



Title	コンテンツツーリズムにおける観光地評価の構築プロセスに見る異なる立場のせめぎあい：アニメ『けいおん!』聖地「豊郷」で起きた「楽器盗難事件」に対するSNSのコメント分析から
Author(s)	釜石, 直裕; 岡本, 健
Description	第4回 観光・余暇関係諸学会共同大会, 2012年6月30日, 東洋大学 白山第2キャンパス
Citation	観光・余暇関係諸学会共同大会学術論文集, 第4回, 17-24
Issue Date	2012-06-30
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/53015
Type	journal article
File Information	1003 kamaishi_okamoto.pdf



論文（日本国際観光学会/日本観光研究学会）

コンテンツツーリズムにおける観光地評価の構築プロセスに見る異なる立場のせめぎあい
—アニメ『けいおん!』聖地「豊郷」で起きた「楽器盗難事件」に対するSNSのコメント分析から—

A Study on the Conflict among Different Positions in the Construction Process of
Destination Evaluation in Contents Tourism
—Analysis of Comments in SNS about the Case of "Instruments Theft" in the Sacred Place of "K-ON!"—

釜石 直裕

KAMAISHI, Naohiro

E-mail: n.kamaishi@gmail.com

岡本 健

OKAMOTO, Takeshi

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

第一著者は、北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 観光創造専攻 修士課程所属である。

第二著者は、京都文教大学 総合社会学部 文化人類学科 講師である。

The first author is a graduate student in division of tourism creation, graduate school of international media, communication and tourism studies, Hokkaido University

The second author is a lecturer in faculty of social relations department of cultural anthropology, Kyoto Bunkyo University

要旨：

本稿の目的は、コンテンツツーリズムにおいて、観光目的地に関する情報に対して発信される評価のあり方を明らかにし、それによって発信者の立場を推測することである。そこで、アニメ『けいおん!』の聖地である滋賀県豊郷町で起こった、楽器盗難事件に関して、SNS上に発信されたコメントを収集し分析を行った。その結果、コンテンツツーリズムに参画するアクターに関して、アクター内における立場とその立場に応じた意見の関係性が明らかになった。

Summary:

This paper aims to analyze the condition of evaluations concerning information about the destinations and estimate the positions of actors in *Contents Tourism*. This research conducted the analysis of the comments about the case of the theft happened in Toyosato, the sacred place of “K-ON!” , which are posted on the Social Networking Service (SNS). This paper clarifies the positions of actors who are concerned with Contents Tourism and the relationship between their comments.

キーワード : コンテンツツーリズム、観光地評価、SNS

Keywords : Contents Tourism, Destination Evaluation, SNS(Social Networking Service)

1 背景と目的

本稿の目的は、コンテンツツーリズムにおいて、観光目的地に関する情報に対して発信される評価のあり方を明らかにし、それによって発信者の立場を推測することである。このような目的を設定した背景は、以下の通りである。

1. 観光学におけるコンテンツツーリズムの注目

近年、観光学におけるコンテンツツーリズムの動向が注目されている。

コンテンツツーリズムの研究としては、2005年に国土交通省・経済産業省・文化庁が共同で報告書を取りまとめている。それについて、山村（2012）は、この報告書において、「コンテンツツーリズムは、コンテンツを活用して、観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズムを指しており、地域・産業側がコンテンツをどう活用して旅行商品を生産するかに論点が置かれて」と指摘している。

このように、コンテンツツーリズムは、コンテンツを活用した地域振興、観光振興という面で注目されているが、近年の研究では、特にコンテンツツーリズムにおけるCGM（Consumer Generated Media）的な特徴に注目している場合が多い。例えば、先述した山村（2012）では、コンテンツツーリズムが注目される背景として、旅における「生産消費者」の台頭が指摘されている。同様に、岡本（2012a）でも、「消費者が作り出すUGC（User Generated Contents）やCGMなども、コンテンツツーリズム研究の俎上にのせ、その特徴を仔細に分析していくが必要になる」と指摘されている。

2. コンテンツツーリズムにおけるCGM的情報構築

このようにコンテンツツーリズムでは、そこに参与するアクターのCGM的な動きが注目されている。

岡本（2012b）では、特に観光目的地における、観光文化や観光情報がCGM的に構築されている点に着目している。例えば、アニメ聖地巡礼では、しばしば、ツーリストが持ち寄るものが集まることによって独特の景観が形成されることがあり、こうした景観が観光資源の1つとなっていると指摘している。また、岡本

（2010a）では、アニメ聖地において質問紙調査を実施し、その結果として、アニメ聖地への来訪者が、電子掲示板「2ちゃんねる」やアニメの舞台を紹介する個人のサイトなど、CGM的な情報源を活用していることを明らかにしている。そして、岡本（2011b）では、地域から発信した情報が「2ちゃんねる」のまとめサイトを通じて、広く拡散していることが示されており、インターネットを通じて、個人が発信した情報が集積し、広く流通していることがわかる。

こうしたCGM的な観光情報を観光目的地側が活用する事例も出てきている。例えば、アニメ聖地として知られている、埼玉県久喜市鷺宮（旧鷺宮町）では、グッズの作製やイベントの企画の際にインターネット上の掲示板に参加し、ファンの意見を得たという（山村、2011）。また、山村は、こうした事例から、アニメ聖地巡礼も含めたアニメツーリズムにおいて、マーケットセグメンテーションの考えが重要になると指摘している。すなわち、地域への来訪者をいわゆる「オタク」や「アニメファン」と一括りにして扱うのではなく、彼らの動向に注目し、それに応じた地域振興を実施する必要がある。

また、岡本（2012b）では、こうした旅行者の声を活用し、観光による地域デザインを旅行者と地域住民がともに行うことができるのではないかと提案している。ただ、これは提案で終わっており、実際に旅行者による観光目的地に対する意見にどのようなものがあるか、それをどのように活かすことができるのか、ということは課題として残されている。また、CGM的な地域デザインのマイナス面についても検討がなされていない。

アニメ『ひぐらしのなく頃に』の舞台となった白川郷の事例を分析した神田（2012）では、アニメ聖地巡礼の研究において、旅行者行動と地元住民とのコンフリクトといった問題を等閑視せずに検討することが重要であると指摘している。こうした指摘は、観光目的地で生じる現象だけでなく、ネット上の声についても当てはまるだろう。

また、コンテンツツーリズムに参画するアクターに関しては、岡本（2011a）で、「ツーリスト」、「地域住民」、「観光プロデューサー」、「コンテンツプロデュー

サー」という、4つのアクターに整理された。その際に、アクター間の関係性だけでなく、アクター内の関係性や差異などにも注目していく必要が指摘されている。その後、岡本（2011b）では、上記の4つのアクターに加えて、観光目的地に行かずに情報の編集や発信のみを行ったり、観光目的地の現状を具体的に知らずともその地域に関する様々な評価を情報空間上に発信したりする「観光目的地に直接関係の無い他者」の存在を実証した。しかし、岡本（2011b）では、情報流通に関与している点が示されているのみであり、アクターが具体的にどのような評価をするのか、そしてアクター内にはどのような立場があるのかについては、具体的な検討がなされていない。

そこで本稿では、アニメ聖地における盗難事件を事例とし、コンテンツツーリズムにおいて、観光目的地に関する情報に対して発信される評価のあり方を明らかにし、それによって発信者の立場を推測することを目的とした。

観光地評価というと、行政機関などが主体となって測定される政策的な観光地評価などもあり得る。しかし、本稿で扱う観光地評価は、そうした政策的な評価ではなく、観光地を巡って情報空間上で公開された意見なども含めて観光地についての評価の総体を指すものとする。

2 方法

1. 研究対象地域選定の妥当性

本稿では、アニメ『けいおん!』の聖地として認知されている、滋賀県犬上郡豊郷町を研究対象地域として選定した。その理由を以下に詳述する。

まず、アニメ聖地としての豊郷町に関しては、いくつかの先行研究が存在する。例えば、岡本ら（2009）では、アニメ『けいおん!』の聖地巡礼として豊郷小学校旧校舎群に訪れたファンの中に、豊郷小学校がヴォーリス建築の建物であることを当地で初めて知り、関心を抱き、他のヴォーリス建築の建物への来訪意思を示す者もいることが報告されている。釜石（2011）では、豊郷小学校における、ファンが主催者となって行われたイベントに関して分析を行い、「イベントを通して、他の参加者から日常では持ち得ない価値観や楽

しみ方を享受する可能性がある」ということなどを指摘している。また、2012年3月には、CATS叢書第7号『観光資源としてのコンテンツを考える 情報社会における旅行行動の諸相から』にて、豊郷町の特集が組まれている。

これらの先行研究では、CGM的な情報発信について取り上げられており、豊郷町を巡って盛んにインターネット上で観光地評価がなされていることがわかる。ただし、いずれの研究においても、観光目的地に直接関係の無い他者のアクター内相互作用については取り上げられていないため、本稿における研究対象地域として妥当であると言える。

2. 対象地域の概要

豊郷町はアニメ『けいおん!』の聖地として認知されている。アニメ『けいおん!』は、2009年4月から2009年6月までTBS系列で放映されていたアニメである¹。そして、豊郷町にある、豊郷小学校旧校舎群は、アニメ『けいおん!』の主人公たちが通う「桜が丘女子高等学校」のモデルであるとされている。

2009年5月30日に豊郷小学校旧校舎群が一般開放されて以降、多くのアニメファンが豊郷町に訪れ、その後、地元の商工会青年部を始めとする地元住民らとアニメファンが協力し、まちおこしに発展している²。

現在、アニメ聖地巡礼によってまちおこしを行う自治体は、豊郷町に限らず全国の地域に存在する。このような状況で、本稿において豊郷町を事例として用いた理由は、前節で説明した対象地域選定の妥当性に加え、後述する「楽器盗難事件」に関するニュースが報道されたことによって、アニメ聖地としての豊郷町に関する情報がアニメファンだけでなく、様々な立場の人に伝播するという事態が展開されたからである。

CGM的に展開されたアニメ聖地巡礼によるまちおこしが、新聞やテレビなどのマスメディアに取り上げられる例は、これまでに何度も見られる³。しかし、その多くは、まちおこしの事例として扱われており、アニメ聖地に関するマイナスの報道が大々的になされたのは、筆者の記憶する限り数える程度であり、観光地評価を分析する上で、重要な事例であると考ええる。

3. 楽器盗難事件の経緯

2010年11月17日未明、豊郷小学校旧校舎群の窓ガラスが割られ、展示されていた楽器やキャラクターグッズなど25点と現金の入った金庫が盗難に遭った。

豊郷小学校旧校舎群では、アニメファンが訪れるようになった頃から、来訪するファンによってキャラクターグッズが寄贈され始め、場合によっては、校舎の管理者が気付かぬ間に校舎内に残されているということもあった。

このような現象は他のアニメ聖地においても見られる。岡本（2010b）では、このように、なんらかの形で来訪の痕跡を残すという行動は、アニメ聖地巡礼の旅行中の行動の特徴の1つであると指摘している。

そして、このようにアニメファンから寄贈されたグッズが増えた結果、豊郷小学校旧校舎群内にある酬徳記念館の一角にて、それらのグッズが展示され始めた。ファンによって寄贈されたものはキャラクターグッズだけでなく、ギターやドラムセットなどの楽器もあった。アニメ『けいおん!』では、作品の中で主人公たちが用いる楽器が、実際に存在するモデルの楽器を参考に描かれている。そして、アニメファンがこれらの楽器を購入するという現象が見られ、中には楽器を豊郷小学校旧校舎群に展示する者もいた。

このような経緯で、豊郷小学校旧校舎群には、キャラクターグッズや楽器が寄贈されていった。そして、楽器盗難事件によってこれらの楽器とキャラクターグッズの一部が盗難に遭ったのである。

さらに、この事件に関するニュースは、事件が発生した当日の正午頃には、新聞社のウェブサイト等を通じて報道され、アニメファンを中心にインターネット上の掲示板やコミュニティサイトなどで様々な議論が展開されていった。

4. コメント分析の手続き

本稿では、上記の楽器盗難事件における観光地評価を分析するために、SNSにおけるユーザーの日記を用いた。分析の対象としたSNSでは、コンテンツの1つとして、ニュース情報を提供している。そして、これらのニュース情報を引用して、日記を作成することができる。本稿では、この機能を利用して作成された日

記を収集し、分析を行った。収集期間は、2010年11月17日～2010年11月23日の1週間である。

まず、日記のタイトル及び本文を整理し、書かれた内容をもとに発信された評価を分類した。次に、分類されたそれぞれの評価が、どのような立場の者によって発信されているか、評価にどのような特徴が見られるかという点に関して考察を行った。

また、本事例においてみられる評価は、観光目的地そのものの評価というよりは、観光目的地で起こった盗難事件に対する評価がほとんどである。しかし、こうして発信された盗難事件に関する評価が、他者に受信される際に、観光目的地に訪れる旅行者や観光目的地そのもののイメージとして認識される可能性が高い。また、楽器盗難事件に対するコメントの中にも、観光目的地としての豊郷町への言及がある。岡本(2011b)では、観光目的地に一見関係のないアニメ『けいおん!』のキャンペーンに関する話題が、アニメ聖地としての豊郷町の情報を提供するブログのアクセスの増加に関与したことを指摘している。これらの点から、こうした盗難事件に対する意見も、CGM的な観光地評価に影響すると言える。

3 コメント分析の結果

1. データ数

得られたデータの総数は373であった。この内、日記の本文が非公開にされているものや、本文がニュースの引用のみであり、発信者自身のコメントが記述されていないものは除外した。その結果、分析に有効なデータを347抽出した。

2. コメントの分類

日記の中に記述されている今回の楽器盗難事件や豊郷町に関する評価を分類し、図1、表1に整理した。

コメントの中には、ニュースを引用しているものの、それとは無関係の記述をしているものも見られ、実際に評価に関する記述がされているコメントは316であった。そして、これらの評価は、大きく以下の4点に分類することができた。

1 点目は、事件に対する怒りや悲しみを表したコメントである。具体的には、「これは許せん! 聖地が汚さ

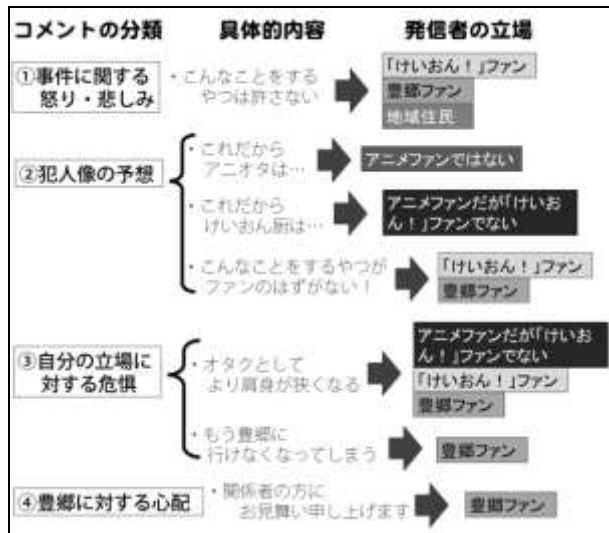


図1 発信されたコメントの分類①

コメントの分類	人数	詳細	人数
事件に関する怒り・悲しみ	140		
犯人像の予想	95	アニオタだ	12
		けいおん厨だ	17
		ファンではない	68
自分の立場に対する危惧	43	オタクとして	31
		豊郷ファンとして	12
豊郷に対する心配	3		
その他の評価 ⁴	63		
ニュースと無関係の記述	31		

表1 発信されたコメントの分類②

れた!」、「けいおん!」についてはわたし自身もファンなので非常に残念です。」といった意見が見られた。2点目は、犯人がどのような人物であるか予想を行っているコメントである。より詳細にコメントを分析すると、「またアニオタか…」、「けいおん厨自重しろ!」、「犯人はヲタクでもなんでもなく、お金が欲しい人だ。」などという意見が見られた。すなわち、犯人像を予想するコメントは、犯人がアニメオタク、けいおん厨、ファン以外の人物のいずれかであると予想するコメントに分類された。なお、「けいおん厨」に関しては次節にて説明を行う。

3点目は、自らの立場を危惧するコメントである。具体的には、「この事件でオタクはモラルが無いとかって思われたりしたら嫌だな。」といった、自身のオタクとしての立場を危惧する意見や、「豊郷小学校に立入禁止にならなければいいのだが」といった、豊郷町や豊郷小学校旧校舎群での自身の立場を危惧する意見が見

られた。

4点目は、豊郷町に対する心配を表しているコメントである。具体的には、「関係者の方にお見舞い申し上げます。」といった意見が見られた。

また、この他にも多岐にわたる評価が発信されており、校舎の管理者に対して防犯の甘さを指摘する意見や聖地巡礼自体を批判する意見なども見られた。

3. コメント内容から予想される発信者の立場

上記の4分類されたコメントの内容から、予想される評価発信者の立場を分析し、同様に図1に整理した。そして、今回の楽器盗難事件や豊郷町に関して評価を行う者の中には、少なくとも、「地域住民」、「アニメファンではない者」、「アニメファンだが『けいおん!』ファンでない者」、「『けいおん!』ファン」、「豊郷ファン」の5つの立場が存在することが明らかになった。

そこで、それぞれのコメントの発信者の立場に関して、以下にて説明を行っていく。

(1) 事件に関する怒り・悲しみ

事件に関する怒りや悲しみ表すコメントを発信する者は、『けいおん!』ファン、豊郷ファン、地元住民のいずれかであると予想される。なぜなら、怒りや悲しみといった感情に至るということは、評価発信者が自身も事件の当事者であると感じており、なんらかの被害を被っていると考えているからである。

例えば、『けいおん!』ファンであれば、自分の好きな作品を冒犯されるという被害を被っている。また、同様に豊郷ファンであれば、自分の好きな聖地を冒犯されるという被害を被っている。ここでいう冒犯とは、自分の好きな作品や地域に関連して悪い事件が起こることによって、自分の行動が制限されたり、自分の価値観が攻撃対象とされるように感じることを指すファンが用いる表現である。

また、地元住民に関しては、地元で事件を起こされるという被害を被っている⁷。実際に収集した日記のコメントの中には「地元でこんな事件起こすな!」といった、地元住民と思われる者からの意見が見られた。このような意見は、一見すると、事件を起こした犯人に対する怒りとも取ることができるが、一方で、「アニ

メファンが当地に関わったことにより、こうした事件が発生した」という、地域に来訪するアニメファンへの怒りの現れとも取ることができる。つまり、地域住民は、アニメファンが当地に関わった結果、地域のイメージが以前よりも悪くなるといった、風評被害を懸念している可能性が考えられる。

(2) 犯人像の予想

犯人像を予測するコメントに関しては、アニメオタク、けいおん厨、オタク以外の人物といったそれぞれが予想する犯人像から評価発信者の立場が推測できる。

例えば、「アニメの舞台で起こった事件は、アニメオタクの仕業だ」といったコメントを発信する者は、アニメ文化やオタク文化を熟知していない人物であると考えられる。なぜなら、アニメファンの多くは、グッズのネットオークションによる転売を目的とする人の存在を「テンバイヤー」と呼び、嫌っているからだ。

一般的にテンバイヤーは、作品に対する愛を全く持たず、営利目的で数量限定のアニメグッズなどを買い占め、転売を行うとされている。そのため、数量限定のグッズを求めるアニメファンは、グッズを手に入れることができなかつたり、インターネットオークションなどで販売価格より高い値段で手に入れざるを得なくなったりすることがある。こうした実態から、テンバイヤーはアニメファンから敵視されているのである。

そして、このようにアニメファンを敵に回すテンバイヤーの転売行為を知っていれば、今回の事件に関しても、まずその様な人物が犯人として予想されるだろう。ゆえに、それにも関わらず、アニメオタクを犯人と予想する者は、アニメ文化やオタク文化を熟知しない者であると考えられる。

次に、「犯人はけいおん厨だ」と予想している人物は、アニメに関する知識を持ちつつも、『けいおん!』という作品あるいは、『けいおん!』のファンが好きではない立場にあると考えられる。

けいおん厨の「厨」とは、ネットスラングの一つであり、特定の分野を好む者を忌み嫌う意味で用いる蔑称である⁸。すなわち、けいおん厨という呼称は、単に『けいおん!』のファンを指すだけでなく、『けいおん!』あるいは『けいおん!』ファンを忌み嫌う意味

を持っている。

このような点から、けいおん厨が犯人だと予想する人物は、「アニメに関する知識を持つアニメファンでありながらも、『けいおん!』あるいは、『けいおん!』ファンは好きではない」という立場にあることが予想される。また、同様のコメントとして、「京アニ⁹厨は本当にモラルがないな。」といった意見もあり、京都アニメーションの制作する作品、あるいはそのファンを好まないと思われる人物による評価が見られた。

他方で、オタク以外の人物が犯人であるとコメントする人物は、逆にオタク文化や『けいおん!』、あるいは、豊郷町についてよく理解しているからこそ、犯人がそれ以外の人物であると判断していると考えられる。このようなコメントの中には、「犯人はオタクではなくテンバイヤーだ」と、ただアニメファンや豊郷ファンによる犯行を否定するだけでなく、別の人物像を挙げているものも複数見られた。これらの点から、犯人がオタク以外の人物だと発信する者は、『けいおん!』ファン、あるいは、「豊郷ファン」であるということが推測できる。

(3) 自分の立場に対する危惧

自分の立場を危惧するコメントに関しては、上記のように、自身のオタクとしての立場を危惧するものと、豊郷町における自身の立場を危惧する2つのコメントが見られた。前者に関しては、自身のオタクとしての立場を危惧していることから、「アニメファンだが『けいおん!』ファンでない者」、「『けいおん!』ファン」、「豊郷ファン」に含まれるだろう。そして、後者では、豊郷町での立場を危惧していることから「豊郷ファン」であることが推測できる。さらに、後者のコメントに関しては、「いつか行ってみようと思ったのに、立入禁止になったらどうするんだ。」といった、未だ豊郷町には訪れたことがないファンからの意見も見られた。

(4) 豊郷に対する心配

豊郷町に対する心配を表すコメントは、実際に豊郷町に訪れ、豊郷町のことを理解している「豊郷ファン」であると予想される。また、ある日記のコメントでは、「せっかく芽生えた交流やまちおこしがぼしやっ

まいそうです。」というように、アニメによるまちおこしに関して直接言及するコメントも見られた。

4 考察

1. 「観光目的地と関係の無い他者」の中の立場

本稿における分析では、「地域住民」、「豊郷ファン（ツーリスト）」、「アニメファンでない者」、「アニメファンだが『けいおん!』ファンでない者」、「『けいおん!』ファン」という、楽器盗難事件に対する意見を発信する5者の立場が明らかになった。そして、この5者の内、「アニメファンでない者」、「アニメファンだが『けいおん!』ファンでない者」、「『けいおん!』ファン」の3者は、実際に豊郷町に訪れていないにも関わらず、意見を発信している。すなわち、この3者は、岡本（2011b）が指摘する「観光目的地と関係のない他者」に該当する。さらに、本稿の分析から、この「観光目的地と関係のない他者」の中にも、少なくとも以下の3つの立場が存在することが明らかである（図2）。

1つ目は、アニメファンではないが『けいおん!』という作品を知っており、評価を発信する「当該コンテンツを認知する者」である。2つ目は、『けいおん!』ファンのような「当該コンテンツを好む者」である。

3つ目は、アニメファンだが『けいおん!』は好きではない者のような「当該コンテンツのジャンルを好む者」である。

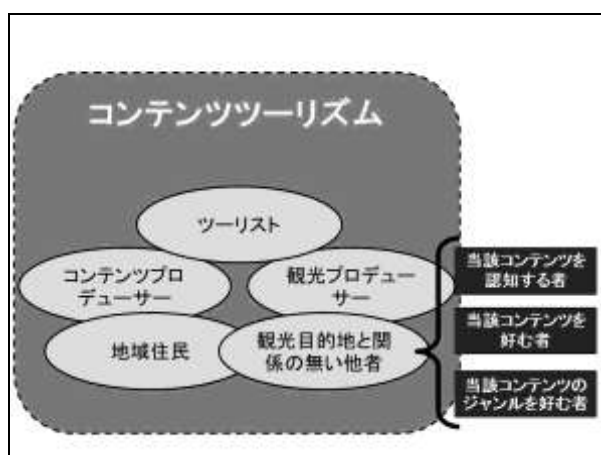


図2「観光目的地と関係の無い他者」の中の立場

そして、先述したように、情報空間上において、このような様々な立場からの意見が噴出することによって、観光目的地の評価はCGM的に形成されていくと考えられる。その結果、観光目的地の評価は、良くも

悪くも広く知らしめられていくだろう。

2. 発信者の立場における評価のせめぎあい

さらに、観光目的地に関する評価を発信する5者の立場とその評価に着目すると、それぞれの立場の間に評価の「せめぎあい」が見られた。ここで言う「せめぎあい」とは、1つの議論に対して、それぞれの立場から相容れない評価が行われている状態である。

例えば、犯人像の予想という議論に関しては、「豊郷ファン」だけが評価を発信しているのではなく、「アニメファンではない者」、「アニメファンだが『けいおん!』ファンでない者」、「『けいおん!』ファン」も含めた、4者によって評価が発信されていた。しかし、それぞれが予想する犯人像は異なっており、この4者の評価は、相容れない「せめぎあい」の状態にあった。

また、あるコメントの中には、「これが魔法少女リリカルなのは¹⁰のグッズを盗んだとかだったら殺意が沸くところでした。」という記述も見られ、作品の好みによる立場が評価に影響を与えていることが伺えた。

このようにコンテンツツーリズムにおいて、観光目的地の評価を行う際には、同じアニメファンであっても当該作品が好きでないとそうでない者といった異なる立場の間で、評価のせめぎあいが見られるのである。

5 まとめ

本稿における分析によって、大きく以下の2点を明らかにした。

1点目は、コンテンツツーリズムにおいて、観光目的地に関する情報を得て、それについて評価を発信する人々の中には、少なくとも5つの立場が存在するということである。

2点目は、コンテンツツーリズムに関わるアクター間、あるいは、アクター内において、「せめぎあう」評価が発信されていることである。

これらのことは、山村（2011）で指摘されている、アニメツーリズムにおける、マーケットセグメンテーションの必要性について、その前提となる現象を、実証的なデータで裏付けすることができたと言える。そして、ウェブ上で形成される観光目的地に関する評価のこうした特性を把握することは、これからの観光に

よる地域デザインに必要な観点となろう。

一方、今回の分析では、マスメディアを通じて報道された情報を得たユーザーの評価を分析したのみに留まり、ユーザーが発信した情報に対する他のユーザーの評価を分析することはできていない。そのため、今後、日記に対して他のユーザーが追記したコメントを分析するなど、インターネットを通じたCGM的な評価の形成プロセスを明らかにする必要がある。

また、冒頭でも述べたように、近年こうしたCGM的情報は、旅行者だけでなく地域振興に取り組む観光目的地側によっても利用されている。そこで今後、観光目的地側の取り組みに着目することで、こうしたネット上の声とどのようにに関わり、地域振興に活用していけるかを明らかにしていく必要がある。

■注釈

¹ アニメ『けいおん!』の続編として、『けいおん!!』が2010年4月～9月までTBS系列で放送され、『映画けいおん!』が2011年12月3日から全国ロードショー公開された。本稿においては、これらの作品を包括して『けいおん!』と表記している。

² 『けいおん!』聖地としての豊郷町に関しては、岡本(2012c)に詳しいので、適宜そちらをご参照いただきたい。

³ 岡本(2009)では、新聞、雑誌に取り上げられたアニメ聖地の記事を整理している。

⁴ 総数が2以下の評価、及び、評価を行なっているものの、日記上の文脈だけでは分類不可能なコメントを「その他の評価」とした。

⁵ 1つの日記に複数の意見が書き込まれているものもあったため、分類されたコメントの総数は有効データ数を上回っている。

⁶ 「アニメオタク」の略語。

⁷ 豊郷小学校旧校舎群では、かつて改築に伴う取り壊し騒動があり、地元住民の強い反対により、解体工事の差し止めに至った経緯がある。

⁸ 「厨」は、中学生を指す俗語「中坊」を振り、誤変換させた「厨房」という語の頭文字をとって用いられている。本来「厨房」は、中学生そのもの、あるいは、中学生のような程度の低い書き込みを行う者の呼称であった。その後、接尾語として「○○厨」などと表し、特定の分野を好むものを忌み嫌う蔑称として用いられるようになった。

転じて、本稿で用いられているように、特定の分野を好む者を忌み嫌う意味で用いる蔑称として用いられるようになった。

⁹ アニメ『けいおん!』の制作会社でもある、アニメーション制作会社「京都アニメーション」の略語。

¹⁰ 『魔法少女リリカルなのは』は、2004年10月～12月まで独立UHF系で放送されたアニメである。

■主要参考文献

- 岡本健(2009)「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チーム編『メディアコンテンツとツーリズム—鷺宮町の経験から考える化創造型交流の可能性』,CATS叢書1号, pp. 31-62.
- 岡本健(2010a)「CGM観光情報による旅行行動の再生産メカニズム」『日本情報経営学会(JSIM)第61回全国大会予稿集』, pp. 167-170.
- 岡本健(2010b)「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』, 3, pp. 46-68.
- 岡本健(2011a)「コンテンツツーリズムにおけるホスピタリティマネジメント—土師祭「らき☆すた神輿」を事例として」『HOSPITALITY』, 18, pp. 165-174.
- 岡本健(2011b)「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.
- 岡本健(2012a)「コンテンツツーリズム研究の枠組みと可能性」山村高淑、岡本健編『観光資源としてのコンテンツを考える—情報社会における旅行行動の諸相から』, CATS叢書7号, pp. 11-40.
- 岡本健(2012b)「観光・地域デザイン2.0と観光情報学—アニメ聖地巡礼から観光の新たなあり方を考える」『観光と情報』, Vol. 8, No. 1, pp. 15-26.
- 岡本健(2012c)「旅行者主導型コンテンツツーリズムにおける観光資源マネジメント—らき☆すた聖地「鷺宮」とけいおん!聖地「豊郷」の比較から—」『日本情報研究学会誌』, Vol. 32, No. 3, pp. 59-71.
- 岡本健、釜石直裕、松尾友貴(2009)「旅行者の観光資源に対する認識の変化に関する研究—豊郷小学校旧校舎群における来訪者の認識変化について」『日本観光研究学会全国学術論文集』, 24, pp. 221-224.
- 釜石直裕(2010)「アニメ聖地巡礼型まちづくりにおけるイベントの役割に関する研究—滋賀県犬上郡豊郷町における「けいおんがく!」ライブを事例として」『コンテンツツーリズム研究』, 4, pp. 1-10.
- 神田孝治(2012)「白川郷へのアニメ聖地巡礼と現地の反応—場所イメージおよび観光客をめぐる文化政治—」『観光学』, 7, pp. 23-28.
- 山村高淑(2011)『アニメ・マンガで地域振興』東京法令出版
- 山村高淑(2012)「コンテンツツーリズムをめぐる社会の動向と関連研究の今後の可能性」山村高淑、岡本健編『観光資源としてのコンテンツを考える—情報社会における旅行行動の諸相から』, CATS叢書7号, pp. 1-10

【本論文は所定の査読制度による審査を経たものである。】