

中国人観光者の観光行動と行政による観光推奨ルートの比較 —鎌倉市を事例に—

Comparison of the Travelling Behavior of Chinese Tourists and Tourist Routes by Local Government
: A Case Study of Kamakura City

劉 聡聡
LIU CONGCONG

1. はじめに

(1) 研究背景

2010年代情報社会の到来に伴い、従来の旅行会社等の企業による発地商品を主に発信されるマスツーリズム時代から、旅行者が自分の意思で旅行を行うのほか、個人の趣味、嗜好を発信される次世代ツーリズム時代に変革してきた。後者の旅行形態を「旅行者主導観光」と呼ばれる¹⁾。「アニメ聖地巡礼」は旅行者主導観光の事例の一つとして挙げられた。

アニメ聖地巡礼とは、「アニメ作品のロケ地、またはその作品・作者に関連する土地で、かつファンによってその価値が認められている場所を訪ねること」を指す²⁾。アニメの聖地は住宅地などであることが多く、地元住民からすると、来訪者が不審人物として認識され、地域側が旅行者をコントロールできないことが指摘された³⁾。行政は突然観光者に注目される要因と、そこで生じる問題の解決策が取りづらいと考えられる。

近年、日本のアニメを愛好するファンは海外にも数多く存在し、アニメ聖地巡礼を動機とした外国人観光者も少なくない。2019年の訪日客に最も多く比率を占める中国人観光者の62.3%が個別手配によって日本で旅行を行う^{注1)}。また、中国人観光者が聖地巡礼を動機とした観光行動も挙げられた⁴⁾。そのため、アニメの聖地の問題を解決するためには、中国人観光者も注目すべきであると考えられる。

(2) 研究目的

本研究は鎌倉市を事例として、中国人観光者の観光行動と、突然に中国人観光者が集中する場所における生じた問題を明らかにし、行政が推奨する観光資源を把握する。そして、中国人観光者の観光行動と行政による観光推奨ルートを比較することで、歴史や文化とは関係なく中国人観光者が集まる要因と中国人観光者が魅力を感じる特徴を明らかにすることを目的とする。

(3) 研究対象地

本研究の対象地は神奈川県南東部に位置する鎌倉市である。鎌倉では、「三方を山に囲まれ、一方が海に開く」という要害性が高い地形を利用し鎌倉幕府が開かれた。山も海も近いということは観光資源として鎌倉の大きな魅力の一つである。

鎌倉のエリアごとに見える景色が異なり、鎌倉市観光協会によって鎌倉市を8つ観光エリアに分けられた。本研究では、観光者が訪れる観光スポットのほか、観光ルートも考察するために、エリアごとの範囲をより明確できるように鎌倉市エリアガイド図を作成した。そのうち、山側があるエリアを「山側のエリア」とし、鎌倉市の市街地である鎌倉駅周辺を「中心地」とし、海に面しているエリアを「海側のエリア」とする(図1)。

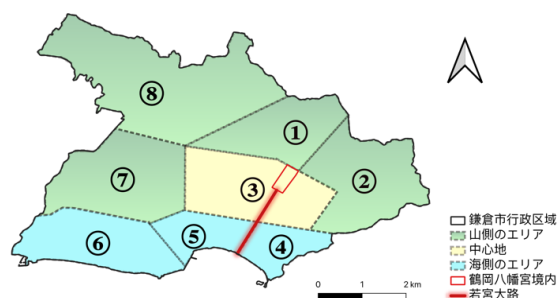


図1 鎌倉市エリアガイド図(筆者作成)

日本経済新聞によると、鎌倉市「鎌倉高校前」の踏切は中国人観光者の中で有名な観光地である。中国人観光者が訪れる観光スポットは鎌倉市が整備した既存の観光地と異なり、地域住民とのコンフリクトが起こりやすく、行政は生じた問題を把握しづらい、解決に向けた対策が取りづらいと考えられる。

(4) 研究方法

本研究では中国の旅行口コミサイトの旅行記、日本の新聞記事と鎌倉市行政によるモデルコースといったインターネット情報や、パンフレットといった紙媒体を含めた文献調査を主に行う。そのほか、事前調査としての聞き取り調査と現地調査も用いた。

2. 中国人観光者の観光行動

(1) 旅行口コミサイト情報

旅行口コミサイト情報とは、観光者が旅行した後に、自身によって投稿された観光体験に関する情報である。インターネットユーザーが発信した情報は、旅行代理店やマスメディアによる情報より信頼性が高いことが明らかにされている⁵⁾。そのため、旅行記は他の観光者にとって重要な情報源であると考えられる。

(2) 分析対象と分析方法

本研究は、ユーザー数が1.2億人で、旅行体験の投稿や口コミ共有する機能を重視する中国の旅行口コミサイト「mafengwo」を選定し^{注2)}、2020年8月末までに投稿された全ての鎌倉市旅行記(275件)を分析対象とした。中国人観光者の観光行動を客観的に把握するため、以下の4つの手順で275件の旅行記を処理した。

- ① 文字記録がなく、写真だけの旅行記を除外する。
- ② 観光スポットではなく、交通機関やホテルしか紹介されていない旅行記を除外する。
- ③ 同じユーザーに投稿され、同じ旅行を複数の旅行記として投稿されたものを合併する。
- ④ 1件の旅行記に1箇所の観光スポットしか紹介されていない旅行記を除外する。

最終的に、20件の旅行記は分析対象として適さないと判断し、255件の旅行記を分析対象とした。

分析方法は、まず、旅行記にユーザーが訪問した観光スポットの個数、観光スポットごとの出現回数を確認する。次に、出現回数によって、観光スポットを最上位、中上位、中下位と最下位に4等分する。そのうち、上位と中位の観光スポットを代表的な観光スポットとする。さらに、代表的な観光スポットのエリアごとの分布をQGIS(3.12.2、macOS 10.15)で地図にマッピングし確認する。

(3) 分析結果

255件の旅行記の年ごとの投稿数からみると、2014年から明らかに増加する傾向がみられた(図2)。

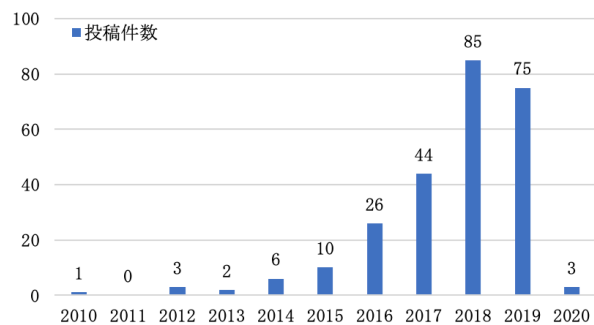


図2 255件の旅行記の年ごとの投稿数

確認できた観光スポットは41箇所であり、出現回数の最大値は216回で、最小値は1回である。41箇所を出現回数を元に4等分すると、最上位には「鎌倉高校前」と「江の島」という2箇所がある。そのうち、「江の島」の行政区分からみると藤沢市に所属しているため、本研究の対象範囲である鎌倉市を超える。そのため、最上位は255人の84.7%(216人)の観光者が訪れた「鎌倉高校前」の1箇所のみであることが確認できた。

旅行記の内容から、「鎌倉高校前」の踏切はアニメ「スラムダンク」のオープニングアニメーションに登場するロケ地であることがわかった。「鎌倉高校前」に訪れた中国人観光者にとって、アニメに登場したシーンと同様な写真を撮影することには重要な価値があることが確認できた。

次に、中上位には4箇所、中下位には3箇所がある。そのため、「江の島」以外の上中位の8箇所は中国人観光者の代表的な観光スポットと言え、エリア「①、③、⑤、⑥」に分布している(図3)。

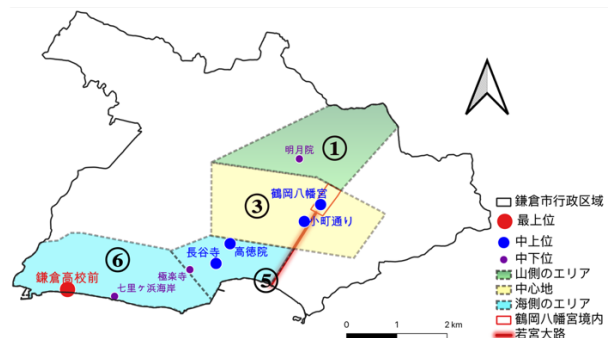


図3 中国人観光者の代表的な観光スポットのエリアごとの分布

以上を踏まえて、まず、中国人観光者の観光行動の一番大きい特徴は「鎌倉高校前」に集中することが確認できた。次に、中国人観光者の観光行動は上中位8箇所の観光スポットに集中し、エリアごとの分布からみると、海側に偏っている傾向が見られる。中国人観光者にとって、お寺、神社より海側の風景や観光スポットが魅力的であると考えられる。

3. 「鎌倉高校前」に関する新聞記事

中国人観光者が集中する「鎌倉高校前」の近くに住宅地と、学校や病院などの日常施設があり、地域住民が日常的に利用する駅であるため、地域住民とのコンフリクトを起しやす場所であると考えられる。本章では、鎌倉高校前に関する新聞記事を整理することで、「鎌倉高校前」で実際起きている状況と、鎌倉市行政が取り組んでいる対策を把握する。

(1) 整理対象

「筑波大学附属図書館」に所蔵されている7つの新

聞データベースに 3 つの検索ワード（「①鎌倉高校前」、「②鎌倉高校前＋スラムダンク」、「③鎌倉＋スラムダンク」）で検索できた新聞記事から、重複する内容を除き、最終的に 92 件の新聞記事を整理対象とした。

（２）整理方法

92 件の新聞記事を内容によって 8 つカテゴリーに分類できた（表 1）。

表 1 新聞記事の分類とその件数

カテゴリー名	件数
①鎌倉高校前の観光	33 件
②イベント開催情報	23 件
③文学/曲/絵/物語	20 件
④夕日/駅の選評	4 件
⑤海の景色	4 件
⑥事故/地震対策	4 件
⑦店情報	2 件
⑧地元のコロナ対策	2 件

そのうち、カテゴリーが「①鎌倉高校前の観光」と分類した新聞記事を「鎌倉高校前の観光の実態」と「鎌倉市行政の取組み」に分けて整理する。前者は鎌倉高校前が観光地化された経緯と生じた問題に関する内容であり、後者は鎌倉高校前の観光地化に対し、行政の取組みに関する内容である。

（３）整理結果

カテゴリーが「①鎌倉高校前の観光」と分類された新聞記事は 33 件であることが確認できた。

まず、その 33 件の新聞記事が報道される時期からみると（図 4）、鎌倉高校前の観光が最初に報道されたのは 2014 年で、鎌倉に関する旅行記の増加した時期（2014 年）と同じ時期であることが確認できた。次に、33 件のうち、「鎌倉高校前の観光の実態」に関する新聞記事は 23 件であり、「鎌倉市行政の取組み」に関する新聞記事は 10 件であった。

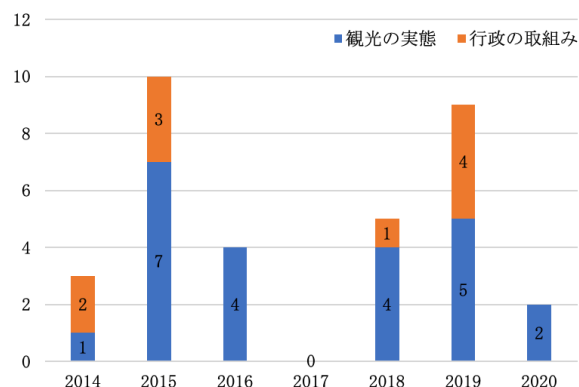


図 4 「鎌倉高校前の観光」の新聞記事の年ごとの報道数（件）

それぞれに関連する記事数が多いものの内容をまとめる。「鎌倉高校前の観光の実態」では、2014 年から、鎌倉高校前に訪れる外国人観光者が顕著に増加している傾向が報道された。2015 年になると住民の苦情が最初に報道された。2018 年に、通行の妨げ、私有地の侵入や住民の乗車が困難などのような報道が多く、観光者の急増による住民の苦情が明らかに増える時期でした。2019 年に、鎌倉高校前の公道上で写真を撮影する光景が日常化になることが報道された。そのため、鎌倉高校前に集中することによって地域住民への悪影響が多いと考えられる。

その一方で、「鎌倉市行政の取組」では、2014 年～2015 年の間に、「鎌倉高校前」に訪れる観光者の増加をきっかけに、国際観光キャンペーンなど積極的な動きが見られた。2018～2019 年の間に、地域住民の苦情が明らかに増加したことに対応し、鎌倉市行政が対応策を開始した。そして、2019 年 4 月にマナー条例を施行したが、焼け石に水との報道があった。その後、道路課金や市民優先乗車などの対策を講ずることが報道された。このような経緯から、地域住民への悪影響を改善できる有効な解決策が取りづらいことと、鎌倉高校前を観光資源として認識されていないことが確認できた。

新聞記事の整理結果からみると、鎌倉高校前への聖地巡礼がこのまま続いたら、地域住民とのコンフリクトが解決されることは難しく、中国人観光者の鎌倉における観光体験の質も低下する可能性があると考えられる。

4. 聖地巡礼者と非聖地巡礼者の観光行動

（１）聖地巡礼者の抽出

中国人観光者の観光行動の特徴として、「鎌倉高校前」に訪れることが確認できた。一方で、「鎌倉高校前」への来訪の有無によって鎌倉における観光目的が異なると考えられる。

本研究では「鎌倉高校前」に訪れた 216 名観光者は聖地巡礼の目的で鎌倉を訪れたとみなし、聖地巡礼者（以下、このグループを聖地巡礼群と記す）とする。また、216 件旅行記に投稿されたユーザーが異なるため、聖地巡礼群は 216 名観光者の 216 観光ルートとも言える。同様に、「鎌倉高校前」に訪れていない 39 名観光者は非聖地巡礼者（以下、このグループを非聖地巡礼群と記す）とし、39 名観光者の 39 観光ルートとも言える。そして、以下の 2 つ視点でそれぞれの観光行動を把握する。

① 観光スポット（点）：確認できた観光スポットを出現回数を元に 4 等分し、上位と中位の観光

スポットを代表的な観光スポットとし、そのエリアごとの分布を確認する。

- ② 観光エリアの組合せ（ルート）：観光者毎に観光ルートが異なるため、観光エリアの組合せも異なると考えられる。それぞれの観光ルートで、代表的な観光スポットが頻出する観光エリアの組合せを確認する。

（２）聖地巡礼者の観光行動

（i）観光スポット

聖地巡礼群の 216 件の旅行記で確認された観光スポットは 41 箇所であり、出現回数の最大値は「鎌倉高校前」の 216 回であり、最小値は 1 回である。

41 箇所を出現回数を元に 4 等分すると、最上位には「鎌倉高校前」の 1 箇所のみであり、中上位には 2 箇所であり、中下位には 5 箇所であることが確認できた。そのため、中上位の「江の島」以外の上中位の 7 箇所は聖地巡礼群の代表的な観光スポットと言え（表 2）、エリア「③+⑤+⑥」に分布していることが確認できた（図 5）。

表 2 聖地巡礼群の代表的な観光スポット

出現回数	箇所数	観光スポット
最上位（163～216 回）	1 箇所	鎌倉高校前
中上位（109～162 回）	1 箇所	小町通り
中下位（55～108 回）	5 箇所	鶴岡八幡宮、高德院、長谷寺、七里ヶ浜海岸、極楽寺

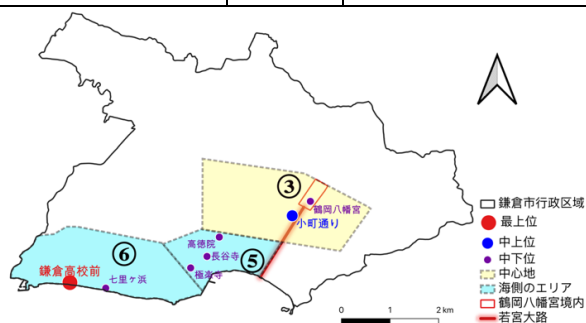


図 5 聖地巡礼群の代表的な観光スポットのエリアごとの分布

（ii）観光エリアの組合せ

聖地巡礼群の 216 観光ルートで、代表的な 7 箇所の観光スポットがある観光エリアの組合せを 4 種類に整理できた。そのうち、頻出した組合せは「エリア③+⑤+⑥」の組合せ（図 6 左）と「エリア⑤+⑥」の組合せ（図 6 右）であることが確認できた。

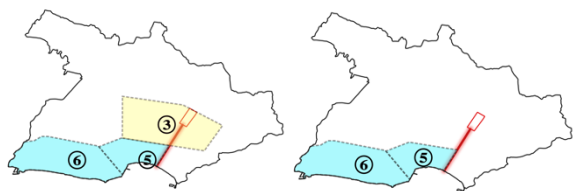


図 6 聖地巡礼群の頻出する観光エリアの組合せ

（３）非聖地巡礼者の観光行動

（i）観光スポット

非聖地巡礼群の 39 件の旅行記で確認された観光スポットは 26 箇所である。出現回数の最大値は 23 回であり、最小値は 1 回である。

26 箇所を出現回数を元に 4 等分すると、最上位には 2 箇所であり、中上位には 4 箇所であり、中下位には 2 箇所であることが確認できた。中上位の「江の島」以外の上中位の 7 箇所は非聖地巡礼群の代表的な観光スポットと言え（表 3）、エリア「①+③+⑤」に分布していることが確認できた（図 7）。

表 3 非聖地巡礼群の代表的な観光スポット

出現回数	箇所数	観光スポット
最上位（19～23 回）	2 箇所	鶴岡八幡宮、高德院
中上位（13～18 回）	3 箇所	長谷寺、明月院、円覚寺
中下位（7～12 回）	2 箇所	建長寺、小町通り

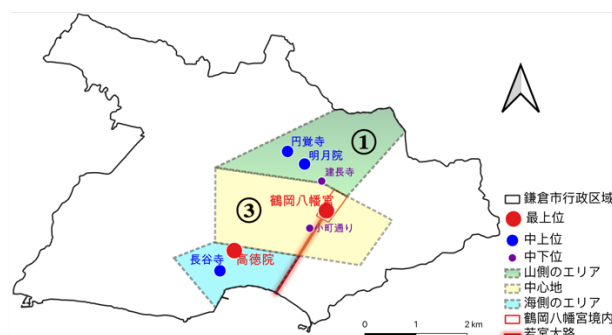


図 7 非聖地巡礼群の代表的な観光スポットのエリアごとの分布

（ii）観光エリアの組合せ

非聖地巡礼群の 39 観光ルートで、代表的な 7 箇所の観光スポットがある観光エリアの組合せを 4 種類に整理できた。そのうち、頻出した組合せは「エリア①+③+⑤」の組合せ（図 8 左）と「エリア①+③」の組合せ（図 8 右）であることが確認できた。

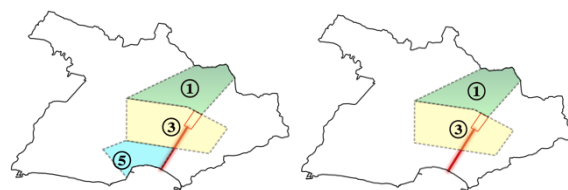


図 8 非聖地巡礼群の頻出する観光エリアの組合せ

5. 鎌倉市行政が推奨する観光資源

本章では、鎌倉市行政によるモデルコースとパンフレットを分析することで、鎌倉市行政が推奨する観光資源を把握する。

（１）分析対象

鎌倉市観光協会による 25 コースのモデルコースと、鎌倉市 3 つの代表的なパンフレットを分析対象とする。

まず、モデルコースは2019年2月～2020年10月の間に作成され、全26コースが公開され、令和元年台風15号・19号の影響により一部封鎖中の1コースを除外し、最終的に25コースを分析対象とした。また、25コースのモデルコースは観光ルートとして推奨されているため、25観光ルートと言える。

次に、3つの代表的なパンフレットの発行者は鎌倉市観光課と観光協会である。1つ目は聞き取り調査した時、観光協会の方より鎌倉市の魅力を感じることができるパンフレットとして紹介された。2つ目は現地調査した時、観光案内所や主要な駅で共通して配布されていたパンフレットである。3つ目は鎌倉市観光公式ガイドに紹介された外国人観光者向けパンフレットである。これら3つのパンフレットに推奨されている観光ルートは4ルートであった。

そのため、行政が推奨する観光エリアの組合せの視点で分析する際に、29ルートを分析対象とする。

(2) 分析方法

分析方法は中国人観光者の観光行動を分析した研究手法と同じく、「観光スポット」と「観光エリアの組合せ」という2つの視点で鎌倉市行政が推奨する観光資源を把握する。

(3) 分析結果

(i) 観光スポット

モデルコースとパンフレットで確認できた観光スポットは105箇所であり、出現回数の最大値は14回、最小値は1回となった。105箇所を出現回数を元に4等分すると、最上位には2箇所であり、中上位には3箇所であり、中下位には9箇所であることが確認できた。それらの14箇所は行政が推奨する代表的な観光スポットと言え(表4)、エリア「①+②+③+⑤」に分布している(図9)。

表4 行政が推奨する代表的な観光スポット

出現回数	箇所数	観光スポット
最上位 (13～14回)	2箇所	鶴岡八幡宮、長谷寺
中上位 (9～12回)	3箇所	報国寺、建長寺、高德院
中下位 (5～8回)	9箇所	浄智寺、銭洗弁財天、円覚寺、浄妙寺、宝戒寺、本覚寺、鎌倉宮、鎌倉文学館、瑞泉寺

(ii) 観光エリアの組合せ

行政が推奨する29観光ルートで、代表的な14箇所の観光スポットがある観光エリアの組合せを6種類に整理できた。そのうち、頻出した組合せは「エリア①+③」の組合せ(図10左)と「エリア②+③」の組合せ(図10右)であることが確認できた。

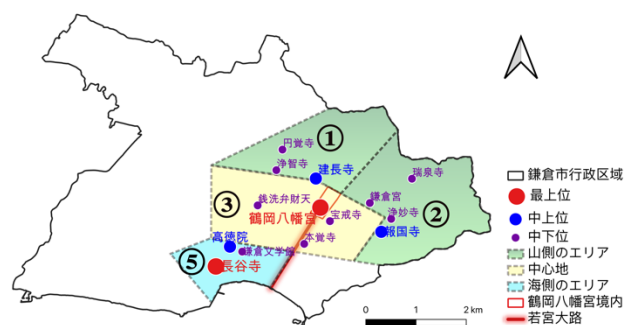


図9 行政が推奨する代表的な観光スポットのエリアごとの分布

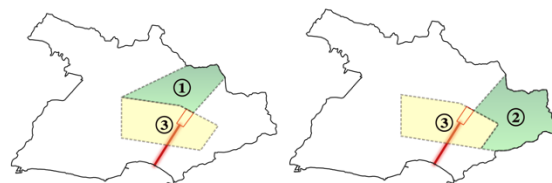


図10 行政が推奨するルートに頻出する観光エリアの組合せ

(iii) 小括

まず、行政が推奨する代表的な観光スポットには、中国人観光者が集中する観光スポットである「鎌倉高校前」がないことが確認できた。

次に、行政が推奨する代表的な観光スポットは上中位の14箇所であり、その14箇所のエリアごとの分布からみると、山側に偏っていることが確認できた。

さらに、行政が推奨する観光ルートは位置的に近い観光エリアを組み合わせ推奨する傾向がみられ、山側と海側を組み合わせられるような観光推奨ルートが少ないことが確認できた。これらのことから、行政は山側の文化的・歴史的な観光資源と、海側の自然的な観光資源を別々に取り扱っていると考えられる。

6. 中国人観光者の観光行動と行政による観光推奨ルートの比較

(1) 代表的な観光スポットのエリアごとの分布の比較

表5に示したように、聖地巡礼群の代表的な観光スポットの71.4%が海側に分布していることから、聖地巡礼群が訪れる観光スポットは海側が多いことが確認できた。

非聖地巡礼群の代表的な観光スポットの42.8%が山側に分布し、非聖地巡礼群が訪れる観光スポットは山側が少し多いことが確認できた。

行政が推奨する代表的な観光スポットの50%が山側に分布し、行政が推奨する観光スポットは山側が多いことが確認できた。

表 5 代表的な観光スポットのエリアごとの分布の比較

	聖地巡礼群	非聖地巡礼群	行政
山側	0%	42.8%	50.0%
中心	28.6%	28.6%	28.6%
海側	71.4%	28.6%	21.4%

(2) 頻出する観光エリアの組合せの比較

それぞれの観光ルートで、それぞれの代表的な観光スポットが頻出する観光エリアの組合せの比較は図 11 に示す。

聖地巡礼群の観光行動(図 11 上)は海側へ偏っていることが確認できた。

非聖地巡礼群(図 11 中)は山側と海側の観光資源をどちらも観光していることが確認できた。

行政が推奨する観光ルート(図 11 下)は山側に偏り、山側と海側の観光資源を別々の観光ルートとして紹介することが確認できた。

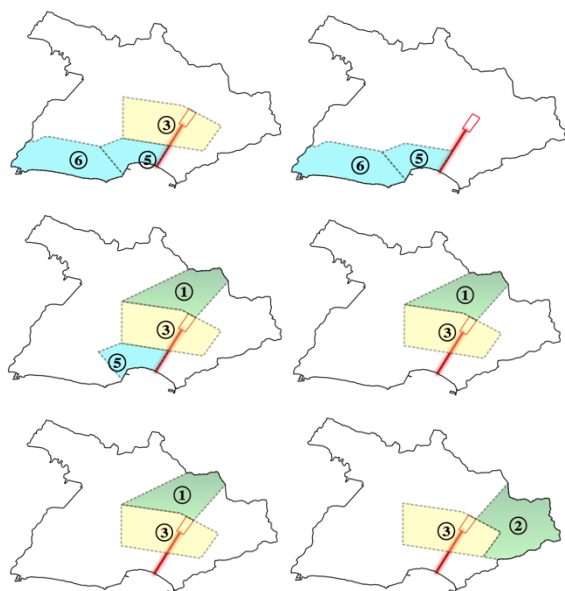


図 11 頻出する観光エリアの組合せの比較

(上：聖地巡礼群、中：非聖地巡礼群、下：行政)

7. 結論と提言

(1) 結論

特定の観光スポットへの来訪を観光目的とする中国人観光者の観光行動には偏りが生じ、行政が推奨する観光ルートと大きく異なっていることが示された。そして、特定の場所に集中すること(聖地巡礼)が要因であることが示され、地域住民からの苦情などコンフリクトがあるが、なかなか解決策が困難であることが明らかとなった。

(2) 提言

鎌倉幕府が成立した当時から、海と山が近い地形的特徴があり、その特徴が鎌倉の文化と歴史を創出したといえ、現在でも大きな観光的な魅力である

と言える。

鎌倉市行政は、海側の観光資源の重要性をもっと認識したうえで、海側の観光資源を活用できるような整備や情報発信する工夫が求められる。

さらに、聖地巡礼の観光者に鎌倉の魅力を深く理解してもらうためにも、海側から山側へと鎌倉の魅力を体験できるような観光ルートを作成することも必要であると考えます。聖地巡礼を目的とする中国人観光者を誘導や分散することを期待できると同時に、山側の観光資源の魅力を知ってもらう可能性もあり、長期滞在も期待できるであろう。

本研究から、中国人観光者が旅行口コミサイトを利用して観光地の情報を得ていることが再確認できた。行政から外国人観光者に向けての観光情報発信においても、口コミサイトがますます重要で有効な手段になると考えられる。特に、口コミサイトで特定の場所を訪れる際の注意点を来日前情報として提供することができれば、鎌倉高校前のような場所に生じる問題の対策として期待できるであろう。

<補注・引用文献>

注 1：日本の観光統計データ、旅行形態別の内訳 (2019)

<https://statistics.jnto.go.jp/graph/#graph—travel—form>

注 2：「mafengwo」 <http://www.mafengwo.cn/>

- 1) 石森秀三、山村高淑：情報社会における観光革命：文明史的に見た観光のグローバルトレンド、JACIC 情報 24(2)、5-17、2009
- 2) 岡本健：アニメ聖地における巡礼者の動向把握方法の検討：聖地巡礼ノート分析の有効性と課題について、観光創造研究(2)、1-13、2008
- 3) 岡本健：旅行者主導型コンテンツツーリズムにおける観光資源マネジメント：らき☆すた聖地「鷲宮」とけいおん！聖地「豊郷」の比較から、日本情報経営学会誌 32(3)、59-71、2012
- 4) 金玉実：映画『狙った恋の落とし方』による中国人の北海道道東観光の展開、地理学評論 Series A 88(5)、514-530、2015
- 5) Fotis, J., Buhalis, D., & Rossides, N.: Social media impact on holiday travel planning: The case of the Russian and the FSU markets. International Journal of Online Marketing, Vol. 1, No. 4, pp. 1-19, 2011