平成28年度コンテンツ産業強化対策支援事業
（コ・フェスタにおけるネットワーク構築事業）
報告書



CoFesta

2016

平成29年3月

特定非営利活動法人映像産業振興機構

CoFesta 2016

目　次

1　基本情報
- i　はじめに（委員長挨拶）……2
- ii　事業概要（事業目的・実施体制・運営組織）……3
- iii　イベント開催概要一覧……5

2　会議及び広報制作物
- i　実行委員会……6
- ii　ジャパンコンテンツ総合会議……7
- iii　コ・フェスタ 2016 プロジェクト概要 記者発表会＆イベント説明会……9
- iv　プロモーション　広報制作物……10

3　調査
- i　日本コンテンツに関するニーズ調査……11
- ii　情報サイト調査……17
- iii　調査の総括……22

4　来場促進
- i　コ・フェスタ イベントガイドマップ制作と掲出……23
- ii　インフォメーションデスクの設置……31
- iii　コ・フェスタ 2016 プロジェクト概要 記者発表＆イベント説明会……31
- iv　はとバスでのプロモーション……31
- v　来場促進の総括……31

5　情報発信
- i　公式 WEB……32
- ii　JAPACON……32
- iii　海外の情報サイトへの発信……33
- iv　動画制作・配信……34
- v　情報発信の総括……34

6　連携
- i　コ・フェスタイベント間の連携促進……35
- ii　海外イベントとの連携……35
- iii　地方イベントとの連携……35
- iv　百人委員会……36
- v　連携の総括……37

7　イベント報告
- i　コアイベント……38
- ii　オフィシャルイベント……49
- iii　パートナーイベント……67
- iv　実行委員長・副委員長による イベント開会式来賓出席と挨拶……87

8　アンバサダー……88
- i　コ・フェスタアンバサダー施策について……89
- ii　コ・フェスタイベント支援……91
- iii　海外発信施策……125
- iv　海外マーケット調査……126
- v　企業訪問……130
- vi　外部省庁・企業・団体への協力……134
- vii　メディア掲載……137

9　JAPACON
- i　今年度の実施概要……138
- ii　プロモーション結果……140

10 コ・フェスタ 10 年間の経済的成果……147

・氏名は敬称略を基本とします。
・株式会社、社団法人、財団法人、独立行政法人は、それぞれ㈱、㈳、㈶、㈱と略すことを基本とします。
・一般社団法人、公益社団法人、一般財団法人、公益財団法人、特定非営利活動法人は、それぞれ（一社）、（公社）、（一財）、（公財）、（特非）と略すことを基本とします。

1　基本情報

1- i　はじめに



コ・フェスタ実施報告書発行にあたり

コ・フェスタ2016実行委員長　大谷　信義

皆様方におかれましては、「コ・フェスタ2016」の開催に際しまして、多大なるご支援、ご協力を賜りましたこと、厚く御礼申し上げます。

2016年は日本コンテンツの大変印象的な年となりました。“VR元年”としてイベントや見本市ではVRコーナーが常に設けられておりました。リオオリンピック閉会式では日本生まれのキャラクター達が多数登場、世界に強烈な印象を与えました。「ポケモンGO」では世界中で様々な場所にポケモン達を探しに行く社会現象が起きました。アニメ映画『君の名は。』が国内だけではなく海外でも大ヒットを記録、感動は世界中に広がりました。そして、毎年増加する訪日外国人客数が、遂に2400万人を突破しました。

さて、コ･フェスタは、そのような日本が世界に誇るゲーム、アニメ、マンガ、キャラクター、放送、音楽、映画といったコンテンツ産業およびファッション、デザイン等コンテンツと親和性の高い産業に関わる各種イベントを効果的に海外に発信するための、海外発信力強化支援プロジェクトです。2007年から開催されて10年目を迎えた2016年度は、32のコ・フェスタ認定イベントへ、それぞれ国内外より広く多くの方にご来場いただくとともに、業界の垣根を越えた交流やビジネス展開を促進いたしました。

2016年度は、さらなる海外発信力強化のために、日本を代表する101社の企業様に「コ・フェスタ百人委員会」として応援いただきました。2016年9月5日に経団連（産業競争力強化委員会エンターテインメント・コンテンツ産業部会）主催のもと、東京･大手町の経団連会館で「ジャパンコンテンツ総合会議」が開催され、冒頭、菅義偉内閣官房長官よりコンテンツ政策推進に向けた政府の取り組みについてお話しいただき、コ・フェスタをはじめ日本コンテンツ活用事業の重要性を産業界に向けて大きくアピールできました。

また、各イベントの効果的な情報発信を行うため、「JAPACON」と連携して日本コンテンツ作品に係る様々な情報を集約し、良質なコンテンツを海外のバイヤーや日本コンテンツファンに対してプロモーションいたしました。

さらに、コ・フェスタの取り組みをより多くの海外ユーザーに認知してもらうべく、本年度も「コ・フェスタアンバサダー」を結成し、日本のコンテンツファンである世界41の国と地域より留学生200名が集まりました。積極的に各イベントを取材し、日本コンテンツに直に触れる活動を増やしたうえで、日本コンテンツ関係者やバイヤーとの意見交換を行い、各イベントの広報活動やコンテンツ産業への提言等を行うなど、海外消費者の目線で情報の精査や発信力の向上に貢献いたしました。

ここに、関係各位のご協力のもと、コ・フェスタ2016の実施報告書がまとまりましたので、ご一読いただければ幸いです。今年の成果を踏まえ、この10年間のコ・フェスタで培ったコンテンツ業界としての一体感と海外への発信力を一段と高めるべく、次の諸準備を進めてまいりたいと考えております。

最後になりましたが、コ･フェスタ2016にご参加いただきましたコアイベント、オフィシャルイベント、パートナーイベントの主催者・後援者、また百人委員会各企業様および関係者の皆様方の多大なるご協力に重ねて御礼申し上げます。

大谷 信義

1-ii　事業概要

■事業目的

我が国の映画、音楽、アニメ等を含むコンテンツ産業は、アジアをはじめとする海外で高い人気を博していることから、コンテンツ産業の強化は、他産業である製造業・観光業及びサービス業への経済波及効果をもたらし、また、海外の日本に対する関心を高めるためにも重要な取組みである。そのため、2007年よりコ・フェスタ（JAPAN国際コンテンツフェスティバル）を実施し、コンテンツ産業の国際競争力強化につとめてきた。

我が国コンテンツ産業はこれまで内需を中心にその発展を遂げてきたが、景気の低迷やそれに伴う国内購買力の減少、さらにはインターネットなどの新たなメディアの台頭により、これまでの環境が大きく変化し、新たなビジネスモデルの構築を迫られているのが現状である。

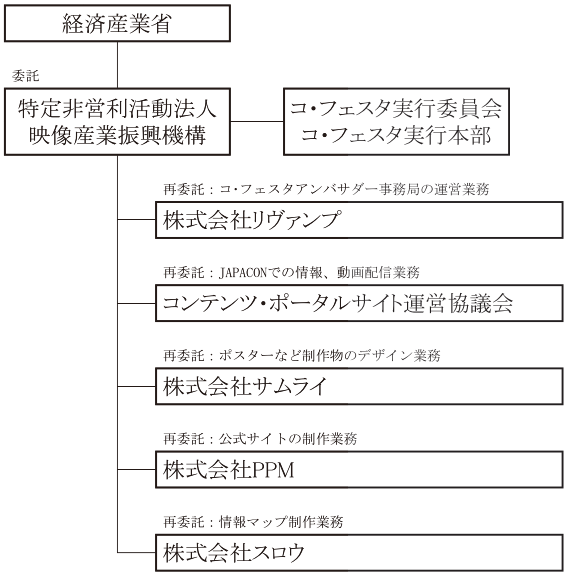
我が国コンテンツ産業のさらなる成長のためには、内需を中心とした従来の産業形態から、海外収益をこれまで以上に獲得できるビジネスモデルへの転換が急務であり、コンテンツ産業全体として海外展開を積極的に行っていくことが必要である。

本事業は、コ・フェスタを実施するにあたり、ソーシャル・メディア等の活用による情報発信のみならず、我が国コンテンツに対する海外のニーズを取り入れ、活用することで、我が国コンテンツの海外展開を積極的にサポートするものである。

同時に、コ・フェスタを形成する各イベントの連携を促進し、ジャンルを超えた人的交流、分野横断的なビジネス展開、海外ビジネスとのマッチング支援を行う。

■実施体制

本事業は特定非営利活動法人映像産業振興機構（VIPO）が経済産業省から受託した事業である。特定非営利活動法人映像産業振興機構がコ・フェスタ実行委員会、コ・フェスタ実行本部を設置し、本事業の検討と運営を行なった。



●コ・フェスタとは

コ・フェスタ（JAPAN国際コンテンツフェスティバル）とは、日本が誇るゲーム、アニメ、マンガ、キャラクター、放送、音楽、映画といったコンテンツ産業およびファッション、デザイン等コンテンツと親和性の高い産業に関わる各種イベントを効果的に海外に発信するための、海外発信力強化支援プロジェクトです。

名　称：コ・フェスタ（JAPAN国際コンテンツフェスティバル）2016
主　催：コ・フェスタ（JAPAN国際コンテンツフェスティバル）実行委員会
開催場所：日本各地および海外
2016年参加イベント：国内外32イベント
2016年総来場者数：233万人

●取組内容

・国内外での日本コンテンツに関する「調査」、コ・フェスタ参加イベントへの「来場促進」、オフィシャルサイト運営の他、世界41の国と地域からの留学生200名を組織化したコ・フェスタ アンバサダーや英語での日本コンテンツ情報サイト“JAPACON”を通じた「情報発信」、海外や地方でのイベントを含めた「イベント連携」の4つの柱を中心に、日本コンテンツの海外発信力強化を支援。
・さらに、海外で開催されている日本のカルチャーイベントを3つ、海外パートナーイベントとして迎え入れ、国際ビジネスの展開をより一層促進。
・留学生アンバサダーの声を活用した「マーケティング」、SNS等を通じた「プロモーション」、幅広い国々との「ビジネスマッチング」といった一連の海外展開プロセスを総合的に支援。
・コンテンツ産業と非コンテンツ産業の橋渡し役として、イベント間の連携を強化するとともに、留学生アンバサダーを活用し、日本コンテンツや各種イベントの効果的な情報発信に努めた。

■運営組織

●実行委員会　コンテンツ系各業界および関係省庁、関係団体からの委員で構成する。
●実行本部　実行委員会の方針のもとに、事業の運営、統括を実施する。

コ・フェスタ2016 実行委員会 委員一覧

2016年8月10日現在（敬称略）



副委員長　依田 巽



副委員長　迫本 淳一



副委員長　重延 浩



副委員長　松谷 孝征

【委員長】

大谷　信義	おおたに のぶよし	一般社団法人 映画産業団体連合会 会長 （松竹株式会社 代表取締役会長）

【副委員長】

依田　巽	よだ たつみ	一般社団法人 日本経済団体連合会 幹事・産業競争力強化委員会 エンターテインメント・コンテンツ産業部会長 （ギャガ株式会社 代表取締役会長CEO）
迫本　淳一	さこもと じゅんいち	公益財団法人 ユニジャパン 理事長 （松竹株式会社 代表取締役社長）
重延　浩	しげのぶ ゆたか	株式会社テレビマンユニオン 会長 ゼネラルディレクター 取締役
松谷　孝征	まつたに たかゆき	特定非営利活動法人 映像産業振興機構 理事長 （株式会社手塚プロダクション 代表取締役社長）

【委員】

赤星　康	あかほし やすし	独立行政法人 日本貿易振興機構（ジェトロ）副理事長
市原　健介	いちはら けんすけ	一般財団法人 デジタルコンテンツ協会 専務理事
井上伸一郎	いのうえ しんいちろう	株式会社KADOKAWA 代表取締役専務執行役員
井上　弘	いのうえ ひろし	一般社団法人 日本民間放送連盟 会長 （株式会社TBSテレビ 取締役名誉会長）
岡田　裕介	おかだ ゆうすけ	一般社団法人 日本映画製作者連盟 会長 （東映株式会社 代表取締役グループ会長）
岡村　秀樹	おかむら ひでき	一般社団法人 コンピュータエンターテインメント協会 会長 （株式会社セガゲームス 代表取締役会長）
斉藤　正明	さいとう まさあき	一般社団法人 日本レコード協会 会長 （株式会社JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント 代表取締役社長）
椎名　保	しいな やすし	公益財団法人 ユニジャパン 副理事長 東京国際映画祭 ディレクター・ジェネラル （株式会社KADOKAWA 特別顧問）
野間　省伸	のま よしのぶ	株式会社講談社 代表取締役社長
三宅　正彦	みやけ まさひこ	一般社団法人 日本ファッション・ウィーク推進機構 理事長 （株式会社TSIホールディングス 代表取締役会長）
籾井　勝人	もみい かつと	日本放送協会 会長
矢内　廣	やない ひろし	ぴあ株式会社 代表取締役社長
和崎　信哉	わざき のぶや	一般社団法人 衛星放送協会 会長 （株式会社 WOWOW 代表取締役会長）

（以上、50音順）

増田　義一	ますだ よしかず	内閣府 知的財産戦略推進事務局 次長
吉田　眞人	よしだ まひと	総務省 官房審議官（情報流通行政局担当）
下川眞樹太	しもかわ まきた	外務省 大臣官房（外務報道官・広報文化組織）/国際文化交流審議官
内丸　幸喜	うちまる こうき	文化庁 文化部長
竹内　芳明	たけうち よしあき	経済産業省 大臣官房審議官（IT戦略担当）
加藤　庸之	かとう つねゆき	国土交通省観光庁 観光地域振興部長
坂本　雅彦	さかもと まさひこ	東京都産業労働局 観光部長

【監事】

倉内　均	くらうち ひとし	一般社団法人 全日本テレビ番組製作社連盟 理事長 （株式会社アマゾンラテルナ 代表取締役会長）
武田　信二	たけだ しんじ	一般社団法人 日本映画テレビ技術協会 会長 （株式会社TBSテレビ 代表取締役社長）

1-iii　イベント開催概要一覧

		イベント名	開催期間	主な開催場所
コアイベント	1	東京ゲームショウ2016	9/15（木）～18（日）	幕張メッセ
	2	Japan Content Showcase 2016	10/24（月）～27（木）	台場：グランドニッコー東京 台場　シネマメデイァージュなど 渋谷：渋谷エクセルホテル東急　TSUTAYA O-EASTなど
		第13回東京国際ミュージックマーケット（TIMM）	10/24（月）～26（水）	渋谷エクセルホテル東急 TSUTAYA O-EAST
		TIFFCOM2016 Marketplace for Film&TV in Asia	10/25（火）～27（木）	グランドニッコー東京 台場
		東京国際アニメ祭2016秋（TIAF）	10/25（火）～27（木）	グランドニッコー東京 台場
	3	第29回東京国際映画祭	10/25（火）～11/3（木・祝）	六本木ヒルズ（港区）他都内の各劇場及び施設・ホール
	4	AnimeJapan 2017	2017/3/23（木）～26（日）	東京ビッグサイト
オフィシャルイベント	1	KYOTO CMEX 2016	7/9（土）～12/3（土）	みやこめっせ、京都国際マンガミュージアム、京都商工会議所、京都文化博物館、東映京都撮影所、松竹撮影所、東映太秦映画村など
	2	CEATEC JAPAN 2016	10/4（火）～7（金）	幕張メッセ
	3	第20回文化庁メディア芸術祭（文化庁 メディア芸術祭20周年企画展―変える力）	10/15（土）～11/6（日）	アーツ千代田3331、NTTインターコミュニケーション・センター（ICC）、UDX THEATER、国立新美術館ほか
	4	Amazon Fashion Week TOKYO 2017 S/S	10/17（月）～23（日）	渋谷ヒカリエ、表参道ヒルズ
	5	第7回ロボット大賞	10/19（水）～21（金）	東京ビッグサイト
	6	第43回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール	10/26（水）～11/2（水）	NHK放送センター
	7	TOKYO DESIGN WEEK 2016	10/26（水）～31（月）・ 11/2（水）～7（月）	明治神宮外苑絵画館前
	8	デジタルコンテンツEXPO 2016	10/27（木）～30（日）	日本科学未来館
	9	国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016	11/7（月）・8（火）	EX THEATER ROPPONGI
	10	Tokyo Docs 2016	11/7（月）～10（木）	JA共済ビル　カンファレンスホール
	11	Inter BEE 2016	11/16（水）～18（金）	幕張メッセ
	12	マンガフェスティバル in マレーシア	11/18（金）～23（水）	クアラルンプール
パートナーイベント	1	第32回ATP賞テレビグランプリ	7/8（金）	六本木ヒルズ　ハリウッドホール
	2	SKIPシティ国際Dシネマ映画祭2016	7/16（土）～24（日）	埼玉県川口市SKIPシティ映像ホール/多目的ホール 彩の国さいたま芸術劇場　こうのすシネマ
	3	第41回湯布院映画祭	8/24（水）～28（日）	由布市湯布院町湯布院公民館
	4	第38回PFFぴあフィルムフェスティバル	9/10（土）～2017/4/30（日）	東京国立近代美術館フィルムセンター、京都シネマ、神戸アートビレッジセンター、愛知芸術文化センター、福岡市総合図書館
	5	京都国際マンガ・アニメフェア2016	9/17（土）・18（日）	みやこめっせ、京都国際マンガミュージアム、ロームシアター京都
	6	2016年 きものサローネ in 日本橋	9/17（土）～19（月）・ 10/28（金）～30（日）	YUITO日本橋室町野村ビル、日本橋三井ホール COREDO室町1
	7	吉祥寺アニメワンダーランド2016	10/1（土）～23（日）	吉祥寺駅周辺（吉祥寺シアター・井の頭公園ステージ・ 武蔵野商工会館・武蔵野公会堂ほか）
	8	MPTE AWARDS 2016 第69回表彰式	10/27（木）	六本木アカデミーヒルズ49　オーディトリアム
	9	第8回京都ヒストリカ国際映画祭	11/2（水）～13（日）	京都文化博物館、京都みなみ会館
	10	マジカル福島2016	11/3（木・祝）～6（日）	郡山市・いわき市・須賀川市・白河市・伊達市・田村市・三春町・小野町
	11	第7回 映文連 国際短編映像祭 「映文連アワード2016」	11/21（月）～25（金）	国立新美術館、イマジカ東京映像センター、ユーロライブ
	12	JVA Festa 2016	11/23（水・祝）～27（日）	調布市文化会館たづくり
	13	第10回アジア国際子ども映画祭	11/26（土）	北海道北見市民会館
海外パートナーイベント	1	Anime Expo2016	7/1（金）～4（月）	アメリカ　ロサンゼルス・コンベンション・センター
	2	J-POP SUMMIT 2016	7/22（金）～24（日）	アメリカ　サンフランシスコ　フォートメイソンセンター、 リージェンシーボールルーム、ニューピープルシネマ
	3	2016年 Comic Exhibition　台湾漫画博覧会	8/11（木）～16（火）	台湾　台北世界貿易センター一号館

（開催時期順）

2　会議及び広報制作物

2- i　実行委員会





■コ・フェスタ実行委員会

コ・フェスタの最高意思決定機関として、上申された事項を審議、決議。コ・フェスタ各イベントの実施および広報活動ならびに各業界イベントとの協力体制の確認と強化を行なった。コ・フェスタ事業の目的を実行委員で共有し、意思統一を図ることができた。

●委員会の開催
日時：2016年8月10日（水）
場所：経団連会館カンファレンス5Fルビールーム
出席：実行委員、随行者、各イベント主催者傍聴者など63人

1．審議事項
第1号議案　コ・フェスタ実行委員選任の件
新委員6名・新監事1名紹介、退任1名の報告、委員長・副委員長留任の報告
第2号議案　オフィシャルイベントなど承認の件と各イベント説明
コア4イベント・オフィシャル12イベント、パートナー16イベントの承認と内容説明

2．報告事項並びにご案内事項
・コ・フェスタ2016の取り組み
・百人委員会について
・2016年9月5日開催ジャパンコンテンツ総合会議の案内

3．関係各省庁よりコ・フェスタ2016海外展開支援へのメッセージ
内閣府、総務省、外務省、文化庁、観光庁、東京都、経済産業省の7名からコ・フェスタ事業継続の重要性を込めたメッセージを頂いた。

2-ii　ジャパンコンテンツ総合会議

2016年9月5日（月）、経団連（産業競争力強化委員会エンターテインメント・コンテンツ産業部会）主催のもと、東京・大手町の経団連会館で「ジャパンコンテンツ総合会議」を（特非）映像産業振興機構（VIPO）が共催し、約380名が参加した。

同会では冒頭、菅義偉内閣官房長官よりコンテンツ政策推進に向けた政府の取り組みについてお話しいただき、続いて、依田巽部会長による主催者挨拶、経済産業省の安藤久佳商務情報政策局長による講演、コンテンツ活用による海外市場でのシェア・売上向上を実現した事例やクールジャパン政策はじめ、政府による支援施策を、映像産業振興機構（VIPO）、クールジャパン機構、放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）、コ・フェスタ実行委員会から紹介した。
コ・フェスタについては大谷信義コ・フェスタ実行委員長が説明し、また、コ・フェスタ百人委員会の委員長に就任した経団連 産業競争力強化委員会 委員長の下村節宏氏が挨拶した。


写真：経団連提供

開催趣旨
日本コンテンツの力を戦略的かつ積極的に活用することで、製品・サービスの魅力を向上し、国際競争力を高めると同時に、海外における需要の取り込み、訪日観光客の増加につなげる。


写真：経団連提供

開催概要
日　時：2016年9月5日（月）　14時～15時30分
会　場：経団連会館　2階　国際会議場
出席者：約380人
　　主な内訳は　経団連加盟企業、関係省庁、コ・フェスタ実行委員会、同各イベント主催者、同 百人委員会　ほか

内容
・開会14時
(1) 来賓挨拶
　内閣官房長官　菅 義偉 氏
(2) 主催者挨拶
　経団連 産業競争力強化委員会エンターテインメント・ コンテンツ産業部会長　依田 巽 氏
(3) 講演「クールジャパン政策の今後の展開」
　経済産業省　商務情報政策局長　安藤 久佳 氏
(4) 説明
・JLOPの効果と分野を超えた活用事例について
　特定非営利活動法人映像産業振興機構（VIPO）事務局長　市井 三衛 氏
・分野を超えた投資案件の連携推進について
　クールジャパン機構 代表取締役社長　太田 伸之 氏
・ビジネスと連動した放送番組の海外発信と今後の展開
　放送コンテンツ海外展開促進機構 理事運営委員長　重村 一 氏
・コ・フェスタ2016（Japan国際コンテンツフェスティバル）の紹介
　コ・フェスタ実行委員長　大谷 信義 氏
(5) コ・フェスタ2016百人委員会委員長　三菱電機 相談役 下村 節宏 氏の挨拶
(6) 関係7省庁紹介　紹介者 依田部会長
　内閣官房・総務省・外務省・文化庁・経済産業省・国土交通省観光庁・東京都
(7) 決議「官民連携によるジャパンブランドのさらなる向上にむけて」
　経団連 根本常務理事　決議文発表
　○わが国のコンテンツが有する潜在的魅力は高く、グローバル市場において、その競争力をさらに発揮していくことが期待されている。一方で、コンテンツの活用により製品・サービスの魅力向上につなげ、双方の相乗効果をもたらす事例も多くみられる。
　○魅力あるコンテンツの戦略的な海外展開は、コンテンツ産業の強化のみな



写真：経団連提供



写真：経団連提供



写真：経団連提供

らず、クールジャパンの推進による国家ブランドの強化等につながる。インバウンド需要の創出、地方創生の推進、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた日本のPR強化等の観点からも、官民が連携してその取り組みを一層促進することが重要である。

○経済界としては、政府による支援制度を最大限に活用し、コンテンツのローカライズや国際見本市への出展、地域経済活性化に資する放送コンテンツ等の海外展開、新興市場の開拓に向けた拠点づくりや新たなビジネスモデルの創出に取り組むとともに、発信力の強化と競争力向上につなげていく。

○政府には、海外需要開拓の支援・促進に向けた官民ファンドの効果的活用と、平成24年度補正予算から継続的な支援を行っているコンテンツの海外展開を車の両輪として、これまでの成果を今後さらに発展強化していくため、引き続きの強力な支援を要望する。以上

・閉会

本講演について、コンテンツ産業とその他の産業の連携の重要性、コンテンツ以外の企業による各仕組みの有効活用実績の紹介、全産業に向けて日本コンテンツをもっと積極的に利用することの啓蒙が行われた。閉会後に出席者に対してアンケートを実施した。寄せられた回答には「総合会議全体」が参考になった96.9%、経済産業省の「クールジャパン政策の今後の展開」が参考になった96.8%、「コ・フェスタ2016の紹介」では90.6%が参考になったとあり、本会議と各コンテンツの取り組みの重要性を、産業界に広くアピールできた。



写真：経団連提供

2-iii　コ・フェスタ2016 プロジェクト概要　記者発表＆イベント説明会

コ・フェスタ10年目となる2016年度の活動内容の記者発表会＆イベント説明会を、2016年9月9日（金）に東京・築地の（特非）映像産業振興機構（VIPO）にて開催した。



当日は2部制となり、【第1部】ではメディアを対象に、コ・フェスタ2016の4つの新たな取り組み、「コ・フェスタ アンバサダー」の活用、日本コンテンツ情報サイト「JAPACON」とのさらなる連携、You Tubeでの公式チャンネル開設等の情報発信、2016年度参加イベントの説明、さらに国内外の日本コンテンツ・ファンを対象とした、日本コンテンツに関するニーズ調査の結果等を紹介。プレスによる取材もあり、15媒体で記事露出があった。

【第2部】は、コ・フェスタ2016に参加するコア・イベント、オフィシャル・イベント等のイベント主催者が集結し、コンテンツ関連企業を対象に各イベント内容の説明会や交流会を実施。また、イベント間の連携を目的に、個々の参加イベントの今年度実施内容や特徴を紹介した。コンテンツ関連企業、コ・フェスタイベント主催者、海外コンテンツイベント担当者、大使館関係者、百人委員会、プレスなど118人が参加。当日のアンケートでは約半数が回答、回答者の約70%が本会議を有益だったとして、「各イベントの内容・ポイント・違いを分かりやすく知ることが出来て有意義だった」「日本のコンテンツが世界に発信される意義を再確認した」「最新のイベント情報を知ることができた」「コ・フェスタについて理解を深めた」などの意見が多く寄せられた。日本コンテンツを海外へ発信する様々なイベントの情報を一気に入手できる機会となった。



開催概要

日　時：2016年9月9日（金）　13時～16時
会　場：映像産業振興機構内ホール
出席者：118人
　　主な内訳は、コンテンツ関連企業、コ・フェスタイベント主催者、海外コンテンツイベント担当者、大使館関係者、コ・フェスタ百人委員会、プレスなど

内容

13：00－13：50　【第1部】記者発表会
(1) 挨拶
　経済産業省　商務情報政策局　文化情報関連産業課長　平井淳生氏
(2) コ・フェスタ2015報告、コ・フェスタ2016プロジェクト概要の説明
　コ・フェスタ事務局
(3) 国内外の日本コンテンツ・ファンを対象としたニーズ調査の報告
　コ・フェスタ事務局
(4) 質疑応答
(5) 集合写真撮影
　イベント主催者・経済産業省など関係者一同



14：00－15：15　【第2部】イベント説明会
　コアイベント、オフィシャルイベントなど14イベント主催者によるイベント内容のプレゼンテーション
(1) 東京ゲームショウ2016、(2) Japan Content Showcase 2016 + TIFFCOM2016、(3) 東京国際アニメ祭2016秋（TIAF）、(4) 第13回東京国際ミュージックマーケット（TIMM）、(5) 第29回東京国際映画祭、(6) AnimeJapan 2017、(7) CEATEC JAPAN 2016、(8) Amazon Fashion Week TOKYO 2017 S／S、(9) 第7回ロボット大賞、(10) TOKYO DESIGN WEEK 2016、(11) デジタルコンテンツEXPO 2016、(12) Tokyo Docs 2016、(13) Inter BEE 2016、(14) KYOTO CMEX 2016



15：15－16：00　【第3部】個別質問・名刺交換・ネットワーキング

2-iv　プロモーション　広報制作物

■広報制作物

●ポスター＆ロゴ



コ・フェスタ2016のポスター・ロゴのデザインの監修・制作を、クリエイティブスタジオの㈱サムライに委託した。

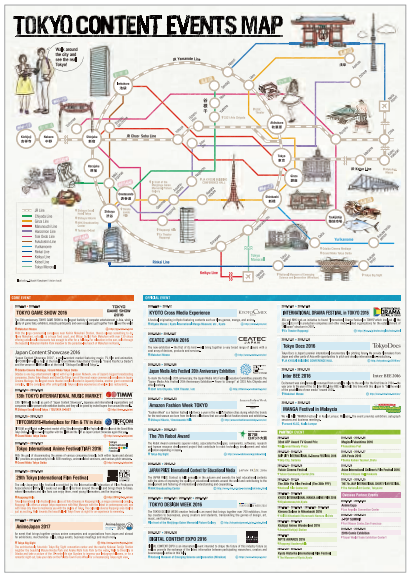
仕　様：B全サイズ　片面カラー

デザイン：㈱サムライ

配布先：実行委員会、コアイベント事務局、オフィシャルイベントイベント事務局、パートナーイベント事務局、関連省庁、百人委員会　ほか関連団体など150カ所以上

●TOKYO CONTENT EVENTS MAP（コ・フェスタ イベントガイドマップ）







仕　様：仕上がり封筒サイズ　展開A3サイズ　両面カラー

デザイン：㈱スロウ

配布先：実行委員会、コアイベント事務局、オフィシャルイベントイベント事務局、パートナーイベント事務局、関連省庁、百人委員会など関連団体、成田空港はじめ都内観光案内所、海外イベントなど160カ所以上

※掲出の詳細は　**4来場促進 ー ｉ コ・フェスタ イベントガイドマップ制作と掲出**　を参照のこと。

3- i
日本コンテンツに関するニーズ調査

CoFesta
日本のコンテンツを世界へ!

Copyright © VIPO All rights reserved.

調査概要

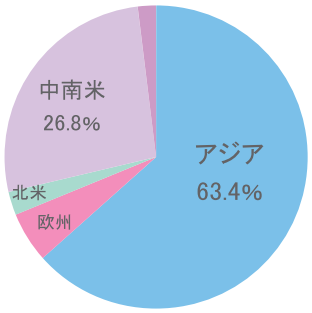
調査対象者	① コ・フェスタ海外パートナーイベントの参加者 ② 海外在住の外国人 ③ 日本在住の外国人
調査目的	日本コンテンツに対する外国人ニーズの把握
調査手法	インターネット調査 ・7ヶ国語（日、英、中、仏、西、尼、泰） ・選択式＋記述式、計16問
調査期間	2016年8月18日～9月4日
回答数	① 118 ss ② 996 ss ③ 168 ss 合計 1,282 ss（49カ国）

Copyright © CoFesta All rights reserved.

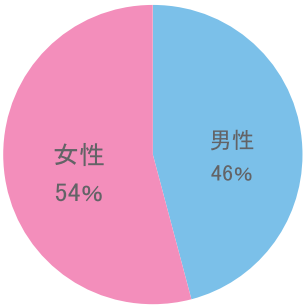
回答者属性

CoFesta

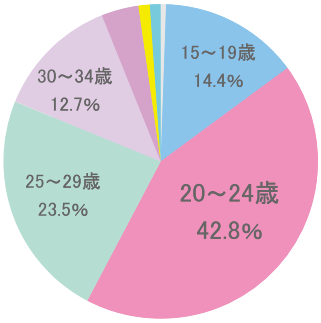
国籍



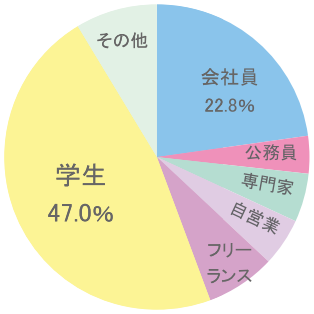
性別



年齢



職業



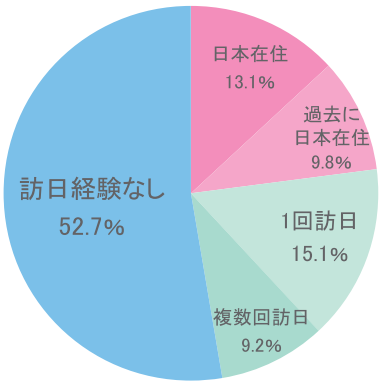
Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ―訪日経験、訪日意向―

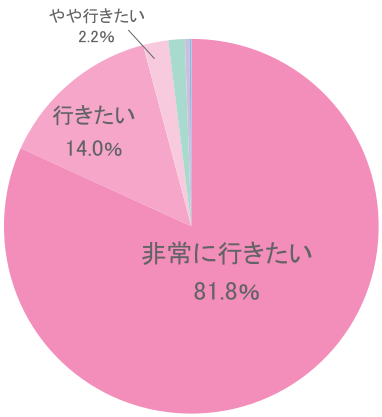
CoFesta

・訪日経験のある人は約半数だが、複数回訪日しているリピーターも多い。
・ほぼ全員**(98%以上)が「日本に行きたい」、8割超が「非常に行きたい」**と考えている。

訪日経験



訪日意向

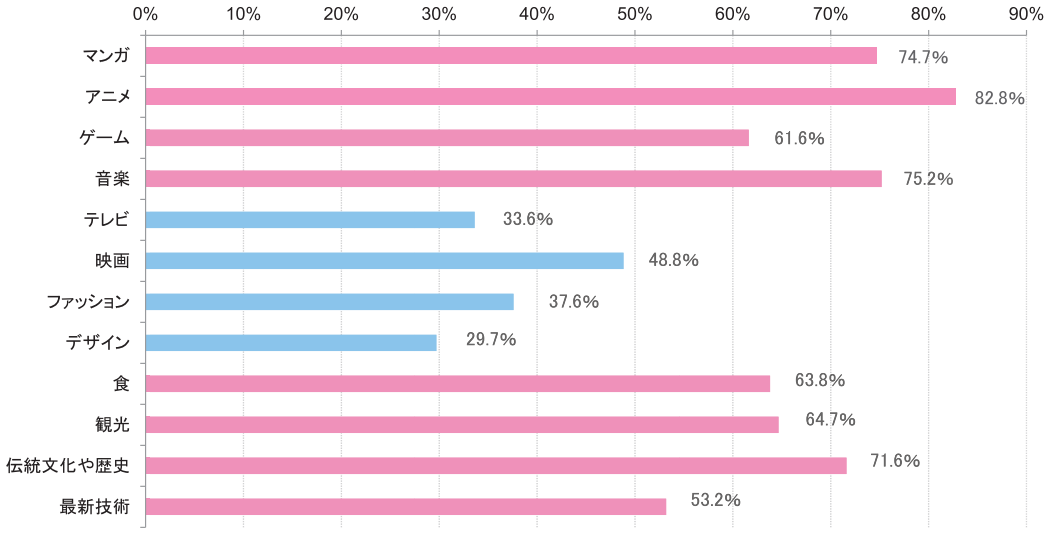


Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ―日本への興味分野―

・**アニメ、マンガ、ゲーム、音楽**といったポップカルチャーへ興味を持っている人が多い。
・**食、観光、伝統文化や歴史**に加えて、**最新技術**に対する関心も大きい。

日本の興味のある分野

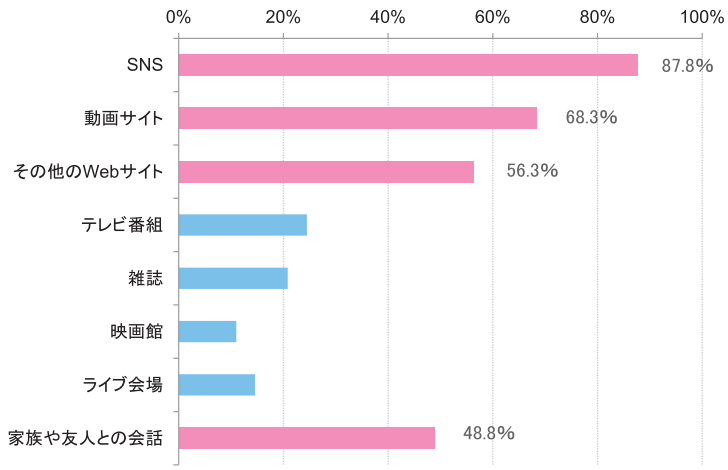


Copyright © CoFesta All rights reserved.

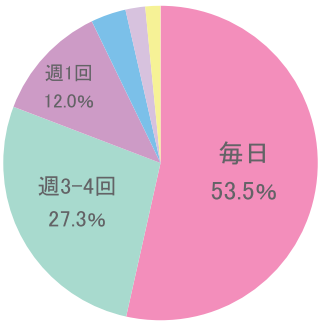
調査結果 ―日本コンテンツの情報源―

・日本コンテンツの情報源はSNSが圧倒的に多く、**約9割の人がSNSから情報を得ている**。
動画サイトも含めたインターネットサイトも多く、次に口コミが約半数となっている。
・**8割以上が2日に1回以上の頻度**で、頻繁に情報収集している。

日本コンテンツに関する情報源



情報収集の頻度



Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ―好きな日本のコンテンツ―

・好きな日本のコンテンツは、**「ONE PIECE」**が最も多く、次いで**「ファイナルファンタジー」「ポケモン」「NARUTO」「スタジオジブリ」**がトップ5であった。
・**トップ60のうちアニメが37作品**と圧倒的に多く、そのうち**3分の2がマンガ原作のアニメ**だった。

順位	回答	回答数
1	ONE PIECE	161
2	ファイナルファンタジー	118
3	ポケットモンスター	83
4	NARUTO -ナルトー	79
5	スタジオジブリ	69
6	ドラえもん	68
7	ドラゴンボール	65
8	ガンダム	53
9	新世紀エヴァンゲリオン	47
9	ラブライブ！	47
11	名探偵コナン	44
12	刀剣乱舞	43
13	AKB48	39
13	セーラームーン	39
15	ONE OK ROCK	38
16	Fate	32
16	嵐	32
18	カードキャプターさくら	30
19	ボーカロイド	29
20	進撃の巨人	28

順位	回答	回答数
20	銀魂	28
22	FAIRY TAIL	27
22	ゴジラ	27
22	初音ミク	27
25	BLEACH	26
25	鋼の錬金術師	26
25	ハイキュー!!	26
28	THE IDOLM@STER	25
29	キングダムハーツ	23
30	ニコニコ動画	22
31	東京喰種 トーキョーグール	21
31	聖闘士星矢	21
33	ジョジョの奇妙な冒険	20
33	ペルソナ	20
35	DEATH NOTE	19
35	東方Project	19
37	L'Arc～en～Ciel	18
37	ツキウタ。	18
39	HUNTER×HUNTER	17
39	Perfume	17

順位	回答	回答数
39	Re:ゼロから始める異世界生活	17
39	コードギアス	17
39	デジタルモンスター	17
39	るろうに剣心	17
45	STEINS;GATE	16
45	食戟のソーマ	16
45	ベルセルク	16
48	PSYCHO-PASS サイコパス	15
48	艦隊これくしょん-艦これ-	15
48	ソードアート・オンライン	15
48	マクロス	15
48	マリオ	15
53	D.Gray-man	14
53	グランブルーファンタジー	14
53	仮面ライダー	14
56	Free!	13
56	Hey! Say! JUMP	13
56	Kalafina	13
56	ゼルダの伝説	13
56	となりのトトロ	13

※ 設問内容：「あなたが好きな日本のコンテンツ（アニメ、マンガ、ゲーム、音楽、映画など）は何ですか。具体的なコンテンツ名を最大3点まで記載ください。」

Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ―見てみたい・会ってみたい日本人―

・見てみたい・会ってみたい日本人は、**宮崎駿**が圧倒的に多く、次に**鳥山明、尾田栄一郎、宮本茂、新海誠、小島秀夫**と、上位6名までを芸能人系ではなくクリエイター系が独占した。
・トップ60のうち3分の2がアニメの関係者だった。（アニメーター、漫画家、声優、アニソン歌手など）

順位	回答	回答数
1	宮崎駿	261
2	鳥山明	140
3	尾田栄一郎	77
4	宮本茂	66
5	新海誠	63
6	小島秀夫	55
7	佐藤健	53
8	きゃりーぱみゅぱみゅ	51
9	岸本斉史	43
10	水樹奈々	31
10	嵐	31
12	庵野秀明	30
13	宇多田ヒカル	26
14	LiSA	25
14	宮野真守	25
16	植松伸夫	23
17	Aimer	21
17	CLAMP	21
17	三浦春馬	21
17	虚淵玄	21

順位	回答	回答数
21	花澤香菜	20
21	高橋留美子	20
21	武内直子	20
24	村上春樹	18
25	Perfume	17
25	杉田智和	17
25	松本潤	17
28	YUI	16
28	荒川弘	16
28	久石譲	16
28	山下智久	16
32	hyde	15
32	久保帯人	15
32	西野カナ	15
35	ONE OK ROCK	14
35	青山剛昌	14
35	荒木飛呂彦	14
35	小野大輔	14
35	神谷浩史	14
35	山崎賢人	14

順位	回答	回答数
41	L'Arc～en～Ciel	13
41	石田スイ	13
41	梶浦由記	13
44	Kalafina	12
44	蒼井翔太	12
44	坂本真綾	12
44	鈴木達央	12
44	澤野弘之	12
44	野村哲也	12
50	MIYAVI	11
50	小畑健	11
50	菅野よう子	11
53	AKB48	10
53	GACKT	10
53	May'n	10
53	NEWS	10
53	諫山創	10
53	真島ヒロ	10
53	森内貴寛	10

※ 設問内容：「見てみたい・会ってみたい日本人（漫画家、映画監督、ゲームプロデューサー、芸能人、歌手など）は誰ですか。最大3名まで記載ください。」

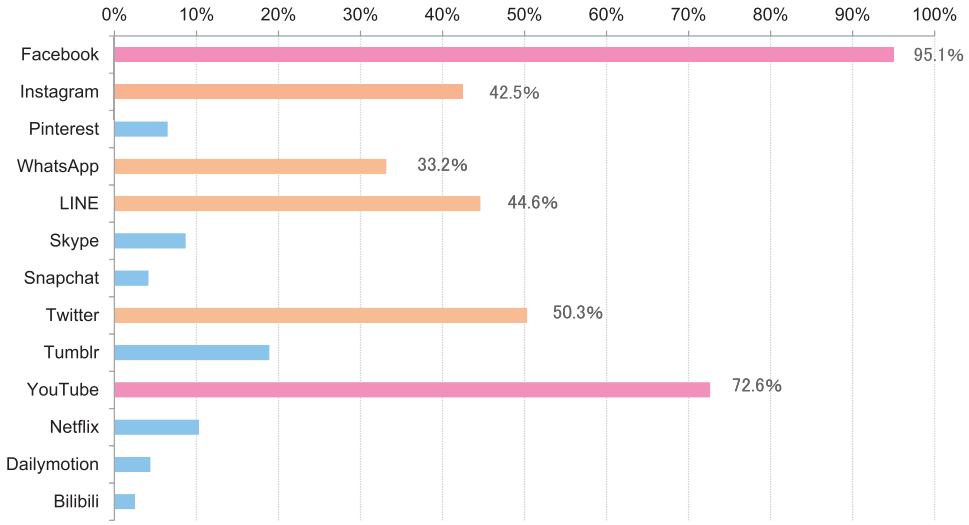
Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ーソーシャルメディア利用ー

CoFesta

・ほぼ全員(**95%超**)が**Facebookを利用**しており、**YouTubeも7割以上が利用**している。
・**Twitter、LINE、Instagram、WhatsApp**も3分の1から半数の人が**利用している**。

よく利用するソーシャルメディア



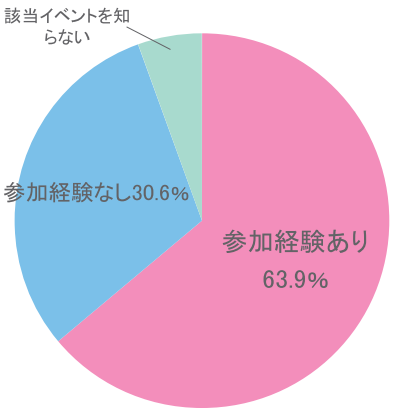
Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ーイベント参加経験、参加意向ー

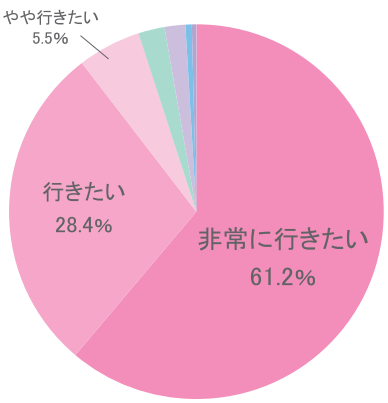
CoFesta

・**約3分の2が海外での日本コンテンツ関連イベントに参加**した経験がある。
・**95%が日本で開催されるコンテンツ関連イベントに参加したい**と考えている。

日本コンテンツ関連イベント@海外
参加経験



コンテンツ関連イベント@日本
参加意向

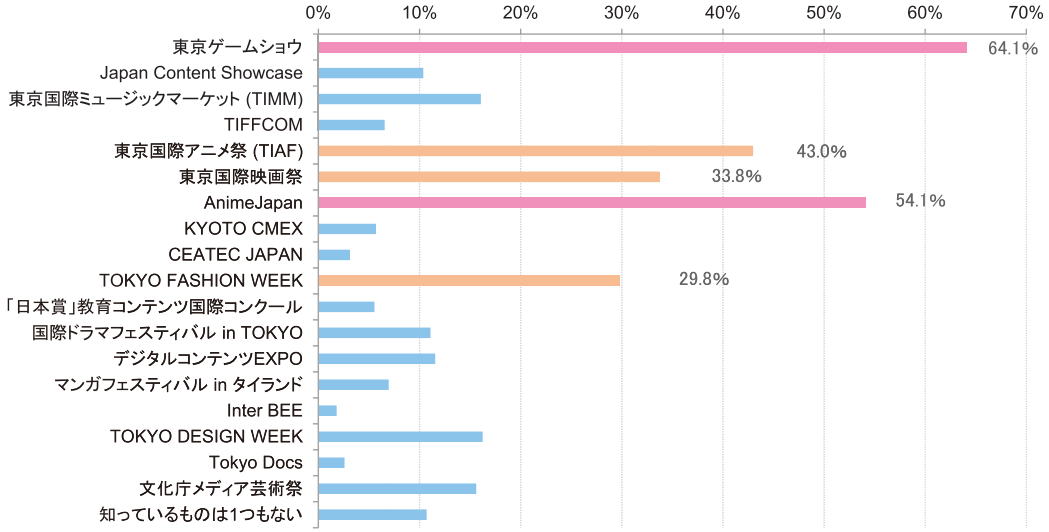


Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ーコ・フェスタイベント認知ー

・**東京ゲームショウ**、**AnimeJapan**を知っている人が過半数を超えている。
・**コ・フェスタイベントを1つも知らない人は1割**しかいない。

知っているコ・フェスタイベント（コア、オフィシャル）



Copyright © CoFesta All rights reserved.

3-ii　情報サイト調査

■海外の日本コンテンツファンに人気な情報サイト

VIPOのメールニュースおよびWEBサイトにてコ・フェスタ アンバサダーに聞きたいこと」を募集。その中で数多く寄せられた「海外の日本コンテンツ・ファンはどのサイトで情報を得ているのか？」というテーマについて、コ・フェスタ アンバサダーネットワークを使って調査した。(中国、メキシコ、インドネシア、フランス) 下記レポートは外国人留学生であるコ・フェスタアンバサダーによるものである。

①中国編
・調査概要：日本コンテンツ・ファンの中国人に、日本のコンテンツの情報を主にどのサイトで得ているのか、について質問。日本コンテンツの情報を拡散する際の一助になる情報を収集することを目的とした。
・調査エリア：中国
・調査方法：インターネット、インタビュー
・対象者：20代から30代の日本コンテンツ・ファンの中国人／人数：10名
・実査期間：2016年1月

・調査結果：中国では、中国語での日本コンテンツ関連情報が大変充実しており、日本語で情報をキャッチする消費者はごくわずかなコアなファンに限られる。従って、中国在住の日本コンテンツ・ファンとのコミュニケーションには中国語が必須である。

1. 最も人気の総合サイト
最も利用されているサイトは、嗶哩嗶哩（ビリビリ、URL：http://www.bilibili.com）で、ニコニコ動画に類似したものです。様々なジャンルの動画を見つけることが出来ますが、立ち上がり当初は日本コンテンツ関連動画のみアップされていたサイトであったこともあり、日本コンテンツに関心のある層が多いといえます。動画のみならず、情報配信サイトとしても評価されており、日本のマンガ・アニメ・映画・ドラマ・ゲームなどの最新情報を見つけられます。オフラインイベントなども多数主催しており、オンライン・オフライン問わず、ファンにリーチする媒体として評価出来るのではないでしょうか。なお、嗶哩嗶哩のサービスをすべて利用出来る正式会員になるためには、なんと1時間以内にコンテンツ関連のクイズ100問中60問を正解しないといけません！(既存の正式会員から招待される方法もあります)

2. 音楽の情報サイト
音楽の情報サイトは、ミュージックビデオ配信サイトの音悦台（インユェタイ、URL：http://www.yinyuetai.com/）が主流です。世界各国の最新ミュージックビデオがアップされているほか、音楽関連の情報も充実しており、日本人アーティスト情報も多く掲載されています。ミュージックビデオを宣伝することも可能で、一時期AKB48の映像がトップ画面に表示されていました。同サイトは年に1度、中国最大級の音楽授賞式「音悦Vチャートアワード」を主催しており、「日本地域突破アーティスト」カテゴリでは毎年日本人アーティストが表彰されています。2015年は板野友美さんが受賞され、注目を浴びました。

3. 芸能ニュース
芸能ニュースをチェックするなら、新浪娯楽（シナシンラン、URL：http://ent.sina.com.cn/）です。最大手のSNSサイトの新浪微博（シナウェイボー）の系列サイトなので、新浪微博からの流入が多いのが特徴です。サイト内には日本芸能ニュースカテゴリがあり、そこで日本の最新の芸能動向がタイムリーに配信されています。中国、日本、韓国、欧米のニュース割合は、大体7：1：1：1です。以前、北川景子さんとDAIGOさんの結婚発表が、総合のトップニュースとして報道されました。

4. イベントやコンサートの情報
イベントやコンサートに関する情報は、大麦网（ダマイ、URL：http://www.damai.cn/）で調べられていることが多いです。中国で行われるイベントやコンサートのほとんどが、同サイトを経由してチケット販売をしていることもあり、イベント情報配信サイトとしても機能しています。このサイトなしでは、オンラインでのチケット販売は難しいといえるぐらいの大手です。ちなみに、嵐は同サイトを使わずにチケットを販売したことで話題になり、一般ファンはどうチケットを買えばよいか混乱したこともありました。

5. その他
上記で挙げたサイトの他にも、大手SNSサイト新浪微博（シナウェイボー）、大手チャットアプリ微信（ウェイシン、もしくはWeChat）の公式アカウント、ファン運営の非公式アカウントによる日本コンテンツの発信が、個々ユーザーのニュースフィードに流れる形で情報が拡散されています。

Text by コ・フェスタアンバサダー 中国チーム

②メキシコ編
・調査概要：日本コンテンツファンのメキシコ人に日本コンテンツの情報を主にどのサイトで得ているのか、について質問。
　　日本コンテンツの情報を拡散する際の一助になる情報を収集することを目的とした。
・調査エリア：メキシコ
・調査方法：インターネット、インタビュー
・対象者：性別：男女／年齢：20代から30代の日本コンテンツファン／人数：10名
・実査期間：2016年1月

・調査結果：スペイン語圏マーケットの窓口、メキシコに注目

メキシコと聞いて思いあたることと言えば、スペイン語、タコス、テキーラぐらいかもしれません。日本から遠いこともあり、具体的なイメージを持たれづらく、また中南米全体を考えても、リオ・オリンピックのあったブラジルにばかりスポットライトがあたることが多いのではないでしょうか。

メキシコは世界有数の経済大国のひとつで、実質GDPは世界で13位に位置しています。また、人口の半分は26歳以下で、その将来性から2050年までには8位に上がると予想されています。

メキシコの中南米における影響力も見逃せません。世界のスペイン語圏の国の中で、メキシコはスペインと並ぶ市場規模を誇り、必然的に中南米では最も重要なマーケットとなっています。メキシコでブームになった商品がそのまま南下して中南米全体に広がることも多く、コンテンツの場合、ローカライズは必要がないためダイレクトに伝わります。

メキシコは、スペイン語圏マーケットを攻略するにあたり、避けては通れない国です。

1. メキシコで人気の日本コンテンツ
メキシコで、最も認知されている日本コンテンツはやはりアニメでしょうか。「ドラゴンボールＺ　神と神」や「The last Naruto the Movie」は週間映画ランキングの上位に食い込んでいます。
また、少しずつではありますが、日本の音楽も浸透してきています。ファンの間で話題になったアーティストは、現地でワンマンコンサートを実施した「アンティック-珈琲店-」「LiSA」「SCANDAL」などで、「TOKYO SKA PARADISE ORCHESTRA」も大規模なコンサートのゲスト出演を通じて、日本好きの人たち以外からも支持されています。

2. メキシコ人に人気のコンテンツ関連情報サイト
スペイン語のウェブサイトは、英語のウェブサイトの情報を引用しているケースが多く、本当にコアなファンは英語サイトで最新の情報をキャッチしています。ただ英語人口は多くないため、一般的にはスペイン語のウェブサイトを利用しています。

日本コンテンツの情報を掲載している、メキシコの人気サイトを一部ご紹介します。
・アニメ・マンガ・音楽・イベント
Retorno Anime（http://www.retornoanime.com/）
後述のAnime News Networkの引用記事に加え、独自の記事や、北米や中南米の主要なコンテンツイベントのレポートもカバーしています。日本のAnimeJapanも取材しており、近年は日本コンテンツ関連のオリジナル記事作成にも力をいれています。
また、運営事務局はイベントのプロモーターでもあるため、当然ながら、彼ら自身の主催イベントの情報発信には積極的です。日本人アーティストの「LiSA」「SCANDAL」「Gilgamesh」のコンサートは彼らが手掛けました。

・アニメ・マンガ
Anime News Network（http://www.animenewsnetwork.com/）
英語のウェブサイトですが、スペイン語のニュースサイトやブログのアニメ・マンガ関連情報の引用元（翻訳元）はほぼこのサイトと言ってもよいかもしれません。

・音楽
JaME World（http://www.jame-world.com/）
同サイトは日本の音楽情報を多言語展開している世界でも有名なサイトで、メキシコ人もスペイン語版をフォローしています。しかしながら、内容も更新頻度も充実しているとは言えず、認知度の割には惜しい印象もあります。

・ゲーム
Atomix（http://atomix.vg/）
スペイン語のゲーム関連ウェブサイトです。英語サイト（Kotaku、GameSpot、IGNなど）からの引用記事を主に配信しているほか、SNS、YouTube、PodCastなどでの情報発信も積極的です。Atomix自身がプロデュースするゲームイベント（主にメキシコ）があり、それが他のウェブサイトとの差別化につながっています。

・映画・ドラマ
CINE PREMIERE（　http://www.cinepremiere.com.mx/）
映画・ドラマの最新情報やレビューに特化した定番サイトです。日本コンテンツに特化したものではないものの、時折、スタジオジブリのアニメ映画や、海外上映される日本の映画に関する情報が配信されます。

Text by Edgar Santiago Peláez Mazariegos（早稲田大学大学院アジア太平洋研究科博士課程生）

③インドネシア編
・調査概要：日本コンテンツファンのインドネシア人に、日本コンテンツの情報を主にどのサイトで得ているのか、について質問。日本コンテンツの情報を拡散する際の一助になる情報を収集することを目的とした。
・調査エリア：インドネシア
・調査方法：インターネット、インタビュー
・対象者：性別：男女／年齢：20代から30代の日本コンテンツファン／人数：10名
・実査期間：2016年1月

インドネシアでは、SNSで情報収集するユーザーが多く、特にfacebookのタイムラインが非常に重要な情報源となっています。そのため、ご紹介するインドネシアの日本コンテンツに関するウェブサイトもfacebookでの情報発信に積極的です。また、日本人よりもfacebookの「シェア機能」を利用することが多く、コンテンツ力のある記事はしっかり拡散される傾向にあります。

コアなファンになればなるほど、facebookではなく、運営元のウェブサイトへ直接アクセスします。インドネシアのウェブサイトは、英語のウェブサイトで発信される1次情報を翻訳しているケースが多いため、よりコアなファンは、英語のウェブサイトに直接アクセスします。とは言うものの、全体としては、インドネシア語で情報収集しているユーザーが多数派です。

インドネシアにおけるウェブサイトで、影響力のあるものをいくつかご紹介致します。

日本を紹介しているサイト
Japanese Station
URL：http://japanesestation.com/
Facebook：https://www.facebook.com/JapaneseStation（84万フォロワー　※2017年2月現在）
このサイトは、インドネシアの日本コンテンツ情報の老舗サイトで、芸能、アニメ、マンガといった日本のポップカルチャーのほか、日本のライフスタイル、旅行情報、国内外の日本関連イベント、グッズ販売など幅広いテーマを扱っています。日本人タレントに対する独占インタビューにも積極的です。他のサイトより一歩も二歩もリードするインドネシアを代表するサイトです。

Matcha
URL: http://mcha-id.com/
Facebook: https://www.facebook.com/matcha.indonesian/（1.1万フォロワー　※2017年2月現在）
日本発のこのサイトは、日本への旅行情報に特化しており、日本在住のライターが執筆した記事を多言語展開しており、その中にインドネシア語が含まれています。観光者目線で豊富な観光情報を、写真をふんだんに使って読みやすいスタイルで提供しています。日本への旅行が盛り上がる昨今で、勢いをつけはじめているサイトのひとつです。

RocketNews 24 ※英語サイト
URL: http://en.rocketnews24.com/
Facebook: https://www.facebook.com/RocketNews24En/（34万フォロワー　※2017年2月現在）
RocketNews24は、日本版（ロケットニュース24）のオリジナル記事を英語に翻訳しているサイトで、日本のポップカルチャー、最新トレンド、イベントなどの最新ニュースを配信しています。インドネシアだけでなく全世界の日本コ

ンテンツファンに定評のあるサイトです。日本のユニークな側面をレポートする記事が多く、インドネシアの若い世代の間でとても人気です。

アニメとマンガ

Jurnal Otaku Indonesia

URL: http://jurnalotaku.com/

Facebook: https://www.facebook.com/jurnalotakuidn （9.7万フォロワー　※2017年2月現在）

このサイトは、主にアニメとマンガに関連したニュースを配信するサイトです。2012年に開設した同サイトは、ここ2〜3年で急速にファンを増やしています。当初はAnime News NetworkやRocket Newsといった大手ニュースサイトの記事をインドネシア語に翻訳して掲載することが多かったのですが、近年はオリジナル記事を矢継ぎ早に掲載する体制に強化されました。最新情報をインドネシア語で、そしてファン目線で伝える姿勢がインドネシアの若い世代に評価されています。

Kaori Nusantara

URL: https://www.kaorinusantara.or.id/

Facebook: https://facebook.com/kaorinusantara/ （13万フォロワー　※2017年2月現在）

このサイトは、アニメやマンガファン向けの老舗掲示板サイトで、現在はコンテンツ全般のニュース配信、ネットショッピングなどサービスの幅を広げています。インドネシア国内で開催されるコンテンツ関連イベントの広報支援に力も入れているほか、自身でイベント主催することにもチャレンジしており、ネットとリアルをつなぐサイトとして注目されています。

ビデオゲーム

Kotakgame

URL：http://www.kotakgame.com/

Facebook：https://www.facebook.com/kotakgame/（38万フォロワー　※2017年2月現在）

インドネシア発のこのサイトは、ビデオゲームの情報サイトとして最も有名なサイトです。コンソールゲームのみならず、携帯ゲームやオンラインゲームなども取り扱っています。ユーザーインターフェイスは英語サイトには敵わないものの、インドネシア語の情報源として重宝されています。

Kotaku ※英語サイト

URL: https://www.facebook.com/kotaku/

Facebook: http://kotaku.com/（103万フォロワー　※2017年2月現在）

このサイトは、インドネシアだけではなく世界で最も有名なビデオゲーム関連サイトのひとつです。記事のクオリティもさることながら、ユーザー目線のレポートが高い評価を受けています。現在は、ポップカルチャーやテクノロジーに関する記事も配信しています。日々新しい記事が投稿されており、インドネシアの情報サイトもKotakuの記事をインドネシア語訳して配信しています。

GameSpot ※英語サイト

URL: http://www.gamespot.com/

Facebook: https://www.facebook.com/GameSpot/（238万フォロワー　※2017年2月現在）

GameSpotもまた世界的に有名なビデオゲーム関連サイトです。ビデオゲームのレビューや人気ランキングなど、情報量が圧倒的に多く、このサイトに来れば何でも手に入るようなイメージがファンの間にあります。インドネシアに似たサイトはなく、コアなゲームファンはこのサイトにアクセスすることが多いです。

日本の音楽

Japanese Music ID

URL: http://japanesemusicid.com

Facebook: https://www.facebook.com/JapaneseMusicID/（2千フォロワー　※2017年2月現在）

インドネシア発のこのサイトは、日本の音楽情報を発信するほか、オンラインラジオも運営しています。いくつかのオリジナルの記事はありますが、多くの記事は他サイトのものをインドネシア語に翻訳しています（若干、アニソン情報に偏っているかもしれません）。日本の音楽情報をインドネシア語で発信しているウェブサイトは少なく、英語が苦手なファンには重宝されています。

J-Pop Asia ※英語サイト

URL: http://www.jpopasia.com

Facebook: https://www.facebook.com/jpopasia/（18万フォロワー　※2017年2月現在）

このサイトは、インドネシアの若い世代の間でとても人気のあるサイトで、日本の音楽やエンタメニュースをタイムリーに英語で配信されています。定期的に記事はアップされており、オリコンのチャートも毎週更新されています。ファン同士が交流する掲示板も用意されており、インドネシア在住の日本音楽ファンが集まるサイトになっています。

Text by コ・フェスタアンバサダー インドネシアチーム

④フランス編
・調査概要：日本コンテンツファンのフランス人に、日本コンテンツの情報を主にどのサイトで得ているのか、について質問。
　　日本コンテンツの情報を拡散する際の一助になる情報を収集することを目的とした。
・調査エリア：フランス
・調査方法：インターネット、インタビュー
・対象者：性別：男女／年齢：20代から30代の日本コンテンツファン／人数：10名
・実査期間：2016年1月

1980年代以降、クールジャパンカルチャーに魅了されて続けた国があります。それは「フランス」です。フランスでは、過去のアニメブームを発端とした日本コンテンツへの人気が確固たる地位を築いています。フランスの教育機関で、日本語や日本の文化について学べることは決して珍しいことではありません。また、毎年7月にパリ郊外で開催されるJAPAN EXPOは、20万人以上の来場者が集める一大イベントとなっており、最新のマンガ・アニメ・ゲームのみならず、古き良き書道や武道などの日本の伝統文化に触れる機会をフランス人に提供しています。フランスにとって日本は、とても身近でクールな国なのです。

フランスでも、「最新情報は英語のウェブサイトで」というファンは多いですが、フランス語でフォローしているウェブサイトももちろんあります。以下、フランス語で情報発信していて、影響力のある日本コンテンツ情報を取り扱うウェブサイトを一部ご紹介します。

総合

Nautiljon
URL: http://www.nautiljon.com/
facebook: https://www.facebook.com/nautiljon
Nautiljonは、日本コンテンツ全般の最新ニュースを配信するほか、日本コンテンツのWikipediaを思わせるようなサイトで、ゲーム、アニメ、マンガ、音楽、ドラマ、映画などのあらゆる作品や人物がデータベース化されています。音楽カテゴリでは、日本人アーティストのプロフィール・ディスコグラフィー・ライブ日程など様々な情報がデータベース化されています。Googleで検索して英語のサイトを見回すより、Nautiljon内で検索したほうが効率良くほしい情報が手に入ります。ドラマや映画の情報も日本の公式サイトやプレスリリースから記事にしており、正確な情報を配信しています。俳優や女優、映画監督などもデータベース化されており、関連作品やニュースを探すのも便利です。フランス語で日本コンテンツの最新情報と基本情報を探すのに欠かせないサイトとなっています。

アニメ・マンガ

AnimeLand
URL: http://www.animeland.fr/
facebook: https://www.facebook.com/AnimeLand.officiel/
AnimeLandはフランスの書店で購入できるアニメ専門雑誌です。その公式サイトで、Anime News NetworkやCrunchyrollといった大手サイトの記事をフランス語訳して配信するほか、マンガ家へのインタビュー記事などオリジナル記事も織り交ぜています。アニメ・マンガに特化している分、コアなファンにリーチしやすい媒体です。

Manga-Sanctuary
URL: http://www.manga-sanctuary.com/
facebook: https://www.facebook.com/MangaSanctuary/
Manga-Sanctuaryは、マンガのオンライン販売を主に行っているサイトです。ユーザーによるマンガレビューも多く掲載されており、ファン同士がマンガを薦め合うサイトになっています。ANDやCrunchyrollといったアニメ動画配信サイトへの斡旋も担っており、実際にファンのお金が動くサイトになっています。

3-iii　調査の総括

ビデオゲーム
Gamekult
URL: https://www.gamekult.com/
facebook: https://www.facebook.com/gamekult/
Gamekultは、ビデオゲームに関する最新ニュースが配信されています。さらに、フランス人目線のゲームソフトレビューが多数あるのが人気の秘訣になっています。最新の作品のみならず、過去のレトロな作品も扱っており、幅広いビデオゲームファン層に支持されています。

以上、参考になりましたでしょうか。facebookグループでファン同士が情報交換しているケースも多々あり、人気のあるコンテンツであれば、日本語の情報でもファンが勝手にフランス語で拡散してくれます。ただ、ファンを獲得したい時期は、少なくとも英語、出来ればフランス語で、上記のウェブサイト運営者と関係性を築くのがフランスでコンテンツを流行らせる手段だと思います。

Text by コ・フェスタアンバサダー　フランスチーム

3-iii　調査の総括

49カ国の日本コンテンツファンを対象にした「日本コンテンツに関するニーズ調査」では、SNSが効果的なメディアであること、マンガ・アニメ・ゲームが圧倒的な人気であること、また、調査対象者の半分に訪日経験はないが、ほぼ全員が訪日意向を持っていることなどがわかった。

また、4カ国で行った情報サイト調査では、日本語や英語の情報を得ているファンは僅かで、やはり現地語の情報やコミュニケーションが重要であること、中南米はほとんどがスペイン語圏であることからメキシコが南米の流行発信源になっていることなどがわかった。

以上のことを考え合わせると、彼らに対して訪日を促すにはコンテンツをうまく活用し、現地語で発信していくことが効果的と思われる。

4-ｉ　コ･フェスタ イベントガイドマップ制作と掲出

2016年度のコ・フェスタでは、各イベントへの来場促進施策として、日本を訪れる外国人観光客を対象にコ・フェスタのイベントを紹介するガイドマップ「TOKYO CONTENT EVENTS MAP」を約18万部制作した。コ・フェスタ各イベント会場の入口や外国人向けインフォメーションコーナー、コ・フェスタ実行委員会を構成する各団体や百人委員会企業、そして首都圏の外国人観光客が多く訪れるエリアや施設など合計160カ所にて2016年9月から2017年3月末まで掲出･配布した。コ･フェスタ関連の各団体・企業からのご協力やご紹介で多くの場所で広くアピールできた。

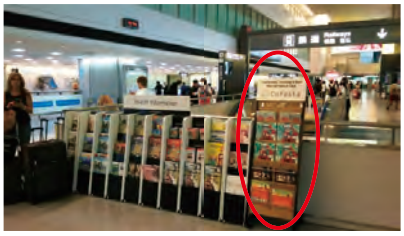
また外国人に直接配布できる海外のイベント、マンガフェスティバル in マレーシア、シンガポールにて開催のAFA、ATFや、インドゲーミングショーなどでも掲出できたことは大きな収穫である。1万人以上のアジアの日本コンテンツファンに対して、直接リアルな場で訴求することができた。

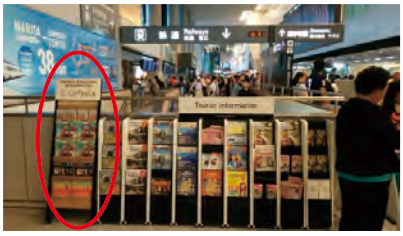
さらにコ・フェスタ公式サイトでは、このガイドマップのPDFをダウンロードして活用できるリンクを設置した。

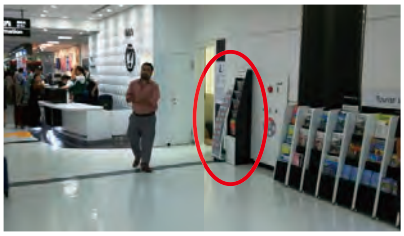
●TOKYO CONTENT EVENTS MAP　2016年9月9日（金）～2017年3月31日（金）配布
サイズ：210*100mm（広げるとA3）両面カラー　印刷部数182,000部

下記は、コ・フェスタガイドマップの主な配布施設である。（時系列順）

1：　成田空港国際線到着ロビー3か所にて計5万部配布
2016年9月14日（水）～12月13日（火）　3か月間
コ・フェスタガイドマップだけではなく、各コ・フェスタイベントの英語版チラシやパンフレットも合わせてコ・フェスタコーナーとして3か月間掲出。外国人の利用客が多く日本の玄関口となる成田空港にて、首都圏で開催されているコ・フェスタイベントを相乗的にアピールできた。


第1ターミナル北ウィング1階


第1ターミナル南ウィング1階




第2ターミナル中央1階

2016年11月2日（水）～12月13日（火）、POPを視認性の高いピンク地のデザインに差し替えてアピール

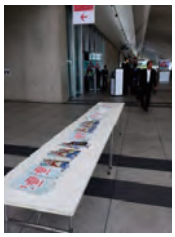

第1ターミナル北ウィング1階


第1ターミナル南ウィング1階


第2ターミナル中央1階

2： コ・フェスタイベント東京ゲームショウ2016、幕張メッセ　にて3万部配布→全消化!!
2016年9月15日（木）～18日（日）　4日間

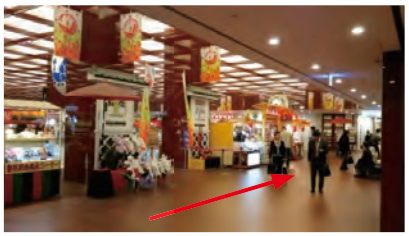


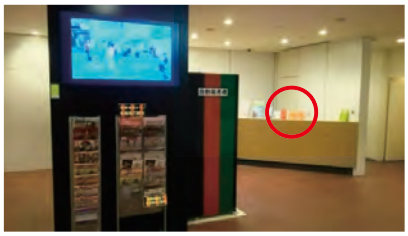
3： 歌舞伎座地下2階の木挽町広場にて1400部配布
2016年9月23日（金）～　売店「はなみち」レジ横と奥インフォコーナーの2か所にて掲出



歌舞伎座エスカレーター降りてすぐの売店「はなみち」のレジ横。
外国人向けパンフと共に掲出

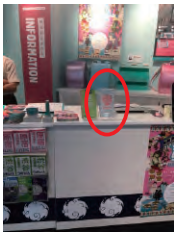


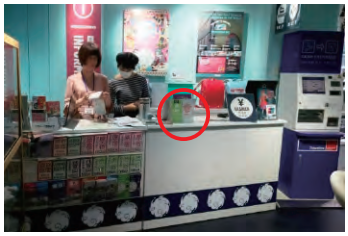
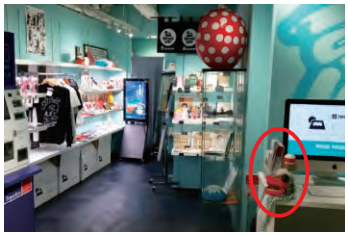
地下一番右奥のインフォコーナー



各種外国人向けマナーブック、パンフ等と共に掲出

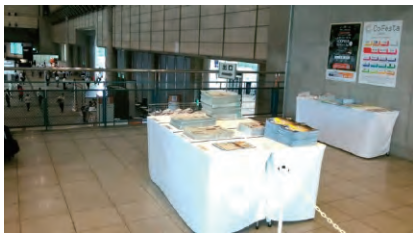
4： 原宿観光案内所もしもしボックス（MOSHI MOSHI BOX）にて500部配布
2016年9月29日（木）～

5： コ・フェスタイベントCEATEC JAPAN 2016、幕張メッセ　にて2000部配布
2016年10月4日（火）～7日（金）　4日間　各ホール出入口にてコ・フェスタポスターと共に掲出





6： 東京観光情報センター４カ所にて合計1000部配布
2016年10月3日（月）～　東京都庁・羽田空港・新宿バスタ・京成上野駅
コ・フェスタ実行委員 東京都 産業労働局 観光課からのご紹介
・東京都庁
東京国際映画祭コーナーの展示もあり、相乗的に掲出できた






・羽田空港




・京成上野駅（京成窓口向かい）



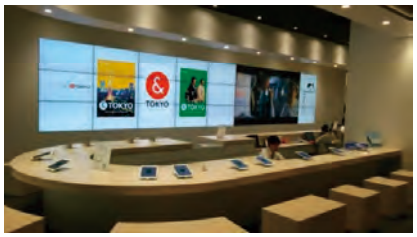



・バスタ（新宿南口）

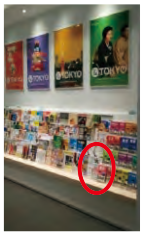








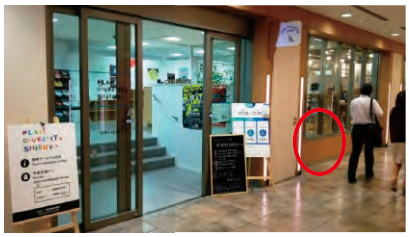






7： クリエーションスクエアしぶや・青ガエル（渋谷区観光協会、クリエーションスクエアしぶや：渋谷マークシティ４階、青ガエル：ハチ公前）にて250部配布

2016年10月13日（水）～







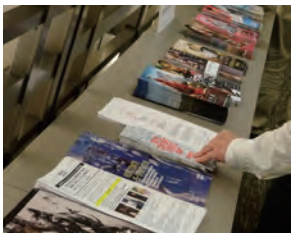




8： コ・フェスタイベント　東京国際映画祭　計2300部配布

・2016年9月26日ラインナップ発表記者会見にて100部配布（虎の門ヒルズフォーラム5F）

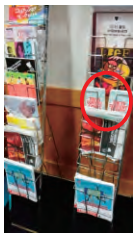


・2016年10月25日（火）～11月3日（木・祝）　下記2か所にて計2200部

TOKYO CINEMA LOUNGE（ヒルサイド２Ｆ　ヒルズ カフェ／スペース）

プレスセンター（六本木ヒルズ森タワー49F　アカデミーヒルズ49内　カンファレンスルーム5）





9： コ・フェスタイベント　TOKYO DESIGN WEEK2016、神宮外苑前にて3000部配布

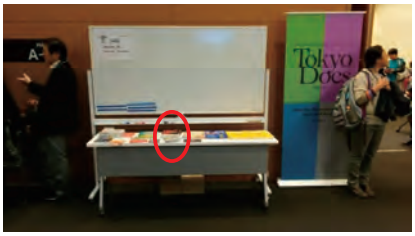
2016年10月26日（水）～31日（月）、11月2日（水）～6日（日）　11日間




10：コ・フェスタイベント　TOKYO DOCS2016、JA共済ビルにて600部配布

2016年11月7日（月）～10日（木）　4日間







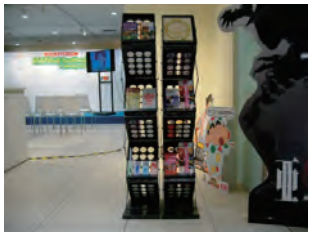
11：コ・フェスタイベント　InterBEE2016、幕張メッセ にて1000部配布

2016年11月16日（水）～18日（金）　3日間　各ホール出入口にてコ・フェスタポスターと共に掲出



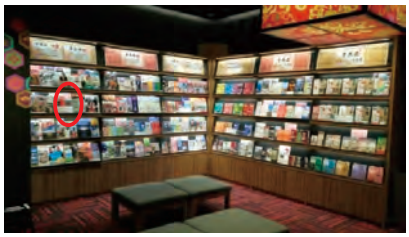
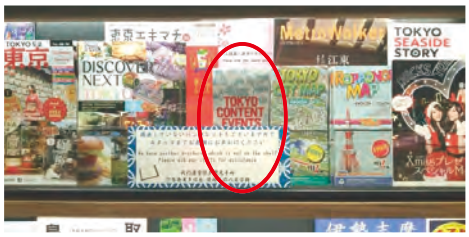


12：コ・フェスタイベント　マンガフェスティバル in マレーシア　2000部配布
2016年11月18日（金）～23日（水）6日間開催
マレーシア・クアラルンプール、ISETAN クアラルンプール店展示会場

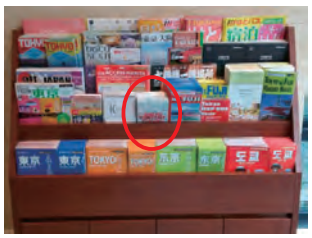



13：京橋エドグラン　中央区観光情報センターにて400部配布
2016年11月19日（土）　オープン時より



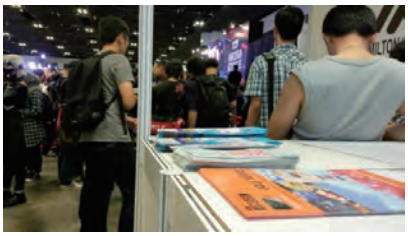
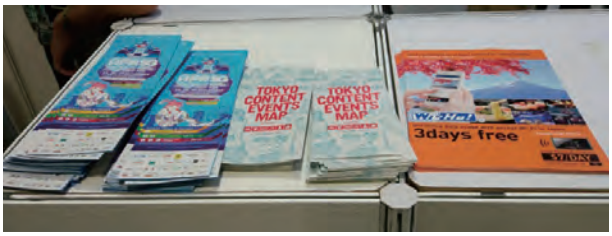



14：三井ガーデンホテル京橋　ロビーにて150部配布
2016年11月23日（水・祝）～

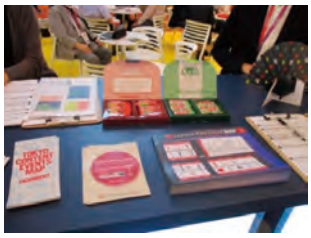
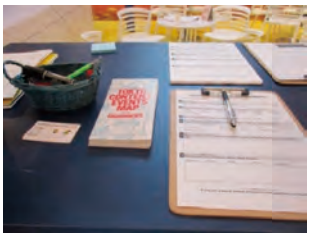
15：シンガポールAFA（アニメ　フェスティバル　アジア）にて5000部配布

2016年11月25日（金）～27日（日）　3日間開催
シンガポール、Suntec Singapore Convention & Exhibition Centreにて
日本のポップカルチャー、アニメ作品を中心としたマーチャンダイジング。

16：シンガポール ATF2016（Asia TV Forum & Market2016）　500部配布

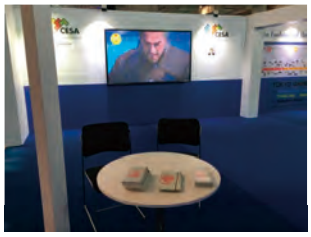
2016年12月7日（水）～9日（金）　3日間開催
シンガポール、サンズエキスポ＆コンベンションセンターにて
コ・フェスタイベント主催者（一社）民放連からのご紹介。

17：インドゲーミングショーにて3900部配布

2017年2月2日（木）～5日（日）　4日間開催
ニューデリー　プラガディーメイダン（デリー近郊最大の展示会場）にて
コ・フェスタイベント主催者（一社）コンピュータエンターテインメント協会CESAからのご紹介で
（特非）日本インド国際産業振興協会JIIPAで、CESAブース、VIPOブースに掲出。





CESA ブース







VIPO ブースではマップの配布だけではなく拡大して壁面にも掲出した

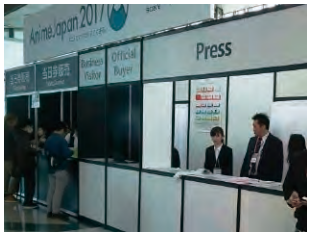
18：コ・フェスタイベント　アニメジャパン2017にて1000部配布

2017年3月23日（木）～26日（日）　4日間開催、お台場、東京ビッグサイトにて
ビジネスデイ23（木）・24（金）　2日間
ビジネスエリア入口にてコ・フェスタポスターと共にコ・フェスタガイドマップも掲出

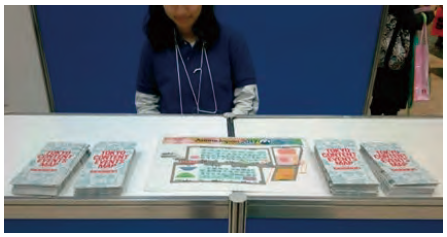





一般デイ25（土）・26（日）　2日間
メインエリア、インフォメーションのコ・ フェスタアンバサダーによる外国人向けツアーの受付にて外国人来場者へ配布。当日券販売窓口ではコ・フェスタポスターが掲出された。



CoFesta2016ガイドマップ配布先162カ所

No.	【コア・オフィシャル・パートナーイベント】
1	東京ゲームショウ2016
2	【JCS】第13回東京国際ミュージックマーケット
3	【JCS】TIFFCOM2016
4	【JCS】東京国際アニメ祭2016秋
5	第29回東京国際映画祭　ラインナップ記者会見
6	第29回東京国際映画祭
7	AnimeJapan2017
8	KYOTO CMEX
9	京まふ
10	CEATEC JAPAN 2016
11	第7回ロボット大賞
12	Amazon Fashion Week TOKYO
13	第43回「日本賞」
14	国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016
15	デジタルコンテンツEXPO 2016
16	マンガフェスティバル in マレーシア
17	Inter BEE 2016
18	TOKYO DESIGN WEEK 2016
19	Tokyo Docs 2016
20	ATP賞テレビグランプリ
21	第20回文化庁メディア芸術祭
22	SKIPシティ国際Dシネマ映画祭2016
23	第38回PFFぴあフィルムフェスティバル

24	吉祥寺アニメワンダーランド2016
25	2016きものサローネ in 日本橋
26	MPTE AWARDS 2016
27	第8回京都ヒストリカ国際映画祭
28	第5回JVAフェスタ2016
29	第7回 映文連 国際短編映像祭「映文連アワード2016」
30	第41回湯布院映画祭
31	マジカル福島2016
32	第10回アジア国際子ども映画祭
	【コ・フェスタ実行委員会】
33	松竹株式会社
34	株式会社ティー ワイ リミテッド
35	株式会社テレビマンユニオン
36	株式会社手塚プロダクション
37	株式会社KADOKAWA
38	一般社団法人　日本映画製作者連盟
39	一般社団法人　日本レコード協会
40	株式会社講談社
41	日本貿易振興機構
42	ぴあ株式会社
43	一般社団法人 衛星放送協会
44	内閣府　知的財産戦略推進事務局
45	総務省　情報流通行政局 情報通信作品振興課
46	外務省　大臣官房文化交流・海外広報課

47	文化庁　文化部芸術文化課 支援推進室
48	経済産業省　商務情報政策局 文化情報関連産業課
49	観光庁　国際観光課
50	東京都　産業労働局　観光部　振興課
	【百人委員会企業】
51～145	上記と重複していない95社 ※百人委員会リストは、6-ivを参照のこと
	【新規取組　観光案内所など】
146	成田空港
147～150	東京観光情報センター4カ所 （都庁・羽田空港・京成上野・バスタ）
151	㈱歌舞伎座（地下 木挽町広場）
152	渋谷駅観光案内所（（一財）渋谷区観光協会）
153	（一社）中央区観光協会
154	中央区観光情報センター（京橋エドグラン）
155	東京国際交流館
156	MOSHI MOSHI BOX 原宿観光案内所
157	もしもし日本シンポジウム
158	三井ガーデンホテル京橋
159	（一社）日本経済団体連合会 産業政策本部
	【新規取組　海外イベント】
160	AFAシンガポール
161	ATFシンガポールジャパンドラマ（民放連）
162	インドゲーミングショー

4-ii　インフォメーションデスクの設置／ 4-iii　コ・フェスタ2016 プロジェクト概要　記者発表＆イベント説明会／ 4-iv　はとバスでのプロモーション／4-v　来場促進の総括

4-ii　インフォメーションデスクの設置

新規の取り組みとして、増加を続けるインバウンド旅行客や在留外国人向けに、コ・フェスタ事務局内にコ・フェスタPRのためのコ・フェスタ インフォメーションデスク（コ・フェスタ　コンシェルジュサービス）を設置した。

オープンは2016年9月1日。英語対応のスタッフを配置し、平日10時から17時までの対応とした。コ・フェスタ ガイドマップ「TOKYO CONTENT EVENTS MAP」の裏表紙に電話番号を掲載した。外国人旅行客からの問合わせだけではなく、都内のホテルからコ・フェスタガイドマップの設置依頼もあった。

4-iii　コ・フェスタ2016 プロジェクト概要　記者発表会＆イベント説明会

コンテンツ企業のみならず、広く周知を図るために2016年度の活動に関する記者発表会＆イベント説明会を、2016年9月9日（金）に(特非)映像産業振興機構にて開催した。

詳細は、**2本年度の施策 ー iii コ・フェスタ2016 プロジェクト概要　記者発表会＆イベント説明会**　のページを参照のこと。

4-iv　はとバスでのプロモーション

「コ・フェスタにおける来場促進」の目的で、インバウンド旅行客や在留外国人向けに有効な施策を実施するために最も適したメディアである はとバスMap of Tokyo英語版 にコ・フェスタ情報を掲載した。下記にもある通り、日本国内の外国人旅行客のタッチポイントに加え、世界各地の主要都市でもインバウンドに向けて幅広くアピールした。

はとバスMap of Tokyo英語版

9月1日～11月30日配布版、10万部発行、B2サイズ7つ折り

※配布場所：はとバス外国人ツアー乗客、JALカウンター・支店（世界主要21都市）、空港リムジンカウンター、JR東日本主要ビューカウンター、羽田空港・成田空港インフォメーション、JTB、はとバス／サンライズツアー乗客、都内近郊主要ホテル・観光案内所





4-v　来場促進の総括

コ・フェスタガイドマップの掲出、インフォメーションデスクの設置、はとバスでのプロモーションと来日する外国人との接触が多いポイントで集中的に来場者促進のためのPRができた。日本コンテンツの魅力発信は、WEBだけでなく直接訴求する手段でも実施することが重要である。

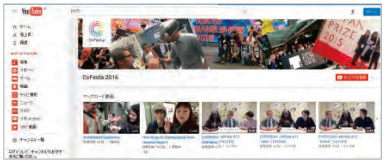
また、記者発表会＆イベント説明会は、イベント主催者を始め、コンテンツ関連企業やその他の産業も含めて海外発信の重要性をアピールできる絶好の機会となった。このような各関係者の意識を常に高めるような同様の機会を引き続き設定することが重要である。

5　情報発信

5- i　公式WEB ／ 5- ii　JAPACON



公式ホームページ


公式 YouTube チャンネル



コ・フェスタアンバサダー Facebook



JAPACON ホームページ



JAPACON Facebook

5- i　公式WEB

①公式ホームページ（日英の2か国語）
www.cofesta.go.jp　（PC、スマホ）
　コ・フェスタイベントのポータルサイトとして各イベントの公式サイトや関連サイトへのリンクを集約。このページから、コ・フェスタfacebook、コ・フェスタアンバサダーのfacebook、JAPACONサイト、アンバサダーによるYouTubeチャンネルとリンクで飛べるようになっている。またTOKYO CONTENT EVENTS MAPのPDFへのリンクも設置（2017年3月末まで）。
内容：
・コ・フェスタ2016概要
・コ・フェスタイベント リスト（コア、オフィシャル、パートナー）
　名称、期間、場所、公式サイト、2015年度実績報告書
・コ・フェスタ パートナーイベント募集
・コ・フェスタアンバサダー
・百人委員会リスト

②公式YouTubeチャンネル
https://www.youtube.com/channel/UCeiLC-CDu4cFbsvKTvHTu6w

③コ・フェスタアンバサダーFacebook
https://www.facebook.com/student.ambassadors.japan

5- ii　JAPACON

ホームページ：http://www.japancontent.jp/
Facebook:　https://www.facebook.com/japancontent
言語：英語・日本語
　コ・フェスタイベントをはじめ、日本の最新コンテンツ情報を海外発信するポータルサイトで、コ・フェスタイベントのデータベースにもなっている。facebookは2017年3月31日時点で74万いいね！を獲得。
※詳細は　**9 JAPACON**　の項目参照のこと。

5-iii　海外の情報サイトへの発信

コ・フェスタアンバサダーのネットワークを活用し、世界の日本コンテンツファンが情報を得ている情報サイトをリサーチ。その中から6か国語21サイトを厳選し、コ・フェスタイベントの海外向けプレスリリースを送付した。

海外向けプレスリリース配信協力サイト

言語	ジャンル	サイト名	URL
英語	アニメ・マンガ	Anime News Network	http://www.animenewsnetwork.com/
英語	音楽	Tokyo Girls Update	http://tokyogirlsupdate.com/
英語	音楽	JaME	http://www.jame-world.com/fr/
英語	ポップカルチャー全般	tokyohive	http://www.tokyohive.com/
英語	ファッション	JapaneseStreets	http://www.japanesestreets.com/
スペイン語	アニメ・マンガ	ANMTV	http://www.anmtvla.com/
スペイン語	アニメ・マンガ	ChikiOtaku	https://chikiotaku.mx/
スペイン語	ポップカルチャー全般	Retorno Anime	http://www.retornoanime.com/
スペイン語	ゲーム	Pixelania	http://pixelania.com/
スペイン語	総合	Japonismo	http://japonismo.com/
スペイン語	ポップカルチャー全般	UNITOKIO	http://unitokio.com/
フランス語	観光	Vivre le Japon	https://www.vivrelejapon.com/
フランス語	総合	Nipponconnection	http://www.nipponconnection.fr/
インドネシア語	アニメ・マンガ	Jurnal Otaku Indonesia	http://jurnalotaku.com/
インドネシア語	音楽	Today Idol	http://todayidol.com/
インドネシア語	ポップカルチャー全般	Japanese Station	http://japanesestation.com/
タイ語	観光	JapaiJapan	http://japaijapan.com/
タイ語	総合	Japankakkoii	http://www.japankakkoii.com/
タイ語	総合	Anngle	http://anngle.org/th/
タイ語	総合	marumura	http://www.marumura.com/
中国語	ポップカルチャー全般	宅宅新闻	http://www.gamme.com.tw/

5-iv　動画制作•配信 ／ 5-ｖ　情報発信の総括



JAPACON　湯布院画像



Everyday Japan



Everyday Japan



Everyday Japan

5-iv　動画制作・配信

1. コ・フェスタアンバサダーがレポーターとなり、コ・フェスタイベントの取材レポートやプロモーション動画を制作。JAPACONにて配信した。
動画再生回数（2016/8/25-2017/3/30）：309,000回

2. 主に日本コンテンツファンの外国人向けにコ・ フェスタアンバサダーが日本の魅力を紹介する動画シリーズ「Everyday Japan」（全12回）を制作。JAPACON、FRI（フィールズ研究開発室）、Anichan、Tokyo Otaku Mode、公式Youtubeチャンネルを通じて配信した。
合計再生回数（2016/9/13-2017/3/29）：375,476回（内訳は下記の通り）

①JAPACON Facebook
https://www.facebook.com/japancontent
再生回数（2016/10/8-2017/3/29）：61,431回

②FRI（フィールズ研究開発室）Facebook（日本語・英語）
https://www.facebook.com/Fields-Research-InstituteFRI-667457960025576/
内容：国内外向け動画配信や記事制作、投稿など
再生回数（2016/10/19-2017/3/13）：12,964回

③AniChan（アニチャン）YouTube
https://www.youtube.com/c/AniChan
内容：国内外向け動画配信
再生回数（2016/12/8-2017/3/13）：3,720回

④Tokyo Otaku Mode（トウキョウオタクモード）（英語）Facebook, YouTube
https://www.facebook.com/tokyootakumode/?fref=ts
内容：海外向け記事投稿、動画配信
結果（2017/2/28-3/13）：Facebook投稿：・リーチ数：1,041,981
・動画再生回数：289,282（27.76%）
・肯定的な反応数：4,648
Facebookニュース記事： 閲覧数：13,948
YouTube再生回数：6,544回

⑤公式YouTubeチャンネル
https://www.youtube.com/channel/UCeiLC-CDu4cFbsvKTvHTu6w
再生回数（2016/9/15-2017/3/22）：1,535回

5-ｖ　情報発信の総括

公式ホームページやJAPACONサイトを中心に、コ・ フェスタイベントの情報発信とプロモーションに努めた。今年度は特に動画配信に力を入れ、公式YouTubeチャンネルとJAPACON facebookに加え、日本コンテンツファンの外国人に人気の高い外部サイトと連携し、約68万回の再生数を達成した。このような動画プロモーションを継続し、情報を発信し続けることが重要である。

6-ⅰ　コ・フェスタイベント間の連携促進 ／ 6-ⅱ　海外イベントとの連携 ／ 6-ⅲ　地方イベントとの連携

6-ⅰ　コ・フェスタイベント間の連携促進

2016年度の活動内容の記者発表会＆イベント説明会を、2016年9月9日（金）に東京・ 築地の（特非）映像産業振興機構にて開催した。コ･フェスタイベント間の連携を目的にイベント主催者が集結し各イベント内容の説明会や交流会を実施。個々のイベントの今年度実施内容や特徴を紹介した。

詳細は、**2 本年度の施策 ー ⅲ コ・フェスタ 2016 プロジェクト概要 記者発表会 & イベント説明会**　を参照のこと。

6-ⅱ　海外イベントとの連携

海外の大規模コンテンツ関連イベントを選定し、海外提携パートナーイベントに認定する。当該パートナーイベントの参加者に対しアンケートを行い、日本コンテンツに対する意識調査を実施した。

新規パートナーイベント（開催順）: Anime Expo（アメリカ・ロサンジェルス）
J-POP Summit（アメリカ・サンフランシスコ）
漫画博覧会（台湾・台北）

※調査結果は　**3 調査 ー ⅰ 日本コンテンツのニーズ調査**　を参照のこと
※イベントの詳細は　**7 イベント報告 ー ⅲ パートナーイベント**　を参照のこと

6-ⅲ　地方イベントとの連携

地域経済活性化施策として海外発信に積極的な地域イベントを選定し、パートナーイベントに認定した。

新規パートナーイベント（開催順）: 湯布院映画祭（大分県由布市）
マジカル福島（福島県各地）
アジア国際子ども映画祭（北海道北見市）

※イベントの詳細は　**7 イベント報告 - ⅲ パートナーイベント** を参照のこと
※各イベントの支援内容は　**8 コ・フェスタアンバサダー ー ⅱ コ・フェスタイベント支援**　を参照のこと

6-iv　コ・フェスタ百人委員会（通称：百人委員会）

コ・フェスタを広く経済界から支援するため2007年に設立。
コンテンツ産業とその他の産業との連携及びグローバル展開の強化を目的とする。


百人委員会 委員長　下村 節宏

■百人委員会 委員長

三菱電機株式会社 相談役 /
一般社団法人 日本経済団体連合会 産業競争力強化委員会 委員長　下村 節宏
2016年9月1日就任

■委員一覧　百人委員会就任企業101社

株式会社IHI
株式会社アサツー ディ・ケイ
株式会社　朝日新聞社
株式会社 イトーヨーカ堂
伊藤忠商事株式会社
株式会社イマジカ・ロボット ホールディングス
ウシオ電機株式会社
株式会社NHKエンタープライズ
NBCユニバーサル・エンターテイメントジャパン合同会社
王子ホールディングス株式会社
沖電気工業株式会社
株式会社KADOKAWA
株式会社カプコン
関西テレビ放送株式会社
株式会社 木下グループホールディングス
ギャガ株式会社
キヤノン株式会社
キヤノンマーケティングジャパン株式会社
キリンホールディングス株式会社
キングレコード株式会社
株式会社コーエーテクモゲームス
コダック合同会社
株式会社コナミデジタルエンタテインメント
株式会社 小松製作所
株式会社ゴンゾ
株式会社CBCテレビ
松竹株式会社
昭和電工株式会社
スカパーJSAT株式会社
株式会社スクウェア・エニックス・ホールディングス
住友化学株式会社
住友商事株式会社
セイコーエプソン株式会社
ソニー株式会社
ソニーPCL株式会社
株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント
大成建設株式会社
大日本印刷株式会社
株式会社大和証券グループ本社
株式会社タカラトミー
中京テレビ放送株式会社
株式会社　TBSテレビ
株式会社ティー・ワイ・オー
株式会社 テイチクエンタテインメント
デジタルハリウッド大学
テレビ愛知株式会社
株式会社テレビ朝日
テレビ大阪株式会社
株式会社テレビ東京
株式会社 電通
東映株式会社
東映アニメーション株式会社
東海テレビ放送株式会社
東京ガス株式会社
東宝株式会社
株式会社　東北新社
株式会社 トーハン
凸版印刷株式会社
トヨタ自動車株式会社
名古屋テレビ放送株式会社
日活株式会社
日揮株式会社
株式会社 日経BP
日本コロムビア株式会社
日本テレビ放送網株式会社
日本電気株式会社
株式会社　日本経済広告社
株式会社　日本経済新聞社
日本航空株式会社
野村ホールディングス株式会社
株式会社 博報堂
株式会社 博報堂ＤＹメディアパートナーズ
株式会社バップ
パナソニック株式会社
株式会社バンダイナムコホールディングス
ぴあ株式会社
東日本旅客鉄道株式会社
株式会社 日立製作所
株式会社ヒューマックスシネマ
株式会社フォーライフ ミュージックエンタテイメント
富士通株式会社
株式会社フジテレビジョン
富士フイルム株式会社
株式会社プラザクリエイト
株式会社ポニーキャニオン
株式会社ホリプロ
株式会社　毎日新聞社
株式会社毎日放送
株式会社みずほフィナンシャルグループ
三井不動産株式会社
三菱電機株式会社
株式会社三菱東京UFJ銀行
森ビル株式会社
ユニ・チャーム株式会社
ユニバーサル ミュージック合同会社
吉本興業株式会社
読売新聞グループ本社
讀賣テレビ放送株式会社
琉球放送株式会社
株式会社ワーナーミュージック・ジャパン
株式会社WOWOW

（2016年9月1日時点 五十音順）

6-ｖ　連携の総括

百人委員会等を通じた各イベント間、イベントと企業、またコンテンツ産業と関連産業との分野横断的な連携により、効果的な海外発信が促進できた。特に、海外や地方のイベントとの連携やSNS発信等が効果的であったといえる。

7　イベント報告

7- i　コ・フェスタ2016コアイベント

コ・フェスタコアイベントは、コ・フェスタイベントのうち、国際性及び規模等において、コ・フェスタの集中的な支援による効果が期待できるイベントとして、コ・フェスタ実行委員会が認定したイベントである。4 イベントが認定された。各コアイベントとも、動画・SNS などで情報発信を積極的に行い、海外や非コンテンツ産業の来場者など多く取り込んで過去最多の来場者数を記録、大変盛況となった。

1	東京ゲームショウ2016
2	Japan Content Showcase 2016 ・第 13 回東京国際ミュージックマーケット（TIMM） ・TIFFCOM2016 Marketplace for Film&TV in Asia ・東京国際アニメ祭 2016 秋（TIAF）
3	第 29 回東京国際映画祭
4	AnimeJapan 2017

東京ゲームショウ2016

TOKYO GAME SHOW 2016

会　期：2016年9月15日（木）～18日（日）
会　場：幕張メッセ
主　催：（一社）コンピュータエンターテインメント協会（CESA）
共　催：日経BP社
特別協力：ドワンゴ
※東京ゲームショウ2016は、地域発コンテンツ等海外展開支援事業（J-LOP）の補助を受けています。
対　象：コンピュータエンターテインメント業界関係者、一般来場者
公式サイト：http://tgs.cesa.or.jp/



総来場者数：271,224人 ※昨年対比1.0%増　過去最多
ビジネスディの来場者数：65,033人　※昨年対比10.9%増
出展社数：614社（国内出展者社：269社　海外出展社数：345社）
　　昨年対比：国内15.0%増、海外40.2%増　過去最多
出展参加国と地域数：37の国と地域
プレス社数：2,355媒体、6,372人　※昨年対比27.4%増　過去最多
　　（国内媒体数：1,587媒体、4,727人）（海外媒体数：768媒体、1,645人）



■開催内容

「東京ゲームショウ2016」は、「エンターテインメントが変わる。未来が変わる。」をテーマに開催され、過去最多となる614企業・団体（うち海外が345）が出展し、家庭用ゲーム、スマートフォン、PCなど様々なプラットフォームに向けた幅広いジャンルの新作タイトルやサービスが発表された。とりわけ、新設したVR（仮想現実）コーナーには、国内だけでなく海外からの報道関係者、来場者が目立つなど、大きな注目を集め、ゲームの新たな可能性を世界に向けて発信した。また、新たなプラットフォームの誕生により、ゲーム産業が世界規模で拡大、それにともない有料なコンテンツを保有する日本企業と国際間での協業を模索する海外企業が増え、会期中はBtoBの商談も活発に行われた。

東京ゲームショウ同様、今年で20周年を迎える「日本ゲーム大賞」についても、「経済産業大臣賞および年間作品部門」「アマチュア部門」「フューチャー部門」の発表授賞式が執り行われた他、20周年記念ブースにて過去の受賞作品を紹介した。

過去最多の来場者数を記録して終了した「東京ゲームショウ2016」は、BtoB, BtoC両方の機能を備えた国際的なイベントとして、また、アジアから世界へ発信するハブとして重要な役割を担うイベントとして記念すべき20周年にふさわしい結果を残すことができた。



■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

●20周年記念企画

「東京ゲームショウ＆日本ゲーム大賞20周年記念ブース」

20周年を迎えた「東京ゲームショウ」と「日本ゲーム大賞」を記念して、ゲームの過去から未来までを一度に体験できる特別企画ブースを設置した。「20年のあゆみ展示」コーナーでは、ゲームの20年史を両イベントのトピックスともに振り返るコーナーや、日本ゲーム大賞の全受賞作品の展示を行った。また、なつかしい受賞タイトル試遊コーナーも設置し、多いに賑わった。「エンターテインメントの未来」コーナーでは、現在研究が進められている最先端技術を紹介し、エンターテインメントの未来像を掲示した。



20周年記念講演

「未来へ引き継ぐCESA設立の思い～CESA20周年の歩みと将来～」

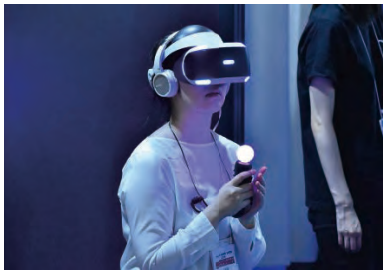
CESA設立時の理事メンバーと現在の理事を招き、CESA設立から現在までの歩みをゲーム産業の歴史とともに振り返った。設立された背景や秘話、レーティングや著作権問題など、業界団体として対応してきた様々な課題を振り返り、今後の活動に求められることについて、意見が交わされ、更なる発展を目指していくことを共有して講演を終えた。



東京ゲームショウ2016

TOKYO GAME SHOW 2016







＜登壇者＞

㈱カプコン	代表取締役会長CEO	辻本憲三
㈱コーエーテクモホールディングス	代表取締役会長	襟川恵子
㈱セガホールディングス	代表取締役社長COO	岡村秀樹
㈱カプコン	代表取締役社長COO	辻本春弘
SMBC日興証券㈱	株式調査部 エンタテインメント・メディアチーム シニアアナリスト	前田栄二
カドカワ㈱	取締役	浜村弘一 （モデレーター）

●その他新たな取り組み

- 主催者企画として「VR体験コーナー」を実施し、注目度の高いVRをより多くの来場者に体験頂いた。
- 「イベントホール」を休憩エリア・フードコートとして開放。約5,000席の休憩スペースを提供。
- 公式ガイドブックを携帯版に変更。
- 国内外の非来場者に向けて、動画、SNSによる情報発信を強化した。
- オフィシャルサポーターを選任し、会期前、会期中において、公式動画チャンネルやメディアでのPRを実施した。

Japan Content Showcase 2016

会　期：2016年10月24日（月）～27日（木）Japan Content Showcase2016として
　　第13回東京国際ミュージックマーケット ~The 13th Tokyo International Music Market~　10月24日（月）～26日（水）
　　TIFFCOM2016 ~Marketplace for Film and TV in Asia~　10月25日（火）～27日（木）
　　東京国際アニメ祭2016 ~Tokyo International Anime Festival~　10月25日（火）～27日（木）

会　場：グランドニッコー東京 台場（TIFFCOM/TIAF）
　　渋谷 エクセルホテル東急（TIMM）
主　催：経済産業省、（公財）ユニジャパン／（一財）音楽産業・文化振興財団／（一社）日本動画協会
共　催：第29回東京国際映画祭
後　援：総務省／外務省／観光庁／（一社）映画産業団体連合会／（一社）衛星放送協会／
　　特定非営利活動法人 映像産業振興機構／（一社）外国映画輸入配給協会／国際交流基金アジアセンター／
　　（一社）コンサートプロモーターズ協会／（一社）コンピュータエンターテインメント協会／
　　（一社）私的録音補償金管理協会／（一財）デジタルコンテンツ協会／協同組合 日本映画製作者協会／
　　（一社）日本映画製作者連盟／（一社）日本映像ソフト協会／（一社）日本音楽事業者協会／
　　（一社）日本音楽出版社協会／（一社）日本音楽制作者連盟／（一社）日本音楽著作権協会／（一社）日本経済団体連合会／
　　（公社）日本芸能実演家団体協議会／㈱日本貿易振興機構／（一社）日本民間放送連盟／（一社）日本レコード協会
対　象：映画、テレビ、アニメーション、VIDEO/DVD、携帯、インターネット、コミック、デジタルメディアコンテンツ、音楽、
　　出版などのコンテンツホルダー
公式サイト：http://www.jcs.tokyo/ja/（日本語サイト）
　　http://www.jcs.tokyo/en/（英語サイト）

ビジネスエリアの来場者数：18,330人（延べ）（0.7%増）※過去最高
出展団体数：356団体（2.6%増）（国内出展者数：232　海外出展者数：124）※過去最高
出展参加国と地域数：21の国と地域
バイヤー登録数：1,539人（7.3%増）（国内バイヤー：613人　海外バイヤー：926人）※過去最高
商談件数：6,805件
成約金額：53,053,381 USドル
プレス社数：247社（国内プレス社数：53社　海外プレス社数：194社）

■開催内容

“Japan Content Showcase 2016”は、映像・音楽・アニメーションの国際見本市を集約し、コンテンツの垣根を越えたアジアを代表するコンテンツマーケットです。日本で唯一の国際映画製作者連盟公認の国際映画祭である”東京国際映画祭（TIFF）”併設マーケットの”TIFFCOM”と、音楽の国際マーケット”東京国際ミュージックマーケット（TIMM）”、アニメーション関連を中心とした”東京国際アニメ祭（TIAF）”との合同マーケットとして、東京・お台場のグランドニッコー東京 台場および、東京・渋谷の渋谷 エクセルホテル東急にて開催。映画、テレビなどのコンテンツの他、音楽やアニメーションなど多彩なコンテンツホルダーが一堂に会し、アジア諸国だけでなく、世界各国から有力なバイヤーが来場、ビジネスに直結した商談が可能なマルチコンテンツマーケットです。

セミナーおよびマッチングイベント

海外バイヤーをはじめ多くのコンテンツ関係者を招聘してビジネスマッチングの商談会やパーティをJapan Content Showcase（JCS）の会場のみならず、近隣施設でも連日開催し、世界各国から訪れたキーパーソンとのマッチングを実現した。関心度の高いテーマのセミナーを多く開催するとともに、用途に応じてブースを設け、個別ミーティングを実施できるようにしたほか、各団体が主催するマッチングのイベントも数多く開催され、有意義な出会いの場を創出した。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

渋谷・台場2つの会場で開催し、出展ブースが拡大

JCSとして前年は「グランニッコー東京 台場」をメイン会場に台場だけでの開催だったが、2016年は新たに渋谷を拠点に加え、出展スペースが拡大した。そのため台場を本拠地としたTIFFCOMでは出展団体数が過去最大となり、新規出展者も大幅に増加した。また、昨年同様、台場会場の近隣施設シネマメディアージュにおいてマーケットスクリーニングを実施した。

VRコーナーを新設

渋谷・台場会場双方に新たにVRコーナーを設け、台場会場ではVR関連を扱う3社が出展した。併せてTIFFCOM、TIMM、TIAF合同でVRビジネスの最前線を知るためのセミナー「緊急課題!?コンテンツビジネスとVRの近未来像」を開催し、好評を博した。

第13回東京国際ミュージックマーケット
~ The 13th Tokyo International Music Market(13Th TIMM)~ /Japan Content Showcase2016









会　期：2016年10月24日（月）～26日（水）
会　場：渋谷エクセルホテル東急（10／24，25）
　　グランドニッコー台場東京（10／26）
公式サイト：http://www.timm.go.jp

■開催内容

「Japan Content Showcase2016」の音楽部門のマーケットとして、日本音楽の海外展開を支援するイベント「第13回東京国際ミュージックマーケット（13Th TIMM）」を開催した。今年、13Th TIMMはメイン会場を渋谷に移し、単独の音楽マーケットとして「商談会」「ビジネスセミナー」「連携ライブ」を柱として実施した。（10/26は、台場会場にてビジネスマッチング、JCS合同セミナーを実施）

［個別商談会／ビジネスセミナー］	渋谷エクセルホテル東急	（10/24～25）
［連携ライブ］	TSUTAYA O-EAST	（10/24～26）
［ビジネスマッチング］	渋谷エクセルホテル東急	（10/24～25）
	グランドニッコー東京台場	（10/26）
［JCS合同セミナー］	グランドニッコー東京台場	（10/26）

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

○アクセスが良く若者文化の発信都市、渋谷をメイン会場にして開催
○音楽諸団体と連携を図り、海外展開に不可欠なテーマを扱った8本のビジネスセミナーを実施
○商談会場から至近距離のTSUTAYA O-EASTに於いて連携ライブを行い、計18組のアーティストの生のライブを海外バイヤーに披露した。この模様はPROMICtv、WAKUWAKUJAPAN、NHK国際放送J-MELO、台湾TV等で紹介され大きな反響を得た。
○海外から100名を超えるバイヤーを招聘し、JETRO共催ビジネスマッチング、セミナー登壇者とのマッチング等、商談の促進施策を更に拡充させた。

これらの施策を連動させながら、音楽マーケットとして国内外への情報発信力等の強化、内容の充実を目指した。

■他イベントとの連携事例とその成果

○他団体等との連携強化
・（一社）日本レコード協会、（一社）日本音楽出版社協会と連携し、ビジネスセミナーを開催
・コンテンツポータルサイト運営協議会が運営する「JAPACON」等との連携を強化し、国内外における情報発信の拡充を図った。

○国内外で開催される音楽マーケット等での情報発信

TIMM及び日本音楽のプレゼンスを高める事を目的とし、国内外で開催された以下の音楽マーケット、イベントに参加し、もしくはアーティスト交換等行い13ThTIMMの情報発信を行った。

1. 台湾「Golden Melody Awards ＆ Festival」　6月22日（水）～24日（金）
2. 韓国「MU：CON」　10月6日（木）～8日（土）
3. 国内・札幌「No Maps」　10月14日（金）～16日（日）
4. マレーシア「J-POP Signature」　11月18日（金）～19日（土）

TIFFCOM2016 ~Marketplace for Film and TV in Asia~/ Japan Content Showcase 2016

TIFFCOM Marketplace for Film & TV in Asia

会　期：2016年10月25日（火）～27日（木）
会　場：グランドニッコー東京 台場

■開催内容

国際交流基金との特別プロジェクト

2014年より2020年まで、TIFFCOMと国際交流基金アジアセンターは映画・TVなどのコンテンツを通じたアジアにおける交流事業を行っている。その一環として東南アジアのバイヤーとセラー計19名をTIFFCOMより招聘し、セミナー「6.2億人、東南アジア市場： 日本映画を売りこめ! ～日本映画プラットフォーム戦略からビジネス展開へ～」をユニジャパンと共催、日本貿易振興機構（JETRO）と東南アジアの映像コンテンツ・ビジネス商談会を共催した。

JETROによる日本コンテンツ輸出支援イベント

日本貿易振興機構（JETRO）は、日本の映像や音楽の海外展開を促進するため、JCS会場内でJETROビジネスセミナー「日本映画が海外で成功する方法教えます! ～欧米市場のトレンドと国際共同製作～」を開催したほか、欧米・中南米・アジアのバイヤーとのビジネスマッチング商談会を実施した。また、国際交流基金アジアセンターの協力のもと、会期後には日本・東南アジアの映像コンテンツ・ビジネス商談会を開催し、好評を博した。

Asia-Pacific Producers Network（アジア太平洋プロデューサーネットワーク）

アジア太平洋地域の映画プロデューサーの親交を目的として2006年に発足した任意団体APNからメンバーであるプロデューサー50名を海外より招聘。今年のAPN総会はTIFF・TIFFCOMの舞台となる東京台場・六本木を会場に開催され、併せて様々なイベントも行った。APNプロデューサーによる各国の映画製作や興行の最新動向を知るためのセミナーなど、JCS来場者に向けたイベントも実施し、盛況となった。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

オンラインライブラリーにFoyerを採用

2014年度より導入されたオンラインライブラリーで今年は株式会社IMAGICAのシステムFoyerを採用。時間や場所に制限されることなく自身のデバイスで出品作品を閲覧できる便利なサービスとして、バイヤーをはじめとするJCS関係者に向け、マーケットスクリーニング、P&I上映と共に、多くの機会を提供した。

■他イベントとの連携事例とその成果

第29回東京国際映画祭

日本で唯一の国際映画製作者連盟公認の国際映画祭である東京国際映画祭との連携の深さも大きな特徴のひとつで、TIFFCOMとの連携により、東京から世界の映画産業へ向けて、新たな交流の場を提供し、国際共同製作や国際ビジネスに結び付けている。JCS会場（台場）と、TIFF会場（TOHOシネマズ 六本木ヒルズ、EXシアター六本木）双方で、第29回東京国際映画祭上映作品のプレス・業界関係者向け試写（P&I Screenings）も同時開催した。

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例と効果

コンテンツホルダーとコンテンツバイヤーのマッチング（バイイング）の機会を提供することがTIFFCOM最大の存在価値だが、非コンテンツ企業の参加者も増加の一途をたどっている。コンテンツ利用を地域産品やインバウンドと結びつけて地域活性化を標榜する企業や自治体、地域経済団体、タレントエージェンシーなど新規の参加者が増え、「黎明期から進化期へ!地方制作コンテンツの海外展開と地域創生の今」と題したセミナーも多くの来場者の注目を集めた。











東京国際アニメ祭2016 ~Tokyo International Anime Festival~/ Japan Content Showcase 2016











会　期：2016年10月25日（火）～27日（木）
会　場：グランドニッコー東京 台場

■開催内容

アニメ等の国際見本市を開催し、国際取引等を促進する。各社話題のTVシリーズや最新劇場公開等のアニメ作品を国内外に広く発信するため、BtoBの商談会を行うとともに、アニメ、コミック、小説等の海外展開に向けたピッチセッションの運営や、世界的に人気の高い日本のアニメを始め、コミックや小説のドラマ化・映画化、リメイクのための「原作ピッチ」を実施する。

また、日本のプロパティやクリエイターに興味を持つ海外のコンテンツ・プロデューサーに対するプレゼンテーション、キャラクター＆作品の海外展開に向けたピッチセッション、ロケーション誘致など地域の観光資源をプロモートするためのピッチング、アニメの国際共同製作を推進するためのマッチング等を通じて、日本のアニメの海外展開の促進を図る。

・セミナー等およびマッチングイベント

来場される国内外バイヤーと出展社及びコンテンツ関係者とのビジネスマッチングの場をJapan Content Showcase（JCS）の会場内にて実施した。国内のアニメーション産業及び国際マーケットの現状についての解説や地域関連における展開など、アニメーションに関する質の高いテーマのセミナーを多く開催することができた。

・国際共同製作マッチング

昨年に続き今年度もアニメーション制作会社にご登壇いただき、自社の紹介とともに、個社における国際共同製作の可能性等をお話しいただきつつ、その場での商談等も行った。また、今後、国際共同製作を実現するべく、日本貿易振興機構（JETRO）招聘バイヤー等とのビジネスマッチングも行った。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

・アニメ・ビジネス相談コーナー

今年初めて展開したコーナーであり、来場者・出展社に向けたアニメーションビジネスに関する相談を受け付けた。国内におけるアニメーションの動向や、配信関連、海外における日本のアニメーション販売状況などを担当者よりご説明するとともに、内容によってはアニメーション関連の出展社にご協力いただきながら対応を行った。

■他イベントとの連携事例とその成果

2017年3月23～26日に開催されるAnimeJapan2017の告知展開をアニメーション関連会社にて実施した。

第29回東京国際映画祭

会　期：2016年10月25日（火）～11月３日（木・祝）
会　場：六本木ヒルズ、EXシアター六本木（港区）ほか
主　催：（公財）ユニジャパン（第29回東京国際映画祭実行委員会）
共　催：国際交流基金アジアセンター（アジア映画交流事業）／
　　東京都（コンペティション部門、ユース部門）
後　援：総務省／外務省／経済産業省／観光庁／港区／新宿区／
　　㈱日本貿易振興機構／東京国立近代美術館フィルムセンター／
　　（公財）港区スポーツふれあい文化健康財団／（公財）JKA／
　　（一社）日本経済団体連合会／東京商工会議所／
　　（一社）日本映画製作者連盟／（一社）映画産業団体連合会／
　　（一社）外国映画輸入配給協会／
　　モーション・ピクチャー・アソシエーション（MPA）／
　　全国興行生活衛生同業組合連合会／東京都興行生活衛生同業組合／
　　（特非）映像産業振興機構／（一社）日本映像ソフト協会／
　　（一財）角川文化振興財団／（一財）デジタルコンテンツ協会／
　　（一社）デジタルメディア協会／駐日インドネシア共和国大使館／
　　（一社）新宿観光振興協会
対　象：全て（一般・ビジネス）
公式サイト：www.tiff-jp.net

総来場者数：181,031人
コンペティション部門応募参加国と地域数：98の国と地域
コンペティション部門応募作品数：1,502
プレス登録者数：2,590人（国内：1,969人　海外：621人）

■開催内容

●オープニング：10月25日（火）
六本木エリアにて レッドカーペット、オープニング・ セレモニー、オープニング作品上映『マダム・ フローレンス!　夢見るふたり』、オープニング・ レセプション

●歌舞伎座スペシャルナイト：10月27日（木）　歌舞伎座にて
尾上菊之助氏による歌舞伎舞踊「鷺娘」、古舘伊知郎氏によるトークと『血煙高田の馬場』弁士上映、弁士上映『忠臣蔵　デジタラル最長版』

●アニメーション特別企画　TIFFアニ!!：10月31日（月）　国際フォーラムにて
第１部　東京国際映画祭　イチオシ・アニメ　スペシャルステージ
第２部　TIFFアニ!! Supported by LisOeuf♪（リスウフ）
　　のじけんBAR ～TIFFアニ!!にきまぐれ開店!～

●クロージング：11月3日（木・祝）　六本木エリアにて
クロージングセレモニー（各賞授賞式）、クロージング・パーティー

●作品上映：主要部門・特集
コンペティション、アジアの未来、日本映画スプラッシュ、特別招待作品、特別上映、ワールド・ フォーカス、CROSSCUT ASIA #03 カラフル!インドネシア、映画監督細田守の世界、Japan Now、日本映画クラシックス、ユース　他

●受賞結果：

東京グランプリ	『ブルーム・オヴ・イエスタディ』
審査員特別賞	『サーミ・ブラッド』
最優秀監督賞	ハナ・ユシッチ　『私に構わないで』
最優秀女優賞	レーネ＝セシリア・スパルロク『サーミ・ブラッド』
最優秀男優賞	パオロ・バレステロス『ダイ・ビューティフル』
最優秀芸術貢献賞	『ミスター・ノー・プロブレム』
観客賞	『ダイ・ビューティフル』


© 2016 TIFF


© 2016 TIFF


© 2016 TIFF


© 2016 TIFF


© 2016 TIFF


© 2016 TIFF

第29回東京国際映画祭


© 2016 TIFF


© 2016 TIFF


© 2016 TIFF


© 2016 TIFF


© 2016 TIFF


© 2016 TIFF

WOWOW賞	『ブルーム・オヴ・イエスタディ』
アジアの未来 作品賞	『バードショット』
国際交流基金アジアセンター特別賞	アランクリター・シュリーワースタウ 『ブルカの中の口紅』
日本映画スプラッシュ 作品賞	『プールサイドマン』
"SAMURAI（サムライ）"賞	マーティン・スコセッシ、黒沢清
ARIGATŌ（ありがとう）賞	新海誠、高畑充希、妻夫木聡、ゴジラ

●マーケット TIFFCOM2016 Marketplace for Film & TV in Asia

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

●最大キャパのメイン会場として新たにEXシアター六本木を通期で使用。オープニング、クロージングセレモニーやメイン部門であるコンペティションなどの上映開場として通期を通して使用。
●TIFF初の映画製作作品、国際交流基金×東京国際映画祭 co-produce アジア・オムニバス映画製作シリーズ『アジア三面鏡2016: リフレクションズ』ワールド・プレミア上映
●若い映画ファンの育成を目的に、ユース部門を設立。
●国際フォーラムを使用して、TIFFアニ!!と題してアニメーションのイベントを実施、新たなファン層を獲得。

■他イベントとの連携事例とその成果

TIFFCOMとの連携により、東京から世界の映画産業へ向けて、新たな交流の場を提供し、国際共同製作や国際ビジネスに結び付けている。JCS会場（台場）と、TIFF会場（TOHOシネマズ 六本木ヒルズ、EXシアター六本木）双方で、第29回東京国際映画祭上映作品のプレス・ 業界関係者向け試写（P&I Screenings）を同時開催した。

AnimeJapan 2017

AnimeJapan アニメのすべてが、ここにある。 2017

会　期：2017年3月23日（木）～26日（日）
会　場：東京ビッグサイト（〒135-0063　東京都江東区有明3-11-1）
　　東展示棟1-7ホール［メインエリア］
　　会議棟1Fレセプションホール［ビジネスエリア］
主　催：（一社）アニメジャパン
特別協賛：dアニメストア／Fate/Grand Order
協　賛：ソニー㈱／パディントン２／ゴジラ・ストア／㈱SANKYO／
　　LIVE DAM STADIUM／フィールズ㈱／㈱ファミリーマート
後　援：経済産業省／（一社）日本動画協会／コミック出版社の会
主　催：（一社）アニメジャパン
対　象：一般来場者／国内・海外ビジネス来場者／招聘海外バイヤー／
　　アニメ関連企業・団体ほか
公式サイト：http://www.anime-japan.jp/

総来場者数：145,453人（前回比107.5%）　※以下来場者含みます
ビジネスエリアの来場者数：4,015人（前回比122.4%）
ファミリーアニメフェスタ2017来場者数：11,770人（前回比114.0%）
プレス社数：638社1,285人
　　（国内プレス社数：591社1,250人　海外プレス社数：47社80人）

出展社数：169社（前回比113%）





■開催内容
　AnimeJapanは日本を代表するアニメの国際的総合見本市。
　商談や、情報収集に訪れるビジネス目的の来場者を主な対象とする「ビジネスエリア」、一般アニメファンを主な対象とする「メインエリア」での展開。



●ビジネスエリア
　多くのコンテンツホルダーやアニメ関連企業、団体が出展。
　多くのビジネス来場者が来場し、会場内に広く設置された商談スペースを使って、活発な商談・情報交換が行われた。

　海外からは、多くの招聘バイヤーが来場。国内コンテンツの積極的な海外展開を促進した。

　また今回から実施した、基礎的なアニメビジネスの仕組みを伝えるセミナー「AJ×ABPFアニメビジネス大学」が盛況。
　将来につながる協業企業の支援、育成を行うことで、国内ライセンスビジネスの活性化につなげる狙い。
　会場内には、ビジネス来場者からの様々な問い合わせに対応するコンシェルジュを設置。
　異業種を含む多くのビジネス来場者のサポートを行った。



・企業出展ブース
・商談スペース、個室商談スペース、バイヤーズラウンジ
・主催施策（アニメビジネスコンシェルジュ／AJ×ABPFアニメビジネス大学／アニメ紹介パネル／ビジネスセミナー／アニメコラボレーション10選）
・JETRO Anime Biz Match（JETRO招聘バイヤーと国内企業とのマッチング）の実施

●メインエリア
　メインエリアでは日本を代表するアニメ関連企業が出展ブースにて作品PR・映像上映・グッズ販売・ステージイベントなどを実施。また、様々な主催施策を展開し、多くの来場者がアニメ文化を立体的に楽しむ姿が見受けられた。



・企業出展ブース
・主催施策（RGBステージ／オープンステージ supported by LIVE DAM STADIUM

AnimeJapan 2017





／コスプレイヤーズワールド／フードパーク supported by dアニメストア／オフィシャルグッズ／アニメコラボレーション10選／セミナーステージ／Production Works Gallery／クリエイター体験講座）

●ファミリーアニメフェスタ2017

東8ホールでファミリー向けのイベントを同時開催。

小学生以下及びその保護者の入場無料、専用入場口の設置など、ファミリー層が安心して楽しむことができるエリアに前回を上回る多くの来場者が訪れた。

・企業出展ブース
・主催施策（キッズワークショップコーナー／プレイコーナー／キャラクターグリーティング／ファミリーステージ／ファミリーフードパーク）

●近隣会場施策

・AJ Night
・AJ Circuit in 両国国技館
「ANIME COLLECTION 2017 SPRING」
「ANISONG WORLD MATSURI 2017」
・アニメビジネス懇親会
・出展社懇親会
・アニ☆コン東京 in AnimeJapan

7-ii　コ・フェスタ2016オフィシャルイベント

コ・フェスタオフィシャルイベントは、コ・フェスタイベントのうち、国際性に富んだイベントで、その国際性及び規模等においてコア・イベントに準じ、コ・フェスタ実行委員会が承認したイベントである。2016 年度は 2015 年度より 4 イベント多い 12 イベントが認定された。各イベントとも最新のビジネスモデル、最先端テクノロジーをキーワードに本来の枠を超えた連携を行ない、ワークショップ、セミナーなどを実施した。

1	KYOTO CMEX 2016
2	CEATEC JAPAN 2016
3	第20回文化庁メディア芸術祭 （文化庁 メディア芸術祭20周年企画展ー変える力）
4	Amazon Fashion Week TOKYO 2017 S/S
5	第7回ロボット大賞
6	第43回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール
7	TOKYO DESIGN WEEK 2016
8	デジタルコンテンツ EXPO 2016
9	国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016
10	Tokyo Docs 2016
11	Inter BEE 2016
12	マンガフェスティバル in マレーシア

KYOTO Cross Media Experience 2016（KYOTO CMEX 2016）

KYOTO CMEX 2016

会　期：2016年7月9日（土）～2016年12月3日（土）
会　場：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／
京都商工会議所／東映京都撮影所／松竹撮影所／東映太秦映画村／
京都文化博物館など
主　催：KYOTO Cross Media Experience実行委員会
対　象：国内外のコンテンツ産業関係者、若手クリエイターやクリエイターを目指す大学生、コンテンツに関心のある方など
来場者数：102,248人

■内容

●レセプション
日時：9月16日（金）
会場：京都モダンテラス
概要：KYOTO CMEXを国内外に発信するとともに、コンテンツ産業に携わる国内外のトップランナーやクリエイター等の分野横断的な人材交流を目的に開催した。



レセプション

●コンテンツクロスメディアセミナー
日時：10月4日（火）、10月13日（木）、10月26日（水）
会場：京都国際マンガミュージアム、ハイアットリージェンシー京都、京都文化博物館
概要：コンテンツ業界並びに異業種の人材交流のため、コンテンツ業界で活躍するトップリーダーを招き、セミナーを実施。セミナー終了後には、講師を招いての交流会を開催した。


コンテンツクロスメディアセミナー

●コンテンツパッケージ授業
期間：10月1日（土）～12月3日（土）
※期間中の土曜日に8回開催（1日2限授業、10月1日のみ1限）
会場：キャンパスプラザ京都、京都国際マンガミュージアム
概要：コンテンツ分野に関する教育研究を推進している京都の諸大学が協力し、それぞれアート、デザイン、映画、マンガ、アニメ、ゲーム、キャラクターの分野を分担してリレー講義することにより、京都から発展した日本の表現文化、映像文化を総合的に理解し、現状と展望を考える講義を実施した。

●アニメプロジェクトGO-TAN！
日時：8月15日（月）～31日（水）、9月11日（日）、11月12日（土）
会場：国定公園天橋立周辺
概要：コスプレパフォーマンス、痛車展示、トークショーなどのイベントを開催し、新産業・新しい観光（着地型観光・もてなしの観光）の創出を図った。


京都太秦シネマフェスティバル

●京都太秦シネマフェスティバル
日時：10月29日（土）、11月12日（土）～13日（日）
会場：東映太秦映画村
概要：「映画のまち 京都太秦」で、プロ指導による子ども映画制作ワークショップ、歴史創作コンテンツファンが集い交流するイベントを開催し、太秦を基盤とした「コンテンツコミュニティ」の形成を図った。

●HISTORICA（ヒストリカ）
日時：11月2日（水）～11月13日（日）
会場：京都文化博物館
概要：映画・映像制作の発祥の地である京都において、歴史をテーマにした国際映画祭を開催し、国内外の歴史映画を上映するとともに、映画製作関係者等を招き、クロスメディア展開の手法や国際事業展開の可能性を探った。


HISTORICA

KYOTO Cross Media Experience 2016（KYOTO CMEX 2016）

KYOTO CMEX 2016

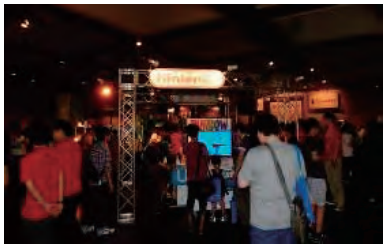
●京都フィルムメーカーズラボ
日時：10月29日（土）～11月3日（木）
会場：松竹撮影所、東映京都撮影所、京都文化博物館など
概要：国内外の若手映画制作者を対象に、短編時代劇映画制作の機会を提供する本格的な時代劇制作ワークショップを実施した。また、「マスターズセッション」を開催し、東京国際映画祭・AFA（アジア・フィルム・アワード）のゲストを講師として招き、交流の場を設けた。


京都フィルムメーカーズラボ

●京都映画企画市
日時：11月2日（水）
会場：MOVIX京都
概要：若手映画・映像製作者を対象とした企画コンテストを通じて、時代劇の拠点としての京都の優位性を活かし、映画・映像や若手クリエイターが世に出ていく仕組みを構築することを目的として開催した。


京都映画企画市

●BitSummit 4th
日時：7月9日（土）～10日（日）
会場：みやこめっせ
概要：世界のインディーゲーム開発チームによるブース出展やゲームクリエイターによる講演、パネルディスカッションなど、次世代のデジタルエンターテイメントを体感できるイベントを実施した。


BitSummit 4th

●「京都国際マンガ・アニメフェア（略称：京まふ）2016」
期間：9月17日（土）～18日（日）
会場：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等
概要：マンガ・アニメ関連の57企業・団体がブース出展し、第2会場の京都国際マンガミュージアム、第3会場のロームシアター京都等と合わせて43、936人の来場者を集めた。マンガ・アニメキャラクターと京都市内企業を中心とした事業者とのタイアップ商品を110種類開発し、フェア内で販売した他、みやこめっせ内におけるコスプレエリアの設置、ロームシアター京都等において実施したファミリー向け企画（スタンプラリー等）等の催しを行い、好評であった。


京都国際マンガ・アニメフェア（略称：京まふ）

●京都版トキワ荘事業「マンガ出張編集部」
期間：9月18日（日）
会場：みやこめっせ（京都市勧業館）（京まふ会場内）
概要：首都圏の出版社のマンガ編集部を京都へ招聘し、マンガ家志望者が原稿を持ち込んで添削やアドバイスを受けられる「マンガ出張編集部」を開催したところ、69編集部が出展し、362人がマンガ原稿の持ち込みを行った。昨年に引き続き㈱トーセが出展され、ゲームキャラクターデザイナーを募集された。


京都版トキワ荘事業「マンガ出張編集部」

●京都国際マンガミュージアムイベント
・だがしかし展　京都店（きょうとみせ）
期間：9月17日（土）～10月16日（日）
概要：合計で200万部を超えた人気駄菓子コメディーマンガ「だがしかし」の展覧会。
・養老孟司・宮崎駿 ふたり展
期間：10月30日（日）～11月27日（日）
概要：館長・養老孟司とアニメーター宮崎駿氏の趣味の世界を紹介する企画展。
・養老孟司・宮崎駿 趣味のお話
期間：11月13日（日）
概要：館長・養老孟司とアニメーター宮崎駿氏が対談し、企画展と連動させてお互いの趣味について語った。



京都国際マンガミュージアムイベント「だがしかし展」

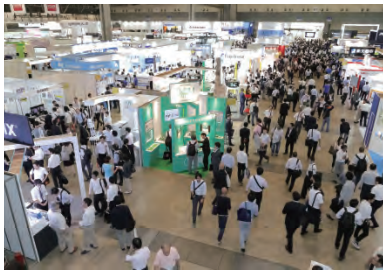
CEATEC JAPAN 2016











会　期：2016年10月4日（火）～7日（金）
会　場：幕張メッセ
主　催：CEATEC JAPAN 実施協議会
（（一社）情報通信ネットワーク産業協会／（一社）電子情報技術産業協会／
（一社）コンピュータソフトウェア協会）
後　援：○総務省／外務省／厚生労働省／経済産業省／国土交通省（建制順）
○㈱日本貿易振興機構（ジェトロ）／
国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）／
国立研究開発法人産業技術総合研究所（AIST）／
国立研究開発法人情報通信研究機構（NICT）／
㈱情報処理推進機構（IPA）／㈱中小企業基盤整備機構／
日本政府観光局（JNTO）
○千葉県／千葉市
○NHK／（一社）日本民間放送連盟
○（一社）日本経済団体連合会／日本商工会議所／東京商工会議所／
千葉商工会議所
○米国大使館商務部／駐日欧州連合代表部／
英国大使館貿易・対英投資部／
フランス大使館 貿易投資庁 - ビジネスフランス／ドイツ大使館
対　象：一般
公式サイト：www.ceatec.com
総来場者数：145,180人（国内入場者数：143,045人　海外入場者数：2,135人）
出展社数：648社（国内出展社数：453社　海外出展社数：195社）
出展参加国と地域数：24カ国・地域

■開催内容

CEATEC JAPANは、世界最先端の技術・製品・サービスが一堂に会し、国内外の業界関係者をはじめとして幅広いユーザに情報を提供する、先端技術の複合見本市で、2016年で17回目を迎えた。本年より、「IT・エレクトロニクスの総合展示会」から「CPS/IoT Exhibition」に大きく舵を切り、未来を見据えたコンセプトや新しいビジネスモデルを発信する場として、2020年に向けた最先端技術が集う、テクノロジーショーケースに生まれ変わって、IoTを司る電子部品やデバイスから完成品、実装される機器、そしてそれらを活用するサービスが一堂に会するCPS/IoTの総合展として開催された。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

展示会場を先端技術の活用シーンごとに「社会エリア」、「街エリア」、「家エリア」、「CPS/IoTを支えるテクノロジー・ソフトウェアエリア」の4つに分け、将来的にCPS/IoTがどのようにライフスタイルを変えていくのかが体感できる構成とした。

また、CPS/IoT時代に向けたキーノートスピーチをはじめ、アメリカ、ドイツなどの最新動向、人工知能（AI）やIndustry 4.0、Fintechなどの多様なテーマで展開したコンファレンスでは、各分野で技術をリードする国内外のトップ企業や研究機関などから多数のキーパーソンが登壇した。

CPS/IoT社会を支えるキーテクノロジから、それらを活用するサービスまでが一堂に会し、新時代のビジネスモデルを発信する「CPS/IoTの総合展」として、未来を共創する次世代型の新しい展示会として、新たなスタートを切った。

文化庁メディア芸術祭20周年企画展ー変える力

文化庁 メディア芸術祭 20周年企画展

会　期：2016年10月15日（土）～11月6日（日）
会　場：アーツ千代田 3331／NTTインターコミュニケーション・センター［ICC］／UDX THEATER／国立新美術館／千代田区日比谷図書文化館
主　催：文化庁メディア芸術祭20周年企画展実行委員会
対　象：一般、アート・エンターテインメント・アニメーション・マンガなどのクリエイティブ関係者
公式サイト：http://20anniv.j-mediaarts.jp/

総来場者数：31,854人

■開催内容

文化庁メディア芸術祭は、1997年の開催以来、アート、エンターテインメント、アニメーション、マンガの4部門において優れた作品を顕彰するとともに、受賞作品の鑑賞機会を提供するメディア芸術の総合フェスティバルとして、国際的な発展を続けています。メディア芸術祭の20周年を記念して開催する本展では、「変化」をキーワードに、過去に審査委員を務めた4人の監修者によって選ばれた、歴代の受賞・審査委員会推薦作品の展示や上映等を行い、変容し続けるメディア芸術の多様な表現を紹介しました。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

本展は、メディア芸術祭の20年の歩みを辿ることで、メディア芸術と、それを取り巻く社会、文化、テクノロジーの「変化」や「流れ」を感じ取ることができる貴重な機会とした。「変化」や「流れ」は作品に内在する力とどのような関係性があるか。今回開催した本展は、作品が持つ「変える力」に焦点を当て、その延長線上に現れるメディア芸術の未来について考察する場とした。

■他イベントとの連携事例とその成果

同時期に各所で開催されている展覧会・個展・トークイベント・ワークショップ等と連携し、告知などの広報連携を行った。（例：TRANS ARTS TOKYO 2016「UP TOKYO」、パナソニックセンター東京 特別企画展「文化のちから ―くらしを彩る、ニッポンの美意識。―」等）。

また、連携企画として会期中に会場やコンテンツの共有などを行い、イベントや上映会を実施した。（国際交流基金アジアセンター「Liquid Asian Pop Scene」、インターネットヤミ市実行委員会「インターネットヤミ市 東京2016」、北九州市漫画ミュージアム「文化庁メディア芸術祭20周年記念上映会 短編アニメーション傑作集」、海外漫画フェスタ実行委員会「海外マンガフェスタ2016」、2k540 AKI-OKA ARTISAN「「毛糸玉モンスターをつくろう!」ワークショップ」、明治大学 米沢嘉博記念図書館「東村アキコトークショー」「ライバル編集者、東村アキコを語る!」、COMITIA実行委員会「COMITIA118 見本誌読書会」、ソニー㈱（Life Space UX Lab.）「『空間観察学』presented by ソニー Life Space UX Lab.」、情報科学芸術大学院大学（IAMAS）「メディアパフォーマンスとは何か？　IAMAS20周年から考える」）











Amazon Fashion Week TOKYO 2017 S/S


© Japan Fashion Week Organization


© Japan Fashion Week Organization


© Japan Fashion Week Organization


© Japan Fashion Week Organization


© Japan Fashion Week Organization


© Japan Fashion Week Organization

会　期：2016年10月17日（月）～10月23日（日）
会　場：渋谷ヒカリエ／表参道ヒルズ　ほか
主　催：（一社）日本ファッション・ウィーク推進機構（以下、JFWO）
後　援：経済産業省／外務省／知的財産戦略本部／㈱日本貿易振興機構／
㈱中小企業基盤整備機構／東京都／（一社）日本経済団体連合会／
日本商工会議所／東京商工会議所／（一財）日本ファッション協会／
（一社）日本アパレル・ファッション産業協会／
（一財）ファッション産業人材育成機構／日本百貨店協会／渋谷区／
渋谷区商店会連合会
対　象：業界関係者
公式サイト：http://amazonfashionweektokyo.com/

総来場者数：8万8500人
参加ブランド数：46ブランド
（国内出展者数：39ブランド　海外出展社数：7ブランド）
出展参加国と地域数：8の国と地域（日本含む）

■開催内容

"ファッション・ ウィーク"とは、年2回、世界のファッション都市で開催されているファッションの祭典で、ファッション・ショーや展示会で発表される最新コレクションから、次のシーズンのトレンドが生まれています。世界のファッション・ ウィークの中でも、歴史性、話題性から情報発信力が大きい、パリ、ミラノ、ロンドン、ニューヨーク、そして東京の5都市で行われるものは、「5大ファッション・ ウィーク」と総称され、大きな影響力を持っています。東京のファッション・ ウィークが「Amazon Fashion Week TOKYO（アマゾン ファッション ウィーク東京）」（#AmazonFWT）です。

（一社）日本ファッション・ ウィーク推進機構（JFWO）が主催し、毎年3月と10月に開催しています。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

「2017S/S」では、会期7日の間に、46ブランド、海外から7か国のブランドが参加。今回は、渋谷ヒカリエにのみならず、本格的に主会場に加わった表参道ヒルズなど渋谷・原宿・青山エリアでの開催の場所に広がりが見え、面でのファッション・ウィークの開催となりました。オープニングレセプションは今回から冠スポンサーとなったアマゾンジャパン合同会社より、今後の 東京ファッション・ウィークでの若手育成プログラム「Amazon Fashion 0_1」について発表され、今後への期待感を高めました。

オリンピック・ パラリンピック基本方針推進調査文化を通じた機運醸成試行プロジェクトとして海外で活躍する各方面の著名な方を招聘し、招聘者を通じて"日本"を発信するとともに、どのように受けとられるか、といったことを試行するために実現。イタリアより「Umit Benan（ウミット ベナン）」、フランスより「KOCHÉ Presented by H BEAUTY&YOUTH」の2名が招聘され、日本ではじめてのショーを開催しました。

■他イベントとの連携事例とその成果

①JFWOが共催しているイベントとして「TOKYO FASHION AWARD」を開催しております、これは「Amazon Fashion Week TOKYO」の会期中に、受賞ブランドの発表、ショーやインスタレーションの披露などを行っている連携事業です。
②J∞ QUALITY 事業も関連イベントとして展開しております。
「需要創造」と「市場拡大」に邁進し、業界団体の知恵とクリエーション力を集結し、世界に誇るジャパンブランドの確立を目指します。
③「SAVE THE ENERGY PROJECT」も関連イベントとして取り組んでおります。
「SAVE THE ENERGY」＝「エネルギーを守ろう」
とても身近な問題であり、海外のファッション業界では既に大きなテーマでもあります。日本ではもっと意識しなくてはならない課題の一つです。本プロジェクトでは、今後も定期的にファッション・ ウィークの舞台でプレゼンテーションを行う予定です。

第7回ロボット大賞

THE 7TH ROBOT AWARD 第7回 ロボット大賞

会　期：2016年10月19日（水）～10月21日（金）
会　場：東京ビッグサイト　東ホール
共　催：経済産業省（幹事）／（一社）日本機械工業連合会（幹事）／総務省／
　　文部科学省／厚生労働省／農林水産省／国土交通省
対　象：ビジネス関係者、一般
公式サイト：http://www.robotaward.jp/
総来場者数：29,260人（海外入場者数：約800人）
出展社数：193社（国内出展社数：187社　海外出展社数：6社）
出展参加国と地域数：3の国と地域
プレス社数：140社（国内プレス社数：130社　海外プレス社数：10社）

■開催内容

●「第7回ロボット大賞」表彰式

全151件の応募より、「第7回ロボット大賞」（経済産業省）を受賞した『完全ティーチレス　ばら積みMUJINコントローラ「Pick Worker」（ピックワーカー）』（㈱MUJIN）など、6大臣賞を含めた全15件の優れたロボットやロボットに関わる取組み等が表彰された。

※写真①　受賞者記念写真
写真②　ロボット大賞（経済産業大臣賞）受賞　㈱MUJIN

●各賞担当者によるプレゼンテーションステージ　10月19日（水）

15件の受賞ロボットの担当者による、各ロボットの特徴や取組みなどを紹介した。述べ400人以上の来場があった。

※写真③プレゼンテーション写真　ロボット大賞（厚生労働大臣賞）受賞　CYBERDYNE㈱

●受賞ロボットの合同展示　10月19日（水）～21日（金）

15件の受賞ロボットの合同展示を行った。MUJINの「Pick Worker」は、実際にロボットが自律的に動作するようティーチングがされたピッキングロボットを展示し、その鮮やかな動きで来場者を驚かせた。「第7回ロボット大賞」農林水産大臣賞）を受賞したヤンマーは、実際に田畑で使用するロボットトラクタを展示し、来場者が実際に触れることができた。

※写真④合同展示写真-1　　※写真⑤合同展示写真-2
※写真⑥Japan Robot Week2016会場写真

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

第7回より、これまでの経済産業大臣賞に加え、新たに総務大臣賞、文部科学大臣賞、厚生労働大臣賞、農林水産大臣賞、国土交通大臣賞の5つの大臣賞を創設した。また応募数も過去最大の151件となり、規模・分野共に過去最大規模の実施となった。

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例と効果

神奈川県のブースには、鉄腕アトムをイメージキャラクターとして使用した「ROBOT TOWN SAGAMI 2028」のポスターが掲出された。県とさがみ縦貫道路の沿線12自治体等で取り組むさがみロボット産業特区の目指す姿をROBOT TOWN SAGAMIとしてアピールするためのスペシャルアニメ「ROBOT TOWN SAGAMI 2028」を㈱手塚プロダクションが製作したことによるもの。





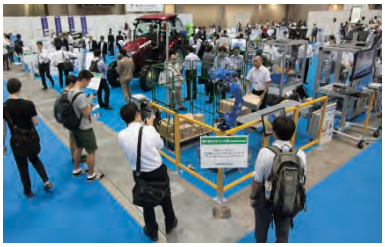


①受賞者記念写真



②ロボット大賞（経済産業大臣賞）受賞　㈱MUJIN


③ロボット大賞（厚生労働大臣賞）受賞　CYBERDYNE㈱


④合同展示


⑤合同展示


⑥ Japan Robot Week2016 会場写真

第43回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール　JAPAN PRIZE 2016











会　期：2016年10月26日～11月2日
会　場：NHK放送センター（東京・渋谷）
主　催：NHK
対　象：内外の教育コンテンツ関係者
公式サイト：http://www.nhk.or.jp/jp-prize/
総来場者数：916人
出展参加国と地域数：58の国と地域

■開催内容

「日本賞」は教育コンテンツの質の向上と国際理解の促進を目的として1965年にNHKが創設した国際コンクール。43回目となる今年は世界58の国と地域から316の作品と企画が寄せられ、一次審査を通過した作品を、世界12の国と地域から招かれた国際審査委員12人が審査を行った。

会期中には、一次審査通過作品を上映し、制作者と参加者が交流するイベントや、メディアや教育の最前線で活躍する専門家が議論する制作者会議のほか、制作者向けの実践的なワークショップを実施し、多くの参加者で賑わった。最終日の授賞式では「グランプリ日本賞」ほか受賞作品が発表され閉幕した。

1. エントリー

316作品（コンテンツ部門282、企画部門34）が58の国と地域からエントリーされた。うち初参加の機関・団体は97団体。

2. 主な受賞作品

コンテンツ部門　グランプリ日本賞
「消えたブロガー"アミナ"」
エスペラモス、カナダ国立映画制作庁（カナダ）
企画部門　最優秀賞
「未来は私のもの」
ドゥルーパッド・コミュニケーション―教育発達メディア（バングラデシュ）

3. 授賞式（11月2日　放送センター　101スタジオ）

各賞の受賞者、審査委員（12か国・地域12人）、参加者、各賞授与団体（総務省、文部科学省、外務省、経済産業省、東京都 他）、大使館関係者など220人の出席者を迎えて実施した。司会はミュージシャンでタレントの国分太一さんと、NHKの塚原愛アナウンサー。

4. 関連番組

「ドキュメント日本賞　世界の教育コンテンツ2016」
2016年11月20日（日）15:00-15:59　NHK Eテレ
「まるごと見せます！　世界の教育コンテンツ　～日本賞2016～」
2016年12月31日（土）13:15-17:00　NHK Eテレ

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

コンクールのうち、デジタルコンテンツを対象とした「クリエイティブ・フロンティアカテゴリー」の一次審査通過作品を参加者が自由に操作しながら制作者と交流できるコーナーを新設し、世界トップクラスの教育コンテンツを"体感"できるようにした。また長年にわたって世界中で教育コンテンツの開発支援を続けているプロデューサーをアメリカから招き、制作者向けのワークショップを開催。参加者の国・地域や専門性が偏らないようなグループに分かれて教育番組のプランを作る作業をしてもらい、日本賞の会場で初めて出会った仲間たちと交流を深める機会を作った。

ABLE & PARTNERS TOKYO DESIGN WEEK 2016

ABLE & PARTNERS TOKYO DESIGN WEEK

会　期：2016年10月26日（水）～11月7日（月）
　　※11月1日は終日閉場。11月7日は中止。
会　場：明治神宮外苑　絵画館前
主　催：TOKYO DESIGN WEEK㈱／Design Association NPO
後　援：経済産業省
特別協賛：ABLE & PARTNERS
対　象：一般来場者、建築・アート・ファッション・音楽・プロダクト・メディアアートなどクリエイティブ関係者
公式サイト：http://tokyodesignweek.jp/

総来場者数：102,557人
出展社数：607社（国内出展社数：568社　海外出展社数：39社）
出展参加国と地域数：13の国と地域

■開催内容

今年で31年目を迎えるクリエイティブの祭典。企業、自治体、デザイナー、アーティスト、学校が、10万人を超える来場者に向け、新しいクリエイティブを提案。これまでの人気コンテンツの実施のほか、「自然との共存」をテーマにした屋外に新しいAIRTENTエリアができ、ライトアップによる演出や、平日夜に交流パーティーを開くなど、新しい来場者・出展者に対する新しい試みを展開。来場者が例年より増え、昼から夜までデザイン・アートを体験できる場所となった。

建築、アート、ファッション、音楽、プロダクト、メディアアートなどジャンルや国を超えた出展者、関係者、来場者が集まり、最先端のクリエイティブイベントとして11日間開催。約10万人の来場を記録した。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

新規コンテンツとして、「AirTent展」を実施。透明で360度どこからでも中が見えるAirTentは、夜ライトアップされると昼とは異なる幻想的な空間が広がります。写真映えするその景色は、多くのメディアやインスタグラマーが撮影し、メディア・SNSで露出されました。2020年に向けスポーツをテーマにした展示や、学生とクリエイターとのコラボレーションなど、10のクリエイター（個人・団体含む、うち7は学校との共同制作）の作品を展示しました。

■他イベントとの連携事例とその成果

①「りんご音楽祭」
長野県松本市で開催されている「りんご音楽祭」と連携し、音楽ライブを実施。従来のデザインウィーク来場者層とは異なる方にご来場いただくきっかけとなり、今までにないターゲットへの周知のきっかけとなった。

②「PechaKucha Night」
アストリッド・クラインとマーク・ダイサムによって考案された20秒×20枚＝6分40秒のプレゼンテーションを英語で行う、「PechaKucha Night」とも連携。現在世界中の860以上の都市で定期的に開催されており、TDWでは最大の規模でイベントを開催。国内外のデザイナーが、集い行いました。











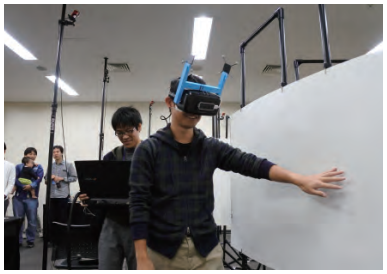
デジタルコンテンツEXPO 2016













会　期：2016年10月27日（木）～30日（日）
会　場：日本科学未来館
主　催：経済産業省／（一財）デジタルコンテンツ協会
共　催：日本科学未来館
後　援：総務省／文化庁／観光庁／東京都／江東区　をはじめ、23団体
対　象：一般
公式サイト：https://www.dcexpo.jp/
総来場者数：50,232人（国内入場者数：48,732人　海外入場者数：1,500人）
出展社数：61社（国内出展社数：54社　海外出展社数：7社）
出展参加国と地域数：日本、米国、フランス、韓国　4カ国
プレス社数：81社（国内プレス社数：79社　海外プレス社数：2社）

■開催内容

コンテンツの制作や表現を支援するコンテンツ技術は、情報処理や映像表示の能力を向上させながら、ゲームやアニメなどのコンテンツ産業を発展させる原動力となってきました。コンピュータグラフィクスや3D、VRなどの技術分野に加え、身体を用いたインタフェース技術や人間の五感に働きかける技術など、新たな技術の研究開発も活発に行われ、芸術やコミュニケーションの分野でも新たな文化を生み出してきました。コンテンツ技術は、今後医療やロボットなど他の産業分野に応用することで、より大きな役割を発揮することが期待されています。

デジタルコンテンツEXPOは、こうしたコンテンツ技術をテーマとした国際イベントです。コンテンツ分野で活躍する研究者やクリエイター、企業関係者等が参加し、最新の情報を交換しながら、デジタルコンテンツ産業の5年後、10年後の将来像を描き出します。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

2020年の東京オリンピック・パラリンピックを見据え、DCEXPO2016では、「Features」や「スポーツコンテンツを100倍おもしろくする超臨場感映像技術展」において、スポーツイベントで活用が期待できるコンテンツ技術に焦点を当て、多言語翻訳や超臨場感映像など、この分野の最新技術動向がわかる展示や、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会や日本パラリンピアンズ協会からパネリストを迎え、シンポジウムを行ないました。

また、Innovative Technologiesが5回目を迎えるにあたり、過去の採択技術のうち、特に実用化が進んだ技術を表彰すべく、「Innovative Technologies 実用化技術大賞」を実施しました。

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例と効果

いくつかの企業ブースでは、最新技術を一般の来場者にも分かりやすいコンテンツで展示している事例がありました。

NHKメディアテクノロジー、NHKエンタープライズによる7階イノベーションホールでの8K：VRシアター。270インチの大画面での8K3D映像、22.2ch立体音響、レーザー照明演出を組み合わせた世界初の8K：VR作品「Aoi-碧-サカナクション」は、等身大のサカナクションが目の前に現れて白熱のライブ演奏を繰り広げます。8Kテクノロジーをエンターテインメント体験に応用した初めての試みであり、世界的にも極めて新規性の高いプロジェクトです。

国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016

INTERNATIONAL DRAMA FESTIVAL in TOKYO

会　期：2016年11月7日（月）・８日（火）
会　場：EXシアター（東京ドラマアウォード2015授賞式）
　　千代田放送会館（シンポジウム・海外作品上映会）
主　催：国際ドラマフェスティバル in TOKYO 実行委員会
　　（構成団体）
　　（一社）日本民間放送連盟／㈱TBSテレビ／日本テレビ放送網㈱／
　　㈱テレビ朝日／㈱フジテレビジョン／㈱テレビ東京／㈱WOWOW／
　　日本放送協会／スカパーJSAT㈱／（一社）日本映画製作者連盟／松竹㈱／
　　東宝㈱／東映㈱／㈱KADOKAWA／（一社）日本音楽事業者協会／
　　（公社）芸団協・実演家著作隣接権センター／
　　（一社）全日本テレビ番組製作社連盟／NPO法人映像産業振興機構／
　　（一社）日本映画テレビプロデューサー協会
共　催：総務省／経済産業省
協　賛：㈱電通／㈱博報堂ＤＹメディアパートナーズ
対　象：業界関係者/バイヤー
来場者数：800人
公式サイト：http://www.j-ba.or.jp/drafes/





■「東京ドラマアウォード2016」授賞式
・司会：生島ヒロシ、繁田美貴（テレビ東京アナウンサー）
・ゲスト：波瑠、ディーン・フジオカ、木村佳乃、手嶌葵、阿部寛（ビデオ出演）
　など



●「東京ドラマアウォード2016」受賞作品
作品賞＜連続ドラマ部門＞
　グランプリ　『あさが来た』　NHK
　優秀賞　『ゆとりですがなにか』　日本テレビ放送網
　優秀賞　『民王』テレビ朝日
　優秀賞　『下町ロケット』　TBSテレビ
　優秀賞　『釣りバカ日誌』　テレビ東京
　優秀賞　『いつかこの恋を思い出してきっと泣いてしまう』　フジテレビジョン
　優秀賞　『沈まぬ太陽』　WOWOW
作品賞＜単発ドラマ部門＞
　グランプリ　『赤めだか』　TBSテレビ
　優秀賞　『経世済民の男』　NHK
　優秀賞　『この街の命に』　WOWOW
　主題歌賞　『明日への手紙』（「いつかこの恋を思い出してきっと泣いてしまう」主題歌）
　ローカル・ドラマ賞　『インディゴの恋人』　NHK岡山放送局
　　『三つの月』　CBCテレビ
　海外作品特別賞　『六龍が飛ぶ』（韓国）
　　『憎しみと愛の物語』（タイ）
　　『魅惑』（ベトナム）



■シンポジウム・海外作品上映会
●シンポジウム「グローバル化するドラマ制作」
（第1部「韓国ドラマの海外展開」、第2部「グローバル化するアジアのドラマ制作」）
・モデレーター：中町綾子（日本大学芸術学部・教授）※第1部・第2部
・パネリスト
　韓　　国：シン・ギョンス（『六龍が飛ぶ』監督）※第1部
　タ　　イ：クリット・スックラモンコン（『憎しみと愛の物語』監督）※第2部
　ベトナム：チュオン・クアン・ティン（『魅惑』監督）※第2部
　日　　本：藤井美菜（女優）※第1部
　　貴島誠一郎（TBSテレビ・執行役員）
　　佐野元彦（NHKエンタープライズEP『あさが来た』制作統括）



●海外作品上映会
・上映作品：『魅惑』（ベトナム）
　　『六龍が飛ぶ』（韓国）

国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016

■2016年度の新規取り組みとその成果

⇒新たなカテゴリーとして「主題歌賞」を設置。ドラマとの親和性と印象度などを基準に選考を行った。

（成果）

従来の表彰に音楽の要素を取り入れることによって、エンターテインメント性が向上し、番組としての完成度が高まった。

Tokyo Docs 2016

TokyoDocs

会　期：2016年11月7日（月）～10日（木）
会　場：JA共済ビル　カンファレンスホール
主　催：特定非営利活動法人東京TVフォーラム
共　催：（一社）全日本テレビ番組製作社連盟
後　援：総務省／経済産業省／東京都／日本放送協会（NHK）／
（一社）日本民間放送連盟（民放連）／（公財）放送文化基金／
（特非）放送批評懇談会／（一社）放送人の会／
（一社）全国地域映像団体協議会（全映協）／
（公社）映像文化製作者連盟（映文連）
対　象：製作者、放送局、一般、学生
公式サイト：http://tokyodocs.jp/

4日間延べセション参加者数：1,980人
出展参加国と地域数：15の国と地域
バイヤー数：43人（国内バイヤー：11人　海外バイヤー：32人）
商談件数：190件

■開催内容

Tokyo Docsは、日本発のドキュメンタリー番組を、国際共同製作により海外展開するため、ピッチング・セッション（企画提案会議）を柱として、年1回開催している国際ドキュメンタリー提案フォーラムです。今年で6回目の開催となりました。ここから生まれるコンテンツは、日本および世界が直面するさまざまな課題、人々の多様な生き方、日本やアジアの社会や文化の多彩な魅力など、幅広いドキュメンタリー企画です。過去5回で115本の企画が提案され、この中から原発事故、和食や刀剣などの文化、日本の若者の生き方など、日本の姿を取り上げた数十企画が国際展開を実現させました。

Tokyo Docs 2016は、11月7日（月）から10日（木）まで開催しました。初日はアジアデーとして、アジアと日本の製作会社による共同製作プロジェクト「Colors of Asia 2016」で完成・放送した作品の上映、製作者によるトークセッションを行いました。加えて、2017年での放送を目指して国際共同製作を進める、「Colors of Asia 2017」のピッチング・セッションを行いました。今回で3回目となる企画応募では「未来をつかめ!子供たち」をテーマに、応募された25本の中から8企画のピッチングを行い、4企画を選考しました。

2日目、3日目は、企画採択権限のあるディシジョン・メーカーや製作会社のプロデューサーら、欧米・アジアの招聘ゲストの前で、国内外のドキュメンタリー製作者が自らの企画を公開で提案する、ピッチング・セッションを行いました。このセッションには国内外から102本の企画が集まり、その中から国内企画13本、海外企画6本をピッチングしました。ピッチング・セッションで提案した企画の中でディシジョン・メーカーが興味を持った企画、評価された企画について、国際共同製作実現に向けて具体的な話し合いが続けられることになります。このためTokyo Docsは、ピッチング・セッションのあとに、提案者とディシジョン・メーカーによる個別ミーティングも行いました。ミーティング総数は2日間で183件を超え、各企画が国際共同製作に向けて一歩を踏み出しました。最終日には、ピッチングをした企画を中心に、フォローアップ・セッションを開催し、海外ドキュメンタリストを招いてピッチング後にするべきことなどのアドバイスを講義して頂きました。その後、各企画に分かれて、海外ドキュメンタリスト、エキスパートや国際共同製作を成功させた国内製作者などからアドバイスをもらえる場を作りました。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

①企画が充実したことが評価

- 今回の目標として企画の充実をかかげ、具体的な取り組みとしてTokyo Docs Academyの一環としてMaster Classという特別プログラムを立ち上げました。
- 公募の中から国際共同製作として可能性のある企画を提出した3名の製作者を選び、ドイツ人プロデューサーの指導により企画の練り上げを行いました。
- 結果的にはMaster Classの3企画が高い評価を受けました。それ以外の企画も全般的には高評価でしたが、日本からの企画採択本数を絞り提案したことが


カラーズオブアジア


ピッチング


個別ミーティング


海外ゲスト


集合写真

Tokyo Docs 2016

TokyoDocs

評価に繋がったと思われます。

②海外ディシジョン・メーカーから高い評価

海外ディシジョン・ メーカーに対するアンケート調査を実施しました。今回は初めて運営と企画に関する設問を分離したところ、運営は極めて高い評価となりました。コンパクトなイベントで参加者同士がコミュニケーションしやすく、またアジアとのつながりが深いことなどが高く評価されました。企画のテーマについては評価が高い一方、企画のクオリティに関しては4人に1人は普通と評価しています。視点を明確にすることが必要などという指摘もあり、今後の課題となっています。

③企画開発費を増額

国際共同製作を成立させるための支援として、企画開発費を総額500万円に増額（前回は総額200万円）しました。

④アジアのドキュメンタリー製作者の関心

- アジアから例年になく多い30件の応募がありました。
- 当初予定より1本多い6本の作品をピッチ企画として採択しました。
- 企画提案者以外からも参加申込があり、Tokyo Docsへのアジア地域での関心の高まりを実感しました。

⑤「Colors of Asia」への関心

- アジアと日本の製作会社による共同製作プロジェクト「Colors of Asia」に対する関心が高まりました。
- 今回で3回目となる企画応募では「未来をつかめ!子供たち」をテーマに25本の企画が集まりました。
- その中から8企画がピッチングを行い国際共同製作を進める4企画を選考しました。

■他イベントとの連携事例とその成果

ピッチング・セッションを通して、ディシジョン・メーカーには、各企画の評価をしてもらっています。その採点を基に、ピッチング・ セッション最終日には、優秀な企画を表彰する表彰式を行いました。全作品の中から一番優秀な企画に送られる「最優秀企画賞」、その次に評価の高かった「優秀企画賞」、アジアから提案された企画の中で優れている「ベストアジア企画賞」などを設けています。これらTokyo Docsオリジナルの賞の他に、Tokyo Docsと海外のパートナーイベントの連携の一環として、評価が高かった企画の中から、企画の提案者をパートナーイベントに派遣してピッチングできる賞も設けました。今回の対象は、オーストラリアで行われる「AIDC（The Australian International Documentary Conference）賞」、インドで行われる「Docedge Kolkata賞」、フランスで行われる「SSD（Sunny Side of the Doc）賞」でした。

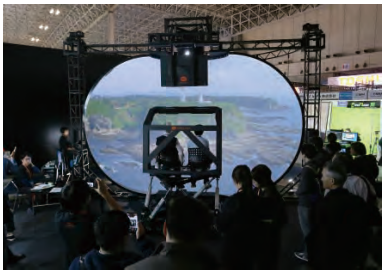
Inter BEE 2016

Inter BEE

会　期：2016年11月16日（水）～18日（金）
会　場：幕張メッセ
主　催：（一社）電子情報技術産業協会
運　営：（一社）日本エレクトロニクスショー協会
後　援：総務省／経済産業省／NHK／（一社）日本民間放送連盟／
　　（一社）電波産業会
対　象：メディアビジネス関係者、コンテンツ制作関係者、他
公式サイト：http://www.inter-bee.com

総来場者数：38,047人　前年比6.7%UP
　　（国内入場者数：37,253人　海外入場者数：794人）
出展社数：1,090社　前年比9.4%UP
　　（国内出展社数：497社　海外出展社数：593社）
出展参加国と地域数：34の国と地域











■開催内容

●実施概況

（一社）電子情報技術産業協会（JEITA： 会長　東原敏昭／㈱日立製作所代表執行役 執行役社長兼CEO）は、11月16日（水）から18日（金）までの3日間、幕張メッセ（千葉市美浜区）にて、音と映像と通信のプロフェッショナル展「Inter BEE 2016」を開催した。

開催規模は、過去最多となる出展者数1,090社・団体（うち海外34カ国・地域から593社）、出展小間数1,926小間となり、昨年より会場を拡大利用して、幕張メッセ・展示ホール2から8までと国際会議場、イベントホール、屋外展示場を使用して開催した。

〔2015年実績：996社・団体（うち海外31カ国・地域から540社）1,780小間〕

登録来場者数は、3日間を通じて過去最多となる38,047名となった。報道関係者も過去最多の451名が国内外から取材に訪れ、Inter BEEの記事や映像が国内外各国・地域に向けて発信された。

●開催スローガン「WHAT WILL YOU DO NEXT? ー新しいメディアの可能性を世界に伝えよう。」

第1回開催前年の1964年、衛星中継によって感動がはじめて世界に同時に伝えられた。

1965年より半世紀にわたり、放送・メディアの技術革新を紹介する場として開催を重ねてきたInter BEEは、今回より、2020年に向け「新たなメディアの可能性を世界に伝えよう。」という思いをスローガンに掲げて開催した。

●国内随一の「国際メディア総合展示会」

Inter BEE 2016は、総務省、経済産業省、日本放送協会、（一社）日本民間放送連盟、（一社）電波産業会の後援、多くの関連団体の協力の下、「プロオーディオ部門」、「映像表現／プロライティング部門」、「映像制作／放送関連機材部門」、「ICT／クロスメディア部門」の4展示部門構成により、放送、映像、音響、照明、メディアビジネスの最新のイノベーションが内外より一堂に会す「国際メディア総合展示会」として、年に一度の情報発信、情報交流のハブとなる機会として活用されている。

また、昨年より、米国商務省「トレードフェア認定プログラム（Trade Fair Certification Program）」の公認イベントとして認定され、国際化に向けた取り組みを加速させているほか、今後の社会変革に向けて進展が期待されるIoTの動向とも連携を図り、さらに大きな潮流への躍進を目指している。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

●展示会の幅を広げる多彩な企画の拡充を図った。

○INTER BEE IGNITION【新企画】

新展開が期待されるVR（仮想現実）、AR（拡張現実）、ホログラム等の新しい映像表現技術や、ライブエンターテインメント技術を集め、新たなメディアの可能性を発信する新企画を展開した。

Inter BEE 2016

Inter BEE



○INTER BEE CONNECTED【拡張】
キー局のネット戦略、視聴計測技術、番組マルチユース、OTT最新動向、ライブストリーミング等、メディアビジネスの最新動向を集約して情報交流を促進する14セッションを展開した。

○INTER BEE EXPERIENCE【企画追加】
前回までの「ラインアレイスピーカー」実演デモに加え、今回より新たに、最先端かつ高品質な「ヘッドホン」と「マイクロホン」の実演デモを展開し、来場者に体感していただいた。

○INTER BEE CREATIVE【リニューアル】
今年話題となったヒット作品のメイキング映像が本企画限定で披露され、第一線で活躍する監督やクリエイターによる制作秘話紹介や、最新の制作ツールのプレゼンテーションを展開した。

■他イベントとの連携事例とその成果
Digital Contents Expoと相互PR協力を実施

マンガフェスティバル in マレーシア

会　期：2016年11月18日（金）～23日（水）
会　場：クアラルンプール コンベンションセンター／ISETANクアラルンプール店／
　　紀伊國屋書店クアラルンプール店
主　催：マンガフェスティバル in マレーシア実行委員会／経済産業省
後　援：（一社）コンテンツ海外流通促進機構／㈱日本貿易振興機構／
　　（一財）音楽産業・文化振興財団／在マレーシア日本国大使館
対　象：現地出版社、関連企業、ビジネスマン、読者、ファン
公式サイト：http://www.mangafestival2016.com/

総来場者数：11,534人（国内入場者数：142人　海外入場者数：11,392人）
ビジネスエリアの来場者数：243人（国内入場者数：142人　海外入場者数：101人）
出展社数：15社（国内出展社数：15社）
出展参加国と地域数：マレーシアの国と地域
バイヤー数：30人（海外バイヤー：30人）
商談件数：92件
プレス社数：12社（海外プレス社数：12社）

■開催内容

代表的なコミック出版社である㈱秋田書店、㈱宙出版、㈱KADOKAWA、㈱講談社、㈱集英社、㈱小学館、㈱少年画報社 ㈱新潮社、㈱スクウェア・エニックス、㈱竹書房、㈱日本文芸社、㈱白泉社、㈱双葉社、㈱芳文社、㈱リイド社（50音順）の各社からなる「コミック出版社の会」が主体となり実行委員会を組成し、コ・フェスタのオフィシャルイベント「マンガフェスティバル in マレーシア」として、次の内容を実施

①ビジネスセミナーシンポジウムの開催（2016年11月18日10:00-12:30）
会場：クアラルンプールコンベンションセンター
- マレーシア、国内の有識者を招き、マレーシアでのビジネスに有用な内容を実施
- マレーシアのコミック市場「紀伊國屋書店マレーシア支配人 里見幸一郎氏」「KADOKAWA GEMPAK STARZ SDN BHD. CEO Chris Yew氏」
- 著作権侵害・ 海賊版対策活動「（一社）コンテンツ海外流通促進機構 常務理事 永野行雄氏」「Ministry of Domestic Trade, Co-operatives & Consumerism（国内取引・ 協同組合・ 消費者省）シニアアシスタントディレクター Azeem bin Nazuri氏」
- マーチャンダイジング「㈱アニメイト 海外事業部長 兼 アニメイトJMA 代表取締役社長 外川明宏氏」

②ビジネスマッチングの実施（2016年11月18日14:00-18:00）
会場：クアラルンプールコンベンションセンター
- 国内参加社に対する現地有力出版社等にミーティングリクエストを募り、国内企業11社と現地企業15社との92小間の面談商談会を実施

③交流会の開催（2016年11月18日19:00-21:00）
会場：クアラルンプールコンベンションセンター
- 現地出版社、関連団体など幅広い参加を募り有意義な意見交換の場を設定

「次第」
1. 実行委員長挨拶 清水保雅氏（講談社 常務取締役）
2. 駐マレーシア日本国大使ご挨拶 宮川眞喜雄大使
3. 来賓ご挨拶 日本マレーシア友好議員連盟 古屋圭司会長（衆議院議員）
4. 来賓ご挨拶、乾杯ご発声 日本マレーシア友好議員連盟 有村治子幹事長（参議院議員）
5. 歓談
6. 御礼挨拶 経済産業省 商務情報政策局 文化情報関連産業課 小林龍係長











マンガフェスティバル in マレーシア

④**国内出版社による共同展示会の開催**（2016年11月18日～23日 10:00-22:00）
会場：ISETANクアラルンプール店、紀伊國屋書店クアラルンプール店
1.「コミック出版社の会」コミックスおっよび電子コミック作品の体験展示
2. 作家サイン色紙の展示
3. 複製原画、原稿などの展示
4. コミック原作のアニメーション放映
5. アンケートの取得
6. 海賊版対策 正規版推奨メッセージボードの設置
7. 正規版コミック関連グッズの試験販売
8. ファン向けステージの開催
9. 日本コミックスおよび関連書籍のフェア
10.「写Goo!（記念撮影フォトブース）」特別限定テンプレートのサービス

⑤**作家サイン会の開催**（2016年11月19日 12:00-19:30）
会場：紀伊國屋書店クアラルンプール店
・国内および現地での人気作家によるサイン会
・「九井諒子先生」「藤島康介先生」「みづほ梨乃先生」「古味直志先生」（登壇順）によるサイン会を開催

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など
シンガポール、インドネシア、タイに続く4ヵ国目のマレーシア開催を実施。国情や現地状況、開催時期等により、内容や規模に違いはあるものの、「B to B」および「B to C」の展開共に充実した企画内容を実施

■他イベントとの連携事例とその成果
同時期開催イベントとして、①日本貿易振興機構と（一社）音楽産業・文化振興財団による「J POP Signature in KL」、②日本政府観光局と観光庁の「Japan Travel Fair 2016」、③クールジャパン機構と㈱三越伊勢丹ホールディングスによる「ISETAN The Japan Store Kuala Lumpur Opening Event」、④㈱ネルケプランニングの「Live Spectacle NARUTO World Tour」との広報連携や、文化庁・（一社）コンテンツ海外流通促進機構による海賊版対策企画との連携を実施

7-iii　コ・フェスタ2016パートナーイベント

コ・フェスタパートナーイベントは、コ・フェスタイベントのうち、国際性及び規模等でオフィシャルイベントに準じ、コ・フェスタ実行本部が承認したイベントである。

2016 年度は、海外の大規模コンテンツイベントと海外発信に積極的な地域イベントをパートナーに加え、16 イベントが認定された。海外パートナーイベントとはイベント参加者に対する調査を実施し、海外発信や海外来場者の促進に活用。また、地域イベントのニーズに基づき、コ・フェスタアンバサダーを派遣、SNS による海外発信や外国人目線によるフィードバックを行った。

1	第32回ATP賞テレビグランプリ
2	SKIPシティ国際Dシネマ映画祭2016
3	第41回湯布院映画祭
4	第38回PFFぴあフィルムフェスティバル
5	京都国際マンガ・アニメフェア2016
6	2016年 きものサローネ in 日本橋
7	吉祥寺アニメワンダーランド2016
8	MPTE AWARDS 2016 第69回表彰式
9	第8回京都ヒストリカ国際映画祭
10	マジカル福島2016
11	第7回 映文連 国際短編映像祭「映文連アワード2016」
12	JVA Festa 2016
13	第10回アジア国際子ども映画祭

海外パートナーイベント

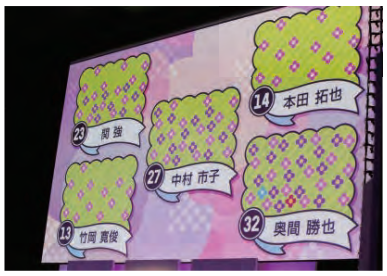
1	Anime Expo2016
2	J-POP SUMMIT 2016
3	2016年 Comic Exhibition　台湾漫画博覧会

第32回ATP賞テレビグランプリ（ATP賞）











会　期：2016年7月8日（金）
会　場：六本木ヒルズハリウッドホール
主　催：（一社）全日本テレビ番組製作社連盟
後　援：総務省／経済産業省／日本放送協会／日本民間放送連盟
対　象：ATP加盟社、未加盟社
公式サイト：http://www.atp.or.jp/awards/index.php

応募総数：ドラマ32、情報・バラエティ55、ドキュメンタリー85、
　　非放送系コンテンツ15、新人賞33　合計220
受賞式来場者数：450名

■開催内容

『ATP賞』は、日本の映像コンテンツ産業の重要な担い手となっている製作会社の社会的機能を高め、そこで働く制作スタッフ一人ひとりの情熱や気概に応えるために、創り手である製作会社のプロデューサーやディレクターが自ら審査委員となって優れた作品を選ぶ、日本で唯一の賞として1984年に創設しました。ドラマ部門、ドキュメンタリー部門、情報・バラエティ部門の3つのジャンルを基幹部門として作品を募集し、最高賞のグランプリを決定します。

1年半ぶりの開催となりました今回の応募総数は、過去最高の220作品。栄えあるグランプリは、3部門の最優秀賞の中からATP会員社の投票により情報・バラエティ部門のザ・プレミアム「京都人の密かな愉しみ」（製作：オッティモ、NHKエンタープライズ、東映京都撮影所／放送：NHK BSプレミアム）が選出されました。新人賞は従来の優秀新人賞だけでなく、会員社の投票によって選ばれる『最優秀新人賞』を新設し、アマゾンラテルナの奥間勝也さん、ネット配信作品などを顕彰する特別賞非放送系部門には「Huluオリジナル連続ドラマフジコ」（製作：共同テレビジョン／配信：Hulu）がそれぞれ選出されました。総務大臣賞にもYouTube配信作品「甘いお話 Sweets Tales」（製作：ドキュメンタリージャパン／配信：YouTube）が選ばれるなど、配信メディアにも製作会社の企画力、制作力を発揮する場が広がっていることを感じさせる受賞式となりました。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

第32回ATP賞では下記2点を新たな取り組みとしました。

①非放送系コンテンツの顕彰

放送と通信が融合を深め、動画配信が大きなビジネスを生み、今や映像コンテンツ産業が新たなステージに突入しています。こうした流れを汲み、“特別賞”のなかに非放送系コンテンツ部門を新設しました。成果として、開催内容に記載したネット配信系の作品の選出へと繋がりました。

②最優秀新人賞の新設

従来、新人賞3-4名を選出していましたが、「若いテレビ制作者、コンテンツ・クリエーターを応援、顕彰する」目的から優秀新人賞5名、新人奨励賞5名の選出としました。さらに優秀新人賞に選ばれた5名の5作品を、事前に全会員社の各代表1名に視聴頂き、テレビグランプリ同様に1票を投じ、最優秀新人賞を選出しました。従来、十数名だった応募数が、注目度の高さもあり、33名の応募へ増大しました。

SKIPシティ国際Dシネマ映画祭2016

SKIPシティ国際Dシネマ映画祭2016

会　期：2016年7月16日（土）～7月24日（日）
会　場：SKIPシティ彩の国ビジュアルプラザ／彩の国さいたま芸術劇場／
　　こうのすシネマ
主　催：埼玉県／川口市／SKIPシティ国際映画祭実行委員会／
　　（特非）さいたま映像ボランティアの会
共　催：（公財）埼玉県芸術文化振興財団／こうのすシネマ
後　援：総務省／外務省／経済産業省／文化庁／（一社）日本映画製作者連盟／
　　（一社）映画産業団体連合会／（公財）ユニジャパン／
　　（一社）外国映画輸入配給協会／（公社）映像文化製作者連盟／
　　（一社）日本映画テレビ技術協会／（一社）日本映画テレビプロデューサー協会／
　　協同組合日本映画監督協会／協同組合日本映画撮影監督協会／
　　協同組合日本映画製作者協会／全国興行生活衛生同業組合連合会／
　　生活衛生同業組合埼玉県映画協会／（一財）デジタルコンテンツ協会／
　　（特非）映像産業振興機構／NHK／テレ玉／FM NACK5／埼玉新聞社／
　　イタリア文化会館／オーストラリア大使館／中華人民共和国駐日本国大使館／
　　ノルウェー王国大使館／在日フランス大使館／アンスティチュ・フランセ日本／
　　在日メキシコ合衆国大使館／駐日リベリア共和国大使館／
　　ベルギー王国大使館／在日キルギス共和国大使館／アメリカ大使館／
　　駐日イタリア大使館
対　象：映画ファン、文化・芸能好き、高齢者
公式サイト：http://www.skipcity-dcf.jp/

総来場者数：52,466人
応募参加国と地域数：過去最多88の国と地域から
応募作品数：長編部門715本、短編部門146本、アニメーション部門58本の、
　　合計919本



















■開催内容

13回目となるSKIPシティ国際Dシネマ映画祭2016は、7月16日（土）～24日（日）の9日間にわたり、埼玉県川口市のSKIPシティほかにて開催されました。

2016年のオープニング作品は、2013年の本映画祭で短編作品『世の中はざらざらしている』がノミネートされた新鋭・熊谷まどか監督の初長編作品となる『話す犬を、放す』を上映。昨年に続き、映画祭実行委員会が主体となって製作しました。ワールド・プレミア上映となった本映画祭での上映には、熊谷まどか監督をはじめ、出演のつみきみほさん、田島令子さん、木乃江祐希さんが登壇し舞台挨拶を行いました。本作は2017年に劇場公開も予定されています。

コンペティション部門には、過去最多となる世界88の国と地域から長編部門715本、短編部門146本、アニメーション部門58本の、合計919本の応募がありました。その中から厳正な審査によって選ばれた長編部門12本、短編部門12本、アニメーション部門12本を会期中に各2回上映。国内外から監督やプロデューサー、出演者らゲストも多数来場、上映後のQ&Aや舞台挨拶に登壇し映画祭を盛り上げました。

また2年目を迎えた、こうのすシネマ（鴻巣市）、彩の国さいたま芸術劇場（さいたま市）でのサテライト上映は、今年も2日間にわたり開催。短編部門のノミネート12作品に加え、オープニング作品『話す犬を、放す』も上映しました。

その他にも、毎年恒例のシネマ歌舞伎、バリアフリー上映、長編アニメーション上映、さらに関連企画では「カメラクレヨン」、「コバトンTHEムービー」などが行われました。

コンペティション各賞は、長編部門でメキシコから届いたヒューマン・ドラマ『朝日が昇るまで』がグランプリを受賞。短編部門は『嘘をついて』、アニメーション部門は『こんぷれっくす×コンプレックス』がそれぞれ最優秀作品賞を受賞しました。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

2016年の新企画として、赤ちゃん連れでもベビーカーのまま映画を楽しめる「ママ・シアター」を開催。NHKの人気番組を映画化したドキュメンタリー『ベニシアさんの四季の庭』を上映しました。

また、NPO法人映画美学校との連携企画として、初心者向けの映画制作ワークショップを開催し、参加者全員が個々に監督した短編作品を完成させました。

第41回湯布院映画祭











会　期：2016年8月24日（水）～28日（日）
会　場：由布市湯布院公民館
主　催：湯布院映画祭実行委員会
後　援：由布市／由布市商工会／大分県興行生活衛生同業組合／
大分合同新聞社／NHK大分放送局／OBS大分放送／TOSテレビ大分／
OAB大分朝日放送／OCT大分ケーブルテレコム／CTBメディア／
エフエム大分／ゆふいんラヂオ局／JR九州
対　象：一般、映画業界関係者
公式サイト：http://www.d-b.ne.jp/yufuin-c/
総来場者数：1,880人（国内入場者数：1,880人）
プレス社数：18社（国内プレス社数：10社　海外プレス社数：5社）

■開催内容

近年、大手の映画会社が中心の製作委員会方式により作られる規模の大きな作品と並行して、予算や製作日数等に制限があるものの、内容や公開方法を自由に選択出来る、作家の表現欲求を中心に据えた作品も多く製作されるようになった。そういう状況の中で、女性監督が数多く誕生し、国際映画祭で受賞するなど、その活躍は目覚ましいものがある。もはや女性という形容詞を付けることに違和感を覚える程であるが、果たして私たち観客はどこまで、そんな括りを意識して映画を見ているのか、映像という表現の中で製作者の性差はあるのか、などについて女性監督を招いて検証する。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

平成28年4月に発生した熊本・大分地震による大分県の被害は実際の物的被害に加えて、風評被害による観光や日々の暮らしと言った二次的な被害の影響がより深刻であつた。当初、当映画祭も復興の手助けになるような企画や開催方法を模索したが、湯布院が安心できる場所で、災害前の元の状態に戻り、活気のある町であることを発信することが最も効果的なアピールであることが町内の協力者から聞かれたため、通常通り開催することとした。東北大震災の時に、東北シネマエールの一環として、賛同者から提供していただいた品物でオークションを実施し売り上げを支援したが、今年は熊本県が製作した「うつくしいひと」を上映し、入場料収入を熊本復興の支援とすることをアピールしたが、多くの方から賛同を得られ支援金として、行定監督にお渡しした。

第38回PFF（ぴあフィルムフェスティバル）

ぴあフィルムフェスティバル

会　期：東京：9月10日（土）～9月23日（金）
　　京都：10月29日（土）～11月4日（金）
　　神戸：11月3日（祝・木）～11月6日（日）
　　名古屋：11月11日（金）～13日（日）
　　＊福岡については、2017年4月28日（金）～4月30日（日）に開催予定
会　場：東京：東京国立近代美術館フィルムセンター
　　京都：京都シネマ
　　神戸：神戸アートビレッジセンター
　　名古屋：愛知芸術文化センター
　　＊福岡：福岡市総合図書館 映像ホール・シネラ
主　催：PFFパートナーズ＝ぴあ、ホリプロ、日活／（公財）ユニジャパン
共　催：東京：東京国立近代美術館フィルムセンター
　　京都：京都シネマ
　　神戸：神戸アートビレッジセンター
　　名古屋：愛知芸術文化センター／愛知県美術館
　　＊福岡：福岡市総合図書館 映像ホール・シネラ実行委員会
後　援：NPO法人映像産業振興機構（VIPO）／協同組合日本映画監督協会
対　象：一般、映画監督志望者、映画製作・映画配給関係者、映画・映像教育機関関係者
公式サイト：http://pff.jp/38th/

総来場者数：5,200人　＊福岡を除く4都市
プレス社数：新聞25件、通信社12件、雑誌11件、WEB178件、ラジオ1件
　　＊福岡を除く4都市での告知数

■開催内容

●コンペティション部門「PFFアワード2016」

全国から応募されたアマチュアの方々による483作品の中から入選20作品を東京開催中に2回上映し、最終日の表彰式にてグランプリをはじめとした各賞を発表、表彰。

その後、「第29回東京国際映画祭」との提携企画として、グランプリ作品「食卓」と準グランプリ作品「花に嵐」の上映と、監督、出演者による質疑等を実施。また、全入選作品を京都、神戸、名古屋、福岡（2017年4月開催予定）の4都市で巡回上映し、各地での観客賞の設定や、映画教育機関、上映団体等との連携による映画振興に努め、海外に向けては、前述の「食卓」のバンクーバー国際映画祭への参加をはじめ、入選作品の海外映画祭出品を通して、若手監督の紹介を積極的に展開している。

●招待企画

①オープニング、クロージング企画
- オープニング：「俳優業と監督業」と題し、公開中だった「エミアビのはじまりとはじまり」の渡辺謙作監督、映画監督の経験のある主演の前野朋哉氏、森岡龍氏による鼎談と、山口情報芸術センター製作「ギ・あいういえおス～他山の石を以て己の玉を磨くべし～」の上映と柴田剛監督によるトークを実施。
- クロージング：2016年カンヌ国際映画祭「ある視点」審査員賞受賞作「淵に立つ」のプレミア上映と、深田晃司監督、主演の古舘寛治氏、筒井真理子氏によるトークを実施。

②8ミリマッドネス!!～自主映画パンク時代～

ベルリン国際映画祭、香港国際映画祭、PFFの3映画祭提携による80年代から90年代初頭にかけ日本国内で高度に発達したPFF入選作を中心とした8ミリによる自主映画、11作品を2Kに変換し英語字幕付きで上映。上映に際しては、石井岳龍、山本政志、緒方明、平野勝之、塚本晋也、矢口史靖、手塚眞監督等によるトークベントを実施。

また、ベルリン、香港に続いて、中国、台湾、フランス等での巡回上映を実施中。

③「映画のコツ～こうすればもっと映画が輝く」

映画製作のノウハウを講座形式で公開するPFF恒例企画。今回は、「映画の新


外観風景


ロビー風景


客席風景


表彰式


「淵に立つ」トーク

第38回PFF（ぴあフィルムフェスティバル）



鈴木プロデューサー×橋口監督

しい表現」と題して、スタジオジブリの鈴木敏夫プロデューサーと橋口亮輔監督、「作家映画の行方」として、ユーロスペース代表で映画プロデューサーの堀越謙三氏と真利子哲也監督によるセレクト作品を上映し、具体的な事例を挙げつつ、映画製作における要点を巡る活発な議論を展開した。

その他、ヌーヴェル・バーグの名匠、ジャック・リベット監督追悼上映や、幻の作品を上映する「傑作発見!」等、多彩な企画を実施。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

PFF初の取り組みとして、PFF開催地域以外の方々や、見逃した作品の観賞を希望する方々を対象に、「第38回PFF」終了翌日より、PFFアワード2016入選20作品の配信を実施した結果、予想以上の反響を得ることができたことから、都市部に偏重する作品の応募比重を全国に拡散できるような広報活動を展開し、多様な作品の応募促進を図る。

■他イベントとの連携事例とその成果

「第29回東京国際映画祭」でのPFFアワード2016受賞作品の上映に連携し、映画監督を目指す方々を対象とした応募招待制による「「プロデューサーに聞くどこを目指し、誰と共にすすむのか」と題し、第一線で活躍する映画プロデューサーである桝井省志氏、小川真司氏、川村元気氏をお招きしての「PFF特別セミナー」を実施。早々に定員を満たしたことや、講座内容も刺激的であったことから、今後の継続を検討する。

京都国際マンガ・アニメフェア2016

会　期：平成28年9月17・18日（土・日）
会　場：みやこめっせ／京都国際マンガミュージアム／ロームシアター京都
主　催：京都国際マンガ・アニメフェア実行委員会／京都市
共　催：京都国際マンガミュージアム／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
対　象：マンガ・アニメに関する企業・団体など
公式サイト：http://kyomaf.kyoto/

総来場者数：43,936人【昨年対比19% UP】
　　（国内入場者数：41,544人　海外入場者数：2,392人）
ビジネスエリアの来場者数：30人（国内入場者数：30人）
出展社数：68社（国内出展社数：66社　海外出展社数：2社）
出展参加国と地域数：2の国と地域
プレス社数：70社（国内プレス社数：64社　海外プレス社数：6社）

■開催内容

「京都の企業と版権を持つ首都圏企業とのコラボ商品の開発」、「クリエイターの育成・支援」、「新たな観光客の発掘」、「海外への情報発信」を目的として開催している西日本最大規模のマンガ・アニメの総合見本市。

5周年を迎えた今年度は、これまでのメイン会場「みやこめっせ」、第2会場「京都国際マンガミュージアム」に加え、リニューアルオープンした劇場「ロームシアター京都」を活用したほか、京都市動物園でファミリー層向けの企画を実施したことなどにより悪天候にもかかわらず多くの方に御来場いただき、来場者は43,936人と昨年から約2割増加した。

また、友禅染やつまみ細工など、京都の伝統工芸を体験できるコーナーの設置や、京都企業とマンガ・アニメとのコラボレーションによる110種類の商品の開発・販売、事業者向けのビジネスツアーの実施など、産業振興面の取組も積極的に展開した。

さらに、従来から同日開催していた地元放送局、商業施設、大学等でのイベントに加え、新たに婚活イベントや献血、商業施設や神社等で行われたスタンプラリーとの連動により、これまで以上に回遊性を高め、広域的な賑わいを創出した。

これらの取り組みにより、出展者数・来場者数・プレス来場者数・商品化に取り組む京都企業数が過去最多となるなど、大きな成果を挙げることができた。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

- 5周年を機としたブランディング強化策の一つとしての公式ロゴのリニューアル
- 会場規模の拡大と連動イベントの増加による広域的な賑わいの創出
- コスプレエリアの設置やファミリー向けイベントの実施による多様な来場者の取り込み
- ビジネス来場者を対象としてマンガ・アニメコンテンツを活用した商品化の概要説明及び会場内の視察ツアーの実施
- 海外のマンガ家志望者に、日本でのプロデビューのきっかけを提供する国際マンガコンテスト「京まふ漫画賞」の対象を前回の台湾から中国にも拡大

■他イベントとの連携事例とその成果

- 地元・行政による文化イベント、若手アニメーターを応援するNPO法人によるビジネスセミナー、地元放送局でのアニソンライブや上映会・ラジオの公開生放送、アニメ好きを対象とした街コン、有名神社での奉納ライブ、商業施設でのスタンプラリーなどとの連携により、広域的な賑わいを創出

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例と効果

- マンガ・アニメ作品と京都企業25社とのコラボ商品を新たに110種開発・販売








きものサローネ in 日本橋2016













会　期：2016年9月17日（土）~19日（月・祝）　10月28日（金）~30日（日）
会　場：9月17日（土）～19日（月・祝）
　　YUITO　日本橋室町野村ビル5F・6F（中央区日本橋室町2-4-3）
　　10月28日（金）～30日（日）
　　COREDO室町1　日本橋三井ホール（中央区日本橋室町2-2-1）
　　地下コンコース（江戸桜通り地下歩道）
主　催：きものサローネin日本橋　実行委員会
後　援：経済産業省／京都府／京都織物卸商業組合／東京織物卸商業組合／
　　名古屋織物卸商業組合／西陣織工業組合
特別後援：三井不動産㈱／野村不動産㈱
会場協力：日本橋三井ホール／野村コンファレンスプラザ日本橋／
　　（一社）日本橋室町エリアマネジメント
対　象：一般来場者、業界関係者
公式サイト：http://kimono-salone.com/

総来場者数：（延べ）15,500人（昨年比126%）
出展社数：（延べ）163社（個人／組合／団体含む）（国内出展社数：（延べ）163社）
出展参加国と地域数：日本の国と地域
プレス社数：（延べ）約50社　海外プレス：ロイター通信

■開催内容

9月度：YUITO　きものカーニバル（きものから小物まで、試して、遊んで、お買い物）　出展社92社

・ショッピングや体験コーナー、日本酒とのコラボや日本舞踊、三味線、着付教室、トークショーなど多彩なステージイベント、またお客様参加型のコーディネート人気投票も開催。来場者数昨年に比べ1,770人増加。

10月度：日本橋三井ホール　きものコレクション（ファションショーと展示で新作きものをご紹介）

・きものファションショー　参加社10社
TOKYO KIMONO COLLECTION（TKC）4メゾンのステージはどのショーも満席。また世界196カ国の国旗やイメージカラーをテーマにきものや帯に制作する「IMAGINE ONEWORLD」のショー、今年は53カ国のスケールで発表。NHKをはじめ多くのマスコミも詰めかけ、2020年東京オリンピック・パラリンピックを展望した取り組みとして注目。きものを国際的にアピールする発信の場として盛り上がりました。
その他のステージイベント、学生きものデザインコンテストの発表、トークショー等開催。

・全国きもの産地展　出展社7社
全国の産地の中から7産地が出展。物づくりの実演や体験が人気を博し、多いに賑わいました。

10月度：江戸桜通り地下歩道　きもの100体コーディネート　出展社54社

・往来で賑わう日常の空間に、100体色とりどりのきものを展示。人気柄コンテストの投票、ミニステージでの出展商品紹介等、を開催。

・2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

それぞれの会場での企画から運営までを若い方々が中心になって取り組んだことです。きものの魅力と元気な姿を見せるための企画のあり方、発信の仕方、ネットワークを活かした行動力など、主催する側の主体が次代を担う世代に継承されたことが最大の成果です。

・他イベントとの連携事例とその成果

TOKYO KIMONO WEEK（実行委員会は三井不動産㈱が中心）
2016年10月23日（日）～11月15日（火）の連動イベントとして開催。相乗効果あり

吉祥寺アニメワンダーランド2016

会　期：2016年10月1日（土）～10月23日（日）
会　場：吉祥寺駅周辺
　　（武蔵野公会堂／吉祥寺シアター／井の頭公園ステージほか）
主　催：吉祥寺ウェルカムキャンペーン委員会
　　（吉祥寺活性化協議会／武蔵野商工会議所／武蔵野市商店会連合会）
後　援：武蔵野市／武蔵野市開発公社／東京都／経済産業省関東経済産業局
対　象：一般
公式サイト：http://www.kichifes.jp/wonderland/home.html
総来場者数：39,590人



■開催内容

吉祥寺は、数多くのアニメスタジオが存在し、クリエイターも多数在住していることから、多くのアニメ作品が生み出され、また作品の舞台となってきました。そこで1999年度より、吉祥寺を「作品が生まれるまち」と位置づけ、地元ゆかりのスタジオやクリエイターを中心に、商店街や行政等とコラボレートしてアニメイベントを開催してきました。毎年10月、大会ごとに選出されるその年のメインビジュアルがフラッグとしてまち中に掲げられ、吉祥寺はアニメ一色に染まります。井の頭公園のステージやおもちゃ市場、まちなかファミリーコンサート、ハイレベルなコンペティション映画祭として認知度が高まっている「吉祥寺アニメーション映画祭」など、多くの世代に楽しめるイベントがあり、2016年は吉祥寺のレジェンドともいえる巨匠楳図かずおをメインビジュアルに、大型店のコラボカフェなど、吉祥寺全体で様々な企画を実施しました。



■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

新たな会場として吉祥寺のギャラリーを追加し、原画展や物販などの展開を行った。







MPTE AWARDS 2016 第69回表彰式



表彰式場内


開会挨拶（武田信二会長）


個人賞授与の様子



経済産業大臣賞授与の様子



映像技術賞授与の様子


受賞者の皆さま（一部）

会　期：2016年10月27日（木）
会　場：六本木アカデミーヒルズ49 オーディトリアム
主　催：（一社）日本映画テレビ技術協会
後　援：経済産業省／（一社）映画産業団体連合会／（一社）日本映画製作者連盟／
（公財）ユニジャパン／（公社）映像文化製作者連盟／
（一社）外国映画輸入配給協会／全国興行生活衛生同業組合連合会／
NPO法人映像産業振興機構／（一社）日本映像ソフト協会／
（一社）日本アド・コンテンツ制作社連盟／
（一社）日本ポストプロダクション協会／日本放送協会／
（一社）日本民間放送連盟／（一社）全日本テレビ番組製作社連盟／
協同組合日本映画監督協会／協同組合日本映画撮影監督協会／
協同組合日本映画・テレビ照明協会／
協同組合日本映画・テレビ美術監督協会／
協同組合日本映画・テレビ録音協会／
協同組合日本映画・テレビ編集協会／（公社）日本照明家協会／
NPO法人テレビ日本美術家協会／
NPO法人日本ビデオコミュニケーション協会（順不同）
対　象：映像技術に興味をお持ちの方どなたでも（受賞関係者以外もご参加頂けます）
公式サイト：http://www.mpte.jp/
総来場者数：140人（国内入場者数：140人）
プレス社数：10社（国内プレス社数：10社）

■開催内容

1947年の創立以来、制作現場で技術に携わっておられる方々を表彰する日本で唯一の賞として、映像制作技術の進化と制作意欲の向上を目的に、長年実施しているMPTE AWARDS。毎年、1月～3月に該当年度の応募を受け付け、4月～9月には、そのジャンルごとの技術者・総勢150名を審査員に迎え、厳正な審査会を都度実施し、受賞を決定している。

2016年は、「第45回柴田賞」「第45回小倉・佐伯賞」「第26回鈴木賞奨励賞」「第69回映像技術賞」「第34回青い翼大賞」「第69回技術開発賞」「第19回経済産業大臣賞（日本映画テレビ技術大賞）」の授与を行った。映像技術賞に関しては、撮影・照明・録音・美術・編集・アニメーション・VFX・OAGの各分野をそれぞれ表彰。技術開発賞では現場開発だけではなく、学術分野、産業分野からの応募も多く、インターネット配信関連の開発など、時代を反映した審査会となったことが紹介された。

製作環境は変化し続けているが、映像を創るのは人＝技術者の皆様。これから映像業界を目指す次世代の技術者達に意欲と勇気を与えることが出来る意義ある顕彰活動であるよう、次回70回目という節目を迎えるにあたり、益々の発展を約束し、閉会した。

京都ヒストリカ国際映画祭

Kyoto HISTORICA International Film Festival

会　期：2016年11月2日（水）～11月13日（日）
会　場：京都文化博物館
主　催：京都ヒストリカ国際映画祭実行委員会（東映㈱京都撮影所／
㈱松竹撮影所／京都府／立命館大学／京都文化博物館／
㈱東映京都スタジオ／巖本金属㈱／㈱ディレクターズ・ユニブ）
共　催：KYOTO CMEX実行委員会
後　援：（一社）日本映画製作者連盟／（一社）外国映画輸入配給協会／
（一社）日本映画テレビ技術協会／エフエム京都／
イタリア文化会館－大阪
協　賛：㈱テスパック／三井ガーデンホテル京都四条
助　成：芸術文化振興基金
対　象：一般
総来場者数：2,108人（2016年度）【昨年対比82.2%】
公式サイト： http://www.historica-kyoto.com/


HISTORICA


京都フィルムメーカーズラボ

■開催内容

京都ヒストリカ国際映画祭、通称「HISTORICA」・「KHIFF」は、ジャンル映画祭として世界でただひとつ「歴史」をテーマにした国際映画祭であり、映画チャンバラワークショップ、企画コンペなどを併せ持つ、既存の映画祭の枠を超えた全く新しいタイプの映画祭です。今年度については、AFA（アジア・フィルム・アワード）との連携プログラムも実施するなど更なる展開を行った。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

・毎年開催されるアジア全域版アカデミー賞「アジア・フィルム・アワード(AFA)」と連携プログラムの実施。
・京都ヒストリカ映画祭の人材育成プログラムとして継続して行われている京都フィルムメーカーズラボ（世界各国から選抜された若手が、東映および松竹の各撮影所で時代劇製作を体験する。）の参加者が京都で自らの長編作品のお披露目を実施。

■他イベントとの連携事例とその成果

・京都ヒストリカ映画祭の人材育成プログラムとして継続して行われている京都フィルムメーカーズラボ（世界各国から選抜された若手が、東映および松竹の各撮影所で時代劇製作を体験する。）の参加者が京都で自らの長編作品のお披露目を実施。

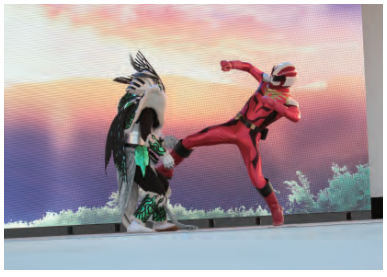
マジカル福島2016











会　期：2016年11月3日（木・祝）～11月6日（日）
会　場：福島県内12市町
　　福島市・会津若松市・郡山市・いわき市・白河市・喜多方市・二本松市・
　　田村市・南相馬市・伊達市・三春町・小野町

主　催：マジカル福島実行委員会
　　福島県／福島県よろず支援拠点／福島交通㈱／会津乗合自動車㈱／
　　新常磐交通㈱／FSGカレッジリーグ／
　　郡山情報ビジネス公務員専門学校／国際アート＆デザイン専門学校／
　　国立大学法人福島大学／公立大学法人会津大学／
　　認定NPO法人フロンティア南相馬／（特非）Wunder ground／
　　（特非）まざっせKORIYAMA／（特非）映像産業振興機構／
　　㈱JTB東北 法人営業郡山支店／㈱近畿日本ツーリスト東北／
　　常磐興産㈱／㈱小高ワーカーズベース／㈱Plainnovation／㈱CIA／
　　㈱福島キャリアナビ／富士通ネットワークソリューションズ㈱／
　　㈱ファミリーマート／㈱TSUTAYA／㈱福島ガイナックス

後　援：福島市／会津若松市／郡山市／いわき市／白河市／須賀川市／
　　喜多方市／二本松市／田村市／南相馬市／伊達市／三春町／小野町／
　　福島民報社／福島民友新聞社／NHK福島放送局／福島テレビ／
　　福島中央テレビ／福島放送／テレビユー福島／ラジオ福島／ふくしまFM

対　象：県内外、国内外の来訪者・ファミリーを中心とした三世代観光

公式サイト：http://magicalfukushima.com/

総来場者数：68,678人

■開催内容

マジカル福島2016では、福島県民主体の世界一大きな（面積）文化祭として、福島県の各市町村をつなぎ、本気で遊ぶ文化祭です。本気（マジ）の福島を発信するものです。本事業は、「文化の日」を中心に、福島ならではの文化、サブカルチャー、教育等をテーマに、アニメ・映画・ドラマ・マンガ・音楽等の様々なコンテンツを活かしたプログラムを県内各所で開催し、元気で楽しい福島を世界へ発信するとともに、広域・滞在・三世代といった3つの観光を主軸に、県外からの集客を狙ったものです。 また、福島県の浜通り地域に新産業拠点の構築をめざす「福島・ 国際研究産業都市（イノベーション・ コースト）構想 研究会」が掲げる「世界が注目する浜通りの再生」において、「観光」や「街づくり」の視点から、中長期的な復興を目指す プログラムも実施することで、福島県の文化事業の主軸となるシンボリックな事業展開を図るものです。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

1. 震災後の元気な福島を体感してもらい、震災後の福島のイメージアップを計る。
2. 「イノベーションリゾート構想」として、浜通りの賑わいづくりを創出するプログラムを実施。
3. 広域観光、滞在型観光、三世代観光を主軸としたプログラムを実施。
4. 周遊できるアニメ・ マンガ等コンテンツ系イベントを多数行い、幅広い世代が楽しめる滞留型広域観光で福島の魅力と文化の発信力を広くアピールする。
5. 旅行代理店とタイアップし、外国人向けや国内のツアーを企画し、人・ 物の流れを作り大手企業の誘致へつなぐ
6. 眠っている様々なコンテンツ資源を掘り起こし、併せて人材の発掘や空き店舗などの再活用を図ることで、より魅力あるまちづくりに寄与していく。
7. 人材育成を含めたワークショップやイベント、映画祭を行うことにより、未来を担う若者やこどもたちにイベントの楽しさを体感していただく。同時にいろ

マジカル福島2016

いろなお仕事があることも広く知る場を提供。情操教育と将来の夢と目標のお手伝いをする。
8. 地域の食材を使い、福島県の食品の安全性や美味しさをアピール。
9. 出店は福島県の農業、飲食店とし、こどもたちに食の大切さを伝える。
10. 福島には地域の気候風土を活かした様々な伝統工芸・ 文化があり、今なお脈々と受け継がれていることを、アニメコンテンツに連携した形で発表・ 展示し世界に向けて福島の伝統ある技術を発信する。





■他イベントとの連携事例とその成果

南相馬において、「ドローンインパクトチャレンジ福島県南相馬市」では、「ロボテスわっしょい秋祭りーアニメレスキューアカデミア制作発表会ー」との同時開催を行い、相乗効果により2,000名の来場があった。

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例と効果

イノベーション・コースト構想への参画が予定されている工業系企業によるロボット展示やワークショップを実施し、イノベーション・ コースト構想の理解を深め、親近感をもっていただいた。

映文連　国際短編映像祭「映文連アワード2016」











会　期：2016年11月21日（月）～25日（金）
会　場：国立新美術館／ユーロライブ／IMAGICA第1試写室
主　催：（公社）映像文化製作者連盟
後　援：文部科学省／経済産業省／東京都／映像産業振興機構／
日本映画テレビ技術協会／日本アド・コンテンツ制作協会／
日本ポストプロダクション協会／日本映画撮影監督協会／
日本映画テレビ照明協会／高度技術社会推進協会／毎日新聞社／
日本経済新聞社／朝日新聞社／読売新聞東京本社／映像新聞社／
ユニ通信社（順不同）
対　象：一般
公式サイト：http://www.eibunren.or.jp/award2016/index.html
総来場者数：850人（国内入場者数：850人）

■開催内容

●映文連アワード2016 表彰式

11月21日午後1時30分から国立新美術館講堂に受賞者及び関係者180名が出席し表彰式を開催、文部科学省生涯学習政策局情報教育課長磯寿生氏、経済産業省商務情報政策局メディア・コンテンツ課長平井淳生氏にご登壇頂き、各々大臣賞等が授与された。

●映文連アワード2016受賞作品上映会

24日（木）・25日（金）に渋谷・ユーロライブにおいて実施し、全受賞作品30本を「創造力は、永遠の航海である。」をテーマに5プログラムに分けて上映。トークセッションでは「若手監督、それぞれの表現手法」「地域発プロモーション映像の可能性」をテーマに受賞作品の監督・プロデューサーの方々に語り合ってもらった。

●International Corporate Film Showing 2016

ドイツのWorldMediaFestival、米国のU.S. International Film & Video Festival、Cannes Corporate Media &TV Awardsから招聘した企業映像18作品を、女性MCを入れて作品紹介し、上映した。メイン上映終了後、参加者の懇親会を開催、「THE ICONIC COCKTAIL, 'THE MARTINI'」（Pieter-Rim de Kroon 新作35分）を招待上映した。

●映文連アワード10周年記念特別上映会

「この10年10のまなざし～Ten years, ten views～」

映文連アワード10周年を機に我が国の10年間の産業構造や社会状況の変化を踏まえ、伝承文化や新しい作家たちの作品を一般の方々にも鑑賞して頂くために特別上映会を開催した。短編＝TANPENという多様なジャンルならではの、多彩な視点やユニークな切り口を理解して頂くために、10のテーマを選び、受賞作品から33作品を抜粋して、11月22日（火）、23日（水）にユーロライブとIMAGICA第1試写室で上映した。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

●映文連アワード「ｉ賞（個人賞）」について

10周年を記念し、新たに“ｉ賞”を設けた。この賞は、映像コンテンツの新たな可能性を予感させるクリエイター＝個人を称える“個人賞”。“ｉ賞”とは、イノベーション、イマジネーション、インデペンデントの「ｉ」であり、映像コンテンツ制作者の新世代の才能輩出を意図している。斬新な切り口や表現方法によって、これまでの短編映像の概念を越えた新しい世界観を創り上げ、来るべき映像コンテンツの可能性を拓いたクリエイター＝個人に対し、その試みを称えて授与される。初の「ｉ賞」は、『眠れない夜の月』脚本・監督・美術・アニメーションの八代健志氏に授与された。

第5回「JVAフェスタ2016」



会　期：2016年11月23日（水・祝）～11月27日（日）（5日間）
会　場：調布市文化会館たづくり
　　南・北ギャラリー／むらさきホール／くすのきホール
主　催：（特非）日本映像美術協議会（JVA）
共　催：テレビ日本美術家協会／調布市／調布市文化／コミュニティ振興財団／
　　日本舞台美術家協会／他
後　援：日本映画／テレビ照明協会／映像産業振興機構／文化庁／
　　調布エフエム放送㈱
対　象：業界団体・学生・一般
公式サイト：URL http://www.jva.gr.jp
総来場者数：1,500人
ビジネスエリアの来場者数：1,100人
出展社数：19社（国内出展社数：19社）

■開催内容

　映像の撮影における美術制作の技術の実際を技術者によって公開実演し、その仕事を知ってもらい映像芸術の中での美術制作の面白さ、重要性をアピール。来場者に美術の関心を高め、その技術を参加しながら認識してもらう場にする。第1回目は職種紹介パネル展示、美術監督などのセミナー、JVA賞展示。第2回目はそれらに加え「メーク」や「汚し」の実演ワークショップを実施。第3回目は実物のセットを会場に建て撮影現場を来場者に体験実施。今回は特殊メーク・衣裳・小道具・かつらなど来場者体験を実施。

第10回アジア国際子ども映画祭







杉良太郎特別賞



杉良太郎特別賞



ゲストトークショー

会　期：11月26日（土）
会　場：北見市民会館（北海道北見市常盤町2丁目1-10）
主　催：アジア国際子ども映画祭実行委員会
共　催：外務省／江別市／江別市教育委員会／大野市／大野市教育委員会／南あわじ市／南あわじ市教育委員会／美祢市教育委員会／指宿市／指宿市教育委員会／南城市教育委員会／北見市／北見市教育委員会
後　援：法務省／経済産業省／北海道／北海道教育委員会／美祢市／大月市／大月市教育委員会／ブルーシー・アンド・グリーンランド財団／北海道青少年育成協会／NHK北見放送局／北海道放送㈱／STV札幌テレビ放送／北海道テレビ放送㈱／北海道文化放送／㈱テレビ北海道／朝日新聞北海道支社／日本経済新聞社札幌支社／報知新聞社北海道支局／北海道新聞社／北海道日刊スポーツ新聞社／毎日新聞北海道支社／読売新聞北海道支社／産経新聞社札幌支局／AIR-G' エフエム北海道／旭川市教育委員会／釧路市教育委員会／根室市教育委員会／帯広市教育委員会／網走市教育委員会
協　賛：エイベックス・グループ・ホールディングス㈱／ピグマリオンホールディングス㈱／㈱タカラ／㈱テイチクエンタテインメント／キヤノンマーケティングジャパン㈱
協　力：文化庁／㈱杉友／ライジングプロダクション／ボイスミュージック／LDH／アセアン事務局／日中友好会館／日韓文化交流基金／国際交流基金アジアセンター／JICE 日本国際協力センター

対　象：小学生・ 中学生・ 高校生及びそれらの年齢に相当する個人またはグループ
公式サイト：http://asianfilm.chu.jp/
総来場者数：1,500人（国内入場者数：1,373人　海外入場者数：127人）
出展参加国と地域数：アジア16の国と地域

■開催内容

映画祭：11月26日（土）

子どもたちが自ら制作した3分間の映像作品の上映・表彰

国内から275作品、アジアの15の国と地域から337作品と、合計612作品が応募された。作品テーマは「私の嫌いなこと」。杉良太郎氏はじめ5名の審査員により優秀作品が選出された。各賞は杉良太郎特別賞、法務大臣賞、外務大臣賞、文部科学大臣賞、経済産業大臣賞、優秀賞3作品、入賞3作品、審査員特別賞、第10回大会記念特別賞。表彰式プレゼンターは、杉良太郎名誉会長、伍代夏子、w-inds.、西内まりや、AAA（西島隆弘）、三代目 J Soul Brothers（小林直己、今市隆二）の全9名。

国際交流：11月24（木）～29日（火）

映画祭の前後に北見市では歓迎レセプション・ 夕食会・ アフターパーティーと国際交流を実施した。内容は、学校訪問や施設見学、スポーツや日本文化等を通した相互交流等、学生同士がより身近に感じ異文化に触れること。映画祭前日の交流会と夕食会では各国の伝統芸能、市内小中学校生徒による合唱や吹奏楽の演奏などで交流。映画祭終了後に作品制作者同士が交流するアフターパーティを開催。また、留学生や在住外国人の方が市民と交流する「オホーツク国際ふれあい広場」も連携して開催。さらに、市内の大学・ 看護大学・ 専門学校・ 高校では体験学習を実施。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

北見市で2回目の開催となったアジア国際子ども映画祭は、応募作品数が増え、多くのプレゼンターの協力もあり、会場前には前夜から入場パスポートを求めて並ぶ一般入場希望者の列ができるなど 、盛大に開催することができた。映像作品は、各ブロックの制作講座やPR効果もあり、国内応募作品数が5年ぶりに大きく増加し、また、初めて海外の応募総数を把握できたことから、過去最大の作品数となった。全国の9ブロックの作品制作者124名及び外務省の事業により海外からも127名の

第10回アジア国際子ども映画祭

子どもたちが参加し、各国地域の子どもたちが参加し、各国地域作品に触れるとともに、異文化を知る絶好の機会となった。

制作にあたっては、自分たちを取り巻く様々な環境の中で、改めて嫌いなことの意味を考え問いかけ、制作者同士で議論を深めるなど精一杯の取り組みが表現されていた。大人たちは、子どもたちの想いが詰まった3分間の映像に、深い感動を覚えた場面が多々あり、開催に至るまでの協議や意見交換、本選大会など通じて、改めて子どもたちの未来に何を成すべきか、子どもたちの心の声に耳を傾ける極めて有意義な機会であったと考える。

今映画祭は10回の節目となったことから、アトラクションを設定しゲストが会場内にボールを投じ、ゲストや各ブロックから提供のあったプレゼントとの交換もあり、ステージと会場の交流を一層深めることができた。



アフターパーティー

Anime Expo 2016













会　期：2016年7月1日（金）～4日（月）
会　場：アメリカ ロサンゼルス　Los Angeles Convention Center
主　催：Society for the Promotion of Japanese Animation (SPJA)
対　象：Public
公式サイト：www.anime-expo.org

総来場者数：304,800人　昨年対比15%UP
出展参加国と地域数：63の国と地域
プレス社数：220社

■開催内容

Anime Expoは日本の漫画、アニメ、ゲームを含むポップカルチャーを北米に広める事を目的とした北米最大のB to Cコンベンションで、毎年7月4日の週末にかけてロサンゼルスで開催され今年は25回目のイベントを迎え、総来場者数は34万人を越えました。パネル、コンサート、イベント、スクリーニングなどを含むプログラミングは4日間で710時間以上で、100名以上のゲストさんにいらしていただきました。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

今年の新規取り組みの例としては、Lantisを始めとした日本企業6社からなる委員会の協力のもと、Anisong World Matsuriの開催、新海誠監督を迎え、映画『君の名は。』の日本公開より先駆けてのワールドプレミアの開催、クランチーロールの協力の元、“Berserk”及び”Mob Psycho 100”の同時配信プレミア、日本動画協会による、”Celebrating 100 Years of Japanese Animation”パネル、SCRAPの協力のもと、Zero Escape Puzzle Huntの開催、家族連れを対象にしたFamily Dayの設立などがあります。

J-POP SUMMIT 2016

会　期：2016年7月22日(金)～31日(日)
会　場：アメリカ サンフランシスコ　Fort Mason Center, Japantown Cinema
主　催：J-POP SUMMIT Committee (Superfrog Project)
後　援：在サンフランシスコ日本国総領事館／
日本貿易振興機構（JETRO）サンフランシスコ事務所／国際交流基金／
日本レコード協会／音楽産業・文化振興財団（PROMIC）／
サンフランシスコ市／J-LOP
対　象：一般
公式サイト：http://www.j-pop.com/

総来場者数：20,000人
出展社数：150社

■開催内容

日本の最新ポップカルチャーを全米へ紹介するイベントへと急成長を遂げている同フェス。今年8年目を迎え、サンフランシスコ湾を一望出来る風光明媚なフォートメイソンセンターを会場とし、音楽ライブやファッション、アニメ、アート、ゲーム、フード、IT・テクノロジー、トラベルなど、日本の「今」を体験しに訪れる参加者で大盛況となった。同期間に、第4回サンフランシスコ日本映画祭が共催され、3日間で来場者約2万人以上を動員した。他イベントに比べて、J-POPサミットはコンテンツのキュレーション・質の高さに定評があり、従来人気のアニメやゲームだけでなく「インタラクティブ（テクノロジー・IT）」「トラベル（観光）」「ラーメン＆酒（食）」など多彩な文化を紹介する見本市であることが特徴。今年は新たに、ゲイカルチャー発祥の地ならではの「J-POPクイーン ドラッグ コンテスト」が加わり、地元のゲイコミュニティからも圧倒的な支持を受けた。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

（開催内容に既述）

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例と効果

出演者の水曜日のカンパネラが、出展者のプロダクト・光るスマートシューズOrpheを履いて演出面でコラボレーションし、エンターテイメントxテクノロジーのコラボがライブ演出における新たな分野であることを印象づけた他、シリコンバレーならではのテック系企業と他出展社・出演者のコラボが見られた。


World Order の圧巻のステージ ©Kairu Photography


超満員のステージを沸かせる水曜日のカンパネラ ©Rendy Lai


大人気のアニソンデュオ GARNiDELiA©Rendy Lai


米国初ライブを披露した Slirent Siren©Kiyoshi Morihara


NHK WORLD ブースを盛り上げた早見優、増田セバスチャン、
東京パフォーマンスドール、どーもくん、日本料理研究家斉藤辰夫 ©NHK-TYO


フェスの公式アルコールドリンク「イイチコ」の
PR アンバサダー YANAKIKU©Tony Wu


共催するサンフランシスコ日本映画祭のゲストは
世界的に著名な岩井俊二監督 ©Darren Yamashita


ミッツ・マングローブが審査員を務めた
J-POP クイーン ドラッグ コンテスト ©Rendy Lai


北米初展示となったヤマハ発動機のヒト型自律
ライディングロボット「MOTOBOT」©Trey Houston


長蛇の列ができ売り切れが続出するほどであった
ラーメンサミット ©Kiyoshi Morihara


数多くの酒造メーカー及びディストリビューターが参加した
酒サミット ©Kumi Yamauchi


大賑わいのトラベルパビリオン
「JAPANKURU VIRTUAL TRIP」©Kumi Yamauchi


超満員の会場 ©Kiyoshi Morihara


ステージを埋め尽くす人々 ©Kiyoshi Morihara


展示エリアの様子 ©Kumi Yamauchi

海外パートナーイベント

2016年Comic Exhibition　漫画博覧会











会　期：8月11日（木）～8月16日（火）
会　場：台湾 台北　世界貿易センター第一号館
主　催：中華動漫出版同業協進會
後　援（指導単位）：文化局
対　象：一般・出版・アニメ関係者・音楽関係者・教育関係者・玩具関係者・ゲーム関係者等
公式サイト：http://www.ccpa.org.tw/comic/

総来場者数：554,000人（昨年対比：113.0%）
出展社数：80社（前年比：114.2%）
うち日系企業：ICHIBAN JAPAN AREAのみで13社　その他は集計データ無し
出展参加国と地域数：中華民国／日本／中華人民共和国

■開催内容

中華動漫出版同業協進会主催の「漫画博覧会」は、1995年より開始され、2016年で十七回目を迎えることになりました。初めこそ小さなイベントでしたが、今では台湾の夏を代表する非常に大きなイベントとなっております。また、台湾だけではなく、アジアで行われているアニメ、漫画のイベントの指標として、この業界全体の発展に寄与しています。2016年のテーマは「玩創意（アイディアで楽しもう）」は、アニメや漫画のアイディアによって生み出される力で、情熱を分かち合うことを表しています。

イベントのプロモーションでは、主催企業である大手漫画出版社が持つ「雑誌」「新聞」「WEB」等の媒体や、協力媒体などのプラットフォームを使用して、漫画博覧会を注目されるイベントにしております。

2016年は615ブースが使用され（昨年対比：102.5%）、出展者数も増加、更なる拡大を続けております。

■2016年度の新規取り組みとその成果・特色など

2016年では、オールジャパンコンテンツエリアを大きく展開し、日本企業の直接参加による、来場者の方々へのプロモーション活動も行いました。こちらのエリアは注目度も高く、台湾政府機関である文化局の政務次長による視察も行われたり、テレビ、新聞、ネットメディアにも大きく取り扱われる等、話題性の高いエリア運営の実施が行われました。

■他イベントとの連携事例とその成果

●第十二届海峡兩岸圖書交易會
⇒漫画以外での図書による国際交流
●京都国際漫画マンガ・アニメフェア（京都会場に漫画協進會ブースを設置し、日本企業誘致活動実施）
⇒日本での台湾漫画博覧会認知度の向上。日本企業より約10社の出展および提携の依頼相談有り。

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例と効果

【オールジャパンコンテンツエリアにてトークショー】
西武線×アニメ聖地巡礼紹介（約200名参加）
ファッションモデル×AEON（約120名参加）
京都造形芸術大学キャラクターデザイン学科×日本有名漫画紹介（約100名参加、メディアによる取材有り）

7-iv　コ・フェスタ実行委員長、副委員長によるイベント開会式での来賓出席と挨拶

数多くあるコ・ フェスタ2016イベントのうち、いくつかのイベントでは、開会式やレセプション等にコ・ フェスタ実行委員長・ 副委員長が招かれ来賓として挨拶を行ない、コンテンツ産業界内外に向けて広くコ・フェスタをアピールした。

●東京ゲームショウ2016開会式

大谷信義実行委員長が、幕張メッセにて2016年9月15日（木）に開催された「東京ゲームショウ2016」開会式へ来賓として出席、テープカットと挨拶を行なった。その後、場内視察と外国人来場者ヘルプスタッフとして参加中のコ・ フェスタアンバサダーへの激励を行なった。

●デジタルコンテンツ EXPO 2016 Innovative Technologies2016表彰式

日本科学未来館にて2016年10月27日（木）に開催されたデジタルコンテンツEXPO 2016 Innovative Technologies2016表彰式では、松谷孝征実行副委員長が来賓の挨拶を行ない、受賞者達との記念撮影に応じた。

●第43回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール授賞式

2016年11月2日（水）にNHK放送センターにて開催された第43回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール授賞式に、重延浩実行副委員長と松谷孝征実行副委員長が招かれ、式開始直後に2人は招待者へ向けて紹介された。授賞式後のレセプションパーティーでは、コ・フェスタアンバサダー達と一緒に放送関係者と交流。

●国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016

国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016での東京ドラマアウォード。2016年11月7日(月)、EX THEATER ROPPONGIにて開催。依田巽実行副委員長、重延浩実行副委員長、松谷孝征実行副委員長の3名が出席。来賓の挨拶では、重延浩実行副委員長がドラマ制作現場へ向けた熱いメッセージを語った。

ほか、CEATEC、文化庁メディア芸術祭、Amazon Fashion Week、第7回ロボット大賞、Inter BEE、映文連アワードの開会式、表彰式、レセプション等に出席した。


東京ゲームショウ 2016 開会式 テープカット


東京ゲームショウ 2016 開会式 大谷会長挨拶


東京ゲームショウ 2016


デジタルコンテンツ EXPO 2016 表彰式 集合写真


デジタルコンテンツ EXPO 2016 表彰式 松谷実行副委員長挨拶


第 43 回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール授賞式



国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016 重延実行副委員長挨拶

8 アンバサダー

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

目次

I. コ・フェスタアンバサダー施策について
- 施策概要
- リクルーティング活動報告
- 2016年度登録者概要

III. コ・フェスタイベント支援
- コアイベント
  - 東京ゲームショウ2016・日本ゲーム大賞2016
  - Japan Content Showcase
    - 第13回TIFFCOM2016-Marketplace for Film&TV in Asia
    - 東京国際ミュージック・マーケット（13th TIMM）
  - AnimeJapan 2017 ※加筆中
- オフィシャル・イベント
  - CEATEC JAPAN 2016
  - 第７回ロボット大賞
  - 第43回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール
  - TOKYO DESIGN WEEK 2016
  - 国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016
  - デジタルコンテンツEXPO 2016
  - Inter BEE 2016
  - マンガフェスティバル in マレーシア
- パートナー・イベント
  - 第41回湯布院映画祭
  - マジカル福島2016

III. 海外発信施策
- ウェブサイト運営
- facebookページ運営
- オリジナル動画制作（EVERYDAY JAPAN）

IV. 海外マーケット調査
- 海外消費者動向調査（VIPOニュースレター）
- 海外ウェブサイト調査
- 「日本コンテンツに関する調査」協力

V. 企業訪問
- 株式会社サンリオ

VI. 外部省庁・企業・団体への協力
- 外務省（日本国際漫画賞）
- 一般財団法人日本レコード協会
- 松竹株式会社（シネマズ by 松竹）
- 株式会社ティ・ジョイ（YOKOSO!EIGAKAN!）
- 日本相撲協会（大相撲beyond 2020場所）

VII. メディア掲載
- 読売新聞

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

I. コ･フェスタアンバサダー施策について
施策概要

■「コ･フェスタ」とは

コ･フェスタ（ JAPAN国際コンテンツフェスティバル ）とは、日本が誇るゲーム、アニメ、マンガ、キャラクター、放送、音楽、映画といったコンテンツ産業およびファッション、デザイン等コンテンツと親和性の高い産業に関わる各種イベントを効果的に海外に発信するための、海外発信力強化支援プロジェクトです。

■「コ･フェスタアンバサダー」とは

「コ･フェスタ」の取組をより多くの海外ユーザーに認知してもらうべく、日本のコンテンツファンである外国人を組織化し、「コ･フェスタアンバサダー（以下、アンバサダー）」として活動しています。「コ･フェスタ」のイベント等を取材し、日本コンテンツに触れた上で、日本コンテンツ関係者やバイヤーとの意見交換を行い、各イベントの広報活動やコンテンツ産業への提言等を行います。

■「コ･フェスタ･アンバサダー」の実施目的

外国人の日本コンテンツのファン（消費者）を巻き込み、

① マーケティング： 消費者の声からマーケットの実態を把握し業界の皆様に届ける

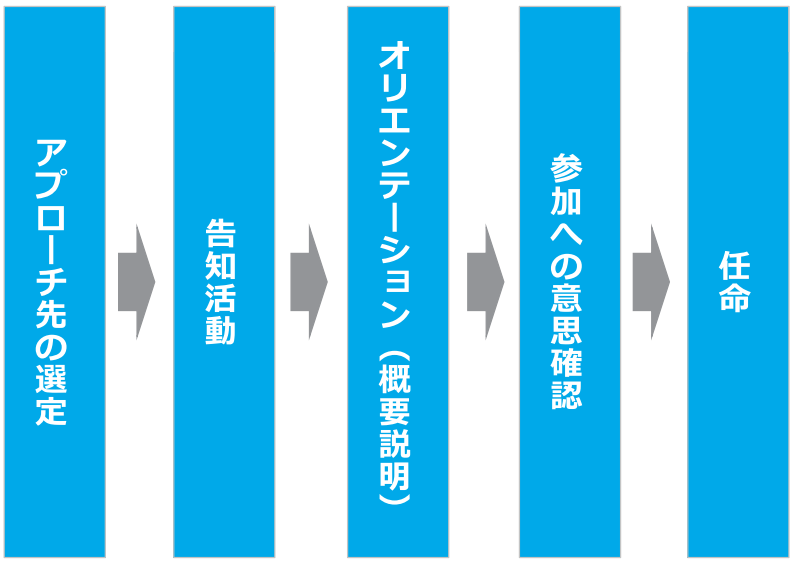
② プロモーション： 消費者の声を通じて日本コンテンツの魅力をマーケットに伝える

ことを実現します。

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

I. コ･フェスタアンバサダー施策について
リクルーティング活動報告（１）

■ アプローチ先の選定から任命までのプロセスにおいて、特に告知活動およびオリエンテーションを効果的に実施することで、日本コンテンツへの関心度、コミュニケーション能力、発信力などにおいて質の高い外国人留学生を集めることに成功した。



無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

I. コ･フェスタアンバサダー施策について
リクルーティング活動報告（２）

■ 筋の良いアプローチ先にてキーマンを探し出して協力を取り付けること、前年度アンバサダーによる集客活動のお願いを地道に続けることで、良い人材が良い人材を呼ぶサイクルを作り出した。

アプローチ先の選定		告知活動
大学内の留学生支援団体	留学生会／留学生寮	・過去の主要大学に絞って活動 ・キャンパスへの直接訪問。留学生関連イベントへの参加。 ・キーマンと面談し、キーマンとなる学生を紹介頂いた。
	留学生支援機関	
	留学生交流サークル	
国際交流関連の法人		・学生担当者に面談し、登録学生に呼びかけて頂いた。
外国人留学生コミュニティ		・コミュニティ運営者へリーチし、リクルート活動に主体的に協力頂いた。

リクルートのポイント

①キーマンへのリーチに集中したアプローチ
- 訪問先では、声かけや告知物の配布の前に、まず徹底して外国人留学生ネットワークのハブとなっているキーマンを探す
- キーマンを見つけることに全てを集中する

②対面でのキーマンの説得
- キーマンとは必ず直接面談し、趣旨を理解頂き、積極的な協力を引き出す。
- また、求める人物像について、詳細に伝え、目線を合わせる。

③キーマン接触の積み上げによる良質なコミュニティへの波及
- ①②のプロセスを丁寧に回し続けることで、求める人材レベルに合致する留学生コミュニティにおいて、自然に口コミで広がり、認知される。
- その後はSNS等を多用し、良い人が良い人を連れてくるサイクルを回す。

CoFesta

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

I. コ･フェスタアンバサダー施策について
リクルーティング活動報告（３）

日時		2016年7月1日、17日
場所		VIPO大会議室
参加人数		1回目　30名　2回目　39名
目的		・ チームワーク・一体感を醸成すること ・ コ･フェスタを理解すること ・ コ･フェスタアンバサダーの役割を理解すること ・ コ･フェスタアンバサダーとしての自覚をもつこと
活動内容	チームワーク醸成	・ 6名1チームにて、冒頭に自己紹介タイムを設け、アイスブレイクをすることで、チームワークを醸成。 ・ ルールとして、「拍手すること」、「否定的な発言の禁止」、「楽しむこと」を設定し、全員で一致団結する空気を醸成。
	コ･フェスタの理解	・ 司会者による英語・日本語での概要説明プレゼンテーション。 ・ VIPO担当者さまによるスピーチ。
	コ･フェスタアンバサダー役割理解	・ 司会者による英語・日本語での詳細の解説。
	ワークショップ	・ チーム内で、特定の日本コンテンツをどう海外でマーケティングすべきかディスカッション。 ・ 話し合った内容を全体にプレゼンテーション。
	参加意思確認	・ アンケートにて参加意思の確認。



CoFesta

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

I. コ･フェスタアンバサダー施策について
登録者概要

■ 世界中の41の国・地域から、200名の留学生が登録。facebook上のグループページにて、日本コンテンツや各国のコンテンツ事情に関する意見交換を頻繁に行い、また、自国事例の紹介等において本施策に協力。

登録人数		200名
出身国・地域	東アジア	韓国、台湾、中国、香港
	東南アジア	インドネシア、シンガポール、タイ、フィリピン、ベトナム、マレーシア、ミャンマー
	欧州	イタリア、英国、オーストリア、スウェーデン、ドイツ、フランス、ベルギー、ポーランド、ポルトガル、ルーマニア、ロシア
	北中南アメリカ	アルゼンチン、カナダ、コロンビア、ブラジル、ペルー、メキシコ、米国
	他地域	アフガニスタン、アラブ首長国連邦、、エジプト、オーストラリア、ガーナ、ジョージア、ソロモン諸島、南アフリカ、インド、キルギス、スリランカ、モンゴル
日本国内所属大学	国立	東京大学、一橋大学、東京工業大学、東京外国語大学、筑波大学、東京芸術大学、東京農工大学、お茶の水女子大学、ほか
	私立他	慶應義塾大学、早稲田大学、上智大学、青山学院大学、法政大学、筑波学院大学、東京モード学園、ほか



無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
東京ゲームショウ2016･日本ゲーム大賞2016（１）

■ **イベント概要**

- イベント名： 東京ゲームショウ2015･日本ゲーム大賞2015
- 会場： 幕張メッセ
- 実施期間： 2016年9月15日（木）～18日（日）
- 主催： 一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会（CESA）

■ **アンバサダーとの連携施策について**

アンバサダーは、東京ゲームショウ2016･日本ゲーム大賞2016のマーケティングやプロモーションの支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. **アンバサダーツアーの実施（2016年9月15日（木））　参加者数15名**
   同イベントのビジネスデイに、アンバサダーを案内するツアーを実施。計15名のアンバサダーが参加した。ツアーの様子をSNSを通じて海外発信したほか、ツアー後にアンケートに回答し、外国人消費者視点で感想をフィードバックした。

2. **現場スタッフ派遣の実施（2016年9月15日（木）～18日（日））　参加者数16名**
   同イベントを運営するにあたり、外国人来場者に対応できるマルチリンガルな通訳スタッフを期間中に計16名、アンバサダーネットワークから派遣した。スタッフとしてイベントに貢献すると同時に、アンバサダー自身は、コンテンツに対する理解を深めることが出来た。

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
東京ゲームショウ2016･日本ゲーム大賞2016（２）

■ 参加者リスト

1. アンバサダーツアー

No	名前	性別	出身	所属
1	ファビアーニディレッタ	女性	イタリア	早稲田大学
2	ヴィンセン	男性	インドネシア	イーストウエスト日本語学校
3	トルニケ・スレセリ	男性	ジョージア	早稲田大学
4	シュ・リン	女性	中国	早稲田大学
5	ザイセル・ハンネス	男性	ドイツ	明治大学
6	イシュラク・ジャイギルダー	男性	バングラデシュ	東京大学
7	ステファノ・ベヒエル・ダ・シルバ	男性	ブラジル	東京大学
8	チャンヘンレン	男性	マレーシア	社会人
9	チャ・ジェン・リン	男性	マレーシア	東京デザインテクノロジーセンター専門学校
10	ロー・ホワイ・ゲン	男性	マレーシア	東京デザイナー学院
11	ヨウ・ミンハン	男性	マレーシア	社会人
12	ライアン・ジョン・ビートン	男性	南アフリカ-フィリピン	東京中央日本語学院
13	エドガー・サンティアゴ・ベラエズ・マザリエゴス	男性	メキシコ	早稲田大学
14	ヘラルド・マルチネス	男性	メキシコ	新潟大学
15	ビクトル・クエスタ	男性	メキシコ	慶應義塾大学

2. 現場スタッフ

No	名前	性別	出身	所属
1	アナ・ラトレル	女性	米国	社会人
2	フリスカ・ガニア・プトリ	女性	インドネシア	東京外国語大学
3	スティーブン・コナトラ	男性	インドネシア	東京コミュニケーションアート専門学校
4	スルヤ・ウィジャヤ	男性	インドネシア	麗澤大学
5	ユニタ	女性	インドネシア	東京スクールオブミュージック＆ダンス専門学校
6	ヒェユン・スン	女性	韓国-米国	東京大学
7	ン・シェリル	女性	シンガポール	東京大学
8	クルトシン・ウィーラユット	男性	タイ	筑波学院大学
9	クウ・テイ・ヨウ（ニコール）	女性	台湾	早稲田大学
10	チェン・ヨウチャウ	女性	台湾	東京大学
11	ボウ・カキ	男性	中国	東京大学
12	セツ・キノウ	女性	中国	東京大学
13	イシュラク・ジャイギルダー	男性	バングラデシュ	東京大学
14	チアキ・スズキ	女性	フィリピン	筑波大学
15	ジャンルーカ・アバッド	男性	フィリピン-イタリア	早稲田大学
16	リン・ジュン・ジェー	男性	マレーシア	東京デザインテクノロジーセンター専門学校

CoFesta

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
東京ゲームショウ2016･日本ゲーム大賞2016（３）

■ 当日の様子







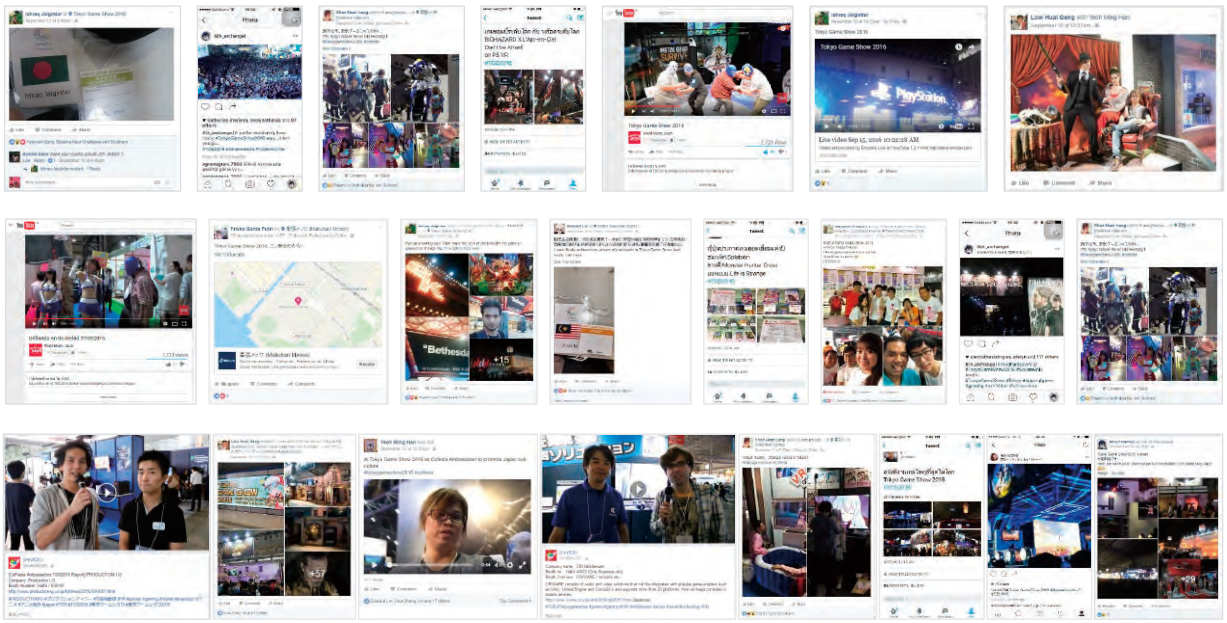


CoFesta

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
東京ゲームショウ2016･日本ゲーム大賞2016（４）

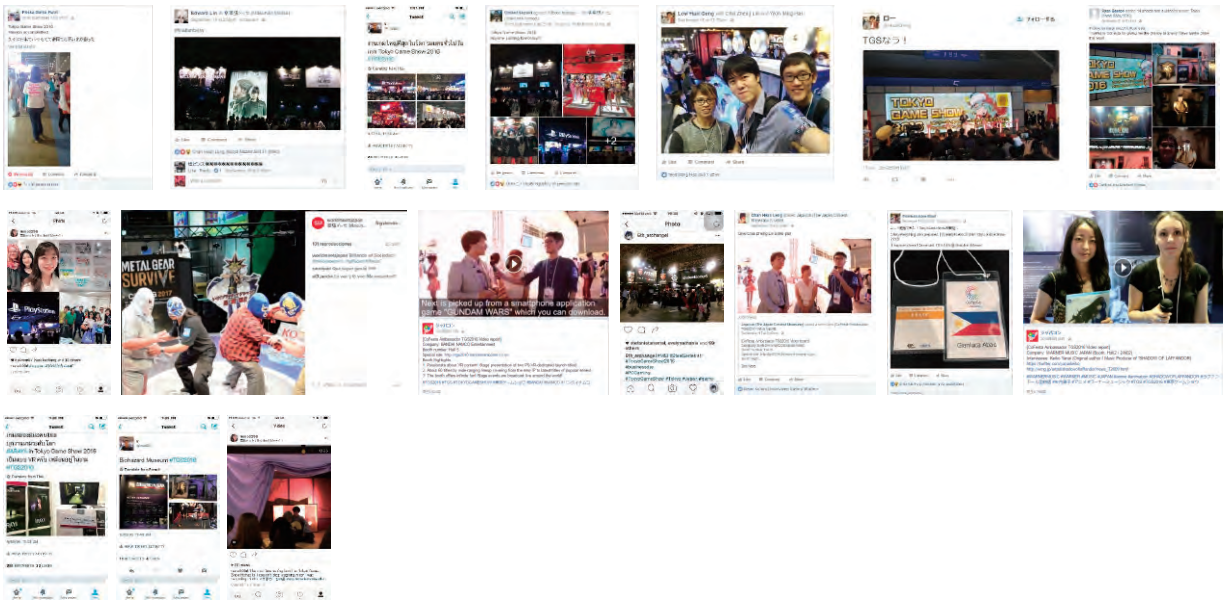
■ SNS上での発信例（１）



無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
東京ゲームショウ2016･日本ゲーム大賞2016（５）

■ SNS上での発信例（２）



無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
東京ゲームショウ2016･日本ゲーム大賞2016（６）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

- ブースでの体験プレイやチケットの説明がすべて日本語で、外国人フレンドリーでなかった。また、仕組みが分かったときには大体募集を締め切っていた。（ジェラルド･メキシコ）
- 写真スポットがもっとあって良いと思う。体験プレイは時間がかかるが、写真スポットは回転がいいし、SNSでシェアしやすい。（ヤオミン･マレーシア）
- 会場内に外国人サポートのボランティアがいると良いと思う。インフォーメーションデスクまでわざわざ行くのは面倒。（ヴィンセン･インドネシア）
- 日本語での説明と英語での説明の情報量にギャップがあり、当然ながら英語のほうが情報量が少ない。誰に向けて発信しているのか、次第ではあるが、、（ジャンルカ･フィリピン）
- 昨年度と比べて外国人来場者を意識した取り組みになっていたと思う。特にセガブースは日本語･英語ともに素晴らしいプレゼンテーションをしていた。一方で、ゲームキャラクターのコスプレでもなんでもないキャンペーンガールが東京ゲームショウで目立ちすぎていて、客寄せであってもゲーム業界に寄与していると思えない。（ステファノ･ブラジル）
- 特に、チケット販売のエリアは英語での説明を強化すべきと感じた。例えば、最終日は終了時間が早いことが、伝わっていなかった。（シェリル･シンガポール）
- 時間帯を限定したキャンペーンが意外とない気がした。時間単位でブースの盛り上がりは演出出来ると思う。（ディレッタ･イタリア）

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
Japan Content Showcase 2016（１）

■ **イベント概要**

- イベント名： Japan Content Showcase 2016
  （うち、第13回TIFFCOM2016-Marketplace for Film&TV in Asia、東京国際ミュージック･マーケット（13th TIMM））
- 会場： グランドニッコー東京 台場、渋谷 エクセルホテル東急、Shibuya O-EAST
- 実施期間： 2016年10月24日（月）～ 27日（木）
- 主催： 経済産業省、公益財団法人ユニジャパン、一般財団法人音楽産業･文化振興財団

■ **アンバサダーとの連携施策について**

アンバサダーは、Japan Content Showcase 2015のマーケティングやプロモーションの支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. **アンバサダーツアー（2016年10月24日（月）、27日（木））　参加者数　7名**
   アンバサダーを案内するツアーを実施。計8名のアンバサダーが参加した。ツアーの様子をSNSを通じて海外発信したほか、ツアー後にアンケートに回答し、外国人消費者視点で感想をフィードバックした。
2. **JCSスタッフ派遣（2015年10月24日（月）～27日（木））　参加者数　5名**
   同イベントを運営するにあたり、外国人来場者に対応できるマルチリンガルな通訳スタッフを期間中に計4名、アンバサダーネットワークから派遣した。スタッフとしてイベントに貢献すると同時に、アンバサダー自身は、コンテンツに対する理解を深めることが出来た。
3. **TIMMショーケースライブ参加アーティスト評価会（2016年7月14日（木））　参加者数　16名**
   TIMMのショーケースライブへの参加候補アーティストをアンバサダーが評価し、事務局の選定プロセスの参考にしてもらった。当日は、16名のアンバサダーが、参加候補アーティストのミュージックビデオを閲覧し、5段階評価（５非常に良い･４やや良い･３普通･２やや悪い･１非常に悪い）を実施。その結果をTIMMの主催者である一般財団法人音楽産業･文化振興財団（PROMIC）にフィードバックした。
4. **TIMM連携ショーケースライブ鑑賞（2016年10月24日（月）～26日（水））　参加者数　21名（累計）**
   TIMMの連携イベントとして主催されたアーティストショーケースライブを鑑賞し、ライブの様子をSNSを通じて海外発信したほか、ライブ後にアンケートに回答し、感想をフィードバックした。

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
Japan Content Showcase 2016（２）

■ 参加者リスト

1. アンバサダーツアー

No	名前	性別	出身	所属
1	レオナ・イバンナ・インダー	女性	インドネシア	文化ファッション大学院大学
2	ナタシア・ルモンダン	女性	インドネシア	早稲田大学
3	ヴィオナ・ヴェリン	女性	インドネシア	上智大学
4	クルトシン・ウィーラユット	男性	タイ	筑波学院大学
5	シュ・リン	女性	中国	早稲田大学
6	トリスタン・ユンカー	男性	ドイツ	社会人
7	エドガー・サンティアゴ・ベラエズ・マザリエゴス	男性	メキシコ	早稲田大学

2. スタッフ派遣

No	名前	性別	出身	所属
1	アリーナ・コデシュ	女性	米国	東京大学
2	イ・ドンギョン	女性	韓国	早稲田大学
3	ヤーンチャロートン・ナンタニー	女性	タイ	早稲田大学
4	チェン・ヨウチャウ	女性	台湾	東京大学
5	ナイブズ・イアン	男性	ロシア	慶應義塾大学

3. TIMMショーケースライブ参加アーティスト評価会

No	名前	性別	出身	所属
1	アステラ・キラナ・ファジャル	女性	インドネシア	YMCA東京日本語学校
2	フリスカ・ガニア・プトリ	女性	インドネシア	東京外国語大学
3	スティーブン・コナトラ	男性	インドネシア	東京コミュニケーションアート専門学校
4	ウィーラユット・クルトシン	男性	タイ	筑波学院大学
5	ジュリエン・バード	男性	フランス	新宿日本語学校
6	セシリア・アリマン・コリー	女性	米国	テンプル大学

3. TIMMショーケースライブ参加アーティスト評価会（つづき）

No	名前	性別	出身	所属
7	アリーナ・コデシュ	女性	米国	東京大学
8	ティファニー・スズキ	女性	米国	社会人
9	メイリーン・トラン	女性	米国	社会人
10	ジェネット・ヌエン	女性	米国	テンプル大学
11	ヌー・ヴィーン・チャン	女性	ベトナム	早稲田大学
12	イエジャ・バンクス	女性	マレーシア	早稲田大学
13	エドガー・サンティアゴ・ベラエズ マザリエゴス	男性	メキシコ	早稲田大学
14	ドンギュン・イ	女性	韓国	早稲田大学
15	ヨウチョウ・チェン	女性	台湾	東京大学
16	シバン・チョウ	女性	中国	東京大学

4. TIMM連携ショーケースライブ鑑賞

No	名前	性別	出身	所属
1	アリーナ・コデシュ	女性	米国	東京大学
2	アステラ・キラナ・ファジャル	女性	インドネシア	YMCA東京日本語学校
3	イ・ドンギョン	女性	韓国	早稲田大学
4	クルトシン・ウィーラユット	男性	タイ	筑波学院大学
5	バード・ジュリアン	男性	フランス	新宿日本語学校
6	ヨウ・ミンハン	男性	マレーシア	社会人
7	エドガー・サンティアゴ・ベラエズ・マザリエゴス	男性	メキシコ	早稲田大学
8	ファビアーニ・ディレッタ	女性	イタリア	早稲田大学
9	フリスカ・ガニア・プトリ	女性	インドネシア	東京外国語大学
10	スティーブン・コナトラ	男性	インドネシア	東京コミュニケーションアート専門学校

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
Japan Content Showcase 2016（３）

■ 当日の様子













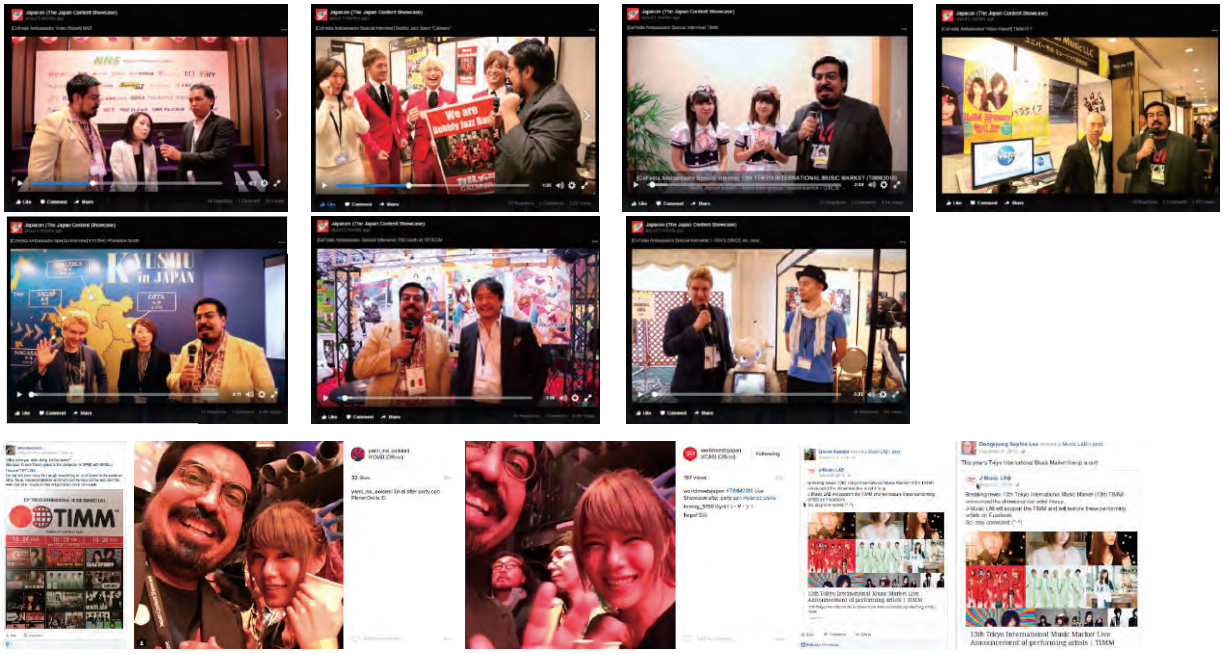




無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
Japan Content Showcase 2016（４）

■ SNS上での発信例



無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
Japan Content Showcase 2016（５）

■ 外国人消費者目線のフィードバック回答例

<TIFFCOM>

- B-to-Bのイベントとは言え、外国人バイヤーが初見のコンテンツに関心を持つように写真スポットを設けるべきと感じた。バイヤー同士はつながっているので、SNSでコンテンツが発信される仕掛けが必要だと思う。また、日本語でしか資料を準備できないブースはイベント事務局がなにかしらの支援をする仕組みがあれば良いと思う。（エドガー・メキシコ）
- 在日外国人コミュニティにもっと広報すべきと思った。在日外国人のなかでも、自国のコンテンツ業界とつながりを持っている人は多い。直接的なビジネスパートナーにならずとも、在日外国人が間接的に売り込みが出来ると思う。また、スクリーニングの手段として、Netflix、YouTubeなどのオンラインストリーミングサービスが全く活用されていなかった印象がある。（トリスタン・ドイツ）

<TIMM>

- 日本のアーティストがバイヤーとコミュニケーションを取ろうとしていなかったのは残念。ステージにMC通訳がいればなにか変わったかもしれない。また、英語のチラシがあるとより良かった。（アリーナ・米国）
- グループによっては内輪だけのコンサートみたいだった。（クルトシン・タイ）
- ライブ中の撮影が禁止されていたので、SNSにリアルタイムで投稿出来なかった。コンサート中とコンサート後のテンションには大きな違いがあり、SNSでの発信も違ったものになる。アーティストのPR・プロモーションを考えるとライブ中の撮影は解禁すべき。（ヨウ・マレーシア）
- ライブハウスがガラガラな日にちもあり、出演したアーティストが気の毒。本当の盛り上がりをバイヤーに見せられなかったと思う（アステラ・インドネシア）
- ウェブサイトがわかりにくい。TIMMをgoogleで検索したら、最初に出てくる検索結果はJCSのサイトで、ショーケースライブへのリンクは全然貼られていない。（ディレッタ・イタリア）

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
Japan Content Showcase 2016（６）

■ **TIMMショーケースライブ参加アーティスト評価会　結果**

順位	アーティスト名	平均点
1	KANIKAPILA	3.79
2	Def Will	3.65
3	Ayasa	3.50
4	Rei	3.43
5	ZYUN.	3.31
6	X4	3.18
7	VANIRU	3.07
8	Young Juvenile Youth	2.97
9	ゆう十	2.87
10	Carat	2.67
11	マジカル･パンチライン	2.34
12	プラネットオシリス	2.26
13	はやぶさ	2.21



CoFesta 無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
AnimeJapan 2017（１）

■ **イベント概要**

- イベント名：　AnimeJapan 2017
- 会場：　東京ビッグサイト
- 実施期間：　2017年3月25日（土）～26日（日）
- 主催：　一般社団法人アニメジャパン

■ **アンバサダーとの連携施策について**

アンバサダーは、AnimeJapan 2017のマーケティングやプロモーションの支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. 事前プロモーション協力　参加者数５名

アンバサダーが、AnimeJapan 2017の外国人に向けた事前プロモーションを目的に、下記の施策を取り組んだ。

① 羽田空港国際ターミナルから東京ビッグサイト（イベント会場）までのルートを案内する動画の制作
② イベント内で提供される＜伝統工芸品「組紐」体験 ブレスレット作り supported by「君の名は。」の事前体験レポート動画の制作
③ イベント内フードパークにて提供されるメニューに関する試食体験レポートのSNS投稿

①と②で制作した動画は、JAPACON facebookページで発信した。また、②の事前体験の様子は、アニメ情報サイト「アニメ！アニメ！」で取り上げられた。

2. アンバサダーツアーの実施（2017年3月25日（土）～26日（日））　参加者数８名

アンバサダーがイベントに来場し、各ブースをまわった。イベントの様子を各自のSNSを通じて海外発信した。また、イベント後にアンケートに回答し、外国人消費者視点で感想をフィードバックした。

3. 外国人来場者向けガイドツアーの実施（2017年3月26日（日））　参加者数９名

アンバサダーがツアーガイドとなり、外国人来場者向けに２日間で計51回のガイドツアーを実施した。「全体会場案内」「目玉ブース紹介」「写真スポット紹介」などをツアー内で英語（参加者によってはスペイン語）で案内した。参加した外国人来場者は171名にのぼった。

CoFesta 無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
AnimeJapan 2017（2）

■ 参加者リスト

1. 事前プロモーション協力

No	名前	性別	出身	所属
1	アーラ・カンザリ	男性	フランス	赤門会日本語学校
2	アナ・ラケル・ゴディーニョ	女性	ポルトガル	社会人
3	トリスタン・ユンカー	男性	ドイツ	社会人
4	ジェネット・ヌエン	女性	米国	テンプル大学
5	メイリーン・トラン	女性	米国	社会人

2. 外国人来場者向けガイドツアー

No	名前	性別	出身	所属
1	フィービー・ホー	女性	米国	テンプル大学ジャパン
2	ユニタ	女性	インドネシア	東京スクールオブミュージック＆ダンス専門学校
3	イ・ドンギュン	女性	韓国	早稲田大学
4	ン・シェリル	女性	シンガポール	東京大学
5	チャリタ・ロッサッター	女性	タイ	社会人
6	ベルーマ・オルファ	女性	フランス	慶應義塾大学
7	ヴィンセント・ユ	男性	マレーシア	東京デザインテクノロジーセンター専門学校
8	チェン・ヨウチャウ	女性	台湾	東京大学
9	エドガル・サンティアゴ・ベラエズ・マザリエゴス	男性	メキシコ	早稲田大学

3. アンバサダーツアー

No	名前	性別	出身	所属
1	アナ・ラトレル	女性	アメリカ合衆国	社会人
2	アレクサンダー・テイラー	男性	カナダ	慶應義塾大学
3	ユリア・サラニヤ・メイナー	女性	スウェーデン	お茶の水女子大学
4	シュ・リン	女性	中国	早稲田大学
5	デイビッド・ビルチェズ	男性	ペルー	早稲田大学
6	ニコラス・クー	男性	マレーシア	早稲田大学
7	フリスカ・ガニア・プトリ	女性	インドネシア	東京外国語大学
8	フランシスコ・ダイチ・ミヤデラ	男性	アメリカ合衆国	慶應義塾大学

CoFesta

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
AnimeJapan 2017（3）

■ 当日の様子

1. 事前プロモーション協力





2. 外国人来場者向けガイドツアー





3. アンバサダーツアー



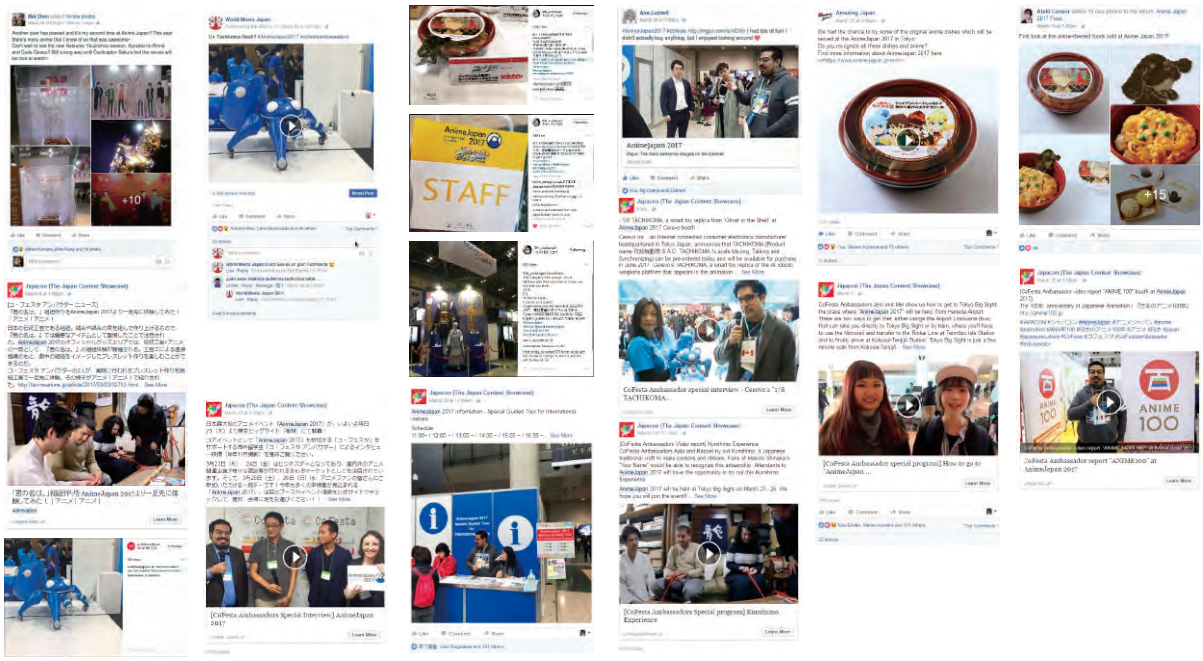


CoFesta

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
AnimeJapan 2017（4）

■ **SNS上での発信例**



無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
AnimeJapan 2017（5）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

- ステージイベントが事前発売なのはある程度理解出来るが、一部だけでも、事前にチケットを購入していなくても入れるプログラムがあるとありがたかった。ステージの雰囲気が見たかった。（シュ・中国）
- VR体験を提供しているブースが印象的だった。来場者参加型のブースが集まっていると面白いと思う。撮影禁止のブースやプログラムは沢山あったが、SNSでの情報発信を妨げるようで時代に合っていないと思った。（アナ・米国）
- 本音を言うと、前年度よりあまり大きな変化はなかったので少々残念だった。廊下スペースが広々していたのは良かった。展示やグッズ販売のみならず、ゲーム、フォトセッション、デモンストレーションなどよりインタラクティブなプログラムを各ブースに提供してほしい。また、案内ボードが時々英語訳されていなかったので、せめてそれだけでも英語訳してほしい。（アレクサンダー・カナダ）
- コスプレイヤーに関心があったが、有名コスプレイヤーに会えるわけでもなく、クオリティの高いコスプレしている人も少なかった。コミコンに負けないぐらい、有名無名に関わらずコスプレイヤーを集めて、一大コンテンツにしてほしい。また、コスプレグッズ販売や、レンタル対応など、来場者が当日、ライトなコスプレが出来るようにしてほしい。（ニコラス・マレーシア）

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
AnimeJapan 2017（６）

■ **ガイドツアー参加者によるアンケート回答結果**

AnimeJapanおよびガイドツアーともに「期待どおり」「期待以上だった」「かなり期待以上だった」が８割を超えた。

日程	ツアー実施回数	参加者数
3月25日(土)	28	91
3月26日(日)	23	80
合計	51	171

出身国･地域	回答人数	比率（n=171）
アメリカ合衆国	60	35.1%
カナダ	15	8.8%
イギリス	13	7.6%
イスラエル	11	6.4%
オーストラリア	10	5.8%
フィリピン	8	4.7%
スロベニア	5	2.9%
シンガポール、ドイツ	4	2.3%
インドネシア、メキシコ、ベルギー、ルクセンブルグ	3	1.8%
マレーシア、アルゼンチン、チリ、イタリア、デンマーク、フィンランド、フランス、ポルトガル、南アフリカ	2	1.2%
インド、韓国、台湾、中国、ベネズエラ、オーストリア、スイス、スウェーデン、スペイン、トルコ、ノルウェー	1	0.6%

性別	回答人数	比率（n=160）
男性	78	48.8%
女性	78	48.8%
不明	4	2.5%

年齢	回答人数	比率（n=160）
19歳以下	13	8.1%
20～29歳	72	45.0%
30～39歳	44	27.5%
40～49歳	19	11.9%
50歳以上	12	7.5%

現在の住まいについて	回答人数	比率（n=160）
日本	29	18.1%
海外（旅行者）	131	81.9%

AnimeJapan来場目的（自由回答・複数回答あり）	回答人数	比率（n=160）
コスプレイヤー	16	10.0%
グッズ	14	8.8%
新作アニメ	10	6.3%
アニメ全般	5	3.1%
俳優、声優に会える	3	1.9%
有名なアニメ	2	1.3%
ショー	2	1.3%
ゲーム	1	0.6%
キャラクター	1	0.6%

AnimeJapanを知ったきっかけ	回答人数	比率（n=160）
インターネット	85	53.1%
知人・家族の紹介	52	32.5%
ポスター	5	3.1%
去年参加した	4	2.5%
その他	14	8.8%

AnimeJapanへの満足度	回答人数	比率（n=160）
かなり期待以上だった	29	18.1%
期待以上だった	72	45.0%
期待どおりだった	51	31.9%
期待以下だった	8	5.0%
かなり期待以下だった	0	0.0%

ガイドツアーへの満足度	回答人数	比率（n=160）
かなり期待以上だった	59	36.9%
期待以上だった	71	44.4%
期待どおりだった	29	18.1%
期待以下だった	1	0.6%
かなり期待以下だった	0	0.0%

CoFesta

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
CEATEC JAPAN 2016（１）

■ **イベント概要**

- イベント名：　CEATEC JAPAN 2016
- 会場：　幕張メッセ
- 実施期間：　2016年10月4日（火）～ 7日（金）
- 主催：　CEATEC JAPAN 実施協議会（一般社団法人情報通信ネットワーク産業協会（CIAJ）、一般社団法人電子情報技術産業協会（JEITA）、一般社団法人コンピュータソフトウェア協会（CSAJ））

■ **アンバサダーとの連携施策について**

CEATEC JAPAN 2016のマーケティングやプロモーションの支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. **アンバサダーツアーの実施（2016年10月5日（水））参加者5名**
   同イベントに、アンバサダーを案内するツアーを実施。ツアーの様子をSNSを通じて海外発信したほか、ツアー後にアンケートに回答し、外国人消費者視点でフィードバックした。

CoFesta

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
CEATEC JAPAN 2016（2）

■ **参加者リスト**

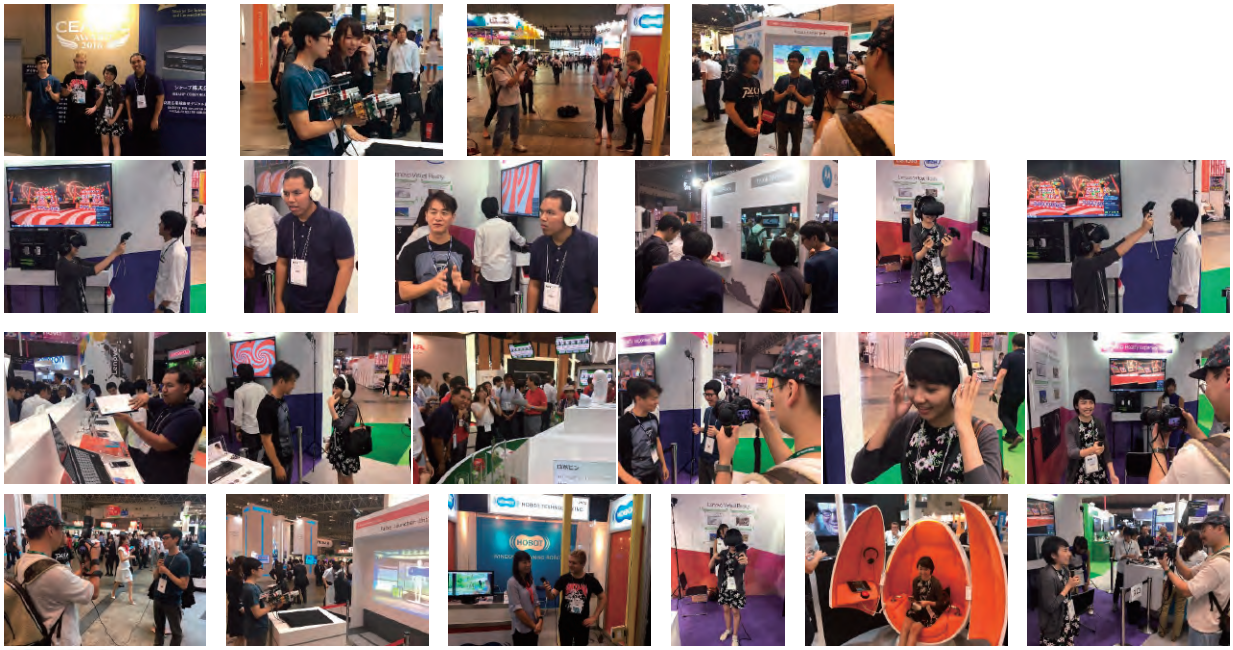
1. アンバサダーツアー

No	名前	性別	出身	所属
1	ジュン・オオクボ	男性	韓国	早稲田大学
2	ウィーラユット・クルトシン	男性	タイ	筑波学院大学
3	ヤーンチャロートン・ナンタニー	女性	タイ	早稲田大学
4	トリスタン・ユンカー	男性	ドイツ	社会人
5	エドガー・サンティアゴ・ベラエズ・マザリエゴス	男性	メキシコ	早稲田大学

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
CEATEC JAPAN 2016（3）

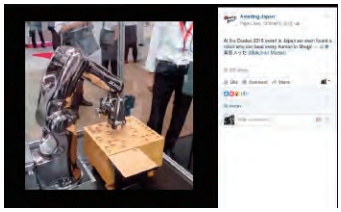
■ **当日の様子**



無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
CEATEC JAPAN 2016（４）

■ **SNS上での発信例**












無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
CEATEC JAPAN 2016（５）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

- SNSでシェアしやすい写真や動画の機会が多いイベントと思ったので、イベント事務局としてフォトコンテストを実施出来れば良いと思った。ブース単体ではなかなかできない施策だと思う。ハッシュタグで管理して、一番インパクトのあった投稿には景品を用意すれば良い。アンバサダーが来場したときは喜んで参加すると思う。（エドガー・メキシコ）
- イベント全体がカラフルで動きがあって、SNSでシェアしたくなるような写真が沢山撮れた。正直行く前はあまり期待していなかったのだが、良い経験になった。日本の商品は、プロトタイプであってもデザインや色合いがかっこいい気がする。一部のブースであまりに列が長かったので、整理券制にしてほしかった。（ナンタニー・タイ）
- 英語で記載ある商品情報はいくつかありましたが、となりに記載がある日本語の情報量に比べると不十分で、商品を深く理解することができないことが多かった。デモンストレーションに関しても、数回のうち１回は英語でやるなど、外国人来場者を意識した取り組みがあると良いと思った。商品そのものではなく、商品のストーリーに関心があるので、そこが英語で理解出来るとありがたい。（トリスタン・ドイツ）

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
第７回ロボット大賞（１）

■ **イベント概要**

- イベント名：　第７回ロボット大賞
- 会場：　東京ビックサイト
- 実施期間：　2016年10月19日（水）～21日（金）
- 主催：　経済産業省、一般社団法人日本機械工業連合会

■ **アンバサダーとの連携施策について**

第７回ロボット大賞のマーケティングやプロモーションの支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. **アンバサダーツアーの実施（2016年10月19日（水））参加者4名**
   同イベントに、アンバサダーを案内するツアーを実施。ツアーの様子をSNSを通じて海外発信したほか、ツアー後にアンケートに回答し、外国人消費者視点でフィードバックした。

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
第７回ロボット大賞（２）

■ **参加者リスト**

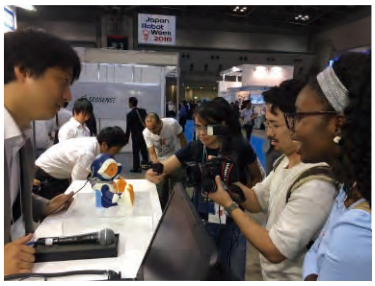
1. アンバサダーツアー

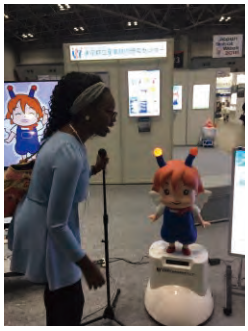
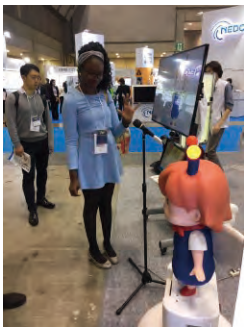
No	名前	性別	出身	所属
1	コリー・セシリア・アリマン	女性	米国	テンプル大学
2	デラクルーズ・ヴァルジミール・ヒュ	女性	フィリピン	社会人
3	エドガー・サンティアゴ・ベラエズ・マザリエゴス	男性	メキシコ	早稲田大学
4	エリカ・ロドリゲス	女性	メキシコ	社会人

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ・フェスタイベント支援（オフィシャル・イベント）
第７回ロボット大賞（３）

■ 当日の様子




CoFesta

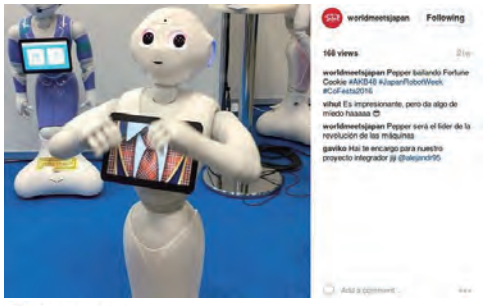
無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

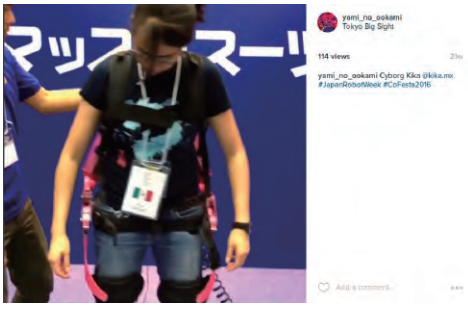
II. コ・フェスタイベント支援（オフィシャル・イベント）
第７回ロボット大賞（４）

■ SNS上での発信例









CoFesta

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
第７回ロボット大賞（５）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

- BtoBからBtoCまで最先端のテクノロジーを見ることができて大満足。一方で、会場全体のエリア毎の展示の分類やコンセプトが分かりにくかったので、そこが来場者にとってわかりやすくなるといいと思った（ヴァルジミール･フィリピン）
- ロボットそのものが多岐の分野に活用されることもあってか、ロボットを主役にすると、誰向けのイベントなのかわかりにくくなると感じた。ロボット x 飲食、ロボット x 観光、ロボット x スポーツ、などロボットと産業を掛け算したコンセプトで売り出せば、もっと色んな業界の方々を呼び込めると思う。外国人も、日本のロボットテクノロジーは世界No.1だと思っているので、関心を持つと思う。（エリカ･メキシコ）

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
第43回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール（１）

■ **イベント概要**

- イベント名：　第43回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール
- 会場：　NHK放送センター、ほか
- 実施期間：　2016年10月26日（水）～ 11月2日（水）
- 主催：　日本放送協会（NHK）

■ **アンバサダーとの連携施策について**

第43回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクールのマーケティングやプロモーションの支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. **レポーター派遣**（イベント期間中）　参加者３名
   アンバサダーが日本賞のプログラムに参加したレポートを、同イベントの公式facebookページのコンテンツとして提供し、同イベントの海外発信を支援した。

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
第43回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール（２）

■ **参加者リスト**

1. レポーター派遣

No	名前	性別	出身	所属
1	チャタジー ・ビパシャ･コール	女性	インド	東京大学
2	グアリン･ニコラス	男性	コロンビア	東京藝術大学
3	チェン･ヨウチャウ	女性	台湾	東京大学

CoFesta

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
第43回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール（３）

■ **当日の様子**







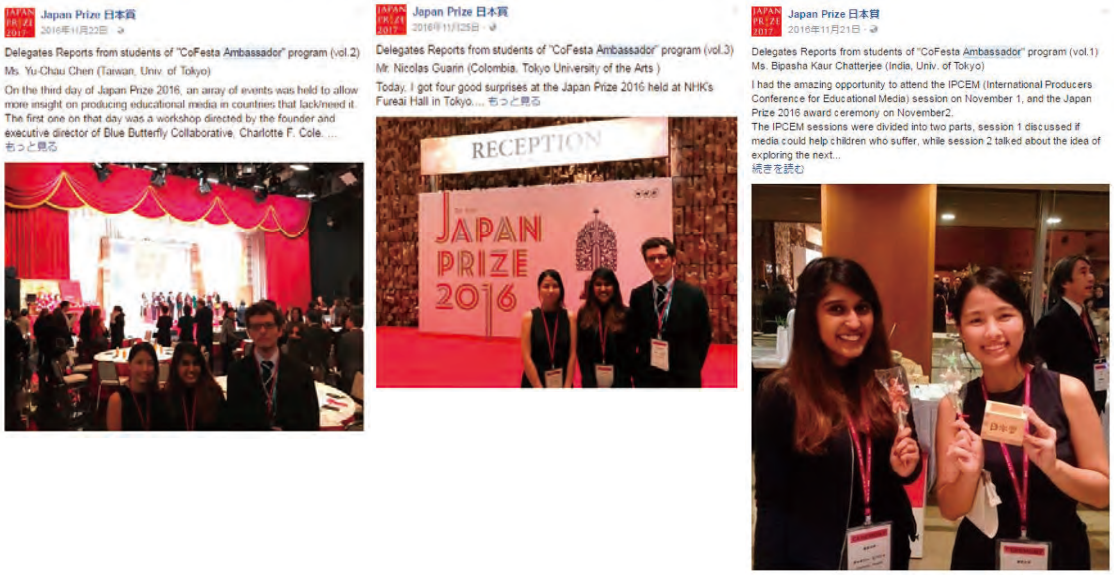


CoFesta

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
第43回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール（４）

■ **SNS上での発信例**



無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
第43回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール（５）

■ **レポート（SNS投稿文）**

Delegates Reports from students of "CoFesta Ambassador" program (vol.2)
Ms. Yu-Chau Chen (Taiwan, Univ. of Tokyo)
On the third day of Japan Prize 2016, an array of events was held to allow more insight on producing educational media in countries that lack/need it. The first one on that day was a workshop directed by the founder and executive director of Blue Butterfly Collaborative, Charlotte F. Cole.
This workshop delved first into her work at Sesame Street, later showing examples of how an educational program is put together before it is officially broadcast. Everything, from the character setup to the little grocery cart placed on the side of the screen, are actually part of the brainstorm the producers, directors, creators and staff have to think up of before it is put to its final production process. These may take many unimaginable meeting sessions and through a course of several months before a skin color is decided, as was shown with the example of a Haiti program on that presentation.
Later, the groups, registered prior to the workshop for participation, were required to create their own program under 30 minutes. This was literally impossible as they had 7 questions to answer: country/locale of broadcast, educational need, curricular aim(s), platform, setting, characters and storyline/concept. Yet, after 30 minutes, we were presented with brilliant ideas from all the groups. Topics extended from the education of nutritional needs to local food awareness to gender association/stereotype.
This was an amazing experience for me as I got to see what goes behind the scenes in the production of a media. Extreme consideration is required for every detail on the final product, while sticking to a strict schedule and deadlines. Extensive research is also made in order to achieve optimal results from the audience, which not only includes children but adults as well. An interesting outlook on the target audience was discussed briefly in this workshop; on how it is harder to grab the parents' attention, but when it is achieved, it can further enhance the parent-child interaction.
Another thing that I learned from this was that a simple educational animation can do much more than imagined. You are not only portraying a message through the animation, but along with this, various extracurricular activities can be conducted and by doing so, kills many birds with few stones. This workshop got me thinking of how education and support can come in many forms, some through direct aids, whereas others through the types of educational media shown in Japan Prize and how I can extend my support by my own means.

Delegates Reports from students of "CoFesta Ambassador" program (vol.3)
Mr. Nicolas Guarin (Colombia, Tokyo University of the Arts)
Today, I got four good surprises at the Japan Prize 2016 held at NHK's Fureai Hall in Tokyo.
The first one, knowing the TV show Het Klokhuis (The Apple Core). This is an educational show from the Netherlands, which only touches subjects that teenagers want to know or need to know. Among the many subjects they have approached in the show, they have touched also delicate but important subjects like the issue of child abuse. During a panel discussion, Loes Wormmeester a Commissioning Editor from the NTR (Dutch public broadcaster), explained all the challenges they had to overcome to create a TV show that really helped children who were victims of abuse.
The second surprise, was meeting by chance a fellow citizen, Maria Diaz. She's a Colombian TV producer, who participated in a previous edition of the Japan Prize and came again this year to present the pilot episode of her new project. Additionally, she let me know that in this year's edition a Colombian project was selected in the TV Proposal Division. This project is called Martin and Elisa, the Right Choice, a TV animation show that aims to teach financial education to children in a fun and interesting way.
Later, I was surprised for the third time at a panel discussion about Digital Learning. There, Joshua Hollander a director in Pixar Animation Studios presented the online course "Pixar in a Box". This is an interactive online-educational program that teaches students the relation between the art and the math behind Pixar's animated films. The course is totally free of charge, and it was made possible by a collaboration between Pixar and the Khan Academy (An educational NPO).
Last but no least, I was gladly surprise by the cross-media project Byg Det Op (Build it up!, 2004) from the Danish Broadcasting Corporation (DR). Kåre V. Poulsen, Cross Media Executive Producer from DR, explained this project: it consisted on using Internet, Radio, and TV, to allow normal Danish citizens to create and actually construct a building they dream of. A clear example of a successful and democratic cross media project, Build it up! made a reality a skate park that a group of Danish children created, among others.
With the beautiful image of these children skating in the skate park they themselves dream of, I finished my fine day at the Japan Prize.

Delegates Reports from students of "CoFesta Ambassador" program (vol.1)
Ms. Bipasha Kaur Chatterjee (India, Univ. of Tokyo)
I had the amazing opportunity to attend the IPCEM (International Producers Conference for Educational Media) session on November 1, and the Japan Prize 2016 award ceremony on November2.
The IPCEM sessions were divided into two parts, session 1 discussed if media could help children who suffer, while session 2 talked about the idea of exploring the next generation of digital learning. I was extremely interested in the latter since the concept of mixing education and technology has always seemed like a fascinating technique for learning. The session consisted of a keynote speech by Joshua Hollander (Director of Special Projects, Pixar Animation Studios), and a panel discussion moderated by Masahiro Sato (Digital Hollywood University Graduate School), with Kåre V. Poulsen (Cross Media Executive Producer, Danish Broadcasting Corporation), David Squire (Creative Director, DESQ), and Joshua Hollander as panelists.
In the keynote speech Mr. Hollander discussed the Pixar in a Box initiative, wherein Pixar collaborated with Khan academy to portray the relationship between animation and education. The online project allows users to connect courses taught in schools with their use in animation, and learn with Pixar characters. It is not just used by students, but also by educators as it allows them to map their lessons in a more fun and interactive manner. Initiatives like this have inspired young learners to stay actively involved in their education and understand its practicality. Since it is based online, the project has managed to reach a broad and diverse range of populations across the globe, and with this both Pixar and Khan Academy together hope to cover the gaps in the current education system which are created due to unequal access. While season 1 and 2 of Pixar in a Box have been limited to STEM, season 3 has aimed to incorporate humanities, so it would be great to see how they do that because then it will make the project attractive as well as accessible for a much wider audience.
The panel discussion was equally enriching and brought to light various projects happening in other areas. Mr. Squire talked about the interactive language learning courses created for BBC UK. The courses include three courses as of now, "Ma France" for French, "Mi Vida Loca" for Spanish, and "La Mappa Misteriosa" for Italian. Since the courses have been created to tell a story and engage the learner in it, it is a very unique concept. Furthermore, the courses allow the learners to immerse themselves into the cultures and lives of the respective countries. However, this program is only available for BBC UK users, thus making it inaccessible to a large number of people. Hopefully in the future, it will be available for users from all over the world, and will include a larger variety of language courses. On the other hand, Mr. Poulsen talked about an amazing project that was done in Denmark called "Build It Up." It was based on the idea that people should be involved in the creation of urban spaces around them. It was one of the first strategies that made it possible for the common people to be actively engaged in the decision-making process about their neighborhoods and generated a feeling of co-creation rather than passive consumption. It became one of the rare times that a bottom-up approach was successful in terms of public service and development.
Moving on to the awards ceremony, it was just as spectacular. While we could only see bits of each winner's clips, it was enough to make one realize how amazing the entire things must have been. In addition, the ceremony included some incredible performances, such as the Leonard Eto's "Blendrums" which combined traditional Japanese Taiko with tap dancing!
In conclusion, Japan Prize allowed me to listen to some of the best talks in the sphere of media and education, watch a beautiful award ceremony, and take back an unforgettable experience!

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
TOKYO DESIGN WEEK 2016（１）

■ **イベント概要**

- イベント名：　TOKYO DESIGN WEEK 2016
- 会場：　明治神宮絵画館前
- 実施期間：　2016年10月26日～31日、11月２～７日
- 主催：　TOKYO DESIGN WEEK株式会社、Design Association NPO

■ **アンバサダーとの連携施策について**

TOKYO DESIGN WEEK 2016のマーケティングやプロモーションの支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. **アンバサダーツアーの実施（2016年10月30日（日））**
   同イベントに、アンバサダーを案内するツアーを実施。ツアーの様子をSNSを通じて海外発信したほか、ツアー後にアンケートに回答し、外国人消費者視点でフィードバックした。

CoFesta 無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
TOKYO DESIGN WEEK 2016（２）

■ **参加者リスト**

1. アンバサダーツアー

No	名前	性別	出身	所属
1	レオナ･イバンナ･インダー	女性	インドネシア	文化ファッション大学院大学
2	スティーブン･コナトラ	男性	インドネシア	東京コミュニケーションアート専門学校
3	ユニタ	女性	インドネシア	東京スクールオブミュージック＆ダンス専門学校
4	ジャンルーカ･アバッド	男性	フィリピン･イタリア	早稲田大学
5	アンナ･ステファニアク	女性	ポーランド	東京藝術大学
6	エドガー･サンティアゴ･ベラエズ･マザリエゴス	男性	メキシコ	早稲田大学

CoFesta 無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
TOKYO DESIGN WEEK 2016（３）

■ 当日の様子









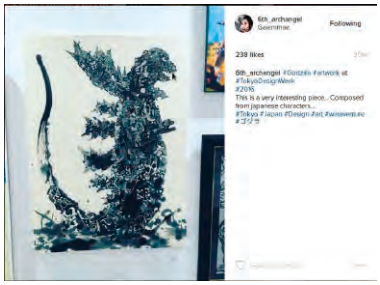

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

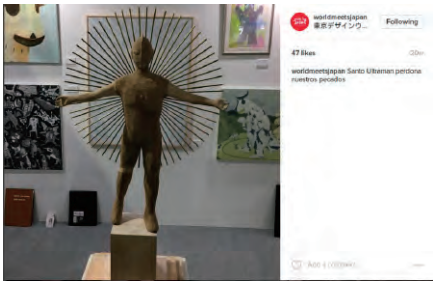
II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
TOKYO DESIGN WEEK 2016（４）

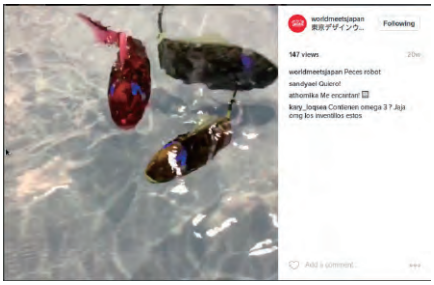
■ SNS上での発信例











無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
TOKYO DESIGN WEEK 2016（５）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

- 写真や動画をSNSでシェアするインセンティブがあると良いと思った。イベント事務局指定の位置情報やハッシュタグでシェアしたら、好きなブースのノベルティ（高価なものでなくてよい）がもらえるなど、、出展ブース側の協力も必要になると思うが、出展サイドも喜ぶと思う。（ジャンルカ･フィリピン）
- 英語の説明が皆無だった、、。あっても脱字誤字ばかりで、レベルが低かった。東京は世界を代表する都市なのに、バイリンガル対応が不十分なことに不満を持ってしまう。もちろんこれはイベント事務局の責任ではなく、各出展ブースの裁量によるものと思うが、外国人来場者の参加を積極的に推進することによって、出展ブース側の意識を改善していけると思った。イベント事務局としては、外国人来場者対応の強化（イベント全体の英語案内、ガイドツアー提供、など）をすれば良いと思った。（レオナ･インドネシア）
- 非常にクールなイベントなのですが、それに合わせてクールなイベント専用アプリを開発してほしい。PITTI UOMOやSXSWのアプリが参考になると思う。プログラム時間に合わせてプッシュ通知をするなど、来場者が欲しい情報をイベント期間中タイムリーに配信することができるので。時代は紙のパンフレットではなく、アプリだと思う！（アナ･ポーランド）
- 素敵な写真や動画をSNSで見たときにはイベントが終わっていた、と外国人の友人から聞いたので、昨年度の様子をイベントが開催する１ヶ月前から発信していくことが良いと思った。良い写真や動画は必ず拡散するので、選りすぐりのものを発信してほしい。（ユニタ･インドネシア）

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016（１）

■ **イベント概要**

- イベント名：　国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016
- 会場：　EXシアター六本木･千代田放送会館
- 実施期間：　2016年11月7日（月）～8日（火）
- 主催：　国際ドラマフェスティバル in TOKYO 実行委員会

■ **アンバサダーとの連携施策について**

国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016のマーケティングやプロモーションの支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. **東京ドラマアワード訪問（2016年11月7日（月））**参加者11名
   アンバサダーが第10回国際ドラマフェスティバルin TOKYO 東京ドラマアウォード2016に参加し、ドラマコンテンツに対する理解を深めた。

2. **J-Series Festival（ベトナム）内の映像制作協力** 参加者2名
   ベトナムホーチミンで開催されるJ Series Festival内で上映される映像のキャストとしてアンバサダー２名を派遣。東京の街並みに合わせ、同イベントで取り上げられた日本ドラマを紹介した。

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016（２）

■ **参加者リスト**

1. 東京ドラマアワード2016

No	名前	性別	出身	所属
1	レイ･ルオ	男性	米国	東京モード学園
2	フリスカ･ガニア･プトリ	女性	インドネシア	東京外国語大学
3	サパリン･パランユー	女性	タイ	早稲田大学
4	ウィーラユット･クルトシン	男性	タイ	筑波学院大学
5	チェン･ヨウチャウ	女性	台湾	東京大学
6	リン･シュ	女性	中国	早稲田大学
7	ヨウ･メイ	女性	中国	関西大学
8	トリスタン･ユンカー	男性	ドイツ	社会人
9	チャン･ヌー･グィーン	女性	ベトナム	早稲田大学
10	アナ･ラケル･ゴディーニョ	女性	ポルトガル	社会人
11	エドガー･サンティアゴ･ベラエズ･マザリエゴス	男性	メキシコ	早稲田大学

2. J-Series Festival（ベトナム）内の映像制作協力

No	名前	性別	出身	所属
1	カオ･チャオ	女性	ベトナム	早稲田大学
2	グエン･クイン	女性	ベトナム	早稲田大学

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016（３）

■ **当日の様子（※会場内は撮影禁止）**



無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2016（４）

■ J-Series Festival（ベトナム）内の映像キャプチャ



無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
デジタルコンテンツEXPO 2016（１）

■ **イベント概要**

- イベント名：　デジタルコンテンツEXPO 2016
- 会場：　日本科学未来館
- 実施期間：　2016年10月27日（木）～ 30日（日）
- 主催：　経済産業省、一般社団法人デジタルコンテンツ協会

■ **アンバサダーとの連携施策について**

デジタルコンテンツEXPO 2016のマーケティングやプロモーションの支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. **アンバサダーツアーの実施（2016年10月28日（金））参加者10名**
   同イベントに、アンバサダーを案内するツアーを実施。ツアーの様子をSNSを通じて海外発信したほか、ツアー後にアンケートに回答し、外国人消費者視点でフィードバックした。

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
デジタルコンテンツEXPO 2016（２）

■ 参加者リスト

1. アンバサダーツアー

No	名前	性別	出身	所属
1	ファイズ･サイフラマン	男性	アフガニスタン	早稲田大学
2	アリーナ･コデシュ	女性	米国	東京大学
3	ファビアーニ･ディレッタ	女性	イタリア	早稲田大学
4	アステラ･キラナ･ファジャル	女性	インドネシア	YMCA東京日本語学校
5	レオナ･イバンナ･インダー	女性	インドネシア	文化ファッション大学院大学
6	アレクサンダー･テイラー	男性	カナダ	慶應義塾大学
7	クルトシン･ウィーラユット	男性	タイ	筑波学院大学
8	トーマス･ロッゲ	男性	ドイツ	ウィーン大学
9	トリスタン･ユンカー	男性	ドイツ	社会人
10	エドガー･サンティアゴ･ベラエズ･マザリエゴス	男性	メキシコ	早稲田大学

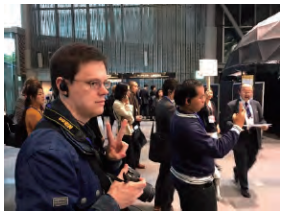
無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

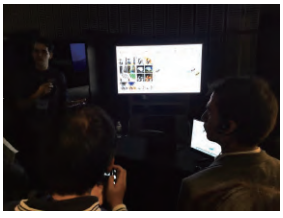
II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
デジタルコンテンツEXPO 2016（３）

■ 当日の様子







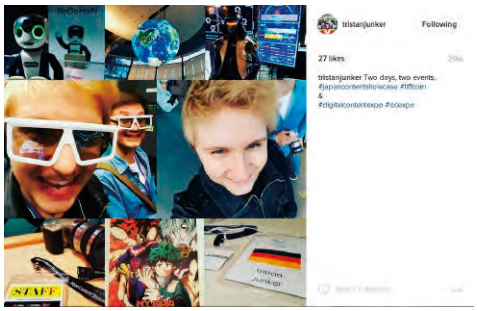


無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ・フェスタイベント支援（オフィシャル・イベント）
デジタルコンテンツEXPO 2016（４）

■ **SNS上での発信例**







CoFesta
無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ・フェスタイベント支援（オフィシャル・イベント）
デジタルコンテンツEXPO 2016（５）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

- 外国人向けツアーは、英語ネイティブの外国人スタッフ（もしくは英語ネイティブレベルの日本人スタッフ）が良いと思った。せっかくのツアーなので、ディープな情報が聞きたいと思っていたが、相手の英語のレベルがネイティブレベルでないと、難しい質問をするのに躊躇してしまうので、、。商品やサービスを深く理解することで、SNSでの情報シェアに情報を詰め込めるので、情報提供側と発信側の双方にとってプラスになると思う。（トーマス・ドイツ）
- デザイン、アート、ビジネス、政策などの分野も扱っていると、より魅力的なイベントになると思った。特にアート x デジタルは誰もが関心を持っている分野で、動きがあるのでSNSでもシェアしたくなる。是非そういうエリアをひとつ導入してほしい。（アレクサンダー・カナダ）
- 外国人向けツアーは、複数の小さいグループに分けて、体験型ブースに時間がかけられるように工夫されたら良いと思った。見るだけではなく、体験することでイベントへの理解が深まるので、そこの時間は多くとってほしい。（ファイズ・アフガニスタン）
- BtoBのイベントなのか、BtoCのイベントなのか不明確な印象を受けた。個人的には、一般参加者が楽しめるような、BtoCイベントを徹底的に目指してほしい。大企業からスタートアップから大学の研究室まで、ハイクオリティなものから荒削りのものまで、あらゆるデジタルコンテンツを集めてほしい。また、大学の研究室同士の競争は非常に面白いと思うし、学生が所属大学の研究室の応援に行くような感覚でイベントを訪問出来れば盛り上がると思う。（レオナ・インドネシア）

CoFesta
無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
Inter BEE 2016（１）

■ **イベント概要**

- イベント名：　Inter BEE 2016
- 会場：　幕張メッセ
- 実施期間：　2016年11月16日（水）～ 11月18日（金）
- 主催：　一般社団法人電子情報技術産業協会（JEITA）

■ **アンバサダーとの連携施策について**

Inter BEE 2016のマーケティングやプロモーションの支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. **アンバサダーツアーの実施（2016年11月16日（水））参加者３名**
   同イベントに、アンバサダーを案内するツアーを実施。ツアーの様子をSNSを通じて海外発信したほか、ツアー後にアンケートに回答し、外国人消費者視点でフィードバックした。

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
Inter BEE 2016（２）

■ **参加者リスト**

1. アンバサダーツアー

No	名前	性別	出身	所属
1	チェン･ヨウチャウ	女性	台湾	東京大学
2	シュ･リン	女性	中国	早稲田大学
3	エドガー・サンティアゴ・ベラエズ・マザリエゴス	男性	メキシコ	早稲田大学

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
Inter BEE 2016（3）

■ 当日の様子







無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
Inter BEE 2016（4）

■ SNS上での発信例

ジャパコン
2016年11月16日 ·

[CoFesta Ambassador Video report]
InterBEE2016 (2016年国際放送機器展)

The Broadcast Equipment Exhibition "International Broadcast Equipment Exhibition 2016 (a.k.a. Inter BEE 2016)" is now being held at Makuhari Messe,Chiba prefecture,japan.... もっと見る



再生1,491回

ジャパコン
2016年11月16日 ·

[CoFesta Ambassador Special Interview] InterBEE2016
HIGH OUTPUT, FULL RANGE LINE ARRAY SYSTEM "AiRAY" at HIBINO Corporation booth.
Designed for touring and installation applications, the AiRAY is perfectly suited for arenas, theaters, houses of worship, corporate events, clubs and touring. The AiRAY unique package brings together the high output of a large system with the flexibility of a compact system creating a new category in large reinforcement systems. ... もっと見る



再生2,279回

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
Inter BEE 2016（５）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

- すべてのデモンストレーションが日本語が行われていたのが残念。たしかに、９割以上が日本人来場者のなかで、英語のデモンストレーションを用意するのは、コストが合わないと思う（また、きれいな日本人女性がプレゼンしていれば尚更、、）が、そうであれば英語のピッチコンテストなど、英語のプレゼンテーションがまとまって聞ける場が用意されると良いと思う。（ヨウチャウ･台湾）
- 期待していた以上に英語の情報があって、有意義だった。大きいブースでは、英語対応可能なスタッフもいて、海外マーケットへの意識は感じた。小さいブースでは英語対応可能なスタッフはいないケースが多いので、小さいブースがまとまったエリアに、通訳スタッフをイベント事務局が配置すれば良いと思う。それぞれのブースにバイリンガルスタッフを用意するのはさすがに無理だと思うので。（リン･中国）

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
マンガフェスティバル in マレーシア（１）

■ **イベント概要**

- イベント名：　マンガフェスティバル in マレーシア
- 会場：　マレーシア クアラルンプール シティセンター周辺
- 実施期間：　2016年11月18日（金）～ 20日（日）
- 主催：　「マンガフェスティバル in マレーシア」実行委員会 、経済産業省

■ **アンバサダーとの連携施策について**

マンガフェスティバル in マレーシアのマーケティングやプロモーションの支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. **レポーター派遣**（イベント期間中）　参加者１名
   マレーシア在住のアンバサダー、Akram Tobengが同イベントの様子をレポートし、JAPACONに提供。同イベントの海外発信を支援した。

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
マンガフェスティバル in マレーシア（２）

■ **SNS上での発信例**



CoFesta
無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（パートナー･イベント）
第41回湯布院映画祭（１）

■ **イベント概要**

- イベント名：　第41回湯布院映画祭
- 会場：　由布院市内各地
- 実施期間：　2016年8月24日（水）～ 28日（日）
- 主催：　湯布院映画祭実行委員会

■ **アンバサダーとの連携施策について**

第41回湯布院映画祭のマーケティングやプロモーションの支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. **レポーター派遣**（2016年8月24日（水）～25日（木））　参加者3名
   九州在住のアンバサダー3名を派遣。同イベントのレポートを、JAPACONやFIELDS×JAPACON Contents & Human Future lab.に提供し、同イベントの海外発信を支援した。

CoFesta
無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（パートナー･イベント）
第41回湯布院映画祭（２）

■ 参加者リスト





姓	ゴジェリアニ（Gogeliani）	ハダディア（Hadadia）	イーサン（Yi Shan）
名	ベカ（Beka）	ザカリア（Zakaria）	シェー（Hsieh）
所属	立命館アジア太平洋大学	立命館アジア太平洋大学	ワーキングホリデー滞在
出身	ジョージア	ベルギー	台湾
年齢	23	26	31
好きな日本映画	羅生門、BROTHER	バトル・ロワイアル	HERO
好きな俳優･女優	北野武	（歌手ですが）May J.	生田斗真、北川景子
その他の興味	アニメ全般	日本家屋	日本ドラマ（1リットルの涙）

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（パートナー･イベント）
第41回湯布院映画祭（３）

■ 当日の様子








無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
第41回湯布院映画祭（４）

■ SNS上での発信例





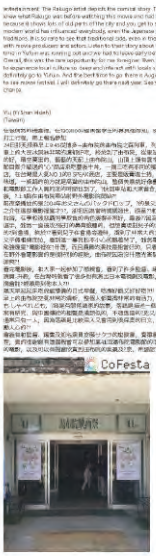
無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
第41回湯布院映画祭（５）

■ FIELDS×JAPACON Contents & Human Future lab.での発信









無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
第41回湯布院映画祭（６）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

- 台湾では湯布院は非常に人気の観光エリア。イベントの時期に合わせて、湯布院観光を考える台湾人も多いと思う。映画を中国語字幕で用意するのは難しいかもしれないが、屋外での映画鑑賞は非常に絵になるので、そこを推していけば良いと思う。また、湯布院は温泉がやはり一番の魅力なので、イベントに合わせて、温泉めぐりパッケージなどあると良いと思った。（シェー・台湾）
- 映画業界関係者とこんなにも近くでフレンドリーに話せるのは魅力的だと思う。湯布院（と言うより日本）は遠いので、このイベントのために、海外から観光客を集めるのはなかなか難しいと思うが、日本に滞在していて、映画業界に関心のある外国人を集めるには良い場所だと思う。APU（立命館アジア太平洋大学）と連携して、APUに在籍している外国人留学生にツアーを組むところから始めたらおもしろいと思う。（ザカリア・ベルギー）
- 九州を舞台にした外国の映画を上映し、制作した関係者を招待すれば、湯布院映画祭の幅が広がると思った。また、もっと湯布院の「食」を推したほうが良いと思った。映画 x 温泉 x 食の３分野を推していけば、より多くの外国人観光客が関心を持つと感じた。（ベカ・ジョージア）

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（パートナー･イベント）
マジカル福島2016（１）

■ **イベント概要**

- イベント名：　マジカル福島2016
- 会場：　福島県内各地
- 実施期間：　2016年11月3日（木）～ 6日（日）
- 主催：　マジカル福島実行委員会

■ **アンバサダーとの連携施策について**

マジカル福島2016のマーケティングやプロモーションの支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. 海外発信への協力

計９名のアンバサダーを選抜し、マジカル福島の各イベントを訪問。イベント事務局指定のハッシュタグ ＃マジふく2016 を使い、アンバサダー個人のSNSアカウント（facebook、Instagram、twitterなど）にて、イベントの様子をリアルタイムで投稿した。また、JAPACON facebookページへの投稿も実施。同イベント、また、福島県内の観光に関する海外発信に寄与した。

※　JAPACONの記事内容は「9. JAPACON」参照

2. イベントに対するフィードバック

イベント後に、同イベントに関するアンケート調査を実施。イベントに対する満足度や、外国人来場者への対応などについてフィードバックをした。

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（パートナー･イベント）
マジカル福島2016（２）

■ **参加者リスト**

ツアーA［日程：11月３日（木）～４日（金）］



名前：メイリーン･トラン
性別：女性
出身：米国
所属：社会人



名前：ジェネット･ヌエン
性別：女性
出身：米国
所属：テンプル大学



名前：ナン･キム･ラム
性別：女性
出身：米国
所属：テンプル大学

アテンド



名前：エドガー･ペラエズ
性別：男性
出身：メキシコ
所属：早稲田大学
＊アンバサダー学生代表。両ツアーに同行。

ツアーB［日程：11月4日（金）～6日（土）］



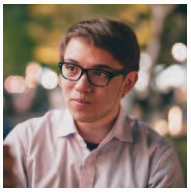
名前：ファイズ･サイフラマン
性別：男性
出身：アフガニスタン
所属：早稲田大学



名前：シュビ･アロラ
性別：女性
出身：インド
所属：筑波大学



名前：ヨウチャウ･チェン
性別：女性
出身：台湾
所属：東京大学



名前：ジャンルーカ･アバッド
性別：男性
出身：フィリピン-イタリア
所属：早稲田大学



名前：トリスタン･ユンカー
性別：男性
出身：ドイツ
所属：社会人

CoFesta

無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（パートナー･イベント）
マジカル福島2016（３）

■ **スケジュール**

11月3日（木）



大内宿



福島Moe祭2016



お城deコスプレナイトin鶴ヶ城

11月4日（金）



スパリゾートハワイアンズ



マジカル☆ハーバーナイト小名浜

11月5日（土）



マジカルフェスティバル



福島さくら遊学舎



星野村天文台

11月6日（日）



あぶくま洞

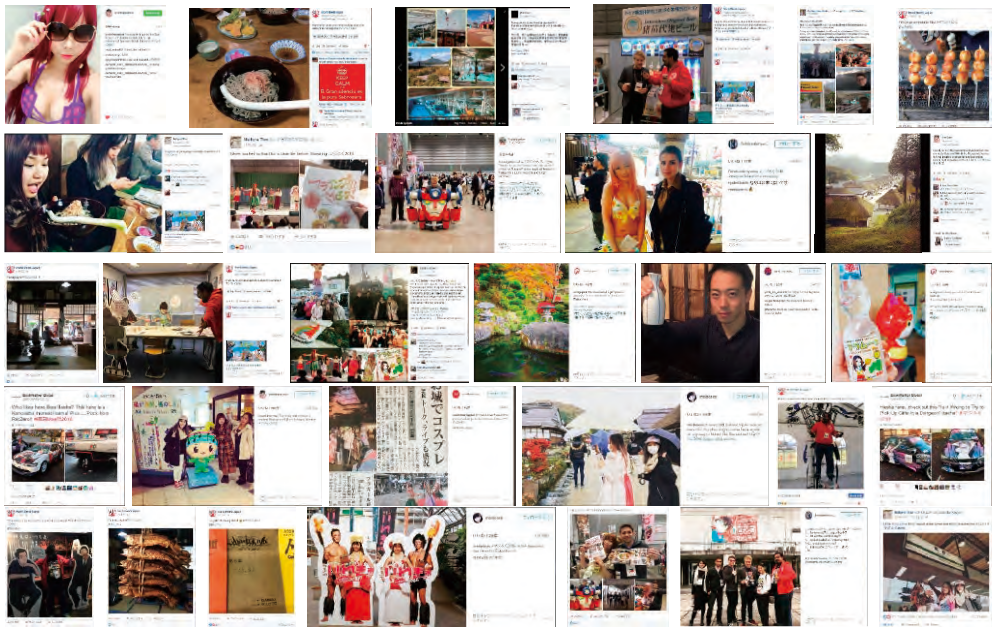


ドローンインパクトチャレンジ福島県南相馬市

禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（パートナー･イベント）
マジカル福島2016（４）

■ SNS上での発信例



無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（パートナー･イベント）
マジカル福島2016（５）

■ 福島民報におけるアンバサダー掲載



無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（パートナー・イベント）
マジカル福島2016（６）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

- 古風な街並みの大内宿で、ねぎそばを食べたのが最高にクールだった。アニメ、マンガが好きな外国人観光客はそれだけに関心があるわけではなく、日本の伝統的文化に関連した観光にも興味がある。マジカル福島が外国人観光客を呼び寄せたいのであれば、日本の伝統文化の観光も合わせてプロモーションしていくべき。
  「お城deコスプレナイトin鶴ヶ城」はコスプレイヤーの時間帯を絞ったほうが盛り上がると思った。他のコスプレイヤーが撮影していると、コスプレイヤー同士で盛り上がる。長時間開放するよりあえて、１時間のみなど時間を短くしたほうが良い気がした。
  スパリゾートハワイアンズでのアニメ制作発表は、いまいち盛り上がりに欠けたと思う。東京からコスプレイヤーをバス１台貸し切って連れてくるなど、思い切った施策があればコスプレイヤーもイベント事務局側の本気度を理解すると思う。ワールドコスプレサミットなどと連携するのも面白いかもしれない。（エドガー・メキシコ）
- アニメイベントの規模や内容で東京にはなかなか勝てないと思う。オタクであっても、よっぽどコンテンツ力がないかぎり、アニメイベントだけのために福島にはなかなか来ないので、アニメとは直接関係のない福島県の観光（伝統文化や自然）などと組み合わせてプロモーションすべきと思った。そういった意味では大内宿を訪問できたのは本当に良かった。また、紅葉シーズンにマジカル福島を開催すれば宣伝しやすいかもしれない。
- スパリゾートハワイアンズのコスプレコンテストは、水着キャラに特化したコンテストにすれば、ありふれたコスプレコンテストに一石を投じるエッジの利いたプログラムになると思った。ハワイアンズで水着キャラのコスプレイヤーと写真が撮れるのであれば私は来年も来ることを検討すると思う。（メイリーン・米国）
- イベント全体のコスプレイヤーの総数が少なかった。イベントが沢山あるのは素晴らしいが、コスプレイヤーに関しては一つのイベントに集中させたほうが良いと思う。コスプレ関連のSNSグループ（コスプレイヤー、カメラマン、一般ファンが混在）もそのほうが盛り上がりやすいはず（ジャネット・米国）
- ２泊３日から３泊４日の英語ガイドツアーを東京からアレンジすれば関心を持つ外国人観光客はいると思う。その際は、アニメだけでなく「自然」「食」「伝統文化」も合わせてアピールしたものにすべき。外国人観光客に限って言えば、無理やりアニメに繋げなくても良いと感じる。（キム・米国）

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（パートナー・イベント）
マジカル福島2016（７）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例（つづき）**

- とてもポテンシャルを感じた。特にビックパレットで開催された「ふくしまマジカルフェスティバル」は、福島のローカルな会社や飲食店が出展していて、福島県を理解するのに素晴らしい機会だった。このイベントにmade in 福島という切り口で、伝統文化、IT、アニメ、マンガ、音楽、映像などすべてを詰め込めば、とても魅力的なイベントになると思う。
- 福島の観光地が「舞台めぐり」アプリのような、聖地巡礼をサポートするアプリととコラボすれば面白いと思った。マジカル福島期間内にしか登場しない限定アイテムなどあればヴァーチャルとリアルが融合して良いと思う。（ヨウチャウ・台湾）
- ドローンインパクトチャレンジ福島県南相馬市が素晴らしかった。併設されたテントに、最先端のテクノロジーを紹介しているのも良かった。ドローンのスピードコンテストのほか、ドローンの撮影大会（福島県の観光地に特化）なども面白いかもしれない。ドローンと最先端テクノロジーを全面的に押し出したイベントに成長してほしい。
- 星野村天文台と鍾乳洞をセットにして売り出せば外国人観光客は興味を持つと思う。どうしても英語の情報量が少ないので、自身のホームページや外国人がよく見る観光情報サイトなどで、写真をふんだんに載せて英語で情報発信すれば、外国人観光客は日に日に増えると思う。（トリスタン・ドイツ）
- イベント全体で英語が少ない。ただ、元々外国人を意識していないと思うので仕方がないとは思いつつ、少なくともホームページでの情報を英語にしてほしいと思った。紙やパンフレットは、最悪英語でなくていいので、Wi-Fi環境と英語のホームページがあればなんとかなる気がする。英語対応のアプリで、宿泊場所、イベントの案内、モデルルート、観光スポットの基本情報などあれば面白いかもしれない。そこでイベントの入場券も管理されているとさらに良い。（ジャンルカ・フィリピン）

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

III. 海外発信施策
ウェブサイト運営

- アンバサダーの活動を定期的に配信するウェブサイトを運営。
  URL：https://www.cofesta.go.jp/ambassador



無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

III. 海外発信施策
facebookページ運営

- アンバサダーの活動を定期的に配信するfacebookページを運営。アンバサダー募集やアンケート収集なども本ページを活用して情報拡散をしている。
  URL：https://www.facebook.com/student.ambassadors.japan/



無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

III. 海外発信施策
オリジナル動画制作（EVERYDAY JAPAN）

- コ･フェスタのYouTubeチャンネルで、アンバサダーが日本の文化を紹介するオリジナル動画「EVERYDAY JAPAN」を制作。長さが7～8分前後の動画を12本配信した。
  URL：https://www.youtube.com/channel/UCeiLC-CDu4cFbsvKTvHTu6w
- ジャパコンに加え、AniChanやTokyo Otaku Modeとも連携し、複数ルートで動画を配信することができた。



無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

IV. 海外マーケット調査
海外消費者動向調査（VIPOニュースレター）（１）

- **調査概要**
  - **内容：** 日本コンテンツファンの外国人に、日本コンテンツの情報を主にどのサイトで得ているのか、について質問。
    日本コンテンツの情報を拡散する際の一助になる情報を収集することを目的とした。結果は、VIPOが配信するニュースレターで発信し、日本コンテンツ業界関係者に発信した。
  - **調査エリア：** 中国、メキシコ、インドネシア、フランス
  - **調査方法：** インターネット、インタビュー（各国につき20代から30代の日本コンテンツファン10名）
  - **備考：** 次頁に掲載ページのスクリーンキャプチャーあり。詳細テキストは別頁（3-ii）参照のこと。

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

IV. 海外マーケット調査
海外消費者動向調査（VIPOニュースレター）（２）

■ 中国編　　※詳細は、 3調査 － ii 情報サイト調査 ①中国編　を参照のこと







無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

IV. 海外マーケット調査
海外消費者動向調査（VIPOニュースレター）（３）

■ メキシコ編　　※詳細は、 3調査 － ii 情報サイト調査 ②メキシコ編　を参照のこと







無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

IV. 海外マーケット調査
海外消費者動向調査（VIPOニュースレター）（４）

■ インドネシア編　　※詳細は、 3調査 － ii 情報サイト調査 ③インドネシア編　を参照のこと







CoFesta
無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

IV. 海外マーケット調査
海外消費者動向調査（VIPOニュースレター）（５）

■ フランス編　　※詳細は、 3調査 － ii 情報サイト調査 ④フランス編　を参照のこと







CoFesta
無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

IV. 海外マーケット調査
海外ウェブサイト調査

■ **調査概要**

- **内容：** 海外で日本コンテンツ情報を発信している有力なウェブサイトを調査。リストアップされたウェブサイトに対してプレスリリースを配信するなど、将来的に有効に使う。
- **調査方法：** アンバサダーおよびアンバサダーのネットワークにヒアリング。
- **対応言語：** インドネシア語、英語、スペイン語、タイ語、フランス語、中国語

No.	言語	ジャンル	サイト名	URL
1	インドネシア語	アニメ・マンガ	Jurnal Otaku Indonesia	http://jurnalotaku.com/
2	インドネシア語	音楽	Today Idol	http://todayidol.com/
3	インドネシア語	ゲーム	Jagat Play	http://jagatplay.com/
4	インドネシア語	ゲーム	Liga Game	http://ligagame.com/
5	インドネシア語	ポップカルチャー全般	Japanese Station	http://japanesestation.com/
6	英語	アニメ・マンガ	Anime News Network	http://www.animenewsnetwork.com/
7	英語	アニメ・マンガ	anime-planet	http://www.anime-planet.com/
8	英語	アニメ・マンガ	Crunchyroll	http://www.crunchyroll.com/
9	英語	音楽	jpopasia	http://www.jpopasia.com/
10	英語	音楽	Tokyo Girls Update	http://tokyogirlsupdate.com/
11	英語	ゲーム	Game Spot	http://www.gamespot.com/
12	英語	ゲーム	Kotaku	http://kotaku.com/
13	英語	ゲーム	Polygon	http://www.polygon.com/
14	英語	ゲーム	Screw Attack	http://screwattack.roosterteeth.com/
15	英語	ファッション	JapaneseStreets	http://www.japanesestreets.com/
16	英語	ファッション	Tokyo Fashion	http://tokyofashion.com/
17	英語	ポップカルチャー全般	Tofugu	https://www.tofugu.com
18	英語	ポップカルチャー全般	tokyohive	http://www.tokyohive.com/
19	英語	音楽	JaME	http://www.jame-world.com/fr/

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

IV. 海外マーケット調査
海外ウェブサイト調査

No.	言語	ジャンル	サイト名	URL
20	スペイン語	アニメ・マンガ	ANMTV	http://www.anmtvla.com/
21	スペイン語	アニメ・マンガ	ChikiOtaku	https://chikiotaku.mx/
22	スペイン語	ゲーム	Atomix	http://atomix.vg/
23	スペイン語	ゲーム	IGN España	http://es.ign.com/
24	スペイン語	ゲーム	Level Up	http://www.levelup.com
25	スペイン語	ゲーム	Meristation	http://www.meristation.com
26	スペイン語	ゲーム	Pixelania	http://pixelania.com/
27	スペイン語	総合	Japonismo	http://japonismo.com/
28	スペイン語	ポップカルチャー全般	Retorno Anime	http://www.retornoanime.com/
29	スペイン語	ポップカルチャー全般	UNITOKIO	http://unitokio.com/
30	タイ語	音楽	Japanfesta	http://japanfesta.com/
31	タイ語	音楽	J-Pop Thailand	https://www.jpopthailand.com/th/
32	タイ語	観光	JapaiJapan	http://japaijapan.com/
33	タイ語	ゲーム	Gconsole	http://www.gconhub.com/
34	タイ語	ゲーム	Metalbridges	http://www.metalbridges.com/
35	タイ語	ゲーム	Online station	http://www.online-station.net/
36	タイ語	総合	Anngle	http://anngle.org/th/
37	タイ語	総合	Japankakkoii	http://www.japankakkoii.com/
38	タイ語	ポップカルチャー全般	marumura	http://www.marumura.com/
39	タイ語	映画・ドラマ	Sakura Dramas	http://sakura-dramas.blogspot.com/
40	フランス語	アニメ・マンガ	Paris Manga	http://www.parismanga.fr/
41	フランス語	観光	Vivre le Japon	https://www.vivrelejapon.com/
42	フランス語	ゲーム	Gameblog	http://www.gameblog.fr/actualite/japon/
43	フランス語	総合	Journal du Japon le webzine du Soleil Levan	http://www.journaldujapon.com/
44	フランス語	総合	Nipponconnection	http://www.nipponconnection.fr/
45	フランス語	ポップカルチャー全般	Nautiljon	http://www.nautiljon.com/
46	中国語	アニメ・マンガ	rimanwang	http://rimanwang.com/
47	中国語	音楽	音悦台 インユェタイ	http://www.yinyuetai.com/
48	中国語	ポップカルチャー全般	宅宅新闻	http://www.gamme.com.tw/

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

IV. 海外マーケット調査
「日本コンテンツに関する調査」協力

■ **調査結果は「3-i 日本コンテンツに関するニーズ調査」を参照**

CoFesta

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

V. 企業訪問
株式会社サンリオ（１）

■ **実施概要**

- **プログラム名：** SANRIO EXPO 2017 FAMILY & FRIEND DAY訪問
- **内容：** アンバサダーが株式会社サンリオが主催するイベントに参加し、同社のキャラクターへの理解を深めつつ、広報活動に協力するもの。
- **会場：** ゲートシティ大崎ウエストタワー
- **日程：** 2017年2月4日(土)
- **参加アンバサダー数：** 計17ヶ国・地域から46名（米国、イタリア、インド、インドネシア、英国、カナダ、シンガポール、タイ、台湾、中国、フィリピン、フランス、ベトナム、ポーランド、マレーシア、メキシコ、モザンビーク）













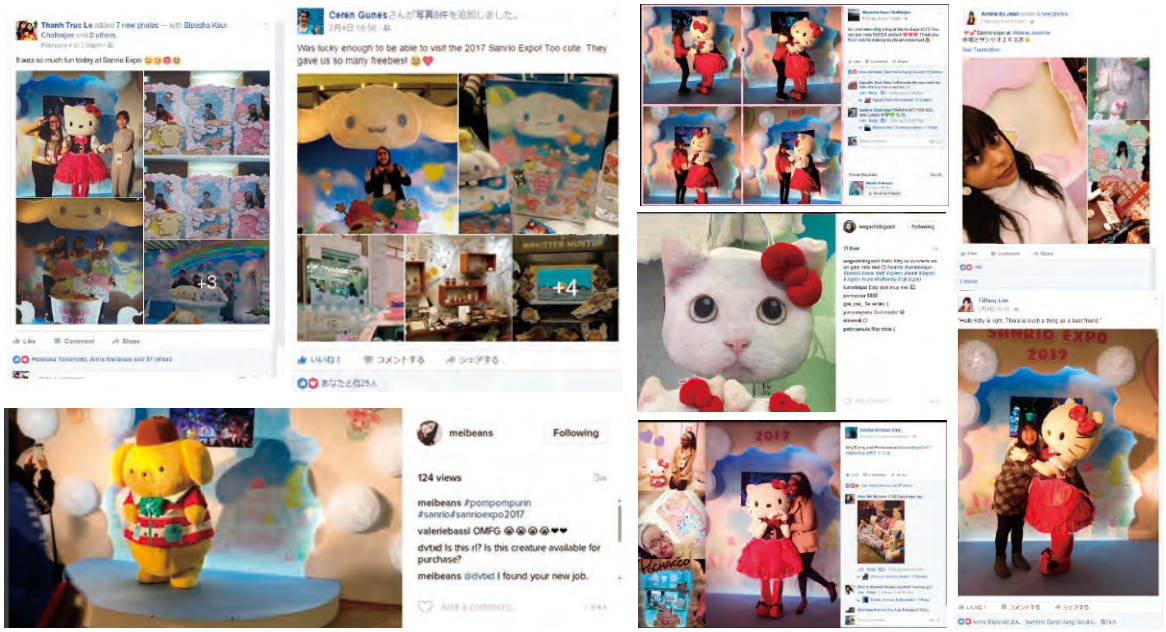


CoFesta

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

V. 企業訪問
株式会社サンリオ（２）

■ **SNS上の発信例**



無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

V. 企業訪問
株式会社サンリオ（３）

■ **メディア掲載例**

コ・フェスタアンバサダーのひとりが書いた記事が、The Mainichiに掲載されました。

URL: http://mainichi.jp/english/articles/20170207/p2a/00m/0et/004000c

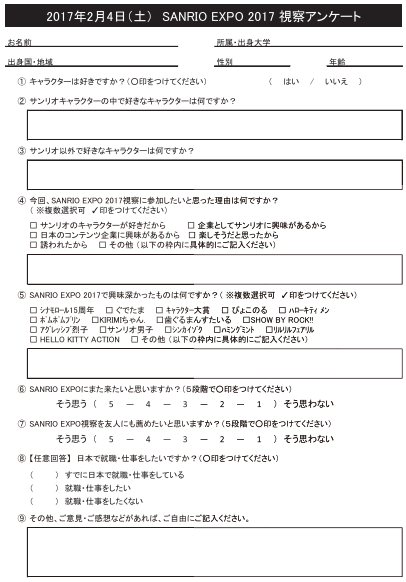


無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

V. 企業訪問
株式会社サンリオ（４）

■ **アンケート結果**

アンケート用紙



2017年2月4日（土） SANRIO EXPO 2017 視察アンケート

お名前　　所属・出身大学

出身国・地域　　性別　　年齢

① キャラクターは好きですか？（○印をつけてください）　（ はい ／ いいえ ）

② サンリオキャラクターの中で好きなキャラクターは何ですか？

③ サンリオ以外で好きなキャラクターは何ですか？

④ 今回、SANRIO EXPO 2017視察に参加したいと思った理由は何ですか？
（※複数選択可 ✓印をつけてください）
□ サンリオのキャラクターが好きだから　□ 企業としてサンリオに興味があるから
□ 日本のコンテンツ企業に興味があるから　□ 楽しそうだと思ったから
□ 誘われたから　□ その他（以下の枠内に具体的にご記入ください）

⑤ SANRIO EXPO 2017で興味深かったものは何ですか？（※複数選択可 ✓印をつけてください）
□ シナモロール15周年　□ ぐでたま　□ キャラクター大賞　□ ぴょこのる　□ ハローキティ 50
□ ポムポムプリン　□KIRIMIちゃん　□ 歯ぐるまんずたいる　□SHOW BY ROCK!!
□ アグレッシブ烈子　□サンリオ男子　□シュガバブ　□ハンギョドン　□リルルフィアル
□ HELLO KITTY ACTION　□ その他（以下の枠内に具体的にご記入ください）

⑥ SANRIO EXPOにまた来たいと思いますか？（5段階で○印をつけてください）
そう思う（ 5 ― 4 ― 3 ― 2 ― 1 ）そう思わない

⑦ SANRIO EXPO視察を友人にも薦めたいと思いますか？（5段階で○印をつけてください）
そう思う（ 5 ― 4 ― 3 ― 2 ― 1 ）そう思わない

⑧【任意回答】 日本で就職・仕事をしたいですか？（○印をつけてください）
（　）すでに日本で就職・仕事をしている
（　）就職・仕事をしたい
（　）就職・仕事をしたくない

⑨ その他、ご意見・ご感想などがあれば、ご自由にご記入ください。

回答者属性

有効回答者数： ４３名

男女比： 男性９名　女性３４名

出身国・地域： 計１８ヶ国（米国、イタリア、インド、インドネシア、英国、カナダ、シンガポール、タイ、台湾、中国、フィリピン、フランス、ベトナム、ポーランド、マレーシア、メキシコ、モザンビーク）

学生：社会人比： 学生３３名　社会人１０名

年齢：
- ２０歳以下　５名
- ２１～２５歳　２３名
- ２６～３０歳　８名
- ３１歳以上　７名

CoFesta
無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

V. 企業訪問
株式会社サンリオ（５）

キャラクターは好きですか？

はい：　４２名

いいえ：　１名

サンリオキャラクターの中で好きなキャラクターは何ですか？（複数回答可）

ランク	キャラクター名	票数
1	ぐでたま、ハローキティ	15
3	ポムポムプリン	11
4	バッドばつ丸	9
5	シナモンロール、マイメロディ	8
7	Kirimiちゃん、アグレッシブ烈子	6
9	けろけろけろっぴ、チョコキャット、リトルツインスターズ	4
12	キキララ、タキシードサム	2
14	クロミ、サンリオ男子、チャーミーキティ、ハミングミント、ハンギョドン、ポチャッコ、ルロロマニック	1

サンリオ以外で好きなキャラクターは何ですか？（複数回答可）

ランク	キャラクター名	票数
1	リラックマ	17
2	くまモン	6
3	ドラえもん	5
4	ピカチュウ	4
5	ミッキーマウス、ポケモン スヌーピー、LINEフレンズ	3
9	ベティ・ブープ、ディズニープリンセス、セーラームーン、すみっこぐらし、ジブリキャラクター、Pusheen	2
15	爽爽猫、ルー（クマのプーさん）、ユーリ!!! on ICE、モラン、モケケ、ムーミン、ミニーマウス、ミッフィー、ミスターメン、まめゴマ、ホシクイ、ボーカロイド、プリンセスジャスミン、ふもふも、ふなっしー、プー、ばなにゃ、バットマン、バーダック、にゃんこ先生、なめこ、ばらだいす、となりのトトロ、たれぱんだ、ダッフィー、橘真琴、ソフトバンクお父さん、スティッチ、シンバ（ライオンキング）、シンデレラ、神宮寺レン、カービー、お買ものパンダ（楽天）、エリートバナナ・バナ夫、うさまる、アルパカッソ、アリエル、アドベンチャータイム、Sentimental Circus、Me to You、LAIMO	1

CoFesta
無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

V. 企業訪問
株式会社サンリオ（６）

今回、SANRIO EXPO 2017視察に参加したいと思った理由は何ですか？（複数回答可）

項目	票数	%
サンリオのキャラクターが好きだから	32	74%
楽しそうだと思ったから	30	70%
日本のコンテンツ企業に興味があるから	20	47%
企業としてサンリオに興味があるから	17	40%
誘われたから	12	28%

SANRIO EXPO 2017で興味深かったものは何ですか？（複数回答可）

項目	票数	%
ぐでたま	25	58%
ｼﾅﾓﾛｰﾙ15周年	20	47%
ﾎﾟﾑﾎﾟﾑﾌﾟﾘﾝ	14	33%
ﾊﾛｰｷﾃｨﾒﾝ	13	30%
ｱｸﾞﾚｯｼﾌﾞ烈子	12	28%
サンリオ男子	12	28%
SHOWBYROCK!!	10	23%
ｷｬﾗｸﾀｰ大賞	5	12%
HELLOKITTYACTION	5	12%
KIRIMIちゃん.	4	9%
ぴょこのる	3	7%
歯ぐるまんすたいる	3	7%
ｼﾝｶｲｿﾞｸ	2	5%
ﾘﾙﾘﾙﾌｪｱﾘﾙ	2	5%
ﾊﾐﾝｸﾞﾐﾝﾄ	1	2%

その他回答：ハローキティの真っ白な部屋、セーラームーンxマイメロディコラボ、まるもふぴより、チェブラーシカxハローキティコラボ、歯ぐるまんすたいる、喋るくでたま、DJぐでたま、サンリオチケットマシーン、モンスターハンターコラボ、フォトブース、お土産、レトロキャラクター、サンリオのお菓子

SANRIO EXPOにまた来たいと思いますか？（５段階評価）

5（そう思う）：１８名（４２%）
4：１３名（３０%）
3：１２名（２８%）
2：０名
1（そう思わない）：０名

SANRIO EXPO視察を友人にも薦めたいと思いますか？（５段階評価）

5（そう思う）：１７名（４０%）
4：２０名（４７%）
3：６名（１４%）
2：０名
1（そう思わない）：０名

CoFesta 無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

V. 企業訪問
株式会社サンリオ（７）

日本で就職・仕事をしたいですか？

すでに日本で就職・仕事をしている：　１０名（２３%）
就職・仕事をしたい：　３６名（８４%）
就職・仕事をしたくない：　１名（２%）

その他、ご意見・ご感想などがあれば、ご自由にご記入ください。

- グッズがその場で買えたら良かった。ディスプレイされていた商品を買いたくなった。（多数）
- このイベントは素晴らしいと思うので、もっとスケール大きくしたり、アクティビティが増えてほしい。（多数）
- サンリオ男子とアグレッシブ列子のエリアの拡大に期待！
- ディスプレイの演出が素晴らしかった。ディスプレイによって、商品の良さが引き立っていた。
- ディスプレイされていたグッズがあるサンリオカフェがあったら絶対に行きたい。
- サンリオ男子が良かった！
- 海外のキャラクターとのコラボグッズがあれば海外からも注目を集めると思う。
- もっと沢山のキャラクターと写真が撮りたい！
- キャラクターは大学での研究分野でサンリオのことはリサーチ対象になっている。日本語はあまりできないが、チャンスがあれば是非サンリオで働いてみたい。

CoFesta 無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

VI. 外部省庁・企業・団体への協力
外務省（日本国際漫画賞）

■ **実施概要**

- **プログラム名：** 日本国際漫画賞訪問
- **内容：** アンバサダーが同式典に参加し、漫画を深く理解するとともに、漫画の海外発信に貢献するもの。
- **主催：** 外務省（※同省より招待を受け、アンバサダーを派遣したもの）
- **会場：** 明治大学駿河台キャンパス
- **日時：** 2017年2月6日(火)
- **参加アンバサダー数：** 計7ヶ国・地域から9名（米国、インドネシア、中国、ドイツ、フランス、ポルトガル、メキシコ）



CoFesta

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

VI. 外部省庁・企業・団体への協力
一般社団法人日本レコード協会

■ **実施概要（１）**

- **プログラム名：** インドネシア出身アンバサダーによる音楽業界関係者向け勉強会
  （「インドネシア人留学生が語る現地の最新音楽事情について」）
- **内容：** 音楽業界関係者向けにインドネシアの音楽マーケットの最新事情を現地消費者目線でレポートするもの。
- **会場：** 日本レコード協会会議室
- **日時：** 2016年8月9日(火)
- **参加アンバサダー数：** インドネシア出身アンバサダー６名



■ **実施概要（２）**

- **プログラム名：** 中国本土出身アンバサダーによる音楽業界関係者向け勉強会
  （「中国人留学生が語る現地の最新音楽事情について」）
- **内容：** 音楽業界関係者向けに中国本土の音楽マーケットの最新事情を現地消費者目線でレポートするもの。
- **会場：** 日本レコード協会会議室
- **日時：** 2016年1月24日(火)
- **参加アンバサダー数：** 中国（本土）出身アンバサダー２名



■ **実施概要（３）**

- **プログラム名：** 音楽アーティストライブレポーター派遣
- **内容：** 日本レコード協会が指定する音楽アーティストライブに参加し、
  後日そのレポートを寄稿する、もしくは広報活動に協力するもの。
  今年度のライブは、「Mrs. GREEN APPLE」「ぐるたみん」
  「AI」「PassCode」「BOYS AND MEN」「和楽器バンド」
- **会場：** 右図参照
- **日時：** 右図参照
- **参加アンバサダー数：** 述べ32名

No	日付	アーティスト	会場
1	2016年4月10日	Mrs. GREEN APPLE	赤坂BLITZ
2	2016年4月29日	ぐるたみん	赤坂BLITZ
3	2016年11月1日	AI	日本武道館
4	2016年12月28日	PassCode	新木場STUDIO COAST
5	2017年1月7日	BOYS AND MEN	日本武道館
6	2017年2月17日	和楽器バンド	東京体育館

CoFesta

無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

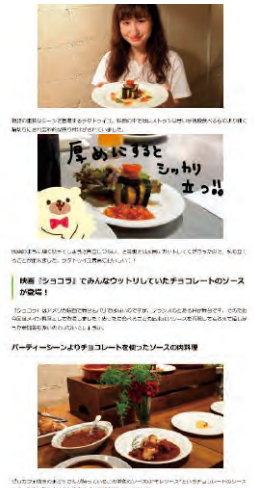
VI. 外部省庁・企業・団体への協力
松竹株式会社（シネマズ by 松竹）

■ **実施概要**

- **プログラム名：** シネマズ by 松竹向けレポーター派遣
- **内容：** 映画情報サイト「シネマズ by 松竹」のパリ特集記事にフランス出身レポーターを派遣し、同サイトの発信力向上に寄与するもの。
- **会場：** 都内レストラン
- **記事掲載日：** 2016年6月30日（木）
- **URL：** https://cinema.ne.jp/recommend/eiganosyokujikai2016063017/









無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

VI. 外部省庁・企業・団体への協力
株式会社ティ・ジョイ（YOKOSO!EIGAKAN!）

■ **実施概要**

- **プログラム名：** 「YOKOSO!EIGAKAN!」『ONE PIECE FILM GOLD』英語／中国語２言語字幕併記版鑑賞会
- **内容：** アンバサダーを最新の日本映画を英語・中国語で字幕で提供する「YOKOSO!EIGAKAN!」企画で『ONE PIECE FILM GOLD』を鑑賞。鑑賞後、日本滞在中の外国人に口コミやSNSを通じて同企画の広報に協力するもの。
- **会場：** 新宿バルト９
- **日時：** 2016年7月31日（日）
- **参加アンバサダー数：** 計6ヶ国・地域から10名 （インドネシア、韓国、フランス、中国、ドイツ、メキシコ）

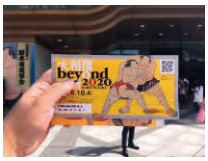


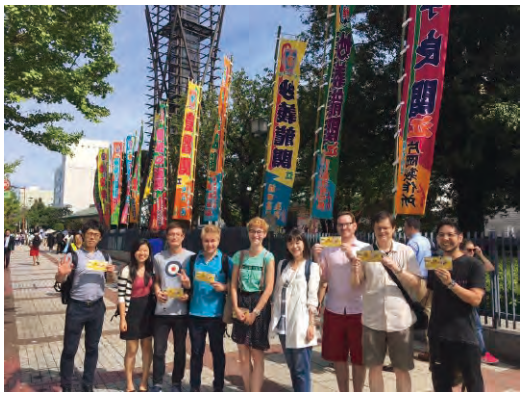
無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

VI. 外部省庁・企業・団体への協力
日本相撲協会（大相撲beyond 2020場所）（１）

■ **実施概要**

- **プログラム名：** 大相撲beyond 2020場所
- **内容：** アンバサダーが大相撲の特別イベント「大相撲beyond 2020場所」を鑑賞。大相撲への理解を深めるとともに、大相撲の広報活動に協力するもの。
- **主催：** 益財団法人日本相撲協会（※同協会より招待を受け、アンバサダーを派遣したもの）
- **会場：** 両国国技館
- **日時：** 2017年10月4日（火）
- **参加アンバサダー数：** 計7ヶ国・地域から9名（米国、アルゼンチン、カナダ、中国、ドイツ、ポーランド、メキシコ）

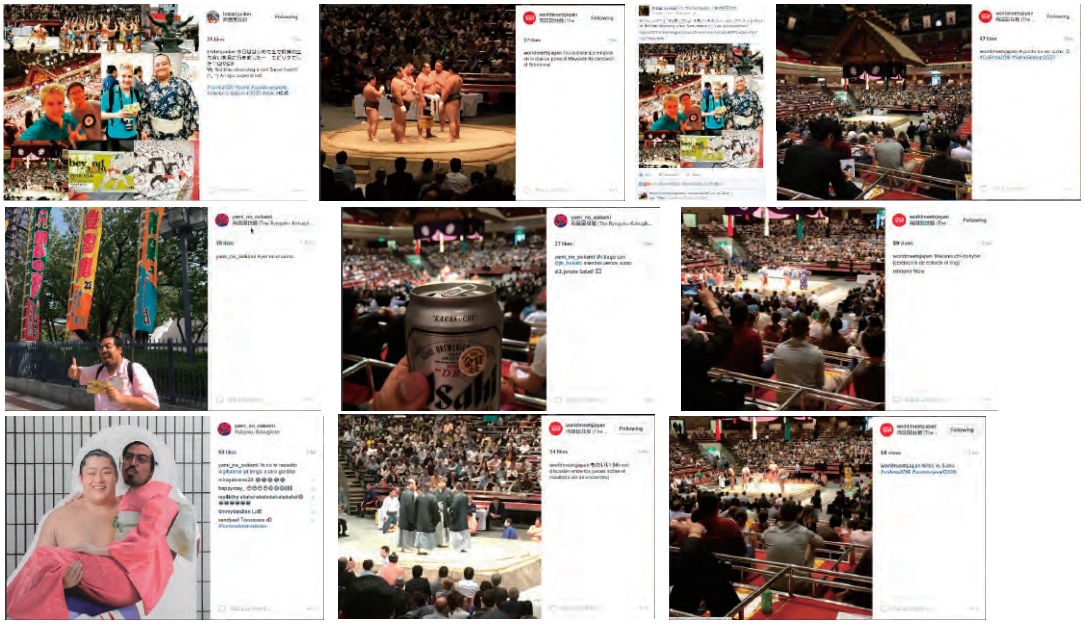


無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

VI. 外部省庁・企業・団体への協力
日本相撲協会（大相撲beyond 2020場所）（２）

■ **SNSでの発信例**



無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

VII. メディア掲載
讀賣新聞

- 2016年12月26日の讀賣新聞朝刊に、メキシコ出身のアンバサダー、エドガー・サンティアゴ・ペラエズ・マザリエゴスのインタビュー記事が掲載された。記事内に、アンバサダーでの活動についても言及された。



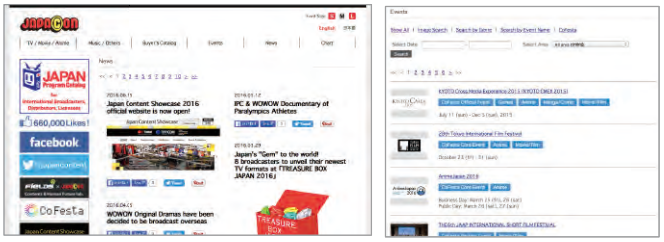
CoFesta
無断転載・複製を禁ず。Copyright © 2017. コ・フェスタアンバサダー運営事務局

9. JAPACON
i. 今年度の実施概要
① JAPACON／JAPAN Program Catalog ウェブサイトでの情報掲載

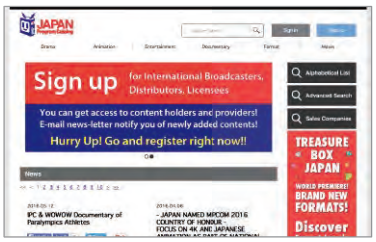
今年度も継続して、JAPACONサイトでのイベント・ニュースデータを登録いたしました。

また、海外展開向け放送コンテンツDBサイト「JAPAN Program Catalog」サイトでは、TIFFCOM等、放送コンテンツ関連イベントのニュースも追加で登録いたしました。

両サイトは、基本、海外展開向けコンテンツDBサイトというB to B の特性があるため、ニュース記事の閲覧数を高めるため、サイト掲載後、JAPACONのfacebookページにてシェアする形で、最大限、拡散を図って参りました。



www.japancontent.jp



www.japan-programcatalog.com

「Events」ページは、コ・フェスタ コアイベント・オフィシャルイベントだけではなく、今後、増やしていく予定の地方イベント・パートナーイベントのデータもCMSから簡単に登録ができる仕組みとなっております。

1

② コ・フェスタ イベントの現地取材

イベント会期中、計10イベント（18日間）を現地取材させていただきました。

1. 東京ゲームショー
2. Japan Content Showcase (JCS)
3. 東京国際映画祭
4. CEATEC JAPAN
5. InterBEE
6. ロボット大賞
7. TOKYO DESIGN WEEK
8. マジカル福島
9. DIGITAL CONTENT EXPO
10. AnimeJapan 2017

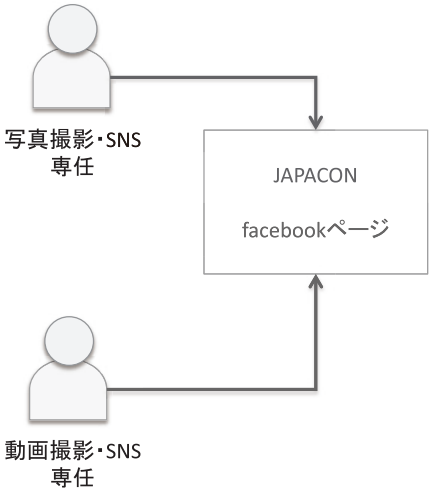
■ 現地での取材内容

・写真撮影（全体、ブース単位）
・動画撮影（コ・フェスタ アンバサダーとの連携）
・JAPACON facebookページへの記事投稿

2

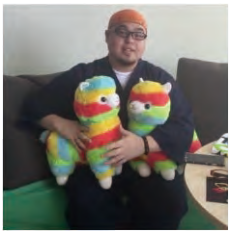
③ 動画コンテンツを活用した記事の作成

今年度は動画コンテンツも積極的に活用することが重要テーマであったため、コ・フェスタアンバサダーとの積極的な連携を行い、動画記事をアップいたしました。



流行の動画コンテンツに注力



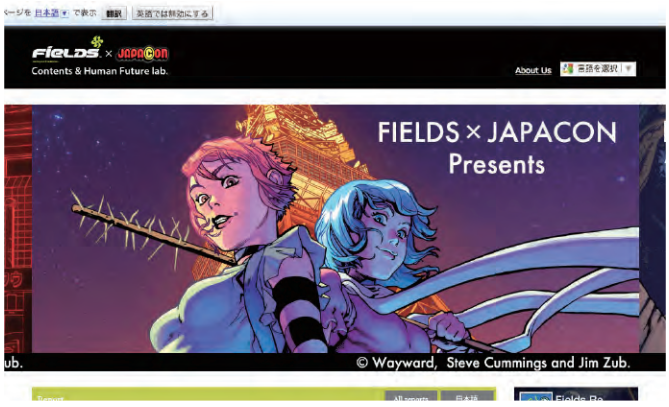


Tokyo Otaku Mode など、ここ最近、スタッフが登場して、セルフィーのような形でイベントや商品レポートを行うショートムービーが多く活用されているため、コ・フェスタイベントについても、アンバサダーさんと連携してレポーターやインタビュアーとなってもらい、動画記事を撮影し、アップいたしました。

3

④ その他の取組みについて

『Fields × JAPACON Contents & Human Future Lab.』では、フィールズ様が取材されたコ・フェスタアンバサダーの記事を定期的にアップ。今年度も、基本、JAPACONが取材した情報を元に本サイトにレポート記事をアップできるようにフィールズ様と調整、実施いたしました。





ウェブサイトURL: http://www.future-lab.tokyo

FRI facebook: https://www.facebook.com/Fields-Research-InstituteFRI-667457960025576/

4

ii. プロモーション結果

① JAPACON facebookページでのプロモーション状況

記事数、目標リーチ数ともに、計画的な記事のアップ、広告の活用により、記事数は若干少なかったものの、当初の目標値を達成することができました。

1）年度内の記事アップ総数目標　：　200以上

→ 2017年3月30日時点：163

2）リーチ数（閲覧数）の総数目標：2,500,000 以上　※ 前年度 100万強

→ 2017年3月30日時点：2,549,549

当初の計画通り、250万リーチを超える結果となった

国内ユーザーに対しては、テレビ、雑誌、WEBメディアへの広告出稿を行うことで簡単に行うことができますが、海外に対しては3年以上にわたって継続的な記事掲載を続け、74万以上のいいね！を獲得してきたJAPACONのfacebookページを活用することで、大きな予算をかけずに、効果的なアプローチができていると考えます。

次年度以降も継続的なプロモーションを行うことで、より多くの国内外のユーザーに対してCoFestaの取り組みを認知してもらうことが可能です。

5

② JAPACON FACEBOOKページ の状況　（2017年3月末）

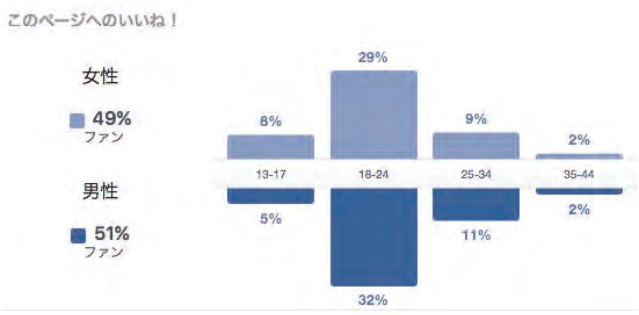
2017年3月30日時点　いいね！数　：748,127

直近28日間のリーチ数　：160,509

■ 国別いいね！数

ミャンマー	237,103
インドネシア	169,436
フィリピン	110,676
インド	53,558
カンボジア	51,131
アメリカ合衆国	17,716
ベトナム	13,566
メキシコ	11,421
マレーシア	7,785
ブラジル	7,230
タイ	6,771
日本	5,830
その他	55,904

■ 性別、年代別のファン



男女はほぼ半々で、世代としては日本のコンテンツに興味が高い10代後半～30台前半に集中している。

本プロモーション開始期間から、10万以上のいいね！増加となっており、継続してJAPACONのfacebookページに国内外のファンが集まっている状況です。

6

③ 動画記事の取り組みについて

今年度の新たな取り組みとして、SNS・キュレーションメディアでも注目される動画を企画・記事としてアップし、トータルで31万回以上の再生 を記録しました。

動画記事総数：64　　動画総再生数：310,000 強

■ 実施方法

動画の撮影からアップロードまでの手順は下記の通りです。

JAPACONにて
イベントを現地取材、
アンバサダーに同行して
動画を撮影

→

一部の動画については
翻訳（英語）を行い、
映像編集ソフトで動画を編集

→

JAPACON Faceboookページに
動画データをアップ
※ 一部記事は、広告も設定

撮影した動画をそのままアップロードする形ではなく、編集作業を行うことで、映像自体の品質を少しでも高める形とし、メディアとしての人気を高めるための工夫をいたしました。

アップロードした動画は次ページの通りです。

③ 動画記事の取り組みについて

JAPACONにて、企画・撮影した動画は主に3つのパターンです。

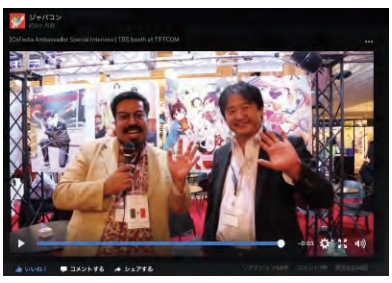
1）コアイベント・オフィシャルイベント 責任者・担当者インタビュー



コ・フェスタ全体会議当日に、各オフィシャルイベント責任者・担当者様に企画を説明し、コ・フェスタアンバサダー2名によるインタビューを実施。開催概要、目的等を中心にお話しをいただくことで、イベントの魅力等を伝えることに注力。

過去のコ・フェスタでは、直接イベントの担当者が記事に関わることなく、今回の取り組みにより、コ・フェスタの枠組みに多くの企業・団体が参加いただいていることを伝える形を作ることができたと考えます。

2）出展ブース責任者様へのインタビュー動画



コ・フェスタ アンバサダーにインタビュアーになってもらい、注目のイベント出展企業・団体の責任者の方にインタビューを実施しました。

イベント全体のプロモーションではなく、出展する企業・団体にフォーカスし、出展者の視線からコ・フェスタのイベントの重要性等を語っていただくことで、コ・フェスタ全体のプロジェクトに注目してもらうことを目的としました。

③ 動画記事の取り組みについて

3) コ・フェスタアンバサダーによるブース等レポート



アンバサダーが実際に体験できる展示・ブースを取材。
アンバサダー自身の視点で感じたこと、体験したことを動画を通して伝えることで、海外の日本コンテンツファン、観光目的で来日を希望する外国人を増やすことを目的としました。

別紙の記事管理表の通り、facebookに直接動画をアップした記事は、閲覧数も伸び、海外のユーザーに日本のコンテンツ・イベントの魅力を伝える手段として有効であることが確認できました。

9

JAPACON
CoFesta2016 SNSプロモーション結果（2017年3月30日現在）

	日付	タイトル	閲覧数	動画閲覧数	いいね数
1	2014/1/23	『AnimeJapan 2017』ニュース ステージプログラム第二弾発表！豪華声優陣ら、続々登場！！	7,819		951
2	2016/6/14	CoFestaアンバサダープレゼン（日本語）	3,720		61
3	2016/6/14	CoFestaアンバサダープレゼン（英語）	7,461		238
4	2016/6/16	JCS2016公式サイトオープン（日本語）	5,378		466
5	2016/6/16	JCS2016公式サイトオープン（英語）	3,168		423
6	2016/6/20	TIMM開催プレスリリース（日本語）	4,902		343
7	2016/6/20	TIMM開催プレスリリース（英語）	1,711		237
8	2016/6/22	【TGS2016 News】メインビジュアルが決定！	7,174		351
9	2016/6/29	CoFestaアンバサダーリクルート記事	6,529		1,462
10	2016/7/4	JCS事務局スタッフ募集	4,859		11
11	2016/7/8	TGS公式サイトオープン（日本語）	5,666		91
12	2016/7/8	DC EXPO『ガジェット JAPAN』告知	12,338		3,611
13	2016/7/11	TGS Supporters Club Tickets for international visitors will go on sale at noon on July 10!	649		2
14	2016/7/11	TGS公式サイトオープン（英語）	890		6
15	2016/7/22	日本ゲーム大賞 一般投票締め切り	971		12
16	2016/7/25	Tokyo International Music Market 2016 (13th TIMM) official site has been uploaded!	6,018		1,822
17	2016/8/3	『第13回東京国際ミュージック・マーケット』ニュース - 昨年好評を得たビジネス・セミナーのスピーカーとして、新たに小室哲哉 氏、ジェイ・コウガミ 氏、John Pantle 氏、Mark Frieser 氏、横澤 優 氏が決定！	11,078		4,076
18	2016/8/3	"TOKYO INTERNATIONAL MUSIC MARKET 2016" News - The 13h Tokyo International Music Market 2016 (13th TIMM) Announcement of Second round of confirmed speakers; Tetsuya Komuro, Jay Kogami, John Pantle, Mark Frieser, and Mark Yokozawa!	12,510		3,770
19	2016/8/12	[東京ゲームショウ2016 ニュース] 「TGSフォーラム2016」「グローバル・ゲーム・ビジネス・サミット 2016」のセッション開催概要が決定、申込受付をスタート！	15,759		125
20	2016/8/12	[東京ゲームショウ2016 ニュース] 子供たちのためのゲームスクール「キッズクリエータークラブ」開催！	864		10
21	2016/8/18	[CoFesta Event Information] TOKYO GAME SHOW 2016 TOKYO GAME SHOW 2016 will be held at Makuhari Messe from September 15-18.	14,963		32
22	2016/8/20	第13回東京国際ミュージック・マーケット連携ライヴの出演アーティストが決定	20,778		2,681
23	2016/8/22	コ・フェスタ（JAPAN国際コンテンツフェスティバル）のパートナーイベントであり、日本で最も歴史のある映画祭『湯布院映画祭』が、いよいよ今週24日（水）から大分県由布市湯布院町にてスタート！	838		8
24	2016/8/22	13th Tokyo International Music Market Live Announcement of performing artists	11,572		3,636
25	2016/8/22	[CoFesta Partner Event Information] The 41st YUFUIN CINEMA FESTIVAL will be held at Yufuin, Oita Prefecture from August 24(web).	5,427		1,275
26	2016/8/22	コ・フェスタ パートナーイベント『京都国際マンガ・アニメフェア016（京まふ）』で販売されるグッズラインナップ、出展者63社ブース詳細情報が発表！	1,491		18
27	2016/8/25	第29回東京国際映画祭 オープニング作品は『マダム・フローレンス！夢見るふたり』に決定！ 29th TIFF to Open with "Florence Foster Jenkins" ！	3,612		615
28	2016/8/25	『第29回東京国際映画祭』クロージング作品は『＃聖の青春』に決定！ 29th TIFF to Close with "Satoshi: A Move for Tomorrow"	3,041		648
29	2016/8/25	CoFesta Parter Event "The 41st YUFUIN CINEMA FESTIVAL" is now being held at Yufuin, Oita-prefecture,Kyushu, Japan!	45,974	10,523	62
30	2016/8/29	[13th TIMM Special Interview #1 ~ Why TIMM? ~] APA Talent and Literary Agency Vice President John Pantle	11,428		3,360
31	2016/8/30	[第13回東京国際ミュージック・マーケット スペシャルインタビュー#1 ~ Why TIMM? ~]	5,251		804
32	2016/8/31	[第13回東京国際ミュージック・マーケット ニュース] 音楽ビジネスセミナーのタイムテーブルが決定！	6,103		836
33	2016/9/5	[13th Tokyo International Music Market (13th TIMM) News!] Timetable for the business seminars at SHIBUYA EXCEL HOTEL TOKYU have been confirmed!	10,958		1,617
34	2016/9/9	[第13回東京国際ミュージック・マーケット ニュース] Why TIMM? 番外編（MUSICMAN-NET様インタビュー）	9,727		1,917
35	2016/9/9	いよいよゲームの祭典「東京ゲームショウ2016」が9月15日（木）からスタート！	1,450	10	
36	2016/9/12	いよいよ今週15日（木）から『＃東京ゲームショウ2016』開幕！	79,966	6,264	270
37	2016/9/13	[CoFesta Ambassadors Special Interview pt.1] interviewee: Yuko Nagasawa (CoFesta Executive Committee)	42,837	10,862	56
38	2016/9/13	[第29回東京国際映画祭 ニュース] Japan Now部門「監督特集 岩井俊二」の上映ラインナップが決定！	3,504		325
39	2016/9/13	[東京ゲームショウ2016 注目イベント] - Cosplay Collection Night @ TGS -	1,480		18
40	2016/9/13	[CoFesta Ambassadors Video Report] TOKYO CONTENT EVENTS MAP	44,027	10,035	49
41	2016/9/14	[東京ゲームショウ2016 ニュース] いよいよ『＃東京ゲームショウ2016』が明日からスタート！	967		12
42	2016/9/15	『＃東京ゲームショウ2016』間もなくオープニングセレモニーが始まります。	1,254		16

	日付	タイトル	閲覧数	動画閲覧数	いいね数
43	2016/9/15	TOKYO GAME SHOW 2016' Opening ceremony starts soon!!	1,495		25
44	2016/9/15	東京ゲームショウ 2016 のプレス受付は長蛇の列	23,328	5,840	55
45	2016/9/15	[CoFesta Ambassador TGS2016 report] Really looking forward to Monster Hunter Stories, the first game of the series with Amiibo support!	1,751		25
46	2016/9/15	Company name : CRI Middleware Booth no. : Hall4 4-N33 (Only Business day) Booth Overview : CRIWARE / Acroarts etc..	5,999	977	24
47	2016/9/15	[TGS2016 Movie Report] Project2Foot (SKELETONICS × figureheads) Company: Intel	19,725	4,266	85
48	2016/9/16	[CoFesta Ambassadors TGS2016 Report] PRODUCTION I.G Company: Production I.G	7,305	1,475	22
49	2016/9/16	[CoFesta Ambassador TGS2016 report by Tornike Sreseli] I enjoyed it a lot - many interesting booths, new versions of favorite games and promo girls of course	18,904		206
50	2016/9/16	[CoFesta Ambassadors TGS2016 Report by Stefano Berriel] The massive collection of Gundam games celebrating its 30th anniversary at the BANDAI NAMCO Entertainment booth!	5,305	872	24
51	2016/9/17	[TOKYO GAME SHOW 2016 Information] Food Court / Rest Area	6,615		203
52	2016/9/17	TOKYO GAME SHOW 2016（東京ゲームショウ 2016）Photo report	18,142		126
53	2016/9/17	TOKYO GAME SHOW 2016（東京ゲームショウ 2016）Photo report	10,456		150
54	2016/9/17	[CoFesta Ambassador TGS2016 Video report] Company: BANDAI NAMCO Entertainment	15,775	3,020	37
55	2016/9/18	『東京ゲームショウ 2016』もあっという間に本日が最終日！	6,658		109
56	2016/9/18	[CoFesta Ambassador TGS2016 Video report] Company: WARNER MUSIC JAPAN (Booth: Hall2 / 2-N02)	33,294	6,765	82
57	2016/9/26	[29th TOKYO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL news] TIFF is pleased to announce the full lineup for the Special Screening Section!	1,424		10
58	2016/9/27	[第 13 回東京国際ミュージック・マーケット ニュース] 13th TIMM Live チケット好評発売中！！	32,882	5,526	
59	2016/9/28	コ・フェスタ 2016 オフィシャルイベントの 1 つである「CEATEC JAPAN 2016」がいよいよ 10 月 4 日（火）よりスタート！	11,963	3,176	
60	2016/10/4	コ・フェスタ 2016 オフィシャルイベントの 1 つである「CEATEC JAPAN 2016」が本日より幕張メッセでスタート！	14,546	3,314	
61	2016/10/5	[CoFesta Ambassadors Video Report] - CEATEC JAPAN 2016 - New Headphone for VR "VIE SHAIR" at Lenovo Japan booth	28,138	4,615	47
62	2016/10/6	[CoFesta Ambassadors Video report] - CEATEC JAPAN 2016 - Virtual Reality Experience at Lenovo Japan booth	54,585	10,335	132
63	2016/10/8	10 月 24 日（月）、25 日（火）、26 日（水）に渋谷・TSUTAYA O-EAST で開催される『13th Tokyo International Music Market Live』のチケットが「DMM.E」で発売！	4,913		15
64	2016/10/8	[第 13 回東京国際ミュージック・マーケット ニュース] アソビシステムとレコチョク・ラボが TIMM に共同出展！	1,054		9
65	2016/10/8	CoFesta Special Program "EVERYDAY JAPAN" #1 Theme: Otukaresama（おつかれさま）	46,484	11,320	95
66	2016/10/11	CoFesta Ambassador Video report - CEATEC JAPAN 2016 - CEATEC AWARD 2016 has announced!	18,490	2,763	28
67	2016/10/13	「金曲国際音楽節（Golden Melody Award & Festival）」が TIMM と初の国際連携！台湾の人気バンド「831」が TIMM で日本初ライヴ！	2,685		27
68	2016/10/14	CoFesta Special Program "EVERYDAY JAPAN" #2 Theme: Japanese Toiet（日本のトイレ）	42,503	7,364	98
69	2016/10/18	[コ・フェスタ イベントニュース] 日本のコンテンツ関連イベントの海外発信支援プロジェクト「コ・フェスタ」の中でも中核イベントの 1 つである『第 29 回東京国際映画祭（TIFF）』開催	5,808		987
70	2016/10/19	New Episode of J-POP NEWS has uploaded. You can watch 13th TIMM live preview(Da-iCE and GLIM SPANKY).	1,725		47
71	2016/10/20	[CoFesta Ambassador Special Interview] TOKYO INTERNATIONAL MUSIC MARKET (TIMM)｜東京国際ミュージック・マーケット	22,136	5,244	24
72	2016/10/20	[CoFesta Ambassador Special Interview] TIFFCOM – Affiliated market of the Tokyo International Film Festival (TIFF)	17,227	3,730	19
73	2016/10/20	13th TIMM Opening Party on October 24! * Only for those who have any TIMM badges	2,867		253
74	2016/10/20	13th TIMM Opening Party 開催！ 小西真奈美と KREVA のスペシャルライヴなども発表！	1,362		49
75	2016/10/22	[CoFesta Ambassador x FRI : “Yufuin Cinema Festival” – Japan’s oldest film festival]	3,216		355
76	2016/10/23	[CoFesta Ambassador Special Interview] Tokyo International Anime Festival (TIAF)｜東京国際アニメ祭 秋	28,951	5,366	34
77	2016/10/24	13th TOKYO INTERNATIONAL MUSIC MARKET (13th TIMM) starts today.	8,517		1,179
78	2016/10/24	[Time Lapse Movie] 13th TOKYO INTERNATIONAL MUSIC MARKET (13th TIMM)	8,934	1,615	16
79	2016/10/25	The TOKYO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL is now being held at Roppongi Hills, EX Theater Roppongi and other venue in Tokyo until Nov 3.	9,053		395
80	2016/10/25	【第 29 回東京国際映画祭 ニュース】 本日 15 時～ レッドカーペットイベント生中継！	1,189		61

	日付	タイトル	閲覧数	動画閲覧数	いいね数
81	2016/10/25	[CoFesta Ambassador Video Report] TOKYO INTERNATIONAL MUSIC MARKET (TIMM)｜UNIVERSAL MUSIC(ユニバーサルミュージック)	18,332	4,607	38
82	2016/10/26	[CoFesta Ambassador Video report] TOKYO DESIGN WEEK	44,993	8,228	58
83	2016/10/26	『第29回東京国際映画祭』が開幕！ レッドカーペット&オープニングセレモニー	29,047	8,212	81
84	2016/10/26	今年よりコ・フェスタ(JAPAN国際コンテンツフェスティバル)のオフィシャルイベントとして参加いただく「TOKYO DESIGN WEEK(＃東京デザインウィーク)が、本日スタート！	10,884		3,799
85	2016/10/27	TIMM オープニングパーティー	1,408		6
86	2016/10/27	[CoFesta Ambassador Special Interview] Japanese maid idol "maidreamin" at TIMM (NePt Japan booth)	23,413	4,556	66
87	2016/10/28	[第13回東京国際ミュージック・マーケット ニュース] 「世界を知り、世界と出会う」をテーマに、日本音楽の海外進出を目的とした国際音楽ビジネスマーケット『第13回東京国際ミュージック・マーケット(13th TIMM)』が、10月24日(月)、25日(火)、26日(水)に開催された。	15,444		725
88	2016/10/28	[第13回東京国際ミュージック・マーケット - スペシャルレポート] "MANAMI KONISHI with DJ KREVA" @WOMB	14,974		2,804
89	2016/10/30	[CoFesta Ambassador Special Interview] Tokyo Broadcasting System Television (TBS) booth at TIFFCOM	21,236	8,529	54
90	2016/10/31	[CoFesta Ambassador Special Interview] 1-10HOLDINGS, Inc. booth at TIFFCOM	22,407	6,031	49
91	2016/10/31	[CoFesta Ambassador Special Interview] KYUSHU Promotion booth at Japan Content Showcase (JCS) 2016	19,338	4,876	34
92	2016/10/31	[コ・フェスタ イベントニュース] 今年よりコ・フェスタ イベントとして参加する『マジカル福島』が、いよいよ今週11月3日(木・祝)からスタート！	10,872		2,794
93	2016/11/1	[マジカル福島2016 イベント紹介] お城deコスプレナイト in ＃鶴ヶ城	9,750		2,118
94	2016/11/2	[CoFesta Ambassador Special Interview] Bubbly Jazz Band #Calmera(＃カルメラ)｜NePt Japan booth @ 13th TOKYO INTERNATIONAL MUSIC MARKET (TIMM)	13,574	3,268	30
95	2016/11/2	[東京国際ミュージック・マーケット ニュース] 『もしもしにっぽんシンポジウム』にて、PROMIC事務局長・道島和伸氏と、BAND-MAID中心メンバー(＃小鳩ミク / ＃彩姫)&マネージャーとともに登壇！	646		8
96	2016/11/2	[CoFesta Ambassador Video report] TOKYO DESIGN WEEK 2016 (TDW2016)｜東京デザインウィーク 2016	6,220	1,274	17
97	2016/11/2	[マジカル福島2016 イベント紹介] 名探偵コナン連載20周年記念[コナン展]	4,873		890
98	2016/11/2	[マジカル福島2016 イベント紹介] マジカル☆ハーバーナイト小名浜	3,735		556
99	2016/11/2	[マジカル福島2016 イベント紹介] 『寿司くん presents"OH! sushi-jya-night 2016"- 福島編 -supported by マジカル福島2016』	6,705		1,961
100	2016/11/3	[CoFesta Ambassador Video Report] Nippon TV Network System (NNS) booth at TIFFCOM 2016 (Japan Content Showcase)	18,572	5,057	50
101	2016/11/3	コ・フェスタ パートナーイベント『マジカル福島』が、いよいよ本日スタート！	1,991		608
102	2016/11/3	[マジカル福島2016 イベント紹介] じゃー！プロジェクト in こおりやま　アーティスト・イン・レジデンス	6,097		1,220
103	2016/11/3	『寿司くん presents"OH! sushi-jya-night 2016"- 福島編 -supported by マジカル福島2016』	1,850		15
104	2016/11/4	[マジカル福島2016 イベント紹介] マジカル☆ハワイアンズ -アニメプロジェクト発表会・常夏コスプレコンテスト-	13,093		1,174
105	2016/11/4	『マジカル福島2016』オープニングセレモニー	10,121		299
106	2016/11/4	Anime "Gurren Lagann" vehicle!! @オープニングセレモニー	15,145	4,330	146
107	2016/11/4	マジカル福島2016 イベント「マジカル☆ハーバーナイト小名浜」間もスタート！	1,568		14
108	2016/11/5	【こおりやまアーティスト・イン・レジデンス インタビューVol.1】	14,526	2,837	27
109	2016/11/5	福島県12市町をつないだ日本最大規模の文化祭『＃マジカル福島2016』も3日目！	6,215		1,193
110	2016/11/5	ビッグパレットふくしまにて開催中の＃マジカルフェスティバル では、＃福島 応援のための新キャラクター＃小原庄助子 の最終声優オーディションが開催！	3,823		357
111	2016/11/6	『ダテニクルフェス2016』がまもなくスタート！	2,034		4
112	2016/11/6	「こおりやま アーティスト・イン・レジデンス」展覧会。	3,085		14
113	2016/11/6	【こおりやまアーティスト・イン・レジデンス インタビューVol.2】	20,654	3,471	24
114	2016/11/7	【こおりやまアーティスト・イン・レジデンス インタビューVol.3】	17,025	3,697	46
115	2016/11/9	"KYOTO CMEX (KYOTO Cross Medeia Experience) 2016" Promotion Movie.	29,489	1,786	474
116	2016/11/9	[マジカル福島2016 ビデオレポート｜Magical Fukushima 2016 Video Report] 入水鍾乳洞	25,301	6,086	45
117	2016/11/9	【こおりやまアーティスト・イン・レジデンス インタビューVol.4】	17,337	3,513	23
118	2016/11/10	[CoFesta Ambassador Video report] Fukushima Ramen-gumi! in Magical Festival	15,072	3,315	42
119	2016/11/10	マジカル福島 写真アルバム	47,905		1,526
120	2016/11/12	"Nihonmatsu chrysanthemum doll Exhibition in Fukushima Biennale 2016"｜二本松の菊人形 in 福島ビエンナーレ2016	15,040		1,110
121	2016/11/14	[CoFesta Ambassador Video Report in Magical Fukushima 2016] Itasha exhibition in MAGICAL FESTIVAL｜痛車 展示コーナー in マジカルフェスティバル	16,076	2,830	27

	日付	タイトル	閲覧数	動画閲覧数	いいね数
122	2016/11/14	[CoFesta Ambassador Video report] Japan's Anime "Gurren Lagann" vehicle at FUKUSHIMA GAINAX booth in Magical Festival.	24,917	4,299	49
123	2016/11/14	[CoFesta Ambassadors Video report] Delicious Japanese food and beer in Fukushima prefecture!	7,384	1,028	17
124	2016/11/16	[CoFesta Ambassador Video report] CoFesta Ambassadors tried personal mobility "WHILL" at The 7th Robot Award.	18,493	4,166	48
125	2016/11/16	InterBEE2016スタート記事	15,970		674
126	2016/11/16	[CoFesta Ambassador Video report] InterBEE2016（2016年国際放送機器展）	5,166	1,485	9
127	2016/11/16	[CoFesta Ambassador Special Interview] InterBEE2016 @HIBINO booth	8,000	2,270	10
128	2016/11/28	TIMMニュース掲載@Yahoo!奇摩	2,959		50
129	2016/11/29	TIMMセミナー@もしもしにっぽんシンポジウム	2,360		329
130	2016/12/1	[CoFesta Ambassador Video report] One of the CoFesta official event "MANGA Festival in Malaysia"	12,565	2,383	20
131	2016/12/11	東京国際映画祭クロージング作品「聖の青春」松山ケンイチ記事	2,843		6
132	2016/12/12	[AnimeJapan2017 ニュース] 12月15日（木）19時より、アニメイト池袋本店9Fアニメイトホールにて「AnimeJapan 2017」に関する告知イベント「AnimeJapan プレゼンテーション」開催！	2,360		209
133	2017/1/4	EVERYDAY JAPAN YouTube Channel の紹介	4,064		130
134	2017/1/4	EVERYDAY JAPAN #4	4,752		1,220
135	2017/1/15	EVERYDAY JAPAN #5	12,063	2,458	40
136	2017/1/16	EVERYDAY JAPAN #6	15,815	2,918	32
137	2017/1/24	EVERYDAY JAPAN #7	37,582	6,899	62
138	2017/1/26	[AnimeJapan2017 News] RGB / Open Stage Programs Release!	11,806		2,483
139	2017/2/2	EVERYDAY JAPAN #8	25,631	5,637	36
140	2017/2/7	AnimeJapan 2017 ニュース 国内ビジネス活性化企画「AJ×ABPF アニメビジネス大学」開校！	5,374		1,320
141	2017/2/7	[AnimeJapan2017 News] Coming up Machicon Event! “Ani☆Con Tokyo in AnimeJapan"	5,975		1,876
142	2017/2/21	『AnimeJapan 2017』 全51ステージプログラム、全て解禁!!	9,154		2,170
143	2017/2/22	EVERYDAY JAPAN #9	24,730	5,163	52
144	2017/2/27	EVERYDAY JAPAN #10	16,735	4,959	34
145	2017/3/2	CoFesta Ambassadors Jeni and Mei show us how to get to Tokyo Big Sight, the place where "AnimeJapan 2017" will be held, from Haneda Airport.	53,879	17,467	122
146	2017/3/2	EVERYDAY JAPAN #11	26,006	4,966	32
147	2017/3/8	[CoFesta Ambassadors Video report] Kumihimo Experience	21,197	7,823	33
148	2017/3/8	[コ・フェスタ アンバサダー ニュース] 「君の名は。」組紐作りをAnimeJapan 2017より一足先に体験してみた！｜アニメ！アニメ！	3,444		214
149	2017/3/8	[CoFesta Ambassador special report & interview] Yomiuri Telecasting Corporation (YTV) at TIFFCOM	12,318	3,439	29
150	2017/3/13	EVERYDAY JAPAN #12	42,221	9,750	63
151	2017/3/19	[AnimeJapan 2017 ニュース] 出展ブース特設サイト一覧公開！	3,230		1,147
152	2017/3/19	[AnimeJapan 2017 ニュース] 「フードパーク supported by dアニメストア」で提供するフードメニュー全7種発表！	3,601		1,050
153	2017/3/22	CoFesta Ambassadors Special intervie -Anmejapan-	46,462	9,898	47
154	2017/3/24	[AnimeJapan 2017 Information - Official Goods -]	9,675		2,818
155	2017/3/25	国内最大規模のアニメイベント「AnimeJapan 2017」一般デーが、本日より東京ビッグサイトでスタート！	18,399		7,177
156	2017/3/25	AnimeJapan 2017 ビジネスエリア（ビジネスデー）が3月23日（木）、24日（金）に、東京ビッグサイトで開催されました。	5,204		700
157	2017/3/25	AnimeJapan 2017 Information - Special Guided Tour for International visitors	16,089		280
158	2017/3/27	『AnimeJapan 2017』大盛況のうちに閉幕！ 過去最多の総来場者数145,453人（前回比107%）を動員！	6,687		2,222
159	2017/3/28	"AnimeJapan 2017" was a great success! The Largest Number of Attendees in History: 145,453 (A 107% Increase from Last Year)! AnimeJapan 2018 coming up next year in March!!	3,827		31
160	2017/3/28	[CoFesta Ambassador video report "ANIME 100" booth at AnimeJapan 2017]	2,175	282	8
161	2017/3/28	AnimeJapan 2017 main area (public day)	22,133		2,716
162	2017/3/30	1/8 TACHIKOMA, a smart toy replica from “Ghost in the Shell” at AnimeJapan 2017 Cerevo booth	0		
163	2017/3/30	CoFesta Ambassador Interview - cool cosplayers at AnimeJapan 2017 -	0		
合計			2,144,631	309,070	95,467

10　コ･フェスタ10年間の経済的成果

CoFesta
日本のコンテンツを世界へ!

Copyright © VIPO All rights reserved.

コ･フェスタ10年間の経済的成果のまとめ

10年間にわたるコ･フェスタの取り組みにより、コンテンツ産業の海外展開が促進され、**コンテンツ業界の海外関連売上は約1.4兆円増加**した。また、非コンテンツ業界への貢献として、**コンテンツ起因の訪日外国人の消費額も約4,200億円増加**した。

コンテンツ業界の売上

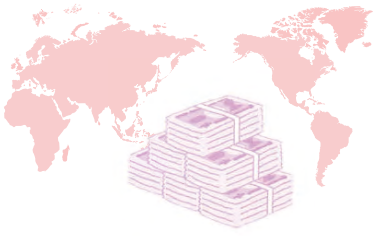
①業界の海外売上が1.3兆円増加

2015年のコンテンツ業界の海外売上は**1兆7,444億円**となり、2006年の4,086億円から、**1兆3,358億円（4.3倍に）増加**した。

②インバウンド消費が400億円増加

2015年の訪日外国人のコンテンツ関連の消費額は**463億円**で、2010年の60億円から**403億円（7.7倍に）**増加した。

海外　　国内



③コンテンツ起因訪日消費は4,200億円増加

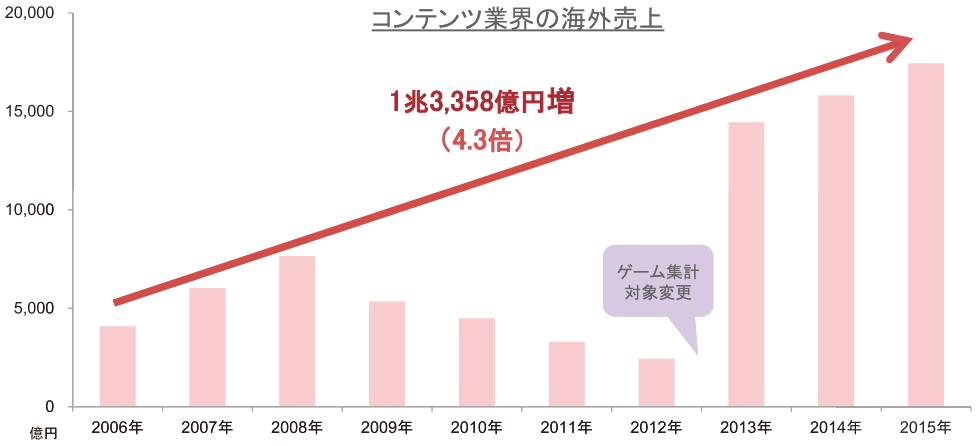
2015年に日本のコンテンツをきっかけとして訪日した外国人は**393万人**で、その旅行消費額は**6,917億円**となり、2010年の2,766億円から**4,151億円（2.5倍に）増加**した。

関連産業の売上

Copyright © CoFesta All rights reserved.

成果① –コンテンツ業界の海外売上–

2015年の**コンテンツ業界の海外売上は1兆7,444億円**となり、
2006年の4,086億円から、**1兆3,358億円（4.3倍に）増加**した。



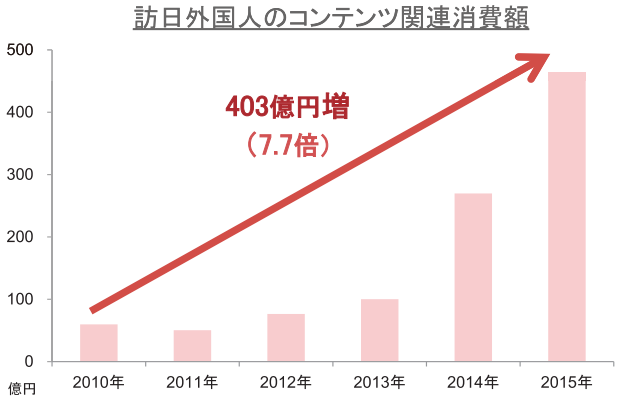
年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
海外売上（億円）	4,086	6,023	7,647	5,345	4,491	3,301	2,438	14,447	15,811	17,444

※一般財団法人デジタルコンテンツ協会「デジタルコンテンツ白書」より推計

Copyright © CoFesta All rights reserved.

成果② –訪日外国人のコンテンツ関連消費–

2015年の**訪日外国人のコンテンツ関連の消費額は463億円**で、
2010年の60億円から**403億円（7.7倍に）増加**した。



年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
コンテンツ関連消費額（億円）	60	50	76	100	270	463

※観光庁「訪日外国人消費動向調査」より推計

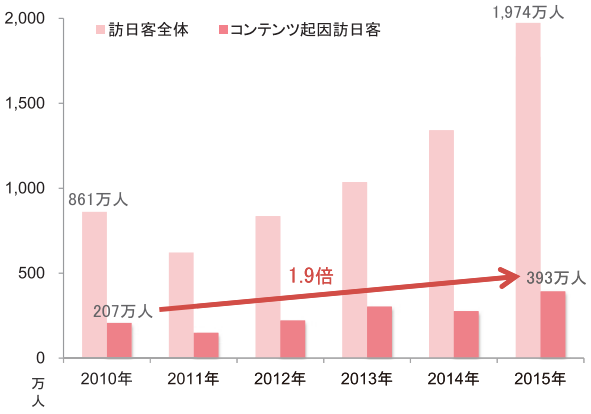
Copyright © CoFesta All rights reserved.

成果③ –コンテンツ起因訪日外国人–

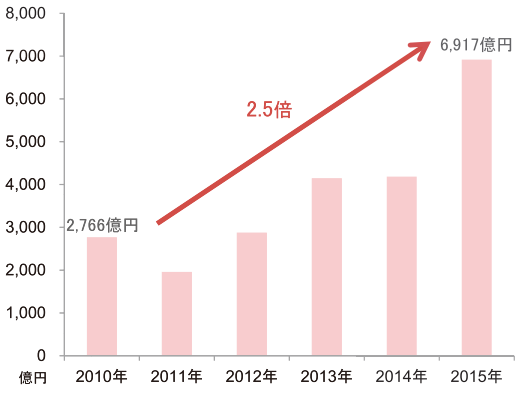
CoFesta

①2015年に**日本のコンテンツをきっかけとして訪日した外国人は393万人**で、
2010年の207万人から**186万人（1.9倍に）増加**した。
②2015年に**コンテンツ起因で訪日した外国人の旅行消費額は6,917億円**で、
2010年の2,766億円から**4,151億円（2.5倍に）増加**した。

①コンテンツ起因訪日客数



②コンテンツ起因訪日客 消費額



※観光庁「訪日外国人消費動向調査」「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」
株式会社日本政策投資銀行、公益財団法人日本交通公社「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」より推計

Copyright © CoFesta All rights reserved.

参考① –経済波及効果–

CoFesta

10年間のコ・フェスタの成果によって、コンテンツ産業の海外展開が促進された結果、
2015年の1年間で**合計4.6兆円の経済波及効果**が生み出された。

コンテンツ業界の売上

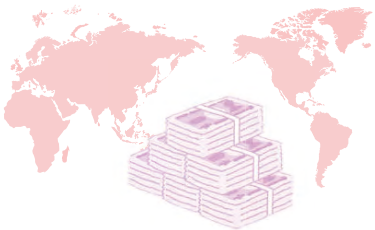
①業界海外売上の経済効果3.1兆円

2015年のコンテンツ業界の海外売上による経済波及効果は**3兆672億円**となり、2006年の7,185億円から、**2兆3,487億円（4.3倍に）増加**した。

②インバウンド消費の経済効果749億円

2015年の訪日外国人のコンテンツ関連消費による経済波及効果は**749億円**で、2010年の101億円から**648億円（7.4倍に）**増加した。

海外 ―― 国内



③コンテンツ起因訪日消費の経済効果1.4兆円

2015年の日本のコンテンツに起因した訪日客の旅行消費額による経済波及効果は**1兆4,380億円**となり、2010年の5,750億円から**8,630億円（2.5倍に）増加**した。

関連産業の売上

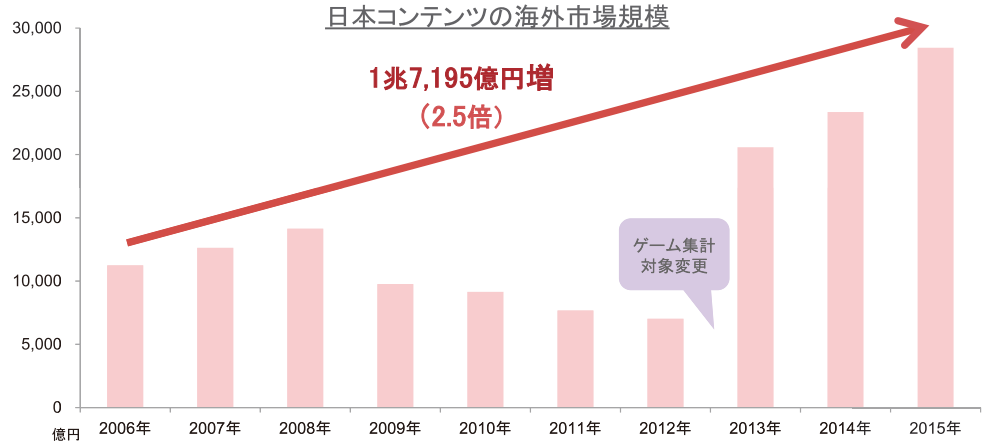
※総務省「産業連関表」より推計

Copyright © CoFesta All rights reserved.

参考② –日本コンテンツの海外市場規模–

2015年の日本コンテンツの**海外市場規模は2兆8,443億円**となり、
2006年の1兆1,248億円から、**1兆7,195億円（2.5倍に）増加**した。

日本コンテンツの海外市場規模



年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
市場規模（億円）	11,248	12,632	14,143	9,758	9,148	7,678	7,022	20,583	23,361	28,443

※一般財団法人デジタルコンテンツ協会「デジタルコンテンツ白書」、一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム「スマホ白書」より推計

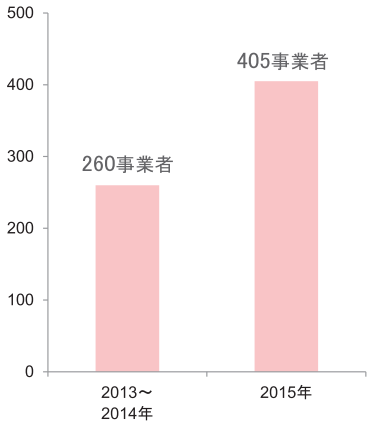
Copyright © CoFesta All rights reserved.

参考③ –新規海外展開–

2013年から2015年の3年間で**400以上の事業者が新たに海外展開**事業を開始した。
（2013～2014年：260事業者以上　2015年：145事業者以上）



新規海外展開 事業者数（累計）



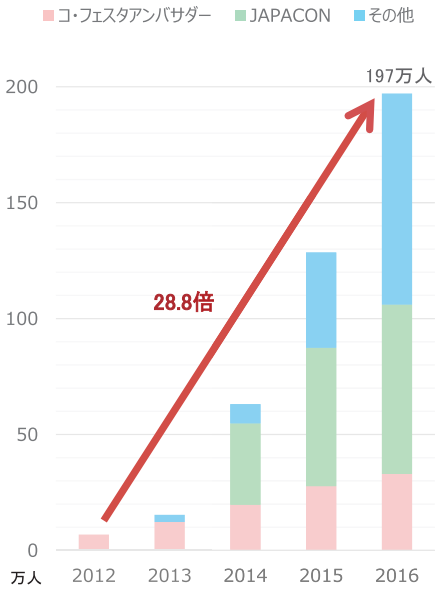
※J-LOP事務局「J-LOP効果報告資料」、J-LOP＋事務局「J-LOP＋効果報告資料」

Copyright © CoFesta All rights reserved.

アンバサダーによる海外発信

CoFesta

コ・フェスタアンバサダーが関与して海外発信されているソーシャルメディアの
登録者数（リーチ可能数）は合計で約200万人に達した。



メディア名	2012	2013	2014	2015	2016
＜累計アンバサダー数＞	137名	245名	394名	554名	660名
コ・フェスタアンバサダー	68,500	122,500	197,000	277,000	330,000
JAPACON			350,900	597,400	730,500
Amazing Japan					310,100
Retorno Anime				189,000	199,000
Akibatan				103,800	125,000
Fields Research Institute				40,600	117,000
Jurnal Otaku			(59,300)	59,300	94,100
Un Gaijin au Japon		31,300			41,800
World Meets Japan				15,900	20,400
Nippon Project				2,000	2,300
Netageo				700	800
( )内は推計値	**68,500**	**153,800**	**607,200**	**1,285,700**	**1,971,000**

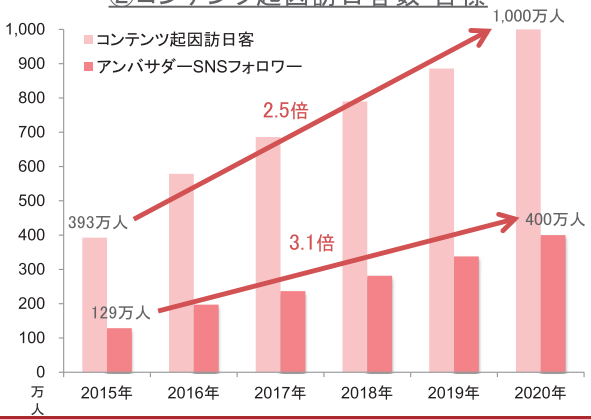
Copyright © CoFesta All rights reserved.

2020年までの目標

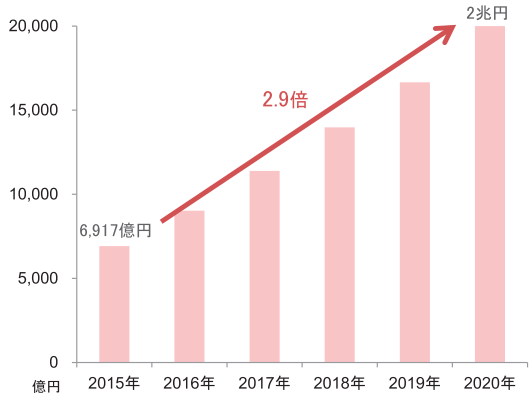
CoFesta

①2015年に129万人だったコ・フェスタアンバサダーが関与して海外発信する
ソーシャルメディアの登録者を、2020年に**3.1倍の400万人**にする。
②2015年に393万人だった**日本のコンテンツをきっかけとして訪日した外国人**を、
2020年に**2.5倍の1,000万人**にする。
②2015年に6,917億円だったコンテンツ起因の訪日外国人の**旅行消費額**を、
2020年に**2.9倍の2兆円**にする。

①ソーシャルメディア登録者 目標
②コンテンツ起因訪日客数 目標



③コンテンツ起因訪日客 消費額 目標



Copyright © CoFesta All rights reserved.

平成 28 年度コンテンツ産業強化対策支援事業
（コ・フェスタにおけるネットワーク構築事業）報告書

発行日：2017年3月
発　行：特定非営利活動法人映像産業振興機構
デザイン監修：㈱サムライ
Printed in JAPAN
© VIPO

住　所：東京都中央区築地4-1-1 東劇ビル2F
電　話：03-3543-7531
F A X：03-3543-7533
U R L：www.cofesta.go.jp/

※著作権者から文書による許諾を得ずに、無断で複写・複製することは禁じられています。

リサイクル適性Ⓐ
この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。

VEGETABLE OIL INK

R70
古紙パルプ配合率70％再生紙を使用