

すぎなみ大人塾公開講座

演題：アニメとコラボでまち元気！

～人材活用と商店力アップを实践する埼玉県鷲宮町の挑戦

講師：埼玉県鷲宮商工会 坂田庄巳氏 松本真治氏

日時：09年10月7日（水） 19時より 於：座・高円寺

司会進行：新谷大輔さん

今日はすぎなみ大人塾の公開講座という形で開催させていただきます、すぎなみ大人塾は丸5年間になりますけれども、杉並区大人の放課後ということを中心に、杉並区で働いていらっしゃる方、住まれていらっしゃる方、そういった方々が、仕事が終わった後などに、自分達が地域にどうやって関わっていこうかということを考えるきっかけを作るという形でこのような会をやってきました。私は夜の部学習支援者という形で、社会起業家ということの一つキーワードに、色々なワークショップをやったり、このような公開講座をやったりしております。今日は‘アニメとコラボで町元気’というテーマで町づくりのお話を伺いたいなと思っております。埼玉県鷲宮町の方から商工会の方2名において頂いております。それでは、今日のゲストの講師のお二人に登場いただきます。鷲宮町商工会の坂田庄巳さんと松本真治さんです。よろしくお願ひいたします。

1 鷲宮町とは

鷲宮町商工会の坂田と申します。本日はお招きいただきましてありがとうございます。同じく鷲宮町商工会の松本と申します。

皆さん商工会というのはご存知でしょうか？杉並区でいうと商工会議所に当ります。仕事内容的には商工会議所と同じような事をやっています。最近はやりの天下り先の団体ではないということでご安心いただきたいと思います。

まず鷲宮町とは埼玉県の北東部に位置しております。09年8月1日現在、人口は36,812人、面積は1,390haということで、ちなみに人口の増加率ですが、平成20年度は埼玉県で一番人口が増えた町となっています。というのも駅前にマンションが3棟くらい建ちましたので、その関係で人口が増えたということです。また昼夜人口比率埼玉県第一位ということなのですが、昼と夜の人口の差が一番ということで、これは不名誉なことなのです。昼は人がいなくて夜に人がいるということで、都内の方に労働力が流出してしまっている、いわゆるベッドタウン化です。町内から都内のほうへ行く方が多く夜は寝に帰る。電車ですと約一時間で行けてしまうという立地条件からでそのような状況になっています。面積ですが、埼玉県40市29町1村の中で、町単位でいうと最小になっています。さきほどお話をいたしたところ、それでも杉並区さんは鷲宮町の4分の1ということでした。鷲宮の名所というか観光というものは、従来は関東最古と言われている鷲宮神社です。練馬区に鷲宮ってあると思うのですが、よく間違えられます。いっぱい漢

字が書いてあって、一発で読むのは難しいですが国指定重要無形民族文化財土師一流催馬楽神楽といます。神社の下の方に舞っているのが神楽と言われるものです。ご存知の方のほうが多いと思いますが、実は国指定第一号ということで大変由緒あるものなのです。そして町の花コスモスです。用水路沿いに六kmにわたって咲き乱れ、ちょうどこれから見頃になってJRのハイキング企画でもすごく人が来る名所になっています。これが従来の鷲宮の観光資源と言っているのではないのでしょうか。

2 商工会とは

商工会とはどういうところなのかと言うと、昭和35年県知事の認可の下設立された特別認可法人ということです。業務内容ですが、商工業の振興を図る目的で大きく二つに分けられています。例えばラーメン屋さん、蕎麦屋さん、たばこ屋さん、酒屋さん、そういった商業と、工業は製造業の町工場とか建設業の方々の振興を支援します。分かり易く言うとJAは農業を支援する、商工会は商工業を支援する団体ということです。基礎的経営改善事業ということで、金融や税務、経営などの相談と、いわゆる町おこしの事業が大きく分けて二つになっています。どのような事を行っているかと言うと、パソコン講習会やセキュリティー講習会、ガス溶接講習会、商工祭といったお祭り、歳末の大売り出し、従業員の福利厚生目的のバスハイキングなど様々なことを行っています。それ以外にも融資の斡旋、たとえば商売をやる上で車が必要になった、工場を拡大したいという時の資金難の時に相談にのって、銀行さんなどに斡旋する業務を行っております。また、記帳代行ということで確定申告の事務、商売をしている方は確定申告が必要です所以その代行もやっています。そういった堅いこともやっております。また労働保険の事務なんかもやっています。いろいろ堅いこととお話しましたが、目的を簡単に言うと‘町を元気にしましょう’ということと、‘商売を儲けさせる！儲けてなんぼ’ということです。そのために私たちは働いているわけです。商工会の組織ですが、全国で1,905箇所の商工会があり、埼玉県内には68箇所あります。鷲宮町商工会は商工業者数が735名で、会員が480名、約65%が商工会員という組織になっています。職員は私達7名で稼働しています。商工会と商工会議所の違いですが、地区内の商工業者の2分の1以上が会員になる必要があります。先程65%というのがありましたが、これが50%を割ってはいけないということです。商工会議所は中小企業以上の商工業者の過半数の同意が必要ということで、中小企業とは、‘従業員20人以上資本金300万以上’と何だかよくわかりませんが、分かり易く言うところのことです。やっている事はほぼ同じで、商工会は田舎にあって商工会議所は都会にあるということです。行政と、ここでいうと杉並区ですが、商工会議所・商工会の違いや、どういう役割があるのかというところですが、商工会に関しては半官半民です。会員さんからの会費や記帳代行と言われる確定申告の有料の財源と、県と町からの補助金大体半分半分くらいで運営を行っている半官半民の団体です。町づくりに関しては、行政も商工会も目的は同じです。た

だ、商工会は半官半民なので行政と違って条例などにとらわれません。即行動に移せる、スピード感があるというところが商工会・商工会議所の良さではないかと思います。行政も商工会も目的は一緒ということでお互いの連携が必要不可欠です。町おこしを行う上では、絶対に行政も商工会・商工会議所も連携していなければならないということだと思います。以上分かり辛かったかもしれませんが、商工会と鷺宮町のお堅い内容はこの辺で終了したいと思います。

3 ‘アニメとコラボでまち元気’

今日の本題の方の‘アニメとコラボでまち元気’という内容のご説明をさせていただきたいと思います。皆さんの中で『らき すた』というアニメを聞いたことがある方いらっしゃるでしょうか？皆さん好きで見ているのでしょうか。それとも鷺宮町の関連として聞かれたことがあるのでしょうか。私も実は最初は知らなかったのですが、今ではすっかり大好きになってしまいました。よく私も「アニメオタクなんでしょ？」といういわれ方をするのですが、一応このような場では「違います。」ということで説明をさせていただいております。まず、我々はこういうところでお話をするのは本業ではないですし、先ほど松本から説明があったような堅い人間です。非常に真面目で仕事熱心な人間なのですが、たまたま『らき すた』との出会いで、商工会の職員として職務を実行しているということでご理解いただきたいと思います。今の鷺宮のノリというか、仕事に取り組む上でもノリでやってしまいます。まず今日は杉並のほうにお招きいただきましたので、ひとつ鷺宮町商工会的なノリとして、杉並区の方へ微力ながらご提案させて頂ければと思います。杉並区は地域キャラクターのナミスケというキャラクターがいることで、非常に人気があって小さなお子様大きなお子様、それから大人の皆さまに愛されているということで非常に羨ましいです。

ちなみに、鷺宮的なノリでいうと、今度出る鷺宮町のキャラクターなんですけど、実は鷺宮町の経済課に実在する人物がモデルになっているという「今日のさいとうくん」というキャラクターがあります。

そもそも、なぜ鷺宮町が『らき すた』というものを使ってまちおこしをしているのか、ということからご説明をさせていただきたいと思います。我々よく報道や新聞などで、まちおこしをしているという表現がつかわれます。まちおこし・地域振興ということと言われるのですが、実は全くそんな意識はなく、来てくれる人への感謝の気持ちとか、商店の方への気持ちなんかを最終的な目的としてやっているのがまちおこしといわれるようになっているだけです。

まず『らき すた』とはということですが、ご存知ない方もいらっしゃるかと思います。今日の顔ぶれを見た時に4人のキャラクターの違いがわかりますでしょうか？当初『らき すた』に取り組み始めたときは、どうしても商店の皆さんが4人のキャラクター顔の区別がつかないので、一応違うんですよという説明から入ったんです。『らき

すた』とは美水かがみさんの4コマ漫画が原作となっています。角川書店さんのコンプティークという月刊誌の中の4コマの漫画が原作です。今現在その原作の方は続いています。そして大きな展開をむかえていて、明日(10/8)タイムリーに鷺宮町の商工会、隣の市の幸手市の商工会、それと地元の新聞社の埼玉新聞、それから角川書店さん、この4つのコラボということで、埼玉新聞・『らき すた』特別号というものを実際に出します。埼玉新聞なのですが『らき すた』のことが記事に書いてあるということです。埼玉県知事とキャラが対談していたり、それがさらに雑誌のコンプティークの付録になってしまうというめっちゃくちゃな企画が明日から始まるということです。

TV放映は実際2007年の4月から9月までの半年間おこなわれていました。これはTV埼玉とか地方の大体深夜枠に放送されていました。大体最近のアニメは費用的にもゴールデンタイムでの放送は難しいので深夜に放送されているようです。

4 『らき すた』への取り組み

『らき すた』への取り組みのきっかけですが、2007年7月に角川書店さん関連の月刊ニュータイプという雑誌のなかの付録‘聖地巡礼遠足のしおり’で実際の舞台が鷺宮であるとそこで紹介されています。その段階でも私たちは全く知りませんでした。いつの間にか紹介されていたというのがきっかけで、アニメを好きな方が実際に訪れるということがおきました。これがまず一つ目のきっかけです。

『らき すた』ファンのなかで聖地巡礼といのうが一般化されています。この聖地巡礼という言葉は宗教的な言葉ではないのですが、アニメの聖地巡礼は5年前くらいから実際にあちこちで行われているそうです。『聖地巡礼』という本を書かれた方と別の企画で本を出すのですが、あとで関連するのですが、痛車と呼ばれる車の『痛車コレクション2009』というのを発売する予定です。その方が5年前くらいにアニメの聖地巡礼という言葉を使っています。そして2007年7月に雑誌の付録を見てファンの中で一般化されています。同じ7月、yahooのインターネットニュース上にある新聞社によって「おたくが殺到地元の治安の問題が」というネガティブな発信がされました。その時私は大酉茶屋という鷺宮神社の隣にある商工会が直営している珍しいお茶屋にいました。商工会が飲食店を経営しているという、これはグレーゾーンなのですが、一応商工会は営利はやってはいけないということで言われているので、あくまでもアンテナショップです。蕎麦屋もやっているというおかしな状況です。その時に商工会の名刺も渡しているのですが、記事を面白くするために蕎麦屋を営んでいるという形でねつ造されました。新聞記事には‘鷺宮神社にアニメファンが殺到’ということで、殺到というほど来てないのですが、埼玉の片田舎ですので2,30人くらいで殺到という書かれ方をします。そんなに来てはいませんが、そんな書かれ方をしました。聖地巡礼としての実際の風景が下側の画面です。



< 写真：大西茶屋と鷲宮神社の鳥居・鷲宮商工会提供 >

この神社は関東最古の神社といわれています。絶対神社さんは「関東最古です。」とは言いません。「関東最古と言われる。」と濁して言うようです。そして実際の『らきすた』の中でも使われていたのがまるまる同じカットでした。これが運のいいことに、私たちは知らなかったのですがオープニングの中で使われていたのです。というわけで毎回このシーンが流れるのです。

かがみというキャラクターが鳥居の方から向って歩いてくるシーンがオープニングで使われています。だいたい来た方は、鳥居の方から向って歩いてくる、その歩き方をして写真をとっています。女の子のキャラクターですが、楽しそうに動画を取っている人

が多いです。その彼らが何をしていたかという、たまたまそこが神社ということで、「かがみは俺の嫁」ということで絵馬をかけていった。実はこの時点では我々も地元の商店街の人あまり知りませんでした。それに地元の間人があらためて絵馬かけを見るということもなかったと思います。

<絵馬写真>

皆さんも住んでいる近くの神社の絵馬かけを見ることもないでしょうし、神社にそんなに年中行くこともないのではないかなと思います。なかなか地元の人でも知らなかった。報道が先行している形でした。当初、インターネット上では悪いイメージでした。2ちゃんねるという有名な掲示板でも炎上といわれるほど書き込みがあって、本当に問題になったくらいでした。それに追隨してほかのTVやニュースでもあまり良いイメージではなく取材をしていました。わざと変なコスプレをしている人を連れてきて、いかにもそういう人たちが来ているといったような捏造的な報道もされました。そして、問題の神社周辺の商店街ですが、どうなったと思いますか？この時色々なTV、新聞もきました。ネット上の2ちゃんねるでは「オタクたちはなにをやっているんだ！」といった大荒れの状態でした。しかし近所の商店街は全くの無反応でした。知らなかったのです。「神社がTVに出ていたね。」くらいの反応でしかありませんでした。報道の過熱によってどうなったかという、神社の絵馬の八割くらいが前出のような絵馬になって、またそれを冷やかに見に来る一般の人が増えました。人が人を呼ぶといった状況でしたがまだこの時点ではマイナスのイメージで、私たちも『らきすた』というものがわからずに、今は大好きなアニメなのですが、実は当初ちょっとキモイのかな、何でこんなに使われたのかなといった印象が先行していました。そこで我々がどうしたかということとチョットお話したことの無い人達だけ話を聞いてみようということで、神社に来ている人達にどんどん声をかけていきました。休みの日にも大酉茶屋でご飯を食べている人に話しかけたりしていました。どういうアニメでいつ放送しているのかといったことや、どこから来ているんですかといったようなことなど興味半分ヒアリングを重ねました。実際にいるオタクの方で今では我々の活動を手伝ってくれるAさん、蘊蓄が長いのですが、「全国から来ているんですよ、石垣島から来ている人もいます。」という情報をいただいて本当にびっくりしました。驚宮神社自体が古いとはいえ観光地ではありませんので、遠くから人が来るということに我々も地域も慣れてなくて驚きの方が大きいのです。今までは来たとしても隣町や、遠くても県内でしたのでそんなに遠くから来てくれるのかと本当に驚きました。本当に何も無いまちで、特産品は蕎麦とコスモス売りにはしているもののメジャーにはなれずくすぶっていましたので、せめて何か記念のお土産になるものでも作れないかと悩んでいました。何も無い所にわざわざ来てくれることに我々はありがとうという感謝の気持ちが強く、「遠くから来てくれる彼らに何かお土産的なものを作れないだろうか」、「アニメにちなんだものをつくれませんか」と、当時は著作権という知識もなく、著作権の意味もぼんやりとしか分からない状態だったの

ですが、勢いで9月4日にダメもとで角川書店さんに電話してみました。「実は問題にもなった鷺宮町なのですが、来てくれる人に何かできないかと思うのですがいかがでしょうか？」とダメもとで聞いたら、「企画書を出してください。」というお返事をいただきました。驚いて松本と二人でどんどん考えようと。その時はアニメの内容も全く知らず、美水かがみさんが書いていて深夜にやっているということくらいしか分からず無計画に電話をしてしまいました。9月7日に企画書作成しメールをうちました。電話してから1週間あるかないかで「こっちのやる気をみせようぜ！」ってことで20くらいの企画書をメールしました。本当に今見ると的外れな内容ばかりですが半分くらいは実現されています。角川さんがこちらのやる気を汲んでくれたのか、面白そうだからのってみようかと思ったのか、一度本社に来ませんかということで07年10月11日に角川書店さんのほうに呼ばれて、そこで初めて会議をしてご協力をいただくことになりました。今成功して2年ほど経っていますが、当時の角川書店さんの内部でも、デリケートな問題ということで難しい調整だったと聞いています。当然我々も地元の商店街とかファンの調整といったことには苦労しましたが、角川書店さんとしても著作権などの権利とか、アニメを作っていく上での制作委員会の兼ね合いといったものを苦労しながらやってくださったということで感謝をしています。

イベントをやっていこう、グッズを提案しようと思っても我々はどうしたらいいのか本当に分からなかったので、どんどんファンの人に聞いていきました。『らき すた』の舞台となっているのは埼玉県春日部市で、クレヨンしんちゃんと同じ高校がモデルになっています。住んでいるのは鷺宮町、学校は春日部市という設定です。その春日部の伝統工芸が桐箆笥で、経済産業省の認定を受けているようなすごい職人さんにストラップを作ってくださいという馬鹿なお願いをしたのですが、その桐箆笥職人さんはポジティブに受け止めてくれて、桐箆笥を知らない人に少しでも桐の質感が伝われば協力するよと言って頂き、そして神社の絵馬と春日部にちなんで絵馬のストラップを桐で作るというのが実現しました。

さらに売り方ですが、これが非常に気を使った部分です。今現在12種類あって累計販売が約3万個、1個630円ですので、ちょっとここで経済効果のお話なのですが杉並と鷺宮という小さなまちの金額規模が違いますので、「それだけ？」というふうには思わないでいただくとありがたいのです。商工会の全体の予算が1年で7000万円です。人件費も含まれます。鷺宮町の歳入・歳出が70億円くらいです。それくらい小さい規模でやっていますので、1個630円の3万個で約2000万円売れているということなので、直接的にこれが売れるとけっこう大きいです。付随して他の物が売れたりもします。売り方を非常に気にしたのはなぜかという、商工会は会員さんからの会費をもらってやっている部分もあります。商工会がグッズを作って売ってもらうのに、立地のいいところが売れてしまうと1店舗だけが売れてしまうような売れ方では困ると思ったのです。出すのであれば会員さんの店舗で少なからず利益を共有してもらいたい。そこが『ら

きすた』というものを取り組む上で批判をなくす手段だと思ったのです。どうしても1店舗だけが利益をあげれば恨みとかねたみが違うかたちで、『らきすた』の取り組みへの批判になるので、それではまずいということです。商工会が窓口になっていたので1店舗2種類だけの取扱にしてもらうことにしました。AグループとBグループで人気を分けさせてもらい、Aグループのなかから100個、Bグループの中から50個好きなキャラを選んで申し込みをしてもらうというやり方をしたのが良い結果を生みました。鷲宮町自体、純粋な商店や小売店は少ないですから何でも売っていました。床屋さんがストラップを売ったり、ガソリンスタンドや自動車の板金工場など最終的には60店舗での取り扱いになっています。通常鷲宮町の神社の通りの商店街はさみしい感じですが『らきすた』のグッズを販売すると各取扱い店舗の前に雪の中でも人が並んでいます。

そこで先程説明した狙いの部分、1店舗につき2種類として利益を配分し立地や業種の偏りを防ぎたいなとおもいました。『らきすた』自体先が分かりづらいものですし、もともと批判から入った悪いイメージのものだったので、そこをなくすためにもなるべく『らきすた』に取り掛かってもらいたいということで1店舗2種類としました。実はこれが意外な効果を生んでいます。店舗とファン・消費者の皆さんがゆっくりお話をする機会が増えました。田舎町なので「次の売り場まで乗せてってやるよ。」というお店の人が現れて乗せて行ってくれたということがありました。それから数が限られていますのでファンのなかでゲームみたいな扱いになりました。どういうルートを通って行くのが最短で集められるのか、一番競合しないルートはどこだといったようなことが始まりゲームになっていました。狙ったところではないところで良い結果がでました。先ほど言ったストラップ今まで6回販売しています。この6回も実はポイントで、1回あたりの販売が全ての店舗が販売を終えるまで次を販売しないのです。正直、買う方にとっては不便をかけてしまうのですがそこは我慢いただいて、終わるまで売らないということで会員さんの立地の不利を解消しています。そしてお土産ものというよりグッズとしての扱いになっているので常時取り扱っているということは今現在ありません。これが直接的な経済効果です。義理固い『らきすた』ファンの人が取扱店の床屋さんで、ストラップだけ買うのも悪いからと言って髭剃りだけしていったり、何かしらちょっと買っていつてくれたりと間接的な経済効果もかなり大きいものがあったのではないかと思います。角川書店さんが見ている全体的な経済効果としては10億円といわれています。これは新聞とか報道に取り上げられたものを金額換算したものだと思います。そして角川さんが、自分たちが出すはずだったのを譲ってくれて、お正月に売ったらどうですか？ということでポストカードなのですが、これも9,000部売れています。そんな中で鷲宮の取り組みが報道で取り上げられました。報道の立場からすると関東最古と言われる神社と、アニメという新しい文化の組み合わせが面白いのでTVにしても新聞にしても必ず‘関東最古と言われる鷲宮神社で’という言い方がされました。それが一般

の人の目にも触れて、今年の正月の初詣客も9万人から30万人そして42万人と飛躍的に増えて県内2位になってしまいました。これは決してオタクの人が40万人来ているのではなく、一般の人が新聞などを見て来たというのが大きいと思います。そして、角川書店さんが是非やろうと言ってくれているので行政の方も一緒にやりませんか、町長に直談判しました。当初よく分からないからいやだと断られていたのですが、初詣の動きなどから行政も動き出しました。では何がいいだろうかということで、よく特別住民票というのを色々な自治体でやっていると思います。たまちゃん、ごまちゃんなんて昔ありました。クレヨンしんちゃんも、実は春日部の方で登録されているので鷲宮でも彼女達を住民登録しようと話をしていたら、我々の局長が町長に直接話してしまい、そこからいきなり無計画に発行することになりました。そのデザインもアニメファンの人達がもらって喜ぶ住民票じゃなければだめだろうということで、当初一般の住民票に横にキャラをつけようかという話だったのですが、やはり記念になるものということで大きな絵をドンとメインにしています。これが10,000部限定発行で半年間で終わっています。1部300円です。本当の住民票と同じように申請という形で市町村を書いてもらうのですが、唯一来ていないのが高知県ということでした。全国から来ています。あとは聞いたこともないような国の名前を書いている人もいました。海外の方もいました。そこで我々は、10,000部×300円で300万円の一般財源になるこの収入をどう使おうかと考えたところ、やはりこれは地域に還元すべきであろうということで、ぼろぼろの商店街でなかなか変えられなかった街路灯を設置しました。狙いとしては『らきすた』ファンの人に来てくれて住民票を買ってくれたのが、防犯であったり街の景観だったりといったことに還元されるといった使い方にする、ファン向けには関連商品の利益の目に見える使い方をしようということでした。そして地域の人たちに向けて『らきすた』の取り組みによってそういった恩恵が受けられるという姿勢をうたっています。というのが『らきすた』の取り組みの前半の部分です。後半は段々コアになっていきますが、そちらについて説明をいたします。

5 『らきすた』の今後

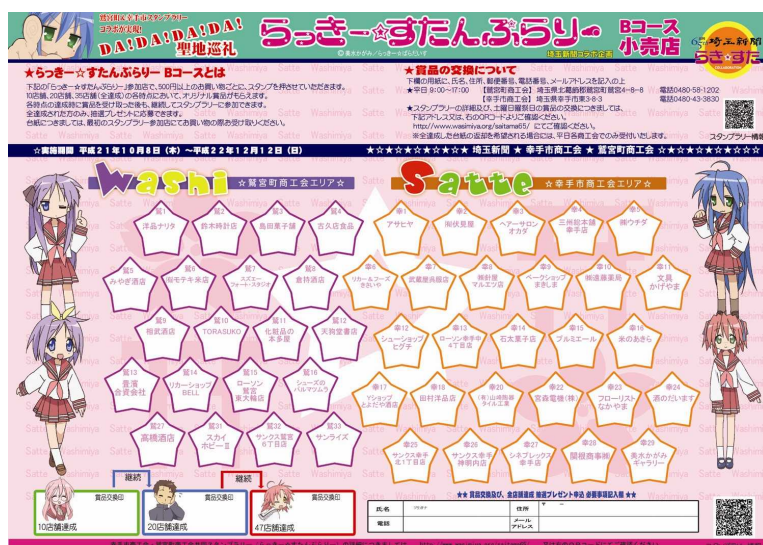
『らきすた』の今後の継続する為の事業についてご説明いたします。『らきすた』の飲食店スタンプラリーというのをやることにしました。というのもストラップが驚異的に売れたということで、ディズニーのストラップが15,000個売れば成功とされているところを『らきすた』30,000個売りました。その売り方も自動車板金会社で売ったりガソリンスタンドで売ったり、これは本来の商売の姿ではないのですが、売れば、売りきれになるし、ファンも買いたい。ただこのままではファンの方は「ストラップ全部そろったからもういいや。」というふうになってしまうと思い、本業で勝負をして欲しいということでまず飲食店には『らきすた』にちなんだメニューで、本業で勝

負をしてもらおうと実施しました。さらにファンの人に満足してもらうために、すべて回ったら景品を与えようということで実施しました。その狙いとして、神社に行ったらお茶屋さんに行くというルートが決まっているのですが、そうすると商店街ではなく、神社～大西茶屋で帰ろうということになってしまう。それでは商店に人が流れないということで、大西茶屋の客をスタンプラリーで各飲食店に流そうという狙いでした。

<スタンプラリーシール見本・鷲宮商工会HPより>

Aコース（飲食店台紙）

Bコース（小売店・サービス店台紙）



先ほどから申し上げているとおり、グッズだけでなく本業で勝負してもうことによって継続するのではないかと考えました。『らき すと』にちなんだメニューなのですが、まずタヌキそばですが、普通ですがおいしいのです。星の具材がのっているのです。サンクスのフランクフルト、実は鷲宮に住んでいる設定のキャラクターが一卵性双生児なんです。ソーセージ=フランクフルト「これはいけるな!」ということで、キャラクターフランクフルトを販売しました。キャラクターの名前とか、たとえば実際にアニメでキャラクターが食べていたりするとファンが萌えるんです。「ああ、あの時の・・・」という感じでみんなが楽しめます。プラス付加価値として『らき すと』の箸袋がついています。人によっては分厚い束で持っています。聞いたところによるとこのメニューを1日で食べた人もいます。皆さん律儀なので絶対残していかない。お茶屋さんのカウンターで吐きそうになっているのをみて「無理しないで。」と言っても「やります!」と一人TVチャンピオン状態だったということです。ここで大事なのがこだわりです。先ほどもあったとおりアニメに関連していないと、ただ『らき すと』ラーメン、『らき すと』丼といったものではファンは萌えません。「商売やっているな」ということで冷めてしまう。完全にアニメに関連した食べ物を徹底的に調査しようと、シーンやセリフやゴロ合わせ、ソーセージなんてごろあわせですが、そういったダジャレなんか大事だということで、計5回くらいはアニメを見ました。おもに食べ物のことを言って

いたり、食べていたりするシーンを全部抜粋して商店さんがこれだったらいけるというものでしてもらいました。何でもいいから関連付ければファンが喜ぶ、その代りこだわらなくてはいけません。これは象徴的な例ですが、アニメの中でこういうものが出ました。柗つかさの‘きちんとしている弁当’。ミニハンバーグ・卵焼き・空豆と玉ねぎのソテーというメニューなのですが、キャラクターが毎日つくっていくお弁当で、これをお弁当屋さんが再現しました。器もこの為に高いものを使いました。これが飛ぶように売られています。これも萌えてしまうんですね。「ああ、あの時のつかさの弁当だ・・・」というふうに萌えてしまう。こういうところが大事ですね。これで何が伝わったかというと、やっている私達、商工会はオタクだ、あいつらよくわかっているなということでファンも喜ぶます。自分達のことをわかってくれている、アニメを好きでいてくれるというのが大事なのです。この『らき すた』スタンプラリーは通称メタボラリーと言われていたそうです。1日で全部食べてしまうくらいなので本当に不健康だなと思いませんけど。好き嫌いが治ったという人もいます。生モノが嫌いな人も結構いたのですが、鮭屋さんでは鮭を食べないとしょがないので強引に食べたら意外とよかったとか。聖地巡礼する方は20、30代の男性が圧倒的なのですが、彼らにとって鮭屋と言えば廻る鮭屋なのです。この『らき すた』のスタンプラリーをやることによって、強制的に廻らない鮭屋に行かなくてはいけないのですが、『らき すた』のお寿司は1,500円ですというように金額がうたれているので入りやすかったと。普段一人では入れないが、『らき すた』のおかげでカウンターでお寿司を食べることが出来たと喜んでいました。お店の方も普段来ない客層が増えてうれしかったと。食事の時間という滞在時間の長さでお店の人との交流が生まれました。経済的な効果をお話すると、1周約9,300円の負担になるのですが、半年実施して延べ642名が達成しました。一番多い方でさいたま市の方で15周、宮城県の方も15周回りました。その間高速道路を使ったりガソリンを入れたり大変な金額がかかっていたと思います。すごい経済効果を生み出しました。しかしそれ以上に嬉しかったのがファンとの交流です。高速道路料金が1,000円になる前からお金をかけて地方から来る人も多く、たとえば宮城県だったら萩の月をお店に持ってきたりだとか、お店のご主人も何かサービスしたりだとか、さらにお店のご主人がどこか旅行にいったらそのお土産をファンにあげたりといった交流も生まれました。TV東京の人気番組、‘田舎に泊まろう’は有名人がアポなしで家に泊まって次の日にボランティアでお礼をするのですが、それがこの町でもリアルに起こっています。たとえば電車がなくなってしまったという人がいて、実は鷲宮には宿泊施設が無くラブホテルが3件あるだけなのですが、さすがにそこにはとまれないだろうということで鮭屋の座敷やラーメン屋の座敷に泊めさせてあげた人数は結構な数になります。次の日ご飯を食べに行くと若い男の子が割烹着を着て注文を聞いている。どうしたのか尋ねると、昨日泊めさせてもらったので注文を取っていますとの答えでした。お店の人はやっていけとは言わないのですが、自主的に貢献している。ご主人とファンがカラオケに行ったり飲み

いったりともはや客とお店の人といった領域がなくなってきています。『らき すた』をきっかけに鷺宮が好きだったり、鷺宮のお店の人が好きだったりという交流が生まれたのが経済効果よりも大きいのではないかなと思います。アニメの放送終了から2年経っていても、未だにたくさん人が来ます。一番象徴的だったのが、鷺宮に住んでいる双子の姉妹の誕生日が7月7日の七夕なのですが、今年は火曜日という平日にも関わらず300名くらいが神社にきました。誕生日だからと。架空の彼女たちを感じたいがためにです。火曜日は神社横の大西茶屋はお休みしているのですが、何か来るんじゃないかとソワソワしていました。ケーキを70個くらい用意したのですが、300名きましたのであつという間になくなりました。せっかく来ても神社行って大西茶屋に行ってそわそわしていたので、それならイベントをやってあげようということで、即興でクイズ大会とか間違い探しなどのイベントをこなしました。ファンの気持ちを大切にしながらも実はよく聞かれる質問があります。

6 ‘萌えフェス in 鷺宮 2009’

この『らき すた』人気は終わってしまうんじゃないか？5年後10年後はどうするんですか？とか取材なんかでも、平日に300人来ているとはいえ一過性のものなのではないのか？と言われていました。事実他の地域では起きてないことが起きているということで、他の地域にはできない鷺宮ファンになってくれた人達が喜んでくれる、そして何より自分たちが楽しめる新たな取り組みを行いました。それが‘萌えフェス in 鷺宮 2009’なのです。『らき すた』だけではなく“萌え”とか“痛い”とか、“痛い”とは最近オタクの人たちが表現する痛々しいということなのですが、車にアニメのステッカーを貼ったものを痛車と言ったりします。痛車とはもともとはイタリアの車のことなのですがそのゴロあわせで、“痛い”車で痛車ということですが、この痛車が鷺宮に非常に多く来ています。それならば“萌え”と“痛い”をテーマに何かやろうということで、1か月半で‘萌え度セレクション’‘鷺宮痛車祭り’‘萌え川柳 狂歌コンテスト’‘鷺宮の中心で萌を叫ぶ’‘×クイズ’を思いついて実施しました。非常に面白かったのが‘鷺宮の中心で萌を叫ぶ’で、ただ単に大声大会なのですが、立派なステージの上でオタクの人たちが「俺はあのキャラが好きだ〜」とか「結婚したい〜」といった痛々しくも恥ずかしい内容を叫ぶという内容でしたが、これが非常に盛り上がりました。鷺宮町役場の駐車場でこんなことをしてしまいました。こんな痛々しい祭りを町でやってしまう、町もそれをやってしまうというノリの良さです。そして1か月半でやるそのスピード感。何よりもすごいなと我々が思ったのが、普通イベントというと芸能人がきたり、アニメ関連であれば声優がきたりするのですが、全くそういったものがなく2,500人動員しています。司会をしているのも地元のと菓子屋さんの若旦那と埼玉県庁の職員という素人二人でした。何が人を呼ぶかということ、自分たちが乗ってきた痛車というもの、自分たち自身で人を呼び寄せてしまう。そして痛々しい萌を叫ぶ。有名人を呼ばなくて

もこれだけ人が呼べて、かつ『らき すた』に全く依存しないお祭りになりました。ここでみなさん、痛車の横には嫁と呼ばれるドールが乗るのですが大体いくらかご存知でしょうか。これは 60 万します。ちゃんとブラジャーもしています。通販で買うらしいです。これが驚宮です。これを町舎の駐車場でやってしまっていますが、これも町長は笑って認めてしまう。このお祭りオタクの方々が多いかと思ったら 7 割くらいが家族連れです。地元住民が非常に多かったのです。そういった意味でも非常に良かったと思います。

司会:新谷大輔さん

ここまでお話をうかがっていて笑いつづけておりました。僕もこういう車 2 回くらい見たことがあります、本当に痛いなと感じていました。私もマンガやアニメは好きですがこういったところにはなかなか入り込めずにいますが、一度驚宮にも行ってみたいと思います。

ここで楽しいお話を伺ってきましたが、ちょっとこれだけは聞いておきたいですとか、感想でもよいので何かあれば。

7 質問コーナー

質問 1 私の会社の隣に座っている新入社員がたまたま驚宮の子で、今日驚宮の話聞きに行くといったら、杉並まで来て話をするなんてとすごくビックリしていて、地元住民のかたは『らき すた』のことは知っていても商工会の人がやっているなんて全然知らないでいます。質問がありまして、継続的に皆さんに来ていただくために取り組みをされているということだったのですが、たとえば‘萌えフェス’をやるに際し、どういったツールでファンの人達に商工会からお知らせをしていたのでしょうか。

答え

最初の取り組みをするときに、インターネット上の 2 ちゃんねるで炎上してしまったという経緯がありまして、実は当初私自身が関係者だと名乗らずに書き込みをしたり情報を聞いたりしていました。2 チャンネルは嫌な情報も多いのですが、情報発信に有効で、その 2 ちゃんねると mixi を意識した商工会のホームページの活用です。ネタになるような事をしのばせつつ、mixi をやる人は日記のネタを探しているので、そういったネタを一つのイベントの中に入れることによってネタがネタをひろって日記にしてくれる情報が広がるといった形で、チラシベースなどは全く無く、すべて自分たちのホームページを手段としています。

質問 2 お二人をお見受けすると、商工会にいらっしゃるくらいですから真面目なサラリーマンだったのかなと思うのですが、今見ますとアニメの世界から飛び出してきたようなキャラクターに見えるのですが、それほどこのイベントに心から入りこんでいった

から変わってきたのでしょうか。本当は真面目な方だったのでしょうか。

答え

そうですねといたいところですが、我々は素でやっています。大西茶屋という茶屋を商工会で直営しているというのも、チャレンジ的に青年部の人たちとボランティアで改修しまして、お金をかけずにメニューから作り方まで自分たちですべてやっています。今はパートさんを雇い入れています。そしてもともと勢いで行動する人間で、たまたま『らきすた』で脚光をあびましたが、根本はわかりません。

行政もそうなのですが公の団体はやってもらなくても給料は変わらないです。もともと営利をもとめてないというか、非営利団体なので営利をもとめてはいけないので、大西茶屋はグレーゾーンなのですが、5時に帰ろうが遅くに帰ろうが給料は同じです。やってもらなくても同じなら楽しい方がいいじゃないかということでやっています。当初『らきすた』をやるときも大変なマイナスの報道があったので、例えば『らきすた』ファンが小さい子にいたずらをしてしまったなんていう報道がされたときにはそれを支援している商工会は大変なことになってしまうということで坂田と二人でこれが失敗したらクビだよと本気で話した覚えがあります。もともとまちを盛り上げようと思ってやったことではなく、来てくれるファンを満足させようという観点が今も根底にあります。

無計画にやっているようですが、今日はお手元に資料・年表があるのでそれをみると年中何かやっているんです。年中やっている中で商工会としては総会的な会があるのですが、その中で事業計画というものをきちっとした形で出してみなさんの議決を得るわけです。その8割ぐらいが事業計画に入っていないものです。あとからやつけていっても綱渡りでも、それだけ喜んでもらえることに喜びを感じます。年中怒られたり文句を言われたりしていますが全然平気です。

質問3 私も実は萌えではないのですが、2年くらい前にやっていた松本清朝原作の砂の器のドラマにはまりまして、その舞台が島根県や大田区蒲田など物語の中に色々出てくるロケ地に飛行機で4万円かけて3泊4日で行ったり、非常に萌える方々や聖地に行って感動される人々の気持ちはわかります。ここで少しいじわるな質問なのですが、今もマンガの物語は続いているということですが、その連載が終了した後の展開はどうされるおつもりでしょうか。

答え

『らきすた』が終わっても『らきすた』ファンは鷲宮神社に来るのではないかと思います。今は300人とか500人という人数が一人二人になっても受け入れるつもりです。ただ、それだけでは我々もまちを盛り上げるという目的がありますので、ここで打ち

合わせをしたかのような展開ですが続きの説明に入ります。これがおそらく質問の答えになるかと思えます。

『らき すた』が終わった場合、というか終ってなくてもやってしまうのですが。驚宮 物語というオリジナルコンテンツの制作・発信がその一つです。やはり『らき すた』が終わったらどうするのかということはよく言われますが、終わってからあるいは落ち込んでから何かやろうとすると悪あがきになってしまいます。上向きの状態のときにさらに何かをやっていくということが大事です。そんなときにたまたま 2008 年の 8 月に驚宮町で地域のドラマを撮りたいという怪しい電話が入りました。その方が自分の携わった作品の DVD を送りますと行って送られてきたのが‘野ブタをプロデュース’という日本テレビのドラマでした。ふたを開けてみたらなんと北川さんという大物の演出家で、そんな方が驚宮でドラマを撮りたいなんて。新たな魅力を発信するためにはどうしたらいいのか、アニメファンを喜ばせて尚且つ北川さんの技術を使って解決する策はと考えると思いついたのはアニメを応用するということでした。アニメファンだからアニメを、さらに動画はプロの技術で格好よく見せる。そして内容はエヴァンゲリオン・ガンダムやアルマゲドンとか映画をもじったものもありました。驚宮町商工会のホームページから見られるようになっていきますので是非見て下さい。12 分くらいの動画で内容はアニメのもじりで出演は我々や商工会長や局長、そして撮ったのはプロというなんだか分からない状態でやりましたが、結果埼玉県が運営しているスキップシティチャンネルという動画サイトがあるのですが 1 か月で 12,000 件の再生数がありました。ちなみにスキップシティの過去最高が年間で 5,000 件だったそうです。それを 1 か月で超えました。素人が出演して。動画を見ていただければ分かりますがひどい演技です。プロの手にかかると演出でうまくみせてくれるんです。これにファンが食いついて 12,000 件です。この数字をもとに、驚宮は本当にお金がないので国にすぎるしかないんですが、そこで中小企業庁に「こんなにすごい反響があるので、来年ももっと盛り上がる大作を作りますので補助金を下さい。」と言ったら 800 万円支援して頂きました。ということで、地域発短編映画『驚宮 物語』を同じスタッフで、9 月 1 日から 7 日の間に撮影が行われました。今回は我々は脇役で少し出ますが、プロの俳優さんが出ています。約 40 分から 1 時間の短編の映画になると思います。驚くことに北川さんの怪しい電話から 1 年で 12,000 件の再生数と 800 万の予算を得て映画の製作にまでこぎつけました。ここにいくつか映像がありますが、痛車に乗ったオタクの人々がリアルにストーリーに出ているたり、町長、商工会長、局長、祭興会というお祭りの団体、地元の青年部なんかは演技をしています。だいたい俳優さんが撮影した風景美なんていうのはよくあるとおもうのですが、驚宮は人が魅力的なので俳優を地元住民たちと絡ませました。驚宮の良さは人なんだ、人が面白いんだということでリアルに俳優さんと演技を交わしたのが魅力であると思います。この映像が 2010 年 3 月全国映画館で公開予定・・・? といった感じで、いよいよお金がなくなってきて上映するお金があるのかといった感じですが、一応映画

なのでまず鷺宮で先行上映、そのあと都内、そのあと杉並、そしてそのあとカンヌと(笑)。これが質問の答えになっているか分かりませんが、『らき すた』に頼らずファン巻き込んで町を盛り上げていこうということです。

当たるかどうかは分かりませんが、コンテンツの取り組みということはすでに始めていまして、松本がもう一方でロケーションサービス、フィルムコミッションで活発に動いています。色々なコンテンツというものにチャレンジして、『らき すた』のノウハウでマスコミの利用、巻き込み方を培った。マスコミの方々を企画の段階から巻き込むことによってPRに全くお金がかからなかったり、ファン自体に取り組みに加わってもらったりしていることで、その方たちがmixiで情報発信をしてくれています。2ちゃんねるで、たたかれ、週刊新潮にもたたかれました。鷺宮がたたかれても誰かが傷ついたわけでもなく、誰も損していないたときは逆にチャンスです。遷都くんなんかもそうだと思いますが、傷つくことのない悪いイメージはひっくり返すと大きなチャンスだなと思って、2ちゃんねるで叩かれるのは結構心地よく感じています。ファンと事業主との交流ということで、大きなものが9月にあったお祭りです。千貫神輿というばかりでかい神輿の隣に『らき すた』神輿というのがあります。150名大真面目に担いでいます。担ぎ手は北海道や愛媛の方からも応募がありました。ネット枠は1時間で締切でした。プロの神輿の最後のコメントがすごかった。「おめーら、『らき すた』に負けてるんじゃないねえ。」でした。見ていてうれしかったです。ドイツの方も担いでいたり、国際的でした。高さが合わないのに担いでいるんだかつかまっているんだか分からないのです。

我々が好き勝手にやったり、思いつきでやられていられる秘密ですが、上司の理解が非常に大きいです。われわれの業務のサポートをしてくれたり、仕事を代わってくれたり、そして部下の意見を尊重してくれて一緒になってアホなことを考えています。一緒に悪乗りするお茶目な事務局長で“痛車”ならぬ“痛チャリ”にもまたがったりします。さらにその上の会長は「いつも好きなことをやれ。おれが責任とるから思い切ってやれ。」とってくれて、会長もお茶目で痛いジャージを着て新聞の取材を受けてしまうこともあります。

うちの場合事業計画がなくてイコール報告書で、報告書もまともに書いてなかったりしますが。思い立ったらやっつけてしまおう。どうせやるなら良いものを。同じお金を使うならより喜んでもらえることを。事業計画に予算が付いていても民主党じゃないですが、意味ないと思ったらやめてしまうこともあります。時間が無いという状況も楽しみながらやっています。継続しているポイントは交流です。細かいポイントをたくさん挙げましたが、今回のこの一連の流れを一言で言うと、“ノリ”です。ノリが悪乗りだと思われられないのは、我々は必ずおもてなしの気持ちを持って取り組んでいて、来てくれた人に喜んでもらう、町の人に喜んでもらう、商店の人によるこんでもらう、そのためにはどうするのかというおもてなしの心が伝わっているからだと思います。必ず伝わります。ありがとうございました。

司会：新谷大輔さん

最後も何が必要かということで“ノリ”ですと言いきってしまうところがすごいなと思いました。私の感想を述べさせていただくと鷺宮を愛しているんだなということを感じました。町づくりには自分の町に対する愛が必要なのかなと改めて思いださせられました。私は杉並区民ではないですが、杉並でこういったことをやっているというのは、杉並をよくしたいという気持ちがあるからじゃないかなと思っているので参考になればなと思っています。この中に杉並で町づくりに関わっている方、関わろうとしている方色々な方がいらっしゃるの質問や感想など受けたいと思います。

質問4 私はアニメから鷺宮を知った立場なのですが、2点質問があります。町民からの反発はあったかということと、ファンのマナーはどうだったかということです。

答え

住民の方の反対は直接我々のところにきたのはメールで1件だけでした。大きな反発はほとんどなかったです。マナーですが、最近の話ですと萌えフェスというイベントの後にみんなでゴミ拾いをしようという時間を設けました。すると終わったらゴミが全く落ちてない。大きなイベントをやったあとに一切ゴミが落ちていません。皆さん絶対拾って帰ります。痛車の人達もゴミは絶対捨てていかない、落ちていたら拾って帰ります。そして町に車を止めさせてもらっているということで、自主的に集まってごみ拾いをしてくれることもあります。先々週は我々と一緒にコスモスロードの草取りをしてくれました。非常にマナーが良くて、一般住民向けのお祭りもやるのですが、むしろそちらの方がマナーが悪いなと思います。そして義理固いので商店の方との会話もすすんでしています。商店の方から地域の住民の方にもマナーがいいといった話は伝わりますので今現在は批判的な声は我々の耳には入ってきていません。

質問5 通常の組織であればトップの方は事なかれ主義で余計なことはするなという方が多いでしょうし、社員の方も残業代も出ないのであれば余計なことはせずに5時に帰ろうという雰囲気であったり、予算規模も7,000万円くらいだとすると繰り越しもなく資金も厳しいと思うのですが、上司の理解があれば新しいことへの取り組みもできると思うのですが、もしそれがなかった場合は実現できたと思いますか。そしてどうしたら実現できるでしょうか。

答え

計画にない事業をおこすことはできると思いますが、必ず予算の問題にぶつかります。その時はマイナスでも必ず支出に合わせて別の事業でなんとか捻出する仕組みをいつも考えています。半官半民の部分があるので、税金の部分でやってよいのかどうか、会員さんの会費を使うという部分もあるので、できるだけ理由付けをもってやるようにし

ています。

質問6 お二人が同じスタンスで仕事をしているのは伝わりますが、他の職員のかたはどうですか。

答え

自分の時間・体を犠牲にしてやっている姿を職員みんなが目の当たりにしているので、事業を手伝うというよりも松本・坂田を手伝おうといった雰囲気になっています。本来自分がやらなければならない本業の部分まで自らサポートしてくれています。

質問7 全くつてもなく、ましてやその商店街を盛り上げる使命もないような一般人が突然自分の住んでいる町の町おこしプランを思いついてしまった場合はどうしたらよいでしょうか。

答え

まずは地元の商工会にお話するのが良いと思います。NPO の地域振興をやっているような団体に相談していただくのが良いとおもいますが、鷲宮はおもしろそうだったら何でもやってしまいますが。

質問8 自分はそれにたいしてお金を出せる立場ではないので、そんなことをいってお金はどうするつもりだというふうにいわれるんじゃないかなとおもうのですが。

答え

自分たちは何かやるときに無理に商店さんを誘わないようにしています。付き合いで参加してもらうようなこともしません。一人二人でもやってくれるひとがいれば、それを見た人が乗ってきます。もしいい案があれば、それを実現できそうな店舗1店舗とお話をして、そこで成果が上がればひろがってくる可能性もあると思います。

質問9 ポスト『らき すた』で『鷲宮 物語』というのをやっているということでしたが、美水かがみさんや角川さんの同意が必要だとは思いますが、『らき すた』の延命と同時に、鷲宮のリアルな地域をからめていくような仕掛けとか、現状拡大するような方向性の検討はされなかったのでしょうか。

答え

単純な希望というか要望としては、もっと鷲宮を扱ってほしいというのはありましたが、ファンの方や角川の方とやり取りをしていくうちに、我々は地域が大事けれどもファンの方や角川の方は『らき すた』が大事なのであって、そのイメージを崩すのが一番いけないことだと気付きました。あえて今までのストーリーの中から地域のお店が無理やり出て来るとするのはアニメのイメージを壊してしまうことであって、ファンや角川さんにとっても裏切りになってしまいます。商店街としては『らき すた』のイメージを壊さないように大事にしてやっていこうという考えに今はなっています。地域がいき

なり倒産するようなことも、我々が利益を求めないといけないといったこともないですが、一方角川さんは営利会社であって利益を出さなければいけない。そしてコンテンツがその利益の種であって一番作品のイメージを大切にしなければいけない立場であるので、本当はやってほしいですが無理な露出は要求してはいけないと思っています。もしやるのであれば別の作品でと考えています。

最後にお二人に是非杉並区に対して提案などあれば一言ずつお願いしたいと思います。

今日ここに来る前に1周回ったのですが、商店もおもしろくて雑貨屋さんも最高でアニメミュージアムにいったら一人ではまってしまいました。コンテンツもあふれているいい街だなと。ご提案というかお願いとしては、映画を流してほしいなということと、良いアイデアは誰であろうと通るとの間口を広げること、まずそこからだと思います。

どこにチャンスが巡ってくるか分かりません。我々はまぐれだと思っています。『らきすた』とはラッキースターの略なのですが、本当にラッキーな幸運の星がまいこんだなと思います。

月給制で働いているような一職員でプロではありませんので、提案なんておこがましいと思いますので、今日町を歩いてみて何かいい提案があれば手塚さんやみなさんを通してあらためて提案をさせていただきたいと思います。

< 活動年表貼付 >

鷺宮町・幸手市における「らきすた」をきっかけとしたまちおこしの展開経緯

ファンの動向	まちおこしを主導した中心的主体	年月	主な出来事
黎明期	商工会による 土壌整備	2004年1月	角川書店の月刊ゲーム雑誌「コンプティーク」に4コマ漫画「らきすた」連載開始。
		2004年4月	鷺宮神社鳥居横にある古民家を商工会長が門前町活性化につながればと改修事業を立ち上げる。
		2005年3月	鷺宮神社横の古民家改修完了。「大西茶屋」としてオープン。
旅先開拓	ファン主導による 旅先開拓	2007年4月	アニメ「らきすた」テレビ放送開始（～9月）。オープニングの一部に鷺宮神社の鳥居と大西茶屋が風景として柊かがみとともに描かれる。 ファンが鷺宮神社へひっそりと訪れ始める。
		5月	5月4日、らきすたTVアニメ化記念FanBook「おっかけ！セーラーふく」(同人誌)が発行され、鷺宮町を含むアニメのロケ地が紹介される。
		7月	『月刊ニュータイプ』(角川書店)8月号の付録「らきすた」的遠足のしおり」(両

角川書店主導によるイベント開催		面ポスター)にて鷲宮神社が作品の舞台であると紹介される。
		このころからファンが鷲宮神社へ大勢訪れるようになり、キャラクターを描いた絵馬を奉納したり、写真撮影をしたりする様子が多く見られるようになる。
		隣接する久喜市在住者のホームページに「オタクの人が鷲宮神社に集まっていて治安が心配」との書き込みがある。これを見た産経新聞が鷲宮商工会に取材。その記事がインターネットニュースに掲載される。
		こうした状況を受け商工会事務局が、神社で来訪者にヒアリングを開始。のちにボランティアスタッフのリーダーとなる人物と出会う。
	8月	報道された絵馬や神社の様子を見に、アニメファン以外の来訪者も増える。商工会事務局スタッフ、2ちゃんねるの「神社 OFF」のスレッドにて鷲宮土産のあり方などについての意見を求める。
	9月	アニメ「らき すた」テレビ放送終了。
	9月	商工会事務局、アニメ「らき すた」について調査、角川書店に連絡を取る。企画書を作成し、角川書店へ持っていくことに。
	10月	商工会事務局スタッフ、同会副会長の三名が角川書店本社にて打合せ。角川側から鷲宮町でイベントを開催してはとの提案がある。
	12月	12月2日、イベント「「らき すた」のランチ&公式参拝 in 鷲宮」(企画：らっきー ぱらだいす、主催：鷲宮町商工会、鷲宮町商工会青年部)を開催。3,500人が参加。
		12月3日、「桐絵馬形携帯ストラップ」第一次販売。町内17店舗で計1,000個を販売、開店30分で完売。
	「鷲宮町平成19年歳末大売出し」(12月1日~9日)のスクラッチカードに「らき すた」のキャラクターが使用される。	

イベント参画	商工会・商店によるイベント展開	12月	12月20日、「桐絵馬形携帯ストラップ」第二次販売。町内43店舗で3,000個を販売、開店1時間で完売。 らきすたTVアニメおつかれさま舞台紹介FanBook「おっかけ！セーラーふく」2007まとめ(同人誌)が発行され、舞台となった場所が詳細に紹介される。 この頃から新聞等メディアで鷲宮町が盛んに取上げられるようになる。
		2008年1月	正月三が日に鷲宮神社を訪れた参拝者が前年比17万人増の30万人に(埼玉県警地域課まとめの数値) 商工会、「らきすた」ファン向けのグッズを正月用に用意。グッズを求めるファンのために大晦日・正月と商店街が店を開ける。 近畿日本ツーリスト株式会社担当者が鷲宮町商工会を訪問。4月の「イベントアクセスツアー」について討議。
		2月	2月10日、「桐絵馬形携帯ストラップ」第三次販売。町内60店舗で8,500個を販売。
		3月	3月30日～4月6日、幸手市商工会と共同でファン対象大売出し「ラッキー SALE」を開催。
		4月	4月1日、「らきすた」登場人物の柊かがみ・つかさ姉妹とその一家(計6名)を1日付で、鷲宮町に特別住民登録。 4月6日、「大西茶屋3周年市「らきすた」感謝祭」の開催(企画・主催:鷲宮町商工会)。町行政との協力により、柊かがみ・つかさ役の声優二人を招き「鷲宮町特別住民票交付式」を行う。これに引き続き、柊一家の特別住民票をファンに先行頒布。 同日、鷲宮神社境内にてファン参加型イベントも開催。合計4,000人が参加。 同日、近畿日本ツーリストと協力し「イベントアクセスツアー」を実施。 4月7日、鷲宮町、柊一家の特別住民票を1枚300円にて頒布。1万枚の限定発行。 4月6日～、町内12店舗が参加して「らきすた飲食店スタンプラリー」を開催。同スタンプ台紙、完食者景品に「らきすた」のキャラクターを使用。
	多様な主体による多角分散期	6月	この頃、土師祭興会の会長から商工会に、「らきすた」ファンがこの秋の土師祭へ参加してはどうかという提案がある。
		7月	7月1日、鷲宮町商工会と北海道大学観光学高等研究センターが共同研究「メディアコンテンツと観光振興(まちおこし)のあり方に関する研究」を開始。 7月6・7日、大西茶屋ならびに鷲宮神社駐車場にて、鷲宮町商工会主催で七イベントを実施。同時に同商工会は神社通り商店街周辺に設置されたフィギュアを探すイベント「俺の嫁を探せ!」を実施。 7月上旬、商工会は大西茶屋にて「らきすたの里」と記された携帯電話用スクリーンシートを600円で販売開始(2種、各250個ずつ販売)。
		8月	8月9日、「柊一家特別住民票」10,000枚を完売。 8月上旬、土師祭興会が9月に行われる土師祭において「らきすた神輿」を登場させることを決定。商工会ホームページならびに大西茶屋ほか町内にて担ぎ手100名募集を告知。3日間で114名の申し込みがある。
		2008年9月	9月初旬、鷲宮町、総事業費300万円で神社通り商店街に街路灯を40基新設。 9月7日、土師祭にて「らきすた神輿」登場。120人以上が担ぎ手として参加。 9月9日、らきすた神輿、鷲宮町郷土資料館に展示される。10月1日現在展示中。 9月7日、らきすた舞台探訪&町おこし応援FanBook「らきすたうおーかー」(同人誌)が発行される。 9月24日、「らきすた飲食店スタンプラリー」(4月6日から開催)を終了。のべ642人がスタンプラリーを完遂。12店舗合計で約600万円の売り上げ。 9月26日、らきすたOVA発売。
		11月	11月5日～12月7日、「鷲宮&萌え川柳 狂歌コンテスト」を実施(WEBサイト応募、大西茶屋設置の応募箱による応募、鷲宮町商工会への郵送による応募)。WEBサイト応募392通、大西茶屋応募370通の計762通が集まる。
		12月	12月20日～28日、「LUCKY SALE」実施。「ハズレ」が出ても、「キャラ入りハズレ」で「らっきーポーカー」のチャンス。 12月31日21:00～、「行く年来る年鷲宮絵馬市」開催。らきすた絵馬型ストラップ

地域社会への受容・周辺地域への活動拡大

		<p>ブ全 12 種類を販売。</p> <p>12 月 31 日～1 月 3 日、鷲宮町商工会×バンダイ「年末年始年越しガシャポン冬祭り」開催。</p>
	2009 年 1 月	1 月 1 日、埼玉新聞特別版、大西茶屋で販売（1 部 100 円）
	2009 年 3 月	<p>3 月 3 日、「鷲宮町商工会の新たな挑戦！まちおこしドラマ「鷲宮 物語（仮題）」～あなたも一緒にまちおこし～」企画案の一般募集開始。鷲宮町商工会と埼玉県産業労働部新産業育成課との共催事業。同日、スキップシティチャンネルにて告知映像「鷲宮 物語～序章～」の配信開始。H 2 1 . 5 までで約 12,000 アクセスを記録。</p> <p>3 月 28 日～、幸手市商工会と連携し、絵馬型ストラップ再販開始。</p> <p>ストラップ販売にあわせ「Happy Eagle コミュニティ」企画を開催。</p> <p>3 月 28 日（土）美水かがみ先生の旧自宅を「きまぐれスタジオ美水かがみギャラリー幸手」としてオープン。</p>
	2009 年 4 月	<p>4 月 1 日～、らき すと神輿が東武電鉄の鷲宮駅に展示される。</p> <p>4 月 15 日～、スキップシティチャンネルにて告知映像「鷲宮 物語～エピローグ～（13 分）」の配信開始。 http://www.skipcity.jp/channel/ord/washi_index.html</p>
	2009 年 5 月	5 月 8 日、「鷲宮町商工会の新たな挑戦！まちおこしドラマ「鷲宮 物語（仮題）」～あなたも一緒にまちおこし～」企画案の一般募集終了。66 通の企画案が集まる。
	2009 年 7 月	<p>7 月 5 日～7 日まで、地元造園業者の協力で短冊をつるすための竹を大西茶屋に設置。</p> <p>7 月 7 日、大西茶屋にてパスデーケーキを販売。「鷲宮神社間違い探し」「柊姉妹 Q さん」を開催。</p>
	2009 年 7 月	7 月 18 日（土）鷲宮町庁舎駐車場にて、鷲宮町・幸手市商工会共催で痛車コンテスト「鷲宮痛車祭り」、M（萌）級グルメ「萌え度セレクション」、大声コンテスト「鷲宮の中心で萌を叫ぶ」などを開催
	2009 年 9 月	9 月 1 日（火）～7 日（月）地域発短編映画「鷲宮 物語（仮題）」を町内にて撮影。
	2009 年 9 月	9 月 6 日（日）昨年に続き土師祭（はじさい）に、らき すと神輿が登場し、ファン約 150 名が担いだ。
	2009 年 10 月	10 月 8 日（木）埼玉新聞創刊 65 周年特別企画として、角川書店と協力し「らき すと特集号」を発行。10 月 10 日には角川書店発行の「コンプティーク 11 月号」に特集号が付録でついてくる。併せて鷲宮町・幸手市商工会が連携し 10 月 8 日～平成 22 年 12 月 12 日まで飲食店を回る「らっきー スタンプラリー A コース」（15 店舗）小売サービス店を回る「らっきー スタンプラリー B コース」（47 店舗）を開催。

（出所）山村（2008）を基に、関係者へのヒアリング結果ならびに参考資料を追加検討して作成。
（参考資料）鷲宮町商工会ホームページ：<http://www.syokokai.or.jp/washimiya/>、みゆる～む伊月 SIDE（2008）