

平成 27 年 6 月 16 日現在

機関番号：32619

研究種目：挑戦的萌芽研究

研究期間：2013～2014

課題番号：25540156

研究課題名(和文)「聖地巡礼」現象における「鷲宮モデル」の検討

研究課題名(英文)The inquiry of "washimiya model" in anime pilgrimages

研究代表者

小山 友介(KOYAMA, Yuhsuke)

芝浦工業大学・システム工学部・准教授

研究者番号：80345371

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,100,000円

研究成果の概要(和文)：近年アニメ聖地巡礼が話題となっている。本研究では4地域での来訪者調査および複数個所での関係者ヒアリングを元に、アニメ聖地巡礼が地域に与える影響を考察した。アニメ聖地巡礼者は当初は作品の舞台を見るためにその地域を訪問するが、一部の巡礼者は現地の人との交流や同行の士である聖地巡礼者の交流のために熱心なリピーター化する。熱心なリピーターは地域に利するよう見えるが、排他的な雰囲気醸成し、他の一見的な来訪者を寄せ付けなくするリスクを伴っている。また、多くの人が現地を訪ねる期間はそれほど長くなく、聖地となった街は最終的な着地点をどうするかについて対処が必要となる。

研究成果の概要(英文)： Anime pilgrimages (anime seichi-junrei) is one of the today's hot issues for impoverished local areas. We inquired the actual conditions of anime pilgrims and their influences to the actual locale. Anime pilgrims at first visit the locale for seeing the same place imaged in anime, however, some pilgrims change their reason to visit into the communication with inhabitants or other pilgrims. Although it seems to benefit the locale, it has the risk that active repeaters behave exclusively for others. As all anime products have their life to keep popular interests, every locale has to prepare how and when anime pilgrim campaign to stop. One of the actual solutions is to extend its local festival to anime pilgrims.

研究分野：社会情報学

キーワード：聖地巡礼 アニメ 地域クラスタ 作品クラスタ

1. 研究開始当初の背景

近年、観光学ではアニメやゲームなどの商業コンテンツのファンが作品の舞台を訪問する「コンテンツツーリズム」と呼ばれる現象(ファンのスラングでは「聖地巡礼」と呼ばれる)が注目を集めている。

2. 研究の目的

本研究では、アニメの舞台となった地域の街興しの取り組みの方向性、またアニメ聖地巡礼目的で当該地域へ足を運んでいる人の属性・行動パターンに着目し、アニメ聖地巡礼を通じた街興しを成功させる方法を検討する。

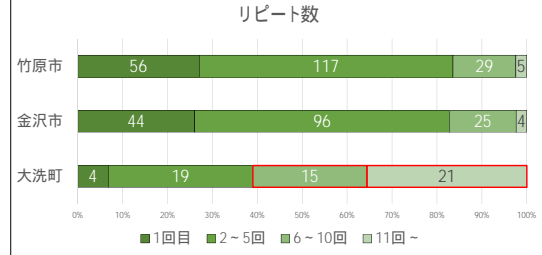
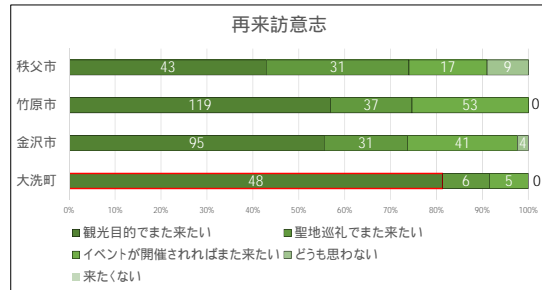
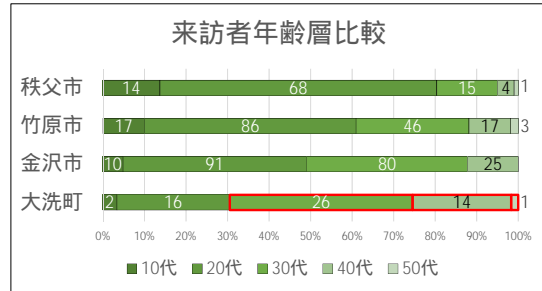
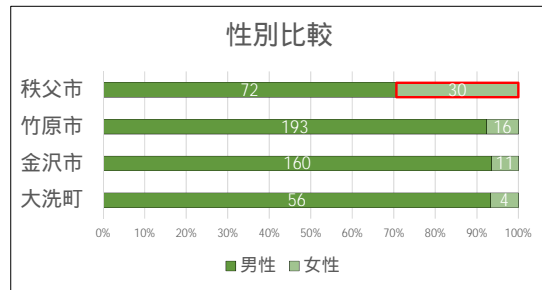
3. 研究の方法

実際のアニメの舞台となった地域へとイベントに合わせて足を運び、現地来訪者にアンケート調査を行った。訪問先は石川県金沢市湯涌温泉(「花咲くいろは」舞台)、茨城県大洗町(「ガールズ&パンツァー」舞台)、広島県竹原市(「たまゆら」舞台)、埼玉県秩父市(「あの日見た花の名前を僕たちはまだ知らない」舞台)の4地点、アンケート調査の回答者の合計は543名である。以上の4地点および岐阜県高山市(「氷菓」舞台)では、街の関係者などにヒアリングも行っている。加えて、大洗町において調査中にラポールを構築した来訪者グループが現地宿泊先に宿泊することで参与観察を行った。

4. 研究成果

アンケート調査および現地来訪での観察によって得られた知見は以下の3つである：

- 1) 標準的な萌えアニメである「たまゆら(竹原)」や「花咲くいろは(金沢・湯涌温泉)」では若い(10代、20代)男性が参加しているが、女性にも配慮されたタイトルである「あの日見た花の名前を僕たちはまだ知らない。(秩父)」では女性率が3割弱、「ガールズ&パンツァー(大洗)」では30代以上の中年男性が7割を占めるなど、作品内容によって大きな違いがあった。
- 2) 聖地巡礼者の多くは街の商工会などの作成した「聖地巡礼マップ」を持って街を巡回しており、アニメの舞台と自分を重ね合わせている。
- 3) 聖地巡礼者の最来訪意思は高く、実際に何度も訪問している聖地巡礼者もいる。
- 4) アニメへの取り組みは街によって異なるが、「アニメファンが何をしたいのか」について理解せずに間違った動きをしてしまう事がある。



参与観察から得られた知見は以下の通りである：

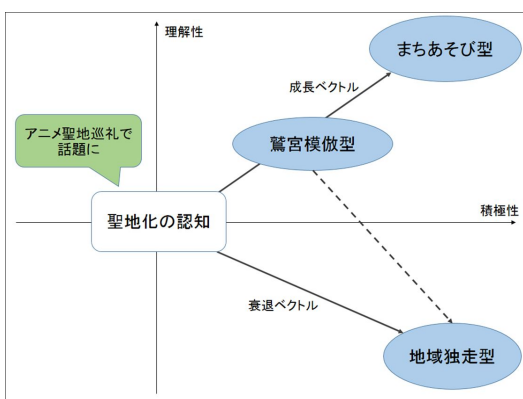
- 5) 聖地巡礼者は聖地の写真を撮ることが主目的の「作品クラスタ」と、現地の人や他の聖地巡礼者との交流を主たる目的とする「地域クラスタ」に分けられる。何度も才知に来訪するリピーターは「地域クラスタ」となるが、地域クラスタは大勢たむろしていることがあり、現地の雰囲気悪くしていることがある。

以上の知見を図式化したものが以下の2つの図である。アニメ聖地巡礼の街興しでは基本的な類型は埼玉県旧鷲宮町の事例が参考にされている。具体的には、以下の5つの取り組みである。

- a) ごく一部の商業関係者だけでなく、自治体も巻き込んだ地域ぐるみの活動にする
- b) 著作権元と協力して、新規描下ろしポスターやオリジナルグッズなどの商材を用意す

- る
- c) 聖地巡礼マップなどの来訪者向けサービスを充実させる
- d) 定期的にイベントを実施してリピーターを生み出す
- e) スタンプラリーなどの街歩きイベントを通じて、来訪者に作品に登場した特定箇所だけでなく街全体への愛着を持ってもらう

これらの取り組みは事実上の標準となっており、これを行って街を「鷲宮模倣型」と定義できる。調査した地域は、鷲宮模倣型に加えて、地域クラスタとなる聖地巡礼者を増やしていく形で発展を続けている大栗井を「まちあそび型」と、聖地巡礼者の理解が乏しいまま暴走した竹原を「地域独走型」に分類した。



アニメ聖地巡礼の街興しの一つの形は、鷲宮模倣型の頃に少数存在している地域クラスタの人が増えていき、まちあそび型に移行できるように誘導することである。



しかし、この場合には地域クラスタと作品クラスタ、地域クラスタ間での対立などが発生する恐れがあること、また、作品クラスタ以外の一般的な来訪者が来づらくなること、などの問題点がある。

それ以外の方法としては、作品の人気の続く間に知名度を上げ、年に1度の祭りなどの際に来訪してもらう「定番の場所」の地位を手に入れることがある。これは、一時的な人気による盛り上がりからのソフトランディングとしても有効だろう。

5. 主な発表論文等 (研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計0件)

〔学会発表〕(計4件)

1. Kazuya Horiuchi, Yuhsuke Koyama, "Seichi junrei" movement: a case of Chichibu Anohana', Participatory and Popular Culture 2013 Summer Conference, 1st Aug.
2. 堀内和哉, 小山友介, 「アニメ聖地巡礼に関する調査研究」計測自動制御学会システム・情報部門 第5回社会システム部会研究会, pp23-28, 2014年3月5日
3. 小山友介, 「アニメ聖地巡礼現象の可能性と限界」, 社会経済システム学会, 2014年10月26日
4. 堀内和哉, 小山友介, 「アニメツーリズムの現状と課題」, 進化経済学会, 2015年3月21日

〔図書〕(計0件)

〔産業財産権〕
出願状況(計0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

取得状況(計0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕
ホームページ等

6. 研究組織

(1)研究代表者

小山 友介 (KOYAMA, Yuhsuke)
芝浦工業大学・システム理工学部・准教授
研究者番号：80345371

(2)研究分担者

()

研究者番号：

(3)連携研究者

()

研究者番号：