



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	ツーリズムを通じた心の復興に向けて：埼玉県と大槌町の挑戦から
Author(s)	島田, 邦弘; 安藤, 彰紀; 山村, 高淑
Citation	CATS 叢書, 14, 141-172
Issue Date	2021-03-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/81458
Type	departmental bulletin paper
File Information	CATS14_color_Part4.pdf



第4回 ツーリズムを通した心の復興に向けて

——埼玉県と大槌町の挑戦から

島田 邦弘

埼玉県産業労働部観光課 課長

安藤 彰紀

おおつちバラエティショー実行委員会 企画プロデューサー

山村 高淑

観光学高等研究センター 教授

1. はじめに

1-1. 登壇者紹介

（山村高淑） 皆さん、こんばんは。本日のホストを務めます観光学高等センターの山村高淑と申します。どうぞよろしくお願い申し上げます。本日は、埼玉県産業労働部観光課課長の島田邦弘様、おおつちバラエティショー実行委員会企画プロデューサーの安藤彰紀様をゲストに迎え、『ツーリズムを通した心の復興に向けて——埼玉県と大槌町の挑戦から』と題してお送りして参ります。お越しいただいていると申しまして、実はさいたま市、大槌町、札幌市の3地点をオンラインで結んで生配信致します。これから90分間、お付き合いの程何卒宜しくお願い申し上げます。さて、本日のゲストお二方を、まずは私の方からご紹介申し上げます。

お一人目のゲスト、埼玉県産業労働部観光課課長の島田邦弘様をお招きしております。埼玉県にお生まれになり、埼玉県庁入庁後、神川町の副町長、県の国際課長などを経て、平成30年から現職でいらっしゃいます。地域の活性化や広報業務等を主に担当される中で、マンガ・アニメ作品『らき☆すた』に出会ったことを契機に、現在では公私を問わず県内各地のマンガ・アニメを活用したまちおこし活動にコミットされています。マンガ作品やアニメーション作品と、地域とのコラボレーションを、自治体の現場でコーディネートされてきた第一任者でいらっしゃいます。

続いてお二人目のゲストは、岩手県大槌町でおおつちバラエティショー実行委員会の企画プロデューサーをなさっている安藤彰紀様です。2014年に兎塚エイジ氏デザイ

ンによるオリジナルアニメプロジェクト『曲花村役場（仮）』を開始、2015 年からは、おおつちバラエティーショーに携わり、アニメや実写映像作品、演劇、音楽、体験移住等を活用して〈メディアミックス地域おこし〉を実践されています。この〈メディアミックス地域おこし〉という言葉は、安藤さんの造語なのですが、非常に興味深い概念だと思いますので、後ほどゆっくりお話を伺いたいと思います。

1－2．本日の趣旨

さて、本日のテーマにつきまして、簡単にご説明申し上げます。本日のテーマは、『ツーリズムを通した心の復興に向けて』です。〈心の復興〉という言葉、実はこれも大槌町の安藤さんから頂いた言葉です。皆さんご存知のとおり、岩手県大槌町は 2011 年の東日本大震災で津波による甚大な被害を受けました。そんな中で、インフラの復興とともに地域の皆さんの心の復興も非常に重要だということで、大槌町では、〈おおつちバラエティーショー〉という、地域の皆さん主体の演劇を中心とした公演活動が始まっていったわけです。この〈心の復興〉という言葉は、今現在私たちが直面しているコロナ禍を地域がどう乗り越えていくことができるのか、その場合にも当てはめることができます。様々な問題・課題を、ツーリズムや交流を通して、地域はどう乗り越えていくことができるのか？ 埼玉県と大槌町の 2 つの事例を通して、皆さんと一緒に考えていきたいと思っています。

また、その際、〈コンテンツツーリズム〉が本日のキーワードとなります。コンテンツとは、「ポピュラーカルチャーの形で創造、編集され、それ自体を消費することで楽しさを得られる、物語、キャラクター、ロケ地、その他創造的要素といった情報内容」（山村 2021: 12）のことを指します。そして、こうした「コンテンツによって動機付けられた、一連のダイナミックなツーリズム実践・経験」（山村 2021: 16）をコンテンツツーリズムと呼びます。メディアを横断したコンテンツの消費がどのように場所と結び付き、物語世界を身体化するのか？ 物語世界がどのようにツーリズム実践を生んでいるのか？ そうしたあたりがコンテンツツーリズムの研究や実践分野での中心的関心になります。本日ご紹介いただく 2 つの事例も、まさにコンテンツツーリズムの先駆的な取り組みになります。

1－3．3つの論点

さて、お二方のお話を伺いする前に、あらかじめ私のほうから 3 つの論点を提示しておきたいと思います。

まず 1 つ目の論点は、〈メディアミックス地域おこし〉にはどのような可能性があるのか、という点です。〈メディアミックス〉というのは、もともとコンテンツ産業において、ひとつのコンテンツを様々なメディア（テレビ、マンガ、アニメ、舞台等）を通して流通させていく戦略を指す語なのですが、そういったメディアミックスとリアルな場所との関係性、メディアミックスにおいて場所の持つ意味、このあたりのことを考えていきたいと思っています。

それから 2 点目の論点は、〈リアルな場所〉と〈オンライン〉の効果的な組み合わせとは

一体どんな形なのだろうか、という点です。近年、特にコロナ禍においては、オンラインの重要性——まさに今回のウェビナーもオンライン開催なのですが——が喧伝されがちです。しかし一方で、リアルな場所の重要性も変わらずに存在するわけです。どちらが良い悪いというのではなく、双方の組み合わせ、バランスをどう考え、そして、どう効果的に交流を生むことができるのか、そうした点を考えることが重要だと思うのです。言い方を変えれば、地域のサポーターを増やしていくためには、〈リアルな場所〉と〈オンライン〉をどういう戦略で組み合わせていくことが、地域からの視点においては重要なのか、という論点です。

そして3点目の論点は、〈世代〉と〈地域〉を越えたつながりはどのように醸成できるのか、という点です。地域住民どうしのつながり、地域住民と地域外の人々とのつながり、そうした人と人のつながりというのは、地域にとって非常に重要な資産です。地域の資産として、人のつながりをどういうふうに位置づけ、育てていくことができるのか？ そして、次世代を担う人材をどのように育成し、その地域で培ってきたノウハウを、どのように継承していけるのか？

こうした3点を中心に、これから約90分、ゲストお二人のお話をお伺いしつつ、ツーリズムの本質とは何なのか、ご視聴頂いている皆様と一緒に考えていければと思います。

以上、簡単ではございますが、本日の趣旨説明とさせていただきます。

それでは早速、まずはおおつちバラエティショー実行委員会の安藤様からご講演をいただきます。安藤様、よろしくお願いいたします。

2. おおつちバラエティショーの取り組みについて

(安藤彰紀) 岩手県大槌町に住んでおります安藤と申します。よろしくお願い致します。私は通常サラリーマンで組織に所属しておりますが、本日の話の内容は安藤個人の見解であって、組織の見解では無いということをご了承頂けましたら幸いです。

まず〈おおつちバラエティショー〉とは一体何かと申しますと、大槌町において、エンターテインメントを活用して地域振興をしよう、という活動です。では、ここで言う〈エンターテインメント〉とは何かと言いますと、演劇、音楽、舞踊、アニメ、そして短期移住(バラエティ移住、バラエティの頭文字を取ってVターン)を指します。こうした取り組みについて本日大きく2つの点からお話させて頂ければと思います。まず1点目に大槌町の紹介。2点目に、おおつちバラエティショーについて、その取り組みの具体的な紹介、です。

2-1. 大槌町の紹介

皆さん、これから大槌町に関するある数字をご提示します。〈1286〉です。おわかりになりますでしょうか？

この数字は東日本大震災による大槌町の人的被害の数です。東日本大震災によって、大槌町でお亡くなりになられた方、行方不明の方、あるいは関連死の方を含めると、1,286 人になります。当時の大槌町の人口約 1 万 5 千人のうち、1,286 人の方が犠牲になられたわけです。なお現在の大槌町の人口は 1 万 1 千人弱というところですよ。

地理的な場所ですけれども、大槌町は岩手県沿海部のちょうど真ん中あたりに位置します。岩手県は三陸（陸前・陸中・陸奥）の陸中と言われる部分で、観測衛星から見ると広大で急峻な山林が広がる場所であることがわかります。岩手県の広さは、四国がすっぽり入るくらい大きな県で、内陸には工業地帯もありますが、沿岸は例えば鮭など、漁業、水産業が非常に盛んな県ですよ。

こちらのスライドは、大槌町の被災前の状況を示す航空写真ですよ。北と南に大きい川があって、その周辺部に都市が形成されています。同じ範囲の被災後の航空写真がこちらですよ。この赤い区域全てが津波によって被害を受けた範囲になります。住宅地の 50% 以上、商業用地の 90% 以上が津波の被害を受けました。震災前と震災後でこれだけ街の姿が変わってしまいました。

震災後には、家を失われた皆さんのために、応急仮設住宅が町内の 48 か所に造られました。仮設住宅にどのくらい入居状況があったかと言いますと、平成 24 年 7 月から平成 26 年 6 月までのグラフを見ますと、世帯数で 2 千世帯前後、入居人数で約 4,600 人から 3,900 人と、高水準が続きました。被災の詳細な状況は大槌町のホームページの復興レポート¹というところで公表しております。当時の仮設住宅入居状況等のデータも最新のものが公表されておりますので、是非大槌町のホームページをご覧ください。

2-2. おおつちバラエティーショーについて

それでは次に、2 点目の〈おおつちバラエティーショー〉についてご紹介したいと思ひます。ここではおおつちバラエティーショーについて、3 点に分けてご説明したいと思ひます。まずは〈成果〉、そしてなぜやったかという〈企画意図〉、最後に、バラエティーショーにどういった方々が関わったのか、〈スタッフ・キャスト〉についてですよ。

① 成果について

まず成果についてですが、一言で言うとも、関わった方々に価値観の変化があった、ということですよ。バラエティーショーによって、新しい絆が生まれました。そして県外公演なども行いましたので町の PR にもなりました。例えば今回、このように公開講座にお招き頂き、町の PR をさせていただく機会を頂ける、これも成果の 1 つですよ。

1 つずつ具体的な成果を挙げて参ります。まず公演をこれまで 7 回行いまして、総計 3 千人以上のお客様にご観覧いただいたところですよ。おおつちバラエティーショーは演劇を中心にした出し物なのですが、完全にアマチュアが行う公演ですよ。そうしたアマチュア公演をこれだけの方にご覧頂けたことは大きな成果だと感じています。

次に短期移住。何をやったかと言いますと、演劇を通じた短期移住、バラエティーのVから〈Vターン〉と銘打ちまして、首都圏在住のお二人の女優の方に、一定期間大槌町に住んで頂き、大槌町で公演をしたり、長野県軽井沢町で公演をしたりして頂きました。その後、お二人は東京に戻られて俳優活動をされていますが、2019年の大槌公演の際、再度、大槌にお越し頂き、お一方にはゲスト出演を頂き、お一方には公演を観覧頂きました。このお二人との絆はいまだに続いております。また、その他、俳優、劇団の皆さん、高校演劇の皆さん、学術・研究機関の皆さん等と、演劇を通じて関係を構築することが出来ました。

その他に、バラエティーショーの大きな柱として、音楽(オリジナル楽曲)を作りました。ただ作った、というのではなく、プロの皆様にボランティアの形でご参画頂くとともに、バラエティーショーのメンバーや町への派遣職員の方々がボランティアのコーラスとして参加することで、オリジナル楽曲の収録を行いました。このスライドは収録をしている様子なのですが、本日ご登壇いただく島田様にもゲストとして、コーラス部分でご協力頂きました。またタレント・歌手のはなわさんの楽曲にコーラス部分で参画させて頂きまして、それを契機に、はなわさんに、大槌町の観光大使である〈三陸♥おおつちPR大使〉を委嘱させて頂くことに繋がりました。こちらは、埼玉県川越市の尚美学園大学様に無償のボランティアというかたちでお力添えを頂き、音楽の制作・編集をして頂いているところです。

次は、〈アニメとマンガについての成果〉についてです。『ゼロの使い魔』や『異世界はスマートフォンとともに。』といったライトノベルでイラストを担当していらっしゃる、イラストレーターの兎塚エイジ先生に、オリジナルのキャラクターとポスターを作っていただいております。おおつちバラエティーショーを始める前に、〈O(オー)町フィルムコミッション〉というグループで、大槌の友人と共に、『曲花村役場(仮)』という完全オリジナルキャラクターによる企画を立ち上げ(図1)、2015年末には同企画でコミケにも参加致しました。その際、キャラクターデザインを兎塚先生にお願いしたことがきっかけになって、その後、『バラエティーファミリーズ』というバラエティーショーのアニメ・マンガ企画に発展していったという経緯がございます(図2,3,4)。こうした中、兎塚エイジ先生にも〈三陸♥おおつちPR大使〉として、町のPRにご協力頂いております。いずれにしても、こういったオリジナルキャラクターとオリジナルストーリー、それに基づくイラスト・ポスター、こういったものを目下準備している段階です。これからアニメ・マンガについては、より力を入れていきたいなと思っております。

この写真は、東京都営地下鉄の各路線に2週間、『バラエティーファミリーズ』のイラストの中吊りポスターと駅貼りポスターを、東京都様の復興支援というかたちで、無償で掲出して頂いた際のものです。駅貼りでは、B0判という大きいサイズのポスターを掲出して頂きました。



図1 兎塚エイジ先生画による『曲花村役場（仮）』
(© 兎塚エイジ／中村彬良・安藤彰紀)



図2 兎塚エイジ先生画による『バラエティーファミリーズ』（その1）
(© 兎塚エイジ／おおつちバラエティショー実行委員会)



図3 兎塚エイジ先生画による『バラエティーファミリーズ』(その2:クロスオーバー回)
(© 兎塚エイジ/おおつちバラエティショー実行委員会)



図4 兎塚エイジ先生画による『バラエティーファミリーズ』(その3:クロスオーバー回)
(© 兎塚エイジ/おおつちバラエティショー実行委員会)

② 企画意図について

次が〈企画意図〉です。おおつちバラエティーショーは、具体的に次の3つの項目を達成することを意図して企画されました。すなわち、第一に〈東日本大震災で被災した町における町民の心の復興〉、第二に〈エンターテインメントにより個人の価値観を改革（意識改革）すること〉、第三に〈エンターテインメントを通して相互の違い（人種、国家、言語等）を超えて、町内外の人々の連携を促進すること〉、の三点です。端的にまとめてしまえば、エンターテインメントというものが、相互理解のツールになるのではないかと。そして世界平和につながっていけばいいなと、そうした願いが根底にございます。エンターテインメントが〈文化的安全保障〉になるのではないかと思います。というのも、例えば音楽やアニメ、映像等は、良いものであれば言語は不要で国境を超えていく。コンテンツにはそうした側面があるのではないかと、そう考えています。

③ スタッフ・キャストについて

最後に、スタッフとキャストについてです。事務局を含めて常時10から15名程度、さまざまな経歴と個性を持つ老若男女、10歳から81歳までのメンバーで活動しております。演劇を1本作るのに概ね半年かかりますので、その中で疑似家族といった関係性がメンバー内に生まれてきます。事務局は私を含め4名が中心となってこの企画を運営しています。バラエティーショーの企画当時、事務局の4名は、全員震災後に町役場に入った民間企業出身者で、〈役場内ベンチャーの企画〉であるということもできると思います。スライドに、〈異才×出会い〉と書きましたけれども、例えば、本来出会わなかったであろう人々を交差させて化学反応を起こす、そういうところが、この企画の特徴だと考えています。例えば、先程紹介しましたように、プロの歌手や俳優の方々と、全く音楽や演劇に携わったことのないアマチュアの方々が、一緒にコーラスをしてアルバムを制作したり、舞台上で共演したり、そういったことで参加した皆さんの価値観が変わっていきました。

そして、ここに、「来る者は拒まず、去る者追わず」という言葉を挙げてあります。ただし、いつでも戻れる場所にしよう、と心がけてもいます。例えば、皆さんアマチュアですから、本業のお仕事の都合で、活動に参加できなくなることもよくあるんですね。第1回目公演に出演した方が、第2回・第3回に参加できずに、第4回目に戻ってくるとか。第2回目出て第5回目に戻ってくるとか。そういったふうに、いつでも戻れる場所としての機能も重視しています。

2-3. まとめ——今後のエンターテインメントと地域振興のあり方

最後にまとめとして、「今後のエンターテインメントと地域振興のあり方」についてです。これは、言葉でお話しするよりも、これらの写真をご覧頂ければと思います（図5）。アマチュアの方も、プロの方も、入り混じって、こうした素晴らしい関係性を築くことが出来ました。この写真の皆さんの笑顔が、今後の地域振興のあり方全てを物語ってくれているよう

に思います。まずは私からは以上でございます。



図5 〈おおつちバラエティショー〉の面々
(出所：おおつちバラエティショー実行委員会提供)

3. 観光施策としてのアニメ聖地埼玉——アニ玉祭オンライン開催で分かったこと

(島田邦弘) 皆さん、こんばんは。埼玉県観光課で課長をしております島田と申します。どうぞよろしくお願い致します。先ほどの安藤さんの発表を伺いながら、何度も頷いてしまいました。演劇という〈コンテンツ〉を活用して少しでも地域に元気を取り戻そう、復興を図ろう、そういったことで頑張っている方々の話を拝聴することができて、とても幸せですし、心からおおつちバラエティショーのお取組みを応援したいと思います。

さて、安藤さんの場合は演劇というコンテンツのお話でしたが、私の場合はアニメというコンテンツについて、『観光施策としてのアニメ聖地埼玉——アニ玉祭オンライン開催で分かったこと』というタイトルでお話したいと思います。

3-1. 埼玉県観光課——はじまりのとき

皆さん、〈埼玉県〉と聞いて、何を思い浮かべますか？これはコロナ以前からの傾向なんですけれども、ここ数年、新聞やテレビ等様々なメディアで本県が取り上げられることが多くなっています。少し前には、タイトルに〈埼玉〉という文字が入った、とある映画が大ヒットしまして、埼玉県の知名度向上に大きくつながりました。ただその一方で、〈観光〉目的地としてはどうなのだろう、と考えた場合、埼玉県の観光県としての認知度はまだまだなのではないか。私ども観光課としても、もう一手、必要なのではないか。そんな思いを常に持っております。

埼玉県観光課は課としての設立が2009年（平成21年）4月で、実はまだそんなに古い歴史を持っておりません。観光課の前身は、ちょうど今の半分くらいの規模の、〈観光振興室〉という組織でした。その〈観光振興室〉が母体となって、例えば映画やドラマの誘致をしたり撮影支援をしたりするフィルムコミッション事業や、B級グルメに関する事業等、新しい分野に着手することを契機として、2009年に埼玉県観光課がスタートしたわけです。

実は私もその初期メンバーなんです。観光課立ち上げの際には、県の内部でいくつかの政策的な議論が活発になされました。そもそも埼玉県は観光振興に取り組む必要があるのだろうか？ 取り組む必要があるとすればなぜ取り組むのか？ これにはいろいろな理由があると思うんですよね。観光は人の流れを生み、人の流れが生じればそこに経済効果も生まれますし、まち自体の活気も生まれる。そもそも〈観光〉という言葉自体が、〈国の光を観る〉、要は地域のいろいろな資源に光を当てて、その価値をもう一度見直そう、という意味を持つ言葉ですから、観光は地域自体にもう一度目を向ける大きなきっかけになる。だから埼玉としても観光振興にもっともっと力を入れるべきだ。そういった議論がありました。

では、埼玉で観光振興を考える場合、埼玉観光の強みというものがそもそもあるのだろうか？ これも実は挙げていくと際限なくあるんですけど、例えば、抜群の交通アクセスがある。新幹線だけでも6路線あります。同様に、高速道路もかなり走っています。なんとといっても埼玉県は首都圏という人口4千万人もの巨大なマーケットの中に位置する。その首都圏の中だけでも、人が動けば相当大きなインパクトがある。でも、残念ながらこういった観光振興にとって恵まれた条件を持ちながらも、埼玉の場合は、東京に近すぎるが故に、どちらかというと観光地としての発展ではなく、東京のベッドタウン的な発展を遂げてきました。政策的にも、良好な住環境のための基本的な生活インフラの整備、その結果としての居住人口増、といった分野に、かなり多くの予算が振り向けられているのが実態です。

ここでとあるデータを紹介したいと思います。コロナウイルス流行前、昨年度（2019年度）における各自治体の観光関連当初予算ですが、例えば東京都が204億4千万円。200億円超えて、これが全国第1位。沖縄県では50億円以上の予算、北海道の場合は道として10億7千万円の予算が、それぞれ計上されています。それに対して、埼玉県は3億2千万円。他のいわゆる〈観光県〉と比べると、残念ながら桁が少ない状況です。

でも、埼玉には素敵な場所がいっぱいあるんです。その魅力を少しでも伝えたい！ そんな

な思いがありまして、観光課を立ち上げる際、ある〈テーゼ〉＝〈命題〉が職員の間で合言葉になりました。それは、『とにかく尖っていこう!』、というものです。意味するところは、埼玉らしいアプローチで埼玉の観光を売り込んでいこう。予算が少ないんだったら、ちょっと面白い仕掛けをすることでマスコミに注目してもらい、マスコミでどんどん取り上げていただくことによって、埼玉の良さをもっと発信できないだろうか。そんな虫のいいことを考えての観光課のスタートでしたが、実はいまだにちょっと考えております（笑）。

こうした経緯で埼玉県観光課が立ち上がったわけですが、実は当時、本県の観光施策の方向性を変える、大きな出来事がありました。

3-2. アニメとの出会い

それは観光課が誕生する2年前の2007年（平成19年）のことでした。埼玉県内の片隅にとある動きがありました。それは人によっては一見、ユニークで、「んっ？」と疑問を持つような奇妙な出来事に映るかも知れないのですが、よくよく眺めていくと、すごく心が温まる、全く新しい観光の形が生まれた出来事でした。この出来事は観光関係者以外にも大きな衝撃を与えました

①アニメ「らき☆すた」の登場

アニメ好きの人だったらもはや説明不要だと思いますが、この出来事のきっかけは、本県を舞台に設定したアニメ『らき☆すた』という作品のテレビ放送開始です。『らき☆すた』は『コンプティーク』という雑誌連載の4コママンガが原作で、アニメ版が2007年4月から3ヶ月間テレビ放送されました。同作品では主人公の姉妹が神社の巫女さんという設定でして、埼玉県久喜市鷲宮地区（当時の鷲宮町）にある鷲宮神社をモデルにその神社が描かれました。

このアニメは本当に素晴らしい作品で、テレビ放送開始後まもなく非常に人気が出まして、舞台モデルの鷲宮神社をはじめ、鷲宮地区に大勢のアニメファンが訪れました。昨今アニメの舞台地を訪れるファンの行動を〈聖地巡礼〉と呼ぶのが一般化しましたが、まさにその〈聖地巡礼〉の走りとして非常に有名な作品でもあります。この時に地元の商工会が中心となって、地域の方々とファンの方々とつなぐいくつかの取り組みが行われました。

そうした取り組みの結果——私自身、公務員でありながら実はあまり数字を言うのが好きじゃないんですけども（笑）——鷲宮神社の初詣客が13万人から47万人に増えました。アニメ放送がきっかけとなってこれだけ大きく増えたのです。さらに地域への経済効果も大きく、シンクタンク等からも『らき☆すた』が与えた地域の経済効果を試算したような調査結果が発表されています。

でも、私が本日特に言いたいことは、こうした経済効果以上に大きなものを、同作品は地域に生み出してくれた、という点についてです。

②2次元インパクト——まちを訪れ回遊してもらえる仕掛けの数々

先ほど、当時の鷺宮町商工会がまちおこしの仕掛けをいろいろ展開されたをご紹介しましたが、それをここで少々ご紹介できればと思います。商工会の皆様が、情熱と、何よりも遊び心とファンへの感謝の気持ちを持って、いろいろな取り組みをなさいました。

例えば、こちらは、昨今いろいろな自治体で見かけるようになりましたが——まさにその走りといっても良いと思います——キャラクターに対して特別住民票を発行するというもの。この特別住民票はファンの方に大変歓迎されまして、何万枚と売れました。

それから特にご紹介したいものがこれですね、キャラクターの顔が刻印された絵馬型のストラップです(図6)。キャラクターは10種類以上あります。そして単にキャラクターを10種類以上作ったというだけではなく、販売方法にもこだわったんですね。通常こういったキャラクターグッズを販売する場合、数をいっぱい売ろうと思ったら通信販売等を利用して、とにかくアニメの人気の高いうちにどんどん売る、というのがマーケティング的には正しいのだと思います。ただ、鷺宮町商工会では、敢えてそういった方法をとりませんでした。地域を訪れてくれた記念として、地域の人と触れ合いながら買ってほしいということで、商工会に加盟されているお店で販売する。そして、1つのお店につきキャラクターを2つまでしか置くことができない。もし宜しければ、他のお店も回って、ぜひ全キャラクターをコンプリートしてみてください、そんな仕掛けをしたのです。

こちらは、〈飲食店スタンプラリー〉といった、まちを訪れて回遊してもらう仕掛けです。地域の飲食店で食事をするスタンプがもらえる。スタンプを集めることで、地域ならではのいろいろな記念品がもらえたりする。

また、これは〈ツングレソース〉。まさにキャラクターの性格を表現する〈ツンデレ〉にかぶせた、完全な言葉遊びのソースを販売したんですね。これもキャラクターの性格に合わせて2種類の味が作られました。すごく人気のあった商品です。

……というふうに、本当にいくつもある仕掛けうち一部分だけをご紹介したんですけれども、どれもファンの気持ちを深く考えて、なおかつ地域とのつながりを意識して、そして遊び心というスパイスをふりかけて展開されていることがご理解いただけたのではないかと思います。



図6 まち回遊のきっかけとなった絵馬型ストラップ
(出所：久喜市商工会鷺宮支所提供)

③2次元インパクト——土師祭と〈らき☆すた神輿〉

さて、ここでどうしても皆さんにご紹介したいのが、土師祭というお祭りです。鷺宮神社にはもともと千貫神輿という有名な神輿がありまして、この神輿の渡御が行われる土師祭という夏祭りがあります。この夏まつりに、2008年から『らき☆すた』のキャラクターをデザインした神輿、〈らき☆すた神輿〉が登場するようになりました(図7)。まさにファンの方が主役の神輿が地域の祭り〈土師祭〉に登場したんですね。このことはすごく大切な意味を持つと思います。地域住民が地域の人同士をつなぐために長い年月、バトンを手渡し続けて現代に繋がってきたのが祭りであり、神輿です。そうした、地域の人たちの祭り中に、全く新しくアニメの神輿が入ったわけですから、なかなか地域の理解を得るのは大変なことだったと思います。

でも、この〈らき☆すた神輿〉が土師祭に登場するきっかけになったのは、お祭りを仕切る地元の代表者の方の、アニメファンに対する呼びかけだったんですね。「アニメファンの君たちもアニメが好きでうちの町に来てくれたんだろ? どう、アニメの神輿と一緒に楽しむかい?」、という。まさにこの呼びかけに、異なる価値観を地域が受け入れた証を見て取ることができるように思います。そして、地元代表者が音頭を取りつつ、アニメファンた

ちの手によって神輿が作られ、全国のアニメファンに呼びかけて担ぎ手を募集し、さらに祭り当日の〈らき☆すた神輿〉の運行もファン自身が管理・実施する。そうやって誕生したのが〈らき☆すた神輿〉でした。

今では土師祭の目玉の1つに成長しまして、その後何年もこの祭に登場しました。今事情があつて、この土師祭は休止になっておりますが、いつの日か必ず復活してくれると思います。ちなみに、土師祭は、日本の伝統とポップカルチャーの融合例として上海万博にも登場しました。



図7 地域とアニメファンをつなぐ〈らき☆すた神輿〉
(出所：久喜市商工会鷺宮支所提供)

3-3. 観光資源・絆としてのアニメ

これまで述べてきましたように、『らき☆すた』という作品が、本県に、〈アニメと観光〉、〈アニメと地域〉といったテーマに目を向けるきっかけを与えてくれたのですが、その後、調べてみると、埼玉県はアニメやマンガ、ゲーム等、様々なポップカルチャー作品の舞台になっている場所が非常に多いんですね。有名どころで言うと、多分一番皆さんに分かりやすいのが、春日部市が舞台になっている『クレヨンしんちゃん』でしょうか。その他、飯能市の『ヤマノススメ』、秩父市の『あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。』(略称『あの花』)等々、本当に多くの作品があります。ちなみに埼玉県観光課が調べたところでは、現在、130近い作品で埼玉県が舞台となっています。

①秩父市におけるアニメファンの動向

先ほど「秩父市の『あの花』」と申し上げましたが、秩父市は〈秩父三部作〉という有名なアニメ 3 作品の舞台になりました。略称で言うと『あの花』『ここさけ』『そらあお』の 3 作。アニメファンだったら、あーあれね、とすぐお分かりいただけると思います。正式タイトルは、『あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。』『心が叫びたがってるんだ。』『空の青さを知る人よ』です。

1 つの舞台地で三部作が制作されるのは、なかなか珍しいことなのですが、それ以上に私が皆さんにご紹介したいのは、秩父市における〈新しい聖地巡礼の形〉です。実は、心無い人が、秩父市にある、アニメ作品の舞台にもなった橋の橋脚、橋を支える台の部分に、落書きをしてしまったんですね。これは『あの花』がテレビ放送される前からあった落書きなのですが、アニメファンの皆さんが「自分たちの大好きなアニメの舞台が汚れていると、どうしても悲しい気持ちになる」ということで、ある時、ホームページ等で告知をされました。すると、何と一週間後に——真夏 8 月の本当に暑い時期だったのですが——落書きを消したり、草むしりやゴミ拾い等の清掃活動をしったりというファンの皆さんによる活動がスタートしたのです。この活動は 2017 年（平成 29 年）に始まったのですが、今では夏の定番イベントになっています。まさにアニメファンの地域を大事にする気持ちが、地域を守るという具体的な行動に結実した素晴らしい例だと思っています。

②県としてのアニメ施策

こうした動きのある中で、県としてはどんなことをしてきたのか、そのあたりについて簡単にご紹介できればと思います。せっかくアニメファンが埼玉県に目を向けてくれたのですから、県としても、ファンの皆さんが参加できるイベントをいくつも展開しております。例えば、このあと詳しく説明致しますが、〈アニ玉祭〉（アニメ・マンガまつり in 埼玉）という、アニメ等をテーマとした複合イベントを 2013 年からさいたま市大宮地区を会場に毎年開催しています。また、それとあわせて〈埼玉聖地横断ラリー〉——こちらは鉄道会社さんにご協力いただきながら、埼玉の舞台地を巡ってもらうスタンプラリー——といったようなものも行っています。アニ玉祭ですと、例年 3 万人ぐらいの方にお越し頂いていますし、アニメ横断ラリーにつきましては昨年度約 1 万 9 千人の方にご参加頂きました。

こちらは第 7 回アニ玉祭、昨年開催したアニ玉祭のステージイベントの様子です（図 8）。本当に多くの方で賑わっているのがお分かりいただけると思います。ただ、残念ながら今年度はこうしたイベントが新型コロナウイルス流行のせいで開催できませんでした。では、ステージイベントは開催できなくても、何かできることは無いだろうか？ コロナ禍の中でどのようにアニ玉祭を展開できるのか？ いよいよ本題に入りたいと思います。



図8 第7回アニ玉祭におけるステージイベントの様子
(出所：埼玉県産業労働部観光課提供)

3-4. コロナ禍とアニメ施策の新たな展開

ご存知の方もいらっしゃると思いますが、埼玉県は全国でも感染者数が、残念ながら非常に多く、最後の最後まで緊急事態宣言の対象地域となっておりました。当然、今年度当初からアニ玉祭をどうするのかという議論は行っておりましたが、そこでの関係者共通の見解は、積極的に人の移動を促す状況になく、イベントの開催は困難である、というものでした。しかし一方で、SNSやホームページを通してのオンラインの声、実際の現場の声、いずれも、「是非何らかの形で今年もアニ玉祭を開催してほしい」という期待の声が非常に多かったのです。こうした中、直前ギリギリまで、開催の可否について、そして実施方法等について、関係者協議を継続しました。

6月には、バーチャル観光ホームページを県独自で立ち上げました。これは、今は観光地に行くことはできないけれど、例えば、バーチャルリアリティの映像や、その場の雰囲気や、伝わるような動画等を通して、まずは行った気持ちになって、実際の旅の予告編としてバーチャル観光を楽しんでほしい、そんなホームページです。このホームページの経験も踏まえて、ファンの皆さんの気持ちに応えたい、今だからこそ出来る事が何かないか、と検討した結論、初の〈バーチャルアニ玉祭〉の開催となったのです。

①バーチャルアニ玉祭の状況

せっかくバーチャルでやる以上、やり方もこだわりたい。バーチャル感もうまく演出したい。さらに宣伝効果も出せれば……ということで、メインMCの二人に、埼玉県観光大使をしていただいているアイドルグループ〈でんぱ組.inc〉の藤咲彩音さんと、VTuber（バーチャル・ユーチューバー）の煌星ヴィヴィさんを起用しました。リアルとバーチャルの二人のメインMCを置いて、いろいろなコンテンツを盛り込みました。さらに、観光地にいるようなVR動画（バーチャルリアリティ）とVTuberのコラボをしたり、このところ市場規模が急拡大しているeスポーツの特集コーナーを設けたり、とコンテンツをたくさん用意しました（図9）。その結果、お陰様で、当日で約1万8千件の視聴を頂いただけでなく、視聴者がSNSで「バーチャルアニ玉祭やってるよ」というように投稿を2万件ほどして頂き、結果として強力な広報になりました。まさにVTuberの持つウェブ上での拡散力、宣伝効果を再認識したような出来事でした。また、当日ご覧になれなかった方のために2日ほど空けて見逃し配信も開始いたしました。そちらと合わせますと約5万件的視聴をして頂いております。

②アニメの聖地サミット オンライン ver.

こちらの写真には私と山村先生が映っていますが、これは、〈アニメの聖地サミット〉という、アニ玉祭名物コーナーの今年の様子です。こちらでもオンラインで、まさに今日と同じような形でZoomを使って実施しました。このサミットのコンセプトとしては、アニメやマンガのクリエイター、地域のキーマン、そういった方々をお招きしまして、作品に対する想いだったり、取り組みの舞台裏だったり、を、熱くゆるく伺うというものです。おかげさまですっかりアニ玉祭の恒例企画になっております。山村先生ありがとうございます（笑）。今回は、2021年1月にアニメ化が予定されている『弱キャラ友崎くん』というライトノベルの原作者である屋久ユウキ先生をゲストとしてお招き致しまして、たっぷりお話を伺いました。Zoomを活用した事前登録制で、延べ150人の方にご視聴いただきました。当日ご視聴頂いた皆様に心からお礼を申し上げます。

普段はアニメファンでもクリエイターの生の声はなかなか聞けませんし、ましてや、クリエイターがなぜ舞台地として埼玉を取り上げ、埼玉にこだわってくれたのか、そういった話を直接聞く機会は希少です。〈アニメの聖地サミット〉では、そういったところのお話を直接伺うことで、まさにコンテンツツーリズムの新しいきっかけが生まれたり、もう一度地域の良さを見つめ直すことができたり、そうしたことにつながっていくのではないかな。そんな思いでこの企画を続けています。

バーチャル アニ玉祭 第8回

アニメ・マンガまつりin埼玉

2020 **10/18** 日 11:00 START!!

埼玉ならではのスペシャル企画が盛りだくさん!!

メインMCは **藤咲 彩音 & 煌星 ヴィヴィ!!**

「バーチャル アニメと観光」今年は「ステイホームでイベントに参加しよう」

ソニックシティ公式YouTubeチャンネルで無料配信!

音楽ライブ、トークショー、VR観光案内 など

11月6日「クラウドオープン」ところざわサクラタウンを紹介する特別番組

バーチャル観光を楽しむ!

文化放送 presents VTuberだらけの「秋の芸術祭」in アニ玉祭

TBSラジオ presents 「Roselia」トークライブ from バンドリ!

出演者

高橋名人 livecureの選手 高橋 彩音 宮川 七瀬

小原 真子 前田 俊輔 綾乃 おゆみ

久保田 未夢 遠藤 梓希 高橋 彩音 春日部 つくし 聖菜花 YURIKA

MC 山村 高道

埼玉ゆかりのゲストを囲んだトークショーを「配信で」実施します。詳細はアニ玉祭HPで見られます。

アニメ・マンガの聖地サミット

イベントの追加情報や最新情報はアニ玉祭公式ホームページで!!

anitamasa.jp アニ玉祭 公式 @anitamasa #アニ玉祭

アニ玉祭応援キャンペーンサイト

地元企業やアニメ関連団体がバーチャルアニ玉祭を応援中!

主催・アニ玉祭実行委員会

埼玉県 芸術文化祭 2020

SONIC CITY 彩の国 埼玉県 文化放送 埼玉王 NBS J:COM 埼玉新聞社

後援・さいたま市 協力・(一社)埼玉県観光協会

図9 初のバーチャル開催となった第8回アニ玉祭のチラシ
(出所：埼玉県産業労働部観光課提供)

③バーチャルアニ玉祭の振り返り——良かった点

ここで、改めて今回のバーチャルアニ玉祭を振り返ってみたいと思います。

まず、良かった点。これは当然バーチャルですので時間も場所も問わず、本県におけるアニメの取り組み、「こんなことやってますよ」ということを、全国に周知することができた点です。本当にコロナウイルスの流行がすぐにでも収束に向かってほしいのですが、まだまだ先は読めない状況です。そういった状況においても、こうした形でアニ玉祭が開催可能だということが分かったことは、非常に大きなメリットでした。本当は実際に会場である大宮に来て頂いた方が、会場の熱気も伝わるので、主催者としてはありがたいというのが正直なところなのですが、でも物理的にもなかなか特定の日に大宮までお越しいただくことが難しい方もいらっしゃると思います。こうした遠方の方にも、今回、アニ玉祭の魅力の一端に触れていただけたのは良いことだったと感じています。また、先ほど VTuber のところでちらっとお話し致しましたが、今回は SNS でいろいろと情報を拡散して頂いた方が本当に多かったです。SNS を通じて、アニメファンの皆さんが積極的に〈バーチャルアニ玉祭〉の広報をして下さった。これは大きな成果でした。加えて、VTuber だったり e スポーツだったり、そういった多様なポップカルチャーコンテンツの可能性を改めて確認できた点は良かったです。

それから、どうしても触れておきたいのが、今回バーチャルアニ玉祭が成立する前提として、いろいろな企業さんやマスコミの方々にもご協力を頂いた点です。企業さんとのコラボも多く実現できました。実はアニ玉祭と並行して、NHKさんと、「できればアニメを活用して県をもっと盛り上げたいですね」というようなお話をしていたのですが、アニ玉祭が終わった翌月、NHKさんの首都圏ネットワークの夕方のニュース番組で、埼玉のアニメの取り組みをほぼ一週間ぶっ続けの特集として取り上げて下さいました。実はNHKさんの場合、テレビ放送だけでなく、FMでも関連放送をしてくれましたし、リアルなイベントも人数を限定したうえで開催して下さいました。こうした非常に良いコラボができたということも、今回のバーチャルアニ玉祭をやって良かったことのひとつです。

④バーチャルアニ玉祭の振り返り——今後の課題

一方で、当然のことながら課題もあります。そもそもイベントを開催する大きな狙いは、地域でにぎわいを作りたい、人に来ていただくことによって経済効果を生み出したい、というところにあります。しかし残念ながらバーチャルですと、この点はうまくいかない。また、アニメファンと地域、あるいはアニメファン同士の交流機会の創出もバーチャルではなかなか難しい。もともとアニ玉祭自体がこの二点を実現したいという思いで開催されてきた背景がある。やはり今後は、バーチャルと、例えば人数を限定したリアルイベントとの併用、そういったような手法が必要なのかなと感じています。

もう一点は、バーチャルでのイベントを開催した後にも、その効果が継続するような仕掛けを作ることが必要だという点です。この点に関して申し上げれば、先ほどアニメの聖地サ

ミットの話題の中で、『弱キャラ友崎くん』という作品をご紹介致しましたよね。同作品は埼玉県の大宮地区が非常に重要な舞台地になっているのですが——来月プレスリリースする予定なのであまり細かい部分は申し上げられないのですが——まさに大宮を会場として、アニメとコラボしつつ、実際にファンの皆さんが大宮に来て、『弱キャラ友崎くん』の魅力にちょっとだけ触れていただけるような、そんな仕掛けを実は手がけているところです。これも、今回のバーチャルアニ玉祭がきっかけとなって、地域の商業施設さんが企画に乗って下さったことで実現しました。これが成功すれば、今後のバーチャルとリアルをつなぐ大きな成果になるのかな、そんな思いでいます。

来年に向けて何かできる面白い仕掛けはないかなと、早くも考えはじめておりますので、ぜひ来年度もアニ玉祭を楽しみにしてください。

以上です。ありがとうございました。

4. 総合討論

(山村高淑) 安藤様、島田様、素晴らしいご講演をありがとうございました。

まず安藤さんのご講演。安藤さんには、大変分かりやすくおおつちバラエティーショーのお取り組みをご紹介頂きました。私もおおつちバラエティーショーを拝見しに何度か大槌町にお邪魔させて頂き、舞台裏も拝見させて頂いたのですが、まさに安藤さんがおっしゃるとおり、メンバーの皆さんがまるで家族のようだな——安藤さんは〈疑似家族〉という言葉が使われていましたが——と感じました。中学生からおばあちゃんまで1つの舞台上がって、そこで演劇をやられていて。毎年見に行くうちに、私自身もいつの間にか〈疑似家族〉の一員のように仲間に入れて下さって。バラエティーショー立ち上げ当時中学生だった男の子が、先日高校を卒業することになった時などは、食事を一緒にさせて頂いて感慨無量でした。

私だけでなく、私のゼミ生も何人か大槌にお邪魔致しまして、バラエティーショーのメンバーの皆さんと仲良くして頂きました。それがきっかけになって、バラエティーショーのメンバーの方が、今度は北海道の洞爺湖のイベントにお越しいただき、私たちと一緒に頂いたり。そういう交流の広がりが生まれていったことは、私やゼミ生にとっても非常に楽しく、貴重な経験になりました。安藤さんがおっしゃるとおり、本来出会わなかったであろう人たちが出会っていくことで、化学反応と言うか、面白い事が連鎖反応的に起こって行くんだなということを、身をもって体験させて頂きました。まさに「エンターテインメントは価値観を変える」のだと思います。年々舞台を繰り返していく中で、いろいろな人たちが関わり合いながら、とても大切なものが生まれてきているな、と感動致しました。ありがとうございます。

おおつちバラエティーショーのご活動、本当に心から応援したいと思っております。益々

のご発展をお祈り致します。貴重なお話を本当にありがとうございました。

そして続いての島田さんのご講演。埼玉県さんのお取り組みのキーワード通りの、「熱くゆるく」「尖った」お話をありがとうございました（笑）。私と島田さんが最初にお会いしたのが、確か2008年だったかと思います。島田さんがおっしゃるところの〈2次元インパクト〉があった翌年の春ですね。観光課の前身の観光振興室にお邪魔して、当時、室の皆さんが手掛けられていた〈埼玉ちょ〜でいーぶな観光協会〉という、これもウェブ上のバーチャル観光協会について、お話を伺ったのが初めての出会いでしたよね。

（島田邦弘） はい、そうでしたね。〈埼玉ちょ〜でいーぶな観光協会〉が立ち上がったのは、私が観光振興室に来る前の年だったのですが、その様子を見ていて、別の課にいらながらも「こんなことやっちゃっていいんだ」と感じてました。「あそこ行ったら面白そうだな」と思っていましたら、奇跡的に呼んでいただけまして。以降こんなふうになってしまいました（笑）。

（山村高淑） 良い意味でこんなふうに（笑）。でも振り返ってみれば、当時、早くもバーチャル観光協会を立ち上げていたわけで、そのノウハウが、今回コロナ禍という環境で新たに立ち上げられたバーチャル観光ホームページにも大いに活かしているのではないのでしょうか。「尖っていこう」というテーマのもと、やられていることは本当にぶれていないな、とあらためて感銘を受けました。

（島田邦弘） ありがとうございます。

（山村高淑） アニ玉祭も毎年サミットに参加させて頂き、本当にありがたく思っています。先程のご講演の中で、「遊び心というスパイス」という表現がありましたが、すごくいい言葉だなと思いました。実際にアニ玉祭に毎年参加させて頂き、お仕事とはいえ私自身本当に楽しいんですね。イベントに込められた遊び心がすごい。だからこそ安藤さんがおっしゃるところの〈疑似家族〉のような、埼玉の皆さんに関わりたいな、という気持ちが自分の中で毎年毎年大きくなっていく。そんな経験をさせて頂いています。本当にありがとうございます。

（島田邦弘） ありがとうございます。

（山村高淑） さて、ここで、本日聴講して頂いている方から、ひとつ質問が届いております。安藤さん宛の質問です。「現状、大槌町に外国人の住民の方や観光客は、どれくらいいらっしゃるのでしょうか？ また宜しければどの国の方が多いのかも教えてください」というご質問です。安藤さん、如何でしょう？

(安藤彰紀) 手元に数字が無いので、私の感覚的なお答えになりますが、まず外国人の方で大槌町にお住まいの方は、技能実習生の方が多く、おそらく数十人程度ではないかと思います。東南アジア出身の方が多い印象ですね。大槌町にお住まいの外国人の方で欧米出身の方は、私が知る限りでは、おそらくお一人。学校のALTの先生です。

観光客の方については、具体的には台湾の方が多く、震災前には年間2千人の方にお越しいただいたこともありました。また、大槌町は震災の時に台湾赤十字さんから16億円以上の御支援金をいただきまして、これを活用し、幼稚園の再建や災害公営住宅を整備しております。加えて、今、オリンピックの復興ありがとうホストタウンでは、台湾が大槌町のパートナーとなっています。コロナ禍の前には、例えば音楽大学のコーラスグループの方々がいらっしゃったり、あるいは台湾の高校生の方が大槌町に研修旅行にいらっしゃったりしています。

(山村高淑) 安藤さん、ありがとうございます。

それでは島田さん、安藤さんとお話を進めて参りたいと思います。まず島田さんに1点、先ほどのご講演に関連して私からお伺いしたい点がございます。アニ玉祭に毎回参加させて頂く中で、いつもすごいなと感心するのがタイムテーブルです。複数のイベントを同時進行で実施されていますよね。このあたり、どのように上手くマネジメントされていたのでしょうか。そのあたり、お聞かせいただけますでしょうか。

(島田邦弘) そうですね。確かに、プログラムの組み立てについては悩むところですよ。これまで実際のリアルな会場で開催してきた際も、結構な苦情を頂きました。「どうしてあっちとこっちを一緒にやるんだ」、「両方見たいのに」、と。

(山村高淑) あれだけ面白いコンテンツが並ぶのですから、それはありますよね。

(島田邦弘) そうなんです。でも今回は、オンラインということもあり、同時進行はできませんでした。ですので——部下の職員の考えを尊重したのですが——、とにかく見ていて飽きないように、いろいろ変化をつけようと、コーナーとコーナーの間に地域のPRを入れたり、ゆるキャラコーナー的なものを入れたりしました。本当にずっと通して見てくれる人もいないかもしれないので、とにかくメリハリがつく形にしよう、それだけを心掛けました。メリハリです。

(山村高淑) そうだったのですね。違う角度から言えば、それだけコンテンツが充実したからこそ、先程おっしゃっていたように見逃し配信の視聴者の伸びがあった、とも言えますよね。

(島田邦弘) そうですね。

(山村高淑) ありがとうございます。さてここで、聴講されている方から、島田さんにご質問を1件頂きました。「お祭りは土着性のある地域の核となる伝統だと思います。〈らき☆すた神輿〉の際、伝統が損なわれるのでは等の反対意見はあったのでしょうか？ もしあったとすれば、その反対意見に対してどのように対話を重ねたのでしょうか？」というご質問です。いかがでしょう、島田さん。

(島田邦弘) そうですね。それに関しては、山村先生もよくご存知だと思うのですが、残念ながらお亡くなりになられてしまったのですが、鷲宮に成田さんという、人望もあって、地域で祭りを仕切っていた方がいらっしゃったんですね。その成田さんが、本当にアニメファンのことをよく見つめて下さっていて、ファンの気持ちをしっかり汲み取ったというところがまず大きかったと思います。そしてさらに言えば、そこにつながるまでに、先程いくつか紹介しましたように、商工会さんが、地域のいろいろな場所をアニメファンに巡ってもらえるような仕掛けをうまく組み立てたということがありました。当時はまだまだ、いわゆる〈オタク〉というものに対して、マスコミの論調も決して温かいものじゃなかったです。

また、地域住民の皆さんにとっても、「アニメファンってどんな人達なのだろう？」という思いがあったと思います。それが、例えば飲食店のスタンプラリーでは、スタンプを手に入れるためにファンの皆さんが実際にお店の人と会話をしながら「美味しかったです、スタンプお願いします」と。ストラップを買う時にも「ストラップ買いに来ました、売ってください」と。そうこうするうちにだんだんと、お店の方々も住民の方々も、「アニメファンって心優しくて真面目だね」、「そんな真面目な人達が縁もゆかりもないうちのまちにまでわざわざ来てくれるんだから歓迎しようよ」、そんな空気が広がっていったように思います。

そういった空気を活かしながら、アニメファンに対し、地域の重要なポジションにある成田さんがしっかりと手を差し伸べてくれた。町自体が仕掛けをつくって、結果としてそういった空気が出来、そしてキーマンが手を差し伸べる、どの要素が欠けても成立しなかったのではないかなと思います。

(山村高淑) ありがとうございます。私もまさに島田さんがおっしゃるとおりだと思います。私も現場で、地元の方々が温かくアニメファンの皆さんを迎え入れ、交流が進んでいく様子を目の当たりにして、感銘を受けたことを今でも鮮明に覚えています。先ほど見せて頂いたように、ストラップを町内で販売された時なども、いろいろなお店で売のですが、1店舗には2種類しか置かないというルールを商工会さんが作られましたよね。全種類揃えたい人は複数店舗をかなりの距離歩かないと揃えられない。そういう中で、いろいろな店主さん、事業主さんとアニメファンの方が顔見知りになっていく。そんなプロセスを目の当たりにて、私も「何かいいなあ、こういうの」としみじみ思いました。経済効果とか入込客

数とか、そういった指標とはまた違った、〈温かさの指標〉みたいな部分。観光ってこういうところでも計らなきゃいけないんだということを、私は埼玉で教えて頂きました。

(島田邦弘) 本当におっしゃるとおりですよ。私も今回自分のプロフィールに、「公私を問わず県内各地のアニメのまちおこし活動にコミット」と書きましたが、アニメなどコンテンツ関連の事業には公私を問わず関わりたくなるんですよ。数字だけじゃなくて、アニメがつかないでくれた人のご縁や気持ちというのが確実にあるんです。きっと安藤さんもそんな思いでお取組みをされていると思うのですが、やっぱりコンテンツには力がありますよね。そうしたことに携わることができた我々は、ある意味すごいラッキーなんだろうなと。

(山村高淑) 安藤さん、如何でしょうか。安藤さんからお話しいただいた事例も、老若男女問わず人と人がつながっていきながら、バラエティーショーという舞台、大きなうねりになっていった例ですよ。バラエティーショーも私は現場で何度も拝見して、まさに胸を打たれました。そんなバラエティーショーのお取組みの中で、今までつながっていなかった人をつなげるうえでは、いろいろとご苦労等もあったかと思うのですが、そのあたりは如何でしたか？

(安藤彰紀) 逆に言うと、そういった普通の人生では交わらない方々が交わることで化学変化を起こそう、というところがバラエティーショーでの私の狙いでもあったので、実はそうした点については、あまり苦労はありませんでした。携わって下さった皆さんが、自発的にそれぞれの関係性を築いていって下さったんですね。この点は非常に良かったと思います。今年(2020年)の2月に、コロナのこともあって、一応演劇の方は一区切りしたのですが、その打ち上げの際に、何年もバラエティーショーに携わってきたメンバーの中の二人が、「結婚します!」と公表して大団円で終わったということがありました。何だか『ドラクエ』みたいな話なんです(笑)。いずれにしても、皆さんそれぞれが楽しんで活動に参画頂くこと、これはバラエティーショーの立ち上げ当初から大事にしてきた点ですね。皆さんが活動の仲間に入って下さる時に、私からお願いしたことは、「義務感では続かないので、皆さんがワクワクする状況でこの活動に携わっていただきたい。携わり方の濃淡というのは、それぞれの自由ですよ」ということでした。このことをずっと言い続けてきたことが功を奏したのかなと(笑)。

(山村高淑) 〈ワクワクする状況〉、重要なキーワードですよ。島田さんのご講演には〈遊び心〉というキーワードがありましたし、安藤さんのご講演でも〈エンターテインメント〉の重要性についての指摘がありました。今安藤さんがおっしゃったとおり、各々が好きな形で、楽しく関わる事が出来る仕組みをどう作っていくのか、という点。このあたりが実は本日のお二方のご講演に共通する論点だったのではないかと思います。

おおつちバラエティショー、私が初めて拝見しに大槌町に伺った時に衝撃を受けたのは、演劇部分だけではなくて、例えば、マドロス舞踏とか、主婦の皆さんのフラダンスとか、とにかくいろいろな方々が〈我こそは!〉という感じで舞台の上で堂々とパフォーマンスをされて、聴衆の皆さんが大きな拍手を送られている。それがすごくアットホームな空気なんですよね。その時、その感動を安藤さんにお伝えしたんですね。「古き良き昭和のバラエティテレビ番組みたいな演出ですね。『欽ちゃんのドンとやってみよう!』みたいな」と(笑)。そうしたら安藤さんも、「まさにそういう演出方法なんです」と。本当にすごく良い舞台を見せて頂きました。ありがとうございました。

5. まとめ

(山村高淑) それでは、まとめのパワーポイントを投影しながら、まとめに向けて3人で議論をしていきたいと思います。

5-1. 『メディアミックス地域おこし』の可能性——『リアル』な場所と『オンライン』の効果的な組み合わせ

まず、冒頭でお示しました3つの論点についてです(図10)。まず1点目として挙げたのが、『『メディアミックス地域おこし』の可能性』という点です。安藤さんのご講演の中で、まさにいろいろなメディアでコンテンツを展開していく、しかも地域がプロデュースするかたちで展開していく、という事例、モデルを示していただきました。都営地下鉄さんで中吊り広告を掲出する等、地域プロモーションの効果も大きかったと思います。それから〈Vターン〉。VはバラエティショーのV。そういう仕掛けもすごく良いなと思いました。俳優の皆さんとも、その後も交流が続いているということで、とても心温まるお話でした。こうしたメディアミックス地域おこしの可能性と課題について、安藤さんは如何お考えになりますか?

(安藤彰紀) まず可能性についてですが、メディアミックスによって、それ自体が掛け算になる、と言う点ですね。つまり、掛け算は化学変化を起こし、関わる方々のドキドキワクワクにつながったり、あるいは成長につながったりします。

課題はというと、今後はメディアミックスしている項目間の優先順位を付けたほうが良いのかなという点です。今までの5年間の活動ですと、どこまで射程距離としてリーチできるのかなと、いろいろなことを、ある程度実験的に行ってきたという側面がありました。これからは優先順位を付けて、取捨選択してやっていくことが課題になるのかなと思っています。

まとめにかえて～冒頭で示した3つの論点

① 『メディアミックス地域おこし』の可能性

……メディアミックスとリアルな場所のもつ意味とは？

② 『リアルな場所』と『オンライン』の効果的組合せ

……効果的に交流を生み地域のサポーターを増やすには？

③ 『世代』と『地域』を越えたつながりの醸成

……資産としての地域内外の人のつながり

……ノウハウの継承、次世代育成

→ツーリズムの本質とは？

図10 ツーリズムを通じた心の復興に向けた3つの論点

(出所：山村高淑作成)

(山村高淑) ありがとうございます。同じ質問になってしまうのですが、島田さん、埼玉県取り組みの中では、まさに安藤さんがおっしゃるところの〈メディアミックス型の地域振興・観光振興〉といったあたり、どのように可能性をお考えになりますか？

(島田邦弘) すごく難しいテーマだと思うのですが、例えば、先程ご紹介したNHKさん、実はテレビだけではなく、今回本当にいろいろな仕掛けをしてくれました。首都圏のニュース番組で、一週間ずっと本県のアニメの取り組みに関わる特集をしてくれましたし、ラジオでも紹介番組を放送してくれました。ホームページでも紹介頂きました。加えて、リアルイベントもやっていただいたんですよ。おそらくそれぞれについて、少しずつ視聴者・参加者層も違うと思うんですね。実際、NHKのプロデューサーの方に何うと、例えば、ラジオですとリスナーの年齢層はぐっと上がるそうで、「今回ラジオを聴いて初めて埼玉がアニメで頑張っていることを知りました。応援したいです」といったお便りもあったとのこと。やはりいろいろなメディアを効率よく組み合わせることで、新たなかたちの観光振興、地域おこし、地域活性化につながる可能性を高めていけるのでは、と今回の取り組みの中で思いました。さらに今回、実際にNHKの番組を拝見していてすごく良いなと感じたのは、単に「埼玉でこれをやってますよ」というだけではなく、実際にアニメを活用して地域を元気にしようと頑張っている人だったり、アニメが好きで地域を訪れたファンの人の活動だったり、〈人〉にフォーカスしてうまく番組を作ってくれていた点ですね。こうした形で、単

に作品に絡んだ取り組みの紹介だけでなく、作品をキーにしつつ、頑張っている人達が大勢いるんだ、ということが広く伝わっていけば良いな、そんな感想を持ちました。

(山村高淑) ありがとうございます。まさに、いろいろなメディアを通して、それぞれ異なるマーケットにうまくリーチしていく、そしてそうしたことを、顔が見えるかたちで展開していく。そういう非常に重要な示唆を頂いたように思います。埼玉県さんも大槌町さんも、それを丁寧に実践されているように感じました。

ちょうど今、聴講されている方から1点、島田さん宛に質問が届きました。「観光についての説明のところで、地域にとっての光というお話がありました。そのあたりもう一度お聞かせ頂けませんか。素晴らしい認識だと思います」というご質問です。島田さん、如何でしょう。

(島田邦弘) ありがとうございます。観光という言葉は、もともと中国の古典である『易経』という書、易、まさに占いを扱った本なのですが、その中にある「国の光を観る」というくだりから生まれた言葉なんですね。光というのはまさに地域の魅力だったり、資源だったり。それをしっかりと見つめて光を当てて、どんどん人目に付くようにする。「うちの地域ってすごいいいでしょう、そんなようなことを表した言葉が観光だというふうに私は教えてもらいました。

(山村高淑) ありがとうございます。埼玉県さんのお取り組みの中で、「地域の光」という言葉を示していただくと、やっぱり説得力を持つなとあらためて感じますね。

加えて、3つの論点の2点目、『リアル』な場所と『オンライン』の効果的な組み合わせ」という点についても、まさに先程、安藤さん、島田さんがお答えになられたような、いろいろなメディア、いろいろなアクセスチャンネルというものを通して、さまざまなマーケットにリーチできるような仕組みを作っていく。このあたりが1つの答えになるのかなと思います。

5-2. 『世代』と『地域』を越えたつながりの醸成

(山村高淑) さて、3点目の『『世代』と『地域』を越えたつながりの醸成』というところ、ここがやはり今日のお二方のご発表の肝の部分かと思います。

安藤さんの大槌町の事例では、地域内での世代を超えたつながり、そして地域の中と外とのつながり——社会関係資本と言ってしまうとちょっと硬くなってしまうですが——、そういういった多様なつながりが地域をサポートするかたちで形成されていました。

島田さんの埼玉県の例で言うと、まさにアニ玉祭という1つのイベントを通して、ノウハウがどんどん蓄積されていき、若い世代、例えば県庁の若手職員の皆さんが本当に成長されている。私も毎年現場を拝見していて、皆さんの成長に本当に感銘を受けています。

このあたり、次世代の地域を担う人材の育成ですとか、ノウハウの継承といった点について、現場でどのように取り組まれているのか、あるいは心がけられているのか、お伺いできればと思います。まずは島田さんの方から如何でしょうか。

（島田邦弘） ありがとうございます。実は、観光課に配属になった職員が、仕事でアニメに少しでも絡むことになった場合は、本人が好むと好まざるにかかわらず、いきなり私のミニセミナーを1時間ほど聞かせます。

（山村高淑） 強制ですか（笑）？

（島田邦弘） はい、強制です（笑）。その際、「アニメが好き」と答えた職員には、ちょっとプラスで特別講義があるんですけど。「アニメ嫌い」と答えても、「うん分かった、じゃ聞いて」と無理やり教え込みます（笑）。その時に言うのが、「アニメは単に娯楽じゃないんだよ。アニメは人をつなぐ絆なんだから」。先ほど冒頭で言ったような話から、なぜ埼玉県がアニメに関わるようになったのか、そこをところをまずじっくり教えます。その上で、もしもアニメが好きな職員だったら、どうすればファンの皆さんが喜んでくれるのか、アニメの舞台地を訪れてくれるのか、それを考えようよ、と。そして、それを考えてくれるんだったら基本は何をやってもいいよ、と。僕の仕事は君たちが暴走した時に謝りに行くことだからと、ある程度は若手に任せます。それが必要最低限の人材育成ですかね……アニメに関して言えば。

（山村高淑） ありがとうございます。本当に若手の皆さんが嬉々として、もちろんお仕事ですから大変なご苦労も十分存じ上げているのですが、本当に生き生きと現場で動かれてるな、と拝見していて私も感じます。まさにそういう裏があったんですね（笑）。ありがとうございます。

安藤さん、いかがでしょうか。いろいろな世代の方々とのつながりですとか、次の世代を担う方々の育成、このあたり、どのようなお考えをお持ちでしょうか。

（安藤彰紀） 私は演劇の実例の方で申し上げますね。バラエティショーを5年間やったのですが、私も関わった皆さんにいろいろな経験をしていただくように心がけました。例えば、大槌町だけでなく、盛岡市や長野県軽井沢で公演をしたり。あるいは、タレントのはなわさんをはじめ、著名人、プロの俳優さん、そういった方々とアマチュアの方々にコラボレーションをしていただく。アマチュアの方々——要するに大槌町の若い世代が中心なんですけれども——にいろいろと経験をしていただくわけです。そうした中で、自分たちでもこういったイベントを開催するには、例えば演劇を公演するには、どうすれば良いか、といったあたりを考えるようになっていってもら。具体的には、最初はセリフもなかった人が主

役をやる、あるいは最初は小道具を作る人が準主役級を演劇としてやれるようになる。あるいは舞台監督になる。そういったものをこの5年間である程度やれたかなと思います。次世代の皆さんが次は自分たちでやれるように、いろいろな視野を持っていただく機会を提供するよう、事務局としては注意してきました。

(山村高淑) ありがとうございます。バラエティーショーに関わる皆さんが、それぞれ責任を持って携わることのできる役割を、事務局としてしっかり用意されたということですよ。そういう舞台裏での努力があったということですね。ありがとうございます。

最後にもう1つ、聴講されている方から今、質問がありました。これはお二方に対するご質問かと思います。簡単にお答えいただければ幸いです。「オンラインツーリズムの面白さを高める方法は何でしょうか？」如何でしょう。安藤さんからお答えいただいてもよろしいですか。

(安藤彰紀) そうですね。我々としてはこれからです。これまでリアルな現場でやって参りましたので、今年からオンラインにも挑戦して、リアルな現場とオンラインの併用を行っていくことを目標にしたいです。

(山村高淑) ありがとうございます。島田さん、如何でしょうか。

(島田邦弘) 今年初めてオンラインのイベントを手探りで行ったのですが、なるべく面白いコンテンツを入れたいと考えました。例えば、今年だったらeスポーツとVTuberはどうしても入れたかったんです。それから、旬のネタで、なおかつオンラインに親和性が高いものを取り上げることを心掛けました。例えば、所沢市に〈ところざわサクラタウン〉というポップカルチャーの発信拠点が新しくできたのですが、そういったところを取り上げました。今後は、できれば、オンラインで情報を得ておくと、その分、リアルイベントでもちょっと楽しみがプラスになるよ、といった、お得な感じの仕掛けをオンライン上に取り入れていったら、リアルもオンラインも双方が魅力的になっていくんじゃないかなと考えています。

(山村高淑) ありがとうございます。オンラインとオフラインのうまい補完関係をデザインする、という意味ですよ。

(島田邦弘) そうですね。まさに〈補完計画〉ですね(笑)。

(山村高淑) 〈オンライン・オフライン補完計画〉。見事な言葉で締めていただきました。一部の人にしか分からない表現かもしれませんが(笑)、ありがとうございます。

5-3. 「聖地のトライアングルモデル」の再考

(山村高淑) それでは最後に、本日のまとめを図にしてみましたのでこちらをご覧ください(図11)。この図は、島田さん、安藤さん、私が理事としてご一緒にいる〈間野山研究会〉で2020年の春から、コロナ後のコンテンツツーリズムはどうあるべきか、という点について議論を続ける中で生まれてきたモデルです。コンテンツを介して、地域の皆さん、それからクリエイターの皆さん(プロの皆さんのみならず、新しい価値だとか物語を生み出す人達)、それから地域外のファンですとかサポーターの皆さん、この三者がつながっていく。これが〈コンテンツツーリズム〉です。その際、三者はどういうふうに良好な関係を相互に作っていただけるのか。そしてコロナ禍、コロナ後においては、地域のシステム、地域の暮らしや産業を、こうした関係者がどのようにサポートしていただけるのか、今まで以上に重要な論点になるのではないかと。そういう仕組みを作っていくことが、これからの日本のツーリズムの重要な論点になるのではないかと。このモデルには、そういう思いが込められています。

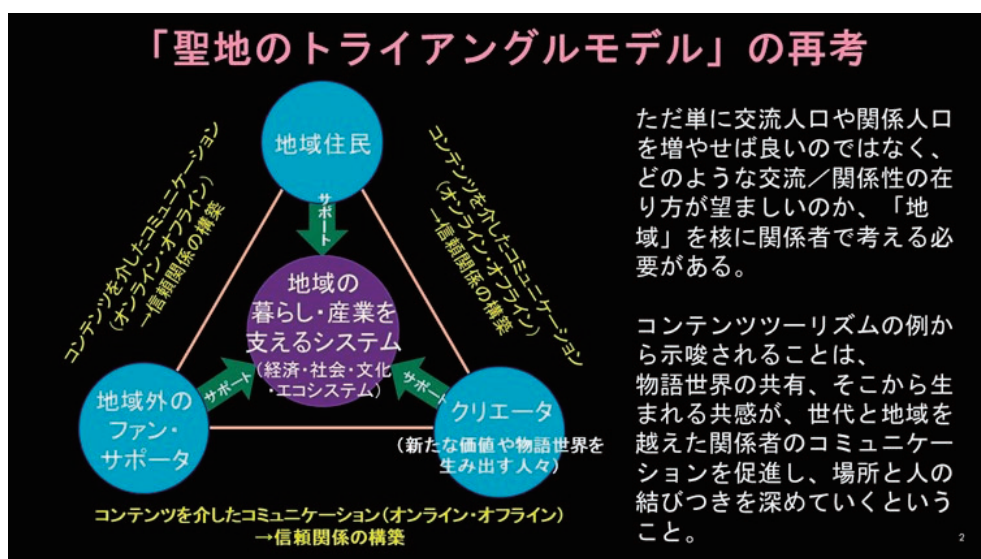


図11 「聖地のトライアングルモデル」の再考

(出所：山村 (2020) を基に山村高淑作成)

今日のお二方のお話にもありましたけれども、交流人口や関係人口を増やすという点も非常に重要ですし、観光収入を上げるという点もとても重要な課題です。ですが、決してそれだけではない。どういう交流のあり方が望ましいのか？ どういう関係性が望ましいのか？ 今日の例では、〈心が温まるつながり方〉の例をいくつもお示し頂きました。そういった関係性、交流のあり方というものを、地域を核にどういうふうに関係者で考えていったらいいんだろうか？ これから地域は、このあたりの課題をしっかりと考えていく必要があ

るのではないか。

いわゆる〈コンテンツツーリズム〉(物語やコンテンツが誘発するツーリズム)には、1つの大きな可能性がある。それは、関係者間で物語世界を共有できる点。そしてそうした物語世界を共通言語として、世代と地域を越えてコミュニケーションが促進される点。コンテンツツーリズムは他のツーリズム様式と比して、こうしたポテンシャルが高い。まさに、アニメ祭も、おおつちバラエティショーも、そうして多様なつながりが広がっていったわけです。コンテンツを共通言語としつつ、コミュニケーションを促進し、場所と人の結びつきをどう深めていくことが出来るのか。先程、島田さんがおっしゃられたオンラインとオフラインの補完計画ですね。このあたりが今後の課題として浮かび上がってきたように思います。

それでは最後になりましたが、島田さん、安藤さんから一言ずつ、聴講されている皆さんにお言葉をいただけませんか。

(島田邦弘) まずは最後までご視聴いただいた皆さん、本当にありがとうございました。この場で皆さんにお話をさせて頂きながら、また新しいアイデアが浮かんで参りました。また、これまでの取り組みに関しては、「ああすれば良かったな」という反省の念もあったりするのですが、今日議論をさせて頂く中で、「でも、とにかく頑張ってみようかな」とそんな気持ちになりました。本当に心から感謝申し上げます。ありがとうございました。

(山村高淑) ありがとうございました。安藤さん、如何でしょうか。

(安藤彰紀) 本日は本当にありがとうございました。大槌町のこと、おおつちバラエティショーのことを皆さんに知って頂き、本当に嬉しく思います。

実は、大槌町を舞台にしたアニメーション映画『岬のマヨイガ』が2021年に公開となりますⁱⁱ⁾。同作品には私も、仕事として協力させて頂いております。また、大槌町としても来年に向けてオリジナルコンテンツの制作に一層力を入れていきたいと思っております。もしバラエティショーのことに関心をお持ちいただけたようでしたら、是非、ご質問ご意見等をお寄せいただければ幸いです。今後ともどうぞ宜しくお願い申し上げます。

(山村高淑) 『岬のマヨイガ』、皆様ぜひご覧頂ければと思います。島田さん、安藤さん、ありがとうございました。

それでは最後に、本日ご登壇頂きました島田様、安藤様に改めて感謝の拍手をお送りできればと思います。オンラインですので皆様は心の中で拍手していただければと思います。どうもありがとうございました。

今日は国内外からアクセスをいただいております。多くの皆様、ご視聴いただきましてありがとうございました。それではこれにて本日終了したいと思います。島田様、安藤様、ありがとうございました。ご聴講頂きました皆様、ありがとうございました。失礼致します。

引用文献：

山村高淑

2020 「趣旨説明資料」，間野山研究学会第4回研究会「新型コロナ問題と『聖地』の現状：各地からの報告」，2020年5月2日，オンライン開催。

2021 「序章——アニメツートリズムからコンテンツツートリズムへ」，山村高淑・フィリップシートン編『コンテンツツートリズム——メディアを横断するコンテンツと越境するファンダム』北海道大学出版会，1-28。

ⁱ 大槌町ホームページ「復興レポート」：

<https://www.town.otsuchi.iwate.jp/gyosei/docs/374250.html>（2021年2月4日取得）

ⁱⁱ 『岬のマヨイガ』公式ホームページ：<https://misakinomayoiga.com/>（2021年2月4日取得）