

アニメの背景を探る旅

— 聖地巡礼を SNS ログデータから観察する —

磯田弦（東北大学）・田中誠也（東北大学・院）・桐村喬（東京大学）

はじめに

アニメ聖地巡礼とは、仮想のアニメ作品に登場する実在の場所を巡るというだけではなく、アニメ作品の背景や舞台に使われた場所を探しだし、聖地をつくりあげていく過程でもある。好事家のブログには、作中の地名との類似性や景観の一致性などをたよりに、アニメ作品の背景の場所を特定する考証がなされており、これがその他のマニアによって追認されている。そして、多くの巡礼者を集める場所が聖地として認知されるのである。マニアックな場所を探す活動は、個々には以前から行われてきたことかもしれないが、近年の聖地巡礼の隆盛はインターネットを介した情報交換によって支えられている。

聖地巡礼はいまや自治体や地域経済が注目するあらたな観光形態であるが、自然発生的であるがため実態把握が困難である。そこでソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）の一つである Twitter ツイッターの履歴データから聖地巡礼を観察してみた。

SNS ログデータ分析

ツイッターは日常のちょっとしたことを情報発信するミニブログであり、ユーザーによっては投稿記事（ツイート）にジオタグ（緯度経度情報）をつけて発信している。使用するデータは、2012年2月～2014年11月投稿のモバイル端末から発信されたジオタグ付ツイートのうち、一定数を超えるツイートをした約54万ユーザーのツイート約1億件である。このデータから得られる情報はユーザーID、発信日時、ツイート内容、投稿地点（緯度経度）、程度であり、ユーザー属性などは一切わからないが、データ量が多いため工夫によっては何か分かる。

（1）聖地巡礼者はどこから来ているか

聖地へ来た人がどこから来ているかを知るために、既知の聖地でツイートしたユーザーの本拠地が知りたい。そこで、ユーザーごとに投稿地点の重心を求め、そこをそのユーザーの日常生活圏とする。ただし、そもそもユーザーが旅行先でもツイートすることを前提に分析しているため、単純に重心点を求めることはできない。そこで平均値のロバスト推定法である M 推定を使用した。まず、ツイート全体から仮の重心点を求め、そこから離れた地点を外れ値とみなして改めて重心を推定、これを収束するまで繰り返す方法である。

事例とした茨城県大洗町（TV アニメ「ガールズ&パンツァー」）と滋賀県豊郷町（TV アニメ「けいおん！」）への訪問者数は、日常生活圏からの距離にほぼ反比例することがわかった。これは比較対象とした福島県会津若松市（NHK 大河ドラマ「八重の桜」）でも同様

な結果であり、これらアニメはNHK大河ドラマとそんな色のない訪問動員数があった（ただしTwitterユーザー層に限った話である）。

（2）聖地巡礼者はどこへ行くのか

どこが聖地として巡礼者を集めているのかを知るためには、だれが巡礼者であるのかを知らねばならないがそれはわからない。そこで、日本最大の同人誌即売会コミックマーケット（コミケ）参加者に巡礼者が多いと仮定して、コミケ参加者4320人（開催期間中に開催地東京ビッグサイトで投稿したユーザー）の訪問先を調べた。それら訪問先が、一般に人を集める場所ではなく聖地であることを示すには、訪問者にコミケ参加者の割合が高いことを示さなくてはならない。結局、ジオタグ付ツイートを発信する全ユーザー約54万人の日常生活圏を求め、日常生活圏外の投稿地点から訪問先を求め、市町村単位で訪問者に占めるコミケ参加者の割合を求めた。

その結果として、関東甲信越にコミケ参加者比率の高い訪問先が多く見つかったが、これはコミケ参加者が全国から来ているといっても関東からの人が圧倒的に多いからである。この分析方法は関東周辺にバイアスがかかっているかもしれないが、聖地巡礼者といえども距離の制約を受けることを考えれば、人口稠密地域とその周辺に聖地が多いのは実態に即しているのかもしれない。さて、ここまでの分析ではツイート内容は一切用いていないが、聖地らしきものが検出されれば、そこからのツイートを調べることでなぜそこが人を集めているのかがわかる。関東甲信越以外では、広島県竹原市（TVアニメ「たまゆら」）、滋賀県豊郷町（前述「けいおん！」）、石川県穴水町（TVアニメ「花咲くいろは」）青森県今別町・外ヶ浜町（TVアニメ「CLANNAD ～AFTER STORY～」）、などが検出されたが、同時に旧天北線で知られる北海道音威子府村や大井川鉄道のある静岡県川根本町も検出されるなど、聖地巡礼以外の地理的「遊び」をみることもできた。

地理的「遊び」への期待

少子高齢化と人口減少を目の当たりにしている地方の自治体は、どこでも観光による交流人口の増大に期待して各種取り組みを行っている。しかし、一般的な関心をあつめる名所・旧跡や施設のない地域では人を集めるのが大変で、くじけそうになるのである。この分析で注目したコミケ参加者は、実に多くの地域に行って情報発信をしている。ツイッターユーザーの対象期間中の訪問市町村数の中央値は、一般が6市町村であるのに対し、コミケ参加者は44市町村であった。きっかけは、聖地巡礼かもしれないし、廃墟探訪、ジオパークめぐり、かもしれないが、大多数の日常生活圏である大都市を離れて、国土の広がりを感じ、地域との縁をはぐくんで欲しく思う。地球がまるいことがわかって、探検すべき場所はまだまだたくさんあるのである。