

令和3年度自主研究事業 最終報告書

地域×サブカルチャーの取組・成果

管理者	齋藤 隆	移住・交流推進課 (JOIN)	秋田県
リーダー	前田 岳	移住・交流推進課 (JOIN)	福井県福井市
	田中 啓嗣	移住・交流推進課 (JOIN)	福岡県
	高木 明大	移住・交流推進課 (JOIN)	茨城県
	清水 蓉子	地域創生 G	山梨県北杜市
	柚原 孝平	地域創生 G	岐阜県飛騨市
	岩倉 竜矢	企画 G	富山県南砺市
	倉 寿和	情報・広報 G	京都府福知山市
	西田 周平	総務課	

目 次

1 はじめに.....	1
2 調査地の選定理由	1
3 調査事例	
(1) 静岡県沼津市：アニメ.....	3
(2) 富山県南砺市：アニメ.....	5
(3) 石川県金沢市：アニメ.....	8
(4) 富山県：e スポーツ.....	11
(5) 茨城県：e スポーツ.....	13
(6) 岡山県岡山市：e スポーツ.....	16
(7) 京都府舞鶴市：音楽.....	18
(8) 群馬県渋川市：音楽.....	20
(9) ヤマハ：音楽.....	23
4 まとめ・提言	25
参考文献	30

1 はじめに

調査目的

日本は、他の先進国と比べて少子化に伴う人口減少及び高齢化が著しく進行している。令和3年に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生基本方針2021」によると、日本の人口は平成20年をピークに減少局面に突入している。特に地方では人口減少が著しく、地域の伝統的行事の担い手の不足など、地域コミュニティの衰退が進んでいる。一方で、令和4年1月に総務省統計局が公表した「住民基本台帳人口移動報告2021年結果」によると、東京圏¹の各都県の多くでは転入超過となっている。東京圏への年齢別転入超過人数では20～24歳は69,936人、次いで15～19歳は23,742人、25～29歳は17,747人となっており、地方に住む若年層が東京圏に転出している状況にある。

これらを背景に、地方では地域内活動の活性化はもちろんのこと、都市部からの移住・定住の推進、関係人口²・交流人口の創出に向け、様々な媒体を活用した取組を積極的に展開している。その中でも、アニメやマンガ、ゲーム、音楽といった特定の人々に対して強い訴求力を持つ新興のコンテンツ「サブカルチャー」を活用した活性化の手法が、地域の新たな成長戦略の一つとして注目されている。

この手法は、観光客の誘致や関係人口の創出、地域住民の活動の活性化など地域振興を目的としたものが多い。中には、アニメの舞台（アニメ聖地）となったことをきっかけにして集客に成功した地域がメディアでさかんに取り上げられるなど注目を集め、訪れたファンが最終的にその地域に定住する事例も出てきている。全国のアニメの聖地巡礼の登録数は、ここ7年で約2,500件から5,000件に倍増している（※令和3年4月時点。株式会社ディップによる聖地巡礼MAP上の登録数）。

こうした例に限らず、それぞれの地域が地域の特性に合わせ多様なサブカルチャーを活用して地域活性に取り組んでいる。一方で、地域がサブカルチャーを活用する際に参考となる資料や参考となる事例は少ない。そのため、サブカルチャーを活用しても、一過性の取組で終ったり地域住民と摩擦が生じる例も多く見られる。

そこで本調査は、サブカルチャーを活用して地域活性化に取り組む地域の先進事例を調査し、調査から得た共通点や特徴、課題についての整理・考察を行い、サブカルチャーを未だ活用していない地域や活用しているが更なる発展を望む地域に資することを目的とする。

2 調査地の選定理由

本調査では、今後もサブカルチャーが新たに生まれ続けることを想定し、複数のサブカ

¹ 東京圏とは、東京都、神奈川県、埼玉及び千葉県を指す。

² 関係人口とは、移住した定住人口や観光にきた交流人口とは異なり、地域外に居住しながら、特定の地域と多様な形で継続的に関わる人々を指す。少子高齢化が進行する地方においては、関係人口が新たな地域づくりの担い手になることが期待されている。

ルチャーを調査することで、それらの共通項について考察する。

まず、多様なサブカルチャーの中から、市場の拡大が見込まれるため活用される機会が多いと予想される「アニメ」「音楽」「e スポーツ」の3つのコンテンツを以下の理由で本調査の対象に選定した。

表 1 コンテンツ選定理由一覧

ジャンル	選定理由
アニメ	一般社団法人日本動画協会「アニメ産業レポート 2020」によると、日本のアニメ市場規模は平成 21 年が 1 兆 3,878 億円であり、令和元年には 2 兆 5,112 億円と約 2 倍に成長している。
音楽	総務省の「社会生活基本調査」によると、平成 23 年の「楽器を演奏する人」は全国に 1,092 万人であり、平成 28 年には全国に 1,240 万人と増加傾向にある。
e スポーツ	一般社団法人日本 e スポーツ連合の調査によると、e スポーツの市場規模は平成 30 年の約 44 億円に対して令和 4 年は約 91 億円になる予想されている。

次に「アニメ」「音楽」「e スポーツ」を活用した先進事例を以下のとおり 3 事例ずつ選定し、関係団体に対して聞き取り調査を行った。

表 2 視察先及び選定理由一覧

ジャンル	視察先名称	選定理由
アニメ	静岡県沼津市 (沼津市役所)	・作中に登場する地域と登場しない商店街地域が連携し、アニメを活用したまちづくりを実施 ・行政がアニメの制作会社と地元企業のつなぎ役となり、版權利用（手続き）の簡素化を担う ・アニメの聖地化を機に 37 年ぶりに転入超過
アニメ	富山県南砺市 (一社) 地域発 新力研究支援センター)	・一般社団法人 地域発新力研究支援センター (PARUS) が設立され、アニメツーリズムの振興に取り組む ・アニメ内の架空都市と姉妹都市提携を締結
アニメ	石川県金沢市 (湯涌温泉観光協会)	・アニメ内の架空の祭りを、地域のお祭りとして実際に開催 ・地域内外からの支援により継続して開催
e スポーツ	富山県 (株ZORGE)	・Toyama Gamers Day (TGD) を通じて、地域内外の人を巻き込んだ e スポーツイベントを開催
e スポーツ	茨城県 (茨城県)	・「いきいき茨城ゆめ国体」に合わせて、全国初となる「全国都道府県対抗 e スポーツ選手権」を開催

e スポーツ	岡山県岡山市 (岡山駅前商店街)	・商店街活性化のために e スポーツを活用し、着実に大会規模を拡大 ・中国・四国地方初の e スポーツ専門学科が専門学校に開設される予定
音楽	京都府舞鶴市 (舞鶴ミュージックコミッション)	・全国初の地方公共団体主導によるミュージックコミッションを設立
音楽	群馬県渋川市 (一社) 渋川青年会議所)	・住民参加型の 1,000 人規模の音楽祭を実施
音楽	(株)ヤマハミュージックジャパン	・地域の課題を音楽で解決する「おとまち」や音楽を使った地域コンサルティング事業を実施

3 調査事例

(1) 静岡県沼津市：アニメ

①沼津市の概要

沼津市は首都圏から 100km 圏内の静岡県東部に位置し、太平洋式の東海気候区に属し、年間を通じて温暖な気候に恵まれた地域で、面積は 186.96 ㎢、人口は 192,644 人（令和 3 年 4 月 1 日時点）である。

②取組に至った経緯

沼津市とテレビアニメ「ラブライブ！サンシャイン！！」（以下「ラブライブ！」という。）の関係は、平成 26 年に始まった。当時、アニメ制作会社であるサンライズ株式会社（以下「サンライズ」という。）がラブライブ！の舞台として、海があり、学生（高校生）がいる場所を探していたところ、沼津市が候補として挙げた。受入判断にあたっては、アニメを活用したまちづくりで成功している茨城県大洗町の事例もあったことから、沼津市でも前向きに検討し、サンライズの申出を受けることとなった。アニメの企画発表の翌日には、ファンの車が沼津市内に現れ、アニメの放送後にも多くのファンが聖地巡礼に訪れるなど、ラブライブ！の効果によって沼津市に足を運ぶ人は増加した。

一方で、ラブライブ！に登場する舞台は、沼津駅からバスで 40 分ほどの内浦地区がメインとなっており、せっかく沼津市を訪れる人が増えても、多くの人が沼津市の中心部を通過してしまう状況となっていた。そこで、アニメに登場しないエリアを含めた沼津市内全域でラブライブ！のコンテンツを活用し、聖地以外の場所にも足を運んでもらうための取

組が開始された。

③取組内容と成果

(ア) 市独自の取組

沼津市が主体となつて行う取組は、①沼津市施設共通入場券のデザインへの活用、②ふるさと納税の返礼品としてのグッズ作成、③キャラクターマンホールの設置、④Aqours（作中に登場するアイドルユニット）の観光大使就任、⑤主人公の声優がナレーションを務める観光PR動画の作成、⑥ロケ地巡りマップの作成である。そのほか、広報による取組紹介や、市ホームページにキャラクターの誕生日を掲載するなど、地域住民がアニメに触れる機会を設けている。アニメの舞台の受け入れにあたっては、市職員とサンライズによる住民説明会を開催しているが、その後も定期的に地域住民の目に触れる機会をつくり、よりラブライブ！を身近に感じてもらえるように取り組んでいる。

また、ラブライブ！を活用したい地元企業と著作権元であるサンライズをつなぐ取組を行っている。あらかじめ地元企業が作成した、活用に関する企画書を市が受け付け、サンライズに提出し、後の商談は地元企業とサンライズで進める、という方式をとっている。地元企業から「キャラクターを活用したいが、どこに問い合わせたら良いかわからない」との声があがったため、市として窓口を一本化し、スムーズに交渉が進むよう地域を支援している。こうした行政の取組もあり、地元企業も次に紹介するように様々な活性化施策に取り組んでいる。

(イ) 商工会議所・地元企業の取組

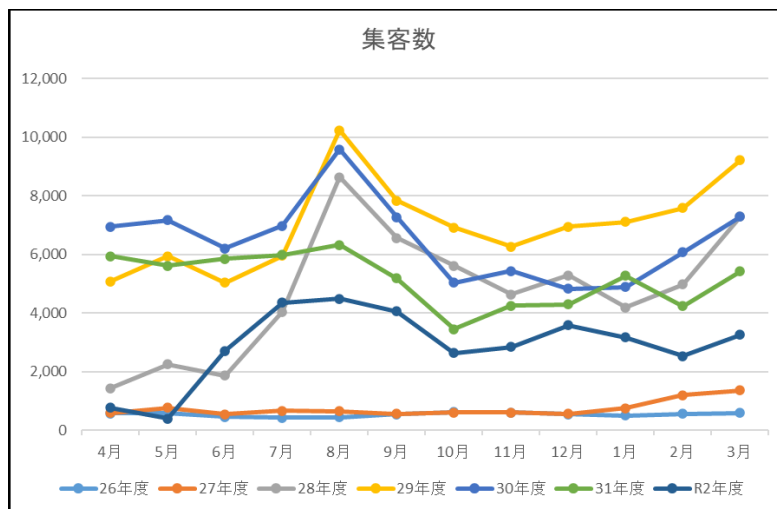
商工会議所の代表的な取組として「沼津まちあるきスタンプ」がある。沼津駅周辺の商店を中心に100店舗以上がこの取組に参加しており、スタンプラリーのほか、各店舗でオリジナルの缶バッジを購入することができる。協賛店舗は市内各地に点在しているため、聖地に訪れたファンを市内広範囲に誘導することができる。また、市内の交通事業者は、市内の移動手段として活用されるタクシー、バス、鉄道などの一部をラブライブ！仕様にラッピングしている。このような取組で、ファンがより周遊したくなるような仕掛けづくりが行われている。

そのほか、水族館等の入場券のデザインへの採用や、地場産品（パン、JAが製造するみかんジュースやお菓子等）とコラボした商品の開発など、地域全体でさまざまな取組を行っている。

そうした取組の成果として、ラブライブ！をきっかけとした沼津市への移住者が現れている。沼津市の取組は市内の広範囲に広がっているため、一度の来訪ですべてのスポットを回ることが難しい。何度も聖地巡りのために沼津市を訪れる中で、地域住民と関わったり、豊かな自然に触れたりすることで、ラブライブ！のファンから沼津市のファンに変わり、移住へと結びついている。子育て支援等、さまざまな施策の効果も相まって、アニメ放送後3年が経過した平成31年には昭和57年以来37年ぶりに転入超過に転じている。

また、元より内浦地区の観光案内施設であった三の浦観光案内所では、ラブライブ！の聖地化をきっかけにアニメ関連グッズを展示し、聖地巡礼に訪れたファンを迎えている。平成 26 年度の来場者数は月平均で 535 人であったが、アニメ放送後の平成 29 年度には、月平均で 7,012 人が来場し、約 13 倍の伸びとなっている。令和 2 年度は新型コロナの影響がありながらも月平均で 2,898 人が三の浦観光案内所を訪れ、市全体での取組が、長期間にわたってファンを呼び込むことにつながっている。

表 3 三の浦観光案内所の来客数の推移（沼津市提供）



④課題と今後の展望

ラブライブ！を活用した地域活性化を進めていく上での課題として挙げられたのが、プライバシーの保護やセキュリティ確保の問題で

ある。ラブライブ！では市立中学校を舞台としているため、ファンが聖地巡礼をすることで、生徒のプライバシーが侵害されかねない。対策として、アニメ放送後ではあるが、学校外からプールを見えなくするような工事をしたり、中学校周辺道路を部外者立ち入り禁止にしたりするなどの対策をとることで、トラブルを防いでいる。

また、行政特有の課題であるが、担当が代わる段階で引継ぎが上手く行われず、事務が滞ってしまうことが挙げられる。沼津市では、担当が変更となる際には前任、後任、そしてサンライズの担当が 3 者で引継ぎを行い、担当変更後もスムーズに業務を遂行できるよう工夫している。

アニメによる地域活性化は、アニメ放送終了とともに観光客が減少するなど、継続性に欠けることが課題として挙げられる。沼津市としては、聖地以外の沼津市についてもよく知ってもらい、ラブライブ！の聖地以外の沼津市ももっと好きになってもらいたいと考えている。そのために、聖地巡りを基本とした沼津周遊のモデルコースを作成し、市の観光サイト（沼津観光ポータル）で情報発信を継続することで、今後にもぎわいを維持できるよう取り組んでいく予定である。

(2) 富山県南砺市：アニメ

①調査地の概要

南砺市は、平成 16 年 11 月 1 日に、城端町、平村、上平村、利賀村、井波町、井口村、福野町、福光町の 8 つの町村が合併して誕生した人口 49,235 人（令和 3 年 4 月 1 日時点）の市である。富山県の南西部、富山市から約 40 km、石川県金沢市から約 30 km に位置し、面積 668.64 ㎢のうち約 8 割を白山国立公園等を含む森林が占めている。

②経緯、地域課題

南砺市では、平成20年に放送された市内城端地区を舞台モデルとしたテレビアニメ「true tears」のファンによる舞台モデル巡り（聖地巡礼）が活発となったことを契機³として、アニメツーリズムに力を入れている。「true tears」により、地域外から若者が城端地域に集まっていることを背景に、城端以外の地域も訪れてもらうため、南砺市は、平成25年から「恋旅 Nanto プロジェクト」を開始した。南砺市を舞台にしたアニメ「恋旅～True Tours Nanto～（以下「恋旅」という。）」を市予算で制作し、「恋旅」の後編は南砺市内のみで視聴できる形とした⁴。アニメを見るために南砺市を訪れてもらい、併せて「恋旅」の舞台となった地域をめぐってもらうプロジェクトとなっており、平成31年まで実施された。

南砺市がアニメツーリズムを推進している中、平成29年4月から9月にかけて、南砺市を舞台モデルとした株式会社ピーエーワークス（以下「P.A. WORKS」という。）制作のアニメ「サクラクエスト」が放送された。「サクラクエスト」は、架空の都市である「間野山市（まのやまし）」を舞台に、観光協会職員などの5人の女性が過疎化の進むまちの地域振興・観光振興に奮闘する物語となっている。

間野山市の舞台モデルが南砺市だったことを縁とし、南砺市はアニメを活用した観光や地域振興の取組みを推進することを目的に、平成29年10月に間野山市と姉妹都市提携を締結⁵した。自治体とアニメに登場する架空都市が姉妹都市提携を締結することは日本初の取組であった。この姉妹都市提携をきっかけとして、翌年の平成30年5月に「桜ヶ池クエスト」の取組が始まった。

③取組内容、体制

「桜ヶ池クエスト」は、南砺市城端地区にある農業用ため池「桜ヶ池」の周りに植えられた桜の木を整備するという取組で、「サクラクエスト」最終回のエピソードを参考にしたものとなっている。「サクラクエスト」の最終回は、主人公たちが「桜池」という桜がきれいに咲く場所で、1本の桜の木を植樹して終わっている。「桜池」のモデルである桜ヶ池の周囲には、約40年前に地元住民の手で桜の木が植えられたが、整備が行き届いておらず、多数が立ち枯れ状態となっていた。そこで、桜の木を整備し、桜ヶ池を「サクラクエスト」最終回のように桜がきれいに咲く場所にするため、「桜ヶ池クエスト」は始まった。

「桜ヶ池クエスト」は、桜ヶ池の周りに植えられた約1,000本の桜の木を整備するものであるため、“長い年数続けられる取組”とすることを主軸において始まっている。これを

³ 「true tears」は当初、富山県内で放送されていなかったため地域住民の認知は低かったが、地域に同作品のファンが訪れるようになったことで認知されるようになった。そこから地元のお祭りとのコラボや、作中に登場するキャラクターの特別住民票の発行、出演声優の観光大使への任命などを通し南砺市とP.A. WORKSとの関係が強化された。また、ファンによる公式イベントが南砺市城端伝統芸能会館「じょうはな座」で行われるなどファンと地域との交流も実施されていた。

⁴ 現在は全編YouTubeで公開している。

⁵ 南砺市と間野山市は、地域性に類似する部分が多いことから、姉妹都市提携を締結するに至っている。これにより文化、教育、芸術、経済などの交流を通じた相互の繁栄と幸福を目指している。

達成するため、「桜ヶ池クエスト」では、「サクラクエスト」ファン、南砺市のファン等から寄付を募り、その募金を活動費に充てている。これにより、行政による補助金等に頼らない形で活動を継続できている。寄付の返礼品として「サクラクエスト」に関するグッズを進呈することで、寄付のインセンティブとしている。

また、実際に桜の保全活動を行うのも、地域内外の「サクラクエスト」ファン、南砺市のファン等が中心で、年3〜4回程度、雑木の伐採や、枝打ち、苔落としなどを行っている。サクラ“クエスト”にちなんで、保全活動をロールプレイングゲームに見立てて実施しており、保全活動を「クエスト」、参加者を「勇者」「ギルド団」と称し、楽しみながら参加できる「参加型地域振興策」と銘打っている。クエスト（桜の保全活動）の進捗状況は「桜ヶ池クエスト」のホームページで確認でき、参加者のモチベーション向上につながっている。

「桜ヶ池クエスト」は始まって4年が経過しても、神奈川県や愛知県など地域外のファンが継続的に参加している。「桜ヶ池クエスト」は、このようにして活動を長年継続していくために必要な資金と人手を確保している。

「桜ヶ池クエスト」は、桜ヶ池クエスト実行委員会が実施しており、一般社団法人地域発新力研究支援センター（通称 PARUS。以下「PARUS」という。）が事務局となっている。PARUS は P. A. WORKS と南砺市、P. A. WORKS と地域をつなぐ存在となっており、「桜ヶ池クエスト」の活動資金管理や、「サクラクエスト」関係グッズの権利関係の整理・調整等を行っている。



桜ヶ池クエストでの保全活動の様子

（提供：PARUS）

「桜ヶ池クエスト」は、上記により活動のための資金と人手を確保していることに加え、地域と共存できている点も特徴と言える。そもそも「桜ヶ池クエスト」の取組が計画される前から、地域の有志の手により桜の整備に向けた取組が行われていた。桜ヶ池の周りの桜の木は植樹されたものであるため、整備のために桜の木の所有者を確定させる必要があった。植樹から年数が経過し、所有者との連絡は困難を極めたが、地元の有志が約5年をかけて約500本の桜の木の所有者を確定させた。しかし、実際に整備を進めるうえでは、地元住民だけでは手が足りないという状況であった。

「桜ヶ池クエスト」の取組はこれらを背景に成り立っており、地元住民の力だけでは足りない部分をうまく補う形となっている。「桜ヶ池クエスト」と共存する形で地元住民による清掃活動や薪割りイベントなども実施されており、加えて「桜ヶ池クエスト」にも地元の造園業組合が多大な協力を行うなど、「桜ヶ池クエスト」は地域と調和しつつ、地域外の力も取り入れることで継続実施に成功している。これらの取組により、桜ヶ池の周りの桜の木の生育環境は改善に向かっている。

④今後の課題、展望

アニメツーリズムは、アニメ放送開始直後はモデルとなった地域への注目度が高いが、放送が終わると注目度は下がってしまう。そのため、アニメのモデルとなった自治体がアニメツーリズムなどの取組を始めようと計画する時期には、既にアニメファンから注目さ

れておらず、一過性の取組になってしまうことが多々ある。したがって、どのようにしてアニメファンを継続的に地域につなぎとめるかが課題である。

これを背景に、「桜ヶ池クエスト」は、桜の保全を通じて、ファンが地域と継続的に関われる取組を目指した。現在は地域内外からの募金・協力により自走できているが、一方で、地域住民に「桜ヶ池クエスト」の活動の実態（募金と参加者、運営者のボランティアより成立していること）が十分に知れ渡っていないという課題がある。「桜ヶ池クエスト」の取組を継続させていくため、地域での認知度を高め、活動の気運を保っていく必要がある。

桜ヶ池周辺には、P.A. WORKS の本社や PARUS が指定管理者を務める南砺市クリエイタープラザ「桜クリエ」があり、「桜ヶ池クエスト」の取組も行われていることから、南砺市は桜ヶ池を南砺市のアニメ文化発信拠点にすべく取組を進めている。南砺市は、「桜ヶ池クエスト」と合わせ、アニメを通じた地域の活性化を目指している。

(3) 石川県金沢市：アニメ

①調査地の概要

金沢市は、面積約 469 km²、人口 462,173 人（令和3年4月1日時点）の中核市で、本州および石川県のほぼ中央に位置している。

今回調査事例として取り上げる「湯涌ぼんぼり祭り」は、金沢市湯涌町にある湯涌温泉で実施されている。湯涌温泉は金沢市の南東に位置している。令和4年1月現在で9軒の温泉宿がある山里の温泉街となっており、「金沢の奥座敷」と呼ばれている。

②経緯、地域課題

平成26年4月、P.A. WORKS によるテレビアニメ「花咲くいろは」の放送が始まった。

「花咲くいろは」は、東京で育った女子高校生が、「湯乃鷺（ゆのさぎ）温泉」という架空の温泉街の旅館で仲居として働くという物語で、湯涌温泉が湯乃鷺温泉の舞台モデルとなっている。

アニメの終盤には、「ぼんぼり祭り」というアニメオリジナルのお祭りが開催される。「ぼんぼり祭り」とは、毎年10月（神無月）、神様が湯乃鷺から出雲に帰るにあたり、道に迷わないよう道沿いにぼんぼりを灯すものとして描かれている。ぼんぼりには、人々が願い事を書いた「のぞみ札」をつるし、神様は道しるべのお礼に、その「のぞみ札」を出雲に持っていき、願いをかなえてくれるというものである。

湯涌温泉観光協会は、年々湯涌温泉への観光客数が減少していることを背景に、湯涌温泉の夜のにぎわいや新たな地域の文化の創出を目的に、浅野川水害⁶からの復興三周年事業として「ぼんぼり祭り」を湯涌温泉で開催できないかと考えた。そこで、湯涌温泉観光協会から P.A. WORKS に「湯涌ぼんぼり祭り」⁷の開催を持ちかけ、アニメ放送終了直後の平成

⁶ 平成20年7月に発生した水害。集中豪雨による浅野川の氾濫により、湯涌温泉やその下流のエリアが被害を受けた。

⁷ アニメ内のぼんぼり祭りは「ぼんぼり祭り」、湯涌温泉で実施しているぼんぼり祭りは「湯涌ぼんぼり祭り」となっており、本書中においても同様に使い分けている。

23 年 10 月に、第 1 回「湯涌ぼんぼり祭り」が開催されることになった。

③取組内容、体制、成果

「湯涌ぼんぼり祭り」は、「ぼんぼり祭り」同様に、湯涌稲荷神社から温泉街にぼんぼりを灯し、のぞみ札をつるす。7 月に「湯涌ぼんぼり祭り点灯式」を実施した後、10 月に本祭として「湯涌ぼんぼり祭り」が開催される。「ぼんぼり祭り」では、きつねを連れた少女の形で神様が表現されていることに合わせ、地元の子どもが神様役としてお祭りに参加している。本祭では湯涌稲荷神社の宮司による神事が行われ、お祭りの最後に神主による祝詞、お焚き上げが行われる。そのほか地域住民による物販や地域の演奏家によるライブ、地域の小中学校を巻き込んだイラストぼんぼりの掲出などが行われ、単なる一過性の“再現イベント”ではなく、“末永く続く地域のお祭り（＝地域の伝統行事）”となるよう開催されている。

湯涌ぼんぼり祭りは、湯涌ぼんぼり祭り実行委員会によって企画・運営されている。実行委員会は、湯涌温泉観光協会、P.A. WORKS、アニメ製作委員会（花いろ旅館組合）、金沢市、金沢市内の新聞社や設営会社等で構成され、湯涌ぼんぼり祭りにおける役割分担は下表のとおりとなっている。

表 4 湯涌ぼんぼり祭りにおける役割分担（筆者作成）

主体	主な役割
・ 湯涌温泉観光協会 ・ 金沢市湯涌温泉観光事業協同組合	湯涌ぼんぼり祭りの企画立案、運営、記念グッズ作製、販売
・ アニメ製作委員会	湯涌ぼんぼり祭り応援イベントの企画・実施、記念グッズ作製（権利関係整理を含む）
・ 金沢市	補助金等による湯涌ぼんぼり祭り実施の支援 湯涌ぼんぼり祭り当日の市長の登壇
・ 湯涌ぼんぼり祭り実行委員会	湯涌ぼんぼり祭りの実働部隊 会場設営、誘導整理、広報等

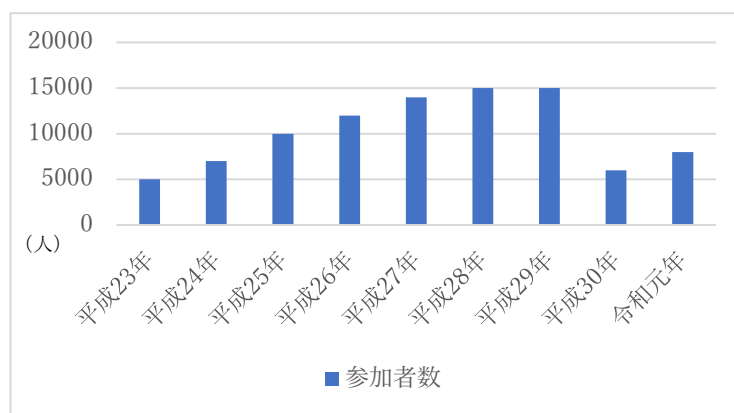
このほか、湯涌ぼんぼり祭りの運営には、「湯涌サポーターズ」というボランティア組織が大きく貢献している。湯涌サポーターズは地域内外の 30 名ほどで構成されており、湯涌ぼんぼり祭り全体の運営補助、そのほか湯涌温泉で行われる行事やイベントのサポートを行っている。湯涌ぼんぼり祭りの開催時間帯は旅館の繁忙時間帯と重複しており、お祭り当日に人手を確保することが難しい。そのため、湯涌サポーターズの協力は、湯涌ぼんぼり祭りの開催に不可欠のものとなっている。



湯涌ぼんぼり祭りの開催場所（左）と
ぼんぼり（右）
（筆者撮影）

第 1 回湯涌ぼんぼり祭りは、平成 23 年 10 月 9 日に開催された。約 5,000 人の来場者数があり大盛況であったが、一方で、混雑の発生や、携帯電話回線のパンクなどの課題も残った。第 2 回以降は、「個人協賛ぼんぼり」を設け、協賛者をお焚き上げに優先案内することによる混雑緩和や、移動式基地局の設置による携帯電話回線の確保など工夫や対応をしている。第 3 回

表 5 湯涌ぼんぼり祭り（本祭）来場者数の推移
（公式発表数を基に筆者作成）



以降の開催にあたっては、前年の課題の改善を図る形でブラッシュアップしていき、令和元年まで 9 年間継続実施されている。来場者数の推移は表 5 のとおりとなっており、第 6 回、第 7 回には 15,000 人の来場者が訪れている。継続開催されていること、テレビアニメ放送終了から 5, 6 年が経過⁸したところで最大となっている点が「湯涌ぼんぼり祭り」の特筆すべき点だといえる。⁹

令和 2 年には新型コロナウイルス感染症の影響により開催が中止されたが、令和 3 年は「第 10 回湯涌ぼんぼり祭り開催祈念配信」をインターネット配信によって実施している。

湯涌ぼんぼり祭りは、“湯涌温泉が湯乃鷺温泉になってはいけない”、“来場者にはありのままの湯涌温泉を感じてもらうことが重要”という考えを持って実施されている。ぼんぼり祭りをきっかけに湯涌温泉を訪れたアニメのファンが、地域のファンになり、湯涌ぼんぼり祭り以外の時期にも継続して湯涌温泉を訪れる姿も見られるようになっていく。

一過性のイベントにならない、地域に根付くお祭り（伝統行事）になることを目指して始まった湯涌ぼんぼり祭りは、地域内外の協力によって実施され続けている。

④今後の課題、展望

湯涌ぼんぼり祭りの今後の課題として、開催に要する資金確保が挙げられる。金沢市からの支援はあるが、それだけでは足りない状況となっている。例年、グッズ販売等の物販による収入により資金を確保してきたが、令和 4 年（第 10 回）の開催にあたっては、新型コロナウイルス感染症の影響で例年通りの集客は見込めない状況にあり、収入も減少することが予想される。そのため、令和 3 年からは、お祭り時期に限らず、通年でぼんぼり祭りの記念グッズをインターネット販売している。また、協賛ぼんぼりの拡充策も検討して

⁸ 平成 25 年には、ぼんぼり祭り開催前数日の物語を描いた「劇場版 花咲くいろは HOME SWEET HOME」が公開された。

⁹ 平成 30 年の本祭は、当日に台風が接近する予報だったことから翌日に延期された。ライブイベントやシャトルバスの運行が中止され、規模を縮小しての開催となったことから参加者数が減少した。令和元年の本祭についても、当日に台風が直撃したことから、約 1 か月延期しての開催となり、参加者数が減少した。

いる。

これに関係して、お祭りの適正規模の見直しも将来的に検討しなくてはならない。湯涌温泉全体の最大宿泊人数は 500 名ほどとなっており、お祭り参加者全員が湯涌温泉に宿泊することはできない。湯涌ぼんぼり祭りが地域の伝統行事として行われていくにあたり、現状（例年）の来場者数は、湯涌温泉での受け入れのキャパシティに対して過大となっていることは否めない。一方で、集客がないと収入が減り、お祭りの継続実施が困難になるというジレンマを抱えている。これを解決するため、実行委員会では、現地でのお祭りとインターネット配信を融合させた開催方法を検討している。

(4) 富山県：e スポーツ

①調査団体の概要

日本の北陸に位置する富山県で、近年 e スポーツを活用したまちおこしが進んでいる。その中でも特に積極的に取り組んでいるのが、富山県、高岡市、射水市及び魚津市である。これらの地方公共団体と連携し、e スポーツイベントの企画や運営を行っている株式会社 ZORGE（以下「ZORGE」という。）がある。

ZORGE は、平成 30 年に堺谷陽平氏が立ち上げて代表を務めている会社で、イベント等を通じて e スポーツの振興に取り組んでいる。

堺谷氏は、ZORGE の代表のほか、富山県 e スポーツ連合¹⁰の代表も務めている。ZORGE や富山県 e スポーツ連合での活動を通して、数々の e スポーツイベントの企画・運営を手掛けている。

②経緯、地域課題

堺谷氏が e スポーツを活用したまちおこしに取り組んだ経緯は、もともと趣味で開催していたスマホゲームのイベントがきっかけであった。当初、堺谷氏の知人を集めて 30 人程で開催していたが、評判が口コミで拡散し、そのうち 40 人以上が集まるようになった。平成 31 年には大規模な施設を借りての e スポーツ大会を開催し、約 4,000 名もの来場者が集まった。

また、堺谷氏は、同時期に現在の富山県 e スポーツ連合の先駆けとなる「富山県 e スポーツ協会」を立ち上げており、富山県内での e スポーツが徐々に注目を集めるようになっていた。堺谷氏、ZORGE 及び富山県 e スポーツ連合は精力的に活動を続け、継続実施されるイベントも生まれている。

これらの活動の中、富山県内の地方公共団体との連携が生まれている。

富山県情報政策課（現デジタル化推進室）では、地域課題の解決のための 5G の利活用に取り組んでいた。5G と e スポーツとの親和性の高さや、富山県内の e スポーツへの関心の

¹⁰ 富山県 e スポーツ連合は、2016 年 9 月に一般社団法人 日本 e スポーツ協会（JeSPA）の加盟団体として発足した。本組織は、富山県内の e スポーツの普及を目的に、e スポーツに関する調査やプロライセンスの発行、大会の認定、関係各所との連携、e スポーツ選手の育成や支援に取り組んでいる。

高まりから、e スポーツを活用することを決め、富山県 e スポーツ連合との連携が生まれた。その他、e スポーツを通じた地域の魅力発信を目的に、高岡市や射水市、魚津市などの連携も生まれている。

③取組内容、体制

堺谷氏、ZORGE 及び富山県 e スポーツ連合による取組の 1 つとして、「Toyama Gamers Day」(以下「TGD」という。)が挙げられる。平成 28 年から令和 3 年まで、計 10 回開催されており、富山県内で開催される e スポーツイベントの代表的なものとなっている。

特に令和元年 9 月に開催された第 8 回 TGD「Toyama Gamers Day 2019/5G Coliseum」は、富山県が e スポーツのまちとして広く認知されるきっかけとなるイベントとなった。本イベントは、富山県、富山県 e スポーツ連合及び富山テレビ放送で構成される「Toyama Gamers Day 2019/5G Coliseum 実行委員会」が主催している。その他にも、高岡市と魚津市が共催に加わり、後援やスポンサーが 26 社ついた。本イベントは、高岡市テクノドームで 5G の実証実験として実施され、参加者来場者含め 3,500 人が集まった。これは、北陸エリアでの e スポーツイベントとして最大級の規模を誇っている。当日のイベント企画では、「ストリートファイター5 AE」を利用した高岡市長と魚津市長の対戦や、「SHADOWVERSE」や「ぷよぷよ e スポーツ」といった人気ゲームを用いたトーナメント形式での対戦が行われた。プレイヤーの参加申込は 340 件もあり、会場には 20~35 歳の県内外の若者が多く集まった。本イベントにより、富山県が e スポーツを活用して地域活性化に取り組んでいるという認知度が向上した。

第 9 回までの TGD では、県外からの参加者が多かったため、「地域を知ってもらうための企画」を実施していた。具体的には、若鶴大正蔵(砺波市)の酒蔵を会場とし、地酒を飲みながらオールナイトでゲームを行ったほか、大会の優勝者には地元の職人が製作したメダルを贈呈した。地元の企業や職人と連携し、富山にしかない資源を活用した取組を実施している。

令和 3 年 12 月に開催した第 10 回 TGD「カニゲーム」では、これまでプロと呼ばれる人達やゲームを事前にプレイしている人達に向けて実施していた TGD とは異なり、幅広い世代の人が気軽に参加できる形で開催している。具体的には開催当日までゲーム内容が明かされないことで、素人でも気軽に参加できる工夫がされている。また、1 対 1 で競い合うのではなく、4 人 1 組のチームで敵を倒すゲームや、チーム内で点数を競いあうゲームを採用している。これらの企画は、ゲームを通じて他の参加者との交流やつながり(コミュニティ)を生み出すことを目的として実施された。

TGD のほかにも、ZORGE は 5G や高速 Wi-Fi の稼働テストとして、高岡市の御旅屋通り商



第 10 回 TGD「カニゲーム」の様子
(筆者撮影)

店街を会場とした e スポーツイベント「御旅屋ゲーム」を令和 3 年 3 月に開催している。御旅屋ゲームでは、商店街の店舗同士が競う e スポーツ大会のほか、全国からのオンライン参加者による e スポーツ大会も実施された。この様子はテレビで生中継もされている。

このように、堺谷氏を中心として、富山県では e スポーツを活用した地域活性化の取組が実施されている。この取組は、人と人をつなげるだけでなく、先進技術の普及にも寄与するものとなっている。

④今後の課題、展望

富山県は令和 3 年に「e スポーツイベント運営事業補助金」として、県内で実施される e スポーツにより地域活性化を目指す県内各地域の取組に対して、1 市町村あたり 150 万円を上限とした補助金を交付している。これにより、県内市町村で e スポーツを活用したイベントが開催されている。一方で、e スポーツの認知度はまだまだ低いため、より積極的に各地でイベントが開催されることが望まれる。

堺谷氏は、令和 4 年 3 月に全国では初となる「高齢者×e スポーツ」のイベントを開催する予定だと話す。このイベントは、本企画に賛同した全国の e スポーツ連合と共同し、全国規模で参加者を集めてオンラインで開催する予定である。堺谷氏は、この取組が今後の e スポーツの新しい形となれどと話す。

また、ZORGE の事務所がある高岡市においては、人口減少や若年層の県外流出、新高岡駅付近に北陸最大級のショッピングモールができたことなどを背景に、高岡駅周辺の商店街や飲食店はにぎわいを失っている。商店街付近にある複合商業施設「御旅屋セリオ」もキーテナントであった大和（百貨店）が撤退し、地域の衰退に拍車をかけることが予想されていた。

この解決策の 1 つとして、御旅屋セリオ内に、e スポーツ振興のための施設「Takaoka e-Park」が作られている。令和 2 年 4 月にオープンし、ZORGE 等が主催する e スポーツイベントのほか、小中学生向けのプログラミング教室なども実施されている。

Takaoka e-Park は末広開発株式会社により運営されており、イベントによる e スポーツの認知向上や、プログラミング等を介した次世代の担い手育成が行われている。

(5) 茨城県:e スポーツ

①茨城県の概要

茨城県は、関東地方の北東部に位置する県で、人口は 2,857,975 人（令和 3 年 4 月 1 日現在）、日本の総人口の約 2.3%を占めている。総面積は 6,097.39 km²で平地が多く、可住地面積約 4,000 km²は 全国 4 位である。

②経緯、地域課題

令和元年に茨城県が主催した「いきいき茨城ゆめ国体」（以下「国体」という。）において、全国初となる「全国都道府県対抗 e スポーツ選手権 2019 IBARAKI」（以下「e スポーツ選手権 2019 IBARAKI」という。）を実施したことを契機に、茨城県は、e スポーツ振興事業

に取り組んでいる。

インクルーシブスポーツ¹¹実施の全国的な気運を背景に、国体のイメージソングを使用したダンスコンテストにおいて「水戸ろう学校チーム」が入賞を果たしていたことをヒントとし、障がい者も一緒にできるものとして e スポーツ大会が企画された。その後、日本 e スポーツ連合との相談を経て、e スポーツ選手権 2019 IBARAKI の開催が決定した。

e スポーツ選手権 2019 IBARAKI は令和元年 10 月 5 日、6 日に茨城国体における文化プログラムとして実施された。当初は、国体の認知度を向上させることを主目的に実施されたものであったが、全国のゲーム愛好者やゲーム業界に好意的に受け止められ、出場選手 600 名、来客 2,500 名、そして報道 131 社と盛況であった。同大会の結果を踏まえ、茨城県では、全国大会のレガシーを活かしながら、大会以降も e スポーツの振興を図り、事業を行っていくこととした。e スポーツ関連産業の振興（県外からのイベントやゲーム関連ビジネスの誘致、県内企業の市場参入）を目指す観点から、事業の所管は産業戦略部となった。

事業の方針を決めるにあたり、e スポーツの有識者や県内企業へのヒアリング調査を行うとともに、令和元年 8 月には e スポーツの関係者を集めた対話集会を実施した。それらの結果、当時 e スポーツの活用に関心を持っていた事業者は県内では少ないため、県として取り組む事業は、大規模な大会・イベントの開催を目的にするのではなく、まずは県民や企業等の e スポーツの認知度を向上させ、e スポーツに関心を持つ企業等を増やすことを目的とした。令和元年 9 月補正で予算化し、同年 10 月から事業を開始した。



優勝チーム記念撮影

(提供：茨城県市町村実務者)

③取組内容、体制、成果

上記経緯から、産業戦略部産業政策課が中心となって、県内での e スポーツの認知度向上、企業等の参入促進、若年層を中心としたプレイヤーの裾野拡大を目指し、イベントの主催や民間のイベント開催支援、ビジネスセミナー等に取り組んでいる。主な取組内容は以下のとおりとなっている。

(ア) 全国都道府県対抗 e スポーツ選手権 2020KAGOSHIMA

eFootball ユニシングイレブン部門関東ブロック代表決定戦を令和 2 年 11 月 3 日、水戸芸術館で開催した。芸術文化を象徴する施設である水戸芸術館にて開催することで、e スポーツは一つの文化であるという意識醸成を図っている。

(イ) Ie リーグ (e スポーツ企業・団体対抗戦)

e スポーツの普及と企業の交流を目的に、e スポーツの団体交流戦を茨城県が主催し

¹¹ 障害の有無や年齢、性別、国籍等を問わず誰もが相互に人格と個性を尊重し支え合い、人々の多様な在り方を相互に認め合える全員参加型の社会である共生社会の実現に向けた取組を推進する、各人の適性にあったスポーツ活動のこと

ている。令和2年10月に開催した第1回には、企業、大学、行政（県庁、村役場）、福祉団体、市民団体などから12団体16チームが参加した。仕事を終えた18時に集合し、対戦前には名刺交換を行うなど参加者間の交流が図られている。

(ウ) いばらき高校eスポーツ選手権、NASEF JAPAN チャレンジカップ in いばらき

株式会社サードウェーブからの企業版ふるさと納税をもとに、将来のeスポーツを担う人材の育成を目的として、令和3年11月7日、14日に「いばらき高校eスポーツ選手権」を開催した。上位チームは11月27日に開催された「NASEF JAPAN チャレンジカップ in いばらき」で全国の強豪校と親善試合を行っている。

(エ) いばらきeスポーツアカデミー、いばらきeスポーツアドバイザー

いばらきeスポーツアカデミーは、eスポーツや関連ビジネスの現状を知るためのセミナーであり、企業や大学生に向けて開催している。第1回は令和2年2月6日に行い、令和4年1月19日までに計9回実施している。第1回はeスポーツの総論について、第2回ではeスポーツの活用事例（リハビリテーション、社内コミュニケーション）についてのセミナーとなっていた。第3回以降は、「高校の部活動」「地域企業」「ICT」など、様々な切り口からeスポーツの可能性を掘り下げている。

また、eスポーツに関する有識者、著名人を「いばらきeスポーツアドバイザー」として選定しており、いばらきeスポーツアカデミーでの講義やイベントへの出演を通して、eスポーツの認知度向上を図っている。

(オ) いばらきeスポーツ産業創造プロジェクト推進協議会

令和2年3月に発足したこの協議会は、令和4年2月末時点で105団体の会員によって構成されている。県内でのeスポーツ振興と産業化を目標に、eスポーツに関心のある企業、機関等によるネットワークの形成やイベントを通じたeスポーツの普及に取り組んでいる。

これらの取組により、県内でのeスポーツの認知度は徐々に向上している。令和元年に実施したヒアリング調査ではeスポーツの活用に興味を持つ事業者は少なかったが、直近ではいばらきeスポーツ産業創造プロジェクト推進協議会の会員は100団体を超え、eスポーツを部活動として取り入れている県内の高校は14校にのぼっている。eスポーツの関係者が増え、関係者間での連携が活発化しているため、県では関係者間の取り次ぎも行っている。

④今後の課題、展望

茨城県は様々な取組を行い、eスポーツの認知度向上と産業振興を行ってきた。その結果、eスポーツ産業関連の事業所は増え、eスポーツ部を創設した学校も増えている。

一方、まだまだeスポーツに関する間違った認識も多い。「ゲーム遊び」と「eスポーツ」の違いが理解されていない場合や、ゲームをするための言い訳として体よく「eスポーツ」が使われる場合がある。また、県としては、eスポーツに関する取組が民間主導で実施されることを望んでいる。そのためにも、eスポーツを文化として地域に定着させる必要があ

る。適切な情報発信等によって e スポーツについての県民の理解を深め、e スポーツ振興の気運を高めていく必要がある。

今後は更なる e スポーツの正しい認知促進や人材育成のために、茨城県は教育分野での e スポーツの活用を進めている。また、茨城県、筑波大学、NTT グループとの協定により、e スポーツが身体に及ぼす影響について研究も行われている。

(6) 岡山県岡山市：eスポーツ

①岡山市の概要

岡山市は、岡山県の南東部に位置する、面積 789.95 km²、人口 706,775 人（令和 3 年 4 月 1 日時点）の県庁所在地である。市の玄関口である JR 岡山駅には、全ての新幹線が停車し主要都市へのアクセスが容易である。

②経緯、地域課題

岡山駅前商店街では、岡山駅前商店街振興組合（以下「振興組合」という。）が中心となって駅前商店街の活性化を行っていたが、商店街店主の高齢化などによるあおりを受けて、一時は商店街青年部が消滅したこともあった。しかし、振興組合は平成 22 年に、青年部を復活させ、駅前商店街活性化のために土曜夜市や街コン、ジャズナイト、地産地消マーケットなどを定期的開催していた。

こうした中、耐震工事に伴う商業施設の一時閉館や駅前町 1 丁目・野田屋町 1 丁目の再開発計画、路面電車の乗入計画に伴い、活性化のための新たな施策が必要となった。そこで e スポーツを活用した地域活性化策が候補に挙がった。

e スポーツは、ハード整備に係る費用が少ないため、導入へのハードルが低い。また、岡山駅前エリアには、映画館・家電量販店・パチンコ店・カードゲームショップ・ゲームセンターなどが集積している。ゲームやアニメなどに代表されるコンテンツ産業は、同じ興味関心のあるテーマ型コミュニティへの求心力が高い。そのため、いわゆる「オフ会」などが開催されやすく、人流が増えることによる商店街の施設や店舗の売上増加などにつながやすいという特徴がある。人気プレイヤー・タレントを起用した e スポーツイベントなどがあれば全国からも人が多く集まり、一部の e スポーツイベントには、参加者の 8 割が県外から集まるなど、交通・宿泊・飲食・お土産など、観光消費の面からも有効であると考えた。

また、岡山県内に立地する山佐株式会社が、すでに「Team YAMASA」（鉄拳プロ e スポーツチーム）のスポンサーをしていた関係もあり、連携しながら e スポーツを活用したまちづくりに取り組むこととなった。

岡山駅前商店街では、商店街の活性化のために、平成 30 年 5 月より e スポーツを活用し、にぎわいづくり・コミュニティづくりの取組をスタートしている。当初は e スポーツに関する知見を有する企業に協力を得て、自己資金を投じながら e スポーツイベントを実施することでノウハウを蓄積した。駅前商店街で e スポーツのイベントを行う際には、プレイヤーだけが楽しむのではなく、多くの人に参加できるように工夫を行う。そのために

は、ゲーミング PC や配信機材など、専門的な知識や技能が必要であったため、地元の IT 企業などにもサポートをしてもらった。

イベントは、主に振興組合の資金により運営している。一部のイベントについては岡山市商店街振興対策事業補助金を利用している。

③取組内容、体制

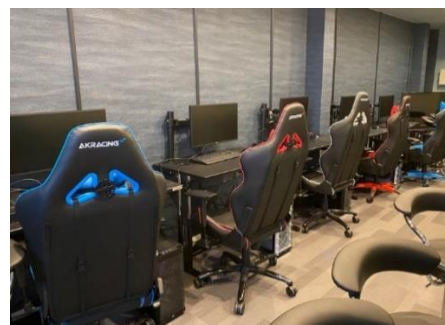
岡山駅前商店街の活性化のためには、周辺環境も大きく影響してくるため、平成 30 年 11 月に、商店街役員や近隣再開発理事長、当組合周辺地域の環境整備に取り組む有志により、商店街を含めた中心市街地のエリアマネジメントに取り組む組織として、おかやま未来まちづくり株式会社を設立した。次いで、平成 31 年 1 月に、日本で唯一の統一競技団体である一般社団法人日本 e スポーツ連合の地方支部として、岡山県 e スポーツ連合が認可され、同年 8 月には一般社団法人化を行った。これにより e スポーツ認知度向上のために行う普及活動など、基盤の強化活動を行いやすくなった。岡山駅前商店振興組合、おかやま未来まちづくり株式会社及び一般社団法人岡山県日本 e スポーツ連合の 3 つの組織が連携して活動を行っており、主に以下の 3 つの e スポーツを活用した取組を行っている。

(ア) e スポーツイベントの開催

岡山駅前商店街で、「ぷよぷよテトリス」のプロゲーマーを招待し、ゲーム好きな人と親子連れを対象にした e スポーツ大会・体験会を開催した。イベント後は岡山駅前商店街の飲食店でプロゲーマーと地元プレイヤーの交流会も開催した。イベントは地元テレビや新聞に取り上げられ注目を浴びた。また、「e スポーツ鉄拳ゲーミングフェア in 岡山」と題し、岡山に本社を持つ大手パチスロメーカー「山佐」がスポンサーとなっている 3D 格闘ゲーム「鉄拳」の「Team YAMASA」のプロゲーマーと大阪のプロゲーマーとの対戦会が開催された。このイベントには岡山県知事や国会議員なども参加し、中でもプロゲーマー達と岡山県知事や国会議員の対戦は大いに注目された。その他、岡山駅前商店街にある映画館を活用した「ケロットカップ 6・1～shingls」など、岡山駅前商店街を中心とした e スポーツのイベントを頻繁に開催することで、着実にイベントの規模を大きくしつつ、地元住民に e スポーツを浸透させようとしている。

(イ) e スポーツ環境の整備

日本では、e スポーツを楽しむための施設や環境が整備しきれていない。例えば学校では e スポーツ部が活動を行うための十分な設備が用意できない事も多い。このような状況は学生に限った話ではないため、継続的な活動を支援するためにも、学生や e スポーツプレイヤーが集える場所として、令和 2 年 2 月に駅前商店街所有の事務所ビルを改装し、e スポーツコミュニティス



e スポーツコミュニティスペース

「YOSUGA」

(提供：一般社団法人岡山県 e スポーツ連合)

ペース「YOSUGA」(運営：一般社団法人岡山県 e スポーツ連合)を整備した。このコミュニティスペースでは、地元のプレイヤーや学生だけでなく、県外の e スポーツプレイヤーからも多く利用されている。

(ウ) e スポーツの認知向上

e スポーツイベントは頻繁に開催されており、取組開始時と比較すれば着実に e スポーツの認知度は向上しているが、依然として認知度は低い。正しい理解、更なる利活用のため、e スポーツに教育と福祉を融合させ、e スポーツの認知度向上に取り組んでいる。教育分野では、中学生のプログラミングの授業と e スポーツをかけ合わせて、e スポーツの体験会を行い、福祉分野では公民館で認知症予防と題して「太鼓の達人」を通して e スポーツを体験してもらっている。

④今後の課題、展望

これまで、岡山駅前商店街では数多くのイベントを開催し、にぎわいを創出してきたが、市民の e スポーツに対する認知度はいまだに低い。そのため、e スポーツへの理解を広めることが今後の課題であり、今後はイベントを開催するのみならず、「e スポーツ×教育・福祉」の新たな取組を行うことにより、認知度を向上させていく予定である。

また、令和 4 年 4 月からは e スポーツを学べる、中国・四国地方初の専門学校が市内に開校される予定である。本校では、e スポーツを通して、社会で活かせるビジネススキルを学ぶことができる。また、人材育成に力を入れることにより、ソフトコンテンツ産業の企業誘致にもつなげる狙いがある。

イベントによる短期的な売上増加を目的にするのではなく、長期的に人材育成や企業誘致に取り組み、商店街だけでなく岡山市が一丸となり、e スポーツを通じたまちづくりに励んでいきたいと考えている。

(7) 京都府舞鶴市：音楽

①概要

舞鶴市は本州のほぼ中央部、京都府の北東部に位置し、日本海が最も深く湾入したところにある。人口は 79,122 人（令和 3 年 4 月 1 日現在）であり、面積は 342.35 km²である。西地区には安土桃山時代に築かれた田辺城跡や城下町の古い町並みが残り、東地区には旧海軍ゆかりの赤れんが倉庫群など、多くの歴史的資源が存在する。

②取組に至った経緯

赤れんが倉庫をはじめとする歴史的建造物や舞鶴港を抱える舞鶴市は、映画やドラマのロケ地として使用されることが多かったことから、平成 14 年に舞鶴フィルムコミッションを設立し、積極的にロケの誘致を行っている。加えて、フィルムコミッションで培ったノウハウを生かし、市が有する魅力ある地域資源を活かしたミュージックツーリズムを推進するために、地方公共団体として初めて平成 30 年 5 月に舞鶴ミュージックコミッション

(以下「舞鶴 MC」という。) を設立した。

③取組内容、体制、成果

舞鶴 MC は、コンサートやフェスなどの音楽イベント、ミュージックビデオ（以下「MV」という。）等の撮影、楽器練習等の合宿、アーティストによる創作活動等を市外から誘致することにより、音楽を通じた地域イメージアップや、誘客による経済効果、市民参加による地域の活性化を目指している。

舞鶴 MC は、舞鶴市、舞鶴商工会議所及び舞鶴観光協会によって構成され、それぞれの強みを最大限活用し、取り組んでいる。また、協力機関として、公益社団法人日本観光振興協会、一般社団法人コンサートプロモ-



赤レンガ倉庫でのライブの様子

(提供：舞鶴市)

ーターズ協会及び株式会社 oriconME コンフィデンスが、観光・音楽・ライブエンタメ業界の現状などの情報提供や助言を行い、活動を支援している。さらには、ミュージックツーリズム研究の第一人者である八木良太氏（流通経済大学教授）も協力。これにより、舞鶴 MC を通じて、著名な歌手の MV 撮影やチャリティーライブを開催するなど、数々の実績につながっている。

舞鶴市がミュージックコミッションを設立し、ミュージックツーリズムに取り組む目的は4つある。1つ目は交流人口の拡大によるにぎわいの創出、2つ目は地域のイメージアップ及びシティプロモーション、3つ目は若者をはじめとする市民の地域に対する愛着や誇りを育むこと、4つ目は音楽・エンターテインメント業界の発展、新しい文化の創造につながる将来の環境をまちを挙げて提供すること、である。これらの目的を達成するために、舞鶴 MC では、MV の撮影誘致、音楽合宿誘致、イベントやコンサートの開催を主な事業として行っている。

市は、舞鶴港周辺の「舞鶴赤れんがパーク」、まちの西側にある田辺の城跡、高野川倉庫群などの歴史的建造物、風情ある景観などが今も数多く残されていることから、多くの有名映画のロケ地として使われてきた。そういったノウハウを生かし、MV の撮影誘致では、MV 制作会社やアーティストが所属する芸能事務所への営業活動を行っている。また、MV の撮影や音楽合宿誘致等の受け入れに関して、窓口を一本化し、市がその機能を担うことにより、事務手続きの簡素化につなげている。その結果、撮影の依頼は頻繁に来ており、プロ・アマを問わずアーティストが撮影に訪れている。

イベントやコンサートの開催に向けては、平成31年3月に音楽業界関係者を集めたファムトリップを開催した。ファムトリップとは、観光地の誘致促進のために、ターゲットとする地域・属性の顧客に精通した観光関係者やメディア関係者などを現地に招く視察ツアーのことである。参加者からは「舞鶴市内で音楽を楽しむ人が増える音楽文化の醸成が必要である」、「単発イベント開催はゴールではなく、舞鶴らしさのあるユニークなコンセプトのイベントを企画・実施することにより持続性が生まれる」といった意見が挙げられた。

そういった意見を生かした取組の結果、平成 31 年には第 1 回近畿北陸高等学校軽音楽コンテストの開催・誘致に成功した。また、県外から宿泊を伴い参加する学生に向けた舞鶴ツアーを開催するなど、舞鶴市を知ってもらう取組を実施している。そのほか、ロックバンド T-BOLAN のコンサートの誘致にも成功し、令和 2 年 3 月に開催が決定した。新型コロナウイルス感染症の影響で延期となったが、市役所の広報誌にメッセージをもらったほか、コンサート会場を探しているアーティストを紹介してもらうなど良好な関係を築いている。

音楽合宿誘致に向けては、中学生や高校生、大学生を対象とした吹奏楽、マーチング、軽音楽などの音楽合宿の誘致に取り組もうとしている。今後舞鶴市内の宿＋練習場所＋発表場所をセットでコーディネートし、学校などへ提案していく予定である。

④今後の課題・展望

取材した舞鶴市役所観光振興課の担当者は、今後 MV の撮影やイベントが開催されることにより、アーティストやファンが頻繁に訪れ、市が音楽のまちとして聖地化されていく中で、住民の熱量が上がっていくことが望ましいと話す。一方で、舞鶴 MC はまだ始まったばかりであり、音楽文化を醸成し音楽のまちとして住民に根付かせることが課題だとした。音楽のまちとして根付かせるためには、MV の誘致や地域の PR を積極的にしていく必要がある。加えて軽音楽コンテストを継続して開催していくために、軽音楽部がない市内の高校に対して働きかけを行いたいとしている。こうした地道な活動を続けていく中で、音楽文化が醸成されることにより、ミュージックツーリズムが成功することが期待される。

(8) 群馬県渋川市：音楽

①調査地の概要

渋川市は、群馬県の中央部に位置し、人口 75,490 人（令和 3 年 4 月 1 日時点）、面積 240.3 ㎢の市である。古くから交通の要衝として栄え、豊富な水資源を活かした工業、山地の開拓による農業や、伊香保温泉を代表とする観光産業などを主要産業としてきた。

②経緯

平成 29 年に創立 50 周年を迎える一般社団法人渋川青年会議所が、記念イベントの開催を検討していたところ、青年会議所のメンバーである柄澤純一郎氏が、イタリアの「Rockin' 1000」という音楽イベントを参考にロックフェスが開催できないかと提案した。

「Rockin' 1000」は、1,000 人が 1 か所に集まってロックバンドの楽曲を一斉に演奏するというイベントで、同様のイベントが日本で開催されたことはない。群馬県は、BOØWY や BUCK-TICK など、80 年代後半のバンドブームをけん引した伝説的なバンドを輩出しており、ロックバンドのファンが多い地域であることから、ロックイベントの開催に賛同する人が多く、平成 29 年 6 月に「1000 人 ROCK FES. GUNMA」（以下「1000 人 ROCK」という。）を実施することが決定した。

③取組内容、体制、成果

(ア) 初回開催までの取組

1000 人 ROCK の開催に当たり、柄澤氏は青年会議所内で音楽経験があるメンバーを招集し、実行委員会を立ち上げた。実行委員会は、まず、会場の確保に動いた。1000 人の演奏者やその家族を収容できる会場で、かつ、騒音問題をクリアした郊外にある場所として、「伊香保グリーン牧場」が候補に挙がった。伊香保グリーン牧場は、伊香保温泉から車で 15 分ほどの場所にあり、約 40 ヘクタールの広大な敷地には大規模な駐車場も完備され、1000 人 ROCK の会場に適していた。牧場では、音楽イベントの開催をしたことがなかったが、「渋川のためになるのであれば」と会場の使用を承諾し、安価で利用できることとなった。

実行委員会は、次に、観光 PR につながるイベントを作るため、伊香保温泉の関係団体との連携を検討した。青年会議所内に伊香保温泉旅館協同組合の組合員がいたことから、その人を通じて伊香保温泉旅館協同組合青年部の協賛を取り付け、当日の運営補助、PR 等のほか、ボランティアスタッフ用の T シャツの寄贈など、全面的な協力が得られることになった。

演奏する曲は、BOØWY の代表曲「B・BLUE」に決定したが、柄澤氏は、群馬を代表するロックバンドである BOØWY の曲を使用することを初めから決めていたという。

その後、楽曲やイベントの権利関係の承諾を取得し、1000 人 ROCK の開催に向けた準備は整った。

実行委員会は、平成 29 年 2 月に特設ホームページを作成し、1000 人 ROCK に参加する演奏者の募集を開始した。SNS を中心に周知を図り、しばらくは申込が 1 日に 10 名程度という状態が続いたが、地元紙に記事が取り上げられ、大手ニュースサイトのトップに掲載されると、一気に申込数が増加した。ギターパートは即日完売、他のパートも、数日で完売した。これにより、実行委員会の空気が変わり、当初予定していた設営規模を見直し、イベント規模を拡大した。群馬県及び渋川市からの補助金の交付も決定し、イベントへの期待感は日を追うごとに高まっていた。



平成 29 年 1000 人 ROCK フェスの様子

(提供：渋川青年会議所)

平成 29 年 6 月 3 日のイベント当日、会場には、演奏者 1,000 人の他に 3,000 人の観客が集まり、快晴の下、1000 人 ROCK が開催された。

日本初のイベントということもあり、上手く演奏がまとまるのか不安を残したままの開催であったが、本番では 1,000 人が息の合った演奏を行い、会場が一体となって盛り上がった。演奏後、大歓声のアンコールにこたえて観覧者には内緒で準備していたアンコール曲の「Dreamin'」を演奏し、アンコール終了後も会場の熱は冷めることがなく、再度「B・BLUE」を演奏。最高潮の盛り上がりをもって、1000 人 ROCK は終了した。

(イ) 渋川市のシティプロモーションに

1000 人 ROCK は、渋川市のシティプロモーションを目的に開催されている。開催当初から、渋川市や伊香保温泉旅館協同組合と連携しているため、会場には、伊香保温泉の PR ブースや、市の観光 PR ブースが設置されており、来場客に対しての PR を積極的に行っている。

また、イベント当日は、大手テレビ局や新聞社等多数のメディアが取材に訪れて、メディアを通じて全国的に当日の様子が紹介され、大きなプロモーション効果をもたらした。

イベント終了後も、実行委員会によって作成された動画により、プロモーション効果は続いた。その動画は、イベント本番の様子を収録したもので、クレーン車や複数台の高性能カメラを使用して作られている。上空から撮影した 1,000 人の演奏者を収めた映像や、個性的なファッションに身を包んだ参加者など、イベント当日の熱気をそのまま映し出す作りになっており、大手動画配信サイトに掲載されてから、大きな反響を呼んだ。

当初は 1 回限りの予定だったが、2 回目の開催を熱望する声が多かったため、2 回目以降の開催を決めた。

(ウ) 地元の学生ボランティアの参加

1000 人 ROCK は、15 人の実行委員会及び約 70 人の学生ボランティアによって運営された。

学生ボランティアのうち、50 名は地元の高校生である。地元高校の教員に協力を依頼したところ、バンドブーム世代の人が多いため、生徒たちに熱心にボランティアの呼びかけを行うなど、イベントに対して協力的だったという。

残りの 20 名は、前橋市の美容専門学生である。往年のロックスターの髪型を真似して参加したいという客のニーズに応えるため、イベント当日にブースを用意して、無料でヘアメイクを行った。

「地元の学生がボランティアを通じ、渋川市でロックフェスが開催されているということを知り、地元で愛着を持つきっかけになればいい」と、柄澤氏は話す。

④今後の課題、展望

1000 人 ROCK の課題としては、イベント開催資金の確保が挙げられる。演奏者の参加料金や、地元企業からの協賛金があるものの、渋川市の補助金に頼った運営体制になっており、イベントを継続していく上での大きな課題となっている。

また、密状態が発生する音楽イベントの特性上、新型コロナウイルスの感染拡大の影響は避けられない。多くの音楽イベントが、コロナ禍における在り方を模索しているところであり、1000 人 ROCK も、令和 2 年・3 年・4 年は中止を余儀なくされている。このような状況の中でも、1000 人 ROCK は、令和 2 年・3 年に、「1000 人 ROCK WEB SESSION」と題して、1,000 人の演奏動画を編集して 1 つの演奏動画を完成させる試みを行っており、参加者とのつながりを絶やさないような工夫をしている。

(9) 株式会社ヤマハミュージックジャパン：音楽

①調査団体の概要

株式会社ヤマハミュージックジャパン（以下「ヤマハ」という。）は、総合楽器メーカー、ヤマハの国内販売会社として、日本国内における楽器・音響機器をはじめとする幅広い製品と「音・音楽」に関わるサービスを提供している。

②経緯、地域課題

ヤマハには、平成21年より立ち上げた「おとまち」という事業がある。この事業は音楽の持つ「人と人とをつなげる力」を使って、持続可能な地域コミュニティづくりを支援するものである。ヤマハは本事業を通じて、産業振興やにぎわい創出などの地域活性化に取り組む地方公共団体や企業などに対し、地域コミュニティバンドや音楽ワークショップの人材育成のプロデュースなど、地域の価値を高めるまちづくりのソリューションを提供してきた。「おとまち」のターニングポイントは平成23年に起こった東日本大震災であった。これをきっかけに、地域社会におけるつながりの重要性が再認識されたため、多くのボランティア団体や地方公共団体から「おとまち」を活用した地域コミュニティづくりの相談が寄せられるようになった。

③取組内容、体制

おとまちの具体的な事業実施の流れの多くは次のとおりである。

その地域の文化や歴史、音楽資源などを調査し、顧客と課題の抽出を行い、課題に対する企画を考えていく。その企画を地域住民のキーパーソンと共有し、彼らを巻き込みながらブラッシュアップしていく。企画を具体的な活動に落とし込む中で、予算の調達や人集めを行っていく。その後、本番に向けて、演奏の練習、会場設営、広報活動などを行い、本番を迎える。本番終了後は、地域住民と一緒に企画の振り返りを行い、次回につなげていく。

これらの活動の初期段階は、ヤマハが旗振り役として主導するが、回数を重ねるごとに顧客や地域住民に旗振り役を任せ、自走していくように心がけている。

おとまち事業の目的は、音楽の力で人と人をつなげ、持続する地域コミュニティを育成することである。そのため、おとまちでは住民同士のつながりを作ることができる人材の育成を「ファシリテーター養成講座」¹²として実施しているほか、住民により行われる取組が自走していくように



渋谷ズンチャカ！の様子
(提供：ヤマハ)

¹² 千葉県柏市「ドラムサークルファシリテーター育成講座」：ドラムサークルでの活動を通じて地域を活性化する取組において、取組を主導するスペシャリスト（ファシリテーター）を育成するための講座。

運営体制の設計なども行い、住民が当事者意識をもって取り組める体制を構築している。

このおとまち事業を活用し、様々な取組が行われている。実際におとまちが手掛けた事例として、東京都渋谷区での「市民参加型音楽祭（渋谷ズンチャカ!）」を取り上げる。

渋谷駅周辺における再開発が進み、駅周辺において長期にわたる工事が続く中、渋谷区や商店会は、渋谷に集う人々がつながり、まちへの誇り・愛着を感じて、渋谷をさらに活性化させる必要があるという想いを抱えていた。これを受け、平成25年当時の渋谷区長がヤマハに相談し、市民（区民）参加型の音楽祭を開催することとなった。

この取組のコンセプトは、イベント当日だけヤマハが支援するのではなく、準備段階から地域、企業、行政が連携することで、新しいつながりの形を生み出すことであった。

まず、ヤマハは、NPO 法人シブヤ大学とともに音楽祭全体の企画を担当し、平成26年におとまちに賛同した渋谷区と地元商店会とともに実行委員会を立ち上げ、プレイベントを宮下公園で開催した。音楽祭は、渋谷の街を舞台にステージイベントやバンド体験/管楽器体験コーナー、ドラムサークル、手作り楽器ワークショップ、音楽マルシェをはじめ、持参した楽器で誰でも飛び入り歓迎の大セッション「スウィングカーニバル」といった参加型のコンテンツを含んだ、誰もが楽しめるイベントとなった。その結果、イベントには約5,000人が集まった。

プレイベント後、音楽祭を運営する有志のボランティア組織「チーム・ズンチャカ!」が結成され、音楽祭は令和2年まで継続実施されている。平成28年には161名だった区民ボランティアの数も令和2年には、当日スタッフを入れて延べ700人を超えるまでに成長している。

このイベントが継続的に開催されている理由は、市民の有志ボランティアの主体性を最大限に尊重してそれを行政や企業がサポートしていることである。また、ステークホルダー同士の新たな交流の場をおとまちがハブとなり提供することで、渋谷らしい手づくり音楽祭を作り上げることができている。今後は、市民ボランティア主体で音楽祭を開催し、これまで音楽祭の企画や運営をしていたヤマハや NPO 法人シブヤ大学は、伴走型の支援を実施し、市民ボランティア主体でのまちづくりを目指していく。

④今後の課題、展望

ヤマハはこれまで音楽を活用したまちづくりをいくつも手掛けてきたが、基本的には地域コミュニティの創出から自立までには、早い場合に1~2年、一般的には3~5年の期間がかかる。そのため、その途中で地域を良くしたい、地域を盛り上げたいといった主体となる人の離脱やコミュニティ全体の目的意識の低下などが課題となっている。また、自分事化できずに他人事になったところで、事業の必要性や継続性が失われてしまうため、地方公共団体や企業の担当者が変わっても、事業が継続していく仕組みづくりが必要だと担当者は話す。

今後は、この「おとまち」を通じて地方公共団体や企業との連携実績をつくり、それらを他都道府県へヤマハが推進する「音楽の街づくり」事業として提案し、国内における「様々な音楽活動推進による地域文化振興の活性化」を図っていくことを目標としている。また、

「おとまち@福井」¹³のように、都道府県単位での取組を今後も増やしていき、音楽普及に貢献していくことを考えている。

4 まとめ・提言

本章では、前章にて取り上げた各先進事例についてのまとめを行い、共通点や特徴、課題の整理を行う。その後、サブカルチャーを用いて地域活性化に取り組む上で、有効と考えられる手法を提言する。

(1) 調査事例のまとめ

表 6 調査事例のまとめ

ジャンル	視察先名称	まとめ
アニメ	静岡県 沼津市 (沼津市役所)	・市が窓口を一本化し、地元企業と著作権元であるサンライズをつないでいる。 ・ファンが何度も市を訪れる中で、地域住民との関わりを持つことで、アニメのファンから市のファンに変わっている。 ・市の担当者が変更となる際には前任、後任、サンライズの担当者の三者で引継ぎを行っている。
アニメ	富山県 南砺市 (一社) 地域 発新力研究支 援センター)	・地方公共団体とアニメに登場する架空都市が、日本で初めて姉妹都市提携を締結した。 ・「参加型地域振興策」として、桜の保全活動をファンの力を借りて実施している。 ・活動資金は、アニメや地域のファンの募金である。 ・4年経過した後も、地域外のファンが継続的に参加している。 ・PARUS がステークホルダーをつなぎ、活動資金管理や関係グッズの権利関係の整理・調整を行っている。 ・本取組に対する地域住民の認知度が低いことが課題である。
アニメ	石川県 金沢市 (湯涌温泉観 光協会)	・テレビアニメ放送終了から5～6年が経過したところで、祭りの参加者が最大となっている。 ・「湯涌ぼんぼり祭り」は、地域のお祭りとして根付かせるため、地域住民による物販や地域の演奏家によるライブ、地域の小中学校を巻き込んだイラストぼんぼりの掲出などが行われている。 ・湯涌ぼんぼり祭りの運営には、「湯涌サポーターズ」という地

¹³ 令和3年2月にヤマハは福井県内での音楽を活用したまちづくり等、地域活性化と交流人口の拡大を目的とした連携協定を福井県と締結した。本取組の1年目として、県内の4つの市町（鯖江、越前、美浜、若狭）で、それぞれ楽器やジャンルなどを設けて活動が始まった。同年8月に事前に楽器の体験会を実施し、9月から翌年2月末まで音楽サークルでの練習期間を経て、3月には4市町で合同発表会を行う。

		域内外在住の約 30 名によって構成されたボランティア組織が大きく貢献している。 ・アニメのファンが、地域のファンになり、「湯涌ぼんぼり祭り」以外の時期にも継続して湯涌温泉に訪れている。 ・運営資金や宿泊施設の確保が課題である。
e スポーツ	富山県 (株ZORGE)	・堺谷氏を中心に e スポーツを活用した地域活性化に取り組んでいる。 ・地元の企業や職人と連携し、地域資源を活用したイベントを実施している。 ・プロゲーマーのみならず、幅広い世代の人が気軽に参加できる形でイベントを開催している。 ・富山県では「e スポーツイベント運営事業補助金」として、1 市町村あたり 150 万円を上限とした補助金を交付している。 ・e スポーツの認知度が低いことが課題である。
e スポーツ	茨城県 (茨城県)	・県が主導して、e スポーツの認知度向上や企業等の参入促進に取り組むことで、若年層を中心としたプレイヤーの裾野拡大につながっている。 ・e スポーツに関する有識者、著名人を「いばらき e スポーツアドバイザー」として選定し、いばらき e スポーツアカデミーでの講義やイベントへの出演を通して、e スポーツの認知度向上を図っている。 ・e スポーツに関する間違った認識が多いことが課題である。
e スポーツ	岡山県 岡山市 (岡山市役所)	・e スポーツを活用して商店街の活性化に取り組んでいる。 ・イベントには岡山県知事や国会議員なども参加し、プロプレイヤーと国会議員の対戦が実現している。 ・継続的な活動を支援するため、学生や e スポーツプレイヤーが集える場所として、「YOSUGA」を整備している。 ・「e スポーツ×教育・福祉」を融合させ、e スポーツの認知度向上に取り組んでいる。 ・運営資金の確保が課題である。
音楽	京都府 舞鶴市 (舞鶴ミュージックコミッション)	・市の地域資源を活かしたミュージックツーリズムを推進するために、地方公共団体として初めてミュージックコミッションを設立した。 ・舞鶴 MC を通じて、著名な歌手の MV 撮影やチャリティーライブを開催している。 ・観光地の誘致促進のために、ターゲットとする地域・属性の顧客に精通した観光関係者やメディア関係者などを現地に招

		く視察ツアー「ファムトリップ」を行っている。
音楽	群馬県 渋川市 (一社) 渋川 青年会議所)	・柄澤氏を中心に青年会議所内の音楽経験があるメンバーを招集し、実行委員会を立ち上げた。 ・実行委員会は、伊香保温泉の関係団体と連携し、イベントの準備・運営、PR等のほか、ボランティアスタッフ用のTシャツの寄贈など行った。 ・イベント当日は、大手テレビ局や新聞社等多数のメディアを通じて大きなプロモーション効果がもたらされた。 ・イベントでは、市の観光情報を発信するブースや伊香保温泉のブースが設置され、来場客に対して積極的にPRしている。 ・当日の様子をおさめた映像を大手動画配信サイトに投稿したことにより市のシティプロモーションにつながった。 ・「1000人ROCK」は、実行委員会メンバー15人と地元の高校生50名、美容専門学生20名の学生ボランティアによって運営されている。 ・運営資金の確保が課題である。
音楽	(株)ヤマハ ミュージック ジャパン	・ヤマハは地域の新たな担い手となる人材を養成している。 ・一過性の取組として終わることがないように、市民(区民)に当事者意識をもたせることを大切にしている。 ・市民の有志ボランティアの主体性を最大限に尊重し、それを行政や企業がサポートしている。 ・ヤマハがハブとなりステークホルダー同士の新たな交流の場を提供することで、その地域独自の魅力ある音楽祭を作り上げている。 ・当事者意識が希薄化していることが課題である。 ・地方公共団体や企業の担当者が変わっても、事業が継続していく仕組みづくりが必要である。

(2) 整理、考察、課題

上記調査事例のまとめから、以下の共通点や特徴が見られた。

①旗振り役の存在

今回調査した先進事例では、アニメ、ゲーム、音楽のコンテンツに愛着を持ち、中心となって取組を進めるキーパーソンが存在が見られた。富山県におけるTGDや渋川市の1000人ROCKの事例では、キーパーソンが「コンテンツを活用して地域の活性化に寄与する」という熱い思いを持って旗振り役として活動している。これらキーパーソンは、活動が趣味の範囲内で終わってしまわないよう、行政、企業、地域住民、関係団体等のステークホル

ダーを巻き込みながら、地域が一体となれるよう活動している。

②ステークホルダーをつなぐハブ機能の存在

調査した事例では、ステークホルダーをつなぐハブ機能が存在していた。富山県における TGD、東京都渋谷区の「渋谷ズンチャカ！」では、旗振り役やヤマハが、行政、地域住民、関係団体をつなぐハブとして機能している。また、茨城県における e スポーツ振興の事例は、行政が企業や大学とのハブとなっている。このようなハブ機能が存在することで、サブカルチャーコンテンツに興味を持つステークホルダー同士のネットワークが形成されている。

③コンテンツのファンから地域のファンへの深化

継続実施されている事例では、コンテンツのファンとして地域を訪れた人々が、地域自体のファンとなっているものが見られた。沼津市のラブライブ！では、マンホール設置、ロケ地マップ作成、アニメキャラクターの観光大使就任等の取組をきっかけに、コンテンツのファンが地域のファンになり、継続的に地域に訪れるようになっている。

また、南砺市の「桜ヶ池クエスト」、金沢市の「湯涌ぼんぼり祭り」の取組では、地域のファンとなり継続訪問につながっているだけでなく、地域のファンとなった地域外の人々が、取組の主体として活動している。コンテンツを入口として、地域外の人々と地域の関わりが深くなっていくことで、地域活性化の取組が継続実施されている。

これらの地域の共通点、特徴はサブカルチャーを活用した地域活性化の取組を継続実施していくために重要な要素であると考えられる。一方、以下のような課題も挙げられる。

(ア) 運営資金の確保

イベントを開催するためには、会場費、機材等の賃借料、交通整理や警備に係る人件費など多くの資金が必要になる。調査事例では、行政からの補助金、企業からの出資や協賛金、グッズ販売などにより運営資金を確保していた。しかし、どの事例も資金確保には苦労しており、余裕をもって運営できている事例は少ない。

行政からの補助金も、継続して補助を受け続けられる事例はまれである。また、グッズ販売など参加者個人から得られる収入にも限度がある。資金確保には企業からの出資や協賛金が最有力と考えられるが、地元の商工会議所等を通じて企業を紹介してもらうなど、取組主体は積極的に営業活動しているものの、十分な運営資金を得るには至っていない。

(イ) 次代の担い手確保

取組を継続的に実施していくためには、取組を主導する旗振り役や運営組織が存在し続ける必要がある。しかし、将来、旗振り役や運営組織を担う人材を確保できている事例はほとんどなく、多くが今後の課題として挙げている。サブカルチャーを用いた地域活性化

のためには、次代の担い手を確保する体制を構築する必要がある。

(3) 提言

これらの課題を踏まえ、次の2点を提言する。

①認知度向上による資金の確保

コンテンツを活用した地域活性化の取組の認知度を向上させることによって、より多くの運営資金を確保することができる。認知度の向上により、参加者や取組への賛同者を増やすことが期待でき、これにより企業による出資や協賛金も得やすくなる。そのための具体的な方策として次の3つを提案したい。

1 つ目はクラウドファンディングの活用である。クラウドファンディングをインターネット上で実施することで、主に個人に対して取組の認知度を向上させることができる。そのことにより、取組の主旨に賛同した人々から、直接活動資金を提供してもらえる。投資のリターンをイベント等での優待にするなど、工夫次第で参加者の創出も期待できる。

2 つ目はメディアの活用である。メディアによるPRは、取組の認知度向上に直接寄与する。取組のステークホルダーにメディアがいない場合には、行政の力を借りて地元新聞社やテレビ局にPRすることも有効である。

3 つ目は、コンテンツの掛け合わせによる関心層の引き込みが挙げられる。本調査では、e スポーツ自体の認知度向上が課題として挙げた一方で、音楽はメディアによるPR効果が強く発揮されていることがわかった。認知度の向上が課題となるe スポーツと、PRの強い音楽のコンテンツを掛け合わせることで、認知度の向上や参加者の創出につながる可能性がある。1つのコンテンツだけでは成しえなかった課題の解消や、巻き込むことが難しかった層を巻き込むことが期待できる。アニメ×e スポーツ、e スポーツ×音楽、アニメ×音楽という具合でコンテンツを組み合わせることで取組に対する認知度が向上し、参加者を増加させる可能性が高まる。また、参加者が増えることで企業の資金提供等が得やすくなる。

②運営組織の維持と次代の担い手育成

運営組織は、旗振り役と、旗振り役をサポートするメンバーで構成される。運営組織を維持するためには、旗振り役とサポートメンバーの両方が存在している必要がある。

次代の旗振り役は、サポートメンバーの中から生まれる。そのため、サポートメンバーを確保し続けなければならない。そのためには、「組織としての体制を固めること」と「サポートメンバーのモチベーションが維持されること」が重要となる。

「組織としての体制を固める」ための方策として、引継ぎ体制の構築を挙げたい。取組の運営組織として活動していることを、マニュアルなどの形で明文化することで人の入れ替わりに対応できる体制を構築することにより、組織としての体制が強固なものになる。

また、体制を固めるにあたっては、運営組織を法人化することも1つの方策である。一

般社団法人や協同組合、LLP¹⁴などとして契約行為等を行えるようにすることで、活動の幅が広がることに加え、組織を維持するための責任感を醸成することができる。

「サポートメンバーのモチベーションの維持」については、活動を自分事化すること、そのために成功体験を積み重ねることが重要である。イベントなどの活動に運営主体として参加し、成功するという経験を重ねることで、次の活動へのモチベーションが保たれる。

また、活動の運営主体に、「コンテンツを通じて地域を知った人」を巻き込んでいくことで、次代の担い手を育成することができる。活動の度に新しいメンバーを迎え入れ、取組を運営する側に回る。そこで得た成功体験により、次回以降もメンバーとして活動を続けるようになる。毎回新しいメンバーを迎え入れ、彼らの企画ややりたいことを実現させていく中で、長く在籍するメンバーは、“活動を成功させるためにステークホルダー間を調整するコーディネーター”としての役割を担う。コーディネーターとして成長したメンバーは、実力と信頼を兼ね備えた次代の旗振り役となることができる。

「コンテンツを通じて地域を知った人」を巻き込む方法は、南砺市の「桜ヶ池クエスト」と金沢市の「湯涌ぼんぼり祭り」の取組が参考となる。また、コーディネーターとしての成長にあたっては、ヤマハによる取組が参考となる。

この体制を作ることができれば、運営組織を維持しつつ、次代の担い手を確保していくことが可能になると考えられる。

今回調査したサブカルチャーコンテンツは、アニメ、音楽、e スポーツの3つに絞ったが、サブカルチャーの枠組みにはその他にも多くのコンテンツが存在する。本調査が、今後サブカルチャーを活用した地域活性化に取り組もうとする自治体や団体等の手掛りとなることを期待したい。最後に、事例調査にご協力いただいた自治体、団体の皆様、全ての方に感謝を申し上げ、本稿の結びとする。

【参考文献・資料】

アニメ産業レポート2020（一般社団法人日本動画協会）

https://aja.gr.jp/download/anime-industry-report-2020-summary_jp-2

社会生活基本調査（総務省）

<https://www.stat.go.jp/data/shakai/2016/kekka.html>

日本のeスポーツの発展に向けて～更なる市場成長、社会的意義の観点から～（e スポーツを活性化させるための方策に関する検討会）

<https://jesu.or.jp/discussion/>

岡本 健(2018)『アニメ聖地巡礼の観光社会学：コンテンツツーリズムのメディア・コミュニケーション分析』法律文化社

大谷 尚之, 松本 淳, 山村 高淑(2018)『コンテンツが拓く地域の可能性 -コンテンツ制作者・地域社会・ファンの三方良しをかなえるアニメ聖地巡礼』同文館出版

岡本 健(2019)『コンテンツツーリズム研究〔増補改訂版〕 アニメ・マンガ・ゲームと観

¹⁴ LLP：有限責任事業組合のこと。法人格は有さないが、組合組織として契約行為等を行うことができる。

光・文化・社会』福村出版

八木 良太(2020)『それでも音楽はまちを救う』イースト・プレス

田中 秀臣(2020)『ご当地アイドルの経済学』イースト・プレス

酒井 亨(2020)『日本のアニメはなぜ世界を魅了し続けるのか - アニメ聖地と地方インバウンド論』ワニブックス

湯涌ぼんぼり祭り実行委員会、間野山研究学会 (2021)『湯涌ぼんぼり祭り 2011-2021 ～アニメ「花咲くいろは」と歩んだ 10 年～』parubooks 一般社団法人地域発新力研究支援センター (PARUS)