

観光資源としてのコンテンツの可能性についてのアクションリサーチ型研究 ～佐世保市における事例を中心に～

研究期間 平成 30 年度～平成 31 年度

研究代表者 板垣 太郎¹

研究分担者 石田 聖²

1. はじめに

本研究は、コンテンツツーリズムによる観光振興の地域経済への影響、CT 消費者の行動やニーズ分析を産官学連携の観点から、長崎県佐世保市を事例に、観光資源としてのコンテンツの可能性について明らかにする。

今日、我が国のアニメやマンガ等のコンテンツ産業は、世界各地で着目されるようになってきている。2000 年代以降、こうしたコンテンツを地域の観光振興に活用したコンテンツツーリズムが注目を集めている。一般に、「コンテンツツーリズム」とは、「アニメやマンガ、映画やゲーム作品、キャラクターなどのコンテンツを契機とした旅行行動、あるいはこれらを活用した観光振興」を指す（岡本 2017, p.10）。近年、我が国でもさまざまな取り組みが全国各地で展開され、産業界のみならず、政策的な関心も高まりを見せている。たとえば、長崎県内が舞台となったマンガ作品を例に挙げても、『坂道のアポロン』（佐世保市）、『アンゴルモア 元寇襲来期』（対馬市、松浦市）などがあり、長崎県内でもいわゆるアニメやマンガの「聖地」を活かした観光振興はますます注目が高まりつつある。また日本のコンテンツ産業は国内のみならず海外にもファン層が多いことから、インバウンド市場の強化にも寄与する可能性がある。

2. 研究内容

コンテンツツーリズムについては、近年、学術的な関心も高まりを見せており、これらをテーマに取り上げた研究会や学会なども立ち上げられている（岡本 2017）。ただし、これまでの既存研究の多くは、全国の成功事例の紹介が中心であり、基本的にはコンテンツホルダーとコンテンツの地域への活用方策事例を示したものがほとんどである。一方で、コンテンツツーリズム振興の初期段階における体制づくりについての研究はそれほど多くはない。そこで本研究は、コンテンツツーリズムを通じた観光振興に着手し始めて間もない長崎県佐世保市をケーススタディに取り上げ、産官学関係者の当事者と密に連携をとるアクションリサーチの手法を用いて、今後のコンテンツ関連産業やコンテンツツーリズム振興に求められる産官学の連携、協力体制を明らかにする。

本研究は、平成 30 年度、31 年度の二年計画を予定している。研究期間内で、佐世保地方創生プロジェクトメンバー、佐世保商工会議所の協力を得、コミュニケーションを図りながら、今後のコンテンツツーリズムの定着に求められる施策や観光ニーズ等の分析を試みるものである。1 年目にあたる平成 30 年度は、「佐世保市のコンテンツツーリ

¹ 長崎県立大学経営学部経営学科 講師

² 長崎県立大学地域創造学部公共政策学科 講師

ズムのさらなる振興に向け何を改善すべきか」を明らかにするため、主に予備調査として先行研究の文献研究や、先進地域におけるインタビュー及びアンケート調査を通じた実態調査を行った。なお現地調査を行った先進地域は、佐世保地方創生プロジェクトメンバー、商工会議所関係者、本学学生らとの勉強会やワークショップを通じて得られた情報を基に選定したものである。以下に、平成 30 年度の成果概要を報告する。

3. 平成 30 年度の研究成果

3-1. 先進事例から学ぶこと

2000 年代以降、全国各地でコンテンツツーリズムの先駆けとなる事例が登場している。具体的には、2007 年 4 月～9 月まで放映されたテレビアニメ『らき☆すた』がきっかけとなり、その舞台となった埼玉県鷲宮町に同作品のファンが自発的に訪問し、その後、地元とコンテンツホルダーとの協力関係が構築され、地域振興にまで発展した事例がある（山村 2013）。鷲宮町は人口約 34,000 人（2006 年当時）の、以前は観光とは縁がない小さな自治体であったが、2007 年の『らき☆すた』の舞台として設定されてから、アニメファンを中心に多くの観光客が訪れるようになった。その後、地元の鷲宮商工会を中心とした地域団体が、著作権者の協力を得ながら、さまざまなイベントを試み、地域とファンとが一体となった観光振興、地域振興にまで発展した経緯がある³。

より最近の事例では、茨城県大洗町でのテレビアニメ『ガールズ&パンツァー』（以下、ガルパン）をきっかけとした地域振興である。『ガルパン』は、2012 年 10 月～2013 年 3 月にかけて放送されたテレビアニメであり、現在も劇場版などの形態でコンテンツが展開されている。アニメの舞台は茨城県大洗町となっており、作品中に街の商店街やアウトレットモールである大洗シーサイドステーションや大洗マリンタワーといった町のランドマークが登場する。近年、ガルパンのファンがアニメ「聖地巡礼」の観光地として人気を博している。作品が初めて放送開始から既に 5 年以上が経過しているにもかかわらず、ガルパンというコンテンツの持続・更新を行っており、たとえば、大洗町商店街に作品の登場人物を描いたパネル設置を行うなど、ファン誘致の環境を更新し続け、今でも多くのファンが町を訪れている。

こうしたコンテンツツーリズムの持続に向けた取り組みとして、大洗町が行うガルパン関連イベントの積極的な展開が挙げられる。これらのイベントには、アニメ放送後に企画されたものと、放送前から行われている地域行事にガルパンをからめ再編したものがあり、その規模も町を挙げてのものや、個別店舗レベルで開催のものなどさまざまである。加えて、アニメ放送当初から実施されているパネル展示、スタンプラリー、キャラクター缶バッジなどを商店会主催で、現在も継続、更新されており、大洗町に着実に根付いている。大洗町がコンテンツツーリズムの先進事例として認知度が高い背景には、まずコンテンツホルダーと地域が協働して、持続的に情報の発信、イベントの更新等ができていた点を挙げることができる。近年、多くのコンテンツが放送され、いわゆる聖

³ 鷲宮町のコンテンツツーリズムについては、山村高淑(2008)「アニメ聖地の成立とその展開に関する研究：アニメ作品「らき☆すた」による埼玉県鷲宮町の旅客誘致に関する一考察」国際広報メディア・観光学ジャーナル No.7: 145-164 を参照。

地巡礼観光がブームになる昨今、いかにして、特定の地域に興味を持ち続けてもらえるか、観光客のリピーターを獲得していくかは焦眉の課題である。

本年度現地調査を行った大洗町をはじめ先進地域に共通している点として、まずコンテンツと地域が協働して継続的に話題の提供・更新ができているという特徴がある。ファンを離さない情報を常に発信し続け、コンテンツと地域のかかわりと維持していくことが、重要なポイントとなっている。次に、作品のファンが当該地域を楽しむための工夫がなされている点を挙げるができる。大洗町のパネル展示、ラッピング列車、飲食店等との連携にみられるように、アニメの聖地巡礼に来た観光客がその地域をコンテンツの舞台（聖地）であることをしっかりと認識できるような仕掛けを地域の中に組み込んでいくこともポイントといえる。さらに、地域住民とファンの両方が楽しめる、あるいは、協力できる環境づくりが必要であるという点がある。調査を実施した大洗町では、商店街の店舗自ら工夫して、リピーターとなっているファンと交流を図り、彼らのアイデアを商品やサービスの展開に取り入れるなど、観光客をひきつけるような工夫を行っている。また地元の祭りである「あんこう祭り」でも作品のファンのみならず、地域住民もこれまでの地域行事としての祭りと変わらずに参加している。このように、地域で新たに入ってきたコンテンツの認知度を高め、普及させるには、地域住民の理解と協力は必要不可欠であるといえる。

3-2. 佐世保市における取り組みと課題

佐世保市は、長崎県北部の中央に位置する都市で、2019年2月1日時点で人口約25万人と、県内では長崎市に次いで2位となっている。1889年に日本海軍鎮守府が設置されたことを契機に、急速に人口が増加し、第二次世界大戦後も米国海軍の進駐や海上自衛隊基地の設置し、軍港としての賑わいを保ってきた。戦後は、佐世保重工業（現 SSK）を中心に、造船工業にシフトしたまちづくりも進められてきた。

同市は県北地区の中核都市で、商業、造船業、水産業のほか、西海国立公園の九十九島をはじめ国内有数の規模を誇るテーマパークであるハウステンボスなどの観光資源を有している。佐世保市の経済の中心である佐世保市中央商店街の取り組みとして、ソフト事業（イベント）としては、「アメリカンフェスティバル」、「YOSAKOI させぼ祭り」、「きらきらフェスティバル」、「SASEBO まちなかマルシェ」などがあり、年間500万人前後の観光客を受け入れる観光都市となっている。近年、国際ターミナルを有する三浦岸壁が整備されたことにより、クルーズ船の入港が可能になった。佐世保市と公益財団法人佐世保観光コンベンション協会による「平成27年 佐世保市観光統計」によれば、熊本地震からの回復やクルーズ船寄港数増加などで観光客数も伸びており、2017年度の寄港回数は84回となっており全国第9位に位置している。

佐世保市は2017年に、横須賀市、呉市、舞鶴市とともに「鎮守府～日本近代化の躍動を体感できるまち～」として日本遺産に認定された。それに伴い、佐世保市でも鎮守府や戦争関連遺産の本格的な観光資源化が進められている。それ以前は、戦争の関連遺産を負の遺産とする印象が大きく、積極的な観光化が進められない状況であったが。日本遺産認定されたことをきっかけに、佐世保市でも鎮守府を観光資源化する機運が高まっている。具体的な活動として、佐世保、横須賀、呉、舞鶴の4市合同で開催された「日本遺産 WEEK」、ツーリズム EXPO ジャパンでの展示、JR九州社内誌への掲載、日本遺産パネル展・写真展などが挙げられる。

現在、佐世保市では、国が進める「地方創生」の流れを受け、平成 27 年（2015 年）9 月に「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定した。その中で、市は 5 つの柱となるプロジェクトを掲げており、佐世保市の総合戦略では「官民の連携」が重視され、民間主導の事業が立ち上がることから望ましいという観点から、市と佐世保市内の主要な民間事業者で構成される「佐世保地域経済活性化推進協議会」との協議の上、平成 27 年に「佐世保地方創生プロジェクトチーム」（以下、PT）が組織された。この PT は地方創生事業の提案、及びその実現に向けた取り組みを推進することを要請しており、総合戦略に掲げられた 17 の具体的なプロジェクトから 4 つを検討することを求めた。

この 4 つの中の一つに「アメリカンタウンプロジェクト」がある。このプロジェクトをさらに具体化した取り組みとして、「軍港（艦船）をモチーフとしたサブカルチャーを活かしたイベント・グッズ開発」が提案されている。これはコンテンツツーリズム先進地のまちづくり事例等を参考に、アニメ（『艦隊これくしょん』）のキャラクターを活用したイベント・グッズ開発を行うもので、まさに佐世保市発のアニメ聖地巡礼にかかわる案件となっている。

PT は、アニメ・ゲームコンテンツである『艦隊これくしょん』（以下、艦これ）を活用した観光活性化について、コンテンツホルダー（著作権元等）との具体的な協議に入ることとし、情報収集・対外交渉の窓口として、PT メンバーを中心とした検討チーム「艦これ分科会」を組織している。この窓口を積極的に活用していくため、平成 29 年 6 月には、株式会社 KADOKAWA を事務局とする一般社団法人アニメツーリズム協会に入会している。同年 8 月 26 日に、佐世保市は『艦これ』でアニメの「聖地 88 カ所⁴」の一つに認定された。

佐世保市では「聖地 88 カ所」認定されたことを周知し、市民の認知度向上、流入人口（観光客誘致）の新しいコンテンツになることを理解してもらいたいという思いから、平成 30 年 3 月 17 日と 18 日の二日間で『艦これ』佐世保鎮守府巡り（以下、鎮守府巡り）を開催している。『艦これ』という作品自体、これまでの企業と連携したイベント（コラボイベント）は多く、ローソン、三越、富士急との協力で実施されてきたが、地域団体と協働してのイベント開催は、『艦これ』にとっても初の試みとなった。

鎮守府巡りの内容は大きく 6 つある。①佐世保での『艦これ』公式スタンプラリー、②『艦これ』グッズ展示と販売、③佐世保バーガーと『艦これ』のコラボレーション、④凱旋記念館（市民文化ホール）での「艦これ音楽祭」の開催、⑤スタンプラリー会場や佐世保バーガー店舗など各所でのスタンド POP の展開、⑥海上自衛隊による展示、となっている。

鎮守府巡り期間中の参加者の推計は、二日間を通して約 9,500 人、スタンプラリー参加者は約 3,000 人となっている。鎮守府巡りスタッフへの聞き取り調査によると、九州内が約 40%（佐世保市からの参加者 10%を含む）、関東圏が約 30%、関西圏が約 20%、

⁴ 正式名称は「訪れてみたい日本のアニメ聖地 88」で、主催団体は日本アニメツーリズム協会である。国内外の日本のアニメファンを対象に行った Web 投票の結果を基に、コンテンツホルダーの理解のもとで、対象地域の自治体等とアニメツーリズムが協議を重ね、聖地 88 カ所の選定を実施している。選定基準の詳細については、アニメツーリズム 88 (<https://animetourism88.com/ja/SenkouKijun>)を参照。

その他東北・北海道・海外（中国、韓国、台湾など）が約 10%となっており、半数以上が九州以外からの参加となっている。さらに、イベント開催中の 3 月 17 日には、さらに 17 日には「Twitter Japan」で「佐世保」という単語がデイリー投稿 11 位にランクインするなど宣伝効果を発揮した。また、イベントの盛況を取り上げた媒体として、テレビ、長崎新聞社や読売新聞社などの各社新聞、アニメ情報誌の「コンプティーク」やアニメツーリズム協会発行の「アニメ聖地 88Waker」などの雑誌にも取り上げられている。

3-3. インタビュー調査

本年度は、コンテンツを活用して観光振興、まちづくりを展開し始めた佐世保市において、今後のコンテンツツーリズム活用に向けた展望と課題について明らかにするため、長崎県立大学経済学部地域政策学科に所属する学生らの協力のもとインタビュー調査を実施した。本稿では、主に日本遺産に登録されている佐世保鎮守府などを活用した「佐世保鎮守府めぐり」を例に、イベントの効果や今後の展望について整理した。

【調査団体 1】

「佐世保市役所」
 調査日時：2018 年 9 月 13 日
 調査場所：佐世保市役所観光課
 調査対応者：佐世保市観光課地域づくりグループ

①「佐世保鎮守府巡り」について

アニメツーリズムのことは知っており、佐世保地方創生プロジェクトチームもアニメツーリズム協会に加入するために動いていたことは知っていたが、元のゲーム（『艦これ』）自体が年齢指定のあるコンテンツであったため、市役所として動くことはできず、民間主導でイベントを行うことが妥当であると考えている。イベントの良かった点として、瞬間火力的に 1 万人ほどの観光客が訪れたこと。そのおかげで、周辺の佐世保バーガーショップ含め、商店が大いに盛り上がった。

一方で、課題点としては、集客数を見誤り、飲食店をはじめ店が混雑していた。そのせいで、行列を前提としていない客は店をあきらめることを余儀なくされたこと。企業との取り決めがあったとはいえ、事前にイベントを告知できなかったことが今回一番悪かった点である。ただし、今後のやり方次第であるが、コンテンツツーリズムは、観光資源の素材としては非常に有効である。『艦隊これくしょん』も今後につなげていきたいコンテンツである。

②今後の展開について

今後期待される取り組みとして、イベント終了後も佐世保バーガーショップとのコラボレーションを続けるなどの、継続して集客する仕組みが構築されていること。今後もこの流れを継続できるようにしていけば、今後も継続して経済効果が見込める可能性は十分にある。ただし、今後もコンテンツ関連のイベントを開催する場合、今回のイベントの反省点を洗い出し改善を図っていくのであれば、行政としても協力していきたい。また、このようなイベントを行うことを地域住民や地元企業にもっと事前に周知すること、イベントについ

て開かれた情報を提供することが重要と考えている。2019 年は、佐世保鎮守府設立 130 周年の節目にあたるため、『艦これ』というコンテンツを活用したイベント等のも企画検討段階にある。今後すべきことは、『艦隊これくしょん』のイベントを実施する「実施団体」を確立することである。現時点で、地方創生プロジェクトの動きは、単年度のみの限定的で単発なものであり、今後動けなくなる可能性も高い。今はイベントや企画を今後行っていくための地盤づくりをしている状態である。

【調査団体 2】

「株式会社梅村組」 調査日時：2018 年 9 月 21 日 調査場所：佐世保商工会議所 調査対応者：株式会社梅村組 梅村尚一郎 様

①「佐世保鎮守府めぐり」について

佐世保地方創生プロジェクトチームに所属しており、せっかく佐世保には旧佐世保鎮守府と『艦隊これくしょん』というコンテンツがあるので活用したいという思いがあった。良かった点としては、想定通り多くの方が佐世保を訪れて楽しんでくれたこと、Twitter など佐世保に対する好感触な投稿が多く見られたことである。一方で、想定していたとはいえ、観光客でごった返してしまったために、グッズ購入やスタンプラリーの台紙配布に時間がかかってしまったことが反省点である。

②今後の展開について

今後も鎮守府めぐりのようなイベントを行っていききたい。しかしながら、コンテンツがかかわってくる以上、佐世保市単独では大規模なイベントの実行が難しいため、ハードルは高いと思われる。今後の地域住民や地元企業に対する働きかけとして、イベントやコンテンツによって人が集まってくれることをしっかりとアピールすること。『艦これ』というコンテンツを越えて、佐世保を知るきっかけとなり、対外的には佐世保市の魅力を発見してもらうこと、地域内では人々に魅力を再認識してもらうことにつながる。

佐世保市は旧海軍工廠後をはじめ本物の遺産があるという独自の地域性があるが、日本の西の端に位置しているため、目的がはっきりしていないと訪れづらい土地であるという点がある。コンテンツツーリズムはいつ立ち消えてもおかしくない危うさがあり、佐世保市ではまだ始まったばかりなので情報も少なく、定着するかどうかを検討する段階にも十分に至っていない。

今後、地域からの理解や協力を得るためには自分たちの思いだけを押し付けないこと。住民と主催者側のギャップを埋めることが重要で、一方的な話になると破談になる危険性は大きいとありうる。コンテンツツーリズム振興を図っていく上で、今後、交通機関や宿泊施設などとの連携、お客さんにスムーズな旅行を楽しんでもらうためには観光の基盤となる産業をしっかりと確保し整えることが大切である。

上記以外にも、佐世保市からの回答として、日本遺産決定以前は旧海軍鎮守府関連の

遺産は、人々に戦争の記憶を想起させるという理由から表立った観光資源として戦争遺産を活用することが困難であったとの回答もあった。そのため、日本遺産決定後は観光資源として活用する動きが出てきており、『艦これ』に端を発する「佐世保鎮守府めぐり」等のイベントは、こうした観光振興を後押ししているといえる。またインタビュー調査を実施した両団体とも今後のコンテンツの活用については肯定的であり、今後も続けていきたいという意欲が見られる。

一方で課題もある。「鎮守府巡り」の際には多くの人々が佐世保市を訪問してくれたことに手ごたえを感じているものの、人が多く訪れて混乱が生じたことを懸念している。また、イベント情報を解禁する時期が遅くなってしまったために、住民に情報を十分提供できていなかったことも課題点として挙がっている。そしてコンテンツツーリズムの持続可能性を確保する上で、継続的な取り組み行っていくためには、いかにして実施団体を確立していくかという点が、行政やイベントを主催した民間団体の双方から共通の課題として認識されており、コンテンツ振興に緒が就いたばかりの佐世保市にとっての課題といえる。

4. おわりに～今後の展望と課題

鷲宮町や大洗町の成功以降、コンテンツツーリズムは地域の観光振興やまちづくりの文脈で注目されるようになってきている。近年、長崎県内でもコンテンツツーリズムが注目されるようになった。これまでもコンテンツツーリズムは観光形態の一つとして存在してきたものであるが、アニメやマンガの「聖地巡礼」と称され、その観光行動が地域の活性化と結びついてきたことで注目が集まったといえる。しかしながら、コンテンツと地域振興の関係性を捉えていく際に、地域の各アクターが構築する協働のメカニズムを明らかにしていくことは重要な作業であるが、その類型化や普遍化は困難な作業である。とりわけ、コンテンツツーリズムにかかる地域振興策は、エコツーリズムやグリーンツーリズムなど一定の蓄積のあるツーリズム形態と比較すると、まだ日が浅いため、その成功と失敗に対する明確な評価基準が無いままに議論が行われているという点は、コンテンツツーリズム研究に伴う課題である。

コンテンツツーリズムに関する実践は、アニメの聖地巡礼ブームなどを受けて、地方自治体や地域の地元企業に受け入れられ、実践が広がりを見せている。その成果に関しては、さまざまな形があるが、観光振興の観点からは地域への経済効果が大きく注目され、それによりコンテンツツーリズムの施策の成功あるいは失敗が評価されたり、それぞれの地域と作品との関係性がメディア等で取り上げられたりするケースが多い。一般に多くのコンテンツ制作会社は東京に立地しており、アニメやマンガを通じたコンテンツツーリズムを地域が展開する場合には、コンテンツホルダーとの関係構築は重要な課題である。当然ながら、これらコンテンツホルダーはよそ者であり、地域住民や地元企業とはスタンスが異なってくる。そのため、当該コンテンツを活用した観光振興においては、コンテンツホルダー側との関係性において、地域のステークホルダーとの利害調整や交渉が重要となってくる。

本報告では十分に言及していないが、地域とコンテンツホルダー（著作権者、制作サイド）との間でのタイアップやライセンス契約のあり方も重要な論点となる。コンテン

ツホルダーにとっては、作品や関連商品が収入源となるため、作品ロイヤリティーの確保や著作権の管理が厳重になる。売れるためには販売機会が重視されることから、大きなマーケットである大都市を中心に展開される。コンテンツの舞台となった地方への配慮は、企業行動として優先順位が下がるのはある程度仕方のないことかもしれない。加えて、アニメやマンガなどのコンテンツを通じた観光活性化、まちづくり施策もいささかブームの感があることも否めない。近年、ブームが衰退したといわれることが多い「ゆるキャラ」⁵同様に、成功したとされる自治体の事例を参考にしつつも、方向性が明確ではなく即時的な施策が増えてしまえば、コンテンツツーリズムも一過性のものとなる懸念もある。実際に、今年度インタビューを実施した佐世保市内の関係団体もコンテンツツーリズムが一過性のものとなりかねない危惧感がないわけではない。なお、コンテンツホルダーと地域との関係に由来するこれらの問題については、大洗町とコンテンツホルダーとの関係も参考になるだろう。大洗町では、商品化等については商工会が要望をとりまとめ、コンテンツホルダーとの協議を行っているが、そのとりまとめに際しては、地域の商店だけではなく、ファンからの意見や要望も取り入れられている。このことは、同地域におけるコンテンツツーリズムを一過性のものとしないうことにつながっている。

現在、「観光振興のためにはアニメ、マンガ等のコンテンツをいかに活用できるのか」という視点からコンテンツツーリズムが注目されているが、それもあくまで施策の一つである。繰り返しになるが、いかに持続性を持たせるのかが議論すべき点といえる。またコンテンツも地域資源の一つに過ぎず、他の地域資源や施策との結節も重要だと考えられる。今後、佐世保市においても、近年の聖地巡礼ブームにとどまらず、長期的な視点でコンテンツツーリズムを活用できる仕組みができるか否かという点が重要な課題となってくる。

その点で、先進地域で見られるようにコンテンツのファンを地域振興の協力者として受け入れることができるかという、ファンと地域とコンテンツホルダーが一体となった体制づくりへの理解と実践を促すことが重要である。まず地域の特性を精査し、中長期的な視点に立ったそこに対応可能なコンテンツを選択して、中長期的な視点に立ったツーリズム施策の構築が求められるだろう。

謝辞

本研究は「平成 30 年度長崎県立大学学長裁量経費研究事業」の一環として実施したものである。本研究に際し、多忙な中、佐世保市におけるコンテンツツーリズムの振興に関して、多くの情報提供や意見交換会に協力していただいた佐世保商工会議所、佐世保市役所の皆様、そして長崎県立大学経済学部地域政策学科の坂口慶君には、資料収集からインタビュー調査に至るまで、本研究に多くのサポートを賜った。この場を借りて関係各位には厚く御礼申し上げたい。

⁵ 高松平蔵「「ゆるキャラ」頼みの地方創生には限界がある」東洋経済オンライン(2017年6月24日記事) <https://toyokeizai.net/articles/-/177232> を参照。

参考文献・URL

- 岡本健 (2017) 『コンテンツ・ツーリズム研究 第二版』 福村出版
- 岡本健(2018) 『アニメ聖地巡礼の観光社会学—コンテンツツーリズムのメディア・コミュニケーション分析』 法律文化社
- コンテンツツーリズム学会編 (2014) 『コンテンツツーリズム入門』 古今書院
- 佐世保市（観光商工部観光課）、公益財団法人佐世保市観光コンベンション協会「平成 27 年 佐世保市観光統計」
<https://www.city.sasebo.lg.jp/kankou/kankou/documents/h27kankoutoukei.pdf>
- 風呂本武典 (2015) 「地方におけるコンテンツツーリズムと自治体との関係—富山・長野を事例に一」 広島商船高等専門学校紀要 第 37 号: 19-30
- 増渕敏之 (2018) 『ローカルコンテンツと地域再生 観光創出から産業振興へ』 水曜社
- 前山つばさ・山本裕 (2016) 「佐世保市の成長戦略～佐世保港の人流拡大に向けた取り組み～」 長崎県立大学東アジア研究所『東アジア評論』 第 8 号: 145-157
- 山村高淑 (2013) 「コンテンツ・ツーリズムの可能性と課題～キャラクターやストーリーを地域で活用する際のいくつかの重要な論点」 都道府県展望 通巻 654: 7-12