

致理科技大學應用日語系  
一一二學年度畢業實務專題報告

虛擬導遊遊九份

指導老師：鄧敏君

組員：10922114 許誼筠

10922127 林佩羚

10922131 石穎璇

10922138 謝家怡

10922136 馮惠柔

10922140 曹若恩

109221A2 王辰心

2024年01月

## 實務專題報告

本授權書所授權之實務專題研究報告為授權人位於致理科技大學應用日語系\_\_\_\_學年度第\_\_\_\_學期完成之實務專題報告。

實務專題報告題目：

---

同意授權，開放全文檢索

不同意授權，僅開放書目資料及索引摘要相關資訊

(上述同意與不同意之欄位若未勾選，則是為該組同學同意授權)

授權人茲將本報告電子檔與紙本裝訂成冊後，以非專屬、無償方式授權致理科技大學(以下簡稱本校)得不限地域、時間與次數，以紙本、光碟或數位化等各種方法收錄、重製與利用；為助益完整典藏全校之學術研究成果，同時提升學術產出之能見度及影響力，同意應用日語系辦公室留存，且本校圖書館得將本報告收錄於本校機構典藏系統，作者仍保有著作權；於著作權法合理使用範圍內，讀者得進行線上檢索、閱覽、下載或列印。授權人保證本報告係本組之原始創作，且並未侵犯任何人之智慧財產權。

指導教師：\_\_\_\_\_ (請親筆正楷簽名)

授權人：

學號：\_\_\_\_\_ 學生姓名：\_\_\_\_\_ (請親筆正楷簽名)

中 華 民 國 年 月 日

※本授權書請以黑筆撰寫，並裝訂於報告封面頁之次頁。

# 112 專題虛擬導遊遊九份

## 原創性報告

10%

相似度指數

10%

網際網絡來源

0%

出版物

4%

學生文稿

## 主要來源

1

Submitted to Chihlee University of Technology

學生文稿

3%

2

zh.wikipedia.org

網際網絡來源

1%

3

data.ntpc.gov.tw

網際網絡來源

1%

4

dailyview.tw

網際網絡來源

1%

5

m.gamer.com.tw

網際網絡來源

1%

6

www.wantchillland.com

網際網絡來源

<1%

7

www.bnnext.com.tw

網際網絡來源

<1%

8

www.koga.jrc.or.jp

網際網絡來源

<1%

9

today.line.me

網際網絡來源

<1%

10	<a href="http://blog.livedoor.jp">blog.livedoor.jp</a> 網際網絡來源	<1%
11	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> 網際網絡來源	<1%
12	<a href="http://www.lxwa.com">www.lxwa.com</a> 網際網絡來源	<1%
13	<a href="http://etabi.nissin-trvl.jp">etabi.nissin-trvl.jp</a> 網際網絡來源	<1%
14	<a href="http://shorebird.hatenablog.com">shorebird.hatenablog.com</a> 網際網絡來源	<1%
15	Submitted to National Chung Hsing University 學生文稿	<1%
16	<a href="http://jp.prnasia.com">jp.prnasia.com</a> 網際網絡來源	<1%
17	<a href="http://www.fnn.jp">www.fnn.jp</a> 網際網絡來源	<1%
18	<a href="http://forum.gamer.com.tw">forum.gamer.com.tw</a> 網際網絡來源	<1%
19	<a href="http://ndltd.ncl.edu.tw">ndltd.ncl.edu.tw</a> 網際網絡來源	<1%
20	<a href="http://travel-noted.jp">travel-noted.jp</a> 網際網絡來源	<1%
21	<a href="http://blog.kkday.com">blog.kkday.com</a> 網際網絡來源	<1%

22	<a href="http://id.nii.ac.jp">id.nii.ac.jp</a> 網際網絡來源	<1%
23	<a href="http://mlearning.ntue.edu.tw">mlearning.ntue.edu.tw</a> 網際網絡來源	<1%
24	<a href="http://000703.cn">000703.cn</a> 網際網絡來源	<1%
25	Wei, Yin-Ling. "中日同形詞教材對初級日籍學習者 詞彙學習成效之影響", National Taiwan Normal University (Taiwan), 2023 出版物	<1%
26	<a href="http://business.sohu.com">business.sohu.com</a> 網際網絡來源	<1%
27	<a href="http://www.meirishurui.com">www.meirishurui.com</a> 網際網絡來源	<1%
28	<a href="http://ja.wikipedia.org">ja.wikipedia.org</a> 網際網絡來源	<1%

排除引述

開

排除相符處

關閉

排除參考書目

開

## 摘要

隨著科技日新月異，AI 在我們的生活中已經取代部分的人力成為時代新寵，包括近幾年熱門職業「Youtuber」，也出現了 AI 虛擬人物——在數位環境中由電腦程式、動畫或人工智慧生成的虛構角色。本組專題設計出代言九份觀光的虛擬導遊「九ちゃん、丸ちゃん」，並製作以兩人為主角的九份觀光導覽影片。為此，本專題規劃出九份的旅遊路線以及改善旅遊體驗的具體建議，並探討虛擬角色的成功行銷案例，分析比較製作虛擬角色的工具。本專題利用虛擬導遊所拍攝的導覽影片，不僅視覺效果豐富，也提供了不同的角度來詮釋九份之美。在疫情趨緩的現在，期望此種宣傳手法可以讓更多的日本旅客來台觀光旅遊，藉此提升當地的經濟發展，提升九份的知名度。

關鍵詞：虛擬導遊、九份觀光、導覽影片

## 要約

科学技術の発展に伴い、AI は我々の生活において人力の一部を取り換える最新テクノロジーとなっている。近年、人気を博している「ユーチューバー」もまた、AI によるバーチャルキャラクターとして登場している。バーチャルキャラクターとは、コンピュータプログラム、アニメーション、また AI によってデジタル環境で生成される架空のキャラクターである。本研究では、具体的な九份の観光ルートを提案し、日本の旅行者の観光体験の向上に寄与することを目指している。そのため、九份の観光を紹介するバーチャルツアーガイド「丸ちゃん、丸ちゃん」を作成し、この二人を主役とした九份観光の案内動画を制作した。また、バーチャルキャラクターによるマーケティング成功事例を調査し、バーチャルキャラクターの制作ソフトの分析比較を行っている。本研究では、バーチャルツアーガイドによる案内動画を通じて、九份の美しさを異なる視点から紹介している。現在、新型コロナウイルスの収束が進む中、この宣伝手法がより多くの日本の旅行者を台湾に引き寄せ、地域の経済発展と知名度向上に寄与することを期待している。

キーワード：バーチャルツアーガイド、九份観光、観光案内動画

## 目錄

摘要 .....	
圖目錄.....	iv
<b>第一章 緒論 .....</b>	<b>1</b>
第一節 研究前言 .....	1
第二節 研究動機 .....	1
第三節 研究目的 .....	2
第四節 專題製作及研究方法 .....	2
一、文獻探討 .....	3
二、實地探勘訪問調查 .....	3
三、虛擬人物製作程式分析 .....	3
四、影片拍攝 .....	3
第五節 報告架構 .....	3
<b>第二章 文獻探討.....</b>	<b>4</b>
第一節 九份觀光旅遊相關調查 .....	4
一、九份歷史背景 .....	4
二、九份的特色 .....	4
三、九份的景點 .....	4
第二節、日本的地方 Vtuber 案例.....	6
一、茨ひより .....	6
二、春日部つくし .....	7
三、沢ところ .....	8
第三節、虛擬人物行銷手法 .....	9
一、互動式宣傳 .....	9

二、社群行銷 .....	9
三、遊戲跨界合作 .....	10
四、虛擬人物演唱會 .....	11
五、虛擬人物周邊商品銷售 .....	12
第四節、虛擬人物作為代言人的宣傳效益與優點 .....	13
<b>第三章 實地探勘紀錄.....</b>	<b>14</b>
第一節 探勘紀錄 .....	14
一、第一次探勘 .....	14
二、第二次探勘 .....	16
<b>第四章 虛擬人物軟體.....</b>	<b>17</b>
第一節、軟體評估 .....	17
一、Reality .....	17
二、VRoid mobile.....	18
三、Custom Cast.....	18
第二節、角色設計理念 .....	19
第三節、虛擬人物製作 .....	19
一、Reality .....	19
二、VRoid mobile.....	20
三、Custom Cast.....	21
四、軟體評估與結論 .....	22
<b>第五章 影片製作.....</b>	<b>24</b>
<b>第六章 結論 .....</b>	<b>26</b>
<b>參考文獻.....</b>	<b>27</b>
一、中文文獻 .....	27
二、日文文獻/網頁 .....	29

三、英文文獻/網頁 .....	30
附錄：第一次探勘訪談逐字稿.....	31
組員工作分配表.....	36
專題報告修正要點 .....	37

## 圖目錄

圖 2-2-1 茨ひより .....	7
圖 2-2-2 春日部つくし .....	8
圖 2-2-3 沢ところ .....	8
圖 2-3-1 星街すいせい Specter .....	10
圖 2-3-2 純白和弦 X 極深空計畫 .....	11
圖 2-3-3 森カリオペ .....	12
圖 2-3-4 百年梅酒ぺこら ver. ....	12
圖 4-1-1 Reality .....	17
圖 4-1-2 VRoid mobile .....	18
圖 4-1-3 Custom Cast .....	18
圖 4-3-1 使用 Reality 試作的角色 .....	20
圖 4-3-2 使用 VRoid mobile 試作的角色 .....	21
圖 4-3-3 使用 Custom Cast 試作的角色 .....	22
圖 5-1-1 九ちゃん和丸ちゃん合照 .....	24
圖 5-1-2 虛擬導遊遊九份影片 QR CODE .....	25

# 第一章 緒論

## 第一節 研究前言

現代科技的一日千里，對於現在的大學生們來說，科技的進步帶來了更多的數據和資訊，這讓大學生們更加方便的獲取各種學術、科技、文化等方面的知識。同時科技的進步對虛擬角色的發展有著重要的促進作用，由於現代科技的進步為虛擬角色的發展提供了更廣泛的應用場景，其中，動態捕捉的技術可以將真人的動作轉換為虛擬角色的動作，使虛擬角色呈現更加真實、自然的動作表現，透過更進一步的研究和開發，可動式虛擬動畫人物的出現，使得虛擬角色的表現更加細緻，例如在表情、姿態等方面更加豐富多樣。在現如今的遊戲、影視、廣告中，虛擬角色已經成為了不可或缺的元素。儘管虛擬角色並沒有生命，但科技賦予了他們生命。科技技術的創新所帶來的全新面貌，使得虛擬角色已經融入到了我們的生活周遭，並且隨處可見。

本專題以虛擬導遊「九ちゃん、丸ちゃん」導覽九份為主題，運用市面上現有軟體製 Reality 創造出虛擬人物，拍攝影片，並且規劃旅遊九份的路線及建議。在疫情趨緩的現在，期望此種旅遊方法可以讓更多的人們來台觀光旅遊，藉此提升經濟發展並更加認識台灣，也期許這次的虛擬導遊遊九份可以讓大家更加了解虛擬角色，並且認識到虛擬角色的魅力所在。

## 第二節 研究動機

在三年級的一門課程中，曾經有機會參觀虛擬網紅協會了解虛擬人物的製作以及認識專業的配備和器具，並實際去體驗如何操控虛擬人物，直至離開我們都對此意猶未盡進而產生了興趣。

根據陳建鈞（2021）、楊雅筑（2022）、顏美嘉（2022）等研究報告提出的內容

總結到疫情推動了虛擬網紅近幾年的發展關注的人也越來越多，直至今日熱度依然不減反增，也因為疫情的趨緩國內開放觀光，知名景點的日本旅客隨處可見，所以我們決定將虛擬網紅和觀光結合，製作「虛擬導遊」並推廣地區特色成為我們的研究課題。

在眾多的景點當中，我們選擇推廣九份作為我們的專題研究。九份位於臺灣新北市瑞芳區，城鎮座落於山坡地上，形成特別的建築景觀。早期以礦產資源豐富而聞名卻也因為一度挖掘殆盡而沒落，衰退後才開始朝向其他產業發展，而九份飽含復古的懷舊景觀和美食小吃也吸引到了許多觀光客到訪，除此之外因為酷似日本知名動畫電影《神隱少女》的場景，成為眾多日本人來臺灣必去的景點，我們想以此讓日本人更加了解九份的背景以及當地特色，因此展開了本專題的製作。

### 第三節 研究目的

本專題研究台灣新北市瑞芳區基山街的「九份老街」是全台灣最熱門的觀光景點之一，不僅保留著舊式建築，更重要的是山城的唯美氛圍，全年觀光客絡繹不絕。本專題的研究目的是希望藉由虛擬角色來促進台灣九份的觀光產業，並且介紹九份的行程，用虛擬人物所製作出的影片視覺效果也更為豐富，利用不同角度來詮釋九份之美，吸引來台觀光的日本旅客到九份感受古色古香的風情，認識九份與體會在地文化，享受天然美景與傳統美食。

針對日本觀光客的客群，使用虛擬導遊來介紹九份，跳脫傳統的方式，讓新世代的虛擬角色與觀光結合，希望能讓更多日本旅客了解台灣九份老街的風俗民情，並且藉此帶動國內觀光產業的經濟發展。

### 第四節 專題製作及研究方法

本專題的研究方法共有以下四種。

## 一、文獻探討

我們透過文獻蒐集關於九份的旅遊相關趨勢以及知名景點，也從研究文獻與網路資料分析探討虛擬人物的案例與行銷手法。

## 二、實地探勘訪問調查

我們採用了實地探訪的方式，製定了日語訪談大綱，向日本遊客詢問他們對九份的旅遊體驗，主要針對日本遊客對九份整體旅遊體驗的感受以及其優缺點進行了調查。最後，我們分析訪談結果，將之做為後續影片製作方向的參考。

## 三、虛擬人物製作程式分析

我們分析市面現有的三款手機軟體，透過實際操作應用後評估呈現效果，最後選擇一款最適合的軟體，製作出本專題的虛擬導遊。

## 四、影片拍攝

影片拍攝是利用虛擬導遊來介紹九份，內容包括九份商家介紹以及附上日本旅客對九份缺失改善的建議。

## 第五節 報告架構

本報告的結構如下。第一章為專題研究的動機、目的以及方法。第二章調查疫情前後九份的觀光概況。第三章說明在九份實地進行日本旅客訪談，以獲取瞭解他們對九份的看法和旅遊體驗。這些訪談內容將被用於製作虛擬人物影片的腳本，展示其他日本旅客對九份的看法和旅遊動機，同時我們也會將我們所製作的虛擬導遊影片上傳至 YOUTUBE 讓想來九份旅遊的日本人能夠觀看我們的影片作為旅遊導覽。第四章探討虛擬人物行銷案例，同時探討虛擬人物的行銷手法，將其行銷手法實際應用在本次專題的最終成果。第五章我們選擇 Reality 虛擬角色設計軟體，因為它提供本次專題我們所需的風格和其真實的表情捕捉技術。第六章講述我們製作影片的過程，放上影片的 QR CODE，供老師及同學觀看。第七章為專題的整體結論。

## 第二章 文獻探討

本章針對九份觀光旅遊及 Vtuber 進行文獻的搜集與探討。

### 第一節 九份觀光旅遊相關調查

根據交通部觀光局（2023）統計，日本旅客人數是台灣入境旅客的前五名。九份是外國旅客來台觀光的熱門景點之一，本節主要是從交通部觀光署景點觀光景點（2023）中蒐集九份的歷史背景、特色、景點，彙整相關資訊以及旅客常去的景點。

#### 一、九份歷史背景

九份，隸屬於新北市瑞芳區，曾以採樟煮腦為主要產業。九份共有九十口樟腦灶，十口灶為一份，成為其地名的由來。先民們在採金熱潮中使九份繁華一時，然而隨著採金事業的衰落，逐漸失去昔日輝煌。但因為電影「悲情城市」在威尼斯影展造成轟動，重新吸引人們對這座沒落數十載的小城的關注與回憶。經由媒體廣泛傳播，九份昔日繁華的老街、廢棄礦坑以及礦區的風光和淘金史吸引了藝術家和嚮往復古氛圍的遊客前來尋找靈感，細細品味這悲情城市中的情感與故事。

#### 二、九份的特色

九份地處於高山與海洋之間，擁有壯觀的山海風光，無論是面向大海的窗戶、陽台，或者是門前的庭院，都能欣賞到不同季節和時段的美景。白天的時候如果沒有雲霧籠罩，海面會呈現清朗的蔚藍色，遠處的海浪層層疊疊。入夜後，漁船的燈火在海上點點閃爍，為山城帶來寧靜的夜色。此外，還能欣賞到壯觀的日出雲霞、晚霞彩霞滿天，以及星空下的美景，讓人心曠神怡。九份以其獨特的自然風光吸引著許多遊客前來欣賞這美不勝收的景色。

#### 三、九份的景點

##### （一）阿柑姨芋圓

阿柑姨芋圓的位置就在豎崎路的最上面，穿過細長的巷子就會到達阿柑姨芋圓內用區的觀景平台，可以一覽無遺的瞭望綿延的山脈及無邊的海景再搭配 Q 彈有嚼勁純手工製作而成的芋圓，是非常愜意的行程。

## （二）阿妹茶樓

在 70 年代無節制的金礦開採過程中，黃金產量逐漸衰退，並於 1971 年正式結束。九份山城的一家打鐵舖也隨之轉型成茶水酒樓。茶樓的主人名字叫做阿妹，之後也成為了茶樓的名字「阿妹茶樓」。這家茶樓位於豎崎路上，保留了採礦時期的建築風貌，以木造和日式風格為特色。醒目的紅色招牌和掛滿紅燈籠的景象，在階梯道路旁相得益彰，吸引著路過行人停下腳步欣賞這美景。

## （三）阿蘭草仔粿

九份郵局旁的阿蘭草仔粿創立於 1950 年，是一家傳承三代的老粿仔店。雖然產品沒有精美的包裝，但古早味的口感還是獲得了全國消費者協會金牌獎肯定。老闆以特殊的家傳手法製作粿，並研究出讓粿更有彈性的做法，製作的過程為全手工作業，常讓產品供不應求。而店家對於食品的新鮮最為注重，堅持當天製作當天販售，且絕不使用次等食材，才成就了阿蘭草仔粿獨特而美味的口感。此外，為了避免糯米引起脹氣問題，特別選用鼠麴草代替艾草。用心製作、用心對待顧客，是阿蘭草仔粿能經營半世紀的成功關鍵。

## （四）昇平戲院

昇平戲院是北台灣最古老的戲院之一，也是造訪九份必遊的景點之一。它的建築獨具特色，由新北市政府文化局和觀光旅遊局進行整建，經歷過多次改建與整修，恢復了電影院的功能。內部陳設展示了吳滄富家族捐贈的昔日放映機，並請來九份鄉土館的賴先生進行五六零年代的情境佈置，使人仿佛置身於昔日的舊戲院氛圍中。

## （五）黃金瀑布

黃金瀑布位於新北市瑞芳區的水湳洞金水公路旁，湍急的水流沿著金色岩石瀉落而下，形成壯觀景象。九份地區屬多雨之地，這使得堆積的礦石中的硫化鐵礦物得以暴露或是隨著雨水滲入地層。隨著水流湧出，這些礦物在流經地方時氧化，形成厚厚的鐵鏽沉澱，成為金瓜石地區的著名景觀之一。黃金瀑布以其奇特的金色岩石和壯觀的瀑布景觀，成為金瓜石地區的著名景觀之一。

統整上述的文獻後，本組針對九份作為特色景點進行深入探訪，在實際的走訪經驗後將我們認為值得去且有地方特色的部分特別挑出來，利用在後續的「虛擬導遊遊九份」的影片當中。

## 第二節、日本的地方 Vtuber 案例

日本的地方 Vtuber 指的是在特定地區活動的虛擬網路紅人。他們的主要活動是投稿關於該地區的資訊和宣傳影片，因此也被稱為地區振興型虛擬網紅。他們與當地媒體和地方產業合作，創造了自己的文化領域（たまごまご，2022）。在日本地方 Vtuber 以超過上百位，但因為知名度不夠的原因真正能夠與地方政府合作的卻很少，作為個人活動的地方 Vtuber 即使能夠使用的資源管道不多，但他們還是在用自己的方式去宣傳自己的家鄉。在廣瀨涼（2023）的採訪研究中說到雖然地方 Vtuber 的知名度不高，傳播和訊息傳遞的能力遠遠不及其他大企業下受歡迎的 Vtuber，但是作為地方 Vtuber 他們純粹傳遞家鄉的優點成為自身的動力來源，他們以自己的角度，在自己能力範圍內展開等身大的活動，這是他們的魅力所在。因此，他認為地方 Vtuber 的存在將在未來對旅遊業做出重大的貢獻。

### 一、茨ひより

「茨ひより」是一位日本女性虛擬 Youtuber，於 2018 年 8 月 10 日開始活動，她是「茨城県いばキラ TV」的官方虛擬 Youtuber。「茨ひより」是土生土長的茨城

縣民，從小就對養育自己的土地有著深厚的愛意，因此她非常努力地傳遞各種茨城縣的資訊，希望能讓更多人了解這個地方的魅力，首位官方地區公認的代表人物。

(ひよりんの部屋, 2021)



圖 2-2-1 茨ひより

資料來源：茨ひより (2021),《ひよりんの部屋》。

## 二、春日部つくし

在 2021 年 7 月的時候，埼玉縣舉辦了一場推廣埼玉縣旅遊業的 VTuber 選拔活動，通過觀眾的網絡投票和專家的評審會，於同年的 11 月 14 日慶祝埼玉縣成立 150 週年的活動中宣布了首位「埼玉虛擬旅遊大使」的就任。首任的埼玉虛擬旅遊大使由此前一直以「虛擬埼玉縣民」的身份活躍的「春日部つくし」就任。「春日部つくし」作為埼玉縣的旅遊大使，製作推廣該縣旅遊景點和本土產品的旅遊宣傳影片等活動，以宣傳埼玉縣的魅力。原本預定在 2023 年 3 月 18 日結束她的任期，為了回應觀眾們的支持與回饋，埼玉縣觀光課決定延長任期。(春日部つくし official, 2019)



圖 2-2-2 春日部つくし

資料來源：春日部つくし（2019），《春日部つくし official》。

### 三、沢ところ

「沢ところ」是 2021 年 11 月 25 日開始個人活動的地方 Vtuber，活動的地區是埼玉縣所澤市，當初也曾去徵選過埼玉虛擬旅遊大使，落選後並沒有感到灰心而是在觀摩同樣類型的 Vtuber 後愈發感受到地方 Vtuber 的魅力。出道後因為想要找出各地的地方 Vtuber 卻發現沒有任何一個相關的訊息管道，便自己開始著手學習架設網站再去聯繫日本全國各地的地方 Vtuber 將資訊放在網站上。在 2022 年 11 月開放網站《ご当地 VTuber 図鑑》並成功上傳了 60 位地方 Vtuber 的資料，截至 2023 年 4 月已經超過 130 位。（廣瀨涼，2023）



圖 2-2-3 沢ところ

資料來源： 沢ところ（2022），《当地 VTuber 图鉴》。

### 第三節、虛擬人物行銷手法

在當今數位化的時代，虛擬人物已經成為了行銷手法中不可或缺的一部分。虛擬人物的出現，不僅可以增加產品或品牌的曝光度，也可以營造出更加活潑有趣的品牌形象，吸引消費者的注意力，提升品牌忠誠度。虛擬人物可以是卡通形象、動畫角色、遊戲角色等，不僅可以擁有各種各樣的外貌和特徵，也可以有自己獨特的性格、背景和故事情節。而這些特點使得虛擬人物可以成為一個生動有趣的存在，進而引起消費者的共鳴和喜愛。本節參考網路上的相關文獻、分析等，自行彙整出下列虛擬人物的行銷手法。

#### 一、互動式宣傳

根據曾羿涵（2021）的研究結果顯示透過虛擬人物和消費者間的互動，提升消費者對品牌的認知和好感度。例如：透過虛擬人物的影片，包括音樂動畫、MV、廣告等，讓消費者可以更加清楚的知道角色形象，並且從中將品牌形象與虛擬人物形象聯繫在一起。

#### 二、社群行銷

Julia · K（2022）認為虛擬人物的外觀可以設計出不同的造型、配色和特點，創造出吸引人的虛擬人物形象，進而吸引目標消費者，不僅可以透過社群媒體，以虛擬人物作為形象代表，與消費者進行互動，提升品牌知名度，也可以透過與粉絲的互動、發佈的影片、舉辦的活動等方式與消費者進行互動，增加消費者對虛擬人物和品牌的好感度。例如：日本的虛擬人物星街彗星<sup>1</sup>。所屬事務所為 hololive<sup>2</sup>。在

---

<sup>1</sup> 是日本的虛擬 YouTuber、虛擬偶像、歌手。

<sup>2</sup> 「hololive」原是 Cover 株式會社製作的直播軟體、旗下 VTuber 業務之品牌、支援旗下 VTuber 活動的事務所三者共享的名稱。

2023 年 1 月登上了索尼音樂所開設的「THE FIRST TAKE」<sup>3</sup>創下了首播最高同時觀看人數，並在 3 天內帶來觀看數突破 500 萬的驚人流量。



圖 2-3-1 星街すいせい Specter

資料來源：リアルサウンド編集部（2023），《リリース情報》。

### 三、遊戲跨界合作

GNN 記者 Jisho（2023）認為，透過與遊戲產業與虛擬人物的跨界合作，可以增加虛擬人物知名度的同時，也可以增加品牌的曝光率和品牌形象，因此在遊戲平台上推出虛擬人物的話，不僅可以提高遊戲體驗，也可以提高虛擬人物的影響力。例如：RogueLike 的冒險遊戲《純白和弦》，宣布與春魚工作室旗下虛擬偶像團體「極深空計畫」展開合作。同時獻唱全新聯動主題曲「白日夢宇宙☆」，歌詞中融入歌姬們的元素以及想和粉絲們訴說的情感，告訴大家勇敢作夢，誰說宇宙級的梦想只能是白日夢。

---

<sup>3</sup> 《THE FIRST TAKE》是日本索尼音樂開設的 YouTube 音樂頻道。該頻道邀請歌手或作曲家拍攝歌唱或演奏過程。整個頻道以一鏡到底為最大的特色，歌手及樂隊在白色的錄音室當中，以現場表演的方式進行演出。<sup>3</sup> 森カリオぺ是 hololive 的成員，為一位英語虛擬 YouTuber 和饒舌歌手，隸屬 Hololive EN 一期生 (holoMyth)。



圖 2-3-2 純白和弦 X 極深空計畫

資料來源：純白和弦（2023），《公告訊息》。

#### 四、虛擬人物演唱會

Amos（2022）認為，虛擬人物所發行的專輯可以吸引到年輕族群的關注，進而提升知名度，而 Hololive EN Vtuber「森力リオペ<sup>4</sup>」通過演唱會的模式和粉絲進行互動，拉近虛擬人物與粉絲之間的距離，進而提高品牌和虛擬人物的口碑和形象。同時 Hololive EN<sup>5</sup>「死神」森美聲已簽約環球音樂，並在 2022 年 7 月主流出道<sup>6</sup>並舉辦演唱會。

---

<sup>4</sup> 森力リオペ是 hololive 的成員，為一位英語虛擬 YouTuber 和饒舌歌手，隸屬 Hololive EN 一期生 (holoMyth)。

<sup>5</sup> hololive English 是 hololive production 於 2020 年 9 月 9 日推出的面向英語圈受眾的女性 VTuber 團體

<sup>6</sup> 通常是指加入日本唱片協會的大型唱片公司所經營的音樂品牌中出道。而獨立出道則是指非加入日本唱片協會的唱片公司自行製作並進行音樂商業活動。隨著網路平台興起，出道的定義變得相對模糊，但通常還是以加入唱片協會並經由大型唱片公司發行正式 CD 為主要標準。



圖 2-3-3 森カリオペ

資料來源：從零開始の薪水生活（2022），《八卦新聞版》。

## 五、虛擬人物周邊商品銷售

梁嘉煒（2021）提到，Vtuber 的直播內容會對黏著度產生正面的影響，透過推出與虛擬人物相關的周邊或聯名商品並推出限定商品等方式，將虛擬人物形象與品牌形象相結合，吸引粉絲的購買，並增加消費者對虛擬人物的喜愛度。例如：2020年「兔田ぺこら」<sup>7</sup>與在世界最大的梅酒大賽中獲得日本第一名的日本酒商明利酒類合作推出了「百年梅酒ぺこら ver.」。



圖 2-3-4 百年梅酒ぺこら ver.

資料來源：明利酒類株式会社（2020），「百年梅酒ぺこら ver.」。

---

<sup>7</sup> 兔田ぺこら是一位日本虛擬 YouTuber，為 hololive 的三期生成員，於 2019 年 7 月 7 日出道。其外型近似兔女郎，以遊戲直播為主要活動。

#### 第四節、虛擬人物作為代言人的宣傳效益與優點

我們會選擇虛擬人物作為九份的地方導覽人員的原因是結合了黃于真（2006）和王文好（2018）兩者的研究結論，我們可以知道相較於一般名人代言，使用虛擬人物需要付出的成本較低，代言人的行為是具有可掌控性的，能夠減少真人代言會帶來的行為風險，而角色可以根據需求量身訂做之外容貌也不會隨著時間衰退，能夠快速吸引消費者注意力。除此之外，周淑萍（2018）的研究結果提到遊客對於虛擬人物作為觀光景點的代言人皆有正面的評價與好感，且人物的外觀形象對於企業、品牌、地區的行銷也會有所提升，在高瑾榮（2017）的研究也表示將觀光景點的特色與虛擬人物代言人的特質還有形象結合，能夠有效吸引到觀光客。

地方 Vtuber 作為地方振興型虛擬網路紅人，儘管在知名度和資源方面受到限制，但地方 Vtuber 能夠以地方為中心，通過傳遞地方特色和展示個人魅力的方式吸引消費者，也可以和地方政府及產業提供合作的機會，是具有促進旅遊業發展潛力的。而在建立虛擬人物角色作為虛擬代言人時，需要考慮到形象、性格、人物設定和語言等要素。以及虛擬角色還需要能夠透過社交媒體平台、直播和影片等媒介與觀眾進行互動，讓觀眾產生親近感和共鳴感。虛擬人物行銷的核心在於創造出一個吸引人、具有獨特性的虛擬角色，並透過與消費者建立情感聯繫，促進對產品或品牌的認同感，增加品牌忠誠度，並帶來品牌價值和收益的提升。

## 第三章 實地探勘紀錄

本章目的是透過採訪旅遊九份的日本旅客，綜合他們的旅遊經驗，來幫助我們更深入地了解九份這個地方的特色與觀光問題點。透過這些日本遊客的見解，了解九份的魅力所在以及可能需要改進的方面。

### 第一節 探勘紀錄

#### 一、第一次探勘

2023年3月3日是我們第一次去九份探勘，這次探勘對我們大家來說算是舊地重遊，同時也能夠讓我們更加去熟悉九份的當地環境，有什麼特色小吃、民宿、能夠推薦旅客去旅遊的地方。在這次的探勘中也製作了訪問日本旅客的訪談大綱，內容包含了為什麼要來此地旅遊，對九份整體的感覺，正面評價與九份的缺點，這些訪談內容都有放置於我們在最後所製作出的「虛擬導遊」影片裡面。

在探勘過程中，我們用以往去九份的經驗吃了九份必吃的特色小吃以及景點。特色小吃的部分像是阿妹茶樓、阿柑姨芋圓。景點則是在九份老街外的觀景台，非常的壯麗！如果要景色及特色小吃同時擁有的話，那我們非常推薦去阿柑姨芋圓，它裡面有一排座位是看海景的位置，能夠目不斜視，嘴不迴避。

最後，這次探勘的內容會成為我們影片製作的初步想法，運用這些拍攝過程、文獻及探勘經驗來製作出展示九份的美麗景色、美食，以吸引更多的日本遊客，讓他們能夠深入探索這個充滿特色的台灣旅遊景點。

本次日本遊客訪談的結果大致彙整如下，訪談的詳細逐字稿請參考附錄：

#### (一)、選擇九份的原因：

1. 知名度：受訪者表示九份在日本也是來台灣必去的行程之一。
2. 動畫作品：部分受訪者受到動畫「神隱少女」的影響而對九份產生興趣。

3. 書籍和電影介紹：少數受訪者因旅遊書籍或知名電影悲情城市的介紹對九份產生好奇心。

## (二)、遊九份後的感受

1. 老街環境：部分受訪者認為九份雖然是一個相對較小的旅遊景點，但卻需要應對大量的遊客，使得環境變得吵雜。由於老街較狹窄，一些販賣小吃的攤位散發出的氣味難以較快消散，這讓一些人感到不太滿意，尤其是對氣味比較敏感的人。然而，他們對於九份的風景和茶餐廳等體驗給予了高度評價。
2. 交通不便：九份老街位於山上，前往必須從瑞芳火車站搭乘計程車（約 12 分鐘車程）或 788 號公車（約 23 分鐘車程）才能到達。公車通常每 20-30 分鐘一班，但在假日時，由於遊客較多，可能會有遊覽車上山，導致交通擁擠。此外，下山時人潮也可能導致需要等候公車一段時間。

## (三)、改善日本旅客的旅遊體驗的建議

統整第一節有關日本人對九份的所有評價，我們彙整成以下三點可以為九份作出改善的建議：

1. 人潮較多的問題：在第二次探勘中，我們選擇早上較早的時間前往，約在早上 10 點抵達目的地。當時，遊客人潮尚未達到高峰，雖然一些店家還沒營業，我們建議可以先去爬雞籠山，能夠觀望整個基隆市區的美景及海景。隨著時間的推移，大約 11 點左右，遊客人潮逐漸增多，包括外國遊客會乘遊覽車陸續上山。因此，如果擔心人潮擁擠和交通不便的問題，建議選擇在早上約 10 點左右抵達九份，能夠爬完山並且沒有人擠人的逛完老街。
2. 氣味較重的問題：由於九份的小吃店歷史悠久，特有的氣味難以改變。然而，針對那些對氣味敏感的日本遊客，我們可以在影片中提醒他們（例如，如果對濃烈的香氣感到不適，建議攜帶口罩或口罩香氛片）。這樣的提醒可以幫助遊客更好地應對環境。

3. 交通不便的問題：除了早上 10 點的建議，我們還可以提供另一個選擇，那就是傍晚時分前往九份。在這個時間，遊客較少，上山的人也相對較少，這樣可以享受較為寧靜的遊覽體驗。此外，遊客還可以考慮在九份住宿一晚，以便更深入地體驗當地風光和夜晚的美景，同時欣賞九份夜景所帶來的獨特風情。

## 二、第二次探勘

在 2023 年 8 月 22 日的第二次探勘中，我們實地拍攝所需的九份景點和美食，並針對第一次探勘來自日本旅客對九份的評價，向旅客提出改善人潮過多的建議。以下是本次探勘的重點：

我們參觀九份的各種景點，品嚐當地的特色小吃，並且準備製作影片所需的素材。這包括九份老街上的景點「昇平戲院」和美食「阿柑姨芋圓」，以展示這個地方的獨特魅力。同時我們針對人潮較多的問題，提供了一些建議。例如，可以選擇入住九份老街的「神隱國度」民宿，最多可容納 40 人，因距離優勢可以隨時前往老街避開高峰時段，並且留宿一晚更能看見九份的美。其中民宿有著最私密隱藏的觀景台能眺望海景之外還能預約九份的夜間導覽，有別於白天的熱鬧，是個獨特而有趣的體驗。此外，我們特地前往九份老街入口對面的景觀平台，拍攝了周圍的風景。這次探勘，我們不僅積累了製作影片所需的素材，還有九份美食的心得體會，這些畫面都將透過鏡頭呈現出來以提高九份作為旅遊景點的吸引力，同時為遊客提供更愉快的旅遊體驗。

## 第四章 虛擬人物軟體

本章將比較市面上三個虛擬人物製作的免費軟體，最後選出適合的軟體並設計出本專題的虛擬導遊。

### 第一節、軟體評估

#### 一、Reality

Reality 由日本 Wright Flyer Live Entertainment Inc. 負責運營是目前唯一的「虛擬偶像直播平台」，就像是真人直播平台上會有各種直播主的分類、節目，可以在虛擬偶像直播的時候送禮物和聊天。可以連結 FB、LINE 以及 Google 帳號，非常便利，自定義不多，可以在選擇髮色、瞳孔顏色的時候加入一點巧思，呈現與別人不一樣的形象。能夠調整的細節非常多譬如手腳長度、眼睛形狀、頭部大小臉型，服裝造型大部分都是免費，只有少數需要付費。但手機版只提供建立角色，AR 系統可以進行拍照但是不能與其互動。



圖 4-1-1 Reality

資料來源：App Store（2023），《REALITY - 動漫虛擬人物直播平台》。

## 二、VRoid mobile

Vroid 是由日本知名創作社群 pixiv 開發，在建立虛擬角色介面簡單上手，建立完可以馬上進行直播和觀眾互動。缺點是虛擬角色建立時能夠調整的部分很少，服裝造型大部分都需要花錢。軟體優點在於透過鏡頭捕捉使虛擬角色和我們的臉部達到一致。操作就像捏遊戲角色一樣易於上手，但注重繪畫能力且模型資源有限。



圖 4-1-2 VRoid mobile

資料來源：pixivision (2019)，《VRoid mobile》。

## 三、Custom Cast

Custom Cast 是由開發虛擬 YouTuber 的 dwango 和 S-court 合作開發，操作簡單，實用性高缺點是使用內建角色僅聚焦臉部或上半身，可調整細節在於手腳長度、頭部大小臉型，甚至是眼睛內的高光，都可以隨意調整。利用智慧型手機的相機功能與臉部追蹤轉化成角色的表情，將此傳送給收訊者。還可透過 Niconico 生放送進行直播，對於使用者能更便利展現自己的虛擬形象。



圖 4-1-3 Custom Cast

資料來源：Memu Android Emulator（2020），《CUSTOM CAST》。

## 第二節、角色設計理念

我們小組當初在設計角色的時候，主要是以九份周邊的地理風貌還有建築來做發想，在經過實地走訪觀察之後，我們注意到了九份帶有酷似日治時期風格的紅磚建築以及街道上高掛的紅色燈籠，由此成為了我們的設計核心，在討論過後決定設計出充滿日式風格的雙胞胎角色「九ちゃん」和「丸ちゃん」，希望依據不同的角色、個性和聲線帶來不同的互動和效果。

## 第三節、虛擬人物製作

接下來是我們使用 3 個軟體製作虛擬導遊，以下是製作過程與軟體使用心得。

### 一、Reality

Reality 在建立虛擬角色時，能夠調整的部分相對較少，而且服裝造型大部分都需要花錢才能解鎖。儘管如此，使用者仍然能夠透過這些有限的選項創造出獨特的虛擬形象，並且在直播中展現出自己的風格和個性。除了能夠建立虛擬角色外，Reality 還能夠透過鏡頭捕捉使虛擬角色和我們的臉部表情達到一致，這樣使用者可以更自然地與虛擬角色進行互動，讓觀眾有更加真實的體驗。



圖 4-3-1 使用 Reality 試作的角色

資料來源：組員自行繪製

## 二、VRoid mobile

VRoid mobile 可以調整的細節非常多，例如手腳長度、眼睛形狀、頭部大小臉型，甚至服裝造型大部分都是免費，只有少數需要付費。透過這些調整，使用者可以創造出獨一無二的虛擬角色，讓自己在虛擬世界中擁有屬於自己的形象。在手機版的程式中只提供使用者建立角色，在互動上 AR 系統也僅提供拍照的功能，虛擬角色沒有辦法隨著臉部動作，只能透過按鍵去讓角色移動和做表情，這使得使用者透過虛擬角色進行的互動相對有限。



圖 4-3-2 使用 VRoid mobile 試作的角色

資料來源：組員自行繪製

### 三、Custom Cast

Custom Cast 能夠針對虛擬角色各個部位的細節去做調整，從手腳長度、頭部大小臉型，甚至是眼睛內的高光，都可以隨意調整。然而大部分的服裝需要花錢用「扭蛋」抽獎的形式取得，需要使用者投入不少的時間和金錢才能獲得喜愛的服裝。Custom Cast 的 AR 系統能夠進行拍照，並且還能連結到 NICONICO 網站進行直播，使用者能夠更加便利的展現自己的虛擬形象。另外，Custom Cast 內建了許多表情符號和動作按鈕，加上鏡頭的動態捕捉臉部功能，讓使用者能夠透過虛擬人物進行更多的互動。



圖 4-3-3 使用 Custom Cast 試作的角色

資料來源：組員自行繪製

#### 四、軟體評估與結論

經過評估後，Custom Cast 雖然可以調整較多細節，然而大部分的服裝需要花錢用「扭蛋」抽獎的形式取得，需要使用者投入不少的時間和金錢才能獲得喜愛的服裝。而 Reality 在調整的部分較少，但仍可以透過有限的選項創造出獨特的虛擬形象，能在鏡頭捕捉使虛擬角色跟我們的表情達到一致，在臉部細節有較多選擇，可以連結社交平台登入，非常方便，我們可以更自然地與虛擬角色互動，比較真實。

VRoid 可以調整的細節非常多，例如手腳長度、眼睛形狀、頭部大小臉型，服裝造型大部分都是免費，只有少數需要付費。透過這些功能，使用者可以創造出獨一無二的虛擬角色，讓自己在虛擬世界中擁有屬於自己的形象。但在手機版的程式中只提供使用者建立角色，在互動上 AR 系統也僅提供拍照的功能，虛擬角色無法隨著臉部動作，只能按鍵去讓角色移動合作表情，這使得使用者透過虛擬角色進行的互動有限。

經過三個軟體試做比較後我們認為 Reality 較能呈現我們想要的風格，像是九份酷似日本時期風格的紅磚建築跟街道上高掛的紅色燈籠，還能透過鏡頭捕捉到與我們臉部一樣的表情，比較真實，所以選擇 Reality 為我們設計虛擬角色的軟體。

## 第五章 影片製作

本章主要描述我們製作影片的全過程，包括腳本撰寫、拍攝、翻譯、錄製和剪輯等步驟。



圖 5-1-1 九ちゃん和丸ちゃん合照

資料來源：組員自行後製

首先，在製作影片前我們進行了第一次探勘，了解當地人文特色的同時還實際訪問了日本旅客，將我們的發現和日本旅客的想法與建議相結合後撰寫成影片的腳本。內容包括九份的基本介紹及虛擬導遊的台詞設計和地點安排，並同時針對九份的缺點提出解決方案。

腳本寫好以後，我們接著準備拍片需要使用的素材，因此我們進行了第二次的探勘，根據腳本內容拍攝各個場景，整理成素材並將腳本翻譯成日文。

接著我們進行虛擬導遊的影片錄製。這部分我們是將先前在探勘時整理好的素材和後來使用程式 Reality 錄製的影片，進行去背處理後再依照腳本讓影片有大概的

離型後，再逐一增加細節及最後的字幕。我們使用了 Wondershare Filmora<sup>8</sup>進行影片的剪輯，並使用程式內建的音樂素材庫作為背景音樂，且在最後增加影片的轉場特效。最後製作出 7 分鐘 17 秒的影片。

在完成影片的製作後，為了方便大家觀賞我們決定將影片上傳至 YouTube，可以透過以下的連結觀看完整的影片：<https://youtu.be/kT-YOTRAj5g>。除此之外我們同時將影片網址嵌入至 QR CODE，只要透過手機相機或 QR CODE 的掃描器即可快速連結到 Youtube 觀看。最後為了能讓更多日本旅客能看到這部影片，我們會將影片檔案寄送至觀光局期許能夠達到宣傳的效果。



圖 5-1-2 虛擬導遊遊九份影片 QR CODE

資料來源：組員自行後製

---

<sup>8</sup> Wondershare Filmora 是一款簡單的影片編輯器，可以在 Windows 和 Mac 上編輯影片和音訊。是適合初學者的影片剪輯軟體，提供即時模式、預設模板以及自動節拍同步功能，僅需一些步驟，就能製作出影片。除此之外還有綠幕、關鍵影格以及眾多容易上手的功能和特效。

## 第六章 結論

這份專題是將虛擬科技與觀光旅遊結合。疫情期間，虛擬網紅備受關注，成為熱門話題，所以我們以此為發想將虛擬網紅與旅遊相結合，並開始「虛擬導遊」-「九ちゃん」、「丸ちゃん」的專題製作。我們會選擇虛擬人物作為導遊，是因為它成本較低且行為可掌控性高，形象不會隨時間衰退，能夠快速吸引消費者。我們使用了 Reality 作為虛擬導遊的設計軟體，因為這個軟體能夠透過鏡頭捕捉面部表情，讓人物更加生動有活力。

疫情後，台灣的物價上漲且日幣貶值導致日本旅客出國的成本變高，所以我們期許虛擬導遊生動地呈現九份的美麗風景、當地文化和美食，以吸引更多的日本遊客前來，提高日本旅客來九份旅遊的人數，並帶動周邊經濟，同時我們會上傳影片到 Youtube，讓想前往九份的日本旅客，可以在 Youtube 上搜尋到我們製作的影片。

在製作影片的過程中，由於我們是使用手機製作虛擬人物，所以不管是角色的設計還有操作上都受到了很大限制，因此在製作影片時只能透過後製的方式將虛擬人物加在影片上，若是虛擬人物的製作工具更加精良，應該可以呈現出更活潑生動的虛擬角色。最後，我們在製作完影片的後續宣傳上都是較為被動，目前僅將影片檔案寄送至觀光局，以及在 Youtube 上新增相關的關鍵字。未來應該思考提升點閱率的方法以及在社交平台上推廣以增加曝光度。

## 參考文獻

### 一、中文文獻

王文好（2018）。探討虛擬代言人的廣告效果—以高雄捷運為例。國立中山大學碩士論文。檢自 <https://hdl.handle.net/11296/pndpdv>

周淑萍（2018）。虛擬代言人對觀光工廠品牌形象、旅遊吸引力與旅遊意願之影響。世新大學碩士論文。檢自 <https://hdl.handle.net/11296/2vum88>

謝翰彰（2020）。觀光虛擬代言人與城市行銷關鍵成功因素之探索研究。國立屏東科技大學碩士論文。檢自 <https://hdl.handle.net/11296/36bh62>

高瑾蓉（2017）。由網路社群探討虛擬代言人粉絲對城市觀光意象影響之研究。國立屏東大學碩士論文。檢自 <https://hdl.handle.net/11296/9vptyk>

陳建鈞（2021）。VTuber「櫻巫女」現身 50 秒，西門町被擠爆！一年笑納 1 億元抖內，VTuber 是什麼？數位時代 Business Next 數位時代。檢自 <https://www.bnnext.com.tw/article/62073/vtuber-trend-hololive>

梁嘉煒（2021）。Vtuber 的代言對消費者購買意願的影響——以 HOLOLIVE 為例。國立中興大學碩士論文。檢自 <https://hdl.handle.net/11296/78mj78>

曾羿涵（2021）。虛擬代言人的廣告效果與消費者購買意願關係 探討-以任天堂瑪利歐為例。輔仁大學碩士論文。檢自 <https://hdl.handle.net/11296/sxp65u>

黃于真（2006）。虛擬人物代言人廣告效果之研究。朝陽科技大學碩士論文。檢自 <https://hdl.handle.net/11296/3yhgjk>

楊雅筑 (2022)。虛擬網紅孵化器商業計畫書。國立臺灣大學碩士論文。檢自

<https://hdl.handle.net/11296/y48gb9>

顏美嘉 (2022)。虛擬網紅行銷、品牌依附、暢流效果對消費者購買意願影響之

研究。中華大學碩士論文。檢自 <https://hdl.handle.net/11296/g2w33z>

交通部觀光署 (2023)。觀光遊憩據點 Scenic Spots - 交通部觀光署觀光統計資料庫

Tourism Statistics Database of the Taiwan Tourism Bureau. [Stat.taiwan.net.tw](http://Stat.taiwan.net.tw)。檢

自 <https://stat.taiwan.net.tw/scenicSpot>

JishoG 記者 (2023)。《純白和弦》x《極深空計畫》大型聯動 3/30 登場 搶先公開最

新情報。檢自 <https://m.gamer.com.tw/gnn/detail.php?sn=247204>

純白和弦 (2023)。純白和弦/公告訊息/望向星空的四重奏－主題活動

[Pwc.gameflier.com](http://Pwc.gameflier.com)。檢自 <https://pwc.gameflier.com/News/Details/183>

Julia. K (2022)。虛擬偶像比網紅更吸睛！IKEA 鯊鯊成廣告主角 Lenovo 邀 IMMA

代言 - 數位馬克町。檢自 [https://digimkt.com.tw/digital\\_trend/](https://digimkt.com.tw/digital_trend/)

[1%B6%E5%83%8F/](https://digimkt.com.tw/digital_trend/%E4%BA%8C%E6%AC%A1%E5%85%83_%E8%99%9B%E6%93%AC%E5%8)

[1%B6%E5%83%8F/](https://digimkt.com.tw/digital_trend/%E4%BA%8C%E6%AC%A1%E5%85%83_%E8%99%9B%E6%93%AC%E5%8)

大樞 (2020)。兔田佩克拉與明利酒類合作「百年梅酒 ぺこら ver.」推出即秒殺。

檢自 <https://games.yahoo.com.tw/pekoraumeshu-062247334.html>

從零開始の薪水生活（2022）。Hololive EN 組 死神-森美聲 推特宣布簽約環球音樂

並舉辦演唱會 八卦新聞. 遊戲大亂鬥。檢自 [https://www.league-](https://www.league-funny.com/gossiping/article-216779)

[funny.com/gossiping/article-216779](https://www.league-funny.com/gossiping/article-216779)

pixivision（2019）。可以在《夏日大作戰》的虛擬空間裡拍照了！製作 3D 人物的

APP「VRoid Mobile」上線啦。檢自 <https://www.pixivision.net/zh-tw/a/4890>

REALITY（2023）。REALITY - 動漫虛擬人物直播平台 App Store。檢自

<https://apps.apple.com/tw/app/reality->

[%E5%8B%95%E6%BC%AB%E8%99%9B%E6%93%AC%E4%BA%BA%E7%8](https://apps.apple.com/tw/app/reality-%E5%8B%95%E6%BC%AB%E8%99%9B%E6%93%AC%E4%BA%BA%E7%8)

[9%A9%E7%9B%B4%E6%92%AD%E5%B9%B3%E5%8F%B0/id1404176564](https://apps.apple.com/tw/app/reality-9%A9%E7%9B%B4%E6%92%AD%E5%B9%B3%E5%8F%B0/id1404176564)

## 二、日文文獻/網頁

国土交通省（2019）。令和元年 観光の動向。檢自 <https://www.mlit.go.jp/>

たまごまご（2022）。地方創生の要となるか？いま最も注目されているご当地

VTuber5 選 @DIME アットタイム @DIME アットタイム。檢自

<https://dime.jp/genre/1496187/>

春日部つくし（2019）。HOME. 春日部つくし Official。檢自

<https://tsukushinyoki10.wixsite.com/tsukushiofficial>

廣瀬涼（2023）。「ご当地」VTuberの可能性—ご当地VTuber「沢ところ」へのイン

タビューから見えてきたコト ニッセイ基礎研究所。Www.nli-Research.co.jp.

檢自 <https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=74426?pno=2&site=nli>

明利酒類（2020）。百年梅酒ぺこら ver | 明利酒 Online shop [Www.meirishurui.com](http://www.meirishurui.com)。

検自 [https://www.meirishurui.com/online/hyakunen\\_pekora/](https://www.meirishurui.com/online/hyakunen_pekora/)

リアルサウンド編集部（2023）。星街すいせい、「THE FIRST TAKE」史上トップ

の同時視聴数 16 万人を記録 公開 3 日で 500 万回再生の快挙も Real Sound

リアルサウンド。検自 <https://realsound.jp/2023/01/post-1243197.html>

### 三、英文文献/網頁

Amos, Andrew (2022) Hololive star Mori Calliope releases SINDERELLA, her first major

album. Retrieved from [https://www.dexerto.com/entertainment/mori-calliope-](https://www.dexerto.com/entertainment/mori-calliope-sinderella-album-tracklist-release-date-1954803/)

[sinderella-album-tracklist-release-date-1954803/](https://www.dexerto.com/entertainment/mori-calliope-sinderella-album-tracklist-release-date-1954803/)

CUSTOM CAST (2020) *Download CUSTOM CAST on PC with MEmu*. Memu Android

Emulator. Retrieved from [https://www.memuplay.com/how-to-use-](https://www.memuplay.com/how-to-use-jp.customcast.cc2-on-pc.html)

[jp.customcast.cc2-on-pc.html](https://www.memuplay.com/how-to-use-jp.customcast.cc2-on-pc.html)

## 附録：第一次探勘訪談逐字稿

此次的探勘總共採訪了9組的日籍旅客，訪談的內容與問題皆圍繞九份相關進行。

第一組訪問對象：兩名成年女性

訪問者：許誼筠

1. 台灣に旅行で来られたんですか？

はい！

2. なんで九份を選んでましたか？

千と千尋の... (映画) 景色が見たくできました。

3. ここに来る前に九份について何か知ってましたか？

景色くらい... (千と千尋だけ?) そうです。

4. 実際に現地に来てみて、どう思いますか？

なんか現地の食べ物とかお土産とかいっぱいあって (何のお土産は買いたいですか。) パイナップルケーキとか...

5. 九份には何かメリットやデメリットがあると思いますか？

メリット：廊下ってさ、雰囲気とか食堂とか感じがすごい、いいなあと思って。

デメリット：臭豆腐、臭いが苦手です。

第二組訪問對象：還在就讀大學的情侶 訪問者：許誼筠

1. 台灣に旅行で来られたんですか？

はい！

2. なんで九份を選んでましたか？

有名な映画 (千と千尋) の景色が見たくて選びました。

3. ここに来る前に九份について何か知ってましたか？

先ほど来たばかりで、あまり詳しくは知りませんでした。観光地として有名で、山の上にあるので頑張ってきました。歴史的な場所はあまり知りません。

4. 実際に現地に来てみて、どう思いますか？

楽しいです！景色がとても美しいです。

5. 九份には何かメリットやデメリットがあると思いますか？

メリットは他の場所とは違う雰囲気があると感じました。

デメリットは臭豆腐のにおいが苦手です。

第三組訪問対象：目前在台留學的學生們 訪問者：許誼筠

1. 台湾に旅行で来られたんですか？

留学です。

2. なんで九份を選んでましたか？

千と千尋の映画や金鉱の歴史に興味がありました。

3. ここに来る前に九份について何か知っていたことはありますか？

千と千尋の映画が出演した場所だと知っていました。

4. 実際に現地に来てみて、どう思いますか？

いろいろな話があり、少し混乱しますが、雰囲気が神秘的で、台湾の中心とは全然違う新鮮な気持ちがありました。景色も全然違います。

5. 九份には何かメリットやデメリットがあると思いますか？

メリットはわくわく感があります。

デメリットは町が小さいため、観光客が多く、少し混雑していると感じます。

第四組訪問対象：兩名青壯年男子 訪問者：許誼筠

1. 台湾に旅行で来られたんですか？

はい。

2. なんで九份を選んでましたか？

千と千尋。

3. ここに来る前に九份について何か知っていたことはありますか？

千と千尋。

4. 実際に現地に来てみて、どう思いますか？

階段や坂が多くて、疲れました。霧囲気が素晴らしいと思います。

**5. 九份には何かメリットやデメリットがあると思いますか？**

メリット：霧囲気や景色が素晴らしいと思います。

デメリット：臭豆腐の匂いが強いです。

第五組訪問対象：日本大學生們 訪問者：許誼筠

**1. 台湾に旅行で来られたんですか？**

はい、旅行です。

**2. なんで九份を選んでましたか？**

定番の観光地。

**3. ここに来る前に九份について何か知っていたことはありますか？**

千と千尋の映画。

**4. 実際に現地に来てみて、どう思いますか？**

入り組んでいて、もっと狭いところだけが素晴らしいという印象です。進んでいくうちに、どこまで行けるのかわからない感じです。

**5. 九份には何かメリットやデメリットがあると思いますか？**

メリット：新鮮で霧囲気が良いです。

デメリット：階段が多いです。

第六組訪問対象：兩名成年女性 訪問者：許誼筠

**1. 台湾に旅行で来られたんですか？**

そうです。

**2. なんで九份を選んでましたか？**

インスタグラムなどで見て、景色がきれいだから。来てみたかった。

**3. ここに来る前に九份について何か知っていたことはありますか？**

千と千尋。

**4. 実際に現地に来てみて、どう思いますか？**

すごい綺麗で、ジブリの中の世界みたいね。霧囲気とか楽しいです。

**5. 九份には何かメリットやデメリットがあると思いますか？**

メリット：美味しい物がたくさんあります。日本にはないような感じなので。

デメリット：臭豆腐の匂い。

第七組訪問対象：與家人來台旅遊的青年 訪問者：許誼筠

**1. 台湾に旅行で来られたんですか？**

はい。

**2. なんで九份を選んでましたか？**

有名な場所で、実際に見てみたかったです。(千と千尋) そうです。

**3. ここに来る前に九份について何か知っていたことはありますか？**

映画のモチーフになった場所だというぐらいですから。

**4. 実際に現地に来てみて、どう思いますか？**

思ったより雰囲気が良くて、本当に来てよかったなと思います。

**5. 九份には何かメリットやデメリットがあると思いますか？**

メリット：雰囲気が楽しくて良いです。

デメリット：ちょっと遠くて、山の中にあるところです。

第八組訪問対象：來台獨旅的成年男子 訪問者：許誼筠

**1. 台湾に旅行で来られたんですか？**

はい。

**2. なんで九份を選んでましたか？**

千と千尋で、ジブリの場所を見て行きたいなと思って。

**3. ここに来る前に九份について何か知っていたことはありますか？**

全く知りませんでした。

**4. 実際に現地に来てみて、どう思いますか？**

めっちゃ遠いけど、綺麗ですね。

**5. 九份には何かメリットやデメリットがあると思いますか？**

メリット：今食べてる包子。

デメリット：遠いこと。

第九組訪問対象：日本情侶 訪問者：許誼筠

1. 台湾に旅行で来られたんですか？

そうです。

2. なんで九份を選んでましたか？

行きたいから、メインなところに行こうと思いました。

3. ここに来る前に九份について何か知っていたことはありますか？

金鉱。

4. 実際に現地に来てみて、どう思いますか？

景色が綺麗でした。

5. 九份には何かメリットやデメリットがあると思いますか？

メリット：楽しくて、綺麗。

デメリット：特にないです。

組員工作分配表

組員 工作	許誼筠	王辰心	曹若恩	馮惠柔	謝家怡	石穎璇	林佩羚
排版與統整		○	○			○	○
資料收集	○	○	○	○	○	○	○
撰寫各章節		○	○	○	○	○	○
PPT 製作	○	○	○	○	○	○	○
人物製作	○					○	○
講稿製作	○	○	○	○	○	○	○
海報製作				○			

## 專題報告修正要點

### 評審老師建議

林佩怡老師的建議為：

1. 日本觀光客減少的原因為日幣貶值以及物價上漲，請釐清拍攝影片是否能解決這些問題。
2. 第五章虛擬人物軟體製作，介紹 Reality 的地方 P.24 頁跟 P.26 頁句子矛盾。
3. 第四章虛擬人物案例要將為甚麼跟地方政府合作的 Vtube 很少的理由寫出來。
4. 第三章實地探勘改善建議需要再寫清楚，並且寫出對象。

鄧敏君老師的建議為：

1. 因第四章搬到第二章第二節的位置，故第五章調整為影片製作。
2. 參考文獻排版需要修改。
3. 目錄沒有頁碼，圖目錄排版需要修改成正確格式。

### 修正要點

1. 將第二章第一節刪除，第四章搬到第二章第二節的位置。
2. 把 P. 24 頁的「虛擬角色沒辦法隨著臉部動作，只能用按鍵去讓角色移動和做表情」此句話刪除，與 P. 26 內文無衝突。
3. 在 P. 6 頁補上「因為知名度不夠的原因」等文字解釋為什麼和地方政府合作的 Vtube 很少的理由。
4. 在 P. 16 頁新增提出的建議與民宿最多可容納的人數，以及住民宿解決人潮的問題。
5. 修改目錄，排版修改，放上原創性報告。
6. 將第五章改為影片製作。
7. 將文獻排版修改，文獻內的英文字體與中文字體統一。
8. 增加目錄頁碼，以羅馬數字標示，並修改圖目錄格式。