

Advanced
Tourism
Studies No.9

観光創造研究

《論文》

拡張現実の時代のコミュニケーションと
ツーリズムの新たな可能性

Communication and Tourism
in “the Age of Augmented Reality”

山田義裕
Yoshihiro Yamada

Center for Advanced Tourism Studies
Hokkaido University

北海道大学 観光学高等研究センター



観光創造研究 No. 9《論文》

2013年9月21日

Advanced Tourism Studies No.9

21/09/2013

拡張現実の時代のコミュニケーションと
ツーリズムの新たな可能性

Communication and Tourism
in “the Age of Augmented Reality”

山田 義裕

北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院教授

Yoshihiro Yamada

Professor,

Research Faculty of Media and Communication

Hokkaido University

【要旨】

小稿は、「拡張現実の時代」(宇野 2011)における人々のリアリティの在り方が今後のツーリズムにどのような影響を及ぼすかを論じたものである。小論の目的は、大きく二つに分かれる。一つは、戦後日本における情報メディアの変化が私たちのコミュニケーション様式にどのように影響を与えたのかを、テレビ、電話そしてインターネットという三つのメディアを比較しながら考察し、さらにコミュニケーション様式の変化により私たちのリアリティがどのように変容したのかを探ることである。もう一つの目的は、こういったリアリティの変容がこれからのツーリズムに与える影響について考察することである。特に、宇野(2011)が「拡張現実」と呼ぶ、ネット空間のコミュニケーションを現実空間に重ね合わせるリアリティの在り方が、現実空間における私たちの行動にどのように影響を与え、それがこれからのツーリズムをどのように方向づけるのかについて議論を試みる。

キーワード: アノニマス・コミュニケーション、拡張現実、仮想現実、ツーリズム、モバイル・コミュニケーション、参加型文化

【Abstract】

The purposes of the present paper are two-fold. The first is to consider how new types of media have affected our communication style, focusing on comparison of the three different types of media: television, telephone and the Internet, all of which represent a radical change in our way of communication in the information era. We then explore how changes in our communication style have had influence upon our understanding of the reality of the world and claim that the evolution of the Internet has finally led us to “the age of augmented reality” (Uno 2011). The second purpose is to analyze a new type of tourism born from participatory culture on the Internet: anime pilgrimages, cos-play-events and so on. We propose an empirical hypothesis that “participatory tourism” of this kind, in which tourists are connected with each other both online and offline, is one of the consequences of the advent of the age of augmented reality

Key words:

anonymous communication, augmented reality, mobile communication, participatory culture, tourism, virtual reality

1 はじめに

今世紀に入ってから移動体通信の環境整備が進み、今やケータイやスマートフォンから簡単にインターネットへ接続できる時代になっている。¹情報通信環境の基盤整備が進んだことに加え、オライリー (Tim O'Reilly) の提唱する新たなウェブ概念である Web2.0 を現実化したツイッターやフェイスブックなどの新たなウェブサービスの利用者が急増することで、ソーシャルメディアを媒介としたこれまでにはなかった新たなコミュニケーション環境が出現している。

小稿の目的は、この十数年の情報通信環境の激変が、私たちのコミュニケーション様式をどのように変容させ、それが私たちのリアリティにどのような影響を及ぼしているかを考察し、その考察に基づいて観光の新たな可能性を探ることである。

2 戦後日本社会における情報化の進展

この十数年の情報通信環境の変化について考察するには、まず戦後日本社会における情報化の進展を押さえて、その流れの中でこの変化を位置付ける必要がある。この節では、日本社会における主要メディアの動きに関して、高度成長期以降「テレビ的なもの」と「電話的なもの」が共存しながらも、21世紀に向けて「テレビ的なもの」から「電話的なもの」へと次第に移行していった背景を、特に電話の「進化」に注目してまとめる。

日本において白黒テレビが普及し始めたのは高度経済成長期に入ってもなくである。具体的にいうと、1959年の皇太子明仁親王成婚パレードの中継をきっかけに爆発的に普及していった。テレビというのはマスメディアのテクノロジーの一つであり、マスメディアは近代を代表する情報装置の一つである。近代とはマス時代の時代である。市民革命により大衆 (the mass) が生まれ、産業革命により大衆をターゲットとした大量生産が可能となり、「第1次観光革命」²により富裕層向けの団体旅行が組まれる中で、情報/コミュニケーション³の分野でもマスメディアの誕生という大きな変化があったのが近代という時代である。

テレビは1960年代以降、強力な近代的マス・コミュニケーションの仕掛けとして普及し、大衆に広く受容され、社会的な影響力の極めて強いメディアへと育っていった。

一方の電話は、日本においては、テレビから10年遅れの1970年代に利用者が急増した。日本における電話メディアの普及のプロセスとその文化的・社会的影響について詳細に論じた研究に吉見他 (1992) がある。その中で、吉見俊哉は日本社会への電話の浸透について次のようにまとめている。⁴

吉見によると、日本で電話が日常生活に浸透し始めたのは1960年代後半からということだ。当時の住宅用電話の加入者数の変化をみると、表1から分かるように、1960年代の中盤から増加が始まり、1970年代に入って急激に増えていったことが分かる。

1 ケータイでのインターネット利用は、1999年のi-modeに始まり、その直後に実現した第3世代移動通信システム(3G)の登場で広まった。現在は第4世代(4G)へと移行しつつある。

2 石森(2008)を参照のこと。

3 見田(2006:164)は、情報/コミュニケーション革命を4段階に分けており、近代におけるマスメディアの誕生は、言語(0次)、文字(1次)に次ぐ、第2次革命と述べている。第3次革命はインターネットの誕生に始まる狭義の「情報化」である。

4 吉見他(1992)の第二章「変容する社会空間—電話が越境する社会」を参照のこと。

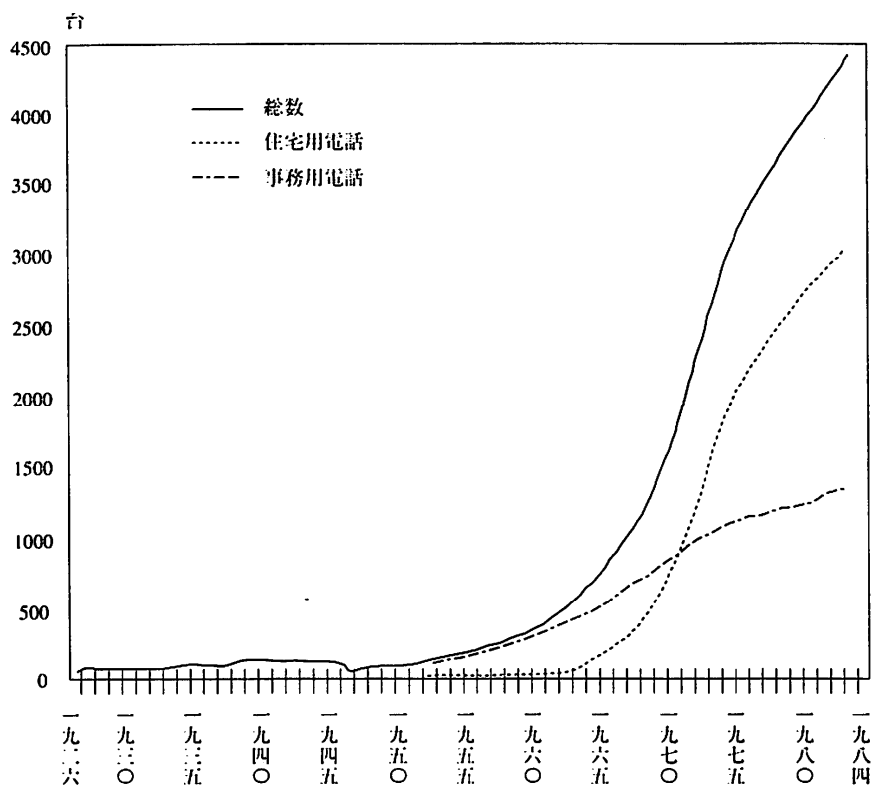


図1 電話加入者の推移[1926~1984年度] (単位 1000 台) 出典：吉見他 (1992:63)

このような電話加入者増という数量的変化と平行して、質的な変化も同時期におこっていることが分かる。つまり、電話網の重心が業務用から家庭用へと移行していくのである。具体的にいうと、住宅用電話の割合は、1960年は12パーセント不足であったが、1965年は25パーセント、1970年は45パーセント、1972年には業務用を逆転して54パーセントを占めるに至っている。

家庭電話の一般的な置き場は玄関であったが、これについて吉見は、次のような興味深い観察を行っている。

電話が家庭に普及してからしばらく、多くの家庭ではこのメディアを、玄関、それも下駄箱の上などに置いていた。このことは単なる偶然ではない。電話は、家族のひとりひとりを外部の社会へ接続させていくメディアである。われわれは電話をしているとき、物理的には家の中にいても、意識としては家から出て、会話相手と回線上の場を共有してしまっている。つまり電話は、住居空間にとって玄関や勝手口と同様のもうひとつの境界なのである。だからこそ電話は、このような役割に最も相応しい場所、つまり家族という共同体が外部の社会と接する境界部におかれていたのだ。(吉見他 1992:64-65)

吉見は、当時人々が電話をウチとソトとの境界領域においたのは、彼らが無意識のうちに電話というメディアの本質—すなわちウチとソトとのインターフェイス—を見抜いていたからだと分析する。しかし、電話はいつまでも玄関先に置かれていたわけではなく、ウチとソトのインターフェイス機能を保持したまま、家庭の内部へと入り込んでいく。電話の、家の周縁から内部への侵入は、二つのステップに分けて考えることができる。

まず、電話の置き場は玄関から応接間・台所、そしてリビングルームへと家の中心部へと向かって変化する。そして、電話がリビングルームに据え置かれると、ウチの周縁で行われていたソトとのコミュニケーションが、家族団欒のまっただ中で行われるというそれまでになかった新たなコミュニケーション状況が発生する。第二のステップは、電話の「個室化」である。コードレス電話や親子電話の開発による二台目の電話機の導入が契機となり、電話が中心部から家族成員の個室—例えば夫婦の寝室や子供部屋へと枝分かれしながら広がる。その結果、例えば勉強部屋から子どもたちが、電話ネットワークを通じて家の敷居を軽々と飛び越え、じかにソトへとつながることが可能となる。

先ほど、テレビは近代という「マス」のメディアであると述べた。テレビというメディアの「1対多」の「マス」的なコミュニケーション特性は、新たな機能が次々と追加されても変わらなかったし、おそらくこれからも変わらないであろう。一方、電話というのは、テレビとは対照的に、基本的に「1対1」のパーソナルなコミュニケーションのメディアである。ただ最初家庭に導入された時は、パーソナル・ツールというよりは家族の共有物であり、電話でソトと交信するためには常にウチを経由する必要があった。しかし、上でみたように、電話は個室化以降ウチの束縛から解放され、以下で見るとような興味深い進化を遂げることになる。

電話は個室化の後に、二股に分かれて進化を始める。一つは、コードレス化から移動体通信へ、というモバイル・ツールとして進化する流れで、もう一つは、パソコン通信⁵から匿名電子掲示板へ、という匿名の他者との「アノニマス・コミュニケーション」へとつながる流れである。

電話のモバイル的進化は、家庭内のコードレス電話から一足飛びに現在のケータイへと進んだのではなく、通称「ポケベル」と呼ばれる無線呼び出し機器が橋渡しの役割を果たした。ポケベルのサービスが日本で開始されたのは1968年、最初はビジネスマン向けの通信ツールとして出回り始めた。ところが1986年頃から、女子高生を中心に若い女性の間で「ベル友」ブームがわき起こり⁶、ポケベルは友達同士の「おしゃべりツール」へと変貌する。⁷その後、1995年に双方向通話やメールが利用できるPHSが開発され、ポケベルからPHSへの移行が急速に進む。PHSやその後の携帯電話の普及で、若者たちの情報通信機器を用いたコミュニケーションはさらに活発化し、これが現在の「友だちとの常時接続」という状況へと進むのである。

一方、電話のモバイル化とは全く独立に、1980年代後半からパソコン通信という、電話回線を利用した新たなコミュニケーション・サービスが始まる。1985年にアスキー・ネット、1986年にPC-VAN、1987年にNifty-Serveといった大手のパソコン通信サービスが相次いで開始され、パソコン保有者の間でパソコン通信

⁵ インターネットの高速回線が普及する以前のネットワークへのアクセスは、パソコンに電話回線用モデムや音響カプラーを接続して行っていた。

⁶ 当時のポケベル利用状況は、高弘（1997:54）が紹介している山根一眞の次の記事が参考になる。「深夜零時過ぎ、原稿を書いている私のそばにいた18歳の娘のポケベルが鳴った。ディスプレイをちらと見た娘は、いきなり電話をとると猛然とプッシュボタンを押して電話を切った。と、またポケベルが鳴る。ちらと見て、再び猛然と電話をプッシュ。またポケベルが鳴る。こんなことを央（ママ）に、五、六回繰り返している。「いったい何してるんだ?」「あ、Yちゃんに『起きてるかーい』って聞いたら、『まどろんでる』と答えたから、『おやすみ』って言ったら、『それだけかー』と聞いてきた。それで、『うん、ごめん』『明日も早いのだー』って答えたら、『頑張っつけー』って」。Yちゃんと娘とは同い年の親友で、二人はポケベルで文字対話をやっていたのである。」（山根一眞、日本経済新聞、1999年9月10日）

⁷ 女子高校生たちはポケベルの中に、単に情報伝達のための道具的（instrumental）なコミュニケーションではなく、おしゃべりを楽しむ自己目的的（consummatory）なコミュニケーションの可能性を見いだしたのである。彼女たちが電子情報通信機器に潜在する「おしゃべりツール」としての可能性を発見したことこそが、ゼロ年代以降におけるコミュニケーション様式の変容のきっかけを作ったと言っても過言ではない。

の利用者が増えていく。パソコン通信というのは、サーバに設置された電子掲示板越しに加入者同士でコミュニケーションを行うシステムである。コミュニケーションの相手は、素性の分からない他者である。パソコン通信では、加入者同士が実名ではなく「固定ハンドルネーム」（略してコテハン）とよばれる自分で考えた愛称を用いるのが普通である。このパソコン通信の文化が、現在のインターネットにおける「2ちゃんねる」型のハンドルネームすら用いない「完全匿名」のコミュニケーションへとつながっていく。

ここまですら簡単にまとめよう。電話は、テレビというマスメディアとは対照的に、本質的にパーソナル・コミュニケーションのためのメディアである。電話は最初、白物家電のような家財道具として家庭にもちこまれたが、そのパーソナル・メディアとしての本質を見抜いた利用者、特に若者たちが、個人同士がおしゃべりをするためのツールとして使いこなしていく。その流れの一つが、現在の携帯電話につながるモバイル・コミュニケーションである。携帯電話は、パーソナルな「声」のメディアとして、私たちのコミュニケーションを「時と場」から解放し、「いつでも、どこでも」話ができる常時接続の「フルタイム・インティメット・コミュニティ」⁸を出現させた。電話のもう一つの進化は、パソコン通信に始まるアノニマス・コミュニケーションの流れに見てとれる。電話は、パソコンと合体することで、パーソナルな「文字」の通信メディアへと進化し、さらにパソコン通信サービスを通じて、匿名の他者とのコミュニケーションという全く新しいコミュニケーション様式を生み出した。これによって、私たちのコミュニケーションは「時と関係」から解放され、「いつでも、だれとでも」通信が可能となり、その結果として匿名の他者たちからなるネット・コミュニティが誕生した。そして、インターネットが大衆化し、さらに携帯電話からのインターネット利用が可能になると、この二つの進化の流れが合流して21世紀型の新たなコミュニケーション文化が開花するのである。

3 コミュニケーションの過剰とコミュニケーションの拡散

戦後から20世紀末までは、テレビに代表されるマスメディアが優勢な時代であった。しかし第2節でみたように、世紀の変わり目に向けて、電話メディアが二方向に進化を続ける中で、私たちのコミュニケーションは「テレビ的なもの」から「電話的なもの」あるいは「マス」から「パーソナル」へとその重点が移行してきている。1997年頃からのインターネットの急速な大衆化は、この流れに一層拍車をかけた。新聞などの紙媒体のマスメディアは発行部数が激減して雑誌の廃刊も相次ぎ、特に若い人たちの間ではテレビ離れが決定的に進んでいる。かつてマスメディアが一括して提供していた情報は、インターネットの情報サイトやソーシャルメディアを通じて、個人がその都度入手するという形へと変わりつつある。この時に利用されるのが、ケータイやスマートフォンのようなパーソナルなコミュニケーション・ツールである。こういったパーソナルなコミュニケーション・ツールの普及は、前節でみてきた1990年代に始まるコミュニケーション様式の変容をさらに加速する方向で作用し、それが私たちのリアリティの感じ方にも影響を及ぼし始めている。

1990年以降進展しているコミュニケーション様式の変容の実態は、「コミュニケーションの過剰と拡散」をキーワードにしてまとめることができると思われる。

まず、「コミュニケーションの過剰」を若者に焦点を当ててみていく。マスメディアの若者言説の中で、時折「若者の人間関係の希薄化」という表現が見られる。アニメやゲーム好きの最近の若者は人とのコミュニケ

⁸ 浅野（2011:17）を参照。

ーションが苦手、友だちとの親密な人間関係を築けずにいる、というような言い回しが典型である。若者のコミュニケーションの変容については、社会学の関連分野でいくつもの調査・分析が行われているのだが、これらの研究では上で述べたマスメディアの若者言説とは全く異なる分析結果が出ている。⁹例えば、浅野（2011：11-18）は、次の三点に注目し、若者の友だち関係は濃密化していると分析している。第一点目は友人関係の重要性の上昇、第二点目は友人関係の充実度の上昇、第三点目は友人関係の常時接続である。¹⁰最近の若者の友だち関係に特徴的なのは、第三点目の友人関係の常時接続であろう。これには、ケータイやスマートフォン急速な普及が大きく影響しているのは確かである。若者たちはこれらのモバイル・ツールを用いて、「いつでも、どこでも」連絡を取り合う「フルタイム・インティメット・コミュニティ」を築き上げ、どこにいても常にお互いの関係を確認し合っている。こういった関係の濃密化は、彼らにとってプラスに働くこともあるが、逆にそれが「息苦しさ」と感じられることもある。土井（2008）が「優しい関係」とよぶ、学校内で常にお互いを気にし合う友人関係などはその代表例であろう。コミュニケーションの場が現実空間からネット空間に移行して仲間同士の常時接続が可能になると、コミュニケーションが過剰となって「ケータイ依存」や「mixi 疲れ」といった、コミュニケーションが抑圧的にはたらく事態が生まれるのである。

一方、21世紀のコミュニケーション様式のもう一つの特徴である「コミュニケーションの拡散」は、パソコン通信に由来する「いつでも、だれとでも」のコミュニケーションが一般にも広まった結果生じている現象である。パソコン通信が始まった頃のパソコン保有率は1割くらいで、ネット空間における匿名の他者とのコミュニケーションというのはごく少数のパソコンマニアに限られた現象であった。ところが1990年代後半からインターネットの利用者が増え始めると、ネット上の電子掲示板を介した匿名の他者とのアノニマス・コミュニケーションが次第に世間の認知を受け始める。ネット空間でのコミュニケーションの敷居が低くなり、多くの人たちが匿名の他者とのコミュニケーションを楽しむ始めたことで、これまでなかった全く新しいタイプの他者関係が誕生した。富田（2009）が「インティメット・ストレンジャー」（intimate stranger）とよぶ他者関係である。富田は、匿名性と親密性という二つのファクターを用いて他者関係を図2のように4タイプに分けた。

⁹ 浅野編（2006）の第一章「若者論の失われた十年」、浅野（2013）の第五章「コミュニケーションの過小と過剰」及び第六章「多元化する自己」を参照のこと。

¹⁰ 浅野（2011：11-13）によると、例えば友人関係の重要性の意識や充実度は、統計的に見て1990年代以降上昇を続けているということである。

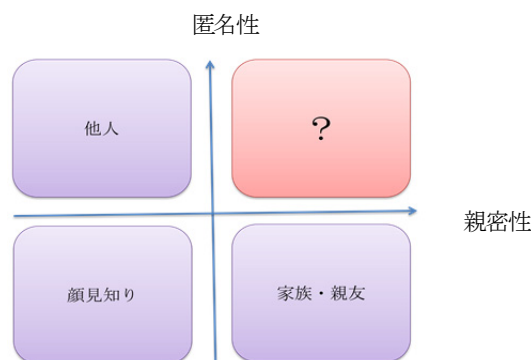


図2

4タイプの他者関係のうち、匿名性と親密性の両方をあわせ持つ他者関係を想定するのは、少なくとも対面コミュニケーションを念頭におく限り難しいであろう。ところがネット時代に入ってから¹¹、匿名の他者との親密なコミュニケーションという新しいタイプの関係性が芽生える。この関係性を、富田は「インティメット・ストレンジャー」と名づけた。そして、この他者関係は新たな興味深い社会現象を誘発している。援助交際のための仕掛けとして「出会い系サイト」なるものが誕生し、見知らぬ他者がネットで誘い会って集団自殺を企てる「ネット心中」¹²といった、ネット空間の誕生前には想像すらし得ななかった社会現象が生まれている。こういった事態は、ネット空間におけるインティメット・ストレンジャーたちの匿名の関係が、現実空間のリアルな「性」と「生」に激しく食い込んでいっていることを示唆するものである。

4 「拡張現実の時代」のリアリティとツーリズムの新たなかたち

1990年代半ばからのインターネットの普及とその後のモバイル通信環境の整備によって、コミュニケーションのモバイル化とアノニマス化が進み、私たちのコミュニケーション様式の変容はインティメット・ストレンジャーという新たな他者関係を生み出すまでに至っている。この節では、こういったコミュニケーション様式の変容は、私たちのリアリティにも大きな影響を及ぼしていることを論じ、そしてそれがこれからのツーリズムに対してどのような意味をもつかを考えたい。

大澤(1996、2008)は、社会を生きる人々のリアリティをとらえるために現実の反意語、すなわち反現実のモードに着目した見田(1995)の研究を踏まえた上で、戦後日本社会のリアリティを映し出す反現実のモードは、高度経済成長期を挟んで「理想」から「虚構」へと変化したと論じている。大澤は、1970年以降の虚構をリアルと感じる時代もオウム真理教の地下鉄サリン事件とともに終焉し、現在の「ポスト虚構の時代」に生きる私たちが参照する反現実のモードは「不可能性」だという。大澤は、「不可能性」というのは「理想や虚

¹¹ インティメット・ストレンジャーを生み出したアノニマス・コミュニケーションには二つの源流がある。一つはこの節で論じたパソコン通信であり、もう一つは、伝言ダイヤルやダイヤルQ²のような匿名の他者との電話コミュニケーションである。これについては、富田(1994)や富田(2009)を参照のこと。

¹² ネット心中は、桐野夏生の小説『メタボラ』(朝日新聞社、2007)で取り上げられるなど、今や一般にもよく知られるようになった。ネット心中の実態については、渋井(2004)を参照のこと。

構と違って「無」なの¹³ だという。リアリティを得るために参照すべき「大きな物語」が完全に失効して「無」になったのが「不可能性の時代」なのだという。¹⁴

「ポスト虚構の時代」のリアリティを扱った代表的な研究は、大澤の研究の他に東(2001)と宇野(2011a, 2011b)がある。東の主張は、大きな物語が凋落した後は、データベースという「大きな非物語」が居座り、新しい時代の人間は「データベース的動物」として、物語に頼ることなくデータベースとのやりとりの中でリアリティを得るのだと主張する。¹⁵一方、宇野(2011a, 2011b)や宇野・濱野(2012)において、宇野は虚構の時代からポスト虚構の時代へのリアリティの変容は、虚構に対する認識の変化の結果だと考える。彼はそれをデジタル技術の進展と重ね合わせて、ポスト虚構の時代へ向けてのリアリティの変容は、「仮想現実」(virtual reality)から「拡張現実」(augmented reality)への変化としてとらえるべきだと主張している。つまり、ポスト虚構の時代においては、虚構というのは仮想現実のような「<外部>=もうひとつの現実として機能するのではなく、むしろ現実の<内部>を多重化し、拡張する存在として機能」(宇野 2011a:401)しているというのが宇野の分析である。彼はさらに、この虚構への想像力の変容に伴い、ネット空間と現実空間の関係が大きく変化したと主張する。ネット空間は、今や現実空間とは独立の「もう一つの現実」ではなく、ネット空間での情報やコミュニケーションは、それを現実空間に重ね合わせ、現実を多重化するためにこそ利用され始めているというのである。¹⁶

前の節で、「出会い系サイト」や「ネット心中」といった、この十数年の間に話題となった社会現象を紹介したが、これらはまさにネット空間のコミュニケーションが現実世界にオーバーレイされる拡張現実の社会的事例であろう。2008年に起きた「秋葉原通り魔事件」もネット空間でのコミュニケーションの破綻が、現実空間における殺人へとつながった拡張現実型の事件である。

ネット空間の匿名コミュニケーションが現実空間に影響を及ぼすというのは、こういった三面記事的なネガティブな現象だけにみられるものではない。特に、ツイッター等のソーシャルメディアの普及後は、こういったツールを使ったネット上のコミュニケーションが現実空間の政治運動や社会活動の引き金となる事例が、世界各地で目立ち始めている。例えば、「アラブの春」のきっかけとなったチュニジアのジャスミン革命や米国の Occupy Wall Street、あるいは日本の福島第一原発事故後の脱原発デモにおいても、ネット上のコミュニケーションが現実空間での活動の活性化に大きな威力を発揮している。また、最近の政治の動きをみても、公職選挙法改正にともない選挙運動にフェイスブックやツイッターが解禁され、現実空間に縛りつけられていた日本の政治活動が、ネット空間における匿名のコミュニケーションとダイナミックに交錯し始めている。

¹³ 大澤・佐藤(2012)を参照のこと。

¹⁴ 「理想の時代」というのは、ジャン＝フランソワ・リオタールの意味での「大きな物語」(国民国家や政治イデオロギーなど)が共同幻想としてリアルであった時代である。しかし時代の流れの中で、大きな物語の価値は相対化され、人々はそれにリアリティを感じなくなる。虚構の時代というの、大きな物語が失調した後の穴を埋めようと、サブカルチャーをリソースに自前で大きな物語を捏造するということが行われた時代である。そして、この捏造された大きな物語さえも失効してしまったのが「ポスト虚構の時代」である。このように、虚構の時代を大きな物語が凋落する過渡期としてみる時代認識は、大澤(1996, 2008)、東(2001)、宇野(2011a, 2011b)に共通していると思われる。

¹⁵ 東は、これを「データベース消費」とよんでいる。

¹⁶ この変化は、インターネットのイメージが、巨大データベースからソーシャルメディアのプラットフォームへと変化していく動きと平行である。ネット空間での匿名の他者たちのn対nのコミュニケーションが、今や現実世界へ大きな影響を及ぼし始めている。

さて、ツーリズムの分野ではどうであろうか。旅というのは、物理的移動や他者との出会いをともなうという点で、すぐれて身体的な活動であり、ツーリズムも現実空間でこそ生じる現象と考えるのが一般的かもしれない。そのため、ネット空間の出来事は、ツーリズムには無関係と考える向きもあろう。しかし、ソーシャルメディアの普及などでネット空間でのコミュニケーションが肥大化した今、私たちの現実空間での活動は、いかなる活動でも否応なくネットの活動により影響を受ける。ツーリズムもその例外ではない。いや、まさにツーリズムこそが、ネット空間と現実空間の交錯の場となっていることを示すいくつもの事例が報告されている。

例えば拡張現実の想像力により世界を読み替えて多重化する端的な例として、宇野（2011a:391）は「アニメ聖地巡礼」を挙げている。アニメ聖地巡礼とは、アニメのファンがアニメの背景となっている土地を見つけ、その土地を訪問し、その記録を文章や写真の形で残すとといった現象である。アニメの舞台に自分の身を置き、そこにアニメという虚構を重ね合わせて現実世界を多重化する。これは、まさに拡張現実の想像力をフルに生かした観光行動である。アニメファンたちの「巡礼」は、山村（2011）や岡本（2012）による詳細な調査が示しているように、アニメファンと地元の人たちとの交流を誘発し、さらにそれがまちおこしにつながることもある。ネットとリアルを重ね合わせるといふ拡張現実の想像力が、人々の社会参加を促し、そこで生まれた他者との交流が地域振興につながるという極めて興味深い地域活性化の流れが、このアニメ聖地巡礼という観光現象を通じてできあがっている。アニメ聖地巡礼の他にも、コスプレ・イベント、ロック・フェスやボランティア・ツーリズムといった「ネットで出会い、リアルで集う」世界の多重化の試みが、この十数年の間に新たなツーリズムとして生まれている。¹⁷ こういった現実世界とネット空間を身体を媒介に結びつけて現実を多重化する想像力こそが、拡張現実の時代のツーリズムを駆動する原動力となるのかもしれない。¹⁸

4 むすび

小稿では、戦後日本社会における情報化の進展とともに、私たちのコミュニケーション様式がどのように変化し、それが人々のリアリティにどのような影響を与えているのかについて考察を試みた。「ポスト虚構の時代」の人々のリアリティが「仮想現実」から「拡張現実」へと変化しているという宇野（2011a, 2011b）の仮説を検証する上で、ツーリズムの最近の動向に注目することが有意義であることを主張した。

小稿で論じた拡張現実的リアリティを考察する上で、これまで述べた情報化の流れに加え、現代社会の消費化の進展を考慮に入れる必要がある。消費化は、理想の時代の三種の神器に代表される必需品の消費から、虚構の時代におけるボードリヤール（1979）の意味での「記号的価値」の消費へと消費形態が変化し、消費社会への移行が進む。その後、サブカルチャーの大きな物語を消費する「物語消費」（大塚 2011）、データベースへの欲望に駆動される「データベース消費」（東 2001）へと消費形態が変化し、現在の拡張現実の時代は、濱野（2008:248）が詳細に論じているように、

¹⁷ これらの現象は、「アラブの春」などの政治運動が始まる十年程前、早くも1990年代の半ばから盛んになり始めていることに注意されたい。実のところ、ネット空間と現実空間を結びつける試みは、日本のポップカルチャーやツーリズムの分野において、世界に先駆ける形ですでに始まっていたのである。

¹⁸ 拡張現実的な想像力がヘリテージ・ツーリズムに与える影響については、Giaccardi（2012）が興味深い議論を行っている。

N次創作をネタにコミュニケーションを交わし、それが更なるN次創作を誘発するという、消費と生産が一体化した参加型消費という新たな消費の段階に入っている。現実空間とネット空間を行き来するタイプの参加型消費の実態と、それがこれからのツーリズムに与えるインパクトについては、今後の課題として稿を改めて論じることとする。

【引用文献一覧】

- 浅野智彦 (2006) 「若者論の失われた十年」 浅野智彦編『検証・若者の変貌—失われた十年の後に』勁草書房
- 浅野智彦 (2011) 『趣味縁からはじまる社会参加』岩波書店
- 浅野智彦 (2013) 『「若者」とは誰か—アイデンティティの30年』河出書房新社
- 東 浩紀 (2001) 『動物化するポストモダン—オタクから見た日本社会』講談社現代新書
- ボードリヤール、ジャン (1979) 『消費社会の神話と構造』紀伊國屋書店
- 土井隆義 (2008) 『友だち地獄—「空気を読む」世代のサバイバル』ちくま新書
- Giaccardi, Elisa (2012) “Introduction: reframing heritage in a participatory culture,” *Heritage and Social Media: Understanding Heritage in a Participatory Culture*, edited by Elisa Giaccardi. Routledge.
- 濱野智史 (2008) 『アーキテクチャの生態系—情報環境はいかに設計されてきたか』NTT出版
- 石森秀三 (2008) 「観光立国時代における観光創造」石森秀三編『大交流時代における観光創造』(北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院 研究叢書70)
- 見田宗介 (1995) 『現代日本の感覚と思想』講談社学術文庫
- 見田宗介 (2006) 『社会学入門—人間と社会の未来』岩波新書
- 岡本 健 (2012) 「情報社会における旅行者の特徴に関する観光社会学的研究」北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院博士学位論文
- 大澤真幸 (1996) 『虚構の時代の果て—オウムと世界最終戦争』ちくま新書
- 大澤真幸 (2008) 『不可能性の時代』岩波新書
- 大澤真幸・佐藤信 (2012) 「大澤真幸・佐藤信対談：60年代と現代をつなぐ思想」『週刊・読書人』2012年1月27日号
- 大塚英志 (2001) 『定本・物語消費論』角川文庫
- 渋井哲也 (2004) 『ネット心中』生活人新書
- 高広伯彦 (1997) 「ぼくたちのマルチメディア、ポケベル—束縛のメディアから解放のメディアへ」富田英典他編著『ポケベル・ケータイ主義!』ジャストシステム
- 富田英典 (1994) 『声のオデッセイ—ダイヤルQ2の世界 電話文化の社会学』恒星社厚生閣
- 富田英典 (2009) 『インティメイト・ストレンジャー—「匿名性」と「親密性」をめぐる文化社会学的研究』関西大学出版部
- 宇野常寛 (2011a) 『リトル・ピーブルの時代』幻冬舎
- 宇野常寛 (2011b) 『ゼロ年代の想像力』ハヤカワ文庫

宇野常寛・濱野智史 (2012) 『希望論—2010年代の文化と社会』 NHK ブックス
山村高淑 (2011) 『アニメ・マンガで地域振興』 東京法令出版
吉見俊哉・若林幹夫・水越伸 (1992) 『メディアとしての電話』 弘文堂

【謝辞】

小論の査読を通じて、貴重なコメントをいただいた匿名の査読者に感謝申し上げます。本研究は、JSPS 科研費（課題番号：23520452）の助成を受けたものである。

2013年9月2日受理

2013年9月17日採用

北海道大学観光学高等研究センター
観光創造研究 No.9

2013年9月21日発行

著者：山田義裕

発行：北海道大学 観光学高等研究センター

〒060-0817 札幌市北区北17条西8丁目

TEL：011-716-2111（代表）

e-mail: kankosozokenkyu@gmail.com

Center for Advanced Tourism Studies, Hokkaido University

N17, W8, Kita-ku, Sapporo, Hokkaido, 060-0817, JAPAN

表紙・レイアウトデザイン：山村高淑

★ Center for Advanced Tourism Studies ★

