

講演録

# コンテンツツーツーリズムを巡って

佐々木 隆

## 目次

はじめに	2
1 これまでの経緯とプロセス	4
2 聖地巡礼からコンテンツツーリズムへ Special Interest Tourism Film (Induced) Tourism	5
3 日本独特のアニメツーリズム	9
4 ポップカルチャーとコンテンツツーリズム	15
5 コンテンツツーリズムの研究の行方	23
6 国の思惑は一体何か	30
付録「コンテンツツーリズム書誌(抄)」	34
おわりに	58

## はじめに

この講演録は「コンテンツツーリズムを巡って」（2022年10月25日16時20分～17時50分）の内容を整理したものである。特に録音をしていないものではないが、パワーポイントの資料に従って順を追って話したことから記憶を辿ってまとめた。活字化するにあたり、配布資料を反映させて内容を少し補ったところもあることはお断りしておきたい。

中井延美先生とは日本英語文化学会での研究活動を通して交流があり、2012年より隔年で中井先生のゼミで講演（特別授業）として登場することになり、今年で第6回を迎えることとなった。観光言語学、英語教育などの研究をされ、現在は日本英語文化学会会長を務める中井先生とポップカルチャーやシェイクスピアを研究し、同学会の理事を務める私がこうした交流があるのも、教員の大きな柱のひとつである「教育」の部分で学生への研究内容の還元という共通点があるからだ。2020年はCOVID-19の影響によりZOOMを利用した開催となったが、今回はいつも通り対面での講演となった。話しの流れから適宜補足をしたところもある。この講演は明海大学ホスピタリティ・ツーリズム学部ホスピタリティ・ツーリズム学科の中井延美准教授のケース・スタディⅠ・Ⅱの一環で、今回は92名の出席となった。こうした機会を与えて戴いた中井先生には深く感謝御礼申し上げたい。また、参加して戴いた明海大学の学生の皆さんにはこの講演（特別授業）が今後の研究の一助になれば幸いである。

ポップカルチャーに関する明海大学での講演（特別授業）は2012年、2014年、2016年、2018年、2020年、そして今年で6回目を迎えた。過去の5回は以下の通りである。

第1回「オタク文化とツーリズム」2012年10月30日

第2回「パブリック・ディプロマシーとしてのクール・ジャパン

Cool Japan as Public Diplomacy」2014年10月28日

第3回「今、ポップカルチャーが熱い！—otaku, kawaii, emoji も英語

に！キャラクターだらけの日本！」2016年10月25日  
第4回「ドラえもんに負けたハローキティ？：『広辞苑』（第7版）に  
見るポップカルチャーの勢力拡大！」2018年6月19日  
第5回「ことばとオタク文化」2020年10月13日 ZOOM

いずれもポップカルチャーが中心になっている。オタク、アニメ、マンガ、萌えなどを取り上げているが、筆者自身もこれまでのものをまとめるよい機会となっている。論文も重要であるが、自分の話した内容をまとめ、活字化してることが重要であるとの認識のもと、今回も記録としてまとめることとした。なお、講演中はスライドを見せながらのため、参考にした資料や引用資料についてはスライドで明示していたが、この講演録では注を付けることとした。なお、講演中、動画なども使用したが、この講演録ではそれを反映することはできなかった。なお、注を設けず、文中に情報を明示したことをお断りしておきた。

著者

## コンテンツツーリズムを巡って

### 1 これまでの経緯とプロセス

只今、ご紹介に預かりました武蔵野学院大学の佐々木です。昨日は東京ディズニーランドで過ごし、新しくできた東京ディズニーリゾート・トイ・ストーリーホテルで一泊して本日やって参りました。

配布物についてお手元にありますか。また、資料に示したQRコードから新たな資料が入手できるようになっておりますので、適宜ご利用下さい。

まず最初に明海大学でのこれまでの講演の記録を辿ってみたいと思います。第1回の講演は2012年10月30日でその時の講演が「オタク文化とツーリズム」で、今回の講演の元になっているものです。今日の講演はその内容をさらにバージョンアップしたものです。

#### 1 これまでの経緯とプロセス

明海大学での第1回講演は「オタク文化とツーリズム」(2012年10月30日)でした。



- 第1回「オタク文化とツーリズム」2012年10月30日
- 第2回「ハズリック・ディプロマシーとしてのクール・ジャパン Cool Japan as Public Diplomacy」2014年10月28日
- 第3回「今、ポップカルチャーが熱い！ -otaku, Kawaii, emojiも実語に！ キャラクターだらけの日本！」2016年10月25日
- 第4回「ドラえもんに負けたハローキティ？：「広辞苑」（第7版）に見るポップカルチャーの勢力拡大！」2018年6月19日
- 第5回「ことばとオタク文化」2020年10月13日 (ZOOM)

#### キーワード

ポップカルチャー、オタク文化、観光(ツーリズム)、コンテンツツーリズム、クールジャパン、パブリック・ディプロマシー

ポップカルチャーが観光を活性化させるのか、ポップカルチャーの何が観光を活性化させるのか

「オタク文化とツーリズム」(2012年10月30日)

この時の内容はツーリズムをはっきりと「コンテンツツーリズム」、特に「アニメツーリズム」などと意識していわゆるポップカルチャーは観光(ツーリズム)にどのような影響を与えているのか、これにまつわる諸問題などについても拡大してとらえていきたい。このためツーリズムとポップカルチャーの運動や政策などにも注目することになる。本日の内容はこの内容をさらに深めたもの。

なお、以降はツーリズム(tourism)、観光(sightseeing)、旅行(travel)

trip)の詳細な定義はせず、概括的にツーリズムの用語を使用して進めます。特にツーリズムの定義等について国連世界観光機関 (World Tourism Organization : UNWTO) を参考にしたい。定義だけでもかなりの時間等が必要ですので、本日は一般的な意味としてツーリズムという用語を使用します。

## 2 聖地巡礼からコンテンツツーリズムへ

### Special Interest Tourism、Film (Induced) Tourism

「聖地巡礼」「コンテンツツーリズム」と命名される以前からNHKの大河ドラマをはじめ、TVドラマ、映画、アニメなどの舞台設定となっているところを訪ねる行動は以前からあった。

古くは文学の世界に遡ってみると、ギリシャ神話以来、人間は旅・放浪・巡礼を繰り返している。冒険はファンタジーの源泉。イギリスではチャールズ『カンタベリー物語』はまさに巡礼途中でのお話をまとめたもので、夜に物語を語りながら巡礼を続けるというものだ。日本の江戸時代にはお伊勢参りの旅を描いた弥次さん・喜多さんの『東海道中膝栗毛』の巡礼ものもあった。これらは宗教的な意味合いのある文字通り聖地巡礼であった。

NHK朝の連続ドラマや大河ドラマなどをはじめ、視聴率の高い番組は旅行・観光にとっては重要な要因となる。その他、世界遺産やB級グルメも同様だ。旅行・観光と言ったツーリズムを引き起こす要因は多様化の傾向にあります。

酒井亨『アニメが地方を救う! ?』(ワニ・プラス、2016年6月)には次のような指摘があります。

NHKの朝の連続テレビドラマや大河ドラマは、昔から地方自治体などによる誘致合戦の対象となってきた。実際、朝ドラや大河ドラマの舞台となった県や市町には、観光客が増大する。映画もそうだ。

(p.237)

中村哲「観光におけるマスメディアの影響—映像媒体を中心に」(前田勇編『21世紀の観光学』学文社、2003年4月)にはインターネット普及前の考察であり、興味深いものがあります。

中村は大河ドラマの主たるロケ地の観光者数を調査し、ドラマ放送と観光者数の変化を3つに分類しています。

① 一過型、②ベースアップ型、③無関係型 (p.94)

3つの分類の中でも、放送年をピークに1~2年で旧来の水準に戻ってしまう一過型がもっとも多くなっているが、観光地としての魅力自体がその後の観光者数の推移を左右すると考えられます。もちろん、観光地での戦略も大きく影響すると思われます。

5 観光におけるマスメディアの影響 95

表 5-1 「大河ドラマ (NHK 番組)」 撮影地・主たる舞台への訪問者数の変化

ドラマの名称	撮影地・主たる舞台	放送年	3年前	2年前	1年前	放送年	1年後	2年後	3年後
市川右太衛門	名古屋市	1987年	89.4	97.0	100.0	141.6	161.5	113.4	119.9
	八ヶ岳とその周辺地域		91.8	96.5	100.0	138.5	105.0	107.3	107.4
	甲府昇仙峡地域	1998年	98.3	97.7	100.0	128.5	103.0	104.3	102.6
水戸黄門	関東果実温泉郷		96.9	98.7	100.0	115.7	101.0	103.6	104.0
	埼玉県川越市	1989年	99.5	103.6	100.0	133.9	137.7	135.3	137.6
徳川が如く	鹿児島市	1990年	97.4	98.6	100.0	123.0	118.7	114.5	98.8
太平記	栃木県足利市	1991年	—	102.8	100.0	204.1	118.0	168.1	108.8
藤 長	岐阜市		94.1	95.1	100.0	120.1	112.4	113.4	112.7
	名古屋市	1992年	167.1	96.1	100.0	103.2	113.6	109.3	102.0
魚珠の嵐	沖縄県	1993年	93.9	95.6	100.0	101.1	100.9	104.0	110.0
あまご	岩手県江刺市		102.9	108.4	100.0	324.6	243.0	214.5	254.9
	岩手県平泉町	1993年	100.5	102.8	100.0	108.5	104.1	87.1	82.4
	盛岡市		97.9	103.2	100.0	99.3	98.7	98.7	101.7
八代将軍吉屋	和歌山市	1995年	68.2	67.6	100.0	103.0	94.0	86.0	79.5
真 吉	名古屋市		111.4	107.2	100.0	102.2	91.3	99.4	104.3
	兵庫県姫路市	1996年	116.0	117.5	100.0	114.7	106.7	112.7	122.5
	滋賀県長浜市		85.5	98.1	100.0	182.5	123.9	125.4	138.5
毛裡元道	山口県防府市		95.1	97.8	100.0	148.8	115.7	110.0	104.6
	広島県吉田町	1997年	44.9	44.5	100.0	288.5	45.8	30.4	21.1
	広島市		98.3	95.2	100.0	107.8	97.5	100.9	97.5

この表については資料にも掲載していますので、ご覧戴きたく思います。表の続きがありますので、続けてご覧戴きたく思います。インターネット以前のものであるため、現在、これを活用してすべてを語ることはできないでしょう。ただし、放映後の減少状況を見ると、様々の傾向が見てとれます。これには地域差が非常に大きいと言わなければいられないでしょう。

NHK 大河ドラマ	主役
1963年 『花の生涯』	尾上松緑
1966年 『源義経』	尾上菊之助
1968年 『竜馬がゆく』	北大路欣也
1973年 『国盗り物語』	平幹二郎・高橋英樹
1987年 『独眼竜政宗』	渡辺謙
1993年 『琉球の風』	東山紀之
2016年 『真田丸』	堺雅人

大河ドラマや朝の連続ドラマが放映されればすぐにツーリズムに結び付くという単純なものでもなく、その要因も単純ではなさそうです。主役などの俳優の影響も大きいかもしれません。

民放のドラマでもツーリズムに大きく貢献したドラマがある。それは『北の国から』（北海道富良野市）で1981年～1982年にかけてフジテレビ系列で放映された。

原作・脚本	倉本聰
黒板五郎	田中邦衛。
純	吉岡秀隆
螢	中嶋朋子
主題歌	さだまさし

連続ドラマも当然終わったあとは影響力は下がるが、『北の国から』



の場合にはその後も単発ドラマが継続してシリーズ化されることで大きな影響を与えることになった。富良野という街が、ドラマを通して全国に知れ渡ることになったことは否定することはできないだろう。

連続ドラマ以外でも、映画でもこうした現象は起こる。特に大林亘彦監督の尾道三部作は、新たな観光資源となった。

『転校生』(1982)

※少年と少女が入れ替わる設定。

『時をかける少女』(1983)

※タイムトラベル。

『さびしんぼう』(1985)

※少年の恋をノスタルジックに描写。

『転校生』の設定にある「入れ替わり」は、最近の話題となった映画『君の名は。』、テレビドラマ『天国と地獄〜サイコな2人〜』も同様な設定になっています。しかも男女の体が入れ替わるというところは共通しています。現在のドラマ等もすべてがオリジナリティのあるものとは限りません。過去のものや原典にしているものも多くあるため、ツーリズムに限らず、文学的な探求も興味深いものがあります。

ツーリズムの要因になるのは映画やドラマだけではない。マンガやアニメもツーリズムに結びつく。

例えば、以前はトキワ荘(東京都豊島区)(1982年まで)などの漫画家が活動した場所への訪問などもあったが、『こち亀』のように実際の場所をリアルに舞台設定にしているものもあり、拍車がかかる。また、架空のものが現実化した「東京湾岸警察署」は驚く現象が起きたい。

『踊る大捜査線』の「東京湾岸警察署」は、お台場にて



きた新しい警察署の名前となった。

### 3 日本独特のアニメツーリズム

#### SIT(スペシャル・インタレスト・ツアー)

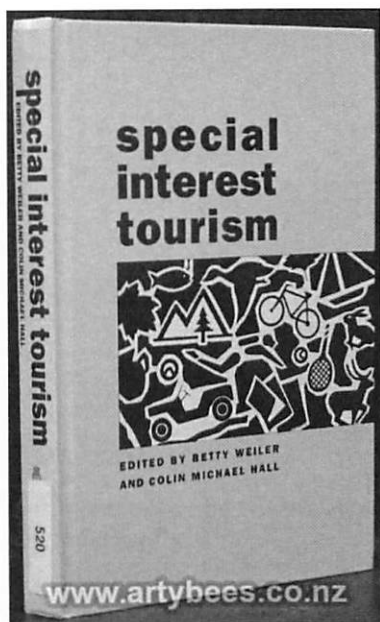
一般的な観光だけではなく、文化鑑賞や体験を盛り込んだテーマ性、趣味性の高い旅行。観光スポット周遊型ではない、バラエティ豊かなテーマ性・趣味性の高いパッケージツアー。海外旅行の経験が豊かなリピーター層を中心に人気を集めており、砂漠を縦断したり、高地を疾走するサイクリングツアーなどの体験型ツアーや、民間の家に宿泊するホームステイ型ツアーの人气が高くなってきている。

<http://www.yamato-gokoro.jp/dictionary/word/2007/03/07222909.html>

マンガやアニメがツーリズムの要因となることについて、まずスペシャル・インタレスト・ツアー (SIT= special interest tour) に注目しておきたい。

Betty Weiler and Coin Michael Hall, editors. *Special Interest Tourism* (Belhaven, 1992)では 'The Scope and Definition of Special Interest Tourism' として 'special interest travel' に言及している。

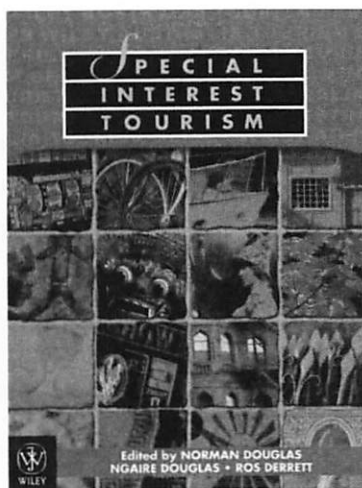
In 1980, Read argued that special interest travel would be 'prime force in the expansion of tourism' dominate the industry in the next decade and be responsible for an unprecedented rise in visitor satisfaction' (1980, p.125). According to Read (1980, p.195): 'special interest travel is travel for people who are going some-where because have a particular interest that can be pursued in a particular region or at a particular destination. It is the hub around which the total travel experience is planned and developed'. Special interest travel is sometimes equated with the term 'active' tourism. (p.5)



(Read 1980)とは以下の文献のことである。

Read, S.E., 1980, A prime force in the expansion of tourism in the next decade: special interest travel, 193-202 in D.E.Hawkins, E.L. Shafer, J.M. Rovelstad, eds, *Tourism marketing and management issues*, George Washington University, Washington D.C.

Morman Douglas, Ngaire Douglas and Ros Derrett, editors. *Special Interest Tourism* (John Wiley & Sons Australia, 2001)には“special interest tourism”の定義がある。



Definitions of SIT  
Special interest tourism may be defined as the provision of customized leisure and recreational experiences driven by the specific expressed interests of individuals and groups. A special interest tourist chooses to engage with a product or

service that satisfies particular interests and needs, so SIT is tourism undertaken for a distinct and specific reason.

Poon (1997:47) suggests that 'new tourism is a phenomenon of large scale packaging of non standardised leisure services at competitive prices to suit demands of tourists as well as the economic and socio-environmental needs of destinations'. (p.3)

海外の研究では“special interest tourism”という考え方があるが、日本では一般的にはアニメツーリズムというものがある。しかし、研究上ではアニメツーリズムと言う用語は用いられていない。当初は日本政府の政策用語として使われていたが、それが日本から発信された研究上の“contents tourism”として海外にも紹介されるようになった。その初出はJo-Anne Lester and Caroline Scaries, editors. *Mediating the Tourist Experience From Brochures to Virtual Encounters*. (Ashgate Publishing, Limited, 2013) に収録されている Sue Beeton, Takayoshi Yamamura and Philip Seaton. “The Mediatisation of Culture: Japanese Contents Tourism and Pop Culture” ではないだろうか。その内容の小見出しは次の通りである。

‘Pop Culture’ and Soft Power in Japan and Asia  
From Film-induced Tourism to Contents Tourism  
Conclusion

この文献がおそらく“contents tourism”が英語で紹介された最初の文献かもしれない。

Such embedded narratives can be conceptualized as providing ‘content’ to the touristic attractiveness of places and images. The notion of ‘contents tourism’ (kontentsu tsūrizumu) is particularly Japanese, with broader research into this phenome-

non to date facing a language/interpretation barrier, with key concepts or research findings struggling to make their way from Japanese into English or other languages, despite over a decade of research into the phenomenon in Japan. While this has been referred to as ‘content’ tourism, by the Japanese Ministry of Foreign Affairs (MOFA 2006a) along with some scholarly publications (for example Otmazgin and Ben-Ari 2012), it is more accurate to refer to it in the plural, as ‘contents’. This is not only because it is closer to the Japanese pronunciation, but also because it better represents the plurality of contents (narratives, characters, locations, soundtracks and so on) in any given work that may create fan affinity with the work or actually induce tourism. (p.140)

(MOFA 2006a)とは当時の外務大臣・麻生太郎「文化外交の新発想 外務大臣麻生太郎～皆さんの力を求めています～」(2006年4月28日、デジタルハリウッド大学での講演)、(Otmazgin and Ben-Ari 2012)とはN. Otmazgin and E. Ben-Ari, editors. *Popular Culture and the State in East and Southeast Asia* (2012)のことである。

‘contents tourism’については“From Film-induced Tourism to Contents Tourism”によれば次の通りである。

Film-induced tourism has been variously defined and described as movie-induced tourism (Riley et al. 1998), cinematic tourism (Tzanelli 2010), film tourism (Roesch 2009), set jetting (Grihault 2007), TV tourism (Reijnders 2011) and so on. Beeton (2000) initially applied the term ‘film-induced tourism’ to encompass the range of terms that have emerged over the past 15 years. For this chapter, we continue to apply Beeton’s inclusive and broad use

of the term 'film' to cover fictional movies and TV series as well as animation, but we also are expanding the whole concept into 'contents tourism'. (p.144)

Sheela Agarwal, Graham Busby and Rong Huang, editors. *Special Interest Tourism: Concepts, Contexts and Cases* (Oxfordshire: CABI, 2018)では以下のような表が提示されている。

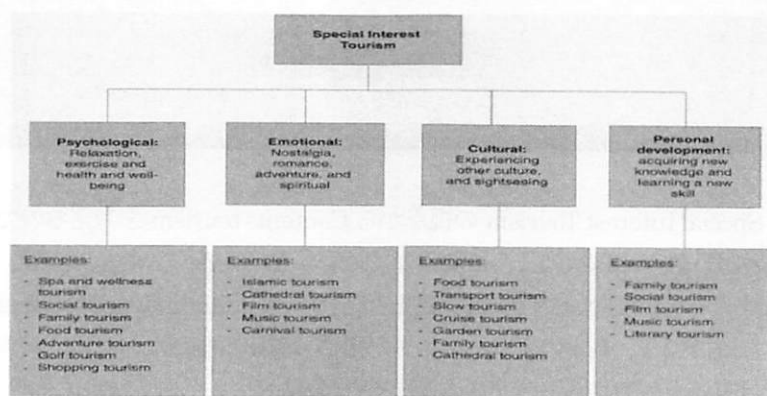


Fig. 1.2. Special Interest Tourism spectrum.

(p.5)



日本の場合に “Psychological” “Emotional” “Cultural” “Personal development” という分類に “Contents” を新たに加えて、以下のようにした方が考えやすいかもしれない。

Contents tourism	A →	Film tourism Music tourism Literary tourism
	B →	Otaku tourism Anime tourism Drama tourism Idol tourism Power Spot tourism Railroad tourism
	C →	Seichi junrei (Sacred pilgrimage)

Special Interest Tourism の視点から Contents tourism を考えるのであれば、佐々木は次のようになるのではいかと考える。しかし、実際には映画がさかんな国では映画が観光と結びつき、Film-induced tourism となっている。日本のようにアニメが浸透している国がないため、日本では事実上、アニメツーリズムとなったのでは？

「コンテンツツーリズム」とは

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。（『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』国土交通省・経済産業省・文化庁、2005年3月）より

この背景には文化芸術振興基本法（2001）の第9条によりマンガ、アニメ、ゲームなどもメディア芸術として法的に定義したことにより、教育界にも影響を与え、大学や大学院でマンガ学科、マンガ学部、アニメーション学科、マンガ研究科マンガ専攻の設置されるようになったわで

す。

#### 4 ポップカルチャーとコンテンツツーリズム

ポップカルチャーの中でもマンガやアニメはツーリズムの大きな要因となった。そのため、アニメツーリズムは日本独特のものと言えます。ではアニメツーリズム、オタクツーリズムの原点はどのあたりなのか。

1992年 『美少女戦士セーラームーン』

※港区氷川神社

1992年 『天地無用! 魍皇鬼』

※栃木県/岡山県倉敷市

1995年 『新世紀エヴァンゲリオン』

※神奈川県箱根町

2000年 『朝霧の巫女』(～2007年)

※広島県三次市

2002年 『おねがい☆ティーチャー』

※長野県大田市木崎湖

2003年 『おねがい☆ツインズ』

※長野県大田市木崎湖

『おねがい☆ティーチャー』の続編で『おねがい☆ティーチャー』と世界、キャラクターを共有する。主人公と二人の妹は新しいキャラクターでこの三人を中心に物語は展開する。

2007年 『らき☆すた』

※埼玉県鷲宮町

2007年 『秒速5センチメートル』

※栃木県

2009年 『サマーウォーズ』

※長野県上田市





一般には「聖地巡礼」で知られるコンテンツツーリズムですが、特に若者を惹きつけるのがマンガ、アニメにゆかりのある場所や店などを巡ることです。秋葉原、東池袋（乙女ロード）、中野ブロードウェイ、西武池袋沿線など、オタク文化が終結する場所やマンガ家やアニメーション制作会社のあるところもまた、聖地巡礼の場所ともなります。

場所そのものが聖地となるものとして次のものがあります。



以上は、発表者（筆者）がコロナ以前に撮影したものです。最近では角川武蔵野ミュージアム（サクラタウン含め、2020年11月グランドオープン）もでき、新しい展開を見せています。

## アニメ聖地88 1番札所



特に、本棚劇場は2020年12月31日の「第71回NHK紅白歌合戦」で、YOASOBIが歌唱した場所として話題となった。

角川武蔵野ミュージアムは所沢市もバックアップし、東所沢駅からミュージアムへの歩道にはマンホールでも楽しめるようになっているのです。夜、マンホールも光るようになっており、楽しめるようになっています。私はひとつひとつそれを写真に撮ったのですが、その姿は歩道に向かって写真を撮っているのまるで不審者のようですが、同じような行動をしている人がいてホットしたものです。両側の歩道にはそれぞれ異なったマンホールが設置されているため、かなりの数に上る。



コロナ以前に発表者（筆者）が撮影したものです。

最近注目すべきはアニメツーリズムが再燃していることです。新海誠監督をはじめ、動画の創作物にリアリティを与えようとすると、単に人物を明確にする、ストーリーの構成を緻密に創るだけでは視聴者には届かない。ではどうすればいいのか。映像全体にリアリティを与えるために、風景や背景を現実のものを使用し、そこへ再現することで、生活感やリアリティが誕生し、視聴者がその世界に没入することができるのです。その結果、場所が特定できるため、いわゆる聖地巡礼が起きてくるのです。製作者側もリアリズムを求めることになり、その結果、アニメ自体にリアリズムが以前よりも格段に高くなったため、その場所を視聴者が特定しやすくなり、ツーリズムへと発展することとなった。アニメ映画のリアリズムもコンテンツツーリズムと無縁ではありません。

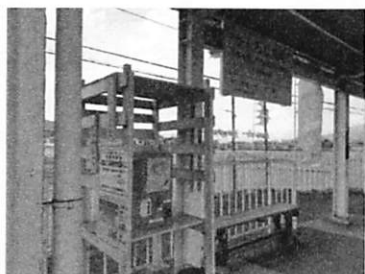
デジタルネイティブ世代は視覚的情報、つまり目から入る情報「主」となっているため、具体的な場所を設定する場合には「リアリティ」を求めることになるのです。

聖地巡礼を再燃させたひとつの契機として新海誠監督『君の名は。』（2016）があげられる。六本木の国立新美術館、四ツ谷界限にある須賀神社は印象的だ。話題のアニメ・マンガに登場した場所にそっくりな場所も対象になっている。『千と千尋の神隠し』の湯屋の舞台として四万温泉「積善館」（群馬県中之条町）、東京江戸たても園（東京都小



金井市)、台湾・九份などもよく上げられる。ただ、九份に宮崎駿は行

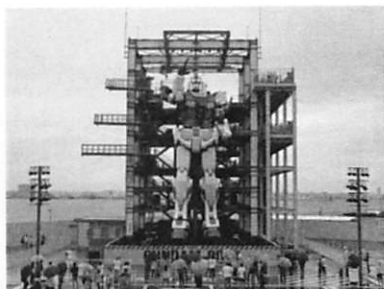
っていないのではないかと思います。『鬼滅の刃』の無限城にそっくりとして話題となった会津若松市の会津・芦ノ牧温泉「大川荘」もある。



登場人物にまつわる神社仏閣、場所もまた聖地巡礼の場所となっています。またショップや展示会場なども一時的であっても訪問地となりますので



池袋・サンシャイン 66 内 麦わらストア (発表者・筆者撮影)



横浜・GUNDAM FACTORY YOKOHAMA (発表者・筆者撮影)

訪日外国人意識調査からみたポップカルチャーの視点については配布資料をご覧ください。テーマパーク、日本のポップカルチャー、映画・アニメ縁は観光行動に大きな影響を与えている。日本に実際にくると、その影響はより大きくなります。第1の理由ではなく、第2の理由となっており、リピートする大きな要因となっていることがツーリズムを継続させる大きな理由になっているのではないのでしょうか。

すでに活字として発表した「Cool Japan の行方―訪日外国人におけるポップカルチャーの捉え方―」(『比較文化史研究』第20号、比較文化史研究会、2021年3月、pp.1-18のうち以下は一部を修正したもの)をご覧ください。

(新型コロナウイルス感染症の影響が全くない時のものとして)

国際交流の現場でよく考えることは、日本人が紹介したものと、外国人が紹介してほしいものが必ずしも一致していないという点だ。交流の場合と違い、国策として進める場合には、このズレは禁物である。戦略が間違えれば、期待される結果は得られない。多額の税金を投入する場合にはなおさら許されないだろう。クールジャパン関連概算予算合計は2017年度で459億円、2018年度政府概算要求予算は649億円である。

訪日が外国人の関心を知る一つのエビデンスとして国土交通省観光庁が実施している「訪日外国人消費動向調査」がある。この調

査の調査対象者はトランジット、乗員、一年以上の滞在者等を除く日本を出国する訪日外国人旅行者である。なかでもひとつの手がかりとなるのはいかの3つのアンケートではないだろうか。(選択肢はここでの掲載は省略する) 2015年度(平成27年)～2017年度(平成29年)の調査結果がすでに集計され、公表されているので、これを分析してみたい。ただ、訪日外国人といっても欧米とアジア諸国からの旅行者の消費行動も異なる傾向にあること、来日回数によって当然意識が異なることがあるため、一概に断定することはできないが、あくまでも一つの目安である。

今回の日本訪問に関する意識調査等(日本滞在中の行動)：単位(%)

	平成27年	平成28年	平成29年	
訪日目的が「観光」であること	日本食を食べること	69.7%	71.2%	68.3%
	ショッピング	55.4%	54.5%	53.4%
	自然・景勝地観光	44.0%	47.9%	45.1%
	温泉入浴	39.3%	39.6%	39.9%
	日本の酒を飲むこと	20.6%	29.6%	22.0%
今回の来日回数	日本食を食べること	95.4%	96.1%	95.4%
	ショッピング	84.1%	83.4%	85.4%
	日本の酒を飲むこと	42.4%	43.2%	45.2%
	自然・景勝地観光	64.4%	66.1%	65.5%
	温泉入浴	71.2%	73.3%	74.1%
次回訪日したいこと	日本食を食べること	59.4%	58.9%	55.4%
	ショッピング	48.9%	45.4%	43.2%
	自然・景勝地観光	43.5%	45.2%	42.9%
	温泉入浴	43.1%	42.1%	41.2%
	温泉入浴	30.9%	30.6%	29.0%
	日本の生活体験	29.2%	28.4%	28.0%
	温泉入浴	27.5%	25.2%	25.9%
	日本の歴史・伝統文化体験	26.6%	22.6%	23.4%
	テーマパーク	23.4%	23.6%	22.6%
	日本の日常生活体験	22.5%	22.2%	21.6%
	日本の日常生活体験	22.5%	22.2%	21.6%

ポップカルチャーに注目すると、「テーマパーク」が毎年「次回訪日したいこと」の二〇%以上を占めている。これは「日本の日常生活体験」とほぼ同じ状態である。等身大の日本に触れてみたいという思いと同等であるように一見見える。しかし、ここでさらアンケート調査の項目をよくみると、ポップカルチャーに関しては実は三つの項目に分かれていることに注意しなければならない。

テーマパーク、映画・アニメ縁の地を訪問、日本のポップカルチャーを楽しむ

回答者の認識により若干の数字の増減が予想できる。この3項目だけに注目してみるとどのようなことが言えるだろうか。なお「日本のポップカルチャーを楽しむ」を「日本のポップカルチャー」、「映画・アニメ縁の地を訪問」を「映画・アニメ縁」と略す。

今回の日本訪問に関する意識調査のうちポップカルチャーに関する3つの項目（日本滞在中の行動）：単位（%）

	平成27年	平成28年	平成29年	
訪日前に「期待していたこと」	テーマパーク	16.4%	16.4%	16.4%
	日本のポップカルチャー	9.2%	10.4%	9.4%
	映画・アニメ等	1.1%	1.9%	1.5%
	合計	26.6%	31.7%	30.2%
今回「した」こと	テーマパーク	21.7%	20.7%	21.4%
	日本のポップカルチャー	13.8%	14.8%	14.6%
	映画・アニメ等	1.7%	1.8%	1.9%
	合計	40.2%	40.3%	48.2%
次回「したい」こと	テーマパーク	23.4%	22.2%	23.4%
	日本のポップカルチャー	11.2%	15.0%	14.3%
	映画・アニメ等	10.5%	11.0%	10.8%
	合計	48.0%	48.2%	48.5%

平成27年度～平成29年度の3年間の合計もほぼ横ばいで安定している。このことから次のようなことが分析できよう。「次回したいこと」の過去3年間のデータを見ると、ポップカルチャーに関することは48%になる。この数字は「日本食を食べること」に次ぐものとなる。すなわち、そもそも旅行の楽しみもある「食事」「おみやげ」といった定番は日本のへの滞在中の行動でも当然同様である。しかし、「次回にしたいこと」で「ポップカルチャーに関すること」が占めている48%は極めて重要であると言える。すなわち、これこそがこれまで焦点が当てられていなかったクール・ジャパンと考えられるからだ。インバウンドに限らず、最初の旅行では定番のコースを辿り、複数回に渡る時にはより興味関心に沿った、特化されていく傾向になることは自然なことだろう。この意味からいってもポップ

カルチャーへの関心高さはインバウンドに対しても極めて有効であるということになる。

今回の日本訪問に関する意識調査のうちポップカルチャーに関する3つの項目のうち、最も範囲の狭いものは「映画・アニメ縁の地を訪問」である。関心がかなり特化されたものとなる。これは広い意味では「コンテンツツーリズム」、狭い範囲で言えば、「アニメツーリズム」や「聖地巡礼」と呼ばれることがある。(pp.11-13)

佐々木隆「Cool Japan の行方  
—訪日外国人におけるポップ  
カルチャーの捉え方—」(『比較  
文化史研究』第20号、比較文  
化史研究会、2021年3月)  
ダウンロードできます。 →



「旅行・観光消費動向調査」  
「宿泊旅行統計調査」  
「訪日外国人消費動向調査」



以上は配布資料に掲載した。

## 5 コンテンツツーリズムの研究の行方

「コンテンツツーリズム」の用語の誕生は2005年3月でした。それ以前にもメディアとドラマの影響に関する研究は行われていました。しかし、アニメやマンガ、ゲームによる聖地巡礼という行動様式が定着す



ると、観光産業、地域振興、若者の行動様式やモチベーションなどの心理状況に注目した研究へと広まりました。

「コンテンツツーリズム」という名称がない以前からもこうしたツーリズムは行われていました。中でもマンガやアニメの影響を受けて行われる巡礼行動はオタクツーリズム、アニメツーリズムと呼ばれていました。

『ワンダーJAPAN』（三オブックス）は2005年に創刊された。これに注目した井上努『『楽しさ』としての観光経験の表彰に関する考察』（2006）ではオタクツーリズムについて次のような記述がある。

特定の関心・興味に沿った観光という視点からはスペシャルインタレストツーリズムの一種と考えられることもできる。（井上努『『楽しさ』としての観光経験の表彰に関する考察』（『日本観光研究学会第21回全国大会論文集』日本観光研究学会、2006年12月）、p.65.



名前が付けられていない時代から、マンガやアニメの舞台となったところへ出かけてみたい、同じ場所で写真を撮りたいといったことはかなり前から行われていた。NHK大河ドラマや朝ドラの場合にはマスコミでも取り上げていたものの、マンガやアニメの場合には顕在化するのに時間がかかった。

聖地（メッカ）を書名にした初期のものは一体何であったであろうか。博学こだわり倶楽部編『聖地』はここだ。—あらゆるマニアに贈る憧れの名所案内』（河出書房新社、



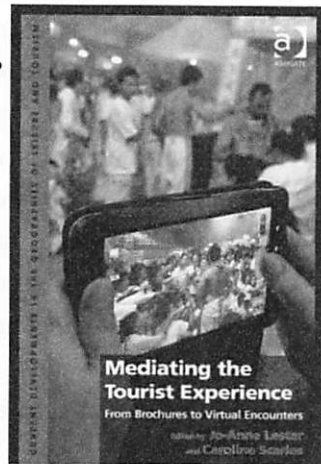
1995年12月)では、「聖地巡礼」という用語ではないものの、宗教的なツーリズムとは関係のない意味でいわゆる内容としてオタクツーリズムを扱ったものが1995年に世に出ている。「聖地巡礼」を書名にした最初のものは何であったであろうか。発表者(筆者)が調査した限りではそれは柿崎俊道『聖地巡礼 アニメ・マンガ12ヶ所めぐり』(キルタイムコミュニケーション、2005年3月)です。

海外における研究状況はどうであろうか。海外ではアニメツーリズムというよりはコンテンツツーリズムと言う大きな枠組みでまず捉えられたかもしれない。先にも紹介しましたが、海外におけるツーリズム研究からすると、Film-induced tourism、あるいはSpecial Interest Tourismからの発展と言う事になるのではないかと考えられます。海外では日本のようなマンガ・アニメ文化がなかった。日本独特のアニメ・マンガ・ゲームから観光に結びつく考え方は欧米ではどのように捉えているのか？

海外にはドラマや映画撮影の場所を訪ねるフィルムツーリズム(film induced tourism)という旅行の形態がある。SIT(special interest tourism)という娯楽、レジャーを伴う旅行形態がある。SITの研究ではcontents tourismへの言及はないようだ。

ドラマや映画撮影の場所を訪ねたいというハリウッドを中心にしたフィルムツーリズムという考え方が、広く変容して、日本ではアニメの影響を強く受けたコンテンツツーリズムがあることが紹介されるに至っています。Beetonはその後もコンテンツツーリズム政策が地域の観光資源となることを狙ったものであることを指摘しています。海外で最初にコンテンツツーリズムに言及したのは一体誰でしょうか？

Anne and Caroline Scaries, editors. *Mediating the Tourist Experience: From Brochures to Virtual Encounters*. (Ashgate Publishing,

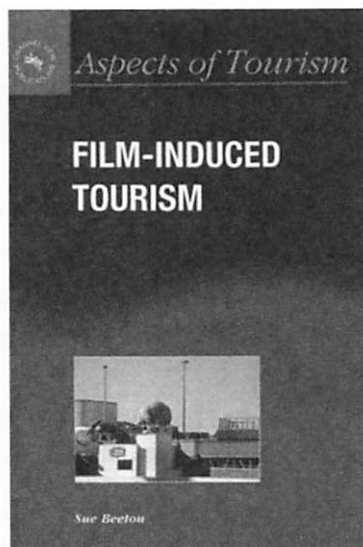


Limited, 2013)では収録されている Sue Beeton, Takayoshi Yamamura and Philip Seaton. “The Mediatisation of Culture: Japanese Contents Tourism and Pop Culture” であるかもしれない。その内容の小見出しは次の通りである。

‘Pop Culture’ and Soft Power in Japan and Asia  
From Film-induced Tourism to Contents Tourism  
Conclusion

実際の言及部分を見てみたい。

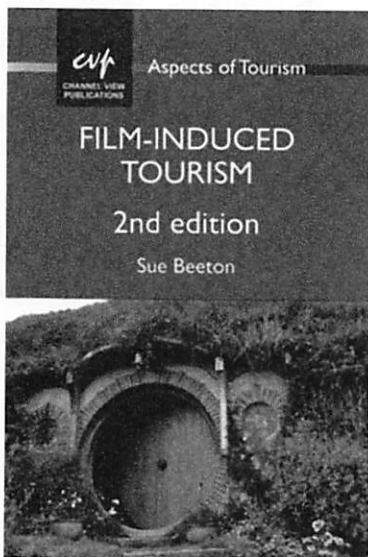
Such embedded narratives can be conceptualized as providing ‘content’ to the touristic attractiveness of places and images. The notion of ‘contents tourism’ (kontentsu tsūrizumu) is particularly Japanese, with broader research into this phenomenon to date facing a language/interpretation barrier, with key concepts or research findings struggling to make their way from Japanese into English or other languages, despite over a decade of research into the phenomenon in Japan. While this has been referred to as ‘content’ tourism, by the Japanese Ministry of Foreign Affairs (MOFA 2006a) along with some scholarly publications (for example Otmazgin and Ben-Ari 2012), it is more accurate to



refer to it in the plural, as 'contents'. (p.140)

次に Sue Beeton. *Film-induced Tourism* (2005) も見ておきたい。

ビートンは *Film-Induced Tourism* (2005) を 2016 年に改訂するにあたり、同書に新たに contents tourism という語を加えた。用語の解説と日本での研究の展開について紹介を行った。



In Japan, the term 'contents (kontentsu) tourism' has come to represent tourism based around signs and meaning, with a particular focus on (but not exclusively) the role of anime in Japanese tourism. While a relatively new term in the English-language literature, contents tourism has been used in Japanese academic and business circles since the 1990s. The term refers to the various narrative and creative components of popular, including stories, characters, music, locations and, in particular, film. (p.31)

日本では 2008 年あたりからアニメーツリズム、聖地巡礼が注目を浴びはじめたようです。

『朝日新聞』(2008 年 7 月 26 日 夕刊)

前田大輔・増田愛子「アニメの聖地 巡礼中」

『日本経済新聞』(2008 年 8 月 19 日)

「観光立国への挑戦 21 オタクーツリズム 漫画やアニメが原動

力に」

『観光経済新聞』(2008年8月23日)

石森秀三「視点 日本の観光48」

『現代用語の基礎知識』(2009)でもはじめて、「聖地巡礼」が見出し語として登場した。

アニメファンが自分の好きなアニメに描かれてた街を訪ね歩き、仮想と現実の世界を重ね合わせる行為、「聖地巡礼」と彼らは呼んでいる。埼玉県鷲宮町にある鷲宮神社は、埼玉県出身の漫画家、美水(よしみず)かがみがゲーム雑誌に連載している『らき☆すた』の舞台となっており、この神社をファンたちは休日にカメラを持って訪れる。目の前の風景とマンガの場面を重ね合わせて写真に撮るのである。そうした「巡礼」を行うことによって同好の仲間とも会うことができる。こうした巡礼の先駆けとなったのが2000年～07年に月刊コミック誌に連載された宇河弘樹作の『朝霧の巫女』の舞台となった広島県三次市だと言われている(p.1276)

Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia* (Kodansha International, 2009)では次のように取り上げられています。

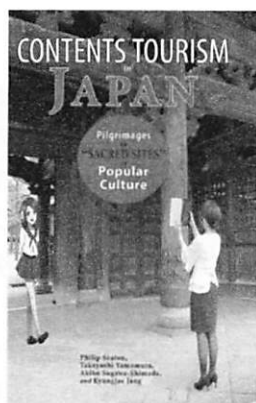
Pilgrimage. For OTAKU, sojourns to locations seen in ANIME and MANGA. As settings and backgrounds became realistic enough for fans to identify the actual places used as inspiration, otaku started making pilgrimages to these “holy” sites. (p.198)

2011年にはコンテンツツーリズム学会が設立され、研究としてのコンテンツツーリズムが着実に根付くことになったようです。同学会のホームページには次のようにあります。

近年、コンテンツ作品を巡る聖地巡礼型の観光行動が活発化を見せている。

映画のロケ地巡り、大河ドラマ観光、マンガ、アニメの聖地巡礼などなど数えれば切りのない状況にある。定住人口が今後、減少していく日本では交流人口を増やすことが極めて重要になってきている現在、自治体を始めとして様々なアクターがコンテンツツーリズムの施策に積極的に取り組み始めている。

新しいところでは Philip Seaton, et al. *Contents Tourism in Japan* (Cambria Press, 2017)も出版されるようになっていきます。



岡本健『巡礼ビジネス』(KADOKAWA, 2018)でも次のように述べています。

コンテンツツーリズムが政策的な語であることを見ておきましたが、実はこの言葉は、和製英語であり、英語では一般的にフィルツーリズム (Film Tourism)と呼ばれています。フィルムとは映画を意味する言葉で



す。ではフィルムツーリズムと呼べば良いではないかと思われるかもしれませんが、私は、「コンテンツ」という言葉を使っている点が重要だと考えています。(p.112)

日本でも海外でもコンテンツツーリズムに関する研究書等々は次々と発表されています。これまでの研究状況は拙著「コンテンツツーリズム書誌(抄)」『ポップカルチャー・若者文化研究』第7号、ポップカルチャー・若者文化研究会、2021年8月、1-15頁)

をご覧ください。



## 6 国の思惑は一体何か

コンテンツツーリズムを考える上で、政策として国土交通省と経済産業省の動きは注視しなければならないだろう。外国人観光客の招致と言うのが最も中心的なものだ。この背景にあるものは2002年のダグラス・マクグレイの「クール・ジャパン論」の影響により、マンガやアニメを国も利用しやすくなってきたことがあげられます。これを決定付けたものが『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』(国土交通省・経済産業省・文化庁、2005年3月)である。この報告書で「コンテンツツーリズム」が初めて登場することとなったです。コンテンツツーリズムの提唱し、そのことは観光立国政策、地域振興政策とふたつの要素があり、これらを推し進めるものとしてICTの発信力を活用することが主張されたのです。ポップカルチャー政策と観光政策が同時に進められることとなり、その合流点がコンテンツツーリズムであったということになります。この流れを時系列で見ると次のようになります。

2006年 4月 麻生外務大臣演説「文化外交の新発想—みなさんの力を求めています」

※漫画、アニメなどのポップカルチャーを文化外交

として利用することを演説。

2007年 1月 観光立国推進基本法

2007年 5月 国際漫画賞設立

※麻生外務大臣が外務省に国際漫画賞を設立した。

2006年4月の演説でこのことに触れていた。

2007年 8月 『世界コスプレサミット2007』

※中川翔子が「世界コスプレ親善大使」に任命される。(ビジット・ジャパン・キャンペーンの一環) (外務省と国土交通省)

2008年 3月 『COOL JAPAN オタクニッポンガイド』ジェイティビィパブリッシング

2008年 6月 日本政府観光局 (通称名使用開始)

2008年 10月 観光庁設置

2010年 6月 クール・ジャパン室 (経済産業省内に設置)

※日本のデザイン、アニメ、ファッション、映画等の文化産業は、「新成長戦略」や「産業構造ビジョン2010」において、今後の我が国の経済成長を支える戦略分野の一つとして期待されています。

サブカルチャーは国策へ、マンガ/アニメはサブカルチャーからメディア芸術へ、メディア芸術から文化アイテムへと高みへ上った。そして、さらに戦略アイテムになったのです。このことはサブカルチャーがソフト・パワー・アイテム、文化外交アイテムにまで登りつめたことを意味しています。しかし、政府が命名したものが必ずしも定着するとは限らない。コンテンツツーリズムと命名されても、一般の人、マスコミもアニメによる聖地巡礼はアニメツーリズムの方が理解しやすく、内容もわかりやすい。オタクツーリズムの名前には若干抵抗感もあるかもしれませんが。このような場合には、単に「あのアニメの、あのマンガの聖地巡礼」とした方が目につきやすく、やわらかい印象となるのではないで



しょうか？コンテンツツーリズムは政策用語、学術用語となっ  
てしま、一般には敬遠されているかもしれません。

視聴者、オタクを中心におこなわれていたコンテンツツーリズムも、  
よりわかりやすく、さらに産業・ビジネス化するために、アニメ制作関  
係、観光関係、出版社、鉄道等などがコラボして2016年9月に一般社  
団法人アニメツーリズム協会が設立されました。これは民間によるもの  
ですが、経済優先の動きだ。そのおもな組織は以下の通りです。

会長 富野由悠季  
理事長 角川歴彦（株式会社KADOKAWA 取締役会長）  
副理事長 石川和子（一般社団法人日本動画協会理事長）

一般社団法人アニメツーリズム協会の目的の以下の通りです。

・「アニメ聖地」を88か所選定することでオフィシャル化。さらに  
「アニメ聖地」をつなぐ広域周遊観光ルートを官民連携のオールジャ  
パン体制で造成する。

・「アニメ聖地」（地域）と企業、コンテンツホルダーをつなぎ、  
「アニメ聖地」でのコンテンツを活用したサービスや商品の提供を促  
進し、同時に地域の受け入れ環境も整備することで、新たな経済効果  
を創出する。

・「アニメ聖地」を海外・国内のクールジャパン・コンテンツファン  
へ様々な手段で発信し、観光客とアニメ聖地をつなぎ、新たな送客を  
促進させる。

#### 協会の主な目的

2018年版より毎年『訪れてみたい日本のアニメ聖地88』を選定、  
オフィシャル化することで国内外に積極的な情報発信を行い、選定  
した地域にアニメ聖地88認定プレートとご朱印スタンプの設置を  
進めています。また、地域や企業、権利者、アニメファンの橋渡し

となってアニメ作品の世界観やキャラクターを公式に活用した商品、サービス、イベントの創出を促進し、さらなるインパウンドの増大や地域創生に貢献することを目指しています。

名称 一般社団法人アニメツーリズム協会 (Anime Tourism Association)

設立日 平成28年9月16日  
事業所 東京都千代田区富士見1-12-21  
所在地 東京都千代田区五番町3-1  
URL <https://animetourism88.com/>



果して戦略的な聖地は成立するのでしょうか？アニメツーリズム協会が88か所の聖地を選定しているが、定着するのでしょうか？アニメは連続的な放送や断続的でも継続的な放映となれば、人気も継続される可能性が高くなります。ドラマも同様です。キャラクターグッズも同様です。簡単に地域貢献、再生となるわけではありません。コンテンツツーリズムはその土地の持っている特性や住民の考えなども重要です。ツーリズムを一過性ではなく、定着させるためには公式はなく、試行錯誤が続きますが、イベントなどを定期的で開催していくことがひとつの手がかりになるのではないのでしょうか。(終わり)

### 本日の内容

- 1 これまでの経緯とプロセス  
明海大学での隔年講演の内容紹介
- 2 聖地巡礼からコンテンツツーリズムへ  
Special Interest Tourism Film (Induced)  
Tourism
- 3 日本独特のアニメツーリズム
- 4 ポップカルチャーとコンテンツツーリズム
- 5 コンテンツツーリズムの研究の行方
- 6 国の思惑は一体何か — 経済優先



## 付録「コンテンツツーツリズム書誌 (抄)」

※「コンテンツツーツリズム書誌 (抄)」(『ポップカルチャー・若者文化研究』第7号、ポップカルチャー・若者文化研究、2021 令和3年8月、pp.1-15 頁)を再掲。なお、当日は資料としてQRコード示し、「HP 佐々木隆研究室」よりダウンロードできるようにした。

### [邦文文献]

001 『新日本文学』、第8巻第9号、新日本文学会、1953年9月

※「特集 文芸作品の映画化『夜明け前』のロケ地から」

002 天夢人編『旅と鉄道』、山と溪谷社、1971年11月創刊。

※2009年に休刊後、2011年9月より株式会社天夢人より復刊。

#### ※主な特集

鉄道×アニメ 聖地巡礼 2017年5月号

アニメが描く美しい鉄道 2017年12月号

寅さんの列車旅 映画「男はつらいよ」の鉄道シーンを紐解く  
2018年4月号

映画と鉄道 2019年1月号

かわいい鉄道 2019年5月号

鉄道が走るアニメの世界へ 2019年11月号

エヴァンゲリオンと鉄道 2021年1月号

私鉄特急乗りくらべ 2021年5月号

003 博学こだわり倶楽部編『[聖地] はここだ。—あらゆるマニアに贈る憧れの名所案内』、河出書房新社、1995年12月

※まだオタクツーツリズム、アニメツーツリズム、(アニメの) 聖地巡礼、コンテンツツーツリズムという用語が出現する以前のもの。

[聖地] を「メッカ」と読ませている。

004 平川勇太郎「聖地巡礼」、『TRI アングル』、第188号、東京リサーチインターナショナル、1997年1月

- 005 川本三郎『日本映画を歩く ロケ地を訪ねて』、JTB、1998年8月
- 006 『Junyu 広島・尾道ロケ地めぐり・倉敷・瀬戸内しまなみ海道』、瀬戸田ゲストハウス、1999年8月
- 007 ドラまっぷプロジェクト『TVドラマここがロケ地だ!!』、サンブックス、2000年3月
- 008 齋藤武市・川又昂・福田千秋「小津『東京物語』ロケ地再訪」、『文藝春秋』、第82巻第1号、文藝春秋、2004年1月
- 009 柿崎俊道『聖地巡礼 アニメ・マンガ12ヶ所めぐり』、キルタイムコミュニケーション、2005年3月  
※本書は書名としていわゆるマンガ・アニメのツーリズムとしての「聖地巡礼」を冠した最初のものかもしれない。
- 010 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』、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年3月  
※コンテンツツーリズムという用語を初めて使用。
- 011 長谷川文雄・水鳥川和夫『コンテンツ・ビジネスが地域を変える』、NTT出版、2005年4月
- 012 『観光文化』、特集：ジャパニーズ・クールー日本のポップカルチャーの可能性や如何に、第172巻、財団法人日本交通公社、2005年7月
- 013 『ワンダーJAPAN』、創刊号、三オブックス、2005年12月
- 014 李受美「『大河ドラマ』ジャンルの登場と其社会的意味の形成過程」、『東京大学大学院情報学環紀要 情報学研究』、70号、東京大学大学院情報学環・学際情報学府、2006年1月
- 015 長谷川文雄・福富忠和編『コンテンツ学』、世界思想社、2007年9月

- 016 中谷哲弥「フィルム・ツーリズムに関する一考察—『観光地イメージ』の構築と観光経験をめぐって—」、『奈良県立大学研究季報』、第18巻、奈良県立大学、2007年10月
- 017 森下剛「マンガ・アニメキャラクターと地域振興に関する研究(1)」、『梅花女子大学短期大学部研究紀要』、56号、梅花女子大学短期大学部、2008年3月
- 018 今井信治「表象される聖地—オタクと聖地巡礼」、『宗教と社会』第14号、「宗教と社会」学会、2008年6月
- 019 前田大輔・増田愛子「アニメの聖地 巡礼中」、『朝日新聞』、2008年7月26日夕刊
- 020 北大観光高等研究センター「観光立国への挑戦 21 オタクツーリズム 漫画やアニメが原動力に」、『日本経済新聞』、2008年8月19日
- 021 北海道大学観光高等研究センター・石森秀三「視点 日本の観光48」、『観光経済新聞』、2008年8月23日
- 022 「オタクツーリズム」、『日本経済新聞』 2008年11月1日夕刊
- 023 山村高淑「アニメ聖地の成立とその展開に関する研究—アニメ作品『らき☆すた』による埼玉県鷲宮町の旅客誘致に関する一考察」、『国際広報メディア・観光学ジャーナル』第7号、北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院、2008年11月
- 024 岡本健、山村高淑、松本真治「アニメーション作品が観光振興に与える影響に関する研究(その1)アニメ聖地巡礼の誕生と展開」、『日本観光研究学会全国大会学術論文集』、第23巻、日本観光研究学会、2008年11月
- 025 『北海道大学文化資源マネジメント論集』、第1巻、北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院観光創造専攻文化資源マネジメント研究室、2008年12月～2009年6月(第15巻)  
※2011年より『コンテンツツーリズム研究』、2012年より『コンテンツツーリズム論叢』へ。
- 026 山村高淑「観光新時代の地域開発 観光情報革命と文化創出型観

- 光の可能性—アニメ聖地巡礼に見る次世代ツーリズムの萌芽」、  
『地域研究』、第 533 号、日本地域開発センター、2009 年 2 月
- 027 北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チ  
ーム編 CATS 叢書第 1 号～、北海道大学観光学高等研究センタ  
ー、2009 年 3 月～  
北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究  
チーム編 『メディアコンテンツとツーリズム 鷺宮町の経  
験から考える文化創造型交流の可能』、第 1 号、2009 年 3 月  
山村高淑・小林英俊・緒川弘孝・石森秀三編『コミュニティ・  
ベースド・ツーリズム事例研究～観光とコミュニティの幸  
せな関係性の構築に向けて～』、第 3 号、2010 年 2 月  
山村高淑・岡本健編『次世代まちおこしとツーリズム 鷺宮  
町・幸手市に見る商店街振興の未来』、第 4 号、2010 年 3 月  
山村高淑・岡本健編『観光資源としてのコンテンツを考える  
情報社会における旅行行動の諸相から』、第 7 号、2012 年 3  
月  
山村高淑、シートン・フィリップ、張慶在・平井健文・鎗水孝  
太編『コンテンツ・ツーリズム研究の射程 国際研究の可能  
性と課題』、第 8 号、2016 年 3 月  
石森秀三・西山徳明・山村高淑編『観光創造学へのチャレンジ』、  
第 11 号、2017 年 3 月
- 028 鷹取洋二『瀬戸内シネマ散歩』、吉備人出版、2009 年 3 月
- 029 増淵敏之「コンテンツツーリズムとその現状」、『地域イノベーション』第 1 巻、法政大学地域研究センター、2009 年 3 月
- 030 『観光におけるサブカルチャー——コンテンツの活用に関する調査  
研究』、財団法人中部産業活性化センター、2009 年 3 月
- 031 森下剛「マンガ・アニメキャラクターと地域振興に関する研究  
(2)」、『梅花女子大学短期大学部研究紀要』、第 57 号、梅花女  
子大学短期大学部、2009 年 3 月
- 032 谷口重徳「コンテンツを通じた地域振興の取り組みの現状と課題

- 中国地域を中心に—、『現代社会学』、第10号、広島国際学  
院大学現代社会学部、2009年3月
- 033 菊地拓蔵「アニメファンの情報収集からロケ地巡りへ至るまでの  
仮説モデル」、『季刊地理学』、第61巻第3号、東北地理学会、  
2009年9月
- 034 『コンテンツ文化史研究』、創刊～、コンテンツ文化史学会、2009  
年5月～
- 035 『まほら』、特集：オタクツーリズム、第60号、旅の文化研究所、  
2009年7月
- 036 敷田麻実・内田純一・森重昌之編『観光の地域ブランディング 交  
流によるまちづくりのしくみ』、学芸出版社、2009年8月
- 037 井手口彰典「萌える地域振興の行方—『萌えおこし』の可能性とそ  
の課題について」、『地域総合研究』第37巻第1号、鹿児島国  
際大学附置地域総合研究所、2009年9月
- 038 岡本健「アニメを動機とした旅行行動の実態に関する研究～アニメ  
聖地巡礼研究および調査の整理を通してから」、『観光・余暇関  
係諸学会共同大会学術論文集』、観光・余暇関係諸学会共同大会  
学術論文集編集委員会、2009年9月
- 039 岡本健「情報化が旅行者行動に与える影響に関する研究～アニメ  
聖地巡礼行動の事例分析から～」、『日本社会情報学会  
(JSIS&JASI)合同研究大会研究発表論文集』、日本社会情報学会  
(JSIS)事務局・日本社会情報学会(JASJ)事務局・広島文化学園  
大学社会情報学部、2009年9月
- 040 神田孝治編『観光の空間 視点とアプローチ』ナカニシヤ出版、  
2009年10月
- 041 岡本健「情報文化としてのアニメ聖地巡礼」、『情報文化学会全国  
大会講演予稿集』、第17巻、情報文化学会、2009年11月
- 042 大石玄「アニメ《舞台探訪》成立史—いわゆる《聖地巡礼》の起源  
について」、『釧路工業高等専門学校紀要』、第45号、釧路工業高  
等専門学校、2009年12月

- 043 木村めぐみ「フィルムツーリズムからロケーションツーリズムへ—メディアが生み出した新たな文化—」、『メディアと社会』、第2巻、名古屋大学国際言語文化研究科、2010年3月
- 044 永田尚三「アニメの『聖地巡礼』を活用した地域活性化についての一考察」、『武蔵野大学政治経済研究所年報』、第2巻、武蔵野大学政治経済研究所、2010年3月
- 045 『コンテンツ文化史研究』、特集：コンテンツと場所、第3号、コンテンツ文化史学会、2010年4月
- 046 増淵敏之『物語を旅するひとびと—コンテンツ・ツーリズムとは何か』、彩流社、2010年4月
- 047 岡本健「情報コミュニケーション社会における観光地域経営に旅行者が果たす役割—埼玉県北葛飾郡鷲宮町におけるアニメ聖地巡礼型まちおこしの事例分析から」、『日本情報経営学会全国大会予稿集』、第60巻、日本情報経営学会、2010年5月
- 048 岡本健「コンテンツと旅行行動の関係性—コンテンツ=ツーリズム研究枠組みの構築に向けて」、『観光余暇関係諸学会共同大会学術論文集』、第2巻、国際広報メディア・観光学院、メディア・コミュニケーション研究院、2010年9月
- 049 松浦妙子「コンテンツ・ツーリズムの推進『聖地巡礼』は新世紀の『ディスカバー・ジャパン』か?〜オタクないし新しい視線・発想を契機として生まれる『地域再発見』〜」、『季刊中国総研』、第14号、中国地方総合研究センター、2010年9月
- 050 川本三郎「東京つれづれ日誌(5)北国、鉄道ロケ地めぐり」、『東京人』、第25巻第13号、都市出版、2010年11月
- 051 長谷川恭子「知り隊おしえ隊『ゲゲゲの女房』のロケ地を訪ねて—深大寺界隈のおすすめスポット」、『ノーマライゼーション』、第30巻第11号、日本障害者リハビリテーション協会、2010年11月
- 052 岡本健「CGM 観光情報による旅行行動の再生産メカニズム—埼玉県久喜市および滋賀県犬上郡豊郷町へのアニメ聖地巡礼を事例



- として、『日本情報経営学会全国大会予稿集』、第61巻、日本情報経営学会、2010年11月
- 053 『コンテンツツーリズム研究』、第1巻、北海道大学大学院国際広報メディア観光学院文化資源マネジメント研究室、2011年1月  
※第1巻のみ。翌年より『コンテンツツーリズム論叢』へ。
- 054 松沼猛編『萌えコレ！日本縦断萌えキャラ&萌えおこし総合ガイド』、三栄書房、2011年1月
- 055 谷村要『『コミュニティ』としての『アニメ聖地』—豊郷町の事例から』、『大手前大学論集』、第11巻、大手前大学、2011年3月
- 056 山村高淑『アニメ・マンガで地域振興～まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発法』、東京法令出版、2011年4月
- 057 岡本健『『観光と知能情報』交流の回路としての観光—アニメ聖地巡礼から考える情報社会の旅行コミュニケーション—』、『人工知能学会誌』、第26号、人工知能学会、2011年5月
- 058 増淵敏之『物語を旅するひとびとⅡ ご当地ソングの歩き方』、彩流社、2011年10月
- 059 小山まゆ子とオタクな仲間たち『コミケの教科書』、データ・ハウス、2011年12月
- 060 佐々木隆「第3章 オタクツーリズム」、『オタク文化論』、イコン、2012年1月
- 061 岡本健「情報社会における旅行者の特徴に関する観光社会学的研究」、博士論文、博士（観光学）、北海道大学、2012年3月  
→ 岡本健『n次創作観光 アニメ聖地巡礼／コンテンツツーリズム／観光社会学の可能性』、NPO 法人北海道冒険芸術出版、2013年2月
- 062 谷村要「アニメ聖地巡礼者の研究(1)2つの欲望のベクトルに着目して」、『大手前大学論集』、第12巻、大手前大学、2012年3月
- 063 高橋良俊「アニメコンテンツとツーリズム」、『風景計画学研究』、第21号、千葉大学大学院園芸学研究科、2012年3月28日
- 064 岩鼻通明「スクリーンツーリズムの効用と限界 『スウィングガー

- ルズ』と『おくりびと』事例に」、『季刊地理学』、第 63 巻第 4 号、東北地理学会、2012 年 3 月
- 065 天野宏司「コンテンツを活用した観光振興実践—秩父アニメツーリズムの事例—」、『日本地理学会発表要旨集』、第 81 号、日本地理学会、2012 年 3 月
- 066 関哲人「ファンあつてのコンテンツ産業?—インターネット上で見せるアニメの広がり—」、『北海学園大学学園論集』、第 152 号、北海学園大学学園、2012 年 6 月
- 067 篠崎正彦・新井勝泰「コミュニティ・オブ・インタレストによる場所性の創出に関する研究—その 2 アニメーションにおける聖地巡礼」、『日本建築学会大会学術講演梗概集・建築デザイン発表梗概集(CD-ROM)』、日本建築学会、2012 年 7 月
- 068 山中弘編『宗教とツーリズム—聖なるものの変容と持続』、世界思想社、2012 年 7 月
- 069 『コンテンツツーリズム論叢』、第 1 巻～、北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院観光創造専攻 文化資源デザイン研究室、2012 年 8 月～
- 070 中路靖編『アニメ・コミック・ドラマ・映画のロケ地めぐりガイド』、学研パブリッシング、2012 年 8 月
- 071 天野宏司「秩父アニメツーリズムの成功と苦悩・柳の下にドジョウはいるか?」、『日本地理学会発表要旨集』、第 82 号、日本地理学会、2012 年 9 月
- 072 星野英紀他編『聖地巡礼ツーリズム』、弘文堂、2012 年 11 月
- 073 鷹取洋二『瀬戸内シネマ散歩Ⅱ』、吉備人出版、2012 年 12 月
- 074 根本忠明「地域活性化とメディア効果 ロケ地めぐりから聖地巡礼まで」、『経営情報学会 全国研究発表大会要旨集』、経営情報学会、2013 年
- 075 岡本健『n 次創作観光 アニメ聖地巡礼／コンテンツツーリズム／観光社会学の可能性』、NPO 法人北海道冒険芸術出版、2013 年 2 月

- 076 経済産業省「コンテンツ産業の現状と今後の方向性」、参議院事務局企画調整室『経済のプリズム』、第110号、参議院、2013年3月  
※「図表1 コンテンツツーリズム関係文献の推移」
- 077 由谷裕哉「聖地巡礼と記念行為—日本のアニメ聖地の例から」、『比較思想研究』、第39巻、比較思想学会、2013年3月
- 078 岩間英哲・川口峻・瀧澤勇樹・橋場大剛・福富忠和「コンテンツによる地域振興の研究—アニメツーリズムの成立条件と構造—」、『専修ネットワーク&インフォメーション』、第21号、専修大学ネットワーク情報学会、2013年3月
- 079 筒井隆志「コンテンツツーリズムの新たなる方向性～地域活性化の手法として～」、参議院事務局企画調整室『経済のプリズム』、第110号、参議院、2013年3月
- 080 『大洗ガルパン・トラベル・ガイド～ガルパン聖地巡礼の手引き～』、廣済堂出版、2013年11月
- 081 土居豊『沿線文学の聖地巡礼—川端康成から涼宮ハルヒまで』、関西学院大学出版会、2013年10月
- 082 門野理「マンガ・アニメと地域活性化『聖地巡礼』と地元の取り組み—滋賀県豊郷町」、『地域開発』、589号、日本地域開発センター、2013年10月
- 083 谷村要「マンガ・アニメと地域活性化 ファンが『聖地』に求めるもの」、『地域開発』、589号、日本地域開発センター、2013年10月
- 084 岡本健「マンガ・アニメと地域活性化 コンテンツツーリズムの可能性と課題」、『地域開発』、第589号、日本地域開発センター、2013年10月
- 085 柿崎俊道「マンガ・アニメと地域活性化 アニメと地域を結ぶプロデューサーの役割」、『地域開発』、589号、日本地域開発センター、2013年10月

- 086 岡本健「消費社会における観光と国土へのまなざし コンテンツツーリズムの景観論—アニメ聖地巡礼／拡張現実景観／オタクスケープ」、『ランドスケープ研究』、第77号、日本造園学会、2013年11月
- 087 聖地巡礼委員会編『アニメ探訪 聖地巡礼ガイド』、カンゼン、2013年12月
- 088 「ゲーム『戦国 BASARA2』キャラで登場 片倉小十郎に熱視線」、『河北新報』、2013年12月15日
- 089 酒井亨・越田久文・吉田一誠「アニメ映像の視覚的演出手法とその舞台地への集客に関する試論—『花咲くいろは』と湯涌温泉を例にして—」、『金沢学院大学紀要 文学・美術・社会学編』、第12号、金沢学院大学、2014年3月
- 090 水尾衣里「高速道路と地域活性化 クールジャパンの新しい観光—アニメ聖地巡礼—」、『人と国土21』、人と国土、第40号、2014年5月
- 091 岡本健監修『神社巡礼 マンガ・アニメで人気の「聖地」をめぐる』、エクスマレッジ、2014年5月
- 092 岡本健「メディア・コンテンツ・観光—アニメ聖地巡礼とコンテンツツーリズム」（遠藤英樹・寺岡伸悟・堀野正人編『観光メディア論』ナカニシヤ出版、2014年5月）
- 093 金石明日香「アニメーションを観光コンテンツとして活用する地域 ITS の可能性」、『土木計画学研究・講演集(CD-ROM)』、第49巻、土木学会、2014年6月
- 094 ガルパン取材班『ガルパンの秘密』、廣済堂出版、2014年7月
- 095 由谷裕哉・佐藤喜久一郎『サブカルチャー聖地巡礼 アニメ聖地と戦国史蹟』、岩田書院、2014年9月
- 096 増淵敏之『物語を旅するひとびとⅢ コンテンツツーリズムとしての文学巡り』、彩流社、2014年9月
- 097 増淵敏之他『コンテンツツーリズム入門』、古今書院、2014年11月

- 098 原一樹「観光『涼宮ハルヒ』と西宮 文教住宅都市における『アニメ聖地巡礼』の形」、『大阪春秋』、第 42 巻第 4 号、新風書房、2015 年新年
- 099 東京ロリィタ倶楽部監修『ロリィタの聖地巡礼手帖 in 東京 お買い物&観光&デト』、実業之日本社、2015 年 2 月
- 100 田中誠也・磯田弦・桐村喬「SNS ログデータを活用したアニメファンへの行動分析」、『日本地理学会発表要旨集』、日本地理学会、2015 年 3 月
- 101 臺純子・韓志昊・崔錦珍「日本におけるロケ地めぐり観光研究の動向と用語の整理」、『立教大学観光学部紀要』、第 17 巻、立教大学観光学部、2015 年 3 月
- 102 山元貴継・内山桂次・枝廣優也・長野穂津海「岐阜県高山市におけるコンテンツ・ツーリズム—質問紙を用いた『聖地巡礼』行動の把握—」、『日本地理学会発表要旨集』、第 87 号、日本地理学会、2015 年 3 月
- 103 安田亘宏「日本のシネマツーリズムの変遷と現状」、『西武文理大学サービス経営学部研究紀要』、第 26 巻、2015 年 7 月
- 104 今井信治「メディア空間における『場所』と『共同性』—オタク文化をめぐる宗教社会学的研究」、博士論文、博士（文学）、筑波大学、2015 年 3 月  
→ 今井信治『オタク文化と宗教の臨界—情報・消費・場所をめぐる宗教社会学的研究』、晃洋書房、2018 年 3 月
- 105 岡本亮輔『聖地巡礼 世界遺産からアニメの舞台まで』、中央公論新社、2015 年 2 月  
→ Okamoto Ryosuke, Deborah Iwabuchi and Kazuko Enda, translators. *Pilgrimages in the Secular Age: From El Camino to Anime*. 出版文化産業振興財団、2019 年 3 月
- 106 岡本健編『コンテツツーリズム研究—情報社会の観光行動と地域振興』、福村出版、2015 年 8 月
- 107 山元貴継「地理資料 アニメ聖地巡礼(アニメ・ツーリズム)」、『新

- 地理』、第63巻第2号、日本地理教育学会、2015年8月
- 108 原真志・山本健太・和田崇編『コンテンツと地域—映画・テレビ・アニメ』、ナカニシヤ出版、2015年12月
- 109 花羅『～アニメ・マンガ等で地域振興・町おこし～コンテンツツーリズム取組事例集1 主に東日本編』、Strike Hole、2015年2月
- 110 松井圭介「文化ツーリズムと聖地巡礼」、菊地俊夫・松村公明編『文化ツーリズム学』、朝倉書店、2016年3月
- 111 田中誠也・磯田弦・桐村喬「SNSログデータを活用したアニメ聖地巡礼者の地域内行動分析」、『日本地理学会発表要旨集』、第89号、日本地理学会、2016年3月
- 112 花羅『～アニメ・マンガ等で地域振興・町おこし～コンテンツツーリズム取組事例集2 主に西日本編』、Strike Hole、2016年5月
- 113 松平怜也・後藤春彦・馬場健誠「アニメ聖地巡礼を基盤としたまちおこしに関する研究—聖地とアニメまちおこしに関するビッグデータ分析を対象として—」、『日本生活学会研究発表大会梗概集』、第43巻、日本生活学会、2016年5月
- 114 酒井亨『アニメが地方を救う!? 『聖地』の経済効果を考える』、ワニ・プラス、2016年6月
- 115 宮崎祐治『東京映画地図』、キネマ旬報社、2016年8月
- 116 聖地巡礼調査プロジェクトチーム編『経営コンサルタントの見た聖地巡礼ビジネス』、コンテンツビジネス研究会、2016年11月
- 117 花羅『～アニメ・マンガ等で地域振興・町おこし～コンテンツツーリズム取組事例集3 拾遺』、Strike Hole、2016年12月
- 118 佐々木隆「第7章 コンテンツツーリズム」、『ポップカルチャー論』、多生堂、2016年12月
- 119 和田崇「『映画のまち・尾道』の認知度と観光行動」、『日本地理学会発表要旨集』、日本地理学会、2017年
- 120 楠見孝・米田英嗣「京作品舞台の旅“聖地巡礼”における没入感」、

『日本認知心理学会発表論文集』、第 15 卷、(Web)、日本認知心理学会、2017 年

- 121 金子真幸「アニメ聖地巡礼に関する研究 既往文献の整理を通じて」、『文学研究論集』、第 46 卷、明治大学大学院、2017 年 2 月
- 122 石川浩史・高品和寿・鉢嶺実「コンテンツツーリズムによる魅力溢れる地域づくり 『大河ドラマ』、『アニメ』、『ロケ誘致』の事例からの示唆」、『信金中金月報』、第 16 巻第 2 号、2017 年 2 月
- 123 楠見清・南信長『もにゅキャラ巡礼 銅像になったマンガ&アニメキャラたち』、扶桑社、2017 年 3 月
- 124 秋吉敏・高山毅「アニメ聖地巡礼の活性化を支援するシステム」、『第 79 回全国大会講演論文集』、情報処理学会、2017 年 3 月
- 125 森裕亮「茨城県大洗町『ガールズ&パンツァー』聖地巡礼調査記」、『北九州市立大学法政論集』、第 44 巻第 3・4 号、北九州市立大学法学会、2017 年 3 月
- 126 森裕亮「訪日旅行とアニメ聖地巡礼 何を展望すべきか」、『北九州市立大学国際論集』、第 15 巻、北九州市立大学国際教育交流センター、2017 年 3 月
- 127 湯川寛学・佐藤善信「アニメオタクの特徴と(消費行動)の分析 『けいおん!』の聖地巡礼行動を中心に」、『ビジネス&アカウントングレビュー』、第 19 巻、関西学院大学専門職大学院経営戦略研究科、2017 年 6 月
- 128 増淵敏之「観光×ICT まち歩き哲学の変容」、『ITU ジャーナル』、第 47 号、日本 ITU 協会、Web ONLY、2017 年 6 月
- 129 安彦剛志「観光×ICT ICT を活用した地方創生—データからみる聖地巡礼—」、『ITU ジャーナル』、第 47 号、日本 ITU 協会、WEB ONLY、2017 年 6 月
- 130 渡邊小百合・吉野孝「観光地名無しツイートにおける観光地に関する感想の自動抽出手法の提案」、『情報処理学会シンポジウムシリーズ(CD-ROM)』、第 2017 号、情報処理学会、2017 年 06 月 21 日

- 131 清水希容子「コンテンツと地域活性化 日本アニメ 100 年、聖地巡礼を中として」、『四銀行経営情報』、第 157 巻、四銀行地域経済研究所、2017 年 7 月
- 132 johnrambo9『「聖地巡礼」 映画のロケ地を旅行—あこがれの映画スターになりきる夢の旅—』、ブイツーソリューション、2017 年 8 月
- 133 山下玲子「聖地巡礼広告が地域イメージに及ぼす影響について」、『産業・組織心理学会大会発表論文集』、第 33 巻、2017 年 8 月
- 134 土屋忍『「文学散歩」論 文学研究者による観光・ツーリズム』、『昭和文学研究』、第 75 巻、昭和文学会、2017 年 9 月
- 135 佐々木隆「第 8 章 観光とコンテンツツーリズム」、『国際文化交流の行方』、後編、多生堂、2017 年 10 月
- 136 ABIKO Tsuyoshi「ICT 駆動地域活性化—数による聖地巡礼—」、『New Breeze』、第 29 号、日本 ITU 協会、2017 年 10 月
- 137 Keiko Kawamata, Noriko Tajima, Kenichiro Kuroiwa, and Toshihiko Miura. “Some Preliminary Notes on the Evolution and Development Process of Japanese Pop Culture Events”、『青山総合文化政策学』、第 9 巻第 2 号、青山学院大学総合文化政策学会、2017 年 11 月
- 138 鷹取洋二『瀬戸内シネマ散歩Ⅲ』、吉備人出版、2017 年 11 月
- 139 花羅『～アニメ・マンガ等で地域振興・町おこし～コンテンツツーリズム取組事例集 4 新星録』、Strike Hole、2017 年 12 月
- 140 大方優子・岩崎達也・津村将章「高関与旅行者の関与と行動動機 佐賀県唐津『ユ-uri!!! オンアイス』の聖地巡礼を事例として」、『日本観光研究学会全国大会学術論文集』、日本観光研究学会、2017 年 12 月
- 141 喜馬佳也乃・坂本優紀・川添航・佐藤壮太・松井圭介「茨城県大洗町おける『聖地巡礼』に従事するアニメファンの分析」、『日本地理学会発表要旨集』、日本地理学会、2018 年
- 142 松山周一「『聖地巡礼』を誘発する場所の表象とその特性—『ラブ



- ライブ! サンシャイン!!』を事例に一)、『日本地理学会発表要旨集』、日本地理学会、2018年
- 143 花羅『～アニメ・マンガ等で地域振興・町おこし～コンテンツツーリズム取組事例集5 聖地録』、Strike Hole、2018年1月
- 144 岡田一郎「埼玉県におけるアニメ聖地巡礼と観光行政」、『社会環境論究』、第10巻、社会環境フォーラム21、2018年1月
- 145 荒又美陽・足立大育・加納怜育・菊川理気・坂本和大・渋谷京佑・田嶋玲・萩原周・太郎・菱沼航「アニメ聖地巡礼と地域性 『地域振興』の視点を超えて」、『東洋大学社会学部紀要』第55巻第1号、東洋大学社会学部、2018年1月
- 146 渡邊小百合・吉野孝「観光地名なしスイートからの観光地に関する感想の抽出手法」、『情報処理学会論文誌ジャーナル』、第59号、情報処理学会、WEB ONLY、2018年1月
- 147 今井信治『オタク文化と宗教の臨界—情報・消費・場所をめぐる宗教社会学的研究』、晃洋書房、2018年3月
- 148 金澤信幸『フォークソングの東京・聖地巡礼 1968-1985』、講談社、2018年3月
- 149 『アニメ聖地 88 Walker』、ウォーカームック No.80、KADOKAWA、2018年3月
- 150 「旅と鉄道」編集部編『完全保存版 アニメと鉄道 鉄道シーンが記憶に残るアニメ』、天夢人、2018年3月
- 151 喜馬佳也乃・坂本優紀・川添航・佐藤壮太「茨城県大洗町における『聖地巡礼』に従事するアニメファンの分析」、『日本地理学会発表要旨集』、第39号、日本地理学会、2018年3月
- 152 本田真裕子「アニメ聖地巡礼を通じた旅行者の地域愛着 岩手県九戸群軽米町を事例として」、『お茶の水地理』、第57巻、お茶の水地理学会、2018年5月
- 153 越後宏紀・小林稔「connectAR:アニメの聖地巡礼のためのARを用いたコミュニケーション支援システムの提案」、『情報処理学会研究報告』、Vol.2018-GN-105, No.12, WEB ONLY、情報処理学会、

2018年5月

- 154 松山周一『『聖地巡礼』を誘発する場所の表象とその特性—『ラブライブ!サンシャイン!!』を事例に一』、『日本地理学会発表要旨集』、日本地理学会、2018年09月10日
- 155 岡本健『アニメ聖地巡礼の観光社会学 コンテンツツーリズムのメディア・コミュニケーション分析』、法律文化社、2018年9月
- 156 佐々木隆「第6章 観光とコンテンツツーリズム」、『国際文化交流から文化外交へ』、武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2018年9月
- 157 佐々木隆「第7章 コンテンツツーリズム」、『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係』、武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2018年10月
- 158 大谷尚之他編『コンテンツが拓く地域の可能性—コンテンツ製作者・地域社会・ファンの三方良しをかなえるアニメ聖地巡礼』、同文館出版、2018年10月
- 159 石川大希・榊俊吾「アニメの聖地巡礼による地域振興について」、『情報文化学会全国大会講演予稿集』、情報文化学会、2018年10月
- 160 岡本健『巡礼ビジネス ポップカルチャーが観光資源になる時代』、KADOKAWA、2018年12月
- 161 Okamoto Ryosuke, Deborah Iwabuchi and Kazuko Enda, translators. *Pilgrimages in the Secular Age: From El Camino to Anime*. 出版文化産業振興財団、2019年3月  
→ 岡本亮輔『聖地巡礼 世界遺産からアニメの舞台まで』、中央公論新社、2015年2月
- 162 岡村直樹『寅さんの「日本」を歩く 寅さんの聖地探訪大事典』、天夢人、2019年8月2日
- 163 「デイ・ナイト『物語に浸りたい』『同じ空気を吸いたい』ロケ地化が呼び起こす観光ニーズと地域活性」、『ファーストコールカンパニー・レビュー』、第1739巻、タナベ経営戦略総合研究所、

2018年9月

- 164 渡辺裕『まちあるき文化考 交叉する〈都市〉と〈物語〉』、春秋社、2019年3月  
※
- 165 杉本圭吾「アンチ・聖地巡礼 『天体（そら）のメソッド』論」、『層 映像と表現』、第11巻、北海道大学大学院文学研究科映像・表現文化講座、2019年3月
- 166 張曄「日本における中国人のコンテンツツーリズム 安倍清明に関する『聖地巡礼』を事例に」、『立命館大学人文科学研究科紀要』、第119巻、立命館大学人文科学研究科、2019年3月
- 167 岡本健編『コンテンツツーリズム研究—アニメ・マンガ・ゲームと観光・文化・社会』、増補改訂版、福村出版、2019年4月
- 168 地域コンテンツ研究会編『地域×アニメーターコンテンツツーリズムからの展開』、成堂書店、2019年4月
- 169 佐々木隆「第7章 コンテンツツーリズム」、『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係 増補版』、武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2019年5月
- 170 吉見憲二「聖地巡礼のプラットフォームに関する一考察」、『日本情報経営学会全国大会予稿集』、日本情報経営学会、2019年6月
- 171 岩崎達也・大方優子「高関与旅行者としてのアニメ聖地巡礼者の行動分析」、『マーケティング・サイエンス』、第26号、2019年6月
- 172 佳多山大地『トラベル・ミステリー聖地巡礼』、双葉社、2019年9月
- 173 荒瑞穂・横山ゆりか「アニメ聖地巡礼の分類と観光可能性—近年の新たなアニメ聖地巡礼に着目して—」、『日本地理学会発表要旨集』、日本地理学会、2019年9月
- 174 清水洋希・近藤誠司「観光復興における“アニメの聖地巡礼”効果分析～茨城県大洗町「ガルパン」の事例から～」、『日本災害情報学会学会大会予稿集』、第21巻、日本災害情報学会、2019年

10月

- 175 横田祐季「聖地巡礼を通じたアニメファンの地域愛着と聖地移住のプロセス 『ラブライブ！サンシャイン！！』 聖地静岡県沼津市の場合」、『日本地理学会発表要旨集』、日本地理学会、2020年
- 176 宮田佳美・唐士弼・植田薫『『聖地巡礼』と『巡礼ノート』は地域に何を与えるか』、『日本デザイン学会研究発表会退会概要集』、67、日本デザイン学会、2020年
- 177 木全公彦「松竹喜劇の系譜『男はつらいよ』への道のり。』、『東京人』、第35巻第1号、都市出版、2020年1月
- 178 秋野淳一「尾崎豊の歌碑に集う人たち 東京渋谷の『聖地巡礼』」、『都市民俗研究』、第25巻、國學院大學大学院文学研究科民間伝承論講座、2020年2月
- 179 大森寛文・片野浩一他『経験と場所のブランディング 地域ブランド・城学連携・ロ  
ーカルアイドル・アニメツーリズム』、千倉書房、2020年3月
- 180 大方優子・岩崎達也・津村将章他『アニメ聖地巡礼の行動特徴と地域施策：事例からの考察』、九州大学出版会、2020年3月
- 181 赤沢克洋・古安理英子「コンテンツツーリズムの取り組みの重要性に関する定量分析—ベスト・ワースト・スケーリングによる接近—」、『地域地理研究』、第25巻第2号、地域地理学会、2021年3月
- 182 大石玄「アニメ《舞台探訪》成立史・新訂版 いわゆる《聖地巡礼》の起源と紀元」、『富山県立大学紀要』、第30巻、富山県立大学、2020年3月
- 183 村上雅巳「アニメ聖地巡礼における地域活性化の可能性に関する一考察 アニメツーリズムで創造される新たな観光文化」、『Atomi 観光コミュニティ学部紀要』、第5巻、跡見学園女子大学、2020年3月

- 184 鈴木凱仁・坂上友紀・国島未来・桑原史朗・安本宗春「アニメによる『聖地巡礼』を目的としたファンと地域との関わり—沼津市を事例として—」、『追手門学院大学地域創造学部紀要』、第5巻、追手門学院大学地域創造学部、2020年3月
- 185 董鎧源「ファン活動としてのアニメ『聖地巡礼』 中国のアニメファンの場合」、『社会学論集』、第35巻、早稲田大学大学院社会科学部研究科、2020年3月
- 186 高木今日太「アニメ作品の舞台になった地域における住民意識の地域差—京都府宇治市と静岡県沼津市を事例に—」、『国土館大学地理学報告』、第28巻、国土館大学地理学会、2020年3月
- 187 清水明久編『ゆるキャン△聖地巡礼ドライブ&ツーリングガイド』、八重洲出版、2020年3月
- 188 佐々木隆「第6章 観光とコンテンツツーリズム」、『国際文化交流から文化外交へ 増補版』、武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2020年5月
- 189 SUN Hongying、山本俊哉「秩父市におけるアニメツーリズムの展開—地域の担い手とファンの『居場所』に着目して—」、『日本建築学会大会学術講演梗概集・建築デザイン発表梗概集(CD-ROM)』、日本建築学会、2020年7月
- 190 宮田佳美・TANG Shitao・植田憲「『聖地巡礼』と『巡礼ノート』は地域に何を与えるか テレビアニメ『ラブライブ!サンシャイン!!』と静岡県沼津市の事例を中心に」、『日本デザイン学会研究発表大会概要集(CD-ROM)』、第67巻、デザイン学会、2020年8月
- 191 東美晴「変容する『観光のまなざし』 明治期のロマン主義から現在のアニメ聖地巡礼まで」、『流通経済大学社会学部論叢』、第31巻第1号、2020年10月
- 192 崔瑛「アニメ聖地巡礼をめぐる地域側と聖地巡礼者の関係構築に関する研究」、『土木計画学研究・講演集(CD-ROM)』、土木計画学研究委員会、2020年11月

- 193 オウ・イクチュウ、田中伸彦「秩父市におけるアニメ聖地巡礼の築かれ方と受け入れ態勢」、『レジャー・レクリエーション研究』、第92号、日本レジャー・レクリエーション学会、2020年11月
- 194 栗原景『アニメと鉄道ビジネス キャラクターが地域と鉄道を進化させる!』、交通新聞社、2020年12月
- 195 山元貴継「アニメ聖地巡礼を地理教育に活かす」、『歴史地理学』、第63巻第1号、2021年1月
- 196 山田義裕・岡本亮輔編『いま私たちをつなぐもの—拡張現実時代の観光とメディア』、弘文堂、2021年2月
- 197 ヘンリー・ジェンキンス／渡部宏樹・北村紗衣・阿部康人訳『コンヴァージェンス・カルチャー: ファンとメディアがつくる参加型文化』晶文社、2021年2月  
→ Henry Jenkins. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press, 2006
- 198 池田和子「ティーンエイジャーの『聖地巡礼』経験に関するアンケート分析」、『E-journal GEO』、第16巻第1号、日本地理学会、2021年3月公開
- 199 増淵敏之編『地域は物語で「10倍」人が集まる』、生産性出版、2021年3月
- 200 『るるぶ ONE PIECE』、ジェイティビィパブリッシング、2021年3月
- 201 『るるぶアズールレーン』、ジェイティビィパブリッシング、2021年3月
- 202 「旅と鉄道」編集部編『完全保存版 アニメと鉄道2 舞台となった鉄道へ』、天夢人、2021年4月
- 203 山村高淑、フィリップ・シートン編／山村高淑他訳『コンテンツリズム メディアを横断するコンテンツと越境するファンダム』、北海道大学出版会、2021年4月  
→ Takayoshi Yamamura and Philip Seaton, editors. *Contents Tourism and Pop Culture Fandom:*

*Transnational Tourist Experiences.* Channel View Books, 2020.

204 春日太一『時代劇聖地巡礼』、ミシマ社、2021年4月

[海外文献]

- 001 Henry Jenkins. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide.* New York University Press, 2006  
→ ヘンリー・ジェンキンズ/渡部宏樹・北村紗衣・阿部康人訳『コンヴァージェンス・カルチャー: ファンとメディアがつくる参加型文化』晶文社、2021年2月  
※contents tourism という考え方ではないが、よい参考となる。
- 002 hinaco『次元突破! 動漫迷の聖地巡禮』、台北: 平装本出版有限公司、2013年2月
- 003 Anne and Caroline Scarles, editors. *Mediating the Tourist Experience: From Brochures to Virtual Encounters.* Ashgate Publishing, Limited, 2013  
※この文献がおそらく“contents tourism”が英語で紹介された最初の文献かもしれない。
- 004 Sue Beeton. *Film-induced Tourism.* Channel View Publications, 2nd edition, 2016  
※第2版で“contents tourism”という表現が登場した。
- 005 Philip Seaton, Takayoshi Yamarua, Akiko Sugawa-Shimada, and Kyungjae Jang. *Contents Tourism in Japan.* Cambria Press, 2017
- 006 Philip Seaton and Takayoshi Yamamura, editors. *Japanese Popular Culture and Contents Tourism.* Routledge, 2017
- 007 Sheela Agarwal, Graham Busby and Rong Huang, editors. *Special Interest Tourism: Concepts, Contexts and Cases.*

CABI, 2018

※contents tourism への言及はない。

008 Takayoshi Yamamura and Philip Seaton, editors. *Contents Tourism and Pop Culture Fandom: Transnational Tourist Experiences*. Channel View Books, 2020.

→ 山村高淑、フィリップ・シートン編／山村高淑他訳『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』、北海道大学出版会、2021年4月

#### [関連文献]

- 001 アキバ経済新聞編『アキバが地球を飲み込む日—秋葉原カルチャー進化論』、角川マガジズ、2007年12月
- 002 にやるら『秋葉原 裏の歩き方』、彩図社、2018年1月
- 003 コミケ Plus 編集部編『東京オタク SPOT ガイド』、ビルトランス、2019年3月
- 004 高橋敏也『特濃！あなたの知らない秋葉原オタクのスポットのガイド』、インプレス、2019年3月

#### [関連情報]

- 001 連続テレビ小説開始  
※獅子文六原作『娘と私』、1961年4月3日～1962年3月30日放映
- 002 NHK 大河ドラマ開始  
※舟橋聖一原作『花の生涯』、1963年4月7日～12月29日放映
- 003 山田洋次監督『男はつらいよ』シリーズ開始、1969年8月27日封切
- 004 倉本聰脚本『北の国から』、フジテレビ系列、1981年10月9日～



1982年3月26日放映

- 005 知吹愛弓監督『究極超人あ〜る』、1991年制作、OVA
- 006 武内直子原作『美少女戦士セーラームーン』、テレビ朝日系列、1992年3月7日～1997年2月8日放映
- 007 梶島正樹原案・ねぎしひろし監督『天地無用!』テレビアニメシリーズ開始、テレビ東京系列、1995年4月2日～1995年9月24日放映
- 008 Please!原作／井出安軌監督『おねがい☆ティーチャー』、WOWOW、2002年1月10日～3月28日放映
- 009 宇河弘樹原作『朝霧の巫女』、テレビ東京系列、2002年7月3日～12月25日放映
- 010 谷川流原作『涼宮ハルヒの憂鬱』、TOKYOMX、2006年4月5日から7月5日放映
- 011 美水かがみ原作『らき☆すた』、チバテレビ他、2007年4月9日～9月17日放映
- 012 かきふらい原作『けいおん!』、TBS、2009年4月2日～6月25日放映
- 013 観光立国推進基本法施行、2007年1月1日より
- 014 国土交通省観光庁設置、2008年10月1日
- 015 新海誠監督『君の名は。』、劇場公開アニメ映画、2016年8月26日封切
- 016 「聖地巡礼」が「ユーキャン新語・流行語大賞2016」でトップ10入り
- 017 一般社団法人アニメツーリズム協会、2016年9月設立  
※『アニメツーリズム白書』  
※『アニメ聖地88』、Walker、ウォーカームック
- 018 株式会社聖地会議、2016年  
※柿崎俊道『聖地巡礼』、聖地巡礼、2015年8月創刊
- 019 一般財団法人全日本情報学習振興協会主催第1回インバウンド実務主任者認定検定試験、2017年7月～

なお、現在、増補した「コンテンツツーツリズム書誌 増補 (抄)」を作成中である。2023年1月以降に公表予定である。関心のある場合にはHP「佐々木隆研究室」(<https://www.econfn.com/ssk/>)にアクセスしてもらいたい。

## おわりに

2022年10月25日の特別授業（講演）は明海大学・中井延美先生の準備・手配のおかげで当日に至るまで順調に進んだ。

2020年の特別授業はZOOM開催であっただけに対面での開催は喜びもひとしおである。今回も中井先生のゼミの学生さんには会場の設営などご協力戴いた。紙面を借りて御礼申し上げたい。

今回の特別授業も講義録として活字化することとした。COVID-19の影響もまだまだ心配されるなかであるが、感染対策を取りながら、対面で開催できたのも、中井先生のご尽力の賜物である。実際の特別授業では音楽、動画なども組み入れたパワーポイントを作成した。しかし、この活字化ではそれを反映することはできないため、最低限のものを今回掲載したにとどめた。

## 著者略歴

佐々木 隆(b.1960)

博士(英文学) (駒澤大学)。現在、武蔵野学院大学副学長、武蔵野学院大学大学院国際コミュニケーション研究科長・教授、武蔵野学院大学国際コミュニケーション学部教授。早稲田大学演劇博物館招聘研究員、比較文化史学会理事、日本英語文化学会理事、ハッピーハロウィン協会会員他。

## おもな著書

『ことばとオタク文化』 (2021)、『「ハロウィーン」とは何か』 (全2冊、2021)、『書誌から見た「オタク」研究 増補版』 (全3冊、2021)、『文芸上・映像上の人造人間・ロボット・アンドロイド・サイボーグ』 (全3冊、2021)

コンテンツツーリズムを巡って

著者 佐々木 隆

発行日 2023年1月30日

発行所 武蔵野学院大学 佐々木隆研究室

〒350-1328 埼玉県狭山市広瀬台3-26-1

TEL 04(2954)6132/FAX 04(2954)6134

---

All RIGHTS RESERVED@TAKASHI SASAKI