

メタ観光推進機構 2021 年度会報誌
Metatourism Annual Report FY2021

2022 年 3 月

一般社団法人 メタ観光推進機構



目次

1. ご挨拶	1
2. 2021 年度の活動・メディア掲載	2
3. シンポジウム・勉強会の記録	5
設立記念シンポジウム「はじめてのメタ観光」	
メタ観光シンポジウム vol. 2「メタ観光の基幹技術」	
メタ観光シンポジウム vol. 3「メタ観光という観光」	
第1回公開勉強会「メタ観光の作り方を考える会」	
4. すみだメタ観光祭報告	21
すみだメタ観光祭の概要	
メタ観光祭で展開した事業	
すみだメタ観光祭の結果報告	
技術紹介：すみだメタ観光マップ	
5. 論考	31
論考1　メタ観光の可能性	
論考2　メタ観光と技術	
論考3　観光の系譜から見たメタ観光	
6. 各理事の2021年度の振り返りとこれから	45
7. 賛助会員・協力会員	48

1. ご挨拶

昨年の2021年1月のコロナの感染者が再び増加し始めたさなかに発足した一般社団法人メタ観光推進機構は、当初から自分たちの予想を超えた反響を受けました。主要な観光メディアでその設立が取り上げられ、設立記念のオンラインシンポジウムも多くの方に視聴頂きました。設立元年の活動としては「メタ観光」という新しい観光の概念を普及するための啓蒙活動を主な活動内容として、オンラインでのセミナー、シンポジウムの開催を行いました。毎回各分野の第一線で活躍される研究者や有識者に登壇いただき、多くの方々に参加・視聴頂きました。問い合わせもいただく中で、メタ観光という新しい観光の概念を広めるためには具体的な実践例を作る必要性を感じ、メタ観光の実践としての「メタ観光祭」の開催まで行うことになりました。

文化庁の委託事業として墨田区との共催で「すみだメタ観光祭」では、地域の多様な価値をすべて観光資源と位置づけてそれをオンライン地図にレイヤーとして可視化することができるメタ観光マップの制作と、その制作プロセスをワークショップやシンポジウム等を地域で展開するイベントとして地域と一緒に観光を作ることを目的としました。すみだメタ観光祭には著名な専門家やアーティストらが参加してくれたことで初回にも関わらず好評を得て、さらに企業や自治体からの問い合わせ、取材や講演依頼が増えました。

メタ観光はテクノロジーの進化と普及と価値感の多様化を背景に起こった旅行者の意識や行動の変化を捉えて、新しい観光の概念として旅行者主体の観光へと観光のアップデートすることを目的としていました。それが、コロナ禍を経て今まさに求められる観光のあり方であるという実感をこの1年で得ることが出来ました。当機構として初となる本会誌では設立後1年間の活動を振り返り、その成果をまとめて紹介します。

観光や地域に携わる方たちに何らかの示唆を与えて、どんな形であれ地域住民・旅行者にとって楽しむことができる観光を広げることにつながることを願います。



一般社団法人メタ観光推進機構

代表理事 牧野友衛

2. 2021 年度の活動・メディア掲載

2021 年度活動概要

2021 年 2 月 15 日

設立記念オンライン公開理事会「メタ観光、はじまります」(オンライン)
聞き手：逢坂 裕紀子 (東京大学文書館特任研究員)

2021 年 3 月 25 日

設立記念シンポジウム「はじめてのメタ観光」(オンライン)
登壇者：カ石 咲 (アーティスト) 武田 憲人 (さんたつ編集長) 高橋 真知 (Stroly 代表取締役社長)

2021 年 6 月 24 日

第 1 回オンライン公開勉強会「メタ観光の作り方を考える会」(オンライン)
講師：鈴木 親彦 (人文学オープンデータ共同利用センター (CODH) 特任助教)

2021 年 8 月 19 日

メタ観光シンポジウム vol. 2「メタ観光の基幹技術」(オンライン)
登壇者：庄司 昌彦 (武蔵大学) 田良島 哲 (国立近現代建築資料館 / 東京国立博物館) 水田 修 (KDDI 株式会社)

2021 年 8 月 24 日

「すみだメタ観光祭」企画発表会 (オンライン)

2021 年 8 月 31 日

日本地域国際化推進機構と戦略的パートナーシップ協定を締結

2021 年 9 月 ~ 2021 年 12 月

すみだメタ観光祭 (墨田区)

2021 年 10 月 17 日

すみだメタ観光祭ワークショップ「メタ観光スタディーズ~暗渠、電線、ドンツキからすみだを見る~」
(ユートリヤ すみだ生涯学習センター)
専門家：暗渠マニアックス 石山 蓮華 (電線愛好家) 齋藤 佳 (ドンツキ協会会長)

2021 年 10 月 24 日

すみだメタ観光祭ワークショップ「写真で紡ぐ街の物語 in すみだ」(墨田区みどりコミュニティーセンター)
モデレーター：森 隆大朗 (日本ユニシス株式会社)

2021 年 10 月 9 日・21 日

すみだメタ観光祭ワークショップ「すみだ見立て観光地図」(ユートリヤすみだ生涯学習センター / すみだ産業会館)
アーティスト：鈴木 康広

2021 年 11 月 ~ 12 月

すみだメタ観光祭・オンライントークシリーズ「すみだ新視点」(オンライン)
11 月 16 日 「電線から見るすみだ」 ゲスト：石山 蓮華
11 月 23 日 「ドンツキから見るすみだ」 ゲスト：ドンツキ協会会長 齋藤 佳
11 月 30 日 「暗渠・水路上から見るすみだ」 ゲスト：暗渠マニアックス
12 月 7 日 「メタ観光で見るすみだ」 ゲスト：橋本 麻里
12 月 14 日 「メタ観光で見るすみだ」 ゲスト：東京スリバチ学会会長 皆川 典久

2021 年 11 月 21 日・27 日

メタ観光を楽しむモニターツアー「メタ観光街歩きツアー」(墨田区)

2021 年 12 月 4 日

観光会議「メタ観光マップで考えるこれからのすみだ」(すみだ産業会館サンライズホール)

2021 年 12 月 4 日 ~ 12 日

すみだメタ観光祭参加作品展『すみだ新景』(すみだ北斎美術館 MARUGEN100)

2021 年 12 月 12 日

すみだメタ観光祭 メタ観光公式ガイドツアー「スリバチ会長、墨田区のマナイトに現る?!」(墨田区)

2021 年 12 月 22 日

メタ観光シンポジウム vol. 3「メタ観光という観光」(オンライン)
登壇者：矢ヶ崎 紀子 (東京女子大学) 山村 高淑 (北海道大学) 松本 健太郎 (二松学舎大学)

2022 年 3 月 16 日

メタ観光シンポジウム vol. 4「展開するメタ観光」(TimeOut Café & Diner)

主なメディア等掲載・講演など

フィラメント「QUMZINE」：狙うは観光のDX！新しいコンセプト「メタ観光」について、メタ観光推進機構の菊地映輝さんにお聞きしました 2021年4月16日（菊地）

TimeOut 東京：次代のツーリズム変革に必要な5つのキーワード（前編・後編） 2021年4月27日（牧野、伏谷、齋藤）

レジャー&ショッピング on ASCII：ポケモンGOで15億！サブカル&eスポーツで街と財政を盛り上げる横須賀・メタ観光のポテンシャル 2021年05月20日（玉置）

アニメツーリズム白書2021：（寄稿）ポストコロナのインバウンドと観光のために（牧野）

NEXTTOURISM～観光新時代の行方 2021年4月（登壇：伏谷、牧野）

旬刊旅行新聞：観光の新概念『メタ観光』位置情報で見ると新たな旅へ 2021年6月21日（牧野）

アーバンデータチャレンジ2021（UDC2021）キックオフ！：スマホの中にある新たな観光現象、メタ観光とは 2021年6月30日（登壇：菊地、玉置）

間野山研究学会第7回研究会：基調講演「メタ観光の可能性とコンテンツツーリズム」 2021年8月8日（登壇：牧野）

まえとあと【レポート】Basic Insight Vol.4:いま改めて正しさの意味を考えてみる 2021年8月9日（玉置）

art bit - Contemporary Art & Indie Game Culture：アートもゲームも現実を引き写したバーチャルでありメタ観光の第一歩 2021年8月（玉置）

art bit 展トークセッション『観光・地域アート』 2021年9月8日（登壇：玉置）

観光・ホテル・外食産業展：北海道に新たな価値を加える「メタ観光」 2021年10月27日（登壇：牧野）

令和のデジタル戦国論 立花宗茂と闇千代」セミナー【第2回】古地図、古文書からグルメ、観光まで 重ねてみたら面白い！メタ観光都市・柳川と立花宗茂・闇千代ゆかりの地 2021年11月28日（登壇：玉置）

JCD NOW!：地域のあらゆる情報を観光資源に。新しい観光"メタ観光"とは すみだメタ観光祭：観光DXやマイクロツーリズムだけではないその可能性を探る 2022年1月14日

観光経済新聞：メタ観光推進機構 代表理事 牧野友衛氏に聞く 「メタ観光」の潜在力 2022年2月7日（牧野）

宣伝会議「月刊ブレン」 2022年3月号：すみだ新景

月刊商工会 特集「デジタル×差別化で観光復活」：「多様化する観光のかたち。デジタルでまとめて可視化しよう」 2022年3月号（牧野）

JAPAN INNOVATION DAY 2022 by ASCII STARTUP 2022年3月14日（登壇：玉置）

（すみだメタ観光祭）

タイムアウト東京：墨田区の魅力を60層にレイヤー化した「メタ観光マップ」がついに完成

旅行新聞：すみだメタ観光祭開く 観光振興の可能性を語り合う

トラベルボイス：メタ観光推進機構、多層情報の「メタ観光マップ」で地域の価値を可視化、「観光の再定義」を語る会議取材した

ASCII：「東京スリバチ学会」の皆川典久会長がキュレーターすみだメタ観光祭の観光会議が開催 初のメタ観光公式ガイドツアーも発表

観光経済新聞：メタ観光推進機構、展覧会「すみだ新景」開催

Hanako：「すみだメタ観光祭」 2021年10月

千葉英寿：Facebook

Tak：青い日記帳

3. シンポジウム・勉強会の記録

設立記念シンポジウム「はじめてのメタ観光」

■ 日時 2021年3月25日(木) 20:00 - 21:35

■ 場所 オンライン(無料)

■ プログラム

1. 挨拶 牧野 友衛 (代表理事)
2. 講演 メタ観光の可能性 真鍋 陸太郎 (理事)
3. 特別鼎談① アートとメタ観光
力石 咲 (アーティスト) × 齋藤 貴弘 (理事) × 玉置 泰紀 (理事)
4. 特別鼎談② メタ観光的まちあるき
武田 憲人 (さんたつ編集長) × 高橋真知 (Stroly 代表取締役社長) × 伏谷 博之 (理事)
5. おわりに 菊地 映輝 (理事)

挨拶 メタ観光推進機構の設立について——牧野 友衛 (メタ観光推進機構・代表理事)

私たちメタ観光推進機構は、観光の新しい考え方である「メタ観光」推進のため2020年11月10日に設立された一般社団法人である。今回はその設立記念シンポジウムとして「メタ観光」の基本的な考え方と、私たち推進機構が今後どのような活動をしていきたいのかについて、特別ゲストとの鼎談を交えつつ紹介する。

我々はメタ観光を「GPS および GIS により位置情報を活用し、ある場所が本来有していた歴史的・文化的文脈に加え、複数のメタレベル情報を ICT により付与することで、多層的な観光的価値や魅力を一体的に運用する観光」として定義している。その根本にあるのは技術的・専門的な問題関心ではなく、何を観光とするのかを旅行者それぞれが決定し、その可視化・共有によって楽しみを広げていくという考え方である。価値観や生活スタイルが多様化するなかで観光のあり方もアップデートを図るために、本機構にはインターネット、シティガイド、ナイトタイム、カルチャーなど必ずしも観光のみを専門とするわけではない多様なメンバーが集い、そのことによってこそ新しい観光のあり方を考えている。

このシンポジウムでは、メタ観光の考え方を学術的な視点も踏まえて再整理するため、まずは真鍋陸太郎理事から基調となる講演をしてもらい、その後、アーティストである力石咲氏、株式会社 Stroly 代表である高橋真知氏、雑誌『散歩の達人』統括編集長である武田憲人氏をそれぞれゲストに招き、今後メタ観光をどのように展開しているのか検討する特別鼎談の場を設けたい。

講演 メタ観光の可能性——真鍋陸太郎 (メタ観光推進機構・理事)

メタ観光の基本的な考え方は次の三つの視点に集約される。それは、地域や場所を「①レイヤーとして捉える」こと、そのレイヤーの一つ一つを「②コンテンツ化していく」こと、そしてコンテンツ化された各レイヤーを「③その『場』でつらぬく」ことである。この講演では、これら三つの視点が決して極端なものというわけではなく、これまで学問的に提起されてきた議論とも重なり合うものでもあることを示し、メタ観光の展開可能性を検討するための理論的な後盾を与えることを試みる。

第一に、「①レイヤーとして捉える」という視点について。これはエコロジカル・プランニングの大家である Ian L. McHarg が、1967年の著書“Design is Nature”で提示した、街なかの物理空間や社会的な性質をそれぞれ要素ごとに捉えるランドスケープ・アーキテクトの方法論とも重なる。地理や建造物などの物理空間を、たとえば貧困や人種に代表されるような社会的性格と合わせつつ考えることによって、その地域の特徴を明らかにすることができるが示されている。第二に、「②コンテンツ化していく」という視点について。地理学者の Michael F. Goodchild が喚起した“Citizens as sensors”という考え方と親和的なものである。2007年、Web サービスが新たに普及しつつあった社会背景のもと提起された議論で、Web を通じて市民自らが情報源となり、観光名所の写真や自動車の平均走行速度のデータ等を蓄積していくという考え方だ。この発想は、ある「レイヤー」というコンテンツを市民自身が関わってつくり上げていくメタ観光の視点に活かすことができる。第三に、「③その

「場」でつらぬく」という視点については私が2003年に携わった地図型掲示板「カキコまっぷ」の取り組みを挙げることができる。「バリアフリーマップ」は子育て層と身体障害者層、「安全安心マップ」は子供視点、親視点、町内会視点……というように、目的ごとの地図はそれぞれの特定の利用者層を想定して作成される場合が多く、その結果、地図どうしの互換性がないことに伴う手間などが生じていた。これに対して「カキコまっぷ」では、それぞれの視点ごとの情報を「貫いて」表示することによって、より多くの情報を集約したマップをつくることを可能にした。

「メタ観光」は新しい観光の捉え方ではあるものの、根底にある考え方自体は既に蓄積されてきた学術的な議論によって基礎づけることができる。以下では今後メタ観光を展開させていくために重要なポイントをトピックごとに細かく分割して列挙したい。まず、メタ観光を大きな括りから捉えると、メタ観光の可能性を無限にするレイヤーとメタ観光を可能にする技術やシステムの二つに分けて考えることができる。

第一の「レイヤー」は更に、①既存の観光要素、②これまでは観光要素と捉えられなかった地域要素、③聖地巡礼やコンテンツツーリズムにみられる「創作」から実空間へつながる要素④バーチャルな世界で生成される要素、⑤（新しい）体験価値、⑥美術作品などに分けて考えることができる。この「レイヤー」のうち、たとえば「まちづくりレイヤー」の具体例としては、行政や研究者はもちろん、その地域に暮らす皆さんからも集めた情報（資源・価値）を集約した「国立市富士見台地域重点まちづくり構想」や、「文京あなたの名所ものがたり」などを挙げることができる。第二の「システム」は、①情報を生み出す/取りまとめる（メタジェネレーター）、②情報の蓄積、③情報の取捨選択・編集（メタキュレーター as 編集者）、④情報の開示と伝達（メタキュレーター as ナビゲーター）とに分けて考えることができる。

このように要素を分節することでメタ観光の内実を体系立てて理解し、これから推進機構として取り組んでいくべき課題も明らかになる。そのなかでも課題として重要なものには、例えばメタジェネレーターのリストの作成がある。地域には面白いものや人が既にたくさんある。先入観に囚われることなく、その発掘が試みられなければならない。また、こうした課題を達成するうえでは、あくまでもICTとして難しいことが要求されているわけではないということを念頭に置かれなくてはならない。つまり、専門的・技術的なこと以上に、どの場面でも必要かを整理し社会システムとしてどう構築できるかこそが課題であると考えられる。

まとめるならば、メタ観光は地域に目を向ける、シビックプライドを醸成する、地域人材を育てる、地域学習を活かすなどといった諸々の観点からして、これからの「まちづくり」と非常に親和性が高い。メタ観光推進機構では、これら課題を一つ一つ解決していくことで、その可能性を更に広げることを目指していきたい。

特別鼎談① アートとメタ観光——カ石咲（アーティスト）× 齊藤貴弘（理事）× 玉置泰紀（理事）

地域アートの取組——カ石咲氏

まずは、カ石氏がこれまで行ってきた取り組みについて紹介された。カ石氏はニットを媒体として時間、場所、人をつなぐ、ネットワークをテーマとした美術家である。作品制作にあたっては、自在に変容するニットの柔軟さを活かしながら、太古から存在する「編み込む」技術と最先端技術とをハイブリッドさせることや、その地域の資源をアート制作に用いることなどを重視している。

特に、地域と関わるアートとして行ってきたのが「ニット・インベダー（Knit Invader）」の取り組みである。これはUFOを模した巨大な編み機が作り出した太い毛糸を用い、地元の人と協力しながら数日かけて町を編みくるみ、風景を一変させる＝「侵略」していく地域参加型アートプロジェクトだ。このニット・インベダーで「侵略」した地域としては丸の内などが挙げられる。ビルだらけで硬い、直線的なイメージのあるオフィス街をピンクの毛糸でウェブ上にくるみ上げ、普段の風景とは異なる、新しい見方をもたらすことを狙った取り組みである。また、大阪の街中にアートを点在させるプロジェクト「おおさかカンヴァス」では、当時のテーマ「水都」に合わせ、水色の毛糸で建造物の内外をくるんだり、使われなくなった船を毛糸で丸々くるんで乗り込み、沿道の皆さんとコミュニケーションをとるパフォーマンスを行ったりもした。これらのプロジェクトを通して、地域の方々とは触れ合うことはもちろん、活動に興味を持ってくれた観光客の方と記念撮影するなど、普通に街を訪れるだけでは出会わなかっただろう人々と新しい「エピソード」を生むことができたと感じている。ニット・インベダーに限らず、たとえば「MIND TRAIL 奥大和」では、その土地の杉からスーツやシェルターを制作したり、太古の



特別鼎談①の様子

技術であるニットと最新インフラとしてのスマホを組み合わせるプロジェクトも行っている。これらのアート制作や活動を通して一貫して目指してきたことは、自分の作品を媒介として、地域の素材や人びと、あるいは古くから培われてきた文化と最新の技術を組み合わせ、深いつながりや新しい物語を生むことだ。この考え方はメタ観光とも響き合うのではないかと考えている。

鼎談

鼎談では、これまで齋藤理事が着手してきたナイトタイムエコノミーの取り組みと、力石氏が着手してきた地域を巻き込むアート活動とのあいだに“メタ観光的な共通点”があることが指摘され、議論が深められた。メタ観光というデジタル技術を用いた観光というイメージも強いが、重要なのはその根本にあるのが“意味づけをつくり地域とのコミュニケーションを生み出す”という点にこそある。

齋藤氏によれば、ナイトタイムエコノミーの取り組みは単に「クラブで踊ろう」というだけではなく、それぞれの居住者ごとに多様なライフスタイルを許容できるような街づくりを狙ったものである。その際、どこにでもあるような観光商品としてのナイトクラブをつくるのではなく、地域に根付いた「見えない価値」をどう可視化するかが課題となる。つまり、そこで普通に営まれているような生活のありようこそ、外から訪れた人々がもっともその地域に興味を抱く観光資源となるはずなのだ。まとめるならば、これまで齋藤氏が風営法などの法的な観点足を足掛かりに取り組んできたのは、観光・文化・街づくりの3要素をいかに重ね合わせながら発展させられるのかという点であると言える。齋藤氏はメタ観光がこれらの要素を同時に射程に収める考え方であるとも指摘する。

ここまでの議論をうけて玉置氏からは、クラブだけではなく、ライブができる喫茶店や地域のコミュニティと関わるような店舗などもナイトタイムエコノミー推進協議会で繋いでいくことができるのではないかと提案した。このように地域を繋ぐという論点は、力石氏の作品や活動についても通底する。玉置氏は、力石氏の街に「浸出」するニット・インバーダーの取り組みが、その過程にあるワークショップなどを通して地域の人たちと一緒に「編む」ことを通して生まれる繋がりについて言及した。

この点について力石氏は、ニットの魅力の一つが誰でもパツと使えるような参入障壁の低さにあることを指摘した。そのうえで、自分の住んでいる町を編みくるむ非日常的な体験や、それを通じて見えていなかった街の細部を発見することにこれまでの議論との共通性も見出された。力石氏は活動を通して地域に入っていく重要性を特に強調し、現地の素材を用いた作品作りに意欲を見せる。その際には、環境問題の面からも気持ちの面からも、それらの素材をいかに無駄にすることなく持続させていくのが今後も重要な課題であり続けるだろう。

両氏によるここまでの取り組みを踏まえ、玉置理事は東京文化資源会議の「崖覧会」の事例を紹介する。お茶の

水から湯島にかけて地域には、崖＝地理的な高低差のラインに沿って湯島聖堂、神田明神、湯島天神、ニコライ堂というようにその背景を全く異にする宗教施設が並んでいる。「崖覧会」ではそれぞれのスポットをピンポイントで見て回るのではなく、崖に沿って歩きながらこれらを巡っていくことで地理的な要素と宗教的な要素との重なり合いをフィジカルな次元で感じられる観光の形であるという。ここには「地理」や「宗教」のように違う「レイヤー」を敢えて重ね合わせ、クラッシュさせることを通して得られる化学反応的な感覚がある。ニットで街を編みくるんだり、ナイトタイムで新しいレイヤーをつくったりすることも、日ごろ慣れ親しんだ街に新しい「レイヤー」を創造し、新鮮な感覚をもたらす点でこの観光のあり方と通底しているのではないかと指摘された。

最後の感想として、斎藤氏からは、経済指標のような土地を均質化させてしまう「物差し」ではなく、その地域の個性を際立たせられる様々な「ものさし」をつくれるようなクリエイティブさが必要であるということが語られた。力石氏からは、アートも地域に新しい視点をもたらす点でメタ観光的なものであることが実感されたと語られた。とくに、実際に地域の人たちとの濃密なやり取りを通して面白いエピソードが生まれたり、自分たちにとっての第2、第3の故郷が生まれたりした経験があるという。今後もそのような経験がたくさん生み出すことを目指すという抱負で鼎談は結ばれた。

特別鼎談② メタ観光的まちあるき 武田憲人（さんたつ編集長）×高橋真知（Stroly 代表）×伏谷博之（理事） “Stroly”について——高橋真知氏

特別鼎談②では、まずは株式会社 Stroly 代表の高橋真知氏から、新しい視点でエリアを楽しむマッププラットフォーム“Stroly”について紹介してもらった。Stroly は“Stroll with Story”というアイデアに基づく造語で、Google map が提供するような最短距離での移動を目的にした機能的な地図ではなく、イラストや PDF で配られるようなイベントマップなどをデジタル化できるプラットフォームである。あらゆるマップについて、縮尺の違いを解消し、GPS と連携・対応させたり新たな機能を入れることが PC、タブレット、スマホから可能になる。発信者側はブラウザから簡単に地図の編集が可能で、地図上の特定の位置を好きな音楽と紐づけたり、マップ上でライブ配信したりなど自由なカスタマイズもできる。

具体的には京都をあみだくじに見立てたマップや、そこに住んでいる人が好きな音楽を Spotify と連携して聴けるようになっているマップ、更には老舗のお土産屋やナイトライフのみに特化したマップなど、個性的なもので溢れている。ユーザーは食べ歩きマップに関してであれば感想を共有しあったり、あるいはチャット機能を用いて待ち合わせなどを行うこともできるようになっている。そのコンセプトは“Share the Way We See the World”



特別鼎談②の様子

——。すなわち、Stroly を使えば世界中の誰でも簡単に地図を登録し、GPS と連動させ、公開することができる。そして様々な切り口からその地域を捉え直し、マップや街歩きを楽しむことができるのである。

『散歩の達人』について——武田憲人氏

続いて武田憲人氏より、雑誌『散歩の達人』の紹介をしてもらった。同誌は 1996 年 4 月から慣行され、約 25 年で 300 号近く発刊されてきた。普段の特集ではある街を対象にして面白い場所、喫茶店、あるいは“下町らしさ”などを切り取っている。2020 年 6 月号「ご近所さんぽを楽しむ 15 の方法」では、新型コロナウイルスの感染拡大および緊急事態宣言の発令下で通常の取材が難しくなるなか、ゲストを招いてマニアックな散歩方法を提唱する一連の特集を掲載した。これらの特集は、普段のエリア特集では取り上げられないような新しい試みだった。

例えば“よき文字”を自分の町で探せ!」では、ふだん何気なく目にする看板や標識に使用される「文字」から独特の魅力をもったものを探し集めていく。「珍樹ハントは想像する自然遊びだ」では、動物や女性の背中に似ているような、一風変わった形の樹＝珍樹を探し求めて散歩する。このほか電線の造形美を追求するもの、旧町名の標識から地域の歴史を探求するもの、夜になると独特の魅力をもった「闇」を表す風景を写真に収めていくものなど、どれも日ごろ「見ているようで見ていないもの」に別の見方を与えることでその新しい価値に気づかせてくれるようなものばかりだ。

同特集は取材の状況が変わるなかでこれまで出来なかったことを試行錯誤するなかから生まれた取り組みではあったが、そのぶん、我々が解き放たれたような感覚で冒険が出来たし、多くの反響を得ることもできた。見慣れた景色に新しい光を当てていく「ご近所散歩」の考え方は、「メタ観光」が掲げる観光の価値にも親和的なのではないかと思う。

鼎談

ここまでの取り組み紹介を踏まえ、伏谷理事は世界的な潮流も見据えながら、観光とライフスタイルが現在、融合しつつあることを指摘した。これまでは雑誌や Web ではトラベルとライフスタイル、シティガイドは分かれていた。だが最近では、週末の散歩の延長で遠くまで行く、というような感覚で観光を楽しむ人や、旅と自分たちの生活をうまく繋ぐことによってライフスタイルを豊かにすることを目指す人も増えてきているため、これらの多様な価値感の変化にマッチするような観光のあり方を模索することが重要であるという。メタ観光の考え方も、いわば 100 人いれば 100 通りの観光がある、観光の多様化を大前提に置いている。高橋氏・武田氏の両氏の取り組みは、日常の延長にありながらも際立った個々の楽しみ方を可視化するという点で、こうした新しい観光の展開可能性をより広げるものではないかと提起された。

伏谷氏は例えば高橋氏の取り組みは、マップという媒体を、個人が自分の思いを表現する媒体としての可能性を拡大していく取り組みであると指摘する。つまり、そこでは「マップとはもともとこう使うものだ」という固定観念が読み替えられて、ユーザー一人一人が思い思いに描いた価値観をマッピングしているとも言えるのである。高橋氏はこれに応え、実際、Stroly に登録されるマップにはいわゆる観光マップと呼ばれるようなものはほとんど見当たらず、近隣に関するコアな情報を集めたマップ、サステナブルなショッピングやコロナ禍で地域のお店を支援するためのマップなど、自分のテーマをとことん突き詰めたところから入ってくる人が多い印象であるという。このように住んでいる街などを「それぞれの切り口で見せたい」と思っていることそれ自体に価値があるし、面白いと思っている。私たちがまたこれらのマップを見ることを通して地域についての知識を深めているという点では、マップを見ること自体が観光あるいは地域学習のような機能を果しているとも感じる。従来の地図のように「便利」であることを必ずしも志向しないことによって、地域の新しい見え方を共有するところに取り組みの価値と可能性を感じている。この点について、伏谷理事は自身が代表を務めるシティガイド『タイムアウト』も、読者が出会ったことの内容な「別の価値観」を提示する姿勢を常に心掛けてきたと述べる。伏谷氏によれば、このような姿勢は近年の日本のメディアではあまり見られなくなってきたが、『散歩の達人』が取り上げたフェティッシュなご近所散歩特集は、同誌の尖った部分がコロナ禍を機にあふれ出した例だと感じられたという。武田氏は、実際「ご近所散歩特集」を通して、そこで取り上げたゲストの方々はある種の「極端な人たち」ではあるかもしれないが、表現者として素晴らしく、散歩も一種の「表現」であるかもしれないとさえ感じたという。こうしたエクストリームにあるような人々の目を通すと見慣れた町が然違って見えることには新鮮さと驚きがあった。普段はここまでエクストリームな話題に手を出すことはどちらかというと少なく、むしろ『散歩の達人』は自分たち編集者の興味関心に

即してマーケティング市場を開拓してきた雑誌ではあったが、今回の特集で頑固な「観光者」たちの話を聞くのは気持ちがよかったし、つくるのも反響をきくのも面白い企画になったと思っている。これらの「散歩」は高橋氏が取り組むマップづくりとの相性もよいので、彼らのつくったマップも見てみたいと感じたという。

これをうけて伏谷氏は、かつて『タイムアウト』で「外国人の目線から街を見直す」ことで、その町の人は気づかないところに魅力を探す企画に取り組んだことを紹介する。武田氏の企画も高橋氏の企画も、同じ場所を「新しい目線」で見直して価値を再発見することに通底する価値を感じたという。これからの観光では、ジェネラルなウケを狙って化粧した余所行き観光名所をつくり上げるのではなく、何気ない日常をたとえば外国人の目線やエキストリームな興味関心から捉え直し新しい価値を見出していくことが重要になる。こうした方法は実は極端なものではなく、例えばInstagramのハッシュタグ・カルチャーに見られる若者の多様な感性を見ていると普通にあるべき姿なのではないかとさえ思われる。そのような取り組みがたとえ日本では「変わり者」扱いされたとしても、世界にはそれを評価してくれる仲間もいるだろう。新しい観光のあり方は日本に限らず世界に向けても発信していけたらいいと思う。

終わりに：メタ観光推進機構の今後の活動について——菊地映輝（理事）

最後に、メタ観光推進機構がこれからどのようなことに取り組んでいこうとしているのかについて、簡単に紹介します。メタ観光推進機構では、大きく分けて5つの業務領域を設定しています。第一は調査研究事業。この事業では、研究者と実務者を交えた提起研究会を開催し、メタ観光に関して多様な視点から分析したアニュアルレポートの発行を予定しています。レポートは編集長に玉置泰樹理事を置き、メタ観光についての最新トピック、優良事例、学術論文などを掲載することを考えています。第二はコンサルティング事業。この事業ではメタ観光による観光振興についてのコンサルティングを自治体・企業向けに実施していきます。第三はメタ観光資源開発事業である。この事業ではメタ観光を実現する実証実験を先進的な自治体・企業と共同で実施します。第四は人材育成 / 研修・セミナー事業。主にセミナー、勉強会、視察会を実施し、メタ観光の普及・啓発を行うことを考えています。セミナーは夏秋冬の計3回開催する予定です。視察会は今年の秋に実施を予定していますが、コロナ対策の観点でバーチャルツアーになるかもしれません。第五は顕彰事業。これはメタ観光と認められる事例で特に優れたものについて表彰するものです。

メタ観光推進機構では、賛助会員制度を採用しています。これは組織の理念に賛同してもらえる団体の方々に会員になってもらう制度で、現在、先行して日本ユニシス株式会社様、株式会社大丸松坂屋百貨店未来定番研究所様に特別賛助会員になっていただいています。2021年度の賛助会員については、現在、団体以外の個人の方も含め広く募集中で、また賛助会員でなくても共同してプロジェクトに取り組みたいという方からの声掛けも募集しています。

メタ観光シンポジウム vol. 2 「メタ観光の基幹技術」

■ 日時 2021年8月19日(木) 18:00 - 21:00

■ 場所 オンライン(有料)

■ プログラム

1. 主旨説明 牧野 友衛 (代表理事)
2. 講演 メタ観光と技術 真鍋 陸太郎 (理事)
3. 事例紹介 庄司 昌彦 (武蔵大学) 田良島 哲 (国立近現代建築資料館 / 東京国立博物館)
水田 修 (KDDI 株式会社)
4. パネルディスカッション「メタ観光の基幹技術」
コーディネーター 伏谷 博之 (理事) 牧野 友衛
パネリスト 庄司 昌彦 田良島 哲 水田 修

主旨説明——牧野友衛 (メタ観光推進機構・代表理事)

メタ観光とは「GPS および GIS により位置情報を活用し、ある場所が本来有していた歴史的・文化的文脈に加え、複数のメタレベル情報を ICT により付与することで、多層的な観光的価値や魅力を一体的に運用する観光」のことを指す。例えば東京都千代田区神田にある老舗の甘味処「たけむら」は、東京都選定歴史的建造物であるほかに、池波正太郎の小説、仮面ライダー、ラブライブ!、ポケモン GO にとっての「聖地」として、様々な意味づけ・目的が同時に存在する観光地である。このように一つの場所にメタタグ的に複数の情報を付与して、Google Map を見るだけでは分からないような「他の人の楽しみ方」を可視化し、共有することを楽しむ新しい観光スタイルがメタ観光である。メタ観光推進機構には都市工学や社会学など、観光について考えている様々な立場からメンバーが集まり、その普及活動や勉強会などを行っている。

メタ観光を実現するためには次の二つのことが必要だと考えられる。一つは技術の「開発」、もう一つはその「振興」である。現在はまだメタ観光を十全に楽しむためのマスターデータベースが存在していない段階にあるので、まずはその開発が目指されなくてはならない。それと同時に、地域や空間に対する様々な情報を表示することによってどのような楽しみを生み出すことができるのかを考えるため、例えば地図のキュレーション、ガイドツアーの実施、AR 技術の活用など、メタ観光を振興させる側面についても考えていかなければならない。

従って、メタ観光の推進には様々な業界および専門家との連携が求められることになる。例えば情報を有するコンテンツパートナー、技術を有するテクノロジーパートナーのほか、キュレーションパートナー、ストーリーを語るガイドパートナーとも協力関係を築いていく必要がある。これらの課題を踏まえううえで、今回のシンポジウムでは特に「テクノロジー」の側面について議論を深めていきたい。初めにメタ観光推進機構の理事である真鍋陸太郎氏より議論全体に関わる論点を提示してもらおう。その後、庄司昌彦氏(武蔵大学)、田良島哲氏(東京国立博物館)、水田治氏(KDDI 株式会社)から、それぞれオープンデータ、デジタルアーカイブ、5G および XR に関する事例報告を行ってもらい、最後はパネルディスカッションを通じて各議論をより深く検討していきたい。

メタ観光と技術——真鍋陸太郎 (メタ観光推進機構・理事)

観光が情報の消費であるという事実に着目すると、メタ観光は情報を①集める、②蓄える、③編集する、④表現するという4つのシーンに分けて考えることができる。ここではそれぞれのシーンごとに、どのような論点や展開可能性がありうるのか考察していきたい。

第一は、①集める = “Collecting” のシーンである。ここでは都市や地域に関する既存の情報をメタ観光の資源として捉え直すことが重要になる。例えば紙媒体の冊子で記録されている情報をデジタル化して API で繋げたり、ネット上の情報を AI によるデータ抽出によって巡回したり、テキスト置換などによって収集したりする技術が必要となるだろう。第二は、②蓄える = “Archiving” のシーンである。収集された情報は、広くアクセス可能な形でデータベースおよび地図としてアーカイブ化される必要がある。このアーカイブ化の段階では、メタデータの使用や他

のサービスとの連携に関わる論点や、公共性やユーザーコミュニティとの関係を踏まえつつ情報が誰によってどこに作られるべきものであるのかという論点が浮上する。更に、メタ観光の場合、情報が一つの空間上に重なっていることにこそ面白さがあるので、それを地図としてどのようにビジュアライズするかも考えられなければならない。第三は、③編集する=“Editing”のシーンである。これは新しい視点によって対象をキュレーションする作業とも言い換えられる。ある場所についての情報を重ね合わせることによってその楽しみ方を多様化したり、別の場所へと誘導したりすること、あるいは場所どうしの持つ意味づけのコンフリクトも敢えて楽しめるような形で回遊ルートをデザインすることなどの工夫が求められる。第四は、④表現する=“Presentation”のシーンである。メタ観光が注目する街なかの要素がこれまで観光資源として捉えられてこなかった理由の一つは、それらが持つ価値や情報が十分に可視化されていなかったという事実にある。ICTを使って情報を可視化し、リアルな現実そのものを触れることが出来ない情報と組み合わせるような技術が必要となるだろう。

ここまで、いわば「メタ観光テック」——メタ観光推進のためにどのような技術が必要であるか——に着目して、論点の提示を行ってきた。紹介した技術のなかには既に実現されているものもあるが、それらはメタ観光に活用することを通してより一般に浸透することも期待されるのではないだろうか。もちろん、その実現のためには解かれるべき技術的・社会的課題も積み残されており、メタ観光推進機構は現在、その解決を目指して活動しているところである。

今日のパネルディスカッションでは上記の4つのシーンを踏まえながらメタ観光の実現にどのような技術活用が可能であるのか、それぞれ事例紹介を行ってもらい議論を進めていただくことになる。

オープンデータ関連の事例——庄司昌彦（武蔵大学・教授）

最初に、庄司昌彦氏による報告では、オープンデータ化による観光資源の活用可能性をテーマとして議論が行われた。オープンデータとは、誰もが目的によらず自由に使用・編集・共有できる情報のことを指す。それには定量データのみでなく文書や画像なども含まれており、縮小社会でも枯渇しない資源であることに大きな利点がある。その利用をめぐる根本的な考え方には、情報やデータを社会における資源（コモンズ）として位置づけることによって、その他の資源であるヒト・モノ・カネもより柔軟に活用可能になるという発想がある。

オープンデータは個人のプライバシーのみを知るためのものとして誤解されることも多いが、実際は個人を取り囲む「環境」としての都市や街がどのような状態にあるのかを知ることができることにこそ特徴がある。例えばシカゴ、ロンドン、バルセロナなどでは、交通量や二酸化炭素排出量など、都市がいまどのような状態にあるのか一目見て分かるようにする取り組みが進められている。日本でも福岡市が九州電力と協力し、児童の見守りを行っている事例などが存在する。

特に庄司氏が携わってきたオープンデータ化の事例のうち観光に関わるものとしては、高校生が古い街の写真の由来を地域の人々に尋ねて回る静岡県富士宮市（富岳巻高校+富士宮駅前通り商店街）におけるワークショップや、過去に取られた写真の場所を探して改めて写真を撮り比べてみた和歌山県田辺市（田辺高校+田辺市商店街振興組合連合会）における取り組みなどがある。これらの事例が示しているのは、家庭で眠っている写真もデジタル化することによって一つの地域資源に変えられるという可能性である。

哲学者・思想家の東浩紀は、言語ごとに「ニセコ」での検索結果が異なることを例にとり、現実のランドスケープと情報の風景（インフォスケープ）とのあいだに差異が生まれつつあることを指摘した。ただし、このような差異は言語の違いのみに基づくものではなく、例えば同じ日本人どうしにとっても生じるものと考えられるだろう。都市の見え方は人それぞれに違っているし、かつ違う見え方が同時に存在していることにこそ面白さがある。他の人に見えているような新しい都市の見方にも触れられるような仕掛けとして、「メタ観光」の考え方を結実させていくことが重要なのではないだろうか。



庄司 昌彦 氏

ミュージアム資料情報の活用基盤としてのデジタルアーカイブ——田良島哲（東京国立博物館）

続いて田良島氏による報告では、真鍋氏が提起したシーンのうち特に「集める」・「蓄える」の側面がデジタルアーカイブの観点から掘り下げられた。デジタルアーカイブとは文化資産をデジタル化して保存することを意味する和製英語である。

これまで、文化資産のホルダーとしてのミュージアムは、次のような形でしかそれを「公開」できないという限界を抱えていた。すなわち、公開する内容やテーマは観覧者が選べるものではなく、ミュージアム側が選ぶものであること、観覧者には作品の背景である情報へのアクセスが難しいこと、誰でも原品を扱えるわけではないことなどである。

これらを乗り越える取り組みとして、博物館におけるデジタル画像公開が東京国立博物館の研究情報アーカイブズ（1995-）などで地道に進んできた。この取り組みはフィルムそのものをスキャンしているため、生の状態に近い画像を研究素材として提供するものだった。更に、この十数年のあいだには世界の美術館でオープンデータ化が急速に進んできた。たとえば Rijksmuseum Amsterdam、Art Institute of Chicago、Metropolitan Museum of Art、Place Museum, Taipei、あるいはルーブル美術館や大英博物館も作品のオープンデータ化を進めており、現在は大きな博物館がオープンデータ化を進めるのは当然という流れがつけられてきていると言える。

日本でも ColBase（国立文化財機構所蔵品統合検索システム）が作成、公開されている。同システムでは現在4博物館と1研究所の所蔵する14万件のデータが検索可能であり、そのうちの2万4000件については閲覧することも可能である。一部のデータは英中韓のテキストにも対応しており、展示解説に使われた音声データも検索できること、あるいは比較的高精細な画像を提供していること、検索結果のテキスト・画像をオープンデータ化していることに大きな特徴がある。

また、2020年には書籍、文化財、メディア芸術などさまざまな分野のデジタルアーカイブと連携して、我が国が保有する多様なコンテンツのメタデータをまとめて検索できる「国の分野横断統合ポータル」であるジャパンサーチ（2500万件のデータが検索可能）がリリースされた。このように、現在は様々な機関でも徐々にオープンデータ化が進み、複数のデジタル情報の横断的検索が検討されるなど、デジタルアーカイブの連携と活用が推進されている状況にあるといえる。これらの技術活用はメタ観光の実現・推進にとっても大きな示唆を与えるものだろう。

KDDIの5G・XRによる取り組み紹介——水田治（KDDI株式会社）

最後の事例報告である水田治氏からは、KDDIの取り組みのうちメタ観光にも利用可能な技術として5GやXRの活用事例が紹介された。これらの技術を活用するうえで重要となる前提は、ゲームのような「もう一つの世界」を仮想空間上につくることではなく、現実世界に基づきつつそれを拡張し、生活を豊かにするという考え方である。例えばARの活用にしても「どこでやっても同じ」にならないよう、そのロケーションを用いることの意味づけを図っていかなくてはならない。そのような考え方を具現化させたKDDIの取り組みとしては、まず2019年10月に札幌で開催されたイベント“No Maps”におけるVPS技術の実証実験が挙げられる。VPSとは映像や写真データをもとに空間の特徴を学習し、位置や角度を推定するシステムやサービスのことを指す。この実証実験では、現実の都市空間にかざされたスマートフォンの画面上に多言語化、パーソナライズ化された看板を表示させたり、空



田良島 哲氏



水田 治氏

に遊泳する魚やクジラのイメージを表示させたりすることで、現実世界への情報・コンテンツの重畳を実現させた。また、2019年に渋谷で行われたデジタルアートのイベント MUTEK2019 では、渋谷区との共同でアートを用的都市回遊のプロジェクトに着手した。このプロジェクトでは、例えばスクランブル交差点など特定の場所で iPad をかざすとその場所ごとの映像や音楽コンテンツを楽しめる仕組みが用意されている。この取り組みの主眼は、特に人びとが普段は敢えて訪れないような場所の意味をコンテンツによって拡張し、その新しい価値を見出してもらえるようにすることにあった。

最後に、日本科学未来館での取り組みを紹介する。KDDI では VPS を用いて日本科学未来館の 3 次元の地図情報をつくり、平均位置誤差約 35 センチ、平均角度誤差各 1 度未満の範囲で自分の立ち位置や方角を測定できるようにした。このほか、「展示会場の多層化」の取り組みでは、スマートグラスを用いることでタッチパネル等の操作が不要な非接触型の鑑賞体験を可能にした。この取り組みでは、1 つの物理的スペースに複数のコンテンツを表示すること、コンテンツの情報を変化させることでその柔軟性を高めること、過去の取組を可視化したり来館しなくてもコンテンツを楽しめるようにしたりすることを目指し、デジタルでなければ出来ないような形でコンテンツ体験の拡張を図った。

このように、私たちは AR や VR の技術を、オンライン上の世界に限定するのではなく、オフラインの世界をより楽しむためのものとして発展させていくことを考えている。特にコロナ禍以降、技術を進歩させる前に考え方そのものを変える必要があることが喧伝されている。今までであれば絵空事で終わっていた技術の開発にも真剣に取り組む理由が出てきたのではないだろうか。

ディスカッション

オープンデータ、デジタルアーカイブ、XR というように、事例報告は三名それぞれが各分野を掘り下げるものであったが、ディスカッションでは観光という接点を媒介にして、それらがいかにして相互作用するのかについて議論が深められた。なかでも、空間をいかに観光資源としてオープンデータ化するかは重要な論点となった。庄司氏によれば、近年は現地の人々やユーザーの撮った「写真」が観光用の商品やバーチャル背景などに使われる動きが盛んになっているという。水田氏がかつて関わった「東京 1964」プロジェクトも、市民が撮った写真を活用して 3 次元的にかつての渋谷の駅前が再構成されたものであったという。ただし水田氏は、最近では写真や映像に加え「フォトグラメトリー」と呼ばれる立体データとして対象をスキャンする考え方も現れてきており、データの種類やフォーマットも変わっていくことも指摘する。つまり田良島氏の説明にあったように、アーカイブという営み自体は昔から行われてきたものではあるが、今後はその行為自体の意味が捉え返されていくことにもなるかもしれないのだ。この点について、庄司氏は熱海で土砂災害が生じた際に 3D の空間データが解析された事例を紹介し、今後はこのような技術が防災だけではなくエンタメにも活用されていくだろうことを指摘した。

また、メタ観光推進機構理事の伏谷博之氏からは、データ活用によって観光を拡張し、新しい体験を生み出すためのアイデアも提案された。伏谷氏は庄司氏が報告のなかで強調した「データのかげ合わせ」の重要性を踏まえ、例えば田良島氏が紹介した日本のアートに関するデジタルデータを保管・保存のみに留まらせることなく、水田氏が紹介した XR アートの技術と組み合わせることで、新しい観光体験をつくり出したり、作品コンテンツに対する新しい価値を付与したりする展開可能性にも言及した。このように、それぞれの技術の持つ可能性を組み合わせながらよりよい観光体験を目指していくことが、今後、より一層求められるだろう。

メタ観光シンポジウム vol. 3「メタ観光という観光」

■ 日時 2021年12月22日(水) 19:00 - 21:00

■ 場所 オンライン(有料)

■ プログラム

1. 挨拶 牧野 友衛 (代表理事)
2. 講演 観光の系譜から見たメタ観光 菊地 映輝 (理事)
3. 講演 文化・自然観光とメタ観光 齋藤 貴弘 (理事)
4. パネルディスカッション
モデレーター 菊地 映輝
パネリスト 矢ヶ崎 紀子 (東京女子大学) 山村 高淑 (北海道大学) 松本 健太郎 (二松学舎大学)

挨拶——牧野友衛 (メタ観光推進機構・代表理事)

牧野友衛代表からメタ観光の定義と機構の設立、およびこれまでの取り組みについて説明がなされた。メタ観光とは「地域の文化資源・魅力の多様な見えない価値を多層レイヤーのオンライン地図に可視化して楽しむ新しい観光」である。従来の観光地に対し、歴史的価値に限らず様々な価値を発見し、仮想レイヤーとして可視化することで重層的な観光資源を楽しむ観光行動と言える。このレイヤーの可視化に重要なのは位置情報の活用である。従来、各観光地に対しては様々な視点に基づいた観光価値の発見がなされ、またそれらを観光資源とするツーリズムの様態も別個に存在してきた。メタ観光においては、GPS および GIS による位置情報を用いて当該地域に関する観光情報を縦串で一括することで、多層的に観光地の価値を引き出すことが可能となる。

このようなメタ観光の発展・普及を目指し、2020年11月10日に一般社団法人メタ観光推進機構が設立され、様々な分野で活躍する設立メンバーのもと、メタ観光推進に向けた具体的な取り組みがなされてきた。2021年前半ではメタ観光の周知を目的としてオンラインシンポジウムを開催、アートやまちあるきというテーマからメタ観光のコンテンツの可能性が検討された。またテクノロジーの観点からは、メタ観光におけるオープンデータの活用や観光情報の地図化、AR・XRを活用した観光経験の可能性などが検討された。これらの議論をさらに実証実験的取り組みに発展させ、具体的な地域にメタ観光を適用することで地域の資源の高付加価値化、観光資源の可視化と増加が可能になるという結果を得られた。

上記の活動を踏まえ、文化庁委託事業として2021年9月から12月にかけて墨田区との共催により「すみだメタ観光祭」を実施した。墨田区では観光事業の課題として観光客の東京スカイツリーへの一極集中や他地域への分散が問題となっていた。同時に、墨田区は江戸時代以降の文化が集積するという意味で多層レイヤーの宝庫でもある。このような点に着目し、メタ観光祭では墨田区の観光価値を可視化しつつ、さらなる観光振興へと繋げるための取り組みを行った。具体的には、地域住民の協力や外部アーティストの参加によってワークショップ、まちあるき、作品展を企画し、それらをレイヤーとタグで可視化したメタ観光マップを公開した。墨田区という一つの地域に複数の観光資源を発見・追加することによって、観光価値の増加に寄与することができたと言える。

以上のように、メタ観光推進の取り組みとして、コンテンツ・技術的な理論の検討を経て実証実験を行うという一連の活動を行ってきた。本シンポジウムでは、これらの取り組みを観光学の視点から見た時にどのように論じることが可能かというテーマを軸に、以降簡略な観光の変遷と文化・自然観光領域における政策的な注目について述べ、パネルディスカッションでの議論に繋げる。

観光の系譜から見たメタ観光——菊地映輝 (メタ観光推進機構・理事)

次に菊地映輝理事よりこれまでの観光の変遷とメタ観光の接続可能性についての説明がなされた。

いわゆるマストツーリズムと呼ばれる観光の大衆化は1960年代から1970年代にかけて本格的となった。しかし1970年代には地域への負荷といったマストツーリズムの弊害や、観光開発の行き詰まりなどが課題となり、それらを打開しようと新しい観光概念が無数に生まれる事態となった。これらを総称するニューツーリズムという概

念は 2000 年代に登場し、主に観光経験におけるテーマ性の重視や体験型・交流型の観光が目標とされた。さらに旅行会社主体の発地型観光ではなく、地域住民が積極的に関わる着地型観光といった形で、地域活性化の期待も観光に向けられることとなった。

このような着地型観光が可能となった背景には情報化という社会変化が指摘できる。スマートフォンの普及によって観光を仕掛ける側が位置情報を活用できるようになり、また SNS の普及によって観光客側では位置情報そのものをコミュニケーションに活用するなど、ICT 機器の発達が多様な観光の可能性を拓いたとすることができる。情報化を前提として観光現象が展開する状況と、メタ観光はどのように接続可能か。メタ観光の定義に戻れば、位置情報を活用して点在した観光地の情報を一括することがその特徴であった。このことから、2000 年代のニューツーリズム以降、一つの地域に対し複数の形で発展し、それゆえに相互補完も困難であった様々な「ツーリズム」概念を位置情報によってまとめることで、従来の観光の一体的運用が可能となる。たとえ当該地域から見えるレイヤーが小さくとも、メタ観光によってレイヤーの重層性が可視化されれば、地域の価値を増大することができるのである。

文化・自然観光とメタ観光——齋藤貴弘（メタ観光推進機構・理事）

齋藤貴弘理事からは、文化庁や観光庁の観光事業へのアドバイザーとしての経験から、メタ観光の文化・自然観光への適用について発表がなされた。

現在、文化・自然観光においては、「資源の保存から活用へ」という転換が主張されている。文化財や自然といった資源を観光と対立させるのではなく、価値を高めて活用させる方向が模索されている。ここで政策的に重要なのは、地域ならではの文化や産業、さらには地域の精神性といったその地域らしさに、どう光を当てるかということである。地域住民の間では、ときに自分たちの地域には観光資源になるようなものは何もないという声が聞かれる。しかし、それは実際に何もないのではなく、見つけるためのものさしがないと捉えることができる。よって観光政策においては地域の良さを発見するものさしを上手く導入することが不可欠であり、この点でメタ観光がソリューションになりうる。

本シンポジウムで説明されてきた通り、メタ観光の導入は地域資源の価値を可視化し高付加価値化することを可能にする。ここから、地域にいくつかの変化を起こすことが期待される。一つには地域そのものへの作用であり、住民だけでなく観光客も巻き込んで、当該地域の関係人口の増加、つまり観光だけに閉じるのではない取り組みがメタ観光によって期待される。また、地域住民に対しても、外部からのまなざしによって観光資源に気づくことで、シビックプライドの盛り上がり、さらには地域文化の支え手となる層が増加することも期待される。また経済的側面においてもメタ観光の効果は予測される。地域の観光価値が再発見されることで、観光客の来訪と地域経済の活性化により、経済循環が発生する。このような新しい経済を生む起点としてのメタ観光の可能性は、観光政策の観点から見て非常に重要であると指摘できるのである。

パネルディスカッション

ここからは 3 名のコメンテーターを招き、各自コメントを述べた上で観光的知見からのメタ観光の可能性について議論を進行する。

最初に矢ヶ崎紀子先生より、コロナによって大きなダメージを受けた観光業の今後と、メタ観光の貢献についてコメントいただいた。観光業の回復を目指すにあたり、業界内では復旧ではなく復興というキーワードが使われる。これはただ単にコロナ以前に戻るのではなく、さらに観光業を発展させるという意志が込められている。コロナ禍を経て、観光形態は三密回避や SDGs 対応などの変化が予想されるが、そのためにはデジタルマーケティングの活用が必要となってくる。各地域ではすでに復興へ向けた取り組みがなされており、リピーターづくり、消費単価の向上、他産業も含めた域内循環が重要な事項として意識されている。これらの課題に対してメタ観光は以下のように貢献可能である。レイヤーによって意味が多層化された観光地では、観光客は能動的に観光地の魅力を発見することができる。そのような積極的な関わり方はリピーターづくりと大きく関わってくる。また、ICT 技術を応用するメタ観光によって観光客の分散化が可能となる。さらに地域の様々なスポットをめぐる旅行行動は、消費の域内循環を促すことにも繋がる。そしてメタ観光の拡張現実的な楽しみ方は若者へのアプローチになり、若年層を中

心としたシビックプライドの醸成が期待されるのである。

次に山村高淑先生からはコンテンツツーリズムとメタ観光の接続可能性を指摘いただいた。コンテンツ産業におけるメディアミックス展開と、情報化を背景とした国境を越える消費の進展によって、コンテンツ作品を様々なメディアが取り囲む状況が発生した。その中でコンテンツをめぐる物語が循環する構造が「物語世界」であり、この物語世界を構成するメディアのうち、場所に特に着目し、物語世界の生産・流通・消費のサイクルを軸に観光現象を読み解くアプローチとして位置づけられるのがコンテンツツーリズムである。

ここでは、メタ観光かコンテンツツーリズムか、といった分類は問題とならない。両者は場所のメディア性や意味の多層性、消費者が生産者にもなりうるプロシューマー性に着目する点で共通している。つまり両者は相対する概念ではなく、あらゆるツーリズム現象が内包する物語的なフィクション性にアプローチするための、補完的な概念なのである。しかし相違点も指摘できる。それはメタ観光がテクノロジーを活用し、現実の場所・空間に依拠するのに対し、コンテンツツーリズムではファンのイメージーションが重視され、物語世界という虚構性の拡張が見受けられる。こうした違いはメタ観光にコンテンツツーリズムを包含させる際に障害となる可能性が否定できない。例えばコンテンツツーリズムではファンが作品の世界観と似ているとして「見立て」を行い、非公式聖地を作り出す場合がある。この場合公式情報として使えないため、レイヤー化やタグ化ができない。メタ観光は地域や事業者が協力して地域の観光情報を一括する取り組みであるが、そのような情報提供が過剰になってしまった時、自ら情報を生み出すファンの楽しみが冷めてしまうこともある。コンテンツをファンが楽しむ際の「創造性」と「想像性」の余地をどのように担保するかということが、メタ観光としてのコンテンツツーリズムを展開していく上での課題となるだろう。

最後に松本健太郎先生より「体験の技術的合成」という観点でのメタ観光の可能性に関する問題提起がなされた。体験の技術的合成とは、体験が技術的なシステムの中で合成されているという事態を指し、広義のシミュレーションと言い換えることもできる。現代では「ある体験」がその本来のものとは別の技術的文脈のなかでシミュレートされ、再構成されることがよくある。特にコロナ禍以降、オンライン飲み会やオンライン授業、観光業ではバーチャル観光やオンラインツアーなどが出現し、オンラインとオフラインの比率の変容が顕著になったことが指摘できる。

しかしながら体験の技術的合成は、現実空間との接続によっても行われる。ポケモンGOに代表されるようなGPSを前提とする位置情報ゲームは、現実と虚構の結びつきを強化する役割を果たした。従来ではゲーミフィケーションという用語で説明されたような、ゲーム的要素のゲーム以外の領域への適用が、現在ではゲームによる体験の文脈の提供として現実空間と関連しながら機能することで、都市空間のテーマ化を促しているとも見られるのである。

以降のディスカッションパートでは、主にメタ観光が現在抱える課題についての議論がなされた。まず司会の菊地からの質問として、メタ観光のデジタルテクノロジー的側面が強調されがちだが、それだけがメタ観光の存在意義なのか、という問いがなされた。これに対する回答として3名ともに共通していたのは、従



矢ヶ崎 紀子 氏



山村 高淑 氏



松本 健太郎 氏

来の観光が志向していながら実現できなかった部分を、テクノロジーによって補完するのがメタ観光である、という認識である。山村が指摘したように江戸と東京の地図を重ねて楽しむなど、これまでの観光にもメタ観光的な要素は存在していた。そのような楽しみ方を作り上げる手段やオプションの可能性がデジタルによって広がる場所にメタ観光の特徴がある。また、矢ヶ崎は地域の良さを語れるような語り部的な住民はどこにでもいるわけではないので、その役割をメタ観光が補完するという可能性も指摘した。

メタ観光の技術的重要性が確認された一方で、物理的な移動を伴う身体性とメタ観光の接続可能性についても議論が及んだ。松本はeスポーツを例に挙げながら、ヴァーチャルを経験することで満足するのではなく、その上で実際にそこに行ってみたいと思えるような、関心の入り口としての役割がメタ観光にあると指摘する。上記のような観光客の能動性に加えて、山村は身体の移動によって得られる現地での偶然性にも言及した。インターネットでは情報のマッチング精度が高まり、ますます最適化された情報のみが得られるようになってきている。しかしそのような情報を介しては出会えないようなものに偶然に出会うこと、さらにそこから人びとの交流が発生しコミュニティが形成されることが、メタ観光と身体性の重要な論点として挙げられた。

最後には地域住民にとってメタ観光がどのように効果的であるか、またメタ観光がもたらす情報が地域にコンフリクトを引き起こす可能性について議論が交わされた。山村と松本は共通して、地域住民が日常では見過ごしていた地域の良さを再発見できる機会としてのメタ観光の可能性を指摘した。そのような可能性は現地住民の中でも接点のなかったメンバー同士の繋がりを促し、コミュニティ再構築の契機ともなりうる。

矢ヶ崎はさらに、観光によって発生する消費がしっかり地域で循環する必要があると述べ、例えば住民によって普段使いされている飲食店をマップに載せるなど地域への貢献に重点を置くことを強調した。以上のコメントからは、メタ観光を導入するには地域住民も納得できるような提案をすることが、地域とのコンフリクトを軽減することに繋がるという示唆が得られるだろう。

第1回公開勉強会「メタ観光の作り方を考える会」

- テーマ 江戸資料のデジタル化：情報空間からメタ観光への展開
- 日時 2021年6月24日（木）20時～21時30分
- 場所 オンライン（無料）
- 講師 鈴木親彦（人文学オープンデータ共同利用センター（CODH）特任助教）

第1回の勉強会は人文学の研究にデータという視点を導入して人文学のデータベースを他の分野にも広げていくことを目指している人文学オープンデータ共同利用センター（CODH）の鈴木親彦先生にご登壇いただき、江戸時代の資料からデータを取り出し構造化する「江戸ビックデータ」の取り組みなどについてご紹介いただいた。

各データベースは次の通り。

江戸マップβ版 (<http://codh.rois.ac.jp/edo-maps/>)

江戸マップβ版では、細かい住所まで載っている「江戸切絵図」と土地の具体的な情報とを統合した。江戸城周りの武家屋敷が集まる場所ではデータ量が多く正確に表現できている。サイトで地名を検索することで、絵図を閲覧することもできる。当時の地図は緯度経度が正確なわけではないが、地図をゆがめて補正することで現代の地図と重ね合わせた地図も見る事ができる。

江戸買物案内 (<http://codh.rois.ac.jp/edo-shops/>)

江戸時代に大阪で出版された、「江戸買物独案内」から、商人名や職種、住所までなどを抽出し、画像にタグ付けした。当時の商店に関するビジュアルな広告データベースとして構築したものとなっている。

江戸観光案内 (<http://codh.rois.ac.jp/edo-spots/>)

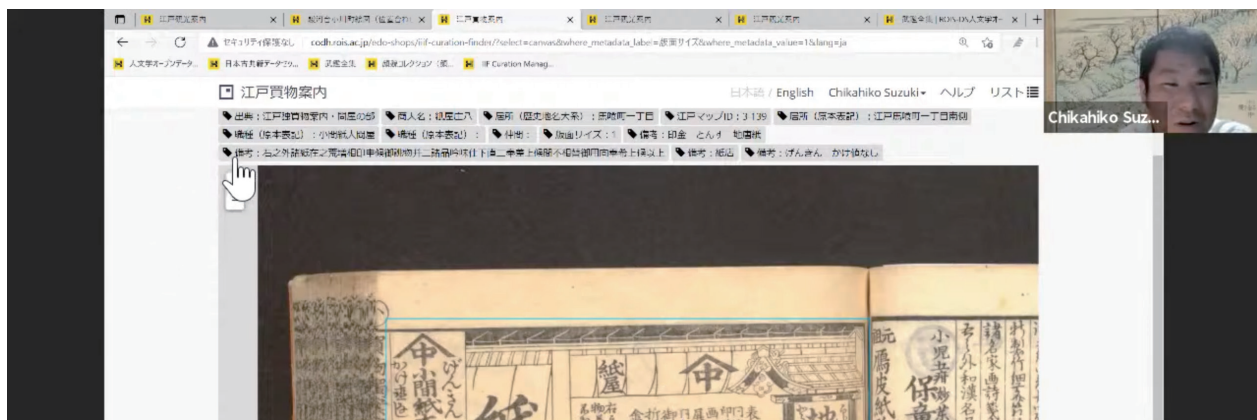
江戸時代に出版された観光ガイドブックである「名所案内」「名所記」「名所図会」の中から、当時の様子が描かれた挿絵を抽出している。挿絵に名称やキーワードをタグとして紐づけることで、名所挿絵データベースとして構築した。それぞれの挿絵のタグから江戸の名所の種類や傾向、トレンドの変遷を考察することができる面白さもある。

武鑑全集 (<http://codh.rois.ac.jp/bukan/>)

江戸時代の民間の出版社が出版した武鑑全集からのデータベースを構築した。当時の大名家や幕府役人に関する人物・地理情報などをAIを用いて読み取りデータ化を目指すものである。江戸に居住していた大名や役人のデータベースを作ることができると考えている。まだ初期段階で一冊しか読み取っていないが、毎年出版されていたため今後は変化していない部分だけを追って情報をまとめることで省力化ができると考えている。

それぞれのデータベースは横断的につながり、江戸マップβ版などの地理情報をもとに江戸買物案内に掲載されている商店の一覧を閲覧することで当時の状況を見ることなどができる。2021年夏に「edomi」という江戸に関するデータを現代風に閲覧・検索できるポータルサイトの開設を予定している。edomiではトラベルやショッピングなど現代のカテゴリーから江戸のデータを閲覧することができるものとなる。

講演の最後に人文学研究に資するデータと、メタ観光で有用なデータに質・量的ギャップがありそれをどう埋めればよいか、絵図の切り抜きにより事実と異なる見方をされる可能性がないかということなど、登壇者から議題が投げかけられた。参加者からは、データベース上で出典がすぐわかるようにすればいいのではないかと、コンテンツツールの議論から歴史に対してのレスポンスがあるかが重要ではないかという指摘があった。また、他の参加者からは、資料をデータ化することで分かったことや、可能になったことについて質問があった。鈴木先生から画像のタグで分類することで統計を取ることが可能になり直観に反することや、直観の裏付けにもつながると回答があった。



鈴木親彦氏とプレゼンテーションの様子

4. すみだメタ観光祭報告

すみだメタ観光祭の概要

「すみだメタ観光祭」は当機構の考えるメタ観光の実践として計画した。文化庁の委託事業「ウィズコロナに対応した文化資源の高付加価値化促進事業」として、共催墨田区、後援一般社団法人墨田区観光協会、連携「隅田川森羅万象 墨に夢」実行委員会で墨田区内で2021年9月～2021年12月に開催した。

メタ観光の実践を通じて、①従来の文化・観光資源の高付加価値化と、②地域の価値の可視化により観光資源の増加を目的とした。また単なる地図の作成に留まらず、「メタ観光祭」という地域イベントとして実現することを通じて、5つのテーマの実現を目指した。

- ・ 観光 DX：地域の文化資源・観光資源を緯度経度を軸に統合したデータベースとして、様々なアウトプット可能な形にする。
- ・ ダイバーシティ：旅行者のニーズが多様化した時代の多様な価値を可視化する。
- ・ マスから個性へ：「100万人を集める1カ所」から、「1万人を集める100カ所」へ。ウィズコロナ時代の分散型観光&マイクロツーリズムに対応した観光。
- ・ サステナブル：必ずしも新たに文化・観光資源を作る必要がなく、見えない価値を可視化する観光。シビックプライド：可視化により自分たちの地域のことをあらゆる価値から見直すことにより、地域のことをより知ることができる。

墨田区は東京スカイツリーへ一極集中し、周辺施設や他の地域への分散が課題としてある。一方で、墨田区は世界的に注目されている「葛飾北斎」ゆかりの地であり、「向島百花園」、「旧安田庭園」、「向島花街」などの江戸からの文化資源に加え、ユニークな個性も多く存在する地域で、メタ観光が考える観光資源の宝庫である。そうした墨田区の多様な地域の文化資源・魅力を可視化して、観光振興に繋げるために、墨田区での「メタ観光祭」の実現となった。

メタ観光祭で展開した事業

メタ観光祭は「地域の人たちと、多様な文化資源・魅力を可視化して観光振興に」をテーマに「メタ観光開発」「メタ観光振興」と2つのグループで6つの事業で構成した。「メタ観光開発」としてはメタ観光の多様な価値を可視化するメタ観光マップを作成するために、「データベース整備」「地域の人による魅力の紹介」「地域の魅力の発掘」を実施。また、完成したメタ観光マップを活用した観光振興のために「メタ観光振興」としてモニターツアーの開催、完成報告会「観光会議」、作品展「すみだ新景」を開催した。

それぞれの事業については以下の通り。

メタ観光開発

1. 「データベース整備」

インターネット上の公開情報や墨田区、墨田区観光協会等の提供情報を元に、位置情報に基づく多様な価値をレイヤー（層）としたデータベースを作成した。

2. 「地域の人による魅力の紹介」

「地域の人による魅力の紹介」として3つのワークショップを開催した。ワークショップは墨田区で開催し、対象は墨田区在住在勤在学の方または墨田区を好きな方とすることで地域の人への参加を促した。ワークショップの成果はすべてメタ観光マップに各レイヤーとして掲載した。

ワークショップ①「写真で紡ぐ街の物語 in すみだ」

「今治今昔写真プロジェクト」ファシリテーターである森隆大朗氏を迎え、地域の人による魅力の発掘：地域の思い出の写真を持ち寄っていただき、個人的な思い出・物語を文章に書き起こして相互に共有し合うワークショップを実施。墨田区の「昔」や「今」を語り合いながら、地域の魅力を「メタ観光資源」にした。10月24日（日）13:00-16:30に墨田区みどりコミュニティセンターで開催。

ワークショップ②「メタ観光スタディーズ～暗渠、電線、ドンツキからすみだを見る～」

専門家による地域の魅力の発掘：専門家を招き、新たな街の魅力を掘り起こす視点のレクチャーを受けながら、地域の人たちが専門家と一緒に地域の魅力を見つけていくワークショップを実施した。専門家としては暗渠マニアックス、電線愛好家石山蓮華氏、ドンツキ協会・会長齋藤佳氏が参加。2021年10月17日（日）13:00～16:30にユートリヤ すみだ学習生涯学習センターで開催。

ワークショップ③「すみだ見立て観光地図」

現代アーティスト鈴木康広氏が「見立て」についてのレクチャーを行い、参加者が街中で発見した「見立て」を集めて発表するワークショップを実施した。2021年10月9日（土）、31日（日）の2回、それぞれユートリアすみだ生涯学習センター（10月9日）、すみだ産業会館（10月31日）で開催。



写真は上から、ワークショップ①「写真で紡ぐ街の物語 in すみだ」、ワークショップ②「写真で紡ぐ街の物語 in すみだ」、ワークショップ③「すみだ見立て観光地図」の様子

3. 「地域の魅力の発掘」

「地域の魅力の発掘」として、3名のアーティストによる墨田区をテーマにした作品制作を実施した。街の新たな魅力付けとして制作された作品の成果をレイヤーとして地図に表示した。参加アーティストは大村雪乃氏、架空荘 果無夏子氏、本城直季氏の3名。



メタ観光振興

1. モニターツアー

モニターツアー「メタ観光街歩きツアー」を日本語版（2021年11月21日（日））、英語版（27日（土））の2回を開催しそれぞれ2時間の街歩きを鐘ヶ淵・東向島エリアで行った。ツアーガイドパートナーとして株式会社ネットワークがメタ観光ツアーの内容を制作。ツアーを作成するにあたり、①1つのスポットの多様なレイヤー（歴史的なものからポップカルチャーまで）を楽しむ、②観光スポットでない場所が新たな見方で観光スポットになる、③特定テーマでなく、複数テーマで街を歩く、をメタ観光のツアーの特徴とした。



2. 観光会議

観光会議「メタ観光マップで考えるこれからのすみだ」を2021年12月4日（土）14:00～16:00にすみだ産業会館ホールで開催。すみだメタ観光祭のメインイベントとして、「メタ観光マップ制作報告」「パネルディスカッション「メタ観光の開発～振興へ」」の2部構成で、登壇者にはすべての参加専門家&アーティストの他、キュレーターとして日本美術を主な領域とするライター、エディターの橋本麻里氏、東京スリパチ学会 会長の皆川典久氏を迎えた。シンポジウムには一般社団法人メタ観光推進機構 代表理事 牧野 友衛、墨田区産業観光部 部長の鹿島田 和宏氏、一般社団法人墨田区観光協会 理事長森山 育子氏も登壇した。YouTubeでのオンライン配信も実施した。



3. 展覧会「すみだ新景」

「すみだ新景」は2021年12月4日（土）～12日（日）7日間、すみだ北斎美術館の講座室 MARUGEN100で開催した。「地域の魅力の発掘」として参加した3名のアーティストによる墨田区をテーマにした作品の他、鈴木康広氏の「すみだ見立て観光地図」のワークショップの成果の作品も展示した。



以上の6つの主要事業に加え、2つの事業を展開した。

1. オンライントークシリーズ「すみだ新視点」:

YouTubeのメタ観光推進機構チャンネル (<https://www.youtube.com/c/metatourismjp>) で2021年11月16日～12月14日の毎週火曜 20:00-20:30の30分番組を機構理事とすみだメタ観光祭の出演者をゲストに迎えたライブ配信を実施。すみだメタ観光祭の振り返



写真は上から、モニターツアー、観光会議（2枚）、「すみだ新景」で説明する、本城直季氏、大村雪乃氏の様子

りと墨田の魅力について語った。スケジュール：11月16日電線愛好家石山蓮華、11月23日ドンツキ協会会長齋藤佳、11月30日暗渠マニアックス、12月7日橋本麻里、12月14日東京スリパチ学会会長 皆川典久。

2. メタ観光公式ガイドツアーの発売：

初のメタ観光公式ガイドツアーとして東京スリパチ学会会長 皆川典久をキュレーター・ガイドに迎えて、ガイドツアー「スリパチ会長、墨田区のマナイトに現る?!」を5,000円(税込)で発売。2021年12月12日(日)13:00-15:30で曳舟から向島、押上エリアを回った。

すみだメタ観光祭の成果物である**すみだメタ観光マップ** (<https://metatourism.jp/maps/sumida.html>)は観光会議の開催日である2021年12月4日(土)に公開した。レイヤー数60、タグは1700にのぼり、レイヤーは8つのカテゴリにわけた。地図にはオープンソースとなるumap(<https://umap.openstreetmap.fr/ja/>)を使った。結果として、これまで約440件だったタグが、メタ観光開発による情報収集や観光資源の掘り起こし、新たな観光資源の開発を行うことで1700件以上となった。

すみだメタ観光祭の結果報告

アンケート結果

すみだメタ観光祭では、3つのワークショップ、「メタ観光街歩きツアー」、展覧会「すみだ新景」、観光会議の6つの参加者にそれぞれアンケートを実施。90%以上が「満足」と回答、88%以上が「墨田区の新たな魅力に気付いた」と回答、94%がメタ観光マップを「使えそう」、「メタ観光マップで墨田区を観光したい」と回答した。「墨田区の新たな魅力に気付いた」については墨田区民が93%が、それ以外が86%と、墨田区民により多く新たな魅力への気付きが多いという結果になった。

男女比では男性61%、女性39%となり、男性が多めとなったが、墨田区に限ると56%、44%と女性の比率がややあがった。

全体的に57%が40代以下と比較的若い人たちに興味を持ってもらうことが出来た。

参加者の20%が墨田区在住となり、区民の参加が少なかったことが今後の改善点となった。



写真は上から、「すみだ新景」で説明する架空荘 果無夏子氏、オンライントークシリーズ「すみだ新視点」、メタ観光公式ガイドツアーの様子。

全体的な振り返り

事業を通して、ワークショップ、ツアー、展覧会、観光会議のすべてにおいて一定数の参加者数を確保することが出来た。これは専門家、アーティスト、キュレーターと知名度があり、企画意図を理解して協力的なメンバーが揃ったことがその成功要素として大きかった。特に Twitter での広がりには橋本麻里氏（7.5 万フォロワー）、石山蓮華氏（1.2 万フォロワー）をはじめ一定数以上のファンを持つ登壇者の協力によるところが大きい。また今回登壇者の協力として、石山蓮華氏がラジオ番組のゲストに登場した際にすみだメタ観光祭を紹介。同時期に開催していたドンツキ協会の展覧会「すみだドンツキクエスト展」や暗渠マニアックスの「すみだでふたつの水路上観察入門展」での紹介もあった。

メタ観光マップの制作には墨田区、墨田区観光協会の協力によって多くのデータ提供（観光情報、紹介文、画像など）がされたことで制作時間を短縮することが出来た。

メディア露出として一定の記事が掲載があったのは、事前にメディアパートナーとして、トラベルボイス、タイムアウト東京、アスキーの3媒体の参加が結果につながった。また、共催による墨田区の40施設、墨田区観光協会の観光案内所でのポスターやチラシの配布、区報への掲載、連携のすみゆめのチラシでの紹介なども行ってもらうことで区民へのプロモーションにつながった。

今後の課題としてはマップに掲載されているコンテンツにおいて、墨田区やインターネットに公開されている情報、専門家視点のタグの掲載が出来たが、地域の住民しか知らないような情報を吸い上げる仕組みがワークショップ「写真で紡ぐ物語」しかなかった。町会や地元で活躍するグループ等との連携を通じて明文化されていないような情報も今後は掲載していきたい。

事業の展開後の成果物の利活用としては、観光会議の会場となったすみだ産業会館でのメタ観光マップの掲出、墨田区観光協会のウェブサイトでのメタ観光マップの掲載につながった。今後もメタ観光マップのコンテンツの充実と活用について協議している。



おおうちおさむ氏によるすみだメタ観光祭のリーフレット

技術紹介：すみだメタ観光マップ



すみだメタ観光マップは、OpenStreetMap のプロジェクトの 1 つ umap を用いて作られました。パソコン、タブレット、スマートフォンから閲覧可能です。メタ観光マップは見慣れたインターネット上の地図サービスのような表示となっています。地図が表示されて、メタ観光ではタグと呼ぶさまざまな情報が地図上に表示されています。メタ観光マップが表現するものはメタ観光の概念そのものです。

メタ観光マップへの観光資源情報の集約

メタ観光マップに表示されているタグの情報源は大きく 2 つに分けられます。1 つは、インターネットを含め、すでに存在するさまざまな情報、例えば、すみだ街歩き博覧会のサイトにある情報だったり、国会図書館の「錦絵で楽しむ江戸の名所」というアーカイブであったり、さらにはテレビ番組「出没！アド街ック天国」で紹介されてホームページに掲載されているものであったり、という具合です。これらさまざまな情報がひとつの地図に表示されます。もう 1 つは、すみだメタ観光祭にて創造された情報です。アーティストの作品、専門家によるワークショップの成果、地域の方々の思い出など、この観光祭で作られた新しい観光資源もタグとして、上述の多くの情報と

一緒に 1 つの地図に載せられています。このタグは 60 種類に分類することができます。メタ観光ではこの分類をレイヤーと呼んでいます。60 のレイヤーで 1700 以上のタグが掲載されました。タグの多さ・多様さがメタ観光マップの特徴の 1 つです。

メタ観光情報は数が多い

今回掲載した情報から観光情報としてこれまでも世に出ていたと判断できるものを表示すると 440 件ほどありました（作業を通じて判断した数が 440 です）。メタ観光という視点で、既述したような視点、すなわちこれまで観光資源となると思われていなかったよう



な情報や、新たに作られた情報などを全部載せたメタ観光マップは1700以上のタグとなっていて、これまで観光情報として認識されていたものの4倍近い数となっています。

8つにまとめられる60のレイヤー

60のレイヤーは8つのまとまりで整理できました。すみだメタ観光祭で作ったもの、食事・買い物、文化・アート、まちあるき、ロケ地、歴史、ビュースポット、ネットで話題、といったまとまりです。このまとまりは便宜的なもので絶対にこのようにまとめなければいけないとか、このようにまとめた方がわかりやすいということはないと考えています。レイヤーには墨田区ならではのものとして、鬼平犯科帳ゆかりの地（文化・アート）、相撲にまつわるスポット（まちあるき）、ものづくりのスポット（まちあるき）、忠臣蔵ゆかりの地（歴史）などもあります。

同じ場所を多様な視点で楽しむ

メタ観光のもう1つの大きな特徴は、同じ場所を多様な視点で楽しむこと、マップでは同じ場所に多層のレイヤーのタグがあるということです。例として三囲神社(みめぐりじんじゃ)を見てみます。三囲神社という1つの場所に、多様なレイヤー、多くのタグがあることがわかります。いくつかタグを見てみます。葛飾北斎ゆかりの地として『新板浮絵三囲牛御前両社之図』を北斎が描いている、落語「野ざらし」でも舞台にもなっていて、江戸っ子の憧れの行楽地（歴史散歩）でもあったし、令和の現在ではスカイツリーのビュースポットとして人気です。また特徴的な狛犬が鎮座していて、明治の作家・岡本綺堂も舞台として取り上げてますし、江戸名所図会という江戸時代の観光ガイドブックには江戸の名所として描かれています。北斎だけではなく広重も三囲神社から描いてますし、鬼平犯科帳にも「玉村の弥吉が妙法寺の九十郎と出会い、盗みに誘われる」舞台として登場します。こういったメタ観光の、1つの場所をいろいろな視点から楽しむということの興味深さが具体的にわかります。

メタ観光マップの操作

すみだメタ観光マップにアクセスすると、最初にマップの概要や60あるレイヤーの説明を見ることができます。大事な注意書きも書いてありますのでご一読ください。

タグの一覧と検索（フィルタリング）機能

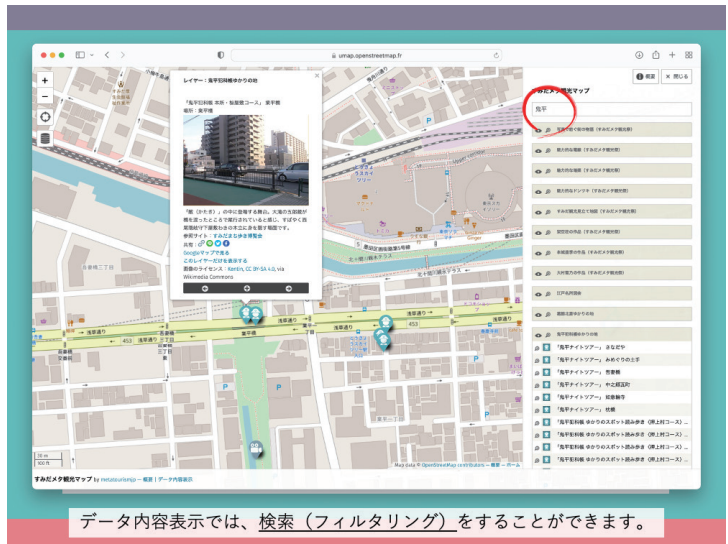
右上の「データ内容表示」をタップすると、タグの一覧を見ることができます。これは下にスクロールして行くと1700以上タグを見ることができます。右上に文字を入力することで検索（フィルタリング）することができます。

現在地を表示することができます

右側（画面サイズによっては下に表示される）の情報を閉じることで地図が広がり、地図をじっくりと見ることができます。概要などを再度、表示したい場合は、左下の文字（概要やデータ内容表示）をタップします。左上にあるマークをタップすると現在地表示機能がはたらいて地図が自動的に動いて真ん中に青い円アイコンが現れます。これは現在地を示しています。現在地表示機能がオンとなっている間ずっと現在地を追い続けるのでまちあるきには便利です。一方で、自分が同じ場所において、いろいろな場所を見たい場合には、もう一度タップして、現在地表示を止めておいた方が使いやすいです。



同じ場所に多層レイヤーのタグ



データ内容表示では、検索（フィルタリング）をすることができます。

タグの内容表示

タグにはどんなことが表示されるのかを撞木橋（しゃもくばし）を例に見てみます。このタグは、鬼平犯科帳ゆかりの地レイヤーの、撞木橋にある「鬼平犯科帳 本所・桜屋敷コース 撞木橋」という名称のタグです (①)。墨田観光協会が提供している「すみだまちあるき博覧会」の情報で、②のリンクをタップすると、情報源となったページを見ることができます。③に並んでいるアイコンをタップすると、このタグのみを表示するページを開いたり（そのURL をコピーして共有できます）、LINE、Twitter、Facebook でこのタグを共有できます。経路検索をしたい場合は、メタ観光マップの元となっている umap はこの機能を持っていませんので、「Google マップで見る」をタップすると Google マップでこの場所が表示されますので経路検索をしたりストリートビューをみたりすることができます。このレイヤーだけを表示するをタップすると60あるレイヤーから、このレイヤー、このタグの場合は鬼平犯科帳ゆかりの地というレイヤーのタグだけが表示されます。鬼平犯科帳ゆかりの地がどこにあるのかと限定して見る場合に便利です。⑥のところにある矢印をタップすると、レイヤーごとにタグを順（五十音順）に見ていくことができます。

他サイトの表示

タグでは他サイトの内容を表示（埋め込み表示）することもできます。左に示したのはYouTubeの埋め込みです。このタグは八広公園で米津玄師さんが「カナリヤ」のMVを撮影をしたということでそのMVのYouTube動画が表示されています。真ん中は、すみゆめプログラムの1つ、木ノ下歌舞伎の語りをメタ観光マップから聞いて楽しむことができるようになっているものです。SoundCloudのページを埋め込みました。このタグは61番目のレイヤーとして表示され2021年12月26日までの限定公開です。右はレストラン吾妻のタグでインスタグラムが埋め込まれています。

以上、すみだメタ観光マップをご紹介します。すみだメタ観光マップはこちらからアクセスできますので、ぜひご自身でお楽しみください。



- ① レイヤー名、タグ名、場所、写真、説明文
- ② 参照サイトへのリンク
- ③ このタグへのリンク・SNSでの共有



- ④ Googleマップで場所を見る
- ⑤ このレイヤーだけを表示
- ⑥ 前後のタグを表示



写真のみではなく、**YouTube**、**SoundCloud**、**インスタグラム**なども表示されます。

5. 論考

論考1 メタ観光の可能性

一般社団法人メタ観光推進機構
理事・真鍋陸太郎

この論考は、2021年3月25日に行われたメタ観光推進機構設立記念シンポジウム「はじめてのメタ観光」での講演内容を書き起こしたものです。メタ観光推進機構のnoteにも掲載されています。

機構のホームページにメタ観光の定義が記載されています。「GPS および GIS により位置情報を活用し、ある場所が本来有していた歴史的・文化的文脈に加え、複数のメタレベル情報を ICT により付与することで、多層的な観光的価値や魅力を一体的に運用する観光」。この定義は難しい表現となっていますが、神田須田町にある老舗和菓子屋「竹むら」を例に見てみましょう。竹むらは揚げ饅頭が有名な和菓子屋さんです。夏にはかき氷もおすすめですし、あっさりとしたところを楽しめるのも良いでしょう。でも、メタ観光はそれだけではないと言いたいのです。1977年には池波正太郎氏のエッセイ『散歩の時に何か食べたくなくて』に登場します。2000年には東京都選定歴史的建造物に選定され、2005年の仮面ライダー響鬼では「甘味処たちばな」のロケ地として登場し、2013年にアニメ「ラブライブ」の高坂穂乃果の実家「和菓子屋穂むら」のモデルとなります。さらに、2016年に登場したポケモンGOのモンスターも当然ながらここには現れます。ここに書いたことは、竹むらという場所を「複数のメタレベル情報」で捉えたものです。こういった見方がメタ観光の考え方です。

メタ観光推進機構のロゴはメタ観光の概念を表現したものです。これを分解してみるとメタ観光の可能性を捉えるための3つの視点が見えてきます。1つは「レイヤーとして捉える」こと、1つはレイヤーを「コンテンツ化していく」こと、そしてもう1つは「その『場』でつらぬく」ことです。メタ観光は、まったく新しい観光の考え方ですが、この3つの捉え方はずいぶん前から存在しました。少し学術研究の世界を見てみましょう。

都市をレイヤーとして捉える方法は都市づくりでは一般的です。ランドスケープアーキテクトである Ian L. McHarg は、1967年の著書「Design with Nature」の中で、都市を物的環境や社会的環境の要素別に捉えて層としてみていく方法を示しています。また、地理学者の Michael F. Goodchild は 2007年の論文「Citizens as sensors: the world of volunteered geography」の中で、市民がセンサーとして活躍すること、それらがボランティアな地理情報を生み出すことを、Flickrなどの例を挙げて論じています。都市の様々な要素がレイヤーのコンテンツとなる様を描いていると言えるでしょう。2003年に私は「カキコまっぷ」というインターネットの書き込める地図システムを開発しました。これは、「場所をインデックスとした掲示板」として捉えることができ、またいくつかの要素を「場」でつらぬくことで、空間

竹むら

竹むら（たけむら）は、東京都千代田区神田須田町一丁目19番地にある甘味処、和菓子店。揚げ饅頭が有名。店舗は東京都景観条例に基づく東京都選定歴史的建造物に選定されている。創業は1930年（昭和5年）。(Wikipediaより)

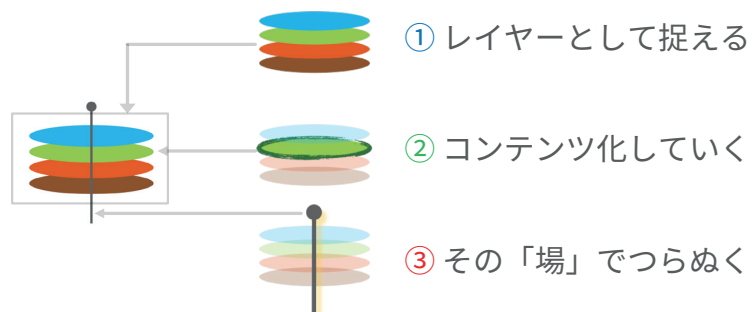
同じ場所に関係する多様な観光要素（＝メタタグが付けられた要素）が存在することに気づきます。

ここ「竹むら」も…

- 1977年 池波正太郎『散歩の時に何か食べたくなくて』に登場
- 2000年 東京都選定歴史的建造物に選定
- 2005年 仮面ライダー響鬼ロケ地：「甘味処たちばな」として登場
- 2013年 ラブライブ高坂穂乃果の実家「和菓子屋穂むら」のモデル
- 2016年 ポケモンGOモンスターがいます

(写真の出典) [竹むらの外観] 江戸村のとくそう : CC BY-SA 3.0 [揚げ饅頭] Blue Lotus : CC BY 2.0 <https://ja.wikipedia.org/wiki/竹むら>

メタ観光の可能性を捉える3つの視点



に関するソリューションを得ようというものでした。

では、実際のメタ観光にとって重要なものは何でしょうか？メタ観光推進機構の理事で何度も議論を積み上げて2つの要素を整理してきました。1つはレイヤーのあり方について、もう1つはメタ観光を実現する技術・システムについてです。

ここで示す考え方は今後アップデートされるべきものですが、いま考えているレイヤーの種類・要素を示します。

1つ目は「既存の観光要素」です。これはいうまでもないですが、名所・旧跡、グルメなどの一般的な観光要素、少し思考を膨らませると、サウンドスケープや環境音楽、ICTの力を借りると季節限定の観光要素を通年のものにするといった拡張も考えられます。2つ目は「これまでは観光要素と捉えられなかった地域要素」です。微地形、昭和レトロ、フォント、電線、トマソンなど、こだわりのある人が知っている街の資源・価値、都市計画やまちづくりで広く扱われてきた地域の人こそが知っている街の資源・価値などがこれにあたります。3つ目は「聖地巡礼やコンテンツツーリズムにみられる『創作』から実空間へつなげる要素」です。これは仮想・創造世界と実空間とをリンクさせるレイヤーと言えるでしょう。若かりし頃の私が椎名林檎の「正しい街」の歌詞に出てくる風景を求めて福岡をめぐるのは、椎名林檎レイヤーを再現したことになるのでしょうか。4つ目は「バーチャルな世界で生成される要素」です。ポケモンGoに代表される「位置ゲー」などによって市街地にゲームを埋め込むというレイヤーにはじまり、インターネット上に多様に展開されるテキストによるコミュニケーションの様子もこれにあたります。もちろんInstagramやYouTubeなどのインターネット上の視覚情報、さらにはそれらの作り手もバーチャルな世界で生成される要素です。5つ目は「(新しい) 体験価値」レイヤーとしました。例えば、いま自分がいるその場をドローンから見ることができたり、目の前が800年前の古戦場として再現されたり、もしかするとNHK

メタ観光の可能性を無限にするレイヤー ①レイヤーとして捉える



① 既存の観光要素

- ・名所・旧跡、グルメなどの一般的な観光要素
- ・サウンドスケープ、環境音楽
- ・季節限定を通年に。匂い、温度など五感にもうったえる。

② これまでは観光要素と捉えられなかった地域要素

- ・微地形、昭和レトロ、フォント、電線、トマソン
- ・こだわりのある人が知っている街の資源・価値
- ・地域の人こそが知っている街の資源・価値
- ・都市計画の市街地分析で得られる情報（コミュニティカルテ、都市計画基礎調査など）
- ・まちあるきワークショップで手に入る街の資源や課題（ガリバー地図）
- ・ストーリーテリング手法などで蓄積される場所に関しての人の思い

③ 聖地巡礼やコンテンツツーリズムにみられる「創作」から実空間へつなげる要素

- ・仮想/創造世界と実空間のリンク
- ・歌曲の詩をめぐる（例：椎名林檎：「丸の内サディスティック」「正しい街」）

9

メタ観光の可能性を無限にするレイヤー ①レイヤーとして捉える



④ バーチャルな世界で生成される要素

- ・ポケモンGoに代表される「位置ゲー」などによって市街地にゲームを埋め込む楽しみ
- ・インターネット上でのテキストコミュニケーション
- ・Instagram、YouTubeなどのインターネット上の視覚情報
- ・それらの作り手

⑤ (新しい) 体験価値

- ・その場をドローンで見る
- ・古戦場がそこに現れる
- ・テレビ番組（例：NHKスペシャル）の内容をその場で体験する

⑥ 美術作品

- ・浮世絵の世界観
- ・その場とのつながりを持ったアート作品（地域アートとしての現代アート）

10

スペシャルの内容がその場で再生され体験することになるかもしれません。最後に6つ目は「美術作品」です。浮世絵には多くの景色が描かれていてその世界観とともにその場で楽しむことができるでしょう。あるいは、その場の意味を汲み取った現代アート作品は、私たちに新しいレイヤーを提供しているといえます。

ここで、2つ目のレイヤーとして紹介した「これまでは観光要素と捉えられなかった地域要素」、それも地域の人が知っている街の資源・価値の実践例を1つ紹介します。「文京あなたの名所ものがたり」は、公式に記録された地域の歴史ではなく、その地域に住む・関わる方々が重ねてきた地域の歴史を描き出し共有するための新しい試みのワークショップであり、このワークショップではさまざまな場所の個人の思い出からその場所の魅力を再発見・創出していきます。元来は、地域の人に地域に対してより深く関心を持ってもらおうという意図での取り組みですが、ここで可視化される「体験・思い出」は、その場に触れる他者にとって非常に興味深い観光要素となることでしょう。

さて、もう1つの重要な要素が、メタ観光の可能性を実現するための技術・システムです。4つの段階として整理してみます。

1つ目が「情報を生み出す / 取りまとめる」段階。メタジェネレーター（メタラー）が活躍します。価値ある情報を創造すること、あるいは既存情報を取りまとめて、その取りまとめたことに価値が生まれること、そういったことが、ソーシャルメディアであったり、語りであったり、市民とのワークショップの場面や、もしかしたら行政資料の中からも生まれえます。2つ目が「情報を蓄積する」段階。情報技術的には、データベースとかサーバとか GIS（地理情報システム）とかを活用するということになりませんが、すでに様々なデータベースが運用されている現在において、解くべき課題はそれらを運用する社会システム・社会技術を構築することです。昨今、「都市 OS」という言葉がよく聞かれます。この都市 OS を拡張してメタ観光につなげられるか検討していきたいところです。3つ目の段階が「情報の取捨選択・編集」。ここでは、(メタ)キュレーターが編集者として活躍します。創造され、蓄積された情報を適切に取捨選択・編集して、メタ観光としての文脈を与えます。4つ目の段階が、「情報の開示と伝達」です。(メタ)キュレーターはナビゲーターとなります。開示と伝達の際には、GPS 機能 / 5G を装備し AR/MR/VR を実現するスマートフォンが活躍するでしょう。あるいは、街の中に埋め込まれたデジタルサイネージやフォログラム、もしかしたら古典的な掲示板が活躍するかもしれません。キュレーターはプラタモリの「タモリさん」(のような人) が理想ですが、萌キャラ仕立ての AI がキュレーターになるかもしれません。

さて、以上、メタ観光の可能性について論じてきました。最後にごく簡単にまとめてみましょう。まず、普段からまちづくりの現場に触れている私が直感的に感じたことは、メタ観光はこれからの「まちづくり」そのものでもあるということです。地域に目を向けて資源・価値を明らかにすること、それを通じてシビックプライドを醸成し、地域人材を育て、地域学習を活かす機会を作ることがメタ観光とまちづくりとに共通すると感じました。また、メタ観光で重要な役割を持つレイヤーを作るためには、メタジェネレーター（メタラー）に活躍してもらわねばなりません。そのためにメタラーをリスト化するわけですが、すでに面白いもの・人はたくさん存在していますし、そ

メタ観光の可能性を実現する技術・システム



- ① 情報を生み出す / 取りまとめる：**メタジェネレーター（メタラー）** [②コンテンツ化](#)
 - ・ 価値ある情報の創造と、既存情報のとりまとめ（とりまとめることで価値がうまえる）
 - ・ ソーシャルメディア、語り、行政資料、市民とのワークショップ
- ② 情報の蓄積
 - ・ データベース、サーバ、GISの活用、運用する社会システム / 技術（誰が？どこで？）
 - ・ cf. 都市OS ← 拡張してメタ観光につなげられるか？
- ③ 情報の取捨選択・編集：**（メタ）キュレーター as 編集者** [③その「場」でつらぬく](#)
 - ・ 情報の取捨選択、編集
- ④ 情報の開示と伝達：**（メタ）キュレーター as ナビゲーター** [③その「場」でつらぬく](#)
 - ・ スマートフォン：GPS、AR/MR/VR活用、5G、「思い出のぞき窓」¹⁾
 - ・ 街の中への埋め込み：デジタルサイネージ、フォログラム、掲示板、「まちづくりフラッグ」²⁾
 - ・ キュレーターは「タモリさん」(のような人) が理想だが、AIでも良いのか？
ゆるキャラ / 萌きゃらが良いのか？

(参考文献 / URL)

1) 東京大学大学院情報理工学系研究科 廣瀬谷川研究室「思い出のぞき窓」, <http://nozokimado.org/>

2) 真鍋陸太郎「21世紀型の住環境の評価: 様々な多様化をともなう住環境評価」, 都市計画, vol. 313, pp. 32-35, 日本都市計画学会, 2015

の時の「面白い」は先入観にとらわれないはいけないでしょう。また、メタラーは地域とつながっているということも大事な視点です。

メタ観光では ICT が重要な役割を担うということは明らかです。しかし、ここでの ICT は特段難しいことは（一部を除いて）要求しなくて良いのではないのでしょうか。どの場面で何が必要かを整理して、社会システム・社会技術として構築・実装できるかが大事なことだといえます。

(参考文献 / URL)

Ian L. McHarg, Design with Nature (Wiley Series in Sustainable Design) ペーパーバック, Wiley, 1995

Michael F. Goodchild, Citizens as sensors: the world of volunteered geography, GeoJournal, volume 69, pp. 211–221, 2007

真鍋陸太郎他『インターネット書込地図型情報交流システム「カキコまっぷ」の課題と展開可能性』, 都市計画論文集, No. 38-3, pp. 235-240, 2003

Storyplacers「あなたの名所ものがたり」, <https://bunkyomm.tumblr.com>

東京大学大学院情報理工学系研究科 廣瀬谷川研究室「思い出のぞき窓」, <http://nozokimado.org/>

真鍋陸太郎「21 世紀型の住環境の評価：様々な多様化をともなう住環境評価」, 都市計画, vol. 313, pp. 32-35, 日本都市計画学会, 2015

論考2 メタ観光と技術

一般社団法人メタ観光推進機構
理事・真鍋陸太郎

この論考は、2021年8月19日におこなわれたメタ観光シンポジウム vol. 2「メタ観光の基幹技術」での講演内容を書き起こしたものです。メタ観光推進機構のnoteにも掲載されています。

まずはメタ観光の定義の振り返りです。メタ観光の定義は「GPS および GIS により位置情報を活用し、ある場所が本来有していた歴史的・文化的文脈に加え、複数のメタレベル情報を ICT により付与することで、多層的な観光的価値や魅力を一体的に運用する観光」となっています。シンポジウムの冒頭、牧野代表理事からの主旨説明で「観光とは情報の消費」であると論じられ、メタ観光を「開発」と「振興」とに分けて考えることができると表現されました。

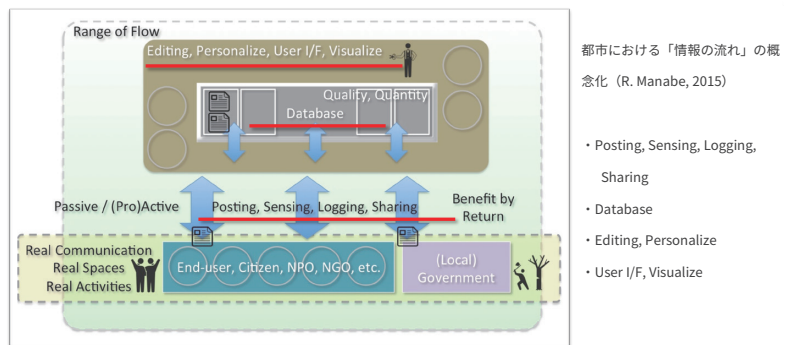
開発とは、メタ観光の資源となる「その場」にいくつものレイヤーとして存在する観光資源を発掘・発見あるいは創造し「メタ観光データベース」に収めその所在を地図という場所を媒体とした表現手法を持って表現・可視化するメタ観光マップを作っていくこと、「振興」とは表現・可視化されたメタ観光資源をキュレーションすることでより価値を高めて、ガイドツアーや地図・ガイドブック、アプリ・AR などによってコンシューマ（消費者）が情報消費する＝観光するということとなります。シンポジウムでは正式プレスリリース前ということで触れられませんが、当機構が2021年の夏から冬にかけて取り組むすみだメタ観光際で実施する取り組み内容が正にこのような構成になっています。

さて、私は2015年ごろに「都市の情報流」というモデルを提案しました。これは市民が都市で関わっている情報を「流れ」として捉えることで、いくつかの場面・技術的ファクターに整理できることを示したものです。観光が「情報の消費」であるなら、観光を「都市の情報流」の中で位置づけることができるのではないのでしょうか。このモデルの中から4つのシーン、収集、蓄積、編集、表現を取り上げ、それぞれのシーンごとにメタ観光に関係するだろう技術を整理していきたいと思えます。

以下、メタ観光の4つのシーンに関する技術やそれを論じる論点を提示し、最近の学術研究をいくつかあげています。本稿では学術研究についてどのような研究が行われているかは図をご参照ください

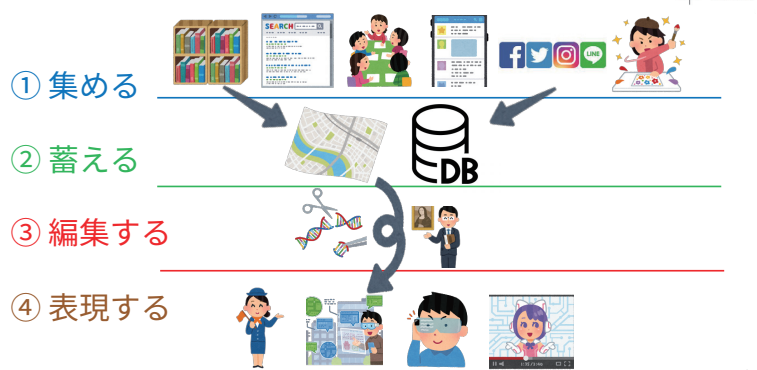
1つ目のシーンは、メタ観光の対象となる情報（観光資源）を集めるシーンです。メタ観光では、メタ観光資源として捉え直すということも含めて既にある情報の収集とメタラーなどによる新しい情報の創造が「集める」シーンとして考えられます。紙面に印刷されたものも含んだ既存のどちらかと

「都市の情報流」という概念



参考文献 Rikutarō Manabe (2015), Concept Model "the Flow of Information in the City", 14th International Conference on Computers in Urban Planning and Urban Management, Cambridge, MA USA 3

メタ観光の「情報」の流れをシーンに分解すると…



いうと整理されていない情報、インターネット等に既に整理され公開されている情報（Japan Search、Tokyo Museum Collection 他）、ネット社会で生まれてきたコンテンツ・個人の SNS 発信（YouTuber、Instagram 他）などが対象となる情報でしょうか。これらに対して、非電子化データを電子化したり、ネット資源をクロール・スクレイピングすることで収集したり、その際に適切な形でデータ抽出・テキスト置換・データ（形式）の変換をする、などの技術が関係してきます。一方で、新しい情報の創造については、微地形というどこにでもある要素がブラタモリでタモリさんがこだわることによって新しい観光要素として認識されたように、専門家・マニア視点による街の捉え直しや、地域に暮らす人々による資源の蓄積（例：地域の思い出、今昔写真など）、さらにはアーティストによる地域を題材とした絵画や写真などの創作が挙げられます。ここでは、地域を捉える柔軟な視点・技術（街を把握する技術）、さらには情報を引き出すためのワークショップの手法・技術などが必要となるでしょう。

次に、メタ観光の情報を蓄えて、広くアクセスを可能とするシーンです。主として「メタ観光マップ」を作成することを意識します。メタ観光マップをはじめ、情報（POI：Point Of Interest）が蓄積された電子地図では情報が蓄積されるデータベースとその情報を表現する地図の技術が重要でしょう。メタ観光のデータベースを論ずる際には、メタデータの仕様、メタ観光情報として整理する際のカテゴリ・レイヤー・タグという概念の関係性の整理、他のサービスとの連携なども考慮したオープンデータ化についての議論などがあります。地図として表現する際に、そのメタ観光マップはすべての人がアクセスできるような地図型データベースとなります。メタ観光の特徴はいくつものレイヤー・対象が重なっていることです。2次元の地図では重なりを表現することは古からの課題となっているわけですが、あえて重なっていることを「主張」する表示・可視化方法を考えなくてはなりません。また、次のシーンである「編集」のために、多くのメタ観光情報が表示されたメタ観光マップから「お気に入り」を選定・

① 集める：Collecting

Check! 最近の研究動向



佐藤 圭, 池田 圭佑, 坂井 菜, 伊藤 千輝, 栗原 聡

ソーシャルセンシングを用いた能動的な地域密着イベント情報の抽出

人工知能学会全国大会論文集, 2017, JSAI2017 巻, 第31回 (2017), セッションID 302-1, p. 3021

「…そこでSNS上のユーザへ能動的に情報収集を行うソーシャルセンシングを用いることにより、受動的なクロールでは取得することのできない地域密着イベント情報の抽出を行い…」

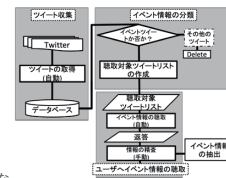


図1: 提案システムの3つのユニット



真鍋 陸太郎, 水越 伸, 宮田 雅子, 田中 克明, 満尻 真也, 栗原 大介

参加型コミュニティ・アーカイブのデザイン：デジタル・ストーリーテリングや参加型まちづくりの融合
デジタルアーカイブ学会誌, 2020, 4 巻, 2 号, p. 113-116

「…それらの実践で活用される簡易デジタル・ストーリーテリング手法である「テレフォンスコープ」…」

6

② 蓄える：Archiving

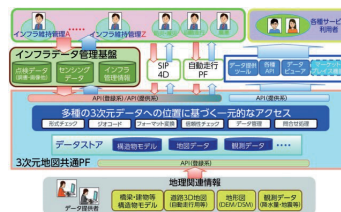
Check! 最近の研究動向



飯田 哲

オープンな地図情報データベース OpenStreetMap の紹介 ～自由な地図をみんなの手に～
情報の科学と技術, 2019, 69 巻, 6 号, p. 238-243

「OpenStreetMapとは、全世界を対象とした自由な地図データの作成プロジェクトである。OpenStreetMapプロジェクトは、誰でも参加することができ、誰でも利用できる自由な地理空間情報の作成と配布を行うプラットフォーム…」



金岡 亮, 衛藤 祥太

オープンデータの地理空間情報価値化プロセスにおける課題と展望
人工知能学会全国大会論文集, 2020, JSAI2020 巻, 第34回 (2020)

「…データの提供機関や元データの利用目的によって様々なデータ仕様、形式、時間的な粒度、空間的な粒度が異なるためデータを統合するには大きな障壁となっている…オープンな地理空間情報の加工・分析によるプロトタイプ作成…オープンデータとしての地理空間情報公開の課題および利用しやすいデータについて、最低限満たすべき要件を整理…」

3次元地図共通プラットフォームの検討 (出典：国立情報学研究所)

8

保存するような方法を用意する必要もあるでしょう。そのためには自ずと個人用サービスを提供することとなって
くるかもしれません。一方で、社会技術としてメタ観光マップの公共性を論じる必要もあります。誰が、どこに、
作るものなのか、それはWikiのようなユーザコミュニティによる情報蓄積なのか、行政はどのように関わって
くるのか。メタ観光マップの公共性はどの程度なものになるのでしょうか。

次の段階が、メタ観光として楽しむためにこれまでなかった新しい視点で対象を編集（キュレーション）するシー
ンです。メタ観光では、その場の楽しみ方を多様化・複数レイヤーすることができ、また対象となる観光要素が非
常に多くなるのでそれら多数の観光要素をもとに1つの場所から他の場所への誘導していくような楽しみ方もでき
ます。これまで観光対象ではなかったことを楽しめる観光要素として捉え直したり、場所で貫いて複数のレイヤー
の相互干渉（レイヤーの相互干渉、コンフリクト）を楽しんだり、空間的広がり意識して「面」（地域）として
楽しんだりすることがメタ観光の醍醐味です。そのために、エンタテインして、あるいは超訳して、これらの価値
を理解してもらうような編集（キュレーション）が必要です。キュレーション等に関する知識・技術としては、地
域をこれまででないマルチな思想・観点から深読みして楽しめるような知識を基礎とします。もしかするとAIが
このような知的作業をこなすようになるかもしれません。メタ観光というものは大所から言うと、観光の多様化・
民主化というパラダイムシフトへつながるものです。

さて、4つのシーンの最後となります。その場所の魅力の組み合わせを（ICTによる）豊かな表現力で表現するシー
ンです。メタ観光では、編集・キュレーションされた魅力を伝えるためにはICTの活用が不可欠だと考えています。
現実では触れることのできない情報が可視化され、さらにそれらが組み合わせて表現され、リアルな現実に「情報」
が表現・可視化されたことを楽しむ「観光」がメタ観光と言えますので、そこには現実空間や人間の感覚を拡張す

③ 編集する：Editing

Check 最近の研究動向



加藤 雄大, 山本 佳世子
利用者の訪問頻度を考慮した観光スポット推薦システムの構築
情報処理学会第82回全国大会, 3, pp. 349-350, 2020

「…インターネット上で多種多様な情報を容易に得られる…観光については、観光客は大量にある観光情
報の中から情報を取捨選択する必要…自分の目的に合った情報を見つけ出すことは困難…観光客の来訪頻
度を考慮した観光スポット情報を提供…観光客の来訪頻度に着目して、観光計画の立案および観光周遊を
効果的かつ効率的に支援することが可能な観光スポット推薦システムの構築…」



図2 入力画面

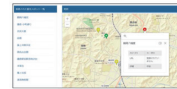


図3 推薦結果表示画面

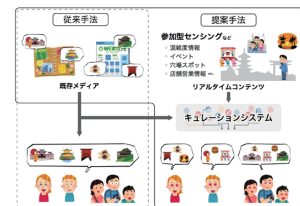


図1: 実時間観光コンテンツ編集システム

日高 真人, 松田 裕典, 河中 祥吾, 中村 優吾, 藤本 まこと, 荒川 豊, 安本 慶一
実時間観光コンテンツ提供に向けた観光情報収集・キュレーションシステムの提案
第68回 高度交通システムとスマートコミュニティ研究会 (ITS), 2017

「…観光客の趣味嗜好（プロフィール）といった静的情報に加えて、目的地及び移動経路の現在の混雑
度といった動的情報を考慮した観光コンテンツ…こうした情報の収集・更新 / 整理・編集には、観光
地側・観光客の双方に労力・時間・金銭の面で負担がかかる…情報の収集・更新に参加型セン
シング技術を、収集した情報の整理・編集にコンテンツキュレーション技術を用いることで、この問題を
解決するシステムを提案する。」

10

④ 表現する：Presentation

Check 最近の研究動向



泉川 真理南, 赤嶺 有平, 根路 銘もえ子
史跡等屋外展示施設におけるARを用いたガイドランスアプリケーションのUI開発
2018年 情報科学技術フォーラム(FIT)

「…史跡や博物館等の文化施設において、対象物と付加情報を視覚的に示すことができ…ユーザの
関心が強い対象を推定することで、タップ等の操作を行うことなく、有益な情報のみを提示する手
法の開発を行っている…」



図3 拡大するUI



福井 一喜
東京大都市圏に居住する若者の観光・レジャーにおけるSNS利用—「SNS映え」を克服する若者たち—
E-journal GEO, 2019, 14巻, 1号, p. 1-13,

「…若者の観光・レジャーにおけるSNS利用を、目的地による情報環境の差異と、SNS上での影響力の個人
差に着目…観光・レジャーにおいてSNSを積極利用するのは、SNS上での影響力が大きい者であり、彼ら彼
女らは情報探索時に自治体や観光協会のSNSアカウントよりも、企業のほか友人や知人などのSNSアカウン
トを参考にしている…こうしたSNS利用は、若者たちが置かれる他者評価を重視せざるを得ない相互監視的
な情報環境の中で、戦略的にICTを活用し観光・レジャーを効果的に実施しようとした結果だと解釈…」

図の典拠：進化する「インフルエンサーマーケティング」最新編 [青柳美帆子, ITmedia],
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/1804/10/news034.html>

12

る ICT による表現力が不可欠なわけですが。その際には、すでに開発されているものも含め様々な ICT を組み合わせることが考えられます。インタラクティブな Web 地図や電子掲示板を使って俯瞰的に情報を把握したり、VR や AR を活用して「その場」でのさまざまな表現で情報を体験したり、あるいは音声ガイドなどを用いて視覚だけではなく五感での体験も提供できたりするでしょう。また、YouTube 等によるインフルエンサー動画配信で視聴者がメタ観光ツアーを擬似体験することや、Google Earth 上での擬似ツアーも考えられます。

これらメタ観光に必要な技術を「メタ観光テック」とでも呼んでおきましょう。メタ観光の実現には、それぞれのシーンで ICT を主としたさまざまな技術が必要とされています。それら技術は、すでに実現されているものも多いように感じますが、メタ観光で活用することでより一般的に浸透していくこともあるでしょう。一方で、解くべき技術的・社会的な課題も多く残っているように思われます。それら課題を克服することが当面の課題とあると言えます。

(参考文献 / URL)

Rikutarō Manabe, Concept Model “the Flow of Information in the City”, 14th International Conference on Computers in Urban Planning and Urban Management, Cambridge, MA USA, 2015

佐藤 圭, 池田 圭佑, 坂井 菜, 伊藤 千輝, 栗原 聡, ソーシャルセンシングを用いた能動的な地域密着イベント情報の抽出, 人工知能学会全国大会論文集, 2017, JSAI2017 巻, 第 31 回 (2017), セッション ID 302-1, p. 3021

今治今昔物語, <https://www.facebook.com/groups/imabari.konjyaku/>

文京あなたの名所ものがたり, <https://bunkyomm.tumblr.com>

真鍋 陸太郎, 水越 伸, 宮田 雅子, 田中 克明, 溝尻 真也, 栗原 大介, 参加型コミュニティ・アーカイブのデザイン: デジタル・ストーリーテリングや参加型まちづくりの融合, デジタルアーカイブ学会誌, 2020, 4 巻, 2 号, p. 113-116

飯田 哲, オープンな地図情報データベース OpenStreetMap の紹介 ~自由な地図をみんなの手に~, 情報の科学と技術, 2019, 69 巻, 6 号, p. 238-243

金岡 亮, 衛藤 祥太, オープンデータの地理空間情報価値化プロセスにおける課題と展望, 人工知能学会全国大会論文集, 2020, JSAI2020 巻, 第 34 回 (2020)

加藤 雄大, 山本 佳世子, 利用者の訪問頻度を考慮した観光スポット推薦システムの構築, 情報処理学会第 82 回全国大会, 3, pp. 349-350, 2020

日高 真人, 松田 裕貴, 河中 祥吾, 中村 優吾, 藤本 まなと, 荒川 豊, 安本 慶一, 実時間観光コンテンツ提供に向けた観光情報収集・キュレーションシステムの提案, 第 68 回 高度交通システムとスマートコミュニティ研究会 (ITS), 2017

観光案内ナビタ, 表示灯, <https://www.hyojito.co.jp/ebook/hs/html5>

思い出のぞき窓, 東京大学大学院 情報理工学系研究科 知能機械情報専攻 廣瀬谷川研究室, <http://nozokimado.org/project.php>

AR と VPS 技術による DX 実証実験 | SOCIAL INNOVATION WEEK SHIBUYA 2019, 渋谷 5G エンターテインメントプロジェクト, <https://youtu.be/6bw5fVRJN2E>

泉川 真理南, 赤嶺 有平, 根路銘 もえ子, 史跡等屋外展示施設における AR を用いたガイダンスアプリケーションの UI 開発, 2018 年 情報科学技術フォーラム (FIT), 2018

福井 一喜, 東京大都市圏に居住する若者の観光・レジャーにおける SNS 利用—「SNS 映え」を超克する若者たち—, E-journal GEO, 2019, 14 巻, 1 号, p. 1-13

論考3 観光の系譜から見たメタ観光

一般社団法人メタ観光推進機構
理事・菊地映輝

はじめに

本稿の目的は、今日に至るまでの観光の系譜を簡単に整理し、そこにメタ観光を接続させることにある。時代とともに観光のあり方やトレンドは大きく変化してきた。それを確認することで、なぜメタ観光のような考え方が登場し得たのか、これまでの観光のどこにどういった形でメタ観光が接続するのかを筆者なりに説明してみたい。

観光の系譜

マスツーリズムが登場し、今日に至るまでの観光の系譜を確認しよう。マスツーリズムとは、「観光の大衆化であり、大量の観光者が発生する現象」（手島 2008: 11）である。手島廉幸によれば、もともと観光は、時間と資産を有していた富裕層のみが行うものであったが、先進国において大衆の経済力が向上し、旅行の商品化が進展して大衆にも拡大したことでマスツーリズムが生じたという（手島 2008）。また、日本においては1960年代からマスツーリズムがはじまったとされる。1960年代は、1964年に海外旅行の自由化が始まり、同年には東海道新幹線も開通している。また、1970年代にはジャンボジェット機も登場し、人々の国内外への移動が本格的になった。

しかし、1970年代以降はマスツーリズムの弊害や行き詰まり見えてくるようになる。弊害の1つは「観光公害」である。手島によれば、観光公害の具体例としては、環境破壊、不適切な観光施設、大衆の消極的行動等が挙げられる（手島 2008）。そのような中で、マスツーリズムにかわる代替物として多様な新しい観光の概念が生まれてきた。新しい観光には複数の呼称が当てられるが、その1つが「ニューツーリズム」である。2000年代頃から登場したニューツーリズムは、「厳密な定義づけは出来ないが、従来の物見遊山的な観光旅行に対して、テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた新しい形態の旅行」（観光庁 2010: 2）とされるものである。具体例としては、産業観光、エコツーリズム、グリーン・ツーリズム、ヘルスツーリズム、ロングステイ等の多様なものが挙げられる。これらは旅行商品化の際に地域の特性を活かしやすいため地域活性化への期待もなされた（観光庁 2010）。そして、地域活性化や地域資源の見直しを背景にニューツーリズムの中から新たに「着地型観光」という概念が生まれた。石戸秋洋によれば、着地型観光とは、それまでの旅行会社が主体となった送客型ビジネスである発地型観光に対して生まれたものであり、地域住民が主体となって観光資源を発掘し、1つの旅行商品を創り上げていくものである（石戸 2015）。発地型観光が送客型ビジネスであるのに対して、着地型観光は集客型のビジネスと言える。また、現地集合・現地解散の仕組みであることも、着地型と呼ばれる所以であると石戸は言う。近年では、観光の主役が地域住民に変わっていく流れの延長に、「観光の終焉」という議論も登場してきた。2017年にデンマークのコペンハーゲン市が打ち出した同市の観光戦略の中で使われた言葉である。同観光戦略の中では、観光客として扱われたい観光客が激減していることが指摘され、観光客を一時的な市民と見なして接すること、観光客もコミュニティに貢献できるはずであり、それがさらなる魅力になることが指摘されている。コペンハーゲン市民の生活こそが観光資源であるという考えのもと、マスメディアでキャッチコピーを届けることより市民一人ひとりからストーリーが伝わっていくことが大切であり、一人ひとりの体験が伝わっていくことが引いてはコペンハーゲンのブランディングの成功指標となるという考えが打ち出された⁽¹⁾。

情報化と観光

ここまで観光の系譜を筆者なりに整理してみたが、それとは別の潮流が存在し、それが観光に大きな影響を与えていると考える。それは「情報化」である。90年代にインターネットが登場して以降、私たちの生活は大きく変容している。今日ではスマートフォンの登場がそうした変容に拍車をかけている。令和2年度のスマートフォンの保有率は、全世帯のうち86.8%となっている（総務省 2021）。私たちはスマートフォンを活用することで、GPSやGISを日常生活の中に取り入れている。地図を見ながら世界中のどこへでも移動することができ、その際

に自分が地図上のどこにいるのかも知れるようになった。さらには、スマートフォン上で SNS 等のソーシャルメディアにアクセスすることで、自分の現在位置を他者とのコミュニケーションの「ネタ」として使えるようになった。ソーシャルメディアのうち SNS の利用率は令和 2 年度で 73.8% となっている（総務省 2021）。

上記のような情報化と呼ばれる現象が進展することで、観光はどのような影響を受けているのだろうか。トリップアドバイザーが 2013 年に行った調査では、旅行先の決定にあたりソーシャルメディアが大きな影響を与えていることが判明している⁽²⁾。調査によれば、日本の旅行者の 90%、世界的にも 85% が旅行先の決定にあたりソーシャルメディアが影響したと回答している。さらに、旅行計画中に最も役に立った情報源は、全世界・日本ともに旅行口コミサイトが 1 位だと回答している。これとは異なる調査においても同様の結果が出ている。UGC（User Generated Contents）プラットフォーム大手の Stackla の調査では、特定の旅行先に興味を持つ「きっかけ」となるのは、旅行サイトに掲載するプロの写真やインフルエンサーが展開した写真ではなく、身近な人の SNS 投稿あることが判明している⁽³⁾。これはアメリカ、イギリス、オーストラリアの消費者 1,590 人と B2C マーケター 150 人を対象に同社が実施した調査であり、86% の旅行者が友人や家族、同僚等の SNS への投稿写真をきっかけに、特定の旅行先に興味を抱くように（これはインフルエンサーによる影響を上回る）なったことが判明した。また、旅行の計画時に、60% が「実際の旅行者による SNS 投稿」が最も影響力を及ぼすコンテンツだと回答している。さらには、そうした他人からの影響を受けて旅をおこなった人々も旅行先でコンテンツを生み出す。実際に 83% の回答者が良い印象を持ったホテルやリゾート体験を投稿したいと回答していた。これらの調査から分かることは、情報化が観光のあり方に大きな影響を与えているということである。具体的には、旅行を行う人々が SNS 等のソーシャルメディア上に発信する情報こそが、他者の旅行に大きな影響を与えているということである。

先程、発地型から着地型へと観光のあり方が変化したことを指摘したが、情報化はさらに旅行者自身へと観光の主導権を移した。ここまでで紹介した調査では、実際に観光地に行った経験がソーシャルメディアを介して、他の旅行者に伝わっているというものであったが、ソーシャルメディア自体が旅行の目的になる場合もある。マーケットの原田曜平は、大学生との座談会の中で、「インスタ映えしそうな場所に旅行に行く」ことについて議論している。その中で、座談会に参加した学生が、多くの若者が Instagram 映えしそうな場所に旅行に行っていると答えている⁽⁴⁾。例としては、瀬戸内にある「道の駅 小豆島オリーブ公園」が挙げられた。この公園は、実写版の映画『魔女の宅急便』のロケ地になっており、作中に登場する空を飛ぶシーンのように見える写真を撮るために、多くの人々が訪れているという。これはソーシャルメディアが観光に影響を与えるという例であると同時に、コンテンツツーリズムと呼ばれる現象の実例であるとも解釈できる。コンテンツツーリズムとは「地域に関わるコンテンツ（映画、テレビドラマ、小説、まんが、ゲームなど）を活用して、観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズム」（国土交通省・経済産業省・文化庁編 2005: 49）である。代表的なものは「アニメ聖地巡礼」と呼ばれる、アニメ作品に登場するシーンの舞台となった場所や作品にゆかりのある場所をファンが訪れるというものである。コンテンツツーリズムの根幹は「地域に『コンテンツを通し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」（国土交通省・経済産業省・文化庁編 2005: 49）にあるとされる。仮にその場所に本来の観光資源が乏しくとも、アニメ等のコンテンツ作品の舞台になることで、地域に固有の物語性やテーマ性が付加されるため、新たな観光資源が生まれるとして大きな注目を集めている。コンテンツツーリズム自体が情報化を受けて登場した観光現象であると言える。岡本健は、アニメ聖地巡礼の特徴は、「インターネットを用いた旅行者や地域住民の情報発信の影響力の強さ」（岡本 2020: 52）であると指摘する。岡本は、アニメ聖地巡礼では「観光情報の流通が、観光産業やマスメディア、自治体などではなく、旅行者や地域の個人によるそれぞれの発信の集合によって成立していた」（岡本 2020: 52）と述べているが、これは先程確認した旅行時におけるソーシャルメディアの役割を指摘する調査結果と一致するものである。

ここまで見てきた情報化と観光のあり方は、近年「スマート・ツーリズム」という概念でも呼ばれるようになっている。スマート・ツーリズムは、スマートシティから由来したものであり、①情報伝達における携帯端末の利用、② SNS などを経由して観光者と観光サービスの提供者、観光者間の情報共有の活発化、③公的機関や観光事業者、IT 技術、研究者などの多様なステークホルダーによる連携の 3 つが特徴として挙げられる（李 2019）。

最後に、新型コロナウイルスについても触れておこう。ここ数年は世界的な新型コロナウイルスの流行により観光業界は大きなダメージを受けた。そうした中で観光庁は、観光がなされる時間と場所を分散させて旅行需要の平

準化を図る「分散型観光」を進めている⁽⁵⁾。これも観光の系譜を考える上では、大きな変化と言えよう。

観光の系譜から見たメタ観光

以上の議論を踏まえて「メタ観光」をこれまでの観光の系譜に位置づけてみたい。まず、ここまで確認してきた観光の系譜を整理する。

日本において1960年代から登場したマストゥリズムは、1970年代以降に弊害や行き詰まりが見えてきたことで、ニュートゥリズム等の多様な観光概念を生み出す。ニュートゥリズムは、テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた新しい形態の旅行であり地域活性化への期待もなされた。さらにニュートゥリズムの中から、地域住民が主体となって観光資源を発掘し、1つの旅行商品を創り上げていくものである「着地型観光」という概念が誕生した。ここまでの流れは、観光というものが、時代とともにパーソナライズされていき、なおかつ大都市にある企業から全国の地域や個人によって企画されていくようになった変化として整理できるだろう。また、観光の系譜に加えて、情報化の進展も確認した。人々はスマートフォンやSNS等のソーシャルメディアを活用し、位置情報を活用しながら旅行に関する情報を発信し、それが新たな観光現象を生み出していた。そこでは観光経験がソーシャルメディア上のコミュニケーションとして他者に伝えられるだけでなく、時にはソーシャルメディア上のコミュニケーション自体が観光行動の目的にもなっていた。それらはコンテンツゥリズムやスマート・トゥリズムといった呼称で近年注目されるようになってきている。また、ここ数年は新型コロナウイルスの流行により観光業界は大きなダメージを受けており、そうした中で観光庁は「分散型観光」を打ち出している。

次に、メタ観光についても見ていこう。メタ観光は「GPSおよびGISにより位置情報を活用し、ある場所が本来有していた歴史的・文化的文脈に加え、複数のメタレベル情報をICTにより付与することで、多層的な観光的価値や魅力を一体的に運用する観光」と定義され、下図のようなモデルとして理解される。

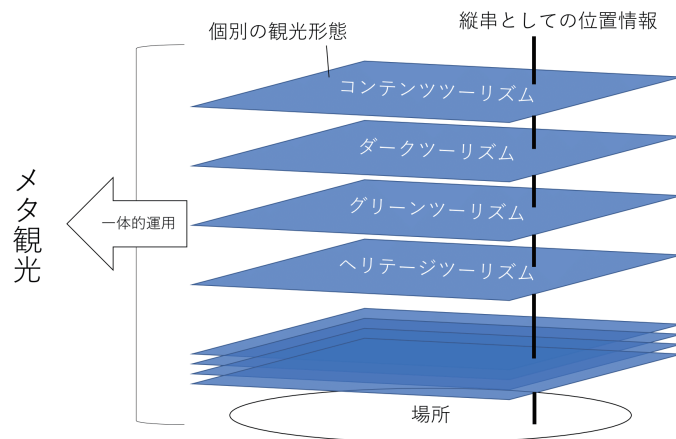


図. メタ観光のモデル図

メタ観光では、「〇〇ゥリズム」として表現される、一つ一つの観光形態（あるいは観光要素）をレイヤーとして捉え、それらを位置情報を使って一体的に運用することができる。仮に1つの観光形態の規模が小さくとも、複数の観光形態を束ねることで、厚みをもった観光が展開できるのが大きな魅力と言えるだろう。

さて、本稿の目的である観光の系譜にメタ観光を位置づけることはどのようにして行えるのであろうか。まず、マストゥリズムからニュートゥリズムへと移行する中で多様な観光のあり方が登場したことは、メタ観光においてはレイヤーの多様性として表現されるだろう。メタ観光はマストゥリズムを前提としているのではなく、多種多様な観光が存在していることを前提とした考え方なのである。また、ニュートゥリズムから生まれた着地型観光の概念やコペンハーゲン市の観光戦略で打ち出されているような、地域の人々が見出した観光資源や市民一人ひとりのストーリーといったものもメタ観光ではレイヤーとして追加できる。

そうした多様なレイヤーを位置情報で結びつけるという点で、メタ観光は情報化の進展の上に成り立つものである。先にも見た通り、今日では多くの人々がスマートフォンとソーシャルメディアを使いこなしている。それらが観光の中に入ってきたことによって、メタ観光が成立するようになった。また、ソーシャルメディア上のコミュニ

ケーションが観光行動に繋がっていることもメタ観光では扱うことができる。モデル図にもある通り、コンテンツツーリズムも1つのレイヤーとして扱うことができるし、インスタ映えのようなソーシャルメディア上で「ウケる」写真を撮影することも1つの観光形態あるいは観光要素としてレイヤー化できる。また、コロナ禍で生まれた「分散型観光」のような旅行需要の平準化を実現する上では、今後ICTを活用することも出てくるだろう。すなわち、ICTを使って観光地の混雑度を計測・予測したりするようになることが予想される。また、観光地エリアでのコロナの感染状況がリアルタイムでモニタリングされるようになる可能性もあるだろう。こうした観光地の混雑度や安全性にまつわる情報もレイヤー化すれば、より多くの人々が観光を楽しめ、コロナ禍でダメージを被った観光業の復活に貢献するのではないだろうか。

時代によって観光のあり方は変化してきたが、メタ観光はそうした変化にきちんと対応しているものと言えるだろう。あるいは、メタ観光はそうした時代により変化していく観光を一段上のメタなレベルから包摂する観光概念と見なすこともできるのではないか。メタ観光では位置情報を使って多様なレイヤーを接続するが、今後観光に生じるどのような変化であっても位置を同定することができればメタ観光に接続することが出来る。そうした意味においてメタ観光はこれからも大きな可能性を秘めていると筆者は考えている。

(補注)

- (1) 【Inside/Outside】観光の終焉を宣言したコペンハーゲンの歩き方 | コラム | シリーズ | ECOZZERIA 大手町・丸の内・有楽町 サステイナブルポータル <https://www.ecozzeria.jp/series/column/column190625.html>
- (2) ソーシャルメディア活用が9割超え、旅行先選びに大きな影響 トリップアドバイザー調査 | トラベルボイス (観光産業ニュース) <https://www.travelvoice.jp/20130317-2201>
- (3) 【調査】旅行者の9割が「身近な人の SNS 投稿」をきっかけに旅の目的地を選ぶ UGC の影響度が年々上昇 | 民泊・ホテルテックメディア Airstair <https://airstair.jp/travel-booking-cycle/>
- (4) 旅行目的は「インスタ映え」大学生の本音「映え写真」のためならどこへでも | PRESIDENT Online (プレジデントオンライン) <https://president.jp/articles/-/27377>
- (5) 「分散型旅行」で混雑を緩和～官民が協力して旅行需要の平準化に取り組みます～ | 2020年 | 報道発表 | 報道・会見 | 観光庁 https://www.mlit.go.jp/kankocho/news06_000489.html

(参考文献)

- 石戸秋洋, 2015, 「着地型観光の可能性～地域と観光のあり方～」『学が丘論集』24, 23-43.
- 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.
- 観光庁, 2010, 『ニューツーリズム旅行商品 創出・流通促進ポイント集.(平成21年度版)』観光庁.
- 岡本健, 2020, 「コンテンツツーリズムとインバウンドー現実空間・情報空間・虚構空間の移動を考える」『IATSS Review (国際交通安全学会誌)』45(1), 51-57.
- 李崗, 2019, 「中国におけるスマート・ツーリズムの展開と特徴」『紀要 = Bulletin』12, 35-46.
- 総務省, 2021, 『令和2年通信利用動向調査ポイント』総務省.
- 手島廉幸, 2008, 「マストツーリズムの歴史的変遷と今後の行方」『日本国際観光学界論文集』15, 11-7.

6. 各理事の 2021 年度の振り返りとこれから

代表理事 牧野 友衛

「メタ観光」はアニメツーリズムやインスタ映え、ポケモン Go、街歩きといった現在起こっている現象を、観光の多様化として1つのオンラインの地図にレイヤーの形で可視化することを目的とした。コロナ禍になり、移動を制限される中で地域で過ごす時間が増え、自分の住む地域の価値や楽しみ方の「発見」を多くの人たちが経験した。その経験があったからこそ、メタ観光の提唱する地域の多様な価値化がより自分ごととして理解してもらおうことが出来たと思う。その意味では、またメタ観光はウィズコロナ・ポストコロナに対応した観光のあり方にもなったと思う。

一方でコロナ禍が観光に突きつけた問題もあった。観光の名の下、外部の人が地域に入ってくることが感染リスクの増加と考えると、訪日外国人、そして東京を含む大都市圏からの流入に拒むということが起こった。今後国内、そしてインバウンドの観光が戻っていくに際して、地域の住民を巻き込んだ観光を作らなければ住民、観光客ともに不幸な結果となる。地域の住民の観光受容度が今後観光の復活の重要な要素だと改めて気付く機会となった。メタ観光による地域の多様な魅力の可視化は、旅行者のみならずその地域に住む人たちにも地域の価値を気付くことになり、それがシビックプライドにつながることで観光受容度をあげることに繋がると、すみだメタ観光祭の実践を通じてより確信を持てるようになった。

今後の機構の活動としては、メタ観光と観光受容度の関係性について考え、さらに地域と観光を作ることに繋がる活動を進めていきたいと考えている。

理事 玉置 泰紀

メタ観光に照らされたウォーカー・リボンから LOVE Walker への道

メタ観光の概念が生まれて6年。マルチメディア×マルチデバイスで地域情報を拡張的に構築しようとしたウォーカー・リボンを提唱したのが、その一年前の2015年。ウォーカー・リボンをやりきることは力不足でできなかったが、昨年1月に立ち上げた西新宿 LOVE Walker は、紙のウォーカーが終わったことにより実現した。その後、横浜 LOVE Walker、みなとみらい LOVE Walker、夜景 LOVE Walker も立ち上がった。ウェブサイトを母艦にツイッターを主武器、YouTube や Instagram、場合により紙のムックやパンフレットも活用し、リアルイベントもリンクさせて、今は、西新宿スマートシティ協議会にも参画している。マルチメディア×マルチデバイスの実現だ。



ウォーカー・リボンで実現しようとした都市の写し絵は、デジタル・ツインとは違い、精密なコピーを作るのではなく、半ば、見立ての日本庭園を造るような、アウラをイメージしていた。オーラともいわれるガラテン語のアウラは、ワルター・ベンヤミンが使って有名になった、“本質”のような一瞬の輝きを言う。私自身は、観光でも、都市機能でも、旨い店でも、そのエリアが放つ多層的なアウラ、実在を直感的に理解することを、メタ観光と呼んでいたと思う。メタ観光こそがウォーカーの導きであった。

理事 伏谷 博之

先の見えない時代に観光資源の見える化を可能にするメタ観光は、ポストコロナの観光新時代を牽引する新しい概念であり、取組手法となる。そんな思いを持ってメタ観光推進機構のスタートに臨んだ一年目であった。墨田区を舞台として展開した『メタ観光祭』は、そんな思いを確信に変えてくれる取組となった。具体的にはメタ観光手法によってこれまで見えてなかった観光資源の可視化の実現が可能であることや、GPS 上の同じ地点に複数の来訪目的が存在することがわかった。同プロジェクトで作成したメタ観光マップからは、観光資源のロングテール化が見てとれ、人々は多様な目的とスタイルを持って旅を楽しんでいるのではないかと仮説の裏付けも一定程度できたのではないだろうか。ソーシャルメディアやスマートフォンは情報流通やコミュニケーション、音楽や映像の楽しみ方に至るまで、私たちの文化・社会・経済、そして生活そのものに大きな変化をもたらした。では、観光にはどのような変化をもたらしているのか。メタ観光は、この大きな問いへの回答となるだけでなく、その先に向けた新たな楽しみ方を見出していきたい。



理事 真鍋 陸太郎

メタ観光推進機構が本格的に始動して1年目にも限らず「すみだメタ観光祭」ではメタ観光の諸要素を実践的に試行できた。何回か開催したワークショップでは、これまでは観光要素として捉えられることのなかった地域資源が観光という文脈で可視化された。メタ観光マップは仕様検討そのものと同時に進める必要があったことから既存のオープンな umap やその他細かなサービスを自前で組み合わせることで作り込んでいった。非常に興味深い作業の成果としてこれまでにない観光地図ができたと思っている。何はともあれ、ワークショップもメタ観光マップ作りも楽しかった。実践的な成果をあげることができた1年を振り返り、次の1年はメタ観光のあり方をより丁寧にみていく必要を感じている。シンポジウムではメタ観光に必要な技術や観光学としての位置づけを識者に論じていただいたが、その内容も踏まえてまずはメタ観光たりえているかを検討できる指標を考えていくことになるだろうか。指標を提示するという場合には、どの地域でも簡単に手に入るデータで全国一律に評価したいということがある反面、メタ観光の諸条件はこれまで統計的に調査されていないということが難しい点であると感じている。悩ましいことは、また解けたときの充実感につながる。メタ観光がいろいろな意味で楽しさにつながるよう引き続き頑張っていきたい。



理事 齋藤 貴弘

日本の地域には、地域ならではの魅力に溢れる観光資源が無数に存在する。それらが持つ魅力は歴史の長短、規模の大小、有名無名に左右されるものではないし、だれかにとっては意味がなかったとしても、だれかにとっての宝になりうる。観光資源が持つ価値を特定のだれかが定義することはできないし、すべきではない。受入れ客数や宿泊日数、観光消費額だけでは測りきれない地域の価値をいかに可視化し、捉えていくか。ここで重要なのは、「数」だけではなく、その価値に光をあてる“まなざし”の多様性だ。そのよう“まなざし”の多様性をデジタル技術によって担保しようとするのがメタ観光の目指すアプローチと言える。メタ観光の世界では、観光客はただ与えられた観光商品を消費するのではなく、地域の魅力を発見し、発信していくことで地域をエンパワーしていく存在となりうる。そして、これは文化庁が推進する文化観光施策の問題意識のひとつでもあり、墨田区を舞台として展開した『メタ観光祭』は、まさにそれを実証する取組となった。地域の宝は誰かに見つけられるのを待っている。その接点をつくるのがまさにメタ観光の取組みと言えよう。



理事 菊地 映輝

新型コロナウイルスによって世界中の観光業界は大きなダメージを被り続けている。そんな最中に誕生した一般社団法人メタ観光推進機構であるが、観光の新たな領域を切り開くものとして、そしてコロナ禍によって弱った観光を復活させる兆しの1つとして、社会から大きな期待をお寄せいただいたと思っている。そのような背景もあり、発足間もない組織（しかもメンバーは6人だけ！）としては、十分すぎるくらい沢山のチャレンジをした一年であった。個人的には、本冊子にも論考が収められている通り、これまでの観光の系譜にメタ観光を接続することができたというのが大きな成果であった。これは言うなれば、メタ観光を展開していく上での理論的な土台を整えたということであり、来年はその上により社会が求める「成果」を打ち立てられるよう努力をしていきたい。



新型コロナウイルスは未だに人々の移動を抑制しており、依然として観光業界は暗闇の中にある。一般社団法人メタ観光推進機構は、皆さんと共に明かりが見える方へとこれからも歩みを進めていきたい。

7. 賛助会員・協力会員

特別賛助会員

日本ユニシス株式会社

The logo for UNISYS, featuring the word "UNISYS" in a bold, red, sans-serif font. The letter "I" has a red dot above it.

株式会社 大丸松坂屋百貨店

The logo for JFR Group, consisting of a purple circle containing the white letters "JFR", with "JFR GROUP" written in purple below it.

大丸松坂屋百貨店

日本電気株式会社

\Orchestrating a brighter world

The logo for NEC, featuring the letters "NEC" in a bold, blue, sans-serif font.

協力会員

豊島区

三鷹商工会

<https://metatourism.jp/>



@metatourismjp

メタ観光推進機構 2021 年度会報誌 Metatourism Annual Report FY2021

発行日 2022 年 3 月 16 日

発行 一般社団法人 メタ観光推進機構

東京都渋谷区広尾 5 丁目 9 番 9-301 号

定価 本体 1,000 円+税