



観光地点検

奈良県立大学地域創造学部講師
岡本 健

AR技術を観光に活用 実世界とマンガを融合

情報通信技術が発展し、観光に関するコミュニケーションのあり方に変化が生じている。

特に、近年様々な取り組みが実施されているのがARだ。ARとはAugmented Realityの略で、拡張現実と訳される。現実世界にデジタル情報を重ねて見せる技術だ。スマートフォンやタブレット型端末などを通して風景を見ると、そこに文字や画像が表示され、あたかも現実が拡張されたように見える。1990年代初頭に本格的な研究が始まり、2000年代後半になってアニメ作品『電腦コイル』（2007）や『東のエデン』（09）で描かれ、実践も増えてきて、広く知られるようになった。

まるでSF映画で見たシーンが実現したようなこの技術は、観光と相性が良さそうに思える。今回は、北海道札幌市におけるARの活用実践から、この技術の可能性と課題について考えたい。

ゲームのキャラが現実世界に

近年、様々な場所でARを活用した観光が実践されている。たとえば、10年7月に静岡県熱海市で実施された「熱海ラブ

プラス現象（まつり）」は話題になった。「ラブプラス」とは、コナミから発売されたゲームソフトで、仮想恋愛を楽しむものだ。ゲームの中で起こる恋人との熱海旅行イベントの舞台となった熱海市がコナミとコラボしてイベントを開催した。セレモニーやスタンプラリー、グッズ販売など、コンテンツツウリズムでよく見られる取り組みのほか、AR技術の活用も見られた。ゲームに登場する美少女キャラクターがあたかも現実の風景に立っているような写真が撮影できるサービスを提供したのだ。

AR技術を実現する際の方式は、主に次の3点である。1点目は位置情報の利用だ。GPSで機器の位置を特定し、その場所その場所にあった情報を提供する。2点目はARマーカと呼ばれる目印を現実空間に配置し、それに機器をかざすことであらかじめ登録された画像や動画、文字情報が表示される形である。3点目は位置情報もARマーカも用いず、映像からリアルタイムに道路や机の上などの平面を読み取って、その上に描画するものだ。

熱海での取り組みは2点目のARマーカを活用したものだ。

二次元バーコードを現実空間に配置しておき、スマートフォンなどをかざすと、手前に美少女キャラクターが現れたように見える仕掛けである。

他にもたくさんの地域で様々なARの活用が行われているが、主な方式は熱海と同様にARマーカを設置して、機器をかざすことで画像や動画、文字情報を体験できる形だ。

AR技術は、景観を実際には大きく損なうことなく、様々な情報を付加できる技術として観光活用に大きな可能性を秘めている。ただ、技術の新奇性はすぐに飽きられてしまう可能性が高い。この問題を考えてみよう。

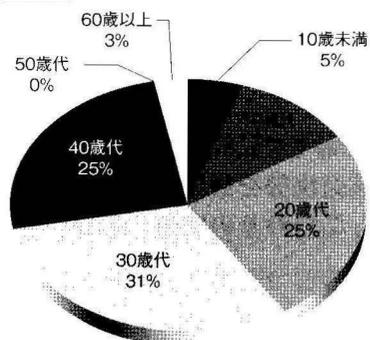
「マンタビ」モニターツアー

11年11月19日に「マンタビ モニターツアー」が開催された。これは札幌商工会議所による企画で、札幌市内にあるマンガの舞台を巡るツアーである。ツアーには現役のマンガ家2人と編集者、ガイドとして観光研究者である筆者が同行した。様々なマンガ作品の舞台を巡り、数カ所までアプリ「Layer」を用いて、マンガ『義男の空』（エアードライブ）のキャラクターが実際の風景と重なって現れる

AR技術の体験が盛り込まれていた。

ツアー参加者は36人（男性17人、女性19人）で、年齢は幅広く分布した（図）。

図 ツアー参加者の年齢層(筆者調査)



ツアーの前後で質問紙調査を行った結果を見ながら、考察を進めたい。まず、スマートフォンの利用率だが、普段からスマートフォンを使っていると回答した人数は11人（30.6%）、使っていないと回答した人数は25人（69.4%）であった。

「AR技術」についてはツアーの良かった点、悪かった点、双方に挙げられた。技術的なトラブルでうまく作動しなかったケースがあり、悪い評価を下した参加者がいたが、経験できた参加者は、普段目にしない新しい技術の体験を評価したと考えられる。

さらに、良かった点で見られたのが、普段出会うことができない人との対話や新奇性の高い情報についてである。これは、実際に作品を描いたマンガ家や編集者、観光研究者といった専門家とツアーを巡ることについての評価や、募集型のツアーで



スマートフォンでARを楽しむマンタビモニターツアーの参加者（札幌市内）

あるため見知らぬ人とツアーで出会い、ともに回るができることへの評価だ。興味深いのは、多くの人数でAR技術を体験できたのが楽しかった、という意見が複数見られたことだ。これまでの事例では、ARは個人や元々趣味を同じくする小グループなどで楽しむケースが多かった。今回のツアーでは、拡張現実の世界を様々な世代が集まったグループで体験し、それについての感想を言い合うようなコミュニケーションの発生が評価されている。旅行者は、AR技術やマンガをきっかけに、新たな知識や経験を得られることや、それをネタにして他者とコミュニケーションができることに楽しさを感じていることが明らかになった。

また、今回の旅行者はツアー商品をあまり購入しない層である。ツアー経験については、「ほとんど参加しない」と「5年以内に1回程度」を合わせると、9割を超えた。そのような、元々ツアー自体に興味がない客層にツアーという旅行経験の魅力を伝えた取り組みであると言える。



ツアーでは作品の筆者と観光研究者がガイドを実施（札幌市）

今後のポイント

AR技術を体感することそれ自体の楽しさは、技術の目新しさであり、すぐに慣れが生じる。ARを観光活用するためには、今回の取り組みのように、ツアーという伝統的な観光のあり方と組み合わせるような運用上の工夫や、交流をサポートする技術の開発が必要である。キャラクターや文字情報を風景に重ねるだけでなく、そこから交流や関係性が生まれるような仕組みだ。もし、そのような仕掛けがうまく出来れば、旅行者や地域住民がAR技術を使って観光地に要望を書き込んだり、描いた画像を観光地の景観に重ねて楽しんだりというような、観光・地域デザイン参画の支援技術としても活用できる。AR技術によって様々な人がその地域の場所や景観を愛し、その価値付けに参加できる。

マンタビは12年9月にもモニターツアーが行われ、好評を博した。AR技術の観光活用は、まだまだ工夫の余地が残る。今後どのような取り組みが登場してくるのか、目が離せない。G