

アニメによる人とのつながりの形成

—聖地巡礼を通して—

浜田 優里

「これからも末永く、この町と歩んでいけますように。」



ブログ「もてぎの鷲宮神社参拝記。」より

<http://motegionityan.blog72.fc2.com/blog-entry-187.html>

『らき☆すた』のいわゆるアニメ聖地巡礼から鷲宮という町と神社に惹かれ…足繁く通い始めて今に至ります。」との自己紹介がある。

はじめに

「宮城県七ヶ浜：アニメ「かんなぎ」の“聖地”が震災被害 ファンが復興に協力」

東日本大震災のような非常時に文化にできることはあるのか、という問いについて考える中で、こう題されたある記事¹⁾にその手がかりを見出した。

宮城県七ヶ浜にはアニメ「かんなぎ」に登場する神社のモデルが存在する。先の記事はこの七ヶ浜周辺が東日本大震災で被災し、アニメ「かんなぎ」のファンがその復興支援をしている、という旨の記事である。このよ

うに、今日、アニメ（またはゲーム）にゆかりのある場所“聖地”は巡礼を通してファンに広く愛されており、震災に際しては復興支援がなされるほどである。

この聖地の魅力とはいったいどのようなものなのだろうか。聖地巡礼に関する先行研究やいくつかの例を検討しつつ、今日のアニメなどの文化が秘める可能性を明らかにしたい。まず次節では、聖地巡礼とはどのような現象なのかについて考える。

彩られた空間としての聖地

聖地巡礼とは、アニメなどで実際の地域が舞台にされている時、そこを探訪することの俗称である。宇野常寛はこうした現象をサブカルチャーから現代社会を読み解くカギであると考え、

『人間』であることから解放されたキャラクターたちは、『もうひとつの現実』を構築することはないが、その代わりに『この現実』のなかに入り込んでいく（『聖地巡礼』が可能になる）。²⁾

と述べている。つまり、それまではくここではない、どこか>であったマンガ・アニメ世界の仮想現実的イメージがくいま、ここ>を多重化した拡張現実的イメージへと移り変わっているというのだ。すなわち、マンガ・アニメファン達の見つめる先が仮想世界ではなく、今ここにある現実へと近づいたのである。それゆえ、なんでもないような場所が巡礼者の想像力によって彩られることで「聖地」と化し、そこへ出かけてゆくという現象が起こるのだと宇野は語っているのである³⁾。

これらの宇野の説に基づいて考えると、聖地の魅力とはアニメで見た風景と同じ部分を実見に見出すことでキャラクターがここに存在し息づいているのではないかというリアリティを感じたり、ファンの中でこのリアリティやそれを感じられた喜び・興奮を共有して楽しんだりすることができるということだろう。確かにこれは聖地を魅力的なものにし、ファンを呼び寄せるものではあった。

しかし、「かなざぎ」の例からも分かるように実際のファンたちの聖地への思い入れは、“現実の世界に虚構を読み取ることを求め、またその虚構への実感を共有して楽しむことができる観光地のようなもの”という認識の域にとどまらない。初めは、虚構を楽しむための手段として聖地を訪れたであろう彼らが、いつの間にか自分たちの居場所として聖地を愛している様が見て取れるのだ。

聖地の事例紹介—「らき☆すた」「おねがいシリーズ」—

どのようにしてこのような変化がもたらされているのだろうか。それは聖地の具体的な例を見ていくことで明らかになる。

一つ目は、アニメ「らき☆すた」の聖地である鷺宮町における例である。鷺宮町がアニメ「らき☆すた」の舞台であることが知られるようになり、ファンが訪れるようになってはじめて、鷺宮町商工会はこの聖地巡礼のことを知った⁴⁾。ファンのマナーが良かったこともあり⁵⁾、商工会は彼らと呼び寄せた「らき☆すた」や巡礼者について理解を深め、彼らをもてなすイベントを企画し開催するようになる。この企画は、ただファンを受け入れもてなすだけではなく、鷺宮町の町としての良さを感じさせるという効果もあわせもっていた⁶⁾。山村高淑の「さらに単なるグッズ販売ではなく、その店の本業の持ち味を生かした商品（メニュー）で勝負したことが功を奏し、個人商店主とファン個人とのコミュニケーションが促進され、当初のアニメファンが特定店舗のファンになっていく事例が見られるようになった」という記述⁷⁾からもその様子が読み取れる。このように、鷺宮町はアニメをきっかけとして巡礼者と交流を重ね、「らき☆すた」ファンをまちのファンともすることで、聖地巡礼を一時的ではなく持続的なものとし、まちおこしを成功させたのである。

二つ目は、アニメ「おねがい☆ティーチャー」「おねがい☆ツインズ」（おねがいシリーズ）⁸⁾の聖地、長野県木崎湖周辺の例である。こちらも巡礼に訪れるファンに対して地元の人々が徐々にファンを受け入れ、好意的に接するなかで交流が始まった⁹⁾。コンビニエンスストアや旅館、キャンプ場などでファンと地元民との交流がみられている。例えば、アニメに登場したコンビニではファンと店員が会話を楽しみながらおやきやうどんを食べていき、交流の中でファンと結婚した店員もいる¹⁰⁾。また、マナーの徹底を呼びかけたり、地元民への「あいさつ運動」を推奨したりするといった、巡礼者が自分たちを律する行動が見られたり¹¹⁾、ファン有志と地元民による共同の木崎湖清掃活動や、原画展が行われたりすることもあった¹²⁾。アニメの放送から10年経った現在でも巡礼者が訪れ、定期的にイベントが行われている。

このようなイベントの継続や地元民の好意的な態度のほか、アニメがきっかけで訪れるうちにその地域自体に魅入られるという事例もある。例えば、「最初は話題作りで来たが、今はここが好きで来ます。神奈川にも芦ノ湖とかあるけど、バリバリの観光地。こんなに静かでいいところはあり

ません。」¹³⁾「ここにいると、なんとも言えず心地いい。仕事がかつかったときは、気持ちが静まる」¹⁴⁾という巡礼者のコメントや、「アニメがきっかけで訪れたファンが山登りをしたり、何気ない喫茶店にも足を延ばすようになった」¹⁵⁾という記述が存在する。こういった要因から、木崎湖周辺は聖地としてアニメ放送が終了して10年以上経った今でも親しまれているようである¹⁶⁾。

交流の場としての聖地

聖地がこのように愛され続ける理由には、上で述べたようなイベントの継続やまち自体の魅力への気づきといったもののほかにも、人との現実でのつながりの形成というものが重要な位置を占めているといえるだろう。上記の例にしても、ファンの集う場所や感想などを書き残す絵馬やノート、イベントの共有といったファン同士の交流の機会だけでなく、イベントの企画や実行におけるファンと地元民との協力関係や、店員と常連客という形での地元民とファンとの友好的な交流がみられている。

イベントの企画や実行におけるファンと地元民との協力関係の例として、ふたたび鷲宮の「らき☆すた神輿」を見てみよう。鷲宮の伝統行事である土師祭（はじさい）に「らき☆すた」のキャラクターをあしらった「らき☆すた神輿」を登場させてファンに担いでもらってはどうかという輿会からの提案がきっかけで、全国から集まった120名のファンが実際に土師祭で神輿を担ぐこととなったのだ¹⁷⁾。この「らき☆すた神輿」は2008年から毎年担がれており、2012年で5周年を迎えるという¹⁸⁾。

このように、聖地では人と人との交流のなかで、お互いを受け入れたり、楽しさや活気を共有したりする場が築かれていくのだ。巡礼者とははやアニメの舞台としてだけではなく、自分たちが受け入れられている居心地の良い場所として聖地に愛着を感じ、聖地の側も彼らが繰り返し訪れることで活性化する。アニメを通して現実の楽しさをも知ることができるというのが、キャラクターたちに彩られた空間を楽しめるという宇野のとらえ方だけでは説明のつかない聖地の魅力であるのだ。

おわりに

冒頭に紹介したブログ「もてぎの鷲宮神社参拝記。」に端的に見られるように、また「かんなぎ」の例にしても、規模は小さくともこうしたことはあちこちで起こっているように思われる。アニメなどを目的として集まってきた人々が交流の中で結び付き、現実の土地への愛着を持つようにな

った結果、ファンによる復興支援がおこなわれるまでになったという例である。アニメなどは、その要素が現実の場所に根付くようになって、こうした交流や出会いを築く媒介としての力を発揮するようになったのだ。

今回の震災で、このアニメなどの文化を出発点とする現実での人と人とのつながりの形成の可能性がより一層はっきりと見て取れるようになったのではないだろうか。巡礼者たちは、「もう一つの現実」から「この現実」へ近づいたという宇野の議論を超え、もはや「現実」に降り立っているのである。

注

1)宮城県七ヶ浜：アニメ「かんなぎ」の“聖地”が震災被害ファンが復興に協力

<http://mantan-web.jp/2011/04/17/20110416dog00m200028000c.html>

2)宇野常寛『リトル・ピープルの時代』2011 幻冬舎 p392。カッコ内は原文。

3)宇野前掲書 p392, pp. 403-404

4)坂田庄巳・松本真治・山内正明 モデレーター:岡本健「基調報告3『まちおこしの経緯と新たな取り組みについて』『次世代まちおこしとツーリズム』CATS 叢書第4号、北海道大学観光学高等研究センター/鷺宮町商工会 2010

5)今井信治「アニメ「聖地巡礼」実践者の行動に見る伝統的巡礼と観光活動の架橋可能性：埼玉県鷺宮神社奉納絵馬分析を中心に」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編『メディアコンテンツとツーリズム』2009 北海道大学観光学高等研究センターp99

6)注5に同じ

7)山村高淑「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」前掲『メディアコンテンツとツーリズム』p18

8)「おねがい☆ティーチャー」は2002.1-2002.3、WOWOWで放映されたアニメ。「おねがい☆ツインズ」はその続編にあたり、2003.7-2003.10、WOWOWで放映された。この二つはまとめて「おねがいシリーズ」と呼ばれる。

9)岡本健「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」前掲『メディアコンテンツとツーリズム』

10)注9に同じ

- 11) 注 7, p10
- 12) みずほプロジェクト <http://mizuho2008.omachi.org/>
- 13) 「ふれあい☆定着 TV アニメの「聖地」木崎湖 巡礼ファン、なじみ客に 大町」(『朝日新聞』2008. 8. 13)からの岡本健による引用、引用先は注 9 に同じ
- 14) 「ルポ 03=TV アニメ舞台…大町海ノ口駅“聖地”巡礼、絶えず」(『信濃毎日新聞』2003. 12. 21)からの岡本健による引用、引用先は注 9 に同じ
- 15) 「[ひと紀行]木崎湖 アニメのままに美しく=長野」(『読売新聞』2008. 11. 13)からの岡本健による引用、引用先は注 9 に同じ
- 16) 「アニメの舞台深める交流 大町・木崎湖」(『中日新聞』2013. 1. 27)http://www.chunichi.co.jp/article/nagano/20130127/CK2013012702000024.html?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter
- 17) 注 7 に同じ。詳しくは以下
「らき☆すた神輿について」『武蔵国鷲宮の土師祭 (はじさい) らき☆すた神輿 WEB サイト』<http://luckystar.wasimiya.com/mikoshi.html>
- 18) 『演舞 第 30 回土師祭公式サイト』
<http://www.wasimiya.org/sengan2012/menu.html>

聖地巡礼は、作品とのつながりがあるということをきっかけにそれを好きな人が集まってくるという構図からはじまっています。調べていくうちに、やがて聖地から醸し出されるようになった「そこにいる人はみんなそれが好きな人」という空気によって聖地の聖地らしさはより強化されているように感じました。これも聖地の魅力のひとつなのです。

この「そこにいるひとはみんなそれが好き」という空気はコミックマーケットにも共通すると思います。コミックマーケットでは、売り買いする人達だけでなく運営者やスタッフもコミックマーケットにボランティアで参加し、楽しんでいるからです。その点で、コミックマーケットの地も一種の聖地と言えるでしょう。私が最初に調べる対象にしようと思っていたのはコミックマーケットだったのですが、最終的に自分の調べた聖地巡礼とつながっているのもおもしろいなと思いました。

浜田優里