HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	コンテンツツーリズム ： メディアを横断するコンテンツと越境するファンダム
Author(s)	山村, 髙淑; シートン, フィリップ
Description	本書は北海道大学出版会から2021 年に紙媒体で出版したものを、紙媒体絶版を期に、出版社の許可を得て、北海道大学観光学高等研究センターが電子版としてオープンアクセス化したものです。 本書から引用を行う場合は、書誌情報を以下のようにご記載下さい。 山村高淑, フィリップ・シートン編著・監訳, [2021] 2024, 『コンテンツツーリズムーメディアを横断するコンテンツと越境するファンダム』, 北海道大学観光学高等研究センター.
Issue Date	2024-04-01
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/91559
Type	book
File Information	09_Chapter 5.pdf, 個別ファイル：第５章　日本のファンタジーにおけるコッツウォルズと児童文学 ーカースル・クームの事例

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

本書から引用を行う場合は、書誌情報を以下のようにご記載下さい。

山村高淑，フィリップ・シートン 編著・監訳，［2021］2024，『コンテンツツーリズム――メディアを横断するコンテンツと越境するファンダム』，北海道大学観光学高等研究センター.

第５章

日本のファンタジーにおけるコッツウォルズと児童文学
――カースル・クームの事例

キャサリン・バトラー

本書の序章において，山村高淑は日本政府による2005年のコンテンツツーリズムの定義を紹介している。この場では，その定義をもう少し長く引用しておきたい。

> ここでは，このような地域に関わるコンテンツ（映画，テレビドラマ，小説，まんが，ゲームなど）を活用して，観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズムを「コンテンツツーリズム」と呼ぶことにしたい。
> コンテンツツーリズムの根幹は，地域に「コンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージ」としての「物語性」「テーマ性」を付加し，その物語性を観光資源として活用することである。（国土交通省総合政策局観光地域振興課ほか 2005: 49）

全体を引用したのは，一見，2文目が1文目の自然な拡張に見えるものの，潜在的には全く異なった点に重点が置かれているためだ。1文目ではコンテンツツーリズムにおける，個別具体の映画，ドラマ，そしてマンガの重要性を強調しているのに対し，2文目はより抽象的な言葉を用いて，雰囲気や性質（物語性やテーマ性）について述べているのである。さらにこの2文目は，既に地域に存在するものを活用するよりも，むしろこうした性質を付加することを訴えているのだ。本章では，これら2つのコンテンツツーリズムの概念の間にあるものを探求してみたい。具体的には，日本人ツーリストとイン

グランドのコッツウォルズ地方との関わり方・相互作用について取り上げる。というのも，同地は，ツーリストと地域との幅広い相互作用を見ることができる典型例だからである。すなわち，特定のコンテンツ（例えばコッツウォルズを舞台としたストーリー）にしっかりと根差した相互作用から，地域の持つ力が――ジャンル特有のパターンを通して――ツーリストがもともと抱いていた願望やファンタジーを刺激するような，より緩い形の相互作用まで，幅広い相互作用が観察できるのだ。

ツーリストは，ジョン・アーリ（John Urry）が言うところの「観光のまなざし」（tourist gaze）を持って目的地に到着する。「アイデア，スキル，願望，期待に関する特有のフィルター」がツーリストの経験を形作ったり変形させたりするのである。アーリが述べたように，「イングランドの小さな町を目にしたとき，（ツーリストが）まなざしを投げかけているのは『本物の古きイングランド』である」（Urry & Larsen 2011: 5）。同様に，文章を読む際，人々は，ジャンルへの様々な期待に応じて，読者自身の文章解釈のアプローチを形作っていく。実際，こうした〈ツーリスト〉と〈文章を読む人間〉がそれぞれ持つ2つの特性は，同時に作用することがある。文学研究者らは，「異なる文化の児童文学における，環境の特定の側面が持つ優位性と重要性」および「外国の風景描写において典型的と見なされる地形」（O’sullivan 2005: 39）について言及している――こうした関係性・連想性は，個別の文章を読む際の重要な情報である，と――。

本章では，コッツウォルズ，特にカースル・クームの小村において，場所，コンテンツ，そしてファンタジーが，日本人のツーリズムにどのように関与するのかを見ていくことにする。

1. コッツウォルズにおける日本人のツーリズム

コッツウォルズは，主にグロスターシャー，オックスフォードシャー，そしてウィルトシャーにまたがるイングランド南部の丘陵地帯である。歴史的に中世は，牧羊と羊毛取引の地として栄えた。その後，19世紀の綿花の台

頭により羊毛の収益性が下がり，同地の景気は後退していった。その結果，現在の当地には，産業革命からはほとんど置き去りにされた，特徴的な黄色（蜂蜜色）の石灰岩で造られた伝統的な建物が残る。この昔の面影を残す田園地帯は，今や，裕福な退職者や，都市生活から逃れたい通勤者に人気の地となった。ツーリズムは同地の一大産業となり，日本人はコッツウォルズへの最も熱心なツーリストとなっている[1)]。

イギリスを訪れる日本人ツーリストは，通常，ロンドンに拠点を置く。そして，首都を離れる場合は通常，日帰りで簡単に行ける場所を訪問する。一般的な旅程に含まれるのは，オックスフォードやバースといった都市，そしてストーンヘンジといった個別スポットだ。では，地方へはどうだろうか。イギリスについて書かれた日本の旅行関連書籍で，強く勧められている地方は2ヶ所ある。湖水地方とコッツウォルズである。

このうち，湖水地方が人気の行き先であることについては，ランドスケープを構成する自然の美しさという点に加え，〈古典的な〉コンテンツツーリズムの見地から説明が可能である。日本人の間での湖水地方の高い知名度は，ビアトリクス・ポターと彼女が生み出したピーターラビットが密接に関連しているのだ。かつてポターの暮らした家，ヒル・トップ（Hill Top）は，文学巡礼の場所である（Williams 2013）。

こう見ると，一方のコッツウォルズの人気はやや不可解に感じられる。ヒル・トップのポターの家や，ストラトフォード＝アポン＝エイヴォンのシェイクスピアの家のような，目立った文学ゆかりの地がコッツウォルズに存在しているわけではない。もちろん，作家，芸術家や，その他の歴史上の著名人が，コッツウォルズに暮らし，この地について書いている。しかし，多くの人々が目当てにして訪れるような人物は存在しない。コッツウォルズでは，歴史上大きな出来事が起こったわけでもなく，重要な戦争の決着がこの地でついたわけでもない。確かに，小さいながらも歴史的な町が，この地域の端々に存在する。例えば，バース，チェルトナム，グロスター，そしてもう少し離れたところに位置する大きめの町としては，ブリストルやオックスフォードがある。しかし，人々がコッツウォルズと聞いて思い浮かべるのは，通常，こうした町ではない。そうではなく，絵画的な美しさを持つ村や小さ

な町，そしてそうした村や町の間に広がる田園地帯に思いを馳せる。こうした村や町の一部――モートン・イン・マーシュ，ストウ・オン・ザ・ウォルド，ボートン・オン・ザ・ウォーター，ウォットン・アンダー・エッジ等――は，その牧歌的な美しさで良く知られているが，その他ほとんどの村や町は特に有名なわけではない。

それでも，コッツウォルズは日本人ツーリストに非常に人気だ。ロンドンからの訪問者が到着するモートン・イン・マーシュの駅には，日本人ツーリスト向けに英日バイリンガルの表示が導入されたほどである（図5.1）。コッツウォルズの町の一部――ボートン・オン・ザ・ウォーター，バイブリーや，カースル・クーム等――では，訪問者の大部分を日本人ツーリストが占めることも多く，結果として日本語の標識や，土産物における日本語表記をよく見かけるようになっている。こうした人気の理由を一つに絞り込むことはできないが，そのうちの一つとして，コッツウォルズがロンドンのパディントン駅から日帰りで訪問可能だという，利便性の面からの理由があることは間違いない。日本の旅行ガイドブックを見ると，まさにこうした日帰り旅行を旅程に組み入れることが推奨されている（例えば，「地球の歩き方」編集室 2017: 296）。しかし，コッツウォルズ以外にも絵になる村々――コッツウォルズ同様に美しい田園風景が広がる村々――は存在し，コッツウォルズがそうした村々よりアクセスが良いわけではないのだ。

コッツウォルズの日本における評判が確かなものになったのには，偶然が重なった可能性がある。1890年8月8日，「長い間，日本に影響を与えた人物」（Nakayama 1996）であるウィリアム・モリス（William Morris）[2]は，デザイナーであるケイト・フォークナーに宛てた書簡で，コッツウォルズ東部のバイブリーについて「澄み切ったコルネの町に近く，曲がりくねった谷に横たわった，イングランドで間違いなく最も美しい村だ」と評した（Morris 1996: 188）。これ以降，バイブリーが〈イングランドで最も美しい村〉であるという主張は，バイブリーのみならず，バイブリーを含むコッツウォルズ地域全体で，絶え間なく用いられてきた。この主張は，この地域を説明する表現として，日本で作成される資料にも登場するようになる[3]。日本人の外国旅行文化の特徴は，多くの西洋諸国のそれに比べて，〈コース外の〉探検より



図 5.1　モートン・イン・マーシュ駅の日本語の標識
筆者撮影。

も，定評のある目的地を訪れることを好む点にある。昭和天皇は皇太子時代の 1921 年に，6ヶ月にわたる欧州歴訪の中で，バイブリーに滞在したといわれている。このことによって，日本人の中での，イギリスの観光イメージにおける同地域の地位は，より確固たるものになったと考えられる――たとえ今日の日本人ツーリストの大部分がそのことを知らなかったとしても――。もっと平たく言えば，コッツウォルズの人気は，間違いなく，一つの成功が次の成功を生み出していることによるのだ。それはガイドブックを見てもわかる。コッツウォルズは日本の旅行関連文献では目立つ存在である。コッツウォルズ専門に書かれた本が無数に存在し，一般的なイギリスへのガイド

ブックの中でも際立った存在である。例えば，JTBパブリッシングによるイギリスのガイドブックでは，コッツウォルズについて20ページを割いており，それはスコットランド全体に与えられたページ数の倍以上になる（JTBパブリッシング 2017）。こうした現在における扱いの多さからすれば，将来的なツーリストの旅程にコッツウォルズが組み込まれるのも当然のこととして予想できよう。

コンテンツツーリズムを議論する際に，こうした状況的要素よりも重要なのは，空想面や物語面――とりわけ，おとぎ話や児童文学の中――における，コッツウォルズの扱いである。日本人のコッツウォルズ・ツーリズムにおいて繰り返し登場するテーマとは，歴史や現代世界から抜け出し，何世紀にもわたって変わらない場所やライフスタイルに足を踏み入れることであり，そうすることで，通常の時間的なルールから抜け出した領域に入ることにある。当然ながらこれは大部分が幻想である。当地域の景観は，特にツーリストのために意識的に保存され維持されているからだ。カースル・クーム等の一部の場所では，条例によって，テレビアンテナのような，たちの悪い現代性の象徴が目につかないように管理されている。また条例等ではなく，社会的な圧力が，相応しい景観の維持に作用している場所も存在する[4)]。コッツウォルズでのツーリスト経験は，住人と訪問者とのコラボレーションの結果――田園地帯の永遠性という物語に当てはまらないものは何でも視界（パンフレットや絵葉書の写真）から排除し，厳選した光景を創造するというコラボレーションの結果――なのだ。ツーリストに依存している住人や企業が，自らの繁栄のために，コッツウォルズの蜂蜜色の石灰岩と藤が茂るコテージをせっせと維持しているのだとすれば，彼らもまた同様に，見学に訪れるツーリストによって監督されている存在なのである。

この知覚可能な永遠性は何に生かされているのだろうか？　訪問者は，これをどのように受け止め，理解するのだろうか。一部の訪問者にとっては，歴史から抜け出すことは，日常の心配事からの逃避となるようだ。Totteoki Cotswolds Toursという，日本人ツーリスト向けに個人ツアーを提供する小さな会社の経営者David Strachanは次のように回想する。

ある女性客のことです。彼女はパートナーと10代の娘と3人で来ていました。この3人と私たちは駅で会いました。日本からロンドン，ロンドンからモートンまでやってきて，我々の車に乗り込みました。小さな村まで案内したところ，車から降りたその女性は泣き崩れたのです。彼女は，これほどまでに美しい場所があるとは知らなかったと言うのです。その日1日中，女性はずっとこの調子で，見るもの全てに胸いっぱいになっていました。

別の母と娘は，私がツアーの感想を1日の終わりに尋ねると，母親は「癒やされたような気がする」と答えました。そして，みるみる目に涙を溜めたのです。彼女の娘は，母親が様々なストレスを抱えていると言いました。東京で暮らしていることや，仕事や家族関係が大きなストレスになっていたけれど，コッツウォルズで1日のんびりと過ごしたことで，そうしたものから解放されたというのです。（Strachan 2017）

東京での現実が〈消えた〉とき，何が代わりにそこを埋めるのだろうか？コッツウォルズ体験の大部分は，日本人ツーリストの持つ児童文学に関する知識や，それとの関連性というフィルターを通してのものだと筆者は考える。筆者がコッツウォルズで出会う日本人ツーリストの多くは，絵本やおとぎ話のほか，より具体的な児童書――例えば『不思議の国のアリス』や『ピーターラビット』，『ハリー・ポッター』――と当地との比較をする。コッツウォルズにいることで，訪問者は自身のイメージの中で，このようなある種の虚構の環境に身を置くことが可能になるのだ。この点は，一般的に理解されているコンテンツツーリズムの特性とは異なる。なぜなら，こうした児童書の舞台は，いずれもコッツウォルズに設定されてはいないからだ[5]。それでも，伝統的な建物，田園らしさ，そして現代性を露骨に示す存在を排除したコッツウォルズの町や村は，ある種のおとぎ話的美しさを感じさせる。そして，こうした美しさは，一世紀前の伝統的家屋がほとんど残っていない日本からの訪問者の日常生活とは，驚くほどかけ離れたものでもあるのだ。さらに，日本人は幼い頃から，文学ばかりでなく，他の子供向け文化の側面からも，イングランドの田園風景のイメージを吸収している。例えば，1985年

にエポック社から発売されたシルバニア・ファミリーという玩具は，コッツウォルズによく似た，イングランドの中流階級の田園生活を想起するようデザインされたものだ。シルバニア・ファミリーにおける動物のキャラクターたちは，ビアトリクス・ポターが物語の中で作り出した世界と同様に，純真で小さな世界を思い起こさせるのである。

こうした美しさの重要な部分を占めるのがサイズである。ストラウドとサイレンセスターは，コッツウォルズの最も大きい町で，人口はそれぞれ32,000人と19,000人だ。その他の町や村は，いずれもずっと小さい。ボートン・オン・ザ・ウォーターの人口はわずか3,300人で，バイブリーは700人にも満たない。建物はそれぞれ，体格が小柄だった時代に合わせてデザインされ，ドアは小さく，天井も低いことが多い。こうした〈こぢんまり感〉もまた，児童書における重要な要素である。Jerry Griswoldは「小ささというのが頻繁にテーマとなるのは，児童文学に限られる（中略）そして，題名の中で小さなという言葉が頻出するのも，このジャンル特有の現象である」（Griswold 2006: 51）と述べている。コッツウォルズの〈小ささ〉によって，ツーリストは，小人や巨人について書かれたおとぎ話や童話を想起させるような空想に耽ることができるのだ。コッツウォルズにインスパイアされた日本の観光地――大分県の湯布院フローラルビレッジや，京都府亀岡市のドゥリムトン村（これについては後ほど詳述する）等――が作られる際には，通常，その場所の〈小ささ〉と〈心地よさ〉に重点が置かれる。これにより，子供たちはカスタムメイドの楽しさを，大人は昔に戻ったような楽しさを感じることができるのである。

2. カースル・クームにおけるコンテンツツーリズムの3形態

■『きんいろモザイク』と〈従来型〉コンテンツツーリズム

ここまで一般的な言葉を用いてコッツウォルズの魅力について説明してきたが，その魅力というのは，本章冒頭で引用したコンテンツツーリズム

の定義1文目，「地域に関わるコンテンツ（映画，テレビドラマ，小説，まんが，ゲームなど）」にはあまり該当しない性格のものだ。コッツウォルズには，ビアトリクス・ポターもなければ，ハリー・ポッターさえもない。一方で，定義の2文目は，同地域に適応可能であり，実効性があると考えられる。と言うのも，コッツウォルズには，〈物語性〉や〈テーマ性〉が付与されており，地域にコンテンツツーリズム資源として活用可能な〈雰囲気〉が創り出されているからだ。つまり，幼少時代に触れた文学や文化のイメージを携えてコッツウォルズを訪れるツーリストの心に，〈物語〉を呼び起こす力を同地は持っているのだ。そしてその結果，同地は現在，強力なコンテンツツーリズム目的地となっているのである。

コッツウォルズ地域全体を見るより，具体的な場所にフォーカスすることで，こうしたコッツウォルズにおける児童文学関連のコンテンツツーリズム現象を，より明確に理解することができる。コッツウォルズ南部に位置するカースル・クームは，その美しさで知られる小さな（人口350人の）村だ。この村のほぼ全ての建物は，コッツウォルドストーン[6)]を使って何世紀も昔に建てられたものである（図5.2）。日本のガイドブックでは，「おとぎ話から抜け出てきたような石造りの民家が並ぶ」（小林・斎藤 2015: 124）と表現されている。カースル・クームは，日本人ツーリスト――特に近郊のバースから訪れるツーリスト――の標準的な旅程に組み込まれることが多い。公共交通機関の乗り継ぎがあまり便利ではないため，ツアーに参加する形が一般的である。こうしたツアーには，村のパブ，ティールーム，あるいは地元のマナーハウスへの訪問が含まれることがある。日本語に長けた住人はほとんどいないか皆無であり，大半の日本人ツーリストも最低限の英語力しかないため，ホスト・ゲスト間の言語面での交流は基本的なものにとどまっている。

カースル・クームは，これまで何度もテレビや映画のロケ地として使われてきた。例えば，1967年公開のミュージカル映画『ドリトル先生不思議な旅』（*Doctor Dolittle*）――ヒュー・ロフティングによる児童文学作品『ドリトル先生』シリーズの映画化作品――では，カースル・クームが，沼のほとりのパドルビー（Puddleby-on-the-Marsh）の港になった。また，マイケル・モーパーゴが第一次世界大戦について描いた児童文学作品『戦火の馬』（*War Horse*）



図 5.2　カースル・クームのパックホース橋（Packhorse Bridge）
筆者撮影。

（1982）を，2011 年にスティーブン・スピルバーグが映画化した際には，同地はイギリスの村として登場している。こうしたテレビや映画への登場が，カースル・クームへのツーリズムを大きく誘発したと思われるかもしれない。しかし，映画公開当初は一時的にカースル・クームへの関心の高まりが見られたものの，同地への来訪者に占める，こうしたフィルム･インデュースト･ツーリズムによる来訪者の割合はごく一部を占めるに過ぎない。この点で，カースル・クームと対照的なのが近隣の村レイコック――コッツウォルズに隣接するより規模の大きな村――である。レイコックはロケ地として，テレビや映画に多く登場する。これまでにロケ地になった作品は，『高慢と偏見』から『ダウントン・アビー』，『ハリー・ポッター』まで多岐にわたる[7]。

なお，コッツウォルズ，とりわけカースル・クームは，日本のアニメツーリズムの恩恵も受けている。日本ではコッツウォルズは非常によく知られた

存在である。したがって，たとえ〈コッツウォルズ〉という地名を使っていなかったとしても，日本の様々なマンガやアニメの作品がこの地を舞台モデルとしていることに何ら不思議はない[8]。こうした事例の中で，カースル・クームに最も関係する例は，『きんいろモザイク』だろう。同作品はStudio五組によって制作され，2013年に第1期，2015年に第2期が放送されたテレビアニメで，原作は原悠衣による4コママンガ（2010–2020）だ。ストーリーの舞台は主に日本の高校だが，Episode 1（第1話）「ふしぎの国の」では，忍という中学生が，ホームステイのためにイギリスを訪れ，同い年のイギリス人少女アリスと友達になる。忍の帰国後，アリスはイギリスで日本語を学び，忍の通う学校に転校して忍やその友達と過ごす。『きんいろモザイク』は彼女たちの日本での生活を描いているが，しばしばコッツウォルズの田舎にあるアリスの故郷を振り返るのである。

原作マンガの中では，アリスの家は雪をかぶった山々の中に位置する，木造の建物として描かれており，コッツウォルズというより，どちらかと言えば日本を想起させるものである（原作者の原はその時点ではまだイギリスを訪問していない）。しかしStudio五組は，ロケハンチームをイギリスへ送り，カースル・クーム郊外に位置するフォス・ファームハウス（Fosse Farmhouse）というゲストハウスをアリスの家のモデルにしたのである[9]。このゲストハウスの他，サイレンセスター，バイブリー，ケンブル駅やバサンプトンといった場所がロケハンの対象となっている。Episode 2（第2話）「ちっちゃくたって」では，日本での忍の朝食の食卓に乗った手作りジャムの瓶に，フォス・ファームハウスの住所“Fosse Farmhouse, Castle Combe, England”が記されているのさえ見ることができる。同ゲストハウスを経営するCaron Cooperは，こうした相互参照がファンの間で話題となり，2013年のアニメ放送以降，フォス・ファームハウスを訪れる日本人ツーリストの数が劇的に増えた，と述べている。Cooperによれば，2017年までには，宿泊客の約70％が日本人となり，そのほぼ全員がアニメに惹かれてここを訪れているとのことである。また，そうした日本人の多くが，イギリス，さらにはヨーロッパを巡るアニメ聖地巡礼の一部として，『きんいろモザイク』を組み入れていたという（Cooper 2017）。今日では，フォス・ファームハウスの一室が，『きんいろモザ

イク』の聖地となっており，関連商品のほか，声優や原作者といった著名な訪問者のサイン付きの写真やメッセージが展示される空間になっている（口絵5）。訪問者は，アニメツーリズムの特徴として岡本健が挙げた，オタクの行動の大部分を実践する（Okamoto 2015: 24–26）。すなわち，アニメの場面と同じアングルから現地を撮影したり，自らアニメのシーンを再現したり，フィギュアや人形をアニメのキャラクターに見立てて撮影し，写真アルバムを作成したり，といった行動だ。訪問者は基本的に，アニメで表現されたものと同じ外観でこのゲストハウスを見たいと望むため，経営者であるCooperは，部屋の装飾やベッドカバー等をロケハン時のものから変更するのは難しいと考えている。この意味で，アニメのキャラクター自体が年をとらないのと同様に，フォス・ファームハウスは，ロケハンチームが現地を訪れた2012年という時間に固定化された存在になっているのだ。

このように，今日のフォス・ファームハウスの収益のかなりの部分は，アニメ・コンテンツツーリズム[10]によるものとなっている。しかし，この事例では，日本でしばしば見られる，アニメ作品と地元の観光協会や自治体関連部門との連携やコラボレーションは一切存在していない。日本の場合，アニメ製作会社と，地域（都道府県や市区といった自治体，地域の観光協会等）がしばしば協力し，アニメ作品とその舞台地を共同で売り込む（共同プロモーションを行なう）。これにより，例えば，一般社団法人アニメツーリズム協会による『訪れてみたい日本のアニメ聖地88』（一般社団法人アニメツーリズム協会 2018）のようなプロモーションが日本では可能となっているのだ。コッツウォルズの観光担当部門は，資金や人員等限られたリソースを割くにはアニメツーリズムはあまりにニッチであると判断し，こうしたマーケットの育成に対しては一切手を打っていない（Jackson 2018）。確かに，同部門が最近までこうしたツーリストの行動について把握していなかったことは事実である。しかし，状況は変わりつつある。例えば，2018年4月には，フォス・ファームハウスは，そのアニメとのつながりを活かしたことが評価され，自動車協会（AA）の「ストーリー・オブ・ザ・イヤー」賞を受賞した（Automobile Association 2018）。さらに，同年6月初旬には，この話題がイギリスの多くの新聞紙やニュースサイトで取り上げられ，さらにはBBCのニュースサイ

トの〈最も見られている〉項目ランキングで一時トップを記録したのである。こうした動きを踏まえれば，イギリスにはアニメツーリズムに対する潜在的な関心が――少なくともメディアの記事のレベルでは――明らかに存在していると言えよう。

■DIY（Do-it-yourself）コンテンツツーリズム

これまで見てきたように，カースル・クームは『きんいろモザイク』ファンの聖地となっているが，実際のところ，カースル・クームを訪れる日本人ツーリストに占めるコンテンツツーリストの割合は小さい。長距離バスやミニバスに乗って，ツアーの一環として当地を訪れる大多数の人々は，特定の物語のためではなく，村の素朴な美しさを目当てにしているのだ。そんな中，1人の事業経営者が，DIY的なコンテンツツーリズム体験を創り出すことで，売上を伸ばそうと試みた。Anna Robertsは，カースル・クームでクリーム・ティーを提供する，オールド・レクトリー・ティー・ルーム（Old Rectory Tea Room）を経営しており，店舗では土産物の販売も行なっている（Robertsの店は，いくつかの日本の観光ガイドブックに掲載されている。例えば，小林・斎藤 2015: 125等）。そこでは，ねずみの〈編みぐるみ〉が日本人ツーリストに人気だ。〈編みぐるみ〉は単なる玩具である。しかし，〈物語性〉のある玩具はより強い力を持つ。実在の場所を舞台にした〈物語〉を持つ玩具であればなおさらである。そこでRobertsは2017年，ねずみとカースル・クームを題材にした物語『カースル・クームのねずみの物語』[11]（*Mouse Tails of Castle Combe*）を創作し自費出版した。

この物語は，ウィスカフォーズ（Whiskerfords）というねずみ一家の物語である。この一家は，ロンドンの暮らしに疲れ，田舎へ引っ越すことを切望する。やがて，一家はカースル・クームにやってきて，地元のティールームを棲み家とする……。本作は，ツーリストのためのファンタジーだが，本の裏表紙でRobertsが述べているとおり，彼女自身の家族の物語でもあるのだ。

AnnaとMike Robertsは2003年に，ここカースル・クームのオールド・

> レクトリー・ハウス（Old Rectory house）に引っ越してきた。2人はこの家で暮らしながら，現在はその1階でティールームを営んでいる。
> 本作は，〈ウィスカフォーズ家〉というねずみ一家を通じて語られる，Roberts一家についての物語である。
> 本に登場する全てのキャラクターはティールームの窓に飾られているが，それらキャラクターのモデルは全て実在の村人なのである。（Roberts 2017: 裏表紙）

Robertsは自身の物語を，ねずみ一家を通して語る方法を採った。ロンドンのカップルが田舎に家を買うという典型的なストーリーを，動物のストーリー――より具体的には，ねずみのストーリー（『まちのねずみといなかのねずみ』（*Town Mouse and the Country Mouse*）という昔話[12]は明確な前例だ）――という，児童文学に古くからある伝統的フィルターを通して語っているのだ。こうすることでRobertsは，自分自身と潜在的読者のために，この地に〈物語性〉を付与しているのである。ティールームを訪れる客の興味を引くために，Robertsは階段にねずみ用の正面玄関まで作った。このドアの複製も，当然，ねずみの編みぐるみや本と並んで，店で販売されている。結局のところ，これは単なるファンタジーではなく，ビジネスでもあるのだ。そして，こうしたコンテンツを作り出すことで，物語を通じて，ビジネスの多様な側面を統合することが可能になるのだ。例えば，Robertsによる『カースル・クームのねずみの物語』には次のような一節がある。

> リグルズビーのティールームに向かって，通りをずっと歩いていきました。すると，焼きたてのスコーンのたまらなく良い香りが，半分開いたステーブル・ドア[13]から漂ってきて，通りに溢れ出したのです。（Roberts 2017: n.pag.）

この一節や類似の表現の中で，村，本，玩具，さらにはクリーム・ティーさえも全てが結び付くことで，互いに互いをプロモーションし合う関係が生まれているのだ。

この『ねずみの物語』は，物語であると同時に観光ガイドブックでもあり，村の様々な建物を優しいタッチで描いた絵が多く掲載されている。日本人ツーリストにとって，たとえ英語の文章を流暢に読めなかったとしても，この本はカースル・クームの思い出がつまった〈お土産〉という役割を果たし得るのだ。

上述したように，コッツウォルズでは，今のところ地域とアニメ製作会社のコラボレーションは行なわれていない。しかし，似たようなツーリズム振興戦略が個人レベルで実践されているのだ。いわば，種から育てられたコンテンツツーリズムの事例である。

■近所で味わう代替型コンテンツツーリズム

イギリスに興味を持つ日本人の全てが，イギリス旅行に出かけるための十分な財力があるわけでも，そうした旅への強い欲求があるわけでもない。こうした人々に向けて，日本国内では，ある種のイギリスらしさを再現した――少なくとも，そうした姿勢を持った――場所がいくつも作られている。例えば，福島県にあるブリティッシュヒルズという，主に教育目的で使用されるイギリスの村落風の複合施設や，大分県の観光地である湯布院フローラルビレッジ等である。カースル・クームに最も関係するのは，京都府亀岡市にあるドゥリムトン村だ(図5.3)。ドゥリムトン村は，春山眞由美(マリー)という女性によって造られた。京都市西陣出身で西陣織の職人の家に育った彼女は，大のイギリス贔屓でもある。コッツウォルズを訪れた際，同地の人々のホスピタリティと暮らし振りに感銘を受けた春山は，コッツウォルズの持つ美的，工芸的，そして社会的価値観に敬意を表して，2000年代初頭にドゥリムトン村を造った。〈ドゥリムトン村〉という名前も当然重要で，オーナーであれ，訪問者であれ，夢をしっかりと形にできる場所という意味が込められている。ドゥリムトン村は，レストラン，B&Bコテージの通り，挙式のためのチャペル，アンティーク店等，コッツウォルド式の様々な建物で構成されている。特徴的な蜂蜜色のコッツウォルドストーンはコンクリートを用いて再現されているが，目を見張る出来栄えだ。内装の大部分は，ア



図 5.3　ドゥリムトン村
筆者撮影。

ンティーク品買付のためにイギリスを定期的に訪れる春山が自ら購入してきたイギリスの品々である。また注目すべきは，ドゥリムトン村プロジェクトの初期において，ポントオーク・ティールームレストランの宣伝に使用されたイメージである。そこでは，実際のカースル・クームの写真が用いられていたのだ。つまり，カースル・クームがある意味で，コッツウォルズにある村々の典型例として位置付けられていたのである。

筆者のインタビューに対し，春山は，ドゥリムトン村をテーマパークにしたくないと強調し，むしろ再現によって可能な限り，訪れた者が真にイングランドにいるかのように感じる，没入型の体験を実現したいと語った（春山 2018）。ドゥリムトン村の事例では，カースル・クームの村が既存のコンテンツ（前述したようなアニメや絵本等）に関連しているかどうかは重要ではなく，カースル・クームの村それ自体がコンテンツなのである。ドゥリムト

ン村は，コッツウォルズ同様の連想や雰囲気，テーマ性を再生産できる場所として設計された町なのである。

3. 結語

コッツウォルズは，例えば湖水地方とビアトリクス・ポターの例とは異なり，特定の作品や作者との強いつながりを持たない地である。そのため，これまでよく知られている形でのコンテンツツーリズム振興の可能性は限られる。しかしその一方で，この地域の風景を，よりクリエイティブな形で活かすための余地があるとも言える。コッツウォルズは，人々の想像を掻き立てる，柔軟な場所だ。ここではツーリスト側も，観光地を維持するホスト側も，民話やおとぎ話，そして伝統的な児童文学が持つ一般的なイメージや物語性を活かし，それらをコッツウォルズに投影する。そうすることで，〈ひと昔前の，歴史の片隅にある田舎〉というコンテンツを持つ場所として，当地域を理想化するのである。こうした状況を踏まえ，本章では，カースル・クームという小さな村に関連するコンテンツツーリズムの例を3つ示した。これら事例のいずれも，大きな産業とのつながりはなく，個人の女性実業家――Caron Cooper，Anna Roberts，そして春山眞由美（マリー）――が経営している事業に由来するツーリズムだ。こうした小規模な事業は，大規模なツーリズム関連組織や学術界からは気付かれにくい。しかし実際のところ，こうした文字通りの〈家内工業〉（cottage industry）の規模こそ，コッツウォルズのツーリズム事業の典型的規模なのである。こうしたコッツウォルズのツーリズム事業は，コッツウォルズ自体の物質的なリアリティ，訪れる人々が持つファンタジーや期待，そしてこうしたファンタジーや期待が，児童文学や他の既存の文化から形作られていくプロセス，といった要素から構成される。このような事業とコンテンツの物語性には，様々な種類や程度の関わり合い方が存在する。そこから示唆されるのは，〈雰囲気〉や〈テーマ性〉を付加するという行為は，多くの場合で，既存のコンテンツの活用や追加といった手法より，遥かに効果的な方法となる可能性があるという点だ。つまり，〈雰

囲気〉や〈テーマ性〉の付加が，コンテンツを構成する可能性もあるのだ。

謝辞

本章に関する現地調査の一部は，Japan Foundation Endowment Committee からの研究助成を受けて実施した。

注

1）コッツウォルズを訪れる日本人ツーリストに関する公的なデータはないが，当地域の観光案内所が，小売業の事業主と職員に対して行なった非公式の調査によると，ツーリスト全体に占める日本人の割合は大きく，特に日本で宣伝されている町や村（主として，ボートン・オン・ザ・ウォーター，バイブリー，そしてカースル・クーム）では，外国人ツーリスト全体に占める割合は，日本人が最も多い可能性が示されている。

2）編者補注：1834 年 3 月 24 日～1896 年 10 月 3 日。イギリスの詩人，デザイナー。「モダンデザインの父」と呼ばれる。

3）ホテルモントレ グラスミア大阪の 22 階には，イギリスのヘレフォードシャー，ブロックハンプトンにあるオールセインツ教会のレプリカがあり，挙式会場として使用されている。同ホテルのウェブサイトには挙式会場について以下のような記載がある。「近代デザインの創始者といわれるウィリアム・モリスが，『英国でもっとも美しい』と称えたコッツウォルズ地方。この緑豊かな丘陵地帯に実在する，アーツ & クラフツ様式の美しい教会をモチーフに設計いたしました」（ホテルモントレ グラスミア大阪（n.d.）。なお，同教会は（アーツ & クラフツの建築家によって設計はされたものの）コッツウォルズにあるわけではなく，コッツウォルズから 30km 離れた場所に位置している。

4）バイブリーでは，ツーリストが撮る写真が台無しになるという理由から，黄色の車が破壊されるという事件が起きた。最近の注目すべき事例の一つである（BBC 2017）。

5）J・K・ローリングはコッツウォルズの近郊で生まれ育ったが，当地で暮らしたことはなく，ここを『ハリー・ポッター』シリーズの舞台としたこともない。ただし，『ハリー・ポッターと秘密の部屋』（2002）と『ハリー・ポッターと謎のプリンス』（2009）の一部は，コッツウォルズ近郊のレイコックで撮影された。レイコックは，コッツウォルズに似た景観を持つ村であり，日本人ツーリスト向けコッツウォルズツアーに通常含まれる訪問先である。

6）編者補注：コッツウォルズ地方で産出される黄色味を帯びた天然の石灰岩。「ライムストーン」「蜂蜜色の石」とも呼ばれる。

7）例えば，レイコックには，『ハリー・ポッター』をテーマにした店が存在していたり，村のナショナルトラスト（National Trust）の店で，『イギリステレビロケ地ガイド』（*British Television Location Guide*）（Clark 2013）といった本が目立つ場所に陳列されていたりする。

8）ヤマザキコレの『魔法使いの嫁』（『月刊コミックブレイド』2014年1月号から連載開始）は，地名を明示することなく，原作マンガとアニメ版双方において，コッツウォルズ（ブロードウェイ，バーフォード，ボートン・オン・ザ・ウォーター等）を背景に使用している典型例の一つである。

9）編者補注：日本のアニメ制作プロセスにおけるロケハンについては，山村による第4章も参照。

10）編者補注：ここでは，本書におけるコンテンツツーリズムの定義を踏まえ，原作マンガも含むメディア横断的なコンテンツ展開のうち，アニメの存在が中心となってツーリズムを誘発している現象を，〈アニメ・コンテンツツーリズム〉と呼んでいる。日本で一般的に用いられている〈アニメツーリズム〉という語が直接的に表すのは，アニメ・インデュースト・ツーリズム（アニメによって誘発されるツーリズム）の意であり，コンテンツツーリズムの持つメディア横断的側面は十分に意図されていない。しかし，日本でアニメツーリズムと呼ばれている現象の多くは原作マンガがある等，メディア横断的性格を持つものであり，ここで言う〈アニメ・コンテンツツーリズム〉に当てはまる。

11）編者訳。

12）編者補注：イソップ寓話の一つ。

13）編者補注：ステーブル・ドア（stable door）とは，上半分と下半分が分かれて開閉する扉のこと。

参考文献

Automobile Association (2018) Britain's best B&Bs announced at the AA B&B Awards. See https://www.theaa.com/hospitality-awards/news/bed-and-breakfast-awards-2018 (accessed October 2018).

BBC (2017) Notorious yellow car vandalised in Bibury. 4 February. See https://www.bbc.co.uk/news/uk-england-gloucestershire-38867290 (accessed July 2018).

BBC (2018) The English B&B that is famous in Japan, 5 June. See https://www.bbc.co.uk/news/uk-england-wiltshire-44368853 (accessed October 2018).

「地球の歩き方」編集室（2017）『地球の歩き方 A02 イギリス 2017〜2018』ダイヤモンド社.

Clark, S. (2013) *The British Television Location Guide*. Bishop's Waltham: Splendid Books.

Cooper, C. (2017) 筆者によるインタビュー，4月12日.

Griswold, J. (2006) *Feeling Like a Kid: Childhood and Children's Literature*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

原悠衣（2010–2020）「きんいろモザイク」『まんがタイムきらら MAX』（2010年2〜3月号，

2010 年 6 月号～2020 年 5 月号連載）芳文社.
春山眞由美（2018）筆者によるインタビュー，5 月 19 日.
ホテルモントレ グラスミア大阪（n.d.）「オールセイントチャーチ ブロックハンプトン」（2020 年 8 月 取 得，https://www.monterey-wedding.jp/grasmere_osaka/ceremony/all-saints-church-brockhampton）.
一般社団法人アニメツーリズム協会（2018）「訪れてみたい日本のアニメ聖地 88」（2018 年 7 月取得，https://animetourism88.com/ja/88AnimeSpot）.
Jackson, C. (Shared Tourism Officer at Cotswold and West Oxfordshire District Councils) (2018) 筆者によるインタビュー，4 月 13 日.
JTB パブリッシング（2017）『イギリス（タビトモ）』JTB パブリッシング.
小林写函・斎藤理子（2015）『イングランドで一番美しい場所 コッツウォルズ（地球の歩き方 GEM STONE）』ダイヤモンド社.
国土交通省総合政策局観光地域振興課・経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課・文化庁文化部芸術文化課（2005）『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書』（平成 16 年度国土施策創発調査，2005 年 3 月）（2018 年 7 月取得，http://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/souhatu/h16seika/12eizou/12_3.pdf）.
Morris, M. (1996) Letter 1743. In N. Kelvin (ed.) *The Collected Letters of William Morris, Volume III, 1889–1892* (p. 188). Princeton, NJ: Princeton University Press.
Nakayama, S. (1996) The impact of William Morris in Japan, 1904 to the present. *Journal of Design History* 9 (4), 273–283.
Okamoto, T. (2015) Otaku tourism and the anime pilgrimage phenomenon in Japan. *Japan Forum* 27 (1), 12–36.
O'sullivan, E. (2005) *Comparative Children's Literature* (trans. A. Bell). London: Routledge.
Roberts, A. (2017) *Mouse Tails of Castle Combe: The Whiskerfords*. Castle Combe [self-published].
Strachan, D. (2017) 筆者によるインタビュー，10 月 9 日.
Urry, J. and Larsen, J. (2011) *The Tourist Gaze 3.0*. London: Sage.
Williams, F. (2013) Peter Rabbit: Why the Japanese love Beatrix Potter. See https://www.bbc.co.uk/news/uk-england-cumbria-24625202 (accessed July 2018).
ヤマザキコレ（2013–）「魔法使いの嫁」『月刊コミックブレイド』（2014 年 1～9 月号）・『月刊コミックガーデン』（2014 年 10 月号～）マッグガーデン.