

マンガ分野において 地方から発信できる グローバルな人材育成事業

平成 26 年度 文部科学省
成長分野等における中核的専門人材養成の戦略的推進事業

事業成果報告書

目次

I 事業計画	2
II 議事録.....	14
第1回 実施委員会（全体会）議事録.....	15
第2回 実施委員会（全体会）議事録.....	27
第3回 実施委員会（全体会）議事録.....	45
第4回 実施委員会 議事録.....	71
III アンケート集計分析.....	75
IV 教育プログラム	176
V 総括	190

I 事業計画

**平成 26 年度「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業
企画提案書**

1. 分野名

⑪クリエイティブ（アニメ・漫画） 「その他」分野名

2. 事業名称

マンガ分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業

3. 産学官コンソーシアム又は職域プロジェクトの別

産学官コンソーシアム	<input type="checkbox"/>
------------	--------------------------

職域プロジェクト	(1) 全国的なモデルカリキュラム等の開発・実証	<input type="checkbox"/>
	(2) 「地域版学び直しプログラム」の開発・実証	<input checked="" type="checkbox"/>
	(3) 高等学校・高等専修学校と高等教育機関との連携による実践的職業教育	<input type="checkbox"/>

※申請する取組いずれかひとつに「○」を記入すること。(大学院プログラムは別様式)

「女性の学び直し」に対応する場合、右欄チェック	<input type="checkbox"/>
-------------------------	--------------------------

■ 代表法人(申請法人)等

法 人 名	学校法人 新潟総合学院
理 事 長 名	池田 祥護
学 校 名	国際アート&デザイン専門学校
所 在 地	〒 963-8811 郡山市方八町2-4-1

■ 事業責任者（事業全体の統括責任者）

職名	副校長
氏名	鈴木 一昭
電話番号	024-956-0040
E-mail	suzuki.kazuaki@nsg.gr.jp

■ 事務担当者（文部科学省との連絡担当者）

職名	教務部長
氏名	中野 寿郎
電話番号	024-956-0040
FAX番号	024-956-0023
E-mail	nakano.hisao@nsg.gr.jp

5. 産学官コンソーシアム又は職域プロジェクトの構成員・構成機関等

(1) 構成機関（機関として本事業に参画する学校・企業・団体等）

	構成機関(学校・団体・機関等)の名称	役割等	内諾	都道府県名
1	学校法人新潟総合学院 国際アート&デザイン専門学校	統括・運営・調査開発	済	福島県
2	株式会社ヒューマンメディア	コンソーシアム委員としての助言	済	東京都
3	アンドピクシーズ株式会社	コンソーシアム委員としての助言	済	東京都
4	学校法人 龍馬学園	運営・調査開発	済	高知県
5	学校法人 河原学園	運営・助言	済	愛媛県
6	日本アニメ・マンガ専門学校	運営・助言	済	新潟県
7	株式会社トータルプランニングオフィス	運営・助言	済	東京都
8	株式会社バックボーンワークス	運営・助言	済	福島県
9	株式会社アイ・シー・オー	運営・助言	済	新潟県
10	株式会社pHスタジオ	運営・助言	済	新潟県
11	株式会社ニコ	運営・助言	済	福島県
12	株式会社NSGインターナショナル	運営・調査開発	済	新潟県
13	学校法人新潟総合学院 事業企画部	運営・調査開発	済	福島県
14	学校法人新潟総合学院 国際・生涯事業部	運営・調査開発	済	福島県
15	一般社団法人 生涯学習アカデミア	運営・調査開発	済	福島県
16	株式会社 朝日広告社	マーケティング	済	東京都
17	株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)	アドバイザー	済	東京都
18	イメージスタジオ	コーディネータ	済	福島県

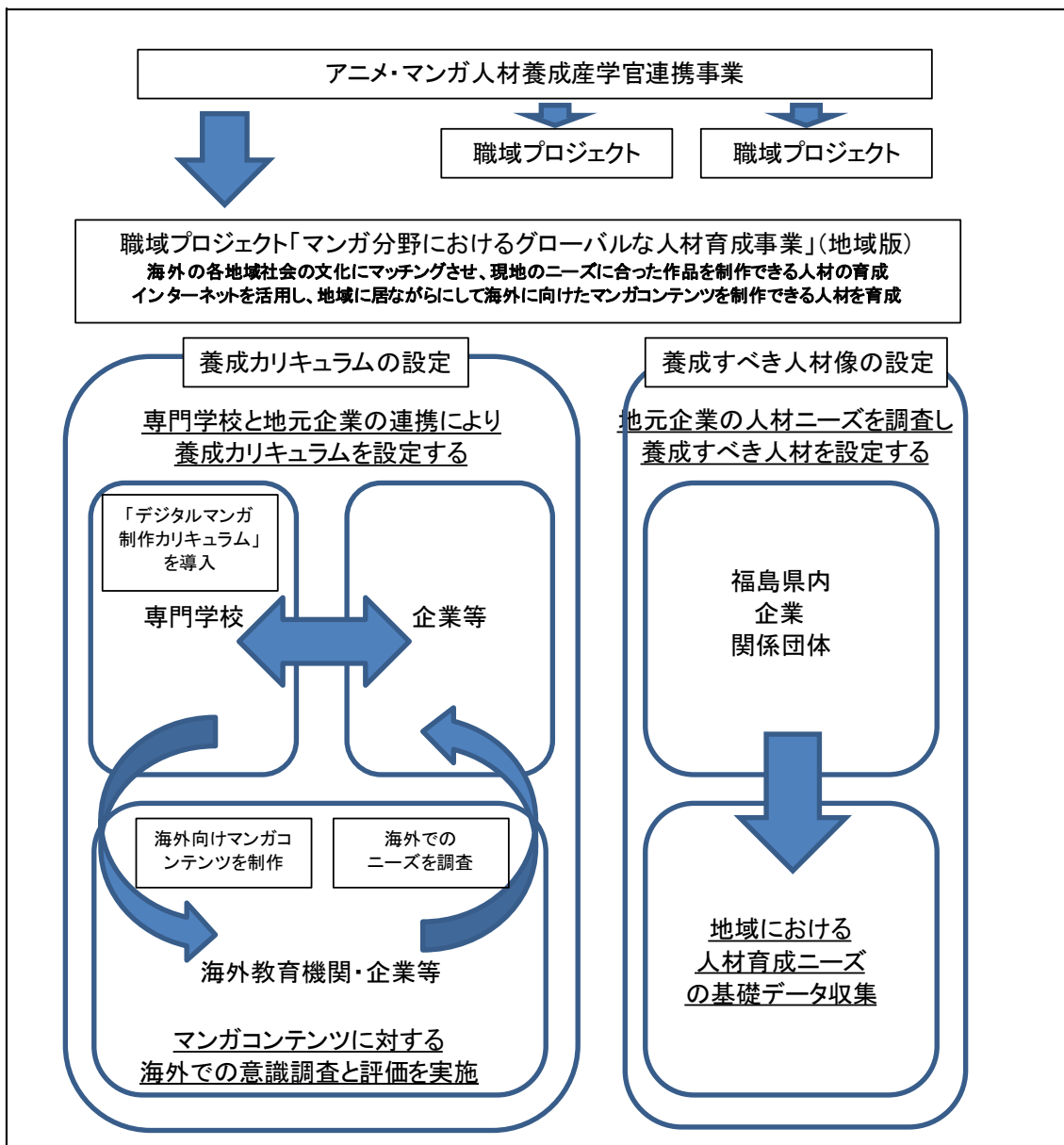
(2) 協力者等(委員など個人で本事業に参画する者等)

氏名	所属・職名	役割等	都道府県名
島田 眸	JAPAN-VIETNAM CREATION Co.,LTD	助言	ベトナム

(3) 下部組織 (設置は任意)

名称(調査開発委員会)			
氏名	所属・職名	役割等	都道府県名
鈴木 一昭	国際アート&デザイン専門学校/副校長	統括	福島県
岩神 義宏	学校法人 龍馬学園/副部長	運営・調査開発	高知県
牧浦 秀紀	株式会社NSGインターナショナル/代表取締役	運営・調査開発	新潟県
双石 茂	学校法人新潟総合学院 常務理事	運営・調査開発	福島県
柳沼 信之	学校法人新潟総合学院 国際部/部長	運営・調査開発	福島県
松崎 聡	一般社団法人生涯学習アカデミア/理事	運営・調査開発	福島県
山崎 督	株式会社 朝日広告社 /営業開発室 国際チーム	運営・調査開発	東京都
Ms. Nguyen Thi Thanh Binh	Phuong Dong University/Head of Japanese division	調査協力・開発	ベトナム
Mr. Nguyen Tien Khanh	HANOI COLLEGE OF TECHNOLOGY AND TRADING/CONEX Viet Nam Joint Stock	調査協力・開発	ベトナム
中野 寿郎	国際アート&デザイン専門学校/教務部長	調査開発・事務・折衝	福島県
小野里 俊哉	国際アート&デザイン専門学校/事務局長	調査開発・事務・折衝	福島県
齋藤 幸佑	国際アート&デザイン専門学校/マンガ・コミック系主任	調査開発・事務・折衝	福島県

(4) 事業の実施体制図 (イメージ)



6. 事業の内容等

(1) 事業の目的・概要

日本のマンガコンテンツを海外へ売り込む動きが活発になっており、「日本の魅力」であるマンガコンテンツを「産業」に繋げることが必要とされている。

日本のマンガコンテンツに精通し、なおかつ海外の各地域社会の文化にマッチングさせ、現地のニーズに合った作品を制作できる人材の育成を福島から推進する。

また、インターネットを活用することで、地域に居ながらにして海外に向けたマンガコンテンツを制作できる人材を育成する。

(2) 事業の実施意義や必要性について

① 当該分野における人材需要等の状況、それを踏まえた事業の実施意義

近年、「クールジャパン」として、日本のマンガコンテンツを海外へ売り込む動きが活発になっており、「日本の魅力」であるコンテンツを「産業」として日本の経済成長につなげようとする動きが活発化している。

2013年6月の閣議決定においても、海外市場獲得のための取り組みとして「クールジャパンの推進」が挙げられており、日本の魅力を発信することが産業の育成となるとされている。

特に今後急速な経済発展や市場拡大が予想されるアジア新興国の需要を取り込むことで、日本の経済成長につなげようとする試みが「クールジャパン戦略」であるといえる。

2013年の博報堂による「アジア10都市における自国・海外のコンテンツ受容性」調査によれば、アジア10都市のうち7つの都市において、「よく見るマンガ・アニメは日本」との回答が最も多い。日本のマンガコンテンツが他を圧倒しており、その人気は高く安定している。

しかしながら、日本のコンテンツ産業全体の市場規模約13兆円の内、海外輸出割合は5%に留まっており、海外からの高い評価を受けているにも関わらず経済的には伸びていない現状である。

その要因の一つとして、海外各地域での文化の違いであることが、NHKの報道番組や朝日新聞により報じられている。海外各地域での文化（言語・習慣・宗教）の違いにより、日本のマンガコンテンツの魅力を海外にアピールする上でその良さが受け入れられず、海外の需要を取り込むことが出来ない状況である。

アジアを中心とした海外の需要を取り込むために、各地域社会の文化を理解して現地のニーズに合ったコンテンツを制作できる人材の育成が求められている状況となっている。

②取組が求められている状況、本事業により推進する必要性

アジア各国の中では、中国、韓国、台湾などでは既に日本のコンテンツを多く受け入れている。特に台湾においては、第2回台北アニメ・マンガフェスティバルが開催されるなど、20年以上歴史を持つ日本マンガコンテンツが広く浸透している。台湾のオリジナルコンテンツもあるが、圧倒的に日本マンガコンテンツが支持されている。

一方、ベトナムの現状については、有名タイトルは普及しており若者の間では日本マンガコンテンツの人気の高いが、文化の違いから日本の大人向け作品は受け入れられていない現状がある。

アジアを中心とした海外の需要を取り込むために、海外各地域での文化を理解するとともに日本のマンガコンテンツに精通し、なおかつ海外の各地域社会の文化にマッチングさせ、現地のニーズに合った作品を制作できる人材の育成が求められている状況である。

更に、地方でマンガを学ぶ学生がアジア各国を研究し理解することで、新たな作品制作に取り組むきっかけとなる。そのことが日本にとっての新たな人材育成につながり日本の経済発展へとつながる。

アジア各国の中で特にベトナムの文化を理解し、地方（福島）に居ながらにしてマンガコンテンツを制作できるグローバルな人材育成プログラムを開発する。

現在ベトナムでは、経済成長による個人所得の伸びと教育熱が高まりで各国への留学希望者が急増しており、特に日本留学について関心が強い。財団法人「日本語教育振興会」のまとめによると、日本語学校（約400校）で学ぶ外国人留学生のうち、2013年に在留資格を得たベトナム人留学生の数は1万1421人となり、前年から約4倍に拡大している現状がある。非常に親日の国であり、日本文化に対する理解も大きい。

ベトナムをターゲットとして、日本のマンガコンテンツに対する興味を探りベトナムの文化を理解することが、これから大きく発展する可能性のある市場にマンガコンテンツを売り込むきっかけとなると思われる。

（3）前年度までの取組概要・成果と本事業との継続性

（平成24年度事業）

- ・取組概要 新規事業のため取り組みなし
- ・事業成果
- ・24年度事業との継続性（成果の活用含む）

（平成25年度事業）

- ・取組概要 新規事業のため取り組みなし
- ・事業成果

- ・本年度事業との継続性（成果の活用含む）

（４）事業の成果目標

期待される活動指標(アウトプット)・成果目標及び成果実績(アウトカム)

○期待される活動指標(アウトプット)

1. 養成すべき人材像の設定

- 日本のマンガコンテンツの知識を持ち、海外の地域社会における文化の違いを理解し、海外地域のニーズに合わせた作品を制作出来る人材
- インターネットを活用し、地方（福島）に居ながらにしてマンガコンテンツを制作し、出版社等と連携して海外に売れる作品を発信できる人材

2. 教育プログラム・教材開発

- デジタルマンガ制作カリキュラム
- 国際理解のための語学、地域の歴史と伝統、を学ぶカリキュラム
- マーケティングとプレゼンテーション
- 地域文化に合わせたコンテンツ制作カリキュラム

※「日本のマンガ」を体系的に学び、海外の地域文化を理解するための新しい人材育成カリキュラムを整備する。構築されたカリキュラムを実証するために、職域プロジェクトで実証講座を実施してその基準と手法を検証する。

○成果目標及び成果実績(アウトカム)

H26 の事業においては、地域のニーズ調査、模擬講座、及びカリキュラム開発を実施する。

<9月～10月>

- ①コンソーシアムで開発された「デジタルマンガ制作カリキュラム」（全国版）を学生に対して実施する。
- ②地元企業（福島県内企業）のニーズを調査し、ベトナムをターゲットとした企業紹介ツール、商品紹介ツールを模擬制作する。

<11月>

- ③ベトナムにおいて、マンガコンテンツの魅力を伝える模擬授業やプレゼンテーションを実施し、アンケート調査を実施する。
- ④国内において、海外マンガフェスティバルに参加出展しアンケート調査を実施する。

<12月～1月>

- ⑤「デジタルマンガ制作カリキュラム」（地域版）のベーシックカリキュラムの基本方針と内容を策定する。

H27の事業においては、カリキュラム開発と実証講座を実施し検証する。

- ①「デジタルマンガ制作カリキュラム」(地域版)を実証と検証のため学生に対して実施し、ベトナムをターゲットとしたマンガコンテンツを制作する。
- ②ベトナムにおいて、学生、企業、職業教育機関に対して制作したマンガコンテンツをプレゼンテーションし、実証と検証を行い評価する。
- ③インターネットを活用し、制作したマンガコンテンツを世界に向けて発信できる仕組みを構築する。

① 会議(目的、体制、開催回数等)

・実施委員会(統括・運営・助言)

目 的：プロジェクトの方向性と重要事項の決定

開催回数：4回(8月、10月、11月、2月(2回))

・調査開発委員会

目 的：調査手法の確認、調査実施

開催回数：5回(7月、9月、10月、11月、12月)

② 調査等(目的、対象、規模、手法、実施方法等)

●地元企業(福島県企業)のニーズ調査

目 的：マンガコンテンツ制作における国際的人材育成のため、地元企業(福島県企業)のニーズについて基礎データ収集

対 象：規模：地元企業及び関係団体 100社程度

手 法：アンケート用紙を送付

実施方法：外部業者に封入、発送を依頼。回収、集計、分析は代表校で実施

●ベトナムでのニーズ調査

目 的：海外の地域社会を理解するために、学生、企業及び一般の方々へ人材ニーズについて基礎データ収集

手法と対象：

①ベトナムの学生に対して、日本のマンガコンテンツの魅力を伝える授業を実施しアンケート調査を実施する。

②企業に対して、日本の企業紹介ツールや商品紹介ツールをマンガで制作している事例を紹介し、企業に対してアンケート調査を実施する。

③日越交流協会主催のふくしまフェスティバルに参加出展して日本のマンガコンテンツを広く紹介し、来場者に対してアンケート調査を実施する。

●日本国内でのニーズ調査

目的：海外から見た日本のマンガコンテンツに対する意識調査と、国内外の人材ニーズについてデータ収集

手法と対象：海外マンガフェスタに参加出展して日本のマンガコンテンツを広く紹介し、来場者に対してアンケート調査を実施する。

※「海外マンガフェスタ」は、アメリカ、カナダ、フランス、中国、台湾などの国々から出展される世界的なマンガ交流イベントである。

③ モデルカリキュラム基準、達成度評価、教材等作成（目的、規模、実施体制等）

・専門学校の連携による教育標準モデルの作成

海外の実態調査を参考にして委員会にて方針を決定

カリキュラムの達成度評価のためにグローバルな評価基準を検討

・教材等作成

コンソーシアムで開発したテキストを活用しながら、地域のニーズと各国の文化に合わせたコンテンツ制作に関する新たな地域版テキストを開発する。

④ 実証等（目的、対象、規模、時期、手法、実施方法等）

H26の事業においては、

●地域のニーズ調査、●模擬講座、●カリキュラム開発を実施する。

①コンソーシアムで開発された「デジタルマンガ制作カリキュラム」（全国版）を学生約15名に対して実施し、基本的な制作フローを理解する。

②地元企業（福島県内企業）に対するニーズ調査の結果を踏まえ、ベトナムをターゲットとした企業紹介ツール、商品紹介ツールなどを模擬制作する。

具体的内容としては、

・マンガコンテンツを使用した、異文化コミュニケーションツール

・マンガコンテンツを使用した、日本語教育ツール

・マンガコンテンツを使用した、商品販売のための販促ツールや日本語教材ツールなどの制作を予定する。

③制作したマンガコンテンツを翻訳し、ベトナムにおいてその魅力を伝える模擬授業やプレゼンテーションを実施し、アンケート調査により意識調査と評価を実施する。

模擬授業実施予定校：フンドン大学約 30 名
企業向けプレゼンテーション予定：約 20 社
ふくしまフェスティバル in ハノイ予定：来場者 100 名

- ④国内において、海外マンガフェスティバルに参加出展し海外向けコンテンツに対するアンケート調査を実施する。

予定：来場者 100 名

- ⑤各種アンケート結果により「デジタルマンガ制作カリキュラム」（地域版）のベーシックカリキュラムの基本方針と内容を策定する。

H27 の事業においては、カリキュラム開発と実証講座を実施し検証する。

- ①「デジタルマンガ制作カリキュラム」（地域版）を実証と検証のため学生に対して実施し、ベトナムをターゲットとしたマンガコンテンツを制作する。

- ②ベトナムにおいて、学生、企業、職業教育機関に対して制作したマンガコンテンツをプレゼンテーションし、実証と検証を行い評価する。

- ⑤ 今年度までの取組成果のとりまとめ等

- ・事業成果報告書（事業の実施内容及び分析結果）の公開、関係機関への配布

規 模 ： 700 冊

手 法 ： データの HP での公開、

関係教育機関 200 校、関係協会・企業等 250 社（団体）へ郵送配布
成果報告会にて配布 200 冊、委員保管他 50 冊

- ・成果報告会の実施

規 模 ： 会議室等にて 200 名規模にて開催

手 法 ： 地元企業、関係団体を中心に、告知・案内を送付

（6）事業成果及び事業終了後の方針（成果の活用、継続性、発展性 等）

（事業成果物）※本事業により作成等される成果物について、個別に列記すること

- ①事業成果報告書 700 冊

関係教育機関 200 校、関係協会・企業等 250 社（団体）へ郵送配布

成果報告会にて配布 200 冊、委員保管他 50 冊

- ②HP で事業成果報告書の公開

③「デジタルマンガ制作カリキュラム」で制作したマンガコンテンツの公開

(成果の活用等) ※上記成果物の活用方法等について、個別に列記すること

①H27年度にはベーシックカリキュラムをもとに、学生に対してカリキュラムを導入し、新たに海外向けのマンガコンテンツを制作する。

新たな教育ツール活用研究も含めて連携校を中心に実証講座を行い精度向上を図る。

②「デジタルマンガ制作カリキュラム」(地域版)の開発完成後は、本科においてカリキュラムを導入し活用・評価を実施予定。

③社会人向けの講座展開も模索する。

(7)「女性の学び直し」に対応した取組内容等

(事業実施体制、プログラム構成、環境配慮等、女性の学び直しに対応する取組内容等)

※「3.産学官コンソーシアム又は職域プロジェクトの別」で、「女性の学び直し」対応欄にチェックを入れた場合に記入

II 議事録

平成26年9月26日

第1回 実施委員会(全体会)議事録

■日時：平成26年9月26日(金) 17:30～

■場所：国際アート&デザイン専門学校 2階 201教室

■出席者(敬称略)：

氏名	所属・職名
鈴木 一昭	国際アート&デザイン専門学校/副校長
村松 誠	アンドピクシーズ株式会社
岩神 義宏	学校法人 龍馬学園/副部長
中村 亮	学校法人 河原学園/教頭
小川 知一	日本アニメ・マンガ専門学校
竹治 政枝	株式会社トータルプランニングオフィス
鈴木 賢	株式会社アイ・シー・オー
牧浦 秀紀	株式会社 NSG インターナショナル
柳沼 信之	学校法人新潟総合学院 国際部/部長
松崎 聡	一般社団法人生涯学習アカデミア/理事
山崎 督	株式会社 朝日広告社/室長 営業開発室 国際チーム
村山 隆	イメージスタジオ/クリエイティブ ディレクター
梶本 耕嗣	株式会社 ニコ/執行役員 社長室長
チンタカ・クマーラ	国際メディカルテクノロジー専門学校/教務
中野 寿郎	国際アート&デザイン専門学校/教務部長
小野里 俊哉	国際アート&デザイン専門学校/事務局長
齋藤 幸佑	国際アート&デザイン専門学校/教務

議題1:挨拶

国際アート&デザイン専門学校 学校長 柳沼 信之

柳沼 :

本校の学校長とFSG カレッジリーグの海外事業と地域事業を統括している部長も兼任しています。生涯学習アカデミアという社団法人もやっています。他に国際関係のロータリー、ベトナムと福島の友好協会の常任理事をしております。FSG カレッジリーグは学生数2200名の地域No.1の専門学校グループで、卒業生も地域の中で中核となる人材へと成長し、各企業での認知度も上がっております。地域と文部科学省と連携をしてクールジャパンの発信をしていきます。日本工学院とFSG が連携して地域と海外を結んでいくこととなります。マンガで地域から発信するという切り口のモデルケースとして成果を上げていきたいと考えておりますので委員の皆さまのご協力等をよろしくお願いいたします。

議題2:マンガ分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業の概要と取組目標について

国際アート&デザイン専門学校 副校長 鈴木 一昭

鈴木 :

文部科学省 平成26年度 成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」

クリエイティブ(アニメ・マンガ)(職域プロジェクト)

「マンガ分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業」(地域版)

資料2 参照



※文部科学省アニメ・マンガ産学官連携コンソーシアム 第1回マンガ分科会資料

- ・2011年から事業が継続している
- ・文部科学省アニメ・マンガ産学官連携コンソーシアム(代表機関:日本工学院専門学校)
- ・アニメ職域プロジェクト
 - (1)全国アニメ教育機関向け学習システム普及プロジェクト(代表機関:日本工学院専門学校)
 - (2)アニメ産業界内就業人材向けキャリアアップ指導サポートプロジェクト
(代表機関:日本工学院専門学校、再委託:日本動画協会)
- ・マンガ職域プロジェクト
 - (1)全国マンガ教育機関向け学習システム普及プロジェクト(代表機関:日本工学院専門学校)
 - (2)地域対応デジタルマンガ人材養成産学協同利用センター・プロジェクト(代表機関:日本工学院専門学校)
 - (3)マンガ分野におけるグローバルな人材育成事業プロジェクト(代表機関:国際アート&デザイン専門学校)
- ・本校ではデジタルマンガのカリキュラムを導入する

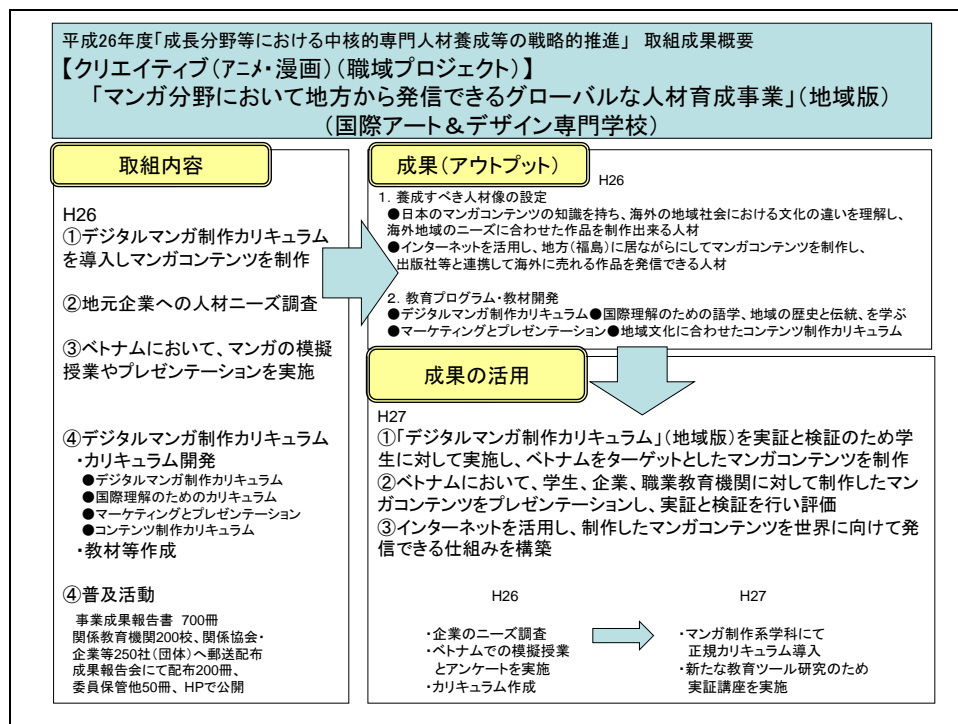
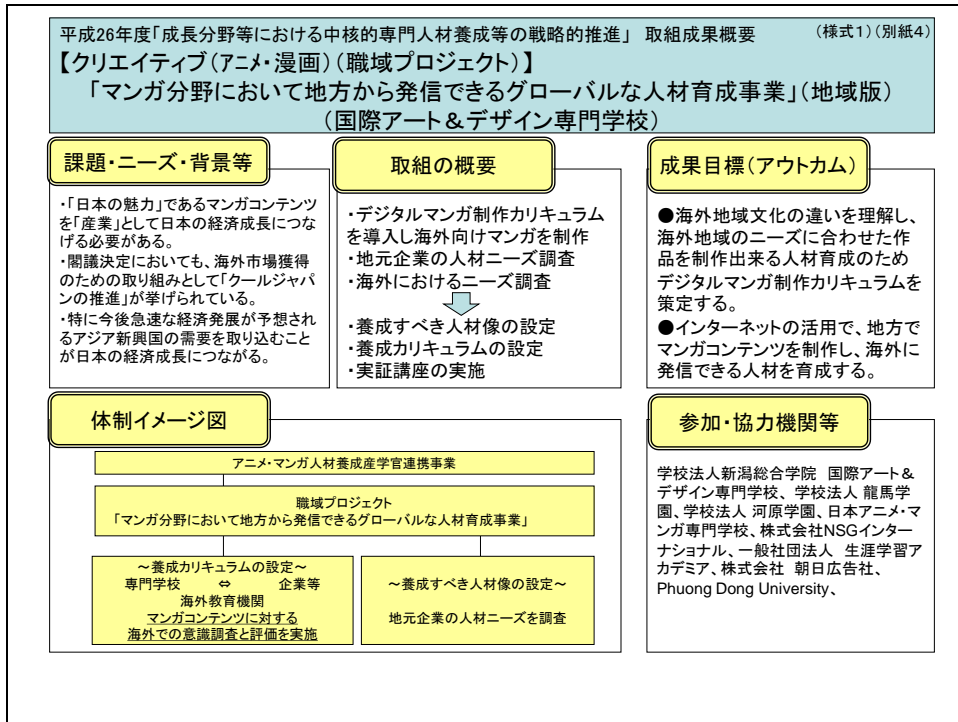
資料1 説明

資料1

「マンガ分野において 地方から発信できる グローバルな人材育成事業」

平成26年度 取組概要書

国際アート&デザイン専門学校



- ・クールジャパンの推進が進んでいない⇒アジア諸国にターゲットを ベトナム
- ・海外向けのマンガを ⇒ ニーズ調査 ⇒ 人材像の設定、カリキュラムの作成
- ・海外ニーズとデジタルマンガ制作カリキュラム、インターネットの活用で人材育成
- ・体制、参加協力機関
- ・具体的な取り組みは資料 3

資料 3

「マンガ分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業」 平成26年度 事業実施状況及びスケジュール

- 9月26日 第1回 実施委員会(全体会)
- 9月29日 海外ニーズ調査<ベトナム>①
- 9月30日 広告代理店 LE & BROTHERS LIMITED
教育出版 POKI LEARNING ASIA
- 10月1日 教育機関 TRUONG GIAO DUC DAY NGHE THANH XUAN
教育機関 Phuong Dong University
マンガ家 Nguyễn Thành Phong
メディア VIET NAM FILM COMPANY (in VTV)
- 10月2日 教育機関 Hanoi University of Art and Design
教育機関 HAIPHONG INDUSTRIAL VOCATIONAL COLLEGE
- 10月3日
- 10月21日 「デジタル作画講習会」
※カリキュラム終了後、ベトナムをターゲットとした
ビジネスマンガコンテンツの制作を開始
<マンガ制作協力企業>
・株式会社 柏屋「薄皮饅頭」
・合資会社 大和川酒造店「純米酒 弥右衛門」
- 11月7日 第2回 実施委員会(全体会)
- 11月14日 県内企業のニーズ調査依頼
- 11月20日 海外ニーズ調査<ベトナム>②
- ～11月26日 ・先発 11/20-11/26 ・後発 11/22-11/26
11/23「ふくしまフェスティバル in ハノイ」
11/24「企業ニーズ調査」
11/25「教育機関ニーズ調査」
・展示内容 ・饅頭と日本酒のビジネスマンガ作品
・ストーリーマンガ作品
・マンガイラスト
・デジタル作画メイキングビデオ
・マンガ作品に対するアンケート調査
- 11月23日 海外マンガフェスタ出展
日本のマンガコンテンツについて意識調査・ニーズ調査
- 1月16日 第3回 実施委員会(全体会)
- 2月12日 成果発表会
第4回 実施委員会(全体会)
※上記の他、必要に応じて調査開発委員会等の開催を予定する。

以上

議題3 文部科学省アニメ・マンガ産学官コンソーシアムの取り組み及び デジタル作画教室の実施について

アンドピクシーズ(株) 村松 誠

村松：

- ・高校生を集めたプロモーションと投稿するサイトを本業で手掛けている。
- ・2012年はマンガアニメの業界で話し合いをした。大手出版社とマンガ家にアンケートを取った。約40%はデジタルマンガに関係していた。この状況にあったプログラムの開発を目指した。
- ・可視化したライセンスを作るために委員から意見を集めていった。
- ・アニメの制作工程は約2000あり、そのどこに問題があってどう整理すれば効率上がるかを論じた。デジタル化は進んでいるがアニメーターが必要な基礎概論を整理していく作業をした。
- ・来日した留学生を含めて海外で活躍しているマンガ家にもコンタクトをとった。
- ・2年目は、デッサンの基本、デジタル Adobe Photoshop®セルシス コミックスタジオ®の授業では今までアナログでやっていた作業がデジタルではどうなるのか、また、アナログでなければできないとされていた作業はデジタルではどのように進化して作業ができるようになったかをわかりやすく教えた。
- ・東京名古屋で行い、アンケートを取り確認した。学生・教師、プロ向け 約60名を3回行った。
- ・高校生向けにも行った。カリキュラムに反映させた。
- ・今年度は、福島・仙台、大阪3校、福岡2校の予定。
- ・現場とコミック業界をつないでいく。
- ・出版社によるとデジタル入稿は6割。
- ・海外の方に話すと、学校を向こうでやりたいとの話を聞く。日本のマンガのカリキュラムでは自動車教習所のように誰でも学べるようなイメージでいる。絵本とかも含めて表現の授業を小学校でできたらいいという意見もあった。
- ・全国のマンガアニメの専門学校に具体化したカリキュラムを提示していく
- ・サッカーのコーチをしているがJFAを見習って普及のための教育、ライセンスについて作っていきたい

中野：

- ・デジタルマンガキャンパス・マッチ 2014(フライヤー 参照)について

村松：

「学校とプロの世界を結ぶマンガ人材マッチングプログラム」

学校単位で投稿 ⇒ コミック編集部が講評 豪華審査員による審査

- ・デジタルで何ができてという発表の場
- ・デジタルマンガ部門 イラストキャラクター部門 未来のマンガ部門(モーショマンガ)
- ・ソフト6カ月ライセンスで貸与



デジタルマンガ キャンパス・マッチ2014

学校とプロの世界を結ぶ、マンガ人材マッチングプログラム

マンガを学ぶ日本と世界の大学院、大学、短大、専門学校から
雑誌へ スマホへ タブレットへ そしてまだ見ぬ新たなメディアへ
目指せ！ 未来の漫画家 & マンガ・クリエイター

デビューを目指す学生
未来の才能

学校単位で投稿

参加予定校→約40校

デジタルマンガ
キャンパス・マッチ2014



+

新人作家を発掘
隠れた才能と出会いたい

コミック編集部が講評

参加予定編集部→約30誌

デジタルマンガ協会の豪華審査員による
特別審査も実施します!!



栗中真智子先生



山田ゴロ先生



犬木加奈子先生



倉田よしみ先生



つだゆみ先生

協賛: **イブクイニシアティブジャパン / セルシス / 大日本印刷(予定) / デジタルカタバト / フィールズ / ワコム**

協力: **デジタルマンガ協会 / コミック出版社の会**

企画協力: **電通** 運営協力: **HUMANMEDIA**



応募要項

応募〆切:2014年12月26日

【募集部門と応募についての注意点】

募集する作品の部門は以下の3部門となります。

応募方法は、デジタルデータの作品をオンラインで『デジタルマンガ キャンパス・マッチ 2014』まで投稿してください。

郵送による印刷物の投稿は受け付けておりませんので、あらかじめご了承ください。

各募集部門ごとに、募集作品のレギュレーションが異なりますので、詳しくは『デジタルマンガ キャンパス・マッチ 2014』公式サイトをご参照ください ☞ <http://www.digital-manga.jp>

デジタルマンガ部門	イラスト・キャラクター部門	未来のマンガ部門
ストーリーマンガ、1コママンガ、4コママンガ、サイレントマンガ等、デジタル技術を活用して制作されたマンガ作品	子どもがコミュニケーションしたくなるハートフル・キャラクター、未来のヒーロー・ヒロイン他、デジタルで制作されたイラスト作品	動く(モーショ)、反応する(インタラクティブ)、音が出る(サウンド)など、デジタルならではの新たな表現のマンガ作品

【作品選考について】

以下の3部門による賞の授与または推薦を実施します。

デジタルマンガ大賞および奨励賞、編集部推薦作品、協賛社賞については審査終了後、平成27年3月に表彰式を実施、公式サイトで発表し、作品展示を行います。

受賞・推薦作品については、編集部・協賛社等が望む場合、著者とのマッチングを実施します。

デジタルマンガ大賞・奨励賞	編集部推薦作品	協賛社賞
全作品をデジタルマンガ協会の審査員5名が選考、平成27年3月の表彰式で賞を授与。公式サイト上で発表、作品展示を行います。	デジタルマンガ部門、未来のマンガ部門から、コミック編集部が自誌にふさわしい作品を推薦。表彰式、公式サイトで発表、作品展示を行います。	イラスト・キャラクター部門、未来のマンガ部門を協賛各社が選考し、平成27年3月の表彰式で賞を授与。公式サイトで発表し、作品展示を行います。

【学校参加方法】

作品の応募は、参加登録いただいた学校単位での応募を原則とします。

下記の要領で教員の方に参加登録をいただき、学生作品をまとめて応募してください。

- 応募ご希望の学校は、学校・学科・コースごとに推薦応募を行う教員の方をご登録ください。
- ご登録いただいた教員の方には、学生への募集告知と応募作品の制作指導および推薦応募のとりまとめをお願い致します。

【応募方法】

デジタルマンガ キャンパス・マッチ 2014 公式サイトより応募用紙をダウンロードして、必要事項をご記入の上、デジタルマンガ キャンパス・マッチ 2014 事務局まで投稿してください。

- ①作品の応募はすべて学校単位での応募となります。
- ②応募学生作品は、個人またはグループ制作で、商業誌未発表作品。盗用および流用は禁止。
- ③デジタルマンガ部門、イラスト&キャラクター部門、未来のマンガ部門の各部門ごとに投稿してください。
- ④投稿者は推薦を得たい漫画雑誌名を応募用紙に記入してください。

お問合せ: デジタルマンガ キャンパス・マッチ 2014 事務局 (☎03-3475-5377 staff@digital-manga.jp) ☒

議題4 委員の自己紹介と事業に対する意見

学校法人 龍馬学園/副部長 岩神 義宏 :

平成4年からマンガ科を開設(国際デザイン・ビューティカレッジ)。高知でまんが甲子園を23回行った。日本と海外では文化の違いがあるので理解することにやりがいがある。ディズニーの戦略の中に各国のタブーに触れないというものがある。

学校法人 河原学園/教頭 中村 亮 :

愛媛県の河原デザイン・アート専門学校。2001年開校で創立時からマンガ科がある。定員30名を超える学生が入学している。人口減少に向けてどうマンガのビジネスチャンスを作っていくかを考えなければならない。外国人が日本でマンガを学ぶこと、日本のマンガの輸出、外国のマンガの取り込みなど教育機関として可能性を探っていくつもりです。

日本アニメ・マンガ専門学校/ 小川 知一 :

新潟(日本アニメ・マンガ専門学校)2000年開校。週刊少年マガジン等卒業生のデビューが続いています。台湾、フランス、アメリカ等海外研修に行っているが必ず学生作品を販売し、良く売れている。海外から日本で学びたいという留学生も数人おり、ビザの問題もありながらもデジタルで地域に発信できるという人材の育成をしているところです。いろいろと勉強して募集につなげていきたい。

株式会社トータルプランニングオフィス/代表取締役 竹治 政枝 :

(株)トータルプランニングオフィス(東京)。コンテンツ・イベント・テーマパークの企画制作をしている。海外のアーティストと仕事をしているのが特徴です。2003年から05年にかけて福島中央テレビの福島の民話を採取して番組を制作した。中国のアーティストと組んで企画脚本演出を担当した。TDLの仕事ではディズニーがいかにマッチングするために細やかなアジャストメントされているかというのも良く知っているのでこのプロジェクトに経験を生かしていきたい。

株式会社アイ・シー・オー 鈴木 賢 :

企業からの依頼等で文章をイラストにしたりマンガで説明をしたりすることで印象度をあげることのお手伝いをしている。

株式会社 NSG インターナショナル/代表取締役 牧浦 秀紀 :

NSG インターナショナル。NSG グループの海外展開でベトナムと日本をつないでいる。大学企業を回りながら IT 人材の育成に関わっている。ゲームは産業として成立しているがマンガは産業として盛り上がるのが難しい。海外のニーズの把握はしっかりやっていくことが必要。

一般社団法人生涯学習アカデミア/理事 松崎 聡：

生涯学習アカデミアとFSGの国際関連の部署を兼務。ようやく今年度からベトナム等から留学生の受け入れが始まった。日本とベトナムで交流し相互に学んでいく人材育成事業に尽力していきたい。

株式会社 朝日広告社/室長 営業開発室 国際チーム 山崎 督

朝日広告社。外資系の顧客も多く、広告・マーケティングのサポートの経験がある。5年前からFSGの海外戦略で民間と学校のマッチングのお手伝いをしてきた。例えばタイの甘いお茶をどう日本で売るかを考えたり、コマーシャルでアニメーションなどを使うとか規制以外に新たな手法をニーズに応える形で使っていくこともある。

株式会社 ニコ/執行役員 社長室長 梶本 耕嗣：

福島に昨年設立した。マンガのイベント・マンガを使った商品開発の事業を行っている。デジタル出版も手掛けておりノウハウもある。将来は東北で初めてのデジタル出版社として文化してのマンガを産業に育てていこうということで始めている。

国際メディカルテクノロジー専門学校/教務 チンタカ・クマール：

国際メディカルテクノロジー専門学校で医療系教務部。スリランカ出身で海外展開について協力していきたい。

国際アート&デザイン専門学校/マンガ・コミック系主任 齋藤 幸佑：

国際アート&デザイン専門学校マンガクリエイト科担任。8月のマンガ教育研究会のイベントに参加したのが京都精華大学マンガ学部の牧野教授の話を書く機会があり、一貫しておっしやっていたのがマンガの可能性を追求したいということでした。専門学校ではプロを目指したカリキュラムで授業を行っており、プロを輩出している。また地域貢献活動やイベントでの似顔絵や作品販売など様々な取組をしてくれています。マンガ業界全体でも出版だけではなくイベントやコンペもとても多い。先日台湾からの留学生と話す機会があったが、日本に来てマンガを勉強したいと言っていたので教育の機会を提供できたらいいなと思いました。

(国際アート&デザイン専門学校 マンガクリエイト科卒業生
マンガ家篠月梶太郎さんデビュー作品 参照)



篠月梶太郎さん

イメージスタジオ/クリエイティブディレクター 村山 隆：

運営のサポートで議事録・報告書の作成を担当

(休憩:10分間)

アスキー・メディアワークス

「電撃コミックジャパン」で連載中!

マンガ家

●平成15年 帝京安積高校卒

●平成18年 国際アート&デザイン専門学校卒

●平成23年 同誌連載中

議題5:事業の実施スケジュール

中野教務部長

(資料 3 参照)

中野: 内容を説明。

柳沼:

<視察について>

- ・クールジャパンの中核人材事業もう1事業の委員にも参加している。
マンガとアニメーションの双方向人材育成事業。経産省も関連している。
- ・福島とベトナムは親交の歴史が長い。25年。
- ・クールジャパンコンテンツでは動画とマンガを使ったプレゼンテーション(経産省)
- ・日越大学の創設(ODA)でのコンテンツ連携にも関係していく。
関係省庁、国家的に権威があるところ、国際的な広告代理店との連携とメディアの管理。
- ・幼児教育をマンガを使ったコンテンツで行う。ビジネス、教育マンガ。
- ・外語大学の日本語学科で学生状況や意識調査。
- ・ベトナムのテレビ局のディレクターとの協力打ち合わせ。
- ・芸術・美術系大学でマンガの学部を作る構想があるので学部長との会談。
- ・ハイフォンという都市でハノイ、ホーチミン以外でのベトナムの地方の状況の調査。
- ・日本大使館文化広報局との連携 ベトナムのマンガについてやフランスとの関係を探り交流の可能性

11月

- ・「福島フェスティバル イン ハノイ」国交40周年公式行事 運営企画参加
- ・FSGの展示を行う

日本文化の発信と本事業での福島の人材育成と交流の状況、セミナー、実演、カリキュラムなどを現在、準備と関係団体との調整を行っている。

中野:

第2回の委員会で報告をする。

議題6 情報交流会

中野：

会議終了後名刺交換など交流の時間

議題7 次回日程報告

中野教務部長

中野：

第2回実施委員会 11月14日(金)

小野里：事務連絡

平成26年11月7日

第2回 実施委員会(全体会)議事録

■日時：平成26年11月7日(水)17:30～19:00

■場所：国際アート&デザイン専門学校 2階 201教室

■出席者(敬称略)：

氏名	所属・職名
鈴木 一昭	国際アート&デザイン専門学校/副校長
村松 誠	アンドピクシーズ株式会社
岩神 義宏	学校法人 龍馬学園/副部長
中村 亮	学校法人 河原学園/教頭
高橋 由美	日本アニメ・マンガ専門学校/副校長
竹治 政枝	株式会社トータルプランニングオフィス
飯島 貴志	株式会社バックボーンワークス
鈴木 賢	株式会社アイ・シー・オー
近藤 左千子	株式会社 pH スタジオ
牧浦 秀紀	株式会社 NSG インターナショナル
双石 茂	学校法人新潟総合学院 常務理事
柳沼 信之	学校法人新潟総合学院 国際部/部長
松崎 聡	一般社団法人生涯学習アカデミア/理事
山崎 督	株式会社 朝日広告社/室長 営業開発室 国際チーム
村山 隆	イメージスタジオ/クリエイティブディレクター
梶本 耕嗣	株式会社 ニコ/執行役員 社長室長
チンタカ・クマラー	国際メディカルテクノロジー専門学校/教務
齋藤 幸佑	国際アート&デザイン専門学校/マンガ・コミック系主任
中野 寿郎	国際アート&デザイン専門学校/教務部長
小野里 俊哉	国際アート&デザイン専門学校/事務局長
長井 延裕	株式会社 海外需要開拓支援機構

議題 1:挨拶

学校法人新潟総合学院 常務理事 双石 茂
国際アート&デザイン専門学校 学校長 柳沼 信之

双石: FSG カレッジリーグは震災復興の動きとしてグローバル人材の育成に取り組んでおり、今年度より留学生の受け入れも始まった。本事業は新しい取組ではありますが成果が期待されております。委員の皆さまからの意見をよろしくお願いたします。

柳沼: 本事業のようにここまで参加されている委員の方々が充実している委員会は今まで経験がありませんでした。海外との連携をする上で本校のコンテンツを有効に活用していきたいと考えておりますが、委員の皆様のお知恵をいただくことが必要でありますのでご協力のほどお願いします。

議題2:事業の進捗状況報告

国際アート&デザイン専門学校 副校長 鈴木 一昭

中野: (配付資料の確認)

- 資料1) 取組概要書
- 資料2) 2014年度文部科学省事業
- 資料3) 事業実施スケジュール
- 資料4) デジタル作画教室について
- 資料5) ベトナムニーズ調査について
- 資料6) 海外マンガフェスタについて

鈴木:

資料 1 について説明

クールジャパンを日本の産業に育てていく。本校マンガクリエイト科の学生をこれを担っていく人材として育成していくことになる。具体的な内容はお配りした、公益社団法人福島県建築士会女性委員会で作成した「考えよう！明日を担う子供達のための住まいづくり」というパンフレットを参考にしてください。この中の導入の話として本校マンガクリエイト科の学生がマンガを描いて協力しました。同様のことが海外でも需要があることと考えている。ベトナムをターゲットとして調査を行っています。制作するマンガはデジタルコンテンツにすることで世界に配信することがポイントとなる。ベトナムには日本酒と饅頭を紹介することになる。ニーズ調査の後カリキュラムを作成し次年度につなげていく。

資料 2

本事業では職業と関連つけた内容で日本工学院が2年程やっている。この中のマンガ職域プロジェクトにおいてのグローバル人材育成を協力しながら取り組んでいく。

資料 3

9月29日～10月3日の日程で第1回のベトナムでの海外ニーズ調査を行った。教育機関、広告代理店を訪問した。

10月21日にはデジタル作画講習会を行った。後ほど詳しく説明。

対象となる商品が郡山市の柏屋の薄皮饅頭、喜多方市の大和川酒造店の純米酒弥右衛門となる。

11月20日～26日に第2回目の海外ニーズ調査では、ビジネスマンガをベトナムに持って行き発表する。同時に11月23日に東京で行われる海外マンガフェスタにも同じマンガを出展する。

議題3: 文部科学省アニメ・マンガ産学官コンソーシアム
の取り組み及びデジタル作画教室の実施報告

アンドピクシーズ(株) 村松 誠
マンガ・コミック系主任 齋藤 幸佑

村松:

プロの漫画家の中でもデジタル作画化は進んでいて、配信もマルチデバイスに対応していく中で教育にはどういう実証が必要であるかとか、マンガとしてできることは何かとかを探っている。今年度は講習会を行う専門学校も増えている。アナログの技術をベースとしてデジタル化のメリットを経験してもらうこと目指している。国際アート&デザイン専門学校で行ったデジタル作画講習会は、1年生も優秀で集中力も高かった。内容は理解してもらえたと思う。ひとつのサーバーで漫画家とアシスタントが同時作業をするところまで機能は進んでいる。天栄村の米のPRも手がける予定だ。

齋藤:

デジタル作画講習会の実施報告 資料 4

本校のマンガクリエイト科の学生は36数名で運営している。学生はMacBookProとペンタブレットを個人所有して使用している。ソフトはComicStudioを使用。他にAdobe Photoshop、Illustratorも学んでいる。手書きは得意だがデジタルは苦手意識は高い。CripStudioのトーンの貼り方に特化した初めてでも分かりやすい内容だったことがよかった。はじめは緊張していたが徐々に慣れていった様子で質問も積極的にしていた。実施後の意識の変化として、新しいソフトを学ぶということへの抵抗感や不安があったが、CripStudioへの興味が高まり操作に慣れると楽にスピーディに作業ができることを体験することで抵抗感は払拭されたようだ。デジタル化とそのメリットやWeb配信など業界の話聞くことで将来への取組を意識させることができるいい機会となった。現在、販促のマンガを製作しているところである。(サンプル画像)また、デジタルキャンパスマッチの応募をする。

資料 4

デジタル作画講習会 報告

■概要

- 日 時: 平成 26 年 10 月 21 日(火)
- 講 師: 小高みちる
- 場 所: 国際アート&デザイン専門学校 201 教室
- 時 間: 4~6 時間目 50 分×3コマ
- 対 象: 本校マンガクリエイト科1・2年生
プログラム:別紙
- 機 材: CLIPSTUDIO PAINT EX 1.2.9、ペンタブレット、Mac(学生所有)
- 事務局: アニメ・マンガ人材養成産学官連携事業
マンガ分科会デジタル作画講習会事務局
村松 氏

■授業内容

【1】基本操作

- ・使わないパレットはしまう レイヤーパレットの説明
- ・ペンツールの使い方
- ・画面表示の操作
- ・入り抜きのしかた
- ・コマンドバー設定の説明とボタンの表示について
- ・用紙
- ・環境設定

【2】トーンの貼り方の基本

- ・トーンレイヤー
- ・ツール: 囲って塗る、マーカー、バケツ 選択範囲を作らないで塗る
- ・素早く貼る方法
- ・トーンボタンの追加

【3】トーンの貼り方の応用と復習

- ・グラデーション塗り: 自動選択ツール、グラデーションツール、グラデーションレイヤー
- ・グラデーションの色を変える、修正、濃度グラフ、砂グラデ



▲講師の小高先生



▲トーンの貼り方の基本



▲授業の様子は真剣



▲マンガクリエイイト科の1・2年生



▲ペンタブレットの扱いは慣れている



▲集中して慎重にペンをすすめる



▲とっておきのテクニックが数多く披露される



▲ほぼトーンを貼り終わったところ

デジタル作画講習会を受けて

■現状

MacBookPro、ペンタブレットは個人所有
マンガ制作ソフト - ComicStudio4
就職用 - Photoshop、Illustrator、Office
カラーイラスト - Photoshop
手描きが好きな学生が多く、デジタルへの苦手意識
デジタルができる学生も全くできない学生もいる

■参加学生

マンガクリエイト科 1、2 年生

■実施状況

トーン貼りに特化した内容で、基本操作を覚えていなくてもそれだけは覚えられる内容。デジタルが苦手な学生もついていくことができた。
どんな質問にも懇切丁寧に対応いただき、普段おとなしめの学生達が活気づいていた。
その他、今後の業界の話などもあり、業界理解が深まった。

■実施後、意識の変化

①クリップスタジオへの興味

【実施前】新しいソフトへの抵抗感、不安

【実施後】楽しい、楽、慣れると早い

抵抗感の払拭

その後のクリップスタジオでの処理にスムーズに移行

②デジタルの重要性の理解

【実施前】手書きが好き、デジタルへの苦手意識

マンガ出版社による雑誌がメイン

【実施後】将来を見据えた認識

マンガ業界のこれからの展開を考える

■デジタル作画講習会を経て、これからの取り組み

販促マンガをクリップスタジオで制作し、ベトナムに提案

大和川酒蔵 - 弥右衛門

柏屋 - 薄皮饅頭

デジタルマンガキャンパスマッチへの応募

12 月末のコンペへ、クリップスタジオを使用した作品を応募



議題4:「第一回ベトナムニーズ調査の実施報告及び
第二回事業のベトナムニーズ調査の予定について

教務部長 中野 寿郎

中野：

9月30日～10月3日の日程でベトナムに調査。広告代理店、教育出版社、教育機関、現地で活躍している漫画家、メディアを訪問、調査を行った。現地での企業・学校に協力いただいた。

まず、本校ではマンガを学びプロを目指していることを話した。ベトナムではドラえもんが日本のマンガとして有名。マンガには教育マンガやビジネスマンガという分野があるということそれぞれサンプルを提示して見てもらった。

日本の子育てや教育への興味関心が高い。

資料5 参照

第一回海外ニーズ調査報告<ベトナム・ハノイ>

広告代理店 LE & BROTHERS LIMITED

ベトナムでは、マンガは小さい子ども達に大人気であるが、マンガの仕事をしている人は少ない。個人的には海外で映像の勉強をしてきたが、マンガを学ぼうとする学生はまだ少ない。しかし、これからのベトナムの業界発展のためにもマンガを使った表現手法を広告に取り入れていきたい。マンガは 25 才以下には浸透しているが、それ以上の幅広い年代の方への理解度を示すため、「マンガ」を使っての企業紹介・料理本・子育て本などを普及させていく。ベトナムでは、日本の「子育て本」が売れているため、日本と日本の教育に興味の傾向がある。ベトナムの文化や教育活動などを表現していく際の手段として、「マンガ」に理解を深めてもらい、それがビジネスに発展するよう努める。



教育出版 POKI LEARNING ASIA

日本の「しまじろう」(ベネッセ)のようなキャラクター「POKI」をつくり、子供向け教育(生活に必要なもの)をわかりやすく紹介している。

この教育コンテンツでは、主に日本の子育て方が参考になっている。これは、何年か前の震災で暴動を起こさず、きちんと整列して並ぶ日本人の姿が印象になっており、見習うべきとなった。一時は、欧米教育が人気であったが、今は日本の教育が人気である。

日本のマンガ家の様に画とストーリーを両方出来る人材はほとんどいない。特に、ビジネスマンガに取り組んでいる会社は知る限り1社も無く、今後の需要が見込まれる。



教育機関 Phuong Dong University

大学で日本語を学ぶ学生達 32 名程に対して、日本のマンガについての興味をアンケート調査する機会を頂いた。

Q1:あなたは日本のマンガがすきですか？また、その理由を教えてください。

YES→87%

- ・日本のマンガは他の国に比べておもしろく、日本語の勉強になる。
- ・内容がおもしろく、日本の文化の勉強になる。
- ・いろんなジャンルのマンガがあり、大勢の人が楽しめる。
- ・絵がきれいで、内容が新しい。ユーモアがある。

Q2:あなたは日本のマンガをどのくらい読みますか？

- ・毎月2～3冊:39%、
- ・週1～3冊 12%

Q3:好きな日本のマンガを3つ教えてください。

- ①ドラえもん ②コナン ③ワンピース

Q4:あなたはマンガを描きたいと思ったことがありますか？

YES→30%

- ・面白くて、大好きです。芸術性のある仕事だと思います。
- ・マンガを描くのは、忍耐力が必要であり絵の練習になります。

NO→60%

- ・マンガを描いてみたことがないから
- ・描いてみたいけど、描き方がわからない



※マンガをビジネスに繋ぐ可能性と、25歳以下の若い世代についてのマンガ人気を強く感じるニーズ調査であった。

以上、抜粋で報告。

2 回目のベトナムニーズ調査の予定について

11/23 のふくしまフェスティバル in ハノイでは学生のマンガの展示をする。マンガコンテンツを見てもらい、一般・企業・教育機関からアンケートを回収しどのようなコンテンツが望まれているのかを調査する。

- ・展示内容
- ・饅頭と日本酒のビジネスマンガ作品
- ・ストーリーマンガ作品
- ・マンガイラスト
- ・デジタル作画メイキングビデオ
- ・マンガ作品に対するアンケート調査

「ふくしまフェスティバル in ハノイ」について

校長 柳沼 信之

柳沼：

福島とベトナムの交流の歴史は古く、医療関係のボランティアがきっかけとして 25 年になる。福島ベトナム友好協会があり、文化事業から産業へ内容はシフトしてきている。昨年从这个フェスティバルを開催している。国と県の支援を受けている。大学 2 校専門学校 2 校も参加している。よさこい、日本酒、お茶、華道(裏千家)福島を切り口にしながらクールジャパンを訴えていく。その中でコンテンツ事業については本校が受け持つ形で美術館を借り切って行く。翌日には企業向けのセミナーを JETRO の協力を得て行く。コンテンツ事業でも JETRO と連携していく予定である。また、メディアでは時事通信社も取材に来る。3 日目はロンドン大学、芸大と学校の連携していくということで相乗効果を狙っている。地域文化の発信と交流をコンテンツ産業をからめて福島をアピール場としたい。なお、福島空港からのチャーター便(乗員 170 名)の運航もあり完売している。相互に交流することでの目的を果たしていきたい。

議題5:海外マンガフェスタ2014の出展・調査について

村松：

ことし 3 回目の開催となる。コミティアというオリジナル同人マンガイラストの即売会イベントが東京ビッグサイトであり、その中で海外のマンガを紹介するということで場所を頂いて、BD(フランスのバンド・デシネ)とフランス大使館に机を 10 本ばかり貸し出したところからスタートした。漫画家や編集者に BD を紹介すると興味を持って買って貰ってもらえるという現象があり、翌年に海外マンガフェスタなるものを仕上げようということで、アメコミとフランス BD と日本のマンガをコラボしようとしたときに、フランスの読書週間があり、向こうの有名な作家を日本招いて日本の著名な漫画家さんにホスト役をやってもらうという企画でスタートした。私たちは日本のマンガが世界で脚光を浴びていることはよくわかっていたので、反対に BD が日本の漫画家にどう刺激や影響を受けているのか、マンガ文化が世界的にすごいものなのだとことを知ってもらう機会にしたいという思いがあった。

PRESS RELEASE (プレスリリース) *資料参照

議題6: 県内企業のニーズ調査の実施について

鈴木 :

調査対象は郡山商工会議所の500社のうち100社~200社を12月中旬までに抽出する予定。

議題7: 委員の自己紹介と事業に対する意見

副校長 鈴木 一昭

学校法人 龍馬学園/副部長 岩神 義宏 :

私たちの学校の学生にもデジタルの授業に対する拒否反応のようなものがあつた。今後どう変わっていったかを見守っていききたい。手描きからデジタルの徐々に授業を増やしていく上で、こちらの実証授業やカリキュラムを参考にしようという授業をしていったらいいのかを情報交換をしながら考えていきたい。

学校法人 河原学園/教頭 中村 亮 :

お酒のマンガをベトナムの人が見てどういう反応が得られるかに非常に興味がある。次回の報告が楽しみである。愛媛県で産業振興のために地元企業をPRする雑誌を作っているが、文字と写真に加えてマンガを使っていこうということで本校の学生に依頼が来ている。海外向けはどうなのかということをお委員会で考えていきたい。地方から情報を発信していく上でマンガの持つ可能性があることを地元でも訴えていければと思っている。

日本アニメ・マンガ専門学校/副校長 高橋 由美 :

他の委員会にも出席しているが充実した内容にしていくために協力していきたい。デジタルコンテンツの委員会では、ツールとしての使いこなしや様々なデバイスに対応していくことが重要になっているが、コンテンツそのものを練っていく力を教えていかなければならない。デジタル化が進むメリットは配信して見てももらえる機会が増えることであり、海外でも見てももらえる条件が整って、そのチャンスが来たのだと思う。

株式会社 pH スタジオ/代表取締役 近藤左千子 :

普段の仕事はアニメーション映像製作をしている。フランスの会社と連携することが多くて、フランスでの日本のマンガへの関心度の高さを肌で感じている。すごくマニアックで私でも知らないマンガを知っていたり、フランスの大学で授業をすることもあって日本のマンガの影響で宮本武蔵や明治維新のことを質問されたり、本当に日本の文化のことに詳しい。改めて日本のマンガは世界に影響力があり頼もしいと感心している。手元の資料は日本のマンガ家をベトナム語訳にしたものでミルク会社のプロモーションに使用した。(P.49 参照)

バックボーンワークス 飯島貴志 :

3DCG制作が仕事。今までのみなさんのここまでのお話の内容は新鮮に感じた。手描きとデジタルの違い

いの話があったが、私は例えモニタを見ながらマウスやペンで描いたとしてもそれは手描きであると認識している。CripStudio は非常に使いやすいツールであり、これから楽しみである。私自身、マンガに関して真剣に考えていくととてもいい機会だと思う。新たな表現手法としての新たなマンガの形は、それが映画やアニメのようになることがいいとは思わないが、インタラクティブ性や、音やネットでのコミュニケーションであったりすることがあるなど可能性を秘めていると思う。

株式会社アイ・シー・オー 鈴木賢 :

お配りした冊子は、福島県女性建築士会女性委員会で制作したもの。先日、建築士会全国大会において配布した。導入の部分で A&D の学生のマンガを使用した。コンセプトを明確にしクライアントのニーズとうまくマッチングすることが重要。

株式会社 NSG インターナショナル/代表取締役 牧浦 秀紀 :

第1回目のベトナムでの調査において子育てというキーワードあったことは興味深いと感じた。マンガは欧米でも注目されていて、海外の学校などから教材にマンガを使って表現できないかという依頼もある。

株式会社 朝日広告社/室長 営業開発室 国際チーム 山崎 督

広告代理店で海外推進のプランニングの仕事をしている。2回目のハノイの調査ではビジョンをさらに具現化できるようにやっていきたい。

株式会社 海外需要開拓支援機構 長井 延裕 :

クールジャパン機構として経産省事業と共同してコンテンツ産業を海外に出して行って日本の利益を上げるための役割の一翼を担っている。具体的にはメディアコンテンツ、食・サービス、ファッション・ライフスタイルの3分野で官民ファンドで株式投資をして事業をしていくことをやっている。日本のコンテンツをビジネスとして海外に根付いていかせるには、次世代を担うデジタルでモノを作る人材を育成していくことがまず重要で、現地の方々と一緒に作っていくことを期待したい。コンテンツ事業を ASEAN 諸国でグローバルに展開するには、翻訳などローカライズの作業のクオリティなどが確実に鍵を握ってくるのでそういった知識や技術が人材育成に必要なようになってくる。

株式会社 ニコ/執行役員 社長室長 梶本 耕嗣 :

先月マンガのイベントを開催した。県内の協力企業と組んで、デジタル出版事業を福島から発信できるようにしていく。県内企業と有名マンガキャラクターとコラボしていく。今回はキン肉マンとコラボショップを作った。県内企業にはハードルが高いようだが、今回のイベントのおかげで人材も集まりつつあり、本格的に県内に営業をかけてたいと思っている。キャラクターよりもビジネスマンガのニーズは高いようである。中国の大連の日本人企業の話でもマンガのニーズとして子育ての本ということを言っていた。

一般社団法人生涯学習アカデミア／理事 松崎 聡：

日本のマンガについてのアンケートで、マンガを読むことは好きでも描くことは大変で、ビジネスマンガの視点からベトナムの現地で可能性を探るといのはとてもおもしろくて期待している。私の本職である日本語教師という視点からもマンガの可能性は感じている。タイとネパールの出張においてもベトナムと同じように、日本のマンガに親しんでいる様子であった。外国人が日本について学ぶことにもっと活用できるのではないかと思う。マンガを使った教材開発にも取り組んでいきたい。海外では日本製の語学教材はとても高価で、現地でクオリティを保って制作・出版していくことが大事。この事業での人材育成の発展型としてこれらの教材開発にも役立っていくとおもしろい。

国際メディカルテクノロジー専門学校/教務 チンタカ・クマーラ：

小さいときは親にはマンガを読むなどと言われて育った。日本のマンガのいいところは文字が少なく絵で表現しているということで、表現力を読み取る頭の回転が早くなるのではないかと思う。留学生や外国人との連携が多くなっているので、彼らと一緒に何ができるかをいっしょに考えていきたい。

イメージスタジオ/クリエイティブディレクター 村山 隆：

A&D の授業で電子書籍の制作を担当している。

議題8:事務連絡

事務局長 小野里 俊哉

小野里：

謝金交通費の支払いについて。



INTERNATIONAL MANGA FEST
HEAD OFFICE
3-13-3 4F Akasaka, Minato-ku, Tokyo, Japan
TEL 03-5114-6722 / FAX 03-5114-6723
contact@kaigaimangafesta.com

International Manga Fest
海外マンガフェスタ
kaigaimangafesta.com

about us

『International Manga Fest 海外マンガフェスタ』は、2012年11月18日に日本で初めてとなる世界のマンガ交流イベントとしてスタートしました。7カ国の大使館や文化センターの協力に加え、個人の漫画家や志を同じくする海外の出版社やイベント運営団体など多くの皆さま方に支えられて好評を博したおかげもあって、2013年度も第二回開催にこぎつけることができました。私どもの願いは世界各地で独自に花開いた「マンガ」を通じて「作家同士が」「作家とファンが」「ファン同士が」気軽に交流できる場所を将来に渡って日本に根づかせていくことです。幸いなことにモンキー・パンチ先生、ちばてつや先生など日本

の漫画を支えてきた方々にもご賛同いただいたおかげもあり、第一回・第二回とも素晴らしい漫画家の皆さまにトークショーにご出演していただきました。

第三回目となる2014年もアメリカ合衆国の『コミックコンベンション』やフランスの『アングレーム国際漫画祭』以上に「マンガ」で世界がつながるイベントになるよう、精一杯努めて参りたいと存じます。マンガ天国の日本だからこそ、世界中のマンガと触れ合い、そして世界中の漫画家の皆さんが集える場所として長く続けて参りたいと存じます。



guest 2014



▲Pénélope Bagieu 2008年に「あたしの人生、なんて魅力的なのかしら」が大ヒット。
ペネロペ・バジュー フランス芸術文化勲章シュヴァリエも受賞している新進気鋭の異才。



▲Romain Hugault 戦記バンド・デシネの第一人者。航空機を描かせれば当代随一の技量をもつ漫画家。第一次世界大戦集結から百年、世界の注目を集めている。
ロマン・ユゴー



▲Jim Lee 現 DC コミックの副社長だが、アメコミ作家としては生ける伝説。Xmen、
ジム・リー アイアンマン、バットマンなど多くのアメコミ作品を手掛ける。

memorial 2012 photography



左から大友克洋、エマニュエル・ルパージュ、バステリアン・ヴィヴェス、ブノワ・ペータース、フランソワ・スクイテン、浦沢直樹（敬省略）2012年の第1回『INTERNATIONAL MANGA FEST 海外マンガフェスタ』のトークライブに出演した全ゲストの集合写真です。

memorial 2013 photography

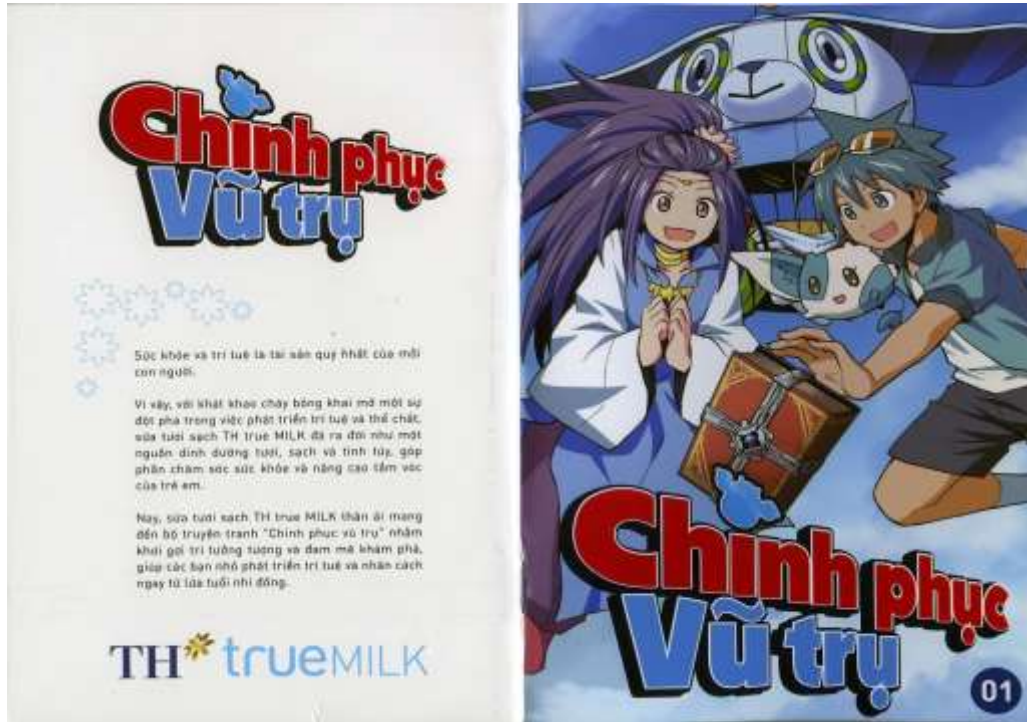


左からニコラ・ド・クレシー、松本大洋、アルチュール・ド・パンス、真島ヒロ、ファンホ・ガルニド（敬称略）

2013年の第2回『INTERNATIONAL MANGA FEST 海外マンガフェスタ』のトークライブに出演したゲストの一部です。

Milk を飲むと力が強くなるアニメ『宇宙征服』

ベトナムでのミルク会社のプロモーション用マンガ



ふくしまフェスティバル in ハノイ 「マンガプロジェクト セミナーのご案内」

この度、平成26年度 文部科学省「成長分野における中核的専門人材育成等の戦略的推進」事業が採択され「マンガコンテンツ制作における国際的人材育成」のため、福島からベトナムをターゲットとしたビジネスマンガ制作に取り組みます。

この取り組みは、福島でマンガ制作を学んだ学生が、福島の商材をベトナムに向けてアピールするビジネスマンガを制作し、完成した作品についてはアンケートを実施することで、海外でのビジネスマンガの可能性を調査するものです。

11月23日に開催の「ふくしまフェスティバル in ハノイ」においては、本事業関係するビジネスマンガ作品の展示およびアンケートの実施、日本の文化とマンガ制作についての体験講座の開催などを企画しております。

「マンガ分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業」の主な目的は日本のマンガコンテンツに精通し、なおかつ海外の各地域社会の文化にマッチングさせ、現地のニーズに合った作品を制作できる人材の育成を推進することです。

この目的を達成するために、日本マンガに関する人材ニーズと仕事としての可能性を探るための調査を実施します。「ふくしまフェスティバル in ハノイ」では、以下の様な展示と講座を企画し、来場頂いた方々から広くご意見を伺いたいと考えています。

【マンガプロジェクト セミナー】

主催:国際アート&デザイン専門学校(文部科学省委託事業)

会場:女性美術館内 特設会場

日時:11月23日 午前の部 AM10:30~11:45 午後の部 PM14:00~15:30

1. マンガプロジェクトの概要説明
 - ・ プロジェクトの概要
 - ・ 展示作品の紹介
 - ・ 「饅頭」と「日本酒」に関するビジネスマンガ作品展示
2. 日本のマンガ教育について
 - ・ 専門学校でのマンガ教育
 - ・ マンガの可能性
3. マンガ体験講座 ※定員10名
 - ・ マンガ家が使用する道具でマンガ制作を体験
4. 参加者アンケート

第3回 実施委員会(全体会)議事録

- 日時:平成27年1月23日(金)17:30~19:00
- 場所:国際アート&デザイン専門学校 5階 501教室
- 出席者(敬称略):

氏名	所属・職名	出欠
鈴木 一昭	国際アート&デザイン専門学校/副校長	○
小野打 恵	株式会社ヒューマンメディア	○
村松 誠	アンドピクシーズ株式会社	○
岩神 義宏	学校法人 龍馬学園/副部長	○
中村 亮	学校法人 河原学園/教頭	○
高橋 由美	日本アニメ・マンガ専門学校/副校長	○
竹治 政枝	株式会社トータルプランニングオフィス/代表取締役	×
飯島 貴志	バックボーンワークス	○
鈴木 賢	株式会社アイ・シー・オー	○
近藤 左千子	株式会社 pH スタジオ	○
牧浦 秀紀	株式会社 NSG インターナショナル/代表取締役	○
双石 茂	学校法人新潟総合学院 常務理事	○
柳沼 信之	学校法人新潟総合学院 国際部/部長	○
松崎 聡	一般社団法人生涯学習アカデミア/理事	○
山崎 督	株式会社 朝日広告社/室長 営業開発室 国際チーム	○
村山 隆	イメージスタジオ/クリエイティブディレクター	○
梶本 耕嗣	株式会社 ニコ/執行役員 社長室長	○
チンタカ・クマーラ	国際メディカルテクノロジー専門学校/教務	○
齋藤 幸佑	国際アート&デザイン専門学校/マンガ・コミック系主任	○
中野 寿郎	国際アート&デザイン専門学校/教務部長	○
小野里 俊哉	国際アート&デザイン専門学校/事務局長	○
長井 延裕	株式会社 海外需要開拓支援機構	○

■議題

1. 開会の挨拶……………国際アート&デザイン専門学校 校長 柳沼 信之
2. 事業の進捗報告……………国際アート&デザイン専門学校 副校長 鈴木 一昭
3. 第2回ベトナムニーズ調査実施報告
 - 3-1 実施概要……………教務部長 中野 寿郎
 - 3-2 アンケート調査結果…(株)朝日広告社 山崎 督 様
 - 3-3 カリキュラム開発……………マンガ・コミック系主任 齋藤 幸佑
 - 3-4 まんが甲子園……………学校法人龍馬学園 副部長 岩神 義宏 様
4. 海外マンガフェスタの出展報告……………教務部長 中野 寿郎
5. 文部科学省アニメ・マンガ産学官コンソーシアムより
アンドピクシーズ株式会社 代表取締役 村松 誠 様
6. 各委員よりご意見・感想など
7. 事務連絡 他
 - 2月12日(木) 11:00～ 第4回実施委員会 A&D 教室
 - 14:00～ FSG カレッジリーグ合同成果発表会 郡山ビューホテルアネックス
8. 閉会

1. 開会の挨拶

国際アート&デザイン専門学校 校長 柳沼 信之

柳沼:

委員のみなさまに出席いただきお礼を申し上げます。事業の総括に向けていろいろとご意見をいただければと思います。

2. 事業の進捗報告

国際アート&デザイン専門学校 副校長 鈴木 一昭

鈴木:

資料1の3ページ目の「取組内容」

- ① デジタルマンガ制作カリキュラムを導入しマンガコンテンツを制作
- ② 地元企業への人材ニーズ調査
- ③ ベトナムにおいてマンガの模擬授業やプレゼンテーションを実施
- ④ デジタルマンガ制作カリキュラム開発

ここまで進んできていて、以下

に取り組んできているので、主に③のベトナムでのニーズ調査について今日は報告してまいります。

3. 第2回ベトナムニーズ調査実施報告

3-1実施概要

教務部長 中野 寿郎

(1) マンガプロジェクト ふくしまフェスティバル in ハノイ

●概要

平成26年度 文部科学省「成長分野等における中核的専門人材育成等の戦略的推進」事業が採択され「マンガコンテンツ制作における国際的人材育成」のため、福島からベトナムをターゲットとしたビジネスマンガ制作に取り組んでいます。

この事業の主な目的は日本のマンガコンテンツに精通し、なおかつ海外の各地域社会の文化にマッチングさせ、現地のニーズに合った作品を制作できる人材の育成を推進することです。

この目的を達成するために、福島でマンガ制作を学んだ学生が、福島の商材をベトナムに向けてアピールするビジネスマンガを制作し、完成した作品についてはアンケートを実施することで、海外でのビジネスマンガの可能性を調査するものです。

11月23日に開催の「ふくしまフェスティバル in ハノイ」においては、本校マンガクリエイト科の学生が制作したビジネスマンガ作品の展示、及び日本の教育とマンガ制作についてのセ

ミナーと体験講座などを開催し、アンケート調査を実施しました。

11月24日には、企業様向けのセミナーと体験講座を開催し、アンケート調査と意見交換会を実施しました。

また、25日には教育機関向けとして、フォンドン大学とハノイ芸術工科大学を会場として教職員と学生へ向けたセミナーを開催し、アンケート調査と意見交換会を実施しました。

●来場者数（アンケート数）

23日 一般来場者数 222名、セミナー参加者数 21名

24日 一般来場者数 18名、セミナー参加者数（企業） 14名

25日 フォンドン大学 参加学生数 95名

ハノイ芸大 参加学生数 68名

●講座企画の内容

11月23日 【一般来場者向け】

午前の部 AM 10:30～11:45

午後の部 PM 14:00～15:30

●校長挨拶

- 1 マンガプロジェクトの概要説明
 - ・プロジェクトの概要
 - ・展示作品の紹介
- 2 日本のマンガ教育について
 - ・専門学校でのマンガ教育
 - ・マンガの可能性・ストーリーマンガ、教育マンガ、ビジネスマンガ
- 3 マンガ体験講座
 - ・マンガ家が使用する道具でマンガ制作を体験
 - ・完成作品の持ち帰り
- 4 参加者アンケート

※ふくしまフェスティバル in ハノイの一般来場者に、マンガ作品への興味と傾向を探り、ビジネスマンガの可能性と人材ニーズを探る

11月24日 【企業向け】

午前の部 AM 10:30～11:45

午後の部 PM 14:00～15:30

●校長挨拶

●日本の専門学校教育について

- 1 マンガプロジェクトの概要説明
 - ・プロジェクトの概要
 - ・展示作品の紹介
- 2 日本のマンガ教育について
 - ・専門学校でのマンガ教育
 - ・マンガの可能性・ストーリーマンガ、教育マンガ、ビジネスマンガ
- 3 高知県「マンガ甲子園」で地域おこし
- 4 マンガ体験講座
 - ・マンガ家が使用する道具でマンガ制作を体験
 - ・完成作品の持ち帰り
- 5 アンケート調査及び意見交換

※日本のマンガコンテンツに興味のある企業様に対して、ベトナムでの人材ニーズとビジネスマンガの可能性を探る

11月25日 【教育機関向け】

午前の部 AM フォンドン大学 10:00～12:00
午後の部 PM ハノイ芸術工科大学 13:30～15:30

- 校長挨拶
- 日本のクールジャパン施策について
- 日本の専門学校教育について

- 1 マンガプロジェクトの概要説明
 - ・プロジェクトの概要
 - ・展示作品の紹介
- 2 日本のマンガ教育について
 - ・専門学校でのマンガ教育
 - ・マンガの可能性
- 3 学生と交流と意見交換

※ベトナムで日本語を学ぶ学生と、芸術分野を学ぶ学生に対して、マンガ作品への興味と傾向を探り、ビジネスマンガの可能性と人材ニーズを探る

●展示企画の内容

- ・「饅頭」と「日本酒」に関するビジネスマンガ作品の展示
- ・日本マンガ作品紹介と描き方体験講座
- ・デジタルマンガデモムービー上映
- ・液晶タブレットの展示とデモ制作

●展示企画の詳細

①「饅頭」と「日本酒」に関するビジネスマンガ作品の展示

本校のマンガクリエイト科の学生が「デジタルマンガカリキュラム講座」を学び、地元福島の商品をベトナムの方々へアピールするためのビジネスマンガ作品の制作に取り組んでいます。

「饅頭」と「日本酒」という伝統ある商品をどのように伝えることができるかと、ビジネスマンガを見たベトナムの方々がどのように感じるかを、情報収集したいと思います。「饅頭」5作品と「日本酒」5作品の合計10作品に対するアンケート調査により、興味の方向性を量ります。

※協力企業 ・柏屋様「薄皮饅頭」 ・大和川酒造店様「弥右衛門」

②日本マンガの作品紹介と描き方体験講座

日本マンガの歴史と、日本における現在の状況、これからの可能性について紹介する講座によ

り、日本マンガを広く知って頂く機会とします。また、ペンとインクで描くマンガ体験講座により、プロが使用する道具と手法で「マンガ家」を体験して頂きます。

③日本のマンガとその可能性

日本のいろいろなマンガを紹介し、海外展開の可能性について意見を集めます。著名マンガ作品（ストーリーマンガ）、教育マンガ、ビジネスマンガの3分野について紹介します。

③デジタルマンガデモ映像上映

日本のマンガ制作はペンとインクで描くものですが、近年ではパソコンとソフトウェアの充実でデジタル化が進んでいます。その制作過程を映像で見て頂き、デジタルマンガ完成までの行程を体験して頂きます。

④液晶タブレットの展示とデモ制作

デジタルマンガ制作のためのツールである液晶タブレットを展示し、実際に制作する様子を見て頂きます。制作の画面をプロジェクターで投影し、制作の様子を体験して頂きます。



(2) フォンドン大学



(3) ハノイ芸術工科大学



3-2アンケート調査結果

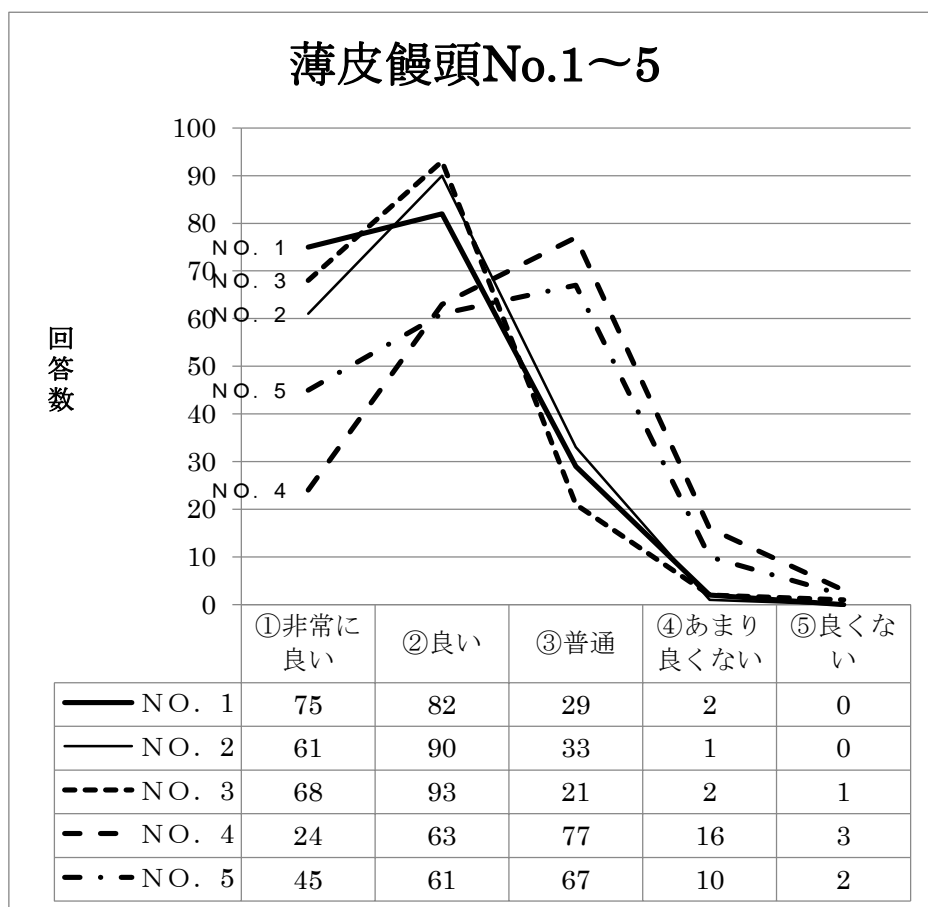
(株)朝日広告社 山崎 督 様

中野: アンケート調査結果について説明。詳細は次章「アンケート分析」を参照。

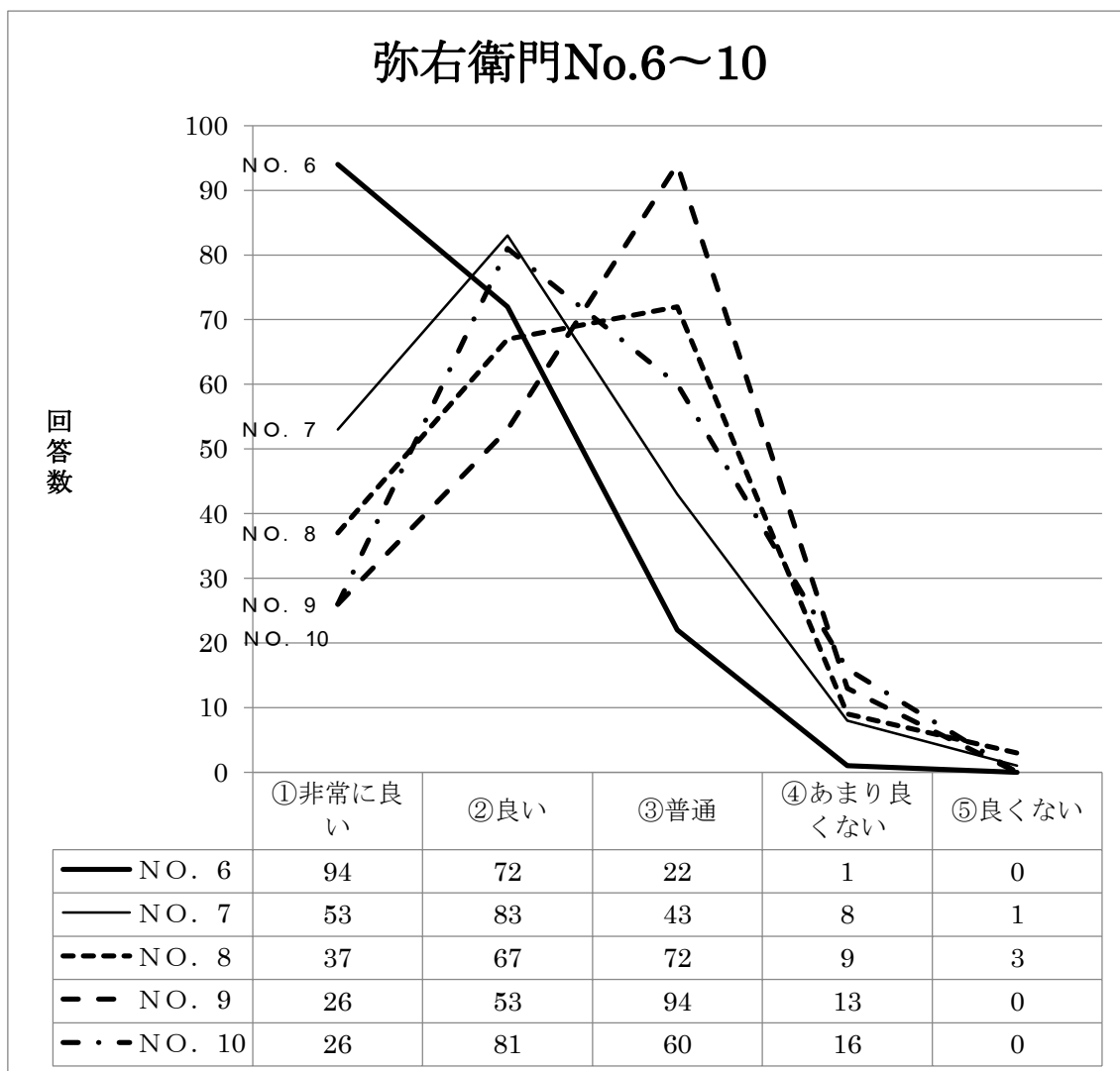
山崎:

現場に行って一連の流れを見てきました。ベトナムの方々がマンガに興味を持っているということは数字に表れている。ここから先に事業を進めていくにあたって考えられることは、日本流のままに商品紹介や会社案内などでぶつけていくのなら(ベトナムの人たちが)多少違和感があってもそのままでもいいが、(商品や会社を)ベトナムで売りたいと考えるならニーズに合わせていく必要はあるでしょう。アンケートの内容はさらに分析を進めて皆さんにフィードバックしていきます。現地の反応はものすごい熱気と反応を感じました。ここからどう発展させていくかを継続して追及していきたいと思います。

■ビジネスマンガ作品アンケート集計結果



- ◆①非常に良いが 75 と最多の No.1
- ◆①非常に良い+②良いの合計が最多の No.3



- ◆①非常に良い、①+②の合計のいずれも最多 No.6

3-3カリキュラム開発

マンガ・コミック系主任 齋藤 幸佑

マンガ分野において地方から発信できるグローバルな人材育成カリキュラム案

※詳細は教育プログラムの章を参照

【第2回ベトナムニーズ調査を受けて】

分析1. 日本でも今時人気な綺麗に着色された可愛く程よくデフォルメされた絵柄が人気の傾向

・高評価な作品 ⇒ ①番、②番、⑥番

・絵がシンプルまたはクセのある④番、⑦番、⑩番に抵抗を持つ人も

・④、⑦、⑩の感想: 絵が固い、印象に残らない、魅力が無い

⇒ 日本のマンガに対する理解もあったため、日本でも評価が高い綺麗で上手な絵柄はそのまま通用する。

分析2. 白黒のものは反応が良くない

・⑦番の感想: 色が無いため注意を引かない、魅力を感じない

・⑦番のアンケート集計「あまり良くない」が最多の16票

⇒ 色彩豊かな方が目を引き評価が良い。カラーマンガの必要性。

性。

分析3. 文字や説明が多いものより、絵でインパクトがある方が高評価

・感想: 画像だけで十分。文字が多いものは分かりづらい。

・感想: 内容が長いため、興味を感じない。

・絵や色使いに対する感想が多い。

⇒ 日本と同じく文字が多いものは抵抗感を持たれる。絵で魅せる工夫。

る工夫。

分析4. 内容のニュアンスが伝わらない

・「まごころと餡を一緒に包む」⇒ 伝わらない

・翻訳と通訳の精度。そもそもその表現が該当しない。

⇒ 分かりやすい文章にする必要性。読む側に立っての制作。

分析5. 文化や風習に対する認識不足

・お酒を飲む女性を全面に出した絵に対する抵抗感

- ・感想 : 女性を出さない方が良い。女性が酒をのむの？
- ・現地の人への理解力への理解不足 饅頭や日本酒をどれほど知っているのか？(但し、マンガ体験講座では日本酒を知っている人は多かった。)

⇒ 現地の文化、歴史、価値観を学ぶ機会が必要。現地の人への事前チェックをもらう必要性。

【以上を踏まえてのグローバル人材育成カリキュラム素案】

<人材育成方針>

- ① 汎用性が高いデジタルでのマンガ作画技術の習得
- ② 国際理解
- ③ インターネット活用技術

<カリキュラム>

- (1)デジタルコミック実習 … 汎用性が高いデジタルでのマンガ制作を習得。
 - ・通年で週3時間×30週(前期・後期各15週) 計90時間
 - ・3単位
- (2)WEBマンガ実習 … WEBで発信する技術を身に付ける。
 - ・2時間×15週(前期7週・後期8週) 計30時間
 - ・1単位
- (3)国際マンガ研究 … 広い視野を持ち、国や地域が違えば思想や価値観が違う認識を持つ。
 - ・1時間×15週(前期のみ) 計15時間
 - ・1単位
- (4)ビジネスマンガ実習 … クライアントを設定し、取材から制作まで通して実習。
 - ・3時間×10週(後期後半) 計30時間
 - ・1単位
- (5)英会話 … 世界標準語である英語の習得
 - ・1時間×30週(前期、後期各15週) 計30時間
 - ・2単位
- (6)海外研修 … 実際に海外へ行き、地域の歴史と伝統、現地のマンガを体感。
 - ・1日6時間×6日(後期1週) 計36時間
 - ・1単位

齋藤:

ベトナムは若者が多く熱気にあふれていた。マンガについては肯定的でドラえもん、コナン、NARUTOはほとんどの方が知っているような印象。若者は反応や表情が豊かで元気がいい。

マンガに詳しい人は進撃の巨人を知っていたり、さらに深い人たちは同人活動をしている。日本のマンガに対して理解がある。マンガで使う道具にも関心を示しており、G ペンや丸ペンはなんて使いやすいんだと感動していた。同人活動をしている人たちから聞いたのが、日本の道具は高くて手が出ないということでありびっくりした。体験ブースはたいへん喜んでいただいた。本校の学生に協力してもらい制作したマンガを見てもらいアンケート調査をしたが、その結果をまとめたので以下の分析 1 から 5 を見ていただきたい。デジタルコミック実習については、CLIP STUDIO のテキストができ次第準拠した内容にする。

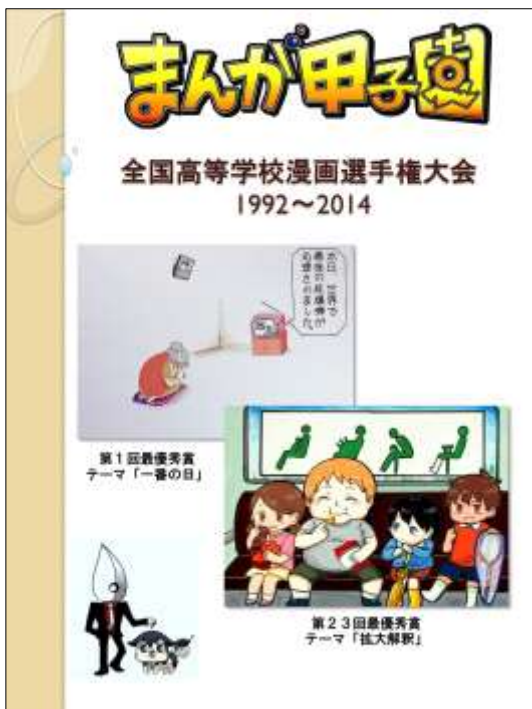
中野:次年度から取り入れるものはやっていく。カリキュラム全体を構築していく。

3-4 まんが甲子園

学校法人龍馬学園 副部長 岩神 義宏 様

岩神:

資料は現地での説明で使ったプレゼン資料です。アンケートの中でまんが甲子園を知っていたとの回答があり、うれしい限りです。まんが甲子園は今年で 23 回を迎えました。初めの頃の話ですが、5 年やってマンネリ化してきたので高校生を取り込んで対決イベントという今の形になりました。そのあと甲子園という名を借りて全国から作品を集めるようになり現在は 300 校を超える参加があります。プロの作家審査委員により 30 校までに絞り高知に来てもらいます。さらに 15 回ほど続いた時から、大手出版社に協力いただいてスカウト制度も設けました。出身者からプロのマンガ家や声優を輩出するようになりました。県のほうからも海外からの参加の意見も出ており、留学生を特別枠で参加させたりする試みもしており、今後は海外展開も期待できると思います。



全国高等学校漫画選手権大会 「まんが甲子園」とは

- 1992年に第1回大会が開催されてから毎年8月の第1土日に開催しています。高校「まんが」チーム日本一を決める競技大会。
- 今年の大会で、第23回を数えました。
- 例年、全国から約300校の高校が、本選出場30校を目指して応募しています。

主催：高知県、まんが王国・土佐漫画協議会

基本的なルール

- 各校1チーム、3～5名で出場する団体戦。
- 1校の題にテーマに沿ったまんがを描く。
- 題材は自由（デジタル作画もOK）。
- 作品のトレースは禁止。著作権を守ること。
- 敗者復活作品の作画は深夜0時まで。

予選大会から決勝まで

予選

- 4月中旬にテーマ発表
- 6月初旬作品締切
- 6月中旬に審査 本選30校の決定

本選1日目
（本選第1回）

- 本選大会は毎年8月第1土・日に高知市で開催
- 決勝10校決定
- 敗者復活作品の作画

本選2日目
（決勝）

- 敗者復活5校を加えた35校で決勝
- 入賞作品の決定



特別来賓（第23回）
 (敬称略)
 ・ 藤子不二雄[Ⓐ]
 漫画家。代表作「怪物くん」「笑うせえるすまん」

審査員（第23回）
 (敬称略)
 ・ 牧野圭一
 京都造形芸術大学教授、日本漫画家協会理事
 ・ くさか里樹
 漫画家。代表作「ケイリン野郎」「ヘルプマン!」
 ・ M o o . 念平
 漫画家。代表作「あまいぞ!男番」「級次郎が行く!」
 ・ ひのもとめぐる
 漫画家。第10回大会OG
 ・ さかもと清敏
 高知漫画集団 会長
 ・ 岩神義宏
 高知漫画グループくじらの会 事務局長
 ・ 平松伸二
 漫画家。代表作「ブラック・エンジェルズ」「マージャー
 ライセンス号」等
 第23回大会ゲスト審査員。
 ・ やぶのてんや
 漫画家。代表作「イナズマイレブン」「うるとらイレブン」
 第23回大会ゲスト審査員

スカウトマン制度と出張編集部

● スカウトマン制度
 大手出版社の漫画雑誌編集者が本選出場校から有望な
 ベン児を指名し、本気で漫画家になりたい人には漫画の
 指導をしてくれる。(まんが甲子園終了後から翌年3月ま
 で)

● 出張編集部
 各雑誌の編集部が、持ち込み原稿を見てくれる。東京
 に行かずとも高知で評価がもらえる。もちろん一般の
 方の持ち込みもOK。

● 雑誌（23回大会）

- 小学館
 「サンデーGX」「ゲッサン」「ビッグコミックスピリッツ」
 「ビッグコミックスベリオール」「Sho-Comi」「Cheese」「ビッグ
 コミックオリジナル」
- 講談社
 「イブニング」「週刊少年マガジン」「ヤングマガジン」「新増刊
 ヤングマガジン サード」
- 秋田書店
 「週刊少年チャンピオン」「月刊プリンス」
- KADOKAWA
 「少年エース」「ヤングエース」(角川書店BC「ドラゴンエイ
 ジ」(富士見書房BC)「電撃大王」(アスキー・メディアワーク
 スBC)「ハルタ」「コミッククリア」(エンターブレインBC)
 「Comic Walker」
 年によってさまざまな雑誌編集部が来高。

大会スケジュール
 (2014年 第23回大会)

【一日目】
 9:30 開場
 10:00 入場行進・開会式
 第一次競技テーマ発表(第一次競技開始)
 16:30 第一次競技終了
 第一次競技審査結果発表(15校が第一次競技通過)
 敗者復活戦テーマ発表(残りの15校は宿舎で作品作製)
 18:00 閉場

【二日目】

<ひろめ市場(敗者復活戦会場)>
 8:00~9:00 作品の一般投票
 9:00 作品の審査
 10:00 敗者復活戦審査結果発表
 (5校が通過、惜しくも通過できなかった10校は審査員から講評)

9:00 開場(敗者復活戦 ひろめ市場より生中継)
 10:30 決勝戦テーマ発表(決勝戦開始)
 16:00 決勝戦競技終了・スカウトマン選抜生徒発表
 決勝戦審査結果発表
 閉会式
 18:00 閉場

歴代最優秀作品

第1回 ナイト「嵐の王」
 宇治南高等学校 (2年級)

第2回 ナイト「英雄」
 徳島南高等学校 (2年級)

第3回 テーマ「嵐の心」
 大津南高等学校 (2年級)

第4回 ナイト「ふんわりアツ」
 上野南高等学校 (2年級)

第5回 ナイト「嵐」
 徳島南高等学校 (2年級)

第6回 テーマ「青春」
 松山南高等学校 (2年級)



第7回 テーマ「教育」
芸術高等学校（東京都）



第8回 テーマ「老人力」
高岡高等学校（高知県）



第9回 テーマ「17歳」
松橋高等学校（熊本県）



第10回 テーマ「伝統」
東北高等学校（宮城県）



第11回 テーマ「本費」
栃木高等学校（栃木県）



第12回 テーマ「オンリーワン」
高崎東高等学校（群馬県）



第13回 テーマ「BUSHIDO (武士道)」
西南学院高等学校 (福岡県)



第14回 テーマ「本物」
高岡工業高等学校 (富山県)



第15回 テーマ「秋葉原」
那覇工業高等学校 (沖縄県)



第16回 テーマ「世代交代」
志貴野高等学校 (富山県)



第17回 テーマ「偽壁」
多治見西高等学校 (岐阜県)



第18回 テーマ「絶命危機種」
伊東高等学校城ヶ崎分校 (静岡県)



第19回 テーマ「あしたの〇〇」
豊明高等学校（愛知県）



第20回テーマ「第100回まんが甲子園」
栃木女子高等学校（栃木県）



第21回テーマ「まんが県」
九州産業大学付属九州高等学校（福岡県）



第22回テーマ「もっといい色のメダル」
伊東高等学校城ヶ崎分校（静岡県）



第23回 テーマ「拡大解釈」
大宮南高等学校（埼玉県）



まんが甲子園

なぜ高知県で23回も・・・

日本 JAPAN

福島県 FUKUSHIMA

高知県 KOCHI

まんが甲子園

地域振興まんがイベントのマンネリ化打開策

●キーワードは高校生

●運動系

↓

野球

↓

甲子園大会

●文化系

↓

まんが

↓

〇〇大会

↓

まんが甲子園

大会運営スタッフも地元高校生が行っている

まんが甲子園

努力・友情・勝利
そしてプロへの登竜門

●野球

↓

レギュラー

↓

県予選突破

↓

甲子園大会
スカウト

↓

●プロ
野球選手

●まんが

↓

まんが
甲子園出場

↓

出張編集部
スカウトマン
制度

↓

●プロ
漫画家

まんが甲子園

元ペン児たちの活躍1

●曾山一寿先生
第5回大会に本郷高等学校(東京都)のメンバーとして出場。第16回大会ゲスト審査員。
現在、「でんぢやらすじーさん邪」(月刊コロコロコミック・別冊コロコロコミック/小学館)を連載中。

●田中理恵さん
第5回大会に札幌明清高等学校(北海道)のメンバーとして出場。現在は声優として活躍。
主な役柄は「機動戦士ガンダムSEED」のラクス・クライン、「ふたりはプリキュア」の九条ひかり、「働きマン」の松方弘子など。

●ひのもとめぐる先生
第10回大会(平成11年)に筑陽学園高等学校(福岡県)のメンバーとして出場し、高知県高等学校文化連盟会長賞を受賞。
平成15年のデビュー作が講談社なかよし新人まんが賞で準入選。なかよし増刊号や携帯マンガに作品を掲載。
第15回大会から、まんが甲子園のレギュラー審査員を務める。


まんが甲子園

元ペン児たちの活躍2

- 佐野愛莉先生
第17回大会に、京都芸術高等学校(京都府)のメンバーとして出場。
大会でスカウトを受け、小学館「Sho-Comi」よりデビュー。
- 楠木そよな先生
第17回大会に土浦第一高等学校(茨城県)のメンバーとして出場。
大会でスカウトを受け、小学館「Sho-Comi」よりデビュー。
- 藤近小梅先生
第20回大会に大阪情報コンピュータ高等専修学校(大阪府)のメンバーとして出場。
大会でスカウトを受け、現在、「ペーパープレイヤー」(週刊少年チャンピオン/秋田書店)を連載中。
- 佐倉紫路先生
佐倉紫路先生は、第21回まんが甲子園での出張編集部を持ち込みがきっかけとなり、デビューされました。

まんが甲子園

まんが甲子園 OB/OGの協力



第21回大会のメインイラストを担当してくれたのは、まんが甲子園OGでレギュラー審査員の **ひのもとめぐる先生**。この年誕生したまんが甲子園公式キャラクター、ペンザキ・鎮&ベタを中心に、まんが甲子園に挑む高校ペン児とのコラボレーションを描いてもらいました。

まんが甲子園

〒780-8570
高知県高知市丸ノ内1-2-20
まんが甲子園事務局
(まんが・コンテンツ課内)
Tel : 088-823-9711
Fax : 088-823-9296

<http://mangaokoku-tesa.jp/>



終わり
END

4. 海外マンガフェスタの出展報告

教務部長 中野 寿郎



PRESS RELEASE

報道関係各位

2014年11月7日
海外マンガフェスタ事務局
<http://kaigaimangafesta.com/>

11月23日(日)『海外マンガフェスタ2014』開催
アメコミ界の巨星ジム・リー、仏の新鋭2作家、日本から松本零士ら…。
世界のマンガ界のスーパースターが東京ビッグサイトに大集結!!
 翌24日(月・祝)東京・市ヶ谷で仏マンガ出版社等による
 『マンガのデジタル化・国際化のビジネス・セミナー』なども開催

世界各国のマンガ文化を紹介する『海外マンガフェスタ 2014』(主催:海外マンガフェスタ実行委員会/実行委員長フレデリック・トゥルモンド)が、11月23日(日)に東京ビッグサイトで開催されます。

2012年に初開催された同イベントは、米国のアメリカン・コミック、フランスのバンド・デシネ(BD)、そして日本の漫画と、世界各地にあるマンガ文化を一堂で紹介するイベントとして注目を集めてきました。

国内外のマンガ界の重鎮によるトークライブは、過去には大友克洋氏、浦沢直樹氏をはじめ海外マンガに影響を受けたマンガ家にご登場いただき、来日ゲストとトークを繰り広げました。

第3回目となる本年はアメコミの巨星ジム・リー氏×村田雄介氏(『アイシールド21』)、戦記BDの第一人者ロマン・ユゴー氏×松本零士氏(『宇宙海賊キャプテンハーロック』)、パリで注目の女性BD作家ベネローブ・バジュー氏×ヤマザキマリ氏(『テルマエ・ロマエ』)と豪華なゲストを迎えたトークライブなどさらに充実した内容です。

関連イベントとして、開催前日の11月22日(土)にコトブキヤ秋葉原館にて、ジム・リー氏を招いたライブペインティング及びサイン会が予定されています。

(詳細はコトブキヤHP及びTwitter-@kikakuguyssで随時発表予定)

さらに、11月24~28日は、大日本印刷が運営する体験型コミュニケーションスペース・ドットDNPにて『海外マンガフェスタ×DNP市谷の学校』も行われます。

海外マンガフェスタは、マンガを愛する世界の人々が国境や人種などあらゆる壁を越えて交流しマンガの未来を創造する空間を、日本に作ることを目指します。

<海外マンガフェスタ2014開催概要>

※バンド・デシネ

(bande dessinée)と

名称	海外マンガフェスタ2014/International Manga Fest 2013 (自主制作漫画誌展示即売会『コミティア110』に併催) URL http://kaigaimangafesta.com/
主催	海外マンガフェスタ実行委員会
協力	アンスティチュ・フランセ日本、在日米国大使館
開催日時	2014年11月23日(日/祝)11:00~16:00
開催場所	東京ビッグサイト 東京国際展示場 東4・5・6ホール (東京都江東区有明3-10-1)
入場料	一般:コミティア入場用の『ティアズマガジン』(1冊1000円)の購入が必要 *取材のご来場は、下記、お問い合わせ先まで、事前にお申し込みください

はフランスやベルギーで広く読まれている漫画のこと。芸術性の高いストーリー漫画が多く、日本のマンガ家にも多大な影響を与えている。

【本件に関するお問い合わせ】
 株式会社ヒューマンメディア: info@humanmedia.co.jp TEL 03-3475-5377
 及川(おいかわ)・長谷川(はせがわ)・小野打(おのうち)



PRESS RELEASE

世界のマンガ家と出会うアーティストアレイ

世界 16 か国 39 組のアーティストが参加するアーティストアレイは、現地で活躍するプロ作家から日本でデビューを目指す若手クリエイターまで、国境の壁を越えて交流する場です。

現役アメコミ作家による迫力あるライブペイントなど、見どころも満載。

【参加予定国】

米国／英国／ブラジル／インドネシア／フィリピン／シンガポール／スコットランド／台湾／中国／ドイツ／フランス／ブルガリア／スペイン／カナダ／マレーシア／日本

(11月7日現在)

文部科学省事業アニメ・マンガ産官学連携コンソーシアム主催 「マンガによる国際交流シンポジウム」

昨年引き続き、中村伊知哉（慶応義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授）氏コーディネートによる「マンガによる国際交流シンポジウム」を海外マンガフェスタのステージで開催します。登壇予定は、米国大使館・フランス大使館・イタリア文化会館・セルバンテス文化センターの四カ国。今年のテーマは「デジタル」。各国のマンガのデジタル化の最新事情とともに、デジタル化もたらす新たな可能性について意見を交わします。さらにスペシャルゲストとして、先般、文化功労賞を受賞した漫画家ちばてつや氏と里中満智子氏をお迎えします。

全国 70 の学校とコミック編集部 30 誌が参画する一大プロジェクト『デジタルマンガ キャンパス・マッチ 2014』からも新たな発表をする予定です。

日時：2014年11月23日 午前11時～正午

場所：東京ビッグサイト 海外マンガフェスタ会場内メインステージ

翌24日には東京・市ヶ谷のドットDNPにて続・海外マンガフェスタ

「世界のデジタルマンガ潮流」フォーラム in ドットDNP

海外マンガフェスタ × DNP 市ヶ谷の学校

開催日時：11月24日午後1時～

主催：文部科学省アニメ・マンガ人材養成産官学連携コンソーシアム、DNP 市ヶ谷の学校

協力：海外マンガフェスタ実行委員会

文部科学省アニメ・マンガ人材養成産官学連携コンソーシアムの一環として、世界の漫画家や編集者と日本の出版関係者が、デジタルマンガの現状と未来について意見交換し交流を深めます。

第1部 11月24日 13時-14時15分

『フランスおよび世界のデジタルマンガ市場について』

クリステル・ウーランス（ダルゴー社）× ブノワ・ムシャール（カステルマン社）

第2部 11月24日 14時30分-15時30分

『アングレーム国際漫画祭の町おこし成功例』

ステファン・ポージャン（アングレーム国際漫画祭 実行委員）

第3部 11月24日 15時45分-16時45分

『北米デジタルコミック最新事情』

ジム・リー（DCコミック）× クリス・ブッチャー（トロント・コミック・アートフェス）



PRESS RELEASE

世界のマンガ界の巨匠によるトークライブ



【タイム・スケジュール】

◆12:20-13:20

『アメコミの世界』 ジム・リー×村田雄介

○ジム・リー

1964年韓国ソウル生まれ。アメリカン・コミックス作家。

X-men、スーパーマン、バットマンと数々のヒーローのデザインを手掛けてきたアメコミ界の巨星。作画に施される超絶技巧は、圧巻の一言。

○村田雄介

代表作『アイシールド21』『ワンパンマン』(『となりのヤングジャンプ』連載中)

アメコミのスーパーヒーローへのオマージュ作品を数々発表するなど、アメコミの作風に影響を受けている。

◆13:40-14:30

『バンド・デシネの世界』 ペネロプ・バジュー×ヤマザキマリ

○ペネロプ・バジュー

1982年パリ生まれ。イラストレーター・漫画家。初BD作品『Joséphine』が30万部超のベストセラーとなった。新聞や雑誌への寄稿をはじめ、様々なメディアで活躍中。

○ヤマザキマリ

1967年生まれ。『テルマエ・ロマエ』で古代ローマと日本のお風呂文化の共通点を見出したヤマザキマリは、17歳で日本を離れてから、イタリア、ポルトガル、キューバなど、世界を股にかけてマンガを描いてきた。最近ではスティーブ・ジョブズの伝記など、精力的な創作活動を続けている。

◆15:00-16:00

『バンド・デシネの世界』 ロマン・ユゴー×松本零士

○ロマン・ユゴー

1979年生まれ。バンド・デシネ作画家。戦闘機乗りの子で、幼少時より航空機に並々ならぬ関心がある。細密画のように航空機の細部まで忠実に描いた絵は圧倒的な存在感を放つ。

○松本零士

1938年生まれ。代表作『宇宙海賊キャプテンハーロック』『銀河鉄道999』

旭日小綬章、紫綬褒章、フランス芸術文化勲章シュバリエ受章。

A&D 展示ブース



中野:

アンケート総数 94 枚

質問3の結果について説明。

対象は学生が多く、「教育マンガ」「ビジネスマンガ」のインフォメーションや情報が少なかったと思われる。作品アンケートの結果はベトナムの結果とほぼ同じ傾向。現在コメントの集計をしている。

質問6 ビジネスマンガ作品アンケートについて説明。

(1)柏屋薄皮饅頭

①非常に良い②良いの合計 1位: No.1 (61票) 2位: No.3 (53票)

(2)大和川酒造店 弥右衛門

①非常に良い②良いの合計 1位: No.6 (58票) 2位: No.7 (49票)

5. 文部科学省アニメ・マンガ産学官コンソーシアムより

アンドピクシーズ株式会社 代表取締役 村松 誠 様

村松:

海外マンガフェスタの概要について説明。

6. 各委員よりご意見・感想など

柳沼: 宮崎ではアニメーションをやる。

近藤: 対象や期間などの制作の条件とかはベトナムの人たちに教えたのか?

中野: 詳しく正確には教えていない。

近藤: 幅広い作品を見せることができたのもよかったのでは。参加者のバリエーションでおもしろさが違ってくる。同じソフトや道具を使うと表現がフォーマット化され、パターンが似てきたりターゲットも絞られてくる恐れがあるので注意すべき点が出てくる。

牧浦: ベトナム訪問では一部参加した。事業化としてはインフラ整備などまだ超えるべきハードルはある。一方で私が留学生を連れて来たりする仕事をしている中で感じたのが、インバウンドではなくアウトバウンドの施策、日本の学生が海外に出るということをもっとしていかなければならないということ。今回発表されたカリキュラムの中で海外研修のように海外に出て実際に感じてもらうことが大事だと思います。クールジャパンの中でいわれているのが、モノとコンテンツのアウトバウンドと人もインバウンドしていくよう

な話があるが、その前にまず、日本人がアウトバウンドしていかないと現地のことがわからない。様々な課題は私自身痛感しておりますので、こちらの取組がつながっていければと思います。

ニコ高橋: ビジネスマンガの仕事は県の仕事でも関わりがあり、企業のニーズにこたえていくのも大変だ。カリキュラムについてはグローバルで魅力的な内容だと感じました。

松崎: 日本の作品をどう感じているかアンケートの結果をととも興味を持って見ました。留学生が日本の言葉や文化などを理解するためにマンガを使うこと有効な手立てだと思います。次の展開が期待されます。

チンタカ: アンケートの結果をもとにカリキュラムを作成しました。その中で興味を持ったのは、海外マンガの勉強や日本のマンガを現地語で書いたりしたりする内容がありましたが、なかなか難しいと思います。文化、言葉や習慣の違いを理解しなければならないからです。タブレットで指一本でマンガが描けるといったIT化の波もありますが、途上国では公平に持てるかという問題はあると思います。

7. 事務連絡 他

2月12日(木) 11:00～ 第4回実施委員会 A&D 教室

14:00～ FSG カレッジリーグ合同成果発表会 郡山ビューホテルアネックス

8. 閉会

以上

平成 27 年 2 月 12 日

第4回 実施委員会 議事録

日時：平成 27 年 2 月 12 日（木） 11:00~12:00

場所：A&D 5 階 504 教室

出席者（敬称略）：

鈴木 一昭	国際アート&デザイン専門学校
中野 寿郎	国際アート&デザイン専門学校
岩神 義宏	学校法人 龍馬学園
中村 亮	学校法人 河原学園
飯島 貴志	株式会社バックボーンワークス
山崎 督	株式会社 朝日広告社
村山 隆	イメージスタジオ

議題：

1. 合同成果発表会について 中野
2. 成果報告書の作成と委員の皆様への原稿依頼について 中野
3. 連絡事項その他意見交換

以上

1. 合同成果発表会

中野：時間、会場等の確認。

2. 成果報告書の作成と委員の皆様への原稿依頼について

中野：趣旨と内容の説明。

3. 連絡事項その他意見交換

鈴木：最終の委員会ですが、今回の事業において目標は達成できたと思う。カリキュラムを実践に結び付けていくことが課題。このあとの発表に期待してください。

中野：資料は本日発表する内容の資料。

中村：地方でやるということの意義、課題もあるがいいところもある。マンガをやりたいという人たちにデジタルを活用して私たちの取組を見てもらいたい。職域、職業としても賃金が安いなどの問題があるが、ビジネスマンガとしての職域が確立できれば改善されていくのではないかと。時間がまだかかることではあるが。

岩神：マンガ科への入学者を増やすためには、プロになるという目標以外に、マンガで何ができるかということでビジネスマンガであったり教育マンガがあるということはわかっているのだが、我々の立場だとやはりプロを育てなければという考えに凝り固まったところがある。プロのマンガ家ではなくてもビジネスマンガで稼ぐことを分かってもらえば学生募集につながるのではないかと。昨年高知県にソーシャルゲームのイラストを描く会社が立ち上がり、9名のうち7名が本校の卒業生だ。職業としてマンガの技術を生かせる企業がもっとできたらいいのだが。企業説明用のマンガの執筆依頼が来て学生にやらせたようなことも、軌道に乗って広がっていけばと思う。デジタルなら地方でも活躍できる可能性が高まっていくはずだ。

山崎：新しい、既存にないマンガの価値を見出すこと。アンケートのコメントを見ているとフレッシュな意見も見られるのでチャンスを得たのではないかと。日本のマンガのシステムや背景もあるが、いったん人を介することで新しい付加価値を生み出す道が見えてくる。ポイントが描くという技術だったり、デジタルということであったりするが、重要なのは文化の違いをどう見るかということだと思ふ。もうひとつは、地方と海外というベクトルの向きでインターネットを活用するという。いろいろな着眼点をつないでレポートしたい。

飯島：日本の魅力であるマンガコンテンツを産業として日本の経済成長につなげるということの私の中では焦点が合っていて、考える中で3つほど質問がある。ベトナムは社会主義国であるが、経済や商業の面では実際どうなのか。

鈴木：社会主義だけでは経済は成り立っていないくて、普通に資本主義的な経済活動はしている。資本主義国と何ら変わりがないという印象だった。

飯島：他国の製品、例えばパソコンやソフトは普通に買えるのか。

鈴木：スマホも買えるし、アップルストアのようなものもある。

中野：買ってはいけないということはなく、価格は日本と同じくらいで商売として成り立っているようだ。一般の所得は日本の10分の1とするとかなり高額になるが。

飯島：収入や生活の格差があると思うが、マンガは誰にでも浸透しているのか？

中野：キングダム出版という会社は国営で市場を独占しているような形。実際お会いしたが、街中の書店で一般にも手に届く価格で買えるので、コミック本はどんな層の人でも読んだことはある。ただ、20代以下の人にはマンガを読むが30代以上の人にはマンガはあまり読まないとか世代間の違いはあるようだ。

飯島：今回セルシスのクリップスタジオを使った理由は。

中野：コンソーシアムのほうでマンガに特化したソフトウェアだということで選択した。セルシスとワコムとタイアップする形に前年からなっていた。支援と普及の意味合いもある。

鈴木：業界の流れの予測もあるようだ。

飯島：途上国では経済的な理由でハードウェアやソフトウェアを簡単に揃えられない事情もあるだろう。ペンが使えるタブレットやオープンソースのソフトを使うとか工夫が必要だ。

中野：ハノイ芸工大で質問されたがその通りだ。ハードとソフトは日本ではこうだという話はしたが、ベトナムの事情にあった、安価なソリューションも提案していかなければならないだろう。

飯島：クラック版を使わないでオープンソースのものを使わなければならないのが壁だと思う。インターネットの配信システムにも投資が必要で、金を生むシステムの構築も並行して進めていかなければならない。リアルにこれだけ稼げるというビジネスモデルまで持っていければ学

生たちにアピールできる。発表してお金が稼げる場、そのサイトに企業サポートの窓口を設けるとか。決して理想論ではない。

中野：今年度の問題点を取り入れて、来年の企画をまた立ててきたい。海外展開における障害も考えていきたい。

Ⅲ アンケート集計分析

株式会社 朝日広告社 山崎 督



内容

A アンケート実施概要

B サマリー

C アンケート集計分析

- 1) 2014年11月23日：ふくしまフェスティバルin Hanoi
特別講座受講者（一般来場者より先着申込み）、21名
- 2) 2014年11月24日：ふくしまフェスティバルin Hanoi
特別講座受講者（現地企業関係者を中心に招集）、14名
- 3) 2014年11月23、24日、ふくしまフェスティバルin Hanoiにて
マンガプロジェクト展示会場来場者、222名
- 4) 2014年11月25日、フンドン大学にて
マンガプロジェクト紹介受講の学生、95名
- 5) 2014年11月25日、ハノイ芸術工科大学にて
マンガプロジェクト紹介受講の学生、67名
- 6) 2014年11月23日：東京ビックサイト、海外マンガフェスタ2014
マンガブース来場者、96名

※当該事業をわかりやすく伝えるために「マンガプロジェクト」と表現して展示と講演を実施した。

A アンケート実施概要

■ 調査日・場所・調査内容

* 11月23～25日、6か所、合計515回答

- 1) 2014年11月23日：ふくしまフェスティバルin Hanoiにて特別講座受講者（一般来場者より先着申込み）、21名
マンガへの興味度等（質問1～5）、及び作品①～⑩評価
- 2) 2014年11月24日：ふくしまフェスティバルin Hanoiにて特別講座受講者（現地企業関係者を中心に招集）、14名
マンガへの興味度等（質問1～5）、及び作品①～⑩評価
- 3) 2014年11月23、24日、ふくしまフェスティバルin Hanoiにてマンガプロジェクト展示会場来場者、222名
作品①～⑩評価
- 4) 2014年11月25日、フンドン大学にてマンガプロジェクト紹介受講の学生、95名
作品①～⑩評価、及びマンガ全般に関して自由コメント
- 5) 2014年11月25日、ハノイ芸術工科大学にてF S Gプロジェクト紹介受講の学生、67名
作品①～⑩評価、及びマンガ全般に関して自由コメント
- 6) 2014年11月23日：東京ビックサイト、海外マンガフェスタ2014にてマンガプロジェクトブース来場者、96名
マンガへの興味度等（質問1～5）、及び作品①～⑩評価

■ 調査手法

展示作品を自由に見ながらの作品評価（選択式）、及びコメント（自由回答）

■ 調査目的

- 1) 日本のマンガの興味度に加え、ビジネスマンガ、教育マンガの可能性を探る
- 2) マンガ作品の嗜好性、受容度を文化背景の相違から探る
- 3) 同分野での人材育成を視野に入れたカリキュラム策定等への課題抽出を図る

A アンケート実施概要

特別講座参加者用アンケート用紙

平成26年度 文部科学省 成長分野等における中核的人材養成の戦略的推進事業											
「マンガ分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業」											
国際アート&デザイン専門学校											
参加者アンケート調査											
質問1: 日本のマンガにどの程度興味がありますか。当てはまるものに○を付けてください。											
(①非常に興味がある ②興味がある ③普通 ④あまり興味がない ⑤興味がない)											
質問2: 日本のマンガ教育について、どのように感じましたか。											
<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>											
質問3: 本日の体験講座を受講されていかがでしたか。また、その理由も書いてください。											
(①非常に良い ②良い ③普通 ④あまり良くない ⑤良くない)											
<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>											
質問4: ベトナムでビジネスマンガが普及する可能性はあると思いますか。また、その理由も書いてください。											
(①非常にある ②ある ③あまりない ④ない ⑤わからない)											
<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>											
質問5: 当事業へのご意見やご質問などをご記入ください。											
<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>											

A アンケート実施概要

マンガ作品①～⑩評価アンケート用紙

参加者アンケート調査				
国際アート&デザイン専門学校				
展示作品について、どのように感じましたか。また、その理由も書いてください。				
<饅頭についての作品>				
NO.1	(①非常に良い ②良い ③普通 ④あまり良くない ⑤良くない)			
	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			
NO.2	(①非常に良い ②良い ③普通 ④あまり良くない ⑤良くない)			
	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			
NO.3	(①非常に良い ②良い ③普通 ④あまり良くない ⑤良くない)			
	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			
NO.4	(①非常に良い ②良い ③普通 ④あまり良くない ⑤良くない)			
	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			
NO.5	(①非常に良い ②良い ③普通 ④あまり良くない ⑤良くない)			
	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			
<日本酒についての作品>				
NO.6	(①非常に良い ②良い ③普通 ④あまり良くない ⑤良くない)			
	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			
NO.7	(①非常に良い ②良い ③普通 ④あまり良くない ⑤良くない)			
	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			
NO.8	(①非常に良い ②良い ③普通 ④あまり良くない ⑤良くない)			
	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			
NO.9	(①非常に良い ②良い ③普通 ④あまり良くない ⑤良くない)			
	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			
NO.10	(①非常に良い ②良い ③普通 ④あまり良くない ⑤良くない)			
	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			
当事業へのご意見やご質問などをご記入ください。				
	<input style="width: 100%; height: 40px;" type="text"/>			

A アンケート実施概要

1. 対象作品/計10作品

柏屋薄皮饅頭

作品①～⑤

作品③



作品④

うすかわまんじゅう物語

すずきたくや



A アンケート実施概要

1. 対象作品/計10作品

柏屋薄皮饅頭

作品①～⑤

作品⑤



A アンケート実施概要

1. 対象作品/計10作品

大和川酒造 弥右衛門 作品⑥～⑩

作品⑧



作品⑨



B サマリー

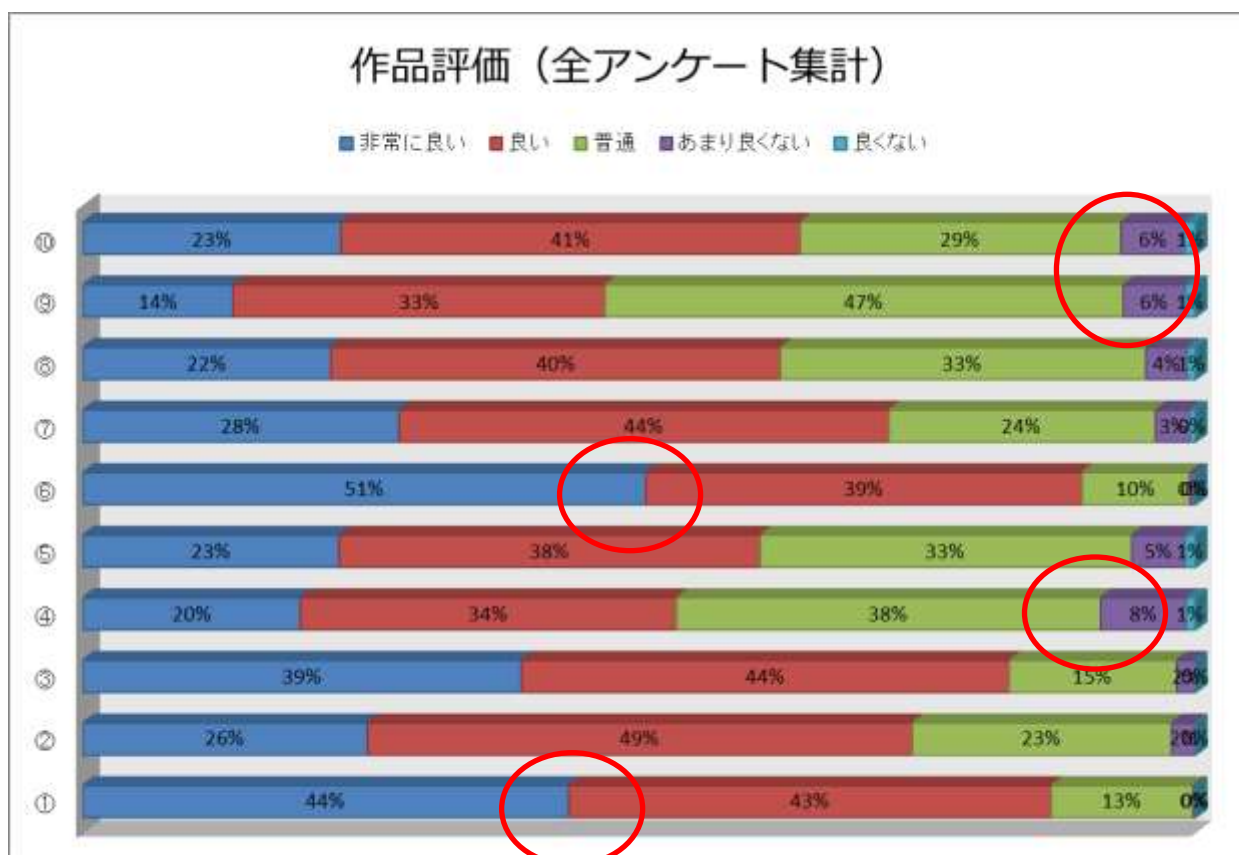
1) 作品評価について

作品評価は調査対象者（6グループ）により傾向が異なる点には注意が必要です。この様なアンケートの場合、総じて高い評価がでる傾向にあるため、目安としては「非常に良い」のレベルに着目する事。及び「あまり良くない」「良くない」のネガティブ要素を確認する事も重要です。なお、ネガティブは出にくい傾向にあり、「普通」も「ややネガティブ」と見て良いでしょう。

下記は6会場でのアンケートを参考までに合計しました。作品⑥が最も高い「非常に良い」スコア51%を得ました。次いで作品①の44%、作品③の39%と続きます。

ネガティブ要素でみると作品④が「あまり良くない」「良くない」で合計9%、作品⑨⑩がそれぞれ7%となりました。色彩や絵のタッチ等、様々な要因があるため、注意が必要です。

繰り返しますが、調査対象者により回答の傾向が異なります。作品ごとのコメント等にも着目し、今後の作品に文化的背景、絵や色の好み、構成要素、商品説明の適切さ等々、多様な角度から検討を行い、次の作品作りにつなげる事が重要です。



B サマリー

2) マンガのニーズについて

ベトナムの日本マンガの注目度、好感度は総じて高いもの判断できます。要因としてはベトナムでのマンガの普及率がまだ低く、珍しいものとして注目が高い点、親日的である点、日本に対しての注目度が高い点、等々があげられます。

一方で、高い年齢層へのマンガ人気は再度確認する必要がありそうです。

3) 「教育マンガ」「ビジネスマンガ」の可能性について

調査では総じて肯定的な意見が聞かれました。既述の様にベトナムではマンガ自体への注目度が高いため、教育や広告への活用は新しいアプローチとして考えられます。

また、難しい情報、商品紹介等々もマンガによって容易に伝えられるメリットがベトナムにおいても認められそうです。

ただし、文化的な背景の違い、色の好み、絵のタッチや、広告に至ってはコピーとなるべく文字要素の内容、分量など、現地に合わせる（ローカライズ）することは最重要課題の一つと言えそうです。

4) 今後の可能性について

日本のユニークな文化要素であるマンガは、その担い手となる制作者の育成ニーズが国内外で増加すると考えられます。日本の独自性を活かしたコンテンツ産業の中核として、マンガは海外において多様なニーズを満たす事できる可能性を持ちます。

そのために、担い手の育成、海外展開のビジネスモデル構築やプロデュース、文化的側面の適正化等々、多くの課題が認識できます。これらの課題を継続的に一つひとつクリアしながら進める事で、日本のマンガ産業の大きな飛躍につながると考えます。

特にグローバル展開においては、マンガの基本技術に加えて、日本と海外の双方の文化の理解や柔軟な対応力を持った人材が不可欠です。マンガを世界に発信できる人材育成や教育カリキュラムの策定が大きな鍵の一つと言えそうです。

C アンケート集計分析

- 1)** 2014年11月23日：ふくしまフェスティバルin Hanoiにて特別講座受講者（一般来場者より先着申込み）、21名
マンガへの興味度等（質問1～5）、及び作品①～⑩評価

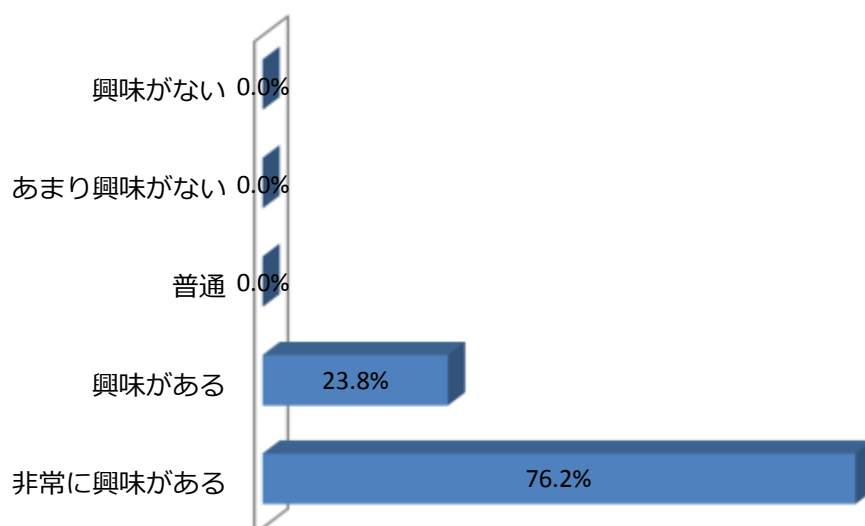
C 1) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(1)

2014年11月23日、アンケート21回答

質問 1

日本のマンガにどの程度興味がありますか？（選択式）

講座参加者であり、マンガへの興味度が高い若い参加者（講座受講）に向けての質問であり、以下、数値が高く出る傾向にある。日本マンガへの興味度は「非常に興味がある」で76.2%と高い興味を示した。



質問 2 .

日本のマンガ教育について、どのように感じましたか？（記述式）

プロフェッショナル、面白い、魅力的などの、肯定的な回答で大半を占めた。

■フリーアンサー

- ・とても面白い。・プロフェッショナル。
- ・充実していて、プロフェッショナル。
- ・非常にプロフェッショナル。・すばらしくて、面白くて、きれい。
- ・すばらしい分野であり、娯楽性があるだけでなく、他の職業分野にとっても有意義だと思う。
- ・非常に進歩しており、興味深く、専門的に（人材を）育成する。
- ・とてもすばらしかった。とても進歩していて、その独創性で有名。
- ・非常にプロフェッショナル。
- ・応用できる可能性が高く、非常に魅力的。
- ・応用性が高い。とても面白かった。
- ・日本の漫画教育分野は非常に優れていると思う。
- ・この教育分野はとても面白いと感じた。
- ・日本の教育分野はとても優れていると思う。
- ・日本の漫画教育分野はとても魅力的でプロフェッショナル。

C 1) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(1)

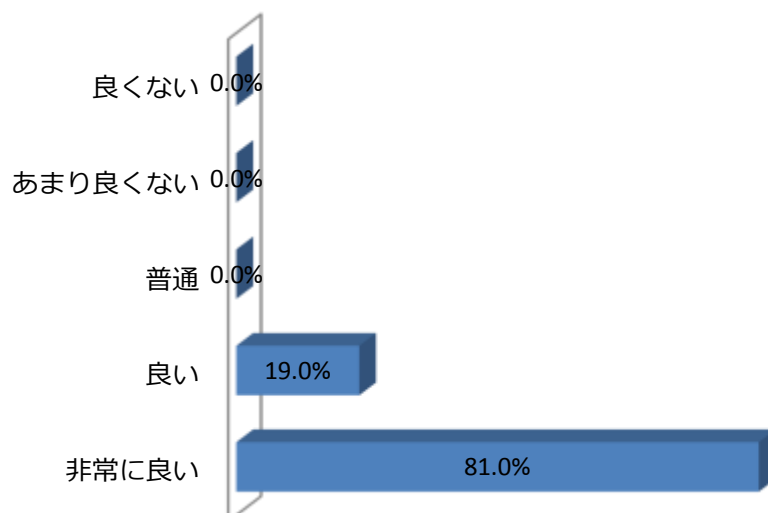
2014年11月23日、アンケート21回答

質問 3

本日の講座を受講されていかがでしたか？（選択式）

その理由も書いてください。（記述式）

講座内容も80%以上が「非常に良い」と回答し、高い満足度を示した。実際にマンガを描かせた事で実践的、などの意見が見られた。



■フリーアンサー

- ・とても楽しい。実践的だった。・いろいろ勉強できた。・理解できた。面白く楽しかった。
- ・とても面白かった。・講師の方々が情熱的で面白かった。・時間が少し短かった。
- ・日本人の漫画家が使っている道具で漫画を描く体験ができてとても楽しかった。・講師の方々に熱心に詳しく教えていただいた。・講義の内容がとても面白かった。
- ・レッスンは皆にとって非常に有意義だった。（特に漫画が好きな人にとって）提供された情報がとても役立った。・先生方が優しく、説明も分かりやすかったので、レッスンが気軽に楽しめた。（通訳さんにも感謝している）
- ・講師の方には熱心に分かりやすく説明していただいた。・描く道具がとてもすばらしかった。
- ・漫画分野について理解できた。実際に描く道具を使えてとても面白かった。
- ・今日の描写体験がとても楽しく、面白かった。・楽しく有意義だった。漫画がこれまでよりも好きになり、もっと勉強したいと思う。・体験レッスンが面白く、よく準備されていたと思う。・レッスンでは専用のペンと紙を使った。・先生はとても情熱的だった。
- ・漫画を描く体験ができた。・レッスンがとても面白かった。漫画家専用のペンも使わせてもらえてよかった。

C 1) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(1)

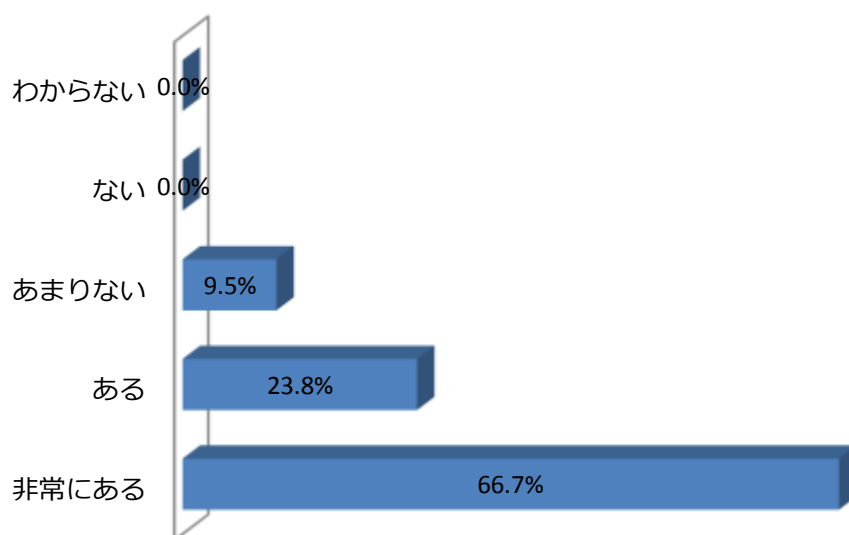
2014年11月23日、アンケート21回答

質問 4

ベトナムでビジネスマンガが普及する可能性？（選択式）

その理由も書いてください。（記述式）

「非常にある」が66.7%、「ある」が23.8%で、合計で90%以上が可能性があると考えた。理由（記述式）でも肯定的な意見が大半を占めた。



■フリーアンサー

- ・漫画が面白かった。きれいに描かれている。
- ・内容は魅力的だった。・みんな漫画が好き。
- ・ベトナムの子どもは漫画が大好き。・ベトナム人は漫画が大好き。
- ・芸術が好きな人に向いており、便利だから。
- ・必ず発展すると思うが、ベトナムでは社会における障害がたくさんあり、違った考え方もあるので、困難もあるかもしれない。
- ・今のデジタル時代において、日本とベトナムだけでなく全世界で必須な潮流だと思う。
- ・ベトナム人の漫画家がプロになり、その数も増えているが、なかなか適切に広報されておらず、内容にも不十分な点がある。
- ・大人も子どもも含めて好きな人が多い。
- ・現在のベトナム人の若者の中には、漫画を描くことに熱中し、国の漫画を作りたいと思っている人が多いと思う。
- ・現代社会において非常に切実だと思う。
- ・ベトナム人は日本の漫画が大好きなので、日本の漫画はベトナムで必ず発展できると思う。
- ・子どもだけでなく私のような大人でも好きな人がたくさんいると思う。
- ・面白い分野であり、将来発展する可能性が高い。・とてもすばらしく、ベトナムの若者は大好き。
- ・現在、漫画はベトナム青年の間に広く普及している。

C 1) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(1)

2014年11月23日、アンケート21回答

質問 5

当事業へのご意見やご質問をご記入ください（記述式）

特別講座の時間を長く、との意見が数名あり、講座への満足度の現れと考えられる。

■フリーアンサー

- ・レッスンをもっと長くできないか。
- ・面白かった。
- ・開催時間をもっと長くした方がよい。
- ・もっと広く広報した方がよい。
- ・とてもよかった。このような交流活動がもっと増えることを期待する。
- ・よく開催することができたと思う。
- ・このようなレッスンを行っていただきありがとうございます。
- ・時間をもっと長くしていただければと思う。
- ・もっと広く広報していただきたい。
- ・2本のインクとペンが欲しい。
- ・次回、チャンスがあればいただきたいと思う。
- ・プログラムがもっと増えることを期待している。
- ・このようなプログラムがたくさんあることを期待します。ありがとうございます。

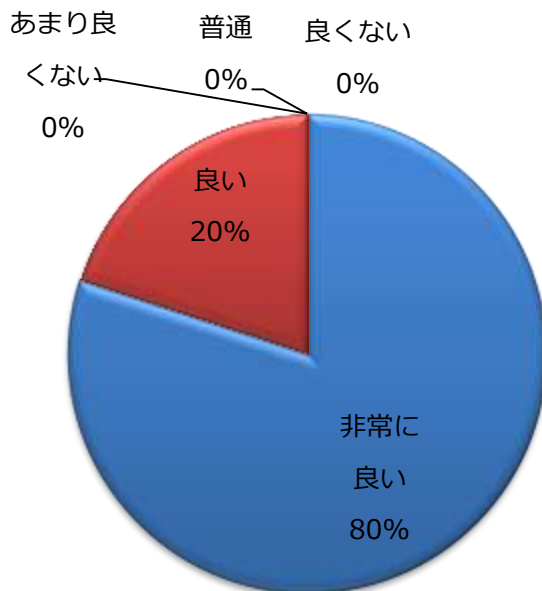
C 1) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(1)

2014年11月23日、アンケート21回答(内、作品評価の有効回答 4)

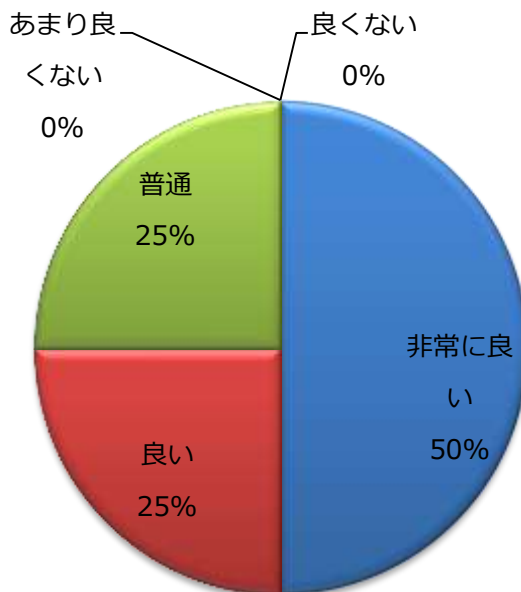
作品評価

有効回答が4ため、あくまで参考となるが、作品への評価は全体的に高い。一部、作品④のように、色使いの少ない作品が評価が低くなる傾向がある。

柏屋薄皮饅頭 作品①



柏屋薄皮饅頭 作品②

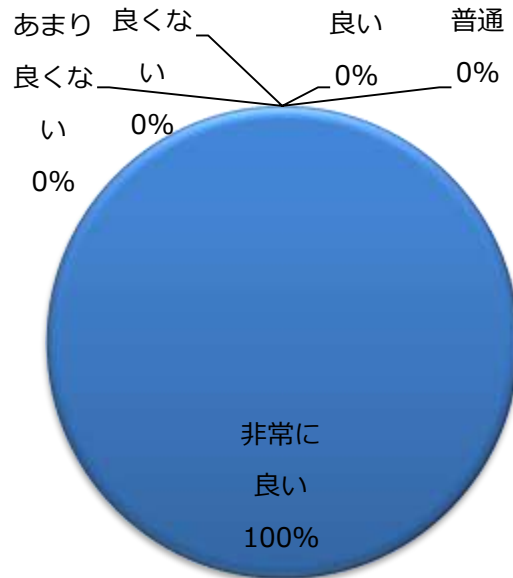


C 1) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(1)

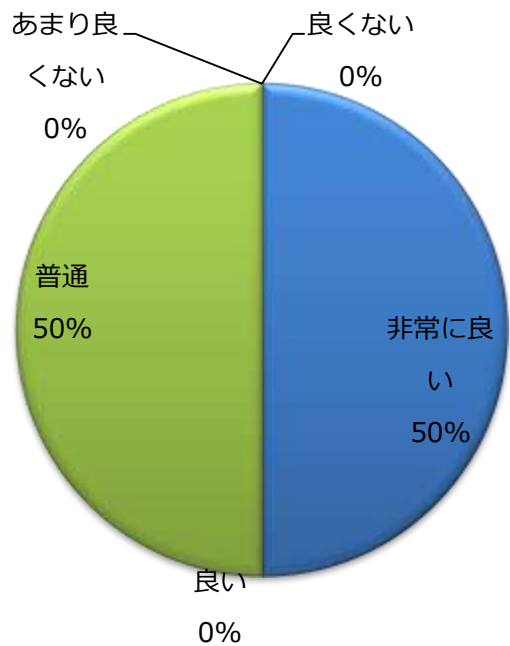
2014年11月23日、アンケート21回答(内、作品評価の有効回答 4)

作品評価

柏屋薄皮饅頭 作品③



柏屋薄皮饅頭 作品④

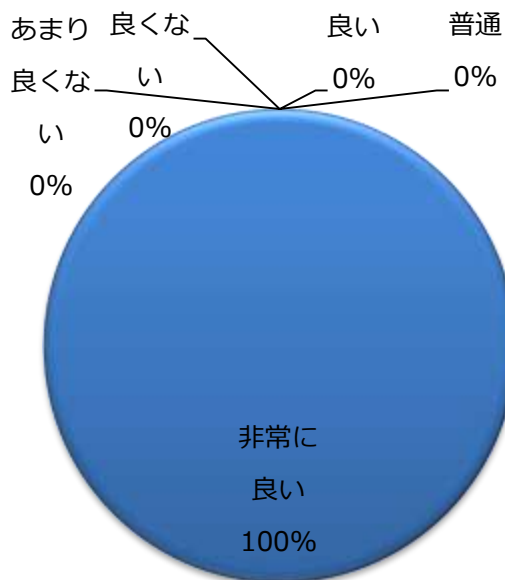
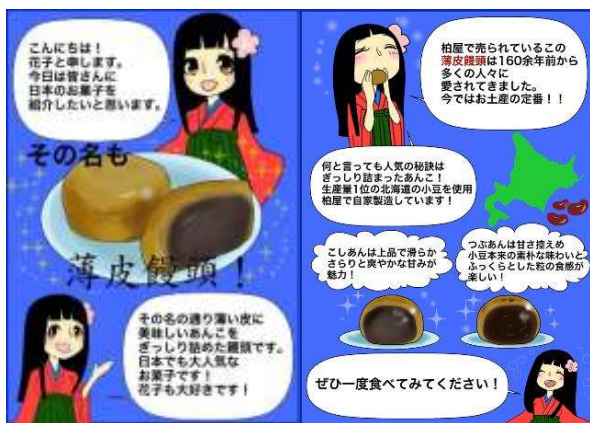


C 1) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(1)

2014年11月23日、アンケート21回答(内、作品評価の有効回答 4)

作品評価

柏屋薄皮饅頭 作品⑤



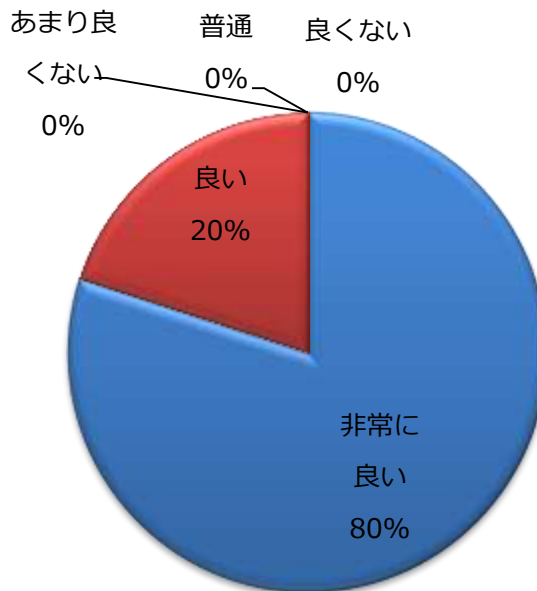
C 1) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(1)

2014年11月23日、アンケート21回答(内、作品評価の有効回答 4)

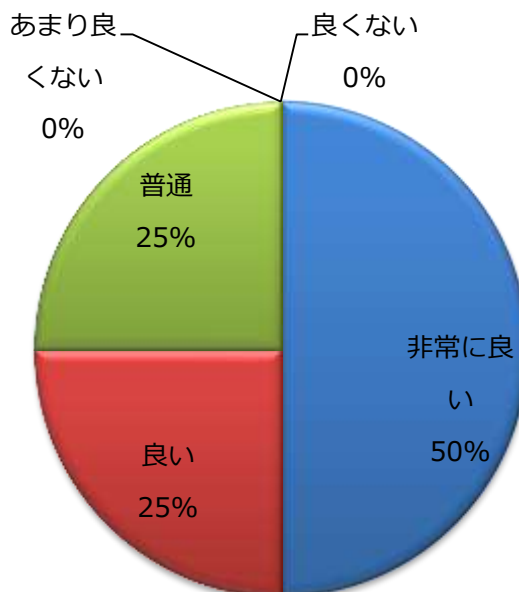
作品評価

同様に有効回答 4 につき参考となるが、作品⑦の女性の飲酒には少し抵抗がある様子で、評価も相対的に低くなる。

大和川酒造 弥右衛門 作品⑥



大和川酒造 弥右衛門 作品⑦

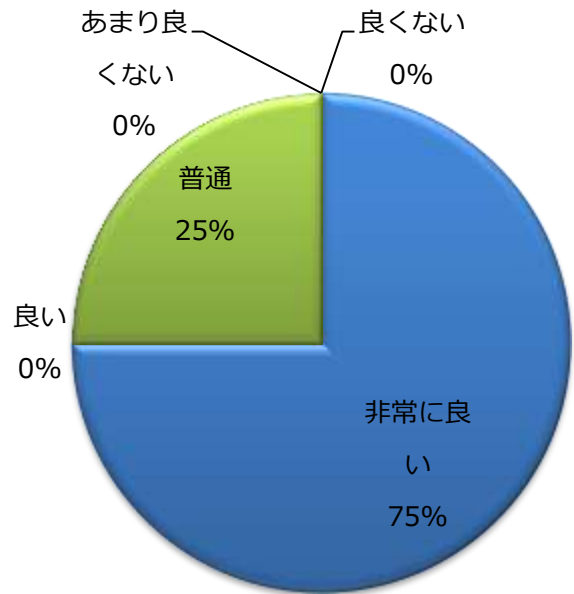


C 1) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(1)

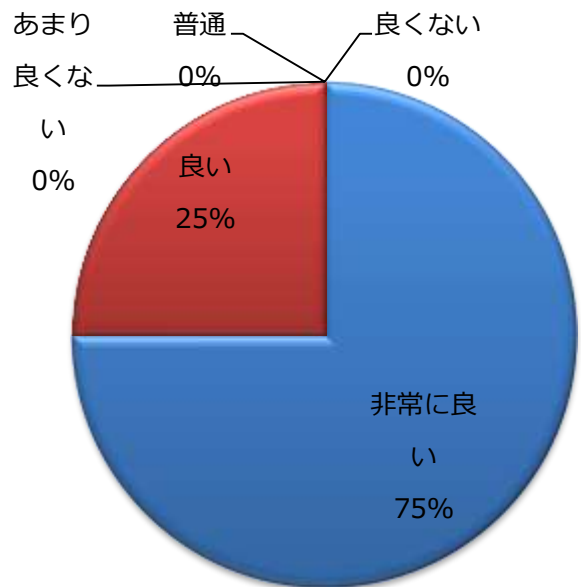
2014年11月23日、アンケート21回答(内、作品評価の有効回答 4)

作品評価

大和川酒造 弥右衛門 作品⑧



大和川酒造 弥右衛門 作品⑨

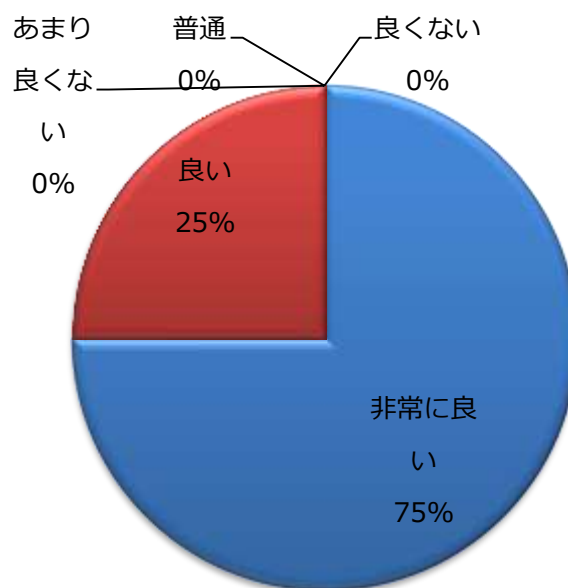


C 1) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(1)

2014年11月23日、アンケート21回答(内、作品評価の有効回答 4)

作品評価

大和川酒造 弥右衛門 作品⑩



C アンケート集計分析

- 2) 2014年11月24日：ふくしまフェスティバルin Hanoiにて特別講座受講者（現地企業関係者を中心に招集）、14名マンガへの興味度等（質問1～5）、及び作品①～⑩評価

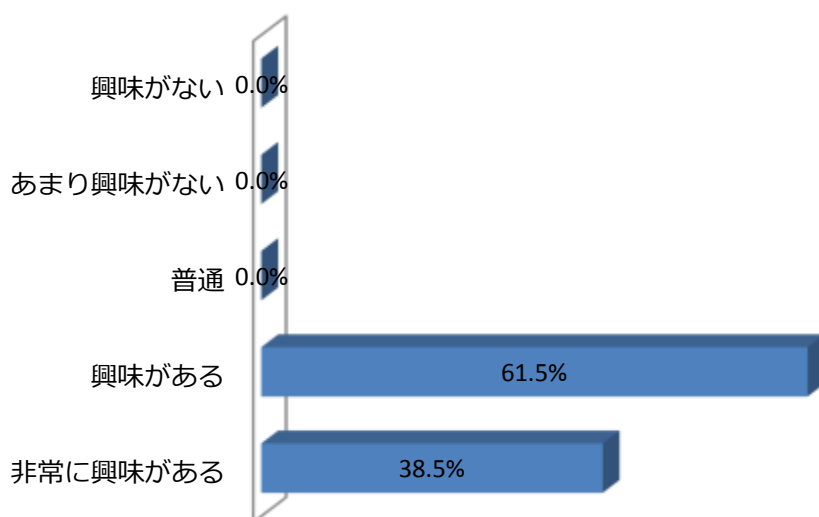
C 2) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(2)

2014年11月24日、アンケート14回答

質問 1

日本のマンガにどの程度興味がありますか？（選択式）

23日同様に講座参加者対象であるが、24日はビジネス対象であり23日とは全般的な傾向が異なる。日本マンガへの興味度は高い興味を示すが、「非常に興味がある」が38.5%で23日と比較して低い。23日が熱狂的であった分、少し冷静な評価として捉えられる。



質問 2 .

日本のマンガ教育について、どのように感じましたか？（記述式）

総じて肯定的な意見であり、文化面でのユニークさ、レベルの高さなどが評価されている。

■フリーアンサー

- ・日本の漫画教育分野が大好き。これは日本と日本人が作り出したユニークな独自の文化だと思う。文字をまだ読めなかった時から漫画について知っていた。縁があれば、天職としてこの分野で働きたいと思う。
- ・日本の漫画教育分野は、レベルが高く長い歴史がある。
- ・とても面白い。多くの若者が才能をアピールしたいと思っている。
- ・非常にプロフェッショナル。
- ・漫画を勉強するため、本当に日本に行きたい。
- ・日本の教育が高い水準でしっかりしているので、また、卒業後すぐ働けると思う。
- ・ベトナムではとても新しい。
- ・とても面白い。・非常にプロフェッショナル。
- ・しっかり整備されており、レベルが高い。
- ・しっかり整備されていて規模も大きい。
- ・異質である（レベルが違う）。・興味深く、規模も大きい。・とても進歩している。

C 2) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(2)

2014年11月24日、アンケート14回答

質問3

「マンガ甲子園」について、どのように感じましたか？（記述式）

「マンガ甲子園」を数名が認知しており、内容の評価も総じて高い。

■フリーアンサー

- ・知っている。日本で漫画が好きな学生のために多くのチャンスを与えるコンテスト。
- ・コンテストについて紹介されたが、あまり詳しくない。漫画が好きな若い人に多くの成長のチャンスを与えてくれると思う。
- ・マンガ甲子園について知っている。非常に有名で、日本語を勉強した時に、先生から聞いたこともある。
- ・とても有意義なコンテスト。日本人が参加者のコンテスト作品を娯楽以外の様々な目的に利用していることがわかった。
- ・はい、すばらしいコンテストです。漫画を描くスキルのある人にチャンスを与えてくれると思う。
- ・知らない。（同回答、4件あり）

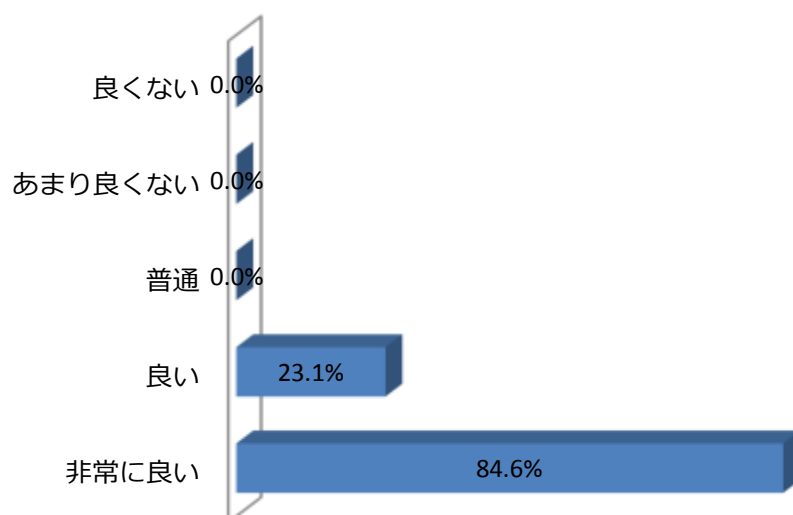
C 2) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(2)

2014年11月24日、アンケート14回答

質問 4

本日の体験講座を受講されていかがでしたか？（選択式）
また、その理由も書いてください。（記述式）

「非常に良い」が84.6%と高い評価を得た。実際にマンガを描く体験が評価を高めている様子である。



■フリーアンサー

- ・自分にとって新しく面白い体験だと思う。小さい頃からの夢だった。
- ・初めて触ってみて非常にすばしかった。
- ・レッスンは非常にダイナミックで面白かった。このようなイベントがもっと増えることを期待する。
- ・今日参加できてとても楽しかった。
- ・漫画について調べたことがある。今日は実際に体験ができてとても面白かった。
- ・レッスンに参加する前は日本の漫画について全く知らなかったが、今は基礎的な知識は理解できた。
- ・目的、機能、作用について明確に分かりやすく説明していただいた。
- ・今日の体験レッスンはとてもよかった。日本と漫画についてよく理解できた。
- ・今回は初めてGペンを使うことができた。

C 2) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(2)

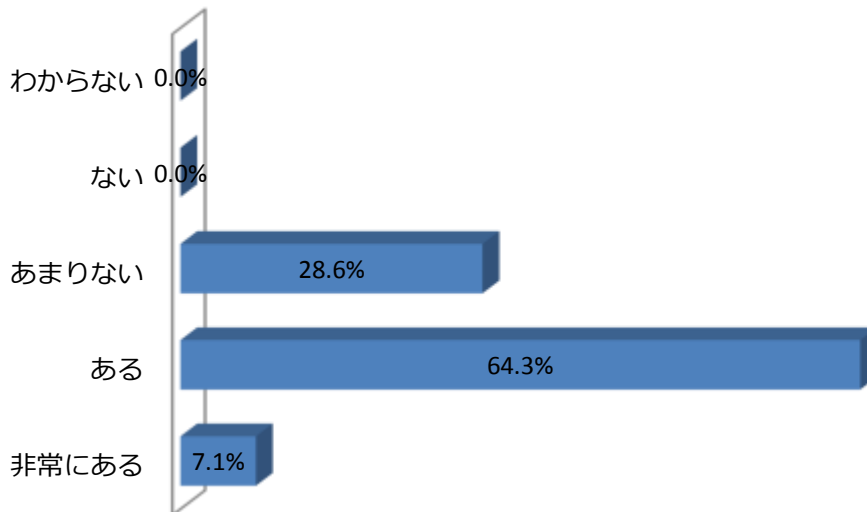
2014年11月24日、アンケート14回答

質問 4

ベトナムでビジネスマンガが普及する可能性？（選択式）

その理由も書いてください。（記述式）

「非常にある」が7.1%、「ある」が64.3%を示す一方で、約三割（28.6%）が「あまりない」と慎重な回答であった。理由も全般的には肯定的である一方、ベトナムの大人のマンガへの興味度に疑問を占める意見も見られた。



■フリーアンサー

- ・現在もこれからも、日本の漫画家のようになりたいと思うベトナムの若い画家は多い。早く発展すると思う。
- ・多くのベトナムの若者は、漫画が好きで漫画家になりたいと思っている。
- ・ストーリー内容が優れていて、絵もうまく描けるのに、あまり知られていないベトナム人を多く知っているが、同人（同人誌）としてインターネットのサイトに掲載しているだけ。
- ・ベトナムには歴史を教えたり、語ったりする絵本があるので、今日のレッスンを通じて教育に漫画を用いるアイデアはとても面白いかもしれない。
- ・なぜなら、絵がうまく、豊かな発想を持つ漫画好きの若者が増えているから。彼らが、日本の作品のようなハイクオリティで優れた作品を作り出し、人々に届けられると思う。
- ・ベトナムの学生も教育プログラムに従って勉強することは好きではない。
- ・ベトナムの子どもは日本の漫画が好きだから。
- ・ベトナムの子どもは日本の漫画が大好き。うちの子どもは、日本の漫画用の大きい本棚を持っている。
- ・ベトナムでは、漫画が大好きで漫画家を目指す若者が多い。
- ・ベトナムでは、漫画をよく知っているのは青少年だけ。ベトナム人は大人になると子どもの時ほど漫画に興味を持たなくなる。漫画を全く読まない人もいるが、リラックスするために読む人もいる。したがって、漫画で宣伝することは通常よりも魅力的かもしれないが、（漫画を購入できる）大人には大きなインパクトを与えないかもしれない。

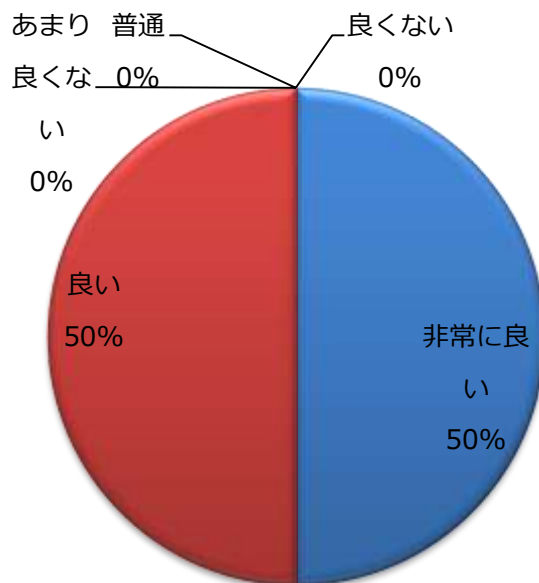
C 2) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(2)

2014年11月24日、アンケート14回答（内、作品評価の有効回答8）

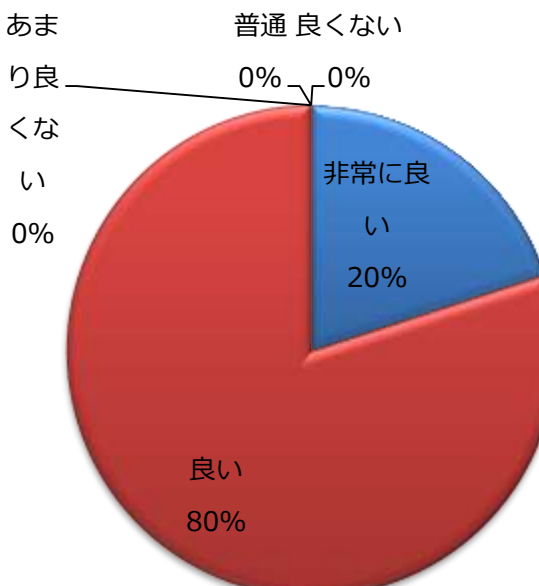
作品評価

有効回答が8であり、あくまで参考となる。23日と比較し全般的に「非常に良い」が低く、「良い」が高くなる傾向にあり、慎重な回答が得られたと考えられる。作品④は23日の調査同様、色味が少なく評価も低くなった。

柏屋薄皮饅頭 作品①



柏屋薄皮饅頭 作品②

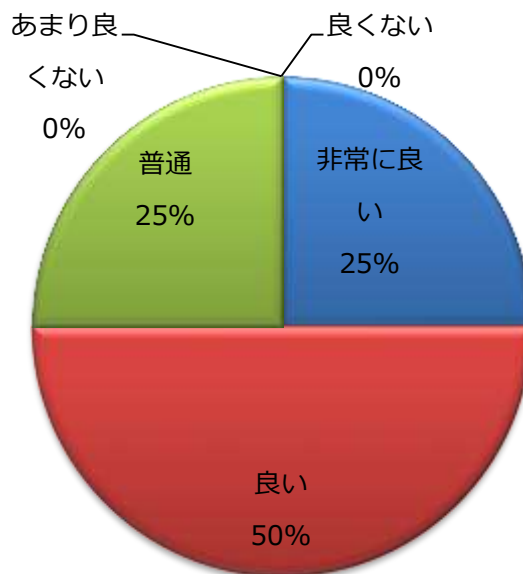


C 2) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(2)

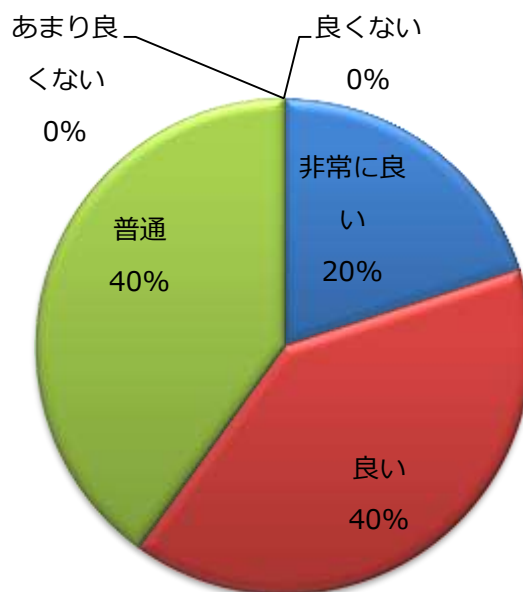
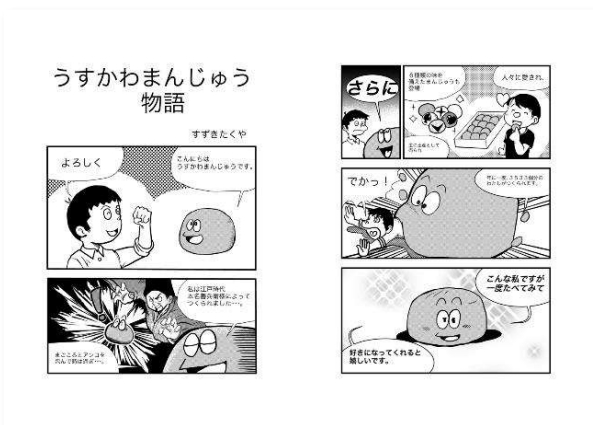
2014年11月24日、アンケート14回答 (内、作品評価の有効回答8)

作品評価

柏屋薄皮饅頭 作品③



柏屋薄皮饅頭 作品④

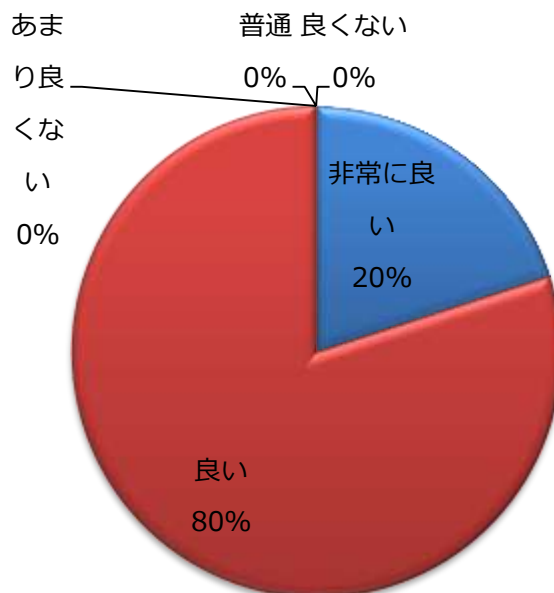


C 2) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(2)

2014年11月24日、アンケート14回答（内、作品評価の有効回答8）

作品評価

柏屋薄皮饅頭 作品⑤



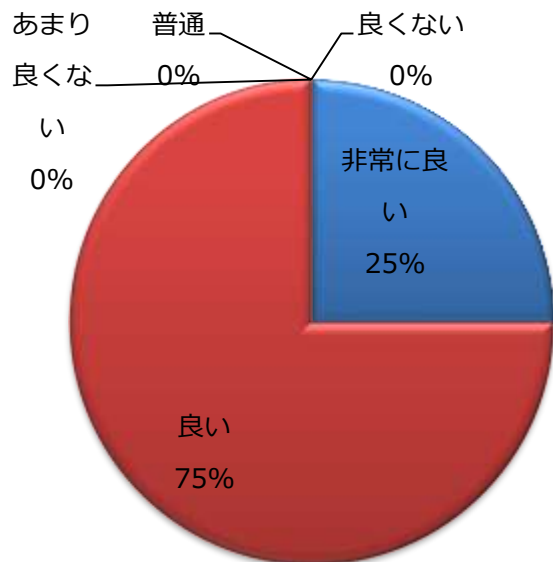
C 2) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(2)

2014年11月24日、アンケート14回答（内有効8回答）

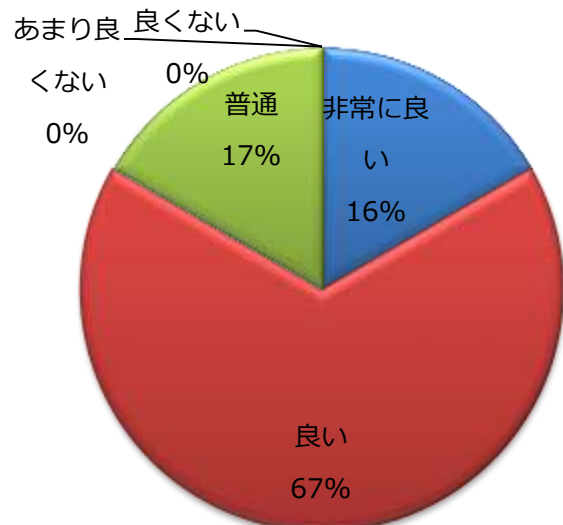
作品評価

有効回答8の為、参考となるが、総じて「良い」の比率が高くなる一方、「非常に良い」は23日調査（マンガに興味ある若者対象）と比較して減少した。

大和川酒造 弥右衛門 作品⑥



大和川酒造 弥右衛門 作品⑦

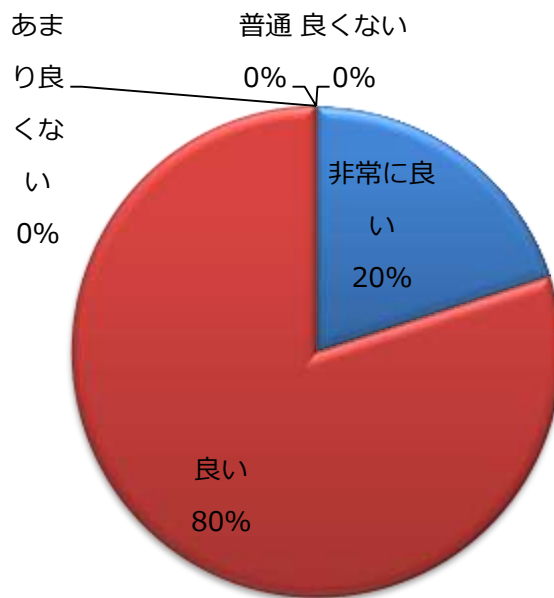


C 2) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(2)

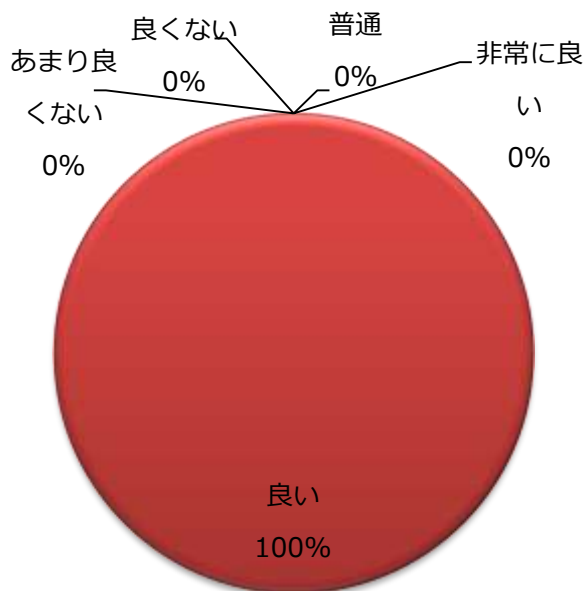
2014年11月24日、アンケート14回答 (内有効8回答)

作品評価

大和川酒造 弥右衛門 作品⑧



大和川酒造 弥右衛門 作品⑨

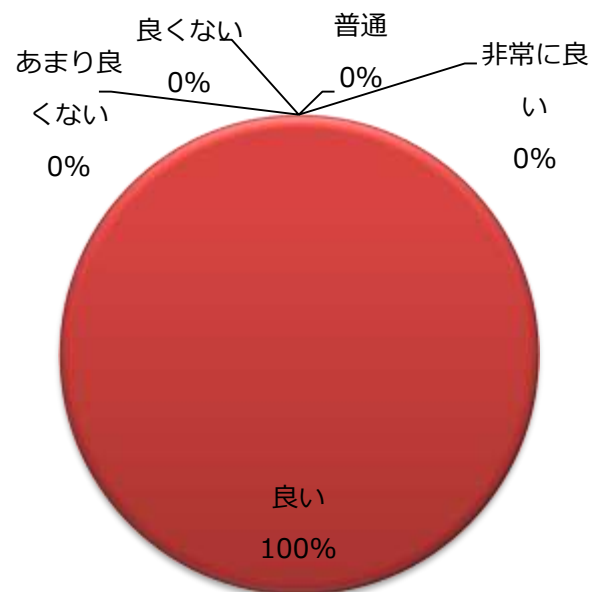


C 2) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 講座受講者(2)

2014年11月24日、アンケート14回答 (内有効8回答)

作品評価

大和川酒造 弥右衛門 作品⑩



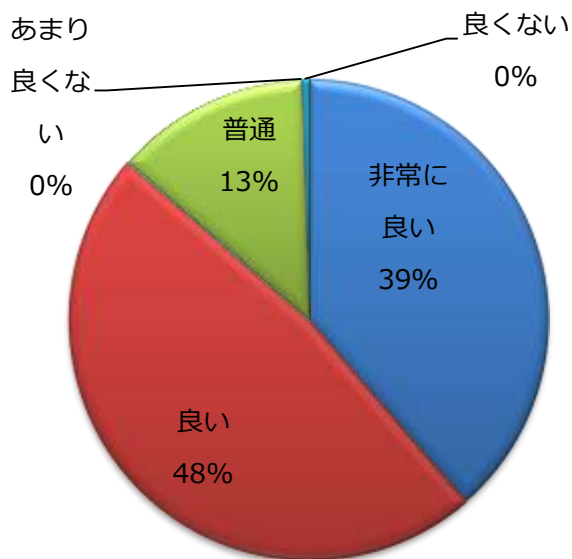
C アンケート集計分析

- 3)** 2014年11月23、24日、ふくしまフェスティバルin Hanoiにて
マンガプロジェクト展示会場来場者、222名
作品①～⑩評価

C 3) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 来場者

2014年11月23日、アンケート222回答

柏屋薄皮饅頭 作品①



「非常に良い」が39%、「良い」が48%と高い評価を得た。色味や作品のタッチも好みに合ったと想定される。

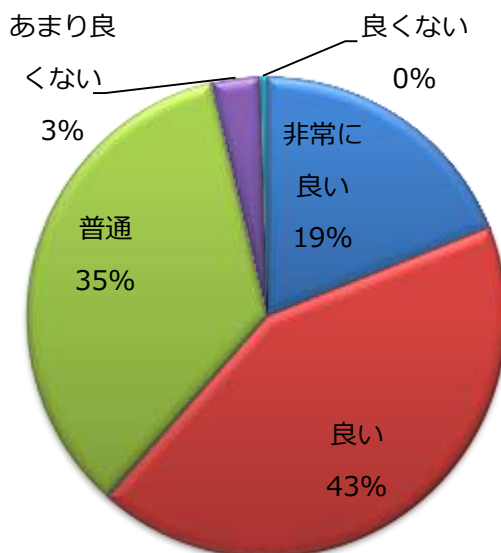
■フリーアンサー

- ・色が豊富できれいだと思う。
- ・日本の饅頭を紹介してくれてありがとう絵はきれいだ
- ・説明が詳しい
- ・ベトナム人が人気があるケーキだ
- ・世界にもっと紹介してください
- ・おいしそう
- ・画像もきれいだ
- ・福島のケーキを紹介できた

C 3) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 来場者

2014年11月23日、アンケート222回答

柏屋薄皮饅頭 作品②



「非常によい」が19%、「良い」が43%である一方、「普通」も35%を示した。比較的シンプルな作品が好みに合わない可能性もある。

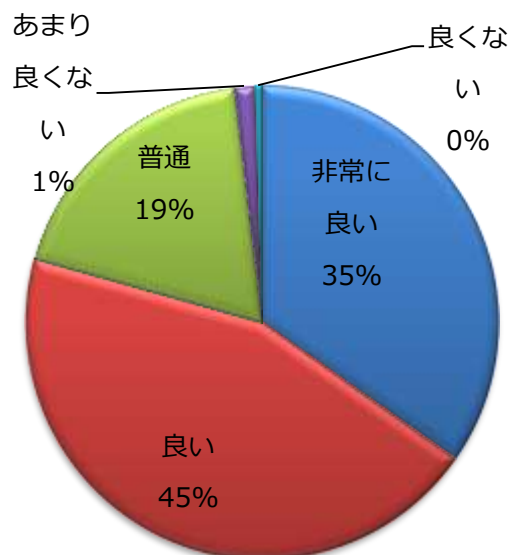
■フリーアンサー

- ・饅頭の美味しさをつたえられる
- ・ユーモア
- ・かわいくておいしそう
- ・絵はユニークだと思う。
- ・人物の感情はもっとはっきりしたほうがいい。

C 3) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 来場者

2014年11月23日、アンケート222回答

柏屋薄皮饅頭 作品③



「非常に良い」が35%、「良い」が45%と高い評価を得た。

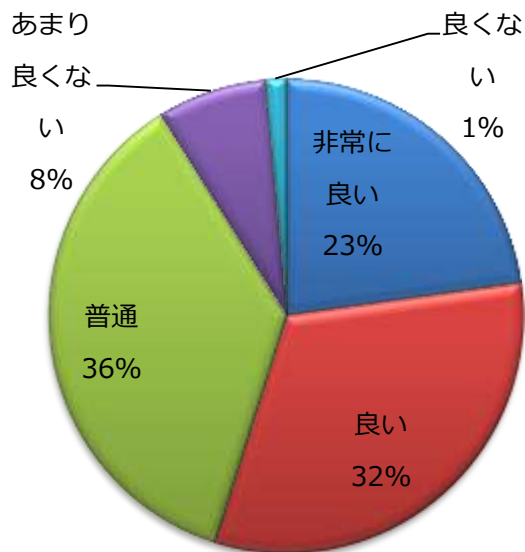
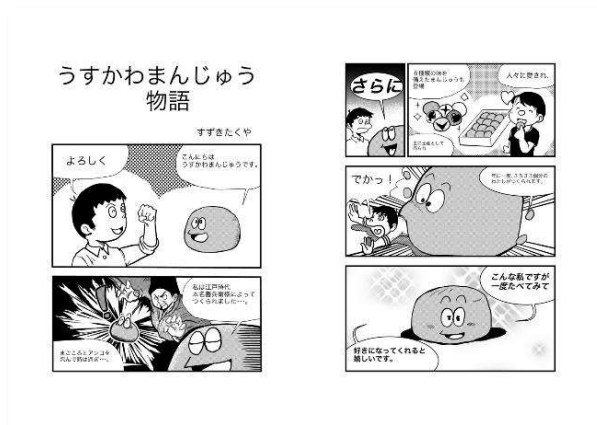
■ フリーアンサー

- ・このような饅頭なら何個も食べられる。
- ・見る人の感覚を刺激するマンガだ
- ・作り方をなりたい
- ・とてもおもしろい

C 3) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 来場者

2014年11月23日、アンケート222回答

柏屋薄皮饅頭 作品④



「非常に良い」が23%、「良い」が32%である一方、「普通」も36%であり相対的に低めの評価である。色味がないことが嗜好性に合わない可能性がある。

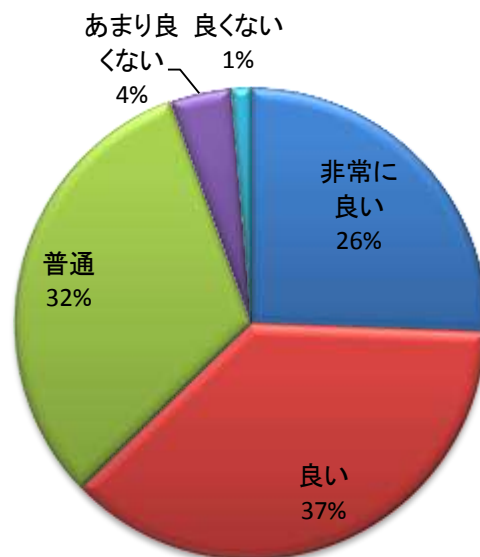
■フリーアンサー

- ・色がないけどおもしろい
- ・ドラえもんを思い出させた
- ・ドラえもんと同じだ

C 3) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 来場者

2014年11月23日、アンケート222回答

柏屋薄皮饅頭 作品⑤



「非常に良い」が26%、「良い」が37%で合計は約6割にとどまった。一方で「普通」が32%を示した。

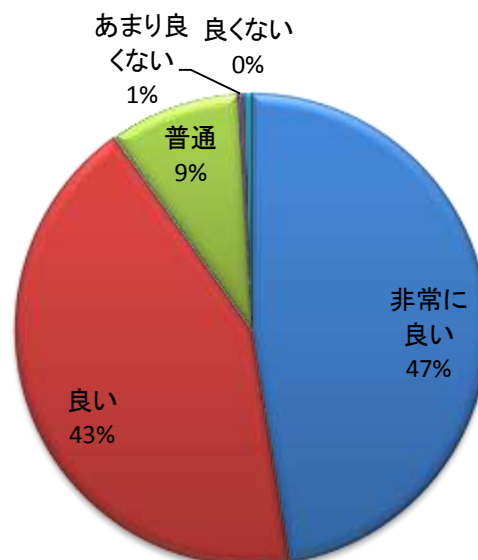
■フリーアンサー

- ・色はきれいでおいしそう
- ・絵はきれいだすばらしいと思う。
- ・おもしろいです。

C 3) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 来場者

2014年11月23日、アンケート222回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑥



「非常に良い」が47%と高い評価を得た。「良い」43%と合わせると90%となる。一方で「お酒の広告に未成年を使わない方がいい」との慎重な意見には注意する必要がある。

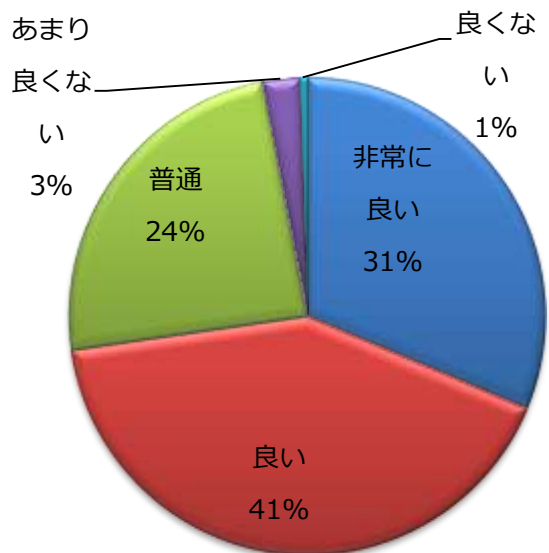
■ フリーアンサー

- ・日本感が強い
- ・お酒の広告に未成年を使わない方がいい
- ・おもしろくて男らしい
- ・お酒の美味しさを伝えられた。

C 3) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 来場者

2014年11月23日、アンケート222回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑦



「非常に良い」が31%、「良い」が41%である一方、「あまり良くない」「良くない」という意見もわずかに4%であるが聞かれた。女性の飲酒について抵抗感がある可能性がある。

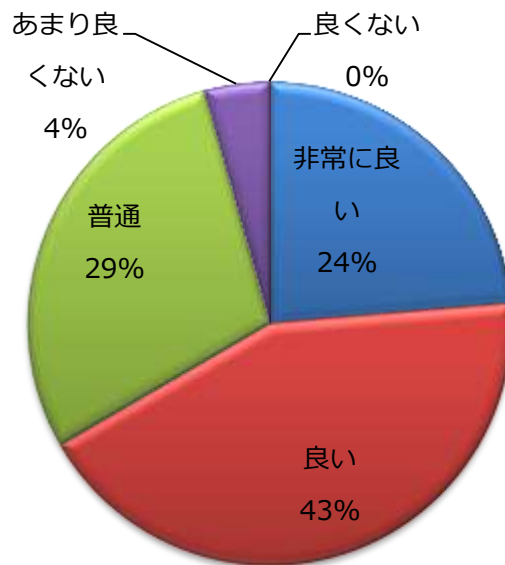
■フリーアンサー

- ・絵をみたら日本人の飲み方がわかるおもしろい。
- ・日本酒の原料がわかった
- ・絵のイラストがいい印象で情報が有益だ。
- ・おもしろくて印象を与える
- ・いいにおいでおいしそう
- ・デラックス

C 3) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 来場者

2014年11月23日、アンケート222回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑧



「非常に良い」が24%。「良い」が43%で合計7割弱に留まる一方、「普通」が29%。「あまり良くない」が4%を示した。

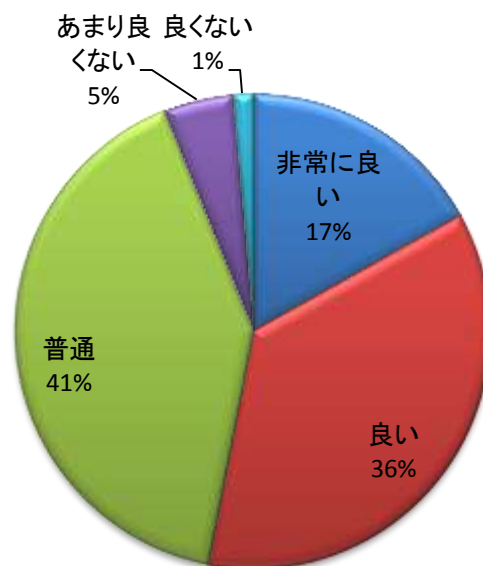
■フリーアンサー

- ・女性と一緒に楽しめる
- ・ベトナムの食料みたい
- ・日本酒の特徴を紹介できた
- ・伝統的
- ・日本的な色だ
- ・けっこう人気がありそう
- ・内容を良く伝えられた

C 3) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 来場者

2014年11月23日、アンケート222回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑨



「非常に良い」が17%、「良い」が36%で合計で約5割と相対的に低い評価であった。絵のシンプルさや色使いなどが嗜好に合わない可能性がある。

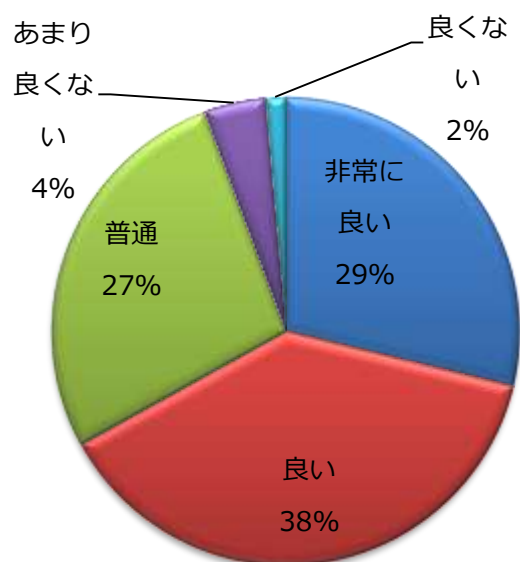
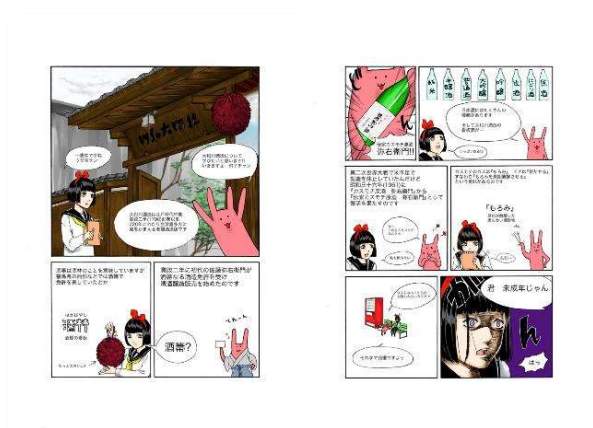
■フリーアンサー

- ・簡単すぎる
- ・この会社を見に行きたい
- ・昔から歴史があって材料が自分で供給する。
- ・絵が色を塗ったほうがいい、それで、活気があると思う。

C 3) ふくしまフェスティバル in Hanoi / 来場者

2014年11月23日、アンケート222回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑩



「非常に良い」が29%、「良い」が38%で合計67%に評価された。学生を使った内容に関しては慎重な意見が聞かれる点には注意を払いたい。

■フリーアンサー

- ・おもしろいです
- ・読者に好奇心を与える
- ・色の使い方がすごい
- ・お酒について学生の映像で紹介するのはあわない。
- ・未成年の人物を使わないほうがいい
- ・想像力が高い

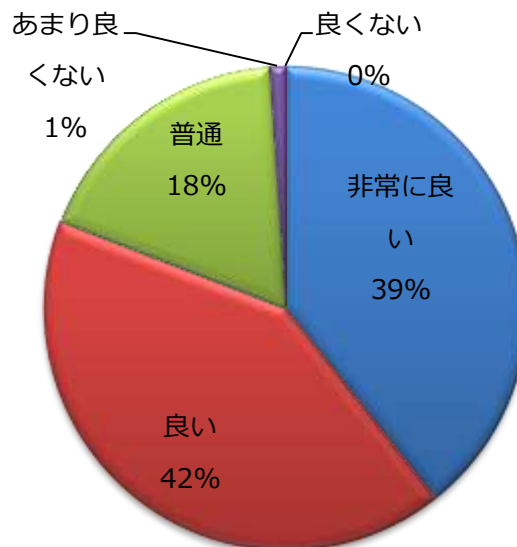
C アンケート集計分析

- 4) 2014年11月25日、フォンドン大学にて
マンガプロジェクト紹介受講の学生、95名
作品①～⑩評価、及びマンガ全般に関して自由コメント

C 4) フォンドン大学

2014年11月25日、アンケート95回答

柏屋薄皮饅頭 作品①



アンケート対象の学生が日本語を勉強しているなど、日本に対する興味度、好感度が高い層にたいする調査であり、全体的に肯定的な結果となる。当作品には「非常に良い」が39%、「良い」が42%で約8割が評価を示した。色使いや詳細まで描いた作品タッチが好みに合っている。

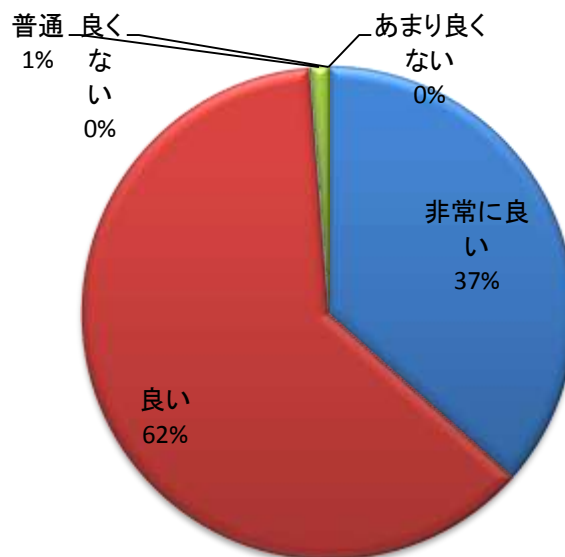
■フリーアンサー

- ・絵がきれい。・色がきれい。
- ・絵に躍動感がある。絵がきれいで、視覚にインパクトを与える。
- ・絵はきれいで目立つ。商品に関する情報が豊富である。
- ・絵もスムーズ。色がきれい。絵と会話の内容がかわいい。趣がある。
- ・絵には親近感があり、生き生きしている。
- ・ケーキの作り方が理解できた。・色が生き生きして目立つ。
- ・よい印象を与える。絵がわかりやすい。配置もよい。
- ・多くの情報を提供している。
- ・画がきれい。内容が面白い。
- ・絵がリアルで生き生きしている。会話の内容が面白い。
- ・絵がきれいで躍動感がある。人物がかわいい。
- ・色もきれい。日本人がこのケーキが好きなのがあった。
- ・ケーキに関する情報を十分に伝えられただけでなく、読者に興味も与えることもできている。
- ・色はあまり魅力的ではない。
- ・絵はきれいだが、内容をすべて表現できていない。
- ・絵は大雑把だが、紹介部分がよい。
- ・色は人目を引かない。あまり魅力的ではない。

C 4) フォンドン大学

2014年11月25日、アンケート95回答

柏屋薄皮饅頭 作品②



「非常に良い」が37%、「良い」が62%と高い評価である一方、作品には細かさ、躍動感等々へ意見が聞かれた。

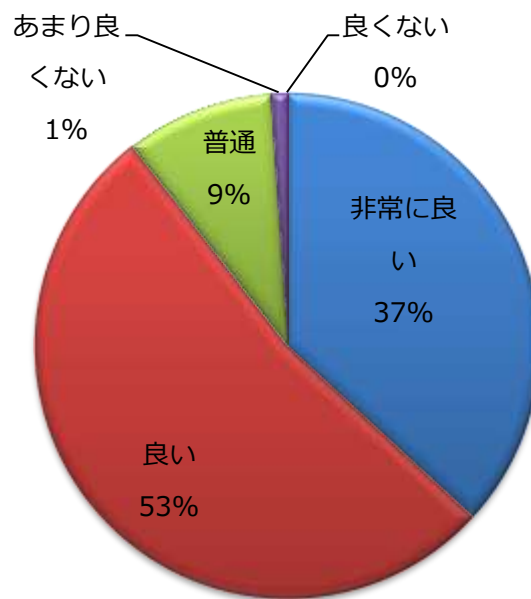
■フリーアンサー

- ・色を使えばもっときれいになる。・絵と情報がかなりシンプル。・絵がいとおしく、かわいい。
- ・色もきれい。魅力的で目を引く。・ケーキの中身についてよく知ることができた。
- ・絵は目立つ。・内容はとても魅力的。・見る人が商品を体感できる。
- ・人物がかわいい。・絵が少し硬いが力強いよいので、アクションの人物によく合う。
- ・紹介内容が細かくてわかりやすい。内容がとても有意義。
- ・絵と色はかなり人目を引く。・内容が面白く魅力的。
- ・見る人を説得する。・きれい。創造性がある。
- ・まだ食べていないが、会話を通じて味をイメージすることができ、とても食べてみたい。
- ・きれい。生き生きしている。
- ・シンプルで明快なのに情報も十分。面白い。
- ・絵はよいが、情報がもっとほしい。すばらしい。
- ・あまり深く感じない。
- ・絵がきれいでも色もよいが、画が少し硬い。
- ・あまり細かくはない。
- ・絵にはあまり躍動感がない。
- ・ケーキの美味しさがあまり伝わっていない。
- ・絵が硬いため、人物のかわいらしさが失われている。特徴がない。

C 4) フォンドン大学

2014年11月25日、アンケート95回答

柏屋薄皮饅頭 作品③



約9割（「非常に良い」37%、「良い」53%）が評価を示し、作品自体にも肯定的な意見が多く聞かれた。

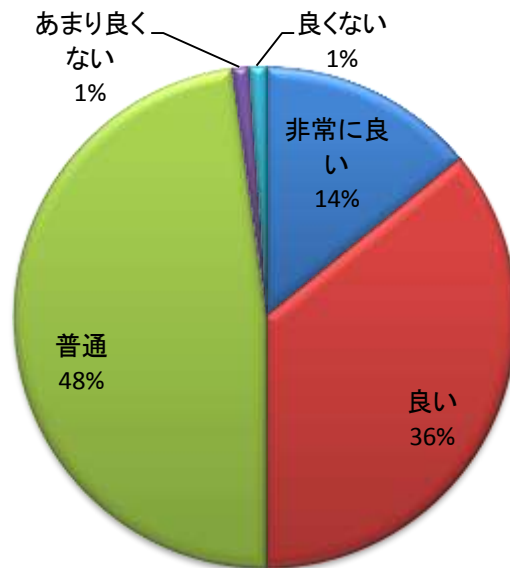
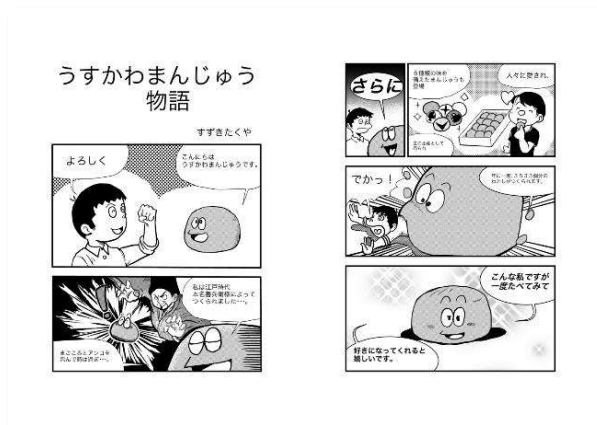
■フリーアンサー

- ・絵が素朴でかわいい。
 - ・漫画では多くの色が使われていて会話も面白かった。
 - ・商品に関する文書の印象がよい。
 - ・色ムラがなくきれい。絵がすごくきれい。
 - ・とても魅力的。絵がきれい。
 - ・メッセージが伝わった。色が魅力的。
 - ・ケーキの材料がよくわかった。色ムラがない。絵が大きく見やすい。すばらしい。
 - ・ケーキを美味しそうに描いている。
 - ・絵が魅力的で、ケーキに関する多くの情報を提供している。豊か。
 - ・内容と色がとてもよい。絵がリアル。絵はきれいで人目を引く。アイデアがよい。
 - ・ケーキがとてもかわいい。
 - ・絵は生き生きしており、創造性もあるため、見る人の注目を集める。
 - ・絵はきれいでクール。内容が面白く人目を引く。絵がきれい。内容も魅力的。試してみたい。
 - ・ケーキの歴史と使い方を知ることができた。絵がきれいで躍動感がある。内容も魅力的。
 - ・言葉がかわいくて、わかりやすい。
 - ・男の子の顔がかわいい。
- ・きれいだが、読者が饅頭をもっと理解できるための絵があまり多くない。
- ・饅頭はどんなもの？人物像と会話内容にはあまり特別なことがない。

C 4) フォンドン大学

2014年11月25日、アンケート95回答

柏屋薄皮饅頭 作品④



他の対象者でも同様であるが、色を使わない当作品への評価は相対的に低い。「非常に良い」14%、「良い」36%で合計で50%に留まる。評価が伸びない理由でも、色に対するコメントが目立つ。

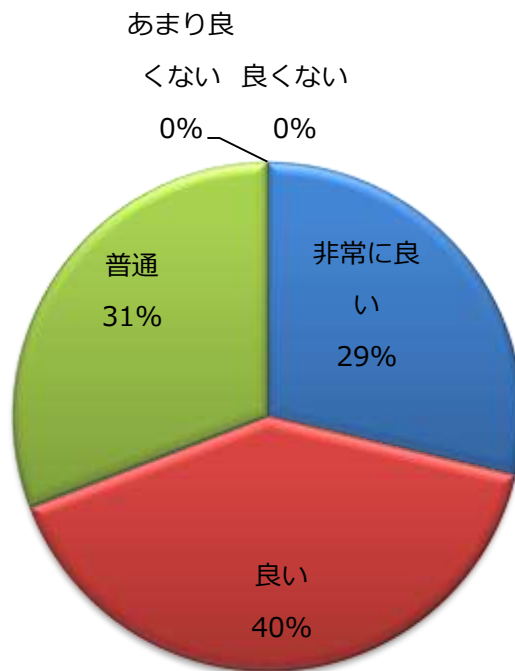
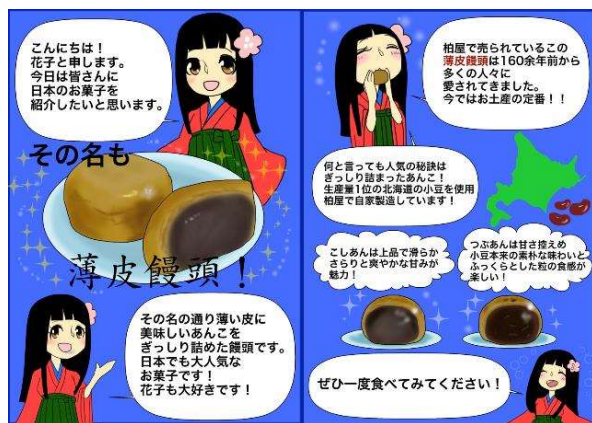
■フリーアンサー

- ・絵が丸くてかわいい。
- ・内容が豊か。絵には創造性がある。・かわいい。
- ・とても魅力的なストーリーを知ることができた。
- ・人物の顔が少し硬いが、PRがよかった。
- ・画がきれいでわかりやすい。創造性がある。
- ・内容が面白い。色も相応しく、人目を引く。
- ・絵はかなりかわいい。内容が比較的面白い。すてき。
- ・ストーリーにユーモアがある。
- ・あまり特色を感じない。・色が単調でよい印象を与えない。
- ・あまり読者の興味を引かない。・生き生きしているが、想像性が足りない。
- ・人物の顔が少し硬い。内容にしまりが無い。
- ・色がないため、美しさと美味しさがあまり伝わらない。
- ・饅頭の話は、創造的であったが、絵はあまりきれいではない。
- ・食べ物に面白い話を使うことは創造的だったが、色にはあまり躍動感がない。
- ・色がないため躍動感がない。
- ・絵は大雑把で単調である。
- ・絵がシンプルであるため、あまり印象に残らない。
- ・絵が少し硬い。配色があまり目立たない。
- ・色がない。内容はあまり魅力的ではない。

C 4) フォンドン大学

2014年11月25日、アンケート95回答

柏屋薄皮饅頭 作品⑤



「非常に良い」29%、「良い」が40%を示す一方で「普通」が31%を示す。背景の色を含む色使いに対する意見が聞かれ、注意が必要である。

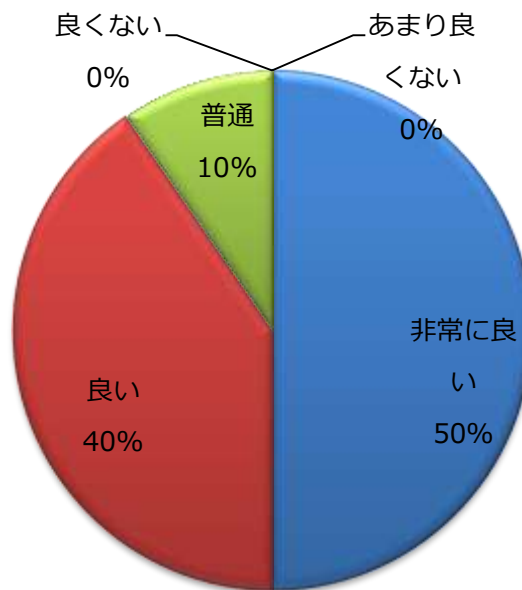
■フリーアンサー

- ・饅頭の皮が薄くて美味しそうに見える。・人物はいとおしくてかわいい。
- ・漫画がきれい。商品に関する情報も十分。・魅力的でふくよかに見える。
- ・美味しい料理と特別な材料について知ることができた。
- ・人物の姿があまり自然ではないが、会話の内容がわかりやすい。
- ・色がきれいなので、読者もケーキの味を想像できる。
- ・とても日本らしい。絵がきれい。人物像がかわいい。
- ・絵はとてもきれい。内容はとても細かい。絵がわかりやすい。
- ・絵はエキサイティング。
- ・見るだけでも食べたいような感覚。魅力的。美味しそう。きれい。
- ・絵がきれいで読者にとって魅力的。
- ・絵は生き生きしている。実際にイメージできる。
- ・想像しやすい。広告の内容を生き生きと伝えている。
- ・調和のとれた色合い。人物像はとてもかわいい。
- ・注目を集めない。
- ・内容の説得力があまりない。
- ・絵はきれいだが、背景の色がちょっと暗い。
- ・よいが、魅力が少ない。
- ・色が相応しくない。

C 4) フォンドン大学

2014年11月25日、アンケート95回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑥



「非常に良い」が50%、「良い」が40%と非常に高い評価を得た。作品内容、色、絵など肯定的なコメントが得られた。

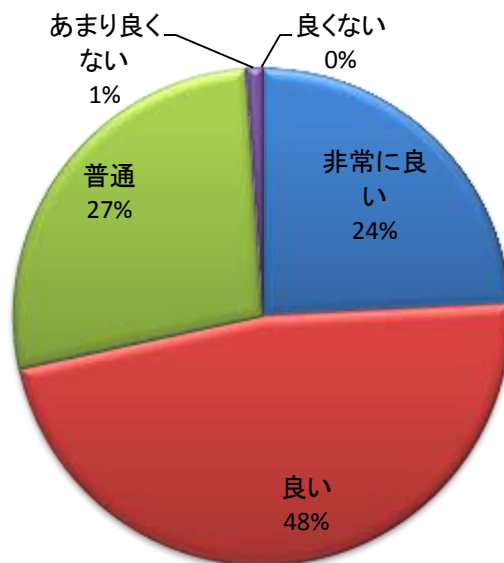
■フリーアンサー

- ・絵がとてもきれい。内容と絵がよい。
- ・商品について十分詳しく紹介できている。
- ・色がきれい。絵がかわいい。
- ・絵がとてもかわいくて、読者を引きつける。細かくて具体的。
- ・生き生きしている。色ムラがなく、商品をうまく紹介できている。
- ・酒の材料が何か理解できた。
- ・内容、絵と配置は合理的。
- ・絵がきれいで多くの情報を提供している。
- ・多くの情報を提供しているが、あまり興味を引かない。
- ・絵が際立っている。
- ・絵が面白い。紹介用の絵はきれいで魅力的。絵がリアルで、生き生きしている。
- ・説明文が優れていて、躍動感がある。
- ・内容も明快でよい。
- ・酒について詳しく説明している。創造的。きれい。
- ・十分に紹介できている。酒の材料と歴史をうまく紹介できている。
- ・色は人目を引く。
- ・ストーリーのスタイルがかなり一般的。洗練した感情表現ができている。
- ・内容と絵を使って商品をよく紹介できている。
- ・目が少し大きく対称ではないが、画がきれい。

C 4) フォンドン大学

2014年11月25日、アンケート95回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑦



「非常に良い」24%、「良い」で48%を示す一方、「津風」27%、「あまり良くない」も1%となった。女性が飲酒する事に対する抵抗が少なからずある事が認識できる。

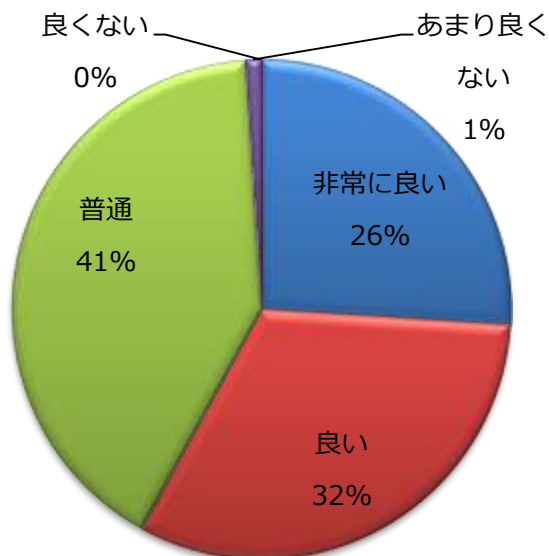
■フリーアンサー

- ・絵の女性がきれい。絵がかなりきれい。
 - ・内容が面白い。絵がとても印象的。
 - ・絵は普通。
 - ・配色がとてもきれい。会話がかわいい。
 - ・シンプルだが、かわいい。
 - ・配色がよく、商品の製造段階についてもうまく紹介できている。
 - ・酒の材料はとても特別なもの。内容は細かい。色と絵が均整。
 - ・画がシンプルであるため、冗漫な感がある。
 - ・絵にはかなり創造性がある。
 - ・魅力的。
 - ・普通。
 - ・女性が酒を飲むの？とても個性がある。
 - ・色と絵は明るくはっきりしている。
 - ・具体的に紹介している。人物像の描きは、かなり創造性がある。
-
- ・絵はきれいではない。
 - ・酒の瓶はあまり目立つところに配置されていない。
 - ・美しいが、躍動感がない。
 - ・絵はきれいでも目を引くが、あまりよい印象は与えないので、女性の人物を広告に使用しないほうがよい。

C 4) フォンドン大学

2014年11月25日、アンケート95回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑧



「普通」が41%、「あまり良くない」が1%と相対的に低評価である。絵のクオリティや色に対するマイナスのコメントが見られ、注意が必要である。

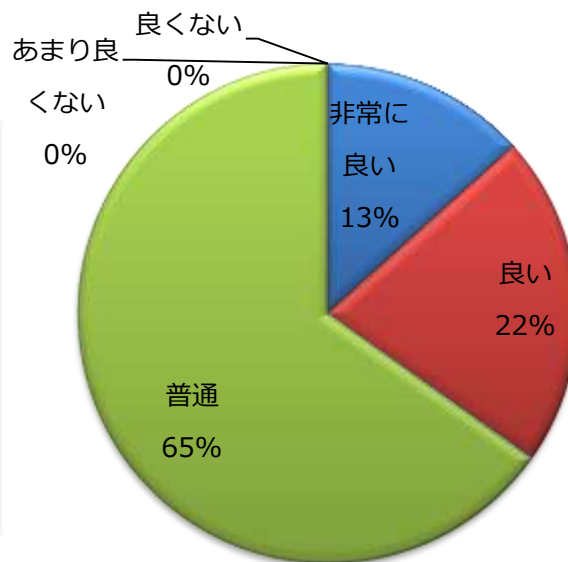
■フリーアンサー

- ・色があればもっときれいになる。
- ・大好き。酒について詳しく知ることができた。
- ・豊か。色ムラがなく、配置が均整。
- ・美味しい酒を売る店がわかった。
- ・詳しく具体的に説明している。色が新鮮。内容がとても面白い。
- ・情報が魅力的。絵がかなりきれい。
- ・内容も面白い。絵がきれいのでわかりやすい。
- ・色に躍動感がある。歴史がよくわかる。
- ・少しシンプル。色ムラがなく、役に立つ内容。
- ・内容は読者の注目を引き付ける。絵がきれい。優れている。
- ・漫画の質は普通。色はあまりきれいではない。
- ・絵はあまりよくない。
- ・内容がよいが、画が少し硬い。

C 4) フォンドン大学

2014年11月25日、アンケート95回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑨



「非常に良い」が13%、「良い」が22%に留まり、「普通」が65%と評価が得られなかった。絵は生き生きしているとの肯定的なコメントがあるものの、ユーモア、商品説明などにマイナス意見が見られた。

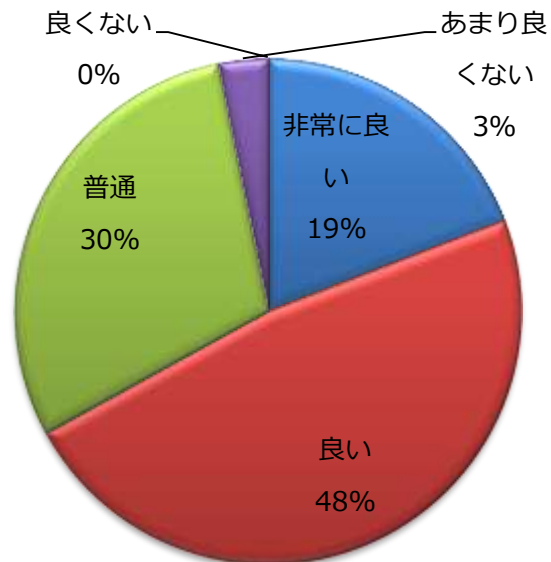
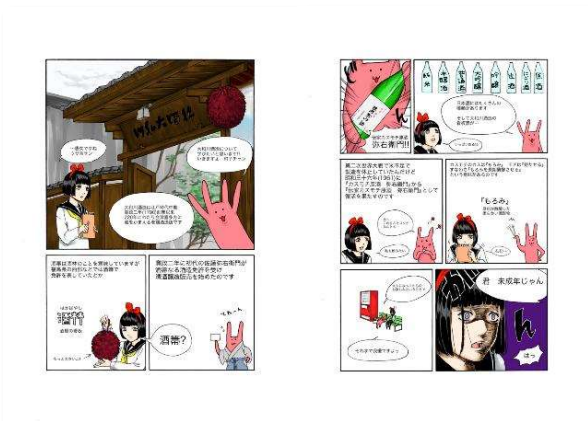
■フリーアンサー

- ・絵は普通。
- ・絵がとてもよい。紹介部分がとてもよい。
- ・色が非常にきれいで、配色もよい。
- ・絵がかわいくて大好き。シンプル。魅力的。
- ・材料がとても魅力的。
- ・会話の部分があまり際立ってない。
- ・生き生きしている。見る人に興味を与える。
- ・絵が生き生きしていて興味深い。
- ・生き生きしている。
- ・とても魅力的。
- ・あまり注目を引かない。
- ・会話内容はつまらない感がなくかなり面白い。
- ・少しシンプル。ユーモアがない。
- ・商品の内容が十分に伝わっていない。
- ・創造性があり、興味を引いたが、情報が少ない。
- ・絵は少し単調で大雑把

C 4) フォンドン大学

2014年11月25日、アンケート95回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑩



「非常に良い」19%、「良い」48%と約7割弱が評価している。一方で30%が「普通」と評価し、絵や会話内容等に関するマイナスコメントが見られる。

■フリーアンサー

- ・絵は生き生きして、きれい。
- ・絵に躍動感があり面白い。
- ・商品についての紹介はよい。
- ・色が非常にきれいで、配色もよい。創造的。
- ・話題に相応しい色と内容になっている。
- ・酒は美味しそうで魅力的 シンプルで特色がすくない。
- ・よく作られている。
- ・個性が強い。
- ・会話の枠が多い。
- ・人物が生き生きしている。
- ・とても魅力的。わかりやすく詳細に紹介できている。
- ・会話の部分は詳しく説明してくれているのでわかりやすい。想像しやすい。
- ・紹介部分は、ユーモアがあり、わかりやすい。
- ・きれい。生き生きしている。とてもかわいい。
- ・あまりこの絵は好きではない。
- ・会話の枠が少し多い。
- ・画がきれいだが、魅力的ではない。
- ・もっと細かくした方がよい。
- ・酒に関する紹介が少ない。

C 4) フォンドン大学(自由回答)

2014年11月25日、アンケート95回答

「ビジネスマンガ」や「マンガを広告で使用したら」等々の質問を中心に、自由にコメントをいただいた。自由回答ローデータを主要ワードクラウドで分析すると以下の様になる。赤字が肯定的ワード、文字の大きさが意見の数を示す。概観では「面白い」「良い」「きれい」「可愛い」「楽しい」等々の肯定的なワードが多く含まれる。(詳細ローデータは後ページを参照)

主要ワードクラウド

HOA HOC TRO TV アイデア アイデア(否) アイドル アピールする アニメ いたずらっぽい イベント
イメージ うまい おなじみ お客さま お祭り カラー キャラクター **きれいだ** ケーキ コナン させる サ
ムライ スタイル **ステキだ** すばやい **する** する(否) ソーシャル その他 チャンス **チラシ** つく つまらな
い テレビ上 トピック ドラえもん とる ない絵 ニーズ ネット ノビタ ハッキリ はやい ハンサムだ ビジネス
ブランド名 プロフェッショナルだ ベトナム マーケティング マスコミ メッセージ メディア やってくる ユー
ザー ユーモア ユニークだ より目 ラジオ リアルだ 愛情 **暗い** 案内 以前 意図 印象 印象的 引きつ

ける 引く 応用する **可愛い** 可能だ 皆さん **絵** 覚えやすい 学生 **楽しい** 活動 関心

嬉しい 期待する 教育 興味 **見る** 現在 効果 **好きだ** 広める **広告** 広告する

広報 載せる 作る 作品 雑誌 **使う** 使用 子供 持つ 実施する 若者 酒 集める

商品 消費者 紹介 紹介する 情報 色 **新聞** 親しみやすい 人物 人目 成功 説明

説明する 宣伝 **宣伝する** 創造性 **多い** 短い 知る 注目 読む **読者** **内容**

日本 **必要だ** 表現する 分かりやすい 分野 文化 文字 勉強 **方法** 豊かだ 本

漫画

魅力的 **面白い** 躍動感 躍動的 有名だ 与える 用いる 理

解しやすい 理解する 立つ **良い** 饅頭

C 4) フォンドン大学(自由回答)

2014年11月25日、アンケート95回答

同様に自由コメントをニーズランキング分析すると要望として「もっと躍動的に」などが見られ、作品への好み等を考察する際に参考として捉える必要がある。また「容易」では、商品、授業を分かりやすくする、広告を親しみやすくする、などのコメントがあげられた。

ニーズランキング

要望			
6%6/100 (件)	1位	してほしい	1件 ・ もっとユーモアがあり躍動的にしてください。
	2位	見たい	1件 ・ そうすると、みんなが見たくなる。
	3位	食べたい	1件 ・ ・ 今度チャンスがあれば、緑豆の饅頭を食べてみたい。
容易			
15%15/100 (件)	1位	理解しやすい	5件 ・ ユーザーや学生が商品や授業を理解しやすくなる効果がある。
	2位	覚えやすい	3件 ・ それに、わかりやすくて覚えやすい効果もある。
	3位	親しみやすい	2件 ・ 広告や勉強に親しみやすく、わかりやすい漫画の絵を利用したほうがよい。
疑問			
1%1/100 (件)	1位	試食する？	1件 ・ ・ ベトナムでいつまたこのような作品を見ることができ、ケーキを試食することができるか？
予想外			
1%1/100 (件)	1位	忘れちゃった	1件 ・ ・ 絵は非常に魅力的で躍動的だが、9番のように内容が少しつまらないと、読者はすぐに忘れてしまう。
可能			
19%19/100 (件)	1位	集めることがで	3件 ・ ・ きれいな絵があれば、読者の注目をもっと集めることができる。
	2位	表現できる	2件 ・ ・ ほとんどの絵で、商品に関する情報をうまく表現できている。
	3位	理解できる	2件 ・ ・ 絵の内容を読んで、酒と饅頭についてよく理解できた。

C 4) フォンドン大学(自由回答)

2014年11月25日、アンケート95回答

注目ワードランキングでは「漫画」が48%、「良い」が35%、「絵」が34%、「使う」が33%で上位4位を占めた。次項で1位～8位のワードについて関連ワードとのマッピング分析を行う。

全体ランキングと注目ワードマップ

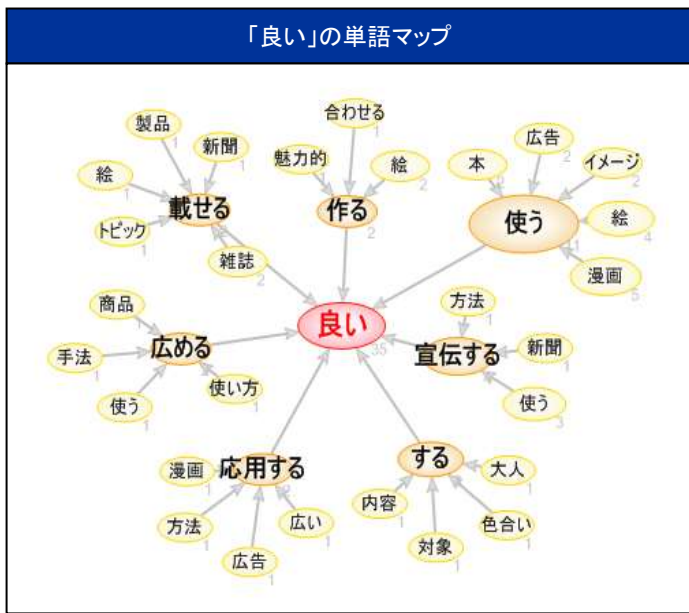
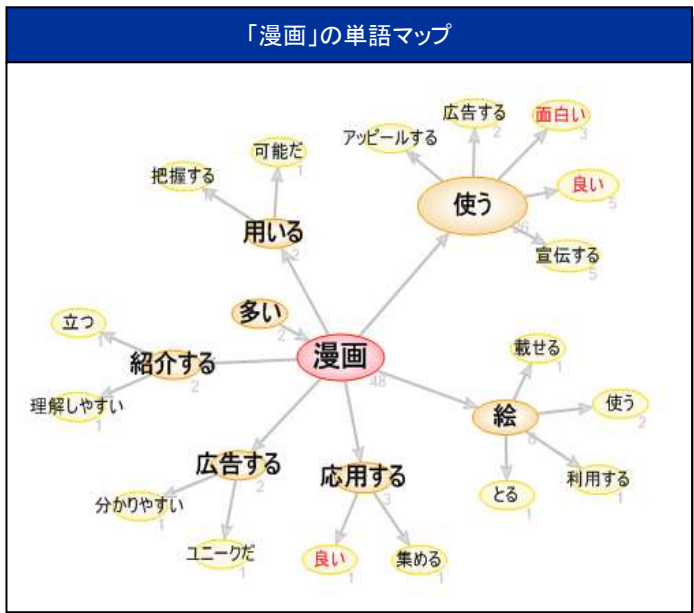
	No.	単語	件数	割合
●	1	漫画	48	48.0 %
●	2	良い	35	35.0 %
●	3	絵	34	34.0 %
●	4	使う	33	33.0 %
	5	広告	21	21.0 %
	6	面白い	17	17.0 %
	7	商品	16	16.0 %
	8	内容	15	15.0 %
	9	新聞	14	14.0 %
	10	多い	12	12.0 %
	11	方法	12	12.0 %
	12	見る	11	11.0 %
	13	宣伝する	11	11.0 %
	14	読者	10	10.0 %
	15	効果	9	9.0 %
	16	きれいだ	8	8.0 %
	17	色	8	8.0 %
	18	魅力的	8	8.0 %
	19	する	7	7.0 %
	20	期待する	7	7.0 %

C 4) フォンドン大学(自由回答)

2014年11月25日、アンケート95回答

注目ワードマップ

1位の「漫画」というワードには「使う」「紹介する」「応用する」「広告する」などマンガを核とした様々な可能性ワードがマッピングされた。2位の「良い」についても「広める」「応用する」「宣伝する」など多様な面で肯定的なワードと関連づけられた。

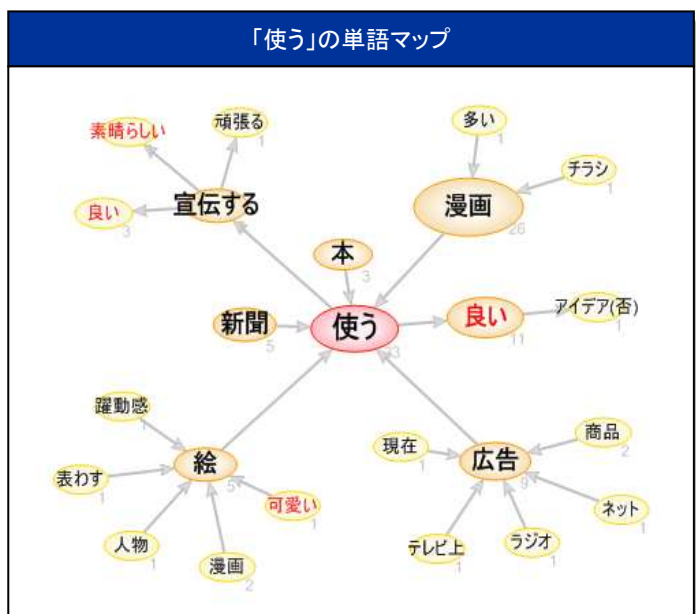
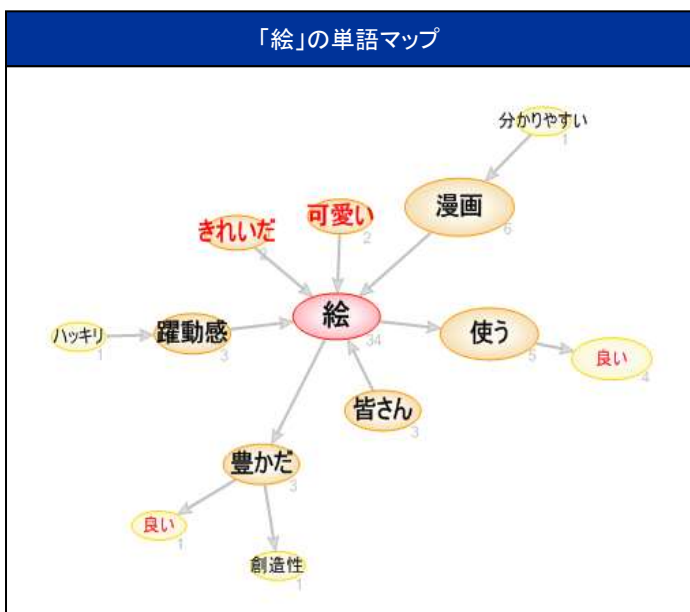


C 4) フォンドン大学(自由回答)

2014年11月25日、アンケート95回答

注目ワードマップ

3位の「絵」については「きれい」「可愛い」の肯定的ワードと関連づけられる。また4位の「使う」は「宣伝」「広告」「新聞」「本」など具体的目的語と関連づけられた。

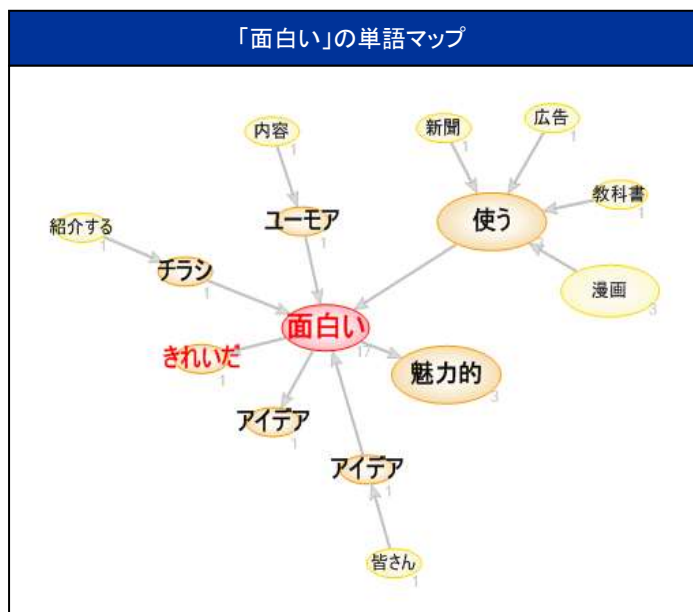
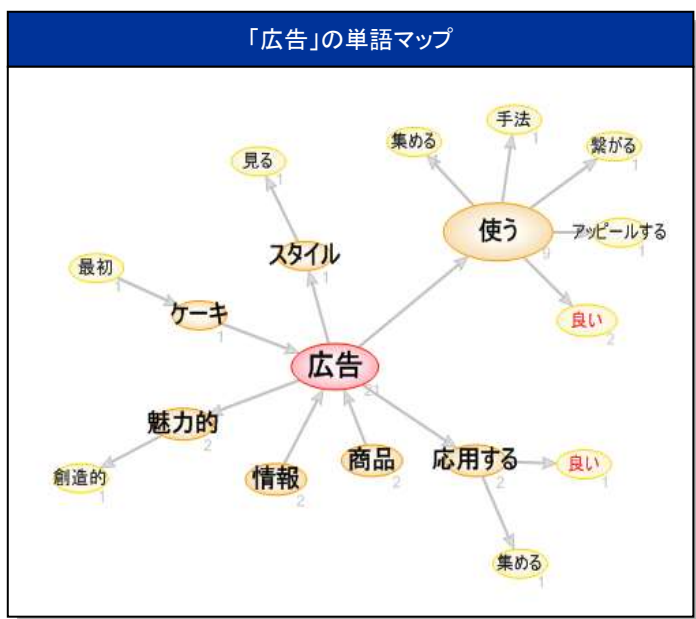


C 4) フォンドン大学(自由回答)

2014年11月25日、アンケート95回答

注目ワードマップ

5位「広告」には「魅力的」「使う」「応用」などのワードが関連づけられ、6位「面白い」には「アイデア」「使う」「ユーモア」などがマッピングされた。

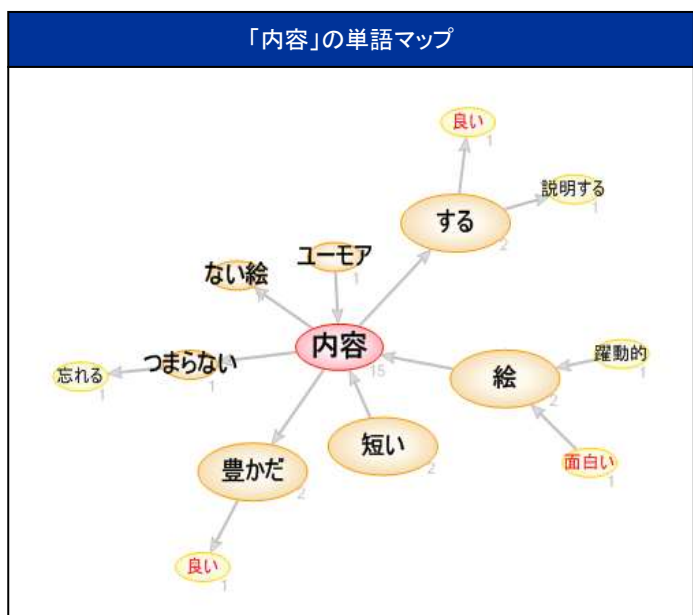
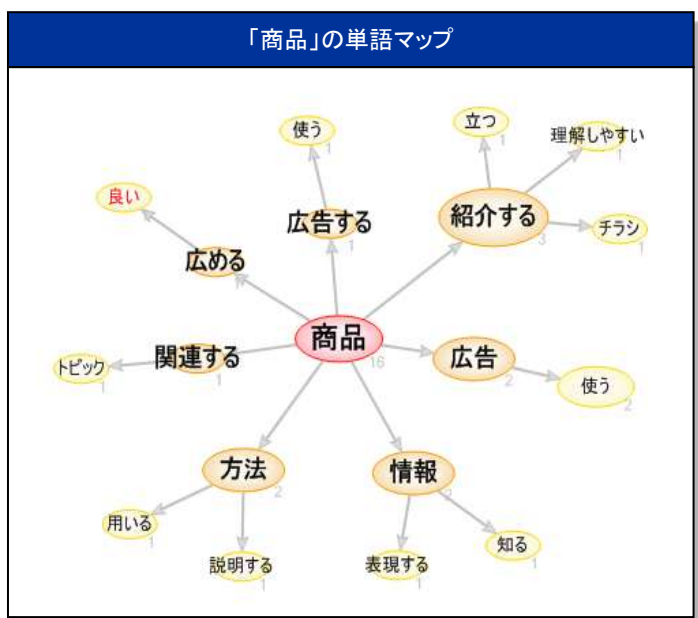


C 4) フォンドン大学(自由回答)

2014年11月25日、アンケート95回答

注目ワードマップ

7位の「商品」には「紹介する」「広告する」「情報」「方法」が関連マッピングされた。
8位の「内容」については「豊かだ」「絵」などが肯定的関連ワードとして見られる。



C 4) フォンドン大学(参考：自由回答・ローデータ)

2014年11月25日、アンケート95回答

- ・漫画に色を付ければ、絵に躍動感が出て、読者を引きつけることができる。
 - ・今日はとても面白く有意義だった。このようなイベントが増え、時間ももっと長くなることを期待する。
 - ・広告に漫画を用いることで、多くの読者がすばやく内容を把握して理解できる。・躍動感のある絵と色は、視覚に訴えるための重要な要素である。・ほとんどの絵で、商品に関する情報をうまく表現できている。
 - ・このように商品広告に漫画を使う手法を広められるととてもよく、人目ももっと引きつけることができると思う。広告をあまり集中させないほうがよい。・チラシやその他のメディアで広告すれば、とても面白く印象的になる
 - ・新聞、チラシや他のメディアで漫画を使って宣伝することはとてもすばらしい。見る人も楽しめる。
 - ・漫画を使って、お祭りや特色ある日本の文化をもっと宣伝することを期待する。
 - ・広告と紹介方法はとても魅力的で創造的。
 - ・多くの分野に応用できることを期待する。・カラーの絵にする。・マスコミで漫画を宣伝する。
 - ・商品の使用方法をカラーの漫画で説明する。
 - ・もし教科書や新聞に漫画を使えばとても面白い。なぜなら、漫画で表示された絵はわかりやすく躍動感があるため、見る人の興味を引きつけやすいから。
- もし可能であれば、数学の問題がもっと面白くなることを期待する。
- ・みなさんのアイデアがとても楽しく面白い。他の国にも広げるため、あらゆる方法で宣伝するのがよいと思う。
 - ・この商品広報はとても面白く魅力的である。絵をもっと工夫すれば、商品の宣伝が向上すると思う。
 - ・漫画を使って広報や教育を行うことは面白いアイデアである。ユーザーや学生が商品や授業を理解しやすくなる効果がある。・漫画を使って宣伝するのがよい。Hoa Hoc Tro新聞（中高生向けのベトナム新聞）ではどのトピックにも1~2個の絵がついている。読者はトピックを読みながら、きれいな絵を眺めることができる。これは興味を引きつけるためのよい方法である。・全ての作品には個性があり、大好き。しかし、もっと創造性が必要。
 - ・多くの人が知っているドラえもんのようなキャラクターを選ぶとよりよい効果が得られる。
 - ・商品に関連したトピックを雑誌に載せた方がよい。
 - ・アニメのキャラクターがチラシに載せられればとてもすてき。
 - ・漫画の絵（特に親しみやすくかわいい人物）を広報や本に使用した方がよい。その理由は見る人が覚えやすく、興味を増やすことができるので。
 - ・漫画の絵を教育とビジネス活動に使った方がよいと思う。そうすることで読者の記憶力が増大したり、興味と印象を与えられたりする効果があるから。
 - ・全ての作品がきれいで躍動感があり、作者の意図を表現できている。
 - ・このアイデアを広告に使えば、大きな成功につながると思う。
 - ・色についてもっと重視した方がよい。内容はとてもよいが、絵をもっと追加した方がよい。
 - ・漫画を使って商品や使い方を広めることはとてもよい。なぜなら、読者に面白さや好奇心、注意を与える効果があるから。
 - ・絵が生き生きしてかわいく、リアルであるため、読者が日本の文化を理解しやすい。男性の人物がとてもハンサム。
 - ・絵は豊かで創造性もあるため、見る人が日本文化を理解しやすい。もっと多くの宣伝方法があるとよい。
 - ・このようなイベントをもっと実施することを期待する。
 - ・漫画を使って新聞で宣伝するととてもよい。
 - ・漫画を使って商品を紹介するチラシはとても面白い。
 - ・全ての絵は非常に人目を引くが、内容と色にもう少し留意したい。
 - ・全ての分野に対してあらゆる方法で展開した方がよい。
 - ・漫画が生活のあらゆる分野に応用されると思う。
 - ・漫画を使って広告するのはとても面白く魅力的。
 - ・学生たちの作品は創造性が高く魅力的であるが、もっとユニークなアイデアが必要。
 - ・どうもありがとう。最初のケーキの広告が一番好き。とてもきれいで印象的。日本の酒の商品については以前から有名だった。
 - ・3番目のケーキがよい。宣伝すれば必ず成功する。日本の酒についてはすでに有名。7番目の絵は女性を代表人物にしない方がよい。6番が一番よい。
 - ・お疲れ様でした。漫画を使って全世界に宣伝するために頑張りましょう。
 - ・漫画を広告戦略や日常商品の使用方法に用いることが可能。
 - ・情熱的で親近感がある。紹介された内容が注目を引く。仕事をする仕方がプロフェッショナルで効果がある。
 - ・漫画で商品を紹介するために、より目立つ色、訴求力のある内容、かわいい絵を使った方がよい。しかし、かなり特徴のある絵と内容が多くある。
 - ・漫画で商品を紹介することで、消費者は理解しやすく、興味を持てる。
 - ・漫画の絵はわかりやすく生き生きしている。
 - ・ベトナムでいつまたこのような作品を見ることができ、ケーキを試食することができるか？
 - ・若者は、文字が多く暗い絵よりも、かわいい絵やきれいな色と短い内容が好き。
 - ・漫画を使えばすべて面白くなる。

C 4) フォンドン大学(参考：自由回答・ローデータ)

2014年11月25日、アンケート95回答

- ・みなさんの絵はとてもきれいで生き生きしています。これらの絵によって広告や案内がより面白く魅力的になります。成功を祈っています。
- ・私たちは漫画を使って広報、伝達、教育を実施することができる。
- ・みなさんの絵は、きれいで広告価値があり、それに内容も豊か。しかし、内容が乏しくあまりよくない絵もある。
- ・もっと多くの作品があることを期待する。
- ・漫画の絵を新聞、雑誌や製品に載せた方がよい。なぜなら、絵の方がわかりやすく、また誰も文字ばかりの広告を我慢して読むわけがないから。したがって漫画を広告に使えばより魅力的でわかりやすくなると思う。
- ・漫画を使って広告や商品説明などをすれば、伝達しやすい効果もあり、反応もよくなる。もっと多くの漫画が使われることを期待する。
- ・新聞やマスコミに漫画で広告すれば、全ての情報がよりわかりやすく、覚えやすく、生き生きとする効果がある。
- ・絵は非常に魅力的で躍動的だが、9番のように内容が少しまらなないと、読者はすぐに忘れてしまう。
- ・漫画を商品広告や新聞記事に使えば、読者の注目を集めることができる。それに、わかりやすく覚えやすい効果もある。
- ・本だけではなくインターネット、新聞、ラジオ、テレビにも漫画を使った方がよい。
- ・注目を集めるために、もっと多くの漫画のアニメを映った方がよい。
- ・ベトナムで全ての広告や宣伝活動などに漫画を使えば、もっと多くの聴衆や関心を持っている人たちにアピールすることができる。
- ・子ども支援や宣伝活動では、漫画が若者に受け入れられやすい。さらに新聞より若者に早く届けることができる。
- ・内容と絵をもっと豊かにした方がよい。
- ・私は広告に漫画を使った方がよいと思う。
- ・チラシやソーシャルメディアによる宣伝や広告のほかにも、漫画を使ってあらゆる分野で現在の広告ニーズに応えることが可能。とても躍動感がある。
- ・絵は生き生きしている方がよい。ブランド名を宣伝する内容を太字にして十分に説明した方がよい。絵には若者がよく知っている漫画の人物を使用した方がよい。
- ・インターネット、ラジオ、新聞、テレビ上の広告以外に漫画（チラシ）を使って宣伝した方がよい。ハッキリした躍動感のある絵を使用した方がよい。また、その絵は、ドラえもん、ノビタ、コナンやサムライなどのおなじみの人物を使うべき。そうすると、みんなが見たくなる。しかしこの対象は子どもだけ。大人を対象にする場合は、おなじみのイメージや彼らのアイドルのイメージを使用した方がよい。
- ・紙での紹介の代わりにマスコミやソーシャルメディアにて紹介することが可能。
- ・使用方法の説明は漫画で作ることが可能。
- ・今度チャンスがあれば、緑豆の饅頭を食べてみたい。
- ・新聞やマスコミなどで漫画を使って広告することは面白く、注目を集める。しかし、好きではない人や関心がない人は嫌がるだろう。面白く躍動的な絵と、短く十分な内容によって読者の注目を引き付けることができる。
- ・漫画で広告するのはとても面白くユニークだと思う。それは見る人を興奮させる。
- ・きれいな絵があれば、読者の注目をもっと集めることができる。結果としてメッセージもより伝わりやすくなる。
- ・漫画を情報広告に応用した方がよい。
- ・漫画を情報広告に応用すると、読者や見る人の注目を集めることができる。
- ・漫画の絵は色、もっと魅力的で調和のとれた色合いにするのがよい。
- ・このような直接的な紹介方法を新聞・本・インターネットなどで紹介する方法に変えるのはあまりよくないと思う。なぜなら、自分の知っている限りでは、漫画に対して特別な愛情を持っている人以外は、関心を持つ人があまり多くないから。今回のように直接やってきて紹介してくれる場合には、紹介された人も理解しやすいと思う。
- ・科学に関する硬めの内容と面白くユーモアのある内容を組み合わせる方がよいと思う。
- ・皆さんの絵には魅力と創造性があるため、見る人に多くの興味を与えようと思う。
- ・会話量を減らした方がよい。しかし、お客さまが商品に関する情報を十分に知りたいため、会話量を減らすと言っても必要な情報は失わない方がよい。また人物像はあまり似ていない方がよい。
- ・お客さまの注目を引くために、漫画を広告やマーケティングに使用した方がよい。
- ・絵をもっと生き生きとさせるために色を付けた方がよい。
- ・内容に少しユーモアがあると面白い。
- ・もっと感慨を表わす絵を使う。
- ・明快で含蓄のある内容にした方がよい。
- ・そのいたずらっぽい絵を見てとても嬉しかった。
- ・絵の内容を読んで、酒と饅頭についてよく理解できた。
- ・現在の広告に漫画を使えばとても面白いと思う。聞き手や消費者に楽しい感覚を与える効果がある。しかし、使用方法の説明に漫画を使うのはよいアイデアではないと思う。なぜなら、消費者に漫画の乱用を感じさせたり、冗漫に感じさせたりするからだ。・このような広告スタイルを見てとても嬉しかった。
- ・この方法をもっと広く応用した方がよい。これも生徒や学生の勉強に役に立つと思う。・多くの人が応援すると思ふ。

C 4) フォンドン大学(参考：自由回答・ローデータ)

2014年11月25日、アンケート95回答

- ・面白く、きれいで、生き生きとした作品を作り出すためには、もっと強化、促進、活用することが必要。
- ・新聞で商品広告する時は漫画を使った方がよい。
- ・お客さまの好みに合わせて、色がある絵を作った方がよい。
- ・酒を宣伝する時は、ユニークで、新鮮で、魅力的で、躍動感のある絵を作るのがよい。
- ・もっと努力して発展させてください。もっとユーモアがあり躍動的にしてください。広告や勉強に親しみやすく、わかりやすい漫画の絵を利用したほうがよい。
- ・漫画をより豊かにするために、もっと動物のイメージを使った方がよいと思う。
- ・新聞、雑誌や本に漫画を使えば、よりわかりやすく勉強しやすいと思う。

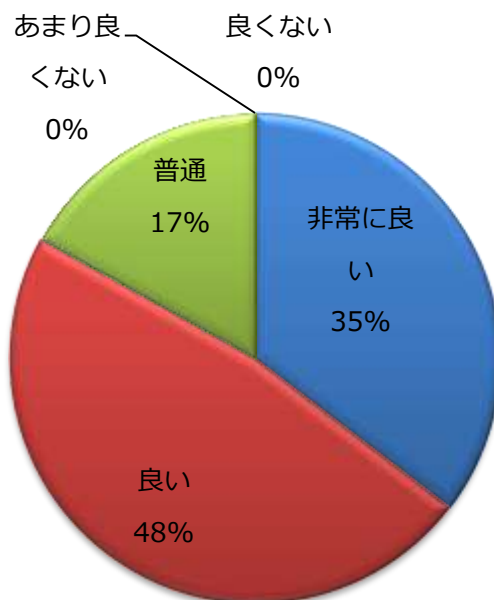
C マンガ作品評価アンケート

- 5)** 2014年11月25日、ハノイ芸術工科大学にて
マンガプロジェクト紹介受講の学生、67名
作品①～⑩評価、及びマンガ全般に関して自由コメント

C 5) ハノイ芸術工科大学

2014年11月25日、アンケート67回答

柏屋薄皮饅頭 作品①



ハノイ芸術工科大学の学生を中心にアンケートを実施。全般的に芸術を勉強している学生であり、作品面、クオリティ面でのコメントが比較的多くなる。作品①への評価は「非常に良い」が35%、「良い」が48%と高い評価を示した。絵へのクオリティ、画像数等の構成要素へのコメントが見られた。

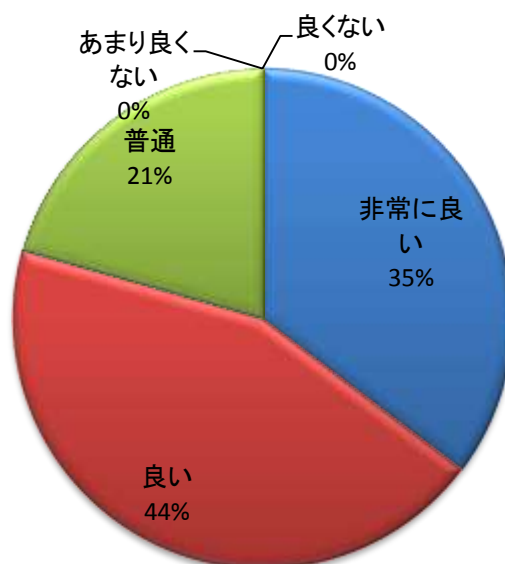
■フリーアンサー

- ・配色がいい感じで、絵柄がきれい
- ・画像がきれい。
- ・製品紹介もよい。
- ・ケーキが美味しそう。絵はきれい。
- ・色も魅力的。
- ・画像が多いことは、字を読めない外国人にとってはよいこと。
- ・画像だけで十分。
- ・表は魅力。紹介内容だけでは味（味覚）が伝わらない。
- ・小豆饅頭の美味しさを感じることができた。
- ・美味しそう。すぐ食べてみたい。色もすてき。画像と内容はよい。

C 5) ハノイ芸術工科大学

2014年11月25日、アンケート67回答

柏屋薄皮饅頭 作品②



「非常に良い」35%、「良い」が44%と高い評価を得た。商品紹介の方法などにコメントが見られた。

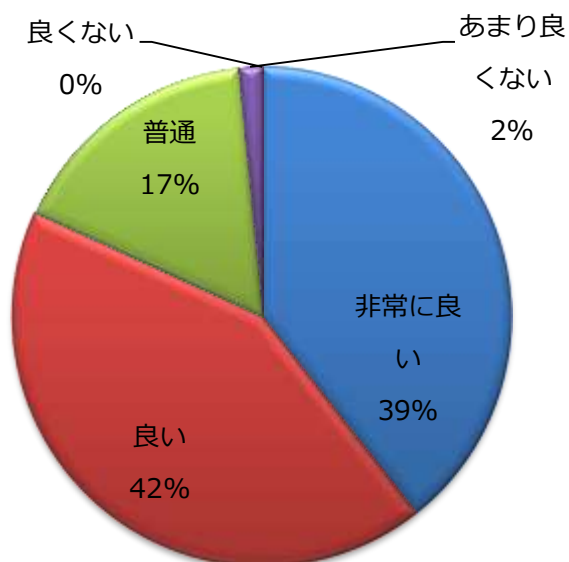
■フリーアンサー

- ・絵柄が印象的 色が魅力的。
- ・紹介方法も面白い。
- ・画像が魅力。
- ・商品がとても美味しそう。
- ・画はシンプルであるが効果は高いと思う。しかし、最後の紹介部分は最初のものよりもよくない。
- ・絵は少し単調だ。
- ・かわいくて、味わってみたいとても良い。
- ・画像からケーキの美味しさが伝わった。あまり創造性が感じられない。

C 5) ハノイ芸術工科大学

2014年11月25日、アンケート67回答

柏屋薄皮饅頭 作品③



「非常に良い」39%、「良い」42%と高い評価を得た。文字数に対するコメントは今後の参考になる。

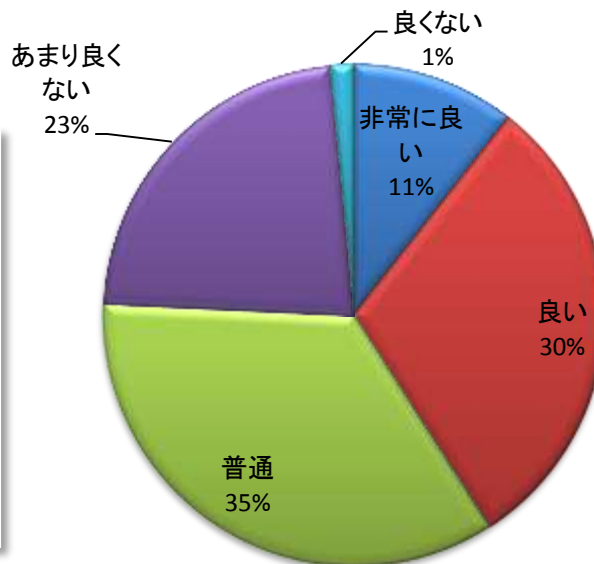
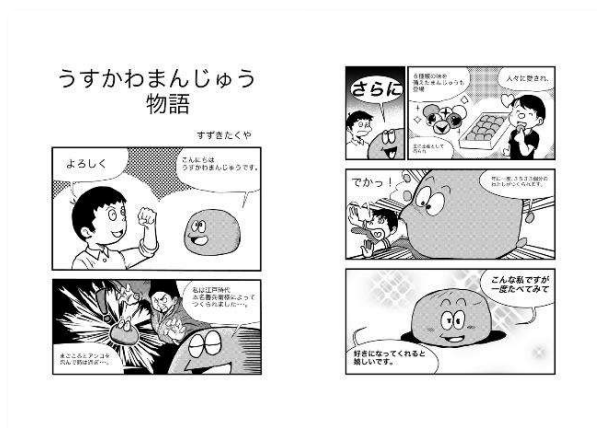
■フリーアンサー

- ・商品はリアルで美味しそうと感じた。
- ・文字が多い画像は、日本語が分からない外国人にとって分かりにくい。
- ・色はかなり目立つが、商品に関する紹介にはあまり魅力を感じない。
- ・配置と色は目立っている。
- ・ケーキはあまり目立たない。
- ・ケーキの中身には魅力を感じない。

C 5) ハノイ芸術工科大学

2014年11月25日、アンケート67回答

柏屋薄皮饅頭 作品④



「あまり良くない」23%、「良くない」が1%と合計で24%が否定的評価となった。色味が少ない事がマイナス要因としては大きい。

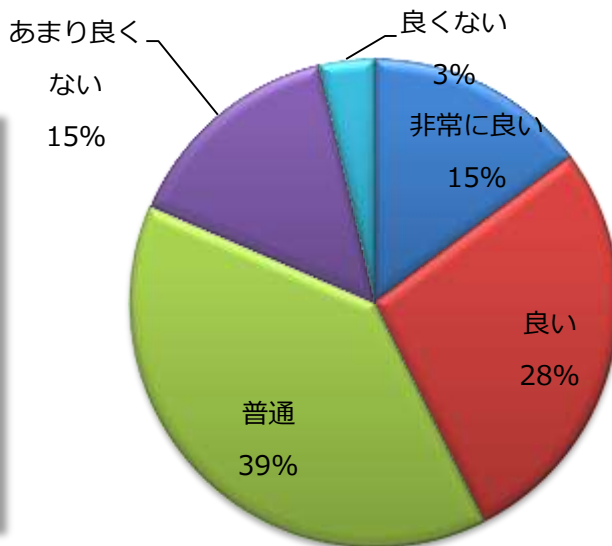
■フリーアンサー

- ・色がないため、注意を引くことはできない
- ・色がないため、あまり魅力を感じない。
- ・内容にはかなり魅力を感じたが、画が少し硬い。
- ・絵がかわいい。表現が自然。画像と内容がかわいい。

C 5) ハノイ芸術工科大学

2014年11月25日、アンケート67回答

柏屋薄皮饅頭 作品⑤



「非常に良い」は15%に留まる一方、「あまり良くない」15%、「良くない」3%とネガティブな評価と考える。

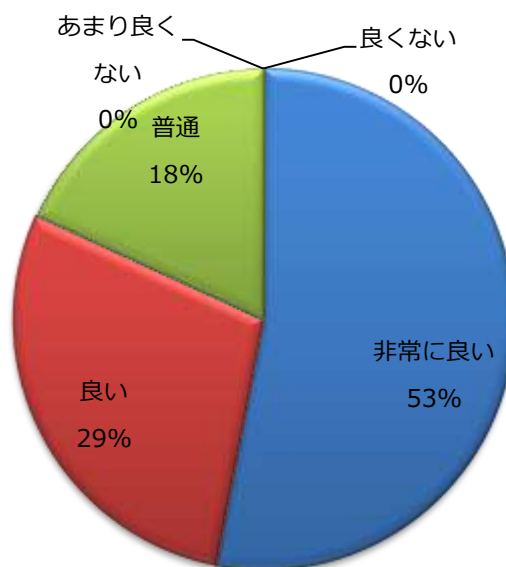
■ フリーアンサー

- ・ ケーキが本物のように描かれたが、会話の枠が少し大きかった。
- ・ 饅頭がきれいに描かれていた。
- ・ あまり魅力を感じない。

C 5) ハノイ芸術工科大学

2014年11月25日、アンケート67回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑥



「非常に良い」53%で高い評価を示した。画像、描写、色など肯定的なコメントが見られる。

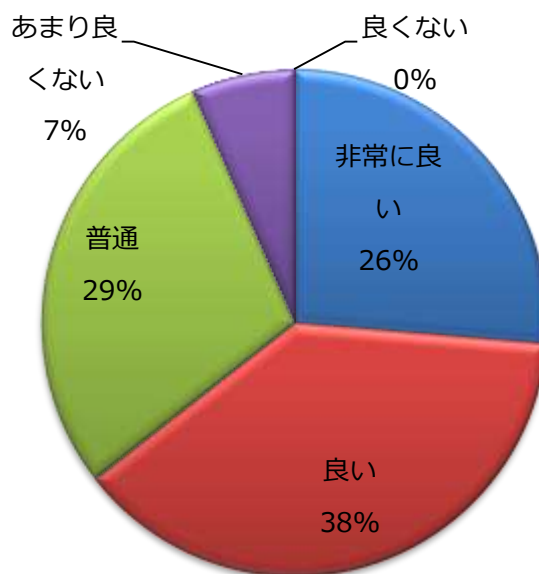
■フリーアンサー

- ・紹介方法はよかったが、画像にはあまり魅力を感じない。
- ・人物が際立ってきれいに見える。
- ・内容はかなりよい。画にも魅力を感じた。
- ・画像と色が印象的だ。描線は優れていて、お酒の味を感じることができる。とても良い。
- ・絵は可愛い。
- ・画像がわかりやすく魅力的。

C 5) ハノイ芸術工科大学

2014年11月25日、アンケート67回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑦



「非常に良い」が26%、「良い」38%で6割強の肯定的な評価となった。絵の魅力度や、ここでは見られないが、女性の飲酒に対する抵抗感がある事も想定できる。

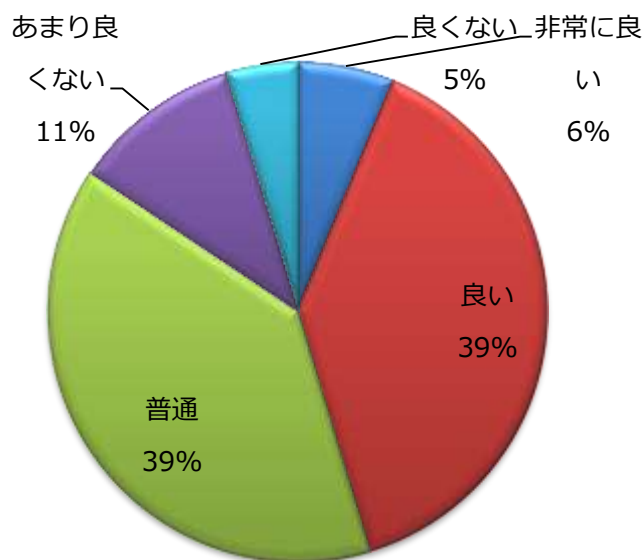
■フリーアンサー

- ・絵は面白い。
- ・内容はシンプルでだが、効果がある。
- ・説明図は印象的。画がきれい。
- ・内容はよいが、絵には魅力を感じない。

C 5) ハノイ芸術工科大学

2014年11月25日、アンケート67回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑧



「非常に良い」は6%に留まり、「良い」の39%と合わせても過半数の評価に満たない。「あまり良くない」11%、「良くない」も5%であり、商品と生産過程の説明、内容が長い、などの構成要素へのマイナスコメントが得られた。

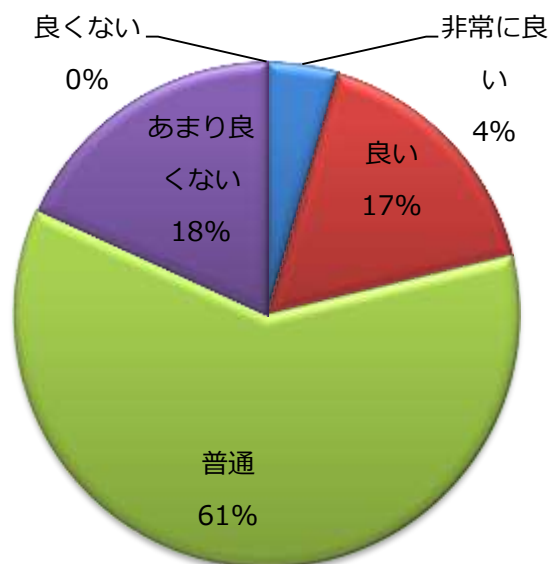
■フリーアンサー

- ・人物がきれい。
- ・商品と生産過程が明確。
- ・内容が長いので、参加者はあまり興味を感じない。

C 5) ハノイ芸術工科大学

2014年11月25日、アンケート67回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑨



「非常に良い」は4%、「良い」が17%に留まる一方、「あまり良くない」が18%となった。お酒のイメージが目立たない、単調な内容、などのコメントには注意が必要である。

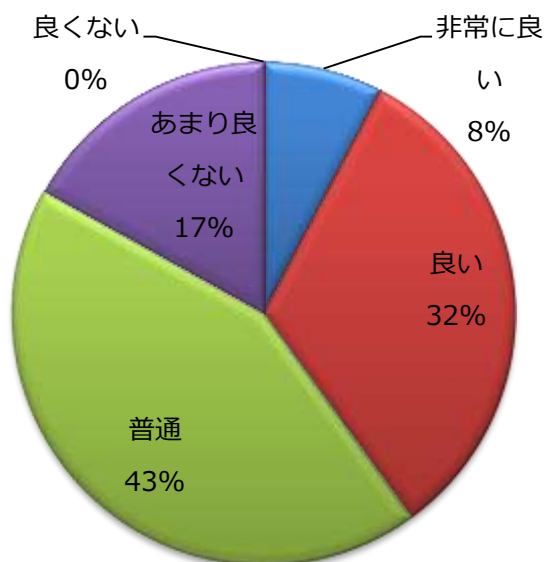
■フリーアンサー

- ・お酒のイメージは目立たない
- ・単調 内容と画像は、読者に対してのアピールが少ない。

C 5) ハノイ芸術工科大学

2014年11月25日、アンケート67回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑩



「非常に良い」が8%、「良い」が32%に留まった。色、絵、人物、会話、インパクトに対してマイナスコメントが得られており、注意が必要である。

■ フリーアンサー

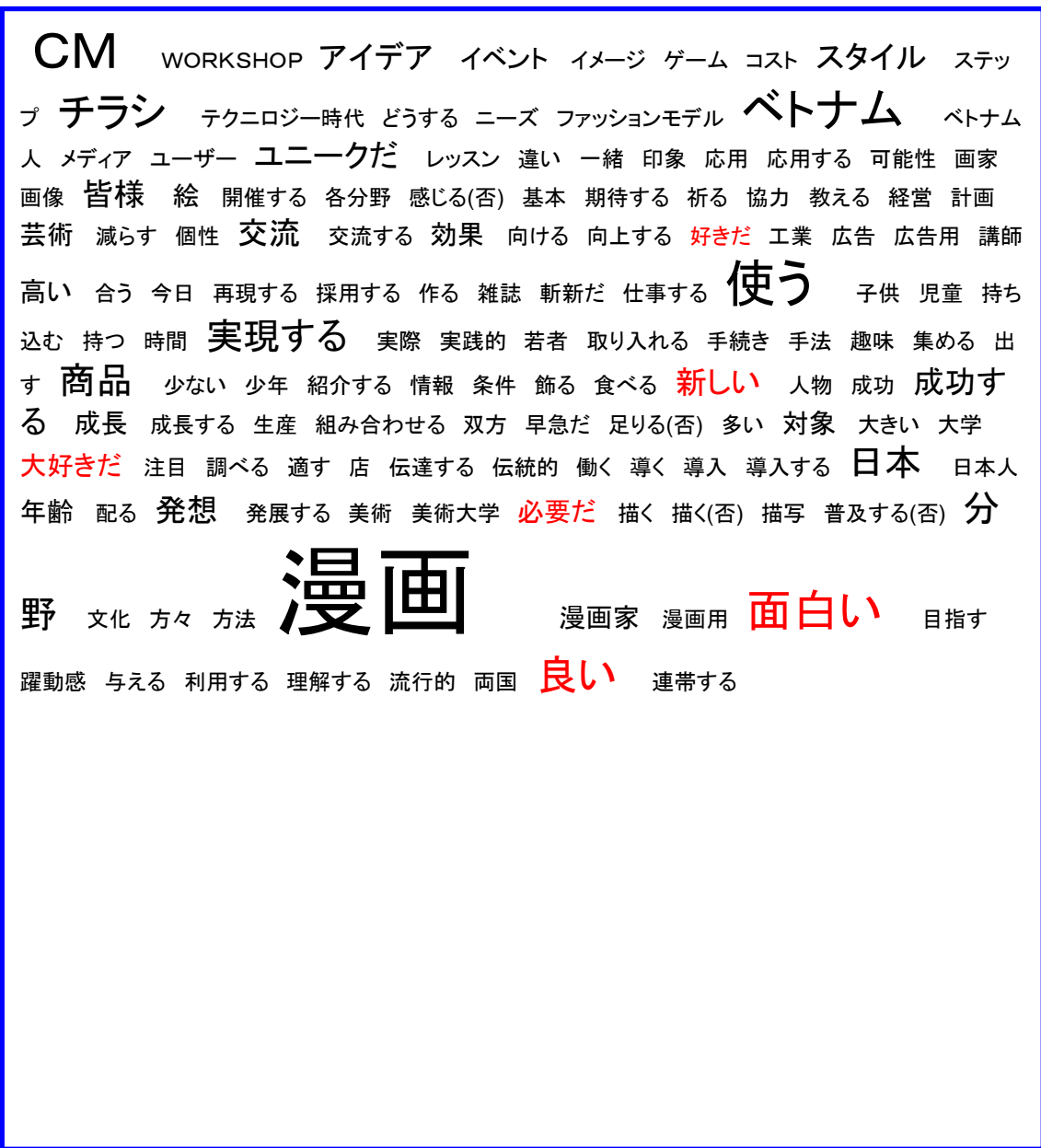
- ・色と絵は魅力的ではない
- ・人物と会話が暗い。
- ・強いインパクトを与えない。
- ・読者をガイドする内容はよい。

C 5) ハノイ芸術工科大学 (自由回答)

2014年11月25日、アンケート67回答

「ビジネスマンガ」や「マンガを広告で使用したら」等々の質問を中心に、自由にコメントをいただいた。自由回答ローデータを主要ワードクラウドで分析すると以下の様になる。赤字が肯定的ワード、文字の大きさが意見の数を示す。概観では「新しい」「面白い」「良い」「大好きだ」等々の肯定的なワードが多く含まれる。また、「CM」「アイデア」などのワードも多く抽出された。(詳細ローデータは後ページを参照)

主要ワードクラウド







C 5) ハノイ芸術工科大学 (自由回答)

2014年11月25日、アンケート67回答

同様に自由コメントをニーズランキング分析すると要望として「もっと多くの交流イベント」などが見られ、今回の様な機会を切望する声が聞かれた。可能としては「漫画をコマーシャルに使う」事に対しては肯定的である一方、疑問で「高い年齢層に向けてどうするか？」との課題も提示された。

ニーズランキング

要望			
 15.38% 4/26 (件)	1位 交流したい	1件	・日本の漫画が大好きなので、日本の漫画家ともっと交流したい。
	2位 作りたい	1件	・・もっと多くの交流イベントを作っていたきたい。
	3位 使用したい	1件	・なぜなら、商品を絵のみで再現しても、商品に関する情報を伝達する効果はあるが、ユーザーに使用したいと感じさせることはできないと思うから。
疑問			
 11.54% 3/26 (件)	1位 どうする？	1件	・そのため、年齢が高い対象に向けてのためにどうしたらよいのか。
	2位 教える？	1件	・そのため、日本人と働ける場合では、講師の方々に日本のスタイルに合った描写方法を教えていただけないか。
	3位 減らす？	1件	・・漫画をコマーシャルとチラシに使うと、生産コストは減らすことができるか。
不可			
 3.85% 1/26 (件)	1位 感じる事ができ	1件	・なぜなら、商品を絵のみで再現しても、商品に関する情報を伝達する効果はあるが、ユーザーに使用したいと感じさせることはできないと思うから。
可能			
 26.92% 7/26 (件)	1位 実現できる	2件	・・漫画をコマーシャルに使うアイデアは、とても面白くユニークで実現可能だと思う。
	2位 減らせる	1件	・・漫画をコマーシャルとチラシに使うと、生産コストは減らすことができるか。
	3位 持てる	1件	・・紹介された漫画のほとんどが面白く、流行的で、新しいイメージを持つことができた。

C 5) ハノイ芸術工科大学（自由回答）

2014年11月25日、アンケート67回答

注目ワードランキングでは「漫画」が61.5%、「CM」が26.9%、「使う」が26.9%、「ベトナム」が23.1%で上位4位を占めた。次項で1位～8位のワードについて関連ワードとのマッピング分析を行う。

全体ランキングと注目ワードマップ

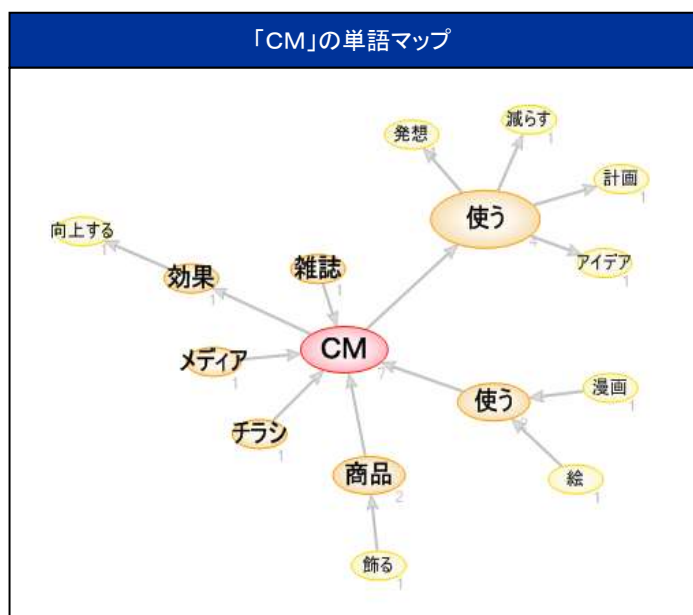
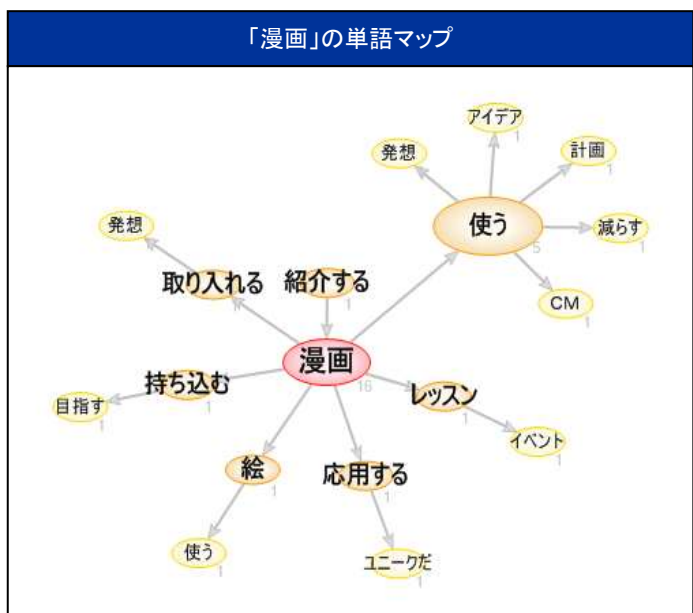
	No.	単語	件数	割合
●	1	漫画	16	61.5 %
●	2	CM	7	26.9 %
●	3	使う	7	26.9 %
●	4	ベトナム	6	23.1 %
	5	面白い	6	23.1 %
	6	チラシ	5	19.2 %
	7	良い	5	19.2 %
	8	実現する	4	15.4 %
	9	商品	4	15.4 %
	10	日本	4	15.4 %
	11	分野	4	15.4 %
	12	アイデア	3	11.5 %
	13	スタイル	3	11.5 %
	14	ユニークだ	3	11.5 %
	15	皆様	3	11.5 %
	16	交流	3	11.5 %
	17	新しい	3	11.5 %
	18	成功する	3	11.5 %
	19	発想	3	11.5 %
	20	イベント	2	7.7 %

C 5) ハノイ芸術工科大学 (自由回答)

2014年11月25日、アンケート67回答

注目ワードマップ

1位の「漫画」というワードには「使う」「取り入れる」「応用する」などのワードが関連づけられた。2位の「CM」については「使う」「雑誌」「メディア」「チラシ」等々、具体的な展開に関連したワードがマッピングされた。

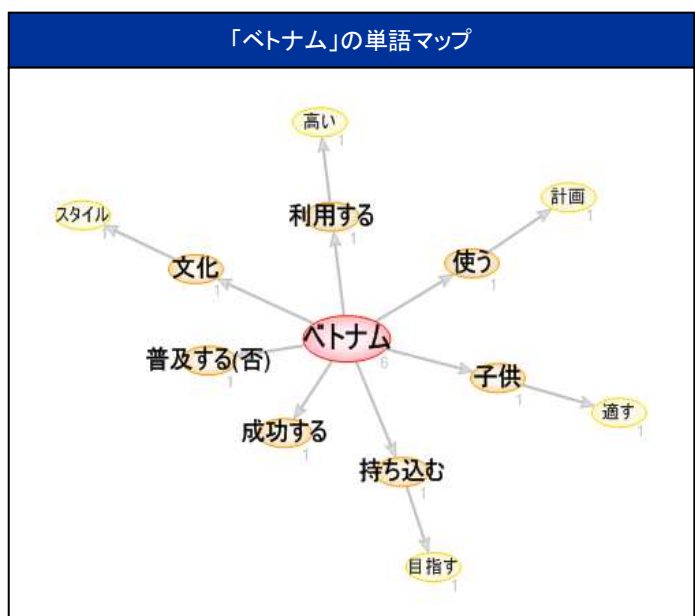
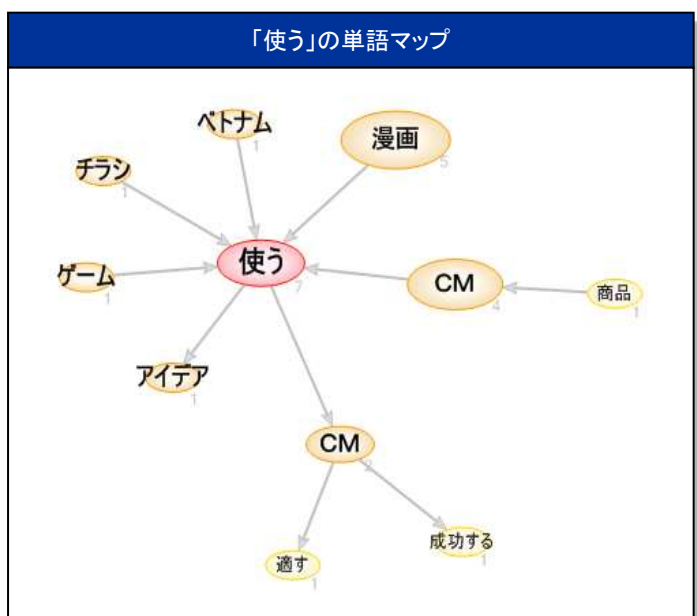


C 5) ハノイ芸術工科大学 (自由回答)

2014年11月25日、アンケート67回答

注目ワードマップ

3位の「使う」については「漫画」「CM」「アイデア」「ベトナム」などのワードが関連づけられ、4位の「ベトナム」には「文化」「利用する」「子供」「成功する」などのワードが関連づけられマッピングされた。

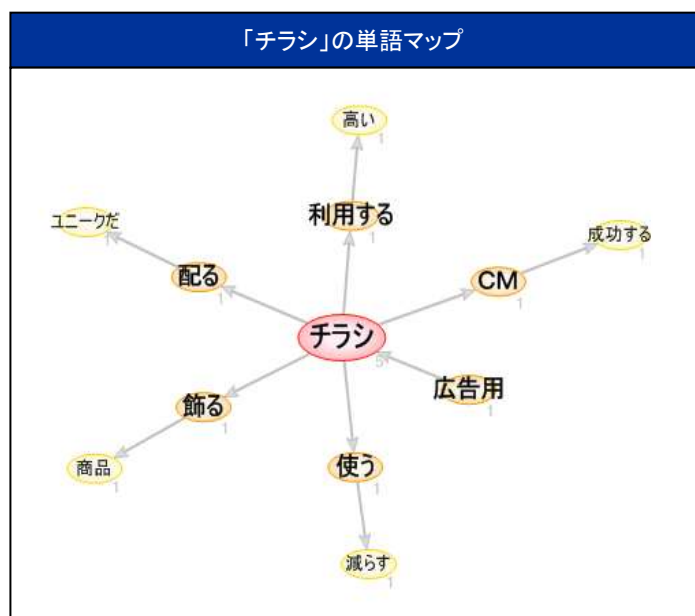
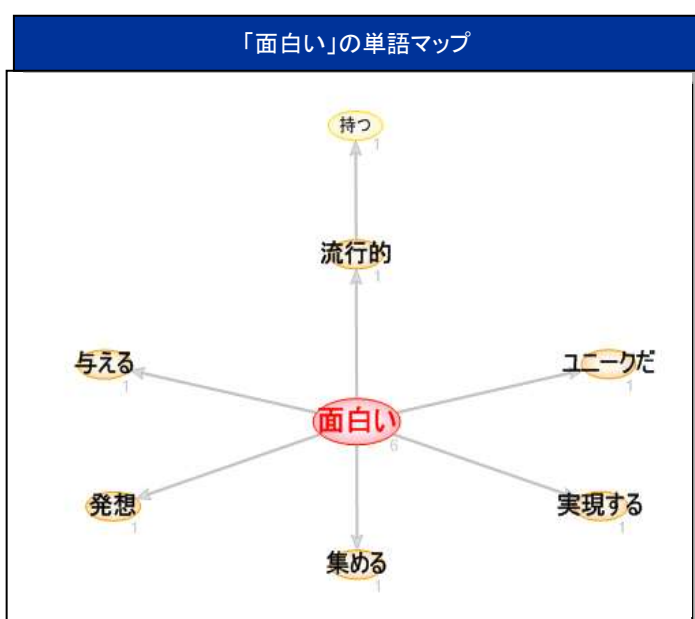


C 5) ハノイ芸術工科大学 (自由回答)

2014年11月25日、アンケート67回答

注目ワードマップ

5位の「面白い」には「流行的」「ユニークだ」「実現する」などがマッピングされ、6位の「チラシ」には「広告用」「CM」「利用する」等々、実戦的なワードがマッピングされている。

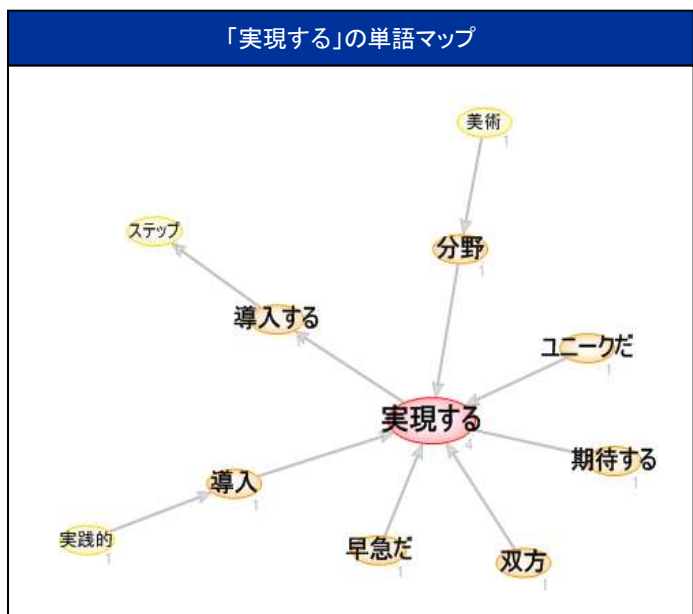
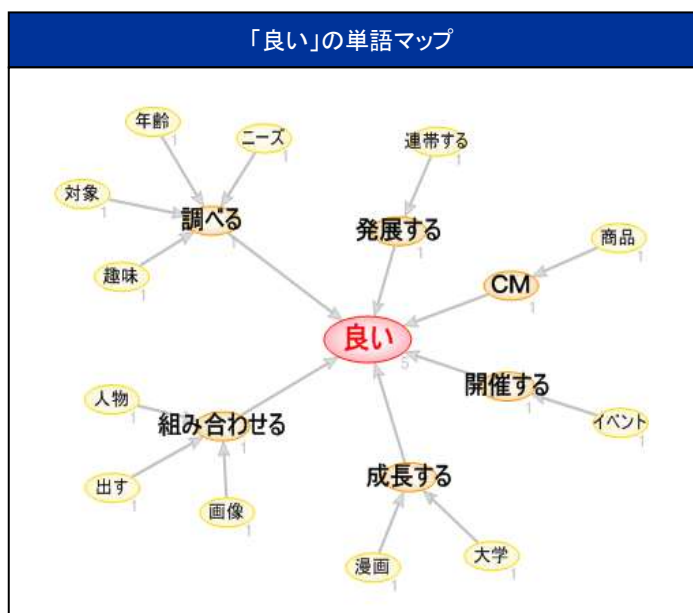


C 5) ハノイ芸術工科大学 (自由回答)

2014年11月25日、アンケート67回答

注目ワードマップ

7位の「良い」には「発展する」「成長する」「組み合わせる」等々、今後の可能性を示すワードが関連付けられ、8位の「実現する」には「ユニーク」「期待する」などの一方、「早急だ」などのワードには注意が必要だ。



C 5) ハノイ芸術工科大学(参考:自由回答・ローデータ)

2014年11月25日、アンケート67回答

・漫画を教育に応用できる。具体的には、教科書の挿絵として使うことができるのではないかと。小学生や幼児を対象にすることが最優先だと思う。その理由は、子どもたちは漫画の人物に強い関心を持つので。漫画を教科書に使える、子どもの勉強意欲を向上させることができると思う。

・ベトナムでコマーシャルやゲームに漫画を使う計画は、非常に面白く、新しい発想だと思う。
・ベトナムで漫画を広告用のチラシに利用することは、成功する可能性が高い。また面白く、斬新な印象を与える。

・漫画をコマーシャルに使うアイデアは、とても面白くユニークで実現可能だと思う。
ベトナム文化のスタイルを採用すれば、このアイデアはベトナムでも十分に成功すると思う。

・ファッションモデルをよく描くが、漫画はあまり描いていない。
そのため、日本人と働ける場合では、講師の方々に日本のスタイルに合った描写方法を教えていただけないか。
また、日本人の漫画家と一緒に仕事をするためにどのような条件や手続きが必要なのか。

・紹介された漫画のほとんどが面白く、流行的で、新しいイメージを持つことができた。しかし、食べたいと思わせるためには、まだ足りないと思う。
交流・協力については、双方が早急実現することを期待している。
どうもありがとうございます。

・もっと躍動感を出すために、広告商品の実際の画像と漫画の人物を組み合わせるのがよいのではないかと。
なぜなら、商品を絵のみで再現しても、商品に関する情報を伝達する効果はあるが、ユーザーに使用したいと感じさせることはできないと思うから。

・漫画と経営アイデアを各分野に応用することは面白くユニークだと思う。これを実現できたら、伝統的な芸術をテクノロジー時代に導入するうえで、大きなステップになると思う。

・漫画を取り入れる発想とチラシを配ることはとても面白くユニークで、注目を集めることができると思う。

・皆様は、日本で漫画を成長分野に導いた。

そして、今日皆様がベトナムへ漫画を持ち込み、成長分野を目指すとのこと。

・ベトナム人の趣味、ニーズ、対象と年齢を調べた方がよいと思う。

大学で漫画を成長させたいのであれば、漫画の基本レッスンや両国の交流(Workshop)などのイベントを開催するのがよいと思う。

皆様の成功を祈る。

・チラシより、お店に直接に飾る商品でコマーシャルした方がよいと思う。メディアでのコマーシャルでは、もう少し時間が必要だと思う。

・商品のコマーシャルに漫画を使う発想が好きだが、ベトナムでは漫画用のコマーシャルの対象は、少年や児童などの一部だけである。そのため、年齢が高い対象に向けるためにどうしたらよいのか。

・漫画をコマーシャルとチラシに使うと、生産コストは減らすことができるか。また、コマーシャルの効果が向上するか。

・漫画の絵を使って雑誌やチラシでコマーシャルすることは成功すると思う。

・もっと多くの交流イベントを作っていただきたい。日本の漫画が大好きなので、日本の漫画家ともっと交流したい。

・漫画を使ったコマーシャルはベトナムの子どもや若者に適していると思う。ベトナムではこの手法がまだ普及していないので。また、画家各々の個性と違いを理解できる人も少ない。しかし、私はこの日本の芸術スタイルの手法が大好き。

・新しい分野である。工業美術大学と連帯してもっと発展させた方がよいと思う。

・応用美術分野に実践的な導入を実現する。

C マンガ作品評価アンケート

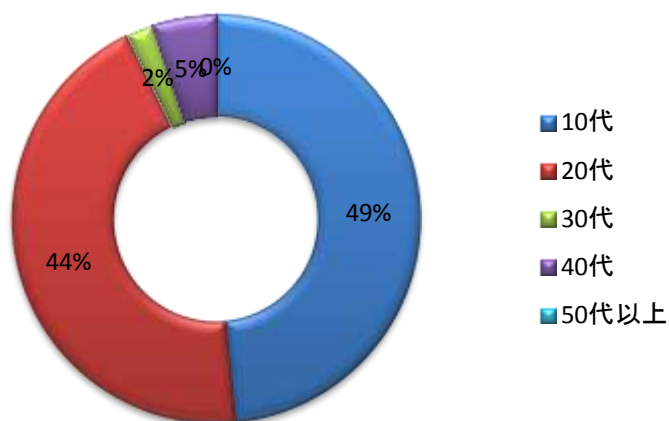
- 6)** 2014年11月23日：
東京ビックサイト、海外マンガフェスタ2014にて
マンガプロジェクトブース来場者、96名
マンガへの興味度等（質問1～5）、及び作品①～⑩評価
（有効回答64）

C 6) 海外マンガフェスタ

2014年11月23日、アンケート138回答

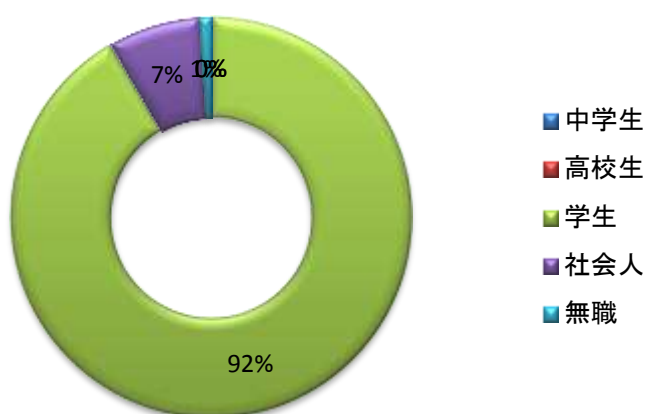
質問 1 年齢区分

回答者年齢区分



質問 2. 職業

回答者職業区分



C 6) 海外マンガフェスタ

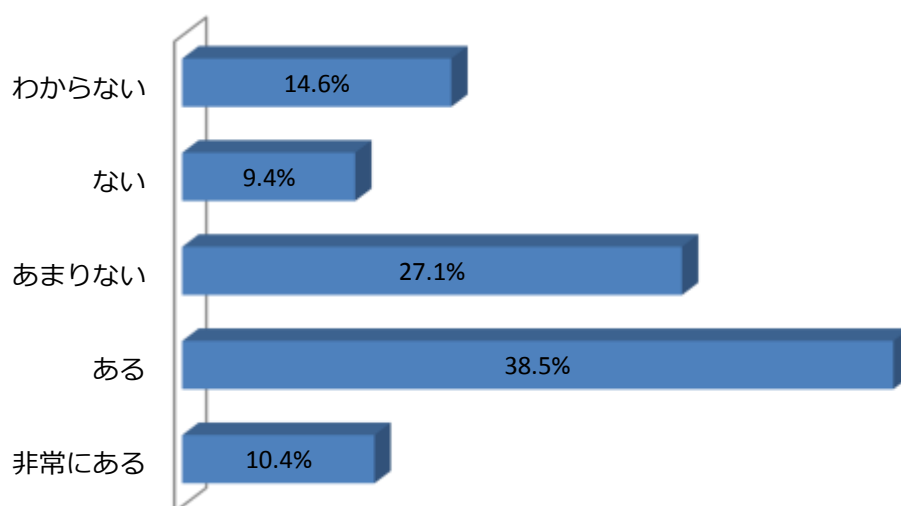
2014年11月23日、アンケート96回答

質問3

教育マンガに興味はありますか（選択式）

その理由も書いてください。（記述式）

海外マンガフェスタ訪問者（10代、20代の学生で大半を占める）でマンガへの興味度が
高い回答者に対しての質問である。教育マンガへの興味度は「非常にある」が10.4%、
「ある」が38.5%となった。興味「あまりない」「ない」も合計で36.5%と二分され
た。



■フリーアンサー

・子どもたちが楽しく学べる点に魅力があると思う。・難しい内容をわかりやすく伝えるマンガだと思うから・仕事になるなら・マンガであれば、すぐ読むことが出来るし、敬遠しがちにならないから。分かりやすい媒体で知識を得る事ができるから ・何かを伝える手段としてマンガを使って表現することはとてもいいと思う。 ・マンガで説明されると勉強は分かりやすい。・娯楽とは別の形でマンガ・文字だと難しいと思うことでもマンガだとスラスラ読めるから。 ・見てみるまでは、評価できない。 ・描くほうに興味あり。・絵柄が好みだったら、読みたくなる。・読んだことがないし、個人的にアクションやロボット系がすきだから・読んだらためになりそうだから ・マンガを楽しみながら新しい知識で知る事ができるから ・子どもにより影響を与えてくれるものなら好き ・進研ゼミのマンガをよくよんでた。・面白くてためになるものが多いから

C 6) 海外マンガフェスタ

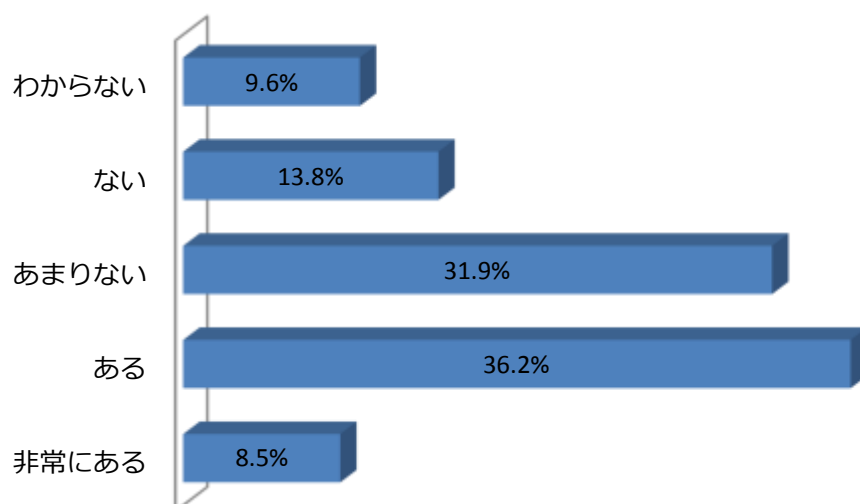
2014年11月23日、アンケート96回答

質問4

ビジネスマンガに興味はありますか？（選択式）

その理由も書いてください。（記述式）

ビジネスマンガへの興味度も質問3と同様の傾向で、興味が「非常にある」「ある」の合計が44.7%に対し、「あまりない」「ない」が45.7%と回答が分かれた。



■フリーアンサー

・商品をよりよく見せてられていいと思う。 ・ビジネスについて知ることができる。 ・以前仕事でやってみたら楽しかった。 ・企業や商品の情報を手軽に知れるから ・これからの10代・20代には親しみやすいと思います。 ・難しい内容をテンポよく構成され理解しやすい。 ・ただの広告より目を引くから ・日本でマンガは浸透してるので、うってつけだと思う。 ・おもしろそう ・わかりやすく、なおかつおもしろいものが多いので気になる。 ・文章で読むより解りやすい。 むずかしそう ・商品の紹介などを表現するのは良いが、おもしろそうだとは思わない。 ・知らない分野を漫画で紹介してくれたら、わかりやすいから ・仕事として受けやすい。 ・誰が見てもわかりやすい。

C 6) 海外マンガフェスタ

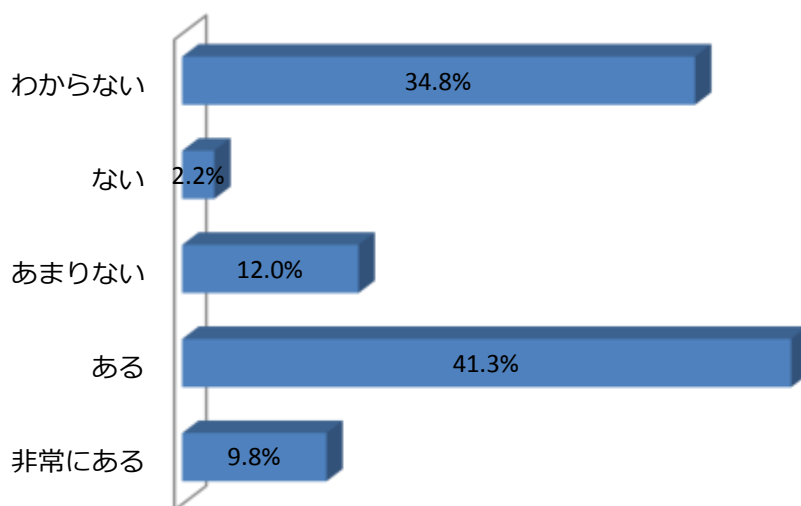
2014年11月23日、アンケート96回答

質問5

海外で日本のビジネスマンガが普及する可能性は？（選択式）

その理由も書いてください。（記述式）

「非常にある」9.8%、「ある」41.3%に対し、「わからない」が34.8%を占めた。日本スタイルが海外で理解されるか、著作権は等々、諸問題がコメントで抽出された。



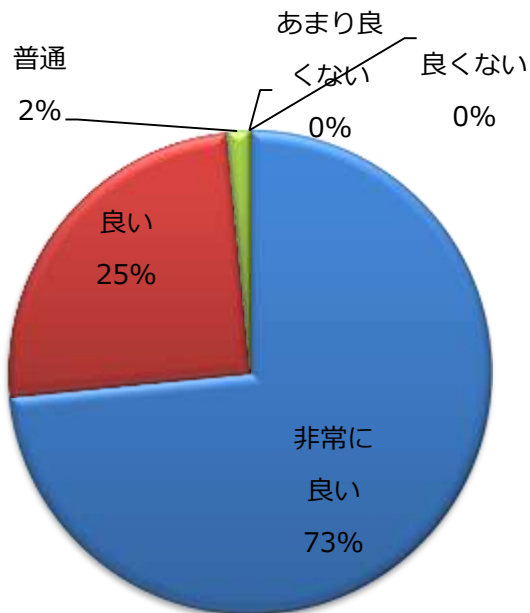
■フリーアンサー

・ギャグ要素の部分では外人がうけるツボが日本人とりがうので、グローバル用に考えていく必要があると思う。
・日本のネタが海外に理解できれば・海外はマンガより実写で宣伝してるイメージが強いから・海外にファンタジー色の無いマンガがうけるわけがない。
・普及はするだろうが、自国にあったものでないと受け入れられないと思う。
・難しいと思う。
・わかりやすければ普及すると思う。
・成功してほしい応援してます。
・商品宣伝に使ってみたい。
・権利の問題をクリアできるか？
・日本と外国のマンガに対するの関心、ノリが共通していない
・マンガは世界共通。
・日本のマンガというだけで、受けるという。
・絵による説明があると海外の人も理解しやすいと思う。
・クオリティを考えると海外のほうが、日本のマンガに好感がもてる。
・おもしろさを出すのが難しいと思う。
・マンガでおもしろく紹介できれば、売れる。共感を得る。
・その国にあった漫画であれば、普及すると思う。
・感性が違うと思うから、傾向や興味を調べていくのが必要だと思う。
・イラストを入れると、外国の方が、注目してくれると思う。

C 6) 海外マンガフェスタ

2014年11月23日、アンケート64回答

柏屋薄皮饅頭 作品①



「非常に良い」が72%と高い評価を得た。絵のタッチが非常に好まれた様子のコメントが見られる。

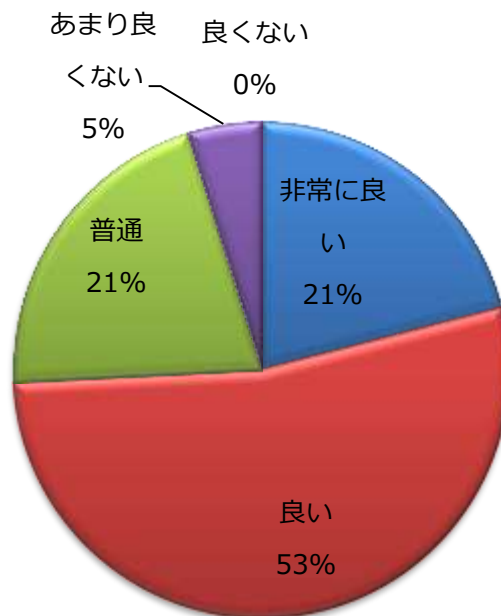
■フリーアンサー

- ・絵がキレイで文字がよみやすい
- ・とてもかわいらしいイラストで饅頭の良さが伝わってくる作品でした。
- ・絵が日本のアニメ（萌え）っぽくて、海外で人気が出そう。
- ・絵がとてもかわいい！
- ・絵柄がかわいくて、わかりやすかった。
- ・商品の説明や、地元の話などくわしくまとまっている。

C 6) 海外マンガフェスタ

2014年11月23日、アンケート64回答

柏屋薄皮饅頭 作品②



「非常に良い」が21%、「良い」が53%である一方、「普通」21%、「あまり良くない」が5%となった。

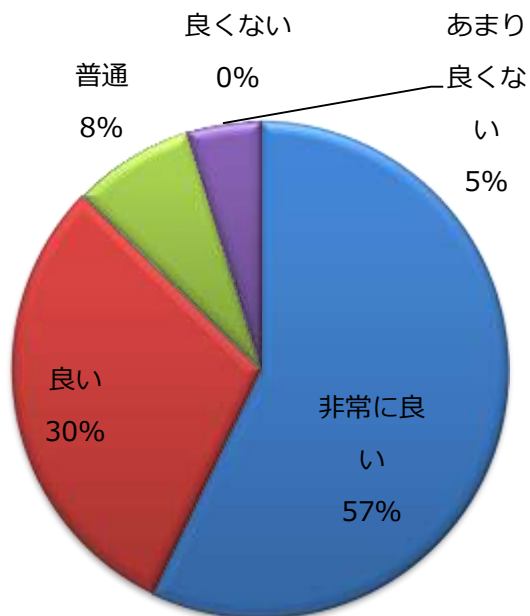
■フリーアンサー

- ・イラストにインパクトがあり、印象に残りやすい作品でした。
- ・キャラクターがかわいし、食べているところがおもしろい。
- ・フルカラーの方が？
- ・食べているときの顔がおもしろい。
- ・箱をあけたときの、女の子のうれしそうな表情が可愛い。

C 6) 海外マンガフェスタ

2014年11月23日、アンケート64回答

柏屋薄皮饅頭 作品③



非常によいが過半数を超え57%、「良い」の30%と合わせると約90%弱の評価を得た。絵の可愛らしさ、説明の見易さなどが評価されている。

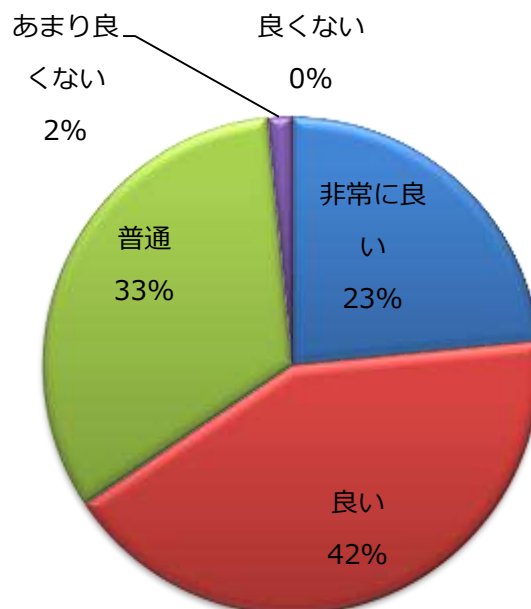
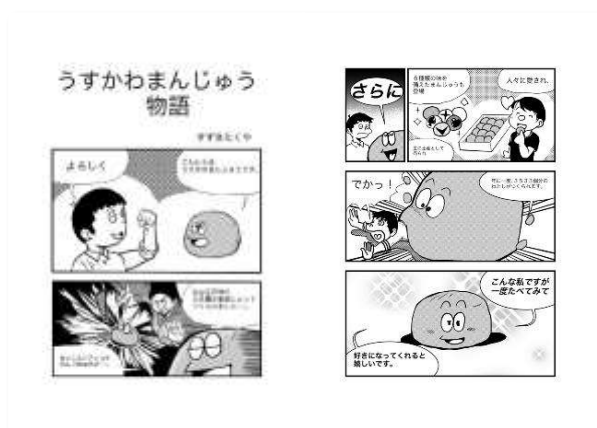
■フリーアンサー

- ・絵もかわらしくて、読みやすく構成されているマンガでした。
- ・説明が見やすくわかりやすい。
- ・現代人うけがよさそう。
- ・職人目線での、商品のよさを伝えているのはいいと思います。

C 6) 海外マンガフェスタ

2014年11月23日、アンケート64回答

柏屋薄皮饅頭 作品④



「普通」が33%、「あまり良くない」が2%となり、全体傾向と同様に色がないことへのマイナスコメントが見られた。

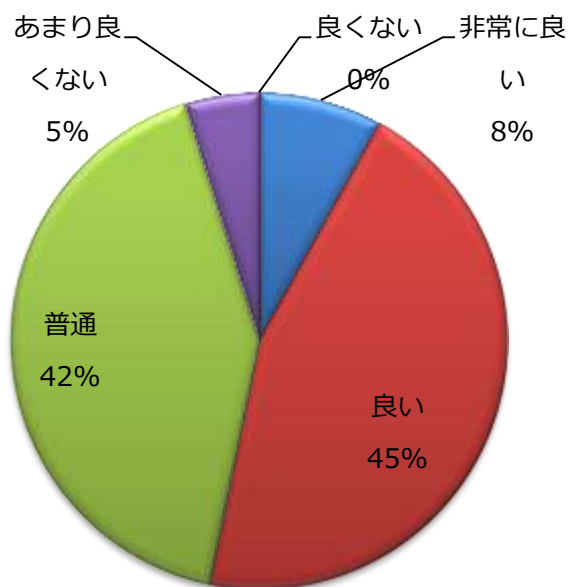
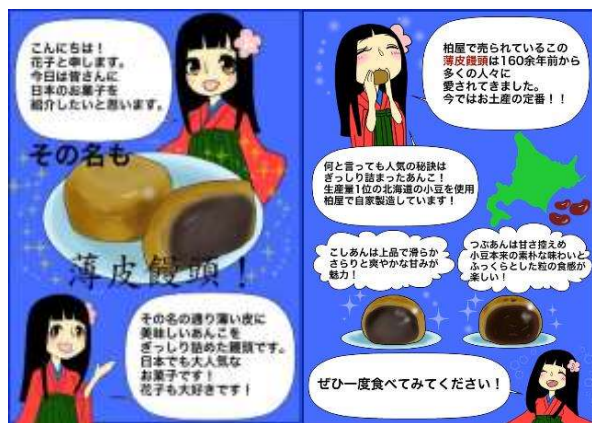
■フリーアンサー

- ・老若男女だれからも親しみやすい絵柄の作品でした。
- ・親しみやすい絵柄で見やすく良い。
- ・シンプルでいいけど、カラーでもよかったのでは？

C 6) 海外マンガフェスタ

2014年11月23日、アンケート64回答

柏屋薄皮饅頭 作品⑤



「非常に良い」が8%、「良い」が45%に留まったが、目立ったマイナスコメントは少ない。

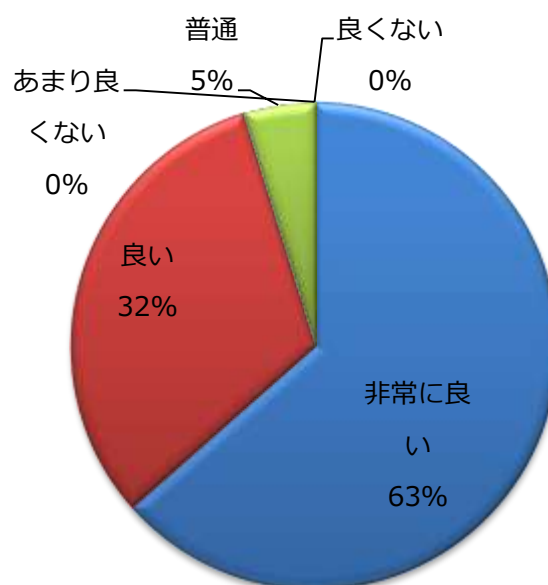
■フリーアンサー

- ・絵もかわいらしく、饅頭がとてもおいしそうに描かれた作品でした。
- ・PRっぽい感じで良いと思う。キャラもかわいい。
- ・見やすく、伝わりやすい。
- ・おまんじゅうがリアル

C 6) 海外マンガフェスタ

2014年11月23日、アンケート64回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑥



「非常に良い」が63%と高い評価を得た。「良い」の32%と合わせると95%が高い評価を示した。

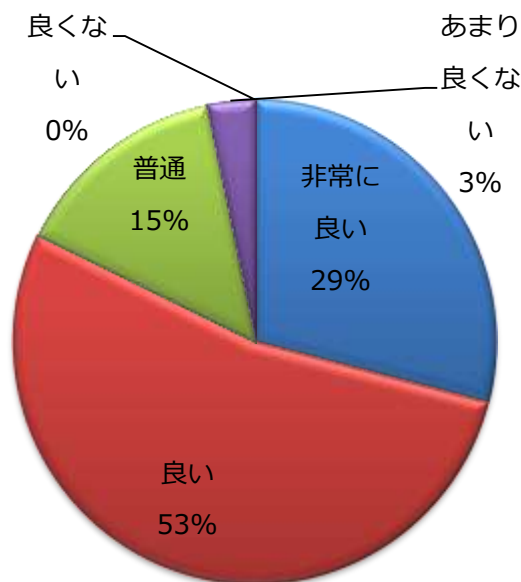
■ フリーアンサー

- ・とても読みやすく、構成されたマンガで内容も良い作品でした。
- ・人物以外もうまい。説明全部をフキダシに入れなくてもよいと思う。
- ・どんなところで作られているかわかりやすくていいと思う。

C 6) 海外マンガフェスタ

2014年11月23日、アンケート64回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑦



「非常に良い」が29%、「良い」が53%で高い評価を得た。ベトナムでのアンケートと異なり、女性の飲酒に対するマイナス要因は少なかったと見られる。

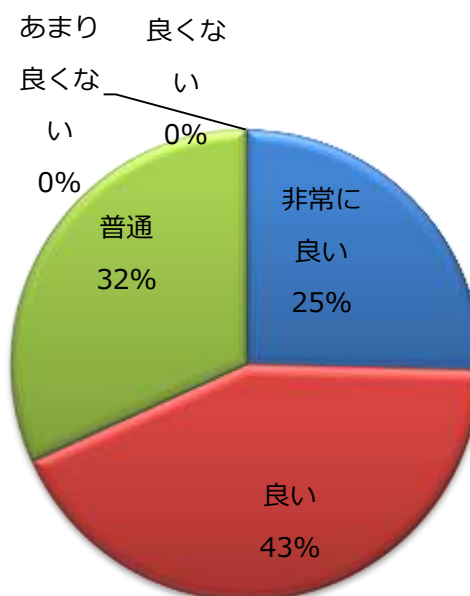
■フリーアンサー

- ・絵に力が入った凝った作品だと思いました。
- ・海外の人にかなりウケが良さそう。
- ・酒のつくりかたが描いてあったほうが、わかりやすい。

C 6) 海外マンガフェスタ

2014年11月23日、アンケート64回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑧



「非常に良い」が25%、「良い」が43%で約7割弱の評価を得た。

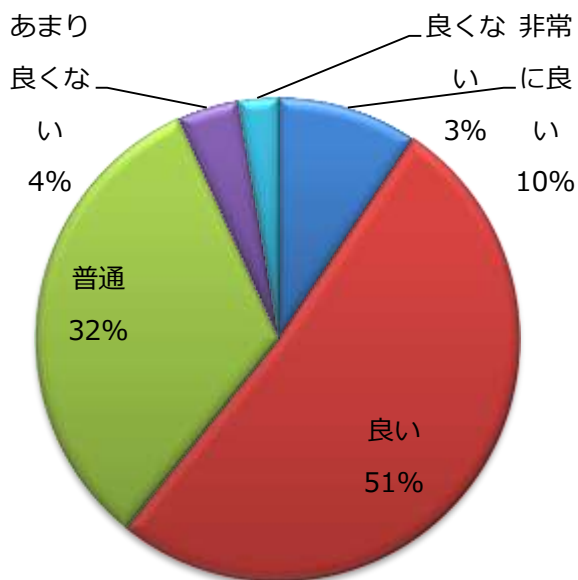
■ フリーアンサー

- ・とても興味のある塗り方でとても印象に残りやすい作品でした。
- ・文字はレタリングしっかりすればもっと見やすい。
- ・フォントがかっこよすぎです。

C 6) 海外マンガフェスタ

2014年11月23日、アンケート64回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑨



「非常に良い」が10%、「良い」が51%、合計で約6割の評価を得た。一方で「あまり良くない」4%、「良くない」3%のマイナス評価がある。

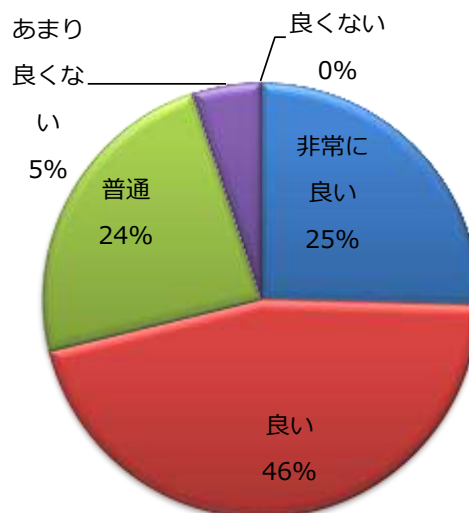
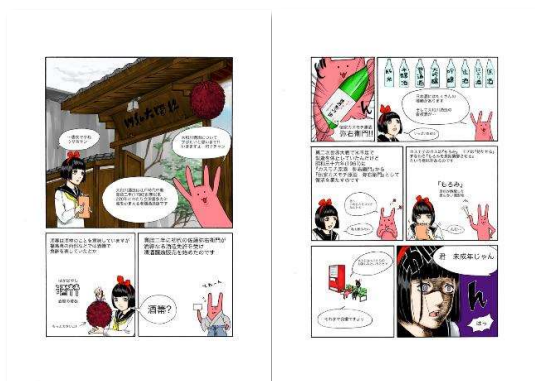
■フリーアンサー

- ・マンガを読む人の事を考えられた構成の工夫を感じさせられました。
- ・建物が細かくてすごいです。
- ・まとめかたが見やすかった。
- ・製造元のイメージが浮かびやすい構図だと思いました。

C 6) 海外マンガフェスタ

2014年11月23日、アンケート64回答

大和川酒造 弥右衛門 作品⑩



「非常に良い」25%、「良い」46%で7割以上の評価を得た。ベトナム調査で見られた色使いへのマイナスコメントは見られなかった。

■フリーアンサー

- ・絵がかわいらしく、マンガの構成の仕方とても読みやすかったです。
- ・個性的で目を引くので、おもしろいし、うさぎがかわいいです。
- ・かわいいキャラを交えて、ギャグ調のマンガで内容がわかりやすいです。

IV 教育プログラム

国際アート&デザイン専門学校/マンガ・コミック系主任 齋藤 幸佑

マンガ分野において地方から発信できるグローバルな人材育成カリキュラム案

【第2回ベトナムニーズ調査を受けて】

＜アンケート結果からの分析＞

分析1. 日本でも今時人気な綺麗に着色された可愛く程よくデフォルメされた絵柄が人気の傾向

- ・高評価な作品 ⇒ ①番、②番、⑥番
- ・絵がシンプルまたはクセのある④番、⑦番、⑩番に抵抗を持つ人も
- ・④、⑦、⑩の感想:絵が固い、印象に残らない、魅力が無い

⇒ 日本のマンガに対する理解もあったため、日本でも評価が高い綺麗で上手な絵柄はそのまま通用する。

分析2. 白黒のものは反応が良くない

- ・⑦番の感想 : 色がないため注意を引かない、魅力を感じない
- ・⑦番のアンケート集計「あまり良くない」が最多の16票

⇒ 色彩豊かな方が目を引き評価が良い。カラーマンガの必要性。

分析3. 文字や説明が多いものより、絵でインパクトがある方が高評価

- ・感想 : 画像だけで十分。文字が多いものは分かりづらい。
- ・感想 : 内容が長いため、興味を感じない。
- ・絵や色使いに対する感想が多い。

⇒ 日本と同じく文字が多いものは抵抗感を持たれる。絵で魅せる工夫。

分析4. 内容のニュアンスが伝わらない

- ・「まごころと餡を一緒に包む」⇒ 伝わらない
- ・翻訳と通訳の精度。そもそもその表現が該当しない。

⇒ 分かりやすい文章にする必要性。読む側に立っての制作。

分析5. 文化や風習に対する認識不足

- ・お酒を飲む女性を全面に出した絵に対する抵抗感
- ・感想 : 女性を出さない方が良い。女性が酒をのむの？
- ・現地の人への理解力への理解不足 饅頭や日本酒をどれほど知っているのか？(但し、マンガ体験講座では日本酒を知っている人は多かった。)

⇒ 現地の文化、歴史、価値観を学ぶ機会が必要。現地の人への事前チェックをもらう必要性。

＜調査結果を受けての人材育成に対する必要性＞

- 既存のマンガ作画技術はそのまま海外で生かせる。
(日本国内でも評価の高い絵柄・色柄は海外でも受け入れられると考えられる。)
- カラーマンガが制作できる着色や配色技術が必要。
(白黒マンガより色鮮やかなマンガの方が人目に付き、評価が高い。)
- 世界標準語である英語の習得は必須。
(仕事の打ち合わせ、メールでのやりとり等ができないと仕事にならない。)
- 海外に対する理解力が必要。
(その国・地域の人々の理解力、認識の違いなどを事前に知らなければならない。)
- デジタル作画されたマンガが効率的。
(翻訳したセリフの差し替え、様々な媒体への使い勝手の良さ、インターネットを使っでの送受信など。)
- インターネットを使った仕事の進め方の習得が必要。
(データの送受信、メールでのマナー。)

【グローバル人材育成カリキュラム案】

<人材育成方針>

- ④ 汎用性が高いデジタルでのマンガ作画技術
- ⑤ 国際理解
- ⑥ インターネット活用技術

<カリキュラム方針>

- ・2年課程を想定し、2年間で海外で活躍できる技術を習得させる。
- ・1年次に海外への興味関心を高め、2年次に実際にマンガでの仕事や海外でのマンガ発表などを体験させる。
- ・1年次に基礎的な知識や技術を身に付け、2年次に実践力、更には卒業後も継続していける能力を身につけさせる。
- ・意欲が持続できるような動機づけ、授業展開。

<グローバル人材育成専門科目>

1年次 … 必要な技術を習得するとともに、海外への興味関心を高めていく。

- (1) デジタルコミック基礎 … 汎用性が高いデジタルでのマンガ制作の基礎を習得。
- (2) WEBマンガ実習 … WEBで発信する技術を身に付ける。
- (3) 国際マンガ研究 … 広い視野を持ち、国や地域が違えば思想や価値観が違う認識を持つ。
- (4) マンガビジネス英語Ⅰ … 世界標準語である英語の習得
- (5) 海外研修Ⅰ … 実際に海外へ行き、地域の歴史と伝統、現地のマンガを体感。

2年次 … 技術を高めながら、実践力を身に付けていく。

- (1) デジタルコミック発展 … デジタルでのマンガ制作の実践力を身に付け、実際に制作をしていく。
- (2) WEBマンガ実習 … WEBで発信する技術と、インターネットを使用したやりとりを覚える。
- (3) マンガビジネス英語Ⅱ … ビジネスシーンで生かせる英語を習得。
- (4) ビジネスマンガ実習 … クライアントを設定し、取材から制作まで通して実習。
- (5) 海外研修Ⅱ … 海外のマンガイベントに出展し、実際に作品を比較検討する。

※日本のマンガは海外で通用することから、既存のマンガ制作に関する必要科目に関しては継続しつつ上記専門科目を実施。

【グローバル人材育成科目シラバス】

1年次対象科目シラバス

(1) デジタルコミック基礎 … 汎用性が高いデジタルでのマンガ制作を習得。

・通年で週3時間×30週（前期・後期各15週） 計90時間

・3単位

授業計画(シラバス)

科目名	デジタルコミック基礎		指導担当者名	
開講時期	通年		対象学科	マンガクリエイト科1年
単位数	3単位		週時間数	3時間
使用教材	MacBookPro、ClipStudioEX、ClipStudioテキストが完成次第それに沿うカリキュラム			
学習目標	デジタルへの苦手意識を克服し、様々なツールに使える汎用性の高いデジタルでのマンガ作画技術を習得する。 ・ClipStudioPaintEXの基礎を学び、基本操作ができるようにする。 ・デジタルでのモノクロマンガ作品を作成できる技術を習得する。			
評価方法	出席。授業態度。提出課題。期末試験。			
学期	週数	指導項目	学習のねらい・内容・準備資料等	
前期	1	Mac基礎	Macの基本操作習得(セットアップ、インストール)	
	2	Mac基礎	Macの基本操作習得(起動、終了、アプリを開く、保存、タイピング)	
	3	Mac基礎	Macの基本操作習得(タイピング、ネットへの接続、機能紹介)	
	4	基本操作	ペンの種類と設定の仕方	
	5	基本操作	ペンの種類と設定の仕方	
	6	基本操作	枠線の切り方	
	7	基本操作	手描き原稿のスキャンの仕方	
	8	基本操作	基本トーンの貼り方	
	9	基本操作	基本トーンの貼り方	
	10	基本操作	グラデーショントーンの貼り方	
	11	基本操作	模様 / 効果トーンの貼り方	
	12	基本操作	効果線(集中線 / 流線など)の描き方	
	13	基本操作	効果線(集中線 / 流線など)の描き方	
	14	基本操作	描き文字の描き方(定規、ブラシ、素材)など	
		15	前期まとめ	前期期末試験
後期	16	前期まとめ	前期復習	
	17	基本操作	デコレーションブラシの使い方	
	18	基本操作	デコレーションブラシの使い方	
	19	基本操作	写真トレス、写真加工機能	
	20	基本操作	写真トレス、写真加工機能	
	21	基本操作	パス定規の使い方	
	22	基本操作	パス定規の使い方	
	23	基本操作	パス定規の使い方	
	24	基本操作	3D機能	
	25	基本操作	3D機能	
	26	基本操作	3D機能	
	27	基本操作	データの保存、管理	
	28	基本操作	印刷、書き出し、	
	29	タブレット設定	タブレットの設定方法と使い方	
		30	後期まとめ	後期期末試験

(2) WEBマンガ実習 … WEBで発信する技術を身に付ける。

・2時間×7週 計14時間 (※2年次に8回)

授業計画(シラバス)

科目名	Webマンガ実習		指導担当者名	
開講時期	1年次7回 2年次8回		対象学科	マンガクリエイト科1～2年
単位数	1単位		週時間数	2時間
使用教材	MacBookPro			
学習目標	増え続けるネット上でのマンガを体験することで、既存の枠に当てはまらないマンガがあることを知る。 自分の作品もアップロードすることで世界に向けて発信し、チャンスを広げていく。 同時にネット上での危険性やマナーを学び、さらに拡大していくWeb上での仕事のやりとりを覚える。			
評価方法	出席。授業態度。データ処理。アップロード手順			
学期	回数	指導項目	学習のねらい・内容・準備資料等	
1 年 次 7 回	1	情報リテラシー	PC基礎知識、情報モラル	
	2	情報リテラシー	検索の仕方、調べ方、ネットの優位性と危険性	
	3	Webマンガ体験	PC、スマホ、タブレットでマンガ閲覧	
	4	ネットビジネスマナー	著作権、メールのやりとり、データのやりとり	
	5	デジタルマンガ家特別授業	comico連載マンガ家によるデジタルマンガ講座	
	6	1年次作品アップロード準備	データ処理(フォーマット、解像度、サイト登録等)	
	7	1年次作品アップロード	Web配信	
2 年 次 8 回	8	SNSマンガ体験	twitter、Facebook、Pixiv等	
	9	新ジャンルマンガ体験	アニメ付き、効果音付きのマンガ、静止画マンガ、動画マンガ	
	10	2年次前期作品アップロード準備	課題や作品のアップロード準備	
	11	2年次前期作品アップロード	Web配信	
	12	デジタルマンガ家特別授業	comico連載マンガ家によるデジタルマンガ講座	
	13	マンガサイト体験	様々なマンガサイトを体験	
	14	2年次後期作品アップロード準備	作品のアップロード準備	
	15	2年次後期作品アップロード	Web配信	

(3) 国際マンガ研究 … 広い視野を持ち、国や地域が違えば思想や価値観が違う認識を持つ。

- ・ 1時間×15週（前期のみ） 計 15時間
- ・ 1単位

授業計画(シラバス)

科目名	国際マンガ研究		指導担当者名	
開講時期	前期 15週		対象学科	マンガクリエイト科
単位数	1単位		週時間数	1時間
使用教材	MacBookPro、「世界のことがマンガで3時間でわかる本」シリーズ			
学習目標	日本と世界の常識の差を知り、視野を広げるとともに、日本のマンガの位置づけを知るきっかけを作る。 更に実際に外国の方との触れ合いを持ち、文化や考え方の違いを知ることで外国に対する興味関心を強くし、次の海外研修への動機づけと繋げる。			
評価方法	出席。授業態度。レポート課題			
学期	週数	指導項目	学習のねらい・内容・準備資料等	
前期	1	導入、動機づけ	日本のマンガの可能性、世界の評価、今後のマンガの展望	
	2	日本の美点	日本の良いところの再認識	
	3	世界の常識	世界と日本の違い(事例を挙げながら)	
	4	世界の常識	世界と日本の違い(事例を挙げながら)	
	5	世界のおもしろ文化や風習	具体的に国や地域を挙げながら、多様な価値観を知る	
	6	世界のおもしろ文化や風習	具体的に国や地域を挙げながら、多様な価値観を知る	
	7	世界のおもしろ文化や風習	具体的に国や地域を挙げながら、多様な価値観を知る	
	8	世界のマンガ	具体的に国や地域を挙げ、そこで使われているマンガの紹介	
	9	世界のマンガ	具体的に国や地域を挙げ、そこで使われているマンガの紹介	
	10	世界のマンガ	具体的に国や地域を挙げ、そこで使われているマンガの紹介	
	11	留学生交流会	留学生と実際に触れ合う。文化やマンガの捉え方	
	12	留学生交流会	留学生と実際に触れ合う。文化やマンガの捉え方	
	13	外国人講師講義	外国人と実際に触れ合う。文化やマンガの捉え方	
	14	外国人講師講義	外国人と実際に触れ合う。文化やマンガの捉え方	
	15	レポート作成	まとめレポート課題	

(4)マンガビジネス英語Ⅰ … 世界標準語である英語の習得

- ・1時間×30週（前期、後期各15週） 計30時間
- ・2単位

授業計画(シラバス)

科目名	マンガビジネス英語Ⅰ	指導担当者名	外国人講師
開講時期	通年	対象学科	マンガクリエイト科1年
単位数	2単位	週時間数	1時間
使用教材			
学習目標	グローバル人材になるためにも、世界標準語である英語を習得する。 ・英語への苦手意識を無くし、必要性を認識する。 ・基礎的な会話、読み書きを習得する。		
評価方法	出席。授業態度。会話テスト。セリフ英語表記。		
学期	週数	指導項目	学習のねらい・内容・準備資料等
前期	1	導入	英語の必要性
	2	海外マンガ事情	日本のマンガの海外進出、英語の必要性
	3	海外マンガ事情	日本のマンガの海外進出、英語の必要性
	4	基礎日常英会話	外国人講師による英会話レッスン
	5	基礎日常英会話	外国人講師による英会話レッスン
	6	基礎日常英会話	外国人講師による英会話レッスン
	7	基礎日常英会話	外国人講師による英会話レッスン
	8	基礎日常英会話	外国人講師による英会話レッスン
	9	基礎日常英会話	外国人講師による英会話レッスン
	10	英語Writing	文法、単語
	11	英語Writing	文法、単語
	12	英語Writing	文法、単語
	13	英語Writing	文法、単語
	14	英語Writing	文法、単語
	15	前期のまとめ	前期期末試験
後期	16	前期の復習	前期学習の確認
	17	海外マンガ事情	海外で人気のマンガ紹介
	18	基礎日常英会話	外国人講師による英会話レッスン
	19	基礎日常英会話	外国人講師による英会話レッスン
	20	基礎日常英会話	外国人講師による英会話レッスン
	21	基礎日常英会話	外国人講師による英会話レッスン
	22	基礎日常英会話	外国人講師による英会話レッスン
	23	基礎日常英会話	外国人講師による英会話レッスン
	24	英語Writing	文法、単語
	25	英語Writing	文法、単語
	26	英語Writing	文法、単語
	27	英語Writing	文法、単語
	28	英語Writing	文法、単語
	29	英語Writing	文法、単語
	30	後期まとめ	後期期末試験

(5)海外研修Ⅰ … 実際に海外へ行き、地域の歴史と伝統、現地のマンガを体感。

・1日6時間×6日（後期1週） 計36時間

・1単位

授業計画(シラバス)

科目名	海外研修Ⅰ		指導担当者名	
開講時期	後期 1週間		対象学科	マンガクリエイト科1年
単位数	1単位		週時間数	36時間
使用教材				
学習目標	海外へと足を運び、日本との違いを実際に体感。 現地のマンガ事情を街の視察や現地の方との交流で理解を深め、日本のマンガの位置づけや可能性を考える。 外を見ると同時に、外から日本を見る機会にする。			
評価方法	事前準備 参加態度 終了後レポート			
学期	日数	指導項目	学習のねらい・内容・準備資料等	
後期 1週間	1	出発	海外渡航準備、空港・飛行機マナー、海外での注意事項	
	2	現地到着		
	3	市内視察	文化、歴史、街並み、人柄、食事、書店、美術館現地のマンガ視察	
	4	現地の人と交流会	現地のマンガ、日本のマンガの紹介	
	5	出国		
	6	日本到着		
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	15			

2 年次カリキュラム

(1) デジタルコミック基礎発展 … 汎用性が高いデジタルでのマンガ制作を習得。

・通年で週 3 時間×30 週（前期・後期各 15 週） 計 90 時間

・3 単位

授業計画(シラバス)

科目名	デジタルコミック発展	指導担当者名	
開講時期	通年	対象学科	マンガクリエイト科2年
単位数	3単位	週時間数	3時間
使用教材	MacBookPro、ClipStudioEX、ClipStudioテキストが完成次第それに沿うカリキュラム		
学習目標	ClipStudioPaintEXで、モノクロマンガ作品制作の効率の良い作業フローを研究し、身に付ける。 デジタルでモノクロマンガ作品を作成し、入稿することに付随する基礎知識を身に付ける。		
評価方法	出席。授業態度。提出課題。期末試験。		
学期	週数	指導項目	学習のねらい・内容・準備資料等
前期	1	オリエンテーション	授業の目的、内容案内。
	2	1年次復習	1年次に学習した基本操作確認
	3	機能紹介	基礎で触れなかった機能、実践応用操作
	4	機能紹介	基礎で触れなかった機能、実践応用操作
	5	機能紹介	基礎で触れなかった機能、実践応用操作
	6	実践効率化	効率を上げるための機能とその利用法の研究
	7	実践効率化	効率を上げるための機能とその利用法の研究
	8	実践効率化	効率を上げるための機能とその利用法の研究
	9	実践効率化	複数人での作業
	10	実践効率化	複数人での作業
	11	実践効率化	複数人での作業
	12	実践効率化	他のアプリケーションとの連携
	13	実践効率化	他のアプリケーションとの連携
	14	実践効率化	PC、周辺機器の基本知識
	15	前期まとめ	前期期末試験
後期	16	前期復習	前期学習の確認
	17	印刷、納品	データ入稿、送受信
	18	印刷、納品	データ入稿、送受信
	19	デジタルコミックアシスタント	実際のアシスタント体験、作業スピード向上
	20	デジタルコミックアシスタント	実際のアシスタント体験、作業スピード向上
	21	デジタルコミックアシスタント	実際のアシスタント体験、作業スピード向上
	22	デジタルコミックアシスタント	実際のアシスタント体験、依頼から納品まで
	23	デジタルコミックアシスタント	実際のアシスタント体験、依頼から納品まで
	24	力作制作	ClipStudioPaintEXで作品制作
	25	力作制作	ClipStudioPaintEXで作品制作
	26	力作制作	ClipStudioPaintEXで作品制作
	27	力作制作	ClipStudioPaintEXで作品制作
	28	力作制作	ClipStudioPaintEXで作品制作
	29	力作制作	ClipStudioPaintEXで作品制作
	30	後期まとめ	後期期末試験、作品添削

(2)WEBマンガ実習 … WEBで発信する技術を身に付ける。

・2時間×8週 計14時間 (※1年次に7回)

授業計画(シラバス)

科目名	Webマンガ実習		指導担当者名	
開講時期	1年次7回 (2年次8回)		対象学科	マンガクリエイト科1～2年
単位数	1単位		週時間数	2時間
使用教材	MacBookPro			
学習目標	増え続けるネット上でのマンガを体験することで、既存の枠に当てはまらないマンガがあることを知る。 自分の作品もアップロードすることで世界に向けて発信し、チャンスを広げていく。 同時にネット上での危険性やマナーを学び、さらに拡大していくWeb上での仕事のやりとりを覚える。			
評価方法	出席。授業態度。データ処理。アップロード手順			
学期	回数	指導項目	学習のねらい・内容・準備資料等	
1 年 次 7 回	1	情報リテラシー	PC基礎知識、情報モラル	
	2	情報リテラシー	検索の仕方、調べ方、ネットの優位性と危険性	
	3	Webマンガ体験	PC、スマホ、タブレットでマンガ閲覧	
	4	ネットビジネスマナー	著作権、メールのやりとり、データのやりとり	
	5	デジタルマンガ家特別授業	comico連載マンガ家によるデジタルマンガ講座	
	6	1年次作品アップロード準備	データ処理(フォーマット、解像度、サイト登録等)	
	7	1年次作品アップロード	Web配信	
2 年 次 8 回	8	SNSマンガ体験	twitter、Facebook、Pixiv等	
	9	新ジャンルマンガ体験	アニメ付き、効果音付きのマンガ、静止画マンガ、動画マンガ	
	10	2年次前期作品アップロード準備	課題や作品のアップロード準備	
	11	2年次前期作品アップロード	Web配信	
	12	デジタルマンガ家特別授業	comico連載マンガ家によるデジタルマンガ講座	
	13	マンガサイト体験	様々なマンガサイトを体験	
	14	2年次後期作品アップロード準備	作品のアップロード準備	
	15	2年次後期作品アップロード	Web配信	

(3) マンガビジネス英語Ⅱ … 世界標準語である英語の習得

- ・ 1時間×30週（前期、後期各15週） 計30時間
- ・ 2単位

授業計画(シラバス)

科目名	マンガビジネス英語Ⅱ	指導担当者名	外国人講師
開講時期	通年	対象学科	マンガクリエイト科2年
単位数	2単位	週時間数	1時間
使用教材			
学習目標	グローバル人材になるためにも、世界標準語である英語を習得する。 簡単な会話、ヒアリング、そしてメール等での打ち合わせなどできるようにする。 更には後期に控えている海外研修に繋げる会話力を身に付ける。		
評価方法	出席。授業態度。会話テスト。セリフ英語表記。		
学期	週数	指導項目	学習のねらい・内容・準備資料等
前期	1	導入	英語の必要性
	2	ビジネス英会話	外国人講師によるビジネスシーン英会話
	3	ビジネス英会話	外国人講師によるビジネスシーン英会話
	4	ビジネス英会話	外国人講師によるビジネスシーン英会話
	5	ビジネス英会話	外国人講師によるビジネスシーン英会話
	6	ビジネス英会話	外国人講師によるビジネスシーン英会話
	7	ビジネス英会話	外国人講師によるビジネスシーン英会話
	8	ビジネス英会話	外国人講師によるビジネスシーン英会話
	9	英語Writing	ビジネスメールのやりとり（翻訳、文書作成、マナー）
	10	英語Writing	ビジネスメールのやりとり（翻訳、文書作成、マナー）
	11	英語Writing	ビジネスメールのやりとり（翻訳、文書作成、マナー）
	12	英語Writing	ビジネスメールのやりとり（翻訳、文書作成、マナー）
	13	英語Writing	ビジネスメールのやりとり（翻訳、文書作成、マナー）
	14	英語Writing	ビジネスメールのやりとり（翻訳、文書作成、マナー）
	15	前期まとめ	前期期末試験
後期	16	前期復習	前期学習の確認
	17	ビジネス英会話	外国人講師によるビジネスシーン英会話
	18	ビジネス英会話	外国人講師によるビジネスシーン英会話
	19	ビジネス英会話	外国人講師によるビジネスシーン英会話
	20	ビジネス英会話	外国人講師によるビジネスシーン英会話
	21	ビジネス英会話	外国人講師によるビジネスシーン英会話
	22	英語Writing	ビジネスメールのやりとり（翻訳、文書作成、マナー）
	23	英語Writing	ビジネスメールのやりとり（翻訳、文書作成、マナー）
	24	英語Writing	ビジネスメールのやりとり（翻訳、文書作成、マナー）
	25	英語Writing	ビジネスメールのやりとり（翻訳、文書作成、マナー）
	26	英語Writing	ビジネスメールのやりとり（翻訳、文書作成、マナー）
	27	実践英会話	外国人講師による英会話レッスン
	28	実践英会話	外国人講師による英会話レッスン
	29	実践英会話	外国人講師による英会話レッスン
	30	後期まとめ	後期期末試験

(4)ビジネスマンガ実習 … クライアントを設定し、取材から制作まで通して実習。

・3時間×10週（後期後半） 計30時間

・1単位

授業計画(シラバス)

科目名	ビジネスマンガ実習		指導担当者名	
開講時期	後期後半 10週（短期集中実施）		対象学科	マンガクリエイト科2年
単位数	1単位		週時間数	3時間
使用教材	MacBookPro ClipStudioEX			
学習目標	実際にクライアントを設定し、ビジネスマンガ制作を体験する。 取材や調査を通し、相手側の意図を汲み取りクライアントにもお客様にも喜んでもらえるマンガを制作できるようにする。 具体的には「柏屋」と「大和川酒蔵」の広告用マンガを制作していく。			
評価方法	出席。授業態度。提出課題。			
学期	週数	指導項目	学習のねらい・内容・準備資料等	
後期後半	1	導入、動機づけ	ビジネスマンガの紹介、可能性、今後の取り組み	
	2	コンセプト・計画	捉え方、焦点、相手側の視点・商品サービスの選択、取材の段取り	
	3	クライアントからの依頼	「柏屋」「大和川酒蔵」を招いてオーダーをもらう	
	4	取材・調査	ネタ作り・添削	
	5	取材・調査	ネタ作り・添削	
	6	マンガ制作	取材した内容に沿って制作	
	7	マンガ制作	取材した内容に沿って制作	
	8	マンガ制作	取材した内容に沿って制作	
	9	マンガ制作	取材した内容に沿って制作	
	10	フィードバック	「柏屋」「大和川酒蔵」から講評をもらう	
	11			
	12			
	13			
	14			
	15			

(5)海外研修Ⅱ … 実際に海外へ行き、地域の歴史と伝統、現地のマンガを体感。

・1日6時間×6日（後期1週） 計36時間

・1単位

授業計画(シラバス)

科目名	海外研修Ⅱ		指導担当者名	
開講時期	後期 1週間		対象学科	マンガクリエイト科2年
単位数	1単位		週時間数	36時間
使用教材				
学習目標	海外について勉強してきた集大成として、海外向けのマンガを作成、現地のイベントに出展。 実際に制作したマンガのフィードバックを受け、今後の海外向けマンガの礎とする。 更にイベントで現地企業などと交流を持ち、ビジネス的な繋がりを模索していく。			
評価方法	事前準備 参加態度 終了後レポート			
学期	日数	指導項目	学習のねらい・内容・準備資料等	
後期 1週間	1	出発	海外渡航準備、空港・飛行機マナー、海外での注意事項	
	2	現地到着		
	3	イベント出展用意	海外マンガイベントへ搬入	
	4	現地の人と交流会	海外向けマンガの展示・販売	
	5	出国		
	6	日本到着		
	7			
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	15			

V 総括

成長分野等における中核的専門人材養成の戦略的推進事業 「マンガ分野において地方から発信できるグローバルな人材育成授業」について

学校法人龍馬学園
国際デザイン・ビューティカレッジ
教務部 副部長 岩神 義宏

今回の企画に参加させていただいて、改めて気付かされたことがいくつかありました。その中から、三つまとめたいと思います。

① 日本の漫画が海外でも認められている事実について。

これは、今更、誰もが知っている事実であるのですが、今回ベトナム（ハノイ）での「ふくしまフェスティバル in ハノイ」イベントに同行させていただいた際実際に現地で、中・高校生とふれ合う機会に恵まれ、日本でも有名タイトルの漫画の事について生き生きとまた、目を輝かせて話してくれる様を見て本当に実感させられました。先人たちの素晴らしい仕事の結果だと改めて思います。

また、「マンガ体験講座」に参加していただいた子どもたちや、現地企業の方々とお話をさせていただく機会もあり、日本の漫画を読む事が好きということだけでなく、描き方やそのための道具についても非常に強い興味を持たれていることも知りました。

今回は「Gペン」という種類のペン先しか準備していなかったのだけれど、他の種類のペン先「カブラペン・丸ペン・スクールペン」などの特徴や、スクリーントーンなど他の画材についても興味を持たれていたし、デジタル制作のデモンストレーションにも大変興味を持って参加をしてくれました。

実際ベトナム（ハノイ）ではマンガを描く為に必要なペンやインク、スクリーントーンといった画材は販売されてはいないと聞きました。インターネットで購入することは出来てもかなり高価な画材になるとも聞き、これでは日本の様に誰もが気軽に、日本の描き方でマンガを描くということはできないとゆう事です。これは外国大半の国にも同じことが言えるのではないかと推測されます。なので、今回の企画「デジタルマンガ制作」という方向性は、万国共通の漫画制作ツールとして十二分に威力を発揮するものの一つになりえると思えます。

日本での印刷工程も、従来からの凸版印刷や、オフセット印刷からデジタルデータの直接出力に加速的に変化している現在、デジタルデータによる出版社や印刷会社等への入校は、一般的な常識となるかもしれません。今企画の海外との情報のやり取りにはデジタル化は必須だと思われれます。

デジタル制作については、表現ツールとしては大変有効なものだとは思いますが、国ごとによる表現の限界や、タブー、言葉の言い回しの違い、宗教による考え方・生活習慣等様々な違いについて、ベトナム（ハノイ）に滞在した短い時間だけでも、沢山知ることとなりました。

現地の人たちに情報発信していくためには、その道のプロとして生活している人たちに対して、俄か仕込みの知識をひけらかしてヒンシュクを買うことの無いように、きちんと取材し調査を行い、それぞれの国につい

での情報収集が絶対不可欠な事だとも感じました。

制作においては、世界各国の時差等、外にもたくさん問題点は有ろうかと思いますが、やはりデジタル化は必須ではないかと思われまます。

最後に、元来マンガを描く学生たち（イラスト制作が好きな学生たちではなく）は、PCに対して苦手意識を持っている者が多く制作ソフトを理解してもらうためには、カリキュラムの構築は必須だと思います。今回の企画の中のカリキュラム開発は、国内外に対しても有意義な事だと思います。

② 萬画家（まんがか）と職業漫画家について

萬画家とは、故 石ノ森章太郎氏が漫画を描く人たちは、森羅万象何でも描くことができるのだ。とゆう事をおっしゃっていました。この言葉は私も物描きのはしくれとして大変大好きな言葉です。ですが、そんなロマンチックな気持ちだけで生活できるほど甘くないのもこの世界の現実です。

マンガで収入を得るためには、娯楽、エンターテイメントとしてのマンガを描いて、マンガ雑誌への連載。これは、マンガを描こうと思った者ほとんどが、知っていますが、これ以外にも収入を得る方法は沢山ありますが、あまり知られてはいません。

私は、専門学校のマンガ科で教鞭をとっています。今まで、入ってきた学生たちを何とか娯楽、エンターテイメントとしてのマンガが描ける作家、プロの萬画家に育てようとする意識が強く有りましたが、今回の企画に参加して、職業漫画家について改めて考えさせられました。

出版社が世に出しているマンガ雑誌に掲載されている漫画家の人数たるや、プロを目指す新人の数を考えるとあまりにも少なすぎます。それを理解したうえで、プロを目指してもらうことが私の一番の教育目標でした。

しかし昨今、マンガ界のデジタル化は進み、出版社が出すマンガ雑誌に掲載されている漫画家の数よりインターネット上に作品を掲載している作家の数が圧倒的に多くなっています。これはやはり紙媒体への編集印刷作業が要らないことや、各地への郵送の手間やコストが無くなるメリットと共に、デジタル入校されたマンガデータが簡単に転用できることから、大手出版社もデジタル化へ大きく舵を切り始めたことも要因だとかんがえます。

アマチュアマンガ作家も出版社に頼ることなく簡単にネット上に自分の作品をアップできます。それにより世界各国、不特定多数の人の目に触れる機会が増え、企業から直接仕事の依頼を受けることもあります。

このことを踏まえて、企業が希望する内容のマンガを描き提供できれば十分職業としてのマンガ制作が成り立っていくのではないかと思います。

しかしそのためには、ちょうど現在のマンガ出版社が編集して読者にマンガ雑誌を販売している様に、企業のニーズ調査や、消費者（顧客）等のニーズ調査を行い情報のマッチングやコーディネートをしてくれる組織等が必要になると考えられます。

今、日本国内においては、物理や化学入門等の教育関係、株取引入門など様々な分野を紹介するマンガの学術書や入門書が存在していますし、これからもさらに多くの所でマンガが使用され広がっていくと考えられま

す。

海外に於いて日本のマンガの浸透状態を鑑みればおおむね同じような形態のビジネスマンガや、教育マンガも受け入れてもらえるのではないかと思います。

プロの漫画家を目指す者はもちろん、趣味で終わらせようとしている漫画を描くことの好きな者たちにとって、職業漫画家として収入を得る手段は、十分魅力ある仕事の形態だと思います。

③ 現在の「まんが甲子園大会」と未来の「国際デジタルまんが甲子園大会」

私は毎年8月に高知県が主催している「まんが甲子園大会」という高校生がマンガの力を競う大会に地元審査員として参加させていただいております。

まんが甲子園大会には毎年全国から1次審査の為、約350作品ほどが応募されてきます。これを地元審査員（アマチュア漫画家）とプロの漫画家合計7名の審査員で本戦出場校30校に絞り夏の大会に向かいます。ちなみに個人戦ではなく1チーム3人から5人で行う団体戦形式をとっています。

本戦大会は、30校の全チームと引率教員が高知県に集結し2泊3日で、1次競技、敗者復活戦、決勝戦と行い優勝校を決めます。本戦審査員はプロの漫画家が2名増えて合計9名で審査します。

まんが甲子園大会は、全国の高校生ペン児（高知県ではまんが甲子園大会に出場知る選手たちをペン児と呼んでいます）から大変な指示をえて20年以上も続いています。

この大会の事をベトナム（ハノイ）でのマンガ体験イベントに参加してくれた方や、フオンドン大学で日本語を学んでいる学生たちが知っていて、是非参加してみたいとか、参加方法を教えてください、という声を聞きました。やはり、マンガが好きな人たちは読むばかりではなく描いてみたいという欲求を持っているのだなと改めて感じました。

まんが甲子園大会関係者の中には、「外国人の参加者を募集して国際大会にしてもおもしろいよね」という意見を持っている方も多くいて、過去にはALTの講師で国際チームを作ったり、高知県内の高校で受け入れている外国人留学生のチームに特別参加していただいたこともありました。その時の大会は普段の大会より盛り上がっていたので高知県としても悪くない感触をもっていると思います。

しかし現在のまんが甲子園大会の運営方法は出場選手の旅費・宿泊費のほとんどを高知県が負担するシステムになっているため、実際に、同じシステムで外国から選手を招待するのは不可能だということで実施ができていません。個人的には、選手を高知県に招待して大会を開くことが不可能であれば、バーチャルな世界で大会を開いてもいいのではないかとも思っていました。

今回ベトナム（ハノイ）でデジタルマンガ制作のデモンストレーションを実施した時に非常に強く興味を持っていたし、パソコンでもマンガが描けるということに特に、違和感を持っている様子も無かったので、これなら、世界各国からでも費用をかけずに作品を集める事が可能だと強く感じました。

確かに日本国内でも沢山のデジタル作品の募集があるので、「デジタルまんが甲子園大会」というイベントは日本でも違和感無く受け入れてもらえるのではないかとも思えますし、現在の高速通信環境とスカイプなど

の双方向でリアルタイムで通信できる環境などを使用すればと考えると現実味が湧いてきます。

ですが、問題点が無いわけでもありません、以前まんが甲子園大会に参加していただいた国際チームや留学生チームから、出題テーマの意味が解らないといった声もありました。日本ではポピュラーな言葉でも翻訳されたときにうまく伝わらなかったのです。

国際大会を開くためにはデジタルならではの大会の運営計画を初め、各国の文化の違いや時差など配慮しなければならぬ事は沢山あると思われまます。

しかし、実現できれば、日本から世界へ、いや高知県という地方の田舎から世界への情報発信できるとともに、人育成や作家の発掘も含め新たなビジネスにもつながっていくであろうと思われまます。

成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進（アニメ・漫画）
漫画分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業
～第4回委員会を終えて～

学校法人河原学園
河原デザイン・アート専門学校
中村 亮

1. 職業としてのマンガについて

日本が世界に誇るマンガコンテンツと言っても、職業としてみると成熟しているとは言えません。報酬も含めて、多くの方が目指す職種であるとは言えないのが現状です。

漫画家を職業として考えた時、他の職種と比較できるほど人数がいるわけではありません。

スポーツの世界で考えてみると、プロ野球選手も同様ですが、ただ、社会人野球も含めて野球を直接的間接的に生かしたその後の職業がある様に思います。

現在のマンガ業界における職業選択で言えば、漫画家になるかならないか（なれるかなれないか）という二者の選択しかなく、「なる（なれる）」を選択するリスクも少なくありません。それは、「なれる」保証などないのは当然ですが、「なれた」としても、それによって生活できることにならないことが挙げられます。

今回の取り組みは、従来のエンターテインメントにおけるマンガではなく、ビジネス領域にマンガの訴求力を活かそうとするものです。その他、教育的なマンガにも可能性があります。この様に、マンガコンテンツの職域として、複数のチャンネルを設けることができれば、将来的に職業として安定する可能性があると感じています。

2. 地方創生とマンガコンテンツについて

地方創生の時代性からしても、地方の産物をマンガコンテンツと共に海外へ発信するアイデアにも可能性があります。それぞれの地方都市において、誇れる地域性や産業があるはずで、それを海外へ持ち出すことは、観光交流、経済交流に加えて、教育を含めた人的交流に寄与できるものだと考えます。

地方においては、都市部以上に人口の減少スピードが著しく、減少を食い止める施策とは別に、地方の産業を海外も含めた広い地域に訴求する必要があります。

昨今の訪日外国人の増加も地方にとって可能性があります。外国人観光客を地方へ誘導する方法が必要ですが、地方をアピールするコンテンツの一つにマンガを活用することも考えることができます。

3. 河原デザイン・アート専門学校の取り組みについて

本校においても同種の取り組みを行っています。地元愛媛にゆかりのある「歴史的人物」や、現在活躍している「愛媛出身の有名人」、更には、「観光地」や「産物」を、マンガという「物語」にして、雑

誌を制作しています。取材からマンガを制作するのは勿論、出版する為の費用も学生たちがスポンサーを募って調達します。

この活動を、年間を通した継続的な取り組みにするため、NPO化しました。

取材部、編集部、制作部、営業部、広報部等の部署を構成し、組織的に活動しています。

完成した雑誌は、県内全ての小学校、中学校、高校に配布しています。更に、公共施設や観光地にも棚先を設けて、多くの方に見て頂く様にしています。

今後必要とされる人材像は、自分の好きな（描きたい）マンガを描くだけではなくて、取材に不可欠なコミュニケーションやビジネスマナーを基本とし、編集から出版まで複数の能力をもったハイブリッドな人材だと考えます。

その様な人材に近づける意味でも、地方における地域性を紹介するマンガ制作は価値のあるものであると思っています。今後は、この取組みを海外にも発信できる様にしたいと考えています。

地元である愛媛県は、台湾と親交が深く、観光交流も盛んな関係にあります。

松山市においても、経済交流も含めて、今後新たな活動を企画している状況にあります。

その様な状況を活用して、マンガコンテンツ教育を絡ませる提案をしています。

先般、台湾映画『KANO』が制作されました。台湾に野球を広めた近藤兵太郎氏が主人公の映画です。近藤氏が、愛媛県松山市出身ということと、映画の封切りのタイミングもあり、昨年、学生たちが、近藤氏の足跡を辿り、マンガ化しました。そのマンガを、愛媛県を通して、台湾へ持ち込む取組みも行っています。

今後も、行政と連携してコンテンツの制作を行い、教育的な効果は勿論、地方の活性化にも寄与できると思っています。

現在検討している企画としては、台湾のデザイン系専門学校との連携があります。

学生間の交流やコラボ事業、共同制作など様々な切り口でアイデアを考えています。

この学校間連携事業についても、行政と企業を巻き込んだ形で実施したいと思っています。

台湾の学生と関係することで、その国の文化や風習、価値観などを知る機会になります。

又、企業を巻き込むことによって、今求められているスキルやマインドをキャッチすることができます。

更に、行政と連携することによって、教育的観点に留まらず、地方経済の振興にも寄与できる活動になる可能性が広がると考えています。

4. ネット環境の活用

ネット環境を使ったデジタルマンガにも可能性があります。

ネットを介して情報をやり取りする方法を取れば、地方である場所性は関係なくなります。

更に、国を超えた活動にも優位な環境だと言えます。

実際に、マンガのアシスタントを、ネットを介して募集し、アシスタント業務をこなす時代になってい

ることを考えると、学校教育にも応用させなければなりません。

今回の委員の中には、マンガ系の学科を持つ複数の専門学校の関係者がいましたので、学校間で連携して、それぞれの学校の取り組みを、ネットを介して連携することを提案したいと思います。

情報の開示や発信だけではなくて、レクチャや評価、双方向の情報交換などインタラクティブな方法を開発することができれば、それぞれの学校にとっても教育的意義が高まり、成果につながるはずです。更に、マンガに関連する企業も参加する仕組みができれば、多面的な効果が期待できるかもしれません。マンガをコンテンツとした産業を生み出す側と、その為の人材を育成する教育機関がネット上のフィールドでクロスオーバーすることで、双方の思惑がマッチングするチャンスが広がります。

5. グローバルな視点とマンガについて

グローバルな視点では、今回のベトナム調査で明らかになったことの一つに、伝えたいニュアンスやフィーリングが上手く伝わらない事が挙げられます。

具体的には、「真心を餡と一緒に包む」というフレーズでした。

日本人独特のニュアンスと言ってしまうとそれまでですが、恐らく、適切な「置き換え」があるはずで、これは、マンガに限らず、TVドラマや映画にも共通することです。

つまり、マンガの表現そのものの問題ではなくて、翻訳の精度の問題であると考えます。

日本の文化と相手国のそれを正確に把握していて、かつ、適切な言葉に置き換える能力が問われているのだと思います。

漫画家が翻訳までするのかという議論はあるにしても、教育機関として、グローバルな視点に立った時、この言葉の「置き換え」教育が必要であると感じました。

日本から海外へ発信する場面でも必要になりますが、今後の外国人観光客をターゲットとした活動にも必要な要素だと思います。その外国人へ訴求する方法としてマンガを活用するのであれば、国内においても重要な項目だと言えます。

専門学校教育において、単に英語の授業をするのではなくて、もっとエンターテイメントな領域から「置き換え」教育を切り出すべきだと感じました。

映画の翻訳（吹き替え）を専門とする方を講師として、様々なニュアンスやフィーリングについて、ケーススタディする機会があれば良いと考えます。

6. 最後に

今後の人口減少問題を考えた時、特に地方における著しい減少が大きな問題になっています。都市部への人口集中は、大学への進学動向に顕著に表れ、都市部の大学の定員を厳格化する動きが出て来ました。同時に、地方への大学へ進学する場合の特典も検討されています。地方に人が集まるとすれば、集まる理由が必要ですが、その一つとして、その土地の地域性が挙げられます。その地方だからこそできる取り組みがあるはずで、その地域性と専門領域を接続できれば、わざわざその土地へ行って学ぶ理由が

できると思うのです。

観光という観点で考えても、外国からの観光客を地方へ引き込む戦略が検討されています。これも地方を考える上で大きなテーマの一つだと思います。

それぞれの地方都市において、その地方の優位性や特殊事情を明確にして、観光交流も意識しながら、教育活動に接続する。その様なアイデアを地域ごとに考え、実行することが必要だと感じます。

また、別の観点として、労働人口の減少を考えると、職種によっては、外国人労働力に頼らねばならない時期が訪れるかもしれません。そうなった時、業務のマニュアルをマンガとして整備すれば、テキスト情報だけのものより格段に分かり易くなると思います。

昨今、介護に関わる人材不足が深刻化していますが、その様な専門領域のマニュアルをマンガ化することで、外国人への内容理解を促進するコンテンツになると思います。

我が国における戦後の復興から経済成長を遂げた時代性は、人口が増え、あらゆるものを生産する必要があることが前提でした。更に、経済成長した国から技術を輸入し、先頭集団（先進国）に近づく努力の結果、高度経済成長を遂げられたとも言えます。そんな背景の中から生み出された成功モデルがこれからの参考事例にならないことは明らかです。つまり、過去の事例を記憶させる教育では、今後の課題を解決できる人材にはなり得ないと言えます。これから必要とされる能力は、ユニークなアイデアや様々な人やモノを巻き込んでいくリーダーシップかもしれません。

その様な能力を身に付けさせる取組みとして、地方創生をテーマとした様々な活動が考えられると思います。今回のマンガコンテンツを活用した事業の企画から開発、そして運営するプロセスから、新しいアイデアを具現化し、実行する能力が身に付くと考えます。

その為には、学校、企業、行政が有機的に連携しなければならないと思います。

学校教育の活動によって、地域の問題を解決し、地方創生に寄与できると期待しています。

クールジャパンコンテンツの海外進出について

株式会社トータルプランニングオフィス

代表取締役 竹治政枝

「日本の漫画やアニメーションは海外で人気が高い」という現象はもう随分長きに渡って続いています。「ドラえもん」「クレヨンしんちゃん」「ドラゴンボール」「NARUTO」などといった日本でもメガヒットを飛ばし、長い間その人気を誇る優良コンテンツについては、諸外国でも物凄い人気を誇っています。また、ここ何年間に渡って話題となっている日本のオタク文化は、漫画やアニメから抛出される「コスプレ」などの人気によって社会的評価を受け、クールジャパンの大きな一翼を担う存在となっています。しかし、日本でもメガヒットを飛ばすコンテンツや幼少期対象のコンテンツ以外の、いわゆるオタクを対象とするようなアニメーションなどの放送に関しては、深夜帯に追いやられているという現状があります。これはやはりそのストーリー性や表現の方法によるところが大きいのではないかと考えられます。オタク層のニーズに合致させていくために、性的表現や暴力などより過激で、少々社会性に反するような内容が盛り込まれていくことは仕方のないことであると考えられます。もちろんそこから先述したような「コスプレ」などという新しい文化が創出されたことも事実でありましょう。しかしながら「クールジャパン」といういわゆる一つのカテゴリーを作り、日本国として世界に打ち出していくとするならば、より大きなマーケットを創出できる、あるいはより大きなマーケットに向かって打ち出していけるコンテンツ創りを考慮していく必要があるのではないのでしょうか。私どもでも中国をはじめ、東南アジアの国々の放送やコンテンツに関係する方々とコミュニケーションする機会がある時に、日本のコンテンツについての話をしてみますと、いわゆるメガヒットコンテンツに関しましては、ストーリー性、表現力が優れているほかに、教育的であるとか、道徳的にあるといった評価をされているということを目にするのがよくありました。それに対して、いわゆる日本の深夜帯で放送されるようなコンテンツに関しては、やはり国を代表するような放送局などでの放送は出来ないという評価を受けています。やはりこれからの「クールジャパン戦略」といたしましては、全世界に受け入れられ、巨大なマーケットを築き上げたディズニーの世界観にあるような、万人に理解され、受け入れられる世界観をもつものを創出していく必要性を強く感じています。ただディズニーの場合、その発想のもととなっているのはグリム童話やアンデルセン童話にみるような西洋文化です。西洋文化に「ディズニーマジック」をかけることによって、全世界対象のコンテンツが生み出されていく…これは我々日本でも見習うべくところがあるような気がします。弊社では2003年～2005年の間に、福島県の民話を144話、フルCGアニメーションにて制作いたしました（※「福島民話館 ねえみんな…」という番組を当時福島中央テレビで放送し、放送終了後、DVDを福島県内の全小学校及び図書館、絵本を福島県内の全幼稚園及び図書館に寄贈）。これは福島県限定ではあったものの日本文化をもとにした新しいコンテンツ創りの一つのモデルケースであったように考えます。また、今回事業におかれましても、福島県の特産物に関する宣伝広告を漫画にするといったトライアルをされましたが、これも地元密着型のコンテンツ例と言えましょう。このコンテンツに関しましては、ベトナムにおけるワークショップで色々ご活用された紹介いただきましたが、これから東南アジアを始めとする今後、自国のコンテンツ創りに取り組んでいきたいと考えている国々にとっても大事な一つのファクターになっていくと思います、やはりどこの国の人でも、みな自国の文化を非常に大切にしています。諸外国とコラボレーションにしていくにあたっては、我々もそうであるようにその国々の文化を知り、その文化に合致する発想や企画、ストーリー作りを行っていく、あるいは指導していく必要があると考えます。

どの国にもそこに根付く民話や言い伝え、風習などがあります。漫画やアニメーションを創作していくにあたっては、やはりそこを大事に考えていく必要があると考えます。また、クールジャパンとしてコンテンツを世界展開していくにあたっては、日本の文化、風習を大切に、それをもとにした発想、展開をしていくことがキーポイントとなってくるのではないのでしょうか。

この話をしますと、「諸外国では日本の文化、風習を理解できないのではないか」というような意見をいただくことがあります。しかし民話を創作していた時に意見を交わした先生方によると、全世界に星の数以上に存在すると言われている民話は分類していくと2ケタに満たないカテゴリーに集約されると言われています。そこにそれぞれの地の独自性が加わっていくことによって、数限りないオリジナル民話が出来上がっているというのです。根の部分に共通する発想や感性があるからこそ、ディズニーのように全世界を感動させていくようなコンテンツ創作ができるのでありましょう。独自の文化に基づいた企画、ストーリー作り、絵作りを行うことが大事であると思われまます。しかしどうしても世界的に受け入れられない部分は排除していくといった作業も必要になってくるでしょう。グローバル社会に受け入れられていくためには、また打ち出していくためにはこのような作業を重ねたコンテンツを生み出していく必要があります。日本の漫画やアニメーションが世界市場において頭打ちになっていかないようにしていくために、今一度制作過程において自分たちの作品を大胆かつ、繊細な目をもって見つめ直していく必要性を強く感じています。また、漫画やアニメーションの先進国として、これからこのような事業に取り組んでいこうとする国々に対しても、先述のような視点をもって、リードしていくことが大事ではないかと思われまます。やはり先人たちが築き、受け継いできた文化や風習、感性、言葉などは、世界中のどこにおいても素晴らしいものでありましよう。我々コンテンツ制作に携わるものとしては、それらを知り、それらを表現し、それらを受け継いでいくといったモチベーションをもちたいと考えまます。そしてそのモチベーションを持ちながら、時代にあった、また時代をリードする新しいものを生み出していくことが、全世界に受け入れられるコンテンツ事業につながっていくものと思われまます。日本発信コンテンツの海外における

勢いが少し減速化しているというような現状もある中、我が国が築いてきた緻密で、感性が鋭いと言われるコンテンツ制作における圧倒的なパワーをプラスの方向に持ち上げていくためには、今一度「古き良きものを知った上で、新しいものを創出していく」といった創作理念が必要であると考えまます。そしてロングランされている漫画やアニメーションだけではなく、新たなクールジャパンコンテンツを全世界に打ち出していくには、東京オリンピックに向けて、よりグローバル化を図っていかねばならない今こそが大事な時期であると考えまます。東京オリンピックに向けて観光客倍増計画を目論む我が国において、やってくる諸外国に人々に全く新しいクールジャパンコンテンツを自国へ持って帰ってもらうような仕掛けをしていくことが今やらなければいけない大きな事業であると考えまます。

旧来の技法と、新しい技法

アナログからデジタルへという概念は幻想であると考える。

正確には紙と G ペンから PC とワコムへの変移であるはず。

デジタルの最大メリットは無制限の変更可能性と、即時複製可能性のほずである。紙に描いた漫画でも、撮影、スキャンしてデジタル化できるので、厳密に言えば、製作中に常にやり直せることこそが一番のメリットと言える。ネットで作品を公開できるなどというメリットも、電子化する工程が違うだけに過ぎない。

デメリットとしては、ただ漫画を描く技術だけでなく、PC や専用アプリケーションの操作も習得する必要がある上、紙とペンに対して PC とペンタブレットとアプリケーションを揃えなければならない。初期費用が比べにならないほど高い。さらに製作中、常に電気を必要とし、膨大なデータを一瞬で失う危険性もはらむ。デジタルの制作環境のメリットを謳うのであれば、曖昧な可能性ではなく、デジタルでしかあり得ないという機能、性質に触れるべきではないだろうか。例えば、紙の漫画では動きや音を伝えることが困難である事に対して、動き、音付き、すぐに補足説明を参照できる、平面的ではない新たな読ませ方、新しいレイアウトなど、さまざまな新しい表現拡張可能性があるはず。

スクリーントーンが簡単に貼れるというのは、デジタルのメリットとしては小さく、効率化の一部でしかない。漫画という表現が新たな表現へシフトするかどうかという時代に、ただデジタル化による効率化のみを追求する形でいいのかという疑問が拭いきれない。外郭のないデジタルの可能性を匂わすのではなく、デメリットを内包していても移行すべきであるメリットに関して、より確実に言及すべきであると考える。

海外進出、ベトナムについて

社会主義国であるベトナムで、資本主義的な商売がどのように成り立つのかといった部分に不安がある。共産主義的思想の中では、あらゆる発明品が共有物であり、著作権を理解しないという傾向が身近な隣国、中国にあるためだ。近代化が進むベトナムにおいて、デジタル音楽やゲーム、デジタル漫画といった形のない娯楽品が、どのように流通し摂取されているのか、市場の動きをより理解したい。日本の漫画に興味があって、それを描きたいというベトナムの若者には、どのようなビジネスモデルがあり得るのだろうか。国营出版社というものしか無いのであれば、それは税金のようなもので運営されている機関であるのだろうか、そこの所属では自由な表現が可能であるとは考えにくい。日本と同じような表現、方法論は通用しないのではないかと感じる。さらに格差社会において、低所得層にあたる人々は、デジタル漫画を描けるような機材、環境を揃えるのは困難ではないだろうか。それを利用して収入を得るためには、まず漫画を読む習慣が根付かなければならない。ベトナムの 10~30 代が、どのようなライフスタイルを望んでいるのか、どのような疑問を抱き、カウンターカルチャーや、主たるアカデミックラインが存在するか、風俗はどのようなものであるかこそ、表現の畑になるものであると考える。まず取材ありき。次に識字率が限りなく 100%に近い日本では未成熟と言わざるを得

ない、サイン計画、アイコンデザインの補強などがなければ、一番大切な伝えること事態があやふやのなってしまうのか心配だ。例えば、トイレの女性は赤くてスカートを履いているかどうかなどの両文化での共通のサイン計画を一つ一つ照らし合わせていかなければならない。

漫画という産業

日本において漫画が巨大産業に発展したのは、世界の中でも異例であると感じる。週刊少年ジャンプの購読層の厚さ、電車に乗れば半数近くの乗客が漫画雑誌を読んでいるという時代が確かにあった。それも終焉を迎えて久しい。巨大産業と言いながら、その実、次々と新しい作家に二足三文で作品を描かせ、売ればラッキー、売れなくなれば使い捨てを繰り返す、虚代散業と言ってしまっただけでは言い過ぎだろうか。個人のスター性、類稀なる才能に寄生する産業だったと言ってしまっても、強く否定する材料に乏しいと感じる。新たな作家に対して、業界としての受け入れ態勢、育成体制が整っているとは言いがたいのではなからうか。お笑い界に似ていると思うが、有名になれば他事業に転身できるお笑いタレントに比べて、潰しがきかないという点で決定的に違うものだと感じる。端的に言えば、プロになったとしても、仕事をすればした分確実に収入に繋がる職業ではないという点が、商業として危うい。そのリスクの高さから、全部自分一人でやらざるを得ない過酷な製作を強いられる。その作家の努力によって生まれる作品を売るだけの巨大な企業があり、そこには沢山の編集者や営業がいて、それを作家陣が支えている。作家が販売を委託する形であるべきなのに、逆の立場で、個人に大きなリスクが課せられてしまう。このような不条理な構図のまま、グローバル化であったり、日本を代表する産業として世界に輸出する事に違和感が強い。旧来のメディアがウェブメディアを目の敵にして、既得権益、旧来の商法に固執した結果、産業自体が萎縮してしまった時代に、どのような製作、どのような売り方をすべきかを真剣に考え、失敗しながらチャレンジしなければならないはず。すでに遅すぎるのだから。もちろん出版会社だけが悪いということではないし、現在は旧態然としたそういった形も少しずつ変わりつつあると感じている。

「これから漫画を描く若者に未来はあるか」、この問いに答えは、どのくらいの技術を習得し、どの程度の作品を生み出すことができれば、最低限生活できるほどの収入に繋がるかであると考えている。作品を生み出すための財源をどのように捻出するか、本人の収入は、全体収益と照らし合わせて適当であるか、新たな作品を読みたいというお客さんを見出し、また需要を広げていけるか、旧来の方法に固執せず、時代に合わせた発信、配給に移行できるか。YOUTUBE や無料 WEB 漫画、ソーシャルゲームに浸かるとで、メディア作品は無料であるという価値観を構築してしまった今の消費者に対して、お金を使うことの意味、価値をどのように誘導できるかといった、非常に深い根源の問題に、一刻も早く取り組まなければならない。テレビが生まれた時から続いたこの教育は、ネットの普及で近年加速度を上げて浸透し、不本意だが、すでに手遅れであるとしか言えない。漫画を作るツールも習得する学校も有料なのに、出来上がった作品は無料であるなどという不条理がまかり通ってはならない。商業としては悪い時期も良い時期もある。現在は悪い時期であり、だからこそ革新が起きる可能性が高い時期であるとも言えるのではないだろうか。若者には良くも悪くも必ず未来があり、教育

には、それをより良くする力と、義務があるはずだ。

今回のプロジェクトの概要に関して

黎明期、成長期、混沌期、成熟期を過ぎ、新たな形を模索している日本の漫画界ではなく、海外進出を目指している点が良いと考える。純粋なエンターテインメントとしてではなく、絵によるコミュニケーションを利用したビジネスモデルの模索という点も、成功率を上げる事に貢献している。文字が一切ない、サイレント漫画を突き詰めていく方法もあるのでなかろうか。アニメ、トムとジェリーが世界的にこれ程長く愛されるのは、言語フリーである点で、まだ言葉を習得できていない子供にまで受け入れられた点が大きいのではないだろうか。世界に出るとなれば、日本の独自性を活かすか、変えるかを個々に選別する必要性もある。海外ではカラー漫画でないと受け入れられない点は、日本の漫画の生産性や、様式に関わる問題。文字主体の表現も、言語が変わるとなれば、画と合わせたリズム感、目線の流れを考えると厄介な問題だ。日本漫画の過度なエロティシズムと暴力性がどのように機能するかも、慎重にならなければならない問題。漫画のレトリック、引用の通じないものが多いので、映像を作る感覚で取り組む必要があるのではないだろうか。例えば、少女漫画によく見られる、主人公の独白が状況説明と並行して行われる表現や、ほぼ同じ顔格好の登場人物ばかり登場する、ボディアクションが少ないコミュニケーションなどは受け入れにくいかもしれない。極端なデフォルメや擬態音、汗をかく、縦線で青くなる、青筋を立てるなどという多くの表現も、共通認識として持っているかどうかの判断を個々しなければならぬ。漫画は手話と同じく、世界共通言語になれるポテンシャルを持っているはずなので、それを突き詰めていくのは面白い。

地方から作家育成をする

漫画に限ったことではないが、作品を完成させるためには、絵を描く技術、リサーチ能力、企画力、シナリオ構成力と様々な技術が必要とされる。これを1人が兼任していくのか、チームで分担して組織を形成していくのか、参加する学生を観察し、理解した上で効率化を図る必要があると考える。お金を稼ぐことを悪としてはいけないし、かといって大きく儲けることを追求するのも違う。地元で作家を目指すに当たって必要なのはプロデューサーであり、本人が制作に専念できる環境である。どんな作品も沢山の人の意見を聞いて反映してはいけないが、作家はさまざまな人の意見を聞く必要がある。個人の名前を出来るだけ前に出し、バンドを売り込むように彼らの世界観を作品以外でも伝えていくプロデュースは出来ないだろうか。絵はそれぞれ自分で鍛えているし、本来必ずしも上手くなければならぬものでもない。人を惹きつける物語と、その展開をどうやって創出するかに焦点を合わせていく必要性を感じる。既存作品の研究が足りないのかもしれない。例えばそれが洗濯機の使用説明漫画であったとしても、必然性はともかく、気になる展開、伏線の回収や納得できる落を演出ができるものだと考える。そこに教育の役割があり、流通経路の創出にプロジェクトの成否がかかっているのではないか。

地方でのデジタルマンガ導入における現状と課題、その対策に関して

日本アニメ・マンガ専門学校

高橋由美

委員会参加、成果発表を見学させて頂いての総評として。

アプリケーションソフトを使用してのマンガ制作カリキュラムの導入による教育内容の検証と、海外向け（ベトナム社会主義共和国）のビジネスマンガ発信へむけてのニーズ・志向性の調査の2本立てを同時に行う、画期的な事業であった。

特に、「受注機会に恵まれた都市部」への人口流出を防ぐためにも、「地元」で、都市部に劣らぬ受注数を確保していくための「新事業」として、先陣を切って「海外におけるビジネスマンガ」へ挑戦し、纏めたその方法論は、全国のマンガ家育成教育機関にとって、大変な価値があると思う。

また、「マンガ制作のデジタル化」に関しての事例が、大変参考になった。未だに、少なからぬ教育機関やマンガ家の現場で、デジタル化に苦勞している状況の報告があった。

地方において「地元にすみながら」マンガ家を目指す、或いはマンガ家を生業としていく上で、制作のデジタル化、ひいてはデバイスの多様化への対応は、最強のツールである。

地方のマンガ家育成教育機関として、教育成果を更に積み上げていくため、多くの若者の夢を叶えるため、現実に学校として生き残っていくためにも、最優先で指導手法の完成・改善をしていかなければならない。

しかしながらわが校においても、制作のデジタル化はスタートしたばかりであり、デバイスの多様化への対応は、カリキュラムとしては、ほぼ実施できていない。

そこで、以下に、委員会参加により整理することのできた課題と解決策について述べる事で、このたびの成果報告としたい。

◆デジタルマンガ カリキュラム導入の成果報告から得た課題と解決策について

※ここでいう「デジタルマンガ」とは、デバイスを指すのではなく、制作にアプリケーションソフトを使用して制作するマンガであり、基本的に、頒布に関して、紙・デジタルを問わない。「デバイスの多様化への対応」に関する検証は、今後の課題である。

委員会では、デジタルマンガ授業実施+ベトナム及び国内での作品展示+観客による人気投票・評価までの、すべての成果報告がされていた。それを受けて、各委員より意見が交わされ、マンガ制作のデジタル化における最大の難点は、設備投資的な点よりも、意外にも以下の2点に絞られるようであった

①指導者・学生、双方のデジタル化への「抵抗感」

→指導者側は、「新しいものへの抵抗感」。ベテラン程、不安も大きい傾向。

「つけペン」が「タブレットペン」にかわるだけ、と割り切れない

→ソフトを使っただけの作画能力=オペレータ的な技能と、マンガ制作力は別物であるが、

それを混同されることを恐れるあまりに、デジタル化そのものに抵抗を示す

※デジタル授業「追加」により、あるべきアナログの重要性、マンガ制作力向上の

授業時間が減ると考えて危機感を持つ

→学生側も、一言でいうなら「新しいものへの抵抗感」。ただし、興味は持っている。

PC授業を受けてはいるが、「マンガを描くソフト」は、一般に普及しておらず、単純に、使った事が無い。シンプルに「手描き」で楽しんできたのに、わざわざ不慣れなソフトに切り替える必要性をあまり感じない

→高校卒業までの間に、ビジネスソフトや勉学の履修の際、多少なりとも苦勞したり苦手意識を抱いたり、恥をかいたという経験を持つ学生は少なくない。そのため、「難しそう」「また苦勞するのではないか」という不安の方が、好奇心よりも大きい。

②指導者の経験不足と、指導者の人材そのものの不足

→地方都市においては、「プロのマンガ家もしくはその現場の経験者」そのものの母数が少なく、デジタルツールでの現場経験を積む機会は、更に限られる傾向。

→同様に、地方都市においては、経験不足を補うための研修機会も得にくい。

※指導者に限らず、一世代以前の「マンガ家」達も、デジタルツールの導入に関して、学びの場や情報共有の場が得にくいという事であった

上記課題の解決法および、事例に鑑みての自校の検証、今後行っていくべき施策について

①抵抗感払拭へ向けて

→まず指導者層が、デジタルマンガの優位性を理解する事、この一点に尽きる。

海外へ向けてのマンガ発信を目指す事業を通じて、非常に明確に示されたと思う。

打ち合わせ、アシスタントの調達、納品、修正、すべての行程において、デジタルマンガは、物理的・距離的な制約を一切受けない。デジタル化により、「都市部が有利」から、「地元が有利」にできる。国さえも超えていける。

★わが校では、デジタル化歓迎への意識転換は、遠方在住の卒業生作家へのアシスタント支援、および海外姉妹校との作品交換がきっかけになった。今後も教員自身の新しい事例を積み重ね続ける事が重要。

→デジタルマンガ導入によってマンガ制作力が低下するという懸念に対しては、一定の時間はかかるが、出た結果（作品成果）の分析を行う事で払拭できるのではないかな。

今回の取り組みでは、「海外のビジネスマンガ」という新しいジャンルへの挑戦で「マンガ」制作自体も難しかったはずだが、全員がデジタルで制作し、完成させたという事、作品への評価も高かった事（評価する読者は、デジタルで制作したのかアナログで制作したのかなど考えない。ただマンガとして評価する）、の2点から、デジタルツールを学ぶ事でマンガ制作力が伸ばせないという事は言えないという結果が示された。

★わが校では、アナログ手法の方が作画時間が短い学生もいるが、デジタルマンガの方が作画時間が短

縮され、結果的にネーム時間を増やせた学生もいる。むしろ、デジタル化がマンガ力向上につながる事もある。A&Dカリキュラムを大いに参考にしたい。

→学生の抵抗感払拭＝不安払拭の一点に尽きる。やってみたい好奇心は持っている。

「やってみたら、意外と楽しかったという学生が多かった」という事例が殆ど。

海外でのワークショップや、A&Dでのデジタル授業の事例からも、「やってみる」経験をさせる事自体が、解決策だと考える。

特に海外でのワークショップは、アナログ道具を使っての作画作業であるが、「やったことがない」事をするという点で、日本の学生がデジタルを使うのと同じ状況。

用心深い日本の若者に「やってみさせる」ために必要なのは、「指導者が新しい事への取り組みを楽しむ姿勢」だと思う。毎回海外への挑戦をするわけにはいかないが、毎日の授業の中に、ちょっと新しい内容「小ネタ」を仕込む等でも、「やってみるのは楽しい事」「失敗してもかまわない」を、伝えていけるのではと思った。

★わが校では、このような大掛かりな取り組みは未経験だが、必然性・優位性のアピールとして、卒業生作家のデジタルアシスタントを在校生が学校PCで勤める様子を下級生に見せたり、卒業生作家や上級生にデモンストレーションを依頼している。

背景として、約半数の学生が遠方より入学してくる為、デジタルの優位性は実感しやすく、また、もともとデジタルへの抵抗感は低い学生が多いため、デジタルツールで何が可能かを見せることが動機づけには有効。とはいえ、学生気質に恵まれて、教員自身の工夫に不足が感じられるので、今後はそこも注力したい。

②指導者の経験不足と指導者不足解決のために

→コンソーシアムを機に、教育事業者同士の連携・企業との連携を進める事で、地方においても教育者の研修を活発化出来る事がわかった。

→デジタルマンガ導入以前に卒業した、マンガ家やアシスタントへのデジタル化支援。

(学校設備で試す、講習をする、情報交流の場を設ける等。ある程度の線引きは必要だが、作家においては、自校卒業生に限定すべきでないと考え)

直接的に、マンガ作画現場・経験値を増やし、指導者育成・現場研修の機会も増やす。

→地方都市の方が、制作のデジタル化(作品のデータ化)から得られる利便性は、はるかに大きい。福島例にならば、高知例に学び、各地方自治体等々との連携を提案、積極的に全世代への「デジタルマンガ」普及活動に、学校自身が取り組むこと。

デジタルマンガの普及推進＝「マンガ産業の地方化」＝指導者不足等も解決。

「マンガ産業の地方化」→マンガ表現・テーマ・展開先の多様化→業界(日本)も発展。

この最初の取り組みの一つを、学ぶことが出来た。きちんと自校でも活かしていきたい。

以上。

業界内での人材育成について

株式会社 p Hスタジオ

近藤 左千子

今回の委員会で話して来た漫画教育ではなく、私が携わる映像業界に関しての話になります。

映像やアニメーション業界での人材教育はまだまだ実際企業に入ってから改めて学ぶかたちを取っている。近年、各美術大学でもアニメーション科が増えて来たものの、実際プロダクションが欲しがると人材を教育するより、作家を育てる教育がメインに行われている。その為、せっかくその科を卒業しても業界の就職率は低く、個人作家になるか、全く違う仕事に就く人も多い。日本では新卒の人＝これから企業での制作方法に沿って新たに学ぶ人。という事になり、学校では業界で働くための知識を身につけるといふ、前段階になる。

実際アニメーションでテレビシリーズを手掛ける各制作会社では、作業が作画、原画、中割り、彩色、仕上げ、美術、撮影といった分業制になり、そして管理の人たちがいる。そして配属された持ち場でのスペシャリストが育って行く事になり、一度その専門になった人が他の部署に行くチャンスはあまりない。今後は作業がデジタル化になる事によって、そこの分業の境界線も少しずつ変わる可能性がある。

各学校の専攻では専門知識と行程を一通り学ぶ事ができるが、そこでデジタルツールに頼りすぎると実際は一般的なものでなかったり、ソフト自体が古くなったりと、実際の制作会社では「つぶし」のきかない存在になってしまう。つまり学生時代は良い作品を作ったとしても、業界のニーズとは違う偏った人材が育ってしまう事もある。デジタルツールに頼らない教育にも、もっと力を入れる必要がある。

また海外（私が知っているのは主にヨーロッパ）はプロフェッショナルを育てるといふ事を意識した学校教育が多く、在学中に企業にインターンシップとして入ったり、また学生の講評会、卒業審査にも企業の人たちが参加している。そして、企業側も気に入った学生に目をつけて積極的にスカウトする光景も良くみられる。イギリスのロンドンにある映画学校では実際映画で使用した素材が提供され、実践に向けての教育を徹底しているところもある。また面白いのは、イギリスでは「Runner」という敢えて日本語にするなら「使いっ走り」といふ制度がある。映像業界に入りたい者が殆ど奉仕に近い形でスタジオに入り。それこそ何でも下働きをする。そこで同じ社内の色々なポジションの人たちの仕事を目の当たりにする事によって、具体的なイメージと目標を持つという仕組み。入社してからでは所属とは違う部署はなかなか観る事ができないが、入社前にそのような制度を通じて業界の仕組みを学ぶ事ができる。その成果も手伝ってか、最近ハリウッド映画の特撮やCG制作、ポストプロダクションなどメインはアメリカからイギリスに移るようになってきた。ニュースでも伝えられているが、ハリウッドのスタジオは規模が縮小しているけれど、ロンドンのSOHOには次々と新しいスタジオが出来ていて、そこに働きたい学生も、仕事を出したいというクライアントも集まるようになっていく。勿論、それには税金面での免除やサロンのような場所の提供、就職相談といった、国をあげての対策も含まれる。

日本でも専門学校や大学生が卒業後も学んだ事を行かし、希望の仕事につけるよう、学校側と企業側の両方の結びつきを強化し、人材教育に望めると良い。それにはイギリスの成功例のような国の協力もれば一層強いものになるでしょう。

平成26年度 文部科学省
「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業
マンガ分野において地方から発信できる
グローバルな人材育成事業
事業成果報告書

発行■平成27年2月

編集・発行■マンガ分野において地方から発信できるグローバルな人材育成事業
実施委員会

問い合わせ■連絡先

学校法人 新潟総合学院
国際アート&デザイン専門学校
〒963-8811 福島県郡山市方八町 2-4-1

024-956-0040

<http://www.art-design.ac.jp>

E-mail : ad@nsg.gr.jp