

## 都市メディア論⑪「アニメの聖地巡礼」諸事例（1）

水野 博 介\*

### <目 次>

- 1 問題意識
- 2 『らき☆すた』聖地巡礼
- 3 『あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。(略称：あの花)』聖地巡礼
- 4 結語

### 1 問題意識

前稿（水野，2013）に引続き，本稿でも「アニメの聖地」についての事例をいくつか集めて，その意味するところを考察していきたい。その際，まず，諸事例を分類できる「軸」となる要因を考え，分析の助けとしたいと思う。

とりあえずは，さまざまな事例を集め，各々の事例を 1) 作品の特徴，2) ファン層の特徴，および 3) 行政やコミュニティとの関連性について記述していく。そのうえで，諸事例を横断的に見て行き，分類「軸」を見出す努力をしようとする。

しかしながら，本稿での問題意識としては，「アニメの聖地」とされた「場所」あるいは「建造物」が当該「地域コミュニティ」にとって，どのような「意味」をもつかということである。例えば，その地域コミュニティの成員の誰もが知る歴史を有した「名所・旧跡」であったり，その地域コミュニティの「行政的な中核」を成

す場所や建造物であったりするかもしれない。しかし，予想される場所では，いわゆる“何の変哲もない”学校や公園のような，“特に意味のない”場所や建造物が多いのではないかとも思われる。

これは，要するに，それらの「アニメの聖地」が，当該地域コミュニティにおいて，その「シンボル」となっているか否か，今まではそうではなかったが，今後は「シンボル」になり得るか否か，ということである。

前稿では，「アニメの聖地」が存在する当該コミュニティが，そのことをどのように受け容れ（あるいは受け容れず），アニメのオタクたちとどのような関係を築く（あるいは築けない）のか，という問題意識を提示したが，それらの問題意識は，考えてみれば，「聖地」とされる場所や建造物などが，オタク青年だけでなく，当該地域コミュニティにとっても「シンボル」として受容できるものか否か，という問題をめぐるものとも言えよう。

一般的に，地域コミュニティの「シンボル」には，多種多様なものになり得ると思われる。例えば，そのコミュニティで賑わっている（あるいは，かつて賑わっていた）「商店街」がそうである。有名で，他の地域からも買い物客が来るような商店街も実際に存在するし，そのような場所も，当該地域コミュニティの成員からすれば，“誇らしい”「シンボル」であろう。しかしながら，そのような商店街がアニメに描かれ，オタク青年たちにとっても，同様に「シンボル」として受容され，訪問の対象になるかと言えば，

\* みずの・ひろすけ  
埼玉大学教養学部教授、メディア論

直観的には“否”であろう。商店街は、あまりに“俗”っぽく、そこに何かの思い入れをすることには“無理”があるかもしれない。

同様に、当該地域コミュニティの成員にとっては、そのコミュニティの“誇り”であるようなものが、オタク青年にとっては受容しがたいものであることが予想されるものもある。例えば、深谷市のJR深谷駅前に、地元出身の名士で、日本の近代化に尽くした「渋沢栄一」の銅像があり、それは深谷市の「シンボル」にはなり得るが、仮にアニメに描かれたとしても、それが「聖地」にはならないだろうと思われる。あまりに“政治的”＝“俗”なシンボルであり、「権力」につながるものだからである。それに対して、JR渋谷駅前にある有名な「ハチ公」の銅像であれば、おそらく話は異なってくるだろう。ハチ公には「神話」や「伝説」が伴っており、“聖”なるものになりうるからである。やはり「聖地」であるからには、あまりに世俗的なものとなつてはいるものは不適であろう。

逆に、オタク青年たちの間で「聖地」とされるものが、当該の地域コミュニティにとっても“シンボリック”なものであり得るかと言えば、やはり一概には言えないであろう。例えば、「アニメの聖地巡礼」の嚆矢となったとされる、『らき☆すた』というアニメ作品に描かれた「鷲宮神社」(現・久喜市鷲宮町)などの実際の場所が、オタク青年たちの「聖地」として認知された事例では、その神社が由緒ある場所であり、当該地域コミュニティにとっても「シンボル」であったことは十分推測できるから、何ら問題はないであろう。

しかしながら、その「聖地」が何の変哲もない田園風景であつたり公園であつたり、また、特に伝統がある学校でもなく、その学校のごくありふれた校庭や校舎など(NHKドラマ『あまちゃん』の場合であるが、埼玉県寄居町の城北

高校の生徒用「駐輪場」がロケ地として選ばれた)であった場合はどうであろう？ 当該地域コミュニティの成員にとって、オタク青年たちの“もの好き”な態度に“当惑”せざるを得ないかもしれない。そのような、客観的に価値が見出せないものへの執着(牛乳ビンの紙のふたを集めるような類、ある種のフェティシズムであろう)は、「オタク」に特有なものと思われる。当該地域コミュニティの成員にとっては、特に「価値」を見出せないであろう。

まだ調べていないから、断定することはできないが、飛騨高山市のように、市立高校の一つが「聖地」とされることに対して行政側が「距離」を置いている、という事例には、背景に、このような感情が存在しているのかもしれない。ただし、当該の「飛騨高校」は高山市のなかでは伝統のある高校であり、第三者がいたずらに関与せず、ファンの気持ちをそっとしておきたいという行政側の説明は、それなりに納得できるものではある。

一般的に言って、経済効果とか集客のような、より“俗”っぽい、“現実的”なものとなつてくると、オタク青年たちに“拒否”される可能性はないとは言えないだろう。「アニメの聖地巡礼」をまちおこしに利用する試みも、そのような危うさを抱えているのではないか。

本稿では、前稿で主に取り上げたところの、「アニメの聖地巡礼」が生まれたきっかけとなつたとされる『らき☆すた』(アニメ公開:2007年)と、『あの花』の事例を概観しておく。なお、本稿での、主な資料・情報のソースは、関連HPと関係者へのインタビューである。

## 2 『らき☆すた』 聖地巡礼

アニメ作品『らき☆すた』には、埼玉県久喜市鷺宮町にある「鷺宮神社」の鳥居などが描かれ、「聖地」の一つになっている。ここは、「聖地巡礼」現象の最初の事例とされる。この鷺宮神社などを見学し、鷺宮町商工会を訪れた記録をここに示す。

鷺宮町を訪問したのは、2014（平成26）年2月7日（金）であった。東武鉄道伊勢崎線鷺宮駅（JR宇都宮線久喜駅で乗り換え）改札を出たところに午前11時集合。参加者は、筆者（水野）の他、筆者の授業を履修している4名の学生（注1）であった。

### 1) 鷺宮神社

鷺宮駅東口（駅前には特にめぼしい建造物もない。古い店舗があるくらい）を出て、北東方向に5分も行くと、河川にぶち当たる。そこから北の方に「参宮橋」があり、渡って少し行くと「鷺宮神社」の境内に至る。

ここは、毎年9月には、「土師（はじ）祭」という地元の伝統的な祭礼が行われていた（どれくらいの歴史があるかは不明）。「土師祭」は、現在も行われているが、比較的最近に復活したもので、「鷺宮神社の『正式な神事』というよりは『神輿を担ぐためのイベント』的な位置づけ」（土師祭公式サイト）だという。

### ①神輿

その神輿は「千貫（セガン）神輿」と言い、「関東でも最大級の大きな神輿という。境内の建物のなか（ガラス窓越しに）に、その「千貫神輿」を見ることができた。重さは3トンあり（千貫よりは軽い）、200人で担ぐという。この点をその後のインタビューで、商工会の松本真治さんに確認してみたが、神輿の下に200人は入れる

のだという。

それに対して最近造られた「らき☆すた神輿」がある。この神輿は、2008（平成20）年に初めて登場したわけであるが、2009年には6万3千人もの客が来場したという（『埼玉新聞』2009〔平成21〕年9月7日〔月〕17面社会欄）。以前は、その実物が、東武東上線鷺宮駅の構内に無造作に展示されているのを見ることができた。しかし、今回はそれが見当たらなかった。松本さんによると、昨秋の突風で大きく破損し、危険なので撤去したとの話であった。

集客という点では、「千貫神輿」よりも「らき☆すた神輿」が圧倒的に効果があるのではないかと考えられた。そこで前稿では、「祭りそのものが『庇を貸して母屋を取られる』といった状態はないのだろうか」と、少々、疑問に感じる。つまり、本来の重厚な神輿が主役の座を失うということがあるのではないか？」（水野2013, 250頁）と書いたが、この点も松本さんに質問すると、やはり主役は「千貫神輿」の方だと明快な回答があった。

土師祭にしても、初詣にしても、『らき☆すた』をきっかけに、以前よりずっと多くの訪問客が来るようになったが、オタクの割合は2割ほどで低いとのことだった。

### ②痛絵馬（いたえま）

前回、3年程前に一人でこの神社を訪れたのはいつの季節だったか記憶にないが、「絵馬」を飾る場所についてはわからなかった。今回は、境内に入って、ちょうど中央あたりに1箇所だけ、絵馬と引いた後のおみくじを奉納（？）する場所があった。巫女さんにも確認したが、この1箇所だけであった。その箇所に飾れる部分が4面あるうちで、2面だけに絵馬が飾ってあった（他の2面にはおみくじ）。

『らき☆すた』が描いている世界から、絵馬

に描かれる内容もある程度推測できることだが、基本的には“日常的”で、“地域的”なものであるろうと思われたが、実際に見てみると、本来祈る内容を文字で書きしるす裏面に、アニメのキャラクターを非常に見事に描いた「絵」がいくつもあった。あまりに美しく描かれているのは、購入した絵馬を一旦家に持ち帰り、十分な時間をかけて描いたからと思われる。絵が中心のものが多く、願い事は受験関連のものが多かった。

## 2) 商店街

鷲宮神社境内の南側には、この神社の「シンボル」と言うべき、大きな「鳥居」がある。この鳥居とその右脇にある「大西酒店」が、アニメ作品に描かれており、有名な風景として「聖地巡礼」の対象になっている。

大西酒店の他、「痛茶」などの「らき☆すた」関連グッズを扱っている食料品店では、店の表面に「らき☆すた」関連のポスターを何枚も貼ってある。

「多幸焼」というお店に入ってみると、地元のおじさんが2人、食事のために来ていた。我々もそこで食事をした。ここには、壁面にいろいろと「らき☆すた」関連のポスターや、ファンが描いたという絵があり、テーブルにはファンのノートが何冊もあった。他に、お店の女性（50～60代か？）2人から話を伺ったり、料理を準備しているカウンターのところにも資料があり、そこにあった『鷲宮物語』（DVD、1980円）も購入した。これは、商工会のメンバーも登場した自主製作の映画作品（2010＝平成22年）である。

## 3) インタビュー

約束した通り、午後1時に「久喜市商工会鷲宮支所」を訪問した。「経営指導員」という肩書きの松本真治さんにインタビューをした。松本

さんは、後述の「オタ婚活」などで主導的な役割を演じたようである。で、それについては、細かいところまで話を伺った。そのため、インタビューは合計1時間20分かかった。

### ①全体的な話

前稿では、『埼玉新聞』（2013〔平成25〕年3月3日〔日〕1面トップ）に掲載された記事をもとに、「商店街は協力的であるが、『地元の来場者は1割未満』とか、『マナー問題』とか、課題は多い」（水野前掲論文、251頁）と紹介したのであるが、松本さんによれば、「トラブルになるようなことは全くない」とのことであった。「マナー問題」と言っても、それほどひどいことではないのかもしれない。これは、商店街のスクール用品店の女性の方（60歳代か）も同様に、「トラブルはない」と証言していた。

### ②「オタ婚活」

鷲宮商工会は、オタクの若者の心をつかむため、いろいろな取り組みを行っているなかで、「見事に成功」したものとされたものに、商工会が主宰する「オタ婚活」があった（『埼玉新聞』2012〔平成24〕年9月2日〔日〕1面トップ）。これは「オタクを対象に始めた婚活イベント」で、「これまでに7回開催し、58組のカップルが成立。率にして5割近くと驚異的な数字を誇る。」（同）とのことである。

「らき☆すた」関連の活動は、現在も続いているようである。前稿でも紹介したが、「同人誌即売会」がまたなされるようである。前稿では、「すべてファン有志が企画・運営したものであった。参加人数は200人以上と、それほど多くはないが、今後につながる可能性がある」（水野前掲論文、251頁）と記した。

商店街は協力的であるが、「地元の来場者は1割未満」（同）と前稿に書いたが、松本さんによ

れば、特に積極的に地元子どもたちに働きかけることはしていないようだ。

### 3『あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。』 (略称：あの花)』

アニメ作品の『あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。』(以下、「あの花」と記す)で描かれた埼玉県秩父市内のさまざまな建造物や風景等が、アニメファンが好んで訪れる場所となる「聖地巡礼」が、「観光」の面で他のモデルになりうる「成功事例」だと見なされているようだ。この事例は、筆者の授業で取り上げ、履修学生たちに情報を集めさせた上で、現地も訪れ、観光課等の関係者にも話を伺った。

#### 1) 事前情報

この事例も前稿で言及した。埼玉県秩父市を舞台にしたアニメ作品(2011年、2013年8月に映画公開)で、秩父霊場の札所の一つ「定林寺(ジョウリンジ)」が登場するが、その寺では、女性キャラクターが描かれた公認絵馬を販売しており、「無地の部分に絵やメッセージを描いて、奉納するファンも少なくない」(『朝日新聞』2013年8月10日(土)夕刊3面「文化」欄)という。その絵馬635枚の内容を調べた小松短期大の由谷裕哉教授の分析についても前稿で紹介した(水野前掲論文、248-9頁)。半数は、『ここに来るみんなが幸せになりますように』『世界が平和でありますように』など、通常の絵馬ではみかけない「新しい祈り」が多いのが特徴だ(『朝日新聞』前掲記事)という内容であったし、これについては疑問を呈しておいた。そのような祈りをする人びとは、従来は神社には来なかった層であり、神社にとって新たな「信者」なのではないかと述べておいた(水野前掲論文、249頁)。

#### 2) 現地「観光課」でのインタビュー

2014(平成26)年2月3日(月)午前11時に学生4人(注2)とともに、西武鉄道の秩父駅前にある「秩父観光情報館」を訪れ、2階「観光課」で秩父市観光課主査の中島学氏にインタビューを行った。

中島氏からは、まず、「観光」の面から、「あの花」というアニメの聖地巡礼に関連して、秩父市が行ってきたイベント等の経緯やそれらを含めた聖地巡礼の「経済効果」などについて説明を受けた。その際、「あの花」の聖地巡礼が「観光」の面で、他のモデルになりうる「成功事例」だと見なされ、秩父市に日本各地からの視察が絶えず、その際に説明する参考のためにつくられた「レジュメ」が配布され、それをもとに説明を聞いた。

説明で印象的だったのは、「あの花」のテレビ放映が、ちょうど2011(平成23)年3月11日の「東日本大震災」の直後と言える、同年4月だったということである。このアニメが人気を得たことで、アニメに描かれた秩父市内のさまざまな風景を求めて、来訪する人びと(「アニメ聖地巡礼者」)が出現した。秩父市への観光客の数は、通例の年で年間400万人弱くらいであるが、2011年には350万人台にまで落ち込んだという。そのような「窮地」を救ってくれたのが、「あの花」で来てくれた若者たちだったようだ。2012年には、観光客の数が再び約400万人に回復したのである。この数字は、震災で減った分をちょうど補ってくれるだけの人数(約50万人)が「アニメ聖地巡礼」に来てくれたとの解釈も一応成り立つが、正確にはわからないであろう。

他には、地元の人とアニメファンとの関係について、4人の学生がそれぞれ質問をしたのであるが、そのなかで近隣住民との「トラブル」を尋ねた質問に対して、中島氏は、ほとんどな

いと証言した。「マナーが良い」ということであった。授業では、アニメファンが聖地巡礼で、地元住民に迷惑をかけているのではないかと、という問題意識をもっている学生が数名いたので、この回答は意外であった。

### 3) 秩父神社の絵馬

観光課でのインタビューの後、我々は、秩父鉄道の踏切を渡り、秩父神社に至る商店街を歩いた。途中、アニメでも描かれているドラッグストア「ベルク」の駐車場に遭遇したので、アニメのシーンの小さな写真と同じアングルから駐車場角のビルの写真を撮ろうとしたが、同じアングルは見出すことができなかった。アニメでは、実際の風景をかなりデフォルメしていることが伺える。

秩父神社に到着した。たまたま「節分」の日だったので、豆まきの行事を見ることになった。豆まきに有名人は参加していなかったが、豆まきの前に赤や緑の鬼たちが輪をつくって踊ったのが珍しかった。

本殿の参拝を済ませた後、本殿に向かって左側の空間に3箇所、「絵馬」を下げることでできる場所が用意されていたので、じっくりそれらを眺めてみた（その時間に新たに絵馬を下げて来た人はいなかった）。

前稿で紹介した小松短大の由谷教授による「絵馬」の分析にもあるように、一部の訪問者は、作品世界との「一体感」を味わいたいという願望にもとづいて、作品の舞台の一つになった神社で、作品のキャラクターが描かれた絵馬を奉納するとも言える。

それに対して、本稿の筆者（水野）は前稿で、アニメ聖地巡礼を行う若者たちが、リアル世界とフィクションの世界とを意図的・無意識的に「混同」していることが前提になっていると考えた（水野前掲論文、249頁）。その前提に立て

ば、「絵馬」で、リアルではない作品世界におけるキャラクターたちの恋愛の成就を祈るのは、不自然なことではないのかもしれない、と述べた（同）。

絵馬は、ほとんどのものが、裏面の文字を記入する側が表になっているため、絵馬の表面の「絵柄」については、全体的にどのようなかよくはわからなかった。それでも、何枚かの絵馬をひっくり返して確認したところ、表面に、アニメ作品「あの花」に登場するキャラクターが描かれているものが相当数あることがわかった。

絵馬の裏面は、文字を記しただけのものも多いが、「あの花」のキャラクターとして人気の「めんま」（女性）が手描きされているものが目立った。他のキャラクターとしては、「じんたん」（男性）などがあった。

絵馬の文面としては、例えば「下の人が合格できますように」というのがあった。これは、この絵馬が下げられた箇所の下側にたまたまあった別な人の絵馬のことを指していると思われる。自分のことを祈るよりも、他者の幸福を祈る“優しさ”が見える。あるいは“無欲”と言うべきか。

## 4 結語

本稿は、アニメの「聖地巡礼」の事例のうち、極めて代表的な鷺宮町と秩父町の事例を取り上げた。この原稿を書いている間も、授業を通じて、実際に現地を訪れることをやっている途中であったので、執筆に裂ける時間が少なく、十分なまとめには至らなかった。次稿で補足を予定である。

しかし、以下では、ここまでの不十分な記述からでも引き出しうる結論と課題をとりあえずまとめておきたい。

① 鷺宮町も秩父町も、アニメの聖地巡礼という機会を捉えて経済効果も高めたいという動きがある。

鷺宮商工会は「作中の登場人物『柊かがみ・つかさ』姉妹をラベルにあしらった新商品『ツンダレうまからソース』を開発」（『埼玉新聞』2010年12月26日（日）1面）するなども行っている」（水野前掲論文、252頁）ことを前稿で取り上げたが、それだけでなく、さまざまなグッズを商工会は開発してきたようである。

秩父町は、鷺宮町以上に、グッズの開発を行っているように見えた。西武鉄道の秩父駅前の「仲見世」にある商店街を見てみても、さまざまなお店で、ワインや地酒、菓子など、多様な関連グッズが売られている。地酒を例にとっても、実に数十種類の品揃えがある。

② 最近では、YouTubeなどで、いつでも作品を見ることができるが、鷺宮の『らき☆すた』のように、最初の放映から相当な時間が経過してしまった作品については、ファンの関心をつなぐことが課題になろう。

このことに関しては、例えば、聖地巡礼の対象になっている地域間で協力し、「聖地巡礼」の“公式”サイトをつくり、そこを訪れば、作品自体も鑑賞できるようなシステムを設けることができないうか、というふうに考える。

③ 前稿で、「イベントなどは、一方的な努力のようにも思える。一方的に、オタクの若者の心を付度して、いろいろと企画・実施しているのではないのか？ この点は実際に町に出かけて、関係者にインタビューしてみたいと思う」（同）と書いたが、鷺宮町の松本真治さんによれば、彼自身がファンと交流するなかで、彼らのもっていた「ニーズ」に気づき、

赤字になるイベントであったが、「オタ婚活」を企画・実施したとのことであった。

ただ、今回もできなかったのが、「これらの祭りやイベントに参加する若者自身にもインタビューすることをやってみよう。彼らは、実際に何を求めているのか？」（同）ということである。この問題意識については、将来の課題として持ち越すことにする。

#### <文 献>

水野博介「都市メディア論⑩「アニメの聖地巡礼」とコミュニティ～アニメ作品をきっかけにつながる若者と住民～」『埼玉大学紀要 教養学部』第49巻第1号、247-252頁、2013年

#### <HP>

##### 土師祭公式サイト

「武蔵国鷺宮の土師祭 らき☆すた神輿WEBサイト」  
<http://www.wasimiya.org/hajisai/>

#### <注>

筆者（水野）の「コミュニケーション演習Ⅰ」の履修者のうち、

1 『らき☆すた』担当者

11LL111 中川美土里

12LL084 須賀寛和

12LL088 杉山和大

12LL162 横田一樹

2 『あの花』担当者

11LL001 相田貴之

11LL145 水上玲麻

12LL037 小野寺祐衣

12LL111 千原岳大

であった。