HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	ポストコロナ・ウィズコロナのアニメ聖地 : トライアングルモデル再考
Author(s)	山村, 高淑
Issue Date	2020-07-04
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/78856
Type	lecture
File Information	20200704_Yamamura_Youtube.pdf

Instructions for use

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

新型コロナウイルスの流行で…

- 人の移動・往来の制限
- イベントの自粛・延期・中止
- 経済活動の制限・自粛

→人・もの・お金の流れが止まる（アニメの製作自体も止まる）

→直接会う・触れ合う機会がなくなる

① アニメ聖地の多くは、比較的小規模な商店街や温泉街など。
【地元経済への甚大な打撃、どう回復できるのか】

② ファンと地元の皆さん、クリエイターの皆さんとの直接交流・触れ合いの機会の激減。【どうやって、つながりを保持できるのか】

③ クリエイターの皆さんへの経済的打撃
【コンテンツ製作をどう回復するのか】

新型コロナウイルスのパンデミックが世界に提起した課題

- 集中から分散へ。過密と過疎の問題。地球環境と共存していくうえでの適正な規模（移動様式・居住様式・労働様式）の見直し。
- どう適正規模へ回復させられるか、人間らしい暮らし・生業・移動をどう考え、どう回復するのか…持続可能な小規模観光・地場産業

① 最重要市場としての地元（地産地消）…地域の≪産業≫と≪コミュニティ≫の基盤の適正規模をどう考え、どう構築するのか？

② 観光や地域振興のサプライチェーンの再考…特定のマスマーケットに過剰に頼る構造から市場リスクの分散へ。地域の生産者と消費者が直接つながる構造とは？

③ 信頼度の高いつながり…信頼性の高い交流・つながり、情報やお金の流れ（ビジネス）をオンライン・オフラインの双方でどう生んでいけるのか？。

西宮市新池（2008、筆者撮影）

◘　「聖地」＝ファンにしかわからない記号

◘　風景の「聖地化」＝ある風景が、特定の人々にとって特別な意味を持つようになること

- ファン以外の一般の方にとっては全く何気ない風景が、ファンには特別な、かけがえのない風景に見える、というイマジネーションによる風景の「錯覚現象」。

＝「朝比奈ミクル」効果。

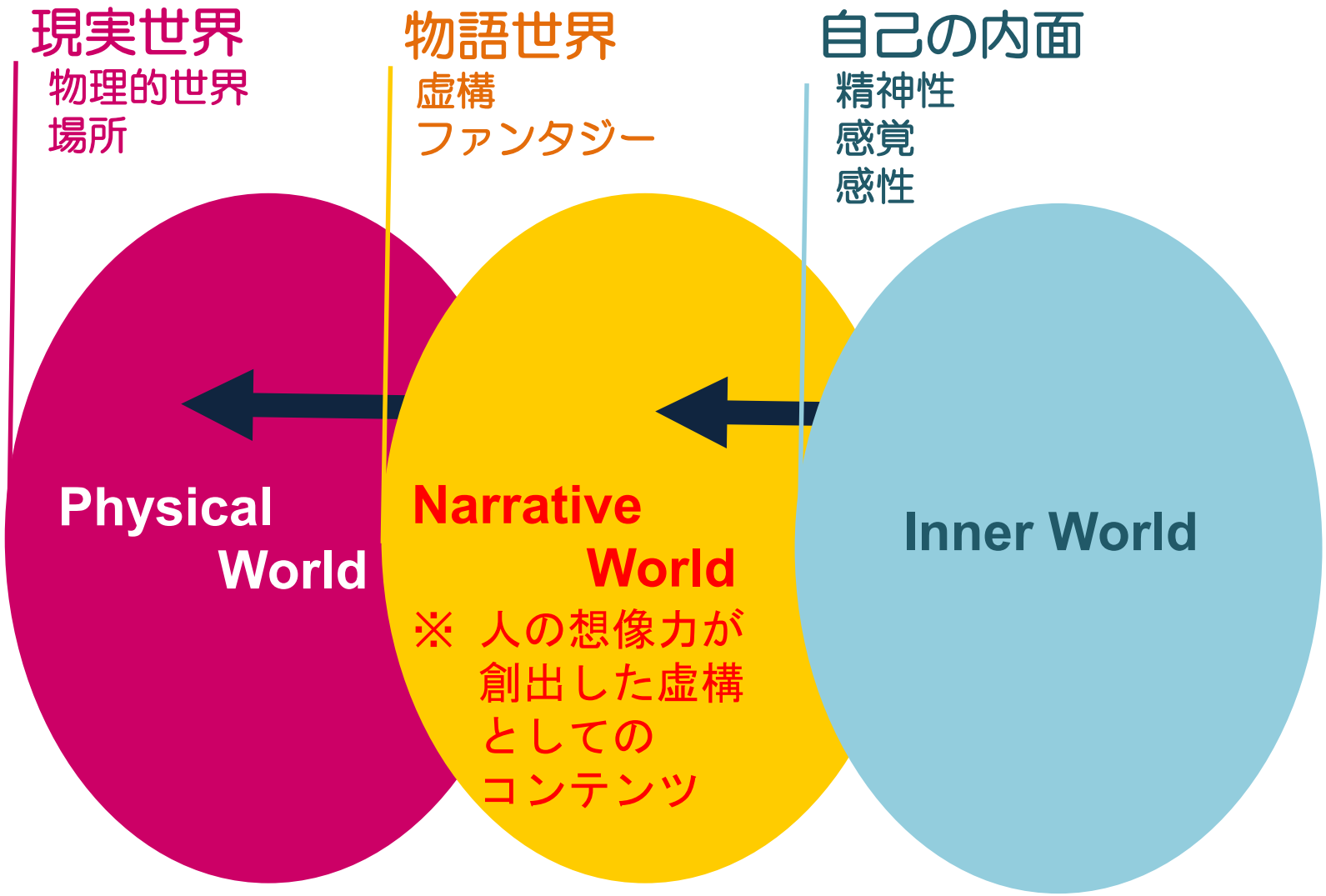
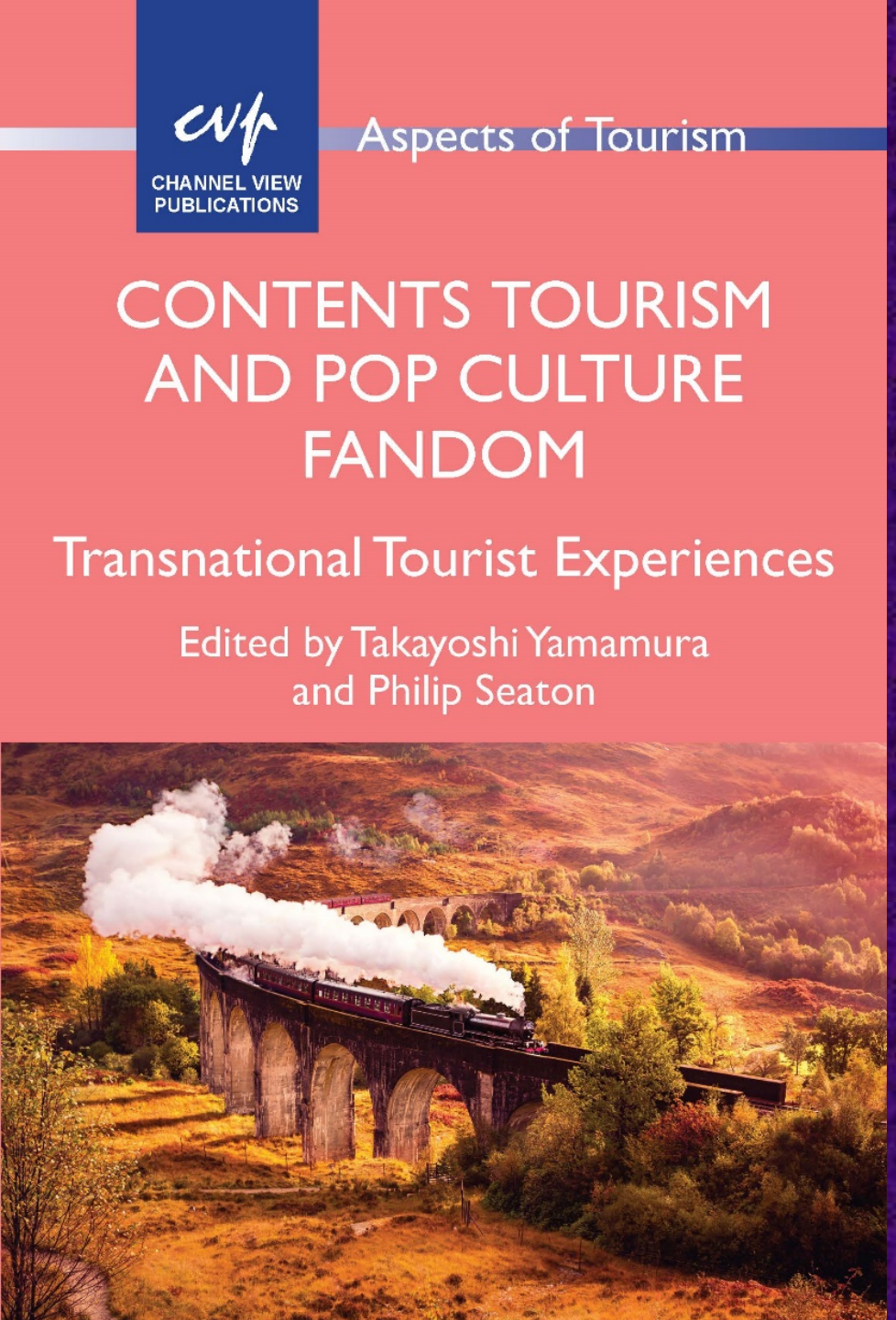


図: イマジネーションによる３つの世界の重ね合わせからみたコンテンツツーリズム実践モデル

tourism imaginary

イマジネーションによる３つの世界の重ね合わせ。
場所のメディア化

- 物語世界を通して現実世界を認知する。
- 物語世界を現実世界を通して経験する＝内在化する。
- 虚構と現実、イマジネーションと物理的世界とのダイナミックな相互作用。



コンテンツツーリズム（contents tourism）

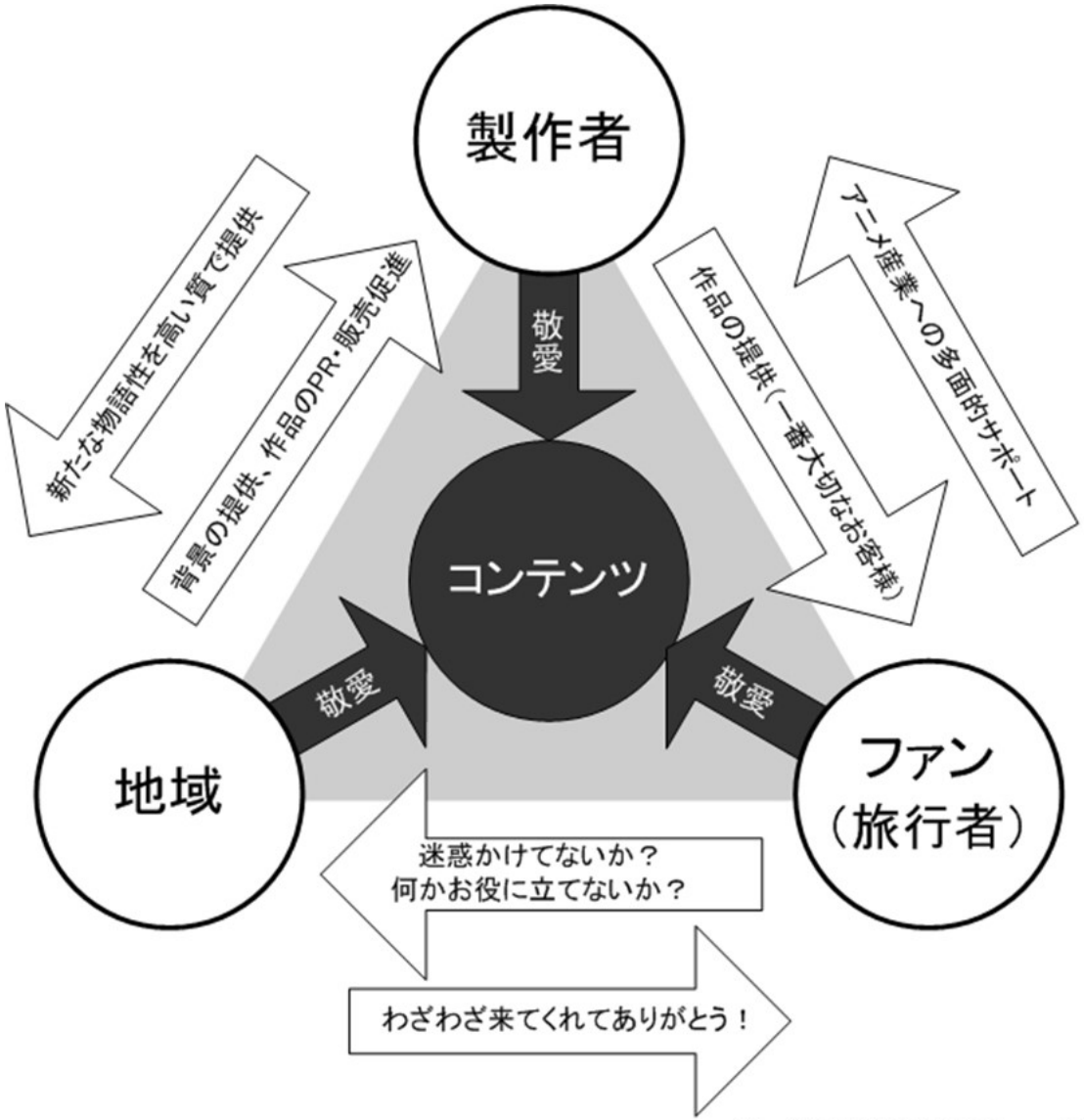
「ものがたり、キャラクター、舞台（ロケーション）など、ポピュラーカルチャー作品を構成する創造的要素（創作物）によって、全体的にあるいは部分的に、動機づけられた旅行行動。なお、ここでいうポピュラーカルチャー作品とは、映画、テレビドラマ、マンガ、アニメ、小説、ゲームなどを含む」。

（Seaton, Yamamura, Sugawa-Shimada, Jang 2017: 3）

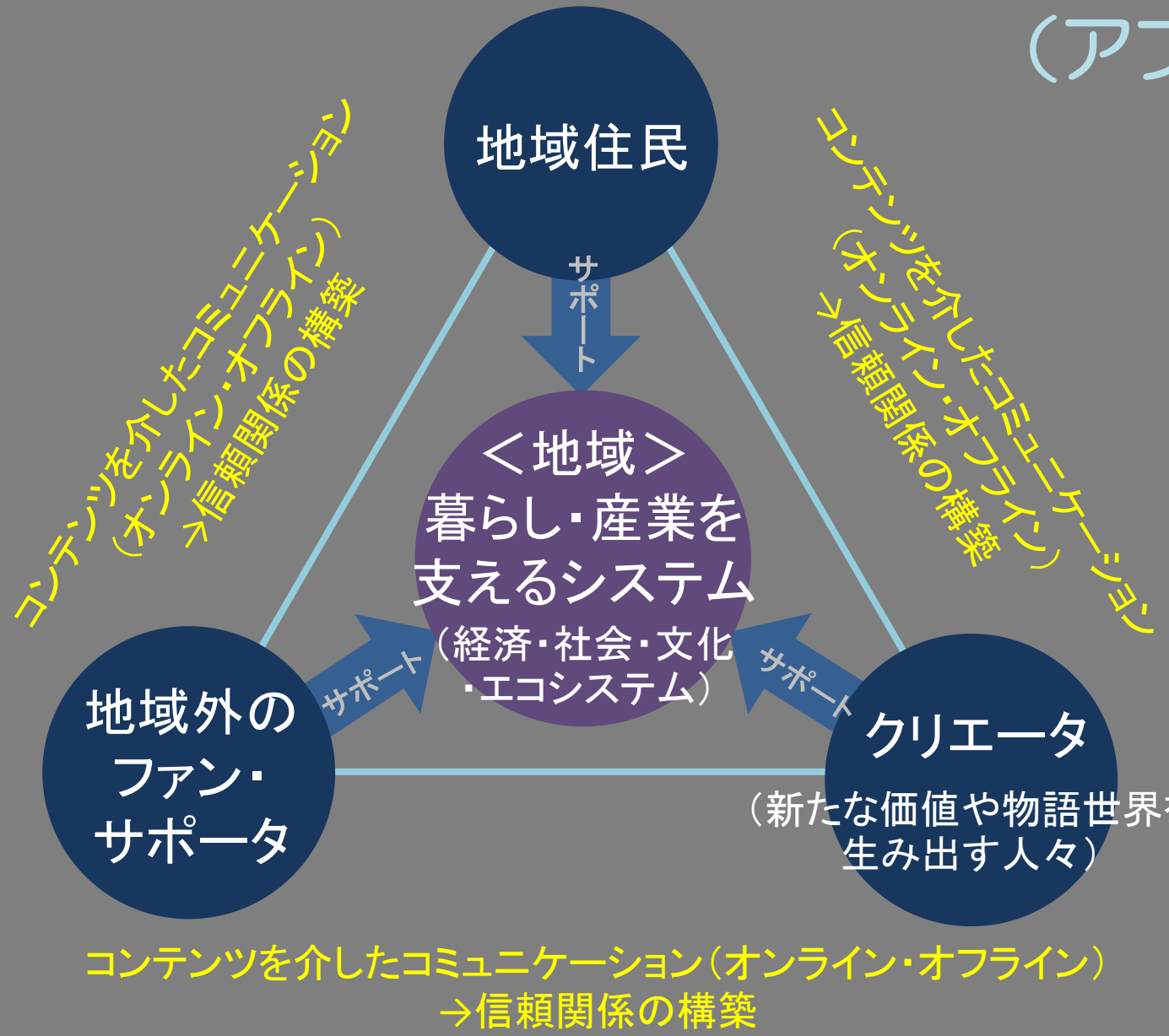
「コンテンツツーリズムとは、コンテンツによって動機づけられた、一連のダイナミックなツーリズム実践である。コンテンツツーリズムにおいて旅行者は、＜コンテンツ化＞を通して絶えず拡張する＜物語世界＞にアクセスし、それを身体化しようと試みる。そして、そうした実践においては、非常にしばしば、旅行者自身が、物語世界の再構築・再コンテンツ化のプロセスに参画する。」

（Yamamura 2020）

「聖地のトライアングルモデル」の再考（2011版）



「聖地のトライアングルモデル」の再考
（アフターコロナ版）



東京一極集中ではない
様々な地方の
多様なアクターが
「信頼関係」を構築し
「適正な規模」で
つながっていくモデル

オンラインorオフライン
ではなく、多様なコミュ
ニケーションツールをう
まく使い分けながら、良
好な関係性を維持して
いくこと→「多様なつな
がり」