アニメの「聖地巡礼」による沼津市の経済効果の分析

Analysis of Economic Effects of Numazu City by Anime "Holy Place Pilgrimage"

于 経天, 大西 健吾 (京都情報大学院大学)

Yu Jingtian and Kengo Onishi (The Kyoto College of Graduate Studies for Informatics)

Abstract

Anime sanctuary pilgrimages are now producing significant economic effects in many regions. There has been an analysis of visitors and audience ratings of animated movies and TV programs, but a few detailed analyses of anime have been made on the economic effects of the limited region. In this analysis, we explain the economic effects of anime "LOVELIVE! SUNSHINE!!" fans coming to Numazu City, Shizuoka Prefecture.

1. はじめに

日本のアニメや漫画がクールジャパン・コンテンツとして世界的に注目され、国内のみならず海外にも多くのファンが存在する中、アニメや漫画の舞台やゆかりの地を「アニメ聖地」または「聖地」と呼び、訪問するファンは多く存在している。こうしたファンの人々が、アニメの舞台になった場所やゆかりの地に行くことは「聖地巡礼」と呼ばれている。近年、日本で「聖地巡礼」のファンを集めるアニメや映画は増え続けており、「聖地探訪」や「聖地来訪」などといった派生用語も使われている。

2011年10月には「コンテンツツーリズム学会」[1] が設立され、その設立趣意の中で「コンテンツ作品を巡る『聖地巡礼』型の観光行動が活発化を見せている。映画のロケ地巡り、大河ドラマ観光、マンガ、アニメの『聖地巡礼』などなど数えれば切りのない状況にある。定住人口が今後、減少していく日本では交流人口を増やすことが極めて需要になってきている現在、自治体を始めとして様々なアクターがコンテンツツーリズムの施策に積極的に取り組み始めている。」と述べられており、また、2016年9月には「一般社団法人アニメツーリズム協会」[2] が設立され、主にアニメやマンガに関するツーリズムについて地域や企業、コンテンツホルダーに新たな経済効果をもたらす広域観光として、積極的に取り組む組織体制が広がっている。

このような流れの先駆と言える「官民一体」となった成功事例の一つは、「らき☆すた」と埼玉県久喜

市の久喜市商工会鷲宮支所(旧鷲宮商工会)による 取り組みと言える。

2003年に、月刊ゲーム誌「コンプティーク1月号」 (角川書店)に連載された4コマ漫画「らき☆すた」が2007年にアニメ「らき☆すた」としてテレビ放送され[3]、その中で風景として久喜市にある「鷲宮神社」と隣にある「大酉茶屋」が描かれたことにより、そのファンが「鷲宮神社」を「聖地」として訪れはじめ、それ以降、様々なグッズ販売や神輿の登場など、多くの活動に派生している。

なかでも、神輿を登場させた取り組み「らき☆すた神輿」(図 1) においては、担ぎ手の募集(3日間で 114名の応募) や、実施日の来場数(約5,000人)において、大きな実績を上げ[4]、また主役の4名が歌う「もってけ!セーラーふく」など関連CD25タイトルの累計販売数は100万枚を超えている。[5]

久喜市商工会鷲宮支所が取り組んだグッズやイベント商品の販売は、累計で8000万円を超え、埼玉県による「らき☆すた」関連の経済効果試算は2007年から2010年の3年間で約22億円と算出された。[6]これが、現在も増え続ける各地のアニメ舞台において、地域の経済振興や観光産業の開発例として参考にされることに繋がっている。



「らき☆すた」神輿のイベント (久喜市商工会鷲宮支所HPより) 2008/9/7

今回, 本研究では、アニメの「聖地」巡礼の中で、 SNS サイト Twitter[7] において 991,396 人 (2019) 年10月1日現在)のフォロワーが存在する「ラブ ライブ!」シリーズが静岡県沼津市との連携(図2) の中で進めている活動や、それに伴う経済効果につ いて調査・分析をした。



図2 「ラブライブ!サンシャイン!!」 沼津観光ポータルサイトでの紹介画像

2. コンテンツ「ラブライブ!シリーズ」とは

KADOKAWA アスキー・メディアワークスが発 刊 する アニメ 雑 誌 兼 ゲーム 雑 誌 「電 撃 G's magazine」、アニメ制作会社 株式会社サンライズ、 音楽会社 株式会社ランティス (株式会社バンダイ ナムコアーツのレコードレーベル) の三社による合 同プロジェクトとして発足した。「ラブライブ!シ リーズ」は次の三つのプロジェクトの総称とされて いる。第一作「ラブライブ!」(2012年から2016年),

第二作「ラブライブ!サンシャイン!!|(2016年か ら現在), 第三作「ラブライブ!虹ヶ咲学園スクー ルアイドル同好会」(2017年から現在)の三つであ

第一作「ラブライブ!」は、東京都千代田区を舞 台に、廃校寸前の国立音ノ木坂学院(名称架空)の 高校生 9 名が, 「μ's (ミューズ)」というスクール アイドルグループを結成し、イベント「ラブライブ!」 での活躍と学校の存続を目指す物語 [8] で、アニメ の中での曲を、実際の声優によって CD 化すると いった手法で展開を進めたアニメである。

第二作「ラブライブ!サンシャイン!!」は、沼津 市の内浦地区を舞台に、私立浦の星女学院(名称架 空)の高校2年生9名で結成されたスクールアイ ドルグループ「Aqours」の奮闘と成長を描くアニ メ[8]である。開始直後はアニメや漫画などの長編 ではなく, CD に収録されたボイスドラマや, 「電 撃 G's magazine」誌上のインタビュー形式のショー トストーリーなどで、キャラクターの日常やアイド ル活動の様子が断片的に描かれていた。その後、漫 画版やテレビアニメ版によってグループ結成に至る 物語の流れが明らかになるが、その内容もメディア によって異なることがある。第三作は誌上のインタ ビューやラジオなどの形式が出ているが、アニメ放 映や映画制作については未定である。

3. 「ラブライブ!サンシャイン!!」の「聖地 巡礼」の特徴と経済効果について

今回、「ラブライブ!シリーズ」の第二作である「ラ ブライブ!サンシャイン!!」について、舞台となる 沼津市(市中心部、内浦、西浦などの地域)及び周 辺地域(伊豆)における経済効果(地元産業と観光 産業)と影響について、現地への視察、関係各所へ のヒアリングにより調査し、コンテンツによる純粋 な訪問者増を想定し、その上で、経済産業省の計算 ツールを使用して経済効果の算出を行う。

3.1 沼津市が舞台となった理由

第一作「ラブライブ!」の聖地が、「アニメの聖地」 と言われる秋葉原であるのに対し、第二作目で、沼 津市が舞台となった理由について、まず、すでにコ ンテンツの集積地となっている「秋葉原」と比べ. 他のアニメやゲームなどの影響が少ないこと。それ によって. 「ラブライブ!サンシャイン!! | 単独で の商業展開やイベント開催などが実施しやすく,官 民一体の取り組みとして,集中的に展開できると考 えられた。[9]

次に、都市圏ではないが、東京から2時間以内、 名古屋や大阪といった都市からのアクセスも比較的 容易であると言える点。

また、駿河湾越しに見る富士山の絶景や、ダイビングで有名な大瀬崎や伊豆三津シーパラダイス、淡島、沼津深海水族館など3つの水族館等、海との関係性が非常に高い町でもあり、単なる作品の舞台探訪として以外にも、本来活用が望まれる施設や名所が多くある街であるという三点が大きいと言える。

3.2 「聖地巡礼」に関する場所、及び訪問者の出身地

「ラブライブ!サンシャイン!!」の舞台は、主要となる内浦地区だけでなく、ほぼ沼津市全域がアニメに登場する。一般社団法人「アニメツーリズム協会」の資料から、静岡県内には「アニメ聖地」は全部で441ヶ所あり(2019年初まで)、この中で「ラブライブ!サンシャイン!!」の聖地は181ヶ所(図3)あり、沼津市だけで、約4割は当コンテンツの「聖地」として認定されている。



図3 「アニメツーリズム協会」が制作した聖地マップ

同地にある三の浦総合案内所において、観光客が 出身地にシールを貼る掲示物があり、そこから訪問 者の地域を確認した。

沼津への「聖地巡礼」については、日本国内でみると概ね全国に分布しているが、特に東海道沿線に横に広がりを見せている様子が見て取れる。(図 4)

また、国別のプロット(図5)では、上段中央の韓国、中国、台湾が最も多く、次いで香港、アメリカ合衆国、欧州連合となっていた。

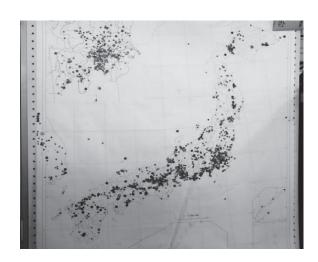


図4 日本人来訪者の地域別プロット



図5 外国人来訪者の国別プロット

3.3 「聖地巡礼」訪問者の動向

アニメ舞台の中心地、沼津市内浦地区にある「三の浦総合案内所」の統計(表1)では、アニメ放送前の 2015 年度の施設への来所者数が年間約 9000 人であったが、2016 年(2016 年 7 月より 7 アニメ 1 期(全 13 話))には 3 万 9584 人、17 年(2017 年 10 月より 10 アニメ 10 期(全 10 13 話))には 10 7 下 10 7 「Aqours」が第 10 10 9 NHK 紅白歌合戦に出場し、アニメのキャラクターと声優が共演)には 10 7 万 10 7 10 7 10 8 10 9

また、沼津市と居住人口の近い富士市 (隣接市)、 磐田市 (県西部都市) において、2013年から2017 年の年度別観光交流客数統計 (表2) のとおり、 2016年以降の沼津市の観光交流客増加が最も顕著であるのが見て取れる。増長率についてグラフ(図6)から、近似曲線において明確に増加の割合が異なることが分かる。(観光交流客数とは、各地域を訪れた人の延べ人数で、宿泊客数及び観光レクリエーション客数を合計したものである。)

表 1 三の浦総合案内所 来所者数

	2015年	2016年	2017年	2018年
案内所 来訪者	約9,000人	39, 584	73, 807	79, 175
対前年比	_	439%	186%	107%

表2 磐田市・富士市・沼津市観光交流客数推移

地域の近年観光交流客数						
	年	磐田観光客数合計	富士観光客数合計	沼津観光客数合計		
平成25年	2013	3, 559, 358	6, 181, 609	3, 697, 902		
平成26年	2014	3, 737, 380	6, 139, 267	3, 815, 267		
平成27年	2015	3, 574, 253	6, 370, 566	4, 015, 617		
平成28年	2016	3, 815, 564	6, 528, 932	4, 146, 268		
平成29年	2017	3, 936, 095	6, 631, 702	4, 623, 576		

ここで、沼津市の 2017年観光交流客数を GROWTH 関数により予測した数値 4,320,717 と実際数の 4,623,576 には、302,859 人の差異が生じており、これを「ラブライブ! サンシャイン!!」による増分と考えることができる。(図 6)

特に、沼津市において 2016 年から 2017 年に大 規模な商業施設やレジャー施設などの進出がなく、 大きなイベントも開催されていないため、通常であ れば、昨今の海外観光客増などによる静岡県平均に 近い数値を示すはずである。ここで、静岡県の平均 と比較すると、2015 年から 2017 年において、静 岡県及び県内都市のそれぞれの推移(表 3)から、 沼津市の対前年比 111.5%が突出していることが明 確である。

浜松市において、対前年比 107%、109%と、推移していることについては、「浜松市中心市街地活性化協議会」の資料 [10] によると、2015 年頃から、「交通移動の中継点としてツアーに含まれていた」中国人観光客の増加によるものが 90%近くを占める、と報告されているため、静岡県内の観光交流客の増として 102.3%に対して、2017 年の沼津市に当てはめると、4,241,632人となり、その差381,944人が少なくとも、「ラブライブ! サンシャイン!!」の「聖地巡礼」に関係した観光交流客増であるといえる。



図6 観光交流客数による近似曲線

表3 「静岡県観光交流の動向長期時系列推移」による対前 年比

			2014	対前比	2015	対前比	2016	対前比	2017	対前比
静	岡県 台	全体	147,935,450	2.0	149,341,702	0.9	152,940,889	2.4	156,482,379	2.3
	静岡	市	26,265,911	▲ 5.4	24,463,711	▲ 7.4	24,892,992	1.7	24,568,492	▲ 1.3
	浜松	市	18,523,649	5.5	18,275,814	▲ 1.4	19,620,013	6.9	21,357,271	8.1
	富士	市	6,139,267	▲ 0.7	6,370,566	3.6	6,528,932	2.4	6,631,702	1.5
	沼津	市	3,815,267	3.1	4,015,617	5.0	4,146,268	3.2	4,623,576	10.3
	磐田	市	3,737,360	4.8	3,574,253	▲ 4.6	3,815,564	6.3	3,936,095	3.1

以上により、沼津市の「ラブライブ!サンシャイン!!」による「聖地巡礼」関係の観光交流客増を、302,859人~381,944人として進めることとする。

3.4 経済効果の計算

ここでは、特に地域でのイベント等新たなコンテンツによる新規需要の創出による経済への波及効果を算出できる経産省の簡易計算ツール [11] を用いて計算することとする。シート上産業分類の中で、主に輸送・移動に関する項目と小売等の販売に関する項目、及び対個人向けの宿泊や飲食等に関する項目への入力を行う。基本支出額として、筆者個人が実施した6回の「聖地巡礼」に要した費用より平均して各項目額を次の通りとした。「宿泊」一泊7,300円、「域内の移動交通」1,750円、「飲食」1,500円、「グッズ等購入」3,700円、各所の「入館・入場料」4,000円。

まず、観光交流客増の最小側 302,859 人で計算すると、新規需要額は約 29.4 億円となり、それによる各産業への波及効果は約 50 億 8 千万円となった。(表 4)

同様に,最大側 381,944 人で計算すると,新規 需要額は約 35.6 億円となり,波及効果は約 61 億 4 千万円となった。

表4 302,859 人の観光交流客数による「聖地巡礼」経済効果の試算表

		部門の例示	新規需要額 (単位:百万 円)	波及効果	
1	農林水産業	米、野菜、畜産、漁業	0	99	0.0
ô	鉱業	石油、原油、天然ガス、金属鉱物	0	2	06
1	飲食料品	食肉、精米、パン類、冷凍食品、酒類	0	281	11
5	繊維製品	衣服、じゅうたん、帽子、寝具	0	7	15
ì	パルプ・紙・木製品	木材、家具、紙、段ポール箱	0	44	16
)	化学製品	化学肥料、医薬品、化粧品、洗剤	0	49	20
l	石油・石炭製品	ガソリン、灯油、LPG、コークス	0	54	21
2	プラスチック・ゴム	プラスチック管、タイヤ、チューブ	0	43	22
i .	窯業・土石製品	ガラス、セメント、陶磁器	0	11	2!
i	鉄鋼	洞板、洞管	0	70	20
	非鉄金属	銅、アルミニウム、電線、ケーブル	0	14	2
	全属製品	鉄骨、シャッタへ、ボルト、ドラム缶、刃物	0	22	2
_	はん用機械	ポイラ、原動機、ポンプ	0	6	2
	生産用機械	パワーショベル、ドリル、印刷機、旋盤、耕う ん機	0	3	31
	業務用機械	復写機、自動販売機、医療器具、カメラ		4	3
	電子部品	液晶パネル、磁気ディスク、電子回路	0	8	3
	電気機械	雷気昭明器具、エアコン、冷蔵庫	0	12	
	情報·通信機器	パソコン、テレビ、デジタルカメラ、携帯電話	0	2	
	輸送機械	乗用車、鉄道車両、航空機、船舶	223, 36	363	
	その他の製造工業製品	印刷、革靴、楽器、がん具、時計、装身具	0	31	3
	32:10	住字建築、建設補能、公共事業	0	36	4
_	雷力・ガス・熱供給	雷気、白家発雷、都市ガス、熱供給	0	116	4
	水道	上水道、丁業用水、下水道	0	31	4
	摩塞物処理	ごみ処理、産業廃棄物処理	0	32	
	商業	卸売、小売	483	747	
	金融・保険	金融、生命保険、損害保険	0	52	1 5
	不動産	住宅賃貸、貸店舗、駐車場管理	0	79	1 5
	運輸・郵便	鉄道、トラック輸送、航空輸送、水運、郵便	0	174	18
	情報通信	雷話、前送、ソフトウェア、映画制作、新聞	0	127	
	公務	国、地方公共团体	0	5	6
_	教育·研究	学校、研究所、図書館、博物館	0	34	
	医療·福祉	病院、保健所、保育所、福祉施設、介護	0	0	6
	その他の非営利団体サービ	商工会議所、労働団体、学術団体	0	11	6
	対事業所サービス	物品賃貸、広告、法律事務所、労働者派遣、警備業	0	257	6
	対個人サービス	ホテル・旅館、飲食店、遊園地、冠婚葬祭	2233, 59	2223	6
	事務用品	報筆、消しゴム、テヘブ、のり	0	8	
_	分類不明	300 mm - 112 m - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 -	0	20	
_	I SOUR I - SO	:	U		
	습計		2939, 95	5080	п.

4. 考察

今回,アニメ「ラブライブ!サンシャイン!!」による「聖地巡礼」経済効果は,約50億~61億円と試算できたことから,沼津市に大きな経済効果をもたらしたことが示された。

本研究では、国内旅行者と海外旅行者の移動経路 の違いや消費額の違いを考慮するには至らず、今後、 それらを考慮すれば、より正確性の高い経済効果を 把握できるため、その手法について検討を続ける。

アニメを題材にした「聖地巡礼」については、一般的に一過性が強いとされており、特殊な事例を除いて、映画においてもテレビにおいても、数ヶ月程度で放送が終わるため、地域経済に永続的に効果をもたらすわけではないため、一過性の高い「聖地巡礼」から、リピーター訪問客を増やし、新たな産業や人材の定着を図る取り組みについても、注目していきたい。

参考文献:

- [1] コンテンツツーリズム学会「設立趣意」(2011/10/2) http://contentstourism.com/seturitushi.html
- [2] 一般社団法人アニメツーリズム協会「設立のお知らせ」 (2016/9/16)

https://animetourism88.com/ja/shadan/topics/362

- [3] 山村高淑・岡本健・松本真治・坂田圧巳・山内正明・野村哲也(2010)「鷲宮・幸手「まちおこし」年表(2004-2009) 〜鷲宮町と幸手市における地域振興の展開経緯〜」
- [4] 久喜市商工会鷲宮支所ホームページ「鷲宮・らき☆すた聖地の10年史」

http://www.wasimiya.org/history/2008.html

- [5] バンダイビジュアル株式会社「報道発表」(2008/12/22) http://www.bandaivisual.co.jp/
- [6] 訪日ラボ「100万人の訪日外国人が実施する「聖地巡礼」 とは? アニメの力で地方にもインバウンド需要を」 (2016/08/12)

https://honichi.com/news/2016/08/12/100manjinnohonichigai/

- [7] ラブライブ!シリーズ公式 Twitter https://twitter.com/LoveLive_staff
- [8] ラブライブ!公式ホームページ http://www.lovelive-anime.jp/
- [9] 河嶌太郎 (2019/5/30)「「ラブライブ!」舞台の沼津 アニメ未登場でも「聖地」にしてしまう驚きの手法とは」 https://www.itmedia.co.jp/business/articles/1905/31/ news016.html
- [10] 浜松市中心市街地活性化協議会/「中心市街地のインバウンドに関する調査 報告書」(2015年)
- [11] 総務省「経済波及効果を計算してみましょう(平成 27 年 (2015 年) 産業連関表」

http://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/hakyu.htm

◆著者紹介

于 経天 Yu Jingtian

京都情報大学院大学研究生。

2015 年北京第二外国語学院·中瑞酒店管理学院(Beijing Hospitality Institute)卒業。

2019年京都情報大学院大学修了。

大西 健吾 Kengo Onishi

京都情報大学院大学准教授。 関西大学工学部建築学士。一級建築士。 NPO 法人木の町づくり協議会 代表理事, NPO 法人京都景観フォーラム 副理事長, 大西建設工業株式会社 代表取締役, 創造事務所ラウンドアバウト 代表。