HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	自治体が主体的にコンテンツツーリズム目的地＝聖地を創ることは可能か？：アニメ『邪神ちゃんドロップキック』の地域コラボ事例から考える
Author(s)	柳瀬, 一樹
Issue Date	2022-11-25
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/87301
Rights	【掲載アニメーション画像の権利表記】 © ユキヲ・COMIC メテオ／邪神ちゃんドロップキック’製作委員会 © ユキヲ・COMIC メテオ／邪神ちゃんドロップキックX製作委員会
Type	lecture
Note	第15回オンライン観光創造フォーラム「自治体が主体的にコンテンツツーリズム目的地＝聖地を創ることは可能か？：アニメ『邪神ちゃんドロップキック』の地域コラボ事例から考える」. 2022年11月25日(金)18：30～20：00. （主催）北海道大学観光学高等研究センター. （企画実施責任者・司会）山村高淑. オンライン.
File Information	OnlineForum15_Presentation.pdf

Instructions for use

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

cats
Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

Online Forum 15

© ユキヲ・COMIC メテオ／邪神ちゃんドロップキック X 製作委員会

北海道大学観光学高等研究センター　第15回（2022年度 第6回）オンライン観光創造フォーラム

自治体が主体的にコンテンツツーリズム目的地＝聖地を創ることは可能か？

アニメ『邪神ちゃんドロップキック』の地域コラボ事例から考える

2022年11月25日　邪神ちゃんドロップキック宣伝プロデューサー　栁瀬一樹

邪神ちゃんドロップキックとは？

東京アニメアワードフェスティバル 2023
TOKYO ANIME AWARD FESTIVAL

TVシリーズ部門 現在のランキング

※毎日0時に更新されます

1. 邪神ちゃんドロップキックX
2. うたの☆プリンスさまっ♪ マジLOVEスターリッシュツアーズ ～旅の始まり～
3. リコリス・リコイル
4. メカアマト
5. SPY×FAMILY
6. 吸血鬼すぐ死ぬ
7. TIGER & BUNNY 2 パート 1
8. 名探偵コナン 警察学校編 Wild Police Story
9. ドラゴンクエスト ダイの大冒険
10. 鬼滅の刃 無限列車編・遊郭編

- 『邪神ちゃんドロップキック』は、漫画家・ユキヲが2012年より「COMICメテオ」で連載中の人気コミック（累計100万部超）が原作のアニメーション。
- 2018年、2020年、2022年に計3回アニメ化された。
- クラウドファンディングはふるさと納税の活用、メインキャストの一般公募オーディション投票企画など新しい企画への挑戦が話題。
- 東京アニメアワード暫定１位
  → https://best100.animefestival.jp/

本日のテーマ

・メインテーマ

自治体が主体的にコンテンツツーリズム目的地＝聖地を創ることは可能か？

・サブテーマ

「内容不適切」富良野市議会委決算不認定について

MAIN THEME

自治体が主体的にコンテンツツーリズム目的地＝聖地を創ることは可能か？

聖地がないなら作ればいいじゃない？

コンテンツツーリズム研究の学術的な系譜の整理

国内

政策支援型

▲ 2005 『映像等コンテンツの製作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書』に「コンテンツツーリズム」が初出

▲ 2010『物語を旅するひとびと』(増渕)

▲ 2011 コンテンツツーリズム学会

▲ 2014『コンテンツツーリズム入門』（増渕ほか）

アニメツーリズム

▲ 2005 柿崎
アニメ聖地
研究

▲ 2007 『らき☆すた』放送

▲ 2008 『アニメ聖地の成立とその展開に関する研究』（山村）

▲ 2011『アニメ・マンガで地域振興 まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発法』（山村）
「アニメツーリズム」とトライアングルモデルの誕生

モデルに当てはめた
ケーススタディ事例研究の拡大

▲ 2013 『n次創作観光/アニメ聖地巡礼』（岡本健）
観光社会学の観点から聖地巡礼行動がネット時代の行動であることを明らかに

海外

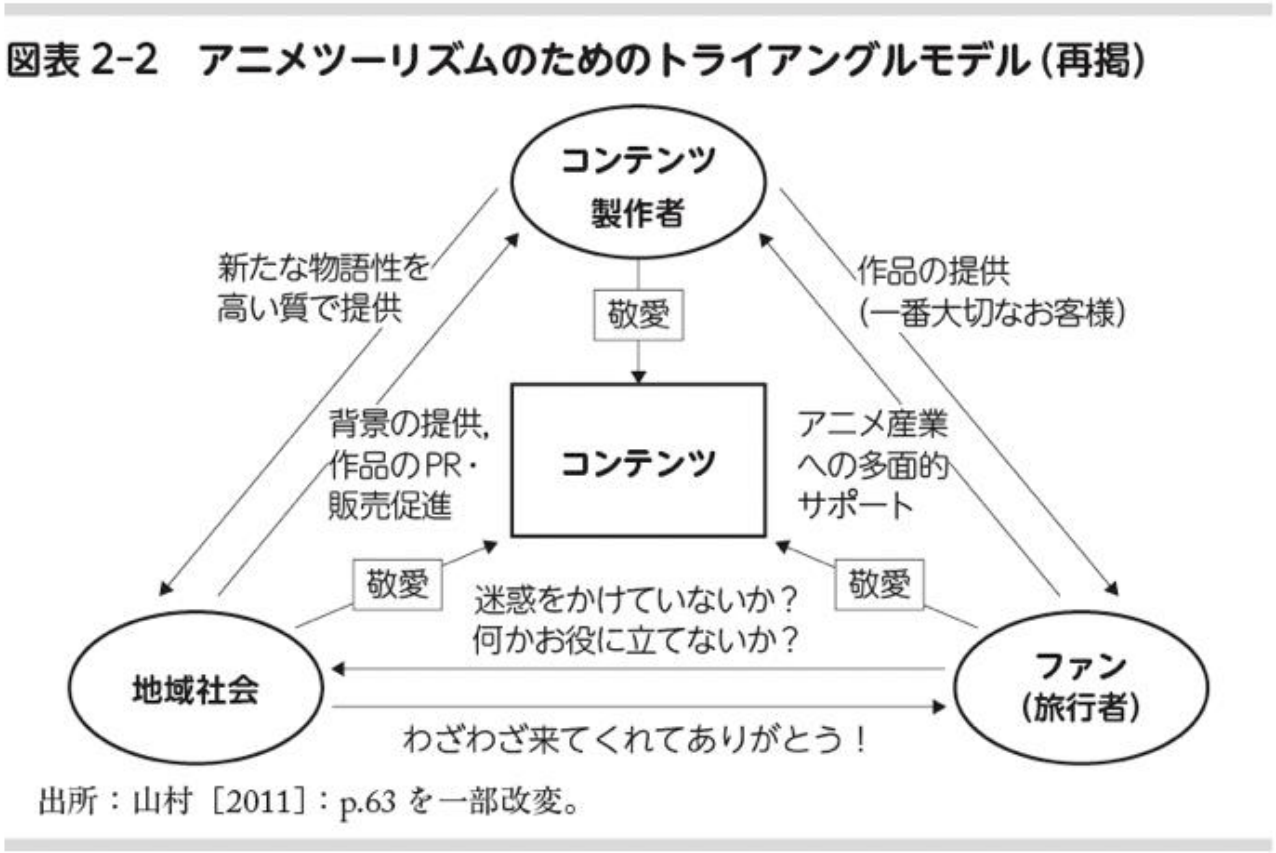
フィルムツーリズム

▲2013 オーストラリアの観光研究者スー・
ビートンが日本のコンテンツツーリズムに言及

▲2017 シートン
日本のポップカルチャーの聖地とそこで
展開するツーリズムについて体系化

出典：山村、F,シートン（2021）コンテンツツーリズム: メディアを横断するコンテンツと越境するファンダム

山村（2011）トライアングルモデル



- 本論はケーススタディ分析であり再現性がない（自治体は人気作品の聖地来いと祈ることしかできない）のではないか？
- 【当発表の狙い】自治体が主体となって聖地を作ることができるのか？という切り口での調査結果を発表し、アニメツーリズム研究の系譜に一石を投じる。

出典：山村高淑.『アニメ・マンガで地域振興～まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発法～』

『邪神ちゃんドロップキック』地方編は自治体PRを目的として作られた作品

- 邪神ちゃんドロップキック’(2020)→千歳市
- 邪神ちゃんドロップキックX (2022)→帯広市・釧路市・富良野市・南島原市

それぞれ、TVアニメとして放送、Amazon Prime Video等の配信サービスを通じ世界配信

放送後にアンケート調査を実施

- googleフォームを用いて設計、邪神ちゃん公式Twitterで回答を呼びかけ
- 調査期間　2022年8月31日～9月5日
- 有効回答　2342件

※調査結果の読み解きについては、これが既存ファンに対して呼びかけ取得した数値であり、一般的な社会調査とは異なることに留意すること。

現地訪問経験

あなたは『●●市』へ行ったことがありますか？

	千歳市	釧路市	帯広市	南島原市	富良野市
行ったことがある	795	441	429	163	483
行ったことがない	1547	1901	1913	2179	1859
未踏率	66%	81%	82%	93%	79%

34%は行ったことがある。

7%しか行ったことがない。

- 千歳市の訪問率の高さは北海道の「空の玄関」新千歳空港によるものと想定。
  もしくは千歳編のみ2年前放送なためこの期間に訪問した可能性あり。
- 逆に、南島原市の未踏率の高さは直行便のなさに起因するのではないか。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

視聴後の現地訪問意向

作品を見て、舞台になった自治体へ行きたいと思いましたか？

	千歳編	釧路編	帯広編	南島原編	富良野編	合計	割合
ぜひ行きたい	886	906	917	818	894	4421	39.3%
行きたい	900	919	874	826	775	4294	38.2%
どちらとも言えない	368	395	416	525	361	2065	18.4%
あまり行きたくない	37	45	53	65	43	243	2.2%
行きたくない	40	44	45	46	43	218	1.9%
見ていないのでわからない	111	33	37	62	226	469	視聴者数から除外
視聴者数	2231	2309	2305	2280	2116	11241	

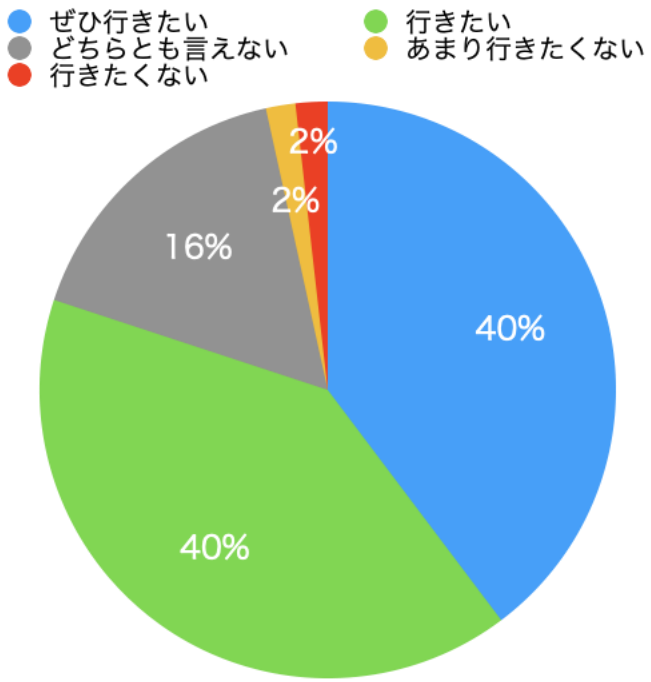
- 77%以上が「ぜひ行きたい」「行きたい」と回答。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

映像視聴後の訪問意向変化（千歳）

『邪神ちゃんドロップキック´千歳編』をご覧になって、あなたは、舞台になった自治体へ行きたいと思いました

	実数	視聴者割合
ぜひ行きたい	886	**39.7%**
行きたい	900	**40.3%**
どちらとも言えない	368	16.5%
あまり行きたくない	37	1.7%
行きたくない	40	1.8%
視聴者実数	2231	
見ていないのでわからない	111	



- 視聴者の66%が未訪問。80.1%が訪問意向を示す。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

スポット・事象別に訪問意向変化を調査（千歳）

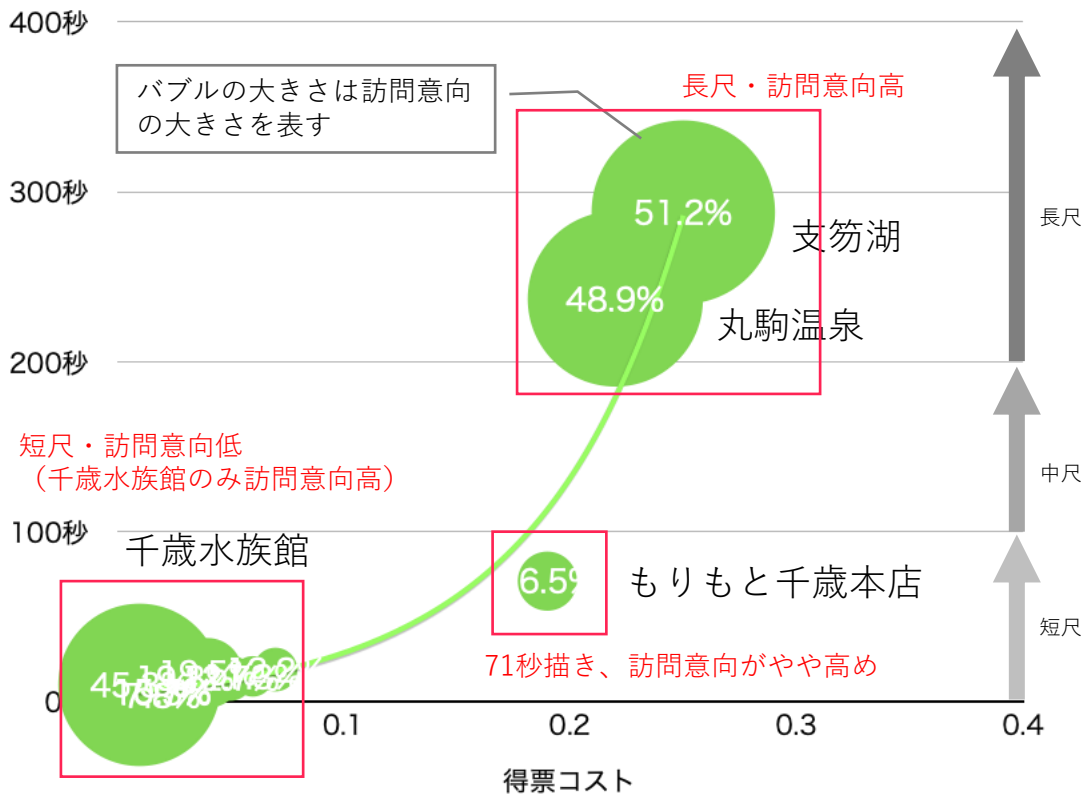
※アンケート時に提示した画像

映像尺と訪問意向の関係（千歳）

千歳：行ってみたいと思った場所や体験してみたいと思った事象（3つまで）

放送（秒）

	スポット・事象	得票数	訪問意向	秒	得票コスト	分類
1	支笏湖	1143	51.2%	288	0.25	観光
2	丸駒温泉	1092	48.9%	237	0.22	宿泊
3	千歳水族館	1011	45.3%	10	0.01	観光
4	新千歳空港	442	19.8%	14	0.03	交通
5	ミルキーベル	435	19.5%	17	0.04	飲食
6	もりもと千歳本店	367	16.5%	71	0.19	飲食
7	山川鉄橋	350	15.7%	6	0.02	観光
8	キウス周堤墓群	283	12.7%	14	0.05	観光
9	太陽のめぐみ	273	12.2%	19	0.07	飲食
10	インディアン水車	253	11.3%	15	0.06	観光
11	ビジターセンター	229	10.3%	5	0.02	観光
12	ペンネンノルデ	175	7.8%	4	0.02	飲食
	特に行きたいと思った場所や体験したいと思った事象はなかった	231				



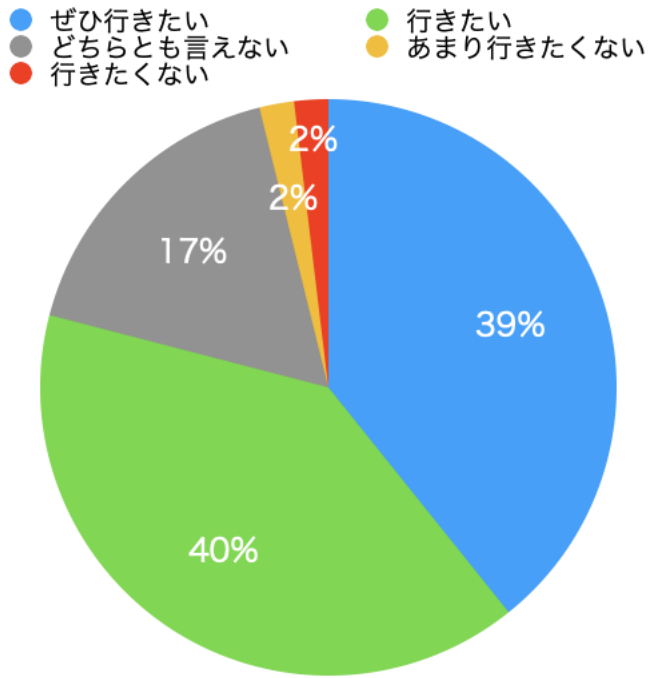
- 支笏湖、丸駒温泉が長尺、訪問意向も高。千歳水族館は10秒の短尺で45.3%が訪問意向を示している。千歳編は放送から2年経っている点にも留意。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

視聴後の現地訪問意向（釧路）

『邪神ちゃんドロップキックX釧路編』をご覧になって、あなたは、舞台になった自治体へ行きたいと思いました

	実数	視聴者割合
ぜひ行きたい	906	**39.2%**
行きたい	919	**39.8%**
どちらとも言えない	395	17.1%
あまり行きたくない	45	1.9%
行きたくない	44	1.9%
視聴者実数	2309	
見ていないのでわからない	33	



- 視聴者の81%が未訪問。79.0%が訪問意向を示す。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

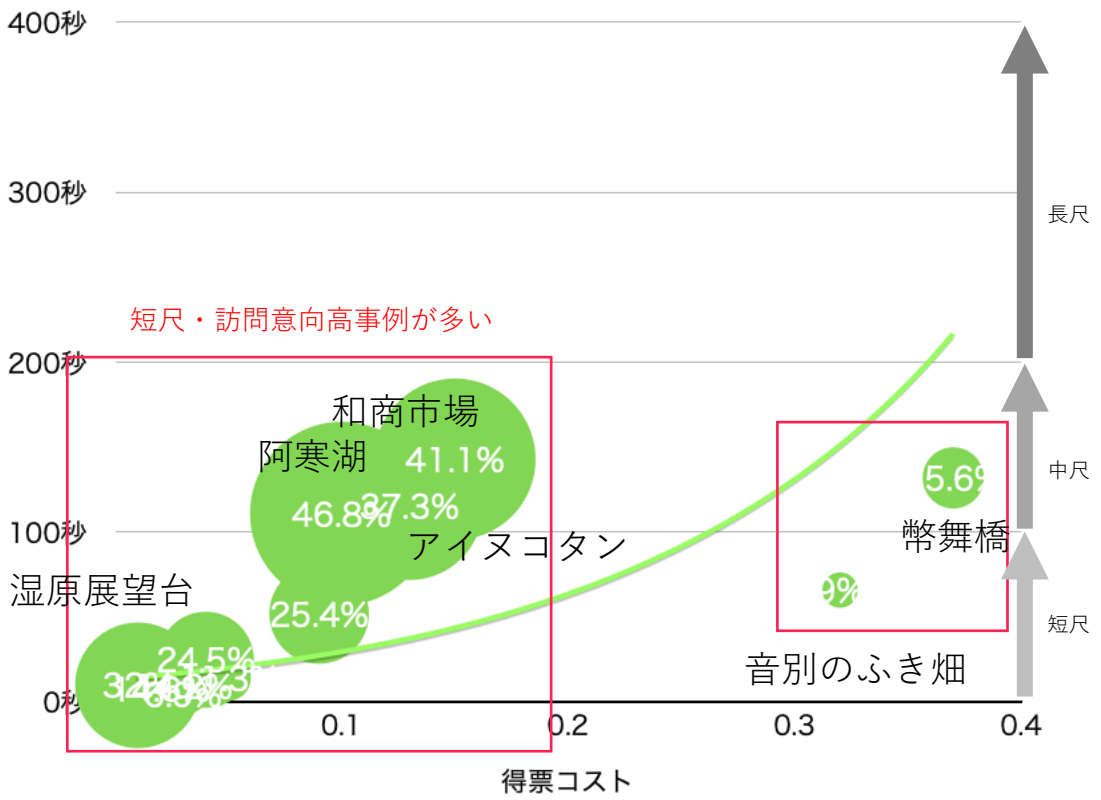
スポット・事象別に訪問意向変化を調査（千歳）

※アンケート時に提示した画像

映像尺と訪問意向の関係（釧路）

釧路：行ってみたいと思った場所や体験してみたいと思った事象（3つまで）

	スポット・事象	得票数	訪問意向	秒	得票コスト	分類
1	阿寒湖	1081	46.8%	111	0.10	観光
2	和商市場	948	41.1%	143	0.15	飲食
3	アイヌコタン	862	37.3%	115	0.13	観光
4	湿原展望台	738	32.0%	10	0.01	観光
5	北海まりも製菓	586	25.4%	52	0.09	観光
6	ボッケ遊歩道	566	24.5%	25	0.04	観光
7	幣舞橋	361	15.6%	132	0.37	観光
8	イコロ アイヌ古式舞踊	336	14.6%	8	0.02	観光
9	文字モニュメント	328	14.2%	9	0.03	観光
10	影絵（シマフクロウ）	260	11.3%	14	0.05	観光
11	音別のふき畑	207	9.0%	66	0.32	観光
12	尺別の丘	160	6.9%	5	0.03	観光
	特に行きたいと思った場所や体験したいと思った事象はなかった	231				



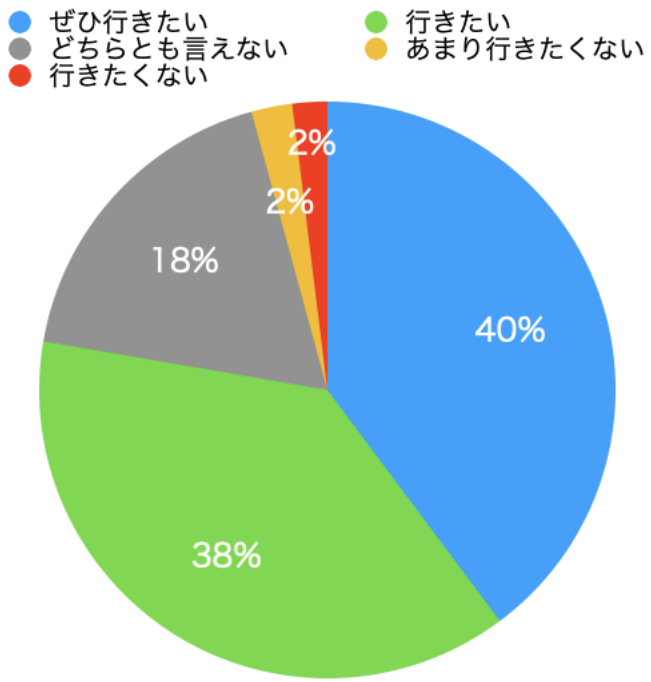
- 全てを200秒以下で満遍なく描いている。短尺で訪問意向高事例が多い。湿原展望台は10秒の短尺で32.0%が訪問意向を示している。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

視聴後の現地訪問意向（帯広）

『邪神ちゃんドロップキックX帯広編』をご覧になって、あなたは、舞台になった自治体へ行きたいと思いました

	実数	視聴者割合
ぜひ行きたい	917	**39.8%**
行きたい	874	**37.9%**
どちらとも言えない	416	18.0%
あまり行きたくない	53	2.3%
行きたくない	45	2.0%
視聴者実数	2305	
見ていないのでわからない	37	



- 視聴者の82%が未訪問。77.7%が訪問意向を示す。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

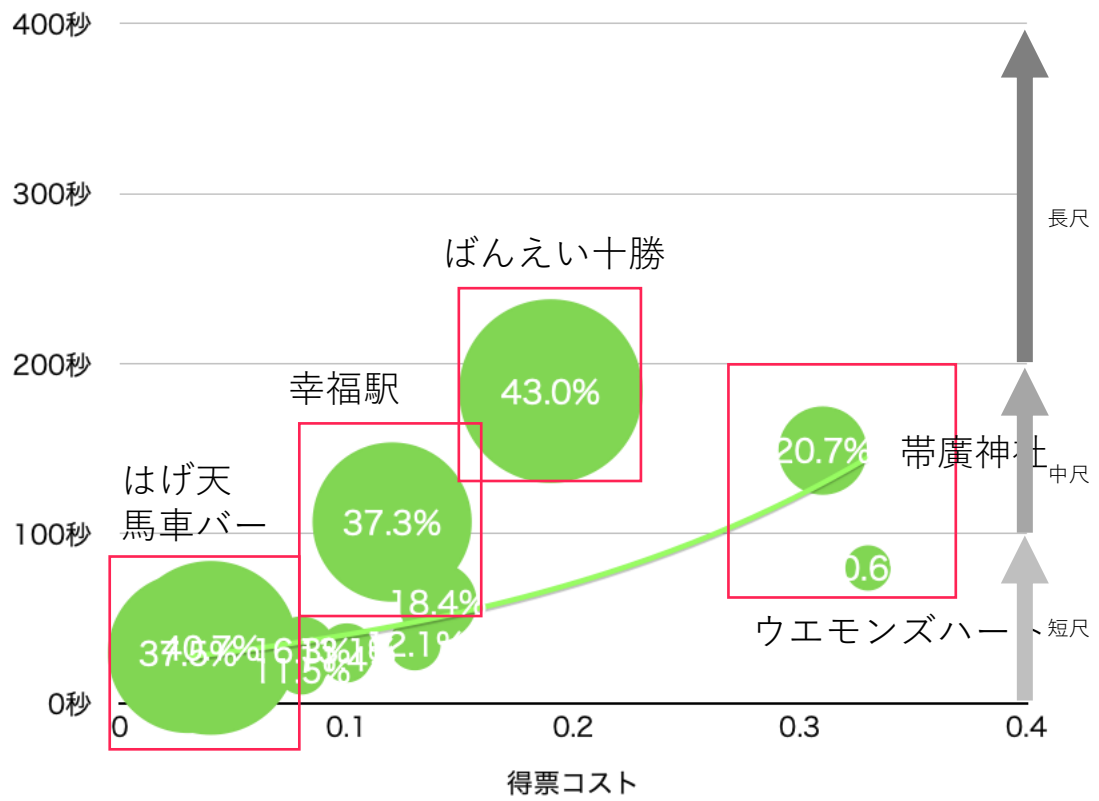
スポット・事象別に訪問意向変化を調査（帯広）

※アンケート時に提示した画像

映像尺と訪問意向の関係（帯広）

帯広：行ってみたいと思った場所や体験してみたいと思った事象（3つまで）

	スポット・事象	得票数	訪問意向	秒	得票コスト	分類
1	ばんえい十勝	992	43.0%	184	0.19	観光
2	はげ天	939	40.7%	33	0.04	飲食
3	馬車バー	865	37.5%	30	0.03	飲食
4	幸福駅	859	37.3%	107	0.12	観光
5	帯廣神社	476	20.7%	149	0.31	観光
6	クランベリー	423	18.4%	60	0.14	飲食
7	麦音	375	16.3%	31	0.08	飲食
8	真鍋庭園	303	13.1%	31	0.10	観光
9	琥羊（北の屋台）	280	12.1%	35	0.13	飲食
10	ディノス帯広	266	11.5%	20	0.08	観光
11	柳月大通本店前	263	11.4%	27	0.10	飲食
12	ウエモンズハート	244	10.6%	80	0.33	飲食
	特に行きたいと思った場所や体験したいと思った事象はなかった	231				



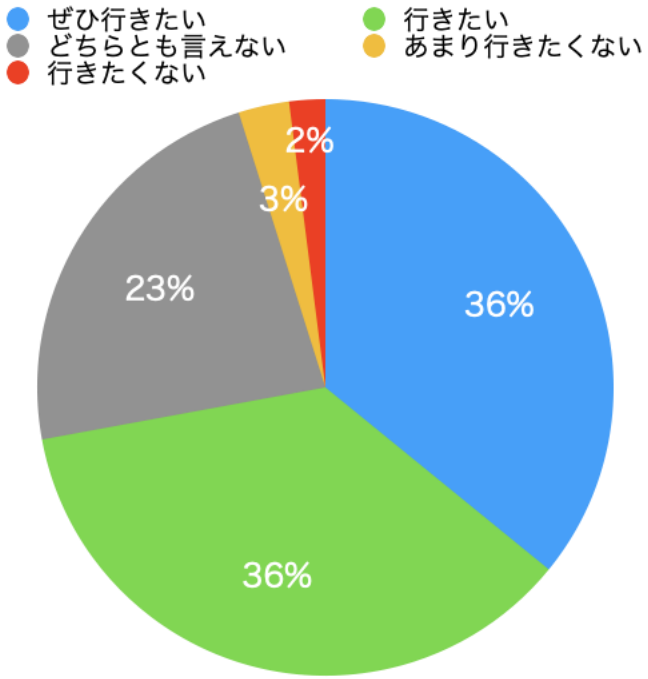
- 長尺を割いたばんえい十勝、幸福駅が訪問意向高。はげ天・馬車バーの飲食系は短尺で訪問意向高。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

視聴後の現地訪問意向（南島原）

『邪神ちゃんドロップキックX南島原編』をご覧になって、あなたは、舞台になった自治体へ行きたいと思いま

	実数	視聴者割合
ぜひ行きたい	818	**35.9%**
行きたい	826	**36.2%**
どちらとも言えない	525	23.0%
あまり行きたくない	65	2.9%
行きたくない	46	2.0%
視聴者実数	2280	
見ていないのでわからない	62	



- 視聴者の93%が未訪問。72.1%が訪問意向を示す。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

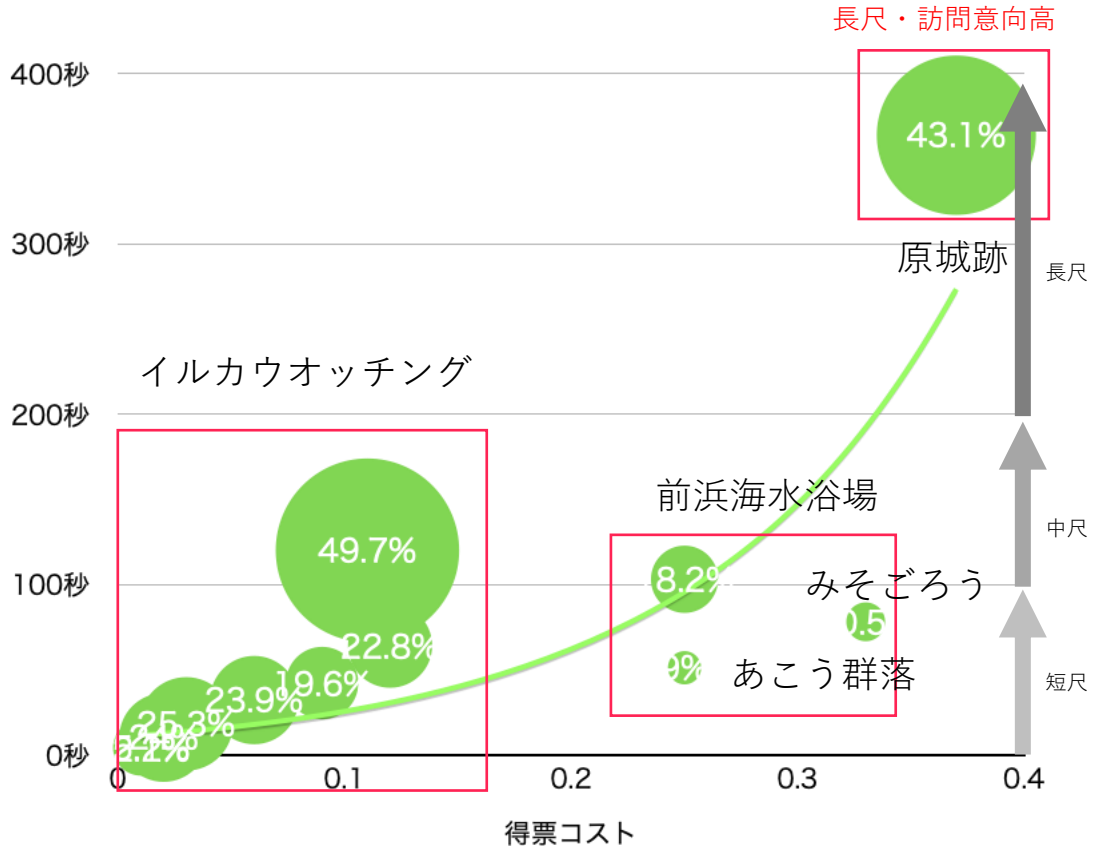
スポット・事象別に訪問意向変化を調査（南島原）

※アンケート時に提示した画像

映像尺と訪問意向の関係（南島原）

南島原：行ってみたいと思った場所や体験してみたいと思った事象（3つまで）

	スポット・事象	得票数	訪問意向	秒	得票コスト	分類
1	イルカウォッチング	1133	49.7%	120	0.11	観光
2	世界遺産・原城跡	983	43.1%	364	0.37	観光
3	鮎帰りの滝	577	25.3%	18	0.03	観光
4	天草四郎像	547	24.0%	10	0.02	観光
5	南向きに生きるおっさん	544	23.9%	32	0.06	キャラ
6	滝の茶屋	520	22.8%	64	0.12	飲食
7	市内各所 製麺所	447	19.6%	42	0.09	飲食
8	前浜海水浴場	415	18.2%	103	0.25	観光
9	湯島（談合島）	344	15.1%	4	0.01	観光
10	瀬詰崎灯台	278	12.2%	3	0.01	観光
11	みそごろう	240	10.5%	78	0.33	キャラ
12	あこう群落	206	9.0%	51	0.25	観光
	特に行きたいと思った場所や体験したいと思った事象はなかった	231				



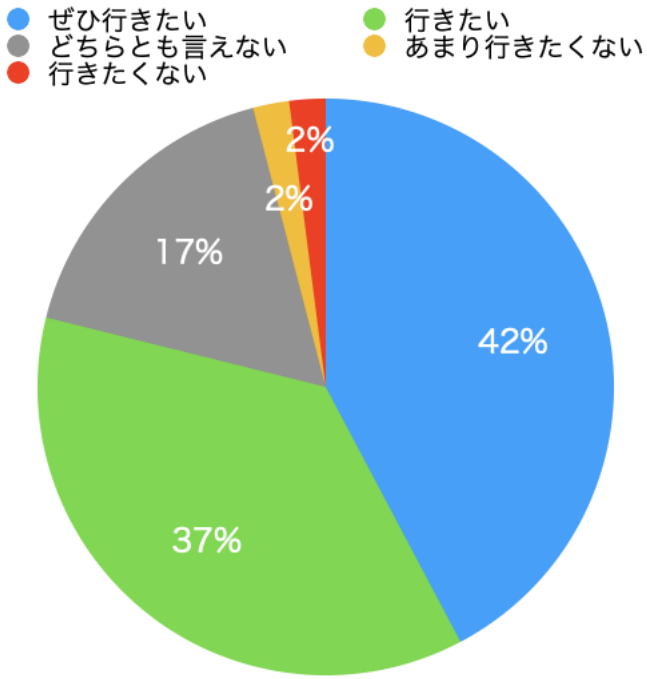
- 原城が超長尺、訪問意向も高。イルカウオッチングは短尺で訪問意向高。天草四郎像は10秒の短尺で24.0%が訪問意向を示している。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

視聴後の現地訪問意向（富良野）

『邪神ちゃんドロップキックX富良野編』をご覧になって、あなたは、舞台になった自治体へ行きたいと思いま

	実数	視聴者割合
ぜひ行きたい	894	**42.2%**
行きたい	775	**36.6%**
どちらとも言えない	361	17.1%
あまり行きたくない	43	2.0%
行きたくない	43	2.0%
視聴者実数	2116	
見ていないのでわからない	226	



- 視聴者の79%が未訪問。78.9%が訪問意向を示す。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

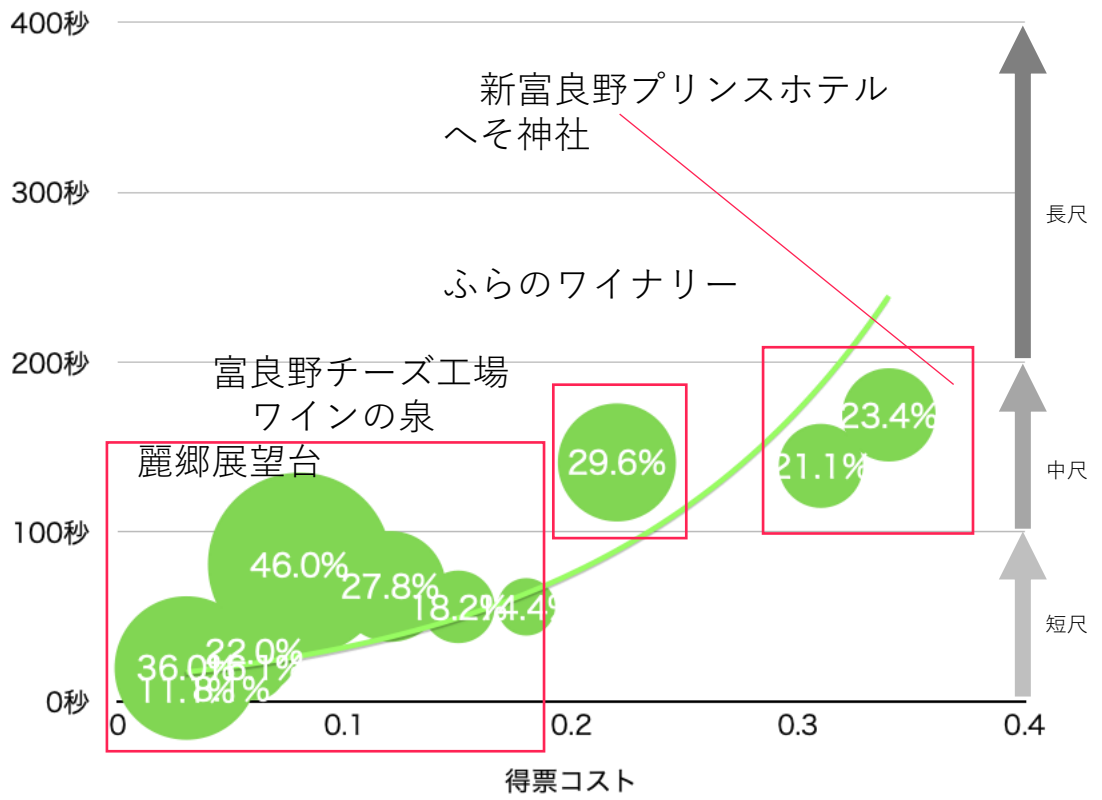
スポット・事象別に訪問意向変化を調査（富良野）

※アンケート時に提示した画像

映像尺と訪問意向の関係（富良野）

富良野：行ってみたいと思った場所や体験してみたいと思った事象（3つまで）

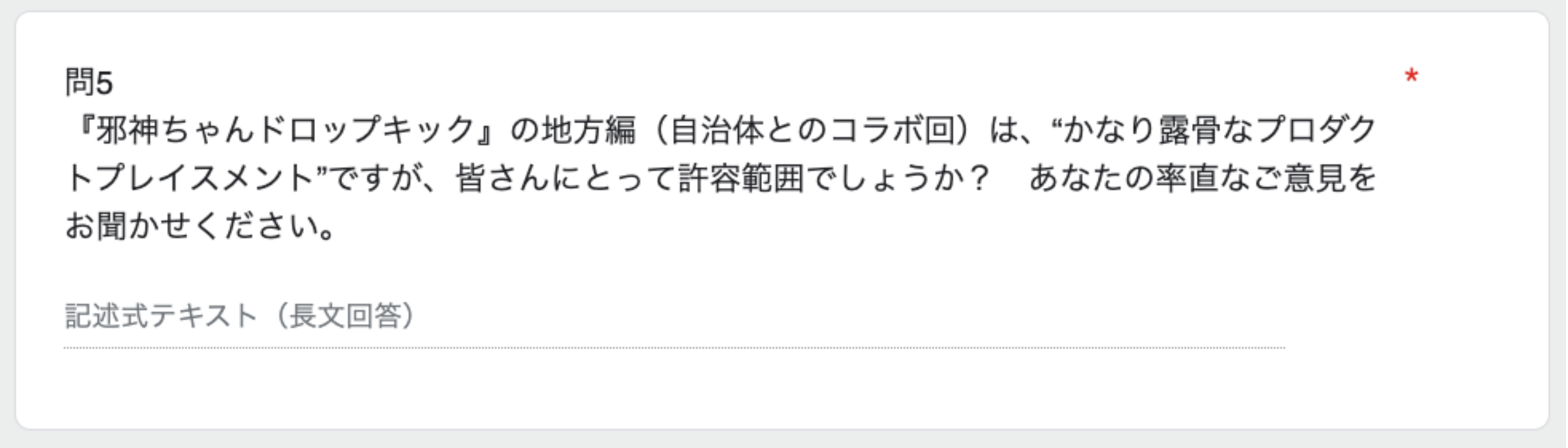
	スポット・事象	得票数	訪問意向	秒	得票コスト	分類
1	富良野チーズ工房	974	46.0%	81	0.08	飲食
2	麓郷展望台	762	36.0%	20	0.03	観光
3	ふらのワイナリー	627	29.6%	141	0.22	飲食
4	ワインの泉	588	27.8%	68	0.12	観光
5	新富良野プリンスホテル	496	23.4%	169	0.34	宿泊
6	フラノマルシェ	466	22.0%	30	0.06	飲食
7	へそ神社	447	21.1%	139	0.31	観光
8	北海道中心標の石	386	18.2%	56	0.15	観光
9	吉田農園	340	16.1%	20	0.06	飲食
10	菓子司新谷	304	14.4%	56	0.18	飲食
11	五郎の石の家 風車	235	11.1%	7	0.03	観光
12	グラスフォレスト富良野	172	8.1%	8	0.05	観光
	特に行きたいと思った場所や体験したいと思った事象はなかった	231				



- 全てを200秒以下で満遍なく描いている。短尺で高訪問意向事例が特徴的。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

露骨なプロダクトプレイスメントは許容範囲なのか？



- 2342人から5911文、20万文字超の回答が寄せられる

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

回答例

- *邪神ちゃんなのでこれくらいの露骨さはちょうどいい塩梅。*
- *基本的に1話完結で進むギャグマンガだからこそ、独立して話数を使えるのはとても有意義だと感じました。*
- *1話なら見られましたが、4話は許容量を超えてました。4期があるなら、もう少し地方編を減らしてほしいです。*

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

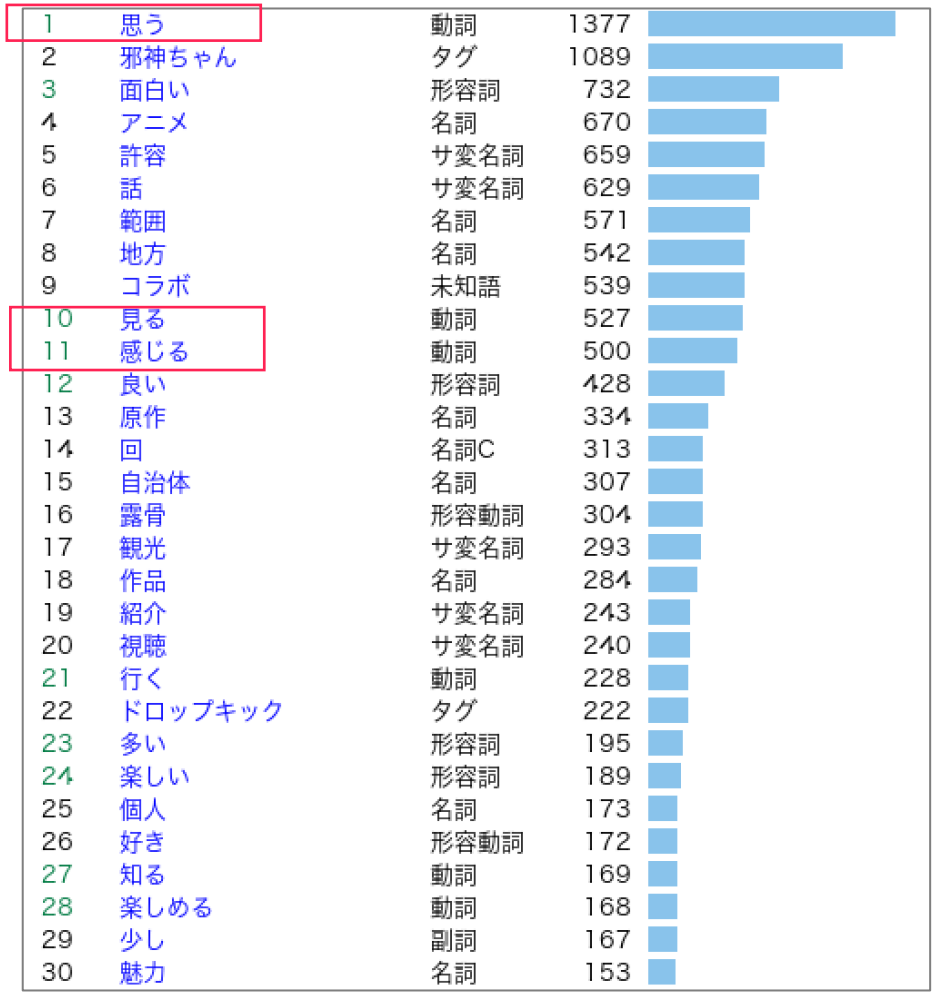
テキストマイニング＞出現語句の整理

1	名詞		サ変名詞		形容動詞		固有名詞		組織名		人名		地名		ナイ形容		副詞可能		未知語		タグ		感動詞		動詞	
2	アニメ	670	許容	659	露骨	304	神保町	76	コロナ	7	ユキ	30	北海道	133	問題	102	今後	100	コラボ	539	邪神ちゃん	1089	ありがとう	39	行く	228
3	範囲	571	話	629	好き	172	クラ	38	パ	6	笑	27	島原	118	仕方	39	今回	96	キャラ	133	ドロップキッ	222	と	28	知る	169
4	地方	542	観光	293	正直	133	ヲ	30	ロ	6	達	27	富良野	117	間違い	6	普段	68	PR	124			はい	19	楽しめる	168
5	原作	334	紹介	243	クール	76	リ	15	プレ	3	ミク	24	釧路	76	申し訳	6	いつ	52	X	88			まぁ	14	言う	129
6	自治体	307	視聴	240	非常	58	キツ	11	北海	3	テイ	13	帯広	66	さりげ	3	今	39	プロダクト	76			う	7	行う	105
7	作品	284	宣伝	125	残念	54	帯広	10	タイアップ	2	芽依	8	南	35	違い	3	全体	36	クラウドフ	46			なんか	6	出来る	105
8	個人	173	展開	123	大変	48	支笏湖	9	東映	2	ヨシ	6	日本	24	しょうが	2	たくさん	30	OK	45			え	5	出る	104
9	魅力	153	旅行	119	必要	47	アイヌ	8	テレビ東京	1	えい	4	神保町	16	しかた	1	毎週	29	OVA	41			ま	5	観る	103
10	内容	151	連続	114	流石	44	ミノ	8	プリンスホ	1	宇崎	4	長崎	12	限り	1	前	25	アニオリ	30			すみません	4	楽しむ	101
11	場所	147	放送	109	様々	38	サザエさん	7	ミック	1	ガル	3	千歳	10	致し方	1	結果	24	メデューサ	27			その	4	続く	85
12	ファン	137	応援	98	十分	36	島原	6	ヨ	1	コス	3	九州	9	容赦	1	時間	24	YOUTUBE	24			こら	3	見れる	71
13	地域	127	納税	85	普通	31	ベル	4	阿寒	1	ゴア	3	札幌	6			それぞれ	23	クオリティ	24			な	2	考える	71
14	キャラクタ	126	制作	83	ギリギリ	26	釧路	3	花園	1	芽衣	3	四国	6			全て	23	A	17			まあ	2	思える	70
15	ストーリー	119	登場	61	大好き	26	創	3	埼玉工業ナ	1	四郎	3	東京	6			いつか	20	エキュート	12			よう	2	作る	69
16	印象	117	期待	59	特別	26	高尾山	2	小学館	1	天草	3	南島	6			本来	20	c	11			あ	1	持つ	62
17	自分	115	意見	58	可能	25	昭和	2	新富良野フ	1	遊佐	3	沖縄	4			場合	19	Twitter	10			あ～	1	使う	61
18	ギャグ	107	企画	49	大丈夫	24	あずさ	1	北海道大	1	ありま	2	大阪	4			毎回	19	ペ	10			ああ	1	続ける	58
19	自体	103	説明	45	公式	23	エン	1	明治大学	1	悪魔	2	中	4			一番	17	B	8			あっ	1	知れる	54
20	感じ	101	巡礼	38	色々	23	カメ	1			原	2	栃木	4			最近	17	fe	8			うん	1	伝わる	49
21	本編	93	満足	38	新た	23	キティちゃん	1			浩二	2	プライア	3			多く	17	SNS	8			おっ	1	違う	42
22	興味	80	理解	37	確か	22	ゴジラ	1			松岡	2	京都	3			全部	16	w	8			おやっ	1	分かる	42
23	地元	75	お願い	35	斬新	21	シド	1			丞	2	埼玉	3			半分	15	YouTuber	8			これこれ	1	出す	40
24	聖地	72	旅	35	自然	19	トー	1			禎	2	滋賀	3			以前	14	ツッコミ	8			こんばんは	1	頑張る	38
25	名所	63	アピール	32	率直	19	ドラえもん	1			奈津子	2	鹿児島	3			後半	14	Amazon	7			ごめんなさ	1	入れる	36
26	通常	62	意味	32	無理	17	ドロ	1			きだ	1	仙台	3			事実	14	f	7			じゃ	1	比べる	35
27	ネタ	61	是非	31	邪	16	パンデ	1			しづ	1	大洗	3			以降	13	TV	7			へー	1	スる	34
28	日常	60	関係	30	疑問	15	マスターズ	1			しん	1	那覇	3			一部	11	WIN	7			オー	1	入る	34
29	舞台	59	描写	29	新鮮	15	ムラ	1			すず	1	ムリ	2			結局	11	d	6			有難う	1	訪れる	34
30	エピソード	57	構成	27	積極	15	ヤリ	1			のび太	1	愛知	2			次回	11	I	6					飽きる	34
31	気持ち	57	感謝	26	素直	15	リアル	1			やす	1	旭川	2			すべて	9	オッケー	6					絡む	32
32	土地	56	製作	25	退屈	15	悪名	1			アリ	1	岩手	2			ほか	9	キツイ	6					描く	31
33	当地	54	表現	25	微妙	15	京浜急行	1			アリス	1	魚住	2			若干	9	ダレ	6					有る	31
34	コンテンツ	53	広告	23	強引	14	錦糸町	1			サー	1	原城	2			途中	9	バラエティ	6					来る	31
35	楽しみ	52	拝見	23	純粋	14	釧路湿原	1			シン	1	山梨	2			あと	8	ボンディ	6					残る	30
36	スポット	51	お話	22	めちゃくちゃ	13	千歳	1			チカ	1	十勝	2			ひとつ	8	DVD	5					受ける	29
37	試み	51	解説	22	不快	11	浅内	1			チャン	1	正直	2			現在	8	m	5					許せる	27
38	番組	51	参加	22	嫌	10	長崎	1			ディン	1	静岡	2			昨今	8	THE	5					見せる	26
39	部分	50	参考	21	自由	10	平成	1			ハン	1	千代田	2			過去	7	to	5					回る	25
40	要素	50	評価	18	勝手	10					マネ	1	朝	2			そもそも	6	アトレ	5					許す	25

- KH Coderを用いて分析。名詞「邪神ちゃん」「ドロップキック 」を追加

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

テキストマイニング＞頻出語句の抽出



1	思う	動詞	1377
2	邪神ちゃん	タグ	1089
3	面白い	形容詞	732
4	アニメ	名詞	670
5	許容	サ変名詞	659
6	話	サ変名詞	629
7	範囲	名詞	571
8	地方	名詞	542
9	コラボ	未知語	539
10	見る	動詞	527
11	感じる	動詞	500
12	良い	形容詞	428
13	原作	名詞	334
14	回	名詞C	313
15	自治体	名詞	307
16	露骨	形容動詞	304
17	観光	サ変名詞	293
18	作品	名詞	284
19	紹介	サ変名詞	243
20	視聴	サ変名詞	240
21	行く	動詞	228
22	ドロップキック	タグ	222
23	多い	形容詞	195
24	楽しい	形容詞	189
25	個人	名詞	173
26	好き	形容動詞	172
27	知る	動詞	169
28	楽しめる	動詞	168
29	少し	副詞	167
30	魅力	名詞	153

- 頻出語句リストを作成
- 「思う」「見る」「感じる」の一般的すぎる語句を除外

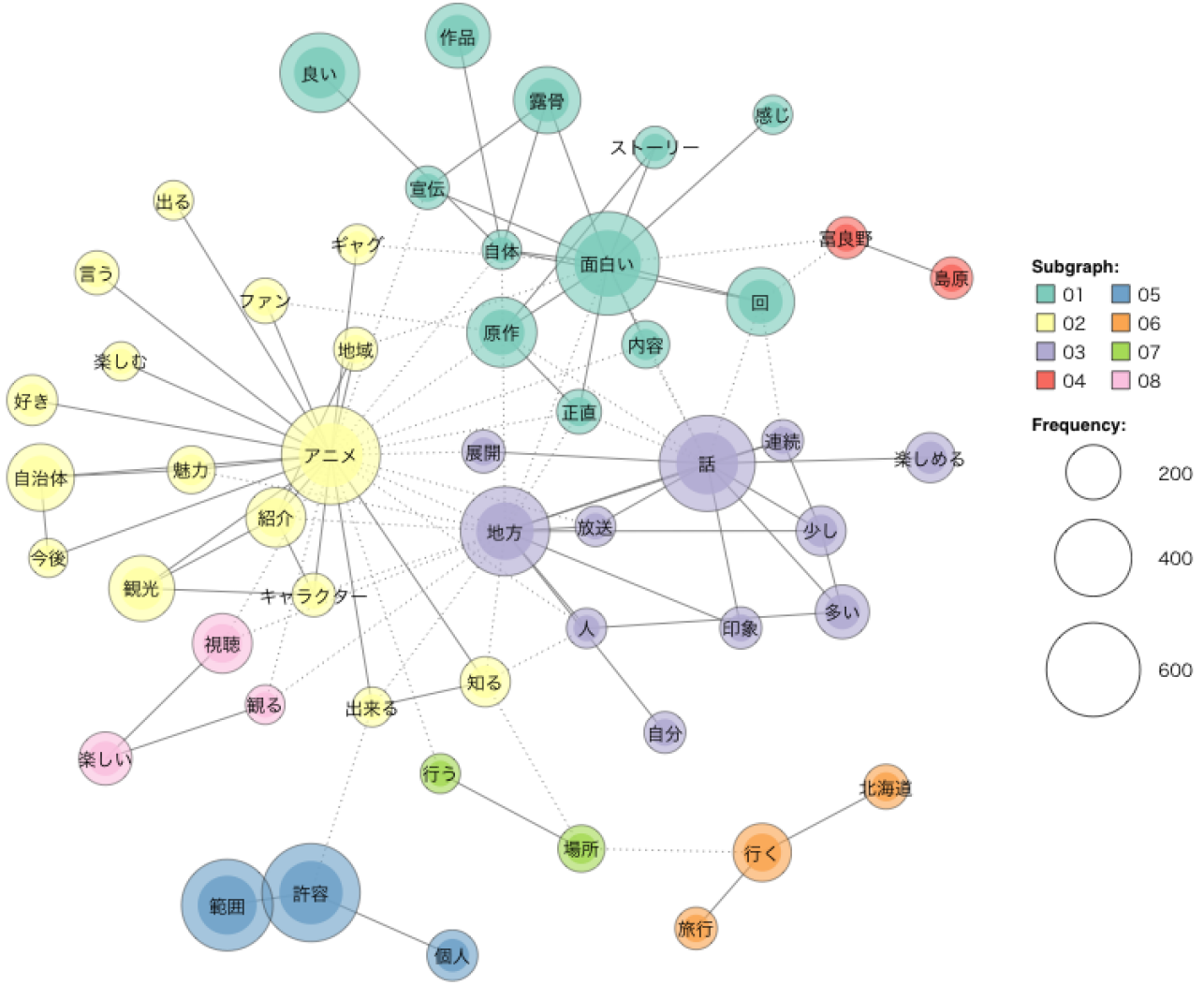
出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

テキストマイニング＞頻出語句上位100

1	邪神ちゃん	タグ	1089
2	面白い	形容詞	732
3	アニメ	名詞	670
4	許容	サ変名詞	659
5	話	サ変名詞	629
6	範囲	名詞	571
7	地方	名詞	542
8	コラボ	未知語	539
9	良い	形容詞	428
10	原作	名詞	334
11	回	名詞C	313
12	自治体	名詞	307
13	露骨	形容動詞	304
14	観光	サ変名詞	293
15	作品	名詞	284
16	紹介	サ変名詞	243
17	視聴	サ変名詞	240
18	行く	動詞	228
19	ドロップキック	タグ	222
20	多い	形容詞	195
21	楽しい	形容詞	189
22	個人	名詞	173
23	好き	形容動詞	172
24	知る	動詞	169
25	楽しめる	動詞	168
26	少し	副詞	167
27	魅力	名詞	153
28	内容	名詞	151
29	場所	名詞	147
30	ファン	名詞	137
31	キャラ	未知語	133
32	正直	形容動詞	133
33	北海道	地名	133
34	言う	動詞	129
35	地域	名詞	127
36	キャラクター	名詞	126
37	宣伝	サ変名詞	125
38	PR	未知語	124
39	展開	サ変名詞	123
40	ストーリー	名詞	119
41	旅行	サ変名詞	119
42	島原	地名	118
43	印象	名詞	117
44	富良野	地名	117
45	自分	名詞	115
46	連続	サ変名詞	114
47	放送	サ変名詞	109
48	ギャグ	名詞	107
49	人	名詞C	107
50	行う	動詞	105
51	出来る	動詞	105
52	出る	動詞	104
53	観る	動詞	103
54	自体	名詞	103
55	問題	ナイ形容	102
56	楽しむ	動詞	101
57	感じ	名詞	101
58	今後	副詞可能	100
59	他	名詞C	99
60	応援	サ変名詞	98
61	嬉しい	形容詞	98
62	全然	副詞	97
63	今回	副詞可能	96
64	長い	形容詞	96
65	特に	副詞	93
66	本編	名詞	93
67	X	未知語	88
68	気	名詞C	86
69	南	名詞C	86
70	続く	動詞	85
71	納税	サ変名詞	85
72	制作	サ変名詞	83
73	興味	名詞	80
74	クール	形容動詞	76
75	プロダクトプレイスメント	未知語	76
76	釧路	地名	76
77	神保町	固有名詞	76
78	地元	名詞	75
79	全く	副詞	73
80	聖地	名詞	72
81	見れる	動詞	71
82	考える	動詞	71
83	思える	動詞	70
84	作る	動詞	69
85	普段	副詞可能	68
86	帯広	地名	66
87	無い	形容詞	66
88	名所	名詞	63
89	持つ	動詞	62
90	通常	名詞	62
91	もう少し	副詞	61
92	ネタ	名詞	61
93	形	名詞C	61
94	使う	動詞	61
95	登場	サ変名詞	61
96	日常	名詞	60
97	期待	サ変名詞	59
98	実際	副詞	59
99	舞台	名詞	59
100	意見	サ変名詞	58

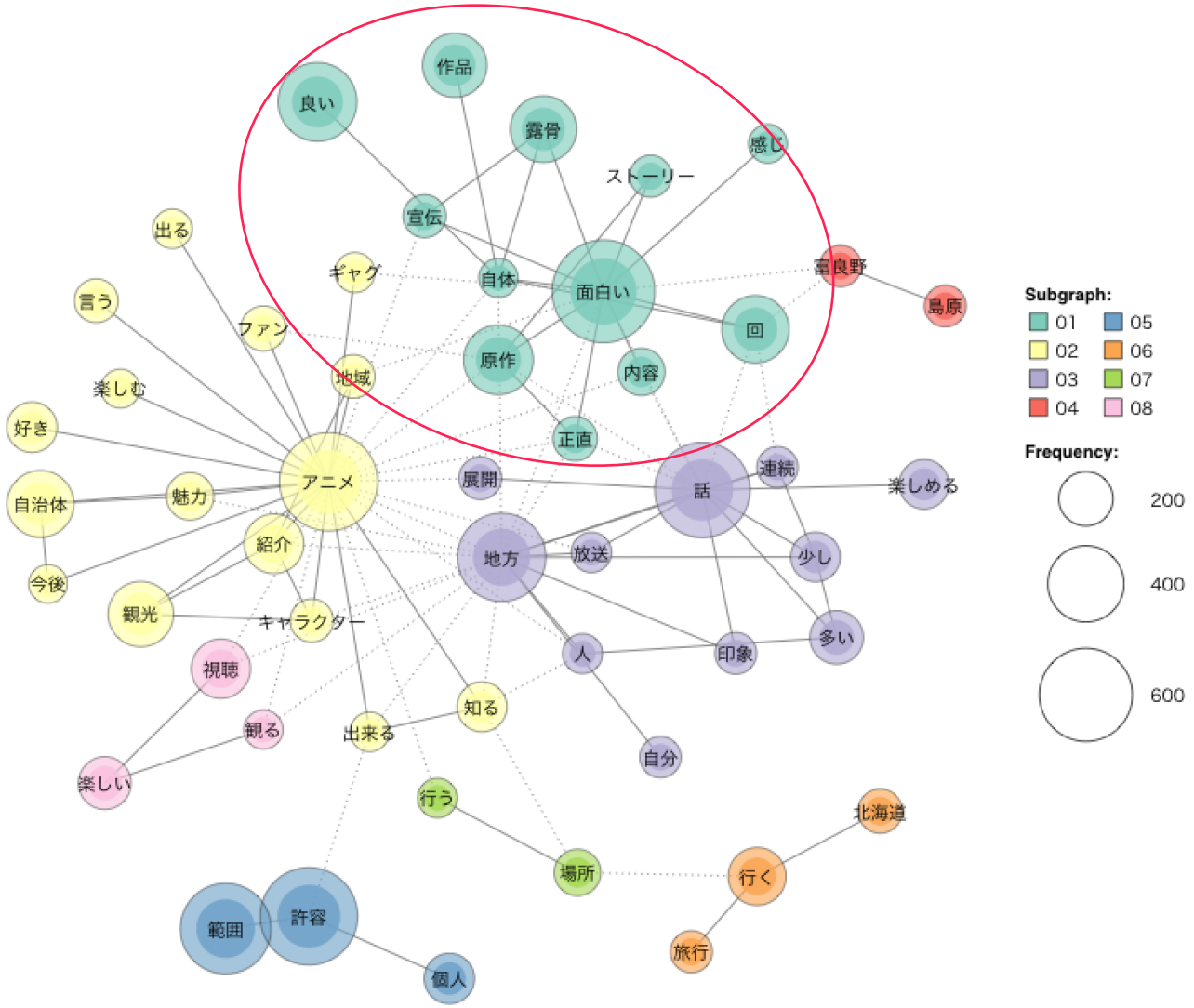
出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

テキストマイニング＞共起ネットワークで概観を捉える



出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

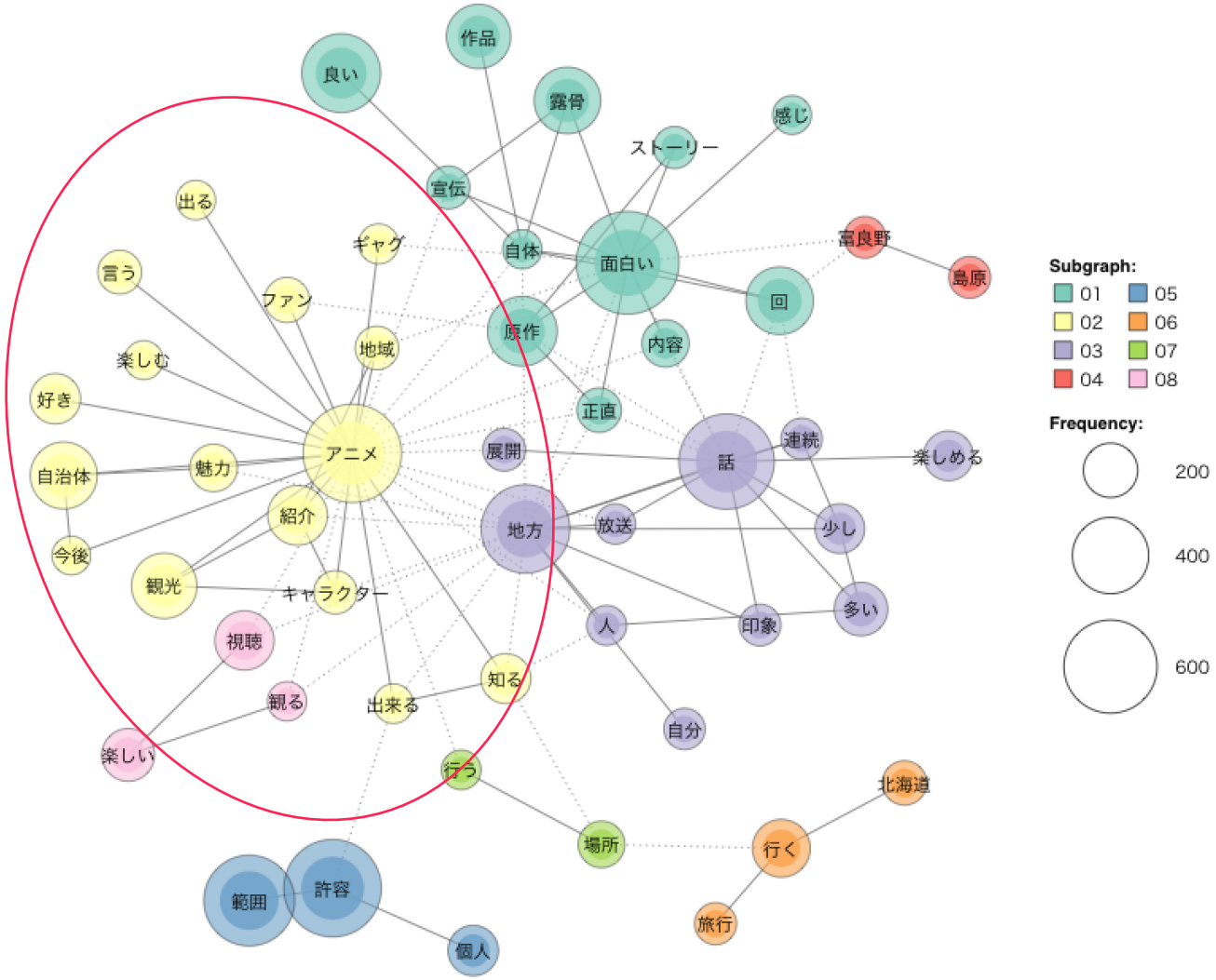
共起ネットワーク＞０１群（青緑）



- 「面白い」を中心として「作品が面白い」「原作の方が面白い」など。
- 「宣伝」は「露骨」だが、それ「自体」は「良い」。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

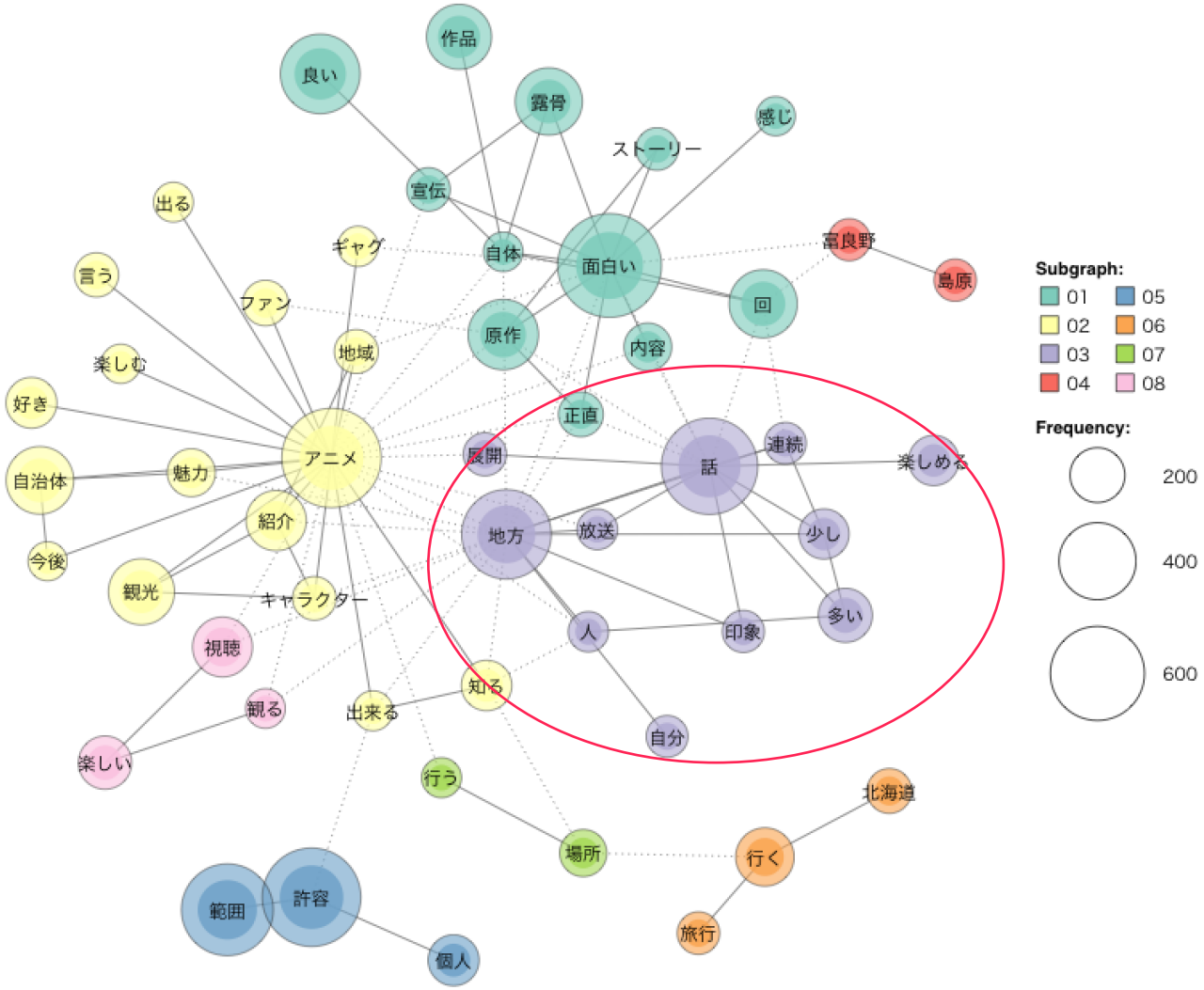
共起ネットワーク＞02群（黄）



- 「アニメ」に連結する語句として「自治体」「魅力」「観光」「地域」「楽しむ」など。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

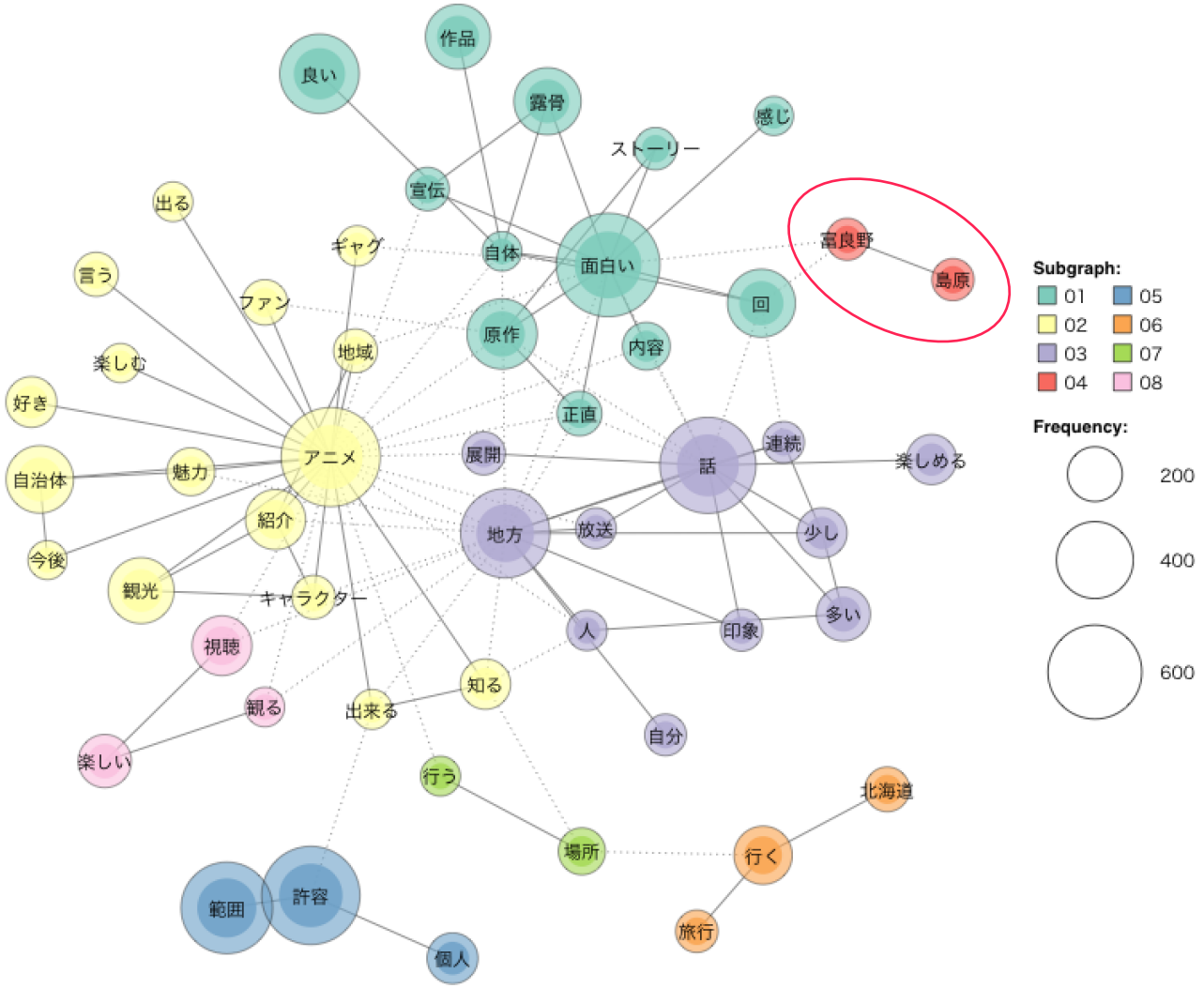
共起ネットワーク＞03群（紫）



- 「地方」「話」は今回の地方編5話を表している。
- 「連続」「少し」「多い」「印象」からボリュームに対するネガティブ反応がうかがえる。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

共起ネットワーク＞04群（赤）



- 地名のグループ。「島原」が41位、「富良野」が43位、「釧路」が76位、「帯広」が88位に出現。
- 作図の粒度を下げれば4つの地名が全てグルーピングされるだろう。

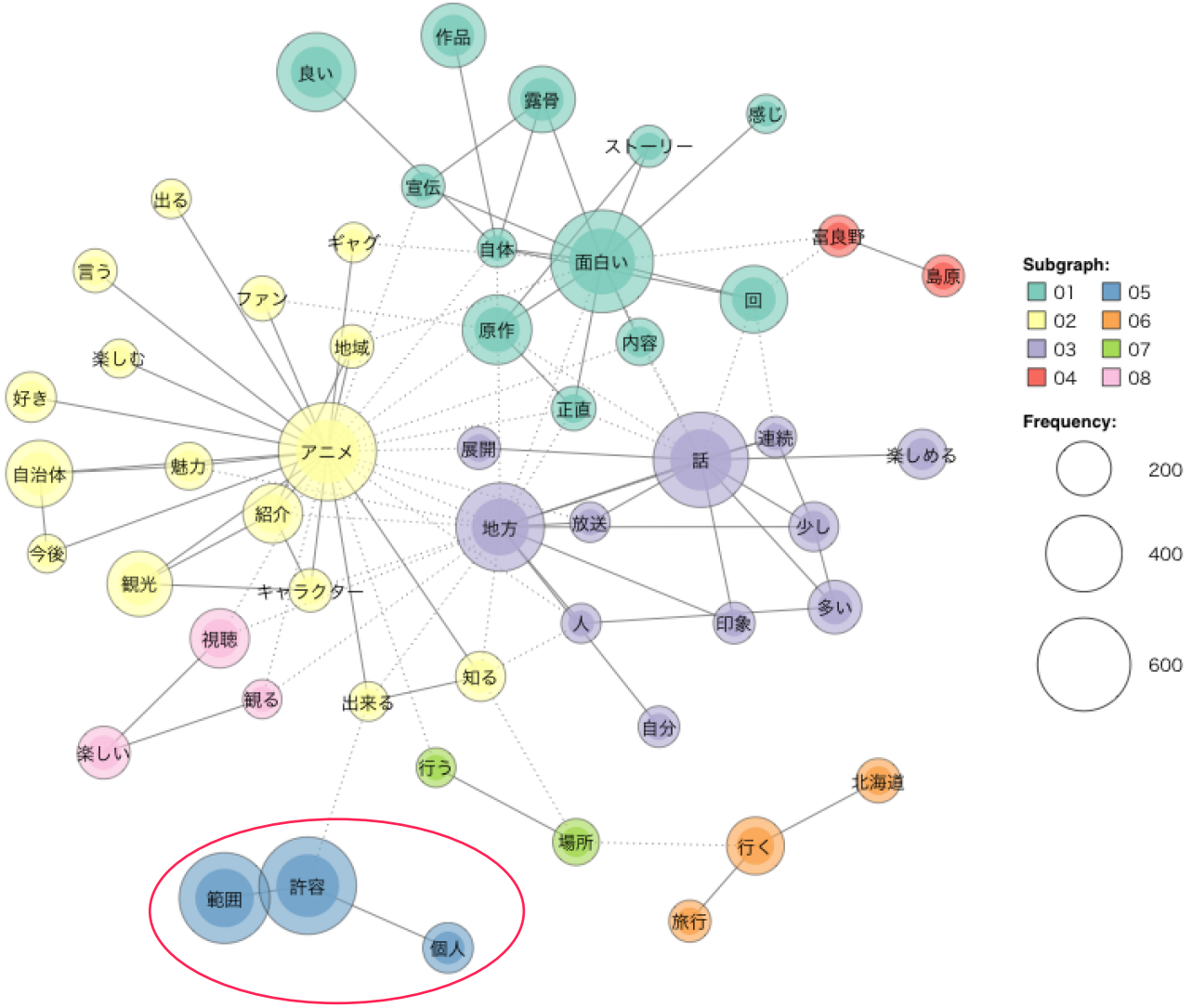
出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

「富良野」

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

- 「富良野」「島原」といった地名のあとには「編」が続き、各話についての感想が述べられることが多い。

共起ネットワーク＞05群（青）



- 「許容範囲かどうか？」という問いに対する回答がグルーピングされている。
- 「許容範囲」「許容範囲外」「許容範囲ではない」が含まれているため「個人的には許容範囲」と読み取ってはならない。

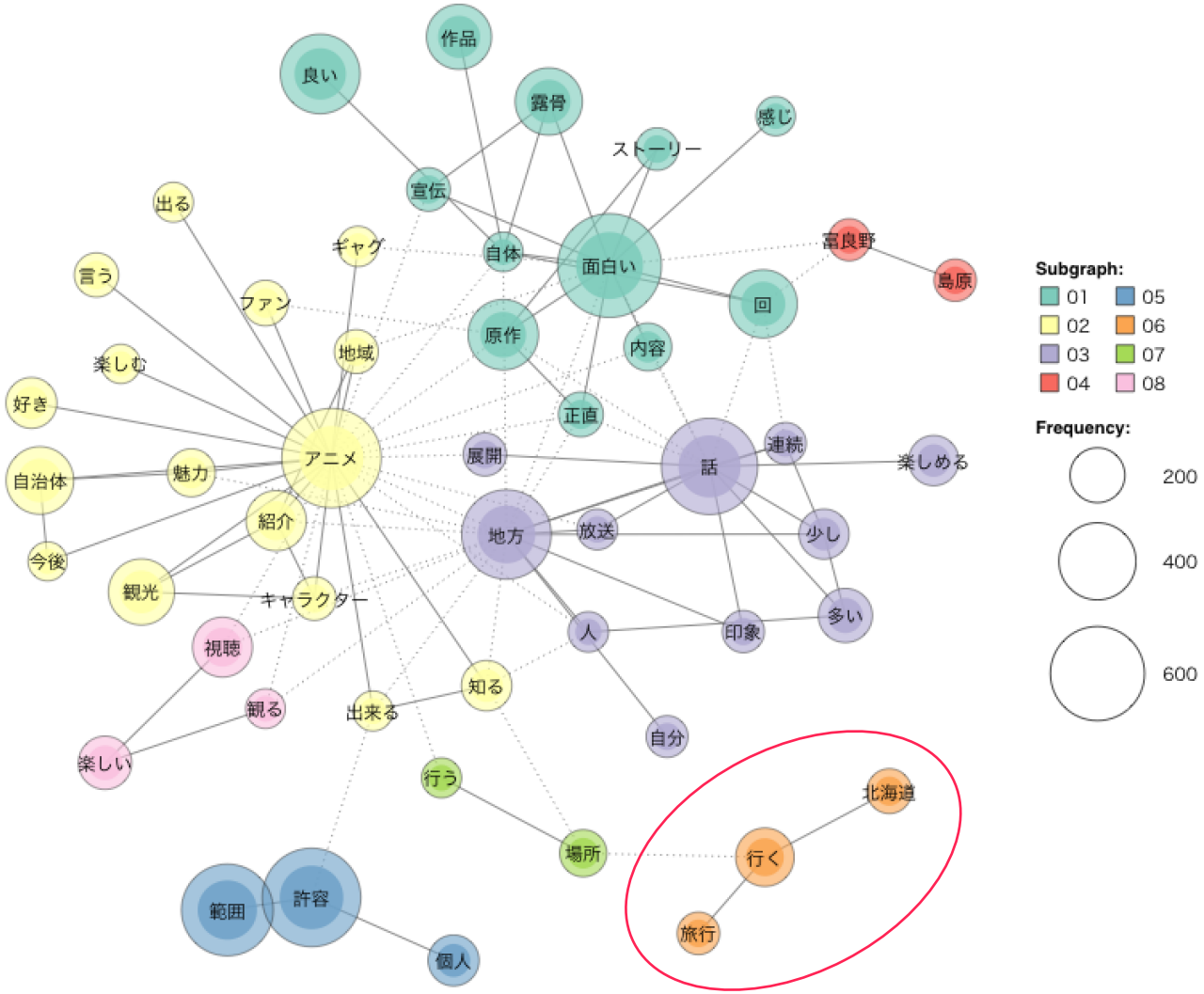
出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

「許容範囲」

- （他者の意見は尊重しつつ）「個人的には」+ネガティブな文脈が出現
- ネガティブ要素は地方編4話のボリュームに関するものが多い

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

共起ネットワーク＞06群（オレンジ）



出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

- 「行く」を中心に、目的語として「北海道」や「旅行」が出現。
- 「行く」には「行きたくない」「行きたくはならない」が含まれるため精査が必要。

「行く」

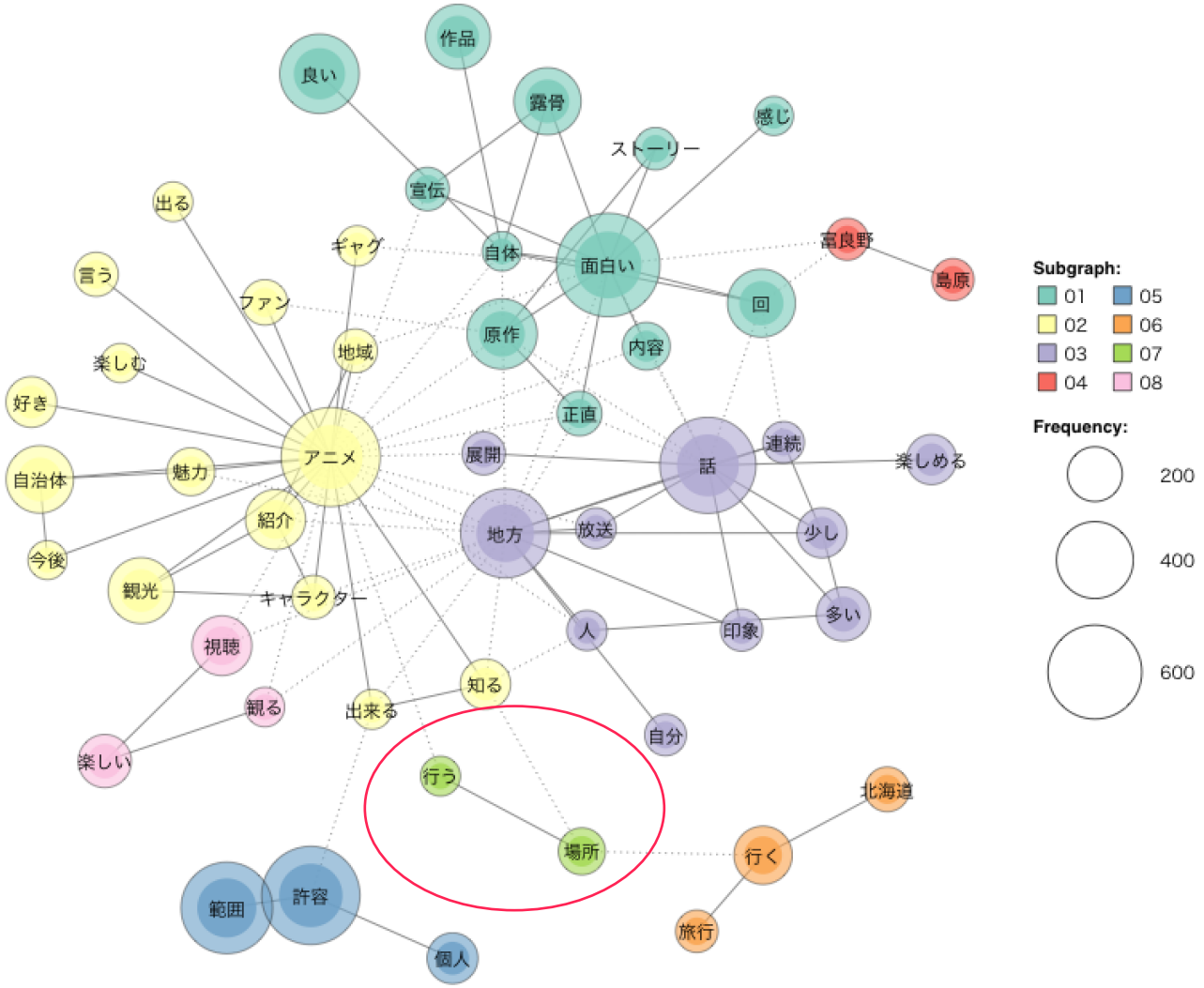
ーではなく地域のことでもしっかり味が出てて良かった↵もうやめよう↵大変面白く大変	行き
ありますし、もし今後もまた各自治体とのコラボのような物があれば地方にファンが	行く
でした。物語の展開がワンパターンで5話も続くと流石に飽きましたが…。↵旅行に	行っ
神ちゃん達のやり取りが見られて大変楽しめた。また、自治体の見どころの紹介も丁寧で	行き
う。↵自治体とのコラボとその宣伝をアニメでやること自体は良かったと思います。実際	行き
個人的には好きでしたよ↵前半２話が印象弱めだったかな？↵鳥インフルの結果	行き
また他の地域でのお話も見たいです。↵許容範囲です。たまには神保町を出て旅行に	行っ
が多いため、作品のカラーとして許容できるものだと思います。↵実際にある場所なので	行き
でき、聖地化にも繋がることには、高い魅力を感じる。早速、北海道へ舞台探訪しに	行き
原、富良野)くらい弾けてくれるなら文句はありません。↵許容範囲外です。↵北海道に	行き
こいです↵企業参入により、より深い世界観を再現できることも期待しています↵〇〇に	行き
容範囲です。むしろ、面白いと思っているのでこれからも続けてほしいです。↵"今まで	行っ
しみもできた。更なるコラボがあることをとても楽しみにしている。"↵正直これで特に	行き
ギャグアニメの中でも特に描画が丁寧な所などにあると思います。その中で地方に	行く
ンスとして楽しめたと思いますが、3週は食傷になります。↵旅行好きでも毎週どこかへ	行く
す。↵"普通に楽しめた↵そんなにゴリ押しとは思わない"↵許容範囲。次の旅行でどこに	行く
来った。↵コラボ回の内容についてですが、自分は地方グルメが好きで物産展などによく	行く
店舗で売られている絵を見られたのは楽しかったですし、↵10年ほど前に	行っ
本制になったと思う。↵あとはコラボグッズ付きのパックツアーなどを企画すると現地に	行き
コラボ回が連続で続くのでお腹一杯感が出てくるというか、本編の流れはどこに	行っ
る。ovaなどでコラボ会をやっていただけると多くの県を見ることもでき良いと思った↵	行っ
私が旅行が好きだということもあり、北海道や南島原にいわゆる「聖地巡礼」しに	行き
端にコラボするよりも、ここまで振り切ったら清々しいです。実際にコラボした自治体に	行き
面白さという点ではどうしても劣るかな～とは思います。↵眺めていただけなのでそんな	行き
いただけなのでそんな行きたい！というほどではなかったですが、たまたま北海道とかに	行く
でこういうノウハウを活かすとしたら、「日常系の作品」「メインキャラクターが旅行に	行く
取り寄せてみよう！と感じられました。↵また、千歳編の放送直後に仕事で北海道へ	行く
、キャラに説明をさせるのも少し違和感があった。"↵"今回紹介された所に	行っ
た。複数箇所でなく1ヶ所を重点的に話に絡めてリアルに描いていたら、実地に	行っ
ントをコンプリートしたくなったかも知れない。北海道と九州と言われると、両方	行く
くなったかも知れない。北海道と九州と言われると、両方行くハードルが高く、初めから	行こ
なので、邪神ちゃん一行と旅行してる気分で楽しかったです！邪神ちゃんが行ってるから	行き
欲しいです。↵僕はいいと思います。なぜならいい商品などをしれたり買う（その場所に	行く

たくなるコラボ回でしたので良かったです！！ありがとうございました！↵私にとっては	
きっかけになると思うのでいい試みだと思います。"↵全然許容範囲内で面白かったのです	
てみたいなという欲は確実にかきましたのでPRとしては成功だったと思います。"	
たくなった。↵none↵"面白かったし特に気にならない。↵地方とのコラボは今後も積極	
たくなりました。ただ肝心の内容は原作らしさが薄まっているのが原作ファンとしては残	
たい候補からエミュー農場消えてるの悲しいっすね…"↵あまり気にしませんでした。ギャ	
てもいいよね～って感じです！露骨なのはむしろ大好きで、2期のリエール様	
たくなりました。↵4話連続は長すぎ↵見所もありますが、流石に5話は多いと	
ます↵ストーリーは悪くなかったが一ヶ月間やるのは長かった。1クールに1回やればお腹	
たくなった↵"とても地方の情報があり、露骨に地方を出して面白く感じました。↵観光地	
たいということも確かですが、行って何をするかということがわからないというの	
たことの無い場所なので「邪神ちゃん」として楽しめるのかと思っていましたが、実際↵	
たいとは感じなかった。アニメオリジナルの回より、原作準拠の回のほうが面白く感じた	
のは全く構わないですが、3週連続でのコラボは正直やりすぎです。2期のよう	
人はいませんよね？　ましてやそれを旅行が趣味ではない人が多いであろう	
かの目印になっています↵　作品自体の雰囲気もあって「かなり露骨なプロダクトプレイ	
ので、↵見知った銘菓の現地での店舗で売られている絵を見られたのは楽しかっ	
た観光地を旅番組ではなくアニメとして見るのも懐かしさを感じられて嬉しかった。↵自	
たいオタクは参加しやすい気はします。↵特に富良野は新富良野プリンスホテルを登場さ	
たんだろうという迷子感が出てくるというか、これで作品として大丈夫なのか？	
たことのない場所だけでなく、行ったことのある場所でも知らない名所を知ることが	
たいと思うようになりました。"↵許容範囲です!↵中途半端にコラボするよりも、ここま	
たいと思いました。アニメの内容も面白かったです。↵"許容範囲内です。↵原作・アニメ	
たい！というほどではなかったですが、たまたま北海道とかに行くことになった時に	
ことになった時に「そういえば邪神ちゃんでやってたな」と観光先の候補に入れる	
みたいな体でその地を訪れる」とかになりそうです。邪神ちゃんは露骨な宣伝ゼリフを	
機会があり、休日に観光で巡る際に参考になりました。正直、支笏湖と丸駒温泉	
てみたいし、参考になったが、限られた話数の中でさすがにこれだけ削ら	
て同じ画角の写真を撮ったり、チェックポイントをコンプリートしたくなったかも知れな	
ハードルが高く、初めから行こうとならなかった。↵"地方編も面白くてとても楽しめまし	
うとならなかった。↵"地方編も面白くてとても楽しめました↵しかしどうしても1クール	
てーってなりました！あと、食のシーンが相変わらず美味しそうすぎて、、、31	
）きっかけになるからです↵よかった↵自分は違和感や不満なく視聴している↵"正直宣伝	

- 「行きたい」「行きたくはならない」などが混在しているがポジティブな意見が多い印象。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

共起ネットワーク＞07群（黄緑）



- 「行う」が出現しているが、多くの回答は「場所」に「行く」となっている。※06グループの「行く」と結びついていることからも明らか。

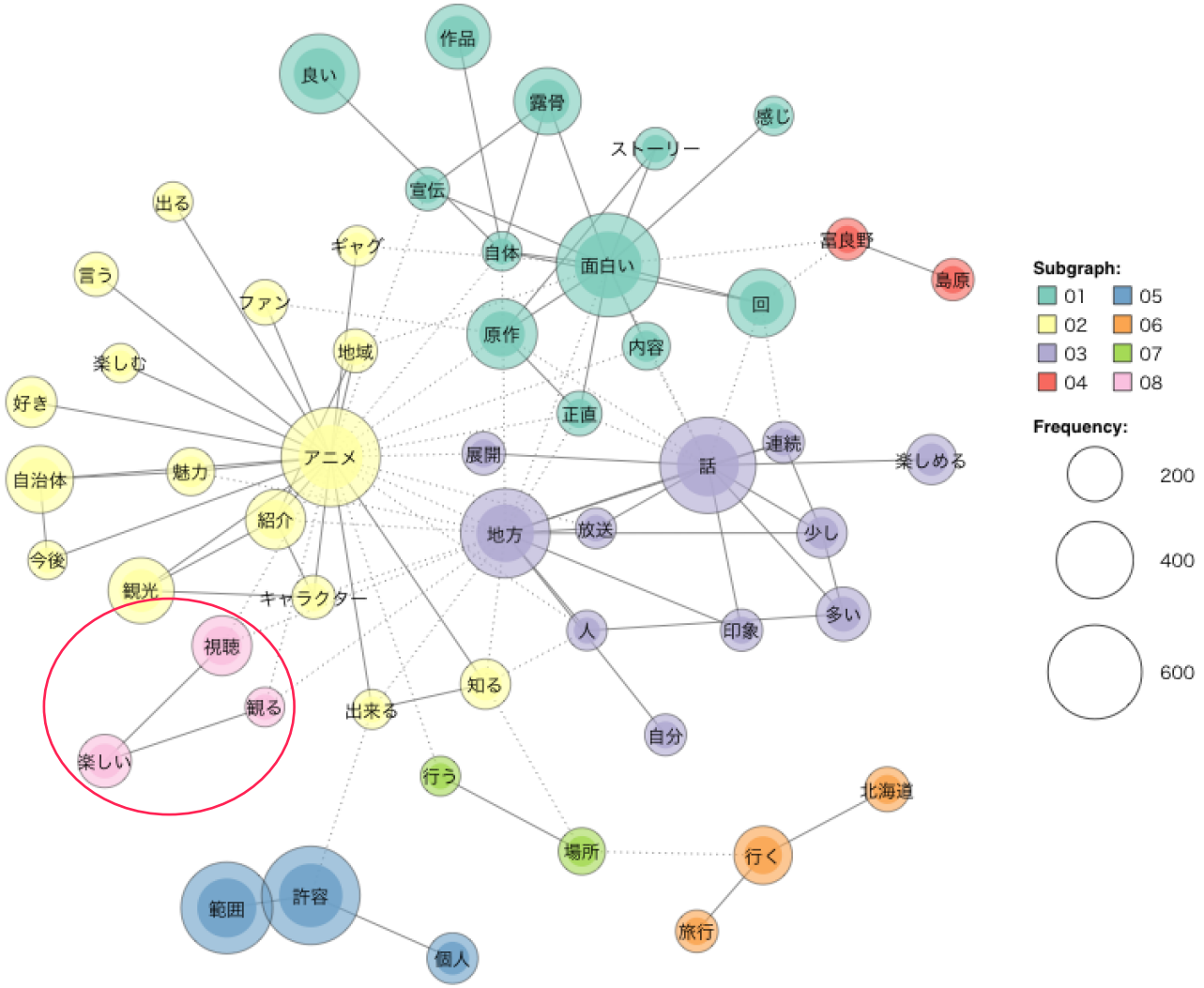
出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

「行う」

- doとしての「行う」ではなくほとんどがgo。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

共起ネットワーク＞08群（ピンク）



- アニメの視聴体験に対する回答がグルーピングされている。
- 視聴することが楽しい（楽しくない）、観ることが楽しい（楽しくない）と読み取れる。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

「楽しい」

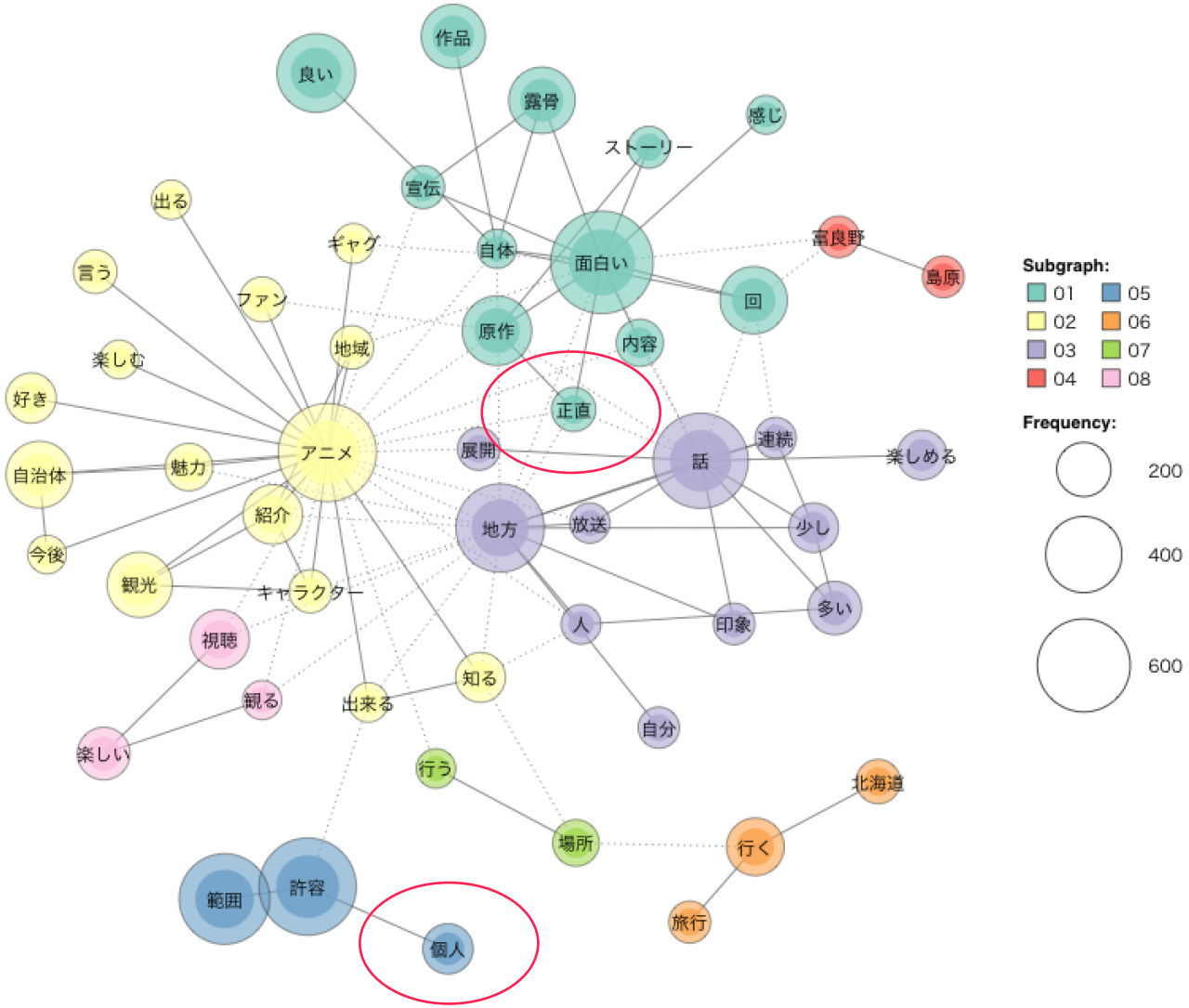
良かったです！！⏎地方編も邪神ちゃんというフォーマットの上に成り立っていて十分
してほしい⏎もっといろんなところでやってほしい！⏎許容範囲でした。⏎"アニメを
。原作を読みきった者なので、別のエピソードを見たいとも思っていたので
に収まると良いと思った。⏎許容範囲です。むしろ原作には無いアニメオリジナルを
しれません。⏎"内容は許容範囲。むしろもっと観てみたい。⏎ただ原作のアニメ化を
たりなどキャラ崩壊に近いものもあったと思いました。⏎コラボはコラボとして非常に
います。ミノスと各地を旅行したいいいいい⏎邪神ちゃん達が観光スポットなどを回り
になってしまって少し飽きてしまいました。今回の各メンツがそれぞれ違うスポットを
かな、と思いました。これからも4期5期と自由な邪神ちゃんアニメが見られることを
、参考になったが、限られた話数の中でさすがにこれだけ削られると本編を
する内容であるように感じられたので、もう少し邪神ちゃんという作品から見た観光の
姿勢はいいと思うので頑張ってください。"⏎普段からいろんな作品の聖地巡礼をして
"して下さい！"⏎"　私個人が北海道に興味を持っているので、まさに旅行感覚で
D投稿祭の開催など、『邪神ちゃん』公式の画期的な施策には常に驚かされると同時に
プレイスメントも許容できるが、『邪神ちゃんドロップキック』という作品のアニメを
とにも気づいてほしいです。⏎それ以外ではこの自治体コラボ編も不満もなくまあまあ
人的な理由なのですが、キャラクターとして邪神ちゃんが好きなのでご当地悪魔合体が
放送分のアニメ原画を見ていたので⏎「ここはいつ放送されるのだろう？」と
ハンドルネーム）：　ぜか"⏎そこまで気にならない⏎知っている所で、邪神ちゃん達が
やすいと思います。"⏎純粋に行ってみたい場所が増えるので、むしろ地方編の方が
うございます。後残り数話となりましたが、アニメ「邪神ちゃんドロップキックX」を
ントが通販番組で露骨に肯定してくるくらいの違和感。原作のようなキャラの日常を
弁して欲しかった。⏎原作漫画のキャラクターの掛け合いやギャグをアニメで見るのを
明今から楽しみにしてますw"⏎許容範囲です。アニオリ展開が好きなのでそれも含めて
のであれば許容できるが、地方編で本編の量が減ってしまうのを考えると純粋に
ビー」ってくらいのふんわりした、自分の知らない新しいものに触れる機会として割と
なるので中だるみしている感じが否めなかった。地元でのバイオレンスな日常の様子を
ドロップキックはもっと好きです。⏎"おもしろいからあり⏎3次元と2次元のコラボは
は言い難い部分もあった。"⏎行きたいと思えるのでいい試みですが、通常の話も
⏎なかなかに面白かったのでいいと思いました⏎もしまた地方編があったら見ます"⏎
ップキック』は狂気の作品であり、特段説明もなく進行するため、途中から見始めても
するため、途中から見始めても楽しむのに何ら支障がなく（実際私もXを4話まで
ないのかと思ってしまいました。⏎今後はこういう気持ちで視聴する事が無いだろうと
、突然旅に出て観光する強引な展開も、邪神ちゃんのアニメの雰囲気と合っていて、

楽しむ　ことができたが、1クールという限られた話数を地方編に割くのは少しもったいないと
楽しみ　つつ地域の情報を得られたので個人的には有りでした。物語の展開がワンパターンで5
楽しみ　ました。⏎個人的には許容範囲ですが、話のテンポが悪いなと感じる所がありましたの
楽しむ　ことができて感謝しています。⏎普段の神保町におけるキャラクターの日常を中心に見
楽しみ　にしていたというという点では放送の限られた話数のうちコラボ回が
楽しま　せて頂きましたが、「邪神ちゃんドロップキックX」というアニメの1話としては面白く
楽しむ　様子が微笑ましく面白いので個人的には地方編凄く良かったので許容範囲内ですが、た
楽しむ　感じも良かったのですが、個人的に2期最終回みたいにみんなでワイワイ回ってほしかっ
楽しみ　にしています。⏎"普通に楽しめた⏎そんなにゴリ押しとは思わない"⏎許容範囲。次の旅
楽しみ　にしていた自分としては拍子抜けだった。また、様々な観光地を紹介する中で、
楽しみ　方などがあれば視聴者も同じことをするために観光しようと思えるのではないの
楽しん　でいるので、今回のコラボ回もぜんぜん許容範囲内ですし作品の本質から外れなければ
楽しむ　ことが出来ました。ですから許容範囲です。東京から北海道は金銭的にも、時間距離に
楽しま　せて頂いている。私自身、「邪法アップロード」に興味を持ったことがきっかけで『
楽しみ　にしている身としては、少々内容の物足りなさのようなものを感じた。⏎ギリギリ許せ
楽しん　で見ていました。⏎しかし最近はキャスティング、PR活動での露骨なインターネット層
楽しみ　だったり⏎好きな場面があったので全体的に見て面白かったと感じたと思います。⏎例
楽しみ　に思うことがあったり、最近公式が精力的に行っている切り抜きや先行公開で⏎興味の
楽しん　でいるのは嬉しい反面、連続してしまうと食傷気味な感もありました⏎"確かに露骨な
楽しみ　まである⏎許容範囲内です。⏎正直邪神ちゃん達は神保町にいる時の方が面白いです。
楽しま　せてもらおうと思います。長文失礼しました。⏎ファン的には凄く楽しかったし、地方
楽しみ　たい人は離れていったのではないか。試みは面白いがストーリーとキャラクターの設定
楽しみ　にしていたので、それを4週も潰されてしまったような感覚になって
楽しま　せて頂きました。⏎"マニアックの観光名所を知れてよかったし旅行に行く時に参考なる
楽しん　でみることは出来なかった。⏎10話くらいに差し込むのが1番楽しめると思った。"
楽しみ　にしています。ただ邪神ちゃん特有の尖った作品性は薄まっているように感じます⏎町
楽しむ　作品において、観光地に赴くというキャラたちにとっての非日常が多すぎると感じた。
楽しみ　方の幅が広がるから最高"⏎概ね許容範囲です。ですが、新キャラのペルセポネの出番
楽しみ　たいので2話くらいに収めてほしい⏎許容範囲外　正直通常回の方が遥かに面白いと感じ
楽しま　せてもらったのですが、このようなものはOVAでやってほしいと思いました。⏎通常
楽しむ　のに何ら支障がなく（実際私もXを4話まで楽しんでから一期を全話見た）
楽しん　でから一期を全話見た）、運営様のたゆまぬ努力により話題性もあるので、
楽しみ　にしていたいですね！"⏎北海道に13年住んでいたので、とても楽しい回
楽しん　で見ています。⏎むしろ唐突にコラボ回が始まるよりも、ここまで露骨にやってくれた

- これではない視聴体験を「楽しみ」にしていた、といったネガティブ反応もあり。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

共起ネットワーク＞その他



- 回答者の本音がつながりやすい「正直」「個人」的には、に注目。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

「個人的には」Personally speaking--

- （他者の意見は尊重しつつ）「個人的には」+ネガティブな文脈が出現
- ネガティブ反応は地方編4話のボリュームに関するものが多い

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

「正直」 to tell the truth--

- 「正直」＋ネガティブな文脈が出現
- 地方編4話のボリュームに加え表現方法についても。

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

なぜネガティブ反応が発生するのか？

- 「地方編のボリュームに対する言及」→12話中4話は多すぎる
- 「自分が期待する映像像」→自分が観たいものはこれではない
- いずれも、自分が期待する映像（期待値）との乖離がネガティブ反応の原因となっているのではないか？

→【仮説】コンテンツ体験の深さとネガティブ反応には相関性があるのではないか？

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

ネガティブ反応に対する分析

- 有効回答2342件を目視確認、文脈を理解した上でネガティブ反応が出ている回答を抽出（※研究者の主観判断である点は要注意）
- 「あなたは邪神ちゃんをいつから見始めましたか？（３択）」「あなたは原作マンガ「邪神ちゃんドロップキック（２択）」を読んだことがありますか？」の６パターンで分析。

※調査結果の読み解きについては、これが既存ファンに対して呼びかけ取得した数値であり、一般的な社会調査とは異なること、ネガティブ反応の判定は研究者（筆者）の主観による判断である点に留意すること。

ネガティブ反応に対する分析

コンテンツ体験別ネガティブ反応発生状況

	原作を読んだことがある			原作を読んだことがない		
視聴を始めたタイミング	実数	ネガ数	ネガ率	実数	ネガ数	ネガ率
1期（邪神ちゃんドロップキック）から	1014	359	35%	412	103	25%
2期（邪神ちゃんドロップキックダッシュ）から	163	53	33%	36	9	25%
3期（邪神ちゃんドロップキックX）から	463	117	25%	254	53	21%

コンテンツ体験深

コンテンツ体験浅

- 「1期＆原作既読」35%と「3期&原作未読」21%に大きな隔たりがあり、中間はグラデーション状になっていることがわかった。→コンテンツ体験の深さとネガティブ反応発生には相関性があると言えそうだ

出典：アンケート調査（有効回答2342。調査期間2022年8月31日～9月5日）

考察

- 30分アニメの制作費を3000万円と仮定した場合、1秒当たりの制作費は約1.7万円である。コストをかけて制作された映像は「千歳水族館」の事例のように、10秒（17万円）で視聴者の45.3%の訪問意向を得ることができる場合もある。これは「質（訪問意向を喚起する性質）」の問題である。
- 訪問意向を得ることができる映像を多くの視聴者に観てもらうためには、既存ファンが多い作品を活用することが望ましいが、既存ファンからはコンテンツ経験が深ければ深いほどネガティブ反応を得る可能性が上がる。これは「量（視聴者の多さ）」の問題である。
- 自治体が主体的にアニメ聖地を作りたい（より多くの視聴者の訪問意向を得たい）とするならば、アニメ制作者と共にこれら「質」と「量」の両面について事前に検討をすることが望ましい。

結論と、当研究の限界

- 聖地を「アニメを視聴したことで、訪問意向が得られたスポット」とするならば、自治体が主体的にコンテンツツーリズム目的地＝聖地を創ることは可能である。それは、関係人口の獲得に有効であると思われる。
- しかしこの研究では訪問意向が得られた後に、実際に現地を訪問したかどうかを明らかにしておらず、アニメツーリズムとしての聖地（交流人口の獲得）を創ることができると断言できない。→今後の研究課題
- 聖地を作るためには「質」と「量」の両面に留意する必要があるが「質」を上げる方法は一般化されていない。→今後の研究課題
- 「量」については視聴者の期待に対するギャップの克服がテーマとなるだろう。

SUB THEME

邪神ちゃんドロップキック富良野編は富良野のイメージを下げるのか？

視聴者はどう捉えたのか？

富良野市邪神ちゃん内容不適切騒動（2022年11月16日）

「邪神ちゃんの内容不適切」　富良野市議会委、アニメ巡る決算不認定

11/16 10:59 更新

富良野市役所

【富良野】市議会の決算審査特別委員会（宇治則幸委員長）は１５日、２０２１年度一般会計決算を不認定とした。市がふるさと納税で制作費を募り、今夏に放送されたテレビアニメ「邪神（じゃしん）ちゃんドロップキックＸ」の富良野編の内容が不適切だと判断した。

市議会事務局によると、決算の不認定は０４年度の一般会計（審議は０５年）以来で１７年ぶり。採決では認定と不認定が７対７の同数となり、委員長裁決で不認定となった。

争点となったのは、アニメの制作委託料３３００万円。討論で佐藤秀靖氏は「邪神ちゃんに借金があるため臓器売買を提案するなど社会通念上許されない行為が多くあり、富良野のイメージを落としかねない」と主張。一方、認定の意を示すため起立したある委員は「あくまでアニメの中の話。一部分だけを切り取って議論するのはよくない」とした。

出典：北海道新聞（ https://www.hokkaido-np.co.jp/article/760963 ）

邪神ちゃん製作側のスタンス

問い	対象		対象に対してできること
（邪神ちゃん富良野編は）富良野のイメージを落としかねない 確かにその可能性はある。	富良野編視聴者		アンケート調査を行い結果を公表。 ※作品公式発信なため、好評価バイアスがかかる可能性を注意喚起
	富良野編未視聴者	自ら視聴することで確かめたい	無料配信を行うので、確かめてほしい。
		自ら視聴せずに結果を知りたい	本来視聴していなければ上がることも下がることもないはずだが、視聴者の反応を知りたいならばこちらを参照してほしい。

参照

- イメージ低下の可能性を否定せず、視聴機会を提供すると共に、本編を視聴しないことすらも否定しない。

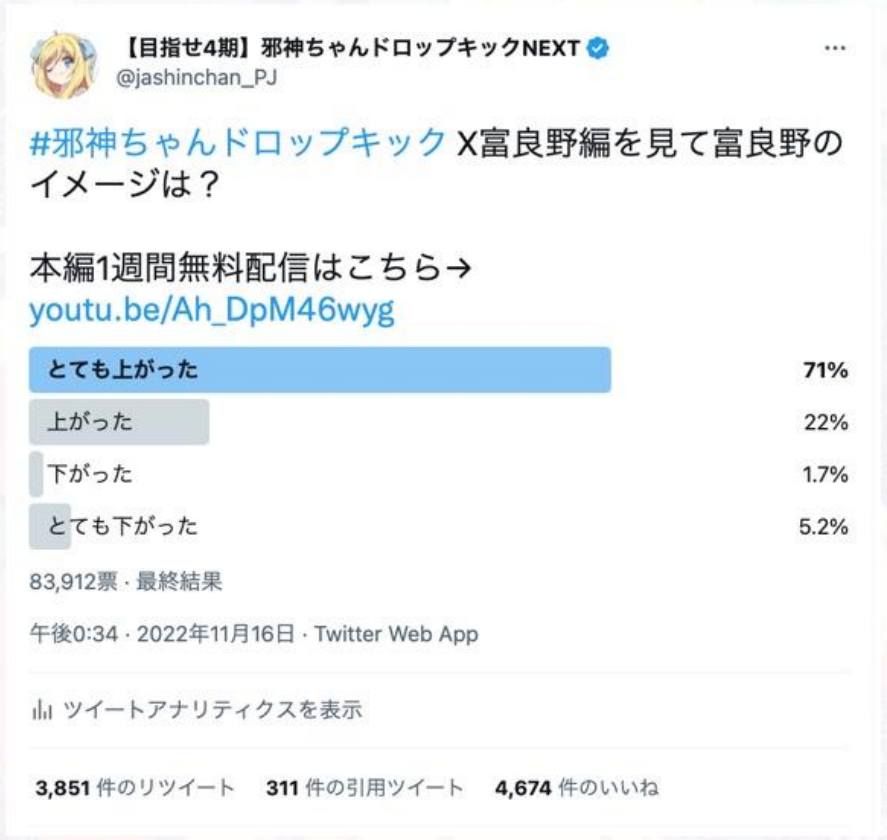
アンケート調査を実施

- googleフォームを用いて設計、邪神ちゃん公式Twitterで回答を呼びかけ
- 調査期間　2022年11月16日～11月17日
- 有効回答　106,635（Twitter83,912、googleフォーム22,723）

※調査結果の読み解きについては、これが既存ファンに対して呼びかけ取得した数値であり、一般的な社会調査とは異なることを念頭に置く必要がある。

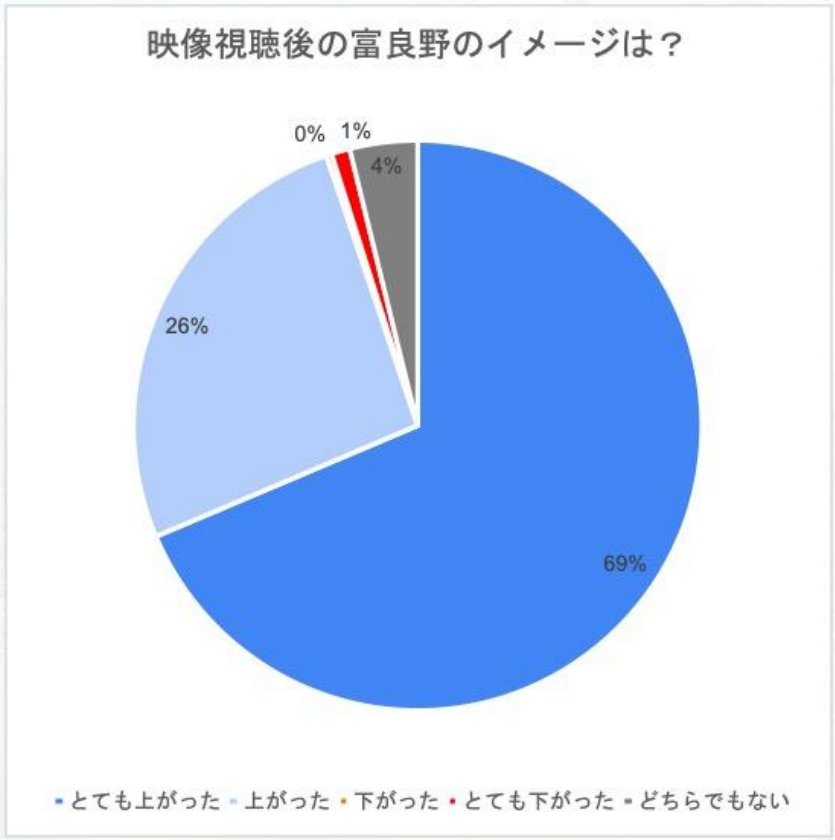
調査結果

Twitter調査結果



アンケート調査（有効回答83,912。調査期間2022年11月16日～17日）

Googleフォーム調査結果



アンケート調査（有効回答22,723。調査期間2022年11月16日～17日）

アンケート調査を実施

- googleフォームを用いて設計、邪神ちゃん公式Twitterで回答を呼びかけ
- 調査期間　2022年11月16日～11月22日
- 有効回答　28,341（ 4.3万文、86万文字）

※調査結果の読み解きについては、これが既存ファンに対して呼びかけ取得した数値であり、一般的な社会調査とは異なることを念頭に置く必要がある。

回答例

- *富良野への愛に溢れていて、現地へのリスペクトがとても伝わってきました！*
- *邪神ちゃんのストーリー、キャラクターを崩さずにかつ富良野の観光名所やイメージを紹介させる絶妙なバランスの回で良い回だった。*
- *臓器のくだりは、行政からの依頼であることを考えると、配慮(もしくはPRアニメとして不適切な表現は避けることの仕様書への明記)は必要だったと思う。*
- *確かに臓器売買とか借金は若干不適切ですが、作品の雰囲気としては適切ですね・・・。*

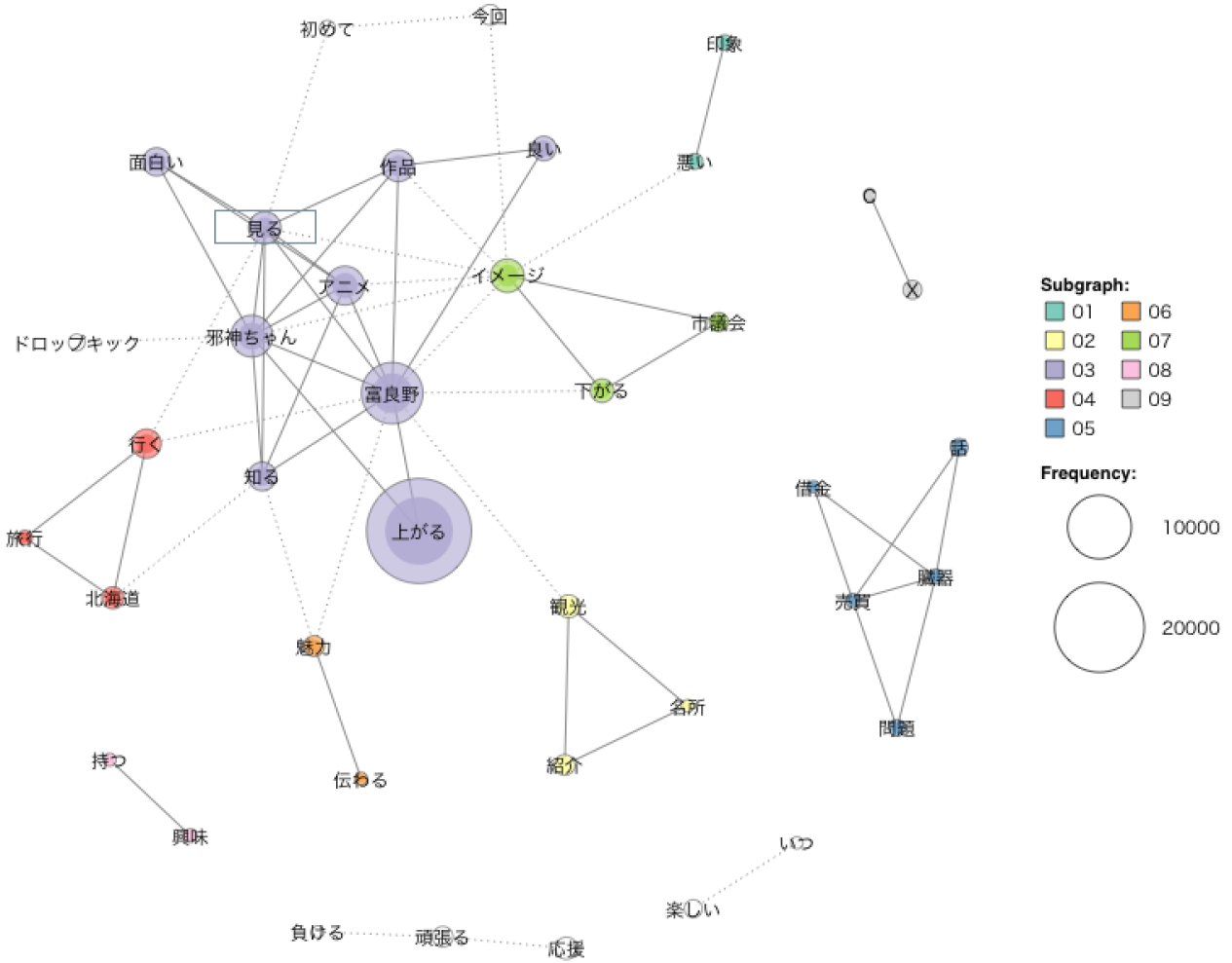
出典：アンケート調査（有効回答28,341。調査期間2022年11月16日～11月22日）

テキストマイニング＞頻出語句上位100

1	上がる	動詞	27508
2	富良野	地名	9286
3	邪神ちゃん	タグ	4243
4	アニメ	名詞	3641
5	イメージ	サ変名詞	2673
6	見る	動詞	2509
7	作品	名詞	2403
8	行く	動詞	2026
9	知る	動詞	1948
10	面白い	形容詞	1883
11	良い	形容詞	1410
12	下がる	動詞	1298
13	観光	サ変名詞	1225
14	応援	サ変名詞	1131
15	北海道	地名	1128
16	魅力	名詞	991
17	紹介	サ変名詞	977
18	頑張る	動詞	966
19	今回	副詞可能	956
20	内容	名詞	938
21	市議会	名詞	812
22	X	未知語	797
23	言う	動詞	732
24	楽しい	形容詞	724
25	行う	動詞	723
26	視聴	サ変名詞	706
27	話	サ変名詞	696
28	人	名詞C	653
29	PR	未知語	619
30	問題	ナイ形容	619
31	ドロップキック	タグ	601
32	コラボ	未知語	568
33	初めて	副詞	558
34	悪い	形容詞	549
35	地域	名詞	538
36	ギャグ	名詞	532
37	印象	名詞	530
38	臓器	名詞	523
39	好き	形容動詞	499
40	旅行	サ変名詞	488
41	回	名詞C	481
42	観る	動詞	464
43	場所	名詞	456
44	無い	形容詞	447
45	売買	サ変名詞	434
46	出る	動詞	431
47	制作	サ変名詞	420
48	表現	サ変名詞	391
49	興味	名詞	389
50	不適切	形容動詞	387
51	知れる	動詞	373
52	楽しむ	動詞	352
53	持つ	動詞	351
54	理解	サ変名詞	350
55	最高	名詞	349
56	聖地	名詞	349
57	ラベンダー	名詞	343
58	伝わる	動詞	342
59	大好き	形容動詞	340
60	素晴らしい	形容詞	338
61	分かる	動詞	331
62	楽しみ	名詞	329
63	名所	名詞	329
64	ファン	名詞	327
65	考える	動詞	326
66	ネタ	名詞	325
67	作る	動詞	325
68	自体	名詞	325
69	自分	名詞	323
70	対応	サ変名詞	321
71	今	副詞可能	317
72	出来る	動詞	317
73	負ける	動詞	314
74	C	未知語	313
75	いつ	副詞可能	313
76	借金	サ変名詞	312
77	宣伝	サ変名詞	310
78	件	名詞C	304
79	市	名詞C	303
80	今後	副詞可能	301
81	期待	サ変名詞	297
82	イメージダウン	名詞	291
83	ニュース	名詞	290
84	ありがとう	感動詞	287
85	全く	副詞	280
86	関係	サ変名詞	276
87	実際	副詞	276
88	思える	動詞	273
89	特に	副詞	273
90	機会	名詞	266
91	美味しい	形容詞	258
92	多い	形容詞	257
93	国	名詞C	256
94	残念	形容動詞	256
95	食べる	動詞	248
96	普通	形容動詞	248
97	訪れる	動詞	248
98	巡礼	サ変名詞	240
99	当地	名詞	240
100	他	名詞C	239

出典：アンケート調査（有効回答28,341。調査期間2022年11月16日～11月22日）

テキストマイニング＞共起ネットワークで概観を捉える



- 「富良野」の何かが「上がる」にコメントが集中していることがわかる。
- 何かは「イメージ」を指している。
- 定量調査結果と同じであり新たな発見はない。

出典：アンケート調査（有効回答28,341。調査期間2022年11月16日～11月22日）

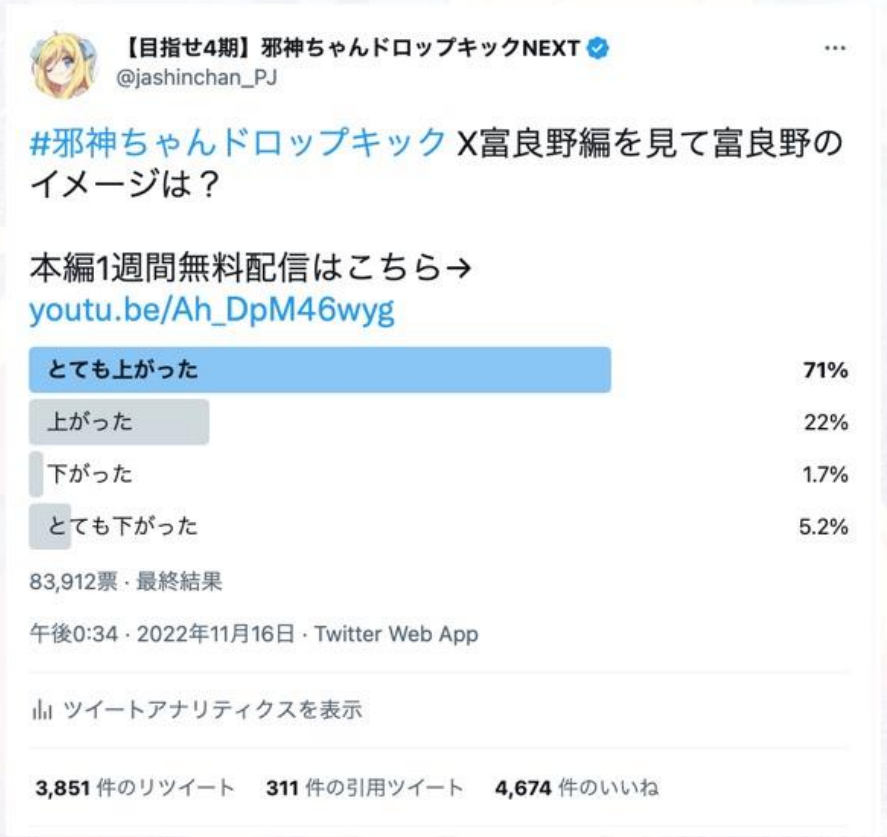
「イメージ」　image--

がった　⏎上がった　⏎とても上がった　臓器売買に負けるな！⏎上がった　富良野の	イメージ	としては元々悪くはなかったが邪神ちゃんがやることで下がったりしたことはなかった
まなかった。富良野編やったことで聖地巡礼として行きたいな～と思ったので結果的に	イメージ	は上がったと考えます。⏎とても上がった　いつも楽しませていただいております⏎と
なとこやシュールさとの加減をそのままにしてほしい⏎とても上がった　邪神ちゃんの	イメージ	は最低だけど富良野市のイメージは毀損してないよ⏎とても上がった　"毎週楽しく視聴
りままにしてほしい⏎とても上がった　邪神ちゃんのイメージは最低だけど富良野市の	イメージ	は毀損してないよ⏎とても上がった　"毎週楽しく視聴させて頂きました。⏎富良野とい
とても上がった　"毎週楽しく視聴させて頂きました。⏎富良野といえばラベンダーの	イメージ	しかありませんでしたが、それ以外にも様々な魅力がある事をこの作品を通して知るこ
市議会の圧力に負けず、頑張って下さい。⏎上がった　邪神ちゃんとのコラボは市への	イメージ	を悪くするようなものではないと思います。⏎とても上がった　⏎とても上がった　一
なければそもそも富良野市の存在を一生知らなかったと思います。知られていなければ	イメージ	が高いも低いもないので、富良野市の存在を世界中に知らしめたという点で邪神ちゃん
ってみたい場所になった。⏎上がった　⏎とても上がった　⏎とても上がった　原作の	イメージ	を崩さずグルメや土地を実際の景色を元に綺麗に描いている。実際に行きたくなる
に綺麗に描いている。実際に行きたくなる情報と併せて上手く土地の紹介ができており	イメージ	の向上と理解の推進に繋がっていた。⏎とても上がった　面白かった。⏎とても上がっ
っている公式さんには本当にありがとうございますと言いたいです。作品も富良野市の	イメージ	を落とすものだとは思えませんし、実際自分もそう思っていません。みんなで作り上げ
⏎とても上がった　⏎とても上がった　少しやりすぎたかもしれないけれど富良野の	イメージ	は、上がったので個人的は、いいと思います！！！⏎上がった　4期応援して
に、富良野に行ってみたいと感じた。⏎とても上がった　⏎とても上がった　富良野の	イメージ	といったらラベンダー畑しか知らなかったが、この回で色々知れました。⏎上がった
ゃんぶっ飛んでますの！⏎とても上がった　⏎とても上がった　邪神ちゃんで富良野の	イメージ	がとても上がったのに、富良野市の対応が最悪すぎて残念です。⏎とても上がった　⏎
方編自体は通常回超えるほど面白くはないのが正直なところですが舞台となった地方の	イメージ	を下げるようなことはないです！⏎これ以上面白くなるのは歓迎しますが、つまらなく
んみにしてます！！⏎上がった　⏎とても上がった　富良野編コラボを知って富良野の	イメージ	が変わり聖地巡礼しに行こうと思った⏎とても上がった　聖地巡礼として北海道や神保
"アンケートではどちらでもないと回答はしましたが邪神ちゃんの所為で富良野市の	イメージ	が下がったわけでは無く、⏎いくらでもストップさせる機会があったにも関わらず放送
いうタイミングで難癖付けて資金を支払わない決定を下した市議会の所為で富良野市の	イメージ	が下がりました。"⏎とても上がった　⏎上がった　札幌在住のため富良野は旅行でよく
ん。⏎とても上がった　景色のいい街だなと思いました()⏎とても上がった　富良野の	イメージ	は市議会ではなく、富良野市の外の人間が決めるものです。⏎とても上がった　頑張れ
とても上がった　⏎とても上がった　邪神ちゃんでの描写はとても富良野への認知度や	イメージ	向上に多大なる貢献をしました。⏎とても下がった　富良野編は邪神ちゃんが真面目に
を見つめ直したりしてとてもいい内容ですが、富良野市議会の対応により富良野市への	イメージ	はとても下がりました。アニメ視聴後は富良野へ訪れたいと思いましたが、今回の件で
でもしないと製作費確保できないって開き直って、⏎その地区からこのアニメじゃ観光	イメージ	悪化するから金出せんって言われるとか本末転倒もいいところ。⏎本来の作風から逸脱
い地方自治体。⏎割とどっちもどっちな気がする。⏎そもそも後から反社会的だの観光	イメージ	悪化につながるだのいうなら、⏎なんで主人公の女の子が常時全裸のアニメ使って観光
なかったのですがとても面白かったです！⏎とても上がった　一方、富良野市議会への	イメージ	は最底辺まで下がった。⏎上がった　⏎とても上がった　⏎とても上がった　⏎とても
開で突き進んでいって下さい！4期待ってます！！⏎とても上がった　明るい富良野が	イメージ	出来ました。⏎とても上がった　⏎上がった　作品視聴し終えた段階では、作品と富良
ました。⏎とても上がった　⏎上がった　作品視聴し終えた段階では、作品と富良野の	イメージ	は上がりました。その後の富良野市議会の対応で富良野の評価のみ爆下がりしました。
りました。⏎下がった　"作品自体は面白いし好きですが、市の対応によって富良野の	イメージ	が下がった気がします。⏎作品を利用するだけして、あの対応はあんまりだと思います
が富良野だと思ってましたが、アニメで紹介されてから若い人でも楽しめるような	イメージ	に変わった。ちなみにクソ市議会議員が存命してる間は富良野行きません⏎とても上が
い。"⏎上がった　ユリネスキー⏎上がった　富良野に何があるか等を見れて富良野の	イメージ	は上がりました　ただその紹介に割きすぎてテンポが通常回よりちょっと損なわれてた
市がひどすぎると感じます⏎上がった　⏎とても上がった　とても良くできています。	イメージ	も悪くなる余地がありません。⏎とても上がった　邪神ちゃん達の魔法のせいで気が狂
魔法のせいで気が狂って祭りを強行開催する富良野市民が可哀相だったので、富良野の	イメージ	は上がりました。⏎上がった　邪神ちゃんが齧り付いてるぬいぐるみかシャツ欲しいで
としての自虐や、戦闘などストーリー上でのは非倫理行為があり、それによって大きく	イメージ	を損なうなようなことはないため、このアニメがイメージを損ねるという判断は間違い
があり、それによって大きくイメージを損なうなようなことはないため、このアニメが	イメージ	を損ねるという判断は間違いだと思います。"⏎とても下がった　"邪神ちゃんのおかげ"
違いだと思います。"⏎とても下がった　"邪神ちゃんのおかげで、放送当時は富良野の	イメージ	は上がっていました。放送当時は邪神ちゃんのおかげで←ここ重要⏎しかし、しかしな

出典：アンケート調査（有効回答28,341。調査期間2022年11月16日～11月22日）

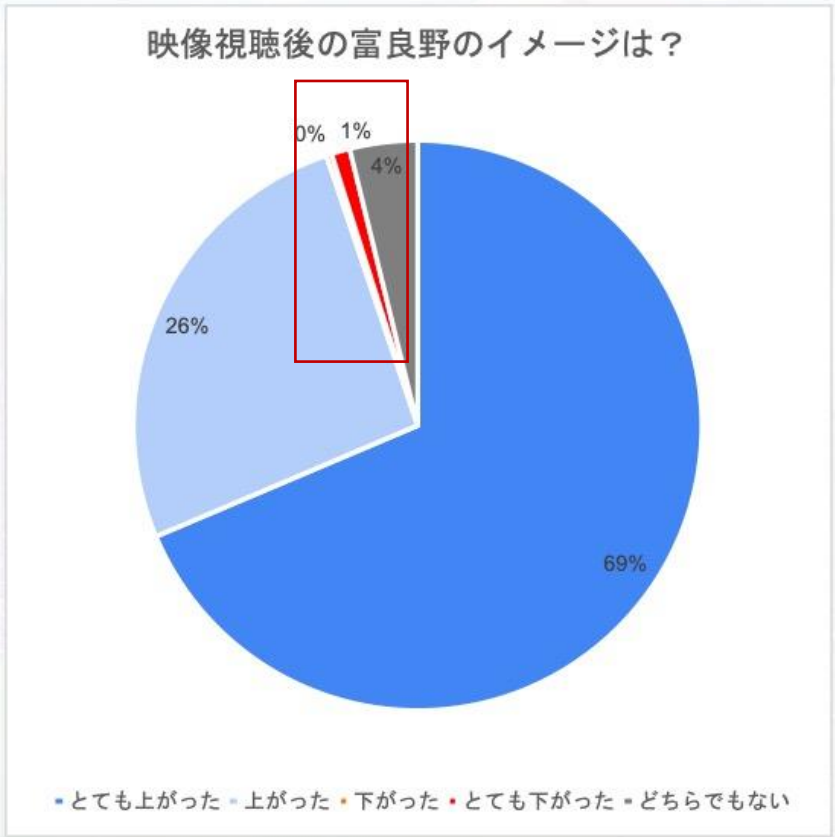
「とても下がった」回答者分析

Twitter調査結果



アンケート調査（有効回答83,912。調査期間2022年11月16日～17日）

Googleフォーム調査結果



アンケート調査（有効回答22,723。調査期間2022年11月16日～17日）

「とても下がった」回答者 x「イメージ」

見つめ直したりしてとてもいい内容ですが、富良野市議会の対応により富良野市への	イメージ	はとても下がりました。アニメ視聴後は富良野へ訪れたいと思いましたが、今回の件で
もしないと製作費確保できないって開き直って、その地区からこのアニメじゃ観光	イメージ	悪化するから金出せんって言われるとか本末転倒もいいところ。本来の作風から逸脱
地方自治体。割とどっちもどっちな気がする。そもそも後から反社会的だの観光	イメージ	悪化につながるだのいうなら、なんで主人公の女の子が常時全裸のアニメ使って観光
PRしようと思ったんだよって話。"邪神ちゃんのおかげで、放送当時は富良野の	イメージ	は上がっていました。放送当時は邪神ちゃんのおかけで←ここ重要しかし、しかしな
、どこかの富良野とかいう市議会がアニメの内容が不適切と判断したせいで富良野の	イメージ	が下がりました。もう富良野には行けません。邪神ちゃんが不当な扱いを受けるこ
富良野とコラボする団体が現れないことを祈っております。なお、今回、富良野の	イメージ	が下がったと記載しましたが、これはあくまでも富良野市の対応に対する抗議です。
不当な扱いを受けないことを祈っております。"これ以上下げないで"富良野の	イメージ	は今回の議会決定が下げた アニメ内容は関係ない むしろアニメと富良野のアピール
てしまい、全体的にマイナスな印象を持った。"炎上商法"1富良野市民として市の	イメージ	が下がるのはとても辛いことです。今すぐ謝罪してください"ら佐藤秀靖氏の言い
wwwwww邪神ちゃん頑張れ！作品が素晴らしかっただけに、富良野「市議会」の	イメージ	が底値まで下がりました現実とアニメ混同するのは良くないが、実際の市名前が出て
名前が出ている以上風評被害が出るのは、必然である邪神ちゃん大好き!富良野の	イメージ	は下がりましたけど面白かったです！こんな素晴らしい作品を出したのにコラボを拒
このアニメで聖地になったとしても一時的なものだと思う。頑張れ別に作品では	イメージ	下がらなかったけど今回富良野の発言で下がった"ご当地紹介のコーナーは大人しすぎ
脚本でアニオリご当地編を作ったら、邪神ちゃんのみならずその地域にまでマイナス	イメージ	がついてしまう金払わない富良野市にがっかり作品は面白かったのですが、その後
たものを崩された印象なんだと思います。私個人としては、これを観て富良野の	イメージ	が上がることは一切ありませんでした。むしろあの雄大で綺麗な景色がチープに見え
市の問題だと思う、それを放送後に文句を言うのはおかしい話だし逆に富良野の	イメージ	を悪くしました"このような作品に公金が投入された理由がよくわからなかった。
はわからないが、上記の理由から富良野の政治、行政の不透明さを感じ、結果として	イメージ	が下がった。まさに邪道ふるさと納税編は原作にない話でとてもつまらなかったの
と納税編は原作にない話でとてもつまらなかったので、ごり押しされた地域に対する	イメージ	は下がった くだらないアンケートを取らざる得ない状況をつくるような判断をする富
らないアンケートを取らざる得ない状況をつくるような判断をする富良野市に対して	イメージ	が下がった。実験的な企画・チャレンジ精神は素晴らしいと思うが、出来あがった作
、なんか立ち寄りたくなくなったわ。"作品""は""いい"アニメで富良野の	イメージ	が下がる事は決して無かったが、後出しでケチをつけてきた富良野に対してとてもイメ
在住で富良野市に旅行したこともあります。富良野市は自然豊かな素敵な場所という	イメージ	があったので残念です。途中で気分が悪くなり動画の視聴を辞めました。何故このアニ
売るから最後の観光とか怖すぎる。ファンでなければ理解し難いような。富良野の	イメージ	棄損は免れない。"こんな事でアンケートをしないと行けないほど富良野って保守的な
ョンの中での話なのに、それなら東京で殺人事件の起きるドラマがあったら東京の	イメージ	が悪くなるのかって話になる。暇が出来たら北海道旅行で富良野も見に行こうか
す！邪神ちゃん程度のギャグでこれほどのことをしてしまうということで富良野の	イメージ	が下がりました。邪神ちゃんのアニメの内容はあまり関係ないです。市側の行動がイ
市：借金大国で臓器売買しなければいけないほど困窮しており、腹踊りをしている	イメージ	しかない。いいイメージがない。費用対効果を考えれば、富良野市民でなくてよかっ
買しなければいけないほど困窮しており、腹踊りをしているイメージしかない。いい	イメージ	がない。費用対効果を考えれば、富良野市民でなくてよかった、と心から思った。
これからも頑張ってください！！！純粋に北海道編がつまらなかったので、富良野の	イメージ	も下がりました このクオリティのアニメで3300万円はひどい。邪神ちゃんは存在
だったんだよ！(唐突な告白)コラボ先を重視するあまり、単純に面白くなくなって	イメージ	も相対的に下がった。富良野市議はアホの集まりなんだと思う。アニメは面白かっ
しかし、アニメの良い所を後押しすれば良いのに富良野市議会の難癖？で富良野市の	イメージ	は下がりました。個人的に今後は富良野市へのふるさと納税はないと思う。もう2度
きではなかった、入れる必然性はナシ、作品としては面白いがその面白さは富良野の	イメージ	の事は考えなくていいから面白いのであって、これが自分の地区だったらと考えたら
表現、グロ等）お役所仕事で町おこし？今回の件で邪神ちゃんよりも富良野市への	イメージ	が逆に下がったと思います。"邪神ちゃんの髪ブラは良くない正直ただのイジメ
り感じられない。"富良野編はとてもつまらなかったです。適当な押し売りにいい	イメージ	を持つはずはありません。普通に神保町にいる邪神ちゃんがみたい、漫画と逸脱しす
惟みを自宅に居ながら痛感させられたことは良い体験だったと思います。富良野市の	イメージ	についてですが、厳密には「その後の富良野市行政側の対応にひどくガッカリした」
としてヒドイ目にあう邪神ちゃんが可愛くて大好きです。"以前視聴した際は確実に	イメージ	が上がりました。原作や今までの当作品には遥かに過激な演出があり事前にそれらは
それらは把握できたはずです。集金に利用した後に不適切認定は筋がおかしいと感じ	イメージ	は下がりました。悪ふざけがすぎます。動画を楽しむことと富良野のイメージがうん
感じイメージは下がりました。悪ふざけがすぎます。動画を楽しむことと富良野の	イメージ	がうんぬんは別。"めちゃくちゃ楽しめました！自分は作品自体問題は無いと考えて

- 作品を視聴したことによるイメージの低下のみならず、騒動によるイメージの低下も。

出典：アンケート調査（有効回答28,341。調査期間2022年11月16日～11月22日）

参考

- 山村高淑，2008，『アニメ聖地の成立とその展開に関する研究』国際広報メディア・観光学ジャーナル.
- 増淵 敏之，2010，『物語を旅するひとびと』彩流社.
- 山村高淑， 2011，『アニメ・マンガで地域振興～まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発法～ 』 東京法令出版.
- 岡本健著，2013，『n次創作観光/アニメ聖地巡礼』北海道冒険芸術出版.
- 増渕 敏之，溝尾 良隆，安田 亘宏，中村 忠司，橋本 英重，岩崎 達也，吉口 克利，浅田 ますみ，2014，『コンテンツツーリズム入門』古今書院.
- 山村高淑，フィリップ・シートン，2021，『コンテンツツーリズム: メディアを横断するコンテンツと越境するファンダム』北海道大学出版会.

テキストマイニング 『KH Coder』

©ユキヲ・COMICメテオ／邪神ちゃんドロップキック‘製作委員会　©ユキヲ・COMICメテオ／邪神ちゃんドロップキックX製作委員会