

アニメコンテンツを用いた行政の取り組み

(1) アニメとまちづくり

近年、アニメコンテンツを用いた町おこしが盛んにおこなわれている。作品の舞台となった地に出かける「聖地巡礼」という行為は昔からあったが、それはファンが一方的に行うものであった。全国の都道府県に「聖地」は存在し、全国様々な都市に足を運ぶファンも多く、そのファンに目をつけて自治体や地元の商店街などが積極的にコラボイベントを行い、町おこしにつなげているところが数多くみられるようになった。「聖地巡礼」ブームの火付け役となった「らき☆すた」の舞台である鷲宮神社では、アニメ放送がはじまった翌年 2008 年から初詣参拝客が急増、2007 年には約 13 万人だった参拝客が 2011 年には 47 万を記録、約 3.6 倍の増加となった¹。これをきっかけとし、多くの自治体で観光資源としてのアニメコンテンツが見直されることとなった。

一般社団法人アニメツーリズム協会は 2017 年 8 月 26 日に全世界のアニメファンが選んだ「訪れてみたい日本のアニメ聖地 88(2018 年版)」を発表した²。これにより、世界中からも日本のアニメコンテンツを用いたアニメツーリズムが高い関心を得ているということが分かる。2016 年 4 月には、鳥取県倉吉市とキャラクター音楽コンテンツ「ひなビタ♪」の舞台、倉野川市が姉妹都市提携を結び、実在する都市と架空都市との姉妹都市提携は全国初の取り組みとして注目された³。これまで町おこしにアニメコンテンツを用いた例はあったが、架空都市との姉妹都市提携は全国初の取り組みであり、強く興味を持ったと共に、アニメコンテンツを用いた取り組みとは具体的にどのような取り組みがなされており、その取り組みが上手くいっているのか、今後のアニメコンテンツを用いた行政の取り組みの推進を考えたいと思った。そこで、いくつかの例を取り上げて、アニメコンテンツを用いた行政の取り組みは今後どのように取り組むべきかを考える。

(2) 架空都市とのコラボイベント —倉吉市と「ひなビタ♪」—

倉吉市と倉野川市は倉吉まち魅力開発プロジェクトの一環として 2016 年 4 月 1 日に姉妹都市提携を結んだ。実在する都市と架空都市との姉妹都市提携は全国初の試みであった。具体的取り組みとして 2016 年 4 月 16・17 日に倉吉市観光交流課が主催となり「くらのよし桜まつり」が開催され、同年 8 月 6・7 日には「倉吉打吹まつり」とひなビタ♪とのコラボが行われた。「くらのよし桜まつり♪」では倉吉の街にキャラクターの等身大 POP の設置、限定キャラクターグッズの販売、コスプレイベント、キャラクターの好物であるちくわを使ったメニューの販売、倉野川市の住民票の発行、声優によるトークショーなどが行われた。2 日間で延べ 6000 人を動員し経済効果は 1 億 5 千万円ほどであった⁴。市では

「くらし桜まつり」の好評を受け、イベント終了後もパネルの設置やちくわメニューの提供、倉野川市住民票の発行を行った。「倉吉打吹まつり」とのコラボイベントでは2016年から2年連続でのコラボとなり、成功を収めている。また、2016年11月12・13日には倉吉市震災復興イベントが行われ、多くのファンが足を運んだ。

地元の祭りとのコラボイベントや商店街を巻き込んだイベントを行うことができるのは市が主体となって動いているからではないかと考えられる。それほど聖地巡礼が盛んではなかった倉吉市が倉野川市と姉妹都市提携を結び、コラボイベントを成功させたのはコンテンツの人気もさることながら、街を歩くだけで「ひなビタ♪」を感じられるようにただの限定グッズ販売やステージイベントで終わらない地域密着のイベントとした点が大きいのではないかと考える。

（4）地元の街並みとアニメの融合 ー大洗町と「ガールズ&パンツァー」ー

「ガールズ&パンツァー」は2012年に放送された茨城県大洗町を舞台としたアニメであり、作中で実際に大洗の街並みがはっきりと映っていることから、アニメ放送時から多くのファンが実際に大洗町に「聖地巡礼」を行っていた。アニメでおなじみの商店や旅館が存在し、ファンがたくさん訪れることから、今ではどの店にも店頭でキャラクターの等身大POPを置いている。その取り組みは町全体に広がり、駅のタクシーにキャラクターのラッピングを施した“痛車”にするなどファンの一方的な聖地巡礼ではなく町全体で「ガールズ&パンツァー」を使った町おこしをしている。こうした取り組みによって2013年の「大洗あんこう祭り」には約10万人の観光客が集まった⁵。「大洗あんこう祭り」は2012年以降毎年「ガールズ&パンツァー」とのコラボイベントとして声優によるトークショーなどが行われている。「ガールズ&パンツァー」による2013年度の経済効果は観光客数がのべ15万9000人、金額にすると7億2100万円に上るとみられている⁶。

これほどのアニメコンテンツによる町おこしの成功を収めた理由について、元々大洗が観光地であり魚介や様々なイベントなど「聖地巡礼」に訪れたファンを魅了する地域資源があったことや東京からのアクセスがしやすいことが考えられる。また、商店街の等身大POPやラッピングバス、タクシー、電車などいつでもどこへ行っても「ガールズ&パンツァー」関連の物を目にする「ガールズ&パンツァー」の町となっている点も成功の理由だと考えられる。

（3）地元テレビ局によるアニメ町おこし ー栃木県と「まろに☆え〜る」ー

「まろに☆え〜る」は2013年にとちぎテレビが自局のアニメの宣伝や各種イベント告知のために作られた。上記二つと違う点として、地元のテレビ局が地元の宣伝広報のために新たにアニメコンテンツを作ったことであり、その経緯から非常に公共性が高いものとなっている。「とちテレアニメフェスタ」などの県内のアニメイベントへの参加や、Webラジオ、短編アニメなどの取り組みがなされている。また2018年に放映された短編アニメ

メでは制作に下野市が関わっており、下野市の PR がなされた。このコンテンツは上記二つと比べるとあまり賑わってはいないように感じるが、栃木の企業が栃木の宣伝のために作ったコンテンツであるため、県内のイベントで使い勝手が良いのが上二つのコンテンツと違う点である。

(5) 今後のアニメコンテンツを用いた取り組み

倉吉市と「ひなビタ♪」とのコラボイベントの例では聖地巡礼がそれほど盛んではなかった倉吉市が姉妹都市提携を結び、倉吉市が主体となってコラボイベントを行うことで、地元の商店街を巻き込み、聖地巡礼とイベントを楽しむことが出来るようになっていた。

大洗町と「ガールズ&パンツァー」の例では聖地巡礼が主体となり、ファンによる街歩きで元々あった食資源の活用やコラボイベントが行われ、いつでもどこへ行っても町全体が「ガールズ&パンツァー」の町となっていた。

栃木県ではとちぎテレビが作った「まろに☆え〜る」を用いることで、他のアニメコンテンツに頼ることなく、地域の宣伝を行うことが出来ている。

これらのコンテンツの特徴として地域との関連性が非常に強いということが挙げられる。なんの脈絡もない地域とコラボをして限定グッズを売っているだけの町おこしではなく、実際にアニメの舞台となったところや舞台と共通点がある地域がアニメコンテンツを用いることで効果的に人を呼び込めると考えられる。等身大 POP の設置や聖地巡礼スポットの案内などアニメの追体験をさせることも重要だと考えられる。

私はこれらのことより、今後各自治体がアニメ制作会社と手を組み、その地域を舞台としたアニメを作るのが一番良い取り組みだと考えた。地域を舞台とすることでアニメに映ったところを実際に見ることが出来るとファンの人は来てくれるはずだ。しかし、一番大切なのは来てくれたアニメファンの人々をどのようにリピーターにするのかということである。「ひなビタ♪」や「ガールズ&パンツァー」の例のように地元の祭りとのコラボイベントの開催や、その地域を公共交通から商店街まで全部アニメコンテンツ一色にしてしまうことも良いが、地域に元々存在する食資源などの地域資源とアニメのコラボイベントを上手く使って行くことが大切である。例えば、通年でアニメに登場した飲食店でアニメをモチーフにしたコラボメニューを出し、あるキャラクターの誕生日に合わせて、そのキャラクターの好物を使った料理をその地域の飲食店で提供し、聖地巡礼で訪れたファンの人々と誕生日を祝うイベントを行うことで、いつでもファンの人に喜んでもらえると共に、キャラクターの誕生日など、特別な日には更に多くのファンの人に足を運んでももらえるようになると考えられる。

¹ Yahoo ニュース「らき☆すた」放送 10 周年 聖地巡礼は今も大人気 (2018 年 6 月現在)
<https://news.yahoo.co.jp/byline/kawashimataro/20170818-00074646/>

² アニメツーリズム協会 HP 「全世界のアニメファンが選んだ 『訪れてみたい日本のアニメ聖地 88 (2018年版)』 発表」 (2018年6月現在)

<https://animetourism88.com/ja/shadan/topics/882018>

³ 倉吉市 HP 「倉野川市と姉妹都市提携を結びました」 (2018年6月現在)

<http://www.city.kurayoshi.lg.jp/gyousei/div/kikaku/shoukou/111/g655/x956>

⁴ 倉吉市 HP 「くらよし桜まつり♪の実施概要について」 (2018年6月現在)

<http://www.city.kurayoshi.lg.jp/gyousei/pressrelease/2016/w168/>

⁵ 茨城県観光物産協会 HP 「大洗が舞台のアニメ 「ガールズ&パンツァー」」 (2018年6月現在)

<http://www.ibarakiguide.jp/seasons/good-oarai/good-garupan.html>

⁶ 野村総合研究所 HP 神山裕之、木ノ下健 「地域におけるコンテンツ主導型観光の現状と今後の展望」 (2018年6月現在)

<http://www.nri.com/~media/PDF/jp/opinion/teiki/region/2014/ck20140602.pdf>