコンペ	アニメCMコンペ等の開催（作品応募）（再掲）
一般	アニメ教養講座	生涯学習プログラムとしてのアニメ教養講座を開催
	広島アニメ検定	アニメの知識を測る検定試験（基礎編・芸術編・テレビ編・オタク編）

## (2) 「広島国際アニメーションフェスティバル」への参加

広島市におけるアニメーション文化に関わる貴重な学習機会である「広島国際アニメーションフェスティバル」に広島市内の大学・専修学校生等が積極的に参加し、アニメーションに関わる世界の最新動向や制作技術、感性等について学習を深める。

上映プログラムを鑑賞するとともに、プロを目指す若者たちの発表やインフォメーションの場である「フレームイン」を積極的に活用し、学生自身やその作品等のプロモーションを行うとともに、参加者からの批評・アドバイスを受けることにより、制作技術の向上等に役立てる。

## (3) 「アニメーションシティ広島」の拡充

広島市を中心に活動する若手アニメーション作家（学生を含む）とそのデモ作品を紹介しているウェブサイト「アニメーションシティ広島」の拡充を図ることにより、若手アニメーション作家の育成及びプロモーションに努める。具体的に、広島市内に立地する大学・専修学校の卒業制作等に合わせ、毎年度、各大学・専修学校の卒業生及びその作品を紹介する。また、「アニメーションシティ広島」と㈱にしき堂が共同で実施した「アニメCMオープンコンペ」の取組みを継続・拡大させていくことにより、産業育成と結びついた形でアニメーション制作に関わる人材育成を推進する。

[参考：にしき堂・アニメCMオープンコンペ]

「アニメーションシティ広島」の趣旨に賛同した広島市の菓子メーカー「にしき堂」が若いアニメーションクリエイターを育成することを目的に、2006（平成18）年10月から実施。

[名称] にしき堂アニメーションCMコンペティション

[主催] にしき堂・アニメCMオープン・コンペ実行委員会

[募集作品] 30秒のテレビCM（最優秀作品は広島県内民放でテレビ放映）

[テーマ] お菓子は平和の食べ物

[応募資格] プロ・アマを問わない。居住地や活動拠点も問わない。

[募集方法] ウェブサイト「アニメーションシティ広島」上に公告

募集チラシを作成・配布（全国のアニメ関連学科を持つ大学・専門学校）

[審査方法] 一次審査（絵コンテ審査，10～15点を選出）

二次審査（本作品審査，最優秀作1点を選出）

## (4) アニメ制作企業の育成・誘致

広島市及びその近郊に立地する大学・専修学校等でアニメ制作を学ぶ学生の卒業後の就職先を確保することを目的として、広島市や広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金が、広島市における都市型サービス産業の創出・集積を検討する「ひろしま都市型サービス産業集積促進協議会」<sup>42</sup>等と連携する形で、広島市内のアニメ制作企業の育成、及び東京周辺のアニメ制作会社のスタジオの誘致活動を展開する。

育成及び誘致を行うアニメ制作企業については、東京周辺の大手アニメ制作企業の多くが韓国や中国、台湾等の海外企業だけでなく国内での下請け企業を求めているという現状を踏まえ<sup>43</sup>、当初は動画制作などの下請け作業を受注できる企業の育成または誘致を目指す。その企業が広島市及び近郊の大学・専修学校でアニメ制作を学んだ学生の就職の受け皿となるようにする。また将来的には、

<sup>42</sup> 広島市と広島県，中国経済産業局により構成。2006（平成18年）設立。

<sup>43</sup> 東京在住のアニメ作家及びアニメ制作会社を対象としたヒアリング調査による。

広島発のアニメ作品を制作し、広島市内のメディアはもとより、東京をはじめとする各種メディアやインターネット市場にその作品を流通させていく仕組みを構築することを目指す。

## 4 著作権処理に関わる問題解決方策の検討

### 4.1 取組みの方向性

「広島国際アニメーションフェスティバル」については、貴重なアニメコンテンツが広島に集結しているという強みを広島の地域振興に結びつけていくことができるように、入賞作品等の権利留保のあり方を再検討する。

その他の取組みについては、関係者が著作権に関わる知識及び交渉ノウハウを獲得するための取組みを主体的に推進するとともに、作品等イメージを活かすキュレーションについても、その基本的知識と技術・ノウハウの習得に努める。

### 4.2 推進方策の例

#### (1) 「広島国際アニメーションフェスティバル」入賞作品等の権利留保

「広島国際アニメーションフェスティバル」の入賞作品等について、著作権を持つアニメーション監督等との契約のあり方を見直すことにより、「広島国際アニメーションフェスティバル」の主催者以外であっても、広島市内または広島県内における教育・人材育成を目的とする非営利活動については、作品上映等の使用ができるようにする。また、営利を目的とする産業育成や集客交流にかかる事業についても、著作物の使用条件（クレジット表示、使用料等）や作家等との交渉プロセスを明確にするなどして、コンテンツを効果的に活用できる仕組みを確立する。

#### (2) 著作権処理に関する経験・ノウハウの蓄積

アニメを活用した地域振興に取り組む上で理解しておくべき著作権等について、関係者が理解を深めるとともに、著作権交渉に係る経験・ノウハウを共有することによって、著作権処理に関するノウハウの蓄積と向上を図る。また、作者・制作者の想いやプロダクション等の意向を十分に理解し、その価値やイメージを観客や消費者等に適切に伝えるようなキュレーションについても、その基本的知識と技術・ノウハウの習得に努める。

さらに、将来的に広島に立地したアニメ制作企業がオリジナル作品を制作するようになった場合は、他者の著作物の活用に関する経験・ノウハウに加え、自ら制作したコンテンツの販売・流通に当たっての著作権管理のあり方を確立させる。

## 5 海外展開・海外連携のあり方の検討

### 5.1 取組みの方向性

海外展開・海外連携については、すでに海外連携の実績を有する「広島国際アニメーションフェスティバル」を核として、アニメコンテンツの海外展開（流通の促進）、インバウンド観光の推進、国際文化交流及び国際平和活動の推進を図る。

具体的に、海外のコンペティションへの参加を通じた若手アニメーション作家等の広島発コンテンツの海外展開を図るとともに、「広島国際アニメーションフェスティバル」を核とした国際観光商品の造成・販売、姉妹都市縁組等を通じた文化交流、アニメーションを活用した国際平和活動の展開を図る。

### 5.2 推進方策の例

#### (1) 海外のコンペティション等への積極的参加

広島を活動拠点とする若手のアニメーション作家が、海外で開催されるアニメ映画祭のコンペティションやマーケット等に積極的に参加することにより、広島発のアニメコンテンツの海外展開を促進する。具体的に、「広島国際アニメーションフェスティバル」の開催実績を通じて培ってきた海外人脈等を活用しつつ、上述の「広島アニメーションセンター（仮称）」において海外のコンペティションやマーケットに関する情報を収集し、広島市内の大学・専修学校等に適時適切に情報を提供するとともに、応募に当たっての各種支援・調整を行う。

#### (2) 「広島国際アニメーションフェスティバル」を核とするインバウンド商品の造成・販売

海外からの集客数が比較的多い「広島国際アニメーションフェスティバル」を核として、広島地域インバウンド推進実行委員会<sup>44</sup>や国際観光を扱う旅行代理店等が協力する形で、「広島国際アニメーションフェスティバル」への参加を目的とする海外のアニメ関係者が広島市及び近郊の観光施設（例：原爆ドーム、厳島神社（いずれも世界文化遺産））等を回遊する旅行商品や、広島観光のプログラムの一つに「広島国際アニメーションフェスティバル」等への参加を組み入れた旅行商品を造成し、広島市内あるいは海外の代理店等を通じて販売する。また、海外客の利便性向上を図るため、広島市内の交通事業者と宿泊事業者、飲食店等と提携し、「広島国際アニメーションフェスティバル」への参加と移動・宿泊・飲食サービスをセットにしたパック商品を造成・販売する。

#### (3) アニメーションをテーマとする姉妹都市交流

広島市の姉妹都市であるホノルル（アメリカ合衆国）、ボルゴグラード（ロシア）、ハノーバー（ドイツ）、重慶（中国）、大邱（韓国）、モントリオール（カナダ）とアニメーションをテーマとした、もしくはアニメーションを活用した文化交流事業を実施することにより、アニメーション文化の相互理解と人材の相互交流を図る。

各都市との間で、「広島国際アニメーションフェスティバル」への各国アニメ作品の応募の促進、「重慶の日」「大邱の日」などにおける各国アニメ作品の上映・交流の他、次のような文化交流事業を実施することが考えられる（表41、次頁）

<sup>44</sup> 広島市と呉市、「広島・宮島・岩国地方観光連絡協議会」関係者等が連携して、広島地域の観光PRを積極的に実施することにより、外国から同地域への誘客の拡大を図るとともに、受入態勢の整備・充実に努めている。

表41 アニメーションを活用した文化交流事業の例（提案）

姉妹都市	文化交流事業の例（提案）
ホノルル（アメリカ）	ハワイ日本文化センター <sup>45</sup> における「アニメのまち広島」のPR
ボルゴグラード（ロシア）	平和市長会議 <sup>46</sup> におけるアニメーションを活用した平和PR
ハノーバー（ドイツ）	広島市立大学とハノーバー専科大学 <sup>47</sup> の学术交流の推進
重慶（中国）	広島・四川中日友好会館（四川）における「アニメのまち広島」のPR 中国放送と四川電視台（友好提携）における両国アニメ作品の相互放送 広島テレビと重慶市電視台（友好提携）の両国アニメの相互放送
大邱（韓国）	タルグバル祝祭 <sup>48</sup> （大邱）における「アニメのまち広島」のPR
モントリオール（カナダ）	カナダ国立映画庁（NFB） <sup>49</sup> をモデルとした広島アニメーションセンター（仮称）の設立検討と相互提携

#### (4) アニメーションを活用した国際平和活動の展開

広島市や財団法人広島平和文化センター<sup>50</sup>、国際平和活動に取り組むNPO法人（例：アジアと手をつなぐ広島市民の会）等が推進する国際平和活動において、平和を訴えるコミュニケーションツールとしてアニメーションを積極的に活用する。

<sup>45</sup> 広島市が建設を支援した。

<sup>46</sup> 広島市と長崎市が主宰。ボルゴグラード市長が副議長を務めている。

<sup>47</sup> 海外学术交流協定大学として広島市立大学が学生の派遣事業を行っている。

<sup>48</sup> 大邱市における代表的なイベント。広島市の広島フラワーフェスティバルに相当。

<sup>49</sup> 商業ベースにのりにくい短編アニメーションとドキュメンタリー映画を対象として、制作、配給、作品のコレクション、保存、ポストプロダクション、研究開発に取り組んでいる。アニメーション作家の山村浩二氏は「広島アニメーションセンター（仮称）」はカナダ国立映画庁をモデルとする必要があると提唱している。（参考：「ポール・イマージュ・広島」資料）

<sup>50</sup> 広島市の外郭団体。広島市における国際交流・国際協力事業を推進している。

## 第10章 中国地域における今後の展開方針

### 1 中国地域の強み・弱み

これまでの調査・分析をもとに、中国地域においてアニメ等コンテンツを活用した地域振興を展開する上での強み（成功要因）と弱み（課題）について、表のように整理できる。

これをみると、活用可能なシーズについては、中国地方に関わりのある有望な作品や著名な作家・制作者は多数みられるが、その多くが東京に所在している。また、それらのコンテンツを活用した施設等やイベント等についても一定の蓄積がみられるが、相互の交流・連携が十分でなく、相乗効果をあげるまでに至っていない。

地域振興の取組みは、集客交流を目的とする取組みがほとんどで、産業振興を目的とする取組みは端緒についたばかりで、その数もわずかである。これは中国地域にアニメ等コンテンツの制作企業がほとんど立地していないことに起因していると考えられる。その中で、各事例の成功要因として、行政計画への位置づけや地域プロデューサーの存在をベースとする地域ぐるみの活動展開、作家やプロダクションとの協力体制の確立などがあげられている。一方、それらの取組みを産業振興及びインバウンド観光に結びつけること、体系的な人材育成プログラムの確立、著作権処理にかかる知識・ノウハウの向上が今後の課題となっている。

表42 アニメ等コンテンツを活用した地域振興を展開する上での中国地域の強み（成功要因）と弱み（課題）

項目		強み（成功要因）	弱み（課題）
活用可能なシーズ	コンテンツ（作品）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域固有の歴史等を扱う作品</li> <li>・ 作品背景として重要な役割</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 著作権管理者の多くは東京に所在</li> </ul>
	作家・制作者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 著名な作者・制作者を多数輩出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 作者・制作者の多くは東京に所在</li> </ul>
	ハード（施設等）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 特定作家に関わる記念館等の立地</li> <li>・ 漫画文化に係る公共施設の立地</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域交流・連携の不足</li> </ul>
	ソフト（イベント等）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 集客交流及イベントの開催</li> <li>・ 国際的な文化交流イベントの存在</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域交流・連携の不足</li> </ul>
課題への対応	プロデュース機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 行政計画への位置づけ</li> <li>・ 地域プロデューサーの存在</li> <li>・ 地域戦略と作品イメージの同調</li> <li>・ 作家やプロダクションの協力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 産業創出を支援する人材の確保</li> <li>・ 地域ぐるみの体制づくり</li> <li>・ 効果的なプロモーション</li> <li>・ 行政事業としての位置づけ</li> <li>・ キュレーターの確保</li> </ul>
	人材育成機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンペティションを通じたクリエイター育成</li> <li>・ 市民参加のための啓発・仕掛け</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業協力者の育成・確保</li> <li>・ 体系的な育成プログラムの未確立</li> </ul>
	著作権処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 作家やプロダクションの協力</li> <li>・ 応募作品の権利の留保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 知識・ノウハウの向上</li> <li>・ 著作物使用の制約</li> <li>・ 応募作品の権利の留保（一部事例）</li> </ul>
	海外展開・海外連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国際交流組織の協力</li> <li>・ コンペティションの活用</li> <li>・ 海外での作品の高い評価・人気</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ インバウンド観光の推進</li> <li>・ 海外人脈の有効活用</li> </ul>

## 2 近隣地域の戦略

わが国におけるアニメ等コンテンツに関わる制作及び流通は東京を中心に展開しており、漫画家やアニメーション制作企業の8割以上が東京に集中していると言われている。その要因として、出版社やテレビ局、映画会社、大手印刷会社、大手現像所が東京に立地していることなどがあげられている。そこにみられるのは出版物やテレビ、映画といったマスメディアを頂点とする産業構造であり、それが東京の強みとみることができる。これらの集積をベースとして、東京国際アニメフェアや東京国際映画祭<sup>51</sup>などのイベントも開催されてきた。さらに、わが国のコンテンツ産業の振興に向け、経済産業省ではマーケット機能強化、国際人材交流、国際共同製作、ネットマーケットの構築、地域との連携を推進することとしており、2007（平成19）年秋には「国際コンテンツカーニバル（仮称）<sup>52</sup>」を東京で開催する予定である。

しかし、東京を中心とする首都圏以外の地域においては、首都圏と同じ戦略でコンテンツ産業の振興を図ることは困難であると認識し、地域独自のコンテンツ産業の振興戦略を立案して、具体的な取組みを推進しようという動きがみられるようになってきた。

このことについて、本調査では、大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会及び福岡コンテンツ産業拠点推進会議を対象として、大阪府及び福岡県におけるコンテンツ産業の振興戦略について以下のとおりヒアリング調査を実施した。

表43 大阪府及び福岡県におけるコンテンツ産業の振興戦略

	大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会	福岡コンテンツ産業拠点推進会議
対象地域	大阪府内（関西地域に拡大予定）	福岡県内（九州地域に拡大予定）
構成	101企業・団体（平成19年1月現在）	189企業・団体（平成19年1月現在）
事務局	NPO法人映像産業振興機構、大阪府	福岡県
事業目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・資金調達、販路開拓、人材確保の取組みを通じたコンテンツ制作企業の支援</li> <li>・アジア地域との交流を通じた、東京にない新しいビジネスモデルの創出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテンツ産業の拠点“福岡”の実現</li> <li>・コンテンツ制作企業の育成・支援</li> </ul>
主要コンテンツ	デジタルコンテンツ（CGアニメ、ネットゲーム、デジタルシネマ他）	ゲーム
主な事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテンツ制作プロジェクト育成事業</li> <li>・プロデューサー育成事業</li> <li>・販路開拓支援事業</li> <li>・交流促進事業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人材の確保（首都圏人材の確保）</li> <li>・ビジネス機会の拡大（マーケット）</li> <li>・コンテンツ産業の拠点性の発信</li> <li>・連携・交流の促進等その他の支援</li> </ul>
海外連携	アジア地域を重視 2007（平成19）年秋に「アジア・コンテンツマーケット」を開催予定	アジア地域を重視

資料：ヒアリング調査をもとに作成

<sup>51</sup> 毎年、東京で開催される国際映画製作者連盟公認の長編映画祭。

<sup>52</sup> 映画、コミック漫画、ゲームソフトなど日本のコンテンツ産業をアジアや世界の市場に売り込むため、東京国際映画祭、東京ゲームショウなど複数のコンテンツ関連イベントが連携し、2007（平成19）年秋から東京で開催される総合見本市。

これをみると、大阪及び福岡の取組みは、中国地域におけるアニメ等コンテンツを活用した地域振興の取組みと比べて、次のような特徴を見いだすことができる。

- ・ コンテンツ制作企業の集積を背景に、それらの支援を通じたコンテンツの創出とコンテンツビジネスの発展をめざす。
- ・ コンテンツ制作・流通企業、関係団体、行政機関等による総合的推進体制が確立されている。
- ・ アジア地域を海外展開・海外連携の相手先として設定している。

### 3 中国地域における取組みの方向性

#### 3.1 取組みの方向性

巨大メディアとの深い結びつきをベースとしてコンテンツ制作企業が多数立地する首都圏、デジタルコンテンツやゲームなど巨大メディアだけに依存しないコンテンツ制作企業が立地し、それらを支援しようとする動きが活発化しつつある大阪を中心とする関西地域及び福岡を中心とする九州地域とは異なり、中国地域ではアニメ等のコンテンツ制作企業の立地がほとんど見られない代わりに、既存のアニメ等コンテンツを地域振興に結びつけようという動きが他地域に先駆けて進展している。

言い替えば、その形状よりも内容そのものが商品であるという点においてヴァーチャル<sup>53</sup>なコンテンツを、出版物やテレビ、劇場、インターネットなどのメディアを介してヴァーチャルに提供しているという首都圏や関西地域、九州地域の発展戦略に対し、中国地域の取組みはヴァーチャルなコンテンツとリアル<sup>54</sup>な地域活動を結びつけることによって、ヴァーチャルなコンテンツそのものの価値を高めるとともに、リアルな地域の振興を図ろうとする点に特色があるといえる。

すなわち、中国地域における戦略的な取組みの方向性としては、アニメ等コンテンツの制作に関わるコンテンツ関連企業の育成や人材育成に加え、アニメ等コンテンツが持つ様々な力・可能性に着目し、それらのもたらす効用を地域や既存企業の発展に繋げていくこととしたい<sup>55</sup>。表 44 は、中国地域における取組みの方向性について、関西地域及び九州地域等の他地域と比較しつつ、整理したものである。

表44 中国地域における取組みの方向性

項目	中国地域の取組みの方向性	他地域の取組みの方向性
提供価値	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンテンツそのもの</li> <li>・ コンテンツにより魅力の向上した地域</li> <li>・ コンテンツにより魅力の向上した企業及び商品等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンテンツそのもの</li> </ul>
事業主体	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンテンツ制作企業</li> <li>・ コンテンツを活用しようとする地域</li> <li>・ コンテンツを活用しようとする企業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンテンツ制作企業</li> </ul>
成果指標例	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンテンツ制作企業数</li> <li>・ コンテンツ販売金額</li> <li>・ 既存コンテンツの価値・イメージ</li> <li>・ 郷土意識の向上及び当該地域への観光入込客数</li> <li>・ 企業イメージの向上及び商品・サービスの販売金額</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンテンツ制作企業数</li> <li>・ コンテンツ販売金額</li> </ul>
ヴァーチャルとリアルの関係	ヴァーチャル（コンテンツ）×ヴァーチャル（メディア） ヴァーチャル（コンテンツ）×リアル（地域・企業）	ヴァーチャル（コンテンツ）× ヴァーチャル（メディア）

<sup>53</sup> 「実際には存在しないけれども機能や効果としては存在するも同等の」という意味。（中島尚正・原島博・佐倉統『総合情報学』2002年、放送大学教育振興会）

<sup>54</sup> ここでは「実体として実在する」という意味で用いる。

<sup>55</sup> 中野晴行（2004）は、「マンガを産業として拡大していく上で、何よりもこの60年の蓄積が貴重なのだ。蓄積してきたものを活かせるのか、結局使い捨てのまま終わらせてしまうのか、が将来のマンガ産業の姿を変えてしまう」として、コンテンツの多面的な活用を提唱している。また、「非常に素晴らしい技術を持ちながら、技術に付加価値をつけ商品化して、人々の心に訴えるものにするのが苦手なのが日本だ」と断言し、それを解決するためにマンガ等の活用が有効だとしている。（中野晴行『マンガ産業論』2004年、筑摩書房）

### 3.2 アニメ等コンテンツの効用

アニメ等コンテンツの持つ力・可能性として、以下の効用があげられる。今後、中国地域において、これらの効用を意識し、積極的に活用することにより、地域や既存企業等の発展に繋げていくことが有効だと考えられる。

「人に活かす」(ヒューマン・コミュニケーション：心理的効果，教育的効果)

- ・ アニメ等コンテンツが読者や視聴者等に与える心理的効果
- ・ アニメ等コンテンツを活用することによってもたらされる教育的効果

「地域に活かす」(リージョナル・コミュニケーション：社会的効果，経済的効果)

- ・ アニメ等コンテンツと地域の歴史・風土とのコラボレーションによる地域活性化
- ・ アニメ等コンテンツを活用した既存産業の高付加価値化
- ・ アニメ等コンテンツを活用した集客交流の促進

「国際交流に活かす」(インターナショナル・コミュニケーション：海外展開，国際協力等)

- ・ アニメ等コンテンツを活用したインパウンド集客の促進
- ・ アニメ等コンテンツを活用した国際交流や海外展開の促進

### 3.3 推進体制

中国地域において、上記の方向性に基づく取組みを展開しようとする場合、本調査でとりあげた各地域の地域振興にかかる取組みを個別に定着・発展させるだけでなく、大阪や福岡の取組みを参考として、中国地域全体としての推進体制を確立することが必要である。中国地域の各事例を対象としたヒアリング調査においても、アニメ等コンテンツを活用した地域振興に取り組む地域同士の情報交換・交流促進に対する要望があげられており、中国地域全体としての取組みの必要性は高い。

また、海外展開・海外連携については、「名探偵コナン」(原作：青山剛昌)や「ゲゲゲの鬼太郎」(原作：水木しげる)などのように、韓国や台湾、中国などで絶大な人気を誇る作品があり、関西地域や九州地域と同じようにアジア地域を主たるターゲットとすることも想定される。しかし、「キャンディ・キャンディ」や「のんのんばあとオレ」(原作：水木しげる)、「遥かな町へ」(原作：谷口ジロー)のようにフランスでも人気が高い作品があるほか、「広島国際アニメーションフェスティバル」の開催を通じてアジアだけでなく世界中のアニメ関係者等とのネットワークがあること、関西地域や九州地域がすでにアジア地域を指向していることを考慮すれば、アジア地域に限定せず、フランスやクロアチア、カナダ<sup>56</sup>などをはじめとする欧米諸国をターゲットとした海外展開・海外連携を展開していくことが妥当と考えられる。

<sup>56</sup> クロアチアとカナダでは、広島国際アニメーションフェスティバルと同じように、国際アニメーションフィルム協会公認の国際アニメーション映画祭が開催されている。また、フランスのアングレーム国際漫画フェスティバルにおいて、「のんのんばあとオレ」(原作：水木しげる)「遥かな町へ」(原作：谷口ジロー)が受賞作品に選ばれている。

## 1 掲載事例に関する問合せ先

事例名	問合せ窓口	ウェブサイト
鬼太郎に会えるまち	境港市通商課	<a href="http://www.city.sakaiminato.tottori.jp/">http://www.city.sakaiminato.tottori.jp/</a>
名探偵コナンに会える町	北栄町企画情報課	<a href="http://gamf.jp/">http://gamf.jp/</a>
遙かなまち倉吉 創造プロジェクト	倉吉市観光協会	<a href="http://www.apionet.or.jp/kankou/">http://www.apionet.or.jp/kankou/</a>
石見フィルムコミッション	石見フィルムコミッション	<a href="http://www.iwami-fc.com/index.html">http://www.iwami-fc.com/index.html</a>
いがらしゆみこ美術館	いがらしゆみこ美術館	<a href="http://www.aska-planning-design.co.jp/museum/museumtop.html">http://www.aska-planning-design.co.jp/museum/museumtop.html</a>
吉備川上ふれあい漫画美術館	高梁市教育委員会川上分室	<a href="http://www.kawakami.city.takahashi.okayama.jp/manga/index.html">http://www.kawakami.city.takahashi.okayama.jp/manga/index.html</a>
広島市まんが図書館	広島市生涯学習課	<a href="http://www.library.city.hiroshima.jp/">http://www.library.city.hiroshima.jp/</a>
広島国際アニメーションフェスティバル	広島市文化財団	<a href="http://www.urban.ne.jp/home/hiroanim/">http://www.urban.ne.jp/home/hiroanim/</a>
広島アニメーションビエンナーレ	広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金	<a href="http://www.hiroshima-animation-biennale.jp/index.html">http://www.hiroshima-animation-biennale.jp/index.html</a>
ポール・イマージュ・広島	広島経済同友会アニメーションビエンナーレ基金	<a href="http://www.pole-image-hiroshima.com/">http://www.pole-image-hiroshima.com/</a>
広島フィルム・コミッション	広島フィルム・コミッション	<a href="http://www.fc.hcvb.city.hiroshima.jp/">http://www.fc.hcvb.city.hiroshima.jp/</a>
物怪プロジェクト三次	物怪プロジェクト三次	<a href="http://www.m-m.jp/">http://www.m-m.jp/</a>
島耕作バス	岩国市交通局	<a href="http://www9.ocn.ne.jp/~iwa-bus">www9.ocn.ne.jp/~iwa-bus</a>

## 2 関係機関等

団体名	ウェブサイト
社団法人日本漫画家協会 漫画文化の普及発展をめざす漫画家組織	<a href="http://www.nihonmangakakyokai.or.jp/index2.html">http://www.nihonmangakakyokai.or.jp/index2.html</a>
マンガジャパン ストーリーマンガ家の親睦団体	<a href="http://www.mangajapan.gr.jp/index2.html">http://www.mangajapan.gr.jp/index2.html</a>
日本マンガ学会 マンガ及びその周辺に関する学術的研究団体	<a href="http://www.kyoto-seika.ac.jp/hyogen/manga-gakkai.html">http://www.kyoto-seika.ac.jp/hyogen/manga-gakkai.html</a>
日本アニメーション協会 アニメーション文化の発展をめざす団体	<a href="http://www.jaa.gr.jp/j/">http://www.jaa.gr.jp/j/</a>
中間法人日本動画協会 日本のアニメ製作関連団体の連絡組織	<a href="http://www.aja.gr.jp/">http://www.aja.gr.jp/</a>
国際アニメーションフィルム協会 アニメーションフィルムに関する世界的組織	<a href="http://asifa.net/">http://asifa.net/</a>
日本アニメーション学会 アニメーション等に関する学術的研究団体	<a href="http://www.jsas.net/">http://www.jsas.net/</a>
社団法人著作権情報センター 著作権関連の資料やデータベースを提供	<a href="http://www.cric.or.jp/">http://www.cric.or.jp/</a>
知的財産戦略本部 コンテンツ関連産業の振興。	<a href="http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/">http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/</a>
日本貿易振興機構 (JETRO) アニメ等コンテンツを含む日本産業の輸出促進	<a href="http://www.jetro.go.jp/indexj.html">http://www.jetro.go.jp/indexj.html</a>
国際交流基金 アニメ等コンテンツを含む日本文化の国際交流	<a href="http://www.jpf.go.jp/j/index.html">http://www.jpf.go.jp/j/index.html</a>
財団法人日本映像国際振興協会 アニメ等を含む日本映画の海外展開	<a href="http://ujf.navicross.jp/">http://ujf.navicross.jp/</a>
文化庁 文化としてのアニメ等コンテンツの振興	<a href="http://www.bunka.go.jp/index.html">http://www.bunka.go.jp/index.html</a>
総務省中国総合通信局 中国地域におけるコンテンツの流通促進	<a href="http://www.cbt.go.jp/">http://www.cbt.go.jp/</a>
国土交通省中国運輸局 アニメ等コンテンツを活用した国際観光	<a href="http://www.cgt.mlit.go.jp/">http://www.cgt.mlit.go.jp/</a>
経済産業省中国経済産業局 アニメ等コンテンツを活用した地域振興	<a href="http://www.chugoku.meti.go.jp/">http://www.chugoku.meti.go.jp/</a>

### 3 著作権について

#### 3.1 著作権法

「著作権法」(昭和45年5月6日法律第48号)は、「著作物」について、その著作者やこれを実演する者等が有する権利の保護を定めた法律である。漫画やアニメーション映画、及びそこに含まれるコンテンツの大部分が著作物として著作権法の保護を受けており、また、これに関して様々な人々が著作権を有している。アニメ等コンテンツを活用した地域振興を図る上でも、著作権の権利処理を誤ると、(著作者から許諾を受けなかった場合に)活用が差し止められたり、それぞれのコンテンツの著作者から法外な許諾料を請求される恐れがある。

#### 3.2 著作物

著作権法によって保護されるものを「著作物」といい、「思想又は感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するもの」と定義されている。漫画及びアニメーションに関わる著作物は次のように整理される。

種類	説明	具体例
言語(著作権法第10条第1項第1号)	言語によって表現されている著作物。文字による場合と口述による場合がある。	漫画やアニメ映画の原作となる小説、脚本、童話など。
音楽(著作権法第10条第1項第2号)	音によって表現されている著作物。楽譜になっている必要はない。	アニメ映画に使用される楽曲、歌詞など。
美術(著作権法第10条第1項第4号)	線・色彩・明暗で平面的あるいは立体的に表現されている著作物。	漫画
映画(著作権法第10条第1項第7号など)	いわゆる映画をはじめとして、映画の効果に類似する視覚的又は聴覚的效果を生じさせる方法で表現され、かつ物に固定されている著作物。	劇場上映用映画、ゲーム、テレビドラマ、コマーシャルフィルムなど。

#### 3.3 著作者

##### (1) 著作者

「著作者」とは著作物を創作する者のことをいう(著作権法第2条第1項第2号)。著作物創作のための企画を発案した人や、著作物創作のための資金を出した人は著作者とはならない。

##### (1) 法人著作

著作者は、思想感情を表現として具体化する創作行為を行う者であり、本来は自然人である。しかし、次の4つの要件を満たす場合は、法人等の組織が著作者となることが認められている(著作権法第15条第1項)

法人の発意に基づくものであること。

その法人の業務に従事する者が職務上作成するものであること。

その法人の著作名義で公表するものであること。

契約、勤務規則、その他に別段の定めがないこと。

(1) 映画の著作物の著作者

「映画の著作物の著作者」とは、「制作、監督、演出、撮影、美術等を担当してその映画の著作物の全体形成に寄与した者」とされ（著作権法第6条）、映画監督、映画プロデューサー、演出担当のディレクター、撮影監督、美術監督などが共同して著作権を有している。ただし、映画の著作物の著作者が、映画製作者との間で映画の著作物の作成に参加していることを約束している場合には、映画の著作物の著作権は、当該映画製作者に帰属する（著作権法第9条）という特例がある。

3.4 著作権

(1) 著作権とは

「著作権」とは、著作物を創作した者が、その著作物について有する権利をいう。著作権は、興業所有権とは異なり、登録等の手続きをしなくても、著作物を創作した時点で創作者に権利が発生する（著作権法第17条第2項）

(1) 著作権の種類

著作権は、人格的利益（精神的に傷つけられないこと）を保護するための「著作者人格権」と、財産的利益（経済的に損をさせられないこと）を保護する「著作財産権」に大別される（著作権法第1項）

著作者人格権	公表権 （著作権法第18条）	まだ公表されていない自分の著作物を、公表するか否か、公表する場合の方法や条件について決定できる権利。
	氏名表示権 （著作権法第19条）	自分の著作物を公表する際に、「著作者名」の表示の有無、表示する場合の表示方法について決定できる権利。
	同一性保持権 （著作権法第20条）	自分の著作物の内容、題号を自己の意に反して無断で改編させない権利。
著作財産権	複製権 （著作権法第21条）	著作物を複製する権利。 （複製：有形的に再製すること（著作権法第2条第1項第号）
	上演権・演奏権 （著作権法第22条）	著作物を公衆に直接見せたり聞かせたりすることを目的として上演、演奏する権利。
	公衆送信権 （著作権法第23条）	著作物を公衆によって直接受信されることを目的として無線通信又は有線電気通信の送信を行う権利。
	口述権 （著作権法第24条）	著作物を口頭で伝達する権利。
	展示権 （著作権法第25条）	美術の著作物や未発行の写真の著作物の著作者が、これらの著作物の原作品を公に展示する権利。
	上映権・頒布権（著作権法第22条の2、第26条）	上映権：映画を上映する権利。 頒布権：著作物の複製物（コピー）を頒布する権利。
	貸与権（著作権法第26条の3）	著作物の複製物（コピー）を公衆に貸与する権利。ただし、映画の著作物には貸与権がなく、書籍・雑誌にも当分の間は貸与権が及ばない。
翻訳権、編曲権、変形権、翻案権（著作権法第27条）	自己の著作物を翻訳、編曲、変形又は翻案して、二次的著作物を創作する権利。翻訳、翻案等によってできた二次的著作物は、翻訳者や翻案者がその著作者となる。	

二次的著作物の利用権 (著作権法第28条)	二次的著作物の原著作者も、二次的著作物の著作者と同等の権利を有すること。
譲渡権(著作権法第26条の2)	映画の著作物を除く著作物を、その原作品や複製物(コピー)の譲渡により公衆に提供する権利。

### (3) 著作隣接権

著作隣接権とは、実演家、レコード製作者、放送事業者及び有線放送事業者に対して認められる権利(著作権法第89条)これらの者は、重要な伝達機能を有していること、伝達に際して著作物の創作に準ずる創作行為が認められることから、著作権法は、これらの者の利益を保護することで、著作権者の十分な保護を図ろうとしている。

実演家の権利	実演家人格権	氏名表示権、同一性保持権
	著作隣接権	生の実演(録音権・録画権、放送権・有線放送権、送信可能化権)、録音・録画された実演(送信可能化権、放送・有線放送の使用料請求権、複製権、譲渡権、貸与権、商業用レコードの二次使用料請求権)
レコード製作者の権利	複製権、送信可能化権、二次使用料を受ける権利、譲渡権、貸与権	
放送事業者の権利	複製権、再放送権及び有線放送権、送信可能化権、テレビ放送の伝達権	
有線放送事業者の権利	複製権、放送権及び有線放送権、送信可能化権、テレビ放送の伝達権	

### 3.5 著作物などを無断で利用できる例外

著作物等を利用するには、その都度、著作権者から許諾を得るのが原則であるが、著作権法では、一定の場合に限り、著作権者の権利を法律上制限して、著作権者の許諾を得ることなく著作物を利用できるルールを定めている。このうち、アニメ等コンテンツを地域振興に活用する場合に関係のあるものは次のとおりである。

公開の美術の著作物等の利用 (著作権法第46条)	街路や公園などの屋外に設置された美術の原作品などは、著作者の許諾を得ずに利用することができる。ただし、販売を目的として美術の著作物を複製したり、これを販売したりすることは認められない。
放送事業者による一時固定 (著作権法第44条)	放送事業者や有線放送事業者は、著作権者から放送又は有線放送の許諾を得た著作物については、放送のための技術的手段として、著作物を一時的に録音・録画することができる。ただし、その録音物又は録画物を、録音又は録画後6か月を越えて保存する場合は、公的な記録保存場所に保存しなければならない。

### 3.6 権利の保護期間

#### (1) 著作権

著作物の種類	保護開始	保護終了
下記以外のもの（原則）	著作者が著作物を創作したとき	著作者の死亡した翌年から50年
無名・変名（周知の変名は除く）の著作物	同上	公表後50年（死後50年経過したことが明らかな場合は、その時点）
団体名義の著作物	同上	公表後50年（創作後50年以内に公表されない場合は創作後50年）
映画の著作物	同上	同上。但し平成16年1月1日に著作権の保護期間が残存している又は、平成16年1月1日後に創作される映画の著作物については、公表後70年（創作後70年以内に公表されない場合は0年）

#### (1) 著作隣接権

著作隣接権	保護開始	保護終了
実演家	その実演を行ったとき	実演後50年
レコード製作者	その音を最初に固定（録音）したとき	固定後50年
放送事業者	その放送を行ったとき	放送後50年
有線放送事業者	その有線放送を行ったとき	有線放送後50年

### 3.7 権利侵害に対する措置

#### (1) 民事上の請求

差止請求（著作権法第12条）	侵害者に対して侵害行為の停止を請求できる。
損害賠償請求（民法第709条）	故意又は過失によって権利を侵害した者に対して、権利者は損害賠償を請求できる。
名誉回復措置（著作権法第15条）	著作権者は、故意又は過失により著作者人格権を侵害した者に対し、著作者であることを確保する措置、又は著作者の名誉・声望を回復するための措置を請求できる。

#### (1) 罰則

著作者人格権，著作権，出版権，実演家人格権又は著作隣接権を侵害した者は，3年以下の懲役又は300万円以下の罰金に処せられる（著作権法第19条）その著作権新会社が自らの所属する法人の業務の一環として著作権侵害行為を行ったときには，その法人は1億円以下の罰金に処せられる（著作権法第124条第1項1号）

以上の記述は，経済産業省『コンテンツ・プロデュース機能の基盤強化に関する調査研究 法務（著作権・契約関係）』の内容を編集または引用する形でとりまとめた。

## 4 わが国におけるアニメ等コンテンツの海外展開・海外連携の方向

### 4.1 コンテンツの国際展開

わが国としての海外展開・海外連携の方向について、「コンテンツビジネスアジア連携研究会報告書～アジアの時代に向けた協力の方向～」（平成17年6月，経済産業省）を基に，以下のとおり整理した。

この報告書は，戦略的なアジアとの連携・協業等を通じ，さらなるコンテンツの国際展開の促進を図る観点から，コンテンツ国際共同制作の推進，人材育成・人材交流の推進，コンテンツ市場の創出，コンテンツ貿易投資環境の整備，コンテンツ産業に係る情報共有について，アジア各国と共同で取り組むべき方向性をとりまとめている。なお，本報告書はアジア地域を対象としたものであるが，ここで示す5つの方向はアジア地域だけでなく世界各国との連携・協力を促進する上でも必要なものと考えられる。

#### (1) コンテンツ国際共同制作の推進

共同制作のインキュベーションシステムの整備

- ・ コンテンツの国際共同制作を行う際の総合窓口の設立とネットワーク化
  - ・ 国内外の制作者が共同で企画開発を行うための場（ワークショップ）の提供
- 共同制作への資金調達の充実・多様化
- ・ コンテンツ制作に対する資金調達の手段の多様化
  - ・ コンテンツ制作に活用可能な国の支援スキームの充実・活用
- アジアロケーションマーケットの実施
- ・ アジアにおけるロケーション情報の提供と誘致活動を行うロケーションマーケットの実施
  - ・ ロケーション情報の円滑な入手が可能となる仕組みづくり

#### (2) 人材育成・人材交流の推進

コンテンツ制作人材の育成・交流

- ・ 映像，マンガ，ゲーム，音楽等各分野におけるクリエイターレベルの人材育成・人材交流
  - ・ プロデューサーレベルでの人材育成・人材交流
- デジタルコンテンツ技術者の育成・交流
- 知的財産保護専門家の育成・交流
- ・ 知的財産に関する専門知識，遵法精神を備えた実務家養成を視野に入れた育成・交流

#### (3) コンテンツ市場の創出

コンテンツ取引マーケットへの参加

- ・ アジアで開催されるコンテンツ取引マーケットへ積極的に参加
- コンテンツ取引マーケットの連携強化
- ・ 他国マーケットへの作品レベル・人的レベルにおける参加
  - ・ TIFFCOM や他国マーケットへの相互参加
  - ・ アジアコンテンツの共同PR

#### (4) コンテンツ貿易投資環境の整備

市場開放，制度・手続の透明化・円滑化

- ・ WTO，FTA 等の枠組みを活用した市場の相互開放

- ・ 貿易投資に伴う諸手続の簡素化・迅速化
- ・ 制度やルールの透明化  
知的財産保護の強化
- ・ 知財関連法制度の確立，エンフォースメントの厳格な運用等  
貿易保険制度の積極的活用
- ・ ライセンス契約時の知的財産権を対象とする貿易保険制度の積極的な活用

(5) コンテンツ産業に係る情報共有

- 市場統計データの共同整備
- 制度・商慣行・関係機関・専門家等の情報整備

4.2 アニメ等を活用した国際観光交流等の拡大に係る取組み

(1) 取組みの方向

「外国人から見た観光まちづくり懇談会」(第1回：平成18年2月)において，外国人有識者から「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。」との指摘を受け，国土交通省は平成18年度，アニメ等コンテンツを専攻する大学を活用した青少年・国際交流拠点の構築，アニメ館やアニメ通りを擁する地域同士の連携と海外へ向けたPR，アニメを地域振興の核として，その高付加価値化等による国際競争力のある観光地づくり，日本アニメの国際賞の受賞やコンテンツとしての世界的人気の高まりを活用した観光立国(ビジット・ジャパン・キャンペーン)の展開と各地域の観光魅力向上・連携強化を目的とする「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」を実施している。

(2) モデル検討

調査手法として，以下の3つのモデル地域・エリアを設定し，そこでの検討を踏まえ，各地での活用可能なアニメコンテンツと観光との連携強化のための方策や推進体制のあり方を取りまとめることとしている。

東京都

アニメ等コンテンツの流通・集積地にある大学の人材や企業とのネットワークを活用した，新たな国際観光交流ビジネスモデルの検討。

京都市

マンガに関連する大学やミュージアムによる，地域に根ざした青少年交流・国際交流拠点構築のための公開講座・体験講座等の仕組みづくり。

宝塚市・倉敷市・境港市・北栄町

各地域のアニメ等の作家やキャラクター等をテーマにした博物館や地域づくりの取組を広域的に連携し，魅力的な国際観光ルートの構築及びビジット・ジャパン・キャンペーンと連携した世界へのPR。