

機関番号：34416

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2008 ～ 2010

課題番号：20730360

研究課題名（和文）

観光とメディアをめぐる擬似イベントの実証的研究

研究課題名（英文）

A Positive Research about Pseudo-Events between Tourism and Media

研究代表者 山口 誠 (YAMAGUCHI MAKOTO)

関西大学・社会学部・准教授

研究者番号：80351493

研究成果の概要（和文）：本研究は、D.ブーアスティンが提示した擬似イベント（pseudo-events）論を批判的に再検討し、現代日本における観光とメディアが取り結ぶ社会関係を考察した。観光ガイドブックの歴史分析とグアムにおけるフィールドワークにより、現代日本に特殊なマス・ツーリズムの類型を明らかにし、その成果の一部を『ニッポンの海外旅行』（筑摩書房、2010年）にまとめて公刊するとともに、関連する複数の学会で研究発表を行い、「観光とメディア」研究における新たな課題を提示した。

研究成果の概要（英文）：This research focused on a social relationship between media and tourism in the present society of Japan, with the method of re-thinking critically the pseudo-events model presented by D. Boorstin. By a historical analysis of travel guidebooks and fieldworks in Guam Island, this research presented a model of mass tourism specific to modern Japan. The results of the research were made public as a book titled “Oversea Tourism of Japan” (Chikuma Shobo, 2010) and oral presentations in academic societies.

交付決定額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2008年度	900,000	270,000	1,170,000
2009年度	800,000	240,000	1,040,000
2010年度	600,000	180,000	780,000
年度			
年度			
総計	2,300,000	690,000	2,990,000

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：社会学・社会学

キーワード：メディア、観光、文化研究、擬似イベント、観光ガイドブック、海外旅行

## 1. 研究開始当初の背景

(1) D・ブーアスティン *The Image*(1962年) において提起した擬似イベント（pseudo-events）という概念を批判的に検証し、その概念の核心をメディア言説の真偽性ではなく、「擬似イベントの生成過程」と

「複数の擬似イベントの文化的動態（cultural dynamics）」を可視化することに求める実証的な研究が、とくに日本語圏において不十分であった。

(2) 日本のメディア研究およびマス・コミュニ

ニケーション研究において、観光とメディアが取り結ぶ社会的関係をめぐる事例研究が不活発であった。近年の英語圏における「観光とメディア」の研究状況、あるいは日本語圏における他の大衆文化研究（音楽やスポーツとメディアの関係）と比較すると、その不活発さは際立つ状況であった。

## 2. 研究の目的

(1) 上記の「研究開始当初の背景」をふまえ、本研究では日本語圏における「観光とメディア」研究のさらなる進展に寄与することを目指し、具体的には①観光ガイドブックや観光関連書籍などの通時分析を行うと同時に、②ミクロネシア地域（主に米領グアム島）におけるフィールドワークと聞き取り調査によって、日本人の観光行動の変容を探ること、という二つの研究活動に取り組んだ。これにより、①のメディア通時分析で得られた知見を、②のフィールドワークによって検証し、さらに②の聞き取り調査で得られた知見を①の資料によって検証する、という「観光とメディア」の相関関係を歴史的に分析することを目的とした。

(2) この歴史分析により、疑似イベント論とあわせてメディア・イベント論やスペクトル論など関連するメディア研究の諸概念を再検証することで、「観光とメディア」研究における新たな分析概念を提示することを理論的な目的とした。

(3) とくに本研究で着目したのは、観光ガイドブックである。従来のマス・メディア中心のメディア研究と相互補完する「非マス・メディアのメディア研究」の実現を目指して、メディアとしての観光ガイドブックの実証的分析を実践することを目指した。

## 3. 研究の方法

(1) 研究対象を焦点化することで、上述の①観光メディアの通時分析と②フィールドワークの往還による考察作業を効率化するため、本研究ではミクロネシア地域、とくにグアムにおける日本人の観光行動の歴史に着目した。

グアムを選定した理由は、①1964年の海外渡航自由化から今日まで、日本人の海外旅行先として長らく人気を博し、多くの日本人が旅行している歴史があること、②本研究の代表者は2007年に『グアムと日本人』（岩波新書）を刊行しており、グアムに関する知見と研究を円滑に遂行するための人的・物的資源を有していたこと、③数多くの観光ガイドブック・シリーズが比較的早期から発刊されて

きたため、それらの通時分析が可能であること、の3点による。

(2) 研究方法の柱の一つである観光メディアの通時分析には、①国立国会図書館などが所蔵するガイドブックや観光関連書籍を網羅的に入手するとともに、②「地球の歩き方」をはじめとする観光ガイドブックの制作者への聞き取り調査、③ガイドブックやテレビや新聞などの取材を受けた経験を持つ観光産業関係者への聞き取り調査、④観光ガイドブックの利用者への聞き取り調査、の4方法によって取り組んだ。

(3) 研究方法のもう一つの柱であるフィールドワークには、①University of Guam, Micronesia Area Research Center およびグアム政府観光局などの協力を得て、グアムにおける日本人観光者の受け入れ事業と関連する観光開発に携わった人々への聞き取り調査、②在ハガニヤ日本国総領事館およびグアム日系会の協力を得て1960年代から70年代の初期の観光開発に詳しい日系人への聞き取り調査、の2方法に加え、③グアムでの日本人観光に深い関わりを持った物故者の遺族から日記、手記、写真、メモなどの資料の提供を受けることによって取り組み、グアムにおける日本人の観光行動の歴史とその変容について情報を収集した。

(4) グアムの観光開発に関するアメリカ合衆国連邦政府、現地政府および観光関連産業の計画を知るため、University of Guam および University of Hawaii が収蔵する資料を入手し、また日本の旅行会社と出版社からは旅行パンフレットや旅行者向け手引きなどの資料の提供を依頼した。

## 4. 研究成果

### (1) 観光ガイドブックの内容分析と類型化

観光ガイドブックの通時分析において分析対象として着目したのは「地球の歩き方」（ダイヤモンド・ビク社）、「るるぶ」（JTBパブリッシング）、「マップル」（昭文社）のグアム編であり、各シリーズの入手可能な全年度について総ページ数、掲載情報のジャンル別比率、エリア紹介とグルメ紹介とショッピング紹介の内容分析を行なった。その結果、3シリーズとも1990年代後半からエリア紹介が縮減する一方、グルメ紹介とショッピング紹介が漸減していき、とくに2001年以降の「るるぶ」ではグルメ紹介とショッピング紹介の2ジャンルだけで総ページ数の過半数を占める変化の様子が明らかになった。

これは後述するグアムにおける観光開発の変化と連動している。なかでも「るるぶ」

は「マップル」や「地球の歩き方」よりも早期からグルメ紹介とショッピング紹介を中心とする消費情報の拡充に着手し、2000年代の観光ガイドブックの主流となる誌面構成を確立している。

また「地球の歩き方」グアム編を初版(1987年)から制作してきた編集者、および「るるぶ」グアム編の取材と執筆に関わった経験を持つ複数のライターへの聞き取り調査を行なった結果、ガイドブックの編集過程において競合誌の掲載情報、とくに新しい特集を参照していることがわかった。

日本の観光ガイドブックにおいて大きなシェアを持つ「地球の歩き方」「るるぶ」「マップル」の3シリーズは毎年改訂する。これは世界的シェアを持つロンリー・プラネット社のガイドブックが3~5年ごとの改訂であることと比較したとき、日本の3シリーズが常に新しい情報を掲載するメディア特性を持つ。この新情報において拡充していく傾向にあるのが消費情報であり、逆に減少していくのがグアムの歴史や文化に関係深いエリア紹介である。

日本の観光ガイドブックは、消費的な商品購買行動を海外旅行の中心として提示する傾向にあり、こうした特性を持つ観光ガイドブックを本研究では「カタログ型ガイドブック」として類型化した。

## (2) グアムにおける日本人観光の変容

聞き取り調査と資料収集の結果、グアムにおける日本人の観光行動は、1990年代後半から今日に至るまで商品購買行動を中心に構成される傾向にあることが明らかになった。1990年代前半までは行われていた海遊び、街歩き、島内巡りなどの観光行動が減少し、日本人旅行者のレンタカー利用も減少傾向にある。こうしたグルメとショッピングを中心とする観光行動の変化は、上述の観光ガイドブックの変化と連動している。

本研究での調査では、その因果関係を明らかにできなかったが、日本人の観光行動と観光ガイドブックの変化については改めて検証し、その相関関係を明らかにする課題を得た。なおグアムにおける観光開発に1970年代から携わってきた人物によれば、日本人観光者を増加させる施策として、日本のテレビや雑誌などの制作者を計画的に招致することがあり、とくに1970年代には映画やテレビドラマの撮影を積極的に呼び寄せることで観光資源を作ったという。観光開発においてメディア招致は重要な位置づけを持ち、なかでもグアムの観光開発関係者は雑誌の特集記事に着目してきたことが明らかになった。こうした知見は『ニッポンの海外旅行』(筑摩書房、2010年)などで公刊し、また日本マス・コミュニケーション学会での研究発

表などでも報告した。

## (3) 日本型マス・ツーリズムの類型化

朝日新聞と読売新聞に掲載された旅行広告を1990年から2010年まで通時分析した結果、上述の観光ガイドブックとグアムにおける日本人観光者向け観光開発の変化が観察できる。1990年代後半から、スケルトン・ツアーの広告が増加していることが明らかになった。スケルトン・ツアーとは、募集型広告商品の一種であり、航空券と宿泊ホテルがセットになった、添乗員・現地案内員がいないパッケージ・ツアーである。ただしその観光者の行動は、個人で航空券や宿泊ホテルなどを手配する個人旅行者のそれに近く、とくに食事や現地ツアーが含まれていない商品であるため、観光ガイドブックの役割が大きいことが指摘できる。

こうしたスケルトン・ツアーは、ハワイ・グアム・プーケットなどを代表とする「ビーチ・リゾート」と、ソウル・台北・香港などを代表とする「東アジア都市」の2方面において拡充しており、その傾向は2000年代に入ると一層強化されている。

さらにスケルトン・ツアーは、上述の①旅行方面の固定化に加え、②旅行期間の固定化(3泊4日から5泊6日のツアーが旅行広告の約8割を占める)、③行き先よりも旅行代金の安さを強調する、という傾向を持つ。グアム政府観光局の調査(2009年)によれば、グアムを訪れる日本人観光者の約9割が4泊以内の滞在期間であり、そのかなりの割合でスケルトン・ツアーが利用されていると推測できる。

スケルトン・ツアーの発達と旅行商品における主流化は、現代日本に特殊な現象であり、その生成条件について本研究の代表者は『ニッポンの海外旅行』(前掲)で詳述した。とくにスケルトン・ツアーとカタログ型ガイドブックが連動し、海外旅行の定番を形成してきた2000年代の日本の状況は、日本型マス・ツーリズムの現在形として類型化することができる。

ただし本研究では、グアムにおける事例研究をもとに日本型マス・ツーリズムの概念を構成したため、他の旅行先における日本人の観光行動の分析をはじめとする分析作業が、今後の課題として明らかになった。

## (4) グアム日系人と観光産業との関わり

本研究の調査の結果、グアムにおける日本人観光の最初期(1960年代後半)において、グアム日系人が重要な役割を果たしていたことが明らかになった。現在のグアムに在住する日系人家族の多くが、明治期に日本から移住した一世の子孫であり、その大半が成人男性であった。グアムの日系移民は現地女性

と結婚し、キリスト教カソリックの洗礼を受けて名前を変え、チャモロ語を話して現地化するケースが一般的であり、これはハワイの日系移民と比較したとき、際立った違いを示している。

ただし第二次世界大戦以前には、ハワイの日系人と同様にグアムの日系人も独自の互助組織を作り、日系社会を形成していた。しかし太平洋戦争の開戦と同時にグアムが日本軍に占領され、2年7か月におよぶ日本統治に協力する日系人が現れたため、戦後になると日系人の独自組織を維持することが難しくなり、1960年代半ばに日系会が再組織されるまで、グアム日系人は日系としてのアイデンティティを強くは持たなかった。

1964年の日本の海外渡航自由化を経て、慰霊目的でグアムを訪れる日本人が増加した結果、日本語を話す移民一世を中心とする日系会が再組織され、日本人観光者の受け入れに日系社会が積極的に取り組む時期があった。聞き取り調査によれば、遺骨の収集や慰霊行事の準備、慰霊団を自宅に宿泊させるなど、さまざまな活動を複数の日系家族が行っていたことが明らかになった。

日本人の観光がきっかけとなり、グアムの日系人がアイデンティティの(再)構築に着手し、またグアムにおける日本人観光の最初期において日系人が重要な役割を果たしていた歴史が明らかになった一方で、現在の日本人向け観光産業に携わる日系人の数は少なく、大半のグアム日系人は、年間100万人近く訪れる日本人観光者とは非交渉の生活を送っている。グアムにおける日系人と日本人観光者の関係の変化は、本研究の当初目的から逸脱するため、集中的な調査を行わなかったが、改めて調査すべき関連テーマとして、今後の課題としたい。

#### (5) 今後の課題：日本型マス・ツーリズムの実証的研究と調査

上述の研究成果は、『ニッポンの海外旅行』(前掲)、『「地球の歩き方」の歩き方』(共著、新潮社、2009年)をはじめとする著作、および複数の学会での研究発表を通じて公表し、国内外のメディア研究者や観光研究者との研究交流において活用することができたが、既述のように新たな研究課題もいくつか明らかになった。

そのうち最も重視したいのは、スケルトン・ツアーとカタログ型ガイドブックの連動によって2000年代を通じて発達してきた、日本型マス・ツーリズムの現在形をめぐる、より詳細な研究と調査である。本研究ではグアムをフィールドとする「ビーチ・リゾート型」のマス・ツーリズムの生成過程を考察した。本研究の調査のために訪問したハワイ大学およびハワイ日本文化センターでは、現地

の研究者と研究交流する機会を得たが、スケルトン・ツアーにおけるビーチ・リゾートのモデルとしては一定の評価を得たものの、もう一つの旅行方面である「東アジア都市」(ソウル・台北・香港など)では異なる歴史があるのではないか、という指摘を受けた。

そのため本研究の最終年度において、これまでの研究成果をもとに香港の観光ガイドブックを標本調査したところ、1960年代の最初期から、香港における日本人観光者の重たる目的はショッピングとグルメの商品消費行動で占められていたことがわかった。これはハワイ・グアム・プーケットなどのビーチ・リゾートにおける日本人観光者の行動とは異なる特徴を持っている。

他方で、香港の観光ガイドブックの通時分析からは、同じショッピングやグルメに関する消費情報でも、時代によって日本人観光者は異なる商品を購入し、また異なる料理を求めていたこともわかった。つまり「ショッピング」や「グルメ」などのジャンルについて、より詳細に分類することが必要であり、そして観光ガイドブックの分析と合わせてフィールドワークによる実証的な検証作業を行うことが今後の課題として見えてきた。

ただし今日のスケルトン・ツアーの主流であるビーチ・リゾートと東アジア都市の2方面は、それぞれ独立して無関係に発展してきたとは考えられない。とくにグアムと香港の観光ガイドブックを比較した結果(香港は標本調査のみ実施)、2000年代の半ばから両者で同様の消費情報を掲載する傾向があることが観察できた。

そのため本研究の知見と研究方法を活用して、上記2方面の観光ガイドブックとスケルトン・ツアーの比較通時分析を行うとともに、東アジア都市でのフィールドワークを実行することができれば、本研究の成果の一つである日本型マス・ツーリズムの生成過程とその特性について、さらなる研究成果を挙げることが期待できる。

現代日本における「観光とメディア」の研究をさらに実践していくためにも、本研究の成果を受けて明らかになった上記の課題について研究を継続する予定である。

#### 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計3件)

- ① 山口誠、「若者と観光」のメディア史：戦後日本における海外観光旅行の変遷を問う、第25回日本観光研究学会全国大会学術論文集、査読有、25巻、2010、13-16
- ② 山口誠、米領グアム島にみる日本人観光の

特性とその歴史性、調査と資料、査読無、  
107号、2010、97-112

- ③山口誠、米領グアムの観光産業と記憶のリ  
スク化、関西大学経済・政治研究所セミナ  
ー年報、査読無、2008、1-10

〔学会発表〕(計3件)

- ①山口誠、「若者と観光」のメディア史、日  
本観光研究学会、2010年12月4日、文教  
大学  
②山口誠、大衆文化のメディア史：「メディ  
アと観光」を事例として、日本マス・コミ  
ュニケーション学会、2010年10月30日、  
東京国際大学  
③山口誠、日本人の観光と「縮む島」：グア  
ムにおける日本人観光とガイドブックの  
変化について、人文地理学会(2009年大  
会)、2009年11月7日、名古屋大学

〔図書〕(計2件)

- ①山口誠、筑摩書房、ニッポンの海外旅行、  
2010、254  
②山口誠、山口さやか、新潮社、「地球の歩  
き方」の歩き方、2009、1-320

## 6. 研究組織

### (1) 研究代表者

山口 誠 (YAMAGUCHI MAKOTO)  
関西大学・社会学部・准教授  
研究者番号：80351493

### (2) 研究分担者

( )  
研究者番号：

### (3) 連携研究者

( )  
研究者番号：