HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	サブカルサプリ第18回 ： 「アニメでまちづくり」から「アニメとまちづくり」へ
Author(s)	山村, 高淑
Description	埼玉新聞2011年12月31日版、特集「サイタマニア」、p.2
Citation	埼玉新聞
Issue Date	2011-12-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/50318
Type	article
File Information	20111231Saitamania subcul supple No.18.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

山村高淑の サブカル サプリ

アニメや漫画の舞台地が多いサブカル王国・埼玉。その魅力を「アニメツーリズム」の専門家、山村高淑氏が紹介する。

「アニメでまちづくり」から「アニメとまちづくり」へ

製作側の大きな変化

以前からアニメやマンガファンの間に聖地巡礼行為はあったのですが、それはどちらかと言うとひそかな楽しみ。大好きな作品にオマージュ（敬意）を捧げるための個人的な旅でした。

もちろん現在でも、聖地巡礼の本質はこの作品へのオマージュにあることに変わりはないのですが、2005年ごろを境に、聖地巡礼をめぐり三つの面で大きな変化が生じます。第一に巡礼者数が爆発的に増えはじめたこと。第二にファンと地域が相互に関わり始めたこと。そして第三に、場合によっては、まちおこしに展開していったことです。

こうした変化の大きなきっかけのひとつとなったのが、京都アニメーションが製作した一連のアニメ作品です。『涼宮ハルヒの憂鬱』（2006）、『らき☆すた』（2007）、『けいおん！』（2009）と、実在するまちの風景をモデルに、作品の背景を丁寧に描く手法がとられました。そして、同時期に起こったネット環境の向上、特に動画をいつでも見られる状況が生まれたことと、ファン間のネットワーク化が進んだことによって、ロケ地＝聖地に関する情報が一気に広まるようになります。こうして巡礼者数がそれまでの聖地巡礼と比べ、桁違いとなっていきます。

地域交流で経済が動く

さらに『らき☆すた』では、ストーリーよりも、キャラクターの性格や日常生活、会話に焦点を当てた作品づくりの流れが確立され、その後の『けいおん！』に踏襲されていきます。いわゆる「空気系」と呼ばれる作品群です。実は、こうした「空気系」の作品の特性のひとつは、ストーリーに拘束されない分、キャラクターを自由に、現実空間の中においても様々な形で展開できる点にあります。つまり、ファンは想像力豊かに、現実空間とキャラクターとの間に様々な意味付けを行うことができ、また地域側はキャラクターをあたかも実在する住民のように現実空間に取り込むことができるわけです。その結果、ファンと地域の間で、キャラクターを媒介とした関わり合い＝コミュニケーションが生まれていきました。

そしてもし、ファンと地域の双方に作品に対する敬意があり、製作サイドの理解も得られた場合には、こうしたコミュニケーションを通して、キャラクターや作品そのものが関係者間で共有されていき、まちおこし（関係者の交流が深まり、結果として経済が動き、地域から文化が発信されていくこと）につながっていったわけです。この意味で鷲宮さんは典型的な事例で、その後、鷲宮さんをモデルに様々な地域でアニメ聖地としてのまちおこしが試みられていきました。

現実世界をつなぐ

そんな中、2011年、注目すべき事例が現れました。放映前の早い段階から「聖地巡礼」と「まちおこし」を視野に入れつつ、製作サイドと地域が良好な関係を構築する形で、二つのオリジナルアニメ（原作のアニメ化ではなく、アニメのための作品）が製作されたのです。秩父が舞台の『あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。』と金沢市湯涌温泉が舞台の『花咲くいろは』です。『あの花』では作中にコバトンが登場したり、『花いろ』では作中の架空の祭り「ぼんぼり祭り」が地元観光協会によって現実化されたり、と地域＋製作会社が積極的に作品と現実世界とをつないでいきました。

鷲宮さんが、「ファン&地域」主導モデルであるとすれば、これら今年の二例は「製作会社&地域」主導モデルです。『らき☆すた』以降約5年の、各地での「ファン&地域」主導型の経験を踏まえ、製作会社さん自身が積極的に地域とタイアップしていくモデルを提示した点は特筆に値すると思います。特に『花いろ』を制作したピーエーワークスさん（本社・富山県）が、地方から地方を舞台にしたオリジナルコンテンツを発信していくことの価値を示してくれた功績は非常に大きいと思います。

作品も地域も応援

さて、当然のことながら、作品・地域ごとに聖地巡礼が生まれる経緯やまちおこしの方法は異なります。しかし盛り上がっている事例に共通するのは、地域もファンも製作サイドも、「作品〝で〟〝まちづくり〟」ではなく、「作品〝と〟〝まちづくり〟」と考えている点です。関係者みんなで作品を応援して、そして作品と一緒に地域を盛り上げていこう、という姿勢があるのです。

作品の賞味期限がよく話題になりますが、それは観光施設や世界遺産のブームだって同じことです。問題はそこにあるのではなく、関係者全員で如何にその作品を応援し、末永く残る作品にしていくか、その姿勢にあるのだと思います。そうです、まさにサイタマニアの紙面のような愛のある取り組みが全国で増えてくれば、日本は相当面白い国になるはずなのです！

来年もどんな聖地が生まれるのか楽しみですね!!

●プロフィール　やまむら・たかよし：北海道大学観光学高等研究センター准教授。埼玉県アニメツーリズム検討委員会座長。