

## F2-42

## アニメ・コンテンツツーリズムによる都市活性化方策の実態

## The actual situation of the anime contents tourism for activating the city

○櫻井雅之<sup>1</sup>, 岸井隆幸<sup>2</sup>, 大沢昌玄<sup>2</sup>, 三友奈々<sup>2</sup>\*Masayuki Sakurai<sup>1</sup>, Takayuki Kishii<sup>2</sup>, Masaharu Oosawa<sup>2</sup>, Nana Mitomo<sup>2</sup>

Abstract: In recent years, the anime contents tourism is getting popular in various regions. In this paper, it has grasped which cities are tackling the anime contents tourism aggressively. And we selected Chichibu city as one of the examples, and analyzed its actual situation. As a result, it became clear that many events and media exposure are carried out aggressively in summer.

## 1. 研究背景および目的

地域活性化方策の一つとしてコンテンツツーリズムが存在する。コンテンツツーリズムとは、地域に関係のあるコンテンツ(映画, ドラマ, 漫画およびアニメなど)を活用し, 各地域の観光およびその関連事業の振興を図ることを意図した観光行動である。コンテンツツーリズムに関する既存研究としては, 岡本<sup>[1]</sup>および増渕<sup>[2]</sup>によるいくつかの事例研究が存在するが, アニメ作品を活用したコンテンツツーリズムの実証分析の事例は少なく, 特にどのようにしてコンテンツツーリズムを成功させているかという都市戦略に関する研究は見受けられない。

本研究では, アニメ作品を活用しているアニメ・コンテンツツーリズム(以下, A・Cと略す)に着目して, A・Cを実践している市区町村を把握し, どのような戦略でA・Cを実践しているのかを明らかにすることを目的とする。なお, アニメ作品に着目する理由としては, 文化庁などがアニメを我が国のポップカルチャーの1つとして推進していることから, アニメ作品の注目が国内外に問わず進んでおり, さらにには需要が見込まれるためである。

## 2. 研究方法

## (1) 調査対象都市の選定

大石<sup>[3]</sup>のデータベース(舞台探訪アーカイブ)によれば, 2012年2月1日時点において1742市区町村のうち487市区町村(約28%)<sup>[4]</sup>がアニメ, 漫画, ゲームおよびライトノベルの舞台となっていることが判明している。

本研究では, 大石が運営・管理を行っている『舞台探訪アーカイブ』より, 調査対象都市を選定していく。その際, 都道府県レベルも調査対象とする。選定条件および理由はTable1のとおりである。なお, 各市区町村HP

の調査期間は2013年2月5日~2月15日, 2月18日とし, 各市区町村(487市区町村)のHPのトップ画面を保存(PDF化)し, 条件を満たすか判読している。

Table1. Selection conditions (1 &amp; 2)

条件	内容	理由
1	各市区町村のHPトップ画面における, 画像アイコンおよび他サイトへのリンク・タイトル名がアニメ関係であること。	アニメ・コンテンツツーリズムの情報発信に積極的であり, アニメ・コンテンツツーリズムによる地域活性化方策が成功していると考えられるため。
2	各市区町村がコンテンツとして活用しているアニメ作品がその市区町村を舞台としていること。	本研究で利用する『舞台探訪アーカイブ』は, 実在する都市を舞台としているアニメ, 漫画, ゲームおよびライトノベルを対象としているため。

## (2) アニメ・コンテンツツーリズムの実態把握

選定都市の中から, ここでは秩父市「あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。(以下, 「あの花」と略す)」を事例とし, メディア展開および秩父市イベント展開の2つの視点からA・Cの実態を把握する。資料はTV版公式HP<sup>[4]</sup>, 劇場版公式HP<sup>[5]</sup>, 秩父市公式HP「秩父観光ナビ」<sup>[6]</sup>, 秩父市タウン情報誌「なびまる」の運営を行っているアイサーフ株式会社HP「Webガイド秩父」<sup>[7]</sup>を用いる。メディア展開に関する調査内容は, TV放送・小説・漫画・ゲーム・Webラジオ・DVD・Blu-rayの配信日および発売日とし, イベント展開に関する調査内容は, 秩父市で行われたイベントの日程, 内容および事業者とする。

なお, 公式HP情報は2013年8月6日時点, Webガイド秩父は2013年8月5日時点の情報である。

## 3. 研究結果

## (1) 選定都市の特徴

487市区町村のうち, 5市町(大洗市, 秩父市, 箱根町, 上市町および竹原市)および1県(茨城県)が抽出された(Table2)。A・Cを積極的に実践している可能性のある市区町村はかなり少数であることが明らかになっ

1: 日大理工・院(前)・土木 2: 日大理工・教員・土木

た.その中でも,大洗市の『ガールズ&パンツァー』は市 HP および県 HP の両方で情報を発信している.また,5 都市の立地場所に注目すると,大洗市,秩父市および箱根町は関東地域であるが,上市町および竹原市のような地方都市でも A・C を積極的に実践している可能性がある.

Table2. Cities selected & its Contents

都道府県	市町村	作品名	地域
茨城県	大洗市	ガールズ&パンツァー	関東
埼玉県	秩父市	あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。	関東
神奈川県	箱根町	エヴァンゲリオン	関東
富山県	上市町	おおかみこどもの雨と雪	中部
広島県	竹原市	たまゆら	中国
茨城県		ガールズ&パンツァー	関東

(2) 事例研究-埼玉県秩父市-

埼玉県秩父市の「あの花」の 2011 年 2 月～2013 年 9 月までのメディア展開および秩父市イベントの実施回数(種類)を時系列的に表したものが Figure1 となる.メディア展開に着目すると,2013 年 6 月を除けば,各月少なくとも一度はメディア展開を実施していることがわかる.秩父でのイベントに着目すると,2011 年,2012 年および 2013 年とも夏(6 月～10 月)に大々的に実施している事がわかる.イベントの内容は,例えばアニメの中で実際に出てくる場所にスタンプを配置し,スタンプラリーを実施したりしている(2013 年 8 月 24 日).メディア展開と秩父市イベントの共通点は夏に実施回数が増加していることである.これは,「あの花」の内容の時期が夏であることが関係していると考えられる.

全体(展開メディア数+秩父イベント数)に着目すると,2011 年 2 月～2013 年 9 月まで持続して A・C を実践していることがわかる.また,毎年恒例となっているイベント事業主体は,株式会社アニプレックス,秩父市,秩父商工会議所,西武鉄道および秩父鉄道で構成されており製作側と,自治体側,さらに地域に密着した鉄道会社で連携が図られている.

4. まとめ

- (1) 自治体がコンテンツを HP トップサイトに取り上げている都市(A・C に積極的に取り組んでいる可能性がある地域)は,5 都市と少ない結果となった.しかし,地方都市でも A・C に取り組んでいる可能性のある自治体は存在する.
- (2) 秩父市の A・C は,全体的に見てメディア展開,イベント展開を継続的におこなっており,特に夏にピークを迎えている.また,恒例のイベントも存在している.

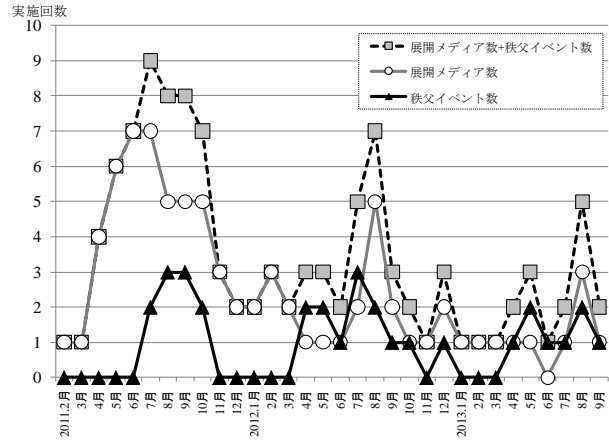


Figure1. The number of media exposure, and events

※イベント(メディア)の種類を月毎にカウントしている.また,イベント(メディア)の種類が同様であっても,月毎にカウントしている.

5. 今後の課題

秩父市の例では,現状で A・C を途切れさせないようにイベントを定期的に行うといった戦略的な流れがあることが判明した.そこで今後は,実際に行政サイドではどのように事業を進めてきたのかヒアリング調査を行い,内部事情を把握する.また,観光者側が事業についてどのように思っているのかアンケート調査を行う.そして,その結果からなぜ秩父市でこの事業が 3 年にもわたり成功しているのか,その要因を明らかにする.

<補注>

(1) 2012 年 2 月 1 日までに合併した市区町村に関しては著者が合算処理.また,コンテンツツーリズムはアニメ,漫画,ゲームおよびライトノベルを対象としている.

<参考文献>

- [1] 岡本健:「コンテンツツーリズム研究の枠組みと可能性」, CATS Library, Vol.7, pp.11-40, 2012-03-31
- [2] 増淵敏之:「コンテンツツーリズムとその現状」, 地域イノベーション, Vol.1, 2009-03-31
- [3] 舞台探訪アーカイブ (<http://legwork.g.hatena.ne.jp/>, 2012.2.1)
- [4] TV 版 あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない. 公式 HP : (<http://www.anohana.jp/tv/>, 2013.8.6)
- [5] 劇場版 あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない. 公式 HP : (<http://www.anohana.jp/>, 2013.8.6)
- [6] 秩父観光ナビ : (<http://navi.city.chichibu.lg.jp/2011.7,2012.7,2013.7>)
- [7] Web Guide 秩父 : (<http://www.chichibu.co.jp/>, 2013.8.5)