

ファンの「草の根の活動」による「聖地」の形成 ―秋葉原と「アニメ聖地」の比較を通じて―

谷村 要 (大手前大学)

Keyword : アニメ聖地巡礼、ファン文化研究、関係人口、秋葉原、久喜市鷲宮地域

【問題・目的・背景】

本研究では、「アニメ聖地」(当該地域をモデルとしたアニメ作品のイメージが前面化した場)を巡るファン(「聖地巡礼」するファン)の活動に焦点を当てる。そのうえで、ファンが地域と関わる背景について、ファン文化研究の知見を踏まえてとらえ直すことを目的とする。

2000年代後半以降に顕在化したこの「(アニメ)聖地巡礼」現象に関しては、北海道大学観光学高等研究センター(CATS)が2008年以降、当時アニメの舞台となったことを契機に多くのファンが訪れるようになった埼玉県北葛飾郡鷲宮町(現在・埼玉県久喜市鷲宮地域)で活動を始め、さまざまな研究成果を報告する中で可視化されてきた現象である。

もともと宗教上の行為であった「聖地巡礼」という言葉は2000年代にネット上のスラングとして、アニメの舞台になった場所(ファンにとってかけがえのない場所)を巡る行為を示す言葉となっていた。この行為に観光学の視点から注目がなされることになった背景には、山村(2009)が述べているように観光学において「発地型観光」から「着地型観光」への移行が当時重要視されつつあったからである。すなわち、「送客」システムをどう構築していくかに重点が置かれていたマスツーリズム的な観光のあり方から、地域がどう自らの資源を発掘しそれを維持しながら持続的な「集客」につなげるかという「地域開発」を重視する方向へと観光の在り方が変わりつつある状況が当時指摘されており、そのことが「聖地巡礼」がまず観光学的分野において注目された背景だったのである。それゆえ、「新しい観光」の形態として、「聖地巡礼」は取り上げられ、その視点から度々論じられてきた。

たとえば、「ホスト・ゲスト」という観光学で自明のものとされてきた観光地側と旅行者側の関係と異なる形態が「聖地」となった現場では見られたことはその一つの例といえる。当時の鷲宮町ではファンが参加した鷲宮町商工会ボランティア部が、地域の活性化事業の運営にあたり大いに力を発揮したことが知られている(山村2008など)。「ゲスト」側であるファンが、「ホスト」側となってファンを迎い入れるという、従来の観光のあり方と異なる関係性が鷲宮町における地域と旅行者の間では見られていたのである。

また、「聖地巡礼」は情報社会における新たな旅行形態としても議論されてきた(山村2009;岡本2018)。もともとはファンの「地下活動」的な遊戯であった「聖地巡礼」に関する情報は、2000年代後半の時期はマスメディア上でほとんど伝えられておらず、SNSが普及し始めていたインターネット上で流通していた。ネット上では、聖地巡礼を行ったファンが自身の体験を電子掲示板やブログ、SNSを通じて投稿していたが、その「聖地」とみなされる地域の情報が新たなファンを地域に誘導する役割を果たしていった。ファン自身が地域にファンを呼び込む地域の広報的な役割を果たし、ネット上でのファン同士のコミュニケーションの活性化がまた地域への訪問を誘発する状況が見られたのである(オフ会の場としての「聖地」)。

それ以降、さまざまな論者によって聖地巡礼は語られてきたが、一方で、旅行行動や情報行動の側面ばかりが重視され、アニメファン文化の一形態としての「聖地巡礼」という視点からの分析はじゅうぶんになされていないといえる状況がある。

本研究では、「アニメ聖地巡礼」現象の草創期前後におけるファン文化(オタク文化)の状況を踏まえつつ、「聖地」という場所性を持続する担い手としてのファン像を改めて考察する。本稿では、2000年代に「オタクの聖地」として知られていた秋葉原の変容と、その変容後に見られるようになった「聖地巡礼」現象を事例に、ファン文化研究の視点からファンの地域での活動をとらえ直してみたい。そのうえで、地域と関与するファンがどのような背景のもとに成立しているかを考察する。

【研究方法・研究内容】

筆者は2008年以降複数のアニメ聖地とみなされた地域でのフィールドワークと、地域住民やファンへのインタビューを実施してきた。それらの調査で得られた知見とこれまでの聖地巡礼現象に関する先行研究を踏まえて分析を行う。具体的には、埼玉県久喜市鷲宮地域の事例を中心に引き上げ、そこでのファンの関与を取り上げる。また、「プレ聖地」として2000年代の秋葉原をとらえ、その連続性から「聖地巡礼」現象を捉え直すことを試みる。

【研究・調査・分析結果】

すでに論じたように、「(アニメ) 聖地巡礼」現象は2000年代後半に可視化されることになり、特に観光学においてさまざまな研究成果が出されることになった。この時期のアニメファン文化の状況を改めて考えるうえで、重要な示唆を与えてくれる事例といえるのが、「オタクの聖地」としての秋葉原である。

森川嘉一郎 (2008) が論じたように、1990年代後半に秋葉原は「パソコンの街」からアニメやマンガなどのポップカルチャーのファン (オタク) が集まる「趣都」としての側面が強くなった。多くのオタク向けの商品を扱うショップが秋葉原のテナントを埋めるようになり、その商品を求めて多くのオタクが秋葉原を訪れるようになる。そして、秋葉原を回遊する人びとをターゲットにした美少女キャラクターを前面に押し出した広告が街を覆いつくすようになり、結果、オタクの個室が街に表出したかのような景観が作られることになった。このような趣味が街の特徴をつくりあげた状況を森川は「趣都」と呼んだのである。このことは、多くのオタクにとって居心地の良い場所として秋葉原をつくりあげることになった。当時は、オタク趣味を表出することが憚られたこともあり、自身の趣味を堂々と開示できる場として、いわば「オタクの聖地」としての秋葉原が登場してきたのである。

このようなオタクをターゲットとした商品を扱う店は秋葉原だけでなくパソコンショップが多く存在していた大阪・日本橋や名古屋・大須などでも目立つようになる。



写真1 美少女が前面に押し出された巨大広告は秋葉原の特徴的な景観として現在も成立している (2019年11月17日撮影)

しかし、2003年のアキバブーム以降にさまざまなアク

ターが秋葉原に入り込んでいくことによって、「オタクの聖地」としての場所性は変容していかざるを得なくなる。たとえば、秋葉原では2000年代中ごろからアイドルやストリートパフォーマーが休日の歩行者天国で目立つようになる。オタクのいる場所としてマスコミからも注目を集める場所となった秋葉原では、まさにその注目を集められるという街の特性ゆえに、多様な主体が入り込む場所となる。秋葉原では「面白い絵」が取れるゆえにマスコミが集まるようになり、マスコミに撮られたい層が集まるようになったのである。秋葉原のこの変容はオタクたちにはたいへん不評であったという (森川2008:269)。このような秋葉原の変容はやがて過激なパフォーマンスを規制する動きにつながっていき、オタクにとって居心地の良い場所としての秋葉原は急速に後退していく状況が作られていく (写真2)。



写真2 過激なパフォーマンスが問題化されたこともあり、2008年4月の秋葉原では歩行者天国は厳しい規制がなされていた (2008年4月27日撮影)

2008年6月に発生した秋葉原連続殺傷事件によって歩行者天国の実施が休止となり、再開後もパフォーマンス等の実施が禁止されたことによって、この秋葉原の変容は先の展開が示されないままに終わった。パフォーマーなどの秋葉原への参画に代表する変容を新たな「進化方向」として評価する向きもあるが (小山2009)、少なくとも当時のオタクを自認する人びとにとっては、自らの愛好する文化の強度は決して強くないことを感じ取る経験とはなっただろう。また、秋葉原では消費者としてのオタクは受け入れられたが、決して地域の生活者から受け入れられていたわけではなかったことも指摘しておきたい (谷村2012b)。

この秋葉原の変容の前後に、「聖地巡礼」現象が普及してきたことは興味深い符号といえよう。2006年に『涼宮ハルヒの憂鬱』の舞台とみなされた兵庫県西宮市に、2007年に『らき☆すた』の舞台の一つであった鷺宮町に作品

のファンが訪れるようになっており、特に後者では、商工会がファンとともに地域活性化事業を進めるなかで従来の観光における「ホスト・ゲスト」の関係性を乗り越える現象が立ち現れてきたことはすでに論じた通りである。

鷲宮町に限らず、このような「聖地」となった地域で見られたのは、ファンの手によるアニメキャラクターのイラスト（ファンアート）が街の商店に表出するという景観である。ファンが地域の商店主たちと交流していく中で自作のイラストを店頭においてもらうようになったというのがこの景観をつくりだしているのだが、この景観そのものは秋葉原で美少女キャラクターの広告ポスターが表出したこととよく似ている。実際、このイラストの表出はファンにとって居心地の良い空間を提供することにつながり、「聖地」の場所性を強化している。

このファンアートの表出について注意すべきは、地域住民との関係性に基づいてこの景観が形作られているということであろう。



写真3 鷲宮では現在でもファンが描いたイラストを店頭に飾っている商店が複数存在している（2020年3月8日撮影）

筆者は2009年に地域活動に関わっているファンたちへの聞き取りを行っており、そこで彼らの地域への関与の動機を探ったが、そこからうかがえたことは、聖地巡礼を「イロモノ」として捉えられるまなざしへの反発と、地域との交流を通じてその捉えられ方を変えたいという思いであった（谷村 2012a）。この考えの背景には秋葉原の変容やそこで見られた言説が関係しているのかもしれない。

しかし、すでにアニメの「聖地」とみなされるようになった13年が経過しようとする鷲宮では、現在でもファ

ンが地域と多様なかわり方をしている状況がうかがえる。現在に至るまで関係性が持続する源泉をどこに見出す必要があるか。これまでは「アニメのファン」から「地域のファン」へとファンの意識がシフトしたことでこの地域への持続的な関与はつくられていると考えられているが、オタク文化の「文脈」に基づき、改めて捉え直す必要があるのではないだろうか。

【考察・今後の展開】

ファン文化研究の第一人者である Jenkins (2006) は、メディア技術の革新によってメディア消費者であるファンの草の根の活動がメディア生産者側にとって無視できないものとなっていることを指摘している。そのファンの活動の力が背景となるのが、インターネット上でファンが形成していく「集合知」である。ファンそれぞれはコンテンツ独特の解釈をするだけでなく、それをネット上で共有することによって「新しい文化権力」をつくりだしている。

「聖地巡礼」現象は、ファンの草の根の活動についてネット上でその情報が共有されることを通じて形成されてきたファンの「集合知」に基づく現象といえる。そして、同時にこの草の根の活動を地域に根付かせることを試みるファンによる実践もなされていたと捉えることができる。そして、その実践は現在でも続いているのである。

このような持続的な関与のあり方はどのようにして成立しているか。本稿では、「聖地巡礼」現象が見られつつあった時期の秋葉原の変容との比較から、「聖地」でのファンの行動を捉え直そうと試みた。そこにはある種の連続性はみられるが、なぜファンは地域に関与しようとしたか（し続けているか）については継続的な議論が必要であろう。

被支配階級の抵抗文化としてファン文化を捉えるきらいがある欧米圏のファン文化研究を、日本のファン文化の研究に当てはめるおさまりの悪さについては辻（2007;2018）によって指摘されているが、「聖地巡礼」を扱うにあたっては、オタク文化を取り巻く社会的な文脈を踏まえつつ「聖地巡礼」現象におけるファンの活動をとらえる必要があるかもしれない。

この聖地巡礼現象におけるファンの活動がどのような内面に基づくものであり、そして、持続可能なものになぜなっているのかは稿を改めて論じたい。

【引用・参考文献】

- Jenkins, Henry (2006) "Convergence Culture: Where Old and New Media Collide" NYU Press.
- 小山友介 (2009) 「秋葉原の持つ揺籃機能」 出口弘・田中秀幸・小山友介『コンテンツ産業論』東京大学出版局 pp.341-351
- 岡本健 (2010) 「コンテンツ・インデュースト・ツーリズム —コンテンツから考える情報社会の旅行行動—」 『コンテンツ文化史研究』 Vol.3 pp.49-69.
- (2018) 『アニメ聖地巡礼の観光社会学 コンテンツツーリズムのメディア・コミュニケーション分析』法律文化社.
- 森川嘉一郎 (2008) 『趣都の誕生 萌える都市アキハバラ増補版』 幻冬舎新書.
- 谷村要 (2012a) 「アニメ聖地巡礼者の研究 (1) —— 2つの欲望のベクトルに着目して——」 『大手前大学論集』 No.12 pp.187-199.
- (2012b) 『『アニメ聖地』における趣味の表出: 「趣都」と「アニメ聖地」の比較から』 山村高淑・岡本健編『CATS 叢書 第4号: 観光資源としてのコンテンツを考える』北海道大学観光学高等研究センター pp.105-12.
- (2013) 「ファンが『聖地』に求めるもの」『地域開発』 vol.589 日本地域開発センター pp.13-17.
- (2014) 「趣味の包摂が生む地域活性化—アニメ聖地に見る他者の受け入れから—」『ノモス』 vol.35 関西大学法学研究所 pp.35-46.
- 辻泉 (2007) 「関係性の楽園/地獄 ジャニーズ系アイドルをめぐるファンたちのコミュニケーション」 東園子・岡井崇之・小林義寛・玉川博章・辻泉・名藤多香子『それぞれのファン研究』風塵社, pp.243-289.
- (2018) 『『同担拒否』再考—アイドルとファンの関係、ファン・コミュニティ』小川博司・樫田美雄・栗田宣義・好井裕明・三浦耕吉郎編『新社会学研究』 No.3 新曜社 pp.34-48
- 山村高淑 (2008) 「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」『国際広報メディア・観光学ジャーナル』 Vol.7 pp.145-164.
- (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」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『CATS 叢書 第1号 メディア

コンテンツとツーリズム: 鷲宮町の経験から考える文化創造型交流の可能性』 pp.3-28.

- (2011) 『アニメ・マンガで地域振興~まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発方法~』東京法令出版.

謝辞

本研究は JSPS 科研費 JP18K18289 の助成を受けたものです。