



# HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	CGM観光情報による旅行行動の再生産メカニズム : 埼玉県久喜市および滋賀県犬上郡豊郷町へのアニメ聖地巡礼を事例として
Author(s)	岡本, 健; Okamoto, Takeshi
Relation	日本情報経営学会(JSIM)第61回全国大会. 平成22年11月20日~11月21日. 熊本学園大学. 熊本.
Issue Date	2010-11-21
Doc URL	<a href="https://hdl.handle.net/2115/44793">https://hdl.handle.net/2115/44793</a>
Type	conference presentation
File Information	JSIMslide.pdf



# CGM観光情報による旅行行動の再生産メカニズム

—埼玉県久喜市および滋賀県犬上郡豊郷町への  
アニメ聖地巡礼を事例として—



日本情報経営学会第61回大会  
於：熊本学園大学

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  
北海道大学 観光学高等研究センター リサーチアシスタント  
大阪観光大学 観光学研究所 客員研究員

岡本健

©Takeshi OKAMOTO

okamotot@cats.hokudai.ac.jp

観光はメディアによって作られる。

背景

観光社会学

観光人類学

写真や映画、ドラマ、パンフレット等のメディア  
が観光地イメージを形作る

ただ一方的に影響を受けるだけでなく、  
旅行者側の能動的な読みも見られる

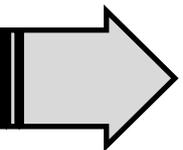
メディア自体も社会関係の中に置かれており、  
社会から様々な影響を受ける。

山中速人(1995)「メディアと観光ーハワイ『楽園』イメージの形成とメディア」山下晋司編『観光人類学』、新曜社  
遠藤英樹(2005)「観光という「イメージ」の織物 奈良を事例とした考察」遠藤英樹・須藤廣編『観光社会学』、明石書房  
遠藤英樹(2009)「メディアテキストとしての観光」、神田孝治編『観光の空間』、ナカニシヤ出版

観光においても、  
「特権的なメディア→受け手」の構造のみでは無い。

様々な主体による情報発信、様々な形での情報受信、  
が可能な環境

- ・個人のブログなどを情報の参考にする割合が増加。
- ・観光にCGCMを用いることができる可能性(増本 2009)



個人が発信する情報(CGM)が、  
旅行者をどのように再生産しているかを明らかにする。

伊地知晋一(2006)『CGMマーケティング 消費者集合体を味方にする技術』、ソフトバンククリエイティブ  
伊藤史(2007)『CGM—消費者発信型メディア』、毎日コミュニケーションズ  
増本貴士(2009)「ICTを活用した地域振興～地域創出のデジタルコンテンツ～」『日本情報経営学会誌』, 30, 2, pp.22-27.

## 埼玉県北葛飾郡鷺宮町(現久喜市)

「鷺宮神社」と「大西茶屋」が  
アニメ「らき☆すた」の聖地となる

アニメが放映された2007年4月ごろから  
巡礼者が訪れた。

それをきっかけにして、  
鷺宮町商工会が中心となり、ファンや個人  
商店主、行政や企業を巻き込んで、  
グッズ制作やイベント企画を実施

**いずれも当初はファンが聖地を見つけ出す  
「聖地巡礼」をきっかけとして、  
地域振興に発展している。**

## 滋賀県犬上郡豊郷町

「豊郷小学校旧校舎群」が  
アニメ「けいおん！」の聖地となる。

アニメが放映されたのは、2009年4月。  
2009年5月30日から旧校舎群が  
一般開放され、  
それと同時にファンが来訪し始める。

地元商工会青年部が中心となって、  
「けいおんでまちおこし実行委員会」  
が結成されている。

ファンが中心となってライブイベントや、  
同人誌イベントなどを行っている。

岡本健(2009)「らき☆すた聖地「鷺宮」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  
岡本健(2009)「アニメによる地域ブランディングとマーケティング～埼玉県鷺宮町における「らき☆すた」聖地による  
まちづくりの事例から～」敷田麻実・内田純一・森重昌之編『観光の地域ブランディング』学芸出版社  
岡本健(2010)「コンテンツ・インデュースト・ツーリズム」『コンテンツ文化史研究』、3、pp.48-68.

## 鷺宮神社と大酉茶屋



## 豊郷小学校旧校舎群



	データ収集期間	1日当たりの平均データ回収数
鷺宮	2009年8月7日～8月30日	22.0
豊郷	2009年8月11日～9月30日	8.2

	作品	回収枚数	データ数	使用データ数	巡礼者率
鷺宮	らき☆すた	569	573	499	87.1
豊郷	けいおん!	385	392	355	90.6

# 結果 考察

性別	鷺宮	豊郷	合計
男性	447(89.6)	327(92.1)	774(90.6)
女性	45(9.0)	11(3.1)	56(6.6)
不明	7(1.4)	17(4.8)	24(2.8)
合計	499(100.0)	355(100.0)	854(100.0)

年代	鷺宮	豊郷	合計
10代	105(21.0)	51(14.4)	156(18.3)
20代	224(44.9)	191(53.8)	415(48.6)
30代	114(22.8)	85(23.9)	199(23.3)
40代	38(7.6)	18(5.1)	56(6.6)
50代	8(1.6)	4(1.1)	12(1.4)
60歳以上	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
不明	10(2.0)	6(1.7)	16(1.9)
合計	499(100.0)	355(100.0)	854(100.0)

2008年度の鷺宮町における調査結果(下記文献より)の傾向と類似。

岡本健(2009)「アニメを動機とした旅行行動の実態に関する研究 ～アニメ聖地巡礼研究および調査の整理を通して～」『観光・余暇関係諸学会共同大会学術論文集』、1、pp.43-50.

## 情報源

	鷺宮	豊郷
人づてに聞いて	130(26.1)	77(21.7)
テレビのニュース	31(6.2)	69(19.4)
書籍・雑誌	57(11.4)	4(1.1)
インターネット	228(45.7)	189(53.2)
新聞記事	13(2.6)	19(5.4)
いつも通っている	57(11.4)	—
現地で見て初めて	—	2(0.6)
その他	16(3.2)	18(5.1)
不明	35(7.0)	1(0.3)
合計	567	379
	人数(%)	
	*割合の分母は巡礼者数	

## 情報源

「インターネット」と「人づてに聞いて」の比率

一般的な比率とそれほど変わらない。  
極端にインターネットに依存しているわけではない。

鷺宮の「書籍・雑誌」「いつも通っている」の割合

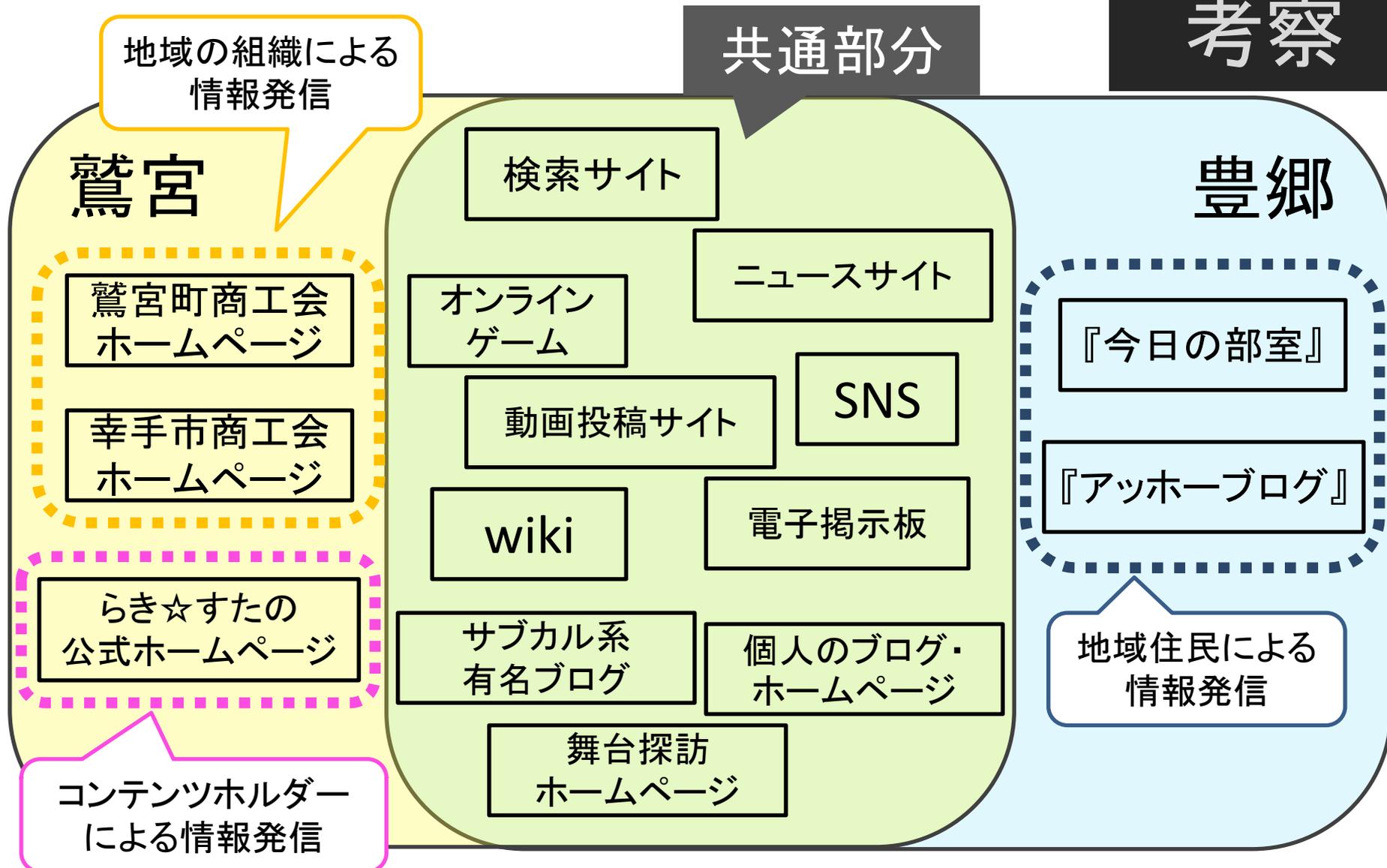
角川書店が「コンプティーク」の付録や記事で取り上げている。  
聖地化が早いため、リピーターが多い。

豊郷の「テレビのニュース」の割合

豊郷小学校は、過去に校舎の取り壊しを巡って大きな問題となり、  
テレビのニュースなどで取り上げられることが多かった。

# インターネットの内訳から見る情報源の違い

# 結果 考察



同じように観光対象になっていても、取り巻く環境によって、  
情報経路は様々である。

マスメディアによる情報発信があるか・著作権者が情報発信するか  
直接に観光の事では無いことで名前がすでに有名かどうか

ファンによる旅行であるため、共通部分も多い

- ・舞台探訪者関係のwikiやホームページ、ブログ、アーカイブ、などは、  
「アニメ聖地巡礼」に焦点が当たっているため、どちらの地域でも参照されている。
- ・また、2ちゃんねるやニコニコ動画など、ファンの多くが好んで視聴し、  
話題にするプラットフォームの利用は共通している。

地域側の情報発信の仕方の違い

鷺宮では、商工会や著作権者のホームページ、豊郷では、地域の個人によるブログ  
が情報源として独特。

- ①それぞれの情報源の影響力を明らかにする必要がある。
- ②一方向性と双方向性の違いで旅行者側の満足度が変化するかどうか。