HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	『物語を旅するひとびと ： コンテンツ・ツーリズムとは何か』 増淵敏之［著］(彩流社, 2010)
Author(s)	岡本, 健
Description	書評
Citation	コンテンツ文化史研究, 4(4), 86-89
Issue Date	2010
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/44450
Type	article
File Information	review.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

書評

物語を旅するひとびと　コンテンツ・ツーリズムとは何か

増淵敏之著

彩流社、二〇一〇

【評者】岡本健

一　本書の概要と著者の来歴

本書は、コンテンツ・ツーリズムに関する様々な事例について、既往の研究成果を用いつつ、それらの事例に関して分析・検討を加えたものである。著者は、経済地理学、文化地理学を専門としている増淵敏之氏である。氏は、二〇一〇年九月現在、法政大学大学院政策創造研究科の教授である

が、本書でも触れられている通り、放送番組や音楽コンテンツの制作に携わってきた経歴を持っている。また、地域の価値を生むコンテンツ産業としてマンガをとらえ、産業創出と創造的地域形成への可能性を考える「北海道マンガ研究会」の代表も務めている[1]。このように、著者は、実務、研究の両面から長年に渡ってコンテンツと地域振興について関わっている。本書は、そのような著者による、コンテンツ・ツーリズムの入門書である。

二　コンテンツ・ツーリズムの実践と研究

昨今、コンテンツを活用した観光振興や、コンテンツを旅行動機とした旅行行動が盛んに行われ、それとともに、研究もなされ始めている。

境港市の水木しげるロードの経済的な成功や、コンテンツ文化史学会でも議論がなされている「聖地巡礼」と、それにともなって行われている埼玉県北葛飾郡鷲宮町（現久喜市）や、滋賀県犬上郡豊郷町などの地域振興、映画「ラブ・レター」によって韓国・台湾から小樽・函館への観光客が増加し、映画「狙った恋の落とし方」で中国から道東に多くの観光客が訪れている現象、ニンテンドーＤＳ用ソフト「ラブプラス＋」による熱海への誘客、など、枚挙にいとまがない。もちろん以前から、大河ドラマ、NHK 朝の連続テレビ小説などに関する旅行行動や観光振興は行われてきたが、近年はインターネットの普及とデジタル化技術の発展により、以前と比べてコンテンツの流通環境が大きく変化し、また、コン

テンツの創造が容易になった。ＣＧＭ(Consumer Generated Media)と呼ばれる、消費者がコンテンツを創り出す現象も見られ、ツーリズムの形態にも大きな影響を及ぼしているため特に注目されている。

すでに、映画やドラマ、アニメ、などのコンテンツの分野ごと、事例ごとに観光との関わりに着目した研究は存在するものの、コンテンツ全体について系統立てて研究したものや、コンテンツ・ツーリズムの方法論や理論枠組みを示したものは少ない状態である。注目度や必要性は高いが、まだまだ理論化の途上にある分野と言えるだろう。

本書は、こうした現状で、様々なコンテンツ作品とツーリズムに関する事象を、先行文献のレビューをしつつ、数多く取り上げ、独自調査も加えて整理して見せた意欲作である。コンテンツ・ツーリズム研究に関するまとまった書籍としてはおそらく本邦初であろう。初学者や、当該分野に興味を持つ他分野の研究者にとって非常に有用な書籍である。

三　本書の内容

本書の内容を詳しく見ていきたい。まず、目次は次の通りである。

第一章　コンテンツ・ツーリズムとは何か？
第二章　コンテンツ・ツーリズムの歴史
第三章　『北の国から』の魅力
第四章　大河ドラマの魅力
第五章　韓流ドラマ『冬のソナタ』の魅力
第六章　「水木しげるロード」ができた理由
第七章　『らき☆すた』の魅力
第八章　司馬遼太郎と藤沢周平
第九章　コンテンツがつくるイメージ
第十章　ご当地ソングのツーリズム
第十一章　吉田修一を歩く

第一章では、コンテンツ・ツーリズムの定義、先行研究を簡単にまとめ、地域や旅行者の意識や地域イメージの現況を整理し、コンテンツ・ツーリズムが地域活性化に果たす意義を述べている。

第二章では、コンテンツ・ツーリズムの起源として、歌枕を挙げ、その後、内外の様々な旅行行動を列挙している。神社仏閣巡り、小説、映画、雑誌、テレビ番組、ドラマなどを動機とした旅行行動を概観している。

第三章からは事例紹介となっている。目次を見ても分かる通り、小説、マンガ、ドラマ、アニメをはじめとして、歌も含めて、様々なコンテンツに関する事例を紹介している。章のタイトルに取り上げられている作品以外にも関連する事例を多数紹介している。たとえば、第七章では、「らき☆すた」の他に、「true tears」「かんなぎ」「サマーウォーズ」や秋田県羽後町の美少女イラストによるまちおこしなどに触れている。また、場所を一か所に絞り、その土地のイメージが様々なコンテンツによってどのように作り上げられて来たかを分析した章もある。

ただ、読者、とりわけ初学者に留意してほしい点として以下の二点がある。一つは、

本書で書かれている事例の中には二次資料からの引用による記述が多い事例があることだ。一つは、本書で取り上げられてはいない同一の事例を扱った研究も多々あるということである。特に、本分野は現在進行形で盛んに実践や研究が進んでおり、固有の研究領域も定まっていないため、幅広い情報収集が必要である。是非とも、よく文献を探し、研究者と交流し、丹念に現地調査を実施して見識を深め、研究成果を世に問うて欲しい。

本書で紹介されているオリジナルな調査として、二〇〇九年に著者が旅の販促研究所に協力してインターネットによってデータを収集したアンケート調査がある。この結果の中で個人的に大変興味深いのが、Q1の「次の作品うち[2]、その舞台を訪れたいものを教えて下さい」という問いの結果である。三五九人の回答者のうち八人が「らき☆すた」を選択しているのである[3]。割合にして二%であるが、「らき☆すた」という、ニッチな作品の舞台を訪れたい人が一定数いることの証左となろう。評者が学会などで「らき☆すた」の舞台である鷲宮町のまちおこしについて発表して受ける指摘の中に、「作品がマイナーなため、旅行者が少なすぎて、大きな利益に結びつかないだろうし、短期的なムーブメントで終わるのでは」というものがあるが、この調査結果が正しければ、事はそう単純では無いようだ。

本調査では、日本人の国内旅行に絞って調査がなされているが、回答が選択式であるため、無回答が極めて多くなっている。今後類似の調査を、ブラッシュアップして大規模に行っていく必要があるだろう。また、コンテンツを動機とした日本人の海外旅行（アウトバウンド）や諸外国からの日本旅行（インバウンド）に関する調査も充実させていく必要があろう。

本書は、ともすれば、「映像によって観光客を呼ぶ短期的な観光振興」という極めて狭い分野として見られがちなテーマについて、コンテンツの範囲を歌枕、歌、小説、ドラマ、映画、マンガ、アニメなどに拡張することによって、研究領域の幅広さや奥行きの深さを提示して見せた点で評価できる。しかし、逆に言うと、コンテンツの定義が曖昧であるということでもある。すなわち、コンテンツはその形態や流通経路、消費のされ方によって性質が異なっている。それにもかかわらず、それらを同列にコンテンツとしてまとめて語ることには無理があるだろう。これは、現在のコンテンツ・ツーリズム研究の現状を非常によく表してもおり、今後評者を含め、コンテンツ・ツーリズムを研究する者が取り組むべき課題として本書が提起してくれたことであると言えよう。

本書について指摘すべき点として、これまでの観光メディア論にほとんど触れられていない点が挙げられる。基本的に観光研究の分野では、これまでチラシやパンフレット、映画、ドラマ、小説等について、これらを地域のイメージを作るメディアとしてとらえ、様々な知見が蓄積されている[4]。これらは、「コンテンツ」という新たな言葉を用いて事象を分析していく場合にも、先行研究として有用であると考えられる。今

後、この分析視角についても考察していくべきであろう。

四　コンテンツ・ツーリズム研究の今後

これまで見てきたように、本書は、コンテンツ・ツーリズム研究の可能性を示した書籍である。筆者は本書のあとがきで、今後のコンテンツ・ツーリズム研究で重要な点として、失敗事例を含めて様々な事例研究が増えることを挙げている[5]。確かにこの方向性は重要である。コンテンツ・ツーリズム研究は、まだ緒に就いたばかりと言え、新たな取組みが次々となされている。それゆえ、詳細な現地調査や実証データに基づいた事例研究、方法論の提示が望まれる。

実際、現在様々な方向性で、関連する論考が盛んに出されている。その一部を挙げると、歴史学的にコンテンツと場所の関わりを分析したもの[6]、宗教社会学的にコンテンツの聖地巡礼がどのような意味を持つかを分析したもの[7]、旅行行動研究からコンテンツ・ツーリズムと情報通信技術の関わりを分析したもの[8]、認知心理学的に観光動機となるコンテンツについて分析手法の検討を行ったもの[9]、文化政策論からフィルム・ツーリズムに関して議論を展開しているもの[10]、などである。

こうした事例研究や方法論の提示に加えて、今後必要とされるのは、コンテンツ・ツーリズム研究の概念構築であろう。この研究分野を、ただ事例を集積するだけのものにしないためには、様々な結果を位置づける研究枠組みが必要となる[11]。

コンテンツ文化史学会では、コンテンツ文化の歴史的な分析を中心に行っている。これは、コンテンツ・ツーリズムの事例を歴史的に積み上げる際、そして研究枠組みを構築する際、重要な視点となる。今後、本学会においてコンテンツ・ツーリズムに関する様々な知見が蓄積され、活発な議論が展開されていくことが期待される。

---

1 『北海道マンガ研究会』については、以下のホームページを参照した。http://hokkaido-manga.jp/ (downloaded at 2010.08.31)

2 本文ママ

3 本文二十四ページの表2を参照。なぜか本文中では『らき☆すた』も僅か一人だが挙げており」となっており、表の結果とは食い違う。

4 たとえば、中谷哲弥（二〇〇七）（「フィルム・ツーリズムに関する一考察―「観光地イメージ」の構築と観光経験をめぐって―」『奈良県立大学「研究季報」』第一八巻、第一・二合併号）、遠藤英樹（二〇〇四）（「観光空間・知覚・メディアをめぐる新たな社会理論への展開」『「観光のまなざし」の転回』）などがある。

5 本文二一四ページ

6 玉井建也(二〇〇九)（「聖地」へと至る尾道というフィールド―歌枕から『かみちゅ！』へ―」『コンテンツ文化史研究』Vol.1）および、玉井建也（二〇一〇）（「物語・地域・観光―「稲生物怪録」から『朝霧の巫女』、そして「聖地巡礼」へ―」『コンテンツ文化史研究』Vol.3）。

7 佐藤善之（二〇〇九）（「オタク絵馬とは何か ―宮城縣護國神社の絵馬調査結果とその分析―」山村高淑・岡本健（編）『次世代まちおこしとツーリズム』CATS 叢書，

第四号）や、今井信治（二〇一〇）（「コンテンツがもたらす場所解釈の変容―埼玉県鷲宮神社奉納絵馬比較分析を中心に―」『コンテンツ文化史研究』Vol.3）などがある。

[8] 岡本健（二〇一〇）「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

[9] 嘉幡貴至（二〇一〇）「アニメ聖地巡礼の動機形成と情報探索行動に関する研究―実験的アプローチの提案―」山村高淑・岡本健(編)『次世代まちおこしとツーリズム』CATS 叢書，第四号。

[10] 木村めぐみ（二〇〇九）（「イギリス映画産業の地域・オーディエンスとの連携―フィルム・コミッションの展開と可能性―」『情報文化学会誌』，第十六巻、第一号）および、木村めぐみ（二〇一〇）（「フィルムコミッションの現状と課題」『地域活性研究』Vol.1）。

[11] 理論枠組み構築の試みとしては、岡本健(二〇一〇)(「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』第二号)がある。