

## 観光情報学の体系におけるコンテキスト論の位置づけについて

## The Position about the Theory of Tourism Context in the System of Tourism Informatics

井出 明\*

Akira Ide

## 摘 要

観光情報学という学問上のタームは、未だ確定的な定義が与えられているわけではない。本稿では、観光情報学の学問的発展のために、観光概念の基礎に立ち返って、観光情報学の定義付けを行う。その上で、システム論とコンテキスト論の両面から観光情報学の検討を行うが、ここでは特にこれまであまり重視されてこなかったコンテキスト論の観点から、観光情報学の掘り下げを試みる。具体的には、映画やドラマといった伝統的な観光開発手法に加え、マンガ・アニメそしてゲームといった新しいコンテンツについても観光開発の可能性を探る。これらの検討を通して、これまでのメディアコンテンツ論から一步踏み込み、観光を通じたコンテンツのコンテキスト化が行われる可能性があることにも言及したい。

## 1. 「観光」とは何か？

「観光とは何か？」という問いは、観光を学ぶものにとってはじめの関門となるとともに、研究のゴールとも言えるものである。観光に関する代表的な定義として、日本では観光政策審議会が出した、「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とするもの」が知られており、標準的な定義となっている。また日本における観光の監督官庁も、旧運輸省（現国土交通省）であり、日本における観光は、移動手段（足）とホテル（枕）を中心に語られてきたと言えよう。さらに、UNWTO(世界観光機関)は、国際観光における観光を、「訪問地内で報酬を得る活動をせずに、余暇、仕事そして他の目的で、通常の活動範囲から外に出て、一年以内の連続した旅行や滞在をする人の活動」と捉えている<sup>1)</sup>。

いずれもよく知られた観光の定義概念であり、それ自体が正しいとか間違っているなどの判断対象になるわけではない。しかし、観光の定義はこのような物理的な移動に本質があるのでしょうか？

イギリスの社会学者ジョン＝アーリは、観光の本質を「異なる文化の目で対象を見つめること（いわゆる「観光のまなざし」論）」と考えている<sup>2)</sup>。言うなれば、情報の受容や伝達を観光の欠くべからざる核心と捉えており、移動や宿泊といった行動は、異文化に触れる

ための必然的な付随的行動と考えている。アーリの考え方は、多くの観光学者に多大な影響を与え、現在もその影響は無視できないものがある。言うなれば、情報学の観点から観光の定義を捉え直す必要に迫られているのである。このような事情を背景として、筆者は“観光の情報学的定義”として、「日常では得られない情報刺激を、非日常空間で受容し、自己啓発を図ろうとする営為」という新たな観光概念を提唱している。「自己啓発」という言葉が入っている理由は、観光を単なる「物見遊山」や「見物」などと異なる概念として定義づけるためである。旅に出ることによって、「気づかなかった自己や自己の属する文化の再発見や検証をおこなうこと」が観光の意義であるから、観光行動は当然「目から鱗」が落ちるようなものであってしかるべきである。そのような観光が与える効果を「啓発」という言葉で表している。

もちろんこのような定義が観光の唯一絶対の定義付けであると断言するわけではない。筆者が提唱する観光の定義は、あくまで情報学の観点から見た観光の持つ性格付けの一つにすぎない。ただこれまで、情報学の観点から観光が語られることがほとんどなかったために、新しい情報学的観点からの観光の分析が必要であると言うことを述べておきたい<sup>1)2)</sup>。

\*首都大学東京大学院都市環境科学研究科観光科学専攻  
〒192-0397 東京都八王子市南大沢 1-1  
e-mail akiraide@earth.email.ne.jp

## II. 観光情報学の対象

観光を「日常では得られない情報刺激を、非日常空間で受容し、自己啓発を図ろうとする営為」と定義した場合、必然的に観光を情報学の側面から研究する必要が出てくる。観光情報学とは、観光という営為に関連する情報の、発生・流通・利用・影響・蓄積・消滅の全過程を対象とする学問領域であるが、具体的にどこまでを射程としているのであろうか。

観光シーンでは、様々な情報が様々に流通する。典型的な情報伝達のパターンは、以前ガイドブックが担っていたものであり、ホームページやメールマガジンによってサプライヤーから提供される情報である。通常、ユビキタスに関係する情報学者が観光情報について考えるとき、このガイドブック的な情報がどこにいても得られるという意味で、ユビキタス時代の観光を語ろうとする。しかしながら、我々が観光行動を起こす際に参考にするのは、とりもなおさず口コミであり、現地に行った人々の生の評価を重要視している。また、江戸期の伊勢参りブームでも見られた行為形式であったが、日本人は観光行動についての記録を後に語り継ぎ、それに情報を付け足すという行動様式を有している<sup>3)</sup>。同様に、旅先で先人の記憶に自己の思いを重ねる観光行動は、和歌における「本歌取り」などに典型的に見て取れる。つまり日本におけるユビキタス観光の核心は、掲示板やブログを用いた時間と空間を超越するビジター間の情報流通であり、特定の地域に関する情報を重ねていくことにより、先人からの啓発を受けられる点に求められるべきであろう。また、過去の訪問者は新しい訪問からの情報発信によって、相当の時間を経過してから過去の観光行動に関する新たな啓発を受ける可能性もある。とすれば、観光情報学が取り扱う情報の射程は、まず、ビジター間情報にあると言わなければならない。

また、図1にある通り、我々が観光行動を起こす際に、現代ではネットワークを通じて様々なサービスを申し込む。そして、そこで入力された顧客データは、これまで各ホテルやレストランで個別に有していた。しかし現在では、顧客情報は、XMLによって業者を越えて結合され、大規模な個別マーケティングが可能になる。これは現在、CRM(Customer Relationship Management)と呼ばれ、マイレージサービス等ですぐに実現しつつある。観光情報学では、この種の業者間データのやりとりも研究の対象となる。

つまり、ネットワークが整備される以前は、サプ

ライヤーから消費者に一方的に情報が提供されていたにすぎなかったものが、今や、消費者間でも、そしてサプライヤー間、さらにはサプライヤーと消費者の間でも相互に情報が流通しており、観光情報学ではこれらの情報の流通をすべて検討の対象とすることとなる。

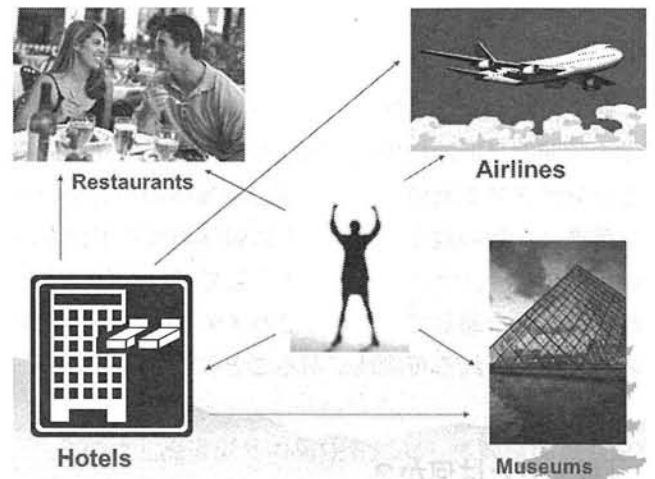


図1 現在の観光情報の流通

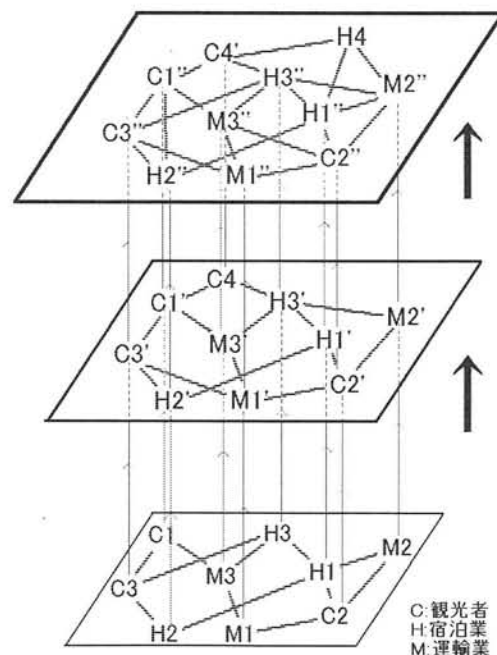


図2 観光情報学の対象

## III. 観光情報学の体系とコンテキスト論

II. では観光情報学の射程について検討した。本章

では、観光情報学の持つ内容そのものと、その体系について考えたい。

筆者は観光情報学の体系が大きく2系統に別れると考えている。これまで示してきた図解の中で、情報内容を伝達するための手段に関する研究を観光情報システムと呼び、内容に関係する研究を観光情報コンテキストと定義する。観光情報システムについては、別稿で詳しい論考があるため、本章ではコンテキストの内幕について詳しく論究する<sup>4) 5)</sup>。

### 3.1 観光情報コンテキスト論とは何か

情報の持つ意味内容は“コンテンツ”という言葉で一般に表される。具体的なコンテンツの種類として、一般に小説、映画、テレビ番組、漫画、アニメーション、ゲームなどがあげられる。これらのコンテンツが観光動機になることも多く、システムに続く観光情報学の柱はコンテンツであるとも言えるかもしれない。

しかし、観光行動は一回性のものではない。ある観光行動は次の観光行動を誘発する。たとえば、井上靖の「風林火山」に触発されて川中島を訪れた者は、武田二十四将の真田幸隆に感銘を受ける可能性がある。その場合、次の行動としては、池波正太郎の「真田太平記」を読み、上田を訪れるかもしれない。このように、ある観光コンテンツが、次の観光行動を誘発し、コンテンツとコンテンツが観光行動を軸につながることは多くの旅行者が経験している。そうであるとすれば、観光コンテンツをそれぞれ単独の存在として扱うのではなく、意味を持ったコンテキストとして研究の対象にするべきであろう。

次節以降では、まず観光動機になりうるコンテンツを順に取り上げ、観光動機としてのコンテキストの可能性について検討する。

### 3.2 映画・ドラマ

映画は重要な観光動機となりうる。特に日本人の場合、計量的に明白に映画を観光動機として観光行動をとることが実証的に証明されている<sup>6)</sup>。実際に、小樽を舞台とした岩井俊二監督・中山美穂主演の「ラブレター」や、尾道を舞台にした大林宣彦監督の作品群は、観光誘客に役立っている。

テレビドラマの観光に与えるコンテンツとしての特性も、映画と非常によく似ている。あえて、違いを考えるとすれば、テレビの場合少なくともワンクール（約3ヶ月）、長ければ大河ドラマのように一年がかりでコンテンツが放送されるため、映画よりも影響の現れ方

は長期にわたるといわれる。ただしこの性質を実証的に研究した成果は今のところ無いため、研究の進化が望まれている。

映画やドラマが誘客を促進するため、各自治体ではフィルムコミッションを作ることによって、撮影受付窓口を一般化するとともに、地域住民と撮影クルーの摩擦を回避しようとする試みも見られる。

また海外では、映画を観光誘客のために戦略的に利用している。たとえば、香港理工大学の名誉教授を務めるジャッキー＝チェンは、自己の出演作品を香港の観光振興に役立てるべく、企画段階から観光誘客への波及効果を考えている。海外の観光学研究においては、映画のロケ地を観光資源の一つとして捉え、film tourism や movie tourism という名称で講義材料にしているところもある<sup>7)</sup>。

しかし、この種の観光形態が抱える問題点についても言及しておく必要がある。映画やドラマが観光誘客に与える影響は、決して永続的ではない<sup>8)</sup>。短期的にコンテンツが誘客促進に機能したとしても、観光地そのものにリピーターを獲得する魅力がない場合、観光地としての地位を持続させることは難しい。具体的には、フジテレビ系で放映された「北の国から」で著名になった富良野の入客数は、ドラマの特別編が放送された時期ときれいな相関を持って増減を繰り返しており、最終回以降の観光客数は減少傾向にある<sup>8)</sup>。また「冬のソナタ」のロケ地であった春川も急速に観光客数を減らしている。逆に、「ちゅらさん」等では有名になった小浜島は、石垣を起点とした八重山離島観光のブームに乗っており、コンテンツに頼らない観光振興が実現している<sup>9)</sup>。重要なことは、ブームに乗じてやってきた一見客をリピーターに変身させることである。コンテンツ観光を企画する場合は、初期の段階で客をリピーター化させる具体的な仕掛けを用意する必要がある。

この種の観光形態は、成功例しか報告されないため、地方の自治体職員はロケ誘致に熱心であるが、コンテンツ観光は、必ず成功すると限らないということも留意しておく必要がある。コンテンツそのものがヒットしない場合はもちろんであるが、コンテンツがヒットしたとしても、観光客が訪れないこともままある。たとえば、「最終兵器彼女」は、原作の一次コンテンツが大ヒットし、二次コンテンツとしてその実写版が小樽を舞台に作られたものの、このコンテンツによって小樽市の入れ込みが増えたとは言えない<sup>10)</sup>。また、日本邦画史上最大のヒット作品である「踊る大捜査線2 レインボーブリッジを閉鎖せよ！」は、建設中の第二京

阪道路上で行われているが、「踊る2」というコンテンツに惹かれてここを訪れる人は寡聞にして知らない。この二つの例から、導き出される論理的帰結としては、「観光とは何か?」という根元的問いに対する別の面からの一つの答えである。観光の定義の一つとして、社会学の世界からは「イメージの消費」というとらえ方がされる場合がある<sup>11)</sup>。コンテンツ観光の場合、この定義が非常によく当てはまり、観光客は劇中の人物に自分を重ね合わせたり、ストーリーを追体験するなどして楽しむ。したがって、じっくりとイメージを消費できないコンテンツの場合、誘客に貢献できるかは疑わしい。香港も毎年多数の映画が撮影されているが、アクション映画が主であり、ストーリー性の高いものは総制作本数から考えればやはり少ない。アクション映画を見たとしても、わざわざロケ地の現地まで行って「イメージの消費」を行うかという点を考えると、内面を啓発するたぐいのコンテンツに比べれば必然的に少なくなるはずである。いわばコンテンツ観光の場合、基本的には観光に適したコンテンツでない限り観光への波及効果が望めないこととなる。コンテンツの性格を見極め、フィルムツーリズムに適したコンテンツの特性についてより研究を深めていく必要がある。

### 3.3 映画祭

映画に関連する観光資源としては、映画祭について検討を深めておく必要がある。観光のまちとしてエネルギー革命後の再生を目指した夕張は、著名な映画祭を育て上げた。ただし、観光政策としてこのプロジェクトが成功したかは疑問が残る<sup>12)</sup>。滞在型の映画祭を行う場合、宿泊施設を作ればその維持経費が負担となる。地方都市の場合、新たに宿泊施設を設けず、周辺諸都市の宿泊施設との連携により会場へのアクセスを確保し、新設ハードの負担を極限まで減らすことが重要となる。また地方都市の場合、映画祭で誘客する場合、プレミア上映などのアピールポイントが必要であるが、そのための経費は大変大きく、東京の代理店を通じて先方との交渉となるため、地元で金が落ちず、東京へストローのように経費が吸い出されて終わることも多い。

大都市開催の場合、年間を通じたイベントの設計を行う際に、他のコンベンションの狭間に期間を設定することができるため、地域のコンベンションビューローにとって使いやすい観光資源となる。実際、アジア最大の映画祭といわれるプサン国際映画祭は、港灣経済都市であるプサンの滞在客数が少ない時期に文化イ

ベントとして展開したため、無理なく拡大に対応することができた。

現在日本の映画祭は数十あるが、運営に行き詰まっているものも見られる。成功した映画祭の要素を抽象化して取り出し、経営学的視点から分析を加え、ノウハウを汎用化する必要があると言えよう。

### 3.4 アニメ・マンガ

アニメやマンガは、今や日本の観光資源として確立している。秋葉原については、“萌え”の聖地として、世界各国からファンが“巡礼”に訪れる。アキバはもはや、電気の街ではなく、独特のポップカルチャーの発信地である<sup>13)</sup>。

しかしながら、単独のアニメ・マンガのコンテンツが地域の観光振興に役立った例は非常に少ない。先進事例としては、鳥取県境港の「水木しげるロード」が挙げられるが、これは水木氏が出身地に対する「恩返し」の意味でコンテンツやキャラクターを用いた地域振興を認めており、ビジネスモデルとして一般化できるわけではない。

最近の事例としては、マンガ「らき☆すた」の登場人物が宮司を務めるという設定で作品中に登場する鷹宮神社のモデルとなった鷲宮神社に、突然参拝客が急増するという現象が生じている<sup>14)</sup>。この参拝客の急増について、当初は訝しがっていた住民たちも確かに存在した<sup>15)</sup>。しかし、地元商工会議所などは、これを好機と捉え、積極的な地域振興策を次々と打ち出し、2008年初めの話題を集めている<sup>16)</sup>。「らき☆すた」は、1.2.で考えた「追体験」や「イメージの消費」が行われにくいコンテンツであるが、「らき☆すた」にまつわる観光行動は、ファンが同時代に同一体験を共有して楽しむという性格を有しており、それ故単なる「追体験」や「イメージの消費」を越えた観光の楽しみを味わうことが可能である。

なお、非常に有名なアニメコンテンツの舞台となっ  
ていながら、それを観光資源として十分には生かし切  
っていない地域も存在する。たとえば、邦画史上第二  
位の配給収入を稼ぎ出した「もののけ姫」にはたたら  
場のシーンが登場し、このシーンのモチーフは日本に  
唯一現存するたたら製鉄の施設から着想を得たもので  
ある。ところが、現地（現在の島根県雲南市吉田町）  
はすでに高齢化と過疎化が進んでおり、もののけ姫の  
舞台となっていることが潜在的に大きなPR効果を有  
していることや、観光開発のためのソースとして有用  
であることが理解されていない。地元の複数の博物館



を訪れても、特にもののけ姫には言及されていないのである。これでは宝の持ち腐れと言っても過言ではない。

以上より、アニメやマンガを用いた観光振興の今後の可能性を探ってみたい。アニメやマンガはもはや日本の主要産業として確立しており、政府もその地位向上を図ろうとしている。これまで、コンテンツ産業は文化庁と経済産業省が中心となって波及効果を考えていたが、アニメやマンガが現実的に観光動機として機能している以上、国土交通省や今後設置される官公庁においても、サブカルチャー系のコンテンツを対象とした観光の開拓に務めるべきであろう。またアニメやマンガでは、著作権をはじめとする権利構造が複雑に錯綜しているため、コンテンツホルダーとの交渉を行える人材を早期に育てることが重要である。

### 3.5 ゲーム

ゲームは、現代の日本のコンテンツ産業において大きな地位を占めるものの、未だ、ゲームが観光動機となった事案は見いだせない。しかし、だからといってゲームが観光に対して持ちうる潜在的力を過小評価してはならない。

ゲームは観光に関して、次の3点で大きな可能性を持っている。

一つは、バーチャルリアリティ技術と体感力の向上によって擬似的な観光が可能になっている点である。現実には不可能な首都高速を使ったカーレースも、ゲームの上ではすでにシミュレートされており、単に道路を再現したばかりでなく、現実世界にある看板までほぼそっくりに表示されている。これは三次元のカーナビゲーションシステムや各種のデジタルシティプロジェクトの進化からも理解できる論点であり、我々はすでに現実世界がそのまま再現されたサーバーワールドを、視点や速度を変化させつつ歩きまわることが可能になっているのである<sup>17)</sup>。そして、ただ単に疑似世界を歩くだけでなく、Wiiなどの体感型ゲーム機はさらなる観光の可能性を広げてくれる。観光地ではボートに乗ることもあるであろうし、乗馬なども楽しむかもしれない。旅先で初めて経験したり、また旅先でしか経験しないスポーツをはじめとするアクティビティは実は大変多い<sup>18)</sup>。Wiiなどで擬似的に体験したバーチャルリアリティは、リアルでの追体験の需要を惹起する。テレビの旅番組でも同様の刺激が期待できるであろうが、実体験を伴わないメディア刺激は、実体験を誘発する力を有している。今後、ゲームソフトによる

誘客は無視できない領域に成長していくと考えている。バーチャルリアリティの研究者はそのような事態を想定して研究を進めていくべきであろう。

ゲームが観光に与えるであろう新しい影響の二つ目として、ニンテンドーDSをはじめとする携帯ゲーム機の可能性について考えておく必要がある。国土交通省は、すでにニンテンドーDSの持つ力を認めており、“まちめぐりナビプロジェクト”におけるDSを用いた実験を支援している。第一期の実験はすでに日本橋で行われ、メディアの注目を集めた<sup>18)(5)</sup>。DSをベースに考えた場合、携帯ゲーム機は、観光シーンでいくつかの期待をもたれている。単純には、これまでのガイドブックやガイドマップの代わりとして使われることであるが、より本質的な観光ツールとしては、通信機能を用いたDSの使用が期待されよう。通信機能があることによって、ある特定の場所や時間的に絞った誘導やマーケティングが可能になるばかりか、ユーザー同士の感動の共有も実現できる。モバイル観光はこれまでも携帯電話を中心に研究されてきてはいたが、劇的な成功例は未だ存在していない<sup>19)</sup>。タッチペンというポインティングデバイスとユーザー間通信機能を標準で有しているDSは、ブレイクスルーになるかもしれない。

以上、WiiとDSが大きな潜在力を有していることを述べたが、この潜在力を開花させるためには、具体的なコンテンツの開発が必要である。現在のところ、観光に直結したキラーコンテンツなりキラーアプリケーションは開発されていない。今後の進展が期待される。

3つ目のゲームが観光に与える影響として、直接観光シーンには関わらないものの、まち作りシミュレーションについてのゲームの可能性についても触れておきたい。都市設計のシミュレーションゲームとしては、SimCityが有名であり、多くのユーザーを獲得している<sup>20)</sup>。このゲームはすでに教育用の応用研究が進んでおり、日本ではまだ少ないものの、欧米を中心に土木・建築系のコースで使われている<sup>21)</sup>。最新版では、都市交通のシミュレーションがメインとなっていて、観光開発の観点からはソフト開発がなされていない。観光系の学部・学科が増加し、さらに一般の人たちの観光まち作りへの関心が高まっている昨今、観光開発機能を持ったSimCityの開発が望まれる。

### 3.6 文学

コンテンツという言葉が出現する遙か以前より、詩や小説というジャンルの知的財産は存在しており、こ

れらに触発された観光行動は数多く見られた。文学は、文字が生み出されて以来、脈々と続いているコンテンツの発生形態であり、古くからの歴史を持っている。いくつかの例を示せば、岩手県の花巻市は宮沢賢治を用いた町おこしを行っており、誘客の目玉としている。また、島根県松江市は小泉八雲に関連する施設を観光資源として重要視しており、実際それらに惹かれて訪れる客も多い。

こうした文学を観光動機とした誘客はどのような特徴を持っているのであろうか。それは、映画やドラマ等の映像コンテンツに比べて、長期的な観光動機となっているという点である。前述の通り、映像メディアによる誘客はブームがすぎれば入れ込み数が激減する例が多く、ブームにあわせて観光振興を図ることは難しい。また、小説の場合、コンテンツの著作権が切れて、パブリックドメインに入っている場合が多く、地元は権利処理をしなくてもかなり自由にコンテンツの利用ができる。

短所としては、映画やドラマなどが行うメディアミックス的キャンペーンの手法がとれないという点が挙げられる。あくまでもすでに著名となった作品に、あとから観光開発をすることになるため、計画的な観光振興の題材としてあらかじめ仕込んでおくことは事実上不可能である。文学作品の場合、代理店による宣伝等によってブームを仕掛けることは、他のメディアと比べてやはり難しいため、偶発的に生じたヒットをあとから利用するという観光開発の形態をとることは、ある種やむを得ないと言える。

文学を観光振興のコンテンツとして使う際の注意点として、「こじつけ」の観光資源にしてはならないように留意する必要がある。本項で例に挙げた小泉八雲の松江居住や、また夏目漱石の熊本や松山における活動も確かに短いものであったが、その地で得られた経験は創作活動の核心部分を形成している。したがって、作家の滞留時間の長短は、観光開発に当たって重要な要件になるわけではない。コンテンツ観光の核心は、映画の項でも述べたように「イメージの追体験」であるため、観光開発を行うに当たっては、作者が当地でどのようなインスパイアを受けたのかという点について、ビジターにアピールする必要が出てくる。いくつかの文学館では、単に有名作家が滞在していたことを「奇貨」とし、ハコの建設を行っているが、観光の本質を情報刺激と捉える筆者のような立場からは、意味のない観光開発であるため、展示の再検討が望まれるものも多い<sup>6)</sup>。

表1 主要な作家と観光開発の例

|      |            |
|------|------------|
| 宮沢賢治 | 花巻市        |
| 小泉八雲 | 松江市        |
| 夏目漱石 | 熊本市, 松山市   |
| 林芙美子 | 尾道市        |
| 石川啄木 | 函館市        |
| 島崎藤村 | 小諸市, 南木曾地方 |
| 辻仁成  | 函館市        |

また、文筆のみならず、様々な面で才能を発揮した竹久夢二は、いろいろな女性を伴って全国を旅しているため、津々浦々に夢二に関連した観光施設が作られている。しかし、その地が創作活動にどのような刺激を与えたのかという点について詳しい説明がなされていないものも多くあり、夢二の追体験としての観光行動を逆に難しくしている。

### 3.7 まとめ

以上、ここまで、各種コンテンツと観光の関係を概観してきた。マルチメディアが進化した現在、実は3.2から3.6の区分も便宜的なものにすぎない。映画はゲームに脚色され、後にノベライズされることもよくある。しかし、マルチメディアとしてコンテンツを生かす戦略の中で、観光応用が語られることは少ない。コンテンツを観光行動上のコンテキストとして理解し、ビジネス展開できる人材を育てる必要がある。

## IV. おわりに

2008年1月1日現在、日本の観光教育において、観光情報とコンテキストを体系的に教授する講座は存在していない。観光系学部学科において、情報学が講じられることは確かにあるが、それがアプリケーションソフトの使用にとどまっていることも多い。観光の持つ本質的側面の一つに情報刺激がある以上、情報システムとコンテキストからなる観光情報学の確立と学術的地位の向上が待たれる。

### 謝辞

資料の調査については、近畿大学図書館司書課程の守屋豊君の助力を得た。ここに深く謝意を表す。

(注)

- (1) この定義では、観光の持つ大きな柱の一つであるリゾートが漏れてしまうという懸念があるかもしれない。しかし、情報学的視点から観光を再定義するこの試みでは、リゾートも十分にカバーすることができる。リゾート観光は、日常世界の喧噪を後にし、心身をリフレッシュさせる効用を持つ。リゾート観光においては、日常の業務に関わる情報がビジターを刺激していないという意味で、「シグナルの無発生」という意味での日常では関知できない刺激が送られていると考えることもできる。そのシグナルが送られていない状況は、ビジターをリフレッシュさせるため、そこではやはり「啓発」という作用が認められるのである。また、リピーターのリゾート観光であっても、全く新たな情報刺激を受けないという状況は、実際にはほとんどない。新しい食物に接すれば、それは大きな情報刺激であるし、旅先での他のビジターとの会話なども情報刺激といつて良い。
- (2) 近年の観光のとらえ方は、UNWTOにおいても、民間ベースにおいても、hospitality を中心においている。また民間ベースでは、国際観光情報学会 (IFITT) が ICT を用いた hospitality の向上についての研究会を提案しているし、アジアにおいては香港理工大の観光学部が hospitality を中心とした教育を試みており、この方向性は中国全土に波及しつつある<sup>22)</sup> <sup>23)</sup>。日本でも同様の傾向が見られ、京都本来のもてなしの心を“hospitality”と表現する研究者も存在している<sup>24)</sup>。国内の多くの新設観光系学部・学科においてはホスピタリティがキーワードになっているが、首都大の当該専修では、現在まで学内検索サイトで“hospitality”も、そして“ホスピタリティ”も全くヒットしておらず、大変特徴的な性格を有している。
- (3) もちろん、「ローマの休日」や「旅愁」など、作成後数十年を経ても観光動機として機能しているコンテンツは少数存在する。しかしながら、ローマやベネチアは、コンテンツに依存しなくとも観光地として成立しており、決してコンテンツに依存した観光地ではない。コンテンツそのものに依存して成長した観光地の場合、本文中に述べたようにリピーター獲得のための手段を講じなければ、短期でその地位を失ってしまうのである。
- (4) かくゆう筆者も、日本では違法となる実弾ライフル射撃をサイパンで合法的に体験している。
- (5) 残念ながら、首都大学東京の会計制度ではニンテンドーDSを購入できないため、この種の実験に組織的に参加することはかなり難しい。
- (6) この点で、観光開発の面から、函館市の函館市文学館は、方向性を改めるべきであると考えられる。同館は、石川啄木を

メインコンテンツとしているが、啄木が函館でどのような影響を受けたという点への言及がなされていない。一般に啄木の創作活動に函館が大きな影響を与えているという評価も少ないため、来館者が啄木のイメージを消費することを難しくしている。さらに、函館に強い影響を受けた地元出身の辻仁成についての展示がほとんど無いため、地元ゆかりのコンテンツを生かしているとは言い難い。

#### 参考文献

- 1) Robert W. McIntosh, Charles R. Goeldner & J. R. Brent Ritchie. 2000. Tourism: principles, practices, philosophies (8th Ed). Wiley
- 2) ジョン＝アーリ 加太宏邦訳 1995. 「観光のまなざし—現代社会におけるレジャーと旅行」. 法政大学出版局: 12-24
- 3) 守屋豊・井出明 2007. 伊勢志摩を対象とした観光情報センサーの構築実験. 情報処理学会 DICO2007. 情報処理学会: 1464-1470
- 4) 井出明 2007. 理工系学部から考える観光教育の可能性. 情報処理学会 DICO2007 論文集. 情報処理学会: 755-760
- 5) Akira Ide 2007. A NEW POSITION FOR INFORMATION COURSES IN TOURISM EDUCATION, First International Forum on Tourism Education: 19-24
- 6) 守屋豊・井出明 2007. テキストマイニングを用いた観光の計量分析. 第96回全国大会 研究発表要旨集. 日本観光学会: 24-25
- 7) International Conference on Impact of Movies and Television on Tourism, <http://www.polyu.edu.hk/htm/movie2006/> (アクセス日 2008. 1. 1)
- 8) 富良野市 2007. 「平成 18 年版 富良野市統計書」: 54
- 9) 平成元年～平成 18 年 竹富町入域観光客数一覧表, <http://www.taketomi-islands.jp/?p=177> (アクセス日 2008. 1. 1)
- 10) 「サイカノ」に中高生がそっぽ! 「最終兵器」及ばず!, <http://www.webotaru.jp/news/2006/02/0214-1.htm> (アクセス日 2008. 1. 1)
- 11) 遠藤英樹他 2005. 「観光社会学——ツーリズム研究の冒険的こころみ」 明石書房: 42-93
- 12) Akira Ide 2006. Tourism Developments by Inviting Film Festivals 韓国産業観光学会 2006 年学術大会: 13-20
- 13) POP JAPAN TRAVEL, <http://popjapantravel.com/> (アクセス日 2008. 1. 1)
- 14) 「鷲宮神社の初詣で客足 2 倍の 30 万人アニメ「らき☆すた」効果」『読売新聞』東京朝刊埼玉版(2008. 1. 9): 26
- 15) 関東最古の神社にアニメヲタ殺到 地元困惑, 異色の絵馬も, <http://sankei.jp.msn.com/entertainments/game/070725/gam0707252202005-n1.htm> (アクセス日 2008. 1. 1)
- 16) 鷲宮町商工会ホームページによろこそ, <http://www.syokoukai.or.jp/~washimiya/> (アクセス日 2008. 1. 1)
- 17) 井出明 2002. "Virtual Helsinki"に関する社会科学的考察. 大阪経済法科大学総合科学研究所紀要・平成 14 年版. 大阪経済法科大学: 31-37
- 18) 江戸情緒溢れる日本橋の街をニンテンドーDS が観光案内!, <http://www.famitsu.com/game/news/2007/01/15/103,1168840029,65568,0,0.html> (アクセス日 2008. 1. 1)
- 19) 垂水浩幸他 2007. 携帯電話向け共有仮想空間による観光案内システムの公開実験. 情報処理学会論文誌 48(1) 情

報処理学会: 110-124

- 20) SimCity4, <http://www.japan.ea.com/simcity4/> (アクセス日 2008. 1. 1)
- 21) 都市シミュレーション学研究会[SimLabo],  
<http://simlabo.main.jp/> (アクセス日 2008. 1. 1)
- 22) IFITT.org, <http://www.ifitt.org/> (アクセス日 2008. 1. 1)
- 23) 香港理工大学酒店及旅遊業管理學院,  
<http://www.polyu.edu.hk/htm/> (アクセス日 2008. 1. 1)
- 24) 芦田友秀・山上徹編 2001. 「おこしやすの観光戦略 京都学の構築にむけて」 法律文化社: 51-68