2020 年　社会構築論系
地域・都市論ゼミ　ゼミ論文

アニメツーリズムによる地域価値再編

主査：浦野　正樹教授

早稲田大学　文化構想学部
社会構築論系 4 年　浦野ゼミナール所属
1T170899-3 森定賢吾

目次

序章 4

序-1　　研究動機 4

序-2論文構成及び検討事項 5

序-3研究方法 5

1 章　期待を集めるアニメツーリズムとは 6

1-1 アニメツーリズムの定義 6

1-2 アニメツーリズム誕生まで 8

1-3 期待を集めるアニメツーリズム

1-3-1 共通言語となるオタク文化 12

1-3-2 モノ消費からコト消費へ 13

2 章　沼津「ラブライブ！サンシャイン！！」 14

2-1-1 沼津市概要 15

2-1-2 沼津市が抱える問題 20

2-2 作品概要

2-2-1「ラブライブ！サンシャイン！！」ストーリー 22

2-2-2「ラブライブ！サンシャイン！！」登場人物 23

2-2-3「ラブライブ！サンシャイン！！」コンテンツの成長 24

3 章　沼津の価値を再編するラブライブ！サンシャイン！！ 26

3-1 作品の舞台となる沼津市 27

3-2 地域の顔となるラブライブ！サンシャイン！！ 28

3-3 沼津市の交通とラブライブ！サンシャイン!! 30

3-4 沼津市の宿泊とラブライブ！！サンシャイン！！ 35

3-5 沼津市の産業とラブライブ！サンシャイン！！ 36

3-6 沼津市の文化とラブライブ！サンシャイン！！ 40

4 章 地域と結びつくアニメツーリズム 42

4-1 新規性と追体験 42

4-2 他コンテンツとの親和性 42

4-3 コミュニティ、集いの場となる聖地 43

4-4「ツーリスト」、「製作者」、「地域住民」3 者で共創する地域ブランディング 44

5章 アニメツーリズムの脆弱性 46
5-1 コンテンツへの依存 46
5-2 ツーリズムの持続性 46
5-3 コロナ禍に対応するアニメツーリズム 47

終章 48
終- 1 本論のまとめ 48
終- 2 謝辞 49
参考文献・参考 URL 50

序章

序- 1　研究動機

聖地巡礼文化からの視点で論文を執筆するに至った動機は、筆者自身が高校時代にアニメ作品を鑑賞し、聖地巡礼の世界を楽しんでいた一人であったことが一番に起因している。初めての聖地巡礼の地は秋葉原だったのだが、アニメだけの世界、想像上の空間であった秋葉原と現実とが重なる楽しさや、そこで触れることのできたオタク文化はどれも新鮮なもので、今でも鮮明に覚えている。ただ聖地巡礼スポットを巡るだけではなく、アニメグッズを手に入れる為や、アニメイベントに参加する為、同じ趣味を持つ仲間と集まる為など、様々な目的がありながらも、そこに活動の拠点となるアニメの聖地があることで当時の筆者の居場所となっていた。筆者の体験からという話にはなるが、今まで秋葉原という場所と無縁であった人間がその場所を自らの居場所と感じ、様々な活動・体験をしてきたことに、アニメの聖地は空間と人を結びつける力、もしくは手掛かりがあるのでないかと感じさせる経験となった。

昨今、日本の社会問題として東京一極集中化や急速な少子化、高齢化が挙げられる。これに伴い日本全体の人口が減少局面に突入している中、特に過疎地域においては、いち早く少子化、高齢化と人口減少が顕著となり、地域によっては、集落における生活の維持が困難になってきている地域も存在している。過疎地域等における集落は既に小規模化が進み、高齢者割合が高い集落も増加していることから、集落機能が低下し、生活の維持が困難な集落が多くなっている。実際、高齢化の進んだ集落については、地元市町村がいずれ消滅の可能性があるとしている集落が相当程度存在する。 具体的な課題として、空き家の増加、商店等の閉鎖、公共交通の利便性低下などの住民生活における問題のほか、働き口の減少や耕作放棄地の増大など産業基盤に関係する問題がとくに多く挙げられている。こうした人離れの悪循環を断つ為に過疎地域では様々な取り組みを通して地域の魅力を発信していく必要性について各地で見出されるようになった。

本論文では筆者が経験したように地域の魅力を発信する一つの効果的な手段として聖地巡礼文化を提言し、聖地巡礼文化がどのようにして地域と結びつき、いかに地域価値を再編していくのかそのプロセスを明らかにし、そして再編された地域価値によってどのようにして持続可能な地域社会を生み出すことができるのかを筆者が聖地巡礼で体験した経験なども活かしていきながら明らかにしたい。

序-２　論文構成及び検討事項

本論文では以下３点について論じていき明らかにしていきたいと思う。

1.アニメツーリズムとは何か
2.なぜアニメツーリズムなのか
3.アニメツーリズムが地域価値を再編する重要な要素とは

これら３点それぞれに「アニメツーリズム」というワードが含まれているように、アニメツーリズムを３点それぞれの角度から明らかにすることでアニメツーリズムの過去・現在・未来を体系的に考えることができると考えている。１点目、アニメツーリズムとは何かを考えることで今まで積み重ねてきたアニメ文化や聖地巡礼文化について捉えなおすことができるだろう。２点目のなぜアニメツーリズムなのかという問いに関しては、現在アニメツーリズムが地域に対してどのような影響を与えてきたのか、そしてこれから期待されることは何であろうか見つめなおすことになる。３点目はアニメツーリズムが地域価値を再編するための重要な要素について明らかにしたい。これは現在のアニメツーリズム、本論文では沼津市を事例研究していくのだが、そこから見て取ることのできた重要な要素、どのようにしてアニメと地域とファンが結びついていくのか、そのトリガーやそこで生まれるアニメツーリズムの課題からアニメツーリズムの将来像を明らかにする。
アニメツーリズムを過去・現在・未来から捉えなおす理由としては、観光学の歴史の中においてアニメツーリズムという考え方はまだまだ浅い領域であるからだ。観光庁が取り組みを支援していたアニメツーリズム協会も 2016 年に設立されたばかりである。本論文がアニメツーリズム研究における一助を果たすことができればという想いから以上 3 点を検討していく。

序-３　研究方法

本論文の研究方法として 1 章でアニメツーリズムの定義づけからその歴史、そして現状のアニメツーリズムの立場を論じていく。検討事項で挙げたアニメツーリズムとは何かという部分だ。2 章そして３章は実際に沼津市を取り上げてアニメツーリズムの事例を研究していく。この章で実際に事例を取り上げることによって、考察するうえでの足掛かりとする。4 章は２・３章の足掛かりからなぜアニメツーリズムなのか、アニメツーリズムが地域価値を再編する重要な要素について、明らかにする。5 章では１章から４章で論じてきたものを体系に捉えることで、見えてきたアニメツーリズムの課題そして将来性を考察していく。

1 章 期待を集めるアニメツーリズムとは

この章ではアニメツーリズムについて論じていく前に、アニメツーリズムとは何なのか、学問として歴史が浅く、確立された定義づけがされてこなかった部分を整理することやアニメツーリズムの歴史を紐解き、どのような過去を辿って現在に至るのか取り上げることでアニメツーリズムがどのようなものであるかを考察していく。

1-1 アニメツーリズムの定義

アニメツーリズムを定義づける上で様々な解釈の仕方があるが、本論文では国交省・経産省・文化庁・観光庁が定義したものをもとにまとめ、考えていく。

アニメツーリズムはコンテンツツーリズムに分類され、コンテンツツーリズムはニューツーリズムに含まれているため、ニューツーリズムから追って考える。観光庁は 2007 年に『ニューツーリズム旅行商品　創出・流通促進ポイント集』にてニューツーリズムは「厳密な定義づけは出来ないが、従来の物見遊山的な観光旅行に対して、テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた新しい形態の旅行を指す。」（観光庁,2007）としている。滞在型を含む新たな旅行形態を「ニューツーリズム」と称して、その普及・促進を開始した。「ニューツーリズム」の例として、「グリーンツーリズム」「エコツーリズム」「産業観光」「ヘルス（健康）ツーリズム」「ロングステイ」「文化観光」などを挙げることができ、ツーリストの多様なニーズに対応する旅行スタイルとして考えることができる。こうしてニューツーリズムの展開は観光地域づくりにおける重要な手法の一つとして位置づけられるようになった。この観光庁の取り組みがエコツーリズム、グリーンツーリズム、ロケツーリズム、ヘルスツーリズムなど、特定のテーマを主軸にすえた観光のありかたを表す「〇〇ツーリズム」を無数に存在させた。様々に存在するものの中から代表的なものを挙げ、どのようなものなのか見ていこう。

・エコツーリズム

観光旅行者が、自然観光資源について知識を有する者から案内又は助言を受け、当該自然観光資源の保護に配慮しつつ当該自然観光資源と触れ合い、これに関する知識及び理解を深める活動である。

・グリーンツーリズム

農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動（農作業体験や農産物加工体験、農林漁家民泊、さらには食育など）である。

・文化観光

様々な地域の歴史、伝統といった文化的な要素に対する知的欲求を満たすことを目的とする観光である。

・（世界）遺産観光
ユネスコの世界遺産リストに記載されている世界文化遺産や世界自然遺産を対象とした観光であり、資源の保全にも配慮しつつ観光活用を考える観光である。

・産業観光
歴史的・文化的価値のある工場等やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場等を対象とした観光で、学びや体験を伴う観光である。

・ヘルスツーリズム
自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持するための活動をともなう観光。

・スポーツツーリズム
スポーツを「観る」「する」ための旅行に加え、スポーツを「支える」人々との交流や、旅行者が旅先で多様なスポーツを体験できる観光であり、これらに必要な環境の整備の活動も対象として含む。

　様々な観点からのツーリズムが存在しており、興味関心の数だけ拡大しているともいえるだろう。そしてこのニューツーリズムの中にコンテンツツーリズムも含まれている。このニューツーリズムからコンテンツツーリズムについて定義を見直し、考えていく。コンテンツーリズムは国交省、経産省、文化庁 2005 年『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』にて「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」定義されており、更に「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」としている。いわゆる「聖地巡礼」を言い換えたものがコンテンツツーリズムであると言える。
　本論文ではこのコンテンツツーリズムが対象にしているテーマ、（映画、テレビドラマ、小説、まんが、ゲーム）など様々なコンテンツがある中で、マンガ・アニメコンテンツに限定したツーリズムをアニメツーリズムとする。よってアニメツーリズムを直接定義づけしていくと、「地域に関わるまんが・アニメコンテンツを活用して、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」となる。更にニューツーリズムの定義も参考にしながらその根幹の部分を考えていくと、「体験型・交流型の要素を取り入れ、地域に『まんが・アニ

メ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」となる。

1-2 アニメツーリズム誕生まで

アニメツーリズムはコンテンツツーリズムの聖地巡礼文化とアニメ文化が融合したものであるためアニメツーリズムの誕生を明らかにしていくにはコンテンツツーリズムの聖地巡礼文化の歴史とアニメ文化の歴史をたどる必要がある。まず、コンテンツツーリズムの歴史を遡る。

コンテンツツーリズムの起源は古代まで遡ることが出来る。日本におけるコンテンツツーリズムは、歌枕が詠まれる頃、平安時代には始まっており、旅を題材とした作品は、平安時代から中世の鎌倉・室町時代にかけて、たくさんの紀行文が存在している。近世の江戸時代になると識字率が上がり、紀行文や道中記、名所図会の類が多数出版されるようになる。しかし、社会の近代化が始まる以前はツーリズム自体が限定的であったがために、コンテンツツーリズムもそれ以上に限定的なものとならざるを得なかった。ここまでの時代におけるコンテンツツーリズムは「前近代的コンテンツツーリズム」と言えるだろう。社会の近代化が始まると、ツーリズムにも大きな変化が訪れる。これは鉄道の敷設に代表される交通網の拡充によって遠距離の移動が容易となり、通信網の拡充およびマスメディアの発達によって促進された。日本における近代観光は明治時代以降に始まった。この様な観光は第二次世界大戦以前から成長し続け、戦後の高度経済成長期に全盛期を迎える。さらに、1980 年代以降はニューツーリズムと呼ばれる観光の多様化が始まっている。国民のほとんどが読み書き出来るようになってコンテンツ作品に親しむ条件が整い、近世以前に刊行された紀行文や道中記の再版も含め、新たに生み出されたコンテンツ作品が広く読まれるようになる。小説の舞台が絵葉書になったり、ドラマ化・映画化されたり、ご当地ソングが作られたりすることにより、視覚的・聴覚的にもより強くイメージされるようになった。小説やドラマ・映画の舞台を訪れる現象は当時から見られており、コンテンツツーリズムの進展が見られる。この時代におけるコンテンツツーリズムを「近代的コンテンツツーリズム」とする。20 世紀末以降、観光形態の多様化が一層進み、様々なコンテンツが構築され過去のコンテンツもデジタル情報化されてインターネット上への蓄積が進んでいる。この様な今日のコンテンツの在り方は「現代的コンテンツツーリズム」と言えるだろう。（毛利,2016）

表 1-1 各時代におけるコンテンツーリズムの変遷

分類	前近代的コンテンツツーリズム	近代的コンテンツツーリズム	現代的コンテンツツーリズム
時代区分	江戸時代以前	明治〜平成初期	平成中期
主要コンテンツ	道中記、紀行文、名所図会	小説、映画、ドラマ、流行歌、絵葉書	ライトノベル、映画、ドラマ、漫画、アニメ、ご当地アイドル

（筆者作成）。

続いてアニメの歴史と聖地の関係性をまとめた

表 1−2 アニメと聖地の歴史

1980 年代	家庭用ビデオデッキの普及	「オタク」の誕生
1991	OVA『究極超人あ〜る』×JR 東海飯田線田切駅など	究極超人あ〜るとそのファンによって図らずも誕生した聖地巡礼発祥
1993	鳥取県境港市で「水木しげるロード」オープン	自治体主導の都市整備
2002	『おねがい☆ティーチャー』×長野県大町市（木崎湖）	
2006	『涼宮ハルヒの憂鬱 』×兵庫県西宮市	ファンによる聖地巡礼。聖地巡礼が広く注目されるきっかけに。20 年現在でもファンコミュニティが存在
2000 年代	2005 年「You Tube」サービスを開始。2006 年末「ニコニコ動画」実験サービス開始。2008 年、日本で iPhone 発売	誰もが情報発信者に。オタク文化の急速な拡大
2007	『らき☆すた』×埼玉県鷲宮町（現久喜市）	当初ファン主動、後に地元商工会×製作者×ファンのコラボレーションモデルを確立。
2008	『true tears』×富山県東砺波郡城端町（現南砺市）	YouTube・掲示板・ブログへの投稿複数
2009	『けいおん！』×滋賀県豊郷町	タイアップは行われていないがその人気から交流あり
2009	『戦国 BASARA』×宮城県・仙台市・白石市	アニメキャラクタービジネスの地域展開の成功例。
2009	劇場アニメ『サマーウォーズ』×長野県上	市観光課×製作者による共

	田市	同プロモーションモデルの確立
2010	OVA『たまゆら』×広島県竹原市	
2011	3 月 11 日、東日本大震災	製作側に地域貢献意識が高まる
2011	『あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。』×埼玉県秩父市	地域の 10 団体からなる「秩父アニメツーリズム実行委員会」が地域側の窓口に。
2011	『花咲くいろは』×石川県金沢市湯涌温泉	
2012	『輪廻のラグランジェ』×千葉県鴨川市	
2012	『あの夏で待ってる』×長野県小諸市	
2012	『ガールズ&パンツァー』×茨城県大洗町	企画段階から被災地にアボランティア主導、アニメで何かできないかという製作側の意向あり。
2013	『恋旅～True Tours Nanto～』×富山県南砺市	
2013	『有頂天家族』×京都府京都市	
2014	『Wake Up, Girls!』×宮城県仙台市	ライブや握手会等の関連イベントの実施や“聖地巡礼”による観光振興で復興に貢献したいという意向が製作側にあり。
2014	『フランチェスカ』×北海道石狩振興局	
2016	『君の名は』×岐阜県飛騨市古川町など	253 億円の経済効果
2016	「聖地巡礼」新語・流行語大賞ノミネート	
2016	『ラブライブ！サンシャイン！！』×静岡県沼津市	声優が複数回、沼津市を訪問

（山村高淑「『アニメ聖地巡礼』と『コンテンツ・ツーリズム』：作品への愛と旅することの本質について考える」2014 年 11 月 23 日 https://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/bitstream/2115/57447/1/20141123yamamura.pdf 、を参考に筆者作成）。

「オタク」の誕生は 1970、もしくは 80 年代にまで遡る。といっても歌舞伎や相撲、能楽など日本を代表する文化と比べるとまだまだ新参者の新しい文化である。

オタクの誕生について、岡田（2012）は下記のように主張している。

「『オタク』という言葉を使いはじめたのは、慶應義塾幼稚舎出身のおぼっちゃまたち、というのが、オタク業界での一応の定説だ。彼らは熱烈なSFファンで、その中の何人かは「スタジオぬえ」というオタク系アニメ企画会社に就職し、オタク受けナンバーワン・アニメ『超時空要塞マクロス』を作って大ヒットを飛ばした。ときに西暦1982年。彼らはまさに全オタク、憧れの存在だった。その彼らが、SF大会などファンの前でオタクと呼び合っているのだから、ほかのオタクたちが真似ないはずはない。しかも、情報交換の必要性から初対面の人と話す機会の多いオタクにとって、相手への軽い敬称でもある「お宅」という言葉は、便利なものだった。」

（岡田斗司夫「オタク学入門」2012年,新潮文庫)。

　このようにオタクという言葉の誕生からアニメ文化は構築されてきた。

「アニメ作品と地域を連携させて振興に結び付けよう」とする動きは、「アニメ「らき☆すた」を用いた埼玉県の久喜市商工会の取り組みに端を発する。以後この間80を優に超える自治体と作品とが、地方創生の資源として活用されてきた。いわゆる「聖地巡礼」が 注目されて以降、アニメへの登場を契機とした観光ブームが全国各地で取り上げられるようになった。事例を挙げると、2016年に公開されたアニメ映画「君の名は。」の影響により、その舞台の1つとなった岐阜県に推計約75万人の聖地巡礼者が訪問し、同じく岐阜県が舞台となり、ほぼ同時期に公開されたアニメ映画2作品も含め、岐阜県全体に 253 億円の経済効果をもたらしたと試算されるまでに聖地巡礼文化（アニメツーリズム）は成長した。（十六総合研究所，2016)。

　実際にアニメツーリズムがどのタイミングで誕生したのかという判断は難しいが、現代的コンテンツ―リズムのコンテンツのデジタル化という観点から見ると2000年代の情報の送り手と受け手の流動化を意味するweb2.0時代と「らき☆すた」の聖地巡礼による観光ブームが重なっていることで誰もが情報の発信者となれる事ができる環境が観光の多様性を生み、アニメツーリズムが形作られてきたのだということを考察することができる。アニメツーリズムを論じるにおいて情報の送り手、受け手の関係性は重要な視点であることが分かる。

1-3 期待を集めるアニメツーリズム

1-3-1 共通言語となるオタク文化

政府は、2020 年に訪日外国人 2,000 万人の達成に向け様々な施策を講じている。今後、訪日外国人との交流を通じて地域経済を活性化するために、一部の地域だけの取り組みではなく、日本各地で外国人旅行者を受け入れることが求められている。中でもアニメコンテンツを活用した観光振興は、全国各地の 自治体で取り組まれている。また行政においても 2012 年に閣議決定された「観光立国推進計画」 において映画・アニメ等を観光資源としたニューツーリズムの促進を目指しており、さらに内閣府 の「クールジャパン戦略」においてもアニメツーリズムの推進が明記されている。海外のクールジャパン・コンテンツファンが訪日の際に、「アニメの聖地を訪問したい」というニーズは高まりを見せている。観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると、2019 年に「映画・アニメ縁の地を訪問」した訪日外国人は 4.6%で訪日外国人数の全体から換算すると、約 147 万人もの外国人が映画やアニメの聖地に足を運んでいるということになる。そして「次回したいこと」として、10.2%が「映画・アニメ縁の地を訪問」をあげていることから、アニメツーリズムは外国人旅行客の日本リピーターを獲得する一つのカギとして今後アニメツーリズムのさらなる拡大が期待されている。現在日本だけでなく世界へと広まり続けているオタク文化について、岡田（2012）は下記のように述べている。

「ハリウッド映画が、国境を超えるのと同じように、オタク文化も国境を超えている。日本全国に散らばっているオタクたち数百人の結びつきは、血縁よりも住んでいる地方よりも出身地よりも強い。アメリカのオタクたちも、自分をアメリカ人であるより先に、「オタクである」と発言する。オタクの忠誠心は国家や民族より、自分の好きなものに向かっている。日本人同士という一体感、アメリカ人である、というアイデンティティより、オタク同士という一体感の方がずっと大切なのだ。」
（岡田斗司夫「オタク学入門」2012 年,新潮文庫）。

今やオタク文化は言語の壁・文化の壁を超える共通言語となっている。
これは異文化交流だけの話ではなく、日本人のオタク同士でも同じ話だ。アニメという共通項があることで自然と心の距離は近くなる。実際に筆者も今まで同じアニメやキャラが好きという共通項があることでそのコミュニティに属し、仲間の輪が広がった経験をしている。聖地においても、観光をしている人々は外からやってきて聖地に対して繋がりが何もないというわけではなく、アニメという共通項で繋がることができる。

1-3-2 モノ消費からコト消費へ

観光庁は平成 31 年 3 月「『体験型観光コンテンツ市場の概観』世界のコト消費と海外旅行者の意識・実態の調査結果」にて

「『「楽しい国 日本」検討会議』の提言を踏まえ、訪日外国人の体験消費（コト消費）の増加を目的とした体験型コンテンツの充実と市場拡大が課題となっている」

（観光庁「『体験型観光コンテンツ市場の概観』世界のコト消費と海外旅行者の意識・実態の調査結果」、平成 31 年 3 月）と述べている。旅行に対するニーズも多様化している点に注目してコト消費の重要性について見つめなおされてきた。このような背景がありアニメコンテンツを観光資源としてコト消費の側面から観光そしてその関連産業の振興を図るアニメツーリズムは期待を集め、注目されるようになった。

2章　沼津「ラブライブ！サンシャイン！！」

本論文ではアニメツーリズムの事例として静岡県沼津市を舞台とする「ラブライブ！サンシャイン！！」を取り上げる。なぜ静岡県沼津市を事例研究の対象地域に設定したのかについては以下3点の理由により決定した。

・事例の新規性
・コンテンツの大きさ
・成功事例

1点目の事例の新規性については、1章で表にまとめたものを見てもわかるようにできるだけ新しい事例を取り扱うことにした。アニメツーリズムの成り立ちについて年表に起こして述べたようにアニメツーリズムはビジネスとして完成されたものではなく事例を重ねていきながら試行錯誤し、地域の特色による変化要素も存在するために日々アニメツーリズムは変化するものであると考えることができる。そのためにできるだけ新しい事例を取り上げたかった。そして、単純に新しい領域を研究するためでもある。

2 点目のコンテンツの大きさに関してはコンテンツの人気度合いや地域の住民や行政がコンテンツにいかに向き合っているかなどから検討した。

3点目の成功事例は前提の条件みたいになってしまうが、アニメツーリズムが地域価値を再編する重要な要素とは何かを考える上で地域価値が再編され、地域社会の発展に繋がっているであろう事例を選定した。沼津市が成功事例であるかの判断は現段階で結論付けるのは難しいが沼津市の 2019 年の住民基本台帳人口による社会動態が昭和 57 年以来、37年ぶりに転入超過を達成したことからアニメツーリズムが多少なりとも地域に影響を与えたのでないかという仮説を統計から立てることができたので沼津市を研究事例として扱った。

表 2-1 沼津市転入・転出者動向

（人）

内訳	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
転入者	7,385	7,199	7,103	7,080	7,188	7,059	7,347	7,629	7,988
転出者	8,471	8,843	8,551	8,130	8,077	7,804	7,795	7,649	7,680
合計	△ 1,086	△ 1,644	△ 1,448	△ 1,050	△ 889	△ 745	△ 448	△ 20	308

(2020 年 1 月 22 日沼津市定例記者会見発表資料より引用
https://www.city.numazu.shizuoka.jp/shisei/pr/interview/pdf/202001_1.pdf)

2- 1 -1 沼津市概要

図 2-2 沼津市地理と主要な交通

（沼津観光ポータル HP「HOME」より引用 https://numazukanko.jp/)。

地理

静岡県東部、伊豆半島西側付け根、富士山の南に位置しており、北部の愛鷹山や南部の達磨山山系など、緑豊かな山々に囲まれ、市中央には狩野川が流れ、扇状地の平坦な地形となっている。また駿河湾に面して、千本浜などのなだらかな海岸から南部の複雑に入り組んだ海岸まで、約 63 kmにも及ぶ変化に富んだ海岸線を有している。

交通面では首都東京から 100km 圏内という好立地。東名高速道路、新東名高速道路の 2 本、JR 東海道線、東海道新幹線が通っているため静岡県東部の広域的な商業・文化拠点として、古くからこの地域の政治、経済、文化の中心的役割を担ってきた。

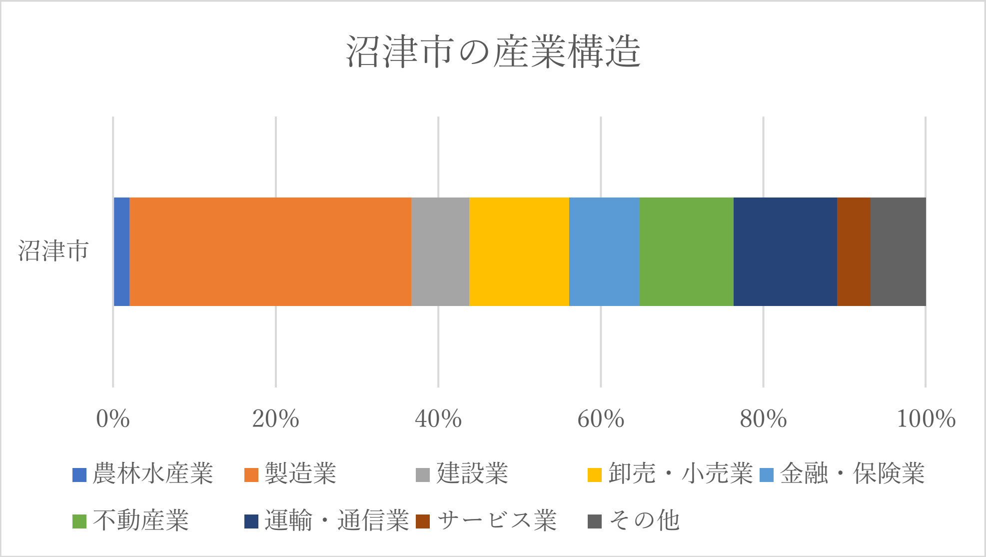
歴史

江戸時代、東海道の宿場町であった沼津は、人・物・情報が交わる拠点として、また「沼津城」の城下町として栄えた。駿河湾に面した地域では、古くから漁業がさかんで「建切網漁の絵馬」には、古来のマグロ漁の様子も描かれている。明治 22 年には、現在の東海道線が開通し、沼津駅がつくられ、沼津は東駿河湾地域の中心都市となった。明治 26 年には、大正天皇のご静養のために沼津御用邸が造営され、現在では沼津御用邸記念公園として、多くの方に親しまれている。また、文筆活動を行った文人・墨客も多く、若山牧水、太宰治、井上靖、芹沢光治良は、沼津に縁のある人物としてよく知られている。（沼津観光ポータル https://numazukanko.jp/)。

産業

沼津市の地理について先に挙げたようにその立地条件の良さから農業や水産業などの第一次産業。製造業を中心とした第二次産業。金融業やサービス業などの第三次産業それぞれがバランスの取れた産業構造をしていることが表 2-3 から分かる。

表 2-3 沼津市の産業構造



（しずおかけんの地域経済計算から筆者作成）

農林水産業

山と海に囲まれている恵まれた立地を活かし、伊豆半島の西北端に位置した沼津市西浦・内浦・静浦地区では沼津のブランドみかん「西浦みかん」を栽培しており、沼津市の愛鷹山の麓、愛鷹・浮島地区は、茶どころとして有名で、静岡県内でも主要なお茶の産地。愛鷹山の山麓には、茶園が広く形成されており、沼津茶が生産されている。新茶の季節には一面が緑色のじゅうたんとなり、駿河湾や富士山とともに美しい景観を望むことができる。沼津市南部のミカンとともに二大特産品となっている。(JA なんすん　HP http://www.ja-nansun.or.jp/tokusan/numazu-tea.html)。水産業に関しては駿河湾の豊かな恵みを受け、沼津港ではサバ、イワシ、アジ、カツオ、タイ、タカアシガニ、シラスなど、約 1000 種類が水揚げされる。日本有数の生産量を誇るのは、アジの干物。沼津は、少雨で湿度が低く、強い西風が吹く、干物づくりに適した環境で、大正初期から生産されてきた。長い歴史と職人の技術により、「沼津ひもの」ブランドとして認められている。(沼津観光ポータル　早わかり沼津 https://numazukanko.jp/hayawakari)。

文化

沼津市における様々な行事ごとやイベントは今年に関しては、中止が決まっている。2020年度は開催されていないものも挙げていく。

・沼津夏まつり・狩野川花火大会

戦後まもない 1948 年（昭和 23 年）に、市民を活気づけるとともに商店街の復興事業として始まった「沼津夏まつり・狩野川花火大会」は、毎年 7 月下旬に 2 日間にわたり開催されている。

市街地での花火大会としては東海地方随一の規模を誇り、例年約 30 万人以上が来場する沼津市の夏の風物詩となっている。昼間はシャギリの競演や郷土太鼓の演舞、よさこい踊りの披露、みこし渡御と多種多様な催しで街が活気と熱気に包まれる。

・ぬまづの宝 100 選

沼津市民から「私の沼津の自慢」を募集し、市の豊かな自然、歴史、産業、文化などの魅力のある地域資源の中から、市民の投票を通して 100 項目の「ぬまづの宝」を選定している。

図 2-4 ぬまづの宝 100 選の一例

（沼津市 HP「ぬまづの宝 100 選パンフレット」より引用 https://www.city.numazu.shizuoka.jp/citypromotion/takara/doc/numazu100.pdf）。

上図 2-4 のように自然、歴史、文化・伝統、味覚、にぎわいの 5 つに分類された「ぬまづの宝」が 100 個パンフレットにまとめられている。沼津市民が生活していく中で他の地域に誇れるモノ・コトを探し、まとめていくことで、沼津市民は自分が住んでいる沼津という地

を見直すきっかけとなり、他の人々はそこに住む沼津市民目線から地域の魅力を捉えることができる。

観光

・沼津港

沼津港周辺は沼津港飲食店街として沼津港で水揚げされた新鮮な海の幸を楽しめる飲食店街が構成されている。沼津港は飲食店街で駿河湾の海鮮を味わうことができるだけでなく、干物や珍味などの土産物を購入することができる他、沼津魚市場 INO でのセリの見学や、深海に特化した「沼津港深海水族館・シーラカンスミュージアム」でのなかなか見ることのできない深海魚を見ることができ、食だけではない観光スポットも存在する。沼津市の中でも最も活気があるエリアとなっており、観光にも力を入れていることが分かる。

図 2-5 沼津港観光マップ

（沼津港 HP「ぬまづみなと」より引用 http://numazuminato.com/minatomap_safari）。

・沼津港大型展望水門「びゅうお」

沼津港大型展望水門「びゅうお」は沼津港に高くそびえる巨大な建造物で、その巨大さゆえに沼津市のシンボルタワーのような存在となっている。東海地震の津波対策の一環として 2004 年（平成 16 年）に完成した水門。津波をシャットアウトする扉体（ひたい）は、幅 40

m、 高さ 9.3m、重量は 406t と日本最大級で、制御設備は地震計と連動し地震発生後約 5 分で自動的に完全閉鎖される。
水門にはその高さを生かして地上 30m のところに展望施設が併設されており、富士山や箱根連山、沼津アルプスをはじめ、駿河湾に突き出した大瀬崎をくっきりと見ることができる。

・淡島
内浦重寺沖に浮かぶ無人島。淡島ホテルやあわしまマリンパークなども淡島内に所在しており、観光地化している。淡島へは船に乗って向かうことができる。

・あわしまマリンパーク
無人島淡島に所在しているイルカやアシカショー、ペンギン、展示種数が日本最大級のカエル館などが名物となっている。

2-1-2 沼津市が抱える問題

前節では沼津市は地理的に山、川、平野、海全てを有しており、更には二つの高速道路とJR 東海道線、東海道新幹線が通っているという交通面でも優位な地域となっている。産業の側面からも産業構造はバランスが良く、文化も地域独自に構築されていき、観光名所も有していることから文句のつけようのない地域であるように感じるが、実際には様々な問題を抱えている。

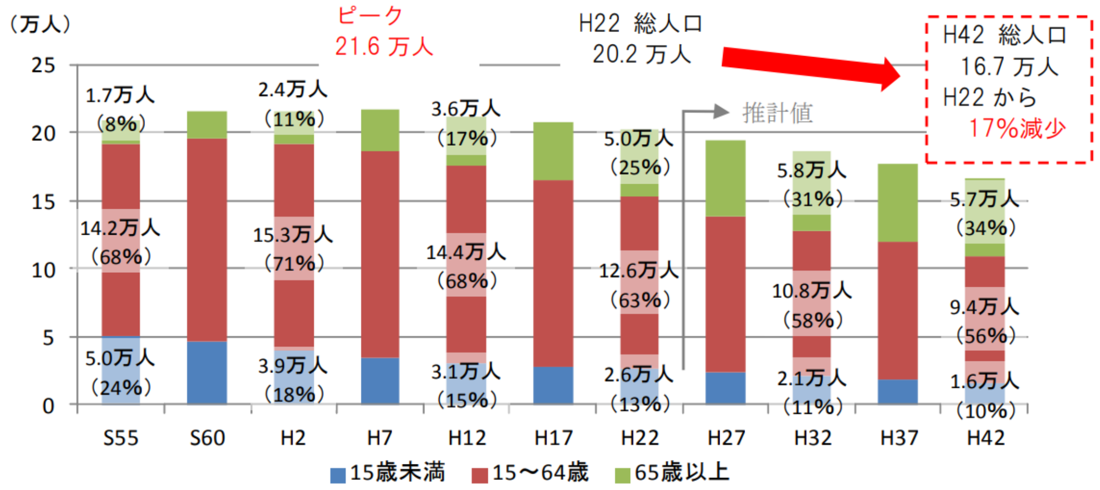
・人口減少

沼津市の人口は、平成 7 年をピークに減少に転じ、平成 27 年の国勢調査では、昭和 50 年以降維持してきた人口 20 万人を割り込み、平成 42 年（令和 12 年）には人口 17 万人を割ると推計されている。(表 2-6 参照)。

・少子高齢化

1 5 歳未満の年少人口割合は、平成 22 年の約 13%から平成 42 年（令和 12 年）の約 10%まで約 1 万人の減少が見込まれている（表 2-6 参照)。65 歳以上の老年人口割合は、高齢化の進展により平成 32 年には高齢化率が 30%を超えると見込まれ、平成 42 年（令和 12 年）には約 3 人に 1 人が 65 歳以上の高齢者になると見込まれる

表 2-6 過去の人口動態を踏まえた国による推計



（沼津市 HP「沼津市立地適正化計画」p,8 より引用
https://www.city.numazu.shizuoka.jp/shisei/keikaku/various/ricchitekiseika/pdf/1s.pdf)。

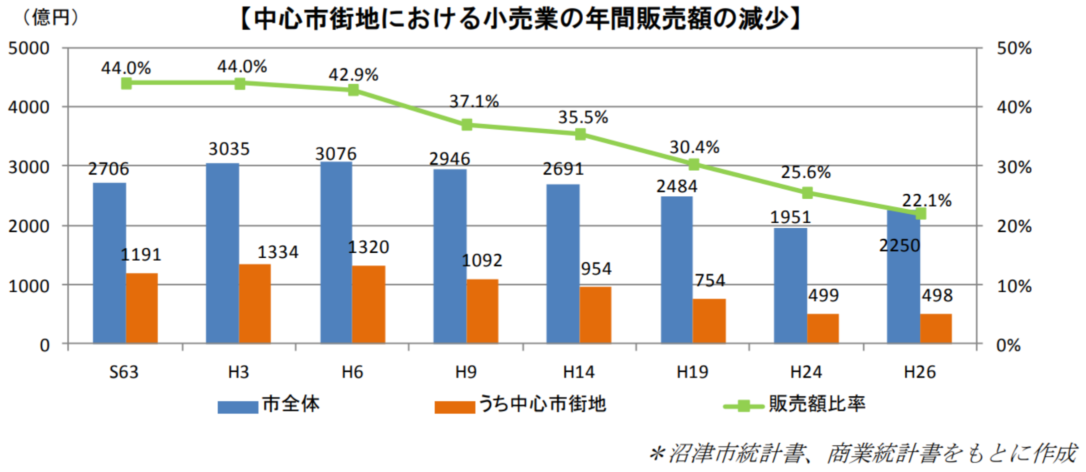
人口減少と少子高齢化の進展により、従来地域が有していた交流機能や生産力
等が低下し、都市全体の活力低下が懸念されている。これらの問題は首都圏以外の地域であれば多くの地域が抱える課題だ。2 章の導入で沼津市の社会動向は 37 年ぶりに転入超過を達成したことについて述べたが、少子化・人口減少問題はそう簡単に解決できるものではな

さそうだ。

・中心市街地の活力低下

かつては買物などのため、市内外から多くの来街者でにぎわった中心市街地だったが、その後の自動車交通網の整備等により消費行動の変化が進み、中心市街地では大型店の撤退や空き店舗が増え、商業機能の低下が表から見てとれる。実際に筆者も沼津中心市街に位置する仲見世商店街を歩いたが商店街のシャッターが目立ち、活気があるようには感じなかった。近年、自動車社会の進展に伴い、日用品を取り扱う商業施設や医療・福祉などの生活サービス機能は自動車交通の利便性が高い地域への立地が進む傾向にあり、中心市街地の活力を維持するためには、生活サービスの適切な維持・更新も重要だろう。

表 2-7　中心市街地における小売業の年間販売額の減少



（沼津市 HP「沼津市立地適正化計画」p,8 より引用
https://www.city.numazu.shizuoka.jp/shisei/keikaku/various/ricchitekiseika/pdf/1s.pdf）。

2- 2 作品概要

2- 2 -1「ラブライブ！サンシャイン！！」ストーリー

ラブライブ！サンシャイン！！HP 上のストーリーは以下のようになっている。

静岡県沼津市の海辺の町、内浦にある私立浦の星女学院。
駿河湾のかたすみにある小さな高校で 2 年生の高海千歌を中心とした 9 人の少女たちが、大きな夢を抱いて立ち上がる。それは、キラキラと輝く“スクールアイドル”になること！
諦めなければきっと夢は叶う——。
いまはただ輝きを目指して、がむしゃらに駆け抜けていこう！
ここから彼女たちの「みんなで叶える物語」（スクールアイドルプロジェクト）が始まった！

© プロジェクトラブライブ!

図 2-8 ラブライブ！サンシャイン！！（ラブライブ！サンシャイン！！公式 HP「ストーリー」より引用
http://www.lovelive-anime.jp/uranohoshi/story.php）。

これだけでは説明されていない部分も多くあるので補足をすると、浦の星女学院この学校は全校生徒が 100 人にも満たず、来年度の入学希望者は 0 人。それにより、統廃合の危機に瀕していた。そんな中、学校を盛り上げるために 9 人の生徒が立ち上がり、Aqours というスクールアイドルを結成することになった。という物語になっている。

2-2-2「ラブライブ！サンシャイン！！」登場人物

本作に登場する人物には１人１人に詳細な設定とエピソードがあるのだが、アニメツーリズムから作品を研究していく上では説明の必要はないと考えた為、登場人物が沼津市に関係している部分だけをまとめていく。

・高海 千歌（たかみ ちか）　声 - 伊波杏樹

本作の主人公。Aqours のリーダーにして発起者。高校２年生。好きな食べ物はみかん。実家は「十千万（とちまん)」という温泉旅館（モデルは安田屋旅館）で、３人姉妹の末っ子

・桜内 梨子（さくらうち りこ）　声 - 逢田梨香子

高校２年生。周囲から期待されていたピアニストだが、コンクールを機にスランプに陥り、ピアノから離れようと浦女へ転入する。転入当初からの千歌の勧誘に何度も断り続けたものの、それでも尚勧誘してくる彼女の熱意に負けて活動を手伝いしている内に、千歌を助けようと入部を決意し、スクールアイドル部に３番目に加入した。Aqours では作曲を担当。

・松浦 果南（まつうら かなん）　声 - 諏訪ななか

高校３年生。千歌の幼馴染。幼少期は一緒に海で遊ぶ仲で、高校生になった現在も千歌には姉のように慕われている。近くの島（淡島）でダイビングショップ（モデルはあわしまマリンパークのカエル館）をやっている祖父と二人暮らしで、自身も手伝いをしている。

・黒澤 ダイヤ（くろさわ だいや）　声 - 小宮有紗

高校 3 年生。実家はかつての網元で現在でも地元で有名な名家で学院の生徒会長を務めている。内浦地区の大川家長屋門に自宅の喪であるが存在する。

・渡辺 曜（わたなべ よう）　声 - 斉藤朱夏

高校２年生。父はフェリーの船長で、自身も将来は船長になりたいと思っている。市街地の狩野川沿いにある自宅（在地のモデルは下河原町）からバスで通学している。

・津島 善子（つしま よしこ）　声 - 小林愛香

高校 1 年生。自宅は沼津駅に近い上土商店街と狩野川に挟まれた御成橋のたもとに実在するマンションがモデルである。

・国木田 花丸（くにきだ はなまる）　声 - 高槻かなこ

高校１年生。地元で代々続く寺の娘で、言葉の語尾に「ずら」を付ける、いわゆる静岡弁を話す。

・小原 鞠莉（おはら まり） 声 - 鈴木愛奈
高校 3 年生。内浦で一番のホテル「ホテルオハラ」（モデルは淡島ホテル）の経営者の娘

・黒澤 ルビィ（くろさわ るびぃ） 声 - 降幡愛
高校 1 年生。花丸の親友でダイヤの妹。男性恐怖症で父親以外の男性を苦手としている。泣き虫で臆病と姉とは正反対な性格であるが、芯は持っている。アイドルファンで生まれた頃からのアイドル好きを自称しており、アイドルになりたいという願望からスクールアイドルに参加した。

以上 9 人が本作品の中心登場人物となる Aqours9 名だが、全体を通してメンバーそれぞれが沼津市に住んでいる住民である。そのため沼津をイメージさせる要素、例えば、高海千歌の好物は沼津名産のみかんであることや松浦果南の実家はダイビングショップを経営しており、沼津にはダイビングスポットとして有名な大瀬崎が存在することなど、沼津市に特有の設定をキャラクターが持つことによって、より地域に親しみを持ったリアリティのあるキャラクターとなり、アニメを鑑賞するファンも沼津市の住民目線で物語を楽しむことができる。このようなキャラ設定も沼津市に対する興味関心を持つ一つのきっかけとなる。

2-2-3 「ラブライブ！サンシャイン！！」コンテンツの成長

表 2-9 ラブライブ！サンシャイン！！年表

ラブライブ！サンシャイン！！年表	
2015 年 2 月	ラブライブ！の新企画が始まることが簡単に発表される
2015 年 4 月	電撃 G’s magazine2015 年 6 月号で、新企画の詳細が公表される
2015 年 6 月	新企画でのアイドルグループ名が「Aqours（アクア）」であると発表される
2015 年 9 月	ラブライブ！の公式サイトがリニューアルされ、それと同時に、ラブライブ！サンシャイン!!の公式サイトが開設される
2015 年 10 月	Aqours のファーストシングル「君のこころは輝いているかい？」が発売される
2016 年 1 月	ニコニコ生放送で、ラブライブ！サンシャイン!!のアニメ版が 2016 年夏から放送されることが発表される
2016 年 3 月	電撃 G's magazine にて、ラブライブ！サンシャイン!!の漫画版が連載開始する
2016 年 7 月	アニメ「ラブライブ！サンシャイン!!」の第一期が、7 月から 9 月にかけて放送される
2017 年 2 月	横浜アリーナで 25 日から 26 日にかけて、Aqours の声優陣による

	「ラブライブ！サンシャイン!! Aqours First LoveLive! 〜Step! ZERO to ONE!!〜」が開催される
2017年8月	8月5日から9月30日にかけて、名古屋市・神戸市・所沢市の各地でAqoursの声優陣による「ラブライブ！サンシャイン!! Aqours 2nd LoveLive! HAPPY PARTY TRAIN TOUR」が開催される
2017年10月	アニメ「ラブライブ！サンシャイン!!」の第二期が、10月から12月にかけて放送される
2018年6月	6月9日から7月8日にかけて、所沢市・大阪市・福岡市の各地でAqoursの声優陣による「ラブライブ！サンシャイン!! Aqours 3rd LoveLive! Tour 〜WONDERFUL STORIES〜」が開催される
2018年12月	Aqoursが第69回NHK紅白歌合戦に出場する
2019年1月	劇場版アニメ「ラブライブ！サンシャイン!! The School Idol Movie Over the Rainbow」を公開する

（筆者作成）。

表2-9からわかることとして、ラブライブ！サンシャイン！！が企画されてからアニメ1期・2期を経てLiveツアーやNHK紅白歌合戦、アニメの劇場版公開まで4年の間に行われ、コンテンツのストーリー誕生から終幕までが4年であった。4年という時間はアニメの世界ではとても長いもので、本来のアニメ作品は12話、1期で完結するものが大半を占めており、その期間は3か月となっている。比較するとラブライブ！サンシャイン！！がいかに大きなコンテンツであるか、そして一般的なアニメの寿命はとても短いという事がわかる。

3章　沼津の価値を再編するラブライブ！サンシャイン！！

山村はアニメツーリズム研究のこれまでの動向として、

「らき☆すた」の聖地である「鷲宮町の成功以降、コンテンツ・ツーリズムに関する議論は、まちおこし、すなわち観光まちづくりの文脈で論じられることが一般化」しており、そこでは「地域サイドと著作権者（製作サイド）との間でのタイアップの在り方やライセンス・ビジネスの在り方が中心的な論点
（山村高淑「コンテンツ・ツーリズムの可能性と課題：キャラクターやストーリーを地域で活用する際のいくつかの重要な論点」『都道府県展望』,2013年,第654号,p.10
https://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/bitstream/2115/53288/1/yamamura%20tenbou201303.pdf）
となっていると総括している。

もちろん、こうした政策論的・観光開発論的な研究も重要となるが、アニメツーリズムを活用した地域活性化についての条件を探るといった研究では見落とされている論点も多いと考えられる。成功／失敗の基準が多くの研究では経済効果などの数値指標を基準に論じられることが多いが、本論文ではそうした数字には表されないインパクトをも視野に含め、そのプロセスをより詳細に検討していく必要があると考えている。

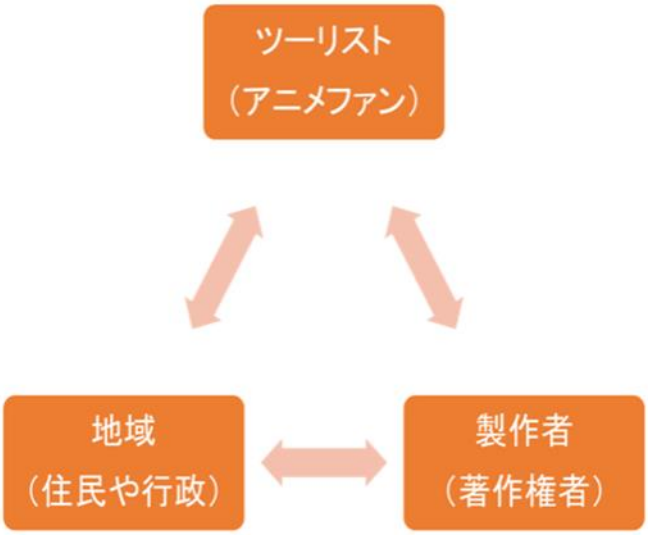


図3-1 アニメツーリズムを構成する3者
（大谷 尚之，松本 淳，山村 高淑「コンテンツが拓く地域の可能性：コンテンツ制作者・地域社会・ファンの三方良しをかなえるアニメ聖地巡礼」pp.4を参考に筆者作成）。

観光をめぐるアクターとして、「ツーリスト」、「製作者（プロデューサー）」、「地域住民」を設定し、その背景にある社会文化等をも考慮しつつ3者の相互作用の分析を行う。ここから見ることのできる地域活性化のプロセスやそのきっかけを探る。

3-1 作品の舞台となる沼津市

作品の舞台を通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージから実際に聖地を訪れることで物語と現実を重ね合わせていく事がアニメツーリズムの主とする活動である。そのため作品が描く舞台と聖地の関係性を考えることはどのような事例であるかを捉える上でも重要であると考えたため考察していこうと思う。

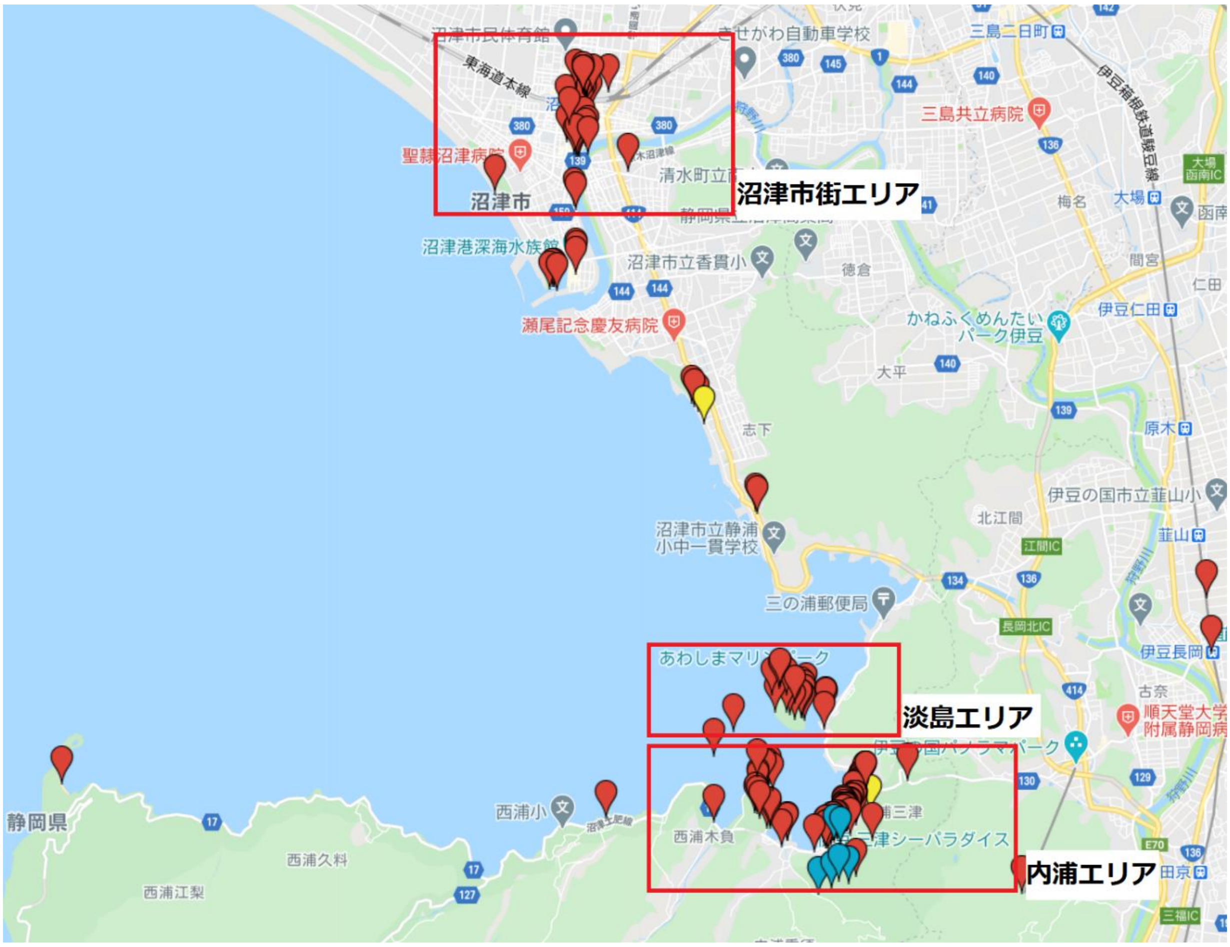


図 3-2 聖地を示した沼津市地図

（ラブライブ！サンシャイン！！Wiki「『ラブライブ！サンシャイン!!』聖地巡礼マップ」https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1v8Gyz4S3eTIzW4Iuq8ghNSAynN8&ll=35.068968583549314%2C138.8668338&z=13 より筆者編集)。

図により沼津市に存在する聖地をまとめた。そこから聖地が集中している地域を 3 つに分けた。沼津市街エリアは沼津駅や仲見世商店街などの聖地がある。淡島エリアはあわしまマリンパークや練習場所として度々登場した淡島神社、登場キャラの松浦果南の実家が経営するダイビングショップのモデルとなっているカエル館、登場キャラ小原鞠莉の実家のモデルになっている淡島ホテルがある。内浦エリアには三の浦総合案内所を中心として登場キャラたちが通う浦の星女学院のモデルとなっている沼津市立長井崎中学校などの聖地

が集中している。
　この地図から考えられることは他作品の聖地に比べ範囲が広大であるという事だ。他作品は徒歩で聖地を巡礼することができるものが多いが、沼津市を徒歩で聖地を巡礼することは難しいだろう。例意を挙げると、沼津市街エリアに存在する沼津駅から内浦エリアに存在する伊豆・三津シーパラダイスまでの所要時間はバスを利用して約 40 分となっている。聖地となる範囲が広大であるという点から聖地が集中している沼津市街エリア、淡島エリア、内浦エリアそれぞれで観光客の偏りが生まれてしまう問題が見えてくる。地域の 2 点の取り組みがこの問題を解決させた。1 点目が交通手段の充実である既存の東海バス、伊豆箱根鉄道、伊豆箱根タクシーはラブライブ！サンシャイン！！仕様にラッピングされ、痛車のレンタルやレンタサイクルなどの充実に取り組んだ。これにより、聖地が広大であっても聖地が集中するエリア間を循環することができる導線が生みだした。2 点目は聖地集中エリアそれぞれの魅力づくりが挙げられる。沼津市街エリアは内浦エリアと比べ、作品に描かれている舞台が少なく、観光客が沼津市街を通過し内浦へと流れてしまう事を懸念していたが、沼津商工会は「沼津まちあるきスタンプ」や、協力店によるオリジナル缶バッジ、等身大パネルの設置などの取り組みを作品の舞台となっていない場所でも行う事で、エリア全体での魅力創出に努めた。これら 2 点が他の作品よりも聖地巡礼の範囲が広域であることによる問題を解決へと導いたと筆者は考える。

3-2 地域の顔となるラブライブ！サンシャイン！！

図 3-3 燦々ぬまづ大使に認証されるラブライブ！サンシャイン！！声優
（ラブライブ！サンシャイン！！HP「沼津情報」
http://www.lovelive-anime.jp/uranohoshi/news51.php?offset=140 より引用　）。
燦々ぬまづ大使
「燦々ぬまづ大使」は、沼津市にゆかりがあり、各界で活躍している著名人から、沼津市の持つ魅力や情報の発信をしていただくことにより、都市のイメージアップや産業、歴史、文

化、観光等の振興を図ることを目的として認証している。Aqours は燦々ぬまづ大使でも異例の 25 期、26 期 4 年間続けての大使に任命されており、Aqours の地域の魅力を発信する影響力の大きさを感じる。地域がアニメに対して観光大使という公式の立場を用意することによって、地域と製作者の距離は近づいたと考えられ、これをきっかけにラブライブ！サンシャイン！！を地域の顔として実現された取り組みも多くあるだろう。

他の聖地と比較して特筆すべき点は図を見てわかる通り、アニメ作品上のキャラクターだけではなく、その声優までもが地域の顔として燦々ぬまづ大使に認証されている点だ。作中に登場するキャラクターだけではなく声優までもが複数回沼津市を訪れており、沼津市の魅力を発信することで、作品のファンにとってより身近でリアリティのある聖地となる。

観光 PR 動画

図 3-4 沼津市観光 PR 動画の様子

（YouTube 沼津市観光プロモーション https://www.youtube.com/watch?v=a0oJUjZDyIU より抜粋)。

行政がアニメの発信力を利用して情報を発信している事例としてまずイメージできるものは地域の観光 PR 動画ではないだろうか。行政とラブライブ！サンシャイン！！が直接的に結びついているものとなっている。沼津市が運営する沼津市観光プロモーションチャンネルにて Aqours の高海千歌さんによるナレーションで《沼津の海》の魅力を PR している。この動画は YouTube で発信されただけではなく平成３０年７月１日から１か月間、JR 新宿駅前の新宿アルタビジョンで放映された。1-3-1 で共通言語となるオタク文化について述べたが、アニメという共通項が存在することによって東京都新宿区と静岡県沼津市という交わることのなかった地域が結びついている。この PR 動画は第 2 弾も存在し 1 弾で海を中心とした沼津の夏を紹介したものに対し、2 弾では首都圏から電車で 1 時間程度とアクセスに優れ、週末に気軽に足を伸ばして海のアクティビティやグルメ、温泉などを楽しむことのできる沼津を「週末リゾート」として PR している。

© プロジェクトラブライブ!

図 3-5 静岡 DC ポスター

（沼津観光ポータル HP「『ラブライブ！サンシャイン!!×沼津　静岡 DC ポスター』のモデルとなった場所での写真撮影について」https://numazukanko.jp/news/275 より引用)。

おもてなしの一環として、「ラブライブ！サンシャイン!!」と沼津がコラボしたオリジナル静岡 DC（デスティネーションキャンペーン）ポスター
2019 年 4 月～6 月に、１９年ぶりに静岡にやってくるデスティネーションキャンペーン。これは地方自治体と JR グループ 6 社及び旅行会社等が協力して、全国からの観光誘客を図る国内最大級の観光キャンペーンとなっている。

国内最大級のこの観光キャンペーンに、『ラブライブ！サンシャイン!!』のポスターが採用された。中央にはラブライブ！サンシャイン！！のキャラクター達 Aqours、ポスターの背景には沼津御用邸記念公園が描かれている。静岡県を全国に発信するポスターで静岡県の沼津市、更にはラブライブ！サンシャイン！！が取り上げられることでいかに地域の顔として影響を与えたか、地域と製作者の繋がりが強いものであるかがわかる。

3-3 沼津市の交通とラブライブ！サンシャイン！

2-1-1 で沼津市が東名高速道路、新東名高速道路の 2 本、JR 東海道線、東海道新幹線が通っていることから交通面で好立地であり、交通は不特定多数の人々が利用するものなので、交通が沼津市の発信拠点ともなっている。以下それにあたる事例を見ていく。

図 4-6 新東名高速道路 NEOPASA 駿河湾沼津上り線内 ラブライブ！サンシャイン!! プレミアムショップ

（アニメツーリズム協会 HP「『ラブライブ！サンシャイン!!』の期間限定ショップが静岡県沼津市の駿河湾沼津 SA 上り線内にオープン」https://animetourism88.com/ja/news/sa より引用）。

沼津市に新東名高速道路が通っていることを活かし、駿河湾沼津サービスエリア上り線内にラブライブ！サンシャイン！！のグッズを販売するショップが存在している。このショップだけでなく SA の至るところに作品のキャラクターを見ることができ、文字通りラブライブ！サンシャイン！！一色となっている。高速道路のサービスエリアにこのような場所を設けることで、沼津市に車やバイクで訪れた人、更には目的地が沼津市ではなく、たまたまサービスエリアに休憩をしに来た人たちをもターゲットとして、沼津市とラブライブ！サンシャイン！！を発信することができる。

図 3-7 東海バスオレンジシャトル ラッピングバス 4 号車

（ラブライブ！サンシャイン！！公式 HP　「沼津情報」 www.lovelive-anime.jp/uranohoshi/news51.php より引用）。

三島⇔新宿を結ぶ高速乗合バス「三島エクスプレス」に使用する大型バスにラッピング車体全体には、「Brightest Melody」の衣装を着用した Aqours の 9 人と、楽曲が披露された際の朝焼けの空がデザインされている。車内にもイラストが装飾され、座席には Aqours の 9 人それぞれがデザインされた専用のヘッドカバーが使用されている。

三島と新宿を直接結ぶ交通機関として、地域への影響は非常に大きいと考えられる。ラッピングされたバスが新宿に向かうことで新宿への発信にもなるだろう。

図 3-8 東海バスによるツアー企画

（ラブライブ！サンシャイン！！公式 HP　「沼津情報」
www.lovelive-anime.jp/uranohoshi/news51.php より引用）。

バスガイドと共にラッピングバス 4 号車で沼津をめぐり Aqours が生まれた沼津の魅力を改めて実感するツアーが東海バスにより企画された。ラッピングバスで沼津をめぐることから非日常な体験をすることができる。このようなツアーが企画されることで多くの観光客を集めるといったメリットだけではなく、点の観光から線の観光へとつなげることができる。点の観光から線の観光へと繋げることで、3-1 で述べた 1 つのエリアへの観光客の偏りを解消できると考えている。図のツアーから見ていくとツアーで巡る最後の目的地が大瀬崎となっている。大瀬崎は沼津駅からバスで約 1 時間と最も遠い場所に位置する聖地となっており、他の聖地と比べ、観光客の足が遠のいている。しかし、このようにツアーにすることによって、今まで大瀬崎までは観光したことのなかった観光客を獲得することに繋がっているのである。そしてこの様に複数回聖地を巡礼していて、マイナーな聖地を巡礼したいというニーズが増えてきていることもわかる。

図 3-9 伊豆箱根鉄道　駿豆線 1 日乗り放題乗車券「Over the Rainbow 号旅助け」
（ラブライブ！サンシャイン！！公式 HP　「沼津情報」 www.lovelive-anime.jp/uranohoshi/news51.php より引用)。

図 3-10 ラッピング電車「HAPPY PARTY TRAIN」
（駿豆線・大雄山線 HP「「ラブライブ！サンシャイン!!」ラッピング電車の運行情報等（12/9 更新）」 http://www.izuhakone.co.jp/railway/18107/index.html/ より引用)。

駿豆線では、2017 年 4 月 8 日（土）から、スクールアイドル Aqours の 3rd シングル「HAPPY PARTY TRAIN」の発売(4 月 5 日)に伴い、第 2 弾となるラッピング電車「HAPPY PARTY TRAIN」の運行を行い、「駿豆線 1 日乗り放題乗車券【Overthe Rainbow 号旅助け】」の発売を開始した。三島～修善寺間を運行する駿豆線との企画によってラブライブ！サンシャイン！！を西伊豆へ発信することができる他、1 日乗車券を活用するために沼津だけではない観光のきっかけを生み出すことに繋がる。

図 3-11 伊豆箱根タクシー　サンシャインラッピングタクシー

（Ameba ブログ「伊豆箱根タクシー　『ラブライブ！サンシャイン!! ラッピングタクシー』［桜内梨子］」
https://ameblo.jp/ayumuhito12/entry-12531672981.html）

2016 年 7 月から同アニメに登場するスクールアイドルグループ Aqours 9 名の各 1 名ずつがデザインされたオリジナルラッピングタクシーを運行させ、予約にあわせて車内装飾や、担当の乗務員がアニメに登場する観光地をガイドするなど、ファンに喜ばれてきた。貸し切りにして非日常な体験を楽しむ様子や自慢の痛車と並べ写真撮影を楽しんでいる様子がブログや Twitter で多く投稿されている。タクシーの利点は利用客一人一人のニーズに合わせたサービスを提供できる点であると考えられる。図のラッピングタクシーは 2018 年にリニューアルされたものだ。

図 3-12 アワシマ 16 号 Aqours 丸

（Ameba ブログ「ヌーマーズ リトルデーモン店～あわしまマリンパークへ」
https://ameblo.jp/mashiro0/entry-12196493959.html より引用)。

作品の舞台が集中している淡島にアクセスする手段は船しかないため、他の交通機関よりも早くこのアワシマ 16 号 Aqours 丸がラブライブ！サンシャイン！！とコラボレーションしラッピングされた。船内もラブライブ！サンシャイン！！一色で、Aqours メンバー9 人全員のサインなどがある。

3-4 沼津市の宿泊とラブライブ！サンシャイン！！

図 3-13 お宿探訪パズルラリー

（ラブライブ！サンシャイン！！公式 HP　「沼津情報」
www.lovelive-anime.jp/uranohoshi/news51.php より引用)。

お宿探訪パズルラリー

「沼津三津大瀬旅館協同組合」は Aqours と縁が深い内浦重寺（淡島付近）から西浦大瀬まで、沼津市内浦・西浦地区の旅館・ホテル組合となっている。組合員 6 軒の宿が協力し、ラブライブ! サンシャイン!! ファンが楽しみながら探索し、喜んでいただけるコラボ企画としてお宿探訪パズルラリーが取り組まれている。パズルラリー参加の各宿に出向き「泊まっ

てもよし」「飲食してもよし」「お風呂に入るもよし」の参加宿条件をクリアーすると、宿から「パズルのピース」がもらえる仕組みとなっている。交通の便が良いことから日帰り観光できるファン層が多く聖地に宿泊し、聖地巡礼を行う必要性がないという沼津市のアニメツーリズムの課題を沼津三津大瀬旅館協同組合の取り組みによって、ファンが宿泊したくなる理由を作り出せたことは、アニメ制作者と地域の人々の足並みがそろった結果であると考えられる。

3-5 沼津市の産業とラブライブ！！サンシャイン！！

2-1-1 で述べたように沼津市は立地条件の良さから農業や水産業などの第一次産業。製造業を中心とした第二次産業。金融業やサービス業などの第三次産業それぞれがバランスの取れた産業構造をしている。これを活かし、ラブライブ！サンシャイン！！は様々な産業と結び付いてきた。以下それらの事例について考えていく。

図 3-14 ラブライブ!サンシャイン!!×ＪＡなんすんコラボ　沼津茶
（ラブライブ！サンシャイン！！公式 HP　「沼津情報」
www.lovelive-anime.jp/uranohoshi/news51.php より引用）。

沼津市の名産である沼津茶とラブライブ！サンシャイン！！のコラボレーション企画となっている。沼津茶の茶葉だけでなくオリジナルイラストグッズをセットにすることでファンの手に取ってもらえるような工夫がなされている。他にも沼津茶がボトリングされている「ぬまっちゃ」にもオリジナルのイラストが描かれており、1 本購入するごとに 3 円が沼津茶の産業振興に活用されるといった取り組みも行っている。

図 3-15 ラブライブ!サンシャイン!!× J Aなんすんコラボ「西浦みかん寿太郎」の「ラブライブ！サンシャイン!!」オリジナルデザインダンボール箱（10 ㌔）

（ラブライブ！サンシャイン！！公式 HP　「沼津情報」
www.lovelive-anime.jp/uranohoshi/news51.php より引用）。

沼津茶と同じく名産となっている沼津ブランドみかん、西浦みかん寿太郎とラブライブ！サンシャイン！！のコラボレーション企画となっている。段ボールには本作の主人公で Aqours のリーダーでもある高海千歌が描かれている。イメージカラーがオレンジであることや、彼女の好物はみかんであり、作中でも「みかん食べる」とよく言っていることから高海千歌は西浦みかんを PR する西浦みかん大使にも任命された。この西浦みかん寿太郎は 2017 年 2 月に出荷された。1 箱 10 キログラム入り（送料込みで 6700 円）と大ぶりながら、公式の電子商取引（EC）サイトでは全国から受注があり、例年だと 100 箱ほどであるが、コラボレーションされた年の出荷は 1000 箱を超えた。

高海千歌及び担当声優伊波杏樹に対してライブで使われるコール&レスポンスで「かんかんみかん」というフレーズが誕生した。これにより、Aqours 1st ライブには「かんかんみかん缶キャンディー」という商品が販売され、沼津市の洋菓子店「松月」には実際に「かんかんみかんタルト」がメニューに登場し、キャラクターコンテンツとファッションのコラボ企画を手がけるブランド、Hybrid Mind Market （HMM）のコラボでは「かんかんみかんスムージー」が販売された。作中キャラクターのイメージによって沼津の名産である西浦みかんがこれほどまで取り上げられていることに影響力の大きさや、製作者、地域、ファン、3 者それぞれがコンテンツを盛り上げたいという熱意を持っていることが見て取れる。

沼津市の産業とラブライブ！サンシャイン！！が結びついた事例として沼津茶と西浦みかん寿太郎を取り上げたが、ここで考えられることは一次産業とアニメツーリズムは相性が良いことである。その地域を体感できる手段は作品の舞台を通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージから実際に聖地を訪れることだけではなく、地域の特産物や食文化からその地域の食を楽しむという活動は重要な要素となることが考えられる。実際に 2020 年度の「JTBF 旅行意識調査」によると「国内宿泊旅行、海外宿泊旅行をしてみたいと思う動機」として当てはまるものを、あらかじめ用意した選択肢から選んでもらった結果、旅行動機

（複数回答）については、「旅先のおいしいものを求めて」が 64.7%と最も多い結果となった。アニメツーリズムも同じツーリズムとして例外ではないと考えられる。

　アニメツーリズムにおける食の重要性を更に理解するために第一次産業だけでなく、第六次産業[1]にあたる事例も見ていこう。

日本経済新聞社 2017 年 3 月 3 日の記事によると

「地元パンメーカーのバンデロール（沼津市）が製造する菓子パン『のっぽパン』（140 円〜）アニメでクラスメートがメンバーへ差し入れするシーンが放送されると人気が急上昇し、『1 日の生産量が 1 万 6000 本近くと過去最高を記録した』9 人が放課後に立ち寄るカフェのモデルになった菓子店『松月』では『みかんどら焼き』（180 円）が 1 日 500 個売れる日もある。第 5 話でほんの一瞬だけ登場した『沼津バーガー』でもコラボした特別メニュー「堕天使の宝珠（オーブ）」（750 円）が昨年 9 月の発売から 1 カ月で 4360 食を売り上げた。」（日本経済新聞、2017 年 3 月 3 日朝刊、コラム〔ビジネス〕）

　食の消費行動はアニメツーリズムによって大きな効果を得ることができたと言えるだろう。のっぽパンは静岡県を中心に愛されているロングセラーご当地パンで 34 センチメートルの長いパンに様々なクリームを挟んだものだ。作中でキャラクターの国木田花丸がのっぽパンを食べるシーンが登場したため、売り上げや知名度の上昇に繋がったのだと考えられる。ラブライブ！サンシャイン！！とのコラボレーションによってアニメの放送後、「塩キャラメルのっぽ」が発売されたが、発売から 2 か月で販売数が 10 万本を突破した。「沼津バーガー」は沼津市のご当地バーガーショップで、港町ならではのまぐろバーガー、あじフライバーガー、深海魚バーガーや沼津市の隣町、長泉町の銘柄牛「あしたか牛」を使用した長泉あしたかつバーガーなど沼津ならではの食材に拘ったメニューを提供している。記事は 2017 年のものだが、2020 年 9 月にも新たなコラボオリジナルメニューが販売された。

　「作品の舞台を通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージから、地域の特産物や食文化からその地域の食を楽しむという活動は重要な要素となることが考えられる。」と第一次産業のまとめでも述べたが第六次産業でも同様なことが考えられ、全てにその地域ならではの要素が含まれている。よって、豊かな第一次産業を活かした第六次産業の重要性を考えることができる。

[1] 第六次産業　農業経済学者の今村奈良臣が提唱した造語。農林漁業者（第一次産業）が、農産物などの生産物の元々持っている価値をさらに高め、それにより、農林漁業者の所得（収入）を向上していくこと。

図 3-16 沼津まちあるきスタンプ

（ラブライブ！サンシャイン！！公式 HP　「沼津情報」
www.lovelive-anime.jp/uranohoshi/news51.php より引用)。

沼津まちあるきスタンプは沼津市内に、ラブライブ！サンシャイン!!と沼津市商工会議所がコラボした公式オリジナルのご当地スタンプで沼津市の 105 店舗が参加している。そのほとんどは作品に登場していない場所であるということが特筆する点であると言える。2019 年には販売数 4 万冊を突破し、作品の舞台でない場所でも観光客を呼び込むことに成功している例と言える。この様な観光客の周遊性を高める取り組みは、ただ観光客を呼び込むだけではない。沼津駅南口に所在している、あげつち商店街振興組合の副理事を務めるつ

じ写真館の峯知美さんは、産経新聞社のインタビューにて「『ラブライブをきっかけに（商店同士が）親しくなれた』（産経新聞、2018 年 8 月 20 日夕刊）。」と話しており、キャラクターの誕生日を祝うポスターを各店舗で飾るなど、商店街ぐるみの企画など商店街それぞれの商店が同じ方向に向かって取り組むことで、お互いに協力し合う一体感が生まれたと考えることができる。沼津市商工会議所やあげつち商店街振興組合などコミュニティ全体での取り組みは観光客を集めるという外方向の力だけではなく、地域が一つに団結するといった内方向の力も生みだした。

3-6 沼津市の文化とラブライブ！サンシャイン！！

図 3-17 沼津夏まつり　狩野川花火大会ポスター　左図第 70 回ポスター　右図第 73 回ポスター

（ラブライブ！サンシャイン！！公式 HP　「沼津情報」
www.lovelive-anime.jp/uranohoshi/news51.php より引用）。

市街地での花火大会としては東海地方随一の規模を誇り、例年約 30 万人以上が来場する沼津市の夏の風物詩となっている。ラブライブ！サンシャイン！！は 2017 年第 70 回沼津夏まつりから現在の 2020 年第 73 回に至るまで毎年コラボレーションポスターを作成している。毎年オリジナルの描きおろしイラストが作成されるため、沼津市民だけでなく作品ファンの夏の風物詩ともなっている。2017 年の第 70 回沼津夏まつりはお祭り当日に Aqours 声優 9 人が参加し、特設ステージにて観客とともに舞台となった内浦の風土や名産品等を前面に出した歌詞で、実質沼津応援歌とも言える位置付けにある「サンシャインぴっかぴか音頭」という曲を踊った。沼津市の一大イベントともいえるイベントとなっているので、製作者側も地域側も力の入った取り組みであることが分かる。

図 3-18 沼津こいのぼりフェスティバル

（沼津市 HP「ぬまづの宝 100 選」
https://www.city.numazu.shizuoka.jp/photolibrary/100sen/index.htm より引用)。

　沼津こいのぼりフェスティバルは 1985 年から開催されており、ぬまづの宝 100 選にも選ばれている。地域の行事に参加することで、より地域の文化として溶け込むことができ、アニメ作品を見ていない地域の人たちとコンテンツとの壁を取り払うことに繋がると考えている。

4 章 地域と結びつくアニメツーリズム

4-1 新規性と追体験

3 章から考察できる点としてアニメツーリズムは新規性とつい追体験の 2 つに分けることができる点である。まず追体験から考えていくと。追体験は基本的な聖地巡礼のイメージと同じで、作品の舞台を通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージから実際に聖地を訪れることで物語と現実を重ね合わせていく事象を追体験と表現した。追体験で重要な点は作品を通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージが現実と乖離しない事である。作品の中だけにしか存在しなかった空間が現実と重なり、空間を共有することが感動へとつながるので、作品を通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージがあまりにも現実と乖離しているとイメージと現実が重なり合わず、何も感じ取ることができない。これは作品コンテンツによるものが大きいのでこれ以上は述べない。次に新規性について考えていく。新規性は追体験と対を成す関係にあり、作品の舞台を通して醸成されなかった部分を体験することで、地域固有の雰囲気・イメージを新しく得ることだと考えた。3 章で考えると 3-1 を除いた 3-2〜6 がアニメツーリズムの新規性であると言える。 3 章のほとんどを新規性が占めているようにアニメツーリズムの成功失敗を左右するのはこの新規性だ。作中に直接描かれていない部分の聖地巡礼は新規性として新たに地域のイメージを構築していく作業となるので、新たな発見によってアニメツーリズムがより刺激的なものになる。よりアニメツーリズムにおける新規性を増やすことによって飽きの来ないアニメツーリズムへと繋げることができる。更に、新規性を充実させることによって作品で描かれた面的な地域固有の雰囲気・イメージだけでなく、描かれてこなかった複合的な地域の魅力に気づくことができる。

まとめるとアニメツーリズムにおける追体験はアニメツーリズムの根幹を支えており、新規性はアニメツーリズムをより持続可能なものに変える。

4 -2 他コンテンツとの親和性

地域とアニメツーリズムが結びつく一つの手がかりとして他コンテンツとの親和性が高いことが考えられる。ツーリスト一人一人、聖地巡礼の仕方が違う様に、アニメツーリズムを自身の興味があるコンテンツと結びつけることで、更なる地域の魅力や同じ趣味趣向を持ったコミュニティも形成されやすくなる。実際に他コンテンツと結びついた事例としてツーリングを挙げようと思う。アニメツーリズムで重要となっている交通手段としての要素がありながらオタク文化として形作られてきた痛車・痛バイクの要素もあるのでアニメツーリングとの親和性は非常に高い。実際にラブライブ！サンシャイン!!の沼津でいえば「#寝そツー」という言葉が存在しているようにコンテンツが重なり合うことによって独自の

文化が生み出されている。寝そツーとは、寝そべりぬいぐるみを載せたバイクでツーリングをすることの略で、予め個人が参加者を募って行われるものや、自然発生的に行われるものもある。また、ラブライブ！サンシャイン！！が好きなバイク乗りのことをラブライダーと呼んでいる。Twitter のハッシュタグで「#寝そツー」「#寝そべりツーリング」と検索すると、たくさんのラブライダーが自身の聖地巡礼した様子を発信していることがわかる。予め個人が参加者を募った寝そツーは大規模なもので 50 人前後のラブライダーが集まっている。アニメツーリズムとツーリングというコンテンツが合わさることによってツーリストにとって更に魅力的なアニメツーリズムとなって、同じ目的を持った人々が交流しやすい環境が生まれることによってコミュニティ活動が構成されやすいものとなっている。アニメツーリズムは他コンテンツとの親和性が考えられ、他コンテンツと重なることでアニメツーリズムの更なる魅力形成やコミュニティが形成されることにより地域にも結び付きやすい状況が生まれている一連のプロセスが考えられる。

登場するキャラクターのぬいぐるみを乗せながらバイクツーリングを楽しんでいる写真が Twitter に多く投稿されている。沼津だけではなく他の地域でも行われている。

図 4-1 寝そツーの様子

（痛車ステッカー製作専門店 HP「ブログ」https://www.itasya-sticker.com/2034 より引用）。

4-3 コミュニティ、集いの場となる聖地

1-3-1 で述べたようにオタク文化は共通言語となってファン同士を繋げることから、同じ作品が好きなファンが日本全国、世界各地から集まる聖地という空間はコミュニティや、集いの場が創造されやすい環境であると言える。沼津市の事例でファンのコミュニティ化の象徴ともいえるのが「部活動」だ。「浦の星〇〇部」といったコミュニティが複数誕生し、ラブライブ！サンシャイン！！が好きで、更に同じ趣味を持ったファン同士が繋がっていった。形はさまざまで、サークルのように加入するものもあれば、ツイッターで「#」をつけて投稿すれば誰でも参加できる「浦の星写真部」のようなものも存在する。中でも「浦の星吹奏楽部」は 2017 年 10 月 28 日、有志 5 名により正式発足し、2020 年 4 月 1 日現在 78 人ものメンバーが所属するコミュニティとなっている。平均して 2 か月に一回程度の活動頻度で、沼津駅前の仲見世商店街でのイベントやラブライブ！サンシャイン！！のイベントなどで演奏を披露している。公式の団体でないのにも関わらず、ファンたちが主体性を持

って地域のイベントやラブライブ！サンシャイン！！の公式イベントに参加し、コミュニティの活動が地域やコンテンツに還元されている。この様な地域や製作者を巻き込んだ活動を行っているコミュニティは少数であるが存在する。ラブライブ！サンシャイン！！をきっかけとしたコミュニティが聖地である沼津市を拠点として活動を行う「浦の星〇〇部」が今後もファンと沼津市を繋げる居場所として在り続けることの重要性は非常に大きいと考えている。

4-4「ツーリスト」、「製作者」、「地域住民」3者で共創する地域ブランディング

ファンからの人気を集め、盛り上がりをみせると共に増加した問題はオタクのマナー問題である。これはラブライブ！サンシャイン!!公式からも何回も注意勧告が出るほど酷いものであった。以下、公式サイトからの注意喚起文の一つである。

「『ラブライブ！サンシャイン！！』の舞台である静岡県沼津市や内浦を訪問される方々へのお願いです。現地を訪問される際は、学校、お店、また近隣住民の皆様へのご迷惑とならないよう、ご注意下さい。学校や私有地への立ち入りや、学校の生徒、地元住民の方々を無断で撮影することは法的にもトラブルとなる可能性があります。
特に内浦地区の大川家長屋門は私邸ですので、私有地への立ち入りや外観を含む撮影は一切なさいませんよう、くれぐれもご注意ください。地元の皆様のご理解があっての『ラブライブ！サンシャイン!!』です。ファンの皆様、そして地元の方々にも愛される新しい『みんなで叶える物語』を目指して、ひとりひとりのご理解とご協力をお願い申し上げます。」
（ラブライブ！サンシャイン！！公式HP「沼津市内観光に関するお願い」
https://www.lovelive-anime.jp/uranohoshi/news.php）。
このような文章が何回も出てしまうほどラブライブ！サンシャイン！！ファンのマナー問題は非常に問題視されてきた。更に、沼津市内に主人公 9 人がそれぞれ描かれたマンホールが設置された際には3週間も経たないうちに、故意に金属のようなもので傷がつけられ、白い塗料で汚される事件が起こり当時ニュースでも話題になった。これもコンテンツファンの少年2人が起こした事件で、後に器物破損罪で逮捕された。

事件性のあるものから騒音・ゴミのポイ捨てまで、数え始めたらキリがないほどアニメ界隈の中でも問題視されているコンテンツである。「ラブライブ！」はメディアでも多く取り上げられていたことから、新規参入が比較的しやすいコンテンツである。だからこそ、沼津市も最初は地域活性化のためにファンを引きよせるような取り組みを行っていた。時間が経ち、ファン自体のマナーによる問題が浮き彫りになった今、新規の一般観光客が寄り付かなくなってしまう悪いイメージがつく可能性が多いにある。この様な事態を避けるために

もラブライブ！サンシャイン！！の公式だけではなく、沼津市のことが好きなファンからも聖地巡礼の際に地域に迷惑をかけてはならないという考えが聖地巡礼ブログや Twitter などで発信されている。

5章 アニメツーリズムの脆弱性

5-1 コンテンツへの依存

アニメツーリズムの脆弱性としてまず考えられることはアニメコンテンツに依存してしまう点であると考えられる。アニメが話題になって初めて地域にも注目されるようになり、地域のファンを創出していくことができる。逆にアニメが不評で話題に上がらないような作品であった場合、作品に対する関心がなければその舞台に対しても当然ながら関心を持たれにくい状況が生まれてしまう。アニメツーリズムの脆弱性はこの課題に尽きると考えられる。アニメから注目される地域づくりだけではなく、地域の魅力をしっかりと捉え、様々な方向から地域の魅力を発信していく事が地域ファン創出において重要になる。対象地域とした沼津市においてもアニメツーリズムだけで地域の魅力を発信しておらず様々な方法を用いている。3-1-1で挙げた「ぬまづの宝100選」に代表されるが自然、歴史、文化・伝統、味覚、にぎわいそれぞれの魅力から沼津市の魅力を発信している。

5-2 ツーリズムの持続性

ツーリズム、観光の側面から地域を結びつけるうえで最も大切なことはいかにしてツーリストから地域のファンを創出していくかだ。一度聖地を巡礼してそこで地域とのかかわりがなくなってしまってはアニメツーリズムとして失敗しており、何度も訪れたくなるような地域づくりを進めなければならない。何度も訪れたくなる地域づくりは本論文で2つ導き出すことができる。1点目は4-3で述べた東海バスのツアー企画や4-5で挙げた沼津街歩きスタンプなど何度聖地巡礼を行っても新しい発見があるような新規性がなければならないという点だ。2点目は5-3で述べたコミュニティの存在である。コミュニティが存在していることで地域とファンとの間に居場所が生まれ、基本的に活動拠点が聖地となるので継続した地域ファンを生み出すことに繋げられると考えている。

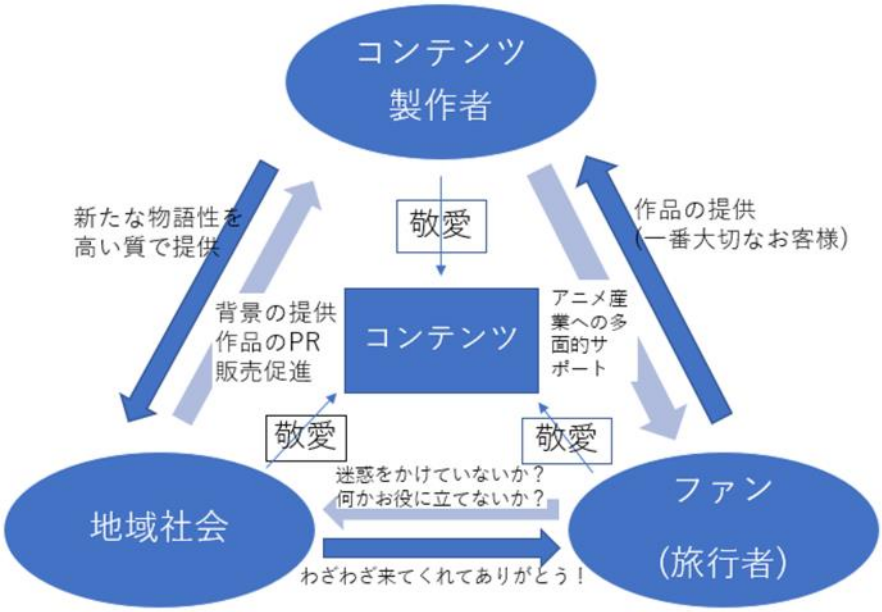
以上2点の共通点は、継続的に聖地に訪れるファンにはそれぞれ訪れる目的が存在することである。この聖地に訪れる目的を創造するために、本論文では新規性とコミュニティの存在を考察することができた。ツーリズムの目的を創造する効果があると考えられる2点を挙げることでツーリズムの持続的なものにする手段としたい。

5-3 コロナ禍に対応するアニメツーリズム

1章でアニメツーリズムを「地域に関わるまんが・アニメコンテンツを活用して、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」と定義した。この定義で述べられている振興を図ることを意図した観光と関連産業はコロナウイルスによって最もダメージを受けた産業ともいえるだろう。しかしながら、現代においてはコンテンツもデジタル情報化され、アニメツーリズムもその特性を活かされた。沼津市の事例は沼津の街をめぐるリアル宝探し「沼津ナゾトキ宝探し」を挙げることができる。この企画は沼津市現地で実際に街を歩いて宝探しをする方法とオンラインで自宅から宝探しをする方法があり、オンラインで自宅から宝探しする方法はコロナウイルスによる自粛期間で現地に行くことができなくても参加することが可能であることからオンラインから参加する方に焦点を当てる。宝探しキットを購入後、手元に届いたキットを使用して、現地の映像などから謎を解いていく。この取り組みは実際に沼津市に行かなくてもキャラクターと一緒に沼津市を巡って宝探しに挑戦することができる。これがデジタル情報化されるコンテンツの特性を活かしたアニメツーリズムの姿だと考える。聖地となっている現地を訪れることはできないが、今後もオンライン聖地巡礼として地域がアピールしていくことや、ファンもこのようなコンテンツを愛し、楽しむ姿勢が求められる。

終章

終-1　本論のまとめ



図終-1　本論文から見ることのできた 3 者の関係（筆者作成）

本論のまとめとして今まで明らかにしてきた 3 者の関係性を図式化した。
三辺の結びつきをしっかりと強め、安定した三角形を作ること。つまり三者がコンテンツをきっかけに相互理解を深め、それぞれが満足できる関係性を相互に築いていく事がまず大前提として重要となる。これは 3 章から 5 章で沼津市とラブライブ！サンシャイン！！の関係性を考える中で常にこの 3 者のバランスを見て取ることができ、3 者からコンテンツへの敬愛が聖地を構築していた。この三角形を前提として、沼津市の事例においてアニメツーリズムが地域価値を再編した重要な要素をまとめる。

まず、コンテンツについてだが、キャラクターを地域住民そして地域を発信する大使として生きている存在にすること。これは、2- 2 -2 の登場人物紹介で述べたコンテンツ製作者の努力だけでなく 3 章の地域の取り組みも重要となる。

次に、3 者の関係がより強く構築されていくためにはコミュニティの存在を考えることができた。同じコンテンツを敬愛しているファンが日本全国、世界各地から集まる聖地という空間はコミュニティや、集いの場が創造されやすい環境であり、実際に「浦の星○○部」といったコミュニティや Twitter のハッシュタグで「#寝そツー」「#寝そべりツーリング」などアニメコンテンツだけではなく他コンテンツとの親和性から同じ趣味を持つファンたちによって様々な活動が行われていた。地域のコミュニティもアニメツーリズムを受け、より強固なものとなった各商店街は商店街ぐるみで様々な取り組みを行い、ツーリズムにおい

て大事な要素である宿泊施設も沼津三津大瀬旅館協同組合の組合員が協力し観光客の集客に努めた。コンテンツの制作者もそれぞれコミュニティの意向に沿うような形で、地域やファンの活動をサポートした。
この様にコンテンツを愛する気持ちがトリガーとなり、製作者、地域、ファンの活動を強め、コンテンツが 3 章で挙げた沼津市の産業、歴史、文化と結びつくことで地域の価値を再編させることができたと言える。

終- 2　謝辞

本論文の執筆にあたり、協力してくださった多くの方々にこの場を借りて感謝申し上げます。2020 年はコロナウイルスの影響を受け、計画していたようなフィールドワークを行うことができなかったことや研究対象である観光業が大きなダメージを受けてしまったことなど理想としていた卒業論文を執筆することが難しい状況にありながらも、なんとかこの様に卒業論文として形にできたことは支えてくださった方々のおかげだと考えております。
浦野ゼミの同期にはとても感謝しています。3 年次から議論を重ね、様々に考え方を共有した経験は筆者にとって一つの問題に対して様々な角度から考える姿勢を身に着けることができ、広い視野を持って物事を捉えることに繋がりました。また、発表の際に皆さんから頂いた意見は、どれも筆者だけでは気づくことのなかった論の曖昧な点や不足部分を明らかにするもので、大変参考になりました。同期の皆さんから様々に意見を頂いたことは論文執筆の手がかりになっただけでなく、共に卒業論文を執筆する仲間からの激励として筆者の論文執筆への原動力となりました。心より感謝申し上げます。最後に、主査の浦野先生には感謝してもしきれない程にお世話になりました。本当にありがとうございました。様々な事情が重なり、ゼミに出席が難しく、卒業論文の執筆にも行き詰まっている中でも、先生の的確なアドバイスから、自身の卒業論文に対して自信を持って向き合うことができ、論文を最後まで執筆することができました。また、ゼミの活動全体を通して、この 2 年間でたくさんのことを学ばせていただきました。これまでで触れてきた学問の中で自分の学びたかった地域・都市論、コミュニティ論を専門的に深め、学ばせていただいた浦野ゼミに感謝しています。大学 4 年間を修了し、4 月から社会に出ることになりますが、浦野ゼミで学んだ多角的に物事を捉えることや、深く思考することを怠らないよう、これからも精進して参ります。

参考文献・URL(URL は全て最終閲覧 2020 年 12 月 20 日)

松本真治・山村高淑「鷲宮×『らき☆すた』タイアップの経緯とその後の展開年表」アニ玉祭「アニメ・マンガの聖地サミット in 埼玉」配布資料,2013 年

河嶌太郎 (2019)「『ラブライブ!』舞台の沼津　アニメ未登場でも『聖地』にしてしまう驚きの手法とは」『ITmedia』2019 年
https://www.itmedia.co.jp/business/articles/1905/31/news016.html

山村高淑「『アニメ聖地巡礼』と『コンテンツ・ツーリズム』：作品への愛と旅することの本質について考える」2014 年 11 月 23 日
https://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/bitstream/2115/57447/1/20141123yamamura.pdf

山村高淑「アニメコンテンツとツーリズムの新たな関係性について考える―『らき☆すた』をきっかけとした鷲宮町 のまちおこしの経験から―」2009 年 3 月 18 日
https://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/bitstream/2115/38085/3/TAF2009_YAMAMURA_handout.pdf

畠山仁友「アニメの舞台化が地域に及ぼすプロモーションとしての効果―P.A.WORKS『花咲くいろは』と湯涌温泉『ぼんぼり祭り』を事例として―」『広告科学』第 57 巻 pp.17-32,2012 年
https://www.jstage.jst.go.jp/article/advertisingscience/57/0/57_17/_pdf/-char/ja

観光庁「観光立国推進基本計画」2017 年
https://www.mlit.go.jp/common/001299664.pdf

片山明久「アニメ聖地における巡礼者と地域の関係性に関する研究―富山県南砺市城端を事例として」『観光学評論』Vol.1-2、pp.203-226,2013 年
https://www.jstage.jst.go.jp/article/tourismstudies/1/2/1_203/_pdf/-char/en

毛利康秀「近代観光の発達におけるコンテンツツーリズムの萌芽に関する研究」『コンテンツツーリズム学会論文集』2016 年
http://ccc.sakura.ne.jp/ct/contents_tourism_2016m.pdf

岡田斗司夫（2012）「オタク学入門」新潮文庫

十六銀行「アニメ『氷菓』聖地巡礼による経済波及効果～総合効果は 21 億円～」2014 年 7 月 31 日
https://www.pref.gifu.lg.jp/kensei/tokei/tokei-joho/11111/kohyoshiryo/keizai/renkan/renkankekka2005.data/hodosiryo.pdf

大谷 尚之，松本 淳，山村 高淑「コンテンツが拓く地域の可能性：コンテンツ制作者・地域社会・ファンの三方良しをかなえるアニメ聖地巡礼」同文舘出版, 2018 年 9 月 28 日

岡本健「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, 2019 年 4 月 11 日

北九州市立大学法学部政策科学科 森裕亮ゼミナール「アニメ・マンガ聖地巡礼を活用した地域づくりを考えるアンケート報告書」,2015 年 3 月
https://www.kitakyu-u.ac.jp/law/faculty/personal/mori/animeseichi.pdf

DANRO 河嶌太郎「『アニメ聖地巡礼』がなぜ注目されるのか？　その経済効果とは」,2018 年 5 月 24 日
https://danro.asahi.com/article/11549399

コンテンツツーリズム学会　毛利康秀「『ラブライブ！サンシャイン!!』にちなんだ取り組みにおける ファンおよび地元関係者の意識に関する比較研究」『コンテンツツーリズム学会論文集』vol.6,2019 年 3 月 31 日
http://ccc.sakura.ne.jp/ct/contents_tourism_2019m.pdf#search=%27%E3%83%A9%E3%83%96%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%96%E3%82%B5%E3%83%B3%E3%82%B7%E3%83%A3%E3%82%A4%E3%83%B3+%E7%B5%8C%E6%B8%88%E5%8A%B9%E6%9E%9C%27

ラブライブ！サンシャイン！！公式 HP　「沼津情報」
www.lovelive-anime.jp/uranohoshi/news51.php

沼津観光ポータル HP
https://numazukanko.jp/

https://www.mlit.go.jp/common/001091713.pdf
https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/content/001345781.pdf

山村高淑「コンテンツ・ツーリズムの可能性と課題：キャラクターやストーリーを地域で活用する際のいくつかの重要な論点」『都道府県展望』,2013 年,第 654 号,p.10
https://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/bitstream/2115/53288/1/yamamura%20tenbou201303.pdf