

## 「コンテンツ産業セミナー」

◆講演◆「アニメーション産業の現在と未来」  
～アニメ×ビジネスで何が生まれるか～

講師：株式会社福島ガイナ 代表取締役社長 浅尾 芳宣 氏

当財団は2018年11月29日（木）、七十七銀行本店5階会議室において、特定テーマセミナーを開催いたしました。本特集では、講師にお招きした株式会社福島ガイナ 代表取締役社長 浅尾 芳宣 氏による講演内容をご紹介します。

### 1. 株式会社福島ガイナの概要と活動

当社は平成27年4月、福島県三春町にある元“桜中学校”の校舎を活用したアニメーション制作スタジオとミュージアムを設立し、事業をスタートしました。“桜中学校”は少子化と東日本大震災の影響で廃校になった学校です。

当社は東京にあった株式会社ガイナックスというアニメ制作会社がもとになっています。「新世紀エヴァンゲリオン」を作っていた会社です。今後のアニメの展開を見据え、第2スタジオを地方に作ろうと考えていた時に東日本大震災が起きました。私が福島県出身なので、“地方にスタジオを作るなら福島県の応援はどうか”と提案し、設立に至りました。それまで福島にはアニメ制作のスタジオはありませんでした。福島の中でアニメ産業を生んで、その仕事を志す若者が福島に残って、福島で仕事ができ、それが次世代まで続いて根付いていく。新規産業と雇用の創出がこのスタジオ設立の目的です。



浅尾 芳宣 氏



ミュージアム内の「アニメ作法展」

ミュージアムについては、アニメの企画から商品としてアニメが生まれるまでを段階的に体験できる「アニメ作法展」を常設しています。また特別展として、その時代の流れの中で知ってほしい、共有したいというコンテンツを紹介しています。最近では有名な特撮映画や人気マンガなどの展示を実施しています。修学旅行などの教育旅行を中心に、子供たちにアニメの作り方やコンテンツの成り立ちを知ってもらい、そこに夢を持ってほしい。同時に県内外に情報発信をし、観光拠点として一役買えればと思っています。

また、アニメやコンテンツを活用したイベントを依頼されることもあります。例えば「オカエリ夏祭り」というイベントは、当時「帰還準備区域」だった福島県の小高町の方から、自分たちの町をありのまま発信したいという依頼があり実施しました。震災前まで小高町で毎年行っていた夏祭りを復活させ、その盆踊りにコスプレイヤー（アニメのキャラクターの格好をして写真を撮るなどの活動をする人）を呼びました。コスプレイヤーの方々は、好きな場所に行って写真を撮り、それをインスタグラムなどのSNSで発信します。その時に彼らなりの言葉で、町の様子や復興の状況を発信してくれると思ったのです。結果、150人ものコスプレイヤーに集まっていただきました。

もうひとつ「マジカル福島」というイベントを紹介します。これはアニメ上映会場、コスプレ会場、マンガ・

イラスト販売会場、「痛車」(車体にアニメなどのキャラクターのステッカーを貼り付けたり、塗装を行うなどして装飾した自動車)のコンテスト会場などを持ち回りで福島県内6カ所に設営し、福島県全体で実施したイベントです。様々な形のコンテンツを通じて福島に人が集まるきっかけ作りをしました。

特に福島県は「安心・安全」という問題を抱えています。線量などの数値では大丈夫でも、そこに積極的に訪れるかは心の問題です。明るい話題を作って、楽しそう・行ってみたいと思わせて福島県に来ていただく。そんな形で福島県や東北の復興に協力したいと思います。

また自治体から依頼を受け、ポスターなどの製作も行っています。福島県の公式の交通安全ポスターや、初めて18歳以上が選挙に参加した時の参議院選挙の公式ポスターも制作しました。

主事業であるアニメーション制作ですが、地方銀行のアニメCMや三春町の観光PRアニメなどいろいろありますが、その中からいくつか紹介したいと思います。

まず、国・福島県と一緒に制作した震災復興関連の短編です。「みらいへの手紙」というタイトルで、震災から5年が経とうとしている福島の現状を伝えるドキュメンタリーアニメとして、短編を10本制作しました。未来の人たちがこのアニメを見たときに、いいところも悪いところもひっくり返して、当時の状況を知るアーカイブになる作品だと思っていますので、今後も引続き取り組みたいプロジェクトです。

次に、NHKと制作した「大好き♡東北」というキャンペーンのプロモーションアニメ「想いのかけら」です。NHKからは、ドラマがあり、震災で犠牲になった方を忘れないような内容にしてほしいとの依頼でした。そこで福島・宮城・岩手の各所を巡って宮城県の女川町を舞台に選び、フィギュアスケートの選手を目指す女の子のキャラクターを設定し、映画の予告編のような短編を作りました。NHKに提出したところ好評で、NHK杯というフィギュアスケート大会の会場内で上映され、テレビでも放映されました。すると著名な選手からのコメントをはじめ、多くの応援のメッセージをいただき、NHKからの提案で30分枠のアニメになり、テレビ放映されました。



©福島ガイナ



©福島ガイナ



### 3. アニメ産業の現状

ここ数年、アニメの本数は増えています。特に増えているのは深夜アニメです。深夜アニメが始まったのは意外に最近で、1995年の「新世紀エヴァンゲリオン」が最初です。この作品は大ヒットしたのですが、1回目に放送した時はほとんどヒットしませんでした。1回目は中学生や高校生に見てほしかったので夕方に放映したのですが、結果的にはほとんど話題になりませんでした。しかし、意外なことに大学生が見ているというリサーチが取れたので、大人が見ているなら深夜に放映してみようということになりました。その当時深夜に放映しているアニメはありませんでしたが、この作品は爆発的にヒットしました。以降深夜アニメは増え、2006年にピークを迎えました。深夜アニメが始まってからここまでは、DVDを売るアニメが成功しました。当時はインターネットがそれほど普及していませんので、“配信”がありません。その作品をもう一度見るには、番組を録画するかDVDを買うしかありません。DVDにいろいろ特典と呼ばれる付録を付けて販売するDVDビジネスのピークがここになります。2006年以降、インターネットの普及とともに、アニメの本数は落ちていきます。DVDを買わなくなったからです。しかし、最近はどうも増え続けています。2017年には深夜アニメだけで180本、2018年は200本にまで増えています。なぜ今増えているのでしょうか。

それはビジネスの在り方が、DVDビジネスから別のビジネスに多様化しているからです。日本動画協会の「アニメ産業レポート」によると、アニメ関連市場は約2兆円と言われていますが、インターネット配信やキャラクターグッズ販売、アニメ発の声優ユニットのライブやイベント、海外展開など、様々な形態が台頭してきています。

### 4. アニメと地域発信の取組み

最近注目されているのはアニメツーリズムです。「聖地巡礼」という言葉がありますが、これはアニメやマンガ、ゲームなどの舞台となった土地や建物を訪れることを言います。クールジャパンのコンテンツとしても、日本のアニメを好きな外国人は多いので、この聖地巡礼というニーズは高まっています。ただし外国人だけではなく日本人観光客への対応も重要です。

「らき☆すた」という作品が、聖地巡礼を作った最初のアニメと言われています。女子高生の日常を描いた深夜アニメです。埼玉県久喜市が舞台で、作品の中には実在する「鷲宮神社」が登場します。ごく一般的な神社で、初詣の参詣客は約7万人ほどだったのですが、アニメ放送後には約47万人に増えました。またその地域の商工会でこのアニメの活用を考え、絵馬型ストラップを名産の桐で制作し、35,000個も売れる大ヒット商品になりました。アニメ放送から3年間で約22億円の経済効果と言われ、「らき☆すた神輿」を導入した地元の祭りは20万人を集めるイベントになっています。このアニメ自体は10年以上前のものですが、このようなイベントに集まる人は増えています。それはその地域の人たちがこの作品と、訪れたファンの方々を大事にしているからです。訪れたファンがリピーターになり、また新しい人を連れてくる。作品の人気も長続きするし、その地域も長い間盛り上がるができます。これがひとつのツーリズムのモデルとなっています。

次に、「ガールズ&パンツァー」という作品を紹介します。これは茨城県の大洗町が舞台になっています。戦車に乗って戦う武道「戦車道」というものがあって、それに打ち込む女子高生たちを描いた作品です。この作品では大洗町をそのまま再現し、主要スポットをきちんと採り上げており、その地域ではそれを活用したフォトスポットを作っています。例えば、スーパーマーケットに“〇〇の戦車が激突したスーパー”といった看板が立っていて、そこでファンの人たちは写真を撮るのです。その地域ではそういった場所を巡るための地図も作っています。もともと大洗町は観光地だったので、観光客をもてなすことに慣れていて、訪れるファンはその地域の人たちのやさしさに感激し、更に多くのファンたちが訪れるようになりました。ま



セミナーの様子

た大洗町のふるさと納税ですが、それまで763万円というごく一般的な金額だったのですが、このアニメの関連グッズを230品目入れたところ1億6千万円も集まりました。今では大洗町だけではなく茨城空港とコラボレーションするなど、茨城県全体のコンテンツとして成長しています。今年はこの作品の劇場版アニメも公開されており、また盛り上がるのではないかと考えています。

意外なところで注目しているのは佐賀県で、「ユーリ!!! on ICE」というフィギュアスケートのアニメの舞台になっています。なぜ佐賀県が舞台なのかというと、今コンテンツ界で台頭している企業の代表者が佐賀県の出身で、佐賀県を舞台にしたアニメにしようと働きかけたそうです。佐賀県は新しいものに対し貪欲で、SNSを活用した情報提供が非常に上手です。街を歩くとこのアニメに関するフォトスポットが用意されており、その地域全体で応援しているという空気があります。どうして佐賀県でアイススケートとってしまいがちですが、佐賀県の方々は全くそう思わないようです。このアニメの成功を踏まえ、佐賀県の地域コラボレーションアニメとして、「ゾンビランドサガ」という作品を制作しました。ゾンビになった美少女を集めてアイドルユニットを作り、佐賀県のためにアイドル活動をするという内容です。アニメの中できちんと実際の街を描いていて、昔あったレコード屋やおもちゃ屋などをアニメの中で復活させるなど、その地域の人にも喜んでもらえるような作品になっています。

アニメによる地域発信には3つのポイントがあります。1つは「SNSやメディアと仲良くできるか」。情報を発信し、受け取った人がアクションを起こしたときに、そこにきちんと情報があるか、その情報の先に興味が引かれる仕掛けがあるかということが重要です。

また「観光地に向いているか」。例えば先ほどの佐賀県だと、有名な温泉地もあるし美味しい食べ物もある。大洗町はもともと有名な海水浴場でした。アニメのオタクの人も、その土地に行ったらやはりアニメ以外のものも見たいわけです。美味しいものでもいいし、その地域の歴史でもいい。そういった観光スポットはとても重要です。残念な例として、「未確認で進行形」というアニメは福島県郡山市を舞台にしていますが、郡山市には観光する場所があまりありません。大きな都市で、商店街などはありますが、観光客が訪れたときにもてなすような場所がまだ少ないのです。大都市とのアクセス状況も大事です。これは一つの統計ですが、首都圏の人たちが足を運ぶのにかける時間はだいたい片道4時間が限度で、それより遠い場所にはなかなか人が集まりにくいようです。

最後に、「そこに愛はあるか」。これはその作品を応援する地元の人がいるかということです。どんなに制作会社や製作委員会が頑張ろうと、地元の方の協力がないと絶対にうまくいきません。地元の人に負担をかけようということではなく、実際にその土地を訪れる人たちに対し何かしてあげられるのは地元の人たちなのです。

そもそも仙台市は観光地に向いているのでしょうか。平成29年の観光統計基礎データを見ると、観光客は増加傾向にあります。宿泊者数も、外国人観光客も増えています。観光地としては、何かを仕掛ければ更に増えていく可能性が大きい場所だと思います。

ただし、それを必要と思うかが問題です。仙台は大きなコンテンツをいくつも持っています。「ハイキュー!!」というバレーボールを題材にした作品があり、マンガは「週刊少年ジャンプ」で連載されていますが、舞台は仙台市です。しかし仙台ではこのアニメを活用して盛り上げようという活動はあまり見られません。また「ジョジョの奇妙な冒険」という作品は、作者が仙台市出身で舞台も仙台市ですが、先ほどの佐賀県や大洗町ほど何かをしているわけではありません。

おそらく仙台の方々が「アニメを活用して盛り上げなければ」という切迫した気持ちを持っていないことと、仙台には「伊達政宗」という強力なコンテンツがあることが背景にあると思います。仙台の方々は「伊達政宗」が大好きで、情報番組の名前にまで使われています。「伊達政宗」というコンテンツを活かしたビジネスが、上手にできていると思います。



©福島ガイナ

それを踏まえて当社が今まで取り組んだ例を紹介します。福島県の伊達市と一緒に「政宗ダテニクル」というアニメを作りました。伊達市は名産の果物や霊山などの風光明媚な名所で観光客を呼んでいましたが、震災の影響で厳しい状況になり、復興のために制作したものです。伊達市は伊達家発祥の地で、政宗は17代当主ですが、11代目までは伊達家の拠点でした。それを活かしたうえで伊達市の実際の場所を出してほしい、人気がある政宗は使いたいなどの要望がありました。どうしようと思って調べるうちに、福島には伊達家の初代当主が作った神社があり、政宗が人生の節目に必ずお参りに訪れていたことが分かりました。そこで政宗が初陣に出た14歳の時に、その神社で氏神様に頼んで不思議な力をもらい、ピンチになったらご先祖様（過去の当主）を呼べる、更にご先祖様と合体できるという設定にしました。またご先祖様を全員かっこいいキャラクターにして、女性をターゲットにしよう、女性客を呼び込もうという方向性を考え、伊達市もそれで了解してくれました。また、アニメの中で伊達市の実際の風景を描いており、そこをフォトスポットに整備してもらい、アニメのとおり写真が撮れるという場所になっています。

女性を呼べるアニメですので、主題歌や声優は女性に人気のある方々にお願いしました。伊達市の祭りでの作品に関するイベントを実施した時には、主題歌を担当した歌手と、声優にも何人か来ていただきましたが、2,500人も集客があり、そのほとんどが女性でした。アニメ自体でビジネスを組み立てるのではなく、歌手や声優の方々と絡めてツーリズムやイベントなどのビジネスを組み立てることが重要になっています。

あとは地元の方々と協力してマルシェやライブ、上映会などのイベントを実施しました。テレビで一切PRせず東京でもイベントを実施しましたが、約700人のキャパシティのホールが2日間で完売しました。金沢市からも依頼があり、そこでは実際の声優に協力していただき、そのイベント限りの朗読劇を行いました。金沢の人はほとんど「政宗ダテニクル」を知らないはずですが、約800人の集客がありました。そしてそのイベント来場者が、先日伊達市で開催したイベントにも来てくれました。

他にも、このアニメは歴史に忠実なものではないので、子供たちにきちんと歴史を学んでもらうため、伊達市などゆかりの地を巡る「ダテニクルツアー」を行いました。また阿武隈急行や伊達市の公用車を「政宗ダテニクル」でラッピングしていただきました。なお、このアニメは地元の人たちに権利をオープンにしており、マグカップやトートバッグなど、いろいろな商品を作ってもらっています。



ラッピングした伊達市の公用車

また、海外のアニメファンでこのアニメを知ってくれた方がいて、2016年にクアラルンプールに呼んでいただき、上映会を行いました。2日間で4回上映し、合計で5,000人に見ていただきました。

今後の展開としては、この「政宗ダテニクル」で東北全体を発信しようと考えています。新しいキャラクターを作って、政宗たちが活躍しつつ、時代も超えて東北の武将、名産、伝説などの魅力を発信するアニメができたらと思っています。今までのアニメ産業にはない、地方の人たちとイベントを開催したり、グッズを開発したりという流れを作っていきたいと思っています。

## 浅尾 芳宣（あさお よしのり）氏

1968年福島県生まれ。アニメーション制作会社「株式会社ガイナックス」元取締役・プロデューサー。映画、アニメーションなどの映像作品をはじめ、映画祭や展覧会といったイベントの企画・プロデュースなど幅広いジャンルで活躍。大阪芸術大学アートサイエンス学科准教授も務める。2015年「株式会社福島ガイナックス」（現：株式会社福島ガイナ）を設立、代表取締役就任。アニメコンテンツによる地方発信、復興支援に幅広く取り組んでいる。