

学位論文の要旨

論文題目 都市観光におけるフェスティバルの役割とその活用に関する研究

広島大学大学院総合科学研究科
総合科学専攻
学生番号 D116463
氏名 徐 載勝

論文の要旨

本論文は、都市観光とフェスティバルの関わりについて明らかにする研究である。

研究の目的は①フェスティバルは、都市のイメージの生産と消費においてどのように機能し、都市政策でフェスティバルはどのように活用されているか、都市観光におけるフェスティバルの役割について明らかにすることであった。また、②フェスティバルの参加者である出演者と訪問者の視点からフェスティバル観光を分析し、観光行動や動機を明らかにした。最後に都市観光におけるフェスティバルの意義について論じた。

その目的を達成するために、都市観光とフェスティバルに関する先行研究を踏まえた上、事例地域を設定し、現地調査を行った。研究事例としては、広島フラワーフェスティバル（以下、広島FF）、神戸まつり、韓国のHi! Seoul Festival（以下、HSF）を選んだ。事例調査から、フェスティバルに反映される都市イメージと都市政策、また、フェスティバル参加者（出演者、訪問者）の観光行動および参加動機、フェスティバル訪問者の訪問先都市に対するイメージと経験、満足、再訪問意思について明らかにした。

調査は、アンケート調査、インタビュー調査、参与観察、行政や運営側の資料および新聞記事など資料調査などを行った。

本研究はⅧ章から構成されている。各章ごとに研究内容をまとめると、以下のとおりである。

第Ⅰ章では、本研究における問題の所在と注目した研究視点、研究目的と論文の構成について論じた。

第Ⅱ章では、都市観光が注目された背景と都市におけるフェスティバルの効果を先行研究から整理し、都市観光とフェスティバルは都市政策と密接な関わりがある点を指摘した。また、本研究の事例地域である日本と韓国の都市フェスティバル動向について検討し、日韓のフェスティバルの共通点と相違点を整理した。その結果、一般市民がパレードに多く出演することが日本のフェスティバルの特徴であると指摘した。

第Ⅲ章では、本研究の事例選定のねらいと妥当性を論じた後、調査対象としたフェスティバルの概要を述べた。また、本研究の調査設計および分析方法について各章ごとに分けてまとめた。

第Ⅳ章では、フェスティバルは都市のイメージ形成にいかに関機能するか、また、都市政策の中でフェスティバルをいかに活用しているか明らかにすることを研究目的とし、行政主導型であるHSFと、民間主導型である広島FFを比較した。事例地域における都市観光と観光政策を把握した上で、フェスティバルの運営側を対象にインタビュー調査を行い、フェスティバルに訪れた訪問者を対象にインタビュー調査とアンケート調査を行った。

調査の結果、広島FFでは、運営側が行事の中で「ひろしま」らしさと「平和」のイメージを演出しており、出演・訪問した人々も行事の多様なところで「ひろしま」らしさと「平和」のイメージを感じていることが明らかになった。また、多くの人々が広島FFについて満足を得ており、再参加率が高いなど、フェスティバルは都市イメージの構築と訪問者獲得に機能していることが明らかになった。

一方、HSFの事例では、開催会場は、2003～2006年の市長とそれに続く市長の選挙公約の違いによって変化し、市長の交代によってメイン会場が変動するという、政治的利用が明らかとなった。一方、イベント会場の政治性（政治的影響）は実際の訪問者の評価に必ずしも関係するものではないことが明らかになった。

第V章から第VII章にかけてフェスティバルの訪問者と出演者の観光行動に関する具体的な事例研究を行った。その際、事例は広島FFと神戸まつりを取り上げた。

第V章では、フェスティバルのパレード出演者を観光客として捉え、参加する団体に注目しながら彼らの観光行動を明らかにした。

研究方法は、2つの事例に参加しているフェスティバル出演者の参加実態および参加動機等を明らかにした。まずは、広島FFと神戸まつりのパレードに参加した出演団体名簿のデータ分析を行った。その上、パレードに出演した団体(28団体30名)を対象に、インタビュー調査を行った。さらに、パレード出演者の観光行動をより具体的に理解するため、パレードへの参与観察を実施した。

調査の結果、パレード出演者は観客と一体となって一緒に楽しめることを望んでおり、観客からの拍手や笑顔などを通して満足感や達成感、観客との「交流」などを感じていることが明らかになった。また、パレード出演は満足度が高く、再参加意思や再参加率が非常に高い観光行動であることが明らかになった。出演者は、周りの人に口コミやパレード参加の勧誘を行うなど、行事の潜在訪問者・潜在出演者を誘引する役割を果たしていることを指摘した。また、普段は飽きていて、または魅力だと思わない周辺地域にフェスティバルを通して(参加のため)訪れていることから、都市観光への効果が認められた。一方、周辺観光(ついで観光)を阻害する時間・体力・費用・距離などの要因によってパレード以外の行動はあまり関心を持っていないことが明らかになった。

その結果、隣接した都市の日帰り観光客をターゲットにした観光客誘致を図る際にフェスティバルが有効であると主張した。

第VI章では、出演者にさらに焦点をあて、参加認知構造およびフェスティバル参加の最も重要な価値を分析した。

研究方法は、消費者行動を具体的に理解する Means-end chain 理論を元に、出演者の行動に対する具体的な認知構造を属性(Attribute=A)-恵沢(Consequence=C)-追求価値(Value=V)の段階を通して明らかにした。また、互いに連関性が強い認知構造を分析し、最終的にパレード出演者が期待する最も重要な価値を明らかにした。

調査は、広島FFと神戸まつりのパレード出演者を対象に laddering 記法を用いた半構造化インタビューを行った。インタビュー内容からフェスティバル参加の属性-恵沢、価値の含蓄マトリックス(Implication Matrix)を作成した。

調査の結果、パレード出演者は、パレードに参加する際「チームとしての参加」「たくさんの訪問者」などが重要視していることが分かった。また、恵沢(または結果)水準では「出演者との交流」「独特・異色的な経験」「観客との交流」などが重要視され、価値水準では「楽しさ・うれしさ」、「達成感・自己満足」などが重要視されていた。

フェスティバル出演者の価値に繋がる認知経路(A-C-V)は、「たくさんの訪問者(A)」-「観客との交流(C)」-「楽しさ・うれしさ(V)」の連結関係が一番強く表されており、「大きな舞台(道)」-「独特な体験・異色的な経験」-「楽しさ・うれしさ」、「たくさんの訪問者」-「評価」-「楽しさ・うれしさ」の連結関係が強い連結関係を表していることが明らかになった。また、パレード参加の最も重要な価値は「楽しさ・うれしさ」ということが明らかになった。

フェスティバルの出演者の視点で行われた本研究では属性、いわゆる、「たくさんの訪問者」を意識している点や「大きな舞台」「練習」などが重要視されていることを明らかにした。さらに、訪問者の人数や観客の反応、舞台の大きさ等が参加の満足を高める要素であることが確認でき、フェスティバル参加における新しい重要要素を提示した。

第VII章では、訪問者の観光行動を明らかにすることを研究目的とした。また、訪問者の訪問先都市に対するイメージとフェスティバルのイメージを明らかにし、再訪問を促す要因を探った。

研究方法は、2つの事例に訪れた訪問者を対象にアンケート調査を行った。

調査の結果、フェスティバルへ訪れた訪問動機は「パレード」との関係が深く、また、「地域の〇〇」をフェスティバルの中で楽しめようとしていることが分かった。

「神戸まつり」に訪れた訪問者は神戸のイメージについて「港町」「国際色豊かな都市景観」「震災から復興したまち」「ファッションのまち」の順で強く認知していた。一方、広島FFに

訪れた訪問者は広島イメージについて「原爆から復興したまち」「平和都市」の順番で強く認知されていた。また、フェスティバルの情緒的イメージについて分析した結果、2つのフェスティバルとも「庶民的な」、「活気がある」、「多文化的な」なイメージが目立った。

一般的に地域のイメージを高く認知している集団は、女性、他地域の人、フェスティバルの有経験者、フェスティバルで「肯定経験」と満足を得た集団であった。さらに、フェスティバルの満足は行事への再訪問意思だけでなく、フェスティバルが行われる地域への再訪問意思にも関係していることが明らかになり、本研究では都市観光においてフェスティバルの経験と満足が重要であることを主張した。

第Ⅷ章では、以上の内容を踏まえて、都市観光とフェスティバルの関係について考察した。具体的に、1. 都市観光の一つの柱としてのフェスティバル、2. フェスティバルを通じた都市イメージの生産と消費、3. 都市政策とフェスティバル、4. 都市観光者としてパレード出演者について考察し、本研究では都市とフェスティバル、都市イメージとフェスティバル、都市政策とフェスティバルが強い関わりを持っていることを証明した。また、パレード出演者を、教育と体験志向の「スペシャル・インタレスト・ツーリズム (Special interest tourism)」の都市観光者に位置づけした。

本研究で明らかになった内容を踏まえて、都市観光におけるフェスティバルの意義について検討した。具体的に、フェスティバルは都市のイメージ形成や観光客誘致、交流人口の拡大に機能し、都市の「光るもの」のアピール、都市間または地元の人と観光者との交流の場、大きな都市が一つになったと実感できる場になるなど、都市観光の発展にフェスティバルは寄与していると述べた。

最後に、本稿で研究方法の1つとして利用した、Means-end chain 理論にもとづいた laddering 記法は、フェスティバル出演者の観光行動の具体的な理解を得る際に有効であることが確認できた。しかし、フェスティバルは性格上当日調査がしにくいいため、当日前・後の出演者調査が今後さらに必要であることを指摘した。