HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	アイドルコンテンツをきっかけとしたツーリズムに関する一考察
Author(s)	村木, 伊織
Citation	Sauvage : 北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院院生論集, 8, 82-87
Issue Date	2012-03
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/49170
Type	departmental bulletin paper
File Information	Sau8_008.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

【研究ノート】

アイドルコンテンツをきっかけとしたツーリズムに関する一考察

村木伊織
観光創造専攻　修士課程

１．　はじめに

１．１　背景と目的

AKB48 の活躍もあり、現在日本ではアイドルブームとも呼ぶべき現象が起きており、メディアによってアイドル特集が組まれることも多くなった。またそれに伴いアイドルファンにもスポットが当てられることが増えてきた。特にオタ芸（ヲタ芸）と呼ばれるパフォーマンスはアイドルファンを象徴する行為として認識され始めており、アイドル特集とは別に独立して特集が組まれることもある。しかしメディアで注目されているファン活動はライブ会場やイベント会場でのパフォーマンスに限られており､会場以外でのファンの行動に関してはほとんど言及されていない。ところが実際は会場以外でもファン活動は活発に行われており、ファン自身がブログなどを通じてその活動情報を発信している。そこで本稿ではアイドルファンの活動を分析し、その中で特に旅行行動を伴う活動をコンテンツツーリズムの枠組みで考察することを目的とする。

１．２　定義

アイドルの定義に関しては議論の余地があるものの、芸能活動を行っていることと、その活動の幅が非常に広いということは間違いないだろう。特に近年では音楽活動や俳優業、モデル業、タレント業など、芸能活動と呼ばれる活動の多くにアイドルの存在を確認することができる。このことからアイドルが関係するメディアコンテンツは多岐に渡り、特定の情報形態をアイドルコンテンツと呼称するのは難しい。そこで本稿では「特定のアイドルの存在により消費される情報内容」をアイドルコンテンツと定義する。

２．　先行研究

２．１　アイドル論におけるファン研究

最初にこれまでのアイドル論の中でファン研究がどのように展開されていったのかを見てみる。アイドル研究としては稲増（1993）による『増補　アイドル工学』が有名である。稲増はこの中で、アイドルとメディア、プロダクション、ファンの関係性が時代状況の変化とともに変容してきたことを指摘した。稲増は 80 年代のアイドルファンを「クールな受け手」であるとしており、その例として 85 年春に開催された松田聖子の武道館コンサート終了時のファンの反応をこの著書で取り上げている。「場内の明かりがつき放送が流れた途端、今までの熱気が嘘のようにファンはおとなしく帰っていってしまったのである（中略）場内の明かりがついた時点で「ショーは終った」とわりきって、「今日はいいコンサートだった」とそれぞれの日常生活に帰っていくのがクールな受け手たちの反応だった」。

また、このようなクールな受け手に対し稲増は「現代社会の制度的枠組において

アイドルへの傾倒がなんら積極的な利益をうみださないことはおそらく多くのアイドルファンにとっても自明のはずである。であるからこそ、虚構空間に戯れるという無償の行為が輝きを放っているのである」と分析している。このことから 80 年代のアイドルファンは、アイドルを疑似恋愛の対象として捉えていたのではなく、非日常空間に一時的に身を置く手段としてアイドルに傾倒していったのだと考えられる。またこの現象は 70 年代のアイドルファンには見られなかった現象であるとも指摘している。70 年代のアイドルファンはアイドルを疑似恋愛の対象として捉えており、特定のアイドル以外へは関心を示すことがあまりなかった。ところが 80 年代のアイドルファンは複数のアイドルに対してファン活動を行い、それは親衛隊と呼ばれる集団であっても同じであった。

稲増は 80 年代までのアイドル論を展開してきたが、太田（2011）による『アイドル進化論』は 2000 年代まで網羅し分析している。稲増がアイドルを現象という大きな枠組みで捉えているのに対し、太田は個々のアイドルに対し細かく分析している。特に 90 年代以降はアイドルの多様化が進んだが、その多様化されたそれぞれのアイドル群に対しても分析を行っている。この中で太田はアイドルファンが「愛着の視線」と「批評の視線」の二つの視線を持っているとし、その起源がテレビ番組『スター誕生！』にあると指摘している。つまり、素人がプロになるまでの成長過程を見せることが愛着の視線を持つことになり、またその過程におけるプロデューサーの発言により視聴者が批評する視線を育てていったのである。アイドルファンの行動は時代と共に変化していったものの、その根底にはこの二つの視線が存在しているとしている。また、時代の変遷とともにアイドルとファンの距離が近づいていったこともこの著書で指摘している。かつてアイドルはテレビというメディアと不可分な存在であったため、アイドルとファンの間には明確な境界線があった。しかしアイドルがライブを重視するようになり、やがてテレビというメディアから離れていったというプロセスの中で、アイドルとファンの境界線も曖昧になっていったということを太田は論じている。

２．２　コンテンツツーリズム研究

国土交通省総合政策局・経済産業省商務情報政策局・文化庁文化部（2005）が発表した『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査』によればコンテンツツーリズムとは「地域に関わるコンテンツ（映画、テレビドラマ、小説、まんが、ゲームなど）を活用して、観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズム」となっている。コンテンツツーリズムに関する研究は近年になり活発化してきたものの、フィルムツーリズムやアニメツーリズムのように映像コンテンツによるツーリズムが中心であり映像コンテンツ以外のコンテンツを対象とした研究は多くない。

その中で増淵（2010）による「物語を旅するひとびと」はドラマやアニメなどの映像コンテンツだけでなく、小説や楽曲、歌枕といったコンテンツを使ったツーリズムについても分析している。この中で増淵は国土交通省総合政策局・経済産業省商務情報政策局・文化庁文化部（2005）が発表した『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査』から「コンテンツツーリズムの根幹は、地域に「コンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージ」としての「物語性」「テーマ性」を付加し、その物語性を観光資源として活用すること」という一

文を引用し、これをコンテンツツーリズムの定義をとしている。
またコンテンツツーリズムの既往研究としては岡本（2011a）による「コンテンツツーリズム研究序説―情報社会における観光の新たなあり方とその研究概念の構築」が挙げられる。この中で岡本はコンテンツの定義を「情報がなんらかの形で創造･編集されたものであり､それ自体を消費することで楽しさを得られる情報内容」であるとしている。

３．　旅行行動の整理

３．１　イベントやコンサート、ライブへの参加

アイドルファンには大きく分けて現場系と呼ばれる人と書斎系の二種類がいる。その内現場系と呼ばれる人たちはアイドルのイベントやコンサートなどに行くことを活動の中心にしており、これには当然移動を伴うために旅行行動の範疇であると言える。またこの旅行行動に関して、首都圏のアイドルファンが地方のイベントに参加することを「遠征」と呼び、地方のファンが首都圏のイベントに参加することを「週末都民」と呼ぶことがある。このことからアイドルファンが自分たちの生活圏とイベント会場の位置関係を意識していることがわかる。
さらに現場系と呼ばれる人たちに特徴的なのが、コンサートツアーのように内容がほとんど同じイベントであっても可能な限り何度も参加しようとすることである。これは現場系の人たちの目的が、そのイベントで披露される音楽や演技の鑑賞ではなく、アイドルとの時間や空間の共有であるためである。この場合のコンテンツとはイベントのライブ感覚である。またこのコンテンツが場所のイメージに影響している例も存在する。会場推しという、ファンから評価の良いコンサートが頻繁に行われる会場が特別視されることがこれに当たるだろう。会場推しの対象となった会場でのコンサートはファンから意識的に選択されるようになる。さらに近年では定期的に同じライブハウスなどでライブを行ったり専用劇場を所有して定期公演を行ったりしているアイドルが存在し始め、それらのアイドルファンにとってそのライブハウスや劇場が「聖地」と呼ばれ特別視されるといった現象も起こっている。聖地となった会場に行くことはそのアイドルファンにとってステータスのように考えられている反面、聖地化されることにより来場者数が増加し会場のチケットが取り辛くなるといったことも起きる。このようにライブ的なアイドルコンテンツは場所や空間のイメージ形成に影響を及ぼしており、結果ファンの旅行行動にも影響を与えているということがわかる。

３．２　アイドル聖地巡礼

「聖地巡礼」とは本来宗教用語であるものの、近年ではサブカルチャーを中心に様々な分野で使用されている。コンテンツツーリズムという枠組みで見てみると、アニメ聖地巡礼が最近取り上げられる。アニメ聖地巡礼は「アニメ作品のロケ地、またはその作品・作者に関連する土地で、且つファンによってその価値が認められている場所を訪ねること」（山村・岡本・松本 2008）である。これに対しアイドル聖地巡礼は、出演番組や MV のロケ地、アイドルの出身地などのアイドルゆかりの地を巡ることである。また先述のようにライブアイドルのライブ会場を聖地と呼ぶことがあり、会場内に入るか入らないかは関係なく、この会場を訪れることも聖地巡礼とされている。

アニメ聖地巡礼者の旅行動態における特徴として岡本（2009a）は 5 つの特徴を挙げているが、これらの特徴はアイドルの聖地巡礼と類似している点も多い。例として SKE48 の楽曲「羽豆岬」と南知多町の事例が挙げられる。愛知県南知多町では SKE48 の「羽豆岬」の MV が撮影されたことで、ファンが訪れるようになった。ファンは MV で使用された風景を写真撮影しホームページで情報発信を行っている。また、ロケ地になった羽豆神社に須田亜香里や秦佐和子、内山命といった SKE48 のメンバーや SKE48 というグループ自体の活躍を願う絵馬を掛けたり、ロケが行われた宿にファンがグッズなどを置いて行ったりという行動が取られている。これらは岡本が指摘するアニメ聖地巡礼者の旅行動向に類似している。またファンは聖地と呼ばれるライブ会場に可能な限り何度も訪れようとするという点にも類似性が見られる。

３．３　追っかけ

追っかけとは、広義では遠征も厭わない熱心な現場系アイドルファンのことであり、狭義ではイベントなどに飽き足らずアイドルの仕事上の移動先などにまで訪れるファン､あるいはその行動自体を指す｡特に女性のアイドルファンに多く見られ、安住（1988）によれば、ファンクラブから会員に伝えられるアイドルのスケジュールに沿って、入り待ちや出待ちなどが行われる。中には遠方でのコンサートなどにおいて、過去の情報などからアイドルの移動手段や宿泊場所を予測し、同じ電車や飛行機を利用したり同じ宿泊場所に泊まろうとしたりする人もいる。これらの行動の根底にあるものは、より長い時間アイドルと時間や空間を共有したいという欲求であると考えられる。移動中の空間すら旅行目的の一つになっているという点は特徴的である。

４．考察

４．１　アイドルコンテンツの「物語性」

ここでアイドルコンテンツにおける物語性について考えてみる｡『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査』においても､「物語性を観光資源として活用すること」がコンテンツツーリズムの根幹であるとしていることから、コンテンツツーリズムにおいて、コンテンツの持つ「物語性」は重要な要素である。太田（2011）はそれまでのテレビというメディアの枠内から離れられないアイドルとテレビという場を本質的に必要としていない AKB48 のファンの在り方が違うことを指摘し､「AKB に対してあれこれアドヴァイスをすることは、スタッフからも歓迎されている（中略）そのようにしてファンが AKB にコミットすることは、アイドルがアイドルであり続けるその〈過程〉を、ともに経験することを意味する。こうしてファンは、アイドルが成長し、人気者になっていくというストーリーの中で、ただ応援するだけというよりは、アイドル本人の希望や不安まで共有するような、パートナー的な存在になったのである」と分析している。このことから AKB48 のファンは「アイドルの成長過程」という物語性をコンテンツとしてアイドルと共有しているということがわかる。では他のアイドルのファンは「アイドルの成長過程」をコンテンツとして共有していないのかというと、そうではない。キャンディーズや山口百恵といったアイドルを生み出した『スター誕生！』やおニャン子クラブを生み出した『夕焼けニャンニャン』、モーニング娘。を生み出した

『ASAYAN』といったテレビ番組はオーディション番組であり、素人がアイドルになる過程を映し出したものである。つまり、それがテレビというメディアから与えられたものであるにしろ、アイドル文化が始まった初期の頃からアイドルファンは「アイドルの成長過程」という物語性をコンテンツとして消費してきたのではないだろうか。そうすると現場派と呼ばれる人たちは、テレビから与えられるコンテンツでは満足できなくなったがために誕生したファンの形態であると考えられる。つまりアイドルコンテンツとは「アイドルの成長過程」という物語なのである。

４．２　アイドルコンテンツをきっかけとしたツーリズムの定義

以上のことからアイドルファンは「アイドルの成長過程」という物語性（コンテンツ）を追求するために、イベントやライブへの参加、聖地巡礼、追っかけといった旅行行動を取るのだと言うことができる。そこで、これらの旅行行動をコンテンツツーリズムの枠組みで考察し、アイドルコンテンツをきっかけとしたツーリズムの定義を行おうと思う。

山村（2011）は、コンテンツツーリズムの本質的な定義を、「地域やある場所がメディアになり、そこに付与されたコンテンツ（物語性）を、人々が現地で五感を通じて感じること。そして、人と人の間、あるいは人とある対象の間でコンテンツを共有することで、感情的繋がりを創り出すこと」としている。このことから、アイドルファンのイベントやライブへの参加、または追っかけといった行動は、その場所がメディアになり、現在進行形で付与される「アイドルの成長過程」というコンテンツを、人々が現地で五感を通じて感じることであり、アイドルとファン、或いはファン同士で共有することで、感情的繋がりを創り出すツーリズムであると言える。またアイドル聖地巡礼は、過去に付与されたコンテンツを、人々が現地で五感を通じて感じることであり、アイドルとファン、或いはファン同士で共有することで感情的繋がりを創り出すツーリズムであると言える。

これらのことからアイドルコンテンツをきっかけとしたツーリズムとは「特定の場所に現在進行形で付与される、或いは過去に付与されたアイドルの成長過程を、人々が現地で五感を通じて感じることである。そして旅行者とアイドル、もしくは旅行者同士で共有することで感情的繋がりを創り出すツーリズム」であると言える。

５．　おわりに

本稿では今まで分析されてこなかったアイドルファンの旅行行動を整理し、コンテンツツーリズムの枠組みで考察を試みた。またその中でアイドルコンテンツの物語性や、アイドルコンテンツのツーリズムを分析した。ただし本稿では調査不足な面が多々あり、特に現地調査は必要であろう。また本稿では「特定の場所に付与されたアイドルコンテンツ」という捉え方がほとんどで、「アイドルコンテンツが地域に付与」された例をほとんど挙げることができなかった。しかし、SKE48 をはじめとした AKB48 の姉妹グループが続々と地方に誕生したり、ご当地アイドルが全国各地で誕生したりと、現在のアイドル地域に活躍の場を移しつつある。今後は地域にも注目し、アイドルツーリズムともいうべき旅行行動を検証していきたい。

【引用文献】
安住磨奈（1988）『おっかけパラダイス』太田出版。
稲増龍夫（1993）『増補　アイドル工学』筑摩書房。
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。
太田省一（2011）『アイドル進化論　南沙織から初音ミク、AKB48 まで』筑摩書房。
岡本健（2009）「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」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『CATS 叢書』第 1 号 pp.31-62
岡本健（2011）「コンテンツツーリズム研究序説：情報社会における観光の新たなあり方とその研究概念の構築」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 文化資源デザイン研究室『コンテンツツーリズム研究』第 1 巻 pp.1-10
山村・岡本・松本（2008）「アニメーション作品が観光振興に与える影響に関する研究」日本観光研究学会『日本観光研究学会全国大会学術論文集』第 23 巻 pp.349-364
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。

【参考文献】
榎本秋編（2009）『オタクのことが面白いほどわかる本』中経出版。
藤原実（2009）『知ってるだけで恥ずかしい　現代オタク用語の基礎知識』ディスカヴァー・トゥエンティワン。
小林孝嗣（2005）「芸能人オタク」野村総合研究所オタク市場予測チーム『オタク市場の研究』東洋経済新報社 pp.87-102
難波功士（2009）『ヤンキー進化論　不良文化はなぜ強い』光文社。
岡島紳士・岡田康宏（2011）『グループアイドル進化論　「アイドル戦国時代」がやってきた！』毎日コミュニケーションズ。
岡島紳士と 18 人のヲタ（2011）『AKB48 最強考察』晋遊舎。

【参照 HP】
国土交通省総合政策局・経済産業省商務情報政策局・文化庁文化部（2005）『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査』
http://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/souhatu/h16seika/12eizou/12eizou.htm
（2012 年 1 月 26 日閲覧）