HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	第3世代アニメ聖地巡礼の諸相 ： 観光地発展段階論による分析から
Author(s)	釜石, 直裕
Citation	コンテンツツーリズム論叢 ： Collected Treatises on Contents Tourism, 1, 96-103
Issue Date	2012-08-12
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/51838
Type	departmental bulletin paper
File Information	CTCT001_005.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

第3世代アニメ聖地巡礼の諸相
―観光地発展段階論による分析から―

釜石直裕

Ⅰ　背景と目的

本稿の目的は、アニメ聖地巡礼の形態の変遷を整理し、特に二〇一〇年頃から現れた、新たな形態のアニメ聖地巡礼の諸相を明らかにすることである。

このような目的を設定した背景は以下の通りである。

近年、ドラマ、映画、小説、キャラクターなど、コンテンツを動機とした旅行行動が散見するようになった。こうした旅行行動はコンテンツツーリズムと呼ばれ、観光振興の手法としても着目されてきている（増本 二〇〇九、岡本 二〇一〇）。

なかでも、アニメ作品のファンが、アニメの舞台や作品に関連する土地に訪れるアニメ聖地巡礼では、旅行者であるアニメファンが主体的にまちづくりに参画し、地域住民と共に新たな文化を創出しているという事例も報告されている（山村 二〇一一）。さらに、山村は、このような現象が、「情報社会におけるツーリズムのあり方、まちづくりのあり方の一つの形態を先取りしている」と指摘している。

また、岡本（二〇一〇）は、アニメ聖地巡礼と、大河ドラマ観光を比較し、以下の二点の特徴を指摘している。一つ目は、大河ドラマ観光を行う者より、聖地巡礼を行う者の方が、情報探索や情報発信に関して、より主体性と能動性を持つという点である。二つ目は、大河ドラマ観光では、ほとんどの情報がマスメディアや地域側から発信されているのに対し、アニメ聖地巡礼では、そのように仕掛け側から情報発信されることがあまり無いという点である。そのため、アニメ聖地巡礼では、アニメファン自身が舞台地を探し出し、インターネット上に発信した情報が、主な情報源となっている。

しかし、二〇一〇年頃から、このようなこれまでのアニメ聖

地巡礼とは異なる傾向が見られ始めた。それは、大河ドラマ観光のように、アニメ作品の放送前から、アニメの制作側が地域とタイアップし、計画的にまちづくりを行う点である。こうした結果、地域やコンテンツの仕掛け側によって、地域に関する情報が発信されるケースが増加した。

例えば、二〇一一年四月から同年九月まで放送されたアニメ「花咲くいろは」は、石川県金沢市を舞台としており、放送前の二〇一〇年一〇月には、地元新聞にて、舞台が金沢市であるということが報道されていた(1)。また、二〇一〇年十二月には、アニメの製作発表会が金沢市にある21世紀美術館で行われたこともあり、テレビ放送前から、ファン、地元住民共に、アニメの舞台の存在が周知の事実であった。

このような、新たな傾向のアニメ聖地巡礼は、旅行者の主体性と能動性を特徴とする、これまでのアニメ聖地巡礼の形態とは異なってくるはずである。

そこで本稿では、上記の目的を設定した。

2　アニメ聖地巡礼のモデル

本章では、まず、改めて聖地巡礼の誕生から現在に至るまでの形態の変遷を整理していく。そこで、地域と聖地巡礼者との関わりに着目し、アニメ聖地巡礼を第1から第3までの形態に分類した。

2．1　第1世代アニメ聖地巡礼

アニメ聖地巡礼の誕生は、一九九〇年代前半頃であるとされている(岡本 二〇〇九)。この創成期のアニメ聖地巡礼が、「第1世代アニメ聖地巡礼」である。

第1世代アニメ聖地巡礼では、旅行前の情報収集や旅行後の情報発信に際する、ウェブ上でのコミュニケーションは見られるものの、当地においては、自己完結型の旅行行動が多く、地域住民との接触はあまり見られないのが特徴である。

加えて、第1世代アニメ聖地巡礼では、アニメの制作側から舞台に関する情報が公式に発信されることはほとんどなく、地域住民に関しても、たいていの場合、作品や舞台の存在を認知していない。そのため、舞台に関する情報はファン自身が探し出して手に入れるか、このような先駆的に舞台を見つけ出す巡礼者がウェブ上に発信する情報を頼りにしなければならないのである(岡本 二〇一一)。

2．2　第2世代アニメ聖地巡礼

続いて、二〇〇五年頃からは、アニメ聖地巡礼が地域振興に

展開するような事例が散見し始めた。このように、巡礼者が主体的に地域振興に参画するような形態が、「第2世代アニメ聖地巡礼」である。

山村（二〇一一）は、このようにアニメ聖地巡礼がまちづくりに展開していった理由に関して、コンテンツの流通形態に着目し、以下の3点を指摘している。

1つ目は、インターネットが発達し、インターネットを介した双方向のコミュニケーションが可能になった点である。そして、このことによって、従来の消費者の誰もが、生産者となり得る状況が生まれた。2つ目は、一九九〇年代から、マンガ、アニメ、ゲーム等のコンテンツのメディアミックスが活性化した点である。3つ目は、このようにメディアミックスが活性化した結果、地域という場が新たなメディアとして加えられた点である。

また、第2世代アニメ聖地巡礼では、聖地巡礼が地域振興に展開するものの、アニメファン自身が舞台を探し出すという点は、第1世代アニメ聖地巡礼と変わりない。そのため、地域振興が展開される初期段階では、地域側は作品に関する知識がほとんど無く、ファンの力が必要となる。

例えば、アニメ「らき☆すた」の聖地である、埼玉県久喜市鷲宮では、アニメの放送開始後に、アニメファンが鷲宮神社へ大勢訪れるようになり、地域の人々は、このような来訪者にヒヤリングを行うことによって、作品の存在や鷲宮神社が舞台となっている事実を知った。そして、地域振興の初期段階では、地域側に作品やファンの動向に関する知識がなかったため、協力的なファンの声をグッズの製作やイベントの企画に活かしていった（山村 二〇〇八）。

このように、第2世代聖地巡礼では、地域に対する聖地巡礼者の主体的な関わりが見られるのである。ただし、地域振興がより展開し、地域側やマスメディアによって、情報が発信されるようになると、こうした情報を得て地域に訪れる、二次的な巡礼者が現れ始める（岡本 二〇一一）。そして、こうした巡礼者の多くは、あまり主体的に地域と関わりを持たず、来訪頻度も少ないライトユーザーであることが多い。

2．3　第3世代アニメ聖地巡礼

さらに、冒頭から繰り返し述べているように、二〇一〇年頃からは、地域とアニメの制作会社が、アニメの放送前からタイアップし、計画的にまちづくりを仕掛ける事例が見られ始めた。このような聖地巡礼の形態が「第3世代聖地巡礼」である。

そして、第3世代聖地巡礼の特徴として、以下の2点が挙げられる。一つ目は、制作側と地域がタイアップし、地域振興を意図しているため、テレビ放送の開始前から舞台となる地域の

情報が発信されるという点である。こうした結果、聖地に関する情報を手に入れることが以前比べて容易になり、第2世代アニメ聖地巡礼で見られた、二次的巡礼者が、初期の段階から数多く存在する。二点目は、地域が制作側とタイアップし、作品やファンの動向に関する知識を得ているため、ファンの主体的な関わりを必要としなくても、地域振興が行われるという点である。

ただし、これらの第1世代から第3世代までの聖地巡礼は、あくまで、「アニメファンと地域の関わりがあるか」、あるいは、「放送開始前から地域と制作会社のタイアップがあるか」という点で区分されており、年代で完全に区分できるわけではない。事実、二〇一二年現在においても、第1世代アニメ聖地巡礼は、数多く見られる。例えば、二〇一二年春アニメ(2)においては、聖地巡礼が行われている作品が十八作品あり、その内、第1世代アニメ聖地巡礼は十六作品、第2世代アニメ聖地巡礼の作品は一つもなく、第3世代アニメ聖地巡礼は二作品であった。

3　観光地発展段階論にみる第3世代アニメ聖地巡礼

3．1　観光地発展段階論

本章では、観光地発展段階論から、第3世代アニメ聖地巡礼の諸相をより詳細に分析していく。

観光地発展段階論に関しては、クリスタラー（一九六三）の観光地辺境立地論やバトラー（一九八〇）の観光地発展周期論などがあるが、本稿では、地域と来訪者の関わりに着目し、聖地の特徴を分析していくため、プログ（一九七四）のアローセントリック／サイコセントリック論を採用した。

3．2　アローセントリック／サイコセントリック論

プログは、航空業界の委託を受け、①飛行機に乗らない人はどういう人か、②その人達はなぜ飛行機に乗らないのか、③彼らに飛行機に乗ってもらうにはどうすればよいか、という問に対する答えを見出すべく研究を開始した。そして、飛行機に乗らない人々は、飛行機に限らず日常生活のあらゆる場面で冒険を犯そうとせず、多くのことに不安を覚える人達であるという仮説を得る。そこで、自己抑制的で神経質、冒険嫌いのタイプの人をサイコセントリックと呼ぶことにした。対極的に好奇心旺盛で冒険心に富むタイプの人をアローセントリック、そして両者の中間をミッドセントリックと名付けた。また、サンプリングによって、これらのタイプの人々が正規分布することを明らかにした。

そして、プログ（一九七四）では、この研究を観光者のパーソナリティへと応用し、観光地の発展と衰退を以下のように

分析した。

「新しい地域を「発見」する最初の人々はアローセントリックである。彼らは、発見の感覚を楽しみ、その地のありのままの姿が残っているうちは、そこでの新しい活動にいそしむことができる。アローセントリックの人が自分たちの旅を友人に話し始めると、ニア・アローセントリックな旅行者たちが訪れ始める。また、その地域は以前より多い客層が来ることによって、レストランや観光施設の開発に向かっていく。そして、目的地にさらに人気が出ると、ミッドセントリックの客層が来はじめる。旅行者の増加が続くと、リゾート開発が進み、観光土産品店や観光ツアーなど、諸サービスがあれこれ誕生する。しかし、この頃には、アローセントリック層は観光地に魅力を失い、姿を消してしまっている。そして、当該目的地は、最大の観光客を獲得できるまでに達した後、次第に客層がニア・サイコセントリック、そして、サイコセントリックへと変化していく。この頃には、来訪者は減少の一途を辿る。このようにして、観光地は徐々に衰退していく。」

つまり、このように旅行者の特性を利用し、地域にどのような旅行者が訪れていることを分析することによって、当地が観光地としてどのような発展段階に位置するか明らかにすることが可能である。

さらに、この特性は観光地の発展段階だけでなく、ツーリズムそのものの発展段階にも応用可能である。すなわち、あるツーリズムを行う人々のパーソナリティを分析することにより、そのツーリズムがどのような発展段階を迎えているかということを明らかにすることが可能である。

3．3　第3世代アニメ聖地巡礼の諸相

そこで、このアローセントリック／サイコセントリック論を用いて、第3世代アニメ聖地巡礼を改めて分析していく。

前述したように、第3世代アニメ聖地巡礼では、ライトユーザーである二次的巡礼者が多く見られる。そして、このような人々は、アローセントリック／サイコセントリック論における、サイコセントリックな人々であるといえる。そうすると、こうした状況を迎えている聖地やアニメ聖地巡礼というツーリズムそのものは、既にピークから衰退期へ差し掛かっていると考えられる。

しかし、実際には、第3世代のアニメ聖地にも、第1世代や第2世代のアニメ聖地で見られた、先駆的な巡礼者が存在する。そして、このような先駆的な巡礼者は、第3世代のアニメ聖地においても、主体的、能動的な旅行行動をとっている。

例えば、第3世代アニメ聖地の一つである、アニメ「あの夏で待ってる」の舞台の長野県小諸市では、先駆的な巡礼者によ

ってロケ地を紹介する地図が作られており、この地図が当地を訪れる多くの巡礼者に利用されている。

なぜ、このように、一つの地域において、アローセントリックな旅行者からサイコセントリックな旅行者までが、同時に存在するかという点は、本稿では明らかにしきれないが、以下の様な仮説が立てられる。コンテンツツーリズムにおける観光目的地は、コンテンツが発信された瞬間に、突如観光目的地として認識され始める。そのため、段階的な発展を経ずに、いきなりブームのピークに達することがおこりうる。すなわち、アローセントリックな旅行者が来訪した後にサイコセントリックな旅行者が来訪し始めるという段階を経ず、両者が同時に観光目的地に訪れるという現象が起こるのではないだろうか。そして、アニメの放送開始前からマスメディアを介して情報が発信される第3世代アニメ聖地巡礼においては、このような状況がより顕著に現れるのではないだろうか。

3．4　これからのアニメ聖地巡礼の行方に向けて

このような、実際の第3世代アニメ聖地巡礼の状況を考えると、アローセントリック／サイコセントリック論から、現在のアニメ聖地巡礼が既にピークを迎えているということを単純に判断することはできない。

だが、いずれにせよ、サイコセントリックな旅行者は、地域との関わりが浅く、来訪頻度の低い人々であるため、より持続的な地域振興を目指すためには、地域の人々が主体的な意識を持つアローセントリックな旅行者と結びついていく必要がある。

そのためには、アローセントリックな人々をより地域に根付かせる、あるいは、サイコセントリックな人々がアローセントリックな人々へと変化するように、地域に取り込んでいくような取り組みが必要である。

4　まとめ

本稿では、アニメ聖地巡礼の形態の変遷を整理し、特に二〇一〇年頃から現れた、第3世代アニメ聖地巡礼の諸相を明らかにしていった。そして、第3世代聖地巡礼では、一つの地域の中にアローセントリックな先駆的巡礼者とサイコセントリックな二次的巡礼者とが混在しているという特徴が明らかになった。

しかし、本稿で明らかにしきれなかった点として。主に以下の二点が指摘できる。

一点目は、本稿では、第3世代アニメ聖地において、異なるパーソナリティをもつ旅行者が混在することを明らかにした

が、これらの旅行者の関わり方を明らかにすることができていないという点である。そのため、地域において、あるいはウェブ上において、アローセントリックな旅行者とサイコセントリックな旅行者がどのような接点を持っているか明らかにする必要がある。

二点目に関して、前述したように、現在においても新しい第1世代のアニメ聖地は誕生し続けているが、本稿では、同一の時期に誕生した、異なる世代のアニメ聖地の差異を明らかにできていない。そのため、同一の時間軸において、異なる世代のアニメ聖地を比較して分析し、その差異を明らかにしていく必要がある。

■注

（1）二〇一〇年十月八日の北國新聞の記事である。

（2）二〇一二年春アニメとは、二〇一二年四月から六月まで放送されたアニメである。本稿での分析においては、二〇一二年四月から九月まで、二クールで放送される作品もこれに含めている。

■参考文献

岡本健(二〇〇九)「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」『メディアコンテンツとツーリズム』CATS 叢書第一号、三一 - 六二頁

岡本健(二〇一〇)「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』、三、四八 - 六八頁

岡本健(二〇一一)「交流の回路としての観光-アニメ聖地巡礼から考える情報社会の旅行コミュニケーション」、『人工知能学会誌』Vol.26(3)、二五六 - 二六三頁

増本貴士(二〇〇九)「ＩＣＴを活用した地域振興―地域創出のデジタルコンテンツ」『日本情報経営学会誌』、三〇、二二 - 二七頁

山村高淑(二〇〇八)「アニメ聖地の成立とその展開に関する研究～アニメ作品「らき☆すた」による埼玉県鷲宮町の旅客誘致に関する一考察～」『国際メディア・観光学ジャーナル』、Vol.7、一四五 - 一六四頁

山村高淑(二〇一一)『アニメ・マンガで地域振興』、東京法令出版

Chriataller, Walter(一九六二)「Some consideration of tourism location in Europe: the peripheral regions –underdeveloped

countries- recreation areas」『regional Science』,Vol.12, pp.95-105.

Richard, W.Butler(一九八〇)「The concept of A Tourist Aria Cycle of Evolution」,『Canadian Geographer』, Vol.24, pp.5-12.

Stanley , C.Plog(一九七四)「Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity」,『Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly』, Vol.14, pp.55-58.