
複合型

地域で連携するコンテンツ

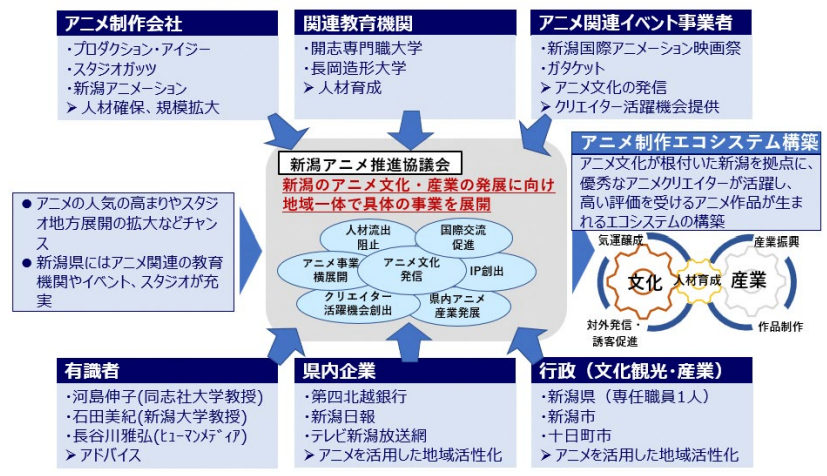
アニメ・マンガ

取組地域

- 【新潟県内全域特に新潟市、十日町市、柏崎市】**
- 新潟県は、絵やマンガを書くことが生活に浸透した文化となっており、「うる星やつら」の高橋留美子、「【推しの子】」の赤坂アカ、「あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。」の長井龍雪など、多くのクリエイターを輩出する地域
- ・新潟市：マンガ・アニメ関連の大学や専門学校が集積。アニメ・マンガを活用したまちづくり構想を策定し、施設運営や人材育成、イベントを実施するとともに、アニメ関連会社の誘致を促進
 - ・十日町市：市内アニメ制作会社が火焰型土器を題材にアニメ作品を制作中
 - ・柏崎市：市内アニメ制作会社が地域企業を題材にアニメ作品を制作

取組体制

- ・これまで、地方最大規模の同人誌即売会開催や日本アニメ・マンガ専門学校の開校、新潟市による全国に先駆けたマンガ・アニメ文化の振興など、官民での取組が積み重ねられてきた。
- ・近年、アニメスタジオの増加や新潟国際アニメーション映画祭が民間主導で始まるなど、新たな成長の兆しが見られていることから、県内でのアニメ制作エコシステム構築に向け、産学官が連携し、文化・観光と産業面から戦略的に検討を進める、新潟アニメ推進協議会を設置。



図表グラフ・写真

ビジョンイメージ	アニメ制作エコシステム構築		
	文化振興	人材育成	産業振興
	未来像 エコシステム構築時の未来の姿		
方向性	現状から未来像に向けた取組の方向性		
	具体的な取組	具体的な取組	具体的な取組

新潟国際アニメーション映画祭

取組概要

- 【複合型】**
- 新潟アニメ推進協議会
新潟の優位性を活かし、世界有数のアニメ文化・産業の拠点となり、「アニメで選ばれる新潟」実現のため、アニメ制作エコシステム構築を目的に、関係者でネットワークを構築。3つの観点からビジョンを策定し、県内の既存取組の有機的な接続や更なる発展、新たな取組の創出など、地域一体の展開を加速化し、新潟で創作し世界で活躍できる環境を整備する。

- 〈新潟が持っているアニメ・マンガ関連の資源・コンテンツ〉**
- ・新潟国際アニメーション映画祭開催（NIAFF）
アジア最大級の長編アニメーションに特化した映画祭
作品上映、アニメの価値付け、次世代トップクリエイター育成を実施
 - ・新潟コミックマーケット開催（ガタケット）
草の根的に始まり定着した、地方で最大規模の同人誌即売会
 - ・にいがたアニメ・マンガフェスティバル（がたふえす）
アニメ・マンガ・コスプレ等文化を発信する総合フェスティバル
 - ・新潟市マンガ・アニメ情報館及び新潟市マンガの家運営
マンガ・アニメに関する人材育成及び展覧会の場
 - ・にいがたマンガ大賞開催
広くオリジナルマンガを募集し表彰。審査員に出版社が参加
 - ・関連教育機関の集積
アニメクリエイター育成やアニメ研究を行う大学・専門学校が集積
 - ・アニメスタジオの集積
制作受注以外にも地域で展開（作品制作、人材育成、イベント）

取組の効果

- NIAFF(R6実績:来場者3.0万人 長編69作品応募)
- ガタケット (R6実績:2,050サークル出展 1.2万人来場 累計180回開催)
- 新潟市マンガ・アニメ関連施設 (R6実績:来場者6.1万人)
- にいがたマンガ大賞 (プロ16人輩出、R6は296作品応募)
- 県内のアニメに関連する教育機関9校 (アニメクリエイター育成は5校)
- 県内にアニメスタジオを保有する会社数11社 (R1以降5社増加)

取組名：世界に誇るプラモデル産業をコンテンツとしたツーリズムの推進とデジタル関連企業の集積

応募様式（別紙）
（複合型）

地域で連携するコンテンツ

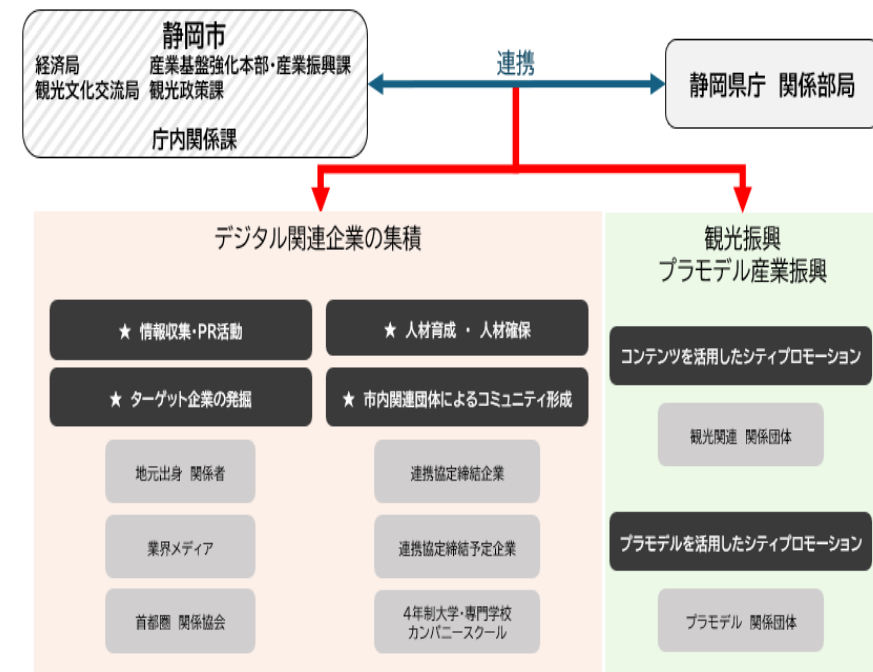
世界に誇るプラモデル産業やアニメ・ゲーム・XRコンテンツ・マンガ・小説

取組地域

静岡県静岡市

- ・国内有数の大手プラモデルメーカーが集積し圧倒的な製造シェアと国内外への流通、さらに年間を通じたプラモデルに関するイベントの開催、集客により『模型の世界首都』を標榜し、プラモデル産業を市を代表するコンテンツとして位置付けている。
- ・デジタルエンタテインメント企業（ゲーム・アニメ・3DCG等デジタルコンテンツ等制作企業）の集積に向けた取組、人材育成事業を実施している。
- ・さくらももこ作「ちびまる子ちゃん」、榛名井作「レプリカだって、恋をする。」等市内を舞台にした作品が制作されている。

取組体制



図表グラフ・写真



静岡ホビーショー



人材育成講座



視察ツアー（学校見学・交流会）



取組概要

【観光・プラモデル産業】

- ・静岡ホビーショーを始めとする関係団体主催のプラモデルのイベントが年間を通じて開催されており、愛好家の集客につながっている。また、市内各所にランナーをイメージしたモニュメント「プラモニュメント」を設置しており、市域全体でプラモデルを楽しめる仕組みを作っている。
- ・市の戦略産業である模型産業の振興のため官民協働で世界中から人の集まるイベントの開催や市内周遊のための施策等を行っている。
- ・国内で唯一の常設ミュージアム「ちびまる子ちゃんランド」が市内にあるほか、作者オリジナルのイラストを用いたシティプロモーション施策「静岡市はいいねえ。」ブランドを活かしたプロモーションを行っている。

【デジタルエンタテインメント産業の集積】

- ・現在、関係する企業や教育機関と「デジタルを活用した人づくり及び新たな産業の集積に関する協定」を締結しており、産官学連携による取組を推進している。連携協定締結企業の中には、デジタルコンテンツを制作する企業の他に、生成AIを活用した映像コンテストを実施している企業も参加している。
- ・市主催でデジタルクリエイティブ人材育成講座を実施しており、2025年度は3講座（ゲームアプリ開発、3DCG背景モデリング、3DCGキャラモデリング）実施し計50名の受講があった。本取組をきっかけに、自社において一般の方向けの人材育成講座を検討中の企業もあり、人材の集積に向けた取組が自走し始めている。
- ・イベント出展を通じ、本市のビジネス環境や取組内容についてPRを行ったほか、地方進出を検討している企業向けに視察ツアーを実施している。

取組の効果

- ・年間を通じて開催されるプラモデル関係のイベントに約12万人以上が本市を訪れているほか、高校生のプラモデルのコンテスト「全国プラモデル選手権大会」には、2025年度は、全国の高校61校（前年度比約2.5倍）が参加し、プラモデル産業の振興と『模型の世界首都』としての発信・ブランディングが進んでいる。
- ・地方進出に関心のあるゲーム・アニメ・XRコンテンツを制作の企業と進出に向けた相談を進め、引き続き人材と産業の集積に向けた取り組みを実施する。

取組名：京都国際マンガ・アニメフェアを中心とした コンテンツ産業振興プロジェクト

地域で連携するコンテンツ

「京まふ」出展作品やロケ支援・イベント支援等で関わりを持ったマンガ・アニメ・ゲーム作品等

取組地域

京都精華大学との共同事業「京都国際マンガミュージアム」開設（2006年）を契機に、2012年からは、西日本最大規模のマンガ・アニメ・ゲームの総合イベント「京都国際マンガ・アニメフェア（通称：京まふ）」（毎年開催）を主軸として、コンテンツと伝統産業・文化など地域の資源とのコラボによる観光振興、「京まふ」で構築した関係性をクリエイター育成やコンテンツ関連企業の支援に繋げるコミュニティ・プラットフォーム「KYOMAF B-SIDE」等、幅広くコンテンツ産業振興に取り組んでいる。

また、市内には世界的な大手ゲーム企業など、数多くのゲーム企業、アニメ制作会社、数々の作品の舞台となったロケ地・撮影所が立地。こうした制作スキルを専門的に学ぶことができる大学・専門学校が集積しており、著名なクリエイターを数多く輩出している。こうした産学公が連携する「KYOTO CMEX実行委員会」を2009年に立ち上げ、オール京都でコンテンツ産業を振興している。

取組体制

- 京都市産業観光局クリエイティブ産業振興室
各事業の実施、事業間連携など、事業全体を調整
- 京都国際マンガ・アニメフェア実行委員会
「京まふ」やクリエイター支援、ビジネス支援など包括的に実施。
- 京都国際マンガミュージアム
日本発のマンガ文化に関する総合博物館。マンガ資料の収集・保管・公開とマンガ文化に関する調査研究、展示やイベント等を実施。
- KYOTO Cross Media Experience実行委員会
オール京都の産学公連携による情報発信、人材育成等を実施。
- その他
アニものづくりアワード実行委員会、コンテンツ関連企業、市内各大学・専門学校、「伝統産業の日」実行委員会、京都市観光協会、旅行会社、鉄道会社、文化施設・寺社仏閣、京都府、各種ステークホルダーと連携した情報発信・事業実施。

図表グラフ・写真



取組概要

- (1) 京都国際マンガ・アニメフェア(京まふ)2025
- (2) クリエイター育成
- (3) 商品化支援
- (4) ロケハン支援・作品PRイベント支援
- (5) コンテンツビジネス支援・企業誘致・人材誘致
- (6) 京都国際マンガミュージアムの運営 など

取組の効果

- 「京まふ」出展を機に首都圏制作会社やスタジオ等と協力体制を構築
- 世界でトップクラスの人気を誇る抜群の都市ブランドを獲得
 - ・2024年世界人気都市：第3位（Travel+Leisure）
- コンテンツが市民生活に浸透
 - ・推し活好きな都道府県：全国第1位（2025年明治安田総研）
- 企業誘致実績
 - ・「京まふ」開始以降、市内拠点を設置したアニメ関連企業8社、ゲーム関連企業約50社 ※京都クロスメディア推進戦略拠点提供
- マンガ出張編集部
 - ・2021年参加者から4名、2022年から2名がプロデビュー ※本市が把握する数値のみ計上
- 若い世代の観光客の誘致に成功
 - ・「京まふ2024」来場者に占める30代以下の割合は約66% ※参考：京都市の観光客に占める30代以下の割合は12.8%
- 観光客の入洛動機（マンガ・アニメ等のポップカルチャーが京都を訪問する動機となった割合）
 - ・2012年：0.2%（5.5%）→2024年：1.7%（15.3%） ※（）外は日本人（）内は外国人の数値。
- その他
 - ・「京まふ2024」の経済波及効果：約12.3億円

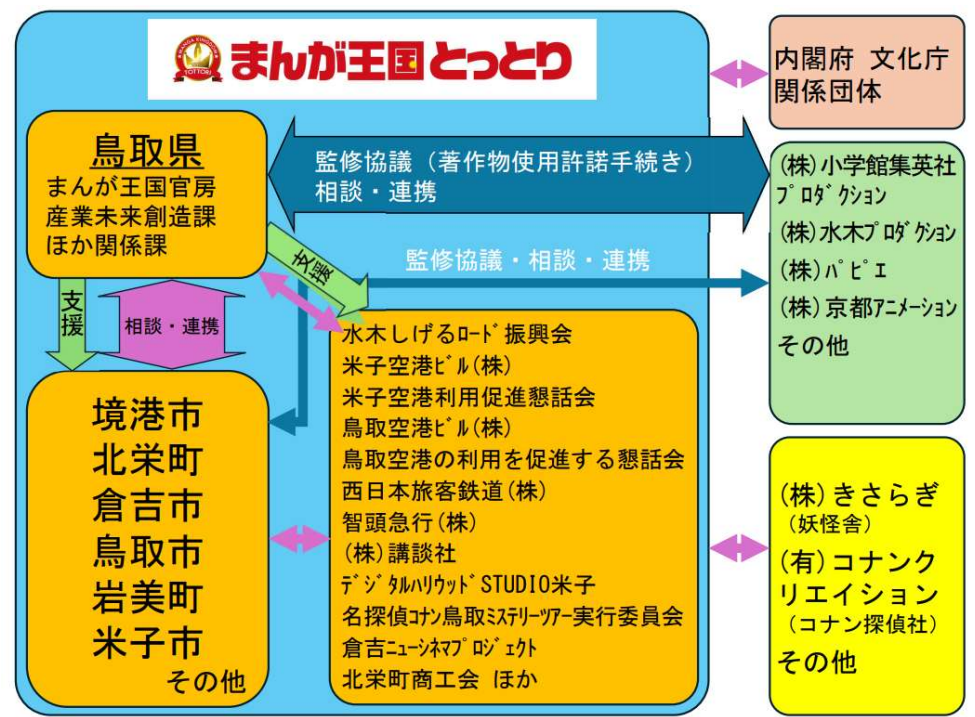
地域で連携するコンテンツ

アニメ・マンガ

取組地域

鳥取県：2012年、「まんが王国とっとり」を建国し、まんがを使った観光その他の産業の振興及び地域の活性化を実施。
 境港市：「ゲゲゲの鬼太郎」等作者（水木しげる先生）出身地である。水木しげる先生が高等小学校を卒業する15歳まで過ごした。
 北栄町：「名探偵コナン」等作者（青山剛昌先生）出生の地である。青山剛昌先生が中高時代を過ごした。
 倉吉市：コンテンツ（映画「遙かな町へ」）のロケ地がある。「ひなびた♪」に登場する架空の倉野川市と姉妹都市提携を締結している。
 鳥取市：「遙かな町へ」「父の暦」等作者出生の地である。コンテンツ（「父の暦」）の舞台である。
 岩美町：コンテンツ（「Free!」）のロケ参考地がある。
 米子市：コンテンツ関連人材育成の取組を実施している。

取組体制



図表グラフ・写真



水木しげる生誕祭



鳥取砂丘コナン空港



国際マンガコンテスト

取組概要

- 【地域活性化の取組】
- ・「名探偵コナンまつり」「水木しげる生誕祭」の継続的な取組
 - ・「水木しげる記念館」「青山剛昌ふるさと館」の再整備
 - ・「米子鬼太郎空港」「鳥取砂丘コナン空港」の運営
 - ・「鬼太郎列車」「名探偵コナン列車」「スーパーはくと名探偵コナン号」等の運行
 - ・大阪・関西万博2025「関西パビリオン 鳥取県ゾーン」出展
 - ・名探偵コナン鳥取ミステリーツアー
 - ・谷口ジロー「遙かな町へ」映画化
 - ・多彩なコラボレーション（京都アニメーション「Free!」、キン肉マン完壁超人始祖編 Season 2、日本マンガ学会第24回大会、北栄町商工会）
- 【産業振興の取組】
- ・「国際マンガコンテスト」「国際声優コンテスト“声優魂”鳥取大会」の実施
 - ・「まんが王国とっとり」絵師人材バンクの運営
 - ・コンテンツ関連企業の誘致（グッドスマイルカンパニー、デジタルハリウッドSTUDIO米子）
 - ・とっとりクリエイターズビレッジプロジェクト
- 【持続可能な仕組みの構築】
- ・イベントの有料化、事前予約制の導入、多言語対応、将来ビジョン等
- 【情報発信等取組】
- ・「香港ブックフェア」「ジャパンエキスポ」等への出展
 - ・SNS、ウェブサイト、一元的な発信、多言語対応

取組の効果

- ・外国人向け情報サイト「ガイジンポッド」が発表した「2019年に外国人が訪れるべき日本の観光地ランキング」で鳥取県が全国第1位
- ・宿泊を伴う県外客の観光消費額は、2021年以降は増加傾向
- ・鳥取県及び県内市町村の納税額の合計は、2024年には過去最高を記録

取組名： 映画とアニメと歴史・文化のまち『尾道』が創造する、コンテンツと 地方創生の好循環プラン

応募様式（別紙）
（複合型）

地域で連携するコンテンツ

本取組は、尾道市を舞台または主要ロケ地とする映画・アニメ・映像作品群を基盤とする取組である。小津安二郎監督「東京物語」、大林宣彦監督による尾道三部作「転校生」「時をかける少女」「さびしんぼう」、新尾道三部作「ふたり」「あした」「あの、夏の日」、映画「海辺の映画館―キネマの玉手箱」、湊かなえ原作「望郷」、アニメ「かみちゅ」「蒼穹のファフナー」「ぼんのみち」、ゲーム「龍が如く」など、尾道の風景・文化・生活を描いた作品群が多層的に存在している。これらは映画・文学・アニメと幅広いジャンルにわたり、国内外のファンがロケ地巡りや聖地巡礼を行う基盤となっている。

取組地域

広島県尾道市全域である。坂のまち、港灣部、商店街、神社仏閣、島しょ部の生活文化や景観が作品群に登場しており、作品世界と現実の地域空間が強く結びついている。「東京物語」や大林作品は海外評価も高く、ヨーロッパを中心に尾道を訪れるファンが一定数存在する。これらの作品群と市内の実際の風景が連動していることが、本取組の基盤となる地域特性である。

取組体制

尾道市観光課：統括主体及び事務局機能を担う。尾道観光協会・因島観光協会：情報発信、観光事業者との連携、広域回遊施策。
尾道商工会議所・因島商工会議所・尾道しまなみ商工会・尾道青年会議所：地域企業との連携。企業・店舗との調整、飲食・物販事業者との協働。
特定非営利活動法人プラットフォーム・おのみち：イベント企画・運営、ロケ受入調整、権利者との協議、広報業務、若手育成企画の実施などを行う。
尾道映画祭実行委員会：尾道映画祭の企画・運営、上映作品選定、ゲスト招聘、映画祭全体の進行管理。
尾道フィルムコミッション：ロケ相談、撮影許可、地権者調整、ロケハン支援など。
尾道フィルムラボ：ロケ地巡りイベント、展示、ワークショップ等の企画・開催を担当し、市民参加型の取り組みを推進。
尾道ライオンズクラブ：『東京物語』の銘板を、湾岸に設置するなど、コンテンツ普及を支援。
尾道瑠璃ライオンズクラブ：大学生の映像制作インターン派遣、若手育成支援。
尾道市立大学・福山大学：学生作品の上映、ワークショップへの参加、教育機関として若手クリエイター育成。

取組概要

映画のまちとしてロケツーリズムの先駆けともなった尾道市では、映画・アニメ作品を起点とした地域資源活用と、映像文化の継承・産業育成を組み合わせた複合型の取組である尾道映画祭を2017年以降毎年開催している。上映、ゲストトーク、音楽ライブ、ロケ地巡り、市内事業者とのコラボ企画など、作品世界と地域を体験的に結びつける企画を実施し、第8回（2025年）は6,215人が来場し、その2/3が市外・県外からの来訪者であった。また、コンテンツ権利者と関係各団体が連携したロケ地マップ制作、市内回遊促進企画、巡礼ガイド整備、商店街コラボ商品などの施策により、映画・アニメファンが市内各所を巡る仕組みを形成している。尾道市立大学・福山大学との連携による学生作品上映、講評会、ワークショップ開催、東映インターン派遣等を通じた映像人材育成を推進。コンテンツ権利者との協力のもと、上映企画、資料提供、海外発信を組み合わせ、国内外に尾道の魅力を発信。その他、アニメ・映画文化とコスプレを融合した「仮装&コスプレ オノミチフェスタ」を開催。尾道市出身マンガ作家かわぐちかいじ氏の協力のもと、マンガをキーワードに尾道の新たな魅力を創出する「尾道マンガ大賞」を毎年開催（R7応募総数2540点）。



取組の効果

尾道映画祭の来場者は、第6回3,000人、第7回2,000人、第8回6,215人と推移し、市外・県外からの来訪者が多数を占めている。参加者の約2/3が市内に宿泊しており、宿泊・飲食・物販への経済効果が生まれており、ロケ地巡りや商店街コラボ企画により市内回遊が促進され、商店街や観光スポットの利用増加が確認されている。

学生や若手が映画祭やワークショップに参加することで映像産業への関心が高まり、地域におけるクリエイティブ人材の育成にも寄与している。

全国から260名のパレード参加者を呼び込み、マルシェイベントと共催して地域の賑わいを作り出した「R7仮装&コスプレ オノミチフェスタ」（来場者9万人）など、作品世界と地域の風景を重ね合わせて体験する来訪者が増え、地域への愛着や満足度向上がみられる。

さらに、メディア露出やゲストによるSNS発信により、尾道の認知度が国内外で向上している。

自然発生的に「BICYCLE FILM FESTIVAL」「しまなみ映画祭」といった民間主体の映画祭が新たに開催されるなど、映画の町としての認知度がさらに高まっている。

取組名： 多様なコンテンツの歴史と未来が交差する北九州市、 「彩りあるまち」の実現への取り組み

応募様式（別紙）
③複合型

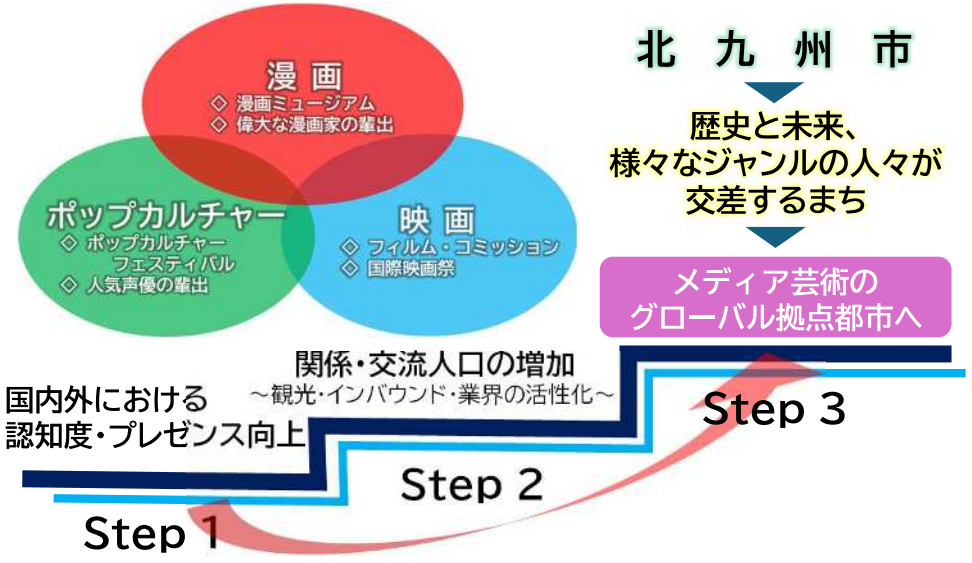
地域で連携するコンテンツ
漫画、ポップカルチャー(アニメ、声優、eスポーツ)、映画
取組地域
福岡県北九州市
取組体制

図表グラフ・写真

松本零士作品の主人公の銅像がお出迎え
(キャプテンハーロック、銀河鉄道999)
JR小倉駅新幹線口

北九州フィルム・コミッションによる支援
(映画「ワイルド7」門司港レトロ地区)
市内ロケでの爆破シーン

取組概要
多様なコンテンツによって関係・交流人口を創出し、賑わいある「彩りあるまち」を実現



取組の効果

- 多様なコンテンツによる「彩りあるまち」の実現を通じて、豊かな市民生活を創造し、シビックプライドを醸成。
- 小倉駅新幹線口の活性化など、コンテンツを通じた関係・交流人口の創出による 街の賑わいづくりを図る。
- コンテンツの魅力を発信し、世界から注目されることにより、都市のプレゼンス向上を図り、人や企業から選ばれる街となる。

図1 漫画・ポップカルチャー

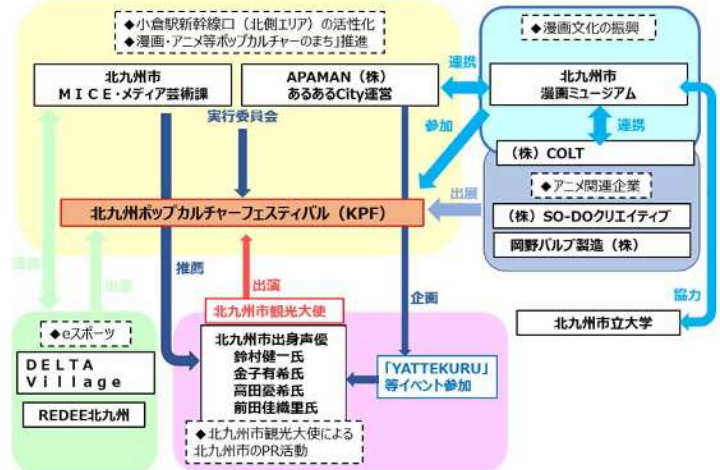


図2 映画

