



# HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	アニメ・マンガが変える地域振興～サブカルチュラル・ツーリズムのすすめ～
Author(s)	山村, 高淑
Description	第9回観光創造フォーラム「サブカルチャーとツーリズム、そして次世代の地域振興」プレゼンテーション. 平成22年6月27日. 洞爺湖町.
Issue Date	2010-06-27
Doc URL	<a href="https://hdl.handle.net/2115/43208">https://hdl.handle.net/2115/43208</a>
Type	lecture
File Information	20100627 Yamamura Presentation.pdf



洞爺湖温泉誕生100年記念事業委員会  
北海道大学観光学高等研究センター 共催

観光創造フォーラム

サ

スカルチャーと  
ツーリズム、  
そして次世代の地域振興

# アニメ・マンガが 変える地域振興

Encouragement of  
~サブカルチュラル・ツーリズムのすすめ~  
Sub-Cultural  
Tourism

北海道大学観光学高等研究センター  
山村高淑

# はじめに

- 【国内】サブカルチャーを活用した地域振興への注目と期待
- 【国外】高い評価と支持を得る日本のアニメ・マンガ
  - 海外の若い世代の来日動機にも
- **依然として強い偏見の存在**

☆ 地域とアニメコンテンツが結びつくことで何が可能なのか？

☆ 「文化資源」「観光資源」「まちおこしのきっかけ」としての可能性と課題

**海外から見た日本の魅力は  
寺社仏閣だけではない。**

**実は日本人自身が日本の魅力に  
気付いていないのです。**

**次世代を担う若い人々を動かす  
「磁力」としての  
「サブカルチャー」を  
「文化資源」のひとつとして  
しっかり認識すべきときでは。**

# アニメとツーリズムをめぐる 近年の議論

- ① 地域
- ② 製作者
- ③ 旅行者(ファン)

## 【地域側のニーズ】

- ・人：少子高齢化・過疎化。  
→観光による交流人口増に期待
- ・物：物見遊山から体験、交流へ。  
→物語性(コンテンツ)重視。
- ・金：巨大投資は無理。  
→既存資源の連携で大きな力を生む発想が重要。

## 【製作側のニーズ】

- ・産業構造の変化、人材の海外流出、利益率向上の必要性。

→多角的なコンテンツ展開モデルの構築が急務。

- ・地域との連携に期待＝観光産業。

(a) コンテンツ展開のパートナーとしての地域

(b) 作品の販売促進パートナーとしての地域

## 【旅行者(ファン)のニーズ】

- ・趣味の多様化、ネット普及により  
観光情報の流通が多様化

- メイン・マス不在

- 自分にとって大切な物語を希求

- 情報化するほど現実空間も必要

※独自の世界観を地域に付与でき、  
インターネットユーザーとの親和性  
も高いアニメコンテンツに注目が  
集まる。

この背景には、  
社会全体、  
産業全体の  
大きな変化がある。

## ★「産業社会」(18世紀～20世紀)

- ※商品の市場交換を前提とした社会
- ※大量生産・大量消費
- ※生産と消費の分離



## ★「情報社会」(21世紀)

- ※インターネット革命
- ※コミュニケーションを前提とした社会
- ※従って、コンテンツを共有できるかが重要に
- ※多様化・分散化・分権化
- ※生産と消費の再統合

## ★産業社会下の観光

※地域資源をエージェント・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。



## ★情報社会下の観光

※コンテンツを共有することで対面の交流が促進され、人・物・コンテンツの関係性を豊にすること。そしてそこから新たな文化を創造すること。

「消費型」→「体験型」→「交流・創造型」

## ★社会は「規格化」から「多様化」へ

- ・もはや何がメインか特定するのが難しい社会へ
- ・「文化の多様性」を重視する社会へ
- ・人々の移動も活発化

## ★二つのシナリオ

- ・排他・差別・対立・衝突
- ・寛容・交流・相互理解

## ★「創造的な社会」とは

- ・違いと多様性があるからこそ、交流が生まれ、新たな文化が創造される。

「文化の多様性は、交流、革新、創造の源として、人類に必要なものである。この意味において、文化的多様性は人類共通の遺産であり、現在及び将来の世代のためにその重要性が認識され、主張されるべきである」

(UNESCO「文化的多様性に関する世界宣言」2001)

- 関係性が多様になればなるほど、交流と協働、さらには生き方の選択肢は増える。これこそが「社会・文化的な豊さ」。
- 地域がデザインすべきなのは「観光」という仕組みを通して、「違い」と「多様性」を平和裏に「交流(コミュニケーション)」に導き、コラボレーションという「関係性」を創りだしていくこと。

## 観光を通じた掛け算 多様性の交流から何を創造するか？

- ①「古くからあるもの」×「新しいもの」
- ②「地域に住む人」×「地域外の人」
- ③「若者」×「高齢者」
- ④「地域」×「製作者」×「ファン」

成功事例はこの四つの掛け算を行っている。  
→ 鷺宮の事例

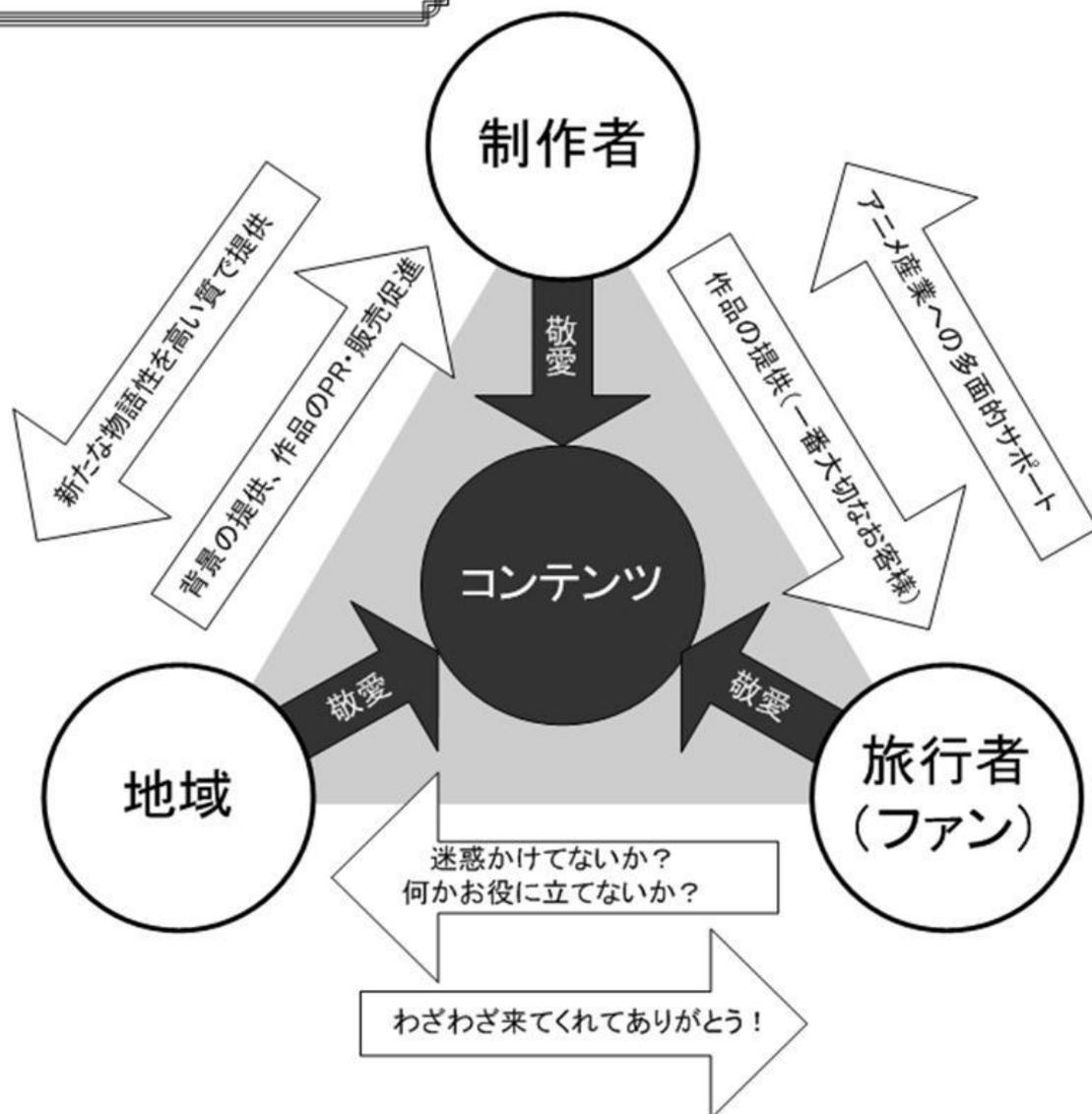
## アニメツーリズムのためのトライアングル・コンセプト

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」



☆アニメ・マンガも、他の文化資源・自然資源同様に、交流のきっかけあるいは共有する物語の「ひとつ」。

☆地域の人、旅行者、製作者のそれぞれが、作品に対する「敬意」と「愛情」を持って接することができれば、こうした交流からより豊かな人間関係が生まれ、地域は新たな文化を創出することが可能になります。

☆そのためには、他者や異文化、少数者に対する偏見をなくし、常に相手方に敬意を払い、利益を共有し合う関係性を、時間をかけて丁寧に構築していくことが大切だと思います。

☆そして小さなことでも、できることからひとつずつ着実に実行していくことが重要なのではないのでしょうか。

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

---