



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	コンテンツとツーリズム : アニメ聖地巡礼から考える希望をもたらす観光のあり方
Author(s)	岡本, 健
Relation	講演資料. 2012年3月23日 (金) . 有限会社エアーダイブ, 北海道.
Issue Date	2012-03-23
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/48700
Type	conference presentation
File Information	20120323slide.pdf, 講演スライド



コンテンツとツーリズム

—アニメ聖地巡礼から考える希望をもたらし観光のあり方

二〇一二年三月二十三日
於・エアーダイブ

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: okamotot@cats.hokudai.ac.jp

コンテンツツーツーリズムとは？

その前に、
「コンテンツ」って？？

「コンテンツ」というのは、情報内容のことを指します。

なんでわざわざカタカナに？

…うさんくさいです。

…確かに。
説明が必要ですね。
この言葉は、情報社会に特有の
言葉と言えます。

「コンテンツ」は、情報内容、という意味で、
情報社会が進んだ結果必要になった言葉。

コンテンツツーツーリズムとは？

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。

その結果、
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った

コンテンツツーリズムとは？

とはいえ、情報内容、という意味では、
なんでもかんでもコンテンツになる。

ここでは、
コンテンツを
エンタメ性を持ちうる情報財
とする。

コンテンツツーリズムとは、
コンテンツを動機とした旅行行動や、
コンテンツを用いた観光振興、地域振興を指す。

★岡本健(2010)
「コンテンツ・インデュースト・ツーリズム
ーコンテンツから考える情報社会の旅行行動ー」
『コンテンツ文化史研究』
Vol.3, pp.48-68.
<http://hdl.handle.net/2115/43181>

★岡本健(2010)
「コンテンツと旅行行動の関係性
ーコンテンツ=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』
2巻, pp.1-8.
<http://hdl.handle.net/2115/43961>

観光研究における位置づけ

旅行者個人に関する研究

旅行行動論

- ・連続的な分析が必要
- ・社会的な背景の分析が必要

佐々木(2000, 2007)で整理されている。

→旅行を分節化し、それぞれにおける

旅行者心理の内的メカニズムを明らかにする研究が主。

旅行者経験

Boorstin(1962)、MacCannell(1973)を踏まえ、
Cohen(1979=1998)は、

→精神的中心を軸にした旅行者のモードを提案

●浅野(1999)による、現代日本の「自己の多元化」の指摘

- ・現代日本で分析を進めるには、
特定の精神的中心を持っている集団に着目

観光研究における位置づけ

旅行者と地域住民の相互作用に関する研究

Smith(1989)によって先鞭がつけられ、
ゲストがホストに与える経済的、社会・文化的
な影響に関する研究成果が蓄積

・情報空間上も含めた、
旅行者と他者との相互作用

☆二項対立的

→観光の現場の複雑な現実を単純化してしまう危険性。

☆情報空間上の相互作用分析の不足

→インターネットの普及によって、

ホストとゲストが直接出会う場合が増加し、関係は複雑化。

→匿名性と親密性が相反するものではなくなっている。

観光研究における位置づけ

観光とメディアに関する研究

Boorstin(1962)『The Image』

「旅行者の没落、観光者の台頭」

→受け身、メディアによって評価されたものを確認しに行く行動

Urry(1990)『The Tourist Gaze』

「観光のまなざし」

→観光の楽しみへの期待はメディアによって作られ、支えられる。
構築された「観光のまなざし」によって観光経験の解釈がなされる。

観光研究における位置づけ

観光とメディアに関する研究

山中速人(1996)「メディアと観光」山下晋司編『観光人類学』

「ハワイの楽園イメージ形成」

→アメリカ本土の「メディアの利益と興味」に従って

「楽園」「楽園の住人」イメージを構築

遠藤英樹(2001)「観光という「イメージの織物」」『社会学評論』52

奈良のイメージについてメディア表現と旅行者の認識の双方を分析

→必ずしもメディアによって観光客の認識が正確に作られている

わけでは無く、実際の観光経験も解釈に影響を与える。

遠藤英樹(2004)「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」

遠藤英樹・堀野正人編『「観光のまなざし」の転回』

→メディアを取り巻く様々なアクターによる社会関係の影響

→「従来のメディアだけでなく、インターネットのウェブやゲーム等」の分析の必要性

観光研究における位置づけ

観光とメディアに関する研究

Månsson(2011)「Mediatized Tourism」『Annals of』38(4)

☆Facebookやtwitter、ブログ、Youtube、Flickrなどの
ソーシャルメディア(Web2.0)を分析対象に含む

→他者とのコミュニケーションは視野に入れていない

→旅行商品造成やマーケティングに資することが主な目的

本論文では、旅行者の情報行動を分析する。

地域住民を含む他者とのコミュニケーションも視野に入れる。

情報社会における観光が

社会にとってどのような機能を持つものかを分析する。

観光研究における位置づけ

観光とメディアに関する研究

メディアとコンテンツ

今回前提にしている情報社会は、
デジタル化とネットワーク化が進展している社会

これによって、
情報内容であるコンテンツと
それを流通させるメディアは分化

- ・インターネットを分析対象に
- ・コンテンツの中身も分析が必要

消費者側がコンテンツを作ったり、編集することが可能。
そして、発信することが可能。

個人同士での双方向のコミュニケーション(動画など含む)

社会の情報化

現在は、社会が情報化している
と言われているが...

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

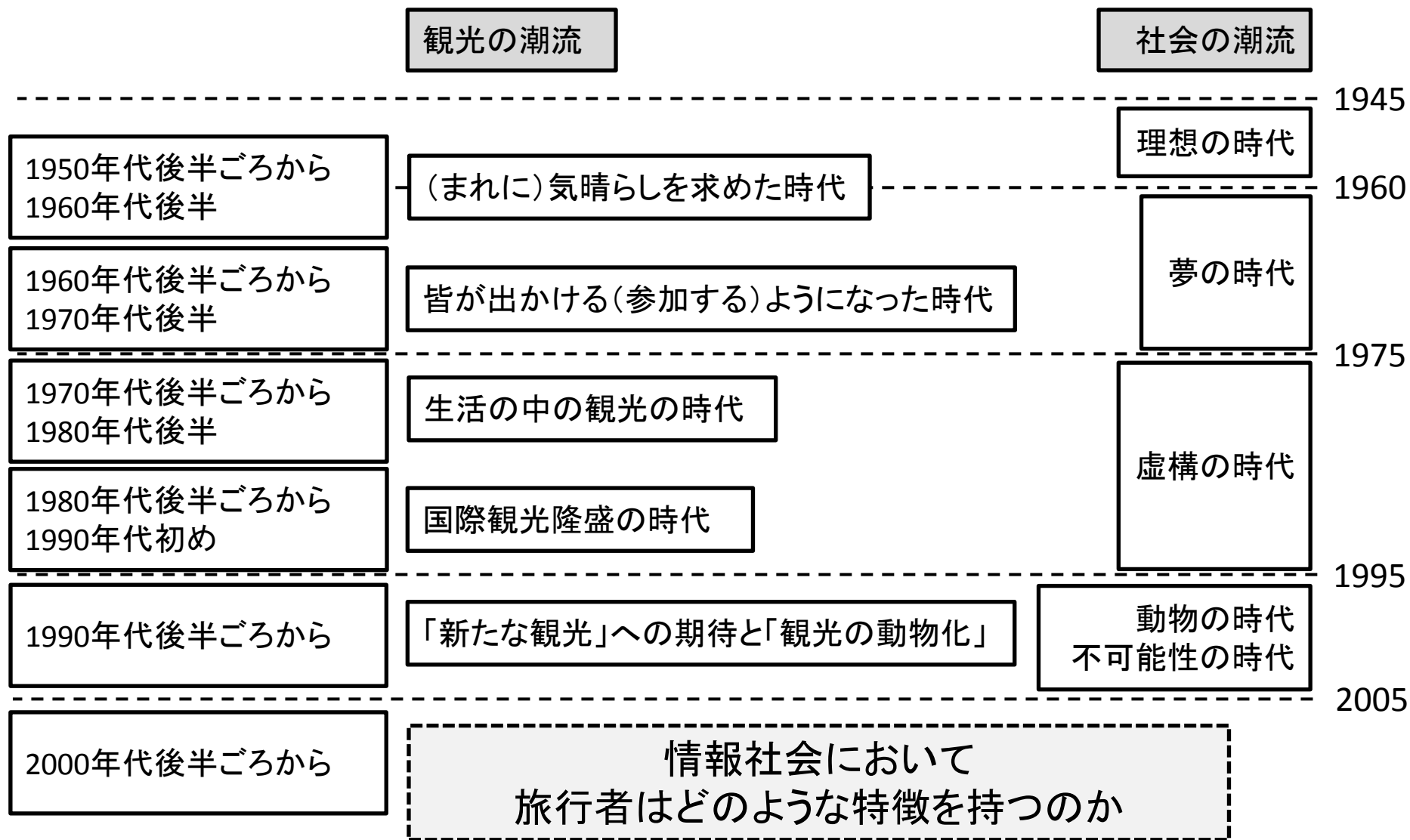
1990年代

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

観光と社会の潮流



情報化が進むことによって他者とのコミュニケーション機会は減じられ、観光は動物化していくのか？

動物化が指摘されているオタクの旅行行動を調べるのが最適

社会の中の観光（観光社会学から）

観光社会学

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

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

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

ツーリスト

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

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

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

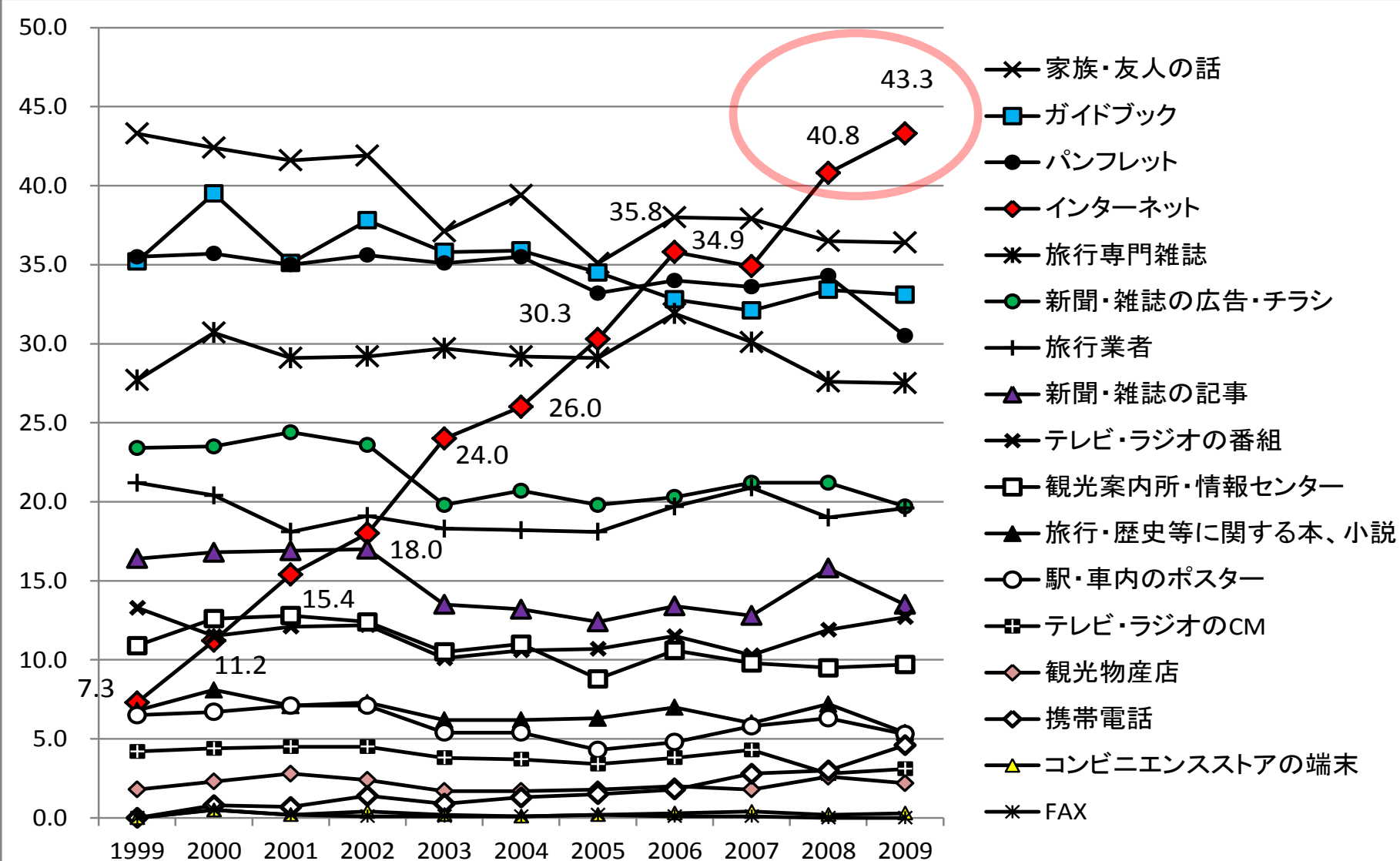
岡本健(2011)

「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
—土師祭「らき☆すた神輿」を事例として—」

『HOSPITALITY』, 第18号, pp.165-174

旅行者の情報化の進展

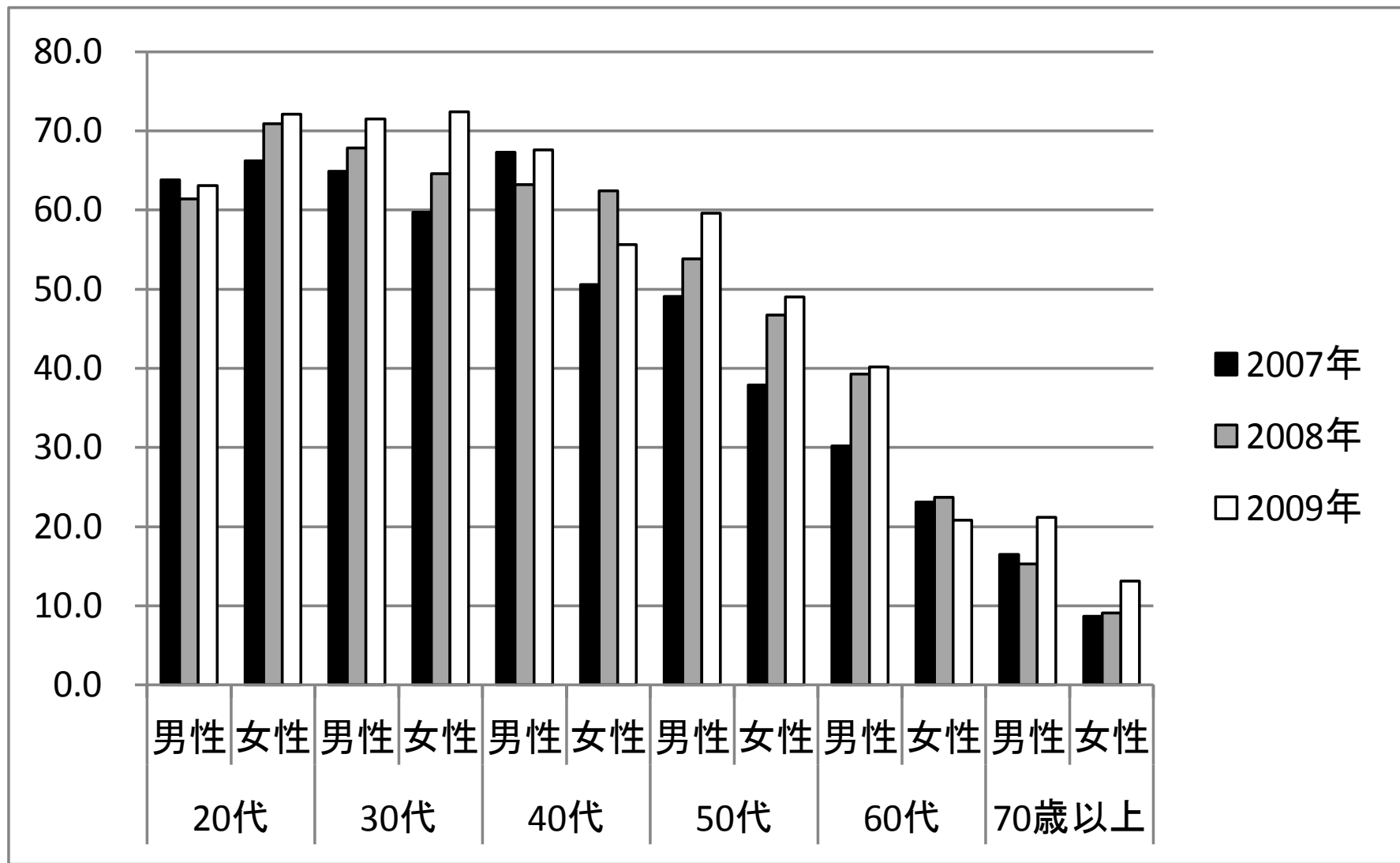
データは、平成22年度版
「観光の実態と志向」p.88



技術的には1995年ごろからインターネットが利用できる状況は整っていた
インターネットは、旅行の情報源として2000年代後半に情報源として普及

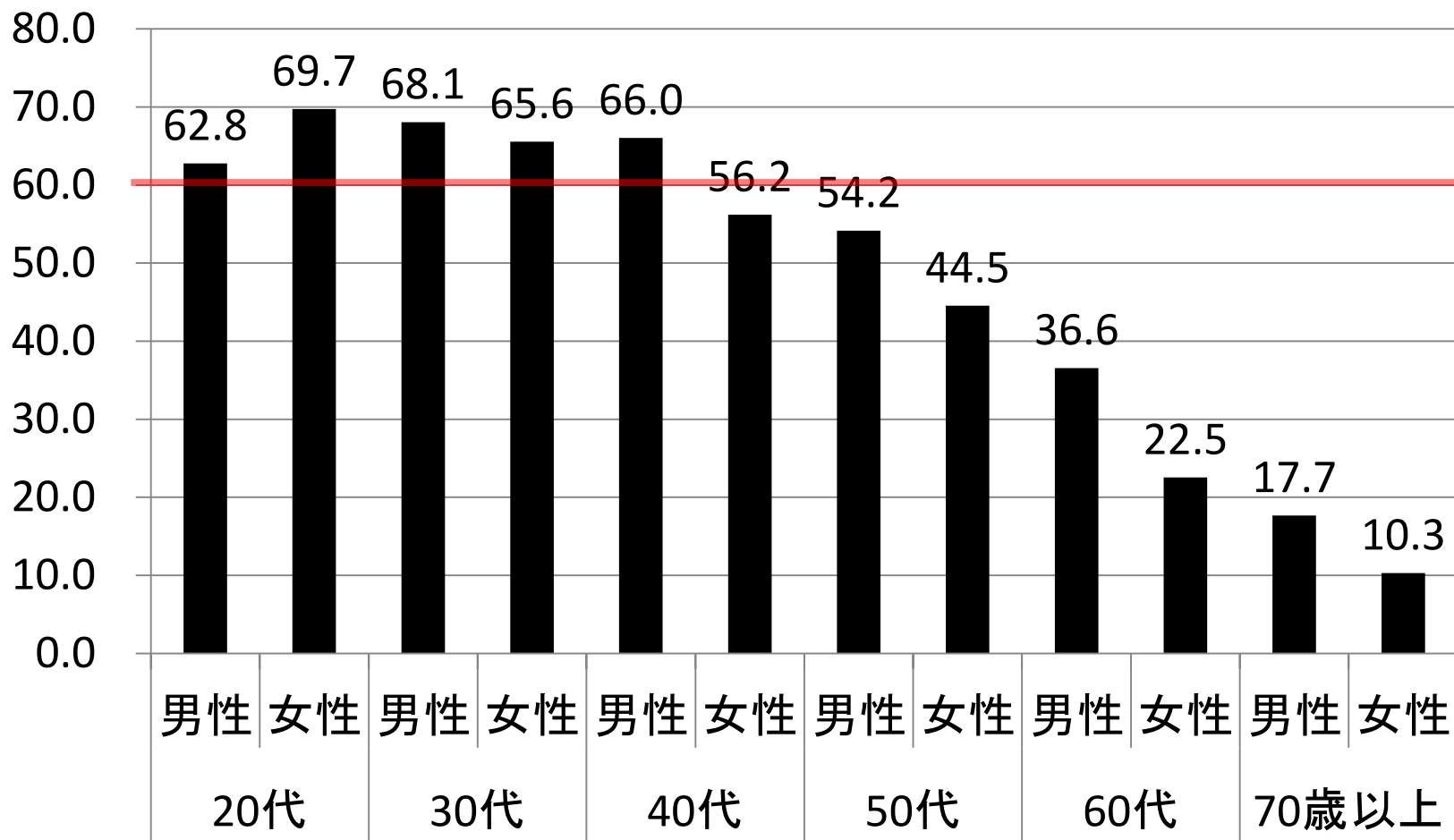
検索サイトの利用率

財団法人日本交通公社『旅行者動向』
(2008, 2009, 2010)



検索サイトの利用率

財団法人日本交通公社『旅行者動向』
(2008, 2009, 2010)



旅行情報化世代

20代・30代の男女 40代の男性

2000年代後半の観光は性質が異なる可能性がある

1990年代から2000年代まで継続して活動を追える事例が最適

埼玉県北葛飾郡鷺宮町(現・久喜市)

アニメの聖地巡礼

アニメ『けいおん!』
の聖地

豊郷小学校

滋賀県犬上郡豊郷町



鷺宮神社と大酉茶屋

アニメ『らき★すた』
の聖地



聖地巡礼ノート



大町市・山正旅館

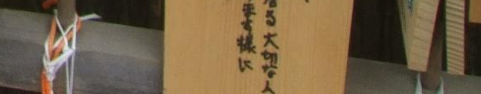
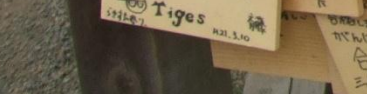
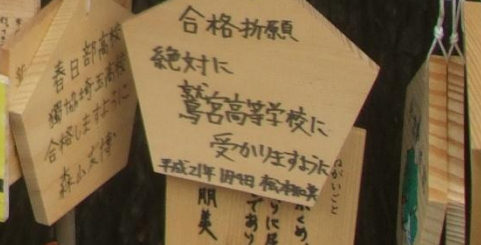
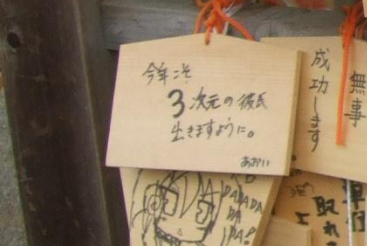
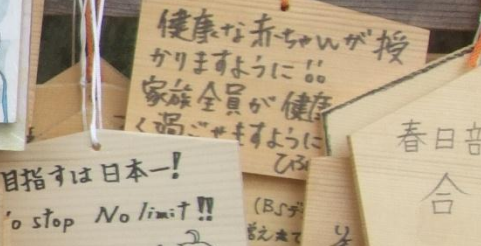
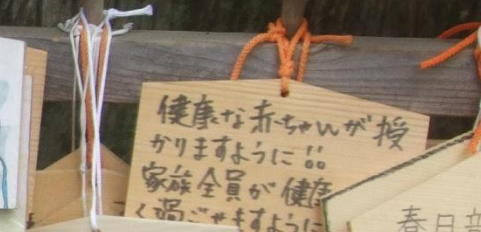


鷺宮町・大西茶屋

痛絵馬



鷺宮町・鷺宮神社絵馬掛所

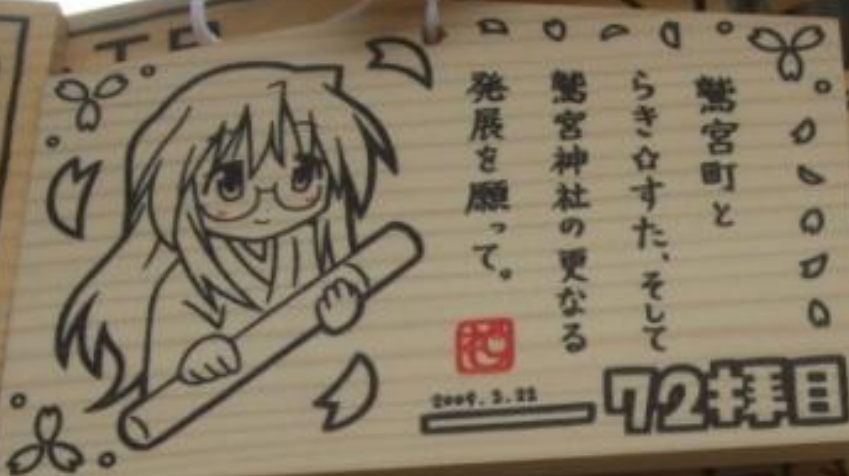
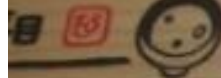


草 (1月7日)

草はこやし 山へ
すくすく こんど草ー

宮町とらき☆すた。
そして無宮神社の
発展を願ってー

もてぎ



無宮町と
らき☆すた、そして
無宮神社の更なる
発展を願って。



2009. 3. 22

72 拝目

JAZZ

☆ 1月10日 January. 22 無宮神社に参る
ことやらこの日に決まろうか
無宮町とらき☆すた、そして
無宮神社の更なる発展を願って

2009.1.23 もてぎ

64 拝目



2月6日 (金) 直ち
かしみやまちとらき☆すた。
そしてわしのみやじんじやの
さらなるはっけんをねがって。
66 はいめ
もてぎ



無宮町とらき☆すた。
そして無宮神社の
更なる発展を願って

2009.2.14 無宮神社本部

もてぎ

67 拝目



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

持ち寄られたグッズ



鷺宮町の和菓子店店内

黑板アート

鷺宮町・大酉茶屋

豊郷町・豊郷小学校



!!
Welcome



あ の お

僕ニだけ?>

おがんと
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

わしみや町へようこそ!!

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

凧揚げの文化にも多岐の経験があることのできる、
見物客の数の多いので、ご参加ください。
凧揚げの大会(2009.5.5) (この大会に於ける)の
フライトもあつきます。

お問い合わせ
TEL: 0294-12-1347
メール: info@kita-jp.jp
会場: 春日部市立体育館
高工部町春日部市
高野 敬雄 大野

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
新装開業

ラッキーチャップ
新装開業

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

就宮町商工会(大西茶屋)

痛車



埼玉県幸手市・痛車





痛車

痛車



豊郷町・痛車



地元文化との融合



鷺宮町・土師祭

鷺宮町・らき☆すた神輿





ファンによるガイドブック(同人誌)



おねてい・ガイドブック



らき☆すた・ガイドブック

アニメ聖地巡礼とは、
アニメの背景となった現実の場所を訪ねる行為

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」

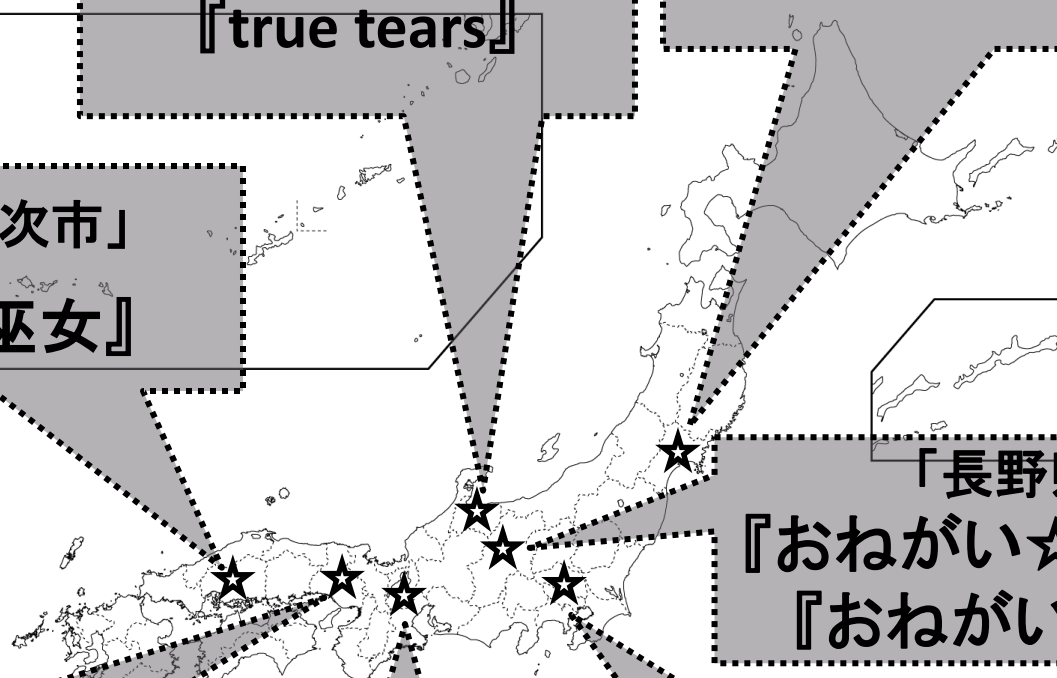
『涼宮ハルヒの憂鬱』

「埼玉県鷲宮町」

『らき☆すた』

「滋賀県豊郷町」

『けいおん！』



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>

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

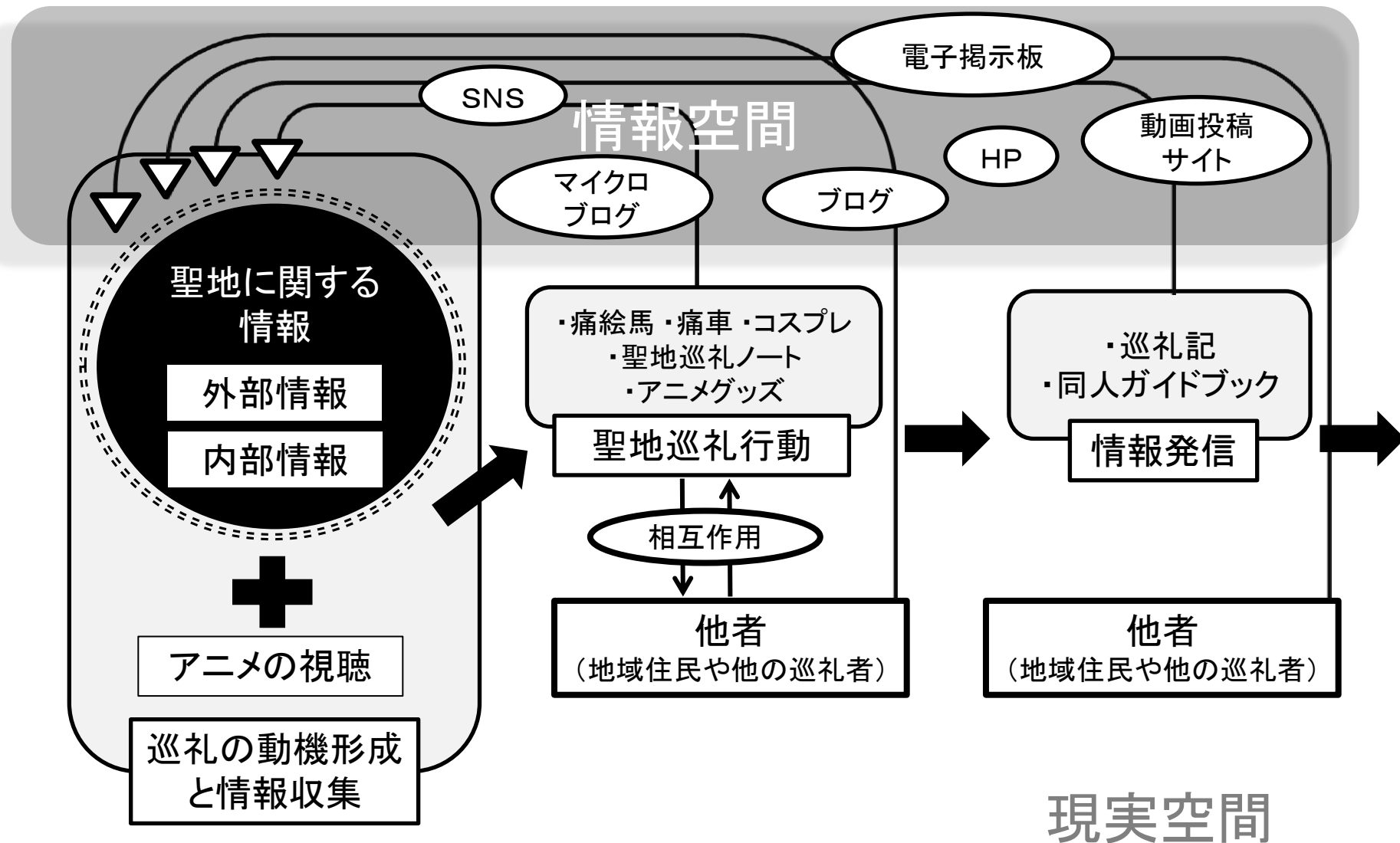
テレビのニュースやネットのニュースで聖地巡礼を知り、訪れる巡礼者、アニメは後から、
という場合もある。

アニメ聖地巡礼の旅行コミュニケーション

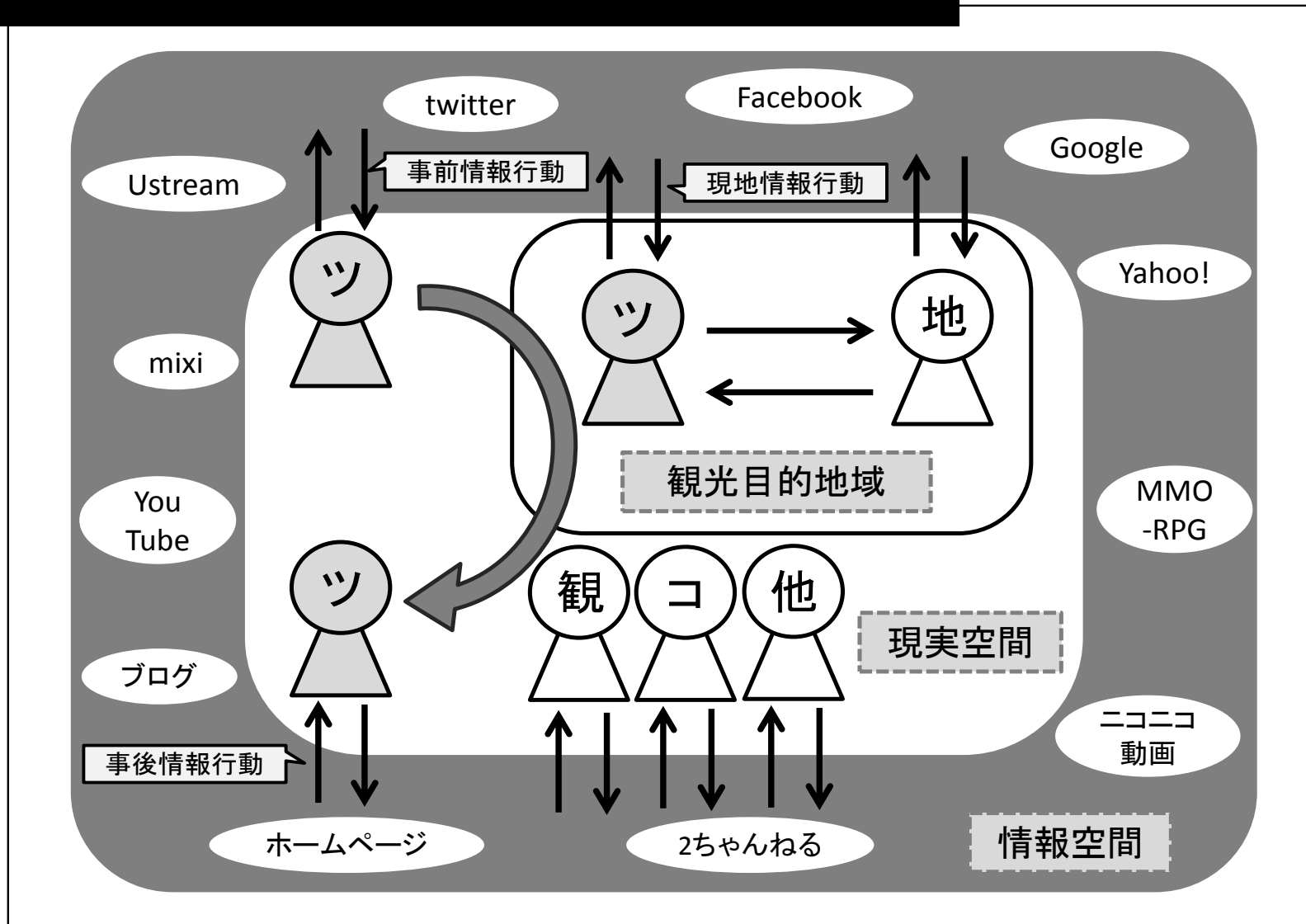
巡礼前

巡礼中

巡礼後



コンテンツツーリズムに関わるアクターと情報環境



岡本健(2011)「コンテンツツーリズムにおける地域からの情報発信とその流通 —『らき☆すた』聖地「鷺宮」と『けいおん!』聖地「豊郷」の比較から—」
『観光・余暇関係諸学会共同大会学術論文集』, 3, pp.37-44より転載

地域がファンに応える



豊郷・けいおん！コースター



鷺宮・絵馬形携帯ストラップ

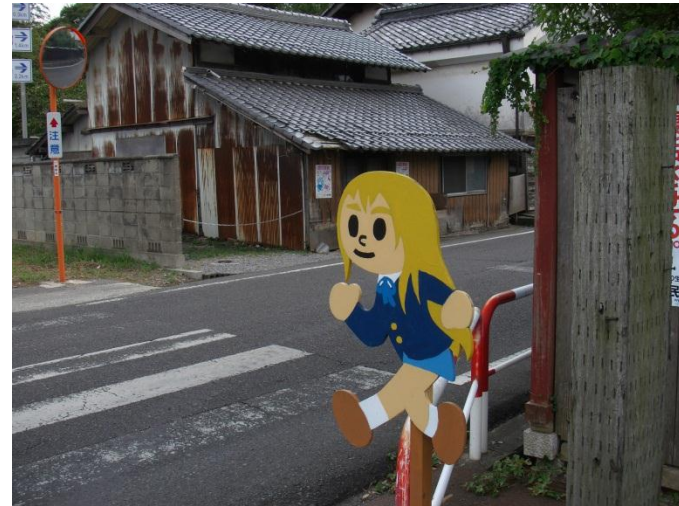
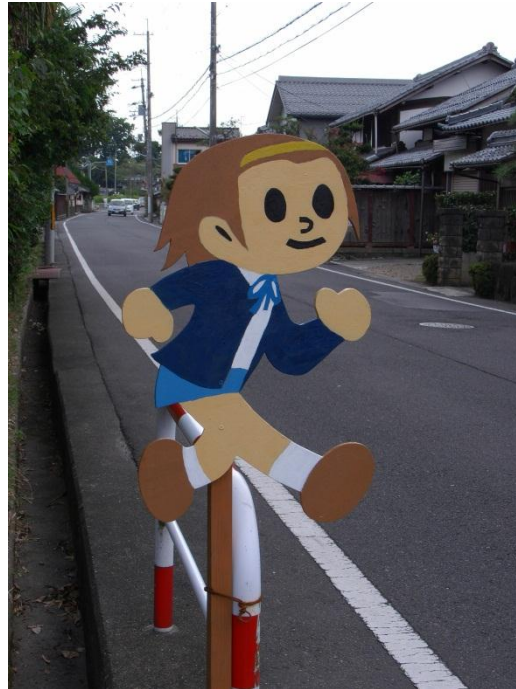


豊郷・地元商工会の車を痛車用に



鷺宮・地元商店主の「らき☆すた」ダンス

観光文化の諸相

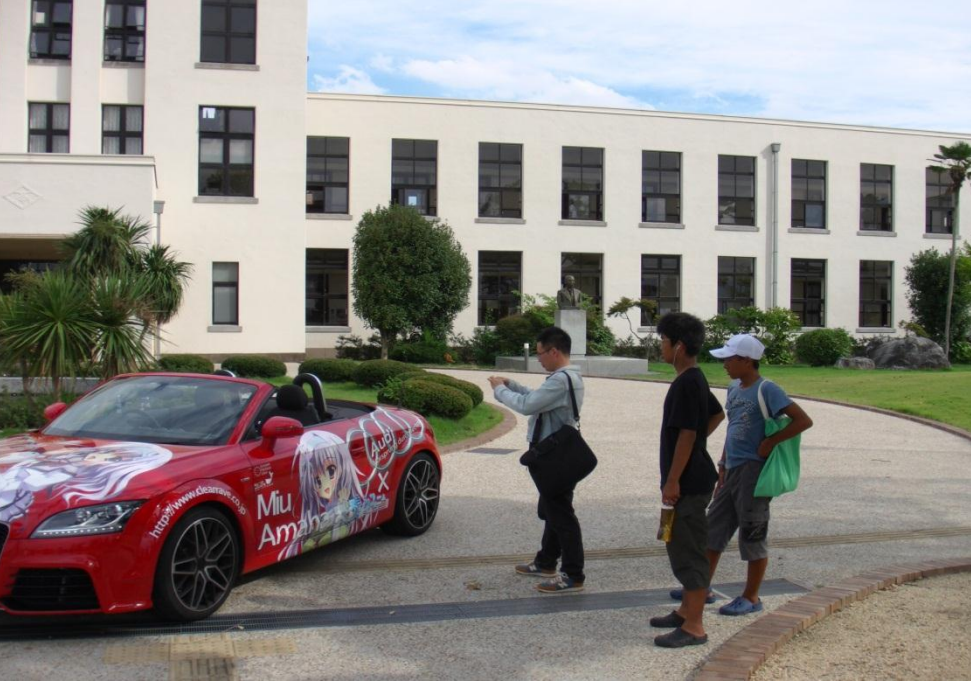


豊郷町・飛び出し坊や



豊郷町・飛び出し坊や
(けいおん！キャラ)

観光文化の諸相



観光文化の諸相



鷺宮町・土師祭

観光文化の諸相



「らき☆すた神輿」2008年



「らき☆すた神輿」2009年



「らき☆すた神輿」2010年



「らき☆すた神輿」2011年

観光文化の諸相

鷺宮町・土師祭で
地元住民がコスプレ



鷺宮町・土師祭で
ファンが水やチョコロネ
を配る



WOTAKOIソーラン



WOTAKOIソーラン



わしのみやMISSコン！
～俺の兄貴がこんなに綺麗なわけがない



わしのみやMISSコン！
～俺の兄貴がこんなに綺麗なわけがない



わしのみやMISSコン！
～俺の兄貴がこんなに綺麗なわけがない



わしのみやMISSコン！
～俺の兄貴がこんなに綺麗なわけがない



わしのみやMISSコン！
～俺の兄貴がこんなに綺麗なわけがない



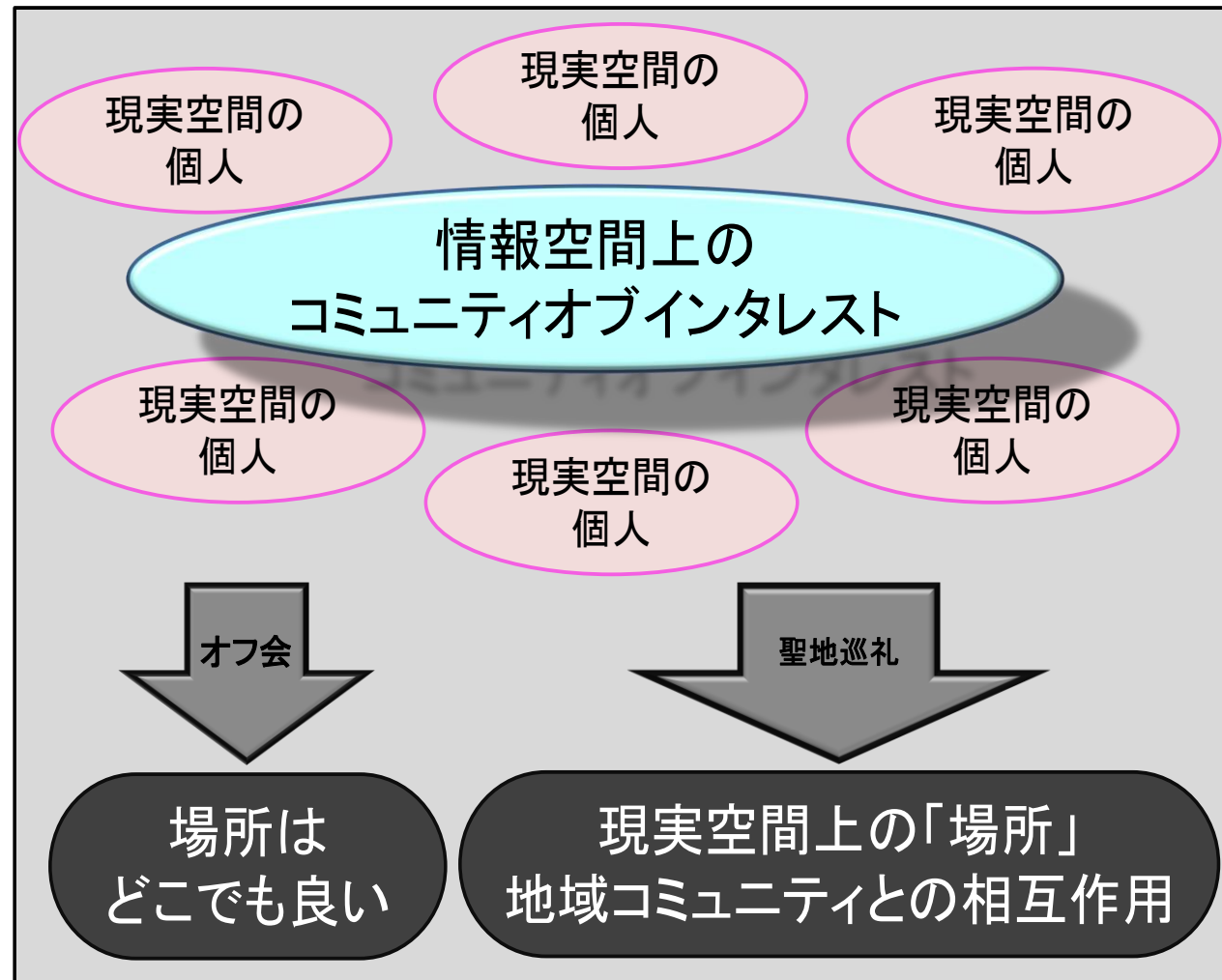
わしのみやMISSコン！
～俺の兄貴がこんなに綺麗なわけがない



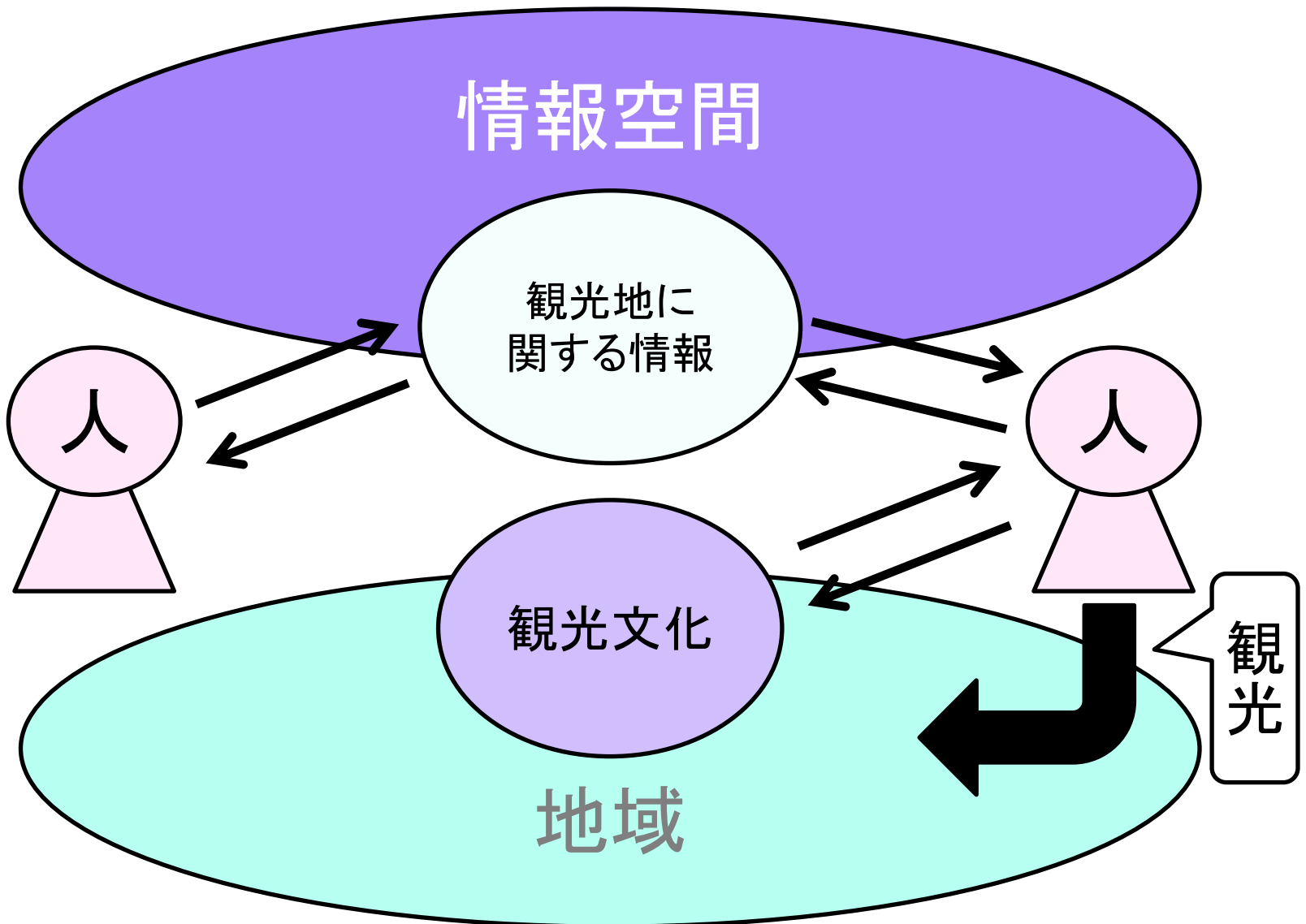
観光の特性による人との出会いの創出

コミケやオフ会の場合、同族他者同士で集まる。場所自体はどこでも良い。この際は、対象への愛は強化され、外部との差を強調する。

聖地巡礼では、自分と作品とのつながりの強化という動機を元に行っているが、現実空間上の特定の「場所」への観光が行われることによって、同族でない他者との相互作用の機会が得られている。



趣味をめぐる人と地域、観光の関係



コンテンツツーリズムの可能性

★地域住民、旅行者...という枠組みが取り払われ、
個人が「趣味」や「好奇心」を突き詰める事
によって行動し、構築されるツーリズム。

★観光情報のみならず、
観光文化やコンテンツ自体も、個人が作り出し、
それを元に旅行が起こるツーリズム。

★価値観の異なる人々が出会い、
新しいものが生まれるツーリズム

★つながりを生み出すコンテンツツーリズム