

〔論文〕

戦前期の日本におけるコンテンツツーリズムの発達に関する再検討 ーハルビン観光を喚起したコンテンツを事例としてー

毛利 康 秀

1. はじめに

本稿では、日本におけるツーリズム研究（観光研究）の中で「コンテンツツーリズム」の歴史的な発展に着目し、中国東北地方（旧満洲）に位置するハルビン¹⁾への観光を事例として検討を加える。

コンテンツツーリズムとは、映画やドラマ・漫画・アニメーション等の作品（コンテンツ）に関連のある場所を訪れる形態の観光（ツーリズム）と総称され、「地域に『コンテンツ』を通じて醸成された地域固有の雰囲気・イメージ』としての『物語性』『テーマ性』を付加し、その物語性を観光資源として活用することである²⁾」とする定義が広く用いられている。近年、コンテンツツーリズムへの関心が高まり、研究も進展しつつあるが、21世紀のコンテンツを対象とした現代的な観光現象を扱っているものが多く、近代以前の時代について着目した研究はほとんどない。そこで、本稿では第二次世界大戦前のハルビン観光を事例として、近代観光の発達の中に見られるコンテンツツーリズム的側面の再評価を目的

とする。

ハルビンを採り上げる理由は、以下の通りである。ハルビンは、19世紀末に建設が始まるまでは一寒村に過ぎなかった歴史の浅い街で、伝統的な観光資源も存在せず、19世紀末まで日本人にとって無縁の場所であった。しかし、20世紀の初頭、日露戦争の前後から新聞記事の中でたびたび報じられるようになり、「横川・沖両志士の銃殺の地」、「伊藤博文公の遭難の地」という史実に基づいた「同胞苦闘の跡」という“物語性”が生まれ、「極東のモスクワ」と称される異国情緒のイメージに加えて夜の歓楽境が楽しめるという“テーマ性”も育まれ、それらが小説、映画、楽曲、舞踊、絵葉書といったコンテンツ群によって表現されることにより、戦前期の日本人にとって訪れてみたい観光の目的地へと意識されるようになっていった。その意味において、ハルビンは「コンテンツツーリズム」の発達を検討する事例としてふさわしいと考えられる。

なお、コンテンツツーリズムの主要な要素である「コンテンツ」の意味について、一般に「情報の内容、情報の中身³⁾」を指し、法的な定義も行われているが⁴⁾、その意味する

ところは非常に幅広い。コンテンツに関する先行研究には分厚いものがあるが、その多くはコンテンツ・ビジネスの領域から論じられたものであり、ツーリズムの視点からのコンテンツ研究はまだ発展途上である。そこで、本稿では「観光資源としてのコンテンツ」に着目し、その分類に関する検討を行う。さらに、コンテンツとしての絵葉書にも焦点を当て、ハルビン観光を喚起したコンテンツ群の一つとしての絵葉書が果たした役割についての再評価を試みる。

2. コンテンツツーリズムに関する先行研究

近年、「コンテンツツーリズム」と呼ばれる形態の観光への関心が高まり、研究が進展しつつある⁵⁾。この用語が広く認知されるようになったのは、先述の定義が国土交通省の報告書の中で記述された2005年以降のことで、様々なコンテンツに応じた様々な目的地があるために、大衆（マス）による画一的で大規模な観光行動（マスツーリズム）にはなりにくく、「個人の動機において旅行行動が行われる」という点で特徴的な、現代を象徴するツーリズムとして捉えられる⁶⁾。コンテンツツーリズムは和製英語であり、日本製コンテンツの影響力が大きな分野での観光現象を考察する側面が強く、日本での研究が進展している領域でもある⁷⁾。

この分野に関する代表的な研究成果としては、以下のものが挙げられる。例えば、早くからコンテンツツーリズムに着目して次世代ツーリズムの可能性を論じた山村（2008）⁸⁾、「萌え」の観点から地域振興を論じた井手口

（2009）⁹⁾、広くコンテンツ作品全般を対象として論じた増淵（2010）¹⁰⁾、いわゆる「聖地巡礼」現象の推移を体系的に整理した大石（2011）¹¹⁾、コンテンツの作り手・地域・旅行者の連携から生み出される新たな観光・交流の形を分析した山村（2011）¹²⁾、コンテンツの利用方法や目的の違いに基づく分類を行った岩間ら（2013）¹³⁾、「N次創作」をキーワードにコンテンツと観光とコミュニケーションの可能性を論じた岡本（2013）¹⁴⁾、地域での取り組み方の課題を指摘した風呂本（2014）¹⁵⁾、民俗学の観点から「聖地巡礼」を論じた由谷・佐藤（2014）¹⁶⁾、豊富な事例紹介を通じて特徴と課題を取りまとめたコンテンツツーリズム学会編（2014）¹⁷⁾、学術・経済・行政など複合的な視点から分析・考察を行った岡本編（2015）¹⁸⁾、大河ドラマの放映に伴うモデル地の影響と効果の推移を検証した中村（2016）¹⁹⁾ などである。さらに、研究の進展および現状分析の深化により、山村（2016）が提唱するようなコンテンツツーリズムの概念の再定義も試みられている²⁰⁾。

これらの研究成果を概観すると、おおむね新しいコンテンツ作品を対象として、現在進行形で起きている観光現象（フィクション作品、特にアニメーション作品にまつわる観光現象を分析した研究が目立つ）を扱ったものが多く、中村（2015）の考察にも見られるように、インターネットの活用が前提になっている²¹⁾。コンテンツツーリズムそのものはインターネットがなければ成立しないものではなく、その普及以前から育ちつつあったと考えられる。しかし、普及以前の時代に着目した研究はこれからという状況であり²²⁾、今後の研究の進展が期待される。

3. コンテンツツーリズムの歴史的展開

増淵（2010）の研究によると、旅という行為および概念が生まれた平安時代には、歌に詠まれた地名を巡る旅が行われていた²³⁾。すなわち、歌というコンテンツに関する旅という意味において、日本におけるコンテンツツーリズムの起源は平安時代（歌枕の時代）まで溯ることが出来る。旅を題材とした作品の歴史も古く、平安時代から鎌倉・室町時代にかけて、幾つもの紀行文が著されている。江戸時代になると、紀行文や道中記、名所図会の類が出版されるようになり、伊勢参りを始めとした神社仏閣を巡る旅行が庶民の間にも広まって、旅をしながら紀行文や道中記、名所図会に記された場所を巡る行為も行われるようになった²⁴⁾。しかし、江戸時代以前の時代の旅行は徒歩が基本で危険が伴っている上、人の移動は制限されていて自由に移動することも難しく、ツーリズム自体がまだ発展前夜の段階であった。寺子屋などでの教育も進みつつあったが、識字率は高くなく、紀行文や道中記、名所図会の文字情報を読解出来る層は限られていたため、コンテンツツーリズムとしての旅行はさらに限定的なものにならざるを得なかった。ここまでの時代におけるコンテンツツーリズムは「前近代的コンテンツツーリズム」と位置づけられる²⁵⁾。

社会の近代化が始まると、近代社会ならではの観光、すなわち近代観光が成立する。アーリ（1990-1995）によると、近代的観光の制度化は、近代社会の成立によって獲得された新しい非日常的な「まなざし」の組織化とし

て理解される。「観光のまなざし」の出現である²⁶⁾。鉄道の発達によって大量輸送が実現し、通信・郵便網も発達する。音声・映像を扱う技術も発達、新聞、雑誌、ラジオ、テレビなどのマスメディアが普及し、コンテンツが大量生産されるようになる。そして、初等教育の普及によって識字率も上昇し、それらのコンテンツを享受出来る層も増加していった。また、写真の発明と印刷技術の向上によって観光地の画像情報が出回るようになり、特に観光地の風景写真をあしらった絵葉書は、「観光のまなざし」の拡大、そして観光の大衆化、すなわちマスツーリズムの発展に大きく寄与した²⁷⁾。アーリ・ラースン（2011-2014）は、写真は「観光のまなざし」を進展・拡大する最も重要な技術であるとしたが²⁸⁾、観光地の風景写真をあしらった絵葉書も、まさに写真と同等の意味を持って「観光のまなざし」を拡大させる役割を果たしていたと言える。マスツーリズムは20世紀前半の第二次世界大戦前から発達しつつあり、戦後に全盛となるが、後述するようにコンテンツツーリズムの萌芽も見られる。ここまでの時代におけるコンテンツツーリズムは「近代的コンテンツツーリズム」と位置づけられる²⁹⁾。

20世紀末以降、インターネットの一般への利用が世界的に普及し、21世紀に入るとスマートフォンに代表される携帯型の情報端末の利用拡大と合わせて利便性が一層向上し、「ユビキタス社会」が到来したとして今日に至っている。交通網の一層の進化に伴い、旅行手段も多様化した。コンテンツ作品は生産され続け、過去のコンテンツ資産もデジタル化されてインターネット上への蓄積も進んでいる。マスツーリズムは依然として健在では

あるものの、ニューツーリズムとしての観光の多様化傾向もさらに強まり、コンテンツツーリズムもその一つとして位置づけられるようになって政策的に推進されるようになってきている³⁰⁾。このような特徴のもとで推進されている現代のコンテンツツーリズムは「現代的コンテンツツーリズム」と位置づけられる³¹⁾。

4. 観光資源としてのコンテンツ、コンテンツとしての絵葉書

溝尾(2001)によると、観光資源は「各種の目的に使用可能な資源が、観光対象として顕在化されたもの」と定義され、自然資源(自然景観や自然現象など)と人文資源(有形文化財や無形文化財など)に分類される³²⁾。観光資源についての論考は古くからあり、概ね自然資源と人文資源に分類される場所は共通している³³⁾。もっとも、その定義や分類方法は多彩で、未だ統一された見解がない状況にあり³⁴⁾、観光資源としてのコンテンツの扱いも今後の研究の進展を待たねばならない。しかし、コンテンツは人文資源(無形文化財)に当てはまるものであり、モニュメントのようなコンテンツの表現物(有形文化財)も含め、地域(場所)と結びつく要素があって、観光対象として顕在化するならば、コンテンツもまた観光資源になり得ることは自明である。

岡本(2016)は、「コンテンツは人を満足させ、楽しませるものである」という観点から、コンテンツを「情報がなんらかの形で創造・編集されたものであり、それ自体を体験することで楽しさを得られうる情報内容」と

定義している³⁵⁾。山村(2016)は、「フィクション・ノンフィクションを問わず、神話や伝承、史実もコンテンツであるし、文芸や演劇も、さらには写真、映画、マンガ、アニメ、ゲームなどもコンテンツとなる」とし、さらに「場所と結びつくコンテンツ」の観点から、コンテンツを「人間の活動が生んだ情報または情報の組み合わせ。『物語』や『作品』そしてそれらを構成する諸要素(物語性、キャラクター、ロケーション、サウンドトラックなど)」と定義している³⁶⁾。これらの観光資源とコンテンツに関する議論を組み合わせると、観光資源としてのコンテンツとは「地域(場所)のイメージと結びつき、その地域(場所)を訪れる動機となる情報内容」という意味で包括することが可能である。

フィスク(1987-1996)は、テレビドラマを巡る表現(テキスト)の分析において受け手の能動性や主体性に注目し、第一次テキスト(ドラマそのもの)、第二次テキスト(ドラマに関する著述)、第三次テキスト(視聴者の反応)に類型化した³⁷⁾。これを観光資源としてのコンテンツの分類に展開すると、観光に結びつくオリジナル作品(一次的な創作作品)、作品を二次利用したもの(作品の世界観が二次的に表現された関連商品など)、作品に関連する反応(作品のファンの間で交わされるコミュニケーション)が相当すると考えられる。

観光に結びつくオリジナル作品としては、オリジナルの小説、映画、ドラマ、漫画、アニメーション映画などが当てはまる³⁸⁾。それらの表現を通じて地域イメージが醸成され、その地域への観光へと結びついていく、一次的なコンテンツと呼べるものである。

作品を二次利用したものとしては、作品に関連する解説書、パンフレット、公式グッズ、販促グッズ、作品を宣伝する広告、許諾を受けたキャラクター商品など、作品の世界観が二次的に表現された無形・有形の関連物が当てはまる³⁹⁾。それらの関連物が作品と結びついた地域を訪問する動機を生み出していく、第二次的なコンテンツと呼べるものである。

作品に関連する反応としては、主にファンによって生み出された作品の感想、クチコミ、コミュニケーションの成果物などで、ファンの交流ノートやインターネット上のSNSやクチコミサイト・ブログなどに投稿されたものなど、すなわち作品や作品を二次利用したものに關する評判情報やファンによるコミュニケーションの成果物全般が当てはまる⁴⁰⁾。これらに接することで作品と結びついた地域を訪問する動機が生み出されていく、第三次的なコンテンツと呼べるものである。

さて、本稿では歴史的に活用されたコンテンツとして「絵葉書」にも焦点を当てる。絵葉書は、近代郵便制度が発展していく中で19世紀後半に出現したメディアである。その起源は1870年頃のドイツに発するとされ⁴¹⁾、日本においては私製葉書の発行を許可する通信省令が出された1900年以降⁴²⁾、一世紀以上にわたって様々な絵葉書が発行され、現在に至っている。当時は社会の近代化が急速に進展し、鉄道網の発達や生活水準の向上に伴って観光旅行も盛んに行われるようになりつつあり、観光地の絵葉書も大量に発行され、流通した。小川（1990）の研究によると、明治末期における国内の観光地の絵葉書は3万種類にも達していたという⁴³⁾。

これまでの検討を踏まえ、あらためて観光

を喚起する「コンテンツとしての絵葉書」の位置づけを試みる。

第一次的なコンテンツ（オリジナル作品）としての絵葉書は、絵葉書自体が独自のコンテンツ作品となるものが相当する。観光を促進するものとしては、ある地域を題材に創作された絵葉書のセットで、全体として“物語性”を備えており、オリジナリティを持つものが当てはまる。絵葉書がマスメディアとしての機能も果たしていた時代には黎明期には⁴⁴⁾、オリジナルのコンテンツと呼べる絵葉書も制作されていた⁴⁵⁾。

第二次的なコンテンツ（作品の関連物）としての絵葉書は、小説や映画・ドラマなどの作品世界を表現したグッズとしての絵葉書や、特典や販促グッズとしての絵葉書が相当する。観光を促進するものとしては、作品のモデル地の紹介や作品に関連する碑文の紹介など、作品世界と地域を結びつける形で表現された絵葉書がこれに相当する。特定の作品に依らず、地域の“物語性”“テーマ性”を表現したのもも含めて良い。グッズとしての絵葉書、特に作品のモデル地の風景を表現した絵葉書は、現在もなお多く発行され続けている。

第三次的なコンテンツ（関連するコミュニケーション）としての絵葉書は、通信手段として実際に使用された絵葉書が相当する。特定の作品に関する話題のほか、地域の“物語性”“テーマ性”について言及したメッセージも含まれる。未使用の絵葉書も、それを素材として交わされるコミュニケーションによって観光が促進されるものであるならば、そのコミュニケーションも含めて良い。かつては盛んに利用されたが、インターネットの普及が進んだ現代において、通信手段として絵葉

書が用いられる例はほとんどなくなり、わずかにコミュニケーションの素材としての機能が残っていると考えられる。

5. 戦前期におけるコンテンツツーリズムの発達事例：ハルビン

本稿では、近代社会の成立とともに誕生した近代観光の中でのコンテンツツーリズムに着目し、中国東北地方（旧満洲）に位置するハルビンへの観光を事例として検討を加える。ハルビンを採り上げる理由は、先述したように、歴史の浅い街で伝統的な観光資源も存在しない街だったからである。近代以降、日本国内の多くの場所が小説の舞台として採り上げられているが、それらは温泉地や景勝地であったり、歴史的・伝統的な見所が豊富であったりして、以前から観光地として有名であった場所が多い。一方、ハルビンは、19世紀末に帝政ロシアによって建設が始まるまでは一寒村に過ぎなかった場所で、歴史的・伝統的な観光資源は特になく、温泉は出ず、特筆すべき自然景勝もない。そして、後述するように小説『ハルビン夜話』を筆頭とするハルビンにまつわるコンテンツ群が街のイメージ形成に一定の影響を与え、同地を訪問する動機形成にもつながったと考えられるので、ハルビンは事例として採り上げるのにふさわしいと考える。

ハルビンと日本人との関わりは、以下の通りである。現在の中国東北部、かつて満洲と呼ばれた地域は、日本人にとって馴染みのない場所であった。しかし、1897年、ロシアが東清鉄道の建設に着手し、その拠点となる都市としてハルビンが発展を始めると、日本

人も進出していくようになった。ハルビンに在住する日本人は、日露戦争が始まる直前の1903年には681名に達していたという⁴⁶⁾。日露戦争が始まると日本人は退去させられたが、戦後には再び進出していく。

日露戦争後、日本は関東州の租借権とともに、長春以南の鉄道とその附属地に関する権利を獲得した。この時、満洲開発を担う組織として1906年に設立されたのが南満洲鉄道株式会社（満鉄）である。満鉄は、創立の初期より多数の文化人を招待して満洲各地を案内し、その体験は日本国内の新聞や雑誌で発表された。一例として、夏目漱石は1909年に満洲と朝鮮半島を旅行した時の紀行文を朝日新聞に連載している。与謝野晶子・寛は1928年に満洲・内蒙古を旅行し、翌年に『満蒙遊記』を出版している。里見弴は志賀直哉とともに1929年に満洲を旅行し、紀行文を時事新報に連載している⁴⁷⁾。文化人の招聘は、満鉄の宣伝政策の一つであり、彼らが発表する作品群（コンテンツ）の影響をもって満洲の開発や観光への宣伝に利用したのである。満洲観光は国策の一環であり、表層的な理解にとどまる側面があったものの⁴⁸⁾、日本における近代観光の発展を体現するものであった。

1922年、満洲を訪問した流行作家の奥野他見男は、満鉄沿線にとどまらずハルビンまで足を延ばした⁴⁹⁾。ハルビンでは夜の歓楽街に案内されて、夜通し繰り広げられるキャバレーでの艶麗なロシア娘のダンス（裸踊り）を鑑賞した⁵⁰⁾。その実体験を詳細に記述した『ハルビン夜話』（図1参照）は翌1923年1月に発売され、たちまち話題を呼んで発売後4ヶ月で130版以上を重ねるベスト



図1 小説『ハルピン夜話』表紙

セラーなった⁵¹⁾。新聞広告には「驚く可き詩と酒と性慾の都」「ハルピンの夜の世界に思はず恍惚たる者ある可し」「異國人の性慾を斯く大膽に描寫せるもの未だ嘗て無し」などといった宣伝文句が踊り（図2参照）、あまりに売れ行きが急激であるため品切れを詫げる新聞広告まで出る有様であった⁵²⁾。高媛（2001）が指摘するように、この『ハルピン夜話』のベストセラーが火付け役となって、ハルピンは「内地客に手の届くエキゾチシズムとエロティシズムを提供してくれる国際的歓楽都市」として広く知られるようになった⁵³⁾。「極東のモスクワ」と称される異国情緒のイメージに、夜の歓楽境が楽しめるという“テーマ性”が付加されたのである。それ以前のハルピンは、「横川・沖両志士の最期の地⁵⁴⁾」「伊藤博文公の遭難の地⁵⁵⁾」などで知られていたが、『ハルピン夜話』のヒットは、街のイメージを大きく変えて周知せしめ

る影響をもたらしたと言える⁵⁶⁾。

発売から数年を経ずして、多くの日本人旅行者はハルピンに着くなり「裸ダンスは何處ですか？」「ロシヤの女はどうですか？」などといった直接的な質問を現地在住の日本人に浴びせかけるなど、『ハルピン夜話』の内容を实践するかのような旅をしていたことが当時の手記に記されている⁵⁷⁾。彼らが「夜のハルピン」にしか興味を持たず、横川・沖両志士や伊藤博文公の殉難などの「同胞苦闘の跡」を偲ぼうとしないので、ハルピン在住の日本人の間で不満の声が上がるほどであったという⁵⁸⁾。

1932年に満洲国が成立すると、ハルピンは日本の強い影響下に置かれることとなり、1935年にハルピン神社が建立されるなど、街には「日本的なるもの」の要素が増えていった。そして、「横川・沖両志士の最期の地」「伊藤博文公の遭難の地」といった「同胞苦闘の跡」を偲ぶための“物語性”がいつそう強調されるようになり、伝記が出版され⁵⁹⁾、



図2 『ハルピン夜話』新聞広告
(1923年4月6日 読売新聞)

現地の観光スポットも「日本的なるもの」が強く奨められるようになった。一例を挙げると、1937年に哈爾濱観光協會が発行した観光パンフレット『観光の哈爾濱』には、推奨する観光地として「哈爾濱八景」が列挙されているが、「忠霊塔」「志士の碑」「哈爾濱神社」「伊藤公遭難の地（哈爾濱駅）」など「日本的なるもの」が大半を占めており、ロシア的な要素は「中央寺院」「キタイスカヤ」しか出てこない。1942年に作られた『哈爾濱名所アルバム』でも、紹介されている名所32箇所のうち、最初に「忠霊塔」「哈爾濱神社」「志士の碑」など「日本的なるもの」が多く列挙されており、「ロシア的なるもの」は後回しになっている。この傾向は満洲国期の紀行文にも反映されるようになっており、「今や『ハルピン夜話』の時代は遠い過去⁶⁰⁾」や、「『ハルピン夜話』の魔窟は昔の事⁶¹⁾」というような、『ハルピン夜話』で培われたイメージを払拭させようとするかのような記述も見られるようになる。

ハルピンを訪れる観光客の多くは団体客であった⁶²⁾。彼らは団体を観光バスに乗り、上述したような推奨される市内の観光コースを巡回した⁶³⁾。そして日が暮れると、彼らはエキゾチズムとエロティズムを求めて歓楽街のキャバレーへと繰り出した。「哈爾濱まで行って、かうした場所にゆかないで歸る人間はまづないといふのが、苦笑すべき事實」「外國人が日本のフヂヤマとゲイシャ・ガールを見ないでは歸れないやうな風に、一般化・観光物化されてゐる」という記述に見られるように⁶⁴⁾、ハルピンでロシア人女性ダンサーを見物することは定番となっていた。「個人の動機において旅行行動が行われる」

という側面が強いコンテンツツーリズムの特徴に照らすならば、推奨される観光コースを団体に巡る昼間は公的でマスツーリズム的であり、個人的な動機で歓楽街へ消えていく夜は（こぞって出かけたとしても）私的でコンテンツツーリズム的という対比が浮かび上がる。夜の歓楽街へ向かわせる動機が『ハルピン夜話』で培われたイメージに基づくものであったならば尚更である。実際、『ハルピン夜話』は1929年と1939年にそれぞれ異なる出版社から再販されたように、一時のブームで終わることなく、息の長いヒットとなっている⁶⁵⁾。

このように、日本の勢力が増しつつあっても、ハルピンは国際色が豊かで異国情緒のあふれる街であり、日本人にとって訪問してみたい街であり続けた。ハルピンについて言及した旅行記は数多く⁶⁶⁾、キャバレーに関する記述も豊富である。ハルピンを題材とした他の小説の出版も続き⁶⁷⁾、ハルピンの流行歌が制作され⁶⁸⁾、後述するようにハルピン市街やロシア人ダンサーやロシア人美女が写された絵葉書が流通した。これらのコンテンツ群は、ハルピンならではのエキゾチズムとエロティズムという街の“テーマ性”を表したものであり、それらに接した人々をして「観光のまなざし」を喚起せしめ、現地を訪問したいという意欲を刺激するものであったと解して良い。

6. ハルピン観光における絵葉書

第二次世界大戦の日本では、国内はもとより、台湾・樺太・関東州など、日本が勢力下

においた地域においても、多数の絵葉書が発行された。満洲地域における絵葉書も数多く、ハルビンにまつわる絵葉書（ハルビン絵葉書）も、その中の一つとして位置づけられる。

松重ら（2008）の研究によると、日本語によるハルビン絵葉書は20世紀初頭には出現していた。近代都市・ハルビンの建設途上が進められていた時期であり、その頃のハルビン絵葉書も、東清鉄道の列車やロシア正教の寺院、ロシア風の街並みなど、ロシアによって作られたものの紹介が主であり、まさしくロシアの満州進出の拠点としてのハルビンをうかがわせる内容となっている。その後、日本の勢力の増長を反映して、同地に志士の碑や伊藤博文公の銅像などの“物語性”を表現するモニュメントが作られるとそれらの絵葉書が作られ、建国記念碑や哈爾濱神社が建立されるとそれらの絵葉書も作られるなど、絵葉書にも日本的な要素が増えていった。しかし、異国情緒あふれるハルビンの街並みやロシア人美女、ロシア人ダンサーをあしらった絵葉書も引き続き大量に発行され、同地を訪れた観光客の土産用として供された。

旅行者がハルビンから内地に向けて差し出した絵葉書を見ると、現地を訪れた感想が率直に綴られたものが多い。例えば、1940年3月に旅行者がハルビンから埼玉県親族に差し出した絵葉書には、ハルビンで最大の繁華街であるキタイスカヤ街の写真のものが使われ、文面にはハルビンの説明と「一般外国に来る感致し候」という異国情趣を感じた印象が記されている⁶⁹⁾（図3・図4参照）。他の使用例として、1940年9月に旅行者が東京の友人にあてに差し出した絵葉書にはソフィスカヤ寺院の図柄のものが使われ、ハルビンは異

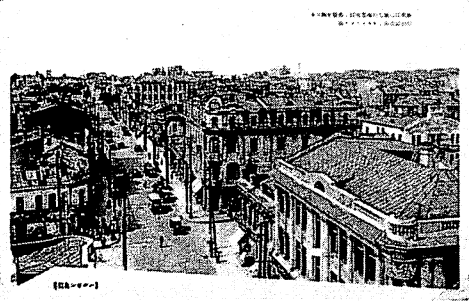


図3 ハルビンから差し出された絵葉書
（同 写真面）

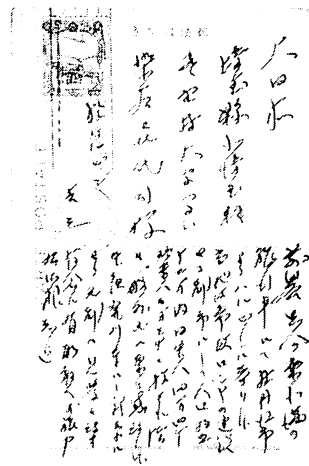


図4 ハルビンから差し出された絵葉書
（同 宛名面 1940年3月22日消印）

国情趣たっぷりの街であること、街をゆくロシア人のメツチェン（若い女性）に目が奪われてしまうことが書かれている。さらに他の使用例として、1943年5月に旅行者が千葉の親族あてに差し出した絵葉書には、ハルビン観光記念絵葉書（観光バスケットを兼ねた絵葉書でソフィスカヤ寺院の写真）が使われ、観光バスで市中を見学したことが書かれている⁷⁰⁾。実際の使用例を概観すると、絵葉書が現地の様子をビジュアル的に伝えるメディ

アとして活用されていたことが分かる。

そのほか、ロシア人ダンサーの絵葉書（図5参照）や、ロシア人美女をあしらった絵葉書も人気を集め、それらの多くは未使用のまま持ち帰られ、秘蔵された⁷¹⁾。さらに、「ハルビン見物⁷²⁾」と題するストーリー仕立ての絵葉書セットも制作された（図6参照）。これは、ハルビンを訪れた日本人男性が二人のロシア人美女を同伴して市内遊覧を楽しむという設定となっており、ハルビンを訪ればロシア人女性と親しく交歓出来るかのようなイメージを膨らませる演出がなされていた。制作スタッフの名前も記載されており⁷³⁾、これは絵葉書というメディアを使ったオリジナル作品と見なして良い内容である。

すなわち、ハルビン絵葉書にはオリジナルのコンテンツ（第一次的なコンテンツ）と呼べる絵葉書セットがあり、『ハルピン夜話』の世界観を補うダンサーなどがあしらわれた絵葉書（第二次的なコンテンツ）があり、それらは通信手段として実際に差し出されたり



図6 絵葉書「ハルビン見物」の1枚

未使用のまま持ち帰られてコミュニケーションの素材（第三次的なコンテンツ）になったりした。ハルビン絵葉書は、コンテンツの類型を幅広くカバーする絵葉書のメディア的な特性をもって、ハルビンという街のイメージ形成を補強し、現地を訪問したいという動機を生み出すコンテンツをなすものの一つとして機能していたと考えられる。

7. まとめと今後の課題

今日の現代的コンテンツツーリズムの萌芽は、第二次世界大戦前の近代的コンテンツツーリズムの時代に見いだすことが出来る。「観光のまなざし」は、近代社会の成立の中で構造化・組織化され、写真や絵葉書などに代表される視覚情報の発達と普及が、その発達を後押しした。

本稿では、この典型的な事例として戦前期のハルビンにおける観光を取り上げた。ハルビンは歴史の浅い街であり、歴史的・伝統的な観光資源がある訳ではないが、小説『ハルピン夜話』の舞台になった街として知られており、異国情緒とエキゾチシズム・エロティ



図5 ロシア人ダンサーの絵葉書（部分）

シズムというイメージに基づく“テーマ性”が観光資源となっていた。さらに、日露戦争期における志士の銃殺の地、伊藤博文公の遭難の地といった“物語性”の要素も付加され、戦前の日本人にとって訪れてみたい観光の目的地へと意識されるようになっていった。小説や伝記などの出版物が文字情報で“テーマ性”や“物語性”を表すコンテンツであるならば、ハルビン絵葉書は視覚的な画像情報を伝えるコンテンツとして同様に機能したと言える。

本稿では戦前期のハルビンについて採り上げたが、その他の時代の様々な観光地についての事例も拾い上げていきたい。一層の分析と検討を進めていくことにより、コンテンツツーリズムの歴史的展開の全貌に迫っていくことを今後の課題としたい。

なお、当時の絵葉書は、現在のパンフレットや旅行ガイドに相当する「旅行先の風景をあらかじめ知る」ことを、マスメディアおよびパーソナルメディアの両面から促進させるメディアであった。視覚が観光体験の中心にあることに留意するならば、インターネットが存在しなかった当時において、この絵葉書のメディア的な汎用性は、ツーリズムの促進はもちろん、コンテンツツーリズムの促進にもとりわけ大きな役割を果たしたものと考えられる。

20世紀後半以降、絵葉書のマスメディアとしての役割は終えており、オリジナルのコンテンツが作られることもなくなっている。21世紀の今日において、インターネットの普及および写真つき電子メール（写メール）の一般化に伴い、パーソナルメディアとしての絵葉書の歴史的な役割も終えつつある。観

光土産としての絵葉書や、コンテンツ作品を表現したグッズとしての絵葉書は当面生産され続けると考えられるが、今後どのような形で存続していくのかについて注目しつつ、絵葉書の果たした歴史的な役割について再評価を進めていくことも今後の課題としたい。

注

- 1) 「ハルビン」は、「ハルピン」や「哈爾濱」「哈爾濱」とも表記されるが、本稿では固有名詞を除いて「ハルビン」に統一する。
- 2) この定義は、2005年に国土交通省総合政策局・経済産業省商務情報政策局・文化庁文化部から出された『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書』の中で用いられた。(国土交通省他2005:P.49)。本稿においても、この定義を用いる。
- 3) 『広辞苑』第六版では、コンテンツの意味として「①中身、内容 ②書籍の目次 ③放送やインターネットで提供されるテキスト・音声・動画などの情報の内容」と記述されている。
- 4) 「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律」(コンテンツ振興法) 第二条において、「映画、音楽、演劇、文芸、写真、漫画、アニメーション、コンピュータゲームその他の文字、図形、色彩、音声、動作若しくは映像若しくはこれらを組み合わせたもの又はこれらに係る情報を電子計算機を介して提供するためのプログラムであって、人間の創造的活動により生み出されるもののうち、教養又は娯楽の範囲に属するものをいう。」と定義されている。2004年5月に制定された。
- 5) 例えば、コンテンツツーリズムを主要な研究領域とする「コンテンツツーリズム学会」が2011年10月に設立され、コンテンツを活用した観光振興及び地域活性化の研究と実践が行われているほか、観光の領域全般を扱う「日本観光研究学会」においてもコンテンツツーリズムを対象とした発表が増えている。また、新聞記事データベース G-Search の全文検索によると、「コンテンツツーリズム」に関する新聞記事は2012年に13件、2013年は6件、

- 2014年は29件、2015年は15件、2016年（11月30日まで）は25件となっており、増減を繰り返しながらも増加傾向にあることが認められる。
- 6) 増淵（2010）は、コンテンツツーリズムについて「個人の動機において旅行行動が行われるという点では消費者の指向性が多様化した現代を象徴したツーリズムとして捉えることができる」と指摘している（増淵 2010：P.25）。
 - 7) 同等の用語としてフィルムツーリズム（Film Tourism）があるが、これは主に映画作品のロケ地を巡る観光という意味で用いられている。コンテンツツーリズムは、映画に加えて小説やドラマ、漫画等も含めた作品群（コンテンツ）全般を対象として再構築されつつある概念である。
 - 8) 山村（2008）は、埼玉県鷲宮町（現在の久喜市鷲宮）の「らき☆すた」の事例から、作品の舞台が「聖地」として成立する過程を整理し、次世代ツーリズムの可能性について論じた（山村 2008：P.62）。
 - 9) 井手口（2009）も、山村と同じ事例から地域主導型の「萌えおこし」の可能性について論じつつ、「慣れ」による陳腐化や注目度低下などの問題点も指摘している（井手口 2009：P.68）。
 - 10) 増淵（2010）は、NHKの大河ドラマや長編ドラマなどの事例の検証を通して、それらのコンテンツが地域イメージの形成に寄与するメカニズムを明らかにしている（増淵 2010：P.156）。
 - 11) 大石（2011）は、「聖地巡礼」に関する現象は1990年代以前から見られていたが、それが確固たるイメージを持つようになったのはインターネット・コミュニティを介した情報流通によって生じた2004年頃としている（大石 2011：P.48）。
 - 12) 山村（2011）は、地域・コンテンツ製作者・旅行者の協働による新たな地域振興のためのコミュニティビジネスの概念（トライアングル・モデル）を提示している（山村 2011：P.63）。
 - 13) 岩間（2013）らは、事例間の特徴を分析し、アニメツーリズムの形態を自然発生型・地域主導型・内部高揚型の3つに分類した（岩間ら 2013：P.20）。
 - 14) 岡本（2013）は、個人による情報発信がインターネット上で共有され、多くの人を巻き込みながら新たな観光文化が生まれていく構造を明らかにした（岡本 2013：P.93）。
 - 15) 風呂本（2014）は、コンテンツツーリズムの発展のあり方を内発的なものと外来的なものに分け、より理想的な内発的発展のために必要な条件と諸問題について論じた（風呂本 2014：P.64）。
 - 16) 由谷・佐藤（2014）は、漫画、アニメーション作品、ゲームなどの舞台となった場所を「聖地」と見なし、そこへ「巡礼」する行為について民俗学の観点から分析を行っている。戦国史蹟巡礼についての言及もある。
 - 17) コンテンツツーリズム学会編（2014）の著作は、コンテンツの種別による事例紹介を中心に、コンテンツツーリズムに関する学術的研究と事業化の実践例を中心に取りまとめられている。
 - 18) 岡本編（2015）の著作は、観光学を中心に、隣接する研究領域からのアプローチが試みられている。アニメーション作品のモデル地の事例紹介が豊富である。
 - 19) 中村（2016）は、「大河ドラマ」の放映に伴って設けられるようになった各地の「大河ドラマ館」に着目し、それらの外部環境や内部環境を比較分類することにより、5つの集客要因を抽出した（中村 2016：P.24）。
 - 20) 山村（2016）は、「場所と結びつくコンテンツ」という観点から「コンテンツによって意味が与えられた場所を実際に訪れ、当該コンテンツを身体的に実感・経験しようとする行為」とする説明を試みている（山村 2016：P.10）。なお、これに先立つ再定義として、「地域やある場所がメディアとなり、そこに付与されたコンテンツ（物語性）を、人々が現地で五感を通して感じる行為。そして人と人、人とある対象の間でコンテンツを共有することで、感情的繋がりを作り出すこと」とする再定義も提唱している（山村 2011：P.172-173）。
 - 21) 中村（2015）は、コンテンツツーリズムの観光行動を「能動的確認型」「受動的確認型」「場地的確認型」の3つの類型に分け、それぞれの行動タイプに対応するメディア接触につ

- いて分析を加えている。いずれもインターネットの重要性は大きく、これに対応した観光PRの提言も、インターネットの活用に留意したものとなっている（中村 2015 : P.11）。
- 22) 戦前期のコンテンツツーリズムに着目した研究として筆者による論考がある（毛利 2016）。本稿は、この論考を元に、さらに発展的に論じたものである。
- 23) 歌枕とは、和歌の題材とされた日本の名所旧跡のことを指す。増淵（2010）によると、「土佐日記」の記述に見られるように、平安時代には歌に詠まれた地名も巡る旅が行われていたという（増淵 2010 : P.29）。
- 24) 増淵（2010）によると、紀行文や道中記、名所図会の類は、当時の旅行者にとって一種のガイドブックのような役割を果たしていたという（増淵 2010 : P.30）。
- 25) 前近代までの時代の旅行は経済的に裕福な層に限られ、公的なものか参詣・巡礼といった宗教的なものが多くを占めていた。分析の詳細は（毛利 2016 : P.16）を参照。
- 26) アーリ（1990-1995）によると、「観光のまなざし」は、旅先で遭遇する様々な事象に「まなざしを向けていること」であり、「日常から離れた異なる景色、風景、町並みなどにたいしてまなざしもしくは視線を投げかけること」であるとしている（John Urry 1990-1995 : P.2）。
- 27) アーリ、ラーソン（2011-2014）によると、大衆観光（マスツーリズム）は近代社会の観光における大きな特徴であり、「近代」を身にまとうという特質の一環であるとしている（Urry, Larsen 2011-2014 : P.8）
- 28) アーリ・ラーソン（2011-2014）によると、視覚は観光体験の中心にあり、写真は「観光のまなざし」を進展・拡大する最も重要な技術であるとしている（Urry, Larsen 2011-2014 : P.240）
- 29) 近代社会の成立により、電話や郵便でのコミュニケーションが実現する。特に、絵葉書は画像情報に私信を加えて伝達可能なメディア的な特性により、ツーリズムおよびコンテンツツーリズムの体験共有に役だったと考えられる。分析の詳細は（毛利 2016 : P.16）を参照。
- 30) 国土交通省の「観光立国推進基本計画」（2007年）では、「各ニューツーリズムの促進」として、長期滞在型観光、エコツーリズム、グリーン・ツーリズム、文化観光、産業観光、ヘルスツーリズムなどの推進に合わせてフィルムツーリズム（コンテンツツーリズム）の推進も掲げられている。
- 31) 今日のコンテンツツーリズムは、情報の検索・検討および旅行体験の共有のためにインターネットが積極的に活用されている。分析の詳細は（毛利 2016 : P.16）を参照。
- 32) 溝尾（2001）は、この定義を行った上で、観光資源を自然資源、人文資源Ⅰ、人文資源Ⅱ、複合資源の4つに分類した（溝尾 2001 : P.121）。後に、溝尾は複合資源を削除してⅠとⅡの区分も廃している（溝尾 2008 : P.9-10）。
- 33) 観光資源に関する先駆的な研究成果としては、井上（1940）や田中（1950）の論考が挙げられる。森重（2012）は、戦前から戦後に至る先行研究の中での観光資源の多様な定義・分類について整理し、概ね人間の力で創造できるかどうかで分類している点は共通している点を見出した（森重 2012 : P.117）。
- 34) 高橋（2014）は、研究者による観光資源の定義・分類について整理し、その解釈および分類に含める事物の内容は多彩であり、未だ見解が統一されていない状況にあることを指摘した（高橋 2014 : P.109）。
- 35) 岡本（2016）は、動詞の content には「満足させる」という意味も持つことから、コンテンツは単なる情報内容ではなく、人を満足させ楽しませるものという視角から論点を整理している（岡本 2016 : P.6）。
- 36) 山村（2016）は、コンテンツは場所の情報と結びつくことによって、何気ない場所が特別な場所として意味づけられることを指摘している（山村 2016 : P.10）。
- 37) フィスク（1987-1996）は、ドラマとドラマから派生するテキストとの関係の中で、特に受け手の能動性や主体性に注目し、テレビドラマは単純に送り手から受け手へと伝わるのではなく、送り手の意図とは異なる読み方がなされることを明らかにした（Fiske 1987-1996 : P.191）。
- 38) 原作がある映画やドラマ、アニメーション映画であっても、それが独自の世界観を構築し

- ているものであれば、オリジナル作品に含めて良いと考えられる。
- 39) 映画やドラマのモデル地に建てられた関連施設や記念碑、モニュメントなども当てはまる。井手口 (2016) は、原作のヒットによって生み出される二次創作作品も決して原作の付属物ではなく、それ自体もまたコンテンツである」として、消費者にとっての等価性を指摘しているが (井手口 2016 : P.55)、これに従えば、いわゆる同人誌も同様に当てはまると考えられる。
- 40) 作品や作品を二次利用したものに関連する記事、評論、批評、評判情報なども同様に当てはまると考えられる。
- 41) 小川 (1990) の研究によると、絵葉書の起源は1870年 (明治3年)、ドイツの印刷業者シュワルツによって簡単な絵画を印刷した私製絵葉書が制作されたのが、その始まりであるとされる (小川 1990 : P.6)。
- 42) 佐藤 (1994) の研究によると、日本における制度としての私製絵葉書の許可は1900年 (明治33年) 10月1日であったが、それは絵葉書の使用を許可する省令として受け止められ、10月5日発行の雑誌『近世少年』の付録に絵葉書が添付された (佐藤 1994 : P.41)。
- 43) 小川が『日本名所絵葉書目録』(1911年発行) からまとめたところによる (小川 1990 : P.37)。なお、観光地では手で彩色されたカラー絵葉書が人気を集めたという。
- 44) 田邊 (2002) は、新聞紙へ写真を印刷する技術が発達する1920年代までは、震災や水害などのニュースを写真で速報するマスメディアとして絵葉書がその役割を担っていたと指摘している (田邊 2002 : P.76)。
- 45) 本文で後述されるように、「ハルビン見物」の絵葉書セットが、これに当てはまると考えられる。
- 46) 塚瀬 (2004) の研究によると、当時の全満洲に在住する日本人は、総計2525名であり、ハルビンはそのうち681名を占め、775名の旅順に次ぐ人数であった (塚瀬 2004 : P.10)。
- 47) 他に招聘された著名な文化人として、島木赤彦 (1923年)、里見淳・志賀直哉 (1929年) が挙げられる。彼らが満洲訪問の体験を新聞や雑誌で発表させることを条件に、旅行費用は満鉄が負担した。
- 48) 例えば、呂 (2014) は夏目漱石の紀行文の分析を行い、その内容は当時の日本の支配的な社会思想を反映するものであり、侵略的性質を責める言葉も見られないことを指摘している (呂 2014 : P.348)
- 49) 奥野他見男の満洲訪問の全行程は、嘱託画家の眞山孝治が案内した。眞山は奥野の旅行を同行案内しただけではなく、『ハルピン夜話』(潮文閣版) の装幀も手掛けた (高媛 2016 : P.179)。
- 50) 『ハルピン夜話』には、歓楽街を案内してくれた人物として、松浦商会の吉村三郎副支配人や水上多喜雄支配人、満鉄哈爾濱公所長の古澤幸吉氏などが実名で登場しており、現実感のある構成をとっている。
- 51) 『ハルピン夜話』(潮文閣版) の発行日は1923年1月7日で、2月12日付の朝日新聞広告には第7版、同3月6日付朝日新聞広告には第23版、同4月6日付読売新聞広告には第90版と書かれており、重版の急なる様子が伺える。(高媛 2001) の研究によると、発売後4ヶ月で130版に達したという (高媛 2001 : P.242)。
- 52) 1923年2月26日付の読売新聞に「『ハルピン夜話』は破天荒の歓迎を受けました爲め忽ち賣切れと相成なり送本間に合ひ兼ね御迷惑を相掛けました」と、売り切れを詫げる広告が出されている。同様の広告は、翌日の朝日新聞にも出されている。
- 53) 高媛 (2001) は、ハルビン観光においてロシア人女性が欲望消費の対象として浮上したのは『ハルピン夜話』のベストセラーによると指摘している (高媛 2001 : P.242)。
- 54) 日露戦争中の1904年、横川省三と沖禎介は特別任務班の一員として東清鉄道を破壊するための特命を帯びて満洲に渡ったが、潜伏中にロシア兵に捕らえられ、ハルビンで銃殺刑に処された。
- 55) 初代総理大臣の伊藤博文は、1909年にロシア蔵相と会談するために訪れたハルビン駅で、安重根によって暗殺された。
- 56) 「歓楽境としてのハルビン」を紹介するコンテンツは以前から制作されていたが (例えば1922年の「ハルピン情話」)、高媛 (2001) が指摘するように、街のイメージをも変えるほ

- どの影響は『ハルピン夜話』の大ヒットによるところが大きい。
- 57) 小秋元 (1927) の紀行文の記述を参照 (小秋元 1927 : P.54)。
- 58) 同紀行文には「なぜもつと真面目に日露支の三国潮流の動きを見てくれないだらうかと今更『ハルピン夜話』を呪ってゐる」という『ハルピン夜話』に影響された日本人旅行者に対して批判的な記述がある (同 : P.54)。この影響に関する分析の詳細は (高媛 2016 : P.179) に詳しい。
- 59) 志士や伊藤博文公に関する出版物は明治時代以前から刊行されていたが、昭和以降も松島 (1928) 久米 (1931) 黒竜会編 (1933) 秋山 (1934) などの出版が続いた。
- 60) 北野 (1941) の紀行文には「今日の哈爾濱は最早『東洋の巴里』でもなく、又『東洋のモスコ』でもあり得ない。その『哈爾濱夜話』の時代を遠く過去に葬り去つて、今や新興満洲國の一心臓として躍動しつつある」と書かれている (北野 1941 : P.29)。
- 61) 中村 (1943) の紀行文には「現在は所謂哈爾濱夜話などゝ言つた、哈爾濱の裏はどうなっておりますか?」「あはゝゝゝ、哈爾濱の魔窟ですか? あれは昔のことですよ。満洲国が出来、平和な哈爾濱に甦つた今日、そんな亡命的なことはありませんよ。×踊とか、キャバレーなどは遠い遠い昔の哈爾濱であつた頃の思い出にしか過ぎません。」という記載がある (中村 1943 : P.195)。
- 62) 例えば、1935年1月23日付大阪朝日新聞 (満洲版) の記載によると、1934年に満洲を訪れた日本人団体客は374団体、17253人であった。
- 63) 高媛 (2001) によると、満洲の主要都市には観光バスが運行されており、ハルピンの観光バスには若いロシア人女性のバスガイドが乗務し、日本人客に親しみのある神社の例を引き合いに出しながらロシアの風俗を語らせるという「ハルピン情緒」の演出が行われていたという (高媛 2001 : P.241)。
- 64) 春山 (1940) の紀行文には、他にも「東京の河向ふのやうな特殊な興味の対象とも異つてゐるし、神戸や上海のダンスホオルともまた性格がちがつてゐる」とあり、ハルピンならではの特色が強調されている (春山 1940 : P.213)。
- 65) 『ハルピン夜話』は、1929年には玉井清文堂より、1939年には金鈴社よりそれぞれ再販されている。
- 66) 米家の分析によると、戦前期に出版された外地の旅行記179件のうち、107件がハルピンについて言及されている (米家 2014 : P.331)。
- 67) 例えば、1933年には郡司次郎正による『ハルピン女』が出版されている。これも、ハルピンの風俗やハルピンの若いロシア人女性と交際する様を描いた小説である。
- 68) ハルピンに関する流行歌も多数作られており、一例として「ハルピン旅愁」(作曲 : 服部逸郎)、「ハルピンの夜は更けて」(作曲 : 加賀屋伸)、「ハルピン夜曲」(作曲 : 山田栄一) が挙げられる。
- 69) 絵葉書の文面には「前畧只今東北満の旅行中にて牡丹江市よりハルピンに寄り候当地は帝政ロシヤの建設せる都市にして人口約五十二万内日本人四万四千欧米人三万三千と称され恰も一般外国に来る感致し候本夜発列車にて新京に至り國都の見學を致す存念に有取敢へず旅中右御報知?」と記載されている。
- 70) 実際に使用されたハルピン絵葉書の文面の詳細は、毛利 (2015) を参照。
- 71) ロシア人ダンサーや美女をあしらった絵葉書の中には、現代では (おそらくは当時も) 規制がかかるレベルの赤裸々な表現も含まれていた。それらは実際の通信用として使うには憚られるもので、多くは未使用のまま持ち帰られ、秘蔵されたと考えられる。日本絵葉書会の会報 (2016) の特集記事にも記載がある (日本絵葉書会 2016 : P.5)。
- 72) 正式名称は「敘情繪葉書 歡樂の都市ハルピンに遊ぶ」(16枚セット) であり、幾つかのパリエーションがある。ハルピン駅で二人のロシア人美女に出迎えられるところから始まり、ハルピン市内の観光を楽しみ、夜にロシア人美女を侍らせたまま消灯するところで終わるストーリーは共通している。
- 73) 構成 : 金崎彌、撮影 : 山田均、案文 : 岡田啓一の名前が、制作スタッフとして記されている。

【参考文献】

- 秋山悟庵(1934)『伊藤博文言行録』, 大京堂.
- 井手口彰典(2009)「萌える地域振興の行方ー「萌えおこし」の可能性とその課題についてー」『地域総合研究』37(1), pp.57-69, 鹿児島国際大学附置地域総合研究所.
- 井上萬壽蔵(1940)『観光読本』, 無何有書房.
- 岩間英哲・川口峻・瀧澤勇樹・橋場大剛・福富忠和(2013)「コンテンツによる地域振興の研究ーアニメツーリズムの成立条件と構造ー」『専修ネットワーク&インフォメーション』21, pp.17-26, 専修大学ネットワーク情報学会.
- 『国立歴史民俗博物館研究報告』140, 117-165, 国立歴史民俗博物館.
- 大石玄(2011)「アニメ《舞台探訪》成立史ーいわゆる《聖地巡礼》の起源について」『釧路工業高等専門学校紀要』45, pp.41-50, 釧路工業高等専門学校.
- 岡本健(2013)『n次創作観光 アニメ聖地巡礼／コンテンツツーリズム／観光社会学の可能性』, NPO法人北海道冒険芸術出版.
- (2016)「メディアの発達と新たなメディア・コンテンツ論」岡本健・遠藤秀樹編『メディア・コンテンツ論』pp.3-20, ナカニシヤ出版.
- 岡本健編(2015)『コンテンツツーリズム研究 情報社会の観光行動と地域振興』, 福村出版.
- 小川寿一(1990)『日本絵葉書小史(明治編)』, 表現社.
- 奥野他見男(1923)『ハルビン夜話』, 潮文閣. [再版(1929)『ハルビン夜話』玉井清文堂] [再版(1939)『ユーモア小説 ハルビン夜話』金鈴社]
- 久米正雄(1931)『伊藤博文傳』, 改造社.
- 郡司次郎正(1933)『ハルビン女』雄文閣 [復刻(1988)『リバイバル(外地) 文学選集2』大空社 所収]
- 黒竜会編(1933)『東亜先覚志士記伝. 上巻』, 黒竜会出版部.
- 小秋元隆一(1927)「搦手から覗いた満洲」『海外』1(3), 海外社.
- 北野邦雄(1941)『ハルビン點描』, 光畫莊. [復刻(1986)『ハルビン點描』地久館]
- 高媛(2002)「楽土を走る観光バスー1930年代の満洲都市と帝国のドラマトルギー」吉見俊哉編『岩波講座 近代日本の文化史6 拡大するモダニティ』pp.215-253, 岩波書店.
- (2016)「一九二〇年代における満鉄の観光宣伝ー囑託画家・眞山孝治の活動を中心にー」『ジャーナル・オブ・グローバル・メディア・スタディーズ』17・18, pp.171-184, 駒澤大学グローバル・メディア・スタディーズ学部.
- 米家泰作(2014)「近代日本における植民地旅行記の基礎的研究: 鮮満旅行記にみるツーリズム空間」『京都大学文学部研究紀要』53, pp.319-364, 京都大学大学院文学研究科.
- コンテンツツーリズム学会(2014)『コンテンツツーリズム入門』, 古今書院.
- 国土交通省・経済産業省・文化庁編(2005)『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査』, 国土交通省総合政策局観光地域振興課・経済産業省商務情報政策局・文化情報関連産業課・文化庁文化部芸術文化課.
- 国土交通省(2007)『観光立国推進基本計画』
http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha07/01/010629_3/01.pdf
- 佐藤健二(1994)『風景の生産・風景の解放』, 講談社.
- 高橋光幸(2014)「観光資源の定義と分類に関する考察」『富山国際大学現代社会学部紀要』6, pp.109-125, 富山国際大学.
- 田中喜一(1950)『観光事業論』, 観光事業研究会.
- 田邊幹(2002)「メディアとしての絵葉書」『新潟県立歴史博物館研究紀要』3, pp.73-83, 新潟県立歴史博物館.
- 塚瀬進(2004)『満洲の日本人』, 吉川弘文館.
- 中村忠司(2015)「コンテンツツーリズムの旅行者行動と地域振興についての考察ー消費者定量調査からの分析ー」『コンテンツツーリズム学会論文集』2, pp.2-12, コンテンツツーリズム学会.
- (2016)「大河ドラマ館を活用した観光振興についてのー考察ー『竜馬伝』から『花燃ゆ』までの6年間を検証するー」『第31回日本観光研究学会全国大会学術論文集』, pp.21-24, 日本観光研究学会.
- 中村美佐雄(1943)『紀行案内 大満洲』, 旅行文化出版部.
- 日本絵葉書会(2016)『会報エハガキ』58, pp.2-5, 日本絵葉書会.
- 日本絵葉書会関東支部編(2015)『明治期の新聞に見る絵葉書初期資料』, 日本絵葉書会関東支部.
- 春山行夫(1940)『満洲風物誌』, 生活社.

- 風呂本武典 (2014) 「コンテンツツーリズムにおける地域組織の構造と課題—地域エゴと閉鎖系の住民意識—」『広島商船高等専門学校紀要』36, pp.53-67, 広島商船高等専門学校.
- 増淵敏之 (2010) 『物語を旅するひとびと—コンテンツ・ツーリズムとは何か—』, 彩流社.
- 松重充浩・千葉正史・林幸司 (2008) 「日本大学文学部情報科学研究所蔵『ハルビン絵葉書(黒崎コレクション) デジタルアーカイブ』構築の試みについて」『近現代東北アジア地域史研究会 NEWS LETTER』20, pp.28-37, 近現代東北アジア地域史研究会.
- 松島宗衛 (1928) 『烈士横川省三』, 政教社.
- 溝尾良隆 (2001) 「観光資源と観光地」岡本伸之編『観光学入門—ポスト・マス・ツーリズムの観光学』, pp.119-147, 有斐閣.
- (2008) 「観光資源論—観光対象と資源分類に関する研究」『城西国際大学紀要』16(6), pp.1-13, 城西国際大学.
- 毛利康秀 (2013) 「絵葉書のメディア論的な予備的研究」『愛国学園大学人間文化研究紀要』15, pp.26-46, 愛国学園大学.
- (2015) 「ツーリズムの視点からみたメディアとしての絵葉書の再検討—戦前期のハルビンに関連する絵葉書を事例として—」『政経研究』52 (2), 日本大学法学部, pp.545-574
- (2016) 「近代観光の発達におけるコンテンツツーリズムの萌芽に関する研究」『コンテンツツーリズム学会論文集』3, pp.12-22, コンテンツツーリズム学会.
- 森重昌之 (2012) 「観光資源の分類の意義と資源化プロセスのマネジメントの重要性」『阪南論集 人文・自然科学編』47(2), pp.113-124, 阪南大学.
- 山村高淑 (2008) 「アニメ聖地の成立とその展開に関する研究」『国際広報メディア・観光学ジャーナル』7, pp.145-164, 北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院.
- (2011) 『アニメ・マンガで地域振興～まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発法～』, 東京法令出版.
- (2016) 「趣旨説明と問題提起 コンテンツ・ツーリズム研究の課題と可能性」山村高淑・シートン フィリップ・張慶在・平井健文・鎗水孝太 編『CATS 叢書第8号 コンテンツ・ツーリズム研究の射程 国際研究の可能性と課題』, pp.113-124, 北海道大学観光学高等研究センター.
- 由谷裕哉・佐藤喜久一郎 (2014) 『サブカルチャー 聖地巡礼—アニメ聖地と戦国史蹟』, 岩田書院.
- 呂元明 (2014) 「夏目漱石『満韓とところどころ』私見」植民地文化学会編『近代日本と「満洲国」』, 不二出版.
- John Fiske (1987) *Television Culture : popular pleasure and politics*. London : Hutschon. (ジョン・フィスク『テレビジョンカルチャー : ポピュラー文化の政治学』伊藤守・藤田真文・常木瑛生・吉岡至・小林直毅・高橋徹訳, 1996, 粹出版社).
- Jhon Urry (1990) *The Tourist Gaze : Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London : Sage Publications. (ジョン・アーリ『観光のまなざし—現代社会におけるレジャーと旅行—』加太宏邦訳, 1995, 法政大学出版局).
- Jhon Urry, Jonas Larsen (2011) *The Tourist Gaze 3.0*. London : Sage Publications. (ジョン・アーリ, ヨーナス・ラースン『観光のまなざし [増補改訂版]』加太宏邦訳, 2014, 法政大学出版局).