HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	アニメ『らき☆すた』聖地鷲宮から学ぶコンテンツツーリズム : アニメ声優・商工会職員・研究者と考える地域振興
Author(s)	加藤, 英美里; 福原, 香織; 坂田, 圧巳; 松本, 真治; 山村, 高淑; 岡本, 健
Citation	総合社会学部研究報告, 15, 39-62
Issue Date	2013-03-31
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/87178
Type	report
File Information	KJ00008907919.pdf

Instructions for use

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

京都文教大学総合社会学部　開設記念講演会

アニメ『らき☆すた』聖地鷲宮から学ぶコンテンツツーリズム

――アニメ声優・商工会職員・研究者と考える地域振興――

日時：2012年９月９日(日)　13：00～14：30
会場：京都文教大学弘誓館101教室

出演　加藤英美里（かとう　えみり）（声優・『らき☆すた』柊かがみ）
福原香織（ふくはら　かおり）（声優・『らき☆すた』柊つかさ）
坂田圧巳（さかた　あつし）（鷲宮商工会経営指導員）
松本真治（まつもと　しんじ）（鷲宮商工会経営指導員）
山村高淑（やまむら　たかよし）（北海道大学観光学高等研究センター准教授）
司会　岡本　健（おかもと　たけし）（京都文教大学総合社会学部講師）

（岡本）　ただ今より、「アニメ『らき☆すた』聖地鷲宮から学ぶコンテンツツーリズム―アニメ声優・商工会職員・研究者と考える地域振興―」を始めます。サブタイトルを見ていただくと分かりますが、今日はゲストとして、アニメ声優さん、商工会職員さん、研究者の先生に来ていただいております。具体的には、加藤英美里さん、福原香織さん、坂田圧巳さん、松本真治さん、山村高淑先生、そして私という形でやってまいります。

早速ゲストの皆さんをお呼びしたいのですが、まずお一人目のゲストをご紹介いたします。ぜひとも皆さん、拍手でお迎えください。北海道大学観光学高等研究センター准教授の山村高淑先生です。

（山村）　山村高淑と申します。北海道大学で観光の研究をしています。専門は文化資源デザイン論です。文化資源をどのように創出し、活用していったら良いのか、文化資源を核に様々な要素をどのように結び付けていったら良いのか、ということを研究しています。その中で、「アニメやマンガというコンテンツを核に、地域住民の皆さんとファンの皆さんがより良い関係性を構築するには何が必要なのか？」ということをテーマにここ数年いろいろとお仕事をさせていただいています。どうぞよろしくお願い申し上げます。

（岡本）　山村先生は私の大学院時代の恩師でして、今回弟子がわがままを言って来ていただいた形です。『アニメ・マンガで地域振興』という本を書かれており、こういった道の第一人者の先生でいらっしゃいます。本日は、どうぞよろしくお願いいたします。

続いて…、といきたいところですが、まず、この二人でコンテンツツーリズムの研究のお話を少しだけさせていただきます。「えー」という感じの顔（笑）。皆さん、他のゲストの方々を早く見たい気持ちはよくわかります。実は、私もそうです（笑）。ですが、この後の話がより楽しく、学術的に聞いていただけるヒントを提供したいと

いうことでお話いたしますので、お付き合いのほどよろしくお願いいたします。

「コンテンツツーリズムの基礎知識」

（岡本） さて、コンテンツツーリズムの基礎知識ということで、まず、アニメの聖地巡礼というものが起こっているというお話をします。その次に、コンテンツツーリズムという観光の形態と国の政策の話をさせていただいて、そしてコンテンツツーリズムにかかわる人々、このお話をさせていただきます。

まずは、アニメ聖地巡礼ですが、『らき☆すた』というアニメーションで、オープニングに現実の風景をモデルにした背景が描かれました。かわいい女の子が真ん中にいますね。これは「柊かがみ」というキャラクターでして、今日来ていただく加藤英美里さんが声優をしておられるキャラクターになります。そこで、この背景、随分詳しく描いてありますね。これは実際あるのではないかと思うほどですが、実際にあるのです。ほとんどぴったり同じに当てはまると思います。何が違うかよ〜く見てください。本当に、ほとんど同じですよね。何が違うかというと、柊かがみなのか汚いおっさんなのかというところです（笑）。皆さん、とっても気持ちよく笑っておられますが、これは私ですからね（笑）。もう一つ絵を見せましょう。これは柊つかさという女の子のキャラクターが踊っています。このつかさの声優さん、福原香織さんも今日来ていただきます。お楽しみください。この景色も、ありそうな駅の感じですね。実際にあります。ここで恥ずかしいポーズを取っておられるのがこちらの山村先生です（笑）。

こういうことで、今、アニメの背景は、実際にある風景が使われている場合が多くあります。これはアニメ制作現場のデジタル化の影響があります。アニメーションを作るときにコンピューターが導入されております。デジタルカメラで風景を撮影して、それをコンピューターの中に取り込んで、トレースするということもできていますので、リアルな背景ができるわけです。少し変えてあることも多いですが、現実の風景と同定できます。

ただし、こういうぴったり一致する背景が描かれているのですが、アニメーションの中では「ここが舞台だ」ということを言っていない場合も多いのです。今日詳しくお話があると思いますが、この作品もはじめはそうでした。放映された時はどこが舞台なのかは明示されなかったのです。

それに比べて、大河ドラマなどですと舞台になった場所は簡単にわかりますよね。大河ドラマは2年ぐらい前にテーマが決まっていますから、歴史的な史実と照らし合わせればどこに行けばいいか分かります。奥州藤原氏の話があったら平泉といった具合ですね。

ですけれども、こういうアニメーションはどこにでもありそうな風景を使っていて、しかもどこで撮影したかはあまり公言されないことが多いのです。そうしたら、舞台がどこなのかが分かりませんよね。分からないのですが、世の中にはすごい人がおられまして、探す方がいらっしゃいます。このアニメの背景だけを見て、実際にどこなのかを探し出して見つける人がいるのです。見つけた方は「ああ、ここだ」ということで写真を撮って、インターネット上にアップロードするのです。そうしたら、他の『らき☆すた』のファンは、『らき☆すた』は背景がすごくきれいだからどこかに本当にあるのではないかと「『らき☆すた』 背景」でインターネットで検索する。そうすると、先ほどのアップロードされた情報が出てくるわけです。それで旅行をする。そんな行動が生まれている。これがアニメの聖地巡礼と言われる行動です。

実際、アニメの聖地巡礼をすると、たと

えば、次のような行動が見られます。神社があれば、絵馬にアニメの絵を描いて（痛絵馬）、奉納します。すごいですね。普通の祈願が場違いのように思えるほど、痛絵馬が多くなっています。よくよく見ていただきましたらば「72拝目」と書いてある絵馬もあります。72回も神社に来ているということです。私は「72拝」と見て、１回で10拝とか、まとめて掛けていっているのだろうなと思ったのですが、会って直接お話を聞いたら、「ちゃんと１日に１回しか掛けないんです」とおっしゃっていました。ということは、最低でも72回は神社の絵馬掛け所に来ているということですね。

痛車に乗って聖地を訪れる方もいらっしゃいます。痛車というのは、イタリアの車のイタ車ではなくて、アニメの絵のステッカーがたくさん貼られて、痛々しく見えるので痛車と言います。すごいものは、もはやアートだと思います。

そして、この観光の面白い特徴としましては、ファンがガイドブックを作ってしまうのです。実際に見ていただければ一番良いのですが、すごいクオリティなんです。アニメ聖地のガイドブックですから、アニメのことしか書いていなかったり、アニメの舞台しか紹介していないかと思ったら、地域の事をかなりしっかり調べて、そういった情報もしっかり掲載されているのです。そして、「おねティ聖地巡礼」という同人ガイドブック、これは「おねがい＊ティーチャー」というアニメの聖地巡礼ですが、このガイドブックを作っているのは香港の方です。中身を見ますと、中国語と日本語が併記されているのです。こんな高いクオリティのガイドブックは普通の出版社でもありえないと思います。

今まで紹介してきたことを図としてまとめました（図１）。アニメを見て、いろいろな情報を手に入れて、聖地巡礼を行っていくのですが、その都度インターネット上に情報をアップロードしていくのです。そうしたら、次の人たちは聖地に関するデータベースが出来上がっていますから、そこから情報を引っ張ってきて見ていく。また、自分が巡礼したら写真を撮って、Twitterなどでそれをアップするわけです。そうしたら、また他の人が巡礼するというルートが勝手に出来上がるのです。

これまででしたら、こういうことは旅行会社さんや、地域が発信しなければいけなかったはずなのです。ですけれども、旅行者自身が観光を作り出している。情報社会の観光というわけなのです。

そうすると、皆さん不思議に思いませんでしたか。旅行者が勝手に来てしまうと考

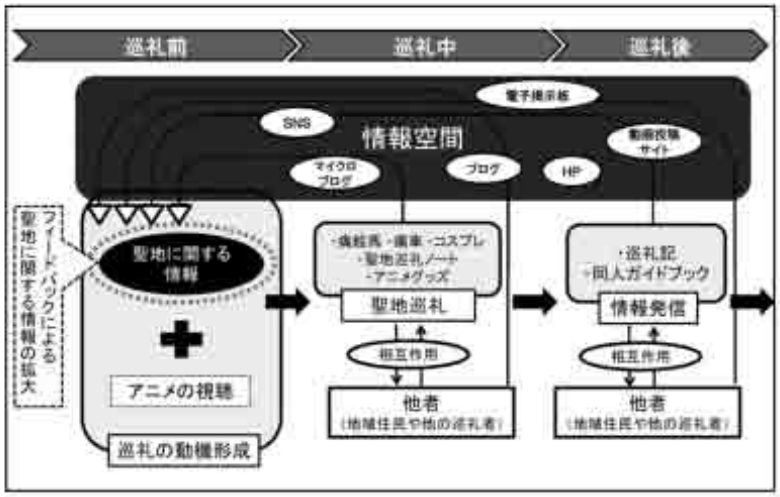

図１　聖地巡礼のメカニズム

えることもできるわけです。想像してみてください。自分の家の周りを知らない間に、何で有名になっているか分からないままに、たくさんの人が来たらどうしますか。皆さんびっくりしますよね。うちはどうしてしまったのか、何か事件があったのかなと思うかもしれません。でも、このような旅行者も増えてきているわけです。何かの価値観でもってその地域に価値が見出され、発信され、それをネットで調べて観光行動を実施する。こういう旅行者が増えてきた場合、地域振興やまちおこしはどのようになるのだろうかということです。これは一つ問題になってくるわけです。

さて、次に、今日のタイトルにもなっているコンテンツツーリズムとは何かということを簡単にご説明します。

コンテンツという言葉、よく使われますよね。今、普通の言葉のように使っていますが、コンテンツというのは情報社会特有の言葉なのです。情報社会とは、要は情報通信機器が広く普及した社会のことで、皆さんにとっては当たり前の社会です。私もスマートフォンを持っていますが、こういうものを皆さんもお持ちだと思います。あるいは、パソコンでインターネットにつながっていたりするわけです。こういう世界では、メディアという情報を運ぶもの（媒体）と、この中に入っている情報を分けて考えることができるのです。

すごく簡単な話です。例えば、スマートフォンで写真を撮影します。そして、これを自宅のパソコンにメールで送ります。するとパソコンでも同じものが見られますよね。こういうことです。要するに情報内容がいろいろな媒体で見られるようになる。ということは、メディア（機械）というものとコンテンツ（情報の内容）を分けて考える必要がある。だから、コンテンツという言葉が出てきたのです。

ただ、情報内容はコンテンツと言ってしまうと、何でもコンテンツになってしまいます。ですから、コンテンツは楽しめる情報であるということが重要です。具体的に言いますと、アニメやマンガやゲームになっていくので、ここではコンテンツというものを「人が楽しさを感じることのできる情報」というようにしています。この場合、一つ注意しなければならないことがあります。例えば、僕が山村先生の写真を撮ったとします。この山村先生の写真を見て、「楽しいな」と思う人と、「別に」と思う人と、「何か嫌だな」という人もいらっしゃるかもしれない。要するにコンテンツというのは、体験するときの、その人の感じ方によって変わってくるのです。「楽しい」と感じるかどうかでコンテンツになるかならないかが決まってくるということを注意する必要があります。

ですから、この会場には、アニメーション大好きな方は多いと思うのですが、世の中には「嫌いだ」という人もいますし、逆にアニメーション大好きな方の中には「三次元は興味ない」という人もいるかもしれませんよね。だから、人それぞれ楽しさを引き出すものは違ってくる。ですので、コンテンツは人が楽しさを感じることのできる情報というようにしておくのが現実の状況と近いのです。そして、コンテンツツーリズムというのは、コンテンツを動機とした旅行行動やコンテンツを用いた観光振興、地域振興を指します。

ここまで、ざっとコンテンツとは？コンテンツツーリズムとは？という基本的な話をしてきたのですが、ここからは、山村先生に国の政策の流れについて解説していただきたいと思います。

コンテンツツーリズムに関わる国の政策

（山村） 国もアニメなどのコンテンツを活用して日本のブランドイメージを高めたり、インバウンド（海外からの旅客）誘致を促進したり、地域における観光交流活動を活

発化させようとしたりと、いろいろな施策を実施しています。経済産業省が推し進める「クールジャパン戦略」はその代表的なものですよね。アニメに代表されるような日本の魅力的な商品を世界に届ける仕組みを整備することで、経済成長を実現し雇用も創出する、という総合的な経済戦略です。それから例えば、これは政府の観光庁が2010年に発行した『Japan Anime Tourism Guide』というガイド冊子です。日本全国から、アニメやマンガに関わるまちおこしを行っている場所や関連する施設・モニュメントをまとめて、日本語、中国語、韓国語、英語、フランス語の5か国語版を制作し世界中に配ってます。こうしたことを政府がやっているんですね。

そして、これはJNTO（日本政府観光局）が海外の皆さんに対して「旅行先としての日本」をPRするために2011年に作った『Japan Anime Map』です。これはアニメ聖地だけでなくコスプレや痛車などその周辺にある文化も併せて紹介しています。皆さんご存じのアニメも掲載されていますね。これも世界中に配られています。

これらはあくまでも一例なのですが、いずれにしても、今、日本の中央政府はマンガやアニメなどのいわゆるPop cultureを活用して日本のブランドイメージを確立し、日本という国、日本製の商品をPRしようという政策を多方面で実施しているわけです。その中でとりわけ注目すべきなのは、2005年に国交省・経産省・文化庁が共同で発行した報告書『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書』です。実はこの報告書の中で、初めて「コンテンツツーリズム」という言葉が公に定義されました。ただ、この報告書でもそうなのですが、国や地方など行政施策として「コンテンツツーリズム」という言葉を使うときは、岡本先生も強調していた「ファンが生み出すカルチャー」という部分は欠落しがちです。先ほどからのお話にもありましたように、コンテンツツーリズムの非常に重要な特徴のひとつは、「旅行者（ファン）自身が生み出す旅行形態」であるという点です。この本質的なポイントが行政のこれまでの施策では忘れ去られがちだったのです。

そんな中で、鷲宮さんの事例というのは、地域の皆さんとコンテンツ製作者、そしてファンの皆さんがそれぞれの役割を持って様々な行事に参加されていて、その盛り上がりもすごい。政府が想定していなかった形でコンテンツツーリズムを大成功させた典型的な事例なんですよね。で、こうした状況を受けて、近年では国でも随分と鷲宮さんの事例が取り上げられるようになりました。すごいことだな、と思います。

（岡本） 山村先生からご紹介があったように、国の政策としても大事だなと言われているコンテンツツーリズムですが、実際にどのようにしたらいいのだろうというのが、今注目されているわけなのです。

コンテンツツーリズムの事例で問題になるのは、継続的な旅客誘致を実現している事例が少ないということです。要するに、短期的なのです。「一つの作品がはやりました。たくさん人が来ました。おしまい」という感じです。そのようになってしまうと、困りはしないかもしれないけれども、もったいないですよね。できれば、それをきっかけにして長く長く愛される観光地になったり、人がたくさん来てお金を使ってくれたり、最終的には人が少なくなっている地域に人がたくさん来てくれて住んでくれると最高ですよね。そのようになったらいいなということなのですが、コンテンツには賞味期限というのがありまして、今は新しいアニメがどんどん作られていますので、埋もれてしまうということもあります。これはアニメとかマンガというコンテンツだけではなくて、映画や大河ドラマのような非常に有名なコンテンツでも起こり得る

図 2　コンテンツツーリズムに関わるアクター

ことです。

大河ドラマ観光の効果はすでに研究されていまして、大河ドラマの舞台が決まるのは放映の２年前なのです。そうすると、その観光地に行く人は２年前から徐々に増え始めます。最高になるのは放映された年ですが、その後下がり始めます。何年で効果がなくなるでしょうか。２年でほとんど効果がなくなるのだそうです。効果がなくなるだけだったらいいのですが、それ以前よりさらに下がるという場合もあります。うまくやると、放映前より高い水準で推移することもあります。コンテンツツーリズムというのはなかなか難しいのです。流行のスパンが極めて短い。

コンテンツツーリズムに関わる人々

（岡本）　ここまでコンテンツツーリズムとは？からはじまりまして、コンテンツツーリズムに関する政策の状況や課題を見てきました。ようやく今日の本題に入ります。少し考えたいのは、コンテンツツーリズムにかかわっている人々にはいろいろな立場の人がいるということです。先ほど私が申し上げたように、旅行者もいらっしゃる。先生がおっしゃったように、国や地域の住民の方や、国の場合は多分観光プロデューサーというところに入るのでしょうが、旅行会社等、観光を推進する人たち。コンテンツツーリズムに関しては、今日はアニメの声優さんに来ていただきますが、コンテンツ側の人たちもいるわけです。コンテンツがはやってほしいと考えている人たち、このようないろいろな立場の方々がかかわってくるのがコンテンツツーリズムです（図２）。

つまり、今日は、コンテンツツーリズムについて、さまざまな立場でさまざまな角度から見ていこうということで、商工会職員のお二人と声優のお二人にお越しいただきました。ということで、皆さんもかと思いますが、実は私もそわそわしてきています。このあたりで、4人のゲストの方々にも登場していただきたいと思います。埼玉県久喜市からいらっしゃった『らき☆すた』のまちおこしの仕掛け人、鷲宮商工会から松本真治さんと坂田圧巳さんです。拍手でお迎えください。

（松本）　ありがとうございます。ただ今ご紹介いただきました、埼玉県久喜市鷲宮商

工会から参りました松本と申します。今日は京都文教大学総合社会学部開設記念講演会ということでよろしくお願いいたします。

（坂田）　同じく鷲宮商工会から来ました坂田圧巳と申します。よろしくお願いいたします。

（松本）　今日は高校生がメインなのかなというふうに思って来たのですが、なんだかもう少しお年を召された方が多いような…（笑）。普段の鷲宮と同じような感じで、ホームだなと思えます。

（岡本）　会場の皆さんもアニメに関する講義に参加してますから、今日は完全にホームだと思います（笑）。お二人は、鷲宮町で『らき☆すた』のまちおこしを中心になって推進しておられます。鷲宮でどのようなことが起こっているのかご紹介いただきたいと思います。

それでは、さらにゲストに登場していただきます。アニメ『らき☆すた』柊かがみ役を演じられた加藤英美里さんと、同じく柊つかさ役を演じられました福原香織さんです。拍手でお迎えください。

（加藤）　こんにちは。柊かがみ役をやらせていただきました、加藤英美里です。よろしくお願いします。

（福原）　はい、そして、柊つかさ役をやらせていただきました、福原香織です。よろしくお願いいたします。

（加藤）　今日は、皆さん、朝から並んでくださっている方も何人かいらっしゃったみたいですね。ちょうど来るときに後ろを通ったら、もう並んでいる人たちもいて。ありがとうございます。

（福原）　ありがとうございます。

（加藤）　昨日は、私たち朝から京都の方に来まして、二人で京都観光していました。

（福原）　しました。お寺行ったり。

（加藤）　そう、お寺行ったり。

（福原）　食べたり、寝たり。

（加藤）　そう。二人して、「せっかくだからアイス食べようよ」「せっかくだから、コロッケも食べようよ」と。全然京都と関係ないのに、食べ歩きをしながら観光したりして。そして、今日は、こうやって大学の中に足を運ぶことができて、すごい楽しい二日間になりそうです。今日は、本当によろしくお願いいたします。

（福原）　よろしくお願いします（拍手）。

（岡本）　どうもありがとうございます。では、「せっかくだから」椅子の方に。

（加藤・福原）「せっかくだから」座らせていただきます。

（岡本）　今の話だと「せっかくだから京都文教大学へ行こうか」みたいな感じですね。

（加藤）　そう、「せっかくだから」使い勝手もいいです。

（岡本）　僕も、がんがん使ってみたいなと思います。

（岡本）　豪華ですね。豪華ゲストすぎます。「俺の講義がこんなに豪華なわけがない。」という感じです。それでは後半は、商工会の坂田さん、松本さんのお二人がなさってこられた取り組みを振り返りつつ、みんなで自由にトークをしていくような形で進めていきたいと思いますので、皆さん、どん

どんおしゃべりしていただければと思いますので、よろしくお願いいたします。

（加藤、福原） はい、お願いします。

（岡本） 福原さん、加藤さんは、皆さんご存じのアニメ『らき☆すた』の柊姉妹役の声優さんなのですけれども、これまで鷲宮町のイベントにも複数回参加されていますね。声優さんというお立場から見て、アニメを活用した地域振興、どのような感想を持たれているのか。実際にイベントに参加されたときにどのように感じられたのか。今後こういう可能性があると思われたとか、そういうことをお伺いしていきたいと思います。

「みんなで考えるコンテンツツーリズム」

（岡本） 後半は、みんなで考えるコンテンツツーリズムということでやっていきたいと思います。まず、鷲宮町のまちおこしの現在を見ていきまして、その次に経緯、それから、これからのコンテンツツーリズムという話をしていこうと思います。まず、鷲宮のまちおこしの現在ということで、今現在、鷲宮町というのはどのようになっているのかということを皆さんに見ていただきたいと思います。坂田さん、松本さん、どうぞよろしくお願いいたします。

土師祭の展開

（松本） まず、土師祭（はじさい）というお祭りです。この御神輿は千貫神輿と言って、重さ3.5トンある大きな御神輿なのですね

（岡本） このような伝統的な御神輿がありますが、そこで『らき☆すた』神輿が登場します。担ぐときの掛け声は「らき☆すた！」「らき☆すた！」となっています。

（加藤） 担がれていらっしゃるのは地域の方々なのですか、それともファンの方々なのですか。

（坂田）『らき☆すた』神輿の方は全国からファンの方が応募して、担いだ方がこの会場にも来てくださっているみたいですね。あのあたりに座っておられます。実は運営から募集から、すべてファンの方がやると。

（加藤） すごい。では本当に自主的な御神輿なのですね。

（松本） 今年の土師祭では、パレードもやってしまいました。人力車を先頭に、ボー

みんなで考えるコンテンツツーリズム

トにコスプレイヤーが乗ってまちを練り歩きます。オタクニカルパレードというイベントです。

（福原） 面白い！

（松本） 人力車に乗っているのはキャラクターの扮装をした方ですが、人力車とそれを引っ張っている人は浅草から本物に来ていただきました。

（加藤・福原） すごーい。

（岡本） 伝統の祭りが現在こういうイベントも含めて実施されているということですね。まちおこしの例としてはかなり先進的というように言われて、国からも結構注目されていますよね。

（山村） 先程、国の施策のお話をしましたが、最近、例えば観光庁や経産省などでコンテンツを活用した地域の観光・経済振興に関する議論が行われる際、鷲宮さんの事例がすごくよく出てくるんですよね。新しい観光のあり方として注目されているのだと思います。土師祭の様子などは、是非政府や行政の皆さんにも見学して頂きたいですよね（笑）。

（岡本） 本当ですね。口が、あんぐりと開いてしまうかもしれませんけれどね（笑）。

（松本） 次は、「わしのみやMISSコン～俺の兄貴がこんなに綺麗なはずがない～」ですね。男性の女性キャラクターコスプレコンテストになります。

（加藤） 男性とは思えないくらい、皆さん足がおきれいですね。

（岡本） 私も審査員をさせていただいたのですが「本当は女の人なんじゃないか」と何度か思いました。

（坂田） 岡本先生だけではなく、久喜市議会の議長や、埼玉新聞の記者さん、商工会の会長、雑誌「コンプティーク」の加藤編集長など錚々たるメンバーに審査をしていただきました。会長は今年70近いでしょうかね、しっかりと女装にコメントをいただいておりました。そして、今回はK-1チャンピオンの長島☆自演乙☆雄一郎さんが特別審査員ということで、柊かがみの女装をして出ていただきました。

（加藤） すごい！かわいい。自分のやったキャラをコスプレしてもらえるのはとてもうれしいです。写真だけではなくて実際の動きも含めて目の前で見てみたかったです。

（福原） 私、前に鷲宮に行かせていただいたときに、つかさの格好をした男性の方がいて、結構迫力ありますよ、実際に見ると。

（岡本） さて、次は「WOTAKOIソーラン祭り」です。WOTAKOIソーラン祭りって、何のパロディか分かりますか。YOSAKOIソーラン祭りという、北海道札幌で行われている祭りです。YOSAKOIソーラン祭りも、実はパロディなのです。高知のよさこい音頭というのとソーラン節を混ぜたものがYOSAKOIソーラン祭りなので、パロディのパロディで、WOTAKOIソーラン祭りということで、これはどういうイベントなのでしょうか。

（坂田） これは見ていただいて分かると思うのですけれどもオタ芸です。オタ芸というのは、アニメソングやアイドルの歌に合わせてファンがする独特の動きや掛け声のことなんです。私が初めてオタ芸を見たとき、すごいなと思ったんですよ。動きの揃い方とかが凄すぎて、アイドルよりファンの人をずっと見ちゃってました。そういう

ことがあったもので、オタ芸を打っている人たちも一般的に見ると面白いなということで、合わせて、歌う人とオタ芸セットで一つのショー的なものとしてできないかなということでやっています。だからステージが2段階になっておりまして、一番上に歌う女の子がいて、その次踊る方はもう少し高いところにいて、その周りを一般の人が見ているという（笑）、そういうベントです。

（加藤） 出演者としてステージに立っているということなのですね。

（岡本） なるほど、お客さんも活躍しているということですよね。

（加藤） 毎年少しずつ、お祭りのグレードアップなどはしているのですか。

（松本） そうですね。ミスコンやったり、WOTAKOIソーランがあったり。今年は先ほどのパレードがあったりということで、必ず一つは新しいことをやっているのですが、そろそろ、ちょっと度を超えていないかというような気もしてきましたが、やはり毎回新しいことがあったほうが来てくださった方も楽しんでいただけると思いますので。

（加藤） 私も、毎年行きたいなと思いながら眺めていました。

（松本） 是非いらしてください！

（岡本） こういう形で現在非常に盛り上がっている鷲宮のお祭り、土師祭ですが、こういうことですごいですよね。先ほど神輿の映像でも見ていただきましたが、人出がものすごく多いです。ずっとおふざけっぽく見せてきましたが、少し真面目な話をしますと、やはり鷲宮という地域は人口が減少していっているのです。商店街も閉店される方などが増えまして、シャッター通りになっていたりします。ですので、こういう形でたくさん人が来ることによって経済効果が生まれてくるというのは地域経済にとってもいいことになるわけです。

こんな盛り上がっているところだけ見せられても、ずっとこうだったのではないかと思われるかもしれないので、前の写真を商工会の方からお借りしてきました。

##

前はこんな感じです。

（坂田） これは2006年です。

（岡本） そんなに昔ではないですね。

（坂田） ちょうどらきすた神輿が始まるころで、何をやっているだろうという感じの、本当に人もいない。これは実は極端なものを選んできたのですが、神輿が来るともう少し人がいるのですが、これぐらい寂しい、何万人も来ていただけるようなイベントではなかったですね。

（岡本） 本当に『らき☆すた』をきっかけとしてたくさんの人が来てくださっているということですよね。

##

これは同じく、らきすた神輿です。これは一体どこで担がれているところなのかというところで見ていきたいのですが、コスプレイヤーの方々がいますね。これはセーラームーンのコスプレの方がいらっしゃって、らきすた神輿が担がれています。たくさん人がいますね。ここは先ほどと随分違います。土師祭とは全然違うところですね。これは一体どこでしょうか。

（坂田） これはうちの商工会ですね。

（岡本）　商工会でこんなにたくさんの人がいるのですか？（笑）

（坂田）　というのは冗談でこれは上海万博です。何と招待されまして、日本の代表として来てくれということで（笑）。

（加藤）　すごいですね。うわさには聞いていましたが、こんなに人がたくさん集まっていたのですね。

（松本）　中国の人は日本の神輿は全部こうだと思っているかもしれませんよ（笑）。

（加藤）　日本の神輿はアニメの絵が描かれているのだと思っていらっしゃっているんですね。

（岡本）　日本に来て普通の神輿を見て、驚かれるかも知れませんね（笑）僕らの知らない間に日本を代表して行かれていたということですね。すごいですね。地元の方もすごく喜んでおられる感じに見えますが、実際にお二人は行かれたのですか。

（坂田）　私は行きました。それからファンの担ぎ手の有志も10人ぐらい、自費で担ぐぞということで行ってきました。

（福原）　日本から来たということですか。

（松本）　はい。

（福原）　すごいですね。

（松本）　多分、あの辺にいる方で行った人がいるのではないでしょうか…。あっ、いらっしゃいますね。

（加藤・福原）　すごい。

鷲宮のまちおこしの経緯

（岡本）　すごかったですね。ファンの力はすごいなと思います。さて、ここまで鷲宮の現状を見てきましたが、まずこういう衝撃的なものを見ていただいて、これから、ではどうしてこのようになってきたのかということで、鷲宮のまちおこしの経緯に話をうつしていきたいと思います。

その前に、鷲宮鷲宮と連呼していますが、一体どんなところなのかを確認しておきましょう。人口は平成23年11月１日現在で３万7450人です。人口増加率は埼玉県第１位、すごいですね。昼夜人口比率、埼玉県第１位。昼夜人口比率というのは松本さん、どういうことなのでしょうか。

（松本）　昼間の人口と夜の人口の差が激しいということで、昼間は人が少なく、夜が多いという。つまり、ベッドタウンなのです。東京から１時間ちょっとで行けるので、昼間働きに行ったり、買い物も地元以外でしているということなので、昼間は人がいなくて、夜になると多いという、この差が激しいわけです。自ずと商店街の経営も厳しいということになります。

（岡本）　なるほど。ありがとうございます。続いて、面積は1390ha ということで、埼玉県最小なんですね。

（松本）　はい。○○町と付く中では一番小さい町になります。今は久喜市に合併しましたが、鷲宮町となっていた時代は埼玉県の中で一番小さい町でした。そして、高齢化の問題もあります。あと、これまで『らき☆すた』の町という感じで皆さんに紹介してきましたが、鷲宮神社はそもそも関東最古の神社で、国指定重要民俗文化財、土師一流催馬楽神楽で有名な場所です。そして、５月から６月はポピーが咲きます。鷲

宮町の花はコスモスでして、用水路沿い6㎞にわたり咲き乱れます。JRと連携してハイキングが企画され好評をいただいていますということで、こういう形で人も来られている場所です。

『らき☆すた』によるまちおこしのきっかけ

（岡本） もう皆様お分かりかと思いますが、『らき☆すた』は、美水かがみ先生が描かれた4コママンガが原作です。2004年1月から角川書店発売の月刊誌で連載されました。それが元になって、アニメ化されたわけです。2007年4月から9月までテレビ埼玉で放送されたアニメーションになります。まちおこしに展開するきっかけはどういうものだったのでしょうか。

（坂田） そうですね。2007年7月ごろに、ファンの方が、鷲宮神社が『らき☆すた』の舞台だということで、われわれは実は知らなかったのですが、たくさんいらして絵馬を描いていかれたんですね。それで「ファン殺到」というニュースがYahoo!のトピックスに載ったのがきっかけです。

（岡本） Yahoo!のトピックスは、たくさんの方がご覧になるので、それでニュースになったということですよね。そういう報道がなされたときの周囲の反応について、多分皆さん気になると思うのです。殺到したということが書かれたときにどうなのかということで。アニメファンはオタクと言われたりして、「オタクが殺到して、地域の人が困っています」というような話になるのではないかと思うわけですが、インターネット上では、この辺はどうだったのですか。

（坂田） 今だから言いますが、インターネット上では悪いイメージで炎上（インターネット上で批判的なコメントが噴出すること）という形でニュースが広がりました。

（岡本） 新聞・テレビ報道関係はいかがでしたか。

（坂田） これも、やはり悪いイメージですね。

（福原） どうしてなのでしょうね。

（坂田） どうしてでしょうね。「治安が悪くなる」みたいなこともネットで書かれたこともありました（笑）。今でこそいい形でやれていると思うのですが、当初はこういう形で情報がば〜っと広がったのが最初です。最初、悪いイメージだったというのは知っていましたか。

（福原） 知りませんでした。私たちの耳には入ってこなかったですね。

（加藤） 悪いイメージだというのは知らなかったです。

（岡本） ネットやマスメディアではそういう評価だったということなのですが、周囲の住民というか、商店街の方はどうだったと思いますか。

（加藤） 周辺の商店街の方々の反応の予想としては、アニメの好きな人たちが町にどっと来るということに慣れていなくて、とまどいを感じていたようなイメージがあります。「何だろう」みたいな。

（福原） そうですね。確かに商店街というのは年配の方がやっていらっしゃるお店とかも結構多かったので、そもそも「『らき☆すた』ってなあに？」という人も結構いたのではないかと思いますね。

（岡本） そうですよね。私も普段の授業で

コンテンツツーリズムのお話をすると、学生さんの多くがそういった心配をされます。地域の方がとまどってしまうのではないかと。実際はどうだったんですか？

（坂田）　そのときの実際の商店街の反応は…、実は全く無反応と言っても良い状態でした。

（福原）　そうだったんですか!?　せめて反応してほしかった（笑）。

（坂田）　無反応というとちょっと言い過ぎかもしれません。さっぱり分かっていなかったという感じです。「何かテレビで神社に来ているらしいよ」ぐらいで。フジテレビが来ていると言って、私も野次馬で行きましたもの（笑）。

（加藤）　何が起こっているか分からないけれど、何かやっている、みたいな。

（坂田）　何か神社でやっているなぁ、という感じで。

（松本）　福原さんがおっしゃっていましたけど、「らき☆すたってなぁに？」はまさにそういう状態で、全然分かっていませんでした。地元の人の中には、スタミナ丼の一種か何かだと思っていた人もいた（笑）。ラキスタミナ丼みたいな。

（岡本）　そのまま新たな料理メニューになりそうですね(笑)。ちょっと意外ですね。インターネット上やマスメディアでは悪い評価がくだされていたのに、地域の人はあまり気にしていなかったというようなことですよね。でも、そこから先ほどの土師祭の大盛り上がりには無反応からはつながりそうにないので、何かあったんですよね。

（加藤）　どこかで、悪いイメージからいいイメージになったということでしょうか。

（岡本）　どうしてイメージが転回したのか、見ていきたいと思います。

著作権者との関係性とグッズ、イベント展開

（松本）　何にせよせっかく来て下さるたくさんのファンの方々に、何か提供したいねという話になりました。ただ、やはり著作権というのがあります。これが難しいところなのですが、でもせっかく遠くから『らき☆すた』のファンの方が来てくれるのだったら、それにちなんだグッズを提供しなくてはいけない。それが地元の商業の役割かなということで、著作権元の角川書店さんに連絡して、打ち合わせに行くという形で、そこがきっかけになりました。

（岡本）　お土産になるものを提供したいということで、著作権元に連絡を取られます。「著作権とは」ということで、今アニメの作品には著作権というものがありまして、グッズにしたり、イベントに使ったりするときには著作権の権利を持っている人から許可をいただいて、そちらに売上のいくらかをお支払いするという契約を結ばないと、勝手に使ってはいけないわけです。最近、いろいろなところで話題になっていますが、そういうことがあります。ですので、鷲宮商工会さんも企画をいろいろとご相談をされたということです。

（坂田）　角川書店さんの方に連絡を取らせてもらったのが９月の頭でした。とんとん拍子に話がいきまして、12月の頭に加藤さん、福原さんのお二人と、白石さんと今野さんの４人の声優さんに来ていただいて、神社さんで祈禱をしていただきました。公式参拝という形で、角川書店さんにご協力いただいて実施いたしました。

（福原） そうですね。このとき初めて鷲宮にお邪魔したのですが、人がたくさんいらしたので、神社の中にどのように建物が建っているのか、全然分からないままでした。

（加藤） 全然何も分からなかったです。

（福原） そのぐらい本当に人、人で、何も見られませんでした。

（加藤） そうですね。ゆっくりとは回れなかったですね。

（福原） でも、これだけのたくさんの方が神社に来てくださるのはすごいことだなと思いました。

（加藤） そう。衝撃でしたね。

（岡本） すごいですね。

（加藤） 白石さん、いい笑顔ですね。

（岡本） スライドは、白石稔さんという声優さんですね。ずっと見ていたくなるステキな笑顔ですけれど（笑）。こういう形で、加藤さんと福原さん、お店のお手伝いもされたのだそうですね。

（加藤） そうですね、お店のお手伝いやご飯を運んだり、あとはたまにレジに立ったり、お店のお手伝いを私たちがいろいろさせていただきました。

（福原） 神社の横に大酉茶屋という、ご飯が食べられる施設みたいなお店があって、そこでお手伝いさせていただきました。

（岡本） お手伝いをされてみて、どのように思われました？

（加藤） 直接ファンの方に、こっちからお話しできたのは、ちょっと会話ができたりとか、私としては楽しかったです。

（福原） 私は、とにかく、おそばとかの汁をこぼさないように必死だったのですけれど、でも、そんな中、直接『らき☆すた』ファンの方とこんな近い距離で話すということがなかったので、みんなから「来られてうれしい」ですとか、逆に「来てくれて、ありがとうございます」みたいなことを言われて、「ああ、こんなふうになっているんだ」と、あらためて実感したような感じがします。

（岡本） そういうことで、多分普通の声優さんのイベントよりも、ファンの方とかなり近いですよね。なかなかこういうイベントはないのかなと思いますけれども、このようなイベントもされております。

そしてグッズの話に移りますけれども、絵馬型携帯ストラップというのを作られます。これのお話をちょっと伺いたいのですけれども。

（坂田） ファンの方が鷲宮神社に来たときに絵馬にイラストを描いてというのが最初の行為というか、そこからのヒントで、では絵馬型のストラップを出したらどうだろうということで、一番初めにグッズ化したものが、これです。今現在は売っていないのですが、トータルでは15〜16種類ぐらいあると思うのですが、大体累計で35,000個を売り上げています。

（加藤・福原） すごいですね。

（岡本） 一つ650円ですから、単純計算で22,750,000円の売上ですね。経済効果は非常に大きいと言えます。観光の経済効果というのが新聞によく載っていたりすると思うのですが、あれは波及効果を載せていることが多いのです。だから何億という数字

が出ていますけれども、経済波及効果というのは測り方によって相当変わってきます。というのは、例えばここ京都府宇治市から埼玉の鷲宮町に行くと考えます。そうすると交通費がかかりますね。日帰りで行って行かれないこともないでしょうけれども、一泊するのが妥当でしょう。そうしたらホテルに泊まって、ご飯を食べます。途中でジュースも買います。いろいろなことで消費していきます。それを推計していく。そうしたら、たくさんの人が移動すれば、どこへ行ってもすごい金額になりますよね。ということで、経済効果と一言で言ったときにどういう数値なのかは注意して見る必要があります。今回の場合はグッズがいくつ売れたかという話ですので、直接的な経済効果、これぐらいのお金は地域にしっかり落ちているということが分かるわけです。

続いて、鷲宮神社の正月の三が日参拝者数が出ていますが、平成19年（2007年）は９万人。『らき☆すた』が放映された後である平成20年には30万人。平成21年には42万人。そのあと、45万人、47万人というように増えていっていますね。

（加藤）　放送後はすごい増え方ですよね。

（福原）　しかも、放送が終わってからも、こうやって増え続けているのは、すごいんじゃないでしょうか。

（岡本）　そうですね。先ほど会場の皆さんにはお話をしたのですけれども、大河ドラマというのは２年前からロケ地が決まりまして、そこから人が増えてきて、２年後にはその効果がなくなってしまうことが多いんです。それを考えると、むしろ放送後の方が多くなっていっているという非常に珍しい事態になります。

そして、これだけ経済効果とか神社の参拝者の数が増えていくとなりますと、町の行政も動き出しはじめます。

（松本）　はい。キャラクターの特別住民票を発行することになりました。当時の鷲宮町が出しました。一部300円で、クリアファイルを付けて販売しました。１万部限定発行ということで、４月から販売されて８月上旬に完売するということで、この住民登録のイベントにも加藤さんと福原さんは参加してくださいました。そうしますと、4000人のファンが集まりました。

（岡本）　こういう形で加藤さんと福原さんも参加されたということで、この時のご感想を伺いたいのですけれども。

（加藤）　はい。自分が演じたキャラクターが住民登録されるなんて初めての経験だったので、自分が命を吹き込んでどんどん成長していっているのは実感しました。

（岡本）　キャラクター自身が成長していったなという感じを受けたということですか。

（福原）　ファンとみんなで『らき☆すた』を大きくしていった結果、こうなったって実感できたんですよね。

（加藤）　なかなか普通のアニメではこうもいかないので、すごい貴重な経験だと感じました。

（岡本）　お二人がおっしゃるように、キャラクターで住民登録されているっていうのは実はあまりないかもしれませんね。他に住民登録しているのは、鉄腕アトムとか……。

（松本）　クレヨンしんちゃんが春日部、埼玉県ですよね。

（岡本）　そういう意味では、萌えアニメと言っていいのかあれですけれども、かわいらしい美少女キャラクターのアニメで住民

票登録というのは、かなり珍しいケースですよね。福原さんは、いかがでしょうか。

（福原） でも、町長さん、町の偉い方から直接住民票を頂くことってなかなかないですし、町中が、『らき☆すた』という作品を知っていてくれて、みんなで盛り上げようと協力してくれていることが本当に不思議でした。でも、このときには既に鷲宮の町中に一体感が生まれていたような気がします。

（松本） 福原さんにそう思っていただけるなんて嬉しいです。ありがとうございます。

（坂田） 今町長のお話が出たのですが、実は角川書店さんと私たちがこれからやっていこうというときに、私ども、すぐ次の日に町長に直談判に行ったんですよ。「ぜひ町も一緒にやってほしい」と町長に言ったのです。そうしたら、多分不明な点も多かったからだと思うのですが、すぐには快諾いただけなかったんですよ。その後、公式参拝のときに町長がいらっしゃって、多分お二人とお話ししたと思うのです。

（加藤） はい、控室の方でお話をさせていただきました。

（坂田） そうですよね。あれは実はお忍びで、その時までは、町としては協力は取り付けられていなかったんですよ。ところが、お二人と話して帰ってきて「素晴らしい声優さんだな」と言って（笑）。不思議なことに、それから事が順調に進んでいったという秘話があります。

（加藤） そうなのですか！万が一お忍びで来ていなかったり、私たちと話していなかったら、もしかすると住民票はなかったかもしれない…？

（福原） そうなんだ！では、ちょっとお役に立ててよかったです（笑）

（坂田） 本当にありがとうございました。

（岡本） すごいですね。今明かされる秘話、という感じで、こんな話が聞けるのも、京都文教大学の模擬講義だけと（笑）。

（山村） 岡本先生、一体なんのアピールですか（笑）。

（岡本） ついついお話が楽しくて、今この場がどういう場だったか忘れそうになってしまったので、自分で思い出すために（笑）。さて、このような形で、住民票が1万部販売されたということで、そのお金で新たな街路灯を新設されたということです。

アニメで、盛り上がるのはいいのだけれども、盛り上がって人だけ来て、なかなか地域のためにならないというような声も聞かれますけれども、こういった形で暗かった商店街に街路灯を付けるという形で地域にも還元されているという事例になっています。

そして、その後、『らき☆すた』飲食店スタンプラリーというのをやられまして、アニメにちなんだメニューをいろいろな地域の飲食店さんで出されて、それを全部回るとオリジナルのグッズがもらえるというようなイベントをされました。

これは、またご感想を伺ってみたいところなのですが、アニメのストーリーを活かした、キャラクターが作ったお弁当を忠実に再現したというものが見られます。

（松本） 柊かがみと柊つかさの姉妹、特につかさはお料理が得意という設定なんですね。作品の中で二人が作ったお弁当が出てくるんです。

（福原） そうですね。

（松本）　一つは、つかさのきちんとしている弁当。もう一つは、かがみのちょっと質素なお弁当、２種類、これは魚屋さんと仕出しをやっている、年齢が70歳を過ぎている、おじいちゃん、おばあちゃんが作っているものなのです。平日は数限定で販売しているのですけれど、土師祭のイベントのときは300～400出るのですね。かがみとかが、そんなに300も400も作れないと思うのですけれど、年配のおばあちゃんが作っているのですが、とても美味しいんです。

（福原）　私はまだ食べたことはないんですけど、こういうのがあるというのは伝え聞いていました。地元のおばあちゃんが作ってくださっていると聞くと、「温かいな」とすごく思いました。

（加藤）　うれしいですね。

（松本）　結構人気で、これを食べたことある人は会場にいらっしゃいますかね。

（福原）　結構いらっしゃる。

（松本）　うれしいですね。ぜひ鷲宮へ来たら、ご賞味くださいませ。

（岡本）　こういう形で、アニメの中に出てきた料理を再現しているのですね。きちんとした方は分かるのですけれど、何という表現でしたか。

（加藤）　質素なお弁当（笑）。

（岡本）　質素な方もちゃんと再現されていて、面白いです。

（松本）　すごくシャケがおいしいのです。
（加藤）　でも、確か質素な方は、シャケとオクラぐらいしかおかずがなかったですよね（笑）。シャケがおいしくてよかったです。

（岡本）　こういうアニメの設定に非常に忠実にグッズを作ったり、お弁当を作ったりされると、ファンの気持ちをつかめますよね。「地域の方々も作品のことをよく分かってくれているのだな」というように思われるのではないでしょうか。

らき☆すた飲食店スタンプラリーの効果

（岡本）　らき☆すた飲食店スタンプラリーという企画も実施されています。これは町内12の飲食店でらき☆すたメニューを考案され、それを注文して各店でスタンプを集めるとオリジナルグッズがもらえるというものです。スタンプラリーを１周全部回りますと大体9,300円ぐらいの負担になります。これを半年間の実施で、のべ642名の達成ということです。延べと申し上げましたが、642名で延べと言ったということは、一人が何回か回っている方がいらっしゃるのですよね。

（松本）　実は15周ぐらい回った人が。

（福原）　えっ!?　すごい！

（加藤）　すごい。

（松本）　聞きましたね。メタボラリーと呼ばれていたのですよ（笑）。遠くから来る方は東北の方も参加されていて、１回来るのに何食もしなければいけないということで、１日５食、６食食べて帰る人がいると。

（福原）　もはやフードファイトですね。

（松本）　そうですね。１人でチャレンジしているので。

（福原）　すごい情熱ですね。

（松本） あとカップルで来て２人で達成するというケースも聞きました。皆さん律儀で、おそばとかラーメンになるのですけれど、汁まで全部飲み干していくということで、とても不健康なラリーです（笑）。

（加藤） ありがたいことですよね。

（岡本） こういう形で、いろいろな取り組みをされた結果、経済効果もさることながら、ファンの方が町をぐるぐる回ることになったわけです。普通にアニメの聖地になっているというだけの話であれば、鷲宮神社の鳥居のところが一番人気になってくるわけですが、町の方々、商工会の方々が工夫されて、ファンの人がまちあるきをするようになった。このお食事処、圭秋さんでしたか、これは寿司屋さんですね。この、なかなか由緒正しそうなお寿司屋さんの店内がどうなったかというと。グッズだらけになりました。これはなぜこのようになったかというと、アニメのファンの方がどんどんグッズを持ち寄ってこられるのです。とても居心地のいいお店だということで。

（加藤） 落ち着くみたいですね。

（岡本） アニメショップのような感じというか、誰か個人の部屋のようになっていますけれども。

（加藤） お店がこんなふうになっちゃって大丈夫なのですか。

（松本） ご主人は許しておられるので、大丈夫みたいです。寿司の味も間違いないですよ。是非一度行ってみてください。

（岡本） 次の写真は中華料理屋さんですね。中華料理屋さんがこうなっています。

（加藤・福原） 鳥居がある。

（福原） お賽銭箱も。

（坂田） 門前飯店さんという中華料理屋さんですけれども、鳥居があるんですよ。夜になるとどうなるかというと、夜になると光ります（笑）。この光るのは、時期的なクリスマスだけなのですけれど。店長が「鳥居を作ろう」ということで、職人さんに10万円で頼んだと言っていました。

（加藤・福原） へえー、すごい。

（坂田） これは今のところ関東で最新の神社ということです（笑）。

（岡本） 最新（笑）でも、これも何十年かたつと由緒正しい神社になるかもしれないですね。

（松本） 和風スナック記念日というお店があります。これが結構すごいことになっていまして、ファンの方々が、ここがすごく居心地いいみたいで何度も行かれているのです。そうしたら、お店の外観がこうなりました。すごいですよね。「ようこそ記念日へ」と書いていますけれども、これでも実は第１形態で、もう一段いってしまうとこうなります。つかさ、かがみがでかでかと描かれています。和風スナック記念日がこのようになっているのですけれど、ご覧になられてどうですか。

（福原） これもスナックの方からお許しが出たということですよね。大丈夫なのですよね。

（坂田） 多分喜んでやっていると思います。むしろ勝手にやってしまうと大変ですからね。65歳ぐらいのおばちゃんなのですけれども。

（加藤） でも、こういうのを見ると、すご

く愛されているなと感じますね。

（松本）　ただ、常連のお客さんがいなくなってしまったのですよ（笑）。

（福原）　今までの、『らき☆すた』やる前の常連さんですか？

（松本）　はい。ぶっちゃけた話、ファンの皆さんが沢山いらっしゃるので元のお客さんがいなくなってしまった。でも、やっぱりこのお店に来たいということで、常連デーというのがあるらしいのですよ。逆に。普段は『らき☆すた』ファンがたくさん来ているのですが、常連さんも来たいということで、常連さんデーのときは『らき☆すた』ファンはあえて控えて行かないようにしている。でも、うまく融合できているのですね。一回いなくなった常連も戻ってきているということです。

（加藤）　すごくいい形ですね。

（松本）　あ、ちなみに、このお店、線路際にあります。

（福原）　電車に乗っていて見えたりするのですか!?　すごいですね。目を引きますね。

（岡本）　引きますね。「常連デー」というのはすごく面白いアイデアですね。

（松本）　ファンの人に「今日、記念日に行かないの？」と言っても、「今日は、ちょっと、あの日なんで」みたいなことを言って。

（岡本）　ファンの方も、そうやって節度をわきまえてというか、ちゃんと地域に気を遣っておられるというのは、すごいことだと思います。通常、旅行者というのは、観光学の世界では、地域に被害をもたらすものと言ってはおかしいですけれど、たくさん人が来てごみが増えてしまうだとか、混雑してうるさくなってしまうとか、そういう弊害をもたらす存在として語られることも多いのです。ですから、旅行者を適切に管理しなければいけないと言われてしまうのですが、今回の事例のように、ちゃんと地域に気を遣って記念日に行くという、そういう旅行者は素晴らしいなというように思います。

柊姉妹誕生日イベント

（福原）　柊姉妹の誕生日が７月７日の七夕の日なので、その日に私が大酉茶屋にお邪魔して、ラジオの放送をしたり、サインボールを投げてファンの方にプレゼントしたりというイベントをやったんです。誕生日のケーキもあったんですよ。つかさとかのすごく大きなキャラクターの描いたケーキが出てきて、本当はケーキ入刀イベントもやるはずだったのですけれど、雨が降ってしまったので、代表して私がロウソクを消しました。アニメが終わって４年も５年もたつのに、そうやってみんなで神社でお祝いするということをやれるなんてすごいなと思いました。

（松本）　神社にも参拝されたんですよ。みんなでらき☆すたの続編を願いました。

（岡本）　本当にみんなで作品を愛していることが良くわかります。アニメの２期、やってほしいですね。

オタ婚活

（岡本）　さて、鷲宮が『らき☆すた』をきっかけにして、様々な展開をしていくのを見てまいりましたけれども、最近オタクのための婚活「オタ婚活」というイベントに取り組んでおられるのです。

（松本） はい。山村先生に先生役で来ていただきました。鷲宮にある高校の教室を使わせてもらって、地元の和菓子屋さんに来てもらってお菓子教室もやりました。

（山村） 私は、糸色望先生『さよなら絶望先生』の主人公をイメージした衣装で…というかコスプレで（笑）…「川柳を作ろう」という授業をさせていただきました。鷲宮では萌川柳が有名なので、それをみんなで作ろうという。

（岡本） 川柳を一緒に作っていく中で男女が仲良くなれるようにということですね。

（松本） オタ婚活はそれから何回かやっていまして、コスプレ編というのもありました。これも学校でやりました。参加者の方は本気度がすごいです。やはり、婚活イベントですから、参加者の方々は皆さん真剣に取り組んでおられます。そういう姿を見ると、本当に応援したくなりますね。

（岡本） 実はオタ婚活のスペシャルサポーターとして、福原さんも参加されたんですよね。

（松本） 先日の柊姉妹の誕生日イベントの後で、来てくださいました。

（福原） そうなのです。先のイベントの後に婚活の会場まで行って、ごあいさつをさせていただいたんです。婚活の話は今まで聞いていたのですけど、どんなものなのかなと思ったら、本当に「ザ・婚活」という感じで、普通の合コンみたいに、おしゃれなお兄さん、お姉さんがたくさんいらっしゃって、なごやかな空気で、私がそこにご挨拶しに行っていいのかなというぐらい本当に真剣な雰囲気でしたね。

（岡本） 実はオタ婚活ですけれども、京都文教大学で実施しようと考えて準備を進めているところです。これは、にぎやかしのイベントとしてやりたいというわけではなくて、先ほど松本さんもおっしゃられたように、婚活と言えば、人の人生に関わることです。皆さん真剣なわけですよね。そういうイベントを運営するということを学生さんに学んでいただきたいんです。特に婚活という非常にセンシティブな個人のプライバシーに触れるようなイベントで、かつ、お客様に楽しんでいただけるものをきっちりと実施することで、学生の構想力や実行力を鍛えたいということで、教育の一環としてこれからやっていきたいと思っております。

ゲストからの一言

（岡本） 本当に楽しい話が満載で、もっとゆっくり聞きたいのは私だけでしょうか。きっと皆さんも、まだまだ話を聞きたいと思うのですが、そろそろお時間が来てしまいましたので、最後にゲストとして来ていただいた皆さまの方から今日の感想やお話、鷲宮町は今後このようになっていってくれたらいいなとか、そういったことを一言一言いただいて、お開きにしたいと思います。山村先生、よろしくお願いいたします。

（山村） 加藤さん、福原さんもおっしゃっていましたが、「皆さんが作品を愛している」ということ、これがとてもすごいことなのですよね。まさに福原さんがおっしゃったとおり、ファンの方と町の方と、そして福原さん加藤さんはじめ製作サイドの皆さんと一緒にキャラクターを育てていった、作品を育てていった５年間だったのではないかと思います。それが他の地域との決定的な違いというか、鷲宮さんのすごいところだなという感じがしました。

それから、鷲宮さんの事例の特徴は、地元の商店街のお店が核になっている点です

よね。人と人が触れ合う商売の形、交流がどんどん進んでいく形としての個人営業主さんのお店の魅力、商店街の魅力。これがやはりすごく重要なのだと思いました。

そして、冒頭、聖地巡礼というお話がありましたが、作品が好きになって、地域に通っているといつの間にか地域の魅力にとりつかれて、そしていつの間にか地域のファンになっているんですよね。そうした、仕掛け、というよりもアニメをきっかけとしながらも、現地で私たちを惹きつけるその町元来の魅力、地域の実力というのもすごく重要なんですよね。

そんな中で、岡本先生から話があったように、コンテンツツーリズムに関わるそれぞれの人たちの間にすごくいい関係ができている。まさに加藤さん、福原さんと鷲宮さんとの関係もそうですし、角川書店さん、『コンプティーク』さんとの関係もものすごく良いですよね。他の地域では、ここまで素晴らしい関係性というのはなかなか見られない、というのが実情ではないでしょうか。

最後に、商工会さんの活動を見ていて私が深い感銘を受けたのは、もちろん商売なので儲けなければならないのですが、「儲け」というのは結果として付いてくるもので、それよりも大事なものは何だろうということをものすごく考えていらっしゃる点です。常に「ファンのために何ができるだろうか」ということを地元の方がすごく真剣に考えていらっしゃるのです。その辺の本質を忘れずにいろいろと取り組まれているからこそ、こうした継続的な展開が可能なのだなと強く感じました。

（岡本）　ありがとうございました。完璧にまとめていただきました。

（松本）　今日はありがとうございました。余計な話ばかりして申し訳なかったなと反省しています。皆さん、もう少し加藤さん、福原さんの話を聞きたかったのではないかなと（笑）。実は岡本先生のご依頼で、毎年、大酉茶屋で来てくださったお客様にアンケートを取っているのです。どこから来たのかとか、もうちょっと鷲宮をこうして欲しいとか、そういうことを聞いています。その中の「鷲宮の商工会に期待するということ」という質問の中に圧倒的に多いのは、「声優さんを呼んだイベントをやってほしい」という意見で、今日もこういった形でお二人に来ていたイベントというのは、やはり単純にいいなと思いますし、鷲宮でもぜひまたお二人にお目にかかれれば本当に最高なイベントになるのではないかと思っております。今度は、鷲宮高校のオープンキャンパスだな（笑）。ありがとうございました（拍手）。

（岡本）　やはり、声優さんの存在は大きいですよね。今回も、こんなにたくさんの方にお越しいただけました。

（坂田）　本当に、声優さんに来ていただきたいという希望はすごく強いのですが、なかなかお忙しいと思いますので、こういった土師祭や要所要所には、実際に来られる、来られないは別にして、ぜひお誘いさせていただいて、ミスコンの審査委員をやっていただいたり、船に乗っていただいたり、実際の実現はなかなか難しいかもしれませんが、そういった形でぜひお声掛けさせていただきたいと思います。

鷲宮は正直、先の２～３年を考えずに、常日ごろ、１カ月先、２カ月先を目一杯やっておりますので、いきなり変なことをやるかもしれません。突拍子もないことをやるかもしれませんが、ファンの皆さんには、ぜひ応援していただきたいと思います。ありがとうございました。

（岡本）　これからの鷲宮町の動きに期待大ですね。私も楽しみにしています。

（福原） はい。こうやって鷲宮の話をまたあらためていろいろすることができて良かったです。鷲宮町に行くと、「町を盛り上げてくださって、ありがとうございます」「来てくれてありがとうございます」と言ってくださるのですが、それは本当にこちらこそという話なんです。私たちが大事にしてきたキャラクターや作品をこのようにみんなで協力して、盛り上げることができて、本当にこちらもうれしいですし、それこそ土師祭などもタイミングが合えば、ぜひ行って、何かお力になれるのだったらなれたらいいなと思っていますので、それに関しては本当にこれからもよろしくお願いしますという感じです。

あと、このオープンキャンパス。私は大学に行っていなかったので、こうやって大学構内に入ることさえめったになく、そういった意味でもすごく貴重な経験でした。正直、何かの参考になったかは分からないのですけれど、こんなこともあったなと頭の片隅に置きながら、すてきな大学ライフをこれからも過ごしていただいたり、さらに一般の社会人の方や高校生の方もいらっしゃると思うのですが、今日は楽しかったなと思い出してくれたらすごくうれしいです。今日は本当にありがとうございました。

（岡本） ありがとうございます。僕が言わなければいけないことを全部言っていただきまして、感動しました。加藤さん、よろしくお願いします。

（加藤） 私は、『らき☆すた』のイベント、まちおこしについてお話ということで、今回このオープンキャンパスに来させていただきました。私は住民票の交付式以来、鷲宮町へはあまり行けていません。福原香織さんは7月7日の誕生日のときに参加してくださったりしていましたが、私はなかなか予定が合わなくて参加できずあれ以降どのように鷲宮町がまちおこしされているのか、町の様子はお話には聞いていたのですが、実際どういう状況なのかは詳しく分からなかったのです。でも、今回のお話をいろいろ聞いたり、見たりして、アニメが終わって4～5年たっているのに、皆さんがキャラクターを大事にしてくれているのがすごくうれしいなと思いました。キャラクターもそうですが、キャラクターが生活している町全体を皆さんが大事にしてくださっていて、商店街の皆さまもファンの皆さまもアニメ『らき☆すた』を通じて仲良くなったり。ファンの方々が、鷲宮町へ第二の地元のような感覚で来てくれているなら、すごくうれしいです。

またアニメを通じて、皆さんとの交流ができたり、また鷲宮町に行って何かのイベントに参加できたり、またこうやって皆さんと一緒に『らき☆すた』について語ったりできる機会があればいいなと思っております。本当に久しぶりに『らき☆すた』について、皆さんの前でお話しできたのが懐かしいし、すごくうれしかったです。大事にしてくださって、本当にありがとうございますという気持ちでいっぱいです。今日はオープンキャンパス、すごく楽しかったです。どうもありがとうございました。

（岡本） 「第二の地元」ってとてもいい言葉ですね。声優さんとしても、携わられた作品が地域で様々な展開をしていっているのはうれしいというお言葉をいただけました。ゲストの皆様、本日はお忙しいところ本当に有難うございました。

＊ゲスト退場

（岡本） 皆さん、いかがだったでしょうか。突然大学教員二人だけになるこの寂しさはなんでしょう（笑）。最後に少しだけ山村先生とともにまとめをさせていただきたいと思います。大体お話は皆さんにすでにご理解いただけたかと思うのですが、幸せな関

係性を築けているというのが鷲宮町の非常にいいところですが、整理するとどうなるのか見ていきましょう。

観光にはいろいろな立場の方が関わりますよという話を最初にしました。その関係性を見ていきたいのです。たとえば、地域と制作者。地域の方々は鷲宮商工会の皆さん、住民の方も作品を理解し、原作のためにもなるような、制作者にも利益があるような形で作品を活用しようということです。お弁当を実際に作るところなども、中身を見ていないと分からないですよね。分からない場合、例えば、「らき☆すたまんじゅう」などを作ってしまうわけです。別にそれが悪いとは言いませんが、そうすると、ファンの人は、「この地域の人たちは作品のことを分かっているのかな」「ただお金儲けがしたいだけなのかな」と思ってしまいます。鷲宮には、作品を応援しようという思いがありますよね。まちおこしを通して、作品の良さをみんなに知ってもらおうということです。制作者の側としては、地域のためにまちおこしに少しでも協力できれば、地域と一緒に作品の PR ができればということで、どちらも Win-Win の関係性ですよね。どちらも良い、幸せな関係性ができることが重要であると思います。

（山村）　そして、地域とファンの皆さんとの関係性ですね。坂田さん、松本さんもおっしゃっているのですが、Yahoo! ニュースでマイナス評価の報道が流れてしまったときにも、商工会さんは決してそれを鵜呑みにせず、ファンの皆さんの本当のニーズを知ろうということで、良い悪いという先入観なしに、ファンの皆さんにインタビューをされているのですね。神社でお話を聞きに行って、そのお話を聞いた後に、せっかく来てくれたのだからファンのために何かできないだろうかということでいろいろ企画されている。私も岡本先生も、最初は一ファンとして訪れ、それをひしひしと感じました。そこはとても大切ではないかと思うのです。それに対して、ファンの方々も自主ルール、先ほど出てきましたが、自分たちで地元に迷惑を掛けないようにという、非常にいいルールが自主的に作られている。これは普通の観光地ではなかなかないことだと思うのです。

さらに、ファンと製作者。これは実は一番重要な関係でもあると思うのです。製作者にとってファンは一番大事なお客さまですよね。そして、ファンの方はやはり製作者に良い作品を作り続けてほしいと常に願うサポーターであるわけです。たとえば『らき☆すた』であれば 2 期を早く見たい（笑）。お互いに利益を享受しあい、尊敬し合うパートナー。鷲宮ではそうした関係性が既に構築されているように思いますし、そういう関係性を今後も継続していくことが、コンテンツツーリズムを引き続き素敵な形で展開していくうえですごく大事なポイントになると思います。

（岡本）　さて、最後にコンテンツツーリズムの意義をまとめたいと思います。最初、情報社会という話から始まりましたね。物そのものよりも、コンテンツ（情報内容）が中心になっている。今回見た事例でもそういう場面がたくさん見られました。普通のお弁当なのですが、『らき☆すた』のキャラクターが作ったお弁当ということで、物語と、楽しみが引き出せる情報となるわけです。そして、これが一緒に楽しめるか楽しめないのかという問題になってきます。一緒に楽しめれば、コンテンツというのは、対話とか交流を通して、人と人との間や人とある対象の間というので共有される。そして、感情的なつながりを生むことになる。

だから、変な話ですが、普段の大学の講義で今皆さんがいらっしゃるくらいの人数に対して私が『らき☆すた』の話をしたとします。そこで『らき☆すた』に関わる冗談を言ったとします。皆さんほど笑ってく

れないです。というのは、価値観を共有しているか、していないかということなのです。冗談を言っても分からない人は分からない。逆に言うと、今この場で全然アニメと関係のない冗談を言っても、笑う人は少ないですよね。そういうことで、共有できる人同士に感情的なつながりというのを生んでいく。ただし、これは実はすごく閉鎖的になってしまう危険性も持っているのです。一部のファンの人しかその楽しさが分からない、みたいなことになってしまう。そういう危険性も一方ではありますが、非常に安心する空間を提供してくれるわけですよね。これが一つの観光の効果でもあるのです。自分が大好きな価値観を認めてくれる場所をコンテンツをきっかけに訪れる。そうやってコンテンツをきっかけにして様々な人と出会う。直接、人や物に出会う経験にかなうものはなかなかありません。現場自体が感情がコンタクトする接点になっているんですね。そして、コンテンツを視聴して楽しんでというのももちろん良いのですけれども、こうした「場」そのものを共有して、人とつながり合っていくことも重要になってきている。ツーリズムというのは、そのつなぐ機能を持っているのではないかと私は考えているのです。本学の観光・地域デザインコースでは、こうした最新の事例も見ながら現代の観光について多角的に考えていく力を養うことができます。さて、いかがでしたでしょうか。そろそろ私の模擬講義を終わらせていただきたいと思います。どうもつたない授業でしたけれども、皆さん、最後まで聞いていただきましてありがとうございました。

たくさんの方にご来場いただきました

出演者の皆様