

# アニメ聖地巡礼ツーリズムによる 地域活性化の提案

**背景** 少子高齢化、地方衰退化、  
社会の情報化、観光の個性化

## 日本の観光形態における変化について



アニメ聖地巡礼とは：  
アニメというコンテンツを通して醸成された地域の固有の雰囲気・イメージとしての「物語性」「テーマ性」を付加し、その物語性を観光資源として活用することである。



地域で普通の景色



アニメツーリズムという観光形態には、インターネット上でコミュニケーションを通して、コミュニティが形成されている。一方、アニメのストーリーやコンテンツの内容により、空間を超えて新しいコミュニティ感覚が形成され、地域づくりにおいての協働をすることが可能になっている。具体的には、その舞台となっている地域とアニメ上のコミュニティをつなぎ、「うち」と「そと」の住民という境界を打ち破ってリアルな世界とアニメの世界の両方で、地域の魅力に接近する仕掛けを構築することにより、新しいツーリズムのムーブメントを起こすことができる。

## アニメ聖地巡礼の効果

神社の中ファンたちがけている絵馬



アニメファンから地域ファンになる観光客



香港からの観光客が人吉の旅館でのコメント

「私が「夏目友人帳」のためにきたことを知った後に、オーナーは車で連れて晴山バス停、雨宮神社、天狗橋、毘沙門堂など遠いスポットにアニメの聖地に行きました。本当に感謝しています。あさ、ご飯を食べながら、みんなと一緒にしゃべっていた、本当によかった」と中国語でいわれました。



日本人にとっては意外な場所が1位

「夏目友人帳」の聖地巡礼に関する検索履歴を分析し、日本人にとって意外な場所が1位であることが判明しました。

順位	作品名	聖地
1位	夏目友人帳	熊本県 人吉市、高森町、上野原町 雨宮神社
2位	スラムダンク	神奈川県 横浜市 磯子区 磯子公園
3位	ワンピース	東京都 東京都 東京都 東京都
4位	僕のヒーローアカデミア	東京都 東京都 東京都 東京都
5位	東京エレクトロニクス	東京都 東京都 東京都 東京都
6位	進撃の巨人	東京都 東京都 東京都 東京都
7位	鬼滅の刃	東京都 東京都 東京都 東京都
8位	呪術廻戦	東京都 東京都 東京都 東京都
9位	ワンピース	東京都 東京都 東京都 東京都
10位	ワンピース	東京都 東京都 東京都 東京都

更新履歴: 2014年~2016年7月

「夏目友人帳」に関するクチコミ



2016年4月には、アニメ「夏目友人帳」の聖地である熊本で地震が発生し、これについて心配する声が増え、これがクチコミ件数増加の理由となっている。

観光の担い手の変化

観光会社

地域観光協会

境界なし、地域に関心を持つ人たち