

コンテンツツツリズム史の構築

—アニメ聖地作品の量的変化およびアニメ・マンガ・ゲームと
観光・旅行とのかわりの質的变化から—

岡本 健

一 はじめに—コンテンツツツリズム史の構築に向けて

本論文の目的は、メディアや空間を越境したコンテンツツツリズム全体の歴史的な研究を行うっていくために、その分析枠組みを策定し、それを用いてアニメを軸にしながら隣接メディアも含めたコンテンツツツリズム史の構築を試み、知見を得ることにある。

この目的を達成するために、本論文では、「アニメ聖地作品」の量的変化を軸にしながら、各種メディア資料に書かれたテキストを中心とした質的データを元にして、コンテンツツツ文化史的な分析をおこなう。これによって、アニメ、マンガ、ゲーム等をメディアミックス的に捉え、コンテンツツツプロデューサー側の視点も加えることで、総合的コンテンツツツリズム史の構築に資する知見が得られる。

二 コンテンツツリズム研究の動向

論文の研究的背景を述べる。コンテンツツツリズムに関する研究は、二〇〇〇年代後半ごろからその成果が報告されはじめるように

なってきた。

コンテンツツツリズム研究に関する論文の本数の推移を調査した佐藤（二〇一九）によると、二〇〇五年から二〇一三年の九年間で一五〇本程度だった論文数が、二〇一四年から二〇一八年半ばまでの約四年半で二二〇本以上出版されている。佐藤は「コンテンツツツリズム研究の分布」の中で、コンテンツツツリズムの研究成果が安定的に量産・発表されるようになっているとともに、掲載紙も、コンテンツツツリズムそのものを扱う雑誌のみならず、観光学一般、地理学、情報工学・デザイン分野、地域活性分野などに拡がっていることを指摘した（佐藤二〇一九）。

「コンテンツツツ文化史学会」においても、二〇〇九年発行の「コンテンツツツ文化史研究」創刊号から二〇二二年発行の第十三号まで、途中にはあくもの、コンテンツツツリズム関連の発表や論文投稿が継続して見られる¹⁾。また、この間、二度の特集が組まれている。一度目は第三号の「コンテンツツツと場所」、二度目は第十三号の「時間と空間からコンテンツツツリズムを考える」である。また、二〇一一年には、コンテンツツツリズムをその名に冠する「コンテンツツツリズム学会」が発足し、学会誌『コンテンツツツリズム学

会論文集』を発行している。

これらから、コンテンツツーリズムに関する研究は二〇〇〇年代後半から成果を結実させはじめ、二〇一〇年代を通じてその数を増加させるとともに、そのあり方が多様化してきたと言えよう。

三 コンテンツツーリズム研究の方向性と課題

コンテンツツーリズム研究の方向性と課題について論じていくが、その際、山村高淑およびフィリップ・シートンによって編まれた『コンテンツツーリズム・メディアを横断するコンテンツと越境するファンダム』^②（山村シートン二〇二二）に収録された序章の議論を参照したい。山村高淑は「序章 アニメツーリズムからコンテンツツーリズムへ」と題された論文の中で、日本におけるコンテンツツーリズム研究を大きく二つに分類した。一つは「政策支援型コンテンツツーリズム研究」であり、もう一つが「アニメツーリズム研究」である（山村二〇二二a）。

山村は前者の系譜を「コンテンツを活用することで日本の地方自治体における観光振興・地域振興を実現するという、政府の示したゴールを目的意識として共有している一連の研究」とし、「研究対象としては国内事例中心であり、アニメ、テレビドラマ、小説、[POP]等、特定のメディア形式に注目してコンテンツを取り上げ、特定地域を対象に事例分析をすることで、コンテンツツーリズム開発の実務的ノウハウを示す傾向にある」とした（山村二〇二二a：2-3）。一方の、アニメツーリズム研究の系譜については、「アニ

メ作品をきっかけとした通俗的な「聖地巡礼」現象の分析に端を発する一連の研究」であり、「観光現象そのものや、旅行者や地域社会といったアクターの行動を、エスノグラフィーとして記述する傾向が強い」とした（山村二〇二二a：3）。確かに、これまでの研究を概観すると、その多くが、政策やビジネス、観光・まちおこし策の提案、もしくは、それに資する知見を得ようとする一群と、アニメ聖地巡礼やアニメに関する観光・地域振興などのコンテンツツーリズムにかかわる現象に対して、それぞれの学問分野からアプローチした一群に大別することができよう。

その上で、山村は両者の共通点として、特定のメディア形式に着目し、日本国内のケーススタディを行なったものが中心となっている点を指摘した（山村二〇二二a：6）。また、論点としては「日本の政策支援、地域振興、聖地巡礼行為、旅行者行動、アクター間のコラボレーションモデル、日本のポピュラーカルチャーのユニークさ、を扱ったものが多い」とまとめ、「その一方で、海外の類似事例との比較検討や国際的な枠組み構築に向けた動きはあまり見られない」と指摘し^③、コンテンツツーリズム現象が持つ二つの側面、すなわち「越境的側面」と「メディア横断的側面」についての研究が不足していると批判した（山村二〇二二a：6）。ここで言われる「越境的側面（transnational aspects）」とは、「コンテンツが隣時に越境し多様な国際観光現象を生む側面」であり、「メディア横断的側面（transmedia aspects）」とは、「コンテンツがメディアのジャンルを越えてマルチユースされる側面」である（山村二〇二二a：6）。

四 アニメ聖地巡礼、コンテンツツーリズムの歴史的研究

これまでのコンテンツツーリズム研究に「越境的側面」「メディア横断的側面」が不足してきた理由の一つには、コンテンツツーリズムに関する通時的、総合的研究の成果の少なさが考えられる。

特に、アニメ聖地巡礼については、筆者が研究を始めた二〇〇八年当初は、まとまった学術的成果がほとんど無かった。そのような中で対象を学術研究の俎上に挙げるために必要だったのは、実際に起こっている現象を把握し、学術的な作法で記述し、得られた知見を形にしていくなり作業だった。たとえば、筆者自身のアニメ聖地巡礼に関する学術的成果の初期の論考のタイトルは「アニメ聖地における巡礼者の動向把握方法の検討―聖地巡礼ノート分析の有効性と課題について」（岡本二〇〇八）であった。そもそも方法論や語の定義から考えていかなければならない状況だったのである。その後、筆者は『おねがい☆ティーチャー』『朝霧の巫女』『涼宮ハルヒの憂鬱』『らき☆すた』『けいおん!』『氷菓』『花咲くいろは』『あの夏で待ってる』などのアニメ聖地でフィールドワークを実施し、そこで見られた旅行者行動や旅行者と他者との様々な相互作用、地域で行われた各種取り組みなどを記録し、それについての分析をおこなってきた（岡本二〇一〇、岡本二〇一三、岡本二〇一八²³、岡本二〇一八²⁴など）。

いわゆる「事例研究」である。事例を記述し、それについて分析を加えていくものだ。同様のアプローチで特定の作品の聖地に関して調査を行い、そこで得られたデータを元に考察をおこない、多く

の成果があげられてきた。コンテンツツーリズム研究においてはスタンダードな研究であろう。また、筆者自身も、さまざまな研究者がおこなった事例分析の成果や考察を収録した『コンテンツツーリズム研究―情報社会の観光行動と地域振興』（岡本二〇一五）および『コンテンツツーリズム研究増補改訂版―アニメ・マンガ・ゲームと観光・文化・社会』（岡本二〇一九²⁵）を出版した。こうした事例研究は、そもそもアニメ聖地巡礼やコンテンツツーリズムが学術的研究の俎上に上がっていない状況で、現象を記述的に捉えて記録し、そこから研究課題を発見し、研究対象として意義のあるものとして価値づける意味で必要なプロセスであったと考えられるが、先に示した通りの課題を生む原因になっているとも言えるだろう。

特定作品の聖地の、その時の状況にのみ焦点を当てた場合、そこから得られる研究成果は当然ながら限定的なものとなり、その成果がさらなる知見を生むには、何らかの比較分析を含めた、時間的、空間的な視点の広がりが必要とされる。前述した山村の批判はまさにこの点を指摘したものであろう。今後も事例研究は継続して行われる必要がある一方で、そうした事例研究を位置づける際のプラットフォーム的役割を果たす意味でも、横断的、縦断的な研究もまた必要である。これらの個別事象の分析と、より掘りをもった分析との絶え間ない往還がコンテンツツーリズムを総合的にとらえることにつながるだろう。そして、それはコンテンツツーリズム研究のみならず、コンテンツ文化史研究、観光学、社会学、経営学などの関連分野に広く貢献することが期待できる。

とはいえ、アニメ聖地巡礼やコンテンツツーリズムに関する歴史

的研究の成果が無いわけではない。まず、アニメ聖地巡礼については、「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」（岡本二〇〇九）、「アニメ

《舞台探訪》成立史—いわゆる《聖地巡礼》の起源について」（大石二〇一）、「アニメ《舞台探訪》成立史・新訂版—いわゆる《聖地巡礼》の起源と紀元」（大石二〇二〇）などがある。これらの論考では、アニメの舞台探訪、聖地巡礼のはじめりにについての詳細な検討がなされている。なお、アニメのみに限定した分析ではなく、マンガ、ゲーム、ビデオ、パソコン、インターネットといった隣接するメディア・コンテンツとの関連についても一定程度扱っている。

次に、一つの地域を取り上げ、その地の歴史の変遷を追う中で、アニメ聖地巡礼やコンテンツツーリズムを位置づけて考察する研究成果がある。玉井（二〇〇九、二〇一〇b、二〇一一、二〇一二）などが代表的で、各論考で各地域を取り上げ、その地域が描かれたコンテンツをメディア・横断的に捉えながら、当該地域に形成されたイメージとコンテンツの相互作用について分析している。

そして、アニメ聖地巡礼やコンテンツツーリズムをより大きな観光史の文脈に位置付ける試みもある。まず、山村高淑による「観光革命と21世紀—アニメ聖地巡礼型まちづくりに見るツーリズムの現代的意義と可能性」（山村二〇〇九）がある。山村はこの論文の中で、一九六〇年から一九七〇年代を「マスツーリズム」の時代、一九八〇年から一九九〇年代を「ニューツーリズム」、二〇〇〇年代以降を「次世代ツーリズム」と時代区分を行い、たとえば、鶯宮町のまちおこしプロセスにおいてファンが果たした役割として「インターネット上の口コミで人が集まる」「インターネットを通してファンの意見が地域に届く」「ファンが開発者になる」の三点を挙げ、

こうした旅行者行動を前提に次世代ツーリズムを考えていく必要があることを指摘した（山村二〇〇九）。

さらに、「Contents Tourism Japan: Pilgrimages to Sacred Sites of Popular Culture」（Seaton et al. 二〇一七）では、日本におけるコンテンツツーリズムの流れをさらに長い時間軸で捉える試みがなされている。本書では、「古事記」「日本書紀」から始まり、二〇一五年までの様々なメディア・コンテンツに横断的に触れながら、日本の観光や旅文化、物語文化の歴史と関連づけて、巨視的な視点でコンテンツツーリズム史の構築に挑んでいる。先述の「アニメ聖地巡礼の通史的研究」では、古くても一九七〇年代の現象を扱っていたが、コンテンツの定義を広くとった場合、より長いスパンでもコンテンツツーリズムを捉えることができる。

このようにコンテンツツーリズムの指す範囲を広げて、より広いメディア・コンテンツを分析対象とする研究も複数見られる。たとえば、玉井建也による「コンテンツツーリズムの歴史的展開」（玉井二〇二三）では、コンテンツツーリズムの歴史的経緯について考察し、「歌枕」「山水」「趣味の旅」と時代を経て、「多様化していく旅行文化の中で、フィクションを端緒とするツーリズムの萌芽的状况」を確認している。あるいは、山村高淑は共編著『Wars Entertainment and Contents Tourism in Japan』（Yamamura and Seaton 二〇二二）の中に収録された「The narrative worlds of ancient wars: Travelling heroes in Kojiki」という論文で、「古事記」を対象としてつづる（Yamamura 二〇二二）。また、『Film-Induced Tourism』などを著したSue beetonは、「パンジョーから芭蕉まで—詩人、コンテンツ、そしてツーリズム」の中で、松尾芭蕉を対

象にしている（ビートン二〇二二）。コンテンツツーリズム研究の視角から、より過去のコンテンツと観光や旅の関わりを論じる研究が、近年盛んになされ始めていることがわかる。もちろん、異なるメディアや文脈の異なるコンテンツを並べて安易に接続したり、本来存在しない関連性や因果関係を見出したりすることには注意が必要だが、様々な資料を用いて、歴史的連続性を見出していくアプローチは盛んになされるべきであろう。

このように、各論考では、それぞれの目的にしたがって、特定の分析対象を時間的、空間的に区切った形で分析がなされている。その分析視角も狭いものから広いものまで様々な範囲で行われてきた。こうした研究をさらに進めていくとともに、これらを架橋したり、接続したり、俯瞰的に見たりするための「コンテンツツーリズム史」枠組みの構築が必要になる。そこで、本論文では、こうした様々な研究成果を位置づけるために必要なフレームワークを策定した上で、アニメを中心に取り扱いながら、メディア越境的な分析を行い、コンテンツツーリズム史の構築を試みる。

コンテンツツーリズムの研究は活発に行われ、多様な観点からの知見や事例研究が蓄積されていることを確認してきたが、全体を俯瞰、整理した歴史的な視座からの研究や、各作品、各事例の関連性を問う研究はまだ十分になされていない。コンテンツツーリズムがいかに展開していったかを時系列的に整理し、その展開経緯を詳細に明らかにする研究が必要だ。とはいえ、コンテンツツーリズムと一言でいっても、その対象は広範囲にわたる。小説、映画、音楽、テレビ番組、ドラマ、マンガ、アニメ、ゲームなどのコンテンツが流通するメディアの種類別に考えても、そのあり方や展開経緯は、

異なっているだろう。これらの異なるメディアに関して起こる状況をまとめて「コンテンツツーリズム」と呼んで分析することで見えてくるものもあるが、各メディア、各コンテンツにおける変遷の特徴を把握することもまた重要である。一方で、これらのメディア・コンテンツはそれぞれ完全に独立して語っても全体像は見渡せない。各時代のメディア・コンテンツが、その時代の人々によって生み出されている以上、その時代に視聴、体験可能な他のメディアやコンテンツからの影響を全く受けていないものは、想定しづらい。また、八〇年代から盛んになされるようになってきた「メディアミックス」、そして、コンテンツのデジタル化、ネットワーク化が急激に進んでいった結果、異種のメディアの間をコンテンツが行きかうようになった二〇〇〇年代以降の「コンテンツ文化」の状況を考えても、メディア・コンテンツに対する横断的な視点は欠かせない。

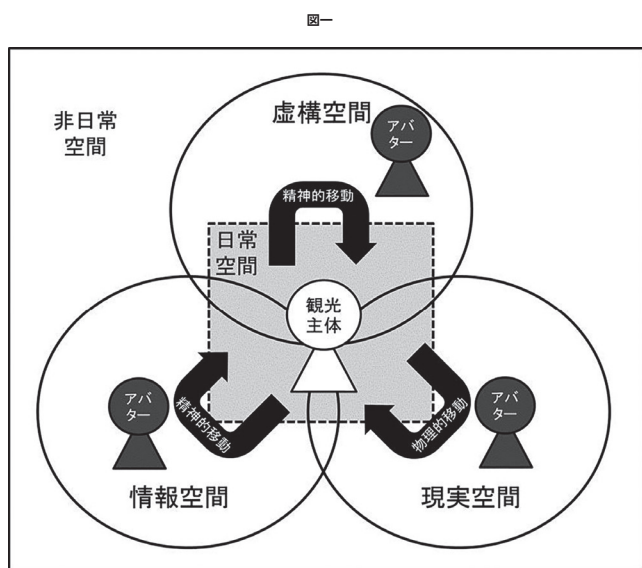
五 コンテンツツーリズム史の構築に向けた枠組み

コンテンツツーリズムにかかわる空間とアクターについて整理しながら、本論文で取り組むコンテンツツーリズム史構築の方法論を提示する。

五・一 コンテンツツーリズムにおける空間と移動

まず、空間についてである。筆者は、二〇一八年に出版された『ポ

スト情報メディア論』（岡本・松井二〇一八）に収録されている「多様な「空間」をめぐる多彩な「移動」ーポスト情報観光論への旅」（岡本二〇一八〇）の中で、それまでの研究成果を整理しながらコンテンツツーリズムに関する空間と人の移動に関するモデルを示した（図一）。観光主体は、伝統的な観光の定義に則ると、日常的な



空間から非日常的な空間に身体的に移動し、一時滞在した後に帰ってくる行為を指すものとされてきた。ただ現在、情報通信機器の発展、普及にとともに、我々の身体が置かれた物理的空間（図一では「現実空間」と表記）以外の空間の存在感もまた大きくなってきた。

一つは「情報空間」である。情報通信技術の発展により、人々はインターネットを通じて情報を受信したり発信したりすることが可能になり、その環境が普及してきている。インターネットへの接続端末も、据え置き型のコンピュータからノートパソコン、携帯電話、スマートフォンやタブレット端末と、モバイル化、パーソナル化が進んできた。「情報空間」は、情報のやり取りが行われる場として機能するインターネット等のメディアを通して接続可能な空間だ。現実の物理的空間としては、サーバーコンピュータの中ということになるが、情報空間は人間が「想定する」空間である。岡本（二〇一八, p.216）では、「ウェブのブラウジングを「ネットサーフィン」や「ネット巡回」と比喩的に呼ぶことがあるが、このときに想定される空間を指す」と説明した。アニメ聖地巡礼について研究を進めていく中で、「情報空間」が旅行行動や観光振興において重要な役割を果たしていることが明らかになった。特にインターネットのインパクトが強かったため、代表的な事例として取り上げられてきたが、ひるがえって考えてみると、情報空間は、メディアのグラフィカルユーザーインターフェイス (GUI: Graphical User Interface) の発展によって可視化されやすくなっただけであり、それ以前のメディアから想定することは可能であったと考えられる。それは、テキストのやり取りが主であったパソコン通信はもちろん、音声の伝達が可能になった電話、文字のやりとりが可能になった手紙、本、

雑誌などのメディアも含むことができよう。

たとえば、「メールゲーム」という実践を考えてみよう³。メールゲーム、ネットゲーム⁴に注目して分析した松井広志による「メールゲーム／ネットゲームのコミュニケーションと文化——多元的なゲーム史、ゲーム研究へ」（松井二〇一九）では、メールゲーム、ネットゲームの概要と歴史が整理されている。それによると、メールゲームに先じて「プレイ・バイ・メール」と呼ばれる、郵便を使って遊ぶゲームがあったという。「チェスの指し手を郵便で送ったり、多人数型のボードゲームを郵便でプレイしたりする実践」であった（松井二〇一九:319）。また「メールプレイ」と呼ばれる、TRPG（テーブルトークロールプレイングゲーム）やボードゲームのプレイを郵便で行うものがあった。これを大人数、大規模化したものがメールゲーム、ネットゲームである。特に「ネットゲーム90 蓬萊学園の冒険Ⅱ（一九九〇）」は、その後、様々なメディアに展開されていった人気作である⁶。

こうしたメディア・コンテンツは、松井（二〇一九）でも指摘されている通り、小説、マンガ、アニメ、デジタルゲームの歴史と深く結びついており、クリエイターもユーザーもこのような文化を共有し、その後の作品の創造、受容につながっている。つまり、紙メディアの時代から情報空間は成立可能で、人々は精神的にその場所に集い、情報を交換し、「虚構空間」を生み出していたのだ。

「虚構空間」とは、各種のコンテンツによって描き出される空間であり、「虚構世界」や「物語世界」などと呼ばれることもある（岡本二〇一八:216）。「情報空間」と同じく、現実の物理的空間ではなく、コンテンツの創作者や体験者が頭の中に描き出す空間の

ことだ。情報空間との差異は、そこに物語性や世界観が付随する点である。近年、コンピュータグラフィックスの発展やVR、AR、MRといった技術の進展によって、この「虚構空間」がリアリティを持って眼前に現れる体験が比較的手軽にできるようになってきた。さらにネットワークで遠方の体験者と「虚構空間」での体験を共有できるようになっており、「メタバース」と呼ばれて注目を集めている。たとえば、二〇二二年だけでも、「メタバースとは何か」（岡嶋二〇二二）、「メタバース進化論」（バーチャル美少女ねむ二〇二二）、「メタバースとWeb3」（國光二〇二二）、「メタバース」（加藤二〇二二）、「ザ・メタバース」（ポール二〇二二）、「メタバース×ビジネス革命」（西田二〇二二）、「メタバースと経済の未来」（井上二〇二二）などが出版されている。

一方で、先ほどのメールゲーム、ネットゲームの例に見るように、デジタル情報や情報通信技術を介さずとも、この「虚構空間」は想定可能である。たとえば小説を読んで、その世界を空想することによって「虚構空間」にアクセスすることが可能である。それは、文字、音声、映像など、様々なメディアで届けられるコンテンツを元にして想定しうる空間である。

図一は、現実空間への物理的移動のみならず、情報空間、虚構空間への精神的移動が、観光現象を考える際に重要になることを示したものだ。「アバター」は、それぞれの空間を移動する際に、自らの身体ではないが自らの身代わりとして機能する物質や情報のことを指す。

現実空間、情報空間、虚構空間はそれぞれに独立しているわけではなく、重なることもある。観光主体は、日常的に現実空間での身

体的移動、および、情報空間、虚構空間での精神的移動をおこなっている。無論、観光主体がおかれた情報環境によって、これらの空間における移動の比重は変化する。その観光主体が日常的に行っている移動の外側（非日常空間）に出て日常空間に戻ってくる場合、これを観光と呼ぶ。

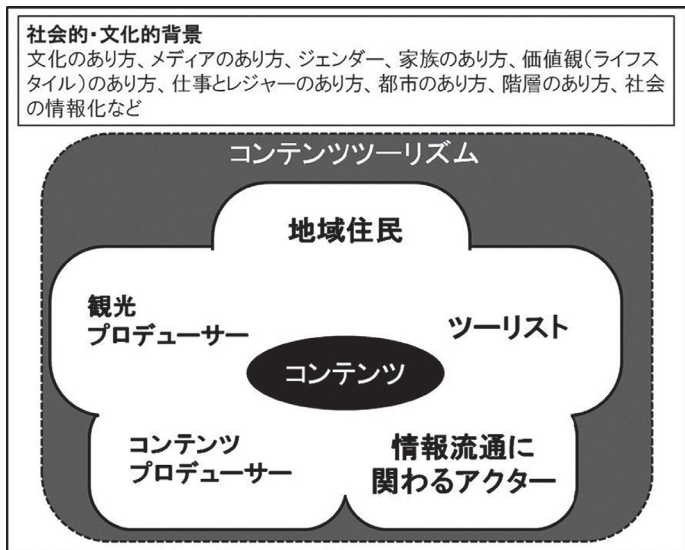
コンテンツツーリズムにおける観光主体が移動する空間をこのように捉えた場合、これらが成立し、また、その存在感を増していく際に、どのようなメディアやコンテンツが、いかなる役割を果たしてきたのかを問う視角を得ることができる。本論文では、分析を行う際にこうした空間や移動の概念を用いて新たな知見を得る。

五・二 コンテンツツーリズムにかかわるアクター

続いて、かかわるアクターについて整理しておく。筆者は、二〇一四年に出版された『観光メディア論』（遠藤ら二〇一四）に収録された「メディア・コンテンツ・観光——アニメ聖地巡礼とコンテンツツーリズム」（岡本二〇一四）の中で、コンテンツツーリズム研究の領域を図示する際に、かかわるアクターを含めた枠組みを提案した（図二）。

筆者は「コンテンツツーリズム」を「コンテンツ」を動機とした観光・旅行行動や、「コンテンツ」を活用した観光・地域振興」（岡本二〇一五・10）と定義した。また、その際に重要な役割を果たす「コンテンツ」は「情報がなんらかの形で創造、編集されたものであり、それ自体を消費することで楽しさを得られる情報内容」

図二



（岡本二〇一三・41）と定義した⁷。この定義は、アニメ、マンガ、ゲーム、小説、映画、音楽等のいわゆる「作品」はもちろん、それ以外のものも含んだ幅の広いものであり、コンテンツツーリズムを「アニメや映画のロケ地観光」にとどめてしまわず、より広い観光

の文脈と接続していくための戦略的定義であった。

コンテンツツーリズムという現象は、その時代の社会的、文化的背景とかかわりながら、コンテンツを中心として、人々が移動や観光に関連して相互作用する実践である。さまざまなアクターがかかわるものであり、ここでは大きく五つに分類している。

まずは、観光学において観光にかかわる基本的なアクターとして挙げられる「ホスト」、「ゲスト」、「プロモーター」に相当する、「地域住民」、「ツーリスト」、「観光プロデューサー」である。「地域住民」は、観光目的地やその周辺に居住する住民のことを指す。「ツーリスト」は、観光目的地やその周辺を訪れる旅行者のことを指す。「観光プロデューサー」は、観光・地域振興を推進するアクターのことを指す。代表的なアクターは旅行会社だが、それに限らず、行政や観光協会、商工会議所や商工会、宿泊施設や個人事業主なども含む。アニメ聖地巡礼、コンテンツツーリズムの調査、研究を進めていく中で、「コンテンツプロデューサー」と「情報流通に関わるアクター」を見出だした。「コンテンツプロデューサー」は、コンテンツの振興を推進するアクターである。アニメの場合は製作委員会に名を連ねる企業や制作に携わっているクリエイターなどが代表的なアクターとなる。観光・地域振興に対してかならずしも賛成するとは限らず、むしろ抑制的にふるまう場合もあり、観光プロデューサーとは行動原理が異なっている。

「情報流通に関わるアクター」は、観光目的地やコンテンツに関する情報を広める存在だ。情報通信技術の発展、普及によって、それまで視聴者、読者といったオーディエンス側におかれていた人々も情報を発信したり、発信された情報を拡散したりできるよ

うになった。特に、二〇〇〇年代後半時点のアニメ聖地巡礼行動においては、観光情報の発信、拡散のプロセスに、このアクターの果たす役割が大きく、従来観光が成立するのに重要な役割を果たしていた旅行会社等の「観光プロデューサー」が不在にもかかわらず観光が成立するという特徴があった（岡本二〇〇九²²、二〇〇九²³）。ただし、このアクターは、これまでまったく存在しなかったわけでは無く、観光ガイドブックを発行する出版社や新聞社などこうしたアクターに含まれる。

コンテンツツーリズムに関わる人々は、これらのアクターの複数に同時に該当する場合もある。たとえば、アニメ聖地においては、ツーリストでありながら、情報流通に関わるアクターでもあるケースが多々見られたし、地域住民でありながら観光プロデューサーでもあり、かつ、情報流通に関わるアクターであるケースも多い。図でアクター同士が完全に独立せず融合しているのは、この点を表現したものである。

これまでのコンテンツツーリズム研究、特にアニメ聖地巡礼においては、先行研究でも指摘されていた通り、巡礼者であるアニメファンの動向や情報発信のあり方、地域における観光・地域振興のあり方に焦点をあてた研究が多かった。それは、アニメ聖地巡礼にメディアが注目し始めた当初の新聞、雑誌記事分析で見られた特徴でもあった（岡本二〇〇九²⁴）。

前述した通り、まずは現象をとらえて記述していくという意味では学術的意義のある事例研究が現在も蓄積されているが、「アニメ聖地巡礼者」「ファンカルチャー」「観光・地域振興」への着目のみでは、コンテンツツーリズム史の構築は難しい。アクターとして「コ

ンテンツプロデューサー」に焦点を当てた研究が今まで以上に必要になってくるだろう。この時、「コンテンツプロデューサー」の多様性にも注目したい。たとえば映画の作者として名前が挙がるのは監督だが、当然ながら自主映画などをのぞけば、映画は監督一人の力でできているわけではない。特に商業映画の場合、製作のレベルで様々なアクターの意図が介在するし、制作のレベルでも様々な役割の人々のパフォーマンスが合わさって作品が成される。これは映画に限った話ではなく、アニメでもマンガでも小説でも、コンテンツとして形を成し、体験者の元に届くまでのプロセスには、様々なアクターやメディアが介在していることが多い(岡本二〇一七: 39-46)。

また、コンテンツを捉える際には「メディアミックス^⑧」を踏まえた視点もまた重要である。アニメには原作漫画があることも多く、同じ作品がアニメ、マンガ、小説、ゲーム等のさまざまな形式で発表されることが増えていった。発表されるメディアの状況も変化し、サブスクリプションサービス、スマホゲーム、などが登場すること、そのあり方は一層複雑な様相を呈している。こうした状況を背景にして、アニメ聖地巡礼においても、その旅行動機を形成し、旅行行動に関連するコンテンツはアニメ単独とは限らなくなっている。それゆえ、隣接するメディア領域およびジャンル、クリエイター等にも目を向けながら、時系列的、縦断的な歴史研究を実施する必要がある。

六 研究の方法と手続き

六・一 聖地アニメ作品品数の推移

本論文では、聖地のあるアニメの数量的な変遷を概観することを軸にしながら、そこに様々な事象を位置づけていくことで、研究目的を達成する。

これは、筆者が『ゾンビ学』の中で、ゾンビコンテンツの歴史を概観する際にとった手法の応用である(岡本二〇一七: 63-102)。ゾンビに関するコンテンツも、映画のみならず、小説、マンガ、アニメ、ゲーム、テーマパーク、イベント、コスプレ、フィギュア、グッズ等、様々なメディアで楽しまれている。これらを俯瞰的にゾンビコンテンツ史としてまとめ上げるために、ゾンビ表象がもつとも長く盛んに描かれ続けているメディアとして映画を取り上げ、ゾンビ映画史を中心としながらマルチメディアな分析を実施した。

この手法の利点は、特定のメディアに注目し、そのメディアでリリースされたコンテンツの量的変化を追える点にある。それは、メディア横断的な分析の方向性とは一見真逆のように見えるが、むしろ、コンテンツがメディアや国をどのように越境するかをとらえるのに最適な方法である。実際、この手法でゾンビ映画を中心に整理を行っていったところ、国やメディアを超えた展開を捉えることができた。欧米で隆盛したゾンビ映画は、一九九〇年代にその数を減らすが一九九六年に大阪のゲーム会社カプコンから発売された『バイオハザード』と、二〇〇二年に公開された実写映画版(アメリカ、イギリス、ドイツ)が大ヒットしたことによって二〇〇〇年代にゾンビ映画の放映本数が急増した。その結果、二〇〇〇年代以降は、それまでゾンビ映画が作られていなかった国でもゾンビ映画が作ら

れていることを確認した(岡本二〇一七、二〇二〇)。

六・二 アニメ聖地巡礼の展開経緯と位置づけ

ここで、アニメ聖地巡礼の展開経緯を整理しておく。アニメ聖地巡礼の誕生と展開経緯については、前述のとおり、すでに研究があるので、詳しくはそちらを参照していただきたい。現在に続く「アニメ聖地巡礼」は、一九九〇年代にその萌芽的作品を認め、その後、二〇〇〇年代にかけてインターネットの登場と普及にともなうアニメファンの間で広がっていった。二〇〇〇年代後半からはマスマディアに取り上げられることも増え、その知名度が上がっていく。アニメ聖地巡礼をより広い層に認知させたのは新海誠監督によるアニメ映画『君の名は。』(二〇一六)の大ヒットと、聖地巡礼の盛り上がりであった。

このように、「アニメ聖地巡礼」は熱心なアニメファンによる行動がインターネット環境の充実とともに広がっていったものである。その過程で、旅行者行動としてのみならず、観光・地域振興に発展する事例が目立ち始めた。マスマディアにも取り上げられるようになって広がっていくとともに、政策文書や学術的著作によって「コンテンツツーリズム」に含まれるものとして位置づけられ、現在に至っている。

アニメ聖地巡礼の誕生については、筆者自身が研究を開始する際に下記のように位置付けて論じた。二〇〇八年当時に行われていた「情報通信技術を活用したアニメ聖地巡礼」であり、「アニメ聖地巡

礼」という言葉の使用が認められる初期の時期として、『美少女戦士セーラームーン』『究極超人あゝる』『天地無用! 魍皇鬼』を挙げた(岡本二〇〇九c)。また、名称こそ異なるものの『炎の蜃気楼』のミラージュツアア^⑤もその初源的な形であろうことを指摘した(岡本二〇〇九c)。ただ、すでに先行研究でも指摘のあるように、それ以前にもアニメ作品の舞台になった場所を訪ねる行為そのものはあったし、アニメ以外のメディア・コンテンツを対象を広げれば、その起源をよりさかのぼることができよう。

ここでは、アニメというコンテンツに絞って、「情報通信機器の利用」や「アニメ聖地巡礼」という名称と呼ばれていたか」に限らず、その起源をさかのぼって記していきたい。また、その際、「ファンによる同人的行動」であるかは問わない。

六・三 本論文で扱うデータ

本邦において、アニメツーリズムに関する全体的なデータの整備はなかなかなされてこなかった。より上位の概念であるコンテンツツーリズムに関しても同様で、現在でも、大規模かつ詳細なデータの収集、分析、考察が求められている。

アニメツーリズムに関しては、以下の白書が出版されている。一般社団法人アニメツーリズム協会によって二〇一八年から年に一度『アニメツーリズム白書』が刊行された。また、二〇二一年には特定非営利活動法人マイエリアによって『アニメ聖地データ白書 2020年版』が刊行された。本白書は、本邦初のアニメ聖地に関

七・一 一九六八年から二〇二〇年までの概要

する網羅的なデータを収録した白書であると言える。作品名、カテゴリ（テレビアニメ、OVA、劇場アニメ、Webアニメ）、放送開始年、聖地の地点データなどを元に書かれたものである。

本論文では、この『アニメ聖地データ白書2020年版』を発行した特定非営利法人 マイエリア データ事業部からデータの提供を受け、アニメ聖地作品の数の推移を把握する。

データの概況について整理しておく。本データは、一九六八年から二〇二〇年までに制作されたアニメ作品の数、および、聖地のある作品をカウントしている。白書として発行された『アニメ聖地データ白書2020年版』の発行日は二〇二一年六月三〇日だが、今回分析するデータは二〇二一年八月二十一日版であり、登録データ数は白書版より多いバージョンになっている。過去の作品についても、新たに判明したものが追加されており、白書に示されている数とは微妙に異なっている点に注意されたい。データ版に収録された期間中の総作品数は七五六八作品であり、聖地作品数は一二九六作品である。このデータを用いてアニメ聖地作品の数の推移を把握するとともに、関連する出来事について各種テキスト資料から得られた情報を位置づけていく。

本論文では、こうした方法を用いることによって、「アニメ聖地巡礼」および「コンテンツツウリズム」のコンテンツ文化史的な位置づけを明らかにし、今後のアニメ聖地巡礼、コンテンツツウリズム研究の参照点の構築をめざす。

七 アニメ聖地作品数の増減

「アニメ聖地データベース」^⑩に収録されたデータを用いて、アニメ聖地の数の推移について整理する。用いるデータの期間は、一九六八年から二〇二〇年の五三年間とする。「アニメの総作品数」「聖地のある作品数」「聖地割合」の各年の数値は本文末に表を掲載した(表一)。また、それを年ごとにグラフ化したものを図四から図八として、本文末に掲載した。

まず、増減の概要を示す。「アニメの総作品数」および「聖地のある作品数」を年代ごとにとまとめ、その推移を見ていく。

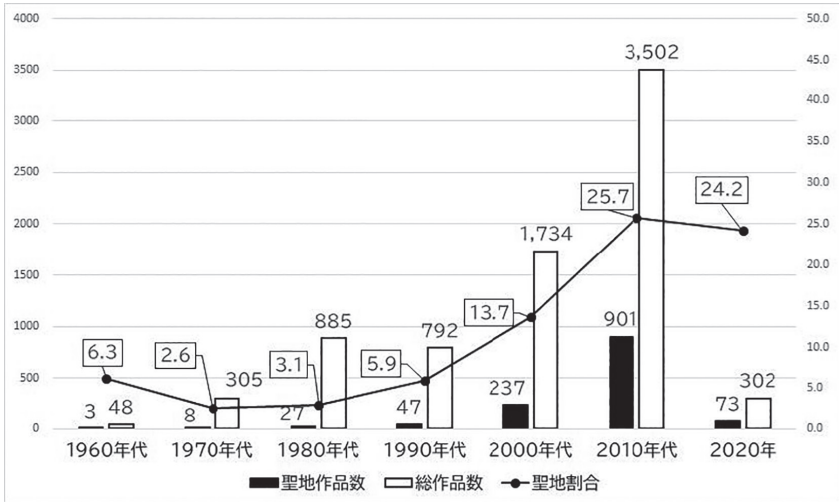
「アニメの総作品数」の年代ごとの推移は以下の通りである。六〇年代は四八作品、七〇年代は三〇五作品、八〇年代は八八五作品、九〇年代は七九二作品、〇〇年代は一七三四作品、一〇年代は三五〇二作品、二〇二〇年は一年間で三〇二作品だ。

その中で作中に現実の場所が登場する「聖地のある作品数」の年代ごとの推移は以下の通りである。六〇年代は三作品、七〇年代は八作品、八〇年代は二七作品、九〇年代は四七作品、〇〇年代は二三七作品、一〇年代は九〇一作品、二〇二〇年は一年間で七三作品だ。

これらの「アニメの総作品数」および「聖地のある作品数」の年代ごとの推移をグラフ化したものが図三の棒グラフである。白い棒グラフが「アニメの総作品数」で、黒い棒グラフが「聖地のある作品数」の数を指している。

「アニメの総作品数」については、七〇年代から八〇年代まで増加を続け、九〇年代に約九〇作品減少するも、その後、〇〇年代、

図三



一〇年代と急増している。六〇年代に該当するのは一九六八年と六九年、二〇年代に該当するのは二〇二〇年のみであり、他の年代とは期間が異なるため、現時点では増減を判断することができない。したがって、ここでは七〇年代から一〇年代の数値を扱う。

「聖地のある作品数」については、七〇年代から一〇年代まで継続して増加を続けている。特に九〇年代から〇〇年代にかけて一九〇増加し、〇〇年代から一〇年代にかけて六六四増加しており、〇〇年代、一〇年代を通して聖地のある作品数が急増していることが分かる。

「アニメの総作品数」および「聖地のある作品数」の年代別推移を確認した。しかし、これでは聖地のあるアニメ作品の数が増加していることはわかるが、アニメ作品全体の中ほどの程度を占めているのが分からない。それを明らかにするために、「アニメの総作品数」の中の「聖地のある作品数」の割合を算出し、その推移を整理した。一九六〇年代は六・三％、七〇年代は二・六％、八〇年代は三・一％、九〇年代は五・九％、〇〇年代は一三・七％、一〇年代は二五・七％、二〇年代は二四・二％である。これらをグラフ化したものが図三の折れ線グラフだ。

これを見ると、一九六〇年代から一九七〇年代に数値が減少し、その後、一九八〇年代から一九九〇年代を経て、二〇〇〇年代、二〇一〇年代にかけて急増し、二〇二〇年は割合を少し減らしている。

ここでもやはり、一九六〇年代と二〇二〇年については、サンプル数が少ないため、参考値とするのが妥当であろうが、六〇年代の割合が一桁台で、二〇年の割合が二割以上となっており、分析期間

の初期の数値と最後の数値を見ると、五〇年あまりの期間で数値がいかに変化したかを確認することができる。

割合の推移をみると、九〇年代から〇〇年代に七・八ポイント、〇〇年代から一〇年代に十二・〇ポイント増加している点が目立つ。この傾向は、数の推移からも読み取れたものではあるが、「アニメの総作品数」そのものの増加も著しかったため、「聖地のある作品数」の割合の増加がわかりづらかった。こうしてみると、九〇年代から一〇年代まで、「聖地のある作品数」の割合は安定的に増加し、合計すると二〇ポイント近く増えたことになる。

さらに、同様の観点で数の推移と割合の推移を比較すると、八〇年代から九〇年代に割合が増加していることがわかる。「聖地のある作品数」の推移をみると、七〇年代は八作品、八〇年代は二七作品、九〇年代は四七作品と、約二十作品ずつ増加しているが、割合の推移をみると様相が異なっている。七〇年代から八〇年代は〇・五ポイントの増加だが、八〇年代から九〇年代は二・八ポイントの増加となっており、八〇年代から九〇年代の増加率が大きくなっているのがわかる。

これで、おおまかな数の推移をとらえることができた。次に、一〇年単位でそれぞれの期間について詳細に見ていくとともに、その期間に制作、公開された作品やアニメ聖地巡礼に関する情報、その他メディアでの展開なども含めて整理していく。

七・二 一九六〇年代のアニメ聖地作品とその周辺

このデータに収録されている聖地データの最も古い作品は、一九六八年の『巨人の星』である。『巨人の星』は野球を扱ったスポーツマンガである。聖地数は三か所であり、その内訳は、東京都二か所、兵庫県一か所である。この年の総作品数は一八作品である。翌年の一九六九年には『サザエさん』と『タイガーマスク』の二作品が取り上げられている。『サザエさん』は磯野家の生活を描写したもので、『タイガーマスク』はプロレスマンガである。この年の総作品数は三〇作品だった。

『アニメ聖地データ白書 2020年版』において、初期期のデータは一九六八年だが、アニメ聖地巡礼プロデューサーの柿崎俊道氏は劇場用アニメーション『安寿と厨子王丸』（一九六一）が、アニメ聖地のある最初の作品である可能性を考えている¹¹。柿崎氏によると、二〇一九年に開催された高畑勲展において、本作の制作時に東北地方にロケハンに行った旨の記述を認めたという。柿崎氏は、高畑勲氏が本作に演出助手として参加し、演出家としての原点となったと指摘し、その後、高畑氏は『アルプスの少女ハイジ』（一九七四年）で総合演出を務めることになり、スイスにロケハンに行っていることから、その関連性を推測している。

日本のアニメ史における連続テレビアニメの嚆矢は『鉄腕アトム』だと言われている（津堅二〇〇四）。手塚治虫氏によるマンガ『鉄腕アトム』を原作としており、虫プロダクションによって制作された。フジテレビ系列で一九六三年一月一日から一九六六年十二月三十一日まで放送された。

今回得られたデータによると、テレビアニメ作品において聖地が確認された最初の作品は一九六八年の『巨人の星』であり、場所は

東京都と兵庫県であった。また、一九六一年に公開された劇場用アニメーション『安寿と厨子王丸』においても東北地方へのロケハンがなされていた可能性があった。これらの作品に関して実際に視聴者が聖地巡礼をしていたかは確認できなかったが、少なくともアニメ聖地巡礼が行われる可能性のあるアニメ作品が一九六〇年代にはすでに放映、放送されていたことが明らかになった。

また、高畑氏が演出助手で参加した『安寿と厨子王丸』でロケハン経験を積み、それが後に総合演出を務めた『アルプスの少女ハイジ』制作時に活かされている可能性も示唆された。

七・三 一九七〇年代のアニメ聖地作品とその周辺

一九七〇年代の聖地アニメ作品としては下記ものが挙げられている。『あしたのジョー』（一九七〇年）、『ど根性ガエル』（一九七二年）、『エースをねらえ！』『空手バカ一代』（一九七三年）、『大空魔竜ガイキング』（一九七六年）、『無敵超人ザンボット3』、『ルパン三世（第2シリーズ）』（一九七七年）、『ドラえもん（テレビ朝日版第1期）』（一九七九年）である。これらはすべてテレビアニメ作品だ。『あしたのジョー』はボクシング、『エースをねらえ！』はテニス、そして、『空手バカ一代』は空手を扱ったアニメ作品だ。『ど根性ガエル』は、少年のシャツにはりついたカエルと少年とのかわりが描かれる。『ドラえもん』は、未来からやってきたロボットと少年とのかわりが描かれた。いずれも、現実的ではない設定はあるものの、『サザエさん』同様、現実の東京都をモデルにした場所が舞

台になっている。『大空魔竜ガイキング』および『無敵超人ザンボット3』は巨大ロボットアニメ^⑤である。

一九七〇年代に入ると、これまでの生活もの、スポーツもののみならず、巨大ロボットものやSF、アクションものなどにも聖地のある作品が登場し始めた。

また、一九七四年一月六日から十二月二十九日には、『アルプスの少女ハイジ』が放送された。本作の原作はスイスの作家ヨハンナ・スピリの小説作品であり、現地でロケハンを行った（ちば二〇一七、ちば・川島二〇二二）。『アルプスの少女ハイジ』は、観光につながった事例としても有名である。アニメ聖地巡礼、コンテンツツーリズムにおける『アルプスの少女ハイジ』の果たした役割については、大石（二〇一一、二〇二〇）や、山村（二〇一九、二〇二一、二〇二二）などで論じられている。

『アルプスの少女ハイジ』の重要性と、それ以前に『安寿と厨子王丸』および実現しなかった『長靴下のピッピ』における、高畑氏のロケハン体験が、その後のアニメ業界におけるロケハン文化構築に大きな影響を与えていることが推測できる。アニメ聖地巡礼やコンテンツツーリズムを研究する際に、元となったコンテンツのクリエイターをはじめとしたコンテンツプロデューサーが手掛けてきた仕事やキャリアに注目する見方は、アニメ聖地巡礼、コンテンツツーリズムの歴史的研究において、重要な視点となることが確認できた。

七・四 一九八〇年代のアニメ聖地作品とその周辺

一九八〇年代の特徴の一つは、これまで「アニメ聖地作品」はテレビアニメしかリストアップされていなかったところに、「劇場アニメ」と「OVA」が登場することである。また、アニメ聖地作品が無い年はなくなった。

一九八〇年代の各年に放送された作品は以下の通りである。一九八〇年『おじゃまんが山田くん』。一九八一年『うる星やつら』『ジャリン子チエ』。一九八二年『さすがの猿飛』。一九八三年『キャッツ・アイ』『キャプテン』『キャプテン翼』『キン肉マン』『魔法の天使クリイミーマミ』と初めて五件を超える。また、アニメ制作本数も年間一〇〇本を超えた。一九八四年は『キン肉マン 大暴れ!正義超人』一件のみだが、劇場アニメとして初めてアニメ聖地作品としてカウントされた。一九八五年は『タッチ』(テレビアニメ)、『プロゴルファー猿』(テレビアニメ)、『メガゾーン23』(OVA)。一九八六年は、『銀牙ー流れ星銀ー』(テレビアニメ)、『県立地球防衛軍』(OVA)、『火の鳥鳳凰編』(劇場アニメ)、『メガゾーン23 PART II 秘密く・だ・さ・る』(OVA)、『めぞん一刻』(テレビアニメ)。一九八七年は『シティーハンター』(テレビアニメ)。一九八八年は、『美味しんぼ』(テレビアニメ)、『機動警察パトレイバー』(OVA)、『となりのトトロ』(劇場アニメ)、『火垂るの墓』(劇場アニメ)、『鎧伝サムライトルーパー』(テレビアニメ)。一九八九年は、『機動警察パトレイバー the Movie』(劇場アニメ)、『ミラクルジャイアンツ童夢くん』(テレビアニメ)、『らんま1/2』(テレビアニメ)。

一九八〇年代は、『機動警察パトレイバー』が登場した。『機動警察パトレイバー』は警察に配備された二足歩行ロボットを運用する

警視庁警備部特車二課の課員を中心とした群像劇である。

本作はマンガ版をゆうきまさみ氏が担当しており、氏はその前に『究極超人あゝる』を著していた。『究極超人あゝる』は、その後OVA化され、ファンによるアニメ聖地巡礼が実施されることにつながっていく。『究極超人あゝる』は、すでに述べた通り、二〇〇〇年代に盛んになされていくアニメ聖地巡礼に連なる行動の先駆的な事例であった。『究極超人あゝる』の聖地の一つである長野県の田切駅前には、二〇一八年七月二十八日付で「アニメ聖地巡礼発祥の地」の石碑が建てられることになった。

一方で、『機動警察パトレイバー』は、押井守氏によって、劇場版としてもアニメが複数制作され、『機動警察パトレイバー the Movie2』では、綿密なロケハンが行われ、東京の風景が詳細に描かれるにいった¹⁰⁾。さらに、押井守氏は『THE NEXT GENERATIONーパトレイバー』として実写映画を手掛ける。二〇一四年から二〇一五年にかけて劇場公開された本作の連作シリーズの中の二編「大怪獣現わる」(前編)後編は現実の熱海を舞台にしている。内容面でも、熱海に怪獣が出現したという報を受け、主人公たちが出動するが、そのこと自体が観光資源となり、熱海に観光客が押し寄せる描写がある。コンテンツツーリズム的な観光をメタ的に描いていると言える。また、本作の撮影のために作られた巨大ロボット「イングラム」のモデルは、通常は動かすことが困難な巨大ロボット立像だが、キャリアに乗せて移動することが可能であるため全国各地に出張し、作中には登場しない場所も聖地化することとなった(岡本二〇一九c:178-180、山村玲央二〇二一)。

ゆうきまさみ氏、押井守氏は、それぞれにコンテンツツーリズムにおいて重要な役割を果たしたアクターであることが明らかになった。つまり、クリエイターと作品のかかわり、そして、作品に集うクリエイターのその後のキャリアや作品を、メディア越境的に追いかけることによって、コンテンツツーリズム史において、各コンテンツプロデューサーがどのような役割を担ったのかを明らかにできることがわかった。

七・五 一九九〇年代のアニメ聖地作品とその周辺

一九九〇年代は、アニメ聖地作品数が少しずつ増えてくる。作品数が最も多いのは一九九九年であり一〇本(八・〇%)となる。聖地作品の数が二桁になるのはこの年が初めてである。割合として最も多いのは一九九二年と一九九六年で、いずれも八・六%(六作品)であった。次に、年毎に作品タイトルを見ていく。

一九九〇年は、『アイドル天使ようこそようこ』(テレビアニメ)『ちびまる子ちゃん』(テレビアニメ)。一九九一年には『おもひでぼろぼろ』(劇場アニメ)、『おれは直角』(テレビアニメ)、『究極超人あゝる』(OVA)。一九九二年は、『クレヨンしんちゃん』(テレビアニメ)、『天地無用! 魍皇鬼』(OVA)、『美少女戦士セーラームーン』(テレビアニメ)。一九九三年は、『海がきこえる』(テレビアニメ)、『機動警察パトレイバー2 the Movie』(劇場版)、『SLAM DUNK』(テレビアニメ)。一九九四年は、『平成狸合戦ぽんぽこ』。一九九五年は、『新世紀エヴァンゲリオン』(テレビアニメ)、『耳をすませば』

(劇場アニメ)。一九九六年は、『こちら葛飾区亀有公園前派出所』(テレビアニメ)、『名探偵コナン』(テレビアニメ)。一九九七年は、『ものけ姫』(劇場アニメ)。一九九八年は、『頭文字D』(テレビアニメ)、『カードキャプターさくら』(テレビアニメ)、『彼氏彼女の事情』(テレビアニメ)。一九九九年は、『おジャ魔女どれみ』(テレビアニメ)、『デジモンアドベンチャー』(テレビアニメ)、『デジモンアドベンチャー(劇場版)』(劇場アニメ) などがある。

前述した『機動警察パトレイバー』の劇場版二作目が一九九三年に公開されている。また、同年に放送されたテレビアニメ『SLAM DUNK』は、数多くの海外からのアニメ聖地巡礼者が訪れた。鎌倉高校前の江ノ電の踏切は中国・台湾を中心にアジア圏から人々が訪れた。『SLAM DUNK』は、井上雄彦による漫画作品で一九九〇年から一九九六年まで『週刊少年ジャンプ』で連載された。二〇〇六年に文化庁が実施した文化庁メディア芸術祭「日本のメディア芸術100選」のマンガ部門で一位となった。現在、二〇二二年二月三日に映画『THE FIRST SLAM DUNK』の公開が予定されている。また、一九九五年には『新世紀エヴァンゲリオン』が放送された。本作は巨大ロボットアニメに分類される作品だが、箱根を舞台にしており、聖地巡礼が行われた。

ここで、この時期に起こった他メディアでの聖地巡礼的、コンテンツツーリズム的な展開がなされた作品を取り上げておきたい。チュンソフトから発売されたスーパーファミコン用ソフト『かまいたちの夜』である。

『かまいたちの夜』は、テキストベースのミステリーアドベンチャーゲームである。『スーパーファミコンパーフェクトカタログ』

(前田 二〇一九:144)によると、一九九四年十一月二十五日に発売され、定価は一〇、八〇〇円であった。本書では、『かまいたちの夜』の作品内容は次のように説明されている。

我孫子武丸をシナリオに迎えて制作されたサウンドノベル。「こんや、12じ、だれかがしぬ」をキヤッチコピーに、ガールフレンドと共に冬のペンションへ訪れた青年を中心とした物語が描かれる。殺人事件を解明する「ミステリー篇」のほか「スパイ篇」「悪霊篇」など多彩なシナリオを収録。シナリオクリアするたび話が広がる構成から人気を集め、サウンドノベルを一ジャンルとして定着させた。(前田二〇一九:144)

さらに、スーパーファミコン用ソフト『かまいたちの夜』のパッケージに同封されている「取り扱い説明書」の二ページ目にある「ごあいさつ」では、本作が次のように説明されている。

ごあいさつ

このたびは、スーパーファミコン用ソフト「かまいたちの夜」をお買いあげいただき、まことにありがとうございます。

本ソフトは、チュンソフトが独自の視点から提案したジャンル、サウンドノベルの第2弾です。前作「弟切草」と同様、音の付いた小説を、テレビ画面を通して楽しむことができます。ソフトです。今作品は、さらに数々の新技術や斬新な試みを盛り込んで完成させたもので、きつと皆様に御満足いただける仕上りになったと自負しております。

ご使用に際しましては、プレイする前にこの「取扱説明書」をよくお読みいただき、正しい使用法でご利用ください。なお、この「取扱説明書」は大切に保管してください。(取扱説明書:1)

『かまいたちの夜』は、アドベンチャーゲームであり、テキストが画面に表示されていき、プレイヤーはそれらを読みながら、時折登場する選択肢を選んで話を進めていく。テキストの背後にはストーリーのイメージを示す風景のグラフィックや人影が表示される。効果音や音楽も挿入され、まさに「サウンドノベル」と呼ぶべき作品となっている。また、『弟切草』という前作が存在し、二作目の『かまいたちの夜』もヒットしたことがうかがえる。

一九九五年に発売された『公式ファンブック かまいたちの夜』(チュンソフト一九九五)には、五〇ページから五六ページにかけて、合計七ページにわたって作品の舞台となった白馬村のスキー場や自然、観光資源、名産、マップなどとともに、物語の舞台であるペンション「シュプール」のモデルであるペンション「クヌルプ」が紹介されている^[8]。

スーパーファミコン版『かまいたちの夜』は、その後、一九九四年十二月三日にソニーから発売されたゲームハード「プレイステーション」でリメイク版が出された。ハードの発売から四年後の一九九八年十二月三日に発売された『サウンドノベルエポリューション2 かまいたちの夜 特別編』である。『プレイステーションパーフェクトカタログ 上巻』(前田二〇二一)では本作のことが以下のように紹介されている。「スーパーファミコンの人気サウン

ドノベルをリメイク。フローチャート機能や、エンディングリストが搭載され遊びやすくなり、新シナリオも追加された。」(前田二〇二一：198)。

本作に合わせて発売された『公式ファンブック 改訂版 かまいたちの夜 特別篇』(チュンソフト一九九八年)では、四八ページから五五ページにかけて、合計八ページにわたって白馬村や「クヌルプ」の記事が掲載されている。前半の六ページは、前述した『公式ファンブック かまいたちの夜』とほとんど変わらない¹⁵⁾。残りの二ページは、前回もあった『ペンションクヌルプ通信』がポリューム的にも一ページ増え、内容も二ページにわたって大きく改訂されたものである。その中で、約一ページにわたって、「クヌルプ」を訪れたファンに関する記述がある。以下に、その記述内容を引用する。

「クヌルプ」オーナーが語る「ペンションを訪れた『かまいたち』な人たち」

SFの版「かまいたちの夜」発売後、「クヌルプ」にやってきたファンたちのユニークなエピソードを、オーナーに教えてもらったぞ！

「クヌルプ」の名の由来は、ヘルマン・ヘッセの作品に登場する放浪の芸術家からとられたという

役になりきって、「かまいたち」実写版をペンションで撮影!?

スーパーファミコン版の「かまいたちの夜」が発売されたのは、今から約四年前のこと。それ以来、ゲームで遊んだ人たちが、全国から続々とやってくるようになり、その中には、なかなかユニークな人たちもいたらしい。

「夜中にダイニングの明かりがついていたので、何かなと思っ
てのぞいてみると、コートを着た田中さんらしき人が、ゲームと同じ位置に座っているんですよ(笑)。話を聞いてみたら、高校の演劇部の方たちで、オリジナルの脚本を持ってきて、実写版「かまいたちの夜」をビデオで撮っていたんですね。猫のぬいぐるみを着て、廊下を走っている人もいて(笑)、そういう不思議な光景でしたよ」

また、ゲームの舞台とは知らずに、偶然、遊びにきて……という人もいたそうだ。

「あらかじめ知っていたらそうでもないと思うのですが、いきなりゲームと同じ舞台に放りこまれて興奮したんでしょうね。ここで誰が死んだとか、あそこで殺されたとかいう話を大声で仲間にしていて。ゲームを知らないお客様が聞いたら、本当にそんな事件があったの?と思われそうで、ちょっと困ったなあと(笑)」

他にも、ゲームの、ある登場人物が殺された部屋はどうしてもイヤだと言って、替えてもらった人などなど、全国各地から、いろんな人が訪れるようになったそうだ。

「やはり宿泊客の幅が広がりましたね。ゲームを遊ばれた中で、最も遠い方は、オーストラリアからやってきた方がいまし

た。逆に、すぐ近くの民宿の娘さんがわざわざ泊まりに来たこともありましたね(笑)」「(チュンソフト 一九九八・54)

二〇〇二年に発売された『かまいたちの夜 完全攻略本』(チュンソフト二〇〇二)には、その一〇ページから一四ページにかけて「かまいたちの夜」8年目の再訪」と題されたページがある。その中に、ゲームのファンがクヌルプを訪れたことに関する記述がある。本書一ページには、「ゲームが発売されてから8年の歳月が流れたが、その間にペンションを訪れた人は、なんと約1万1千人にも上るといふのだ。」という記述があり、また、一四ページの対談の中にも「じつはペンションに泊まった人にアンケートをお願いしていて、その中に、クヌルプを知った理由について聞いているんですよ。その結果をお話ししますと、ゲーム発売後の8年間で、のべ約3万泊ほどペンションの利用客がいたのですが、そのうちの約1万泊が『かまいたちの夜』を遊んだのがきっかけという人だったんです。」「とくに、発売の翌々年がいちばん多くて、トータルで約4500泊お客さまがいたのですが、そのうち約2000泊がゲームを遊んでという人でした。」といった記述がある。

さらに、『かまいたちの夜 完全攻略本』(チュンソフト二〇〇二)の二二ページから二五ページにかけて、テレビドラマ『かまいたちの夜』について紹介されている。これによると、ドラマ版は主演が藤原竜也氏、内山理名氏で、単発の2時間ドラマとして、二〇〇二年七月三日の水曜日に「BS系で放送された。その物語内容は、下記である。ゲーム『かまいたちの夜』のファンサイトのオフ会として、舞台となったペンション「クヌルプ」に泊まり、ゲーム『かまいた

ちの夜』を再現する映像作品を撮影しようとする。ところが、ペンションがうまく予約できず、急遽山奥のペンション「シユパール」に泊まることになってしまい、そこで殺人事件が起こってしまう…。ドラマのストーリーは、インターネットの掲示板で知り合った『かまいたちの夜』ファンが作品の舞台になった場所に集って二次創作的な映像作品を撮影しようとするものである。これは、前述した、ペンション「クヌルプ」で現実にファンによって行われたことをモチーフにしていると考えられる。

つまり、二〇〇〇年代後半にファンによって盛んにアニメ聖地巡礼が行われ、それをきっかけに地域側がロケ地となっていることに気づき、観光・地域振興に発展して、それによってコンテンツプロデューサーサイドも協働して地域と各種メディアのメディアミックス展開が駆動する流れが、ゲームというメディアのコンテンツが作り出す虚構空間をめぐって、規模的には「一つのペンション」と小さくはあるものの、すでに起こっていたのである。ゲーム『かまいたちの夜』によって作られた虚構空間を元に、現実空間上に集い、そこで創作を行う「ロケ創作観光」(岡本二〇一三)的な行動が見られたのだ。

アニメに限定して、その動向だけを追うのではなく、周辺メディアの動向にも目を配ることで、類似の行動が見つかったり、相違点が浮き彫りになったりする。クリエイターを含めたコンテンツプロデューサーは、常に様々なコンテンツを研究し、創作や企画に活かしている。それゆえ、一見文脈としてつながりがなさそうなメディア・コンテンツについても資料を収集し、研究の週上にあげていくことが求められるだろう。

七・六 二〇〇〇年代のアニメ聖地作品とその周辺

二〇〇〇年代はアニメ聖地作品の数が割合が引き続き増加している。作品の数も割合も二〇〇九年が最大となり、四九本(二〇・〇%)である。特に二〇〇六年から二〇〇七年の増え方が大きく、数にして一七作品、割合にして七・六%増加している。

次に、年毎に作品タイトルを列挙する。二〇〇〇年は、『学校の怪談』(テレビアニメ)、『サクラ大戦』(テレビアニメ)、『BRIGADOON まりんとメラン』(テレビアニメ)、『ラブひな』(テレビアニメ)などがある。二〇〇一年は、『千と千尋の神隠し』(劇場アニメ)、『地球少女アルジュナ』(テレビアニメ)、『テニスの王子様』(テレビアニメ)、『ヒカルの碁』(テレビアニメ)などがある。二〇〇二年は、『朝霧の巫女』(テレビアニメ)、『おねがい☆ティーチャー』(テレビアニメ)、『WXIII 機動警察パトレイバー』(劇場)、『最終兵器彼女』(テレビアニメ)、『フルメタル・パニック!』(テレビアニメ)、『ラーゼフォン』(テレビアニメ)などがある。二〇〇三年は、『おねがい☆ツインズ』(テレビアニメ)、『フルメタル・パニック? ふもっふ』(テレビアニメ)、『MUNTO』(OVA)、『名探偵コナン 迷宮の十字路』(劇場アニメ)などがある。二〇〇四年は、『うたかた』(テレビアニメ)、『エルフェンリート』(テレビアニメ)、『北へ。〜Diamond Dust Drops〜』(テレビアニメ)、『雲のむこう、約束の場所』(劇場アニメ)などがある。二〇〇五年は、『イリヤの空』(UFO 夏)、『AIR』(テレビアニメ)、『かみちゅ!』(テ

レビアニメ)、『はちみつとクローバー』(テレビアニメ)などがある。

「コンテンツツーリズム」という語は、二〇〇五年に政策文書に書き記されたものだ。国土交通省総合政策局観光地域振興課、経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課、文化庁文化部芸術文化課の連名で発表された平成十六年度国土施策創発調査「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」報告書の第三章「地域に関わる映像等コンテンツの活用による地域振興のあり方」の一節「広がるコンテンツツーリズム」の一項「コンテンツツーリズム」とは「で、下記のように説明された。

「観光立国行動計画」を通じて、「観光立国」「地域」「観光」の取組が推進される中で、地域の魅力あるコンテンツの効果的な活用が目ざされている。これまでもNHK大河ドラマを始めとして、映画・ドラマの舞台を観光資源として活用しようとする取組は多かったが、最近になって、「ラブレター」「冬のソナタ」「世界の中心で、愛をさけぶ」などの話題作が登場する中で、改めてその可能性が目ざされている。また、映画をテーマにしたテーマパーク(ユニバーサルスタジオ)、アニメを活かした街作りなどの例にみられるように、集客要素としてのコンテンツの活用は、現実の世界を対象とした映画・ドラマにとどまらず、まんが・アニメ・ゲームも含めて拡大している。

ここでは、このような地域に関わるコンテンツ(映画、テレビドラマ、小説、まんが、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を「コンテンツツーリズム」と呼ぶことにしたい。

コンテンツツーリズムの根幹は、地域に「コンテンツを通し
て醸成された地域固有の雰囲気・イメージ」としての「物語性」
「テーマ性」を付加し、その物語性を観光資源として活用する
ことである。

例えば、「ラブレター」「世界の中心で、愛をさけぶ」「冬の
ソナタ」などは、あるコンテンツ（作品）のファンが、コンテン
ツ（作品）の世界とそのコンテンツ（作品）の舞台となる地
域の雰囲気・イメージを追体験しようと地域を訪れる例である。
この場合、訪れる先は、名所・旧跡、ランドマークなど、一般
にいわれる「観光名所」には限られない。例えば、「世界の中心
で、愛をさけぶ」の高松空港のように、「小説の舞台になった」
「映画のシーンに登場した」などの物語性が付加されることに
よって、一時的にせよ多数の観光客が訪れた例もある。

また、アニメを活用したまちづくりを展開している境港市（水
木しげるロード、水木しげる記念館）、石巻市（石ノ森章太郎
萬画館、石ノ森章太郎のキャラクターを活かした駅舎、マンガ
ロード、マンガタンライナー）、高知県（アンパンマンコミュ
ニティ、アンパンマン号、ごめん・なはり線沿線）などはアニメ
が醸し出すテーマ性豊かな空間を創出したことよって、観
光に取組む事例である。

コンテンツの観光資源としての活かし方は、各地域で、コン
テンツに関する展示施設の整備、コンテンツの活用に関する景
観の保全・形成、コンテンツを楽しむための演出、コンテンツ

を活かした特産品開発・ブランド形成、情報発信、人材育成等、
様々な取組が展開されている。（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…49）

ここで、確認しておきたいのは、この段階で想定している具体例
である。「コンテンツツーリズム」の「地域に関わるコンテンツ」
の後の括弧書きの中に「アニメ」の文字はない。アニメを活用した
まちづくりとして挙げられている例をみても、アニメの舞台ではな
く、いずれも原作者とかかわりのある地域の取り組みである。

しかし、この後で見えていくように、コンテンツツーリズムへの政
策的支援の中には、アニメのロケ地をめぐることに対する支援が明
記され、実際に『ガールズ&パンツァー』の舞台となった茨城県大
洗町の取り組みが表彰されるにいたる。これは、二〇〇〇年代後半
に登場する『らき☆すた』などの観光・地域振興事例が、様々なメ
ディアに取り上げられ、人々に知られていく中で、政策として取り
入れられていったと考えられる。

二〇一二年三月三〇日に閣議決定された「観光立国基本計画」の
中に、コンテンツツーリズムが盛り込まれた。「(五) 新たな観光旅
行の分野の開拓」の中の「② 各ニューツーリズムの推進」にア
キまでの項目があるのだが、そのなかに「キファッシュン・食・
映画・アニメ・山林・花等を観光資源としたニューツーリズムの推進」
がある。二〇〇五年の段階では、あまり押し出されていなかった「ア
ニメ」が、ファッション、食、映画、山林、花に並んで明記されて
いる。項目そのものが「その他事項」的なものとはいえず、映画と並
んで明記されている点に扱いの違いを見て取ることができる。具体

的な記述としても「アニメについては、作品の舞台となった地域への訪問など、参加者に対して周辺観光を促す地域の取組みを支援する」とあり、アニメの舞台を巡る聖地巡礼を支援する方向性になっている。

さらに、二〇一八年三月六日の「文化芸術推進基本計画」の中にも複数個所でアニメ聖地巡礼、コンテンツツーリズムに関する記述がみられる。たとえば、三二ページには「アニメやマンガの舞台となった場所を観光客等が訪れるメディア芸術ツアーにつながるようなコンテンツの創作支援の促進を図るなど、観光振興や地方創生に貢献する取組を推進する」とある。ここで注目したいのは、観光振興や地方創生の取組そのものではなく、その元となるコンテンツの創作支援に重きを置かれている点だ。とはいえ、そのコンテンツの修飾語句として「アニメやマンガの舞台となった場所を観光客等が訪れるメディア芸術ツアーにつながるような」と明記してあることから、アニメ聖地巡礼の影響は明らかであろう。すなわち、二〇〇年代後半を通じて発表されたアニメ作品およびそれにかかわる旅行行動や観光振興の実践が、国の政策の方向性に影響を与えていることが見て取れる。

二〇〇六年以降の作品タイトルを列挙していく。二〇〇六年には、『N.H.K. ようこそ』（テレビ）、『Kanon（京アニ版）』（テレビ）、『ゼーガペイン』（テレビ）、『時をかける少女』（劇場）、『ひぐらしのなく頃に』（テレビ）、『Fate / stay night』（テレビ）、などがある。二〇〇七年『CLANNAD』（テレビ）、『ひだまりスケッチ』（テレビ）、『秒速5センチメートル』（劇場）、『らき☆すた』（テレビ）などがある。二〇〇八年には、『かんざき』（テレビ）、『とある魔術の禁書

目録』（テレビ）、『True tears』（テレビ）、『図書館戦争』（テレビ）、『夏目友人帳』（テレビ）などがある。二〇〇九年には、『けいおん』（テレビ）、『咲-Saki-』（テレビ）、『サマーウォーズ』（劇場）、『とある科学の超電磁砲』（テレビ）などがある。

二〇〇〇年代を通じて、アニメ聖地巡礼は特にアニメファンの間では認知度が高まっていった。それを傍証する資料として、二〇〇九年に発売された『現代オタク用語の基礎知識』（藤原二〇〇九）と『オタク語事典2《第一版》』（金田一二〇〇九）の記述を示しておく。

まずは「現代オタク用語の基礎知識」の「聖地巡礼【せいちじゅんれい】」の項目を引用する。

アニメや漫画の舞台となった地を実際に訪問したり、思いを馳せたりすること。宗教的な背景はない。『新世紀エヴァンゲリオン』における箱根、『涼宮ハルヒの憂鬱』における兵庫県西宮市、『らき☆すた』（→P104）における埼玉県春日部市・鷲宮町、鷲宮神社¹⁶などが有名。鷲宮神社では、絵馬に『らき☆すた』のイラストを描き、コスプレ姿で参拝するファンの姿がマスコミで報じられたこともある。地元の商工会はオリジナルグッズを作ったり、声優を絡めたイベントを行ったりしたほか『らき☆すた』の登場人物である柊家を架空の住所に住民登録を行い、町おこしにつなげている。

また、『True tears』は富山県内の制作会社が制作し、富山が舞台になっていたが、当初は地元で地上波テレビ局では放送されなかった。地元メディアで当該アニメの特集が組まれるよ

うになり、県議会議員の働きかけもあって、遅れて放映されることになった。(藤原二〇〇九:71)

次に、『オタク語事典2《第一版》』の「聖地」の項目を引用する。

オタク界隈では、アニメーション作品やゲームの舞台、あるいはそのモデルとなった場所、土地を指す。

本来は宗教用語で、ある宗教ないしは宗派における総本山や開祖らにまつわる重要な地を指している言葉である。それに絡めて、こうした土地を訪れることを「聖地巡礼」、「巡礼」と呼ぶようになった。

作品に現実の地名が使用されることは少なく、背景画や特徴的な建造物、作者の出身地など数少ない手がかりからモデルとなった場所を割り出すのも、ファンにとっては楽しみのひとつとなっている。インターネットによる情報検索、情報交換が容易になったことで、放映翌日には該当地が割り出されていることも多い。

最近ではこれらの現象を逆手にとり、町興しに利用する自治体も見られるようになってきた。例えば『らき☆すた』では、鷲宮神社をモデルにした神社が登場したことで、放映された年の年末年始は参拝客が10万人以上増えるなど、その影響は経済的に無視できない規模になりつつある。(金田一二〇〇九:22)

両者の記述の仕方は異なり、前者は『新世紀エヴァンゲリオ

ン』(一九九五)、『涼宮ハルヒの憂鬱』(二〇〇六)、『らき☆すた』(二〇〇七)、『True tears』(二〇〇八)といった具体的名称や聖地とされた地域の名称や取り組みなどが紹介されている。後者は、語の辞書の説明に字数が割かれているが、最後に具体例として、やはり『らき☆すた』の事例にふれている。

このように、二〇〇九年に出された類似の書籍でアニメ聖地巡礼の項目が立てられていることから、アニメ、マンガ、ゲーム、ネットカルチャー等のいわゆる「オタク文化」において「聖地巡礼」が定着し始めていることが見て取れる。特に、『らき☆すた』のインパクトは大きく、代表例として認識されていることがわかる。

〇〇年代は、特に後半になるとアニメ聖地巡礼が観光・地域振興に結び付いて話題になる事例が増えてきたことで、二〇〇五年に出された政策文書において定義された「コンテンツツーリズム」が、そうした現実の状況から影響を受けて、その後の政策文書内では、アニメの舞台地を支援する取り組みを盛り込むようになったことを確認した。つまり、アニメ聖地巡礼はファンによる自主的な行動によって始まった行動であったが、それがメディアに取り上げられることで広がりを見せ、政策文書の中に、当初想定されていたコンテンツツーリズムの事例外から入り込んでいったことがわかる。また、オタク用語の解説本にも取り上げられるなど、特定の作品のファンによる熱心な同人活動から、多くのアニメファンに認知を広げていることがわかる。

七・七 二〇一〇年代のアニメ聖地作品とその周辺

二〇一〇年代の聖地アニメ作品を見ていく。二〇一〇年代は二〇一〇年をのぞいてすべての年で聖地アニメの割合が二〇%を超えている。数が最も多いのは二〇一八年の二一六作品（二九・二%）で、割合が最も高いのは二〇一三年の三三・六%（一〇五作品）である。

次に、各年の作品タイトルを列挙する。数が多いため、すべては記載できない。

二〇一〇年は、『俺の妹がこんなに可愛いわけがない』（テレビ）、『海月姫』（テレビ）、『けいおん』三（テレビ）、『涼宮ハルヒの消失』（劇場）、『世紀末オカルト学院』（テレビ）、『デュラララ』三（テレビ）、『四畳半神話大系』（テレビ）などである。

二〇一一年は、『あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。』（テレビ）、『うたの☆プリンスさまっ♪マジLOVE1000%』（テレビ）、『映画けいおん』二（劇場）、『映画けいおん』の舞台はロンドンであり、ロンドンに聖地巡礼に行ったファンがいた。『カース2』劇場、『コタリコ坂から』（劇場）、『STEINSGATE』（テレビ）、『ちはやふる』（テレビ）、『花咲くいろは』三（テレビ）、『魔法少女まどか☆マギカ』（テレビ）、『輪るピングドラム』（テレビ）などである。『ちはやふる』では競技かるたが扱われ、競技かるたの聖地でもある近江神宮が巡礼の対象となった。『花咲くいろは』では作中で現実には存在しない架空のお祭り「ほんぼり祭り」が描かれ、舞台となった石川県金沢市の湯涌温泉で実際に催行された。

二〇一二年は、『あの夏で待ってる』（テレビ）、『おおかみこどもの雨と雪』（劇場）、『ガールズ&パンツァー』（テレビ）、『咲か』

阿知賀編 episode of side-A』（テレビ）、『じょしらく』（テレビ）、『TARI TARI』（テレビ）、『り球』（テレビ）、『夏色キセキ』（テレビ）、『パパのいうことを聞きなさい』（テレビ）、『氷菓』（テレビ）、『輪廻のラグランジェ』（テレビ）などである。

二〇一二年三月七日にはNHKがテレビ番組『クローズアップ現代』で「アニメを旅する若者たち。聖地巡礼の舞台裏」という特集を組んだ。この番組ではいくつかの事例が扱われたが、その中で『輪廻のラグランジェ』の舞台となった千葉県鴨川市における取り組みが紹介され、そのことがネット上で「たたかれる」事態となった。『輪廻のラグランジェ』関連の鴨川の取組は「あざとい」とされ「オタなめん」という言葉がインターネット掲示板などで盛んに書き込まれたが、実態は必ずしもそうではなく、地域とファン、製作サイドが良好な関係を築いていた（廣田・岡本二〇一五）。こうしたプロセスを経て、実際にアニメで使用された原画やタイムシートなどの制作資料が、鴨川の資料館で保管されることになった（岡本二〇一八・214-215）。アニメ聖地の中で、アニメ作品の舞台になった場所に、アニメ作品の制作資料が保管されているケースは他に無いか、あったとしてもきわめて稀なケースであろう。こうした点に注目すると、この事例は簡単に失敗と評価することはできない。

二〇一三年は、『有頂天家族』（テレビ）、『聖☆おにいさん』（劇場）、『たまごまーけっと』（テレビ）、『Free!』（テレビ）、『ヤマネソスメ』（テレビ）、『弱虫ペダル』（テレビ）、『ラブライブ』（テレビ）、『RDG レッドデータガール』（テレビ）などである。

前年に放送された『ガールズ&パンツァー』の舞台になった茨城県大洗町の取り組みは、二〇一三年に観光庁の表彰事業である「第

一回「今しかできない旅がある」若者旅行を応援する取組表彰」で、「オリジナル・アニメ」『ガールズ&パンツァー』と連動した夢と魔法の物語。「実家のような町」大洗でしか味わえない旅がある。」として奨励賞を受賞した。

二〇一四年は、「二週間フレンズ。」(テレビ)、「いなり、こんこん、恋いろは。」(テレビ)、「今際の国のアリス」(OVA)、「Wake Up, Girls!」(テレビ)、「思ひ出のマーニー」(劇場)、「SHROBAKO」(テレビ)、「東京ESP」(テレビ)、「東京喰種トーキョーグール」(テレビ)、「のうりん」(テレビ)、「ハイキュー!!」(テレビ)、「鬼灯の冷徹」(テレビ)、「未確認で進行形」(テレビ)、「結城友奈は勇者である」(テレビ)、「妖怪ウォッチ」(テレビ)などである。

二〇一五年は、「うしおととら」(テレビ)、「おそ松さん」(テレビ)「ガールズ&パンツァー 劇場版」(劇場)「艦隊これくしょん -艦これ-」(テレビ)「劇場版弱虫ペダル」(劇場)「バケモノの子」(劇場)「響けニューフォニアム」(テレビ)などである。

二〇一六年は、「うどんの国の金色毛鞠」(テレビ)、「映画 聲の形」(劇場)、「orange」(テレビ)、「君の名は。」(劇場)、「この世界の片隅に」(劇場)、「3月のライオン」(テレビ)、「ぼくおん」(テレビ)、「ふらいんぐうーっち」(テレビ)、「文豪ストレイドッグス」(テレビ)、「ユーリ!!! on ICE」(テレビ)、「ラブライブ!サンシャイン」(テレビ)、「ルドルフとイッパイアッテナ」(劇場アニメ)などである。

二〇一七年は、「けものフレンズ」(テレビ)、「小林さんちのメイドラゴン」(テレビ)、「サクラクエスト」(テレビ)、「地下鉄に乗る」(劇場)、「月がきれい」(テレビ)、「夜は短し歩けよ乙女」(劇場)「Re:CREATORS」(テレビ)などである。

二〇一八年「ウマ娘 プリティーダービー」(テレビ)、「お前はまだグンマを知らない」(テレビ)、「風が強く吹いている」(テレビ)、「新幹線変形ロボシンカリオン THE ANIMATION」(テレビ)、「宇宙よりも遠い場所」(テレビ)、「ゾンビランドサガ」(テレビ)、「ツルネー風舞高校弓道部」(テレビ)、「デビルズライン」(テレビ)、「ハイスコアガール」(テレビ)、「博多豚骨ラーメンズ」(テレビ)、「ペンギン・ハイウェイ」(劇場)、「ポプテピピック」(テレビ)、「ゆるキャン△」(テレビ)などである。

二〇一九年は、「かぐや様は告らせたい〜天才たちの恋愛頭脳戦〜」(テレビ)、「鬼滅の刃」(テレビ)、「劇場版 シティーハンター 新宿 PRIVATE EYES」(劇場)、「ケムリクサ」(テレビ)、「ざらざらんまい」(テレビ)、「女子高生の無駄づかい」(テレビ)、「天気の子」(劇場)、「放課後さいころ倶楽部」(テレビ)、「真夜中のオカルト公務員」(テレビ)などである。

二〇二〇年代を通じて、アニメ聖地作品が増加し、テレビ番組に取り上げられ、それがネットで話題になるといったことが見られたり、政府が表彰する事例が現れたりし始めた。また、新海誠監督の「君の名は。」が大ヒットし、同時に聖地巡礼にも注目が集まり、「現代用語の基礎知識」選 ユーキャン新語・流行語大賞 二〇一六で「聖地巡礼」がトップテン入りした。同監督の「天気の子」(二〇一九)も同様にヒットした。一〇年代は、アニメ聖地巡礼が他メディアに取り上げられることが増え、観光の表舞台に立ったと言つてよいだろう。二〇一八年の十月から十二月にかけて放送された「ゾンビランドサガ」は、MAPPA、エイベックス・ピクチャーズ、Cygames の共同企画であり、作品の内容自体も「一

度死亡し、ゾンビとなって甦った少女たちが、プロデューサーの巽幸太郎(たつみこうたろう)に導かれ、ご当地アイドルグループ「フランシシユ」を結成して、佐賀県を盛り上げる」というものだった(岡本二〇二〇:295-298)。作中には佐賀県の各所が背景に描かれ、地元の飲食店や名産品が登場した。聖地巡礼や現地での関連イベントも盛になされ、第二期の『ゾンビランドサガリベンジ』も二〇二一年四月から六月にかけて放送された。二〇一九年に放送された『鬼滅の刃』も、コロナ禍中でありながら、作品が大ヒットするとともに、関連地域への巡礼やタイアップ企画などが見られた(岡本二〇二二、二〇二二)。それは、従来のアニメ聖地巡礼とは異なり、『登場キャラクターの名前や、エピソード、あるいは、登場する蒸気機関車など、物語の「要素」と関連付けて、旅行者が移動したり、観光振興が実施され」るものだった(岡本二〇二二:6)。

観光メディア史の中で重要な位置を占めてきたメディアの一つに「ガイドブック」がある。インターネット以前の観光に関する情報空間を形作ってきたメディアの一つである。書籍や雑誌はある程度売り上げが見込めないと企画、制作、発売に至らない。アニメ聖地巡礼に関するガイドブックの出版状況を見ておくことで、書籍や雑誌の読者として少なくとも数千人規模の推定読者がいることが推測できる。ここからは、アニメ聖地巡礼にかかわるガイドブックの動向を整理していく。

まず、アニメや漫画の「聖地巡礼」をテーマにして、複数の作品の聖地を紹介しているものが出版された。以下、列挙する。『聖地巡礼 アニメ・マンガ12ヶ所めぐり』(二〇〇五、柿崎俊道著、キルタイムコミュニケーション)、『聖地巡礼 NAVI』(二〇一〇、ドリ

ルプロジェクト編、飛鳥新社)、『アニメ・コミック・ドラマ・映画のロケ地めぐりガイド ロケトリップ、しよっ!』(二〇二二、学研マーケティング)、『声優アニメディア 9月号別冊』、『アニメ探訪 聖地巡礼ガイド』(二〇一三、聖地巡礼委員会著、カンゼン)、『マンガ・アニメで人気の「聖地」をめぐる 神社巡礼』(二〇一四、岡本健監修、エクスナレッジ)、『アニメ探訪 真聖地巡礼ガイド』(二〇一五、聖地巡礼委員会著、カンゼン)。

同種の本は台湾でも出版された。『次元突破! 動漫迷的聖地巡禮—10部超人気動漫×100個熱門動漫場景滿載攻略』(二〇一三、Hihac、平裝本出版有限公司)、『進撃—日本動漫行—厳選日本ACGN 専賣店×博物館×祭典×演唱會—番巡禮』(二〇一四、Hihac、平裝本出版有限公司)。いずれも日本のアニメの聖地を紹介しており、聖地巡礼を行うためのガイドブックだ。何かを翻訳したものではなく、オリジナルの書籍である。こうしたアニメ聖地巡礼のインパウンドについてはまだまだ十分な研究がなされていないため、今後の研究課題となるだろう。

二〇一〇年代後半には、こうした、複数の聖地を紹介するタイプの雑誌を継続的に出版する動きが登場した。『アニメトリズム協会公式アニメ聖地88Walker』である。二〇一八年から出版されはじめ、二〇二二年には五冊目となる『アニメトリズム協会公式アニメ聖地88Walker2022』が出版された。

二〇〇〇年代に一冊出版された後はしばらく同種の書籍は出版されないが、二〇一〇年代に入って、台湾も含めて相次いで出版されている。さらに、二〇一〇年代後半には、毎年継続して出版される雑誌が現れた。これは、本稿で確認してきた通り、二〇〇〇年代か

ら二〇一〇年代を通じて、アニメ聖地巡礼の認知が拡がっていったことを傍証するものであると言えよう。

次に、特定のテーマを設定したものである。たとえば、自転車に焦点をあてた『サイタルクリップ』(二〇一〇、三オブックス Vol.331) や、鉄道をテーマにしてアニメ聖地をとりあげた『アニメ鉄! アニメと鉄道のステキな関係』(二〇一三、ネコ・パブリッシング)、『完全保存版 アニメと鉄道』(二〇一八、旅と鉄道編集部、天夢人)、『完全保存版 アニメと鉄道 2―舞台となった鉄道の地へ』(二〇二二、旅と鉄道編集部、天夢人)、『エヴァンゲリオンと鉄道: 補完計画 エヴァの世界を走った鉄道たちのサイドインパクト!』(『旅と鉄道』編集部、二〇二二、天夢人) などがある。

作品そのものが特定の趣味について描いたものである場合、テーマ性を持ちつつ、一つの作品でガイドブックが出版されているものもある。たとえば、『ゆるキャン△聖地巡礼ドライブ&ツーリングガイド』(二〇二〇、八重洲出版)、『ゆるキャン△キャンブ道具増補改訂版』(二〇二二、宝島社)、『スーパーカー 聖地巡礼ツーリングガイド』(二〇二二、八重洲出版) などがそうだ。

さらに、作品単体でガイドブックが出される場合もある。『水木しげるの日本妖怪めぐり』(二〇〇一、水木しげる著、JTBパブリッシング)、『るるぶ ガールズ&パンツァー』(二〇一五、JTBパブリッシング)、『ガールズ&パンツァー Walker』(二〇一六、ウォーカームック、KADOKAWA)、『るるぶ 薄桜鬼 完全版』(二〇一七、JTBパブリッシング)、『ガールズ&パンツァー Walker2』(二〇一八、ウォーカームック、KADOKAWA)、『るるぶ ガールズ&パンツァー 最新版です!』(二〇一八、JTBパブリッシング)、『るるぶ ゆる

キャン△』(二〇二〇、JTBパブリッシング)、『るるぶ キン肉マン 名勝負の舞台徹底解剖編』(二〇二二、JTBパブリッシング)、『るるぶ ONE PIECE』(二〇二二、JTBパブリッシング)、『るるぶ アスールレーン』(二〇二二、JTBパブリッシング)、『ゾンビランド サガトラベラーズガイド』(二〇二二、昭文社)、『るるぶ エヴァンゲリオン』(二〇二二、JTBパブリッシング)、『地球の歩き方 ジョジョの奇妙な冒険』(二〇二二、株式会社地球の歩き方) などである。

二〇一〇年の『水木しげるの日本妖怪めぐり』については、『ゲゲの鬼太郎』の作者である水木しげるの名前が冠されていること、『ゲゲの鬼太郎』は単体の作品としてではなく妖怪文化と結びついていること、そのため、妖怪伝説の伝わる場所という「ロケ地」とは異なるつながりもあることなどから、この後に登場してくる作品と単純に並べて比較することはできない。

二〇一〇年代後半に出されているガイドブックに特徴的なのは、そもそもガイドブックを出版してきた出版社が手掛けるものが多い点だ。JTBパブリッシング、KADOKAWA、昭文社、株式会社地球の歩き方が並ぶ。

同じくJTBパブリッシングから二〇〇九年に出版されたガイドブックは、これまで紹介してきたものいずれとも異なっている。

『戦国BASARA 武将巡礼 Vol.1 伊達政宗』(戦国巡礼研究会監修、二〇〇九、JTBパブリッシング)

『戦国BASARA 武将巡礼 Vol.2 真田幸村』(戦国巡礼研究会監修、二〇〇九、JTBパブリッシング)

『戦国BASARA 武将巡礼 Vol.3 長曾我部元親』(戦国巡礼研究会

監修、二〇〇九、JTBパブリッシング)

『戦国BASARA 武将巡礼 Vol.4 上杉謙信』(戦国巡礼研究会監修、二〇〇九、JTBパブリッシング)

『戦国BASARA 武将巡礼 Vol.5 毛利元就』(戦国巡礼研究会監修、二〇〇九、JTBパブリッシング)

これらは、『戦国BASARA』というゲーム作品に登場するキャラクター(戦国武将をモデルにしている)ゆかりの地をめぐるガイドブックとなっている。『戦国BASARA』は、大阪のゲーム会社CAPCOMによって発売されたプレイステーション2用のゲームソフトである。『プレイステーション2 パーフエクトカタログ 下巻』(前田二〇二二b)によると、『戦国BASARA』は、二〇〇五年七月二日に発売されたアクションゲームで、以下のように説明されている。「各武将にかなりのぶっ飛んだ設定が施された一騎当千型スタイリッシュ英雄アクション。「レッツパライー」と英語を喋り手放して騎乗する伊達政宗をはじめ、16人の武将をプレイできる」(前田二〇二二b:94)。

本作はアニメーション制作会社であるProduction IGによってアニメ化された。アニメ『戦国BASARA』(二〇〇九年)はラッピングバスやパネ展示、特産品とのタイアップなど、観光・地域振興への活用や、宮城県知事選挙のイメージキャラクターとして用いられ、選挙ポスターやテレビCM、新聞や交通媒体などに用いられるなどした⁽⁸⁾。ガイドブックの発売は二〇〇九年の九月で、アニメ『戦国BASARA』が放送されたのは二〇〇九年四月から六月であった。『戦国BASARA』ブランドをマルチメディアにプロモーション

した例と言えよう。

『戦国BASARA』のアニメ制作会社はProduction IGであったが、同社はその後、先述した『輪廻のラグランジェ』にかかわることになる。『戦国BASARA』におけるノウハウが『輪廻のラグランジェ』に活かされていたのは不明だが、このように、アニメ制作会社を軸に聖地作品の展開を分析していくことも今後重要になってくる。たとえば前述した佐賀県唐津市を舞台にした『ゾンビランドサガ』だが、その前に、同じく唐津を舞台にしたフィギュアスケートをモチーフにしたアニメ作品『ユリ!!! on ICE』があり、こちらもコンテンツツーリズム的展開があった(田島二〇一九)。「ゾンビランドサガ」と『ユリ!!! on ICE』は、その内容やキャラクター造形、メインのファン層などは異なっているのだが、製作委員会に名を連ねている企業の中に重複が見られる。このように、コンテンツプロデューサーサイドに注目し、インタビュ記事の分析や、個人へのインタビュ等を通じてエビデンスを積み重ねていくことで、コンテンツツーリズムの元となるコンテンツがどのように企画され、作られていくのがわかる。それによって、コンテンツツーリズムの展開のあり方をより詳細に明らかにできる。

一方、アニメの原作となるゲーム『戦国BASARA』を開発、発売したCAPCOMも、異なる方向でコンテンツツーリズムと関連する取組を実施していく。それは、二〇〇四年にプレイステーション2用ソフトとして発売された『モンスタースターハンター』に端を発する。『プレイステーション2 パーフエクトカタログ 上巻』(前田二〇二二a)によると、『モンスタースターハンター』は、二〇〇四年三月一日に発売されたアクションゲームで、以下のように説明され

ている。「弱肉強食の大自然を生きるハンティングシリーズ第1作。ハンターとなって6種類の武器のいづれかを用いてさまざまな飛竜や怪鳥を狩り、より強い装備を作ってさらなる強者に挑むのだ。当時としては珍しいオンライン主体のアクションゲームで、オンライン限定のクエストもあった」(前田二〇一一年a:291)。

このように、「モンスターハンター」は、プレイステーション2の機能であるインターネット接続を前提に作られた作品で、ネットワークを通じて複数のプレイヤーが同時に同じフィールドでプレイが可能であった。開発者へのインタビュでも、ネットワークに接続して同時に遊ぶゲームを実現する環境づくりの苦労が語られている¹⁹⁾。「モンスターハンター」シリーズは、その後、様々なハードでシリーズが展開されていき、二〇二二年三月二六日に発売された『モンスターハンターライズ』は、推定年間販売本数二一、三五〇、六九三本で「二〇二二年ゲームソフト販売本数トップ一〇〇」の一位を獲得している(角川アスキー総合研究所二〇二二年)。

『モンスターハンター』は、その後、携帯用ゲーム機であるプレイステーションポータブル(PSP)用の『モンスターハンターポータブル』シリーズが発売され、大ヒットする。そして、同シリーズの『モンスターハンターポータブル3rd』(二〇一〇)では、現実の温泉地である伊温泉におけるコンテンツツクリズムを実施した¹⁹⁾。同時期には携帯用ゲームニンテンドー3DS用ソフト『ラブプラス+』による熱海におけるコンテンツツクリズムが展開され、携帯用ゲーム機のコンテンツと地域振興の可能性が開拓されていた。

これは、その後、スマートフォンが普及することによって登場す

るスマホゲームと現実の場所との関わりにつながっていく。スマートフォンをプラットフォームにした位置情報ゲームは、観光と密接に結びついている。「Ingress」や「Pokémon GO」、「ドラクエウォーク」などの位置情報データを用いたゲームと観光とのかわり²⁰⁾はもちろん、ゲームのプレイとは直接関係ないが、ゆかりの場所に行つてプレイするような方も報告されている(岩田二〇二二年)。近年、AR、VR、メタバースなどが注目されており、情報空間、虚構空間への精神的移動の存在感はますます大きくなっていくと考えられる。

ここで、ゲーム『テクトクテクトク』に注目したい。「テクトクテクトク」は、ダウンゴから配信されたスマートフォンアプリであり、位置情報ゲームである。「テクトクテクトク」のディレクターを務めた麻野一哉氏に柿崎俊道氏がインタビュし、その内容を冊子化した『聖地会議24—テクトクテクトク 位置情報ゲームにおける安心と楽しさ』(柿崎二〇一九)によると、麻野氏は、位置情報ゲーム「Ingress」をプレイしながら、行った場所を記録するために「市販の地図の、その街区を塗りつぶす」していた経験が、街区を塗りつぶしていくゲームである「テクトクテクトク」の開発に影響したという(柿崎二〇一九:4—8)。

『テクトクテクトク』は、二〇一八年一月二九日に配信が開始され、その後、様々なコンテンツとのコラボを行った。ゲームワールドにアニメ『新世紀エヴァンゲリオン』の「使徒」が登場し、その他にも、映画『シン・ゴジラ』のゴジラ、アニメ『ポプテピピック』のキャラクターであるポプ子とピピ美といったキャラクター、グラビアアイドルの大原優乃、歌手の小林幸子といった現実の人物、

VTubeのキズナアイなど、様々な対象がゲーム内に登場した。このように様々な対象とのコラボが可能になったことについて、麻野は「世界展開を考えていた」ため、「特定の世界観はいらないと思っていた」と答えている（柿崎二〇一九：19）。

本作は、二〇一九年六月一七日にサービスを終了したが、後継作品として『テクテクライフ』が二〇二〇年一〇月一日に配信された⁽²⁾。『テクテクライフ』は、街区を塗りつぶす形式の位置情報ゲームであり、現実の空間とのつながりを持ちながら、様々なコンテンツやキャラクター、人物を登場させるプラットフォームとして機能した。

このような展開を見せた『テクテクライフ』および『テクテクライフ』の開発・運営に携わっている麻野一哉氏、田村寛人氏は、「かまいたちの夜」シリーズでプロデューサーやディレクターを務めた人物だ。一九九〇年代にゲーム『かまいたちの夜』でいち早くコンテンツツールの展開を指向する作品を展開してきたコンテンツプロデューサーが、現在は位置情報ゲームを開発、運営し、アニメ等のコンテンツと地域を結び付けていることになる。今後、直接のインタビュアーによって、両氏のクリエイターとしてのキャリアや思想についてヒアリングすることができれば、作品間のつながりの有無や、つながりのあり方が明らかになるだろう。

二〇一〇年代に入り、アニメ聖地巡礼はファンによる同人的な活動のみならず、幅広く知られる観光行動となった。また、そこに市場があると判断され、ガイドブックなども作られるようになっていった。また、アニメ聖地巡礼は、アニメのみならず、様々なメディアと関連しながら展開してきたことがわかった。

ここまで見てきたのは「アニメ聖地巡礼」がたどった観光化のプロセスであったと言えることもできる。「物珍しい対象」に光があたり、それがピックアップされてメディアで多くの人に知られ、「広く知られた行動」となって陳腐化する流れである。このように抽象化すると、他の観光行動と類似した特徴を持っていることがわかる。

しかし、本稿で丹念に追ってきたように、そのプロセスにおいては、様々なコンテンツにおいて、コンテンツプロデューサー側の創意工夫が見られるとともに、それが、これまでのコンテンツリズムのメカニズムに新たな発見をもたらすとともに、現在やこれからのコンテンツリズムを理解する上でも重要であることが明らかになった。

八 まとめと今後の課題

本論文の目的は、日本のコンテンツリズム史を、アニメ聖地作品の数の推移を軸にしながら各種の質的データを付加することによって、アニメだけでなく周辺メディアとのかかわりをふまえ、コンテンツプロデューサーサイドにも注目した上で構築し、そこから知見を得ることにあった。

本論文では、分析枠組みを策定した上で、コンテンツリズム史を描き出すことによって、メディア横断的で、コンテンツ史、および、コンテンツプロデューサーへの着目を加味した考察を実施してきた。無論、本論文の結果は、筆者が現在収集した情報をもとにしたものであり、今後のより精緻な議論のたたき台として批判的対

象となることを狙いとした、あくまで仮設的で部分的なコンテンツツリーリズム史である。

今後の課題としては、今回粗描できた国内アニメを中心としたコンテンツツリーリズム史を精緻化していく必要がある。具体的には、関連コンテンツや、コンテンツプロデューサーの掘り起こしをさらに進め、資料を基に事実を整理しながら、それぞれがどのように関係してきたのかを引き続き論じていく。

また、時間的、空間的な拡がりについても、課題が残されている。今回は、国内アニメの、特に一九六八年以降を扱ったが、アニメーションそのものの歴史はより古く、また、隣接する映画や漫画、小説等のそれぞれのメディアの歴史的分析とその関連性についても議論が必要である。

さらに、アニメ聖地の地理的・空間的遷移についての分析も本論文では全くおこなえていない。本稿で扱ったアニメ聖地データベースには、位置情報も登録されており、今回の論考を下敷きにしたがら、地理的・空間的遷移についても分析を行っていききたい。そして、本論で扱った作品の中にも複数存在した日本国外を舞台地としたアニメの聖地巡礼や、コンテンツリズム研究の課題としても挙げられていた海外における事例との国際的な比較・検討といった方向性での空間的拡がりも考えられる。

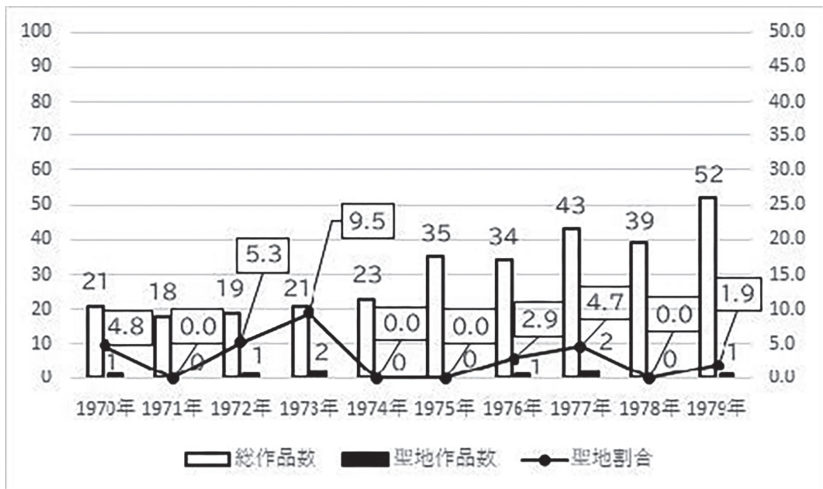
最後に、今回はアニメを軸に据えながら周辺メディアとのかかわりを検討したが、マンガやゲーム、映画、小説等の他メディアを軸に据えたコンテンツツリーリズム史を構築し、それらとの比較、対象を行うことよって、さらに重層的な理解が可能になると考えられる。

これらの広範囲にわたる研究に取り組んでいくことで、総合的なコンテンツツリーリズム史、言い換えると、メディア・コンテンツ文化から捉えた観光史を構築することができる。その成果は、様々な空間や対象をその射程に含みこむため、観光学のみならず、コンテンツ文化史、社会学、経営学等の様々な学問分野への学術的貢献をもたらすと考えられる。

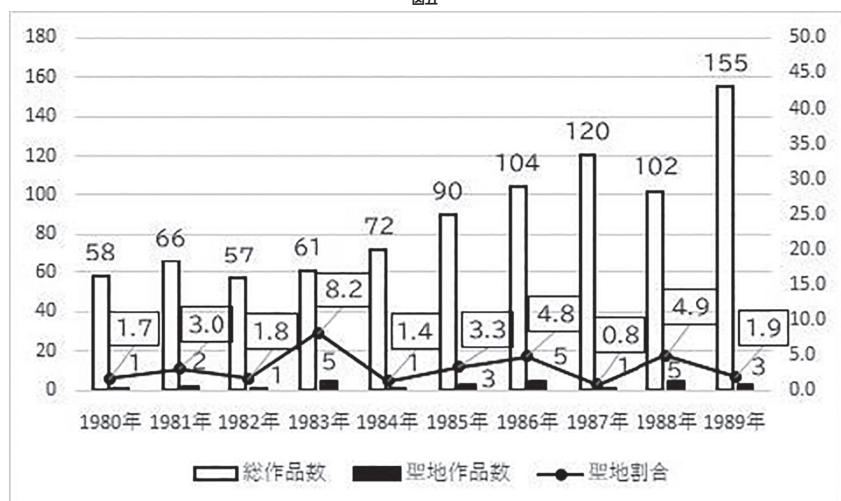
表一

	1968年	1969年										
総作品数	18	30										
聖地作品数	1	2										
聖地割合	5.6	6.7										
	1970年	1971年	1972年	1973年	1974年	1975年	1976年	1977年	1978年	1979年	合計	
総作品数	21	18	19	21	23	35	34	43	39	52	305	
聖地作品数	1	0	1	2	0	0	1	2	0	1	8	
聖地割合	4.8	0.0	5.3	9.5	0.0	0.0	2.9	4.7	0.0	1.9	2.6	
	1980年	1981年	1982年	1983年	1984年	1985年	1986年	1987年	1988年	1989年	合計	
総作品数	58	66	57	61	72	90	104	120	102	155	885	
聖地作品数	1	2	1	5	1	3	5	1	5	3	27	
聖地割合	1.7	3.0	1.8	8.2	1.4	3.3	4.8	0.8	4.9	1.9	3.1	
	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	合計	
総作品数	83	78	70	53	66	69	70	74	104	125	792	
聖地作品数	2	3	6	4	5	4	6	1	6	10	47	
聖地割合	2.4	3.8	8.6	7.5	7.6	5.8	8.6	1.4	5.8	8.0	5.9	
	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	合計	
総作品数	85	125	139	130	165	166	234	229	216	245	1734	
聖地作品数	8	13	16	15	18	23	24	41	30	49	237	
聖地割合	9.4	10.4	11.5	11.5	10.9	13.9	10.3	17.9	13.9	20.0	13.7	
	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	合計	
総作品数	218	256	287	322	347	416	396	463	398	399	3502	
聖地作品数	38	72	83	105	100	114	90	96	116	87	901	
聖地割合	17.4	28.1	28.9	32.6	28.8	27.4	22.7	20.7	29.1	21.8	25.7	
	2020年											
総作品数	302											
聖地作品数	73											
聖地割合	24.2											

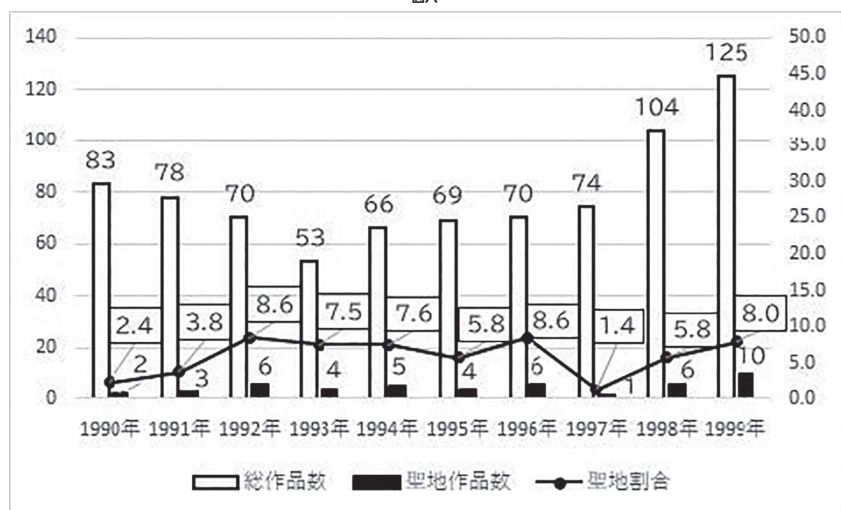
図四



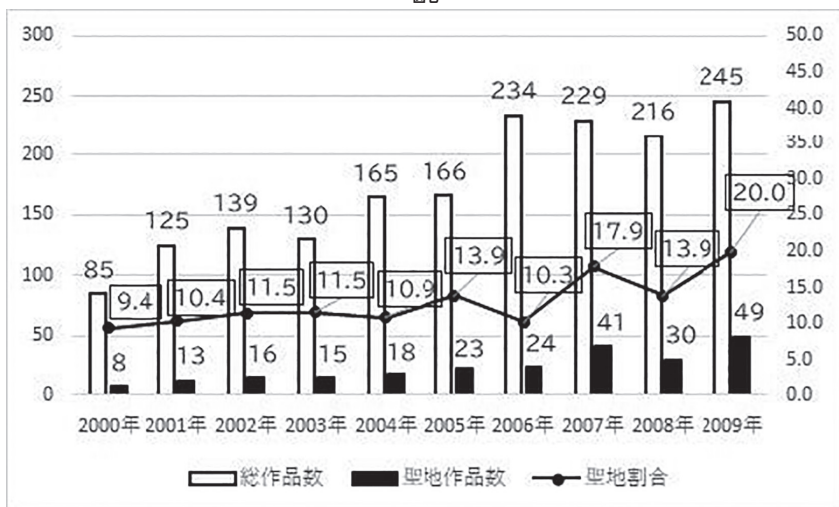
図五



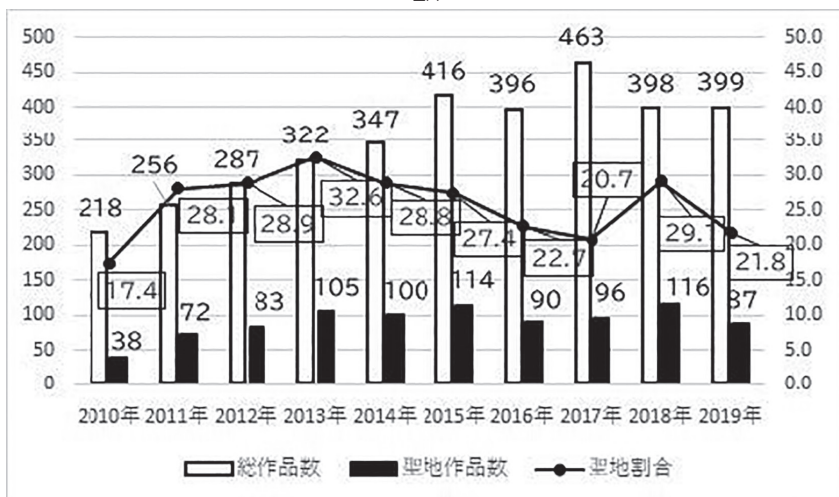
図六



図七



図八



参考文献

- 池田大臣・木村至聖・小島伸之(編)(二〇一九)『巨大ロボットの社会学—戦後日本が生んだ想像力のゆくえ』法律文化社
- 井上智洋(二〇二二)『メタバースと経済の未来』文藝春秋
- 今井信治(二〇一〇)『コンテンツがもたらす場所解釈の変容—埼玉県鷲宮神社奉納絵馬比較分析を中心に』『コンテンツ文化史研究』第三号、pp.69-86.
- 岩田遥樹(二〇二二)「ガチャをめぐるコミュニケーション—ライブ会場、アニメ聖地、日常の集まりの参与観察から」岡本健・松井広志・松本健太郎(編)『ゆるレポ—卒論・レポートに役立つ「現代社会」と「メディア・コンテンツ」に関する40の研究』人文書院、pp.83-85.
- 遠藤英樹・寺岡伸悟・堀野正人(編)(二〇一四)『観光メディア論』ナカニシヤ出版
- 大石玄(二〇一七)「アニメ『舞台探訪』成立史—いわゆる《聖地巡礼》の起源—」『鋼路工業高等専門学校「紀要」』第四五号、pp.41-50.
- 大石玄(二〇二〇)「アニメ『舞台探訪』成立史・新訂版—いわゆる《聖地巡礼》の起源と紀元」『富山県立大学紀要』三〇巻、pp.25-35.
- 岡嶋裕史(二〇二二)『メタバースとは何か—ネット上の「もう一つの世界」』光文社
- 岡本健(二〇〇八)「アニメ聖地における巡礼者の動向把握方法の検討—聖地巡礼ノート分析の有効性と課題について」『観光創造研究』2、pp.1-13.
- 岡本健(二〇〇九)「らき☆すた」に見るアニメ聖地巡礼による交流型まちづくり—敷田麻実・内田純一・森重昌之(編)『観光の地域・ブランドイング—交流型まちづくりのしくみ』学芸出版社、pp.70-80.
- 岡本健(二〇〇九)「らき☆すた聖地「鷲宮」巡礼と情報化社会」神田孝治(編)『観光の空間—視点とアプローチ』ナカニシヤ出版、pp.133-144.
- 岡本健(二〇〇九)「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」『CATS叢書 Vol.1 メディアコンテンツとツーリズム—鷲宮町の経験から考える文化創造型交流の可能』
- 性(二〇二二)『pp.31-62』
- 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』第三号、pp.68-88.
- 岡本健(二〇一三)『次創作観光—アニメ聖地巡礼/コンテンツツーリズム/観光社会学の可能性』北海道冒險芸術出版
- 岡本健(二〇一四)『メディア・コンテンツ・観光—アニメ聖地巡礼とコンテンツツーリズム』遠藤英樹・寺岡伸悟・堀野正人(編)『観光メディア論』ナカニシヤ出版、pp.159-182.
- 岡本健(編)(二〇一五)『コンテンツツーリズム研究—情報社会の観光行動と地域振興』福村出版
- 岡本健(二〇一七)『ゾンビ学』人文書院
- 岡本健(二〇一八)『アニメ聖地巡礼の観光社会学—コンテンツツーリズムのメディアコミュニケーション分析』法律文化社
- 岡本健(二〇一八)『多様な「空間」をめぐる多彩な「移動」—ポスト情報観光への旅』岡本健・松井広志(編)『ポスト情報メディア論』ナカニシヤ出版、pp.209-228.
- 岡本健(二〇一八)『巡礼ビジネス—ポップカルチャーが観光資産になる時代』KADOKAWA
- 岡本健(編)(二〇一九)『コンテンツツーリズム研究(増補改訂版)—アニメ・マンガ・ゲームと観光・文化・社会』福村出版
- 岡本健(二〇一九)『ゲームと観光のかかわり』松井広志・井口貴紀・大石真澄・秦美香子(編)『多元化するゲーム文化と社会』ニューゲームズオナー、pp.336-338.
- 岡本健(二〇一九)『巨大ロボットと観光—現実・情報・虚構空間をめぐる想像力と創造力』池田大臣・木村至聖・小島伸之(編)『巨大ロボットの社会学—戦後日本が生んだ想像力のゆくえ』pp.170-189.
- 岡本健(二〇二〇)『大学で学ぶゾンビ学—人はなぜゾンビに惹かれるのか』扶桑社

岡本健 (二〇二二) 「アニメ・マンガのソーシャルな体験」松井広志・岡本健 (編)

『ソーシャルメディア・スタディーズ』北樹出版、pp.71-81.

岡本健 (二〇二二) 「巻頭言：コロナ禍におけるコンテンツツーリズム」『コンテンツ文化史研究』第十三号、pp.4-7

岡本健・松井広志 (二〇一八) 『ポスト情報メディア論』ナカニシヤ出版

柿崎俊道 (二〇一九) 『聖地会議24 — テクテクテクテク 位置情報ゲームにおける安心と楽しむ』聖地会議

加藤直人 (二〇二二) 『メタバース—さよならアトムの時代』集英社

角川アスキー総合研究所 (編) (二〇二二) 『ファミ通ゲーム白書二〇二二』角川アスキー総合研究所

神田孝治・遠藤英樹・松本健太郎 (二〇一八) 『ポケモンGOからの問い — 拡張

される世界のリアリティ』新曜社

菊地映輝 (二〇二二) 「コンテンツツーリズムと歴史性 — 世界遺産でのコスプレイベントからの考察」『コンテンツ文化史研究』第十三号、pp.8-25.

金田一 [N] 彦 (編) (二〇〇九) 『オタク語事典2 《第一版》』美術出版社

國光宏尚 (二〇二二) 『メタバースとWeb3』エムディエヌコーポレーション

桑原水菜 (一九九四) 『炎の蜃気楼』集英社

桑原水菜 (一九九八) 『炎の蜃気楼を巡る — ミラージュ・フォト紀行 — 東日

本編 — 集英社

桑原水菜 (二〇〇一) 『炎の蜃気楼を巡る — ミラージュ・フォト紀行 — 西日

本編 — 集英社

佐藤翔 (二〇一九) 「コンテンツツーリズム研究の分布」『コンテンツツーリズム

研究 [増補改訂版] — アニメ・マンガ・ゲームと観光・文化・社会』福村出版、pp.40-44

Seaton, P. and Yamamura, T. (二〇一四) 『Japanese Popular Culture and

Contents Tourism』Routledge.

Seaton, P., Yamamura, T., Sugawashimada, A. and Jang, K. (二〇一七) 『Contents Tourism in Japan: Pilgrimages to Sacred Sites of Popular Culture』Cambria

Press

週刊ファミ通編集部 (二〇一五) 『モンスターハンター Visual & Memorial

Archives』KADOKAWA

スタジオ・ハード (編) (一九九五) 『光荣ゲームパラダイス外伝メールゲーム完

全ガイド』光栄

スタインバークマーク (二〇一五) 中川謙 (訳) 大塚英志 (監修) 『なぜ日本は (ヘ

ディアミックスする国) なのか』KADOKAWA

スタジオ・ハード (編) (一九九五) 『光荣ゲームパラダイス外伝メールゲーム完

全ガイド』光栄

田島悠来 (二〇一九) 『スポーツ・コンテンツとツーリズム — フィギュアスケー

トの聖地巡礼』岡本健 (編) 『コンテンツツーリズム研究 — アニメ・マンガ・

ゲームと観光・文化・社会』福村出版、pp.174-177.

谷川嘉浩 (二〇二二) 「デジタルゲームから考えるコンテンツツーリズムの教育性

— 記憶の参照、積層する記憶、確認とズレ」『コンテンツ文化史研究』第

十三号、pp.26-47.

玉井建也 (二〇〇九) 「聖地」へと至る尾道というフィールド — 歌枕から『か

みちゅーく』『コンテンツ文化史研究』第一号、pp.22-34.

玉井建也 (二〇一〇a) 「特集『コンテンツと場所』にあたって」『コンテンツ文

化史研究』第三号、33p.

玉井建也 (二〇一〇b) 「物語・地域・観光 — 『稲生物怪録』から『霧霧の巫女』、

そと」『聖地巡礼』く』『コンテンツ文化史研究』第三号、pp.31-47

玉井建也 (二〇一〇) 「瀬戸内海イメージの歴史性と変容 — コンテンツ作品の中

心」『デジタルゲーム学研究』5巻、2号、pp.67-72.

玉井建也 (二〇二二) 「地域イメージの歴史の変遷とアニメ聖地巡礼 — 鎌倉を中

心」『CATS 叢書 Vol.7 観光資源と』『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』pp.121-138.

玉井建也 (二〇二二) 「コンテンツツーリズムの歴史の展開」『デジタルゲーム学

研究』6巻、2号、pp.29,38.

ちばかおり (二〇一七) 『ハイジが生まれた日 ―テレビアニメの金字塔を築いた人々』岩波書店

ちばかおり・川島隆 (二〇二二) 『図説アルプスの少女ハイジ』『ハイジ』でも

みとく19世紀スイス「増補改訂版」河出書房新社

チュンソフト「編」・我孫子武丸「著」(一九九五) 『かまいたちの夜:公式ファンブック』チュンソフト

チュンソフト「編」・我孫子武丸「著」(一九九八) 『かまいたちの夜特別篇:イラ

ストレーテッドメモリアル公式ファンブック改訂版』チュンソフト

チュンソフト「編」(二〇〇二) 『かまいたちの夜完全攻略本』チュンソフト

津堅信之 (二〇〇四) 『日本アニメーションの力 ―85年の歴史を貫く2つの軸』

NTT出版

電撃攻略本編集部 (二〇一五) 『モンスターハンター10周年記念 オフィシャルク

ロニクル』KADOKAWA

戸田千速 (二〇一七) 『コンテンツ産業との連携を通じた観光まちづくりに関する

一考察』『コンテンツ文化史研究』Vol.6、pp.73-83.

西田宗千佳 (二〇二二) 『メタバース×ビジネス革命―物質と時間から解放され

た世界での生存戦略』SBクリエイティブ

バーチャル美少女ねむ (二〇二二) 『メタバース進化論―仮想現実の荒野に芽吹

く「解放」と「創造」の新世界』技術評論社

ビートンズ (二〇二二) 『バンジョーから芭蕉まで―詩人、コンテンツ、そし

てテリリズム』山村高淑・シートンフィリップ「編著・監訳」『コンテンツツ

リズム―メディアを横断するコンテンツと越境するファンタム』北海道大

学出版会、pp.311-338

平井智尚 (二〇二二) 『聖地巡礼の理論的考察―メディア研究からのアプローチ』

『コンテンツ文化史研究』Vol.5、pp.51-61.

廣瀬源 (二〇二二) 『コンテンツの宗教性とマーケティング―聖地巡礼における

キャラクターの役割』『コンテンツ文化史研究』Vol.12、pp.35-47.

廣田健人・岡本健 (二〇一五) 『輪廻のラグランジェ―メディアが作り出す「評価

との対峙』岡本健「編」『コンテンツツリズム研究』福村出版、pp.132-

157

藤原実 (二〇〇九) 『知ってるだけで恥ずかしい現代オタク用語の基礎知識』デ

スカヴァー・トゥエンティワン

堀内淳一 (二〇一七) 『歴史コンテンツの受容と消費者の意識―「新選組」コン

テンツに関する調査報告』『コンテンツ文化史研究』Vol.6、pp.58-72

ポールマッシュ「著」・井口耕二「訳」(二〇二二) 『ザ・メタバース―世界を創り

変えしもの』飛鳥新社

前田尋之「監修」(二〇一九) 『スーパーファミコンパーフェクトカタログ』ジ

ウオーク

前田尋之「監修」(二〇二二) 『プレイステーションパーフェクトカタログ 上巻』ジ

ウオーク

前田尋之「監修」(二〇二二a) 『プレイステーション2パーフェクトカタログ 上巻』

ジウウォーク

前田尋之「監修」(二〇二二b) 『プレイステーション2パーフェクトカタログ 下巻』

ジウウォーク

松井広志 (二〇一九) 『メールゲーム/ネットゲームのコミュニケーションと文化

―多元的なゲーム史、ゲーム研究―』松井広志・井口貴紀・大石真澄・秦

美香子「編」『多元化するゲーム文化と社会』ニューゲームズオージャー、pp.

314-335

山中智省 (二〇二〇) 『読む』ことの最前線へ―ライトノベルがひらく可能性』

岡本健・田島悠采「編」『メディア・コンテンツ・スタディーズ―分析・考察・

創造のための方法論』ナカニシヤ出版、pp.46-57.

山村高淑 (二〇〇九) 『観光革命と21世紀―アニメ聖地巡礼型まちづくりに見る

ツリズムの現代的意義と可能性』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「CATS叢書 Vol.1」メディアコンテンツとツ

リズム―鷲宮町の経験から考える文化創造型交流の可能性』pp.32-38

山村高淑 (二〇一〇) 『アニメ・マンガで地域振興 ―まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発法』 東京法令出版

山村高淑 (二〇一九) 『ハイジ』が生んだアニメーションとツーリズムの新たな関係性』 *Heidi Project of Japan [Heidi in Japan]* pp.26-27

山村高淑 (二〇二二a) 『アニメーションからコンテンツツーリズムへ』 山村高淑・シートンフィリップ (編著・監訳) 『コンテンツツーリズム ―メディアを横断するコンテンツと越境するファンダム』 北海道大学出版会, pp.128

山村高淑 (二〇二二b) 『ハイジを旅する ―日本のアニメーション作品が生んだ越境型コンテンツツーリズム』 山村高淑・フィリップシートン (編著・監訳) 『コンテンツツーリズム ―メディアを横断するコンテンツと越境するファンダム』 北海道大学出版会, pp.101-131

山村高淑 (二〇二二) 『アルプスの少女ハイジが生んだアニメーション制作文化と旅文化 ―メディア・ツーリズム史的に見た(ハイジイズム)の意義について』 『浜松市美術館完全オリジナル企画「ハイジ展―あの子の足音がきこえる―」図録』 pp.93-95

Yamamura, T. (二〇二二) 『The narrative worlds of ancient wars: Travelling heroes in *Kojiki*』 Yamamura, T. and Seaton, P., eds. 『War as Entertainment and Contents Tourism in Japan』 Routledge, pp.21-26

山村高淑・シートンフィリップ (編著・監訳) (二〇二二) 『コンテンツツーリズム ―メディアを横断するコンテンツと越境するファンダム』 北海道大学出版会

Yamamura, T. and Seaton, P., eds. (二〇二〇) 『Contents Tourism and Pop Culture Fandom: Transnational Tourist Experiences』 Channel View Publications.

Yamamura, T. and Seaton, P., eds. (二〇二二) 『War as Entertainment and Contents Tourism in Japan』 Routledge.

山村玲央 (二〇二二) 『機動警察パトレイバー』とテックアップイベント―非場所化された聖地巡礼』 『ゆるレポ―卒論レポートに役立つ―現代社会』と「メ

ディア・コンテンツ」に関する40の研究』人文書院, pp.116-119.

注

- (1) アニメ聖地巡礼、コンテンツツーリズムにかかわりの深い研究として、以下の論考が挙げられる。玉井 (二〇〇九、二〇一〇a、二〇一〇b)、岡本 (二〇一〇)、今井 (二〇一〇)、平井 (二〇一〇)、堀内 (二〇一〇)、戸田 (二〇一〇)、廣瀬 (二〇二二)、岡本 (二〇二二)、菊地 (二〇二二)、谷川 (二〇二二)

- (2) 本書は二〇二〇年に出版された『Contents Tourism and Pop Culture Fandom: Transnational Tourist Experiences』 (Yamamura and Seaton 二〇二〇) の翻訳版である。

- (3) 山村自身は『Japanese Popular Culture and Contents Tourism』 (Seaton and Yamamura 二〇一四)、『Contents Tourism in Japan: Pilgrimages to SACRED SITES of Popular Culture』 (Seaton et al. 二〇一七)、『Contents Tourism and Pop Culture Fandom: Transnational Tourist Experiences』 (Yamamura and Seaton 二〇二〇)、『War as Entertainment and Contents Tourism in Japan』 (Yamamura and Seaton 二〇二二) などの学術著書を書き

者として出版し、海外の研究者と共同しながら国際的なコンテンツツーリズム研究を推進している。

- (4) メールゲームの実践については『メールゲーム完全ガイド』(スタジオ・ハーブ 一九九五) に詳しい。

- (5) この際のネットゲームは、インターネットが登場した後に現れるインターネットを通じて行われるネットゲームとは別のものである。

- (6) たとえば、一九九六年四月十九日にはスーパーファミコン用ソフト『蓬莱学園の冒険』が発売された(前田 二〇一九: 209)

(7) 山村高淑は、この定義と Seaton et al. (二〇一七) の定義を融合し、コンテンツを以下のように定義している。「ポピュラーカルチャーの形で創造、編集され、それ自体を消費することで楽しさを得られる、物語、キャラクター、ロケ地、その他創造的要素といった情報内容」(山村二〇二二B)。言葉の定義は、その用途や目的によって、法律的な定義、政策的な定義、各学問分野の定義など、さまざまなのがあるが、いずれも唯一絶対的な定義というわけではない。

(8) メディアミックスについては、下記の文献に詳しい。『なぜ日本は(メディアミックスする国)なのか』(スタインバーグ二〇一五)。さらに、ライトノベルのメディアミックス展開を具体的に示した「読む」ことの最前線へ——ライトノベルがひらく可能性」(山中二〇二〇)も参照のこと。

(9) ミラージュツアーに関しては、集英社から『炎の蜃気楼』(紀行) (桑原一九九四)、『炎の蜃気楼を巡る——ミラージュ・フォト紀行——東日本編——』(桑原一九九八)、『炎の蜃気楼を巡る——ミラージュ・フォト紀行——西日本編——』(桑原二〇〇一)が発売されている。

(10) 「アニメ聖地データベース」は、特定非営利活動法人マイエリア アニメデータ事業部よりご提供いただいた。

(11) 柿崎俊道氏、山村高淑氏へのインタビューによる。両名とも「高畑勲展」の展示において、『安寿と厨子王丸』の制作時にロケハンが行われたとの記述があったと証言している。ただし、図録「高畑勲展 日本アニメーションに遺したも」TAKAHATA ISAO・A LEGEND IN JAPANESE ANIMATION 2019-2020』にはその記載はない。

(12) 巨大ロボットアニメに関する学術的研究が複数収録されている書籍としては、『巨大ロボットの社会学』(池田ら二〇一九)がある。

(13) 『機動警察パトレイバー2 the Movie』復刻版バンフレットより。

(14) この56ページの最後には、「編集部からお願い」と題して、舞台地に対する配慮を促す記述がある。以下に引用する。「今回はクスルプさんのご厚意で、いろいろな場所を見せていただきました。そこで、実際に宿泊されるみなさん

にお願いです。オーナーはおおらかな方なので何もおっしゃいませんが、みだりにいろんな所を開けて、現場検証などしないでくださいね!」

(15) 異なっているのは、六ページ中の半ページ分である。

(16) 『鷲宮町』、『鷲宮神社』となっているが、正しくは鷲宮町、鷲宮神社である。ちなみに、鷲宮神社をモデルに描かれた作中の神社の名前は「鷹宮神社」である。

(17) 本書の数か月前には『地球の歩き方』シリーズから『地球の歩き方 ムー異世界の歩き方』(二〇二二)も出版されている。『ムー』はオカルトを扱った月刊誌である。アニメ、マンガ、ゲームのものではないがオカルトコンテンツは様々なメディアで展開されており、コンテンツツウリズム史の対象になり得る。たとえば、アニメ聖地巡礼の一般への認知度を高めることになった新海誠監督の劇場用アニメ映画『君の名は』(二〇一六)および『天気の子』(二〇一九)には、いずれもオカルトコンテンツに関する描写がある。

(18) 『戦国BASARA』に関するコンテンツツウリズムの詳細は山村高淑の『アニメ・マンガで地域振興』(山村二〇一一)に詳しく。

(19) モンスターハンター10周年記念オフィシャルクロニクル『電撃攻略本編集部二〇一五』および『モンスターハンター Visual & Memorial Archives』(週刊ファミ通編集部二〇一五)より。

(20) 観光とゲームの関係性については、岡本(二〇一八・二〇一九a・二〇一九b)、神田ら(二〇一八)、岩田(二〇二二)などを参照のこと。

(21) 二〇二〇年七月一日からは、iOSおよびAndroidでクロスプラットフォームが開始されていた。