



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	コミュニケーション概論：情報社会における旅行行動の特徴と課題：旅行者による情報コミュニケーションの諸相と統計から
Author(s)	岡本, 健
Relation	「コミュニケーション概論（講義担当教員：玉川恵子）」．2011年10月19日講義資料．東京成徳大学八千代キャンパス．
Issue Date	2011-10-19
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/47282
Type	learning object
File Information	20111019slide.pdf, 講義スライド



コミュニケーション概論

情報社会における旅行行動の特徴と課題

—旅行者による情報コミュニケーションの諸相と統計から

二〇二一年十月十九日(水)四限目
於・東京成徳大学

東京成徳大学 人文学部 観光文化学科
非常勤講師

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

大阪観光大学 観光学研究所 客員研究員

岡本健

twitter: animemitarou

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

使用テキスト: 船津衛(2010)『コミュニケーション・入門 改訂版』有斐閣

自己紹介 岡本 健(おかもと たけし)

- ・奈良県奈良市出身

- ・学部から北海道大学に。

現在、博士後期課程の3年生なので、
9年間札幌で暮らしている。

- ・学部時代の専門は認知心理学、
大学院修士課程から突然観光に分野を転向

- ・2008年春ごろから、
アニメの聖地巡礼の研究を始める。

- ・専門は、観光社会学、コンテンツツーリズム

- ・現在は、博士論文を執筆中

- ・趣味は、ゾンビ映画鑑賞

自己紹介 岡本 健(おかもと たけし)

『観光の地域ブランディング』

書籍(すべて分担執筆)

(敷田麻実・内田純一・森重昌之 編)学芸出版社

『観光の空間』(神田孝治 編)ナカニシヤ出版

『よくわかる観光社会学』

(安村克己・堀野正人・遠藤英樹・寺岡伸悟 編)ミネルヴァ書房

「コンテンツ・インデュースト・ツーリズム」

論文(すべて単著)

(2010)『コンテンツ文化史研究』, 3, pp.48-68

「交流の回路としての観光」

(2011)『人工知能学会誌』, 26(3), pp.256-263

「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」

(2011)『HOSPITALITY』, 18, pp.165³-174

授業の予定

私の授業は2回

【1回目】

情報社会における旅行行動の特徴とその課題
—旅行者による情報コミュニケーションの諸相と統計から

レポート課題

【2回目】

旅行コミュニケーションと地域振興のあり方
—情報社会における観光デザインを考える

情報社会の旅行行動

現在は、社会の情報化が進んでいる、とされている。

わざわざ「情報化」と意識しないくらい
「当たり前」になっているかもしれない。

たとえば、ネオ・デジタルネイティブ(橋元ら 2010)という言葉がある。

機器だけでなく、google, 2ちゃんねる, mixi, YouTube, ニコニコ動画, twitter, Facebook, USTREAM, など続々と生まれてくる(濱野 2008)。



双方向性・非同期性・ネットワーク性(テキストp.222参照)

問題

こうした時代の旅行行動やその際のコミュニケーションは
いったいどうなっているのだろうか？

社会の情報化

現在は、社会が情報化している
と言われている。

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

情報社会とは？

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

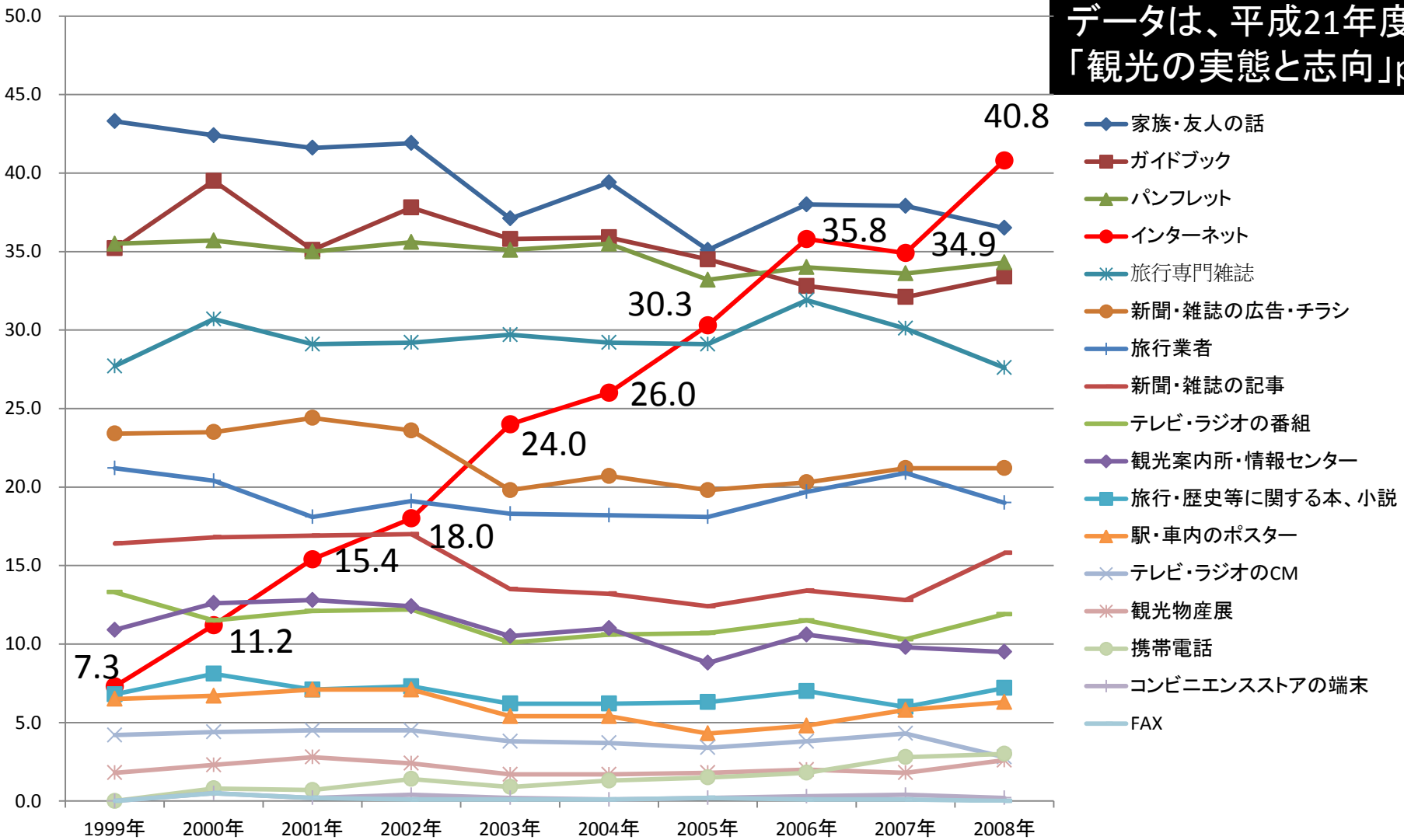
情報通信機器が発達すると、
情報内容とそれを運ぶメディアを分けることができる。

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。

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る。

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

旅行者の情報化の進展

「旅行者動向2008」
(財団法人日本交通公社)
から、発表者作成。

情報収集源		男性						女性					
		20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
インターネット利用	ネットの検索サイト	1	1	2	3	4	5	2	3	4	4	5	
	ネットの旅行専門サイト	5		5									
	宿泊施設のホームページ		4		5	5		5		5	5		
	観光施設のホームページ												
	ブログや口コミサイト												
	観光協会や自治体のホームページ												
	旅行会社のホームページ												
従来型	旅行ガイドブック	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2
	旅行雑誌	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3
	旅行会社のパンフレット	4	5	4	2	1	1	3	4	3	2	1	1
	家族や友人・知人に尋ねる						4	5	5			4	4
	旅行会社の店員に尋ねる						5						5

* 数字は順位

特に、「ネットの検索サイト」を用いている世代は、若い世代に多い。
1位となっているのは20代、30代の男性。
2位まで含めると、20代から40代の男性、20代の女性。
そして、現在世代・性別が広がりつつある。

岡本健(2009)

「観光情報革命時代のツーリズム(その4)～旅行情報化世代～」

『北海道大学文化資源マネジメント論集』6, pp.1-16 【ダウンロードURL】 <http://hdl.handle.net/2115/35334>

観光の多様化・個人化

1950年代後半～1960年代後半

「(まれに)気晴らしを求めた時代」

1960年代後半～1970年代後半

「皆が出かける(参加する)ようになった時代」

1970年代後半～1980年代後半

「生活の中の観光の時代」

1980年代後半～90年代初め

「国際観光隆盛の時代」

1990年代前半～

観光の「動物化」の時代

【参考】

・前田勇(1995)『観光とサービスの心理学』, 学文社

・安村克己(2001)『社会学で読み解く観光』, 学文社

出典: 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』, Vol.26, No.3, pp.256-263

オタクとは？

テキスト
pp.36-37参照

定義はいろいろ...

- ①趣味に対して時間や金銭的成本をかける
→生活の中で趣味の価値が高い
- ②情報通信機器(ICT)の利用が盛ん
→ウェブ上から情報を受信、ウェブ上に情報を発信
- ③動物化(東 2001)
→「各人それぞれ欠乏-満足の回路を閉じてしまう状態の到来」
→他者とのコミュニケーションは情報交換的
→これは、実は「オタク」に特別なことでは無いのでは？

「オタク」は情報社会の旅行行動の特徴を調べるのに重要な対象なのでは？

- ・「オタク」という言葉についての「イメージ」という問題
 - ・そもそも「オタク」とひとくくりにできるかという問題
- 無論、こうした問題には注意が必要であるが、
ひとまず現象を見ていこう

「オタク」の旅行行動として
「アニメ聖地巡礼」という現象が見られる。
→アニメの背景になった場所を
探して訪れるという行動

鷺宮神社 (埼玉県久喜市鷺宮)



春日部駅西口 (埼玉県春日部市)



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>

凡例

「場所の名前」

『作品名』

アニメ聖地巡礼の展開

「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！』

具体例としての、アニメの聖地巡礼



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



大町市・山正旅館



鷺宮町・大酉茶屋



鷺宮町・鷺宮神社絵馬掛所

馬絵痛



馬掛絵所・神社宮鷺

痛絵馬



驚宮町・驚宮神社絵馬掛所



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²¹

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

持ち寄られたグッズ



ファンが持ち寄ったグッズが観光資源となる

黑板アート

鷺宮町・大酉茶屋

豊郷町・豊郷小学校



!!
Welcome



あ の きた

僕ニだけ?>

おがん
でくと



開運

いーい

こなだこま



にゃも〜

かおりんLove♡ えみりんLove♡

血舞133

いーい子

3/28(土)
より

ハッピー
幸手 VS
イーグル
就宮
ハルロ

すとらっぷまつり

さって
幸手においで—
来やっせ—!!

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

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春日部大風まつり

日時 2009年5月5日

埼玉県春日部市(庄和) 大風あげまつり内
全国凧揚げ大会にて

凧の文化にも多岐の経験をもつことのできる、
長年参加の経験があるので、ご参加ください。
凧の文化の大会(2009.5.5) (この大会に初めて)の
フライトもあそびます。

お問い合わせ
TEL: 0294-12-1347
メール: kyo@kito.jp
会場: 春日部市立春日部公園
高工部町春日部公園
高工部町春日部公園

らきやから 2008年12月20日(土)より新装オープンしました!

www.lucky-ch.jp
PC・携帯共通URL

ラッキーチャップ
新装オープン

ラッキーチャップ
新装オープン

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

8

就宮町商工会(大酒茶屋)

痛車



埼玉県幸手市・痛車





痛車

痛車



豊郷町・痛車



ファンが作った ガイドブック (同人誌)

- ・アニメの舞台の紹介
- ・地域の情報も詳しく紹介



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

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

人間が外部から取り入れる情報。
外部から取り入れた情報の一部
は記憶に残り、内部情報となる。
たとえば、今回の場合は以下のもの
が考えられる。

- ・電子掲示板(2ちゃんねる)
- ・動画投稿サイト(youtubeやニコニコ動画)
- ・ホームページやブログ(巡礼者、地元住民)
- ・mixi内のコミュニティ
- ・DVDの特典映像や雑誌の記事など、製作者側からの情報
- ・ニュース(ネット、新聞、テレビ)

1. 写真撮影や動画撮影
2. アニメ聖地巡礼ノート
3. 痛絵馬
4. グッズを残していく
5. 黒板アート
6. 痛車
7. 地元の人との交流

出発地(帰宅後)

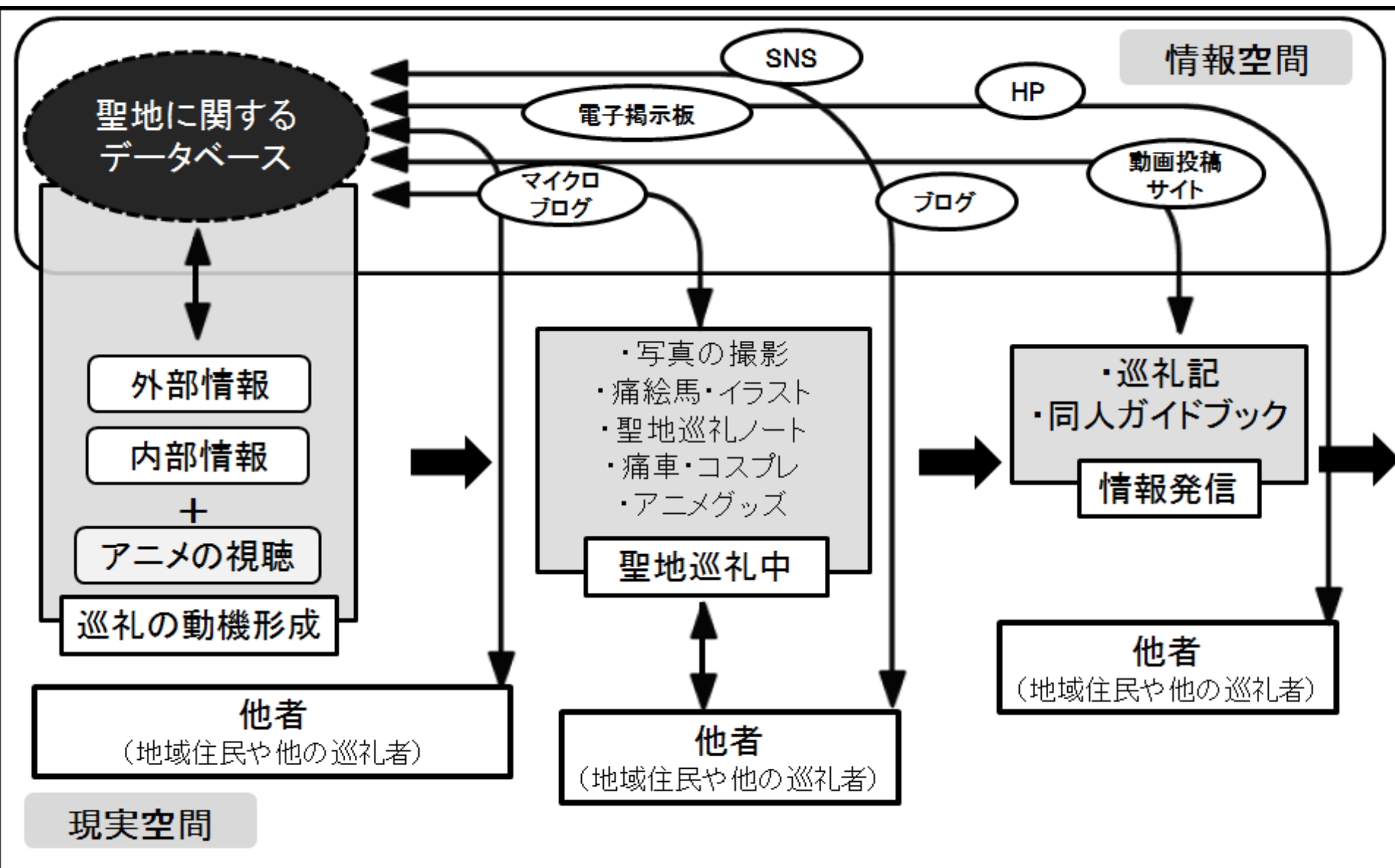
- ・ウェブ上の巡礼記(写真や体験記)
→それをまとめるアーカイブも
ファンによって作られている
- ・動画投稿サイトへの投稿(聖地巡礼の動画、アニメオープニングの実写版)
- ・電子掲示板上的での交流
- ・同人誌のガイドブック

mixiのコミュニティ

作品名	コミュニティ名	開設日	メンバー数
おねがい☆ティーチャー ・ おねがい☆ツインズ	おねがいティーチャー	2005年1月5日	1,563
	おねがいツインズ	2006年1月6日	741
	木崎湖同盟	2004年11月7日	896
朝霧の巫女	朝霧の巫女	2006年5月25日	326
	□■朝霧の巫女■□	2006年6月12日	18
らき☆すた	らき☆すた アニメ版	2006年9月20日	16,675
	らき☆すたの聖地春日部へ行こう	2007年4月14日	158
	らき☆すたと共にin鷺宮町商工会	2007年11月15日	323
	鷺宮神社【らき☆すた】で初詣	2007年11月22日	186
	らき☆すたの聖地鷺宮へ行こう	2009年3月25日	77
かななぎ	かななぎ アニメ版	2008年2月5日	5,328
	かななぎ聖地巡礼	2008年11月23日	16
	名神大社鼻節神社【かななぎ】	2009年1月7日	19
けいおん！	けいおん！【アニメ版】	2008年12月13日	36,317
	京アニ×聖地巡礼×けいおん！	2009年2月8日	165
		計測日	2009年9月5日

* セルが黄色いものは作品のコミュニティ、セルが緑色のものは巡礼のコミュニティ

アニメ聖地巡礼中の情報コミュニケーション



アニメ聖地巡礼の情報コミュニケーション

★岡本健(2011)

「交流の回路としての観光ー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ー」

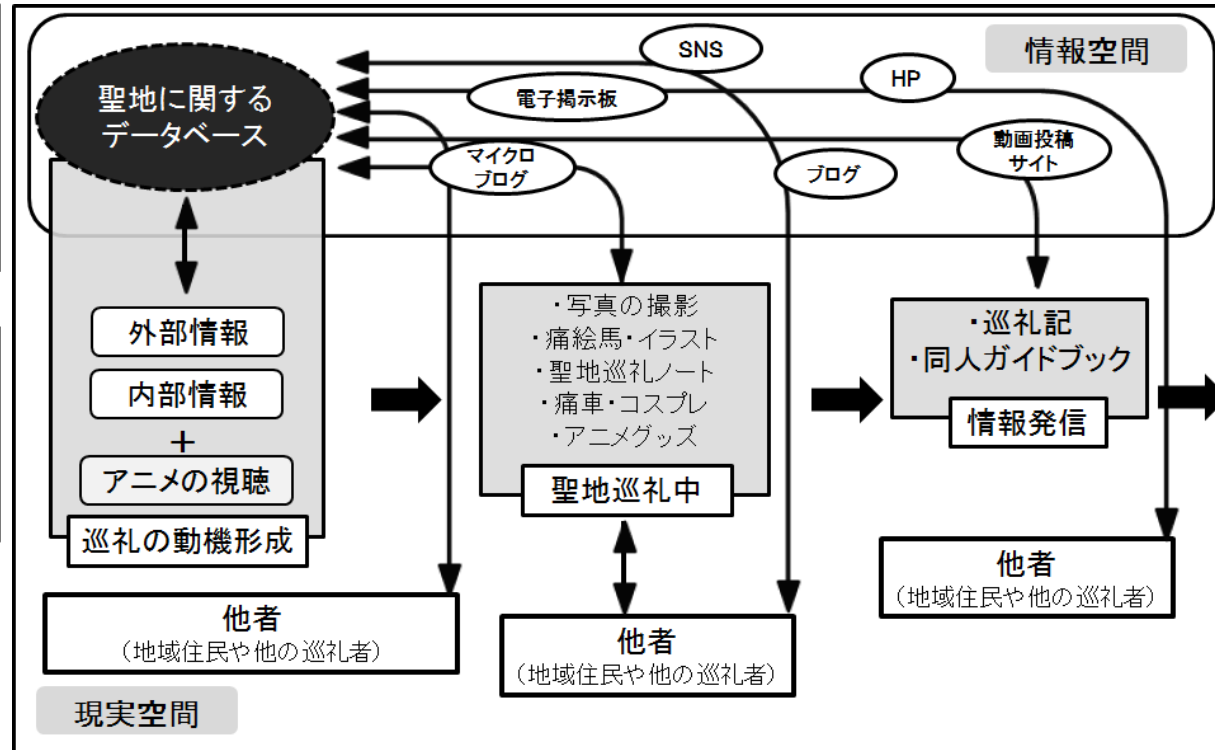
『人工知能学会誌』Vol.26, No.3,

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を行っている状況

聖地巡礼者への質問紙調査を実施

	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

思い出してみると・・・

情報収集源		男性						女性					
		20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
インターネット利用	ネットの検索サイト	1	1	2	3	4	5	2	3	4	4	5	
	ネットの旅行専門サイト	5		5									
	宿泊施設のホームページ		4		5	5		5		5	5		
	観光施設のホームページ												
	ブログや口コミサイト												
	観光協会や自治体のホームページ												
	旅行会社のホームページ												
従来型	旅行ガイドブック	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2
	旅行雑誌	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3
	旅行会社のパンフレット	4	5	4	2	1	1	3	4	3	2	1	1
	家族や友人・知人に尋ねる						4	5	5			4	4
	旅行会社の店員に尋ねる						5						5

* 数字は順位

特に、「ネットの検索サイト」を用いている世代は、若い世代に多い。

1位となっているのは20代、30代の男性。

2位まで含めると、20代から40代の男性、20代の女性。

そして、現在世代・性別が広がりがつつある。

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. 【ダウンロードURL】 <http://hdl.handle.net/2115/39365>

20代、30代の男性が中心

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

「インターネット」が多いが、
「人づてに聞いて」も極端に少ないわけではない。

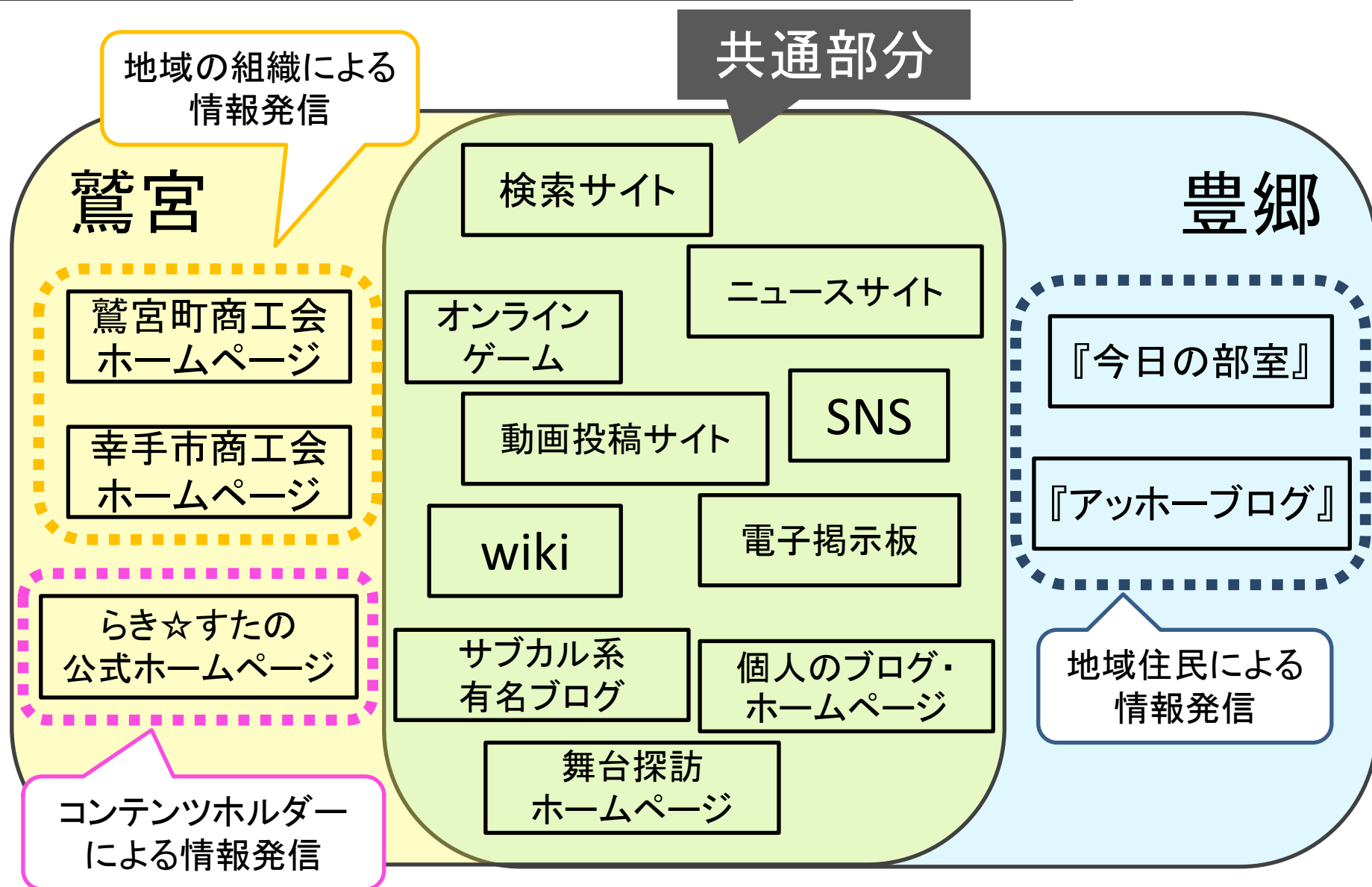
鷺宮の「書籍・雑誌」「いつも通っている」の割合

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。

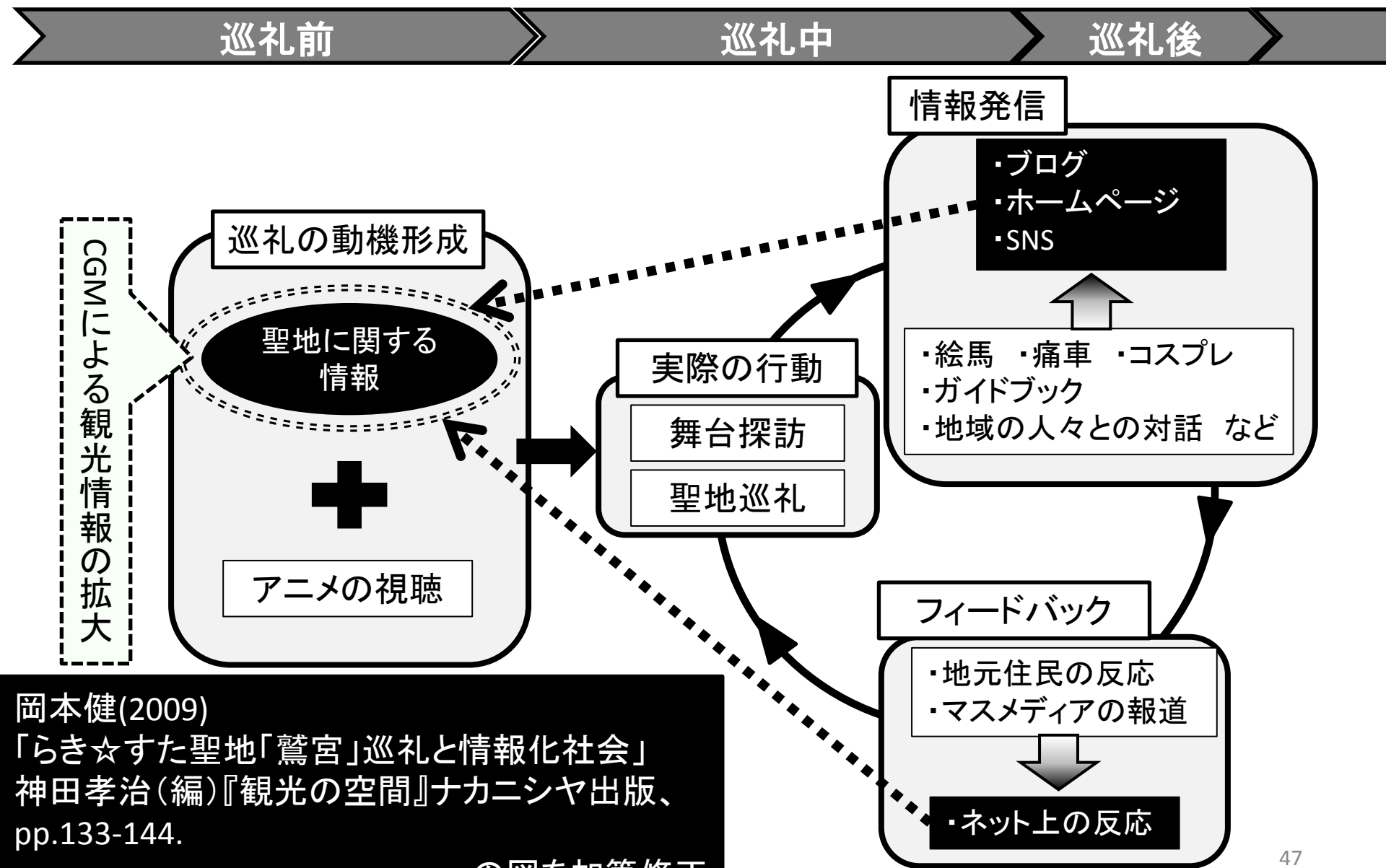
豊郷の「テレビのニュース」の割合

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



旅行に対するフィードバックが出発前から手に入る



の図を加筆修正

課題(~~×~~切は11月30日)

本日の授業内容や、テキスト、自分自身の経験などを踏まえて、次のテーマについて、自由に論述してください。

(合計1,000字以上)

- ① 情報化した旅行者の特徴を整理する。
- ② ①のような旅行者が、ある地域を訪れることによって、どんなことが予想できるだろうか。
良い面と悪い面の両方を考えてみよう。

課題(~~×~~切は11月30日)

体裁例

コミュニケーション概論課題
タイトル(各自で好きにつけてください)

2011年〇月〇日
学生番号
名前

1. 情報化した旅行者の特徴
2. 地域を訪れて起こる良い面
3. 地域を訪れて起こる悪い面

枚数は自由です。

課題の条件(1,000字以上)は、最低限です。量的に増やしてもらっても構いませんし、内容的にも、課題の他にいろいろと書いてくださって構いません。皆さんのレポートを読ませていただくのを楽しみにしています。

コンテンツツーリズムについて もっと勉強したい方へ

①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(2009)『メディアコンテンツとツーリズム』, CATS叢書, 1号

<http://hdl.handle.net/2115/38119>

②山村高淑・岡本健(2010)

『次世代まちおこしとツーリズム』, CATS叢書, 4号

<http://hdl.handle.net/2115/42913>

③増淵敏之(2010)『物語を旅するひとびと』彩流社

④橋本和也(2011)『観光経験の人類学』世界思想社

⑤山村高淑(2011)『アニメ・マンガで地域振興』東京法令出版