



Come to Aichi !! ～海外コスプレイヤーと連携したインバウンド PR 事業～

愛知県振興部航空対策課

海外コスプレイヤーが集う場所「愛知」

愛知県は、信長・秀吉・家康の三英傑を始め、多くの戦国武将を輩出しており、名古屋城を始めとした城めぐりなど武将観光を楽しむことができ、また自動車産業を始めとする産業の中心地として、産業観光も見どころのひとつです。さらに、名古屋独自の食文化として、みそかつやエビフライ、ひつまぶしといった「名古屋めし」も人気となっており、豊富な観光資源を有する地域である一方、関東や関西と比較して外国人観光客からの認知度が低いことが課題として挙げられます。

現在、日本の「アニメ」「マンガ」は世界の若者に大変人気が高く、「読む」「見る」といった楽しみ方だけではなく、「なりきる」楽しみとして「コスプレ」もブームになってきており、愛知県でも 2003 年から毎年「世界コスプレサミット」が開催されています。2014 年には世界 22 か国の代表者達が訪れ、世界各国から多くの観客やマスコミが集まりました。

そこで、SNS などのネットワークで発信力をもって世界コスプレサミットの各国代表コスプレイヤーと連携して、外国人の目線による愛知の観光資源の発掘と、愛知県の魅力を紹介するコンテンツ（映像、チラシ）を作成し、海外に向けての情報発信を行いました。

コンテンツの作成

○代表コスプレイヤーが出演する旅番組風映像の作成

Facebook や Twitter など発信力の高い、オーストラリア出身の現地ラジオ局で有名な DJ・クリス・グリーン氏と、アメリカ・インドネシアを代表するコスプレイヤーがナビゲーターとなって、国宝犬山城・城下町・鶴飼い・からくり人形といった歴史と伝統の街犬山と、アニメ・漫画好きに人気のあるポップカルチャーの街大須、スタジオジブリの「サツキとメイの家」があるモリコロパークをめぐる旅番組風の映像 Welcome to



観光ルートマップのチラシ



Japan ～Come to Aichi !!～「歴史・伝統文化編」と「ポップカルチャー編」を作成しました。

○MAP チラシの作成

海外での観光セミナー、航空会社へのエアポートセールス、交流会などで活用するため、コスプレイヤーの皆さんが体験した観光ルートをマップにし、動画へアクセスできるよう QR コードを掲載しました。

コンテンツを活用した観光情報の展開

○WEB 上での展開

作成した映像を YouTube に掲載するとともに、中部国際空港セントレアの HP などを通じて情報展開をしました。また、世界コスプレサミットのアメリカ代表、インドネシア代表コスプレイヤー（各 2 名、合計 4 名）の SNS から情報拡散を図りました。



WCS 公式 HP

WCS SNS

セントレア HP



- ・YouTube
- ・世界コスプレサミット公式 HP ページ、Facebook ファンページ、Twitter
- ・セントレア HP
- ・参加コスプレーヤーSNS、愛知県観光協会 SNS 「Travel tips Aichi」

○インドネシア・ジャカルタにおける展開

成長が著しいアジアの活力を取り込むために、本県が進めている「アジアパートナーシップ戦略」として、インドネシアで行った各事業において、映像放映やチラシを配布しました。

- ・ガルーダ・インドネシア航空に対するエアポートセールスの際の観光 PR に活用
- ・愛知県主催の地元経済界との経済交流会で映像放映・チラシ配布をし、PR を実施
- ・愛知県と昇龍道合同観光セミナーの際に現地旅行会社に対しチラシを配布し、観光 PR を実施

その他

- ・アメリカン航空本社に対するエアポートセールスの際



愛知県主催の地元経済界との交流会の様子

にチラシを配布し、PR を実施

- ・アメリカ・ラスベガスで開催されたビジネス機展示会 NBAA のブース出展時に、映像およびチラシによる観光 PR を実施
- ・セントレアの外国人向け観光案内所「tourist information」に配架
- ・インドネシア旅行会社招請事業時に配布
- ・2016 伊勢志摩サミット開催に伴う愛知県の魅力発信事業のうち、海外メディア招請ツアー時にチラシを配布

事業の成果

世界各地から参加者やマスコミが集う「世界コスプレサミット」と連携して愛知県の PR 動画を作成し、公式 HP などの WEB 上で展開したほか、コスプレに興味を持つ層を切り口に SNS などでの波及効果を利用した展開を行ったことで、世界コスプレサミットの公式 Facebook 上における動画再生回数は 1 万 3 千回を超えました。

また、海外における観光セミナーや経済交流会などで現地旅行会社や現地企業・政府関係機関に対して展開することにより、世界規模のポップカルチャーイベントをきっかけに、愛知県には歴史・伝統、産業に係わる観光資源があることを認知させることができたと感じています。

今後の展望

昨年より LCC を中心に数多くの航空会社が中部国際空港に新規就航し、インバウンド需要が増えております。LCC の旅客は FIT（個人）旅行の割合が高いことや、FIT 旅行を好む旅行者は情報収集源として SNS やブログなどインターネットを活用する割合が高いという調査結果（愛知県訪日外客動向調査（2015 年度））が出ています。今回のコスプレーヤーとの連携では、外国人の目線で感じたことをリアルタイムに SNS などでも共有することで、こうした方々に見ていただく良いきっかけになったと思われます。個々の観光地の単なる紹介だけでなく、これまでと違った視点と SNS などを活用した情報発信は大変効果があったと考えています。