



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
Relation	藤津亮太, まつもとあつし. “新型コロナでどうなる!? アニメの聖地（アニメの門DUO 2020年7月4日）” Online video. YouTube, 2020-07-04. Web.
Issue Date	2020-07-04
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/78856
Type	lecture
File Information	20200704_Yamamura_Youtube.pdf



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。

現実世界
物理的世界
場所

物語世界
虚構
ファンタジー

自己の内面
精神性
感覚
感性

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

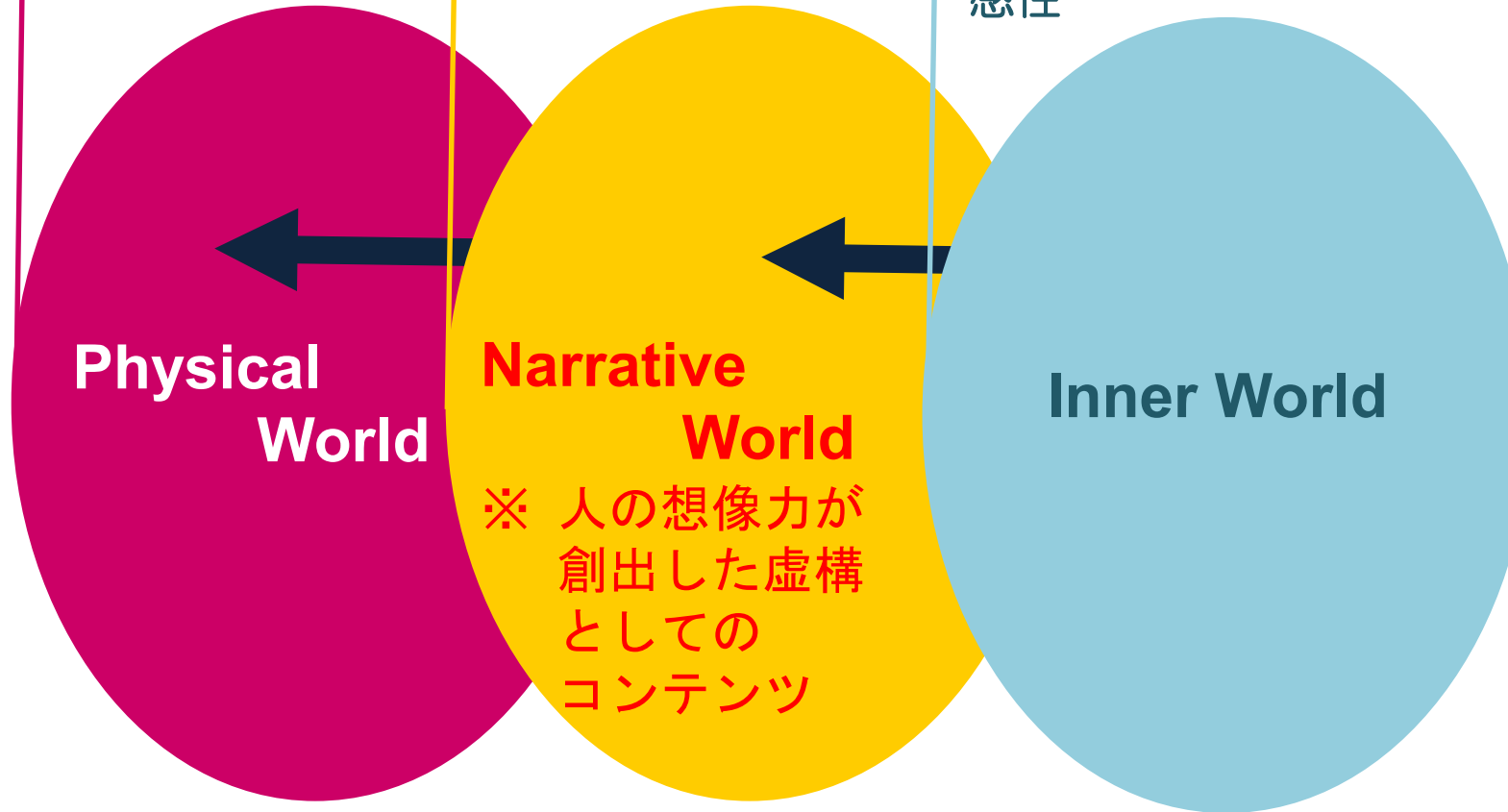


図: イマジネーションによる3つの世界の重ね合わせ
からみたコンテンツツーリズム実践モデル

- 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。

CONTENTS TOURISM AND POP CULTURE FANDOM

Transnational Tourist Experiences

Edited by Takayoshi Yamamura
and Philip Seaton



コンテンツツーリズム (contents tourism)

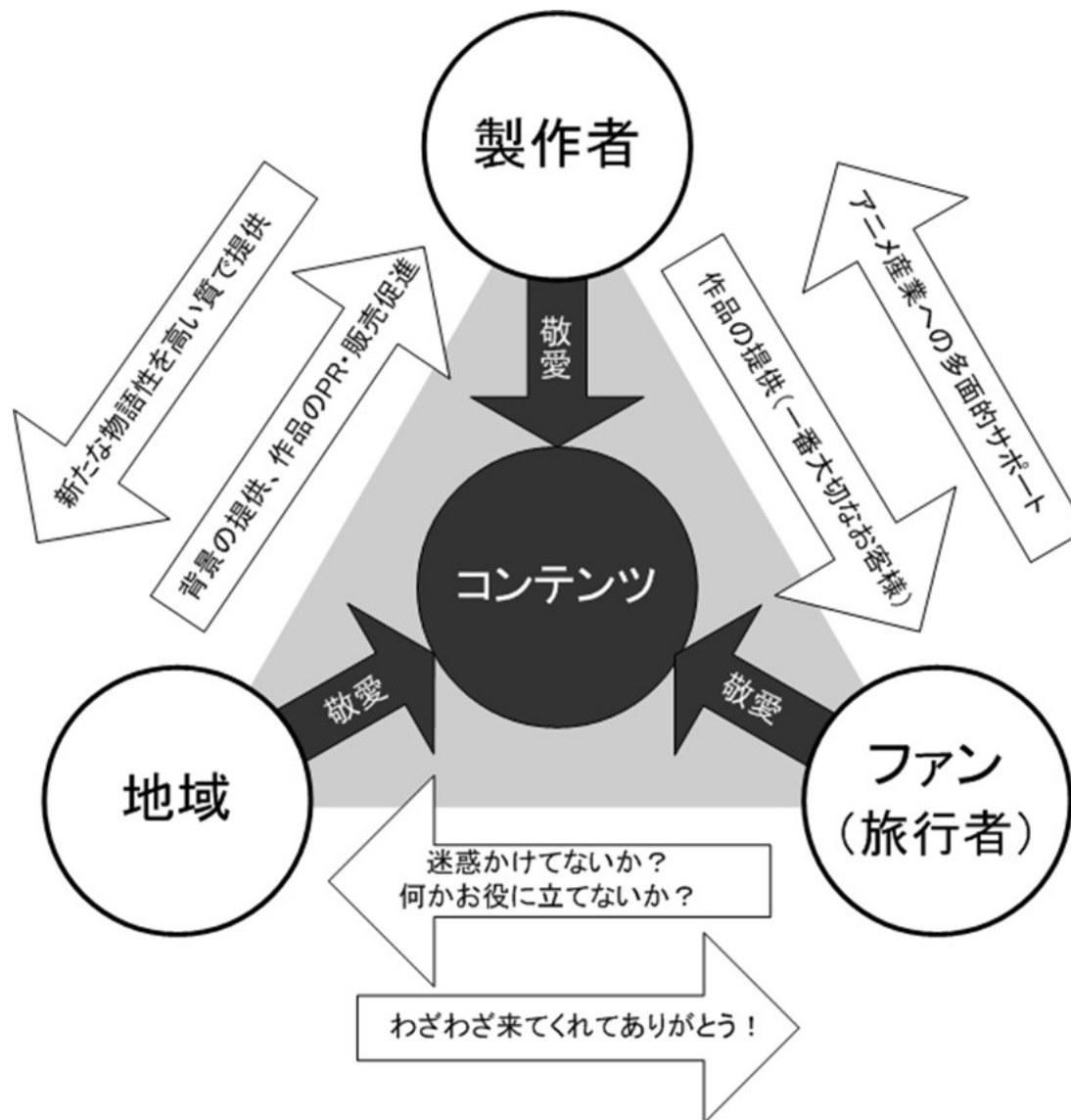
「ものがたり、キャラクター、舞台（ロケーション）など、ポピュラーカルチャー作品を構成する創造的要素（創作物）によって、全体的にあるいは部分的に、動機づけられた旅行行動。なお、ここでいうポピュラーカルチャー作品とは、映画、テレビドラマ、マンガ、アニメ、小説、ゲームなどを含む」。

(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。」

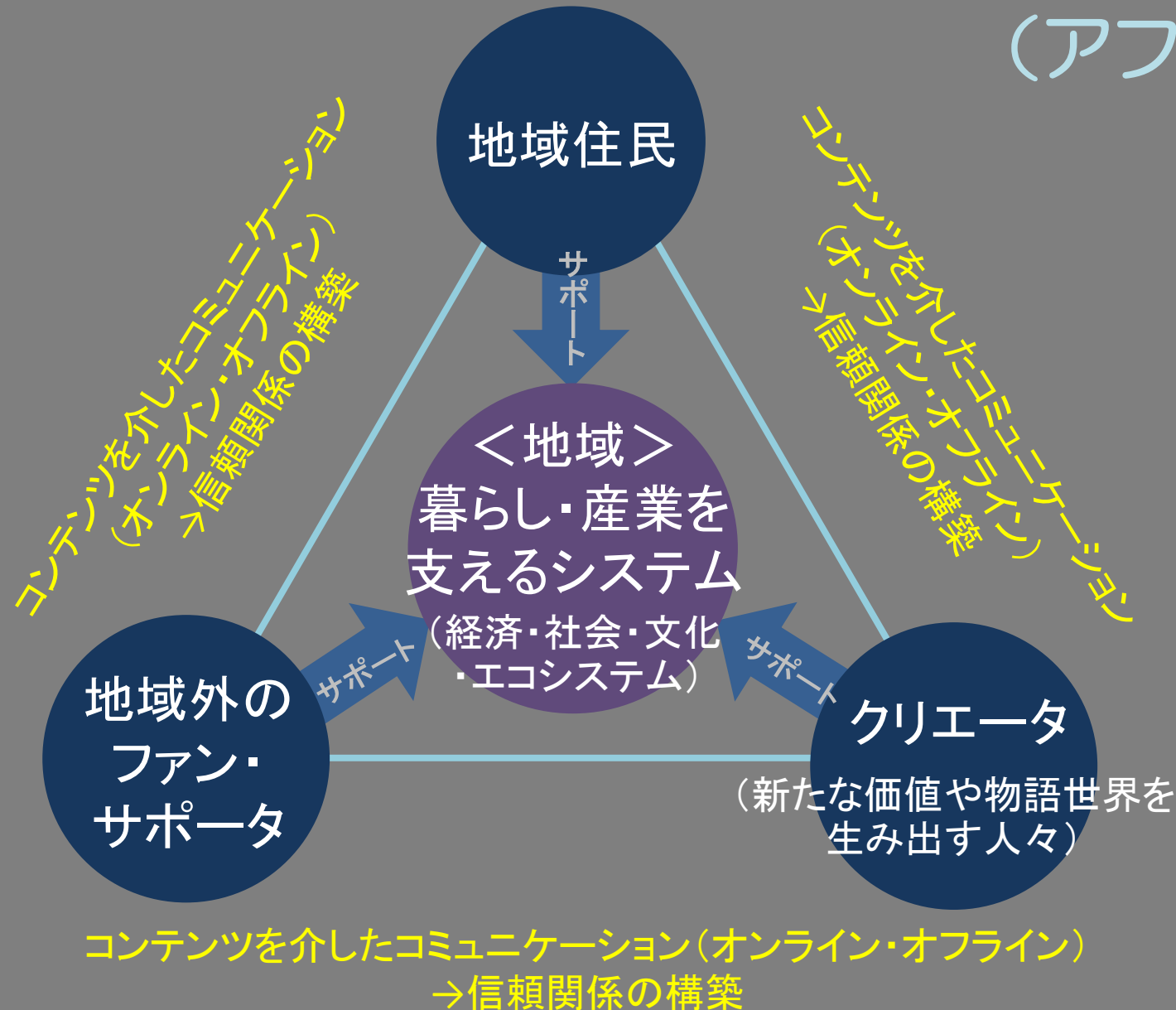
(Yamamura 2020)

「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」