

第4回 第二期武蔵野市産業振興計画策定委員会会議録

【会議概要】

日 時	平成30年9月10日(月) 15:00~17:00
場 所	武蔵野商工会館市民会議室ゼロワンホール
出席委員	福田敦委員長、松岡拓公雄副委員長、姫野裕基委員、稲垣英夫委員、花俣延博委員、榎本一宏委員、川口幸子委員、野口篤志委員、黒竹光弘委員、西塚裕行委員、目黒裕人委員、渡邊昭浩委員
事務局	生活経済課 西川課長、平塚課長補佐、吉崎主査、劔持主任、有賀主事 パシフィックコンサルタンツ株式会社 5名
オブザーバー	武蔵野市商店会連合会 1名、武蔵野商工会議所 1名、武蔵野市開発公社 1名 武蔵野市観光機構 1名、吉祥寺まちづくり事務所 2名
傍聴者	なし
会議次第	1 開会 2 議事 (1) 検討課題について 1 コンテンツ産業等の集積を活かしたシティプロモーション 話題提供1 コンテンツ産業を活用した地域づくりについて(野口委員) (2) 意見交換 (3) 結果共有 3 その他 4 閉会
配布資料	次 第 資料1 第二期武蔵野市産業振興計画策定委員会 第3回策定委員会会議録 資料2 コンテンツ産業を活用したシティプロモーションについて 資料3 コンテンツを活用した取組み事例 参考資料 コンテンツ産業の動向と国の取組み

【議事】

1 開会

- ・ 事務局より第3回議事録の確認について説明

2 議事

(1) 検討課題について

1 コンテンツ産業等の集積を活かしたシティプロモーション

委員長	お忙しいところお集まりいただきありがとうございます。それでは、第4回第二期産業振興計画策定委員会を始めます。 今回の検討課題は、コンテンツ産業等の集積を活かしたシティプロモーションとなっている。前回同様に2班に分かれてグループワーク形式で進めさせていただく。では、事務局から資料の説明をお願いしたい。
事務局	<資料2~3、参考資料 資料説明>
事務局	話題提供という形で、野口委員から話をいただければと思う。よろしく申し上げます。

話題提供 1 コンテンツ産業を活用した地域づくりについて（野口委員）

委員	<p>タツノプロの野口です。改めてよろしく申し上げます。</p> <p>弊社の取り組みに事例を中心に話題提供ができればと思う。</p> <p>まず、シティプロモーションとは様々な定義がありますが、今回 1 つの定義をお示ししている。地域の魅力創出、その魅力を国内外に効果的に訴求する、また地域リソースの活用に結びつけることでないかと思う。この 3 つのポイントからエンタテインメント、コンテンツの利用は、魅力を作り出し、訴求し、誘客・情報拡散のシンボルとして広く効果的ではないかと感じている。</p> <p>日本動画協会が毎年実施している調査結果によると、全国に 662 社のアニメ関連会社がある。そのうち 542 社が東京都に集約されており、さらに杉並区・練馬区に突出して多くなっている。このような地域では自治体単位で取り組みが行われている。</p> <p>多摩地域では、西東京市が 37 社、武蔵野市 28 社、三鷹市 16 社となっており、都内でも多い方になっている。</p> <p>武蔵野市内には登記上では 28 社が存在している。事業所の数は多いが、多くは制作受託を中心とする会社であり、これらの会社に関わるコンテンツ全てがシティプロモーションに活用できる訳ではないというのが課題にあげられる。</p> <p>ほとんどの場合、作品ごとに製作委員会があり、こちらで権利を所有しているケースが多い。実際の権利処理活用となると複雑な手続きになってくる。地域内だけで進む話ではなくなる点がポイントとしてあげられる。</p> <p>その上で、多数の会社が存在することからアイデアの 1 つとして、クリエイターや市民が憩える「サロン」のようなスペースを整え、この施設をハブにして作品ごとの権利云々ではない「地域・市民」との文化交流という位置づけで横断的な取り組みができるのではないかと、弊社内でも昨今話題になっている。</p> <p>次に様々な事例を紹介させていただく。</p> <p>まず、行政主導型としては、先にご説明した通り練馬・杉並区にはアニメ会社が集積していることもあり、練馬区では「アニメ産業発祥の地」として行政主体でアニメプロジェクトを立ち上げている。また、杉並区では基本構想の中でアニメ産業の発展を掲げ取り組んでいる。「阿佐ヶ谷アニメストリート」として中央線高架下に 2014 年に施設整備をしているが、残念ながらうまく機能していないという実情もある。</p> <p>また、同じ行政主導型でも稲城市ではメカニカルシティをうたい、市内の機械工業関係をフューチャーし、市内在住のメカニックデザイナー大河原邦男さんとともに、市予算を計上して市内駅前にモニュメントを製作している。5 か年計画で取り組みを進め、南多摩駅前では弊社の「ヤッターワン」を使用したモニュメントが製作されている。</p> <p>大分県別府市では、観光戦略として 2013 年に初めてマスコットキャラクターを使用した誘客事業を展開している。こちらでも予算を計上し、キャラクターを書き起こし、ポスターなどを製作して温泉巡りを PR した実績がある。その結果を受け、別府市の宣伝部長である「べっぴょん」というオリジナルキャラクターを作り、現在も「べっぴょん」が活動を続けている。</p> <p>国分寺市では、2012 年に「ぶんじほたるホッチ」というオリジナルキャラクターを制作し、現在もご利用いただいている。</p> <p>このように地域のシンボルとしてキャラクターを使うという動きはある。</p> <p>「ぶんじほたるホッチ」を利用した商品化も進んでおり、市が窓口となりキャラク</p>
----	--

ターを使用した商品化の許諾を行い、市内の菓子店を中心に地産地消ということで様々な食に展開が拡大している。

地域特定ではないが、鳴子こけしや有田焼といった伝統工芸品や老舗の商品化という少し変わった取り組みもある。昨年度の「吉祥寺アニメワンダーランド」では「コショーどら焼」といったイベント用の商品も登場している。また、季節商品としてバレンタインチョコやおせちなど、直接的にはアニメと関係のない分野でも商品化は進んでいる。

地域と作品が連動したアニメの取り組みでは、聖地巡礼といったアニメツーリズムが国の施策にも影響を及ぼすほどの取り組みとなり、地域活性化に結び付いている。武蔵野市では「SHIROBAKO」「そにアニ-SUPER SONICO THE ANIMATION」の2件が2018年度版の日本のアニメ聖地88に選定されている。成功例としては久喜市の「らき☆すた」や秩父の「あの花」などがあげられ、本格的に分析もされており経済効果として30億円を超えるような事例もある。作品の中に登場する地域ということで大きな訴求効果があるという事例かと思う。

武蔵野市では「SHIROBAKO」を活用したアニメイベントを今年の春に実施している。こちらは大変盛況だった。これから映画化されるということもあり、このようなイベント企画が増えるものと予想される。

次に弊社が関わってきた案件についてご紹介させていただく。

立川市では、2012年から毎年「立川あにきゃん」という地域イベントを実施している。主催は実行委員会だが、商工会議所や商店会等々が協力・協賛・後援という形で後押し行われている。「ガッチャマン クラウズ」という立川を舞台にした弊社作品があり、今でも根強いファンの方々がイベント自体を支えている。コスプレイベントもあり、参加者が参加料1500円を払ってまで参加するという珍しいケースでもり、このような方々がイベントを支えている。今年も実施される予定である。また、カフェと居酒屋が一体となったような店をバルと呼ぶが、ここをコミュニケーションの場として地域活性化を図ろうと、函館市から始まった食べ飲み歩きエンタテイメントに習って、立川市では2013年から「立川バル街」を開催している。

弊社の「ガッチャマン クラウズ」のキャラクターを毎年登場させ、このイベントのためにテーマを決め、それにならった書下ろしの衣装を着せ、オリジナルコースターを限定品として配布している。今年は、昨日9月9日から明日9月11日までの開催となっている。前売り3000円、当日券3500円で販売しており、前売りで1000枚以上、また参加店舗も年々増え今年44店舗が参加している。年1回のイベント、かつテレビであまり放映されていない作品のキャラクターを活用した珍しい事例かと思う。

国営昭和記念公園では、インフォラータという花びらや草木など自然のものを素材に大きな花の地上絵を描くイベントを定期的で開催しており、お子さんが参加しやすいようアニメのキャラクターをデザインしている。こちらへの参加者も非常に多いと聞いている。

企業と地域の交流という点では、他社事例となるが建て替えのために取り壊す三菱鉛筆旧本社ビルを解体前に1日開放して、子どもたちに建物のどこにでもらくがきしていいよという、らくがきイベントを実施した。その際に、日本アニメーションや手塚プロダクション、弊社にお声掛けいただき、プロのアニメーターも一緒に参加した。地域の新聞ネタにもなるような大きなイベントとなり、半日で2000人を超える参加者があった。

地元吉祥寺では、昨年度の「吉祥寺アニメワンダーランド」で、弊社の55周年に

	<p>合わせ大々的にフューチャーしていただき、「吉田すずか展」といったデザイナーの個展や新作の上映会「森の映画館」、キャラクターを使用した限定スタンプラリーなど実施した。こちらも長く続いているイベントであり、今後も様々な取り組みができればと考えている。</p> <p>今年のクリスマスには、駅ビル内のイベントで三鷹アトレと弊社の「あくびちゃん」がコラボし、様々な装飾を行った。こちらは企業間同士の取り組みとなるがこのようなイベント的な展開も可能かと思う。</p> <p>以上、武蔵野市を取り巻くアニメ環境と弊社の取り組み事例について紹介をさせていただきました。作品がらみ、地域がらみ、キャラクターがらみ、商品化といった情報発信の素材になり得るのではないかと思います。ありがとうございました。</p>
事務局	ありがとうございました。ご質問等あればお願いしたい。
委員	タツノコプロさんの話を聞かせていただいた。武蔵野市観光機構でも様々な取り組みを行っている。今回の事例に入っていないようだが、いかがか。
委員	冒頭申し上げたとおり、弊社自身が直接関わっている取り組みを紹介させていただいた。その点はご了承いただきたい。
事務局	この後は資料や話題提供を踏まえて、グループ討議とさせていただく。商工会議所や武蔵野市観光機構でも様々な取り組みが行われている。何のために行うのかといった、目的の部分も含めてご意見を頂戴できればと思う。よろしくをお願いします。

- ・ 2班に分かれてグループ会議<結果は文末に掲載>

(3) 結果共有

事務局 グループ2	<p>実施されているイベントや、それをどのように活用していたかといった話を中心に、その中で起きている課題等を伺いながら意見交換を行った。</p> <p>何を目的にするのかといったこともあるが、武蔵野市、また吉祥寺の商店会は「いつも何かやっていて楽しいまち」ということを大事にし、戦略的に進めてきた経緯がある。その中でコンテンツを活用した取り組みとしては「吉祥寺アニメワンダーランド」や「吉祥寺駅南北自由通路完成記念パレード」には「パトレイバー」登場などを行ってきた。一方で、商品展開などはまだ十分に行われていないという点があげられた。</p> <p>今まで実施してきたノウハウの蓄積は大事にし、これからも行っていかなければならない。その中で市内での商品展開、また今までの商業者中心の取り組みについて市民の方々にとってどのようにあるべきかなど深掘りする。そしてコンテンツを広くとらえ文化の部分において市民がどのように関わっていくか。</p> <p>武蔵野市に多く存在するコンテンツの利用が、いくつかのイベントでの活用にすぎず、もう少し武蔵野市のカラーがはっきりしたものが出てくると、関わる方も増え様々な展開が図れるのではないかと思います。そのあたりについては、アイデアレベルでもっと議論が必要だろうとのご意見があがったところである。</p>
事務局 グループ1	<p>まず、コンテンツを活用した市内での、トレージャーハントやフォトロゲイニング、謎解きカフェめぐりなどの人気のある取り組みを確認した。</p> <p>コンテンツ産業は有望視されていること、また野口委員から具体的な取り組みを紹介いただき、上手いアイデアが出てくるのではないかと前向きなご発言もいただいている。武蔵野市には多くのロケ地があるものの、市内でもあまり知られていない、そのような地は集客が見込める。</p> <p>また、別の角度からこのコンテンツ産業を育てるという側面で、市として何ができ</p>

	<p>るのかという点も見逃せない。アニメ制作会社がなぜ集積しているのか深掘りをする必要もある。また、武蔵野市がコンテンツ産業を育てる環境を整えることも、企業誘致、集積をめざすのであれば重要である。</p> <p>環境づくりという面ではもう1つ、「シブヤ・ビットバレー」*のような業界の方々が集まって交流するような場づくりが産業育成の面でも重要である。市内にコンテンツ産業の方々が集まるネットワークの場になるような受け皿があると良い。また、夜間でも楽しめる・交流できる場を設けることでナイトタイムエコノミーの充実も図れる。</p> <p>武蔵野市ならではのアピールポイントとして、駅前に連なる商店街そして井の頭公園というロケーションは他地域では見られない。その素材を活かさない手はない。また、ロケ地として事業者、商店会としても協力していきたいとの意向があり、アーケードは天候に左右されないという強みも持っている。商店会とテレビ局の関わりだけでなく、地域として誘致を図っていくことも大事だろう。</p> <p>商品展開については、武蔵野プレミアムだけでなく、よりプレミアム感を持たせた期間限定商品などの取り組みも必要になってくる。このような様々なご意見を頂戴した。</p> <p>※米 IT ベンチャーの一大拠点「シリコンバレー」になぞらえ、データの最小単位「bit」、「渋い (Bitter)」と「谷 (Valley)」を掛け合わせた造語。</p>
事務局	<p>いただいたご意見を受け、今後どのようにこのコンテンツ産業をシティプロモーションに、産業振興に活用していくか事務局で整理して皆さんにお返しさせていただきます。</p>
事務局	<p>委員長、副委員長から講評をいただければと思う。</p>
副委員長	<p>資料を見て市内にこんなにも多くのコンテンツがあることに驚いた。市内には宝物が沢山ある、これをどのように活用していくかということである。</p> <p>イベントが絶えず行われ、「吉祥寺は行けば何かある・何かやっている」このような面で吸引力がある。同時に無駄なこともあるのかもしれない。それらを再整理することで、よりパワーが出てくるだろうとの意見もあった。そのアイデアをどのように出していくか、様々なものをつなぎ合わせていくことも考えられる。</p> <p>人が集まるターミナルとして吉祥寺はパワーを有している。人が集まるということは常に実験をしているようなもので、人がどのように流れているのか、滞留しているのか、イベントの際にもこのような空間があったらなど、いろいろ感じているかと思う。そのような部分も吸い上げられたら良いと思う。これを進めることでまちづくりも見えてくる。これがまちづくりのベースになると感じている。</p>
委員長	<p>今回は、コンテンツ産業の中でもシティプロモーションとして、どのように活用していけるかという視点を中心に議論した。そのような視点ともう1つ、新たにコンテンツ産業に関わる起業や創業の地の候補として武蔵野市が選ばれるように、沙龙的な取り組みは大事かと思う。</p> <p>何故、コンテンツ産業なのかという観点では、都市型の集積も大事であり、それらを活用できる可能性が増えるという面でも大事である。つまりは、サービスにしる商品にしる、コンテンツを活用する企業が付加価値を高められる。その条件が、武蔵野市に来ることで満たされる。これはコンテンツ産業以外の産業を呼び寄せる可能性も高まる。</p> <p>産業振興の観点から、コンテンツ産業が付加価値を生む。吉祥寺はコスト高が課題にあげられるが、付加価値を付けることで生産性をカバーする。それにより持続可能な事業ができる場になる。利用者・消費者が楽しむことも大事だが、事業者がコ</p>

	ンテツ産業を利用することで、持続性・継続性・新企画の発案など事業性を高める。このような形でコンテンツ産業の重要性を考えていく必要があるだろう。
委員長	長時間にわたりご議論ありがとうございました。以上を持ちまして本日の「第二期武蔵野市産業振興計画策定委員会」の第4回目の会議を終わります。

3 その他

- ・ 次回の会議日程は10月15日（月）15時から、場所は武蔵野商工会議所とする。
- ・ 議事要録案および開催通知は別途、メールでお送りする。

4 閉会

以上