

アニメ聖地巡礼ノートのテキストマイニング分析 —3作品の分析を通して—

津村 将章

要 旨：

アニメ聖地巡礼は近年、多くのファンが楽しむ旅行形態となっており、観光推進、地域振興においても重要な役割を担っている。このため、アニメの舞台を旅する聖地巡礼者を理解することはとても重要である。本研究の目的は、聖地巡礼ノートの分析を通じて、アニメ聖地巡礼者の心理を理解することである。聖地巡礼ノートは、聖地巡礼者の本音に近い書き込みがされていると考えられている。本研究では、聖地巡礼ノートの内容をテキストマイニングの手法を用いて分析を行った。選定したアニメ作品は、ターゲットが異なる3つのアニメ作品であった。分析の結果、以下の3点が明らかになった。第1に、分析対象であった全ての聖地巡礼ノートにおいて「来る」という単語が最頻出語であり、聖地巡礼者の出発地や訪問地域への感想が多く記載されていた。第2に、主要キャラクターや声優へのメッセージ、感謝の言葉、再訪意図、聖地巡礼の感想など共通した特徴がみられた。第3に、聖地である地域に関する記述が共通しており、聖地巡礼者がさまざまな地域資源を発見していることが確認された。本研究の成果は、アニメ聖地巡礼者の理解を深め、地域振興や観光施策に有用な知見を提供するものである。

1. はじめに

アニメのロケ地を探訪するアニメ聖地巡礼¹（以下、聖地巡礼）は、2016年に流行語大賞を受賞し、広く認知されるようになった。特に『君の名は。』（2016年）以降は、聖地巡礼はメディアに登場する機会も増えている。近年の聖地巡礼はコアなアニメファンが行く旅行から、ライト層も含めた多くの旅行者が行く形態の旅行へと広がっていることも特徴である（ORICON NEWS, 2024）。このような聖地巡礼というツーリズムは2000年代後半までは風変わりな営為としてマスコミに取り上げられていたが、徐々に地域振興として注

目され、2010年代になると経済効果が新聞などで取り上げられるようになった（今井, 2018）。また、観光立国推進基本計画書（観光庁, 2023）においても「映画やアニメ等のロケ地や舞台は、国内外の観光需要を喚起する重要な拠点であることから、ロケ誘致による経済・社会的効果を効果的に実現するため（中略）、観光促進のためのコンテンツを「聖地巡礼」の促進に活用するなど、ロケツーリズムの推進に官民一体となって取り組む。」とあり、今後の観光政策を論じるうえでアニメを含めたロケツーリズムの旅行者の実態を理解することは重要である。

現在、多くの聖地巡礼地において聖地巡礼

¹ アニメのロケ地のみならず、アニメのモデル地やファンの間で聖地と言われている場所も含む。

ノートの存在が確認されている。聖地巡礼ノートとは、アニメの舞台を訪れた、聖地巡礼を行っている旅行者（以下、聖地巡礼者）が作品の想いや旅の経験などを文字やイラストで書き残している、観光案内所などに設置されているノートである（津村・大方・岩崎・豊田, 2024）。聖地巡礼ノートの分析の有効性について岡本（2008）は、1. 量的にも質的にも多くの情報が得られる、2. 旅行者の本音に近い記述を得ることが出来ると述べている。

本研究の目的は、聖地巡礼ノートの分析を通じて、聖地巡礼者の訪問動機、地域への印象、訪問場所を明らかにすることである。これにより、地域振興や観光施策への示唆を得ることを目指す。

2. 既存研究

既存研究において聖地巡礼ノートや絵馬など、聖地巡礼者が書き残した文章を分析した研究はいくつか存在する。宮田・唐・植田（2020）は『ラブライブ！サンシャイン!!』の聖地巡礼ノートの1冊目から6冊目までの分析を行い、聖地巡礼者のクラスターを分類している。クラスター1は、聖地である沼津で開催されるアニメ関連イベントへの参加や地域限定グッズを購入するために来訪する類型である。クラスター2はアニメ視聴をきっかけとして沼津に来る類型である。アニメから旅行行動への転換や、食事・宿泊・買い物を通じて地域の活性化に寄与するタイプである。クラスター3は、地域へのイベント参加を積極的に行う類型である。岩崎・大方・津村（2018）は『夏目友人帳』について分析を行っており、聖地巡礼者は聖地である人吉についての魅力を発見していることを明らかとした。また、津村・大方・岩崎・豊田（2024）

は、移動距離による聖地巡礼者の行動について研究を行っている。その結果、移動距離によって聖地巡礼ノートの書き込み内容が異なることが確認された。近距離から来た聖地巡礼者はアニメ関連の書き込み比率が高く、長距離の聖地巡礼者は地域についての書き込み比率が高い。

『花咲くいろは』の聖地巡礼ノートを分析した由谷・佐藤（2014）は、アニメから派生した湯涌ぼんぼり祭りの存続を願う声や、祭りを楽しむ人々の様子が記されていることを明らかにした。他にも、聖地巡礼ノートではないが、アニメの聖地である神社に聖地巡礼者が訪れ、絵馬に描かれた内容を分析する研究も行われている（今井, 2018）。このような聖地巡礼ノートやポスト・イットなどで、聖地巡礼者同士が相互作用を行ったり、聖地巡礼者と地域住民との相互作用などを通して、聖地巡礼者のニーズや評価を把握し、分析することも地域にとって重要である（羽藤, 2022）。

3. 聖地巡礼ノートの分析

3.1. 分析対象

本研究では、作風もターゲットも異なるアニメ3作品の聖地巡礼ノートについてテキストマイニングを用いて分析を行う²。『夏目友人帳』（熊本県人吉市）は20代から40代までの男女にファンの多い、比較的全方位型の作品である（Gzブレインマーケティングセクション, 2018）。『ユUri!!! on ICE』（佐賀県唐津市）は若年女性のファンが多い傾向にある（Sports Business Magazine, 2018）。また、『ラブライブ！サンシャイン!!』（静岡県沼津市）は若年男性のファンが多い（KADOKAWA, n.d.; 鈴木・坂上・国島・桑原・安本, 2020）。

² 本研究は津村・大方・岩崎・豊田（2024）と同じデータセットを用いて分析が行われているが、本研究では各作品の記述内容に焦点を当て、記述内容について探索的かつ詳細に分析を行うことを目的としており、津村・大方・岩崎・豊田（2024）の研究とは異なる観点から分析を行っている。

本研究では各作品について詳細に分析を行うことにより、本研究の目的を達成するものである。

3.2.1 『夏目友人帳』の聖地巡礼ノート分析

『夏目友人帳』は緑川ゆきによる漫画を原作とするアニメである。主人公の夏目貴志は妖怪が見える能力を持ち、亡き祖母から受け継いだ「友人帳」を通じて、妖怪たちと交流し、妖怪たちに名前を返す物語である。アニメの舞台は熊本県人吉市といわれている。2008年にアニメ放送を開始し、2024年10月までに7期放送されている。また、劇場版アニメも公開している。

『夏目友人帳』の聖地巡礼ノート进行分析にあたり、熊本県人吉市、田町菅原天満宮に設置してある聖地巡礼ノートを人吉温泉観光協会の許諾を得て収集した。2011年8月から2015年11月までのノート合計13冊分、3,308件（総抽出語数62,937語、6,704文）の書き込みを分析対象とした³⁴。

KH Coderにてテキストマイニングの分析にあたり、アニメ特有の語や地名、作者などについて強制抽出にて語の指定を行った後、分析を行った。上位20の頻出語を表1に示す。

なお、KH Coderでは動詞・形容詞・形容動詞などの活用をもつ語は、全て基本形としてカウント・抽出されている（樋口, 2014）。このため、上位に示された基本形である「来る」という語については、他にも「来ました」や「来れた」などの語も、「来る」という単語に含まれる。聖地巡礼ノートの記述では、「人吉に来て感動しました!」、「親と3人で

来ました。」などであった⁵。聖地巡礼者がどこから来たのかについての記述や、人吉に来たことへの感想、同伴者の情報、再訪の意向などについて書かれていた。

続いて頻出語上位3つの語と共起関係のある語について示す。なお、もっとも多い出現回数の単語の共起関係は5つ、他は3つを取り上げる。「来る」の共起関係は、1. 人吉、2. 夏目、3. 夏目友人帳、4. 大好き、5. 熊本であった。例えば、「熊本市内から夏目友人帳聖地巡礼の旅に来ました!」、「この作品を通して人吉市に来て本当に良かったです。」などの記述がみられた。

「夏目」は主人公の名前でもあり、また『夏目友人帳』の略称としても使用されている。「夏目」との共起関係は、1. 大好き、2. 来る、3. ニャンコ先生であった。例えば「夏目大好き! ニャンコ先生大好き!」などであった。

表1 『夏目友人帳』聖地巡礼ノート
頻出語上位20語⁶

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
来る	1,634	よかった	143
夏目	803	見る	136
大好き	802	聖地	132
夏目友人帳	723	今日	123
ニャンコ先生	674	福岡	123
人吉	641	ありがとう	120
熊本	201	ファン	113
アニメ	197	感動	106
思う	154	L O V E	102
聖地巡礼	145	楽しい	101

³ イラストのみの場合は記入件数としてカウントを行っていない。他の聖地巡礼ノートも同様である。

⁴ 岩崎・大方・津村 (2018) では、『夏目友人帳』の聖地巡礼ノートの分析を行っている。この時の分析対象は2013年2月から2015年11月までの9冊分であった (13冊と記載があるが訂正済み)。本研究では13冊分の聖地巡礼ノートをもとに新たに分析を加えた。

⁵ 本研究で示した事例は、記入例によっては個人の特定につながるものや長文のため全てを引用することが必ずしも本研究の目的とは合致しないケースがある。その場合は記入箇所の一部を抜粋する。

⁶ ニャンコ先生などアニメーション特有の用語や聖地巡礼の地域に関する用語、方言、聖地巡礼ノートにて特徴的な用語等については強制抽出を行っている (以下、他の作品も同様である)。

「大好き」との共起関係は、1. 夏目友人帳、2. ニャンコ先生、3. 夏目、など作品や登場人物へのメッセージがみられた。「夏目友人帳大好きです。何度見てもいっぱい泣けます。」「夏目もニャンコ先生も名取も田沼も大好き♡」のように、作品世界への思い入れを記入している。

特徴的な語としては「ありがとう (120回)」などがあつた。例えば「緑川ゆき先生、大森監督、ありがとうございます！」など、作者やアニメスタッフへの感謝などが述べられている。

本研究の目的の一つは、聖地巡礼者が地域をどのように捉えているのかを理解することである。このため、聖地である「人吉」と関連する用語について T Score2 以上を基準として分析を行った⁷。その結果、地域に関連した用語としては、1. 来る、2. 夏目、3. 大好き、であった。その他にも 4. いい所、6. 初めて、12. 素敵、15. 念願、21. 楽しい、24. 良い所、28. 自然、35. 素晴らしい、36. 風景、42. 満喫、56. また来たい、など地域の感想と関連した語の使用が確認された⁸。例えば「人吉は自然豊かなところで本当に良い所ですね」、「人吉はいい所で大好きになりました」など、夏目友人帳の聖地巡礼を通して、人吉の良さを聖地巡礼者が発見していることが分かる。

図1は『夏目友人帳』聖地巡礼ノートの共起ネットワーク分析の結果である（最小出現数20、最小文章数1、描写する共起関係上位80）。描写された共起ネットワークは16の Subgraph に分かれた。Subgraph の検出には modularity を用いた。

全体の傾向としては、作品やアニメに登

場するキャラクターについての記述が多い。Subgraph1 では作品名と同時に地域についての言及も行われている。例えば「夏目のおかげで人吉というステキな場所にこれてよかった!」、「今回の旅で熊本の良さを再発見できたので良かったです。夏目友人帳のほのぼのな中の切なさが好きです」など、聖地巡礼をきっかけとして、地域の魅力も発見している様子が分かる。

Subgraph2 のように作者への感謝の声などもあつた。また、優しいという単語が作品だけでなく、「こっちの人みんな優しいしあつたかい街でステキです。」など地域住民に向けられていたのも特徴的であつた。他にも家族旅行で来たという声 (Subgraph10) や声優や誕生日を祝う記述 (Subgraph3) などもみられた。

3.2.2 小括

抽出語では、アニメ関連の用語が多く、来る、思うなどの動詞、人吉、熊本、福岡などの地名、感動やよかったなどの聖地巡礼を行った感想が上位に抽出された。また、作品名や登場人物への記述もみられた。

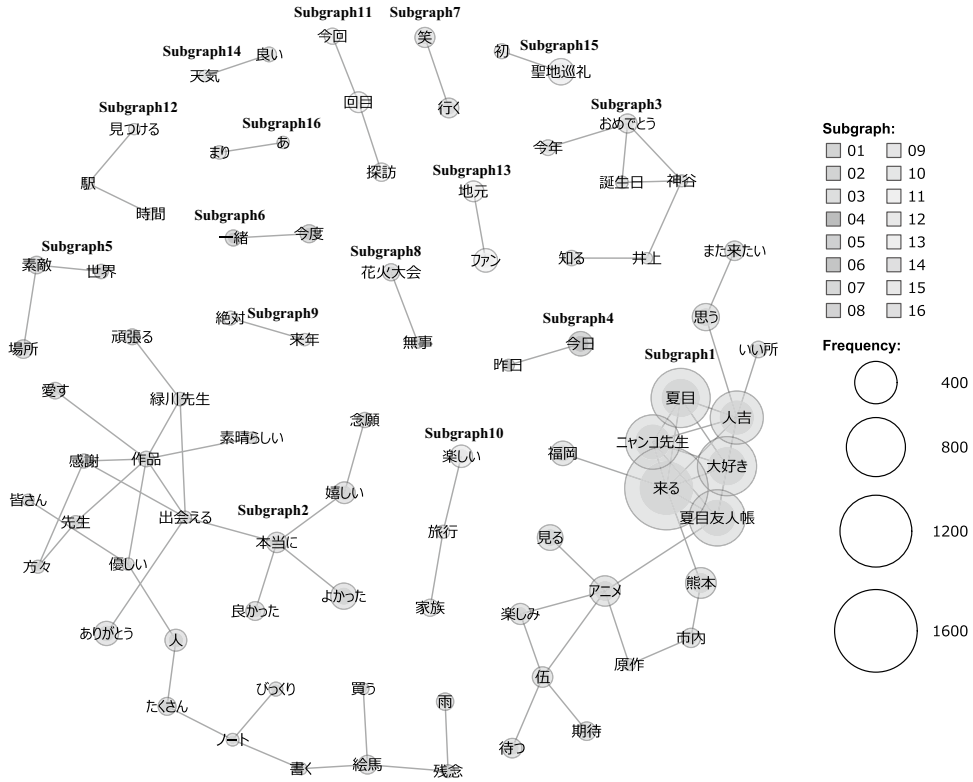
共起ネットワークではアニメの魅力を中心に、原作者やアニメ関係者への感謝の言葉が確認された。他にも回数の記述や家族で来たこと、花火大会が無事に開催されたこと、ノートや神社にある絵馬への記述などがみられた。

また、聖地である人吉の自然や風景、地域住民との交流を通して、聖地巡礼者はアニメだけでなく地域のファンにもなっていることが分かつた。地域の魅力によりリピート行動を繰り返すことは、次のような記述からも分

⁷ コロケーション統計による結果を示した。集計範囲は左5、右5、順位は T Score の結果であり、以下の分析においても同様の手法にて分析を行っている。コロケーション性を判断する基準として、T Score は2以上を基準とされることが多く本論文でもこの値を基準とした (園田・高見, 2005)。

⁸ 聖地の地域に関連した用語としては、T Score2 以上であり、かつ地域の感想に関するものに限定した。このため、例えば5. 夏目友人帳、7. ニャンコ先生、13. 市、27. 思う、などは選定外とした。以下の分析でも同様である。

図1 『夏目友人帳』 聖地巡礼ノート 共起ネットワーク分析結果



かる。「3度目の人吉球磨夏目探訪です！夏目友人帳が大好きで来たのがきっかけだったのに、人吉球磨の心温かい方々のおかげで、今は人吉球磨も大好きになりました！（中略）人吉球磨は私にとって第二の故郷です。またきますね！」。

3.3.1 『ユーリ!!! on ICE』の聖地巡礼ノート分析

『ユーリ!!! on ICE』はフィギュアスケートを題材としたアニメである。主人公の勝生勇利と元チャンピオンのヴィクトル・ニキフォロフの関係を軸に、登場人物の成長と挑戦を描いている作品である。2016年に放送された。舞台は佐賀県唐津市である。

『ユーリ!!! on ICE』の聖地巡礼ノート分析にあたり、佐賀県唐津市観光課に設置してある聖地巡礼ノートを許諾を得て取得した。

2017年1月から2018年8月までの合計5冊、1,772件（総抽出語数48,152語、2,888文）の書き込みを分析対象とした。

アニメ特有の語や地名、作者などについて強制抽出にて語の指定を行った後、分析を行った。上位20の頻出語を表2に示す。

抽出語では「来る」の出現回数が1,374回であった。これは『夏目友人帳』と同じく、活用のある語として抽出されている。共起関係は、1. 唐津、2. 東京、3. 福岡、4. よかところ、5. 大阪であった。例として「学生生活さいごの旅行に唐津に来ました！」や「埼玉から来ました！ユーリ!!!がきっかけで初九州、唐津に来たのですが、みなさんととても暖かくむかえていただいととても楽しかったです！」などであった。このように、出発地域を記載している例も多い。また、「唐津も長谷津もよかところ！街の人がみんな親切で楽しかったで

表2 『ユーリ!!! on ICE』 聖地巡礼ノート
頻出語上位20語

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
来る	1,374	思う	142
唐津	881	回目	124
ありがとう	330	本当に	115
ユーリ	223	福岡	108
よかところ	207	また来たい	104
コラボ	190	サーガ	102
楽しい	183	大好き	101
東京	168	勇利	101
滑走	162	佐賀	93
楽しむ	145	おめでとう	89

す。」など九州の方言で唐津の良さを伝えるメッセージも多い。

「唐津」の出現回数は881回であった。「唐津」の共起関係は、1. 来る、2. よかところ、3. 回目、などであった。「ユーリのおかげで唐津に来れました。」などの記述がみられた。回数は唐津への訪問回数を示している。

「ありがとう」の出現回数は330回であった。「ありがとう」の共起関係は、1. コラボ、2. 本当に、3. 唐津である。「香港から来ました！第2滑走です!!ユーリのおかげで唐津のこと大好きになりましたし、また来たいと思います！このすてきなコラボに関わっている皆様、本当にありがとうございます！」などの記述がみられた。

特徴的な語としては、「滑走 (162回)」などがあった。「唐津におとずれるのも第4滑走となりました!」、「広島から来ました。第7滑走になります。去年から1年で6回来ましたが、唐津とユーリにまだまだ楽しませていただいています。」など、再訪をすることを劇中の言葉を使用して滑走としている。

聖地である「唐津」に関連した用語としては、2. よかところ、5. 城、8. 楽しい、11. 優しい、17. 初めて、18. また来たい、33. 親切、41. 満喫、45. 素敵、など地域の感想と関連

した語が確認された。「初めて唐津にきました!!聖地巡礼最高に楽しかったです!唐津の方々みなさん優しい又、来たいです」、「唐津はおいしいし、みんな優しいし、ほんとよかところ!!また来ます」、「ユーリきっかけで唐津に来たのですが、祭文化、食文化等魅力がいっぱいで、好きなまちになりました。」など、聖地巡礼をきっかけとして、唐津の街や地域の人々との交流を楽しんでいることが分かる。

図2は『ユーリ!!! on ICE』 聖地巡礼ノートの共起ネットワークの結果である (最小出現数20、最小文章数1、描写する共起関係上位80)。描写された共起ネットワークは11のSubgraphに分かれた。Subgraphの検出にはmodularityを用いた。

Subgraph2はもっともFrequencyが多く、唐津の楽しさや感謝の気持ちが述べられている。例えば「唐津とってもたのしいです!ありがとうございますございました!!」などの記述がある。

Subgraph4では、唐津の地域住民に関する記述が確認された。ここでも「本当に皆様良い人優しい人ばかりで、唐津が大好きになりました。」、「地元の方々にもとても親切にしてもらえて、素敵な思い出になりました。」など、聖地巡礼者と唐津市民の交流についての記述から、聖地巡礼の旅を通じて良い思い出を作り唐津市のファンになっていることが分かる。

また、Subgraph6のようにアニメで取り上げられたカツ丼を食べたなどの記述や、Subgraph11のように登場人物の誕生日を祝う記述も多くみられた。

3.3.2 小括

『ユーリ!!! on ICE』においては、唐津という地域名の出現頻度が高い。また、コラボなどイベント (サーガ!!! on ICE) に参加した聖地巡礼者も一定数、聖地巡礼ノートに記述を行っていることが分かる。他にも近隣の福

強制抽出にて語の指定を行った後、分析を行った。上位20の頻出語は表3の通りである。

抽出語では「来る」の出現回数が5,384回であった。他の聖地巡礼ノートと同じく、活用のある語として抽出されている。共起関係は、1. 沼津、2. 内浦、3. 初めて、4. 東京、5. 回目であった。聖地巡礼ノートには「内浦へは二回目。また来ます」「沼津へ初めて来たけどめっちゃ楽しかったです。」などの記載が確認された。

「沼津」の出現回数は2,633回であった。「沼津」との共起関係は、1. 来る、2. 回目、3. 内浦、などであった。「沼津は最高の聖地で行くたびに何かを発見できるワクワク感あふれます!」「沼津最高!これからも内浦が賑わっていきますように。」などの記述がみられる。

「回目」の出現回数は1,560回であった。「回目」との共起関係は、1. 沼津、2. 内浦、3. 訪問、などであった。「東京から二回目の沼津来訪です!」などの記述があった。

特徴的な語としては、「ヨーソロー (521回)」、「推す (333回)」などがあった。「ヨーソロー」とは登場人物である渡辺曜が劇中で使用している言葉であり、宜候・良候のことである。その意味は「①舟人^{とりかじ}のかけ声。また、はやし声。②操船^{おもかじ}で、取舵・面舵の必要はな

表3 『ラブライブ! サンシャイン!!』
聖地巡礼ノート 頻出語上位20語

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
来る	5,384	ヨーソロー	521
沼津	2,633	東京	491
回目	1,560	行く	484
内浦	1,469	初めて	482
今日	763	思う	481
最高	739	サンシャイン	478
おめでとう	632	楽しい	478
AQOURS	614	ラブライブ	446
楽しむ	605	誕生日	434
巡礼	547	月	425

く、真っ直ぐに進めという場合の命令語。)(新村編, 2018) である。「初内浦! 三の浦総合案内所さん最高だヨーソロー!」、「メットライフドームへ向けて全速前進ヨーソロー」などの記述がある。「推す」は、「花丸、鞠莉、ルビィの3人推しです!」、「ダイヤ姉さん、果南ちゃん推しです」など好きなキャラクターに関する記述がみられた。

聖地である地域に関連した用語は「沼津」、「内浦」である。聖地である「沼津」に関連する用語としては、4. 最高、6. 初めて、7. 楽しむ、8. 楽しい、20. 大好き、47. 良い所、48. いい所、50. 念願、57. 景色、などであった。「内浦」に関連した用語としては、4. 最高、6. 初めて、15. 良い所、17. 久しぶり、24. きれい、27. 景色、31. 富士山、41. いい所、78. 素敵、などであった。「初めての沼津 海もきれいで、食べ物も美味しくて最高ずら〜!」や「富士山に内浦の海の景色は最高」などの記述がみられた。

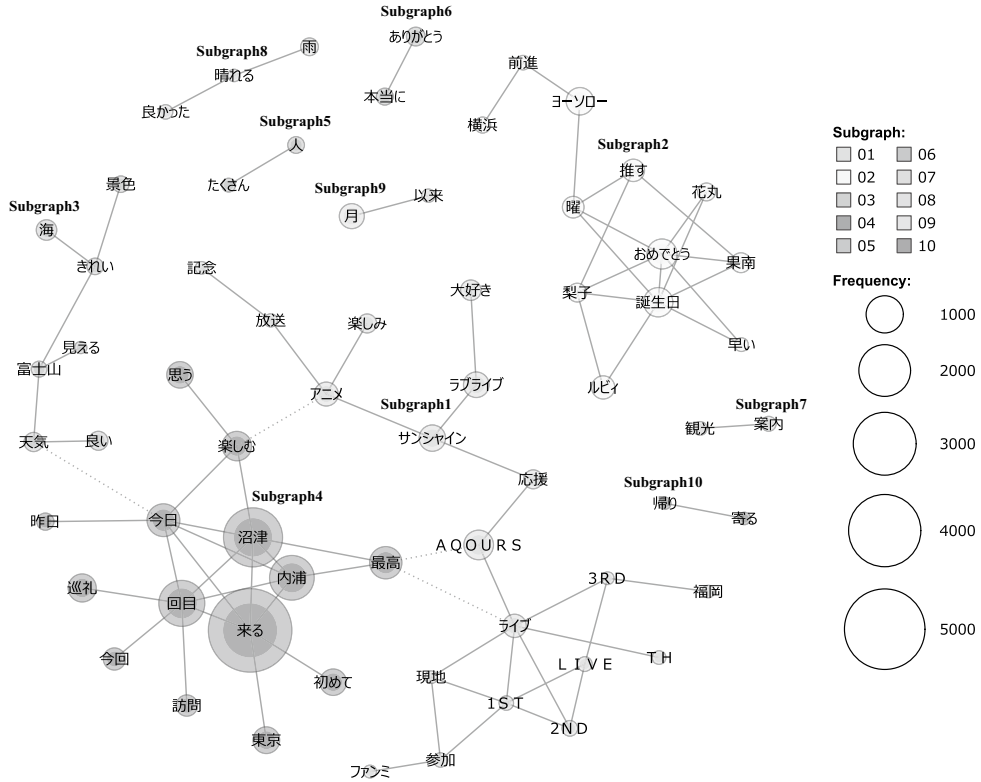
図3は『ラブライブ! サンシャイン!!』聖地巡礼ノートの共起ネットワークの結果である(最小出現数80、最小文章数1、描写する共起関係上位80)。描写された共起ネットワークは10のSubgraphに分かれた。Subgraphの検出にはmodularityを用いた。

Subgraph4のFrequencyはもっとも多く、舞台である沼津や内浦についての記述がみられる。Subgraph3では天気や景色についての記述が共起されている。例えば、「初内浦訪問です!!富士山と海がとてもきれいです!!」などの記述である。Subgraph2では、登場人物の誕生日のお祝いについて述べられている。Subgraph1ではコンサート(ライブ)への感想などが述べられている。また、Subgraph5からは人がたくさん訪れていることが分かる。

3.4.2 小括

『ラブライブ! サンシャイン!!』も『ユウリ!!! on ICE』同様に地域名の出現頻度が高

図3 『ラブライブ！サンシャイン!!』 聖地巡礼ノート 共起ネットワーク分析結果



い。また、回目が上位に来るなどリピートしている聖地巡礼者が多いことも特徴である。地域に関連した用語としては、沼津や内浦地区の景色を楽しんでいることが分かった。それは次のような書き込みからも分かる。「29回目の内浦！（多分）今日は、天気が素晴らしく富士山がきれいに見えて気持ち良かったです。また来ます！」。

共起ネットワーク分析からも同様に聖地巡礼者にとって富士山や海など景色のきれいさが印象的であることが分かる。ライブやファンミーティング（ファンミ）などイベントへの参加を行ったことなども記述されていた。また、たくさんの人が訪問していることから、同アニメは人気コンテンツでもあり、更に聖地巡礼が一般化してきたことにより多くの人が聖地に訪れていることが分かる。

4. まとめと考察

本研究では『夏目友人帳』（熊本県人吉市）、『ユーリ!!! on ICE』（佐賀県唐津市）、『ラブライブ！サンシャイン!!』（静岡県沼津市）の3作品の聖地巡礼ノートの分析をテキストマイニングを用いて行った。本研究での発見事項は下記の3点であった。

1. 聖地巡礼ノートの記述において、どのような記述が多いのかを明らかとした。全ての聖地巡礼ノートでは「来る」という単語が最頻出語であった。「○○から来ました」など巡礼者の出発地、「○○に来て、○○が良かったです」など訪問地域への感想の記載が多数存在することが明らかとなった。これは既存研究の結果（由谷・佐藤, 2014）を支持するものであり、多くの聖地巡礼ノートでは同様の記述が多いものと考えられる。

2. 共通してみられる特徴としては、主要キャラクターや声優へのメッセージ、および誕生日のお祝い。アニメスタッフやキャラクター、地域住民への感謝の言葉。再訪意図。聖地巡礼の感想。記入時の天気。地域の景色への感想。地域住民への感想などであった。

誕生日のお祝いとしては「勇利くんお誕生日おめでとう!!」のような形でお祝いを述べている。

感謝の言葉としては「ありがとう」などである。例えば「家族みんなで来ました G.Wのいい思い出!ニャンコ先生ありがとう」、「いつ来ても市民の皆様のあたたかい心づかいありがとうございます!」などであった。

聖地巡礼の感想としては「楽しい」という用語が3作品の全ての抽出語TOP20において確認された。例えば、「道中もきれいな風景を見ることができてとても楽しかったです。」、「毎回違った発見があるので、とても楽しかったです。」、「色々な聖地をまた巡れて楽しかったー!!」などであった。

記入時の天気は「天気が心配でしたが晴れてよかったです」や「雨だけどアニメの世界を実感して楽しい!」などの記述がみられた。

3. 聖地である地域に関する記述はいずれの聖地においても共通してみられる現象であることが確認された。聖地巡礼は通常の旅行行動とは異なりアニメに描かれていた場所の探訪を行うことである。聖地巡礼者はアニメで描かれた風景を見るために聖地に訪れるのであって、聖地はそのための二次的な場所に過ぎない。しかし、分析結果では、いずれのアニメにおいても地域名が抽出語の上位に来ていた。

また、聖地巡礼者は聖地である地域において、さまざまな地域資源を発見していることが明らかとなった。聖地巡礼ノートには地域の自然や文化遺産に関する話題や、地域住民に優しくしてもらったなどの記述が残っていた。岩永(2020)は、地域コミットメントや再訪意図に影響を与える循環モデルを提唱し

ている。その要因は、地域の観光資源である自然や歴史などに対するポジティブな評価、地域の施設従業員に親切にしてもらった経験、地域が観光客をもてなす雰囲気を持っていることである。聖地巡礼ノートに記載されていた聖地巡礼での経験はまさに、地域コミットメントを向上させ、再訪意図につながるものであると考えられる。

聖地巡礼者が地域とつながる事例は既存研究においても数多く報告されており(e.g., 山村, 2009)、アニメツーリズムはフィルムツーリズムと比較しても地域住民との交流があるケースが多い(津村・大方・岩崎, 2020)。聖地巡礼において、地域コミットメントによる再訪意図の向上は他のコンテンツツーリズムと比較しても生じやすい状況にあるといえよう。

本研究の発見事項を踏まえて、地域振興や観光施策について考察を行う。本研究の結果から、聖地巡礼者は聖地巡礼を通して地域資源の発見や住民との交流を行っていることが明らかとなった。このような経験が再訪につながると思われる。しかしながら、上記のような取り組みを全ての聖地の地域が必ずしも行っているわけではない。まず地域としては、地域住民の理解と協力を得るための仕組みづくりを行う必要がある。多くのアニメ作品は深夜に放送があるため、地域住民の理解が進まないこともある。地域住民向けにどのような作品であるのか、広報を行うことも必要であろう。これまでの取材で、地域住民が聖地巡礼者に声をかけることを推奨している自治体もあった。このような取り組みは、聖地巡礼者にとっても良い経験となり、地域に対してポジティブな印象を持つであろう。また、聖地巡礼者は聖地巡礼のみでなく、周辺観光も行っている(岩崎・津村, 2018)。聖地巡礼者に地域を理解してもらうため、観光資源についてアピールを行うことも効果的な戦略となるであろう。

本研究では観光地に設置している聖地巡礼

ノートの記述について分析を行ったが、いくつかの限界もあった。聖地巡礼ノートへの記述は一部の聖地巡礼者の記述であり、聖地巡礼に訪れた全体の意見を反映していない可能性がある。また、今回分析した作品は九州地域が2箇所であり、抽出地域として偏っている可能性がある。本研究で分析した3作品はいずれも人気アニメではあるが、同様に高い人気を博しているアニメは他にも多くあり本研究の内容がアニメ聖地巡礼の全体の傾向を示しているのかという点においては慎重な議論が必要となる。

今後の研究としては、作品数を増やし網羅性をもった聖地巡礼ノートの研究を行う必要があるだろう。作品タイプや作品のターゲットによって、聖地巡礼者の行動の違いなども明らかにする必要があるであろう。また、地域住民との関係やその他の地域資源がどの程度、地域へのコミットメントや再訪意図に影響をもたらすのかなどの定量的な分析に関しては今後より詳細な研究を行う必要がある。

謝辞

本研究を行うにあたり、人吉温泉観光協会様、佐賀県唐津市観光課様、三の浦総合案内所様から聖地巡礼ノートを提供いただきました。深く感謝いたします。聖地巡礼ノートの文字起こしに協力してくださった九州産業大学商学部の学生、中京大学経営学部の学生にもお礼申し上げます。また、関東学院大学経営学部経営学科の岩崎達也教授、九州産業大学地域共創学部観光学科の大方優子教授、法政大学経営大学院イノベーション・マネジメント研究科の豊田裕貴教授からご助言を賜りました。ここに感謝申し上げます。

※本研究は18K11858及び22K12602の助成を受けたものである。

参考文献

- Gzブレインマーケティングセクション (編) (2018). アニメマーケティング白書2018 消費ポテンシャルとペルソナで測るIP分析 角川アスキー総合研究所
- 羽藤 雅彦 (2022). 聖地巡礼を通じた観光客の誘致と地域創生—「花咲くいろは」を事例に— 陶山 計介・室 博・小菅 謙一・羽藤 雅彦・青谷 実知代 (編) 地域創生と観光 (pp. 101-116) 千倉書房
- 樋口 耕一 (2014). 社会調査のための計量テキスト分析：内容分析の継承と発展を目指して ナカニシヤ出版
- 今井 信治 (2018). オタク文化と宗教の臨界 晃洋書房
- 岩永 洋平 (2020). 観光レポート意向と関係人口はいかに形成されるか —レポート循環モデルによる検証— 地域活性研究, 12, 15-24.
- 岩崎 達也・大方 優子・津村 将章 (2018). アニメ聖地巡礼におけるレポート行動分析：『夏目友人帳』熊本県人吉市における巡礼行動を事例として コンテンツツーリズム学会論文集, 5, 12-24.
- 岩崎達也・津村将章 (2018). 高関与旅行者の行動分析：『夏目友人帳』における聖地巡礼行動を事例として 産業経営研究所報, 50, 63-81.
- KADOKAWA (n.d.). LoveLive!Days KADOKAWA ADメディアガイド Retrieved February 5, 2024, from <https://mediaguide.kadokawa.co.jp/media/character/ld/>
- 観光庁 (2023). 観光立国推進基本計画 Retrieved September 1, 2024, from <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/810001005.pdf>
- 宮田 佳美・唐 士弼・植田 憲 (2020). 「聖地巡礼」と「巡礼ノート」は地域に何を与えるか：テレビアニメ『ラブライブ！サ

- ンシャイン!!』と静岡県沼津市の事例を中心に 日本デザイン学会デザイン学研究第67回研究発表大会概要集, 286-287.
- 新村 出 (編) (2018). 広辞苑 第七版 岩波書店
- 岡本 健 (2008). 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, 1-13.
- ORICON NEWS (2024). 「聖地巡礼」に変化？ 推し活人口が増えても消費速度は爆上がり…ライト層取り込む新たな動き Retrieved September 1, 2024, from <https://www.oricon.co.jp/special/68474/>
- 園田 勝英・高見 敏子 (2005). コーパスに基づく語彙研究 齊藤俊雄・中村純作・赤野一郎 (編) 英語コーパス言語学【改訂新版】基礎と実践 (pp. 121-143) 研究社
- Sports Business Magazine (2018). ミズノ, TVアニメ『ユーリ!!! on ICE』との協業アイテムが好評 繊維流通研究会 Retrieved September 1, 2024, from <https://www.apparel-mag.com/sbm/article/corporate/1511>
- 鈴木 凱仁・坂上 友紀・国島 未来・桑原 史朗・安本 宗春 (2020). アニメによる「聖地巡礼」を目的としたファンと地域との関わり—沼津市を事例として— 追手門学院大学地域創造学部紀要, 5, 61-84.
- 津村 将章・大方 優子・岩崎 達也 (2020). アニメ聖地巡礼者の特徴：アニメ聖地巡礼者とフィルムツーリズム旅行者との比較 コンテンツツーリズム学会論文集, 7, 34-45.
- 津村 将章・大方 優子・岩崎 達也・豊田 裕貴 (2024). 移動距離によるアニメ聖地巡礼者の行動特徴—聖地巡礼ノートの分析から— マーケティングジャーナル, 44 (1), 47-57.
- 山村高淑 (2009). 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 CATS叢書：観光学高等研究センター叢書, 1, 3-28.
- 由谷 裕哉・佐藤 喜久一郎 (2014). サブカルチャー聖地巡礼：アニメ聖地と戦国史蹟 岩田書院