

コンテンツツーリズム

1、コンテンツツーリズム

(1) コンテンツツーリズムとは

コンテンツツーリズムは、「地域に『コンテンツを通じ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』『テーマ性』を付加し、その物語性を観光資源として活用することである」（国土交通省総合政策局・経済産業省商務情報政策局・文化庁文化庁「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」2005年）とする定義が広く用いられる。

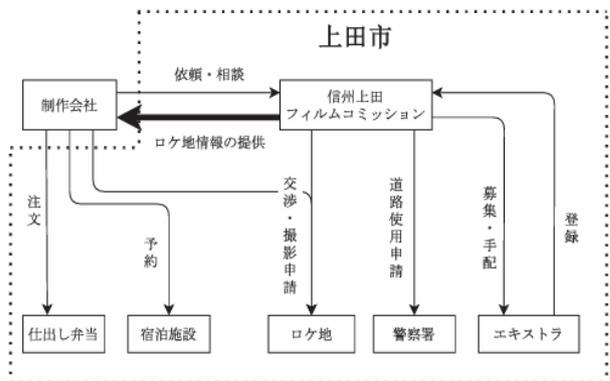
ここで「観光資源として活用する」とある通り、地域に関わるコンテンツを利用して「観光と関連産業の振興を図る」ことも目的とされ、コンテンツを活用した観光誘致の意味でも使われている。

フィルムツーリズムと言われる、映画のロケ地めぐりや大河ドラマの撮影地での町おこしなどは以前からあり、長野県では例えば、1923年から延40本もの作品が撮影された上田市で、2001年6月「信州上田フィルムコミッション」が設立され映像制作の支援を積極的に行っているほか、2016年放送の大河ドラマ「真田丸」では、官民61団体が構成される「大河ドラマ『真田丸』上田市推進協議会」が組織され、大河ドラマ館の建設・運営や誘客促進事業を行った。

アニメ・マンガなど従来はニッチな趣味であったオタク文化がポップカルチャー化した2000年代後半から、アニメ・漫画のゆかりの地をめぐる観光が盛んになる。

今年4月18日に公開された劇場版『名探偵コナン 隻眼の残像(フラッシュバック)』の公開にあたり、作品の舞台となった長野県内では官民が映画とコラボした様々な施策を展開している。飯田下伊那地域の企業、関連会社等でも、温泉の素.COMや株式会社信州芽吹堂がコラボレーション商品を販売している。

これに関連する観光施設でも、南牧村の「野辺山宇宙電波観測所」には、4月26日から5月6日まで最大11連休となった今年の大規模連休中、昨年同期の5.6倍にあたる18,000人余りが来場した。最も多かった5月4日にはおよそ4,500人が訪れたが、これは1日の来場者としては過去最多で、観測所の運営にも資するところが大きかったという。映画に登場する長野市の善光寺は、先月29日から今月6日に28万5000人余りが参拝し、昨年同期を16,000人上回っていたし、原作者や声優のサイン色紙などを展示した県庁の特別公開には、4日間でおおよそ5,000人が訪れるなど、観光客の誘客に効果があった。



信州上田フィルムコミッションの活動内容と各主体との関係
(小林他 地域研究年報 43 2021)



国立天文台野辺山全景

(2) 聖地巡礼と、フィルムツーリズム・特に大河ドラマツーリズム

近年は、漫画・アニメ・テレビドラマのロケ地巡りなど、縁のある土地やファンとして思い入れがある場所を訪れる旅を指して「聖地巡礼」と言われる。

学説には、フィルムツーリズム、特に大河ドラマツーリズムと聖地巡礼には、違いがあるのではないかと指摘もある。

次頁表は、NHK大河ドラマについて、放送年を1とした時、その前・後年の地位への入込み人口を示したもので、前年に少し盛り上がりを見せ、放送年に頂点の達し、翌年には減少してきている。

提示しているのは2006～2008年の大河ドラマの例で、地域による施策の継続などによって落ち込み

度合は異なるが、前後10年程度の傾向をみてもほぼ同様だという。こうしたことから、「大河ドラマの放送年の誘客特需によって地域が盛り上がりつつも、その土地に同じ観光客が再度訪れるというリピート性は、あまり見られない」との指摘がある（岩崎他「アニメ聖地巡礼におけるリピート行動分析—『夏目友人帳』熊本県人吉市における巡礼行動を事例として—」 2017 本頁図表の出典も同様）。

県	作品名	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
高知県	功名が辻	0.96	0.95	1.00	0.95	0.95		
山梨県	風林火山		0.89	0.91	1.00	0.98	0.98	
鹿児島県	篤姫			0.94	0.98	1.00	0.94	0.85

一方、前掲論文は、「聖地巡礼」にあつてはリピート率が高い可能性があることを指摘している。

右表は、2003年から月刊LaLa(白泉社)で連載が開始され、1,000万部以上の売り上げを記録し、2008年からアニメ化(テレビ東京系)された『夏目友人帳』について、舞台となった作者の緑川ゆき氏の出身地である熊本県人吉市で行ったアンケート調査により、聖地巡礼者の人吉市への訪問回数を調査したものである。

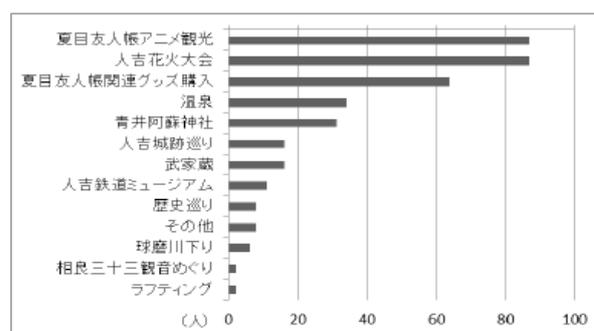
訪問回数	度数	パーセント
1回目	18	18.2
2回目	23	23.2
3回目	7	7.1
4回目	13	13.1
5回目	7	7.1
6回目	5	5.1
7回目	4	4.0
8回目以上	22	22.2
合計	99	100.0

人吉市では、『夏目友人帳』を観光につなげる取り組みとして、観光協会が法人化され、40代のスタッフを中心に運営されるようになった他、制作会社との折衝を経て公式探訪マップの作成、毎年8月に開催される人吉市花火大会のポスターに『夏目友人帳』のキャラクター

を使用するなどの取組はあるが、それ以外の取組みは特に行われておらず、地域側はむしろ「何もしていないおもてなし」を目指していたという。地域側としては、聖地巡礼者に対し、「夏目友人帳の世界観を普段の人吉を巡る中で気付いたり、気付かなかつたりして欲しい」と考えていたというのである。つまり、観光資源を与えるのではなく自分の足で発見していくことこそが魅力であるというのが地域側のスタンスだったという。

それにもかかわらず人吉市への観光入れ込み客も伸びており、これは、「作品ファンそのものの広がりに加え、一度訪れた巡礼者が再び訪れていることの表れでもあると考えられる。」としている。

また、リピーターに対し、「これまで人吉を訪れた目的」について複数回答でたずねたところ、夏目友人帳関連以外にも訪問目的が存在することが示された(右表)。聖地巡礼以外の訪問目的としては、花火大会や温泉、神社参拝などが多く挙げられ、これらは反復して楽しめるということが特徴であるといえる。ちなみに、聖地巡礼を行っている際に聖地巡礼に関係のない一般的な観光地にも訪問するかどうか尋ねたところ、9割以上が聖地以外のスポットにも足を延ばしていることが明らかになったという。



こうしたことから前掲論文は、聖地巡礼においては、「作品に描かれた地域を聖地とし、その地にある所与の景観や歴史、文化などを消費するのではなく、作品世界が投影された地域を旅することによる強い愛着が生起される。このような旅行者一人一人の態度形成が、アニメ聖地巡礼による地域誘客の持続性につながっていると結論付けることができる。」としている。

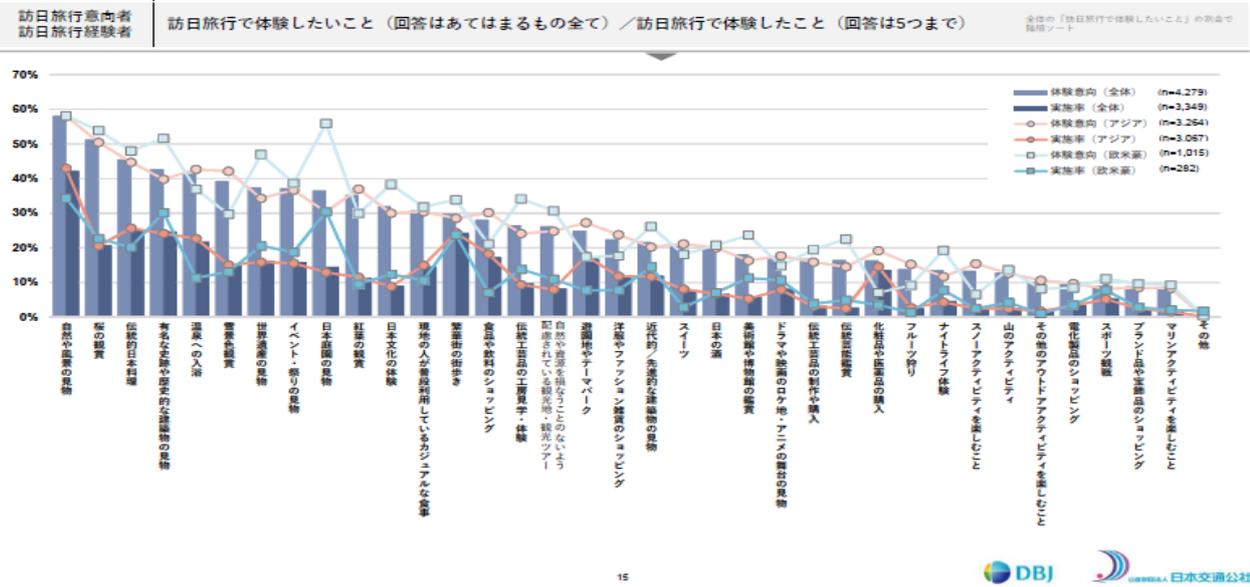
(3) コンテンツツーリズムとインバウンド

次頁図は、外国人に対し、訪日旅行で体験したいこと/体験したことを聞いたものである。この中で「ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物」にも、一定の実施と体験意向がある。

中でも欧米豪の旅行者は実施と体験意向の乖離が小さい。正確なことは言えないが、あるいは、ロケ地やアニメの舞台となった場所に関心のある旅行者は、実際にも訪れる傾向があるのかもしれない。

訪日旅行で体験したいこと／体験したことの1位はともに「自然や風景の見物」

訪日旅行で体験したいこと（実施意向）の1位は、「自然や風景の見物」、「桜の観賞」、「伝統的日本料理」と続く。また、訪日旅行で体験したこと（実施経験）の1位は「自然や風景の見物」、「伝統的な日本料理」、「有名な史跡や歴史的な建造物の見物」と続く。



インバウンド聖地巡礼の推移

明治安田総研によると、観光庁の「インバウンド消費動向調査（2024年）」でインバウンドが日本滞在中にしたこと（複数回答）として、「映画・アニメゆかりの地を訪問」と回答した人は8.1%であり、2016年調査の実施率4.8%から上昇している。また、訪日外国人旅行者数も増加もしており、これを基に聖地巡礼者数を試算すると299万人にのぼり、マンガ・アニメ・キャラクター関連商品の購入額は試算値で543億円に及ぶと試算している。

また、次回の訪日時にしたいこと（複数回答）として、「映画・アニメゆかりの地を訪問」と回答した人は11.8%となっており、インバウンドの潜在的な聖地巡礼者は435万人と見込まれている。

	2016年	2024年
訪日外国人旅行者数 (①)	2,404万人	3,687万人
日本滞在中に今回したこと（複数回答） 「映画・アニメゆかりの地を訪問」 (②)	4.8%	8.1%
聖地巡礼者数試算値 (①×②)	115万人	299万人
土産品の購入(購入率) (注) 「マンガ・アニメ・キャラクター関連商品」 (③)	13.6%	13.5%
購入者数試算値 (④=①×③)	327万人	497万人
土産品の購入(購入単価) (注) 「マンガ・アニメ・キャラクター関連商品」 (⑤)	10,892円	10,929円
購入額試算値 (④×⑤)	356億円	543億円
次回日本を訪れた時にしたいこと(複数回答) 「映画・アニメゆかりの地を訪問」 (⑥)	11.0%	11.8%
潜在的聖地巡礼者数試算値 (①×⑥)	264万人	435万人

(注)土産品の購入に係る購入率および購入単価は質問項目「マンガ・アニメ・キャラクター関連商品」が2018年以降廃止となったため、2024年の数値は2015～2017年の3年平均を採用
(出所)日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査、インバウンド消費動向調査」より明治安田総研作成

2. 飯田、下伊那地域におけるコンテンツツーリズム

(1) 漫画やアニメ、映画等で取り上げられた飯田下伊那地区の場所、建築物等の例は以下の通り。

ゆるキャン△(漫画、アニメ)	光前寺(駒ヶ根市)、陣馬形山(中川村)
『実りゆく』(映画)	名子城跡(高森町城山公園)新井商店街(松川町)
『裸足で鳴らしてみせろ』(映画)	不動滝(高森町)
『いつくしみふかき』(映画)	飯田市、南信濃
『母べえ』(映画)	杵原小学校(飯田市山本)
『咲-SAKI-』(漫画)	今宮郊戸八幡宮 風越女子高校周辺(飯田市)
『孤独のグルメ』(テレビドラマ)	常盤劇場(映画館 飯田市常磐町)、吉美焼肉店(飯田市北方)
大鹿村騒動記(映画)	大鹿村

「ゆるキャン△」は、キャンプ場でのレクリエーションや野外調理などといったアウトドア趣味の魅力と、それを身の丈に合った範囲で満喫する女子高校生たちのゆるやかな日常を描く作品だが、そこで取り上げられた「聖地」はインターネット等で広く拡散されている。

「実りゆく」は、長野県下伊那郡松川町のリンゴ農家の長男である実が、父のリンゴ農園を手伝う一方でお笑い芸人を目指し、週末は東京に出てお笑いライブに出演する日々を送っていた。そんな実が、リンゴ農家を選ぶか、お笑い芸人を選ぶかの選択が迫られるというストーリーである。

「いつくしみふかき」は、渡辺いっけいが映画初主演を務めた、引きこもりの青年と父親の関係を描いた人間ドラマ。少年時代を飯田市遠山郷で過ごした俳優、遠山雄さんが企画・主演を務め、飯田市遠山郷を主なロケ地とし、全編が飯田市及び下伊那郡で撮影された。遠山氏をはじめ、飯田下伊那に縁がある俳優・スタッフが参加。飯田市、天龍村、遠山郷観光協会などが撮影に協力するとともに、約600人の飯田下伊那の地元住人がエキストラやボラティアとして参加している。

「母べえ」は、昭和15年東京、野上家の家族はお互いに「べえ」を付けて呼び合い、慎ましく幸せな日々を送っていたが、突然父が特高警察に逮捕され、取り残された母と娘2人は周囲の人々に支えられながら懸命に生きていくストーリーの、山田洋二監督、吉永小百合主演のヒューマンドラマ。ロケ地となった杵原学校は、廃校となった学校が地域の人の手によって復活し、平成17年に国土の歴史的景観に寄与しているとして、国登録有形文化財に指定された。「母べえ」のほか「Beauty うつくしいもの」のロケ地となった他、地域の子供たちや、訪れる人たちの新たな学び舎として使用されている。

「咲-SAKI-」は、主人公を含めた多くの主要登場人物は女子高生で、麻雀がより社会に浸透した架空の世界で主人公たちが競技会に参加するなどして腕を競い合うストーリーの、小林立による麻雀漫画だが、漫画に登場した背景を飯田市のものと特定したファンが、実際に飯田市を訪れたブログを見ることができる。

昨年12月31日に放映された「孤独のグルメ大晦日スペシャル」は、主人公の井之頭五郎がひょんなことから飯田市のトキワ劇場に映写機とフィルムを届けることになり、そこから飯田焼肉を体験するというストーリー。撮影は「飯田らしさを出すこと」がテーマの一つだったといい、常盤劇場の関係者が飯田の名物である「飯田焼肉」を提案し、番組スタッフと共に複数の店を巡り撮影場所の選定を進めたものである。飯田市は、人口1万人あたりの焼肉店舗数が日本一の「焼肉の街」であることを活かして地域ブランディングを進めており、飯田焼肉はテレビ番組でも取り上げられるようになったほか、「焼肉ロックフェス」が毎年開催されており、今年もスガシカオや気志團などメジャーアーティストが出演した。



陣馬形山キャンプ場



杵原小学校全景



今宮郊戸八幡宮



「大鹿村騒動記」は、阪本順治監督と原田芳雄がタッグを組み、長野県・大鹿村に伝わる村歌舞伎と、そこにかかわる人々の悲喜こもごもを描いた映画。原田芳雄は、大鹿村の鹿料理店の店主で歌舞伎の花形役者風祭善を演じた。「大鹿歌舞伎」は、大鹿村に江戸時代から300年以上にわたって伝承されてきた地芝居で、2000年3月には、地芝居として初めて国立文楽劇場での上演を果たし、2017年に国の重要無形民俗文化財に指定された。古くは村内に13の舞台があったとされるが、現在歌舞伎に使用できる舞台は4か所である。大鹿歌舞伎は、村民が自前の衣裳・かつら・小道具・大道具等を持っているほか、太夫等歌舞伎上演に関する技術を持っていたり、大鹿村だけで演じられる幻の演目「六千両後日之文章重忠の段」や独特の歌舞伎の型が継承されている。飯田下伊那は芝居熱の熱い土地柄で、大鹿村のみならず下條村でも下條歌舞伎が伝えられているほか、明治・大正時代、短期間だが市内に「飯田歌舞伎座」があり、五代目尾上菊五郎など江戸歌舞伎の花形役者が興行を行った。飯田市川路には、江戸時代末の天保年間、江戸歌舞伎の花形役者七代目市川團十郎が来演した際に詠んだ句の句碑が残る。今は枯れてしまったが、この時の七代目団十郎お手植えの桜も残っていた。その故事にちなんで、平成3年に先代の十二代目市川團十郎が飯田市に来訪した際に建立された句碑もある。



大鹿歌舞伎

(2)飯田下伊那は、地歌舞伎のみならず、大阪で隆盛した人形浄瑠璃も伝えられて庶民の娯楽として定着し、20以上の人形座があり、専用の人形舞台も建築されていたほどの隆盛を極めた。現在も市内黒田地籍に黒田人形舞台が残り国の重要有形民俗文化財となっているほか、隣接する黒田人形浄瑠璃伝承館や、市内今田地積にある今田人形の館などが建てられ、人形の保存と伝統人形の研修、後継者育成の場などとして活用されている。

こうした背景もあり、1979年の交際児童年に「人形劇カーニバル飯田」がはじまった。市内各所に上演会場を設け、プロ・アマ問わず人形劇を愛する人たちが飯田に集まり、街中に広がる人形劇の祭典が生み出された。その過程でフランスの同じく人形劇の街シャルル・メジエール市と友好都市になっている。

これが発展的に改組された「いいだ人形劇フェスタ」は、市内の公民館や集会所、神社や寺、保育園や学校など100以上の会場で、数百ステージ以上の人形劇公演が行われる、誰でも参加できる日本最大の人形劇の祭典である。

このような「人形劇のまち 飯田」の新たな拠点施設として、2007年「川本喜八郎人形美術館」が建設された。ここでは世界的な人形美術家川本喜八郎氏が制作したNHK人形劇「三国志」や「平家物語」で使用された人形を収蔵しているほか、交

令和5年度事務事業実績評価表
1 事業概要

事務事業名	川本人形美術館管理運営事業			課名	文化会館	事業No.	292
				会計	一般会計		
主要区分	主	記号	計画等名称	事業区分	経常	実施区分	継続
	〇	5	文化・スポーツを通じて人と地域の輝き・うらおいをつくる	開始		終了	
根拠	戦略計画						
	分野別計画		飯田市教育振興基本計画 人形劇のまちづくりを推進する新たな仕組みに関する方針				
	法令・例規等		飯田市地域人形劇センター条例				
事業目的	対象	市民					
	意図	①人形美術の素晴らしさを鑑賞できるようにする。②人形劇のまちへの理解を深める。③施設を活用した多彩な活動を実施してもらう。					

2 事業内容

5年度取組	取組内容	経費の内容		事業費(千円)
		施設管理業務委託料	共用部管理負担金他	
5年度取組	・渋谷区との2回目の人形交流として、平家物語の人形7体を借用して展示しました。 ・春の企画展として実施した「プリンプリン物語」の反響により入館者数が20%増加(前年度比)しました。 ・ブログやSNSの記事を定期的に更新することにより、フォローワームも年々増加しています。 ・橋南まちづくり委員会と協力して水引細工体験学習を実施し、いいだ丘のうさ朝市に来た方にPRしました。	施設管理業務委託料	23,451	
		共用部管理負担金他	6,948	
	その他の経費		0	

活動指標	指標名 (数値で表せる活動量)	単位	令和3年度		令和4年度		令和5年度		令和6年度	
			計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績
活動指標	川本喜八郎人形美術館の年間入館者数	人	20,000	6,510	20,000	10,060	20,000	11,902		
	企画展、展示替え、ワークショップの開催数	回	10	10	10	22	10	17		
	営業活動数	回	15	11	15	11	15	13		
	情報誌発行部数	数	28,000	27,700	28,000	27,400	28,000	26,700		

5年度決算(千円)	財源の状況	特定財源内訳及び補足事項	
		予算額	決算額
5年度決算(千円)	国庫支出金	31,483	30,399
	県支出金	0	0
	地方債	0	0
	その他	0	0
	一般財源	30,399	

3 事務事業を構成する予算科目

番号	会計	款	項	目	大事業	中事業	予算額	決算額	中事業名(科目名称)
1	1	10	5	7	13	9	31,483	30,399	地域人形劇センター管理費

流人口の創出や人形劇文化の振興を目的とした各種施策を行っている。それまで川本氏は飯田下伊那との所縁はなかったのだが、先の黒田人形舞台などを案内されて人形の寄贈を決めたという。

(文責：飯田信用金庫しんきん南信州地域研究所 中村 達)