



サガテレビ版アニメツーリズムの可能性について ～放送コンテンツ海外展開助成事業を振り返って～

2018.4.25

サガテレビ東京支社営業部

桑鶴知幸

SAGATV

自己紹介

桑鶴知幸(くわづる ともゆき) 熊本県出身

2009年4月中途入社(2005年4月に金融機関に就職)

2009年4月～2012年9月 総務部(人事、給与、経理)

2012年10月～2015年12月 報道部(県警、県庁、中継、番組制作)

2016年1月～ 東京支社営業部



サガテレビについて

○昭和44(1969)年4月1日開局→来年開局**50周年**

○従業員…74人

○CX(フジテレビ)系列

○関連会社:エスプロジェクト、エンターアイ、ライフプロ、ビープラスト

○2016年度売上 約40億円



放送コンテンツ事業に関して

- 2015年から応募開始。きっかけは代理店からの紹介。
- 過去2年、「観光地や特産物の紹介」「温泉をメインにした旅番組」をテーマに応募→2年とも採択されず
- 今年が3年目の挑戦

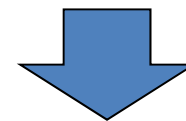


今年の応募事業に関して



「ユ-uri!!! on ICE」

フィギュアスケートを舞台にしたTVアニメ。
登場する架空の町・長谷津(はせつ)町は
佐賀県唐津市がモデルになっている。



このアニメを軸として、番組制作と海外での
イベントができないか。



ファンによる「聖地巡礼」



「君の名は。」より

アニメやドラマ・映画のロケ地となった舞台を実際に訪れ、実際のシーンと似た写真を撮ったり、登場人物と同じ行動をとることで番組の追体験を行うもの。**アニメツアーリズム**と呼ばれることもある。





唐津駅



唐津城



舞鶴橋

©はせつ町民会/ユーリ!!! on ICE製作委員会

唐津市・佐賀県での聖地巡礼



○アニメの舞台となったことで、唐津市および佐賀県が、アニメとのコラボ企画を進めており、「聖地巡礼マップ」を製作するなどして、ファンを迎え入れる準備が進められていた。



方向性

○聖地巡礼だけでなく、県内の観光情報を織り交ぜた旅番組を制作・放送することで、県全体にインバウンド増加の恩恵をもたらす。

○「聖地巡礼ツアー」を制作し、1つのビジネスモデルを作り上げる。

事業の3本柱

番組放送

イベント

ツアー



ターゲットとなる国

○アジア

○C3AFA(アニメイベント)への参加検討

→8月インドネシア、11月シンガポールで開催予定

○2か国とも、唐津市の来訪者としての統計上の数字はそれほど多くない

⇒インドネシア・シンガポールで実施



タイムライン

- 5月 エントリー
- 6月 ヒアリング
- 7月 採択決定、打ち合わせ開始
- 8月 インドネシアでのイベント参加
- 9月 イベント振り返り
- 10月 番組制作準備
- 11月 ロケ
- 12月 編集・納品
- 1月 番組オンエア



番組制作のコンセプト

- 唐津市をメインに据えた旅番組
- 放送網はWAKUWAKU JAPANを利用
- 若い女性2人の“女子旅”風にすることで、共感を得てもらうことを意図



番組制作上での課題・問題点

- キャスティング
- 権利関係
- 経験含めた組織体制



番組



モニター意見 (視聴調査より)

- 面白かった。
- ユーリのアニメを知らない人への紹介番組としては面白かったと思う。
- 1つ1つの観光スポット情報をもっと長い時間見たかった。
- ほかの観光地情報も知りたい。
- 交通アクセスなどをもう少し詳しく紹介してほしい。
- 各観光地を紹介するミニエピソードを入れるともっとよくなると思う。



イベント



2か国それぞれの来訪者

インドネシア・・・約5万人

シンガポール・・・約10万人



ツアー造成

○シンガポールの現地旅行代理店と組んでツアー商品造成を目指す。1件約20万円×35人(動員目標)を設定。

○この代理店は、前年別のアニメツーリズム商品を企画、失敗に終わったため、今回の事業に関しても否定的であった。

○代理店は「ユーリ」のコスプレイヤー(非公式)を目玉に商品展開を検討し、販売する方法を提案したものの、権利元のテレビ朝日からの了承を得られず、直前に方針変更した。



アンケート調査より

○アニメゆかりの地の認知度、行ってみたいアニメゆかりの地

ジャカルタ: 岐阜県高山市(「君の名は。」)

シンガポール: **佐賀県唐津市**

○来日経験

ジャカルタ: 25.8% シンガポール 50.2%

○ツアーにかけられる費用(平均値)

ジャカルタ: 62,848 シンガポール: 93,853円



まとめ(番組)

- 内容的にはそこまで大きな問題はなく、視聴調査の結果もおおむね好意的なものだった。
- 編集の長期化、権利関係の認識違いにより、予算が当初の見込みを超過してしまった。
- 番組制作・イベント・ツアー造成の3つの柱の中で、最も注力したものであり、バランスを欠いてしまった。



まとめ(イベント)

- 会場で実施した調査で多くのサンプルが取れた。
インドネシア:1,642件 シンガポール:1,251件
- 事前準備の不足
- アニメイベントの中でブースを出展する意義
他ブースの中に埋没



まとめ(ツアー造成)

- 興味は持ってもらえた(チラシはよくはけた)
- 現地代理店との思惑の違い
- マンパワー割けず



まとめ(事業全体)

- 本社との連携の必要性
- 自走するために
- 早めに動き出すこと 次年度ならば前年の夏～秋



佐賀・アニメツアーリズムの可能性

- 唐津市・佐賀県は比較的成功事例
- 団体旅行ではなく個人旅行商品の方が興味を持ってもらいやすい
- 直行便はなくても福岡経由で来県者多い
 - ⇒聖地巡礼後に県に滞在し続けてもらえるような工夫を。聖地巡礼は1つのきっかけ。
- ハラル対策の重要性

