HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	趣旨説明と問題提起 : コンテンツ・ツーリズム研究の課題と可能性
Author(s)	山村, 高淑
Citation	CATS 叢書, 8, 1-16 コンテンツ・ツーリズム研究の射程 : 国際研究の可能性と課題 = The Scope of Contents Tourism Studies : Proceedings of the Symposium: “ International Comparative Research on the Spreading and Reception of Culture through Contents Tourism ” , held at Hokkaido University(15-16 March 2015).
Issue Date	2016-03-31
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/61137
Rights	© 2016 山村高淑
Type	bulletin (article)
File Information	CATS8_1Yamamura.pdf

Instructions for use

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

趣旨説明と問題提起

コンテンツ・ツーリズム研究の課題と可能性

山村高淑
北海道大学観光学高等研究センター教授

1. はじめに～研究の経緯と射程

山村です。皆様よろしくお願い致します。お手元にお配りした資料の中に，いくつか私のほうで準備させていただいたものがございます。それに沿って研究会の趣旨説明をさせていただければと思います。確認です。片閉じのもので 8 枚ほどのレジュメがございます。タイトルに「領域横断型のコンテンツ・ツーリズム論の構築に向けて」とある資料をメインにお話をさせていただきたいと思います。それに加えまして，参考資料を 3 種類配布させていただきました。1 点目は雑誌『観光とまちづくり』の記事が表紙となっている，「交流の仕組みとコンテンツ・ツーリズム」という記事です。2 点目はこちらの冊子です。観光創造専攻の西川先生を代表といたしまして，共同研究を総計で 5 年ほど行ってきましたが，そのコンテンツ・ツーリズムに関する報告書です。これは国際的に発信しようということで，日本の事例に関する調査結果を英文にして報告したものです。3 点目は『開発広報』の No.616 です。これは一般財団法人北海道開発協会が出版しているもので，この中で私どものコンテンツ・ツーリズムに関する科研費補助プロジェクトを 24-25 ページで紹介しております。

それでは「領域横断型のコンテンツ・ツーリズム論の構築に向けて」に沿ってお話させていただければと思います。まずは今回，第 3 回観光創造研究会としてお時間をいただいた，この企画の趣旨について簡単にご説明申し上げます。我々のコンテンツ・ツーリズム研究は，2010 年に北海道大学のメディア・コミュニケーション研究院にて，共同研究補助金という形で補助をいただいて，西川先生，石森先生，シートン先生，私等のメンバーで立ち上げた，北海道におけるサステイナブル・ツーリズムに関する研究会が前身です。北海道を対象にいろいろと議論を進める中で，ひとつコンテンツ・ツーリズムというジャンルが見えてきました。そして 2011 年に，シートン先生，私，現在奈良県立大学の岡本健先生の 3 名でエストニアの国際会議，European Association for Japanese Studies で，コンテンツ・ツーリズムに関する発表を行いました。そのテーマを核に，2013 年から 2014 年の 2 年間，メディア・コミュニケーション研究院から再び共同研究補助金をいただき研究を進めてきた次第です。その中の企画を JSPS の科研費に申請したところ，2014 年度から，基盤研究 A（観光学）という形で，「‘contents tourism'を通した文化の伝播と受容に関する国際比較研究」という企画を採用していただいております。5 年計画ですので残り 4 年間，この計画を進めていきます。

大きな研究のテーマですが，日本のコンテンツは現在，海外でもいろいろと話題になっています。後ほど小栗先生からも具体的なお話があると思いますが，海外で非常に人気がある日本のポップカルチャー・コンテンツが，果たして本当に日本そのもののファンを生むことにつながっているのであろうか，あるいは，各国の事例の国際比較をしたらどういうことがわかるのだろうか，このあたりを明らかにすることを大きな目標に掲げています。そして，そういったことを調べることで，ツーリズムが持つ文化的な交流の機能を明らかにし，文化的安全保障論にまで展開できないだろうか，という辺りまで射程に入れたいと考えています。

このような趣旨で本日の研究会を進めさせていただきたいと思うのですが，講師の先生方にご発表頂く前に，そもそもコンテンツ・ツーリズムとは何なのか，考えてみたいと思います。私自身もいろいろなところで「コンテンツ・ツーリズムの研究をしています」と言うと，まず皆さんに怪訝な顔をされた後，「あ，アニメの方ですね」と言われて終わってしまうのが現状なのですが（笑），それだけではない，ということを大きく 3 点ほどにまとめて説明できればと思います。

1 点目は，現代社会が抱える課題とツーリズムの役割を考えるときに，コンテンツ・ツーリズムをどう再定義し得るだろうか，という点です。2 点目は，コンテンツ・ツーリズムに関する重要な論点とは一体何なのか，という点。そして 3 点目は，コンテンツ・ツーリズムに関するこれまでの議論をおおまかに整理しておきたいと思います。

2. 現代社会が抱える課題とツーリズムの役割

まず，レジュメ 1 ページ目の「現代社会が抱える課題とツーリズムの役割」について考えたいと思います。これは以前の観光創造研究会でも申し述べたことがあるかと思いますが，現代社会が抱える課題の論点は大きく 2 点に集約できるのではないかと考えています。1 点目は歴史との断絶，世代間の断絶，そして 2 点目は国家・地域・文化間の対立です。こういった大きく 2 つの課題を解決していくためにツーリズムが重要な役割を果たし得るのではないだろうか，という大きな仮説のもと，研究を進めていきたいと思っています。

まず歴史との断絶，世代間の断絶についてですが，現在の私たちと過去の歴史は一体どのように結びつくことができるのか，あるいは結びつけることができるのか。後ほどお話いただくシートン先生は歴史学の観点からアプローチされていらっしゃいます。そういった意味でも歴史学，さらにはヘリテージ・ツーリズムといった分野も射程に含めることができるのではないかと思います。

そして 2 点目の国家・地域・文化間の対立という課題です。私たちは，文化の壁や国境を越えてどのようにコミュニケーションがとれるのか，そして他者を理解できるのか。このあたりの論点が非常に重要になると思っています。言い換えると，1 点目は新旧の接合

面，そして 2 点目は地理的な境界を越えた接合面です。この接合面というのがおそらくツーリズムの現場になるのではないかと思います。そして，そういったことをコンテンツやメディア，コミュニケーションという面から考えるのがコンテンツ・ツーリズム論なのではないかと考えています。

私自身がこうした論点を重視するに至った背景には，石森先生の観光文明論があります。そこからインスパイアされた面が非常に大きかった。具体的には，2009 年に石森先生と共著で，1 本の論文を書かせていただいたことがあります。その論文のポイントについてはレジュメの 2.2 に本当に簡単にまとめさせていただきました。石森先生が 1990 年代に提唱された観光文明論は，いわゆる情報化社会となった現在，どのように再解釈できるのだろうか。今，産業社会から情報社会へと文明的にも大きく時代がシフトしている。産業革命に端を発する産業文明・産業社会は，モノに価値が置かれ，大量生産・大量消費に価値が置かれてきた。それが情報社会になると，情報――コンテンツと置き換えてもいいと思うのですが――が重視されるようになる。さらに特徴的なのが，誰もが生産者であり且つ消費者となる時代になる。これまでの社会のように，消費することに最大の価値が置かれるのではなく，消費をしながらも情報としてのコンテンツを，コミュニケーションを通して共有していくことに価値が置かれる社会へ移行するのではないか，と考えています。そうした中で，コンテンツ，コンテンツを媒介するメディア，そしてそういったものを通して人びとが展開しうるコミュニケーション，こうした点からツーリズムを捉えることが非常に重要になるのではないだろうか。これが現在のコンテンツ・ツーリズムに関する議論の基盤となる部分だと考えています。そのため，観光の現場，観光地，旅行の目的地（destination）をメディアとして考えた時に，そこにはどのようなコンテンツがあり，どのようなコミュニケーションが成立しうるのか。こうした考え方がコンテンツ・ツーリズムを論じていくうえで重要なのではないかなと考えています。

というのも，実はコンテンツ・ツーリズムという言葉がはじめて公に使われたのは遡ること 10 年前の 2005 年になります。2005 年に国土交通省・経済産業省・文化庁が共同で『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書』を出しています。その中でコンテンツ・ツーリズムという言葉が定義されました。どう定義されているかといいますと，「地域に関わるコンテンツ」，これをあえて括弧して「（映画・テレビドラマ・小説・マンガ・ゲームなど）」としているのですが，これを「活用して，観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズム」としています。そして，「コンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージ」としての「『物語性』や『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」，とされています。現場の方からお話を伺っておりますと，おそらくこれに大きな影響を与えたのが，その 2 年ほど前に NHK の BS で放送された『冬のソナタ』が日本で大ブームを起こし，日本人の，特に女性客を韓国に大きく引き寄せた，という現象です。それを受けて，そういったコンテンツ

というものを日本でもしっかりと考えていかなければいけないのではないかという議論が本格化した，と思われます。

しかし我々は，10 年を経て，コンテンツ・ツーリズムに関する議論が深まってくる中で，さらに違った角度から新たな定義を行い，より本質的な面を見ていかなければならないのではないかと考えています。そこで私は先ほど紹介した議論も踏まえつつ，コンテンツ，メディア，コミュニケーションという概念に注目し，定義をしたいと考えています。

まずコンテンツについてですが，コンテンツ＝アニメ，コンテンツ＝マンガではなく，広義には，人間の活動が生んだ情報，または情報の組み合わせのことをコンテンツと言います。それを踏まえますと，物語や作品，そしてそれらを構成する諸要素をコンテンツと定義することができます。コンテンツ（contents）と複数形になっていることが実は重要です。

英語でコンテンツ・ツーリズムという語はもともと存在しません。コンテンツ・ツーリズムは和製英語です。こうした用語の定義については，国際共同研究チームのメンバーに，film induced tourism の著名な研究者である，オーストラリアの Sue Beeton 先生に入っていただいて，いろいろと議論をしているところです。その Beeton 先生と議論して出てきた問題は，content tourism なのか，contents tourism なのかということです。そして我々の中での結論は，複数形の contents であることが重要なのではないか，ということです。contents の中には content がいくつも含まれる。そこが非常に重要なのではないか，ということです。

たとえばアニメ聖地巡礼という現象があります。あるアニメを見て，そのアニメの舞台になった地域にファンの人たちが訪れる。その時彼らは一体何に惹かれているのか。アニメに惹かれています，というのは簡単です。しかし，アニメの何に惹かれているのかが非常に重要で，キャラクターに惹かれている人もいれば，声優に惹かれている人もいる。アニメという総合芸術作品の中に様々なコンテントが含まれていて，それが複合的に重なりあうことでコンテンツになっています。

もう 1 つ非常に重要な背景として，同じコンテンツが様々なメディアで展開するメディアミックスが進んでいるという点があります。90 年代ごろからコンテンツ産業ではコンテンツの流通・販売戦略として，あるコンテンツをマンガに載せた後，アニメーションにして，ゲームにして，というように，1 つのコンテンツをマルチユースする状況が生まれています。つまり，今やメディアとコンテンツとの関係性は，固定的ではなく非常に流動的なのです。

更に興味深いことに，全国でフィールドワークを行っていますと，例えば歴史的なコンテンツをモチーフとした現代版のゲームがきっかけとなり，ゲームファンが歴史的なスポットを訪れた結果，彼ら・彼女らがその地域の歴史自体に興味を抱くようになり，自ら進んで歴史を学んでいく，といった現象が各地で見られます。

こうした事例を見るにつけ，コンテンツを，歴史なのか現在なのか，古いのか新しいのか，といった軸で切り分けて論じていくことが意味を持たなくなってきているような気もしています。逆に言えば，古いもの，新しいものが，様々な形で結び付きながら，ダイナミックに多様なコンテンツが生まれている状況なのです。こうした状況を踏まえなければならないと思います。

こうした議論を踏まえまして，ここでは暫定的に，コンテンツ・ツーリズムを「コンテンツによって意味が与えられた場所を実際に訪れて，そうしたコンテンツを身体的に体験，経験しようとする行為」と定義しておきたいと思います。コンテンツは，何気ない場所と結びつくことで，その場所を特別な場所にする力を持っているわけです。これは歴史的なスポットだけでなく，アニメファンが訪れる場所やコスプレイヤーがコスプレの聖地として訪れる場所もそうです。我々としては，そういったものを同じ土俵に乗せながら語っていく理論を構築していきたいと考えています。

3. コンテンツ・ツーリズムに関する重要な論点

さて，定義はこれくらいにしまして，次に論点を 4 つほど紹介したいと思います。コンテンツ・ツーリズム研究を進めていく上で，どのような重要な論点があるのでしょうか。これは我々が研究チームで議論をしてきた中で見えてきたことをいくつかの論点にまとめたものです。まず 1 点目として，先ほどの話とも関連しますが，コンテンツ・ツーリズムにおけるコンテンツとは何を指すのか，ということです。これはけっしてアニメやマンガだけではないだろうと。とりわけ経済産業省を中心としたクールジャパン政策が大きく注目される中で，コンテンツ＝ポップカルチャーというイメージが非常に強くなっているという背景もあります。ただ当然のことながら歴史コンテンツも現代において消費されている。そういった状況も捉えなければなりません。先行研究として 2010 年に法政大学の増淵敏之先生がコンテンツ・ツーリズムの本を出版されているのですが，その中でコンテンツ・ツーリズムの源流は歌枕にあると，非常に興味深い指摘をされています。「物語を旅する」という言葉で増渕先生は語られているのですが，増淵先生のご指摘に基づけば，その時代ごとに「物語を旅する」形があったわけです。

先ほども申し上げましたが，コンテンツ・ツーリズムを通してポップカルチャーと文化遺産が結びつくという例が多くの現場で確認できます。ポップカルチャーと文化遺産の相性が良い，とさえ私自身は感じているところなのですが，こういったものをどう捉えれば良いのか。そういうダイナミズム，ツーリズムを通してポップカルチャーと歴史・ヘリテージが接触をする，そしてそれらが相互に作用しながら展開していくという現象を捉えていきたいと考えています。

こうした観点からひとつ具体例を挙げておきたいと思います。レジュメ 2 ページ目の最後に，「豊郷小学校旧校舎群」と書いておきました。滋賀県に豊郷町という町がありま

す。ご存じの方も多いかもしれませんが，旧校舎はウィリアム・メレル・ヴォーリズ（William Merrell Vories）による設計です。10 数年前，この建物を保存するか否かで地元が大きく揺れました。校舎の中に保存派，取り壊しに反対する住民が立てこもる事件にまで発展し，マスコミに大きく取り上げられた場所でもあります。その騒動があった数年後，同校舎が，とあるアニメーションの舞台モデルになりました。そこで何が起こったかと言いますと，アニメファンが殺到しました。そしてそうしたファンの一部から，この建築は素晴らしいと，自分たちで建築の素晴らしさを語る DVD を作ったりするような動きが生まれました。こうして同校舎の歴史的な重要性がこれまでとは全く異なる層へと全国レベルで広がっていきました。現在，建物は登録有形文化財として登録されるに至っていますが，そうした背景にアニメ作品をきっかけとした大きな世論の変化が，少なからずあったと思うのです。まさにこうしたダイナミズムを捉えていきたいと思っています。

2 点目といたしまして，先ほども触れましたが，コンテンツ・ツーリズムという語が和製英語であって，コンテンツ・ツーリズム研究は日本独自の展開を遂げている分野である，というような言われ方を近年よく耳にするようになりました。しかしながら，では具体的に，これまで欧米中心に議論されてきた film induced tourism，film tourism とどう異なるのか，という学術的なアプローチはほとんどなされていません。このあたりは国際共同研究チームとしてしっかり考えていきたいと思っています。今回お招きした岩下先生は，日本におけるフィルム・ツーリズムやコンテンツ・ツーリズムの事例をいち早く欧米に英語で紹介されてきた先駆者であり，海外で日本のフィルム・ツーリズムやコンテンツ・ツーリズムを研究する方々の多くが，岩下先生の論文を参考文献にしています。

3 点目としまして，ジャパン・コンテンツをきっかけあるいは資源としたコンテンツ・ツーリズムが世界各国で展開しているという事実です。これは非常に興味深いことなのですが，日本のコンテンツを資源として，現地の国内観光が起こっているのです。たとえば，フランスで Japan Expo というイベントが毎年開催されていますが，同イベントには，ジャパン・コンテンツを核に，フランスのみならず全ヨーロッパから人が集まっています。日本においては東京ディズニーランドや USJ（ユニバーサルスタジオジャパン）がそれに近い存在かも知れません。が，いずれにしても，そういった現象がアフリカや南米も含めて全世界で起こっています。これをどう捉えていけば良いのかも議論に含めていくべきではと思っています。これは文化の伝播と受容といったテーマにもつながります。

そして 4 点目ですが，そうした文化の伝播と受容が，結果として正しい日本の理解や日本ファンの創出につながっているのかどうか，という点です。ここではアニメファン，マンガファンと書いておきましたが，アニメ，マンガ，コスプレなどがフックとなって日本への旅行動機が醸成され，実際に訪問・交流・相互理解につながっているのか。これを調べていきたいと思っています。世界各国で今，ジャパン・コンテンツを資源としたいろいろなイベントが行われていると先に述べましたが，そういったイベントを，我々の狙いとしては五大陸くまなくピックアップして，同一のアンケート用紙でアンケート調査をして

いきたいと思っています。昨年はフランスの Japan Expo においてデータを取り，現在分析を進めているところです。

4. コンテンツ・ツーリズムに関するこれまでの議論

以上，大きくこの 4 つの論点があるのかなと考えています。最後になりますが，コンテンツ・ツーリズムに関する既往研究について，これまでの流れを大まかに整理しておきたいと思います。レジュメ 4 ページ目を御覧ください。欧米を中心に film tourism，movie induced tourism，あるいは cinematic tourism など，映像をきっかけとしたツーリズムを研究してきた流れがあり，それを包括する概念として，Beeton 先生が 2000 年に film induced tourism という概念を提示されています。そして 2004 年には岩下先生が，日本人のイギリスへの国際観光を取り上げ，どのように大衆文化メディアを通して旅行動機が醸成されているのかを博士論文にまとめられています。そして前述の通り，2005 年に国土交通省・経済産業省・文化庁によりコンテンツ・ツーリズムの定義がまとめられました。

そして，2008 年になりますと，埼玉県鷲宮町でアニメをきっかけとした，いわゆるまちおこしの動きが生まれます。それを北大のチームと現地商工会さんとで共同研究することができ，こういった現象をどう捉えるべきなのか議論が深まっていきました。ただこれは余談になりますが，私共のチームが鷲宮町商工会さんと一緒に調査報告書を出し，それを PDF にして大学の機関リポジトリ「HUSCAP」上でネット公開したところ，様々なところから学術的に扱うことへの痛烈な批判を受けました。私自身，とあるルートから，お前みたいな研究者は大学をやめたほうがいいと言われたり，2 ちゃんねるにスレッドが 4 本立ち，なぜか私の写真がどこからか流出して晒されたり致しました。これには私も相当へこみまして，正直研究を止めてしまおうかと何度も思いました（笑）。そうした際，石森先生には一貫して強く励まして頂き，我々の研究を後押ししていただきました。石森先生には本当に感謝しています。

そして，これが最新の私共研究チームの成果物になるのですが，Japan Forum という学術雑誌がございます。そちらでシートン先生を中心にコンテンツ・ツーリズムの特集号を組ませていただきました。非常に厳しい査読で，査読が終わるのに 2 年程かかったと思いますが，まずは紙媒体で刊行されました。これを機に，国際的にも議論を深めていければと考えています。付録として，レジュメ 6 ページ目後半部分に，科研費の計画内容をまとめました。お時間のあるときにお目通しいただければと思います。

いずれにしても，コンテンツ・ツーリズムは非常に新しいテーマで，どこまで私共の力で展開できるのか甚だ不安ではございますが，是非会場の皆様方のお知恵を拝借しながら，あるいはご助言，お力添えいただきながら，着実な成果をあげていきたいと思っています。

そして理論的な部分以上に，これまでの理論や理屈では把握できないような現象が，今実際に現場で起こっています。私共もそれをフォローアップするので精一杯というところもあります。しかし，現場で起こっていることにこそ，やはりツーリズムの真実や本質が隠されているのではないか。勿論，理論的に先行研究を整理することは必要ですが，過去の先行研究に縛られることで，今起こっている現象のダイナミズムを逆に縛ってしまうことにならないよう，謙虚さを持って現場で情報をつぶさに集めつつ，整理していきたいと思います。

今日は年度末のお忙しい中，講師の先生方にお集まりいただき，ご講演いただけますことを，本当に有り難く感じております。どの先生方もそれぞれのジャンルで最新の取り組みをされていらっしゃいます。多様な角度から様々な知見をご教授いただけるものと，心から楽しみに致しております。まずは講師の先生方，会場にお集まり頂きました先生方に，心から御礼を申し上げます。以上，簡単ではございますが，趣旨説明ということでお時間をいただきました。今日明日二日間，どうぞよろしくお願い申し上げます。ありがとうございました。

【当日配布資料】領域横断型のコンテンツ・ツーリズム論の構築に向けて
～国際共同研究の意義と可能性について～

山村高淑（北海道大学観光学高等研究センター）

1. はじめに

今回の研究会では、2014 年 4 月より 5 カ年計画で始まった科研費補助研究（基盤 A）「'contents tourism'を通した文化の伝播と受容に関する国際比較研究」のメンバーが中心となり、コンテンツ・ツーリズム研究の枠組みの提示、国際共同研究のこれまでの成果、今後の可能性と課題について発表を行うとともに、関連分野の実践家の方をお招きして現場の実態についてもお話をお伺いします。

日本の「コンテンツ」が、どのように国境を超え伝播し、受容され、ツーリズムを生み出しているのか、そしてそうした現象は真の日本ファンを生むことにつながっているのか、各国事例の国際比較を通して明らかにするという本研究プロジェクトの大きな目標の達成に向け、今回は「コンテンツ」とはどのように捉えるべきものなのか？「コンテンツ・ツーリズム」はどのように定義すればよいのか？関連する論点は何か？等、基本的な論点を整理できればと思います。

2. 現代社会が抱える課題とツーリズムの役割、コンテンツ・ツーリズムの再定義

2.1 現代社会が抱える問題を解決していくうえでツーリズムが果たし得る役割…二つのリンクを生む機能

① 歴史との断絶、世代間の断絶という課題

→現在の私たちと、過去の歴史は、どのように結びつくことができるのか？

② 国家、地域、文化の対立という課題

→現在の私たちと、現在の他者は、文化の壁や、地域や国境を越えて、どのように結びつくことができるのか？

- **この二点を、「コンテンツ」「メディア」「コミュニケーション」の面から考えていくのが「コンテンツ・ツーリズム論」ではないだろうか。**

2.2 観光文明史的視点から

- 「産業社会」から「情報社会」へという、文明史的な転換期
- 産業革命に端を発する、生産者が大量の商品を生産し、消費者がそうしたモノやサービスを大量に「消費」することに価値が置かれた「産業社会」から、情報＝コンテンツそのものが重視され、誰もが情報の生産者であり消費者となり、且つそうした情報の生産・消費以上に、コミュニケーションを通して「シェア（共有）」していくことに価値が置かれる「情報社会」への移行。
- こうした情報社会においては、次の三要素から現象を捉えることが重要となる。すなわち、第一に「コンテンツ」、第二にそうしたコンテンツを媒介する「メディア」、そして第三に、メディアとコンテンツによって人々が展開し得る「コミュニケーション」。
- 地域や場所をメディアとして、どのようなコンテンツが人々の交流を生み出しているのか。そうした観点でツーリズムを捉えることが重要に。

2.3　コンテンツ・ツーリズムの再定義

①　国交省・経産省・文化庁による定義（2005 年 3 月）

- 「コンテンツツーリズム」とは、「地域に関わるコンテンツ（映画、テレビドラマ、小説、マンガ、ゲームなど）を活用して、観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズム」。その「根幹は、地域に『コンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・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」（国土交通省・経済産業省・文化庁 2005, p. 49）。※同報告書では、「コンテンツツーリズム」と「・」無しで表記。

②　再定義（山村 2015）

- コンテンツ・ツーリズムとは、「コンテンツ」「メディア」「コミュニケーション」という概念に注目した、情報社会におけるツーリズムの考え方。
- **「コンテンツ」…人間の活動が生んだ情報または情報の組み合わせ。「物語」や「作品」そしてそれらを構成する諸要素（物語性、キャラクター、ロケーション、サウンドトラックなど）**この定義に依れば、フィクション、ノンフィクションを問わず、神話、伝承、史実もコンテンツであるし、文芸や演劇も、さらには写真、映画、マンガ、アニメ、ゲームなどもコンテンツとなる。
- こうした**コンテンツは、場所と結びつくことで、何気ない場所を特別な場所にする力を持つ。**
- **「コンテンツ・ツーリズム」…こうしたコンテンツによって意味が与えられた場所を実際に訪れ、当該コンテンツを身体的に実感・経験しようとする行為。**
- 現在、アニメやマンガを活用した観光振興をコンテンツ・ツーリズムと呼ぶ例が多く見られるが、あくまでもそうした例はコンテンツ・ツーリズムの一部。この点に注意するためにも、コンテンツのジャンルを冠して、例えばアニメ・コンテンツ・ツーリズム、というように表記していくことが今後大切になるのではないか。

3.　コンテンツ・ツーリズムに関する重要な論点（これまでのチーム内での議論）

①　コンテンツ・ツーリズムにおけるコンテンツとは何を指すのか？コンテンツ・ツーリズムの本質とは何か？

- 2005 年の国交省・経産省・文化庁による定義（前掲）。
- これを踏まえつつも、コンテンツ・ツーリズムは何世紀も前から存在していたとする議論。例えば、歌枕を題材に旅をする行為をコンテンツ・ツーリズムと捉える。**「物語を旅する」**（増淵 2010）。
- 「ポップカルチャーのテーマ性と物語性に特に注目した、ツーリズムに関連するポップカルチャーのあらゆる側面を含む日本的概念」＝“popular cultural tourism”（Beeton, Yamamura and Seaton 2014）
- コンテンツ・ツーリズムを通して、ポップカルチャーと文化遺産が結ぶつく例（ポップカルチャーと伝統工芸品、祭りとの融合事例）が多数現れる。ポップカルチャーのみに注目するのではなく、ポップカルチャーと歴史・ヘリテイジコンテンツとの接触と、ツーリズムを通したダイナミックな反応こそ注目すべきポイントではないか？（ジャン 2014）
  →ポップカルチャーコンテンツとヘリテイジコンテンツがリンクすることで、ヘリテイジコンテンツが再活性化…豊郷小学校旧校舎群

- コンテンツ＝「人間の活動が生んだ情報または情報の組み合わせ」＝「物語や作品、そしてそれらを構成する要素（物語性、キャラクター、ロケーション、サウンドトラックなど)」
  →「ツーリズム」＝「交流」＝「コミュニケーション」
  →コミュニケーションにおけるメディアとコンテンツという考え方
  →ある物件、場所、地域をメディアと考え、どのようなコンテンツが何気ない場所を特別な場所に変えるのか、そしてどのようなコンテンツが交流を通して人と人を結ぶのか、を考えるべきでは。
  →「ヘリテージ・ツーリズム」などその他のツーリズム研究領域や、「歴史学」、「コミュニケーション論」など関連領域を結ぶ、コンテンツ・ツーリズムの新たな定義の可能性。

② これまで欧米中心に議論されてきた film-induced tourism (Beeton 2000) と、2007 年頃から日本で急速に注目を集めるようになった contents tourism とは、どのような共通点、差異を持つのか？もしそこに「日本的特性」なるものがあるのならば、それは何なのか？

- コンテンツをきっかけとして旅行動機が醸成され、現地でそうしたコンテンツを追体験、実体験（physical experience）するという点では同じ（Beeton, Yamamura and Seaton 2014)。
- 日本のコンテンツ・ツーリズムにおける旅行者の能動的で創造的な行動様式については、観光まちづくり論の中で、「旅行者参加型まちづくり」の文脈で語られることが多い。こうした旅行者の特性は、しばしば、生産消費者的性格を強く持つオタク文化の延長線上で語られることが多い（eg:オタク・ツーリズムなど)。ではそうした特性は日本特有のものなのか？
- 日本における現段階でのコンテンツ・ツーリズム研究は、国内事例を、コンテンツと地域との商業的タイアップの観点、もしくは旅行者の旅行行動・消費行動の観点から語るものが大半であり、国際比較研究はほとんど行われていない。
- しかし、こうした旅行者の能動的・創造的行動様式は、欧米のコンテンツ・ツーリズム現象でも確認されている。例えば Star Wars Fan が Tunisia で行ったロケセットの修復募金、作業など。
- その一方で、現在の日本のファン文化のルーツを考えるとき、江戸期に活発化した「連」や、黄表紙におけるパロディ文化、歌舞伎における「趣向」や「ないまぜ」といった文化との関連性が取り上げられることも（山村 2011)。日本文化論に関連研究の蓄積→参考にする必要あり。

③ Japan contents をきっかけ・資源とした domestic tourism が諸外国（5 大陸全て）において急速に活発化している。これを文化の伝播と受容、tourism の面からどうとらえるべきか？

- そもそも TDL や USJ などはこのテーマパークという形をとった典型例。現在はイベント系が圧倒的に多い。
- Japan Expo、台北駅の地下街、etc.

④ ではそうした文化の受容が、正しい日本の理解、日本ファン創出へとつながっているか？アニメ、マンガ、コスプレ等がきっかけ（フック）となって、日本への旅行動機が醸成され、実際の来訪、交流、相互理解へとつながり得るのか？

- 各国 Japan contents event でのアンケート調査の実施

・ 日本国内のツーリズム現象においても類似の論点が既に 2008 年頃からある。例えばアニメの舞台地・ロケ地を巡る「聖地巡礼」が、実際に当該地域の歴史や文化資源への理解を促進し、当該地域のファン・サポーターを増やすことにつながっているのかどうか、についての一連の研究（北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チーム 2009）。

4. コンテンツ・ツーリズムに関するこれまでの議論（本研究 PJ の観点から）

① Beeton, Sue, 2000, “It’s a Wrap! What Happens After the Film Crew Leaves? An Examination of Community Responses to Film-Induced Tourism,” N.P. Nickerson, R.N. Moisey and K.L. Andereck eds., *Conference Proceedings, TTRA National Conference - Lights! Camera! Action!,* Burbank, CA: TTRA National Conference. 127-36.

「映像が誘発するツーリズム」に関する、欧米におけるこれまでの議論を整理し、体系化。movie-induced tourism、cinematic tourism、film tourism、set jetting、TV tourism など、過去の一連の研究が扱ってきた範囲を包括する概念として、film-induced tourism という語を提示。

② Iwashita, Chieko, 2004, *Media Construction of the UK as a destination for Japanese tourists*, PhD thesis of The University of Surrey, UK.

日本人の英国への国際観光を事例に、メディアが構築する日本人旅行者にとっての旅行目的先としての英国を論じる。大衆文化メディア（映画、テレビ番組、文学）の日本人旅行者への影響の程度、大衆文化メディアの役割等について分析。

③ **国土交通省・経済産業省・文化庁，2005，『「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査」報告書』.**

「コンテンツツーリズム」という語が政府によって初めて使われた報告書（同報告書 p. 49）。「観光立国行動計画」を踏まえ、各地域の観光振興策のひとつとして、「映画、テレビドラマ、小説、まんが、ゲームなど」を「活用して、観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズム」を提唱。アニメを活用したまちづくりについては、水木しげるロード、水木しげる記念館（境港市）、石の森章太郎萬画館ほか（石巻市）、アンパンマンミュージアムほか（高知県）を例示。

④ **山村高淑，2008，「アニメ聖地の成立とその展開に関する研究：アニメ作品『らき☆すた』による埼玉県鷲宮町の旅客誘致に関する一考察」『国際広報メディア・観光学ジャーナル』No. 7，pp. 145-164.**

アニメ作品『らき☆すた』の TV 放送をきっかけとして、アニメファンが作品の舞台地（埼玉県鷲宮町）を訪れる「聖地巡礼」行為を事例として取り上げ、地元商工会が、来訪するファン、著作権者の双方と良好な関係を築いていったプロセスを現地調査により報告。地域コミュニティ＋旅行者＋地域外企業の三者による協働型の地域振興の可能性を指摘した。

⑤ **北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チーム，2009，『メディアコンテンツとツーリズム：鷲宮町の経験から考える文化創造型交流の可能性』，CATS 叢書第 1 号，北海道大学観光学高等研究センター.**

観光学高等研究センターと鷲宮町商工会との 1 年間にわたる、アニメをきっかけとした観

光の動態に関する共同研究成果報告書。来訪者への詳細なアンケートを実施するなど、具体的データを提示。これをきっかけに鷲宮町にて、地域と共同で観光創造フォーラムを 2 回実施。一方で、一時、こうしたテーマを学術的に扱うことへの痛烈な批判も受ける。

⑥ **岡本健，2010，「現代日本における若者の旅文化に関する研究――アニメ聖地巡礼を事例として」『旅の文化研究所 研究報告』19，pp. 1-19.**

アニメ聖地巡礼に関する詳細なフィールドワークを行い、アニメ聖地巡礼行為を旅行者行動論、旅の文化論として整理。旅行中だけでなく、旅行前、旅行後における行為、とりわけインターネットを介した聖地情報に関するコミュニケーションのあり方も含め論じた点に特徴。また聖地を見つけ出しその情報を拡散させる先導的な旅行者と、そうした情報に追随する旅行者が存在するという構造も明らかにしている。

⑦ **増淵敏之，2010，『物語を旅するひとびと――コンテンツ・ツーリズムとは何か』彩流社.**

コンテンツ・ツーリズム論を総論的に構築しようと試みた初めての書籍。『北の国から』、大河ドラマ、『冬のソナタ』、「水木しげるロード」、『らき☆すた』、司馬遼太郎、藤沢周平、サザンオールスターズ、ご当地ソング、吉田修一といった幅広い「コンテンツ」を取り上げ、そうした「コンテンツ」がきっかけ、資源となって、どのようにツーリズムが生まれているのか、論じている。特筆すべきは、国内でのコンテンツ・ツーリズムの起源を、平安時代における「歌枕」（和歌に歌われる地名）を巡る旅にまで遡っている点（増淵 2010：29）。

⑧ **堀内淳一，2010，「歴史コンテンツの受容と消費者の意識――『新選組』コンテンツに関する調査報告」『コンテンツ文化史研究』6：58-72.**

単独のメディアではなく、複数のメディアにおける同一コンテンツの横断的展開に着目することで、「歴史コンテンツ」の受容と消費者の意識を解き明かそうと試みた論文。同論文内で、コンテンツ・ツーリズムという語は用いられていないが、昨今の「歴史ブーム」の主要なプレイヤー3 者（歴史ファン、コンテンツ産業、自治体）の関係性を取り上げ、その良好な関係性のあり方について論じている。

⑨ **山村高淑，2011，『アニメ・マンガで地域振興――まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発法』東京法令出版.**

アニメーションがきっかけとなったツーリズムに焦点を絞り、埼玉県鷲宮町、長野県上田市、宮城県白石市の 3 事例を通して、製作会社の声・立場も踏まえつつ、地域社会・コンテンツファン（旅行者）・著作権者の関係性構築のあり方を分析＝コンテンツツーリズムのためのトライアングルモデル。コンテンツツーリズムを切り口として、観光まちづくり、地域振興を再定義。

⑩ Beeton, S., T. Yamamura and P. Seaton, 2013, “The Mediatisation of Culture: Japanese Contents Tourism and Pop Culture,” Jo-Anne Lester and C. Scarles eds., *Mediating the Tourist Experience: From Brochures to Virtual Encounters*, Farnham: Ashgate, 139-54.

日本における「コンテンツ・ツーリズム」概念を英語圏に初めて紹介した章。日本におけるコンテンツ・ツーリズム研究の動向の紹介、関連する現象の整理、欧米におけるこれまでの film-induced tourism に関する議論との比較、などを行っている。

⑪ **コンテンツツーリズム学会，2014，『コンテンツツーリズム入門』古今書院.**

2011 年に設立されたコンテンツツーリズム学会の会長、増淵法政大学教授を中心に同学会の理事・メンバーがまとめた全 8 章の教科書。「アニメ」、「映画」、「テレビドラマ」、「小説」、「ご当地ソング」、「ご当地アイドル」、「アイドルステージ」「市場調査」の 8 章からなる。コンテンツ業界からのアプローチを多く含む。

⑫ Seaton, Philip and T. Yamamura, 2015, 'Japanese Popular Culture and Contents Tourism', *Japan Forum* : DOI:10.1080/09555803.2014.962564 (13 Dec 2014).

英文学術雑誌における初の contents tourism 特集。標題は、4 つのケーススタディをとりまとめた特集の巻頭論文。本編は、「歴女とヘリテージツーリズム」（須川）、「幕末の歴史コンテンツ」（シートン）、「コンテンツ・ツーリズムとコミュニティ」（山村）、「オタクの旅行行動」（岡本）の 4 本。コンテンツツーリズムとヘリテージツーリズムの関係性を探るという方向性が見える。

5. 科研費基本データ（2015 年 3 月現在）

基盤研究(A)（一般）観光学

'contents tourism' を通した文化の伝播と受容に関する国際比較研究

～pop culture による文化的安全保障論の構築を目指して～

研究課題番号：26243007

2014 年 4 月～2019 年 3 月（5 カ年計画）

- プロジェクトリーダー（代表者）：フィリップ・シートン（北海道大学）
- 分担者：山村高淑（サブリーダー。北海道大学）、山田義裕（北海道大学）、西川克之（北海道大学）、岡本健（奈良県立大学）、須川亜紀子（横浜国立大学）
- 協力者：スー・ビートン（豪ラトローブ大学）、張慶在（ジャンギョンゼ、北海道大学）、クロチルド・サブレ（仏リール大学）、リチャード・シドル（北海道大学）

【研究の目的】

本研究の目的は以下の二点です。第一に、コンテンツツーリズムをポップカルチャーの伝播と受容の側面から捉え直すことを通して、そうしたツーリズムが他者理解に果たす役割を明らかにすること。第二に、これを踏まえて、日本の置かれている地政学上とりわけ国際的な相互理解が求められている東アジア地域に着目し、日本のコンテンツをきっかけとしたコンテンツツーリズムが、日本の文化的安全保障に向けてどのような可能性と課題を有しているのか考察を行うこと。なお、本研究は以下に詳細を記すように、本研究チームがこれまで数年来、国際的にも先駆的に実施してきた国内外のコンテンツツーリズムの動向調査の成果を、学際的・国際的研究として大きく発展させることにより実施されます。

【研究の背景】

日本においては、2003 年の小泉内閣による観光立国宣言、2006 年の「観光立国推進基本法」の成立など、21 世紀の国家政策の柱の一つとして「観光」が位置付けられ、産官学をあげて観光産業の育成や観光を通した地域づくりの取り組み・研究が進められてきました。そうした中で、マスツーリズムに代表される従来型の

観光のあり方が、時代・社会の要請に十分対応できていないことが指摘されています。つまり、情報社会化の進展に伴い、モノから情報=コンテンツへ価値の重点がシフトしていくなかでの、観光資源のあり方、観光という仕組みのあり方の再定義が問われるようになっているのです。こうした文脈から新たな観光のあり方を提言した代表的な報告が、2005 年に国土交通省・経済産業省・文化庁が共同で作成した「映像等コンテンツの製作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書」でした。すなわち、「地域に関わるコンテンツ（映画、テレビドラマ、小説、マンガ、ゲームなど）を活用して、観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズム」のことを「コンテンツツーリズム」と定義しました。本研究におけるコンテンツツーリズムも、アニメ・マンガに関するものだけでなく、こうした広義の定義に従います。

こうして、現在、日本では、コンテンツツーリズムの創成と振興に向けた様々な取り組みが各地で推進されるようになってきていますが、こうした取り組みは各自治体が試行錯誤を繰り返している段階で、情報共有や、成果の分析・評価、汎用性の高いモデル化等はほとんど行われていないのが実情です。また、観光研究分野はじめ関連する学術分野においては、やっとコンテンツツーリズムが研究対象として取り上げられるようになってきたばかりであり、学術的研究蓄積はほとんどないのが実態です。さらにこうした数少ない先行研究も、国内事例を対象に、地域振興論やまちづくり論、旅行者行動論としてアプローチされているものがほとんどであり、日本のコンテンツが海外へどのように伝播し、当該国民に受容され、そして日本への旅行行動を誘発しているのか、そしてそうしたツーリズムが他者理解をどのように促進し得るのか、というコンテンツの国際伝播・受容、文化的安全保障の観点から論じた研究はほとんどありません。

また、海外においても、これまで映画やドラマゆかりの地（ロケ地や映画スタジオなど）を巡る旅を，film induced tourism（映画によって誘発される旅）と呼んで取り扱うことが多かったのですが、近年では film tourism（フィルムツーリズム）という呼称も普及し、日本の「観光立国推進基本計画」（2007 年）でもニューツーリズムのひとつとして取り上げられています。しかしながらコンテンツツーリズムという観点から体系的になされている研究成果は、内外いずれにおいても、新たな概念ということもあり存在していません。また、コンテンツツーリズムに含まれるアニメやマンガ、ゲームなどを活用したツーリズムと、従来のフィルムツーリズムとの類似点と相違点についても、未だ本格的な議論がなされていません。

実態としても、広く海外では日本のポップカルチャー・コンテンツが評価・支持されており、作品の舞台となった場所等、そうしたコンテンツとゆかりのある日本の土地を訪れる外国人旅行者は増加傾向にあります。とりわけ、東アジア地域からのこうした旅行者が増えていることは、近隣諸国と様々な政治的懸案を抱えている日本にとって、文化的安全保障を構築していくうえでコンテンツツーリズムが果たし得る役割を示唆しており、極めて重要な政策的意義を持つものと考えられます。

本研究はこうした学術的、社会的背景を踏まえ、以下の二点を明らかにすることを大目的とします。第一に、コンテンツツーリズムをポップカルチャーの伝播と受容の側面から捉え直すことを通して、そうしたツーリズムが他者理解に果たす役割を明らかにすること。第二に、これを踏まえて、日本の置かれている地政学上とりわけ国際的な相互理解が求められている東アジア地域に着目し、日本のコンテンツをきっかけとしたコンテンツツーリズムが、日本の文化的安全保障に向けてどのような可能性と課題を有しているのか考察を行うこと。なお、本研究における「ポップカルチャー」の定義は、外務省「『ポップカルチャーの文化外交における活用』に関する報告」（2006 年 11 月 9 日）に従うものとします。すなわち、「一般市民による日常の活動で成立している文化」で、「庶民が購い、生活の中で使いながら磨くことで成立した文化であって、これを通して日本人の感性や精神性など、等身大の日本を伝えることができる文化」を指します。

文献

Beeton, Sue, 2000, Beeton, S., 2000, “It’s a Wrap! What Happens After the Film Crew Leaves? An Examination of Community Responses to Film-Induced Tourism,” N.P. Nickerson, R.N. Moisey and K.L. Andereck eds., *Conference Proceedings, TTRA National Conference - Lights! Camera! Action!*, Burbank, CA: TTRA National Conference. 127-36.

Beeton, S., T. Yamamura and P. Seaton, 2013, “The Mediatisation of Culture: Japanese Contents Tourism and Pop Culture,” Jo-Anne Lester and C. Scarles eds., *Mediating the Tourist Experience: From Brochures to Virtual Encounters*, Farnham: Ashgate, 139-54.

北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チーム，2009,『メディアコンテンツとツーリズム：鷲宮町の経験から考える文化創造型交流の可能性』, CATS 叢書第 1 号，北海道大学観光学高等研究センター.

堀内淳一，2010,「歴史コンテンツの受容と消費者の意識――『新選組』コンテンツに関する調査報告」『コンテンツ文化史研究』6: 58-72.

Iwashita, Chieko, 2004, *Media Construction of the UK as a destination for Japanese tourists*, PhD thesis of The University of Surrey, UK.

ジャンギョンゼ，2014,『観光空間の構造とオーセンティシティに関する研究：多層的「ネットワーク」空間とオーセンティケーション概念を中心に』北海道大学博士学位論文（観光学）.

国土交通省・経済産業省・文化庁，2005,『「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書』（2005 年 3 月）.

コンテンツツーリズム学会，2014,『コンテンツツーリズム入門』古今書院.

増淵敏之，2010,『物語を旅するひとびと――コンテンツ・ツーリズムとは何か』彩流社.

岡本健，2010,「現代日本における若者の旅文化に関する研究――アニメ聖地巡礼を事例として」『旅の文化研究所 研究報告』19, pp.1-19.

Seaton, Philip and T. Yamamura, 2015, ‘Japanese Popular Culture and Contents Tourism’, *Japan Forum* : DOI:10.1080/09555803.2014.962564 (13 Dec 2014).

山村高淑，2008,「アニメ聖地の成立とその展開に関する研究：アニメ作品『らき☆すた』による埼玉県鷲宮町の旅客誘致に関する一考察」『国際広報メディア・観光学ジャーナル』No.7, pp.145-164.

山村高淑，2011,『アニメ・マンガで地域振興――まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発法』東京法令出版.

山村高淑, 2015,「交流の仕組みとしてのコンテンツツーリズム～21 世紀型の観光まちづくりを考える～」『季刊　観光とまちづくり』平成 27 年新年号（通巻 518 号）, 公益社団法人日本観光振興協会, pp.36-38.