

アニメコンテンツツーリズムによる地域振興の持続性

～『オタクのディズニーランド』を目指して～

今井 友暉（経済学部 3 年）、倉田 崇広（経済学部 3 年）

指導教員：長田 進

アニメコンテンツツーリズム（Anime Contents Tourism）は、アニメコンテンツの舞台である地域（聖地）を訪れる観光行動（聖地巡礼）であり、近年注目を集めている。アニメコンテンツツーリズムを考える際、アニメコンテンツツーリズムの持続性が問題となっている。視聴率の高い NHK 大河ドラマの舞台であっても、放送後 2 年ほどで観光入込客数が減少している。また、持続性を議論すること自体が難しく、地域によってどの程度の規模でどの程度の期間の持続性を目指しているかも異なる。そこで、本稿では独自の定量的モデルによって地域を分類した後、定性面からの考察をした上で、比較分析を行い、持続性を議論する。

まず、持続的であることとは、アニメコンテンツツーリズムの魅力が持続することである。アニメコンテンツツーリズムの魅力は、アニメコンテンツの魅力と地域の魅力に分けることができる。モデルを立てるにあたって、アニメコンテンツの魅力を目指す指標として「アニメの BD・DVD 平均売上数」を用い、地域の魅力を目指す指標として「地域におけるアニメとのコラボイベント数」を用いた。これによってアニメとコラボを行う地域を定量的に分類する「アニメ×地域モデル」を構築し、持続的である地域と持続的でない地域を定義した。

次に「アニメ×地域モデル」によって、各象限に分けて事例分析を行った。持続性に注目して、各地域が行っている取り組みや各地域とアニメ製作委員会、アニメファンとの関係を、実際に現地に赴いて行った関係者の方へのインタビューを交えて議論した。そして、各地域の事例分析を踏まえ比較分析を行うことで、持続的なアニメコンテンツツーリズム成立に必要な条件を考え、具体的にはアニメコンテンツの比較と地域の取り組みの比較を行った。

アニメファンはアニメを魅力的に感じてはじめてアニメの舞台となった地域への観光を考えることから、根本的にアニメコンテンツの魅力が重要である。また、地域はアニメ製作側とアニメ放送開始前から

綿密な準備を繰り返し行うことで、来訪するファンへのスムーズな対応が可能となる。そして、アニメコンテンツによって訪れたファンと地元住民が交流し、地域の工夫を凝らしたもてなしによってファンは地域自体を好み、リピーターとなるのである。結果として、アニメ放送が終了しアニメの魅力が衰えた後でも、地域の魅力をきっかけとしてファンが地域を訪れることで、アニメコンテンツツーリズムの持続性が保たれる。この地域のホスピタリティは、概念的にはディズニーランドに見られる空間演出やスタッフのホスピタリティと重なるもので、「物語を旅する」という本質では両者が同様であることから、地域の目指すべき像は「オタクのディズニーランド」であるとした。