

Title	都市部における地域振興と観光資源の新規創出のプロセス
Sub Title	Research for the process to create the sightseeing contents for local development in urban area
Author	小川, 李子(Ogawa, Riko) 岸, 博幸(Kishi, Hiroyuki)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2015
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2015年度メディアデザイン学 第452号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002015-0452

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文 2015 年度（平成 27 年度）

都市部における地域振興と
観光資源の新規創出のプロセス

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科

小川 李子

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に
修士(メディアデザイン学) 授与の要件として提出した修士論文である。

小川 李子

審査委員：

岸 博幸 教授 (主査)

砂原 秀樹 教授 (副査)

稲陰 正彦 教授 (副査)

修士論文 2015 年度（平成 27 年度）

都市部における地域振興と 観光資源の新規創出のプロセス

カテゴリー：アクションリサーチ

論文要旨

少子高齢化に伴い日本各地で過疎化問題が叫ばれて久しい今日、「地域振興」「街おこし」といった活動が各地で活発に行われている。一見この問題は世間的に「地方」「田舎」と呼ばれる、都市部から距離的に離れている地域での活動のようにイメージされがちであるが、都市部でも少子高齢化が進み生産人口が減少し街の活気が失われ、経済活動に支障をきたしつつある。そういった現状を受け、その地域の観光資源を新規創出しその地域外から人を呼び込んだり新たなビジネスチャンスを得たりするための活動が、東京都内を中心に活発に行われている。本研究では、東京都中野区で開催された屋外音楽イベントがその地域の観光資源として地域に受け入れられるまでの過程をアクションリサーチの手法を用いて調査し、地域振興や観光資源の新規創出のために必要な要素の抽出と、同様の問題に悩む都市部の他の地域に対しより効率良く地域振興の活動を行うための提案を行う。

キーワード：

地域振興, 都市観光, 観光資源, ポップカルチャー, 公共用地

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科

小川 李子

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2015

Research for the Process to Create the Sightseeing Contents for Local Development in Urban Area

Category: Action Research

Summary

Today, lots of area have problems of depopulation, people do the actions for local development. These problems are often imagined it in the area away from the urban area, but those area faces the same problem, too. Then, the energy of the city is declining. To solve the problems, the actions to create the sightseeing contents newly to invite people from outside of the area or to get a new business chance are doing in Tokyo. In this research, I investigated the process that the open-air music event held in Nakano-ward, Tokyo as tourist attractions in the area using the technique of the action research. And I extract the factors for the actions of local development and propose ideas to other urban area having the same problems.

Keywords:

Local Development, City Sightseeing, Sightseeing Contents, Pop Culture, Public Space

Graduate School of Media Design, Keio University

Riko Ogawa

目 次

第1章 序論	1
注	3
第2章 関連事例	4
2.1. 都市部での地域振興活動の現状	4
2.1.1 都市部の地域振興活動に関する政策	4
2.1.2 民間企業主導の地域振興	6
2.2. 都市部における地域振興活動の必要性	7
注	7
第3章 研究の目的と手法	8
3.1. 研究の目的	8
3.2. 研究の手法	9
3.3. コミュニティについて	10
3.3.1 Re:animation	11
3.3.2 中野区	19
3.3.3 地域関係者	24
3.3.4 本調査における筆者の立ち位置	29
注	29
第4章 調査の実施内容と結果	30
4.1. 本調査全体の課題と目的	30
4.2. 各アクションサイクルの実施内容と結果	31
4.2.1 サイクル1	31

4.2.2	サイクル2	36
4.2.3	サイクル3	40
4.2.4	サイクル4	48
注		56
第5章	調査結果と結論	57
5.1.	本調査の結果	57
5.1.1	「行政」代表者へのインタビュー調査とその結果	58
5.1.2	「地域関係者」代表者へのインタビュー調査とその結果	59
5.1.3	「イベント主催者」代表者へのインタビュー調査とその結果	60
5.2.	本調査の評価	61
5.2.1	「地域関係者」との連携のメリット／デメリット	62
5.2.2	地域への還元	64
5.2.3	地域振興イベントにおける安全性の確保と信頼性の構築	66
5.3.	本研究の結論	67
第6章	今後の課題	70
6.1.	プリンシパル＝エージェント理論	70
6.2.	プリンシパル＝エージェント理論から見る地域振興活動	71
6.2.1	プリンシパル＝エージェント理論による説明	71
6.2.2	地域振興活動でのエージェンシー問題の解決のために	72
	参考文献	74
	謝辞	76

目 次

3.1	アクションサイクルの内訳および時系列のイメージ	10
3.2	ステークホルダーの相関図	11
3.3	Re:animation のロゴ	11
3.4	Re:animation vol.1 の様子	14
3.5	Re:animation vol.5 の様子	15
3.6	Re:animation の来場者の様子	16
3.7	Re:animation 会場外で立ち止まる通行者	17
3.8	中野区の位置	20
3.9	中野区の区章	21
3.10	「なかのまちめぐり博覧会 2015」公式パンフレットの表紙 . . .	23
3.11	『中野文化祭』のロゴ	27
4.1	サイクル 1 での告知文ポスティングの範囲	34
4.2	通行人にイベント内容を説明している現場スタッフ	35
4.3	通行不可の案内をする現場スタッフ	35
4.4	Re:animation6 での会場内の様子	41
4.5	Re:animation7 会場内配置図	43
4.6	飲食物販売ブースの様子 (1)	44
4.7	飲食物販売ブースの様子 (2)	45
4.8	Re:animation のルール	46
4.9	Re:animation7 オープニングの様子	48
4.10	Re:animation8 の開催場所	51
4.11	Re:animation8 の開催場所 (地図)	52

4.12	区役所前広場の整備工事の様子	53
4.13	中野文化祭連絡協議会の様子	55
5.1	本研究の結論	68

目 次

3.1	アクションサイクルの一覧	9
3.2	Re:animation の開催実績	13
4.1	サイクル1の概要	32
4.2	サイクル1での課題, アクション, 結果	32
4.3	サイクル2の概要	36
4.4	サイクル2での課題, アクション, 結果	37
4.5	サイクル3の概要	42
4.6	サイクル3での課題, アクション, 結果	42
4.7	サイクル4の概要	49
4.8	サイクル4での課題, アクション, 結果	49
5.1	「行政」代表者へのインタビュー調査の概要	58
5.2	「地域関係者」代表者へのインタビュー調査の概要	59
5.3	「イベント主催者」代表者へのインタビュー調査の概要	61

第1章 序

論

日本国内の各地で少子高齢化による地域の過疎化やそれに伴う地域の経済活動の衰退が叫ばれて久しい。そのような状況の中で、全国各地で「地域振興」の活動が行われ、少しでも地域の活気を取り戻そうという動きがある。

地域振興の活動には様々な形式がある。例えば、全国的に見られる例では、「地域振興券」の配布がある。地域振興券（名称は地域によって異なる場合がある）は、1999年4月1日から9月30日まで全国で配布された地域限定で利用できる商品券の一種で、経済低迷期であった当時、個人消費の促進と地域振興を目的として、年齢等の条件を満たした住民に自治体を通じて配布されたものである。その当時はGDPを約40パーセント押し上げたという試算もある¹が、その効果も「使っておしまい」の一時的なもので、国民の生活を一時的には助けたものの地域振興にはおよそ遠いものであった。その後も全国一斉の配布はないものの、各自治体の予算の中で独自に地域振興券やそれに類似した商品券が配布される例が見られる。自治体ごとに工夫も見られ、配布時期に合わせ地域振興券が使用可能な店舗が一堂に集結し露店を出店するイベントなどを開催し、本来の目的である地域振興を実現しようという動きがより具体的になってきている。この地域振興券の例は、該当地域の内側で経済を循環させる形の地域振興の例である。

他の地域振興の例としては、地域の外から人を呼び込むために特定のコンテンツと結びついたイベントを開催するものが挙げられる。この数年大きな盛り上がりを見せている「マチ★アソビ²」はその好例である。マチ★アソビは、東京都の株式会社ユーフォテーブルが主催となって、徳島県全体を巻き込んで、アニメやポップカルチャーにちなんだ催し物を開催したり街中をコスプレしたまま散策できたりできる「徳島をアソビ尽くす」イベントである。直近のvol15は会期全17

日間で約8万人という、首都圏以外で開催されているイベントの中では桁違いの規模を誇っている。また別の地域では、茨城県の大洗エリアがアニメ「ガールズアンドパンツァー」の舞台になったことから、街ぐるみで年間を通じてイベントを開催したり大洗鉄道がラッピング車両を日常的に走行させたりと、アニメ作品の舞台となった土地をファンが巡る「聖地巡礼」と呼ばれる活動を継続的に歓待している地域として近年注目を集めている³。この形の地域振興は、地域振興券の例とは逆に、地域の外から内に取り込む形の地域振興の例である。また、地域振興券が行政主導の策であったのに対し、マチ★アソビや大洗エリアは民間主導であることもまた対照的である。この民間主導の地域振興は他の地域でも見られるようになった。

昨今「地域振興」と呼ばれる活動で注目を集めているのは後者のパターンである。日本の資産とも言うべきアニメやゲーム、コスプレ等のポップカルチャーと結びつき、それらのイベントが開催される「ソフト型の観光資源」が次々と創出されているのである。このようなソフト型観光資源の新規創出に成功した地域は、従来の知名度の高い観光名所（歴史的建造物等）といったハード型の観光資源に乏しくとも、地域外から人を呼び込み地域振興・地域活性していける可能性を手にしたのである。

一方で、その動きに一步遅れをとってしまったのが首都圏を始めとした都市部である。東京都を例に考えてみる。東京都は全国一の人口を誇る日本の首都であるが、その東京都であっても少子高齢化や生産人口の縮小、それに伴う経済活動の衰退からは逃れられず、他の地域と同様に年を追うごとに問題は深刻になっている。むしろ「人口・人口密度日本一 東京」のイメージが先行するために、一見そのような問題とは無縁に感じられるが故に危機感を抱いて行動する人が少なく、都市部以外の地域（いわゆる地方）よりも目立った活動が少ないのである。

また、東京都などの都市部では、都市部以外の地域とはまた別の問題も抱えている。それが「都市観光」にまつわる問題である。とりわけ東京都内は2020年の東京オリンピック開催決定を受け各地で前倒しで再開発計画を進めているが、そのため街そのものの变化も激しく、「来年来ても必ずある」と言い切れる安定した

観光スポット・観光資源に乏しい現状がある。このままでは東京への観光の目的が「ショッピング」のみになり、何度か東京を訪れた買い物目的の観光客はひとしきり買い物を終えると足は遠のき、文化的な観光を求める観光客には訪れるべき観光名所がなくなり、東京の観光は低迷していくことが予想される。このような状況を踏まえ、再開発の進む都市部で有効な地域振興の策が求められているのである。

本論文では、こういった日本の地域振興の現状と都市部における地域振興と観光資源の問題を踏まえ、東京都中野区で実施された地域振興の取り組みをアクションリサーチ形式で調査し、その結果を分析するとともに都市部での地域振興活動は他の地域とどのような点が違い、何を必要としているのか、その要素の抽出とそれらに関する課題の整理を行う。

注

- 1 伊藤隆敏「経済を見る眼 地域振興券の教訓と定額給付金」(2009)[1]
- 2 <http://www.machiasobi.com/>
- 3 大洗観光協会による「ガールズアンドパンツァー」関連特設 web サイト <http://www.oarai-info.jp/girls-und-panzer/index.htm>

第2章

関 連 事 例

本章では、東京都での地域振興活動の取り組みなど、本研究に関連する事例を取り上げ、その現状について述べる。

2.1. 都市部での地域振興活動の現状

2.1.1 都市部の地域振興活動に関する政策

地域振興に関する活動は、人口流出に危機感を抱いた都市部以外の地域（いわゆる「地方」）から始まり、今なお活発な活動が見られるのは第1章のとおりである。そのため、本研究で取り上げる「都市部での地域振興」に関する研究はまだ未熟で、研究として成熟を見せる以前の、実際的な取り組みを通して実績やノウハウを蓄積する段階にあると言っても過言ではない。例えば、地域振興、特にソフト面での地域振興を取り扱っている総務省のホームページを見てみても、体系的に地域振興の実情をまとめて情報発信がされていない。また、それらの政策を見てみても、「都市部から地方へ」という人の流れを促す政策が多い上に用語の遣われ方も曖昧であるのが現状で、都市部での地域振興についての情報を得るのは難しい。¹ここから、国政としての地域振興を見ることができる。

東京都「地域資源発掘型実証プログラム事業」とその採択事業

そのような先行研究・関連研究の乏しいこの分野において、「都市部における地域振興」という点において先行事例として最有力だと考えられるのが、東京都が募集・助成している「地域資源発掘型実証プログラム事業」にて採択された事業である。ここでは過去に地域資源発掘型実証プログラム事業で採択された事業について考察する。

平成 27 年度の東京都「地域資源発掘型実証プログラム事業」企画案募集の web ページ²の先頭には、この事業についてこのような説明がある。

都内には、未だ活用されていない地域資源が数多く眠っています。そこで、東京都では、こうした地域資源を発掘・活用し、旅行者誘致につなげていく「地域資源発掘型実証プログラム事業」を実施します。そのため、都内の各地域から、地域資源を活用するためのアイデア（企画案）を募集します。東京都では、募集したアイデアを選定し、民間の事業者のノウハウを活用して新たな着地型旅行商品や特産品の企画・開発などを行い、その効果や課題を検証することにより地域の旅行者誘致を支援していきます。

この事業は 2013 年度から行われている比較的新しい事業で、現在は 1 年のうちに一次・二次募集を行い、あわせて約 25 の企画を採択し助成金を給する事業である。まだ始まってから 2 年弱の状況ではあるが、1 年目に採択された事業の報告がまとまっており、その一部を確認することができる。2014 年 12 月 16 日には 2013 年度の事業内容についての報告会が行われたようである（残念ながら、報告会開催告知を見つけることができるものの、開催後の記録を確認することはできなかった）³。この web ページには、採択事業の一部として以下の事例が報告会での紹介事例として掲載されていた。

- 深川っ子が育む「深川めし」未来創造プロジェクト
（（一社）江東区観光協会 事務局次長 岩崎裕之氏）

- 「熱いです！三宅島」～自然との共生を目指して～
（（一社）三宅島観光協会 事務局長 植松正孝氏）
- 伝説を活かした村のブランド化事業～伝統野菜による「檜原◇四季彩弁当」
之巻～
（合同会社数馬観光デザインセンター 代表社員 岡部重久氏）

しかし、この3例をとってみても、東京23区での事業は1例（江東区）で、あとは島嶼部に属する三宅島と西多摩郡に属する檜原村で、この例だけでは断言できないものの、都市部での事業例の少なさを垣間見ることができた。また、それぞれの事業に関すると思われるwebページを見ても、採択時の活動の記録のままそれ以降の更新の痕跡はなく継続的な活動はされていないと推測され、地域振興や観光資源創出には疑問が残るものであった。

2.1.2 民間企業主導の地域振興

一方で、都市部では民間企業の力が強い。特に不動産会社によるタウンマネジメントの事例は数多くある。例えば「六本木ヒルズ（森ビル）」「表参道ヒルズ（森ビル）」「東京ミッドタウン（三井不動産）」等は近年の大規模開発とタウンマネジメントで話題を呼んだ。しかしそれは、メインとなる建物とその周辺に関する街づくり・ブランディングのみで、必ずしも地域に住む人々の意向に沿うものとは限らない。

しかし、そういった中で、CSR活動の一環として積極的にある一定の地域や区画にし、地域振興活動を行う事例が確認できた。その一例が「渋谷ズンチャカ！」である。

「渋谷ズンチャカ！」は、株式会社ヤマハミュージックジャパンが進める街づくり事業「おとまち」の一環で行われた、街そのものを会場にした音楽祭である[2]。2013年11月に桑原渋谷区長（当時）が「おとまち」に『音楽の力で渋谷の街を盛り上げてほしい』と相談したところからプロジェクトがスタート、2015年8月に第1回「渋谷ズンチャカ！」が開催された。「渋谷ズンチャカ！」の開催にあたってプロジェクトを推進したのは、「おとまち」つまり民間企業と、渋谷区と

いう行政の2者であり、地域の人々（文献では「市民」としている）はあくまで参加者という立ち位置であった。

このような事例から、都市部でも「地域を盛り上げたい」という活動は確認できたが、どの例も民間企業の力が強く、地域住民・市民といった本来その地域の主役の人々が置いていかれがちになっている現状が浮き彫りになった。また、地域そのものの活性化というよりは、「地域ブランディング」という地域外への情報発信の仕方・魅せ方という側面からの活動が目立つように感じられた。

2.2. 都市部における地域振興活動の必要性

以上のような現状から都市部では、いずれは「地域の人々が主導する地域振興活動」となるような活動が必要であると考えられる。地域振興活動は一朝一夕にいかないことは本章でも述べたが、その第一歩として本研究では東京都中野区の実際の事例をもとに「地域の人々を巻き込んだ地域振興活動」の重要性について訴求する。

注

- 1 総務省「地域力の創造・地方の再生」トップページhttp://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/index.html
- 2 東京都「地域資源発掘型実証プログラム事業企画案の募集」（平成27年6月8日）
<http://www.metro.tokyo.jp/INET/BOSHU/2015/06/22p68400.htm>
- 3 <http://www.metro.tokyo.jp/INET/BOSHU/2014/11/22obc300.htm>

第3章

研究の目的と手法

本章では、本研究の目的と、本研究で用いた手法および調査対象のコミュニティについて説明する。

3.1. 研究の目的

本研究は、従来の地域振興に関する研究では注目されていなかった「都市部での地域振興」や都市観光を主眼に置いている。

前述のとおり都市部での地域振興や観光都市としての活動が未発達・未成熟な東京では、新たな地域振興の取り組みや観光資源を創出しようとする動きが各地で見られる。特に東京は、企業や自治体、その他民間団体等の様々な団体や個人がイベントを開催してそれを地域振興や観光資源として活用する取り組み、つまり「コンテンツの観光資源化」の取り組みや試みが、他の地域に比べて多いのが特徴である。

本論文では、「イベント等のコンテンツはソフトウェア型観光資源として都市部での活用が期待でき、地域振興の一助となる」という仮定のもと、特定の地理的観光名所や歴史的建造物等による従来のハードウェア型の観光資源ではない「ソフトウェア型の地域観光資源」を新規創出する探る試みを調査・観察し、その結果をもとに今後増加するとみられる同様の活動への課題の抽出や解決策の提案を行う。つまり、「『コンテンツによる地域振興』『コンテンツの観光資源化』には何が必要なのか」を実際の活動を調査・観察することで導き出す。

具体的には、東京都中野区で開催された都市型屋外音楽イベント「Re:animation（読み「リアニメーション」）」のイベント開催準備から開催後の事務処理を完了す

るまでの過程をアクションリサーチ形式で調査・観察し、自治体や地域関係者と協力して開催したことによる影響や成果、今後のソフトウェア型観光資源が果たすべき役割等をまとめる。中野区で初めて開催された Re:animation5（2013 年 4 月 13 日開催）から、Re:animation6（2013 年 11 月 24 日開催）、Re:animation7（2014 年 11 月 22 日開催）を経て、本調査でのメインの観察対象となる Re:animation8（2015 年 11 月 1 日開催）の開催の結果および開催後の関係各所からの反応をもとに観光資源の新規創出を促す要素を抽出し、他の地域での応用の可能性を探る。

3.2. 研究の手法

本研究の手法について概要を説明する。

本研究では、フィールドワーク調査を基本としたアクションリサーチの手法を用いている。本研究で行った調査の対象期間は 2013 年 1 月から 2015 年 12 月までの 3 年 0 ヶ月であり、その期間内に 4 回のアクションサイクルを実施した。実施したサイクルのサイクル名、サイクル期間、サイクル開始から終了までにかかった時間は表 3.1 のとおりである。

表 3.1: アクションサイクルの一覧

サイクル名	サイクル期間	かかった時間
サイクル 1	2013 年 1 月 1 日～2013 年 6 月 30 日	6 ヶ月
サイクル 2	2013 年 7 月 1 日～2014 年 1 月 31 日	7 ヶ月
サイクル 3	2014 年 6 月 1 日～2015 年 1 月 31 日	8 ヶ月
サイクル 4	2015 年 2 月 1 日～2015 年 12 月 31 日	11 ヶ月

この 4 回のサイクルのうち、サイクル 4 をメインターゲットとしてフィールドワーク調査を行い、サイクル 1～3 での取り組みと比較する。また、サイクル 4 では、ステークホルダーとなった団体の代表者にインタビュー調査を実施している。ひとつのサイクルの内訳は図 3.1 のようになっている。

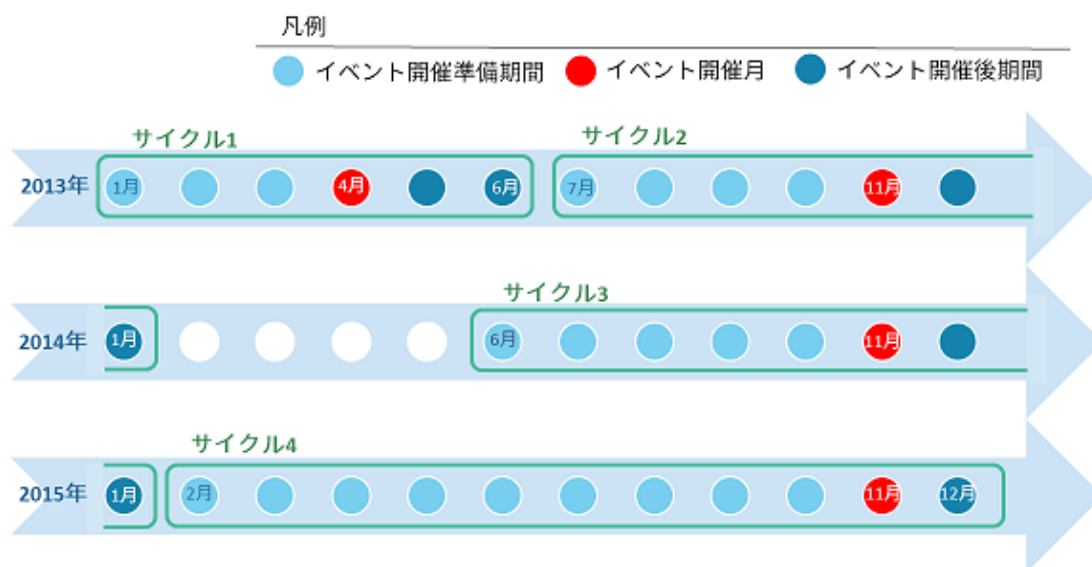


図 3.1: アクションサイクルの内訳および時系列のイメージ

図 3.1 では、ひとつのサイクルは、「イベント開催準備期間」「イベント開催月」「イベント開催後期間」の 3 つのパートで構成されている。「イベント準備期間」はそのイベントの開催運営に携わる主要スタッフ召集の連絡を発信してからイベント開催前日までを、「イベント開催月」はイベント開催当日を含む月を、「イベント開催後期間」はイベント開催翌日から来場者数等の公式発表や自治体への報告書提出などの主要な事務処理を終えるまでの期間を、時系列に整理して示している。

3.3. コミュニティについて

ここでは、本調査のコミュニティについて説明する。

このコミュニティのステークホルダーは「イベント主催者」「行政」「地域関係者」の 3 者であり、具体的には「イベント主催者」は Re:animation 開催運営チームを、「行政」は中野区を、「地域関係者」は中野区に拠点を置く企業や商店街組合等の団体をそれぞれ指す。コミュニティの活動拠点は東京都中野区である。図

3.2 は3者の相関図である。

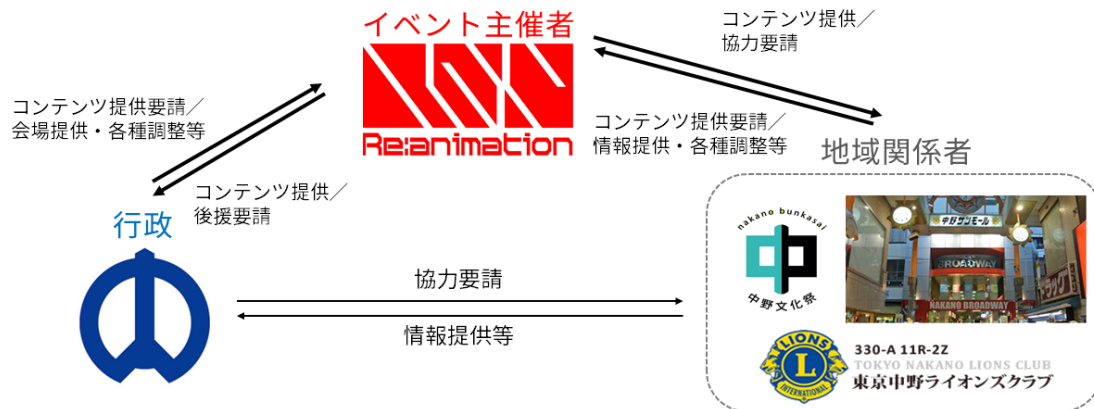


図 3.2: ステークホルダーの相関図
太線の矢印はより緊密な関係であることを示す

3.3.1 Re:animation

ここでは、第一のステークホルダー「イベント主催者」である都市型屋外音楽イベント Re:animation およびその開催運営チームについて説明する。

Re:animation の概要と特徴



図 3.3: Re:animation のロゴ

「Re:animation（読みおよびカタカナ表記「リアニメーション」）」は、東京都内の屋外で不定期に開催されている都市型屋外音楽イベントである。¹2010年12月23日に東京都新宿区歌舞伎町シネシティ広場（旧コマ劇場前）にて初回であるRe:animation vol.1が開催されて以来、不定期ではあるがおよそ年1〜2回のペースで開催されている。8時間前後の開演時間の大半を占めるDJパフォーマンス（プロ・アマチュアの両方を含む）に加え、ライブアクトを行うミュージシャンが数組ゲスト出演するステージイベントである。当初はSNSを通じたコミュニティでの集まりの延長という形で発足したイベントであるが、初回開催から5年が経過した現在ではアミューズメントパーク「ジョイポリス」とのコラボレーション（2014年1月26日、2014年6月22日開催）や羽田空港国際線ターミナルTIAT SKY HALLで開催した「Re:animation Special in HAF」（2015年3月27,28日開催）、インドネシアの首都ジャカルタで開催されたポップカルチャーに焦点を当てたイベント「COUNTDOWN ASIA FESTIVAL in Jakarta」（2015年6月6,7日開催）へのゲスト出演等、東京都内のみならず国内、さらには海外からも注目を集める音楽イベントへと成長した。

Re:animationの特徴をまとめると、大きく次の4点にまとめることができる。（コラボレーション企画等を除く）

- アニメソングとクラブミュージックを柱としながら多様な音楽ジャンルの要素や文化も多く取り入れ、音楽の好みに関係なく楽しめるポップカルチャーに焦点をあてたイベントである。
- 第5回以降は開催運営資金の調達にクラウドファンディングを利用しており、必要な資金のほぼ全額をまかなうことができている。
- 開催場所は東京都23区内の屋外の公共用地を利用している。
- 開催準備や開催当日の運営を行うスタッフは、イベント代表者以外の全員がボランティアとして参加している。

なお、現在の運営母体は「リアニメーション実行委員会」である。この実行委員会の代表者（つまりイベント代表者）以外は有志のボランティアスタッフやレ

ギョーラ出演者の16名で構成され、開催に関する意思決定等を行う。また開催当日の警備や混雑対応・来場者誘導については、ボランティアスタッフを開催毎にインターネットを通じて一般募集しており（継続して応募するスタッフも多数いる）、直近に開催した Re:animation8 では来場者数 3,400 人／2 フロアという規模に対し 57 名のスタッフで対応にあたった。

Re:animation の開催実績

Re:animation は 2015 年 12 月までに、計 8 回開催されている。

表 3.2: Re:animation の開催実績

イベント名	開催日	開催場所	来場者数(人)
Re:animation vol.1	2010 年 12 月 23 日	歌舞伎町シネシティ広場（新宿区）	800
Re:animation vol.2	2011 年 7 月 17 日	歌舞伎町シネシティ広場（新宿区）	1,400
Re:animation vol.3	2012 年 5 月 3 日	歌舞伎町シネシティ広場 新宿 LOFT（新宿区）	1,000
Re:animation vo.4	2012 年 10 月 13 日	新宿歌舞伎町シネシティ広場 新宿 BLAZE（新宿区）	1,200
Re:animation5	2013 年 4 月 13 日	中野駅北口暫定広場（中野区）	1,700
Re:animation6	2013 年 11 月 24 日	中野駅北口暫定広場（中野区）	1,900
Re:animation7	2014 年 11 月 23 日	中野駅北口暫定広場（中野区）	3,200
Re:animation8	2015 年 11 月 1 日	中野区役所前広場 中野サンプラザ前広場（中野区）	1,900

表 3.2 からわかるように、Re:animation は東京都新宿区と東京都中野区の 2 つの街で開催してきた。

Re:animation は、「誰にでも開かれた音楽を楽しむ場を提供する」ことを使命に、有志のメンバーによって開催運営されている。そのコンセプトのもと開催された Re:animation が開催地にどのような影響をもたらしたのかを説明する。

東京都新宿区での Re:animation vol.1～4 は、新宿区後援・新宿タウンマネジメ

ント共催のもと、歌舞伎町シネシティ広場（以下「シネシティ広場」）で開催されてきた。シネシティ広場は、歌舞伎町再開発計画の際に資材置き場等として使用するスペースとして管理されていたが、実際に工事が始まるまでは、いわゆる「空き地」の状態であり何もしないまま放置していても治安の悪化の原因になりかねなかったため、新宿区や新宿タウンマネジメントはその活用方法を模索していた。時を同じくして、イベント開催地を探していた Re:animation はこの場所に目をつけ、開催に至ったのである。Re:animation をきっかけに、その後シネシティ広場は「イベント開催スペース」として活用されるようになった。このような経緯から、Re:animation はシネシティ広場およびその関係者に対し、「シネシティ広場の活用方法の提案や試験的利用」「再開発計画を控えた歌舞伎町のイメージアップ」といった側面から地域に貢献した。



図 3.4: Re:animation vol.1 の様子

東京都中野区での Re:animation5～8 は、中野区後援のもと、中野駅北口駅前周辺エリアで開催した。新宿区での開催実績を評価され、開催場所を求めて移転した先の中野区では、シネシティ広場と同様に中野駅北口暫定広場という「場所（土

地)の活用方法の提案」を行ったり、「ポップカルチャー／サブカルチャーなどのコンテンツを利用した『ソフトウェア型観光資源』の創出の可能性の示唆」といった面から地域に貢献してきた。本研究および本調査ではこの4回について取り扱うため、詳細は第4章に述べている。



図 3.5: Re:animation vol.5 の様子
中野駅のホームから北口暫定広場を望むことができる

このように、Re:animation はそのコンセプトに基づき、屋外の公共用地という開かれた場で行政や地域の人々の協力を得ながら回を重ね、クリーンなイメージを築き上げてきた。その点が「コンテンツによる地域振興」「コンテンツの観光資源化」に適している可能性があるとして、本研究の調査対象とした。



図 3.6: Re:animation の来場者の様子

Re:animation5 以降は入場無料のため、様々な人が来場した

Re:animation の開催地について

Re:animation は過去 8 回開催しているが、途中で一度開催地を移転していることは、先述のとおりである。ここでは、なぜ開催地を移転させなければならなかったのかについて述べる。

1ヶ所目が、東京都新宿区歌舞伎町シネシティ広場（以下「シネシティ広場」）である。ここでは初回である Re:animation vol.1 から Re:animation4 までの 4 回が開催されている。「誰もが分け隔てなく音楽を楽しめる場をつくりたい」というビジョンを掲げた Re:animation イベント代表者がこの広場に目をつけ、新宿区に掛け合ったのが始まりである。

歌舞伎町シネシティ広場は、東京都新宿区歌舞伎町エリアの中心部に位置する広場で、かつては道路を挟んだ東側に新宿コマ劇場があったため「旧コマ劇場前



図 3.7: Re:animation 会場外で立ち止まる通行者
屋外で開催されているため、道行く人々の注目を集める

広場」と呼ばれることもある。その新宿コマ劇場が業績悪化により 2008 年 12 月 31 日に閉館、2011 年に解体工事が行われるとともにその跡地に複合インテリジェントビル「新宿東宝ビル」建設が発表された。この新宿東宝ビル建設のため、このシネシティ広場は 2013 年より工事用の資材置き場として使用するため、閉鎖された。Re:animation は閉鎖直前の 2012 年 10 月 13 日の開催を最後に、次の開催地である東京都中野区に移すこととなる。

この歌舞伎町シネシティ広場を利用してイベントを開催にするには、歌舞伎町タウンマネジメントが共催となり、新宿区を後援するというレギュレーションで手続きや準備が行われていた。ステークホルダーとしては「イベント主催者」と「行政（自治体）／タウンマネジメント組織」の 2 者が主であり、その他に交通管理の側面から「警察（この場合は新宿警察署）」による指導があった。というのも、このシネシティ広場は正確には車輦も通行可能な「道路」であったため、「道

路の一部を封鎖してイベントを開催する」という扱いになっていたためである。広場はRe:animationの他に、東日本大震災のチャリティイベントやストリートバスケットボール大会等、営利ではなく地域振興や近隣住民の交流を目的としたイベント等で活用されていた。

2ヶ所目は、東京都中野区の中野駅北口周辺エリアである。ここでは、移転直後のRe:animation5からRe:animation7を「中野駅北口暫定広場（以下「暫定広場」）」で、直近のRe:animation8は「中野区役所前広場（以下「区役所前広場」）」とその東隣の「中野サンプラザ前広場（以下「サンプラザ前広場」）」の2会場で開催した。

Re:animation4開催直後は次回開催場所の目処がたっておらず次回開催も危ぶまれた。しかし、その事態を聞いたRe:animation出演経験もあったアーティストが中野区在住であり、彼女が中野区議会議員に相談したところ、中野駅の北側の線路沿いに存在する「中野駅北口暫定広場」を提案されRe:animationは中野区に舞台を移して開催されることが決まった。これが2012年12月頃のことである。この暫定広場は、その名のとおり中野駅周辺の再開発計画に伴い空き地になっていたもので、現在は新設される中野駅西口および駅ビルの建設資材置き場になる予定になっており（2015年11月1日より閉鎖）、シネシティ広場と似たような状況であった。使用できる期間に限りがあるため継続して開催できる場所ではないことを承知の上で、Re:animation5からRe:animation7の3回が開催された。

その後、開催場所を再び失うことになったが、中野の地域関係者は「Re:animationは、他所から来たイベントであるが中野以外から人を呼び、地域を盛り上げる効果がある」と賛否両論がありながらも概ね好評を示し、Re:animation次回開催に向け各所から協力を得ることとなる。その最たる点はやはり開催場所の確保であった。Re:animation5の開催以降、暫定広場ではRe:animationが火付け役となってスケートボード等のスポーツイベントや東日本大震災のチャリティイベント、在日外国人による各国のフードフェスティバルなど多数のイベントが開催されていた。その背景には「多くの人の目をひくことができる屋外でイベントを開催したい」という中野区内外のイベント主催者が多くいる現状がある。しかし彼らもRe:animation同様にイベント開催場所を失うことになった。そのような状況を受け、中野の地

域振興・地域活性を願う地域関係者は、こういったイベントの開催を継続できる公共の場を確保するよう中野区議会に働きかけた。そして、2015年8月に中野区役所本庁舎前の広場を暫定広場の代替用地として整備して開放するための工事が完了した。同年10月には暫定広場を使用していた東日本大震災のチャリティイベント「東北大復興祭典」等も開催され、Re:animationもサンプラザ前広場も使用した2会場体制で2015年11月1日に第8回目を開催するに至ったのである。

このようにRe:animationは、営利目的ではなく純粋に「誰もが分け隔てなく音楽を楽しめる場をつくりたい」というビジョンのもと、「屋外の公共用地」にこだわっている。営利目的でないが故に来場者数に対して予算は極端に少ないが、行政が管理する公共用地だからこそ低予算を実現できているともいえる。

本調査では、出来る限り同一の条件のもと各アクションサイクルを比較するため、東京都中野区へ移転後のみを取り扱う。本来「中野という街で開催される必然性がない」イベント（例えば、「主催者がその地域の出身」というような理由があれば特定の地域で開催する必然性が生まれるが、Re:animationにおいては現在のところそういった理由で開催地を限定していない）が、中野という特定の地域に辿り着きその地域に受け入れられるイベントとなるにはどういった要因が作用していたのかを本調査を通じて考察する。

3.3.2 中野区

ここでは、第二のステークホルダー「行政」である中野区について説明する。

中野区の概要と特徴

中野区は23の東京特別区の中のひとつで、豊島区（北東）・新宿区（東）・渋谷区（南）・杉並区（西）・練馬区（北西）と隣接している。面積は15.59平方キロ

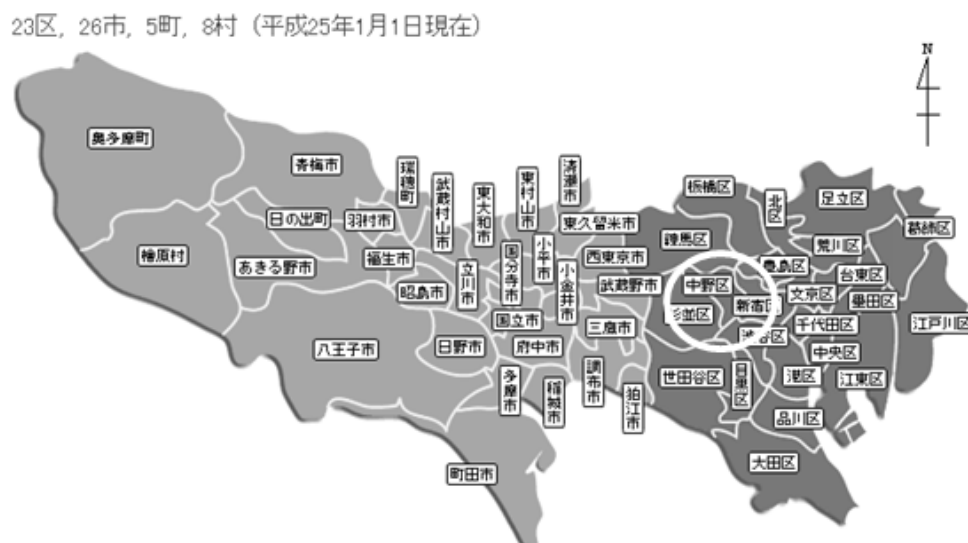


図 3.8: 中野区的位置

東京都ホームページ http://www.metro.tokyo.jp/PROFILE/map_to.htm より

メートル、人口は314,750人、世帯数は184,267世帯である。人口密度は1平方キロメートルあたり20,189人で、東京都全体の人口密度の約3.6倍、そして人口密度の高さが全国の市区町村で2位である点が特徴的である（全国1位は隣接する東京都豊島区）。年代別人口構成を見てみると、最も多い30歳代が19.0パーセント、次いで20歳代が17.5パーセントである。30歳代の23区平均の17.4パーセント、20歳代の13.4パーセントと比較すると、少子高齢化が嘆かれて久しい昨今において中野区は20歳代、30歳代人口が比較的多い区であることがわかる。これも中野区の特徴といえる。

Re:animation の開催地となった、中野駅北口周辺エリアについて説明する。まず中心となる中野駅は、東日本旅客鉄道（JR 東日本）と日本貨物鉄道（JR 貨物）、東京地下鉄（東京メトロ）の 3 社の鉄道路線の駅である。JR 東日本の中央線快速と中央・総武線各駅停車（両者とも正式には中央本線）、東京メトロの東西線が停車する。都内最大規模の繁華街である新宿へのアクセスも中央線を利用して 10



図 3.9: 中野区の区章

分以内であること、東西線を利用し都内のビジネス拠点へのアクセスも容易なことなどが特徴として挙げられる。直近の 2014 年度の 1 日平均乗降客数は JR 東日本・東京メトロとも 14 万人を超えている。これは、中野区内に存在する鉄道の駅の中で最も大きな数字であり、中野駅が中野区の玄関口であると言っても過言ではない。さらに近年では、警察大学校跡地を再開発した「中野四季の都市」エリアに麒麟ホールディングスの本社移転（2013 年 4 月）や明治大学中野キャンパス開設（2013 年 4 月）、帝京平成大学中野キャンパス開設（2013 年 4 月）があったことから、中野駅利用者は増加傾向にある。そして、その北口周辺には、中野区役所をはじめ、音楽ホールやホテル施設を有する複合ビルの中野サンプラザ、区内最大規模の商店街であるサンモール商店街や、秋葉原や池袋と肩を並べるサブカルチャー・ポップカルチャーの中心地として国内外から注目されている中野ブロードウェイ等が集中して立地しており、区民の生活から観光客に至るまで、中野に関わる人々の中心地なのである。

中野区の地域振興活動について

ここでは主に、Re:animation に関係のある中野区の地域振興活動等について説明する。

中野区では、「地域振興」や「まちづくり」「にぎわい創出」等と呼ばれる活動

については、「都市政策推進室」のいう部署が担当している。さらにその下に「産業振興分野」「都市観光・地域活性化分野」「中野駅周辺まちづくり分野」「西武新宿線沿線まちづくり分野」の4分野の担当部署が連なる。「産業振興分野」は区内企業や新規創業の支援、「中野駅周辺まちづくり分野」「西武新宿線沿線まちづくり分野」はその名のとおりそれぞれの地域についてまちづくりを担当している。そして「都市観光・地域活性化分野」は、中野区全体の地域振興活動等について網羅的に担当する。各まちづくり分野がどちらかというと街のハード面を担当しているのに対して、「都市観光・地域活性化分野」はソフト面の活動を担っている。Re:animationのように区が管理する土地や施設等でイベントを行いたい場合は、まず「都市観光・地域活性化分野」に相談することになる。

この「都市観光・地域活性化分野」では、2013年頃から中野区の魅力や中野区内での観光について対外的な情報発信を積極的に行っている。その最も大きな活動が、サンケイリビング社と協働で運営されるWebサイト『まるっと中野』での情報発信である。この『まるっと中野』は、「みんなで作る都市観光情報発信サイト」として区民からの情報提供も受けながら、区役所という公的機関からの信頼性の高い区内観光情報を発信することを使命としているポータルサイトである。またこの「都市観光・地域活性化分野」では、中野区内の商店街、企業、学校、団体などの地域資源を活用して中野区内外への魅力発信を目的とした『なかのまちめぐり博覧会』というイベントを主催している。毎年11月頃に開催され、2015年は10月31日から11月29日までの会期で開催された。Re:animationも第6回・第7回はこの『なかのまちめぐり博覧会』の催し物の一部として開催されている。

その他、この「都市観光・地域活性化分野」では東日本大震災チャリティイベントや、プレミアム付き区内共通商品券（なかのわくわく商品券）の販売およびそのPRイベント（『なかのプレミアム縁日』）等を主催し、区民の生活を文化的・経済的な面から盛り上げている。



図 3.10: 「なかのまちめぐり博覧会 2015」公式パンフレットの表紙
<http://www.visit.city-tokyo-nakano.jp/> より

3.3.3 地域関係者

本調査における「地域関係者」について

Re:animation7 まで開催に主体的に関わるステークホルダーは、新宿区・中野区の開催地とも、「イベント主催者」と開催場所である公共用地を管理している「行政（自治体）」の2者であった。しかし、その体制では開催規模の拡大に伴うコストの増加への対応や開催場所の確保が難しくなったことや、中野区の地域関係者が Re:animation へ関心を寄せ協力を申し出たことから、Re:animation8 では「主催者」「行政」「地域関係者」の3者の協力関係によって開催に至った。

地域関係者とは、開催地である中野区内在住の人々や区内企業に勤めている人々の中でも、中野の地域振興に興味や危機感をもち、Re:animation の活動に共感し開催に際し何らかの協力をしたいと申し出た人々のことである。具体的には、中野ライオンズクラブや中野区観光協会、東京商工会議所中野支部などの地元経済界や地元商店や地元企業の人々である。中野での初回開催であった2013年4月の Re:animation5 は、中野区民にも大きな衝撃を与えたと同時に、そういった人々に「中野区外から人を呼び込む」ためのひとつの可能性を示すものとなった。その後、徐々に各方面と接点を持ちながら関係を深めていき、2013年11月開催の Re:animation6 からは中野ライオンズクラブが、2014年11月開催の Re:animation7 からは地元商店が飲食物販売の露店出店という形で協力が実現した。

そして2015年11月開催の Re:animation8 は、サブカルチャー・ポップカルチャーの側面から中野の魅力を発信するイベント『中野文化祭 2015～世界は中野に恋をする。～』のひとつの出展ステージイベントとして、他の区内企業やステージイベントと共に開催することとなった。

『中野文化祭 2015～世界は中野に恋をする。～』について

『中野文化祭 2015～世界は中野に恋をする。～』（以下「中野文化祭」）は、アニメやマンガに関連する商店や時計、カメラ、音響機器等を扱う専門店が入居し

サブカルチャーの聖地とも謳われる中野ブロードウェイを擁する中野区で、「サブカルチャー・ポップカルチャーの街 中野」としての魅力や情報を発信し地域振興を目的としたイベントである。以下に概要を示す。

イベント名 『中野文化祭 2015～世界は中野に恋をする。～』

開催日程 2015 年 10 月 31(土)～2015 年 11 月 1 日(日)

開催場所

- 中野サンプラザ
- 中野区役所前広場
- 中野産業振興センター
- 中野ブロードウェイ
- 中野サンモール商店街
- 中野四季の森公園
- 中野セントラルパークイースト ICTCO

主催

- 中野文化祭連絡協議会
- 中野文化祭開催事務局

後援 中野区

- 協力
- 株式会社 JTB コーポレートセールス
 - 株式会社 JTB 国内旅行企画
 - 株式会社創作工房
 - 株式会社シーフィールズ
 - 株式会社アブストリームクリエイション

- 株式会社コラボ総研
- 新人監督映画祭実行委員会
- リアニメーション実行委員会
- 慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
- デジタルハリウッド大学大学院
- Bar Zingaro
- 中野経済新聞
- カンロ株式会社
- 大崎駅西口商店街
- 中野コンテンツネットワーク協会
- 中野ブロードウェイ商店街振興組合
- 中野南口駅前商店街
- 中野サンモール商店街振興組合

公式ホームページ <http://welovenakano.com/>

出展企業・出展イベント（屋内ブース出展）

- 電腦カフェ（大崎駅西口商店会新規事業室）
- ウルトラシープ
- カンロ株式会社
- 株式会社 KADOKAWA
- 株式会社サクセス
- 株式会社スタジオディーン
- 株式会社創作工房
- 中野コンテンツネットワーク協会
- 第2回新人監督映画祭

出展企業・出展イベント（屋外ステージ企画）

- 「無限∞ブランノワール」発売記念 勇者・しょこたんのレベルアップツアー（最終章）
- Re:animation8
- アニソングダンスバトル全国大会 アキバ×ストリート FINAL
- 中野まちめぐり博覧会オープニングイベント
- 第2回新人監督映画祭オープニングレッドカーペット

出展企業・出展イベント（中野四季の森会場）

- the Green Stage（キッチンカーグルメカーニバル他）
- 関東バス株式会社（車両展示）

出展企業・出展イベント（その他の会場）

- 都市型謎解きエスケープ『勇者しょこたとラスボスさちこの物語』（街中を利用した謎解きゲーム）
- コスプレパレード・ステージイベント『MAG Festa 〜Halloween〜』



図 3.11: 『中野文化祭』のロゴ

主催の「中野文化祭連絡協議会」は出展企業の担当者等から構成され、その中で事務手続きなどの中心的役割を担っていたのが中野区内企業の代表者等からな

る「中野文化祭開催事務局」である。

開催予算は、東京都の「平成 27 年度地域資源発掘型実証プログラム事業」助成金から 500 万円と、出展企業からの出展スペース料約 500 万円の計 1,000 万円で組まれた（現在、会計報告集計作業中であり報告書完成・発表は 2016 年 1 月を予定しているため、本論文でも報告書の発表後に報告書に則った内容で詳細を記載する予定である）。

中野文化祭の目的は地域振興と情報発信だが、開催する最大の意義は「集約すること」にある。それまで、前述のとおり中野では北口暫定広場を利用してのイベント開催が 2013 年頃から目立つようになったが、それらのイベントは基本的には単発で、開催のたび（多いときには毎週末）にステージやテントの設置と解体が行われていた。特に北口暫定広場を利用するような営利を目的としないイベントは非常に低予算な場合が多く、会場設営に関する予算は全体予算を大きく圧迫している。そういった非効率な状況を打破するため、今まで単発で開催していた、または開催すら叶わなかったイベントを集約し、ステージやイベントスペース等を共同利用したり告知宣伝を一元化したりすることで、少しでもそれぞれのイベント開催への障壁を減らすこと、より効率よく中野を盛り上げていくこと、多方面からのソフトコンテンツが集まりコラボレーションを促すことを目指し、中野文化祭は発足し開催に至った。

なお、中野文化祭は 2015 年が初回開催であった。地域関係者は中野文化祭を毎年恒例の行事にしたいと考えており、初回である今回は、テストケースとしての実施という意味合いも含んでいた。しかしながら、区内企業だけでなく、アニメーション制作会社などのポップカルチャーに関連した企業や歌手の小林幸子・中川翔子という知名度の高い出演者を巻き込むことができた点は、初回開催ながらメディアにも広く取り上げられ国内外問わず広く注目を集めることができた（メディア掲載実績も現在集計中のため、集計終了後、公式資料に則って本論文に掲載する予定である）。ただし、やはり初回開催ということで中野文化祭という名称の区内の企業や住民への訴求は弱く、今回の告知宣伝不足を反省するとともに、地域振興に力を入れている地域関係者は「毎年秋に中野では中野文化祭が開催される」という認識を人々に持たせることをひとつの目標にしており、そのために

は粘り強く毎年開催し続ける必要があるという意見も出た。初回を終えた2015年12月現在、今回の中野文化祭の公式報告書の作成と並行して、非公式ながら来年に向けた組織作りが始まっている。

3.3.4 本調査における筆者の立ち位置

筆者は2013年10月より Re:animation の開催運営チームである「リアニメーション実行委員会」に所属している。そのため本調査においても、「イベント主催者」である Re:animation の立場に立った調査を実施する。また、その開催運営チーム内では、「行政」との対応、現場ボランティアスタッフ向けに配布するスタッフマニュアルの編纂などを担当している。

注

- 1 詳細は Re:animation ホームページ <http://reanimation.jp/> を参照のこと。イベントの最新情報を発信している他、写真や動画等でイベントの様子を見ることができる。

第4章

調査の実施内容と結果

本章では、本調査全体の課題と目的の整理、各アクションサイクルにおける課題と実施したアクションの結果、それらを通じて得られた本調査全体の結果について述べる。

4.1. 本調査全体の課題と目的

本調査を実施した2013年1月から2015年12月までの3年0ヶ月の調査期間全体における課題と目的について整理する。

本調査は、筆者が所属しているリアニメーション実行委員会が都市型音楽イベント「Re:animation」を東京都中野区の後援のもと開催するにあたり直面した課題や活動を通じて発見した中野区の地域振興に関する問題等について、「イベントというコンテンツが観光資源として活用できるか」という観点から、実際に複数回のイベントを実施することで解決または状況の改善が図れたのかどうかを明らかにするアクションリサーチ調査である。

本調査全体において一貫した課題は2点ある。1点目は「音楽イベントというコンテンツが、ソフトウェア型観光資源として活用できるかどうか」、2点目が「新規に開催するイベントがその地域に受け入れられるか、またはどのような反応がみられるか」、というものである。1点目の「音楽イベントというコンテンツが、ソフトウェア型観光資源として活用できるかどうか」は、先にも述べたとおり、今後の東京という都市部の地域振興において重要な鍵を握ると考えられる「コンテンツの観光資源化」について、実際に実施してみてその可能性や問題点について検討する。2点目の「新規に開催するイベントがその地域に受け入れられるか、

またはどのような反応がみられるか」は、中野区で初開催した Re:animation という音楽イベントが周辺地域にどのような影響をもたらしたのか、今後同様の活動の継続は可能なかどうか、周辺住民や商店からどのような存在として認知され信頼を得られるか、といった観点から調査する。前者が観光資源として地域外から人を呼び込む「外への視点」に対し、後者は地域の人々に向けた「内への視点」という、対照的な課題をもっていることになる。

これらの課題を根底に据え、さらにイベント開催への障害や懸念される問題をサイクル毎の具体的な課題として設定しアクションを実施、それらの結果をもとに検討・考察を行う。なお、イベント開催終了後には、イベント開催運営チーム内で次回に向けた全体の反省点や改善点が話し合われたが、本研究ならびに本調査ではあくまで「地域振興」「観光資源創出」に主眼を置いているため、それらに関係するもののみ本論文で取り扱うこととする。

4.2. 各アクションサイクルの実施内容と結果

4.2.1 サイクル1

ここでは、サイクル1の概要、アクションの内容と結果について説明する。

サイクル1の概要は表4.1、このサイクルでの課題（Re:animation5を開催するにあたっての課題）とそれに対するアクション、結果は表4.2にまとめた。

サイクル1では、2013年4月13日開催の「Re:animation5-Rave in NAKANO」を中心にその前後の期間を含め、サイクルを終了するまでに6ヶ月を要した。また、このサイクルでのステークホルダーは「イベント主催者」である Re:animation 開催チームと「自治体」である中野区の2者である。

表 4.1: サイクル 1 の概要

サイクル名	サイクル 1
イベント名	Re:animation5-Rave in NAKANO
開催場所	中野駅北口暫定広場（1 フロア）（中野区）
入場料	無料
来場者数	1,700 人
準備期間	2013 年 1 月 1 日～2013 年 4 月 12 日
開催日	2013 年 4 月 13 日
開催後期間	2013 年 4 月 14 日～2013 年 6 月 30 日
かかった期間	6ヶ月
主要なステークホルダー	イベント開催者，自治体

表 4.2: サイクル 1 での課題，アクション，結果

課題 1	継続開催が可能な開催環境であるか
アクション 1-1	周辺施設への訪問・説明の徹底
アクション 1-2	開催時間帯の変更
結果 1	継続実施不可能になるような事件・事故、クレーム等はなし

サイクル 1 の課題

中野区での開催であったサイクル 1 では、以前まで開催してきた新宿区歌舞伎町との環境の違いが大きな課題となった。出力できる音の大きさの他、1,000 人以上の来場者が一度に集まることで会場周辺の商店が混乱したり周辺住民の日常生活を阻害してしまったりするのではないか、という懸念があった。特に歌舞伎町との最大の違いは、歌舞伎町での会場は繁華街の中心であったのに対し中野区で会場になった北口暫定広場は住宅街との距離が近いという点であり、イベント内容そのものの音楽や来場者の歓声が響き近隣住民からクレームが発生しないか、という点が懸念された最大の問題点であった。また、中野区への移転後初の開催であることから、ここでの何らかの失敗は継続開催不可能を示し、本研究の「コンテンツによる地域振興」「ソフトウェア型観光資源の創出」という目的が達成さ

れないことを意味する。当時は開催場所であった中野駅北口暫定広場で開催された他のイベントの例が少なく、そのような状況下で1,000人以上の来場者が集まる屋外音楽イベントに対し、近隣住民がどのような反応を示すかが、このサイクルの最大の焦点となった。従って、会場周辺に住宅やその他病院等の施設が立地する当時の開催環境が屋外音楽イベント開催に適するかどうか、その後も継続開催が可能かどうか、という点をサイクル1で解決すべき課題1として設定した。

サイクル1でのアクション

課題1を解決するために、筆者は「イベント主催者」の一員として2つのアクションを実行した。それがアクション1-1とアクション1-2である。

アクション1-1では、周辺施設へ訪問し開催の旨を説明するというアクションを行った。開催場所周辺には、野方警察署や東京警察病院など、本来は騒音が適さない施設も立地している。そういった施設に対し数回の訪問を重ね、あらかじめイベント内容についての説明を行い、理解を得られるよう努めた。特に野方警察署は開催当日の朝にも訪問し、騒音についての理解を求めるとともに、万が一事件・事故が発生してしまった場合の緊急時の対応をしてもらうよう依頼した。また、中野区の場合、区が後援する条件として「イベント主催者による告知活動」を行うよう行政より指導がある。その一環として、告知文を掲載した印刷物の近隣住宅へのポスティング作業も行った。この告知文は、イベントの宣伝をする目的ではなく、「いつ・どこで・どのようなイベントを開催するか、どのようなことを注意すべきか」という内容を事前に（およそ開催1週間前）告知するものである。サイクル1の場合では「2013年4月13日に北口暫定広場にて屋外音楽イベントを開催するため、騒音が発生する」という内容を掲載し、理解と協力を求めた。サイクル1では2013年4月6日に、開催場所を中心に約100世帯へのポスティングと大型マンションでの掲示を行った。ポスティングの範囲を図4.1に示す。また、中野区の許可のもと、当日は隣接する駐輪場への通路を塞ぐため、通行不可の案内掲示も自主的に行った。これらの作業に関しては、サイクル1の当時、筆

者はイベント開催運営チームの中でもチームの代表者と共に行行政との対応を行う担当者であったため、中野区への後援名義使用許可申請からその許可の受諾を含め、この告知文の作成とポスティングの作業、事前の案内掲示の貼り出しの作業の管理進行を担当した。



図 4.1: サイクル 1 での告知文ポスティングの範囲
赤枠が開催場所、青枠がポスティングを行った範囲

アクション 1-2 では、開催時間帯の見直しと変更を行った。繁華街であった新宿区歌舞伎町は、周辺の店舗も深夜まで営業している店舗が多く、直近の Re:animation4 のように 12:00～21:00（9 時間）という開催時間・終了時刻でも影響はなかった。しかし中野区へ移転し開催環境が変化したサイクル 1 では住宅地が音の届く範囲にあることを考慮し、「開始時刻を 1 時間、終了時刻を 3 時間早くする」という変更を行い、11:00～18:00（7 時間）という時間帯で開催した。

サイクル 1 の結果

2 つのアクションの実施した結果、継続実施が不可能になるような事件・事故は発生せず、騒音や混雑に関するクレームも継続開催を断念するほどのものでは

ないと筆者および開催運営チームでは判断した。問い合わせ・クレームの内訳は、開催準備期間中ならびに開催終了後の開催運営チームあるいは中野区役所へのクレーム（例えば「そのようなイベントは開催するな」というような開催に反対するような内容）は共に0件、イベント開催当日の運営本部あるいは現場の誘導スタッフが受けたクレーム（報告・記録があるもの）が12件と区役所で受けたものが5件の計17件であった。内容の内訳（重複あり）は、イベント内容に関する問い合わせ（「今日ここで何をやっているのだ」といった内容）が8件、通行の妨げへのクレーム（「毎日ここを道路として通行しているが通れない」といった内容）が7件、騒音に関するクレームが6件であった。なお、イベント内容に関する問い合わせに対して現場スタッフによるその場での回答・説明、通行の妨げへのクレームに対しては現場スタッフが「中野区から道路占有許可を受諾している」という旨を伝え迂回してもらう・高齢者等の場合には特例として会場脇をスタッフ同伴で通行、騒音のクレームに対しては音量の調整でそれぞれ対応した。それらの対応による二次トラブル等は発生しなかった。これらの近隣住民や外部からの反応は、その後の継続開催を妨げるものではないとし、本研究では直接取り扱わないもののイベント開催運営全体の改善材料として受け止めることとした。（実際に、アクション1-1の内容はその後も開催毎に行われており、アクション1-2によって変更された開催時間帯を目安にその後の開催時間を決定している。）



図 4.2: 通行人にイベント内容を説明している現場スタッフ



図 4.3: 通行不可の案内をする現場スタッフ

これらの結果から、「開催環境が継続開催に最適であるか」という課題1に対しては「継続実施が不可能になるような事件・事故、クレーム等の報告はなく、その後の継続開催は可能である」という結果を得て、課題1を解決することができたという結論を以ってサイクル1を終了した。

4.2.2 サイクル2

ここでは、サイクル2の概要、アクションの内容とその結果について説明する。
サイクル2の概要は表4.3、このサイクルでの課題（Re:animation6を開催するにあたっての課題）とそれに対するアクション、結果は表4.4にまとめた。

表 4.3: サイクル2の概要

サイクル名	サイクル2
イベント名	Re:animation6-Rave in NAKANO なかのまちめぐり博覧会-
開催場所	中野駅北口暫定広場（1フロア）（中野区）
入場料	無料
来場者数	1,900 人
準備期間	2013 年 7 月 1 日～2013 年 11 月 23 日
開催日	2013 年 11 月 24 日
開催後期間	2013 年 11 月 25 日～2014 年 1 月 31 日
かかった期間	7ヶ月
主要なステークホルダー	イベント開催者、自治体

サイクル2では、2013 年 11 月 24 日開催の「Re:animation6-Rave in NAKANO なかのまちめぐり博覧会-」を中心にその前後の期間を含め、サイクルを終了するまでに7ヶ月を要した。また、このサイクルでのステークホルダーは、サイクル1と同じ「イベント主催者」である Re:animation 開催チームと「自治体」である中野区の2者である。今回は、中野区からの要請で、中野区主催の地域振興イベ

表 4.4: サイクル 2 での課題，アクション，結果

課題 2	来場者数増加に対応できるか
アクション 2-1	駅～会場までの来場者動線の管理・周知
アクション 2-2	現場ボランティアスタッフの増員
結果 2	来場者の増加に対応でき、事件・事故の報告はなかった

ント『なかのまちめぐり博覧会』参加事業としての側面ももち、イベント名にその名を冠している。

サイクル 2 の課題

中野区での 2 回目の開催となったサイクル 2 では、開催場所や周辺環境に大きな変化・変更はなく、Re:animation6 の開催が危ぶまれるような課題や問題はないと考えられた。しかし、サイクル 1 で開催した Re:animation5 が SNS 上で話題を呼び、その反応から来場者数増加が見込まれた。また、イベントが「地域振興」や「観光資源化」を目指す場合、「イベントが 1 回きりで終了せずに継続開催されること」と「回を重ねる毎に来場者数が増加していくこと」はその性質上必須の条件であると考えられる。そのためサイクル 2 では、来場者の増加に対応できるか、その上で信頼性を損なうことなく安全にイベントを開催できるか、今後來場者数は増加し続け（させ続け）それにどのような対応を取るべきか、という点をサイクル 2 での模索・解決すべき課題 2 として設定した。

サイクル 2 でのアクション

その課題を解決するために、筆者は引き続き「イベント主催者」の一員として 2 つのアクションを実行した。それがアクション 2-1 とアクション 2-2 である。

アクション 2-1 では、開催場所周辺の混雑、近隣住民の生活動線の阻害を防ぐ

ため、最寄りの中野駅から会場までの約 100m の道のり（図 4.1 を参照のこと）での来場者の動線を前回よりも徹底的に管理することにした。前回は開催場所の周囲にしか現場スタッフを配置しなかったが、今回は中野駅北口改札の目の前から会場に直結する歩道橋上にも配置し、来場者動線上に常時 4～5 人の現場スタッフが来場者または一般の通行者に対して呼びかけや案内を行った。また、web サイトや SNS ではその影響力を生かし、来場者への事前の呼びかけ・周知活動を行った。その内容は、事前の来場者推奨動線の図や周辺のコンビニ等の店舗情報やお手洗い・喫煙所等の施設情報を Re:animation ホームページ上に掲載する、それらと同様の内容を Re:animation の Twitter アカウントから投稿し来場者の目に触れるようにする、それにより来場以前に来場者自身に当日の行動についてシミュレーションしてもらうといったものであった。これは、Re:animation のファンのほとんどが Twitter ユーザーであるという事前の調査と、それまでも Re:animation では Twitter の即時性を利用した情報発信をしてきたことによるものである。

アクション 2-2 では、アクション 2-1 の実施に関連して、当日の現場ボランティアスタッフの増員を行った。もともと Re:animation は SNS 上のコミュニティに参加していた有志のメンバーによって開催されていた経緯から、そのメンバーが友人や知り合いを誘ったり、Twitter を中心とした SNS 上での現場スタッフ募集を呼びかけたりして現場スタッフを増やしてきた（筆者自身も Twitter 上で目にした「Re:animation vol4 現場ボランティアスタッフの募集」の投稿に応じたことがきっかけとなった）。しかし、前者の方法は信頼性の高いメンバーを集めるには有効な手段ではあったが数には限界があり、後者の方法はきちんとした管理担当者がいないまま他の担当者が兼任して対応をするという受身の姿勢であり、どちらにせよ現場ボランティアスタッフを増員するには不適切な状態であった。そのためサイクル 2 では、現場ボランティアスタッフを管理する専任の担当者を新たに設け、リアルタイムでの募集状況の把握や web 上での参加希望者への応答を出来る限り早く発信できる体制を整えた。それにより、特に初参加の現場ボランティアスタッフに安心感を与えよりモチベーションの高い状態で当日に臨んでもらい、今回の Re:animation6 のみならずその後もボランティアスタッフとして参

加してもらえよう努めた。筆者はこの当時、前回から引き続き行政との連絡・対応の担当に加えて、スタッフマニュアルの編集も担当していた。そのため、現場ボランティアスタッフの管理担当者とともに、特に初回スタッフ参加者や回数の浅いスタッフ参加者のケアに注力した。この点に関しては、Re:animationのスタッフのほとんどはボランティアで参加しているため、「ボランティアスタッフのモチベーションの維持」は継続開催を目指す上で特に重要な課題である。それを「個人のやる気」や「付き合い」といった抽象的なものではなく、関係する人々の精神的・体力的負担にならない組織としてのシステム設計で解決すべきだと筆者は考えている。この課題は、その後も規模が拡大し続けるRe:animationの開催運営上の大きな課題として常につきまとうものであるが、それに対して具体的な体制改善のアクションを初めて行ったのがサイクル2であった。

サイクル2の結果

この2つのアクションを実施した結果、来場者が前回から200人増の1,900人を記録した中でも、懸念されていた「来場者と一般の通行者とのトラブル」といった事件・事故の報告はなかった。この事実をもって、課題2は解決できたと筆者および開催運営チームでは判断した。問い合わせやクレームに関しても、前回とほぼ同様の内容であり、この課題2に直接関係する内容のものはなかった。その他に、アクション1-1と同じ内容の作業もサイクル2内で実施したが、これらのアクションも来場者や近隣住民の混乱防止に一定の効果があったと見られる。

また、サイクル3へ繋がる特記事項として、このRe:animation6では会場内に飲食物販売ブースを試験的に出店したことをここに述べておく。前回のRe:animation5は、それまでのRe:animationファンのみならず新規の音楽ファンやポップカルチャーを楽しみたい人々から注目され、来場者数増加として数字にも表れたことは前述のとおりである。加えて、その「ポップカルチャー／サブカルチャー」「クラブカルチャー」という日本ではネガティブなイメージを持たれかねない要素を持ちながら、誰にでも開かれた場として強い印象を与えたRe:animationは、地域

の人々にも衝撃的な存在として受け入れられた。そして、いち早く何かしらの形で参加・協力したいと申し出があったのが中野区観光協会であった。そして、フードとドリンク（アルコール類を含む）を扱う飲食物販売ブースの出店という形で、その要望を実現するに至った。メニューは、フードが牛串（300 円）・肉まん（200 円）・コロッケ（200 円）、ドリンクがハイボール（400 円）・ビール（400 円）・ソフトドリンク（各 300 円）で販売された。当日はイベント終了時に完売し収益も黒字であり、来場者からも好評を博した。また、基本的に入場無料・入退場自由のイベントである Re:animation は、来場者は必要に応じてコンビニ等で軽食や飲料を購入するため会場内での滞留時間は短かく、目当ての出演者の出番が終了すると会場を後にしてしまう来場者も多かった。しかし今回のように会場内に飲食物販売ブースを設けることで「来場者の滞留時間を延ばす→イベントの最後まで来場者を留める→終了後近隣の飲食店に立ち寄る」という二次的な地域への還元ができた（その様子は来場者の Twitter 投稿等から見ることもできた）。これら「飲食物販売ブースの出店」と「来場者の滞留時間の延長」によって地域の人々に利益を還元できたことは、その後のサイクル実施やイベント開催・内容の充実への大きな足がかりとなった。

これらの結果から、「来場者数増加に対応できるか」という課題 2 に対しては「来場者と近隣住民や一般の通行者とのトラブル、事件・事故の報告はなく、来場者数増加に対応できた」という結果を得て、課題 2 を解決することができたという結論を以ってサイクル 2 を終了した。

4.2.3 サイクル 3

ここでは、サイクル 3 の概要、アクションの内容とその結果について説明する。

サイクル 3 の概要は表 4.5、このサイクルでの課題（Re:animation7 を開催するにあたっての課題）とそれに対するアクション、結果は表 4.6 にまとめた。

サイクル 3 では、2014 年 11 月 23 日開催の「Re:animation7-Rave in NAKANO



図 4.4: Re:animation6 での会場内の様子

会場内の後方のテント（写真左）にてフードとドリンクの販売を行った

なかのまちめぐり博覧会-」を中心にその前後の期間を含め、サイクルを終了するまでに8ヶ月を要した。また、このサイクルでのステークホルダーは、「イベント主催者」である Re:animation 開催チームと「自治体」である中野区に加え、「地域関係者」として東京中野ライオンズクラブが加わった3者である。

サイクル3の課題

中野区での3回目の開催となったサイクル3では、前回の飲食物販売ブース出店の流れを受けてステークホルダーとして「地域関係者」が加わり、より密接な連携が求められた。開催場所や周辺環境に大きな変化・変更はなくイベントそのものの進行に関しても前回とほぼ同様であったが、ステークホルダーが3者になった今回は本調査中としても Re:animation 開催運営上としても重要な回となった。やはり「どのような形で地域関係者とポジティブな関係を築いていくか」という点はサイクル3、そして本研究・本調査の最大の焦点となる。そのため、地域関

表 4.5: サイクル 3 の概要

サイクル名	サイクル 3
イベント名	Re:animation7-Rave in NAKANO なかのまちめぐり博覧会-
開催場所	中野駅北口暫定広場（1フロア）（中野区）
入場料	無料
来場者数	3,200 人
準備期間	2014 年 6 月 1 日～2014 年 11 月 22 日
開催日	2014 年 11 月 23 日
開催後期間	2014 年 11 月 25 日～2015 年 1 月 31 日
かかった期間	8ヶ月
主要なステークホルダー	イベント開催者，自治体，地域関係者

表 4.6: サイクル 3 での課題，アクション，結果

課題 3	地域関係者との連携・協力は可能か
アクション 3-1	地域関係者の飲食物販売ブース出店の要望への対応
アクション 3-2	イベントのルール周知の徹底
結果 3	サイクル期間中のステークホルダーどうしのトラブル等はなかった

係者との連携・協力は可能か、どのような形でそれを実現するか、という点をサイクル 3 での模索・解決すべき課題 3 として設定した。

サイクル 3 でのアクション

その課題を解決するために、筆者は引き続き「イベント主催者」の一員として 2 つのアクションを実行した。それがアクション 3-1 とアクション 3-2 である。

アクション 3-1 では、サイクル 2 で試験的に設置した飲食物販売ブースを本格的に運用し、「イベント主催者」「行政」以外のステークホルダーに何らかの利益を還元する試みである。飲食物を、会場内で調理しない（店舗等で調理済みのも

のを搬入する)「弁当販売」という形で、肉まん・コロッケ等の軽食とアルコールを含むドリンク類の販売を5店舗が行った。出店にあたっては、下の3つの条件を提示した。

- 現地での調理は行わず、店舗等で調理済みの食品を搬入する「弁当販売」という形をとるものであること（保健所の指導による）
- 保温器具等は各自で調達・持ち込むこと（テントと机のみ「イベント主催者」側が提供）
- ゴミ処理や年齢確認、混雑時の対応は各自で行うこと（基本的に「イベント主催者」側のスタッフ配置は行わない）

これらの条件を承諾した5店舗が、約20m×5mの販売スペース内に収まるように並んで配置された。会場内の配置は図4.5のとおり。



図 4.5: Re:animation7 会場内配置図

また、来場者数が前回引き続きさらに増加すると見込まれたこと、この飲食物販売ブースを安全に運営していくことを考慮して、会場面積の大幅な拡張とそれ

に伴う入退場ゲートと中野駅から会場までの来場者動線の大幅な変更を行った。開催場所となった北口暫定広場脇の道路扱いとなっていた空間についても併せて中野区から道路占有許可を受けたことにより、イベントで使える面積が前回までの720平方メートルから900平方メートルまで拡張することができた。また、中野駅から開催場所までの来場者動線の変更も図4.5に示している。前回までは「中野駅北口改札を出る→歩道橋を渡る→階段を下りる」というルート（4.5中、破線矢印で示した「旧動線」）を推奨していたが、今回はこの「階段」を封鎖し（図4.5中の中央）歩道橋のほぼ真下の横断歩道を渡って開催場所まで来るルートを推奨した（4.5中、実線矢印で示した「新動線」）。この図は事前に Re:animation ホームページでも掲載され周知されたことで、大きな混乱やは見られなかった。これによりイベント会場として使用できる面積を最大限まで拡張することができ、前回より1,300人増という大幅な来場者数増加および飲食物販売ブースの安全な運営に対応することができた。



図 4.6: 飲食物販売ブースの様子 (1)
中野区内に店舗を構える「コロケ西郷亭」のブース



図 4.7: 飲食物販売ブースの様子 (2)
東京中野ライオンズクラブのブース

アクション 3-2 では、サイクル 3-1 の飲食物販売ブースの出店を受けより一層安全性の確保を求められたことから、改めて Re:animation が掲げるルール of 周知を徹底することにした。特にこのアクションでは、ルールの内容や周知方法もさることながら、「誰に知ってもらおうか」という点に着目した。まずルールの内容であるが、Re:animation では開催当初より独自のルールを設けており、開催の都度、来場者に呼びかけてきた。その内容を簡潔にまとめた画像も用意し、ホームページ上での掲載はもちろん、当日もポスターとして会場内に貼り出している。その画像が図 4.8 である。

一見すると当然と思われる内容であるが、他の音楽イベントではなかなか守られていないのが現状である。これらのルールを「会場にいる全員に徹底的に守ってもらう」ことで Re:animation は他の音楽イベントと差別化を図り、『よりクリーンで誰にでも開かれた音楽の場の提供』というブランディングにも繋げることができ、「地域振興」や「観光資源」として相応しいという信頼を行政や得ることができたのである。それを維持し続けていくためには、来場者のみならず会場にい

Think!

リアニメーションは一人でも多くの方に
音楽パーティの楽しさを伝えたいと考えています。
皆様のご協力、よろしくお願い致します。

皆で心地よく音に浸る空間を共有する為に



ビン飲料などのワレモノ持込禁止
破損時など、参加者へ与える危険性を考慮し禁止しております。



参加者に危害・不快をあたえる行為禁止
周囲の迷惑や混雑状況を顧みないオタ芸・モッシュ・ダイブ、
会場内でのダッシュなども該当致します。ご注意ください。



公序良俗に反する行為の禁止
痴漢やナンパ、暴力・セクハラなどの行為はお止めください。



会場内禁煙
おタバコは喫煙所でおねがいいたします。



盗撮禁止
撮影する際は必ず相手に一声かけてから行いましょう。



会場内での傘の使用禁止
周囲の方がケガ致しますのでレインウェアをご利用ください。



ゴミは分別してゴミ箱へ
清潔で心地よく踊れる空間にするためご協力ください。

図 4.8: Re:animation のルール

る全員、つまり出演者や販売ブース出店者のスタッフにも守ってもらう必要がある（その人が出演者や販売ブース出店者かどうかは関係者にしかわからない。また来場者がどのようなルールに則り行動しているかを知ることは、出演者や販売ブース出店者にとって演出や販売戦略を考える好材料になる）。また、今までコミュニティの外にいた「地域関係者」が「イベント主催者」のルールを知ることによって、イベントの内容を理解するとともに仲間意識、一体感が生まれる。このコミュニティの一体感は「地域振興」には欠かせないと筆者は考えている。このような考え方から、出演者にはステージ担当が、販売ブースのスタッフには当日の運営本部担当であった筆者が、このルールの説明と指導を行った。特に飲食物販売ブースは来場者や一般の通行者の目に留まりやすいため、当日の朝に会場入りしたブースのスタッフ全員へのルール厳守のお願いとイベント開催時間中の見回り・困ったことがないかの聞き取りなどを行った。その際、当初はそのようなルール販売物がルールにそぐわない（ビン入り飲料の販売等）といった事態や、イベント開催時間中のトラブル等の報告はなく、このルールの周知と徹底は機能していたと考えられる。

サイクル3の結果

これらのアクションの結果、ステークホルダーの増加という大きな変化があったにも関わらず、イベント当日はそれに起因した不測の事態や事件・事故の発生の報告はなかった。問い合わせやクレームについても前回までと同様、イベント内容への問い合わせや騒音に関するクレームが約20件で、このステークホルダー増加や飲食物販売ブースが出店したことによる直接的なクレームはなかった。また、「地域関係者」側からのコメントでは、「地域の外から来た人と交流がもててよかった」「店舗や団体について知名度が上がった、PR効果があった」「機会があれば次回も出店したい」等プラスの評価が9割以上を占めていた。これは、本章冒頭でも述べた、外から人を呼ぶという「コンテンツの観光資源化」と地域の人々に何らかの利益を還元する「コンテンツによる地域振興」の両方の目的に対し、一定の成果が得られたと評価できる。他にも、この Re:animation7 のオープ

ニングでは田中大輔区長と伊藤しんじ区議会議員が登壇する（図 4.9）など、中野区を代表する方々からも Re:animation というイベント、コンテンツに対して一定の信頼性があることが、こういった点からも確認することができた。



図 4.9: Re:animation7 オープニングの様子

伊藤しんじ区議会議員（写真中央左）と田中大輔区長（写真中央右）の挨拶

これらの結果から、「地域関係者との連携・協力は可能か」という課題3に対しては「サイクル3から新たに加わったステークホルダー『地域関係者』と連携・協力して飲食物販売を会場内で行い、それらの利益を『地域関係者』に還元した。それによるトラブル等は発生しなかった」という結果を得て、課題3を解決することができたという結論を以ってサイクル3を終了した。

4.2.4 サイクル4

ここでは、サイクル4の概要、アクションの内容とその結果について説明する。サイクル4の概要は表 4.7、このサイクルでの課題（Re:animation4 を開催する

にあたっての課題) とそれに対するアクション、結果は表 4.8 にまとめた。

表 4.7: サイクル 4 の概要

サイクル名	サイクル 4
イベント名	Re:animation8-Rave in NAKANO 中野文化祭 2015-
開催場所	中野区役所前広場／ 中野サンプラザ前広場（2フロア）（中野区）
入場料	無料
来場者数	3,400 人
準備期間	2015 年 2 月 1 日～2015 年 10 月 31 日
開催日	2015 年 1 月 1 日
開催後期間	2015 年 11 月 2 日～2015 年 12 月 31 日
かかった期間	11ヶ月
主要なステークホルダー	イベント開催者，自治体，地域関係者

表 4.8: サイクル 4 での課題，アクション，結果

課題 4	「地域関係者」と共同で地域振興イベント開催が可能か
アクション 4-1	ステージ等の会場設備の共同利用
アクション 4-2	イベント開催に関するノウハウの提供
結果 4	サイクル期間中のステークホルダーどうしの大きなトラブルはなく、無事に終了した

サイクル 4 では、2015 年 11 月 1 日開催の「Re:animation8-Rave in NAKANO 中野文化祭 2015-」を中心にその前後の期間を含め、サイクルを終了するまでに 11ヶ月を要した。また、このサイクルでのステークホルダーは、「イベント主催者」である Re:animation 開催チームと「自治体」である中野区、そして「地域関係者」として中野区の企業や団体が合同で開催した『中野文化祭』の開催事務局が加わり、3 者によってコミュニティが構成された。

サイクル4の課題

中野区での4回目の開催となったサイクル4では、前回までと比較して、取り巻く状況が大きく変化した。そのきっかけは、前回までの開催場所であった中野駅北口暫定広場（以下「北口暫定広場」）の閉鎖である。北口暫定広場は、その名のとおり暫定的に設けられた言わば「空き地」である。中野駅北口周辺の再開発工事の資材置き場として確保されていたスペースであるが、その再開発工事が始まるまでの間（当初は閉鎖期日が決定していなかった）は、特に活用の目的がない状態だった。そのような最中、ほぼ同時期に新宿区での開催場所を失ってしまった Re:animation が、過去の Re:animation 出演者（中野区在住）の紹介を経て、北口暫定広場で開催する運びとなってサイクル1に至った。その後回数を重ねた Re:animation であったが、またしても開催場所がなくなってしまう事態に陥った。サイクル3終盤（2014年12月頃）に北口暫定広場の閉鎖期日の決定を知らされ、当初は中野区での開催が危ぶまれたが、サイクル3で関わった東京中野ライオンズクラブを始めとする「地域関係者」の後押しにより、2015年も中野区内で開催する方向で調整が始まり、2015年2月1日に本調査のサイクル4も開始した。

本調査開始時には想定はされていなかった事態に直面したが、本調査の目的、つまり「コンテンツによる地域振興」「都市観光」についての可能性を模索する上では、調査・観察対象として非常に有意義なものであると考えられるため、サイクル4の課題の方向性を見出す材料とすることにした。Re:animation 開催場所の選定に関しては「Re:animation のさらなる来場者数の増加・規模拡大に耐えられるかどうか、北口暫定広場よりも広い開催場所があるかどうか」「Re:animation の『開かれた場で誰もが自由に音楽を楽しめる場を提供する』というコンセプトに合う、屋外で音楽イベントができるような場所があるか」という条件があったため、当初はかなり難しい状況であった。

しかしサイクル4開始直後、さらに状況は一変した。北口暫定広場の Re:animation 以外の活用例が増えており「イベントを行える場所・人を集められる場所」の需要の増加とそれによる地域の活性化の兆しが見え始めたことを受け、中野区と中野区議会は2015年の区議会で「中野区役所庁舎前のエントランスを北口暫定広場の代替として活用できるよう整備する」ことを決め、同年7月に整備工事着工が

決まった。それでもこの区役所庁舎前のスペース（以下「区役所前広場」）は北口暫定広場の収容人数とほぼ同等と見込まれ、Re:animation の来場者数増加・規模拡大に対応するのは難しいことが予想された。そのため、中野区役所の東側に隣接する中野サンプラザの1階玄関前の広場も併せて開催場所として使用するとし、調整を行った。これにより Re:animation の会場として見合う開催場所を確保することができ、難航すると思われた「新たな開催場所の確保」という問題は解決でき、Re:animation8 を2015年11月1日に開催するとして開催準備が本格的にスタートした。



図 4.10: Re:animation8 の開催場所

中野区役所庁舎（写真左）と中野サンプラザ（写真右）、
写真下のアスファルトの部分は旧開催場所の北口暫定広場

一方で、中野駅北口周辺の再開発計画が工事開始という実行段階に移行したことで、「地域関係者」の中でも「再開発後の中野の街、自分たちの街の未来を考える」「建造物等のハード面での再開発だけでなく、そこでどのような生活ができるのか」というソフト面の再開発も同時に考えていきたい」という機運が高まってきていた。そのような折に、地域関係者が打ち出していきたいと考えていた「ポップカルチャー／サブカルチャーの街・中野」というイメージとマッチしていた Re:animation



図 4.11: Re:animation8 の開催場所（地図）

が、3回の成功という実績を評価され、さらに密接な連携と協力が求められることになった。その具体的な計画として、中野区の諸団体が合同で、行政主催・主導ではない中野区民や区内企業による地域振興イベント『中野文化祭』¹を開催するプロジェクトが提案され、そのプロジェクトに Re:animation も参加してほしいという要請があった。サイクル3では「地域関係者」が「イベント主催者」に対して連携・協力を申し出るという関係性であったが、サイクル4ではそれまでの関係性を踏まえつつもより対等なパワーバランスで緊密な関係性を構築していく点で、サイクル4は本調査において大きな転換期を迎えた。

これらの状況の変化を踏まえ課題4の設定を行う。先に述べた流れを整理すると、「開催場所の確保・整備」「『地域関係者』とのより緊密な連携・協力」がサイクル4での焦点となった。開催場所に関しては、場所そのものは確保できたものの、前回までとは異なる場所での開催はある程度リスクが想定される他、2会場使用することで費用もかかるなどクリアしなければならない問題は残っていた。また、「地域関係者」から提案のあった地域振興イベントの共同開催がRe:animation



図 4.12: 区役所前広場の整備工事の様子
広場中央の花壇を取り壊している（写真中央）

にとってどのように作用するかは、サイクル4開始当時の段階では予測し難いものであった。しかし、これらに関係するすべての人々が、それぞれの立場から状況の改善を求めているのは明白である。

そこでサイクル4では、初めての試みであった『『地域関係者』と共同で地域イベントが開催できるか』、それにより中野区の地域振興の状況改善を図れるか、を課題4として設定した。

サイクル4でのアクション

その課題を解決するために、筆者は引き続き「イベント主催者」の一員として2つのアクションを実行した。それがアクション4-1とアクション4-2である。

アクション4-1は、「イベント主催者」側のメリットを重視した内容である。「イベント主催者」である Re:animation が抱える最大の問題は「費用」であった。規

模拡大・2会場設置により、開催にかかる費用は前回が約300万円だったのに対し、今回のRe:animation8では最低でも600万円は必要（スタッフのケア等も考慮すると更に必要）と試算された。Re:animationでは、前回までクラウドファンディングによる開催資金調達を行ってきたが、それにも限界があり、資金調達は不可能なのではないかという議論もあった（Re:animationのクラウドファンディングはAll or Not方式であるため、支援金が集まらない場合は開催されない）。費用は出来る限り圧縮したい、というのが「イベント主催者」の要望であった。

そこで、Re:animationで使用する予定のステージを『中野文化祭』の他の出展者（区内企業や区内団体、Re:animationのようなイベント等）とステージを共同利用を提案し、ステージやPA機器の設置・解体費用を負担し合い一出展者あたりの費用を抑えることにした。つまり、『中野文化祭』という地域振興イベントのひとつの出し物として、Re:animation8を開催するという形を取る。ただし、このアクション4-1を実現するためには、出展者それぞれのパフォーマンス内容を把握し、前日の設営の手順、当日のタイムスケジュールの管理やそれぞれの出展者が必要とする設備・機材等の的確な管理等、ひとつのイベントが単独開催する際には想定されなかった問題点が多く発生した。そのため、中野文化祭開催事務局が中心となって中野文化祭連絡協議会を設置し、ステージ利用を含め『中野文化祭』開催に関するあらゆる問題について協議・調整が開催直前まで行われた。『中野文化祭』当日は進行上の多少のトラブルは発生したものの、『中野文化祭』全体が中止になるようなものではなかった。

アクション4-2は、「地域関係者」並びに自らも地域振興イベントを主催する「行政」側のメリットを重視するものである。「地域関係者」や「行政」は、地域の実態についての的確に把握し場所や施設等のリソースを保持した上で「地域振興に積極的に関与したい」「地域外から人を呼べるようなイベントを開催したい」という意思はあるものの、それを安全に実行するノウハウがなかった。一方で、「イベント主催者」は、そういったノウハウはあるものの、単独では開催場所の確保や開催への理解を得ることが難しかったのは、サイクル1～3の項でも述べたとおりである。そこでアクション4-2では、Re:animationがこれまでに蓄積してきたノ

ノウハウの『中野文化祭』へ提供し、それを通じて「地域関係者」や「行政」にも学びとってもらうことで、コミュニティの連携強化を図った。そのノウハウの具体的な内容は、イベント全体の準備計画立案・進行管理、当日のタイムスケジュール計画の立案・進行管理、出演者・登壇者の管理、来場者誘導の方法、当日の運営本部設置や指示系統の確立、現場スタッフの教育、会場サイネージの内容考案と掲出位置の決定等多岐に渡った。これらのノウハウは中野文化祭連絡協議会を通じて、『中野文化祭』に関わった人々に共有され、活用された。



図 4.13: 中野文化祭連絡協議会の様子
筆者も Re:animation の開催運営チームとして参加した

サイクル4の結果

これらのアクションの結果、「地域関係者」と共同で『中野文化祭』という地域振興イベントを開催することができた。

まず『中野文化祭』であるが、2日間のイベント期間中、イベント中止につながるような大きな事件・事故、トラブルやクレームの報告はなく、予定されていた

すべての内容を無事に終了した。開催後、準備期間の短さやスポンサー確保、組織づくりなど、様々な反省点が挙げられたが、「初めてイベント開催し無事終了させる」という結果を得られたことは、これから毎年恒例で開催していくイベントにとっては大きな成果となった。また、終了直後から、報告書作成と同時進行で既に次回開催に向けて非公式ながら活動が始まっており、今後の動向に注目していきたいと考えている。

そして課題4に対しても、「イベント主催者」が『中野文化祭』を共同開催しその出し物のひとつとして開催したが、Re:animation が中止になるような大きな事件・事故、クレーム、ステークホルダーや関係者とのトラブルはなく、無事に終了することができた。

これらの結果から、『地域関係者』と共同で地域振興イベントの開催は可能か」という課題4に対しては「民間主導の地域振興イベント『中野文化祭』を計画、会場設備の共有やノウハウの提供を通じてステークホルダーどうしの関係性を強化し、『中野文化祭』、Re:animation とともに無事に終了した。それによるトラブル等は発生しなかった」という結果を得て、課題4を解決することができたという結論を以ってサイクル3を終了した。

注

- 1 第3章参照

第5章

調査結果と結論

本章では、本調査の結果・評価と、本研究の結論を述べる。

5.1. 本調査の結果

本調査のサイクル毎の結果については第4章で述べているが、3年0ヶ月の調査期間、全4回のサイクルを通じて得られた結果をまとめる。

サイクル4終了後、各ステークホルダーの代表者を対象にインタビュー調査を実施した。そのインタビューの内容をもとに、Re:animation という音楽イベントが「コンテンツによる地域振興」「コンテンツの観光資源化」という点において、中野区側の「行政」「地域関係者」にどのように受け止められたかを明らかにする。

このインタビュー調査では、「行政」と「地域関係者」に対しては半構造化インタビュー形式を、「イベント主催者」に対しては非構造化インタビュー形式を採用した。「行政」「地域関係者」の2者に共通する質問事項として

質問1 それぞれのステークホルダーと関わってみてどのような影響があったか

質問2 「コンテンツによる地域振興」「コンテンツの観光資源化」の中野での可能性を感じるか（これからも続けていきたいか）

質問3 総合して Re:animation を中野で開催してよかったか（Yes/No での回答）

の3項について質問し（話の流れに合わせ順不同に質問している）、その回答から派生して自由に所感を述べてもらった。この質問に対する回答は、それぞれの項で回答1,2,3として回答内容の要旨をまとめている。

5.1.1 「行政」代表者へのインタビュー調査とその結果

本インタビュー調査の概要は表5.1のとおりである。

表 5.1: 「行政」代表者へのインタビュー調査の概要

日時	2015年12月10日(木)13:00-14:00
場所	中野区役所本庁舎
形式	1対1の半構造化インタビュー
対象者	中野区 都市政策推進室 都市観光・地域活性分野 担当者 (30代男性)

また、回答の要旨を以下にまとめた。

回答1 従来までは「行政」単独で地域振興を主導しようとしていたがそれには限界があり、区内企業等の「地域関係者」との関係を密にし地域外から「イベント主催者」を招き入れることで、それぞれの得意分野を生かした地域振興ができた。

回答2 ポップカルチャーのコンテンツホルダーが多い中野には合っていると感じている。

回答3 Yes

特に回答1に関しては「他地域の地域振興の例を見ると、地域外の人々が街づくりに介入しそれまで培われてきた街の魅力が失われてしまった例が多く見られ、地域外の人々を招き入れるには抵抗があった。しかし、今回は地域外の『イベント関係者』に足りない知見を『地域関係者』が補うという形で成功した。これは

大きな成果となり、今後の参考になった。」と強調して述べていた。

その他には、『『観光資源＝建造物等のハードウェア（いわゆる観光名所）』という固定概念があったが、イベントという『ソフトの観光資源』という点が、ポップカルチャー／サブカルチャーの街として知られる中野に合っていると感じた。中野はアニメ制作会社やポップカルチャーに関する商店の多いので、それらの横の繋がりを強化し、魅力を引き出せるような取り組みをしていきたい。『中野文化祭』はその良いきっかけになった」「この先数年は、中野の顔とも言えるべき中野駅周辺の再開発計画が控えているため、今までのようなイベント向けの土地・スペースの確保がますます難しくなるだろう。だが、この再開発計画に対し『多目的利用が可能な場所（広場やホール等）』の整備の重要性を訴求すべきだと感じた。折に触れて要望を出していきたい。」といった内容の回答が得られた。

このインタビュー全体をまとめると、「本調査内でのアクションや取り組みは、『行政』にとってポジティブな成果をもたらした」という結果を得ることができた。

5.1.2 「地域関係者」代表者へのインタビュー調査とその結果

本インタビュー調査の概要は表 5.2 のとおりである。

表 5.2: 「地域関係者」代表者へのインタビュー調査の概要

日時	2015 年 12 月 8 日 (火)19:00-20:00
場所	都内飲食店
形式	1 対 1 の半構造化インタビュー
対象者	東京中野ライオンズクラブ所属、『中野文化祭』オブザーバー (60 代男性)

また、回答の要旨を以下にまとめた。

回答 1 中野の街を盛り上げるために何かしたいという気持ちはあったが、具体的に何をすればいいのかわからなかった。地域外からコンテンツとノウハウを

もつ「イベント主催者」の力を借りたが、いずれは地域の中からこういったイベントを主導できる人材、地域振興のために具体的なアクションができる人材を育てていきたい。

回答 2（「行政」と同様の理由で）合っていると思う。ただし、区内企業や団体間の「横の繋がり」がまだまだ弱い。今後時間をかけた関係性づくりをしていきたい。

回答 3 Yes

このインタビュー内では他に、『イベント主催者』『行政』『地域関係者』の3者での本格的な取り組みは今回（サイクル4）が初めてであった。大小さまざまな課題はあるがひとまず無事に終わられたことはひとつの成果であり、関係者にとっては大きな自信に繋がったと思う。今後の地域振興の礎になった。」「地域振興や観光資源の創出は一朝一夕にはいかない。従来のハードウェア型観光資源ならば建てられてからの年月の長さが知名度と価値をもたらすが、それに対応する意味でソフトウェア型観光資源（イベント）は地道な継続開催・定期開催が必要。それによって回を追うごとに問題解決がなされ、周囲の理解が得られ、信頼性が向上するのでは」といった内容の回答が得られた。

このインタビュー全体をまとめると、「本調査内でのアクションや取り組みは、『地域関係者』にとってポジティブな成果をもたらした」という結果を得ることができた。

5.1.3 「イベント主催者」代表者へのインタビュー調査とその結果

本インタビュー調査の概要は表 5.3 のとおりである。

「イベント主催者」に対しては、サイクル4を中心に本調査全体を振り返りながら自由に所感を述べてもらう1対1の非構造化インタビュー形式を採用した。

イベントの内容や運営体、業界の傾向等やはりイベントそのものの反省点や今後の方針、取り巻く状況の変化への言及が中心となったが、本調査に関係する内

表 5.3: 「イベント主催者」代表者へのインタビュー調査の概要

日時	2015 年 11 月 30 日 (火)16:00-17:00
場所	中野区産業振興推進機構 ICTCO
形式	1 対 1 の非構造化インタビュー
対象者	リアニメーション実行委員会代表 (30 代男性)

容としては「イベント開催にあたって最も確保が難しいリソースは『場所（スペース）』。特に東京は、各所での再開発に伴い『多目的利用が可能な場所』が減少している。」「地方は『土地はあるが中身（アイディア）がない』、都市部は『中身はあるが場所がない』という、対照的な状況」「一見重大に見える金銭的な問題は、Re:animation が利用しているクラウドファンディングはもちろん、従来から企業が利用しているような金融機関による資金融資やスポンサー確保、イベント主催者の持ち出しなど、工夫すればいくらかでも解決方法がある」といった回答が得られた。

本調査の結果としては、「地域に配慮しつつも、Re:animation のコンセプトや実現したい内容は充分達成できた。その上で、中野にポジティブな影響をもたらすことができたなら、一定のポジティブな成果を得ることができた」という結果を得ることができた。

5.2. 本調査の評価

各サイクルでの結果や各ステークホルダーへのインタビュー調査の結果を踏まえ、本調査を評価する。

サイクルそれぞれの課題は、それに応じたアクションを実施することでRe:animationの成功とともに解決してきており、「コンテンツによる地域振興」「コンテンツの観光資源化」を実現していくステップとして機能してきた。それとはまた別に、

主にサイクル4を終了した時点で、Re:animation がどのような影響を周囲にもたらしたかを以下の3点から評価する。

1. 「地域関係者」との連携のメリット／デメリット
2. 地域への還元
3. イベント開催における安全性の確保と信頼性の構築

これらの内容について評価・考察し、本調査の結果を導く。

5.2.1 「地域関係者」との連携のメリット／デメリット

1つ目の評価基準として『「地域関係者」との連携のメリット／デメリット』について評価する。これは、主に「イベント主催者」側から本調査を評価するものである。「イベント主催者」つまり Re:animation にとって「地域関係者」と連携し協力関係を深めてきたことにメリットはあったのか、それとも単独開催を貫き続けるべきだったのか、それは何故なのか、について考える。

「地域関係者」との連携のメリット

「地域関係者」と連携する最大のメリットは、開催場所の確保が非常に容易になった点である。サイクル3からサイクル4へ移行する際の開催場所の変更に際し、中野文化祭区連絡協議会のメンバーおよびその関係者による中野区役所前広場の整備工事着工への働きかけや、地元経済界へのコネクションで中野サンプラザ前広場の使用が可能になった点は、Re:animation の開催可否に関わるメリットであった。おそらく Re:animation 単独では、地域特有の事情や状況の変化、それに対する人々の危機感の持ち方の違いを的確に把握できず、開催場所を確保できない、さらには地域の人々にネガティブな印象を与えかねなかった可能性もあっ

た。どんなに実績を積み資金を用意しても開催場所がなければイベントというものは開催できないが、その確保の重要性和難しさ、そのために協力を仰げる存在の必要性が本調査で明らかになったのは言うまでもない。

「地域関係者」との連携のデメリット

デメリットについては、Re:animation8（サイクル4）を通じて「Re:animation8の運営体制」と「イベント自体の規模」という2点から評価が行われた。

「運営体制」の面では、『中野文化祭』開催準備および当日の業務も Re:animation スタッフでカバーしてしまった面があり、この点がデメリットになった。本来ならばアクション4-2の「イベント開催ノウハウの提供」のみで留める予定であったが、実際にその作業をノウハウをもつ「イベント主催者」の人間がやってしまったのは、「イベント主催者」のタスク消化に悪影響をもたらすだけでなく、「地域関係者」の人々に経験として学び取ってもらう機会を奪うことになる。サイクル4の開催準備期間は想定よりも短く、『中野文化祭』の準備は不十分だった。その準備期間の短さを補えるだけのマンパワーも不足し、イベント開催直前になって直接的に影響した。これは、その組織づくりが不安定な体制であったこと、それに伴い関係者以外に情報を開示できなかったことなどに起因していると考えられる。ただし『中野文化祭』は初回であったので、今後改善の余地はあると思われる。それに関連して、サイクル3とサイクル4では「地域関係者」というステークホルダーが増えたが、そのことによる「イベント主催者」への直接的なしがらみはなかった。また、中野文化祭を中心に、今後に繋がる直接的（具体的なオファー）・間接的（アイデア提案）な縁が想像以上に早く繋がりがつつある。

「イベント自体の規模」の面では、サイクル1～3が1会場だったのに対しサイクル4では2会場となり、面積としては約1.5倍、延べ上演時間は約2倍になった。しかしサイクル4の来場者数は、当初の目標であった5,000人を大きく下回り3,400人であり、前回比+130人で微増というレベルであった。目標値に及ばなかった原因として考えられるのは、オーガナイザーが開催1週間前に『中野文化祭』のタスク処理に時間を割かれ、単独開催時にはできていたweb宣伝の最後の

追い込み等ができなかった点が挙げられる。しかし、チケット収益を見込んだイベントではないため（入場無料イベントであるため）、今後の運営体制にはクリティカルには影響しないとしている。

『『地域関係者』との連携のメリット／デメリット』の評価

以上のような観点から、『『イベント主催者』にとって『地域関係者』と連携した結果メリットとデメリットの両方が得られたが、デメリットは今後の課題として解決が見込まれ問題視するほどではないため、メリットがデメリットを上回った』という評価とした。

5.2.2 地域への還元

2つ目の評価基準として「地域への還元」について評価する。これは、主に「行政」「地域関係者」という中野区の人々の側から本調査を評価するものである。「イベント主催者」は「行政」や「地域関係者」に対し何をもたらしたのか・何を還元できたのか、それらを「直接的な還元」と「間接的な還元」のふたつの側面に分けて考える。

直接的な還元

まずは「直接的な還元」について考える。「直接的な還元」とは、『『イベント主催者』が直接的に中野の人々にもたらした何らかの利益』である。例えば、地域の商店の売上向上等、人々の生活に直接的に関係する内容を指す。本調査内では、統計学的な地域の商店の売上等についての調査は行わなかったが、「地域関係者」のうちサイクル3とサイクル4で飲食物販売ブースを出店していた「コロッケ西郷亭（株式会社 西郷亭）」の和田慶子代表取締役は「Re:animation7（サイクル3）

の出店では商品が飛ぶように売れ、売上という数字に表れていた。Re:animation8（サイクル4）の出店の際は会場内でのブースの位置の都合で売上はあまり伸びなかったものの、前回の来場者がお店の名前や店舗の場所を覚えてくれたり、イベント以外の日でもお店に立ち寄ってくれたりするなど知名度の向上を肌で感じた。また、Re:animation8では現場ボランティアスタッフ用の昼食を発注してもらうなど、お店にプラスになることが多かった。最近では近隣の店舗も Re:animation のようなイベントに合わせて在庫を増やす等の対応をしているようだ」と述べていた。

以上のような「地域関係者」のコメントを総合すると、「当日の爆発的な売上を期待できるほどではないものの、イベントが地域外の人々が中野に立ち寄るきっかけを作り、ブース出店（出展）等の露出が増えることで知名度の向上・一定のPR効果が期待できる。イベントを通じて店名や商品の名前を覚えてもらうことで平時にも立ち寄ってもらえるという効果が期待できる」というポジティブな評価が得られた。

間接的な還元

次に「間接的な還元」について考える。「間接的な還元」とは、『イベント主催者』のアクションによって、『行政』や『地域関係者』の地域振興活動がより良いものとなる何らかの利益」である。本調査開始当初、この「間接的な還元」について想定していなかった。しかし本調査終了後「行政」や「地域関係者」の人々から話を聞くと、副産物として「間接的な還元」ができていたことがわかった。

「行政」「地域関係者」の人々からは「サイクル4で開催した『中野文化祭』では、『中野に人を呼ぶ』というような一般市民（消費者）向けの目に見える効果まではもたらせなかった。しかし、『中野文化祭』は当初想定していなかった「出展者どうしのビジネスマッチングの場」「区内企業の交流の場」としての可能性があると感じた」「『中野文化祭』の開催準備や当日の運営、広告戦略等イベント開催に関わるあらゆる面において Re:animation のイベント開催ノウハウが基礎となり、『中野文化祭』を開催・成功まで導くことができた。『行政』や『地域関係者』

には、情熱はあってもノウハウがなく、気持ちだけが先走り空回ってしまうこともあった。サイクル4でイベント開催ノウハウを実体験として学べたことは『中野文化祭』の次回開催や今後の中野の地域振興の礎となるものである」といった反応があった。特に後者のコメントは、本調査のアクション4-2が効果的であったことを物語っている。

以上のような「行政」「地域関係者」のコメントを総合すると、「今までは地域振興の活動をしたという気持ちはあったが何をどうしていいかわからなかった。しかし、『イベント主催者』の技術的な支援を受けて地域振興イベントを活動することができたこと、そこで新たな可能性を感じられたことは大きな成果であり、今後の活動の方向性決定の参考にもなった」というポジティブな評価が得られた。

「地域への還元」の評価

以上のような観点から、『イベント主催者』は『行政』や『地域関係者』、その他地域の人々に対し、直接的・間接的に地域への還元ができた」というポジティブな評価が得られた。

5.2.3 地域振興イベントにおける安全性の確保と信頼性の構築

「安全性の確保」は、地域振興イベントに関わらずすべてのイベントにおいて必須であるのは自明の事実である。従って、本来「安全性の確保」は評価する以前の問題であるが、地域振興イベントにおいては、この「安全性の確保」が近隣住民との「信頼性の構築」に繋がることが本調査を通じて判明した。

イベント来場者という不特定多数の人々が突然その地域にやってくることは、治安の悪化、騒音による弊害、迷惑行為の原因に繋がる可能性があり、近隣住民にとって生活を脅かす不安要素となるため、イベント開催に反対されてしまう事態も考えられる。その不安を払拭し、地域に根ざした真の意味での地域振興イベントを開催するには、近隣住民の理解と協力が不可欠であり、その基礎となるの

が「信頼性の構築」である。その際に、その信頼性の根拠となるのが安全性である。大きな事件・事故・トラブルを起こさない、問い合わせ・クレームには真摯に対応する、といった基本的なことを常を守ることによって、近隣住民の心象が良くなり、「毎年この時期この場所で開催している〇〇というイベントならば安全だ、安心できる」という信頼性の構築に繋がり、地域振興に関する活動をより円滑に進められると考えられる。逆に、一回でも安全性の確保に失敗してしまった場合、その信頼が失われてしまうのは想像に易い。特定の地域と密着している地域振興イベントだからこそ、「イベントを安全に開催した」という実績を地道に積み上げ、近隣住民や地域の人々と信頼性を構築していくことは何よりも大切なのである。

本調査では、4回という複数回のイベント開催を経て、徐々に近隣住民の理解が得られていることを実感した。その一例としては、サイクル4期間中に近隣マンションの管理室に挨拶に伺ったところ、管理人から「毎年秋のイベントね」とイベント名とその内容への理解があることを聞くことができたことが挙げられる。

以上のことから、特に地域振興イベントでは安全性の確保が重要であり、Re:animationは安全性の確保に継続的に成功した。それにより、近隣住民との信頼性の構築についても一定の成果があったと考えられる。また、今後の地域振興イベントについても安全性の確保が重要であることを強調して訴えていくべきだと考えられる。

5.3. 本研究の結論

本調査中の各サイクルの結果、全体の結果、評価を総合して、本研究の結論を述べる。

本研究を通じて、「コンテンツによる地域振興」「コンテンツの観光資源化」に必要な要素は「場所（空間）」「継続性」「安全性・信頼性」の3要素であると結論づけた。

まず『場所（空間）』についてである。これは、Re:animationが新宿区歌舞伎

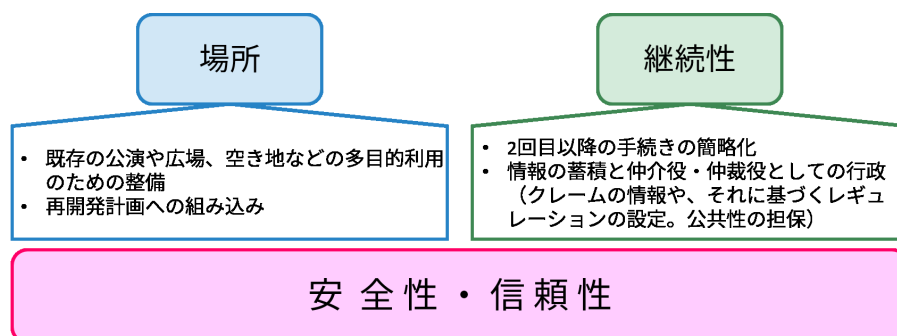


図 5.1: 本研究の結論
3要素の関係性を示した

町から中野区へ移転してきた経緯¹や、サイクル3からサイクル4への移行時²の出来事、または本章で述べた「イベント主催者」代表者へのインタビュー調査の結果からも明白である。イベント開催が可能な場所（空間）がなければイベント開催ができないのは当然である。

しかし2016年現在の東京都内では、この「場所（空間）」の確保は、想像以上に重大な問題としてのしかかってくる。東京では各所で再開発計画が各所で進んでおり、「今まで使えた場所が使えない」という問題に悩まされているのは本論文でも述べてきたとおりである。そういった状況から、東京（都市部）の場合は、「コンテンツはあるのに場所がない」という状況に陥っており、地方とは逆の状況であると言える（「イベント主催者」代表者へのインタビュー調査より）。

一方で地域振興においては、認知度の向上、近隣住民への理解、実績の積み上げ等を考えると、定期開催（恒例行事化）が必要だと考えられる。これは、例えば「神社のお祭り」のように、毎年同じ時期に同じ場所で開催することの重要性を示唆している。恒例行事となることで、来場者や近隣住民、地域振興イベントへの出展者（企業や地元商店等）も、自分が参加するイメージや当日の自宅周辺の状況の変化が想像しやすくなり、協力が得られやすくなる。例えば今回の『中野文化祭』では、コンシューマー向けを想定していたものの、実際にはビジネスマッチングの場としての可能性を垣間見ることができ、実際に観覧に来た区内企業の担当者からは「1年あれば準備ができる。来年は出展企業として参加したい」というような反応が得られた。このように、その回の手応えを次回以降に繋げる

ことができる。しかし、次回以降の場所が確保できない場合は一度きりの開催となってしまう、中途半端で脈絡のないイベントを単発で開催するだけとなり、認知度の向上や近隣住民・周辺地域の理解・協力からくる「地域の一体感」を演出する段階にまで及ばない。

そして、これら2つの要素を支えるのは「安全性・信頼性」なのである。

これらの要素は互いに作用を及ぼし合っており、切り離して単独で考えたりひとつでも欠けたりすれば他の要素も失われてしまうことは、本章の内容からも自明の事実である。図5.1に、この3要素の関係性とその要素を支える具体的な改善案・行動提案をまとめたので参照されたい。

以上の内容を以って、本論文の結論とする。

第6章

今後の課題

本章では、本研究の内容を経済学・政治学におけるプリンシパル＝エージェント理論の側面から考察し、そこから見出される問題を本研究における今後の課題とする。

6.1. プリンシパル＝エージェント理論

プリンシパル＝エージェント理論 [3] について概要を説明する。

プリンシパル＝エージェント理論（呼び方や表記には諸説ある）は経済学や政治学で用いられる、広く知られたごく基本的な理論である。

主体 A が自らの利益のための行動を主体 B に委任するとき、主体 A はプリンシパル（依頼人）、主体 B はエージェント（代理人）となり、これをプリンシパル＝エージェント関係と呼ぶ。例えば、経済学では経営者（プリンシパル／依頼人）と労働者（エージェント／代理人）、政治学では政治家（プリンシパル／依頼人）と官僚（エージェント／代理人）などの関係性が取り上げられることが多い。多くの場合エージェントはある一定の分野の技術や知識を有しており、その点においてプリンシパルに優る。そのような関係性においては、「エージェントがプリンシパルの利益よりも自身の利益を優先して行動してしまう」というエージェンシー・スラック（一種のモラルハザード）が発生してしまう（エージェンシー問題）。

プリンシパル＝エージェント理論とは、このエージェンシー問題を分析し解決を試みる理論または研究分野のことを指す。経済学ではエージェントに対するイ

ンセンティブ（多くの場合は労働に対する報酬）の与え方等について、政治学では一定の活動領域においてプリンシパルよりも優位性をもつエージェントの行動をプリンシパルがいかに監視するか等について取り扱われる。

6.2. プリンシパル＝エージェント理論から見る地域振興活動

このプリンシパル＝エージェント理論を用いて、本調査の内容について説明を試み、今後の課題を導き出す。

6.2.1 プリンシパル＝エージェント理論による説明

ここでは、プリンシパルを『地域の人々』つまり本調査の「行政」や「地域関係者」、エージェントを「イベント主催者」とする。「行政／地域関係者」が、地域外の「イベント主催者」に対し地域振興イベントの開催を委任する、という関係性が生まれる。

そして、このコミュニティでは「イベント主催者」はイベント開催ノウハウ、業界に関する知識、集客力といった優位性を有しており、「行政／地域関係者」はそれを十分にコントロールできるだけの知識がない。そういった状況下では、「イベント主催者」が地域振興イベント開催という委任内容を見捨てて自らの収益性のみにおいてイベントを開催した場合、場所や後援名義を提供した「行政」や街づくりを推進する「地域関係者」にとっては、その地域の治安の悪化や信頼性の低下を招きかねない（実際に第5章の「行政」代表者へのインタビューでも、「余所者」を地域に招き入れることへの不安が語られている）。これを地域振興活動におけるエージェンシー・スラックとしたとき、このエージェンシー問題をいかに解決するかが今後の課題となる。

6.2.2 地域振興活動でのエージェンシー問題の解決のために

このエージェンシー問題を今後解決していくために、解決策の案をここに示す。これらの実現や、本調査内での成功事例の他地域への応用を、本研究の今後の課題とする。

経済学的アプローチ

経済学でのプリンシパル＝エージェント理論では、インセンティブの与え方でエージェンシー問題の解決を試みる。ここではさらにこのインセンティブを、「ポジティブなインセンティブ」と「ネガティブなインセンティブ」に分けて考える。

「ポジティブなインセンティブ」は現段階において本調査内である程度実現している。例えば「行政」による後援は、自治体が提示した諸条件をクリアしたいわばお墨付き・保障の役割を果たし、近隣住民や周辺地域等への説得力の強化に繋がり次回開催がより現実的なものとなっている他、公共機関が関わることでよりクリーンなイメージを与え他のイベントと差別化を図ることに成功している。また「地域関係者」との協力は、そのイベントが地域の信頼を得ていること、それにより市場の広がりを感じさせることは、「イベント主催者」にとってはスポンサー確保や出演者との交渉の際に好材料になる。「行政／地域関係者」の意向を汲んでイベントを開催することは、「イベント主催者」にとって「ポジティブなインセンティブ」となる。これらのプロセスを普遍化・一般化できれば、他地域への応用が期待できる。

一方で「ネガティブなインセンティブ」は本調査内での事例はないが、「法令・条例整備」「ルールづくり」がこれにあたると推察される。つまりはペナルティの付与である。特に現在再開発計画が進む東京では、この「法令・条例整備」「ルールづくり」はまだまだ白紙の状態である。実際に、サイクル4で使用した中野区役所前広場については、明確な貸し出しのルールやレギュレーションがなく、これから協議される段階である。近隣住民や地域に配慮しながら、柔軟な活用ができる「法令・条例整備」「ルールづくり」に期待するとともに、機会があれば「イ

イベント主催者」の立場から提案・協議を行っていきたい。

政治学的アプローチ

政治学でのプリンシパル=エージェント理論では、エージェントの活動をいかに監視するかが焦点となる。それには、「行政／地域関係者」が「イベント主催者」の行動を監視できるだけの知識や知見を有していること、「行政／地域関係者」が『自分たちの街をどのような街にしたいか』という理想像・目標イメージを明確化しメンバー全員で共有することが求められる。

「行政／地域関係者」が「イベント主催者」の行動を監視できるだけの知識や知見をもつための第一歩は（もちろん自らがイベントを開催できるレベルのノウハウを身につけられれば申し分ないが）、「開催イベントに実際に足を運び体験すること」「写真や映像、文書等で記録すること」などの経験のアーカイブ化であると考えられる。一見当然のことにように見えるが、実際にこれが必ず行われているわけではないことが本調査中に分かった。足を運んで参加はしてみても、アーカイブ化までには至っていない場合もある。もちろんイベントというものはその場で体験することが醍醐味であることは言うまでもないが、例えば「行政／地域関係者」の業務の引継ぎや地域の歩みを知るためにも、よりフォーマット化された記録の取り方やアーカイブの保存方法・活用方法の確立が今後の課題である。

また、「行政／地域関係者」が『自分たちの街をどのような街にしたいか』という理想像・目標イメージを明確化しメンバー全員で共有するには、やはり平時からのコミュニケーションの強化が必須であると考えられる。特に「地域関係者」は、その中にも多様な立場の人々が存在しているため、意見をまとめるには時間を要するはずである。非常に難題ではあるが、「ただ集まって話し合う」だけでなく、そのコミュニケーションの負担を軽減できるような手法・仕組みの考案が今後の課題になると考えられる。

参 考 文 献

- [1] 伊藤隆敏. 経済を見る眼 地域振興券の教訓と定額給付金. 週刊東洋経済, No. 6184, p. 9, jan 2009.
- [2] DiscoverJapan 編集部（編）. 別冊 Discover Japan 地域ブランディング実例集. エイ出版, 2015.
- [3] 伊藤秀史. 契約の経済理論. 有斐閣, 2003.
- [4] 笈勇介. 人口減少×デザイナー―地域と日本の大問題を、データとデザイン思考で考える。英治出版, 2015.
- [5] 大和香織. インバウンド観光と宿泊施設不足. みずほインサイト, Aug 2015.
- [6] DiscoverJapan 編集部（編）. 別冊 Discover Japan 地域ブランドクリエイターズファイル. エイ出版, 2015.
- [7] DiscoverJapan 編集部（編）. 別冊 Discover Japan 地域ブランドのつくりかた. エイ出版, 2013.
- [8] イベント学会（編）. イベント学のすすめ. ぎょうせい, 2008.
- [9] 徳岡幸一 他山田浩之. 地域経済学入門. 有斐閣, 2007.
- [10] 井口典夫 (訳) リチャード・フロリダ. クリエイティブ都市論 - 創造性は居心地のよい場所を求める. ダイヤモンド社, 2009.
- [11] ジョン・アーリ. 場所を消費する. 法政大学出版局, 2003.
- [12] デイヴィッド・スロスビー. 文化経済学入門 - 創造性の探求から都市再生まで. 日本経済新聞社, 2002.

- [13] 奥出直人. デザイン思考の道具箱-イノベーションを生む会社のつくり方. 早川書房, 2007.

謝 辞

本研究の指導教員であり、幅広い知見からの的確な指導と暖かい励ましやご指摘をしていただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の岸博幸教授に心から感謝いたします。研究の方向性について様々な助言や指導をいただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の砂原秀樹教授に心から感謝いたします。研究指導や論文執筆など数多くの助言を賜りました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の稲陰正彦教授に心から感謝いたします。

2012年秋より Re:animation 開催運営チームの一員として迎え入れて頂き、開催運営業務のご指導、本研究科の入学試験の際のご協力、本研究についての多大なるご尽力を頂きましたリアニメーション実行委員会代表の”ちへさん”こと杉本真之さんに心から感謝を申し上げます。

共に Re:animation という素晴らしい音楽の場、出会いの場を創りあげてきた Re:animation に関わるすべてのスタッフの皆様、クラウドファンディングでご支援頂きました皆様、一度でも Re:animation に足を運んでくださった来場者の皆様に心から感謝を申し上げます。これからも素敵な空間を創り続けていきましょう。

2015年冬より、本研究の趣旨をご理解頂き温かく迎え入れて頂きました中野区都市政策推進室都市観光・地域活性分野の皆様、並びに東京中野ライオンズクラブをはじめとした東京都中野区の皆様、『中野文化祭 2015』に関わったすべての皆様に心から感謝申し上げます。中野がさらに魅力的な街になることを楽しみにしております。

学びの楽しさと学問の厳しさに満ち溢れ、好奇心を刺激される毎日だった2年間の KMD 生活を支えてくださったすべての方々に心から感謝申し上げます。

本当にありがとうございました。