

# アニメ「聖地巡礼」と「観光のまなざし」

—アニメ『氷菓』と高山の事例を中心に—

周 藤 真 也

## 1. はじめに

アニメ作品の舞台となった場所を訪問する行為——これをアニメファンたちは「聖地巡礼」と呼ぶのであるが<sup>1)</sup>——は、作品への愛を基盤として自然発生的に湧き起ったファン行為である。大石 (2011) によれば、今日のアニメファンによる「聖地巡礼」というムーブメントの様式の確立は、2002年のアニメ『おねがいティーチャー』に遡るといふ<sup>2)</sup>。この作品の舞台となった木崎湖 (長野県大町市) には、同作品の監督、脚本、プロデューサー、制作会社の代表者に加え、背景美術を専門とする制作会社が参加したロケハンが行われており、現地の風景を精密に描写して作品世界を構築した初期の作品として特筆される (大石 2011: 46)。それとともに、この作品は、そうして描写された現地の風景を、ファンが実際に訪問してデジタルカメラに撮影し、作品中のカットと比較対照して紹介し、その情報がインターネットを介して流通することを通して、ファンのムーブメントになった最

- 
- 1) このファン行為に対して、ウェブ上の「聖地巡礼」記事を収集したデータベースサイト「舞台探訪アーカイブ」(<http://legwork.g.hatena.ne.jp/>) を運営し、研究者でもある大石は、宗教的行為と混同を生じさせる用語の使用は避けるべきとの考えから、「舞台探訪」と呼ぶべきであると主張している (<http://d.hatena.ne.jp/genesis/20111226/p1>)。今日、地方の自治体や観光協会などが製作委員会からの承認のもとに配布しているいくつかの「公式」の「聖地巡礼マップ」では、標題として「舞台探訪」を掲げるものが出てきている (例えば、秩父アニメツーリズム実行委員会の「めんまのおねがいさがし in ちちぶ 舞台探訪」(2011年7月)、高山市商工観光部観光課の「氷菓×飛騨高山舞台探訪マップ」(2013年2月))。しかしながら、筆者の観点から言えば、この語はアニメファンによって内発的に使用されてきたのみならず、この行為は原宗教的な内容を含んでおり、むしろ「聖地巡礼」の語のほうが適切であると思われる。この理由から、本稿では、「聖地巡礼」の語を優先して使用することにする。
- 2) アニメ「聖地巡礼」の原点をどこに求めるかについては、研究者の視点の違いにより別の説も存在している。たとえば、岡本 (2009) は、「聖地巡礼」という名称の使用の開始時期を探究し、この観点からアニメ「聖地巡礼」の「誕生」を論じている。岡本によれば、「聖地巡礼」の語の使用の開始を特定することはできなかったが、1991年以降の1990年代前半と見られると結論づけており、OVA『究極超人あ〜る』(1991年)、テレビアニメ『美少女戦士セーラームーン』(1992～93年)、OVA『天地無用! 魍皇鬼』といった作品におけるファン行為が関係している可能性が高いという。

初期の作品でもあった。同作品によって、現地に集まったファンによって形成されたコミュニティは、すでに作品の発表から十年以上が経過している今日においても、熱心なファンが繰り返し現地に足を運ぶことを可能にしている。

作品の舞台を探訪するという行為自体は、古い歴史を持っていることもまた知られるところである。映画やテレビドラマのロケ地、小説や歌謡曲の舞台などを訪ねるという行為は、そうした作品の楽しみ方の一つとして日本の大衆文化の中に広く定着してきた<sup>3)</sup>。アニメ作品を取り上げてみても、1990年代を代表する子ども向け作品である『ちびまる子ちゃん』（1990～92, 95年～）、『美少女戦士セーラームーン』シリーズ（1992～97年）、『クレヨンしんちゃん』（1992年～）、『こちら葛飾区亀有公園前派出所』（1996～2004年）が、いずれも具体的な作品の舞台（清水（静岡県清水市（当時）、現静岡市清水区）、麻布十番（東京都港区）、春日部（埼玉県春日部市）、亀有（東京都葛飾区））を伴っており、現地に少なからぬ訪問者を集めたことを思い起こすことができる。また、スタジオジブリの作品においても、たとえば1995年の『耳をすませば』では、作品世界の舞台のモデルとして町並みが背景に描かれた聖蹟桜ヶ丘（東京都多摩市）には、同作品のファンが多く訪れるムーブメントになった。

しかしながら、スタジオジブリは、制作する作品の世界観の基盤にファンタジーを置くものが多いことから、「ここが舞台です、と公式に表明できる作品は多くありません」と言い、「様々な地域が部分的に取り入れられている作品がほとんど」であり、「完全な創作で場面が設定されているシーンも」あり、「実際に訪ねられても全く同じ風景に出会うことはないと思います」と表明している<sup>4)</sup>。とはいうものの、同社のウェブサイトには、「ここが、舞台といえるもの」と「大いに参考にした場所」に分けて、いくつかの作品の舞台と、作画上のモデルとなった場所が言及されている。たとえば、『崖の上のポニョ』（2008年）の場合、鞆の浦（広島県福山市）が言及されているが、同作品の監督・宮崎駿は同地区に滞在して構想を練ったと言われており、参考にしたのではないと思われる情景も多く、一般には事実上の舞台であると認識されている<sup>5)</sup>。だが、スタジオジブリは、あくまでも「大いに参考にした場所」であって、正式には舞台とは認めていない。このことは、作品の「舞台」とされる地元において、同作品の舞台であることを売りにした大々的な宣伝が不可能であることを帰結し、ひいては同作品のファンによる自発的な情報発信とその受容によって、「聖地巡礼」というファン行為が可能になっている。鞆の浦では、「鞆の浦観光情報センター」（地域のバス会社である鞆鉄道の運営する土産物店兼観光案内

3) 近年こうした旅行の総称として「コンテンツツーリズム」が云われるようになり、2011年には学会が設立され、研究書が出版されている（増淵ほか2014）。

4) スタジオジブリ公式サイト Q&A <http://www.ghibli.jp/40qa/000026.html>（2015年10月25日閲覧）

5) 鞆の浦がアニメ『崖の上のポニョ』の舞台であると一般に認識されているという点で、筆者の見解は大石（2011: 46）のそれとは異なっている。

所)に、若干の関連グッズによる飾り付けとともに、同作品で描かれたと思われる場所を提示した手作りの地図が掲示されており、インターネット上で得られるものよりも詳細な情報が掲載されているオリジナルマップを手に入れることが可能である<sup>6)</sup>。しかし、これはあくまでも「『鞆の浦の美しい風景』を、皆様が想像の情景で楽しんでいただくために」同作品のファンである同センターの店長が「独断と偏見で創作した」<sup>7)</sup>手作りのものであり、ファン行為の延長線上に位置づけることができるものである。

アニメ作品における「聖地巡礼」と呼ばれる行為は、アニメ作品内に描かれた光景を、そのモデルとなった(と思しき)場所等を訪問することを通して、作品世界をより深く理解しようとするファン行為である。この行為が、アニメファンによるムーブメントとして確立するに至るには、アニメ作品における画像の質的な変化、つまり背景美術として細密な絵を使用するようになったことと密接に関係している。すなわち、主として児童や青少年少女など子ども向けのものとしてはじまった日本の商業アニメーション作品は、たとえばスタジオジブリの作品がそうであるように広範な年齢層に受容される作品や、青年や大人向けの作品が作られるようになるに至り、そうした人々の鑑賞に堪えうるような質の高い作品が求められるようになった。1980年代を起源として、1990年代後半に確立する青年向けアニメ作品(その多くは、深夜にテレビ放送されたため、「深夜アニメ」と呼ばれてきた)もまた、目の肥えたコアなアニメファンを主要な顧客としてきた。そして、そうした画質の向上と、作品数、制作本数の急激な増加を技術的に支えたのが、1990年代後半から2000年代前半にかけて展開した、アニメ制作過程のデジタル化の進展である。

しかし、アニメ作品の背景美術として今日頻繁に用いられる時にまるで写真のような細密な絵は、アニメ作品の制作本数の増加に伴う省力化の要素も伴っているとされる。30分番組(正味約25分)のアニメ作品は、平均約300カットから成ると言われており<sup>8)</sup>、基本的にはそれだけの枚数の背景画が必要になる(もちろん同じものを使い回すことによって、背景画の制作枚数を減らすことはできる)。そうなってくると、背景の建物や作品に登場する小物などを一つ一つ丁寧に細かく設定して描くことは、事実上不可能だ。そこで、実写(写真)をトレースして描くという手法が多用されるようになった。その結果、写実的な背景画に人々は惹き寄せられるようになる<sup>9)</sup>。このことは、アニメーションの原

6) 2014年7月の現地訪問により筆者が確認。

7) 同センター内の掲示による。

8) TVアニメ『SHIROBAKO』の公式サイトに掲載された「用語集」(<http://shirobako-anime.com/words.html> (2015年10月26日閲覧))の「進行表」の項目に、「TVアニメ1本は約280～340カット程度のカット数で構成されており」とある。なお、このアニメ作品は、テレビアニメ業界の日常の制作現場を舞台とする作品であり、実際にどのようにしてアニメが制作されているのかを物語の進行にあわせて丹念に描いている。

9) この過程において、アニメーション制作における「カメラ」という概念の位置変化が見られる。従来のアニメ制作において、「撮影」とは、一枚一枚の静止画(=動画)を背景画と重ねてカメラで撮影し、動画を作成することを意味していたが、デジタル化された現代のアニメ制作では、この過

義、動かない一枚一枚の絵を連続的に見せることによって動いて見えるようになるところに、アニメを見出したあり方とは本質的に注目点を異にする鑑賞のあり方である。日本の商業アニメーション作品における制作の中心は、いかにして動画を作成するかという点にある<sup>10)</sup>。動画作成の中心となるアニメーターが、アニメ産業における「花形」と見られてきたのは、このように動かない絵にアニメを宿らせる部分を中心的に担ってきたからだ。だが、コンピューター・グラフィックス (CG) など新しい技術が導入されるものの、依然として一枚一枚の手書きされた絵 (これらをアニメ業界では、「動画」と呼ぶのである) に頼る日本の商業アニメーション作品は、極めて労働集約型の産業である。日本のテレビアニメは、秒間8コマの「リミテッド・アニメーション」<sup>11)</sup>が主流であるが、この場合、一枚一枚の絵は、わずか0.125秒しか用いられることはない。アニメーションという映像作成技法は、必然的に大量の絵を必要としている。しかし、大量に描かなければならない絵の一枚一枚を細密に描くことには限度がある。だから、1カットのコンマ数秒から数秒の間、継続して使用される背景画が細密になれば、そちらのほうにアウラが生じてしまうのは、必然的なことである<sup>12)</sup>。ましてや、こうして作成されるアニメ作品に慣れきってしまい、アニメを感じなくなってしまった我々にとっては。

---

程はスキャナによる、一枚一枚の静止画のスキャニングによって代用される。現代のアニメ制作現場における「撮影」とは、原義を逸脱し、別々に制作された動画と背景画を合成し、コンピューター上で視覚的な効果を付与して動画を完成させる工程を指し示す言葉であり、そこではもはや撮影は行われていない。それとともに、アニメ作品において描かれる光景をどのように構成するのかという点において、「カメラ」をより意識するようになってきている。背景画の原画となる資料写真をカメラによって撮影するという行為もそうであるし、映画のようにカメラワークを考えた作画を行うこともその一例である。ただし、後者について言えば、アニメーションは、映画のように実際にカメラで撮影するわけではないし、基本的に背景は一枚の静止画であるので、フレームを動かすことによって、「カメラワーク」を疑似的に実現している。

- 10) 産業としてのアニメを主に経済的な面から分かりやすく紹介したものとして増田 (2007, 2011) が知られるが、アニメ制作の実際の現場を研究者の立場から記述したものはほとんど見当たらない。
- 11) 「リミテッド・アニメーション」とは、アニメーション製作において、静止画の連続によって自然な動きを再現することが望まれるのに対して、細部にわたる変化を忠実に表現することは、作画などに膨大な労力を要することから、細部の表現を省略することによって作業量を減らし、限られた予算と時間で作品を完成させるために編み出された技法である。日本においては、映画が1秒24コマで進行するのに対して、同じ絵を3コマ連続で使うことによって、実質的に1秒8コマのアニメーション作品を作ることが多く、このことを指し示す言葉として使用されることも多い。
- 12) こうした現地の光景と、写真、絵画、作品世界における、本物と複製物をめぐる輻輳した関係は、もっと丹念に検討されなければならないだろう。アニメ作品で使われる背景画は、写真という複製技術を媒介とした現地の光景の複製であり、それをアニメ作品が媒介することによって、作品の鑑賞者が視聴することになる。しかし、コンテンツ・ツーリズムが成立するのは、物語世界がJ・ボードリヤールが言うところのシミュラクルを形成するからであって、それが、何らかの「現実世界」の複製物であり、対応物 (= 本物) を現地に求めるからである。こうした現地へのまなざしは、時として「現地」とされる場所に「本物」を作り出してしまふことがあり、そうした事例については、稿を改めて論じることにはしたいが、このような現象は、コンテンツ・ツーリズムに共通する事柄であって、アニメ「聖地巡礼」に固有のものではない。先に触れたように、アニメ作品における背景画と、現地の光景が一致することは必然性を伴っていたのであるが、アニメ「聖地巡礼」者の「アニメで見たのと一緒だ」という感動・驚きの背後には、アウラが生じた結果、実写 (写真) よりも絵画のほうが写実的になるという逆説性を伴った経験があるとともに、「子ども向け」とされ、文化芸術作品としては軽視されてきたアニメーションの歴史とともに、そうした歴史を鑑賞者もまた負っていることがあると思われる。

ともあれ、アニメ「聖地巡礼」が、アニメ作品の背景画に対するフェティシズムによって成り立つようになると、そこで注目することになるのは、そのアニメ作品の舞台として描かれている何気ない日常の光景である。その舞台が、著名な観光地である場合、そのまなざしは、いわゆる「観光のまなざし」とは別様を呈することになる。

同人ゲーム作品を原作とするアニメ『ひぐらしのなく頃に』シリーズ（2006年～）は、白川郷（荻町地区）（岐阜県白川村）の光景を作画上のモデルとした作品である。白川郷は合掌造り集落で知られており、国の重要伝統的建造物群保存地区に指定されていたが、ユネスコの世界文化遺産に登録（1995年）されたことや、東海北陸自動車道の全通（2008年）も相まって、外国人を含む多くの観光客が押し寄せる人気のスポットになっている。一般的な観光客の目当てはもちろん合掌造りの民家とそれらが立ち並ぶ特有の田舎の光景、昔ながらの飛騨地方の生活などであるのだが、アニメ『ひぐらしのなく頃に』の「聖地巡礼」者の視線はこれとは異なっている。彼らが白川郷を訪問し、写真に撮るのは、診療所、下水道処理施設の建物や一般の住宅などが含まれている（神田 2012）。もちろん、これらの建物は作中において主要な登場人物の自宅として、あるいは物語上重要な場面で登場したことによって、「聖地巡礼」の対象となるのであるが、これらの多くは、一般的な「観光のまなざし」においては、意図的に隠されるものである。たとえば、白川郷の写真を撮るとすれば、一般の観光客であれば、これらの近代的な建築物を写すことはないであろうし、できるだけ映り込まないように撮影するであろう。しかし、一般の観光客もまた、白川郷を訪問すれば、その周辺において、これらの近代的な建築物を見ているのである。

本稿は、アニメ「聖地巡礼」というファン行為の、「観光のまなざし (tourism gaze)」<sup>13)</sup>への抵抗実践として解読する可能性／不可能性を検討する一つの試みである。アニメ作品で描かれる世界は、その多くが、外来の観光者の視点ではなく、その地域で生活する登場人物たちの日常の世界である。現代のアニメ「聖地巡礼」というファン行為は、そのアニメ作品の舞台として描かれている何気ない日常の光景に注目することを通して、舞台となった地域に対するオーセンティック（真正）なまなざしとなる可能性において、一般的な「観光のまなざし」とは対比されよう<sup>14)</sup>。しかし、こんにちのアニメ「聖地巡礼」を取り

13) 本稿において、「観光のまなざし」とは、アーリラの言う「観光者のまなざし (tourist gaze)」(Urry 1990=1995) の意味においてではなく、「ツーリズムのまなざし (tourism gaze)」の意味においてこの語を使用している。というのも、まなざしを向け、観光の対象を作り出しているのは、旅行者だけではない様々な人々であるからだ。

14) ここで、「観光のまなざし」とオーセンティシティとの関係について須藤 (2010) を参照しつつ補足しておく。かつてブーアスティンは、「疑似イベント (pseudo-event)」という概念を創作し、現代のメディア環境の中で、「現実が疑似イベントに従う」(Boorstin 1962=1946: 53) というポストモダン社会における文化の物象化を批判的に捉えたことで知られている。しかしながら、現代の観光現象においては、観光者はそれが「疑似イベント」であることを十分に知っており、「疑似イベント」であることをむしろ楽しんでいるところもあるのであって、ブーアスティンのように「疑似イベン

巻く環境は、すでにそうしたオーセンティシティから逸脱を始めている。というのも、2007年のアニメ『らき☆すた』における埼玉県鷲宮町（現久喜市）の取り組み以後、アニメ「聖地巡礼」は地域活性化やまちづくりの資源として注目を集めるようになり、「観光のまなざし」と切り離せない関係になってしまったからである<sup>15)</sup>。本稿は、そうしたアニメ「聖地巡礼」の現状を、2012年のアニメ『氷菓』<sup>16)</sup>の事例を取りあげることを通して論じていく。だがその前に、まずはアニメ「聖地巡礼」と「観光のまなざし」とが結びつくようになった経緯について確認しておくことにしたい。

## 2. アニメまちおこしの原点としての『らき☆すた』

こんにちはアニメ「聖地巡礼」が、かつてのような作品のファンによる自然発生的なムーブメントというよりも、地域（地方自治体、観光協会、商工会、地方交通など）や製作委員会（アニメ制作会社、テレビ局、原作出版社、DVD/BD販売会社・配給元、関連グッズ販売会社、広告代理店）などによって引き起こすものに変容しているが、その転換点としては2007年の作品『らき☆すた』を挙げるのが妥当であるだろう<sup>17)</sup>。アニメ『らき☆すた』は、今日のアニメ作品の舞台を訪ねる「聖地巡礼」と呼ばれるファン行動が、ファンの間はもちろん、一般の人々にも知られるところとなり、地域活性化の手段の一つとして注目されるようになったきっかけとして特筆することができる<sup>18)</sup>。

もちろん2002年の『おねがいティーチャー』以降、2007年に至るまで、アニメ「聖地巡礼」というムーブメントはアニメファンの間で徐々に広がりつつあった<sup>19)</sup>。たとえば

---

ト」の幻影を否定したところでの確に捉えたことにはならない。これに対して、マキャネルの「演出されたオーセンティシティ」の議論（MacCannell 1999=2012）は、観光現象は、観光のために用意された「見せ物」（表局域）の背後に、生き生きとした人間関係に裏付けられた「内密の、リアルな」局域（裏局域）を想定することによって、観光者は観光対象のリアリティを得ることができることを主張した。マキャネルによれば、観光者は、「観光のまなざし」に依拠しつつも、そこからはみ出ていくこともまた欲望しているのである。

本稿で主題としている、アニメ「聖地巡礼」は、他のコンテンツ・ツーリズムに共通するように、対象となった作品への愛によって自発的に引き起こされたファン・ムーブメントを起源としており、はじめから「観光のまなざし」を受けていたわけではない。しかしながら、その対象となった物語世界は、原作者の創作を基として、編集者やアニメの製作委員会などが共同して作り上げたものであり、それが現代のメディア環境において流通した結果、引き起こったという点においては「疑似イベント」的である（もちろんアニメ「聖地巡礼」者は、その作品の物語がフィクションであることは十分に知っており、その作品をより深く楽しむために「聖地巡礼」するのである）。そして、こうしたファン行為が知られるようになり、アニメ「聖地巡礼」が地域おこしの資源の一つとして期待されるようになった今日において、「観光のまなざし」から自由ではなくなっているのである。

15) その経緯と現状を簡潔にまとめたものとして岡田（2014）を挙げるができる。

16) 2012年4月から9月にかけて、地方の独立局、BS11、AT-X（アニメ専門のCS放送）で放送されたテレビアニメ。監督は、武本康弘、制作会社は、京都アニメーション（京都府宇治市）。

17) この作品における地域での取り組みや「聖地巡礼」の実態については、山村（2008, 2009）、岡本健（2009）、今井（2009）、佐藤（2009）、岡本亮（2015: 終章）などを参照。

18) こうした鷲宮町での「成功」事例は、山村高淑をはじめとする研究者により紹介され、山村（2011）として結実するとともに、岡本健（2013）などの研究書を生み出した。

2005年のアニメ『苺ましまろ』は、原作のマンガ作品から静岡県浜松市の住宅地を作画上の舞台としており、アニメ化を機に現地に多くのファンが訪れるようになった結果、原作の連載誌上および一部のファンサイト上において、「『聖地巡礼』自粛のお願い」が掲載されるといった事態となった<sup>20)</sup>。また、2006年の『涼宮ハルヒの憂鬱』においても、舞台となった兵庫県西宮市の住宅地や、主人公たちが通う高校のモデルである兵庫県立西宮北高校、尼崎商店街などに作品のファンが訪問していたようである。

2007年の『らき☆すた』が決定的であったのは、①「前夜」ともいべきこれら2作品がいずれも住宅地を主要な舞台としており、多くのファンが押し掛ける場所としては相応しくなかったのに対し、この作品の代表的な「聖地巡礼」対象地が公共空間としての性質をもつ神社であったこと、②アニメ専門雑誌が、この作品の「聖地巡礼」の方法を紹介し、「聖地巡礼」を推奨するような記事を掲載したこと、③アニメファンが押し寄せる鷺宮神社や門前の商店街での取り組みに対して、大手マスメディアが取り上げたこと、が大きいと思われる。そして、④2005年の『電車男』のブームから2008年の秋葉原無差別殺傷事件に至る当時において、いわゆる「オタク」に社会的な注目が集まっており、アニメファンへの比較的な寛容なまなざしが背景にあったことも無視することはできない<sup>21)</sup>。

②で言うところの記事とは、すなわち、アニメ雑誌『Newtype』2007年8月号に、付録「『らき☆すた』的遠足のしおり」が添付され、鷺宮神社をはじめとして作中やオープニングに登場する背景の場所が紹介されたことを指し示す。この雑誌での紹介に前後して、鷺宮神社をはじめとして舞台となった場所にファンが集まるようになり、「オタクが集まる神社」としてマスコミにも紹介されるようになる。そして、マスコミでの報道をきっかけに、地元やファンに知られるようになり、鷺宮神社に多くのファンが訪問するようになり、地元商工会が現状の把握から、制作会社と連絡を取り、ファンとの協力関係のもと

19) そうした当時の「聖地巡礼」の対象と状況は、草創期の「聖地巡礼」ガイド本として知られる柿崎（2005）によく保存されている。

20) 日本語版ウィキペディアは、「巡礼（通俗）」の項 ([https://ja.wikipedia.org/wiki/%E5%B7%A1%E7%A4%BC\\_%E9%80%9A%E4%BF%97](https://ja.wikipedia.org/wiki/%E5%B7%A1%E7%A4%BC_%E9%80%9A%E4%BF%97)) 2015年10月26日閲覧) で、2006年の『苺ましまろ』と同様のケースとして、アニメ『銀の匙 Silver Spoon』（2013、14年）のケース（「銀の匙：異例の“聖地巡礼”自粛呼びかけ」『MANTANWEB（まんたんウェブ）』毎日新聞社、2013年7月28日付 (<http://mantan-web.jp/2013/07/28/20130727dog00m200043000c.html>) 2015年10月26日閲覧) を注釈で入れているが、両者の「自粛」の趣旨は全く異なるものである。前者の場合、ウィキペディアの説明にあるとおり、「巡礼者が（作品と事情を知らない人間から見て）奇怪と見られる行動をすることがあり、不審者扱いされることが多い」（同ページ）ことを問題としたものであったが、後者の場合には、物語世界の舞台が北海道の農業高校であり、酪農をテーマとして、実際の農場や牧場などを背景に描かれた。つまり、この「自粛」のお願いは、主として検疫上の理由であり、家畜伝染病対策が世界的な主題となる中、「巡礼者」の無知から意図せずしてウイルスが持ち込まれ、取り返しのつかない事態が起こることのないよう「自粛」を促したものである。2006年の『苺ましまろ』の「聖地巡礼」自粛事件の根底には、ステレオタイプなオタク観とアニメファンに対する差別の問題がある。

21) こうした転換点を経た2007年以降には、いくつかの「聖地巡礼」対象地とその作品を紹介した書籍が商業出版されるようになっていく。代表的なものとして、ドリルプロジェクト編（2010）、聖地巡礼委員会編（2013）など。

に、地域での取り組みを始めるようになる（山村 2008, 2009）。

鷺宮神社の初詣客は、アニメ『らき☆すた』の放送前は、6.5～13万人であったものが、放送の翌年の2008年には30万人になり、2009年以降は40万人台に及ぶようになった。もちろん増加分すべてがアニメファンの訪問というわけではなく、アニメファンの鷺宮神社の訪問と鷺宮町でのまちおこしが繰り返し報道されたことを通して、鷺宮神社が関東最古の「由緒正しい」神社であることが知れ渡り、鷺宮神社の知名度が上昇したことも大きいと目されている。

アニメ『らき☆すた』における鷺宮町の取り組みは、商店街における街づくりの成功、初詣客の増加、といった成功奇譚となってアニメ「聖地巡礼」まちおこしの成功例として象徴化するとともに、アニメ「聖地巡礼」が地域活性化の資源となり得ることを知らしめ、ファンと商店街などの地域の人々が一体となって共に活動することを通して地域を活性化させるというモデルとなった。そこでは、明からさまな商売は、アニメファンに嫌われ、ネット上で叩かれて評判を落とすといったことが言われるようになり、ファンと一緒に楽しむ姿勢が重要だ、といったことが説かれるようになった。

たしかに、アニメ『らき☆すた』と鷺宮町の事例が有名になってくると、アニメ作品に描かれれば地域にファンが訪れ、地域が活性化するのはないか、と考える地域が出てきてもおかしくはない。現に、そのように考えて取り組んだものの、今ひとつ盛り上がり欠ける結果となったとされる事例が存在している。今日これらの事例は、アニメファンの間で「失敗」事例と見做されている。だが、それらの作品は、アニメファンのマジョリティにとって、それほど「面白い作品」ではない上、その地域が作品内においてそれほど描かれておらず、あまり評判にはならなかったということもしばしば指摘される場所である。アニメ「聖地巡礼」が、作品への愛を基盤として湧き起るムーブメントであるならば、少数の人にしか作品への愛が喚起されない作品の場合は、ムーブメントも起らない。そして、そのアニメ作品が評判になるかどうかは、放送されなければわからない。つまり、その作品のアニメ「聖地巡礼」がムーブメントとなるかどうかを、事前に予測することはできないのだ、と。

しかしながら、アニメ「聖地巡礼」というファン行為が一般に知られるようになった今日において、アニメ「聖地巡礼」を「専門」的に行うアニメファンも存在しており、どんなアニメ作品においても、作画上のモデルとなった地域が存在すれば、一定のアニメファンが「聖地巡礼」をするようになってきている。たしかに、2012～13年の作品『ガールズ&パンツァー』における茨城県大洗町の事例のように、ファンの反応をうかがいながら、地域での取り組みを展開することによって、「成功」したとされる事例も存在する。しかし、今日、散見されるのは、むしろ地元が製作委員会と一体となって積極的に仕掛けているようにも見える事例である。

たとえば、『らき☆すた』で「成功」した旧鷺宮町のある埼玉県は、今日、県を挙げて、「アニメの聖地」として売り出そうと躍起になっている。アニメやマンガといった視点から埼玉県の魅力を紹介する観光情報サイト「埼玉ちょ〜でいーぶな観光協会」の設立(2008年)、「オタクの、オタクによる、オタクのためのアニメツーリズムを考える会」として設置された「埼玉県アニメツーリズム検討委員会」(2009年)の設置、「観光大戦SAITAMA—サクヤの戦い—」(国内向け)、「The Four Seasons」(外国人向け)といった観光PRアニメを制作した「アニメと埼玉」の設立(2008年)、「アニメ・マンガ祭り in 埼玉(アニ玉祭)」の開催(2013年〜)などが県による取り組みに該当する。また、アニメ『あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。』(2011年)や『ヤマノススメ』(2013, 14年)では、物語世界の舞台あるいはそのモデルとなった秩父、飯能だけでなく、地元の鉄道会社(西武鉄道)なども巻き込んだ地元を挙げての応援体勢は、ある程度の「聖地巡礼」ムーブメントを引き起こすことを意図していたと考えるのが適切である。

実のところ、アニメ『らき☆すた』における鷺宮神社の存在は、「聖地巡礼」の対象地としては極めて特殊である。かつて、同作品の「聖地巡礼」の対象地には、鷺宮神社だけでなく、春日部駅(作中では「粕日部」駅)とその周辺、春日部共栄高校(作品中の高校の作画上のモデル、原作者の出身高校)、幸手市内(原作者の自宅を利用したギャラリーなど)、利根川の旧河路にあたる権現堂堤なども含まれていた。しかし、今日、鷺宮神社以外に言及されるのは稀になってきている。さらに、鷺宮神社が、同作品のオープニングの1シーンに登場する、という紹介のされ方だけでは、なぜ同作品の放送から8年が経過している今日においても、アニメファンが鷺宮神社に集まるのかを理解することはできないだろう。たとえば、鷺宮神社がアニメを中心とした「オタク活動」を行う若者の初詣先になっていたり、同人誌活動を行っている人たちが、コミック・マーケットの成功祈願、お礼参りをしたりする神社になっていることは、どのように説明することができるのだろうか。

鷺宮神社は、この作品において「鷺宮神社」として、主要登場人物の<sup>ひいらぎ</sup>柊かがみ、つかさという双子の姉妹の実家とされる神社のモデルである。アニメ第12話「お祭りへいこう」では、柊姉妹が大晦日〜元旦に巫女姿で「家の手伝い」をする様子が描かれる。ところが、正月に鷺宮神社に掲げられた『らき☆すた』のキャラクターを描いた絵馬(いわゆる「痛絵馬」)を観察すると、柊姉妹より主人公・泉こなたを描いたものが多い。中には、こなたのイラストとともに、次のようなメッセージが描かれた絵馬すら存在する。

「こなたんみたいなオタクの彼女が欲しい!! しかし実はかがみん派—」

(ドリルプロジェクト編 2010: 裏表紙側の帯)

鷺宮神社は、作品の登場人物・柊かがみ・つかさ姉妹の実家のモデルとなった神社であ

り、このファンはかがみのファンであるにもかかわらず、なぜ絵馬には主人公こなたを描いたのだろうか。つまるところ、『らき☆すた』という作品は、主人公が「オタク少女」であることを抜きにしては理解することはできないと思われる。先に言及した第12話は、主人公・こなたが、柊姉妹を連れ立って大晦日に有明（東京都江東区）の東京国際展示場（東京ビックサイト）で行われるコミック・マーケットに行く話であり、それまでも描写されてきていたこなたのオタクぶりがより一層明らかになるエピソードである。こなたが、「お祭り」と称して、コミック・マーケットに柊姉妹を連れて行ったのは、買い出し要員として各サークルの同人誌を購入するのを手伝わせるためであったのだが、帰ってきて夜には、柊姉妹が家の手伝いをする神社に初詣に行く。つまり、この作品において、鷲宮神社が「聖地巡礼」の主要な対象地として維持されるのは、ただオープニング映像の背景に出てきたからというよりも、主人公・こなたと作中の物語が関係している。とすると、前述したファン行動は、端的に作中におけるこなたの行動で模倣ということになる<sup>22)</sup>。

アニメの舞台となった地域が、そのアニメと「聖地巡礼」を地域活性化の資源として活用しようとするのは、アニメが従来「観光のまなざし」の中で、近代日本において固着してしまった観光地ヒエラルキーに対して風穴を開け、既成の枠組みを組み替えて自らの地域を上昇させようとするディスタクシオン（卓越化）の戦略である。観光に関わる街づくり戦略、例えばB級グルメや、外国人からの評価（例えばミシュラン・ガイドや、TripAdvisorなど）や世界遺産といった別の基準に着目するのも、まさにこの理由である。アニメ「聖地巡礼」による地域活性化も、そうした試みの一つに位置付けられようが、ここでは果たしてどのような経験があるのであろうか。本稿では、その事例として、2012年に発表されたテレビアニメ『氷菓』を取り上げることにしたい。

22) こうした現象は、実際の祭神はともかくとして、鷲宮神社がオタクの神様を祀る神社になっていることを意味している。それは、アニメ『らき☆すた』の主要キャラクターが位置するところとして、特に主人公・泉こなたは、鷲宮神社の祭神の如く祀り上げられる存在になり得たと思われるが、こんにちこのキャラクターの存在が目立たなくなっていることには、こなた役の声優に対する一部ファンのバッシングも関係していると思われる。主人公・泉こなたを演じた声優・平野綾は、2006年のテレビアニメ『涼宮ハルヒの憂鬱』において、ヒロイン・涼宮ハルヒ役で有名になった声優であり、平野の言動には、この作品から影響を受け、涼宮ハルヒのような存在になろうとした形跡が認められる。このアニメ作品は、谷川流を原作とする一連のいわゆるライトノベル（涼宮ハルヒシリーズ）を原作としており、2009年にはテレビアニメの第2シリーズ、2011年にはアニメ映画『涼宮ハルヒの消失』が発表され、原作のライトノベルも2011年に発表された新作では、初版で51万部が用意されたことでも話題となった。この作品におけるヒロイン・涼宮ハルヒは、物語設定上、世界の創造主であり、実際に作品内においても「神のような存在」と表現されており、アニメ作品では「超監督」としてクレジットされていた。つまり、平野が志向したのは、世界の創造主である一神教的な神であるのに対して、こなた役の声優として求められたのは、人々によって崇め奉られることによって神となる多神教的な神としての振る舞いであったと考えられる。

### 3. アニメ『氷菓』におけるオーセンティックなまなざしとその観光化

アニメ『氷菓』（2012年）は、米澤穂信<sup>ほのぶ</sup>の「〈古典部〉シリーズ」と呼ばれる一連の小説を原作とするアニメ作品であり、アニメ作品のタイトルの『氷菓』は、米澤のデビュー作である同シリーズの第1作のタイトルに由来する。1978年生まれの米澤は、ミステリー小説界において、1990年前後に成立するいわゆる「新本格派」の系譜にあるとされるミステリー作家であり、中でも北村薫らの「日常の謎」と呼ばれる何気ない日常に潜む謎を解き明かす作風から強い影響を受けていることが知られている。

この作品は、「神山市」にある「神山高校」に入学した主人公・折木奉太郎<sup>おれきほうたろう</sup>が、部員がいなくなり廃部寸前となっていた「古典部」に、同部のOGである姉の強い要請で入部することをきっかけに、同じく「一身上の都合」で入部してきた地元の豪農の娘・千反田<sup>ちたんだ</sup>えり、奉太郎の中学時代からの友人である福部里志<sup>ふくべさとし</sup>、伊原摩耶花<sup>いばらまやか</sup>が加わり、この「活動目的も存在価値も不明の部活」を舞台として描かれる青春ストーリーである。この一連の作品の中で、主人公・奉太郎は、高校生活における何気ない日常の中での謎（原作の短編作品）や、えるは幼いころ叔父から何を聞かされて泣いたのか（この謎は、古典部の文集のタイトルがなぜ『氷菓』であるのかという謎に繋がる。以上、原作『氷菓』篇）、文化祭に出展予定の未完のミステリー映画の「犯人」は誰か（この謎は、なぜ奉太郎たちに謎解きを依頼したのか、という謎に繋がる。以上、原作『患者のエンドロール』篇）、なぜ高校の文化祭で、五十音順に各部活から物が盗まれるのか（原作『クドリヤフカの順番』篇）といった謎を解き明かしていく。小説の舞台である作中の「神山市」「神山高校」は、原作者の出身地である岐阜県高山市、出身高校である岐阜県立斐太高等学校（以下、「斐太高校」と記す）をモデルとしていると目されてきた。現にアニメ作品では、高山市内や斐太高校においてロケハンが行われ、高山市内の街並みや、校舎の周辺や教室等の様子が忠実に再現されることになる。

岐阜県高山市は、年間400万人の観光客を迎える観光都市であり、近年は特に外国人観光客が多く訪れており、欧米の有名旅行ガイドブックでも高い評価を受けている町である。1960年代から三町および下二之町大新町の二地区で町並み保全が進み、いずれも国の重要伝統的建造物群保存地区に指定されている。中でも、三町地区は、高山の「古い町並み」として知られる地区であり、高山を取り上げた旅行ガイドブックや観光パンフレットでは、必ずといってよいほど三町の古い町並みか、赤い欄干の中橋（特に春の高山祭の屋台が通過する場面）が写真に登場し、高山を象徴するものになっている<sup>23)</sup>。

23) たとえば、日本の著名旅行ガイドブックで飛騨高山をテーマとした巻は、これらの光景の写真を表紙にするなど、高山の代表するものとして表象している。

アニメ『氷菓』は、そうした観光都市・飛騨高山を舞台とするアニメ作品であるのだが、内容から言えば、一部のストーリーを除いて、作品構成上は、必ずしも高山を舞台とする必然性はない。むしろ、原作と原作者に関する前提知識を持っていなければ、どこにでもありそうな地方都市の地方の高校が舞台となっているという了解の範囲内でも、十分作品世界を楽しむことができる。

アニメ『氷菓』も基本的には、そうした作品の舞台である町の匿名性を継承する作りになっている。確かに、アニメ作品において、主人公らが通う高校は、斐太高校の実際の校舎をモデルとし、高校周辺の情景も、当時の斐太高校の周辺そのものである<sup>24)</sup>。また、第1クルールのオープニング映像で描かれる主人公らの通学路周辺の情景や、本編で時折描かれる商店街の情景は、実際に高山の中心を流れる宮川（神通川の支流）付近や、本町商店街の情景が使われている。しかし、これらの情景は、斐太高校の出身者や高山の町を良く知る人でなければ、およそこの情景かはわからないであろう。それらは、三町や中橋といった高山の記号的な風景ではなく、高山の「日常の風景」だからである。

アニメ『氷菓』は、2011年12月に、キー・ビジュアルが公開され、ほどなくして、ファンによってその背景が、岐阜県立斐太高等学校脇の道路付近をモデルとしていることが明らかにされ、2012年4月に放送が始まると、作品内の各カットの背景となった場所が、現地を訪問したファンによって特定されブログ等で紹介されるようになり、「聖地巡礼」マップが作られるようになる。高山市商工観光部観光課が、製作委員会（神山高校古典部OB会<sup>25)</sup>）の協力の下、公式の聖地巡礼マップ（「氷菓」舞台探訪マップ）を公表したのは、2013年2月であり、観光案内所などでも配布するようになった。2014年10月から2015年3月までは、東海旅客鉄道（JR東海）とタイアップし、高山本線全線開通80周年記念として、名古屋・岐阜近郊の同社各駅で発売されている「飛騨路フリーきっぷ」の購入者を対象とした「氷菓スタンプラリー」が実施された。そのほかにも、飛騨一宮水無神社の「飛騨生きびな祭」でのファン企画、商店街における「神山高校文化祭」の開催、アニメ『氷菓』に因んだグッズや土産物の開発・販売など、放送後3年以上がたとうとしている現在も、地域での取り組みは続いている<sup>26)</sup>。

24) アニメ作品でも描かれたのは、斐太高校の施設の独特の配置である。すなわち、斐太高校は、校門前のかつて水田であった場所に校地を拡張してグラウンドとしたため、校舎とグラウンドの間に公道が通っている。中心街から来ると大八賀川に架かる合崎橋を渡って、斐太高校のグラウンドの間に設けられたグラウンドより一段高い銀杏並木の通路を通ってから、校門に達する。校門前のこの独特の景観は、2013年に行われた合崎橋の架け替えと、斐太高校校門前の再整備事業によって失われた。アニメ『氷菓』は、斐太高校出身者の多くにとって記憶の中にあるこの光景を、記録し保存している。なお、斐太高校は、かつてテレビドラマなどのモチーフにもなった卒業式の日の伝統行事「白線流し」で知られる高校であり、この行事はこの合崎橋を中心に行われる。合崎橋の架け替え工事は、卒業式に間に合うように、2014年2月末に竣工した。

25) このように、近年の青年向けアニメ作品では、製作委員会の名称として、作品に由来する名前を用いることが多い。

岐阜県域を地盤とする地元の地方銀行は、アニメ『氷菓』の「聖地巡礼」による高山市等への入込客数を年間15万人と想定し、経済波及効果を21億円と試算して発表した（十六銀行2014）。この年間15万人という想定は、高山市を訪れる外国人の年間の延べ宿泊客数（2012年約15万人、2013年約22万人）に匹敵するものである。2015年現在の高山の町を歩いていて遭遇する外国人観光客の数と比較すると、いささか疑問を感じないではない数字ではあるが、当時はそれなりの数のファンが高山を訪れた形跡が認められる<sup>27)</sup>。

ともあれ、アニメ『氷菓』の特徴は、高山の町の「日常の光景」が描かれていることにある。特に繰り返し描かれているのは、市街地中心部、本町商店街と鍛冶橋付近の情景である<sup>28)</sup>。また、第1クールのオープニング映像で描かれているのも、鍛冶橋から弥生橋にかけての宮川周辺の情景である<sup>29)</sup>。その他、作品に登場する高山市内の情景は、市街地だけでも、主人公らが通う斐太高校（作中では「神山高校」）のほか、主人公・奉太郎の「自宅」の位置とされた一本杉白山神社前の広瀬中佐居住地跡、主人公らが初詣に訪れた日枝神社（作中では「荒楠神社」）<sup>30)</sup>、高山市図書館「煥章館」、奉太郎とえるが訪れた喫茶店「バグパイプ」（作中では「パイナップルサンド」）、三町伝統的建造物群保存地区の入口にある喫茶店「喫茶去かつて」（作中では、「喫茶一二三」）などと、奉太郎と里志が

- 
- 26) こうした地域での取り組みの情報は、地元の有志による「高山『氷菓』応援委員会」のブログ (<http://hyouka.hida-ch.com/>) などで情報を得ることができる。また、高山の中心街にある本町商店街には、周辺地域の観光協会、商工会、グリーンツーリズム協議会（ふるさと体験飛騨高山）の3組織で構成された協議会が運営するアンテナショップ「まるっとプラザ」があり、その一角にはアニメ『氷菓』の交流コーナーが設けられており、訪れた人が自由に書き込める交流ノートや写真を貼り付けたコルクボード、氷菓ポスター、雑誌の切り抜きを集めたスクラップブックなどが展示されている。（<http://www.info-takayama.org/hyouka.html> 2015年10月26日閲覧）
- 27) アニメ『氷菓』は、高山の「日常の光景」が作品に織り込まれているが、一般的な観光客とアニメファンの動線や視線にはズレがあり、その特有の行動パターンから場所によってはおおよその判別が可能である。十六銀行の試算は、アニメ『涼宮ハルヒの憂鬱』の舞台となった兵庫県西宮市の入込客数の増加の事例、アニメ『らき☆すた』の舞台となった鷺宮神社の初詣客増加の事例を参考にしつつ、2009年のアニメ映画『サマーウォーズ』において聖地巡礼先となった上田城址（長野県上田市）におかれた交流ノートへの書き込みの件数と高山におけるそれとの比例により、入込客数の増加を試算するとともに、アニメ『たまゆら』における広島県竹原市の事例や、インターネット検索サイト「Google」でのキーワード検索によるヒット件数との比較により算出したものであって、あくまでも「試算」の域は脱していないと思われる。
- 28) 具体的には、①第1話Bパート終わりの主人公・奉太郎が、友人・里志と下校するシーン（弥生橋交差点～本町商店街～鍛冶橋交差点付近）約3分15秒（回想・想像シーンを含む）、②第4部Aパート冒頭の奉太郎・里志が千反田邸訪問のための待ち合わせのシーン（鍛冶橋交差点付近）約30秒、③第5話Bパート終わりの奉太郎が姉への手紙を投函するシーン（本町商店街）約10秒、④第9話Bパート終わりの奉太郎が、友人・里志と別れ、待ち伏せていた先輩に会うまでのシーン（鍛冶橋交差点、本町商店街付近）約40秒、⑤第10話Aパートの奉太郎が登校する途中の里志との会話のシーン（本町商店街）約2分30秒、⑥第18話Bパート終わりの奉太郎とヒロイン・えるの図書館の帰りのシーン（鍛冶橋～鍛冶橋交差点付近）約4分などである。
- 29) 宮川（弥生橋付近）の情景は、第11話Aパートの奉太郎・えるの会話のシーンでも舞台として使用された（約2分30秒）。
- 30) アニメ『氷菓』において、確かに荒楠神社は、日枝神社をモデルとして描かれているが、原作を読むとこの神社の境内の特徴は日枝神社のそれに近く、その一方、地理的な位置は、桜山八幡宮のある場所であるように思われる。現にDVDディスク第2巻に同梱されたリーフレットにある設定資料では、桜山八幡宮の地理的位置に荒楠神社が置かれている。

千反田邸を訪れる際の行程（江名子川沿いなど県道462号線沿い）があり、アニメ作品における作画のモデルとなった周辺の地域を含めて、一部を除いて高山市の「舞台探訪マップ」に網羅され紹介されている。

こうしたマップを基にすると、一般的な観光客とアニメ『氷菓』の「聖地巡礼」者とは、高山の市街地を歩く際、次のような動線の違いがあると考えられる。すなわち、観光客は、「古い町並み」で知られる「三町伝統的建造物群保存地区」、「下二之町大新町伝統的建造物群保存地区」、高山祭屋台会館のある桜山八幡宮、高山別院、まちの博物館、高山陣屋など、宮川の東側を中心に散策を行うのが一般的であり、観光客向けの駐車場も宮川の東側に集中する。そして宮川の西側にあるホテルや旅館の多いJR高山駅周辺は徒歩圏内であり、東西を結ぶ道路と宮川に架かるいくつかの橋によって結ばれている。それに対し、アニメ『氷菓』の「聖地巡礼」者は、市街地の北端にある斐太高校、南端にある日枝神社を結ぶ線上に、対象地が集中しており、オープニング映像に描かれた鍛冶橋から弥生橋にかけての宮川と、宮川の西側に南北に延びる本町商店街付近に対象地が集中している。つまり、一般的な観光客の高山市街地の散策の範囲と、アニメ『氷菓』の「聖地巡礼」者の動線は、高山市中心部の宮川周辺で接触し、交差しつつも全く異なるのである。

このアニメ作品および原作小説では、どこにでもありそうな地方都市の、どこにでもありそうな高校を舞台として物語が展開されていた。この作品において、たしかに実際の高山の光景を背景にして描かれているけれども、一般的な「観光のまなざし」に見られるような、その都市を象徴するような光景は極力排除される。たとえば、飛騨高山を象徴する光景として、先に挙げたように、古い町並み（三町保全地区など）や、赤い欄干の橋（中橋）、特に中橋を渡る春の高山祭（山王祭）の屋台と桜といった光景を挙げることができるが、こうした光景はアニメ作品においては基本的に描かれることはない。作品において描かれるのはどこにでもありそうな鉄筋コンクリート建ての高校の校舎とその周辺、通学路の途中の川べりや商店街、神社などである。第1クールのオープニング映像で、標題のバックに映っている橋は、赤い欄干でしばしば高山の観光パンフレットに登場する中橋ではなく、その2つ下流にかかっている鍛冶橋である。これらの光景は、地元や地元出身の人であれば高山のものであると具体的な撮影場所がわかるかもしれないが、そうでない大多数の鑑賞者にとってはどこかの町の実際の光景であることは予想できても、高山の光景であると認識することは、映像のみからは困難であるだろう。

このことは、物語の登場人物たちの街へのまなざしの再現となっている。アニメに描かれている光景は、観光都市飛騨高山を象徴する古い町並みではなく、その周辺の何気ない場所の光景が多く示される。それは、いうまでもなく物語の主人公たちが、その街で生きているのであれば、彼らが見ているのは彼らの生活範囲である「普段着の街」にほかならないからだ。

「アニメ作品の聖地として街を巡ることは、登場人物たちの視線を追体験すること、すなわちその街の本当の姿を見て回る旅に他ならない」

「主人公達はその街で生きているとするなら、普段着の街こそが彼らの生活範囲であるはずだからだ」

(中村 2013)

こうした旅行の在り方は、「観光のまなざし」によって観光化された地域を見る一般的な観光客に対して、「その街の本当の姿を見る」オーセンティシティを志向する在り方である。ツーリズムと「観光のまなざし」は、ツーリスト向きの場所を作り、そこを見るという、お仕着せの旅行を強要する。アニメ「聖地巡礼」は、そうした「観光のまなざし」に対して、生のその地域を見ることができることにおいて、「観光のまなざし」を超克する。

実際に「聖地巡礼」者が高山の街を歩くと、彼らの視線は一般的な観光客のそれとは異なっている。「聖地巡礼」者は、一般の観光客が気に留めないような対象に、まなざしを向ける。一般的な観光客と動線が交差する高山の中心市街地においても、彼らの視線はアニメに描かれた情景に視線を向ける。それは、弥生橋から南の鍛冶橋方向を見やる視線であったり、鍛冶橋交差点周辺や本町商店街の情景であったり、宮川べりの光景であったり、明治初期に建設された小学校を模した高山市立図書館（煥章館）の建物であったりする。そして、「聖地巡礼」者たちは、そうした光景にカメラを向ける。

しかしながら、そうした「聖地巡礼」者たちの視線にも、否応なく観光地飛騨高山の光景が目に入ってくることも事実である。それらは、宮川朝市の光景であったり、宮川周辺の土産物店や観光客相手の屋台であったり、高山名物とされる飛騨牛や高山ラーメンやみたらし団子の看板であったり、そして外国人を含む多くの観光客の姿であったりする。そうした光景にまったく関心を向けないというのも、不可能というものだろう。

実は、アニメ『氷菓』においても、丹念に見ていくと、観光地・飛騨高山にかかわるいくつものものが背景に描かれていた。宮川沿いの道路の上には、「宮川朝市」の横断幕がかかっており（第1クールオープニング）、弥生橋交差点で信号待ちをする主人公たちの背後には高山ラーメンの有名店が見え（第1話Bパート）、鍛冶橋交差点を通りがかる主人公たちの背後には、みたらし団子の屋台が見える（第1話Bパートなど少なくとも4回は登場した）。主人公が友人と待ち合わせたり別れたりした鍛冶橋交差点の反対の角の背後に映るカフェ&レストランは飛騨牛を使った高山バーガーでも知られる店で、「ハンバーガー」の幟が見える（第9話Bパート）。宮川沿いを歩く主人公の背後の看板には「神山の牛」（飛騨牛のことか）とあり、主人公がヒロインと待ち合わせた喫茶店の壁には、実際の高山祭のポスター（作中では「神山祭」）が貼られており、第8話で主人公らがに入った喫茶店は三町の町並み保全地区の通りの入口にあり、第9話の冒頭では「古い町並み」

が一瞬だけ描かれる。商店街を歩く主人公らの背景には、高山本町美術館の看板（作中では「神山本町美術館」）や五平餅の店が写りこんだ。第11話で主人公がヒロインと会話する宮川べりには、鷺が舞い降りた。これらの情景は、作品のそれぞれのカットの背景画を丹念に見ていく「聖地巡礼」者であれば容易に気づくことができるものであり、そのいくつかは、ファンによる「聖地巡礼」を扱ったサイトやブログでも言及されている。

われわれは、このアニメ『氷菓』に関わるアニメ「聖地巡礼」のムーブメントにおいて、「聖地巡礼」という行為が、「観光のまなざし」を超克し、「観光のまなざし」から自由な実践として解釈することの可能性を検討してきた。たしかに、アニメ作品で描かれた情景を現地で確認するという行為は、「観光のまなざし」によって作られた高山の街の像ではなく、その街で生活する生活者に近い視点でその街を見るという経験を伴っており、より高山の街の「真の姿」に近づいているということが言えるかもしれない。

しかしながら、「聖地巡礼」という行為の中で、アニメ作品の中で描かれた情景を詳細に検討し、現地を訪問するという行為は、旧来の「観光のまなざし」によって作られた高山の街の中にも、十分に魅力的なところがあり、そうしたものに「聖地巡礼」者を引き寄せることにも寄与しているのではないのか。

そして、「普段着の街並み」を見ることができることが、アニメ「聖地巡礼」の醍醐味であると言われ、そうした「聖地巡礼」に誘うべく、観光協会や鉄道会社などがキャンペーンを打つとき、それは、そうしたオーセンティシティを伴った「普段着の街並み」を観察するという旅行そのものをパッケージ化することであり、「観光のまなざし」の中に取り込むことである。

そうした「観光のまなざし」に取り込むこと自体、製作委員会が意図的に行っている可能性すらある。たとえば、アニメ4話で主人公が友人と待ち合わせるシーンは、アニメでは鍛冶橋交差点となっているが、原作小説では学校である。アニメ第1話Bパートの終結部においては、主人公たちが学校から下校の際に、本町商店街のアーケードを、北から南へ徒歩で縦断していくが、原作は小説『氷菓』ではなく、短編集『遠回りする雛』に収録された作品を基にしており、後になって書かれた作品だ<sup>31)</sup>。原作小説において、商店街を南北に縦断したのは「雨が降っていたから」であり、若干遠回りになるものの傘を差す必要のないアーケードのある商店街を選んで歩いたものとされていた。しかしながらアニメ作品においては、そうした前提には触れられず、アニメ作品で設定された登場人物らの自宅の地理的な場所から必然的なものに改変されていた。主人公が友人と別れる地点も、原作では筏橋交差点と見られるが、高山の街の中心である鍛冶橋交差点に変更されている。

31) 小説『氷菓』は、2001年に刊行されているのに対して、この短編が発表されたのは、2007年である。

全国的に中心商店街の空洞化が社会問題化ようになって久しいが、小規模なショッピングモールや家電量販店の進出はあるものの、郊外や中心街にこれといった大型店のない高山の街は、現在でも中心商店街がそれなりに機能しているし、本町商店街から一步入ると、歓楽街になっており、その中には観光客向けの店も数多く存在している。アニメ「聖地巡礼」のムーブメントで知られる、鷺宮にしても、竹原にしても、大洗にしても、いずれも中心商店街が、アニメファンの誘致において何らかの活動を行い、一定の役割を果たしていた。これらは、アニメ「聖地巡礼」に来る若者の購買によって、経済的に潤うことに期待するよりも、若い人たちが商店街を歩いているということ自体が、商店街が活気づくことであり、喜ばしいことであるという認識を背景に持っている。商店街に店を構えた飲食店ではない一般の商店の多くは、店への来客以外の方法で収益を上げていることも多く、それによって商店街の店を維持していたりもする。そうした商店主たちの希望は、アニメ「聖地巡礼」によって訪問客が商店街で消費してくれることに期待するというよりも、商店街が活気づくことである。アニメ「聖地巡礼」に対して、その舞台となった商店街の商店主たちが一般的に協力的であり、かつ積極的に取り組む事例が現れるのは、こうした背景と、商店主たちの若干のゆとりに起因していると思われる。

ともあれ、高山の場合、アニメ作品の中で、中心街が何度か登場し、主人公たちが中心商店街を歩くという場面が描かれるのは、「聖地巡礼」を通してアニメファンを中心商店街とその周辺へと誘致しているかのようなようである。中心商店街を一步裏手に入ると、高山随一の歓楽街が広がっている。たしかにアニメ「聖地巡礼」をするアニメファンの中で、若者を中心とした層は、購買力が低くあまり期待できないかもしれないが、コアなアニメファンはそれなりに購買力のあることは知られており、そうしたファンの消費によって、一定の経済効果は期待できるかもしれない<sup>32)</sup>。ましてや、アニメ「聖地巡礼」という行為は、作品を繰り返し鑑賞し、どのシーンでどの情景が使われたのかを丹念に追うような熱心なファンと親和的である。

本作品の原作「〈古典部〉シリーズ」は、原作者米澤穂信の作家デビューと商業作家としての地位を確立するに至る過程を保存した作品でもある。デビュー作である『氷菓』（2001年）、第2作『愚者のエンドロール』（2002年）が刊行された後、「〈古典部〉シリーズ」は、続編を刊行できない事態に至っていたことは、編集者のエッセイ（桂島 2007）によって、原作のファンにはよく知られている。第3作として用意されていた『さよなら妖精』は、登場人物の設定を変更して、1、2作とは別の出版社から刊行された（2004年）。原作者によれば、この幻の第3作をもって、「〈古典部〉シリーズ」は終わらせるつ

32) 野村総合研究所は、2000年代前半において、「アニメオタク」の人口規模を11万人、市場規模を200億円と計算している（野村総合研究所 2005: 71）。そうした購買力をもった顧客としてアニメファンを検討したものとして、寺尾（2013）。

もりであったという。

しかし、実際は、「〈古典部〉シリーズ」の第3作として『クドリャフカの順番』が2005年に、「〈古典部〉シリーズ」の短編として2006年～07年にかけて雑誌『野性時代』に発表された小説を中心に書き下ろし作品を含め収録された短編集『遠回りする雛』が2007年に刊行されて、都合4冊の単行本と単行本未収録の短編1編が、アニメ『氷菓』になった原作作品のすべてである。

アニメ『氷菓』に対する一般的な批評の一つとして、前半はつまらないが、後半になるにつれて面白くなるというものがある。たしかに、第1作『氷菓』は、「古典部」を創設したヒロインえるの叔父がなぜ、文集のタイトルを『氷菓』としたのかという謎を、1960年代後半の学園紛争といった時代的な背景をもとにして描いた作品であり、そうした事柄に関心の薄い若い読者には地味な印象を与えるのに十分である。また、第2作『患者のエンドロール』も、「人の死なないミステリー」と言われることのある「日常の謎」系のミステリー小説の主張を、作中における「ミステリー映画」の脚本を書いたとされる人物に仮託して主張するストーリーであり、話の構造として少々込み入っている。それに対して、第3作『クドリャフカの順番』は、主人公たちの高校の文化祭において発生した、アガサ・クリスティの『ABC殺人事件』を模したと思われる窃盗事件が、誰がどのような意図において行われたのかを解き明かすものであるが、完成した文集『氷菓』を、クイズバトルやお料理バトルなど、文化祭というお祭りを読者も登場人物とともに楽しむ仕掛けが随所になされており、明るいタッチで描かれている。短編集『遠回りする雛』に収録された作品と未収録作品1編は、主人公たちの高校生活の最初の一年を、長編3作で描かれない部分を埋めるものであるのだが、ここでは、主人公・奉太郎とヒロイン・えるとの間の微妙な距離と、次第に関係を深めていく様子が描かれており、友人・里志と摩耶花の恋模様とともに、アニメ作品以降、奉太郎-える、里志-摩耶花の2組のカップルによる学園ラブコメディとして物語作品が展開していくことを期待するのに十分な内容になっている。

しかし、こうした物語展開は、自分の書きたいものを書いていた原作者が、読者にエンターテインメントを提供しサービスする商業作家となっていったことの痕跡であると読めるし、そもそも映像化を見据えて短編が書かれていたという解釈も妥当であるだろう。もしそうであるとすれば、この作品において、「聖地巡礼」という行為は、原作小説とアニメ作品が一体となって引き起こしたものであるとも言える。つまり、アニメ『氷菓』は、原作者、編集者、アニメーション作品の製作委員会、そして地元関係者が一体となって、鑑賞者を「聖地巡礼」へと誘っているとも考えられるのだ。

#### 4. 「観光のまなざし」からの自由／「観光のまなざし」への自由

我々は、アニメ『氷菓』における「聖地巡礼」という行為が、「観光のまなざし」から自由な実践として解釈する可能性を検討してきた。たしかに、この作品における「聖地巡礼」というムーブメントは、「観光地・飛騨高山」ではない高山の姿を見ることを可能にしている。そうした意味において、たしかに「観光のまなざし」から自由に、「真」の高山の街の姿を見る可能性を秘めている。

しかし、我々が確認してきたのは、そうして獲得できる高山という街のオーセンティシティもまた、広義での「観光のまなざし」の中にあることであった。これは、原作小説の構成から、アニメ作品での描き方といった、製作委員会内部の事柄、「舞台」となった地域における様々な取り組み、すべてが関連している。そこでは、アニメ作品で描かれたとされる、「真」の高山の街もまた、それを見に来ることを目的としたキャンペーンなど取り組みが為されるとき、パッケージ化された商品であって、「観光のまなざし」から自由ではないということである。

では、アニメ「聖地巡礼」という行為は、「観光のまなざし」に完全に支配されているのか？ この問いに対する答えもまた「否」であるだろう。我々が、その街の「真の姿」を知ろうとする欲望は、世界を隅々まで正確に把握しようとする真理の探究、真理への欲望を基にしている。しかし、そうした「真の街の姿」は、どこにでもありそうな商店街であったり、どこにでもありそうなスーパーマーケットであったり、どこにでもありそうな学校であったりする。それは、既知の対象であって、訪問する対象とはなりにくい。現に、アニメ作品で描かれる街の姿は、どこにでもありそうな商店街であったり、どこにでもありそうなスーパーマーケットであったり、どこにでもありそうな学校であったりする。しかし、アニメ作品は、まさにそうした対象を、アニメ作品で取り上げたことによって「見るべき対象」に変えるのである。

本稿の結論は、そうしたアニメ「聖地巡礼」という行為がもたらす効果に、「観光のまなざし」からの自由への希望を見出すことであり、その方法論を見出すことである。アニメは、無限の作品があるのではなく、有限の作品の中で楽しむ行為である。だから、「与えられたものの中で楽しむ」しかない。しかし、そうした不自由さの中にも、我々は自由を見出してきた。それは、アニメ『氷菓』を取り上げたように、そもそもその作品からしてオーソドックスな「観光のまなざし」から距離をもった作品である。しかし、そうした日常の世界もまた、「観光のまなざし」の下に商品化されているとしても、そうした「観光のまなざし」を超えた実践も、また我々が実際に「聖地巡礼」を行うとき経験するのである。

「聖地巡礼」者は、現地への移動、現地での移動の際、訪問するべき「聖地」以外の地域の姿を見る。たとえば、アニメ『氷菓』であれば、もちろん移動手段によってさまざま

であるが、中心商店街や作品において舞台となった場所ではない、広範囲の地域の様子的一端を見るであろう。自動車で移動するならば、高山の街の郊外には、他の地方都市で見られるような大規模な小売店（ショッピングモール）が見られず、中心市街地と比較的バランスよく繁栄している様であるとか、郊外の観光施設群であるとか、高山市街地の拡大の様子であるとか、高速道路や幹線道路の様子などがそれには含まれよう。

また、アニメ「聖地巡礼」という行為においてでさえ、製作者や地域が想定する範囲を超えた実践がそこでは生じてくる。たとえば、アニメ『氷菓』であれば、作品内においてモデルにしたであろう場所について、様々な事情から公式には言及されず、ファンの間でのみ情報が流通している「聖地」もあるし、アニメ作品に依拠したために、言及されにくくなっている原作小説との差異や、アニメ作品では作画上のモデルとして描かれることはなかったが、原作小説においてはモデルであったと目される対象地も存在している。そうした種々の情報は、今日、インターネットを通じて、原作およびアニメ作品のファンが提供しているし、「聖地巡礼」者が実際に「聖地巡礼」を行うことによって発見できるものもある。ファンが作成し、インターネット上で流通している情報は玉石混交で、中には間違っていると思われるものもあるが、そうした様々な情報の中から、自身の「聖地巡礼」を実際の現場で組み立てていきつつ、これを切っ掛けとしてその地域を深く知ることが、こんにちのアニメ「聖地巡礼」の醍醐味であると言えるのだ。

本稿で取り扱ったアニメ『氷菓』の事例は、こんにちのアニメ「聖地巡礼」というムーブメントの一局面であるが、「観光のまなざし」との関係についての普遍的な主題が含まれていた。アニメ「聖地巡礼」に関する研究は、とかく観光学の分野において地域活性化や経済的側面からアプローチされがちであるが、筆者は映像論と作品論を抜きにしてはアニメ「聖地巡礼」という行為を語ることはできないと考える<sup>33)</sup>。なぜなら、まさにアニメ「聖地巡礼」は、制作された映像と作品世界を媒介にして成立するからである。本稿は、そうしたアニメ「聖地巡礼」論に本格的に取り組むための第一歩である。

## 文献

- Boorstin, D. J., 1962, *The Image; or, What Happened to the American Dream*, Aheneum. (= 1964, 星野郁美・後藤和彦訳『幻想の時代——マスコミが製造する事実』東京創元社.)  
 ドリルプロジェクト編, 2010, 『アニメ&コミック聖地巡礼 NAVI』飛鳥新社.

33) アニメ『花咲くいろは』(2011年)における湯涌温泉(金沢市)を中心とした「地域おこし」をきっかけとして、アニメ「聖地巡礼」の研究をはじめた由谷裕哉は、2012年の時点ですでに先行研究の論文が50本以上あったことに驚くとともに、それらの研究がいくつかの前提ないし仮説を自明としていることに驚いたと記している(由谷・佐藤 2014: 181)。由谷の主張に対し、筆者も意見を同じくするが、そうした論文を発表した研究者にはアニメファン出身者も多く、アニメ作品で描かれた光景に惹かれて「聖地巡礼」するようになる、という単純化と自明視の結果、映像論的な検討を怠り、また作品の内容や物語世界は関係ないかのような議論が一般に横行してしまったことは、遺憾である。

- 十六銀行, 2014, 「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日付け報道資料 <http://www.pref.gifu.lg.jp/kensei-unei/tokeijoho/kohyoshiryu/keizai/renkan/renkankekka2005.data/hodosiryu.pdf>)
- 柿崎俊道, 2005, 『聖地巡礼——アニメ・マンガ12ヶ所めぐり』キルタイムコミュニケーション.
- 神田孝治, 2012, 「白川郷へのアニメ聖地巡礼と現地の反応——場所イメージおよび観光客をめぐる文化政治」『観光学』7: 23-28.
- 桂島浩輔, 2007, 「米澤穂信のできるまで」, 『ユリイカ』39 (4): 140-146.
- 今井信次, 2009, 「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——埼玉県鷲宮神社奉納絵馬分析を中心に」, 『メディアコンテンツとツーリズム (CITS叢書 Vol. 1)』北海道大学観光学高等研究センター, pp. 81-111.
- MacCannell, D., 1999, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, University of California Press. (= 2012, 安村克己ほか訳『ザ・ツーリスト——高度近代社会の構造分析』学文社.)
- 増淵敏行ほか, 2014, 『コンテンツツーリズム入門』古今書院.
- 増田弘道, 2007, 『アニメビジネスがわかる』NTT出版.
- , 2011, 『もっとわかるアニメビジネス』NTT出版.
- 野村総合研究所, 2005, 『オタク市場の研究』東洋経済新報社.
- 中村信博, 2013, 「氷菓のロケ地とともに日本の歴史を紐解く旅」『ASCII.jp × ゲーム・ホビー』<http://ascii.jp/elem/000/000/796/796000/index-6.html> (2015年10月26日閲覧)
- 大石玄, 2011, 「アニメ『舞台探訪』成立史——いわゆる《聖地巡礼》の起源について」『釧路工業高等専門学校紀要』45: 41-50.
- 岡田一郎, 2014, 「アニメツーリズムと地域振興」, 『社会理論研究』15: 73-81.
- 岡本健, 2009, 「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」『メディアコンテンツとツーリズム (CITS叢書 Vol. 1)』北海道大学観光学高等研究センター.
- , 2013, 『n次創作観光——アニメ聖地巡礼／コンテンツツーリズム／観光社会学の可能性』北海道冒険芸術出版.
- 岡本亮輔, 2015, 『聖地巡礼——世界遺産からアニメの舞台まで』中公新書.
- 佐藤善之, 2009, 「いかにして神社は聖地となったか——公共性と非日常性が生み出す聖地の発展」, 『メディアコンテンツとツーリズム (CITS叢書 Vol. 1)』北海道大学観光学高等研究センター, pp. 73-84.
- 聖地巡礼委員会編, 2013, 『アニメ探訪聖地巡礼ガイド』カンゼン.
- 須藤廣, 2011, 「再帰的社会における観光文化と観光の社会学的理論」, 遠藤英樹・堀野正人編『観光社会学のアクチュアリティ』晃陽書房, pp. 3-21.
- 寺尾幸紘, 2013, 『オタクの心をつかめ——最強の購買欲をもつ顧客たち』SB新書.
- 津堅信之, 2005, 『アニメーション学入門』平凡社新書.
- Urry, John, 1990, *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Sage. (= 1995, 加太宏邦訳『観光のまなざし——現代社会におけるレジャーと旅行』法政大学出版局.) → John Urry & Jonas Larsen, 2011, *The Tourist Gaze 3.0*, Sage. (= 2014, 加太宏邦訳『観光のまなざし (増補改訂版)』法政大学出版局.)
- 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』7: 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」, 『メディアコンテンツとツーリズム (CITS叢書 Vol. 1)』北海道大学観光学高等研究センター, pp. 3-28.
- , 2011, 『アニメ・マンガで地域振興』東京法令出版.
- 由谷裕哉・佐藤喜久一郎, 2014, 『サブカルチャー聖地巡礼』岩田書院.

