



Title	今なぜ“観光”と“アニメ”“地域”なのか：サマーウォーズの里・信州上田から見たアニメコンテンツリズムの可能性
Author(s)	山村, 高淑
Citation	ジャパン・アニメコラボ・マーケット2009 (JAM2009) 文化庁映画週間コンベンション連携企画「アニメコンテンツによる地域ブランディング～「サマーウォーズの里・信州上田」の事例から～. 平成21年10月16日. 東京都.
Issue Date	2009-10-16
Doc URL	<a href="http://hdl.handle.net/2115/39535">http://hdl.handle.net/2115/39535</a>
Type	lecture
Note	ジャパン・アニメコラボ・マーケット2009 (JAM2009) 文化庁映画週間コンベンション連携企画「アニメコンテンツによる地域ブランディング～「サマーウォーズの里・信州上田」の事例から～. 主催：日本動画協会・JAM2009実行委員会、経済産業省、協力：財団法人日本映像国際振興協会（ユニジャパン）、日時：2009年10月16日15:00～16:30、場所：UDXシアター（東京都千代田区外神田4-14-1 秋葉原UDX 4F）
Additional Information	There are other files related to this item in HUSCAP. Check the above URL.
File Information	20091016Yamamura_JAM_Symposium_presentation.pdf (プレゼンテーション資料)



Instructions for use

The Possibility  
of

ANIME

Contents

Tourism

今なぜ“観光”と  
“アニメ” “地域”  
なのか。

～サマーウォーズの里・  
信州上田から見た  
アニメコンテンツツーリズム  
の可能性～

---

北海道大学観光学高等研究センター  
山村高淑

# なぜ「コンテンツ」が重要なのか？

- (1)「産業社会」から「情報社会」へ
  - ・「市場交換を前提とした社会」から
  - 「コミュニケーション」を前提とした社会へ
  - 「コンテンツ」の価値が極めて重要に
- (2)「双方向性コミュニケーション」の仕組み
  - ①現実世界・・・面対面の対話。
  - ②仮想世界・・・メディアを介した対話。
  - ①②の双方の利点を生かし、相互補完する
  - ①②で共有できるコンテンツが重要

# なぜ「観光」が重要なのか？

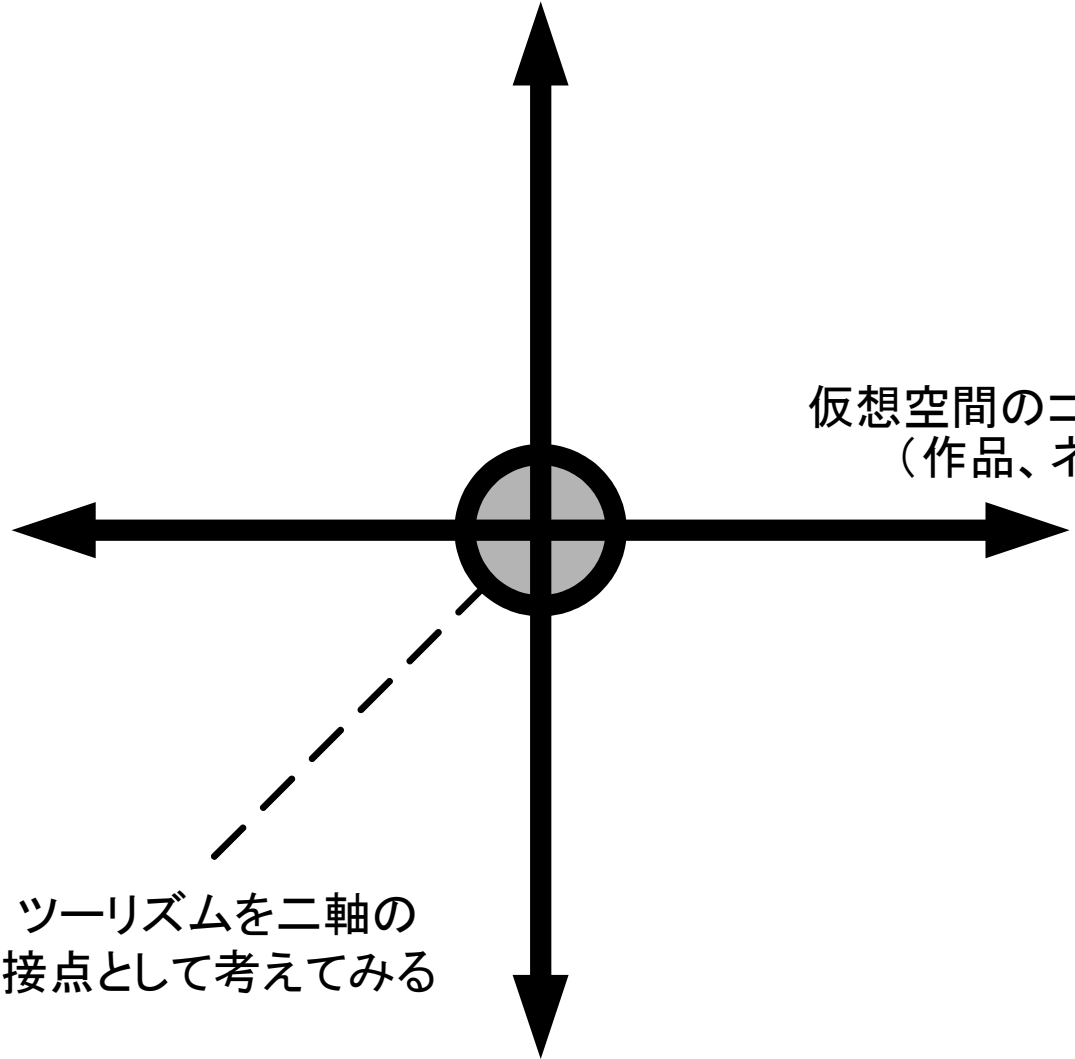
---

## (1) 観光の意味

- 観光は、事前に得た地域イメージを、現実世界の実際の空間で、自らの五感で確認する、あるいは現実空間に情報・コンテンツ(物語性)を付与する、という性格を持つ。
- 観光は本質的に、「現実世界」と「仮想世界」の接点として機能している。

現実空間のコミュニティ  
(地縁、血縁、家、歴史)

仮想空間のコミュニティ  
(作品、ネット)



ツーリズムを二軸の  
接点として考えてみる

## (2) 観光の潮流

### 【産業社会】下の発想→消費型

- ・地域資源をエージェントあるいは地域が商品化し、これを顧客としての旅行者に販売、消費させ、そこから利益を得る。

### 【情報社会】下の発想→創造型

- ・その土地・人に関わるコンテンツを現場で五感を用いて感受する行為。またそうしたコンテンツをきっかけとして、あるいは共有することで対面の交流が促進され、人・モノ・コンテンツの関係性を豊かにすること。そして、そこから新たな文化を創造すること。

### (3)地域側の事情

【人】定住人口減をカバーするための交流人口増

- ・コミュニティの再生

【モノ】「有力な観光資源(商品)を持つ」発想の限界

- ・世界遺産が無くても、良質のコンテンツがあれば勝負できる

【金】もはや巨大投資はできない財政事情

- ・既存のSmall Businessの再評価  
→小が連携することで大きな力に

特定企業の一人勝ちを避け、既存産業間に  
相互関係を生みだし、全体として統合し、  
高い付加価値を付けていく仕組みとしての観光  
→観光地域ブランディング

# アニメコンテンツツーリズムの構成要素

---

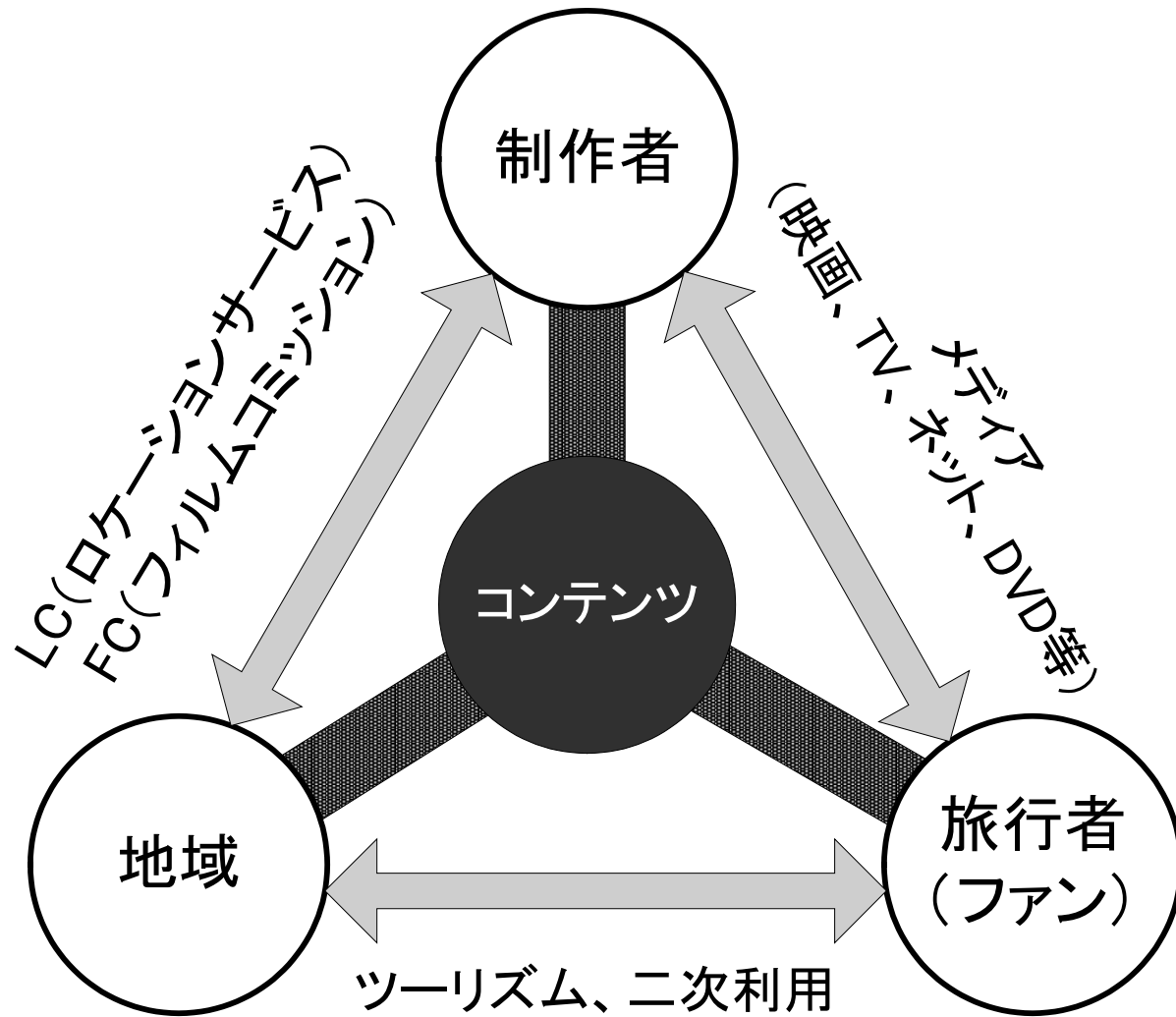
(1)地域

(2)制作者

(3)旅行者 = ファン

※共有するコンテンツとしての作品  
(作品世界、キャラクター等)





# 上 田市と『サマーウォーズ』の経験 観光地域ブランディングの観点から

---

- (1)ロケハンによる精緻な背景作画が実際の風景を観光資源化している点。
- (2)地域固有の資源(本質)を物語世界のベースとしている点。
- (3)地域の主体性と上田観光コンベンション協会(市観光課・FC)のスタンス。

# (1)ロケハンによる精緻な背景作画が実際の風景を観光資源化している点。

- 虚構世界が旅行動機を生むためには
  - アニメコンテンツを現地で可視化・感覚刺激化すること
  - “形”としてのコンテンツの“依代”が必要
- 「観光」＝「メディアで得た視覚イメージの再確認」
  - ・ 記憶や写真に残りやすい「風景」の重要性
  - ・ 『サマーウォーズ』では上田市の風景が上田市として登場
- その風景を見て、好ましい感情が想起されること
  - ・ 良質のアニメ作品の視聴を通して、劇中の体験が自らの記憶の重要な部分を占めることになる
  - ・ その結果、アニメで見た風景を「懐かしく」思う
    - 理想化された架空の「ふるさと」
  - ・ Animescape (Landscape imaged or drawn by Animated works)

## (2)地域固有の資源(本質)を物語世界のベースとしている点。

- **地域ブランディングにおける最も重要な要素**
  - ・地域固有の資源＝本物(本質)を誇りを持って評価すること
  - ・本物の核＝歴史上培われてきた文化
- **地元の誇りと作品世界の双方を損なわない描き方**
  - ・真田の歴史と作品世界の設定のリンク
  - ・「地域の誇り」と「旅行者の敬愛」の双方を生み出す要件
- **コンテンツの重層的共存**
  - ・観光資源としての魅力・磁力を増し、上田市のファン層を拡大
  - ・資源の持つコンテンツ力がより豊かに

### (3)地域の主体性と上田観光コンベンション協会のスタンス。

#### ■官民の役割分担の重要性

- ・官は著作権関係の窓口機能、民は自由な発想でものづくり
- ・共通するのは、作品が好きだという気持ち、楽しんでいる点  
(予算主義、採算主義ではない)
- ・地元からの主体的な発案を官が交渉面で支援、大きく伸ばす

#### ■既製品ではない、手作り感覚の二次利用

- ・地元の愛がファンに伝わる、旅行者の感情的な満足度を高める最大のポイント
- ・旅行者：自分が地域に受け入れられた気持ちになる

#### ■市民に作品への理解を深めてもらうことの重要性。

- ・行政チャンネルによる作品のPR
- ・Community Based Planning、Community Based Tourismという発想が重要



JR上田駅前にて



SEVEN&I HOLDINGS

映画  
信州上田へようこそ!  
「サマーウォーズ」の里

地球環境資源…私たちは大切にしています。

上田・信州ふるさとの味  
おみやげ特集  
開催中

イトヨーカドー  
←P

JR上田駅前にて  
(イトヨーカドー)

バスのりば  
上電バス JRバス関東

# 伊勢山

Iseyama

行先

菅平高原

真田

時刻表

往菅平高原	往真田
8:20	8:20
9:40	9:40
10:00	10:00
11:20	11:20
12:40	12:40
14:00	14:00
15:20	15:20
16:40	16:40
18:00	18:00
19:20	19:20
20:40	20:40
22:00	22:00

お知らせ

市内伊勢山地区にて







砥石・米山城跡駐車場にて

信州上田では、8月5日~9月30日、上田でんき館で上映

上田電鉄別所線

『サマーウォーズ公開記念切符』

発売中



(C)2009 SUMMER WARS FILM PARTNERS



お問合せ

上田市観光課 / 上田観光コンベンション協会

TEL : 0268-23-5408 FAX : 0268-23-7355

サマーウォーズの  
伊勢山へようこそ！  
夏希のふるさと陣内家  
の設定場所はここです。



上田電鉄別所温泉駅

気をつけてお帰り下さい  
又のおこしをお待ちしております

信州の鎌倉

別所温泉旅館組合

カネト醤油



上田電鉄別所温泉駅にて

# 観 光面から見た今後の課題

## どうやって継続的に展開できるか？

---

### (1) リピーターの確保

- ① 作品のファンから地域のファンへ
- ② 二次利用による更なる楽しみの提案

### (2) 新規ファンの獲得

- ① 情報源の相互リンク
- ② 原作・ロケ地情報への恒常的アクセス

### (3) 新たなビジネスモデルの必要性

- × 一人勝ち
- 三者間の利益を考えるルール

# 三者間の利益を考えるルール

## (1) 制作者サイド

地域のためにならないことは絶対にしない。

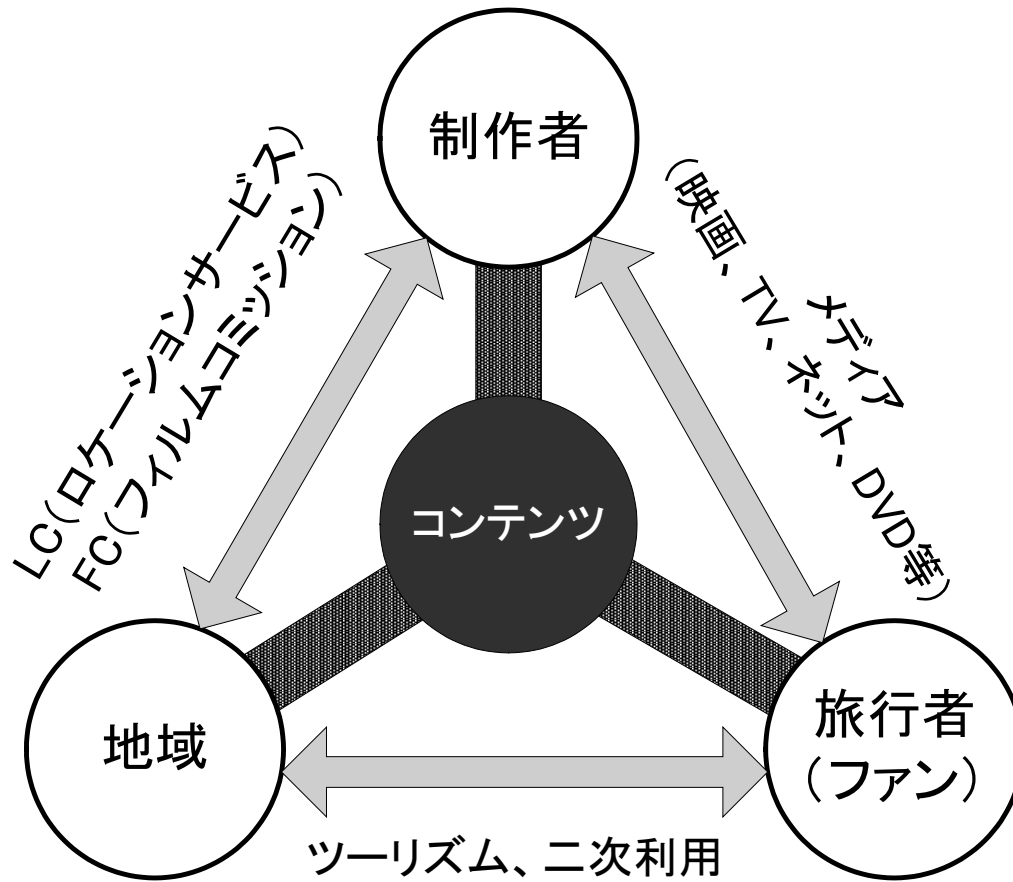
## (2) 地域サイド

原作のためにならないこと、原作の世界観、イメージを壊すようなことは絶対にしない

## (3) 旅行者（来訪者）

地域のためにならないこと、原作のためにならないことは絶対にしない。

双方を理解し、作品と地域を楽しむ。



著作権の取り扱い、三者間の協力関係、  
それぞれの窓口等を整備することで、  
三者間の距離を縮めていく  
(連携を密にしてい)ことが重要



ご清聴、誠に有難うございました。



---

山村高淑  
YAMAMURA Takayoshi  
deko@sd6.so-net.ne.jp

---