



Title	巡礼ツーリズムの経験価値：西国三十三所および四国八十八ヶ所巡礼を事例として[論文内容及び審査の要旨]
Author(s)	南地, 伸昭
Citation	北海道大学. 博士(観光学) 甲第15168号
Issue Date	2022-09-26
Doc URL	<a href="http://hdl.handle.net/2115/87303">http://hdl.handle.net/2115/87303</a>
Rights(URL)	<a href="https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/">https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/</a>
Type	theses (doctoral - abstract and summary of review)
Additional Information	There are other files related to this item in HUSCAP. Check the above URL.
File Information	Nobuaki_Nanchi_review.pdf (審査の要旨)



[Instructions for use](#)

## 学位論文審査の要旨

博士の専攻分野の名称：博士（観光学）

氏名：南 地 伸 昭

審査委員	主査 教授	西 川 克 之
	副査 准教授	岡 本 亮 輔
	副査 准教授	石 黒 侑 介
	副査 特命教授	山 中 弘（筑波大学）

## 学位論文題名

### 巡礼ツーリズムの経験価値

—西国三十三所および四国八十八ヶ所巡礼を事例として—

本論文は、2000年代以降、特に活発に論じられるようになった「宗教とツーリズム研究」の問題系において、西国三十三所巡礼と四国八十八ヶ所巡礼を事例として、主に経験価値モデルの観点から分析したものである。

まず先行研究のサーベイが行われ、宗教とツーリズムがともに人間の主観的な経験としての真正性の探求を基底にしていることが明らかにされる。そして、祈りを中心とする宗教的行為であった巡礼と経済財としてのツーリズムが融合し、巡礼ツーリズムが誕生した背景が考察される。本論文によれば、経済成長と交通インノベーション、宗教の私事化と宗教資源の脱埋め込み化、そして経験価値の重要性の高まりが素地となって、拡大する消費社会の下、ツーリズム産業によって巡礼ツーリズムがプロデュースされるようになったとされる。

続いて、現代の巡礼ツーリズムの消費としての特徴が浮き彫りにされる。消費が自己アイデンティティの確立手段として用いられるようになった現代社会では、消費者が消費行動の過程で何を見聞きし感じたかといった経験の内容そのものが重要な価値を有するようになっており、現代の巡礼ツーリズムも、そのプロセスを通じて楽しみ、学び、感動しつつ自分探しをする経験消費の典型となっている。こうした現状を踏まえ、経験経済システムの進化に伴い消費者行動に関する研究分野で発展してきた「経験価値モデル」の観点から、巡礼ツーリズムの特徴を捉え直し、

現代の巡礼者が巡礼ツーリズムに見出している多様な経験価値の構成要素を浮き彫りにするという本論文の視座と目的が設定される。

こうして巡礼ツーリズムが有する経験価値の構成要素を捕捉するための測定項目が仮説的に提示され、それらの項目から構成される質問紙による調査結果が示される。西国バスツアーの参加者に対して行われた調査では、参加者から得られた回答に基づき巡礼ツーリズムの経験価値に関する構成概念の提示と測定尺度モデルの構築が行われ、当該モデルの有用性を実証した上で、巡礼ツーリズムが有する経験価値の構成要素が指摘される。さらに、西国と並んで日本を代表する四国八十八か所巡礼が事例とされ、遍路者が経験する「社会的価値」および「利他的価値」の価値次元に焦点を当てながら考察される。

そして以上のような調査・分析を踏まえた上で、本論文の学術的貢献として、巡礼ツーリズムが経済財として構築される過程を具体的に示した点、巡礼ツーリズムが有する経験価値の多様な価値次元の構造を提示した点、巡礼ツーリズムが内包する意味的価値を実証的に確認した点、巡礼ツーリズムの経験価値について、機能的価値の諸次元の側面から捉え直すことで既存の他の商品やサービスが有する機能的価値との比較検討の可能性を切り拓いた点などが述べられる。

本論文は、主に人文学的展開を見せてきた宗教とツーリズムの研究に対し、経験価値論という社会科学の分析手法と視座を導入し、これまで質的に分析される傾向の強かった巡礼体験の内実を明快に示した点に大きな特徴がある。本論文が述べる通り、宗教とツーリズムの連関を扱った従来の議論においては、聖地巡礼が商品化され、それを巡礼者が消費するという前提を有するにもかかわらず、経済財としての巡礼ツーリズムが内包している多様な経験価値の構成要素が具体的に分析されることは稀であった。こうした問題意識の下、多いとは言えない先行研究に基づき独自の指標を仮説的に提示し、日本を代表する2つの巡礼に適用した点は極めて勇敢な学問的挑戦であり、高く評価される点である。

他方、こうした先駆性の高さがもたらす疑問点もいくつかある。最も大きな点は、本論文が導いた経験価値の指標の妥当性である。本論文では、一般のツーリズムを対象とした先行研究を参照して質問紙が作成され、そこから審美的価値、利他的価値、優れたサービス、コストパフォーマンスなどが検出されるかどうかを吟味している。だが、利他的価値が西国と四国のいずれにおいても検出されなかったことに象徴的に見て取れるように、先行研究の枠組みをやや単純に適用しすぎているきらいがあり、その結果として、宗教資源と巡礼資源、日頃の信仰といった概念が明確に整理されないまま論じられている。

とはいえ、こうした課題は本論文の成果があって初めて浮上するものであり、本論文は博士論文としての水準を十分に満たしており、上述のとおり学術的貢献、新規性、独自性が極めて高く、審査委員会では博士（観光学）学位の授与に値するものとして、本論文を合格と判断した。