



Title	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2, 埼玉県鷲宮町における「らきすた」聖地巡礼の展開経緯と来訪者動態について
Author(s)	山村, 高淑; 岡本, 健; 松本, 真治; 坂田, 庄巳
Citation	第23回日本観光研究学会・全国大会. 平成20年11月22日～平成20年11月23日. 上田市
Issue Date	2008-11-23
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/34973
Type	conference presentation
File Information	20081123HUSCUPyamamura.pdf



[Instructions for use](#)

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2)

埼玉県鷲宮町における
「らき☆すた」聖地巡礼の
展開経緯と来訪者動態について

-
- ★山村 高淑 (北海道大学)
 - ★岡本 健 (北海道大学)
 - ★松本 真治 (鷲宮町商工会)
 - ★坂田 圧巳 (鷲宮町商工会)

★埼玉県北葛飾郡**鷺宮町**

…「アニメ聖地巡礼行為」が「地域振興」に結びついた事例。

→ マスコミ等では興味本位で報道されるが、実態は不明。

★本稿の**目的**

関係者へのインタビュー、アニメイベントへの参加、

関連資料分析、来訪者アンケートを通して、

1、 鷺宮町における「アニメ聖地」成立・展開の経緯、

2、 現在の来訪者動態、

を明らかにすること。

「らき☆すた」

美 水かがみの4コマ漫画及びそれを原作としたゲーム・アニメ作品である。

角川書店の月刊ゲーム雑誌「コンプティーク」において2004年1月号より連載。

【テレビアニメ版】

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。全24話。

【オープニングテーマ】

主人公4人の声優が歌う『もってけ!セーラーふく』が一部マニアの間で大ヒット。初登場でオリコン2位。売り上げ20万枚以上。

第二回声優アワード「歌唱賞」

京都アニメーションのダンス戦略

(「涼宮ハルヒの憂鬱」でのノウハウ)

(1) アニメ聖地の成立・展開経緯

ファン(旅行者)がどのように鷺宮町に関わってきたのか、旅行動態の傾向に着目、



3つの時期区分。

① 2007年4月～11月 ファンによる旅先開拓期

- ・アニメOP・・・鷲宮神社と大酉茶屋等を描いたシーン
- ・ロケ地がどこか？ 一部ファンがゲーム的に盛り上がる。
- ・ブログや同人誌、アニメ雑誌の特集等
 - 「**聖地**」として広くファンに認識
- ・鷲宮神社にキャラクターを描いた絵馬を残す。
- ・商工会、「せっかく来てくれたのに土産も無い・・・」
 - 「**著作権所有者**」にコンタクト。



宮城野宮神社



大西茶屋



ジュニア部員賞状大会全国大会出場
彩テニススクール
 0480-23-1022
 ホームページ: 彩テニススクール
 080-8108-0773
 姫宮会場: 白岡台

買取回収
アパレル
 買取回収します
 04-7196-2455
 アパコナ

マル7
 主要キャンペーン・商品ローン
 0120-029-253

一般・小児・矯正歯科
上岡歯科医院
 0480(58)0107

②2007年11月～2008年5月 イベント参加期

- 著作権所有者＋商工会により、ファン向けイベントを開催
- 2007.12.2 大酉茶屋にて声優を招いたイベント(3,500人)
- 2008.4.1 町コミュニティ広場で特別住民票交付式(4,000人)
- ファンに喜んでいただくためのグッズ開発・販売
(桐絵馬ストラップ)
 - 地元商店が本業で勝負できる仕組みへ徐々にシフト
- 4.6～飲食店スタンプラリー
 - アニメファンから、特定店舗のファンへ・・・

③2008年5月～ 地域社会への受容期

- ・ファンが繰り返し訪れる中で、地域社会が受容。
- ・ファンの行動範囲を町全体に広げる仕組みづくり。
神社＋大酉茶屋 → 商店街 → 町全体へ。
- ・2008.9.7 伝統的祭事「土師祭」へのファンの参加。
ファンの代表が神輿を手作り
120名の担ぎ手が「らき☆すた」神輿を担ぐ。

(2) 来訪者動態

来訪者の動態に関する数値データは、
これまで一切存在せず。

一般客(一般参拝者)と聖地巡礼者の混在



比率を明らかにしたい。



主たる聖地である「大酉茶屋」来店者への
アンケートの実施(2008.8.3-10の7日間)

☆アンケート調査対象者総数： 365人
(大酉茶屋内食事処での
休憩客全員が対象)

☆アンケート票回収数： 332人

☆アンケート回収率： 91.0%

表： 鷺宮町への来訪目的

来訪目的	来訪者の住所			回答者数合計(人)	
	県内	県外	無回答		
らき☆すた聖地巡礼	34	150	9	193	(58.1%)
らき☆すた飲食店スタンプラリーへの参加	6	13	0	19	(5.7%)
鷺宮神社への通常参拝	18	32	5	55	(16.6%)
帰省や親族訪問	0	3	1	4	(1.2%)
業務	2	1	0	3	(0.9%)
その他	20	21	4	45	(13.6%)
無回答・無効(注2)	3	7	3	13	(3.9%)
計	83	227	22	332	(100.0%)

これまで不明であった、

・「らき☆すた」聖地の成立と展開経緯

・「聖地巡礼者」の来訪実態の一端

が明らかに。



コンテンツを生かした観光振興のあり方

「学術」「実践」双方からの検討



観光施設が無くても人は集まる、
という現実。

商工会＋ファン＋大学の連携実験

- 1) アニメファンを町のファンにしていく
仕掛けづくり
- 2) 新たな来訪者層の開拓
(誰でも受け入れる町、鷺宮。LC。)
- 3) 学術的分析・客観的評価