

F1-5

サブカルチャーの影響による商店街活性化の可能性に関する研究

Study on the Possibility of the Shopping Streets Activation by the Sub Culture

○桂林太一¹, 宇於崎勝也²*Taichi Katsurabayashi¹, Katsuya Uozaki²

Abstract: The purpose of this study is to consider the Possibility of the Shopping Streets Activation by the Sub Culture. This paper investigated the example which utilizes a subculture and is attaining activation of the shopping street. As a result, the most important thing of the Shopping Streets activation by the Sub Culture is that a shopping street performs the exchange with the fan of a product .

1. 背景および目的

わが国では郊外への大型商業施設の出店の加速により、特に地方都市の中心市街地、中心商店街は急速に衰退した。「繁盛している商店街」は1970年時点で39.5%から2009年にはわずか1.0%といった結果が示され^[1]商店街は全国的に衰退状態にあるといえる。

全国の商店街が衰退するなか、アニメや漫画作品などのサブカルチャーの舞台となり、「聖地」として認定されることで地域振興を図りながら活性化を果たす商店街が見られる。

近年、アニメ「らき☆すた」と鷲宮（現・埼玉県久喜市）の事例をはじめ、2012年にはアニメ「氷華」が岐阜県内にもたらす経済効果が21億円にも上るとの見通しも発表される^[2]など、サブカルチャーが地方にもたらす影響についても注目が集まっている。

しかし、商店街では、サブカルチャーを取り入れることによる活性化策は一般的に広まっているものではないため、サブカルチャーがどのように商店街に影響を及ぼすかの分析を行うことで、商店街活性化の一方策として示すことが可能であると考えられる。

本研究は、各地域におけるサブカルチャー（主にアニメ・漫画）を活用し、商店街の活性化を図っている事例の調査を行い、考察するとともに、サブカルチャーをはじめとした種々のコンテンツ・メディアの影響力について、実態を明らかにすることを目的とする。

2. 研究の方法

本研究では、サブカルチャーをもとに、それに関連した取り組みを行っている商店街を調査し、それぞれの商店街の取り組みによる影響を把握する。

得られた結果からサブカルチャーによる商店街への影響を明らかにし、今後の商店街活性化のための取り入れた提案を行う。

3. 調査結果

全国には数多くの商店街が存在するが、その中でサブカ

ルチャーによって注目され、かつそれを積極的に取り入れ、作品に準じた取り組みが行われた商店街^[3]を選出する（Table1）。その中で特に熱心に行っている商店街の具体的な取り組みを調査する。

①「聖地巡礼」と町おこしイベントによる活性化

埼玉県久喜市では、アニメ雑誌「月刊ニュータイプ」2007年8月号の付録にて、鷲宮神社を始めとした場所がアニメ「らき☆すた」の舞台のひとつであると紹介されたことによって、アニメファンが「聖地巡礼」を行うようになった。鷲宮神社においては、現在、参拝客が2011年から3年連続で約47万に達するなど、アニメによる影響を大きく受けていると言える。

このような状況の中で、鷲宮商工会は町独自の作品に関するオリジナルグッズを制作すること（Figure1）や、作者や出演声優の鷲宮神社への公式参拝イベントを開催すること、歳末セールで作品のキャラクターをあしらったスクラッチカードを用いるなど、積極的に地域振興策として活用している。

また、作品の著作者である角川書店は町おこしへの協力を担い、企業の宣伝広告の一環になるよう働きかけを行い、商工会と連携をとりながら双方にメリットがあるようなwin-winの関係を構築する動きがあったことも見過ごせない。



Figure1. The measure of a shopping street

1：日大理工・院（前）・不動産 2：日大理工・教員・建築

Table1. The shopping street relevant to a subculture

商店街名	場所	関連作品	取り組み
桜新町商店街	東京都世田谷区	サザエさん	銅像設置、イベント開催
銀座通り商店街	東京都中央区	ヤマノススメ	舞台マップの作成
天神通り商店街	東京都調布市	ゲゲゲの鬼太郎	銅像の設置、グッズ販売
亀有地区商店街	東京都葛飾区	こちら葛飾区亀有公園前派出所	銅像の設置、グッズ販売
鷺宮商店街	埼玉県鷺宮町	らき☆すた	イベント開催、グッズ販売
秩父商店街	埼玉県秩父市	あの日見た花の名前を僕たちはまだ知らない。	ポスターの貼付
由比ヶ浜中央商店街	神奈川県鎌倉市	セイグリッドセブン	スタンプラリー開催
箱根湯本商店街	神奈川県足柄下郡	新世紀エヴァンゲリオン	専門店の設置
新町通り商店街	千葉県鴨川市	輪廻のラグランジェ	作品推進委員会の設立
大洗商店街	茨城県大洗町	ガールズ&パンツァー	レンタサイクル、スタンプラリー開催
出町榊形商店街	京都市上京区	たまこまーけっと	交流ノートの設置
京都三条通商店街	京都府京都市	けいおん!	フェアの開催
高山市本町3丁目通り商店街	岐阜県高山市	氷菓	福引券の配布
西山通り商店街	富山県南砺市	true tears	城端むぎや祭での協賛、グッズ販売
海野町商店街	長野県上田市	サマーウォーズ	聖地巡礼マップの作成
七の市商店街	宮城県七ヶ浜町	かんなぎ	初詣イベントの開催

②アニメと地方公共団体の連携による活性化方策

千葉県鴨川市では、2012年1月より放送されたアニメ「輪廻のラグランジェ」と協賛を図り、2011年11月9日に鴨川市役所で関係5団体による設立会議が開催され、会則の承認と役員が決定し、輪廻のラグランジェ鴨川推進委員会を設立した。鴨川市を舞台とした「輪廻のラグランジェ」の放映決定を契機とし、商工、観光や、地域経済の核となる各団体と教育や行政機関など、官民一体となった体制のもと、アニメーションという新たなコンテンツと鴨川市が持つ地域資源を結びつけ、活用を図ることにより、地域活性化に取り組むことを目的としている。

また、アニメファンや熱意のある市民から、地域活性化にとともに取り組みたいという声が多数寄せられており、作品と鴨川を盛り上げる活動を共同して進めてきた。

製作委員会であるラグランジェ・プロジェクトの協力のもと、アニメーションの普及活動や、誘客に向けた仕組みづくり、特産品の開発や誘客イベントの実施などの取り組みについて協議を重ねており、設立会議においても、ロゴデザインの募集やサポーター制などの具体化に向けての活発な意見が交わされた。

具体的な取り組みとしては、新町通り商店街の空き店舗のシャッターにアニメに関連する絵を描くことで「聖地巡礼」を行う来訪者へのPRを図った。

③「聖地巡礼」による経済波及効果

岐阜県高山市では、2012年4月から放映されたアニメ「氷菓」のファンの「聖地巡礼」による高山市内への観光客を年間15万人と想定し、岐阜県内の経済効果は21億円と算出した。2013年2月1日には、アニメのモデルとなった場所を案内する高山市公式ガイドブックが1万枚製作され、その波及は大きい。高山市本町三丁目商

店街では、2012年12月1日に作品の登場人物をデザインした福引券の配布を行い、地元買い物客だけでなく「聖地巡礼」を行うファンに向けて新たな来客が見込めるようにし、商店街にて氷菓米という版權商品を販売して、地域の特産品のPRを行っている。

4. 考察と提案

サブカルチャーには、テーマごとにコアなファン層が存在するものの、その数は多くなく、積極的な「聖地巡礼」を志向していないものもある。したがって、コアなユーザー層だけでは集客に限界があり、特定のテーマやキャラクターに興味を持ちながらもいわゆるオタク的な生活や嗜好に走るまでには至らないライトオタクの行動が注目される。コアなオタクを大切にしつつ、周辺にいる大勢のライトオタク層を新しいマーケットとして取り込み、「聖地巡礼」につなげることが求められ、商店街の利用客増加に繋がると考えられる。

そこでサブカルチャーによって取り上げられた舞台への興味を持ってもらうために、商店街は創出された文化資源がいかに価値のあるものであるかを認め、地域住民・国内外の人々に広くアピールすること、また一時的な流行にならないように迅速かつ継続的に商店街内で取り組みを行うことが重要である。

また、商品だけでなく交流を大事にし、交流の核となる機関に組織的に取り組める商工会や市がなることで、サブカルチャーを通してファンと協働しながら活性化を目指すことが重要であると考えられる。

5. 参考文献

- [1]長坂泰之:「中心市街地活性化のツボ 今、私たちができること」,学芸出版社,2011
- [2]茶野下貴:「地域振興におけるサブカルチャー戦略」,研究技術計画学会,第27回年次学術大会,2012
- [3]各商店街HP