

〈2〉コンテンツを活かした

宇都宮市の魅力創出

観光交流課 都市魅力創造室 主任主事 森山 真衣

1 はじめに

平成17年に国土交通省、経済産業省、文化庁が共同で「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」をまとめた（国土交通省総合政策局観光地域振興課ほか2005）。この中で「コンテンツツーリズム」という言葉が用いられた。そこでは、地域に関わるコンテンツ（映画、テレビドラマ、小説、マンガ、ゲームなど）を活用して、観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズムを「コンテンツツーリズム」と定義している。また、コンテンツツーリズムの根幹は、地域に「コンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージ」としての「物語性」や「テーマ性」を付加し、それらを観光資源として活用することとしている。

従来の言葉を用いると「聖地巡礼」ということになるが、聖地巡礼とはコンテンツ作品に興味を抱くファンが、その舞台となった場所を巡ることを指す。現在のコンテンツツーリズムは、作品の舞台となった場所を巡るだけでなく、コンテンツの活用が地域の活性化や新たな観光資源の創出に結びついている。これが、従来の「聖地巡礼」と一線を画す重要な点である。

本稿では、コンテンツツーリズムの成功事例や本市での取組を紹介するとともに、コンテンツツーリズムに期待される効果などについて報告する。

2 成功事例

先述の報告書に明記されたコンテンツツーリズムの成功事例をまとめたものが表1である。

最近ではマンガ、アニメを題材にしたツーリズムとその活用による地域活性化の動きがみられるようになってきた。たとえば、アニメ「らき☆すた」¹が代表的なものである。作品の舞台は埼玉県旧鷲宮町²、幸手市、春日部市などに広がっているが、登場人物の1人が神社の巫女であったため鷲宮神社にスポットがあたり、12万人（平成19年）だった初詣客が30万人（平成20年）、42万人（平成21年）へと急激に膨れ上がった（増淵2010）。

ここで注目されるのは、アニメの活用による地域活性化の動きである。旧鷲宮町は商工会が中心となり、オリジナルグッズの作成、販売を行っている。さらにはイベントと連動したツアー、飲食店スタンプラリーなど、さまざまな企画が実施されている。その根幹には「らき☆すた」のファンと地域との間でコミュニケーションの創出があった。たとえば、ファンの中にはボランティア組織を結成した者もあり、かれらはお祭りなどのイベント時に、観光客の整理やゴミ拾い等の活動を行っている。観光客と地域の交流が地域の愛着の形成に寄与し、これらの活動の持続性を高めるとともに、新たな価値創造に結びついている。

また、茨城県大洗町が舞台となったアニメ「ガールズ&パンツァー」も町おこしの成功事例として知られている。戦車を使った武道である戦車道が華道や茶道と並び大和撫子の嗜みとされている世界を描いた物語で、兵器である戦車を美少女たちが運用するという作品である。大洗町では、コンビニエンスストアのほか、店舗や宿泊施設、交通機関、役場や商工会などが協力して、まちなみや各種施設、交通機関がほぼ忠実に再現され、一部は実名で登場する。

大洗町の事例でも、地域住民と観光客との交流

¹ 美水かがみによる4コママンガ作品とそれを原作としたゲーム・アニメ作品。角川書店の月刊ゲーム雑誌「コンプティーク」において平成16年1月号より連載されている。

² 平成22年3月23日久喜市に合併された。

表1 「映像等コンテンツのあり方に関する調査」による事例一覧

作品等	主なロケ地等	経済効果
北の国から(テレビドラマ)	北海道 釧路(ろくごう)地区	最終回を迎えた2002年度の観光客数は約250万人と過去最高となり、半期だけで前年比169%増となっている。
ラブレター(映画)	小樽市、函館市	1999年にアジアからの観光客が300万人以上増加。2001年には1,000万人以上に達している。
世界の中心で愛を叫ぶ(映画)	香川県庵治(あじ)町(現高松市)	2004年5月の映画公開から2005年4月までの1年間に同町のロケ地を訪れた人は推計52,650人。同町全体の入込み客数は2003年が88,844人だったのに対し、2004年は132,771人と、50%近く伸びた。
冬のソナタ(テレビドラマ)	韓国	韓国への日本人観光客数の増加は2004年4月から10月までの7ヶ月間に187,192人増加し、これに伴い韓国の観光収入も299.5億円(3,328億ウォン)増加した。
新撰組！(NHK大河ドラマ)	京都府	平成16年内で観光客が100万人増加し、市内に総額約170億円の経済効果があった。内訳は、交通関連分野で22億円、宿泊費や飲食代等サービス分野で105億円、土産関連の製造業で約37億円としている。
水木しげる記念館	鳥取県 境港市	境港市では「水木しげるの記念館」が開館した2003年3月から12月末までの市内の観光消費額(入館料、土産、飲食、交通、宿泊費)の増加分を13.7億円と推計。記念館の建設工事、運営費も加えた市の新たな需要増額は17.6億におよび、間接波及効果を含めた経済波及効果の合計は26.7億円に達する。

国土交通省「平成17年コンテンツのあり方調査」から作成

84

が多い点が特徴である。商店街の人たち一人ひとりが観光客に積極的に声を掛けることで、町全体の雰囲気を作られている。その結果、観光客は地元の人たちとの交流を続けるためにリピーターになった。さらに、観光客同士にもコミュニティが形成され、地元の祭りに参加するグループも出てきた。

3 本市を舞台とした作品と取組

本市は人口約52万、北関東最大の都市であり、全国的には「餃子のまち」として知名度を上げている。ここでは、実際に本市を舞台とした作品について紹介する。

(1) 弱虫ペダル

「弱虫ペダル」は平成20年から「週刊少年チャンピオン」に連載されている自転車競技を題材としたマンガで、平成25年からアニメ化されている。単行本第34巻295話から「インターハイロードレース栃木県大会」が始まり、そのスタート地点が本

市の宇都宮城址公園³になっている。ここは実際にシクロクロスの会場として使用されている⁴。マンガでは、城址公園の清明台や土塁のほか、二荒山神社などが描かれており、市民は宇都宮が舞台となって描かれていることを認識することができる。

(2) 遠雷

「遠雷」は昭和55年に刊行された小説で、本市を舞台に、農村に都市化の波に流される人々の中で、土地にしがみつき、トマト栽培に賭ける青年の姿を描く。本市出身である立松和平の作品で、映画化もされた。

作品の舞台は、新興住宅地が迫る農村地帯であり、具体的な地名は出てこないが、まちなかの歓楽街なども描かれている。映画撮影では市内泉町のスナックや瑞穂野団地などがロケ地とされた。

³ 江戸時代初期の宇都宮城の姿を復元するため、平成19年に本丸の堀や土塁の一部と2つの櫓が公園事業により整備された。
⁴ 「自転車のまち」でもある本市は、ジャパンカップサイクルロードレースが過去24回開催されてきた。シクロクロスは、障害物のあるオフロードレースで、本市では平成26年から開催されている。

(3) オリオン通り

本市の中心商店街オリオン通り⁵を題材に、斉藤和義⁶が作詞、浜崎貴史⁷が作曲した「オリオン通り」が平成16年に発売され話題を呼んだ。この「オリオン通り」は、斉藤和義のアルバム「青春ブルース」に収録されている。宇都宮市商工会議所やオリオン通り商店街などが協力し、宇都宮市限定で販売するシングルカット版のCDが作成された。価格は500円でCDショップ以外のオリオン通りの店舗でも販売されたことから、発売1か月余りで3,500枚が売られた。

(4) コンテンツツーリズムへの市の取組

以上紹介したように、本市を舞台とするコンテンツはいくつか存在する。それらの活用を検討するため、本市では平成27年度に「コンテンツツーリズム講座」を開催した。この講座では、コンテンツツーリズムの第一人者である法政大学教授の増淵敏之氏を講師に迎え、市民を対象に全12回の講義を開催した。本講座では、コンテンツツーリズムの定義や、成功事例、本市を舞台とした作品について学んだ。平成28年1月現在、講座は開講中であるため、講座の成果物は完成していないが、平成25年に横須賀で作成されたコンテンツマップ(図1)の作成を検討しているところである。

コンテンツマップの活用策として、たとえば、着地型観光のルートの一つとして作品の舞台を巡る観光を提案することや、アニメを中心としたイベントなどの際に活用することなどが期待できる。これを機に、観光創出のみならず、産業創出や地域文化創出にもつながるコンテンツツーリズムの活用を図っていきたい。



図1 横須賀コンテンツマップ(増淵敏之監修)

4 本市におけるコンテンツツーリズムの今後の可能性について

コンテンツツーリズムは、交流人口を増やし、経済を活性化させ、地域の人たちのビジネスを活性化させることである。そのためには、観光客を受け入れる地元の人々の共感や支持、周辺の人たちの理解や協力も不可欠である。その際、観光客を増やすだけではなく、地域の人々が、自分たちの暮らす地域への愛着をどのように持つか、高めるかという点も重要となる。

地域はコンテンツを活用することによって、その「物語性」を既存の観光資源に付加したり、全く新たな観光資源を創出したりすることが可能となる。すなわち、コンテンツを活用することで、地域のイメージを能動的に作り出すことができる。ただし、これまで本市が舞台となった有名な作品はほとんど存在していない。

事実、平成26年に実施した「宇都宮市観光動向調査」によると、本市のイメージは「餃子のまち」以外の認知がほとんどされておらず、本市が作品の舞台となるコンテンツが見つけない。本市では、これまでジャズやカクテル、自転車、大谷石のまちなど、イメージPRに力を入れているが、これらの認識は県外では1割前後に留まっている。今後は、コンテンツツーリズムに寄与できる新た

⁵ 東武宇都宮駅から宇都宮二荒山神社方面を結ぶ、約500mのアーケード商店街。

⁶ 栃木県壬生町出身のミュージシャン。本市の作新学院高等学校を卒業。

⁷ 本市出身のミュージシャン。

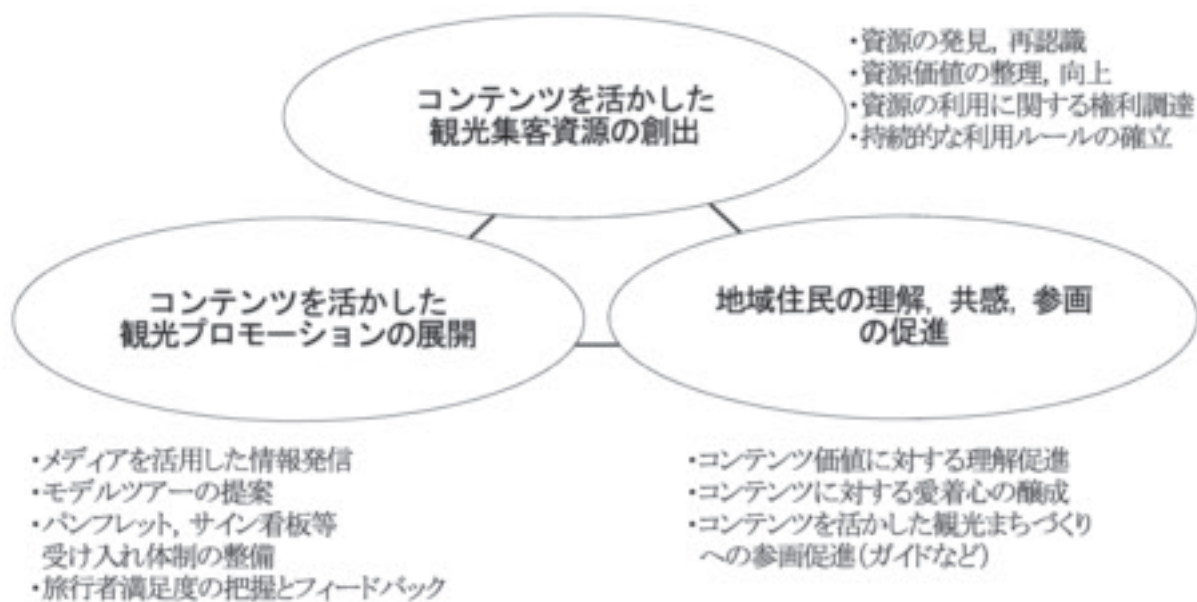


図2 コンテンツツーリズムの推進フレーム

出典:増淵ほか(2014, iv)

なコンテンツの掘り起こしや体制づくりが求められる。また、本市には将来のアーティスト育成を目指して、アニメや文学を学ぶ大学や専門学校があることから、これらの学校と連携し、コンテンツとして活用できる情報提供により、将来、卒業した学生たちが、本市を舞台とした作品を生み出す可能性が高まる⁸。

このためにはまず、コンテンツツーリズムを推進する体制づくりとして、コンテンツとして活用できる資源の発見などによる「観光集客資源の創出」や、メディアを活用した情報発信などの「観光プロモーションの展開」、地域住民がコンテンツの価値に対する理解促進などの「地域住民の参画促進」、これらの取組を循環させる必要がある(図2)。

このように、コンテンツツーリズムは、都市の魅力を高めるツールとして期待できる。

本市が「餃子のまち」とともに新たなイメージの定着を図るためには、地域の魅力を引き出し、高めることが重要である。そのためには、市民が愛着を持って暮らせるまちづくりを展開する必要がある。これが結果として、コンテンツツーリズムにつながることになる。

参考文献

- 国土交通省総合政策局観光地域振興課・経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課・文化庁文化部芸術文化課、2005、『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』
- 増淵敏之、2010、『物語を旅するひとびと—コンテンツツーリズムとは何か—』彩流社
- 増淵敏之、2011、『物語を旅するひとびと〈2〉—ご当地ソングの歩き方—』彩流社
- 増淵敏之・溝尾良隆・安田亘宏・中村忠司・橋本英重・岩崎達也・吉口克利・浅田ますみ、2014、『コンテンツツーリズム入門』古今書院

⁸ たとえば、文星芸術大学卒業者の手によって、本市中央卸売市場で働く夫の日常を題材にした「うちのダンナは野菜バカ」のマンガがすでに世に出ている。