



Title	コンテンツツーリズムと聖地観光の現状
Author(s)	山村, 高淑
Citation	まんが・アニメによる観光誘客セミナー「あのわけ。～あの町が聖地になった理由を私たちは考える。～」 .平成27年11月17日. 鳥取県米子市.
Issue Date	2015-11-17
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/60217
Type	lecture
Note	まんが・アニメによる観光誘客セミナー「あのわけ。～あの町が聖地になった理由を私たちは考える。～」 .開催日時：平成27年11月17日（火）, 会場：ガイナックスシアター ホール Ann, 主催：米子ガイナックス株式会社, 鳥取県.
Additional Information	There are other files related to this item in HUSCAP. Check the above URL.
File Information	20151117yamamura presentation.pdf ()



[Instructions for use](#)

まんが・アニメによる観光誘客セミナー

「あのわけ。～あの町が聖地になった理由を私たちは考える。～」

11月17日 @ ガイナックスシアター ホールAnn

コンテンツツアーリズムと

聖地観光

の現状

山村高淑 北海道大学観光学高等研究センター

「コンテンツツーリズム」

「ポピュラーカルチャーのコンテンツ（テーマ性や物語性、登場人物など）がきっかけ・動機となる旅行行動で、そのコンテンツと関わりのある地域や場所を訪れ、登場人物の人生や感情を追体験したり、印象に残る場面を再現・再演したりすることで、作品世界と自分との一体化（作品の内部化）を図る行為」（山村2013）

【第一段階】 コンテンツによって誘発される（コンテンツをきっかけ、資源とした）ツーリズム

【第二段階】 コンテンツを共通言語とした交流、相互理解

「観光」の意味の変化

- 産業社会から情報社会へ
（モノから情報へ価値観がシフト）
- 情報化社会だからこそ重視される、
「コミュニケーション」「メディア」
「コンテンツ」
- 「観光産業」から「文化交流産業」へ
- 「観光」から「文化交流、異文化相互尊重」へ

そもそも「観光」の本質とは？

- 他者を通して自己を再認識するプロセス
→1.4

なぜ

「まんが・アニメ聖地巡礼」
と「観光・地域振興」
が結びついたのでしょうか？

《Film Experienceを生み出す3+2の要素》

★基本要素（聖地）

- ①【プロット】筋書き、テーマ性、物語性。以下の項目の背景・理由となる神聖な「物語」
…作品
- ②【キャラクター】具体的イメージとしての人格を持ったキャラクター
…登場人物など
- ③【セッティング】舞台。求心力のある場所
…舞台、ロケ地、ゆかりの場所

★継続性を担保する要素（巡礼と祭り）

- ④【身体性】上記を体感できる仕掛け、共有された作法、行動様式
…聖地巡礼、再演写真、共有
- ⑤【周期性】継続性。日時を決めて周期に開催される行事、それに向けた作業
…イベント、祭り

《地域コミュニティを維持する3+2の要素》

★基本要素（聖地）

- ①【プロット】筋書き、テーマ性、物語性。以下の項目の背景・理由となる神聖な「物語」
…神話、歴史、伝承
- ②【キャラクター】具体的イメージとしての人格を持ったキャラクター
…かみさま
- ③【セッティング】舞台。求心力のある場所
…神社・寺、学校、公民館など

★継続性を担保する要素（巡礼と祭り）

- ④【身体性】上記を体感できる仕掛け、共有された作法、行動様式
…聖地巡礼、祭礼、儀礼
- ⑤【周期性】継続性。日時を決めて周期に開催される行事、それに向けた作業
…農作業、祭など

地域の抱える根源的課題＝共同性の弱体化・喪失

- 場所・地域への帰属意識と協働関係
 - コミュニティ再生の必要性
- 歴史的には「宗教」がこうした体系を維持
 - なぜファンは自発的に「聖地」「巡礼」という宗教用語を用いるのか？→「聖性」
- なぜ旅なのか？画面の前ではだめなのか？
 - 「身体性」が重要
 - プロット、キャラクター、セッティングを体感する作法、行動様式
- 「聖地巡礼型まちづくり」はなぜ祭り結び付く？
 - マンガやアニメが5つの要素を提供
 - 地域・ファン・製作者に受け入れられた事例
 - 周期性の担保「来年またここで！」

1.2 コンテンツツーリズム ふたつの議論の流れ

- ① 日本政府や地方行政による、文化外交、国家ブランド戦略、輸出産業振興策、地域産業振興策としての、「コンテンツツーリズム」（2005年～）、「クールジャパン」（2010年～）

→p.6

- ② こうした施策とは全く関係なく、**大衆文化**、**市場原理**の中でコンテンツを生み出している
まんが・アニメ産業。と同時にファン文化が生んだ「アニメ聖地巡礼」+信頼・協働関係
→日本の強み、同人文化、「まちおこし」へ

※大衆文化としてのコンテンツツーリズム →p.3

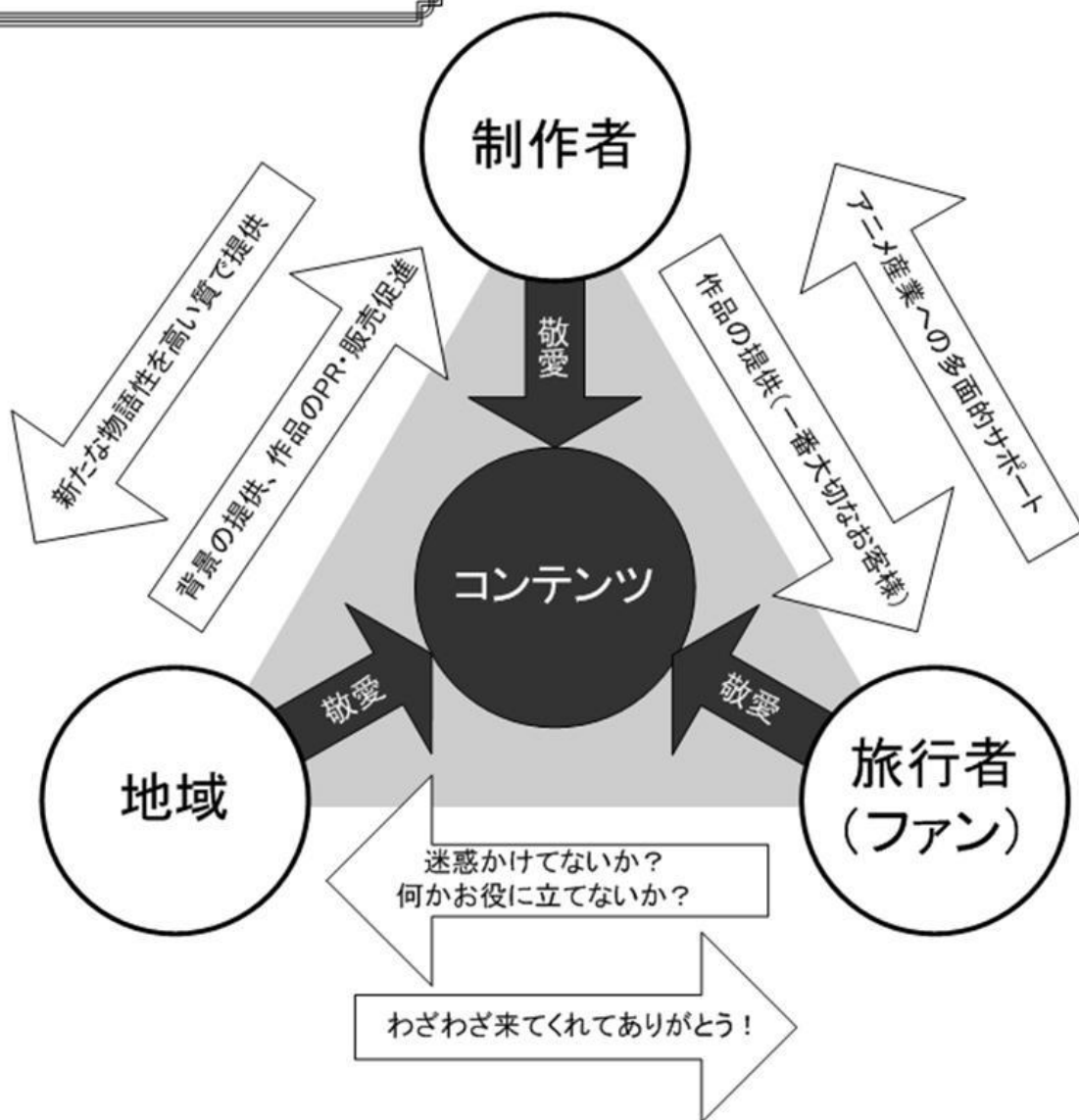
アニメツーリズムのためのトライアングル・コンセプト

地域が作品の価値を高め、
作品が地域の価値を高め、
ファンが作品・地域の双方を
楽しむ関係性が大切。

コンテンツを核として
相互関係・協力関係を生み出し、
地域と作品双方の
付加価値(ブランド力)を
高めていくこと。

そうすることによって
ツーリズムを通して
三者それぞれが自己実現を
目指したり、持っている資源を
より豊かにしたりすること
を目指す。

＝「観光まちづくり」



ファンの視点で
考えてみると

1.3 ファンから見た「アニメ聖地」とは

- (1) アニメ作品の舞台地・舞台のモデル地・ロケ地など、またはその作品・作者・出演者・制作会社等に関連する土地。
- (2) ファンが作品へのオマージュを捧げることが出来る場所。作品世界を体で実感・経験できる場所。
- (3) 誰が何と言おうと、大切なものを大切にと言える場所、好きなものを好きだと言える場所、それが許される場所。

1.3 ファンから見た「アニメ聖地」とは

- (1) アニメ作品の舞台地・舞台のモデル地・ロケ地など、またはその作品・作者・出演者・制作会社等に関連する土地。
- (2) ファンが作品へのオマージュを捧げることができる場所。作品世界を体で実感・経験できる場所。
- (3) 誰が何と言おうと、大切なものを大切だと言える場所、好きなものを好きだと言える場所、それが許される場所。

1.3 ファンから見た「アニメ聖地」とは

- (1) アニメ作品の舞台地・舞台のモデル地・ロケ地など、またはその作品・作者・出演者・制作会社等に関連する土地。
- (2) ファンが作品へのオマージュを捧げることができる場所。作品世界を体で実感・経験できる場所。
- (3) 誰が何と言おうと、大切なものを大切にと言える場所、好きなものを好きだと言える場所、それが許される場所。

1.3 ファンから見た「アニメ聖地」とは

- (1) アニメ作品の舞台地・舞台のモデル地・ロケ地など、またはその作品・作者・出演者・制作会社等に関連する土地。
- (2) ファンが作品へのオマージュを捧げることが出来る場所。作品世界を体で実感・経験できる場所。
- (3) 誰が何と言おうと、大切なものを大切にと言える場所、好きなものを好きだと言える場所、それが許される場所。

とっとりの強みと課題 →p.4

強み、面白さ:

- 先駆的取り組みがなされている点。
- クリエーター、製作者が核である点。
クリエイター自身が地域からコンテンツ発信。
そして産官の協力体制が強力である点。

課題、可能性

- 逆に、ファン主導型、住民主導型聖地ののびしろはある。
ファン、住民が参加できる仕組みを。
- 舞台型聖地 < クリエーター型聖地 という特性
※現状では舞台型は残念ながら東京周辺が強い。
(ロケハンがしやすい、観光で見た場合も巨大な商圈があるetc.・・・)
- クリエーター＋ファンが聖地を生んでいくという原点。
(クリエイター不在の聖地が多い中、鳥取はこの点で大きな可能性がある。水木先生、青山先生・・・)

とっとりの強みと課題 →p.4

- 現在は、大都市部が切り捨てた資源（風景、人のつながり、歴史・文化とのつながり）が地方に残り、それがとてつもない価値を持つ時代。従来の負の部分が正の資産に
- アニメ聖地巡礼はまさにそうした動きの先鋭的・先駆的事例。
- ファンを大切にしつつ、産×ファン×官＋住民のつながりを強め、射程を世界に据えて地方から世界にダイレクトに情報発信を。
- 同じ志を持つ地方が県を越えてつながることも重要（アニメがつなぐ関係もあり）

ご清聴誠に
有難うございました。

山村高淑

<http://yamamuratakayoshi.com/>