

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 6 月 24 日現在

機関番号：32521

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2012～2014

課題番号：24611020

研究課題名(和文)映像メディア誘発型の国際観光における観光者の特性と観光市場への影響に関する研究

研究課題名(英文)The Analysis of International Tourists' Characteristics Who Motivated by Film Tourism and Their Influence on Tourism Market

研究代表者

臺 純子(DAI, JUNKO)

東京成徳大学・人文学部・教授

研究者番号：40440193

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 4,100,000円

研究成果の概要(和文)：ドラマ『アイリス』秋田ロケによるフィルムツーリズムを対象に、ロケ地めぐりを行う観光者の特性と観光市場に与える影響を研究した。その結果、撮影中に秋田を訪れた日本人ファン、韓国放送後の韓国人観光客、日本放送開始後の日本人観光客という、3期3タイプのマーケットセグメントが明らかになった。また日本人ファンは韓国旅行市場にとって重要なリピーターであること、東日本大震災等で途絶えたと思われていた韓国人観光客が、ドラマに描かれた「雪と温泉」の秋田を冬の旅行先として認知していることなどが明らかになった。これらを総合して、撮影前から人が動くことを含めた新しいフィルムツーリズム研究の枠組み概念を提示した。

研究成果の概要(英文)：This research investigated the characteristics of film location tourists and their influence on the tourism market with the case of film tourism in Akita prefecture of Japan where the Korean drama, 'IRIS' was filmed.

Analysis mainly utilized interviews with tourists and film location related individuals in Japan and Korea found following results: three types of market segments over three periods of time (Japanese fans of the main actor visited Akita during the drama location, Korean tourists who watched the drama visited Akita, Japanese tourists who watched the drama visited Akita); Japanese fans of Korean actors are frequent travelers to Korean tourism market; the image of Akita formulated with snow and onsen which were described in the drama had been established among Korean travelers. Based on the findings of this research, an extended frame of film tourism includes attracting tourists to filming locations from the phase before the beginning of the actual filming is presented.

研究分野：観光学

キーワード：フィルムツーリズム 映像誘発型観光 マーケットセグメント フィルムツーリズム研究の枠組み概念

1. 研究開始当初の背景

申請者は、メディアによって誘発される観光について、雑誌などの活字メディアによる観光への影響(臺・鈴木:2007、臺:2007、臺:2008)や、アニメ映画をきっかけとしてロケ地めぐりが発生した事例(臺・兼子・宮川:2010)など、観光とメディアについて研究を続けてきた。

研究開始当初、観光とメディアに関する先行研究を整理した結果、映像メディアと観光を対象にした研究では、映像メディアによって観光地にどのような影響が起きたか、という事例報告が多いこと、また活字メディアと観光を対象にした研究では、活字メディアの中で観光地や観光がどのように描かれてきたか、という視点での研究が多いことが分かった。さらに、いずれの研究も、「観光地とメディアに関する研究」であり、「メディアに誘発される観光者」についての研究がほとんど行われていないことが明らかになった。

特に映像メディアと観光に関する研究では、大河ドラマを対象とした研究(長野経済研究所:2008、深見:2009など)、アニメを対象とした研究(山村:2009、岡本:2008、2010)などが主であり、日本人観光者が国内の特定の観光地に与えた影響、つまり国内観光だけをとらえていた。

しかし、映像メディア誘発型の観光では、韓国ドラマ『冬のソナタ』に誘発された中高年の日本人女性が韓国の撮影地に行く社会現象も発生した。こうしたアウトバウンド観光だけでなく、日本国内を舞台に撮影された海外映画などの影響で、日本の撮影地に海外から観光者が来るインバウンド観光という国際観光も発生しているのに、「映像メディアと観光」における国際観光者に着目した研究は、ほとんどない状況であった。

2. 研究の目的

研究の背景を踏まえ、本研究は、メディアによって誘発される国際観光における観光者とは、いったいどのような人々なのか。そして、彼らの動向は、観光市場にどのような影響を与えているのか、という問題意識のもと、映像メディアに誘発される国際観光における観光者の特性を調査し、観光市場に与える影響を明らかにすることを目的とした。具体的には、日韓間の国際観光を生起させた映像メディアを事例に、

ロケ地めぐりなどを行う観光者への調査観光地や旅行会社などを対象とした調査を行い、映像メディアに誘発される観光者が観光市場に与える影響について研究する。

対象事例として、映像メディアに誘発された日韓間のアウトバウンド、インバウンド双方の国際観光が発生した韓国ドラマ『アイリス』を取り上げ、ロケ地めぐりツアーに誘発された観光者の特性を調査分析するとと

もに、彼らの動向が日韓の観光市場にどのような影響を与えているか、を研究する。

韓国ドラマ『IRIS(アイリス)』では、2009年3月に秋田県での撮影が行われた。同年、10月から韓国で放送が始まると、11月には、すでに秋田のロケ地をめぐる『アイリス(以下、原則カナ表記に統一)』公式ツアーが韓国の旅行会社で企画催行された。公式ツアー以外にも、ロケ地を訪れる韓国からのツアーや個人手配旅行も多く、大韓航空のソウル=秋田便が満席となり、増便や機体変更による増席、さらには、秋田空港だけでは対応しきれず、東北の他の空港利用が発生したほど、多くの韓国人観光客が秋田を訪れるという現象が発生し、「IRIS効果」(観光庁:2010)と呼ばれた。

3. 研究の方法

本研究では、映像メディアに誘発される国際観光における観光者の特性と、観光市場に与える影響を明らかにすることを目的とし

ロケ地めぐりなどを行う観光者への調査観光地や旅行会社などを対象とした調査という大きく二つの柱で調査分析を行う。

観光者に対しては、聞き取り調査、質問紙調査などの方法を用い、観光者特性について、心理的・統計的視点からの分析を行う。

また観光地や旅行会社などを対象とした調査では、主に聞き取りによる調査を行ない、ドラマロケを受け入れた観光地、韓国人観光客を送り出した韓国旅行会社、ドラマをきっかけに秋田を訪れた日本人観光客など、関係するステークホルダーの相互関係を整理したうえで、観光市場への影響について、マーケティングの視点から分析を行う。

またドラマロケの受け入れ経緯や、その後の観光者数などの基礎的データを時系列で整理し、韓国ドラマ『アイリス』によって発生した映像誘発型観光の全体像を考察する。

4. 研究成果

(1) 2012年度調査とその成果

2012年度に、予備調査の一環として、秋田県でのロケ受け入れに関わった諸機関・諸施設、および韓国人観光客を送り出した韓国の旅行会社、秋田でのドラマロケに関して制作会社と秋田県のコーディネートを担当した韓国の会社などで聞き取り調査を行った。

その結果、ロケを受け入れた関係者への聞き取りからは、「IRIS効果」は、ドラマをきっかけに秋田を訪れる韓国人観光客が急増した直接的な効果よりも、韓国市場における秋田の知名度がアップし、それ以前とは異なり、単価の高いカップル層など客層が広がったこと、自らの地域の魅力を再発見したことなどに、ロケ受け入れの意義や価値を見いだしていることが分かった。これらを整理して

2012年に学会発表を行った(臺・崔・韓:2012)。

さらに、聞き取り調査の過程で、2009年3月に始まった『アイリス』撮影期間中から、ドラマ主演俳優のファンである日本人女性たちが、撮影チームが宿泊するホテル周辺に集まっていたことが分かった。そこで主演俳優ファンの情報交換の場となった施設に依頼し、『アイリス』撮影中に、秋田を訪れた主演俳優ファンを紹介してもらい、聞き取り調査を進めることとした。

また公式ツアーを企画催行した韓国旅行会社での聞き取り調査によると、2009年10月からの韓国での放送開始に合わせて、公式ツアーが企画され、11月には、公式ツアーが催行開始されたが、個人手配で秋田に行く観光者にも対応したこと、さらに韓国からのツアー客・個人客は、カップルや家族連れであり、ドラマをきっかけに「秋田」を知り、ドラマの中で描かれた「雪と温泉」を楽しむために、秋田を訪れたことが分かった。

また、日本国内では、2010年3月からCS、4月からTBS系列での地上波放送開始に合わせ、国内旅行会社による公式ツアーが企画催行された。

(2) 2013年度調査とその成果

秋田での『アイリス』撮影時に、秋田を訪れた日本人ファン、韓国から秋田ロケ地をめぐるツアーや個人で秋田のロケ地を訪れた韓国人観光客、さらには、国内放送後の公式ツアー参加者などの聞き取り調査を行った。

その結果、2012年度に実施した秋田側の受け入れ施設などでの聞き取り、および韓国旅行会社での聞き取りでの結果を裏付けるように、まず2009年3月の『アイリス』の秋田ロケ中に、主演俳優の日本人ファンが、主演俳優を一目見たい、撮影を応援したいという理由で秋田のロケ地を訪れたこと、その後、2009年10月からの韓国放送をきっかけに秋田を訪れた韓国人観光客が、ドラマの中で描かれた「美しい雪景色と温泉」に魅了され、カップルや家族旅行先として秋田を訪れていたことが明らかになった。これらの経緯を整理した結果は、2014年3月に、論文として発表した(韓・臺・崔:2014a)。

さらに、ドラマ『アイリス』撮影中に、秋田を訪れた主演俳優の日本人ファンは、ドラマ『アイリス』に誘発されたというよりも、主演俳優であるイ・ピョンホン氏に誘発されたのであり、「IRIS効果」ではなく、「ピョンホン効果」だと表現したファンもいた。ファンが「ある程度集まる」(臺・崔・韓:2012、315)と想定されてはいたものの、想定以上であり、また「IRIS効果」としては捉えられていなかったことが分かった。

そこで、JR田沢湖駅2階に2012年12月にオープンしたアイリスミュージアムの来館者を対象に予備的質問紙調査を行い、東日本大震災後の秋田『アイリス』フィルムツーリ

ズムの動向を整理するとともに、『アイリス』主演俳優ファンを対象に、秋田を訪れた日本人ファンの観光特性を測る質問紙調査を実施した。

因子分析の結果、生活の活力 韓国製品の使用 韓国に対する興味 IT使用能力 韓国旅行 韓国関連交流活動という6つの因子が抽出された。

これは主演俳優のファンになったことで、日々の暮らしに活力を得、それまで知らなかった韓国製品や韓国に対する興味が発生し、韓国語を習い始めた人も多い。さらに俳優についての情報を得たり、ファン仲間で交流したりするため、IT機器やデジタル機器を使いこなすようになる。韓国でのイベントやロケ地を訪れるだけでなく、韓流ファン以外の知人や家族を韓国に連れて行き、国内でも韓国文化の交流や食文化を学ぶ会を発足させるなど、韓国旅行市場においては熱心なリピーターであり、また「韓国文化の伝道師」的役割を果たすようになるなどの変化が起きたことを意味している。これらの分析結果は、2014年8月に北九州市で開催された国際学会で発表した(崔・韓・臺:2014b)。

(3) 2014年度調査とその成果

1) 韓国ドラマ『アイリス』秋田ロケによるフィルムツーリズムの発生とその構造

初年度からの研究調査で得られた知見、すなわちロケを受け入れた秋田県諸機関・諸施設など「観光地」での聞き取り、主演俳優の日本人ファンや韓国人観光客などの「観光者」に対する聞き取りや質問紙調査の結果と、秋田県の地方新聞における『アイリス』関連記事などを、時系列に整理した結果、『アイリス』に関わるフィルムツーリズムは、3つのステージに分類できることが明らかになった。

第1期は、日本人ファンによる撮影応援SITであり、目的は秋田ではなく、主演俳優を一目見ることであった。約3週間の撮影期間中、入れ替わり立ち代わり秋田を訪れたファンは、主演俳優が滞在ホテルから撮影に出かけ、また戻ってくる姿を一目見るために、厳寒の中、待ち続け、あるいは、タクシーをチャーターして、撮影場所まで、追いかけていたのである。

第2期は、韓国放送後の韓国人観光客による秋田ロケ地めぐり旅行で、「雪と温泉」の秋田を楽しむための家族やカップルによる旅行であった。ツアーだけでなく、個人手配で訪れた韓国人観光客も相当数いた。

第3期は、ドラマを視聴したことがきっかけで日本放送後の公式ツアーなどに参加した日本人観光客であり、撮影時には秋田を訪れる機会がなかった主演俳優ファンも、含まれている。

さらに東日本大震災によって、秋田を訪れ

ロケ地としての秋田に好印象を持っていること、などが分かった。

さらにロケ地に立ち寄った際は、ドラマの主人公たちと同じポーズで写真を撮るなど、観光行動への影響があることも明らかになった。これらの調査結果を整理して、秋田『アイリス』フィルムツーリズムにおける韓国人観光客の動向をまとめた研究ノートを投稿する準備を進めている。

(4) 研究成果の整理

3年間の調査研究から、本研究の目的である、以下の2点について、整理・考察する。

1) 映像メディアに誘発される国際観光における観光者の特性

韓国ドラマ『アイリス』が秋田県で撮影されたことをきっかけとしたフィルムツーリズムにおいては、3期3タイプの異なるマーケットセグメントが発生した。

撮影中に、主演俳優を一目見たいとロケ地に集まった日本人ファンは、そのほとんどが中高年女性であった。

韓国放送開始後、秋田を訪れた家族やカップルは、韓国旅行会社を通じて、個人旅行やツアーで、秋田を訪れた観光客であり、ドラマの舞台として紹介された「雪と温泉」のある場所としての秋田を、旅行先として選択していた。

さらに日本での放送に合わせて、日本の旅行会社などがロケ地めぐりツアーを企画・催行したが、この時期には、ドラマ視聴者と主演俳優ファン、両方が秋田を訪れている。

従来のフィルムツーリズム研究では、時期によって、全く異なる属性をもつ人々が、撮影地を訪れるという事例も、また作品制作国と撮影地間で、双方向の国際観光が発生した事例研究もなかった。

しかし、海外のドラマや映画を日本で撮影した作品は『アイリス』だけではない。ほかにも、本事例のような現象が起きた作品を発見し、比較研究を続けていく必要があることが明らかになった。

2) 観光市場に与える影響

秋田『アイリス』フィルムツーリズムにおけるインバウンドの側面を整理すると、秋田を訪れる韓国人観光客は、2009年10月の韓国放送開始後、まもなく11月から急増し始め、ソウル＝秋田間の大韓航空便は、増便、増席、さらには、秋田空港だけでは受け入れが間に合わず、青森県、岩手県、宮城県などの空港から秋田へ向かうルートツアーが造成されたほどであった。この、秋田を訪れる韓国人観光客の急増を「IRIS効果」(観光庁：2010)としてきたが、東日本大震災によって、こうした動きがなくなってしまった。

しかし、2014年から2015年の冬のシーズ

ンには、ドラマで描かれた「雪と温泉」と『アイリス』ロケ地を組み合わせたツアーが催行されており、韓国旅行市場において、『アイリス』の舞台であった「秋田」のイメージが確立していると考えられる。

一方、アウトバウンドを考えると、2009年3月の撮影期間中に、秋田の撮影地に集まった主演俳優の日本人ファンたちは、ファンクラブイベントや公演などで、たびたび韓国を訪れているだけでなく、韓流ファンではない友人・知人・家族などを韓国旅行に誘い、韓国語を学び、韓国のさまざまな文化を紹介する活動などに積極的に関わるなど、韓国観光において、かなりのリピーターであり、かつロイヤルカスタマーであるといえる。もちろん、このことは、『アイリス』主演俳優ファンに限らず、『冬のソナタ』などをきっかけに、日本に普及した韓国のドラマや映画などの作品を通じて、日本に多数存在する韓国芸能人ファンクラブメンバーにも多かれ少なかれ発生している現象と考えられるが、観光研究において、ファンによる観光行動を、観光市場とのかかわりの中で研究した事例はほとんど見られない。

以上のことから、本研究は、フィルムツーリズムの定義や研究範囲について再検討が必要であることを提示した点、さらに、ファンによる観光行動について、多様な視点での研究が必要であることを示唆した点において、意義があると考えられる。

なおファンによる観光行動については、2015年度からの科学研究課題として採用されており、本研究からの発展的課題につなげることができた。

<引用文献>

- 臺純子・鈴木涼太郎(2007):「ベトナム雑貨」観光の生成と展開、日本観光研究学会全国大会学術論文集 No.21、229-232.
- 臺純子(2007): Outbound Travel Markets Developed by Women's Magazines in Japan. (審査付発表) The Atlas International Conference 2007. Proceedings, Distinction Revisited. 50-51.
- 臺純子(2008): 雑誌にみる愉しみとしての海外旅行、村上和夫、長田佳久、河東田博編著(観光プロジェクト編 分担執筆:安島博幸・小沢健一、秋山綾・村上和夫、十代田朗、毛谷村英治、臺純子、益田誠也・佐野浩祥、村上和夫)現代書館、『たのしみを解剖する アミューズメントの基礎理論』第5章、245-258.
- 臺純子・兼子彩香・宮川磨弥(2010)アニメ映画聖地化による観光への影響 - 映画『サマーウォーズ』の聖地巡礼ノート分析から - 日本観光研究学会全国大会学術論文集 No.25、149-152.

長野経済研究所(2008):大河ドラマ「風林火山」が与えた長野県観光への影響、経済月報、290、20-25。
深見聡(2009):大河ドラマ「篤姫」効果と観光形態に関する一考察、地域環境研究、1、57-64。
山村高淑(2009):観光情報革命と文化創出型観光の可能性 - アニメ聖地巡礼に見る次世代ツーリズムの萌芽、地域開発、533、32-36。
岡本健(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(その1) 日本観光研究学会全国大会論文集、23、349-352。
岡本健(2010):現代日本における若者の旅文化に関する研究 - アニメ聖地巡礼を事例として、旅の文化研究所研究報告、19、1-19。
観光庁(2010):観光統計コラム「宿泊統計で見る「IRIS効果」
http://www.mlit.go.jp/kankocho/column_02_100830.html
臺純子・崔錦珍・韓志昊(2012):秋田県の観光における「アイリス効果」とは?、日本観光研究学会、2012年12月2日、宮城大学大和キャンパス(宮城県仙台市) 全国大会学術論文集 27、313-316
韓志昊・臺純子・崔錦珍(2014a):Who are the Tourists Motivated by the Korean Drama "IRIS"? 立教大学観光学部紀要、第16号、132-135。
崔錦珍・韓志昊・臺純子(2014b):
- (観光者の行動と映像メディアの影響 - ドラマ『アイリス』を中心として) 10th International Forum of Northeast Asia Tourism(INFAT), 8th International Academic Conference by Tourism Institute of Northeast Asia(TINA)、2014年8月21日、北九州国際会議場(福岡県北九州市)、TINA Proceedings、49-53
中谷哲弥(2007):フィルム・ツーリズムに関する一考察、奈良県立大学 研究季報、第18巻、41-56。
寺岡伸吾(2011):フィルム・ツーリズム、よくわかる観光社会学、ミネルヴァ書房、44-45。
臺純子・韓志昊・崔錦珍(2015):日本におけるロケ地めぐり観光研究の動向と用語の整理、立教大学観光学部紀要、査読無、第17号、45-51
中村忠司(2014):テレビドラマの舞台を訪ねる旅、コンテンツツーリズム入門、第3章、57-83。

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2件)

韓志昊・臺純子・崔錦珍、Who Are the Tourists Motivated by the Korean Drama "IRIS"?、立教大学観光学部紀要、査読無、第16号、2014年、132-135、
https://rikkyo.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=9110&item_no=1&page_id=13&block_id=49

臺純子・韓志昊・崔錦珍、日本におけるロケ地めぐり観光研究の動向と用語の整理、立教大学観光学部紀要、査読無、第17号、2015年、45-51
https://rikkyo.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=11291&item_no=1&page_id=13&block_id=49

[学会発表](計2件)

臺純子・崔錦珍・韓志昊、秋田県の観光における「アイリス効果」とは?、日本観光研究学会、2012年12月2日、宮城大学大和キャンパス(宮城県仙台市) 全国大会学術論文集 27、313-316

崔錦珍・韓志昊・臺純子、

- (観光者の行動と映像メディアの影響 - ドラマ『アイリス』を中心として) 10th International Forum of Northeast Asia Tourism(INFAT), 8th International Academic Conference by Tourism Institute of Northeast Asia(TINA)、2014年8月21日、北九州国際会議場(福岡県北九州市)、TINA Proceedings、2014年、49-53

6. 研究組織

(1)研究代表者

臺純子(DAI, Junko)
東京成徳大学・人文学部観光文化学科・教授
研究者番号: 40440193

(2)研究分担者

韓志昊(HAN, Jiho)
立教大学・観光学部・観光学科・准教授
研究者番号: 40409545

崔錦珍(CHOI, Keumjin)
九州国際大学・国際関係学部・教授
研究者番号: 50551959