

Title	芸術家が持つ発信力を一般旅行者に応用した観光地域づくりへの示唆
Author(s)	木野, 聡子; 敷田, 麻実
Citation	日本観光研究学会全国大会学術論文集, 23: 495-496
Issue Date	2008-11
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/16830
Rights	本著作物は日本観光研究学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Institute of Tourism Research. Copyright (C) 2008 日本観光研究学会. 木野聡子, 敷田麻実, 第23回日本観光研究学会全国大会学術論文集, 2008, pp.495-496.
Description	

芸術家が持つ発信力を一般旅行者に応用した観光地域づくりへの示唆

Implication for Tourism Destination Management: Utilizing Information of Conventional Tourists

木野 聡子* 敷田 麻実**
KINO, Akiko SHIKIDA, Asami

キーワード：創作者、アーティスト・イン・レジデンス、ブログ、滞在型観光

1. はじめに

対象物を優れた観察力で捉え、作品として表現する力を持つ芸術家や作家は、創作過程において地域の魅力を作品に表現して地域外に発信することができる。そのため、地域に滞在する創作者（以下「滞在創作者」と呼ぶ）が活発に創作活動を行うことが、地域魅力の向上につながることも多い。

例えば、地域を舞台にした映画やドラマで作品を「発信」すると地域魅力が向上し、その結果、多数の観光客が訪れる。この点から、創作者の持つ観察力と表現力、発信力、いわば「総合的な創作能力」によって地域魅力を発信し、来訪者を増やすしくみが示唆される。

実際に、それを応用した「アーティスト・イン・レジデンス」のような文化施策も自治体等によって進められている。しかし滞在創作者の例を除き、一般の市民が「総合的な創作能力」を持つことは簡単ではない。そのために、創作活動による地域魅力の発信は、専門的な滞在創作者に依存しがちであり、特別な場合に限られてきた。

一方、総合的な創作能力の一部である「発信力」は、近年では情報通信環境の整備と「ネットワーク時代」の到来によって、ある程度補完できるようになっている。専門的な技術がなくても、web上のブログで写真や文章を発信できることが、それを端的に示している。

こうした社会状況の変化を背景として、本研究では、創作者による地域魅力の発信とそれによる集客のメカニズムを考察し、創作者に依存しない一般旅行者の発信力を生かした創作支援と、地域の魅力発信の有効性を提示した。そして一般旅行者の観察力や表現力を地域側が補完することで、より効果的な広報を行える観光地域づくりの可能性を示唆した。

2. 創作者の総合的創作力と観光集客

創作者は、対象を観察して作品に表現し、それを外部に発信する。そして顧客から評価を受け、作品の購入などで報酬を得て、再び新たな創作活動に投資する「循環」を持っている。このような創作活動は、一般的には創作者個人に帰属する。しかし滞在創作者によってそれが特定の地域で行われると、創作結果（作品）だけでなく、滞在する地域の魅力も同時に発信されることが多い。

例えば、北海道富良野市では、1978年から脚本家の倉本聰が居住し、1981年に始まる「北の国から」のドラマシリーズを創作した。作品で描かれた北海道の自然や人とのかかわりの「イメージ」は、富良野市の地域魅力となって全国に発信され、多数の観光客がイメージの確認のために富良野一帯を訪問している。

また石川県加賀市の山代温泉では、芸術家の北大路魯山人が1915年に陶芸習得のために滞在した。魯山人は滞在中に地域資源の九谷焼の魅力を見だし、技法を習得した。魯山人は約半年で山代温泉を離れたが、九谷焼も含めた作品を多数発信した。魯山人の死後、山代温泉と魯山人とのかかわりは顕著ではなかったが、近年、地域では九谷焼や魯山人などの観光資源の活用が進められている。加賀市は、魯山人が滞在中の庵を整備し、魯山人の創作活動を「再編集」しながら地域魅力の発信に利用している。その結果、山代温泉には従来の顧客とは異なる、魯山人の足跡を尋ねる目的を持った観光客の増加が、地域の観光関係者によって確認されている。

3. 政策への応用：アーティスト・イン・レジデンス

加藤は、地域再生の事例として芸術家が短期間一定の場所に滞在し、創作の刺激を受けたり、市民と交流したりするシステムがアーティスト・イン・レジデンス

*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 修士課程

**北海道大学観光学高等研究センター

スであると紹介し、それが芸術の創造性の涵養に役立つ¹⁾とした。このシステムでは、地域に滞在する創作者と住民との交流機会があり、地域側では創作レベルの向上が期待できる。同時に、創作者が地域に滞在して創作活動をするので、作品と当該地域が関連づけられたり、作品に地域が描かれたりすることで、地域情報や地域魅力が強く発信できる。そのため、来訪者が増え、まちづくりに貢献することもある。

前述の倉本聰と魯山人は個人の意思での滞在、アーティスト・イン・レジデンスは地域側による創作者の招へいという違いはあるが、3つの例は、創作者による地域での創作活動と、成果である作品の発表によって地域魅力を発信する可能性をもつ点で共通している。

4. 専門的創作者以外の発信力を応用した発信

そこで、こうした創作者による発信力の有効性を応用し、web上での操作に慣れ、日記や写真による表現で情報発信を行う利用者(以下「創作する旅行者」と呼ぶ)による観光地域づくりが考えられる。その背景には、情報機器の普及とweb環境の充実(ブログなど表現の場の増加など)と、それに対応したweb上での多数の表現の場の展開がある。

2007年総務省「通信利用動向調査」では、パソコンの世帯普及率は74%、携帯電話は86%²⁾であり、普及率が高い。また野村総合研究所は、2011年にブログが1,800万サイト、SNSは5,100万登録を超えると予想している³⁾。機器の普及と表現する場の創出の影響で、訪れた地域を一般旅行者が文章や写真で表現し、web上に公開することが頻繁に行われている。そこで、一定の割合の閲覧者が、創作する旅行者の発信をwebで閲覧し、そのイメージを確認するために、旅行者として当該地域を訪れることも考えられる。

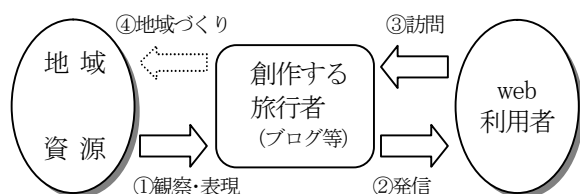


図-1 創作する旅行者による観光地域づくりモデル

以上の関係を図-1に示す。まず、創作する旅行者が地域を訪ね、地域を「観察」し、写真や文章など自らの

表現手段を使って、「表現」する(図-1①)。旅行者は自身のweb媒体で、その表現を「発信」する(②)。Web利用者は旅行者の創作物で地域を知り、地域に興味を持つ。そしてその一部が、実際に地域を訪問し(③)、地域で交流や消費をする。さらにその一部が新たな「創作する旅行者」に加わることもある。ただし、創作する旅行者が「地域づくり(④)」に参加する可能性は低く、地域の価値向上への寄与は少ない。そこで、創作する旅行者に代わって、誰かがこの役割を果たさないと、長期的には地域の価値低減が起き、図-1の循環は連続しない。そのため地域側で何らかのしくみづくりが必要である。

また、創作する旅行者の「観察」「表現」能力は必ずしも高くないので、それを地域が補完することが重要である。つまり、webを使う創作する旅行者の創作過程のうち、「観察」「表現」プロセスを補完し、総合的な創作能力を向上させることである。

地域の観光資源である優れた景観の撮影を例にとれば、次のようになる。観察に訪れた旅行者を、地元の写真愛好家が里山のガイドを兼ねて撮影指導することで、観察・表現の質を向上させ、また観察機会と時間を増やすための「滞在型観光」化などが考えられる。さらにweb上でのフォトコンテストなどでの表現・発信の機会の提供や促進も有効であろう。

5. おわりに

本研究では、まず観光地域づくりにおける創作者の発信力の有効性を示した。そして、一般旅行者が創作する旅行者としてwebで地域イメージを発信し、結果的に集客につながるアプローチを提案した。

さらに創作する旅行者の観察や表現プロセスを支援することでそれを効果的に進める、新たな観光地域づくりの可能性を示唆した。これは少数の創作者や滞在創作者に依存しない、一般の旅行者の発信力を活用する新たな観光地域づくり手法の提案となるだろう。

【参考文献】

- 1) 加藤種男(1999):「芸術、文化が未来を救う」佐々木晃彦編『文明と文化の視角』、東海大学出版会、pp.4-19
- 2) 総務省(2007):『通信利用動向調査報告書』3p
- 3) 野村総合研究所(2006):「NRIメディアフォーラム」
www.nri.co.jp/publicity/mediaforum/2006/forum55_2.html (downloaded at 2008.5.29)