



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	巻頭言 : CATS叢書刊行に際して
Author(s)	石森, 秀三
Relation	メディアコンテンツとツーリズム : 鷺宮町の経験から考える文化創造型交流の可能性 / 北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チーム編 = Media Contents and Tourism : An Experience of Washimiya Town and Neon Genesis of Tourism / Edited by Cultural Resource Management Research Team, CATS, Hokkaido University
Citation	CATS叢書 : 観光学高等研究センター叢書, 1, i-iii
Issue Date	2009-03-25
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/38110
Type	other
File Information	refatory_note.pdf



巻頭言： CATS 叢書刊行に際して

石森 秀三¹

世界はいま「大交流時代」を迎えている。全世界の外国旅行者数は、2020 年には 15 億 6 千万人に増加すると予測され、観光はまさにグローバルフォース（世界を変革する力）になっている。一方、現在の日本では、少子高齢化の進展に伴って、地域経済の大幅な縮小が予想されており、観光を機軸にした交流人口の拡大による「地域再生」が重要な国家的課題になっている。観光をめぐる大きな地殻変動が地球的規模で生じるなかで、21 世紀型の新しい観光を創造することが不可欠の重要性を担うようになっているわけであり、いわば「観光創造が世界の未来を拓く時代」が既に到来している。

このような趣旨に基づき、2006 年 4 月に北海道大学観光学高等研究センターは設立された。爾来、日本の国立大学で唯一の観光学専門の高等研究機関として、「次世代を拓く観光のあり方」について、既存の学問体系にとらわれない、ユニークな研究活動を多面的に展開してきた。このたび、そうした研究成果を広く世に公開し、ご批判・ご批評を問い、また関係者の皆さんとともに 21 世紀の観光のあり方について考える材料となることを目的にして、『CATS 叢書』（CATS は Center for Advanced Tourism Studies の略）を刊行することとなった。

私どもを取り巻く観光をめぐる状況は急激に変化し続けている。したがってこうした「社会現象としての観光」の研究成果は、速報性を持たせていち早く世に公開する必要がある。その一方で、より高度な観光創造学の構築を目指し、研究の蓄積を図っていく必要もある。21 世紀の研究活動に求められる、成果の公開と蓄積のあり方を考慮して、『CATS 叢書』は速報性を有する Web ジャーナル形式ならびに従来型の紀要形式（紙媒体形式）、という双方の形式での刊行を行うこととした。

今回、CATS 叢書の第一号として、観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チームの研究成果『メディアコンテンツとツーリズム』を刊行することとなった。この研究は、近年、若者層が生み出しつつある新しい旅の形態としての「アニメ聖地巡礼」や「オタクツーリズム」といった概念に着目し、こうした若者の旅行実態を把握し、今後の観光

¹ 北海道大学 観光学高等研究センター長・教授。
本稿「巻頭言」に関する一切の著作権は、原著作者（石森秀三）に帰属します。
shuzo@cats.hokudai.ac.jp

と地域振興の新たな関係性のあり方を考えることを目的として、2008 年度より同チームが実施してきたものである。詳細は本書収録の論文をお読みいただければ幸いだが、このような研究を通して、私たちは、新たな旅行形態が生まれている社会背景とは何なのか、こうした旅行形態が若者の間にどのような文化（旅文化）を生みつつあるのか、そしてこうした旅行形態を地域はどう受け止めて地域振興やまちおこしに繋げていけば良いのか、その一端を掴めた気がしている。

近年の日本では、若者の「自動車離れ」「スポーツ離れ」「旅行離れ」が問題になっており、とくにインターネットをはじめとしたメディア技術の普及やコンテンツの充実が若者層のひきこもり傾向を助長しているという論評は広く世間の耳目を集める話題となっている。しかしその一方で、山村高淑（第 1 章）が指摘するように、それらが新たな「若者の旅文化」を生んでいる点も積極的に評価すべきである。例えば、「コミケ」はその典型例であろう。コミケとは 70 年代に始まるコミックマーケット（マンガやアニメ作品の同人誌即売会）のことで、昨年 8 月に東京ビッグサイトを全館貸し切りで開催されたコミケには、3 日間で全国から約 3 万 5,000 のサークルが参加し、総参加者数は延べ 55 万人を記録している。

また、岡本健（第 2 章）がまとめているように、近年、メディアコンテンツに基づく若者の旅行行動がまちづくりに結びつく事例も散見されるようになっている。その好例が本書で取り上げたアニメ作品「らき☆すた」の舞台となった埼玉県鷺宮町である。佐藤善之（第 5 章）、今井信治（第 6 章）が詳しく報告しているが、今や鷺宮神社は「アニメファンの聖地」となっている。鷺宮町商工会は一昨年より角川書店や地元商店、ファンと協力して、積極的に商品開発やイベントを実施している。その結果、2005 年に 6 万 5 千人だった同神社への初詣客数が、2008 年は 30 万人、2009 年には 42 万人に急増した。

アニメファンが地域のファンになり、地域住民と交流しながら地域づくりに参画している経緯は、次世代ツーリズム、次世代まちづくりのあり方のひとつの萌芽形態として非常に興味深いものがある。さらに現地ではインターネットを通して情報を入手した海外のファンもアジア諸国を中心に多数来訪している。こうしたことから、メディアコンテンツが国境を越えて共有され、国内外の若者を惹きつける磁力になる可能性をうかがい知ることができる。

私はかつて、2010 年代に、アジア地域の経済発展を背景として、大量の旅客流動が起こるという予測を行い、これを「第四次観光革命」＝「観光ビッグバン」と名付けた。これは中国の経済発展などが大きな原動力となり、現実のものとなっている。鷺宮町の事例を見ていると、山村（第 1 章）が指摘するように、この「第四次観光革命」「観光ビッグバン」を「情報革命」の側面から分析することも、現実に即した重要な側面ではないかと考えられる。

私は、日本経済新聞「ゼミナール」欄（2008 年 8 月 19 日）、週刊観光経済新聞「視点日

本の観光」欄（2008 年 8 月 23 日）において、「オタクツーリズム」という言葉を用いて、SIT (Special Interest Tourism) の一類型として、こうしたサブカルチャーを文化資源としたツーリズムについても本格的な研究が必要であることを提唱した。その理由は、若者は若者なりに新しい観光を生み出す原動力として重要な役割を果たしつつあるのであり、次世代を担う新たな動きを我々は看過してはいけないと考えるからである。

いずれにせよ、本書が取り上げたテーマは、今後、情報化社会における新たな観光のかたち、インバウンドマーケットを惹きつける文化資源のあり方を模索するうえで、非常に重要な視点となることは間違いなく、観光創造研究として大きな展開可能性を秘めていると確信している。ぜひとも読者諸賢のご批評を乞う次第である。