



## 観光地点検

奈良県立大学地域創造学部講師

岡本 健

# ゲームの世界からの旅行行動 歴史・文化への新たなアクセス

最近、電車に乗っていると携帯ゲーム機やスマートフォンでゲームを楽しむ人をよく見かける。余暇産業である観光にとっては、テレビゲームはライバル産業ととらえることもできるが、工夫次第で観光や地域振興のきっかけにすることも可能だ。

実際、『ラブプラス+』（コナミ）では、静岡県熱海市とのコラボが見られた。このゲームは、ゲーム内で恋愛を楽しむものだが、その中で熱海旅行イベントがあり、現実の熱海でもツアーの実施やグッズ販売、イベントなどが催された。より現実離れたゲームでも、地域とのコラボが見られる。架空の世界で架空の生物の狩りを楽しむゲーム『モンスターハンター』（カプコン）が長野県の信州渋温泉とコラボし、様々な企画を実施しているのだ。さらに、スマートフォンのアプリゲームで2200万のダウンロードを誇る『パズル&ドラゴンズ（パズドラ）』（ガンホー・オンライン・エンターテイメント）では、プロデューサーの出身地である富山県高岡市とのコラボがなされ、ゲーム内で高岡市の名産品であるブリやシロエビ、ホタルイカな

どをモンスターとして登場させた。『パズドラ』のキャラクターを様々な地域のバージョンにしたグッズ「ご当地パズドラ」もマックスリミテッド社から発売されている。

今回は、ゲームと観光の関係について、『艦隊これくしょん—艦これ—』と広島県呉市の関係を事例に考えてみたい。

### 「艦これ」とは？

「艦これ」は、角川ゲームスが運営、開発し、DMM.comによって提供されているブラウザゲームだ。ブラウザゲームとは、パソコンのウェブブラウザ上で動くゲームのことである。

ゲームの内容は、プレイヤーが軍艦を指揮する提督となり、開発した軍艦を編成して、敵の艦隊と戦うというものだ。「艦これ」が人気を集めている大きな要因は「艦娘（かんむす）」である。艦娘とは、軍艦をモチーフにした美少女キャラクターである。たとえば、戦艦「大和」や空母「翔鶴」、駆逐艦「島風」、などの実在した軍艦が美少女萌えキャラクターとして描かれ、登場するのだ。このように人間ではない物を人間として描くことを擬人化と言う。

つまり、擬人化された戦艦「艦娘」をコレクションすることがゲームの醍醐味の一つとなる。

このゲームは、登録さえすれば、なんと無料で利用することができる。前述した『パズドラ』も、スマホ用アプリと形式は異なるものの、基本は無料だ。ゲーム内で、よりスムーズにゲームを進めたり、より強力なアイテムや出現確率の低いキャラクターを手早く手に入れたりするために課金することもできるが、プレイすること自体に課金は必須ではない。

近年、ゲーム自体は無料にして利用者を増やしつつ、熱心なユーザーの課金によって利益をあげるとともに、その後、有料のゲームソフトや出版物、アニメーション、関連グッズなどに展開したり、広告費で利益をあげたり、といったビジネスモデルが散見されるようになった。

2013年4月にサービスを開始した「艦これ」は10月にユーザー数が100万人を突破し、その後もプレイ希望者が殺到し、順番待ちが生じるほどになった。スマートフォンには対応していないブラウザゲームというあり方を考えると驚異的な人気であると言える。

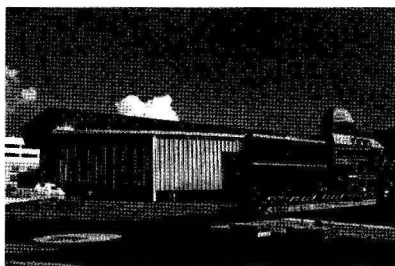
## 大和ミュージアムへの来客

この「艦これ」をきっかけにして、広島県呉市の大和ミュージアムにファンが訪れた。

「呉市海事歴史科学館 大和ミュージアム」は、平成17年（05年）4月に開館した。呉市には、明治22年には呉鎮守府が、36年には呉海軍工廠が設置され、戦後も、造船をはじめとした臨海工業都市として栄えた。館内には、10分の1スケールの戦艦大和をはじめとした展示があり、関連する企画・特別展やイベントの実施も盛んである。twitter、Facebookでの情報発信も行っている。

13年の夏ごろに、ミュージアムスタッフがtwitterなどでミュージアムのことを検索していたところ、艦これファンが大和ミュージアムに来館していることが判明。広島県によるデスティネーションキャンペーンも相まって、ミュージアムへの来客数は前年比122.5%となっている（広島県デスティネーションキャンペーンは<http://www.kankou.pref.hiroshima.jp/dc/>を参照）。

ミュージアムとして現在「艦これ」との連携イベントを実施しているわけではないが、ファンが同人誌即売会に同ミュージアムを使い、多くのファンが駆け付けた。大和ミュージアムは、その基本方針および方向性の中に、人々が集える施設、情報の



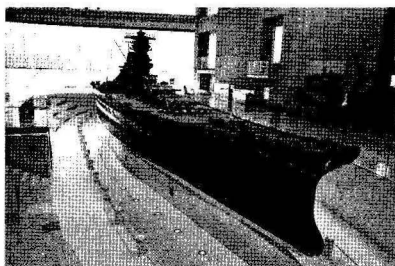
大和ミュージアムの外観

受発信を行う博物館、楽しむ場となる博物館、を掲げている。

そのため貸室機能もっており、そこでゲームのファンが同人誌即売会を企画。キャパシティの問題やコスプレ来場者への対応、同人誌の内容などを事前に打ち合わせた上で実施した。このイベントには大勢の「艦これ」ファンが訪れ、艦娘や敵艦隊、提督のコスプレをしたファンも場を盛り上げた。ただ同人誌即売会にのみ訪れただけでなく、展示の見学や周辺の観光も同時に行うファンも多かった。

このような動きについて、大和ミュージアムの広報担当者は「きっかけが何であっても、当館の展示物をご覧いただき、歴史に関心を持っていただけるということがとても有難く、感謝しております」と言う。大和ミュージアムでは、他にも、アニメ「たまゆら」のグッズ販売や「エヴァンゲリオンと日本刀展」の開催など、多くの人に展示を見てもらうための工夫がなされている。

博物館という位置づけ上、こうした動きに否定的な向きもあるかもしれない。しかし、そうした固定的な考え方に縛ら



10分の1戦艦「大和」の展示

れていては、せっかくの来訪者を逃すことになる。これは他の観光地でも同じことが言える。誇るべき歴史や文化は大切にしつつも、そこへのアクセス経路は多様であって良いはずだ。

## 今後のポイント

「艦これ」には、100種類以上の軍艦が登場する。艦娘も、それぞれ史実に基づいたエピソードや性格付けがなされている。長崎県佐世保市、神奈川県横須賀市、兵庫県神戸市、京都府舞鶴市など、造船所があった場所、艦が寄港した場所などは全て旅行目的地になりうる。実際、今回紹介した同様のイベントはその後、様々な地域での開催が予定されている。

ゲームに限らず、余暇活動は多様化しており、観光はそれらとの競合を余儀なくされている。しかし、うまく協働すると、ライバルであったはずのコンテンツをきっかけに観光行動につなげることが可能なのだ。ゲームのような、一見観光とは正反対の余暇活動でもそれが可能なのである。今後、観光の多様な楽しみ方が続々と登場することを期待したい。

