

Philip SEATON, "On the trail of Shiba Ryotaro and Jane Austen: Novels, Heritage, and Contents Tourism in Japan and the UK" W.G. Beasley Memorial Lecture 2019

It is a great honour to be here tonight to give the W.G. Beasley Memorial Lecture for 2019. I would like to thank Dr Helen Macnaughtan for her kind invitation, Charles Taillandier and Jane Savory for their kind arrangements, and all at SOAS for having me here. It is a double honour in that I remember reading Professor Beasley's work as a history undergraduate back in the early 1990s. To be giving his Memorial Lecture is a little daunting, but I hope my topic would have struck a real chord. I will be discussing tourism relating to the Russo-Japanese War, and what this might tell us about tourism opportunities in the United Kingdom. I will focus particularly on the novelists Shiba Ryotaro and Jane Austen.

They may seem a very strange combination, but bear with me, I hope all will make sense in due course.

Shiba is one of Japan's most prolific and respected writers. He was born in Osaka, served in a tank unit during the Second World War, and after the war became a journalist. He left journalism to become a full-time novelist. During his career he published over 600 books selling 180 million copies. A number of his works have been translated into English, including the one I will focus on tonight: *Clouds Above the Hill* about the Russo-Japanese War.

Jane Austen, meanwhile, is one of Britain's best-loved authors. She wrote only six completed novels in her relatively short life. But, since the 1830s her novels have never been out of print. In the 1990s, screen adaptations spawned Austenmania and she became a popular culture phenomenon. Unlike Shiba, whose novels are historical narrative on a grand scale featuring many actual historical figures, Austen wrote romance and intimate character studies.

シートン・フィリップ、「司馬遼太郎とジェーン・オースティンを探る旅：日本と英国における小説、ヘリテージ、コンテンツツーリズム：」 W.G.ビーズリー記念講演2019年

この度は2019年W.G.ビーズリー記念講演にてお話する栄誉に与り、大変光栄に存じます。ヘレン・マックノートン博士からの温かいご招待と、ご準備下さったチャールズさんとジェーンさん、並びに全てのSOASの皆さんにお礼申し上げます。私が歴史学の学部生だった90年代に、ビーズリー教授の研究を読みましたので、この場に立つことを一層光栄に感じます。教授のための記念講演を行うことには少々緊張しますが、本日のテーマが多くの方の共感を得られるものであることを願っています。日露戦争を巡るツーリズムについて議論した後、そこから今後のイギリスのツーリズムの可能性について考えていきたいと思えます。この場では、2人の小説家、即ち司馬遼太郎とジェーン・オースティンに焦点を当てて参ります。

この2人はとても変わった組み合わせのように感じられるかもしれませんが、いずれ辻褄が合うことになるはずですので、どうかごお付き合いください。

司馬遼太郎は、多くの作品を遺した、日本で尊敬される作家の一人です。大阪で生まれ、第二次大戦中は戦車隊に所属し、戦後は新聞記者になりました。その後、作家としての活動に専念するため、新聞記者を辞めます。作家人生に亘って、600冊以上もの作品を出版し、売上1億8000万部を記録しています。今夜私が取り上げる予定の、日露戦争について描いた「坂の上の雲」をはじめ、多くの作品が英訳されています。

一方、ジェーン・オースティンはイギリスで最も愛されている作家の一人です。オースティンの比較的短い生涯において、完成されたのはたった6作品しかありません。しかし、1830年代以降、オースティンの作品は絶版になったことがありません。1990年代の映像化を契機に、オースティン・マニアが溢れ、ポピュラーカルチャー現象となりました。実在の歴史上の人物が多く登場する、大規模な歴史小説を書いた司馬遼太郎とは異なり、オースティンは恋愛をテーマに、細やかな性格描写を行いました。

For our purposes tonight, however, they are joined by the three elements mentioned in my talk's subtitle. First, they are novelists whose works have triggered numerous screen adaptations. Second, they are both firmly established in the national literary heritage of their respective nations. And finally, their works have generated significant contents tourism, particularly since their deaths.

I suspect that the term contents tourism is not familiar to many of you. So I would like to spend the next ten minutes or so explaining the concept and the research project I have been involved in for around 10 years or so. Let's begin with the basic definition on the slide. Contents tourism is "travel behaviour motivated fully or partially by narratives, characters, locations and other creative elements of popular culture forms, including film, television dramas, manga, anime, novels and computer games." The concept of "contents" emerged in Japan's creative industries in the 1990s. It referred to narratives, characters, locations and other creative elements such as music which were used in works of popular culture entertainment across various media platforms. So, a manga might spawn an anime series, a computer game, a live-action film and light novels. These were all marketed simultaneously to fans of "the contents". For an English-language example, think of a franchise like Star Wars.

This collection of media products created a "narrative world" that fans could visit virtually via mediatized consumption - watching a film, reading manga, listening to a soundtrack. However, fans also enjoy bodily visitation to sites in the real world that are related to the narrative world. These could include actual places that appear in the story, filming locations, or sites related to the author such as a birthplace museum. When fans travel in this way, motivated by an interest in the contents of a narrative world, they engage in contents tourism.

しかし、この場においては便宜上、私の講義の副題に基づき、両者に共通する3つの観点で括ることにします。まず、両者とも、多くの映像化作品のきっかけとなる小説を書きました。次に、両者の作品は、それぞれの国において、文学的遺産としてしっかりと確立しています。そして最後に、両者とも、とりわけその死後、膨大なコンテンツツーリズムを引き起こしました。

多くの皆さんにとって、コンテンツツーリズムはあまり聞き慣れない用語かもしれません。従いまして、10分程度使って、その概念と、私がここ10年ほど関わってきた研究プロジェクトについて、ご説明したいと思います。まず、スライド上に示した、基本的な定義から始めます。コンテンツツーリズムは、「物語、キャラクター、ロケ地など、ポピュラーカルチャー作品を構成する創造的要素によって、全体的あるいは部分的に、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」と定義されます。「コンテンツ」の概念は1990年代の日本のクリエイティブ産業から発生しました。様々なメディア・プラットフォームにおいて、ポピュラーカルチャー的エンターテインメント作品で用いられた物語、キャラクター、ロケ地やその他音楽といった創造的要素を指します。例えば、漫画は、アニメシリーズや、コンピューター・ゲーム、実写映画、ライトノベルといったものを生み出すことがあります。これらは、「コンテンツ」のファンに向けて、一斉に売り出されるのです。英語での例を上げるとすると、スター・ウォーズのようなメディアミックス作品を浮かべると良いでしょう。

こうした一連のメディア製品は、ファンの人々が映画を観ること、漫画を読むことや、サウンド・トラックを聞くことを通じて、擬似的に訪れるのが可能な「物語世界」を作り出しました。しかし、ファンは同時に、現実世界にある、「物語世界」ゆかりの地を実際に訪れることにも喜びを見出します。例えば、物語に登場する実際の場所、ロケ地や、作者に関連する場所として、出身地にある記念館等を含みます。ファンが「物語世界」のコンテンツに対する興味を動機として旅する行為こそ、コンテンツツーリズムなのです。

In practical terms, what this means is that we analyze the relationships between three sets of actors: fans, contents businesses and local authorities. All are joined via their relationship with the contents. Fans consume the works produced by contents businesses, which we define as professional contents producers ranging from an individual author up to a multinational corporation. Fans also engage with local authorities, namely the communities and destinations that they visit. Those local authorities regulate or manage the various tourism businesses catering to contents tourists. And finally, contents businesses and local authorities have a collaborative relationship either at the production stage, such as providing help with location scouting, or post-release of a work, when copyright holders allow communities to use logos, trademarks and character images in tourist sites or merchandize.

The phenomenon is usually referred to in English-language scholarship as “film tourism”, “literary tourism” and other such terms. Look at this screenshot from the website of VisitEngland. It refers to places linked to literature, film and television. However, most of the major examples - including the two on the screenshot, Harry Potter and DH Lawrence - involve both novels and screen adaptations, and perhaps stage and other adaptations, too. The advantage of the term contents tourism is that it recognizes that most famous stories inducing our travel now are primarily multimedia in nature.

実質的にはこの研究では、ファン、コンテンツビジネス、地方自治体という三者の関係について分析を行います。この三者はコンテンツとの関連性において繋がっています。ファンは、コンテンツビジネスが生み出した作品を消費します。コンテンツビジネスは、個人の作者から多国籍企業まで多岐にわたる商業コンテンツ制作者として定義されます。またファンは、訪問先のコミュニティや目的地といった、地方自治体とも交流します。こうした地方自治体は、コンテンツツーリストに提供される様々な観光事業を規制したり管理したりしています。そして最後に、コンテンツビジネスと地方自治体は協力関係にあります。ロケーション・ハンティングへの協力等、製作段階における協力のほか、作品公表後には、地方自治体が観光地や商品化において、ロゴ、商標、キャラクター画像を使用することを著作権者が許可する場合があります。

こうした現象は、英語圏の学会では一般に「フィルムツーリズム」、「リテラリーツーリズム」といった用語で表されます。こちらのVisitEnglandというウェブサイトのスクリーンショットをご覧ください。文学、映画、テレビに関連する場所を紹介しています。スクリーンショットのハリー・ポッターとD. H.ローレンスを含む事例の大部分は、小説と映像化作品が両方存在し、恐らく舞台作品やその他の演出もあると考えられます。コンテンツツーリズムという用語の利点は、現在ツーリズムを喚起する最も有名な作品の多くが、本質的にマルチメディア的である点を認識していることにあると言えるでしょう。

This is not to say that the English-speaking world has missed the boat on these issues of multimedia dissemination. In English-language media scholarship, a parallel discussion to “contents” emerged with Henry Jenkins’ identification of “convergence culture”. Jenkins writes on his website: “By convergence, I mean the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences who would go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they wanted.” Note his use of the word “content”. Japanese scholars just went straight to the heart of the matter by adopting the English word “content” into Japanese as the loan word “kontentsu”. Note also how Jenkins’ analysis is rooted in media and cultural studies, and not tourism studies. Tourism scholars writing in English have discussed convergence, but they have not incorporated this term into their taxonomies of tourism. “Convergence tourism”, to my knowledge, has not been used as specialized terminology.

The closest is the term “media tourism”, but this is very broad indeed and also covers things like advertising, television news, documentaries, and other media products. In our contents tourism project, we are focusing on creative works of entertainment within pop culture which do not set out to induce tourism, but do so nevertheless. In their 2017 book, Sheela Argarwal and Gareth Shaw recognized the limitations of single category terms like “film tourism” and “literary tourism” and partially resolved the issue by joining them together. They analyze examples like Harry Potter under the category “heritage, screen and literary tourism”. But, even this is restrictive, particularly if we work in a Japanese context where anime, manga, light novels and games are all part of the media mix, too. And while Harry Potter fans visit various heritage sites, we would not count visiting a theme park such as Universal Studios Japan as heritage tourism. In our contents tourism project, therefore, we have made the case that whenever “convergence” is involved, we should be focusing on the contents of the narrative world rather than the media formats in analyzing what, how and why tourism occurs. Hence, contents tourism.

なお、私は英語圏がマルチメディア展開に関する議論に乗り遅れていると言いたいわけではありません。英語圏のメディア研究においては、「コンテンツ」に類似の議論は、ヘンリー・ジェンキンスによる「収斂文化(convergence culture)」に端を発します。ジェンキンスのウェブサイトを見ると、「収斂(convergence)」という言葉で私が意味しているのは、複数のメディア・プラットフォームを跨ぐcontentの流れ、複数のメディア産業間における連携、そして自分が望むようなエンターテイメント的経験を追求し、大凡どこへでも向かうメディアの観客による移動行動である」としています。ここで、ジェンキンスの「content」の用法に注意してください。日本の研究者は、英語の“content”を、外来語の「コンテンツ」として取り入れ、真っ先に問題の核心を突きました。また、ジェンキンスの分析が観光学ではなく、メディアと文化研究に根差している点にも着目してください。英語圏の観光学研究者は、収斂(convergence)について議論を行ってはいるものの、ツーリズムの分類学上、この用語を取り入れてはいません。私を知る限り、専門用語として「convergence tourism (収斂ツーリズム)」を用いた例は見当たりません。

最も近い用語は「メディアツーリズム」だといえますが、この概念は非常に幅広く、宣伝、テレビニュース、ドキュメンタリーやその他のメディア製品を含みます。我々のコンテンツツーリズム研究においては、当初ツーリズムを企図していなかったものの、結果としてツーリズムを誘発する、ポピュラーカルチャー的なエンターテイメント創作作品に注目しています。シーラ・アガーワルとガレス・ショーは、2017年の共著において、「フィルムツーリズム」や、「リテラリーツーリズム」といった単一カテゴリーの限界を認識し、用語を組み合わせることを通じて、問題の一部を解消しています。ハリー・ポッターのような例を、「ヘリテージ・スクリーン・リテラリーツーリズム」と分析しています。しかしながら、こうした組み合わせにしても、アニメ、漫画、ライトノベル、ゲームのすべてがメディアミックスを構成している日本の状況を背景に考えると、依然として制約的であるといえます。また、ハリー・ポッターのファンは、様々なヘリテージ・サイトを訪れていますが、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのようなテーマパークを訪れることをヘリテージツーリズムとは言いません。そのため、我々のコンテンツツーリズム研究では、「収斂(convergence)」がある場合、何が、どのように、そしてなぜツーリズムが起こるのかを分析する上で、メディア形態ではなく、むしろ〈物語世界〉のコンテンツに焦点を当てるべきであると主張しました。即ち、コンテンツツーリズムです。

And there is another issue. It is not only major media producers who contribute to the creation of the narrative world via multiple works across multiple platforms. Fans create YouTube videos, share information via social media, write spinoff novels, meet at conventions and engage in all sorts of other behaviours that expand the narrative world. I confess to being something of a Harry Potter fan, and if you go online you will find many songs inspired by the Harry Potter series that have nothing to do with the official Harry Potter world controlled by JK Rowling and Warner Brothers. Fans are not passive consumers but active producers of content, or “prosumers”. Within tourism studies, too, there is increasing attention on the role of travelers. It used to be the case that tour operators simply advertized a tour and the tourism products they offered. However, traditional tourism advertizing is being displaced by traveler voices on sites like TripAdvisor. In the case of contents tourism, in many instances the fans themselves are blogging and twittering the recommended itineraries and by-passing tourism companies entirely.

さらに別の問題もあります。複数のプラットフォームを跨ぐ、様々な作品を通じて<物語世界>の創造に貢献するのは、大手メディアプロデューサーだけではありません。ファンはYouTube動画の作成、ソーシャルメディアを通じた情報共有、スピンオフ小説の執筆、イベントでの集会、そのほか様々な活動を通じて、<物語世界>を広げます。私自身も実はハリー・ポッターのファンなのですが、ネット上で検索すると、J. K.ローリングとワーナー・ブラザーズによって管理された公式のハリー・ポッターの世界とは全く無関係の、ハリー・ポッター・シリーズにインスパイアされた曲を数多く見つけることができます。ファンは、コンテンツの受動的な消費者ではなく、能動的な製作者であり、生産=消費者を意味する「プロシューマー(prosumers)」なのです。観光学においても、旅行者の役割に対する関心が高まっています。かつては単純に、ツアー主催者がツアーと観光商品の宣伝を行っていました。今日では、こうしたツーリズムの伝統的な宣伝手法は、トリップ・アドバイザーのようなサイト上の旅行者の生の声に取って代わられています。コンテンツツーリズムの場合、ファン自身が推奨する旅程をブログやツイートとして書き込んでいるため、旅行会社は完全に蚊帳の外です。

This all adds up to a revolution in the way that we think about travel in the digital and internet age. Contents tourism is very much an internet age phenomenon. However, if we go back to the original definition of contents tourism that I gave, there is no reason why contents tourism cannot be a very old phenomenon. Indeed, in Japan, some contents tourism researchers like Masubuchi Toshiyuki have made the case that Edo period poetry and literature should fall within the boundaries of contemporary contents tourism studies. On a strictly definitional level, this is correct. There was much travel in Tokugawa era Japan, mainly for religious pilgrimage to places such as Ise Shrine. But, around this travel culture grew a popular culture of travel writing and novels, which themselves inspired further travel. Furthermore, there are examples of convergence from a very early period. By the 16th century there were parodies, digest and illustrated versions of *The Tale of Genji*, and this was the precursor to the contemporary tourism phenomenon related to Japan's oldest novel. Media technology may have advanced since then, but the basic principles remain the same. When a set of characters, narratives and locations captures the public imagination, we tend to disseminate them across various media platforms. The invention of photography and the moving image was the first major technological revolution expanding the possibilities for contents dissemination. The second major technological revolution was the digital and internet age.

And so in our latest iteration of our definition of contents tourism we have reached the following: Contents tourism is “a dynamic series of tourism experiences motivated by contents. Contents tourism is undertaken by tourists in order to access and embody “narrative worlds” that are continuously expanding through “contentsization”, and very often involves the participation of tourists/consumers themselves in the process of the (re)contentsization of the narrative world.” This is the definition crafted by Yamamura Takayoshi, my main research partner over the past decade and one of the true pioneers in this research field. It is a definition fit for the digital age, and encapsulates the understanding of tourism dynamics behind my two cases studies, Shiba Ryotaro and Jane Austen.

こうして、デジタル・インターネット時代において旅行の考え方が革命的に変わることになりました。コンテンツツーリズムは、非常にインターネット時代的な現象といえるでしょう。しかし、先ほど述べたコンテンツツーリズムの当初の定義に立ち返ると、コンテンツツーリズムが非常に古くからある現象であると言えない理由はありません。実際、増淵敏之といった一部のコンテンツツーリズム研究者は、江戸時代の詩と文学は、現代のコンテンツツーリズム研究の範疇に入ると主張しています。厳密な定義上は、この主張は正しいといえるでしょう。徳川時代の日本では、伊勢神宮のような場所への宗教的な巡礼を中心に旅が盛んでした。こうした旅の慣習から派生して、旅行記や小説といったポピュラーカルチャーが花開き、それ自体がさらなる旅を促しました。また、ごく初期の時代から収斂(convergence)の例も見つけることができます。16世紀には、「源氏物語」のパロディ版やダイジェスト版、イラスト版が存在しました。日本最古の小説を巡る、現代的なコンテンツツーリズムの先駆けといえる例でしょう。それ以来、メディア技術は進歩したかもしれませんが、基本的な原理は変わりません。一連の登場人物、物語、場所によって人々の想像力が刺激されると、様々なメディア形態で展開されるという傾向があるのです。写真と動画の発明は、コンテンツ展開の可能性を広げた、最初の大きな技術革命だったといえます。2番目の大きな技術革命は、デジタル・インターネット時代の到来です。

こうして、コンテンツツーリズムの最新の定義を我々は次のように精緻化しました。コンテンツツーリズムとは「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。」これは、過去10年に亘り私のメインの研究パートナーであり、この研究分野における真の先駆者の一人である山村高淑による定義です。デジタル時代に相応しい定義であり、これからご説明する、司馬遼太郎とジェーン・オースティンの2例のケーススタディから導きだされる観光力学の理解を集約したものとします。

It has been a whistle stop tour through the key theoretical work of the project. People interested in reading more can access the publications on the slide, which are the key ones from the project thus far, with hopefully another book to be published later this year. More details are available via my website.

So, without further ado, let's move to the first case study in my talk tonight: *Clouds Above the Hill*.

As I have already mentioned, Shiba Ryotaro was a historical novelist. He based his writings on actual historical events but filled in the details of each scene with his own dialogue and interpretation. He was known for his exhaustive research into a topic before he started writing, and is credited with making history accessible and interesting to millions. *Clouds Above the Hill* is one of his most famous novels and tells the story of three main protagonists before and during the Russo-Japanese War of 1904-5. Given that the story is based on the historical record, it might seem a little strange to be talking of it as a contents tourism case study. However, seeing "history as contents" is a vital part of our project. Historical characters, narratives and locations are depicted in numerous works of popular culture entertainment in Japan - as they are in the UK, too. Historical novels, dramas and films become potent drivers of tourism to heritage sites. *Clouds Above the Hill* also demonstrates that historical novels may even create new heritage sites.

やや足早に、重要な理論研究をご紹介します。より詳しくお読みになりたい方は、スライド上に主な研究一覧を載せましたので、そちらをご覧ください。本年後半にはもう一冊出版される予定です。詳細については、どうぞ私のウェブサイトをご覧ください。

それでは早速、本日の1つ目のケーススタディである「坂の上の雲」を見ていくこととしましょう。

先ほどご説明した通り、司馬遼太郎は歴史小説家でした。実際の歴史的な出来事に基づいて作品を書きましたが、彼自身の言葉と解釈でそれぞれの場面を彩りました。司馬は、執筆に着手する前には、テーマに関して徹底的な調査を行うことでも知られていました。そして、歴史を、多くの人に向けて、より興味を誘うものにしたと考えられています。「坂の上の雲」は、司馬遼太郎の代表作の一つで、1904-5年の日露戦争の開戦前から戦時中を背景に、3人の主人公を巡る物語を書きました。本作が史実に基づいていることを踏まえると、コンテンツツーリズムのケーススタディとして取り上げられることを少し不思議に思われるかもしれません。しかし、「歴史をコンテンツとして」捉えることが、この研究の重要な部分なのです。イギリスと同様に、日本でも歴史上の人物、物語、場所は、ポピュラーカルチャー的なエンターテインメントとして数多くの作品に描かれています。歴史小説、ドラマや映画は、ヘリテージ・サイトに向けたツーリズムの強力な原動力となります。同時に、「坂の上の雲」は、歴史小説が新たなヘリテージ・サイトを生み出す可能性さえあることを示しています。

Let's set the scene by looking at the opening sequence of the 2009 NHK drama based on Shiba's novel. Please excuse my wobbly camera work ... and I will provide a rough translation of the subtitles. "A truly small country is opening up to the world. In Matsuyama in Shikoku there were three men. Akiyama Saneyuki was born in this old castle town. It was said that if Japan went to war with Russia, victory would be almost impossible. But in coming up with a plan that beat the Baltic Fleet, Saneyuki made it possible. His elder brother, Yoshifuru, trained the Japanese cavalry. He said he would beat the Cossacks, the strongest cavalry in the world. And pulled off a miracle. The third man is the poet Masaoka Shiki, who breathed new life into haiku and tanka poetry and revived the genre. They embodied the spirit of the Meiji Era, walking forward into the future. They climbed, and in the blue skies at the top of the hill, even if there was a cloud there, they only looked at it and kept climbing."

The opening sequence identifies the three protagonists. Prior to Shiba's novel, the main people associated with the war in popular culture were General Nogi Maresuke, leader of the land forces, Admiral Togo Heihachiro, leader of the naval forces, and the Meiji Emperor, who agonized about taking his people to war against such a formidable foe as Russia. These are the three people who have featured in cinematic depictions of the Russo-Japanese War, such as the 1957 film "The Meiji Emperor and the Great Russo-Japanese War". Put simply, *Clouds Above the Hill* placed three new characters and a new location, Matsuyama, into the middle of collective memory of the Russo-Japanese War. Put differently, it expanded and popularized the historical contents.

But, the main thrust of my argument tonight is really about the contrasting roles of the novels and the drama in creating both a set of contents and a contents tourism phenomenon. In the abstract for this talk, I said: "the talk will discuss how and why despite the technological wizardry of the modern film industry, it is still the written word that underpins these and many of the other most successful examples of tourism induced by works of popular culture." *Clouds Above the Hill* is a representative example of why I feel novels are the key to sustainable contents tourism phenomena.

司馬の小説に基づいた、2009年のNHKドラマの冒頭シーンをみていきましょう。手振れについてはどうぞご容赦ください...サブタイトルをざっくりと翻訳していきます。「誠に小さな国が 開花期を迎えようとしている。四国は 伊予松山に3人の男がいた。この古い城下町に生まれた秋山真之は 日露戦争がおこるにあたって勝利は不可能に近いといわれたバルチック艦隊を滅ぼすに至る作戦をたて それを実施した。その兄の秋山好古は 日本の騎兵を育成し 史上最強の騎兵といわれるコサック師団をやぶるという奇跡を遂げた。もうひとりとは 俳句 短歌といった日本の古い短詩型に新風を入れて その中興の祖となった 俳人 正岡子規である。彼らは 明治という時代人の体質で 前をのみ見つめながら歩く 上っていく 坂の上の青い天に もし 一朵の白い雲がかがやいているとすれば それのみを見つめて坂を上っていくであろう。」

冒頭シーンでは、3人の主人公が紹介されます。司馬の小説以前は、ポピュラーカルチャーシーンにおいて戦争に関連する人物といえば、陸軍を率いた乃木希典大将、海軍を率いた東郷平八郎提督、そしてロシアのような強敵との戦いに人民を巻き込むことに苦悩した明治天皇でした。この3者は、例えば1957年の「明治天皇と日露大戦争」のような日露戦争を描いた映画に登場しています。端的に言えば、「坂の上の雲」では、新たな登場人物と、新たな場所として松山を、日露戦争の集団記憶の中心に置いたのです。別の表現をするなら、歴史コンテンツを拡大し、大衆化させたのでした。

なお、本日の議論の一番の目的は、コンテンツとコンテンツツーリズム現象という組み合わせを生み出す上で、小説とドラマが担う役割の違いを比較することにあります。本講演の要旨では、「ポピュラーカルチャーから派生したツーリズムの成功例の多くが、今日の映画産業における魔法のような技術にも拘わらず、小説に支えられているその方法と理由を考える」と述べました。小説こそが、持続可能なコンテンツツーリズム現象の鍵と考える根拠として、「坂の上の雲」はその代表的な例なのです。

Here is a brief contrast of Shiba's novel and NHK's drama adaptation. The original Japanese novel was published in 1,296 installments in the Sankei newspaper between 1968 and 1972. The English translation is in four volumes and runs to well over a thousand pages. In terms of scale, it is perhaps good to think of *Clouds Above the Hill* as Japan's equivalent of Tolstoy's *War and Peace*. The drama is thirteen episodes which were broadcast in 2009-2011. Each episode is around 90 minutes.

In terms of narrative content, the three major differences between the novel and drama are as follows.

First, whereas both drama and novel focus particularly on the three main protagonists, the drama elevates a number of minor characters in the novels to much greater importance, in particular, Shiki's sister Ritsu and Hirose Takeo, a naval expert who spent six years in Russia.

Second, while the drama has some short periods of narration akin to a documentary, there are long sections, even chapters, of the novel which are effectively history lessons. However, in both versions, a positive interpretation of the era comes through. This vision of "bright Meiji" is considered a key characteristic of the so-called Shiba view of history.

Third, in temporal terms, the focus of the novel and drama are quite different. The first half of the drama covers the same period as the first quarter of the novel. This is the period to 1902, i.e. the death of Masaoka Shiki. For the period after Shiki's death, the novel goes into considerably greater detail about the military developments during the Russo-Japanese War than the drama.

All three of these differences can be attributed to the drama being more of a character study of the three main protagonists, and the novel being more of a dramatized history of the Russo-Japanese War. However, the combination of novel and drama creates a set of contents. With a considerable time gap between the novel and drama, we can split the tourism phenomenon in Matsuyama into three distinct stages: before the novel, between the novel and drama, and after the drama.

続いて、司馬の小説と、NHKによるドラマ化作品の簡単な対比を行いたいと思います。この日本語の小説は、1968年から1972年にかけて産経新聞に1,296回に亘って連載されました。英訳版は、4巻組で1,000ページを軽く超えます。規模という面では、「坂の上の雲」はトルストイの「戦争と平和」に匹敵すると考えるとよいでしょう。ドラマは2009年から2011年にかけて放送されました。13話で構成され、各エピソードは約90分です。

物語のコンテンツに目を向けると、小説とドラマは大きく次の3点の違いがあります。

まず、小説もドラマも主に3人の主人公に焦点を当てています。その一方で、ドラマでは子規の妹である律と、海軍軍人でロシアに6年滞在した広瀬武夫など、小説では準主要的な登場人物について、より重要な立場で描いています。

次に、ドラマではドキュメンタリーのような短いナレーションが含まれていますが、小説では、実質的には歴史の授業のような、長めの節や、時には章がみられます。しかし、ドラマと小説いずれにおいても、当時についての前向きな解釈が伝わってきます。こうした「明るい明治」という認識は、いわゆる司馬史観の特徴の一つと考えられています。

最後に、小説とドラマでは時間的な焦点が大きく異なります。ドラマの前半は、小説の始まりから四分の一までと同じ時期を描いています。これは、正岡子規が亡くなる1902年に至るまでの期間です。子規の死後以降は、小説では日露戦争の軍事情勢について、ドラマよりもかなり深く掘り下げています。

こうした3つの違いは、ドラマでは3人の主人公の人物描写を主体としているのに対し、小説は脚色を交えた日露戦争の歴史であるという性質の違いに起因していると考えられます。なお、小説とドラマという組み合わせは、一連のコンテンツを生み出します。そして小説とドラマの公表の間に大きな時間的な隔りがあることから、松山へのツーリズム現象を、小説の前、小説からドラマ開始まで、ドラマ開始後という3段階に明確に分けることができます。

Before the novel, the main sites in Matsuyama were not so much tourist sites as memorial sites. For example, there was the Russian cemetery for 98 prisoners of war who died of their wounds or illness while in captivity. To this day, the cemetery is beautifully maintained and it forms part of the standard itinerary around Russo-Japanese War related sites in Matsuyama. However, while this site existed before Shiba's novel, its touristification was very much a result of Shiba's novel.

The same can be said for these two statues. They were initially local memorials to the Akiyama brothers. But, they were melted down in 1943 for the war effort. They were recast and moved to this location in 1968, the year the novel began to be serialized. As the billboard in the middle indicates, it is now part of the *Clouds Above the Hill* tourist trail.

The novel is not the only place of literary interest in Matsuyama. The city is also famous for its Natsume Soseki connections. Natsume's novel *Botchan* was inspired by his time spent living in Matsuyama as a teacher. And Matsuyama also has other historical assets, such as Dōgo hot spring resort, reputedly Japan's oldest, and the castle. And while Masaoka Shiki was already honoured in various ways locally, Shiba's novel greatly increased the prominence of sites related to Shiki in Matsuyama.

And then came the drama in 2009. This added a new range of sites to the tourism itinerary. The use of the castle as a backdrop for the opening sequence I showed you turned the castle into an important site of film location tourism, even though the castle barely appears in Shiba's novel. A characteristic of film location tourism behavior is the recreation of key scenes in the film by posing in the same way for photographs at shooting locations. Alas, I cannot show you the exact location for the opening sequence because the wall the protagonists sat on was under renovation when I visited Matsuyama back in May 2017. But for fans of the drama, the castle is now a significant destination for location hunters.

These phases show how the contents, and thereby contents tourism, have evolved over time. Before *Clouds Above the Hill*, it was possible to do tourism relating to the Russo-Japanese War at the battle sites in China and Tsushima Straits.

小説以前には、松山の主要な場所はそれほどの観光地ではありませんでした。一例としてロシア兵墓地が挙げられます。ここには、日本で捕虜として捉えられている間に怪我や病気で亡くなった98名のロシア兵の墓地があります。今日に至るまで、墓地は美しく維持管理されており、松山における日露戦争に関係する場所として、旅程によく組み込まれています。なお、司馬の小説以前からこの場所は存在していましたが、観光化されたのは、司馬の小説によるところが大きいです。

この2体の銅像についても同様のことが言えます。当初、この銅像は秋山兄弟のために、地元にて建てられた記念碑でした。しかし、1943年には戦時中の供出のため溶かされてしまいました。小説が連載され始めた1968年に再び鑄造され、現在の場所に置かれました。真ん中の看板が示すように、今日では「坂の上の雲」の観光コースに含まれています。

松山に対する文学面からの関心を集めるのは、本作品だけではありません。松山市は夏目漱石との関連でも有名です。漱石の「坊ちゃん」という小説は、彼が松山で教師として過ごした経験がもとになっています。さらに、ほかにも歴史的財産として、日本で最も古いといわれる道後温泉や松山城などがあります。また、正岡子規は既に様々な形で地元から敬愛されていましたが、司馬の小説によって、松山における子規ゆかりの地が一層有名になりました。

その後、2009年にドラマが開始されました。これにより、ツーリズムの旅程にいくつもの新名所が加わりました。松山城は司馬の小説にはほとんど登場しませんが、ドラマのオープニングシーンの背景に使われたことで、映画ロケ地ツーリズムの重要な目的地へと変貌を遂げました。撮影現場で同じようにポーズして写真を撮り、映画の重要なシーンを再現することが映画ロケ地ツーリズム行動の特徴といえます。残念ながら、私が2017年5月に松山城を訪れたときには、主人公たちが座っていた壁が改修中だったのでオープニングシーンの正にその現場をお見せすることができません。しかし、ドラマのファンであるロケハンターたちにとっては、現在、松山城は重要な目的地になっています。

こうした変貌は、コンテンツ、従ってコンテンツツーリズムが、長い間にどのように進化していったかを示しています。「坂の上の雲」以前には、日露戦争に関する観光は、中国と対馬海峡の戦場を訪れることで可能でした。

There are also sites related to Admiral Togo and General Nogi in Kagoshima and Tokyo.

So for example, this memorial marks the spot where Togo was born in Kagoshima ...

... and this is the Battleship Mikasa, Admiral Togo's flagship at the Battle of Tsushima Straits. It is now a museum in a dry dock in Yokosuka.

This is the Nogi Shrine in Tokyo.

It's also possible to see exhibitions about the Russo-Japanese War, indeed all Japan's wars between the Meiji Restoration and World War II, at Yushukan which is the history museum in the grounds of Yasukuni Shrine ...

And there are also exhibits at the museum of Naval History in Etajima.

These are the sites related to the Russo-Japanese War that people can visit without particular reference to *Clouds Above the Hill*. But *Clouds Above the Hill* created a few more specific locations in addition to these general locations. The story starts in Matsuyama, where the protagonists grew up. Then, they all moved to Tokyo. Saneyuki undergoes training at the Naval Academy in Etajima. There are also important overseas locations in the novel and drama that you may not immediately associate with the Russo-Japanese War. The main ones are Paris, where Yoshifuru goes for cavalry training; St Petersburg, where the subplot about Hirose Takeo and his romance with a Russian woman unfolds ...

... and London is also an important location. Scenes of finance minister Takahashi Korekiyo trying to drum up financial support from Britain were shot right here by the Bank of England in central London.

And there were scenes shot inside at the Old Royal Naval College, Greenwich. Saneyuki had come over to the UK for naval training.

東郷提督と乃木大将にゆかりの地が鹿児島と東京にもあります。

一例として、こちらは鹿児島にある東郷提督の生誕の地です。

そして、これが日本海海戦で東郷提督が率いた旗艦、戦艦三笠です。現在は横須賀の港内につながれて、記念艦となっています。

こちらは東京にある乃木神社です。

また、靖国神社境内にある遊就館では、日露戦争のほか、明治維新から第二次世界大戦に亘る全ての日本の戦争に関する歴史的資料の展示を見ることができます。

江田島市にある教育参考館にも展示資料があります。

ご紹介した施設は、「坂の上の雲」に特に関係なく、日露戦争に関連する場所として見学に訪れることができます。こうした一般的な場所に加えて、「坂の上の雲」によって、特別な意味を持つ場所がいくつか誕生しました。「坂の上の雲」の舞台は、主人公たちが育った松山で幕を開けます。その後、主人公たちは全員東京へ移ります。秋山真之は、江田島の海軍兵学校で訓練を受けます。また、日露戦争との関連がぱっと思い浮かばないながらも、小説とドラマにおいて重要な意味を持つ外国の場所も登場します。その代表例は、秋山好古が騎兵隊訓練を受けに行くパリや、話のわき筋として広瀬武夫とロシア人女性との恋愛模様が描かれるセントピーターズバーグです。

そして、ロンドンもまた重要な場所です。高橋是清大蔵大臣が、イギリスから経済支援を得ようとする場面は、ロンドンの中心部にあるイングランド銀行（イギリスの中央銀行）で撮影されました。

真之は海軍の訓練を受けるため渡英しましたが、この場面は旧王立海軍大学の中で撮影されました。

These sites appear in the novel and were used as shooting locations for the drama, and are also the places where the events actually took place. Here is another one back in Japan. It's a corridor at the Etajima Naval Academy. When I took the guided tour there, the guide specifically pointed this out as a *Clouds Above the Hill* shooting location. Given this is also the actual place where Saneyuki underwent military training, you can see the multiple meanings this site now has.

The final category of potential tourism destination created by the drama only is the shooting locations. These sites are unrelated to actual history or the novel. They have become significant sites of film tourism. For example, the battle scenes were mainly shot in northern Hokkaido's wide open spaces, which stood in for the area marked Liaoning on the map.

Here's another shooting location. The bridge on the left was an iconic location from the protagonists' childhood in the drama. While evocative of the period, it is in Uchiko town around 30 km south of Matsuyama, far from where the protagonists would have been. The photo on the right, meanwhile, is the actual location of a very significant scene in the books and drama: it is the landing jetty where Yoshifuru, Saneyuki and Shiki start on their adventures by taking the boat to Tokyo. However, the modern port facilities make it obviously unsuitable for filming a period drama, so the drama producers went to Itsukushima in Hiroshima prefecture, which stood in for Matsuyama for those scenes. So we can see how image and reality are blending together and the sites take on all sorts of meanings.

As I hope I have shown, actual history, Shiba's novel and NHK's drama all have their own distinctive roles in building up the historical contents. Contents tourists may visit any of them as a means of pursuing their interest in *Clouds Above the Hill*. The phenomenon created by Shiba's novel has been so marked that Matsuyama city now has a *machizukuri*, or community building, project dedicated to *Clouds Above the Hill*. In this picture, the slogan "Matsuyama, the town of *Clouds Above the Hill*" can be seen this bank in the centre of the city. The novel has become part of city identity itself.

こうした場所は、小説に登場し、ドラマの撮影現場であったと同時に、実際に出来事が繰り広げられた地でもあります。日本の場所をもう一例、ご紹介しましょう。これは、第1術科学校（旧海軍兵学校跡地）の廊下です。ここの見学ツアーに参加したとき、ガイドの方が「坂の上の雲」のロケ地だったと説明してくれました。これもまた真之が軍事訓練を受けた実際の場所であることを踏まえると、様々な意味を持つ場所になったことをご理解頂けると思います。

最後のカテゴリーは、ドラマのみの影響で潜在的な観光地となった、ロケ地です。こうした場所は、実際の歴史にも小説にも無関係の場所ですが、フィルムツーリズムの一大観光地となっています。例えば、地図上では遼寧が設定の戦闘シーンは、北海道北部の広大な平原で撮影されました。

もう一例、ロケ地をご紹介しましょう。左側の橋は、ドラマの中で主人公たちの子供時代を象徴する場所でした。当時を思い起こさせるこの橋は、松山を30キロほど南下した内子町にあります。主人公たちが実際にいた場所とは遠く離れています。一方で、右側の写真は、小説とドラマの中の非常に重要な場面が、実際に起きた場所です。東京に向けて好古、真之と子規は旅に出ますが、この船着き場から船に乗り込みました。しかし、現代的な港湾設備は時代劇の撮影を行うには当然適していないため、ドラマ製作陣は広島県の厳島で、松山の場面を撮影することにしました。このように、映像と現実が交じり合い、その土地土地が様々な意味を持つことがお分かり頂けると思います。

これまでお示した通り、実際の歴史、司馬の小説、そしてNHKによるドラマはすべて、歴史的コンテンツを形作る上で、それぞれ独自の役割を担っています。「坂の上の雲」に対する興味を追求する手段として、コンテンツツーリストはそのうちのどれを選んでも良いのです。司馬の小説によってもたらされた現象の影響は非常に大きく、今や松山市では「坂の上の雲」に特化したまちづくりやコミュニティ構築のためのプロジェクトが始動しています。この写真では「『坂の上の雲』のまち 松山」という標語を市中心部にある銀行でみることができます。小説が市のアイデンティティの一部となっているのです。

Accordingly, the novel has transformed the way that tourism is promoted and managed in Matsuyama. This is the Shiki Museum in Matsuyama. While Masaoka's major contribution to Japanese poetry means he would likely have had a museum built in his honour even without *Clouds Above the Hill*, nevertheless the Shiki Memorial Museum, which opened in 1981, has become an important part of *Clouds Above the Hill* itinerary, and also it is an important site of poetry tourism for people who appreciate his poetry.

However, perhaps the key change is what happened to the Akiyama brothers. The novel turned the Akiyama brothers from footnotes of military history into popular culture and heritage icons. The house where they had been born was destroyed in air raids during World War II and a judo hall was built on the site after the war. Initial plans to create a tourist site to the brothers were floated in 1998, but faced opposition by users of the judo hall. But then in 1999, the city embarked on its *Clouds Above the Hill machizukuri* (community building) project. Permission was eventually gained to build the Akiyama Brothers Birthplace Museum (a reconstruction of their house containing memorabilia about both them and the drama) next to a new, smaller judo practice hall. The museum opened in 2005.

The centerpiece of the strategy, the *Clouds Above the Hill Museum*, was opened in 2007 in a purpose-built structure designed by world-famous architect Ando Tadao. When a guidebook titled *Walking the Matsuyama of Clouds Above the Hill* was published in 2009, it listed no fewer than 43 related sites, including the museums, Yoshifuru's grave, monuments inscribed with Shiki's poems, the Russian cemetery, and many other sites linked to the Russo-Japanese War or the three main protagonists.

The city is now divided into tourism zones. The strategy is managed from a dedicated office with full-time staff in the Matsuyama city hall. When it was launched in 1999, it had a budget of over 100 million dollars. It divides its activities into what they call "hard" and "soft". "Hard" refers to physical infrastructure, ranging from road signs to pavement repairs to building museums. "Soft" refers to cultivating appreciation for the contents that drive tourism to the hard sites. In short, the city actively embraces and promotes Shiba's narrative world as a proud part of city heritage and as a means of inducing tourism.

同様に、小説は松山における観光誘致の在り方や、その管理方法を変化させました。こちらの写真は、松山市立子規記念博物館です。日本の詩の世界に正岡子規が与えた多大な影響を踏まえると、「坂の上の雲」がなかったとしても、その功績を称えて記念館が建てられていたであろうと考えられますが、いずれにせよ、1981年に設立されたこの博物館は「坂の上の雲」を巡る旅程の重要な一部となっていると同時に、彼の詩を敬愛する人々にとっても詩ツーリズムの重要な目的地なのです。

しかし、決定的だったのは、恐らく秋山兄弟に関して起きた変化だったといえると思います。秋山兄弟は軍事史の注釈で言及される立場から、小説によってポピュラーカルチャーや松山の遺産における偶像的存在へと変わったのです。秋山兄弟の生家は、第二次世界大戦中に空襲で破壊され、戦後は柔道場が建てられました。秋山兄弟に因んだ観光名所を作る計画が当初1998年に浮上しましたが、柔道場の利用者からの反対に直面することになりました。しかし、その後1999年には、市が「坂の上の雲」まちづくりに乗り出しました。やがて、秋山兄弟誕生地（生家を再建し、秋山兄弟ゆかりの品とドラマに関連する展示物を収容）を開設する許可が下り、新しく規模を縮小した柔道場の隣に建設されました。この記念館は2005年に開館しました。

まちづくりプロジェクトの柱を成す、坂の上の雲ミュージアムは、世界的に有名な建築家である安藤忠雄によって特別に設計され、2007年にオープンしました。2009年に発行された「『坂の上の雲』の松山を歩く」というガイドブックには、各種記念館、好古の墓、子規の詩を刻んだ記念碑、ロシア兵墓地や、そのほか多くの日露戦争や3人の主人公に纏わる場所など、43か所にも上る、小説ゆかりの場所が掲載されました。

今日の松山市は、観光ゾーンで分けられています。松山市役所の中に、専門の窓口があり、専属の職員が戦略を立てています。1999年の設立当初、100億円以上の予算が組まれました。「ハード」と「ソフト」という区分で、活動が分けられています。「ハード」は、道路標識設置から物理的な舗装修繕工事、博物館建設など、物理的な基盤整備に係る活動です。「ソフト」は、「ハード」に区分される場所へのツーリズムを促すべく、コンテンツの人気を振興する活動です。簡単に言うと、松山市は司馬の〈物語世界〉を、市の遺産の重要な一部として位置づけ、観光を誘発する手段として積極的に受け入れて促進しています。

This policy is not uncontroversial. Many people have criticized the so-called Shiba view of history, epitomized by its exposition in *Clouds Above the Hill*. Shiba has been accused of glossing over unsavoury aspects of Japan's wars to create his image of bright Meiji. The book on the slide, for example, criticizes the omission of the Port Arthur Massacre of 1894 from the novel's depiction of the First Sino-Japanese War. And it roundly criticizes NHK as insensitive for producing a drama celebrating the Russo-Japanese War, which paved the way for the 1910 annexation of the Korean peninsula, at around the time of the centenary of the annexation in 2010.

However, whatever criticisms may be made about Shiba's or NHK's historical interpretations, there is no denying that his novel and the subsequent drama adaptation underpin a significant tourism phenomenon. Aggregate visitor numbers to Matsuyama had been stable at around 5 million people per year from 2000 to 2008. The boom in 1999 was caused by the opening of the Shimanami Kaido bridge connecting Ehime prefecture across the Seto Inland Sea to Hiroshima prefecture on Honshu. The key period is 2009 onwards, namely the year the drama was broadcast. In the 2010s aggregate numbers fluctuated around the 5.6 million people per year mark. In other words, the *Clouds Above the Hill* effect might be as much as ten per cent of tourism numbers in Matsuyama, thoroughly vindicating the tourism planners who decided to fully utilize the contents and rebrand the city, 'Clouds Above the Hill city, Matsuyama'.

This slide shows the numbers of visitors at the Clouds Above the Museum. All visitors at the Clouds Above the Hill Museum are contents tourists because they are at a museum whose name contains the title of the novel. Visitor numbers at the Clouds Above the Hill Museum demonstrate one of the classic patterns of contents tourism, namely a spike in visitation that occurs during the broadcast of a drama. So that spike in the middle of the graph coincides with the broadcast of the drama.

At the Shiki museum, too, there is evidence of a spike in visitor numbers, where the blue double arrow is on the right, that's the period of the drama. It is not nearly so obvious in these numbers, but that spike in 2009-10 is most likely attributable to the drama.

こうした政策は、物議をかもしないとは言えません。「坂の上の雲」では、随所にいわゆる司馬史観が展開され、多くの批判を集めています。司馬は、明るい明治のイメージを作り出すために、日本の戦争の不快な部分を塗り替えていると指摘されています。例えば、スライド上の書籍では、小説中の日清戦争の描写が、1894年の旅順虐殺事件を省いていると批判しています。さらに、1910年の韓国併合に至った日露戦争を記念するドラマを、併合から100年を迎える2010年頃に制作したNHKのことも、配慮に欠けるとして、手厳しく批判しています。

しかし、司馬やNHKの歴史的解釈に関してどのような批判がなされようとも、本小説とそのドラマ化が、一大ツーリズム現象を支えていることは否めません。松山への観光客は、2000年から2008年にかけて、毎年500万人程度で安定していました。1999年の観光ブームは、瀬戸内海を渡って愛媛県と広島県を繋ぐしまなみ海道の開通により引き起こされました。注目したいのは、ドラマが放送された2009年以降の期間です。2010年代には、観光客数は年間延べ560万人程度で推移しています。言い換えると、「坂の上の雲」効果として、松山の観光客数を10%ほども上昇させた可能性があります。ツーリズム政策者が、コンテンツを最大限利用し、「『坂の上の雲』のまち 松山」として街を再ブランド化することを全面的に正当化させることになりました。

こちらのスライドでは、坂の上の雲ミュージアムへの来場者数の推移をご覧頂きます。坂の上の雲ミュージアムを訪れる人は、すべてコンテンツツーリストです。なぜなら、小説のタイトルを冠したミュージアムであるためです。坂の上の雲ミュージアムの来場者数は、ドラマの放映と共に来場者数が跳ね上がるという、コンテンツツーリズムの典型的な動きを示しています。従って、グラフの中央部に見られる急上昇は、ドラマの放送時期と一致しています。

子規記念博物館でも、来場者数の急増がみられます。右側の青色の矢印が指している期間が、ドラマの時期と重なります。然程はっきりとはしていないものの、2009年から2010年にかけての来場者数の増加は、ドラマの影響を受けているものと考えられます。

To conclude this section on *Clouds Above the Hill*, let me return to my main assertion. What Shiba's novel did was to create the narrative underpinnings of a Russo-Japanese War tourism phenomenon in Matsuyama. The drama had its own clear short-term effects, namely the spikes in visitation at the museums I have just shown. But, ultimately it all begins with the novel. There was no significant tourism or touristification of the Russo-Japanese War in Matsuyama prior to Shiba's novel. There were only localized memorials. Shiba's novel turned three people from Matsuyama into central characters, and crafted an uplifting, heroic narrative of Japan's major military victory of the modern era. In doing so, it expanded the historical contents relating to the Russo-Japanese War and enabled Matsuyama to embrace these contents as a key part of municipal identity and heritage. At this point, the contents became eminently usable by the tourism sector.

Indeed, Matsuyama was not the only place where Shiba's novels had this type of effect. His novel "Ryoma ga yuku" rehabilitated the Bakumatsu period visionary Sakamoto Ryoma, and now Sakamoto is central to the tourism industry in Kochi city. And the novel Moeyo Ken underpins much of the contemporary fascination with Hijikata Toshizo of the Shinsengumi.

It is for these reasons that I consider Shiba Ryotaro to be not simply one of Japan's most important novelists, but also one of the fathers of Japan's contemporary heritage tourism industry.

And so to my second case study: Jane Austen. Jane Austen tourism is simply one of the best examples of contents tourism I have found. In Japanese studies, we get very used to applying theoretical concepts developed in the West to Japanese case studies. There is a widely recognized power imbalance issue of our field, where "the West" is seen as the source of theory and "the Rest" are seen as sources of data. What I am going to do now is turn this on its head: actually, tourism theory developed in Japan offers the best explanation of what is going on in various parts of rural England these days.

「坂の上の雲」に関するご説明の締めくくりとして、私が一番お伝えしたかったことを繰り返したいと思います。司馬の小説は、松山において日露戦争関連のツーリズム現象を引き起こす要因となる、〈物語世界〉を作り出しました。ドラマにも、たった今お示したようにミュージアム等の来場者数増加という、明確で短期的な固有の影響がありましたが、究極的には、小説がすべて出発点なのです。司馬の小説以前には、松山において、日露戦争に係るツーリズムや、観光化はほとんどなかったと言えます。地元の記念物だけだったので。司馬の小説では、松山出身の3人の人物を主人公に置き、近代日本史における軍事的勝利を、洋々とした英雄的な物語に作り上げました。その過程で、日露戦争に関する歴史的コンテンツを拡充し、こうしたコンテンツを松山という地方自治体自身のアイデンティティや遺産の柱として掲げることを可能にしました。この時点で、コンテンツはツーリズムセクターにとって、大きな利用価値を持ちました。

また、司馬の作品によって影響を受けた場所は松山に限られません。「竜馬がゆく」という小説では、幕末期に先見の明を持っていた坂本龍馬を振り返らせ、今日では坂本が高知市の観光産業の中心的存在になっています。さらに、新選組の土方歳三に対する昨今の人気は、「燃えよ剣」という小説が下支えているともいえます。

こうしたことから、司馬遼太郎は日本が誇る重要な作家のひとりというだけでなく、日本の現代ヘリテージツーリズム産業の始祖のひとりであると私は考えます。

続いて、2つ目のケーススタディとして、ジェーン・オースティンをみていきましょう。ジェーン・オースティン・ツーリズムは、私が見つけたコンテンツツーリズムの最も良い一例であると言えます。日本の研究では、欧米で生まれた理論的概念を、そのまま日本のケーススタディに当てはめることが全く珍しくありません。この研究分野においては、広く認識されている力の不均衡があるのです。それは、「西側」が学説の提供者であり、「その他」はデータの提供者と見なされているということです。これから私は、これを逆向きに見ようと思います。実際、日本で生まれたツーリズムの学説は、今日イギリスの地方各地で起きている事象を最も良く説明できるのです。

This is the Jane Austen Festival in Bath. Dozens of cosplayers are getting ready to take part in the parade through the streets of the town. Or at least, they don't call it cosplay, but a Costumed Promenade. However, having attended many Japanese pop culture events, I can tell you these people are behaving in virtually the same way. They are dressed up in costumes related to favourite works of popular culture, and many have made the costumes themselves. They are taking selfies and group photos on their cell phones, preferably against authentic-looking backdrops like the Royal Crescent, and presumably sharing some of the photos on social media. And they are traveling from far and wide to make or meet up again with friends who share the same passion. Apart from the average age of participants, and arbitrary distinctions between highbrow literature and pop culture, this is exactly what happens at cosplay events in Japan. So, from the outset, we can jettison the idea that Jane Austen tourism is just "literary tourism", as most English-speaking academics refer to it. Jane Austen tourism has become contents tourism.

But, it was not always the case. Jane Austen tourism used to be a clear example of literary tourism. People who appreciated her novels visited her grave in Winchester Cathedral, or identifiable locations in her novels. Lord Tennyson, for example, is known to have visited Lyme Regis in 1867 after reading *Persuasion*. Then people could visit Jane Austen's House Museum after it opened in Chawton in 1949. This is the literary tourism phase.

But, it all changed in 1995. The BBC's adaptation of *Pride & Prejudice* ignited Austenmania. It was only one of a number of Austen screen adaptations that came out in the mid 1990s, but Colin Firth as Mr Darcy captured the imagination of Austen fans.

こちらは、バースのJane Austen Festival (ジェーン・オースティン・フェスティバル) です。たくさんのコスプレイヤーが、街中を練り歩く準備をしています。少なくともこうした参加者は、コスプレとは呼ばず、仮装行列と呼んでいます。しかし、日本のポピュラーカルチャーのイベントに色々顔を出したことがある私の目には、実質的には同じような行動であるといえます。参加者はお気に入りのポピュラーカルチャー作品に因んだ衣装を纏っています。大体が手作りの衣装です。携帯を片手に、Royal Crescent (ロイヤルクレセント、三日月型の形状が美しいジョージア王朝時代の建物で、世界遺産として登録されている) のような歴史ある背景の前で、自撮りやグループ写真を撮って、ソーシャルメディア上で何枚かシェアしていると考えられます。参加者は、同じ情熱を共有する仲間を作ったり、再会を楽しんだりするために全国各地から集まります。参加者の平均年齢と、格調高い文学とポピュラーカルチャーという好みの違いこそありますが、日本のコスプレイベントで見られる光景と全く同じです。従って、ジェーン・オースティン・ツーリズムについて、英語圏の多くの学者が単なる「リテラリーツーリズム」であると思っていますが、そうした考えは始めから投げ捨てることができます。ジェーン・オースティン・ツーリズムは、コンテンツツーリズムになったのです。

しかし、ずっとコンテンツツーリズムだったわけではありません。ジェーン・オースティン・ツーリズムは、かつては明確なリテラリーツーリズムの一例でした。彼女の小説のファンは、ウィンチェスター大聖堂にある墓や、小説に出てくる場所を訪れたりしていました。たとえばテニソン卿は、「説得」を読了後、1867年にライム・リージスを訪れたとして知られています。また、ファンは1949年にチョートンに開館したジェーン・オースティン・ハウス博物館を訪れることもできました。リテラリーツーリズム期といえます。

しかし、1995年に事態は一変します。BBCによる「高慢と偏見」のドラマ化は、オースティン・マニアを爆発的に増やしました。1990年代中頃の映像化作品のひとつでしたが、コリン・ファースを起用したことで、オースティンファンが思い描いていたダーシー像にぴったりの配役となりました。

At the beginning of the talk I mentioned contentsization as a key characteristic. Austenmania is a perfect example of this process. To begin with there were only Austen's novels, and prior to 1995, just a few screen and radio adaptations. Soon after the screen adaptations of the mid-1990s came the flow: the spinoffs and the mash-ups such as *Pride & Prejudice & Zombies*. Away from major Hollywood productions there was fan fiction, blogging, and all sorts of other fan activities.

As interest in mediatized products skyrocketed, tourism increased quickly, too. The *Pride and Prejudice* effect was huge. Visitors to Jane Austen's House Museum rose from around 20,000 a year before the drama to 55,000. They fell back again to 40,000, but even so the drama had doubled the museum's base level visitor numbers. At Lyme Park, the shooting location for *Pemberley*, visitors were around 30,000 a year before the drama. They were around 90,000 in the year after the drama and by 2015 had reached 150,000.

Another major impact was in Bath. The Jane Austen Centre opened there in 1999. It had around 40,000 visitors by 2007, and these days it receives close to 150,000 visitors a year. As you can see from the picture on the right, the exhibitions relate not only to Austen the author and her novels, but also to the screen adaptations. It is a site of contents tourism.

And then there is the Costumed Promenade at the Jane Austen Festival, which started in 2001.

And from a contents tourism perspective I have found this work particularly interesting. *Austenland*. It's a book and film about a woman who travels to an Austen-themed resort, in other words contents about a contents tourist, which spawned a sequel. You can also visit the shooting locations as a contents tourist. This is contentsization.

冒頭、重要な特徴として、コンテンツ化を挙げました。オースティン・マニアは、この過程の好例といえます。まず始めに、オースティンの小説だけが存在しました。そして、1995年以前には、映像化やラジオ化作品は限られた数しかありませんでした。1990年代中頃の映像化作品が登場するやいなや、スピンオフ作品や「高慢と偏見とゾンビ」というようなマッシュアップが登場するなど、大きな流れとなりました。ハリウッドの大手プロダクションからかけ離れたところで、ファン・フィクション（同人小説やサイドストーリー）やブログといった、ファンによるあらゆる活動が広がりました。

メディア作品に対する関心の急な高まりとともに、ツーリズムも急増しました。「傲慢と偏見」は絶大な効果を生みました。ドラマ化以前には、ジェーン・オースティン・ハウス博物館の来館者数は年間2万人程度でしたが、5.5万人にまで増えました。その後、年間4万人に低下していますが、それでもベースの人数を従来の2倍に引き上げました。ペンバリーのロケ地に選ばれたライム・パークの来訪者数は、ドラマ化以前は年間3万人ほどでした。それが、ドラマ放送後翌年には9万人、その後2015年には15万人にも達しています。

バースもまた大きな影響を受けました。この街には、ジェーン・オースティン・センターが1999年に開館しました。2007年時点には、約4万人の来場者があり、最近では年間15万人近くが訪れています。右側の写真でご覧頂ける通り、作家であるオースティンや小説に関係するものだけでなく、映像化作品に係るものも展示されています。コンテンツツーリズムの場所であると言えます。

さらに、2001年にはジェーン・オースティン・フェスティバルの仮装行列が始まりました。

また、コンテンツツーリズムの観点からは、私は「オースティンランド」という作品が特に興味深いと感じました。これは小説と映画作品があるのですが、オースティンをテーマにしたテーマパークへ旅する女性、つまりコンテンツツーリストについての描いたコンテンツで、続編も出版されています。コンテンツツーリストとして、ロケ地を訪れることもできます。これがコンテンツ化です。

Nowadays, Austen-related tourism is both big business and incredibly diverse. It spans a whole range of sites, which are visited by hundreds of thousands of people. There are sites related to Austen the author, sites associated with Georgian England, sites depicted in her novels, locations used for screen adaptations, sites related to spinoff works, monuments, exhibitions, and the regular conventions held by Austen fans. These are all generating travel related to Austen's world that defies simple categorization as literary tourism, film tourism or heritage tourism. It is best to just call it "contents tourism" to Austen-related sites by Austen fans. However, as with the tourism relating to *Clouds Above the Hill*, I believe the novels are the key. They underpin the entire narrative world, which is then expanded by professional media companies and amateur fans producing adaptations and spinoffs.

The key methodological characteristic of my Jane Austen tourism research project has been my focus on the experiences of tourists, something I did not touch upon in my discussion of Shiba Ryotaro. To hear the voices of Jane Austen fans, I asked Phil Howe of Hidden Britain Tours for help in distributing questionnaires to his clients. I took his tour around Jane Austen sites near Basingstoke in September 2016, and he kindly agreed to help.

I received back 13 very detailed responses ... all from women ... who told me about their interest in and travel experiences relating to Jane Austen. I only have a little time to give just a few small samples of their voices, but what comes through to me clearly is their expressions that they are undertaking contents tourism rather than simply literary tourism. Some, of course, like respondent L in her 70s, were primarily fans of the novels and fit closely the profile of a literary tourist. But others, such as respondent J in her 50s, rediscovered Austen's novels via spinoff works. She has a wide range of interests within Austen's world, and fits closely the profile of a contents tourist. She has engaged with multiple works across various media formats, and then traveled to pursue that interest.

今日では、オースティンに関連した観光は、一大産業であり、驚くほど多様です。何十万人もの人が訪れる、実に様々な場所があります。作家としてのオースティンに因んだ場所、ジョージ王朝時代のイギリスに因んだ場所、小説で描かれている場所、映像化のロケ地となった場所、スピンオフ作品に関連する場所、記念碑、博物館や、オースティンファンによって定期的に開かれる会合などです。リテラリーツーリズム、フィルムツーリズム、ヘリテージツーリズムという単純なカテゴリーには当てはまらないような、オースティンの世界に向けた旅を生み出しているのです。オースティンファンがオースティンに因んだ場所へ向かうことは、一言で「コンテンツツーリズム」と呼ぶことが最も適切です。しかしながら、「坂の上の雲」に因んだツーリズム同様、私自身は小説が鍵であると考えています。小説が、<物語世界>全体の根底にあり、その後、プロのメディア企業やアマチュアファンらによって、アダプテーションやスピンオフが作成されているのです。

司馬遼太郎に関する議論では触れなかった点ではありますが、ジェーン・オースティン・ツーリズムの研究に当たって、私が採った方法論の重要な特徴は、ツーリストの経験に焦点を当てていることです。ジェーン・オースティンのファンの声を聞くため、Hidden Britain Toursのフィル・ハウの助けを借りて、ツアー参加者にアンケートを配ってもらいました。2016年9月に、ベージングストーク周辺のジェーン・オースティンゆかりの場所を巡るツアーに参加し、快諾してもらいました。

私は13名、いずれも女性から、ジェーン・オースティンについて持っている興味と旅行の経験が細かく書き込まれた回答を得ました。時間の都合上、ごく一部しかご紹介できませんが、私に明確に見えてきたのは、回答者は単なるリテラリーツーリズムというよりもコンテンツツーリズムを経験しているということです。当然、70代の回答者Lなど何人かは、一義的には小説のファンで、リテラリーツーリストの分類に近い人たちもいます。しかし50代の回答者Jのようなその他の回答者は、スピンオフ作品をきっかけにオースティンの小説を再発見しました。回答者Jはオースティンの世界に対して幅広い興味を持っており、コンテンツツーリストの分類に近いといえます。様々なメディア形態の複数の作品と繋がり、興味を追求するための旅に出ているのです。

But one response that particularly resonated with me was from Respondent E, in her 20s, who described her “double pilgrimage” to the UK, (she’s American). She combined visits to both multiple sites relating to Jane Austen with multiple sites relating to Harry Potter, another excellent case study of contents tourism. In her response I saw a lot of myself. The contents tourist is not a one-dimensional person who develops a deep interest in only a single work. The contents tourist has a much deeper and broader interest, perhaps in multiple narrative worlds. And this is where her motivations and mine seem so congruent. I have described *Clouds Above the Hill* and Jane Austen tonight, but I have also done projects about Harry Potter, *The Last Samurai*, kamikaze films, Japanese historical dramas, and many others. In many ways, it is not the characteristics of the narrative world per se that are attractive. It is the fact that when I travel, I am not simply going somewhere for its physical or experiential quality. It is narrative quality I seek.

I will keep my concluding remarks fairly short because I hope we can develop the discussion more via some questions in just a few minutes. But I will end by reiterating probably the key conclusion from my 10 years researching contents tourism. The enduring examples of contents tourism usually revolve around a significant process of contentsization involving both copyright holders and fans, and the initial narrative world is usually established by successful novels, and in the Japanese case, manga, too. In the Japanese case, very often a manga becomes an anime, which becomes a live action film, but I think the dynamics here are basically the same for novels. I think this is because the written word leaves most to the imagination, and ultimately our imaginations have to be engaged in order for us to want to explore more via travel. Furthermore, while cinematic technology quickly ages, the written word is never technologically obsolete. It gets automatically updated by our imaginations. Films, games and so on are much more of a particular technological moment. Novels at the heart of a contents tourism phenomenon are the key to sustainable tourism induced by works of popular culture. Of course there are plenty of examples that are primarily screen-based. But for sustainable contents tourism, I think the written word is key.

中でも、20代のアメリカ人回答者Eによる、イギリスへの「二重の聖地巡礼」についての回答が私の心に特に響きました。回答者Eは、ジェーン・オースティンにゆかりの場所と、コンテンツツーリズムのケーススタディとして素晴らしい例であるハリー・ポッターにゆかりの場所をいくつも訪れました。回答者Eの言葉には、私と重なる部分が多くありました。コンテンツツーリストは、たった一つの作品に限定して深い興味を持つ一辺倒の人ではありません。時として、複数の<物語世界>について、より深く広い興味を持つのがコンテンツツーリストなのです。そして、この点が回答者Eと私の動機が限りなく一致しているように思う点なのです。今夜「坂の上の雲」とジェーン・オースティンを取り上げましたが、私はほかにもハリー・ポッター、ラストサムライ、特攻隊映画、大河ドラマを含むあらゆる題材について研究を行ってきました。様々な意味で、<物語世界>が持つ特徴自体が魅力的なのではありません。物理的あるいは経験的な質だけを目的として旅に出ているわけではないのです。私が追求しているのは、物語性なのです。

この後の質疑の時間にさらに議論を深めたいと思うので、私の結びの言葉は短めに纏めることにします。10年間に亘るコンテンツツーリズムの研究で得られた、恐らく最も重要な結論を繰り返して終えようと思います。コンテンツツーリズムの尽きることのない例は、多くの場合、著作権者とファンの双方が関わったコンテンツ化の過程を巡って展開されます。そして、はじまりとしての<物語世界>は、通常、優れた小説や、日本においては漫画によって生み出されています。日本の場合、漫画がアニメになり、アニメが実写映画になることがよくありますが、この変遷は小説の場合も基本的に同じだと考えます。なぜなら、書かれた言葉にとっては、読み手の想像力が要となるためです。そして、究極的には想像力が、探求のための旅の原動力となるのです。さらに、映画世界の技術はあっという間に時代遅れになっていきますが、書かれた言葉というのが、技術的に時代遅れになることは決してありません。読み手の想像力によって自動的に更新されていくからです。映画やゲームといったものは、むしろ特定の刹那的な技術であるといえます。ポピュラーカルチャー作品に引き起こされたツーリズムが持続的なものになるかどうかを左右するのは、コンテンツツーリズム現象の核心にある小説だと考えます。当然、映像作品がもとになっているツーリズムの例もたくさんあります。しかし、持続的なコンテンツツーリズムという観点からは、書かれた言葉こそが重要だと私は思います。

I have given two of the clearest examples of this tonight. The two case studies show that both fictional and non-fictional narrative worlds can generate tourism, especially when that tourism involves visitation at heritage sites. And in these conclusions I find a broader message for our lives in a rapidly evolving technological world. Yes, we can enjoy the technological wizardry of the film industry that gives us amazing levels of realism in worlds, whether animated, real or fantasy. However, what really moves us, and what moves us to travel to sites related to the stories we consume, is ultimately the skill of the writer putting pen to paper in attempting to trigger our curiosity and imagination in novels.

Thank you.

今夜、最も分かりやすい例を2つ挙げました。ヘリテージ・サイトへのツーリズムが引き起こされる場合には特に、フィクショナルとノン・フィクショナルな<物語世界>のどちらもツーリズムを生み出せるということ、この2例によってお示しできたと思います。こうした結論の中には、急速に進化する技術世界に生きる我々に対して、より普遍的なメッセージがあるように思います。当然、我々はアニメの世界であれ、リアルの世界であれ、ファンタジーの世界であれ、驚くほどのリアリズムを叶えてくれる映画業界の魔法のような技術を楽しむことができます。しかし、好奇心と想像力を刺激するような作品を目指して執筆する作家の腕こそが、究極的には、我々を真に感動させたり、物語に関係する場所へと旅立たせたりするのです。

ありがとうございました。