

「なつまち」を使ったアニメコンテンツツーリズム事業

取組に至る背景・事業の目的

- 2012年に放送されたアニメ「あの夏で待ってる（通称：なつまち）」は放送終了後も人気不衰で、「聖地巡礼」と称し作中の舞台となった小諸市内各所を訪れる県内外の若いファン層が多く見られる。
- このアニメを活用した町おこし事業として、地域住民や企業、行政、NPO等が連携し着地型の観光地づくりを進める。

事業内容

- 「なつまち」をコンテンツとした誘客アプローチを熱心なファン層だけでなく、ライトユーザー、一般観光客まで広げた事業を展開
- 四季毎に小諸の情緒・文化・自然を伝えるオリジナルアニメ画を新たに制作し、ポスターを始めとするPRに活用
 - 「こもろドカンショ」等の地域のまつりに、ファンを募り「なつまち連」を組織して参加
 - 作中で登場するスポットを紹介する「聖地巡礼マップ」を制作。マップに声優のメッセージも掲載するなど、よりプレミアム感の高いものとした。
 - ホームページ、チラシ、オリジナルグッズの制作によるPRを実施

事業効果

- 「こもろドカンショ」等への参画
こもろ市民まつり 参加者数 67名
こもろドカンショ 参加者数 120名（昨年対比 234%の集客を達成）
- 「なつまち」ファンの拡大実現
フェイスブック数 2,105人（昨年対比 280%）
※内約半数が外国人のファンとなっている。
ツイッター数 2,711人（昨年対比 147%）
カードラリー参加者数 延べ 10,000人見込み（昨年対比 125%を達成）

工夫・苦労した点、課題、今後の取組など

- 拡大したファンへの継続的な情報発信&事業取り組み
なつまち4年目になる今年も継続的な取組と新たな取組でファンを満足させる事業を展開する。
- 外国人観光客への発信
なつまちファンの中に多く外国人も含まれ増加傾向にあるため、外国人向けの仕掛けを展開する。

【選定のポイント】

PRの効果等によりカードラリー参加者延べ1万人、同プロジェクトのフェイスブック登録者数が2,000人（うち約半数が外国人ファン）を超えるなどファン層の拡大が見られる。

この他に、2014年には新作を含むブルーレイの発売やソニー等と共同でスマートフォン向け舞台巡りアプリの提供、2015年には美術館での展覧会が開催されるなど発展を続けている。



【「あの夏で待ってる」小諸人バージョン】



【こもろドカンショ参加者】

団体名 なつまちおもてなしプロジェクト（小諸市）
連絡先 0267-22-0077
ホームページ <http://komoro.ch/natsumachi>

事業タイプ	ソフト事業
事業費	4,000,000円
支援金額	3,000,000円