

## IOEAの活動

### IOEAオタクイベントカタログの発行

- (1) 2017年5月、IOEAの加盟団体の開催概要、IOEAに関わりのある芸能人・クリエイター、学識者のインタビュー・コラムを収録したIOEAオタクイベントカタログを発行(2018年10月にVol.2を発行)
- (2) 36か国・地域、83イベントのオタクイベントの情報が網羅された初のカタログ
- (3) 外務省の協力を経て、オタクイベントカタログは世界240箇所あまりの在外公館(日本国大使館・総領事館等)へ送付され、現地文化広報活動の資料として活用中



書影  
(イラスト:広江礼威)



加盟イベント開催概要

達増拓也岩手県知事のツイート  
共同通信社ニュース配信

達増拓也 TASSO 希望郷いわて  
@tassolokuya

国際オタクイベント協会から「オタクイベントカタログ2017」を送って頂きました。日本からは「コミックマーケット」と「ニコニコ超会議」が加盟。あとは世界各地の約90のイベントが加盟。岩手県は「コミックいわて」を出してますが、世界中に仲間がいる感じ。

各方面からの反響

共同通信 47

世界のオタクイベント網羅  
初のカタログを発行

2017/10/17/26

国際オタクイベント協会(東京都文京区、佐藤一毅代表)は、世界各地で開催される漫画やアニメのイベントの概要を網羅した初のカタログ「オタクイベントカタログ 2017」を発行した。11日から3日間、東京ビッグサイト(江東区)で開催される「コミックマーケット92」で展示する。

2017年版は、中国、米国、ブラジル、ヨルダン、ペルーなど世界36の国と地域で開催される、88の漫画やアニメ、コスプレ、ゲームイベントなどを収録。開催日時と場所のほか、規模や内容、主催団体の連絡先やメッセージなどを日本語で説明した。海外向けに、英語版と中国語版を電子書籍で作成する。

## IOEAの活動実績

### 『TPG mini』の配布

- (1) イベント参加者向けインバウンド促進フリーペーパー『TPG mini』を発行・配布。Vol.1は2017年7月発行17カ国50,000部配布。た、Vol.2を2018年3月発行20カ国60,000部配布。Vol.3を2019年3月末発行予定。
- (2) 本冊子は、日本のマンガ・アニメ・ゲーム、イベントや名所等のオタク文化系情報を国外に発信し、国外の日本文化愛好者へ来日意欲促すことが目的



ブラジル



イスラエル



スペイン



アメリカ



マレーシア



### 国内外での講演、イベント出展

- (1) 東京、広島、アメリカ、イギリス、スイス、香港等の国内外で「オタク文化」をテーマにした講演を実施
- (2) 外務省主催「日本・スペイン・シンポジウム」での講演など公的講演への登壇



## 学術組織との連携

オタクイベントの多くは  
「学生」の「仲間内の集会」としてスタート



スタートから年月を経て、研究職へと進んだイベント初期  
メンバーが、日本の価値観をネイティブに理解できる  
「オタク教授」となっているケースが増えている



イベントを通じて世界のオタク研究者との連携を模索

- ハーバード・MIT・北京・香港・シンガポール・ソルボンヌ・ボローニャ・ケンブリッジetcetc..

# 世界オタク研究所など学術・文化機関との連携

- 「世界オタク研究所」との連携  
慶應大学 中村伊知哉教授を理事長とする産学連携団体CiP協議会内に設立された「世界オタク研究所」
- オタク文化とそれを支えるコンテンツビジネスを対象とした国際研究機関

<http://w-o-i.org/>

- 文化が「流行」ではなく「価値観」と認定されるには、学識者によるオーソライズが必要
- →歌舞伎・浮世絵が文化認定されたのと同様

IOEAは各地のイベントを通じて各地のオタク学識者との橋渡しを実現し、オタク文化のオーソライズをサポートする

## 国内自治体・文化団体との連携

---

「オタク文化」を通じて、世界との相互理解と交流を目指す自治体・文化団体との連携

・東京都 豊島区 (高野之夫区長)

「豊島区国際アート・カルチャー都市構想」

<https://www.city.toshima.lg.jp/artculture/toha/kousou.html>

・広島 NPO法人 音楽は平和を運ぶ(松尾康二理事長)

「ポップカルチャーひろしま」

<http://www.pophi.jp/>

## 政策提言

---

世界に広がる「オタク文化」を活用した

インバウンド政策への提言

## 政策提言

---

- 1: オタクイベントに集まる訪日高ポテンシャル集団への直接アプローチ
- 2: 「訪日の広告」としてアニメ・マンガを中心としたメディア創設
- 3: 最新の世界的文化(価値観)認知の場として「オタクサミット」の開催

# 1: オタクイベントに集まる 訪日高ポテンシャル集団への直接アプローチ

オタクイベントは日本にポジティブな人が集まる場  
訪日へのポテンシャルが非常に高い



- 世界中の観光名所があつまる「旅行博」などと違い、日本のみについての直接アピールが可能



この集団に親和性の高いアニメ・マンガを活用した  
「リアルメディア」の日本広報活動をおこなうべき

## アニメ・マンガを核にした広報誌

対象に対して適切な内容のリアルメディアは  
ネットメディアよりも効果的

- 対象が興味を引く内容
- アイテムとしても価値を感じる装丁

世界中のオタクイベントを活用することで  
**100万人単位**の訪日高ポテンシャル集団への配布が可能

配布事業を世界のイベントへ委託することで  
イベントが継続することへの支援に

## 2:「訪日の広告」として アニメ・マンガを中心としたメディア創設

近年急速に高まったインバウンドの「素地」を作ったのは  
**アニメ・マンガ**

70年代から放映され視聴率60-100%を記録したアニメ

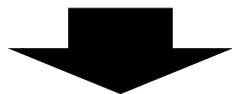
- 中東、フランス 「グレンダイザー」
- スペイン 「マジンガーZ」
- フィリピン 「ボルテスV」
- イタリア 「鋼鉄ジーグ」

キャプテン翼、ドラゴンボール、名探偵コナン

世界各地各世代 **誰でも知っている** 日本アニメが存在

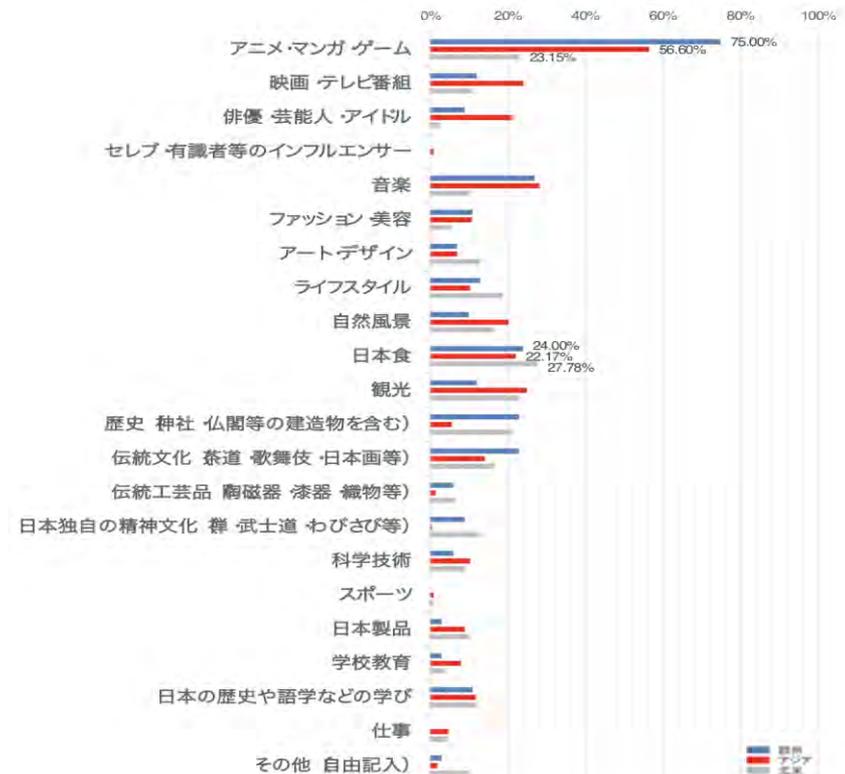
アニメ・マンガの中で描かれる日本の膨大な情報

アニメ・マンガは**最高の教科書・広告**となる



世界中の10代から50代に生まれた  
「**いつか**行ってみたい国・日本」の認識

日本に興味を持った「きっかけ」は  
**マンガ・アニメ・ゲーム**が圧倒的



特定非営利活動法人 映像産業振興機構 (VIPO)  
『クールジャパンの再生産のための外国人意識調査』

# アニメTV放映の衰退と無料メディアの必要性

2000年代後半から世界各地でアニメTV放送が激減  
→CATVやネット配信など有料メディアへのシフト  
**子供・家族がアニメを見る環境が激減**



新たに日本に興味を持つ  
若年層育成の危機的状況



TV放送に代わる日本コンテンツ発信  
無料ネットメディアが必要

# 「訪日の広告」として アニメ・マンガを中心としたメディア創設

TV放送に変わる無料ネットメディア

アニメ・マンガ・音楽・地域情報など日本コンテンツそのものを**日本の  
広告**として無料配信

2030年訪日旅行者数6000万人実現のための広告メディア  
インバウンド需要のコンテンツ業界への恩恵

- 既存ネットメディアと同等以上のラインナップ
- 最新作品だけでなく40・50代をはじめすべての世代向けに過去作品も掲載

過去アニメ・マンガを体験した世代へも改めて日本への興味を思い出すきっかけに  
訪日旅行者のリピーター化促進の「復習教材」に

### 3:最新の世界的価値観「オタク文化」 中心軸となるイベントの開催

---

新しい文化として世界に広がり続けているオタク文化

ネット・地域・イベントの中で盛り上がる  
1つ1つのアクションは世界中に存在する  
が

オタク文化を俯瞰的に見るための  
文化・学術の中心軸となるようなイベントが存在しない

オリンピックや万博のような  
文化の中心となるイベントが必要

### 3: 最新の世界的文化(価値観)認知の場として 「オタクサミット」の開催

## オタク文化の中心軸となるイベント「オタクサミット」

世界中に生まれたオタク教授・学術関係者  
オタク文化を支えるクリエイターとその作品  
地域関係者・業界関係者・イベント関係者  
大衆文化の苗床であるファン

すべてのオタクが参加し  
現在過去未来のオタク文化を認知する  
学術会議・展示会を中心としたイベント

## 2020年に開催

定期的にサミットとして開催を続けることで成果をレガシーとして文化の礎に

## まとめ

---

数十年をかけて世界に広がったオタク文化がインバウンド需要を始めとした日本と世界の深い繋がりを醸成した

インバウンド政策としてオタク文化とそのコンテンツを活用を！

オタク文化が世界に認知されることは日本への興味の裾野を広げる最も友好的な手段

世界のオタク文化を担うイベントとその参加者は日本の仲間

**日本の友人への支援を！**