

アニメの聖地が地域に与える影響について

1150422 佐野 佑真

高知工科大学マネジメント学部

1. 概要

本研究ではアニメの聖地をいくつか分類化した上で、シナリオと作品における関連性について把握する。分類化を通してアニメを活用した観光を成功させた竹原市の観光客数の変化を調査し、その取り組み状況と観光客数の変化との関係性について考察した上で、竹原市が舞台となったことにより観光客数に、どのような影響を及ぼしているかを明らかにした。特に、アニメの聖地が地域にどのような影響を与えているのかについて検討した。

その結果、竹原市で開催されるイベントには、既存の伝統的なイベントとたまゆらを活用した新たなイベントを分けて開催している。これにより、地域住民・観光客双方の楽しみ方でイベントに参加することができ、各イベントの共存が可能となる。また、アニメをきっかけに竹原市を知り、伝統的なイベントにも参加してもらうことで世代間を超えた長いスパンでの観光客の増加に繋がると考えられ、アニメを活用した観光を行う場合地元の方の理解を得ているかどうかで、その後の集客率は大きく変化する事が明らかとなった。

1.2 背景

近年、テレビのアニメや漫画などの媒体において、実在する地域を舞台として描くことが多くなってきている。その傾向を受けて、2007年頃から舞台となった地域に観光に行く「聖地巡礼」と呼ばれる行為が若年層を中心に流行し始めている。このことから、特に、観光客数が伸び悩んでいた地域においては、過去行われていたような大河ドラマなどを活用し団塊の世代や高齢者を対象とした観光・地域振興だけでなく、これまで余り注目されていなかった若年層にも目を向けた地域活性化手法を検討する段階にきている。その中で、サブカルチャーを用いた地域活性化手法は若年層への訴求力が高く、若年層の直接的な観光客数増加が見込めるだけでなく、若年層が成人になった場合に次世代にその地域の良さを伝え次世代以降の観光客増加への発展性も考えられる。

サブカルチャーを用いた地域活性化手法は、アニメ「たまゆら」の舞台である広島県竹原市や「ゲゲゲの鬼太郎」で商店街

振興を行っている鳥取県境港市などがあり、国内外の多くの観光客の集客に成功している。最近ではアニメの舞台となった地域も観光客数を獲得するために様々な方法でPRするようになってきた。しかし、観光客数が増加した事例とあまり増加していない事例が出てきており、サブカルチャーを用いた地域活性プロジェクトの中でも格差が現れている。その中で、広島県竹原市の地域活性プロジェクトの成功要因を調査することは、他県においても若年層、県外観光客を集客するプロセスを明らかにすることであり、今後の県の観光業の発展に貢献できる可能性が考えられる。

【2014】都道府県別アニメの舞台・聖地

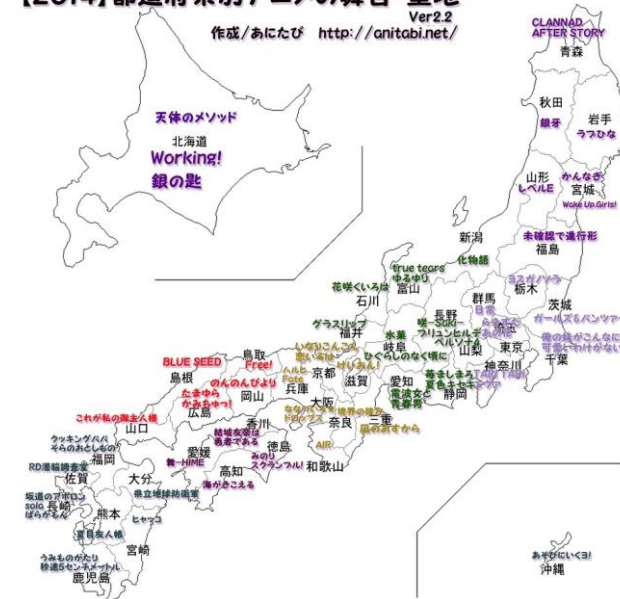


図1 全国47都道府県に存在するアニメ聖地一覧 (<http://anitabi.net/blog/2014/09/2014anime-seichimap.html>(最終閲覧日:2015年1月28日)より引用)

1.3 目的

本研究の目的は、アニメの聖地が地域にどのような影響を与えるのかについて明らかにしていくことを目的とする。具体的には、広島県竹原市・石川県七尾市などの実在の地域がメディア化され観光客数が増えた例を参考に、ヒアリング調査を行い、アニメが地域と観光にどのような影響を与えているのかを考察する。

1.4 手順

アニメの舞台として描かれた地域が実名で登場しているかについて調べるとともに、聖地についての分類を行う。次に、実名で登場した場合、観光客数の増減に影響しているのかについても調べる。また、竹原市のそれぞれの事業主体よりイベントや町並みの観光地化に関する資料(企画書、観光客数の推移結果等)を入手し、イベントの目的、内容、結果を把握する。竹原市の町並み保存地区に関しては、実際に保存地区を訪れ、竹原市の町並み保存地区の観光地化について理解を深める。最後に、事業主体である NPO 法人ネットワーク竹原へヒアリング調査し、アニメの動向と竹原市の市の働き、観光客数の関係性について分析することで、広島県竹原市が若者を継続的に集客できた要因を明らかにする。

2.結果

2.1 アニメの世界における聖地巡礼について

本来「巡礼」とは、宗教において重要な意味を持つ聖地に赴く宗教的な行為のことであり、視覚的にもそれ以外の場所から区別されるようになってきているという意味である。しかし、アニメの世界ではドラマや映画、近年では漫画・アニメ・小説(ライトノベル)などの物語の舞台となった場所を「聖地」と呼び、実際に訪れ、憧れや興奮に思いを馳せることを「巡礼」と定義している。また、それまで通りの風景をほとんど変化させることなく、なんらかの謂われを付加させるだけで成立している。

2.2 景観についての分類

全国のアニメの舞台となった地域について(図1参照)、アニメ作中での地域の扱われ方の違いを2つのパターンに分類した。1つめは、実際に地名は表記されないが風景が、類似している箇所が多いため聖地とされているパターン(1)と、実際にアニメ作中でも実在の地名が表記されるパターン(2)である。(2)の場合、実際に地名が表記されているため、舞台となった地域でイベントが開催されるなど、その地域に利益還元がされやすいという特徴が挙げられる。

(1)の例としては、石川県七尾市、特に湯涌温泉が舞台となった「花咲くいろは」(図2参照)、(2)の例は広島県竹原市が舞台となった「たまゆら」(図3参照)がある。



図2 パターン(1)「花咲くいろは」の比較画像

(wiki.livedoor.jp/lsh_er/d/TV(最終閲覧日 2015年1月30日)より引用)

パターン(1)の場合、実在の建物の名前や形などぼかして表記されることが多い。



図3 パターン(2)「たまゆら」の比較画像

(<http://rainbow.sakura-network.jp/seichi/tamayura.html>(最終閲覧日 2015年1月30日)より引用)

パターン(2)の場合は、実在の建物や名前ははっきりと表記されることが多い。

2.3 景観と作品の関連性について

(1)のパターン「花咲くいろは」では、地名は違うが地域の文化を取り込むなど、景観と作品は関係しているが、地名表記がないので視聴者に舞台となった地域が認知されづらい。

(2)のパターン「たまゆら」では、竹原市の地域特性を生かしながら作品が進行していくので、景観と作品は大きく関係している。また、こちらのパターンでは、実際に地名が表記されているので視聴者に舞台となった地域が認知されやすく、観光客の増加にも貢献していると考えられる。

2.4 三点からみた比較

2.2項で分類した2つのアニメを①「風景の取り上げ方」、②「市との連携」、③「開催イベント」の三点から比較しパターンによる違いを見つける。

	花咲くいろは	たまゆら
風景の取り上げ方	<ul style="list-style-type: none"> 地名の表記はされていない 作中に地域の文化を取り込んでいる 	<ul style="list-style-type: none"> 地名の表記がされている 作中に地域の文化を取り込んでいる
市との連携	<ul style="list-style-type: none"> アニメに登場したお祭りや『湯乃鷺駅』の再現 金沢名所案内に起用 市の公式HPでは、紹介されていない 	<ul style="list-style-type: none"> 市役所前に看板を設置 商店街のイベントに起用 登場キャラクターの銅像設置 市の公式HPで、紹介されている
開催イベント	<p>開催イベントが新しく作られた場合が多く、最初は集客率があまりよくない。反響を呼ぶまでに多少の時間を要する。</p>	<p>開催イベントは伝統的な既存イベントと合同で行われる場合もあり、集客率は比較的良い。人が集まりやすく反響を呼びやすい。</p>

図4 風景、市との連携、イベントの観点から見た比較表

その結果、地名が表記されているパターン(2)は、実際に地名が表記されているので行政との連携も取りやすく、市の公式ホームページでの紹介記事や観光マップが掲載されているため気軽に観光に赴くことが可能である。また、開催されるイベントに関しても伝統ある既存イベントと合同で行われる場合もあり、開催初年度からある程度の集客率を見込むことができる。これに対してパターン(1)は、地名が表記されていないので行政も舞台であると把握できていない場合もあり、連携が取りづらい。また、開催イベントも新規で企画されることが多く開催初年度は、あまり集客率を見込めず、反響を呼ぶまでに多少の時間を要する。

3. NPO 法人ネットワーク竹原へのヒアリング調査

本研究では、竹原市がアニメに対してどのような連携協力を行っているのかを明らかにすることを目的に、NPO 法人ネットワーク竹原にヒアリング調査を実施した。ヒアリング項目は以下の3点を中心に行った。

1. 観光客層に変化はみられたか
2. 各関係者との連携について
3. イベント、開催場所に関して

【1】観光客層に変化はみられたか

OVAが発売された2010年6月～7月頃から「たまゆらの日」を皮切りに、客層は20～40歳代が増えた。これにより「雛めぐり」での観光客増加に加え「たまゆら」でも観光客が訪れるようになった。また、町並み保存地区自体の風景には変化はみられない。

【2】各関係者との連携について

2010年～2011年は松竹とNPO法人ネットワーク竹原が主としてイベントを運営しており、2010年のイベントの反響で商店街・市役所がイベント運営に参加するようになった。しかし、NPO法人ネットワーク竹原と商店街は比較的連携が取れているが、市役所・商店街・NPO法人ネットワーク竹原全体では連携が難航しているという現状もある。

【3】イベント、開催場所に関して

当初は既存のイベントと合同で行っていたが、現在は基本的に別々で行っている。地元の方がライトアップされた町並み保存地区で、ゆっくり趣ある時間を楽しんでもらいたいという憧憬の路本来の趣旨から、趣旨が変化しつつあるほどのアニメの集客効果は大きく本来の趣旨を守るために、現在では別日程で開催されている。イベントの趣旨を理解した上で開催する事が、地元の方と観光客双方に愛される作品に繋がるのではないかと考察する。また、開催場所については、竹原市で行われるイベントでの多くは「町並み保存地区」や「正蓮寺」を使用し竹原市のPR活動も兼ねて選ばれている。

4. 竹原市における観光客数の推移

図5に竹原市の観光客数の推移を示す。OVAが発売された2010年から、たまゆら(第二期)放送終了までの2013年の3年間で観光客数は、147,000人増加している。横浜市横須賀市も物語に関係しているので関東圏のファンにもイベントを通して竹原市を認知してもらいやすかった点や、2011年には例年にも増して各イベントに力を入れたという事もあり、こ

の3年間で竹原市が広く認知されるようになり観光客数が増加したと考えられる。



図5 竹原市の観光客数の推移

(<http://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/131340.pdf>(最終閲覧日 2015年1月30日)より作成)

4.1 まとめ

4.1.1 アニメ、市の動向、観光客の関連性について

	たまゆら	たまゆらに対しての市の取り組み	観光客数
2010年	OVA発売	フェリー就航 タイアップメニュー、日本酒の販売	817,000人
2011年	たまゆら(第一期)開始	タイアップ商品の販売 「たまゆらの日2011」開催 ももねこ様像設置	945,000人
2012年		コラボ時刻表配布 「ももねこ様祭り」開催 秋葉原での憧憧の路紹介 憧憧の路とコラボイベント開催	982,000人
2013年	たまゆら(第二期)開始	成人式の配布物に登場 商店街がたまゆら仕様に変更 「たまゆらの日2013」開催 「ももねこ様祭り」開催	945,000人

図6 アニメ、市の動向、観光客の関連性について

2011年、2012年の2年間にタイアップ企画が積極的に企画運営され、この2年間の観光客数の推移を見ると(図6参照)、例年に比べ観光客数の伸び率がよく「たまゆら」というコンテンツが集客率に貢献していると考えられる。また、竹原市で開催される「たまゆら」イベントの特徴として観光客メインの事業だけではなく、地域の方も楽しめるイベント作りを行っている点が挙げられる。本来のイベント趣旨を損なうことなく、運営を行うために伝統的な既存イベントと「たまゆら」に関する新しいイベントを分けて行うことで、地域住民・観光客双方の楽しみ方でイベントに参加することができ、イベントの共存が可能になる。また、アニメをきっかけに竹原市を知り、伝統的なイベントにも参加してもらうことで世代間を超えた長いスパンでの観光客の増加に繋がると考えられ、アニメを活用した観光を行う場合地元の方の理解を得ているかどうかで、その後の集客率は大きく変化する事が明らかとな

った。

5. まとめ

本研究により、聖地のパターンは、地名が表記されていないが風景が類似している例と地名が実名表記されている例の2種類に分類され、地名表記の違いが行政との連携や開催イベントの集客率にも影響を与えていることが研究により明らかになった。また、広島県竹原市でのヒアリングにより、アニメを活用した観光を行う場合、既存の伝統的なイベントの趣を阻害する事のないようにイベントの棲み分けを行い地域住民の方の理解を得ることがより効果的な観光に繋がるということも明らかになった。

6. 今後の課題

NPO法人ネットワーク竹原に、各関係者との連携についてのヒアリングを行った際、3つの団体間での連携が難航しているという意見が出たため、2015年から始まる新しいタイアップ企画を土台に、各団体の歩み寄りを促せる方法を模索していかねばならないと考える。また、「たまゆら」人気終了後どうするのか対策を立てる必要が考えられる。そのためには、「たまゆら」を活用したイベントを目標に訪れていた観光客を、いかに「憧憧の路」や「雛めぐり」などの伝統あるイベントにも若い世代の観光客に関心を持ってもらい、好きになってもらわなければならない。これらのイベントを機に「たまゆら」のファンを竹原市のファンへ取り込むことができるかが鍵となるのではないだろうか。

6. 参考文献・協力者

- [1] アニメ「花咲くいろは」の聖地巡礼と湯涌ぼんぼり祭り：
聖地巡礼ノートに注目して 由谷 裕哉/2011
- [2] 過疎地域におけるアニメ系コンテンツツーリズムの構造と課題：アニメ「たまゆら」と竹原市を事例に
風呂本 武典/2012
- [3] 白川郷へのアニメ聖地巡礼と現地の反応：
場所イメージおよび観光客をめぐる文化政治
神田 孝治/2012
- [4] NPO法人ネットワーク竹原 佐渡 泰 様