HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	ポップカルチャーのファンによる越境的・メディア横断的・次元超越的な移動に関する研究 ： 応援上映に参加する『キンプリ』ファンの実践を事例に［全文の要約］
Author(s)	小新井, 涼
Description	この博士論文全文の閲覧方法については、以下のサイトをご参照ください。 https://www.lib.hokudai.ac.jp/dissertations/copy-guides/
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(観光学)
Dissertation Number	甲第16320号
Issue Date	2025-03-25
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/95250
Type	doctoral thesis
File Information	KOARAI_Ryo_summary.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

博士論文の要約

ポップカルチャーのファンによる
越境的・メディア横断的・次元超越的な移動に関する研究
―応援上映に参加する『キンプリ』ファンの実践を事例に―

小新井涼

研究目的

本研究の目的は、複雑化する今日のメディア環境におけるファンの実践の特徴を把握し、ポップカルチャーのファンによる越境的・メディア横断的・次元超越的な移動を捉えるための理論的枠組みを実証的に明らかにすることである。具体的には、日本のメディアコンテンツのファンを対象に、ファンが自身の嗜好するコンテンツを楽しむために行う実践の特徴を、ファンスタディーズ(fan studies)の観点から、contents tourism 研究やオーディエンス研究(audience studies)の諸概念を補完的に用いて把握した。中でも上記ファンの実践のひとつである〈ポップカルチャーのファンによる越境的・メディア横断的・次元超越的な移動〉を暫定的に〈トランスボーダーなファン実践〉とした上で、これを捉えるための新たな理論的枠組みを仮説的に設定し、具体的な事例の分析を通して検証した。

第 1 章　既往研究の整理と理論的フレームワーク

第 1 章では、第一節にて、本研究で用いる各学術分野（ファン研究・contents tourism 研究・オーディエンス研究）における既往研究の整理を行った。第二節では、上記を通して明らかになった既往研究の限界点を踏まえ、本研究の学術的な位置づけを示した。そして第三節では、本研究で実証的に明らかにしていく理論的枠組みである〈トランスボーダーなファン実践〉を仮説的に設定し、第四節にて本研究の独自性及び新規性を示した。

本稿では、ファンのメディア横断的な移動を捉えるためにコンバージェンス(“convergence” [Jenkins 2006])に関する議論を、ファンの越境的な移動を捉えるために“contents tourism” (Seaton *et al.* 2017: 3)に関する議論を、ファンの次元超越的な移動を捉えるために没入(immersive)に関する議論を用いた。そして上記議論を用いた〈ポップカルチャーのファンによる越境的・メディア横断的・次元超越的な移動〉を捉えるための理論的枠組み、つまり〈トランスボーダーなファン実践〉を、以下図 1 の通り仮説的に設定した。

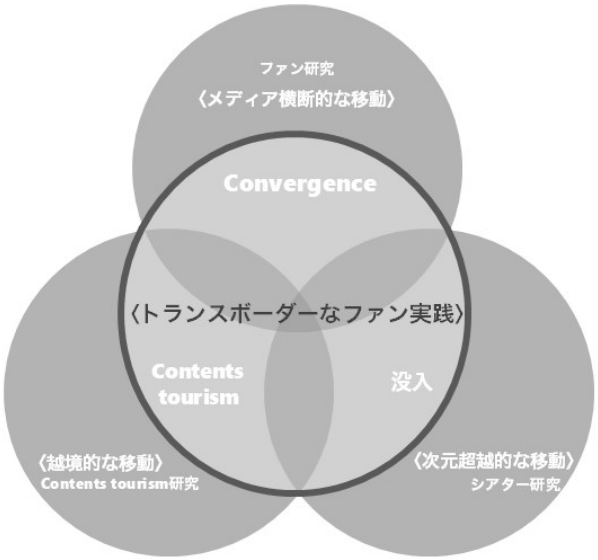

図 1．〈トランスボーダーなファン実践〉イメージ図（筆者作成）

第 2 章　研究対象及び研究方法

第 2 章では、第一節にて、第 1 章で仮説的に設定した理論的枠組み〈トランスボーダーなファン実践〉を検証するための具体的な研究対象とその妥当性について示した。続く第二節では、本稿で用いる研究方法を述べ、第三節では以降の各章での分析で用いるファン研究や contents tourism 研究、オーディエンス研究をはじめとする関連分野における諸概念を示した。そして第四節にて、本稿の構成を示した。

研究対象

本稿では、第 1 章で仮説的に設定した〈トランスボーダーなファン実践〉を検証するため、アニメ『KING OF PRISM』シリーズの応援上映に参加するファンによる越境的・メディア横断的・次元超越的な移動をその研究対象とした。応援上映とは、主に映画上映中の〈声援・サイリウムの使用・コスプレ〉が許可された特別興行である。この応援上映は、映画館のシアター内で完結する現象ではなく、後述の通り、ファンの〈越境的・メディア横断的・次元超越的な移動〉も生み出している。本研究では、この応援上映を巡るファンの移動を〈トランスボーダーなファン実践〉として捉えていくために、応援上映を日本に定着させたアニメ『KING OF PRISM（以下『キンプリ』)』シリーズのファンを調査対象とした。

研究方法

本稿では、学者でありファンでもあるアカファン(“aca-fan” [Jenkins 2011])の立場から、オンラインエスノグラフィーやオンライン調査における研究倫理に関する議論も参照し、オンライン/オフライン双方からの調査・分析を行った。具体的には、2016 年 3 月（本格的に着手・実施に至ったのは 2017 年 7 月以降）から 2024 年 3 月にかけて、参与観察とアンケート調査、インタビュー調査と文献調査、そしてオンラインエスノグラフィーを行い、質的データを収集した。

参与観察では、上記調査期間中、日本と韓国の 27 の映画館と 5 つのオンラインプラットフォームで行われた応援上映に計 108 回参加し、実際の応援上映の様子を調査した。アンケート調査では、映画館や配給元に許可を得たうえで、2017 年 8 月 4 日に〈ディノスシネマズ札幌劇場〉(現〈サツゲキ〉)で、同年 9 月 11 日に〈新宿バルト 9〉にて、応援上映参加後の観客に Google フォームを用いたアンケートを行った。インタビュー調査では、2019 年 5 月 3 日から 6 日にかけて、翻訳ソフト（LINE 韓国語翻訳機）と日韓両語話者の補助を得ながら、韓国の映画館で、応援上映参加前後の 31 人のファンに向けた日本語と英語による半構造化インタビューを行った。また、2017 年 8 月 18 日に、〈ディノスシネマズ札幌劇場〉(現〈サツゲキ〉)で、劇場支配人及び従業員の一人へ、半構造化インタビューを行った。

上記に加え本稿では、質的データの信頼性を担保するためにトライアンギュレーションを採用し、質的データの裏付けとして文献調査とオンラインエスノグラフィーで得たデータを適宜用いた。その際の文献資料には、書籍出版物や新聞記事の他、報道メディアによる Web 記事や作品公式アカウントによるソーシャルメディアへの投稿といったオンライン資料も含まれる。また、オンラインエスノグラフィーでは、日本と韓国の『キンプリ』ファンが主に使用する X に加え、後述するオンライン応援上映が行われた Zoom を主な調査フィールドとした。

本稿の構成

以上を踏まえた本稿の構成は以下の通りである。続く第 3 章では、本研究で取り上げる応援上映の概要を詳述し、日本の映画興行史における応援上映の位置づけと、応援上映が 2016 年以降に普及・定着したメディア史的な背景を示した。第 4 章では、応援上映に参加する『キンプリ』ファンの実践の概要を詳述し、応援上映の類似事例との比較を通して、『キンプリ』ファンの実践の特徴を明らかにした。

第 5 章から第 7 章にかけては、事例分析を通して、第 1 章で仮説的に設定した〈トランスボーダーなファン実践〉の検証を行った。具体的には、第 5 章では応援上映に参加するファンの次元超越的な移動に、第 6 章ではファンの越境的な移動に、第 7 章ではファンのメディア横断的な移動に焦点を当て、その実態を捉えた。続く第 8 章では、〈トランスボーダーなファン実践〉によって生じる、今日の複雑化するメディア環境下での異なる国や地域のファン同士によるコミュニケーションについて、その実態を捉えた。

続く第９章では、本研究で仮説的に設定した〈トランスボーダーなファン実践〉について、ここまでの検証を踏まえた総合考察を行った。終章では、本研究の限界点と今後の研究における課題を示した。

第３章　対象の概要及び歴史的位置づけ

第３章では第一節にて、本研究で取り上げる〈応援上映〉について、その概要を示した。第二節では、日本の映画興行史における応援上映の位置づけを、第三節では、応援上映が日本で 2016 年以降に普及・定着したメディア史的な背景を示した。上記を通して、応援上映の興行史的な位置づけと、応援上映が普及・定着してきたメディア史的な背景としては、以下の二点が明らかになった。

第一に、応援上映の成立・普及・定着は、日本の興行史における〈シネコンの台頭〉の結果として位置づけられることが明らかになった。応援上映は日本の興行史上、シネコンの台頭により、全国的に均一化された鑑賞体験と上映中の静粛性がもたらされた 2016 年以降のタイミングであったからこそ成立し、普及・定着してきたのである。

第二に、応援上映が定着・普及したメディア史的な背景には、動画配信サービスの普及と、ソーシャルメディアの台頭があったことが明らかになった。いつでもどこでも好きな作品が視聴できる動画配信サービスが普及する中、場所的にも時間的にも制約のある応援上映が普及・定着してきた背景には、動画配信サービスが普及したことで、映画館での鑑賞体験が再評価されるという〈揺り戻し〉があった。また、ソーシャルメディアの台頭は、映画館の中で行われる応援上映の様子が、映画館外の人々にまで鮮明に伝えられ、応援上映が日本の興行文化に根付く一助となっていた。

第４章 応援上映に参加する『キンプリ』ファンの実践

第４章では、『キンプリ』の応援上映に参加するファンの実践について、調査を通して明らかになった特徴を示した。第一節では、これまで『キンプリ』で行われてきた応援上映を、黎明期・安定期・成熟期・コロナ禍以降に分け、応援上映とファンの応援の変遷を整理した。第二節では、応援上映に参加する『キンプリ』ファンの代表的な実践――複数回鑑賞、応援のローカル色、〈遠征〉、「連」（田中 2008）の創造、ファンのクリエイティビティ――について詳述した。第三節では、欧米の類似事例との比較を通して、『キンプリ』ファンの実践の特徴を明らかにした。そして第四節にて、『キンプリ』ファンの実践を捉えるにあたり〈トランスボーダーなファン実践〉を理論的枠組みとして用いる妥当性を、〈応援消費〉と〈推し活〉との比較を通して示した。

第二節までの整理を踏まえ、第三節では、応援上映に類似する事例との比較を通して、『キンプリ』ファンの実践の特徴を明らかにした。比較を行う類似事例としては、ファンの実践に類似点が多く、既往研究や資料も豊富な、映画 *The Rocky Horror Picture*

Show(1975)と *The Room*(2003)のファンによる〈観客参加〉(audience participation)を取り上げた。

比較を通して明らかになった『キンプリ』ファンの実践の特徴としては、以下二点があげられる。第一に、『キンプリ』ファンの能動的かつ創造的な実践は、欧米の類似事例のように、ファン外部への抵抗や、ファンの自己統治に繋がるものではなかった。第二に、『キンプリ』ファンの能動的かつ創造的な実践は、ファンの実践だけが面白さを生み出すのではなく、ファンの実践と作品製作側の取り組みとの双方向的な〈共生〉関係が面白さを生み出し合っていた。

今日の複雑化するメディア環境における日本のファンの実践には、『キンプリ』ファンと同様に、ファン外部に敵対・抵抗するのではなく、時に製作側との共生的な関係を築きながら創造的な実践が行われる事例も存在する。そしてそれらは、〈力を与えられたファンのアクティビズム〉や〈生産者対消費者〉といった、従来の欧米圏のファン研究で用いられてきた分析枠組みでは捉えきれない特徴となっている。こうした、従来の分析枠組みでは捉えきれない日本のファンの実践に関しては、〈トランスボーダーなファン実践〉や、近世日本に見られた〈連〉の概念を用いながら、第 9 章にて改めて総合考察を行う。

第 5 章 『キンプリ』ファンによる次元超越的な移動

第 5 章では、『キンプリ』ファンによる次元超越的な移動の実態について以下三つの過程を通して分析を行った。第一に、本章で用いる分析枠組みについて詳述した。第二に、『キンプリ』ファンによる、物語世界に没入するための身体的な実践（応援）について、その特徴を詳述した。そして第三に、『キンプリ』ファンによる〈物語世界への没入プロセス〉、及び物語世界と現実世界を行き来する際の〈ファンの内的体験〉について分析し、『キンプリ』ファンによる次元超越的な移動の実態を捉えた。

分析を通して明らかになったポップカルチャーのファンによる次元超越的な移動の実態は、以下の三点に集約できる。第一に、ファンは〈物語世界への没入プロセス〉として、物語世界との「明確なインタラクティビティ」(“explicit interactivity” [Biggin 2017: 89-94])としての身体的実践を通して、物語世界への「感覚的・ドラマツルギー的没入」(“Sensory and dramaturgical immersion” [Bouko 2014: 260-261])を試みる。第二に、その際没入を妨げる物理的/次元的な障壁を超越するために、一時的に「不信の停止」(“suspension of disbelief” [Reijnders 2011 等])を行うことで、物語世界との高いエンゲージメントを成立させる。第三に、物語世界と現実世界を行き来する際の〈ファンの内的体験〉として、ファンは〈自身が現実世界にいることを認識しながら物語世界に没入する〉という互いに矛盾した「ハイブリッドな主観性」("hybrid subjectivity" [Atkinson and Kennedy 2016: 274])を体験している。そこでは、現実世界と物語世界が混ざりあい同時に存在する「過渡的な空間」(“transitional space” [Wynants, Vanhoutte, and Bekaert 2008])

が生まれ、ファンはそこで〈現実世界の自分〉と〈物語世界の自分〉とを行き来することで、現実世界と物語世界とを行き来する次元超越的な移動を行う。

第 6 章 『キンプリ』ファンによる越境的な移動

第 6 章では、日韓の『キンプリ』ファンによる越境的な移動である〈応援上映ツーリズム〉の実態について、以下三つの過程を通して分析を行った。第一に、図 2 で示した『キンプリ』ファンによる越境的な移動である〈応援上映ツーリズム〉の発生サイクルを仮説的に設定した。

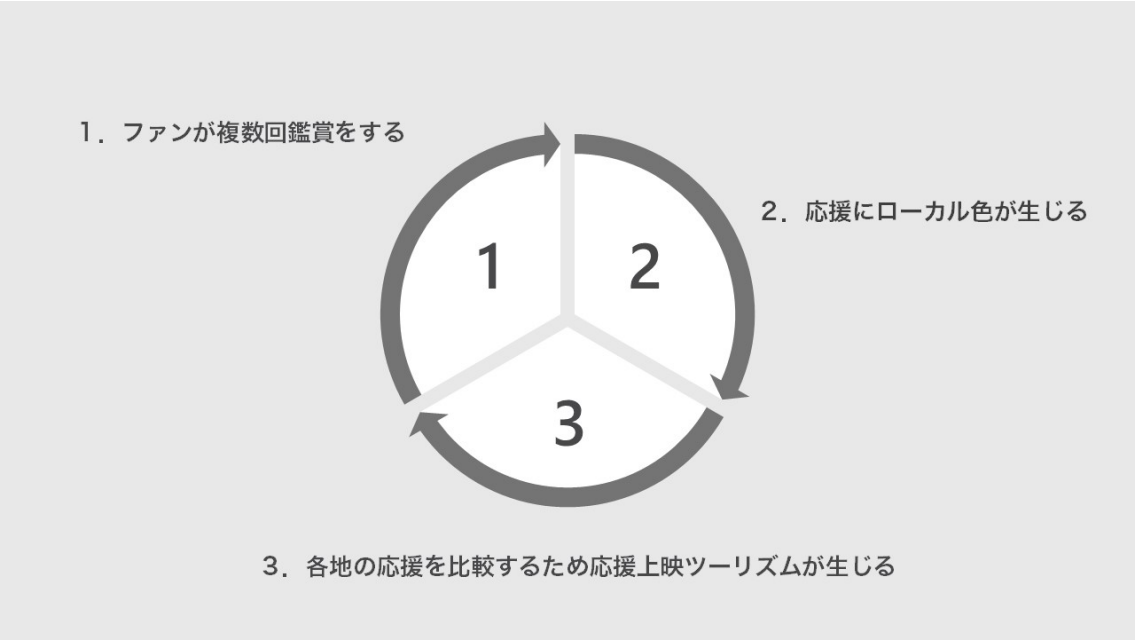

図 2.〈応援上映ツーリズム〉の発生サイクル（筆者作成）

第二に、〈応援上映ツーリズム〉の定義、及びファンの〈遠征〉という語について再定義を行った。第三に、日韓の『キンプリ』ファンによる実践の分析を通して、上記で仮説的に設定した〈応援上映ツーリズム〉の発生サイクルを検証し、〈応援上映ツーリズム〉、つまり『キンプリ』ファンによる越境的な移動の実態を捉えた。

分析を通して明らかになったポップカルチャーのファンによる越境的な移動の実態は、以下の三点に集約できる。第一に、ポップカルチャーのファンによる越境的な移動では、これまで〈聖地巡礼〉や狭義のコンテンツツーリズムでは目的地とされてこなかった、特定のメディアコンテンツとの繋がりのない映画館等の施設も、ファンの移動の目的地となり得る。第二に、上記特徴を持つポップカルチャーのファンによる越境的な移動は、contents tourism の側面やファンによる〈遠征〉の側面を持つ。第三に、ポップカルチャーのファンによる越境的な移動は、製/制作側によるトップダウン型の観光マーケティング

でも、ファンによるボトムアップ型のアクティビズムでもなく、ファンの創造的な実践に応える取り組みを製作/興行側が行う、両者の相乗効果によっても促進される。

第７章 『キンプリ』ファンによるメディア横断的な移動

第７章では、『キンプリ』ファンによるメディア横断的な移動の実態について、以下三つの過程を通して分析を行った。第一に、コンバージェンスの議論を用いてファンのメディア横断的な移動を分析する際の、限界点を示した。第二に、コンバージェンスの議論を補う分析枠組として〈トランスメディアなファン実践〉を仮説的に設定した。第三に、上記〈トランスメディアなファン実践〉を分析枠組みとして用いて、オンライン応援上映における『キンプリ』ファンによるメディア横断的な移動の実態を捉えた。

分析を通して明らかになったポップカルチャーのファンによるメディア横断的な移動の実態は以下の三点に集約できる。第一に、ポップカルチャーのファンによるメディア横断的な移動は、オンラインとオフラインといった複数メディアをファンが行き来することで、単一メディアのみでは不可能であった〈物理的な距離〉を超えたファンの実践を可能とする。第二に、ポップカルチャーのファンによるメディア横断的な移動は、オンラインとオフライン、オンライン上の複数メディア等をファンが行き来することで、単一メディアのみでは不可能であった〈時空間の制限〉を超えたファンの実践を可能とする。第三に、そうしたポップカルチャーのファンによるメディア横断的な移動は、〈物理的な距離〉や〈時空間の制限〉を超えた〈単一のメディアで行われる以上のファンの実践の広がり〉、つまり〈トランスメディアなファン実践〉を可能としていた。

第８章 『キンプリ』ファンによるトランスナショナルなコミュニケーション

第８章では、〈トランスボーダーなファン実践〉によって生じる、今日の複雑化するメディア環境下でのトランスナショナルなファン同士のコミュニケーションについて、その実態を捉えた。具体的には、日韓の『キンプリ』ファンの間に生じたコミュニケーションの特徴、そしてそれらが生じた背景について、ファン研究の議論を用いて明らかにした。

分析を通して、〈トランスボーダーなファン実践〉によって生じる、今日の複雑化するメディア環境下でのトランスナショナルなファン同士のコミュニケーションについて、以下の三点が明らかになった。第一に、〈トランスボーダーなファン実践〉によって生じたトランスナショナルなファン同士のコミュニケーションは、異なる文化圏のファン同士の文化・距離・地政学的な障壁を超越するポジティブな側面を持つ。第二に、上記は同時に、トランスナショナルなファン同士の同じコンテンツに対する異なる〈読み方〉を可視化させ、ファン同士のコンフリクトを生じさせてもいる。しかし第三に、現在のトランスナショナルなファン同士のコンフリクトが頻発する状況は、ネガティブなばかりではないことも明らかになった。〈トランスボーダーなファン実践〉によって生じたコンフリクト

は、トランスナショナルなファン同士による対話の機会もまた、同時に生じさせているのである。

第９章 総合考察及び終章

本研究では、複雑化する今日のメディア環境におけるファンの実践の特徴を把握し、ポップカルチャーのファンによる越境的・メディア横断的・次元超越的な移動を捉えるための理論的枠組みを実証的に明らかにすることを目的とした。そのための事例として、アニメ『キンプリ』シリーズの応援上映に参加するファンに焦点を当て、ファンが行う越境的・メディア横断的・次元超越的な移動の分析を通して、本稿で仮説的に設定した理論的枠組み〈トランスボーダーなファン実践〉を検証してきた。

『キンプリ』ファンによる次元超越的な移動の分析では、『キンプリ』ファンが次元超越的な移動、つまり現実世界と物語世界とを行き来する際の物語世界への没入プロセスと、物語世界と現実世界を行き来する際の内的体験を明らかにした。また、それらを通して、contents tourism やテーマパーク研究、他の観客参加型上映におけるファンの内的体験を捉える際にも援用が可能であると考えられる、ポップカルチャーのファンによる次元超越的な移動という分析枠組みを明らかにした。

『キンプリ』ファンによる越境的な移動の分析では、〈応援上映ツーリズム〉の発生サイクル、及びそこでのソーシャルメディアの役割について明らかにした。そしてファンによる〈遠征〉という語の再定義を行い、〈聖地巡礼〉や狭義のコンテンツツーリズムといった既存の分析枠組みだけでは捉えきれないファンの移動にも焦点を当てる、ポップカルチャーのファンによる越境的な移動という分析枠組みを明らかにした。

『キンプリ』ファンによるメディア横断的な移動の分析では、オンライン応援上映での『キンプリ』ファンの実践において、ファンがオンライン/オフライン双方の複数メディアを行き来するメディア横断的な移動に焦点をあてた。そして、ファンのメディア横断的な移動の結果可能となる、単一メディアでは不可能であった〈物理的な距離〉や〈時空間の制限〉を超えたファンの実践を捉える〈トランスメディアなファン実践〉という分析枠組みを明らかにした。

また本研究では、〈トランスボーダーなファン実践〉によって、今日のトランスナショナルなファン同士の間でコミュニケーションとコンフリクトが生じていることも明らかになった。メディアコンテンツのトランスナショナルな消費によって生じたローカルなファン文化は、〈トランスボーダーなファン実践〉によって、他の国や地域のファンにまで伝わり、トランスナショナルなファン同士のコミュニケーションを生じさせる。それは同時に、トランスナショナルなファンそれぞれの文化的・歴史的・地政学的背景に根付いた異なるメディアコンテンツの〈読み方〉がソーシャルメディアを介して可視化され、トランスナショナルなファン同士でのコンフリクトを招く要因ともなっていた。しかしそうして

生じたトランスナショナルなファン同士のコンフリクトには、トランスナショナルなファン同士の相互理解を促す〈対話〉を生み出す側面もあることが示された。

検証を通し、理論的枠組みとしての〈トランスボーダーなファン実践〉については、以下の三点が示された。第一に、〈トランスボーダーなファン実践〉は、従来のコンバージェンスの議論では捉えきれなかった、今日の複雑化するメディア環境で〈自分が望むエンターテイメント体験のためなら、国境やメディア、次元さえも超えて、ほぼどこへでも移動するファンの移動行動〉を捉える理論的枠組みとなる可能性が示された。この点は、これまでファンの実践としての〈移動〉に着目した議論が十分には行われてこなかったファン研究に、ファンの多様な〈移動〉を捉えていくための新たな研究視座を与え得るであろう。

第二に、理論的枠組みとしての〈トランスボーダーなファン実践〉は、欧米圏以外の事例に焦点を当てることで、今までファン研究において看過されてきた欧米圏以外のファン文化の特徴を捉え得る可能性が示された。〈トランスボーダーなファン実践〉の検証において、今日の日本のファンの中には、〈趣向や世界を同じくし、コンテンツを共有して存分に遊び合う連中〉である近世の〈連〉に類似する連なりが生じていることが明らかになった。これは、日本のファン文化でかつて生じた〈親衛隊〉を始めとする、統率され、リーダー等の役職がある〈集団〉とは異なる、今日の日本のファンの在り方である。また、この〈連〉の中では、企業まで巻き込んだファンと企業間の〈共生関係〉が生じ、両者が同じ〈ノリ〉で存分に遊び合い、クリエイティビティの相乗効果を生みだす様子も観察された。この点において〈トランスボーダーなファン実践〉は、欧米圏におけるファン研究の議論の偏り――〈生産者対消費者〉という構図やファンの実践が企業に対する〈抵抗〉や〈運動〉とされる傾向――を克服し、新たな研究視座を与えることが期待されよう。

第三に、〈応援消費〉と〈推し活〉との比較を通して、今日の日本のファン文化を捉える上で、理論的枠組みとしての〈トランスボーダーなファン実践〉を用いることの有用性が示された。〈応援消費〉と〈推し活〉はいずれも今日の複雑化したメディア環境におけるファンの実践に着目した概念である一方、そこで議論される内容はマーケティング論に偏りがちな傾向があった。また、マーケティングの可能性を追求する議論が進むあまり、ファンと企業間の〈生産者対消費者〉という構図が強調される側面もあった。これは、本研究で明らかにしてきた今日の日本のファンの実践の特徴――〈連〉における企業とファンとの共生関係やそこでの創造性――を看過する、〈応援消費〉や〈推し活〉に関する議論の限界点でもある。本研究で検証してきた〈トランスボーダーなファン実践〉という理論的枠組みは、上記議論の中で看過される、ファンと企業との共生関係や、そこでの創造性にまで着目し、マーケティング論だけに捕らわれない新たな観点からの議論を可能にするポテンシャルを持つ。

以上の通り、本研究では、ポップカルチャーのファンによる越境的・メディア横断的・次元超越的な移動を捉えるための理論的枠組みとしての〈トランスボーダーなファン実践〉を仮説的に設定し、実証的なデータの分析を通してその検証を行ってきた。今後の研

究では、本研究で設定した〈トランスボーダーなファン実践〉を、『キンプリ』ファン以外の実践に用いて分析を行うことで、その理論的枠組みとしての更なる検証を行うことが必要とされる。

参考文献

Atkinson, Sarah, and Helen W. Kennedy, 2016, "From conflict to revolution: The secret aesthetic, narrative spatialisation and audience experience in immersive cinema design", *Participations*, 13 (1): 252-279, (Retrieved October 8, 2024, https://www.participations.org/13-01-13-atkinson.pdf).

Biggin, Rose, 2017, *Immersive Theatre and Audience Experience: Space, Game and Story in the Work of Punchdrunk*, Perlego ed., London: Palgrave Macmillan.

Bouko, Catherine., 2014, "Interactivity and immersion in a media-based performance," Participation,11(1): 254-269, (Retrieved October 8, 2024, https://www.participations.org/11-01-15-bouko.pdf).

Jenkins, Henry., 2006, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, Perlego ed., New York : NYU Press.

———, 2011, "Acafandom and Beyond: Week Two, Part One (Henry Jenkins, Erica Rand, and Karen Hellekson)," Pop Junctions: Reflections on Entertainment, Pop Culture, Activism, Media Literacy, Fandom and More, (Retrieved October 8, 2024, https://henryjenkins.org/blog/2011/06/acafandom_and_beyond_week_two.html).

Reijnders, Stijn., 2011, "STALKING THE COUNT: Dracula, Fandom and Tourism," *Annals of Tourism Research*, 38(1): 231–248.

Seaton, Phillip, Takayoshi, Yamamura, Akiko, Sugawa-Shimada and Jang, Kyungjae, 2017, *Contents Tourism in Japan: Pilgrimages to 'Sacred Sites' of Popular Culture.* New York, Cambria Press.

田中優子, 2008,『江戸はネットワーク』, 東京：平凡社.

Wynants, Nele, Kurt Vanhoutte, and Philippe Bekaert, 2008, "Being Inside the Image. Heightening the Sense of Presence in a Video Captured Environment through Artistic Means: The Case of CREW," *Proceedings of the 11th International Workshop on Presence in Padova*: 157-162, (Retrieved October 8, 2024, https://matthewlombard.com/ISPR/Proceedings/2008/Wynants.pdf).