

『特撮ツーリズム』が観光業にもたらす影響

ーハワイでの「人造人間キカイダー」、「ウルトラハワイ」を事例にー

○二重作昌満[東海大学大学院文学研究科観光学専攻]・田中伸彦[東海大学観光学部]

キーワード：特撮ツーリズム ハワイ 人造人間キカイダー ウルトラハワイ

1. 背景

現在、フィルム・ツーリズムやアニメ・ツーリズムなど、映像作品を通じて日本の観光地に集客するツーリズム体系が出現している。「漫画」、「アニメ」と並んで、日本のポップカルチャーとして並ぶ「特撮」においても例外ではなく、たとえば東京都世田谷区砧の祖師ヶ谷大蔵では、1966年に放映が開始され、現在もシリーズが継続して作られている「ウルトラマンシリーズ」を制作した円谷プロダクションの旧社屋があったことから、「ウルトラマン発祥の地」として街をPRし、ウルトラマンを通じて観光施策に取り組んでいる。

他にも、宮城県石巻市にある「石ノ森萬画館」は、「仮面ライダー」、「人造人間キカイダー」、「秘密戦隊ゴレンジャー」の生みの親である石ノ森章太郎が生前石巻市を「第二の故郷」として呼称していたことから建設された施設である。2011年3月11日に発生した東日本大震災で、津波が直撃し、施設の一部が損壊するも、2012年11月17日に再開、翌年リニューアルオープンし、現在も仮面ライダーをはじめとする石ノ森キャラクターと共に石巻市のPRキャラクターとして「シージェッター海斗」が使用されている。

さらに、このような「ウルトラマン」や「人造人間キカイダー」をはじめとする特撮キャラクターを地域のPR素材として観光振興に用いられる現象は国内だけにとどまらず、毎年数多くの日本人観光客が訪れる米国・ハワイ州にも見られるようになった。

2. 研究の目的・研究方法

当研究の目的は、上記のように特撮キャラクターが観光地域のPR素材として観光振興に用いられてはいるものの、この観光現象を定義した言葉が現在まで見当たらないことを踏まえ、これを「特撮ツーリズム」として定義し、現象を明らかにしていくことである。そして同時に、現在存続が危ぶまれる「特撮」という日本固有の映像形態を後世に残していくために、観光を通じて「特撮」を世界に発信していく形態を確立していくのも目的である。

また研究方法として、日本時間2014年8月23日から8月28日まで米国ハワイ州・オアフ島を舞台に開催されたH.I.Sによる「ウルトラハワイ」ツアーに参加し、ウルトラマンなどの特撮キャラクターが用いられたハワイのツーリズム現象の現地調査を行った。

3. 特撮の定義

特撮の定義は、庵野秀明氏、樋口真嗣氏による「平成24年度 メディア芸術情報拠点・コンソーシアム構築事業 日本特撮に関する調査」の中で記載されていた、以下の定義を引用する。

「特撮とは『特殊撮影』の略語である。実写のカメラと実景、あるいは通常のサイズの室内セットでは撮影不可能な映像を、さまざまな工夫の組み合わせによって実現可能とする総合的な『技術』を指す。ここでは映画史・テレビ史の中で本来の意味から大きく発

展し、一大ジャンルを形成した作品群と特殊な技術を『特撮』として総称することにする。」

4. ハワイのキカイダーブームの歴史と現地でのローカライズ

ハワイにおける「人造人間キカイダー」の視聴率は放映当初から他の番組を抑え 26% を叩き出し、同年のパールリッジ・ショッピングセンター(当時の呼称、現在はパールリッジ・センター)で行われたサイン会には一万人ものファンが押し掛けた。さらにこの時期には特撮作品など見る年齢ではない青年たちにもブームが浸透し、「キカイダー」の主題歌をディスクで踊るなど、ハワイで社会現象となった。

ハワイのキカイダーブームは 1970 年代以降も衰えることなく、2001 年の KIKU-TV での「人造人間キカイダー」の再放送時には毎回 70% を記録する驚異的な視聴率を記録している。この大ヒットを受けて、「キカイダー：ジロー」を演じた伴大介と次回作の「キカイダー01：イチロー」を演じた池田俊介の両者は「ハワイ名誉市民」の称号を得た。これは、「人造人間キカイダー」を見て育った子ども達が「道徳的に成長した」ということへの評価であるとされている。また、さらに 2002 年 4 月 12 日にはハワイ州知事によって 4 月 12 日が「ジェネレーション・キカイダー・デイ」に制定され、2007 年 5 月 19 日にはマウイ島市長によって 5 月 19 日が「キカイダー・ブラザーズ・デイ」に制定されるなど大きな話題となった。このように世界視野から見て、日本の特撮作品を外国の自治体の責任者が、作品の記念日まで制定した例は「人造人間キカイダー」だけである。現在も日本人向けのハワイ州観光局の HP 内にて「キカイダー」に関するイベント情報が発信され、キカイダーは日本とハワイを繋ぐ存在として観光面での日本人観光客の誘致にも関わっている。

5. ウルトラハワイ

ウルトラファミリー（ウルトラマンタロウ、ウルトラの父、ウルトラの母）とウルトラ怪獣達（バルタン星人、ピグモン）がハワイの魅力を届ける、というコンセプトで、2014 年 4 月 1 日から 9 月 30 日までをキャンペーン期間としたウルトラハワイツアーをオアフ島、ハワイ島、マウイ島、カウアイ島の 4 島にて開催した。また同プロジェクト参画旅行会社 12 社が提供する「ウルトラハワイ」対象ツアーの参加者は、ウルトラハワイオリジナルグッズやホテル宿泊券などが抽選で当たる「ウルトラハワイ」スタンプラリーに参加できた。ウルトラハワイ開催期間中はオアフ島内の各所に 4 体ものウルトラヒーロー達の立像が設置された。ウルトラマンティガの立像が設置された T ギャラリーア ハワイ by DFS において 2014 年 4 月 1 日に除幕式が行われた。設置場所は表-1 の 4 か所である。

表-1 ウルトラヒーロー達の立像が設置箇所

ウルトラヒーロー立像 設置場所	設置されたウルトラ ヒーロー
T ギャラリーア ハワイ by DFS	ウルトラマンティガ
ポリネシア・カルチャー・センター	ウルトラマンゼロ
クアロア・ランチ ハワイ	ウルトラマンギンガ
ヒロハッティ ニミッツ店	ウルトラマンメビウス

またウルトラハワイツアーの参加者限定イベントとして、ウルトラハワイスタンプラリー

ーが実施された。オアフ島、マウイ島、カウアイ島、ハワイ島の4島で行われ、5種類のウルトラシリーズのキャラクター(ウルトラマンゼロ、ウルトラマンティガ、バルタン星人、ピグモン、カネゴン)のスタンプラリーが各島にて設置された。キャラクター3種類でウルトラ賞に応募が可能で、1等の当選者には「ブルマック社製ウルトラマンタロウ(『ウルトラハワイ』完全オリジナル版)」、2等の当選者には「オリジナルラゲージダグ」、3等の当選者には「オリジナルボールペン&クリアファイル」、他に参加賞としてステッカーなどのウルトラハワイオリジナルグッズがもらえる、というものであった。

そして、スタンプ5種類コンプリートでハワイ賞に応募ができ、2014年8月度商品としては以下の商品が当選者に提供された(表-2)。

表-2 ハワイ賞当選商品一覧

ハワイ賞 (8月度商品)	当選人数
プリンスリゾートハワイ ハワイプリンス2泊宿泊無料券	1名
ヒルトングランドバケーション 2泊分無料宿泊券	1名
ドルフィンロイヤルスイム 2名1組無料券	1名
ダックツアー 無料ツアー券	2名
グランドハイアットカウアイ ロゴ入りゴルフ帽&タオルセット	1名
マカロニグリル \$50,00分 お食事券	1名
AVIS レンタカー QUOカード1000円分	5名
アトランティスサブマリン マイクロファイバークロス	250名

6. イベントでのウルトラハワイ PR 活動

2014年6月13日から15日にホノルルで開催された日本とハワイの文化・芸術・芸能を通じた交流を目的とする「まつりインハワイ」にウルトラマンレオ、ウルトラマンティガ、ウルトラマンゼロ、ウルトラマンギンガが参加し、カラカウア通りで行われるパレードやアラモアナショッピングセンター内でのセンターステージなどに登場した。

国内では、2014年7月25日から同年8月31日まで池袋サンシャインシティ展示ホールBにて開催された「ウルトラマンフェスティバル2014」の会場内には、「ウルトラハワイ」専用ブースが設置された。また同会場内での「ウルトラ放送局」において不定期に開催される「スパークドールズ劇団のスパークリング大放送」においても、スパークドールズ劇団団長の用心棒怪獣ブラックキングと、自称大スター・宇宙大怪獣ベムスターにより、先述したウルトラハワイブースのPRが行われた。さらに2014年8月31日午前11時開始の「ふれあいステージ」では、レイを首にかけたウルトラマンタロウと司会のお姉さん、フラダンサーの格好をした宇宙野人ワイルド星人による「ウルトラハワイ」をフィーチャーした子供たち参加型のフラダンスショーが行われた。

「ウルトラハワイ」キャンペーン終了目前の2014年9月27日・28日に東京ビックサイトにて開催された世界最大級の旅の祭典「ツーリズム EXPO ジャパン」会場内に設置されたハワイ・パビリオンではウルトラハワイ・ステージが行われ、ウルトラファミリーに加え宇宙忍者バルタン星人や友好珍獣ピグモンが登場した。

7. ウルトラハワイ参加プログラム

現地調査を目的とし、筆頭著者が参加した 2014 年 8 月 23 日から 8 月 28 日まで行われた「ウルトラハワイ」ツアーの日程は以下の通りである(表-3)。

表-3 「ウルトラハワイ」ツアーの日程 (2014 年 8 月 23 日から 8 月 28 日)

日付	スケジュール
8 月 23 日	日本時間 20 時 10 分成田発、ハワイ時間 8 時 35 分ホノルル着、終日自由行動
8 月 24 日	・クアロアランチ半日アクティビティー (4 輪バギー確約) ・シェラトン・ワイキキ・ホテルにて解散後、終日自由行動
8 月 25 日	ポリネシアン文化センターで夕食、ナイトショー
8 月 26 日	・終日自由行動 ・ショアードランチクーポンを使用し、シェラトン・ワイキキ・ホテル内の「吉屋」で昼食
8 月 27 日	14 時発ホノルル発・成田へ
8 月 28 日	16 時 55 分成田着

8. 研究の現状と課題

「ウルトラハワイ」ツアーに参加してオアフ島内各所で現地調査を行ったところ、各々の場所で先述したウルトラマンの立像とスタンプ台は確認できたものの、それ以外のウルトラマンに直接関係するプログラムは確認できなかった。「ウルトラハワイ」ツアーの対象地以外で挙げるなら、ホノルル国際空港に設置されたウルトラハワイショーケース、商品面ではローカルブランドの「88Tees」のイメージキャラクター、「Yaya ちゃん」とウルトラヒーローのコラボ T シャツ (全 5 種類) が販売されていた位である。以上のことから「ウルトラハワイ」の主役は、あくまでもハワイ州で行われているアクティビティーであり、ウルトラファミリーはそれらを PR する役割を担っていた。

特撮キャラクターを用いて観光振興を行うのを特撮ツーリズムと呼称するのであれば、このウルトラハワイは特撮キャラクターを前面に押し出し地域振興を行っている祖師ヶ谷大蔵や宮城県石巻市とは大きく対照的な特徴を持っていた。「ウルトラハワイ」を当研究で提唱する特撮ツーリズムの枠に組み込むことができるのかが、今後の課題である。

9. 参考文献

庵野秀明 樋口真嗣(2013)「平成 24 年度 メディア芸術情報拠点・コンソーシアム構築事業 日本特撮に関する調査」pp.4

秋田英夫 佐藤翔星 竹内雅彦 (2013)「特撮ヒーローの常識 70 年代篇」双葉社 pp.18-19

吉田伸浩 (2014)「てれびくん 2014 年 9 月号」小学館 pp.53

谷本裕英 (2014)「ぴあ MOOK ハワイ州観光局公式トラベルガイド ウルトラハワイ」株式会社 P.M.A トライアングル