

訪日外国人観光客に対する 観光地住民の態度についての研究 (1)

——社会的アイデンティティ研究に基づく理論的検討¹——

西 村 幸 子

- I はじめに
 - (1) 問題意識
 - (2) 従来の研究アプローチ
 - (3) 本稿の視座と構成
- II 住民の過去の旅行経験に着目した先行研究
 - (1) Tourism Use History という研究枠組み
 - (2) 「連帯感」という概念
 - (3) 議論：接触効果の先の集団間理論へ
- III 社会的アイデンティティ研究に基づく提案
 - (1) 社会的アイデンティティ研究とは
 - (2) 海外旅行経験による交差カテゴリー化
- IV 小括

I はじめに

(1) 問題意識

今から半世紀以上前に国際連合が1967年を「国際観光年」と決議し、そのスローガンを「観光は平和へのパスポート (Tourism, Passport to Peace)」と定めたことを契機として、このフレーズやそこから派生した「観光は平和産業である」という表現は観光業界ではごく一般的に用いられてきた。しかし、その当時観光行政を担っていた運輸省の『運輸白書』では、観光行政についての報告部分の「第1章 国際観光年を迎えて」の中で国連の決議を引用しながら「世界各国の人々の相互理解を推進し、種々の文明の豊かな遺産に対する知識を豊富にし、また異なる文明の固有の価値をより正しく感得させることによつて世界平和の達成にも大きな役割を果たすもの」(運輸省1968)と観光の意義を述べているものの、そもそもどのような根拠に基づいて「観光は平和へのパスポート」と言えるのかについては明確にしていない。国際的な観光客の往来が盛んになっ

1 本稿のI章およびII章は、日本観光研究学会第33回全国大会(2018年12月16日、跡見学園女子大学)において報告した「訪日外国人観光客に対する住民の態度に関する一試論-海外旅行経験による寛容性の涵養-」(『第33回日本観光研究学会全国大会学術論文集』pp.129-132)の1章および2章に大幅に加筆し修正したものである。

て異文化間交流が促進されれば世界平和につながるに違いない、というのがこの時代におけるごく素朴な見解だったのかもしれないが、現代の観光の現場で日々見られるのは、残念ながらそのような牧歌的な風景ばかりではない。

2018年の訪日外国人旅行者は3,119万人(前年比250万人増)と過去最高を更新し、東日本大震災の翌年である2012年から7年連続で増加し、年間旅行者数はその間に5倍にもなった(日本政府観光局2019)。長期的な出生率の低迷によって日本の人口は2015年の1億2,709万人から30年後の2045年には1億0,642万人へと大きく減少することが予測されている(国立社会保障・人口問題研究所2018)なか、さらなる外国人旅行者の来訪による日本経済の活性化への期待は大きく、日本政府は2016年に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」において、訪日外国人旅行者数を2020年には4,000万人、2030年には6,000万人へとさらに増加させるという目標を掲げている(明日の日本を支える観光ビジョン構想会議2016)。

国際観光客到着者数の世界ランキングの上位常連国においては、毎年の外国人旅行者数が自国の人口を上回る水準にあることは珍しくない。例えばフランスでは2017年に人口6,677万人に対して8,692万人の来訪があり、スペインでは人口4,657万人に対して8,179万人となっている(UNWTO 2018)。このことを念頭に置けば、人口の30%もしくは50%程度の外国人旅行者の誘致を目指しているという上記の日本政府の目標数値自体は荒唐無稽なものとは言えない。しかし、その増加のスピードが非常に急激であるために、外国人観光客が好んで訪れる観光地ではここ数年様々な変化が目立つようになってきている。例えば、駅やバス・電車内の混雑、飲食店や小売施設での行列、ゴミの増加といったような、物理的に観光地が許容できる水準以上に観光客が集中して来訪することによって生じる状況に対して、「オーバーツーリズム」という表現が観光庁の報告書でも使われたり(観光庁持続可能な観光推進本部2019)、一般マスメディアの記事の見出しにも登場するなど(京都新聞2019年6月19日記事;日本経済新聞2019年7月30日社説など)、観光地に居住する住民の生活への影響がすでに顕在化しているという認識が急速に広まっている。

また、観光客数の増加だけに起因するのではなく、様々な新しいサービスの登場や情報環境の変化に伴って外国人観光客の旅行スタイルが多様化していることも、彼らの存在が観光地の住民に従来に増してひととき意識されることにつながっているだろう。団体に観光バスに乗って定番の観光名所を巡ったり外国人観光客向けの土産物店で買い物したりするような以前は主流であった旅行スタイルだけでなく、スマートフォンを片手にリアルタイムで情報収集をしながら地元住民に人気の飲食店に行列したり、家電量販店やドラッグストアやコンビニエンスストアのようなもともと日本人が日常的に利用していた店舗で買い物したり、民泊やゲストハウスを利用するために大きなキャリアバツ

グを曳きながら住宅地を歩いたりするような旅行スタイルが見られることも、例えば京都のような外国人観光客の多い観光地においてはここ数年で全く珍しくなくなった。つまり、最近では観光客と地元住民が同じ飲食店へ行ったり同じ交通機関を利用したりして時間と場所を共有することが頻繁に起きており、そうした接点を日常的に持つ地元住民にとっては、店内での会話で大きな声を出したり大きな荷物を持って電車や路線バスに乗車するといったような日本人にとっては「マナー違反」と感じられるような好ましくない外国人観光客の振舞いが目につくと感じる機会が増加していると言える。

前者のような観光客数の増加と特定の場所への集中に起因する問題については、観光客をいわゆる「定番」の観光スポット以外のところへ地理的に分散させたり、一日の中で昼間だけでなく早朝や夜へと時間的に分散させたり、一年の中で季節的な分散をはかることにつながる施策を行うことが必要であろう。また、後者のような観光客の振る舞いに由来する問題については、日本で一般的とされるマナーなどについての外国人観光客に対してのより一層の啓蒙活動が望まれるだろう。しかし、現状では日本を訪れる外国人観光客のおよそ4割は初来日である(国土交通省観光庁2018)。そのため、外国人観光客の側だけに行動変容を促す対策のみによってこうした問題の解決を頼るのには限界がある。

日本が今後、毎年数百万人単位での訪日外国人観光客の増加を目指すのであれば、むしろ外国人観光客が来訪する地域に居住している住民の側、特に彼らの観光客に対する態度に着目する必要がある。観光客の来訪による観光地住民の生活への影響とは、結局のところ、そこに居住する住民自身が観光客の存在をどのように認知しどのような態度を形成するのか - 肯定的なのか、否定的なのか - によって規定されるものであるからである。つまり、ある人の生活圏に来訪する観光客が以前よりも増加した場合に、その人が「にぎやかになった」とポジティブに受け止めれば問題視されず、逆に「うるさくなった」とネガティブに受け止めるのであれば問題視されることになる。客観的には同じ状況として観察されるものも、住民ひとりひとりによる主観的な認知と態度によって全く異なった捉え方がされるのである。

(2) 従来の研究アプローチ

観光地に居住する住民の態度については、1970年代からすでに半世紀近くにわたって数多くの研究がなされてきた。Sharpley (2014) や佐々木 (2006) がそれらについての優れた包括的なレビューを行っているのでここでは詳述しないが、厳密に言うとそれらの多くは、観光産業 (tourism industry) や観光開発 (tourism development) といった言葉で表現される観光のより大きな枠組みに対する住民の態度に注目したものである。それらの実証研究で用いられる質問項目の文言を仔細に見ると、観光産業がある地域に

進出してくることや開発が行われることの是非についての住民の反応を明らかにすることに主眼が置かれており、本研究が特に関心を寄せている観光客 (tourists) に対して示される住民の態度に特に焦点を絞った研究は多いとは言えない。

観光地住民の態度を理解するための理論的な研究アプローチとして現在に至るまでに主流となっているのは、Ap が1992年に提唱した、社会心理学の理論である社会的交換理論 (social exchange theory: Thibaut and Kelley 1959) によって説明しようとする一連の研究である (Ap 1992; Nunkoo and Ramkissoon 2012 など)。社会的交換理論では、人間の社会的行動を他者との「行動の交換」を通して互いに影響しあう過程とし、その交換に際して投入する費用と得られる報酬を差引した利益の主観的な判断によって、自分にとっての利益を生むことはポジティブに評価し、自分にとっての利益を産まないことについてはネガティブに評価する、とするものである。つまり、単純化を恐れずに言えば、観光地の住民の観光客や観光開発に対する態度は、観光によってもたらされる様々な影響が自分の利益と認知されるかどうかによって規定される、という考え方である。例えば、本人や家族の観光産業への経済的依存の度合い (Haley, Snaith and Miller 2005) や自宅から観光地の中心部への物理的な距離 (Jurowski and Gursoy 2004) によって態度が異なるかどうかといったことがこれまでに検討されてきた。

しかし、Ap (1992) の公刊以降に多くの実証研究が積み重ねられた結果、社会的交換理論の有用性は認められつつも、それだけでは十分に観光地の住民の態度を説明することができないという指摘もされるようになってきた (Sharpley 2014; Ward and Berno 2011; Woosnam, Draper, Jiang and Aleshinloye 2018)。その理由としては個々の研究が分析対象とした観光地住民が置かれた状況によって様々なことが挙げられるであろうが、そもそも社会的交換理論が前提とする人間観—人間は合理的に判断する存在であり、自分の利益を追求する存在である—が、日常的に観光客に接する機会の多い住民については必ずしも当てはまるとは限らないのかもしれない。つまり、観光地住民の多くにとって観光客が来訪することによってもたらされるポジティブな影響を直接感じる機会はあまりない一方、ネガティブな影響は日常的に目につきやすいために、必ずしも合理的に「損得計算」が行われるとは限らないのかもしれない。

そのほかにも、接触効果 (contact hypothesis: Allport 1954) による理論的説明を検証したもの (Tomljenovic 2010; Ward and Berno 2011) や社会的表象理論 (social representations theory: Moscovici 1963) による解釈を試みたもの (Fredline and Faulkner 2000; Pearce, Moscardo and Ross 1996) などいくつかのアプローチが提案されているが、観光地住民の態度の形成や変化について適切に説明しうる理論に関する議論はいまだ一致していないのが現状である。

(3) 本稿の視座と構成

そこで、本稿では新たな理論的アプローチを提案したい。

世界的に見ても特に21世紀に入って以降に国際観光客が急増しており、国連世界観光機関によると、2018年の国際観光客到着者数は14億人で（UNWTO 2019）、2030年には18億人に達すると予測している（UNWTO 2018）。訪日外国人旅行者数の急増の陰に隠れてほとんど注目されていないが、法務省「出入国管理統計」の各年版によると、日本人海外旅行者数も2015年以降は増加傾向にあり、2018年には過去最高の1,895万人を記録している。そのように多くの人にとって観光旅行が当たり前の行動となった現在では、観光地に居住する住民自身も観光客として他の国や地域へ来訪し、現地で様々な行動をしその地の住民と接点を持つ場合がある。そうした住民自身の観光客としての旅行経験の多寡や内容、あるいはその経験から得られる様々な認知が、観光地の住民として観光客を迎える際の態度に影響する可能性はないだろうか。

本稿ではこの視座に立って、まずは住民の過去の旅行経験に基づくアプローチをとった観光行動研究による知見を概観する。その上で、社会心理学における集団間関係についての理論である社会的アイデンティティ研究（social identity perspective: Tajfel and Turner 1973; Turner, Hogg, Oakes, Reicher and Wetherell 1987）を用いて検討し、海外旅行経験による交差カテゴリー化という手法によって観光地住民の外国人観光客への態度をポジティブに変化させる可能性について言及する。最後に、本稿の小括と次稿の展望を述べる。

II 住民の過去の旅行経験に着目した先行研究

(1) Tourism Use History という研究枠組み

観光行動研究において、人々の過去の旅行経験に着目した研究はこれまでも存在するが、その多くはその人自身の以降の観光行動への影響について検討したものであり（Huang and Hsu 2009; Pearce and Lee 2005; Sönmez and Graefe 1998 など）、つまりこれらは観光客として再び同じ立場に立つ場合を想定したものである。他方、比較的数は少ないものの、観光客としての経験と観光地の住民として自分の地域に観光客を迎える際の態度との関係を検討した研究も、この10年ほどの間にいくつか登場している。

おそらくそうした研究の嚆矢として挙げられるのは、1980年代前半のアウトドア・レクリエーション研究において参加するレクリエーションのタイプや頻度などによって参加者を分類した Experience Use History (EUH) という枠組みを援用して考案された、Tourism Use History (TUH) を用いた研究である（Draper, Woosnam, and Norman 2011）。もともと EUH は、レクリエーション参加者の現在そして今後の行動や意図、満足度、

さらにアウトドア資源の管理に対するサポートの認識などをよりよく理解するための枠組みとして提唱されたもので、川遊びをする人々 (Schreyer, Lime, and Williams 1984) やゴルファー (Petrick, Backman, Bixler and Norman 2001), 鱒釣りをする人々 (Hammit, Backlund and Bixler 2004) などの様々なレクリエーション参加者に対する研究に用いられてきたものである。Draper et al. (2011) はこうした EUH の枠組みを参考に、米国サウスカロライナ州の2つの郡の住民を対象として地域内での観光開発の担い手と自治体の役割に関する調査を実施し、過去2年間の米国内での郡外への日帰り・宿泊旅行の頻度と訪問地の数、そして外国旅行の有無によって回答者を分類し、その枠組みを TUH と名付けた。

Draper et al. (2011) の調査結果から明らかになったのは、旅行経験が相対的に多い住民は他の観光地がいかにして地域全体に観光の恩恵をもたらしつつネガティブなインパクトを抑えているかを理解している一方で、旅行経験が相対的に少ない住民は観光のポジティブなインパクトの存在やネガティブなインパクトを抑える方法に気づかない傾向にあることであった。つまり、この研究によって、居住する地域で行われる観光に対する態度が自身の過去の旅行行動によって説明できる可能性が示されたと言える。また、住民の態度を検討する上で、観光客と住民の間の「連帯感 (emotional solidarity)」の重要性についても示唆された。(これについては次の (2) 節で改めて取り上げる。)

さらに、TUH を再び研究の枠組みとして Woosnam et al. (2018) が米国テキサス州ヒューストンで行なった調査においても、旅行の頻度が高い住民ほど観光開発を支持するという結果が得られ、特に過去2年間に外国旅行の経験がある住民は経験のない住民よりも観光開発への支持の度合いが強いことが明らかになった。

これらの国内・国外旅行の頻度や訪れた旅行先の数をもとにした研究成果から示唆されたのは、観光地に居住する住民の旅行経験が増えるほど訪れる観光客に対する住民の態度がポジティブであるという相関関係が見られるということであった。

(2) 「連帯感」という概念

前節 (1) で取り上げた TUH は旅行の頻度と訪問地の数という客観的に測定可能な変数によって回答者を分類するものであるが、TUH を用いた上記の2つの研究 (Draper et al. 2011; Woosnam et al. 2018) の両方にかかわる Woosnam は、調査の回答者が主観的に感じる「連帯感」に着目した研究も一方で進め、この概念の精緻化を行っている。Woosnam (2012) によると、地元住民と観光客との間の心理的なつながりを意味する「連帯感」とは、信念や行動を共有することや他者と対話することなどから生じるものとされ、「歓迎的であること (welcoming nature)」「情緒的な近さ (emotional closeness)」「共感のある理解 (sympathetic understanding)」の3要因で構成される (表

-1)。これまでにこの概念を用いた研究として、住民と観光客の比較 (Woosnam 2011) や、観光と観光開発に対する住民の態度の測定 (Woosnam 2012) などがある。

表-1 「連帯感」の尺度 (Woosnam 2012)

<p>歓迎的であること (welcoming nature)</p> <p>私は〇〇 (地名) への来訪者がいることを誇りに思う</p> <p>私は〇〇への来訪者からコミュニティが利益を得ていると感じる</p> <p>私は来訪者が地元経済に貢献していることに感謝する</p> <p>私は〇〇への来訪者を公平に扱っている</p>
<p>情緒的な近さ (emotional closeness)</p> <p>私は〇〇でこれまでに会った来訪者のうち何人かに親しみを感じたことがある</p> <p>私は〇〇への来訪者のうち何人かと友達になったことがある</p>
<p>共感のある理解 (sympathetic understanding)</p> <p>私は自分と〇〇への来訪者とを重ね合わせることがある</p> <p>私は〇〇への来訪者と多くの共通点を持つ</p> <p>私は〇〇への来訪者に対して好意を感じる</p> <p>私は〇〇への来訪者のことを理解できる</p>

(「1=全くそう思わない」~「7=とてもそう思う」の7段階評価)

表-1 に示した尺度項目の文言では明示的でないが、Woosnam, Norman and Ying (2009) で示された尺度開発に先立つ観光地の住民のフォーカスグループインタビューでは、来訪者に対する好感や共感が語られる際に「私たちはみんな・私たちのほとんどは、ある時には観光客だったんだ。」(p.251, 1. 左 32-33), 「(観光客は) 私たちみたいな人たちだ。彼らは私たちが好むものを好んでいる・彼らがここにいるのと同じ理由で私たちはここにいるのです。」(p.251, 1. 右 5-6) といった発言が記録されている。ここから推測されるのは、このように住民が過去の旅行経験に基づいて自分たちと来訪者とを重ね合わせて類似性を見出すことが彼らの感じる「連帯感」の前提条件となっていることである。これは、Byrne and Nelson (1965) が提唱した、態度や様々な属性 (人種・性別・学歴・性格など) に類似性が感じられるほど好意が引き起こされるという類似性-魅力仮説 (similarity-attraction hypothesis) とも符合する。

(3) 議論：接触効果の先の集団間関係理論へ

本章ではここまでに、観光客に対する住民の態度と住民自身の過去の旅行経験との関係に注目した先行研究をレビューしてきた。過去の旅行経験がその人自身のそれ以降の観光行動に影響することはすでに多くの研究で指摘されていることであるが、前述のTUHと「連帯感」を用いた一連の研究の白眉は、過去の旅行経験がその人自身が居住する地域で行われる観光についての認知や態度にも影響することを示唆した点にある。TUHでは客観的に測定可能な旅行の頻度と訪問地の数を独立変数としている一方で、「連帯感」を用いた研究では住民の主観的な認知に依拠する変数を考慮しているという

違いはあるが、どちらも観光地住民による観光客に対する認知や態度を住民自身の過去の旅行経験に基づいて理解しようとする点においては同様であると言える。

さらに、これらの先行研究の結果が含意することとしては、観光地住民の観光客に対する態度をより良いものにするためには、先にI章(2)節で少し触れているが、これまでにその方策としてTomljenovic(2010)やWard and Berno(2011)などが言及していた接触仮説の枠組みで捉えるのでは不十分であるということである。社会心理学において1950年代に人種差別や偏見を解消する方法としてAllport(1954)が提唱した接触仮説では、集団間の偏見や差別は相手集団に対する知識の欠如が関わっているため、異なる集団のメンバーがより多く接触することによって両者の理解が促進されて関係が改善されるとする。但し、接触回数が増えても必ずしも効果がない場合やかえって偏見や敵意を強めてしまう場合もあり、接触仮説が有効に機能するためには複数の適切な条件を備えた接触に限られるとされている。特に重要な条件としてAllport自身が挙げているのは、両者の地位が対等であること、目標の共有と協力がはかられること、法律や制度、規範による支持と強制、十分な頻度と期間と内容を伴った親密な接触、である(浅井2011)。しかし、観光地における住民と観光客の接触の機会においてはそのいずれもが十分に担保されているとは考えにくく、結果として本章の前節までに見てきた先行研究においても住民の観光客に対する態度は均質ではなく、むしろ住民自身の過去の旅行経験との関連が指摘されている。

このように、観光地住民の観光客に対する態度に関しては接触仮説は有効ではないことが示唆されたが、差別や偏見といった広く一般の集団間関係に見られる事象を研究対象としてきたこれまでのそれ以外の社会心理学の知見を本研究に活かすことはできないだろうか。というのは、住民が観光客に対して抱く「連帯感」に基づく研究(Woosnam 2011, 2012; Woosnam et al. 2009)では、住民が観光客を自分に近い存在、あるいは自分と重ね合わせることができる存在と感ずるかどうかが、観光客に対してポジティブな態度を取るかどうかに影響すると強調されていた。しかし、筆者が知る限り信頼できる明確な調査結果は存在しないものの、現在の日本の観光地において訪日外国人観光客が好ましくない振舞いをしていて住民が感じる機会が増加しているのであれば、住民が観光客を自分と似た者であると感じたり同一視する(さらにそのことから「連帯感」を感じたり好意を抱くようになる)のとは全く逆の方向に事態が進行しているだけでなく、集団としての外国人観光客に対する偏見やネガティブなステレオタイプが生じつつあるようにも感じられるからである。

ここで、日本を訪れる外国人旅行者の国・地域別の割合を見ると、2003年以降一貫して近隣の東アジア(中国・韓国・台湾)からの来訪者が50%を超えて増加傾向にあり、2018年には66%にまで達しているという状況である(日本政府観光局2019)に

もかかわらず、日本人は東アジアからの観光客に対してあまり親しみを感じていないという調査結果がある。Thyne, Watkins and Yoshida (2018) が1,569人の日本人を対象にして4つの国・地域(中国・台湾・アメリカ・オーストラリア)から訪れる観光客に対して感じている社会的距離(social distance)を調査したところ、回答者は中国人観光客に対して最も社会的距離を感じていて、次いで台湾人観光客、そしてアメリカとオーストラリアからの観光客に対しては相対的に親しみを感じているという結果であった。つまり、東アジアからの観光客は地理的な近接性からすでに訪日客の多数を占めていて、今後もさらに来訪の増加が予測される状況であるにもかかわらず、日本人は彼らに対して社会的距離を比較的遠く感じており、自分に近い存在とは感じられていないと言える。このことは、決して看過できない問題である。

そこで次章において、現在の社会心理学における集団間関係研究の中心のひとつである社会的アイデンティティ研究を参照しながら、住民自身の過去の旅行経験との関連を踏まえた新たなアプローチを提案することとする。

Ⅲ 社会的アイデンティティ研究に基づく提案

(1) 社会的アイデンティティ研究とは

社会心理学における集団間関係に関する古典的な理論では、自分が属する集団(内集団)とそれ以外の集団(外集団)の実際の葛藤や対立が相手への敵意や偏見を生み出すとされてきた。例えば、1960年代に示された現実的葛藤理論(realistic conflict theory)では、偏見は領土や資源などをめぐる直接的な利害の対立がある集団間に生ずることを想定している(Sheriff 1967)。しかし実際には、自分が属する集団と直接的な葛藤状態にない外集団に対して否定的な印象を抱く場合も多い。このことについて、人は物質的な利益のためだけでなく名誉や誇りといった精神的利益のためにも争う場合があると想定したのが、1970年代半ばから後半にかけてTajfelとTurnerが定式化した社会的アイデンティティ理論(social identity theory)である。

Tajfel and Turner (1979)は、自己概念は個人的アイデンティティと社会的アイデンティティから構成されるとし、社会的アイデンティティはまずカテゴリー化から始まるとする。カテゴリー化とは何らかの基準を用いて自分を取り巻く人々を、例えば「日本人」と「外国人」、または「旅行を好む人」と「旅行を好まない人」、といったようなまとまりに分けて、自分と同じ集団(内集団)に属するのか異なる集団(外集団)に属するのかという分類をすることである。そうすることによって、内集団については好意的な評価や協力的行動をする一方で、外集団については非好意的あるいは対立的な態度をとるようになる。つまり、このようなカテゴリー化が行われることによって、自分の所属

集団が「うちの集団」として自身のアイデンティティの一部になり、社会的アイデンティティが形成される。社会的アイデンティティ理論はこのように集団間葛藤や集団間差別を説明する。

この社会的アイデンティティ理論から発展して、個人の集団内行動についても説明することを試みたものが Turner et al. (1987) が提唱した自己カテゴリー化理論 (self-categorization theory) であり、これは個人が心理的集団の一員となるメカニズムを明らかにした研究と言える (柿本 1997)。この理論では、社会的カテゴリー化によって形成される内集団・外集団という区分は、誰もが客観的に判断することができるような区分 (例えば、生物学的な性別) とは限らず、心理的あるいは恣意的に行われるものも含むため、その時々状況によってある人が何を自分にとっての内集団とし何を外集団とするかは変わりうるものであるとする。この自己カテゴリー化理論と社会的アイデンティティ理論とを併せて広く社会的アイデンティティ研究と呼ばれており (Hogg and Abrams 1988; 柿本 2010)、それらにおいては自分がどの集団に属しているとするか、という自分に対するカテゴリー化、すなわち社会的なアイデンティティの認知が重要であると主張されている。

このような社会的アイデンティティの過程には、主に次の3つの特徴があるとされている。第一に、「仮想類似性効果 (assumed similarity effect)」と呼ばれるもので、自分と内集団のメンバーが類似していると思込むことである。第二に、「内集団ひいき効果 (ingroup favoritism effect)」と呼ばれるもので、内集団のメンバーをより友好的に評価して彼らの行動も好意的に解釈するものである。第三に、「外集団同質性効果 (outgroup homogeneity effect)」と呼ばれるもので、外集団のメンバーは皆同じであるとステレオタイプに沿った過度の一般化に基づいて知覚することである。

したがって、ひとは内集団に対して特別に肯定的な態度を示す一方で、自分にとって馴染みのないものや異質なものとの接触や自分とは異なる集団 (外集団) に属する人との交流に対して否定的感情や不安を抱きやすいと言える。また、相手の所属集団が意識されると「〇〇集団の人だからこうだろう」というステレオタイプの期待が生じ、それに合致するところばかりが目につくようにもなりやすい。このことから訪日外国人が多く来訪する観光地の住民は、外国人観光客を外集団と捉えていったん「彼らはマナーが悪い」と認知すれば、その認知を強化するような事象にことさら目が向きやすくなる。また、こうしたステレオタイプもしくは偏見は、一度出来上がると容易には変わらずに維持されやすいという特徴があり、たとえ自分のステレオタイプに合致しない反証を知る機会があっても例外とみなして、ステレオタイプ自体はなかなか変化しないことが多い。

(2) 海外旅行経験による交差カテゴリー化

前述のとおり、社会的アイデンティティ研究によると、人は自分や周りの人々を様々な集団やカテゴリーに所属していると認知するが、どのような基準で内集団・外集団を分けるのかや、どのカテゴリーを特に強く意識するのかは状況に応じて変化しうるものである。そのことから、集団間差別に繋がるようなある特定のカテゴリーの顕現性を低下させて偏見を低減させるためには、別のカテゴリー区分を意識させたり、カテゴリーを横断するような別のカテゴリーにおける自身の役割を意識させることによって、もともとの内集団と外集団の区分自体を変容させることが有効であるという考えに基づいて、集団や社会的カテゴリーを離れた個人的存在として外集団のメンバーと関わること、つまり個人と個人として接触することによってカテゴリーをなくすことを強調する「脱カテゴリー化」(deategorization: Brewer and Miller 1984) や、内集団と外集団の両者を包含するより大きな上位カテゴリーを構成しようとする「再カテゴリー化」(re-categorization: Gaertner, Dovidio, Anastasio, Bachman and Rust 1993) といった主張がなされるようになった。

こうした偏見低減モデルのひとつとしてこれまで提案されているもののひとつとして、「交差カテゴリー化」(cross categorization) がある (Crisp and Hewstone 2000; Markus-Newhall, Miller, Holtz and Brewer 1993)。交差カテゴリー化とは、集団間の対立軸となっている次元 (例: 黒人 vs. 白人) とは別の次元 (例: 男性 vs. 女性) を意識させることで、対立が激しい次元の顕現性を低減させるというものである。内集団と外集団を横断するような新たなカテゴリーを設定することで、最初に意識されていたカテゴリー集団内の主観的類似性とカテゴリー集団間の主観的差異性の認知が低下し、自分と共通するカテゴリー属性が増えることによって対象への好意度が増すとされている。

これを、訪日外国人観光客が多く来訪する観光地住民に当てはめて考えてみたい。「自分たち地元住民」と「彼ら観光客」、または、「自分たち日本人」と「彼ら外国人」というカテゴリー化によって、住民による外国人観光客に対するステレオタイプのなネガティブな見方が加速しているのだとすれば、それを住民自身と外国人観光客に共通する何か別の属性によって交差カテゴリー化を図ることによって、低減させることができるのではないだろうか。もちろん外国人観光客ひとりひとりとはそれぞれ違った様々な職業や趣味や嗜好を持つ人々であろうが、日本を旅行中の彼らに共通して存在する属性としては当然、「観光客」もしくは「異文化を楽しむために旅行する外国人観光客」ということになる。ということは、住民の側も「観光客」という属性が自分の社会的アイデンティティとして重要であると認知しているのであれば、同じ内集団の仲間として外国人観光客をポジティブに捉えられるようになるのではないだろうか。本稿のⅡ章 (2) 節で紹介した、Woosnam et al. (2009) のインタビュー調査で来訪者に対する好感や共

感が語られる際に「私たちはみんな…私たちのほとんどは、ある時には観光客だったんだ。」(p.251, 1. 左 32-33) といった発言が挿入されているのは、発言者がこうした社会的認知を持つに至っているということの証左であろう。過去に豊富な旅行経験を持つ人は旅行へ行くという選択を過去に何度も行って、金銭や時間といった自分にとって限られた資源を旅行に配分することを厭わなかった人である。そのため、基本的に旅行という行動から得られる経験に対してポジティブな価値を認めていると考えられる。そのような人にとっては、他国や他地域からやって来た観光客に対して自分のときと同じように旅行を通じてよい経験をしてほしいと感じるのは自然なことなのかもしれない。

したがって本稿では、これまで述べてきた社会的アイデンティティ研究の知見に基づいて、訪日外国人観光客に対する観光地住民の態度をポジティブなものに変化させるための方策の一つとして、このような海外旅行経験に基づく交差カテゴリー化というアプローチを提案したい。もちろん、ひとは多様な社会的アイデンティティを同時に持つ。その中で、「観光客」または「異文化を楽しむために旅行する外国人観光客」を自らを帰属させるカテゴリーとしてとりわけ強く顕現化させて、自らの社会的アイデンティティとして特に強く自認するに至るには、その人が自分の過去の海外旅行経験に対して非常にポジティブな価値を見出していることが必要であろうことを踏まえると、このような交差カテゴリー化が観光地住民の誰しもに容易に行えることではないかもしれない。しかし、外国人旅行者を自分たちとは相容れない外集団と捉えているからこそ、彼らの様々な行動に対してネガティブな印象を持ってしまうのであれば、そのカテゴリー区分を変化させることによって彼らが自分と同じ内集団のメンバーと認知し自分たちの仲間として「内集団ひいき効果」がはたらくようにすることこそが、その見方をポジティブに転換することができる数少ない方策のひとつなのではないだろうか。住民自らも訪れた外国の異文化社会においては自分自身が異質な存在であり、必ずしも旅行先で常にその場の文化的コンテクストに適切な振る舞いができるとは限らないという自己認識を海外旅行経験を通じて得ていれば、もし外国人観光客が日本では「マナー違反」とされるような行為を行っても寛容な目で見ることができるようではないだろうか。

IV 小 括

本稿は、昨今の訪日外国人観光客の急増によって引き起こされる問題に関して観光地住民の観光客に対する態度に着目することを出発点とした。住民自らの過去の旅行経験と来訪する観光客への態度との関係についての先行研究をレビューした上で、社会心理学における集団間関係についての中心的な研究のひとつである社会的アイデンティティ研究によって観光客に対する地元住民の態度をどのように理解できるかを検討した結

果、住民の過去の海外旅行経験によって新たに「観光客」というカテゴリーによる社会的アイデンティティの顕現化をはかることが、訪日外国人観光客に対する見方をポジティブに変化させる方策のひとつであるという提案を行った。

本稿での提案は、観光研究と社会心理学の領域における多くの知見に依拠しているものの、理論的検討に基づくものに過ぎない。したがって、今後この提案が現在の状況において適切なものであるのかどうかを検証するための調査が必要となる。そして、そのような調査を行っていく上で、どのような概念をどのように操作的定義して実際の調査項目としていくのかについては、十分な検討が必要となる。一例を挙げるとすれば、観光客に対する住民の認知と態度に影響を与える独立変数としての「過去の旅行経験」としてどのようなものが妥当であるのか-TUHのように客観的に測定可能な旅行の頻度や訪問地の数なのか、それとも「連帯感」のような住民の主観的認知に依拠する変数なのか-、そして、それらを測定するために適切な方法を吟味していく必要がある。次稿において、こうした調査の設計や得られたデータの分析から導かれる結論について述べたい。

参考文献

- Allport, G. W. (1954) *The Nature of Prejudice*, Cambridge, MA: Addison-Wesley (原谷達夫・野村昭訳 (1968)『偏見の心理』培風館)
- Ap, J. (1992) Residents' perceptions on tourism impacts, *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
- 浅井暢子 (2012)「偏見低減のための理論と可能性」加賀美常美代・横田雅弘・坪井健・工藤和宏編『多文化社会の偏見・差別 形成のメカニズムと低減のための教育』明石書店, 100-124
- 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議 (2016)「明日の日本を支える観光ビジョンー世界が訪れたくなる日本へー」https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko_vision/pdf/honbun.pdf (2019年8月12日閲覧)
- Brewer, M. B. and Miller, N. (1984) *Groups in Contact: The Psychology of Desegregation*, New York: Academic Press.
- Byrne, D. and Nelson, D. (1965) Attraction as a linear function of proportion of positive reinforcements, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 659-663.
- Crisp, R. J. and Hewstone, M. (2000), Crossed categorization and intergroup bias: The moderating roles of intergroup and affective context, *Journal of Experimental Social Psychology*, 36, 357-383.
- Draper, J., Woosnam, K. M. and Norman, W. C. (2011) Tourism use history: Exploring a new framework for understanding residents' attitudes toward tourism, *Journal of Travel Research*, 50(1), 64-77.
- Fredline, E. and Faulkner, B. (2000) Host community reactions: A cluster analysis, *Annals of Tourism Research*, 27(3), 763-784.
- Gaertner, S. L., Mann, J., Murrell, A. and Dovidio, J. L. (1989) Reducing intergroup bias: The benefits of recategorization, *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(2), 239-249.
- Haley, A. J., Snaith, T. and Miller, G. (2005) The social impacts of tourism: A case study of Bath, UK, *Annals of Tourism Research*, 32, 647-668.
- Hammit, W. E., Backlund, E. A. and Bixler, R. D. (2004) Experience use history, place bonding and resource substitution of trout anglers during recreation engagements, *Journal of Leisure Research*, 36(3), 356-378.
- Hogg, M. A. and Abrams, D. (1988) *Social Identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes*, London: Routledge. (吉森護・野村泰代訳 (1995)『社会的アイデンティティ理論:

- 新しい社会心理学体系化のための一般理論』, 北大路書房)
- Huang, S. and Hsu, C. H. C. (2009) Effects of Travel Motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention, *Journal of Travel Research*, 48(1) 29-44.
- Jurowski, C. and Gursoy, D. (2004) Distance effects on residents' attitudes toward tourism, *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
- 柿本敏克 (1997) 「社会的アイデンティティ研究の概要」『実験社会心理学研究』37(1), 97-108
- 柿本敏克 (2010) 「社会的アイデンティティ理論」日本社会心理学会編『社会心理学辞典』丸善, 318-319
- 観光庁持続可能な観光推進本部 (2019) 「持続可能な観光先進国に向けて」
<https://www.mlit.go.jp/common/001293012.pdf> (2019年8月12日閲覧)
- 京都新聞 (2019) 「まちの許容量を超えるオーバーツーリズム 広がる「観光公害」の渦」2019年6月11日掲載
- 国土交通省観光庁 (2018) 「訪日外国人の消費動向 訪日外国人消費動向調査結果及び分析 2018年年度次報告書」<http://www.mlit.go.jp/common/001285944.pdf> (2019年8月12日閲覧)
- 国立社会保障・人口問題研究所 (2018) 「日本の地域別将来推計人口－平成27(2015)年～57(2045)年－」<http://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson18/6houkoku/houkoku.pdf> (2019年8月12日閲覧)
- Marcus-Newhall, A., Miller, N., Holtz, R. and Brewer, M. B (1993) Cross-cutting category membership with role assignment: A means of reducing intergroup bias, *British Journal of Social Psychology*, 32(2), 125-146.
- Moscovici, S. (1963) Attitudes and opinions, *Annual Review of Psychology* 14, 231-260.
- 日本経済新聞 (2019) 「(社説) オーバーツーリズムの芽を早めに摘もう」2019年7月30日掲載
- 日本政府観光局 (2019) 「国籍/月別訪日外客数 (2003年～2019年)」
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/since2003_visitor_arrivals.pdf (2019年8月12日閲覧)
- Ninkoo, R. and Ramkissoon, H. (2012) Power, trust, social exchange and community support, *Annals of Tourism Research*, 39(2), 997-1023.
- Pearce, P. L. and Lee, U. I. (2005) Developing the travel career approach to tourist motivation, *Journal of Travel Research*, 43(3), 226-237.
- Pearce, P. L., Moscardo, G. and Ross, G. F. (1996) *Tourism Community Relationships*, Oxford: Pergamon.
- Petrick, J. F., Backman, S. J., Bixler, R. and Norman, W. C. (2001) Analysis of golfer motivations and constraints by experience use history, *Journal of Leisure Research*, 33, 56-70.
- 佐々木土師二 (2006) 「ツーリズムのインパクトと地域住民の態度－観光心理学で取り残された課題に対する文献の概観－」, 『関西大学社会学部紀要』, 37(3), 197-269
- Schreyer, R., Lime, D. W. and Williams, D. R. (1984) Characterizing the influence of past experience on recreation behavior, *Journal of Leisure Research*, 16(1), 34-50.
- Sharpley, R. (2014) Host perceptions of tourism: A review of the research, *Tourism Management*, 42, 37-49.
- Sheriff, M. (1967), *Group Conflict and Cooperation*, London: Routledge and Kegan Paul.
- Sönmez, S. F. and Graefe, A. R. (1998) Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety, *Journal of Travel Research*, 3(2), 171-177.
- Tajfel, H. and Turner, J. (1973) An integrative theory of intergroup conflict, in W. G. Austin and S. Worchel (eds.) *The Social Psychology of Intergroup Relations*, Monterey, CA: Brooks/Cole, 33-47
- Thibaut, J. W. and Kelley, H. H. (1959) *The Social Psychology of Groups*, New York: Wiley.
- Thyne, M., Watkins, L. and Yoshida, M. (2018) Resident perceptions of tourism: The role of social distance, *International Journal of Tourism Research*, 20, 256-266.
- Tomljenovic, R. (2010) Tourism and intercultural understanding or contact hypothesis revisited, in O. Moufakkir and I. Kelly (eds.) *Tourism, Progress and Peace*, Wallingford: CABI, 17-34.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. and Wetherell, M. (1987) *Rediscovering the Social Group*:

- A *Self-Categorization Theory*, Oxford: Blackwell. (蘭千壽・磯崎三喜年・内藤哲雄・遠藤由美訳 (1995)『社会集団の再発見－自己カテゴリー化理論－』誠信書房)
- UNWTO (2018) *UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition*, Madrid: UNWTO,
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (2019年8月12日閲覧)
- UNWTO (2019) *UNWTO Press Release*, International tourist arrivals reach 1.4 billion two years ahead of forecast, 21 Jan. 2019. <http://www2.unwto.org/press-release/2019-01-21/international-tourist-arrivals-reach-14-billion-two-years-ahead-forecasts> (2019年8月12日閲覧)
- 運輸省 (1968)『昭和42年度運輸白書』
<http://www.mlit.go.jp/hakusyo/transport/shouwa42/index.html> (2019年8月12日閲覧)
- Ward, C. and Berno, T. (2011), Beyond social exchange theory: Attitudes toward Tourists, *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1556-1569.
- Woosnam, K. M. (2011) Comparing residents' and tourists' emotional solidarity with one another: An extension of Durkheim's model, *Journal of Travel Research*, 50(6), 615-624.
- Woosnam, K. M. (2012) Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development, *Journal of Travel Research*, 51(3), 315-327.
- Woosnam, K. M., Draper, J., Jiang, J. K., Aleshinloye, K. D. (2018) Applying self-perception theory to explain residents' attitudes about tourism development through travel histories, *Tourism Management*, 64, 357-368.
- Woosnam, K. M., Norman, W. C. and Ying, T. (2009) Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists, *Journal of Travel Research*, 48(2), 245-258.