

奈良アニメメディア祭

活動報告書 (平成26年度版)

特集

「奈良」を舞台とした、マンガ・アニメーション・ポップカルチャーイベント
メディア・コンテンツ・ツーリズム

テーマ

奈良公園サマーコスプレフェスタ
記紀・万葉メディア・コンテンツ・ツーリズムシンポジウム



奈良ものがたり観光実行委員会

<http://www.nara-storytourism.com>

目次

巻頭言	5
「奈良公園サマーコスプレフェスタ」実施報告および評価 —現代的なコンテンツをきっかけに新たな層の来訪を促進—	9
「記紀・万葉メディア・コンテンツ・ツーリズムシンポジウム」実施報告 —コンテンツと地域、人の関係性を歴史的につなぐ試み—	31
奈良アニメメディア祭 2014 連動イベント ならこいふえすた「久保ユリカトークショー」報告	51
奈良アニメメディア祭 2014 総括 —物語、地域文化、観光をつなぐイベントへ—	57

巻頭言

奈良ものがたり観光実行委員会
委員長 古田明宏

古くは「古事記」「日本書紀」「万葉集」の時代から「鳥羽僧正の鳥獣戯画」、現代漫画の神様「手塚治虫」そして幾多のクリエイターによって、様々な時代の中で創られた「ありとあらゆる可能性を秘めた宝箱」である「マンガ」「アニメーション」「ゲーム」等のメディア・コンテンツ。

一部の熱狂的なファンやマニアの方々、もちろん自分も含まれるのですが、いわゆる「オタク」の趣味として、ある意味偏見の目でもって認知されてきたこれらのクリエイティブは、今や趣味の枠を超え、多種多様なクリエイターの手によって、続々と新しい、考えもつかない表現世界やパフォーマンスを生み出しながら、進化し続け、世界中を駆けめぐり、「Cool Japan」として日本を代表する「文化」「アート」「知的産業」として花開き、今もリアルタイムで、様々な企業によるタイアップ商品や、コラボレーション事業が展開されています。

そんなある日の、奈良の某所での、とある集まりで、「奈良でアニメ・マンガのイベントはなぜ開催されてこなかったの？ 誰も期待していないのかな？」

そんな会話がきっかけとなり数時間に渡って議論が重ねられる中、奈良には「古事記」「日本書紀」「万葉集」—いわゆる「記紀・万葉」という素晴らしい歴史書、また県内各地に歴史遺産・文化があるおかげで、アニメ・マンガなどの新しい文化カルチャーに頼る必要もなかったし、新しいものを取り入れて、変化する必要に迫られなかったのも一因かもしれませんね、という意見がありました。

日本の多くの地域で、大都市に習った近代都市化政策が進められてきた結果、地域の先人により育まれてきた地域文化の継続・継承が難しくなり、見直しが急務になっている時代の中、奈良は多くの要素が理由となり「大きく変わらなかった」地域・街として、約1300年間の昔から「古都・奈良」としてあり続けています。

「変わらないこと」というのは、「何もしてこなかった」こととは決して同義ではなく、「変わらない」ことを支え続けた人々がいたことで成し遂げられた事象です。私はそんな奈良の街に、畏敬の想いを持っており、日本の幾多の街・地域の中でも、1300年もの歴史文化を作り、繋げられてきた、この唯一無二の街である奈良が、「変わる」必要はないとも思います。

とはいえ「マンガ」「アニメーション」「テレビゲーム」で育ち、また生業としている一人として、奈良で、メディア・コンテンツによるイベント開催の可能性は皆無であるということに結論付けることはできませんでした。

「奈良ものがたり観光実行会」は、奈良を舞台モデルとしたマンガ・アニメ作品が発表され、作品ファンが作品舞台を訪れ、思い思いのツーリズムを楽しむ「聖地巡礼」「舞台探訪」という現象が、奈良でも自然発生し、奈良でのメディア・コンテンツイベントへの期待が高まったことがきっかけとなり、古都・奈良の伝統的な価値へのリスペクトを大切にしながら、最新の「メディア・コンテンツ」と「歴史・文化」が共存し、「奈良を知らない」「奈良を訪れたことがない」若者層に「奈良」を伝える新しいソフトのひとつになることを目標の一つにするとともに、奈良のメディア・コンテンツカルチャー不毛の現状を切り開きたいという想いに賛同する奈良県人が集まり、今年1月に発足。2014年夏、そんな想いが一つの形となり、「奈良アニメメディア祭」が開催されました。

この活動報告書では、そんな「奈良アニメメディア祭」で生まれた、いくつもの想いのピースをまとめさせていただきました。

私たちはよくあるブームを取り入れた、打ち上げ花火のごとき、一過性のイベントで終わることなく、今後の奈良でのメディア・コンテンツ・ツーリズム発展の継続的な一助となることを目標・目的にしております。

最後に、企画スタートから様々な困難が発生する中、一緒に取り組み続けた実行委員会メンバー。ご協力いただきました地域・行政の皆様。来場者の皆様に笑顔で帰っていただくため、全力を尽くしてくれたボランティアサポーターの皆様。奈良アニメメディア祭に参加された来場者の皆様。

そして全ての創作者（クリエイター）の皆様には心からの感謝と敬意を込めて、ご挨拶とお礼を申し上げ、巻頭言とさせていただきます。

「奈良公園サマーコスプレフェスタ」実施報告および評価
—現代的なコンテンツをきっかけに新たな層の来訪を促進

「奈良公園サマーコスプレフェスタ」実施報告および評価 —現代的なコンテンツをきっかけに新たな層の来訪を促進

奈良県立大学 地域創造学部 講師
岡本健

本章では、平成 26 年 8 月 9 日(土)、10 日(日)に、なら燈花会会場周辺エリアにて開催された「奈良公園サマーコスプレフェスタ」の実施概要を報告し、実施したアンケート調査の結果を元に、その効果を検証する。また、その際、連携イベントとして実施した「燈花会の彼方」についても説明し、その相乗効果についても検証する。

1. 奈良公園サマーコスプレフェスタの概要とイベントの様子

1-1. 奈良公園サマーコスプレフェスタの概要

奈良公園サマーコスプレフェスタは、奈良公園内の特定のエリアでコスプレを許可するイベントである。8 月 9 日(土)および 8 月 10 日(日)の 2 日間の開催予定であった。実際は、台風の影響で 1 日目は中止となり、2 日目のみの開催となった。1 日目については、台風による強い風雨のため、警報が発令され、燈花会自体も中止となり、奈良公園サマーコスプレフェスタは中止せざるを得なかった。2 日目についても、結果的に開催はしたものの、午前中は雨風の強い状態が続いたため、参加者の立場から見ると直前まで開催されるかどうか不明瞭な状態であった。事前申込者数は 2 日あわせて 180(1 日目 100、2 日目 80)であったが、1 日目はイベント中止となったため来場者数は無く、2 日目の来場数は、交通機関の乱れが残ったこともあり、40 人程度であった。

1-2. 奈良公園サマーコスプレフェスタの様子

奈良公園サマーコスプレフェスタでは、コスプレイヤー(コスプレをする人々の意)たちが、それぞれ自分の好きなアニメやマンガ、ゲーム等コンテンツのキャラクターに扮した。ならまちセンターに更衣室を設置し、受付もここで行った。コスプレイヤーは受付を済ませ、更衣室で思い思いの格好に着替え、決められたエリアで好きなように写真撮影をした。コスプレという行為は、コンテンツのファンによる一種の表現行為であり、独特の文化を形成している。

コスプレという行為を見た場合、当該行為者にはコンテンツの中の架空のキャラクターの恰好をすることによってそのキャラクターになりたいという願望があると考えがちである。確かにそうした側面もあるのだが、コスプレイヤーたちの大きな目的の一つは、その恰好で写真を撮影することである(図 1、図 2)。撮影した写真は、自分で鑑賞したり、インターネットを通じて他者に披露されたり、コスプレイヤー同士で交換する名刺を作成するのに用いられったり、写真集として冊子にまとめて、コミックマーケット等の同人誌即売会で頒布されたりする。こうした目的を持っているため、コスプレイヤーは単独で行動する場合もあるが、多くの場合、自分を撮影してくれる撮影者が帯同していることが多い。あるいは、コスプレイヤー同士で写真撮影をし合う場合も見られる。コスプレイヤー同士がイベント会場で出会い、その場で共に写真を撮影し合う場合や、インターネット上で事前に連絡を取り合っ、会場で落ち合い、撮影に臨む場合などもある。



図1 ポーズを決めるコスプレイヤー（右）とそれを撮影する撮影者（左）
＜写真撮影：鎗水孝太＞



図2 夜の燈花会会場でポーズを取るコスプレイヤー（左）とそれを撮影する撮影者（右）
＜写真撮影：鎗水孝太＞

コスプレイヤー同士のコミュニケーションについては、すでに述べた通りであるが、今回のような開放型のコスプレイベントでは、コスプレイヤー以外とのコミュニケーションもなされる。今回のイベントでは、後述するように「燈花会」との連携も行われたため、燈花会会場内でもコスプレおよび撮影が許可されていた。燈花会会場でポーズを取り、写真撮影をするコスプレイヤーたちに対して、一般観光客がカメラを向け、撮影する場面も見られた(図3)。なかには、燈花会に訪れた外国人観光客に写真撮影を求められ、共に写真におさまる場合もあった(図4)。



図3 燈花会会場のコスプレイヤーにカメラを向ける観光客
＜写真撮影：鎗水孝太＞



図4 外国人観光客の写真撮影に応じるコスプレイヤーたち
〈写真撮影：鎗水孝太〉

以上のように、奈良公園サマーコスプレフェスタでは、コスプレイヤーたちが自分たちの目的を果たすために集まり、相互に撮影やコミュニケーションが行われていた。また、それと同時に、そうしたコスプレイヤーの様子が一般観光客や外国人観光客にとっての観光資源にもなり、コスプレイヤーがそれ以外の人々とも交流する場面が見られた。

このような場面は、一般的に行われるようなコスプレ文化を理解している人のみが参加する閉鎖的なコスプレイベントではほとんど見られない。コスプレイベントは多くの場合、一つの施設や部屋などを借り切って閉鎖的に行われるためである。コスプレイヤーの中には、今回の機会を、コスプレという自らの表現行為を一般観光客にも披露することができる場として捉えている人もいた。

一方で、一般観光客はコスプレ文化への理解が乏しく、「撮影をする際にコスプレイヤーに許可を得る」「写真をインターネット上で公開する際には許可を得る」といったことをせずに撮影をしてしまう場合があり、コスプレイヤーと一般観光客の間でトラブルに発展する危険性が生じる。この点については、今後一層の撮影時のマナー啓発が必要であろう。

2. 奈良公園サマーコスプレフェスタにおけるアンケート調査の結果と分析

イベント参加者に対してアンケート調査を実施したところ、27の回答が得られた¹。40名中27名が回答を返しており、回答率は67.5%であった。本アンケート調査については、鎗水孝太氏（北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 観光創造専攻 博士後期課程）と筆者の共同調査として実施した。

¹ 実施したアンケートの内容については、章末を参照。

2-1. 性別・年齢

来場者の性別は、男性が2(7.4%)、女性が25(92.6%)であった。年齢は、10代が6(22.2%)、20代が15(55.6%)、30代が5(18.5%)、40代が0(0.0%)、50代が1(3.7%)、60代以上は0(0.0%)であった(図5)。

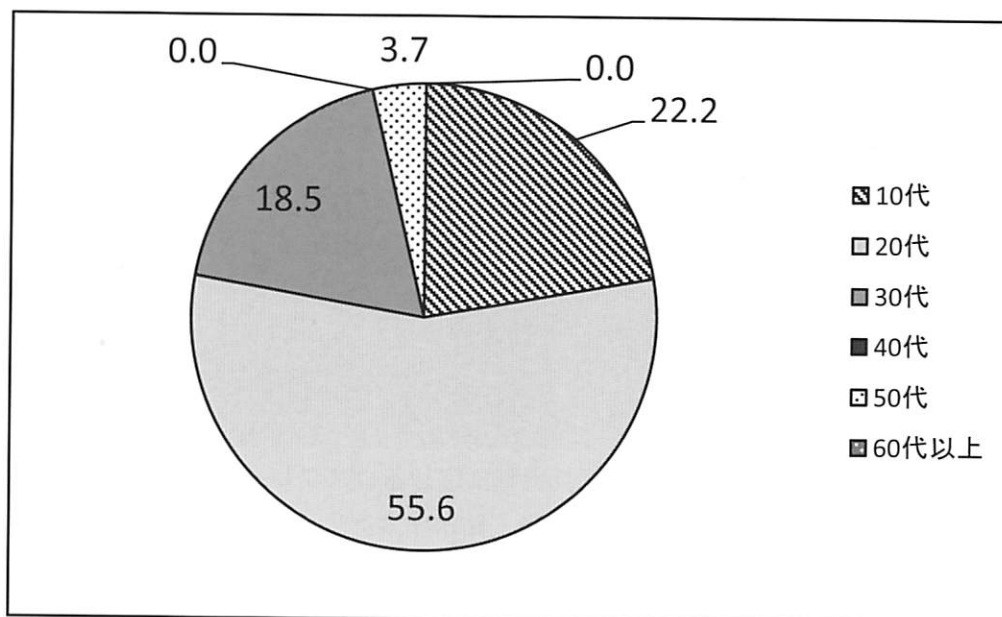


図5 アンケート調査結果(年齢:割合)

女性が9割、20代が過半数を占めた。年齢については、10代から30代を足すと、9割を超える。一般的に、コスプレイベントに訪れるのは10代から30代の女性が多く、今回のイベントでも同様の傾向が見られた。

2-2. 居住地

来場者の居住地は、奈良県が17(63.0%)、大阪府が3(11.1%)、京都府が3(11.1%)、千葉県が2(7.4%)、滋賀県が1(3.7%)、岐阜県が1(3.7%)であった(図6)。

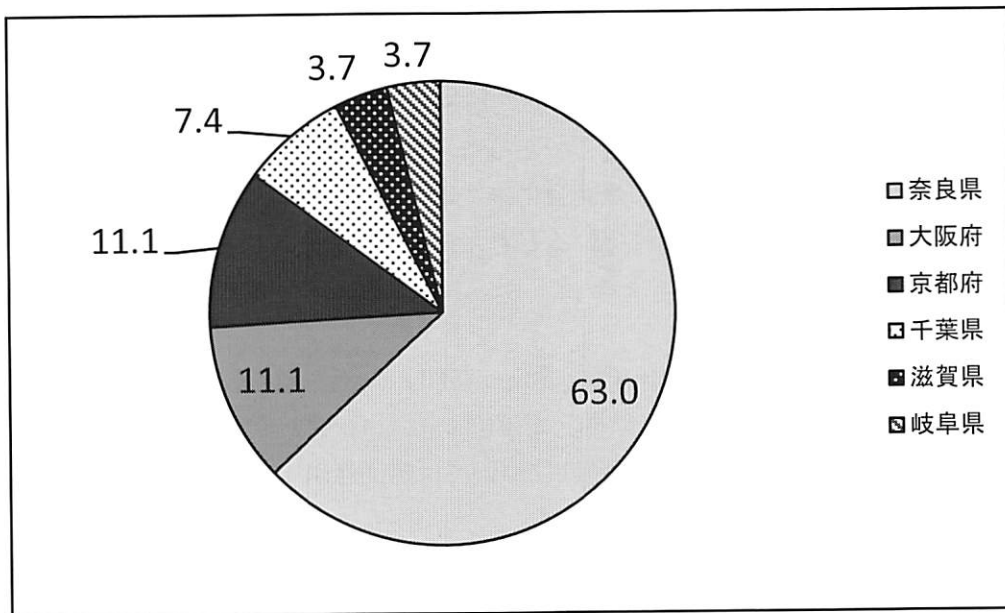


図6 アンケート調査結果（居住地：割合）

イベントへの来場者は奈良県が最も多く、6割を占めた。大阪府、京都府、滋賀県からの来場者を合わせると、近畿圏からの来場者で9割近くを占めている。今回のイベントには主に近隣から参加者が集まったと言える。一方で、数は少ないものの、岐阜県や千葉県といった、近畿圏以外からの来場者も見られた。

2-3. 来訪回数

来場者の「燈花会」への来訪回数は、「はじめて」が16(59.3%)、「2回目」が2(7.4%)、「3～6回目」が6(22.2%)、「7～10回目」が2(7.4%)、「11回目以上」が1(3.7%)であった(図7)。

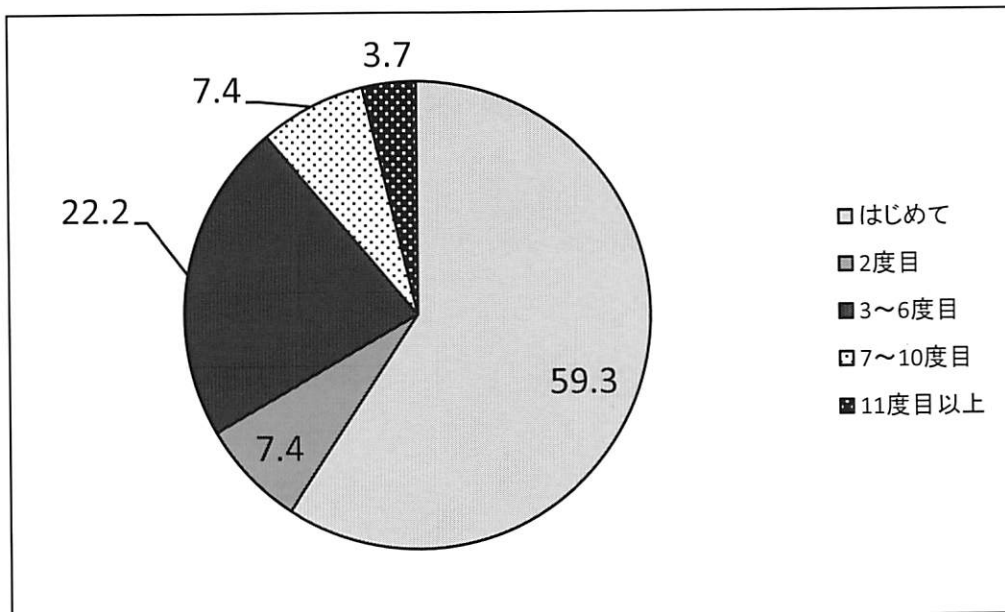


図7 アンケート調査結果（来訪回数：割合）

「はじめて」という回答が6割近くを占めている。このことは、奈良公園サマーコスプレフェスタには、これまで燈花会に訪れていなかった層を来場させる機能があると言えよう。また、2度目以上の来訪者については、4割近くであった。コスプレフェスタをきっかけとして燈花会に再訪する、あるいは、これまでに燈花会に来ていた人々がコスプレという新たな楽しみ方を追加する、といった状況が促進されていると考えられる。

2-4. 滞在時間と宿泊数

滞在時間は、「2時間未満」が0(0.0%)、「3~4時間」が3(21.4%)、「5~6時間」が5(35.7%)、「7~8時間」が3(21.4%)、「9~10時間」が0(0.0%)、「11~12時間」が1(7.1%)、「12時間以上」が2(14.3%)であった(図8)。滞在時間については無回答が13あったため、割合を出すための分母は14としてある。

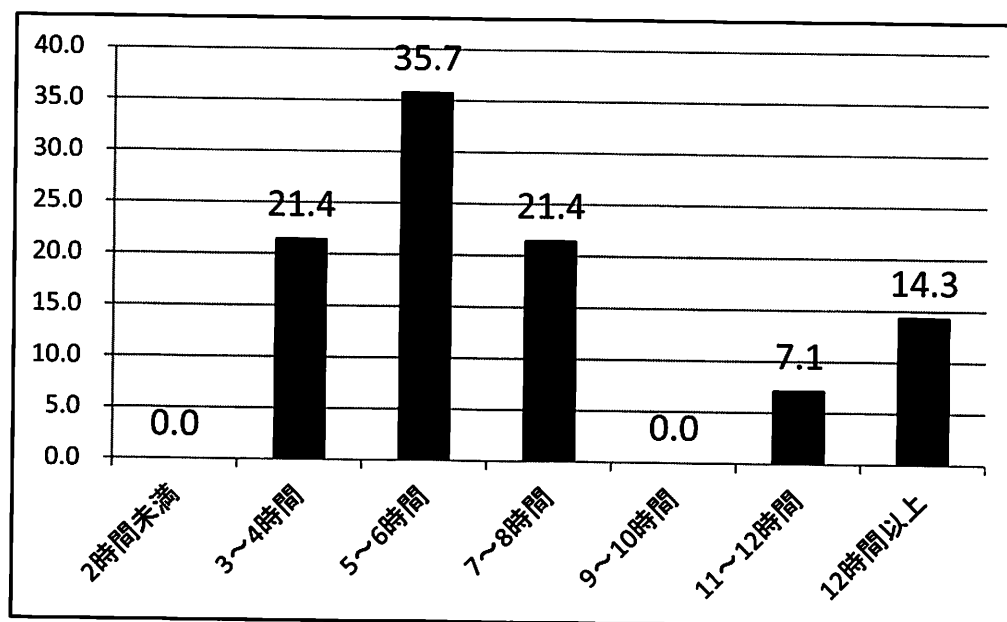


図8 アンケート調査結果 (滞在時間 : 割合 : n=14)

宿泊数は、「日帰り」が21(84.0%)、「1泊2日」が2(8.0%)、「2泊3日」が2(8.0%)であった(図9)。宿泊数については、無回答が2あったため、割合を出すための分母は25としてある。

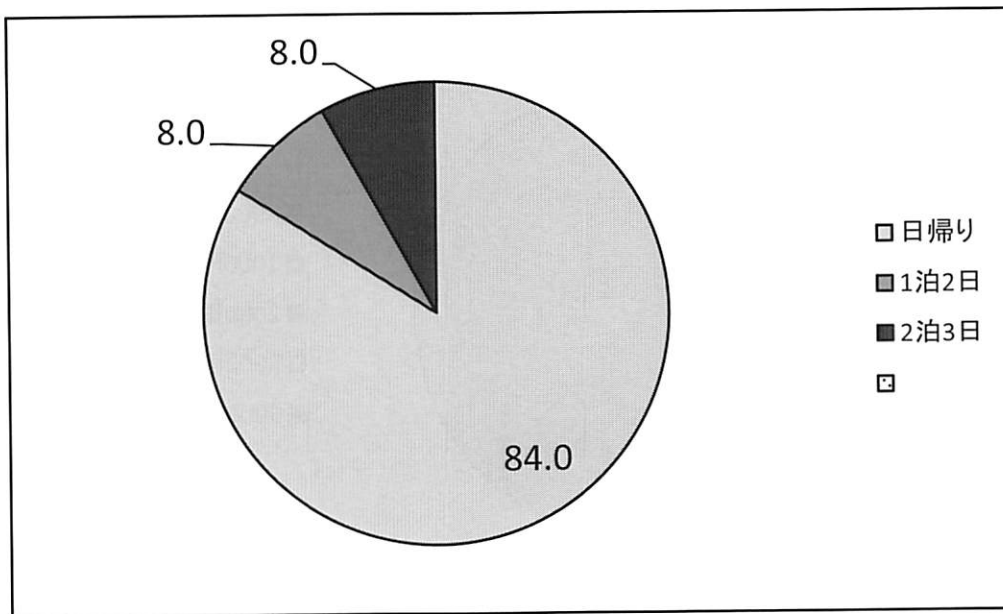


図9 アンケート調査結果（宿泊数：割合：n=25）

滞在時間については、3～8時間で78.6%と8割近くを占めている。また、11時間以上という回答は21.4%と2割近くを占める。分母の数が異なるため、単純には比較できないが、宿泊数と対照してみると、おそらく滞在時間「3～8時間」の多くは「日帰り」と重なり、「11時間以上」は「宿泊者」と重なっていると考えられる。

2-5. 使用金額

交通費を除いて使用総額を問うた。結果としては、「1000円未満」が9(37.5%)、「1000円以上2000円未満」が9(37.5%)、「2000円以上3000円未満」が3(12.5%)、「3000円以上4000円未満」が1(4.2%)、「5000円以上」が2(8.3%)であった(図10)。使用金額については、無回答が13あったため、割合を出すための分母は14としてある。

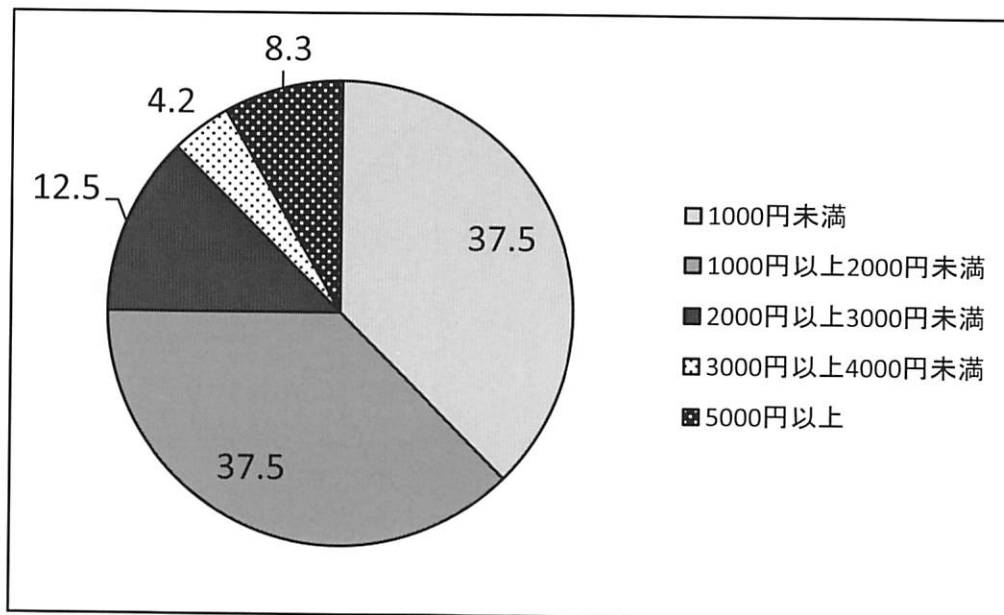


図 10 アンケート調査結果（使用金額：割合：n=24）

3000円未満が87.5%を占めていることが分かった。3000円以上は12.5%であった。

ここで、一人当たりの平均使用金額を算出したい。まず、「1000円未満」の場合、一人500円の消費であると仮定し、回答数の9と500円を掛け、4,500円とする。同様に、「1000円以上2000円未満」は、1,500円×9=13,500円、「2000円以上3000円未満」は、2,500円×3=7,500円、「3000円以上4000円未満」は、3,500円×1=3,500円、「5000円以上」は、5,000円×2=10,000円とする。これらの数値の和を回答者数の24で除して平均金額を得ると、消費金額合計は39,000円となり、平均消費金額は1,625円となった。

2-6. 旅行人数

旅行人数は、「1人」が3(15.0%)、「2人」が13(65.0%)、「3人」が3(15.0%)、「4人」が0(0.0%)、「5人」が1(5.0%)、「6人」が0(0.0%)、「7人以上」が0(0.0%)であった(図11)。旅行人数については、無回答が7あったため、割合を出すための分母は20としてある。

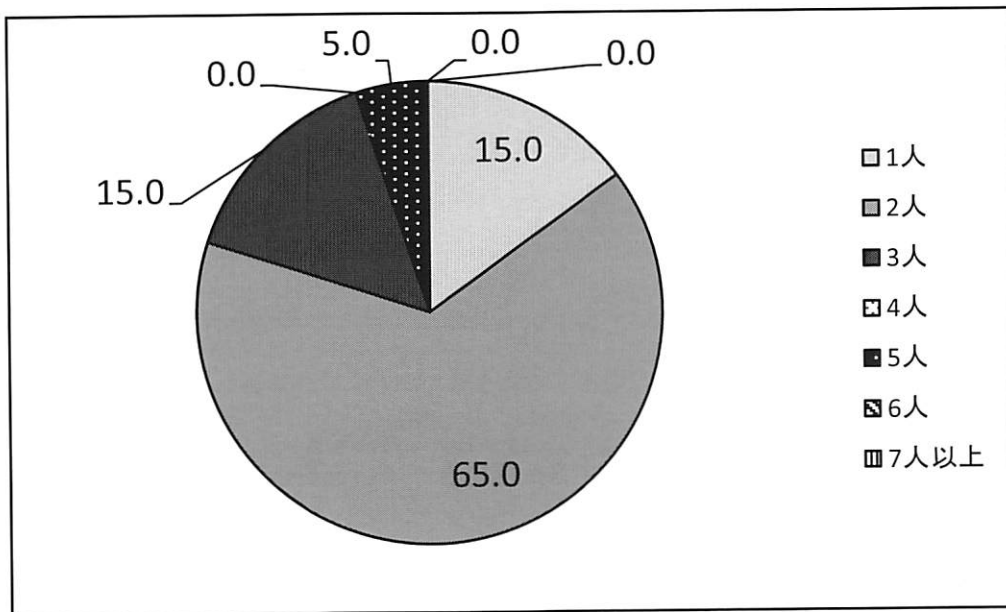


図 11 アンケート調査結果（旅行人数：割合：n=20）

旅行人数については「2人」が最も多く、次に「1人」「3人」が続く。多い場合は「5人」となっている。「1人」で訪れる場合は、同じくコスプレで訪れる参加者とその場あるいはネット上で申し合わせをし、一緒に撮影をすることもある。また、複数人で訪れる場合は、お互いに撮影をし合う場合も見られる。

2-7. 満足度

満足度は、「非常に満足」が12(44.4%)、「やや満足」が13(48.1%)、「どちらでもない」が2(7.4%)、「やや不満」が0(0.0%)、「非常に不満」が0(0.0%)であった(図 12)。

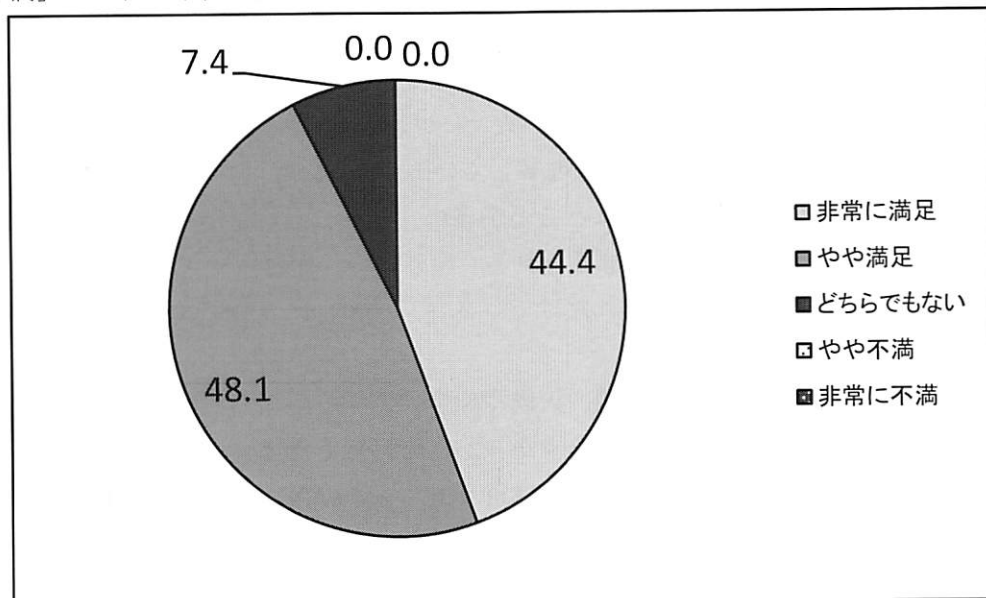


図 12 アンケート調査結果（満足度：割合：n=27）

満足度については、「非常に満足」と「やや満足」を足すと92.5%を占める。残りは「どちらでもない」であり、不満感を示した回答は無かった。こうしたイベントの評価については、天候の悪さが影響を与え、イベント内容が良くても評価が低くなる傾向にある。今回の結果からは、天候が悪かったにも関わらず、満足度が高く、参加者のほとんどが当該イベントに対して高い評価をしているものと考えられる。

2-8. 自由記述

ここでは、自由記述欄に書かれた内容を分析する。

「地元でイベントがあるというのがまず嬉しい」「奈良でアニメ系のイベントをやってくれて嬉しかった」といった記述が見られた。

この記述からは、奈良県在住のアニメファンにとって、奈良におけるアニメ関連イベントがまだまだ不足している現状を読み取ることができる。アニメイベントの多くは、その来場者数を見込める都市部で開催されることが多い。地方において開催されるサブカルチャーイベントを開催すると、当該地域在住のアニメファンから今回と同様の感想が得られることが多い。奈良県在住のアニメファンは、大阪や京都で開催されるイベントに足を運んでいると思われ、奈良でのアニメイベントにこうした需要があることが明らかになった。

次に、「和ロケーションで夜撮ができるから」「屋外でできたのがよかった」「色んなシチュエーションで撮影できたのでとても満足」「素敵なロケーションでとても幸せでした!」といった記述が見られる。こうした記述は、コスプレファン特有のものである。

コスプレイヤーは、ただコスプレをして楽しむだけでなく、お互いに撮影をし合って、その写真をネット上で交換したり、写真を元に冊子を作成してコミックマーケットなどで頒布したりして楽しむ。コスプレをしたキャラクターにふさわしい風景やロケーション、シチュエーションで撮影できることが、コスプレイヤーにとって価値を持つのである。「和ロケーション」とは、奈良の古風な風景のことを指していると思われる。「夜撮」とは、夜間の撮影のことであろう。コスプレという趣味は、近年ハロウィンの普及などもあり「仮装」は広く定着して来たとは言え、まだまだ市民権を得ているとは言いがたい。アニメのキャラクターの恰好で夜間に公共空間で出歩くと、そうした趣味に親和性の少ない人々には、強烈な違和感を生じさせることになる。このことは、コスプレイヤーたちも良く理解している。そのため、コスプレイベントの多くは、特定の建物の内部を借りきって行われることが多い。こうした状況があるため、今回のイベントのように奈良公園という「和」を感じられる「屋外」の「ロケーション」で、「夜間」にも撮影することが可能という条件は、それだけでコスプレイヤーにとって貴重な場となっているのである。

そして、足元が悪かったという旨の、天候や環境に関する感想もあった。2-7で指摘したように、天候に対する評価は必ず付きまとうが、2-7で指摘したように悪い評価は無い。こうしたイベントは天候に大きく左右されることは言うまでも無いが、今回は、台風の影響があるにも関わらず半数の人々が来場し、熱心な参加者が訪れたことがわかる。コスプレイヤーにとっては、ろうそくに照らされた幻想的な情景を背景に撮影できる絶好の機会となった。

3. 「燈花会の彼方」との連動

奈良公園サマーコスプレフェスタが実施された期間には、同時にイベント「燈花会の彼方」（8月5日～14日）が実施された。「燈花会の彼方」とは、アニメ作品『境界の彼方』と、地域イベント「燈花会」との連携イベントである。『境界の彼方』とは、京都アニメーション制作のアニメーションであり、奈良市や橿原市などの風景がその背景として用いられている。「燈花会の彼方」では、アニメキャラクターの等身大パネルが合計8体（4キャラクターそれぞれ2バージョン）燈花会の会場に設置されるとともに、特製のマップの配布（計19,500枚）、グッズ販売を行うことで作品ファンの来訪を促した。

3-1. 『境界の彼方』キャラクター等身大パネルの効果

キャラクターの等身大パネルは、それ自体が撮影の対象となるとともに（図13）、等身大パネルとともに写真を撮影する際に用いられることもあった（図14）。

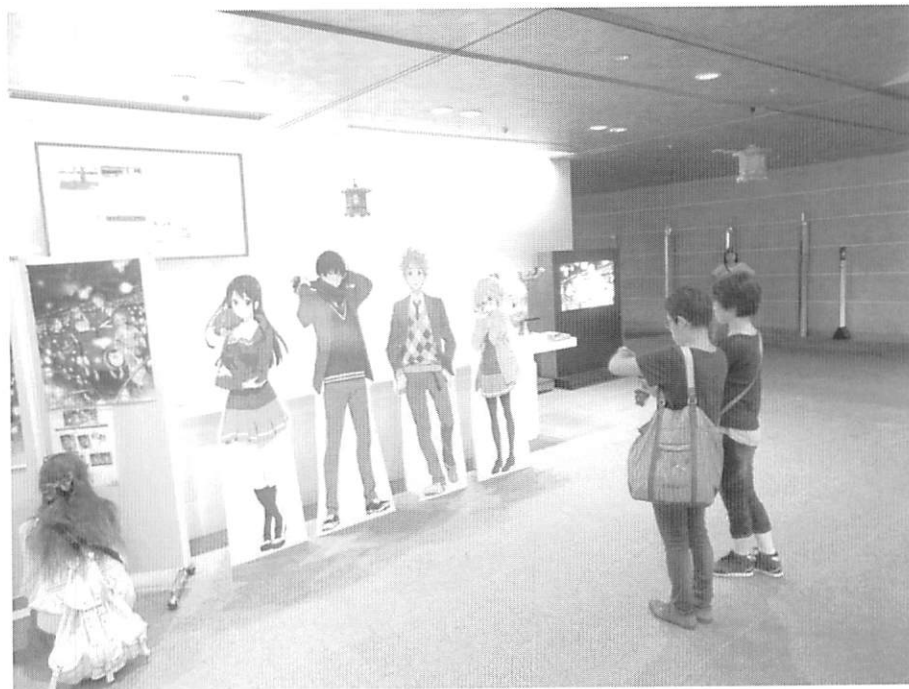


図13 新公会堂に設置された『境界の彼方』のキャラクターパネルとそれを撮影する人
<写真撮影：岡本健>



図 14 新公会堂に設置された『境界の彼方』のキャラクターパネルと共に写真撮影をする人
＜写真撮影：岡本健＞

さらに、このパネルのうち、キャラクターが浴衣を着用しているバージョンについては、夜間になって奈良公園一帯にろうそくの明かりが灯された際、公会堂から場所を移して屋外に設置された(図 15)。

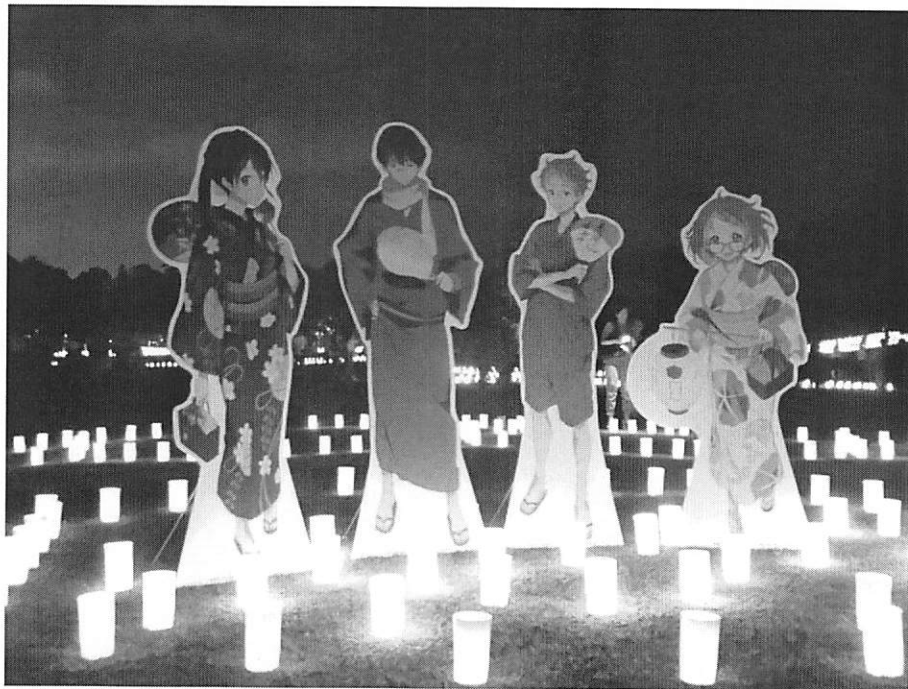


図 15 屋外に設置された『境界の彼方』のパネル
＜写真撮影：岡本健＞

屋外に設置されたパネルは、足元のろうそくの明かりに照らされて、幻想的な雰囲気をまとい、室内にある時とは異なる様相を見せた。『境界の彼方』という作品自体、現実の背景を用いているものの、ストーリー自体は幻想的であるため、キャラクターの等身大パネルがろうそくに照らされている様子は、作品世界との接続を感じさせる演出となった。来場者は、この様子をデジタルカメラやスマートフォン等で撮影した(図 16)。このように撮影された写真は、twitter や Facebook などのソーシャルメディアに発信されたり、誰かに自身の体験を話す際に見せる素材となったりして、奈良の魅力を参加者が発信するきっかけとなり得る。



図 16 屋外に設置された『境界の彼方』のパネルを撮影する人々
＜写真撮影：岡本健＞

現場で見られた興味深い現象としては、作品のことを知らずに燈花会を見に来た人々にとっても今回の試みは新鮮だったようで、外国人観光客を含めてしきりにパネルの写真撮影し関心を示していた(図 17)。長年続いたイベント「燈花会」における新たな試みは、アニメファンのみならず、燈花会ファンにも関心を持たれた。

他方、奈良を舞台にしたアニメ作品の存在を地元住民に知らせるメディア的な機能を果たしたととらえることもできる。コンテンツ産業サイドからすると、コンテンツを地域に遡及させる最適な広報の場にもなり得ることが明らかになった。



図 17 パネルを撮影する人々の中には外国人観光客も含まれた
＜写真撮影：岡本健＞

さらに、『境界の彼方』の舞台となった奈良ホテルでは、ホテルスタッフによる館内ガイドツアーが行われた（図 18～図 20）。



図 18 ホテルスタッフの説明に聞き入るツアー参加者たち
＜写真撮影：岡本健＞

ツアーの参加者数は、8月7日は17人、8月12日は120人、8月13日は180人、8月14日は200人であった。参加者の幅は広く、『境界の彼方』のファンはもちろん、明治42年に建造された辰野金吾氏設計のホテルをこの機会に見学しようとする人々も多数訪れた。



図19 館内ツアーの様子
〈写真撮影：岡本健〉



図20 ホテルスタッフの館内案内を聞きながら見学する参加者たち
〈写真撮影：岡本健〉

「燈花会」や「奈良ホテル」といった、元々ある資源と『境界の彼方』というアニメ作品を掛け合わせることによって、それぞれに対して興味関心がある人々を一つの場所に集わせ、それぞれの興味関心を広げていると言えよう。奈良公園サマーコスプレフェスタとの同時開催によって、コンテンツ文化と地域の資源との結びつきを、より広く発信できている。

4. 奈良公園サマーコスプレフェスタの総合的な評価

奈良公園サマーコスプレフェスタの総合的な評価を行う。今回のイベントをきっかけにして、10代から30代の女性をメインに、若者層を奈良に呼び込むことに成功していることが明らかになった。その際、コスプレを楽しむ当事者だけでなく、一般観光客や外国人観光客にとっても奈良の付加価値が高まっており、交流が促進された側面にも注目すべきである。

悪天候にも関わらず、参加者の評価は概ね高く、参加者の声からはイベント自体の潜在的な需要も感じさせる結果となった。千葉県や岐阜県といった遠方からの参加者もあり、宿泊している例も見られたが、多くが日帰り参加者であり、消費金額平均も高いとは言い難い。

今回のデータから導き出される今後の課題としては、より交流を促進する仕掛けなどを用意することで、滞在時間を長くする取り組みの必要性が挙げられる。ただし、その際に注意が必要なのは、滞在時間を長くさせたり宿泊させたりする際に、参加者が自然とそうした行動に出るような形で実施することが挙げられる。来場者はあくまでコスプレイベントを楽しみに来ているのであり、当然ながら「奈良に金を落とそう」などと考えて来ているわけではない。来訪者が何を楽しんでいるのかを正確に把握してイベントを仕掛けることで、自然と長時間滞在したり、宿泊しようと思ってもらったりすることができるのである。

加えて、同時開催したイベント「燈花会の彼方」でも、アニメファンと一般観光客がそれぞれにコンテンツの魅力や奈良の魅力に触れるきっかけを得ていることが明らかになった。今後継続的に開催していく際には、こうした別イベントとの連携もさらに進めていく必要がある。そうすることによって、奈良での長時間滞在や宿泊などにつながっていく。

天候の不良により参加人数が少なかったため、今回の調査結果については即座に一般化することには注意を要する。天候不良にも対処できるようなイベント実施のあり方を今後探っていく必要もあるだろう。いずれにせよ、本イベントについては冒険的な試みであるため、今後継続的に開催し、その都度綿密な調査を実施し、客観的なデータを得ていくことにより、参加者数の増加方策や、コスプレフェスタおよび燈花会への参加者がそれぞれに満足するようなコミュニケーションのための最適な仕掛けを明らかにすることができよう。

以上のように、奈良公園サマーコスプレフェスタは、現代的なコンテンツやコンテンツ文化をきっかけにして、新たな層への奈良に対する興味を喚起し、来訪を促すとともに、元々奈良に関心があり、来訪していた人々に対しても、さらなる付加価値を提供することが出来たイベントと評価することができる。

奈良公園サマーコスプレフェスタ アンケート

日付(月 日)

本日は奈良公園サマーコスプレフェスタにお越しくださり誠にありがとうございました。今後のイベント運営をより良くするための基礎的データを収集する目的で、アンケート調査をさせていただきます。お急ぎのところ大変恐縮ですが、皆様の貴重なお声を聞かせていただければ幸いです。皆様からいただいたご回答に関しましては、統計的に処理され、個人情報が公開されることはありません。

問1. 今回は燈花会への何回目のご来訪ですか *なら燈花会は1999年から実施されています

1. 今回が初めて 2. 2回目 3. 3～6回目 4. 7～10回目 5. 11度以上

問2. あなたのお住まい(都道府県、市区町村まで)性別・年齢を教えてください

(1)都道府県名

(2) a. 男性 b. 女性

(3) a. 10代 b. 20代 c. 30代 d. 40代 e. 50代 f. 60歳以上

問3. 本日、奈良市内では何にいくらぐらいお金を使われましたか、あるいは使う予定ですか。大まかで結構ですので、何にいくら使われたかも内訳欄にお書きください。

(交通費は除く)

【使用総額】()円 【内訳】()

問4. 今回の奈良アニメメディア祭のことを知った情報源は何ですか(複数選択可)

1. 人づてに聞いて 2. テレビのニュース 3. 書籍・雑誌 4. 新聞記事

5. COSPLAYERS ARCHIVE 6. Cure 7. 奈良アニメメディア祭公式サイト

8. インターネットのニュースサイト 9. その他のインターネットサイト()

10. Twitter 11. Facebook 12. 覚えていない 13. その他()

問5. 今回のご旅行の日程と旅行人数について教えてください。

(1) 今回の全体の旅行日程

1. 日帰り 2. ()泊()日 3. (その他:)

(2) 全体の旅行日程の中の奈良市での滞在期間(滞在時間)は何時間ですか?

()時間

(3) 旅行人数は何人ですか?番号に丸をつけてください。

1. 1人旅 2. 2人 3. 3人 4. 4人 5. 5人 6. 6人 7. 7人以上

(4) 今回のご旅行で、他にはどこに行かれますか、もしくは行かれましたか?

1. 行く予定(行った) 2. 行かない予定(行っていない)

*1とお答えいただいた方は、主にどこに行かれますか?あるいは、行かれましたか?

()

問6. 今回のイベントの満足度。

1. 非常に満足 2. やや満足 3. どちらともいえない 4. やや不満 5. 非常に不満

*上の選択肢を選んだ理由を教えてください。

()

問7. 前後を含めてイベントでどのような活動をされますか、あるいは、される予定ですか？
当てはまるものすべてに○をつけてください。

① 事前

1. SNS で本イベントへの登録 2. ネット上で「合わせ」の約束をする
3. その他 ()

② イベント中

1. 写真撮影 2. コスプレで散策する
3. 他グループ、他参加者との交流(名刺交換、お互いに撮影しあう等)
4. その他 ()

③ 事後

1. アフター(イベントや撮影会終了後の食事や打ち上げ)
2. 「COSPLAYERS ARCHIVE」「Cure」等のコスプレ SNS での写真の公開
3. 「twitter」「Facebook」等の SNS での写真の公開
4. ROM や写真集等の作成、頒布
5. その他 ()

問8. イベントに参加したことで新たな知り合いができましたか

1. できた 2. できていない 3. 作るつもりが無い 4. その他 ()

* 1 とお答えになった方は合計で何人くらいできましたか？

- 1、1～5人 2、5～10人 3、10～15人 4、15人～20人 5、20人以上

問9. 奈良市内がアニメ『境界の彼方』の舞台になったことをご存じでしたか？

(今回のイベントで初めて知った場合は、2に○をつけてください)

1. 知っていた 2. 知らなかった

問10. 好きなアニメ作品ベスト3を教えてください。

*好きなアニメが無い方は、右の□にチェックを入れてください。 □

1. () 2. () 3. ()

問11. 好きなキャラクターがいればベスト3を教えてください

*好きなキャラクターがいない方は、右の□にチェックを入れてください。 □

1. キャラクター名 () 登場作品名 ()
2. キャラクター名 () 登場作品名 ()
3. キャラクター名 () 登場作品名 ()

問12. 今後、奈良アニメメディア祭に何を最も期待されますか。

1. イベント 2. グッズ 3. その他 ()

*具体的にどのような形で実施することを希望しますか。

(例: 【1. イベントを選択された場合】 コスプレイベント、飲食店を巡るスタンプラリー、声優を呼ぶイベント、等)

お急ぎのところ、ご回答いただきましてありがとうございました。皆様の貴重なご意見を参考にさせていただきます、今後も様々な取り組みを実施してまいります。

「記紀・万葉メディア・コンテンツ・ツーリズムシンポジウム」

実施報告

—コンテンツと地域、人の関係性を歴史的につなぐ試み

「記紀・万葉メディア・コンテンツ・ツーリズムシンポジウム」実施報告

—コンテンツと地域、人の関係性を歴史的につなぐ試み

奈良県立大学 地域創造学部 講師
岡本健

本章では、平成 26 年 9 月 28 日(日)に開催された「記紀・万葉メディア・コンテンツ・ツーリズムシンポジウム」(以下、「記紀・万葉 MCT シンポジウム」)について報告し、コンテンツと地域、人の関係性を歴史的につなぐ試みとして、イベントの評価を行う。

1. 「記紀・万葉 MCT シンポジウム」の位置づけ

「記紀・万葉 MCT シンポジウム」は、奈良アニメメディア祭の中で中心的な位置づけを占めている。奈良県における歴史的な物語とアニメ・マンガ等のポップカルチャーとの接続を試みること、メディア・コンテンツ・ツーリズムの関係性への理解を深めることを目的としている。また、奈良アニメメディア祭の奈良公園サマーコスプレフェスタの実施報告および効果検証の結果を社会に還元する場としても位置付けている。本シンポジウムは、特に、若年層をターゲットに行った。

2. 「記紀・万葉 MCT シンポジウム」の概要

「記紀・万葉 MCT シンポジウム」は下記の 3 部からなる。第 1 部は基調講演であり、マンガ家の里中満智子氏によって「アニメから始める「古事記」「万葉集」ツーリズム」と題した講演が行われた。第 2 部は、プレゼンテーション企画であり、「奈良メディア・コンテンツ・ツーリズム活性化企画プレゼンテーション」と題して実施した。奈良女子大学および奈良県立大学の学生によるメディア・コンテンツを活用した地域活性化プロジェクト発表、および、北海道大学大学院所属の大学院生による奈良公園サマーコスプレフェスタの実施報告、効果検証を中心とした研究発表から成る。また、各発表にはそれぞれ学識経験者や実践家などがコメンテーターとしてコメントした。第 3 部はトークセッションであり、「記紀・万葉トークセッション」と題して実施した。パネリストとして、クリエイター、地域振興の実践家、研究者などの立場から、合計 6 名が登壇し、記紀・万葉とアニメ・マンガの歴史や、地域との関係性、観光活用についての今後の課題や可能性についてディスカッションを行った。

記紀・万葉 MCT シンポジウムは、奈良女子大学文学部文化メディア学コースの協力の元、奈良女子大学を会場に開催され、100 名強の参加があった。

3. 基調講演(第 1 部)【13:00~14:00】

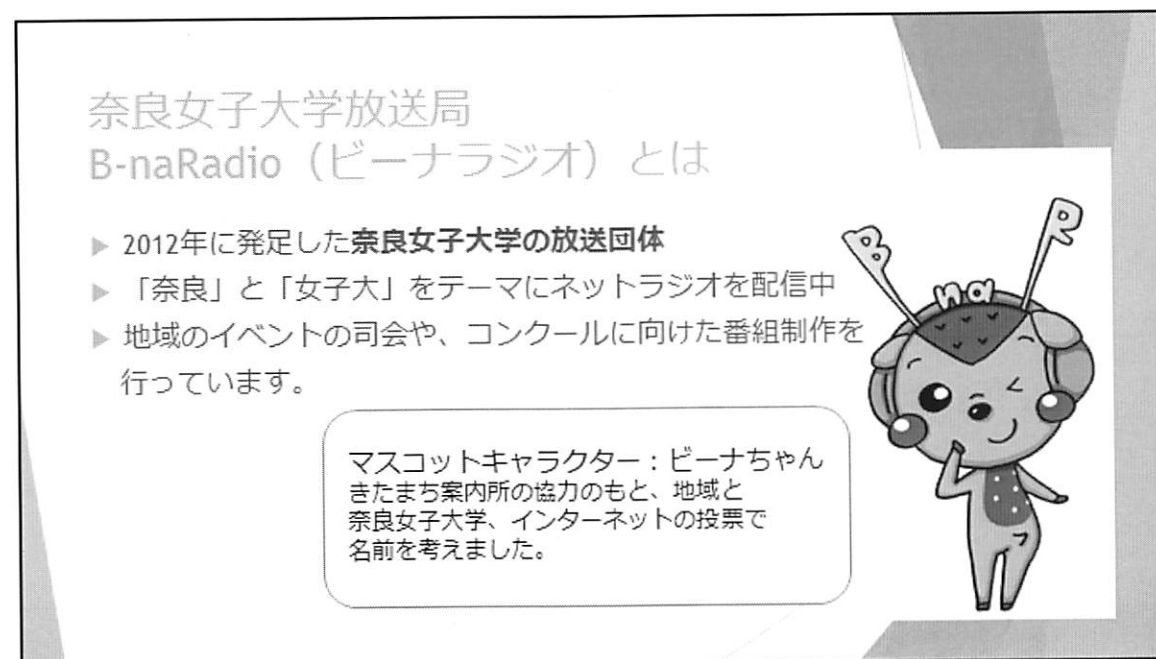
奈良ものがたり観光実行委員会 奈良アニメメディア祭 代表のフルタアキヒロ氏による主催者あいさつに続いて、里中満智子氏による基調講演「マンガ・アニメから始める「古事記」「万葉集」ツーリズム」が行われた。「古事記」や「万葉集」といった古の物語をマンガという現代的表現方法を用いて盛んに表現してきた里中氏による、歴史、物語、ポップカルチャー、海外への波及、観光とのつながり、等、多岐にわたる話題が提供された。

4. プレゼンテーション企画(第2部)【14:00~15:00】

「奈良メディア・コンテンツ・ツーリズム活性化企画プレゼンテーション」では、学部生の実践発表2本、および、大学院生による研究発表1本が行われ、それぞれ有識者からの質問と学生の応答がなされた。

4-1. 女子大生よ、奈良を発信せよ！ ～B-naRadioの3年間～ (奈良女子大学学生)

奈良女子大学放送局B-naRadioの取組について、部長の上田果穂氏(奈良女子大学学部3年生)と副部長の水落しほり氏(奈良女子大学学部3年生)の発表が行われた(発表スライド参照)。





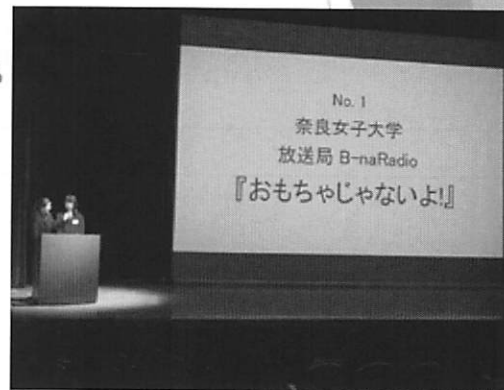
番組制作

ネットラジオの他にコンクールに
向けた番組も制作しています。

2012年NHK全国大学放送コンテスト

映像CM部門

- ▶ 一つのテーマについて30秒の作品を作る
- ▶ 2012年のテーマ：「生」
- ▶ ビーナラジオの作品
『おもちゃじゃないよ!』
全国10作品の中の一つに選ばれました。



B-naRadioのビーナラジオ

- ・毎月2回YouTubeにて配信中
- ・2013年1月から配信スタート
(現在2014年9月で第20回)

「奈良」と「奈良女子大学」を
発信することをコンセプトに、
奈良女子大学の部活やサークルと
協力したコーナーや奈良のイベント情報
などをお伝えしています。

B-naRadio
の
ビーナラジオ
第11回
2013.11.27 *



まほろばニュース

- ▶ 奈良県内のイベント情報や奈良にまつわる話題を紹介

金峯山寺の蛙とび行事



采女祭り



取材をすることでわたしたち自身にとっても奈良を知る
良い機会になっています。

まほろばニュース

その他にも…
・東大寺お身めぐい
・なら燈花会
・小鹿の公開
・きたまち大学校
などを紹介しました。

地域とのつながり

ラジオをきっかけに、奈良のイベントの司会やお手伝いを
させていただいています。

奈良国立博物館



奈良市消防局



「奈良」を発信する

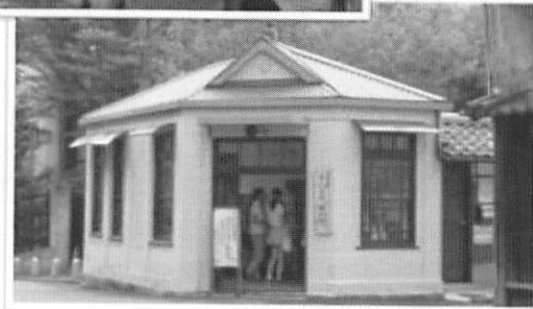
きたまち案内所

ラジオをきっかけに、日ごろから
活動に協力していただいています。

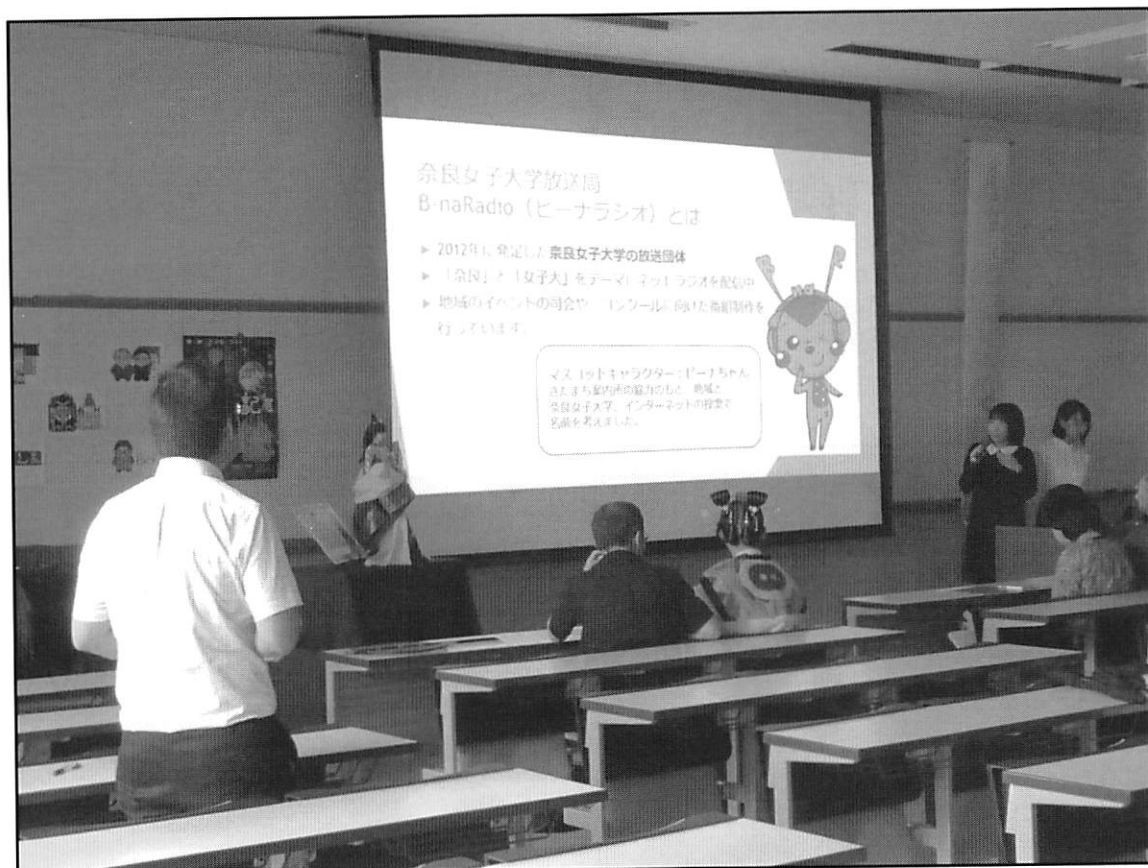


2014年ドキュメント番組
『おまわりさんから「駐在さん」』

大仏や鹿といった「奈良」ではなく
地域としての「奈良」を発信する



発表終了後には、岡本健(奈良県立大学 地域創造学部 講師)による質問を受けて、学生の応答が行われた。





質問する岡本健(左)と応答する上田果穂氏・水落しほり氏(右)

4-2. ドット絵マップ「ナラクエ」からのコンテンツツーリズム

—RPGゲームの世界観で奈良を探求する(奈良県立大学学生)

奈良県立大学の学生と教員が取り組んでいるプロジェクト「ナラクエ」について、ドット絵の制作を担当している汰木美咲氏(奈良県立大学 地域創造学部 地域総合学科 3年)による発表が行われた(発表スライド参照)

<p>ドット絵マップ「ナラクエ」からの コンテンツツーリズム —RPGゲームの世界観で奈良を探求する</p>  <p>奈良県立大学 地域創造学部 地域総合学科 汰木美咲 1</p>	<p>▽自己紹介</p> <p>汰木 美咲 (ゆるき みさき)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▼奈良県立大学3年生 ▼奈良県生まれ 奈良県育ち ▼秋草祭実行委員会 軽音楽部 ▼ドット絵制作歴 約5ヶ月  <p>2</p>
---	---

▽ドット絵とは？



▼コンピュータ上における画像の表現方法、作成方法の一形態であり、表層的には通常の目視でピクセルが判別できる程度に解像度が低いビットマップ画像と捉えることができる。

▼コンピューターゲームなどで用いられる表現形態。

出典: Wikipedia

3

▽ナラクエとは？

- ▼全ては岡本先生の授業から始まった…
- ▼奈良にあるコンテンツを写真を使わずに紹介し、その魅力をドット絵で表現する試み。
- ▼第一弾は奈良県立大学、船橋商店街付近
- ▼写真→具体的
ドット絵→抽象的→想像



—岡本健先生

▽奈良って…

- ▼鹿、大仏、寺、古墳のイメージ
- ▼修学旅行で来るところ
- ▼歴史が好きな人が来るところ
- ▼宿泊施設数日本最下位
つまり…
- ▼若者向けの観光地ではない
- ▼一度来たら満足してしまう
- ▼興味のある人しか来ない



▽奈良県民が思う奈良県

- ▼住みやすいところ
- ▼身近にあった法隆寺
→歴史遺産がたくさんあることが当たり前
つまり…
- ▼当たり前のことをイチイチ人に言わない
→PRの必要性を感じない
→大仏商法
(あくまで個人的感想です…)

6

▽そこで！！

- ▼奈良に興味をもってもらうには…？
→今までにない“奈良のイメージ”を作る
- ▼どうやって？
→写真を一切使わずに、抽象的なイラストを用いて奈良を表現する
- ▼具体的には？
→ドット絵を用いてRPG風のダンジョンマップを作成

7

▽何でドット絵？

- ▼奈良って…
 - ・歴史遺産などの古くからあるもの
 - ・ならまちなどに広がるカフェや雑貨屋などの新たに作られたもの
- これらが共存する町並み
- 古いものと新しいものを融合させて表現したい
- ▼そのためには…

8

▽何でドット絵？

- ▼ドット絵を使おう！
- ▼ドット絵はファミコン（ファミリーコンピュータ）やゲームボーイなどで使用された、懐かしさを彷彿させる絵
- ▼奈良は緑豊かで、歴史遺産と新たなお店が入り交じる
- ゲームのダンジョンマップとして紹介すれば、普通の地図を見るより冒険感が出る

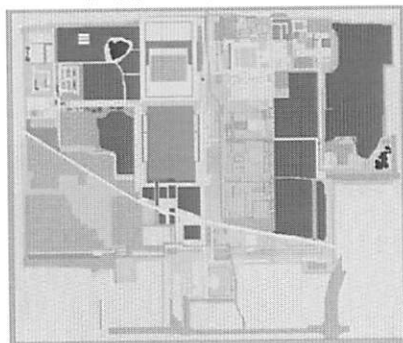
9

▽何でドット絵？

- ▼ゲームダンジョン…
- 勇者が冒険に出て、村人と会話したり、魔物を倒したり、仲間を増やしたり…
- 物語性
- 奈良に根付く歴史は物語と同じ
- マップから奈良の歴史についても学ぶきっかけになる？

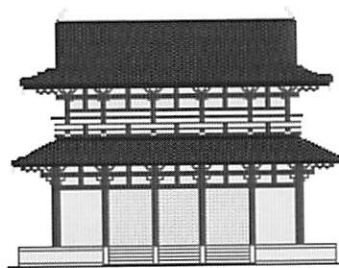
10

▽試作 平城宮跡



11

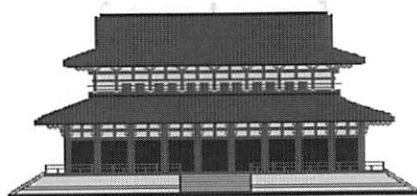
▽試作 平城宮跡



▲朱雀門

12

▽試作 平城宮跡



▲第一次大極殿

→ゲームに登場する魔物のボスがいそうな城に見える？

13

▽ナラクエ ポスター作成



▽どんなマップを作ろう？

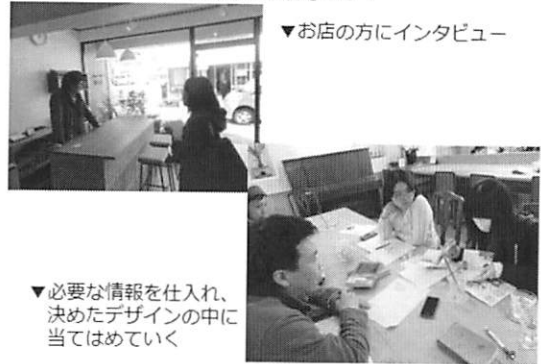


▼デザイナーの堀さんから
まずは理論を学ぶ

▼マップデザイン決定！

15

▽実際に調査！



▼お店の方にインタビュー

▼必要な情報を仕入れ、
決めたデザインの中に
当てはめていく

▽実際に調査！



▽実際に調査！

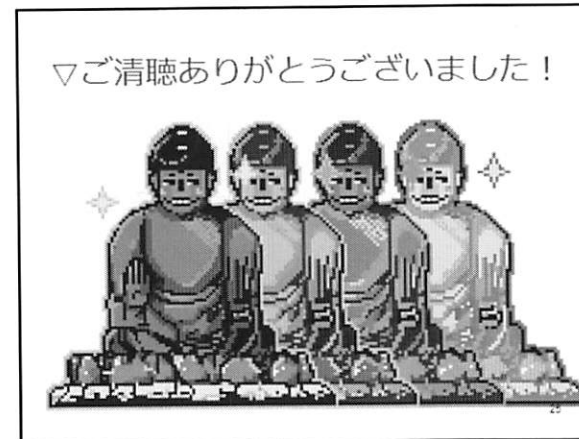
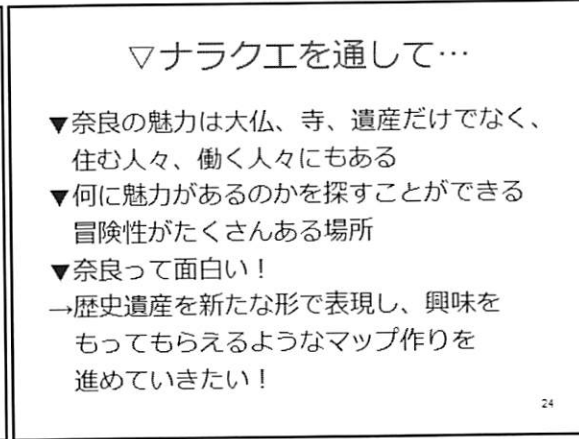
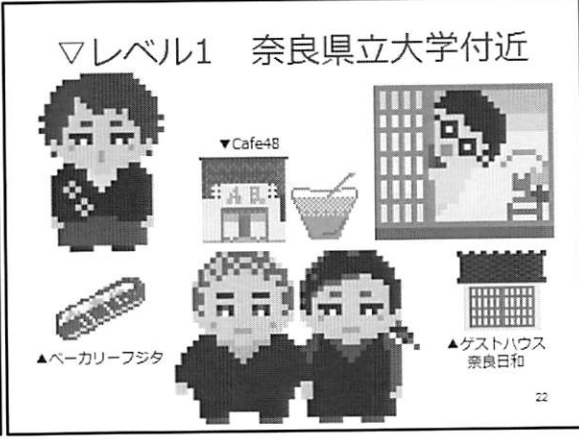
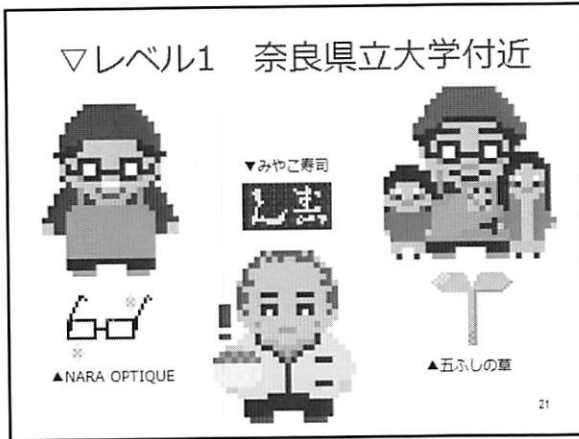


▽実際に調査！

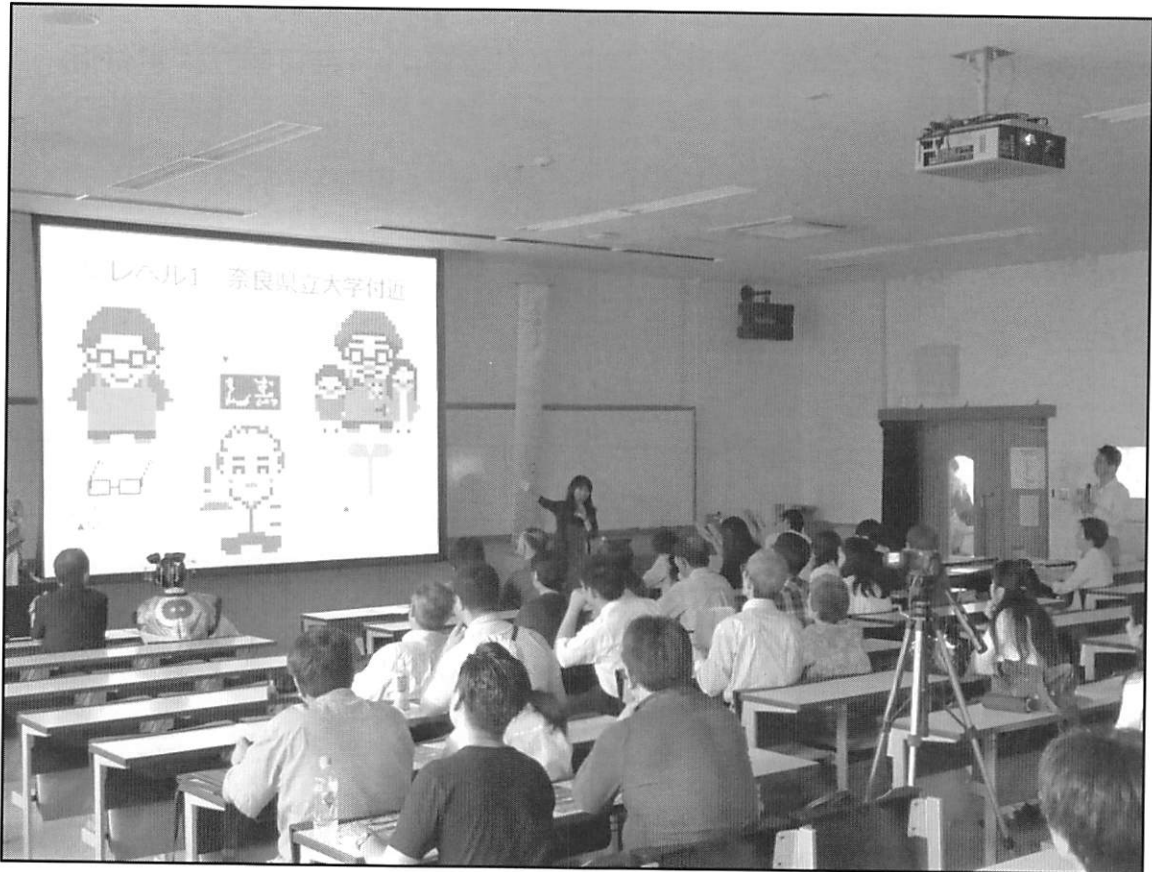


▽実際に調査！





発表終了後には、寺岡伸悟氏(奈良女子大学 文学部 人文社会学科 文化メディア学コース 教授)による質問を受けて、学生の応答が行われた。



質問を発する寺岡伸悟氏(右)と応答する汰木美咲氏(中央)

4-3. サブカルチャー系地域イベントと観光・地域振興

—奈良アニメメディア祭・奈良公園サマーコスプレフェスタの可能性(北海道大学大学院生)

平成26年8月9日(土)、8月10日(日)の日程で開催された「奈良公園サマーコスプレフェスタ」の位置づけや可能性、課題について、鎗水孝太氏(北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 観光創造専攻 博士後期課程 2年)による観光的視点からの研究発表がなされた。(発表スライド参照。ただし、紙幅の関係上写真のみのスライドは割愛した。)



- メディアコンテンツによる地域振興に関する観光人類学的研究
：旅行者のコンテキストとなる「文化」に着目して
- ・「オタク文化」そのものを基底とした観光、観光まちおこし
 - 単なるアニメ・漫画等の消費者ではない「オタク」
 - 固有の「場所」とその中での「文化」を作り出してきたオタク
 - ↳ホストの文化変容・観光文化
 - ↳ゲストの文化
 - 「オタク文化」というゲスト側のコンテキストを活用して地域振興を図る中で、地域社会に現れる観光文化

- メディアコンテンツによる地域振興に関する観光人類学的研究
：旅行者のコンテキストとなる「文化」に着目して
- ・ 国土交通省・経済産業省・文化庁（2005）「コンテンツツーリズム」：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
「地域に「コンテンツを通して醸成された地域固有のイメージ」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」
 - ・ 山村（2011）「アニメツーリズム」：アニメ・マンガ等が地域にコンテンツを付与すること—アニメと地域がコンテンツを共有すること—で生み出される観光
- 国土交通省・経済産業省・文化庁（2006）『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』
山村高淑（2011）『マンガ・アニメで地域振興』東京法令出版

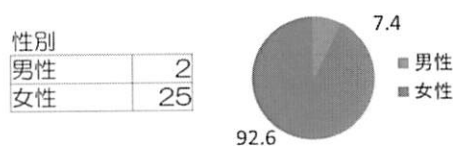
(1) イベントの概要

- 奈良公園サマーコスプレフェスタ
- ・ 日程：8月9日（土）（台風のため中止）、8月10日（日）
受付開始13:00～更衣室終了20:30（参加費：2000円）
- ・ 会場：なら燈花会会場周辺エリア
（受付・更衣室：奈良市ならまちセンター3階）
- ・ +「燈花会の彼方」（キャラクターパネル展示、コラボグッズ販売）



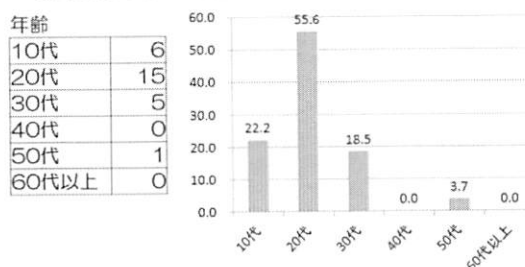
(2) アンケート結果

- ・ 参加人数：40人（10日事前登録者数：80人）
→27名からアンケートを回収



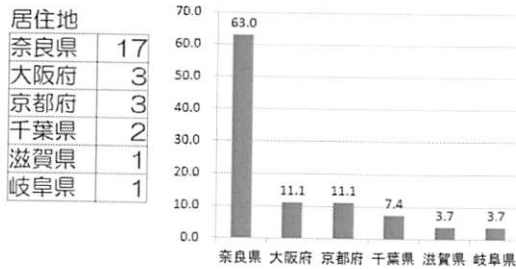
(2) アンケート結果

- ・ 参加人数：40人（10日事前登録者数：80人）
→27名からアンケートを回収



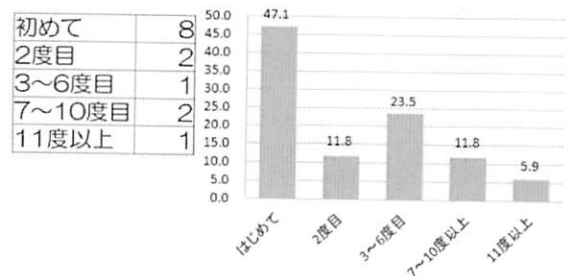
(2)アンケート結果

- 参加人数：40人（10日事前登録者数：80人）
→27名からアンケートを回収



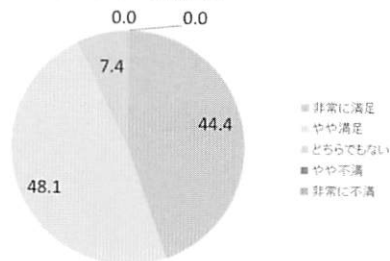
(2)アンケート結果

「なら燈花会」への来訪（奈良県居住者（17人）のみ）



(2)アンケート結果

イベントの満足度



(2)アンケート結果

自由記述

- ・地元でイベントがあるというのが嬉しい
- ・奈良でアニメ系のイベントをやってくれて嬉しかった
- ・和ロケーションで夜撮ができるから
- ・屋外でできたのがよかった
- ・色々なシチュエーションで撮影できたのでとても満足
- ・素敵なロケーションでとても幸せでした！
- ・足元が…

(3)そもそもオタク文化の文脈における「コスプレ」とは？

- ・(1)職業制服などによる仮装、(2)風俗業等による性的意味合いを含んだもの、(3)漫画やアニメの登場人物などの衣装を真似て仮装・変身する(『imidas2007』(2006))
- ・「既存のキャラクターに似た衣装や化粧や装具を身につけ、そのキャラになりきって決めポーズを取ったり、踊ったり、写真のモデルになったりする仮装遊び」(小泉 2003:211)
- ・「アニメ、マンガ、ゲーム、音楽、映画などに登場するキャラクターの仮装をして楽しむ若者たちの遊び」(成実 2009:9)

小泉 幸子 (2003) 『異性を慕う少女たち』 井上 貴子・森川 康夫・室田 尚子・小泉 幸子 (編) 『ヴィジュアル系時代のロック・化粧・ジェンダー』 青弓社
成実 弘至 (2009) 『仮装するアイデンティティ』 成実 弘至 (編) 『コスプレ化する社会』 セリカ書房 pp.23

(3)そもそもオタク文化の文脈における「コスプレ」とは？

- ・キャラクターの衣装を着て「写真を撮る」こと
 - そのため二人または複数人での参加が標準
 - 一つの作品のキャラクターでの「合わせ」
 - インターネット上への投稿
 - ・好きなキャラクター・作品のコスプレをする他者を撮影
 - 投稿サイトやSNSのID等が書かれた「名刺」を交換
- ⇒
- ①『写真を撮り合う』ことと撮影された『写真』を基にした二つのコミュニケーション
 - ②アニメ作品等の解釈に基づく二次創作的な『身体表現』とその固定化としての『写真』

(4) サブカルチャー系地域イベントの事例

○地域を舞台とした様々な主体によるサブカルチャー系イベント調査

- ① TOYAKOマンガ・アニメフェスタ（北海道洞爺湖町、2010～、2013年6月22～23日、2014年6月21～22日）
 - ② きたまえ。（北海道札幌市、2012～、2013年8月31日～9月1日）
 - ③ 神戸ほっぷポップカルチャーフェスティバル（兵庫県神戸市、2012～、2013年9月22～23日）
 - ④ 刈谷アニメcollection（愛知県刈谷市、2011～、2013年9月29日）
 - ⑤ アニ玉祭：埼玉県アニメ・マンガの祭典（埼玉県さいたま市、2013～、2013年10月19～20日）
 - ⑥ くまフェス：マンガ・アニメとポップカルチャーの祭典 in 熊本（熊本県熊本市、2012～、2013年12月8日）
 - ⑦ 富士山コスプレ世界大会（静岡県静岡市、2013～、2013年12月14日～15日）
 - ⑧ とまこまいコスプレフェスタ（北海道苫小牧市、2014～、2014年2月22日～23日）
 - ⑨ マチ★アソビ Vol. 12（徳島県徳島市、2009～、2014年5月3～5日）
 - ⑩ コスプレフェス祭りINりんくうタウン（大阪府泉佐野市、2014～、2014年7月5～6日）
 - ⑪ SHUNAN萌えサミット2014（山口県周南市、2011～、2014年7月6日）
- + α 土師祭（埼玉県久喜市舘宮町、2014年9月7日）

場所	開催/運営主体	ステージ(音楽・ダンス・劇作)	地域(アニメ・マンガ・コミック等) 関係性	コスプレ(参加者)	ステージ(制作)	ローカルイベント	主催	ステージ(地域コンテンツ)	地域(出身)的クリエイティブ
TOYAKOマンガ・アニメフェスタ	運営局	観覧協会	○	○	○	○	○	○	○
きたまえ	劇場・ホール	テレビ局	○	○	○	○	○	○	○
神戸ほっぷポップカルチャーフェスティバル	商店街	NPO	○	○	○	○	○	○	○
刈谷アニメcollection	劇場	観覧協会	○	○	○	○	○	○	○
アニ玉祭：埼玉県アニメ・マンガの祭典	劇場・ホール・代埋店	○	○	○	○	○	○	○	○
くまフェス：マンガ・アニメとポップカルチャーの祭典 in 熊本	劇場・ホール	NPO	○	○	○	○	○	○	○
富士山コスプレ世界大会	商店街	商店街	○	○	○	○	○	○	○
とまこまいコスプレフェスタ	ホテル客室	サークル	○	○	○	○	○	○	○
マチ★アソビ	商店街・市役所・公園	アニメ制作会社	○	○	○	○	○	○	○
SHUNAN萌えサミット	商店街	青年会議所	○	○	○	○	○	○	○
土師祭	神社・商店街	商工会・観光協会	○	○	○	○	○	○	○

(4) サブカルチャー系地域イベントの事例

① 日常の空間／非日常の空間
日常の時間／非日常の時間

② 地域住民・観光客・「オタク」…
ホスト？ゲスト？

③ 場所／ロケーション／背景…

(5) まとめ

—「奈良」でやることの意味と観光・地域振興

○「観光」振興

スタイル	内容	行動
自然観賞観光 ヘリテージツーリズム	遺産を見て楽しむ、見学だけ	鑑賞 (過去の人々の創造性の産物を楽しむ)
エコツアー・体験観光	ガイドや専門家によるガイドツアーを体験	体験、学習 (専門家の創造性を楽しむ)
クリエイティブ ツーリズム	ライフスタイルを実現、自分でつくって楽しむ活動	参加、遊び、仲間 プロシューマー (自らの創造性を楽しむ)

Prentice, R. and Anderson, V. (2007) 'Creative Tourism: Supply: Creating culturally empathetic destinations', 『Tourism: Creativity and Development (Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility)』, Greg Richards and Julie Wilson 編 Routledge, New York, pp. 89-106. を参考に作成

(5) まとめ

—「奈良」でやることの意味と観光・地域振興

○「地域」振興

・ 国際文化観光憲章 (1999)

International Cultural Tourism Charter

「文化遺産を管理（活用・公開）することの第一義的な目的は、その文化遺産の重要性と保護の必要性をホストコミュニティならびにビジター双方に理解してもらうことにある。」
(憲章の基本精神)

A primary objective for managing heritage is to communicate its significance and need for its conservation to its host community and to visitors. (The Charter Ethos)

- 1) 物理的アクセス (physical access, to experience)
- 2) 知的アクセス (intellectual access, to learn)
- 3) 感情的アクセス (emotive access, to feel)

(5) まとめ

—「奈良」でやることの意味と観光・地域振興

○「地域」振興

・ authenticationに関する議論

Authentication (Cohen and Cohen 2012)

Cool authentication:

公的機関等によるauthenticityの付与・認証

Hot authentication:

実体験、自己の感情に基づくauthenticityの付与

「奈良公園サマーコスプレフェスタ」の概要および会場で実施した調査の結果分析を行うとともに、鎗水氏が独自に研究を進めているコスプレ文化や地域におけるサブカルチャーイベントについて、全国各地の事例を紹介した上で、「奈良公園サマーコスプレフェスタ」の可能性と課題について学術的、政策的な観点からの分析が披露された。

発表終了後、NPO 法人奈良燈花会の会専務理事を務める中野聖子氏より、コメントおよび質問があり、次年度に向けてさらに来場者の満足度を高めるための方法について議論が行われた。



質問を發する中野聖子氏(左)と応答する鎗水孝太氏(右)

5. 記紀・万葉トークセッション(第3部)【15:15~16:40】

第3部では、奈良と様々な立場でゆかりを持つパネラーによる「記紀・万葉トークセッション」を行った。パネリストとして、里中満智子氏(マンガ家)、つづき萌重氏(マンガ家)、中野聖子氏(NPO 法人奈良燈花会の会専務理事)、フルタアキヒロ氏(奈良ものがたり観光実行委員会委員長)、藤野千代氏(奈良女子大学 特任教授)が登壇した。司会は岡本健(奈良県立大学 講師)が務めた。

まずは、各人が自己紹介を行う形で、登壇者が奈良とどのように関わっているかを述べた。里中氏は、マンガ家として多くの漫画作品を生み出してきたが、特に『マンガ古典文学 古事記』(小学館)や『天上の虹』(講談社)では、記紀・万葉の世界をマンガで表現した。つづき萌重氏は、奈良市在住のマンガ家であり、奈良町の元林院芸妓「菊乃」ニューヨーク公演パンフレットのイラストと、元林院や芸妓の文化をわかりやすく解説した四コママンガを手掛けた。中野

氏は、「なら燈花会」のみならず、「なら国際映画祭」など奈良で開かれている各種イベントの実行に尽力してきた。第2部で報告された「燈花会の彼方」の実施においても重要な役割を果たした。フルタ氏は、奈良県吉野町とアニメ『咲 -saki- 阿知賀編 episode of side-A』との連携プロジェクトや、なら燈花会とアニメ『境界の彼方』のコラボイベントなどの企画、実施をプロデュースし、奈良と関わりのあるコンテンツを用いて地域のイベントや物産を広く紹介してきた。藤野氏は正倉院の宝物の文様をトレースし、様々な観点から色合いを考え、現代的な視点で再構築した成果を書籍『甦る天平文様』（光村推古書院）としてまとめた。司会を務めた岡本は、奈良県立大学で講義「メディア産業論」「メディア・コンテンツ論」を担当し、ゼミ等で学生を指導している立場である。専門は観光社会学、コンテンツツーリズム学、ゾンビ学である。また、第2部で汰木氏によって発表された「ナラクエ」に共に取り組んでいる。さらに、コンテンツツーリズムについての学術的書籍である『n次創作観光』（北海道冒険芸術出版）や、アニメやマンガに登場する神社を紹介した『神社巡礼』（エクスナレッジ）を出版している。『神社巡礼』では、氷室神社や手向山八幡宮、吉水神社といった奈良の神社を紹介するとともに、日本神話の神や神社文化についての解説も掲載した。



記紀・万葉トークセッションの様子

(左から、岡本健、フルタアキヒロ、中野聖子、里中満智子、つづき萌重、藤野千代)

6名のパネリストは、おおまかに、「コンテンツを作り、表現する立場」「コンテンツを用いて、地域振興に活かす立場」「コンテンツや観光振興、地域文化の研究者の立場」に分けられるが、各人が、「現状の奈良観光とコンテンツのあり方」と「今後の奈良とコンテンツの未来」を語った。たとえば、奈良の新たな感性が感じられる物産の例として「古墳型のケーキ」（ならま

ち菓子工房プティ・マルシェ&ぷちまるカフェ〜)が挙げられ、パネリストが実食しつつ、その感想を述べた。古墳という遺構をモチーフにしたケーキは、付属しているスプーンがシャベルの形になっている。シャベルを模したスプーンで古墳を模したケーキを食べるユーモアとこだわりの味に対して、登壇者は一様に高い評価を行った。



古墳型のケーキ

さらに、奈良時代の伝統衣装である「天平衣装」を、現代的な文化である「ドール」むけのサイズで制作した試みについても紹介された。衣装製作は天平楽座が務めた。会場には、天平衣装をまとったスーパードルフィー：SD16 女の子「綾瀬亜美」(ボックス社製/62.3cm)が展示された。



ドールサイズ天平衣装

パネリストたちは、全く異なるように見える二つの試みは、いずれも古の文化を現代的な文化に接合した試みであると評価し、今後もこうした様々な形で奈良を表現していく試みの重要性が共有された。さらに、具体的な提案として、地域の景観や文化を、映画やアニメ、漫画、小説等のコンテンツとして描くことを支援する組織作りの必要性が述べられた。映画の場合で言うと、いわゆるフィルムコミッションだが、多くのフィルムコミッションは、製作サイドから要求される風景の紹介、宿や食事の手配の役割に留まっている。そうではなく、奈良の風景を製作サイドの要望に合わせつつも、より良い場所を紹介したり、奈良を舞台にした映像コンテンツを製作する若手への支援を行ったりと、コンテンツを生み出すために、より積極的に動くことが出来るような組織が必要という提案であった。

6. コンテンツと地域、人の関係性を歴史的につなぐ

「記紀・万葉 MCT シンポジウム」は、各部において、以下のような効果を上げたといえる。

第1部の基調講演では、里中氏によってクリエイターの立場から幅広くコンテンツや物語と歴史、観光の関係性について幅広い知見が披露された。古くから伝わる物語は、現代的な表現方法で表現されることで継承されていくとともに、新たな価値も生み出しうることが明らかになった。

第2部のプレゼンテーション企画では、学部生によるメディア活用の事例が報告された。今回報告された実践に使われているメディア自体はラジオやマップといった旧来からある物だが、そこに乗せられるコンテンツ(情報の中身)に、2事例それぞれに学生らしい工夫が見られた。そうした工夫がなされたコンテンツを通じて、同代的に共有される奈良の見方を提示できおり、コメンテーターによってその点が高く評価された。続く、大学院生によるイベントの研究報告については、「奈良公園サマーコスプレフェスタ」のフィールドワークと質問紙調査で得られたデータを元にしつつ、他事例との比較を行うことで、その位置づけを明らかにした。「奈良公園サマーコスプレフェスタ」では、参加者自らが創作し、表現して楽しむ様子が見られるため、いわゆるクリエイティブツーリズム的な側面を持っており、来訪者が奈良に対して「感性的なアクセス」を強め、奈良への親近感が高まっていると評価した。

第3部のトークセッションでは、第1部、第2部を受けて、おおまかに、「コンテンツを作り、表現する立場」「コンテンツを用いて、地域振興に活かす立場」「コンテンツや観光振興、地域文化の研究者の立場」の6名が、過去、現在および未来の「コンテンツ」と「奈良」の関係性について各々の考えを述べ、議論を交わした。様々な論点があったが、共通しているのは、奈良には記紀・万葉や古墳、寺社仏閣などの古くから伝わる物語や遺構、歴史的建造物があるが、その「価値」を、現代的な手法も駆使して表現していくことによって、現代の人々にとっても身近な存在となり、親近感を持ってもらえること、そして、強い親近感を持った人は奈良を訪れる可能性が高まること、そうすることによって、さらに後世に「価値」が継承されていくこと、が確認された。

本シンポジウムを通して、コンテンツ(物語)と地域、人の様々な関係性を浮き彫りにするとともに、それに関わる研究や実践の成果を公開することが出来たと言えよう。

奈良アニメメディア祭 2014 連動イベント

ならこいふえすた「久保ユリカトークショー」報告

奈良アニメメディア祭 2014 連動イベント
ならこいふえすた「久保ユリカトークショー」報告

デザイン事務所アトリエアクア
フルタアキヒロ

1. はじめに

2014年8月2日、ならこいふえすた 2014（主催：ならこいふえすた実行委員会、会場：なら100年会館）において開催された、奈良アニメメディア祭連動イベント「久保ユリカトークショー」イベントに関する報告書である。

2. イベントルポ

今回行われた、久保ユリカトークショーに関わるイベント概要は以下の通りである。

- ①ならこいふえすたオープニングイベント出演。
- ②久保氏ユリカオリジナルグッズの販売（先着 300 名限定）。
- ③100 年会館内バルコニーにてトークショー。
- ④物販Tシャツのお渡し会
- ⑤浴衣美人コンテスト、スペシャルゲストゲスト出演

次に各内容について述べていく。

3-1. 久保ユリカ関連グッズ物販

久保氏ユリカグッズの物販は先着 300 名限定で行われた、全国から 300 人を越える多数の希望者が会場を訪れた。整理番号のくじを引くための列の形成は 9 時からと告知されていたがそれ以前に希望者は集まり、イベントサイド側からは 9 時以前の会場への来場は禁止していたが、徹夜や奈良宿泊施設での前泊した参加者も存在したようである。

グッズはTシャツ（限定約 70 枚）、ポストカードセット、クッキーの 3 点が用意されており、それぞれ各 1 つまでという制限を行った。参加者は売り切れている場合を除いて全て一つずつ購入していく姿が見られた。

3-2. オープニングイベント及びトークショー

オープニングイベントとトークショーは共に屋外を使って行われる予定であったが、当日の豪雨により急遽会場がエントランスホールに変更になった。そのため、エントランスホールは久保ユリカファンの来場者であふれることとなり、トークショーにおいてはエントランス後方のホールで行われる別イベントに向かう人の足を止める結果にもなった。来場者の服装などを観察してみると、久保ユリカオリジナルグッズ（別イベントなどで販売）Tシャツ及び、久保ユリカが声優出演しているアニメ「ラブライブ！」のTシャツを着用、その他グッズを持っている来場者などの姿も目立ち、同アニメで、久保ユリカの担当するキャラクター「小泉花陽」のセリフによる、ファンとのかけあいでは、会場外まで聞こえるほどの大声援が送られ、ならこいふえすたに集まった来場者の多くが、久保ユリカのファンであることが伺われた。オープニングイベントでは、司会者から来場者にどこから来たかを尋ねる場面があったが、北は北海道、南は九州まで、広い範囲から反応があり、今回のイベントに全国各地からファンが訪れていることがわかった。

トークイベントでは、オープニングイベントとトークイベント間の時間に久保ユリカが、浴衣姿で春日大社を参拝したことや、奈良の人気ケーキ店の古墳ケーキを食べるなど、奈良を巡ってきたこともあり、奈良出身の久保ユリカによる、奈良ローカル情報が盛りだくさんのトークが繰り返され、ファンはそれらのトークを楽しんでいる様子が見られた。



オープニングイベントステージ前の様子

3-3. Tシャツお渡し会

Tシャツお渡し会は前述の物販においてTシャツを購入した来場者を対象に行われた。お渡し会の実施場所がエントランスホール特設ブースであったため、購入者以外のファンもその様子を見ることができた。

お渡し会ではTシャツ購入者の整理番号順に列形成を行い、一人一人久保ユリカから、お礼のあいさつを受けながら、直接Tシャツを受け取る形で行われた。お渡し会では感極まったファンが涙ぐむなど、時折大きな歓声があがり盛り上がりを見せた。

3-4. 浴衣美人コンテスト

浴衣美人コンテストにもスペシャルゲストとして（別の浴衣に着替えて登場）出演。早朝から続いたならこいふえすたのフィナーレイベントとして、会場に最初から最後まで残っている人々も多く見られた。コンテストでは、奈良の歴史や、伝統文化・和服をテーマにしたトークが繰り広げられ、会場は多いに盛り上がった。

そして、終演後のサプライズとして、久保ユリカがファンのお見送りハイタッチを実施、会場中ホールの出口に久保ユリカが立ち、ファンとハイタッチを行い、人によっては数語話す、という形で行われた。当日サプライズであったためファンもその場で知らされ、興奮する様子が見られた。これに関しては、後にTwitterなどでも嬉しかった、などのコメントが見られ、ファンにとってはまたとなく嬉しい機会だったようである。

お見送りの様子を見てみると、会場にいた大半の人々は久保ユリカとハイタッチ・会話を行い出て行ったことから、イベント最後までホール内に残っていた人のほとんどが久保ユリカのファンであることがうかがえた。

また、物販のコーナーの隣で久保氏へのプレゼントも受け付けていたが、多くの人が手紙やプレゼントを持参する様子が見られた。

4. 久保ユリカトークショーによる成果・集客効果

先述の取り組みを実施し、どのような成果が得られたのかを以下に示す。

- 早朝、物販整理券 500 枚配布（約 300 名が整理券配布に参加できず）
- グッズ 3 種（Tシャツ、オリジナルイラスト入りクッキー、ポストカード）計 420 点完売
- 浴衣美人コンテスト、入場チケット 300 枚完売
- エントランスホールにおける、トークショー時の観客数、約 1000 名
- ツイッターによる、久保ユリカならこいフェスタ出演関連のリプライ（返信・リツイート・お気に入り登録）総数：18000 以上
- 「ならこいふえすた」でインターネット検索において、上位 20 リンク（2 ページ）11 リンクが久保ユリカ関連
- 以上の状況からならこいふえすたにおける「久保ユリカ」による集客は、述べ 1000 名以上である。

久保ユリカトークショーを楽しむ来場者



5. 総括

では、以上のようなイベントの様子から、今後に向けてどのようなことが考察できるだろうか。

まず一つ言えるのは、それまでに奈良に興味を持っていなかった人々を、全国から呼ぶことが出来る、ということである。3-2で述べたように、今回このイベントに訪れた人は北海道から九州までと広い範囲に及んだ。今回は物販の列形成が9時からだったということもあり、彼らの中には当然ながら前日に奈良入りして宿泊した人々もいるだろう。奈良で食事もしたかもしれない。奈良の地元経済に貢献したことは確実である。

また、お見送りの際の会話や、イベント参加者のその後のTwitterでのつぶやきを見ていると、また奈良に来ますという人々や、イベントに合わせて奈良観光をしてきたという人々も見られた。もともと久保氏自体が奈良を強く推している、ということも関係するだろうが、それを差し引いても、それまでは奈良に来なかった人々の観光に繋がったと言えるだろう。すなわち、久保ユリカファンとして来県したファンたちが、奈良ファンとして帰ったという成果があったと考えられる。

ただし、これらのイベントによる波及効果は、イベントがない状態、イベントとイベントの間では発生しづらいと考えられる。イベント時のみの効果では、長い目で見た際の観光やまちづくりにおいては効果を発揮しづらい。イベントの為に奈良を訪れたファンの足が、イベントがない状態であっても奈良に再び向くような仕掛け作りが求められる。それはもちろん、来年以降もイベントを定期的で開催する、というものでも良いだろうが、イベントを「ハレ」の日とするなら、「ケ」の日の奈良であってもファンが心を引かれるようにできれば、尚好ましいこ

とである。

もう一点は、地元の人々の理解の必要性である。今回は雨で急遽場所が移動になったこともあったが、トークショーやオープニングイベントには多くの人が訪れ、エントランスホールに人があふれるような事態になった。ならこいふえすた内で、久保ユリカ以外のイベントを目的に訪れた人の中には、「これでは危ない」などと苦言を呈する人の姿も見られた。また、久保ユリカの出演する浴衣美人コンテストの為にイベントパスを購入する人が続出したためパスが売り切れ、地元の方がパスを購入できずに帰っていく姿もあった。特に前者に関しては雨というコントロール不可能な出来事と会場の大きさという問題もあるが、このようなことが続けば、地元からの理解が薄れる怖れがある。コンテンツのみが先行し、地元が追いついてこない、あるいは理解が薄い観光・まちづくりは、商業的な面で成功したとしても、トータルの意味で成功したと言えるのであろうか。今回目に付いた点は、イベント開催側の考慮で解消可能な問題である。今後に向けて、ファンと地元をいかに両立させていくかは検討する必要があるだろう。

以上が、ならこいふえすたにおける考察であるが、初めての試みによって、これまで奈良を訪れることが少なかった若者層を奈良に呼び込むことに成功したのは大きな成果である。しかしそれで満足することなく、今回の結果を今後どのように継続していくのかが、長期的な意味での成功に向けての大切なポイントである。

今回新しく生まれた【奈良】をキーワードとしたアニメ・マンガなどの、メディアコンテンツファンに対し、奈良から新しい情報を発信する仕組み、取組みを構築し、引き続きの『奈良ファン』新規獲得と奈良への来県の継続につながれば幸いである。

奈良アニメメディア祭 2014 総括

—物語、地域文化、観光をつなぐイベントへ

本報告書では、ここまで奈良アニメメディア祭 2014 について、それぞれの取り組みに焦点をあてて報告してきた。本章では、それらを総括して、今後の可能性と課題を述べる。具体的には、他地域での事例や、より大きな政策的な文脈に照らし合わせることによって、奈良アニメメディア祭 2014 の位置づけや、今後の可能性、課題について述べたい。

1. コンテンツツーリズムの取り組みと政策の現状

近年、アニメやマンガ、映画等コンテンツの観光活用が盛んになされている。さまざまな地方自治体で取り組みが実施され、行政からも注目されている。

平成 24 年 3 月 30 日に閣議決定された『観光立国推進基本計画』のなかでは、「ニューツーリズム」の 1 つとして「アニメを観光資源としたツーリズム」が挙げられている。その記述は、かなり具体的で「アニメについては、作品の舞台となった地域への訪問など、参加者に対して周辺観光を促す地域の取り組みを支援する」と明記されている。

実は、こうした状況を生んだのは、アニメファンや地域のボトムアップ的な動きである。アニメ聖地巡礼と呼ばれるアニメファンの行動と、それをきっかけにした地域振興だ。アニメ聖地巡礼とは、アニメの背景として描かれた場所を特定し、そこを訪れる行為である(岡本 2013)。その動機は、作品世界をより深くまで楽しんだり、アニメの世界観をより詳細に感じたり、といったものだ。当初はコアなアニメファンの行動だったが、90 年代後半からインターネットが普及し、この行動は広がっていった。聖地巡礼を実施したファンがネットを活用してその様子を発信し始めたのである。こうした情報を得て、他のアニメファンがさらに旅行行動を行っていくのだ。

アニメファンの来訪を受けて地域側も様々な取り組みを始めた。なかでも代表的なのは平成 19 年に放映されたアニメ『らき☆すた』の舞台地となった埼玉県の鷲宮である。鷲宮では著作権者の角川書店の許諾を得てグッズ開発やイベント実施を行った。地域の祭り「土師祭(はじさい)」のなかで、らき☆すた神輿が出されたり、コスプレイベントが開催されたりと、現在もさまざまな取り組みを実施している。巡礼者や地域住民に楽しまれ、来訪者数も多い。鷲宮には元々観光資源がほとんど無かったが、アニメの舞台地であることによって観光目的地となった。大河ドラマのようなメジャーコンテンツでも、その効果は放映後 2 年後程度で収束するが、鷲宮では放映から 8 年近くたった今でも多くの人が集まっている。取り組み方次第で持続は可能なのである。

また、様々な地域で見られるのが地域文化とコンテンツ文化が融合した観光文化である。「土師祭」に登場したらき☆すた神輿もその一例であるが、アニメ『けいおん!』の舞台となった滋賀県犬上郡豊郷町では、地域文化の一つである「飛び出しぼうや」(自動車のドライバーに対

して子供の飛び出しを警告する民間標識)とアニメキャラクターが融合した「飛び出し女子高生」なるものが見られる。さらに、アニメ『氷菓』は飛騨高山を舞台にしているが、作中に水無神社の祭り「生き雛まつり」が描かれ、それをきっかけに祭りに多くのアニメファンが訪れた。コンテンツによって、地域文化が発信された例と言えよう(岡本 2014)。あるいは、アニメ『花咲くいろは』では、作中で描かれた祭りを地域で再現し、それを地域の祭りとして今後継続して実施していくといった事例も見られる(岡本 2014)。このように、コンテンツ文化と地域文化がそれぞれに影響を与え合い、新たな文化が生まれ、それによってそれぞれの愛好者を呼び込む事例が様々な地域で見られる。

現地調査の結果、聖地巡礼者は10-30代を中心とした男性が多くを占めており(作品によっては女性が多いものもある)、海外からの巡礼者もいる。インターネットを用いた発信が盛んであり、公式的な情報がほとんどないような作品であっても、ファン自らが作品の舞台を探し出し、発信することにより、作品ファンに情報が行きわたり、舞台地にアニメファンが訪れる(岡本 2013)。巡礼者のなかには、当初はアニメの舞台であることを理由にその地域を訪れるが、その際に地域住民やアニメファンなど、現地で出会った人々との交流を重ねていくにつれ、その地域を気に入り、最終的には移住するような人もおり、インバウンドや若者の活躍の場の提供、広域観光など、展開可能性は幅広い。

政策的にもこうした可能性を見込み、平成25年6月20日には、観光庁、JNTO、経済産業省、ジェトロが「訪日外国人増加に向けた共同行動計画」のなかに、アニメの聖地への訪日を促すための情報発信が含まれている。同27日には、観光庁が『今しかできない旅がある』若者旅行を応援する取組表彰でアニメ『ガールズ&パンツァー』と連動した茨城県大洗町の取り組みに奨励賞を授与した。平成25年9月には、観光庁が日本のアニメ聖地を英語で紹介するウェブサイトを立ち上げるに至っている。

2. 奈良アニメメディア祭の評価

今回実施した奈良アニメメディア祭は、大きく2つのイベントから成る。1つは、「奈良公園サマーコスプレフェスタ」であり、1つは、「記紀・万葉メディア・コンテンツ・ツーリズム・シンポジウム」である。

「奈良公園サマーコスプレフェスタ」では、コスプレという趣味を持った人々をターゲットに、地域の持つ景観資源を観光資源として、これまで奈良という地域に関心を持っていなかった人々に対して、奈良への来訪を促すことができている。これは、既に述べたコンテンツツーリズムの特徴を応用した試みだが、下記の点で異なっている。

特定の作品の舞台地、というよりは、より一般的に奈良の景観をバックにアニメやゲーム、マンガのキャラクターのコスプレをして写真を撮影できる、という魅せ方を取っている点である。実際に訪れたコスプレイヤーの中には、奈良が舞台の作品のコスプレをしている人もいたが、そうでない人も多かった。イベントの際に実施したアンケート調査の結果を見ると、コスプレイヤーはシチュエーションやロケーションを高く評価している。つまり、特定のアニメの舞台地でなくとも、景観自体にオリジナリティがあったり、屋外撮影や夜間撮影を可能にするといった形でシチュエーションが独特であったりすれば、コスプレイヤーにとって価値ある景観となるのだ。こうした景観資源についての需要があることが明らかになった。

また、『燈花会の彼方』および『ならこいふえすた 2014』との連携も効果を上げた。『燈花会の彼方』については、奈良が舞台のアニメ『境界の彼方』のファンを、そして、『ならこいふえすた 2014』では、奈良にゆかりのある声優の久保ユリカ氏によるトークショーが行われたため、声優ファンを、それぞれ奈良に呼び込むことが出来ている。アニメファンと言っても一様ではなく、コスプレをして楽しむファン、作品それ自体のファン、作品に声を当てる声優のファン、といった具合に様々である。今回は、「景観やシチュエーション」「作品とのつながり」「ゆかりのある声優」という3つの要素を用いることで、それぞれに興味、関心を持った人々を奈良の地に呼び込むことが出来ている。

「記紀・万葉メディア・コンテンツ・ツーリズムシンポジウム」では、「基調講演」「プレゼンテーション企画」「トークセッション」を通して、コンテンツ(物語)と地域、人、歴史の様々な関係性を浮き彫りにするとともに、それに関わる研究や実践の成果を公開した。これにより、記紀・万葉といった古くから伝わる物語や、寺社仏閣や古墳といった歴史的な建造物の重要性を再認識すると同時に、その魅力を現代的な方法で表現し、伝えていくことの必要性が確認された。トークセッションでは、奈良の歴史や文化を様々な方法で発信することができるよう、積極的にコンテンツの制作、発信を支援するような組織を作ることが提案されるなど、建設的な議論がなされた。

3. 今後の課題と可能性

奈良アニメメディア祭は、当初から目的としていた「20代～40代の若者層をターゲットに記紀・万葉を活用した新しい観光ソフトを生み出し奈良の観光振興の継続的な活性化」について、その端緒を開いたと言える。年齢層については、より若い10代も予想以上に含まれていた。

ただ、当初予定をしていた目標集客数は実現することは出来なかった。事前に設定した目標集客数は500名であったが、実際は、「奈良公園サマーコスプレフェスタ」は40人程度、「記紀・万葉メディア・コンテンツ・ツーリズムシンポジウム」は100人程度に留まった。

「奈良公園サマーコスプレフェスタ」については、悪天候が大きな影響を与えたと考えられる。事前の申し込み人数自体は2日間合わせて180人であったため、台風の接近にともなう悪天候が無ければ、200人程度の集客は見込めた可能性が高い。

「記紀・万葉メディア・コンテンツ・ツーリズムシンポジウム」については、当初は「奈良公園サマーコスプレフェスタ」との日程的な連動を考えていたが、会場が確保できなかったため、実施日をずらして単独の開催とした。そのため、集客に苦戦し、結果的には目標であった300人の3分の1程度にとどまった。とはいえ、時期をずらしたことによって、県民一般に対する「奈良公園サマーコスプレフェスタ」の実施報告、効果検証の場として機能した一面もあり、その点は評価できよう。今回は、数としては目標集客数に届かなかったものの、質的には、これまで奈良に関心の無かった層に対して奈良への興味、関心を喚起し、来訪を促進したことが確認できた。

計画段階の実施目的は、以下の通りであった。「奈良公園周辺会場において、記紀・万葉を活用したシンポジウムと、コスプレイベントを開催することで、20代～40代の若者層をターゲットにした新しい観光ソフトを生み出し、奈良県における物産販売や観光サービスについての問題点を把握し、今後の物産開発やサービスの充実、施設整備に向けた課題を検証する。奈良の

コンテンツを活用した、観光振興の継続的な活性化の可能性を探ることを目的とする。」

実施目的に照らして総括を行うと、今回は、これまでに無かったイベントを新規に立ち上げ、実施することで、一定程度の実績を上げ、さらに、実践しなければわからなかった新たな課題を抽出、把握することができたため、当初目的を達成することが出来たと言えよう。今回得られた成果からは、下記のような展開可能性が考えられる。記紀・万葉から現代のアニメやマンガ等に至るまで脈々と続いている日本の物語文化、コンテンツ文化と、歴史、地域、人、観光の関係性についての様々な知見が得られたため、これらそれぞれ、あるいは、こうした文化を混交させ、様々なメディアを通じて発信していくことにより、「若者層への訴求」および「観光目的地としての認知向上」、「若者層の集客」、「滞在時間の長期化」や「宿泊の促進」などを実現していける可能性が見えた。また、こうした文化の「担い手」に向けても活躍の場を提供できるような取り組みを実施したり、組織作りを行ったりすることによって、記紀・万葉文化を含めた、奈良のコンテンツを更に豊富な物にしていく可能性も抽出することができた。今後、継続的に取り組みを実施し、その際には今回同様、実証的なデータを取り、常に効果検証をしながらブラッシュアップしていくことが求められる。

【参考文献】

- 岡本健(2013)『n 次創作観光 ―アニメ聖地巡礼／コンテンツツーリズム／観光社会学の可能性』北海道冒険芸術出版
- 岡本健(2014)『神社巡礼 ―マンガ・アニメで人気の「聖地」をめぐる』エクスナレッジ

奈良ものがたり観光実行委員会

- 委員長：古田明宏 (デザイン事務所アトリエアクア 代表)
副委員長：中野聖子 (特定非営利活動法人 なら燈花会の会 会長)
委員：岡本健 (奈良県立大学 地域創造学部 講師)
片桐新之介 (特定非営利活動法人 おもしろ農業 代表理事)

奈良アニメメディア祭活動報告書 (平成 26 年度版)

原稿執筆担当者

- ・「奈良公園サマーコスプレフェスタ」実施報告および評価 /岡本健
- ・「記紀・万葉メディア・コンテンツ・ツーリズムシンポジウム」実施報告 /岡本健
- ・奈良アニメメディア祭 2014 連動イベント
ならこいふえすた「久保ユリカトークショー」報告 /古田明宏
- ・奈良アニメメディア祭 2014 総括 /岡本健

調査協力・資料提供

鎗水孝太 (北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院観光創造専攻 博士課程)

奈良アニメメディア祭

- 後援：奈良県／奈良市／奈良市観光協会／奈良県ビジターズビューロー／奈良県立大学
協賛：天然大和温泉奈良健康ランド 奈良プラザホテル／白雪奈良漬 ならまち店
協力：特定非営利活動法人なら燈花会の会／奈良女子大学文学部文化メディア学コース
ホテルサンルート奈良／amanojack design／デザイン事務所アトリエアクア

奈良アニメメディア祭活動報告書 (平成 26 年度版)

編集・発行：奈良ものがたり観光実行委員会

(報告書編集担当：岡本健・古田明宏)

〒630-8136 奈良県奈良市恋の窪 3-5 A505

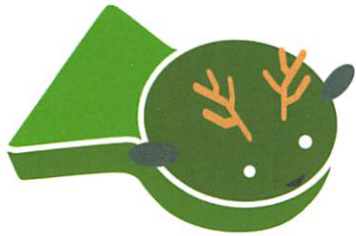
発行日：平成 27 年 3 月 3 日

E-mail

animemediafesta@nara-storytourism.com

奈良アニメメディア祭公式サイト

<http://www.nara-storytourism.com>



奈良アニメディア祭

Nara Animedia festa 2014

奈良 マンガ・アニメ・メディア・コンテンツ祭 2014

