



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	何が聖地巡礼を生み出すのか？：フィクションにリアリティを与える《二つの力》について
Author(s)	山村, 高淑
Description	第1回言語表現メディア研究会「コロナ禍のなかの表現：フィクションと現実の交流はどこに向かうか」2020年6月19日. オンライン開催. 主催：言語表現メディア研究会（代表：西岡亜紀立命館大学文学部教授）.
Issue Date	2020-06-19
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/78666
Type	conference presentation
File Information	20200619_yamamura.pdf



第1回言語表現メディア研究会 2020年6月19日

何が聖地巡礼を 生み出すのか？

フィクションにリアリティを与える
《二つの力》について

山村高淑（北海道大学）
YAMAMURA Takayoshi
Hokkaido University, Japan

今、私の取り組んでいる研究テーマ
「聖地巡礼」をめぐる問い

虚構（fiction）の物語世界（narrative world）が、なぜリアルな観光目的地や旅行実践を生んでいくのか？

...コンテンツツーリズム・アプローチ
（contents tourism）

CONTENTS TOURISM AND POP CULTURE FANDOM

Transnational Tourist Experiences

Edited by Takayoshi Yamamura
and Philip Seaton



虚構の物語世界が、なぜリアルな観光目的地や旅行実践を生んでいくのか？

「コンテンツ・ツーリズムという一連の実践行為」 として捉える研究

- ① メディアを通じたコンテンツの視聴→
- ② コンテンツ（フィクション）とオリジナルの相互参照→
- ③ 現地での身体的体験を通して、ある場所に特別な意味を付与・タグ付け（聖地化）→
- ④ コンテンツの再構築、体験のメディア化→
- ⑤ 再構築されたコンテンツがさらなる旅行動機を喚起

アニメ聖地を生む《二つの旅の力》

【① クリエイター】 原作あるいは企画という「物語世界」をアニメというメディアの物語世界へと再構築・変換（コンバート）...ロケハンという旅。



【② 視聴者】 コンテンツの消費→自由なイマジネーション・妄想力・見立てと旅行実践により、物語世界と場所を結び付け、旅行目的地化していく。...ファンによる相互参照型の旅。



聖地で起こる《二つの境界溶融》



【二つの境界があいまいに】

① 《クリエイター》と《消費者》の境界

ファンによって再構築された物語世界も更に場所と結びつき新たな旅行実践を生んでいく循環（コンテンツ化）を生む。

② 《虚構》と《現実》の境界

虚構の世界の内在化が連続することにより、現実化（文化遺産化＝ヘリテージ化）していく。

では、世界のいろいろな事例を通して

- アニメ聖地を生む《二つの旅の力》
- 聖地で起こる《二つの境界溶融》

の実態について見てきたいと思います。

アニメ聖地を生む《二つの旅の力》

【① クリエイター】 原作あるいは企画という「物語世界」をアニメというメディアの物語世界へと再構築・変換（コンバート）...ロケハンという旅。



【② 視聴者】 コンテンツの消費→自由なイマジネーション・妄想力・見立てと旅行実践により、物語世界と場所を結び付け、旅行目的地化していく。...ファンによる相互参照型の旅。



メディアミックスと越境するコンテンツツーリズム

1989 マンガ『攻殻機動隊』(作:士郎正宗)

→架空の都市「新浜市(New Port City)」が舞台。

1997 PlayStationゲーム『攻殻機動隊 GHOST IN THE SHELL』

1995 劇場アニメ『GHOST IN THE SHELL / 攻殻機動隊』(監督:押井守)

→2029年の近未来都市を描くために監督が香港ロケ

2002, 2004, 2006 TVアニメ『攻殻機動隊S.A.C.シリーズ』(監督:神山健治)

→「新浜市(New Port City)」のロケーションモデルとして神戸沖、六甲アイランドを使用。

2013, 2014 劇場アニメ『攻殻機動隊 ARISE』(監督:黄瀬和哉)

→「新浜市(New Port City)」のロケーションモデルとして神戸沖、六甲アイランドを使用。

2015 劇場アニメ『攻殻機動隊 新劇場版』(監督:黄瀬和哉)

→「新浜市(New Port City)」のロケーションモデルとして神戸沖、六甲アイランドを使用。神戸市と大々的にコラボ。

2017 ハリウッド版『Ghost in the Shell』(監督:Rupert Sanders)

→香港ロケ。押井版と神山版がミックスされた世界観。

メディアミックスと越境するコンテンツツーリズム

1989 マンガ『攻殻機動隊』(作:士郎正宗)

→架空の都市「新浜市(New Port City)」

1997 PlayStationゲーム『攻殻機動隊 GH

1995 劇場アニメ『GHOST IN THE SHELL

→2029年の近未来都市を描くために監督

クリエイターの力(ロケハン、創造力)が物語世界と場所とのつながりを多様にし、旅行目的地を多様にした典型例。

→コンテンツの地理的越境とメディア横断

2002, 2004, 2006 TVアニメ『攻殻機動隊S.A.C.シリーズ』(監督:神山健治)

→「新浜市(New Port City)」のロケーションモデルとして神戸沖、六甲アイランドを使用。

2013, 2014 劇場アニメ『攻殻機動隊 ARISE』(監督:黄瀬和哉)

→「新浜市(New Port City)」のロケーションモデルとして神戸沖、六甲アイランドを使用。

2015 劇場アニメ『攻殻機動隊 新劇場版』(監督:黄瀬和哉)

→「新浜市(New Port City)」のロケーションモデルとして神戸沖、六甲アイランドを使用。神戸市と大々的にコラボ。

2017 ハリウッド版『Ghost in the Shell』(監督:Rupert Sanders)

→香港ロケ。押井版と神山版がミックスされた世界観。

アニメ聖地を生む《二つの旅の力》

【① クリエイター】 原作あるいは企画という「物語世界」をアニメというメディアの物語世界へと再構築・変換（コンバート）...ロケハンという旅。



【② 視聴者】 コンテンツの消費→自由なイマジネーション・妄想力・見立てと旅行実践により、物語世界と場所を結び付け、旅行目的地化していく。...ファンによる相互参照型の旅。



聖地で起こる《二つの境界溶融》



【二つの境界があいまいに】

① 《クリエイター》と《消費者》の境界
ファンによって再構築された物語世界も更に場所
と結びつき新たな旅行実践を生んでいく循環
(コンテンツ化)を生む。

② 《虚構》と《現実》の境界
虚構の世界の内在化が連続することにより、現実
化(文化遺産化=ヘリテージ化)していく。

《虚構》と《現実》の溶融
物語世界が現実空間を変容させる例①

『アルプスの少女ハイジ』

原作(小説): 1880-1881

TVアニメ: 1974



現実空間を物語世界に
重ね合わせるために
物理的な改変を行う例



Source: Author, August 2018

《虚構》と《現実》の溶融
物語世界が現実空間を変容させる例②

『フランダースの犬』

原作(小説):1872

TVアニメ:1975

アントワープ大聖堂(ベルギー)
O.L.Vrouwekathedraal, Antwerpen,
Belgium. Source: Author, February 2019



現実空間を物語世界に
重ね合わせるために
物理的に改変



“The monument of Nello and Patrasche” (2016)
(O.L.Vrouwekathedraal, Antwerpen, Belgium. Source: Author, February 2019)

まとめにかえて

「聖地巡礼」をめぐる問い
に対する仮説

虚構（fiction）の物語世界（narrative world）が、なぜリアルな観光目的地や旅行実践を生んでいくのか？

劇場とは、施設や建物のことではなく、劇的
出会いが生成されるための「場」のイデオロ
ギーのことである。

どんな場所でも劇場になることができるし、
どんな場所でも劇が生成されない限りは、日常
的な風景の一部にすぎなくなる。

寺山修司（1976）『迷路と死海』

劇場があって劇が演じられるのではない。劇
が演じられると、劇場になるのである。

寺山修司(1982)『臓器交換序説』

現実の世界に「ストーリー」はない。ループを手に10年かけて世界をくまなく歩き、石という石をひっくり返してまわっても、「ストーリー」はただのひとつも見つからない。見つかるのは、小石や虫や植物やきのこばかりだ。高精度の顕微鏡を持ち出してみれば、細胞や分子や原子や、最終的には素粒子まで見えるかもしれないが、それでも「ストーリー」は見つからない。...《中略》...脳は、ひとつひとつの出来事をつなげて、コンパクトで筋の通った、因果関係のはっきりした「ストーリー」に仕立てあげる。...《中略》...それを記憶として保存するのだ。

ロルフ・ドベリ (2017=2019) *Think clearly*. Chapter 24

認知革命以降は、ホモ・サピエンスの発展を説明する主要な手段として、歴史的な物語（ナラティブ）が生物学の理論に取って代わる。キリスト教の台頭あるいはフランス革命を理解するには、遺伝子やホルモン、生命体の相互作用を把握するだけでは足りない。考えやイメージ、空想の相互作用も考慮に入れる必要があるのだ。

Yuval Noah Harari (2011=2016). *SAPIENS: A Brief History of Humankind*. Harvill Secker (柴田裕之訳『サピエンス全史』河出書房新社, 第2章・第3節

サピエンスだけが、約七万年前の「認知革命（新しい思考と意思疎通の方法の登場）」を経て、虚構、すなわち架空の事物について語れるようになった。客観的な現実の世界だけでなく、主観的な世界、それも大勢の人が共有する「共同主観的」な想像の世界にも暮らせるようになった。伝説や神話、神々、宗教を生み出し、生み出し、それを共有する者なら誰もが柔軟に協働する能力を獲得した。虚構を作り変えればすぐに行動パターンや社会構造も変えられるので、サピエンスは遺伝子や進化の束縛を脱し、変化を加速させ、他の生物を凌げたのだ。

柴田裕之（2016）「訳者あとがき」
ユヴァル・ノア・ハラリ『サピエンス全史』 河出書房新社，訳者あとがき

メディア研究×ツーリズム研究の接合面における重要な論点
「人間が世界を認知する際には、
物語（narrative）が必要」

- ※物語は、多様な主体によって創られている...
（事件、歴史、神話、作品、他者の人生、思い出...etc.）。
しかし自分が実際に経験したものでない限り、それらはあくまでフィクションに過ぎない。
- ※したがって、個々の人間が世界を認知するためには、
多様な物語と具体的事象を経験を通して結び付ける必要がある。
- 「大好きな物語世界を身近に実感したい」という欲求。
- つまり、物語を自ら経験化・内在化し、自らの物語として再構築したいという基本的欲求が人間にはある。

メディア研究×ツーリズム研究の接合面における重要な論点
「人間が世界を認知する際には、
物語（narrative）が必要」

※こうした物語を自ら経験化・内在化する実践
＝フィクションにリアリティを与える実践の
ひとつがゲームやツーリズム（経験経済。受動→能動）

※ツーリズムを

- ・こうした物語世界の経験化・内在化・再構築
の面から捉えるアプローチ
- ・虚構と現実、イマジネーションと物理世界との
ダイナミックな相互作用から捉えるアプローチ

がコンテンツツーリズム（contents tourism）。

原作としての文学作品 ＝文字化された物語世界の存在

コンテンツツーリズムは多様なメディアで展開する（メディアミックスする）コンテンツ間の相互参照・確認行為。

とめどなく拡張する物語世界に《参照元》としての秩序を与え、コンテンツツーリズムの持続可能性を担保する力になっているのではないか。

→アフターコロナ問題

オンラインとオフライン、バーチャルとリアル
の融合、両輪としてのバランス...

用語の定義

【コンテンツツーリズム】(contents tourism)、2017

‘travel behaviour motivated fully or partially by narratives, characters, locations, and other creative elements of popular culture forms including film, television dramas, manga, anime, novels, and computer games’

Seaton, P., T. Yamamura, A. Sugawa-Shimada and K. Jang (2017). *Contents Tourism in Japan: Pilgrimages to “Sacred Sites” of Popular Culture*. New York: Cambria press, p.3.

和訳：「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」。

用語の定義

【コンテンツツーリズム】(contents tourism)、2020

Contents tourism is a dynamic series of tourism practices/experiences motivated by contents (defined above as ‘information – such as narratives, characters, locations, and other creative elements – that has been produced and edited in popular culture forms and that brings enjoyment when it is consumed’). Contents tourists access and embody ‘narrative worlds’ that are evolving through ‘contentsization’, namely the continual process of the development and expansion of the ‘narrative world’ through both mediatized adaptation and tourism practice.

Yamamura, T. and P. Seaton (Eds.). (2020) *Contents Tourism and Pop Culture Fandom: Transnational Tourist Experiences*. Channel View Publications, p.9.

用語の定義

【コンテンツツーリズム】(contents tourism)、2020

和訳：「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＞(contentsization)を通して拡張する＜物語世界＞にアクセスし、それを身体化しようと試みる。なお、＜コンテンツ化＞とは、＜物語世界＞が、＜メディアを横断する形での展開＞と＜ツーリズム実践＞の双方を通して、絶えず再構築・拡張していくプロセスを指す。

Yamamura, T. and P. Seaton (Eds.). (2020) *Contents Tourism and Pop Culture Fandom: Transnational Tourist Experiences*. Channel View Publications, p.9.

ご清聴
誠に有難うございました。

山村高淑

deko@cats.hokudai.ac.jp

<http://yamamuratakayoshi.com>