

# アニメ聖地巡礼の研究動向

## ～既往研究の整理及び今後の展開～

1190462 久貝 悠平

高知工科大学経済・マネジメント学群

### 1. はじめに

アニメの舞台となった土地を訪れる「聖地巡礼」が注目を浴びている。10年ほど前から注目されるようになったこの「聖地巡礼」について経済学や旅行行動学、心理学などあらゆる分野で研究が進められている。特に旅行行動学の観点から聖地巡礼を研究する分野では、この行動をコンテンツツーリズムの一種と捉え研究が進められている。聖地巡礼に関する研究の集積がなされてきた今、既往研究の整理を行うことで今後の聖地巡礼に関する研究の発展に寄与したい。また、既往研究の整理を通して今後の聖地巡礼の動向を予想していく。

### 2. 背景

聖地巡礼が注目されるようになった契機は2つある。1つは2005年、国土交通省・経済産業省・文化庁が示した『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査』でアニメなどの映像コンテンツを活用した地域振興の有用性が示されたこと。もう1つはアニメ「らき☆すた」の舞台である埼玉県北葛飾郡鷺宮町の鷺宮神社において、聖地巡礼を活用した地域振興の先駆けとなる活動がメディアに取り上げられたことである。

図1は国立国会図書館のNDL-OPACのアニメ聖地巡礼関連の文献の推移を示している。

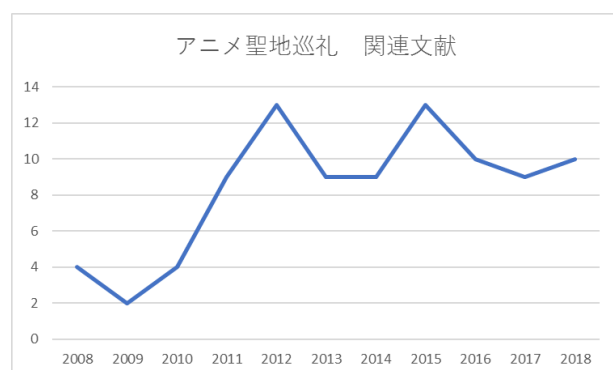


図1 アニメ聖地巡礼に関する文献の推移

出所 国立国会図書館NDL-OPAC

アニメ聖地巡礼に関する文献は2009年から増加傾向にあり、学術的注目度も高まってきていると言える。聖地巡礼研究の中でも注目したいのはコンテンツツーリズムと関連させた研究である。事例によって聖地巡礼を研究するものは数多くあり、アニメ・土地ごとにまとめられた論文は多数存在する。一方、コンテンツツーリズムと関連させた論文は事例研究に比べ少なかった。ただ、2010年にコンテンツツーリズム学会が発足するなど、現在では多くの論文が存在する。知識の集積が十分となってきたこの分野において既往研究のまとめを行うことは今後の聖地巡礼とコンテンツツーリズムを関連させた研究を進展させていくうえで重要であると考えた。

### 3. 目的

コンテンツツーリズムとアニメ聖地巡礼に関する論文をまとめ、整理する。また、その整理した内容から今後の聖地巡礼の展開を予測することを目的とする。

### 4. 研究方法

本研究は、はじめにコンテンツツーリズムに関する用語の定義を確認しアニメツーリズムの定義を行い、アニメ聖地巡礼とコンテンツツーリズムの研究について分類分けを行う。分類分けしたのものについて項目ごとに既往研究のまとめを行いながら概観し、既往研究のまとめを通して得た聖地巡礼の特徴を考察したうえで、今後の聖地巡礼の動向を予測する。分類方法に関しては岡本(2011)によって示されたコンテンツツーリズム研究の枠組みに示された3つのアクターを用いる。分類する対象はコンテンツツーリズムとアニメ聖地巡礼に関する論文とし、コンテンツツーリズム学会論文集 vol.1.1～vol.5に掲載されたものを中心にアニメツーリズムの基盤となる研究をまとめる。

## 5. 定義

内閣府が発表した「コンテンツを利用したクールジャパン戦略」においてはアニメ聖地巡礼をアニメツーリズムと同義としている。天野（2011）は、アニメーションの舞台や世界を反映した「場」を観光資源として活用しつつ実現されるものとしている。この他にも論文ごとに異なる定義が多く存在するため、まずはアニメツーリズムの定義を明確化していく。

まず、アニメ聖地巡礼の定義は、「アニメ作品のロケ地、またはその作品・作者に関連する土地で、且つファンによってその価値が認められている場所を訪ねること」を指し、アニメ聖地巡礼者は、「アニメ聖地巡礼をおこなう者」（岡本 2008）としている。また、同論文内でアニメ聖地巡礼者の特徴として、①情報発信する、②巡礼の記念を残す、③現地の人々やファン同士の交流を楽しむ、④リピーターの多さ、⑤10代～40代の男性が多い、の5点を挙げている。

次に「コンテンツツーリズム」の定義は、コンテンツツーリズム学会によれば『地域に「コンテンツを通じて醸成された地域固有のイメージ」としての「物語性」「テーマ性」を付加し、その物語性を観光資源として活用することである』とされている。特に岡本（2010）は、コンテンツツーリズムの中のコンテンツについて「情報がなんらかの形で創造・編集されたものであり、それ自体を消費することで楽しさを得られる情報内容」と定義しており、この「楽しさ」はコンテンツ消費者の評価によって決まるものであり、コンテンツとそうでないものを絶対的に区分する尺度ではないとしている。このコンテンツの定義から考えると、アニメ聖地巡礼におけるコンテンツとは「アニメ」であるといえる。例えば、聖地巡礼に行くきっかけとなったアニメを見ること、言い換えれば消費することで楽しさを得られる。また、アニメの1シーンを模して写真を撮ることなども、「アニメ」を創造・編集し消費することで楽しさを得ているといえる。

以上のことを踏まえた上でアニメツーリズムの定義を考えると、コンテンツツーリズムの定義を基にしながら聖地巡礼の特徴を取り入れることが適切である。アニメツーリズムとは、「アニメを通じて形成された地域固有のイメージ」としての「物語性」「テーマ性」を付加しながら、コミュニケーションや情報発信を通じてその地域の魅力に触れることである。

## 6. 既往研究の整理

既往研究の整理については、岡本（2011）のコンテンツツーリズム研究の枠組みを用いて分類を行っていく。

岡本（2011）は、観光社会学の枠組みに、①社会の情報化、②アクターを完全に独立させないこと、③同アクター内の相互作用、④コンテンツの観光社会学での位置づけの4点について指摘を行い、観光社会学の研究枠組みを修正することでコンテンツツーリズム研究の研究枠組みとして提示した。

（図2）

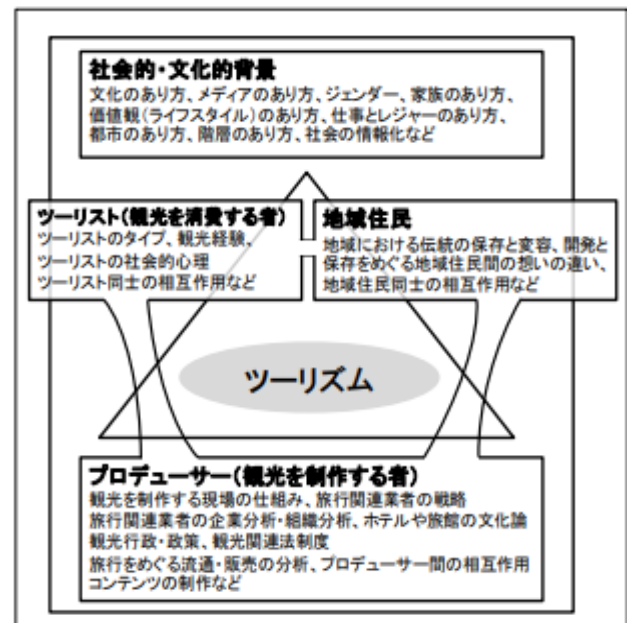


図2 コンテンツツーリズム研究の枠組み

（岡本（2011）より引用）

本研究ではこの研究枠組みを用い、既往研究についてツーリズムを形作っている3つの要素①観光客（観光を消費する者）、②地域住民、③プロデューサー（観光を制作する者）のどこに主眼を置いているかで分類していく。以下に主眼点と文献の一覧（図3）を示し、それぞれの研究について概観していく。

ツーリストに主眼を置いたもの
岡本（2009）：巡礼者の特徴を示す
岡本（2008）：巡礼者行動を聖地巡礼ノートから調査する
貝沼（2016、2017）：コスプレイヤーの特徴や地域振興への有効性を示す
毛利（2018）：ツーリストの位置づけをした
楠見（2018）：小説・ドラマ・アニメの理由とした巡礼行動の比較
地域住民に主眼を置いたもの
岡本（2009）：地元住民が自地域の魅力を再認識し誇りを持つ、異なる価値を自地域に付与する
片山（2016）：上記と同様の効果
神田（2012）：一定数の地域住民は聖地とされていることに嫌悪や反発があることを示した
プロデューサーに主眼を置いたもの
岩間（2013）：聖地巡礼を地域振興として成功させるための条件を示す
清水（2018）：聖地に何度も訪れる「再訪要因」を計量的に分析した
毛利（2014）：作品世界から派生したテーマを軸に新たな物語性を創造する「テーマ派生型コンテンツツーリズム」を示す

図3 主眼点と文献一覧

### 6.1 ツーリスト（観光を消費する者）

ツーリストを中心にした研究では、主に旅行中の行動や感情、巡礼者同士の交流などに着目したものが多く、岡本（2009）は5節の①～⑤と同様の特徴を挙げている。巡礼者の特徴の中でも特に③と④についての注目度は高い。なぜなら、地域振興と密接にかかわる事項だからである。③と④についてはそれぞれが独立しているのではなく、聖地巡礼をきっかけとしてその地域の魅力に気づき、何度もその土地を訪れることによって現地の人とのコミュニケーションが生まれるという流れがあると考えられている。

岡本（2008）は、巡礼者行動把握のために聖地巡礼ノート（聖地に訪れた人が自由に書き込みを行えるノート、巡礼者の感想やイラストなどが記されている）についての分析を

行うことの有効性と課題について論じた。有効性は、①長期間同じ場所にあり記入制限がないことから質的・量的に多くの情報量が得られる、②旅行者の本音に近い記述を得ることが出来る、③調査コストが低い、を挙げている。課題としては、①書き込む内容が自由なため情報の扱いに吟味が必要となる、②ノートに書きこんでいない巡礼者のデータが得られない、③研究倫理上の問題が起こりうる、を挙げている。巡礼者の行動を研究する上で重要な指摘となっている。

貝沼（2016、2017）は、コスプレイヤーに主眼をおき、コスプレイヤーの特徴や地域活性にどのように生かせるかなどを論じている。コスプレイヤーはキャラクターや作品への愛情を、身体を使って表現し、再現度の高い写真が評価されることで作品への承認欲求を得ている。また、コスプレイヤーどうしの交流が盛んであることから、地域の特色とコスプレイヤーが結びつくことで地域振興に活用できることを示した。聖地巡礼は多くが男性なのに対して、コスプレイヤーは女性が多い。しかし、両者の目的はキャラや作品への愛情表現、作品世界の再現・体感、同一の作品や趣味を持つ者との交流など類似する点が多い。アニメツーリズムにおける男女間の差異という点で重要な研究である。

毛利（2018）は、ツーリストを「ファン」と捉え、ファンが「人物」の移動に合わせて旅行をするファンツーリズムが、コンテンツツーリズムのメリットであるファンと地域との交流を相殺してしまうことを問題視した。フロー理論及びその応用モデルを検討することで「ファンのあり方」を示した。フローとは「楽しい経験」であり、ファンの「はまっている」状態はこれと同一であるため、フロー理論を用いている。巡礼者の行動について、マナーなどの指摘を行うものはあったが、理論的に巡礼者の立ち位置を示したものは見受けられなかったため、巡礼者のアニメツーリズムにおける位置づけをした点で重要である。

ツーリストに関しての研究では、大河ドラマや小説の舞台を訪れる人とアニメ聖地巡礼者との比較研究も盛んにおこなわれている。楠見ら（2018）によると、アニメ聖地巡礼は年齢層が若く、旅行前から旅行後に至るまでネットへのアクセスが能動的で、感動も大きいことを示すとともに、聖地への既知感が没入間を高めることを示した。この結果はツーリストだけでなくアニメの作画技術の向上が巡礼を喚起している可能性も示した。

## 6.2 地域住民

地域住民に関しては、巡礼者との交流、アニメの聖地とされ来訪される心境、巡礼者のイメージなどに関する研究が多い。岡本（2009）は、新聞記事などから聖地とされた地域住民の取り組みを調査し、巡礼者との関わりなどを示している。特に巡礼者が地元に着用することや、地元住民にとって当たり前風景を「聖地」とされることは、地元住民が自地域の魅力を再認識し誇りを持つと同時に、以前と異なる価値を自地域に付与することにつながっている。同様の効果は片山ら（2016）などの研究からもみられた。この効果は、地域振興の面から考えたアニメツーリズムにおいて重要である。一方、巡礼者の迷惑行為によって聖地巡礼に関してよいイメージを持たない住民がいることも事実である。巡礼者とのかわりだけでなく、アニメの内容が地域住民のイメージに影響を与えることもある。神田（2012）では、アニメ「ひぐらしのなく頃に」の舞台とされている白川郷で聞き取り調査を行い、一定の地域住民は聖地とされていることに嫌悪や反発があることを示した。聖地巡礼と地域住民とのかわりについてはより多くの研究が必要とされる。

## 6.3 プロデューサー（観光を製作する者）

プロデューサーについては、主に地域振興に生かすためにどのような仕掛けをしたらよいかという提案をするものが多い。岩間ら（2013）によれば、聖地巡礼を地域振興として成功させるための条件は、①アニメ作品の魅力、②地域がコンテンツを受容すること、③継続的活動の必要性が挙げられている。特に③に関しては、聖地巡礼を活用した地域振興の課題の一つであるアニメの話題性や人気の衰えとともに、地域への効果も薄くなることにも関連してくる。そのため、プロデューサーは巡礼者を「アニメのファン」から「地域のファン」にしていくことで何度もその土地に足を運んでもらうことが重要である。

清水（2018）は、聖地に何度も訪れる「再訪要因」を計量的に分析し、聖地再訪と地域の人を含めた地域文化の2つが再訪要因であることを明らかにした。

継続性の問題に関して毛利（2014）は、作品世界から派生したテーマを軸に新たな物語性を創造する「テーマ派生型コンテンツツーリズム」を示しており、地域振興の継続性の問題に有効な手段と考えられる。またこの概念は、プロデュ

ーサーと著作権との問題にも用いることができる。聖地巡礼を用いた地域振興には2種類あり、1つはアニメ製作段階から地名を入れるなどして行う仕込み型、もう1つはアニメ放送後に人気となりファンに聖地として認められたことから聖地巡礼を活用していく偶発型である。前者はアニメ放映の時点からグッズなどの展開ができるため人気に乗り遅れることなく、アニメ制作会社との著作権の問題もない。一方、後者は人気を把握してからグッズ展開などを行うため人気に乗り遅れたり、場合によっては著作権の問題からそもそもグッズ展開できなかつたりする可能性がある。しかし、テーマ派生型コンテンツツーリズムの概念を用いれば、著作権上活用が困難であっても、その派生のテーマを地域に付与することで活用することが可能である。

## 7. まとめ

アニメツーリズムにおいてツーリスト、プロデューサー、地域住民は密接にかかわりあってツーリズムが構成されていることが分かった。特に既往研究の中ではツーリストとプロデューサーに関わるものが多い。これは、地域振興として注目を集めてきた分野であるためツーリストの心情や行動・プロデューサーの有効なアプローチの仕方などに関心が向いたためと思われる。しかし、実際に地域振興を成功させていく上では地域住民に受け入れてもらえるか、ツーリストと地域住民の関係が良好であるかなどは重要な問題である。今後地域住民に関する文献が増えていくことでアニメツーリズムはより有効性のある分野になっていくと考えられる。

ツーリスト研究では、ツーリストどうし、ツーリストと地域住民など、ネット上や現地で様々な人とコミュニケーションをとることが示されており、ツーリストの「コミュニケーション」が重要であることが分かった。

地域住民の研究では、聖地とされることを受容するか、聖地とされたことで地元の魅力を再認識する、などの心理的な効果に主眼が置かれていた。

プロデューサーの研究では、地域振興に生かすためにどのような仕掛けを行うか、リピーターを増やすための方法など、地域振興に主眼が置かれていた。

## 8. 今後の聖地巡礼の動向について

現在、聖地で巡礼者に対して行われている取り組みは、アニメキャラクターのパネルを設置したり、聖地巡礼マップ（作中に登場した場所を地図にまとめたもの）を作成したり、聖地限定のグッズを発売するなど、巡礼者とそのアニメの世界観や雰囲気を感じることができることに重きを置いている。しかし、既往研究の整理を行った結果、観光客が求めているものは「コミュニケーション」であることが示された。また、地域住民にとっても巡礼者とのコミュニケーションから地元の魅力を再認識し、誇りを持つことが地域振興につながることも示された。プロデューサーも、地域振興に重きを置いていることから、観光客、地域住民にとって有用なコミュニケーションの効果は無視できないだろう。このことを踏まえると、今後の聖地巡礼は「コミュニケーション」に重きを置いた取り組みがなされていくと考えられる。具体的には、アニメ制作段階から地域振興を取り入れた形式のアニメである。この形式は原作が漫画や小説ではなく、アニメそのものが原作となる、いわゆるオリジナルアニメである。『ガールズ&パンツァー』や『君の名は』などが主な例である。アニメの制作段階から地域振興を取り入れておくことで、地域振興としてアニメを生かす幅が広がり、地域住民がアニメの存在を認識したうえで観光客とコミュニケーションをとれる、などの利点がある。一方で、この形式を用いた地域振興がどれも成功しているわけではない。現在の聖地巡礼の研究では成功例を研究するものがほとんどであり、失敗（あまり効果のなかった）例を取り上げるものは少ない。今後の研究ではこの失敗例を取り上げることで原因を明らかにし、聖地巡礼を利用した地域振興を発展させてほしい。

## 9. 参考文献

- 岡本健（2011）「コンテンツツーリズム研究序説：情報社会における観光の新たなあり方とその研究概念の構築」『コンテンツツーリズム研究』1巻1～10頁
- 岡本健（2009）「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」『CATS 叢書』1巻31～62頁
- 岡本健（2008）「アニメ聖地における巡礼者の動向把握方法の検討：聖地巡礼ノート分析の有効性と課題について」『観光創造研究』2巻1～13頁
- 岡本健（2009）「アニメを動機とした旅行行動の実態に関する研究：アニメ聖地巡礼研究および調査の整理を通して」『観光・余暇関係諸学会共同大会学術論文集』43～50頁
- 岩間 英哲（2013）「コンテンツによる地域振興の研究－アニメツーリズムの成立条件と構造」『専修ネットワーク&インフォメーション』17-26頁
- 筒井 隆志（2013）「コンテンツツーリズムの新たな方向性～地域活性化の手法として～」『経済のプリズム No110』10-24頁
- 坂本ひとみ（2017）「地域におけるアニメツーリズムの可能性～地域活性化事例の比較を中心に～」『地域活性学会研究大会論文集』9 346-348頁
- 山村, 高淑（2012）「コンテンツツーリズムをめぐる社会の動向と関連研究の今後の可能性」『CATS 叢書』7巻1～10頁
- 山村, 高淑（2011）「アニメ・マンガで地域振興は可能か？：各地の試みから見たコンテンツツーリズムの可能性と課題」日本学術振興会「国際共同に基づく日本研究推進事業」『日本サブカルチャー研究の世界的展開：学術的深化と戦略的な成果発信』＜神戸大学＞サブカルチャー研究会講義テキスト. 2011年3月30日 於神戸大学
- 毛利 康秀(2014)「東京都多摩市におけるコンテンツツーリズム創出活動に関する事例研究-映画「耳をすませば」にちなんだ観光まちづくり活動ならびに訪問者の意思について」『コンテンツツーリズム学会論文集 vol1』 p.15～p.25
- 中井 忠司(2015)「コンテンツツーリズムの旅行者行動と地域振興についての考察-消費者定量からの分析-」『コンテンツツーリズム学会論文集 vol2 』 p.2～p.12
- 片山 明久(2016)「京都府宇治市におけるアニメ『響け！ユーフォニアム』に関わる観光現象について」『コンテンツツーリズム学会論文集 vol3』 p.23～33
- 貝沼 明華(2016)「コスプレイヤーが求める非日常性-コスプレにおける場の意味-」『コンテンツツーリズム学会論文集 vol3』 p.49～56
- 貝沼 明華(2017)「愛知県の観光問題と新興ポップカルチャーイベント-世界コスプレサミットの事例-」『コンテンツツーリズム学会論文集 vol4』 p.47～56
- 楠見 孝(2018)「聖地巡礼行動と作品への没入感：アニメ、ドラマ、小説の比較調査」『コンテンツツーリズム学会論文

集 vol5』 p.2~11

岩崎 達也(2018)「アニメ聖地巡礼におけるリピート行動分析-『夏目友人帳』熊本県人吉市における巡礼行動を事例として-

『コンテンツツーリズム学会論文集 vol5 』 p.12~24

毛利 康秀(2018)「コンテンツツーリズムの行為者としての「ファンのあり方」および地域が果たしうる役割に関する心理的・社会的考察」

『コンテンツツーリズム学会論文集

vol5 』 p.34~46

清水 麻帆(2018)「コンテンツツーリズムにおける再訪要因に関する計量的分析-鳥取県岩美町「free!」の事例研究

『コンテンツツーリズム学会論文集 vol5』 p.47~57