



Title	情報化社会における旅行者行動の特徴と地域に果たす役割：アニメ聖地鷺宮町の事例から観光資源の協働型管理の可能性を考える
Author(s)	岡本, 健
Citation	第14回観光と社会・文化の研究会. 平成21年6月13日. 奈良市.
Issue Date	2009-06-13
Doc URL	<a href="http://hdl.handle.net/2115/38654">http://hdl.handle.net/2115/38654</a>
Right	
Type	conference presentation
Additional Information	



Instructions for use

情報化社会における旅行者行動の特徴と地域に果たす役割  
：アニメ聖地鷲宮町の事例から観光資源の協働型管理の可能性を考える

北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院  
観光創造専攻 博士後期課程  
岡本健（おかもと たけし）

【本日の発表要旨】

本発表では、大きく分けて以下の3点について研究成果を発表させていただきます。

1. 社会の情報化と旅行情報の探索のあり方について

現代は社会が情報化していると言われていています。情報化によって、旅行者は宿泊施設や交通機関の予約などをインターネットで行うことができ、以前のように旅行代理店を用いずとも個人で旅行を行うことができるようになりました。このような言説は様々な業界誌や研究論文で見られますが、詳細に、どのような世代・性別が、どういった旅行情報の探索を行っているのかを分析したものは、意外に少ないものです。

ここでは、様々な統計資料を整理・分析し、**情報化が旅行情報の探索にどのような影響を与えているのか**を確認したいと思います。

2. 情報化社会特有の現象としての『アニメ聖地巡礼』行動について

上で整理したように、情報化は旅行情報の探索に大きな影響を与えています。そうすると、得られた情報から起こす行動も変化していると考えられます。特に、近年海外旅行離れが盛んに叫ばれている若者層が情報化の影響を大きく受けていることが1でわかりました。情報化の影響を受けた旅行者はどのような旅行を行うのでしょうか。ここでは、その1つの形であると考えらる『アニメ聖地巡礼』行動（アニメのロケ地を巡る行動）について、実際に発表者が行った聖地巡礼の体験や、巡礼者へのインタビュー・アンケート調査、書籍・新聞・雑誌記事分析で得られたデータから、『アニメ聖地巡礼』行動の実態を明らかにします。

3. アニメ聖地のひとつ、埼玉県鷲宮町の事例に見られる旅行者の自律性について

全国各地でアニメ聖地巡礼が行われていますが、中には聖地巡礼者が地域住民と協力関係を結び、協働で観光振興を行うに至るケースもあります。そういった協働型の観光資源管理がなされている代表的なアニメ聖地、埼玉県鷲宮町を事例にして、地元住民と巡礼者へのインタビュー結果から、聖地巡礼者の自律性を明らかにします。その上で、**旅行者による観光資源の創出と協働型観光資源管理のあり方について問題提起をしたい**と思います。

# 1. 社会の情報化と旅行者行動のかかわりについて

## 1-1 現在は、社会が情報化していると言われている。

→社会の情報化とは？

- ①. 情報**テクノロジー**が社会的に浸透していくこと  
(情報機器の普及+テクノロジーによる社会関係の編成)
- ②. 「情報」という**言葉 (ディスコース)** によって社会関係の解釈がなされていくこと

## 1-2 日本における社会の情報化の経緯

### 1-2-1. 1960 年代

・情報化社会が語られ始めた。(1963 梅棹忠夫「情報産業論」、1968 増田米二「情報社会入門」、1969 増田米二「コンピュータクラシー」、1969 香山健一「情報社会論序説」、1969 林雄二郎「情報化社会」1969 加藤秀俊「情報社会の文明史的展望」)

→1960 年代の情報社会論は様々な未来像を描いたが、技術的裏付けの無い未来論・理想論的な色彩を帯びたものであることが多かった。

→後の情報化政策のビジョン提供

### 1-2-2. 1970 年代

・パソコンの誕生 (1975, 手作りコンピュータキット、アルテア)。

ネットワークは無くスタンドアローン。情報社会論は下火 (実際の技術がついてこない)。

→政策立案期

### 1-2-3. 1980 年代

・パーソナルメディアの普及、コンピュータのネットワーク化への期待

(1984 今井賢一「情報ネットワーク社会」)

#### 《様々な政策》

1980【通産省】テクノポリス構想、1983【通産省】ニューメディア・コミュニティ構想、1985

【郵政省】テレトピア構想、1986【建設省】インテリジェント・シティー構想、1986【農林水

産省】グリーントピア構想、1989【郵政省】ハイビジョン構想

☆職場から家庭へとコンピュータが浸透。衛星放送、ビデオなどが世帯単位で普及、テレビやウォークマンをはじめとする個人を所有単位とするメディアが普及。

キャプテンシステムなど、ニューメディアと言われる技術が導入される→頓挫。

→政策が具体的に形になる

### 1-2-4. 1990 年代

・個人同士の電子的なコミュニケーションの基盤が急速に整備された (マルチメディア) GUI (グラフィカルユーザーインターフェイス) の装備によるパーソナルコンピュータの普及(1993 ウィンドウズ 3.1→1995 ウィンドウズ 95)、携帯電話、ポケベル

→ネットワーク化の進展

1-2-5. 2000年代

・パソコンの価格低下や普及の拡大、ブロードバンドの普及が進むとともに、ホームページ、SNS、ブログなどを誰でも比較的簡単に利用できるようになり、個人であっても簡単にインターネットを用いて情報発信を行うことができるようになった。また、動画共有サイト、電子掲示板の利用も盛んになった。

→文献 I

表 1. 社会の情報化の過程とツーリズムの変遷

	1960年代	1970年代	1980年代	1990年代	2000年代
観光情報化	・主に旅行会社を利用		・ニューメディアを利用した一極集中型大規模観光情報システムを志向 ・情報管理の方向	・家族・友人の話、ガイドブック、パンフレットが中心 ・旅行情報を得る際のインターネット利用者が登場	・多様化・個人化 ・インターネット利用者が急増
情報化	・文明論的信息社会論 ・テレビの普及が進む	・行政主導の情報化政策立案	・政官主導の地域情報化の推進 ・日本におけるインターネットの開始	・マルチメディア ・パーソナルメディア	・SNSやブログなど個人が簡単に情報の送受信がおこなえるようになる。
ツーリズム	・マストツーリズムの隆盛	・マストツーリズムの被害が顕在化	・オルタナティブツーリズムが提案され始める ・持続可能な観光開発	・エコ・ツーリズムやヘリテージ・ツーリズムなどのニューツーリズム	・ニューツーリズムへの期待 ・次世代型ツーリズム

1-3 旅行行動の情報化

1-3-1. 1990年代における旅行情報の入手

代表的な3つの情報源「家族・友人の話」「ガイドブック」「パンフレット」

表-2 (左) 1990年代における旅行に出かける際に参考にする情報源

	1990	1992	1994	1996	1998
家族・友人の話	59.7	45.7	47.8	48.1	43.3
ガイドブック	28.9	38.8	40.6	35.8	36.9
パンフレット	36.2	33.4	36.0	35.0	34.7

単位 (%)

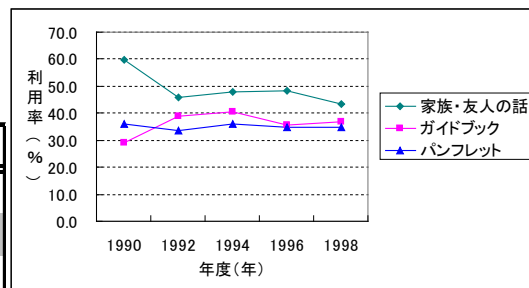


図-1 (右) 1990年代における旅行の際に参考にする情報源

(平成 19 年度版 「観光の実態と志向」の p. 72 を元に筆者作成)

### 1-3-2. 2000年代における旅行情報の入手

「インターネット」の割合が急速に上昇。(ただし選択肢に入り始めたのは1999年から)

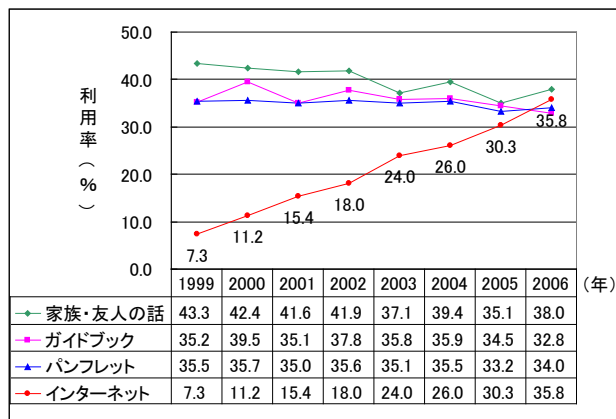


図-2 旅行に行く際に参考にする情報源の利用率の推移  
(平成19年度版「観光の実態と志向」p.72を元に筆者作成)

世代および性差について

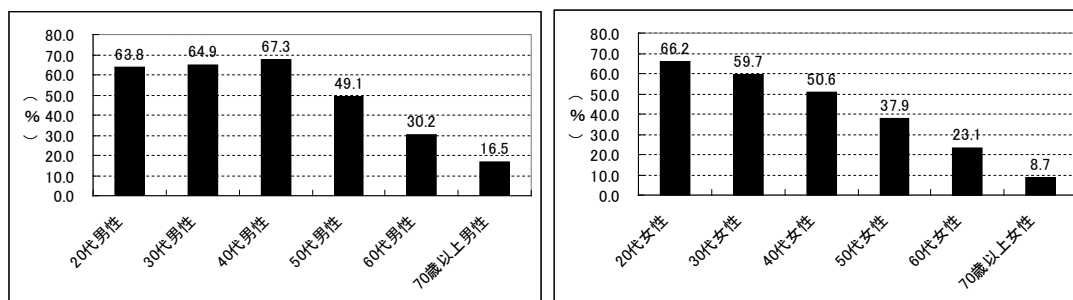


図-3 「ネットの検索サイト」を情報源として利用している割合(左:男性 右:女性)  
財団法人日本交通公社「旅行者動向2008 国内・海外旅行者の意識と調査」  
pp.100-101を元に筆者作成(データは2007年のもの)。

男性と女性では、世代ごとの割合の変動が異なっている。これは、以前から指摘されていることだが、インターネットの普及が職場からなされたため、男性のほうが利用機会が多いことが原因と考えられる。

2008年現在では、男性の20代~40代、女性の20代が60%を超えている。現時点でのこれらの世代、性別を**旅行情報化世代**とする。今後この世代は拡大していくと考えられる。

## 2. 情報化社会特有の現象としてのアニメ聖地巡礼行動について

### 2-1. アニメ聖地巡礼とは？

近年様々な媒体で「アニメ聖地巡礼」及び、その行動が元になったまちおこしが報告されている。現在の状況を成立させている条件を明らかにするために、歴史的な整理が必要であろう。アニメ聖地巡礼とはいつごろから始まった行動で、どのような展開を見せているのだろうか、また、アニメ聖地巡礼は、ツーリズムとアニメの潮流にどのように位置づけられるだろうか。

### 2-2. アニメ聖地巡礼の誕生

①「聖地巡礼 アニメ・マンガ 12ヶ所めぐり」

②「萌える聖地アキバリターンズ」

③「観光の社会心理学」

の記述の分析を行った。

①で、

著者が1991年放映の「究極超人あ〜る」の聖地巡礼をおこなったが、当時は「聖地巡礼」とは呼称しなかった。という記述あり。

②で、

「古くはセーラームーンからあった聖地巡礼」という記述あり。セーラームーンは1992年より放映開始。

③で、

1991年ライトノベル「炎の蜃気楼（ミラージュ）」の舞台を若い女性が訪ねる現象あり。「ミラージュツアー」と呼称。

結果、アニメ聖地巡礼行動の萌芽は、1990年代前半にあったと推測できる。

→もちろん、アニメ以前のドラマや映画、小説の舞台探訪はもっと以前からあった。

また、聖地巡礼の名称が用いられはじめた最初の商品として、

『美少女戦士セーラームーン(1992～1997年にテレビ放映)』が仮説的に挙げられる。

### 2-3. アニメ聖地巡礼の展開

新聞・雑誌記事の分析により、アニメ聖地巡礼が全国各地で行われていることと、アニメ聖地巡礼の展開には以下の5点の特徴があることが分かった。So-net 新聞・雑誌記事横断検索（掲載誌紙 97）、を用いた。検索日時は2009年3月2日である。

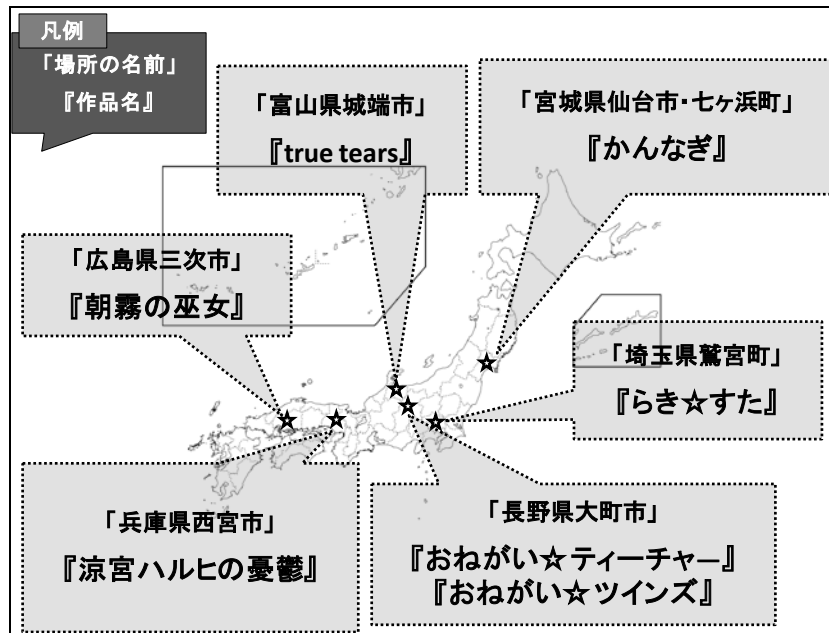


図-4 日本全国のアニメ聖地（一部）

記事から読み取れるアニメ聖地巡礼者の特徴

- ①アニメ聖地巡礼者は、アニメで用いられた風景を撮影し、情報をホームページで発信すること。
- ②アニメ聖地巡礼者は、ノートへの書き込みや絵馬など、地域に何か巡礼の記念物を残し、それがさらに観光資源となって人を呼んでいること。
- ③旅行動機はアニメの舞台を訪ねることであるが、現地の人やファン同士の交流を楽しむことがあること。
- ④アニメ聖地巡礼者の中には、高頻度で当該地域を訪れるリピーターがいること。また、遠方からもアニメ聖地巡礼に訪れる者もいること。
- ⑤アニメ聖地巡礼者には20代、30代、40代男性が多いと思われること。

アニメ聖地巡礼者と地元住民の関係については、最初はすれ違いや不安感などが見られるものの、相互作用により態度の変容が起こり、共同でまちおこしにあたることも確認できた。

## 2-4. アニメ聖地巡礼の位置づけ

ツーリズムの潮流とアニメの潮流を文献の分析によって明らかにし、表-3 に示した。

表-3 ツーリズムとアニメの潮流と共通の特徴

年代	ツーリズムの潮流	共通の特徴	アニメの潮流	メディアの発達
1960年代 ↓	マス・ツーリズム	大衆化	・「鉄腕アトム」 ・「巨人の星」	テレビ
1980年代 ↓	オルタナティブ・ツーリズム アニメ聖地巡礼の誕生	多様化	・「ドラえもん」・「機動戦士ガンダム」 ・特定のファン層向けの「OVA」の登場	ビデオ
2000年代 ↓	アニメ聖地巡礼の展開 次世代ツーリズム	個人化 小集団化	・個人製作アニメ「ほしのこえ」 ・「らき☆すた」・「涼宮ハルヒの憂鬱」	インターネット (You tube)

岡本ら（2008）を元に加筆修正を行った。

観光の潮流とアニメの潮流を並立して考えると、大きく3つの時期区分ができることがわかる。すなわち、1960年代～1970年代、1980年代～1990年代、2000年代である。

まず、1960年代から70年代に関しては、観光ではマス・ツーリズムやレジャーなどが流行し、アニメでは、「鉄腕アトム」「巨人の星」などが放映された。これら2つの潮流に共通する特徴は「**大衆的**」である点であろう。観光では、「団体旅行の形態をとるマス・ツーリズム」、アニメでは「数多くの人々が知っている国民的アニメ」という形で表れている。

次に、1980年代から90年代に関しては、観光ではマス・ツーリズムへの反省からオルタナティブツーリズムへの転換が叫ばれるようになり、アニメでは、「ドラえもん」などの国民的アニメが一方で放映されつつ、「宇宙戦艦ヤマト」「機動戦士ガンダム」など、放映当時は知る人が少なかったアニメも放映され始め、テレビ放映をせず、ビデオリリースのみの販売形態をとるOVA（オリジナルビデオアニメーション）が発売され始める。アニメ製作に関しても、それまで受けてであった側が、グループを作っておこなうケースも出始めた。これら2つの潮流に共通する特徴は「**オルタナティブ**」「**趣味の多様化**」であろう。観光では、大衆的・企業主導なマス・ツーリズムに代わる、「オルタナティブツーリズム」として、また、本章でも仮説的に提示したアニメ聖地巡礼など、多様な旅行形態として表れている。アニメでは「国民的アニメのオルタナティブとしての、マイナーなアニメ」や「少数ではあるが、多様化し明確な嗜好をもった人々に対するOVAアニメ」といった形で表れている。

最後に、2000年代は、アニメ聖地巡礼に関しては、巡礼者は個人や小集団で巡礼を行い、巡礼記をウェブ上で公開したり、ノートへの書き込みや絵馬を残したりすることによって、観光資源を再生産している。こうした、旅人自らが観光地を創り出していると思われる事例に「**個人化**」「**小集団化**」「**情報化**」の傾向が表れている。また、アニメでは、「ほしのこえ」をはじめとして、個人製作のコンテンツが支持を集めることが多くなってきている。「You Tube」や「ニコニコ動画」などの動画配信サイトでは、個人が製作したアニメのパロディ（MADと呼ばれる）が流され、たくさんの人々の支持を得るものも少なくない。このように、アニメ聖地巡礼は、全体的、大衆的なあり方から、価値観の多様化を経て、個人が自分の楽しみで行動し、情報発信をおこない、個人の動きが社会に影響を与えるようになっている現在の特徴が現れた旅行行動であると位置づけることができる。

→文献IV

### 3. アニメ聖地のひとつ、埼玉県鷲宮町の事例に見られる旅行者の自律性について

#### 3-1. アニメ聖地「鷲宮」

鷲宮町は面積約 14k m<sup>2</sup>、人口約 3 万 5,000 人の静かな町。観光協会はない。鷲宮神社は神楽が有名な神社である。

鷲宮町は、アニメーション作品「らき☆すた」の舞台の一つとなり、アニメーションが放映された 2007 年 4 月ごろから、アニメ聖地巡礼者が訪れるようになった。

#### 3-2. 「らき☆すた」とは

埼玉県鷲宮町が聖地とされたアニメ作品「らき☆すた」について、整理する。「らき☆すた」とは、2007 年 4 月から 9 月まで、チバテレビなどの独立 UHF 局を中心とした 16 局で放送されたアニメーションである。製作は「らっきー☆ぱらだいす」という制作委員会がおこなった。「らっきー☆ぱらだいす」は、角川書店、京都アニメーション、角川エンタテインメント、クロックワークス、から成る「らき☆すた」の制作委員会である。

原作は美水かがみによるもので、角川書店発行のゲーム雑誌「コンプティーク」の四コマ漫画として 2004 年 1 月に連載がスタートし、2008 年 12 月現在で単行本が 6 巻まで発売されている。

アニメーションは全 24 話であり、上記のとおり 2007 年 9 月に完結している。その後、OVA（オリジナル・ビデオ・アニメーション）作品が 2008 年 9 月に発売されている。作品全体を通して特に一貫したストーリーは無く、女子高校生の何気無い日常会話が繰り返される形をとっている。主人公は 4 人の女子高校生であり、それぞれ「泉（いずみ）こなた」「柊（ひいらぎ）つかさ」「高良（たから）みゆき」「柊（ひいらぎ）かがみ」（アニメ第 1 話登場順に記載）である。

「**泉こなた**」は桜桜学園（アニメでは春日部共栄高校がモデルとなっている）に在籍し、運動神経抜群で、アニメやゲームが大好き、アニメイトやゲーマーズなどのアニメやゲームの専門店に頻繁に出かけるオタクな少女として描かれている。頭髪の色は青色である。「**柊つかさ**」は「泉こなた」と同じクラスに在籍し、後述する「柊かがみ」とは二卵性双生児の姉妹で妹である。性格はおっとりしており、携帯電話をすぐになくしたり壊したりしてしまうおっちょこちょいなところがある少女として描かれている。料理やお菓子作りが得意である。頭髪の色は紫色であり、ショートカットである。「**高良みゆき**」は「泉こなた」「柊つかさ」と同じクラスに在籍している。おっとりしているが、成績優秀な優等生である。また、様々なことに詳しく、「泉こなた」や「柊つかさ」が投げかける質問に端的に回答し、友人からの信頼が厚い。頭髪の色は桃色であり、ロングヘアーである。「**柊かがみ**」は、主役の 4 人の中では唯一クラスが違うが、「柊つかさ」とは二卵性双生児の姉妹で姉であることから、妹のいるクラスによく顔を出している。頭髪の色は紫色であり、髪を左右に分けてまとめ、おさげにする髪型、いわゆるツインテール（萌え用語選定委員会 2005）である。また、普段は強気な少女だが、ふとした瞬間に優しさと恥じらいを表現することから、ツンデレと呼ばれている。

作品自体の評価は高く、「このアニメがすごい大賞」の第 1 位となっている。「このアニメがすごい大賞」は、237 のノミネート作品から、1 位から 49 位まで、50 作品を大賞として選んでいる（23 位と 49 位は同率）（宝島社 2008）。

→文献 V

### 3-3. アニメ聖地巡礼者の特徴

アニメ聖地巡礼者の特徴を把握するために、大西茶屋にて、質問紙調査を2008年8月3日(日)～2008年8月10日(日)まで(定休日の8月5日(火)は除く)行った。アンケート票の回収率は91.0%(332/365)であった。設問は大きく分けて13問。

アニメ聖地巡礼者の特徴は、「旅行情報化世代」とも重なる範囲の大きい10代から30代の男性を中心としており、従来の旅行会社に頼った旅行形態は採用せず、自らの興味・関心にしたがって、自分たちで旅をする主体であることである。

旅行会社の利用が少ない点、1人や3人までの少人数グループで訪れる点、交通手段の多様性、などがその根拠として挙げられる。

また、日帰りで訪れることが多く、リピーターとして何度も聖地を訪れる人もいることが確認できた。

### 3-4. らき☆すた聖地に集う聖地巡礼者達

埼玉県鷲宮町にて、らき☆すた聖地巡礼を行う巡礼者達および、地元商店主、商工会職員に対してインタビューを行った。

その結果、以下の5点の事実が確認された。

- ①アニメ聖地巡礼者は当初は不審に思われていたが、現在では地域住民から「マナーが良い」と認識されていること。
- ②開拓的なアニメ聖地巡礼者の中には当該地域のガイドブックを作製している者がいること。
- ③アニメ聖地巡礼者がグッズ製作やイベント実施に企画から参画していること。
- ④アニメ聖地巡礼者2名が地元の祭りの神輿製作を地域住民と共同でおこなったこと。
- ⑤アニメ聖地巡礼者の中には、イベント時にボランティアスタッフとして地域に貢献するものがあること。

このことから、アニメ聖地巡礼者は地域に迷惑をかけないばかりか、地域住民と一緒にあって当該地域を活性化する役割を担っていることがわかった。

### 3-5. 聖地巡礼者の自律的な行動とそれを促すメカニズム

上の特徴からわかるように、聖地巡礼者は自分勝手に、アニメの聖地を撮影したり、地元住民に迷惑をかけたりするような旅行者ではない。ガイドブックを作ったAさんにインタビューしたところ、ガイドブックを作製した動機は、「地元の方々に不審がられないため」であった。

Aさんは先駆的な聖地巡礼者であり、かなり初期のころにらき☆すた聖地を発見したそうだ。Aさんは、発見した聖地に赴き、現実の風景がアニメで忠実に再現されていることを知る。それとともに、聖地が住宅地に囲まれていることも知り、「ファンが押し寄せたら騒ぎになる。地元住民の方々に迷惑がかかる。自分が好きな作品を悪く言われてしまう。」などと、想像力を働かせ、2007年5月4日、同人誌でガイドブック「おっかけ！セーラーふく」を発行する。同人誌

内では、聖地を紹介するとともに、「すぐ裏手は住宅地なので訪れる時は静かに手早く撮影を心がけましょう」「周り畑ばかりで見通しがいいのですが、授業中の時間帯とかにくるとバリバリ不審者になる可能性があります（特に撮影は）。学校正面はすんなり見れますが、グラウンド方面は通りすぎるので精一杯。外観の撮影には休日がいいのかも。らき☆すたのためにも騒いだり踊ったりしないよう、お願いしますw;」と後進の聖地巡礼者に対して注意を呼び掛けている。

こうした後進の聖地巡礼者への呼びかけは、ホームページでもなされていることが多い。聖地を紹介したホームページでは、住宅街に位置する場合はその位置情報を明かさない場合や、ガイドブック同様「周辺の方々のご迷惑にならないように聖地巡礼をおこないましょう」などと注意書きがなされている。偶然写りこんだ人の顔や車のナンバープレートは隠してアップされている。

絵馬にも、地元への配慮がある(図)。絵馬は、自分の願い事を書いているものも多いが、中には図で示したように、「鷺宮町とらき☆すた、そして鷺宮神社の更なる発展を願って。」と書かれているようなものもある。



写真 1. 奉納されたアニメ絵馬

また、商店主にインタビューを行ったところ、「巡礼者の人たちはみんなとても礼儀が正しい」「グッズだけではなく、店の商品も買って行ってくれる」「遠くから何度も来てくれる。お土産を持ってきてくれたりすることもある。」「店の看板を書いてくれた。」「新しいメニューを考えてくれたり、そのための材料を持ってきてくれたりする。」「一般の観光客が捨てて行ったゴミを拾ってゴミ箱に捨てていくのを見た。」など、好意的なものが多い。

もちろんアニメ聖地巡礼が開始された当初は、店主たちの間では不安感が共有されていたそう。しかし、実際に巡礼者と触れ合ってみて、騒いだりしないどころか、上のように店主達のことをよく考え、交流を楽しむため、すぐに印象が変わったという。和菓子屋の店主であるBさんは「今では店主だけではなく、うちの店に来てくれる町内のお客さん達も、聖地巡礼者に対して悪く言う人はいない」と断言している。

### 3-6. 観光資源創造および協働型資源管理の可能性と課題

アニメ聖地としての鷺宮は、巡礼者によって価値づけがされたと言える。これは、旅行者によって観光資源が創造されたと見ることができるだろう。それというのも、聖地巡礼者は積極的なメディアオーディエンス(メディアが伝えようとしていることを中心ではない部分を深読みしたり、敢えて異なる読みを試みたり、それをもとに何らかの行動をおこしたりする視聴者のこと。オタクの特徴とも言われる。)と言えるからである。

鷺宮町では、アニメ聖地巡礼者と地元住民のコミュニケーションが起こり、相互理解に至った。その象徴的なイベントが土師祭である。

土師祭は、地元の伝統的な祭りであり、その中心は千貫神輿と呼ばれる重厚な神輿を担いで商店街を練り歩くことである。関東近県から 120 を超える団体が集まり 1300 人以上の担ぎ手が千貫神輿を担ぎに来る。

その祭りを仕切っているのが土師祭輿会である。その会長は、用品店屋を営む C さんで、自他共に認める「神輿おたく」であった。また、用品店屋の店主であるから、中高生の制服や運動靴、ジャージなどを販売していたため、鷺宮町を訪れるコスプレイヤーと交流があった。コスプレイヤーは、公共交通機関を用いる際には、普通の私服である。当地に到着したのち、着替えてコスプレを行うのである。当初、コスプレイヤーは神社のトイレなどを利用してはいたようであるが、C さんは、自分の商店の着替えスペースをコスプレイヤーに貸し始めた。そうするうちに様々な話をするようになる。

C さんは「らき☆すた」を見ても、いま一つその面白さが理解できなかったというが、訪ねてくる巡礼者は皆面白いと言う。C さんは自分の趣味と巡礼者の趣味を合わせて「らき☆すた神輿」を思いつく。ただ、C さんは巡礼者達の身体を見て、「ひ弱そうだから担げるか心配だった」そうであるが、「らき☆すた神輿作ったらお前ら担ぐか？」とコスプレイヤーや、店を訪ねてくる巡礼者に尋ねる。C さんは「興味がないかと思った」が、巡礼者はみな「担ぎたい」と答えた。

そのような経緯で「らき☆すた神輿」製作が決まった。土台部分は、C さんが神輿づくりの仲間を 2 人ほど集めて製作した。絵の部分は、先ほど提示した絵馬を描いていた D さんが担当し、色塗りは熱心な巡礼者の E さんが担当した。



写真2. らき☆すた神輿と千貫神輿

担ぎ手はホームページと大西茶屋で募集をかけたところ、3日間で100人を超える応募があり、全国各地から担ぎ手が集まった。

当日は、伝統的な神輿の担ぎ手と、らき☆すた神輿の担ぎ手とのトラブルが懸念されていたが、大きなトラブルはなく、むしろ伝統的な神輿の担ぎ手がらき☆すた神輿の担ぎ手にアドバイスをしたり、らき☆すた神輿の担ぎ手の中に、神輿担ぎの経験があるものがあり、飛び入りで千貫神輿を担ぐなど、交流が見られた。

このように考えると、情報化が進んだ今、観光資源は地域のみが創るのではなくなる可能性が出てくる。鷺宮町の場合は様々な要因が重なって、現在まで特に大きな問題が表出することはない、関係が持続しているが、地域の外から価値観が持ち込まれる事態は、以前のマスツーリズムの弊害（伝統文化の破壊）や、植民地主義的な観光と、構造的には類似している。今後、旅行者と地元住民が協力関係を結んでお互いがお互いの価値観を共有し、まちおこしにつなげていく条件を明らかにする必要がある。

## 【文献一覧】

### 文献 I

- 阿部潔 (2001) 第3章 情報社会, 田中一編, 社会情報学, 培風館, pp.59-83.
- 石倉義博 (2003) 大衆化のなかの情報化社会論, *社会科学研究*, 54(4), pp.33-57.
- 伊藤守・花田達朗(1999)「社会の情報化」の構造と論理, 児島和人編, 講座社会学 8 社会情報, 東京大学出版会, pp.193-237.
- 柏倉康夫 (2005) 第11章 誰もが使えるコンピュータの誕生, 柏倉康夫, 改訂版 情報化社会研究 メディアの発展と社会, 放送大学教育振興会, pp.147-159.
- 前納弘武 (2002) II 情報化社会の進展と情報空間の変容 —〈コンピュータ型情報空間〉の二面性をめぐって—, 林 茂樹編, 情報化と社会心理, 中央大学出版会, pp.19-32
- 美ノ谷和成 (1998) 第1章 情報化の進展と情報問題, 前納弘武・美ノ谷和成編, 情報社会の現在, 学文社, pp.1-24.
- 森川信男 (2006) 情報処理機械の類型と発展, *青山経営論集*, 41(3), pp.19-44.
- 折笠和文 (2008) 補論 2 情報社会基礎用語, 折笠和文, 高度情報化社会の諸相 歴史・学問・人間・哲学・文化 改訂増補版, 同文館, pp.205-216.
- 折笠和文 (2008) 第3章 情報社会論の系譜, 折笠和文, 高度情報化社会の諸相 歴史・学問・人間・哲学・文化 改訂増補版, 同文館, pp.45-65.
- 田畑暁生 (2004) ひとめでわかる〈情報社会〉の歴史的流れ, 田畑暁生, 情報社会を知るクリティカル・ワーズ, フィルムアート社, pp.230-233.
- 田畑暁生 (2004) 第2章 日本の情報社会論, 田畑暁生, 情報社会論の展開, 北樹出版, pp.38-65.
- 吉井博明 (2002) 第1章 情報、情報化、情報(化)社会, 吉井博明, 新版 情報のエコロジー —情報社会のダイナミズム—, 北樹出版, pp.10-31.

## 文献Ⅱ

岡本健(2009) 観光情報革命時代のツーリズム (その 4) ～旅行情報化世代～, 北海道大学文化資源マネジメント論集, 6, pp. 1-16.

【右記 URL よりダウンロード可能】 <http://hdl.handle.net/2115/35334>

## 文献Ⅲ

岡本健(2009) 第 2 章 アニメ聖地巡礼の誕生と展開, メディアコンテンツとツーリズム : 鷺宮町の経験から考える文化創造型交流の可能性, pp. 31-62.

【右記 URL よりダウンロード可能】 <http://hdl.handle.net/2115/38112>

## 文献Ⅳ

岡本健, 山村高淑, 松本真治, 坂田庄巳(2008) アニメーション作品が観光振興に与える影響に関する研究 (その 1) ～アニメ聖地巡礼の誕生と展開～, 日本観光研究学会全国大会学術論文集, 23, pp. 349-352.

## 文献Ⅴ

コンプティーク編(2007) オフィシャルファンブック らき☆すた こなたの方程式, 角川書店, pp. 24-31.

コンプティーク編(2007) らき☆すた 公式ガイドブック 陵桜学園入学案内書, 角川書店, pp. 36-51.

このアニメがすごい! 編集部 (2008) このアニメがすごい! 2008, 宝島社, pp. 4-9.

## 【謝辞】

本発表の内容には、鷺ペディア研究チームによる調査で得たデータ、旅の文化研究所の第 16 回公募研究プロジェクト「現代日本における若者の旅文化に関する研究 ～アニメ聖地巡礼を事例として～」助成金を用いて行った調査で得たデータ、2009 年度企業家研究フォーラム研究助成金「新規事業展開における個人事業主と旅行者の協働のあり方に関する研究ー埼玉県鷺宮町と長野県大町市の比較を通してー」の調査で得たデータを用いています。関係各位に感謝いたします。