

文化資源特別講義b 文化資源特論III

大阪市立大学・大阪市立大学大学院講義資料

福田一史

fukudakz@gmail.com

<https://scrapbox.io/fukudakz/文化資源学特別講義b・文化資源特論III>



図. 講義ウェブサイトリンク (QRコード)
※LMSの資料のページにもリンクがあります

今後の講義日程

- 1/17
 - #12 講義 & グループワーク
- 1/22
 - #13 グループワーク相談会@オンライン
- 1/24
 - #14 グループワーク発表会

前回講義のコメントより

- 「アニメ作品の聖地は、作品の賞味期限が切れるというだけではなく、現実世界で消滅してしまうということも考えられる。例えば『らき☆すた』のオープニングで登場した鷺宮神社の鳥居は2018年に老朽化により倒壊し、また田んぼの一部が現在では耕作放棄地となっていたり...」
- 「絵馬や二次創作など、創作意欲を刺激するように人々の中で資源に関わる形が生み出されたのは、面白い共通点」
- 「ポケモンGOで、ある地域に人が密集しすぎて問題になっているという事例がありました。その地域に対してゲーム会社は事前に相談等していないのでしょうか。現実の地域と連携したゲームにおいては、自治体との連携も必要だと感じました。」

前回講義のコメントより

- 「らき☆すた聖地は今後アニメに頼らないまちづくりにも取り組まなければ持続可能性がないという意見はごもっともだと思うのですが、実際にアニメから完全に方向転換するのは難しいのではないか」
- 「やはり問題は将来性かと思います。アニメで聖地化した地域は今後アニメに頼らない観光のあり方を模索していく必要性があるなと思います。」
- 「太秦地域の例について、単純にすごい取り組みだなと感じました。ただ、まちづくりとして持続可能性はあまりない、短期的なものなのかなと思いました。」
- 「ネットでバズること話題性を高めるために必要なのだともおもう。逆にネットが発展してなかった頃はどうやって人を集めていたのかが気になる。」

前回講義のコメントより

- 「大抵まちの人たちは他人がその地域に入ってきて勝手に地域ブランディングしたり、勝手にイベントなどを行って地域活性化を行うのを嫌いがちだと思っていました」
- 「オープニングアニメで印象付けるのが今では難しい一面もある... (最近の) ストリーミングサービスで見える場合、オープニングやエンディングを飛ばせる」
- 「以前合戦場などの史跡巡りをした際に、戦国BASARA・無双などのゲームや大河ドラマの展示・グッズがたくさんあった。私は全て好きだったので楽しめたのだが、そうしたイベント的な演出によって、歴史的な土地としての本来の雰囲気損なわれているような気もして少し寂しい気持ちもあった。」

コンテンツ

1. 事例研究：マンガ・アニメ・ゲームと地域振興
2. 最終レポート
3. グループワーク

マンガ・アニメ・ゲームと地域振興

事例研究：マンガ・アニメ・ ゲームと地域振興

埼玉・鷲宮と京都・太秦の2つの事例研究から

事例研究 (1)

- 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. 2008, no. 7, p. 145–164.
<https://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/handle/2115/35084>.
 - 以下、本論文に基づく整理を記述する



図. 論文イメージ

研究のねらい

- 「らき☆すた」の舞台として埼玉県北葛飾郡の鷺宮町
- 如何にして「聖地」が成立し、2度のファン向けイベントの成功に至ったのか、その経緯を整理し、以下の三点について考察
 - 1) 聖地化のプロセス
 - 2) 旅行者受け入れのプロセス
 - 3) 地域外関連企業の役割

背景

1. 映像メディア・オンラインサービスの普及により国内外でマンガ・アニメ作品を視聴し、同時代的に経験を共有可能になったこと
2. 作品を通じて聖地巡礼やコスプレイベントとして国際的な影響力を持ちつつあること
3. 国内の自治体や観光業者もアニメを観光資源として認識し始めており、インバウンド受容も見込めること

研究概要と手法

- 鷺宮町
 - 埼玉県、人口34,400人、東京都心まで1時間程
 - 2010年の市町村合併で久喜市に統合
 - 鷺宮神社は関東最古の大社とされる
- らき☆すた
 - 2004年よりコンプティークで連載された美水かがみ作の4コママンガ
 - 4人の女子高生の日常もの
 - 京都アニメーション制作の2007年公開アニメが話題に
 - 柊姉妹は鷹宮神社神主の娘



図. らき☆すた 第1巻書影

調査手法について

- 関係者へのインタビュー
- 参与観察
- 資料収集・分析

聖地成立の展開経緯

1. 受け入れ土壌整備期: ~2007年4月
 - 連載開始、古民家改修「大酉茶屋」開店。
2. ファン主導期: 2007年4月~2007年9月
 - 放送開始、OPに神社と茶屋。ニュータイプでの舞台紹介。絵馬奉納。商工会の気づき。
3. 角川書店主導期: 2007年9月~2007年12月
 - 商工会、角川書店にコンタクト。イベント開催。
4. 商工会主導・商店参加期: 2007年12月~2008年3月
 - グッズ開発。メディア露出。ツアー企画。
5. 地域主導期: 2008年3月~
 - 住民票頒布。スタンプラリー企画。



考察：聖地化のプロセス

- 二重の聖地と登場人物との結びつき
 - 神道の聖地であり、アニメの聖地であり、これが聖地成立の要件となった可能性。
 - コメント：黎明期のアニメ聖地の成立と類似
- 繰り返されるビジュアル・イメージ
 - オープニングアニメで繰り返し視聴することによること、映像・音声と結びつくことや緻密な書き込みによる印象の強化
- 絵馬による二次旅行行動の誘発
 - ファンが書いたキャラクター絵馬が新しい観光資源に

考察：地域社会の旅行者受け入れプロセス

1. 鷺宮神社と大酉茶屋(鷺宮町商工会)

- 神社という場所の性質上自由に訪問可能。ファンと地域住民の接触も当初から行われていた。神社前の大酉茶屋がお休み処として機能。

2. 商工会と会員事業所(商店)

- 地域商店がオリジナルグッズ開発（1年で17→60店舗へ）。商工会の個人事業主支援とマッチ。グッズ選択を制限し複数店舗にメリット。セール・スタンプラリーなど関連企画。
- 商工会スタッフ8名のうち若手2名が関連企画推進。

考察：地域社会の旅行者受け入れプロセス

3. ボランティアスタッフ

- ファンのスタッフ参加でマンパワー支援。5～6名が常時、イベント時15名ほど参加。商工会との連携。

4. 町行政と地域住民

- 2008年4月柊一家を特別住民登録、住民票頒布。
- 即時的な対応は難しい。

考察：地域外関連企業の役割

1. 角川書店

- 著作権関連窓口として機能
- スタンプラリーシートと住民票への著作権表記
- 角川書店と商工会の双方にメリットがあるように調整：イベント開催、グッズ販売による、作品イメージ向上や話題提供や売上増

2. 近畿日本ツーリスト

- 2008年4月6日のアクセスツアー企画。小規模チームによる企画。2008年1月現地訪問し企画提案され実施。
- 商工会がイベント企画や弁当手配、角川書店がオリジナルマップの著作権許諾を担当。住民票交付式で最前列確保されるなど。

おわりに

- 商工会が中心的役割を担った。また神社・商店・ファン・著作者・域外企業と連携を構築したことが成功の要因となった。
- 1年で急成長した事例であり、展開が急。作品の賞味期限も懸念材料。
- 今後、アニメに頼らない地域振興の動向を見守ることが必要。

事例研究 (2)

- 福田一史, 中村彰憲, 細井浩一. 産学公連携による地域映像産業振興事業と内発的発展における外来要因の役割—「太秦戦国祭り」を事例とする参与観察的研究. 立命館映像学. 2009, no. 2, p. 85–100.
https://researchmap.jp/fukudakz/published_papers/6363161/attachment_file.pdf.



図. 論文イメージ

研究背景

- 分権化の議論を通じて、地域の独自性が注目されるように
- 地域ブランド（村山 2005, 中嶋 2005）
- ゆるキャラなど地域独自のキャラクター開発（'00年代中盤～）

研究の概要

- 京都市右京区の太秦地域の映像産業振興を目的に行われた産学公連携による施策「太秦戦国祭り」の事例
 - 太秦戦国祭りPV
 - <https://www.youtube.com/watch?v=C7JwpC8azjo>
 - 「太秦上洛祭り」と名前を変更し、現在も継続している
 - <http://www.joraku-matsuri.com/>
 - 太秦（うずまさ）地域は、東映・松竹が撮影所を構え、オープンセットを用いたテーマパーク「[東映太秦映画村](#)」があるなど、古くからの日本の映画産業集積地
 - 時代劇ブームの終焉に伴い斜陽化の危機にある
 - 「撮影所の大道具・小道具や映画職人たちの知識など有形・無形の資産を活用した太秦地区における映像産業の再活性化」という地域課題

研究の概要

- 地域課題解決のために、時代劇を含む歴史創作への新しい社会的受容を踏まえた、新しいスタイルのイベントとそれを通じた地域イメージの生成・刷新を提案
- さらに「歴史創作コンテンツにおけるクロスメディア拠点としての京都・太秦の再発見とその可能性を提案することが目的」

	第1回	第2回	第3回
開催日時	2007年3月17-18日	2007年9月29-30日	2008年10月18-19日
来場者総数	3,000名	7,000名	10,000名
コスプレイベント参加者数	500名	1,000名	1,600名
当日ボランティア総数	25名	42名	57名
出店団体数	10	10	5
ライブイベント入場者数	—	250名	415名

表1 太秦戦国祭りの開催概要

表. 開催概要

研究方法

- 参与観察
 - 実行委員会参加
 - 企画担当者へのインタビュー
- 資料分析
 - 内部資料：ミーティング議事録、グループウェアでの議論
 - 頒布資料：プレスリリース、配布資料
 - 二次資料：新聞記事、雑誌記事、ウェブページ
- スタッフ質問票

- 形式的には「アクションリサーチ」に近い方式

分析のための理論的枠組み

- 社会システム変容の要素を「内発的プロセスによる発展」と「変化における外来要因」に類型化
 - タルコット・パーソンズ（1951）
 - 経緯の検証が重要視されることから、参与観察による「Thick Description」は有効
- 内発的発展の3原則（下記）と外来要因の抽出により検証
 - 1) 目的の総合性、2) 地域産業との連携づけと地元の福祉、文化教育への配分、3) 住民参加と自治（宮本2000, 201-202）

調査結果

- 組織化までの経緯
 - 地域企業、戦国魂など
- 開催までの諸活動
 - 講演企画、デザイン作成
- ボランティアの組織化
 - 学生スタッフ、鎧愛好家
- 第1回開催後の展開
 - ウェブでの情報発信、声優、国際シンポ、グッズ開発

年	月	主な出来事	
2006	10	立命館大学細井・中村研究室で原案が企画される。	
	11	戦国魂と立命館大学細井・中村研究室で企画打ち合わせが行われる。	
	23日	太秦戦国祭り実行委員会設立。第1回打ち合わせ。	
	12	7日、太秦戦国祭り実行委員会グループウェア開設。	
2007	1	31日、太秦戦国祭り公式サイト開設。	
	2	公式サイトで、公式キャラクター「からす天狗うじゅ」公開。	
	3	18-19日、第1回太秦戦国祭り開催。	
	5	第1回の好評を受けて、第2回以降の開催が決定。	
	6		実行委員会の組み換えが行われる。京都三条ラジオカフェ・京都造形大学が実行委員会から離脱、タブリエ・コミュニケーションズ株式会社が新たに参加。
			23-24日、からす天狗うじゅカフェイベント「うじゃぱら」開催。
			30日、2007年からす天狗うじゅイメージソング「うじゅたま☆うじゅりんぱ」公開。
	9	29-30日、第2回太秦戦国祭り開催。	
	10	19日、からす天狗うじゅCDシングル「電脳合戦×うじゅの陣」リリース。	
	2008	3	太秦戦国祭り実行委員会と立命館大学ボランティアセンターで、「地域活性化ボランティア」科目の太秦戦国祭りプログラム実施に際し、協定を締結。
5		立命館大学「地域活性化ボランティア」科目で、太秦戦国祭りプログラムが始まる。	
10		18-19日、第3回太秦戦国祭り開催。	
11		28日、2008年からす天狗うじゅCDシングル「天狗流三段構え」リリース。	
2009	1	16日、月刊「ゲームラボ」で太秦戦国祭りとうじゅが紹介される	

表2 太秦戦国祭りに関連諸活動の展開経緯

考察：内発的発展の3つの観点

1. 目的の総合性

- 組織化と事業化を通じて学術・ビジネスネットワークの構築が展開
- それぞれの立場からの配慮による対立回避と長期的運営基盤構築

2. 地域産業との関連と連携

- 地域産業が不可欠な組織化
- 戦国関連グッズ販売や地域の大映商店街の関与
- 映画村スタッフにとってもコスプレと鎧武者の共存はインパクト
- 学生スタッフ参加による教育への配分（アンケート結果）

3. 住民参加と自治

- 地域住民参加は課題あり、一部の産業・スタッフなどに限られる
- 大映通り商店街ブース（第2回～）による出店

考察：外来要因が果たした役割

- 実行委員会の一部企業や、スタッフなどの域外の企業参加
- キャラクター開発、会議ゲスト、見本市アニメーション、ビデオゲーム企業出展など
- 一方、突発的事案が重要な機能を果たす
 - マスコットキャラクター「[うじゅ \(Wikipedia\)](#)」の開発
 - うじゅ制作委員会、かちん太の妹という設定、MOSAIC.WAVによる楽曲
 - ウェブでの盛り上がり
 - 二次創作ガイドラインの策定
 - 地域活性化ボランティア
 - 立命館大学ボランティアセンターの正課科目：ボランティア組織の大規模化

まとめ

- 事例研究としての限界
 - 方法論の妥当性は客観的に評価することは難しい
 - →しかし現在も継続しているイベントになっている
- 外来要因の重要性が改めて明らかに
- 内発的発展論の理論的発展が望まれる
 - 共発的発展（Cabus 2003）、協発的発展（青木 2004）

最終レポート

最終レポート論題

- 本講義で学んだことを踏まえつつ、マンガ・アニメ・ゲームの情報化における課題と展望について、以下の1) から 3) のいずれかの論点より論じよ。
 - 1) 文化資源研究
 - 2) 地域振興
 - 3) アーカイブ構築
- 参考文献を2件以上用いて参照ないし引用することを、要件とする。

最終レポート概要

- 文字数 2,000字以上
- 提出先は、WebClass、形式はPDFデータにて、〆切は「2022年2月6日（日）中」とする。
- 質問は講義もしくはメール（fukudakz@gmail.com）にて受け付ける。

グループワーク

コンテンツによる地域活性化・コンテンツツーリズムの事例から

グループワーク：概要

- グループに分かれて、24日の講義の時間に各チームで「10分」の持ち時間で調査結果を発表する。
- グループのメンバー構成はランダム関数で決定する。
- 発表資料は作成必須とする。発表資料にはメンバーとその役割のリストを必ず含むものとする。24日の講義開始前までに福田宛にeメールにて送付すること。
 - 指定ファイル形式：PDF
 - メールアドレス：fukudakz@gmail.com

グループワークテーマ

- アニメ・マンガ・ゲームなどのコンテンツによる地域活性化もしくはコンテンツツーリズムの事例を一つ選び、1) **地域という観点における作品の性質**、2) **そこでの地域産業との関連と住民参加と自治の実態**、といった2つの観点を踏まえつつ、その概要や特徴について議論せよ。
 - 特に2) について分析する上で用いるデータとして一次資料を含むことが好ましい。

グループワークについて

- 残り時間は調査・議論など自由に使ってください。
- コミュニケーションノート（Googleフォーム）の提出は忘れずに。
 - 1/22（土）の講義ではコミュニケーションノート提出不要とします。