

# 「アニメ聖地」という場所性に対する地域側の対応の比較研究

—地域側自身が持つ自己イメージに着目して—

谷村要 (Kaname TANIMURA)

**Keywords** : アニメ聖地巡礼、無印の地域、住民間ネットワーク、兵庫県西宮市、静岡県沼津市

## 1 目的

本研究は、「アニメ聖地」（当該地域をモデルとしたアニメ作品のイメージが前面化した場）において見られる地域側の反応・対応に焦点を当てる。「アニメ聖地」とみなされる地域では、アニメによって付与された場所性が作品のファンを地域に呼び込み、その活性化に寄与する事例がすでに数多く報告されている（山村 2018；岡本編 2019）。一方で、この十余年で聖地巡礼現象の可視化が進み、認知される中で現象そのもののあり方が変わりつつある。その変容の内実について、じゅうぶんな研究がなされているとは言い難い。本研究は、この問題意識に基づき、複数のアニメ聖地の事例を比較して、「アニメ聖地」という地域外からもたらされた場所性を地域がどのように対応し（あるいは対応せず）、また、そのことが「アニメ聖地」の場所性にどう関与するかを論じる。

## 2 方法

筆者は 2008 年以降複数のアニメ聖地とみなされた地域でのフィールドワークおよびインタビューを実施してきたが、その知見とこれまでの聖地巡礼現象に関する先行研究を踏まえた比較研究を行いたい。具体的には、兵庫県西宮市、埼玉県久喜市鷲宮地域、滋賀県犬上郡豊郷町、千葉県鴨川市、茨城県東茨城郡大洗町、静岡県沼津市、佐賀県唐津市などを事例として取り上げたい。

## 3 結果

2000 年代後半にまだ聖地巡礼現象が認知されていない時期に「聖地」として注目された西宮市、鷲宮地域、豊郷町では、アニメ放送後にファンが主導する形で「アニメ聖地」としての場所性が形成されていく過程がみられる（「旅行者主導型」）が、その対応については、地域によって大きく分かれる。たとえば、西宮市は 2006 年 4 月より「アニメ聖地」として知られていたが、2011 年に都市型観光推進計画が策定されるまで、特に「アニメ聖地」であることを活用した地域活性化事業を展開してこなかった。一方で、鷲宮と豊郷は積極的に「アニメ聖地」であることを活用した事業を商工会や行政が展開していき、「アニメ聖地」の先駆的事例として知られていくようになる。2010 年代になると、アニメ放送前から地域側と権利者（アニメ製作者）側がタイアップして地域側を PR する「FC（フィルムコミッション）型」の「アニメ聖地」が増加するようになるが、これらの地域では「アニメ聖地」の場所性の受容そのものはスムーズになされつつ、住民間ネットワークの形成が一方で進み、地域内で新たな交流が進められる状況も見られる。

## 4 結論

各地域で対応の違いは、活性化事業の当事者が自身の地域をどうとらえているかと関係している。地域の現状への危機意識や地域資源の把握など、地域によって自身の地域への問題意識は異なるが、アニメ聖地化を受け入れ、その場所性を維持する力として地域側の自己イメージは重要なアクターとなっている。

### 【主要参考文献】

岡本健 (2019) 『コンテンツツーリズム研究[増補改訂版]』福村出版。

山村高淑 (2018) 『<普及版>アニメ・マンガで地域振興』PARUBOOKS。