



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	メディア文化と観光 : アニメ聖地巡礼にみる観光のメディア性
Author(s)	岡本, 健
Description	人文地理学会 第275回例会. 「社会的想像力としての移動 : 観光とメディア」. 2012年4月21日. 奈良女子大学. (人文地理学会ホームページ : http://hgsj.org/reikaibukai/reikai_no275/)
Relation	人文地理学会 第275回例会. 「社会的想像力としての移動 : 観光とメディア」. 2012年4月21日. 奈良女子大学.
Issue Date	2012-04-21
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/49467
Type	conference presentation
File Information	20120421HGSJ.pdf



人文地理学会 第275回例会
社会的想像力としての移動 —観光とメディア—

メディア文化と観光

—アニメ聖地巡礼にみる観光のメディア性

2012年4月21日(土)

奈良女子大学

総合研究棟(文学系N棟) 2階N201教室

京都文教大学 総合社会学部
文化人類学科 講師

岡本健

e-mail: t-okamoto@po.kbu.ac.jp

観光とメディア

観光とメディアに関する主な研究

アニメ聖地巡礼の諸相とメカニズム

アニメ聖地をめぐる観光メディア/文化

—『らき☆すた』聖地「鷺宮」および『けいおん！』聖地「豊郷」

観光とメディア

観光とメディア文化の関係性

メディアとしての観光 / 観光のメディア性

「アニメ聖地巡礼」という

メディア文化と観光文化が交錯する現象を見ていく

それによって

メディア文化と「移動」を伴う観光との関係性や、
観光のメディア性について考察する。

観光とメディアに関する主な研究

Boorstin(1962)『The Image』

「旅行者の没落、観光者の台頭」

→受け身、メディアによって評価されたものを確認しに行く行動

Urry(1990)『The Tourist Gaze』

「観光のまなざし」

→観光の楽しみへの期待はメディアによって作られ、支えられる。
構築された「観光のまなざし」によって観光経験の解釈がなされる。

観光とメディアに関する主な研究

山中速人(1996)「メディアと観光」山下晋司編『観光人類学』

「ハワイの楽園イメージ形成」

→アメリカ本土の「メディアの利益と興味」に従って

「楽園」「楽園の住人」イメージを構築

遠藤英樹(2001)「観光という「イメージの織物」」『社会学評論』52

奈良のイメージについてメディア表現と旅行者の認識の双方を分析

→必ずしもメディアによって観光客の認識が正確に作られている

わけでは無く、実際の観光経験も解釈に影響を与える。

遠藤英樹(2004)「観光空間・知覚・メディアをめぐる新たな社会理論への展開」

遠藤英樹・堀野正人編『「観光のまなざし」の転回』

→メディアを取り巻く様々なアクターによる社会関係の影響

→「従来のメディアだけでなく、インターネットのウェブやゲーム等」の分析の必要性

現代(2000年代後半～)は、
デジタル化とネットワーク化が進展している情報社会

これによって、
情報内容であるコンテンツと
それを流通させるメディアを分けて考える必要が出てきた

消費者側がコンテンツを作ったり、編集することが可能(CGM、UGC)。
そして、発信することが可能。

個人同士での双方向のコミュニケーション(動画など含む)

観光とメディアに関する主な研究

Månsson(2011)「Mediatized Tourism」『Annals of』38(4)

☆Facebookやtwitter、ブログ、Youtube、Flickrなどの
ソーシャルメディア(Web2.0)を分析対象に含む

→他者とのコミュニケーションは視野に入れていない

→どちらかという消費行動論的

旅行商品造成やマーケティングに資することが主な目的

今回は、

地域住民を含む他者とのコミュニケーションも視野に入れる。

情報社会における観光が

社会にとってどのような機能を持つものなのか。

アニメ聖地巡礼の諸相とメカニズム

オタク(アニメファン<メディア文化の担い手)による観光の一形態「アニメ聖地巡礼」を分析する。

オタク(第3世代)の特徴

- ①精神的中心が趣味(メディア文化)にある
- ②情報通信機器を活用した能動性を発揮(N次創作)
- ③消費の特徴としてデータベース消費(萌え要素)
- ④コミュニケーション的特徴として、自分の興味に関する情報の交換が主であり、その関係性からはいつでも離脱可能、欲求-充足の回路が閉じている(動物化)。

アニメ聖地巡礼の諸相とメカニズム

アニメ聖地巡礼の誕生と展開

書籍、新聞・雑誌記事分析

アニメ聖地巡礼は、
アニメの背景に描かれた場所を聖地とし、
その場所を訪れる行為

- ・アニメ聖地巡礼行動の誕生時期は1990年代前半であり、
広く展開したのは、2000年代後半
- ・男性の20代から40代中心の行動
- ・インターネットで情報を発信する旅行者

アニメ聖地巡礼の諸相とメカニズム

アニメ聖地巡礼行動プロセス

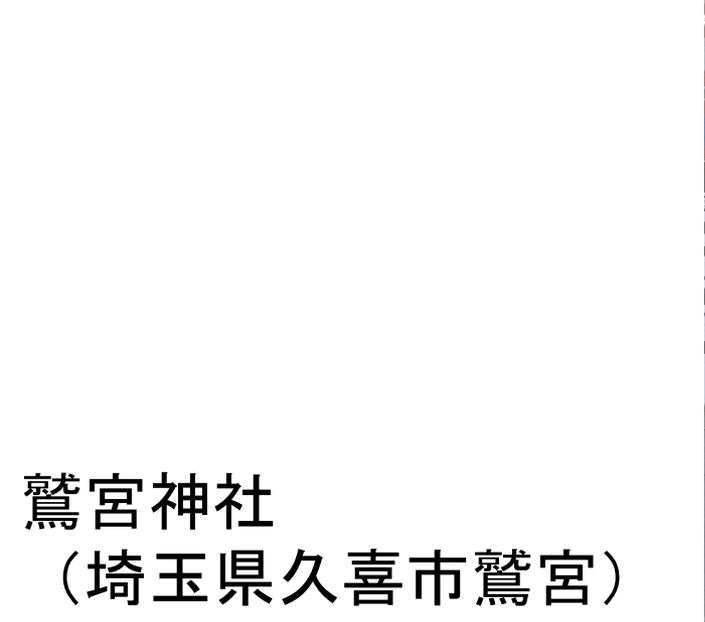
フィールドワーク

大河ドラマ観光との比較

フィールドワークを行ったアニメ聖地巡礼 (作品、放映年、地域、調査時期)

作品名	作品の放映年	地域	主な調査時期
おねがいティーチャー	2002年	長野県大田市木崎湖周辺	2008年・2009年
朝霧の巫女	2002年	広島県三次市	2008年・2009年
戦国BASARA	2005年(第1作)	宮城県仙台市護國神社 長野県上田市上田城跡	2008年
涼宮ハルヒの憂鬱	2006年(1期)・2009年(2期)	兵庫県西宮市	2008年・2009年
らき☆すた	2007年	埼玉県北葛飾郡鷺宮町	2008年・2009年
かんなぎ	2008年	宮城県仙台市	2009年
咲 -saki-	2009年	長野県諏訪市	2010年
けいおん!	2009年(1期)・2010年(2期)	滋賀県犬上郡豊郷町	2009年

アニメ聖地巡礼の諸相とメカニズム



鷺宮神社
(埼玉県久喜市鷺宮)

アニメ聖地巡礼の諸相とメカニズム



春日部駅西口
(埼玉県春日部市)

アニメ聖地巡礼の展開

凡例

「場所の名前」

『作品名』

「富山県城端市」

『true tears』

「宮城県仙台市・七ヶ浜町」

『かなぎ』

「広島県三次市」

『朝霧の巫女』

「長野県大町市」

『おねがい☆ティーチャー』

『おねがい☆ツインズ』

「兵庫県西宮市」

『涼宮ハルヒの憂鬱』

「埼玉県鷲宮町」

『らき☆すた』

「滋賀県豊郷町」

『けいおん!』

埼玉県北葛飾郡鷺宮町(現・久喜市)

具体例としての、アニメ聖地



鷺宮神社と大酉茶屋

アニメ『らき☆すた』
の聖地

アニメ『けいおん!』
の聖地

豊郷小学校



滋賀県犬上郡豊郷町

聖地巡礼ノート



おゆかり *

ツインズ

紀行

思いつくままに！
どうぞ



大町市・山正旅館

聖地巡礼 レポート

いから書きなさいよ!!



大酉茶屋 わしのみや

鷺宮町・大酉茶屋

痛絵馬



鷺宮町・鷺宮神社絵馬掛所



就職活動が
成り
もっと私を
祝いなさい
11月 48 日目

GOISS KAELAND
FCS 日本代表選手
応援メッセージ
11月 20 日

今年一年
何事も楽し
んで精進でき
ようように
幸せな人が増え
ようように
小西和香

健康な赤ちゃん授
かりますように
家族全員が健康
く過ごせますように

恋愛調子
自らのカマ
11月 49 日目

学業成就
らさきたライブ
応援メッセージ
11月 25 日

More Strong
25 日

目指すは日本一!
No stop No limit!!
11月 25 日

成功無事
乃慧の手術が
11月 20 日

学業成就
武蔵国神社
成諸就願
11月 20 日

合格祈願
絶対に
鷺宮高等学校に
受かいますように
11月 20 日

春日部
合格
梅田

常勝無敵
阪神タイガース
Tiges
11月 20 日

学業成就
11月 20 日

合格祈願
絶対に
鷺宮高等学校に
受かいますように
11月 20 日

春日部
合格
梅田

草 (1月7日)

草はこやし 草はこやし

宮町とらき☆すた。そして 鷲宮神社の 更なる発展を願って...

もてぎ




鷲宮町と
らき☆すた。そして
鷲宮神社の更なる
発展を願って。

2009. 2. 22

72 拜目

JAZZ

1月10日 January. 22 日 22 日 22 日
ことわらこはらにや。大平子様です。

宮町とらき☆すた。そして
鷲宮神社の更なる発展を願って

2009.1.23 もてぎ

64 拜目



かしがまちとらき☆すた。
そしてかしのみやじんじやの
カシノミヤはっぴよんをねがった。

2月6日 (金) 直ちぎ

もてぎ

66 拜目



鷲宮町とらき☆すた。
そして鷲宮神社の
更なる発展を願って

2009.2.14 鷲宮神社本部

もてぎ

67 拜目



鷺宮町・寿司店カウンター

持ち寄られたグッズ



大町市・山正旅館

持ち寄られたグッズ



鷺宮町・寿司店店内

持ち寄られたグッズ



鷺宮町の和菓子店店内

持ち寄られたグッズ



アニメ「けいおん！」のキャラクター達のお茶会を再現

持ち寄られたグッズ



ファンが持ち寄ったグッズが観光資源となる

黑板アート



豊郷町・豊郷小学校

鷺宮町・大酉茶屋



Welcome



あめ 雲

僕ニ対テ?>

おがんと
でくと

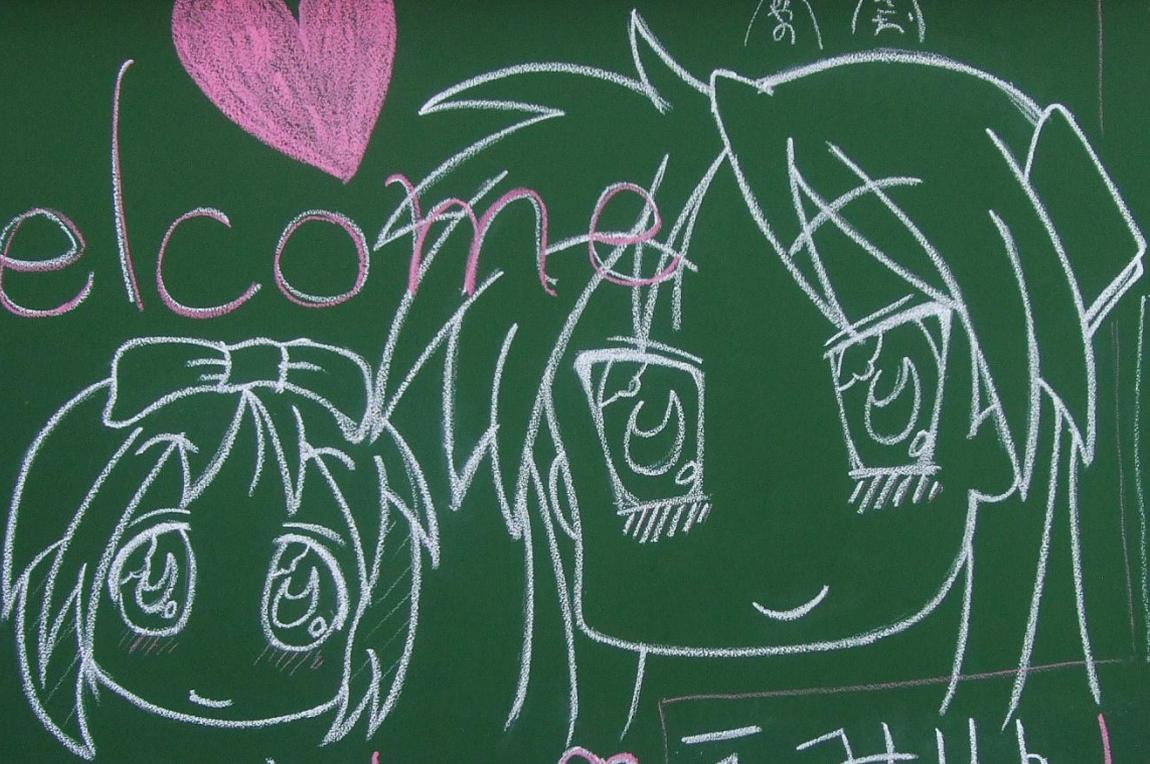


開運

しなだごるま



いよ



かおりんLove♡ えみりんLove♡



にゃんこ

血舞 33
いんこ

3/28(土)
より

ハッピー
幸手 VS
イーグル
イカロス
オトরাぶ

おとらぶまつり

さつて
幸手においで—
来やっせ—!!

わしのみや
就宮においで—
例祭だよ

わしみやへようこそ!!

スカイホビー2

スカイホビー

最新情報・ミニ模型
おトク・お楽しみ

新商品いろいろ
入荷しました!

この大空に約束を—
凧風フライトin春日部大凧まつり

日時 2009年5月5日

埼玉県春日部市(庄和) 大凧あげまつり内
全国凧揚げ大会にて

凧揚げの文化も各地の伝統を伝えることのできる、
自由参加型の大会なので誰でも参加でき、
凧風まつりの大凧(10000cm)「この春空に約束を—」の
フライトもあつきます。

お問い合わせ
TEL 0294-12-11347
メール kyo@kaiyobu.com 0294-12-11347
全埼玉県凧揚げ会事務局
埼玉県春日部市
高野 誠 代表

らきやんから 2008年12月20日(土)より新規オープンしました!

www.lucky-ch.jp
PC・携帯共通URL

ラキヤンから
新規登録

会員登録
パスワード入力

会員登録
パスワード入力

お客様各位

ガシャポン等による両替は
防犯上の理由によりお断
りしております
ご理解の程宜しくお願い
申し上げます。

6

菅宮町商工会(大西茶屋)

痛車



埼玉県幸手市・痛車





痛車

痛車



豊郷町・痛車

ファンが作った ガイドブック (同人誌)

- ・アニメの舞台の紹介
- ・地域の情報も詳しく紹介



アニメ聖地巡礼の諸相とメカニズム

アニメ聖地巡礼行動プロセス

フィールドワーク

- ・開拓的アニメ聖地巡礼者
アニメの聖地を探し出して、情報を発信する巡礼者(舞台探訪者とも)
- ・追従型アニメ聖地巡礼者
開拓者が発信した情報を元に巡礼を行う巡礼者
- ・二次的アニメ聖地巡礼者が存在する。
マスメディアによって聖地巡礼のことを知り、巡礼を行う巡礼者

アニメ聖地巡礼の諸相とメカニズム

アニメ聖地巡礼行動プロセス

フィールドワーク

- ① 動機形成・・・アニメコンテンツ＋個人が発信した情報
- ② 情報探索・・・
断片的な情報を組み合わせて巡礼するため主体的、能動的
- ③ 旅行中行動
 1. 聖地の写真をアニメに登場するのと同じアングルで撮影
 2. 様々な表現物を地域に残す
 3. 携帯インターネット端末を用いて、情報発信を行う
 4. 巡礼者と地域住民や巡礼者同士でコミュニケーション
 5. 痛車
 6. コスプレイヤー
- ④ 旅行後行動・・・インターネット上での高度な編集、発信行為

アニメ聖地巡礼の諸相とメカニズム

アニメ聖地巡礼行動プロセス

大河ドラマ観光との比較

- 動機形成および情報探索における主体性と能動性
 - ・アニメを視聴し、情報探索をする。その場合、インターネットの検索サイトを用いて、断片的な情報を収集し、観光情報を構築
- 旅行者による情報発信と情報の編集
 - ・旅行者による情報発信や編集が高度（「巡礼記」「アーカイブ」「動画」）
 - ・巡礼の際の注意なども発信
- 旅行におけるコミュニケーションのあり方の変容
 - ・旅行経験に関する画像やテキストを発信（これは大河も共通）
 - ・アニメ聖地巡礼の方が盛んに発信されている（ブログやSNSを活用）。
 - ・旅行に関するコミュニケーションが情報空間と現実空間双方で
 - ・旅行者同士、旅行者と地域住民、など、個人対個人のコミュニケーション

アニメ聖地巡礼の諸相とメカニズム

開拓的アニメ聖地巡礼者の実態

メールによる質問紙調査

回答者は12人(コミュニティ全体の3分の1程度)(調査時期: 2009年12月)

【性別】全員男性

【年齢】20代6人、30代5人、40代1人

【情報交換】特定の相手に情報を渡すのではなく、広く発信

【はじめたきっかけ】美少女ゲームやそれを原作としたアニメを含む

【はじめた時期】1990年代が2人、2000年代が10人

- ・オタク第三世代(1980年前後生まれ)に該当し、美少女ゲームユーザーを含む点で、東(2001)が示した消費、コミュニケーション的特徴を持つ集団が中心。
→作品レベルだけではなく、実際の行動も見られる
- ・はじめた時期の結果から、1990年代にはじまり2000年代に展開した
ことが裏付けられた。
- ・現実空間の情報を自転車や徒歩などで収集し、情報空間にアップロードしている

アニメ聖地4か所における質問紙調査(2009年8月～9月)

4か所合計で1,091のデータが得られた。

【性別】男性が9割

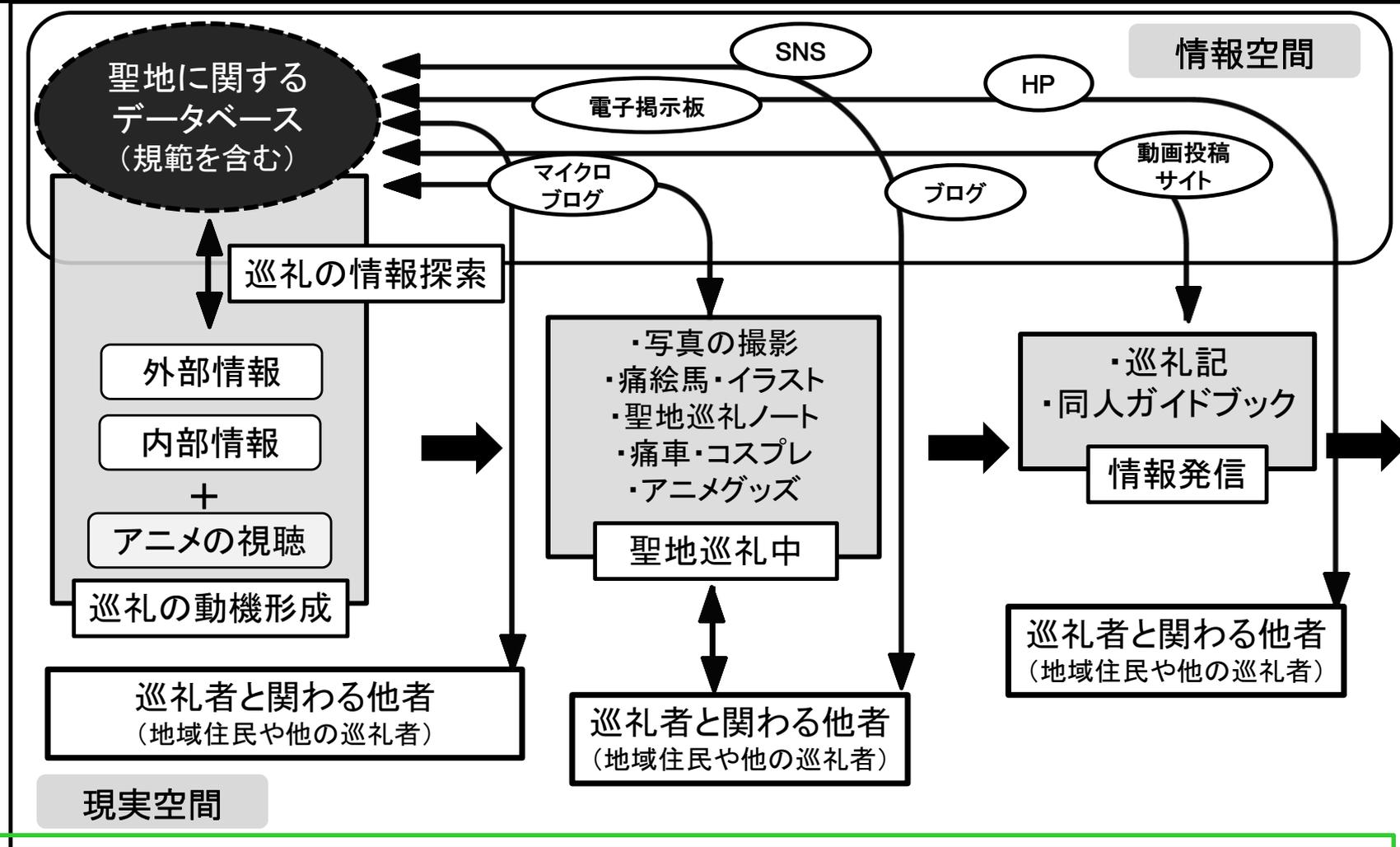
【年齢】10代から30代が9割

【居住地】聖地のある場所によって様々だが、必ずしも
距離的に近いところからの来訪のみが多いわけではない

【情報源】全体では、インターネットが4割、人づてが2割

- ・調べている対象は、本論文で議論している対象
- ・インターネットを情報源としている割合が、
「大町」(37.7%)「三次」(32.6%)と「鷺宮」(45.7%)「豊郷」(53.2%)
で傾向が違ふ。「鷺宮」と「豊郷」でコミュニケーションのあり方を調査

アニメ聖地巡礼の諸相とメカニズム



「巡礼者」と「関わる他者」が情報を発信することで、ボトムアップ的に聖地に関するデータベースが出来上がる。

同じ趣味を持った人の存在を認識し、情報を得て、観光を行うことができる。

アニメ聖地をめぐる観光メディア/文化

—『らき☆すた』聖地「鷺宮」および『けいおん！』聖地「豊郷」

アニメ史的位置づけ

- ・1970年代後半から1980年代後半『宇宙戦艦ヤマト』『機動戦士ガンダム』
→虚構の「大きな物語」を構築
- ・1990年代後半『新世紀エヴァンゲリオン』→データベース消費
- ・2000年代後半『らき☆すた』『けいおん！』→日常系・空気系

作品の特徴

- ・『らき☆すた』『けいおん！』は日常系・空気系
- 萌えキャラによるコミュニケーションを描くアニメ(物語性が薄い)
- 京都アニメーション制作(美少女ゲームとの関連が強い)
- 消費形態が似ている(MAD動画、N次創作など)

地域がファンに応える



豊郷・けいおん！コースター



鷺宮・絵馬形携帯ストラップ



豊郷・地元商工会の車を痛車用に



鷺宮・地元商店主の「らき☆すた」ダンス



鷺宮町・土師祭

鷺宮町・土師祭



「らき☆すた神輿」2008年



「らき☆すた神輿」2009年



「らき☆すた神輿」2010年



「らき☆すた神輿」2011年

観光文化の諸相



鷺宮町・土師祭で
地元住民がコスプレ

鷺宮町・土師祭で
ファンが水やチョココロネ
を配る



WOTAKOIソーラン



WOTAKOIソーラン



WOTAKOIソーラン



わしのみやMISSコン！
～俺の兄貴がこんなに綺麗なわけがない



わしのみやMISSコン！
～俺の兄貴がこんなに綺麗なわけがない



わしのみやMISSコン！
～俺の兄貴がこんなに綺麗なわけがない



わしのみやMISSコン！
～俺の兄貴がこんなに綺麗なわけがない



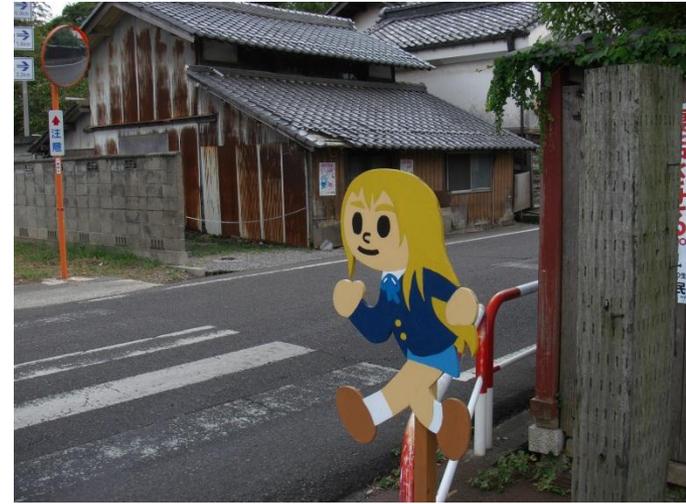
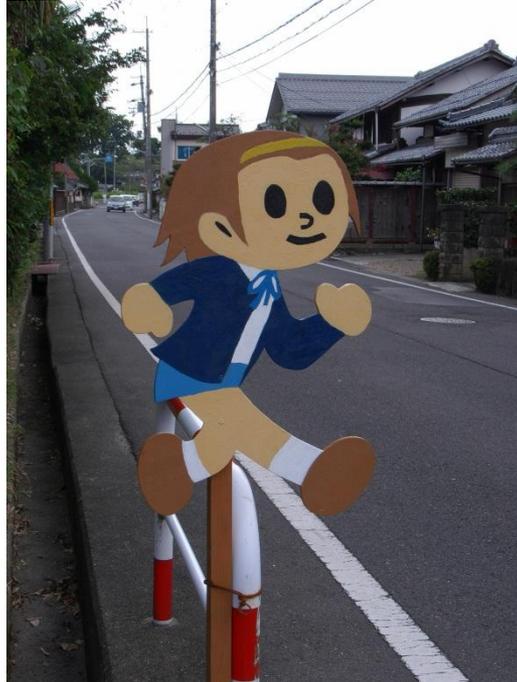
滋賀県犬上郡豊郷町豊郷小学校旧校舍群



豊郷町「けいおん！」カフェ



観光文化の諸相



豊郷・飛び出し坊や



豊郷・飛び出し女子高生

「鷺宮商工会ホームページ」と「今日の部室」

- アニメ「らき☆すた」の聖地となった鷺宮町
→『鷺宮町商工会ホームページ』（以下、「鷺宮HP」）で
情報発信
- アニメ「けいおん！」の聖地となった豊郷町
→ブログ『今日の部室』（以下、「今日の部室」）で
情報発信

岡本健(2011)「コンテンツツーリズムにおける地域からの情報発信とその流通 —『らき☆すた』聖地「鷺宮」と『けいおん！』聖地「豊郷」の比較から」『観光・余暇関係諸学会共同大会学術論文集』, 3, pp.37-44

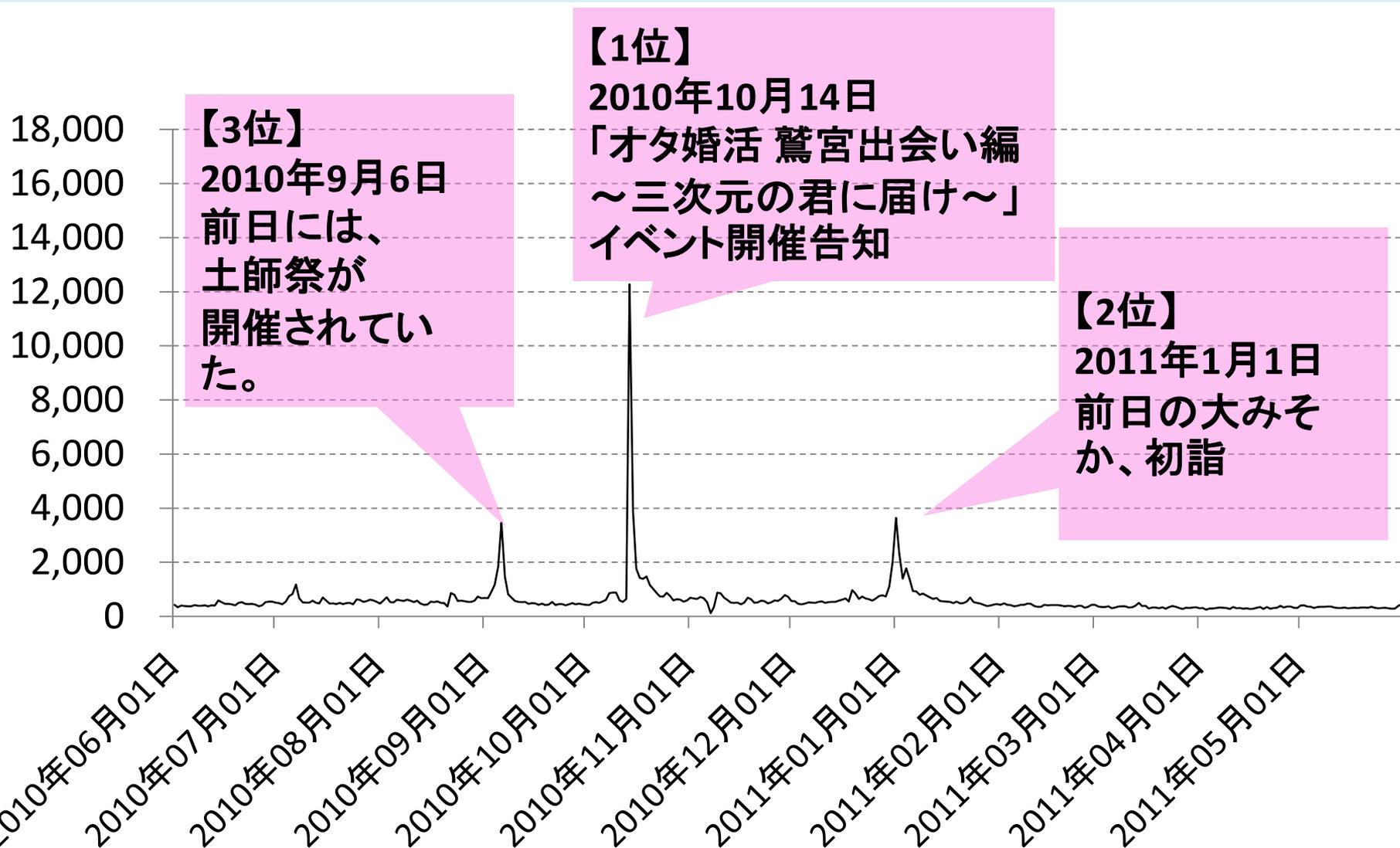
「鷺宮商工会ホームページ」と「今日の部室」

	鷺宮HP	今日の部室
最小値	121	1,193
最大値	12,281	16,280
平均値	589.9	2,888.4
合計値	215,308	1,054,257
		n=365

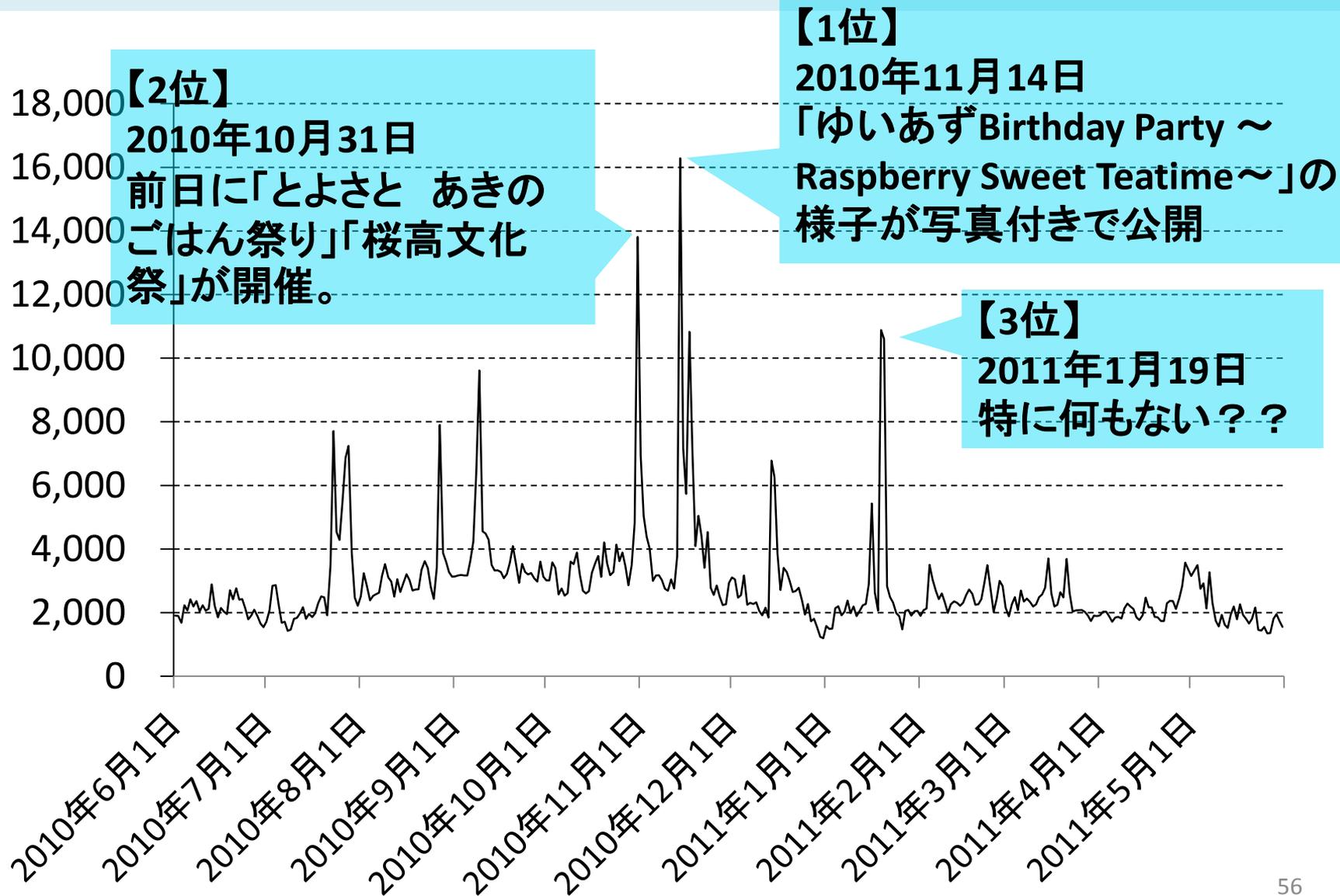
「鷺宮商工会ホームページ」と「今日の部室」

	鷺宮HP	今日の部室
2010年6月	13,201	64,101
2010年7月	17,661	90,893
2010年8月	17,624	97,850
2010年9月	21,616	113,121
2010年10月	39,231	113,699
2010年11月	17,681	134,479
2010年12月	20,701	82,997
2011年1月	25,907	85,547
2011年2月	11,233	70,423
2011年3月	10,718	72,914
2011年4月	9,323	64,751
2011年5月	10,412	63,482
合計	215,308	1,054,257

「鷺宮HP」の年間アクセス数(日ごと)



「今日の部室」の年間アクセス数(日ごと)



両ホームページのアクセス数ベスト3記事への アクセス元ベスト3

	鷺宮①		鷺宮②		鷺宮③	
	アクセス元	アクセス数	アクセス元	アクセス数	アクセス元	アクセス数
1位	Yahoo!ニュース	5,485	Google	525	ニュー速クオリティ	537
2位	Yahoo!	910	Yahoo!	355	livedoor Blog	324
3位	Google	885	鷺宮町商工会 ホームページ	80	Yahoo!	309
	豊郷①		豊郷②		豊郷③	
	アクセス元	アクセス数	アクセス元	アクセス数	アクセス元	アクセス数
1位	今日もやられやく	7,817	今日もやられやく	5,012	やらおん!	7,779
2位	今日の部室	3,578	今日の部室	4,155	今日の部室	1,196
3位	Google	414	鈴木舟太のクイズHP	515	Google	130

2ちゃんねるまとめサイト

豊郷③ではなぜアクセス数が多いのか？

2ちゃんねるまとめサイト「やらおん！」

豊郷③の年月日の書き込みを確認

「ローソンさんが今度は十六茶に
『けいおん！！』ストラップをつけるぞー」

「ローソンさんが今度は十六茶に『けいおん！！』ストラップをつけるぞー」はどのような記事か？

コンビニエンスストアのローソンが、ペットボトル飲料の「十六茶(アサヒ飲料)」に「けいおん！！」のキャラクターストラップをつける

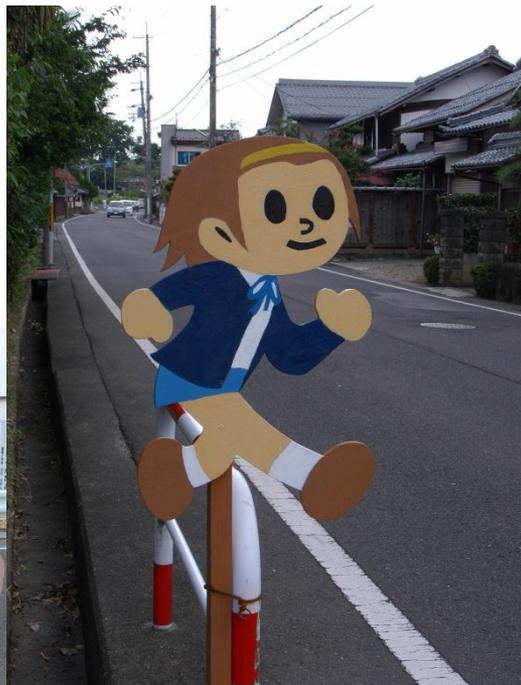
「最近はさわちゃんまであるらしいぞw」

この書き込みとともに、「今日の部室」のURLがはられていた。ここからのアクセスが多かったことがわかる。

「最近はさわちゃんまであるらしいぞw」 は何をさしているのか？

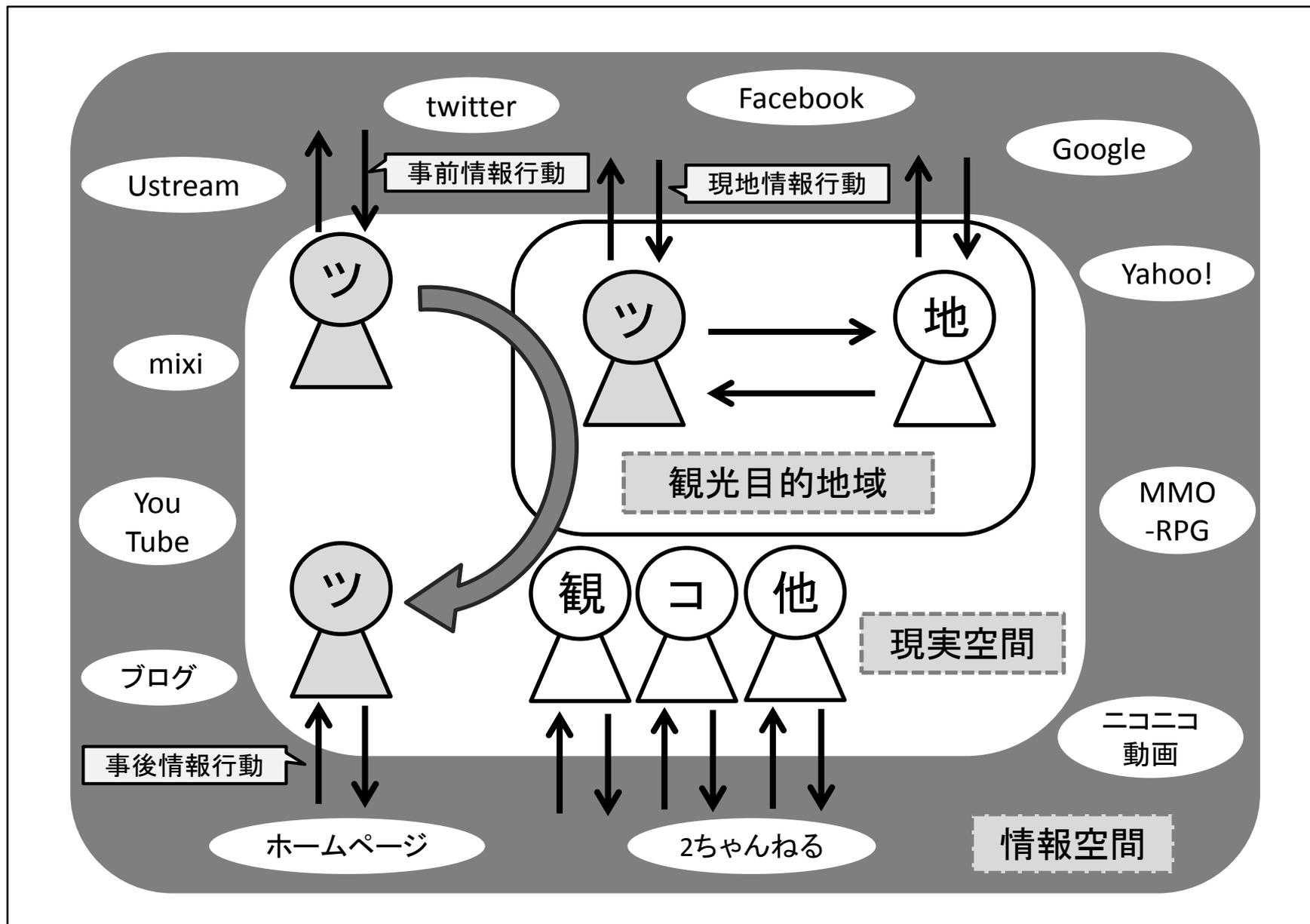


豊郷町・飛び出し坊や



豊郷町・飛び出し女子高生

関わるアクターと情報環境



アニメ聖地をめぐる観光メディア/文化

—『らき☆すた』聖地「鷺宮」および『けいおん！』聖地「豊郷」

アニメ聖地におけるコミュニケーション

『らき☆すた』聖地「鷺宮」

- ・地元の祭り「土師祭」に「らき☆すた神輿」、発案者は地元商店の老人
- ・聖地巡礼者との日々の関わりから考案
- ・神輿の担ぎ手の多くが「住民との交流」を好評価
- ・一方で「からかい」や「マスメディアの報道」に悪い評価
- ・それでも、全員が「次回も担ぎたい」

『けいおん！』聖地「豊郷」

- ・「鷺宮」では、商工会によるイベント運営があり、また、元々観光地ではなかった。
- ・「豊郷」は、ヴォーリスによる建築である豊郷小学校が聖地
- ・もし、『けいおん！』に萌えているだけなら他の価値観には興味を示さないはず
- ・312人のうち16.0%がヴォーリスの他の建築も見てみたいと回答

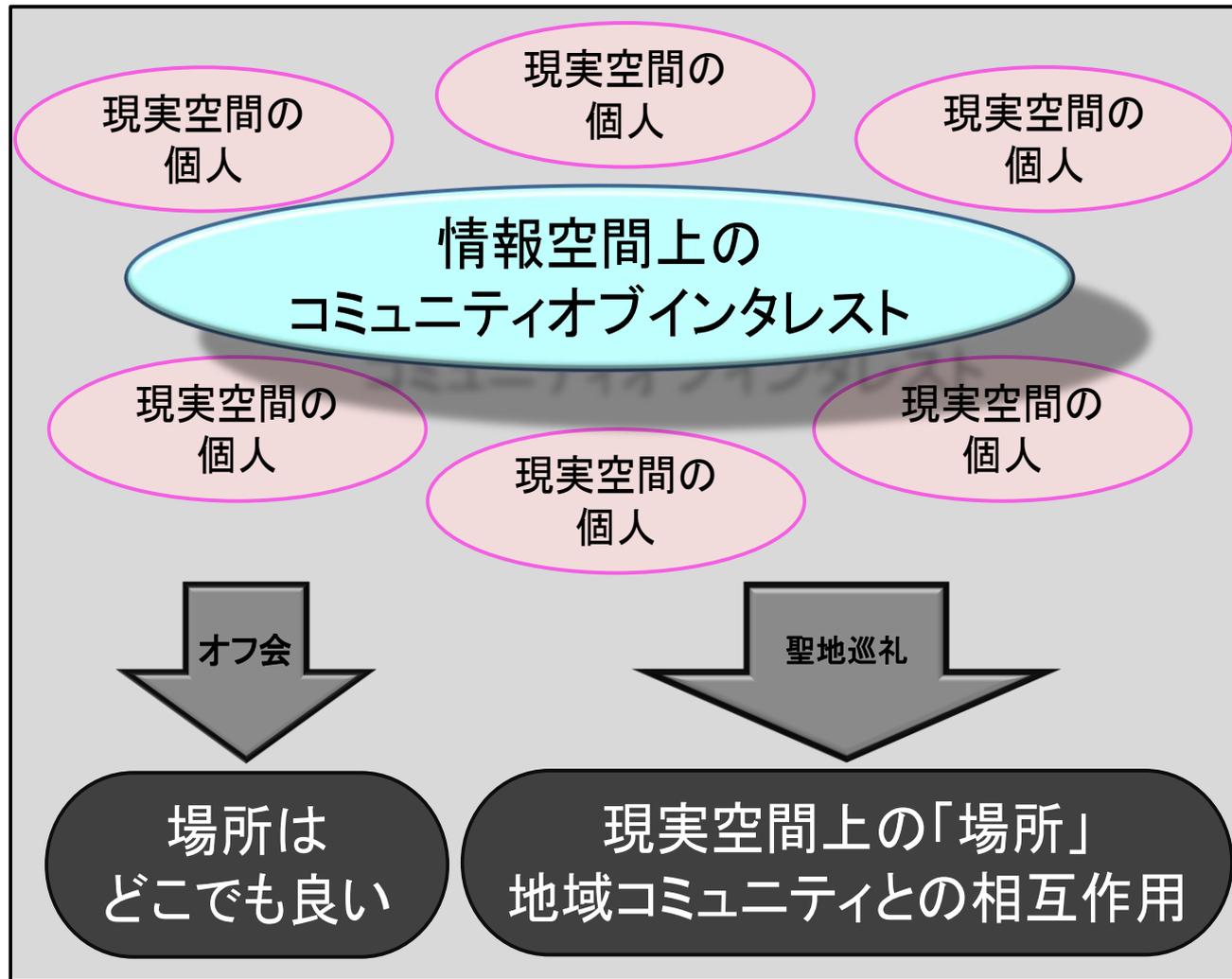
アニメ聖地をめぐる観光メディア/文化

—『らき☆すた』聖地「鷺宮」および『けいおん!』聖地「豊郷」

コミケやオフ会の場合、同族他者同士で集まる。場所自体はどこでも良い。この際は、対象への愛は強化され、外部との差を強調する。

聖地巡礼では、自分と作品とのつながりの強化という動機を元に行っているが、現実空間上の特定の「場所」に身体的に赴く観光が行われることによって、同族でない他者との相互作用の機会が得られている。

→観光のメディア性



アニメ聖地をめぐる観光メディア/文化

—『らき☆すた』聖地「鷺宮」および『けいおん!』聖地「豊郷」

☆自分の興味に関する情報の交換が主

→直接アニメと関係の無い物に関心を持つ(豊郷)

→地域の商店や人と関わりを持ち、それを目的として訪れる(鷺宮)

☆欲求-充足の回路が閉じている

→欲求を充足させるために、様々な障害に出会っている(開拓者)

☆いつでも離脱可能

→嫌なことがあっても、「また来たい」(鷺宮)

☆島宇宙化

→「同志」対「それ以外」、「情報空間」対「現実空間」の境界の乗り越え
(鷺宮・豊郷)

アニメ聖地をめぐる観光メディア/文化

—『らき☆すた』聖地「鷺宮」および『けいおん！』聖地「豊郷」

情報社会における旅行者は、インターネットというメディアを通じて興味のある情報の受信、編集、発信を行うことが可能になっている。個人が発信した情報の集積によって、ある地域のデータベースが出来上がる。検索サイトによって、構築されたデータベースから様々な情報を得ることができる。

このようにして得た情報を元に、現実空間上での移動を伴う行動(観光)をおこす。そこでは、インターネットによる情報からでは予期できないような、人や物との出会いが起こる。つまり、観光がメディアとなり、当事者が予期しない人や物を接続している。その結果、旅行者は異なる価値観に興味・関心が拓かれ、自分とは異質な他者と交流をする機会が得られる。

また、これによって、旅行者のみならず、関わる他者も変化する機会を得る。場合によっては、協働が起こり、地域住民だけではなく、その場所を大切に思う人々を含めたコミュニティが生まれ、それが核となって地域振興が行われる。

アニメ聖地をめぐる観光メディア/文化

—『らき☆すた』聖地「鷺宮」および『けいおん！』聖地「豊郷」

この際のコミュニティは、地域に住んでいるかどうかということ自体は関係が無く、また、匿名であっても構わない、情報空間と現実空間を横断しており、出入りは比較的自由である。こうしたコミュニティは、情報社会における社会関係資本構築の一つのあり方と言えるのではないだろうか。

観光は、情報社会において動物化した人々のコミュニケーション回路を開き、こうしたコミュニティを生む可能性を高める機能を持ったメディアと言える。

今回の事例では、アニメというメディア作品が最初の興味の対象であったことで旅行者が現地を訪れた。

エコツーリズムやエスニックツーリズム、ヘリテージツーリズムといった観光資源の名を冠されたツーリズムは多々あるが、観光資源が何であれ、本論文で見出した特徴は見られるのではないだろうか。問題は「資源が何か」というところでは無く観光をめぐるコミュニケーションのあり方にあると言えるだろう。