

アニメ作品の舞台になった地域における住民意識の地域差

— 京都府宇治市と静岡県沼津市を事例に —

高木今日太

本学地理・環境専攻 2019年3月卒業

I 章 はじめに

1980年代以降これまで主流であったマストゥーリズムに代わって、「エコツーリズム」や「グリーンツーリズム」といった体験型・交流型の目的をもつ観光形態が登場した。

本研究では同様に新しく登場した観光形態、コンテンツツーリズムを取り上げる。これは国土交通省・経済産業省・文化庁が2005年に共同でまとめた『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書』において初めて使用された言葉であり、「地域に関わるコンテンツ（映画・テレビドラマ・小説・漫画・ゲームなど）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」と定義される。中でも注目したいのがアニメの舞台となった場所に作品のファンが訪れる、俗に言う「聖地巡礼」という観光行動である。

この「聖地巡礼」は2000年代以降における急速な深夜アニメ数の増加、およびインターネットの普及によって、個人がブログやSNSを通じて情報発信をする事が容易になり発展したという時代背景があり、より現代を象徴する観光形態だと考えられる。岡本(2013)でも、情報化社会とコンテンツツーリズム発展の関連性を示している。「聖地巡礼」で賑わう地域では、ファンの誘致に成功した事例が目立つ反面、様々な問題が地域とファンとの間で浮上した事例もある。加えてコンテンツツーリズムには観光資源の持続性が乏しいという側面があり、安定した観光資源として長期的に運用していくた

めには課題が多く、受け入れ側の地域自体が「聖地巡礼」というものを理解しファンを受け入れる必要がある。

「聖地巡礼」関連の観光におけるこのような特徴を踏まえ、本研究では実際にアニメ作品の舞台となった地域住民の方々がどれほど居住地の聖地化を認知、許容しているのかを明らかにし、その地域特性の比較から、アニメ作品を活用したコンテンツツーリズムが受け入れられやすい地域や条件について考察することを目的としたい。

II 章 既存の研究・調査の背景

アニメ作品の「聖地巡礼」によるコンテンツツーリズムは、2000年代以降アニメ作品の増加にともなって急速に発展を遂げたという背景から、全体的な研究の歴史は浅い。とはいえ現代を象徴する新しい観光形態とも考えられ、多くの関連書籍が出版されていたり、熱心なファンが個人的にアニメ作品の聖地について研究してWeb上に情報を掲載していたりと、研究事例および情報量はそれなりに増加している。

アニメ作品の「聖地巡礼」にまつわる既存の研究というと、取り組みが行なわれている地域の実態を記述した研究や、それに準じる自治体関係者や個人、対象地域を訪れたファンへのアンケート調査をもとに分析された研究が多く存在する。

聖地となった地域を記述している研究例としては、『けいおん!』の舞台となった京都市内・滋賀県豊郷町の実態を記述するとともに、

アニメ作品の聖地分布の変遷を提示した上田 (2012) や、『ガールズ&パンツァー』の舞台である茨城県大洗町の社会的変化を記述した石坂ほか (2016) などがある。また、山村 (2008) では「聖地巡礼」観光の成功事例としてもよく扱われる『らき☆すた』の舞台、埼玉県久喜市における自治体や商工会によるコンテンツツーリズムの展開および具体的な集客効果について詳しく記述されている。いずれも関係者や小売店経営者への聞き取り、訪れたファンへのアンケート調査などを実施しており、聖地化による変化と地域側がしっかりとした体制でファンを受け入れる事の重要性を示している。

しかし「聖地巡礼」を観光産業へと活用することは、必ずしも該当地域に対してプラスの効果のみを及ぼすとは限らないのも事実である。神田 (2012) では、アニメ『ひぐらしのなく頃に』の舞台である白川郷を事例に、作品内における地域の描かれ方や作風次第によっては、舞台となったことによりかえって地域にマイナスのイメージを与えてしまう可能性があることを指摘している。

イメージ以外にも、元々観光地ではなかった場所が観光資源として扱われる「聖地巡礼」において、住宅街などでの写真撮影によるプライバシーの問題、個人所有地内への不法侵入、ファンによる迷惑行為といった弊害が出ている地域も存在する。「聖地巡礼」を考察する上で多くの研究事例がある経済効果や波及効果に注目する事も必要であるが、観光行動による問題点や、成功の鍵となる「地域の声」にも焦点をあてるべきではなかろうか。そこで本研究では、居住地域が聖地化にさらされた地域住民側の意見にも注目するという点を研究の独自性としている。

本研究の前段階、2017年10月の「地理学野外実習C」ではコンテンツツーリズムに起因する公共の交通機関での取り組み、アニメ作品のラッピング車両に対する利用者の意見調査を実

施した。結果、コンテンツツーリズムを活用した取り組みは都市部や観光地よりも郊外地域や地方において浸透しやすく受け入れられ、一般住民の肯定的な意見へと繋がるのではないかと、といった仮説を得られていた。交通機関利用者や地域住民といった一般の方への調査という独自性、地域差によるコンテンツツーリズムの地域浸透度の比較。この2点を軸とし、本研究では目的を設定した。

Ⅲ章 調査地域について

1. 調査地域の選定理由

日本全国に存在するアニメ作品の「聖地」から本研究の調査地として選定したのは、2015年から放送されたアニメ『響け！ユーフォニアム！』の舞台、京都府宇治市の京阪宇治線沿線地域と、2016年から放送されたアニメ『ラブライブ！サンシャイン!!』の舞台、静岡県沼津市の内浦湾周辺地域（以下内浦地区）の、2地域である。

調査地の選定基準としては、

- ・作品の中に舞台となった実際の地名がそのまま登場している。
- ・製作会社などで公式に舞台とされイベント等が実施されている。
- ・周辺公共の交通機関でのラッピング車両運行実績がある。
- ・舞台になったのが比較的最近の作品であり、今現在も続編や劇場版の公開などを控えておりコンテンツ的に衰えていない。

という条件を満たす地域とし、地域差の比較をおこなうために「聖地巡礼」関連の実施されている取り組みや度合いが近い地域同士を調査地とした。

異なる2地域で調査を実施するという事で、都市部・観光地の代表地域が宇治市の事例、郊外地域・地方代表地域が沼津市内浦地区の事例として比較をおこなった。都市部などの区分に

関しては「人口集中地区境界図」や「平成22年国勢調査大都市圏・都市圏全国図」も参考にし検討した。

2. 宇治市と『響け！ユーフォニアム！』

1) 宇治市の概要

本調査地の1箇所目、都市部・観光地にあたる事例として取り上げる京都府宇治市(図1)は、京都府の南部に位置する市で、京都市や大津市といった付近の県庁所在地に隣接している。面積は67.54km²と大きくはないが、人口は約18万人で京都市に次いで京都府第2位となっている。

1951年に人口約4万人弱で誕生した宇治市は、1960年代前半から京阪神の住宅地として人口増加がはじまり、それに伴って宅地が形成された。具体的には最新の統計データである2017年現在、市域の約3分の1が宅地とされている。なお、調査を実施した京阪宇治線沿線地域は主に住宅地の広がる場所で、人口集中地区である。また、宇治市は世界遺産に登録されている平等院や宇治上神社などの観光名所、日本

三大茶にも数えられる宇治茶といった名物が存在し、年間約550万人の観光客が訪れる。源氏物語をはじめとして数々の文学・詩歌の舞台にもなっており、歴史のある地域でもある。

2) 宇治市におけるコンテンツツーリズムの展開

宇治市は2015年から放送されたアニメ『響け！ユーフォニアム！』シリーズの舞台および聖地となった。この作品は同市内に本社を構えるアニメーション制作会社、京都アニメーションによる作品であり、宇治を中心に物語が展開され実際の景色が背景として精密に描かれている。

アニメの舞台となった事を受け、宇治市内および周辺地域ではファンを迎え入れるために様々な取り組みがおこなわれた。『響け！ユーフォニアム！』の事例では宇治市や観光協会に加えて制作会社、沿線走る京阪電鉄線、地元京都文教大学の有志などが中心となり、宇治における「聖地巡礼」の基盤を構築した。

宇治市や京阪電鉄では、訪れたファンのために舞台巡りマップを作成し、それに準じたスタンブラリーなどを実施している。京阪電鉄に関しては宇治線において駅構内でのパネル展示やヘッドマーク車両の運行、大津線におけるラッピング車両運行、加えてキャラクターが描かれた記念乗車券の販売等をおこなっており、「聖地巡礼」を活用した集客に力を注いでいる(写真1)。アニメ本編にも登場した毎年6月におこなわれる宇治市の季節祭「あがた祭」の時期には、作中の印象深いシーンで描かれた市内の大吉山展望にキャラクターのパネルが設置されたり、『響け！ユーフォニアム』出演声優によるトークショーを含めたファンイベント「ようこそフェスティバル」を開催したりとアニメ関連も盛り上がりを見せる。

宇治川沿いにある観光センターに設置されたファンの交流ノートは設置して3年間で26冊



図1 宇治市の位置



写真1 大津線で運行されたラッピング車両

(2017.3.25 筆者撮影)

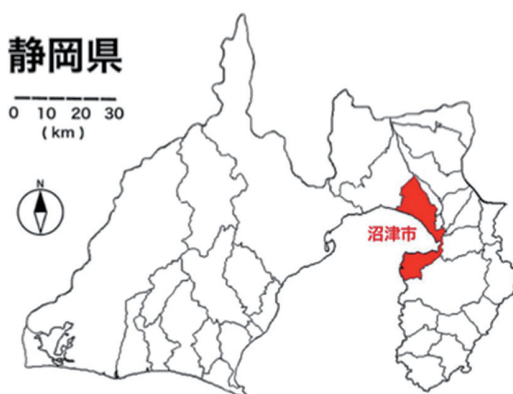


図2 沼津市の位地

にも達し、このペースは全国の他の聖地と比較すると非常に早い。また、交流ノートコーナーで使用されている机と椅子は作中のモデルとなった菟道高校で実際に使用されていたものであり、こだわりを感じられる。宇治市では今後もコンテンツツーリズム関連による地域振興に力をいれる姿勢を示しており、「聖地巡礼」を通して多くの方に宇治を好きになってほしいとしている。

3. 沼津市と『ラブライブ！サンシャイン!!』

1) 沼津市の概要

本研究で『響け！ユーフォニアム!!』の舞台である宇治市との比較対象として選定した調査地は、静岡県沼津市である(図2)。静岡県東部、伊豆半島西側の付け根に位置する沼津市は、全体としての面積が186.96km²、人口は約19万人である。面積は宇治市と比較すると2倍以上あるが、人口はそれほど変わらない。人口密度はそれぞれ宇治市が2,697人/km²、沼津市が1,021人/km²となっている。

南北に長い沼津市には静岡県東部地域の中心都市としての一面があるが、その中心地機能は北部地域に集中している。一方、本研究で調査地とする南部の内浦地区は、同市を舞台とするアニメ『ラブライブ！サンシャイン!!』におい

て主人公達の通う学校のモデル(市長井崎中学校)などがある聖地の中心で、入り組んだ海岸線に沿って小さな港町が続く静かな場所である。同地区の人口密度は426人/km²で、先述した沼津市の中心部から離れており、内浦地区を実際に訪れると「田舎」という印象を受ける。

2) 沼津市におけるコンテンツツーリズムの展開

沼津市においても、他地域同様にアニメの聖地となった事で様々な取り組みが実施された。2018年1月4日の静岡新聞『ラブライブ！サンシャイン!!』特集記事によると、アニメ第1期が放送された2016年7月前後から市内にファンが訪れるようになり、いま現在もアニメグッズとファンで賑わう内浦地区にある三の浦総合案内所(写真2)では、同年の来所者数がアニメ放送前の前年比で約6倍に増加したという。

沼津市では声優陣による舞台となった地域への訪問や、各種公共交通機関におけるラッピングの実施、コラボレーショングッズやカフェの展開など『ラブライブ！サンシャイン!!』をメインにしたイベントの実施が多数おこなわれ、手厚くファンを歓迎してきた。



写真 2 三の浦総合案内所の内部

(2018.1.7 筆者撮影)

IV章 調査方法

本研究の調査は、自治体やコンテンツツーリズム関係者ではない一般の方へ向けた調査となる。調査は街頭聞き取り調査で、アニメ作品の知識が無い一般の方にも回答してもらう事が想定されたため、予め用意したアニメのキービジュアルや関連する地域の写真を提示しながら質問をおこなった（質問内容は本文最後に記載）。

調査対象者は両地域において、宇治市は現在市内に居住している、コンテンツツーリズム関係者以外の地域住民の方。沼津市は全体ではなく内浦地区に現在居住している、同様に関係者以外の地域住民の方に限定した。対象者かどうかの判断は本題の質問をおこなう前に現在の居住地を口頭で確認している。

宇治市での調査場所は、主に京阪宇治駅・三室戸駅・黄檗駅周辺。作品のモデルとなった菟道高等学校、宇治橋周辺や大吉山といった『響け！ユーフォニアム！』において重要な聖地が集中しているエリアである。一方沼津市で街頭調査をおこなったのは内浦地区の三津・長浜地区である。沼津市北部の中心部にも作中に登場した場所は複数存在するが、本研究では主人公たちの通う学校や家々の集中する「聖地巡礼」

の主となる内浦地区で調査をおこない、沼津市の事例を都市部の人口集中地区以外の地域として扱う事とした。

調査日は宇治市が2018年6月2日～3日、沼津市内浦地区が2018年6月29日～30日のそれぞれ2日ずつで、両地域ともに年齢や性別を問わず50人分の聞き取り調査を実施した。

V章 調査結果

1. 宇治市での調査結果

宇治市の街頭調査における50人のサンプル内訳は表1の通りである。男女比は若干女性の方が多いもののほぼ半数ずつで、年代別では60代と70代の回答者が多い形となった。今回の調査では、結果として宇治・沼津ともに高齢の回答者が多くなっている。

まず、質問1の「宇治市が『響け！ユーフォニアム！』の舞台になっている事を知っているか」という問いでは、全体の38%にあたる19人が「知っている」と回答し、残りの62%にあたる31人は「知らない」と回答した。宇治市ではアニメ作品の舞台となっている事実を認知していない地域住民の方が多いようである。

次に質問2の「宇治が『響け！ユーフォニアム！』の舞台だと知ったきっかけ」について、

表1 宇治の調査におけるサンプル内訳

	男	女	計
10代	1	1	2
20代	1	2	3
30代	2	3	5
40代	1	4	5
50代	6	2	8
60代	7	5	12
70代	3	8	11
80代	2	2	4
計	23	27	50

(調査結果より作成)

舞台となった事実を認知していた19人それぞれの回答は図3の通りであった。一番多かった回答は「ポスターや駅に設置されているパネルなど公共掲示物」であり、京阪線の駅構内に設置されたキャラクターパネルを理由として挙げる回答者が多かった。

加えて、質問3の「京阪線などの交通機関で『響け！ユーフォニアム！』関連の企画が実施されている事を知っているか」という問いでは、全体の34%にあたる17人が「知っている」と回答し、残りの66%である33人は「知らない」と回答した。宇治市において公共交通機関でのアニメ作品関連企画認知度が低い理由には、京都府や宇治市の条例で車体広告（外観）への制限が厳しく指定されており、宇治線でのラッピングがヘッドマークの掲出や車内の装飾のみにとどまってしまっている地域背景もあると考えられる。調査時に併せて参加した講演会「第3回宇治「ものがたり観光」連続講座『響け！ユーフォニアム！』の魅力を考える―製作者編―」においても、「宇治市でも交通機関へのラッピング企画を実施したいが、条例の関係

で実現する事が難しい。」といった内容が語られる場面があった。

続いて質問4、「『響け！ユーフォニアム！』のアニメや原作を視聴したり読んだりした経験はあるか」という問いに対して、「ある」と回答したのはわずか4人であり、作品自体を理解している回答者はほとんどいない事が判明した。

そして本研究で着目する地域住民の意向についての質問5、「居住地域がアニメ作品の舞台となった事実を活用して集客をおこなう事をどう感じるか」という問いの回答結果は図4の通りである。宇治市の全回答者50人のうち半数以上の35人（70%）が「良い取り組みだと思う」または「どちらかといえば良い取り組みだと思う」と回答し、全体的な傾向としては居住地域がアニメ作品の聖地巡礼で盛り上がる事を肯定的に捉えている事が判明した。一方で否定的な選択肢の回答には「宇治の景観にアニメは合わないと思う。（60代男性）」や「企画が商業的すぎるので長続きしないだろう。本来の宇治の文化もっと知ってほしい。（70代男性）」といった意見が出ており、元々宇治市のもつ地

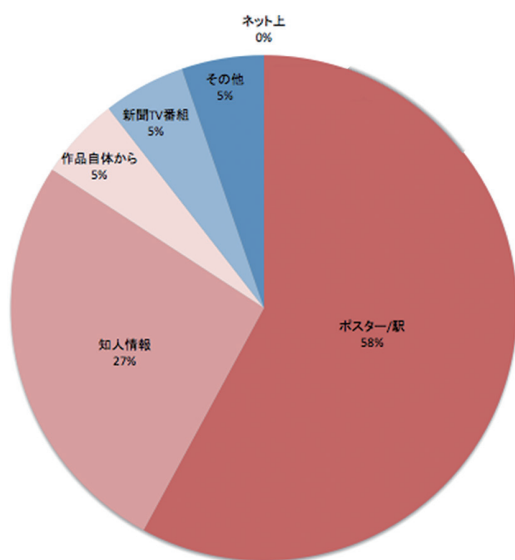


図3 アニメ作品の舞台であると知ったきっかけ
(宇治)

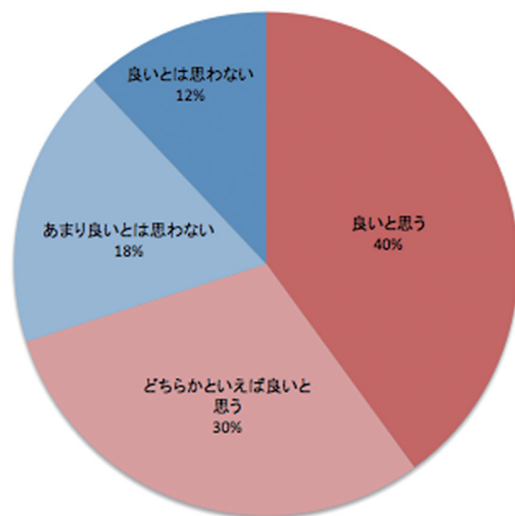


図4 コンテンツツーリズムへの意見
(宇治)

域的特徴がコンテンツツーリズム発展において課題となっているようであった。

質問6の「アニメ作品の舞台である事とは関係なく宇治市にはもっと観光客の誘致が必要だと感じるか」という問いでは、70%の35人が「今のままで十分」と回答している。詳しい回答には、「平等院など、見所が多く賑わっているので観光業は今のままで十分だと思う。(40代女性)」や「現状で観光客は多いし、一部マナーの悪い人がいるのであまり増えないでほしい。(70代男性)」などの意見が多く、中には「観光客数は十分だと感じるが、海外からの旅行者が多いので日本人にもっと宇治の歴史と文化を知ってほしい。(10代女性ほか多数)」といったものがあつた。平等院などの世界遺産を有する宇治の観光資源には現状で満足している様子と、京阪神のベッドタウンであり宅地が多いことから、「これ以上人が増加すると落ち着いて静かに暮らす事ができなくなる」といった意見が目立っており、特に外国人観光客への反感的な意見が多かった。

最後に質問7の「宇治における『響け！ユーフォニアム！』関連の企画による盛り上がりを実感しているか」に関しては、「実感している」と回答したのはわずか50人中4人であった。宇治市においては『響け！ユーフォニアム！』関連の取り組みが実施される事を70%の地域住民が肯定的に捉えたものの、作品の舞台になっている事実自体の認知度はまだ低く、舞台になった事による盛り上がりはほとんど感じられていないという調査結果になった。

2. 沼津市での調査結果

沼津市内浦地区の街頭調査における50人のサンプル内訳は表2の通りである。沼津市の中心地からは離れた地域であるのと、調査をおこなったのが平日の昼間であったためか、女性の回答者が多く20代以下の回答者はいなかった。沼津市の統計によると、市内南部の内浦地

表2 沼津の調査におけるサンプル内訳

	男	女	計
30代	1	2	3
40代	3	3	6
50代	4	4	8
60代	2	5	7
70代	4	14	18
80代	3	4	7
90代	0	1	1
計	17	33	50

(調査結果より作成)

区をはじめとする付近の静浦・西浦・戸田といった地域は、実際に市内でも高齢化の進展が顕著な場所であり、老年人口が40%前後になっている地域背景がある。

沼津市内浦地区での質問1、「沼津市が『ラブライブ！サンシャイン!!』の舞台になっている事を知っているか」という問いでは、50人中48人が「知っている」と回答し、宇治の認知度38%を大きく上回ってほぼ満場一致の96%がアニメの舞台になった事実を認知していた。

質問2、「沼津市が『ラブライブ！サンシャイン!!』の舞台であると知ったきっかけ」について、舞台となった事実を認知していた48人の回答結果は図5の通りである。宇治市の調査結果できっかけとして一番多く挙げられていたのは、「ポスターや駅に設置されているパネルなど公共掲示物」であったが、沼津市内浦地区では「知人からの情報」が一番多い結果となった。

また、「その他」には沼津市の職員から直接説明があったという事例が含まれており、同地域を『ラブライブ！サンシャイン!!』の舞台にするにあたって、前もって沼津市から地域住民に対して説明が実施されていたようである。

質問3、「公共交通機関において関連企画が実施されている事を知っているか」という問い

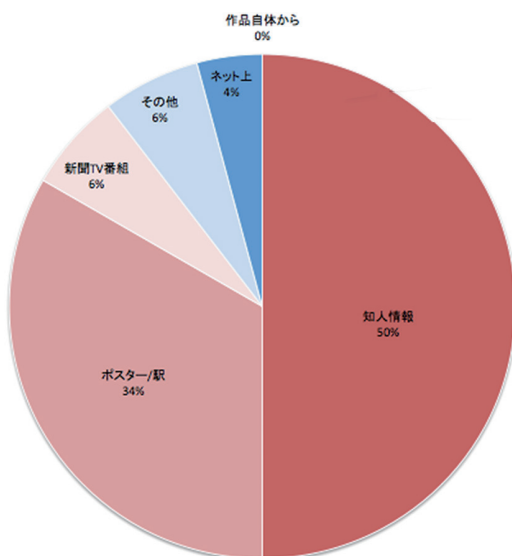


図5 アニメ作品の舞台であると知ったきっかけ
(沼津)

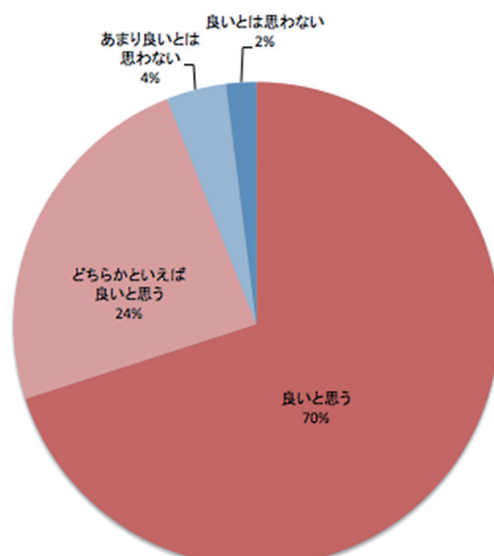


図6 コンテンツツーリズムへの意見
(沼津)

表3 居住地域がアニメ作品の舞台であると知ったきっかけ—宇治— (単位：人)

	ポスター/駅	知人情報	ネット上	作品自体から	新聞TV番組	その他	計
10代	1	0	0	1	0	0	2
20代	0	1	0	0	0	0	1
30代	2	0	0	0	0	0	2
40代	2	0	0	0	0	0	2
50代	3	1	0	0	0	1	5
60代	1	3	0	0	0	0	4
70代	2	0	0	0	1	0	3
80代	0	0	0	0	0	0	0
計	11	5	0	1	1	1	19

(調査結果より作成)

表4 居住地域がアニメ作品の舞台であると知ったきっかけ—沼津— (単位：人)

	ポスター/駅	知人情報	ネット上	作品自体から	新聞TV番組	その他	計
30代	1	0	1	0	1	0	3
40代	1	4	0	0	0	1	6
50代	3	2	0	0	2	1	8
60代	2	5	0	0	0	0	7
70代	6	10	1	0	0	1	18
80代	3	2	0	0	0	0	5
90代	0	1	0	0	0	0	1
計	16	24	2	0	3	3	48

(調査結果より作成)

でも、質問1と同様に48人が「知っている」と回答しており、こちらも広く認知されているようであった。

質問4、『ラブライブ！サンシャイン!!』のアニメ自体を視聴した事があるか』の問いでは、宇治市でアニメ『響け！ユーフォニアム!』を視聴した経験のある回答者数がわずか4人であったのに対し、こちらの沼津市内浦地区では実に21人の回答者が「観たことがある」と回答した。視聴理由は「地元がどのようにアニメーションで描かれているのか気になったため、試しに観た。」が多いようである。「観たことがある」と答えた21人の回答者のうち、9人は少しか（数話、一部のシーンのみ）の視聴にとどまっていたが、残りの12人は大体のストーリー内容やキャラクターを理解していた。中には高齢回答者の方々の口から「ラブライバー（ラブライブ関連作品ファンの呼称）」などのいわゆる「オタク用語」を耳にする機会もあり、大変驚いた。

アニメ作品の舞台になった事をきっかけにして、地域全体にその事実が広く認知されるとともに、様々な世代の地域住民の方々が作品自体を理解するという地域の動きが沼津市内浦地区ではみられた。

続いて質問5、「居住地域がアニメ作品の舞台となった事実を活用して集客をおこなう事をどう感じるか」の沼津市内浦地区における回答は図6の通りである。宇治市よりも回答者の年齢層が高かったにも関わらず、結果として50人中94%にあたる47人が「良い取り組みだと思う」または「どちらかといえば良い取り組みだと思う」と回答している。聖地化の認知度だけでなく、肯定的な意見を示した回答者の割合も宇治市の値（70%）を上回る結果となった。僅かに挙げられた否定的な意見の理由には「結局のところ一部の人にしか利益がない。（60代女性）」、「コンビニなどの駐車場が訪れたファンの車で埋まってしまい使いにくい。駐車料金を徴収するべき。（50代男性）」といったものがあつた。肯定的な意見の回答者からも「（コスプレなどをしたファンの事を）最初は怖くて受け入れられなかった。（40代女性）」や「今はいいけれど、聖地巡礼が衰退した時に元々常連で内浦に来ていた観光客が戻ってきてくれるか心配。（40代女性）」などの点を指摘する声があり、地域住民がこのコンテンツツーリズムについての課題を理解したうえで受け入れようとしている様子が伝わってきた。

質問6、「アニメ作品の舞台である事とは関係なく沼津市にはもっと観光客の誘致が必要だと感じるか」という問いでは、宇治市で70%の回答者が「今のままで十分」と回答したのに対して、沼津市内浦地区では98%の49人が「もっと多くの観光客を誘致したい」と回答しており、こちらも対象的な結果となっていた。この項目に関しては、「交通の便が悪く、山と海に囲まれているので人が来ない。（50代男性）」や「観光客が増えても、それを受け入れるだけの施設（キャパシティ）が内浦地区にはない。（70代女性）」をはじめとして「地域の衰退を実感している。観光客にもっときてほしいが、本当に必要なのは移住。（30代女性）」などの意見が調査中にも語られていたので、地域住民の間でも高齢化・過疎化は切実な問題として捉えられているようであった。

最後に、「沼津市における『ラブライブ！サンシャイン!!』関連の企画による盛り上がりを実感しているか」という質問7の問いでは、96%の48人が「実感している」と回答していた。

地域への盛り上がりに関してはアニメ『ラブライブ！サンシャイン!!』以外にもこの沼津市内浦地区を舞台にした作品、映画『男はつらいよ』シリーズ（41作寅次郎心の旅路1980年公開ほか）、ドラマ版『時をかける少女』（2016年放送）などがあるのだが、「映画やドラマの舞台になった時よりもこの『ラブライブ！サン

シャイン!!』による盛り上がりが一番大きい。」と語る地域住民の方が多く、このアニメ作品が同地域に与えた影響は非常に大きいものであると考えられる。

VI章 考察

今回の宇治市と沼津市内浦地区における地域住民に対する街頭調査では、両地域で対照的な結果を得る事ができた。周辺都市のベッドタウン兼有名観光地である宇治市の回答結果では同市がアニメ『響け！ユーフォニアム！』の舞台になっている事実や、それに準じた関連企画が実施されている事への認知度が、中心部から離れた郊外地域の沼津市内浦地区の回答結果に比べて低かった。これには既にある地域の歴史や文化が色濃く、加えて街中では情報量が多いためにコンテンツツーリズムが浸透しにくいという背景があると考えられ、当初の仮説とも合致する。

宇治市での聞き取り調査の中では「コンテンツツーリズムの力を借りなくても観光関連産業は事足りている」、「そもそもこれ以上の観光客を必要としていない」、「観光客が増えてもベッドタウンとして居住している地域住民には利益が少ない」などの意見が実際に多くの地域住民から挙がっており、質問6で70%の回答者が「観光客数は今のままで十分」と回答した事実を裏付けている。対照的に、98%の回答者が「もっと多くの観光客を誘致したい」と回答した沼津市内浦地区では「若い人が少ない」、「交通の便が悪い」、「観光地が少ない」といった意見が多く挙げられていた。コンテンツツーリズム実施の有無に関わらず、地域で新たな観光資源を開拓して新規の観光客を誘致したいとする様子が垣間見えた。

また、質問2にあたる「居住地域がアニメ作品の舞台だと知ったきっかけ」について注目してみると、宇治市では「ポスターや駅に設置さ

れているパネルなど公共掲示物」、沼津市内浦地区では「知人からの情報」の回答がそれぞれの地域で一番多くなっている。沼津市内浦地区の事例は、地域住民同士の関係がより強い郊外地域ならではのコミュニティが、高い認知度と住民の作品理解に拍車をかけているのではないかと考えられる。

以上の事から、アニメ作品の「聖地巡礼」を活用したコンテンツツーリズムは、有名観光地や都市部よりもそれ以外の郊外地域においてより地域住民に認知されており、その理由には「観光客を誘致したいという地域側の需要」と「情報が浸透しやすい郊外の地域特性（コミュニティの違い、情報の少なさ）」という地域背景がある事が言えるのではなからうか。

とはいえ両地域ともに、アニメ作品の「聖地巡礼」に対して肯定的な意見の方が多かった事も事実である。「聖地巡礼」をきっかけにして「元々地域に存在するアニメ作品とは関係ない文化や歴史を訪れたファンの方々に知ってほしい」、「地域自体を好きになってまた来てほしい」などの意見がどちらの地域でも挙げられていたので、地域差はあるもののコンテンツツーリズムという新しい観光形態は両地域住民の方々から期待されているようであった。

また、各地域においてアニメ作品のコンテンツツーリズムを展開する際には以下の3点を要点としてあげる事ができる。1つ目の要点は「自治体や地元企業等によるバックアップの必要性」である。観光協会や商工会が積極的にファンを誘致する事がアニメ作品の聖地として盛り上がる第一歩であろう。それに加えて地元企業の影響力は大きく、アニメ作品に興味のない不特定多数の地域住民が利用する公共交通機関での取り組み（主にキャラクターラッピング車両）は非常に効果がある。

2つ目の要点が「交通アクセスのしやすさ」である。そもそもコンテンツツーリズムが観光（旅行）の形態である事を考えると、小旅行感

覚で気軽に訪れる事ができる距離感というものが重要になるのではないだろうか。地域住民の多くが「聖地巡礼」による盛り上がりを実感していた沼津市内浦地区についても、確かに中心部に比べれば交通アクセスが悪いものの、都心から公共交通機関で2時間前後という程よい距離感なのである。たとえ地域がファンを受け入れる体制を整えていたとしても、交通アクセスが不便すぎれば「聖地巡礼」が盛り上がるための大きな課題となるであろう。この「地域の浸透度」、「交通アクセス」、「コンテンツツーリズム」の関係性を図化したものが、図7である。

最後に、「地域自体がファンの来訪と作品を受け入れる」という事を3つ目の要点とした。舞台となったアニメ作品視聴率が地域住民の間で高い沼津市内浦地区はとても良い例で、調査中に高齢回答者の方々の口から、いわゆる「オタク用語」や作品に登場するキャラクターの名前等を耳にした際は驚くとともに、地域の作品に対する愛を感じとる事ができた。このような段階まで進むと地域住民自身が作品ファンとなって休憩スペースの設置、グッズやオリジナルメニューの販売、キャラクターの誕生日会など小規模イベントの催行をするようになり、訪れたファンの満足度が必然的に高くなる。そして、一度このような聖地を訪れたファンがそ

の場所を気に入って再び訪れるとともに、SNS等による情報の発信、グッズの寄贈や交流ノートの設置といったファンの受け入れ場所づくりへと繋がるのではないだろうか。アニメ作品の聖地におけるこういった一連の動きは山村(2008)においても触れられており、観光資源(聖地)として発展してゆく中で重要な過程であると語られている。

以上、アニメ作品の「聖地巡礼」を活用したコンテンツツーリズムの実施には、前述の地域特性を前提として、上記のような要点を抑える事が大切であると筆者は考える。

繰り返しになるが、アニメ作品の「聖地巡礼」には訪れたファンのマナー問題や近隣住民とのトラブルといった課題も多く存在しており、本研究で取り上げた宇治市と沼津市の両地域においても、同様の問題が発生している。宇治市では夜の大吉山展望台で楽器を演奏したファンによる騒音問題、沼津市では街中でのコスプレ等の迷惑行為や市内に設置されたキャラクターマンホールへの器物損害事件などの事例が挙げられている。

新しい観光形態であるコンテンツツーリズムは観光資源に乏しい郊外地域などにおいて非常に有用かもしれない。しかし課題となる部分をどう解決するか。訪れるファンと地域住民をど

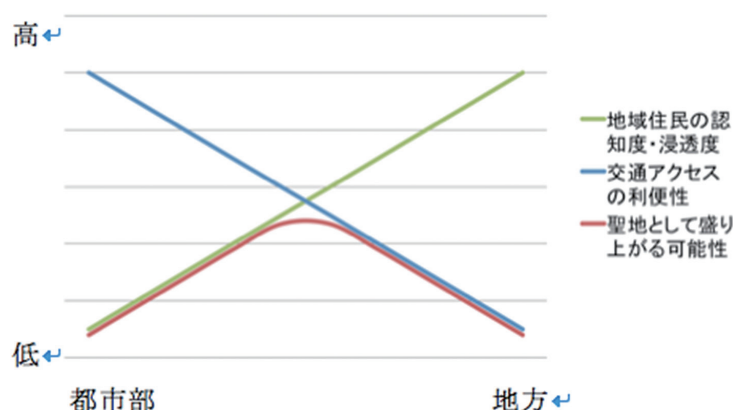


図7 「地域の浸透度」「交通アクセス」「コンテンツツーリズム」の関係性

(筆者作成)

う結びつけるか。地域の腕の見せどころであるとともに注目すべき点である。

【街頭聞き取り調査質問内容（宇治版）】

- 質問 1** 宇治市がアニメ『響け！ユーフォニアム』の舞台になっている事実を知っていますか？
- 質問 2** 宇治市が『響け！ユーフォニアム』の舞台であると知ったきっかけがあれば教えてください。（質問1で「知っている」と回答した方にのみ質問。回答は選択肢形式で提示。）
- 質問 3** 沿線の京阪宇治線などにおいて『響け！ユーフォニアム』ラッピング車両の運行など、作品に関する企画が実施されている事を知っていますか？
- 質問 4** 『響け！ユーフォニアム』のアニメ本編や原作を観たり読んだりした事がありますか？
- 質問 5** 住んでいる地域がアニメ作品の舞台になった事を活用して、集客効果（町おこし・地域振興）をおこなう事をどう感じますか？（回答は選択肢形式で提示）
- 質問 6** アニメ作品の舞台になった事とは関係なく、元々の宇治市にはもっと多く観光客の誘致が必要だと感じますか？
- 質問 7** 宇治市における『響け！ユーフォニアム』関連の企画による集客効果や盛り上がりを実感していますか？

参考文献

石坂 愛・卯田卓矢・増田理広・甲斐宗一郎・周宇放・関 拓也・菅野 緑・根元拓真・松井圭介
2016. 茨城県大洗町における「ガールズ&パンツアー」がもたらす社会的・経済的変化一曲がり松商店街と大貫商店街を事例に。地域研究年報(38)：61-89.

上田明日香 2011. アニメ聖地巡礼の地理学：「けいおん！」を事例に。コンテンツツーリズム研究。創刊準備号：38-62.

岡本 健 2013. 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—。観光・余暇関係諸学会共同大会学術論文集(4)：17-24.

岡本 健 2013. 『n次創作観光』。NPO法人北海道冒険芸術出版。

神田孝治 2012. 白川郷へのアニメ聖地巡礼と現地の反応：場所イメージと観光客をめぐる文化政治。観光学(7)：23-28.

酒井 亨 2016. 『アニメが地方を救う!?「聖地巡礼」の経済効果を考える』。ワニブックス。

山村高淑 2008. 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。国際広報メディア・観光学ジャーナル(7)：145-164.

『静岡新聞』2018年1月4日。10-11. 特集面。

参考にしたウェブサイトの一覧

http://www.stat.go.jp/data/chiri/map/c_koku/daitoshi/pdf/2010.pdf

2018年12月7日。平成22年国勢調査大都市圏・都市圏全国図。総務省統計局

http://www.stat.go.jp/data/chiri/map/c_koku/kyokaizu/index.html

2018年12月7日。国勢調査人口集中地区境界図。総務省統計局。

<http://www.city.uji.kyoto.jp/0000002581.html>

2018年12月7日。宇治市の統計書。宇治市。

<https://www.city.numazu.shizuoka.jp/shisei/profile/tokei/index.htm>

2018年12月7日。沼津の統計。沼津市。

<http://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/souhatu/h16seika/12eizou/12eizou.htm>

2018年12月7日。国土交通省・経済産業省・文化庁。映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査。

https://www.teikokushoin.co.jp/teacher/outline_map/japan/index.html

2018年12月7日。調査地域の地図。帝国書院。日本の白地図。