

## 愛知県豊橋市での聖地巡礼を活性化させる施策の検討と提案

～「マケイン」の聖地巡礼を成功させるためには～  
豊橋創造大学 経営学部経営学科 4年

小野水月（鈴木ゼミ）

### 1. リサーチクエッション

。2024年、「負けヒロインが多すぎる！」という愛知県豊橋市が舞台となったライトノベルのアニメ化が決定した。今後、豊橋市は作品の聖地として、多くのアニメファンの来訪が予想される。本研究論文では、先進成功地域として参考になる、ラブライブ！サンシャイン！！の聖地である静岡県沼津市での成功要因を分析し、特に、アニメの持つ映像メディアの特性とファンが活用するソーシャルメディアの特性にフォーカスして、先行研究から事例研究を行い、何をどのようにすれば、豊橋市がファンから愛されるアニメの聖地になれるのか？ 豊橋市の魅力を伝える機会にするべくオリジナル施策を提唱する。

### 2. 先行研究

聖地巡礼とは、作品の舞台や作者にとって縁のある場所、思い入れのある場所を聖地としてファンが巡ることである。個人活動として行っていたものは、ソーシャルメディアの発展とともに大衆化したと思われる。

#### 2-1 映像メディアの特性

1990年代前半に作品中に現実の世界そのままの街なみが登場し始める。その理由として、大石2020は、マンガやアニメ作品自体が登場人物の心理描写を追うストーリーからビジュアルノベル形式に移行したからであるとしている。それと同時に、アニメ制作過程のデジタル化が急速に進展し、アニメ作品の背景美術として頻りに用いられるようになり、まるで写真のような細密な背景画像を描くことが可能になった。これにより、現実の世界でアニメの描写された世界を追体験できるようになった。アニメとリアルの間にいるような感覚を体感することができるようになった。

#### 2-2 ソーシャルメディアの特性

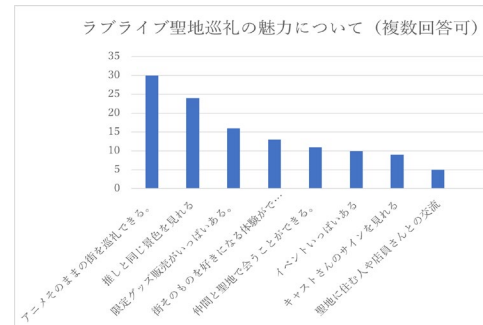
岡本2009は、ブログやSNSなどの双方向の情報コミュニケーションの活用がさらに実際の空間での人と人との交流へと展開させる大きな原動力となったとしている。個々に訪れていた聖地巡礼者が、経験を共有し、インターネット上での情報交換や情報の蓄積によって、聖地巡礼者が規範的な行動をとるようになり、マナーの良さが地元住民の理解協力につながるとしている。

### 3. 仮説

ラブライブ！サンシャイン！！では、映像メディアの特性をフル活用し、アニメによって3次元を2次元の

中に落とし込んでいる。一方、写真集や聖地沼津の広報活動時には、キャラクターが沼津の景色に溶け込むことで、2次元を3次元の中に落とし込んでいる。この2つによって2次元と3次元の境界を感じさせないことで他のアニメよりファンにとっての聖地をより特別なものにするに成功した。また、大きなムーブにするためにはソーシャルメディアの特性を活用する必要がある。これを実装することで豊橋市でも聖地巡礼が活発化するのではないかと。

### 4. 検証結果



### 5. 研究成果

ラブライバー30人に協力いただいたアンケートから、アニメが持つ映像メディアの特性をファンが楽しんでおり、聖地巡礼の魅力促進になっていることが判った。

次に160名の全国のアニメファンへのアンケート結果をテキストマイニングした結果、大きく3パターンのアニメファンに分類できた。①「2次元と3次元をしっかりと分けたいファン」：聖地巡礼をしたいという欲求がないため、訴求効果は極めて低い。②「アニメ視聴で満足しているファン」：グッズ購入金額も5000円以下と最低限であったが、行ってみたいに「はい」としている人が多かった。アプローチ次第だと思われる。③「グッズ購入金額も比較的高く、且つキャラクターへの共感性が高いアクティブなファン」：この代表がラブライバーであり、ソーシャルメディア活用やコミュニティへの所属率も高い。一種の自己実現の欲求に近い次元にいると思われる。

### 6. 考察まとめ

前述から各ターゲットを設定し魅力的な聖地巡礼ルートを作成する。このルートについても自身で作成を試みた。公共交通機関を活用し、一日で全体を巡礼可能として、安全性や市民生活への影響がなければサイクリングコースを作るのもよい。早めにアニメーション会社と原作サイドと話し合いを行い、聖地巡礼の活性化への協力を取り付ける。AR活用でキャラクターと聖地を一緒に撮れるスポットも作る等の施策を提案する。

※紙面の都合上参考文献は割愛。