学校法人 松翠学園
滋賀文教短期大学
SHIGA BUNKYO JUNIOR COLLEGE

観光研究の素材としての映画
−映画を通して日本を観光する−

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2023-05-01 キーワード (Ja): キーワード (En): tourism studies, cinema, Yoji Yamada, different cultures, concrete Japan 作成者: 河村, 悟郎 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.32125/00000110

観光研究の素材としての映画
―映画を通して日本を観光する―

Cinemas as Materials of Tourism Studies
—Japan Sightseeing through Cinemas—

河村　悟郎
Goro KAWAMURA

抄録

本論の目的は、映画と観光の関係を捉え直すことで、映画を素材とした観光研究の幅を広げることである。映画を対象とする観光研究のほとんどは映画のロケ地に関するもの（「フィルムツーリズム」や「ロケーションツーリズム」）だが、「具体の日本」や日本における「異文化」を映し出した作品を分析すると、「映画を通して日本を観光する」ことの学問的意義が浮かび上がる。それは、従来の観光研究の裾野を広げる可能性を持つものでもあり、今後様々な映画が観光研究の素材となることが期待される。

Abstract

This article aims to expand the scope of tourism studies using cinemas as materials by reconsidering the relationship between cinemas and tourism. Most of the tourism studies on cinemas are about the filming location (e.g., “Film-Tourism and “Location-Tourism”), but the analysis of the films about “concrete Japan” or “different cultures” of Japan can clarify the academic significance of “Japan sightseeing through cinemas.” It also has the possibility to expand the scope of the previous studies on tourism and it is expected that various cinemas will become the materials of tourism studies in the future.

キーワード：観光研究　映画　山田洋次　異文化　具体の日本
Key Word : stourism studies, cinema, Yoji Yamada, different cultures, concrete Japan

１．はじめに：映画と観光の関係

映画を素材とした観光研究を概観すると、そのほとんどが映画のロケ地に関するものであることに気が付く。実写映画では、撮影用のセットを施した撮影所（スタジオ）で撮影を行うか、実在の場所でロケーション撮影を行うのが基本的で、この実在の場所がロケ地となる。観光研究においては、観光現象がその目的や内容によって「〇〇ツーリズム」という形で類型化されてきたが[1]、2010年代になると「聖地巡礼」がキーワードとなり、宗教上の聖地に訪れる場合だけでなく、アニメーション映画の舞台・モデルとなった場所や実写映画のロケ地に人々が訪れる現象も「聖地巡礼ツーリズム」と呼ぶようになった［cf. 星野ほか編 2012］。ただし、映画のロケ地をめぐるという観光現象は「聖地巡礼ツーリズム」という用語で分

[1] 「〇〇ツーリズム」には「エコツーリズム」や「グリーンツーリズム」などのように様々な種類のものが蓄積されてきたが、「〇〇ツーリズム」の変遷とその特徴については［河村 2022］に詳しい。

析されるより前に国内外で注目されており、「フィルムツーリズム」や「スクリーンツーリズム」、そして「ロケーションツーリズム」といった細分化された形で分析されてきた[2]。逆に映画のロケ地は、アニメや漫画やゲームの舞台・モデルなどと共に「コンテンツ」という形で総称されるようにもなり、それらの場所を訪れる現象を指して「コンテンツツーリズム」という新たな類型も登場している［cf. 増淵 2010；山村・シートン編 2021］。

しかし、これらの研究を概観すると、ロケ地における観光客の行動と経済効果、ロケ地の観光化と地域活性化、ロケ地がどのようにメディアに取り上げられているかなど、対象となる映画とロケ地が異なるだけで、多くの研究が似たような議論に集約されている印象を受ける。もちろん、それぞれの研究に学問的意義はあり、ロケ地をめぐる興味深い観光プロジェクトが現在進行形で起きていることも事実なのだが[3]、これらの潮流は映画を素材とした観光研究の幅を狭めてしまう危険性も孕んでいる。したがって本論では、映画を素材とした観光研究の幅を広げることを目的として、映画史的・映画学的には重要な作品として取り上げられてきたが観光研究では見逃されてきた映画や、映画史的・映画学的な観点からは自由に離れた観光研究に格好の素材となるような映画を取り上げることで、映画と観光の関係を捉え直したい。

そのためにまず取り上げるのは、山田洋次監督の国民的映画『男はつらいよ』シリーズと、『家族』である。これらの作品は、映画史的・映画学的にはその中心テーマである「日本の家族」をめぐって様々な議論が展開されてきたが、観光研究として取り上げられることは一部のロケ地に関する議論以外ではほとんどなかった。しかし、日本全国の風景が映り込んでいる映像に注目すると、映画を通して日本を眺めるという山田洋次作品の違った捉え方が可能となるため、映画と観光の関係を捉え直す最初の作業としては格好の素材となっている。そして、単に日本を眺めるだけでなく日本を観光するという意図を持って取り上げるのは、ソフィア・コッポラ監督の『ロスト・イン・トランスレーション』と森本功監督の『いちげんさん』である。２作品とも、観光する際に人々は多かれ少なかれ「その土地の文化的なもの＝異文化」に触れることになり、それは同じ日本国内であっても同様で日本にも様々な「異文化」が存在するということに改めて気付かされる映画になっているため、映画を素材とした観光研究の幅を大きく広げる可能性を持つものである。

２．映画を通して日本を眺める：山田洋次と具体の日本

『男はつらいよ』シリーズは、同名のテレビドラマ（1968年10月３日～1969年３月27日放送）の映画化として製作され、第１作（1969年８月27日公開）の公開から現在に至るまで50作続いている「世界最長の

---

[2] このように、統一・整理された類型はないが、概ね映画のロケ地をめぐる観光現象に関する研究であるという点では一致している。ロケ地めぐりの観光研究の動向については、［木村 2011］や［臺ほか 2015］に詳しい。

[3] 例えば、長年時代劇の撮影所として数々の映画を生み出してきた太京都の秦では、「聖地巡礼ツアー」、「ロケ地探訪」、「撮影所貸し切り」といった様々な観光プランを売り出す事業が始動しており、時代劇映画の再興を目指しているという。詳しくは、京都新聞2022年12月17日号朝刊の「地域プラス面」（22ページ）や関係サイト「ニッポン　シネマレトロ　キョウト」https://cinema-retro.kyoto を参照（2023年２月17日最終閲覧）。

映画シリーズ」[4]となっている国民的映画であり、そのほとんどで監督を務めた山田洋次の代表的作品になっている。ストーリーは単純で、香具師として全国各地を放浪する「寅さん」こと主人公の車寅次郎を演じる渥美清の、「私、生まれも育ちも葛飾柴又です。帝釈天で産湯をつかい、姓は車、名は寅次郎、人呼んでフーテンの寅と発します。」という有名な口上で始まると、毎度故郷である葛飾柴又に帰郷しては騒動と失恋を繰り返し、再び放浪の旅に出るというもので、映画評論家からは「見事なマンネリズム」［1995佐藤：433］と称されるほど同じパターンとなっている。ここで興味深いのは、「寅さん」は50作品の全てにおいて全国を放浪しているため、３県（高知・埼玉・富山）を除く全ての都道府県が舞台・ロケ地として採用されており、また登場する場所のほとんどが有名な観光地ということもあり、映画自体が物語の枠を越えて一種の「観光ガイド」のようになっている点である[5]。基本的に多くの実写映画はフィクションであり、特段の理由がない限りロケ地というのは映画の中では「架空の場所」として明かされないため、事後的に観客やメディアや地元住民といった映画の外の人々がロケ地を取り上げることが多いのだが、『男はつらいよ』においてはフィクションであるにも関わらずそのほとんどが既に映画の中で「具体的な場所」として明かされていたり、そもそも地域住民や行政が制作会社である松竹株式会社に掛け合って『男はつらいよ』のロケ地誘致する場合もあったりするなど、『男はつらいよ』のロケ地を事後的に大きく取り上げて観光客が増加するような動きは少なかったのである[6]。そのため、映画史的・映画学的には語り尽くされた感もある『男はつらいよ』だが[7]、観光研究の文脈で扱われてきたことがほとんどなかったのである。

もちろん、『男はつらいよ』の本質的テーマは「寅さんの観光地めぐり」ではないし、山田洋次の意図としても日本芸能の伝統を意識した映画［四方田 2014：197-198］であって、旅それ自体をテーマにしたロードムービーや日本各地の様子を描いたドキュメンタリー映画に仕立て上げようとしたわけでもない。しかし、山田洋次の作品には、まるでロードムービーもしくはドキュメンタリー映画を思わせるような、『家族』（1970年10月24日公開）という映画も存在する。長崎で暮らす貧しい一家が、生活を少しでも良くしようと北海道の開拓村で酪農を営むために鉄道や船を乗り継いで旅するという、高度経済成長の波に取り残された庶民の姿を描いた物語なのだが、その複雑な旅程（伊王島→長崎→博多→小倉→徳山→福山→大阪→富士山→東京・上野→仙台→青森→函館→中標津）をオールロケーションでドキュメンタリー風に撮影した作品になっている。その中では、電車内での家族のやり取りだけでなく、八幡製鉄所や徳山のコンビナートが車窓から映ったり、大阪万博や上野公園の様子などが映ったりするなど、NHKがかつて放送していた紀行番組『新日本紀行』（1963年10月７日～1982年３月10日放送）を想起させるような構成で、1970年

---

[4] 正確に言うと、「一人の俳優が演じた最も長い映画シリーズ」として第48作目（1995年12月23日公開）までの48作品がギネス世界記録に認定されている。と言うのも、渥美清は第48作品を撮り終わった後に死去（1996年８月４日）し、第49作目（1997年11月22日公開）と第50作目（2019年12月27日公開）は、生前の映像を繋ぎ合わせたりCG技術を駆使したりすることで「寅さん」を登場させているからである。

[5] 『男はつらいよ』の公式サイトでは全作品の舞台・ロケ地が分かりやすい形で紹介されており、日本中の観光地で撮影が行われていたことがうかがえる。詳しくは公式サイト https://www.cinemaclassics.jp/tora-san/location/ を参照（2023年２月17日最終閲覧）。

[6] ただし、撮影中にロケ地が盛り上がることはよくあったようだ。例えば滋賀県の長浜市では、市民と行政の熱心なロケ誘致によって第47作（1994年12月23日公開）の撮影が実現し、当時を知る人に聞くと、地元の祭りである「曳山まつり」を街中で忠実に再現したり、その様子を一目見ようと大勢の人々が集まったりするなど、『男はつらいよ』の撮影時に長浜が大変盛り上がったそうである。

[7] 『男はつらいよ』に関する先行研究については［仲矢 2021］に詳しい。

の日本各地の情景を同時に切り取った貴重な資料にもなっている。

山田洋次の代表的作品である『男はつらいよ』シリーズも『家族』も、映画史的・映画学的には山田洋次がその生涯をかけてどのように「日本の家族」を描いてきたのかに焦点が当てられることがほとんどで、同じ松竹を代表する映画監督である小津安二郎が描いてきた「日本の家族」と比較されたり、もしくは現代的な「日本の家族」を描く最近の映画作品と比較されたりするなど、基本的には「家族」というテーマと切り離されて語られることはない［cf. 梁 2014］。しかし、観光研究の素材としても『男はつらいよ』シリーズと『家族』は重要な映画になり得るのではないだろうか。それは、映画内での「架空の場所」が現実にロケ地として注目される過程を追うといった従来の観光研究の視座としてではなく、あらかじめ映画内で「具体的な場所」として明かされる、言うなれば「具体の日本」を確認できるという意味においてである。小津安二郎が常に普遍的な家族像を描いてきた監督とするならば[8]、山田洋次は小津とは対照的にその時代その時代の具体的な家族像を描き続けてきた監督だと言えるが、それは映画の中心テーマとしての「家族」だけでなく映画に映り込む日本の風景や交通にも言えることである。つまり、上記の山田洋次作品に共通しているのは「同時代性」であり、フィクションではありながら映画を通して特定の時代の日本を眺めることを可能にさせ、それは常に時代とともにあり、各時代の社会状況と人々の心を反映する極めて「移り気な経済現象」［森田 2006：215］である観光という現象を分析するにあたっては、貴重な素材なのである。

３．映画を通して日本を観光する：日本という「異文化」

前章で扱った山田洋次監督の『男はつらいよ』シリーズや『家族』は、映画と観光の関係をより広く捉えるための最初のステップとして紹介した事例であるため、映画を通して日本の風景や日本人を眺めることはできても、映画を通して日本を観光するという段階までには至らなかった。もちろん、「異郷において、よく知られているものを、ほんの少し、一時的な楽しみとして、売買すること」［橋本 1999：280］という観光の本質的な定義からすれば、日本を眺めることだけでも立派な観光行為と言えるかもしれないが、それでも観光において重要なのは「その土地の文化的なもの＝異文化」に少しでも触れる機会があるということだろう。それは、祖国を離れ異国の地に出かけていく海外旅行の際にのみ現れるものではなく、国内旅行でも「異文化」を感じるケースは多い。しかし、同じ日本国内で暮らしているとどうしても客観的な視点が失われてしまうため、いつの時代も日本文化や日本の観光地を客観的に捉える際に外国人の視点が重要な視座を与えてきた[9]。本章でも、日本人の視点から日本文化を眺めるのではなく、外国人の視点から日本文化を眺めるという分かりやすい形で、映画を通して日本を観光してみたい。

３-１　外国人から見た東京

まず取り上げるのは、アメリカの女性監督ソフィア・コッポラの『ロスト・イン・トランスレーション』

---

[8] 例えば彼の代表作である『東京物語』（1953年11月３日公開）は、しばしば戦後日本の核家族化に伴う家族の崩壊を描いた映画だとされがちだが、映画のモチーフは戦前のアメリカの有名監督レオ・マッケリーの『明日は来らず』（1937年５月７日公開）であり、どこの国でもよく見られる普遍的な家族像を描いていたとも言えるからである。

[9] 例えば19世紀のイギリスの旅行作家イザベラ・バードによる『日本奥地紀行』［バード 2013］や、20世紀のアメリカの文化人類学者ルース・ベネディクトによる『菊と刀』［ベネディクト 2013］などが代表例として挙げられる。

（2003年９月12日公開）である。本作品は、仕事で東京に来日した中年のハリウッド俳優と、夫の仕事の付き添いで東京に観光客としてやって来たアメリカ人女性の出会いから東京での交流と別れまでを描いたもので、タイトルにあるように日本語と英語の翻訳の難しさや、同じ英語を扱うアメリカ人同士でも相互理解を図ることがいかに難しいものなのかということが中心テーマになっている。しかし、これはソフィア・コッポラ監督自身が過去に東京に長期滞在した経験を元にした半自伝的作品でもあり、開放的なグローバル都市であるはずの東京の言い知れぬ疎外感や、外国人からは不思議に映った何気ない日本文化が反映されているため、ここでも前章のように本質的テーマからは自由に離れ、またロケ地に関する議論[10]に拘泥しないことで観光研究の素材として本作品を扱う。

『ロスト・イン・トランスレーション』では、東京の風景を眺めるだけでなく、外国人から見た様々な「珍しい」日本文化を垣間見ることができる。それはお寺での般若心経、生け花、着物、時代劇などの伝統的な日本文化や、日本のバラエティ番組、ゲームセンター、カラオケ、病院、パチンコ屋、飲み会、選挙カーなどの現代的な日本文化といった、「分かりやすい」ものだけではない。例えば、エレベーターにぎゅうぎゅう詰めで乗る日本のサラリーマンやOLを見て驚いたり、ホテルのシャワーが外国では上部に備え付けられている所が日本では下部に備え付けられており、取り外し可能ということに気が付かずに無理やりシャワーを浴びようとしたりするなどの、ありふれた日常生活の中で外国人が微妙に感じる「違和感」も見事に描写しているのである。特に、日本のしゃぶしゃぶ屋で主人公たちが食事をするシーンは興味深い。真ん中に煙突があるしゃぶしゃぶ鍋や見慣れない日本のメニュー表に戸惑いながらも二人は食事を済ますのだが、「自分で料理する店なんて最悪だ」と言ってしゃぶしゃぶ屋を酷評するのである。これは、普段日本で暮らし、幼い頃からしゃぶしゃぶやすき焼きなどの鍋料理に精通してきた我々日本人にとっては思いも付かない感想だが、日本文化を客観視せざるを得ない外国人にとっては率直に感じる違和感であり、おそらくソフィア・コッポラ監督も昔東京に滞在した際に感じた「珍しい」日本文化なのだろう。このように、『ロスト・イン・トランスレーション』は一般的な日本人論で見られるような日本文化の特徴を真正面から捉えるような作品ではないものの、外国人から見た東京の微細な光景を映し出すことで、逆に映像でしか表現できないような身近に潜む「異文化」を表現することに成功しており、「一時的に異文化に触れる」に過ぎない観光体験を対象とする観光研究においてはうってつけの素材であるはずである。

３-２　外国人から見た京都

次に取り上げるのは、森本功監督の『いちげんさん』（2000年１月29日公開）である。本作品は、日本の大学で日本文学を学んでいるスイス人留学生と、大学卒業後に東京から京都に移り住んだ盲目の日本人女性の出会いから京都での交流と別れまでを描いたもので、タイトルにもなっている誰かの紹介なしには訪れることができないことを意味する「一見（いちげん）さんお断り」という言葉通り、京都に馴染みのない２人の「いちげんさん」が京都の独特な閉鎖性を、身をもって知らされていくという物語になっている。これは、日本人である森本功監督発案の映画ではなく、スイス出身で日本在住の小説家デビット・ゾペティの同名小説の映画化であり、デビット・ゾペティ自身の京都での留学経験やその後の日本での生活体験が反映された作品になっているため、『ロスト・イン・トランスレーション』同様に外国人の視点から客観的な形で日本文化を眺めることを可能にさせる映画となっている。

---

[10]　本作品では渋谷スクランブル交差点やパークハイアット東京を中心とする新宿の街並みなどが主なロケ地になっているが、本作品における「フィルム・ツーリズム」の動向や外国人観光客による東京のイメージ形成への影響などを分析した興味深い論文［Hahm & Wang 2011］も存在する。

ただし、作品全体としてはステレオタイプ的・無理解的な「ガイジン扱い」や「盲目扱い」を受ける主人公たちの戸惑いに焦点が当たっているため、鴨川沿いの情景や芸妓などの「京都的な文化」は紹介されるものの、いわゆる「京都人論」[cf. 井上 2015] のように本格的に京都という都市の文化的特殊性を真正面から捉えた作品にはなっていない。つまり、『いちげんさん』でも『ロスト・イン・トランスレーション』のような、外国人から見た様々な「珍しい」日本文化を垣間見ることができるのである。例えば、外国人というだけで拙い英語で話しかけようとする日本人を映し出した１シーンや、定食屋で外国人というだけでナイフとフォークを渡されなかなか箸を使わせてくれないという１シーンを切り取るだけで、外国人に対して日本人が抱いている先入観をうかがうことができるし、わざわざ高い受講料を払って英会話に通っているのにその目的は英語を習得するというよりは趣味程度の感覚でレッスンを受講している日本人に対して主人公が疑問に思うシーンでは、日本人の言語に対する独特の感覚をうかがうことができる。つまり、『いちげんさん』という映画も外国人から見た京都の微細な光景を映し出すことで、映像でしか表現できないような身近に潜む「異文化」を表現することに成功しており、日本の中にも様々な「異文化」が存在しているという事実に改めて気付かされる映画なのである。

４．おわりに：素材としての映画

本論で見てきたように、フィクション映画であっても映画内に登場する日本の風景が「架空の場所」ではなく「具体的な場所」としてあらかじめ提示される場合があり、その代表格とも言える山田洋次監督の『男はつらいよ』シリーズと『家族』では、山田監督の「同時代性」を意識した映画作りを反映してか、その時代その時代の日本の風景や交通が映し出されていた。ただ、全50作品でほとんど全ての都道府県が登場し、登場する場所も有名な観光地であったり地域住民や行政がロケ誘致を行なったりした場合もあり、それぞれの場所に山田洋次監督の特別な意図を読み解くことは難しい、もしくは特別な意図などそもそもないのかもしれないため、それぞれの場所に対する表象文化論的な分析は本質的ではないだろう。その証拠に映画史的・映画学的には、「日本の家族」や「寅さん」という人物に対する表象を分析した研究がほとんどであり、その議論も既に語り尽くされてきた。しかし、観光研究においてはそれぞれの時代の「具体の日本」を映し出した映像は貴重であり、単なるロケ地に関する議論を越えてもっと活用されてもいい作品群である。

また、観光では必ず訪れた土地の「文化的なもの」に遭遇し、時には思いがけない形で「異文化」に出会うこともあるため[11]、観光研究では「異文化」や「異文化理解」といったキーワードが重要になっているが、映画を通して日本を観光するだけでもそのような視点を持ちながら様々な議論を展開することが可能であるということが、ソフィア・コッポラ監督の『ロスト・イン・トランスレーション』や森本功監督の『いちげんさん』の事例からうかがえた。それは単に日本を「異文化」に見立てた日本人論を展開できるという意味だけではなく、それぞれの時代の日本人や日本文化の微妙な変化に敏感になれるということである。２作品とも2000年前後の東京と京都の映像であり、現在の視点からすると少し違和感を覚えたりステレオタイプ的であると感じたりするような日本文化が表現されているかもしれず、映画と観光を絡めた比較文化論的な研究に発展する可能性も秘めているのだ。

つまり、映画と観光は、映像に「架空の場所」のみならず「具体的な場所」が登場する限り常に密接な関係にあるにも関わらず、観光研究の素材となった途端にその内容がロケ地に関するものに限定されてし

---

[11] その意味では、小説家の吉行淳之介によるエッセイでの「街角の煙草屋まで行くのも、旅と呼んでいい」[吉行 1981：50] という指摘は示唆的で、観光研究それ自体の裾野を広げるものかもしれない。

まうのは非常に残念だと言えるのである。本論で紹介したような「映画を通して日本を眺める」、「映画を通して日本を観光する」のに適した映画は他にも枚挙にいとまがないし、日本だけでなく外国映画に対して同じような分析を行うこともできるだろう。また当然、本論とは異なる形で、他の切り口から映画と観光の関係を捉え直すことも可能なはずである。映画をその物語の枠やロケ地、そして映画史的・映画学的な分析にとらわれずにもっと自由に捉えることで、映画を素材とした観光研究の幅が広がることを期待する。

【参考文献】

井上章一　2015『京都ぎらい』朝日新聞出版。

河村悟郎　2022「「ポストコロナ」の日本の観光研究に向けて：「マイクロツーリズム」から「避密ツーリズム」へ」『現代民俗学研究』14：41-51。

木村めぐみ　2011「映画撮影地における観光現象の可能性に関する一考察：撮影地関連情報に焦点を当てて」『コンテンツツーリズム研究』002：1-16。

佐藤忠男　1995『日本映画300』朝日新聞社。

臺純子・韓志昊・崔錦珍　2015「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』17：45-51。

仲矢信介　2021「寅さん映画のイデオロギー：起こること、起こらないこと」『東アジア日本学研究』５：79-87。

橋本和也　1999『観光人類学の戦略：文化の売り方・売られ方』世界思想社。

星野英紀・山中弘・岡本亮輔編　2012『聖地巡礼ツーリズム』弘文堂。

増淵敏之　2010『コンテンツ・ツーリズムとは何か』彩流社。

森田真也　2006「行楽からふるさと観光へ」新谷尚紀・岩本通弥編『都市と暮らしの民俗学①：都市とふるさと』吉川弘文館。

梁智嫄　2014「映画における家族像の変遷：小津安二郎作品と山田洋次作品におけるプロジェクトとしての「家族」の可能性」未刊行博士論文、東京大学。

山村高淑・シートン，フィリップ編　2021『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。

吉行淳之介　1981『街角の煙草屋までの旅』講談社。

四方田犬彦　2014『日本映画史110年』集英社新書。

バード、イザベラ　2013『新訳日本奥地紀行』金坂清則訳、平凡社。

ベネディクト、ルース　2013『菊と刀：日本文化の型』越智敏之・越智道雄訳、平凡社。

Hahm, Jeeyeon & Youcheng Wang 2011 Film-Induced Tourism as a Vehicle For Destination Marketing: Is it Worth the Efforts？ *Journal of Travel & Tourism Marketing* 28（2）: 165-179.

【参考資料】

京都新聞　2022年12月17日号朝刊

【本論で言及した映画一覧】

『男はつらいよ』（シリーズ）山田洋次監督（1969年～2019年）

『家族』山田洋次監督（1970年）

『東京物語』小津安二郎監督（1953年）
『明日は来らず』レオ・マッケリー監督（1937年）
『ロスト・イン・トランスレーション』ソフィア・コッポラ監督（2003年）
『いちげんさん』森本功監督（2000年）

【付記】

本論は、滋賀文教短期大学国文学科で開講されている「ゼミⅠ・Ⅱ」において、2020年度より「日本映画と日本文化の関係を分析する」というテーマで開講してきた「河村ゼミ」で取り扱った映画や議論に基づき、観光研究という文脈でまとめ直したものである。

【謝辞】

2020年度から３年間にわたり、非常に有意義なゼミ活動と映画研究を展開することができました。河村ゼミを選んでくれた映画好きの皆さんならびに、いつも貴重な映画話を聞かせてくださる梅澤幸平先生に対し、ここに記して感謝の意を表します。

河村悟郎　国文学科講師・文化人類学