“聖地巡礼” による地域活性化
—大洗町と横須賀市のケーススタディ—

経営学部経営学科3年
茂木 雅祥

目次

1 はじめに 2

2 コンテンツを活用した地域活性化についての現状 3

2–1 聖地巡礼の定義，目的とその背景 3

2–2 アニメによる地域活性化の具体例 4

2–3 先行研究のサーベイ 4

2–4 本論文において設定するリサーチクエスチョン 6

3 研究対象となったアニメと選定理由 7

3–1 ガールズ＆パンツァーとはハイスクール･フリートとは 7

3–2 両者の比較と選定の理由 7

4 実地調査によって分かったアニメとコラボした地域の実際と考察 8

4–1 ガールズ&パンツァーと茨城県大洗町 8

4–2 ハイスクール･フリートと神奈川県横須賀市 11

4–3 考察 13

5 おわりに 15

1　はじめに

「聖地巡礼」と聞いて何を思い浮かべるだろうか．広辞苑[1]によれば，聖地とは「神聖な土地．神・仏・聖人などに関係ある土地」のことを，また巡礼とは「①聖地・霊場を参拝してまわること．②諸所の霊場を巡拝する人」と定義されている．しかし，本稿で扱う「聖地巡礼」とは[1]で定義されているそれとは若干違う．映画・ドラマ・そしてアニメにおいて登場した場所(聖地)をファンが訪問(巡礼)する，これが今回テーマとして扱う「聖地巡礼」である．

今日においては，地域振興のための映画・ドラマ・アニメ等のコンテンツ活用に関心が高まっている．例えば映画やドラマにおいては，ロケに使われた場所に実際に足を踏み入れてみる，というようなことは以前からも行われていた．そして近年においてはそれがアニメについても進んできている．注目されるきっかけとなったのは「らき☆すた」による埼玉県旧鷲ノ宮町の一件であろう．詳細は後の章に譲るが，これをきっかけにして多くの地域やその地域に属する企業，あるいはアニメ製作[*1]会社が関心を持ち，大学及び企業に属する研究者も経済学や経営学，地理学を中心に研究の対象としている．

「聖地巡礼」がもたらす地域経済への影響については大きいものがある．どのような条件下において顧客(当該コンテンツのファン)が満足し，ビジネスという視点から見て成功するかについてはある程度判明したこともあるが，未だに解明されていないことも多い状況である．本論文においてはコンテンツ，特にアニメによる地域活性化に注目し，アニメで舞台として使用された茨城県東茨城郡大洗町と神奈川県横須賀市を現地調査による観察や地元住民へのインタビューから比較することで，活性化が成功した双方の地域の共通点と相違点について検討を行う．本論文の構成は以下の通りである．まず，2では，コンテンツによる地域活性化の現状について先行研究を整理し，リサーチクエスチョンを設定する．次に3では，本題の前に今回扱う2つのアニメについて比較し，なぜ選択したのかについても述べる．そして4では現地調査による観察やインタビューから，先行研究の妥当性と設定したリサーチクエスチョンについて検証を行う．最後に5でまとめと今後の課題について述べる．

[*1] 以下 “制” 作と “製” 作の両方の字を用いる．辞書的には前者が芸術作品を作ることで，後者は物品を作ることであるが，アニメや映画の文脈において前者はアニメや映画そのものを作る会社のことを，後者は “制” 作会社が作り完成した作品の著作権を持ち，作品の販売を行う会社のことである．本稿においてもそれに慣らい，字の使い分けを行う．

2　コンテンツを活用した地域活性化についての現状

本章においてはアニメにおける聖地巡礼とは何か，そしてそもそもなぜアニメにおいて実在する地域が登場するのかについて概説した上で，アニメによる地域活性化の例とその成功要因について先行研究のサーベイから得たことを述べつつ，本論文におけるリサーチクエスチョンを設定する．

2–1　聖地巡礼の定義，目的とその背景

聖地巡礼の辞書的な意味については1で述べた通りであるが，ここではアニメにおける聖地巡礼の意味と目的についてもう少し詳しく記載する．聖地巡礼とは2016年の新語・流行語大賞にノミネートされ話題となったが，その定義はアニメツーリズムの中でも登場人物ゆかりの地や作品の舞台をめぐる旅のことである．また，アニメツーリズムとは，作者ゆかりの地・作品の舞台をめぐる旅のことである [2].

アニメの聖地巡礼をするファンは「聖地巡礼者」もしくは「巡礼者」と呼ばれ，そのファン心理は「作家・作品に共感・感動し，作品の世界観を体験したい，キャラクターと同じポジションに立ちたいという希望を持ち，そしてその場所に立つために努力と作業を行う」といった一連のものである．これについて [2] では旅人主導型の「次世代ツーリズム」の一環として捉えられており，観光行動を規定するものについて従来ツーリズムが交通インフラや観光施設であったのに対し，旅人主導型のツーリズムでは観光地の情報取得の容易さや交通・宿泊などの手配のしやすさ，即ちインターネット等の情報インフラが観光行動を規定している．そして趣味指向性が強く，SNS等で「個」対「個」の情報発信がなされ，観光をめぐって生き方，嗜好性などが議論されるなどの特徴がある．また [3] では，アニメ・漫画の作品舞台として描かれた場所をファンが自発的に訪れる新しい旅行形態として位置づけている．

さて，そもそもなぜアニメにおいて実在する地域が登場しているのか． [2] ではその要因として，制作会社，地域，版元の3つの立場から挙げている．まず1つ目の制作会社の事情であるが，アニメにおいて背景を作る際，ゼロからそれをつくるとなるとそれなりの時間と工数を要するというものがある．そこで作品の内容に沿った実在の背景をロケーション・ハンティング(ロケハン)することで，制作サイドはこれら初動の労力を省力化することが可能である．また舞台として取り上げられた地域の立場においては，作品の人気が高まれば地域への来訪者が増えることが見込まれること，版元の立場からは地域で作品をPR

してもらえることで，作品の知名度向上に寄与するということが挙げられる．このような実在する背景をロケハンし活用する動きは今後も続くと予想されている．

2–2　アニメによる地域活性化の具体例

アニメとのコラボにより地域の集客が成功し活性化した例についてはいくつか挙げられるのだが，その一例を紹介しよう．[4] や [5] によれば，埼玉県の旧鷲宮町 (現久喜市鷲宮) は 2007 年にテレビ放送された「らき☆すた」(読みは「らきすた」) の舞台となった．アニメ雑誌「月刊ニュータイプ」2007 年 8 月号において旧鷲宮町が紹介されたことをきっかけに同町にある鷲宮神社に訪問するファンが増加した．神社の鳥居を撮影したり，絵馬にキャラクターを描く (「痛絵馬」とか「萌え絵馬」と呼ばれる) 人が現れ，この訪問客の動きに商工会の人達が反応した．

鷲宮商工会議所の人々は当初「らき☆すた」の存在を知らず，聖地巡礼者の人々に直接話しかけたことによってその存在を知ることになった．また，この現象への対処が分からなかった商工会の人々は聖地巡礼者達に意見を求め，そこで出た意見やアイデアをイベントや商品といった形で実現させ続けた．この動きが功を奏し聖地巡礼者の人々と良好な関係が生まれ，グッズやイベントの企画などの取り組みを協力して進めた結果，翌年の鷲宮神社の正月三ヶ日の参拝者数が爆発的に増加したようである．

また，この “聖地巡礼者” の動きがメディアに取り上げられるようになり，アニメにおける聖地巡礼という新たな概念や言葉が広く知れ渡ることになった．近年の聖地巡礼の先駆けとして，成功したモデルケースの 1 つとして捉えられている．

2–3　先行研究のサーベイ

ここでは，アニメの聖地巡礼と地域活性化についての先行研究を 3 つ紹介する．まず [6] はアニメツーリズムについて舞台となる地域内でのコンテンツの利用方法や目的の違いから振興策の特徴を見出しそれを 3 つの類型，すなわち自発的に聖地巡礼を行うファンの存在を地域が捉え，後から企業などが加わってアニメツーリズムが成立していく自然発生型，放送前から地域･企業が手を取り合い，地域社会の意向を反映させながらコンテンツを制作し，メディア展開や PR などを行う地域主導型，先 2 つの類型より発生し，作品を見たファンのツーリズム誘導だけが目的ではなく，地域内部のコミュニケーション活発化を主軸においた点が特徴といえる内部高揚型の 3 つに分類した．そして 3 つの類型に対しての

ケーススタディを行った後，地域活性化に有効な作品と関連する活動の条件について整理を行った．その結果，第一にアニメ作品自体に魅力があること，第二に地域がコンテンツを受容すること，第三に継続的活動(イベント等)が必要であることの3つを掲げた．

次に[4]は深夜アニメの聖地巡礼が多く行われている石川県金沢市，茨城県大洗町，広島県竹原町，埼玉県秩父市において計543名のアンケート調査を実施した．その後地域のタイプをアニメファンへの理解性と地域の人達の積極性という2つの軸をとり，鷲宮模倣型，まちあそび型，地域独走型の3つに分類を行った．(図1)

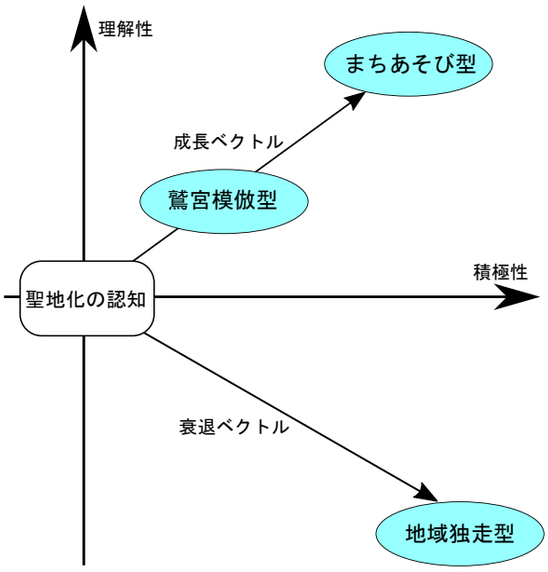

図1　地域のタイプ別分類 ([4] を元に筆者作成)

鷲宮模倣型は，旧鷲宮町の事例を参考に町おこしをしている地域のことである．アニメの聖地巡礼により町おこしを試みる地域はまず旧鷲宮町の事例を見本にしつつ取り組み始める．まちあそび型は鷲宮模倣型の成長型であり，アニメ聖地巡礼を通した町おこしに対する理解と積極性を高いレベルで併せ持つタイプの地域である．このタイプには，本稿の研究対象でもある大洗町が当てはまっていたようである．最後の地域独走型については，アニメ聖地巡礼を通した町おこしの理解が間違った方向に進んでしまい，その結果積極性だけが露見してしまうタイプの地域である．そのような地域においてアニメファンは「あざとさ」[*2]を感じ，町おこしをする以前に巡礼者があまり来なくなってしまうのである．そして3つのタイプに関連した2つのベクトル，成長ベクトルと衰退ベクトルが存在すると考え，当該地域が積極性と理解性を併せ持つ場合成長ベクトルを，積極性のみが露見して

[*2] ここでの「あざとい」とは，本来の意味よりかは微妙に変化したネットスラングの文脈，わざとらしいとか計算されたとかウケを狙いすぎであるといった意味で捉えるほうが適切である．

いる場合は衰退ベクトルを巡るのではないかというような考察をしている．

最後に本研究とは少しズレるが，興味深い研究があったためここで紹介をする．[7] は組織の観点から地域振興における諸活動の企画，実行する地域振興組織に注目し，茨城県大洗町の事例について検討した．それによれば，当該事例における地域振興が成功した要因として，作品自体が成功作であった点，製作者側が大洗町に好意的であった点，大洗町の地域資源が良質であった点，大洗町の商店主のポテンシャルが高かった点等に関しても指摘しつつ，活動主体となったOarai クリエイティブマネジメントの組織能力の高さが貢献しているという結論を導出していた．地域住民全体だけでなく，地域に属している一企業の大きな貢献について指摘しているという点で大変興味深い研究であった．

これらの研究成果からアニメの聖地巡礼が地域活性化を促し成功させる条件としてまとめると，

① 作品自体が魅力的である
② 地域住民のアニメファンへの理解があり，コミュニティが醸成される環境がある
③ 継続的にイベント等を行っている
④ アニメに頼らずとも地域自体に魅力がある

というようになる．

2–4　本論文において設定するリサーチクエスチョン

筆者は今回，アニメの聖地巡礼により地域活性が促された2つの地域を取り上げ，その共通点及び相違点としてどのようなものが挙げられるかということについてリサーチクエスチョンを設定した．共通点については上記を含めた先行研究が指摘している通りであると予想するが，その妥当性について再度確認をする．ただし，作品自体が魅力的であるかについての議論については本稿においての興味の対象ではないため取り扱わないこととする．

また，相違点については記載されている先行研究がなく，またその相違点が聖地巡礼による地域活性化の成功度合いあるいは規模といったものに従属している可能性は高く，これに検討を加えることは学術的･実務的な意義があると筆者は考える．ただし，相違点についてはすでに対象地域もアニメも違うため挙げればキリがないことは承知している．そのため，特に筆者が特に重要だと感じたことについてのみその理由を含めて挙げてみたい．

3　研究対象となったアニメと選定理由

本章では，本題に入る前のクッションとして今回研究対象の素材として選んだ2つのアニメ，「ガールズ&パンツァー」と「ハイスクール・フリート」の簡単なあらすじとその選定理由について記述する．

3–1　ガールズ＆パンツァーとはハイスクール・フリートとは

ガールズ&パンツァーとは，公式ウェブページ[8]によれば，戦車を使った武道「戦車道」が華道や茶道と並んで大和撫子のたしなみとされている世界の日本が舞台の物語である．県立大洗女子学園にやってきた転校生，西住みほはとある出来事が原因で戦車道が嫌いになり，戦車道のない大洗女子を選んだ．ところが転校早々生徒会長に呼び出され，必修選択科目で戦車道を選択し，戦車道全国大会に参加するよう強要される．個性あふれるメンバー達が織りなす，“ハートフル・タンク・ストーリー”である．2012年10月から12月までと，2013年3月に放送された．また，劇場版も上映された．

そしてハイスクール・フリートとは，公式ウェブページ[9]によれば，今からおよそ100年前，プレートのずれにより，多くの国土を水没によって失った世界の日本が舞台の物語である．国土保全のため，築かれた水上都市は海上都市と化し，それらを結ぶ航路の増大に伴い，海の安全を守る人員が必要となった．それに伴い，女性職業の海上進出化も進み，海の安全を守る職業「ブルーマーメイド」が女生徒達の憧れとなっていった．そんな時代に幼馴染の岬明乃と知名もえかは「ブルーマーメイドになる」という同じ目標を持つ仲間たちとともに，横須賀女子海洋学校に入学．彼女たちの明るく楽しい？学生生活を描くテレビアニメーションとのことである．

3–2　両者の比較と選定の理由

両者を比較すると，表1のようになる．ガールズ&パンツァーは大戦時に使用された戦車が，ハイスクール・フリートは軍艦がアニメに登場している．この点については，登場する兵器の“陸もの”と“海もの”の違いと言える．今回筆者は，アニメの物語部分において強い影響力を持つシリーズ構成が同一人物であること，ジャンルとしても学園ものの部分が共通しているところから，これら2つのアニメを調査対象に選択するのが適切であると判断した．

表 1　ガールズ&パンツァーとハイスクール・フリートの比較

	ガールズ&パンツァー	ハイスクール・フリート
監督	水島努	信田ユウ
シリーズ構成・脚本	吉田玲子	吉田玲子
キャラクターデザイン (原案)	島田フミカネ	あっと
アニメーション制作	アクタス	Production ims
製作	バンダイビジュアル，ランティス，博報堂 DY メディアパートナーズ，ショウゲート，ムービック，キュー・テック	海上安全整備局 (アニプレックス，KADOKAWA，アスミック・エース，BS11，コンテンツシード，クロメア)
作品の舞台地域	茨城県東茨城郡大洗町	神奈川県横須賀市
ジャンル	学園，ミリタリー	学園，SF(艦隊)

4　実地調査によって分かったアニメとコラボした地域の実際と考察

筆者は今回，アニメとコラボした地域の実際について情報収集をするため，実際に現地に赴き地域の人たちに話を聞くような実地調査による方法をとった．町にある店を数店舗ずつ回ったほか，地域とそこに訪れるアニメファンについて詳細なことを知っている方からも話を聞くことができた．

4–1　ガールズ&パンツァーと茨城県大洗町

大洗町には，2017 年 8 月 27 日の日曜日，午前 11 時頃から午後 5 時頃までの間で調査を行った．水戸駅から大洗駅までは鹿島臨海鉄道大洗鹿島線を利用したが，この路線ではガールズ&パンツァーのラッピング電車が走っているということがファンの間で知られているようである (図 2)．筆者はまず，鹿島臨海鉄道が運営をしている，「大洗駅インフォメーション」に入り，スタッフの方に話を聞くことができた．大洗駅インフォメーション内を観察すると，ガールズ&パンツァー関連のもので充実していた．筆者が特に注目をしたのは，名刺入れやメッセージノート (図 3) といったファイルである．スタッフの方によれば，テレビ放送があった時期から観光客が増え，劇場版が上映されたあとにもさらに増えたとのことであった．大洗町は，2011 年 3 月の東日本大震災において岩手宮城福島ほどではないにせよ，甚大な被害にあった地域である．地震で壊れた建物もあったようで，震災後は観光客が 3 割も減ったという証言も得ることができた．そのため大洗町の人たちは，ガールズ&パンツァーの聖地巡礼をするファンの人たちが大洗に集まったことについて大変喜んだようである．続いて，ファンの方たちとの交流について質問してみたが，こちらについては話

図２　ガールズ&パンツァーのラッピング電車 (筆者撮影)

図３　名刺入れとメッセージノート (筆者撮影)

しかけてくれるファンの方たちのみと話をする程度のようであり，施設での様子を観察していても，ファンの人が次々に話しかけるといった様子はなく，消極的な印象を受けた．その後，ガールズ&パンツァーと大洗町の観光客について詳細に知っている方を紹介してもらいその場を後にした．

その後，レンタルした自転車で移動し海水浴場とその周辺を見学した．お盆休みも明け海水浴も見張員の人がいないという表示もあるような場所もあった中，多くの観光客が海水浴場に足を運んでいることが分かった．海水浴場の駐車場へ向かうと思われる自動車で周辺の道路が渋滞していたほどである．そして大洗漁港の近くにあったお店で昼食をとった．こちらについても一番混雑するお盆の時期は過ぎている中多くの人が来ており，中に入るのに40分ほどかかった．大洗サンビーチ海水浴場とその周辺も，ガールズ&パンツァーにて登場したところが確かにあるがそれを目的に来ているような観光客はあまりおらず，むしろ海水浴を楽しんだり，海の幸を求め来ていたりする人たちの方が圧倒的であった．ガールズ&パンツァー以外にも有効性のある地域の観光資源があるということを示唆しているのではないだろうか．

最後に筆者は「大洗駅インフォメーション」のスタッフの方に紹介を受けた「江口又新堂」に行き，書店を経営している江口文子さんにインタビューすることができた．まずは店内の様子を観察することからはじめた．ここの書店では，他の書店に比べてガールズ&パンツァー関連の書籍が多く，出版社に連絡して印刷をしてもらわないといけないような希少な関連書籍も売られていた．お店の外にも中にもガールズ&パンツァーのポスターやパネル，声優さんのサインの入った色紙が飾られていた．それらを撮影しているファンの方たちも数人見ることができた．ファン同士，またはファンと江口さんと長い時間話す人達

が数多くいた．

その後，江口さんにインタビューを行った．ガールズ&パンツァー放映後，それ以前と比べてこの書店や書店がある商店街のお客さんの人数が増え，さらには劇場版の上映後についても，それ以前よりさらに人が増えただけでなく，若い女性やカップルのお客さんも来てもらえたとのことである．来てくれる方の年齢層については幅広く，幼稚園児からおじいちゃんまでということであったが，平均年齢は40,50代と高めであり，これについてはガールズ&パンツァーのミリタリー要素と深く関連している．大洗にほぼ毎週来るという人は，若干ながらいるが基本的には少なく，多くのガルパンファンの来るタイミングとしては定期的に行われるイベントの日ということであった．このイベントの日というのは，ガールズ&パンツァーに登場したキャラクターに設定されている誕生日を祝うというものであり，その日に関しては書店自体に来る方や書店がある商店街を散策している方が多く見られるようだ．イベント(誕生日会)を行っている日のお客さんの人数については，その日が土曜日や日曜日かといったこと関連はしているがそれ以上にキャラの人気度によるものがあるようだ．主役の西住みほ(誕生日は10/23)や劇場版における対戦相手の島田愛里寿(ありす，誕生日は10/24)といった，ファンに人気のあるキャラクターでありかつ連続した日であることから，わざわざ有給休暇を取得してキャラクターの誕生日を祝うというお客さんが多数いるようである．

ファン同士，またファンと地元にいる人たちとの関係も良好で情報共有の意識も高いようである．例えば，ガルパン絵馬[*3]がないというファンの方の話を聞いた江口さんが，神社の社務所に連絡を入れどうにかならないものかと頼んだところ，話をしたファンの方はガルパン絵馬を手に入れることができたという話も聞かせてもらった．情報交換の場としても，江口又新堂が機能しており，ファンの方たちはひとまずここに足を運んで他のファンの方や江口さんと話をするようである．ガールズ&パンツァーの公式ツイッターからの情報等からは漏れている非公式な情報やその時点では公開されていない情報についてもファン同士あるいはファンと地元の方同士で交換が行われてるようである．

ファンの人達は聖地たる大洗を愛し，聖地を汚さないようにゴミは必ず持ち帰るといった当然ではあるのだがなかなか守られないことについてもしっかり心がけており，後に来る人達の見本になっている．またファンとして大洗に来た結果，住みたくなる人も一定数いるようで，大洗やその周辺にある鉢田に引っ越してくる方もいるとのことであった．ま

[*3] 大洗磯前神社があるためそこに飾る．この神社は劇場版に登場していた．

た，地元の方もファンを愛し，江口さん曰く「自分の子供」のようだと話していた．

4–2　ハイスクール・フリートと神奈川県横須賀市

横須賀市へは2017年8月23日の水曜日，午前11時頃から午後4時頃までの間で調査を行った．今回調査をした日にはハイスクール・フリートに関連したイベントがやっており [10]，イベントに参加している店舗を中心に聞き込みをしたことを付け加えておく．[*4]

図4　横須賀海軍カレー本舗に設置されている岬明乃等身大パネル (筆者撮影)

筆者はまず，京浜急行線横須賀中央駅から下車すると「横須賀海軍カレー本舗」に行った．このお店ではテレビ放送本編に登場した「晴風カレー」が期間限定であったものの実際に食べることができる他，登場キャラクターの誕生日にちなんだイベントも定期的に行っている．店舗内にはハイスクール・フリート関連の他にも，艦隊これくしょん[*5]関連のグッズが展示されており，中には触ることのできるものもある．ハイスクール・フリート以外にもゲームや他のアニメ作品とコラボしていることがわかる．ここで筆者は昼食としてよこすか海軍カレーを注文した．ランチョンマット代わりに“よこすか海軍カレーかわら

[*4] イベントに参加している店舗は [10] において紹介されている他，店舗入口等にキャラクターの等身大パネル (図4) が設置されている．

[*5] 角川ゲームズと DMM が提供しているブラウザゲーム．2015年1月にアニメ化

版” という日本のカレーと横須賀の歴史が書かれたものが敷かれていた．アニメ以外にも以前からカレーを使うことで地域の活性化をしようとしていたことが分かった．カレーを食べた後は店員さんに少しだけ話を聞くことができた．その方によれば，ハイスクール・フリートとコラボする前後で客数が増加したということであった．アニメとのタイアップについては最近からであるが，タイアップ前後と比較しても客数の差に大きな影響があったようである．元々ハイスクール・フリート以外にも艦隊これくしょん等とのコラボレーションは行っていたが，そのときと比較しても客層についても変化があり，幅広い世代からの来客があったとのことであった．また，7/20に主人公，岬明乃の誕生日会のイベントを行ったときには多くのファンの人が来たとの話である．

次に，和菓子屋である「さかくら総本家」横須賀中央駅前店に訪問をした．今回は店長である坂倉純一さんに詳しくインタビューをすることができた．このお店ではハイスクール・フリートを他店舗と比較しても精力的に応援をしており，OVA[*6]ではあるが坂倉さんや店舗自体がアニメの中で使われていた．坂倉さんはハイスクール・フリートの製作にオブザーバーとしても参加をしているほか，“さかくら特別枠” として製作元であるアニプレックスとさかくら総本家は直契約を結んでおり，ハイスクール・フリート関連の商品を売ることができる数少ない店の1つとのことである．

土曜日，日曜日の週末には店舗ビルの5階にて，“はいふりコミュニティースペース” ということで，キャラクターグッズを買うことができたり，登場キャラほとんどの等身大パネルが見られる場所を開放している．アニメ放映後のお客さんの人数についてはそれ以前と比べ増加しており，2日で600人来たこともあるとのことであった．放送終了後1年程度たつが，それでも週末には100人程度来るようである．ハイスクール・フリートのファンではない一般のお客さんの人数については横ばいではあるが，少なくとも放映以前と比べて減ったということはないということである．横須賀へ引っ越してきた人も10人弱知っているほか，遠方からのリピーターも多く獲得をしているようである．アニメの登場人物を担当した声優や監督等のスタッフがかなりの頻度で来ているという話もあった．監督については1年に40〜50回程度来ているという話もあり，ファンや横須賀の地元の人との距離が近いということも特徴である．

坂倉さんは大洗のガールズ&パンツァーと比較してということでも証言をしてもらえた．大洗のガールズ&パンツァーと比べて横須賀のハイスクール・フリートが小規模でアニメ

[*6] 記録媒体とかレンタルを主な販路として作られる商業アニメ作品．テレビ放映は原則として前提としない．

とコラボしているように見えるのは，どこが中心に盛り上げているかと製作元がどこであるかに関連をしているようだ．まずどこが中心になって盛り立てを行っているかについては，大洗は商工会議所，横須賀は横須賀市が行っている．商工会議所のほうは市に比べて“ビジネス”として活動していることが挙げられる．そして製作元にはガールズ&パンツァーはバンダイビジュアルが，ハイスクール･フリートはアニプレックスが入っている．バンダイビジュアルのほうがアニプレックスと比べて大きい額を地域のイベントやコラボする商品などに投資をしてくれるほか，アニプレックスはキャラクターを大事にするという考えから，そう簡単には商品等に投資をしてくれないようだ．

またなぜアニプレックスとの直契約をし，関連商品を売るお店が少ないのかということについては，ハイスクール･フリートとイベントを行っている店舗が30以上あり，そのすべてを連動させるのが難しい点とアニプレックスの「売れるか否か分からないときときにも応援してくれたところを大事にしたい」との考えからであるとの話も聞くことができた．そもそも大洗も横須賀もメインで盛り上げを行っているお店は4,5店舗程度であり，町全体としての組織がしっかりしなければキャラクターを使った商品を売り出すことにおいて混乱が生じるという問題点についても指摘をしていた．

最後に横須賀名物のチェリーチーズケーキを扱っている「MIKASA CAFE」に行き，そこでも店員さんに話を聞くことができた．アニメ本編においてもチェリーチーズケーキは登場している．このお店も横須賀開催されているイベントに参加しており，等身大パネルが設置されているが，ファンの間でも人気のあるキャラクターである．イベント以降はそのキャラクター目的で来ているファンの人も増えており，近くの公園にてハイスクール･フリートのイベントがやっていた場合はさらに訪れるお客さんの数が増えるみたいである．ファンの人達同士での交流も生まれているようであり，例えば福引があるかないかとか，どこでどのようなイベントが行われているのかという未公開なもの，非公式なものについても情報交換が活発に行われているという話であった．

4–3　考察

さて，大洗及び横須賀での現地調査の結果から判明したことを整理しよう．まずは共通点についてであるがこれについてはそもそも先行研究の妥当性を確認するということが目的であった．地域住民のアニメファンへの理解及びコミュニティが醸成される環境については先に記述したとおりであり，両地域とも満たされていると考えて良いだろう．特に重

要だと考えるのはファン同士あるいはファンと地域の人達の間で未公開であったり非公式であったりする情報交換が交わされているという事実である．先行研究では特に指摘はされていなかった事象だ．

イベント等を継続的に行うことについても両地域とも行っている．特にキャラクターの誕生日にちなんだイベントについては，そのキャラクターの人気やその日が週末であるかどうかによって人数に差が現れるものの，イベントを契機として多くのファンが訪れるため継続的に行うこと自体に意義があると言えよう．

アニメ以外にも地域自体に魅力があることについても両地域とも当てはまる．大洗町はそもそも海が近いため，海水浴や地元の海の幸を食べることができる点でそのように言える．また横須賀市についても軍港の街というアピールがされており，それにちなんだカレーライスも名物になっている．

続いて相違点だが，アニメの聖地巡礼について地域側でどこが中心になって推し進めているかという点についてと，アニメの版権元，ひいてはそこのキャラクタービジネスに対する考え方がどうかという点について指摘をしよう．前者について大洗町は商工会議所が，横須賀市は市が中心になって地域を取りまとめている．商工会が行うのと市，すなわち行政が行うのとでは両者に大きな考え方の違いがある．

また，後者について大洗町のガールズ&パンツァーはバンダイビジュアルが，横須賀市のハイスクール･フリートはアニプレックスが版権元である．両者間にもやはり考え方の違いがあり，それがキャラクターとコラボした地域の商品を出すことについて影響している．この2つの違いは聖地巡礼をビジネスとして考えるときに，その規模の違いが現れる要因になるのではないかと筆者は仮定をしている．そのためこの2つを重要な相違点として指摘をした．

また，副次的なものではあるが本調査をしたことにより，聖地巡礼による地域活性化について新しく考えないといけない点についても挙げておく．それは版権元のキャラクターを地域の商品として使用する際の申請に関わる作業コストである．聖地巡礼が成功した以上，多くのお店が自分の商品をキャラクターに関連して出したいと考えるのは必然であるが，それには当然著作権の問題をクリアしなければいけない．版権キャラクターを使用する申請については大洗町も横須賀市も一括して行っているようだが，多くのお店が申請を求めているため，両地域とも混乱が発生しているようである．申請には版権元とお店との複雑な調整が求められるため，すぐに解決することは難しい問題である．町全体の組織に

関わるシステムの見直しがゆくゆくは必要になっていくだろう．

5　おわりに

本論文では，アニメの聖地巡礼についての目的や背景，具体例を提示し，先行研究のサーベイからリサーチクエスチョンを設定した．それを解明すべく，実際に現地調査を行い，現場を観察しインタビューをすることに成功した．その結果，両地域における共通点と相違点，また副次的ではあるが新たに提起すべき問題点について指摘をすることができた．解明できた点は必ずしも多くはないが，若干なりとも寄与できたと思われる．

今後は，アニメとのコラボについて中心となっている地域側の商工会議所と市，あるいは版権元の組織や組織の考え方がどのように対象となっている地域活性化の規模に影響しているのか，そして版権元と地域とをつなぐパイプになっている組織やその周辺が町の商店等を効果的に支援できるようにするにはどのように組織のシステムを構築するのが望ましいかについて考究したい．

参考文献

[1] 新村出（編）『広辞苑 (第六版)』，岩波書店，2008 年．

[2] 日本政策投資銀行地域企画部「コンテンツと地域活性化」，12,15,18 頁，2017 年，5 月．

[3] 原真志・山本健太・和田崇（編）『コンテンツと地域：映画・テレビ・アニメ』，110 頁，ナカニシヤ出版，2015 年．

[4] 堀内和哉「アニメ聖地巡礼を通した街興しに関する調査研究」，修士論文，芝浦工業大学，2014 年．

[5] 木村正昭「「アニメ」を活用した福島県内の地域活性化」，『福島の進路』，2016 年，25-36 頁．

[6] 岩間英哲・川口峻・瀧澤勇樹・橋場大剛・福冨忠和「コンテンツによる地域振興の研究: アニメツーリズムの成立条件と構造」，『専修ネットワーク & インフォメーション= Network and Information』，第 21 巻，2013 年，17–26 頁．

[7] 福永晶彦「地域振興組織のマネジメント: Oarai クリエイティブマネジメントによるコンテンツ利用観光振興事例を中心として」，『Venture review』，2014 年，65–70 頁．

[8]「ガールズ & パンツァー (GIRLS und PANZER) | 公式サイト」，URL : http://girls-und-panzer.jp/（アクセス日: 2017/9/15）．

[9]「TV アニメ「ハイスクール・フリート」公式サイト」, URL : http://www.hai-furi.com/（アクセス日: 2017/9/16）.

[10]「横須賀市観光情報サイト「ここはヨコスカ」」, URL : https://www.cocoyoko.net/event/hsf-fukubiki.html（アクセス日: 2017/9/24）.