



1 開催概要

イベント名: いばらきコンテンツ産業フォーラム 2015～つくばコンテンツフェス～

日時: 2015年2月22日(日) 10:00～16:50

会場: つくば国際会議場 (茨城県つくば市竹園 2-20-3)

主催: 茨城県

事業運営受託者: 有限会社つくばインキュベーションラボ

来場者数: 約 500 名

《プログラム》

時間	ステージ (中ホール 200)	展示会 (大会議室 101)
10:00～12:45	上映会 いばらきデジタルコンテンツ・ソフトウェア大賞の 受賞作品などを上映	展示会 10:00～16:30 茨城県内外のコンテンツ(アプリ、ゲーム、 アニメ、映像など)やそれに関連したビジネスの 作品展示やオリジナルグッズ販売
13:00～14:30	開会セレモニー～基調講演 大洗を舞台にしたアニメ「ガールズ&パンツァー」プロデューサー杉山潔氏による講演	
14:35～15:55	パネルディスカッション クリエイターやコンテンツの育成からコンテンツ 産業を創造するために求められるものを、出演者 の経験をもとにディスカッション	
16:00～16:50	いばらきデジタルコンテンツ ・ソフトウェア大賞表彰式	

2 上映会

いばらきデジタルコンテンツ・ソフトウェア大賞受賞作をはじめ、いばらきで制作されたアニメーションから映画まで様々なジャンルの映像を上映しました

上映プログラム

《第1部》10:00-11:10

いばらきデジタルコンテンツ・ソフトウェア大賞 2014 受賞作品

- | | | | |
|--------------------|-----|------------------------------|-----------|
| アニメ部門ショートアニメ・自由テーマ | 優秀賞 | 「アオハルは突然に…」 | 三浦 光理 |
| アニメ部門ショートアニメ・自由テーマ | 奨励賞 | 「パーフェクトラウンド」 | 花蟲 |
| アニメ部門ショートアニメ・自由テーマ | 奨励賞 | 「SPACE」 | 鮎田 和麿 |
| アニメ部門ショートアニメ・茨城テーマ | 奨励賞 | 「ナツアン」 | ナツアン制作委員会 |
| アニメ部門ショートアニメ・茨城テーマ | 奨励賞 | 「The sightseeing in ibaraki」 | 平井 李音 |

つくばショートムービーコンペティション つくッペ 第1回グランプリ受賞作品

「REAL VALENTINE」 高島 瑛彦

展示会出展者 制作作品

「母子解放戦線ボニジュール特報映像」 Studio ニブンノイチ

“萌酒” PR ビデオ 株式会社 飛夢

“Campus Notes” PR ビデオ 4th cluster

「涙の騎士」 上原 功一

“DENSHI JISION” PR ビデオ DENSHI JISION

「不思議の国とアリス」 そうま あきら

韓国の檀君神話をベースにしたオリジナルアニメ（パイロット版） SHiFT-UP

「あぐかる PLAY WITH IBARAKI 編 第1話つくば市筑波山」 スタジオぷ YUKAI

《第2部》11:25-12:25

いばらきショートフィルム大賞 受賞作品

大賞「ストロボ」 A.T.

奨励賞「生まれつき」 エマニュエル・オセー・クフォー JR

奨励賞「洗濯機は僕らを回す」 古新 舜

3 基調講演「映像コンテンツによる地域活性化の可能性と課題」

茨城県ゆかりのプロデューサーにより、その方の関わられているコンテンツ分野の特性や現状、発展性などを、ご自身の歩まれた経験談を交えてお話ししていただくことを目的に開催しました。大洗を舞台にしたアニメ「ガールズ&パンツァー」のプロデューサー杉山潔さんを講師に迎え、これまでの活動からコンテンツ産業と地域、未来を考えました。

《講師 杉山 潔氏 プロフィール》



1962年バンコク生まれ。1歳半から高校卒業までを大阪で過ごす。1981年～85年の4年間を筑波大学に学び、一時的に茨城県民となる。1985年3月筑波大学卒業。1985年4月レーザーディスク株式会社に就職。レーザーディスクの製造管理やマーケティングを担当。1990年4月東芝EMI株式会社に転職し、映像プロデューサーとしてのキャリアをスタート。主にアニメーションや航空・軍事ドキュメントを手掛ける。

1995年茨城県牛久市に移住。1998年4

月バンダイビジュアル株式会社に転職、現在に至る。現在手掛けている大洗町を舞台にしたアニメ「ガールズ&パンツァー」をきっかけに、大洗大使を拝命。

《講演内容》

■地域と映像コンテンツの関係性

現在は映像コンテンツの時代と言われており、自治体を中心とした映像コンテンツの様々な地域活性化の取り組みも行われています。古くから行われているのが、「地域の舞台化」「ロケの誘致」「コンテストの実施」です。

「地域の舞台化」は、映像コンテンツの舞台となった地域に観光客が訪れる効果を生み出します。最近ではNHK朝の連続テレビ小説「あまちゃん」が好例で、震災復興の一助にもなっています。ただし、経済効果・地域活性化という視点で見た場合、一時的な効果は見込めますが、継続性はあまりありません。新たな映像コンテンツが出てくれば、そちらにお客さんは流れます。

「ロケの誘致」は、「地域の舞台化」とリンクします。ロケ隊が大勢やってくることで直接的な経済効果と、「地域の舞台化」による効果が見込めますが、これも時間が経てば終息に向かいます。「コンテストの実施」は、短期的な経済効果は非常に薄いですが、長期的なスパンで産業化を考えるとしたら、非常に有効な手段の一つとして捉えることができます。これについては後述します。

「地域の舞台化」に関して、実写はライトなお客さんが多いので継続にはつながりにくいですが、私が主に手掛けているアニメは若干状況が違います。アニメで最近よく聞かれる言葉で、「聖地巡礼」があり、作品の舞台になった場所をファンが訪ねるといった動きが顕著に見られます。私が手がけている「ガールズ&パンツァー（通称：ガルパン）」もその一例だと思っています。

■「ガールズ&パンツァー（通称：ガルパン）」について

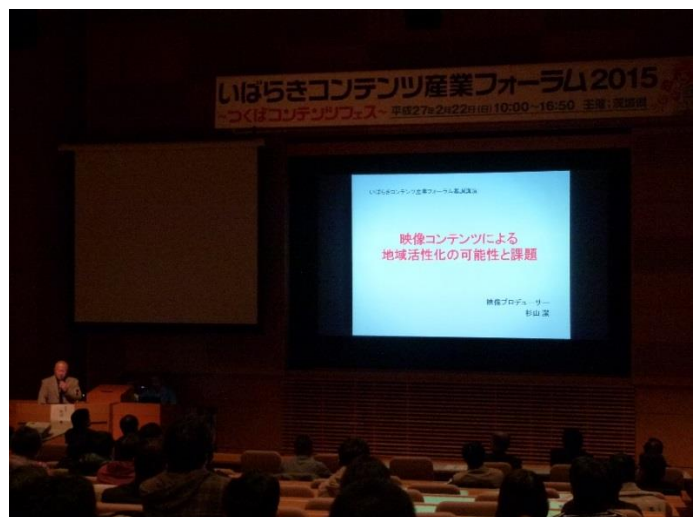
ガルパンは、女子高校生が戦車をつかった架空の武道「戦車道」という部活動で学校の存続をかけた全国大会に臨み、ライバル校との対戦と通じて友情を深めるお話です。2012年10月から12月に東京 MX 系で放送した深夜アニメですが、昨今のアニメの中ではおかげさまでヒット作品になりました。

現在、テレビシリーズ全6巻と、スピンアウトに当たるOVAが発売中です。現在、2015年夏の公開を目標に、完全新作の劇場版を制作しているところです。（※その後、2015年11月21日公開という公式発表があった。）

作品の舞台となった大洗町には、イベントのない週末にも数百人のファンが訪れ、なじみのある商店を訪ね、なじみの宿に宿泊する、という状況が生まれています。

■舞台としての大洗町

メディアの方々には「大洗はアニメによって復活した」と語りたがりますが、製作側の立場として、震災復興や地域活性化を狙う考えは全くありませんでした。ガルパンが実在の町を舞台にした理由は、リアルを追及することにより、登場人物に感情移入してもらうことを狙ったことなどの演出上の意図があったからです。高校野球などで練習環境に恵まれない中、勝ち上がっていくチームを皆が応援するように、ガルパンでは、弱小チームを主人公にし、様々なハードを乗り越えていく姿を描きました。



そういったことから、企画当初は豪雪地帯で平地の少ない日本海側の山陰地方の小さな町を舞台にすることを検討していました。実在の町を舞台にしたアニメを制作することは、ただ単に背景に組み込めばいいというものではありません。キャラクターのリアリティを追求するには、いわゆる“ロケハン”をして、地元の人たちとの交流を持ち、その地方の人たちの考え方、気質、生活環境を、制作側がある程度咀嚼して表現しなければいい作品は作れません。

ただし、東京から遠い町を舞台にすると、ロケハンに多大なお金と手間がかかります。当初考えた町ではなく、舞台を近場にしたいと考えていたところで、2011年3月11日を迎えました。東日本大震災です。

私はその時に、エンターテインメントの世界の人間の無力さを痛感しましたが、記録を残すことが自分の役割だと考え、友人の映像ディレクターと共に被災地を撮影して回りました。撮影を続ける中で「被災者の皆さんがある程度生活が安定してくれば、過酷な現実を生きていくうえで息を抜く時間が必要だろう、その時に我々のエンターテインメントの出番がやってくるに違いない」と確信しました。

茨城県は救援の手が遅れた地域であることを知っていました。航空自衛隊が撮影した地震発生翌日の大洗町の被災状況の空撮写真を見て、大好きだった町の状況に心を痛めていました。アニメの舞台に大洗町が候補にあがったのには、こういった個人的な心情が入っているのもあります。

ただし一つ注意していただきたいのは、舞台が大洗町に決まったのは、ガルパンの舞台として相応しかったのが大前提にあることです。大洗には、アニメの舞台にするに適した様々なランドマークがあり、何より「大きな船を使う」という作品の設定にあったフェリーターミナルがあったのです。この作品は舞台になった町の経済効果を狙って作ったわけではありません。確かにガルパンは、結果的に地域振興の効果を出した事例の一つだと思いますが、そのことを製作サイドは狙っていなかったことは知っておいていただきたいと思います。

大洗町には、「あんこう祭」と「海楽フェスタ」という大きなお祭りが年に2回あります。このお祭りには、ガルパンの声優さんを伴ってトークイベントや歌のステージを実施したりするなど、町と一緒に“遊んで”います。一方で、町の人たちが積極的に企画を練って、町の中でコンテストやスタンプラリーを行うなど、様々な提案をしてくれます。アニメの力を最大限に活かした町の人たちの企画力と行動力があって、現在の状況があるのです。

■地域経済とアニメの関わり

私自身は、アニメで地域振興を目指すことに懐疑的な立場です。アニメの舞台になることで、これまで見かけたことのない層の観光客が来るようになるかもしれませんが、それが地域経済にどれだけ寄与するのかは、冷静に判断する必要があると思っています。また、アニメによる地域振興にはリスクがあります。失敗した場合、負のイメージが出来てしまいます。そしてアニメファンは非常にナイーブな人たちです。地域の自治体や商店が自分たちを「ネギを背負ったカモダ」とみなしていると感じた時点で、彼らは離れていきます。

一番大事なのは、作品自体に人気があることなのです。大洗町は、ガルパンと地域振興に関する予算は当初0でした。予算がなくても、多くの人々の知恵と労力により、ガルパン人気の盛り上げ・継続と地域の活力づくりに繋がりました。あんこう祭の時には、鹿島臨海鉄道の列車と茨城交通のバス各1両をガルパンでラッピングしました。

ツテを辿ってメーカーからラッピングフィルム2ロールを提供してもらい、自分たちで施工するというので、格安でラッピング用のプリントアウトをしてもらいました。施工は、地元の人たちや茨城大学の漫画研究会の学生などで3日かけて施工しました。私も一緒にやりました。心配してくれて手弁当で付いてきてくれたプリント業者の方にも助けられました。

とにかく、お金がないのだから、自分たちの知恵と体を使おう、というところから始まったのです。大洗町の人たちは、とても当事者意識のある人たちです。どんなコンテンツにも、いずれ終わりの時が来ます。作品をきっかけに取り組むことを、地域の人たちが主体的に考えないことには、大洗のようなことは起こりえないと思っています。

■映像コンテンツの地域産業化の可能性



地域と映像コンテンツが長期的な関係性を模索できるとしたら、それは「映像コンテンツの地域産業化」ということになると思います。これには、大きく分けて2つのアプローチがあると思っています。一つは「制作スタジオの誘致」、もう一つは「人材の育成」です。

「制作スタジオの誘致」には、インフラ整備が不可欠です。制作現場がデジタル化したことにより、アニメスタジオが地方に分散化する傾向があります。それには、大容量のデジタルデータを扱う事が出来る太い回線と安い通信費用が重

要になります。あるいは、法人税や固定資産税を減免するなどの経済的な税法上の支援も必要になってくると思います。

「人材の育成」を目的とするのが、各種コンテストの開催です。技術の進歩等により、かつてプロフェッショナルの領域だった映像制作は、アマチュアのレベルでもできるようになり、デジタル化したことでその垣根はさらに低くなっています。また、様々なメディアを駆使して、見られる時間と場所が自由になった他、大量に複製できるようになりました。頑張れば自分で販売用のDVDが作れる時代です。

こういった映像制作の簡易化が、昨今の映像作品のコンテストの増加、一般化、多様化に無関係ではないと思います。この動きは、今後も続いていくと思います。

■行政が実施する映像コンテストの果たす役割と責任

それでは、映像コンテストが果たすべき役割はどのようなものなのでしょうか。コンテストを主催する行政の方たちには、「アニメで町おこし」「地域経済の活性化」ということを目指すの

ではなく、非常に時間がかかる事業ですが、いずれ地域活性化に寄与するかもしれない新しい才能を発掘し、チャンスを与えて育成することに重きを置いていただきたいと思います。

その際、地域あるいは行政が、受賞作品や受賞作家に対して、先々どう関わっていくのが重要であり、そこには哲学が必要だと思います。いばらきコンテンツ産業創造プロジェクトの一つの柱である「いばらきクリエイターズハウスの設置・運営」がその一例になると思います。ただ、場所を提供するだけでは足りません。

私が審査員を務めた「いばらきデジタルコンテンツ・ソフトウェア大賞」は、茨城県の事業として県民に広く認知されているのでしょうか。まずは、こういったコンテストが開催されているということを強く広く発信し、県の内外の映像制作に携わる、あるいは興味を持つ人たちに認知してもらうことが必要です。

さらに、コンテストで見出した新しい才能に対して、継続的な作品制作のチャンスと環境を与えることが必要だと思います。受賞作家の作品あるいはキャラクターを県の広報事業等で活用するなど、県民の目に触れるところに置くことが必要です。

今後、茨城県と映像コンテンツの将来的な関係性について、「なぜ」「何のために」それを行って、「どう活用して」「どう育てていくか」という哲学を考えて欲しいと思います。プロでもアマチュアでも、フリーで映像制作を続けていくということは、非常に大変なことです。

いばらきクリエイターズハウスを整備して、そこに作家が入ってきます。彼らがどのような生活をして、どのような思いで創作活動をしているのかを見てほしいと思います。その上で、茨城県は映像の産業化を振興することをどう実現して発信していくのかを考えていただければと思います。

4 パネルディスカッション

「いばらきでコンテンツ産業のクラスターを育てるには」

コンテンツ産業の一翼を担っているプロデューサー、県内のコンテンツ関連企業、いばらきクリエイターズハウス入居者の経験を踏まえて、クリエイター等としての生き方やコンテンツ産業の育て方等についてのパネルディスカッションを行いました。

《プロフィール》

モデレーター

■今泉 裕美子 氏(コンテンツ・インキュベーションマネージャー)

関東経済産業局新産業集積創出基盤構築支援事業「デジタル化・ネットワーク化社会に対応した先進的コンテンツ創出促進事業」クラスターマネージャー。特定 非営利活動法人中野コンテンツネットワーク協会理事。一般社団法人中野区産業振興推進機構アドバイザー。松山市「コンテンツによる雇用創出および産業推進 に関する調査委員会」委員。2012/2013年東京都知的財産センター主催著作権セミナープログラムディレクター。総合広告代理店勤務の後、映画・映像制作プロデューサー、映画祭運営、洋画配給などに従事し、映画製作と配給を学ぶ社会人向けスクール立ち上げに携わる。その後コンテンツファンドのスキーム策定や案件開拓に従事。2008年7月より東京コンテンツインキュベーションセンター(TCIC)のインキュベーションマネージャーとしてコンテンツ起業家を支援。2011年10月よりマーザ・アニメーションプラネット株式会社にてゲームアプリ事業立ち上げ。2014年 東京コンテンツインキュベーションセンター(TCIC)インキュベーションマネージャーに再着任。

パネラー

■杉山 潔 氏(バンダイビジュアル株式会社 プロデューサー)

※基調講演講師：プロフィールは [こちらを参照](#)

■小野打 恵 氏(コンテンツ・アナリスト)

株式会社ヒューマンメディア 代表取締役社長／経済産業省マンガ・アニメ海賊版対策協議会事務局員／文部科学省アニメ・マンガ人材養成産学官連携コンソーシアム委員・事務局員／日本動画協会会員／「アニメ産業レポート」編／アニメビジネス・パートナーズフォーラム運営 自社にて「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース」を発行し、国内外のコンテンツ各分野の市場や、海外各国・地域への日本のコンテンツの進出 状況を調査分析し発表。省庁や産業団体のコンテンツ関連の調査や事業運営、地方自治体・民間企業のコンテンツ関連イベント等プロデュース業務に従事。

■芦名 みのる 氏(アニメーション監督)

アニメーション監督兼獣医師。茨城県つくば市在住。2007年、アニメーション制作スタジオ「スタジオぷ YUKAI」を設立。2009年、茨城県を舞台にしたアニメ「あぐかる」の制作を開始。脚本や演出も手がけ、ショートアニメーションの制作を得意とする。《代表作》あぐかる（監督、脚本）、攻殻機動隊 ARISE「攻殻機動隊入門 あらいず」内ショートアニメ「株式会社きゅーか」（監督、脚本）、魔弾の王と戦姫「ティグルくんとヴァナディーちゅ」（監督、脚本）、ガンダム G のレコンギスタ Blu-ray Disc 映像特典「モビルスーツ学園 G-レコ甲子園」（演出、脚本）

■あおみかん 氏(ゲームクリエイターグループ 4th cluster 代表)

筑波大学発のゲーム制作スタジオ 4th cluster 代表。ロボット工学を身につけようと筑波大学工学システム学類に入学するが、大学院で挫折し一度燃え尽きる。現在はフリーランスのプログラマーとして、数社のベンチャー企業にて Web システムやスマートフォンアプリの開発とコンサルティングを行う。ゲーム制作では、企画・宣伝・紙面デザイン・ロケハン撮影・チームマネジメント・プログラミングまで幅広く行うマルチタレントを生かすスタジオ代表をつとめる。

◀講演内容▶

■□茨城県でコンテンツビジネスをするメリット・デメリットについて



まずはモデレーター、パネラーが自己紹介をかねて自身の活動を紹介し、茨城で「集積をつくる」には、ビジネスをしている、あるいはコンテンツを作っている「人」がいないといけないという点から、茨城県という立地でビジネスをするメリット・デメリットなどが話し合われました。

茨城県は物価が安く、家賃が安いのはメリット、また意外と都内から近いため制作環境は恵まれている部分もありますが、打ち合わせが多い案件などは不便

です。それに加え、芦名氏から「アニメ制作に関しては、人材確保などは知り合いの伝手をたどる場合が多く、つくばには人材が少ないのが現状」でさらに「茨城は遠いというイメージもマイナス要素」になっているとのことでした。

■コンテンツビジネスを取り巻くビジネス環境について

打ち合わせをスカイプなどでできるなど、IT化によってどこでも制作できるような環境になってきています。それについて芦名氏は「表現の現場になると、直接会ってコミュニケーションしないと難しいことは多い」、杉山氏からは「インターフェイスを通じた段階で相当量の熱量がそぎ落とされている」と、ITが解決する部分も認めながら、「作る」立場から人が顔を付き合わせることの重要性が指摘されました。

一方、「売る」視点から小野打氏は「メディアコンテンツ産業はブームをつくったり、ブランドを差別化したり、購入を動機付けするなど重要な産業になってきている。茨城は東京に近いのでコンテンツが中に閉じないよう、一般の産業の方々も参加していく環境をつくっていったらいいのではないか」とコンテンツビジネスの展開の可能性を述べました。

「作る」「売る」の二つの視点について杉山氏は「益々プロデューサー自らがどういう人達に向けて何をどのように作って売るのがを考えなければならない時代になってきている。大事なのは「何」を「何のため」につくるかということ。その部分のミーティングやブレインストーミングができるのかどうかという問題は、ITが全部解決するとは思えない。」と述べました。

■クールジャパン戦略に対する留意点と今後のコンテンツビジネスの事業展開の可能性について



そこから話はコンテンツビジネスの海外市場について言及されました。クールジャパン戦略でアニメーションの海外市場が大きいように言われるが、制作側にそのような実感はないとのこと。

杉山氏は、そういった状況に踊らされるのではなく「誰に対して何をつくるのかを見失わないようにしなければならない。」、芦名氏は「日本は、”ジャパニ

메이션”というカートゥーンとは違うアニメーションが独自に育っている」と述べました。さらにあおみかん氏は「アニメ系のコンテンツは 舞台がないと現実世界との接点がないので、地域で地域向けのコンテンツをつくるというのも一つの視点ではないか」と指摘しました。

海外市場について小野打氏はマーケットの大小ではなく「非常に特殊なターゲットにむけた特殊なアニメがたくさん作られているが海外にほとんど出ていっていない、日本で親しまれている特殊なものが海外のニッチな需要にささってほしいと思っている」と述べました。

海外でのコンテンツビジネスの展開について杉山氏は「日本のアニメーションは作り方も内容もニッチ。ジャパニメーションを理解してくれる人達をどのくらいの規模でみていくのかという視点は必要。海外で売れるものをつくるには、日本の市場を捨てるつもりでないと難しい。しかしそれが日本のアニメーションの作り方なのか」という疑問を投げかけました。

それに対し芦名氏は「いばらきにはコンテンツにお金を出すという感覚が薄い。海外戦略を打つのはもう少しコンテンツを生み出す形ができてからの話だと思う。ここではいばらきに絞った話をしてはどうか」と提案し、いばらきのコンテンツ産業について今泉氏が「地元の人で作ったもので地元の人を熱くするものが出てくると新しい動きが出てくるということがあるが、いばらきでそういうイメージがあるか？」と投げかけました。

あおみかん氏は「ひと昔前のオタク文化を見ていた人たちが、今後は作る側にまわってだんだん成長していくのではないか。海外でもそういう土壌を少しずつ育てていくしかない。いばらきでコンテンツ産業を育てるには、まずはいばらきで盛り上げてそれが育ったら全国に発信するという順序がいいのではないか。」とイメージを述べ、杉山氏は「そういうことは時間がかかるが、諦めずに環境整備をしてほしい。いばらき県民であればみんなが知っているコンテンツをつくって、共通言語としていばらき県民が共有するものを育てないと次のステップにいけない」と語りました。

■コンテンツビジネスに対する行政支援のあり方について

そうしたコンテンツをつくっていく際の行政の支援について、今泉氏は「売る人と作る人を繋ぐのは簡単ではなく長い継続性の中で生まれたりもするので続けることが大事。」また「小規模事業者がヒット作を作り出すには、作り続けられる環境が必要。行政の支援環境があれば生き残れたりする」と述べました。

また、行政の姿勢について杉山氏は「サブカルチャーは、基本的にはお行儀の悪いものや体制批判であったり非常にシニカルなものであったりするもの。行政は、どこまで存在意義を認めて支援をし続けられるのか、というところに行政の胆力が問われている」。小野打氏からは「地域の住民や商工業者、行政が作品を理解し、リスペクトしているようなご当地作品でないと絶対に上手くいかない。住民が共有する物語としてのコンテンツがどういう方向にいつているのか、よく考えたほうがよい」と述べました。

最後にモデレーター、パネラーから本日の議論についてそれぞれ発言しました。

今泉氏「コンテンツ産業は、日本の産業の中心に躍り出るようなイメージがあるが、問題は山積み。行政の方は、愛されるコンテンツを作るということはどういうことか、を真剣に知る努力をして、一緒になっていいものを生み出していくことが大事。今日のような問題がたくさん出るディスカッションはすごくいいことで、これを糧にいばらきみなさんでまとまってコンテンツを盛り上げていくことが大事」

あおみかん氏「“オタク”と扱うのではなく、大きな文化になっているので、萎えないように支援してほしい」

芦名氏「いばらきには“水戸っぼ”という言葉があり、保守と言いながら攻める地域。行政はコンテンツを育てるのにやるべきことをやって戦える人を集める。そして作る人たちはもっと作っていくべき」

小野打氏「”コンテンツを県政でやっていく”ということを決めるのが重要。それをあらゆるところに分散させ、どのようにリスペクトしていくのか考え、主導的な施策にしたい」

杉山氏「行政には側面援護として、法律的な問題や関税、あるいは外国とのビジネス交渉に必要な支援などが必要だとわかっていただきたい。」

最後に今泉氏の「これからブランドづくりができるということだ」といういばらきのコンテンツビジネスへの期待の言葉でパネルディスカッションは締めくくられました。

5 いばらきデジタルコンテンツ・ソフトウェア大賞 表彰式

平成 26 年度いばらきデジタルコンテンツ・ソフトウェア大賞の受賞作品の表彰式をおこない、14 組 15 作品の受賞作品を表彰しました。 詳細はこちらの[ウェブサイト](#)からご覧ください。

6 展示会

茨城県のコンテンツやそれに関連したビジネルなどの作品展示、オリジナルグッズの販売のほか、茨城県が取り組む事業の紹介、県内事例紹介をおこないました。



出展者

- ① [SHIFT-UP](#) | ゲーム・アプリ

② [株式会社テックライン](#) | IT・ソフトウェア

③ [おたさく](#) | マンガ・イラスト

④ [Studio ニブンノイチ](#) | 3D アニメーション

⑤ [ふるやまなつみ](#) | マンガ・イラスト

⑥ [DENSHI JISION](#) | 音楽・映像

⑦ [4th cluster](#) | ゲーム・アプリ

⑧ [よたがらす](#) | 小説

⑨ 辺境屋クリエイターズ | マンガ・イラスト

[青山敬典](#) [木野陽](#) [横井三歩](#) [ミハラテツヤ](#)

⑩ [横山拓彦](#) | マンガ・イラスト

⑪ [クラフト P-BOX](#) | マンガ・イラスト

⑫ [スタジオぷ YUKAI](#) | アニメーション・映像

⑬ [TAM-Project](#) | 映像・パフォーマンス

⑭ 上原功一 | アニメーション

⑮ [つくばビジネスカレッジ専門学校](#) | デザイン・マンガ・イラスト

⑯ [つくばショートムービーコンペティションつくッペ実行委委員会](#) | 映像

⑰ [つくば・まちかど音楽市場ネットワーク](#) | 音楽

⑱ [有限会社 BIZSHOP](#) | グッズ

⑲ [株式会社 SUSUBOX](#) | IT・ソフトウェア

⑳ [株式会社飛夢](#) | キャラクター

㉑ 紫峰会[筑波大学学生後援会] | マンガ・イラスト、グッズ

㉒ [株式会社ロケットスタートホールディングス](#) | 映像・IT・ソフトウェア

そのほか

◎県内のキャラクターとコンテンツの連携商品として、以下4商品の活用事例をパネルで紹介しました



- ・大洗限定ガールズ&パンツァー関連商品
- ・亀印食品株式会社：純愛つくば
- ・だるま食品株式会社：水戸納豆カレー
- ・沼屋本店：萌え醤油「紫かをる」

◎茨城県より以下の2ブースが出展しました

- ・いばらき観光PR
- ・いばらきデジタルコンテンツ・ソフトウェア大賞

◎共同展示

会場内プロジェクターおよびロビーのモニターにて出展者の映像作品を上映。また、会場内でのプロジェクターでは、ツイッターおよびウェブカメラと連動するソフトウェアによる体験型の展示をおこいました（協力 [株式会社ネクステッジテクノロジー](#)）