

**立教大学学術推進特別重点資金（立教 S F R）**  
**大学院生研究**  
**2006年度研究成果報告書**

<b>研究科名</b>	立教大学大学院			観光学	研究科	観光学	専攻
<b>指導教員</b>	所属・職名			氏名			
	観光学部・教授			安島 博幸 印			
<b>自然・人文の別</b>	自然 ・ <input checked="" type="radio"/> 人文			<b>個人・共同の別</b>	<input checked="" type="radio"/> 個人 ・ 共同 名		
<b>研究課題名</b>	映画にみるスキーリゾートのイメージの変遷						
<b>研究代表者</b>	在籍研究科・専攻・学年			氏名			
	観光学研究科・観光学専攻・ 前期課程3年			蔡 珠姫 印			
<b>研究組織</b>	在籍研究科・専攻・学年			氏名			
<b>研究期間</b>	2006 年度						
<b>研究経費</b>	200 千円						

**研究の概要** (200～300字で記入、図・グラフ等は使用しないこと。)

日本のスキーリゾート業界では1993年以降、深刻な業績悪化に陥っている。このような「スキー離れ」現象の要因についてスキーには経済的・時間的制約が大きい点などが指摘されているが、日本以上に経済的・時間(移動時間)的制約が大きい欧米やアメリカではスキー人口は減少していない。したがってイメージ要因によってスキー人口の減少を説明できる可能性があった。

以上を踏まえ本研究は、スキーを題材とした映画を分析の対象にし、まず、日本におけるスキーリゾートのイメージの変遷を検討し、②次に、このイメージ変遷と、日本におけるスキーリゾートの盛衰との関わりを明らかにし、③さらに、日本におけるスキーリゾートのイメージ変遷の背景と要因を明らかにすることを目的として研究を行った。

**キーワード** (研究内容をよく表しているものを3項目以内で記入。)

[ 映画 ] [ スキーリゾート ] [ イメージ ]

**研究成果の概要** (図・グラフ等は使用しないこと。)

日本最大の映画データベースをもっている「キネマ旬報」を用いて映画の収集を行った結果、日本に封切されたスキー映画は、日本 81 本、アメリカ 47 本、ヨーロッパ 45 本、2 カ国以上の共同制作が 2 本、総 178 本であった。

これらの合計 178 本の映画を制作国別、年代別に分類してみると、スキーを題材にした映画が最も多く封切された時期は 1960 年代で、日本制作が 25 本、アメリカ 12 本、ヨーロッパ 16 本となる。このことから 60 年代はスキーあるいはスキー場が最も輝いた時代で、そのゆえに、多くのスキー映画が撮影されたと考えられる。

また日本制作のスキーを題材にした映画が、日本映画封切総数の中に占めている比率と外国制作のスキーを題材にした映画が日本で公開された外国映画封切総数の中に占めている比率の年代別推移をみた結果、日本の場合時間経過に従って次第に減少し、2000 年代に入ってから 0% である反面、外国の場合は日本と同じ傾向をみせるものの、2000 年代に入ってもスキーを題材にした映画が何本も公開されていた。

以上に基づき、日本ではスキーあるいはスキー場は映画に登場するほどの魅力を失った、つまりすでに憧れの対象にはならないことに対し、外国ではまだ映画の題材として魅力を失っていないことが窺える。

次は映画のあらすじを日本と外国に分けて分析・比較した結果である。

まず、年代別に登場人物のタイプの変化をみると、日本はお金持ちが登場する映画が 1940 年代に最も多く、その後徐々に減り、90 年代になると 1 本もみられなかった。

他方、外国の場合は学生や会社員などの比率が日本と比べて非常に少ないし、お金持ちや専門職に就いている人の比率が全年代を通じて高く、また、スキー選手が日本のそれに倍以上高い比率を占めていた。

これらは、外国では経済的制約が大きくスキー及びスノーボードが日本より一般に普及していないし、スポーツとしての性格が日本より強いことを示唆している。

同伴者の変遷をみると、日本の場合は総 80 本の映画の中で 36 本の映画に混成グループが登場しており、カップルと男女混成グループは全年代に渡って高い比重を占めていた。特に 80 年代になると、全体の 75% に混成グループが登場しており、スキー場が若い男女のデートや出会いの場として利用された特徴がより明確になっていた。しかし、90 年代に入ると、登山・スキー部の比率が大きく伸び、スポーツとしての性格が強くなっていることが分かった。

外国の映画でもカップルと男女混成グループは全年代に渡って高い比重を占めているものの、その比率は 1930 年代をピークとして、徐々に減っていた。また、家族によるスキーリゾートの訪問が、ほぼ同じ比率で全年代に渡って見られる点と、一人でスキーその自体を楽しむためにスキーリゾートを訪れる場合が映画総数の 50% を占める点が日本と大きく違った。これによって、外国の場合スキーリゾートを訪れる動機が日本より多様であることが考察できる。

内容の変遷では、両方ともスキー競技やスキー技術をみせる映画の比率が次第に減少していたが、90 年代には急増した。また、恋愛に関するロマンスが両方とも全年代に多くみられたが、全体的な比率を見ると、日本は「スキー関連(平均比率 23%)」より「ロマンス(平均比率 61%)」の内容が圧倒的に多いのに対し、外国は「ロマンス(平均比率 64%)」と「スキー関連(平均比率 44%)」の内容との差が日本より少なく、スキーやスノーボードのスポーツとしての性格が日本より強いと考えられる。

また、日本はスキーリゾート開発のストーリーを持つ映画が 60 年代にのみ 5 本もあり、60 年代のスキー場開発のブームを反映していたが、外国の場合は 1940 年代に 1 本があり、日本のような急激なスキーリゾート開発ブームがなかったものと考察される。

最後に登場人物の年齢差を比較してみると、両方とも全年代に渡って青年層の比率が大きいものの、日本は 50 年代にお金持ちの中年以上が 4 分の 1 を占めていたのが、60 年代になると大学生と会社員の青年に中心層が移り、70 年代からはさらに若い中・高校生層が高い比率を占めるようになった。

**研究成果の概要 つづき**

また全体映画の中で「青年」の比率が圧倒的に多く、大学生と社会人の比率を合わせると全体の 92% に達していた。日本ではスキーは及びスノーボードが若者たちのスポーツとして認識されていることが分かる。

それに対して外国の場合は、全年代別に青年層の比率が大きいのが特徴であった。また、大学生よりも中年以上の比率が全年代に渡って高く、スキーが中年層に広く普及していることが窺えた。

日本と比べて、学生層の比率が低く、社会人の青年や中年以上の比率が高いということは、外国のほうが経済的な制約が大きく、大学生や中・高生まではスキーが広く普及していないため、まだ憧れの対象になっている可能性が高いと考えられる。

つまり、日本にとってスキーおよびスノーボードはきわめて一般的な大衆レジャーになっているのに対して、外国は日本よりも長いスキー歴史をもっているにも関わらず、普及の速度がゆっくり進んでいるため、今でも高級なレジャー活動になっているのである。

最初日本にスキーが導入されたとき、スキーは軍用、移動手段としての利用されていた。大雪が降る地域が多い日本では、戦時下では積雪地に軍人を送り戦技スキーの訓練に努めさせた。積雪地の住民や登山の専門家にとって冬に山を登る際、欠かせない移動手段かつ救助技術であった。

戦後になるとオリンピックスキー選手や大学スキー部による競技スキーが本格的に登場し始めた。都会には練習専用のグラススキー場も存在した。そして当時スポーツ選手以外で、スキーを楽しむことができたのは、時間的・経済的余裕のある富裕層であった。

このようにスキーがお金持ちや専門職に就いている人たちの屋外レクリエーションとして認識されたのは戦後からであるが、大学生や一般社会人の屋外レクリエーションとしては 70 年代からである。

しかし、70 年代は海外在住の会社員や留学の経験がある社会人が登場し、まだスキーはおしゃれなスポーツとして描かれており、憧れの対象としての余地が残っている屋外レクリエーションである。

その後、スキーは急速的に大衆化され、80 年代はより若い年齢層まで広まり、高校生たちがシーズンに何度もスキーリゾートを訪れ、仲間たちとスキーを楽しむレジャーとしての性格が強まるなど、若い男女の出会いやデートの場になっていた。

90 年代に入るとスノーボードが流行し、若者たちのスキー離れがみえた。また、スポーツ的な性格が強くなり、技の練習や山スキーへの挑戦など、スキーあるいはスノーボードそのものを楽しむことになっていた。

スキーのイメージの変化にしたがってスキーリゾートは単なる雪の降る山あるいは温泉地から競技スキーの練習場やお金持ちのレジャー地に変わり、若者の出会いと恋愛場として注目を集めた後、急速に一般的レジャー地に変わってきたのである。

以上を踏まえ、これまで分析の結果を整理してみると、スキーの高級レジャーイメージは一般的なレジャーに変化した。このようにイメージが変化した原因にはスキーの急速な大衆化があり、急速な大衆化はスキーの流行、特にスキーブームによるものである。スキーブームには経済の急成長と、交通施設の発展、そして首都圏から接近性の高い数多くのスキーリゾートの存在があり、これらの要因によってスキーの経済的、時間的(移動時間)制約が弱まり、スキーに出掛けやすくなったため、差異化が働かなくなった。

流行が発生する背景には差異化が大きく関わっているが、差異化は多くの人に価値があると意識・無意識的に認められた対象に働く。価値が減少あるいは消失したと認識されることをすると逆差異化が働く。故に、差異化はその時代の価値観と密接な関係があると考えられる。ライフスタイルの変化による価値観の変化が新しい余暇生活や観光を生み出し、多様化され、選択の幅が広がっている。つまり、差異化の働く領域の拡大、細分化が起きていると考察される。

このように映画には、生き生きとリゾートライフが描かれており、統計上の数字からは推測できないイメージの変遷をみることができた。イメージの分析のテキストとして映画は有用性が認められたと考えられる。

※ この（様式2）に記入の成果の公表を見合わせる必要がある場合は、その理由及び差し控え期間等を記入した調書（A4縦型横書き1枚・自由様式）を添付すること。

（様式3）

立教SFR-院生-報告

**研究発表**（研究によって得られた研究経過・成果を発表した①～④について、該当するものを記入してください。該当するものが多い場合は主要なものを抜粋してください。）

- ①雑誌論文（著者名、論文標題、雑誌名、巻号、発行年、ページ）
- ②図書（著者名、出版社、書名、発行年、総ページ数）
- ③シンポジウム・公開講演会等の開催（会名、開催日、開催場所）
- ④その他（学会発表、研究報告書の印刷等）

① 雑誌論文

Journal of Travel & Tourism Marketing (JTTM) : special issue. The Influence of Movies in Changing the Image of the Japanese Ski Resort(2007年6月出版予定)

② 学会発表 & 雑誌論文

International Conference on Impact of Movies and TV on Tourism(in Hong Kong, China), The Influence of Movies in Changing the Image of the Japanese Ski Resort, 6-9 Sep 2006, pp.231-237.