



Title	コンテンツツーリズム
Author(s)	岡本, 健
Citation	NPO法人北海道冒険芸術出版1周年パーティ. 2011年6月25日. ODORI COMMUNITY CAFE 「KOGUMA」イベントスペース. 札幌市.
Issue Date	2011-06-25
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/46200
Type	lecture
Note	オルタナティブな観光についての3つのレクチャー
Note(URL)	http://www.ustream.tv/recorded/15606142
File Information	okamoto_koguma.pdf



[Instructions for use](#)

NPO法人北海道冒険芸術出版1周年パーティ

「オルタナティブな観光についての3つのレクチャー」

『コンテンツツーツーリズム』

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 博士後期課程

東京成徳大学 人文学部 観光文化学科
非常勤講師

大阪観光大学 観光学研究所 客員研究員

岡本健

twitter: animemitarou

E-mail: okamotot@cats.hokudai.ac.jp

二〇一一年六月二十五日

於・KOGUMA

堀さんとの出会い —「札幌CGM都市宣言」

CGM(Consumer Generated Media)で、札幌を活性化させよう、という宣言

なんか怪しいな...

- Twitterで声がかかり、参加することに。
- 「NPO法人北海道冒険芸術出版」代表理事の堀氏、クリプトン・フューチャー・メディアの伊藤氏や、札幌市の北川氏、USTREAM配信で話題のsapporo6h服部氏、など、『そっち方面』で有名な方々がメンバー。

やっぱり怪しいなあ...

札幌CGM都市宣言公開ブレストを行う。

- 2010年10月23日大通りにて青空シンポジウム

怪しいけど、楽しいから良いか！

「札幌をCGMから考える」を行う。

当日発表に使用したスライドは以下のURLからご覧いただけます。

岡本健(2010)「観光情報のCGM化・市民としての旅行者」

<http://hdl.handle.net/2115/44105>

コンテンツツーツーリズムとは？

その前に、
「コンテンツ」って??

「コンテンツ」というのは、情報内容のことを指します。

なんでわざわざカタカナに？

…うさんくさいです。

…確かに。
説明が必要ですね。
この言葉は、情報社会に特有の
言葉と言えます。

「コンテンツ」は、情報内容、という意味で、
情報社会が進んだ結果必要になった言葉。

コンテンツツーリズムとは？

情報社会とは、簡単に言うと、
情報通信機器が広く普及した社会のこと。

情報通信機器が発達していない場合、
情報内容とそれを運ぶ**メディア**は**不可分**

例えば、本と、その情報内容は切り離せない

情報通信機器が発達すると、
情報内容とそれを運ぶ**メディア**を**分けることができる**。

例えば、本の内容をデジタルデータにすれば、
紙が無くても情報内容だけを送ったり複製したり編集したりできる。

その結果、
情報内容だけを指す言葉として「**コンテンツ**」が使われるようになった

コンテンツツーリズムとは？

とはいえ、情報内容、という意味では、
なんでもかんでもコンテンツになる。

ここでは、
コンテンツを
エンタメ性を持ちうる情報財
とする。

コンテンツツーリズムとは、
コンテンツを動機とした旅行行動や、
コンテンツを用いた観光振興、地域振興を指す。

★岡本健(2010)
「コンテンツ・インデュースト・ツーリズム
—コンテンツから考える情報社会の旅行行動—」
『コンテンツ文化史研究』
Vol.3, pp.48-68.
<http://hdl.handle.net/2115/43181>

★岡本健(2010)
「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』
2巻, pp.1-8.
<http://hdl.handle.net/2115/43961>

社会の情報化

現在は、社会が情報化している
とされている。

1960年代～1970年代

様々な情報化社会が語られ始める→政策立案

1980年代

様々な政策、ニューメディア、
世帯単位個人単位でメディアが普及

1990年代

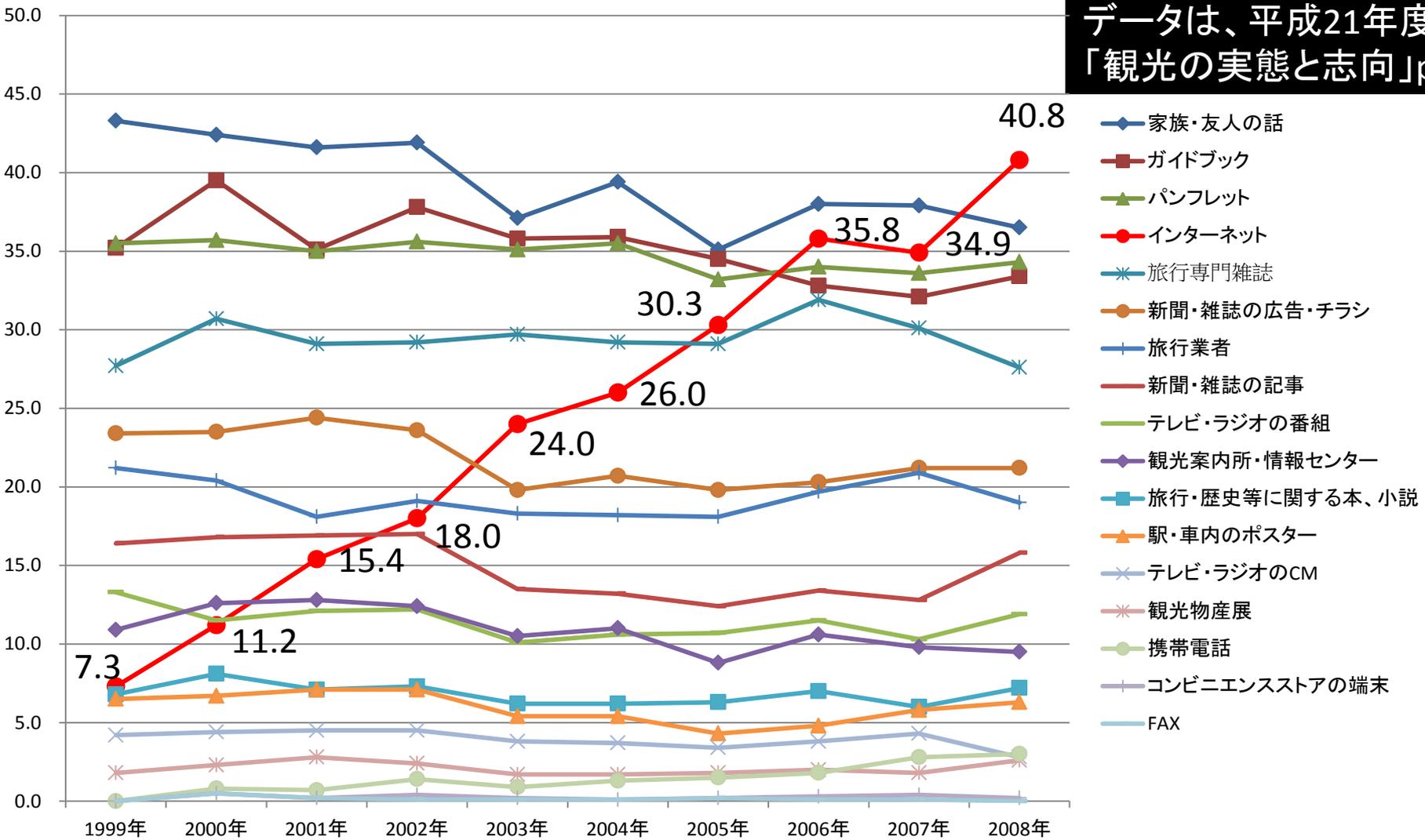
GUIの装備でPCが普及。ポケベル。携帯電話。

2000年代

ブロードバンド、HP・ブログ・SNS、
個人の情報発信とネットワーク

旅行者の情報化の進展

データは、平成21年度版「観光の実態と志向」p.81



各種旅行情報の利用率の推移

具体例としての、アニメの聖地巡礼

埼玉県北葛飾郡鷺宮町(現・久喜市)



鷺宮神社と大酉茶屋

アニメ「らき★すた」
の聖地

アニメ「けいおん！」
の聖地

豊郷小学校



滋賀県犬上郡豊郷町

聖地巡礼ノート



おゆかり *

ツインズ

紀行

思いつくままに!
どうぞ



大町市・山正旅館

聖地巡礼 レポート

いから書きなさい!!



大酉茶屋 わしのみや

鷺宮町・大酉茶屋

痛絵馬



鷺宮町・鷺宮神社絵馬掛所



今年一年、何事も楽しんで精進できようように。幸せな人が増えようように。小西和香

就職活動が成り、もっと私を祝いなさい。11月48日

GOISS KAELAND

24日

恋愛調剤

学業成就

More Strong 25日

健康な赤ちゃん授かりますように。家族全員が健康く過ごせますように。

春日部 合格 梅田

目指すは日本一! No stop No limit!! 真鉄天

学業成就 同生善治 百再び!

成請就願 武蔵国神社

St. Valentine

今年先 3人の僕ら 出陣的! 成功! 無事 乃楚の手術が

常勝無敵 阪神タイガース Tiges

学業成就

St. Valentine

合格祈願 絶対に 鷺宮高等学校に 受かると決めた。 春日部高校 合格祈願 森山文子

常勝無敵 阪神タイガース Tiges

学業成就

合格

草 (1月7日)

草はこやし 草はこやし

宮町とらき☆すた。そして 鷲宮神社の 更なる発展を願って。

もてぎ



鷲宮町と
らき☆すた。そして
鷲宮神社の更なる
発展を願って。

2009. 2. 22

72 拜目

JAZZ

1月10日 January. 22 2009

宮町とらき☆すた。そして 鷲宮神社の更なる発展を願って。

2009.1.23 もてぎ



64 拜目



もてぎ

66 拜目

かしがまちとらき☆すた。
そしてかしのみやじんじやの
カシガマはっぴよをねがった。

2月6日 (金) 直ちぎ

鷲宮町とらき☆すた。
そして鷲宮神社の
更なる発展を願って

2009.2.14 鷲宮神社本部

もてぎ



67 拜目



鷺宮町・寿司店カウンター

持ち寄られたグッズ



大町市・山正旅館

持ち寄られたグッズ



鷺宮町・寿司店店内

持ち寄られたグッズ



鷺宮町の和菓子店店内

黑板アート



豊郷町・豊郷小学校

鷺宮町・大酉茶屋



Welcome



あめ 雲

僕ニ対テ?>

おがんと
でくと



開運

しなだごるま



いよ



にちも〜 98

かおりんLove♡ えみりんLove♡

三軒三三
いっぴい子

3/28(土)
より

ハッピー
幸手 VS
イーグル
アイランド
オーストラリア

さっさと
幸手においで—
来やっせ—!!

おとらっぷまつり

わしのみや
就宮においで—
例祭だよ

わしのみやへようこそ!!

スカイホビー2

スカイホビー

最新模型・ミニ自動車
ガンガン・らきすと

新商品いろいろ
入荷しました!

この大空に約束を—
凧風フライトin春日部大凧まつり

日時 2009年5月5日

埼玉県春日部市(庄和) 大凧あげまつり内
全国凧揚げ大会にて

凧揚げの文化も各地の伝統を伝えることでもあります。
自由参加型の大会なので誰でも参加できます。
埼玉県の大凧(10000cm)は「この春の約束を—」の
フライトもあります。

お問い合わせ
TEL: 0294-12-11347
メール: kichu@city.haruichi.lg.jp
会場: 春日部市立中央公園
第二児童遊園地
高野 成徳 大塚

らきとから 2008年12月20日(土)より新規オープンしました!

www.lucky-ch.jp
PC・携帯共通URL

お客様各位

ガシャポン等による両替は
防犯上の理由によりお断
りしております
ご理解の程宜しくお願い
申し上げます。

茗宮町商工会(大酒茶屋)



痛車



埼玉県幸手市・痛車





痛車

痛車



豊郷町・痛車

地元文化との融合



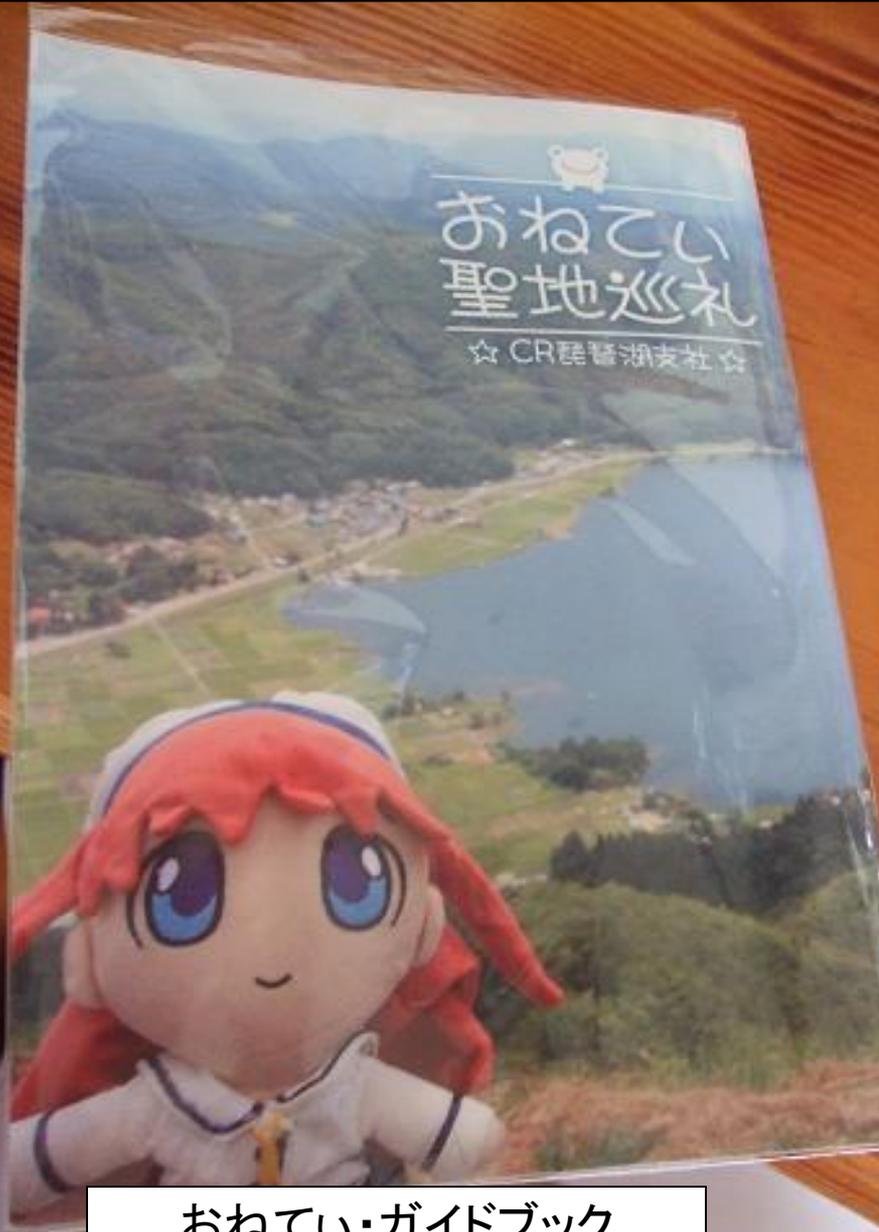
鷺宮町・土師祭

鷺宮町・らき☆すた神輿





ファンによるガイドブック(同人誌)



おねてい・ガイドブック



らき☆すた・ガイドブック

アニメ聖地巡礼の誕生時期

アニメ聖地巡礼とは、
アニメの背景となった場所を探して見つけ出し、そこを訪ねる行為

書籍や新聞・雑誌記事を分析

→ 1990年代に誕生

→ 10代から40代の男性中心

→ 情報をホームページで発信

岡本健(2009)

「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」

『CATS叢書 メディアコンテンツとツーリズム』

1, pp.31-62.

<http://hdl.handle.net/2115/38112>

アニメ聖地巡礼の展開

凡例

「場所の名前」

『作品名』

「富山県城端市」

『true tears』

「宮城県仙台市・七ヶ浜町」

『かなぎ』

「広島県三次市」

『朝霧の巫女』

「長野県大町市」

『おねがい☆ティーチャー』

『おねがい☆ツインズ』

「兵庫県西宮市」

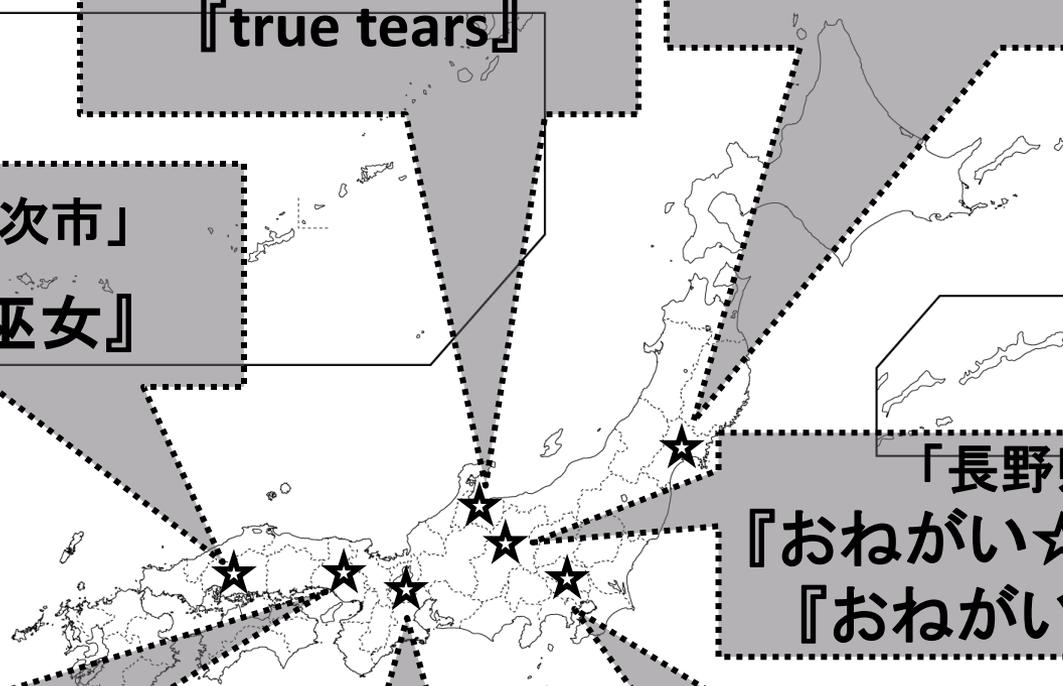
『涼宮ハルヒの憂鬱』

「埼玉県鷲宮町」

『らき☆すた』

「滋賀県豊郷町」

『けいおん!』



アニメ聖地巡礼の動機形成

アニメの視聴

+

背景が実際に存在
するという情報

岡本健(2010)
「コンテンツ・インデュー
スト・ツーリズム: コンテ
ンツから考える情報社
会の旅行行動」『コンテ
ンツ文化史研究』, Vol.3,
pp.48-68.
<http://hdl.handle.net/2115/43181>

外部情報
ネット上の情報
雑誌・新聞
DVD特典など

内部情報
記憶

アニメ聖地巡礼者の分類

① 開拓的アニメ聖地巡礼者

アニメを視聴し、様々な情報を収集し、該当地域を発見、特定して訪れる聖地巡礼者。

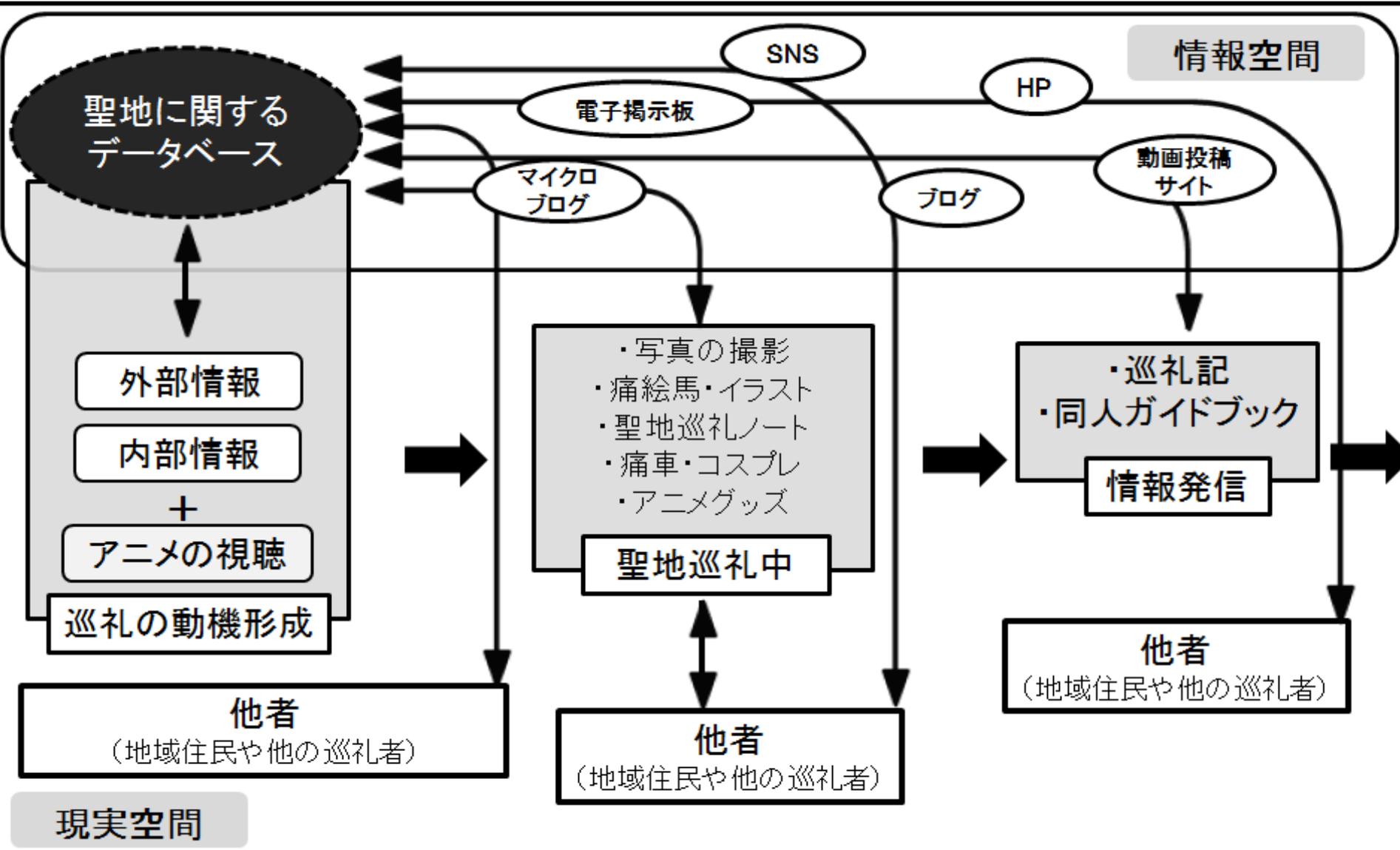
② 追従型アニメ聖地巡礼者

アニメを視聴し、開拓的アニメ聖地巡礼者が発信した情報を用いて聖地を訪れる巡礼者

③ 二次的アニメ聖地巡礼者

テレビのニュースやネットのニュースで聖地巡礼を知り、訪れる巡礼者、アニメは後から、
という場合もある。

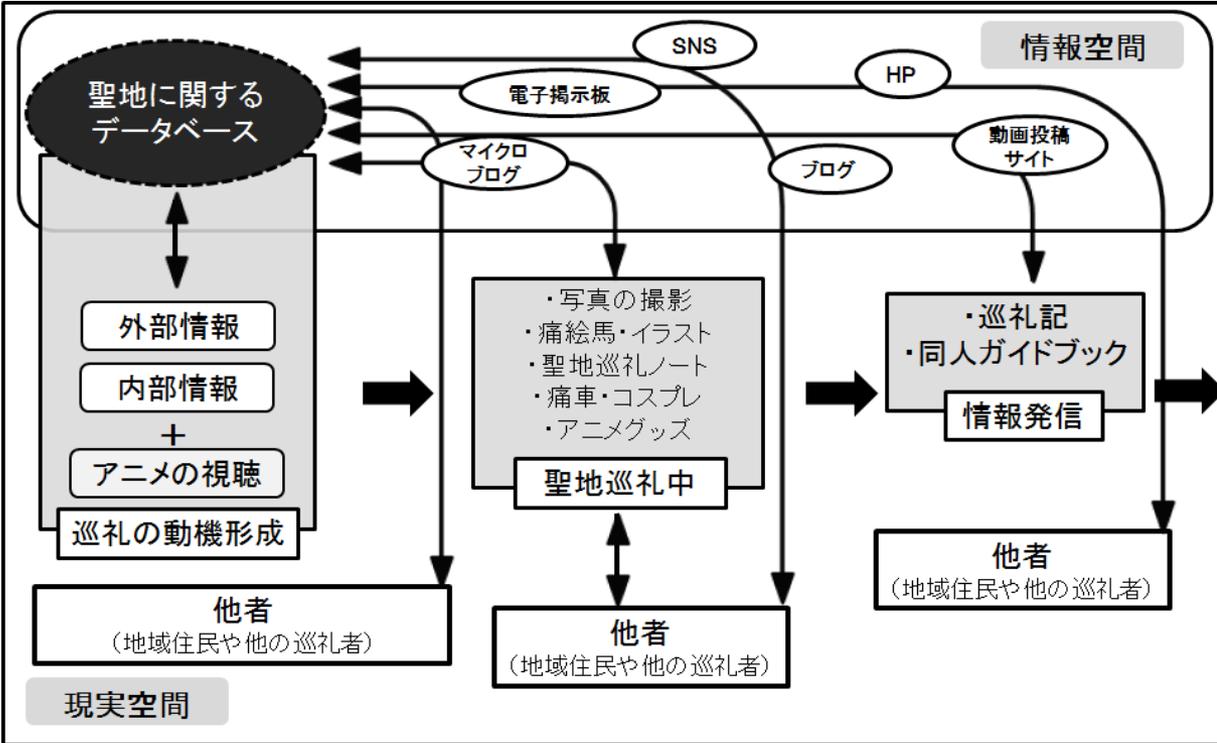
アニメ聖地巡礼の旅行コミュニケーション



アニメ聖地巡礼の旅行コミュニケーション

★岡本健(2011)
 「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』Vol.26, No.3,
 pp.256-263. これらの図を加筆修正

★岡本健(2011)
 「アニメと観光」
 『よくわかる観光社会学』,
 ミネルヴァ書房, pp.48-49.



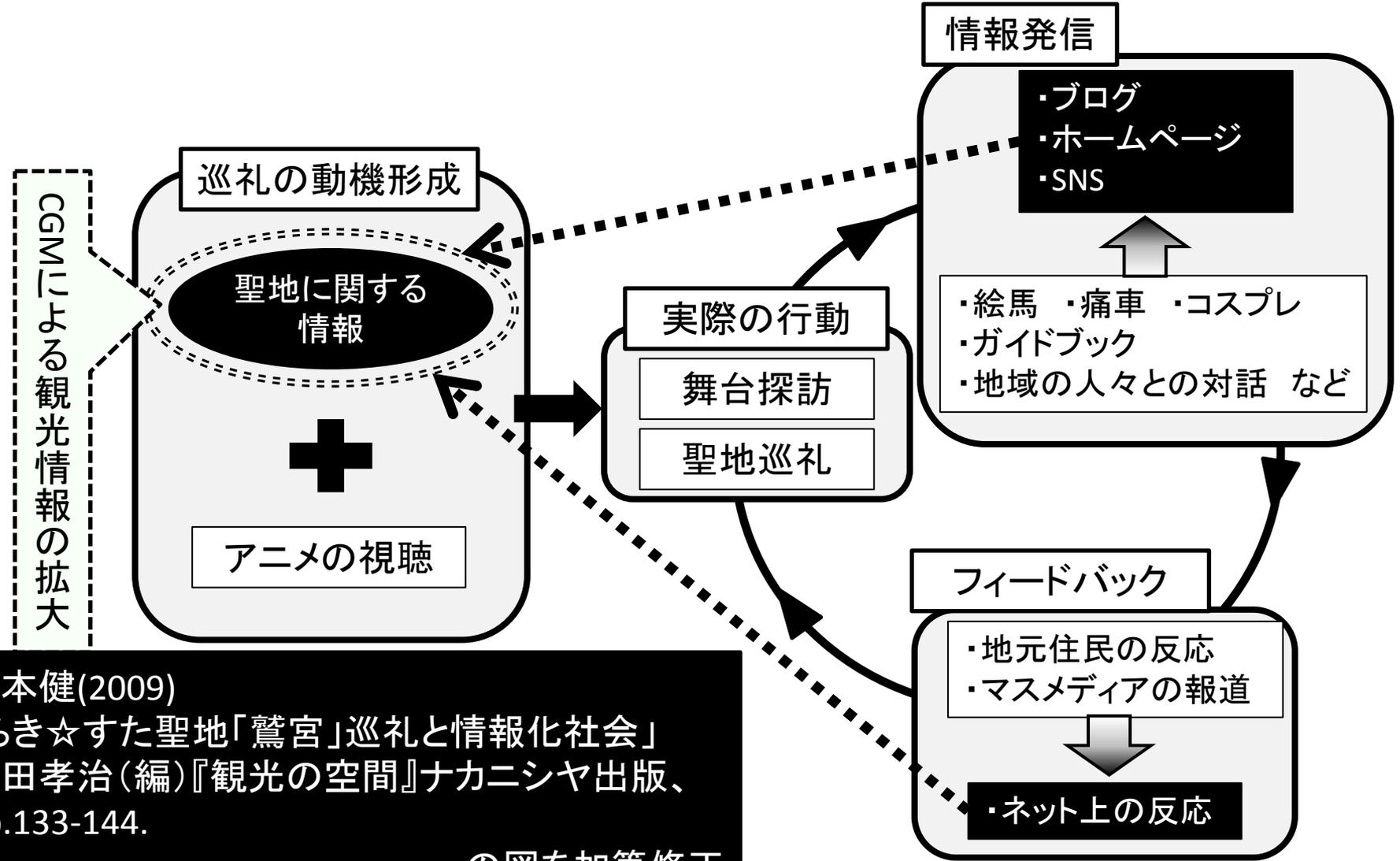
旅行者や、旅行者とコミュニケーションする他者(地域住民含)、つまり、**旅行行動に関わる人々**それぞれが情報の受発信

痛絵馬、イラスト、聖地巡礼ノート、痛車、コスプレ、アニメグッズ

現実空間のみを考えると、この情報の受発信は、対面接触場面での相互作用や、物質メディアを通した**場所的な限界**を備えたもの、**時間差のあるもの**になる。

情報空間を考えることで、この情報の受発信は、**場所的な制約を超え**、**時間差のないリアルタイム**な状態も可能となる。

旅行に対するフィードバックが出発前から手に入る



岡本健(2009)
「らき☆すた聖地「鷲宮」巡礼と情報化社会」
神田孝治(編)『観光の空間』ナカニシヤ出版、
pp.133-144.

の図を加筆修正

現実空間の
個人

現実空間の
個人

現実空間の
個人

情報空間上の
コミュニティオブインタレスト

現実空間の
個人

現実空間の
個人

現実空間の
個人

涼宮ハルヒの憂鬱
ダンスオフ会

谷村要(2008)「インターネットを媒介とした集合
行為によるメディア表現活動のメカニズム—
「ハレ晴レユカイ」ダンス「祭り」の事例から—」

『情報通信学会誌』25, 3, pp.69-81.

オフ会

マトリックスオフ
吉野家牛丼オフ

没場所
どこでも良い

現実空間の
個人

現実空間の
個人

現実空間の
個人

情報空間上の
コミュニティオブインタレスト

現実空間の
個人

現実空間の
個人

現実空間の
個人

コンテンツ
ツーリズム

現実空間上の「場所」
そこには地域コミュニティが

現実空間の
個人

現実空間の
個人

現実空間の
個人

情報空間上の
コミュニティオブインタレスト

現実空間の
個人

現実空間の
個人

現実空間の
個人

岡本健(2011)「新たなつながりを創出する情報社会の旅行コミュニケーション
ーコミュニティオブインタレストと地域コミュニティの出会いー」

山北輝裕・谷村要・稲津秀樹・吹上裕樹

『KG/GP社会学批評 別冊 共同研究成果論集』, pp.77-95

<http://hdl.handle.net/2115/44957>

社会の中の観光(観光社会学から)

社会的・文化的背景

文化のあり方、メディアのあり方、ジェンダー、家族のあり方、価値観(ライフスタイル)のあり方、仕事とレジャーのあり方、都市のあり方、階層のあり方など

ツーリスト(観光を消費する者)

ツーリストのタイプ、観光経験、ツーリストの社会的心理など

地域住民

地域における伝統の保存と変容、開発と保存をめぐる地域住民間の想いの違い、など

ツーリズム

プロデューサー(観光を制作する者)

観光を制作する現場の仕組み、旅行関連業者の戦略
旅行関連業者の企業分析・組織分析、ホテルや旅館の文化論
観光行政・政策、観光関連法制度、旅行をめぐる流通・販売の分析など

遠藤英樹(2005)
「観光社会学」の
対象と視点 リフレ
クシブな「観光社
会学」へ」、遠藤英
樹・須藤廣(編)、
『観光社会学』、
明石書店、pp.13-
39.

の枠組

観光社会学

コンテンツ ツーリズム 研究の 枠組みを 構築

社会的・文化的背景

文化のあり方、メディアのあり方、ジェンダー、家族のあり方、価値観(ライフスタイル)のあり方、仕事とレジャーのあり方、都市のあり方、階層のあり方、社会の情報化など

コンテンツツーリズム

ツーリスト

ツーリストのタイプ、観光経験、ツーリストの社会的心理、ツーリスト同士の相互作用など

地域住民

地域における伝統の保存と変容、開発と保存をめぐる地域住民間の想いの違い、地域住民同士の相互作用など

観光プロデューサー

観光を制作する現場の仕組み、旅行関連業者の戦略、旅行関連業者の企業分析・組織分析、ホテルや旅館の文化論、観光行政・政策、観光関連法制度、旅行をめぐる流通・販売の分析、プロデューサー間の相互作用など

コンテンツプロデューサー

コンテンツの企画・立案、コンテンツの制作、コンテンツの流通・販売、コンテンツの管理、コンテンツ関連法制度、コンテンツの消費のされ方、プラットフォームの整備、プロデューサー間の相互作用など

岡本健(2011)

「コンテンツツーリズムにおけるホスピタリティマネジメント—土師祭「らき☆すた神輿」を事例として—」

『HOSPITALITY』, 第18号, pp.165-174

コンテンツツーリズムの可能性

★地域住民、旅行者...という枠組みが取り払われ、
個人が「好奇心」によって行動し、
構築するツーリズム。

★観光情報のみならず、
コンテンツ自体も、個人が作り出し、
それを元に旅行が起こるツーリズム。

★趣味の異なる人々が出会い、
新しいものが生まれるツーリズム