



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	『よくわかる観光社会学』「アニメと観光」を手がかりにコンテンツツーリズムを考える
Author(s)	岡本, 健
Relation	北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 院生茶話会（第2回）. 2011年5月19日. 北海道大学. 札幌市.
Issue Date	2011-05-19
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/45475
Type	conference presentation
File Information	20110519okamoto.pdf



『よくわかる観光社会学』 「アニメと観光」を手がかりに コンテンツツーリズムを考える

安村克己・堀野正人・遠藤英樹・寺岡伸悟編『よくわかる観光社会学』
ミネルヴァ書房, pp.48-49

豊郷小学校

鷺宮神社と大酉茶屋

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



背景

近年、コンテンツを活用した地域振興や、コンテンツを動機とした旅行行動が盛んに実践され、研究されてきている。

以前から、観光はメディアに大きく影響を受けると言われてきた。メディアが知覚を構成する。

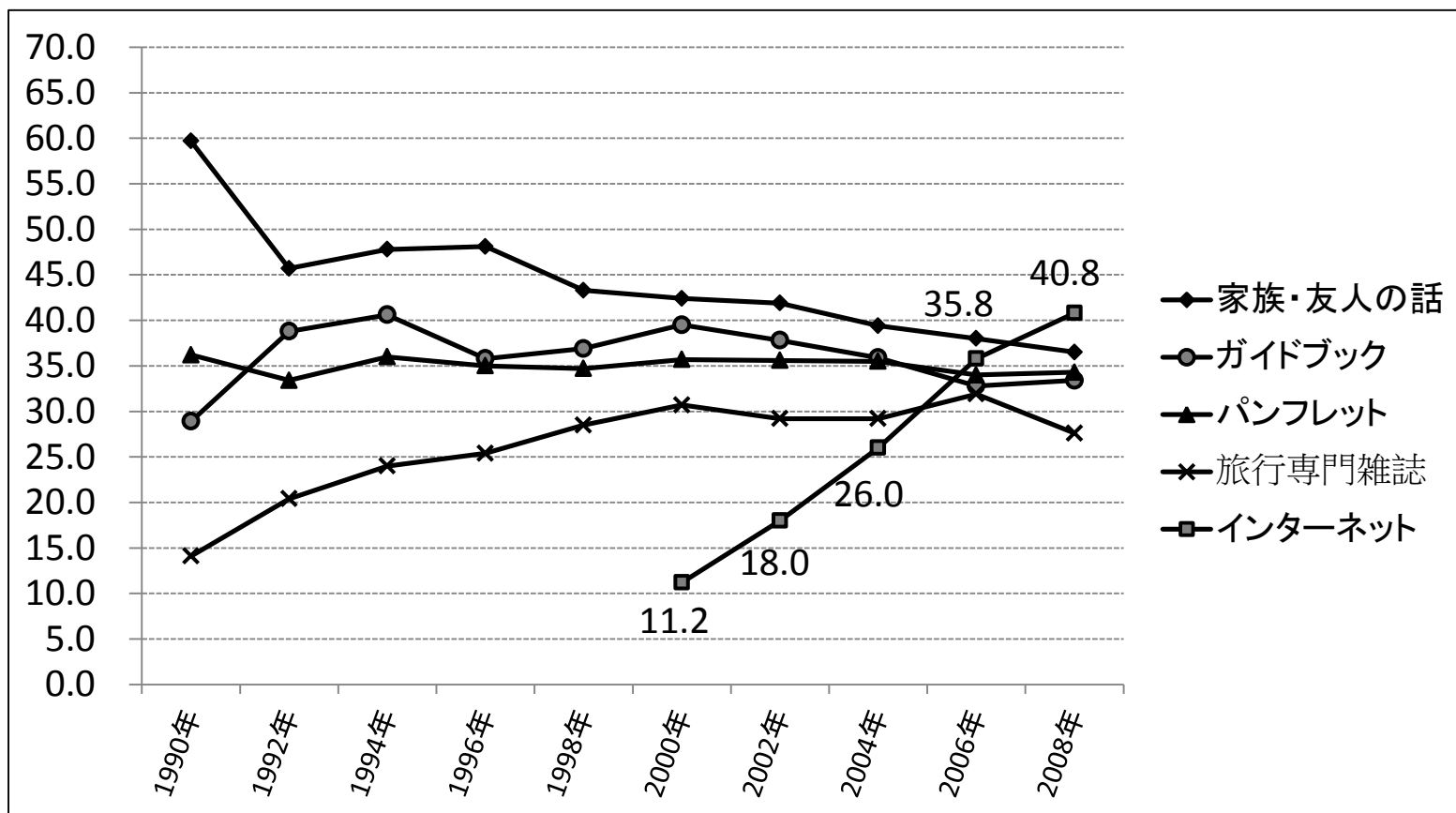
近年の事例では、
社会の情報化(情報通信技術利用の普及)とも相まって、
これまでのメディアと観光の関係が大きく変わって来ている。
→一方向的ではない
→メディアも観光も複雑な社会関係の中におかれている

これまで受容者側(オーディエンス)として扱われていたのが、発信力を持ったことで、特権的なメディア事業者のみならず、個人や小集団が情報発信を行えるようになった。

旅行者が利用する情報源

各種旅行情報の利用率の推移

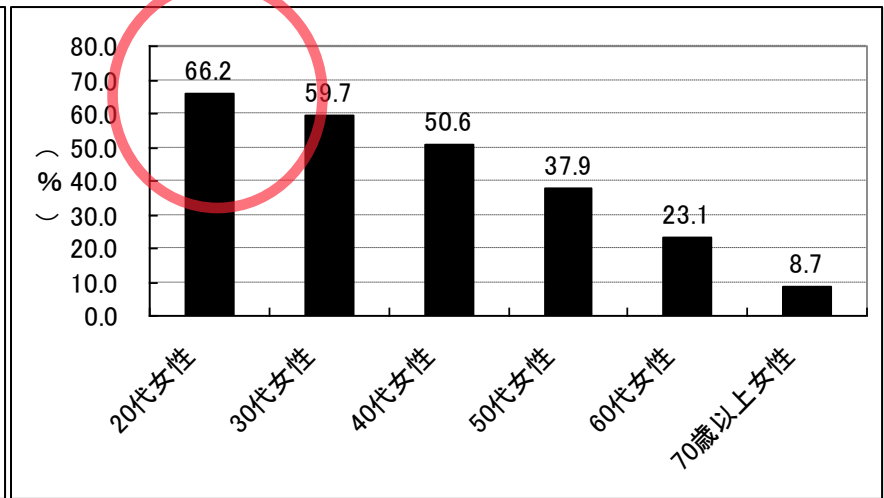
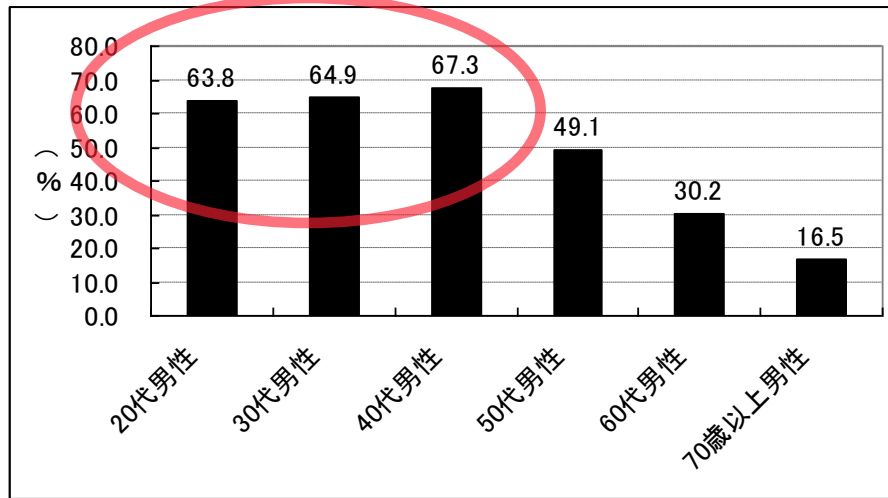
データは、平成21年度版
「観光の実態と志向」p.81より



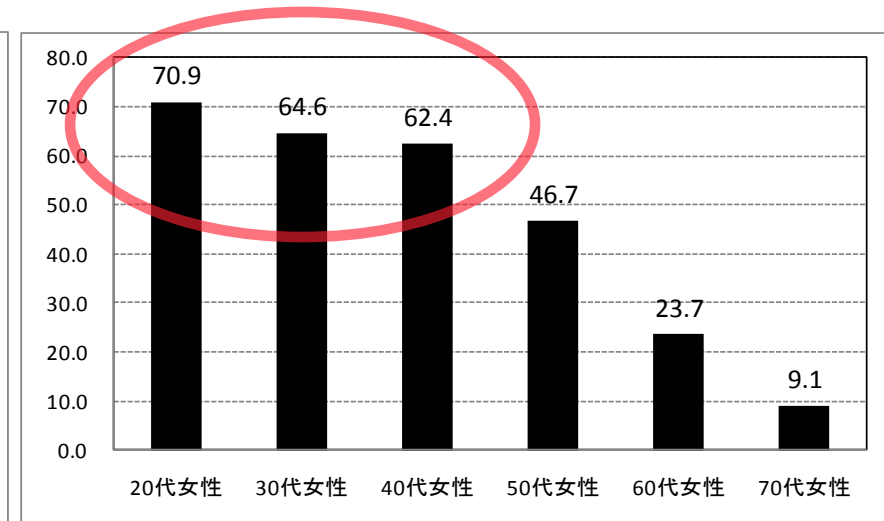
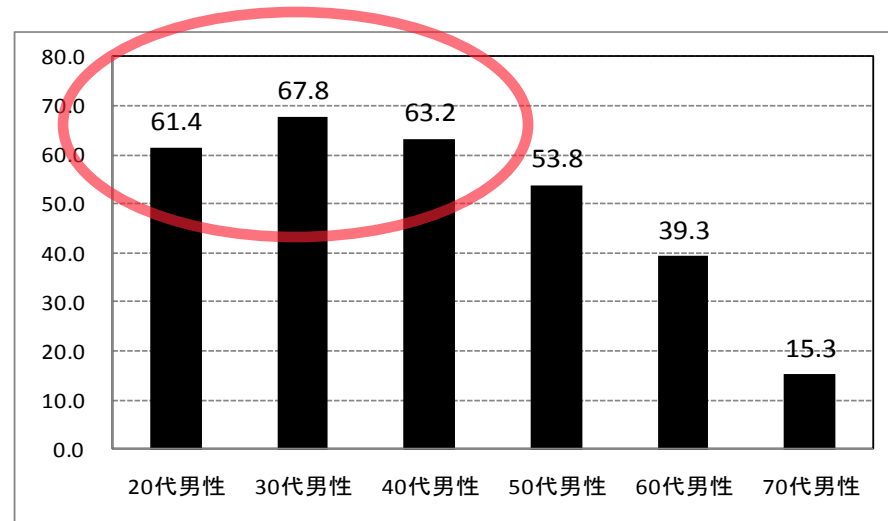
図の引用元

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」,
山北輝裕・谷村要・稲津秀樹・吹上裕樹編『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>

ネットの検索サイト利用率の変化



2007年時点で「ネットの検索サイト」を情報源として利用している割合（左：男性 右：女性）
財団法人日本交通公社「旅行者動向2008 国内・海外旅行者の意識と調査」 pp. 100-101を元に筆者作成



2008年時点で「ネットの検索サイト」を情報源として利用している割合（左：男性 右：女性）
財団法人日本交通公社「旅行者動向2009 国内・海外旅行者の意識と調査」 pp. 100-101を元に筆者作成

目的

このようなメディアと観光の変化で、実際の旅行行動や旅行中のコミュニケーションはどのようなになっているだろうか？

ここでは、アニメファンの旅行行動である
「アニメ聖地巡礼」に注目する。

熱心なアニメファンは「オタク」と呼ばれ、その消費行動やコミュニケーションのあり方は、現代日本における特徴を反映していると言われていた(東 2001)。

そうすると、アニメファンの旅行行動を調べれば、
情報社会である現代の旅行行動の特徴が見えてくると考えられる。

アニメ聖地巡礼とは？

アニメに描かれた場所を聖地とみなし、そこを訪れる行動

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>

アニメ聖地はどこにあるか？

凡例

「場所の名前」

『作品名』

「滋賀県豊郷町」

『けいおん！』

「宮城県仙台市・七ヶ浜町」

『かなぎ』

「広島県三次市」

『朝霧の巫女』

「埼玉県鷲宮町」

『らき☆すた』

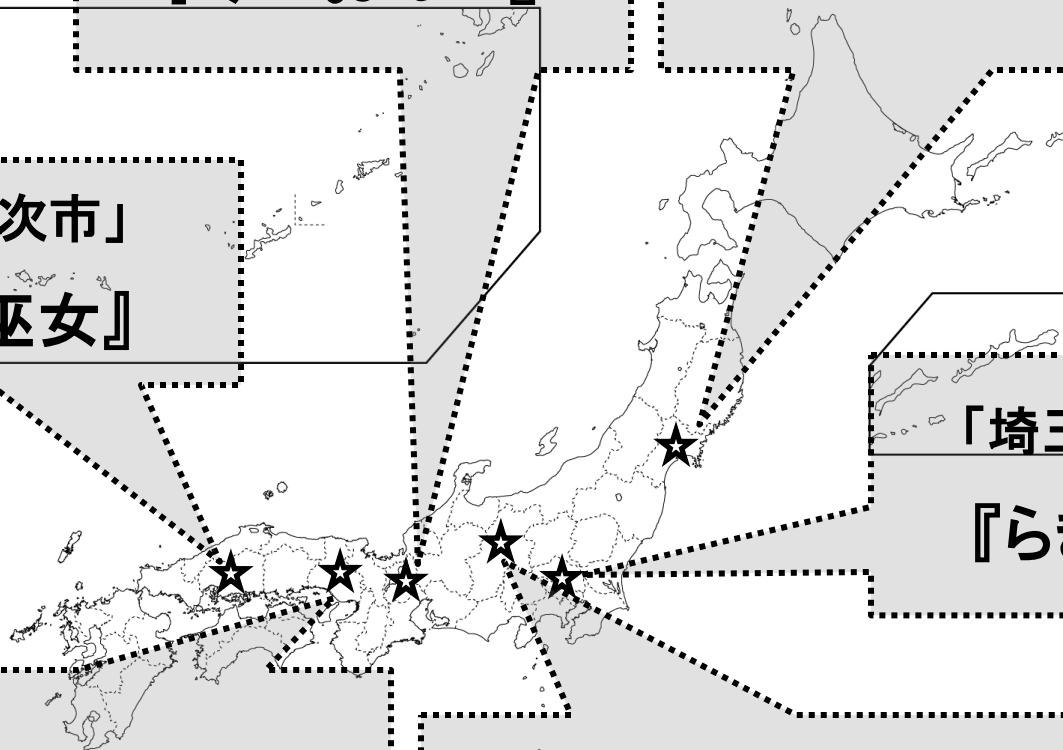
「兵庫県西宮市」

『涼宮ハルヒの憂鬱』

「長野県大町市」

『おねがい☆ティーチャー』

『おねがい☆ツインズ』



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、地域を特定して訪れる聖地巡礼者。

② 追随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

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

聖地巡礼はどういうことをするんだろう？

①アニメ聖地の写真を撮影する

アニメに登場するアングルと同アングルで写真を撮影する。動画を撮影することもある。

☆撮影のバリエーション

- ・風景のみ
- ・自分が入る
- ・フィギュアをフレームに入れる

聖地巡礼はどういうことをするんだろう？

②旅の記念物を置いていく

- 1 絵馬掛け所に痛絵馬を残していく
(鷺宮町、仙台護国神社、尾道、上田城、白川郷などで確認)
- 2 黒板にアニメ絵を描く(鷺宮町、豊郷町で確認)
- 3 聖地巡礼ノートにコメントやイラストを残す
- 4 グッズを置いていく(鷺宮町、大町市で確認)
 - 1. 市販されているグッズ
 - 2. 他の聖地のグッズ
 - 3. 自作のグッズ
- 5 地域の商店に宣伝用のイラストを置いていく
(鷺宮町で確認)

聖地巡礼ノート



大町市・山正旅館



鷺宮町・大酉茶屋

痛絵馬



鷺宮町・鷺宮神社絵馬掛所



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



鷺宮町の和菓子店店内

持ち寄られたグッズ



豊郷町・豊郷小学校旧校舎群

持ち寄られたグッズ



豊郷町・豊郷小学校旧校舎群

黑板アート

鷺宮町・大酉茶屋

豊郷町・豊郷小学校



聖地巡礼はどういうことをするんだろう？

③実況中継

ノートPCや携帯電話などの持ち運び可能なインターネット端末を用いて、掲示板やブログ、動画投稿サイトなどで
聖地の様子を写真や動画で「実況中継」する。

ブログや、2ちゃんねる、mixiのコミュニティ、
などに発信される。

聖地巡礼はどういうことをするんだろう？

④交流

ステレオタイプな、いわゆるオタク像では、
「コミュニケーションが苦手」、と言われるが...

町民（特に商店主）との交流が盛んである。

マナーの良さも指摘されている。

地元文化との融合

鷺宮町・土師祭



鷺宮町・らき☆すた神輿



土師祭について
は、こちらに詳しく
書きました。

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」,
山北輝裕・谷村要・稲津秀樹・吹上裕樹編『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>



埼玉県北葛飾郡鷺宮町
(現久喜市)の土師祭

聖地巡礼はということをするんだらう？

⑤痛車

アニメやゲームなどの絵を貼りつけた自動車で
聖地を訪れる。

痛車



埼玉県幸手市・痛車





痛車

痛車



豊郷町・痛車



聖地巡礼はということをするんだらう？

⑥コスプレ

コスプレは、

「アニメやゲームのキャラクターに扮すること」

コスプレで聖地を訪れる。

聖地巡礼から帰ってすることは？

インターネット上での発信

- ・「巡礼記」

写真付きで聖地巡礼の様子を紹介するもの。

- ・アーカイブ化

上の「巡礼記」をアーカイブ化。

代表的なサイト「舞台探訪アーカイブ」では、

2009年9月12日現在403作品が登録されている。

- ・mixiのコミュニティ、2ちゃんねるへの書き込み

聖地巡礼から帰ってすることは？

同人誌での発信

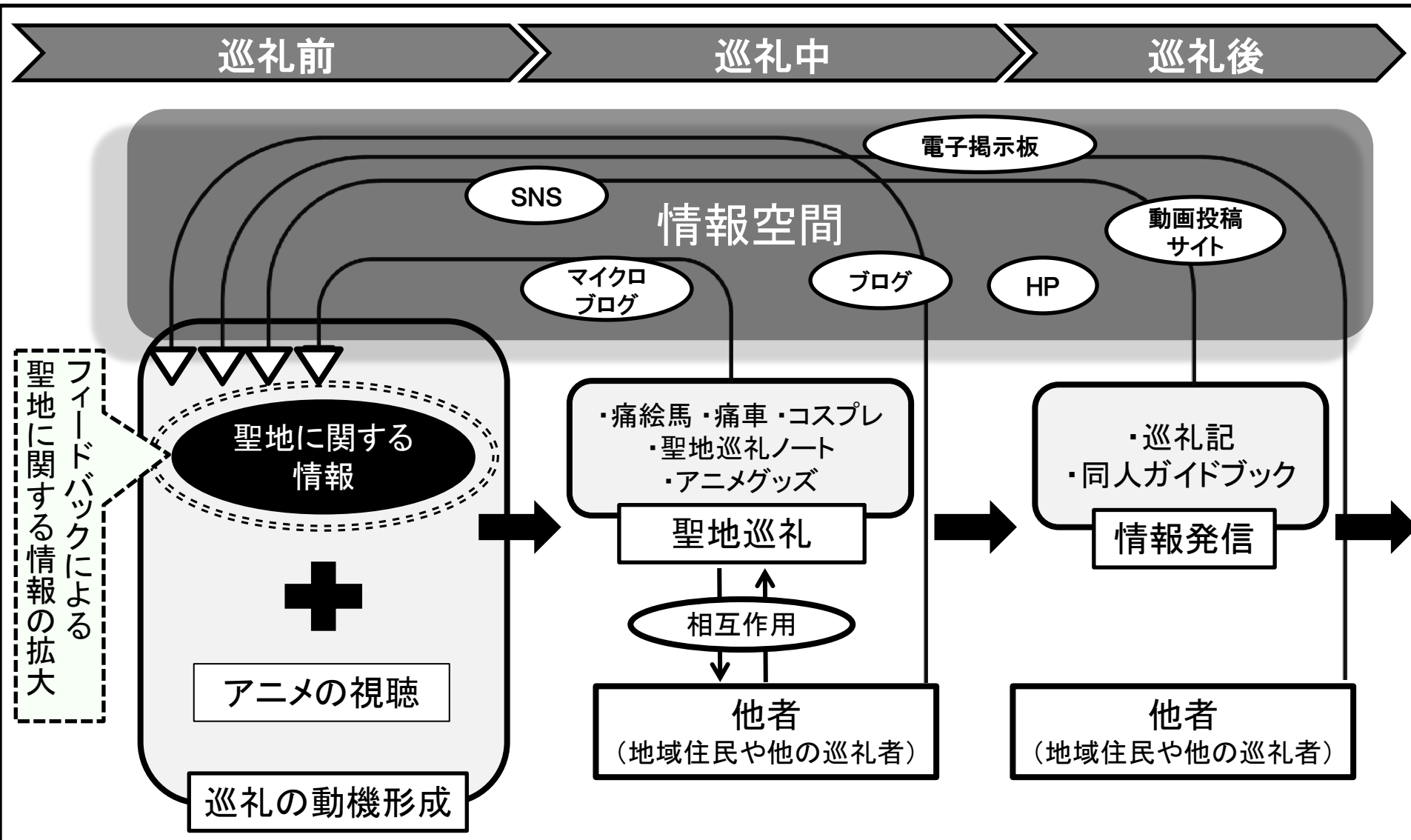
- ・聖地巡礼ガイドブックや、地域のことを紹介した同人誌が発行されることが多い。
- ・鷺宮町その他、大町市、七ヶ浜町、
三次町、豊郷町

などで確認

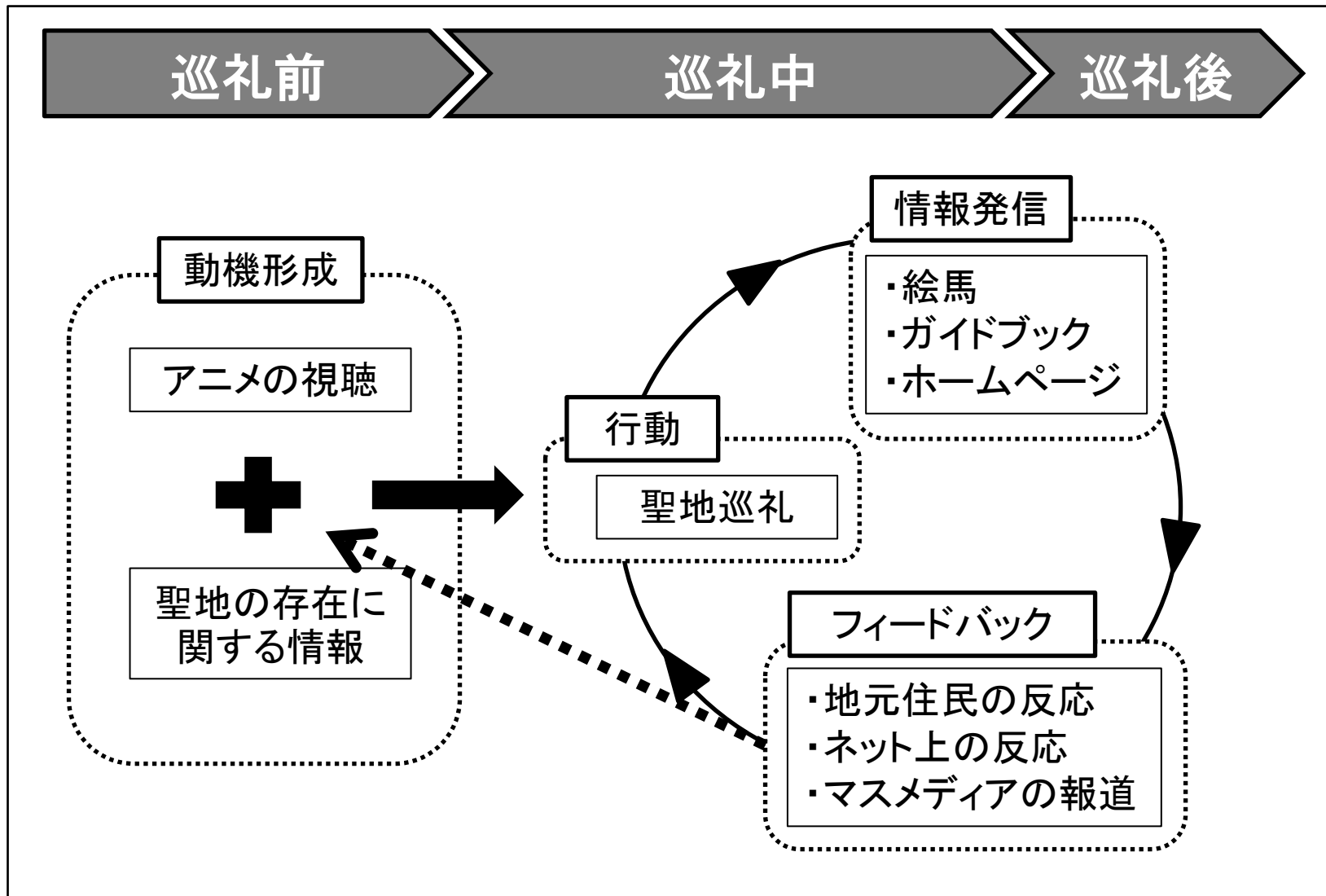
各種同人誌



アニメ聖地巡礼行動の見取り図



アニメ聖地巡礼行動の特徴



今後の課題

アニメも観光も、様々な社会状況と関わる現象。

旅行者について、さらに研究を深めるとともに、
地域住民やコンテンツ産業、観光産業など、
の様々なアクターの立場にたった議論が必要。

コンテンツ自体の中身やコンテンツの歴史などの研究も関連する。
→たとえば、玉井先生の論考は歴史的なアプローチ

外国人観光客誘致や異文化交流を考える際にも重要

コンテンツツーリズムの研究枠組みや分析の方法論を構築
していく必要がある。

玉井建也(2009)「「聖地」へと至る尾道というフィールドー歌枕から『かみちゅ！』へー」
『コンテンツ文化史研究』1, pp.22-34

玉井建也(2010)「物語・地域・観光ー「稲生物怪録」から『朝霧の巫女』、そして「聖地巡礼へ」ー」
『コンテンツ文化史研究』3, pp.34-47

玉井建也(2011予定)「地域イメージの歴史的変遷とアニメ聖地巡礼ー鎌倉を中心としてー」『CATS叢書』6

アニメ聖地巡礼行動の歴史的 position 付け

歴史に位置づけてみる・これまでと何が違うの？

ツーリズム・アニメ・メディアの発展史

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
1960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 アニメ聖地巡礼の誕生	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 小集団化	・個人製作アニメ「ほしのこえ」 ・「らき☆すた」・「涼宮ハルヒの憂鬱」	インターネット (You tube)

岡本健(2009)「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」『北海道大学 2008年度修士論文』

加筆・修正

コンテンツツーリズムの分析枠組み

まずは、ツーリズム全体がどのような枠組みで語られているか調べる。

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

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

コンテンツツーリズムの分析枠組み

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

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
ツーリスト同士の相互作用

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

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、プロデューサー間の相互作用
コンテンツの制作・発信・受信など

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』pp.1-8.

【ダウンロードURL】

<http://hdl.handle.net/2115/43961>

社会の情報化

アクター同士の相互乗入
→フラット化

アクター内の相互作用
→多様化

コンテンツの
制作・発信・受信など

コンテンツツーリズムの分析枠組み

岡本健(2011予定)

「コンテンツツーリズム研究序論 ―研究レビューと新たな研究枠組みの提案―」『CATS叢書』6

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

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

観光プロデューサー

観光のタイプ、観光経験、観光の社会的心理、観光同士士の相互作用など

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

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

コンテンツツーリズムにおいては、この部分も非常に重要なカギを握っている。

逆に、コンテンツ業界としても、ツーリズムを含んだビジネスモデルを構想しうる。

コンテンツツーリズム関係の書籍

1. 長谷川文雄・水鳥川和夫編(2005)『コンテンツ・ビジネスが地域を変える』NTT出版
2. 長谷川文雄・福富忠和編(2007)『コンテンツ学』世界思想社
3. 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(2009)
CATS叢書、第1号、『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』
<http://hdl.handle.net/2115/38119>
4. 出口弘・田中秀幸・小山友介編(2009)
『コンテンツ産業論 — 混淆と伝播の日本型モデル』東京大学出版会
5. 山村高淑・岡本健編(2010)
CATS叢書、第4号、『次世代まちおこしとツーリズム — 鷺宮町・幸手市に見る商店街振興の未来』
<http://hdl.handle.net/2115/42913>
6. 増淵敏之(2010)『物語を旅するひとびと — コンテンツ・ツーリズムとは何か』彩流社
7. 橋本和也(2011)『観光経験の人類学
— みやげものとガイドの「ものがたり」をめぐって』世界思想社
8. 山村高淑(2011)『アニメ・マンガで地域振興
— まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発法』東京法令出版
9. 高橋光輝・津堅信之編(2011)『アニメ学』NTT出版

* 非常に幅広い分野ですので、
この文献が全てではありません。