

「ギム先輩」から「ギム爺」へ-北海道日高地方における「モデル巡礼」の様相-
青柳永規

コンテンツツーリズム・モデル巡礼・引退競走馬・ウマ娘プリティーダービー
要 旨

本研究の目的は、キャラクターコンテンツ『ウマ娘プリティーダービー』（以下「ウマ娘」と表記）のファンが北海道日高地方に点在する引退競走馬を繋養する牧場に赴くという観光行動について、既存のアニメ聖地巡礼に関する研究を基にしながら、エスノグラフィ調査から明らかにすることである。また、この点に加えて、引退競走馬を取り巻く環境について、本研究における『引退馬問題』という用語について再定義を行うとともに、フィールドである **Yogibo** ヴェルサイユリゾートファームでの取り組みが、引退馬問題や引退競走馬の現状についてどのような示唆を与えているのかも検討していく。

第1章では、本研究の目的と背景について説明する。ウマ娘を取り巻く環境について説明した後、既存のアニメ聖地巡礼とウマ娘によるファンの観光行動の相違点に触れ、本研究の目的を述べる。

第2章では、本研究の題材となるウマ娘について説明する。まず、スマートフォン向けアプリとして展開されているウマ娘の現状と、キャラクターコンテンツとしてのウマ娘の設定について概観する。そして、スマートフォン向けアプリ以外におけるウマ娘の展開について触れた後、ウマ娘と馬事産業のコラボレーション事業の展開について述べる。

第3章では、先行研究のレビューを行う。既存のアニメ聖地巡礼に関する研究について紹介した上で、ウマ娘ファンによる観光行動をはじめとした、現実世界に舞台が設定されていないキャラクターコンテンツにおいては、既存の研究のみではファンによる観光行動を説明しきれないことを述べる。それを踏まえて、現実世界に舞台が設定されていないコンテンツのファンの観光行動を『モデル巡礼』と呼ぶこととし、岡本健氏による先行研究のフレームワークを用いて、モデル巡礼の様相を述べていくことを説明する。

第4章では、先行研究のフレームワークがウマ娘のモデル巡礼ではどのように進行しているかを述べた後、このうち「アニメの視聴」から「競走馬に関する情報」を構築していく過程についての研究の成果を述べる。まず、ウマ娘のファンがなぜ競走馬の情報を得ようとするのかを、ウマ娘ファンへのインタビュー調査をもとに明らかにする。加

えて、ウマ娘キャラクターを用いて実在競走馬について紹介する二次創作イラストを投稿している坂崎ふれでい氏へのインタビュー調査の結果から、ファンによってボトムアップ的に競走馬の情報が構築されていることを述べる。

第5章では、『引退馬問題』という語について検討を行う。まず、引退競走馬の去就がどのようになっているかについての調査結果を述べた上で、経済動物と伴侶動物という概念を取り上げ、本研究における『引退馬問題』の語の再定義を行いつつ、引退競走馬の存在をそれらの概念を用いて明らかにする。また、再定義した概念では説明しきれない問題についても触れていく。

第6章では、ウマ娘のモデル巡礼における「牧場訪問行動」について明らかにするためフィールドとしたYogibo ヴェルサイユリゾートファームについて紹介する。それと同時に、Yogibo ヴェルサイユリゾートファームで引退競走馬展示と同時に行われている様々な事業から、第5章で議論した引退競走馬の取扱いについて、引退競走馬の経済動物的な側面の存在について説明する。

第7章では、Yogibo ヴェルサイユリゾートファームで実施した来場者の行動調査について取り上げる。2日間の調査によって、来場者の動線が集中しやすいかどうか、また来場者が放牧されている競走馬への程度の知識・関心を持っているかによって、来場者が牧場内でとる行動が異なっていることを示し、このことから引退馬繋養の産業化における課題の対処について展望する。

第8章では結論として、本論をまとめ、その成果を述べる。

本研究では、各章の議論によって、ウマ娘ファンによる北海道日高地方の引退馬繋養牧場への観光行動を、既存のアニメ聖地巡礼についての研究を援用しつつ、フレームワークを通して説明可能であること、またモデル巡礼が他のコンテンツに応用できれば、特定の地域を描かずとも観光行動を誘起することが可能であることを示すものである。加えて、ウマ娘ファンによるモデル巡礼により、引退競走馬に関するグッズなどの消費行動が広まることで、引退競走馬が経済動物的な側面を持つことができることも示していく。