

コンテンツ・ツーリズムにおける現状と課題： マンガ・アニメコンベンションの比較

On the Current State and Issues of Contents Tourism: A comparative analysis of Comics and Anime Convention

簡 逸威（京都情報大学院大学）

Yiwei Chien (Kyoto College of Graduate Studies for Informatics)

Abstract

Compared with these 3 Comic and Anime Conventions in Japan ,that are AnimeJapan, TMAF and KYOMAF, in event date,traffic convenience and popularity stakes in this paper. And dug out some problems of that. Then remedial measures of that were proposed.

1. はじめに

近年、コンテンツ・ツーリズム（Contents tourism）というマンガ、アニメ、映画などのコンテンツの舞台である土地、建物などが来訪促進のイベント・活動はよく行われている。特に、日本のマンガ・アニメは国内外に高い評価と支持を得るに至っており、「聖地巡礼」¹⁾の動機を醸成する大きな力になっている。例えば、埼玉県久喜市の鷲宮神社は「らき☆すた」が2007年4月から9月まで放映された後、初詣客が大幅に増加している。2007年の初詣客の人数は約12～13万人、08年には約30万人、09年には約42万人、10年には約45万人、11～14年には約47万人に達した²⁾。

「聖地巡礼」はコンテンツ・ツーリズムの手段の一つである。また、「マンガ・アニメコンベンション」という手段も人々の関心を引く。日本全国でマンガ・アニメについてのコンベンションは約29ヶ所ある（表1）。「マンガ・アニメコンベンション」は、基本的には土曜日から日曜日の2日間にかけて開催される³⁾。現在、日本最大級はAnimeJapanである。2018年に総来場者数は15万人を突破した。ただし、最も成功事例は北海道洞爺湖温泉で毎年開催のTOYAKOマンガ・アニメフェスタであると思われる。第1回の2010年に開催した際、総来場者数が約3千人である。その後、総来場者数は毎年増加し、第8回の2017年に総来場者数が6万人に達したが、第1回より約20倍増えた。

表1 日本のマンガ・アニメコンベンション（現行）

地方	マンガ・アニメコンベンション
北海道	・小樽アニメパーティー ・きたまえ↑札幌☆マンガ・アニメフェスティバル ・新千歳空港国際アニメーション映画祭 ・TOYAKOマンガ・アニメフェスタ ・とまこまいコスプレフェスタ
関東	・AnimeJapan（東京都） ・コミックマーケット（東京都） ・吉祥寺アニメワンダーランド（東京都） ・アニメイトガールズフェスティバル（東京都） ・TBSアニメフェスタ（東京都） ・キャラホビC3×HOBBY（千葉県） ・ジャンプフェスタ（千葉県） ・アニメJAM（千葉県） ・アニメ・マンガまつり in 埼玉（埼玉県） ・A&Gオールスター（神奈川県） ・とちてれ★アニメフェスタ！（栃木県）
甲信越	・がたふえす（新潟県）
北陸	・富山こすぶれフェスタ（富山県）
東海	・刈谷アニメcollection（愛知県）
近畿	・京都国際マンガ・アニメフェア（京都府） ・MBSアニメフェス（大阪府） ・KOBEぽっぷカルチャーフェスティバル（兵庫県）
中国	・広島国際アニメーションフェスティバル（広島県）

- | | |
|----|---|
| 四国 | <ul style="list-style-type: none"> キャラ★フェス（香川県） マチ★アソビ（徳島県） ぷち★アソビ（徳島県） まんさい こうちまんがフェスティバル（高知県） |
| 九州 | <ul style="list-style-type: none"> くまフェス（熊本県） りなかる！（鹿児島県） |

出所：筆者作成

そして京都市も「マンガ・アニメコンベンション」に気づき始めた。2012年に第1回の「京都国際マンガ・アニメフェア」が開催された。「京都国際マンガ・アニメフェア」は西日本最大級のマンガ・アニメコンベンションとするが、総来場者数、知名度などが「AnimeJapan」と「TOYAKO マンガ・アニメフェスタ」より低いと考えられている。

これらのことから、本稿では、「京都国際マンガ・アニメフェア」、「AnimeJapan」、及び「TOYAKO マンガ・アニメフェスタ」の文献と新聞・雑誌記事を整理し、比較分析することで、マンガ・アニメコンベンションの現状と課題について解明し、さらに改善方法を提言する。

2. 先行研究

2.1 ツーリズムの定義

ツーリズム（tourism）とは、「観光事業、旅行業、また、観光旅行である⁴⁾」。世界大百科事典内のツーリズムの言及によると、「観光行動と解する場合、狭い意味では、他国、あるいは他地域の風景・風俗・文物などを見たり、体験したりすること、広い意味では、観光旅行とほぼ同義で、楽しみを目的とする旅行一般を指す。観光に対応する英語はツーリズムであるが、厳密に言えば、ツーリズムの概念は観光より広く、目的地での永住や営利を目的とせずに、日常生活圏を一時的に離れる旅行のすべてと、それに関連する事象を指す⁵⁾」。

増淵（2009）は 欧米では経営学を中心に観光学が捉えられているのとは違って、日本では文化人類学や地理学の影響が色濃いといえよう。ただ近年では観光よりもツーリズムという用語を用いることが増えてきた。観光に業務を含む旅行を付加した意味が一般的になってきたところでもあろう。近年はツーリズムという言葉は観光業者のあいだでは特別なものと認識されることも増えてきた。かつての物

見遊山的な観光をサイトシーイングとして昔のものとし、ツーリズムとは体験型観光として位置づける動きが強まっている。そして、ツーリズム自体もその特性によりさまざまな言葉を付加して区別している。環境に配慮したツーリズムをエコツーリズム、自然、とくに山や森などを扱うツーリズムをグリーンツーリズム、海を扱うツーリズムをブルーツーリズムと呼んだり、地域独自のツーリズム名が生まれたりしていると見ることができるだろう。

上述のとおり、ツーリズムは単一学問ではなく、経営学、統計学、歴史学、地理学、文化人類学、天文学、心理学などのあらゆる既存の学問を活用することである。

2.2 コンテンツ・ツーリズムの定義

コンテンツ・ツーリズム（Contents tourism）とは、2005年に国土交通省・経済産業省・文化庁の3省庁が共同でまとめた『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書』で初めて見られた。下記2点のように用語が定義されている。

- ・地域にかかわるコンテンツ（映画、テレビドラマ、小説、まんが、ゲームなど）を活用して、観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズム。
- ・地域に『コンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージ』としての『物語性』『テーマ性』を付加し、その物語性を観光資源として活用すること。

ただし、コンテンツ・ツーリズムは用語のみが新たなものと考えられる。なぜなら、江戸時代から同様の観光行動はあったからである。江戸時代から古くは歌枕⁶⁾、そして『東海道中膝栗毛』⁷⁾、『太平記』⁸⁾などという物語の中での寺社は参拝が始まっているが、それも広義に捉えるとコンテンツ・ツーリズムといえなくもない。

本稿では、コンテンツ・ツーリズムとは、「コンテンツ（マンガ、アニメ、映画など）の舞台を集客にして経済的利益を得る観光行動である。」と定義する。

2.3 コンテンツ・ツーリズムに関する先行研究

『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書』が発表された後、

2007 年度からコンテンツ・ツーリズムの関連研究は続々と発表されている。特に、2013 年度から毎年約 20 本が掲載されている。(図 1)

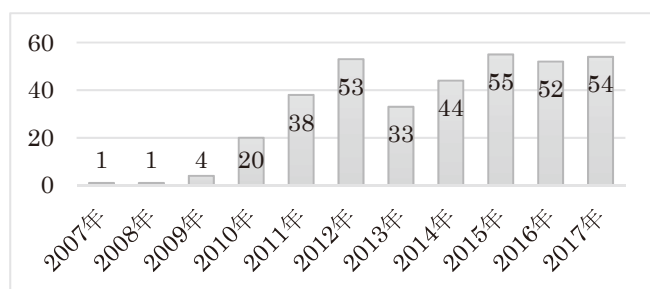


図 1 コンテンツ・ツーリズム関係文献の推移
Google Scholar より筆者作成

コンテンツ・ツーリズムの関連研究の中で、北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チームが数々の論文を発表している。そのチームの代表者である山村（2009）は戦後日本の観光の流れについては時代と特徴を整理すると、(1) 発地主導の観光、(2) 着地主導の観光、(3) 旅人主導の観光の 3 つに分けることができると述べている。筆者はそれをもとに、表 2 を作成した。日本のバブル崩壊による地域振興のために、自治体による観光資源開発も活発に行われた。コンテンツ・ツーリズムは着地主導の観光であると考えられる。

文化資源マネジメント研究チームもう 1 人の代表者、岡本（2012）はコンテンツ・ツーリズム研究枠組みを設定し、そのうちのコンテンツ・ツーリズムを取り上げ、観光社会学の枠組みを検討し、修正を加えることで研究枠組みを構築した。さらに、そ

の中で、コンテンツとツーリストとの関わりを考察し、コンテンツ・ツーリズムにおける旅行者コミュニケーション研究の枠組みを描いた。

岩鼻（2012）はコンテンツ（映画）・ツーリズムの効用と限界についての研究を発表した。その研究結果として、映画のヒット直後は多くの観光客が集まるものの、映画の公開から数年間が過ぎると、観光客を集める効果は大きく薄らぐために、フィルム・コミッションによる継続的なロケ誘致や広域観光圏の形成などの必要があろう。

中村（2015）の考察においても、コンテンツ・ツーリズムの旅行行動では、旅行者のタイプを問わずインターネットの活用は大きな比重を占めている。つまるところ、今日のコンテンツ・ツーリズムは、（たとえ古いコンテンツ作品に基づくものであっても）インターネットの活用なくしては成り立たない様相を呈している。

毛利（2016）は近代観光の時代におけるコンテンツ・ツーリズムの検討事例としてハルビンを採用上げた。ハルビンは、小説『ハルピン夜話』の舞台になった街として知られており、異国情緒あふれるエキゾティシズム、ロシア人ダンサーのエロティシズムといったイメージに基づくテーマ性が観光資源となっていた。ハルビンの絵葉書は視覚情報から街のイメージ形成を補強し、ハルビンの流行歌は聴覚情報から同様に補強した。ハルビンは都市建設から日が浅く、歴史や伝統、自然景勝に恵まれない場所であるため、これらのコンテンツによる魅力の周知は現地訪問への動機形成にとってとりわけ重要な意味を持っていた。

表 2 戦後日本の観光の流れ

	1960 ～ 1970 年代→ 発地主導の観光	1980 ～ 1990 年代→ 着地主導の観光	2000 年代～ 旅人主導の観光
成因	- 高度経済成長 - 交通インフラ	- バブル崩壊 - 地域振興	情報インフラ
主導者・発信者	企業（旅行会社、航空運輸業者など）	地域（観光協会、行政、NPO、住民など）	個人（ブログ、SNS 等、趣味のコミュニティ）
発信内容	発地商品（ツアー内容紹介など）	着地商品（地域特産、地域観光など）	個人の嗜好（温泉、お酒、マンガ・アニメ）
取引	企業→消費者・個人(B to C)	企業と政府機関や自治体→消費者・個人(G to C)	消費者・個人⇄消費者・個人(C to C)
目的	企業利益	地域再生	生き方

山村（2009）より筆者修正

2.4 コンテンツ・ツーリズムの先行研究のまとめ

これらの先行研究を概観すると、コンテンツ・ツーリズムについての研究は「聖地巡礼」が最も多いが、「マンガ・アニメコンベンション」を用いた研究は管見の限りほとんどない。それゆえ、本稿は「マンガ・アニメコンベンション」について紹介するとともに、経営戦略的な観点から整理し、問題点を考察。続いて、問題点の解決方法と将来発展する様々な可能性を思索する。コンテンツ・ツーリズム研究の幅を広げるために貢献出来るものと考ええる。

3. マンガ・アニメコンベンションの概要

3.1 AnimeJapan

2014年より、毎年3月下旬に行われる「AnimeJapan」を紹介して行く。「AnimeJapan」の前身は「東京国際アニメフェア」と「アニメコンテンツエキスポ」、2つのマンガ・アニメコンベンションである。「東京国際アニメフェア」はアニメの振興と発展を目的とし2002年から2013年まで東京都を中心として開催されていた。ただし、2010年に東京都青少年健全育成条例改正案が可決されたことに反対「東京国際アニメフェア」から出版社が一斉ボイコットを表明し、独自に開催を行っていた。それは「アニメコンテンツエキスポ」である。しかしながら3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震（東日本大震災）に伴い、「東京国際アニメフェア」と「アニメコンテンツエキスポ」共に開催中止となった。その後、2012年と2013年には、「東京国際アニメフェア」と「アニメコンテンツエキスポ」は別々に開催された。しかし、2014年からは「東京国際アニメフェア」と「アニメコンテンツエキスポ」を統合する形で「AnimeJapan」として新たに開催されている。

現在、日本最大級のマンガ・アニメコンベンションと認められ、世界最大級イベントの内の1つに「AnimeJapan」がある。2018年に総来場者数15万人超は世界最大規模となった。今後も伸び続けることが期待される代表的なマンガ・アニメコンベンションの例である。

3.2 TOYAKO マンガ・アニメフェスタ

「TOYAKO マンガ・アニメフェスタ」(TOYAKO MANGA-ANIME FESTA, 以下簡稱「TMAF」)を紹介しよう。開催の経緯は「2010年の洞爺湖温泉開湯100年記念事業の一環として洞爺湖町内のレ

ストラン・宿泊施設経営者による漫画・アニメ好きのためのイベントを開く提案をもとに、2回の地元説明会を経て当初一回限りの企画として行われたが多数の要望にこたえる形で以降も年に1回定期的に行われている⁹⁾。その経緯を踏まえ、2010年に「TMAF」は北海道洞但湖町で初めて開催された。その後、毎年6月最終土曜と日曜日に行われている。

「TMAF」のプログラムは、「公式」と「協力」、2つを分ける。まず、「公式」とは、洞爺湖の住民で構成されている実行委員会から主催する、あるいは協催するプログラムである。例えば、TMAFオリジナル劇場や痛車展示やコスプレダンスパーティーなどである。また、「協力」とは、実行委員会以外の個人または団体が実行委員会の許諾を取得して実施するプログラムである。例えば、エーデルワイスカフェやアジアフィルム上映会や天体観測などである。「TMAF」の総来場者数は初年度の約3千人から、2017年度には約6万人となった。それを見ると、「TMAF」はコンテンツ・ツーリズムの成功事例と言われる。

3.3 京都国際マンガ・アニメフェア

「京都国際マンガ・アニメフェア」(Kyoto International Manga Anime Fair, KYOMAF, 以下簡稱「京まふ」)の開催経緯を説明していく。京都市は(1)関西圏企業と首都圏企業を結ぶビジネスマッチングの場の創出、(2)関西で優秀な若手クリエイターのための市場づくりやマンガ・アニメファン、(3)外国人も含めた観光客の新たな層の掘り起こし、(4)海外イベントと連携しコンテンツ産業都市・国際観光都市としての魅力発信という4つの柱がある。関西では数少ないマンガ・アニメコンベンションであり、春先の東京での世界最大規模の「AnimeJapan」、夏・冬のコミックマーケットと重ならない時期を狙い、9月下旬に開催するになった。その上、2012年から毎年9月第3土・日曜日にマンガ・アニメの総合見本市「京まふ」を行っている。会場は京都市勧業館（みやこめっせ）と京都国際マンガミュージアムを中心に、2017年度に81社の企業、57作品が出展した。

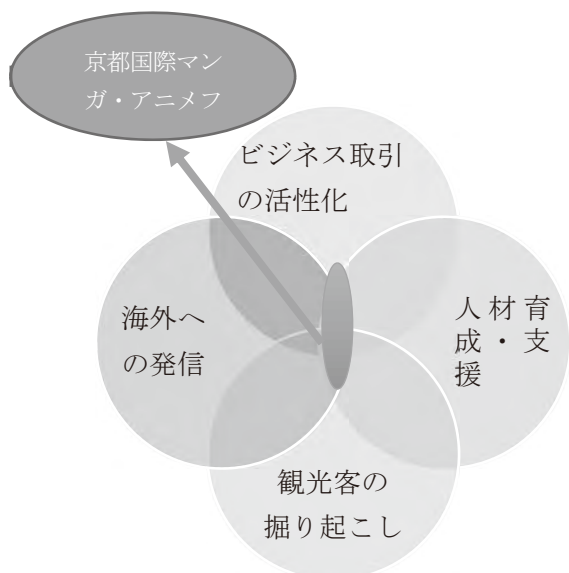


図2 京都国際マンガ・アニメフェアの柱

「京まふ」は出版社や映像メーカーや人気声優などによる最新のマンガ・アニメ作品の宣伝のほか、キャラクター著作権を持つライセンサー企業とそれを活用したい京都企業とを繋ぐ商機の創出を目的に、京都企業が開発したマンガ・アニメ商品の販売や伝統産業の技法を用いたオリジナルグッズの制作体験などを行っている。

「京まふ」の総来場者数は初年度の約2.3万人から、2016年度には約4.3万人を突破したが、2017年度には約1万人が減少して約3.4万人となった。総来場者数を見ると、同種のマンガ・アニメコンベンションとしては、総来場者数の成長率は「AnimeJapan」と「TMAF」より低い、またはマイナス成長（表3、図3、図4）の原因を次の節では明らかにする。

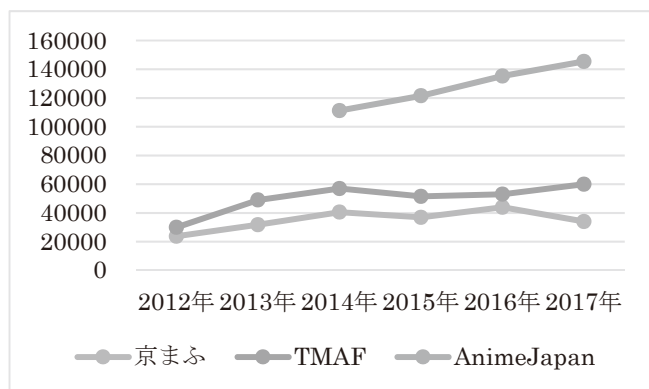


図3 総来場者数の推移

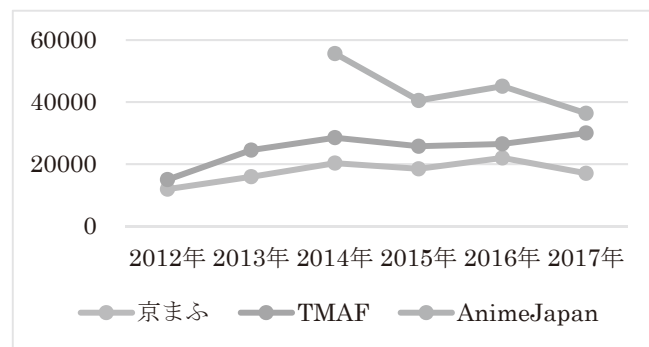


図4 平均入場者数の推移

4. マンガ・アニメコンベンションの比較分析

4.1 開催時期

ここでは開催時期と参加者の関係から説明していく。「AnimeJapan」と「京まふ」の開催時期は毎年3月下旬と毎年9月第3土・日曜日である。その時期は日本の春休みと夏休みなので、10～20代の学生・若年層が集まりやすいと考えられる。また、「京都国際マンガ・アニメフェア」は「AnimeJapan」、「TMAF」などのマンガ・アニメコンベンションと重ならないよう避けて9月第3土・日曜日に開催するようになった。ただし、視点が変わると、外国人観光客を狙う場合、「TMAF」の開催時期は他の2つより良いと思われる。なぜかという、外国では卒業・修了式は6月に行うからである。例えば、台湾の卒業・修了予定者の課程はほぼ5月まで終わるが、卒業旅行を6月に行うことが多い。その上、「TMAF」は、毎年6月最終土曜・日曜日に行って外国人の10～20代の学生・若年層観光客が集まりやすいことが予想されている。

表3 来場者数の推移

イベント 年		AnimeJapan (東京都)	TMAF (北海道洞爺湖温泉)	京まふ (京都市)
2012 年	来場者数		約 30,000 人	約 23,800 人
	前年度比		約 428%	0% (初回)
	開催年月日		6 月 23 日～24 日	9 月 22 日～23 日
	平均入場者数		1 日約 15,000 人	1 日約 11,900 人
	前年度比(平均)		約 428%	0% (初回)
2013 年	来場者数		約 49,000 人	約 31,800 人
	前年度比		約 163%	約 133%
	開催年月日		6 月 22 日～23 日	9 月 7 日～8 日
	平均入場者数		1 日約 24,500 人	1 日約 15,900 人
	前年度比(平均)		約 163%	約 133%
2014 年	来場者数	約 111,252 人	約 57,000 人	約 40,576 人
	前年度比	0% (初回)	約 116%	約 127%
	開催年月日	3 月 23 日～24 日	6 月 21 日～22 日	9 月 20 日～21 日
	平均入場者数	1 日約 55,626 人	1 日約 28,500 人	1 日約 20,288 人
	前年度比(平均)	0% (初回)	約 116%	約 127%
2015 年	来場者数	約 121,540 人	約 51,500 人	約 36,951 人
	前年度比	約 109%	約 90%	約 91%
	開催年月日	3 月 20 日～22 日	6 月 27 日～28 日	9 月 19 日～20 日
	平均入場者数	1 日約 40,513 人	1 日約 25,750 人	1 日約 18,476 人
	前年度比(平均)	約 73%	約 90%	約 91%
2016 年	来場者数	約 135,323 人	約 53,000 人	約 43,936 人
	前年度比	約 111%	約 103%	約 119%
	開催年月日	3 月 25 日～27 日	6 月 25 日～26 日	9 月 17 日～18 日
	平均入場者数	1 日約 45,108 人	1 日約 26,500 人	1 日約 21,968 人
	前年度比(平均)	約 111%	約 103%	約 119%
2017 年	来場者数	約 145,453 人	約 60,000 人	約 34,058 人
	前年度比	約 107%	約 113%	約 78%
	開催年月日	3 月 23 日～26 日	6 月 24 日～25 日	9 月 16 日～17 日
	平均入場者数	1 日約 36,364 人	1 日約 30,000 人	1 日約 17,029 人
	前年度比(平均)	約 81%	約 113%	約 78%

ウィキペディア (AnimeJapan、TOMAF、京まふ) より筆者作成

表4 マンガ・アニメコンベンションの概要

略称	AnimeJapan	TMAF	京まふ (KYOMAF)
開催時期	・毎年3月下旬	・毎年6月最終土曜・日曜日	・毎年9月第3土・日曜日
初回開催	・2014年3月22日・23日	・2010年6月26日・27日	・2012年9月21日-23日
会場	・東京国際展示場	・洞爺湖温泉周辺	・みやこめっせ(京都市勧業館) ・京都国際マンガミュージアム
主催	・AnimeJapan 実行委員会 (2014・2015) ・一般社団法人アニメジャパン (2016・現在)	・TOYAKO マンガ・アニメフェ スタ事業推進委員会 ・洞爺湖温泉観光協会	・京都国際マンガ・アニメフェ ア実行委員会 ・京都市
共催		・洞爺湖町	・KYOTO CMEX 実行委員会 ・京都コンピュータ学院・京都 情報大学院大学
後援 (2018年)	・日本動画協会 ・コミック出版社の会	・洞爺湖町商工会 ・とうや湖温泉旅館組合 ・洞爺湖温泉飲食店組合	・経済産業省
協賛 (2018年)	・ソニー株式会社 × Fate/Grand Order (特別共同 協賛) ・d アニメストア ・ゴジラ・ストア × TOHO animation STORE ・株式会社 SANKYO ・LIVE DAM STADIUM ・フィールズ株式会社		・株式会社伊藤園
出展数 (2018年)	・メインエリア 158 社 ・ビジネスエリア 64 社		・81 社
入場料 (各日・ 当日券)	・中学生以上：2,200 円(税込) ・小学生以下：入場無料	・入場無料	・みやこめっせ(京都市勧業館) ➤ 中学生以上：1,500 円(税込) ➤ 小学生以下：入場無料 (要 保護者同伴) ・京都国際マンガミュージアム ➤ 大人：800 円(税込) ➤ 中高生：300 円(税込) ➤ 小学生：100 円(税込) ・小学生以下：入場無料 (要保 護者同伴)
最寄駅	・ゆりかもめ国際展示場正門駅 ・りんかい線国際展示場駅	・室蘭本線洞爺駅	・京都市営地下鉄 東西線 東山 駅

4.2 交通利便性

イベントを開催する際に、会場の位置・交通利便性は非常に重要であると考えられる。そして、ここでは交通利便性について比較分析しよう。まず、「AnimeJapan」から説明していく。「AnimeJapan」の開催会場は東京国際展示場であり、敷地面積は約26.5万m²、展示面積は約9.5万m²（仮設展示場含む）¹⁰⁾で、現在まで日本最大のコンベンション・センターである¹¹⁾。表5を見ると、交通利便性では、りんかい線とゆりかもめ、2つの鉄道線路で東京国際展示場の周辺に到着できる。最寄りバス停より徒歩で約1分にも着くことができる。また、羽田空港と成田空港の空港バスもあり、国内外の観光客にも非常に便利であると考ええる。

次に、「京まふ」の会場を説明する。みやこめっせ（京都市勧業館）と京都国際マンガミュージアム、2つとも「京まふ」の会場であるが、入場料が別々に払って、出展作品もほぼみやこめっせに行く。その上、本稿ではみやこめっせを中心として分析していく。みやこめっせの敷地面積は約2万m²、展示面積は約9.6千m²であり¹²⁾、東京国際展示場より約10分の1のみである。交通利便性も、東京国際展示場より低い。3つの鉄道でみやこめっせの周辺に到着できるが、最寄り駅より徒歩で約8～16分

にかかる。また、関西空港の空港バスもないので、海外からの観光客に非常に不便であると思われる。

一方、「TMAF」の会場は上述した2つのマンガ・アニメコンベンションとは異なる。洞爺湖温泉周辺は会場となれるので、展示面積が計算できない。また、交通利便性では、最寄り駅より徒歩で約1時間35分にかかるので、バス、タクシー、あるいは車という交通手段を選択しなければならない。そして、そのデメリットを克服するために、札幌市からのTMAF専用バスと無料駐車場を提供する。また、洞爺湖温泉周辺で開催するので、泊まることは他より便利である。

4.3 人気度

人気度に関する調査分析はGoogle Trendsを用いる。Google Trendsとは、キーワードがGoogleでどれだけ検索されているかというトレンドをグラフで見ることができるツールである。特定の国、期間に絞ったグラフを見ることができ、また世界中の都市や国、言語毎にどこでの検索が最も多いのかのランキングも提供される。さらに、コンマで区切るにより複数の単語のグラフを比較することも可能である。

その上、本稿では「AnimeJapan」、「京まふ」、

表5 マンガ・アニメコンベンションの交通利便性

	AnimeJapan 東京国際展示場	京まふ みやこめっせ (京都市勧業館)	TMAF 洞爺湖温泉周辺
最寄り駅より 徒歩の時間	- りんかい線「国際展示場駅」→約7分 - ゆりかもめ「国際展示場正門駅」→約3分	- 地下鉄東西線「東山駅」→約8分 - 京阪電鉄「三条駅」→16分 - 市営地下鉄「三条京阪駅」→約16分	室蘭本線 JR 洞爺駅→約1時間35分
最寄りバス停 より徒歩の時 間	- 都営バス東16系統・都05系統・門19系統「東京ビッグサイト」→約1分 - 空港バス羽田空港「東京ビッグサイト」→約1分 - 空港バス成田空港「東京ベイ有明ワシントンホテル」→約3分 - 京急バス「東京ビッグサイト」→約1分	- 市バス5系統・100系統・110系統・201系統・203系統「岡崎公園 美術館・平安神宮前」→約5分 - 市バス206系統・31系統「東山二条・岡崎公園口」→約3分 - 市バス32系統・46系統「岡崎公園 ロームシアター京都・みやこめっせ前」→約1分	- 道南バス郊外路線「洞爺湖温泉」→約7分 - 道南バス都市間高速「洞爺湖温泉」→約7分 - TMAF専用バス「洞爺湖文化センター」→約1分
無料駐車場	なし	なし	あり

及び「TMAF」、3つのマンガ・アニメコンベンションは、キーワードとして日本語と英語と中国語でGoogle Trendsで検索し、国内外の人気度の動向¹³⁾と地域別のインタレスト¹⁴⁾を確認する。

最初に、「AnimeJapan」を検索した結果を説明していく。「AnimeJapan」は英語のみで表示しているので、「AnimeJapan」のみを検索した。結果を見ると、2014年から開催された後、毎年3月の際、人気度は75以上がある(図3)。また、地域別のインタレストでの「AnimeJapan」は世界各国で検索された記録があるので、海外で人気度もあることが分かった。特に、アジアでの検索された記録が多い(図4と表6)。その上、「AnimeJapan」は世界級マンガ・アニメコンベンションになり、国内外観光客の視線を集めることができると判断される。

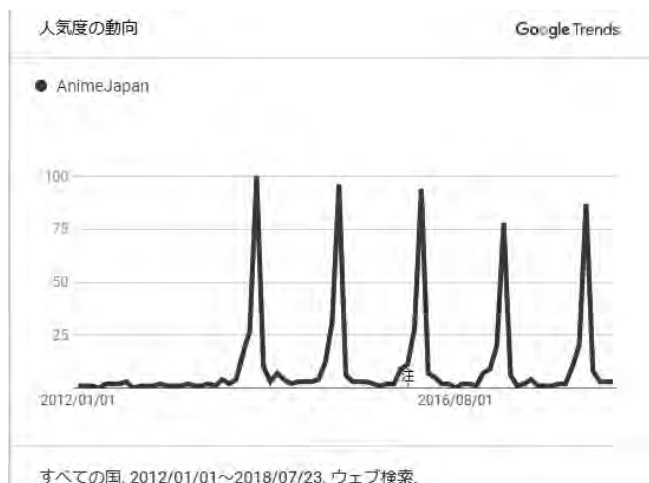


図3 人気度の動向 (AnimeJapan)



図4 地域別のインタレスト (AnimeJapan)

表6 地域別のインタレスト (AnimeJapan)

順位	地域別	人気度
1	日本	100
2	台湾	11
3	韓国	7
4	香港	6
5	ロシア	5
6	インドネシア	4
7	シンガポール	3
8	オーストラリア	1
9	カナダ	1
10	アメリカ	1
11	フランス	1
12	ドイツ	1

Google Trends の検索結果より筆者作成

次に、「京まふ」を検索した結果について解説したい。「京まふ」は「京都国際マンガ・アニメフェア」、 「Kyoto International Manga Anime Fair」、及び「京都国際動漫展」、3つの言語で調べたところ、中国語のキーワードに対する十分なデータがなかったため、表示できなかった。

日本語の結果を見ると、2012年9月の人気度は最高であるが、その後、急激に減少していく(図5と図6)。その上、「京まふ」は日本のインターネットで人々の関心と呼ぶ話題ではなくなっていると思われる。

一方、英語の結果を見ると、2017年3月の人気度が最高となる。また、2016年8月と2018年6月の人気度も約50がある(図7)。上述したとおり、海外の観光客にとって、事前準備が必要なので、1~2ヶ月前にインターネットで「京まふ」に関する資料を検索することが推断できる。残念ながら、地域別のインタレストでのデータは不十分なので、地域別を分析できなかった。

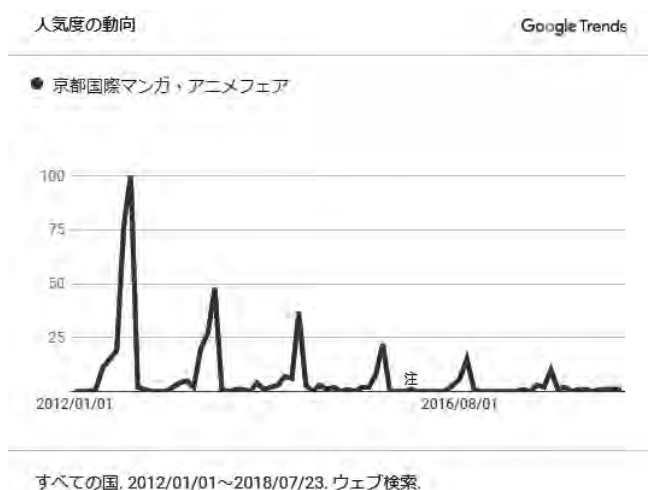


図5 人気度の動向（京まふ）



図6 地域別のインタレスト（京まふ）

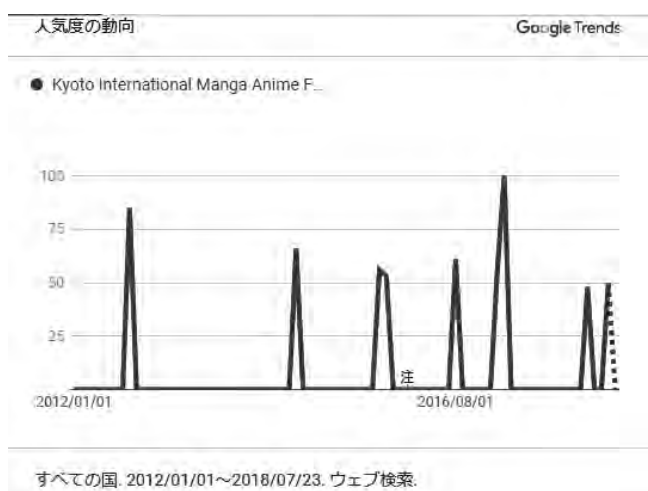


図7 人気度の動向（京まふ、英語）

最後に、「TMAF」の結果を中心に説明する。「TMAF」は「TOYAKO マンガ・アニメフェスタ」, 「TOYAKO MANGA-ANIME FESTA」, 及び「洞

谷湖动漫节」, 3つの言語で調べたところ, 英語と中国語のキーワードに対する十分なデータがなかったため, 表示できなかった。

毎年の開催月（6月）の際には, 人気度が強いが, 徐々に減少していく（図8と図9）。ただし, 他の2つのマンガ・アニメコンベンションは異なるところがあるが, ほぼ毎月に検索された記録がある。その上, 「TMAF」は日本のインターネットで人々の関心と呼ぶ話題であると推論される。

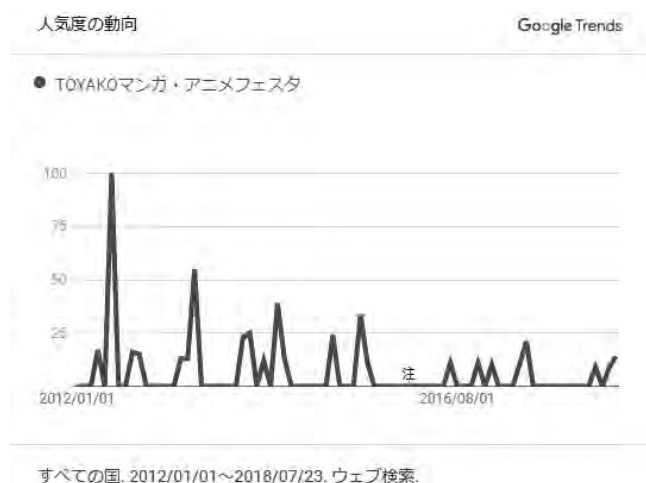


図8 人気度の動向（TMAF）



図9 地域別のインタレスト（TMAF）

4-4 小結

ここまでは, 開催時期, 交通利便性, 及び人気度などを比較し, 分析した。そして, 各マンガ・アニメコンベンションの優位性については, 表7を作成した。

表7 各マンガ・アニメコンベンションの優位性

	AnimeJapan	京まふ	TMAF
開催時期			
(国内観光客)	◎	◎	○
(海外観光客)	○	○	◎
交通利便性	◎	○	△
人気度	◎	△	○
入場料	○	△	◎

* 優位性の指標：強い◎、普通○、弱い△

表7を見ると、「AnimeJapan」はほぼ完璧なマンガ・アニメコンベンションであると思われる。ただし、海外観光客を狙う場合、開催時期を考えなければならない。また、入場料については、海外からの観光客¹⁵⁾に割引を提供することが望まれる。そうすれば2つのメリットがある。第一に、海外観光客の視線を集めることができる。第二に、海外観光客に関するデータが取得でき、プロモーション戦略を策定しやすい。ビッグデータにも役立てる可能性がある。

「京まふ」では、様々な不足点があることが明らかになった。まず、人気度は最も重要な問題となっている。特に、外国人は「京まふ」をあまり知らない。それゆえに、本稿は2つの改善方法を提案してみる。第一に、外国人に覚えやすい英語の名称・通称をつけると考える。例えば、「KyotoAnime」は外国人に覚えやすい。第二に、留学生の力を活用し、自国に「京まふ」を宣伝する。「京まふ」の共催団体は「AnimeJapan」と「TMAF」が異なる点がある。それは学校団体があることである。京都コンピュータ学院と京都情報大学院大学は「京まふ」に共催している。例えば、京都情報大学院大学は京都府内の大学留学生人数ランキング第4位となった(表8)。しかも、出身国はアジア、中南米、アフリカ、及び北米などがある。そして、もし京都情報大学院大学が留学生の力を活用して自国においては「京まふ」の人気度を高めようとしたら、コンテンツプロモーションの関連科目を開講してアニメコンベンションの推進戦略に関する専門的な指導は不可欠である。

表8 京都府留学生人数ランキングTOP5 (2017年)

大学名	留学生人数	構成比
立命館大学	2,141	25.2%
京都大学	2,134	25.1%
同志社大学	1,358	16.0%
京都情報大学院大学	531	6.2%
龍谷大学	421	5.0%

京都府知事直轄組織国際課より筆者作成

また、入場料と交通利便性は不足点もある。「京まふ」の会場は2つに分けられているが、シャトルバスで連結することがないので、参加者に不便を強いる状況が散見される。当日券は2つの会場をまとめて2,300円であり、他の2つのコンベンションと比べて一番高い。これについては、本稿においては1つの改善方法を提案したい。みやこめっせと京都国際マンガミュージアム、2点に移動するのは京都市市バスで最便利である。そして、おトクな「京まふ」市バス1日券、あるいは2日券を発行することを検討されねばならないだろう。例えば、市バス1日券600円+2つの会場の当日券2,300円が2,900円となるが、おトクな「京まふ」市バス1日券は2,500円、または2日券は5,000円で販売して人気を博すことができると考える。そうすれば、入場料が高いことと交通不便の問題が解決でき、さらに宣伝することもでき、それは一石三鳥の効果が期待できる。

「TMAF」では、最も重要な問題は交通不便である。だが、洞爺湖温泉周辺において開催され、ホテル・旅館が多い、かつ無料駐車場とシャトルバス(札幌駅⇔TMAF会場)を提供するので、交通不便という問題が少し解決された。本稿では、交通不便に1つ提案する。それは、新千歳空港のシャトルバス(新千歳空港⇔TMAF会場)を増加するという戦略である。表9に示したとおり、新千歳空港の乗降客数は日本の空港で第5位となり、北海道の空の玄関口となっている。それゆえに、新千歳空港のシャトルバスを運行すれば、「TMAF」の交通利便性が高くなり、宣伝に役立てればよいという考え方である。もちろん、第3位の関西国際空港は「京まふ」のシャトルバスを運行したら、同様な効果もあると考える。

表9 全国空港乗降客数一覧 TOP5 (2017 年度)

順位	空港名	乗降客数
1	東京国際空港 (羽田)	国内線 68,367,662
		国際線 16,895,012
		合計 85,262,674
2	成田国際空港	国内線 7,540,249
		国際線 31,091,309
		合計 38,631,558
3	関西国際空港	国内線 6,848,636
		国際線 21,036,154
		合計 27,884,790
4	福岡空港	国内線 17,629,158
		国際線 6,167,691
		合計 23,796,849
5	新千歳空港	国内線 19,428,246
		国際線 3,290,366
		合計 22,718,612

国土交通省東京航空局, 大阪航空局より筆者作成

5. 終わりに

日本は、「クール・ジャパン」政策に見られるように、「ポップカルチャー」の魅力があることが分かった。本稿においては、特に、「マンガ・アニメコンベンション」に注目している。ここまで、「AnimeJapan」, 「京まふ」, 「TMAF」を比較し、デメリットを捉え、さらに改善方法について述べてきた。

本稿は、Google Trends¹⁶⁾ 以外の検索数の統計ツールを用いることといった研究課題が残るし、専門家等への追加ヒアリングや他国の事例調査・比較検討を行うことによって、提起した試案の更なる可視化や有効性をより高めていくといった研究課題も残るが、本稿によって、コンテンツ・ツーリズムの関連産業の決定者に「マンガ・アニメコンベンション」のポイントの意義を理解させ、将来発展する様々な可能性の思索を可能とし、観光客を呼び込むことに発展する助けの一つとなることを望む。

注

- [1] 聖地巡礼：漫画・アニメなどの熱心なファン（愛好家）心理から、自身の好きな著作物などに縁のある土地を「聖地」と呼び実際に訪れること。フィルムツーリズムやコンテンツ・ツーリズムの一種。（ウィキペディア, 2018 年 6 月 20 日最終確認）

- [2] 鷲宮神社：初詣客 4 年連続 47 万人で“巡礼”定着（まんたんウェブ, 2018 年 6 月 20 日最終確認）
- [3] 金曜日にはほぼビジネスデイである。
- [4] デジタル大辞泉。（2018 年 6 月 26 日最終確認）
- [5] コトバンク。（2018 年 6 月 26 日最終確認）
- [6] 和歌に引用される地名のこと。大和朝廷以来親しまれてきた大和・山城の地名のほか、とくに崇敬される神仏にゆかりの場所、歴史的な事件のあった場所、語呂合わせにより連想を誘う場所などがある。
- [7] 「弥次喜多」で有名な十返舎一九の滑稽本である。江戸時代の東海道旅行の実状を記録する、貴重な資料でもある。
- [8] 作者と成立時期は不詳である。南北朝時代を描いた軍記物、中世から物語僧の「太平記読み」によって語られ、初等学問におけるテキストの役割や江戸時代には講談で語られる物語のひとつとなる。
- [9] 市村雅代 (2013 年 12 月 11 日) “まんがやアニメのファンが楽しめるイベントを目指して”。ひらがなタイムズ。（2018 年 7 月 2 日最終確認）
- [10] ウィキペディア：東京国際展示場（2018 年 7 月 2 日最終確認）
- [11] 2020 年東京オリンピックまでには総展示面積を 10 万 m² 規模に増築する計画が進められている。
- [12] 寺澤勉, 齋藤剛, & 高木豊. (1999). 日本の代表的な展示会会場の現状分析：展示会計画に関する研究 (2). デザイン学研究, 46(1), pp11-18.
- [13] 数値は、特定の地域と期間について、グラフ上の最高値を基準として検索インタレストを相対的に表したものである。100 の場合はそのキーワードの人気度が最も高いことを示し、50 の場合は人気度が半分であることを示す。0 の場合はそのキーワードに対する十分なデータがなかったことを示す。
- [14] 指定した期間において、該当のキーワードの人気度がどの地域で最も高かったかを表示する。人気度の値は 0 ~ 100 である。100 の場合はその地域ですべてのキーワードと比較してそのキーワードの人気度が最も高いことを示し、50 の場合はその地域でそのキーワードの人気度が半分であることを示す。0 の場合は、その地域で該当のキーワードに対する十分なデータがなかったことを示す。
- [15] 短期滞在ビザを持っている海外から観光客のみが、パスポートを提示することが必要である。中長期滞在ビザ、または在留カードの提示では割引不可である。
- [16] 中国において Google が規制されているので、中国の検索数データがないである。

参考文献

- 岩鼻通明 (2012) 「スクリーンツーリズムの効用と限界－「スウィングガールズ」と「おくりびと」を事例に－」『季刊地理学』 63, pp227-230
- 岡本健. (2012). 「コンテンツツーリズム研究の枠組みと可能性」『CATS 叢書』 7, pp11-40
- 国土交通省, 経済産業省, & 文化庁. (2005) 『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書』 国土交通省・経済産業省・文化庁

- 寺澤勉, 齋藤剛, & 高木豊. (1999)「日本の代表的な展示会
会場の現状分析：展示会計画に関する研究 (2).」『デザ
イン学研究』46(1), pp11-18
- 中村忠司. (2015)「コンテンツツーリズムの旅行者行動と地
域振興についての考察：消費者定量調査からの分析」『コ
ンテンツツーリズム学会論文集』2, pp2-12
- 増淵敏之 (2009)「コンテンツツーリズムとその現状」『地域
イノベーション』1, pp33-40
- 毛利康秀. (2016)「近代観光の発達におけるコンテンツツー
リズムの萌芽に関する研究」『コンテンツツーリズム学
会論文集』3, pp12-22
- 山村高淑 (2009)「観光革命と 21 世紀：アニメ聖地巡礼型ま
ちづくりに見るツーリズムの現代的意義と可能性」
『CATS 叢書』1, pp.3-28

AnimeJapan (<https://ja.wikipedia.org/wiki/AnimeJapan>)

TOMAF (<https://ja.wikipedia.org/wiki/TOYAKO%E3%83%9E%E3%83%B3%E3%82%AC%E3%83%BB%E3%82%A2%E3%83%8B%E3%83%A1%E3%83%95%E3%82%A7%E3%82%B9%E3%82%BF>)

京まふ

(<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E4%BA%AC%E9%83%BD%E5%9B%BD%E9%9A%9B%E3%83%9E%E3%83%B3%E3%82%AC%E3%83%BB%E3%82%A2%E3%83%8B%E3%83%A1%E3%83%95%E3%82%A7%E3%82%A2>)

◆著者紹介

簡 逸威 Chien YiWei

京都情報大学院大学講師。

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科博士後期課程
修了, メディアデザイン博士。

日本マーケティング学会, 文化経済学会, 社会情報学会,
ビジネスモデル学会会員。