



Title	情報化社会における自律的観光のあり方に関する研究 : アニメ聖地巡礼者の旅行行動の特質とその課題
Author(s)	岡本, 健
Citation	
Issue Date	2009-02-27
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/36096
Right	
Type	conference presentation
Additional Information	There are other files related to this item in HUSCAP. Check the above URL.



Instructions for use

情報化社会における自律的観光のあり方に関する研究

—アニメ聖地巡礼者の旅行行動の特質とその課題—

The Study of Autonomous Tourists in Information Society

岡本 健*

OKAMOTO Takeshi

本修士論文の目的は、自律的旅行者の定義を仮説的に提案することである。まず、旅行者の情報入手の方法を1990年代と2000年代を比較し、旅行者の情報化が進展していることを確認し、特にその傾向は20代～40代の男性、20代の女性に顕著であることを明らかにした。その上で、10代～30代の男性を中心とした旅行行動であるアニメ聖地巡礼を多角的に分析し、自分勝手に旅をする旅行者ではなく、地域の住民と協働する自律的旅行者について再定義をおこなった。

キーワード：自律的観光、情報化社会、旅行情報化世代、自律的旅行者、アニメ聖地巡礼、

1. 本論文の目的

本修士論文の目的は、情報化社会である現在における旅行者の行動の特質と、地域に果たす役割について、アニメ聖地巡礼という旅行行動の事例を通して明らかにし、自律的旅行者の定義を仮説的に提案することである。

2. 背景および研究の方法

(1) 背景

1) 旅行者と地元住民の直接的接触場面の増加

近年、旅行者は趣味の多様化や、観光情報のアクセス簡便化によって、従来型のツアーではなく、個人や小グループで、自らの選択の自由を行使して、旅行をすることが多くなっていると言われている。

そのような状況であれば、旅行者と地元住民は以前に比べて直接的接触場面が増加していると考えられる。

2) 自律的観光と旅行者

1項のような状況で、観光に関わるアクター同士が良好な関係を作るにはどのような条件が必要になるだろうか、それを考える際のモデルとして、自律的観光が役に立つであろう。自律的観光とは、他律的観光の対概念として定義されている。他律的観光とは、地域外の企業など、地域住民主導ではない観光のことを指す(図-1)。

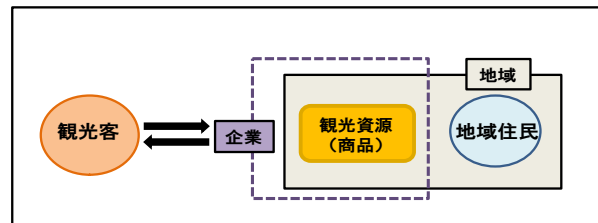


図-1 他律的観光の構造

図-1は、企業が観光資源を商品として囲い込み、地域住民の意図などが反映されにくい状況を示している。観光客は企業と観光資源という商品を金銭によって取引する構造になっている。

自律的観光は、このような他律的な観光開発ではなく、地域が内発的に観光開発をおこなうことを前提とした観光である。内発的といっても、地域内だけで完結することは意味しない。地域側の意見や意図が反映されるような形の観光形態と言えよう。

自律的観光の概念は、観光地だけでなく、旅行者に関しても適応可能である(石森 2001a, 石森 2001b)とされている。旅行者の自律性とは、企業の用意したパッケージツアーを利用するだけでなく、自分の意志で旅行をデザインし、観光をおこなうこと(石森 2001a, 石森 2001b)とされている。

ただし、自律的な旅行者について、自分の意志で旅行をデザインする、という点のみに焦点を当てると、地域側の持続には直接つながらない(敷田・森重 2006)。

しかし、自律について、旅行者側の選択の自由を終

始せず、さらに詳細な定義をおこなうことにより、地域の自律にも関わる存在として議論することが可能であろう。

3) 情報化社会における自律的旅行者

こうした議論を展開する際に検討を要する事項の一つが、現代日本の社会背景としての、社会の情報化である。先述した、旅行者が情報を自由に手に入れ、個人で旅行が可能になっている状況と社会の情報化は密接に関連していると思われるが、実証的にデータを用いて検討した知見は管見の限り見当たらない。

(2) 研究の方法

まず、旅行者がどのような情報を手掛かりに旅行行動をおこなっているのかに関して、データからその傾向を明らかにする。その中で、旅行者自身がインターネットを用いて、旅行情報を収集し、旅行行動を組み立てている「旅行情報化世代」を特定する(3章)。

「旅行情報化世代」の旅行形態の一事例としてアニメ聖地巡礼を取り上げ、その特徴や展開を、新聞・雑誌記事・文献を分析することで明らかにする(4章)。

中でもアニメ聖地巡礼者と地元住民が共同でイベントやグッズの企画・実施を行っている代表的事例として埼玉県鷲宮町をとりあげ、聖地化とその過程を関係者への聞き取り調査を用いて明らかにする(5章)。

アニメ聖地巡礼者の行動の特徴を人数調査、アンケート調査を用いて明らかにする(6章)。

3. 情報化社会における旅行者

(1) 1990年代における旅行情報の入手

1990年代の旅行に出かける際に参考にする情報源の1位から3位をまとめたのが表-1である。

表-1 1990年代の旅行に出かける際の情報源⁽¹⁾

	1990	1992	1994	1996	1998
家族・友人の話	59.7	45.7	47.8	48.1	43.3
ガイドブック	28.9	38.8	40.6	35.8	36.9
パンフレット	36.2	33.4	36.0	35.0	34.7

単位(%)

表-1を見ると、「家族・友人の話」が1990年から1998年を通して1位である。1990年時点では「パンフレット」が2位、「ガイドブック」が3位であったが、1992年になり逆転現象がおこり、以降1998年まで「ガイドブック」が2位、「パンフレット」が3位である。

(2) 2000年代における旅行情報の入手

1) インターネットの利用状況

インターネットの利用者数および利用率の1997年から2007年にかけての推移を図-2に示した。

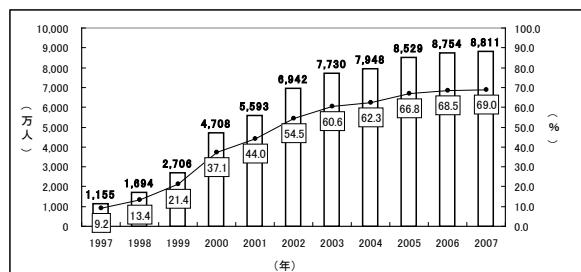


図-2 インターネットの利用者数及び利用率の推移⁽²⁾

図-2を見ると、1997年から2007年にかけて利用者数も利用率も増加を続けていることがわかる。

2) 旅行の情報源としてのインターネット

旅行の情報源として「インターネット」を利用している割合の推移を、1990年代に主に用いられていた旅行情報源である「家族・友人の話」「ガイドブック」「パンフレット」の利用率の推移とともに、図-3に示した。

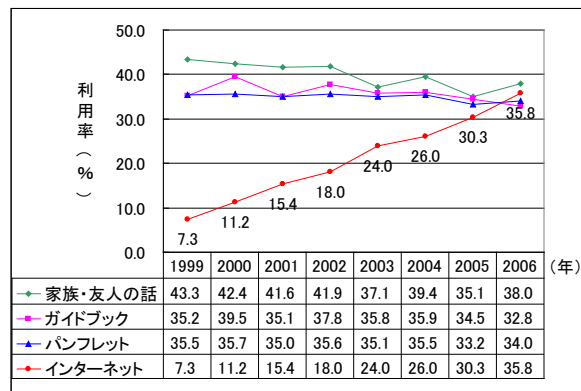


図-3 旅行の参考情報の利用率の比較⁽¹⁾

図-3を見ると、旅行情報を得るために「インターネット」を利用する割合が高まり、2006年には「ガイドブック」「パンフレット」を抜き35.8%を占めている。

「インターネット」を旅行情報源にし、特に「ネットの検索サイト」を活用している割合について、世代別、性別にその利用率を図-4に示した。「ネットの検索サイト」に着目する理由は、インターネットを用いても、旅行会社のホームページや宿泊施設のホームページでは自律度が低いと考えられるからである。

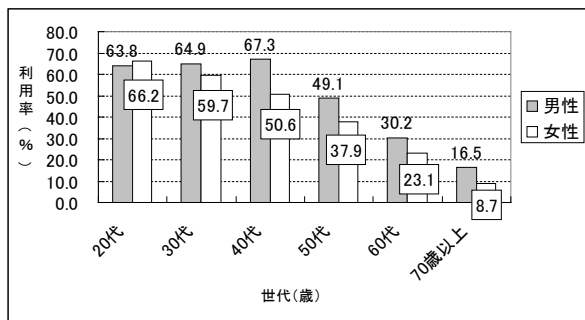


図-4 「ネットの検索サイト」利用率の世代・性別比較^③

「ネットの検索サイト」の利用率が60%を超えている世代・性別は、20代・男性、20代・女性、30代・男性、40代・男性である。これらの世代・性別を本論文では「旅行情報化世代」と定義する。

4. アニメ聖地巡礼

近年様々な媒体で「アニメ聖地巡礼」及び、その行動が元になったまちおこしが報告されている。現在の状況を成立させている条件を明らかにするために、歴史的な整理が必要である。アニメ聖地巡礼とはいつごろから始まった行動で、どのような展開を見せているのだろうか、また、アニメ聖地巡礼は、ツーリズムとアニメの潮流にどのように位置づけられるだろうか。

(1) アニメ聖地巡礼の誕生とその展開

1) アニメ聖地巡礼の誕生

文献研究を行った結果、アニメ聖地巡礼行動の萌芽は、1990年代前半にあったと推測できた。

また、聖地巡礼の名称が用いられた最初の作品として、『美少女戦士セーラームーン(1992～1997年にテレビ放映)』を仮説的に挙げた。

2) アニメ聖地巡礼の展開

新聞・雑誌記事の分析により、アニメ聖地巡礼の展開には以下の5点の特徴があることが分かった。

- ①アニメ聖地巡礼者は、アニメで用いられた風景を撮影し、情報をホームページで発信すること。
- ②アニメ聖地巡礼者は、ノートへの書き込みや絵馬など、地域に何か巡礼の記念物を残し、それがさらに観光資源となって人を呼んでいること。
- ③旅行動機はアニメの舞台を訪ねることであるが、現地の人やファン同士の交流を楽しむことがあること。
- ④アニメ聖地巡礼者の中には、高頻度で当該地域を訪

れるリピーターがいること。また、遠方からもアニメ聖地巡礼を訪れる者もいること。

⑤アニメ聖地巡礼者には20代、30代、40代男性が多いと思われること。

アニメ聖地巡礼者と地元住民の関係については、最初はすれ違いや不安感などが見られるものの、相互作用により態度の変容が起こり、共同でまちおこしにあたることも確認できた。

(2) ツーリズムの中のアニメ聖地巡礼の位置づけ

ツーリズムの潮流とアニメの潮流を文献の分析によって明らかにし、表-2に示した。

表-2 ツーリズムとアニメの潮流と共通の特徴

年代	ツーリズムの潮流	共通の特徴	アニメの潮流	メディアの発達
1980年代	・マス・ツーリズム	大衆化	・「鉄腕アトム」 ・「巨人の星」	テレビ
1980年代	・オルタナティブ・ツーリズム	多様化	・「ドラえもん」・「機動戦士ガンダム」 ・特定のファン層向けの「OVA」の登場	ビデオ
2000年代	・アニメ聖地巡礼の展開 ・次世代ツーリズム	個人化	・個人製作アニメ「ほしのこえ」 ・「らき☆すた」	インターネット (You tube)

アニメ聖地巡礼は、価値観の多様化を経て、個人が自分の楽しみで行動し、情報発信をおこない、個人の動きが社会に影響を与えるようになってきている現在の特徴が現れた旅行行動であると位置づけられる。

5. 鷲宮町における「らき☆すた」聖地巡礼の展開

(1) 「らき☆すた」とは

「らき☆すた」とは、2007年4月から2007年9月まで、チバテレビなどの独立UHF局を中心とした16局で放送されたアニメである。

泉こなた、柊つかさ、高良みゆき、柊かがみの4人の女子高校生を主人公にし、日常生活を描いた作品であり、アニメの背景には、埼玉県を中心とした実際の風景が用いられた。

(2) らき☆すた聖地の成立とその展開経緯

埼玉県鷲宮町のらき☆すた聖地の成立とその展開経緯を地元住民、商工会職員、アニメ聖地巡礼者への聞き取り調査を元に明らかにした。

その結果、以下の5点の事実が確認された。

- ①アニメ聖地巡礼者は当初は不審に思われていたが、現在では地域住民から「マナーが良い」と認識されていること。
- ②開拓的なアニメ聖地巡礼者の中には当該地域のガイドブックを作製している者がいること。
- ③アニメ聖地巡礼者がグッズ製作やイベント実施に企

画から参画していること。

- ④アニメ聖地巡礼者 2 名が地元の祭りの神輿製作を地域住民と共同でおこなったこと。
 - ⑤アニメ聖地巡礼者の中には、イベント時にボランティアスタッフとして地域に貢献するものがあること。
- このことから、アニメ聖地巡礼者は地域に迷惑をかけるいばかりか、地域住民と一緒に当該地域を活性化する役割を担っていることがわかった。

6. アニメ聖地巡礼者の動向

鷲宮町を訪れるアニメ聖地巡礼者の人数とその特徴を明らかにする。

(1) アニメ聖地巡礼者の人数

鷲宮町を訪れるアニメ聖地巡礼者の人数を明らかにするために、2008年8月7日(木)～2008年8月10日(日)の4日間にわたって、鷲宮神社への「来訪者」数、「参拝者」数、鷲宮神社に隣接するお休み処「大西茶屋」への「入店者」数、「巡礼者」数を計測した。4日間の人数の合計を図-5に示した。

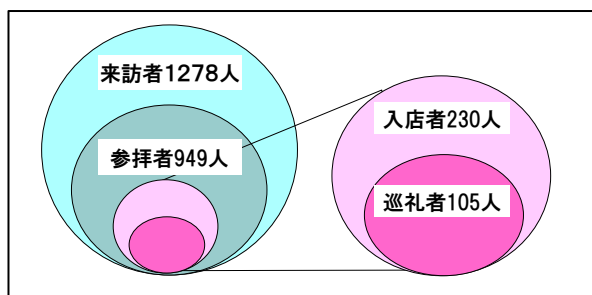


図-5 「来訪者」「参拝者」「入店者」「巡礼者」の人数

図-5を見ると、鷲宮神社への「来訪者」のうちの1割弱が「巡礼者」であると言える。

(2) アニメ聖地巡礼者の特徴

アニメ聖地巡礼者の特徴を把握するために、大西茶屋にて、質問紙調査を2008年8月3日(日)～2008年8月10日(日)までおこなった。

アニメ聖地巡礼者の特徴は、「旅行情報化世代」とも重なる範囲の大きい10代から30代の男性を中心としており、従来の旅行会社に頼った旅行形態は採用せず、自らの興味・関心にしたがって、自分たちで旅をする主体であることである。また、日帰りで訪れることが多く、リピーターとして何度も聖地を訪れる人もいることが確認できた。

7. 自律的旅行者

ここまでの議論を総括して、自律的旅行者を定義する。従来の自分の意志で旅行をデザインする、という性質に加えて、旅行者が内発的に地域住民に迷惑をかけるような形で行動を取ろうと努力し、かつ旅行を楽しもうとする主体であると定義する。

アニメ聖地巡礼者は社会の情報化によって選択の自由を手にした結果、地域と協働して地域振興にいそしみ、コミュニケーションを楽しむ。アニメ聖地巡礼者は、自律的旅行者の萌芽的存在である可能性がある。

8. 今後の展開と課題

(1) 自律的旅行者の心理的な分析

自律的旅行者は、上記定義のように、内発性が重要になるため、自律的旅行者は、具体的にどのような事象から、どういった心理的報酬を得ているのかについて心理的な分析をおこなう必要がある。

(2) 自律的旅行者の詳細な定義とその成立過程

今後様々な事例を検討することで自律的旅行者をさらに具体的に定義することが必要になる。また、自律的旅行者の成立過程に関しても、今後検討が必要であろう。

【補注】

- (1) 日本観光協会(2008):平成19年度『観光の実態と志向』p.72に掲載されたデータを元に筆者作成
- (2) 総務省(2008):平成20年度『情報通信白書』p.88に掲載されたデータを元に筆者作成
- (3) 日本交通公社(2008):『旅行者動向2008』pp.100-101に掲載されたデータを元に筆者作成

【参考文献】

- 1) 石森秀三(2001a):内発的観光開発と自律的観光,石森秀三・西山徳明編,国立民族学博物館調査報21ヘリテージ・ツーリズムの総合的研究,国立民族学博物館,大阪府,pp.5-19.
- 2) 石森秀三(2001b):21世紀における自律的観光の可能性,石森秀三・真板昭夫編,国立民族学博物館調査報告23エコツーリズムの総合的研究,国立民族学博物館,大阪府,pp.5-14.
- 3) 敷田麻実・森重昌之(2006):オープンソースによる自律的観光デザインプロセスへの観光客の参加とその促進メカニズム,西山徳明編,国立民族学博物館調査報告61文化遺産マネジメントとツーリズムの持続的関係構築に関する研究,国立民族学博物館,大阪府,pp.243-261.