

## 「オタクベース」プロジェクト

## ～エンターテインメント活用による収益源多角化の可能性～

白鷗大学 経営学部・青崎ゼミ 3年

加藤颯泰(かとう そうた) 榎本唯 橋本萌々子 福田侑希乃

**【概要】** 近年、オタク人口は年々増加している。オタクは好きなものに対する感度が非常に高く、社会に対する影響力も大きい。オタクをターゲットにし、オタクが心から楽しいと思える取組みを行うことは、経済波及効果や関係人口の創出など県の活性化及び、収益源の多角化につながるのではないかとこの視点から、私たちは栃木とオタクの双方に利益をもたらす研究を行っている。

**【栃木を元気にするには】** 栃木県は魅力的な観光資源が多く、エンターテインメント(以下エンタメ)コンテンツとの相性が良い。例えば社会現象となっている「鬼滅の刃」の聖地として“あしかがフラワーパーク”が注目されている。他にも「頭文字D」の“いろは坂”や新海誠監督による「秒速5センチメートル」の“岩舟駅”等、栃木県は多くの可能性を持ち、オタクをターゲットとすることで栃木の新たな魅力をPRできるのではと考えた。また、県内外企業との綿密な連携により、エンタメを活用した新規ビジネスの展開の可能性についても模索したい。

**【背景】** タイトルの「オタクベース」とは、共感・愛着・信頼等によってブランドやコンテンツを支え未来の価値を創造してくれるファンの支持やパワーをベースにして事業を展開する「ファンベース」(佐藤尚之氏提唱)を基に考えた造語である。利益追求を目的としたエンタメによる地域おこしは、オタクからの反感を招き県のイメージダウンにつながりかねない。この研究ではオタクからの共感を生むことに重点を置き、オタクに向き合った施策に注力しながら収益源多角化の可能性を模索する。

### I. オタク人口のさらなる発展

2030年のオタク人口比率は30%を超え、40%に近づくと見られている。日本の3人に1人が「オタク」になるとされ、これは2018年の年間訪日外国人数(約3000万人)を上回る数である。(矢野経済研究所予測)

### II. エンタメ分野を活用した地域振興の動向

アニメ「ガールズ&パンツァー」の舞台である茨城県大洗町は聖地巡礼で多くのファンが訪れることで有名だ。代表的なコラボイベント「あんこう祭り」では、コラボ前の訪問者数は約3万人だったが、アニメ放送後には最大約14万人が訪れている。他にもふるさと納税の返礼品としてガルパングッズを追加し、1カ月間で1億6000万円の寄付が集まるなどの効果があった。(野村総合研究所より)

スマートフォン向けゲーム「ポケモンGO」を地域振興に活かす動きもある。「ポケモンGO」では位置情報を利用した、地域限定の街歩きイベントが度々開催されている。2017年に鳥取県で開催された「Pokémon GO Safari Zone in 鳥取砂丘」では、鳥取砂丘を中心に多くのレアポケモンが出現した。3日間で約89,000人が訪れ、宿泊観光客増加など約18億円にのぼる波及効果を生み出している。(鳥取県庁HPより)

こうしたエンタメ分野に関連する地域振興の取組みは活発化しており、エンタメを愛する情熱と行動でそれを支えてきたオタクは今や日本の経済活動に大きく貢献する存在であるといえるだろう。本プロジェクトではオタクの嗜好性や消費行動等に注目しつつ、「オタクベース」かつ地域に根ざした施策の在り方を考察し、自治体や企業による地域振興における収益源多角化の可能性について研究を行っている。

**【施策】** 地域に密着する基礎自治体は、地域住民との距離が近くニーズや声を把握しやすいため、商工会や地域

住民との連携に長けている。県全体をカバーする広域自治体は、俯瞰的に市町村間の連携・調整を行い、県民や市町村、企業を巻き込む施策に秀でている。行政と異なる視点を持つ企業は、独自資源(コンテンツや資金、ノウハウ)を活かし、流行に適応する潜在力を持っている。この多角的かつ相互補完的なアプローチがオタクを楽しませるための最大のシナジーを生み出せるのではないかと考えた。日光市、大洗町、ポケモンローカル Acts 実施7自治体、(株)サイバーエージェント等ヒアリングを経て、各自の特徴を活かしたアプローチがオタクバイタリティを引き出すことに最適と考え、3つの視点から考察する。

### (1)基礎自治体：市民や地域企業が自発的にコミュニケーションを図れる環境づくり

地域住民参加や地域ブランド向上の観点から、本プロジェクトでは、「プラオレ！」(10月放送開始)の舞台である日光市に着目する。「プラオレ！」はアイスホッケーを題材とするアニメであり、制作者サイドの情熱とアイスバックスとの連携を基礎として生まれている。また、日光市民も既にアイスホッケーを身近な存在として誇りに思っている(日光市ヒアリングより)ことから、背景で述べた事例同様、日光市が掲げるシビックプライドを軸にアニメとタイアップしたファンと地域住民の双方が楽しみ、相互コミュニケーションを図れる街づくり企画について検討する。



©2020 プラオレ！メディアミックスパートナーズ

### (2)広域自治体：広い視野を持ち県民や市町村、企業など県全体を巻き込んだ県のイメージ統一の推進

栃木県全体としての知名度向上やPRを図る取組みが有効だと考え、広域自治体と株式会社ポケモンの協同事業「ポケモンローカル Acts」に着目した。「ポケモンローカル Acts」とは、地域それぞれの「推しポケモン」が地域の魅力をPRすることにより、地域ファン・ポケモンファンが増えることを目指す活動だ。「ポケモン」は国内外を問わず多くのファンがいるコンテンツであり、地域の特色と親和性の高いポケモンが推しポケモンに選出されるため、県全体の効果的かつ統一的なPRにつながると考察した。また、推しポケモン使用に関するライセンス料が無償であるため、継続的かつ大規模な取組みが可能である。いちごや大谷石細工などの県産品、日光東照宮やあしかがフラワーパークなどの観光スポット、その他栃木県の有する魅力的な観光資源と、世界的に人気のある「ポケモン」を掛け合わせることで、栃木県全体としてのPRやイメージの統一につながると考えた。

### (3)企業：自由な発想力や資金力、コンテンツなど独自の資源の活用と社会の変化に対する柔軟な対応

最近話題となっている「オタク向けホテルプラン」について検討する。コロナ禍で大打撃を受けた業界を元気にする狙い、また日帰りの多い栃木県来訪者の宿泊滞在を増加させるべくホテルプランに着目した。宿泊観光客の増加は栃木のさらなる魅力の発信と観光客のさらなる消費を促す。例えば、アニメやゲーム、アイドルなど、日本が世界に誇るコンテンツの世界観を演出する「EJアニメホテル」は、アニメの世界感を表現した「コラボプラン」や、「推し会プラン」を用意し、様々なオタクから人気を得ている。多様なスポーツが有名でファンが多数存在する栃木県では、アニメやアイドルオタクがDVD鑑賞などの推し会に利用するだけでなく、スポーツオタクがホテルルーム観戦に利用できるため、栃木県において本プランは非常に有効であると考え。コロナ禍で影響を受けた宿泊業界に新たな時代のノーマルな宿泊の形として提案したい。

【まとめ】「オタクバイタリティ」に働きかけることで、国内外問わず栃木がオタクからの注目を集め、その結果、ふるさと納税や各種イベント等を通じて基礎自治体、広域自治体、企業各自の資源を駆使し、栃木県全体としての収益源の多角化を図ることが可能ではないかと考える。ここで重要なことはエンタメ活用による町おこしという短絡的な視点ではなく、オタクに喜んでもらう取組みを追求する姿勢が真の地域活性化につながるという視座だ。そのためには取組みを一過性のものにせず継続的にコンテンツと向き合うこと、基礎自治体、広域自治体、企業の緊密な連携が必要不可欠である。今後の課題として、オタクが求めるものを明確にしながらか、「オタクベース」を起点とする地域振興策の在り方について更なる考察分析を進めていきたい。