



Title	情報化が旅行者行動に与える影響に関する研究：アニメ聖地巡礼行動の事例分析から
Author(s)	岡本, 健
Citation	2009年日本社会情報学会 (JSIS & JASI) 合同研究大会. 平成21年9月12日 ~ 平成21年9月13日. 新潟市.
Issue Date	2009-09-13
Doc URL	<a href="http://hdl.handle.net/2115/39287">http://hdl.handle.net/2115/39287</a>
Right	
Type	conference presentation
Additional Information	There are other files related to this item in HUSCAP. Check the above URL.



Instructions for use

# 情報化が旅行者行動に与える影響に関する研究 ～アニメ聖地巡礼行動の事例分析から～ A Study on Impact of Informatization on Tourist Behavior ～Analysis of Anime Pilgrimage～

◎岡本健<sup>1</sup>  
Takeshi OKAMOTO

<sup>1</sup>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 Hokkaido University

**Abstract** This paper shows impact of informatization on tourist behavior in Japan. This research adopts analysis of “Anime Pilgrimage” in order to accomplish the above mentioned objective. Recently, in Japan, some of anime fans make “Anime Pilgrimage” which is a kind of tourist behavior. It would appear that this behavior was affected by informatization strongly. As a result, it was found that “Anime Pilgrim” was affected by informatization not only before “Anime Pilgrimage” but also throughout “Anime Pilgrimage”.

**キーワード** 観光情報, 旅行者行動, 旅行情報化世代, アニメ聖地巡礼, 埼玉県鷲宮町

## 1. 背景と目的

社会の情報化は様々な人間の行動に影響を与えている。それは、人間の行動の一つである旅行行動に関しても例外ではない。情報化が進展する中で、学術的な文献や、業界誌などでも、旅行行動にインターネットが及ぼす影響について言及されている（梅村 1996, 永本 2001, 臼井 2002, 大島 2002, 谷口 2004）。また、旅行者が旅行の参考にする情報源の変化についての先行研究では、社団法人日本観光協会の調査である「観光の実態と志向（平成 16 年度版）」のデータと、内閣府広報室の調査である「自由時間と観光（月刊世論調査平成 16 年 2 月号掲載）」のデータを比較検討した結果、「ロコミ」の利用率が減少傾向にあり「インターネット」の利用率が上昇傾向にあることが指摘されている（佐々木 2007）。

「インターネット」の利用率の上昇に関しては、旅行者が情報機器を用いて情報取得を行っていることの裏付けにはなるが、実際どのような特徴を持った人々が、どのように旅行行動を行っているかについては検証がなされていない。これらを検証するためには、次の 2 つの視点が必要であろう。1 つは、世代、性別に関する視点である。もう 1 つはインターネットの利用の仕方についてである。

1 つ目の視点に関して、佐々木(2007)で行われた比較検討では、標本を 15 歳以上の男女、20 歳以上の男女としており、分析の際はその全体傾向を扱っている。世代や性別によって情報機器の利用頻度や利用方法に差があることが先行研究で確認されている（池田・小林 2005, 中村 2000）ため、上記の方法では全体的な傾向は見えても、どの世代・性別でよく用いられているかについては不明である。

2 つ目の視点に関しては、インターネットの利用方法についてである。情報取得の方法として考えた場合、インターネットには、様々な利用方法が考えられる。

特定の旅行会社のホームページを見るような比較的受動的な情報取得もあれば、検索サイトを用いて様々な情報を得て、取捨選択するような比較的能動的な情報取得もありうる。また、企業や行政などのホームページからの一方的な情報取得であるか、電子掲示板やウェブログ、SNS などの比較的双方向的なコミュニケーションの中からの情報取得であるか、といった違いもあろう。

岡本(2009a)では、この 2 つの視点に着目して分析を行っている。社団法人日本観光協会の調査である「観光の実態と志向（平成 19 年度版）」と財団法人日本交通公社の調査である「旅行者動向 2008 国内・海外旅行者の意識と調査」のデータを元に、旅行の情報源として「インターネットの検索サイト」の利用が活発な世代・性別を 2007 年時点の 20 代、30 代、40 代の男性および 20 代の女性と特定し「旅行情報化世代」と暫定的に定義している。

これらの研究により、旅行の情報源としてインターネットを活用している世代や性別、利用方法などが具体的になりつつある。しかし、これらの研究で行われているのは、旅行行動前に旅行情報を取得する場面に限定された分析である。

社会の情報化が旅行行動に与える影響を検討するためには、旅行の前後を含めた旅行行動である「一連の旅行行動(岡本・山村 2008)」全般について、情報機器がどのように用いられているのか、それによって旅行者の行動はどのような影響を受けているのかについて詳細に分析する必要がある。

そこで、本稿では、情報化の影響を大きく受けられていると思われるアニメ聖地巡礼行動を事例として取り上げ、前後を含めた「一連のアニメ聖地巡礼行動」の際に巡礼者がどのような情報の受発信を行っているかを整理することで、情報化の旅行行動への影響を明らかにする。

## 2. 事例選択の妥当性

本稿では、情報化の影響を大きく受けていると考えられるアニメ聖地巡礼行動を取り上げ、分析を行う。

### (1)アニメ聖地巡礼の定義

本稿で取り上げる事例であるアニメ聖地巡礼について定義を行う。アニメ聖地巡礼とは、アニメ作品の舞台となった場所や、関連する場所を「聖地」として、そこを訪ねる行為であり、アニメ聖地巡礼を行う者をアニメ聖地巡礼者とする(岡本 2008, 山村 2008)。

### (2)アニメ聖地巡礼の誕生

アニメ聖地巡礼行動は、社会の情報化が進展した1990年代前半に誕生したと言われている(岡本 2009b)。アニメの背景が現実味のある風景として詳細に描かれることが多くなったのは、アニメの制作現場に情報機器が普及したことが大きく影響していると考えられるし、聖地巡礼を行うために、アニメの背景を静止画像で見るためには、ビデオやDVDなどのAV機器の普及が不可欠である。このように考えると、アニメ聖地巡礼は、社会の情報化の影響を大きく受けた旅行行動であると言える。

### (3)アニメ聖地巡礼の展開

アニメ聖地巡礼は2009年6月現在、日本国内の様々な地域で行われている(図-1)。図に示したものはアニメ聖地のごく一部であり、多くの巡礼者が訪れ、新聞や雑誌に取り上げられる有名な聖地である(岡本 2009b)。

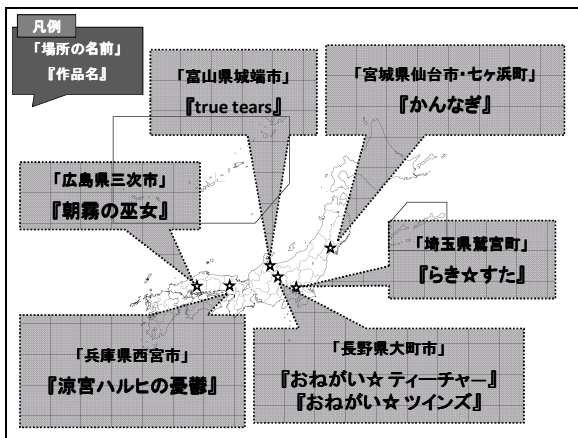


図-1. 代表的なアニメ聖地の位置

### (4)アニメ聖地巡礼者の特徴

アニメ聖地巡礼者には次の5つの特徴があると言われている(岡本 2009b)。1点目は、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発信すること。2点目は、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読んでいること。3点目は、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点目は、アニメ聖地巡礼者の中には、高頻度で当該地域を訪れる者や、遠方から当該地域を訪れる者がいること。5点目は、アニメ聖地巡礼者には「旅行情報化世代」が多いことである。

これらの特徴を踏まえると、アニメ聖地巡礼行動は社会の情報化に大きく影響を受けた旅行行動であると考えられる。しかし、岡本(2009b)も指摘しているように、この研究で用いられた新聞・雑誌記事分析は、あくまで二次資料の分析であるとともに、様々な地域のアニメ聖地巡礼のエピソードをまとめて扱っているため、正確さや緻密さに欠ける。そのため、特定の地域で聖地巡礼者の行動を詳細に分析する必要がある。

## 3. 方法と手続き

アニメ「らき☆すた」の聖地となっている埼玉県鷲宮町でインタビュー調査を行った。インタビュー時期は2008年4月から2009年5月である。現地調査の頻度は月に1度程度であり、インタビューは現地調査の際随時行った。インタビュー調査の対象は鷲宮町商工会職員、アニメ聖地巡礼者、地元商店主である。

インタビュー調査の結果から巡礼行動前後を含めた「一連のアニメ聖地巡礼」について、巡礼者の情報の受発信の仕方を明らかにし、情報化は旅行行動にどのような影響を与えているかを検討する。

## 4. 結果

### (1)アニメ聖地巡礼前行動

アニメ聖地巡礼行動の動機形成はアニメを視聴するところから始まる。しかし、アニメを視聴するだけでは、アニメに映った背景が実際に存在するかどうかについては明らかではない。何らかの関連情報を得ることで、アニメの背景が現実存在することを知って、聖地巡礼行動に至る。2009年6月現在では、アニメ聖地巡礼自体がすでに一つの行動として紹介されていることもあり、アニメを視聴する前にそうした情報を先に得る場合もある。

この事前行動について、少なくとも3通りの異なる聖地巡礼者が確認された。1つ目は、開拓的アニメ聖地巡礼者の場合である。開拓的アニメ聖地巡礼者は、アニメを視聴し、そこから様々な推論を働かせ、様々な方法でアニメの聖地を探し出す巡礼者である。たとえば、らき☆すた聖地の場合は、オープニングでキャラクターの「柊つかさ」が登場するシーンで、背景の駅名が「糟日部駅」となっており、読み方が同じである「春日部駅」を連想させる。また、同じくオープニングでキャラクターの「成実ゆい」が背伸びをする場面で背後にパトロールカーが映っており「埼玉県警」と書かれている。また、らき☆すたを製作したアニメーション会社は京都アニメーションであるが(藤原 2009)、同制作会社は「フルメタルパニック」や「涼宮ハルヒの憂鬱」でも、現実の場面を背景に使用しており、そのことも「らき☆すた」の背景が実在する風景をモデルにしていることを推察するきっかけになっていると言えるだろう。

鷲宮町を訪れていた開拓的アニメ聖地巡礼者であるAさんにインタビューを行ったところ、巡礼行動に出る前に、上のような様々な証拠から推察を加え、google earthなどの衛星写真や住宅地図などを用いていくつかの候補に絞り込んだ後、現地を訪れるそう

だ。また、インターネット上の掲示板やコミュニティでは、開拓的アニメ聖地巡礼者同士で、競って聖地の同定を行っていたという。

2 つ目は追従型アニメ聖地巡礼者である。追従型アニメ聖地巡礼者は、上のような開拓的アニメ聖地巡礼者が探し出し、インターネット上で公開した情報を元に聖地巡礼を行う巡礼者である。たとえば、聖地巡礼に関するホームページやブログ、mixi 内のコミュニティ、電子掲示板の情報などがその情報源となる。

3 つ目はまちおこしなどで話題になり、そのことで現地を知り、訪れるタイプのアニメ聖地巡礼者である。これを二次的アニメ聖地巡礼者と名付ける。鷺宮町を訪れていた B さんにインタビューを行った結果、「もともとアニメは嫌いではなかったが、らき☆すたは見たことが無かった。ネットのニュースで鷺宮町が取り上げられており、興味を持ってらき☆すたを見てから来てみた。」というコメントが得られた。このように、アニメ聖地の中でもまちおこしにつながるなどして広くマスメディアに取り上げられることで有名になり、そうした情報を先に手に入れ、アニメを後から視聴するという場合もあることが分かった。

## (2)アニメ聖地巡礼中行動

アニメ聖地巡礼を行う際、現地では、大きく分けて4つの行動が見られた。

1 つ目は、アニメ聖地の写真を撮影することである。鷺宮町の場合は、鷺宮神社と隣接する大西茶屋が同時に入るアングル（写真-1）で写真を撮影することが多い。



写真-1. 鷺宮神社（左）と大西茶屋（右）

2 つ目は、旅の記念物として様々なものを残していくことである。具体的には鷺宮神社の絵馬掛け所にアニメを描いた絵馬を残す、大西茶屋の黒板にアニメ絵を描く、大西茶屋にある聖地巡礼ノートにイラストを残していく、大西茶屋や地域の商店にグッズを置いていく、地域商店の宣伝用のイラストを描くなどである。

3 つ目は、ノート PC や携帯電話などの持ち運び可能なインターネット端末を用いて、聖地の様子を「実況中継」と称してブログや掲示板にアップすることである。

4 つ目は、現地の人々と頻繁に会話することである。アニメ聖地巡礼者の中には一般的に「オタク」と呼ばれる人々も少なくない。マスメディアで扱われる

ステレオタイプな「オタク」像では、コミュニケーション能力が低いという特徴が見られるが、鷺宮町では地元住民との積極的なコミュニケーションが見られる。地元商店主の C さんにインタビューをしたところ「（聖地巡礼者とは）よく話をする。コミュニケーションが苦手なのかと思っていたが、挨拶もしっかりするし、マナーが良い。自分もついつい楽しくて長々と話してしまう」というコメントが得られた。

## (3)アニメ聖地巡礼後行動

アニメ聖地巡礼後の巡礼者の行動は大きく分けて以下の2点にまとめることができる。

1 点目は、インターネット上での発信である。具体的には、ホームページ、ブログ、SNS 内のコミュニティ、電子掲示板の書き込みなどである。聖地巡礼者は聖地巡礼を行って、当地で撮影した写真をコメントとともに「巡礼記」として、インターネット上で公開した。こうした情報発信の際には、地元住民への配慮が見られることが多い。

たとえば、民家が映っている写真については撮影場所を明かさないようにする、人や自動車が映りこんでいる場合には顔やナンバープレートにモザイクをかけるなど、プライバシーの保護に配慮している。また、後進の聖地巡礼者に対して地域住民の迷惑にならないように巡礼を行うよう促すことも多い。ホームページに挙がっている巡礼記の多くに「アニメの舞台を訪れる際には、マナーを守り、地域住民の方々に迷惑にならないように気をつけましょう」という旨の注意書きがある。

2 点目は、同人誌での発信である。巡礼者の中には、鷺宮町のガイドブックを自費で作成する者や、アニメ絵馬に関する同人誌を作成する者がいた。ガイドブックの著者である D さんは「アニメ放映開始の頃から、鷺宮や幸手、春日部などの舞台を探し出し、訪ねていた」という。ネット上で聖地探しが行われていた際に D さんも聖地探しに参加していたという。聖地を探し訪ねる中で「アニメがかなり現実の風景を忠実に描いていることや、場所が東京に近いことから、多くのファンが訪れるのは間違いないと思った」という。らき☆すたの舞台になっている場所は、近くに住宅地も多く、大勢のファンが舞台を探して歩き回ると、地元の方々に不安感を与えたり、迷惑をかけたりすると考え、また、そのようなトラブルが起こった場合、アニメ作品やファンへの非難がなされることを危惧した。このような動機から、訪れるファンがスムーズに巡礼行動を行うのをサポートするため2007年5月4日「おっかけ！セーラーふく」を同人誌として刊行した。D さんは続いて2007年12月29日に「おっかけ！セーラーふく 2007年まとめ」を刊行、続いて2008年9月7日には「らき☆すたうおーかー」を刊行している。本書は鷺宮町を訪れる聖地巡礼者に読まれるばかりではなく、地元住民の中にも愛読者がいる。

## 5. 考察

得られた結果からアニメ聖地巡礼行動を図-2に整理した。

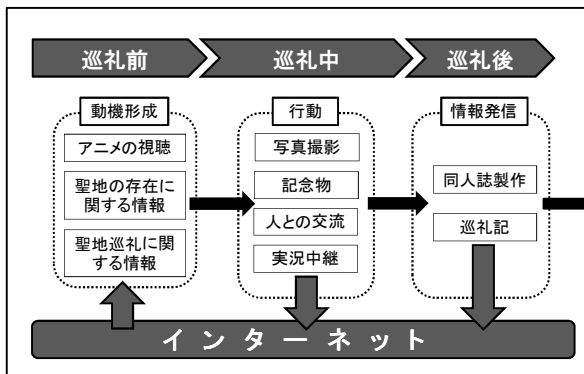


図-2. 一連のアニメ聖地巡礼行動とインターネット

まず、「アニメの視聴」と「聖地の存在に関する情報」および「聖地巡礼に関する情報」により、聖地巡礼行動の動機が形成される。「アニメの視聴」はアニメ自体を視聴することであり、「聖地の存在に関する情報」は、アニメ自体に描かれたものを含め、聖地が存在することを示したり、聖地の場所に関するヒントになる情報のことを言う。そして「聖地巡礼に関する情報」は、聖地巡礼をする際のマナーや、慣習などの情報である。これは、開拓的な聖地巡礼者が巡礼後に巡礼記や同人誌で発信した情報である。

特徴的な点は、通常現地に行かなければ手に入らない情報がインターネットにアクセスすることで事前に手に入ることである。そこで手に入る情報は現地に到達するのに必要な情報だけでなく、過去にどのような出来事があったか、現在どういった状況であるのかをはじめとして、どのような行為に注意しなければならないのか、といった規範に関する情報も手に入る。

次に、巡礼中には、「写真撮影」をする、「記念物」を現地に残す、地元の人々や聖地巡礼者などの「人との交流」をする、巡礼中に「実況中継」を行う、などが見られた。

特徴的な点は、旅行中にもインターネットを用いて情報発信を行う点である。通常、旅行行動は、現地で写真を撮影する、人とコミュニケーションをとるなど、その場で完結していることが多い。しかし、アニメ聖地巡礼の場合は、現地で様々な体験をしつつ、それが同時にインターネットに情報としてアップされ、現地にはいない人々と共有されるのである。

次に、巡礼後には撮影した写真や、現地での交流や出来事などを「同人誌作成」やインターネット上の「巡礼記」で発信する。SNSのコミュニティや、掲示板でも巡礼後の情報交換が行われる。個々の巡礼者がそれぞれ情報発信を行うことで、インターネット上に情報が集積され、随時更新されていくことになる。

つまり、これまで強調されてきた、旅行前の情報探索については、ただ現地のいわゆる観光情報を収集するだけでなくとどまらず、個人のブログやホームページなどを参照することにより、より詳しく現地のことを知ることができている。加えて、事前のみならず、旅行行動中や旅行行動後に関しても、インターネットを用いて随時情報の受発信を行っていることが確認できた。

## 5. まとめ

アニメ聖地巡礼行動を分析した結果、個々人の経験がインターネット上に蓄積され、それを参照することで、異なった人間であるにも関わらず、経験を共有できる構造になっていることが分かった。

情報技術の関わらない旅行行動であっても、旅人同士の情報共有はあったと推測できるが、インターネットの利用により、その程度が飛躍的に広く、強くなっていると考えられる。

今回はアニメ聖地巡礼行動を取り上げて分析を行ったが、旅行者の中でもアニメファンという特定の趣向を持った旅行者を分析しているため、これらの知見を無批判に一般化することはできない。また、アニメ聖地巡礼行動の中でも一事例のみを扱ったため、他地域に関しても詳細な検討を加え、比較する必要がある。

## 参考文献

- 藤原実(2009):京アニ、『知ってるだけで恥ずかしい 現代オタク用語の基礎知識』, p68, ディスカヴァー・トゥエンティワン.
- 池田謙一・小林哲郎(2005):メディアの変容とデジタルデバイド『インターネット・コミュニティと日常世界』池田謙一編, pp. 29-46, 誠信書房
- 永本浩司(2001):情報化社会と旅行形態の個人化『月刊観光』416, pp. 53-57
- 中村雅子(2000):情報化とジェンダー『情報化と社会生活』橋元良明・船津衛 編, pp. 59-83, 北樹出版
- 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, pp. 1-13
- 岡本健(2009a):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
- 岡本健(2009b):アニメ聖地巡礼の誕生と展開『CATS 叢書 第1号 メディアコンテンツとツーリズム 鷲宮町の経験から考える文化創造型交流の可能性』pp. 31-62
- 岡本健・山村高淑(2008):観光行動中に観光者が得る情報に関する一考察~観光現象を分析するための情報理論の構築に向けて~『第23回日本観光研究学会 全国大会学術論文集』pp. 483-484
- 大島正敬(2002):観光情報入手手段の実態~「観光の実態と志向」調査より~『月刊観光』427, pp. 33-35
- 佐々木士師二(2007):観光旅行の意志決定『観光旅行の心理学』pp. 100-148, 北大路書房
- 谷口知司(2004):観光文化と情報システム~より快適で楽しい観光ができる環境を目指して~『観光文化論』北川宗忠編, pp. 181-199, ミネルヴァ書房
- 梅村匡史(1996):観光と情報『現代観光研究』香川真編, pp. 294-304, 嵯峨野書院
- 白井純子(2002):情報技術が変える観光『月刊観光』423, pp. 27-31
- 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』7, pp. 145-164