HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	もってけ！カンコーそうぞう ： アニメ聖地巡礼における同人観光情報の役割
Author(s)	兄目, 見太郎
Relation	『おっかけ！セーラーふく 保存版』 みゆる～む 伊月SIDE [著]. pp.60-63
Issue Date	2010-08-13
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/47417
Type	article
File Information	kanko.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

もってけ！カンコーそうぞう
～アニメ聖地巡礼における同人観光情報の役割～

兄目見太郎

はじめに

ここでは、聖地巡礼（舞台探訪）が、日本の観光を考える時にどのような位置づけになるのか、考えてみたいと思います。

観光旅行と聞いて、まずはじめに思いつくのはどのようなことでしょうか。ツアー型の観光を真っ先に思い浮かべる方、社員旅行や慰安旅行などを思い浮かべる方、外国への旅行を思い浮かべる方、様々かと思います。観光旅行には様々な形態がありますが、マスツアーと呼ばれる観光形態は、大人数で、ツアー商品などを利用して行う観光です。一昔前までの観光旅行の多くは、このマスツアーでした。ところが、マスツアーには大きな弊害がありました。それは、簡単に言うと、大勢の人が地域側の意図とは無関係に観光目的地に訪れるため、観光目的地となった場所の自然や文化、生活などが壊されてしまうという問題でした。その反省から生まれたのが、エコツーリズム、ヘリテージツーリズム、ルーラルツーリズム、アグリツーリズムなどのニューツーリズム、あるいはオルタナティブツーリズム、などと呼ばれている考え方です。これらは観光目的地となった場所の自然や文化を守ることを大切に考え、地域側が観光の主導権を握って観光地の経営を行うものです。

一見するととても良い観光形態なのですが、これらのツーリズムについても限界が指摘されはじめました。それは、地域主体を強調し過ぎた結果、地域の良さを外に発信し、共感を得ることができていない場合がある、という問題です。旅行者に選んでもらうためには、旅行者にとって楽しめるものを提供せねばなりません。制限ばかりの旅行では面白く無いのです。これでは、結局守るべき文化遺産や、自然が「大切なもの」と思われず、管理するための費用が手に入らなくなるなど、さまざまな問題が起こってしまいました。

そのような時代にあって、「おねがいティーチャー」や「涼宮ハルヒの憂鬱」、「らき☆すた」「けいおん！」「とある科学の超電磁砲」など、さまざまなアニメの聖地巡礼が行われており、研究もなされてきています（注 1）。また、舞台を訪ねるだけではなく、地元の人々と協力して、まちおこしまでやってしまうという事例もいくつも出てきています。これらについて、観光という観点から考えてみようというのが、本章です。

アニメの聖地巡礼

さて、この本を読まれている方は、すでに聖地巡礼はご存じかと思いますので釈迦に説法ということになってしまうかもしれませんが、もしご存じない方がいらっしゃったらということで、ここで簡単に整理しておきます。アニメの聖地巡礼とは、アニメの背景となったところや舞台になったところに、それと分かっていて訪ねることを言います。偶然行

って、帰ってきた後で「あ、あそこは聖地だった」と気づくのは少し違いそうですよね。ちゃんと「鷲宮は『らき☆すた』の聖地（舞台）だ」と思って訪ねるのが聖地巡礼ですね。もともと観光目的地になっているところが聖地となることもあれば、そうでない場所が聖地になる場合もあります（写真）。

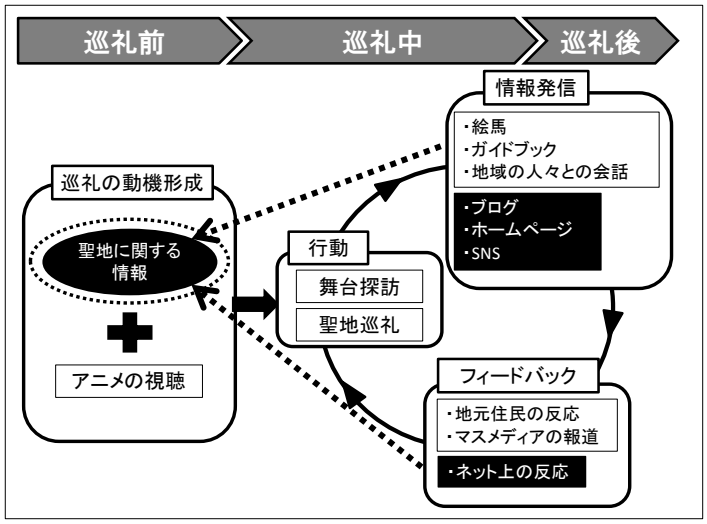
聖地巡礼をした時に、ネット上に情報をアップすることが多いのですが、それらを「巡礼記」と名付けます。この巡礼記をアーカイブ化しているサイト「舞台探訪アーカイブ」によると、ファンによってたずねられているアニメやマンガ・ゲーム・ラノベの聖地は、実に 507 作品にもおよんでいます（注 2）。

大枠では、上のような行動のことを聖地巡礼というわけですが、聖地巡礼行動は詳しくみるといくつかの違いがあります、私は以前論文で、巡礼者として 3 種類の巡礼者がいらっしゃるというふうにまとめました（注 3）。それぞれ「開拓的アニメ聖地巡礼者」「追随型アニメ聖地巡礼者」「二次的アニメ聖地巡礼者」です。「開拓的アニメ聖地巡礼者」とは、アニメの聖地を探し出す人々です。舞台探訪者というふうに名乗られる方も多いですね。ある意味聖地となる前段階であるとも言えるので、こちらの呼称が、より現象を正確に表していると言えるかもしれません。いずれにせよ、開拓的アニメ聖地巡礼者は、背景に描きこまれたさまざまな証拠や、製作者や作品の関連情報などから、まるで探偵のように聖地（舞台）を発見し、訪ねます。その成果は先ほども挙げたとおり巡礼記として、ホームページやブログ、同人誌などで、公開されています。それらの情報を見て「お！この作品の聖地なら行ってみたい！！」と思って巡礼行動を行うのが「追随型アニメ聖地巡礼者」です。追随型アニメ聖地巡礼者も、現地で見てきたことや、現地での経験をホームページやブログで公開します。このように発見された「舞台」は、さまざまな人の間でうわさになり、訪ねられ、その経験が共有され、「聖地」となっていきます。では、「二次的アニメ聖地巡礼者」とはどのような人々でしょうか。それは、テレビやネットのニュース、新聞記事など比較的マスなメディアで、アニメの聖地となっていることを知り、訪れる人々のことを言います。ただし、この時に作品のことを全く知らない人は聖地巡礼者には含みません。やはり、聖地巡礼と「聖地」という言葉を使っているので、愛着が全く無い場合は、含めないのが妥当であると考えます。

同人観光情報（ガイドブックやブログ・HP、動画投稿サイト）の役割

さて、ここまで、アニメ聖地巡礼について、見てきましたが、これはこれまでの旅行行動とどのように異なっているでしょうか。それを考えていきたいと思います。

聖地巡礼行動の流れを整理すると、次の図のようになります。



まず、聖地巡礼を行う際には、巡礼の動機が形成されるところから始まります。アニメを視聴しただけでは、聖地や舞台があることはわかりません。「聖地に関する情報」を得る必要があります。「聖地に関する情報」は初めはとても少ないはずですが、「開拓的聖地巡礼者」によって、舞台が発見され、実際の行動（舞台探訪）を起こします。旅行中から旅行後にかけて、現実空間では旅行の記念に絵馬を書いたり、地域の人々と会話をしたり、旅行後にガイドブックを作成したりします。情報空間上では、ブログやホームページ、SNS、ニコニコ動画や YouTube などの動画投稿サイトで情報を発信していきます。図中の点線の矢印が示しているとおり、そうした情報は、他の人々にとって「聖地に関する情報」となり、巡礼の動機形成に関わることになります。つまり、「聖地に関する情報」が拡大していくのです。また、巡礼者の情報発信には、様々なフィードバックが返って来ることになります。それは、地元住民の方々の反応や、マスメディアによる報道、ネット上の電子掲示板での評判、ブログへのコメントの書き込みなど、様々な形でなされます。ここで注目したいのは、こうした「フィードバック」に関しても、「聖地に関する情報」として、ネット上を中心にたまっていくことです。ここでも「聖地に関する情報」が増加し、後進の聖地巡礼者の情報となるのです。以前までであれば、こうした観光に関する情報は、観光関連企業や、地域が中心となって発信されていました。それが、今回整理したように、個人個人の情報がネット上に蓄積されていき、google を始めとした検索サイトで検索され、観光情報となっているのです。加えて、同人誌の影響も極めて大きいでしょう。インターネット上の情報は、しっかりとまとめられているものもありますが、非常に断片的であることも多いのです。その点、同人誌としてまとめてある情報は、巡礼者にとって極めて有用な情報となります。また、海外から聖地巡礼に来ている人が、巡礼関係の同人誌を書いている場合があります。そうした巡礼同人誌の中には、中国語と日本語の対訳がなされているものもあります。興味を持っている人にとっては、どんな旅行書よりも有益な情報源となります。また、情報を発信する人々は、現地に行って現地の様子を見ているので、マナーに注意しよう、など、様々な注意書きも含めて発信しています。

もってけ！カンコーそうぞう

アニメ聖地巡礼を観光の観点から考えてきました。その結果、個人個人の情報が発信され、それが検索サイトやコミケなどで手に入るようになっていることで、聖地巡礼が広まっていく様子を見ることが出来ました。もちろん、聖地巡礼に関わることの中には、いいことばかりではなく、問題も起こります。たとえば、先日ネットのニュースにもなりましたが、「涼宮ハルヒの憂鬱」の聖地である兵庫県の高校の敷地内に入るマナーの悪い巡礼者がいる、ということでした。また、いまだにアニメやアニメファンに対して良いイメージを持たない方々もいらっしゃいます。実は、研究者の中でも、アニメについて扱っているだけで、くだらない研究、というふうに言う方もいらっしゃいます。中には、二次元と三次元の区別がつかなくなっていて危険、という事を言うような方もいらっしゃいます。

聖地巡礼が盛んになればなるほど、こうした問題が出始めるでしょう。ですが、本稿で確認した通り、聖地巡礼は旅人側が作り出した観光現象であると言え、今後の発展の可能性を秘めています。企業が主体になりすぎても、地域が主体になりすぎても、なかなかうまくいかなかった観光です。これまでは、旅行者のことをただの客、として見ており、なかなか旅行者が主体になることがありませんでした。ここに来て、旅行者が主体の観光としてアニメ聖地巡礼が出てきているのです。ファンが自ら楽しみを作り出し、そのことで地域振興にもつながるような活動、それを実現できる可能性のある行動なのです。是非今後も、アニメの聖地を訪ね、節度を守り、積極的に地域の方々とかかわって、面白い活動を展開し、人と人とが楽しく関わる観光を創造していっていただきたいです。私も微力ながら、そうしたお手伝いをしていければと考えています。

****

（注 1）以下の文献にアニメ聖地巡礼関係の研究が整理されています。もし、ご興味おありの方はご覧くださいませ。≪岡本健(2010)「アニメ聖地巡礼の特徴と研究動向 既往研究および調査の整理を通して」CATS 叢書, Vol.4, 『次世代まちおこしとツーリズム 鷲宮町・幸手市に見る商店街振興の未来』, pp.91-109. http://hdl.handle.net/2115/42930≫

（注 2）以下の URL のサイトから情報をいただきました。有難うございました。「舞台探訪アーカイブ」http://legwork.g.hatena.ne.jp/ （2010 年 7 月 27 日ダウンロード）

（注 3）以下の文献では、大河ドラマ観光とアニメ聖地巡礼の比較を行うことで、情報社会における旅行行動の特徴を明らかにしています。≪岡本健(2010)「コンテンツ・インデュースト・ツーリズム ―コンテンツから考える情報社会の旅行行動―」『コンテンツ文化史研究』,Vol.3, pp.48-68. http://hdl.handle.net/2115/43181≫

＊上の URL から誰でも論文を無料でダウンロードしてご覧いただくことができます。