

出國報告（出國類別：考察）

2018 年人文司考察日本漫畫博物館暨 東京 COMITIA 博覽會考察報告

服務機關：文化部

姓名職稱：廖倪妮專門委員、楊秉銓助理編審

派赴國家：日本

出國期間：107 年 11 月 23 日至 11 月 27 日

報告日期：108 年 1 月 25 日

目錄

壹、 前言	2
貳、 行程安排及參訪議題	2
一、 參訪行程	2
二、 參訪議題	3
參、 參訪內容及心得	3
一、 藤子·F·不二雄博物館	3
二、 青梅赤塚不二夫會館	7
三、 COMITIA 博覽會	11
四、 MORI Building DIGITAL ART MUSEUM	15
五、 Comic Market	17
六、 明治大學現代漫畫圖書館	18
七、 日本映像產業振興機構(VIPO)	21
肆、 建議事項	22
一、 配合歷史及社會脈絡強化博物館館藏品的詮釋	22
二、 展示規劃結合科技以增進互動	22
三、 建立國際交流合作模式並深化國內內容產業的創作能量	22

壹、前言

日本具有完整且成熟的 ACG 產業鏈，究其原因在於政府對於內容 IP 的重視及大力扶植，特別將漫畫及動畫視為傳統文化的一部分，加以保存。本部積極推動漫畫產業，建置漫畫基地及漫畫博物館等場館設施，透過考察日本的漫畫設施可提供館舍規劃及營運參考。而藤子・F・不二雄博物館係以日本經典角色哆啦 A 夢為主題，展示畫稿、作家創作場景等，館內運用各種哆啦 A 夢作為指標及展示於各類設備上，受到許多漫畫迷的喜愛，是 IP 應用及博物館風格展示的實例。此外，舉辦第九屆之金漫獎，今年選送得獎作家赴日本重要同人展售會 COMITIA 和日本漫迷交流推廣臺灣漫畫，因係首次辦理，故透過考察展會辦理情形供後續金漫獎周邊活動規劃參考。

貳、行程安排及參訪議題

一、參訪行程

日期	行程	地點	會晤對象
11/23(五)	晚間飛機抵達東京	東京	無
11/24(六)	參觀藤子・F・不二雄博物館	川崎市多摩區長尾2丁目8-1	無
	參觀青梅赤塚不二夫會館	東京都青梅市住江町66番地	無
11/25(日)	參觀 COMITIA 博覽會	東京國際展示場	無
	參觀 MORI Building DIGITALART MUSEUM: teamLab Borderless(台場)	東京都江東區青海1-3-8 お台場パレットタウン	無
11/26(一)	拜會日本同人誌角色扮演博覽會 Comic Market 主辦單位	東京都世田谷區代沢4-26-9α ビル	企劃・公關室室長里見直紀
	參訪明治大學現代漫畫圖書	東京都新宿區早	館長長橋正樹

日期	行程	地點	會晤對象
	館	稻田鶴卷町 565 ビルデンスナイ キ 2F	
11/27(二)	拜會日本映像產業振興機構 (VIPO)	東京都中央区築 地 4-1-1 東劇ビ ル 2F	事務局長市井三衛

二、參訪議題

(一) 參訪漫畫博物館、圖書館等設施

為利續推動國家漫畫博物館業務，了解日本漫畫博物館之營運規劃、設施配置、展覽設計、典藏規劃等細部執行事項。

(二) 實地考察 COMITIA 博覽會現場展覽情況

了解金漫獎得主之作品於日本同人展售會之交流情況及效益。

(三) 拜會及洽商後續可於東京奧運期間合作活動之單位

為推動我國文化活動參與 2020 東京奧運，拜會可能之合作單位，以初步建立關係及洽談未來推動方向。

參、參訪內容及心得

一、藤子・F・不二雄博物館

藤子・F・不二雄逝世前 35 年創作五萬張原作均保留於藤子企劃公司，由其管理著作權，該公司與川崎市府討論，希望妥善保存畫作，同時也為了報答感謝一直支持他的讀者（零用錢很少，卻花很多錢購買其漫畫），藤子・F・不二雄的夫人、藤子製作公司與川崎市政府共同合作創建了「川崎市藤子・F・不二雄博物館」來延續並推廣藤子・F・不二雄在漫畫作品中傳達的「夢想」、「希望」、「友情」、「勇氣」、「無窮的好奇心」、「人與人之間愛的溫暖」等精神。在外部環境整體規畫方面，博物館鄰近的登戶站除了有哆啦 A 夢的裝置藝術外，乘車月台也播放哆啦 A 夢相關的卡通主題曲，且有彩繪巴士提

供參訪民眾往返交通。該館也與科學館、古民家等文化設施串聯，讓居民可於博物館外的地點收集紀念戳章。博物館所在地原為向丘遊樂園，於倒閉後閒置。川崎市政府及藤子製作公司向地主小田急電鐵商議租借，區域內之基礎建設由川崎市政府負責整備，博物館建物主體則由藤子製作公司等負責興建，完工後再捐予市政府，而博物館的營運，則以公私營運合作模式委由藤子博物館有限公司負責執行。

博物館於 2011 年 9 月 3 日正式開幕，博物館的藏品多由藤子·F·不二雄的夫人及藤子製作公司捐贈，包含原稿，以及各種相關創作物件、原畫、影片等重要資料，博物館設有專業典藏庫房保存這些珍貴藏品，並將脆弱的原稿進行數位化，以利展示及其他運用。每年由工作人員與館長討論推出一檔企劃展，例如作品中的秘密道具或以作品為單位展出，語音導覽有日、韓、中、英及兒童版。館內展覽專區展示藤子先生的親筆原稿（以彩稿居多），除了哆啦 A 夢外，也展示過藤子老師的其他角色作品。而在原稿之外，展示區包含了漫畫情境、畫家工作室場景、以專櫃展示畫家水彩筆、色鉛筆等畫具、顏料、削鉛筆機、畫家照片、畫家生平介紹等，並模擬呈現庫房中畫稿收藏庫，以介紹典藏環境。彩稿與複製畫稿輪流展示，展場燈光調暗，以防褪色。博物館很重視作家角色如何誕生的介紹，以及藤子老師在川崎市生田綠地區內生活的創作靈感來源。畫家生平介紹除大事紀、影片介紹，亦會說明其不同年代所閱讀作品、收藏品等，以利觀眾了解其創作理念之啟蒙者與型塑之歷程。館內的展覽曾借展到其他國家展出。

整體而言，展示區較少使用數位科技展示方式，以實體呈現居多，且為了保護展品的著作權及避免遭受破壞，參觀民眾若要使用筆記錄皆要經同意，館內完全禁止攝影，因此無法取得內部照片。屋頂有露台設置各種哆啦 A 夢相關裝置藝術，可讓參觀民眾拍照、打卡。另有小劇場--F 劇院(F シアター)200 吋螢幕播放著館內僅有的原創短片，讓參觀者可沉浸於動漫世界。閱讀漫畫專區讓參觀民眾閱覽，博物館咖啡廳提供獨家原創與漫畫作品相關的餐點，紀念品商店則提供多項哆啦 A 夢特色紀念品，位置設於出口前，參觀民眾購買氣氛熱烈(如後圖所附)。

根據博物館事務局長宮野先生表示，雖然哆啦 A 夢是東奧宣傳大使，但館方暫無具體跟 2020 東奧相關活動規劃。2020 年適逢也是藤子先生創作的角色「哆啦 A 夢」誕生 50 週年，因此明年的展示計畫將著重於「哆啦 A 夢」角色的誕生與相關原稿的展出，而 2021 年則是著重於開館 10 週年紀念。博物館營運經費來源主要為門票收入及川崎市政府的補助，市政府資源投入每年不固定，大約佔總營運經費的一半，且博物館每年都須訂定契約上繳收益回饋。參觀民眾的組成，成人參觀人數約佔了七成，並非都是幼童。

本次參訪體驗到到博物館的專業經營與整體規畫成果，重視專業分工，展品導覽、餐飲提供及商品開發，皆分別委託專業團隊經營。在展示的部分，除了有系統的展出藤子先生的原稿外，並融入博物館的保存維護等專業知識，深具教育意義。



上圖為登戶站外的哆啦 A 夢的裝置藝術及彩繪接駁公車



藤子・F・不二雄博物館外露台之哆啦 A 夢故事場景之裝置藝術



藤子・F・不二雄博物館 2F 的大家樂廣場(みんなのひろば)



藤子・F・不二雄博物館 2F 的大家樂廣場



藤子・F・不二雄博物館商店及其販售之哆啦 A 夢造型點心紀念品



藤子・F・不二雄博物館商店

二、青梅赤塚不二夫會館

「青梅赤塚不二夫會館」於 2003 年在東京青梅市落成，青梅市為感念已故漫畫家赤塚不二夫在青梅市決定以「昭和看板」振興市鎮的當時不遺餘力協助地方振興，因而設立該館，會館內展示赤塚不二夫先生的生平作品和珍貴原稿。會館周邊也配合整體規劃，例如一到了青梅站內即看到赤塚不二夫創作角色的裝置藝術，青梅赤塚不二夫會館前也立有一座代表作品「天才妙老爹」的雕像，沿途的路燈設計也融入了赤塚不二夫作品的意象。

赤塚不二夫是昭和時代具代表性的漫畫家，作品有《天才傻瓜》、《神秘女孩》、《六胞胎》、《小松君》等，1956 年以《呼風喚雨》出道，1962 年在

《周刊少年 SUNDAY》開始連載《阿松》，一躍成為人氣漫畫家，他也憑借該作獲得了 1964 年的小學館漫畫賞。1967 年發表的《天才傻瓜》更將他喜劇漫畫巨匠的地位在讀者心中定格。該作於 1971 年改編成 TV 動畫，次年獲文藝春秋漫畫賞，1997 年獲第 26 回日本漫畫家協會文部大臣賞。赤塚不二夫晚期帶病仍積極從事科普工作，著有《航向浩瀚的宇宙》、《看漫畫學圍棋》等書。

會館內展示著赤塚不二夫創作的各式漫畫角色、角色周邊商品以及出版過的單行本等等，甚至經典角色的特色動作、聲音，藝人、公眾人物模仿該動作之記事、角色名言、經典台詞、漫畫場景之立體呈現、改編卡通之播放、畫家生平、啟蒙者、貧困時期之創作環境、代表作品之誕生與改作史、不同時期作品之流變及其他作品等，都完整地呈現。另外闢有一間專門展示室展出漫畫原稿，惟展示室內禁止攝影。另外還重現他成名前在木造公寓「常磐莊」的簡陋房間，當時用書疊起來當桌腳，再放上一塊木板當畫桌的克難創作環境。手塚治虫、藤子不二雄等知名漫畫家成名前也都住過常磐莊，因而被譽為「漫畫聖地」。另館內陳列笨蛋田神社(バカ田神社)，供奉的是一隻貓，即是赤塚不二夫的愛貓菊千代，館內也以此為主體，結合地方的藝術家進行不同表現手法的呈現，在赤塚不二夫的作品裡也可見到為愛貓菊千代所創作的角色。

整個會館並不大，卻能感受到館方努力呈現赤塚不二夫完整創作生命的歷程及幽默樂觀的個人特質，除了彰顯赤塚不二夫個人的價值外，在許多展示內容及詮釋上，也緊扣著「地方性」、「集體記憶」、「區域振興」、「居民參與」等概念，讓人與地方環境產生對話，使觀者能順利進入當時的情境，透過地方型博物館的發展，帶動區域文化的保存與發展。



青梅站内赤塚不二夫創作角色裝置藝術及車站指示牌



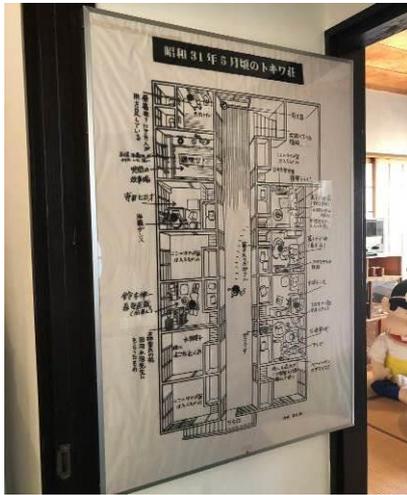
街道上的漫畫布置



赤塚不二夫會館外觀及內部展示牆



赤塚不二夫會館內部展示牆



「常磐荘」内部配置圖及模型



漫畫角色展示牆及赤塚不二夫作畫房間



赤塚不二夫會館漫畫角色周邊商品及紀念品商店

三、COMITIA 博覽會

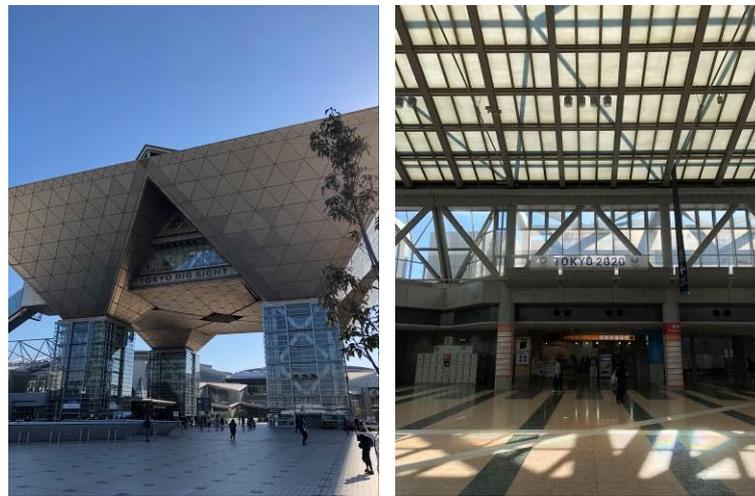
COMITIA 博覽會為日本創作者間最著名的漫畫藝術家展覽與銷售活動平台，始終維持一貫的輕鬆氛圍，讓專業及業餘創作者皆能在此展示與交流他們的書籍與產品，同時也是漫畫與藝術愛好者尋寶的地方。其成立於 1984 年 11 月，原先是兩年在東京辦理一次的同人和原創漫畫、小說和商品的活動，讓專業人士和業餘愛好者可以交流並出售自己出版的書籍和原創作品。目前則在東京國際展示場每年舉行四次（2 月、5 月、8 月和 11 月），截至 2018 年 12 月，已經辦理了 126 次。於大阪、名古屋、新潟、北海道和福島的附屬機構，也是全年都會舉辦 COMITIA。

本次參加 COMITIA 博覽會 126 的活動，本部以金漫獎得主及其作品為主題，由金漫獎熱門影視作品《天黑請閉眼》跨界創作奪得「漫畫新人獎」的英張、獲「兒童漫畫獎」的周顯宗、「少年漫畫獎」得主韋宗成及「少女漫畫獎」柯宥希(顆粒)代表出席。

整個展場僅約有五分之一的空間開放給國際設攤(國際展位區示意圖如後圖所附)，其餘都是日本本國的相關業者及創作者，雖然臺灣的攤位不大，但仍有許多國際漫迷及漫畫家個人的粉絲駐足購買及翻閱臺灣漫畫家的作品，現場也有漫畫家直播手繪創作，以吸引人潮增加國際能見度。

觀察整個活動的情形，大部分的參觀群眾為日本本國漫迷，其對於他國的漫畫風格及內容接受度仍然不高，就現場反應，較難看出臺灣設攤展示的

實質效應。因日本國內漫畫產業興盛且創作能量強大，後續如何推動臺灣原創漫畫進入日本市場，可再思考其他策略。



COMITIA 博覽會場地--東京國際展示場外觀



COMITIA 博覽會國際展位區示意圖(本部攤位如橘色圓圈所示)



金漫獎攤位



金漫獎攤位展售漫畫、商品及文宣



金漫獎攤位展售漫畫、期刊



購買漫畫書之讀者和漫畫家韋宗成合影及接受採訪



人文及出版司廖專門委員倪妮了解攤位擺設及展售情形



COMITIA 博覽會攤位展售情形

四、MORI Building DIGITAL ART MUSEUM

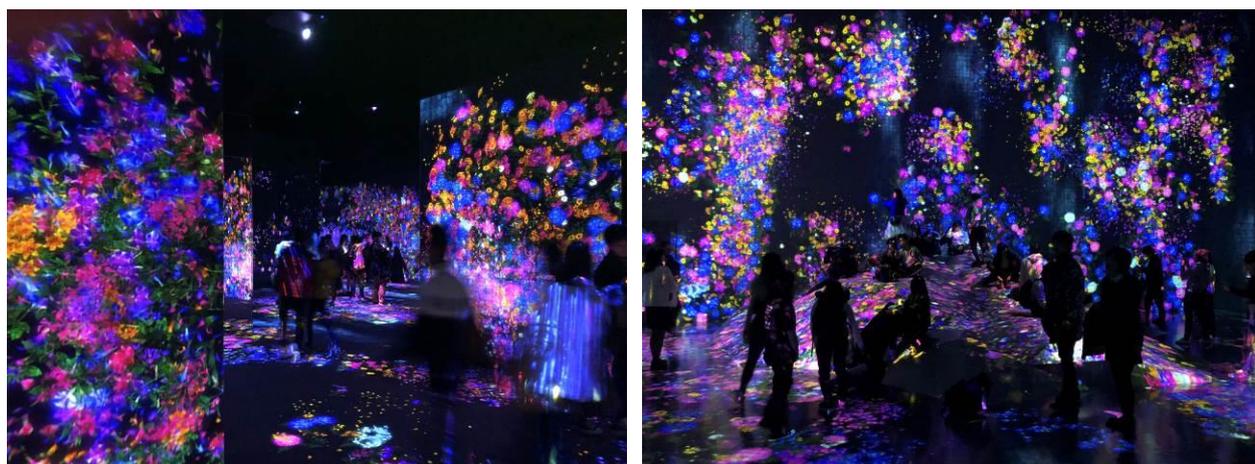
teamLab 是日本數位藝術創意團隊，他們將互動科技結合藝術創作出許多令人驚艷的藝術互動展，並在全世界巡迴展出。曾被世界知名的設計媒體「designboom」譽為全球前十大藝術展。2016 年首次來台，在台北華山文創園區展出備受好評，曾創下單日 20 萬人次入場的紀錄。有別於以往巡迴展出的形式，teamLab 於東京台場森大廈(MORI Building)DIGITAL ART MUSEUM 設置佔地 10,000 平方公尺的常設展，讓參觀民眾能在由 520 臺電腦、470 臺投影儀，多位工程師、建築師、藝術家打造的巨型數位藝術世界中，用五感體驗具有創造力及互動感的作品。

這次參觀展覽包含「無邊界」(Borderless World)及「運動森林」(Athletics Forest)，前者代表了將「作品與作品」、「作品與觀賞者」、「觀賞者自身與他人」之間的界線消除，讓觀賞者能夠融入作品之中成為作品一部分；後者則是塑造出一個「創造式運動空間」，以「用身體來領略世界，用立體式思維來理解世界」做為理念，強化參觀者的空間感知能力。

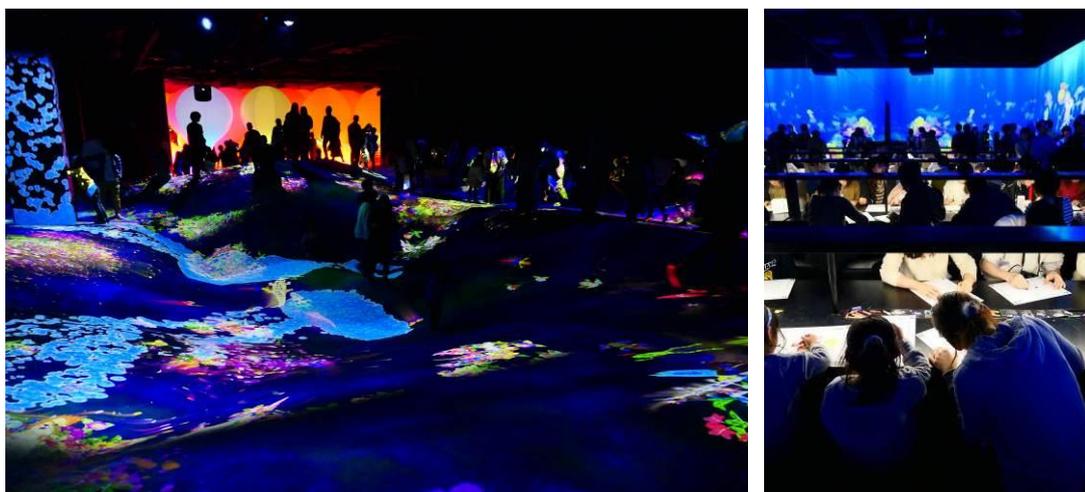
因此，有別於過往參觀博物館的經驗，在許多沒有實體展示品的空間，透過視覺、聽覺、嗅覺、觸覺等感應，體驗每個作品所要傳達的意念與氛圍。展廳內有許多體感互動裝置，讓觀者能盡情地融入整體環境，擴張了觀賞者的感官層次並拉近與藝術之間的距離，並從輕鬆有趣的體驗中傳達許多知識與概念，特殊的展示手法與互動方式，可作為國內博物館的策展參考案例，跳脫過往單向的展覽模式，迸發出新的可能。



MORI Building DIGITALART MUSEUM 入口處及簡介



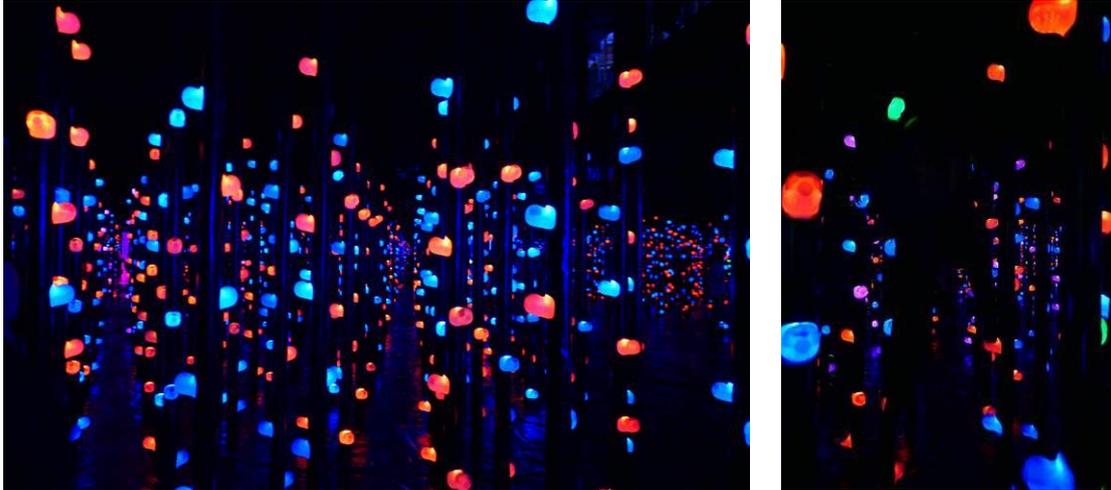
作品：無邊界--在人們聚集的岩石上，注入水粒子的世界 / Universe of Water Particles on a Rock where People Gather



作品：運動森林--塗鴉自然 高山深谷 / Graffiti Nature - High Mountains and Deep Valleys



作品：運動森林-- Weightless Forest of Resonating Life



作品：運動森林--光之森林的 3D 攀岩 / Light Forest Three-dimensional Bouldering

五、Comic Market

日本最大同人誌角色扮演博覽會 Comic Market，至今已有 40 年歷史，每年會舉辦夏、冬兩季的日本動漫超大盛事，為目前世界上規模最大的室內展會，以展示及販賣 ACGN 及二次創作(同人誌)或原創作品為展會主要內容，還有 Cosplay 的活動，聚集全世界動漫創作者及愛好者，還能滿足 Cosplay 族群的慾望。

Comic Market 開辦的其中一個目的，是為了幫助現有商業機制之外的創作行為，藉此達到動漫畫、遊戲的創新及交流，內容的創造力及先驅性並富有實驗性為該展會的主要特色，並且鼓勵同樣愛好者自由組成社群團體，一同參與。亦即 Comic Market 辦理的活動接受各種創作表現者，不設定主題，以參與者能持續活動為其目標，參觀民眾在其定位上並非「客人」，而是「共同合作者」。

本次拜會日本 Comic Market 主要就東京奧運相關合作進行請益，公關室室長里見直紀先生於會中說明因 2020 年東京國際展示場將被徵收做為東京奧運活動官方使用，故 Comic Market 將於 5 月黃金周舉辦，「DOUJIN JAPAN 2020」的活動部份也將不限於東京地區，而是在全日本各地舉辦，未來仍然維持「讓喜愛同人誌的人都能被社會大眾接納」的理念，持續推廣相關的活

動，也歡迎臺灣相關的團體能共襄盛舉。里見直紀先生表示，與台灣同人團體互動密切，他個人也曾多次來臺參與「開拓動漫祭」等相關活動，觀察到臺灣作品水準提升，畫風技巧接近日本形式，加上網路資訊普及，日本讀者對臺灣作品有一定的熟悉度，但臺灣的同人誌活動場地若能在寬敞一些，將會使整體的成效及體驗更加分。至於 Comic Market 所主辦的活動是否會有如 Comitia 開放海外展區的情況，渠回應 Comitia 該展覽會是特別開放海外展區，一般日本辦理以日本銷售活動及作家為主，並依創作類型分區，參展者必須有日本地址，主辦方會寄許多郵件通知，且多以日文為主，此係慣例活動辦理方式，並非特別保護本地創作者。

六、明治大學現代漫畫圖書館

明治大學現代漫畫圖書館(原文：明治大学現代マンガ図書館)為專業的漫畫圖書館，以內記稔夫先生捐贈給明治大學委託管理的收藏作為基礎，擁有全國最大的漫畫館藏數量，從 1928 年到最新的漫畫，目前藏書量 20 萬冊，以每年 5000 冊速度增加，原稿數量變化不大（不提供借閱），另外也收集漫畫相關物件。架位排列方面，書籍依尺寸分架，再依作者姓氏 50 音排序，雜誌則依刊名。書籍會依個別漫畫家製作企劃展覽，向讀者介紹其內容。

該館設置在一般公寓住宅裡，二樓為圖書館的服務櫃檯及閱讀區域，三、四樓皆為典藏書庫，藏品以漫畫家的姓氏作為編目的分類依據，典藏環境並無專業典藏設備及恆溫恆濕空調。每年入館人數約 7、800 人，會員約有 100 人，參觀及借閱人口主要為漫畫研究者、出版社、書迷等。該館目前固定館員為 4 人，平時主要負責現場的調閱服務及館藏的整理等工作。

根據館長長橋正樹先生表示，目前漫畫相關物件總收藏件數已達 20 萬件，館藏來源主要為漫畫收藏家、創作者及出版社的捐贈，館方也會從拍賣及二手書市集購藏，購藏經費由明治大學提供，惟館方須先擬定購藏計畫與清單。入藏原則，漫畫以第一集或漫畫家的第一部作品為優先，雜誌則僅收藏原始版本，別冊不列入考量，所有入藏物間皆由管理人員進行審核。

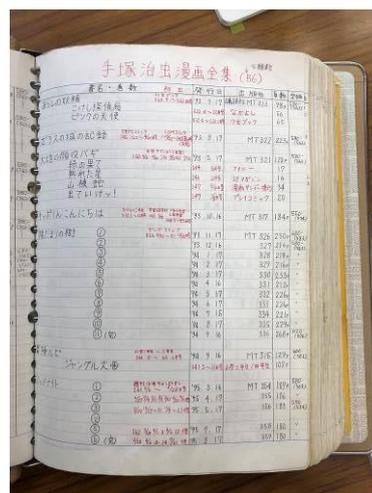
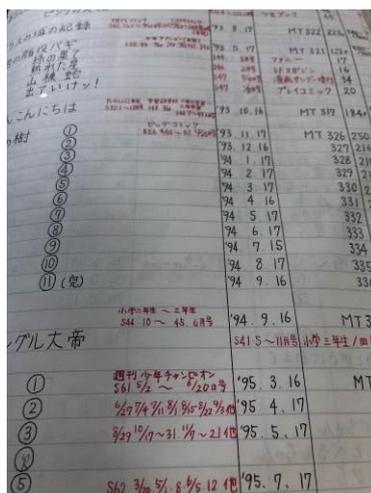
明治大學共擁有現代圖書館及米沢嘉博記念圖書館，在功能與定位上也

有所區隔，現代圖書館僅單純進行漫畫相關物件收集與整理並不涉入著作授權等相關事務；米沢嘉博記念圖書館則負責相關研究的工作，現代圖書館也會不定期在館內進行企劃展。此外，明治大學（國際日本學系）也計劃籌建一所漫畫博物館。

參訪後發現有別於一般人對於現代圖書館的認知，或許係囿於空間等相關資源的不足，該館雖擁有相當豐富的漫畫相關館藏，然而營運模式仍然非常傳統，例如館藏清冊以手寫方式紀錄、典藏空間也以一般書櫃存放書籍等，但也因此保有特殊的懷舊氛圍。



明治大學現代漫畫圖書館外觀，本部參訪人員及工作人員合影



館方展示手寫之館藏清冊



明治大學現代漫畫圖書館館內藏書空間



明治大學現代漫畫圖書館藏書展示



明治大學現代漫畫圖書館展示及工作區

七、日本映像產業振興機構(VIPO)

日本映像產業振興機構(原名為特定非營利活動法人映像產業振興機構、えいぞうさんぎょうしんこうきこう，英文名為 Visual Industry Promotion Organization，簡稱 VIPO) 為一非營利性組織，根據 KEIDANREN(日本商業聯合會)的倡議於 2005 年 6 月成立，KEIDANREN 是一個綜合性的經濟組織，其成員包括日本 1,340 家代表公司，109 個全國性行業協會和 47 個區域經濟組織。

該機構的主要功能為整合原先行政機關個別的業務，促成政府政策與日本內容公司/組織的合作，例如媒合海外公司跟日本國內的文化內容產業、介紹日本的文化內容產業機構及提供日本的文化內容資訊給海外的聯絡人、媒體或日本政府。換言之，目前 VIPO 主要在「市場開發」、「人才培育」方面支持日本的內容產業（包含動漫、廣播、人物/角色、遊戲、電影、音樂及出版領域），使日本的內容產業具有國際競爭力，並促進日本經濟的成長。

本次拜會行程主要就內容產業的推廣合作及東京奧運相關議題進行請益，由事務局長市井三衛先生接待並概述該組織目前實際執行的工作與成果，該組織對於內容產業的人才育成及市場開拓著力甚深，並依照不同產業別提供完整的教育訓練資源及媒合交流平台，讓相關業者能有效地將內容具體化，滿足市場的實際需求，並拓展到世界各國，提高整體效益與產值，目前該組織已與中國及韓國文化產業振興院簽訂相關的合作備忘錄(MOU)，該組織也期待與臺灣負責內容產業相關的半官方組織進行交流合作。



本部人員拜會日本映像產業振興機構之合影

肆、建議事項

一、配合歷史及社會脈絡強化博物館館藏品的詮釋

本次參訪的漫畫設施皆為以個人漫畫家為主題的小型博物館或紀念館，相較於展品具體的呈現形式，館方更著重於如何透過對館藏的詮釋，傳達漫畫家整體的創作歷程與意念精神。並透過不同主題的企劃展，與其他領域(如：自然科學、博物館學等)進行連結，除了彰顯漫畫創作題材與內容的豐富性外，也讓不同領域的知識，透過平易近人的漫畫創作形式，達到傳播與相互交流的功能，上述皆可作為國家漫畫博物館展覽規畫的借鏡。

二、展示規劃結合科技以增進互動

MORI Building DIGITAL ART MUSEUM 跳脫一般人對於博物館必須有具體展示品及展覽空間的既有印象，透過光影的投射、聲音的播送、氣味的釋放、虛實互動裝置的佈局等科技技術，擴張參觀群眾各種感官感受與想像力，打破了觀者與被觀物間的藩籬，讓身處其中的人可以很直接的感受每件作品所要傳達的思想及所帶來的震撼。這樣的展示手法及型式，對於以圖像展示為主的漫畫相關博物館，提供了許多展示手法的可能性，讓觀眾不僅只是透過視覺去體驗漫畫的趣味與內涵，更可藉由其他感官的刺激，豐富並增進他們的博物館經驗及好感度，也提升博物館的話題性。

三、建立國際交流合作模式並深化國內內容產業的創作能量

本次參觀了 COMITIA 博覽會並拜會了 Comic Market 及日本映像產業振

興機構，充分感受日本的內容產業從產製技術、銷售通路、國際交流、人才培育等面向都已發展的相當成熟，已自成穩固的產業及文化生態系。這些民間及半官方組織擁有充沛的能量及實務經驗，且積極參與國際交流及媒合，在拜訪的過程中對方也表示非常樂意與臺灣進行交流及合作，惟希望是以民間團體或半官方組織作為聯繫及合作窗口。此節或可列入未來文策院的工作項目，後續共同推動合作計畫，進而建構長期交流及合作的模式。

另外在會議中也感受到日方在面對數位科技與平台快速發展的趨勢下，更強化內容產業本質的厚植與提升，對於相關創作與技術人才的培育更是投入大筆資源，以達到最大效能、持續發展的長遠目標。