

# バックパッキングにおける情報行動の変容

The Transformation of the Communication Behavior in a Backpacking

代表研究者：新井克弥(Katsuya Arai、関東学院大学文学部現代社会学科教授)、共同研究者：青木香保里 (Kaori Aoki、東京都立足立高校)、川井悠一郎 (Yuichiro Kawai、関東学院大学大学院社会学専攻博士前期課程)、乗松優 (Suguru Norimatsu、桐蔭横浜大学スポーツ健康政策学部専任講師)、横島淳己 (Junki Yokoshima、関東学院大学大学院社会学専攻博士前期課程)

## 和文アブストラクト

若者文化の一つでもある海外旅行、とりわけ自由度の高いバックパッキングにおける情報行動に関する社会学的研究。タイ・バンコク・カオサン地区は世界で最も多くのバックパッカーが集結する“安宿街”として知名度が高い。本研究は当地をフィールドとし、情報化社会における若者にとってのバックパッキングの意義を、日本人バックパッカーへのインタビューとアンケート調査を通して探るものである。とりわけ旅でのインターネット（スマートフォン、ソーシャルネットワーク等）利用状況の実体を明らかにすることによって、日本におけるバックパッキング文化、そしてその価値の今日における変容を考察するとともに、今後のバックパッキングの有り様について予測する。

## 英文アブストラクト

This is sociological research on the travel forms and communication behaviors in the overseas backpacking which is one of the activities for the youth. Khaosan area in Bangkok in Thailand is known for backpackers as world's largest "cheap hotel town". We conduct interview investigation and questionnaire survey for the Japanese backpackers in this area, and explore worth of the backpacking for the youth who lives in an information society. Especially we clarify the current situation of utilization of a smart phone and a social network while travelling. By doing this, we consider the backpacking culture in Japan, and the change of the value in nowadays. Finally we predict about what a future backpacking becomes.

## 5-1 研究目的

本研究はバックパッカー＝海外を航空チケットとのみを購入して比較的長期に海外を周遊する日本人旅行者の情報行動を調査することによって、情報化社会の進展における日本人の行動

様式の変容を探ろうとするものである。バックパッカーはその中心が若者であり、また主体的に旅をカスタマイズすることが原則となるため、一般より積極的な情報行動を行う傾向があることが予測される。また、若者は近未来を先取りすると言われる。そこで、その中でもより高感度なバックパッカーの情報行動を探ることで、今後想定される日本人の情報行動の変容を先取り＝予測することが可能になるという前提に基づき、本研究においては具体的に世界最大の安宿街タイ・バンコク・カオサン地区で調査を実施する。とりわけ、近年急激に普及しつつあるスマートフォン（以下「スマホ」と略）とソーシャルネットワーキングサービスの利用実態に注目し、バックパッキングという旅行形態＝空間移動の中で、これらがどのように利用されているかについてインタビューとアンケートから調査を進める。

## 5-2. 研究経過

研究者らは2012年4月より週一回ペースで調査項目についての研究会を実施。前年度のパイロット調査、スマホ、SNSの実態についての研究資料などの整理を行い、調査票を作成した。これに基づき8月2日から9月7日に渡り現地で調査を実施した（アンケート回収票数185票、インタビュー数47名）。帰国後、2013年3月までデータの検討を行った。また、平行して比較対照のため10月に大学生（関東学院大、立正大、宮崎公立大）を対象に同様のアンケート調査を実施した（回収票数340）。

## 5-3. 研究成果

### a. 旅行者の基本情報：二極化するバックパッキング

旅行者は男女比4：1、年齢の中央値は22.0歳、属性は学生・大学院生53.6%、会社員・公務員21.3%、無職16.9%、バックパッキング回数1回目が最頻値で49.2%、旅行日数の最頻値が10日以内で40.2%、国内居住地域が大都市圏（関東圏、関西圏、福岡、愛知）で81.0%であった。旅行者の属性については1996年にも調査を実施しているが、バックパッキングが男性主体で大都市圏居住の若者中心のレジャーであることについては変化がない。しかし、年齢、旅行回数、旅行日数については二極化が見られた。例えば年齢については25歳以上が35.1%、回数は初心者が半数を占める半面、五回以上が21.3%、旅行日数についても一ヶ月以上が25.5%であった。96年の調査と比較して顕著なのは属性の変化で、会社員・公務員が21.3%であったことである。96年が4.6%であったことを踏まえると、バックパッキングが世代を超えた広がりを見せていることが示唆される。

### b. 情報行動およびスマホ利用について

次に旅の情報収集について。事前の収集においてはガイドブック、インターネットが主たる情報源であったが、旅先では口コミ情報がガイドブックと並んで主要な情報源になる。その一方で、

インターネットについては割合を大きく減らしている。旅先に携帯する主要なメディアはスマホ、ガイドブック、デジタルカメラで、スマホの携帯率は 77.8%とガイドブック (71.2%) を凌駕している。旅先でのインターネット利用率は 85.3%、アクセス手段はスマホが 70.9%であった。スマホでのインターネット利用については SNS、電子メール、旅情報のやりとりがその中心である。とりわけ SNS を利用頻度のトップにあげるものが 43.9%おり、このことからスマホがバックパッキングの必携ツール、SNS が必携メディアとなりつつあることがわかる。

### C. SNS の利用状況について

そこで、SNS の利用状況について立ち入ってみた。利用する SNS については、その利用頻度は Facebook、Twitter、mixi の順であった (学生調査の場合は Twitter、Facebook、mixi の順)。旅先ではこれらの利用頻度が全般的に減少傾向になるが、これはバックパッカーのスマホによるアクセスが経費の関係上 Wi-Fi 環境に限定されるためである (ほとんどローミングサービスを利用しない。Wi-Fi は無料で利用できるエリアが散在している)。

Facebook については平均利用期間が 22.7 ヶ月、友達申請数平均が 205.8 名であったが、これは学生調査の 14.6 ヶ月、118.8 名とは顕著な差となった。また、その利用頻度については旅行先での依存度が高まる、すなわち SNS の利用が Facebook に限定される傾向にある。Facebook の利用意識を見るために「縦軸：情報へのアクセス-他者へのアクセス」「横軸：目的性-消費性」からなるマトリックスを設定した。第 1 象限 (情報アクセス-目的)：情報入手・発信。Wikipedia や必要項目を検索したり、コンテンツをアップしたりする／第 2 象限 (情報アクセス-消費)：情報消費。何気ない、暇つぶしとしてインターネットブラウズする／第 3 象限 (他者へのアクセス-消費)：表出コミュニケーション。親密さを求め他者と関わる／第 4 象限 (他者へのアクセス-目的)：伝達コミュニケーション。メール機能によるやりとりである。Facebook については 1. Facebook を使う理由、2. 「いいね!」ボタンを押す理由、3. 写真をアップデートする理由の三つを国内と海外でそれぞれ質問を行った。その結果、すべてに渡り第 2・3 象限から第 1・4 象限へのシフト、すなわち目的性の高まりを見ることができた。先ず Facebook を利用する理由は 3 象限 (国内) から 1・4 象限 (海外) へシフトすること、すなわち他者へのとりとめもないコミュニケーションから自己表現や連絡のためのツールへと転じることが判明した。ただし Facebook でコミュニケーションをする相手は日本在住の友達であり、旅の情報収集についてはガイドブックや口コミが中心であった。次に「いいね!」ボタンを押す理由については第 2 象限から第 4 象限にシフトした。また旅先では押さない傾向も高まっており、いわば「旅で忙しいのでボタンを押している場合ではない」ということになる。カメラ撮影については Facebook 上に写真をアップデートする回数が国内よりも増加している。

Twitter についても同様にマトリックスによってその傾向を見たが、その結果、旅先ではその利用頻度が極端に減少する傾向が見られた。半面、利用する場合にはその用途は国内の消費的

な使い方（2・3象限）から目的的（1・4象限）なものへと転ずる傾向が見られた。

結論として、スマホや SNS を利用することでバックパッカーは旅を活性化させていることが判明した。また学生調査と比較すると、これらの利用意識が消費性よりも目的性に傾いていること、身内などのクローズドな関係よりもオープンな関係にやや振られていること、さらにこの傾向が旅先ではいっそう高まることが明らかとなった。いいかえれば、調査前に想定されていたバックパッカーの高感性が証明されたかたちとなった。ただし、旅情に浸る、旅先でのコミュニケーションを楽しむといった、かつてのバックパッカーの旅スタイルとは異なる側面も見受けられた。すなわち、スマホや SNS を旅先に携帯することで旅それ自体を活性化するというより、国内での日常生活を旅に持ち込むことで旅を活性化する傾向があるようであった。いまどきのバックパッキングは、海外でもっぱら旅情＝非日常を楽しむのではなく、常に日本という日常とも接続しつつ旅を楽しむ、日常と非日常を足し合わせた、いわば「ネオ非日常」を満喫する旅のスタイルへと変化しつつあると考えられる。こういった、移動に際して空間的な隔たりを解消しつつ非日常を日常、あるいは日常を非日常として楽しむといったスタイルは、今後ますます加速していくことが考えられるだろう。「はるばる海外にやって来た」という旅情は消滅するが、代わって「いま、海外にいる」と、日常の生活の中に海外旅行を組み込むような心性、Twitter の用語的に表現すれば「海外なう」という意識が新しい旅情として出現しているのかもしれない。

#### 5-4 今後の課題と発展

スマホ、SNS とも現在普及、変化の最中にあり、その動向を捉えることは容易ではない。例えば、今回は、現在爆発的な普及を見せている SNS・LINE についての調査項目が含まれていなかった（現地では多くのバックパッカーが LINE を使用していた）。また、カメラの利用頻度が非常に高く（スマホとデジカメ二台持ちが六割以上）、旅にとってカメラがかつてから必携のアイテムであったことを踏まえれば、これにも踏み込む必要がある。本研究は本年度も 8 月に現地調査を実施予定であり、その際にはこれら動向を調査に織り込んでいく所存である。

#### 5-5. 発表論文リスト

論文：関東学院大学人文学部紀要第 129 号（予定）、**学会発表**：「バックパッカーにおけるメディア・コミュニケーションの実態～バンコク・カオサン地区の定点観測」創造的教育=福祉=人間学会 2012 年度春季大会（3 月 23 日、成蹊大学）、**ブログ掲載項目**：「バックパッキングとスマホ・SNS の深い関係」<http://blogs.yahoo.co.jp/mediakatsuya/63910649.html>、<http://blogs.yahoo.co.jp/mediakatsuya/64318045.html>、**ウェブ掲載記事項目**：HH News & Rorts 「バックパッカーも指先ひとつ～旅とスマホ・タブレット PC」[http://www.hummingheads.co.jp/reports/interview/1210/121004\\_01.html](http://www.hummingheads.co.jp/reports/interview/1210/121004_01.html)