

YouTuber が地域・人々に与える影響についての研究 —「東海オンエア」を例として—

中西 智輝

近年、コンテンツツーリズムという、コンテンツの舞台である土地を訪れる観光行動が浸透し始めており、「聖地巡礼」はその内の一つである。そして「聖地巡礼」はその地域の活性化にも大きく貢献しているという事例が多く見受けられる。本研究では、愛知県岡崎市を拠点に活動する YouTuber 「東海オンエア」が地域密着を掲げ、さまざまな地域活性化の取り組みを行っていることに注目し、「東海オンエア」が岡崎市に与える影響について、地域活性化の側面から、過去のコンテンツツーリズム、聖地巡礼等の事例との比較を行ったうえで明らかにすることを目的とした。

本研究の調査方法として、「東海オンエア」の 1000 万回以上の再生回数を対象とした動画分析、岡崎市にいる「東海オンエア」のファンを対象とした情報収集、岡崎市役所の観光推進課への書面インタビューを実施した。これらの調査結果をもとに、既存の地域活性化の事例と、「東海オンエア」の事例の比較を行った。

動画分析の結果、登場する施設はメンバーが行きつけのラーメン屋や、メンバーの 1 人が経営するカフェ等のメンバーにゆかりのある飲食店が多く、地域活性化でよく取り上げられる観光地などとは異なっていた。人気の動画の企画としては、大食い企画、文理対決、「寝たら即帰宅の旅」シリーズが人気であることが分かった。

次に、ファンを対象とした情報収集の結果、動画分析によって得られた、動画内に登場する岡崎市の施設の多くに、現地に訪れたファンが訪れていることが分かった。また、「東海オンエア」を知る前は岡崎市について知らなかったと答えた方がほとんどであった。東海オンエアの魅力として「地域に貢献している」、「地元の良さを伝えているところ」、「地域に密着しているところ」といった、岡崎市との地域密着に関する回答が多く挙げられており、地元の良さを伝えているという「地域密着型 YouTuber」ならではの特徴が、「東海オンエア」のファンが認知している彼らの良さであることが分かった。

岐阜県飛騨市を舞台としたアニメ映画『君の名は。』の事例との比較により、YouTuber という「人」がリアルタイムにコンテンツの更新を行うことと、現地に行けば会えるかもしれないというファンとの距離感が、今までの事例との違いとして明らかになった。よって、「東海オンエア」が岡崎市での活動によって与えた影響の特徴として、今までの客層とは違った年齢層の人々の来訪を実現したことと「リアルタイムで変化・発展していくコンテンツ」の確立による岡崎市そのものの認知の拡大の成功があげられる。「東海オンエア」のような YouTuber が普段通り活動することで、地域活性化に貢献するといった事例が登場することは、今後コンテンツツーリズムが、地域活性化の取り組みとして、今までの枠にとらわれない様々なコンテンツの登場の時代を迎えることを示唆していると言える。

(指導教員 寺地 美奈子)