HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	地域の複数性に関する人類学的研究 : 中国人の観光における「北海道」の生成［論文内容及び審査の要旨］
Author(s)	周, 菲菲
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(文学)
Dissertation Number	甲第11173号
Issue Date	2014-03-25
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/55310
Rights(URL)	https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.1/jp/
Type	doctoral thesis
File Information	Zhou_Feifei_abstract.pdf, 論文内容の要旨

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

学位論文内容の要旨

博士の専攻分野の名称：博士（文学）　　氏名：　周　菲　菲

学位論文題名
地域の複数性に関する人類学的研究―中国人の観光における「北海道」の生成

近年、北海道には中国をはじめとする東アジア各国から多くの観光者が訪れている。またその観光のあり方には、インターネット上の情報の流れ、映画などの文化的表現媒体、政治情勢、商品の流通など多面的な事象が複雑に関わっている。本論文は特に中国人観光者と北海道との関係を文化人類学的に解き明かす試みである。その研究上の目的は、中国人による北海道観光の事例の分析を通して、観光の目的となる地域が多様なアクターの関係性の中で生成していくプロセスを明らかにすることである。方法の点では、中国人による観光の文脈での日本と北海道に関するイメージおよび行動を、文化人類学の分野で伝統的なフィールドワークだけでなく、オンライン調査の手法も駆使して調べている。また理論面では、従来のグローバリゼーション論や消費社会論を参照しつつ、それらの視点を拡張するためにアクター・ネットワーク論に依拠しながら、地域イメージ・観光者・観光業者・観光地・商品などからなるネットワークの動態を説明する理論モデルを発展させている。これは従来の認識論的な観光研究を存在論的な方向へと転換させるものであり、その点で地域研究全般にも新しい視座を開く研究と位置づけられる。

序章「グローバリゼーションの下での北海道と観光」では、中国人による現代の北海道観光を捉える概念枠組みを明確にするため、グローバリゼーションと地域、イメージ及び観光、消費等のキーワードに関連する学説の批判的検討を行っている。その上で、この対象を適切に分析するために、アクター・ネットワーク論を理論枠組とする必然性を述べている。また、調査の方法として、参与観察とインタビューといった伝統的な人類学の方法とともに、オンライン・エスノグラフィーを導入する理由と手順を説明している。

第 1 章「観光研究へのアクター・ネットワーク論的アプローチ」では、観光研究におけるアクター・ネットワーク論的なアプローチの必然性と可能性を論述している。まず、従来の観光研究における全体論的な視点の欠如とモノについての考察の不足を指摘している。そして、観光におけるモノの働きと、場所の多元性を踏まえながら、観光者のような特定のアクターが観光ネットワークの中で他のアクター（地域イメージ、モノ等）を翻訳し、実践に結びつけるプロセスを分析するための理論枠組みを検討している。この枠組みにおいて中心となるものは、地域イメージと観光実践のブラックボックス化という概念である。

第 2 章「北海道と中国人の観光」は、本研究の調査地と対象および方法の説明に当てられている。中国人による北海道観光の経緯と現状をまとめ、さらに本研究で用いたフィールドワークの方法と共に、質的オンライン研究のアプローチについて解説している。

第 3 章「関係性に埋め込まれる中国人観光者の実践」の目的は、中国人の北海道観光における地域イメージの消費の微視的構造を解明することである。中国人観光者と自治体の観光推進機構及び観光業者を対象とした現地調査で入手したデータを検討し、自治体や観光業者が生産・提示する地域イメージと中国人観光者が実際に消費するイメージにおける矛盾とズレから、「予想の逆転」というべき現象が生じること、そして、電子メディアが個人観光者の持つ地域イメージを流動的に生産していくことを述べている。そこで、北海道の地域イメージ、およびそうしたイメージと商品、観光実践との複合領域である「made in Japan」をアクター・ネットワーク論の意味でのブラックボックスとして捉え、そのブラックボックスを「予想の逆転」によって開く実践によって、多様なネットワークが新たに生成する様を分析している。

第 4 章「『揺れ』、中国人の観光と北海道」では、第 2 章の内容を踏まえて、東日本大震災と福島原発事故後の中国人観光者の日本および北海道観光の「揺れ」を分析している。ここでは特に

ブラックボックス化された「made in Japan」が開かれ、「北海道産」をめぐる観光消費へと変容していくプロセスを、馬油の事例などを通して論じている。

第 5 章「政治情勢の変容、中国人の観光と北海道」では、政治情勢の変化と観光実践との関連を、イデオロギーの次元を超えた個人観光者の実践に焦点を当てて腑分けしている。そして、そうした観光者のミクロな行動が、国際的な政治情勢とは違った次元で「北海道」の生成につながっていることを明らかにしている。

終章「地域の『複数モデル』」では、各章の内容を総括した上で、ある地域が単一のものであるにとどまらず、それが含まれるネットワークのあり様に応じて、複数生成していくプロセスを捉えるための理論モデルを提示している。