

第9回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ）チュウキョウダイガク	フリガナ）ケイザイガクブ	フリガナ）ヨシノゼミ
中京大学	経済学部	吉野ゼミ

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ）メタ ファイブ	フリガナ）マツヤマアキラ	4
META FIVE	松山瑛	

研究テーマ（発表タイトル）

「聖地」の傾向と特徴とは～包括的な全数調査より～

1. 研究概要（目的・狙いなど）

本研究はアニメの「聖地」340 件のデータをもとに包括的な全数調査、分類分けを行い、作品の内容にも着目しながら、聖地の傾向や特徴を解明することを目的とする。そこから抽出したアニメの「聖地」に関する疑問について考察した。また従来、コアなファンの間でのみ行われていたアニメの背景となった地を訪問する「聖地巡礼」が 2016 年「君の名は」のヒットとともに、より多くのファンに広まることになった。さらに、世界各地でも日本のアニメ文化への関心が高まりつつある。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

アニメの「聖地巡礼」が行われるきっかけとなったのは 2007 年埼玉県久喜市をモデルにした「らき☆すた」という作品である。また、「輪廻のラグランジェ」といった「聖地巡礼」で地域活性化を目的とした作品も登場した。そして、2016 年「君の名は」の大ヒットに伴い、「聖地」である岐阜県飛騨市に映画を観た多くの人が訪れた。その人数は、2016 年時点で 100 万人を超えており、「聖地巡礼」という言葉は世間の多くの人に認知されることとなった。しかし、「聖地」の中には、ファンの中でもあまり認知されていないものや、人気がないものもある。その差はどこにあるのだろうか。そこで、私たちはあらゆるアニメの「聖地」340 件を都道府県別、媒体別、年代別に振り分け、特徴を分析した。

3. 研究テーマの課題

先行研究（山村 2008）より、アニメの「聖地」を「アニメ作品のロケ地、またはその作品や作者に関する場所、かつファンによってその価値が認められている場所」と定義づけ、「聖地巡礼」とはアニメの「聖地」に足を運ぶことである。これらの定義に沿ったアニメ 340 作品の「聖地」を都道府県別、媒体別、年代別の調査及び、作品の内容、論文の調査をした。そこで抽出した疑問について事例を挙げて考察した。なお、340 作品中、58 作品がアニメツーリズムの「全世界のアニメファンが選んだ、訪れてみたい日本のアニメ聖地 88」から定義に沿って抜き出したものである。

それによると都道府県別のデータが最も疑問点が多かった。まず、調査したアニメ「聖地」340 作品のうち 126 作品の作中に東京都がモデルになるシーンがあることが分かった。その原因を探るにあたって、東京都を舞台やモデルとした作品の特徴を様々な観点から解明することが必要だと考えた。次に、東京都と比べ、その他地方の「聖地」の数が少ない。しかし、そのデータが必ずしも地方のアニメ「聖地」の知名度に比例しているわけではないと考えられる。私たちの仮説は作者の出身地が地方の「聖地」に影響

を与えていると考えた。地方の作品の舞台やモデルが作者自身の出身地に関係しているのか、また、関係している場合、人気や認知度に影響をどう及ぼすのかについて考察する必要があった。さらに私たちは、人気や認知度の高い「聖地」の作品は背景の再現性が他作品と比較して高いと考え、実例を出して検証する。このことから以下の三項目が問題となる。

- ① 東京都を「聖地」のモデルとすることが、必要だという原因。
- ② 作者の出身地と「聖地」の関係性。
- ③ 背景の再現度と「聖地」としての人気、認知度の関係性。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

まず、問題①については、作品のジャンルには偏りがなく、ファンタジーから日常を描いたものまで存在し、制作された年代にも統一性が見られないことがわかった。例えば東京の現実味を帯びた普遍的な景色は、背景の材料として使用されやすく、東京都を舞台にする作品が多い。したがって、東京都という地域自体に物語性を見出すことは難しいと考えられる。さらに、作者の出身地などに関係がないことから、アクセスの観点から、大手出版社が本社を構える東京都を拠点とする作者が多いと推測される。先行研究（荒又他 2018）によると、「1990 年から 2000 年代初めから、制作本数の増加による省力化のために写真をトレースする手法がとられた」とあるように、問題①については、東京という土地に対する制作側の思い入れが少なく、背景作画の時間短縮のため近くの景色をトレースしているだけであると考察される。

次に問題②については、東京以外の地方の作品に、舞台やモデルになった地域と作者の出身地と一致する事例の割合が東京 16.7%で地方が 28.5%と多く見られたことがわかった。そこで私たちは「聖地」としての人気や認知度との関係について調査したが、「全世界のアニメファンが選んだ、訪れてみたい聖地 88」の地方をモデルとしたアニメの「聖地」46 件中一致したのが、10 件と作者の出身地と地方の「聖地」が一致することが人気な「聖地」である傾向になることを示すに十分なデータを得られなかった。よって、地方を舞台、モデルとした作品の方が、作者の出身地と一致するものが多いが、そのことと「聖地」の人気や知名度は関係が薄いといえる。

問題③については、背景の再現度が高い作品は、「聖地」の認知度も高い作品が多い。実例として再現度が高いアニメといえば、京都アニメーションが制作する作品や新海誠氏の作品、ジブリ作品だ。京都アニメーションの代表作は「聖地」として最も有名な「らき☆すた」「けいおん！」だろう。他にも「FREE」や「氷菓」などが挙げられる。そのどれもが背景を現実と忠実に再現されている。新海誠氏の作品の代表作はもちろんアニメ「聖地」という言葉が世に知れ渡る原因となった「君の名は」だ。言わずもがな「聖地」の人気は十分にある作品だ。「君の名は」は背景の再現度が高いが、現実より神秘的に描かれていることも人気の要因であるといえる。ジブリ作品については、再現度も作品の認知度も申し分ない、しかし「聖地」としての人気や知名度は低い。それは、聖地への物理的な距離の遠さと、現実より神秘的に描かれすぎていることが原因ではないかと私たちは考えた。私たちの見解では、背景の再現度が高ければ、聖地の特定もしやすく、現実と作品の世界の境界があいまいになり、「聖地」に赴くことでより多くのファンが「聖地」に対して愛着がわくと考えられる。しかし、再現度が高い作品にも例外が存在し、神秘的に描かれすぎると現実と作品の世界の境界が完全に隔絶され、作品のファンは聖地に愛着を持つことが難しくなると考える。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

・先行研究

アニメ「聖地」に関する論文を読み調査の参考にした。

・ウェブ調査

聖地の分布、聖地となりうる作品の原作媒体および刊行された年数を調査した。

6. 結果や今後の取り組み

今回の研究では、聖地を様々な視点から、調査、考察をした。その特性から分類分けを行った。そこで、聖地の特徴や、性質が浮かび上がった。地域を舞台又はモデルとした作品で、ファンに価値を認められたものは例外なく「聖地」になりえるだろう。しかし、「聖地」としての人気や認知度が高くなる要因は、作品の再現度の高さ、観光地としての質、作品の人気など多くの条件が重なったときである。しかし、例外も存在する。今回、私たちは作品の内容、地域性に着目し考察を行ったが地域性に人気や認知度に関係する確かなパターンが見受けられなかった。

7. 参考文献

一般社団法人アニメツーリズム協会-聖地 88 か所 <https://animetourism88.com/ja/sanctuary> (2018/10/10)
作品別聖地一覧 | 聖地巡礼マップ <https://seichimap.jp/contents/2014/07/titles.html> (2018/10/10)
東洋大学学術情報リポジトリ アニメ聖地巡礼と地域性―「地域振興」の視点を超えて
https://toyo.repo.nii.ac.jp/index.php?active_action=repository_view_main_item_detail&page_id=13&block_id=17&item_id=9650&item_no=1 著者 荒又美陽 足立大育 加納怜育 菊川理気 坂本和大 渋谷京佑 田嶋玲 萩原周太郎 菱沼航 2018
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
<https://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/handle/2115/35084> 著者 山村 高淑 2009 年

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

●発表時に使用する成果物 (例. 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート)

【企画シート作成上の注意】 ※「第9回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ・本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、翌年 3 月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。
- ・本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ・本企画シートは、作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。
- ・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ・企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ・商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版權の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。
- ・書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただく場合がございます。
- ・電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。