平成29年度コンテンツ産業新展開強化事業
（日本コンテンツ関連イベントネットワーク構築・発信事業）
コ・フェスタ2017
実施報告書

CoFesta 2017

TOKYO 2020
応援プログラム
オールジャパン

※東京2020応援プログラムは「平成29年度コンテンツ産業新展開強化事業」に付与されています

平成30年3月

特定非営利活動法人映像産業振興機構

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　ビジネスマッチング連携会議の実施……7

iii　プロモーション　広報制作物……8

3　イベント連携事業……9

i　ビジネスマッチング連携会議の実施……10

ii　コンテンツ×スポーツに関する方針の検討……14

iii　コンテンツを主軸としたオープンイノベーション……16

iv　百人委員会……17

v　連携の総括……18

4　総合的な海外情報発信事業

i　イベントの情報発信 WEB……19

ii　動画制作・配信……20

iii　海外イベントとの連携
「日本コンテンツに関するニーズ調査」……21

iv　インフルエンサーを活用した情報発信……33

v　アンバサダー……43

vi　情報発信の総括……43

5　イベント報告

i　コアイベント……44

ii　オフィシャルイベント……58

iii　パートナーイベント……77

iv　実行委員長、副委員長による
イベント開会式への来賓出席と挨拶……120

6　アンバサダー

i　コ・フェスタアンバサダー施策について……122

ii　コ・フェスタイベント支援……123

iii　海外発信施策……152

iv　海外マーケット調査
「日本コンテンツに関するニーズ調査」協力……154

v　企業訪問……154

vi　外部省庁・企業・団体への協力……155

7　JAPACON

i　今年度の実施概要……156

ii　プロモーション結果……157

iii　インフルエンサーの招聘……160

・氏名は敬称略を基本とします。
・株式会社、有限会社、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。
・国立研究開発法人、協同組合は、それぞれ（国研）、（協組）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2017 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2017」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。

2017年は、東京オリンピック開催まで3年を切り、オリンピックに向けた準備など加速した年となりました。訪日外国人は2020年に向けて日に日に増加しており、2017年の訪日外国人数は過去最多の2,869万人と3,000万人に迫る勢いとなっております。また、2015年の調査では、訪日外国人の5分の1は日本のコンテンツがきっかけとなっております。

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。

2017年度は、2007年の開催から11年目を迎え、42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。中でもコ・フェスタの３イベントと「ビジネスマッチング連携事業」として各イベント相互協力の合同のセミナーなどを開催し、多産業連携を図りました。
また、日本を代表する103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、日本コンテンツ活用事業の重要性を産業界に向けてアピールいたしました。

各イベントの効果的な情報発信では、「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、海外に魅力を効果的に発信する一環として、世界中から日本に集まった日本のコンテンツを好きな留学生を毎年「コ・ フェスタアンバサダー」として組織しております。積極的に各イベントを取材し、公式サイトやSNSで情報発信したり、日本コンテンツ関係者との意見交換、国別のマーケティング活動を通じて、海外消費者の目線で、情報の精査、発信力の向上や海外展開を積極的にサポートしております。

ここに、関係各位のご協力のもと、コ・ フェスタ2017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、10年以上続くコ・フェスタで培った知見、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2017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

日本のアニメ、マンガ、映画、音楽等のコンテンツは、クールジャパンを代表する要素であり、今後も更なる成長分野として期待されている。この成長を継続し、発展させていくためには、コンテンツの海外展開を通じた市場を拡大するとともに、コンテンツを主軸としたオープンイノベーションを促進し、関連産業への波及を生み出していくことが重要である。

このような観点から、本事業では、日本コンテンツに係るイベントのネットワーク構築を行い、コンテンツを主軸としたオープンイノベーションの在り方等を検討し、国内外に向けて情報発信することで、日本コンテンツの市場拡大につなげることを目的とする。

■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ある。

名　称：コ・フェスタ（JAPAN国際コンテンツフェスティバル）2017
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
2017年度参加イベント：国内外42イベント
2017年度総来場者数：約301万人（2018年3月28日時点　東京アニメアワードフェスティバル2018は集計中のため含まず）

●取組内容

・イベント連携事業

イベント間の協力体制を構築するビジネスマッチング連携会議の実施や、コンテンツとスポーツのコラボレーション、コンテンツを主軸とするオープンイノベーションを促進するため、コンテンツ産業と他産業との連携を図る施策を行った。

・総合的な海外情報発信事業

海外で影響力を持つインフルエンサーや世界各国・地域からの留学生を組織化したコ・フェスタ アンバサダーによる各イベント取材とSNS等を通じたプロモーション、留学生アンバサダーの声を活用したマーケティングや、英語での日本コンテンツ情報サイト“JAPACON”を通しての海外情報発信を強化促進した。

■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2017実行委員会委員一覧

2017年8月15日時点（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 代表理事・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）
上田　良一	うえだ りょういち	日本放送協会 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 代表理事（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 取締役／株式会社セガホールディングス 代表取締役社長）
重村　博文	しげむら ひろふみ	一般社団法人 日本レコード協会 会長 （キングレコード株式会社 代表取締役会長）
野間　省伸	のま よしのぶ	株式会社講談社 代表取締役社長
久松　猛朗	ひさまつ たけお	東京国際映画祭 フェスティバル・ディレクター
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）
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）

川嶋　貴樹	かわしま たかき	内閣府 知的財産戦略推進事務局 次長
奈良　俊哉	ならとしや	総務省 官房審議官（情報流通行政局担当）
宮川　学	みやがわ まなぶ	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
藤原　章夫	ふじわら あきお	文化庁 文化部長
吉田　博史	よしだ ひろし	経済産業省 大臣官房審議官（IT戦略担当）
米村　猛	よねむら たけし	国土交通省 観光庁 観光地域振興部長
小沼　博靖	おぬま ひろやす	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 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

2018年1月9日時点

		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2017	9/21（木）～24（日）	幕張メッセ
	2	Japan Content Showcase 2017	10/23（月）～26（木）	池袋 サンシャインシティコンベンションセンター、渋谷エクセルホテル東急 TSUTAYA O-EAST、他
		第14回東京国際ミュージックマーケット（TIMM）	10/23（月）～25（水）	渋谷エクセルホテル東急 / TSUTAYA O-EAST
		TIFFCOM2017 Marketplace for Film&TV in Asia	10/24（火）～26（木）	池袋 サンシャインシティ コンベンションセンター
		東京国際アニメ祭2017秋（TIAF）	10/24（火）～26（木）	池袋 サンシャインシティ コンベンションセンター
	3	第30回東京国際映画祭	10/25（水）～11/3（金・祝）	六本木ヒルズ、EXシアター六本木（港区）、他
	4	AnimeJapan 2018	2018/3/22（木）～25（日）	東京ビッグサイト
オフィシャルイベント	1	KYOTO CMEX 2017	5/20（土）～12/3（日）	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、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	第20回文化庁メディア芸術祭 受賞作品展	9/16（土）～28（木）	NTTインターコミュニケーション・センター［ICC］、東京オペラシティ アートギャラリー、他
	3	CEATEC JAPAN 2017	10/3（火）～6（金）	幕張メッセ
	4	第44回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール	10/11（水）～18（水）	NHK放送センター、みんなの広場ふれあいホール
	5	Amazon Fashion Week TOKYO 2018 S/S	10/16（月）～22（日）	渋谷ヒカリエ、表参道ヒルズ、他
	6	国際ドラマフェスティバル in Tokyo 2017（東京ドラマアウォード2017）	10/26（木）・27（金）	東京プリンスホテル、千代田放送会館
	7	デジタルコンテンツEXPO 2017	10/27（金）～29（日）	日本科学未来館
	8	Tokyo Docs 2017	11/5（日）～8（水）	上智大学ソフィアタワー、JA共済ビル カンファレンスホール
	9	Inter BEE 2017	11/15（水）～17（金）	幕張メッセ
	10	2017国際ロボット展	11/29（水）～12/2（土）	東京ビッグサイト
	11	マンガフェスティバル in ベトナム	2018/1/26（金）～28（日）	ベトナム・ホーチミン　ニューワールド・サイゴン・ホテル　Japan Vietnam Festival会場
パートナーイベント	1	第33回ATP賞テレビグランプリ	7/14（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2017	7/15（土）～23（日）	SKIPシティ（埼玉県川口市）、彩の国さいたま芸術劇場、こうのすシネマ
	3	第42回湯布院映画祭	8/23（水）～27（日）	由布市湯布院町湯布院公民館
	4	C3 AFA TOKYO 2017	8/26（土）・27（日）	幕張メッセ
	5	京都国際マンガ・アニメフェア2017	9/16（土）・17（日）	みやこめっせ、京都国際マンガミュージアム
	6	第39回 PFF（ぴあフィルムフェスティバル）	9/16（土）～2018/4/29（日・祝）	東京国立近代美術館フィルムセンター、京都シネマ、福岡
	7	吉祥寺アニメワンダーランド2017	9/28（木）～10/9（月・祝）	吉祥寺駅周辺
	8	マジカル福島2017	10/1（日）～11/26（日）	福島県全域
	9	No Maps 2017	10/5（木）～15（日）	札幌市内各所
	10	きものサローネ in 日本橋2017	10/6（金）～8（日）	YUITO日本橋室町野村ビル、COREDO室町1 日本橋三井ホール
	11	第9回京都ヒストリカ国際映画祭	10/28（土）～11/5（日）	京都文化博物館、他
	12	MPTE AWARDS 2017 第70回表彰式	11/1（水）	六本木アカデミーヒルズ49　オーディトリアム
	13	第11回アジア国際子ども映画祭	11/25（土）	北海道北見市民会館
	14	第8回 映文連 国際短編映像映画祭「映文連アワード2017」	11/27（月）～30（木）	国立新美術館、ユーロライブ
	15	ヨコハマ・フットボール映画祭2018	2018/2/11（日）・12（月・振休）	横浜市開港記念館
	16	第6回まんが王国とっとり国際マンガコンテスト表彰式・マンガアワードSHOW	2018/2/24（土）	ANAクラウンプラザホテル米子
	17	東京アニメアワードフェスティバル2018	2018/3/9（金）～12（月）	池袋（新文芸坐、シネマサンシャイン池袋、池袋シネマ・ロサ、他）
海外パートナーイベント	1	Anime Expo2017	7/1（土）～4（火）	アメリカ　ロサンゼルス・コンベンション・センター
	2	HYPER JAPAN	7/14（金）～16（日）・11/24（金）～26（日）	イギリス・ロンドン　Olympia・Tobacco Dock
	3	2017年Comic Exhibition 漫画博覧会	8/10（木）～14（月）	台湾　台北世界貿易センター一号館
	4	C3 AFA JAKARTA 2017	8/18（金）～20（日）	インドネシア　ジャカルタ　JIEXPO
	5	JAPAN EXPO IN THAILAND 2017	9/1（金）～3（日）	タイ・バンコク　サイアムパラゴン パラゴンホール
	6	Japan Expo India 2017	11/3（金）～5（日）	インド・ニューデリー　ビグヤン・バワン展示会場
	7	C3 AFA SINGAPORE 2017	11/24（金）～26（日）	シンガポール　サンテック　コンベンションセンター
	8	India Gaming Show 2018	2018/1/19（金）～21（日）	インド バンガロール展示会場
	9	C3 AFA HONG KONG 2018	2018/2/9（金）～11（日）	香港コンベンション・アンド・エキシビジョン・センター
	10	Madman Anime Festival - Perth 2018	2018/3/2（金）～4（日）	オーストラリア パース コンベンション アンド エキシビジョン センター

（開催時期順）

2　会議及び広報制作物

2- i　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。

●開催概要
日　時：2017年8月1日（火）15:30～16:30
場　所：野村コンファレンスプラザ日本橋　5F大ホール
参加者：実行委員、随行者、百人委員、各イベント主催者傍聴者など64人
司　会：コ・フェスタ実行本部　映像産業振興機構・事務局次長　槙田寿文
議　長：コ・フェスタ実行委員長　大谷信義

●会議内容
１．事業主催 経済産業省による開会の挨拶
経済産業省 商務情報政策局 コンテンツ産業課長　山田仁

２．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９人紹介、実行委員長、副委員長の留任の報告と挨拶
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
　2017年8月1日時点のコア4イベント、オフィシャル11イベント、パートナー16イベント、海外パートナー9イベントの承認と内容説明

３．報告事項
・コ・フェスタ2017の取り組み
・コ・フェスタ百人委員会についての説明
・コ・フェスタ百人委員会委員長の挨拶
　三菱電機株式会社 相談役 下村節宏

４．関係各省庁よりコ・フェスタ2017へのメッセージ
　内閣府、総務省、外務省、文化庁、観光庁、東京都の6人からコ・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。

内閣府 知的財産戦略推進事務局 参事官	岸本織江
総務省 情報通信作品振興課長	豊嶋基暢
外務省 文化交流・海外広報課 上席専門官	高山美果
文化庁 文化部 芸術文化課 支援推進室長	柏田昭生
国土交通省 観光庁 国際観光課 新市場開発室長	箭野拓士
東京都 産業労働局 観光部 事業調整担当課長	二瓶伸

ゲスト挨拶
　KYOTO CMEX 実行委員会委員長、株式会社トーセ代表取締役会長 兼 CEO
　齋藤茂

コ・フェスタ実務担当事務局メンバー紹介

2-ii　ビジネスマッチング連携会議の実施

コ･フェスタイベントのJCS2017（TIMM、TIFFCOM、TIAF）とデジタルコンテンツEXPO2017（DCEXPO）、マンガフェスティバル in ベトナムの各事務局とコ・フェスタ事務局、経済産業省担当者での連携会議。

各イベントで行なってきたビジネスマッチング施策の知見の共有や、海外広報、海外バイヤーに関しての相互紹介などの連携から、今後のより効果的な運営につなげることを目的とした。

また、これら連携会議の参加イベント間の連携企画を実施した。

※詳細は　**3イベント連携事業－ｉ ビジネスマッチング連携会議の実施**　を参照のこと。

2-iii　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2017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

3　イベント連携事業

コ・フェスタ2017の主な取り組みであるイベント連携事業として以下の施策を実施した。

ⅰ：イベント間の協力体制を構築するビジネスマッチング連携会議の実施

2007年より実施してきたコ・フェスタでのイベントの集約、各イベント連携促進、業界ジャンルを超えた人的交流、分野横断的なビジネス展開、海外ビジネスマッチングのサポートなど10年間の知見を活かし、コ・フェスタイベントの中からビジネスマッチングに特化したイベントに対し、相互理解、情報交換、定例の会議、連携セミナーを実施。

ⅱ：コンテンツ×スポーツに関する方策の検討

2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会を見据えて、コンテンツとスポーツのネットワーク構築を図る。また、コンテンツとスポーツの連携のための方策を検討するため、日本コンテンツを海外スポーツイベントで活用して成功している事例のセミナーを実施した。

ⅲ：コンテンツを主軸とするオープンイノベーションの有り方の検討

将来のイベント間の連携や、コンテンツを中心とした多産業連携を促進するために、海外PR展開を希望する他業種の産業や全国の地方自治体等に対し、世界の日本文化関連イベントを紹介するマッチングイベントを実施した。

ⅳ：コ・フェスタ百人委員会

コ・フェスタを広く経済界から支援するため、日本を代表する様々な産業の企業103社が加盟している。

3- i　ビジネスマッチング連携会議の実施

コ・フェスタ2017イベントの中で、ビジネスマッチングに特化したJCS（TIMM、TIFFCOM、TIAF）、DCEXPO、マンガフェスティバルと連携し、それらのビジネスマッチング機会の効果が最大になるような取り組みを実施した。具体的には、日本発コンテンツに係る「ビジネスマッチング連携会議」の事務局を運営し、海外バイヤー情報の共有、相互理解、情報交換、連携企画促進などを目的とした全3回の会議や、各イベント期間中での共同連携セミナー等の実施である。

連携会議の課題

(1) 海外広報、海外バイヤーに関して、相互紹介などの連携を行う。
(2) ビジネスマッチング施策のノウハウを共有するため、2016～17年度の各イベントで実施した成功事例を紹介する。各事例より得られた知見を共有し、今後のより効果的な運営につなげる。
　①コンテンツ分野のマッチング
　　（例）ビジネスマッチング商談会、セミナー登壇者とのマッチング、他団体との共催、または協力によるビジネスマッチング等
　②コンテンツと他産業との連携を促進するためのマッチング
　　（例）シンポジウム、セミナー、パーティー、面談商談会、交流会等
(3) 連携会議の参加イベント間の連携企画を検討し実施する。

連携会議参加メンバー

14th TIMM事務局：（一財）音楽産業・文化振興財団（PROMIC）
TIFFCOM2017・JCS2017事務局：（公財）ユニジャパン
TIAF2017 事務局：（一社）日本動画協会（AJA）
DCEXPO2017事務局：（一財）デジタルコンテンツ協会（DCAJ）
マンガフェスティバル in ベトナム事務局：㈱角川メディアハウス
経済産業省
コ・フェスタ事務局：（特非）映像産業振興機構（VIPO）

スケジュール

第1回連携会議　2017年7月27日（木）13:30～15:30　映像産業振興機構 会議室にて
第2回連携会議　2017年9月11日（月）16:00～18:00　映像産業振興機構 会議室にて
10月下旬～11月上旬　各イベント期間中に連携セミナーの実施　各イベント会場にて
第3回連携会議　2018年2月26日（月）15:00～17:00　映像産業振興機構 会議室にて

第1回連携会議　2017年7月27日（木）13:30～15:30　映像産業振興機構 会議室にて
内容：
①参加イベント・参加者の紹介
　TIMM/TIFFCOM/JCS/TIAF/DCEXPO/マンガフェスティバル/経済産業省/コ・フェスタ事務局/VIPO
②本会議課題の共有
③2016年度の各イベント・団体でのビジネスマッチング施策実績の紹介
　TIMM/TIFFCOM/JCS/TIAF/DCEXPO/マンガフェスティバル/コ・フェスタ事務局/VIPO

第2回連携会議　2017年9月11日（月）16:00～18:00　映像産業振興機構 会議室にて
内容：
①各イベント海外バイヤー・プレスリストの紹介
　TIMM/TIFFCOM/JCS/TIAF/DCEXPO/マンガフェスティバル
②各イベントでのビジネスマッチング施策と連携の進捗状況中間報告
　TIMM/TIFFCOM/JCS/TIAF/DCEXPO/マンガフェスティバル/コ・フェスタ事務局
③オープンイノベーション事例紹介（モデレーター：コ・フェスタ事務局）
　コンテンツと他産業、伝統文化と先進技術、コンテンツの違う分野同士の連携事例を、当該事業者にプレゼンテーションしていただいた。「竹芝夏ふぇす」を実施したCip協議会、海外で先進技術を使用して海外での歌舞伎公演を成功させた松竹、地方テレビ局とアニメ制作会社がマッチングして地方の題材からTV番組制作を行なった例をDCAJの担当者が来場し説明いただいた。

●エリアマネジメントと次世代先進技術を融合したまちづくり社会実験
（一社）CiP協議会

・「竹芝夏ふぇす　TAKESHIBA Seaside Music&Dining」
　2017年8月23日（水）～25日（金）に竹芝客船ターミナルで開催。地域のまちづくりに向け、公共空間である竹芝ふ頭を活用する社会実験として、ベイサイドでJAZZと食事を楽しむだけでなく、「コンテンツ×デジタル」産業の国際ビジネス拠点となることを目指す「（仮称）竹芝地区開発計画」ならではの取り組みとして、ロボットやAIといった先進技術を、まちの活性化や課題解決に活用する可能性を検証。
・プロジェクターを活用した最新プロジェクションによる動く道案内表示
・フロアデッキへの映像コンテンツプロジェクションの演出
・メインステージのライブの映像のスイッチング・ 編集をリアルタイムで自動処理するシステムによる会場内ほかの場所への中継
・会場内に設置するカメラ搭載ロボットを遠隔地からスマートフォン等で操作し、その場にいるかのように楽しむ。

●伝統文化×ICT融合事例　松竹㈱経営企画部

・歌舞伎「Japan KABUKI Festival in Las Vegas」
伝統芸能と日本の最新テクノロジーを組み合わせた全く新しい日本独自の日本のエンターテインメントの創生。
2016年5月ラスベガスMGMグランド　デヴィッド・カッパーフィールド劇場での公演「獅子王-SHI-SHI-O- ”The Adventures of the Mythical Lion”」とベラージオホテル前人工湖での噴水ショー。噴水を吹き上げてつくりだすウォータースクリーンに、ホログラム映像で出現させるショーをチームラボが制作。
また、並行してMGMグランドで開催の「KABUKI LION Interactive Showcase」では、「3D KABUKI AVATAR」（パナソニック提供）、「Henshin（変身）Kabuki」（NTT提供）を展示。「3D KABUKI AVATAR」は、360度デジタルカメラを設置した簡易スタジオで3D写真の撮影ができ、歌舞伎俳優の本格的な振り付けを合成して、自分が歌舞伎俳優になったかのような動画が見られる。「Henshin（変身）Kabuki」は、歌舞伎の隈取のデザインをモチーフとして、さまざまな仕掛けが楽しめる“柱”を設置するもの。自分の選んだ隈取が、巨大な“お面”として映し出されたり、自分の顔と隈取が合成された画像を、“お面”としてお土産にできるようになっていた。
・超歌舞伎『今昔饗宴千本桜　はなくらべせんぼんざくら』(2016)、『花街詞合鏡（くるわことばあわせかがみ）』(2017)
　ニコニコ動画のユーザーから投稿されたボーカロイド（音声合成技術）楽曲の「千本桜」と歌舞伎の「義経千本桜」を融合。立体画像キャラクターの初音ミクと中村獅童が初競演。新作歌舞伎発のインターネット配信。ドワンゴと共に製作。超特別協力／技術協力NTT。

●コンテンツ×コンテンツ連携　DCAJ

・「戦隊ヒーロー　スキヤキフォース」
　コンテンツ×コンテンツ連携の成功事例として、DCAJが地方テレビ局とアニメ制作会社のマッチング事例を紹介。群馬テレビとStudio4℃が「すき焼き」の食材をキャラクター化したアニメーション作品を企画・制作。群馬県の協力を得て、群馬県で食材がすべて揃うことをアピールし、県が推進する「おもてなし料理」として盛り上げた。また、群馬テレビで、作品を繰り返しTV放送し群馬県内での作品の認知を高めるとともに、海外の各地域にてTV放送またはインターネット配信することで、効果的に群馬の魅力を世界へ発信。食材だけでなく、アニメーションに登場する名所・ 旧跡等の認知度も高め、群馬県内への観光客のインバウンド、食材の消費を増加させることで、地域経済の拡大に寄与した。

10月下旬～11月　共同連携セミナーの実施　内容詳細は次ページを参照のこと

第3回連携会議　2018年2月26日（月）15:00～17:00　映像産業振興機構 会議室にて
内容：各イベントのビジネスマッチングと連携セミナーの実施報告
　　TIMM/TIFFCOM/JCS/TIAF/DCEXPO/マンガフェスティバル/コ・フェスタ事務局/VIPO

各イベント連携企画　共同連携セミナー

●TIAF（JCS）×DCEXPO「コンテンツ×VRの最前線」セミナー

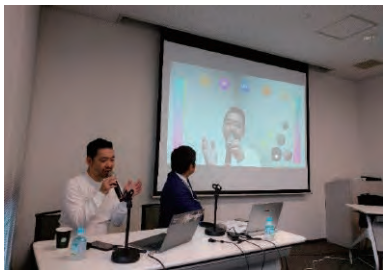
・日時：2017年10月24日（火）13:00〜14:30　TIAF（JCS）期間中
・会場：池袋サンシャインシティ コンベンションセンター5階 JCSセミナー会場セミナールーム3
・参加：42人　（国内67%／海外33%）
・内訳：音楽 10%　映画 17%　TV 26%　広告 7%　その他 40%
・開催内容：各種コンテンツ作品と新しいメディアとなっている「VR」のコラボによる事業化が多くなってきている。2017年7月より新宿にて開館した『VR ZONE SHINJUKU』に携わっているバンダイナムコエンターテインメント、および長崎のハウステンボスや渋谷のアドアーズにVRコンテンツを納入しているハシラスにお話し頂いた。
・登壇者：3人
　小山 順一朗　㈱バンダイナムコエンターテインメントAM事業部 エグゼクティブプロデューサー
　田宮 幸春　㈱バンダイナムコエンターテインメントAM事業部 AMプロデュース1部プロデュース4課 マネージャー
　安藤 晃弘　㈱ハシラス 代表取締役社長、（一社）ロケーションベースVR協会　代表理事
・連携内容：TIAF×DCEXPO。DCEXPOよりコンテンツ作品とVRのコラボによる事業化の成功事例にふさわしい登壇者の紹介。

●JCS×DCEXPO　コ・フェスタ2017主催オープンイノベーションセミナー「エンタテインメント×最新テクノロジー」

・日時：2017年10月24日（火）15:30〜16:30
・会場：池袋サンシャインシティ コンベンションセンター5階 JCSセミナー会場セミナールーム3
・参加：29人
・内訳：TV 6人　映画 5人　映像制作 2人　WEB 2人 音楽 2人　広告代理店 2人　アニメ 1人　海外コンテンツ企業 3人など
・開催内容：IPを持った出展者のコンテンツ事業者と、デジタルコンテンツEXPOに参加するテクノロジーを持った事業者とのマッチングによるIPを利用した新しいテクノロジーによるサービスの実現を目標に、アニメなどのIPを活用できるコンテンツ技術（特にVR/AR）を持つ以下の3者によるセミナーを実施。各者からプレゼンテーションしていただいた。また、3者はJCS/TIFFCOMブースに開催期間の3日間出展した。出展の商談総件数は40件、うち海外企業との商談は14件。成約予定は国内・海外それぞれ1件の計2件となった。2018年1月末時点、本セミナーがきっかけで、スピーカーの㈱エクシヴィとGugenka® from㈱シーエスレポーターズが連携して新たなビジネスを成立させたという有益な連携がなされた。
・登壇者：4人
　(1) 三上 昌史　Gugenka® from㈱シーエスレポーターズ　Gugenka® 事業統括プロデューサー／専務取締役
　「Re：ゼロから始める異世界生活」のキャラクターの膝枕体験ができるVRや、「ARKit」を使ったARフィギュアアプリ「HoloModels™（ホロモデル）」などを展示。
　(2) 室橋 雅人　ビジュアルディレクター
　近藤 義仁　㈱エクシヴィ　代表取締役社長
　リアルタイムにVR空間内で映画撮影ができる「映画ツクール -Make it Film!-」や、VR空間内で楽しくアニメを作れる「PlayAniMaker」を展示。
　(3) 阿曽 直貴　㈱LIVE2D　チーフプログラマ
　2Dデザイナーの作画を3D空間にありのまま存在させることを世界で初めて実現したソフトウェア「Live2D Euclid」を展示
・連携内容：JCS/TIFFCOM×DCEXPO×コ・フェスタ。DCEXPOからスピーカーをセミナーに招聘し、また、よりJCS来場者にリーチするために最新技術のデモンストレーション・紹介等TIFFCOMブースにて出展した。

●TIMM × TIFFCOM × TIAF 合同セミナー　@JCS
「日本発、世界標準ミュージカル2.5次元ミュージカルの可能性」
・日時：2017年10月25日（水）12:00〜13:30　JCS期間中
・会場：池袋サンシャインシティ コンベンションセンター5階 JCSセミナー会場セミナールーム1
・参加：80人（国内74%／海外26%）
・内訳：音楽 26%　映画 17%　TV 17%　ゲーム 12%　アニメ 11%　広告 5%　その他 12%
・開催内容：日本が誇る漫画、アニメ、ゲームを原作とした舞台化の総称である2.5次元ミュージカル。国内外での認知も急速に高まり、インバウンド対策も積極的に行っている。ライブエンタテイメントである舞台コンテンツと音楽、映像との関係性、国内外における今後の可能性などを日本2.5次元ミュージカル協会の2人の理事が語った。
・登壇者：2人
松田 誠　（一社）日本2.5次元ミュージカル協会 代表理事／㈱ネルケプランニング 代表取締役会長／演劇プロデューサー
中山 晴喜　（一社）日本2.5次元ミュージカル協会 理事／㈱マーベラス 代表取締役会長 兼 社長 CEO／（公財）中山隼雄科学技術文化財団理事長
・連携内容：TIMM × TIFFCOM × TIAF。3団体にてテーマ・登壇者等を相談し、実施IPコンテンツの活用とミュージカルの海外展開、音楽との関係性等を出展社及び来場者＆バイヤー等に展開。

●14thTIMM（JCS）× START ME UP AWARDS　presents "エンターテック交流会"



・日時：2017年10月25日（水）12:00〜15:00　TIMM（JCS）期間中
・会場：渋谷Hikarieカンファレンス RoomD
・参加：29人
・内訳：日本レコード会社 2人、日本アーティストマネジメント 2人、日本イベント制作 2人、日本映像配給 3人、日本広告関係 2人、中国配信事業者 8人、香港音楽系団体 1人、IT・スタートアップ系企業 4人、留学生 4人（キルギス・ベトナム・モンゴル・中国）、日本学生 1人
・開催内容：デジタルコンテンツEXPO内で開催されている「START ME UP AWARDS（SMUA）」はエンターテインメントに関する起業プロジェクトのコンペティションで、ユニークなエンタメ系起業アイデアが数多く輩出されている。SMUAは、音楽のマーケットであるTIMMに近い立場であり、SMUAで行われている音楽をはじめとするエンタメコンテンツとテクノロジーの融合をテーマにセミナーを実施した。
・登壇者：3人
山口 哲一　音楽プロデューサー/エンターテック・エバンジェリスト、㈱バグコーポレーション代表取締役
鈴木 貴歩　ParadeAll 代表取締役 エンターテック・アクセラレーター
文原 明臣　㈱nana music　代表取締役CEO
・連携内容：TIMM × DCEXPO。デジタルコンテンツEXPO内で開催されている「START ME UP AWARDS（SMUA）」からのスピーカー招聘。

●JCS × CoFesta コ・フェスタ 2017 主催「スポーツ×コンテンツ」海外展開成功事例セミナー
・日時：2017年10月25日（水）15:30〜16:30（JCS期間中）
・連携内容：JCS × コ・フェスタ。コンテンツホルダーが集結するJCSにおいて日本IPを海外スポーツイベントに活用した成功事例をコ・フェスタが紹介した。
内容詳細は　3- ii -①　を参照のこと

●マンガフェスティバル in ベトナム ビジネスデイ　JCS/DCEXPO/コ・フェスタ紹介
・日時：2018年1月26日（金）10:00〜21:00
・会場：ベトナム　ホーチミン　New World Saigon Hotel
・参加：272人　　ベトナム企業28社
・開催内容：マンガフェスティバル in ベトナム ビジネスデイでのビジネスマッチング会場にて、ベトナム現地参加の出版社・コンテンツ企業に対し、JCS（TIFFCOM/TIMM/TIAF）、DCEXPO、コ・フェスタを紹介するパネルやチラシを掲出・配布してPRした。
・連携内容：マンガフェスティバル in ベトナム × JCS（TIFFCOM/TIMM/TIAF）× DCEXPO × コ・フェスタ。各イベント情報を集約して掲出・配布。

3-ii　コンテンツ×スポーツに関する方策の検討　①セミナー開催

2020年の東京オリンピック･パラリンピック競技大会を見据えて、コンテンツとスポーツのネットワーク構築を図る、また、コンテンツとスポーツの連携のための方策を検討するというコ・ フェスタ2017の取り組みの一環として「Japan Content Showcase 2017」でのビジネスセミナーに「スポーツ×コンテンツ」海外展開成功事例セミナーを実施した。

スポーツとコンテンツの融合事例として、主に東南アジアなどで定期的に開催されている、日本の人気キャラクターなどIPを採用したマラソンイベント「ファンラン」を紹介。「ポケモンラン」「ワンピースラン」などを成功事例に、エイベックス社が日本のコンテンツホルダーの企業に向けて海外進出のきっかけとして説明した。また、コ･フェスタ事務局からコ･フェスタ事業の取り組み等を説明した。講演の最後に、マーケティング方法や今後の開催予定等について受講者5人から質問があり、活発な質疑応答となった。

セミナー受講者は33人。受講者の主な業界は、放送、音楽、アニメ、芸能、キャラクター、広告代理店などのコンテンツ企業の他、地方自治体からも出席があった。本セミナーは日本語のみであったが、中国や台湾など海外コンテンツ企業も5人の受講があった。セミナー直後のアンケートでは5社がプレゼンターのエイベックス社からのコンタクトを希望した。受講者の理解度は92%、有益度は85%と高い評価を得たセミナーとなった。

コ・フェスタ2017主催「スポーツ×コンテンツ」海外展開成功事例セミナー

開催概要

日時：2017/10/25（水）15:30～16:30　Japan Content Showcase 2017開催期間中［2017/10/23（月）～26（木）］
会場：池袋サンシャインシティ　コンベンションセンター　ワールドインポートマートビル5F　セミナールーム3
参加：33人／事前申込：33人／定員：85人　VIPOサイトにて事前申込
参加費：無料（ただしJCS参加費は別途）
内訳：TV 7人　アニメ 3人　音楽 3人　芸能 3人　官公庁・団体 3人　キャラクター 2人　広告代理店 2人　海外コンテンツ企業 5人　など

テーマと対象

コンテンツとスポーツの融合事例として、日本発IPの海外展開成功事例を紹介。
日本のコンテンツホルダーで、キャラクターなどIPを活用した海外展開を企画している企業を対象。

スピーカー

登壇者：藤田 和巳　エイベックス・アジア　ジェネラル・マネージャー
東京三菱銀行、三和総合研究所を経て2006年よりエイベックスに参画。2014年よりシンガポール駐在、シンガポールを中心に東南アジアにてコンサート、イベント事業に従事。コンテンツ関連では「ワンピースラン」、「ポケモンラン」、「ファイナル・ファンタジー・クラシックコンサート」等を実施。

モデレーター：槙田寿文　コ・フェスタ事務局（映像産業振興機構［VIPO］事務局次長）

3-ii　②ヨコハマ・フットボール映画祭2018
3-ii　③東京2020応援プログラム認定

3-ii　②ヨコハマ・フットボール映画祭2018

「ヨコハマ・フットボール映画祭2018」が、新たにパートナーイベントに加わった。

開催概要
日時：2018/2/11（日）・12（月・祝）
会場：横浜市開港記念館

ドキュメンタリーを含むフットボール＝サッカーやパラスポーツを題材にした映画を特集し上映する映画祭。今回が8回目の開催となる。日本では知られていない世界各地の作品が主である。各上映回には国内外からゲストを呼びサッカーに詳しいインタビュアーが質問する舞台挨拶やティーチインも行われた。地元横浜をはじめ首都圏の映画ファンとサッカーファンを取り込んだ祭典となった。

※イベントの詳細は、**5-iii コ・フェスタ2017パートナーイベント**　を参照のこと。

3-ii　③東京2020応援プログラム認定

「東京2020応援プログラム」認定を得るため、（公財）東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会 東京2020参画プログラム事務局に申請した。
コ・フェスタは「東京2020応援プログラム　オールジャパン世界への発信」の認定を受けた。

TOKYO 2020
応援プログラム
オールジャパン

東京2020応援プログラムは海外発信力強化支援プロジェクトとして活動している「平成29年度コンテンツ産業新展開強化事業」に付与されています。
コ・フェスタが支援している各種個別イベントはその対象ではありません 。

3-iii　コンテンツを主軸としたオープンイノベーション

ツーリズムEXPOジャパンにて他産業に向けてコ・フェスタ2017オープン・イノベーションセミナーを開催

コ・フェスタ2017の取り組みのひとつである「コンテンツを主軸としたオープンイノベーション」の一環として、東京お台場のビッグサイトで2017年9月に開催した「ツーリズムEXPOジャパン2017」内のツーリズム・プロフェッショナル・セミナーで海外文化発信イベントを活用するセミナーを開催した。国際オタクイベント協会（IOEA）佐藤一毅代表に海外における有力なイベントや見本市を紹介いただき、海外進出のヒントとなるコンテンツ利用成功事例を説明した。主に地方自治体観光協会、旅行代理店などからの参加があった。

コンテンツ以外の産業界の方が日本コンテンツをどのように活用して海外からの需要を開拓していくのか、具体的な事例を紹介、コンテンツと他産業との連携、オープンイノベーションのきっかけとなるセミナーとなった。

セミナー終了後の参加者アンケートでは、コ・フェスタをこの機会に知った方が70%以上、海外オタクイベントを初めて知った方は半数以上となった。

コ・フェスタの事業内容、海外における日本カルチャーを扱うイベントを広く周知できた。

【コ・フェスタ2017オープン・イノベーションセミナー】
海外文化発信イベントを活用したDMO、地方自治体の海外PRの秘策とは？
開催概要
日時：2017/9/22（金）14:30～15:30　ツーリズムEXPOジャパン開催期間中［2017/9/21（木）～24（日）］
会場：東京ビッグサイト　東4　セミナー1（商談室2）
参加：31人／事前申込：50人／定員：42人
参加費：無料
内訳：旅行代理店10人、映像・音楽コンテンツ3人、IT・WEB3人、広告代理店2人、地方自治体・大学3人　など

テーマと対象
今や世界中の人々を魅了する日本のカルチャー。世界各地には、その魅力を伝えるイベントが多数開催されている。

一般企業や地方自治体が、日本の誇るアニメ・ゲーム・キャラクター等のコンテンツを使って海外へアピールする機会も増加してきている。地方自治体にとって海外進出のヒントとなるコンテンツ利用成功事例と、世界各地の有力イベントの特長とそれぞれ地域の盛り上がり方、受け止め方等を、日本コンテンツ海外発信の第1人者が分かりやすくプレゼンテーションした。地方自治体をお客様にして海外への進出を売り込みたい旅行業者や海外イベントに関心のあるコンテンツ企業を対象とした。セミナー冒頭にはコ・フェスタ2017の取り組みや参加イベントを簡単に説明し、他産業の方々に広く告知した。

スピーカー
登壇者：国際オタクイベント協会（IOEA）代表　佐藤 一毅
1970年東京生まれ、筑波大学基礎工学類卒。Circle.ms代表として日本のマンガ・アニメイベントのネットインフラを支える。2006年、㈲サークルドットエムエス設立 取締役社長就任。2015年、国際オタクイベント協会設立より同協会代表に就任して現職。世界各地のオタクイベントを繋いだリアルなネットワークでオタク文化の振興・発展を目的として世界各国にて活動中。

モデレーター：コ・フェスタ事務局［映像産業振興機構（VIPO）］事務局次長　槙田寿文

3-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　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103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
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
ウシオエンターテインメントホールディングス株式会社
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
鹿島建設株式会社
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
株式会社クオラス
株式会社コーエーテクモゲームス
株式会社　講談社
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
株式会社サンリオ
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
株式会社手塚プロダクション
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
株式会社トーセ
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
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
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

（2017年10月3日時点 五十音順）

3-ⅴ　イベント連携の総括

コ・フェスタ2017においては、前述（3-ⅰ～ⅳ）と下記のように、多面的な連携ができた。また、そこから今後の課題が浮き彫りになった。

ビジネスマッチング連携事業では、コ・フェスタ2017のイベントとの従来の横との繋がりを一層緊密にして情報共有や共同連携セミナーを実施し、そこからコンテンツ産業だけではなく多方向に他産業との連携が計られた。共同連携セミナーで、国内企業だけではなく、海外、特に中国系企業の参加もあり、ネットワーキングの広がりを見せた。また、セミナーの共同運営により、各イベント主催者がお互いにイベント運用面での業務遂行方法を学べたことも収穫となった。

2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会を見据えてコンテンツとスポーツとの連携成功事例として、海外での日本IPを活用したスポーツイベントを紹介するセミナーを実施した。セミナー終了後でのアンケート調査では、アンケート回答者の85%が有益だったと回答、また、４割近くの人が「このセミナーをきっかけにファンランの実施や海外スポーツイベントとの連携をしてみたくなった」と答え、日本のコンテンツホルダー各社にとって有益な海外進出の先例紹介となったと思われる。

オープンイノベーションセミナーでは、通常はコンテンツ産業とのコネクションがない地方自治体や旅行代理店などの企業に対して、海外での日本関連のカルチャーイベントやコ・フェスタイベントなどの基本情報の提供とコンテンツ活用事例の周知を行うことができた。

また、百人委員会を通じて、各コ・フェスタイベントへコンテンツ業界内外の50社から視察が行われた。コンテンツ業界では、映画、音楽、テレビ、出版、新聞、広告代理店、玩具から最新テクノロジーのイベントへ、コンテンツ以外の業界では、商社、金融、建設、印刷など多岐にわたる業界からゲーム・最新テクノロジーのイベント、製造業・印刷から放送イベントの視察が行われ、分野横断的な連携を促進した。

今年度、上記事業を実施完了しての課題としては、セミナーや共同企画の集客のための情報告知作業を限られた時間の中で遂行したため、早い段階から丁寧に各関係団体と協力・分業して運営進行していれば更なる周知と集客につながったと思われる。

今後の課題としては、コ・フェスタイベントを通じて日本コンテンツ産業の海外発信のためには、引き続き、異ジャンル間や他産業との連携、他産業へのコンテンツ活用情報の提供と周知を恒常的に行っていくこと、時間をかけてマッチング連携全体のフレームワークを作り始め、実行に移すことが必要と思われる。

4- i　イベントの情報発信 WEB

①公式ホームページ（日英の2か国語）
www.cofesta.go.jp
　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。コ・フェスタFacebook、コ・フェスタアンバサダーFacebook、JAPACONサイト、YouTubeチャンネル（CoFesta Channel）とリンクしている。
　また、コ・フェスタイベントを初めとする、国内外の主な日本コンテンツ関連イベント、112件の情報をまとめたCoFestaイベント データベースを設置した。

内容：・コ・フェスタ2017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、2016年度実績報告書
・イベント データベース（CoFestaイベント データベース）
・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「CoFesta Channel」
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

④JAPACON
ホームページ：http://www.japancontent.jp/
Facebook：https://www.facebook.com/japancontent
内容：コ・フェスタイベントを初め、日本の最新コンテンツ情報を海外に発信するポータルサイト。Facebookは2018年3月28日時点で98万いいね！を獲得。
※詳細は　7 JAPACON　の項目参照のこと。

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 Facebook

4-ii　動画制作・配信

JAPACON 記事

Everyday Japan

Everyday Japan

Everyday Japan

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やYouTube CoFesta Channel他にて配信した。
   合計再生回数（2017/8/22-2018/3/28）：200,000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9回）を制作。YouTube CoFesta Channel、JAPACON、FRI、Amazing Japan、また、Weiboのマンガに関する投稿の多いインフルエンサー7人を通じて配信した。
   合計再生回数（2018/3/28現在）：1,178,721回（内訳は下記の通り）

①公式CoFesta Channel (YouTube)
https://www.youtube.com/channel/UCeiLC-CDu4cFbsvKTvHTu6w
再生回数（2018/3/28現在）：10,148回

②JAPACON Facebook
https://www.facebook.com/japancontent
再生回数（2018/3/28現在）：50,623回

③FRI Facebook
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（2018/3/28現在）：24,826回

④Amazing Japan Facebook
内容：海外向け日本コンテンツ情報配信
https://www.facebook.com/amazingjapan/
再生回数（2018/3/28現在）：53,124回

⑤Weiboのマンガ関連インフルエンサー、7人
-ACG动漫君　http://www.weibo.com/u/2686948620
-日本新鮮事　http://www.weibo.com/u/5502376170
-二次元娘　http://weibo.com/u/2528168852
-动漫行者　http://www.weibo.com/u/2154547207
-动漫基地　http://weibo.com/u/2080114694
-动漫宅菌　http://www.weibo.com/u/5669328912
-最基腐　http://weibo.com/u/2547371405
再生回数計（2018/3/22現在）：1,040,000回

4-iii　海外イベントとの連携「日本コンテンツに関するニーズ調査」

海外の大規模な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。2016年度の認定は3イベントだったが、2017年度は10イベントを認定した。これらイベントの参加者とコ・フェスタアンバサダーをはじめとする海外在住の外国人にアンケートを行ない、日本コンテンツに関するニーズ調査を実施した。

2017年度に新たに加わった海外パートナー8イベント（開催順）
HYPER JAPAN　（イギリス ロンドン）
C3 AFA JAKARTA 2017　（インドネシア ジャカルタ）
JAPAN EXPO IN THAILAND 2017　（タイ バンコク）
Japan Expo India 2017　（インド ニューデリー）
C3 AFA SINGAPORE 2017　（シンガポール）
India Gaming Show 2018　（インド バンガロール）
C3 AFA HONG KONG 2018　（香港）
Madman Anime Festival - Perth 2018　（オーストラリア パース）

2017年度に「日本コンテンツに関するニーズ調査」でアンケートを実施した海外パートナー6イベント（開催順）
C3 AFA JAKARTA 2017　（インドネシア ジャカルタ）
JAPAN EXPO IN THAILAND 2017　（タイ バンコク）
2017年Comic Exhibition 漫画博覧会　（台湾 台北）
C3 AFA SINGAPORE 2017　（シンガポール）
HYPER JAPAN　（イギリス ロンドン 11月開催分でのアンケート実施）
India Gaming Show 2018　（インド バンガロール）

※イベントの詳細は、**5-iii コ・フェスタ2017パートナーイベント**　を参照のこと

4-iii　海外イベントとの連携　**「日本コンテンツに関するニーズ調査」**

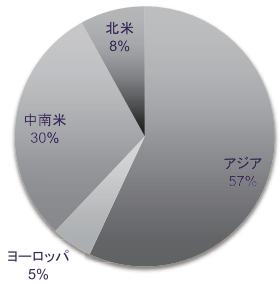
調査概要

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 ・6ヶ国語（英語、中国語、フランス語、スペイン語、インドネシア語、タイ語） ・選択式＋記述式、計17問
調査期間	2017年8月15日～2018年2月12日
回答数	①　1,741 ss ②　1,405 ss ③　61 ss 合計 3,207 ss（46ヵ国）

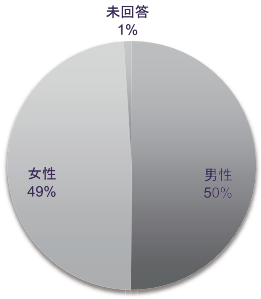
回答者属性

CoFesta

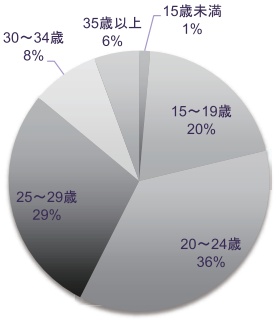
国籍



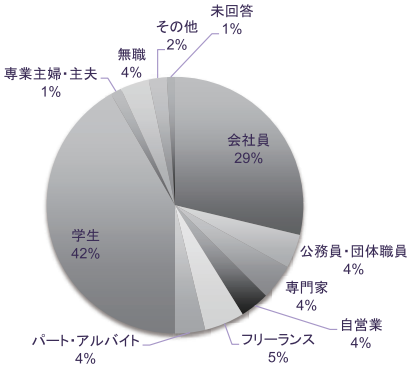
性別



年齢



職業



Copyright © CoFesta All rights reserved.

回答者属性（各地域の内訳）

（数字はn値）

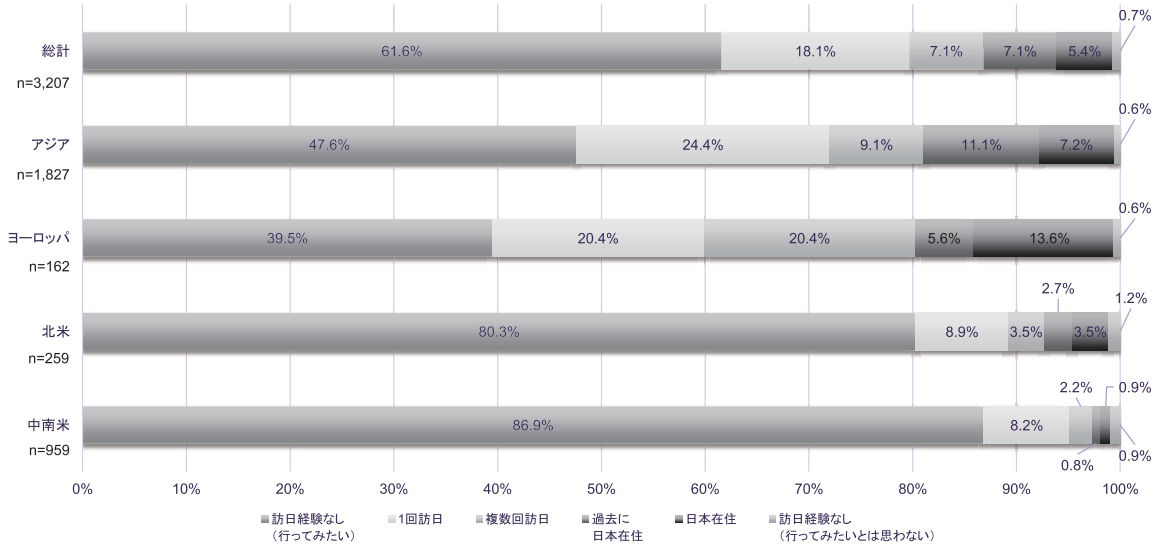
アジア	1,827	ヨーロッパ	162	北米	259
インドネシア	756	フランス	100	アメリカ合衆国	176
タイ	545	イギリス	34	カナダ	83
シンガポール	301	スペイン	7		
台湾	130	イタリア	4	**中南米**	**959**
マレーシア	33	ドイツ	3	メキシコ	777
インド	31	アイルランド	2	アルゼンチン	86
フィリピン	11	オランダ	2	チリ	46
バングラデシュ	4	トルコ	2	コロンビア	33
ベトナム	4	スイス	1	ペルー	7
ブルネイ	2	スウェーデン	1	ブラジル	3
ミャンマー	2	ノルウェー	1	グアテマラ	2
香港	2	ハンガリー	1	コスタリカ	2
中国	2	フィンランド	1	エクアドル	1
ウズベキスタン	1	ブルガリア	1	エルサルバドル	1
キルギス	1	ベルギー	1	ベネズエラ	1
パキスタン	1	ロシア	1		
モンゴル	1			**総計**	**3,207**

Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ― 訪日経験 ―

アジアでは2人に1人が訪日経験がある一方、北米・中南米は8割以上が「訪日経験なし（行ってみたい）」と答えた

訪日経験



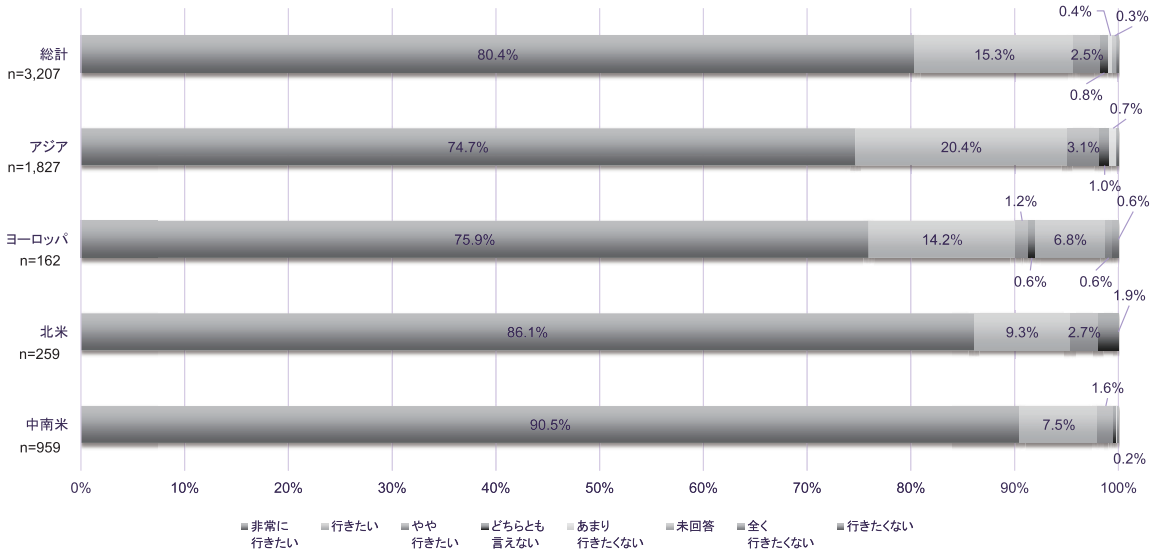
Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ― 訪日意向 ―

CoFesta

ほぼ全員（98%）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

訪日意向



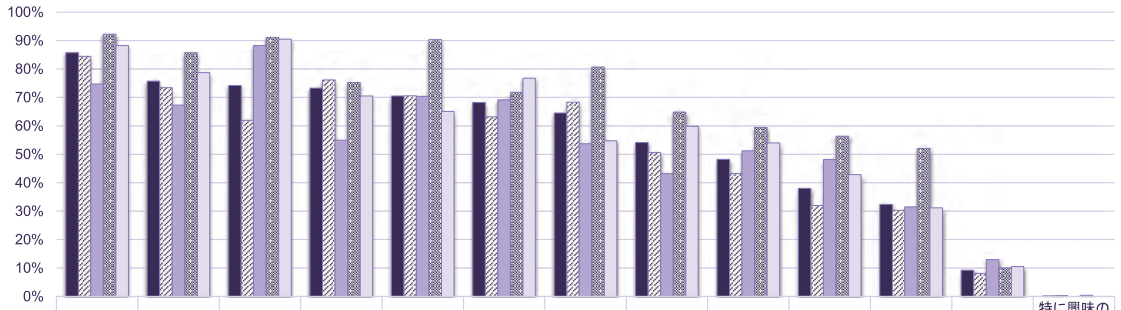
Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ― 日本への興味分野 ―

CoFesta

- **アニメはどの地域でも興味を持っている人が多い。**
- **ヨーロッパ・北米・南米では伝統文化や歴史に興味を持っている人が約9割と非常に高く、アジアではアニメ・マンガ・音楽の割合が高い。**
- **アジアは興味分野が明確である一方、ヨーロッパ・北米・南米では興味の幅が広い。**

日本の興味ある分野 *複数回答可



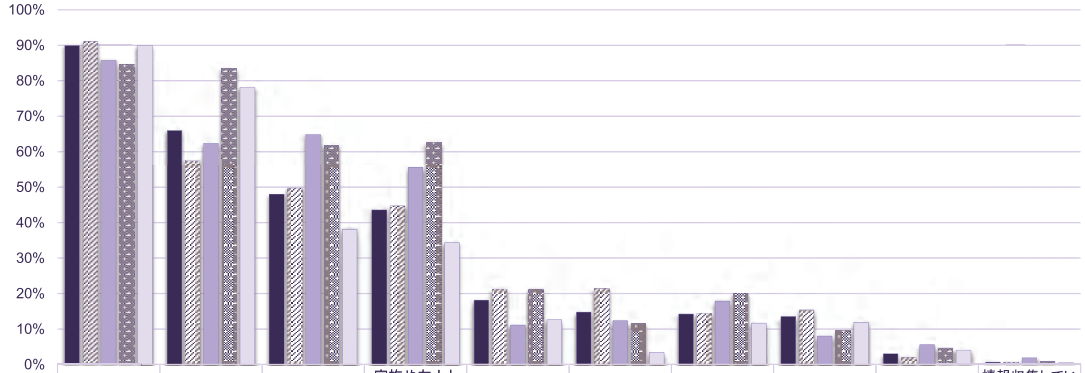
	アニメ	マンガ	伝統文化や歴史	音楽	食	観光	ゲーム	最新技術	映画	ファッション	テレビ	その他	特に興味のある分野はない
総計	1 85.7%	2 75.7%	3 74.2%	73.3%	70.5%	68.2%	64.5%	54.2%	48.2%	38.0%	32.4%	9.3%	0.2%
アジア	1 84.5%	3 73.5%	62.0%	2 76.1%	70.6%	63.2%	68.4%	50.6%	43.3%	32.0%	30.3%	8.2%	0.3%
ヨーロッパ	2 74.7%	67.3%	1 88.3%	54.9%	3 70.4%	69.1%	53.7%	43.2%	51.2%	48.1%	31.5%	13.0%	0.0%
北米	1 92.3%	85.7%	2 91.1%	75.3%	3 90.3%	71.8%	80.7%	64.9%	59.5%	56.4%	52.1%	10.0%	0.4%
中南米	2 88.2%	3 78.7%	1 90.5%	70.5%	65.1%	76.7%	54.7%	59.9%	54.0%	42.9%	31.2%	10.5%	0.0%

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、どの地域でもSNSが一番多く、次いで、動画サイト、Webサイトとなっている。
- 中南米では、SNSに次ぐ情報源は動画サイトが8割近く、他を引き離している。

情報収集源 *複数回答可



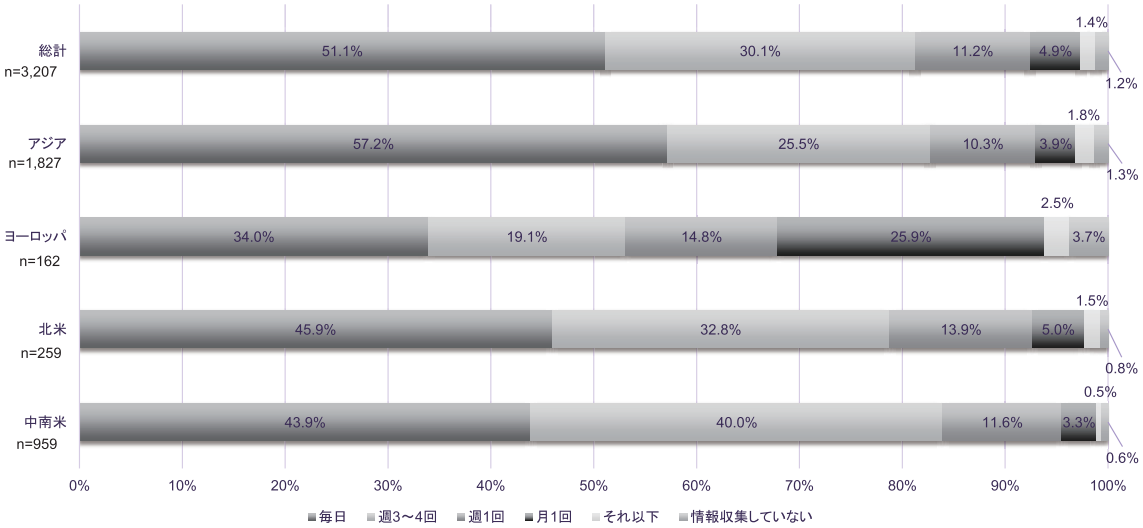
	SNS	動画サイト	その他Web	家族や友人との会話	TV番組	ライブ会場	雑誌	映画館	その他	情報収集していない
総計	① 89.9%	② 65.9%	③ 48.0%	43.6%	18.1%	14.8%	14.2%	13.5%	3.0%	0.7%
アジア	① 91.0%	② 57.4%	③ 49.8%	44.7%	21.2%	21.5%	14.4%	15.4%	2.0%	0.7%
ヨーロッパ	① 85.8%	③ 62.3%	② 64.8%	55.6%	11.1%	12.3%	17.9%	8.0%	5.6%	1.9%
北米	① 84.6%	② 83.4%	61.8%	③ 62.5%	21.2%	11.6%	20.1%	9.7%	4.6%	0.8%
中南米	① 90.0%	② 78.1%	③ 38.1%	34.3%	12.6%	3.3%	11.7%	11.9%	4.1%	0.5%

Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ― 日本コンテンツの情報収集頻度 ―

- 情報収集頻度は、全ての平均では毎日～週3・4回の人が約8割だが、ヨーロッパでは5割強に留まっている。

情報収集頻度



Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ― 好きな日本のコンテンツ ―

CoFesta

- 好きな日本のコンテンツは、「ONE PIECE」が最も多く、次いで「ドラゴンボール」「NARUTO -ナルト-」「Fate」「ファイナルファンタジー」がトップ5であった。
- 昨年TOP60に入っていなかった「ユーリ!!! on ICE」「君の名は。」が、16位、17位にランクインした。

順位	コンテンツ名	回答数
1	ONE PIECE	210
2	ドラゴンボール	159
3	NARUTO -ナルト-	142
4	Fate	133
5	ファイナルファンタジー	128
6	ラブライブ！	120
7	進撃の巨人	100
8	ポケットモンスター	87
9	スタジオジブリ	77
10	僕のヒーローアカデミア	75
11	新世紀エヴァンゲリオン	72
12	ソードアート・オンライン	69
13	美少女戦士セーラームーン	64
14	カードキャプターさくら	63
15	鋼の錬金術師	61
16	ユーリ!!! on ICE	57
17	君の名は。	52
18	銀魂	49
19	ペルソナ	47
19	食戟のソーマ	47
21	THE IDOLM@STER	46
22	東京喰種トーキョーグール	44
23	ワンパンマン	43
24	初音ミク	41
25	ゴジラ	39
25	機動戦士ガンダム	39

順位	コンテンツ名	回答数
27	AKB48	37
27	聖闘士星矢	37
29	ジョジョの奇妙な冒険	36
30	DEATH NOTE	35
30	犬夜叉	35
32	FAIRY TAIL	34
33	ゼルダの伝説	33
34	BLEACH	32
34	黒執事	32
36	HUNTER×HUNTER	30
37	ONE OK ROCK	29
38	L'Arc～en～Ciel	28
38	キングダムハーツ	28
40	ベルセルク	27
41	ハイキュー!!	25
41	任天堂	25
43	STEINS;GATE	24
43	コードギアス	24
43	仮面ライダー	24
46	グランブルーファンタジー	23
47	ドラえもん	22
47	文豪ストレイドッグス	22
47	魔法使いの嫁	22
50	刀剣乱舞	21
50	魔法少女まどか☆マギカ	21
50	名探偵コナン	21

※国別（サンプル数上位6ヵ国）の結果は、「参考資料」参照

※設問：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―

CoFesta

- 見てみたい・会ってみたい日本人は、昨年に続いて宮崎駿が圧倒的に多く、2位が鳥山明、4位が宮本茂と、ベスト10のうち半数がクリエイターであった。
- トップ50のうち約半数がアニメの関係者であった。（アニメーター、漫画家、声優、アニソン歌手など）

順位	人物名	回答数
1	宮崎駿	442
2	鳥山明	289
3	LiSA	165
4	宮本茂	130
5	尾田栄一郎	127
6	きゃりーぱみゅぱみゅ	105
7	ClariS	102
8	AKB48	93
9	宮野真守	78
10	新海誠	77
11	岸本斉史	75
12	小島秀夫	71
13	水樹奈々	67
14	EGOIST	64
15	Aimer	63
15	BNK48	63
17	Aqours	62
18	ONE OK ROCK	57
19	佐藤健	53
20	花澤香菜	49
21	CLAMP	46
22	鈴木このみ	45
23	武内直子	42
24	神谷浩史	41
25	宇多田ヒカル	40

順位	人物名	回答数
26	fripSide	36
26	GACKT	36
26	TrySail	36
26	村上春樹	36
30	山下智久	35
31	諫山創	34
31	水瀬いのり	34
33	ナノ	33
33	高橋留美子	33
33	諏訪部順一	33
33	欅坂46	33
37	久保帯人	32
38	GARNiDELiA	31
38	Kalafina	31
38	荒川弘	31
38	澤野弘之	31
42	FLOW	30
42	春奈るな	30
44	BABYMETAL	29
44	初音ミク	29
46	真島ヒロ	28
47	May'n	27
47	庵野秀明	27
47	浜崎あゆみ	27
50	DAOKO	26
50	松本潤	26

※国別（サンプル数上位6ヵ国）の結果は、「参考資料」参照

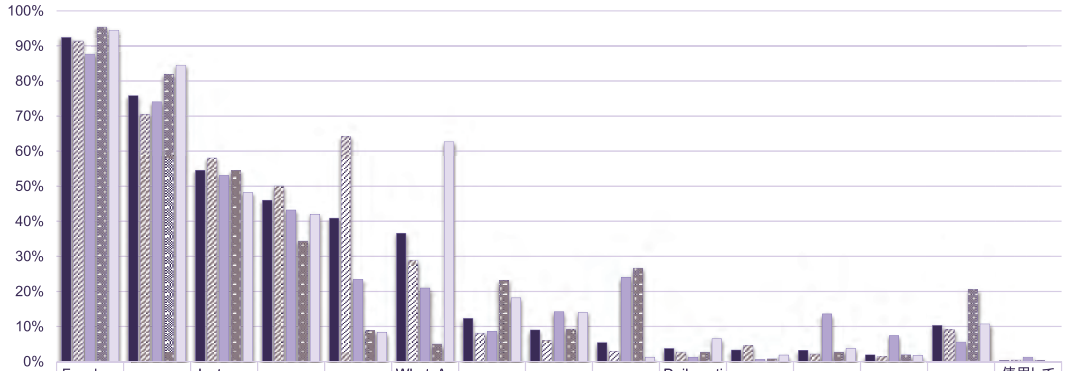
※設問：見てみたい・会ってみたい日本人（漫画家、映画監督、ゲームプロデューサー、芸能人、歌手など）は誰ですか。最大3名まで記載ください。

Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ― ソーシャルメディア利用状況 ―

- どの地域もFacebook、YouTubeの利用率が高く、特に北米・南米・アジアでは9割以上がFacebookを利用している。
- 3位以下は地域毎の特性があり、アジアはLINE、北米・ヨーロッパはInstagram、南米ではWhatsAppとなっている。

SNS利用状況 *複数回答可



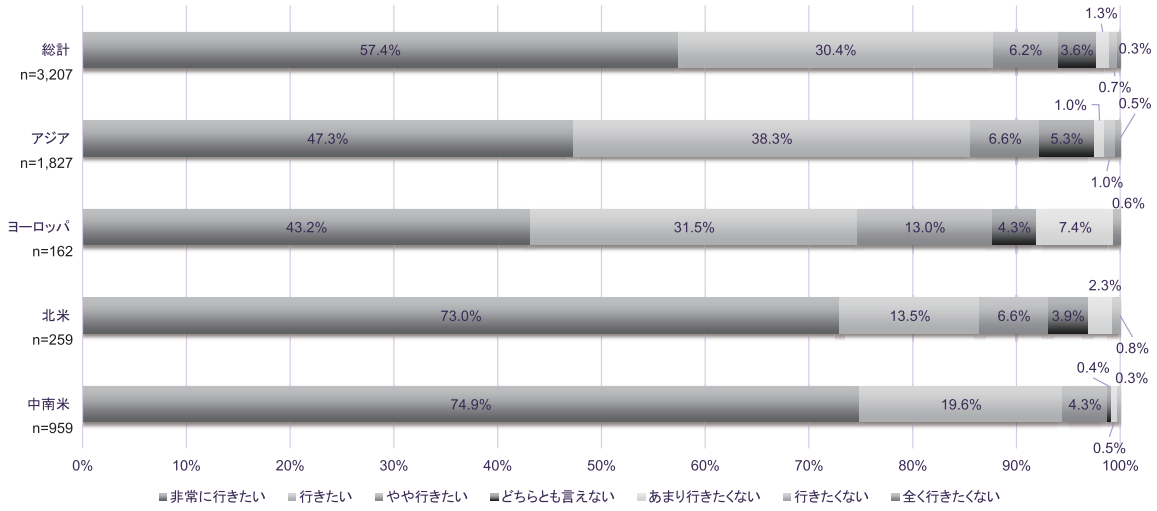
	Facebook	YouTube	Instagram	Twitter	LINE	WhatsApp	Tumblr	Pinterest	Snapchat	Dailymotion	bilibili	Skype	LinkedIn	その他	使用していない
総計	1 92.5%	2 75.8%	3 54.5%	46.0%	40.9%	36.6%	12.3%	9.0%	5.4%	3.7%	3.3%	3.2%	1.9%	10.3%	0.3%
アジア	1 91.4%	2 70.6%	58.0%	50.0%	3 64.1%	28.8%	8.1%	5.9%	2.8%	2.7%	4.6%	2.1%	1.5%	9.1%	0.4%
ヨーロッパ	1 87.7%	2 74.1%	3 53.1%	43.2%	23.5%	21.0%	8.6%	14.2%	24.1%	1.2%	0.6%	13.6%	7.4%	5.6%	1.2%
北米	1 95.4%	2 81.9%	3 54.4%	34.4%	8.9%	5.0%	23.2%	9.3%	26.6%	2.7%	0.8%	2.7%	1.9%	20.5%	0.4%
中南米	1 94.5%	2 84.5%	48.2%	42.0%	8.3%	3 62.7%	18.1%	14.0%	1.3%	6.5%	1.9%	3.8%	1.8%	10.7%	0.0%

Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ― 日本でのコンテンツ・イベント参加意向 ―

- 全体では9割近い人が日本で行われるコンテンツ関連イベントに「非常に行きたい」と回答した。
- 北米・中南米では7割以上の人が「非常に行きたい」と回答したが、訪日経験者が少ないことと相まっているものと思われる。

イベント参加意向



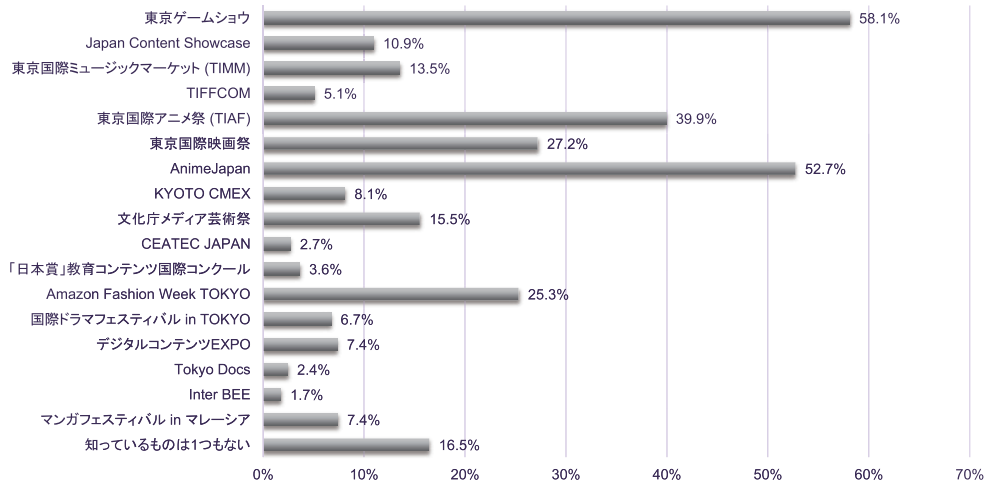
Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ― コ・フェスタイベント認知 ―

- 全体では、東京ゲームショウ、AnimeJapanの認知度が高く、どちらも過半数を超えている。
- 当然のことながら、BtoCのイベントの認知度は高い。

コ・フェスタイベント認知（全体）

n=3,207 *複数回答可



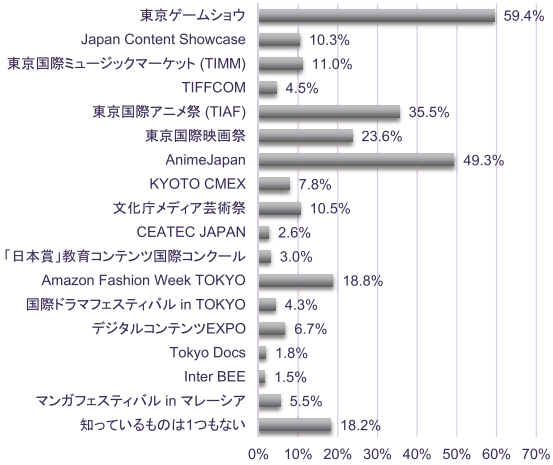
Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ― コ・フェスタイベント認知(地域別) ―

ヨーロッパでは他地域に比べて、東京ゲームショウ、東京国際映画祭、Amazon Fashion Week Tokyo,の認知度が高いが、アジアではAmazon Fashion Week Tokyo, 東京国際映画祭は比較的低めである。

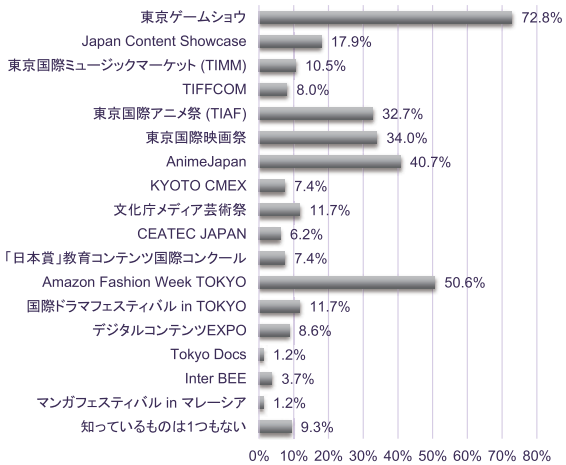
コ・フェスタイベント認知（アジア）

n=1,827 *複数回答可



コ・フェスタイベント認知（ヨーロッパ）

n=162 *複数回答可



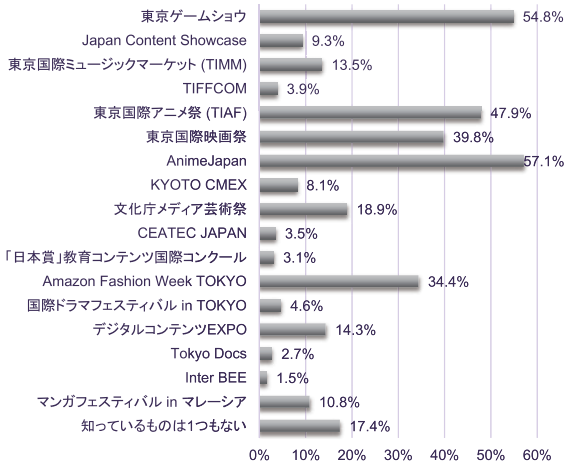
Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果 ― コ・フェスタイベント認知(地域別) ―

北米・中南米では、ヨーロッパ同様、Amazon Fashion Week Tokyo, 東京国際映画祭が比較的高い。

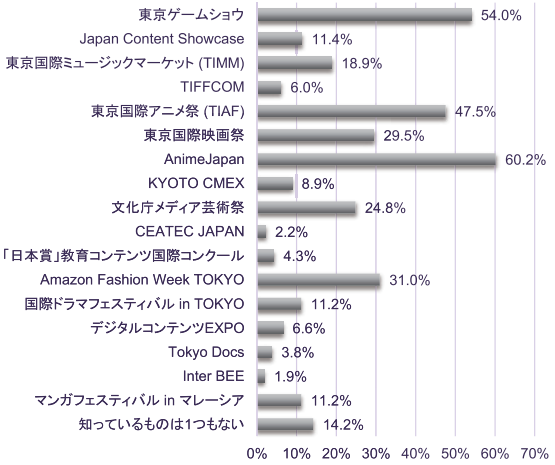
コ・フェスタイベント認知(北米)

n=259 *複数回答可



コ・フェスタイベント認知(中南米)

n=959 *複数回答可



Copyright © CoFesta All rights reserved.

＜参考資料＞

■好きな日本のコンテンツ
■見てみたい・会ってみたい日本人
（国別 －サンプル数上位6か国）

CoFesta
日本のコンテンツを世界へ!

Copyright © VIPO All rights reserved.

調査結果（インドネシア） —好きな日本のコンテンツ、見てみたい・会ってみたい日本人—

《好きな日本のコンテンツ》

順位	コンテンツ	回答数
1	アニメ	133
2	音楽	97
3	ゲーム	60
4	Fate	53
5	ラブライブ！	48
6	映画	46
7	漫画	43
8	声優	35
9	ペルソナ	25
10	コスプレ	23
11	ソードアート・オンライン	21
11	THE IDOLM@STER	21
13	アニソン	20
14	ボーカロイド	18
14	初音ミク	18
16	グランブルーファンタジー	17
16	歌い手	17
18	アイドル	16
19	ファイナルファンタジー	14
20	ガンダム	13
20	化物語	13
22	食戟のソーマ	12
23	ワンピース	11
23	艦隊これくしょん	11
23	銀魂	11
23	日本文化	11
23	僕のヒーローアカデミア	11
28	ノーゲーム・ノーライフ	10
29	ヴァイオレット・エヴァガーデン	8
29	ユーリ!!! on ICE	8
31	BanG Dream!	7
31	EGOIST	7
31	この素晴らしい世界に祝福を！	7
31	ノーゲーム・ノーライフ ゼロ	7
31	パフォーマンスアーティスト	7
31	フィギュア	7
31	ライトノベル	7
31	進撃の巨人	7
31	漫画家・イラストレーター	7
31	BORUTO-ボルト-	7
31	ClariS	7
42	LiSA	6
42	キングダムハーツ	6
42	グッズ	6
42	冴えない彼女の育てかた	6
42	賭ケグルイ	6
42	刀剣乱舞	6
42	魔法科高校の劣等生	6
42	ポケットモンスター	6
42	㈱グッドスマイルカンパニー	6

《見てみたい・会ってみたい日本人》

順位	人物名	回答数
1	LiSA	110
2	ClariS	61
3	EGOIST	60
4	Aimer	39
5	TrySail	31
6	Aqours	30
6	鈴木このみ	30
8	春奈るな	27
9	fhána	23
9	水樹奈々	23
11	花澤香菜	21
11	水瀬いのり	21
13	Kalafina	20
13	澤野弘之	20
15	西沢幸奏	18
16	fripSide	17
16	GARNiDELiA	17
16	ONE OK ROCK	17
16	やなぎなぎ	17
20	ナノ	16
21	Flow	15
21	supercell	15
21	宮野真守	15
24	SPYAIR	14
24	初音ミク	14
26	高橋李依	13
26	佐香智久	13
28	さユり	12
28	諏訪部順一	12
28	藍井エイル	12
31	After the Rain	11
31	Linked Horizon	11
31	PENGUIN RESEARCH	11
31	RADWIMPS	11
31	T.M.Revolution	11
31	小栗旬	11
31	神谷浩史	11
31	東山奈央	11
31	米津玄師	11
40	BABYMETAL	10
40	HoneyWorks	10
40	SCANDAL	10
40	ワルキューレ	10
44	BACK-ON	9
44	Goose house	9
44	GRANRODEO	9
44	JAM Project	9
44	YUI	9
44	えなこ	9
44	まふまふ	9
44	雨宮天	9
44	早見沙織	9

Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果（タイ） —好きな日本のコンテンツ、見てみたい・会ってみたい日本人—

《好きな日本のコンテンツ》

順位	コンテンツ	回答数
1	アニメ	285
2	音楽	163
3	マンガ	162
4	ゲーム	159
5	映画	141
6	観光	94
7	日本文化・歴史	56
8	料理	55
9	就職	22
9	留学	22
11	アイドル	21
12	日本のグルメ(和食、和菓子等)	18
13	ドラマ	15
13	教育	15
15	芸能人	11
15	日本製品	11
17	舞台	9
18	コスプレ	8
18	ワンピース	8
18	声優	8
21	刀剣乱舞	7
22	アニソン	6
23	アート	5
23	おもちゃ	5
23	テクノロジー	5
23	ファッション	5
23	フィギュア	5
28	BNK48	4
28	お土産	4
28	歌手	4
28	学校・大学	4
28	小説	4
28	日本の生活	4
34	Jpop	3
34	Jrock	3
34	ガンダム	3
34	スタジオジブリ	3
34	ラブライブ！	3
34	化粧品	3
34	仮面ライダー	3
34	最新・人気テレビ番組(アニメ以外)	3
34	最先端技術	3
34	切符	3
34	本	3
34	名探偵コナン	3
46	2.5次元舞台	2
46	Fate	2
46	NARUTO -ナルト-	2
46	アイドリッシュセブン	2
46	アニメ・漫画グッズ	2
46	くまもん	2
46	ジャニーズ	2
46	ショッピング	2
46	ボーカロイド	2
46	ホテル	2
46	マスコット	2
46	ライトノベル	2
46	ワークショップ(折り紙や簡単な料理の作りなど)	2
46	映像	2
46	建築	2
46	祭り	2
46	日本語	2
46	俳優	2
46	魔法少女まどか☆マギカ	2

《見てみたい・会ってみたい日本人》

順位	人物名	回答数
1	AKB48	69
2	BNK48	63
3	WORLD ORDER	20
3	尾田栄一郎	20
5	ONE OK ROCK	15
5	山下智久	15
7	Hey! Say! JUMP	14
7	青山剛昌	14
9	山崎賢人	13
9	欅坂46	13
11	May'n	12
12	くまモン	11
13	Perfume	10
13	宇多田ヒカル	10
13	坂口健太郎	10
13	新垣結衣	10
13	乃木坂46	10
18	ドラえもん	9
18	宮野真守	9
18	黒羽麻璃央	9
18	佐藤健	9
18	漫画家	9
23	ClariS	8
23	LiSA	8
23	新海誠	8
23	西野カナ	8
23	染谷俊之	8
23	嵐	8
29	JAM Project	7
29	NMB48	7
29	SEKAI NO OWARI	7
32	SPYAIR	6
32	X JAPAN	6
32	三浦春馬	6
32	小野大輔	6
32	水樹奈々	6
32	声優	6
38	Aimer	5
38	BABYMETAL	5
38	Flow	5
38	KAT-TUN	5
38	RADWIMPS	5
38	SCANDAL	5
38	Taka (ONE OK ROCK)	5
38	モーニング娘。	5
38	亀梨和也	5
38	芸能人	5
38	佐香智久	5
38	神谷浩史	5
38	諏訪部順一	5
38	中島裕翔	5
38	和楽器バンド	5

Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果（シンガポール）—好きな日本のコンテンツ、見てみたい・会ってみたい日本人—

《好きな日本のコンテンツ》

順位	コンテンツ	回答数
1	アニメ	77
2	ゲーム	42
3	マンガ	38
4	音楽	31
4	声優	31
6	映画	29
7	ラブライブ！	23
8	アイドル	18
8	アニソン	18
10	Fate	16
11	歌い手	12
12	THE IDOLM@STER	10
12	ヴァイオレット・エヴァガーデン	10
12	料理	10
15	Nil	8
15	あんさんぶるスターズ！	8
15	カラオケ	8
15	コスプレ	8
15	ソードアート・オンライン	8
15	ツキウタ。	8
21	アイドリッシュセブン	7
21	刀剣乱舞	7
21	欅坂46	7
21	ONE PIECE	7
25	AKB48	6
25	アーティスト	6
25	コンサート	6
25	食戟のソーマ	6
25	日本文化・歴史	6

順位	コンテンツ	回答数
30	B-PROJECT	5
30	Re:ゼロから始める異世界生活	5
30	アニメイト	5
30	ガンダム	5
30	ノーゲーム・ノーライフ	5
30	メイドカフェ	5
30	ユーリ!!! on ICE	5
30	初音ミク	5
30	同人誌	5
39	BanG Dream!	4
39	うたの☆プリンスさまっ♪	4
39	ガールズ＆パンツァー	4
39	この素晴らしい世界に祝福を！	4
39	ペルソナ5	4
39	ボーカロイド	4
39	ライトノベル	4
39	ワルキューレ	4
39	艦隊これくしょん	4
39	鋼の錬金術師	4
39	冴えない彼女の育て方	4
39	乃木坂46	4
39	文豪ストレイドッグス	4
39	僕のヒーローアカデミア	4
39	浴衣・着物レンタル	4

《見てみたい・会ってみたい日本人》

順位	人物名	回答数
1	ClariS	26
2	Nil	19
3	Aqours	18
4	LiSA	16
5	The Anime Man	15
5	柿原徹也	15
5	宮野真守	15
5	鈴木このみ	15
9	神谷浩史	14
9	水樹奈々	14
11	fripSide	13
11	蒼井翔太	13
11	欅坂46	13
14	AKB48	12
14	花澤香菜	12
16	安野希世乃	11
17	乃木坂46	10
18	まふまふ	9
18	松岡禎丞	9
18	豊永利行	9
21	KANAME☆	8
21	REIKA	8
21	えなこ	8
21	ナノ	8
21	茅野愛衣	8
21	石川由依	8
21	沢城みゆき	8

順位	人物名	回答数
28	luz	7
28	そらる	7
28	梶裕貴	7
28	茅原実里	7
28	小野大輔	7
28	諏訪部順一	7
28	木村良平	7
35	Aimer	6
35	baozi&hana	6
35	GARNiDELiA	6
35	高橋李依	6
35	増田俊樹	6
40	三森すずこ	5
40	小林裕介	5
40	新海誠	5
40	水瀬いのり	5
40	南條愛乃	5
40	尾田栄一郎	5
40	鈴木達央	5
47	DAOKO	4
47	Flow	4
47	Luce Twinkle Wink	4
47	May'n	4
47	TRUE	4
47	江口拓也	4
47	杉田智和	4
47	早見沙織	4
47	田村ゆかり	4
47	福山潤	4
47	北村諒	4
47	櫻井孝宏	4

Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果（フランス）—好きな日本のコンテンツ、見てみたい・会ってみたい日本人—

《好きな日本のコンテンツ》

順位	コンテンツ	回答数
1	ポケットモンスター	20
2	ONE PIECE	19
3	ファイナルファンタジー	13
4	スタジオジブリ	9
4	僕のヒーローアカデミア	9
6	NARUTO -ナルト-	8
6	進撃の巨人	8
8	ドラゴンボール	6
9	Bleach	5
9	映画	5
9	食戟のソーマ	5
12	カードキャプターさくら	4
12	キングダムハーツ	4
12	ドラマ	4
12	音楽	4
12	君の名は。	4
12	日本文化	4
12	名探偵コナン	4
19	ONE OK ROCK	3
19	ソードアート・オンライン	3
19	ハイキュー!!	3
19	ベルセルク	3
19	黒執事	3
19	日本のグルメ（和食、和菓子等）	3
19	任天堂	3

順位	コンテンツ	回答数
26	Hellsing	2
26	SEKAI NO OWARI	2
26	the Gazette	2
26	X JAPAN	2
26	ジャニーズ	2
26	ゼルダの伝説	2
26	ドラゴンクエスト	2
26	ファイヤーエムブレム	2
26	マンガ	2
26	暗殺教室	2
26	家庭教師ヒットマンREBORN!	2
26	銀魂	2
26	鋼の錬金術師	2
26	七つの大罪	2
26	新世紀エヴァンゲリオン	2
26	刀剣乱舞	2
26	魔法使いの嫁	2
26	聲の形	2

《見てみたい・会ってみたい日本人》

順位	人物名	回答数
1	宮崎駿	50
2	尾田栄一郎	15
3	鳥山明	12
4	新海誠	8
5	ONE OK ROCK	7
5	宮本茂	7
7	久石譲	6
8	きゃりーぱみゅぱみゅ	5
9	諫山創	4
9	佐藤健	4
9	細田守	4
12	SEKAI NO OWARI	3
12	the Gazette	3
12	宇多田ヒカル	3
12	荒川弘	3
12	山下智久	3
12	小畑健	3
12	北野武	3
19	BRADIO	2
19	Clamp	2
19	SPYAIR	2
19	Yoshiki	2
19	ナノ	2
19	浦沢直樹	2
19	古舘春一	2
19	植松伸夫	2
19	是枝裕和	2
19	赤松健	2
19	北条司	2
19	野村哲也	2
19	矢沢あい	2

Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果（アメリカ合衆国） —好きな日本のコンテンツ、見てみたい・会ってみたい日本人—

《好きな日本のコンテンツ》

順位	コンテンツ	回答数
1	ファイナルファンタジー	42
2	ONE PIECE	40
3	ドラゴンボール	23
4	スタジオジブリ	21
5	僕のヒーローアカデミア	20
6	Fate	19
7	ラブライブ！	18
8	鋼の錬金術師	17
9	NARUTO -ナルト-	16
9	ジョジョの奇妙な冒険	16
9	セーラームーン	16
9	ソードアート・オンライン	16
13	カードキャプターさくら	15
13	ゴジラ	15
15	ポケットモンスター	14
15	銀魂	14
15	新世紀エヴァンゲリオン	14
15	進撃の巨人	14
19	ユーリ!!! on ICE	13
19	仮面ライダー	13
21	ワンパンマン	12
22	ドラえもん	11
22	ペルソナ5	11
24	君の名は。	10
24	東京喰種トーキョーグール	10
26	コードギアス	9
26	フェアリーテイル	9
26	ボーカロイド	9

順位	コンテンツ	回答数
29	オーバーロード	8
29	キングダムハーツ	8
29	食戟のソーマ	8
32	STEINS;GATE	7
32	THE IDOLM@STER	7
32	ノーゲーム・ノーライフ	7
32	魔法使いの嫁	7
36	Aimer	6
36	AKB48	6
36	CLANNAD	6
36	ONE OK ROCK	6
36	アニメ	6
36	ニーア オートマタ	6
36	ポプテピピック	6
36	名探偵コナン	6
44	デスノート	5
44	艦隊これくしょん	5
44	機動戦士ガンダム	5
44	犬夜叉	5
44	黒執事	5
44	天元突破グレンラガン	5
44	任天堂	5
44	物語シリーズ	5
44	魔法少女まどか☆マギカ	5
44	嵐	5
44	狼と香辛料	5

《見てみたい・会ってみたい日本人》

順位	人物名	回答数
1	宮崎駿	114
2	鳥山明	44
3	宮本茂	31
4	きゃりーぱみゅぱみゅ	29
5	小島秀夫	19
6	新海誠	17
7	宇多田ヒカル	13
7	尾田栄一郎	13
9	荒川弘	12
10	佐藤健	11
11	花澤香菜	10
11	宮野真守	10
11	荒木飛呂彦	10
14	Aimer	9
14	岸本斉史	9
14	植松伸夫	9
17	LiSA	8
18	ONE OK ROCK	7
18	庵野秀明	7
18	真島ヒロ	7
18	野村哲也	7
22	clamp	6
22	横尾太郎	6
22	北野武	6
25	伊藤潤二	5
25	水瀬いのり	5
25	武内直子	5
25	堀越耕平	5
25	澤野弘之	5

順位	人物名	回答数
30	BABYMETAL	4
30	ClariS	4
30	マツコデラックス	4
30	高橋留美子	4
30	山下智久	4
30	水樹奈々	4
30	石田スイ	4
30	早見沙織	4
30	渡辺信一郎	4
30	奈須きのこ	4
30	浜崎あゆみ	4
41	ASIAN KUNG-FU GENERATION	3
41	YUI	3
41	ナノ	3
41	安部晋三	3
41	雨宮天	3
41	茅野愛衣	3
41	諫山創	3
41	細田守	3
41	三池崇志	3
41	山崎賢人	3
41	小倉唯	3
41	松本仁志	3
41	青山剛昌	3
41	青沼英二	3
41	川原礫	3
41	中元すず香	3
41	椎名林檎	3
41	渡辺直美	3
41	東山奈央	3
41	能登麻美子	3
41	浜田雅功	3
41	富野由悠季	3
41	福山潤	3
41	目黒将司	3
41	矢沢あい	3

Copyright © CoFesta All rights reserved.

調査結果（メキシコ） —好きな日本のコンテンツ、見てみたい・会ってみたい日本人—

《好きな日本のコンテンツ》

順位	コンテンツ	回答数
1	ONE PIECE	124
2	ドラゴンボール	120
3	NARUTO -ナルト-	109
4	セーラームーン	66
5	進撃の巨人	65
6	ファイナルファンタジー	53
7	新世紀エヴァンゲリオン	50
8	カードキャプターさくら	44
8	ポケットモンスター	44
10	スタジオジブリ	42
11	Fate	41
11	アニメ	41
13	鋼の錬金術師	38
14	君の名は。	34
15	聖闘士星矢	33
16	僕のヒーローアカデミア	31
17	DEATH NOTE	29
17	マンガ	29
17	犬夜叉	29
20	ゼルダの伝説	28
20	ユーリ!!! on ICE	28
20	ワンパンマン	28
23	FAIRY TAIL	27
23	東京喰種	27

順位	コンテンツ	回答数
25	L'Arc～en～Ciel	24
25	ゴジラ	24
27	AKB48	22
27	ラブライブ！	22
29	BLEACH	21
29	HUNTER×HUNTER	21
31	ソードアート・オンライン	20
31	ベルセルク	20
31	映画	20
34	音楽	18
34	黒執事	18
36	ONE OK ROCK	17
36	らんま1/2	17
36	銀魂	17
36	食戟のソーマ	17
40	ハイキュー	16
40	任天堂	16
42	ASIAN KUNG-FU GENERATION	15
42	X Japan	15
44	the GazettE	14
44	嵐	14
46	ジョジョの奇妙な冒険	13
46	ビデオゲーム	13
46	ボーカロイド	13
46	千と千尋の神隠し	13
50	マジンガーZ	12

《見てみたい・会ってみたい日本人》

順位	人物名	回答数
1	宮崎駿	279
2	鳥山明	226
3	宮本茂	90
4	尾田栄一郎	67
5	きゃりーぱみゅぱみゅ	65
6	岸本斉史	59
7	小島秀夫	43
8	新海誠	37
9	武内直子	36
10	CLAMP	34
11	村上春樹	31
12	高橋留美子	29
13	Gackt	27
13	諫山創	27
13	久保帯人	27
16	宮野真守	25
16	佐藤健	25
18	Hyde	21
18	車田正美	21
20	松本潤	20
21	LiSA	19
21	庵野秀明	19
23	L'Arc～en～Ciel	16
23	水樹奈々	16
25	真島ヒロ	15
25	浜崎あゆみ	15

順位	人物名	回答数
27	荒川弘	14
28	DAOKO	13
28	三浦春馬	13
30	梶浦由紀	12
30	荒木飛呂彦	12
30	椎やな	12
30	嵐	12
30	櫻井敦司	12
35	ONE OK ROCK	11
35	Perfume	11
35	宇多田ヒカル	11
35	植松伸夫	11
35	石田スイ	11
35	浅野いにお	11
41	伊藤潤二	10
41	羽生結弦	10
43	MIYAVI	9
43	YOSHIKI	9
43	古川雄輝	9
43	山岡晃	9
43	神谷浩史	9
43	平野綾	9
49	横尾太郎	8
49	久石譲	8
49	宮崎英高	8
49	三浦健太郎	8
49	山下智久	8
49	奈須きのこ	8

Copyright © CoFesta All rights reserved.

iv インフルエンサーを活用した情報発信

1. 中国向け施策
2. ラテンアメリカ向け施策
3. インドネシア向け施策
4. まとめ

1. 中国向け施策

内容

■実施目的

元アニメ漫画ライターで、日本文化や日本コンテンツ、旅行、グルメなどの投稿で人気のインフルエンサー、甜甜（テンテン）を起用し、自身が持っている各ソーシャルメディアチャンネル（Weibo、 Miaopai、Youku 等）にて投稿、東京ゲームショーの魅力をわかりやすく伝える。

また、甜甜の動画を、日本やアニメ関連のフォロワーを多く持つ、Weiboのインフルエンサーに拡散してもらう（リツイート）ことで、さらに広く伝えていく。

■ターゲット

ゲームショウ、アニメ、ゲーム等の日本のコンテンツ、日本のポップカルチャーや旅行等に興味を持っている方

■インフルエンサー

・Tokyotube甜甜（Weiboフォロワー103万、Miaopaiフォロワー103万、他）
・動画拡散インフルエンサー：5人（Weibo）

■動画内容：

東京ゲームショウ レポート

■投稿日：

2017年10月6日

1．中国向け施策

インフルエンサープロフィール

基本情報	
名前（ハンドル名）	**Tokyotube甜甜**
Weibo	フォロワー数 1,037,000人 http://weibo.com/tiantianmanhua
bilibili	フォロワー数 75,000人 http://space.bilibili.com/4505501/#!/
Miaopai	フォロワー数 1,030,000人 https://goo.gl/gzNsj5
Tencent Video	https://goo.gl/MNkUBg
今日头条	https://goo.gl/ykcd56
Youku	https://goo.gl/K6DvJX

詳細情報		備考
年齢	20代	2017/10/17現在
キーワード	街中でインタビュー動画、商品の紹介動画	
カテゴリー	旅行、グルメ、美容	
コンテンツ視聴者像	日本に興味のある中国人、訪日リピーター、日本文化愛好家、旅行計画者	
経歴／特徴	早稲田大学商学部 羽田空港江戸プレスジャパンタレント 番組FanXFunアナウンサー 「日本に来て、良かった」漫画ライター	

1．中国向け施策

結果 (1)

視聴データ一覧						
サイト	リンク	閲覧数	再生数	リツイート	コメント	いいね数
Weibo	https://goo.gl/fXgSNg	1,170,000	230,000	419	96	91
Miaopai	https://goo.gl/7p7uSj		1,280,000		32	2387
Tencent Video	https://goo.gl/XLNpKf		10,000			
今日头条	https://goo.gl/ykcd56		11,000			1453
Youku	https://goo.gl/rZD4X5		34,493			
	合計	1,170,000	1,565,493	419	128	3,931

2. 中国向け施策

結果 (2) -コメント

ユーザーからのコメント＆質問
行けなくて本当に残念です！
行きたい、行きたい
今回、ホットスポット多いですね！
え、本当にゲームをやっています？
中国にも早く導入してほしい
かわいい子がいっぱいいます～
中国企業が日本でのゲームショーに出展できるのは誇りだと思う
一台（ゲーム）買いたい

1. 中国向け施策

動画拡散プロモーション (1) –実施概要

Weiboでの日本コンテンツ、日本、アニメ関連のインフルエンサーによる、動画拡散プロモーションを実施。

・インフルエンサー数： 5人

・インフルエンサージャンル： アニメ、ゲーム、日本、旅行など

・実施日 ：2017年10月12日

実施イメージ

公式Weiboでの動画配信

Weiboインフルエンサーによるリツイート

拡 散

1. 中国向け施策

動画拡散プロモーション (2) –結果

・一次リーチ数が103万以上と非常に高い拡散効果が得られた。

1インフルエンサーあたりの平均リーチ数も20万以上となり、この施策の平均と比べて4倍以上の拡散効果となった。

効果が高かった理由としては、拡散インフルエンサーとコンテンツの内容・質がマッチしたことが大きいと思われる。

・Tokyotube甜甜の投稿自体の総リーチ数も117万となり、幅広く情報が拡散された。

	動画再生回数
動画拡散プロモーション前	254,000
動画拡散プロモーション後	1,260,000
増加数	1,006,000

▼インフルエンサーごとの数値結果

アカウント名	ジャンル	フォロワー数	一次リーチ数	リーチ率	転送数	コメント数	いいね数
腐女大本营	アニメ／ゲーム	2,855,517	133,544	4.7%	3	0	133
动漫宅菌	アニメ／ゲーム	875,065	73,394	8.4%	0	1	27
日本零君	日本	3,958,789	234,016	5.9%	10	2	43
日本新鲜事	日本	1,091,552	452,429	41.4%	209	55	223
全球旅游攻略	旅行	2,778,298	136,650	4.9%	111	0	22
合計		11,559,221	**1,030,033**	13.1%	333	58	**448**

1. 中国向け施策

動画拡散プロモーション (3) –コメント

ほとんどが好意的なコメントだった。

中国語	日本語
日本动漫与VR游戏结合速度好快~令人惊叹	日本のアニメとVRゲームのコラボは早いですね。
下次活动是什么时间呀....还会再举行吗？其他的	次回のイベントはいつですか？これまだやっていますか？他のイベントはありますか？
我喜欢那个暗杀游戏~	この暗殺のゲームが好きです。
快来看！！！	早く見に行きましょう。
太诱人了！庆幸不在日本不然准把持不住	はまりました。日本にいれば、是非参加します。
好想体验暗杀教室的！！	暗殺教室の体験をやってみたいです。
有抽奖活动吗？	抽選キャンペーンはないのですか？
下次来个抽奖好了 电玩展本来以为是个宅男宅女区，不过它的ar，vr展区很吸引我！适合中国投资人	次回は抽選キャンペーンをやりましょう。ゲームショウはオタクだけが好きなものだと思っていましたが、ARとVRの技術に惹かれます。中国の投資者がこれについて興味を持ちそうです。

2. ラテンアメリカ向け施策

内容

■実施目的

ラテンアメリカ諸国の入口であるメキシコのインフルエンサーを起用することにより、ラテンアメリカ全般での、コ・フェスタ、及びコ・フェスタイベント、また、日本コンテンツの訴求を狙う。

テレビ・パーソナリティでもあり、人気動画番組のディレクター兼MCとしても活躍する、インフルエンサーのガブリエラ・メサの影響力により、日本コンテンツファンのみならず、ポップカルチャー、映画、観光などのコミュニティにも波及させる。

■ターゲット

日本コンテンツ全般、日本、アニメ、ゲーム、ポップカルチャー全般、新しいものに興味を持っている方

■インフルエンサー

ガブリエラ・メサ（YouTube、Twitter, Instagram、Facebook他、フォロワー計85万以上）

2. ラテンアメリカ向け施策

インフルエンサープロフィール

名前	**ガブリエラ・メサ（メキシコ）**
プロフィール	“Golden News” (テレビ番組) 司会アシスタント “Fuera de Foco” (Out of Focus) 監督・司会 “Fuera de Foco” ポッドキャスト 司会アシスタント SNSインフルエンサー
カテゴリー	ポップカルチャー、映画
コンテンツ視聴者	アニメ、ポップカルチャー、映画、連続テレビドラマ、ストリーミング番組+G12に関心のある人
SNSキーワード	ポップカルチャー、映画批評、テレビ批評、Tops/Lists, イベント記事・記者会見、インタビュー取材、お勧め, Netflix, Vlogs

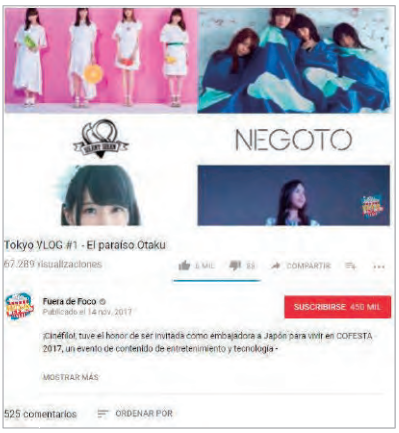
2017年10月現在

SNS	名前／ハンドルネーム	いいね数 フォロワー数	URL
YouTube	Fuera de Foco	450,736人	https://www.youtube.com/user/FueraDeFocoFRP
Twitter	Gaby Meza	110,000人	https://twitter.com/GabyMeza8
Instagram	Gaby Meza	111,900人	https://www.instagram.com/gabymeza8/
Facebook	Gaby Meza con Z	いいね数 92,353人 フォロワー数 93,256人	https://www.facebook.com/gabymezaconz8/
Facebook	Fuera de Foco	いいね数 97,277人 フォロワー数 97,795人	https://www.facebook.com/FueraDeFocoFRP/

2. ラテンアメリカ向け施策

結果 (1) -YouTube

視聴データ				
コンテンツ	リンク	視聴	いいね	コメント
Vlog #1	https://www.youtube.com/watch?v=Zl9vr6VvPpA	67,256	6,353	551
Vlog #2	https://www.youtube.com/watch?v=kFMsaWWs9K8	31,944	2,593	187
	合計	99,198	8,946	738



2. ラテンアメリカ向け施策

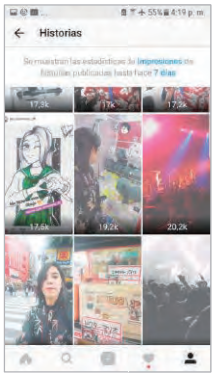
結果 (2) -Twitter

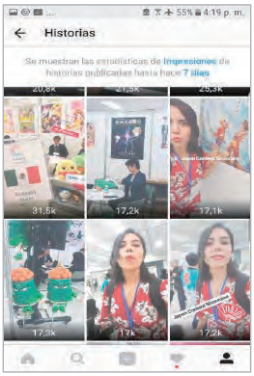
視聴データ一覧					
コンテンツ	リンク	インプレッション	いいね	リツイート	リプライ
10ツイート	https://twitter.com/GabyMeza8	37,567	9,886	492	101
	合計	37,567	9,886	492	101

2. ラテンアメリカ向け施策

結果 (3) -Instagram

視聴データ一覧			
コンテンツ	リンク	おおよその視聴数 （1ストーリーあたり）	いいね
ストーリー: 45	https://www.instagram.com/gabymeza8	15,000-20,000	
写真：5	https://www.instagram.com/gabymeza8		50,534
	合計	675,000-900,000	50,534



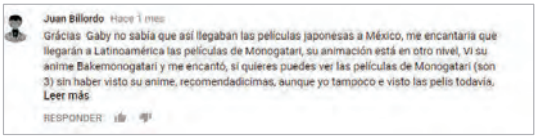


2. ラテンアメリカ向け施策

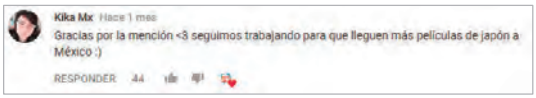
結果 (4) –コメント①

- ほとんどが好意的なコメントだった
- 「日本に行きたくなった」「行きたい国なので、うらやましい」等、訪日を希望するコメントが多数寄せられた。
- 自分のお勧めの日本の作品について言及したり、新しい作品の紹介やレビューを希望しているフォロワーが目立った。

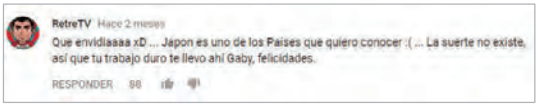
■YouTube



Gaby　ありがとう! メキシコに日本映画がどうやって輸入されているかなんて知らなかった、「物語シリーズ」のような映画作品をぜひ観たい。あのアニメーションは次元が違うと思うから。



発信、ありがとう！これからももっと日本映画をメキシコに持ってこられるよう頑張るよ！
（メキシコ人プロモーターより）



うらやましい！日本は行きたい国のひとつなんだ！

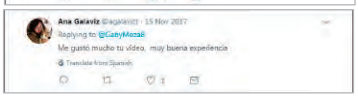
■Twitter

このビデオ見て日本に行きたくなった！

この回のバンドの紹介部分もすごく好き！

今ビデオを見たところ！うらやましい！

これは私たちの明るい未来だね！



あなたのビデオ大好き！最高の体験ね！

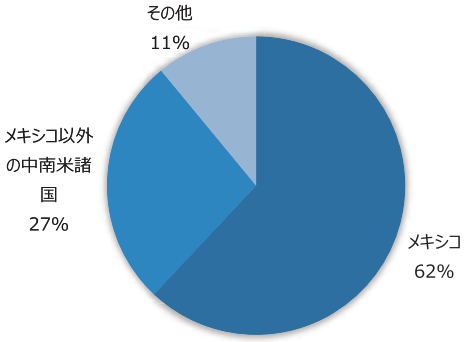
2. ラテンアメリカ向け施策

結果 (5) –まとめ

- アクセス数とインプレッション数の合計が81万～103万と高い拡散効果が見られた。
- 様々なプラットフォームを活用したことにより、多くの人に拡散することが出来た。
- いわゆる「日本ファン・コミュニティ」以外の人に届けることが出来た。また、メキシコ以外のラテンアメリカの国々にもリーチすることが出来た。
- 日本のメディアコンテンツ全体や新しいコンテンツへの興味喚起が出来、また、観光地としての日本の魅力をアピールすることが出来た。

プラットフォーム	アクセス＋インプレッション数 計
YouTube	99,198
Twitter	37,567
Instagram	675,000-900,000
合計数	811,765-1,036,765

YouTube国別視聴回数割合



3. インドネシア向け施策

内容

■実施目的

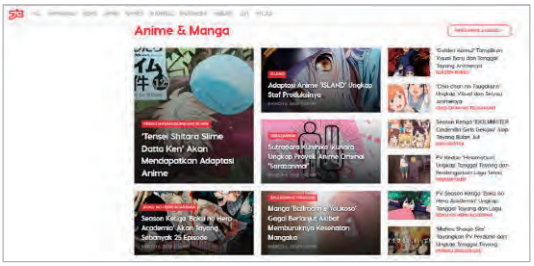
近年、日本コンテンツの人気が急上昇しているインドネシアでの、コ・フェスタ、及びコ・フェスタイベント、また、日本コンテンツの訴求を狙う。

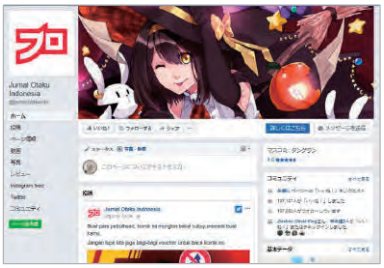
インドネシア語で発信すること、また、日本コンテンツファンが集まる人気コンテンツ情報サイトである「ジャーナル・オタク・インドネシア」と連携することで、新しく、より詳しい情報を求めている人たちに届ける。

■ターゲット

日本コンテンツ全般、アニメ、ゲーム、マンガに興味を持っている方

■インフルエンサー
リツキ・アディ（「ジャーナル・オタク・インドネシア」 コンテンツマネージャー＆レポーター）





3. インドネシア向け施策

インフルエンサープロフィール

名前	**リツキ・アディ（インドネシア）**
プロフィール	Jurnal Otaku Indonesia コンテンツ・マネージャー＆レポーター
年令	28歳
カテゴリー	アニメ、日本のポップカルチャー、オタク
コンテンツ視聴者	日本のメディアコンテンツが好きな人
SNSキーワード	アニメ、マンガ、ゲーム、映画、音楽、ドラマ、日本

サイト名	Jurnal Otaku Indonesia (ジャーナル・オタク・インドネシア)	http://jurnalotaku.com/
月平均訪問者数	150万	
月平均訪問者数（ユニーク）	40万	
Facebook	いいね数　107,218人 フォロワー数 107,160人	https://www.facebook.com/jurnalotakuidn

3. インドネシア向け施策

結果 (1)

視聴データ一覧						
コンテンツ	リンク	WEB PV	FB ダイレクト シェア	FB リーチ	FB いいね！	FB 記事 クリック
[JOI Travel] Tokyo International Music Market 14 2017 Part 1	http://jurnalotaku.com/2017/11/04/joi-travel-tokyo-international-music-market-14-2017-part-1/	908	65	4,754	62	119
[JOI Travel] Tokyo International Music Market 2017 Part 2	http://jurnalotaku.com/2017/11/04/joi-travel-tokyo-international-music-market-2017-part-2/	751	55	3,900	53	66
Tokyo International Anime Festival, Apa yang Terjadi sebelum Sebuah Anime Tayang di Layar Kaca	http://jurnalotaku.com/2018/01/31/tokyo-international-anime-festival-apa-yang-terjadi-sebelum-sebuah-anime-tayang-di-layar-kaca/	498	59	4,219	63	119
[JOI Travel] Sejarah Singkat Akihabara	http://jurnalotaku.com/2017/10/26/joi-trip-sejarah-singkat-akihabara/	3,810	698	33,151	744	1,097
	合計	5,967	877	46,024	922	1,401

3. インドネシア向け施策

結果 (2)

- 日本コンテンツに特化したメディアを利用することで、インドネシアにおける強い日本ファンコミュニティーと繋がることができた

- ウェブサイトとFacebookの合計アクセス数は約52,000だが、Facebookのアクション数合計が3,200と高い数字となった　⇒ 情報を求めている人たちにリーチできた

- フォロワーたちに、コ・フェスタイベントのみならず、日本のメディアコンテンツ全体や新しいコンテンツへの興味喚起が出来、また、観光地としての日本の魅力をアピールすることが出来た

4. まとめ

英語の発信だけでは情報が届きづらい中国、ラテンアメリカ諸国、インドネシアのユーザーに訴求することが出来た。
特にラテンアメリカでは、メキシコをはじめ、スペイン語圏９か国へリーチ出来た。

インフルエンサーの特性により、アニメやマンガなどいわゆる「日本コンテンツ好き」のコミュニティーだけでなく、観光、ファッション、食などに興味を持つユーザーにも広く訴求した。

アクセス数の合計が、243万回以上、アクション数は7.5万回以上と想定以上の数字を獲得することが出来た。

コメント内容に関しては、ほとんどが好意的なコメントだった。発信内容に熱心に反応したコメントが多く、興味の高さがうかがえた。
（例：自分の好きなアニメや映画を薦める、来年はぜひ訪問したいがいつ？、BtoBイベントに興味を持った、等）

		アクセス数	リツイート	コメント	いいね
中国プロモーション	Weibo	230,000	419	96	91
	Miaopai	1,280,000		32	2,387
	Tencent Video	10,000			
	今日头条	11,000			1,453
	Youku	34,493			
	計	1,565,493	419	128	3,931
ラテンアメリカプロモーション	YouTube	99,198		738	8,946
	Twitter	37,567	492	101	9,886
	Instagram	675,000			50,534
	計	811,765	492	839	69,366
インドネシアプロモーション	WEB	5,967			
	Facebook	46,024	不明	不明	922
	計	51,991			922
合計		2,429,249	911	967	74,219

4-ⅴ　アンバサダー
4-ⅵ　情報発信の総括

4-ⅴ　アンバサダー

※6 アンバサダー　の項目を参照のこと

4-ⅵ　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。今年度も動画の制作・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や、中国語、スペイン語等、英語以外の言語で発信しているインフルエンサーと連携することで、約115万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。

また、日本コンテンツに対する外国人ニーズの把握を目的に、海外パートナーイベントやコ・フェスタアンバサダー・ネットワークとの連携により、「日本コンテンツに関するニーズ調査」を実施した。調査対象者のうち、北米・中南米出身者の訪日経験は2割以下だが、ほぼ全員が「日本に行きたい」と考えていること、アジア出身者はアニメ・マンガ・音楽への興味が高い一方、ヨーロッパ・北米・南米出身者は日本の伝統文化や歴史にも興味を持っている人が多いこと、日本コンテンツに関する情報源としてはSNSが一番多く、特にアジア、中南米では9割を超えること、また、利用SNSはどの地域もFacebook、YouTubeの利用率が高いが、3位以下は地域別の特性があること、などが分かった。

今後の課題としては、変化の速いSNSのその時々の傾向に合わせながら、SNSプロモーションを継続していくこと、また、さらに多言語で各地域の特性を考慮した上で実施していくことが重要と考える。

5　イベント報告

5- i　コ・フェスタ2017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。2017 年度は 4 イベントが認定された。各コアイベントとも、情報発信を積極的に行い、最新トレンドに合わせた新しい取り組みや新しい会場での開催、海外や他産業からの来場者の取り込みとビジネスマッチングなどの強化を行ったことにより、過去最多の来場者数やバイヤー数を記録したイベントもあり、大変盛況となった。

1	東京ゲームショウ2017
2	Japan Content Showcase 2017 ・第 14 回東京国際ミュージックマーケット（TIMM） ・TIFFCOM2017 Marketplace for Film&TV in Asia ・東京国際アニメ祭 2017 秋（TIAF）
3	第 30 回東京国際映画祭
4	AnimeJapan 2018

東京ゲームショウ2017

TOKYO GAME SHOW 2017

会　期：2017年9月21日（木）～24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
共　催：日経BP
特別協力：ドワンゴ
※東京ゲームショウ2017は、コンテンツ等海外展開支援事業（J-LOP4）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：254,311人　※歴代4位の動員数。
ビジネスエリアの来場者数：58,076人
出展社数：609社（国内出展社数：292社　海外出展社数：317社）
出展参加国と地域数：36の国と地域
プレス社数：2,125媒体 5,512人　※歴代2位
（国内媒体数：1,384媒体、4,017人）（海外媒体数：741媒体、1,495人）

■開催内容

「さあ、現実を超えた体験へ。」をテーマに開催した東京ゲームショウ2017は、過去最多に迫る609企業・団体（うち海外317）が出展し、家庭用ゲーム、スマートフォン、PCなど、さまざま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、かつてない盛り上がりとなりとなった。とりわけ、今年リニューアルされたe-Sportsの競技大会「e-Sports X（クロス）」には、国内だけでなく海外からの来場者や報道関係者も目立つなど、注目を集め、基調講演でも「日本におけるe-Sportsの可能性」をテーマに激論が交わされるなど、e-Sportsがひとつのムーブメントとして盛り上がりつつあることを印象付けた。

また、会期中はBtoBの商談も活発に行われ、ビジネスマッチングシステム「アジア・ビジネス・ゲートウェイ」に登録した企業は1,250社で、昨年の1,149社を上回った。世界に向けて最新の情報を発信する国際的な展示会として、ゲームビジネスにおけるハブとしての役割がより重要になっていることを示す結果となった。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

昨年新設したVRコーナーは、VR/ARコーナーに改称し、昨年を大きく上回る45社、123小間が出展、また、大幅に強化したeスポーツコーナーでは、主催者ステージ「e-Sports X（クロス）」にて、10タイトルの競技イベントやプレス向けエキシビジョンマッチを実施し、多数の来場者を動員した。とりわけ、会期直前にCESA、JOGAならびにeスポーツ3団体の5団体が、日本におけるeスポーツ団体の統合、新設に向けた取り組みの開始を発表したことで、eスポーツに大きな注目を集めることが出来た。

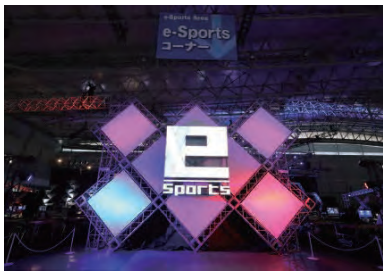
■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例、件数や成果

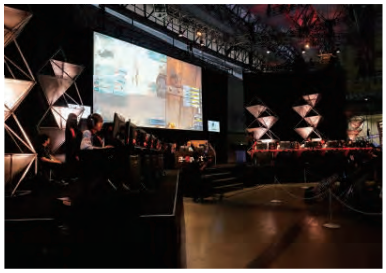
1. 他コンテンツ連携企画「ゲーム×アニメ」

東京ゲームショウ会場内に日本のコンテンツにおいて、ゲームともっとも深い関係にあるアニメとの連携企画を実施した。

「月刊アニメージュ」の協力を得て、ゲームが原作で、アニメ化されたコンテンツを中心に国内アニメ100年の年表を展示したほか、日本ゲーム大賞の受賞作品については、ゲームパッケージを展示することで、日本のゲームとアニメの素晴らしさを分かりやすく掲出した。

また、日本動画協会の協力を得て、日本のアニメーション100周年プロジェクト「ANIME NEXT 100」のメインビジュアルの大型サインを設置、日本を代表するアニメキャラクターをあしらったビジュアルで、記念撮影ができるスポットとして展開し、国内外の来場者から注目を集めた。





東京ゲームショウ2017

TOKYO GAME SHOW 2017

2. ビジネスマッチングについて（ビジネスミーティングエリア／ビジネスラウンジ）

出展小間は昨年の48小間から56小間に増加（17%増加）

一般企業のほか、JETRO（日本貿易振興機構）が招へいしたバイヤー10社（インドネシア、英国、カナダ、シンガポール、タイ、中国、ドイツ、フィリピン、米国）との商談も実施した。

出展社の商談促進とサポートを目的とした「出展社ミーティングスペース」では、日本企業と海外企業の商談が346件と同商談スペース内での商談数の65%に上り、海外企業同士も全体の24%と、国際的な商談が90%に達した。

あらゆる商談ニーズに対応するため、ビジネスマッチングコーディネーターと2カ国語以上を話すスタッフを合計15人配置、出展社とビジネスデイ来場者へのホスピタリティを強化した。

通訳（日本語⇔英語・中国語・韓国語）9人も配置し、リクエストに応じて無料で対応した。通訳依頼件数は、2日間で30件、のべ1440分となった。

＜アポイントメントシステム「アジア・ビジネス・ゲートウェイ」利用結果＞

登録会社数：1,313社（昨年1,149社）

うち出展社980社（昨年760社）、来場者405社（昨年389社）

商談申込件数：2,204件（昨年2,160件）

◆利用ユーザーは45カ国・地域

Japan Content Showcase 2017

会　期：2017年10月23日（月）～26日（木）Japan Content Showcase 2017として
・第14回東京国際ミュージックマーケット ~The 14th Tokyo International Music Market~ 10月23日（月）～25日（水）
・TIFFCOM2017 ~Marketplace for Film and TV in Asia~ 10月24日（火）～26日（木）
・東京国際アニメ祭2017 ~Tokyo International Anime Festival~ 10月24日（火）～26日（木）

会　場：池袋サンシャインシティ コンベンションセンター（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（PROMIC）／（一社）日本動画協会（AJA）
共　催：第30回東京国際映画祭
後　援：総務省／外務省／観光庁／豊島区／（一社）映画産業団体連合会／（一社）衛星放送協会／（特非）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／（協組）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
特別協賛：㈱IMAGICA
対　象：映画、テレビ、アニメーション、音楽、出版、キャラクター、ゲーム、モバイル/インターネット、ホーム・エンターテイメント（VOD、DVD、Blu-ray）、イベント/コンサート などのコンテンツホルダー様および関連団体・企業
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：19,549人（延べ）（6.7%増）　※過去最高
出展団体数：371社（国内出展社数：208社　海外出展社数：163社）（4.2%増）※過去最高
出展参加国と地域数：27の国と地域
バイヤー登録数：1,549人（国内バイヤー：527人　海外バイヤー：1,022人）（海外バイヤー登録人数10%増）　※過去最高
商談件数：7,798件
成約金額：60,050,000 USドル
プレス社数：1,529社（国内プレス社数：924社　海外プレス社数：605社）

■開催内容

"Japan Content Showcase 2017"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ある。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・池袋のサンシャインシティ コンベンションセンターおよび、東京・渋谷の渋谷エクセルホテル東急にて開催。今年も映画、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し、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として参加者に有益な機会を提供した。

▶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。業界の最新トレンドなど関心度の高いテーマのセミナーを多く開催。主催三団体共催のセミナーや各団体が主催するセミナー・マッチング等も数多く開催された。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

池袋・渋谷での4日間の開催！

JCSのひとつで、今年で14回目を迎えたTIFFCOM/TIAFは、2017年より前年までの東京・お台場から池袋に移転して、展示ホール、ホテル、ショップ、レストラン、アミューズメント施設を備えた「サンシャインシティ」内のコンベンションセンターをメイン会場として開催。池袋は、「国際アート・カルチャー都市構想」のもと、2020年までに8つの劇場を含む文化施設を建設するなど国際的な「文化とにぎわいの拠点」を目指し、クールジャパン・コンテンツに極めて親和性の高い街となる。映画・TVだけでなくアニメーションや出版など様々なコンテンツ関連企業が参加するJCSの開催地としてこれ程ふさわしい場所はなく、実際に参加者数・バイヤー登録数・出展団体者数すべて過去最高を記録し、海外展開する為の情報発信の場として、また業界関係者のネットワーキングを促進する効率的な場としての役割を果たした。一方TIMMは昨年に引き続き、音楽と親和性の高い渋谷を拠点に開催。こちらも前年を大きく上回る参加者数となり、JCS全体の盛り上がりに貢献した。

Japan Content Showcase 2017

▶IP／Book Adaptation

知的財産（Intellectual Property）や書籍の映像化権（Book Adaptation）を取り扱う企業により多くの商談の機会を提供するため、出展ブースの団体名を表示するボードとガイドブックの出展団体を紹介するページに各マークを表示し、IPとBook Adaptationを取り扱う企業を簡単に見つけることができるように参加者をサポートした。

▶ビジネスマッチング

出展者及び参加バイヤーへのネットワーキングと商機拡大の促進のため、ビジネスマッチング商談会を開催。商談総数は179件となり、約8割の参加者より「満足」との評価を得た。

▶TIMM・TIFFCOM・TIAF3団体合同セミナー　「日本発、世界標準ミュージカル。2.5次元ミュージカルの可能性」

日本が誇る漫画、アニメ、ゲームを原作とした舞台化の総称である2.5次元ミュージカルは国内外での認知も急速に高まり、インバウンド対策も積極的に行っている。ライブエンタテイメントである舞台コンテンツと音楽、映像との関係性、国内外における今後の可能性などを日本2.5次元ミュージカル協会の2人の理事をスピーカーとして招き、普段聞くことのできない貴重な情報を発信した。

▶池袋との連携

サンシャインシティ内の「噴水広場」や近隣施設である「TSUTAYA IKEBUKURO AKビル店」を利用して関連イベントも数多く開催され、多くのJCS来場者で賑わった。池袋会場周辺ではJCSの看板やフラッグを設置するなど、街の応援も得ながら数多くの趣向を凝らしたイベントが注目を集めた。

▶ウェルカムパーティー

NHK大河ファンタジー「精霊の守り人 最終章」とタイアップし、キャストによるトークショーを交えたウェルカムパーティーを開催した。主演の綾瀬はるかさんらキャストに加え、原作者の上橋菜穂子さんも登壇した華やかなイベントに、会場も盛り上がりを見せた。

14回東京国際ミュージックマーケット（14thTIMM）/ Japan Content Showcase 2017

TIMM™
2017 14th TOKYO INTERNATIONAL MUSIC MARKET

会　期：2017年10月23日（月）～25日（水）
会　場：［セミナー／個別商談会］渋谷エクセル東急（10/23～24）
［ライブ］TSUTAYA O-EAST（10/23～25）
［International Showcase Live］duo MUSIC EXCHANGE（10/25）
［ビジネスマッチング］渋谷エクセル東急（10/23～24）
サンシャインシティコンベンションセンター（10/25）
［JCS合同セミナー］サンシャインシティコンベンションセンター（10/25）
主　催：Japan Content Showcase 2017として－
経済産業省／（一財）音楽産業・文化振興財団（PROMIC）／
（公財）ユニジャパン／（一社）日本動画協会（AJA）
対　象：国内外の音楽関係者
公式サイト：http://www.timm.go.jp

■開催内容

Japan Content Showcase 2017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14回東京国際ミュージックマーケット（14thTIMM）」を開催した。昨年に続き、メイン会場を渋谷におき、「商談会」「ビジネスセミナー」「ショーケースライブ」を柱として開催した。（10/25のみ、ビジネスマッチング、合同セミナーを池袋会場で開催）

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

○関係諸団体（JAME、MPA、FPM、ACPC、VIPO等）と連携を図り、海外展開を推進する上で、最もホットなテーマを取り上げ、8本のビジネスセミナーを開催した。
○商談会場から至近距離にあるライブスペース「TSUTAYA O-EAST」にてショーケースライブを実施。国内から19組のアーティストを迎え、期間中3日間（10/23,24,25開催）、熱いパフォーマンスが繰り広げられた。当日の模様は、NHK「J-MELO」、WAKUWAKU JAPANにて紹介され、大きな実施後の広報として反響を得た。
○今年、初めての試みとして、海外アーティスト5組によるインターナショナルショーケースライブを、上記のTSUTAYA O-EASTと同建物内にあるライブスペース「duo MUSIC EXCHANGE」にて開催し、国内関係者に対するプレゼンの場を創設した。（10/25開催）
○海外から120人を超えるバイヤーを招聘し、JETRO共催マッチングを中心として、商談の促進施策を更に強化した。
○2018年2月より、TIMMオフィシャルサイトの機能を向上させ、登録した海外バイヤーと出展者がオンライン上で相互に連絡が取り合え、年間を通して商談していける環境を整えた。

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例や成果

○他団体との連携強化
・日本音楽事業者協会、日本音楽制作者連盟、コンサートプロモーターズ協会、日本音楽出版社協会等と連携しビジネスセミナーを開催した。
・デジタルコンテンツEXPOの協力を得て、「14th TIMM × START ME UP AWARDS presents “エンターテック交流会”」を開催。（日程：10/25、会場： 渋谷Hikarie カンファレンスルームD）日本エンターテックの可能性等に関して情報交換、セミナーを実施した。
・コンテンツポータルサイト「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14thTIMMの情報発信を行った。
1. 台湾「Golden Melody Awards ＆ Festival」　6月21日（水）～23日（金）
2. 韓国「MU:CON」　10月5日（木）～7日（土）

14回東京国際ミュージックマーケット（14thTIMM）/ Japan Content Showcase 2017

○コンテンツの他業種企業間のコラボ事例

・レコチョク・NHKが8Kデモンストレーションのブースを出展。その視聴映像素材として、サザンオールスターズの楽曲「東京VICTORY」のMVを使用。

TIFFCOM2017 ~Marketplace for Film and TV in Asia~/ Japan Content Showcase 2017

TIFFCOM Marketplace for Film & TV in Asia

会　期：2017年10月24日（火）～26日（木）
会　場：池袋 サンシャインシティ コンベンションセンター
主　催：Japan Content Showcase 2017としてー
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（PROMIC）／（一社）日本動画協会（AJA）
対　象：映画、テレビ、アニメーション、出版、キャラクター、ゲーム、モバイル/インターネット、ホーム・エンターテイメント（VOD、DVD、Blu-ray）、などのコンテンツホルダー様および関連団体・企業
公式サイト：http://www.tiffcom.jp/ja/　（日本語サイト）
http://www.tiffcom.jp/en/　（英語サイト）

■開催内容

Japan Content Showcase 2017の映像部門のマーケットとして、日本の映画・放送などのコンテンツ業界の海外展開を支援するイベント「TIFFCOM2017 ~Marketplace for Film and TV in Asia~」を開催した。昨年までの東京・お台場会場からメイン会場を池袋に移転して「商談会」や「ビジネスセミナー」を柱として開催した。

▶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人のTIFFCOMへの招聘、セミナー「【国際交流基金アジアセンター・ユニジャパン共催セミナー】フィリピンから学ぶ！ロケーション誘致と日本での応用法」を開催。日本-東南アジア 映像コンテンツビジネス商談会他、様々なネットワーキングの機会を提供した。

▶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、海外のバイヤーとのビジネスマッチング商談会を実施。また、ユニジャパンとの共催で「［JETRO・UNIJAPANセミナー］ついに走り出した！ 動画配信における日本コンテンツの可能性」を開催し、好評を博した。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

池袋・渋谷での4日間の開催！

前述JCSページでの通り、今年で14回目を迎えたTIFFCOMは、2017年より東京・池袋に移転して、「サンシャインシティ」内のコンベンションセンターをメイン会場として開催。「国際アート・ カルチャー都市構想」のもと国際的な「文化とにぎわいの拠点」を目指し、クールジャパン・ コンテンツに極めて親和性の高い街である池袋は、様々なコンテンツ関連企業が参加するTIFFCOMの開催地としてふさわしい場所となった。

▶ミニステージ

出展者による参加者へ向けた企業PR、企業ピッチ、ミニセミナー等を行うためのミニステージを設置。合計9本のセッションが連日行われた。

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例と成果

第30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（池袋）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30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。

TIFFCOM2017 ~Marketplace for Film and TV in Asia~/ Japan Content Showcase 2017

▶DCEXPOとの連携～出展者のコンテンツ技術領域への拡がりとマーケットの価値向上

DCEXPOの出展者であるGugenka® from㈱シーエスレポーターズ、室橋雅人、㈱Live2Dの3社にブースを提供し、コンテンツの技術面を担う参加者を出展者として迎え、参加者のバラエティさを強化し、また新たなるビジネスマッチングの可能性を模索した。

■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、地域経済団体の参加者も増え、会場隣接の噴水広場で行われた映画「おじいちゃん、死んじゃったって。」のトークショー（舞台となった熊本県人吉市の紹介）など九州とコンテンツを結び付けた文化催事など、多くの来場者の注目を集めた。

東京国際アニメ祭2017 ~Tokyo International Anime Festival~/ Japan Content Showcase 2017

Tokyo International Anime Festival

会　期：2017年10月24日（火）～26日（木）
会　場：サンシャインシティ・コンベンションセンター
　　※今年より会場が台場から池袋に変更となりました。
主　催：経済産業省／（一社）日本動画協会（AJA）／
　　（一財）音楽産業・文化振興財団（PROMIC）／（公財）ユニジャパン
出展対象：映画、テレビ、アニメーション、音楽、出版、キャラクター、ゲーム、モバイル/インターネット、ホーム・エンターテイメント（VOD、DVD、Blu-ray）、イベント/コンサート などのコンテンツホルダー様および関連団体・企業様
公式サイト：http://www.jcs.tokyo/ja/

■開催内容

Japan Content Showcase 2017のアニメ・コミック等のマーケットとして、アニメ・コミックを中心とする業界の海外展開を支援するイベント「東京国際アニメ祭2017 ~Tokyo International Anime Festival~」を開催した。昨年までの東京・ お台場会場からメイン会場を池袋に移転して「商談会」や「ビジネスセミナー」を柱として開催した。

アニメ等の国際見本市を開催し、国際取引等を促進した。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」を実施した。

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った。

・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

昨年度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。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

・開催場所をお台場から池袋に変更し、過去最大のマーケット会場として開催した。
・TIMM/TIFFCOM/TIAF合同セミナーとして、「2.5次元ミュージカル協会」によるセミナーを開催した。
・DCAJよりセミナー登壇者の紹介をいただいた。

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例と成果

・DIGITAL CONTENT EXPO 2017（DCAJ）よりセミナー登壇者のご紹介をいただいた。
・マンガフェスティバル in ベトナムにてJCS開催概要紹介チラシの配布をいただいた。
・2018年3月22～25日に開催されるAnimeJapan2018の告知展開をアニメーション関連会社にて実施した。

第30回東京国際映画祭

© 2017 TIFF

© 2017 TIFF

© 2017 TIFF

© 2017 TIFF

© 2017 TIFF

会　期：2017年10月25日（水）～11月3日（金・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30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／㈱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／
（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
対　象：全て（一般・ビジネス）
公式サイト：www.tiff-jp.net
総来場者数：201,790人（昨年対比111% UP）
コンペティション部門応募参加国と地域数：88の国と地域
コンペティション部門応募作品数：1,538
プレス登録者数：2,208人（国内：1,346人　海外：862人）

■開催内容

●オープニング：10月25日（水）
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『鋼の錬金術師』、オープニングスペシャル『空海―KU-KAI―』フッテージ上映、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26日（木）　歌舞伎座にて
市川海老蔵による歌舞伎舞踊、映画『地獄門［4Kデジタル復元版］』の上映

●第30回東京国際映画祭特別企画　ゴジラ・シネマコンサート：10月31日（火）
国際フォーラムにて

●クロージング：11月3日（金・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 #04 ネクスト！東南アジア、映画監督原 恵一の世界、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	『グレイン』
審査員特別賞	『ナポリ、輝きの陰で』
最優秀監督賞	エドモンド・ヨウ『アケラット－ロヒンギャの祈り』
最優秀女優賞	アデリーヌ・デルミー『マリリンヌ』
最優秀男優賞	ドアン・イーホン『迫り来る嵐』
最優秀芸術貢献賞	『迫り来る嵐』
観客賞	『勝手にふるえてろ』
【新設】最優秀脚本賞	『ペット安楽死請負人』
アジアの未来 作品賞／国際交流基金アジアセンター特別賞	『僕の帰る場所』
日本映画スプラッシュ作品賞	『Of Love and Law』
"SAMURAI（サムライ）"賞	坂本龍一

第30回東京国際映画祭

東京ジェムストーン賞　　松岡茉優、石橋静河、アデリーヌ・デルミー、ダフネ・ロー

●マーケット TIFFCOM2017 Marketplace for Film & TV in Asia

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

●30回記念女優特集「Japan Now 銀幕のミューズたち」
蒼井優、安藤サクラ、満島ひかり、宮﨑あおい
●蜷川実花の写真を起用したアニバーサリービジュアルを制作
●若い映画人の育成を目的とした新規プロジェクト
「TIFF ティーンズ映画教室 2017」：中学生を対象にした映画製作ワークショップ
「TIFF マスタークラス」：ブリランテ・ メンドーサ監督、河瀬直美監督、曽利文彦監督、坂本龍一

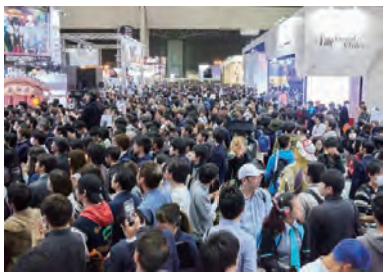
■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例、件数や成果

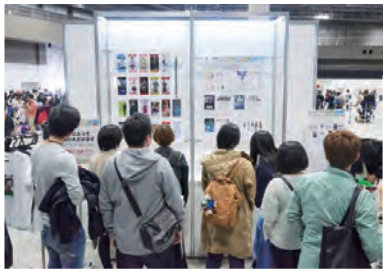
TIFFCOMとの連携により、東京から世界の映画産業へ向けて、新たな交流の場を提供し、国際共同製作や国際ビジネスに結び付けている。JCS 会場（池袋）と、TIFF 会場（TOHOシネマズ 六本木ヒルズ、EXシアター六本木）双方で、第30回東京国際映画祭上映作品のプレス・業界関係者向け試写（P&I Screenings）を同時開催した。

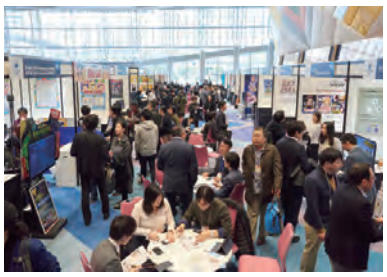
© 2017 TIFF

© 2017 TIFF

AnimeJapan 2018







会　期：2018年3月22日（木）～25日（日）
［ビジネスエリア］3月22日（木）・23日（金）
［メインエリア］3月24日（土）・25日（日）
会　場：東京ビッグサイト（〒135-0063　東京都江東区有明3-10-1）
［ビジネスエリア］会議棟1Fレセプションホール 他
［メインエリア］東展示棟 1-8ホール
主　催：（一社）アニメジャパン
特別協賛：Sony × Fate/Grand Order
協　賛：ゴジラ・ストア × TOHO animation STORE／LIVE DAM STADIUM／㈱SANKYO／dアニメストア／フィールズ㈱
後　援：経済産業省／（一社）日本動画協会／コミック出版社の会
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：152,331人　※過去最多（前回比105%）
ファミリーアニメフェスタ2018来場者数：14,304人
ビジネスエリアの来場者数：3,385人
出展社数：メインエリア・ビジネスエリア、ファミリアニメフェスタのべ241社
うち海外出展社数：17社
出展小間総数：1,006小間（ビジネスエリア出展　65社76小間／メインエリア出展　162社895小間／ファミリアニメフェスタ出展　14社35小間）
※過去最多
出展参加国と地域数：8の国と地域
招聘バイヤー数：180人
プレス社数：692社1,309人
（国内プレス社数：589社1,152人　海外プレス社数：103社157人）

■開催内容

国内外を代表するアニメ関連企業・ 団体・ コンテンツが集結する世界最大級のアニメイベント『AnimeJapan 2018』は2018年3月に5周年を迎えた。

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」、またファミリー層を対象とするファミリーアニメフェスタ2018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、AnimeJapanが独自に精査した有力な招聘バイヤーが数多く来場。国内アニメコンテンツの積極的な海外展開に関する商談が活発に行われた。

また会場内には、ビジネス来場者からの様々な問い合わせに対応するアニメビジネスコンシェルジュを恒例のAnimeJapanの企画として設置。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。

またパブリックデイにも（一社）日本動画協会アニメビジネス・パートナーズフォーラム協力の下、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」をメインエリアのプレゼンテーションステージにて実施。ビジネスデイ、パブリックデイの会期全体を通じて国内外のアニメビジネスを促進する企画が行われた。

・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／アニメ作品・キャラクター紹介パネル）
・AJ × JETROアニメコンテンツ商談会（JETRO招聘バイヤーと国内企業とのマッチ

AnimeJapan 2018

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、多くの来場者が様々な形でアニメ文化を楽しむ姿が見受けられた。
　また今回は5周年を記念して、様々な企画実施。例年クローズド型だった主催ステージは全ステージオープン型のステージとなり、会場内は大いに盛り上がった。

・企業出展ブース
・主催施策（AJオープンステージ／コスプレイヤーズワールド／フードパーク／オフィシャルグッズ／AnimeJapan放送局ブース／プレゼンテーションステージ／Production Works Gallery）

●ファミリーアニメフェスタ2018
　東7ホールでは、前回より約2倍となったスペース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めるイベントを実施。多くのファミリー層が人気のアニメのステージやプレイコーナーで楽しむ姿が伺えた。

・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）

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など
●**海外バイヤーの招聘**：例年、土日のメインエリア来場希望のバイヤーが多く、今回から宿泊提供のインセンティブを従来の2泊から3泊までに延長。
●**AJ×ABPF アニメビジネス大学**：AnimeJapan 2017に続いて、アニメビジネス・パートナーズフォーラムご協力の下・日本国内を中心としたアニメ活用ビジネスの基礎講座を開催。今回はパブリックデーに実施することで、ビジネス来場者にメインエリアでの実際のビジネス展開の模様も体感していただく狙い。
●**AnimeJapan 5周年を記念した様々な企画を実施**：
・主催ステージを5つに増加し、全ステージを前方の指定席エリアを除き自由観覧可能なステージに。
・チケットホルダーやチョコセットなど様々な5周年記念商品を販売。
・会場内に「AnimeJapan放送局ブース」を設置し、様々な情報を会場内から発信。

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例、件数や成果
●AJ×ABPF アニメビジネス大学企画で2年連続（一社）日本動画協会　アニメビジネス・パートナーズフォーラムにご協力頂き日本国内を中心としたアニメ活用ビジネスの基礎講座を開催。
　※AJ18実績　2講座、のべ125人の参加
●今年も引き続き日本貿易振興機構（JETRO）に協力頂き、JETROが招聘する海外バイヤーと出展社とのビジネスマッチングを実施。
　※AJ18実績　日本参加企業数：39社　商談件数：158件

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例
　AnimeJapan自体が出展社と海外バイヤーやビジネス来場者との出会いの場であり、「アニメ作品・キャラクター商品パネル」や「AJ×ABPF アニメビジネス大学」などの新たなビジネスが発生するきっかけづくりを狙いとしたイベントである。

5-ii　コ・フェスタ2017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。いくつかのイベントでは最新のテクロノジーやビジネスモデルを提示するものもあり、他産業や海外などと連携してマッチング、セミナーやワークショップを実施して盛り上がりを見せた。

1	KYOTO CMEX 2017
2	第20回文化庁メディア芸術祭 受賞作品展
3	CEATEC JAPAN 2017
4	第44回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール
5	Amazon Fashion Week TOKYO 2018 S/S
6	国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2017（東京ドラマアウォード 2017）
7	デジタルコンテンツ EXPO 2017
8	Tokyo Docs 2017
9	Inter BEE 2017
10	2017国際ロボット展
11	マンガフェスティバル in ベトナム

KYOTO Cross Media Experience 2017（KYOTO CMEX 2017）

KYOTO CMEX

会　期：2017年5月20日（土）～2017年12月3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／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：103,741人

■内容

●レセプション
日時：9月15日（金）
会場：京都鉄道博物館
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。

●コンテンツクロスメディアセミナー
日時：10月16日（月）、10月30日（月）
会場：京都国際マンガミュージアム、からすま京都ホテル
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、連続セミナーを実施。（10/16マンガ家・ミュージシャン 久住昌之、10/30ゲームデザイナー、ミストウォーカーコーポレーションCEO 坂口博信）

●コンテンツパッケージ授業
期間：9月30日（土）～12月2日（土）
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：11月5日（日）、11月11日（土）
会場：国定公園天橋立周辺、道の駅丹後王国「食のみやこ」
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
日時：10月21日（土）、11月18日（土）～19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：10月28日（土）～11月5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。

レセプション

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

京都太秦シネマフェスティバル

HISTORICA

KYOTO Cross Media Experience 2017（KYOTO CMEX 2017）

KYOTO CMEX

京都フィルムメーカーズラボ

京都映画企画市

A 5th Of BitSummit

京都国際マンガ・アニメフェア（略称：京まふ）<出展ゾーン>

マンガ出張編集部

クッキングパパ企画展

●京都フィルムメーカーズラボ
日時：10月28日（土）～11月3日（金）
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、東京国際映画祭のゲストを講師として招き、交流の場を設けた。

●京都映画企画市
日時：10月29日（日）
会場：京都文化博物館
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・映像や若手クリエー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。

●A 5th Of BitSummit
日時：5月20日（土）～21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。

●「京都国際マンガ・アニメフェア（略称：京まふ）2017」
期間：9月16日（土）～17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
概要：マンガ・アニメ関連の81企業・団体が出展し、34,058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125種類開発し、フェア内で販売した。

●マンガ出張編集部
期間：9月16日（土）～17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多数京都へ招聘し、マンガ家志望者が自作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。65編集部のほか、京都市内のゲーム企業やアニメ関連団体も出展し315人がマンガ原稿等の持ち込みを行った。

●京都国際マンガミュージアムイベント
クッキングパパ企画展（第1期）
期間：9月16日（土）～11月19日（日）
概要：「クッキングパパ」の原画（約150点）や書籍等の資料を紹介しつつ、作画過程やキャラクターの関係などを分析・解説した展示や、原作者によるトークショー・サイン会を実施。

第20回文化庁メディア芸術祭 受賞作品展

20th JAPAN MEDIA ARTS FESTIVAL
第20回 文化庁メディア芸術祭

会　期：2017年9月16日（土）～28日（木）
会　場：NTTインターコミュニケーション・センター［ICC］／
　　東京オペラシティ アートギャラリー他
主　催：文化庁メディア芸術祭実行委員会
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://festival.j-mediaarts.jp/
総来場者数：約52,000人

■開催内容

文化庁メディア芸術祭はアート、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です。平成9年度（1997年）の開催以来、高い芸術性と創造性をもつ優れたメディア芸術作品を顕彰するとともに、受賞作品の展示・上映や、シンポジウム等の関連イベントを実施する受賞作品展を開催しています。［第20回］は、世界88の国と地域から4,034点に及ぶ作品の応募がありました。文化庁メディア芸術祭は多様化する現代の表現を見据える国際的なフェスティバルへと成長を続けています。また、文化庁では、メディア芸術の創造とその発展を図ることを目的に、文化庁メディア芸術祭の受賞作品を国内外で広く紹介する多彩な事業を実施しています。海外・国内展開や創作活動支援等の関連事業を通じ、次代を見据えたフェスティバルを目指しています。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

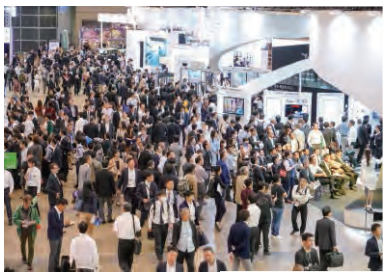
NTTインターコミュニケーション・センター［ICC］、東京オペラシティ アートギャラリーをメイン会場としつつ、新宿駅南口エリアの大型商業施設と連携しての展覧会告知や展示・イベントの実施、新宿区を中心に大学や専門学校と連携したトークイベントなどを実施しました。

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画など

展覧会での作品展示とは別に、新宿区を中心に都内13箇所において作品上映、ライブパフォーマンス、トーク、シンポジウム、ワークショップおよび告知連携を実施しました。

・TOHOシネマズ新宿での受賞作品・審査委員会推薦作品の上映
・サナギ新宿でのトーク
・FabCafe Tokyoでのワークショップ
・笹塚ボウルでのライブパフォーマンス、トーク
・専門学校HAL東京 総合校舎コクーンタワーでのトーク
・ブラジル大使館でのブラジル人受賞作家のトーク
・東京工芸大学でのトーク
・社会福祉法人トット基金 トット文化館での作品上映、トーク、ワークショップ
・新宿区立子ども総合センターでの作品上映
・目白大学でのトーク
・ルミネ新宿での作品展示、デジタルサイネージでの告知、ライブペインティングパフォーマンス
・ニュウマンでの作品上映、デジタルサイネージでの告知
・J-WAVEでの特別番組放送

CEATEC JAPAN 2017（シーテック ジャパン 2017）



会　期：2017年10月3日（火）～6日（金）
会　場：幕張メッセ
主　催：CEATEC JAPAN 実施協議会
（一社）電子情報技術産業協会（JEITA）
（一社）情報通信ネットワーク産業協会（CIAJ）
（一社）コンピュータソフトウェア協会（CSAJ）
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）／
（国研）新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）／
（国研）産業技術総合研究所（AIST）／（国研）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 貿易投資庁ービジネスフランス／
ドイツ大使館（順不同）
対　象：IT/エレクトロニクスビジネスユーザーおよび関連コンシューマ層、他
公式サイト：http://www.ceatec.com/
総来場者数：152,066人（国内入場者数：150,222人　海外入場者数：1,844人）
「昨年対比4.7%アップ」
出展社数：667社（国内出展社数：468社　海外出展社数：199社）
「昨年対比2.8%アップ」
出展参加国と地域数：22の国と地域
プレス社数：1,436人（国内プレス数：1,357人　海外プレス数：79人）

■開催内容

●実施概況

今年で18回目を迎えたCEATEC JAPANは、「CPS/IoT総合展」であるとともに、「日本の成長戦略や未来を世界に向けて発信するSociety 5.0の展示会」として、業界の垣根を超え、政策・産業・技術を連携して、IoT・ロボット・人工知能（AI）を活用した「未来の社会」を披露・発信した。

展示エリアは「社会・街エリア」、「家・ライフスタイルエリア」、「デバイス・ソフトウェアエリア」で構成した。さらに、「特別テーマエリア」では、異業種ユーザ企業との共創を発信する「IoTタウン2017」、スマートファクトリーと地方創生の2つのトピックにスポットをあてた「Real 2020 Showcase」、人工知能（AI）にスポットをあてた産業技術総合研究所との特別企画展示「AI−人工知能パビリオン」、海外のスタートアップ企業が集まる「Global Startup Showcase」などを設置し、「Society 5.0を牽引する共創とイノベーション」を発信した。

1日あたりの登録来場者数平均は2008年以来9年ぶりに38,000人を超え、会場は幅広い業種・業界の来場者でにぎわった。

●開催テーマ

「つながる社会、共創する未来」をテーマに、社会課題を優れた技術・サービスと新たなオープンイノベーションで解決するための、未来のテクノロジーと将来のトレンドが見える場所、日本への国際的な注目度が高まる2020年に向けて、第四次産業革命をリードする世界のイノベーションショーケースとして開催した。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

○Real 2020 Showcase

2020年に向けて期待が高まる技術力とその重要性を発信し、近未来社会を形成する分野をテーマごとに紹介した。特に、近未来の社会形成に重要な要素となる「地域創生／戦略的特区」「スマートファクトリー」などの分野を重点的に紹介した。

CEATEC JAPAN 2017（シーテック ジャパン 2017）

○Global Startup Showcase
　海外のスタートアップ企業（起業前を含む）やグローバル展開を目指す国内外のスタートアップを対象としたエリアを設置し、これまでにない様々な交流が生まれた。

○India Showcase
　インド最大のソフトウエア・サービス業界団体である「NASSCOM」とJEITAとの連携で実現したインド企業を集めた「インドショーケース」＜インドパビリオン＞を設置。また、10月4日には、駐日インド大使 スジャン・R・チノイ閣下が来場し、特設ステージでのインドショーケースセレモニーやJEITA/NASSCOM Round Tableを開催した。

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例、件数や成果

○2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会のテーマの1つである「復興」をテーマに掲げ、オリンピック・パラリンピック等経済界協議会と連携し、「東北・九州復興サポート展示ゾーン」を設置し、被災を受けた東北及び九州から企業が出展した。

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例、件数や効果

○「先端テクノロジーや新しいアイディアを軸としたビジネスコンテンツ」をテーマとし、デジタルテクノロジー、デジタルコンテンツを中心として、国内外から時代の先端を走る技術・サービスを紹介するNo Maps実行委員会と連携し、ビジネスミートアップセミナーを開催した。また、"CEATEC JAPAN米国メディアイノベーションアワード"特別賞受賞企業をNoMapsコンファレンスに招待し、新しい交流を創出した。

○主催者特別企画「IoTタウン2017」では、「社会課題を解決してSociety 5.0を築く」をテーマに、さまざまな産業のフロントランナーが集結。玩具メーカーの㈱バンダイは、人気アニメ「機動戦士ガンダム」に登場するマスコットロボット「ハロ」を、対話型AIコミュニケーションロボット「ガンシェルジュ ハロ」として商品化に向けて開発、デモ展示をした。㈱バンダイと日本アイ・ビー・エム㈱、VAIO㈱が協力した、誰もが知る人気コンテンツと最新テクノロジーの融合事例としても注目を集めた。

「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール

JAPAN PRIZE 2017
INTERNATIONAL CONTEST FOR EDUCATIONAL MEDIA

会　期：2017年10月11日（水）～18日（水）
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制作および教育関係者
公式サイト：http://www.nhk.or.jp/jp-prize
総来場者数：959人
出展参加国と地域数：61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。44回目となる今回は世界61の国と地域から309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カ国から招かれた国際審査委員12人が最終審査を行った。

会期中には、一次審査通過作品の上映会や、世界中から集まる制作者や研究者によるディスカッション、ネットワーキングパーティー、実践的な制作のノウハウを学ぶワークショップなども行われた。このうち基調講演として、アメリカのNPO「ストーリー・コア」からプロデューサーを招き、ごく普通の人々が大切な人を誘って録音ブースを訪れ、会話を録音する活動を通じて、他人の声に耳を傾けることの重要性やそこから生まれる学びの可能性について議論した。

最終日の授賞式では皇太子殿下にお言葉をいただき、「グランプリ日本賞」ほか受賞作品が発表され8日間の会期を終了した。

また、授賞式の様子は「まるごと見せます！世界の教育コンテンツ～日本賞2017～」（NHK Eテレ）として2017年12月31日の大晦日に放送された。

授賞式 司会進行：城田 優（俳優）
　　田中 泉（NHKアナウンサー）

1）応募数

309作品（コンテンツ部門266、企画部門43）

2）主な受賞作品

コンテンツ部門　グランプリ日本賞
「炭鉱の子どもたち」（フランス）
企画部門　最優秀賞
「理想郷への手紙」（ミャンマー）

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

世界各地から応募され一次審査を通過したデジタルコンテンツやNHKが開発した、または番組で紹介した最新の教育ツールを参加者が自由に体験できる展示コーナーを充実させ、専門家に加え学生なども参加しやすいイベントを目指した。

Amazon Fashion Week TOKYO 2018 S/S

Amazon Fashion Week TOKYO

amazon

会　期：2017年10月16日（月）～22日（日）
会　場：渋谷ヒカリエ、表参道ヒルズ他
主　催：（一社）日本ファッション・ウィーク推進機構
後　援：経済産業省／外務省／内閣府 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：アパレル産業関係者、消費者、学生他
公式サイト：http://amazonfashionweektokyo.com/jp/
総来場者数（主催イベントのみ）：約21,800人
出展社数（参加ブランド数）：55社（国内出展社数：46社　海外出展社数：9社）
出展参加国と地域数：8の国と地域

■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。

渋谷ヒカリエと表参道ヒルズという2つの拠点、そして東京各所から、世界で注目される最新の日本のクリエーションを発信していきます。

© Japan Fashion Week Organization

© Japan Fashion Week Organization

© Japan Fashion Week Organization

© Japan Fashion Week Organization

© Japan Fashion Week Organization

国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2017
（東京ドラマアウォード 2017）

会　期：2017年10月26日（木）・27日（金）
会　場：東京プリンスホテル
（東京ドラマアウォード2017授賞式、10周年記念パーティー）
千代田放送会館（シンポジウム）
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／（特非）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
公式サイト：http://www.j-ba.or.jp/drafes/
総来場者数：800人　うち、海外からの招待者数8人（トルコ2人、ベトナム2人、タイ4人）
プレス社数：40社

■開催内容

“世界に見せたいドラマがある”というスローガンのもと、国際ドラマフェスティバルによる海外展開のベース事業として継続してきた。授賞式の様子は、各マスメディアで取り上げられた。

■「東京ドラマアウォード2017」授賞式

・司会：石坂浩二、佐々木恭子（フジテレビアナウンサー）
・ゲスト：堺雅人、新垣結衣、草刈正雄、仲里依紗、星野源　ほか

●「東京ドラマアウォード2017」受賞作品

作品賞＜連続ドラマ部門＞
グランプリ　『逃げるは恥だが役に立つ』　TBSテレビ
優秀賞　『真田丸』　NHK
優秀賞　『家売るオンナ』　日本テレビ放送網
優秀賞　『カルテット』　TBSテレビ
優秀賞　『バイプレイヤーズ』　テレビ東京
優秀賞　『CRISIS 公安機動捜査隊特捜班』　関西テレビ放送
作品賞＜単発ドラマ部門＞
グランプリ　『破獄』　テレビ東京
優秀賞　『未解決事件File.05 ロッキード事件』　NHK
優秀賞　『銭形警部』　日本テレビ放送網
優秀賞　『五年目のひとり』　テレビ朝日
作品賞＜衛星・配信系ドラマ部門＞
優秀賞　『深夜食堂』　NETFLIX
優秀賞　『弱虫ペダル』　BSスカパー
作品賞＜ローカル・ドラマ賞＞
『朗読屋』　NHK山口放送局
『遠く離れた同じ空の下で』　琉球朝日放送
特別賞　『精霊の守り人 II 悲しき破壊神』　NHK
『コールドケース』　WOWOW
海外作品特別賞　『Nakee』（タイ）
『Mother』（トルコ）
『ある日の午後』（ベトナム）

国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2017（東京ドラマアウォード 2017）

INTERNATIONAL DRAMA FESTIVAL in TOKYO

■東京ドラマアウォード10周年記念シンポジウム

●ここから始まる“新しい”テレビドラマ

・モデレーター：中町綾子（日本大学芸術学部・教授）

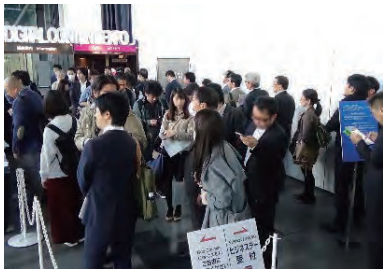
・参加者：井上由美子、古沢良太、坂元裕二、野木亜紀子、各局・制作プロダクションのプロデューサー等

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

・東京ドラマアウォード10周年にあたり、記念パーティーを開催。10年間の歩みを映像化。また、10年間の貢献に対し、「特別賞」を授与（石坂浩二、坂元裕二）。シンポジウムは、日本を代表する4人の脚本家と若手プロデューサーにより、“今後10年間のドラマ制作を展望する”というテーマで開催した。

・海外作品特別賞を受賞したタイ・トルコ・ベトナムの3作品の中で、トルコの「Mother」は、2010年にヒットした日本テレビのドラマのリメイク。日本のドラマがトルコでリメイクされるのは初めてのことで、トルコ国内で大ヒットし、視聴率トップを獲得した。また、海外作品特別賞に日本のドラマリメイク版が選ばれたことも初めてである。授賞式の後のパーティーでは、来日した海外のドラマ制作者・キャストと日本の放送人達の交流がなされた。

デジタルコンテンツEXPO2017



会　期：2017年10月27日（金）～29日（日）
会　場：日本科学未来館
主　催：（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／経済産業省／文化庁／観光庁／東京都／江東区／
　　東京商工会議所 含む23団体
対　象：一般来場者、コンテンツ企業関係者、コンテンツ技術研究者、等
公式サイト：https://www.dcexpo.jp/
総来場者数：延べ31,865人（うち海外入場者数　約1,000人）
出展社数：70社（国内出展社数：62社　海外出展社数：8社）
出展参加国と地域数：5つの国と地域
商談件数：1,903件
プレス社数：54社（国内プレス社数：53社　海外プレス社数：1社）

■開催内容

新たなコンテンツ制作や斬新な表現を実現するコンテンツ技術は、コンテンツ産業発展の原動力です。最新のコンテンツ技術について、市場規模12兆円超の我が国コンテンツ市場での実用化を促進し、もってコンテンツ産業の国際競争力強化を図るため、先端コンテンツ技術の発掘・ 展示とビジネスマッチングを中心とする総合的な技術イベントを開催しました。10回目を迎える今回では、「Innovative Technologies+2017」、「Content Technology Showcase」、「ガジェットJAPAN」、「Future Experience」等のプログラムで構成いたしました。

「Innovative Technologies+2017」は、革新的なコンテンツ技術の発掘・ 発信を目的に2012年より5年間にわたって実施してきた「Innovative Technologies」の成果を継承し、さらに技術の実用化を促進するためのマッチング創出の役割を加えた新たな事業として実施したものです。産学からの公募により、技術マップ2015（コンテンツ分野）で示されている技術開発の方向性に基づき、優れたコンテンツ技術およびビジネスモデル20件を選出し展示いたしました。20件の中から特別賞選考委員により「Creation」「Industry」「Culture」「選考委員特別賞」の特別賞を決定しました。また、2018年に米国で開催される 世界的なコンピュータグラフィックスとインタラクティブ技術の国際会議「SIGGRAPH」のEmerging Technologiesに出展する権利を得られる「ACM SIGGRPH Special Prize」を決定いたしました。

「Content Technology Showcase」、「ガジェットJAPAN」、「Future Experiment」等では、新世代の映像・音響技術8Kスーパーハイビジョンを活用したVR体験システム「8K:VRライド」や、人間の演奏に人工知能合奏システムが追従しハーモニーを奏でるライブステージを実演した「みらいのアンサンブル」等最先端コンテンツ関連技術やCGアート作品、独創的な発想から生まれたユニークなデバイスやソフトウェアを活用したコンテンツ、VR、AR、AI、などの体験型展示を実施いたしました。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

会期初日をビジネスデーとし、ビジネスマッチングを促進するため「スマート名刺交換システム」を新たに導入し、その登録件数が最も多かった出展者を「ベストマッチング賞」として表彰しました。

またビジネスデーにAIをテーマとしたシンポジウムを実施し、他産業の新たなビジネス層の来場につなげることができた他、コンテンツ技術に関心のある方々を募集してブースを回って技術説明を聞くことのできる「ビジネスマッチングツアー」を実施し、マッチング機会を創出しました。

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例、件数や成果

●Japan Content ShowcaseのひとつであるTIMMと、デジタルコンテンツEXPOの連携イベントとして「14th TIMMxSTART ME UP AWARD presents “エンターテック交流会”」を実施しました。30人が来場し、その中でも中国系企業から10人が参加され、日本のエンタメ系テクノロジーへの関心の高さが伺えました。

●Japan Content ShowcaseのTIFFCOMにおいて、来場されるIPを持ったコンテ

デジタルコンテンツEXPO2017

ンツ事業者と、デジタルコンテンツEXPOに参加するようなテクノロジーを持った事業者とのマッチングによってIPを利用した新しいテクノロジーによるサービスの実現を目指し、コ・フェスタ2017主催オープンイノベーションセミナー『エンタテインメント×最新テクノロジー』を実施し、同会場にて技術展示も行いました。（商談件数40件）

●Japan Content ShowcaseのTIAFにおいて開催されたセミナー「『コンテンツ×VR』の最前線」に登壇者紹介の協力を行い、アニメ関係者の方々にコンテンツ技術を紹介する機会を設けました。

●Inter BEEと相互PR協力を実施しました。

●国内外イベントからの出展依頼がありました。

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例、件数や効果

●「化粧品会社」「不動産会社」「医療機器メーカー」「商社」「広告代理店」等との共同研究、事業家との商談がありました。

●ロボット・遠隔TV会議システム、防災システム・スポーツ応援グッズ、屋外バナー等の具体的な商品化の申し入れがありました。

●「コンテンツ×技術」協同事業の先進事例を実体験できる場を提供することにより、来場者の新たなコンテンツの活用、技術応用事例、事業展開・発想へとつなげることができました。

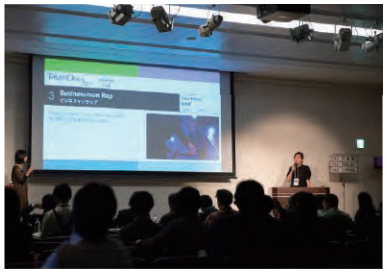
Tokyo Docs 2017

TokyoDocs

1日目「アジアデー」の様子

2日目、3日目「ピッチング・セッション」の様子

海外ディシジョン・メーカー


4日目「ショート・ドキュメンタリー・ショーケース」の様子

Tokyo Docs 2017 受賞者

会　期：2017年11月5日（日）～8日（水）
会　場：上智大学ソフィアタワー（6号館）／JA共済ビルカンファレンスホール
主　催：（特非）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：制作者、放送局、一般、学生
公式サイト：http://tokyodocs.jp
総来場者数：1,730人
参加国と地域数：21の国と地域
バイヤー数：42人（国内バイヤー：13人　海外バイヤー：29人）
商談件数：243件

■開催内容

11月5日（日）は上智大学6号館ソフィアタワーで、6日（月）～8日（水）には、JA共済ビル カンファレンスホールにてTokyo Docs 2017を開催しました。

海外放送局や配給会社の29人、アジアの制作者23人を招聘し、日本からは国内放送局、配信メディアのプロデューサー13人の他、制作者や学生が4日間で延べ約1,700人が集いました。

11月8日（水）には、日本とアジアの制作者による国際共同製作番組4作品、国内外の監督によるショート・ドキュメンタリー10作品の無料上映会が催されました。ショート・ドキュメンタリー・ショーケースでは、海外放送局、配給会社を前に、トレーラーを用いた監督による作品紹介を行い、その後は一対一の形式で商談を進めました。結果49件ものミーティングが成立して着実に成果が見えています。また、参加ゲストからも「収穫があった。時代にあった取り組みだ」と高評価をいただき、次回継続開催に向けて手ごたえをつかむことができました。

11月5日（日）はアジアデーとして、アジアと日本の制作者による国際共同製作の制作秘話や、アジアの放送局や配給会社、配信業者による自社プレゼンのセッションを通して、日本とアジアのドキュメンタリー事情を発信しました。11月6日（月）、7日（火）では、国際共同製作を目指す制作者による番組企画プレゼンセッション、ピッチング・セッションを行いました。ピッチング・セッションの後には、海外ゲストと一対一でミーティングをする個別ミーティングの時間を設け、2日間で166件の商談が行われました。商談では、具体的な交渉内容が報告されています。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

初めての試みとして、ショート・ドキュメンタリー完成作品10作品の上映会を開催しました。海外放送局、配給会社を前に、トレーラーを用いた監督による作品紹介を行い、その後は一対一の形式で商談を進めました。結果49件ものミーティングが成立し、シリーズ化の話しを進めていたり、海外映画祭への作品上映が決まったりと着実に成果が見えています。

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例、件数や成果

プレゼン後に行われた個別ミーティングでは、2日間で166件の商談が行われました。この商談で、アルジャジーラ英語チャンネルの担当者から放送枠の紹介を受けたり、ウェールズの放送局から今後海外ドキュメンタリー祭でのピッチにおいて有利となる、レター取り交わしの約束をしたりと、具体的な交渉内容が報告されています。

Tokyo Docs 2017

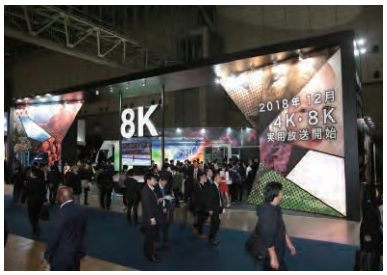
TokyoDocs

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例、件数や効果

今年はbilibiliやTencentなど、中国のインターネット配信メディアを招聘して「中国 ドキュメンタリー配信の新しい動き」と題したワークショップを行いました。中国で加速している、国内の若者をターゲットにしたインターネットを使った有料コンテンツ配信サービスの取組や、日本との国際共同製作を含めた連携の可能性を話し合いました。

Inter BEE 2017（第53回　2017年国際放送機器展）

Inter BEE



会　期：2017年11月15日（水）～17日（金）
会　場：幕張メッセ
主　催：（一社）電子情報技術産業協会
後　援：総務省／経済産業省（建制順）
　　日本放送協会／（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：38,083人（国内入場者数：37,150人　海外入場者数：933人）
　　「過去最多」
出展社数：1,139社（国内出展社数：496社　海外出展社数：643社）
出展参加国と地域数：33の国と地域
プレス社数：353人（国内プレス社数：347人　海外プレス社数：6人）

■開催内容

●実施概況

（一社）電子情報技術産業協会（JEITA：会長 長榮周作／パナソニック㈱取締役会長）は、11月15日（水）から17日（金）までの3日間、幕張メッセ（千葉市美浜区）にて、「Inter BEE 2017」を開催した。

開催規模は、過去最多となる出展者数1,139社・団体（うち海外33カ国・地域から643社）、出展小間数1,983小間、登録来場者数は過去最多となる38,083人となった。今開催では、展示ホールを前回より拡張し、はじめて幕張メッセ国際展示場1ホールから8ホールまでの全館54,000㎡を使用し、国際会議場、イベントホールをあわせて過去最大規模で開催した。

●4K・8K超高精細映像の最新技術が集結

2018年12月の4K・8K実用放送開始に向け、放送事業者がそれぞれの準備状況などを報告したほか、4K・8K撮影・編集技術をはじめとして、HDR（ハイダイナミックレンジ）やHFR（ハイフレームレート）など、最先端の映像・音響制作、圧縮・伝送、表示技術が一堂に会した。

特に今回は、8K技術を提案する出展企業の顔ぶれが増えたことにより、海外の映像系展示会でも類を見ない多くの8K技術がInter BEEに集まり、披露された。

●IP伝送、クラウド、ネット配信、5Gの動向にも注目

放送の業務効率化やネット配信などに向けたクラウド活用やIP（インターネットプロトコル）化の市場獲得を目指し、Inter BEEにはIT系企業の出展が増加しており、今回はコンテンツ配信網CDN（コンテンツ・デリバリー・ネットワーク）を提案する企業が初出展した。

●AI活用、VR・AR、新しいコンテンツ体験

今回のコンファレンスプログラムの中で新たなキーワードとして注目されたのがAI（人工知能）。

番組制作の効率化や新たなサービス化、災害報道での活用やクリエイティブとの融合など、様々な視点からAIの活用や連携を探るセッションが並んだ。また、昨年からひきつづき、360度映像、VR（仮想現実）やAR（拡張現実）による新たなコンテンツ体験の提案がさらに進展し、スポーツ中継や音楽ライブとの連携、エンターテインメント分野での活用提案が多数揃った。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

○Inter BEE FORUM（コンファレンスプログラム）の拡張

例年よりセッショントラックを増やし、新たな展開が期待されるテーマ「Society 5.0」「スポーツ」「AI」「CDN」「5G」等の講演が展開された。

○IP Showcase

IPライブ伝送のテーマを集約したIP Showcaseを実施。基調講演では5G（第5世代移動通信システム）セッションを開催するなど、従来までのInter BEEでは見られなかった新たな動きが展開された。

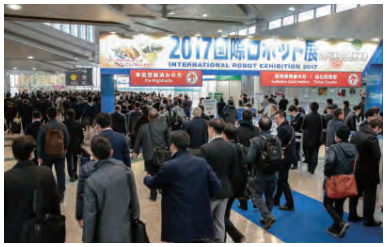
Inter BEE 2017（第53回　2017年国際放送機器展）

Inter BEE

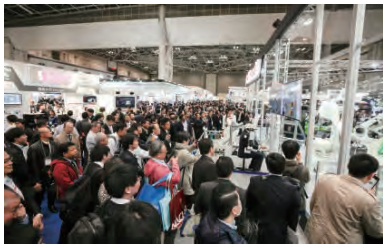
○INTER BEE CREATIVE MEET-UP
様々なジャンルのクリエイターが集い、会い、ネットワークを拡げ、新しい何かを生みだすための場「INTER BEE CREATIVE MEET-UP」を設置した。Hands On エリアでは、最新製品を手に取って体験。Workshop/Fireside Chat エリアでは、INTER BEE CREATIVE 登壇者との交流。Meet-up エリアでは、来場者同士のマッチングサービスを提供。

■他イベントとの連携事例
○デジタルコンテンツ EXPO2017と相互PR協力を実施

2017国際ロボット展
（INTERNATIONAL ROBOT EXHIBITION 2017）

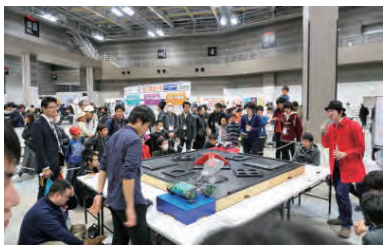

入場風景

開会式


混雑するブース

テーマ展示

レセプション


土曜日体験コーナー

会　期：2017年11月29日（水）～12月2日（土）
会　場：東京ビッグサイト　東1,2,3,4,5,6ホール　東8ホール（土曜日のみ）
主　催：（一社）日本ロボット工業会／㈱日刊工業新聞社
後　援：経済産業省／厚生労働省／農林水産省／国土交通省／総務省／
文部科学省／日本商工会議所／
（国研）新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）／
㈱日本貿易振興機構（JETRO）／日本放送協会（NHK）
対　象：ビジネス関係者、一般
公式サイト：http://biz.nikkan.co.jp/eve/irex/
総来場者数：130,480人（国内入場者数：120,639人　海外入場者数：9,841人）
出展社数：612社・団体（国内出展社数：524社　海外出展社数：88社）
出展参加国と地域数：15の国と地域（日本含む）
プレス社数：243社（国内プレス社数：206社　海外プレス社数：37社）

■開催内容

国際ロボット展は、国内・海外の幅広いロボットメーカー・関連技術が一堂に会する世界最大級のロボット・トレードショーです。本展は1974年に産業用ロボット展として初開催し、以降二年に一度の開催で今回22回目の開催となりました。「2017国際ロボット展」では、人とロボットが同じ場所で働く協働ロボットや、人口減少による人手不足や災害・インフラ対応など社会的課題を担うロボットが多く出展されました。

出展者数は612社・団体、出展小間数2,775小間の過去最大規模となりました。また海外来場者は88社・団体252小間に増加しました。総来場者数は13万人を突破し、海外からは82か国約1万人の方々にご来場いただきました。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

国際ロボット展の「主催者テーマ展示」としてロボットメーカーの協力のもと、企業の枠を超え合同展示を行いました。今回のテーマは「ロボット革命がはじまった―そして人に優しい社会へ」。人とロボットが協働・生活する社会を見据え、荷卸しや野菜の袋詰めなど、ロボットが人の仕事を奪うのではなく、ロボットが人を支えるより優しい社会の到来を描いた展示を行いました。

また、会期二日目には海外企業・団体との交流やマッチングを目的とした「インターナショナルレセプション」を開催し、国内・海外から約500人の企業・団体の方にお越しいただきました。海外からのツアーや視察団と連携し、様々な国の企業や団体との情報交換など、活発なネットワーキングが行われました。当日はコ・フェスタアンバサダーの方々も参加され、ロボット関係者との交流を行いました。

会期最終日の12月2日（土）には、東8ホールを使用した「つくる☆さわれる国際ロボット展」を開催。学生や子供向け企画など一般の来場者の方にも楽しめる体験エリアを設け、工作教室やロボット体験コーナー、プログラミング教室などロボットに触れ・体験できる様々な企画を行いました。幅広い世代の来場者にロボットやモノづくりに触れる機会を設けることで、展示されているロボットへの理解や、ロボット業界へ進むきっかけづくりの場を提供することを目的として開催し、約2,000人の来場者が訪れました。

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例

神奈川県「さがみロボット産業特区」のブースでは、鉄腕アトムをイメージキャラクターとして、わかりやすい掲出を行いました。

マンガフェスティバル in ベトナム

会　期：2018年1月26日（金）～28日（日）
会　場：ベトナム社会主義共和国　ホーチミン市　9月23日公園 Japan Vietnam Festival 会場、FAHASA 書店本店、New World Saigon Hotel
主　催：「マンガフェスティバル in ベトナム」実行委員会／経済産業省
協　力：㈱アニメイト／㈱紀伊國屋書店／㈱トーハン／
（一社）コンテンツ海外流通促進機構（CODA）／
トランスコスモス㈱（Ookbee Co., Ltd.）／㈱タトル・モリエイジェンシー／
㈱イーブックイニシアティブジャパン／Japan Vietnam Festival 実行委員会
ベトナム企業
FAHASA（書店）／KIM DONG（出版社）／TRE Publishing（出版社）
後　援：在ホーチミン日本総領事
対　象：現地出版社、現地書店、読者、ファン
公式サイト：https://www.facebook.com/Manga-Festival-in-Vietnam-986717648135747/
ベトナム語版
総来場者数：7,258人（邦人入場者数：130人　海外入場者数：7,128人）
ビジネスエリア来場者数：272人（邦人来場者数：130人　海外来場者数：142人）
出展社数：15社（日系企業：15社）
出展参加国：ベトナム国
バイヤー数：27人（海外バイヤー：27人）
商談件数：54件
プレス社数：5社（日系プレス社数：1社　海外プレス社数：4社）

■開催内容

日本の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、㈱スクウェア・エニックス、㈱集英社、㈱小学館、㈱少年画報社、㈱新潮社、㈱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15社で構成される「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である「マンガフェスティバル in ベトナム」として次の内容を実施

●ビジネスマッチングの開催

期間：2018年1月26日（金）
会場：New World Saigon Hotel
在ベトナム出版社と、日本出版社・エージェント企業との商談会
日越のリクエストを募り、マッチングリストを作成。日越20社・54小間を実施

●ビジネスセミナー・シンポジウム開催

ベトナムコミック出版市場について
FAHASA 書店　Pham Minh Thuan 会長
KIM DONG　Pham Quang Vinh 社長

日本コミックの多様性・海外展開実例について
講談社　国際ライツ事業部部次長　山田新
集英社　ライツ事業部海外事業課課長　菊地努

ベトナム著作権ビジネスについて
MINISTRAY OF CULTURE, SPORTS&TOURSIM
COPYRIGHT OFFICE OF VIETNAM（COV）
DIRECTOR OF INFOMATION AND INTERNATIONAL DIVISION
Pham Thanh Tung

●ビジネス商談会の実施

国内出版社と現地有力出版社との商談会を実施
ベトナム企業10社
日本企業10社
商談件数：54コマ

サイン会

セミナー

交流会

商談会

展示ブース

マンガフェスティバル in ベトナム

●交流会の開催

現地出版社、出版関係企業を中心に参加を募り、意見交換の場を設定。

「次第」

ご挨拶

マンガフェスティバル実行委員長（小学館常務取締役）　横田清

経済産業省商務情報政策局コンテンツ産業課　課長　山田仁

Ministry of Culuture,Sport and Tourism Copyright Office of Vietnam（COV）

Bui NGUYEN HUNG

●視察

ホーチミン市内の出版社、書店、ベトナム政府施策書店街の視察。現状のベトナム市場を再確認。

・TrePublishing（民間大手出版社）
・KIM DONG　（国営大手出版社　直営児童向け書店）
・FAHASA 書店（民間最大手書店）
・Đường sách、ドゥオンサック（ベトナム政府施策の書店街）

●コミック出版社による共同展示会を実施

【Japan Vietnam Festival ブース】

期間：2018年1月27日（土）・28日（日）　2日間

1. コミックス展示（体験展示）
   「コミック出版社の会」最新・人気作品を紹介・展示
2. 電子コミックの体験コーナー（現地ローカライズ版・日本語版）
   電子書籍リーダーを用いて、「コミック出版社の会」電子コミック作品
3. コミック原作のアニメーション放映
4. アンケートコーナーの設置
   コミックに対するベトナム読者の生の声や考え等を調査。
5. 著作権・海賊版啓蒙メッセージボードの設置
   著作権や海賊版商品の弊害などを訴えるパネル展示（各社1キャラクター協力）
6. 著作権・海賊版啓蒙実施
   海賊版・正規版の展示、アンケート調査
7. 正規版コミック関連グッズの試験販売　※FAHASA 書店ブースにて実施
   正規版コミック・ アニメ関連グッズの試験販売を実施、消費者嗜好など今後のマーケティングに検証
8. ライブドローイング（作画実演）

【FAHASA 書店特設コーナー】

期間：2018年1月26日（金）～28日（日）　3日間

9. 作家直筆サイン色紙コーナー
   コミック出版社推薦の作家サイン色紙の展示
10. 複製原画の展示
    複製原画を紹介・展示
11. サイン会

■2017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、マレーシアに続く5ヵ国目としてベトナムで開催を実施。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。

5-iii　コ・フェスタ2017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。2017 年度は、2016 年度に引き続いて海外の大規模コンテンツイベントと、新たにコンテンツとスポーツが連携したイベントをパートナーに加え、27 イベントが認定された。海外パートナーイベントについては、2016 年度の 3 イベントから 2017 年度は 10 イベントに増加、イベント参加者に対して日本コンテンツに関する調査を実施し、日本コンテンツの海外発信の促進に活用した。

1	第33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2017
3	第42回湯布院映画祭
4	C3 AFA TOKYO 2017
5	京都国際マンガ・アニメフェア2017
6	第39回 PFF（ぴあフィルムフェスティバル）
7	吉祥寺アニメワンダーランド2017
8	マジカル福島2017
9	No Maps 2017
10	きものサローネ in 日本橋2017
11	第9回京都ヒストリカ国際映画祭
12	MPTE AWARDS 2017 第70回表彰式
13	第11回アジア国際子ども映画祭
14	第8回 映文連 国際短編映像映画祭「映文連アワード2017」
15	ヨコハマ・フットボール映画祭2018
16	第6回まんが王国とっとり国際マンガコンテスト表彰式・マンガアワードSHOW
17	東京アニメアワードフェスティバル2018

海外パートナーイベント

1	Anime Expo2017
2	HYPER JAPAN
3	2017年Comic Exhibition 漫画博覧会
4	C3 AFA JAKARTA 2017
5	JAPAN EXPO IN THAILAND 2017
6	Japan Expo India 2017
7	C3 AFA SINGAPORE 2017
8	India Gaming Show 2018
9	C3 AFA HONG KONG 2018
10	Madman Anime Festival - Perth 2018

第33回ATP賞テレビグランプリ

会　期：2017年7月14日（金）
会　場：六本木ハリウッドホール
主　催：（一社）全日本テレビ番組製作社連盟（ATP）
後　援：総務省／経済産業省／日本放送協会／（一社）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/atpaward/award_033.php
応募総数：ドラマ26、情報・バラエティ32、ドキュメンタリー58
　　非放送系コンテンツ9、新人賞27　合計152作品
受賞式来場者数：500人

■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。

2017年度の『第33回ATP賞テレビグランプリ』（主催：ATP）は、7月14日（金）六本木ヒルズハリウッドホールにて開催されました。応募総数は、152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ドキュメンタリー部門のBS1スペシャル「原爆救護」～被爆した兵士の歳月～（テムジン／NHK BS1）に輝きました。最優秀新人賞には、優秀新人賞6人の中から、会員社の投票によって大映テレビ北川俊樹が選考され、公募によりネット配信作品などを顕彰する特別賞非放送系部門は、Netflixオリジナルドラマ「火花」（YDクリエイション／Netflix）が選ばれました。理事会推薦による特別賞枠では、「東京女子図鑑」「テレビマンユニオンチャンネル」「孤独のグルメ」制作チームが国内、海外でのネット配信での実績等の評価を受け選考に至りました。

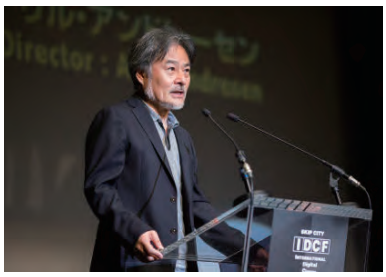
■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

第32回ATP賞より「非放送系コンテンツの顕彰」「最優秀新人賞の新設」を行いましたが、応募実績は下記のとおり推移しています。
◆非放送系コンテンツ　第32回-15作品、第33回-9作品
◆最優秀新人賞の新設により　第32回-33人、第33回-27人（従来は、14-5人）

SKIPシティ国際Dシネマ映画祭2017

SKIPシティ国際Dシネマ映画祭2017

会　期：2017年7月15日（土）～23日（日）
会　場：SKIPシティ映像ホール／多目的ホール／HDスタジオ／
　　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／（共組）日本映画監督協会／
　　（共組）日本映画撮影監督協会／（共組）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／
　　㈱エフエムナックファイブ／㈱埼玉新聞社／アメリカ大使館／
　　アルメニア大使館／イスラエル大使館／駐日イタリア大使館／
　　オランダ王国大使館／スロヴァキア共和国大使館／チェコ共和国大使館／
　　チェコセンター／中華人民共和国駐日本国大使館／
　　ネパール連邦民主共和国大使館／ノルウェー王国大使館／
　　ハンガリー大使館／在日フランス大使館／アンスティチュ・フランセ日本／
　　ベルギー王国大使館
対　象：一般
公式サイト：http://skipcity-dcf.jp
総来場者数：51,015人
出展参加国と地域数：85の国と地域から810作品（作品応募）
プレス社数：約60社



■開催内容

14回目を迎えたSKIPシティ国際Dシネマ映画祭2017は、7月15日（土）～23日（日）の9日間、埼玉県川口市のSKIPシティほかにて開催しました。

オープニング作品では、今年で3回目となる映画祭実行委員会がプロデュースした新作映画のワールド・プレミア上映が行われ、2016年の長編部門で『いたくても いたくても』がノミネートした堀江貴大監督が手がけた『ANIMAを撃て!』を上映しました。本作は2018年3月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、世界85の国と地域から長編部門617本、短編部門153本、アニメーション部門40本の、合計810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10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、今年も2日間にわたり、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も開催。短編部門、アニメーション部門のノミネート作品を上映しました。毎年恒例となったバリアフリー上映では、昨年の賞レースを賑わせた『湯を沸かすほどの熱い愛』を日本語字幕・音声ガイド付きで上映。また長編アニメーション上映では大ヒット映画『この世界の片隅に』と『ソング・オブ・ザ・シー 海のうた』の2作品を上映しました。そのほか、関連企画では、地元川口市の「川口子ども映画クラブ」が制作した映画や、小学生がTV番組作りにチャレンジした映像学習プログラムから傑作選9本を上映した「カメラクレヨン」、赤ちゃん連れでも気兼ねなく映画を楽しめる「ママ・シアター」、SKIPシティ彩の国ビジュアルプラザを拠点に活動するクリエイターの制作作品を上映した「メイド・インSKIPシティ」、埼玉県寄居町を舞台に撮影された映画『花の兄』の上映など盛りだくさんの内容となりました。

映画祭最終日の7月23日（日）にはクロージング・セレモニーが行われ、コンペティション部門の各賞が発表・授与されました。長編部門では、ノルウェーとコロンビアを舞台に養子の息子と義父の関係を描いた『愛せない息子』（ノルウェー／アーリル・アンドレーセン監督）がグランプリを受賞。短編部門は『冬が燃えたら』（日本／浅沼直也監督）、アニメーション部門は『I think you're a little confused』（日本／

SKIPシティ国際Dシネマ映画祭2017

SKIPシティ国際Dシネマ映画祭2017

小川育監督）がそれぞれ最優秀作品賞を受賞しました。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

今年の新企画として、「飛翔する監督たち」と題した特集上映を実施しました。過去に本映画祭でノミネートや受賞を経験した6人の監督にフィーチャーし、白石和彌監督、中野量太監督、坂下雄一郎監督など、いまや日本映画界期待の新鋭として活躍する監督たちの、本映画祭でのノミネート・受賞作品を上映。上映後にはトークイベントも開催し、今ではなかなか観ることのできない、彼らの原点をスクリーンでご覧いただける貴重な機会となりました。

もうひとつの新たな試みである特別企画では、2つのプログラムを実施しました。ひとつは、「Dシネマ―新たなる潮流」と題し、国内外の最新VR作品を無料で鑑賞できるブースを設置。連日盛況となりました。

さらに「ヨーロッパから見た日本映画」と銘打ち、ドイツ・フランクフルトで開催される世界最大規模の日本映画祭「ニッポン・コネクション」の最新受賞作『Start Line』（今村彩子監督）を上映。同映画祭のプログラム・ディレクター、マーティン・ブレゲンツァーを迎えたトークイベントでは海外で求められる日本映画についてお話を伺いました。

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例、件数や成果

ドイツの映画祭「ニッポン・コネクション」と連携し、映画祭会期中にプログラム・ディレクターのマーティン・ブレゲンツァーが来場。翌年の同映画祭でのラインナップ候補選定のために、本映画祭で上映された日本映画のノミネート作品を鑑賞しました。また本映画祭では、特別企画「ヨーロッパから見た日本映画」と題し、ニッポン・コネクションの最新受賞作を上映し、トークイベントを開催。さらに同年のニッポン・コネクションの「Nippon Visions」部門にて「SKIP CITY SHORTS」と題し、2016年の本映画祭で上映された短編4本を上映しました。

第42回湯布院映画祭

会　期：2017年8月23日（水）～27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／㈱大分放送（OBS）／
㈱テレビ大分（TOS）／大分朝日放送㈱（OAB）／
J:COM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／九州旅客鉄道㈱（JR九州）
対　象：日本映画ファン
公式サイト：http://www.d-b.ne.jp/yufuin-c/
総来場者数：2,500人（国内入場者数：2,500人）
プレス社数：7社（国内プレス社数：7社）

■開催内容

1951年に設立され、まだ会社としての方向性が定まっていなかった新生の映画会社・東映で、その屋台骨を支えた中島貞夫監督、脚本家高田宏治の二人の特集を行い、先行する東宝や松竹などの大手映画会社との個性化を如何に図り、映画という作品に具体化させたかを検証する。中島監督は、『時代劇は死なず　ちゃんばら美学考』（2015年）を監督し、また大学で教鞭をとるなど若手の育成にも積極的に取り組んでいる。また、高田宏治は近年、『茶々 天涯の貴妃』（2007年）の脚本を執筆するなど映画に対する情熱は衰えを知らない。両氏が現在日本映画界をどのように感じているのか、日本映画に地殻変動が起こっているのか、観客の質は低下したのか、などを直接お聞きし今後の日本映画を観客の立場で考える。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

日本映画を支えてきた中島貞夫監督と脚本家の高田宏治を特集したことにより、日本映画全盛期にいかに映画が製作されたか、またその渦中で量産される映画にどのように作家としての矜持を見出していったかが語られた。また、当映画祭で新しい作品を鑑賞し、忌憚のない意見を作者に述べる高田宏治の姿勢には観客だけでなく若い監督たちにとっても大きな刺激となった。

また、地方で製作された作品が上映され、全国的な展開に苦戦していることが製作者から語られ、俳優や監督の知名度だけが優先している現状にあって、作品の完成度で語られるべきであること、また新たな刺激を持った作品に観客として出会うための情報の収集方法や周知の方法について活発な議論が行われた。

C3 AFA TOKYO 2017

会　期：2017年8月26日（土）・27日（日）
会　場：幕張メッセ国際展示場1・2・3ホール
主　催：C3 AFA TOKYO 実行委員会
特別協力：月刊ホビージャパン
後　援：千葉県／千葉市／（一社）日本商品化権協会／（一財）日本玩具文化財団
協　賛：㈱壱番屋（カレーハウスCoCo壱番屋）／花王㈱（SUCCESS）
協　力：カルチュア・エンタテインメント㈱

対　象：ホビーファン、アニメファン
公式サイト：https://www.c3afatokyo.com/2017/

総来場者数：2日間で約47,000人
出展・参加・協力・後援企業数：約229社
当日取材：90媒体112人

■開催内容

●企業出展ゾーン（8月26日、27日）

企業出展ゾーンでは、様々な分野の各企業による物販・プロモーションの場として37のブースが展開された。ブース内では、実演・体験コーナーやミニステージでのトークショーなど、ユーザー参加型のイベントも多数開催された。イベント限定商品の販売やアイテム先行販売もおこなわれた。

出展ブース：AvanGarage／インターネットラジオステーション＜音泉＞＆音mart／WAVE CORPORATION／海洋堂／花王（SUCCESS）／KADOKAWA／カラオケまねきねこ／花鈴のマウンド／「ガンダム×Tカード」発行記念ブース／機動戦士ガンダム 戦場の絆REV.4／キャラポップストア C3 AFA TOKYO出張所／KYORAKU /SUNSHINE SAKAE（SKE48 SHOP）／「グランブルーファンタジー」ショップ＆ダッシュストア出張所／コスパ／THE キャラSHOP C3 AFA TOKYO 出張所／Sammy Presents 蒼き鋼のアルペジオ –アルス・ノヴァ-／SANKYO／サンスター文具／全世界のアニメファンが選んだ、訪れてみたい日本のアニメ聖地88（2018年版）／ソニーミュージックグループ／日本玩具文化財団／日本商品化権協会／日本電産サンキョー／ノブナガ・ザ・フール／バンダイ／バンダイナムコエンターテイメント／バンダイビジュアル / バンダイナムコライツマーケティング／バンプレスト／PikattoAnime / ピカットアニメ／フィールズグループ／プレックス／ボークス／ホビージャパン／ホビージャパンアニメゾーン／メガハウス／ラジオ大阪Vステショップ／RHYTHM

●ステージイベント（8月26日、27日）

会場中央に設置されたステージイベントでは9つの団体が出演し、人気声優や豪華ゲストによるトークショー、アニメの制作発表、人気アーティストによるスペシャルライブなどが開催された。

出演団体：アニメツーリズム協会／KYORAKU／創通・サンライズ／バンダイナムコエンターテイメント／バンプレスト／「ひとりじめマイヒーロー」製作委員会／ブリュンヒルド公国／ラジオ大阪／リトルウィング

●ホビーアカデミー 2017（8月26日）

8月26日限定で6つのブースが展開されたホビーアカデミーでは、月刊ホビージャパンのプロモデラーによるモデル講座を始め、出典各社による様々な製作体験や試遊体験などが実施された。

出展ブース：アゾンインターナショナル／童友社／バンダイ ホビー事業部／プラッツ／ホビージャパン／ボークス

C3 AFA TOKYO 2017

●**C3 AFAマーケット2017**（8月27日）
　マーケットディーラー168組が参加したC3 AFAマーケット2017では、本イベント限定のマーケットとなっており、ガレージキットの販売・ 展示を主としている。本イベント限定で版権許諾を受けたアニメキャラクターやアイテムなどのガレージキットが販売された。

●**コスプレプラザ2017**（8月26日、27日）
　昨年に引き続き、多彩な撮影エリアを用意したコスプレプラザでは、屋内スタジオを始め、撮影小物レンタルや衣装の補修サービスなど、コスプレを存分に楽しめるコンテンツを用意し、好評を得た。

協力団体：COSPATIO／COSPA／HACOSTA

●**キッズファミリーコーナー**（8月26日、27日）
　親子で楽しめる遊戯空間として、人気キャラクターによるステージや握手会・ 撮影会を開催した。「コマさん」のふわふわなど、無料で楽しめるアトラクションも充実しており、家族連れ以外にも幅広いファンが訪れた。

協力団体：KADOKAWA／東映

●**子どもイラストコンクール**（8月26日、27日）
　毎年恒例となっている子どもイラストコンクールでは、テーマを「世界で活躍するロボット」とし、イベント当日は多くの入賞者が来場し、協賛各社から商品とプレゼントが贈呈された。

●**飲食コーナー**（8月26日、27日）
　多くの参加者の食欲を満たす場として、飲食コーナーでは5つの団体が出展した。

出展ブース：カレーハウスCoCo壱番屋／ケンタッキー・フライド・チキン／ドミノ・ピザ／とんかつまい泉／幕張シーサイド

■**C3 AFA TOKYOとは**
　前身である「C3」「Hobby EXPO」の2つのイベントが初めて開催されてから今年で17回目になる、キャラクターとホビー文化を融合させた日本最大級の参加型エンターテインメントイベント。

■**2017年度の新規取り組みとその成果・特色など**
　新規取り組みとして、「eスポーツ」のエリアを設置した。eスポーツのパネルを展示し、概要説明や活動報告がおこなわれた。ゲーム体験や、動画配信を楽しむ等、eスポーツの魅力を知ってもらう企画を展開した。

京都国際マンガ・アニメフェア2017

会　期：2017年9月16・17日（土・日）
会　場：みやこめっせ、京都国際マンガミュージアム他
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
後　援：経済産業省
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：34,058人（国内入場者数：33,084人　海外入場者数：974人）
ビジネスエリアの来場者数：40人（国内入場者数：40人）
出展社数：81社（国内出展社数：81社）※過去最多
プレス社数：57社（国内プレス社数：49社　海外プレス社数：8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。

6回目となった今回、「ロームシアター京都」サウスホールを活用してのステージ環境の充実と、これに伴う「みやこめっせ」の出展エリアの拡大等により、過去最多となる81社に出展いただいた。

台風の影響により来場者は昨年より減少したものの、開催2日間の来場者総数は引き続き3万人を超えており、みやこめっせ会場において2フロアで展開した出展ゾーンではグッズ販売や原画展示、VR体験、ワークショップ、ミニイベントなど個性豊かなブースが京まふを彩ったほか、ショップ内で展開された友禅職人による実演販売や京都の企業団体による巨大模型の展示、人気作品とのコラボフードやドリンクの販売を行ったキャラカフェに長蛇の列ができるなどの盛況となった。

他会場においても、天候の影響により中止となった屋外催事があったものの、トークショーやラジオ公開収録などを展開したロームシアター京都をはじめ、京都国際マンガミュージアム会場内の企画展やトークショー、上映会など、多くの方々にお楽しみいただけた。

また、過去最多となる19の連動イベントが開催され、6年目を迎えた京まふ開催に合わせた広域的な賑わい創出の取組が拡大している。

産業振興面においては、昨年を上回る125種の新商品が開発・販売されたほか、来場者の会場内でのグッズ購入額が昨年より増加し、出展者のブース内での販売額を含めた会場内の売上は過去最高となった。

また、京都のコンテンツ企業・ クリエイターの支援拠点「京都クロスメディア推進戦略拠点（KCROP）」と共に実施したビジネスツアーについては、参加者に対してフェア終了後もKCROPが継続的な支援を行っており、ツアー参加者が商品開発や京都市内でのアニメイベントに取り組むなどの事例が生まれつつある。

このように、京まふを契機とした様々な取組が定着しつつあることを感じることができた会期であった。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

・出展ゾーンのエリア拡大及び他会場の利用によるステージ環境の充実等による過去最多の出展者
・京友禅の職人による実演販売の初実施
・フェア開催に合わせた過去最多の連動イベントの実施による広域的な賑わいの創出
・昨年を上回る125種の新商品が開発・販売されたほか、来場者の会場内でのグッズ購入額が昨年より増加し、出展者のブース内での販売額を含めた会場内の売上は過去最高

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例、件数や成果

・地元・ 行政による文化イベント、地元放送局での上映会やキャラクターショー、アニメ好きを対象とした街コン、神社仏閣での展示会、百貨店でのカフェ展開な

京都国際マンガ・アニメフェア2017

どとの連携により、広域的な賑わいを創出
・京都のコンテンツ企業・ クリエイターの支援拠点「京都クロスメディア推進戦略拠点（KCROP）」と共に実施したビジネスツアーについては、参加者に対してフェア終了後もKCROPが継続的な支援を行っており、ツアー参加者が商品開発や京都市内でのアニメイベントに取り組むなどの事例が生まれつつある。

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例、件数や効果
・マンガ・アニメ作品と京都企業等とのコラボ商品を125種開発・販売

第39回PFF（ぴあフィルムフェスティバル）

オープニング作品『あゝ、荒野』
岸善幸監督と主演の木下あかり

外観風景

「映画のコツ」
対談する原恵一監督と橋口亮輔監督

「ワンピース！新旧バトル」参加監督たち

受賞監督＋最終審査員

会　期：東京：2017年9月16日（土）～29日（金）
　　京都：2017年10月14日（土）～20日（金）
　　＊福岡：2018年4月27日（金）～29日（日）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
　　＊福岡：福岡市総合図書館　映像ホール・シネラ
主　催：東京：（一社）PFF、（公財）ユニジャパン
　　京都：（一社）PFF、（公財）ユニジャパン、京都シネマ
　　＊福岡：映像ホール・シネラ実行委員会
共　催：東京：東京国立近代美術館フィルムセンター／
　　（公財）川喜多記念映画文化財団
　　京都：（公財）川喜多記念映画文化財団
後　援（東京のみ）：（特非）映像産業振興機構（VIPO）／（協組）日本映画監督協会
対　象：一般の方々、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/
総来場者数：4,900人（東京、京都／東京開催　昨年対比：104,3%　京都：85%）
プレス社数：新聞29件、通信社5件、雑誌5件、WEB 592件、テレビ1件

■開催内容

●コンペティション部門「PFFアワード2017」

全国から応募された自主映画548作品の中から入選17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各賞を発表、表彰。

その後、「第30回東京国際映画祭」との提携企画としてグランプリ作品「わたしたちの家」の上映と、質疑応答を実施。

また、全入選作品を京都で上映し、観客賞の設定や映画教育機関等との連携による地域の映画振興に努め、海外へは前述の「わたしたちの家」と、観客賞（東京）受賞作「あみこ」が2018年ベルリン国際映画祭への参加が決定する等、若手監督の紹介を積極的に展開中。

●招待企画

①映画の闘い/闘いの映画

「長さ」が必然な映画を特集。岸善幸監督「あゝ、荒野」前・後編や、フィリピンを代表するラブ・ディアス監督「立ち去る女」など6作品を上映し、映画祭ならではの企画として好評を得る。

②ジャン＝ピエール・メルヴィル監督生誕100年記念特集上映「何度でも！メルヴィル」

独自の製作スタイルで今なお世界の映画人に影響を与えているメルヴィル監督の5作品を上映。特に、上映機会の少ない「ギャング」は満席となる盛況を呈した。

③ワンピース！新旧バトル

鈴木卓爾、矢口史靖両監督が固定カメラ、編集＆アフレコ無しで20年余り製作し続けている「ワンピース」プロジェクトの中から海外映画祭展開中のベストセレクト作品と、同じルールに沿って若手監督により製作された新作を2プログラムに分けて上映。映画製作者にとって、多くのヒントを与える企画となる。

④PFF映画講座シリーズ「映画のコツ」

映画製作のノウハウを公開するPFF恒例の講座企画。今回は、「天才・木下恵介は知っている」と題して、木下監督を敬愛する原恵一、橋口亮輔両監督による対談と、山戸結希監督が影響を受けた塩田明彦監督「月光の囁き」を巡り、2監督による映画のみずみずしさに言及した対談を展開。

●第24回PFFスカラシップ作品「サイモン＆タダタカシ」（監督：小田学）

完成直後の最新PFFスカラシップ作品をプレミア上映。満席の中、小田監督をはじめ出演者の方々による舞台挨拶を実施。

その他、ロカルノ国際映画祭出品作「枝葉のこと」（監督：二ノ宮隆太郎/過去のPFFアワード受賞監督）を特別上映する等の多彩な企画を実施。

第39回PFF（ぴあフィルムフェスティバル）

PIA FILM FESTIVAL

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

昨年、PFF開催地域以外の方々や、見逃した作品の観賞機会を設ける為に、映画祭終了直後から展開したPFFアワード入選作品の配信の好評を受けて、今年は東京開催時、全PFFアワード入選作品の1回目の上映終了直後から配信を展開し、昨年以上の視聴を得ることができた。プログラム数が昨年より減少したが、懸念された配信における影響は低く、映画祭の入場者数は4%程増加という結果となった。

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例、件数や成果

国内：前述の「第30回東京国際映画祭」との提携によるグランプリ上映を通して、PFF来場者ではない多くの映画ファンに来場いただいた。

海外：台湾　高雄市電影館でのPFF特集を実施。（2017年4月8日～5月14日）
PFFスカラシップ作品と、近年のPFFアワード入選作品、計10作品と、入選監督の1作品を加え11作品を特集上映されるなど、日本の若手監督への注目度の高さを実感できた。

吉祥寺アニメワンダーランド2017

会　期：2017年9月28日（木）～10月9日（月・祝）
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／（一財）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：43,400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、2017年は創立55周年を迎えたタツノコプロの諸作品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。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

メインビジュアルをタツノコプロ歴代のヒット諸作品として使用した結果、幅広い年代層から支持され大いに盛り上がりました。

■他イベントとの連携事例とその成果

井の頭恩賜公園開園100周年イベントと同じ会場を使用したため、チラシやポスター掲示等で連携することができました。

マジカル福島2017

会　期：2017年10月1日（日）～11月26日（日）
会　場：福島県各所（三春町・郡山市・白河市・伊達市・浪江町・会津若松市）
主　催：マジカル福島実行委員会
（福島県／FSGカレッジリーグ／国際アート＆デザイン大学校／
㈱東北博報堂／㈱JTB東北／富士通ネットワークソリューションズ㈱／
㈱KADOKAWA／㈱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、親子三世代のファミリー、アニメ等のサブカルチャーを好むコアファン層など
公式サイト：http://magicalfukushima.com/
総来場者数：54,000人

■開催内容

以下の目的で福島県が主体となって開催された、日本一大きく（面積）長い（期間）アニメの文化祭。

1. 震災後の元気な福島を体感してもらい、福島のイメージアップを計る。
2. 福島県を中心に東北周辺の企業や飲食店が出店できるイベントを開催し、食品の安全性や美味しさをアピール。
3. 地域の気候風土を活かした様々な伝統工芸・文化を発表・展示し、世界に向けて福島の伝統ある技術を発信する。
4. 福島県の浜通りに建設中の「福島・国際研究産業都市（イノベーション・コースト）構想」において、「観光」や「街づくり」の視点から、文化事業の主軸となるシンボリックな事業展開を図る。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色
～他イベントとの連携・ビジネスマッチング・コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例や効果など～

1. 2017年3月に避難解除となった双葉郡浪江町にて、マジカル福島2017のイベントを開催。
   同時開催として、福島県主催の「ふるさとの祭り2017」「ドローンフェスタ2017」、浪江町商工会主催の「復興なみえ町十日市祭」を開催し、4つのイベントが同じ会場に集結した。
   また「ドローンフェスタ2017」と「マジカル福島2017」のコラボステージには、福島県の職員と浪江町の有志の方々に登壇いただき浪江の今についてトークセッションを行った。
   その様子はニコニコ動画で生放送として配信し、24,000人が視聴した。
2. 「イノベーションコーストロボットアワード」の立ち上げ。
   ロボットテストフィールドを建設中の浜通りをイベント会場として、近年活躍したロボットの授賞式を行った。
3. 11月3日（金）～11月5日（日）にインドで開催されたワールド・フード・インディア2017と連動。
   マジカル福島2017のイベントの様子を11月5日（日）にインドにて上映。
   また、ワールド・フード・インディア2017の様子を11月5日（日）マジカル福島2017のステージで上映。
   http://npo-jiipa.org/wfood.html
4. 最先端テクノロジーとスポーツ競技のコラボレーション「超人スポーツ」の実施。
   https://superhuman-sports.org/
   「未来の体育」として、㈱KADOKAWAの協力により浪江町での実施が実現。
   大人から子供まで幅広い年齢層の来場者に体験して頂いた。

上映トークショー

痛車の展示

伊達市公用車展示

浪江町ご当地ヒーローショー

浪江町トークセッション

マジカル福島2017

超人スポーツ

超人スポーツ

※ロボットテストフィールド（国際産学官共同利用施設）とは

福島県南相馬市を中心に建設中の大規模な実証実験フィールドのこと。物流やインフラ点検、大規模災害などに対応する陸・海・空のロボットを対象として、ロボットの使用が想定される多様な環境を模擬できる大規模な実証フィールドです。

実証試験を支援する基本的な環境試験・計測・加工設備や、研究者を支援する長期間滞在設備を備えています。

詳しくはこちらを参照ください。

https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/32021f/

建設予定地：南相馬市原町区萱浜地内
面積：約50ha

No Maps 2017

会　期：2017年10月5日（木）～15日（日）
会　場：札幌市内中心部のホール等をはじめとした札幌市内広域
主　催：No Maps実行委員会
後　援：（一社）北海道モバイルコンテンツ・ビジネス協議会／
（一社）北海道IT推進協会／（一社）北海道情報システム産業協会／
（一社）コンサートプロモーターズ協会／（一社）日本音楽制作者連盟／
（一社）日本音楽事業者協会／（一財）音楽産業・文化振興財団／
（一社）日本音楽出版社協会／（特非）札幌ビズカフェ／
（特非）札幌市IT振興普及推進協議会／北海道音楽関連事業協会／
㈱中小企業基盤整備機構北海道本部／
（一社）北海道オープンデータ推進協議会
対　象：ビジネスマン、クリエイター、一般参加者
公式サイト：https://no-maps.jp/
総来場者数：27,379人
総事業数：114事業
会場数：38会場
出展社数：57社・団体

■開催内容

No Mapsは、札幌・北海道という象徴的な開拓の地で、クリエイティブな発想や技術によって次の社会を創ろうとする“現代的フロンティアスピリット”を持った人たちのためのコンベンション（人、情報、知識、者などの交流の場）として、2017年に本格開催初年度を迎えました（2016年にプレ開催）。

先端テクノロジーや斬新なアイデアを核とした「新しい価値観／文化／社会の姿」を提案するビジネスコンテンツをテーマに、新たなビジネスを生み出し、加速させるための場を提供するため、「会議（Conference）」「展示（Exhibition）」「興行（Event）」「交流（Meet-up）」「実験（Experiment）」の5つの事業区分を掲げて114事業を展開し、27,379人が来場しました。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

○会議（Conference）

「新しい価値・ 文化・ 社会の姿」を提案するコンテンツやビジネス等を題材に、No Maps Business Conference 2017を核として、44の事業を行い、来場者に情報の受発信や議論、創発などの場を提供しました。

事業数：44件
来場者数：3,683人
主なテーマ：
#地方創生 #YouTuber #人工知能 #一次産業TECH #教育×IT #観光TECH #スタートアップ #ドローン #コンテンツビジネス #イノベーション #ブロックチェーン #宇宙ビジネス #IoT #バイオTECH #マーケティング #サステイナブル #ヴィンテージソサエティ #次世代モビリティ #クリエイティビティ #メディアアーツ #映像制作・配信　など

○展示（Exhibition）

「新しい価値・ 文化・ 社会の姿」を提案する新技術やコンテンツ、サービス等の展示／発見の場を提供することを目的に、No Maps Trade Show 2017を開催。特定分野に特化した特別展示やメディアアーツ作品の展示、インタラクティブな体験展示なども行いました。

事業数：6事業
出展企業数：57社・団体
来場者数：8,749人
主な事業：
・No Maps Trade Show 2017・・・新たな製品・ サービス、技術を体感してもらう場として開催。

No Maps 2017

・ローカルクリエイターズエキシビション・・・北海道内の学生のメディアアーツ作品展示などを実施。
・Future Sound Interface・・・「音」に関係するテクノロジーを集めた展示やセッションを実施。

○興行（Event）
国際短編映画祭や市街地のライブサーキットなどを中心に、市民が気軽に参加しやすい体験型イベントの形で、新たなコンテンツを体感したり、新たな技術やサービスを体験できる場を提供しました。

事業数：55事業
来場者数：14,583人
主な事業：
・札幌国際短編映画祭・・・3,500以上の応募作品の中から選りすぐったショートフィルムを上映
・No Maps Music Weekend・・・中心市街地のライブハウスを渡り歩くライブサーキット、先端技術の実証実験と連動したアイドルライブ、学生の音楽活動の発表の場など、ジャンルもコンセプトも異なる多数のライブを開催。
・没入祭 VR FESTIVAL SAPPORO・・・市内中心部にVRの体験ブースを設置したほか、プラネタリウムでのドームムービー上映などを実施。

○交流（Meet-up）
カンファレンス登壇者、出演者、来場者、関係者ら、「新しい価値・文化・社会の姿」に関心のある多様な人たちが自由に出会い、つながり、さらなる価値を紡ぐためのネットワーキングの場を多数提供しました。

事業数：19事業
来場者数：1,351人

○実験（Experiment）
自動走行の実証実験やブロックチェーン技術のエンターテイメントへの応用など、「新しい価値・ 文化・ 社会の姿」を提案する技術やサービスの社会的な実証実験の場として提供しました。

No Maps開催期間中に実施した実証事業：
・中心市街地における自動走行実験
・ブロックチェーン技術のエンターテイメントでの活用にかかる実証実験
・音と振動と光に変換するデバイスを活用した新たな映像体験の実証実験

きものサローネin日本橋2017

会　期：2017年10月6日（金）～8日（日）
会　場：10月6日（金）～8日（日）
　　YUITO　日本橋室町野村ビル5・6階（東京都中央区日本橋室町2-4-3）
　　10月7日（土）～8日（日）
　　COREDO室町1　日本橋三井ホール（東京都中央区日本橋室町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）13,500人（国内入場者数：13,500人）
出展社数：113社（個人・団体・組合含む）（国内出展社数：113社）
プレス社数：約30社（国内プレス社数：30社）

■開催内容

・YUITO【きものカーニバル】　全国から産地・メーカー・小売店など94社が出展、きものから小物まで試して、遊んで、お買い物をコンセプトに開催。ステージショー、ワークショップ（体験・実演）、日本酒、スイーツコーナー・きものコーディネート80体（お客様に人気投票いただく）など多彩なイベントで大好評。来場者3日間5,300人

・日本橋三井ホール及び地下コンコース【きものコレクション】
ファションショー＆ステージイベント＆きもの産地博覧会で新作きものをご紹介。TOKYO KIMONO COLLECTION（TKC）3メゾン4ステージは各ステージとも超満員。又、学生デザインコンテスト審査発表会、「J-Culture2020」（きもの＋畳＋お茶＋お花業界4団体）による東京2020をイメージしてのステージショーなど開催。
常設展示は、きもの産地博覧会を開催。
日本全国の産地の中から代表する9組織をフューチャー脈々と続く伝統と革新を披露、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。来場者2日間、三井ホール3,900人、地下コンコース4,300人

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

・今年新たな試みとして、きもの、畳、お茶、お花の4業界の団体「J-Culture2020」とのコラボレーションイベントを日本橋三井ホールにて開催。2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、広く和文化を醸成していく事が出来ました。

・地下コンコースにて、京都染織青年団体協議会による「子供着物のある風景」を開催、日頃きものに親しむ機会の少ない不特定多数の一般客に発信。子供きものコーディネート50体を中心に、縁日などもあり大盛況。

第9回京都ヒストリカ国際映画祭

会　期：2017年10月28日（土）～11月5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
協　力：京都クロスメディア推進戦略拠点／（特非）日中映画祭実行委員会／上海戯劇学院／イタリア文化会館-大阪／㈱国際交流基金京都支部／KYOTO V-REX実行委員会
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
公式サイト：http://historica-kyoto.com/
総来場者数：2,264人（昨年対比：107.4%）

■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。今年度は、期間内に京都のゲーム企業の出展によるVR体験イベントの実施や、特別招待作品としてイタリア、中国から作品・ゲストを招いた連携上映を行った。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

- 京都のゲーム企業の出展によるVR体験イベントを実施。企業の来場もあり、数件のビジネスマッチングも行われた。
- 名作を新たな観客層にするために、『近松物語』や『リュミエール!』などのデジタルリマスター作品を含めたプログラミングを実施。
- 若いクリエイターの時代劇・ 歴史劇の挑戦をサポートするための、ヒストリカ・ネクストというプログラムを新設。観客に学生や若い層が増え、またゲスト等にも、例年よりも多く若手の監督やクリエイターの来場が実現することができた。

MPTE AWARDS 2017 第70回 表彰式

会　期：2017年11月1日（水）
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／
（特非）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・コンテンツ制作協会／
（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／
（協組）日本映画監督協会／（協組）日本映画撮影監督協会／
（協組）日本映画・テレビ照明協会／
（協組）日本映画・テレビ美術監督協会／
（協組）日本映画・テレビ録音協会／（協組）日本映画・テレビ編集協会／
（公社）日本照明家協会／（特非）テレビ日本美術家協会／
（特非）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：150人（国内入場者数：150人）
プレス社数：10社（国内プレス社数：10社）

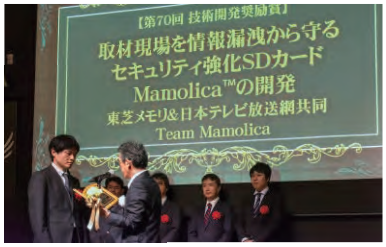
■開催内容

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人を審査員に迎え、厳正な審査会を都度実施し、受賞を決定している。

2017年は、各個人賞（「第46回柴田賞」「第46回小倉・佐伯賞」）、「第70回技術開発賞」、「第70回映像技術賞」、「第35回青い翼大賞（学生作品の映像技術賞）」、「第20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。技術開発賞では現場開発だけではなく、産業分野からの応募も多く、CG、4K、IP、配信等、時代を反映した開発物件が多く見受けられたことが紹介された。映像技術賞に関しては、撮影・照明・録音・音声・美術・編集・アニメーション・VFX・OAGの各分野をそれぞれ表彰。同技術賞の学生作品版である青い翼大賞では、突出したセンスが感じられた意欲作1本を表彰し、当日はゲストを交えた花束贈呈も行なった。

協会創立70周年という特別な節目を迎えた本AWARDS。現在は映像コンテンツを誰しも気軽に発信できるようになり、製作環境は急速に変化し続けている。だが、どの様な時代になろうとも、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、71回目を迎える次回に向け、益々の発展を約束し、閉会した。

各個人賞授与



技術開発賞授与

青い翼大賞花束贈呈

経済産業大臣賞授与

式終了後フォトセッション風景

客席風景

第11回アジア国際子ども映画祭

会　期：2017年11月25日（土）
会　場：北海道北見市民会館
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／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／（公財）ブルーシー・アンド・グリーンランド財団／（公財）北海道青少年育成協会／（一社）北海道子ども会育成連合会／NHK北見放送局／北海道放送㈱／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／㈱毎日新聞社北海道支社／㈱読売新聞北海道支社／㈱産経新聞社札幌支局／㈱エフエム北海道／㈱FMオホーツク／㈱伝書鳩／旭川市教育委員会／帯広市教育委員会／釧路市教育委員会／根室市教育委員会／網走市教育委員会／斜里町教育委員会／北見観光協会／北見商工会議所
協　賛：エイベックス㈱／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
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 JAPAN／アセアン事務局／（公財）日中友好会館／（公財）日韓文化交流基金／㈱国際交流基金アジアセンター／（一財）日本国際協力センター（JICE）
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：1,000人（国内入場者数：820人　海外入場者数：180人）
出展参加国と地域数：日本及びアジア15カ国・地域

■開催内容

映画祭：11月25日（土）

子どもたちが自らの手で3分間の映像作品を作成し、その中から優秀作品を選出し、上映・表彰を行った。

国内233作品と海外254作品の合計487作品が応募された。作品のテーマは「学校の先生」。

杉良太郎をはじめ4人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。

ピコ太郎の歓迎アトラクションで開演し、表彰プレゼンターとして、杉良太郎名誉会長、伍代夏子、w-inds.、石田純一、的場浩司、髙橋みなみ、三代目J Soul Brothersの小林直己が出演した。

国際交流：11月23日～11月27日

北見市の歓迎レセプションが北見市民会館小ホールで行われ、北見市より記念品の贈呈があった。学校訪問では、市内の大学・看護大学・専門学校・高校など8校で体験学習を実施、各学校の特色を生かした交流で着付け、茶道や習字、折り紙、けん玉やこまなど日本の文化や遊びを体験した。

また、国内映画制作者・関係者200人も参加する交流会を実施。各国の伝統芸能、市内小中学校の児童生徒による合唱や吹奏楽の演奏などで交流した。映画祭終了後にも作品制作者同士が交流するアフターパーティーを開催し、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」も連携して開催した。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

映画祭前後の日程においても国内外の映画制作者との交流を実施する事ができ、

第11回アジア国際子ども映画祭

何度も会う機会を作ることで、交流が深まった。

上記事業の他に北見市では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」を、昨年に引き続き映画祭に連携する事業として同日開催したことから、映画祭に参加する海外の子どもたちも舞台アトラクションに出演するなど、市民との交流を一層深めることができた。

このような国際交流により言葉の違い、文化の違いなど様々な気づきがあり、自国の理解と世界へ目を向ける絶好の機会となり、世界との架け橋になる人材育成へつなげることができる可能性を秘めており、次年度に向けてさらに成果に結びつくような内容を検討したい。

第8回 映文連 国際短編映像映画祭「映文連アワード2017」

会　期：2017年11月27日（月）～30日（木）
会　場：表彰式：国立新美術館講堂　上映会：ユーロライブ
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／（特非）映像産業振興機構／（一社）日本映画テレビ技術協会／（一社）日本アド・コンテンツ制作協会／（一社）日本ポストプロダクション協会／（協組）日本映画撮影監督協会／（協組）日本映画テレビ照明協会／（一財）高度技術社会推進協会／（一財）デジタルコンテンツ協会／㈱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：映像制作関係者、一般、学生など
公式サイト：URL：http://www.eibunren.or.jp/
総来場者数：760人
海外招聘：2人（ノルウェー）
プレス社数：5社

■開催内容

2007年に創設されたわが国唯一の産業・文化関連の短編映像祭「映文連アワード2017」は11月27日、六本木の国立新美術館講堂で表彰式を開催し、最優秀作品賞（グランプリ）を始め、31作品の受賞者に賞状とトロフィーを授与した。続く28-29日は2日間にわたって、渋谷・ユーロライブにおいて受賞作品31作品を5つのプログラム（「想いを伝える」「次世代のクリエイターたち」「コーポレート映像の今」「歴史と人間の記憶」「日本人の匠と心」）に分けて上映した。28日夜には、「International Corporate Film Showing2017」を開催、アメリカ、フランスの海外映像祭と連携し、国内では鑑賞の機会が少ない海外の優れた企業映像17作品を上映した。

また、30日には、国産アニメ100年を記念した特別上映会「大藤信郎を継ぐもの～日本の短編アニメーション その歩みと今～」を開催、毎日映画コンクールの大藤信郎賞を受賞した歴代短編アニメーション作品など21作品を上映。アニメ作家（古川タク、島村達雄、小野はな、折笠良、八代健志）を迎え、トークセッションを行った。

■2017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」受賞作品上映会は、5プログラムに分けて上映を行ったが、各プログラムとも昨年より入場者数が増え、特にプログラムC「コーポレート映像の今」には多くの方々にご来場頂いた。
- 「International Corporate Film Showing2017」では、ノルウエーからCannes Corporate Media & TV Awardsの受賞作「Iconic Norway」の製作者2人（Grim Berge、Sven-Erik）がゲスト参加、海外の製作状況をリアルに知ることができて好評であった。
- アニメ特別上映会「大藤信郎を継ぐもの～日本の短編アニメーション　その歩みと今～」では、映文連の特色を生かし、これまで数々の世界的なアニメーターを輩出してきた「大藤信郎賞」受賞作品を特集。和田敏克（東京造形大学准教授）の解説付きで歴代受賞作を上映、日本の短編アニメーションの歩みを振り返る貴重な上映会となった。
- 映文連 国際短編映像祭の告知開始にあわせ、映文連HPをリニューアル、映像祭の情報発信に力を入れた。

ヨコハマ・フットボール映画祭2018

ヨコハマ・フットボール映画祭2018

会　期：2018年2月11日（日）～12日（月・振休）
会　場：横浜市　開港記念会館
主　催：ヨコハマ・フットボール映画祭実行員会
対　象：サッカーファン、映画ファン
公式サイト：http://2018.yfff.org/
総来場者数：3,000人（国内入場者数：2,990人　海外入場者数：韓国、フランス、デンマークなど10人）※過去最高
ビジネスエリアの来場者数：1,100人（国内入場者数:1,095人　海外入場者数:5人）
出展社数：26社（国内出展社数：26社）

■開催内容

さまざまな方法でサッカーを楽しもう！

毎年100本近く製作される世界のサッカー映画から、日本のサッカーファン、映画ファンに見てもらいたい作品をピックアップして上映するヨコハマ・フットボール映画祭。

●1917年に建造された国の重要文化財である横浜開港記念会館にちなみ、サッカーにまつわる様々な「歴史」をテーマにした4作品を上映

『You'll Never Walk Alone』はリバプールFCや、ドルトムント、FC東京など世界各地のスタジアムで唄われるチャントのルーツに迫るドキュメンタリー。

『ヒックとドラゴン』主演のジェイ・バルチェルが、長年の夢だったセルティックFCを生観戦する旅に密着した『セルティック ソウル』。

八百長疑惑による降格を乗り越えて、何度目かの黄金時代を迎えるクラブの歴史と、それを支えるオーナー・アニエリ家の哲学を紐解く『ビアンコネッリ：ユベントスストーリー』。

ユダヤとイスラムの対立がイスラエルのサッカークラブで先鋭化した様子を記録した『ベイタル・エルサレムFCの排斥主義』。

●ワールドカップや、パラリンピック関連作品も

また、ワールドカップイヤーにふさわしい作品として、ルワンダの少年たちが南アフリカワールドカップを目指すアドベンチャー『アフリカ・ユナイテッド』がラインナップに加わりました。

また、サッカー日本代表のワールドカップ初出場から20周年を記念して製作された『ジョホールバル1997』のワールドプレミア上映を行いました。

そして、昨年好評だったWOWOWと国際パラリンピック委員会によるパラアスリートのドキュメンタリーシリーズ「WHO I AM」から、NTT docomoのCM出演で日本でも注目が広がるベアトリーチェ・ヴィオ選手のエピソードを含む最新作2本を同時上映で上映しました。

●会期中にはサッカーを様々な角度から楽しむイベントを開催

- サッカーをテーマに活動するクリエイターやサークルがその成果を発表するヨコハマ・フットボール文化祭
- 英国サッカーの写真と雑貨のコラボイベント「イギリスじかん8」
- 横須賀で活動する写真家による個展「FOOTARTIST JUN フットボールを愛する人に捧げる作品展」
- おはじきサッカーの体験会

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

映画上映以外のイベントの充実を目指し、上映ホールの他、会議室スペースを有する横浜市・開港記念会館にて実施しました。当日の運営にあたっては、大学生のサッカー観戦サークルTFUの協力を得ました。

また、上映後のトークイベントでは、作品のモチーフとなったチャント（サッカー応援歌）の会場全体での合唱や、東京藝術大学ケルト音楽研究会によるミニコンサートを行うなど、作品世界を立体的に楽しめる取り組みを行いました。

ヨコハマ・フットボール映画祭2018

ヨコハマ・フットボール映画祭2018

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例、件数や成果

「さまざまな方法でサッカーを楽しもう！」として、サッカーをキーワードに活動するクリエーターやチャリティサークルの活動発表の場として、フットボール文化祭を併催しました。

19グループの出展と、8グループの委託頒布を行いました。

同人誌販売：　13
輸入雑貨販売：　2
アパレル販売：　2
オリジナルグッズ販売：1
チームプロモーション：3
チャリティ：　2
飲食：　1
サークル：　3

主に、映画祭来場者に、新しいサッカーの楽しみ方を体験いただきました。

第6回まんが王国とっとり国際マンガコンテスト表彰式・マンガアワードSHOW

会　期：2018年2月24日（土）
会　場：ANAクラウンプラザホテル米子（鳥取県米子市久米町53番2号）
主　催：鳥取県
後　援：外務省／文化庁
対　象：国内外のマンガファン、関係者など
公式サイト：http://www.pref.tottori.lg.jp/238597.htm
総来場者数：200人（国内入場者数：190人　海外入場者数：10人）
応募参加国と地域数：25の国と地域 ※過去最高
（今回初めて応募があった国：オランダ、ドイツ、ウズベキスタン、インドネシア、ミャンマー、メキシコ、グアテマラ）
プレス社数：5社（国内プレス社数：5社）

■開催内容

2017年4月から8月末まで「旅」をテーマに作品募集を行った「第6回まんが王国とっとり国際マンガコンテスト」について、世界25ヶ国・ 地域から、過去最高705作品（うち海外154作品）の応募があり、11月の審査会により受賞作品を決定しました。

○20歳未満の応募割合：45.5%
※「まんが甲子園」を実施している高知県と「まんが王国友好通商条約」に基づく広報連携を実施
○県内15歳以下の応募作品数：79作品（過去最高）
※県内学校への広報を強化
○専用ウェブサイトからのデータ応募数：146作品（今回から開始）
＜応募作品数の国・地域別内訳＞
日本551（県内106、県外445）、台湾32、ロシア28、香港21、中国16、韓国14、マレーシア9、イタリア6、オランダ4、インドネシア4、その他20
※海外からも参加しやすいように現地語での応募を受け入れ

2018年2月24日（土）、200人が参加し、第6回まんが王国とっとり国際マンガコンテスト表彰式「マンガアワードSHOW」を鳥取県米子市で開催しました。日本国内はもとより、香港及び韓国の受賞者を表彰するとともに鳥取県出身の声優・ 近藤孝行、若林直美らによる受賞作品の公開アテレコや審査員によるまんが談義などを行い、日本のマンガ文化のすばらしさを国内外に発信しました。また、同日、受賞作品等を掲載した作品集を発行しました。

■他イベントとの連携事例や非コンテンツ企業とのコラボ事例など

まんが王国とっとりの事業として、国際マンガコンテストの他、下記のような取り組みを実施しました。

・国際声優コンテスト「声優魂」inまんが王国とっとり
・JR西日本と連携した名探偵コナンラッピング列車・ 名探偵コナンまつりinまんが王国とっとり2017

東京アニメアワードフェスティバル2018

オープニングセレモニー

授賞式

アジアン・フィーチャー 私たちの知らないアジア

国際交流シンポジウム「世界屈指のアニメーション学校」

おやこ映画館 ロニー・オーレン ワークショップ

会　期：2018年3月9日（金）～12日（月）
会　場：池袋シネマ・ロサ／池袋HUMAXシネマズ／シネマサンシャイン池袋／シネ・リーブル池袋／新文芸坐／区民ひろば南池袋／サンシャインシティ 噴水広場／サンシャイン水族館／生活産業プラザ／WACCA IKEBUKUROなど
主　催：東京アニメアワードフェスティバル実行委員会／（一社）日本動画協会
共　催：東京都
後　援：アニメーション美術家連盟／イスラエル大使館／（公財）画像情報教育振興協会（CG-ARTS）／日本アニメーション学会／日本アニメーション協会／日本映像学会／（協組）日本脚本家連盟／（公社）日本漫画家協会／（一社）練馬アニメーション
対　象：一般来場者／国内・海外クリエイター／招聘海外クリエイター／アニメーション関連企業ほか
公式サイト：https://animefestival.jp/ja/
総来場者数：集計中
プレス社数：17社（国内プレス社数：16社　海外プレス社数：1社）

■開催内容

「東京アニメアワードフェスティバル（TAAF）」は、クリエイター、アニメーション関係者、ファンが一体となる日本を代表する国際アニメーション映画祭です。

新たな人材の発掘・育成、アニメーション文化と産業の振興に寄与することを目的とし、『東京がアニメーションのハブになる』を合言葉に、高いクオリティとオリジナリティに富む世界中の作品を東京で上映し、世界中のアニメーションを愛する人々との交流を図り、クリエイターや観客に刺激と感動を提供し、そしてその感動や刺激を糧にアニメーションの新たな波を東京から世界へ発信しています。

TAAF2018は、2002年から2013年まで開催されていた「東京国際アニメフェア」の一部門として行われていた「東京アニメアワード」を独立・発展させた国際アニメーション映画祭であり、2014年より開催され2018年で5回目の開催となりました。

TAAFは、アニメーション作品とその制作者に栄誉を与えることで、世界中のアニメーション制作に携わるみなさんに勇気を与えられるようなフェスティバルでありたいと願っております。

日本国内で未興行の世界のアニメーション作品を対象にした「コンペティション部門」、日本国内で発表されたアニメーション作品を対象とした「アニメ オブ ザ イヤー部門」、アニメーション業界に貢献された方々を顕彰し、先人達の歴史、技術、生き様を伝える「アニメ功労部門」を中心に、その他招待作品の上映やイベントを実施しました。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色

本年はより「教育」と「国際」を意識したプログラムを実施しました。

◆アジアン・フィーチャー 私たちの知らないアジア

＜日時＞3月11日（日）11:00～13:00
＜内容＞

本年は、「マレーシア」、「シンガポール」、「タイ」という、特徴の全く異なるアジアの3つの国を取り上げました。マレーシアは、国が産業としてのアニメーションを育てようとしており、シンガポールは、その潤沢な資金をバックにルーカスフィルムやピクサー等の大手3DCGアニメーション制作会社の誘致に成功。タイは、海外からの作業下請けとして技術を高め、アジアでの地位を固めつつあります。

それぞれの国から実際にアニメーション業界の一線で活躍する人材を招聘し、それぞれの国の作品を見せながら、現在のアニメーション産業の「生の声」を届けて頂きました。

＜登壇者＞
・マレーシア
Usamah Zaid Yasin／ウサマハ・ザイド・ヤシン
Founder & Executive Director, WAU Animation Sdn Bhd／ワウアニメーション

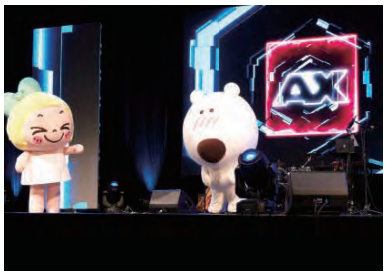
東京アニメアワードフェスティバル2018

創設者・エグゼクティブディレクター
・シンガポール
Christopher Shaw／クリストファー・ショウ
Head of the Puttnam School of Film & Animation／パットナム映画・アニメ学校校長
・タイ
Auchara Kijkanjanas／アウチャラ・キジカンジャナス
Managing Director, Big Brain Pictures Co.,Ltd／ビッグブレインピクチャーズ マネージングディレクター

◆国際交流シンポジウム「世界屈指のアニメーション学校」
＜日時＞3月11日（日）14:00〜16:00
＜内容＞
　アニメーションを目指す者であれば誰もが知っている３つの学校、フランスの「ゴブラン」、「ルビカ」（旧名シュパンフォコム）とカナダの「シェリダン」より、パネラーを招聘。
　これらの学校の学生作品を参考上映し、その具体的なアニメーション教育を紹介すると同時に、日本にいては中々知ることのできない、各国のアニメーション教育、業界事情を語って頂きました。
＜登壇者＞
・ゴブラン：
Cecile BLONDEL／セシル・ブロンデル
Head of International Relations and International Admissions for the Master of Arts／国際関係学部長・学部留学生担当
・ルビカ：
Laure CASALINI／ロール・カザリニ
Dean & Head of Research at Rubika／研究学部長
・シェリダンカレッジ
Christopher Walsh／クリストファー・ウォルシュ
Professor, Bachelor of Animation／アニメーション学部 教授

◆おやこ映画館 ロニー・オーレン ワークショップ
＜日時＞第一回：3月10日（土）11:00〜11:45／第二回：3月11日（日）13:30〜14:15
＜内容＞
　イスラエルで人気のクレイアニメーション監督とクレイアニメーションの人形を作る子供向けワークショップを実施。実際に、オーレンが自身の作品内で使用しているクレイ人形の作り方をオーレンから直接学べるワークショップ。
＜講師＞
Rony Oren／ロニー・オーレン
　個性的なアーティストであり、世界的に有名なアニメーター。エレサレムのベツァルエル美術デザイン学院アニメーション学部長を努めていました。500作品を超える、短編作品及びTVシリーズのプロデュースや監督を努め、30冊以上のこども向けの本も出版しています。

Anime Expo 2017



会　期：2017年7月1日（土）～4日（火）（6月30日（金）Pre-Show Night）
会　場：アメリカ ロサンゼルス Los Angeles Convention Center
主　催：Society of Promotions for Japanese Animation
公式サイト：www.anime-expo.org
総来場者数：357,178人　昨年対比15% UP、過去最多
出展参加国と地域数：72の国と地域
プレス社数：200社

■開催内容

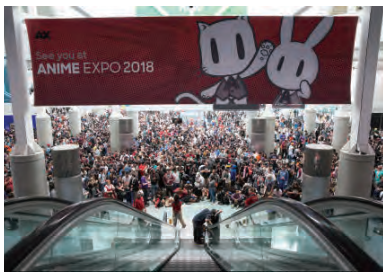
Anime Expoは日本の漫画、アニメ、ゲームを含むポップカルチャーを北米に広める事を目的とした北米最大のB to Cコンベンションで、毎年7月4日の週末にかけてロサンゼルスで開催され今年は26回目のイベントを抑え、総来場者数は35万人を大幅に超えました。パネル、コンサート、イベント、スクリーニングなどを含むプログラムはPre-show nightと4日間で900時間を超え、大勢のゲストにいらしていただきました。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

2017年の新規取り組みとしては、Pre-Show nightの開催で、7月1日初日の前日に当たる6月30日の午後6時半からパネル、スクリーニング、メイドカフェ、バトラーカフェ、コンサートなどのエリアをオープンしました。

2つ目の新規取り組みはストリーミングの導入（Twitchにて配信）で今年は40時間ほどの配信でしたが、100カ国以上からのアクセスがあり、34万View以上のアクセスがあり大変好評でした。

またプログラムの強化を実施し、昨年比率12.5%UPのトータル900時間以上のプログラムを提供しました。



HYPER JAPAN

会　期：2017年7月14日（金）～16日（日）（HYPER JAPAN Festival 2017）
　　2017年11月24日（金）～26日（日）（HYPER JAPAN Christmas 2017）
会　場：イギリス ロンドン Olympia（HYPER JAPAN Festival 2017）
　　イギリス ロンドン Tobacco Dock（HYPER JAPAN Christmas 2017）
主　催：Cross Media Ltd.
後　援：（一財）デジタルコンテンツ協会（DCAJ）／日本政府観光局（JNTO）／
　　（一社）日本動画協会（AJA）／（一財）音楽産業・文化振興財団（PROMIC）／
　　（一財）自治体国際化協会ロンドン事務所（CLAIR, London）／
　　在英国日本国大使館／㈱日本貿易振興機構（JETRO）／
　　㈱国際交流基金（The Japan Foundation）／
　　（特非）映像産業振興機構（VIPO）
対　象：一般来場者
公式サイト：https://hyperjapan.co.uk/
総来場者数：13万人（7月：8万人　11月：5万人）
出展社数：388社（開催国内出展者数：326社　国外出展者数：30社　日系企業：32社）
プレス社数：250社（開催国内プレス社数：230社　国外プレス社数：10社　日系プレス社数：10社）

■開催内容

日本食と、ゲーム・漫画・アニメ・音楽などの日本ポップカルチャーを2つの軸とし、テクノロジー、ファッション、伝産品、観光・ 地方振興、伝統文化、武道など幅広い日本文化が紹介されている。会場は、ステージ、出展エリア、体験エリアの、大きく3つからなる。夏と冬のイベントではそれぞれテーマが異なり、夏のイベントはポップカルチャーを核としたフェスティバル、冬はクリスマスショッピングを核とした展示・物販イベントとなっている。

HYPER JAPAN（ハイパージャパン）は、2010年、Cross Media Ltd.代表取締役社長の丸茂和博の発案により、当時イギリスでトレンドになりつつあった日本食と、ヨーロッパ大陸で既にブームを巻き起こしていた日本ポップカルチャーを融合したイベントとして誕生した。現在世界中で多く開催されている、現地ファンコミュニティー起源のポップカルチャー中心のイベントとは成り立ちが異なる。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

オンラインネットワークを活用したイベント事前-事後の参加企業の情報拡散により、企業への周知、消費者の人気拡大などの波及効果が期待でき、新規クライアントと新規顧客とのマッチングの効果が上がるという「リアルとオンラインの相乗効果」をテーマに、参加企業のBtoB、BtoCが同時に行える場の提供に注力。

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例、件数や成果

イベントにはこれまでJAL、JNTO、JTB、INSIDE JAPANなど旅行関係の企業・団体が多数出展しており、イギリス人にとっても「日本の最新旅行情報がゲットできるイベント」としての認知度が高い。

また主催のCross Media Ltd.は、東京都と沖縄県の在英ロンドン観光レップも務めており、その知識やノウハウを利用して、イギリス人の訪日促進に貢献している。

2017年11月のHYPER JAPAN Christmasでは始めての試みとなるとなるアート・インスタレーション「Illuminight（イルミナイト）」を開催。日本人ならではの『あかりの質感』『色彩』『意匠（デザイン性）』を『あかりを落とした空間のなかで楽しんでもらう展示』をコンセプトに、日本全国から約1,500点以上の作品が集結し、一足先にロンドンのクリスマスシーズンを彩った。本企画に関連して旅行関係企業・ 団体などが出展し、アートだけでなく日本各地の魅力を伝える総合エリアが展開された。

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例、件数や効果

コスプレイヤーたちが集まるHYPER JAPANは、非コンテンツ企業とコラボレー

HYPER JAPAN

ションして、以下のような企画を実施している。
（全てHYPER JAPAN Christmas 2017より）

SAKE Cocktail Awards

イギリスでの日本酒人気の高まりを受け、酒蔵とコラボレーションて2015年より開催しているこのHYPER JAPAN内イベント。ロンドンで活躍する計9人のミクソロジストが日本酒をベースにしたオリジナルカクテルを来場者に提供し、一般来場者が投票で最もおいしかったカクテルのクリエイターを選出。また日本酒試飲・販売ブースでは純米大吟醸やにごり酒、スパークリング清酒などの日本酒とユズリキュールなど、各メーカーが特別価格で販売し、3日間で約3,500本を売り上げた。

Ramen Experience

現地ディストリビューターHarro Foods Ltd. の提供する塩、醤油、味噌、豚骨の4種類のスープを来場者が試飲し、最後に気に入った味を選んでラーメン1杯を注文できるというアトラクション。ロンドンではなかなか難しいラーメンの味比べができるとあり、前売りチケットは完売した。昨今ロンドンで大ブームの豚骨ラーメンだけでなく、イギリスではなかなか食すことのできない塩ラーメンもほぼ完売になるなど、約3,000人の来場者が本物の日本のラーメンを体験し、イベントは大盛況に終わった。

HYPER Creative Studio

来場者が実際に手を動かして日本文化を体験できる「HYPER Creative Studio」内で、エスビー食品によるカレー、わさびを使ったワークショップを実施。日本の「Kawaii」文化を取り入れたデコカレーワークショップの他、現地料理にわさびを取り入れたアレンジメニューの紹介など、現地の食文化に精通したクッキングインストラクターやシェフが講義を行い、商品ローカライズの絶好の機会になった。

2017年Comic Exhibition　漫画博覧会

会　期：2017年8月10日（木）～14日（月）
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：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：521,000人　前年比94%
※ただし前年より会期が1日短い為。
1日あたりの入場者数前年比113.9%。
出展社数：70社（前年比：87.5%）
うち日系企業：ICHIBAN JAPAN AREAのみで10社
プレス社数：41社

■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、2017年で十八回目を迎えることになりました。台湾の夏を代表する非常に大きなイベントとして、台湾だけでなく、アジア各地からファンが駆けつける一大イベントとなっています。出展企業にとっても、漫画博覧会参加により、台湾市場および中華圏（中国・香港・マカオ・シンガポール・マレーシア）への進出や、接触、露出の場を増やすことによる強力なプロモーションを、費用を抑え、効率の良い形で実施できます。単発的なイベントの参加以上のメリットを出す機会として、アジア圏進出に向けて活用いただけます。日本との親和性が高く、距離も比較的他の海外よりも近いこともあり、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、業界全体の発展に寄与しています。

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。

2017年は620ブースが使用され（昨年対比：100.8%）、出展者数も増加、更なる拡大を続けております。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

2017年度は、かねてより指摘のあった来場者の限定商品購入の一極集中による、中日から最終日までのイベントの魅力の低下を防ぐために、アニメやコミックに捉われない日本の魅力を発信するための「日本館エリア」を拡大し、約80ブースの中に10社の出展と19のステージのパフォーマンスがありました。特に、最近大人気のスマホアプリゲームブースや、日本のアイドルによるステージパフォーマンスでは、既存のコミックやアニメのコア層とは異なる様々な層の集客に成功し、大きな盛り上がりを見せました。

■連携やビジネスマッチングに関連する事例と効果

日本の自治体関連出展に関する相談（ゆるキャラ関連、地方自治体プロモーション出展）

スマホアプリゲーム「黒騎士と白の魔王」（㈱グラニ様）のステージプロモーションにアイドル「虹のコンキスタドール」様メンバーが一部参加されるなど、日本館エリアでの出展コラボレーションとして相乗効果を得ることができました。

C3 AFA JAKARTA 2017

会場外待機列の様子

展示会場の様子

I ♡ ANISONG CONCERT

ART DUEL

DAY STAGE

会　期：2017年8月18日（金）～20日（日）
会　場：インドネシア ジャカルタ Jakarta International Expo
主　催：SOZO Pte. Ltd／㈱創通／Zepp Live Inc.／㈱電通／
MEGINDO TUNGGAL／Avex Asia Pte. Ltd.
共　催：キヤノン㈱／FRUIT TEA／BCA／BliBli.com／ニコニコ動画
特別協力：㈱ホリプロ／Sony Music／CoFesta
協　賛：BANDAI NAMCO／Sch.
公式エアライン：JAL
公式コントラクター：samudra
公式ホテル：GRAND MECURE／Holiday Inn／Holiday Inn Express
公式インターネットプロバイダー：Biznet
公式地域向けメディアパートナー：WOW JAPAN／Jarnal Otaku INDONESIA
公式チケットパートナー：LOKET
後　援：ALL FILM／AKIBA NATION／ARDAN／101.8 BAHANAFM／
bintang.com／CONCERTHOLIC.ID／cinemags／
COSPLAY JAKARTA／CREATIVEDISC.COM／Daily Concerts／
DREAMERS.id／DUNIAKU NETWORK／INDONESIA EVENT GUIDE／
Gadget+／GameStation／98.7 genfm／genmuda／
106.1FM GERONIMO／88.4 FM Global radio Jakarta／
JAKARTAVENUE.COM／JAKARTA CONCERTS／
JAPANESE MUSIC ID.com／Japanese STATION／KAORI Nusantara／
KapanLagi.com／KASKUS／ke Tepang Yuk.／93.4FM KISI BOGOR／
KOMPAS.COM／KORAN JAKARTA／KOTAKGAME.COM／
LIPUTAN6.com／MEDIA INDONESIA／MUSIK JURNAL／
88FM MUSTANG／network!／908FM OZ RADIO JAKARTA／
PLAY99ERS／102.2FM Prambors JAKARTA／PROBOKE!／
rimanews.com／SOUL OF JAKARTA／SUARA.COM／
1098 kttz Radio universitas TARUMANAGARA／101.4 trax fm Jakarta／
Virgin RADIO JAKARTA 99.9
※C3 AFA JAKARTA 2017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：一般参加者、ビジネス関係者
公式サイト：https://animefestival.asia/jakarta17/

総来場者数：50,080人
出展社数：78社

■開催内容

●コンサート「I ♡ ANISONG CONCERT」（8月19日、20日）

本イベントの目玉として8月19・20日の夜に開催された「I ♡ ANISONG CONCERT」では、アニメソングを中心に計8グループが出演した。

出演者：fhána／鈴木このみ／May'n／佐香智久／岸田教団&THE明星ロケッツ／
kradness／春奈るな／西沢幸奏

●日中ステージ「DAY STAGE」（8月19日、20日）

8月19・20日の日中に披露された、人気のコンテンツや新たなコンテンツに関するトークショーを中心としたステージ「DAY STAGE」では、7つのコンテンツとそれに伴う4人の特別ゲストが出演した。

コンテンツ：「劇場版 黒執事 Book of the Atlantic」／「Fate/Apocrypha」／「フレームアームズ・ガール」／「HATSUNE MIKU EXPO 2016 Japan Tour」／「けものフレンズ」／「劇場版 黒子のバスケ LAST GAME」／「機動戦士ガンダム 鉄血のオルフェンズ」

C3 AFA JAKARTA 2017

出演者：加藤ひろあき／鶴岡聡（「Fate/Apocrypha」）／阿部里果（「フレームアームズ・ ガール」）／古谷徹／CLEANERO／Eve／小野早稀（「けものフレンズ」）／夏代孝明／内匠靖明（「機動戦士ガンダム 鉄血のオルフェンズ」）

●展示会場内ステージ「AKIBA STAGE」（8月18日、19日、20日）

ローカルで活躍するアーティストやコスプレイヤーのステージとして開催された「AKIBA STAGE」では、15のグループが出演した。「アニソンフィットネス」、「ART DUEL」、コスプレコンペティション「Cosplay singles」などをおこなった。

出演者：Angelyn／愛川こずえ（「アニソンフィットネス」）／Lazrite／REDSHiFT／朝比奈さくら（「アニソンフィットネス」）／SOBA／USAGI／やっこ（「アニソンフィットネス」）／仲川遥香（「アニソンフィットネス」）／YUMI／Clarissa Punipun／DD-Tenka／Enako／M.G.／Naru／Ying Tze

●展示会場「AKIBA TOWN」「FOOD STREET」（8月18日、19日、20日）

・「AKIBA TOWN」

各企業による展示会場「AKIBA TOWN」では、「キヤノン体験コーナー」や「痛車ゾーン」の他に39のブースが展開された。

出展ブース：キヤノン／ITA INDONESIA／紀伊國屋／Artisul by Vitesse／Little Bubu／LULLABY WINDS／re:ON Comics／NHK World／AFA SHOP／SACRA MUSIC／Sony Music Entertainment（Japan）Inc.／Creators Super Fest／壽屋／Fate/Apocrypha／黒執事／BANDAI NAMCO GROUP／Sensation Zone : Fruit Tea SOSRO／Aniplex／asobi!／BCA／RSCH／PikattoAnime／E.X.X.／ANIMART／Anibee by IMMG／Kyou Hobby Shop／Cosplay All Star Network／Biznet／Blibli.com／Wacom Singapore／SAGA TV／3dsense Media School／LUMICA INDONESIA／Vheecious x Chiaki／BumiLangit Komik／EXIT TUNES／KONAMI

・「FOOD STREET」

各企業による日本食販売会場「FOOD STREET」では4企業が出展した。

出展ブース：吉野家／金のとりから／Marumaruichi Takoyaki／OYSHII

●創作物即売会場「CREATORS HUB」（8月18日、19日、20日）

創作者の展示・即売場所。42の創作者グループが参加した。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

・「AKIBA STAGE」：新たに「AKIBA STAGE」を開催し、ローカルのアニメスターやコスプレイヤー、アーティストを披露する場を作った。

・ニコニコ生放送によるライブストリーミング：「DAY STAGE」や「AKIBA STAGE」の一部のプログラムで、ニコニコ生放送によるライブストリーミングを新規事業として実施。現地に来られないアニメファンにも様子を伝えられる貴重な場になった。

・「アニソンフィットネス」：AKIBA STAGE内でアニソンフィットネスを新たに実施。AKB48・JKT48の元メンバーである仲川遥香も出演した本プログラムは好評を得られた。

■他イベントとの連携事例とその成果

2017年4月29・30日にインドネシアで開催された「Creators SUPER FES」内にておこなわれた「ART DUEL」を本イベントでも開催し、好評を得た。「ART DUEL」はクリエイター同士がライブドローイングで対決する内容になっている。

アニソンフィットネス

JAPAN EXPO IN THAILAND 2017

会　期：2017年9月1日（金）～3日（日）
会　場：タイ バンコク　サイアムパラゴンショッピングセンター　パラゴンホール
主　催：JAPAN EXPO IN THAILAND 2107実行委員会／ジェイエデュケーション
後　援：在タイ日本国大使館／㈱日本貿易振興機構（JETRO）／
日本政府観光局（JNTO）／㈱国際交流基金／大阪観光局／京都府／
東京都／熊本市／東京都台東区／東京都大田区／出雲大神宮
対　象：一般、ビジネス
公式サイト：http://japanexpothailand.jp/
総来場者数：約97,000人
（開催国内入場者数：約92,000人　邦人入場者数：約5,000人）
ビジネスエリア来場者数：52人
（開催国内来場者数：27人　邦人来場者数：25人）
出展社数：183社
（開催国内出展社数：89社　日系企業：93社　国外出展社数：1社）
出展参加国と地域数：約30の国と地域
バイヤー数：35人
（開催国内バイヤー：19人　日系バイヤー：16人）
商談件数：約30～40件
プレス社数：85社
（開催国内プレス社数：74社　日系プレス社数：11社）

■開催内容

第3回目となるJAPAN EXPO IN THAILAND 2017は、2017年9月1日（金）から3日（日）の日程で、タイ・バンコクにて開催しました。

コンテンツ、コスメ、伝統工芸、エンターテイメント、トラベル、食、留学、就職などの日本の魅力を網羅し、日本のコンテンツの力を活用して集客に活かすと共に、日本各地の観光・物産の紹介、モノ、食、日本留学、日本就職をPR、それぞれの産業のタイにおける需要の創出と発展につなげることが目的です。各分野の団体によるブース出展、ステージでのパフォーマンスで来場者に日本の新たな魅力を披露しました。

B to Cを中心としたイベントですが、一部B to Bに繋がるビジネスミーティングも実施しました。イベント出展後、実際にタイ国内で継続的に発信してくれるパートナーとの出会いや、タイへの進出などの具体的なアクションにつながる場となりました。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

・日タイ修好130周年の節目の年であるため、アーティストによるパフォーマンスを通じて日タイ友好を象徴できることを盛り込みました。
・タイの学生目線で、日本の都道府県を紹介するなど、日本企業からタイ人への商業性の強いプレゼンではなく、来場者にも響きやすいよう、タイ人学生が参加型で楽しめる内容を含めました。
・お祭りとしてのイベントに終わらず、その後もタイにおける需要を創出するために、別室でB to Bビジネスミーティングを実施しました。

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例と成果

「トラベル」と「食関係」について、ビジネスマッチングミーティングを行いました。

「トラベル」部門では、日本側参加団体によるプレゼンテーションと個別説明をタイ側参加団体に実施し、B to Bの関係構築、インバウンド誘致に向けた売り込みを行いました。

「食関係」では、食関連全般のタイ進出を支援する企業が、日本側参加者の相談に対応し、具体的なタイ進出に向けたノウハウを提供しました。

■イベント内コラボ事例と効果

・日タイ130周年を記念して「ユーリ!!! On ICE」オリジナルキーホルダーを作成しました。同アニメの主人公とタイ人のキャラクターが、日本とタイの国旗を掲げて

JAPAN EXPO IN THAILAND 2017

JAPAN EXPO IN THAILAND 2017

いるタイの三輪バイク・トゥクトゥクに乗っているデザインで、日タイの友好を表現することができました。

・名探偵コナンのストラップを来場者全員に無料配布しました。

・WORLD ORDERが会場内をパフォーマンスしながら練り歩き、会場内の様子も交えたFacebook生ライブ配信をしました。タイでは生ライブ配信は人気があるので、有効な広報に繋がりました。

Japan Expo India 2017

会　期：2017年11月3日（金）～5日（日）
会　場：インド ニューデリー・ビグヤンバワン・インディアゲートローンズ
主　催：（特非）日本インド国際産業振興協会
後　援：インド産業連盟
対　象：アニメクリエーター・ゲームクリエイター・技術開発者・会社役員
総来場者数：75,681人
出展社数：11社（うち日系企業：11社）
商談件数：1,206件
プレス社数：49社（開催国内プレス社数：49社）

■開催内容

2017年度は、日本、インドにとって「日印文化協定発効60周年記念」及び「日印国交65周年」という節目の年であり、両国のコンテンツ産業の架け橋を促進することを目的としている（初開催）。同時期に、在インド日本大使館主催による「JAPAN WEEK」も開催され、双方のメディアPR告知等を行い、互いのイベントが成功するよう導いた。クールジャパン戦略の主要産業であるアニメ及びゲームコンテンツのインド市場開拓において、各社が「Japan Expo India 2017」を活用することにより、円滑にインド進出、パートナー探し、販路拡大等のビジネスマッチングを行う事ができた。

「Japan Expo India 2017」は、モディー首相主催のワールド・フード・INDIAと同時開催され、従来のアニメコンテンツのみならず、食に関するアニメの上映、ご当地キャラクター、並びにキャラ弁当の実演を行い、アニメ、キャラクター等のコンテンツプロモーションを促進した。

アニメコンテンツ販売への具体化を目指し、今回は「食とアニメ」をテーマに加えインド食品産業に対し具体的なライセンシングの提案を行った。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

今回はWFI2017の同時開催とのこともあり食品会社よりの日本のアニメの食品パッケージに対してのライセンシング及び、食品のTVCFライセンシングの話が多く出た。これによりアニメキャラを使用した食品のマーケティングがインドでも通用すると感じられた。

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例、件数や成果

インドのフューチャーグループの所有している子供向けテレビ番組に、テストケースとして3か月間放送を希望。同時に小売店での販売を検討。今後交渉のきっかけとなる企業との商談が180件あり、そのうち121件が新規取引の可能性があると思われる。

C3 AFA SINGAPORE 2017

会　期：2017年11月24日(金)〜26日(日)
会　場：シンガポール Suntec Singapore Convention & Exhibition Centre
主　催：SOZO Pte. Ltd.／㈱電通／Zepp Live Inc.／㈱創通／
Amuse Entertainment Singapore Pte. Ltd.／ASATSU-DK Inc.／
Avex Asia Pte. Ltd.
共　催：㈱ホリプロ／Sony Music Entertainment Inc.／INCS toenter Co. Ltd.／
Canon Singapore／Singapore Tourism Board
特別協力：Aniplex Inc.／bilibili.com／BANDAI NAMCO Entertainment Asia／
Genesis Frontier Pte. Ltd.／KADOKAWA CORPORATION／Kotobukiya／
Mighty Media／MUSE木棉花／ODEX Pte Ltd.
協　賛：Singapore Tourism Board
公式エアライン：All Nippon Airways
公式コントラクター：UnUsUaL Productions Pte. Ltd.／
Milton Exhibits Singapore Pte Ltd
公式インターネットプロバイダー：MyRepublic Gamer Pte. Ltd.
公式地域向けメディアパートナー：Akibatan／Animax Asia／Aniplus Inc.／
ニコニコ動画
公式チケットパートナー：APACTix
後　援：PT. Astrindo Satrya Kharisma, SavioAffiliates

対　象：アジア各国のアニメファン
公式サイト：https://animefestival.asia/singapore17/

総来場者数：3日間で96,000人強（うち社会人が70%）
出展社数：170社

■開催内容

●コンサート「I♡ANISONG CONCERT」「AFA idol♡showcase」（11月24日、25日、26日）

・「I♡ANISONG CONCERT」（11月24日、25日、26日）
本イベントの目玉として11月24日、25日、26日の夜に開催された「I♡ANISONG CONCERT」では、アニメソングを中心に「AFA idol♡showcase」も合わせ計15グループが出演した。

出演者：乃木坂46／FLOW／Iris／西沢幸奏／佐香智久／ClariS／鈴木このみ／妄想キャリブレーション／nano／TRUE／EGOIST Exhibition for C3 AFA SG 2017／fripSide／Luce Twinkle Wink☆／綾野ましろ／May'n

・「AFA idol♡showcase」
秋元康プロデュースのAKB48公式ライバルグループである、乃木坂46が初のシンガポールでパフォーマンスを本イベントでおこなった。このため、「I♡ANISONG CONCERT」とは別枠で「AFA idol♡showcase」が11月24日の「I♡ANISONG CONCERT」内で開催された。

出演者：乃木坂46（齋藤飛鳥／生田絵梨花／中田花奈／高山一実／新内眞衣／秋元真夏／星野みなみ／堀未央奈／衛藤美彩／桜井玲香／生駒里奈／井上小百合／松村沙友理／斉藤優里）

●日中ステージ「DAY STAGE」（11月24日、25日、26日）
11月24日、25日、26日の日中に披露された、人気のコンテンツや新たなコンテンツに関する、トークショーを中心としたステージ「DAY STAGE」では、11つのコンテンツとそれに伴う35人の特別ゲストが出演した。

DAYSTAGE

キヤノン体験コーナーの様子

AKIBASTAGE

I♡ANISONG CONCERT

展示会場内の様子

C3 AFA SINGAPORE 2017

コンテンツ：「アニソンフィットネス」／「B-PROJECT」／「BEATLESS」／「DJ Showcase」／「フレームアームズ・ ガール」／「博多豚骨ラーメンズ」／「HATSUNE MIKU EXPO 2016 Japan Tour」／「機動戦士ガンダム00」／「グランクレスト戦記」／「冴えかの：冴えない彼女の育て方」／「ヴァイオレット・ エヴァーガーデン」

出演者：Eshpal／Ferlyn Yoshimi／吉田尚記／Ayasa／たかはしごう（「アニソンフィットネス」）／山村響（「フレームアームズ・ガール」）／熊谷健太郎（「グランクレスト戦記」） ／安野希世乃（「冴えかの：冴えない彼女の育て方」）／茅原実里（「ヴァイオレット・ エヴァーガーデン」）／佳穂成美（「フレームアームズ・ガール」）／乃木坂46／阿部里果（「フレームアームズ・ガール」） ／水島精二（「BEATLESS」、「機動戦士ガンダム00」） ／三木眞一郎（「機動戦士ガンダム00」） ／Taketeru Sunamori（「DJ Showcase」） ／柿原徹也（「B-PROJECT」）／Tomotaka Misawa（DJ Showcase）／豊永利行（「B-PROJECT」）／TRUE（「ヴァイオレット・ エヴァーガーデン」）／石川由依（「ヴァイオレット・エヴァーガーデン」）／小林裕介（「博多豚骨ラーメンズ」）／高田憂希（「アニソンフィットネス」）

●展示会場内ステージ「AKIBA STAGE」（11月24日、25日、26日）

ローカルで活躍するアーティストやコスプレイヤーのステージとして開催された「AKIBA STAGE」では、23のグループが出演した。

出演者：A-LIVE／DJ KEITAN from RAB（REAL AKIBA BOYZ）／DJ SOBA／GEAR／橘田いずみ／LeChat／MechaPen & D.N.A／Natsuiro Party／RAE／RAB（Real Akiba Boyz）／Singapore Wotagei Community／Takahiro Baba／THE ANIME MAN／Tokimeki JUMP／USAGI／Yoruru／Angie／Baozi & Hana／Clarissa Punipun／Enako／Liyuu／Rosiel Kasyou／Serg Loki／Thames Malerose

●展示会場「AKIBA TOWN」「FOOD STREET」（11月24日、25日、26日）

・「AKIBA TOWN」

各企業による展示会場「AKIBA TOWN」では「CANON IMAGING EXPERIENCE ZONE」の他に56のブースが展開された。

出展ブース：bilibili／KADOKAWA／NHK WORLD／Manga de Japan／壽屋／Bandai & Banpresto／BANDAI NAMCO Entertainment Inc.／AFA SHOP／ヴァイオレット・エヴァーガーデン／乃木坂46／Wacom／Ikemen Series／avex asia ／ PikattoAnime/COM PLANNING INC. ／ LUMICA CORPORATION／Black Butler／冴えかの：冴えない彼女の育て方／グランクレスト戦記 ／SMEJ Showcase／MUSE COMMUNICATION CO.,LTD.／Musashi – no／遊戯王／リアル・ アキバボーイズ／Anime Toys Store／MIGHTY MEDIA／Aniplex／asobi! つくり×希萌創意× AKIBA HOBBY, Good Smile Company／SACRA MUSIC／La Tendo／TeeTurtle／Bibisama Apparel／バンプレスト 一番くじ／VisualArts/Key + THE ANIME MAN／COSPA／Measure your body odor!／SONY／OTAKU TACHI／Aniplus Asia／SAGA TV／www.toycoin.com.sg／Anime Yorozuya／XINBO／テレビ東京／ブシロード／A!SMART ×AMUSE／Secretlab／RE&S／SHOGAKUKAN ASIA PTE LTD／DGDD Games／YO costume／3dsense Media School／Typhoon Systems／コカ・ コーラ／SUPERHEROES GALAXY／Battle Sky Brigade／ODEX

・「FOOD STREET」

各企業による日本食販売会場「FOOD STREET」では12企業が出展した。

出展ブース：WORLD SNACK／日清／モンスターカレー／KURO-OBI（一風堂）／麺屋Sakura／Wattention Singapore／TEPPEI／Renga-Ya Cafe Akira／

C3 AFA SINGAPORE 2017

コカ・コーラ／焼き鳥八咫烏／Teeny Balls／WATTENTION PLAZA

●創作物即売会場「CREATORS HUB」（11月24日、25日、26日）
創作者の展示・即売場所。100の創作者グループが参加した。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

11月24日の夜に開催された「I♡ANISONG CONCERT」内の「AFA idol♡showcase」では、乃木坂46がシンガポールでの初パフォーマンスということもあり、開催前から多数のメディアに取り上げられるなど、大きく注目された。このことにより推定される広告価値は16,752,951円にのぼり、推定PR価値は301,041,363円となった。また、2018年2月に開催される「C3 AFA HONGKONG 2018」でも乃木坂46の出演が決定している。

このほか、本イベントで新規に発表したものもあった。2018年冬アニメの「グランクレスト戦記」では世界初となる1話上映がおこなわれ、また同じく2018年冬アニメの「ヴァイオレット・ エヴァーガーデン」では日本以外のアジア初の1話上映がおこなわれた。2018年冬アニメの「BEATLESS」では キャストが世界初で発表されるなど、これらも大きく話題を集めた。

インドゲーミングショー2018（ジャパンパビリオン）

会　期：2018年1月19日（金）～21日（日）
会　場：インド・バンガロール展示会場
主　催：（特非）日印国際産業振興協会（ジャパンパビリオン）
後　援：インド産業連盟（CII）
協　力：CESA／VIPO／JOGA
対　象：会社役員、技術関連者、クリエイター等
公式サイト：http://www.npo-jiipa.org
総来場者数：27,987人
ビジネスエリア来場者数：56人（開催国内）
出展社数：13社（日系企業）
出展参加国：日本
バイヤー数：210人（開催国内）
商談件数：242件
プレス社数：35社（開催国内プレス社数：33社　日系プレス社数：2社）

■開催内容

南アジア最大級の規模となるアニメ及びゲームの見本市「インドゲーミングショー2018」が1月19日から1月21日までバンガロールにて開催された。アニメやマンガ、ゲームなど日本のコンテンツ産業において、海外展開がますます重要になっているなか、存在感を増しているのが、その人口の多さ、成長性から巨大市場とされるインドである。ここにジャパンパビリオンを開設することにより、BtoB、BtoCはもとより、日本の高いVR技術並びにアニメコンテンツの融合技術を理解いただけた。

■2017年度の新規取り組みとその成果・特色など

バンガロールはIT産業が盛んでデリーに比べて、より具体的なビジネス展開の話ができた。

来場者からの積極的な商談アプローチ242件のうち、210社程の企業が具体的に新規取引を希望しており、今後フォローアップしていく。

■他イベントとの連携事例やビジネスマッチングに関連する企画などの実施事例

VR（仮想現実）とAR（拡張現実）ゲームの紹介。「日本キャラVR祭」と称し、英語版制作などの海外展開を促す展示を行った。

アニメ化されたコンテンツ映像、マーチャンダイズをディスプレーし、商談に結び付けるライセンシングの販売プロモーションの訴求、促進を実施した。

■コンテンツと非コンテンツ企業とのコラボ事例と効果

食品パッケージを例に挙げ、日本のアニメコンテンツのマーチャンダイズの一例を紹介。親しみやすいキャラクターを使用することで、インド国内の子供のいる家庭に向け、手に取りやすい商品を供給することができ、ジャパニーズコンテンツのさらなる露出に繋がることが期待できる。

C3 AFA HONG KONG 2018

会　期：2018年2月9日（金）～11日（日）
会　場：香港 コンベンション・アンド・エキシビジョン・センター
HALL1 ABCD（C3 AFA HONG KONG 2018）
AsiaWorld-Expo, Runway 11（C3 AFA HONG KONG 2018 presents I♡ ANISONG CONCERT）
主　催：㈱創通／SOZO Pte. Ltd.
協　力：PlayStation.Music／荃美廣告有限公司
公式チケットパートナー：Cityline／通利琴行
後　援：（一社）日本商品化権協会／AJA
対　象：アニメ、コミック、ゲームを始めとしたJapan Pop Cultureファン
公式サイト：http://www.c3hk.com.hk/revamp/2018/
（C3 AFA HONG KONG 2018）
https://animefestival.asia/hk18/
（C3 AFA HONG KONG 2018 presents I♡ ANISONG CONCERT）
総来場者数：3日間合計206,100人
出展社数：64社（開催国内出展者数：15社／日系企業：49社）
プレス社数：76社（開催国内プレス社数：66社／国外プレス社数：10社 うち日系プレス3社）

■開催内容

SOZO Pte. Ltd.を中心として10年に渡ってシンガポール、インドネシア、タイで主催してきた「アニメフェスティバルアジア」と、株式会社創通が香港・東京で主催してきた「C3」が、2017年度より新たなパートナーシップを結び、より強固なプラットフォームになった。更に素晴らしい日本のコンテンツを、アジアの日本好きの皆様に向けてお届けしていくことを目指している。

●コンサート「I♡ ANISONG CONCERT」「AFA idol♡showcase」（2月11日）

・「I♡ ANISONG CONCERT」

本イベントの目玉として2月11日夜に開催された「I♡ ANISONG CONCERT」では、アニメソングを中心に「AFA idol♡showcase」も合わせ計4グループが出演した。

出演者：乃木坂46／西沢幸奏／春奈るな／fhána

・「AFA idol♡showcase」

秋元康プロデュースのAKB48公式ライバルグループである、乃木坂46が香港でパフォーマンスを本イベントでおこなった。このため、「I♡ ANISONG CONCERT」とは別枠で「AFA idol♡showcase」が「I♡ ANISONG CONCERT」内で開催された。

出演者：乃木坂46（齋藤飛鳥／生田絵梨花／中田花奈／高山一実／秋元真夏／星野みなみ／堀未央奈／衛藤美彩／西野七瀬／桜井玲香／井上小百合／松村沙友理／斉藤優里）

●日中ステージ「主舞台」（2月9日、10日、11日）

2月9日、10日、11日の日中に披露された、人気のコンテンツや新たなコンテンツに関する、トークショーとパフォーマンスを中心としたステージ「主舞台」では、14つのコンテンツとそれに伴う35人の特別ゲストが出演した。

コンテンツ：「KYORAKU Presents「SKE48」Special Stage」／「THE IDOLM@STAR 765 MILLION STARS Special Stage in C3 AFA HONG KONG 2018」／「「けものフレンズ」Special Stage」／「「あんさんぶるスターズ! on Stage」Special Stage」／「乃木坂46 Special Stage」／「"冴えない彼女の育て方♭" Special Stage in Hong Kong」／「天使の3P! Special Live in C3 AFA HongKong」／「Kiramune Special Stage in C3 AFA HONG KONG 2018」／「C3 AFA HK Cosplay 大激鬥 #」／「TVアニメ「LOST SONG」special stage」／「ウルトラヒーローズ＆怪獣ガールズ SPECIAL TALK LIVE in HONG KONG 2018」／「「ブラッククローバー」Special Stage」／

C3 AFA HONG KONG 2018

「「機動戦士ガンダム00」TALK STAGE in C3 AFA HONG KONG 2018」／「THE PREMIUM GAME IN C3 AFA SERIES: GUNDAM VERSUS隊制對戰賽in C3 AFA HK 2018」

出演者：松井珠理奈（SKE48）／一色嶺奈（SKE48）／井上瑠夏（SKE48）／松本慈子（SKE48）／江籠裕奈（SKE48）／熊崎晴香（SKE48）／浅倉杏美（「THE IDOLM@STAR」）／下田麻美（「THE IDOLM@STAR」）／諏訪彩花（「THE IDOLM@STAR」）／山崎遥（「THE IDOLM@STAR」）／根本流風（「けものフレンズ」）／田村響華（「けものフレンズ」）／築田行子（「けものフレンズ」）／山本一慶（「あんさんぶるスターズ! on Stage」）／北川尚弥（「あんさんぶるスターズ! on Stage」）／奥谷知弘（「あんさんぶるスターズ! on Stage」）／堀海登（「あんさんぶるスターズ! on Stage」）／秋元真夏（乃木坂46）／生田絵梨花（乃木坂46）／松村沙友理（乃木坂46）／安野希世乃（「冴えない彼女の育て方♭」）／神宮司学（「冴えない彼女の育て方♭」）／大野柚布子（「天使の3P!」）／遠藤ゆりか（「天使の3P!」）／古賀葵（「天使の3P!」）／浪川大輔（「Kiramune」）／吉野裕行（「Kiramune」、「機動戦士ガンダム00」）／鈴木このみ（「LOST SONG」）／ウルトラマンGEED（「ウルトラヒーローズ＆怪獣ガールズ」）／飯田里穂（「ウルトラヒーローズ＆怪獣ガールズ」）／湯浅かえで（「ウルトラヒーローズ＆怪獣ガールズ」）／梶原岳人（「ブラッククローバー」）／優木かな（「ブラッククローバー」）／神谷浩史（「機動戦士ガンダム00」）／植田佳奈（「ガンダムVS隊制對戰賽」）

●展示会場（2月9日、10日、11日）
各企業による展示会場では42のブースが展開された。

出展ブース：COSPA／Gameone Group Limited.／TV TOKYO Corporation／Asia Goal Limited／Mighty Medea Company Limited／ADK／NAS／The Chara SHOP／Contents Seed Co., Ltd／CHARA PORT／BUSHIROAD／Human Resocia Co., Ltd.／animate cafe／CODA&JAMRA／遊戯王／KYOURAKU／SUNSHINE SAKAE／LUMIKA CORPORATION／海洋堂／Action Toys／POSE +／SANKYO／SATEIGHT／bilibili／BANDAI NAMCO Entertainment Inc. ／ BANDAI NAMCO Online ／ Elite Toys Limited ／ BANDAI & BANPRESTO ／ ICHINI-SAN（H.K.）LTD ／ Toei Animation Enterprises ／ MEGAHOUSE ／ FILDES CORPORATION ／新華行／Hobby Japan／Medialink Animation international Ltd.／Animation International Ltd.／サンライズ／バンダイナムコピクチャーズ／Fate／Grand Order／Manga Shop／animate／SkywardsGifts Co. Ltd.／PikattoAnime／KADOKAWA／SACRA MUSIC／乃木坂46／MUSE木綿花／ANIPLEX／SMEJ Showcase

■新規取り組みとその成果・特色など
2月11日の夜に開催された「I♡ANISONG CONCERT」内の「AFA idol♡showcase」では、乃木坂46が香港で初のコンサートということもあり、開催前から多数のメディアに取り上げられるなど、大きく注目された。
本イベントではトークショーの他にライブパフォーマンス、コスプレコンテスト、e-sports大会が披露された。

Madman Anime Festival - Perth 2018

会　期: 2018年3月2日(金)～4日(日)(ビジネスデー3月2日、一般デー3月3～4日)
会　場：オーストラリア パース・コンベンション・アンド・エキシビション・センター
主　催：Madman Interactive- Nathan Kershaw
対　象：アニメなどのジャパニーズポップカルチャーのファン
公式サイト：https://www.animefestival.com.au/conventions/perth-2018/
総来場者数：4,250人
出展社数：48社（開催国内出展社数：46社　国外出店社数：2社）
プレス社数：8社

■開催内容

マッドマン アニメ フェスティバルは、パース・コンベンション・アンド・エキシビション・ センターにて2018年3月3日～4日の週末に実施されます。このイベントはアニメと日本文化の祭典で、アニメに関してオーストラリアでトップのマッドマン エンターテインメントとオーストラリアのNo.1アニメ ストリーミング サービスであるアニメラボにより行われます。

海外からのゲストや出展社、コスプレ、ライブステージ、イベント限定ショップ、上映、このイベントだけの限定企画など、マッドマン アニメ フェスティバルは全てのファンが楽しめるイベントです。

5-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への来賓出席と挨拶

東京ゲームショウ 2017 開会式

東京ゲームショウ 2017 開会式

第 44 回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール授賞式

デジタルコンテンツ EXPO 2017 表彰式

デジタルコンテンツ EXPO 2017 表彰式

コ・ フェスタ 2017 の数多くあるイベントのうち、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・ 副委員長が招かれた。来賓として挨拶を行ない、コンテンツ業界だけではなく、来場した多産業の参加者に向けて広くコ・フェスタの意義と活動をアピールした。

●東京ゲームショウ 2017 開会式

大谷信義実行委員長が、幕張メッセにて 2017 年 9 月 20 日（水）に開催された「東京ゲームショウ 2017」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。その際、「東京ゲームショウ 2017」内でコ・ フェスタアンバサダーが活動していることも交えて話した。その後、場内視察では様々なブースを回覧した。

●第 44 回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール授賞式

2017 年 10 月 18 日（水）、NHK 放送センターにて第 44 回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール授賞式と受賞者パーティーが開催され、大谷信義実行委員長、重延浩実行副委員長と松谷孝征実行副委員長の 3 人が出席した。授賞式内では来場者の前でコ・フェスタの来賓として紹介された。授賞式後のパーティーでは、コ・フェスタアンバサダーや国内外の放送関係者達と交流した。

●デジタルコンテンツ EXPO 2017 Innovative Technologies2017 表彰式

日本科学未来館にて 2017 年 10 月 27 日（金）に開催されたデジタルコンテンツ EXPO 2017 Innovative Technologies2017 表彰式では、松谷孝征実行副委員長が来賓の挨拶を行なう際、手塚治虫を例に、若きクリエイターや技術者達に向けての熱いメッセージを語った。また、表彰式前の場内視察では、8KVR ライドを体験、様々な出展者に質問するなど活発に交流した。

ほか、第 33 回 ATP 賞テレビグランプリ、CEATEC2017、第 20 回文化庁メディア芸術祭、国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2017 での東京ドラマアウォード 2017、Tokyo Docs 2017 の開会式、表彰式やレセプション等に出席した。

6 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
- 2017年度登録者概要

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2017・日本ゲーム大賞2017
  - Japan Content Showcase 2017
    - TIFFCOM - Marketplace for Film&TV in Asia、東京国際アニメ祭（TIAF）
    - 東京国際ミュージック・マーケット（TIMM）
  - AnimeJapan 2018
- オフィシャル・イベント
  - 第20回文化庁メディア芸術祭
  - CEATEC JAPAN 2017
  - 第44回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール
  - 国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2017
  - デジタルコンテンツEXPO 2017
  - Inter BEE 2017
  - 2017国際ロボット展
  - マンガフェスティバル in ベトナム
- パートナー・イベント
  - No Maps 2017

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 2）

IV. 海外マーケット調査
- 「日本コンテンツに関するニーズ調査」協力

V. 企業訪問
- ㈱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）

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・フェスタアンバサダー」とは

コ・フェスタイベントや日本のコンテンツをより多くの海外ユーザーに認知してもらうべく、日本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、イベントに関する発信、外国人ユーザー目線のフィードバック、また、多言語対応等でコ・フェスタイベントを支援しています。

■「コ・フェスタ・アンバサダー」の目的

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。

CoFesta Ambassadors

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

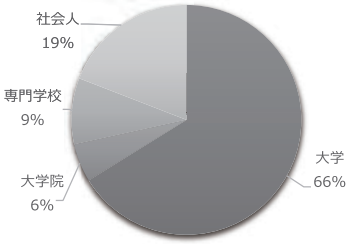
I. コ・フェスタアンバサダー施策について
登録者概要

世界中の41の国・地域から、204人の主に留学生が登録

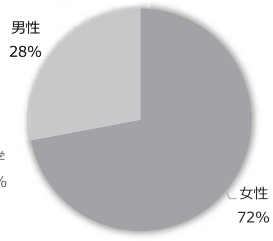
2018年3月現在

登録人数		204人
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、ラオス
	南アジア	インド、バングラデシュ
	欧州	アルバニア、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
	北米	米国、カナダ
	中南米	アルゼンチン、エルサルバドル、グアテマラ、コロンビア、チリ、ブラジル、ペルー、メキシコ
	中東	アフガニスタン、アラブ首長国連邦、トルコ
	他地域	オーストラリア、アルジェリア、ガーナ

所 属



性 別



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2017･日本ゲーム大賞2017（1）

■ **イベント概要**

- イベント名：東京ゲームショウ2017･日本ゲーム大賞2017
- 会場：　幕張メッセ
- 実施期間：2017年9月21日（木）～ 24日（日）
- 主催：　（一社）コンピュータエンターテイメント協会（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2017･日本ゲーム大賞2017の支援をするにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. アンバサダーツアーの実施（2017年9月21日（木））参加者15人

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人のアンバサダーが参加した。ツアーの様子をSNSをつう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. 多言語対応スタッフ支援（2017年9月21日（木）～22日（金））参加者2人

外国人メディア･バイヤーの対応支援として、3言語対応スタッフ（日中英、日韓英）をアンバサダーネットワークから派遣。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できた。

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）
東京ゲームショウ2017･日本ゲーム大賞2017 （2）

■ **参加者リスト**

1. アンバサダーツアー

	名前	国籍	所属
1	スタ･リキット-イティラクス	タイ	東京デザイナー学院
2	ステファニ･アンジェリア	インドネシア	社会人
3	アナ･ラットレル	米国	社会人
4	ヴィクター･クエスタ	メキシコ	慶應義塾大学
5	ローレン･サーストン	米国	カイ日本語スクール
6	チャリタ･ラートサッハ	タイ	早稲田大学
7	ステファノ･ベリエル･ダ･シルヴァ	ブラジル	東京大学
8	エドナ･ベナヴィデス	メキシコ	グロービス
9	ビパシャ･カウール･チャタレー	インド	東京大学
10	ナー･ビルディック	トルコ	慶應義塾大学
11	ヴァルダミール･デラ･クルス	フィリピン	社会人
12	ティア･ヘイグッド	米国	社会人
13	ヴィンセント･ヘスフィールド	ドイツ	慶應義塾大学
14	セレン･グネス	英国	社会人
15	アドリアン･ヒガレダ	メキシコ	社会人

2. 多言語対応スタッフ

	名前	国籍	所属
1	イ･ドンギュン	韓国	早稲田大学
2	イーティン･リャイオ	台湾	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（コアイベント）
東京ゲームショウ2017･日本ゲーム大賞2017 （3）

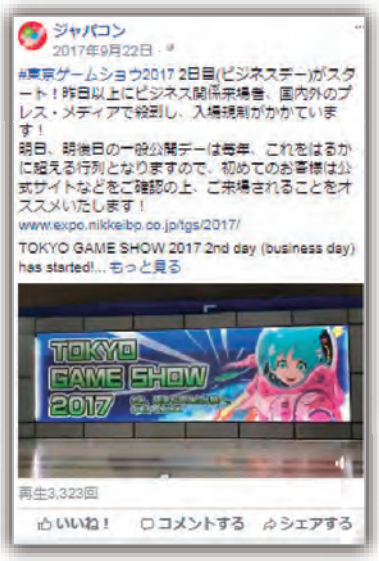
■ 当日の様子

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2017･日本ゲーム大賞2017 （4）

■ JAPACON Facebook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

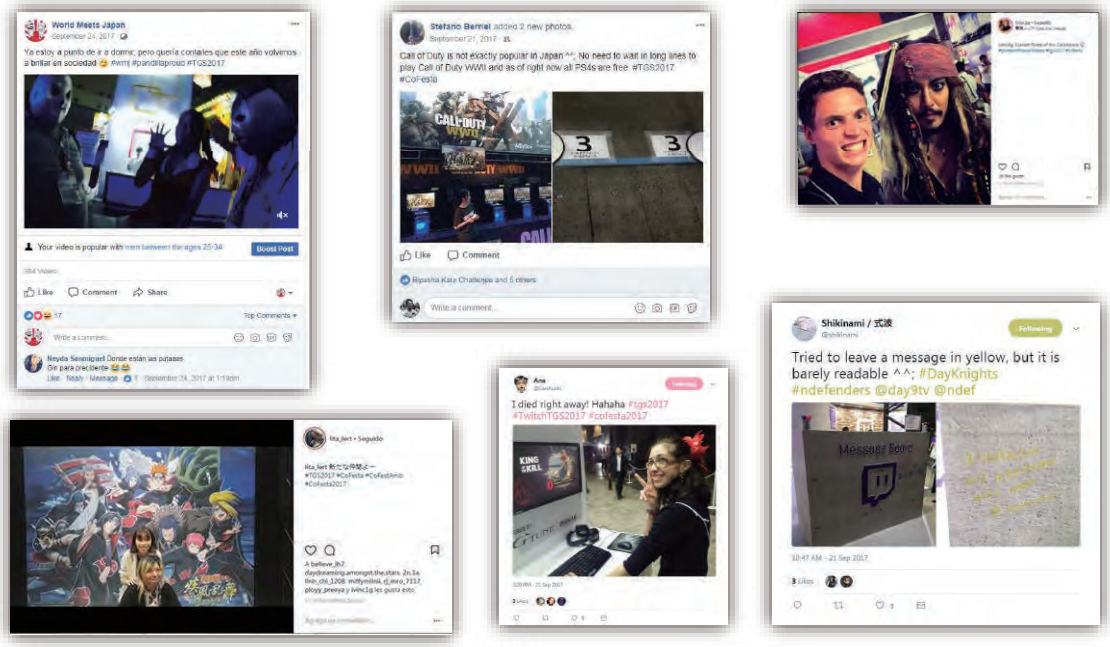
II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
東京ゲームショウ2017･日本ゲーム大賞2017 （5）

■ SNS発信例（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

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2017･日本ゲーム大賞2017 （6）

■ SNS発信例（2）



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2017･日本ゲーム大賞2017 （7）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

＜SNSに関しての提案＞

- FacebookのライブやInstagramのビデオなどもっと即座にアップできる映像を勧めたほうがいい。また、より知ってもらうために、頻繁に使われるハッシュタグをリストアップするのもいいと思う。（ティア･米国）
- 写真をシェアできる写真ブースをつくる。ハッシュタグをつければ無料の景品をもらえるようにする。（セレン･英国）

＜言葉に関して＞

- 私がプレイしたゲームのブースではどこでも英語の操作リストを見せてくれた。また、フードコートや販売エリアへのアクセスなど全体的に説明がわかりやすかった。（ステファノ･ブラジル）
- すべての情報が日本語と英語の両方で提示してほしい。日本語でしか知ることができない情報が多くあった。たとえば、ブースの前に貼ってあるステージのスケジュールなど。（ヴィクター･メキシコ）
- ゲームを理解したり、プレイするのに日本語レベルを示す掲示や何かが必要だと思う。（ローレン･米国）

＜その他＞

- 一時間前後、並ばずに遊べるゲームが少なかった。（ビパシャ･ インド）
- 学校や小さいブースのエリアでは、VRの音楽ゲームなど、思っていたよりも面白いゲームが多かった。（スタ･タイ）
- 日本のゲーム会社のブースでは、披露したいゲームはたくさんあるのに、十分なデモスペースがなく残念だった。（ヴァルダミール･フィリピン）
- 露出の多いイベントコンパニオンをたくさん置くよりも、マスコットやキャラクターのコスプレをしたモデルをおいたほうがいい。（ビパシャ･インド）
- お気に入りのゲームを探すのにブースの構造や配置がわかりやすく便利だった。ゲームに並ぶ列が整然としていた。（ヴィンセント･ドイツ）
- 事前情報がもっとあればいいと思う。プレイするためには、早く来て整理券を手に入れる必要があるため、家族連れや普通のゲームファンにとっては、あまり親切ではないと思った。（セレン･英国）

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）
Japan Content Showcase 2017 -TIFFCOM, TIAF（1）

■ **イベント概要**

- イベント名： TIFFCOM 2017 - Marketplace for Film&TV in Asia、東京国際アニメ祭秋 2017
- 会場： サンシャイン コンベンションセンター
- 実施期間： 2017年10月23日（月）～ 26日（木）
- 主催： 経済産業省、（公財）ユニジャパン、（一社）日本動画協会

■ **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 2017 -TIFFCOM 2017 - Marketplace for Film&TV in Asia、東京国際アニメ祭秋2017の海外発信を支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. **アンバサダーツアー（2017年10月25日） 参加者数 9人**
   アンバサダーを案内するツアーを実施。計９人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（2017年10月23日～26日） 参加者数 12人**
   会期中、各国のアンバサダーを多言語対応スタッフとして計12人、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。

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）
Japan Content Showcase 2017 -TIFFCOM, TIAF（2）

■ **参加者リスト**

1. アンバサダーツアー

	名前	国	所属
1	ヴァルジミール　デラクルーズ	フィリピン	フリー
2	アニサ　ヘンダーソン	アメリカ	ALAランゲージスクール
3	リュウ　ヨウシン	中国	株式会社 Journal Entertainment Tribute
4	リュ　ルカ	フランス	Coto Academy
5	ラムサム オードリー	アメリカ	株式会社Aitai Japan
6	ナビル アクラム	マレーシア	TOKYO LOGIC Ltd
7	ガブリエラ　メザ	メキシコ	フリー
8	リツキ　アディ	インドネシア	インドネシア大学
9	エドガー ベラエズ	メキシコ	早稲田大学大学院

2. 多言語対応スタッフ

	名前	国	所属
1	アラン　ガザーノ	アルゼンチン	横浜国立大学大学院
2	パトリシア　リヴィア　クルニアワン	インドネシア	早稲田大学
3	チョン　イ　ユン　クロエ	シンガポール	早稲田大学
4	ン　シェリル	シンガポール	東京大学
5	リーウェイテイン	中国	早稲田大学
6	リク ヨウギン	中国	早稲田大学
7	ビルチック･ヌル	トルコ	慶応大学
8	ソン　リン	韓国	早稲田大学
9	ジョセリン リャオ	台湾	早稲田大学
10	チャン シュエン　タイ	台湾	早稲田大学
11	オウ セン	中国	杏林大学
12	チュ　シンゲ	中国	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（コアイベント）
Japan Content Showcase 2017 -TIFFCOM, TIAF（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）
Japan Content Showcase 2017 -TIMM（1）

■イベント概要

名称：14th TOKYO INTERNATIONAL MUSIC MARKET LIVE
日時：2017年10月23日（月）～25日（水）
会場：TSUTAYA O-EAST

■ アンバサダーとの連携施策について

日本コンテンツファンの外国人留学生を中心としたコ･フェスタアンバサダーが、ショーケースライブ参加アーティスト選定に協力した。また、ライブ当日は、3日間で延べ31人が参加。SNSでの海外発信協力とフィードバックを実施した。

1. **参加アーティスト選定協力**（2017年7月28日）
14th TOKYO INTERNATIONAL MUSIC MARKET LIVEの参加アーティスト選定に6人のアンバサダーが協力した。

2．海外発信への協力
14th TOKYO INTERNATIONAL MUSIC MARKET LIVEに3日間で延べ23人のアンバサダーが参加。当日の様子などを個々のSNSに投稿した。

3. ライブに対するフィードバック
ライブ後に、同イベントに関するアンケート調査を実施し、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実施した。

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（コアイベント）
Japan Content Showcase 2017 -TIMM（2）

■参加者名

1. 選定協力

名前	国籍	所属
ロッサッター・チャリタ	タイ	早稲田大学
ゼシリア・コリー	米国	九段日本語学院
マドカ・チョー	台湾	台湾東呉大学
アドリアン・イガレダ	メキシコ	社会人
バード・ジュリアン	フランス	東京ビジュアルアーツ専門学校
エドガー・サンティアゴ・ベラエズ・マザリエゴス	メキシコ	早稲田大学大学院

2. ライブ参加者

10月23日（月）

名前	国籍	所属
ドウ ゼン	ドイツ	慶應義塾大学
ヴィンセント ヘスフェルド	ドイツ	慶應義塾大学
ト シドニー	フランス	慶應義塾大学
バード ジュリアン	フランス	東京ビジュアルアーツ専門学校
グレイス (メンチン) リー	USA	早稲田大学
ビルチック・ヌル	トルコ	慶應義塾大学
レイナ・イェラルディン・マラ・ルイズ	メキシコ	グワナファト大学
カルロス・フェルナンド・ガルシア・バニエロス	メキシコ	グワナファト大学
ガブリエラ・フィエロア	メキシコ	フリーランス
リスキー・プラウォボ	インドネシア	大学生（インドネシア）
エドガー・サンティアゴ・ベラエズ・マザリエゴス	メキシコ	早稲田大学大学院

10月24日（火）

名前	国籍	所属
バード ジュリアン	フランス	東京ビジュアルアーツ専門学校
レ アン	オーストラリア	社会人
グレイス (メンチン) リー	USA	早稲田大学
コデシュ・アリーナ	USA	社会人
ビルチック・ヌル	トルコ	慶應義塾大学
レイナ・イェラルディン・マラ・ルイズ	メキシコ	グワナファト大学
カルロス・フェルナンド・ガルシア・バニエロス	メキシコ	グワナファト大学
ガブリエラ・フィエロア	メキシコ	フリーランス
リスキー・プラウォボ	インドネシア	大学生（インドネシア）
エドガー・サンティアゴ・ベラエズ・マザリエゴス	メキシコ	早稲田大学大学院

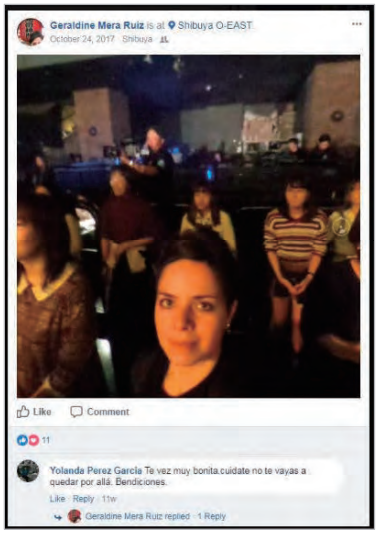
10月25日（水）

名前	国籍	所属
ドウ ゼン	ドイツ	慶應義塾大学
バード ジュリアン	フランス	東京ビジュアルアーツ専門学校
ウー ユーチェン	中国	早稲田大学
グレイス (メンチン) リー	USA	早稲田大学
コデシュ・アリーナ	USA	社会人
レイナ・イェラルディン・マラ・ルイズ	メキシコ	グワナファト大学
カルロス・フェルナンド・ガルシア・バニエロス	メキシコ	グワナファト大学
ガブリエラ・フィエロア	メキシコ	フリーランス
リスキー・プラウォボ	インドネシア	大学生（インドネシア）
エドガー・サンティアゴ・ベラエズ・マザリエゴス	メキシコ	早稲田大学大学院

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）
Japan Content Showcase 2017 -TIMM（3）

■ **SNS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 2017 -TIMM（4）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

＜SNSに関しての提案＞
- 参加者がライブの前後に写真を撮ることのできる"写真スポット"を設けるとよいと思う。
- J-POPを広めるためのイベントだと思うので、イベント公式アカウントとバンドがハッシュタグでつながれるといいと思います。
- フェイスブックのライブからショーの一部をストリーミングすることで、参加者が集まるかもしれません。
- （記事を投稿するために）アーティストのビジュアルが分かるものをもっと提供してほしい。

＜写真に関しての要望＞
- 写真撮影を許可してほしい。

＜言葉に関して＞
- アーティストたちはできるだけ英語で話そうとしてくれた。海外からの観客も近く感じられたと思う
- アーティストが英語を話している一方で、出てくる情報がすべて日本語だった。アーティストの情報が日英で掲示されていたら良かったです。
- トークが多いアーティストの場合は、同時通訳や字幕がほしいと思いました。

＜その他＞
- スクリーンで、次に出てくるバンドの名前と紹介をやってくれたことはよかった。
- いつ、どのパフォーマンスが行われるかが分かるもの（プログラム）がほしかった

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）
AnimeJapan 2018（1）

■イベント概要

- イベント名： AnimeJapan 2018
- 会場： 東京ビッグサイト
- 実施期間： 2018年3月22日（木）～25日（日）
- 主催： (一社)アニメジャパン

■ アンバサダーとの連携施策について

1. 認知度アンケート実施（2018年1月26日～31日、2月7日～11日） 参加者数69人

海外在住の日本コンテンツ、及びアニメファンに対し、「アニメジャパン」及び「アニメジャパン2018に関する情報の認知」に関するアンケートを実施した。

2. 外国人来場者向けガイドツアーの実施（2018年3月24日～25日） 参加者数10人

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43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、スペイン語、フランス語で案内した。参加した外国人来場者は178人にのぼった。

3. アンバサダーツアーの実施（2018年3月25日） 参加者数10人

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、JAPACON Facebookや各自のSNSを通じて発信した。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。

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 2018（2）

■ 参加者リスト

1. 外国人来場者向けガイドツアー

	名前	国籍	所属
1	ン シェリル	シンガポール	東京大学
2	イ ドンギョン	韓国	早稲田大学大学院
3	シャン ギュズ	トルコ	筑波大学
4	ヘステイ スアルテイ	インドネシア	東京学芸大学
5	ナディア ナズリー	マレーシア	東京コミュニケーションアートカレッジ
6	チャン シュエンタイ	台湾	早稲田大学
7	ガムゼ バクツル	トルコ	慶応義塾大学
8	ディレッタ ファビアーニ	イタリア	早稲田大学
9	シドニー ト	フランス	慶応義塾大学
10	リキト イッティラクス スター	タイ	東京デザイナー学院

2. アンバサダーツアー

	名前	国籍	所属
1	アザリア デヴィナ	インドネシア	筑波大学
2	チャンタサクルデッチ カニッタ	タイ	MATCHA
3	ディビア	インド	東京大学
4	ボーエンズ･エボニー	アメリカ合衆国	N/A
5	ベヒエルダシルバ ステファノ	ブラジル	東京大学/株式会社Kadokawa
6	マルコ アントニオ エルナンデス ルナ	メキシコ	UNAM
7	ティファニー リム	フィリピン	東京大学
8	ジュリーボノー	フランス	アークアカデミー
9	セーラ ラビン	アメリカ合衆国	バッファロー大学
10	ロッサッター チャリタ	タイ	FISM Inc.

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

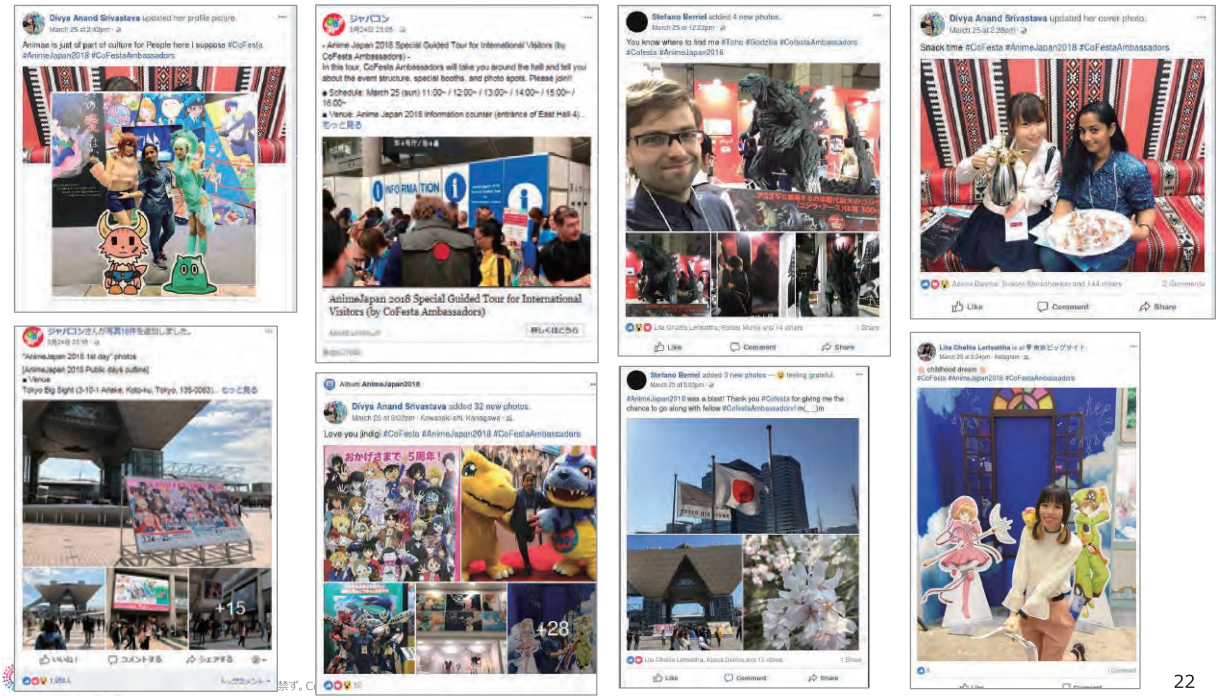
II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
AnimeJapan 2018（3）

■ 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）
AnimeJapan 2018（4）

■ SNS発信例



II. コ･フェスタイベント支援（コアイベント）
AnimeJapan 2018（5）

■ 外国人消費者目線のフィードバック回答例

＜SNSに関しての提案＞

- 写真ブースや写真を撮ったら自動的にウェブにアップロードされるようなオフィシャルブースがあれば、簡単にシェアで来て良いと思います。（アザレア･インドネシア）
- ハッシュタグやバナーなどがあれば、皆使うと思う。（マーク アントニオ･メキシコ）
- SNSでシェアをすればプレゼントがもらえるような施策。（エボニー･アメリカ）

＜言葉に関して＞

- パンフレットにもっと英語があれば良かったと思う。全体的にアニメジャパンは英語に対応していると思いますが（ガイドマップなど）、個別のブースの印刷物はほとんどが日本語でした。（ティファニー･フィリピン）
- インフォメーション･カウンターが複数あればと思いました。とても広い会場なので、質問するためにインフォメーションまでいちいち戻るのは不便でした。代わりに、多言語で情報の見れるアプリ（地図、FAQなど）があれば、便利ですし、役立ちます。（ティファニー･フィリピン）
- 限定品を買うための情報が英語であればよかった。たくさんの行列を見ましたが、何のために並んでいるのかわからなかった。（セーラ･アメリカ）
- ステージでのトークショーなどのイベントで、英語の説明があったり、字幕がスクリーンに映されたりすれば、もっと多くの人が参加したいと思うでしょう。（ステファノ･ブラジル）

＜その他＞

- ステージのアクセスが前より分かりやすくなったり、外国語のガイドがいたり、英語の地図やわかりやすい説明が多くのブースにありました。日本のコンテンツイベントの中で一番外国人にやさしいと思います。（ステファノ･ブラジル）
- 英語のパンフや地図、ウェブサイト、ボランティア、ガイドツアー、海外でチケットが買えることは、外国人にとってとても良いと思います。（チャリタ･タイ）

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 2018（6）

■外国人来場者向けガイドツアー参加者のアンケート結果（一部抜粋）

外国人来場者向けガイドツアーには過去最高となる178人（30か国）が参加。アンケートでは、イベントには7割超、ガイドツアーには8割超の人が高い満足度（「かなり期待以上」「期待以上」）を示した

1. 参加者数

実施日	ツアー数	参加者数	アンケート回収
3月24日(土)	22	82	
3月25日(日)	21	96	
合計	43	178	157

2. 国籍

回答	回答人数	%
アメリカ合衆国	30	22.6%
スペイン	10	6.4%
オーストラリア、コスタリカ、シンガポール、ドイツ	各8	各5.1%
オランダ、フィリピン	各7	各4.5%
アルゼンチン、カナダ	各6	各3.8%
イスラエル、インド、フランス	各5	各3.2%
イギリス	4	2.5%
ニュージーランド、ノルウェー	各3	各1.9%
ベルギー、韓国、タイ、中国、南アフリカ	各2	各1.3%
グアテマラ、ジャマイカ、プエルトリコ、ブラジル、ベトナム、マレーシア、メキシコ、ロシア、日本	各1	各0.6%
無回答	15	11.2%

3. 性別

回答	回答人数	%
男性	85	54%
女性	59	38%
不明	13	8%

4. 年齢

回答	回答人数	%
19歳以下	15	10%
20 - 29歳	70	45%
30 - 39歳	33	21%
40 - 49歳	21	13%
50歳以上	14	9%

5. 現在の住まいについて

回答	回答人数	%
日本	14	9%
海外（旅行者）	141	90%

6. AnimeJapanを知ったきっかけ（複数回答）

回答	回答人数	%
インターネット	99	59%
知人･家族の紹介	42	25%
ポスター	10	6%
去年参加した	6	4%
その他	11	7%

7 AnimeJapanへの満足度

回答	回答人数	%
かなり期待以上だった	35	22%
期待以上だった	75	48%
期待通りだった	42	27%
期待以下だった	2	1%
かなり期待以下だった	0	0%

8. AnimeJapanへの来場目的（複数回答）

回答	回答人数	%
コスプレ	17	10.8%
新しいアニメや発表	12	7.6%
グッズ、マーチャン	8	5.1%
ブース	5	3.2%
ステージ、音楽	4	2.5%
アニメの最新トレンド	4	2.5%
無料の配布物	2	1.3%

9. ガイドツアーへの満足度

回答	回答人数	%
かなり期待以上だった	72	46%
期待以上だった	60	38%
期待通りだった	21	13%
期待以下だった	3	2%
まったく期待以下だった	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）
第２０回文化庁メディア芸術祭（1）

■イベント概要

名称：第20回文化庁メディア芸術祭
日時：2017月9月16日（土）～28日（木）
会場：NTTインターコミュニケーション･センター [ICC]、東京オペラシティ アートギャラリー　他

■アンバサダーとの連携施策について

日本コンテンツファンの外国人留学生を中心としたコ･フェスタアンバサダー4人が訪問、SNSでの海外発信協力とフィードバックを実施した。

1.　海外発信への協力
アンバサダー個人のSNSアカウント（Facebook、Instagram、Twitterなど）にて、イベントの様子を投稿

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し、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（オフィシャルイベント）
第２０回文化庁メディア芸術祭（2）

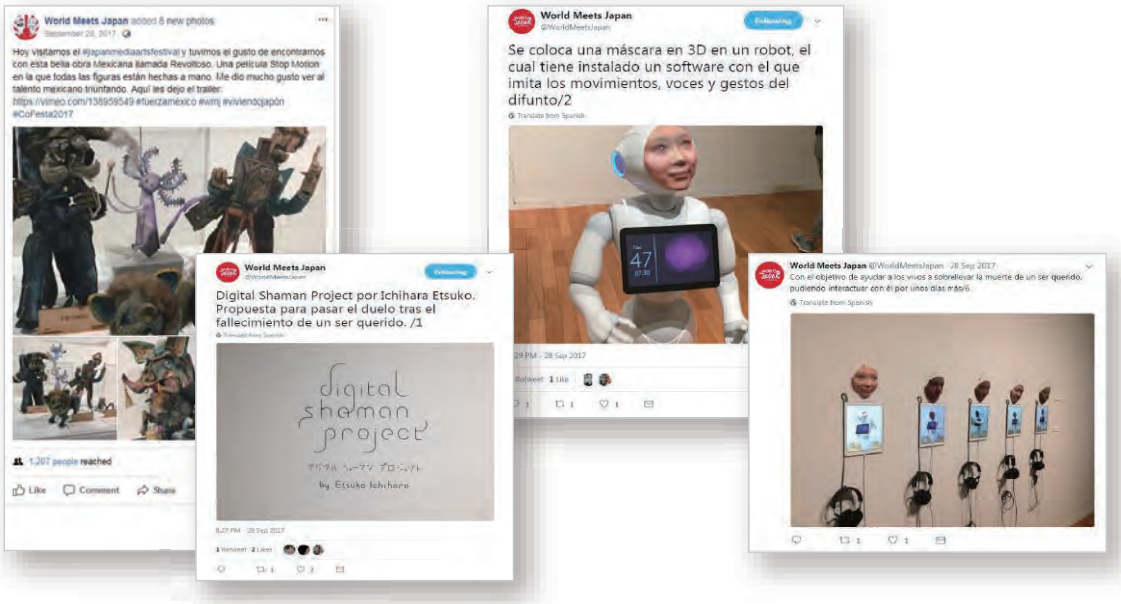
■参加者

No	名前	国籍	所属
1	アルティマ･カンプリーン	タイ	早稲田大学
2	アンナ･ステファニアク	ポーランド	東京芸術大学
3	ナディア･ナズリー	マレーシア	東京コミュニケーションアート専門学校
4	エドガー･ペラエズ	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）
第２０回文化庁メディア芸術祭（3）

■SNS投稿例



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 2017（1）

■イベント概要

名称：CEATEC JAPAN 2017
日時：2017年10月3日（火）～6日（金）
会場：幕張メッセ

■アンバサダーとの連携施策について

日本コンテンツファンの外国人留学生を中心としたコ･フェスタアンバサダー4人が訪問、SNSでの海外発信協力とフィードバックを実施した。

1.　海外発信への協力
（1）JAPACON Facebook（93万フォロワー）での動画配信
（2）アンバサダー個人のSNSアカウント（Facebook、Instagram、Twitterなど）にて、イベントの様子を投稿

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し、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（オフィシャル･イベント）
CEATEC JAPAN 2017（2）

■参加者

No	名前	国籍	所属
1	アニサ･ヘンダーソン	米国	ALA
2	ソン･リクギョウ	中国	早稲田大学
3	ジェラルド･ムラト	アルゼンチン	東京農業大学
4	エドガー･ペラエズ	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 2017（3）

■SNS投稿例

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
CEATEC JAPAN 2017（4）

■JAPACON Facebookでの投稿例

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 2017（5）

■ 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 2017（6）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

＜SNSに関する提案＞

・シェアしたお礼にクーポンやちょっとした粗品を渡す。（ソン・中国）

・共通のハッシュタグをつくる。”有名人”を呼ぶ。（ジェラルド・アルゼンチン）

・出展社の色々な製品と一緒に写真を撮ることができる特別ブースを設ける （エドガー・メキシコ）

＜言葉について＞

・日本のイベントでは常にだが、英語を話せるスタッフが少ない。（ジェラルド・アルゼンチン）

・外国人の来場者に、自社の出展物に興味をもってもらうためには、英語の通訳は重要だと思う 。（エドガー・メキシコ）

＜あなたの国で人気が出そうな展示物は？＞

・小さくてかわいいロボットとホログラム。かわいい上にかっこいいから。（アニサ・米国）

・ロボットの「ハロ」（ジェラルド・アルゼンチン） （エドガー・メキシコ）

＜その他＞

イベントをガイドする人と一緒に回れたらよかった。とても大きいイベントなので、全て見て回ることはできなかった。ガイドがいたら、重要なポイントやイベント側が見てほしいものを見ることができたのではと思う。もっと多くの人を呼び込める可能性のあるイベントだと思う。 （ジェラルド・アルゼンチン）

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44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44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： 2017年10月11日（水）～ 18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**

・レポーターの派遣（イベント期間中） 3人参加

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作成、個々のSNSやブログにて発信した。

■**参加者**

No	名前	出身	所属
1	シャビ・アロラ	インド	筑波大学
2	ティア・ヘイウッド	アメリカ	トップティア フォトグラフィ
3	アナ・ラトレル	アメリカ	ジェイトーク

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

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
第44回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール（２）

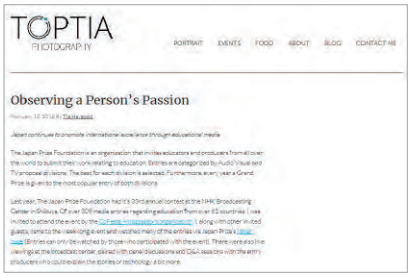
■ 当日の様子

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44回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール（３）

■ SNS投稿例



http://toptia.com/observing-a-persons-passion/

https://www.facebook.com/notes/%E3%82%B3%E3%83%95%E3%82%A7%E3%82%B9%E3%82%BF%E3%82%A2%E3%83%B3%E3%83%90%E3%82%B5%E3%83%80%E3%83%BC-cofesta-ambassadors/japan-prize-2017-by-ana-luttrell-usa/1456431811152147/

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）国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2017（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 2017（東京ドラマアウォード）
- 会場：　東京プリンスホテル／千代田放送会館
- 実施期間：　2017年10月26日（木）･27日（金）
- 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 2017を支援するにあたり、下記の施策に取り組んだ。

1. 東京ドラマアワード授賞式（2017年10月26日（木））参加者10人

アンバサダーが「ドラマフェスティバルin TOKYO 東京ドラマアウォード2017」に参加し、日本のドラマに対する理解を深めた。

2. 「Jシリーズ･フェスティバル in Indonesia」映像制作協力　参加者2人

インドネシア出身のアンバサダーが、12月9日にインドネシアで行われた、「Jシリーズ･フェスティバル in Indonesia」にて使われた日本ドラマの紹介映像の制作に協力した。

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）国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2017（2）

■ **参加者リスト**

1.　東京ドラマアワード2017

No	名前	出身	所属
1	リツキ･アディ	インドネシア	インドネシア大学
2	ナミラ･ラーマニア	インドネシア	JINS
3	フリスカ･ガニア･プトリ	インドネシア	東京外国語大学
4	ビパシャ･カウール･チャタレー	インド	東京大学
5	グエン･タオ	ベトナム	早稲田大学
6	エドナ･ベナビデス	メキシコ	グロービズ大学
7	アニサ･ヘンダーソン	米国	ALA　ランゲージスクール
8	ウー･ユーチェン	中国	早稲田大学

2.　「Jシリーズ･フェスティバル in Indonesia」内の映像製作協力

No	名前	出身	所属
1	アンジェリア･ステファニ	インドネシア	フリーランス
2	チューリン･アイルランガ	インドネシア	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

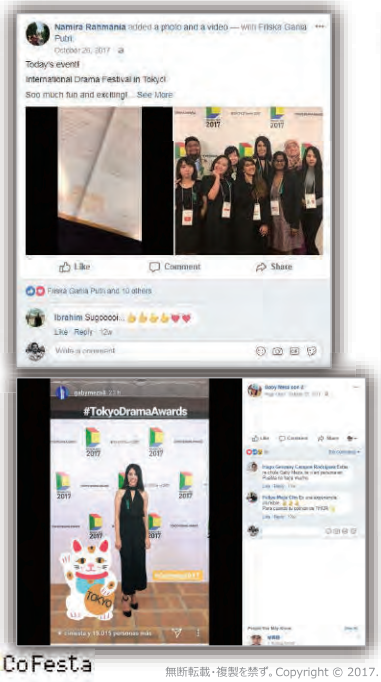
II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2017（3）

■ 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）
国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2017 （4）

■ SNS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）デジタルコンテンツEXPO 2017（１）

■イベント概要

場所： デジタルコンテンツ EXPO 2017
日時： 2017年10月27日（金）～29日（日）
会場： 日本科学未来館
主催： （一財）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

アンバサダーツアー（2017年10月28日（土））参加者8人
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を実施した。

１．海外発信への協力
（1）JAPACON Facebookでの動画配信（93万フォロワー）
（2）アンバサダー個人のSNSアカウント（Facebook、Instagram、Twitterなど）にて、イベントの様子を投稿

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し、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感想を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）デジタルコンテンツEXPO 2017（２）

■ 参加者リスト

1. アンバサダーツアー

No	名前	国籍	所属
1	リツキ･アディ	インドネシア	インドネシア大学
2	ヴァルディミール･デラクルーズ	フィリピン	フリーランス
3	ガブリエラ･メザ	メキシコ	フリーランス
4	チョン･ イ･ユン･クロエ	シンガポール	早稲田大学
5	アリーナ･コデシュ	アメリカ	毎日新聞
6	グエン ティリンガ	ベトナム	早稲田大学大学院
7	ゴ･ホアンギア	ベトナム	フリーランス
8	ヌル･ビルチック	トルコ	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

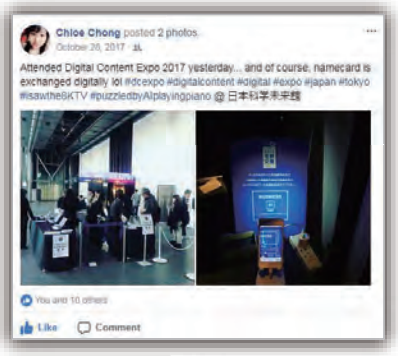
II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
デジタルコンテンツEXPO 2017（３）

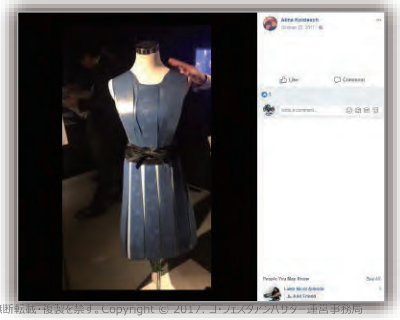
■ 当日の様子

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 2017（４）

■ SNS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）
デジタルコンテンツEXPO 2017（５）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

＜SNSに関する提案＞

- それぞれの展示品や参加者の動画を撮影し、ソーシャルメディアでシェアする。（リツキ･インドネシア）
- ブースでもっとシェア可能なもの、例えば、ポスター、ビデオ、フィギュアなどがもっとあればよかった。（ヴァルディミール･フィリピン）
- フリーWi-Fi。生放送、動画撮影、写真撮影が可能かどうかの表示。
  来場者にSNSでシェアしてもらうために、DC EXPOのSNSアカウントの掲示。（チョン･シンガポール）

＜言葉に関して＞

- 展示物の英語の説明書きがあり、助かりました。（グエン･ベトナム）
- 英語でのツアーガイドが役立ちました（ヌル･トルコ）

- ＜自国で人気の出そうな展示物は？＞
- 電子ペーパー「Prism」を使ったドレス（4人）
- VR CARAVAN･GOLDRUSH VR･URBAN STAMP RALLY（2人）
- 8K:VRライド「東京VICTORY」（2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（オフィシャル･イベント）
Inter BEE 2017（１）

■ **イベント概要**

イベント名：　Inter BEE 2017
会場：　幕張メッセ
実施期間：　2017年11月15日（水）～ 17日（金）
主催：　（一社）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**

日本コンテンツファンの外国人留学生を中心としたコ･フェスタアンバサダー5人が訪問、SNSでの海外発信協力とフィードバックを実施した。

1.　海外発信への協力

（1）JAPACON Facebook（93万フォロワー）での動画配信
（2）アンバサダー個人のSNSアカウント（Facebook、Instagram、Twitterなど）にて、イベントの様子を投稿

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し、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感想を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）
Inter BEE 2017（2）

■ **参加者リスト**

No	名前	国籍	所属
1	スティーブン･リーフィーバー	米国	フリーランス
2	デヴィッド･ウー	米国	フリーランス
3	リン･ソン	韓国	早稲田大学
4	ロー･ウェンコン	シンガポール	JBF
5	タンジラ･アミン	バングラデシュ	筑波大学

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

47

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
Inter BEE 2017（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

48

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
Inter BEE 2017（4）

■ **SNS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）
Inter BEE 2017（5）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

＜良かったこと＞

- 外国人来場者が参加できるような、相互的な展示がたくさんありました。（スティーブン･米国）
- 見やすくてわかりやすい案内図 （デヴィッド･米国）
- 新製品を実際に体験できたこと。（日本語の説明がわからなくてもすごさがわかった。） （リン･韓国）

＜言葉について＞

- カラーグレーディングのデモに参加しましたが、残念なことに日本語のみでした。（デヴィッド･米国）
- バイリンガルスタッフが少ない。（リン･韓国）

＜自国で人気の出そうな展示物＞

- パナソニックの展示ブースは、機器を体験することができ、なおかつ隣にカフェがあり休憩もできる素晴らしい場所にありました。（デヴィッド･米国）
- インスタグラムのブースにあった３６０°カメラ。”インスタ映え”するので人気が出そう。（リン･韓国）

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）
2017国際ロボット展（1）

■ **イベント概要**

イベント名：　2017国際ロボット展
会場：　東京ビッグサイト
実施期間：　2017年11月29日（水）～12月2日（土）
主催：　（一社）日本ロボット工業会、㈱日刊工業新聞社

■ **アンバサダーとの連携施策について**

日本コンテンツファンの外国人留学生を中心としたコ･フェスタアンバサダー4人が訪問、SNSでの海外発信協力とフィードバックを実施した。

1.　海外発信への協力

アンバサダー個人のSNSアカウント（Facebook、Instagram、Twitterなど）にて、イベントの様子を投稿

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し、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行った

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（オフィシャル･イベント）
2017国際ロボット展（2）

■ **参加者リスト**

1. アンバサダーツアー

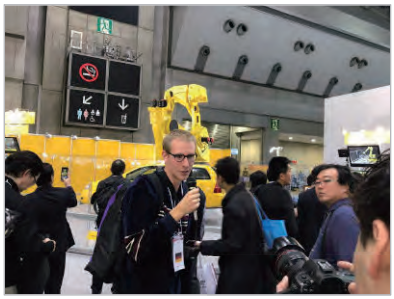
No	名前	国籍	所属
1	アルティマ･カンプリーン	タイ	早稲田大学
2	グウェン･サイ･ハン	ベトナム	早稲田大学
3	エマニュエル･コーン	ドイツ	ジーゲン大学
4	タンジラ･アミン	バングラデシュ	筑波大学

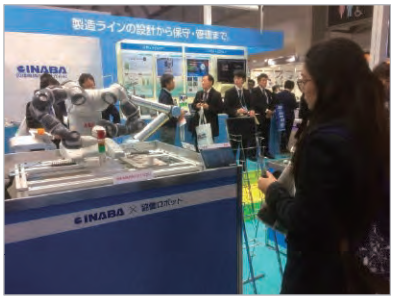
CoFesta

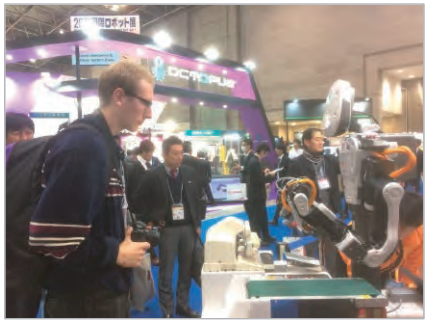
無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
2017国際ロボット展（3）

■ 当日の様子



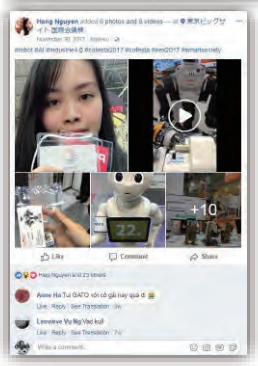




無断転載･複製を禁ず。Copyright © 2017. コ･フェスタアンバサダー運営事務局

II. コ･フェスタイベント支援（オフィシャル･イベント）
2017国際ロボット展（4）

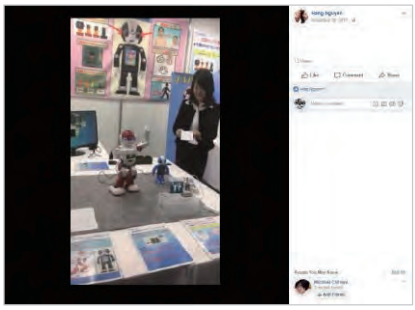
■ SNS配信例（1）



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（オフィシャル･イベント）
2017国際ロボット展（5）

■ **SNS配信例（２）**



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）
2017国際ロボット展（6）

■ **外国人消費者目線のフィードバック回答例**

＜SNSに関する提案＞

•ユニークなデザインのロボットをもっとフィーチャーすることです。(アルティマ･タイ)

•例えば、2020年のオリンピックに観光客を呼ぶためにやっていたイベントのように、ロボットや最新技術を使ったプログラムがあればよかった。（グウェン･ベトナム）

＜言葉について＞

•英語の話せるスタッフや英語の冊子、説明文がもっとあるといいと思います。（グウェン･ベトナム）

•ブースの中には英語を話せるスタッフが商品を説明してくれることがあり、分かりやすかったです。（タンジリア･バングラデシュ）

＜自国で人気の出そうな展示物＞

•発展途上国なので、重いものを持ち上げる重機や洗浄機などが人気になりそう。（タンジリア･バングラデシュ）

•小さなチョコのピースを箱詰めするロボット。タイの人は写真をSNSに挙げるのが好きなので、ピッタリです。（アルティマ･タイ）

•本当にたくさんあります！全部は覚えていませんが、翻訳もでき、道路情報なども教えてくれるロボットは人気になりそう。（グウェン･ベトナム）

•VRのフライトシュミレーター（エマニュエル･ドイツ）

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）
マンガフェスティバル in ベトナム（１）

■ **イベント概要**

- イベント名：　マンガフェスティバル in ベトナム
- 会場：　ベトナム社会主義共和国　ホーチミン市　9月23日公園Bエリア
- 実施期間：　2018年1月27日（土）～28日（日）
- 主催：　マンガフェスティバル in ベトナム実行委員会

■ **アンバサダーとの連携施策について**

ホーチミン市在住のアンバサダー、ナトリン･リ（ホーチミン大学）をレポーターとして派遣、本人のSNSにて発信した。

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）
マンガフェスティバル in ベトナム（２）

■ **SNS配信例**

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）
No Maps 2017（1）

■イベント概要

イベント名：　No Maps 2017
会場：　札幌市内中心部を中心とした市内広域
実施期間：　2017年10月5日（木）～15日（日）
主催：　No Maps実行委員会

■アンバサダーとの連携施策について

海外発信支援のために、コ･フェスタ アンバサダー8人が3日間で8つのイベントに参加、SNSでの海外発信協力とフィードバックを実施した。

1.　海外発信への協力

（1）JAPACON Facebook（93万フォロワー）での動画配信
（2）アンバサダー個人のSNSアカウント（Facebook、Instagram、Twitterなど）にて、イベントの様子を投稿

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し、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感想を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（パートナー･イベント）
No Maps 2017（2）

■参加イベント

･10月12日（木）	地域社会とモビリティの将来、そしてAI（シンポジウム）
	No Maps トレードショー
	札幌国際短編映画祭
･10月13日（金）	地下歩行空間（チカホ）トレードショー
	地下歩行空間　没入祭（VR体験ブース）
	HMCC & Meet up セミナー
	Red bull 3Style
･10月14日（土）	Sapporo Neutral

■参加者

	氏名	出身国	大学／所属
1	パメラ レネ レイズ	フィリピン	北海道大学
2	ノエミ バセット	フランス	北海道大学
3	ジョエル･プリエゴ	メキシコ	トランス･コスモス
4	ディヴィッド･センペル	チェコ	北海道大学
5	ジアネラ･ザレス･デュランド･キャスティロ	ペルー	北海道大学
6	チャオ ピン ライ	USA	北海道大学
7	ホ ミン イェン	マレーシア	北海道大学
8	エドガー･サンティアゴ･ペラエズ マザリエゴス	メキシコ	コ･フェスタ事務局/早稲田大学大学院

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

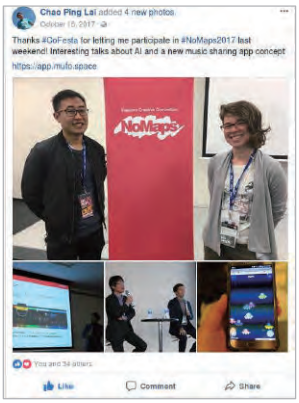
II. コ･フェスタイベント支援（パートナー･イベント）
No Maps 2017（3）

■ 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（パートナー･イベント）
No Maps 2017（4）

■ SNS配信例



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）
No Maps 2017（5）

■外国人消費者目線のフィードバック回答例

＜SNS発信に関する提案＞

- もっと多くのポスターをFacebookに投稿する。（私は映画祭以外のイベントは知りませんでした）
- もし若い人を呼び込みたいなら、内容を実際に見たり触れたりできるものにしたほうが良いと思った。その方がわかりやすいし、投稿したくなる。
- 本当に素晴らしいイベントですが、もっと多くの外国人にアピールするためには、様々なソーシャルメディアで英語での投稿が必要だと思います
- イベントの様々な部分を紹介したダイジェスト動画を上げるとよいと思う。

＜言葉に関して＞

- 英語表記での情報は日本語のものにくらべて情報量が少なく、詳細を理解するのに少し苦労しました。
- 英語を話すスタッフがいなかった。
- 会議などに同時通訳がいればもっと多くの人を呼び込むのに役立つと思います。

＜その他感想など＞

- 多くのイベントが同時に開催されていたので、全部を体験できなかったのが残念でした。
- No Maps に行かなければ知ることのなかったであろう面白い短編映画や素晴らしいバンドを見たり知ることができました。
- 場所と日程が少々わかりづらかったです。また、ウェブサイトが個人的にはあまり使いやすくないと思いました。
- 可能であれば、イベントの詳しい説明が記載されたダイレクトメールを送り、多くの人を招待するのはどうでしょうか。

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

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

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

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 2）

■ 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 ２」を制作。10分前後の動画を９本配信した。

URL：https://www.youtube.com/channel/UCeiLC-CDu4cFbsvKTvHTu6w

■ 海外向け情報サイトであるJAPACON、Field Research Institute, Amazing Japanとも連携、また中国人インフルエンサーへのプロモーション（Weibo)等によって、複数ルートで動画を配信することができ、総再生数が117万を超えた。

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
「日本コンテンツに関するニーズ調査」協力

■ 調査結果は「4-iii 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
㈱サンリオ（1）

■ 実施概要

- プログラム名： SANRIO EXPO 2018 訪問
- 会場： ゲートシティ大崎
- 日時： 2018年2月3日(土)
- 参加アンバサダー数：50人

参加者出身国（21の国・地域）

・北中南米： アメリカ合衆国、カナダ、グアテマラ、メキシコ
・アジア： インド、インドネシア、韓国、 シンガポール、タイ、台湾、中国、バングラデシュ、フィリピン、ベトナム、
・欧州： イギリス、イタリア、オーストリア、スペイン、フランス、ポーランド
・オセアニア： オーストラリア

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

V. 企業訪問
㈱サンリオ（２）

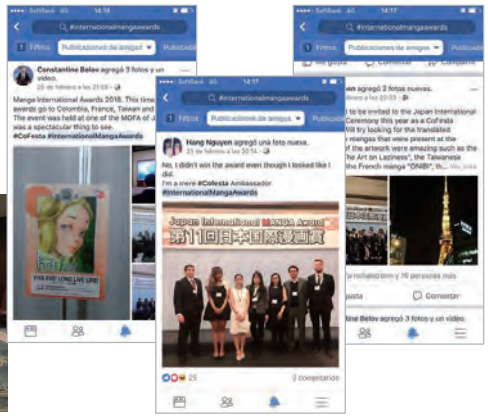
■ **SNS発信例**

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

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：** 日本国際漫画賞授賞式
- **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、漫画や同賞の海外発信に貢献する
- **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：** 外務省飯倉公館
- **月日：** 2018年2月23日(金)
- **参加アンバサダー：** 計7ヶ国7人（米国、コロンビア、フランス、ウクライナ、フィリピン、台湾、ベトナム）



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

7. JAPACON

（数値はすべて2018年3月28日時点のもの）

i ）今年度の実施概要

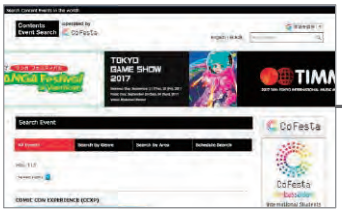
① JAPACON ウェブサイト/Facebookページでのプロモーション

今年度も継続して、JAPACONサイトでのニュースデータを登録いたしました。
JAPACONサイトは、海外展開向けの情報発信サイトとして、UI、機能を大幅にリニューアルしました。
イベントデータは、CoFestaサイト内に、イベント情報集約サイトを開設し、そちらに集約をしました。

これらの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ページを
活用することで、海外への情報拡散を実施しました。

www.japancontent.jp

コ･フェスタイベント
関連ニュースの掲載



event.cofesta.go.jp

コ･フェスタイベント
データベース

世界45カ国 98万いいね！の
Facebookページをベースに、
海外に情報を拡散

fb.com/japancontent

0

② イベントの現地取材対応

イベント会期中、計10イベント（16日間）を現地取材しました。

1. 東京ゲームショウ2017： 2日
2. Japan Content Showcase 2017 (JCS)： 3日
3. 第30回東京国際映画祭： 1日
4. CEATEC JAPAN 2017： 1日
5. Inter BEE 2017： 1日
6. 2017国際ロボット展： 1日
7. デジタルコンテンツEXPO 2017： 1日
8. Anime Japan 2018： 4日
9. 京都国際マンガ･アニメフェア2017： 2日

■ 現地での取材内容

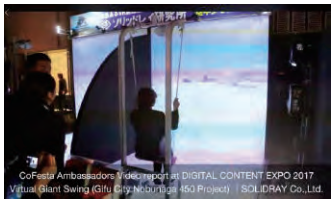
・写真撮影（全体、ブース単位）
・動画撮影（コ･フェスタ アンバサダーとの連携）
・JAPACON Facebookページへの記事投稿

1

③ 動画記事によるプロモーション

1) 各イベントのブース・出展内容のレポート動画

昨年度より、動画にてイベントのブース・出展内容を動画でレポートする取り組みを開始しましたが、全体的に良い反応であったため、今年度も実施しました。



レポート動画は、デジタルコンテンツEXPO、CEATEC JAPANなど、実際に展示の体験が可能なイベントで非常に有効であると考えます。

2) 注目ブースの責任者・担当者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も継続して実施しました。

ii) プロモーション結果

① JAPACON ウェブサイト/Facebookページでのプロモーション結果

今年度の目標としていたトータル約100万アクション(閲覧、いいね、シェア、コメント数)を達成しました。

投稿のパフォーマンス

24,766 リーチした人の数

73 リアクション、コメント、シェア

投稿のパフォーマンス

23,113 リーチした人の数

48 リアクション、コメント、シェア

投稿のパフォーマンス

1,709 リーチした人の数

1 いいね！、コメント、シェア

近年、SNSでのプロモーションが、世界への情報発信の基本ツールとなっており、98万以上のいいね！を獲得してきたJAPACONのFacebookページを活用することで、今年度も大きな予算をかけずに効果的なアプローチができたと考えます。

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。

② 動画記事によるプロモーション結果

今年度も、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、
トータルで約40動画 / 20万回の再生を記録しました。

動画記事の中でも、特に再生回数が10,000回を超えるなど、反応の良かった記事は下記の通りです。

1）CEATEC JAPAN 2017 TDK booth report - Robot Arm Demonstration -

動画の合計パフォーマンス	
再生時間	5,320
動画再生数	14,690
10秒以上の再生数	7,871

再生回数は、15,000近くまで伸び、
再生時間も5,320秒と、良い結果となりました。

2）TOKYO GAME SHOW 2017 CoFesta Ambassador's Recommend Booth

動画の合計パフォーマンス	
再生時間	4,631
動画再生数	15,249
10秒以上の再生数	6,648

再生回数は、15,000を超えました。
再生時間も4,631秒と、良い結果となりました。

本動画は、複数のアンバサダーがリレー形式で登場する初めての試みでした。

4

③ その他のプロモーション結果

Everyday Japan動画

今年度もVIPO × フィールズ総合研究所『Entertainment Future Lab.』にて、独自の動画コンテンツ「Everyday Japan」を制作。全9回の動画を、JAPACONのFacebookページに直接アップロードし、プロモーションを行いました。結果、53,000回以上の再生を記録。

企業訪問/動画レポート

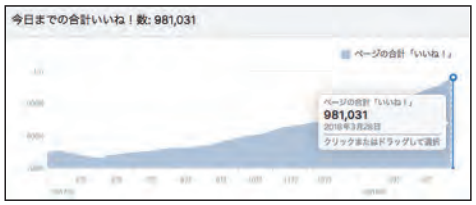
本年度も、サンリオの新商品発表イベント「SANRIO EXPO 2018」にコ・フェスタアンバサダーが参加し、現地の様子などを動画でレポート。動画再生数は、約4,000回を記録しました。

5

④ JAPACON Facebookページ の状況 （2018年3月28日時点）

2018年3月28日時点　いいね！数 ：981,031

2017年3月25日時点　いいね！数 ：746,132

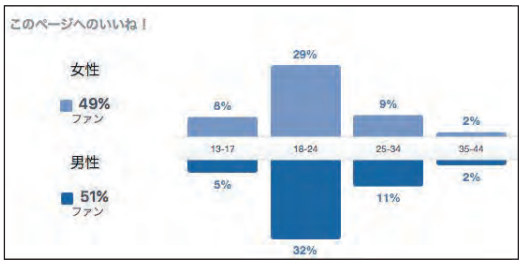


直近1年のいいね！数増加は、その前の1年と
比較すると、2倍近くとなり、20万以上増加しています。

国別いいね！数（上位10）

1. インドネシア	365,688
2. ミャンマー	200,347
3. フィリピン	112,685
4. インド	66,079
5. カンボジア	49,332
6. ベトナム	29,380
7. アメリカ合衆国	18,203
8. マレーシア	12,054
9. タイ	11,592
10. メキシコ	11,285

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。

6

⑤ プロモーション結果のまとめ

今年度もJAPACONにてプロモーションをサポートした結果、プロモーション面において下記の実績と知見を残すことができました。

① アンバサダーを活用した動画記事の成功と、運用方法の確立

昨年の重要テーマであった動画の活用について、昨年は試行錯誤をしながら動画を撮影、アップをしておりましたが、今年度は、効果的な動画プロモーションの方法が確立できました。

本手法は、YouTuberマネジメント会社、キュレーションメディアなどが、自社の主要事業として有料でサービス提供をしているケースも増えておりますが、公式なコンテンツ関連団体のうち、海外の優秀なアンバサダーを囲い込み、有益な情報発信として行っているのは、コ・フェスタ事務局のみであり、来年度以降も重要なプロモーション手段になると考えております。

② JAPACON Facebookページ自体のファン増加による情報拡散力の拡大

SNSでの情報発信は様々なメディアプロモーションの手法の中でも重要となっており、中でも日本から海外に効率的に情報を発信することを考えると、Facebookは、利用者数、機能面などから現時点では最も重要な手段と言えます。

JAPACONは、現時点で98万いいね！を超えており、国内のコンテンツ関連団体が運営するFacebookページとしては圧倒的な数字を持つ状況です。このFacebookページをCoFestaでは活用することができ、大きな予算をかけることなく、国内外にCoFestaおよび、各参加イベントの情報を拡散することができました。今後も引き続き、有効的に活用していくべきだと考えます。

7

iii）インフルエンサーの招聘

本年度、海外インフルエンサーを2人、招聘し、イベント取材・プロモーションを実施しました。

1）インフルエンサー選定

メキシコ、インドネシアのインフルエンサーを1人ずつ選定しました。

メキシコ （ガブリエラ・メサ）

45万以上のフォロワーを持つYouTubeの運営などを行なっていること、南米への情報発信の入口がメキシコであることから選定をしました。

インドネシア （リツキ・アディ）

月150万の訪問数がある「Jurnal Otaku」という、日本のコンテンツ発信メディアを運営しており、また、インドネシアにおいて日本のコンテンツ流通規模が年々拡大している ことから選定をしました。

2）取材対象イベント

- Japan Content Showcase 2017
- デジタルコンテンツEXPO 2017
- 14th TIMM Showcase Live
- 国際ドラマフェスティバル in Tokyo 2017 (東京ドラマアウォード2017)

3）期間

2017年10月23日（月）～ 27日（金）

※プロモーション内容詳細・結果については、4-iv 項を参照のこと

8

平成 29 年度コンテンツ産業新展開強化事業
（日本コンテンツ関連イベントネットワーク構築・発信事業）コ・フェスタ 2017 実施報告書

発行日：2018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
© VIPO2018

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
https://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。
R70
古紙パルプ配合率70％再生紙を使用