

メタ観光推進機構 2022 年度会報誌
Metatourism Annual Report FY2022

2023 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. 2022 年度の活動・メディア掲載	2
3. 「メタ観光」の商標登録	4
4. シンポジウムの記録	5
メタ観光オンラインシンポジウム vol. 5 「メタ観光とまちづくり ～まちを観光化する～」	
メタ観光オンラインシンポジウム vol. 6 「メタ観光 DX ～スマートシティ meets メタ観光～」	
5. 取り組み紹介	15
松山メタ観光マップ	
柳川市でのメタ観光地図公開	
官民連携講座「地方創生カレッジ SDG s フィールドミュージアム奈良」スタートアップ 会議～歴史文化 DX による観光と地域産業の活性化～	
酒井優任さんの取り組み（STEAM 人材育成事業「小学生スタートアッププロジェクト 2022」）	
6. 特集論文	21
異文化間コンフリクトを乗り越えるための創造的対話についての試論	山村高淑
AI 時代に向けてのメタ観光情報のあり方	仲野潤一
空間・モビリティ・地域観光とメタ観光をめぐる一試論	伊藤将人
7. 各理事の 2022 年度の振り返りとこれから	45
8. 賛助会員・協力会員	48

1. ご挨拶

機構2年目となる今年度は「すみだメタ観光祭」についての企業や自治体等からお問い合わせ頂くことも多く、メディアやセミナーでご紹介する1年となりました。当機構の設立目的はメタ観光の概念を広げることで多様性のある観光を実現することにあるため、すみだメタ観光祭、またその成果物としての「すみだメタ観光マップ」を実現出来たことで、より具体的に理解して、地域での展開を検討してもらうことが出来ました。機構がすべてを実践することは出来ないため、どなたでも同様の取り組みができるように、「すみだメタ観光祭」の報告書の公開、メタ観光マップを作れるように作り方のノウハウの公開、またすみだメタ観光マップのデータそのものの公開と利用できる環境作りも今年度の取り組みとなりました。

また学術面に力を入れた年でもありました。当機構の特徴として、実務と学術の両面からメタ観光の推進・普及に取り組むところと考えています。今年度はメタ観光が貢献しうる観光以外の領域と考える「まちづくり」と「スマートシティ」をテーマにそれぞれの第一線で活躍・研究される方々をお招きしたシンポジウムを開催しました。また、当初より予定していましたが今年度の会報誌に初めて、3人の先生方による寄稿論文の収録を行いました。

今年度は新たに株式会社ゼンリン、角川アスキー総合研究所、株式会社JTBコミュニケーションデザイン、NECの4社にご参加いただき、6社まで拡大することが出来ました。活動を支えていただいた賛助会員の皆様にお礼を申し上げたいと思います。ありがとうございます。

国内では旅行消費額17兆円と2019年の8割まで回復し、また訪日観光客も急激にやり始め12月は2019年の5割まで回復しています。それでも観光の多様化の流れは変わらず、さらにそれを推し進めるとが日本の観光のさらなる発展になるため、当機構としては引き続きメタ観光を全国に広めていきたいと思っています。



一般社団法人メタ観光推進機構

代表理事 牧野友衛

2. 2022 年度の活動・メディア掲載

2022 年度活動概要

2022 年 6 月 17 日

すみだメタ観光マップのタグデータを公開 (note 記事)

2022 年 6 月 17 日

賛助会員との懇親会「隅田川屋形船メタ観光ツアー」

2022 年 8 月 4 日

メタ観光オンラインシンポジウム vol. 5 「メタ観光とまちづくり ～まちを観光化する～」

パネリスト 西村 幸夫 (國學院大學教授) 大谷 典之 (三菱地所株式会社)
島原 万丈 (LIFULL HOME'S 総研所長)

2022 年 9 月 19 日 (台風のため中止)

「居留地メタ観光マップシンポジウム」

2022 年 12 月 23 日

メタ観光オンラインシンポジウム vol. 6 「メタ観光 DX ～スマートシティ meets メタ観光～」

パネリスト 鈴木 昌幸 (岡崎市) 下山 紗代子 (一般社団法人リンクデータ)
中尾 文宏 (角川アスキー総合研究所)

2023 年 2 月 18 日・3 月 8 日・3 月 12 日

官民連携講座「地方創生カレッジ SDG s フィールドミュージアム奈良」スタートアップ会議～歴史文化 DX による観光と地域産業の活性化～

2 月 18 日

第 1 回ワークショップ「メタ観光ワークショップ」Google マイマップで「ならグルメマップ」を創ろう～奈良の食とまちの魅力に「気づく」「楽しむ」「広める」～ (BONCHI 3 階会議室/オンライン)

3 月 8 日

パネルディスカッション/観光 DX セミナー 登壇: 牧野友衛代表理事

第 2 回ワークショップ「メタ観光ワークショップ」Google マイマップで「歴史エンジョイマップ」を創ろう～「気づく」「楽しむ」「広める」～ (奈良公園バスターミナル レクチャーホール)

3 月 12 日

第 3 回ワークショップ Google マイマップ合同発表会 (奈良春日野国際フォーラム 薨 会議室 2 /オンライン)

2023 年 3 月 30 日

メタ観光シンポジウム vol. 7 「2022 年度メタ観光総会」

場所 TimeOut Café & Diner

モデレータ 堀口 ミイナ 逢坂 裕紀子 (東京大学文書館 特任研究員)

主なメディア等掲載・講演など

(執筆・掲載)

地域活性 on ASCII：福岡県柳川市で開催したシンポジウム『メタ観光都市・柳川と立花宗茂・闇千代ゆかりの地』のメタ観光地図を公開 2022年7月7日(玉置)

(登壇)

神奈川大学観光プラットフォーム「After コロナ研究会」：地域の多様な価値を観光資源として可視化するメタ観光 2022年7月12日(牧野)

(掲載)

観光経済新聞(紙面、Web版)：メタ観光シンポジウム Vol.5「メタ観光とまちづくり～まちを観光化する～」 2022年8月23日

(登壇)

プラットフォーム学連続セミナー vol.18「観光ビッグデータとプラットフォーム学」～持続可能な観光業や地方創生にデジタルツーリズムが不可欠な理由～ 2023年2月7日(玉置)

(登壇)

インバウンドカンファレンス【GLOBALIZED インバウンド 2.0 訪日 DX で進化する日本の未来】 2023年2月16日(齋藤)

(掲載)

ながさき経済web：まちの魅力を可視化する『メタ観光』【前編】【後編】 2023年2月20日、24日(牧野)

(登壇)

近畿経済産業局の関西オープンファクトリーフォーラム Vol.14「地域一体型 OF×EXPO2025 大阪・関西万博の可能性」 2023年3月13日(玉置)

3. 「メタ観光」の商標登録

当機構は「メタ観光」という新しい観光概念を広めるために設立しました。それはテクノロジーの発展と浸透により、観光行動のみならず、何を観光とするかの観光の定義も変化している中で、観光の多様化のために積極的にそうした変化を進めることを目的としていました。メタ観光の概念の普及は機構単体で出来るものでなく、賛同いただける個人・団体の皆さんと一緒に進めていきたいと考えています。そのためこの「メタ観光」を機構として独占する意図はなく、誰もがメタ観光の取り組みをできるように取り組みの成果についても可能な限りオープンに公開し、今年度はデータそのもの公開まで行っています。これは現在も今後も変わることはない、機構としての立ち位置です。

しかしながら、昨今のメタバースのブームにより、「メタ観光」をメタバース観光の略語として利用されるケースが出てきました。また、Facebook 社がメタに社名変更したことで、今後メタに付属する言葉を使ったサービスやプロダクトが出た場合に「メタ観光」も利用されるケースがゼロとはいえません。そのため、機構として定義した「メタ観光」の概念を広めるためにあえて商標登録をすることとしました。これは「メタ観光」の商標の利用を禁じるためではなく、「メタ観光」を広めることに賛同していただく皆さんの取り組みを守るためのものと考えています。引き続き、地域でのメタ観光の取り組みはぜひ積極的に行ってください。

ご理解とそして引き続きのご支援をお願いいたします。

代表理事 牧野友衛

商標登録証
(CERTIFICATE OF TRADEMARK REGISTRATION)

登録第6590168号
(REGISTRATION NUMBER)

商標 (標準文字)
(THE MARK)

メタ観光

指定商品又は指定役務並びに商品及び役務の区分
(LIST OF GOODS AND SERVICES)

第35類 経営の診断又は経営に関する助言、事業の管理、市場調査又は分析、商品の販売に関する情報の提供、消費
その他別紙記載

商標権者
(OWNER OF THE TRADEMARK RIGHT)

東京都渋谷区広尾五丁目9番9-301号
一般社団法人メタ観光推進機構

出願番号
(APPLICATION NUMBER) 商願2022-001665

出願日
(FILING DATE) 令和4年1月10日 (January 10, 2022)

登録日
(REGISTRATION DATE) 令和4年7月21日 (July 21, 2022)

この商標は、登録するものと確定し、商標原簿に登録されたことを証する。
(THIS IS TO CERTIFY THAT THE TRADEMARK IS REGISTERED ON THE REGISTER OF THE JAPAN PATENT OFFICE.)
令和4年7月21日 (July 21, 2022)

特許庁長官
(COMMISSIONER, JAPAN PATENT OFFICE)

濱野幸一

4. シンポジウムの記録

メタ観光オンラインシンポジウム vol. 5 「メタ観光とまちづくり ～まちを観光化する～」

■ 日 時 2022年8月4日(木) 19:00 - 21:00

■ 場 所 オンライン(有料 zoom ウェビナー)

■ プログラム

1. 挨拶 牧野 友衛(代表理事)
2. 解 題 真鍋 陸太郎(理事)
3. 事例紹介
西村 幸夫(國學院大學教授)
大谷 典之(三菱地所株式会社)
島原 万丈(LIFULL HOME'S 総研所長)
4. パネルディスカッション
パネリスト: 事例紹介の3氏、齋藤 貴弘(理事)
コーディネータ: 伏谷 博之(理事)
5. まとめ・告知 玉置 泰紀(理事)

オンラインシンポジウム第5回は『メタ観光とまちづくり～まちを観光化する～』というテーマのもと開催された。発表は國學院大學観光まちづくり学部長・教授の西村幸夫氏、三菱地所エリアマネジメント企画部/特定非営利活動法人大丸有エリアマネジメント協会事務局長の大谷典之氏、LIFULL HOME'S 総研所長の島原万丈氏の3名によって行われ、それを受けてパネルディスカッションがなされた。

まず西村氏より、甲府の1900年代の地図を見ながら現在の街並みと比較し、まちづくりという活動がもつ物語性について発表があった。地図を通してまちの歴史を見てみると、そこには様々な変化の痕跡がある。例えば甲府の地図では、中世に建てられた城館、近世の城下町、そして近代に敷かれた鉄道によってまちが構成されており、様々な時代の建造物が重なり合っていることがわかる。まちの変化を見ることで、そこに一つの物語が本のように立ち現れるのである。このような変化はまちの歴史であると同時に、まちづくりを行ってきた住民の物語でもあると西村氏は述べる。まちの物語は、住民にとっては自分たちが書き手としてその続きを紡いでゆくものであり、観光客にとってはそれが観光資源になりうる。自分たちのまちの過去を見ることから未来を構想する、というまちづくりの本質が西村氏の発表によって明らかとなった。

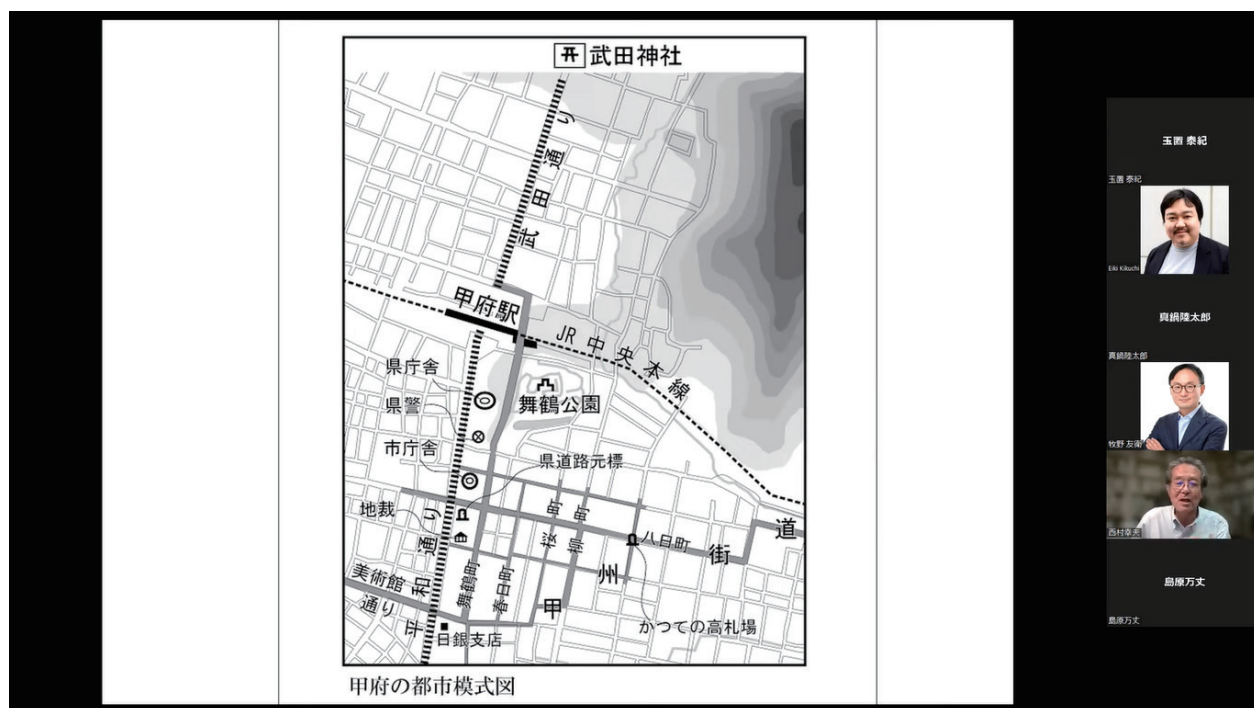
次に大谷氏からは、大手町、丸の内、有楽町の3つからなる「大丸有」エリアの再開発について、丸の内仲通りの変遷を中心に発表がなされた。20年前の丸の内仲通りは無機質的で、土日は閑散としていたという。ここから地権者、行政が連携して今の姿に変化していった。まちづくりは自治体、鉄道会社、地権者などの共同によって行われ、官民一体の全員参加型まちづくりが特徴であるという。計画立案にあたっては人中心、多様な人々が集まり、新しい発見、出会いがあるまちを目指していくという大きなコンセプトが作られた。人中心の空間であることと同時に、大丸有エリアの歴史を継承してゆくため、歴史的建造物との調和が目指された。整備された通りは写真スポットやイベント会場にもなり、また多くの商業施設も立ち並んでいる。これらが歴史的建築と隣接しながら国

内のみならず海外からの観光客も集めている。場当たりのではなく、エリアの古き良き歴史を踏襲し、地権者や行政の思いに基づいて変化をしていったまちづくりの事例として大丸有エリアの再開発は位置づけられる。

最後に島原氏からは都市の評価基準に関する発表が行われた。ここでのキーワードは「官能都市」である。島原氏によればここでの官能は感覚や五感を表しており、五感で都市を評価する試みに取り組んだ調査研究レポートを基に発表がなされた。調査の問題意識としては、国内の各都市で狭い飲み屋街や横丁がリスク管理のもとどんどん取り壊され再開発されているという現状認識がある。こういった再開発はどこも似たようなありきたりな空間設計となっており、経済中心の都市計画が生む均一性が見られるという。その結果、都市の評価において感覚的な価値をどうやって測るかという問題が置き去りにされているという問題がある。ここから、島原氏の調査では都市をハコモノなどの名詞ではなく、動詞で評価するという設計がなされた。地域のボランティアやイベント、祭りに参加したかなど、具体的なアクティビティの経験に関する頻度を質問することで、生活者を主語とした客観的な測定が可能になった。島原氏は各都市の特徴を挙げながら、都市にはさらに官能が必要であるという提案を行い、発表を締めくくった。

以降は理事の伏谷博之がコーディネータを務め、3名の発表者に同じく理事の齋藤貴弘が参加してパネルディスカッションが行われた。

まず伏谷よりまちづくりと観光の関係というトピックがなされた。西村氏によると20年ほど前は地域社会に悪影響を及ぼす存在として観光客は認識されていたという。しかし、人口減少とともに関係人口を増やすことも視野に入ってくるようになると、観光客の存在が地域社会からも肯定的に捉えられるようになった。大谷氏はデベロッパーの視点から、やはり20年前には都市開発において観光はあまり意識されていなかったと補足した。丸の内エリアに関していえば歴史的な景観が観光資源になりインバウンドをもたらしていることがデータ活用によりわかる



資料を提示しながら話題提供をする西村幸夫氏

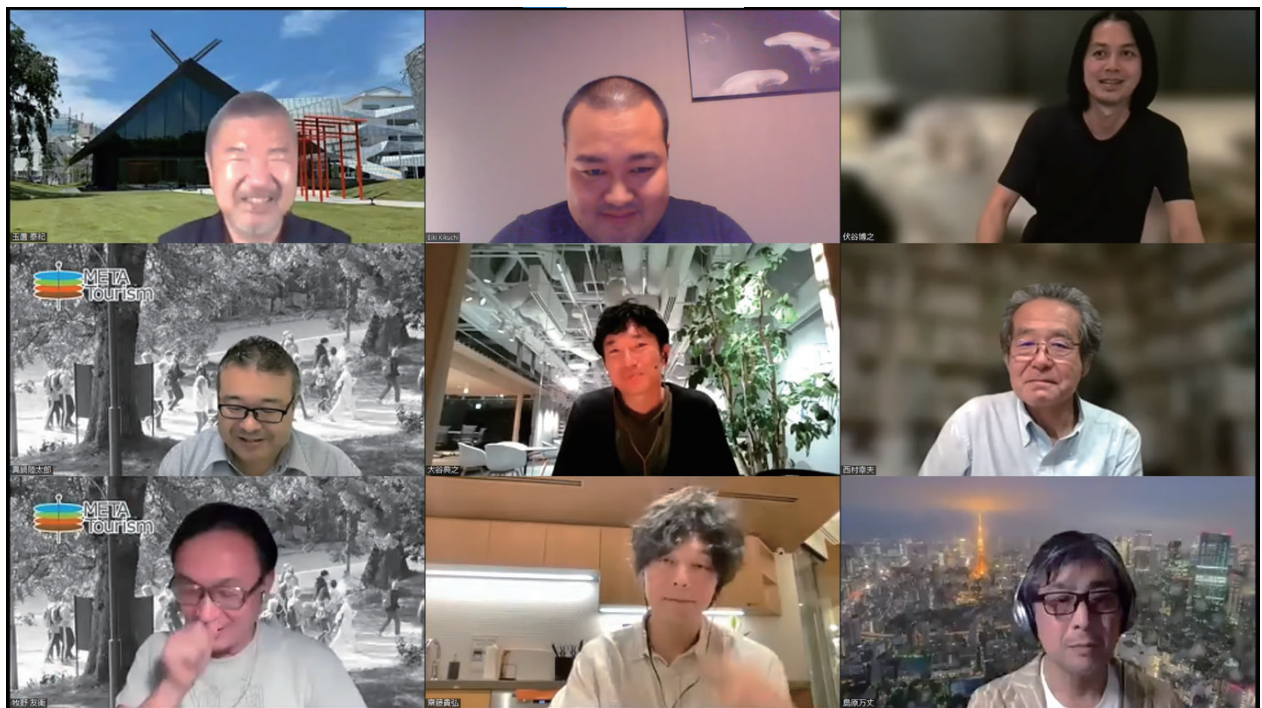
と、都市観光という視点が重要になったという。島原氏の官能都市という評価基準についても、発表後に観光業界から問い合わせがあったようで、改めて都市観光というジャンルが意識されていることを島原氏は指摘した。現在はそのまちの生活文化を見に行くという観光様式が主となっていることもあり、まちづくりと観光という線引きが溶け合っている状況があると島原氏は述べる。

さらにまちづくりと観光の関係というトピックに関連して、齋藤からは文化と観光とまちづくりの関係性を相互作用によって捉える必要性が述べられた。地域の価値を経済指標で測ることは、文化的な価値を後退させることにも繋がる。そうではなく、まちづくりないし観光のステークホルダー間のコミュニケーションによって、文化と観光の関係がバランスよく作られていくことが望ましいと齋藤はコメントした。

次に伏谷からは観光資源を資産としてみなし活用していく視点についてトピックが提起された。島原氏の発表で挙げられた横丁も、戦後に建てられたもので歴史的には浅いとはいえ、外国人をはじめとする観光客からは注目を浴びるスポットとなっている。そういったまちに眠っているものを異なる視点や価値観で眺め直すと、観光資源として活用できるのではないかと島原氏から提案があった。

これに関連し、歴史的景観とまちづくりについて取り組んできた西村氏から、かつての観光資源の利用について整理がなされた。観光ブームで観光客が増えた時期は、地域の価値を見直す時間的余裕がなかったこともあり、パブル的に安直な利用がなされる傾向が強かったという。コロナ以降の観光の復活を見据えると、今改めて地域の物語を見直す必要性があり、それができる地域とできない地域で今後差が出てくる可能性を西村氏は指摘した。

最後のトピックとして、メタ観光との接続について改めて伏谷から問題提起がなされた。伏谷は、メタ観光は観光客のほうから地域の見どころを見つけて遊びに行く形態であり、同じ場所に集まっているがそれぞれに目的が異なるという点がメタ観光の特徴であると説明した。この特徴をこれまでの観光資源の利用という話と接続するとどのような点かという点について、齋藤は大谷氏による大丸有エリア再開発の話为例に挙げ、商業施設の中に横丁



パネルディスカッションの様子

的な雰囲気再現されるなど夜の文化が局所的に埋め込まれている点を指摘した。こうした過去の空間の再現も、場所の物語化という側面でメタ観光に通ずるものがあり、時間経過を意識した観光資源の再物語化の必要性が改めて確認された。

パネルディスカッションの最後になされた質疑応答では、古民家などの建築物について、経済活動に左右されないまちのための資源活用がなされるとしたらどのようなものか、という質問がまずなされた。これに対し西村氏からは、多層的な物語の読み込みという論点から応答があった。メタ観光とは、繰り返せば、同じ場所に異なる物語を見る行為であり、つまり一つの場所にまつわる物語を多層化して見せる方法とも言える。その対象に古民家を選ぶとしたらそこに多層的な物語を読み込めるようにすることが重要であると西村氏は述べた。さらに付け加えて、メタ観光は本来、地域の物理的空間との関係性や身体性と関係が薄いと西村氏は指摘し、メタ観光が具体的な場いかに寄与していくのかという点を今後の課題として挙げた。

西村氏が挙げた論点に続いて、島原氏は古民家などを住む人のための施設として活用することを提案した。活用方法としてはサテライトオフィスやシェアハウスなど、観光と移住の中間的な形態も含めていくことで関係人口を取り込むことがイメージされた。こうした日常使いの場所にしていくという方向性も、経済活動に左右されない資源活用としてありうるということが島原氏によって示された。

最後の質問として、島原氏の発表に関連して、都市の色気はどのように作っていけばよいかという問いが投げかけられた。齋藤からは、多少の逸脱も包摂する余地のある自由がまちにあるか、という視点が挙げられた。大谷氏もまた、雑多で様々な楽しみ方を選べるまちが色気のあるまちではないかと述べた。西村氏は少し異なる方向からまちの色気について述べ、歴史の手あかが蓄積されていることを挙げた。歴史の手あかとは昔の汚れや落書きの跡などで、こういった歴史の蓄積を見た時に人間は空間に趣を感じ色気として表現するという考えが提示された。

官能という評価軸を設定して調査を行った島原氏は、最も重要な観点として歩行を挙げた。例えば色気をあえて排した空間としてショッピングモールなどが挙げられるが、こういった商業空間は最も効率的に消費をさせる空間として機能している。その反対として、いかに歩ける空間があるかという点が、まちの色気につながると述べた。この点に関して大谷氏も同意し、丸の内仲通りも歩けるという点、さらに歩くことで会話が弾みコミュニケーションが促進されていく点が重要ではないかと指摘した。これに対し西村氏からは、歴史的な空間は歩くことを前提としてきた中で、20世紀以降には自動車のための道になってきた、これをもう一度人間がいかに取り戻すかということが都市にとって重要な課題であると補足がなされた。

ディスカッションの最後にここまでの議論を受けて、齋藤が改めてメタ観光との関連を指摘した。メタ観光とは観光産業にとって良いものというよりは、地域住民が大切にしている価値や歴史の文脈を外部に開いていくアプローチとして再定義できる。その上で、これまで取りこぼされてきた観光資源を拾い上げていくという意味でまちづくりに大きな貢献ができる取り組みである。齋藤のコメントを通じて、今回のシンポジウムではメタ観光の地域貢献への役割と意義に関する知見が得られたことが、改めて確認された。

メタ観光オンラインシンポジウム vol. 6 「メタ観光 DX ～スマートシティ meets メタ観光～」

- 日 時 2022年12月23日(金) 19:00 – 21:00
■ 場 所 YouTube 配信 (エリア LOVEWalker チャンネル)
<https://www.youtube.com/@lovewalker9386>

■ プログラム

1. 挨拶 牧野 友衛 (代表理事)
2. 解 題 真鍋 陸太郎 (理事)
3. パネルディスカッション
パネリスト 鈴木 昌幸 (岡崎市)
下山 紗代子 (一般社団法人リンクデータ)
中尾 文宏 (角川アスキー総合研究所)
牧野 友衛
コーディネータ 菊地 映輝 (理事)
4. まとめ・告 玉置 泰紀 (理事)

オンラインシンポジウム第6回は『メタ観光 DX ～スマートシティ meets メタ観光～』というテーマのもと開催された。パネリストは、岡崎市総合政策部デジタル推進課戦略係長の鈴木昌幸氏、一般社団法人リンクデータ代表理事の下山紗代子氏、角川アスキー総合研究所戦略推進室副室長 / 主任研究員の中尾文宏氏の3名が務めた。

代表理事である牧野 友衛からの挨拶ならびに理事の真鍋陸太郎からの解題が行われ、それを受けてパネルディスカッションがなされた。パネルディスカッションのモデレーターは、理事の菊地映輝が務めた。パネルディスカッションでは、まずパネリストの3名から自己紹介を兼ねた話題提供が行われた。

まず鈴木氏より、現在岡崎市が取り組むスマートシティとデータ活用について発表がなされた。岡崎市は、徳川家康の生誕地であり、令和5年1月から放送されている大河ドラマ『どうする家康』に関連した施設が岡崎城付近に設置される。また、人気 Youtuber グループ東海オンエアは岡崎市で誕生し現在も市内で活動を行っている。そうした観光資源を有する岡崎市では現在スマートシティ化に取り組んでいる。岡崎市では、空洞化が進んでいた中心市街地に対して再整備を行い、居心地の良い空間の実現を目指しているが、その際に用いられた仕掛けの1つがスマートシティである。まちなかに人流を生み出したり、交通渋滞を解消したり、エリア内の過剰な人手を防いだりといったことをスマート技術の導入やデータ活用を用いて実現しようとしている。発表の中では、市が運営するサイクルシェアの経営をデータ活用で改善したこと、大河ドラマや地域イベントにどれくらいの集客が見込めるかという観光需要の推計、自前でスマートシティ関連アプリを作るのではなく、既に世の中で使われているアプリにデータを提供し、そこで得られたユーザーデータを地元の事業者が活用する試みの3つの事例が示された。

次に下山氏からは、社会においてデジタルの力を有効化するためには、情報がきちんとデジタル化、すなわちデータ化されている必要があり、その上でデータを社会変革に活用すべきだという主張がなされた。もともとバックグラウンドを分子生物学やバイオインフォマティクスに持つ下山氏は、それら領域においてはデータ共有が前提

となっているのに対し、社会においてはデータ共有が進んでいないとして、誰でもオープンデータを公開できるようなプラットフォームの運用や、国や自治体の保有データの活用を支援するシステム開発、デジタル庁での社会基盤となるデータ整備、横浜市でのシビックテック活動とマルチに活動を行っている。スマートシティに関しては、バルセロナ市と神戸市が2016年から行っている World Data Viz Challenge というデータ可視化ワークショップでの自身の発表作品の紹介や、バルセロナ市におけるスマートシティの取り組みの紹介を行った。

最後に中尾氏からは、角川アスキー総合研究所において自身が担当するツイッターのトレンド解析プロジェクトの事例が共有された。同社ではツイッターに投稿されたユーザーのツイートをビッグデータ解析し、まちの個性や文化といった魅力を把握したり、トレンドの指標化を試みたりしている。ツイートの中に含まれる観光名所やグルメ、イベント情報などを元に、どのようなキーワードがトレンドとして人気になっているかという研究を中尾氏は行っている。中でも、観光に関しては、エリアマーケティングやまちづくり開発に活用できるデータ抽出を行っているという。具体例

として、2022年のゴールデンウィーク時の東京の山手線沿線エリアに関するデータをもとにした渋谷、新宿、丸の内3つのまちの特色比較や、全国各地にあるブランド茶とどのような単語が共起するかといった分析が示された。

3名のパネリストによる話題提供終了後は、代表理事の牧野とコーディネータの菊地も交えたディスカッションが行われた。まず話題となったのはスマートシティとメタ観光との接点である。鈴木氏は、岡崎市におけるスマートシティ化は、都市内の人口密度をモニタリングしながら持続可能で健全な都市再生を進めることにあり、そのためには人や車、建物の密度に加えて、メタ観光におけるメタタグのような観光コンテンツの密度も把握する必要があると指摘した。また、その際の観光コンテンツは、観光を仕掛ける側が提示するものではなく、観光客が自ら選択し個人に最適化されていることが重要だと主張した。下山氏は、すみだメタ観光祭の事例も引き合いに出しながら、まち中に存在する人々の感情といった定性データまでも含むメタ観光のメタタグデータについて



鈴木 昌幸 氏 (岡崎市)



下山 紗代子 氏 (一般社団法人リンクデータ)



中尾 文宏 氏 (角川アスキー総合研究所)

て触れた。必要な時に必要なデータを取り出せるようにするためには、通常時からデータとして蓄積されている情報は多ければ多いほど良い。メタ観光におけるメタタグが他分野のデータと連携しやすいように設計された上で位置情報に結びついており、なおかつデータベースのような形で Findable（発見可能）な状態にあれば、スマートシティで期待されている災害対応なども含む様々な用途での活用や、多地域間・多分野間の連携に利用できるとの期待を述べた。中尾氏はメタ観光における、新しい観光資源を作るのではなく、既存のものを新たな文脈で観光に結びつけ楽しむという観光価値の考え方に感銘を受けたという。また、観光の提供側ではなく旅行者側が観光の楽しみ方を決めていくという姿勢は、自身が携わるツイッター解析において、少数だがとがった場所の楽しみ方をしているユーザーの存在を発見することにも通じるものがあると述べた。同様に、ツイッター解析からわかるまちの新しい楽しみ方の発見と、過去のメタ観光シンポジウムで提示された、アーティストなど多様な人々がメタタグのキュレーターとして自身の着目するまちの楽しみ方を提示するという考え方をリンクさせ、新しいまちの楽しみ方を一緒に発見していきたいとも述べた。

ここまでのパネリスト3人の話に対して、代表理事の牧野からの応答も行われた。鈴木氏の話に対しては、岡崎市でもメタ観光マップを作ることで、まちの魅力を可視化して観光客に選んでもらう体験が提供できるだろうことが示された。下山氏の話に対しては、メタ観光においては、可視化の手段として分かりやすく地図を作成しているだけであり、本質は全てのデータが緯度経度情報を持ったデータベース作成にあるという点を指摘した。そして、すみだメタ観光祭の事例では、これまでデータベースにまとめられていない領域のデータ化や、それらデータを集めたデータベースの作成を行いたいという意図があったと述べた。中尾氏のツイッターでのビッグデータ解析に関しては、すみだメタ観光祭において可視化されていないまちの魅力を見つけることが困難であった経験を持ち出し、ツイッターのようなリアルタイム性があるネット上のデータは新たなまちの魅力に繋がる事象の発見に最適



パネルディスカッションの様子

であることを指摘した。その上で、通常の観光で捉えている以上に多くのまちの魅力が存在することを、データによって証明したのがすみだメタ観光祭であるとして、中尾氏の活動とメタ観光との共通点を見出した。

ディスカッションの中では、欧州のスマートシティでは人間中心というコンセプトに基づいた議論や実装が行われているが、日本では技術中心にスマートシティが考えられている部分があることが下山氏から指摘された。その上で、メタ観光の考え方や岡崎市の事例は人間中心に考えられており、こうした事例を踏まえながら、日本におけるスマートシティを失敗させないための今後の方策が考えられるべきだという主張がなされた。この話題に関連して、個々人から発信されたデータが集まることで、本来想定していた以外の使い方も出来るようになることが議論された。それは、下山氏がスマートシティとメタ観光との接点の中で述べた、個々人の感情をも含むメタ観光のデータが、防災などの観光以外の領域でも活用できるだろうとした話題に通じるものである。鈴木氏や牧野もそうした点に賛同し、まちづくりにおけるメタ観光データの活用可能性を大いに見出していた。中尾氏も、現在は一人一人のツイートが社会全体に影響する時代であるとした上で、ツイッターでのビッグデータ解析は、「今知りたい情報」をキャッチアップするにはすごく有効であり、それは観光トレンドだけでなく災害時などでも有用であると述べた。

話題は、鈴木氏から出された「全体最適」と「個別最適」という2つの概念をもとに、個別最適状態からスマートシティが目指すべき全体最適の状態にいかにか持っていか、その際の合意形成はどのように行うべきかにも及んだ。下山氏は、全体最適と個別最適は相互に排他的なものではないとし、個別最適が尊重された上で、各個がうまくファシリテーションが行われた状態で全体最適が迎えられるのではないかと投げかけを行った。その上で、中尾氏の発表中にあった渋谷、新宿、丸の内3つのまちについてのポジティブなツイートとネガティブなツイートの割合に注目し、いずれのまちにもポジティブとネガティブ両方の側面を見出す人がいることを指摘した。そして、合意形成を行うためには全員がフラットに意見を言いやすい場が必要であり、そこではネガティブな意見も言えることが重要だとした。その意味において、ツイッターというプラットフォームはネガティブな意見を言いやすく、行政はそうしたSNS上のデータ分析に力を入れるべきだとも主張した。牧野はすみだメタ観光祭で実施したワークショップや観光会議イベントを取り上げ、そうした場に住民に参加してもらうことで、自分たちが認識していなかった自らの地域の観光的魅力を知ってもらい、それが住民のシビックプライドに繋がれば観光客を受け入れる土壌が地域に誕生するという合意形成のあり方に期待を寄せた。

ディスカッションの最後では、それまでの議論を受けて、牧野から改めてメタ観光とスマートシティとの関連性が述べられた。今日においては、人々は自身が好きなものや選考した情報にしか触れなくなるという危険性がある。そうした中でメタ観光は、なにが観光であるかを定義することなく、観光に関連付けられそうな大量のデータを全部レイヤーとして提示してしまうような取り組みであり、それを通じて自身が選考していなかった他者が価値を認めるレイヤーの存在にも気付けるという利点がある。そのためには、まずデータが存在することが大事であり、その点をまちの様々な魅力の掘り起こしから実現すること。そうした取り組みを、スマートシティの枠組みの中でも行っていきたいと牧野は述べた。

5. 取り組み紹介

松山メタ観光マップ

牧野 友衛

2022年6月1日～3日の3日間、日本商工会議所、松山商工会議所、愛媛県商工会議所連合会との共催による「全国商工会議所観光振興大会 2022 in えひめ松山」が開催されました。その2日目に行われた全体会議のパネルディスカッション「ポスト・コロナの観光振興 磨き上げと聖地化（ブランディングとプロモーション）とは」にパネリストとして参加しました。コロナ禍によって消費者の行動や意識が変化する中、観光需要回復期に向け、多様なニーズに対応した新たな価値創造のために有形・無形の地域資源の磨き上げを行ったり、デジタルを活用した観光まちづくりを行うために「メタ観光」を活用することを提案しました。

初めてメタ観光を知る参加者の皆さんがより具体的な「メタ観光」のイメージを持っていただくために事務局と簡易版の「松山メタ観光マップ」を作成しました。大会関連施設、宿泊施設、グルメ・お土産、句碑・俳人ゆかりの地、観光スポット、まつやまの大切にしたい景観100選、お遍路、松山の偉人の8つのレイヤーの合計342タグを作成しました。通常紹介される宿泊・グルメ/お土産・観光が114タグであることから、観光資源を増やすことが出来ました。また「すみだメタ観光マップ」と異なり、Google マイマップを利用して制作しました。Google マイマップはレイヤー数が8までと制限があるものの、簡単に作成できるため、こうした簡易版を作成することには活用できることを再確認しました。「松山メタ観光マップ」は以下のQRコードから閲覧可能です。



柳川市でのメタ観光地図公開

玉置 泰紀

2021年に福岡県柳川市で開催されたシンポジウム「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」で制作した”メタ観光”地図を2022年7月に公開した。戦国武将の立花宗茂のドラマチックな人生と、今に面影を残す掘割の街を重ね合わせた、メタ観光の楽しさを気楽に楽しめるツールになっている。

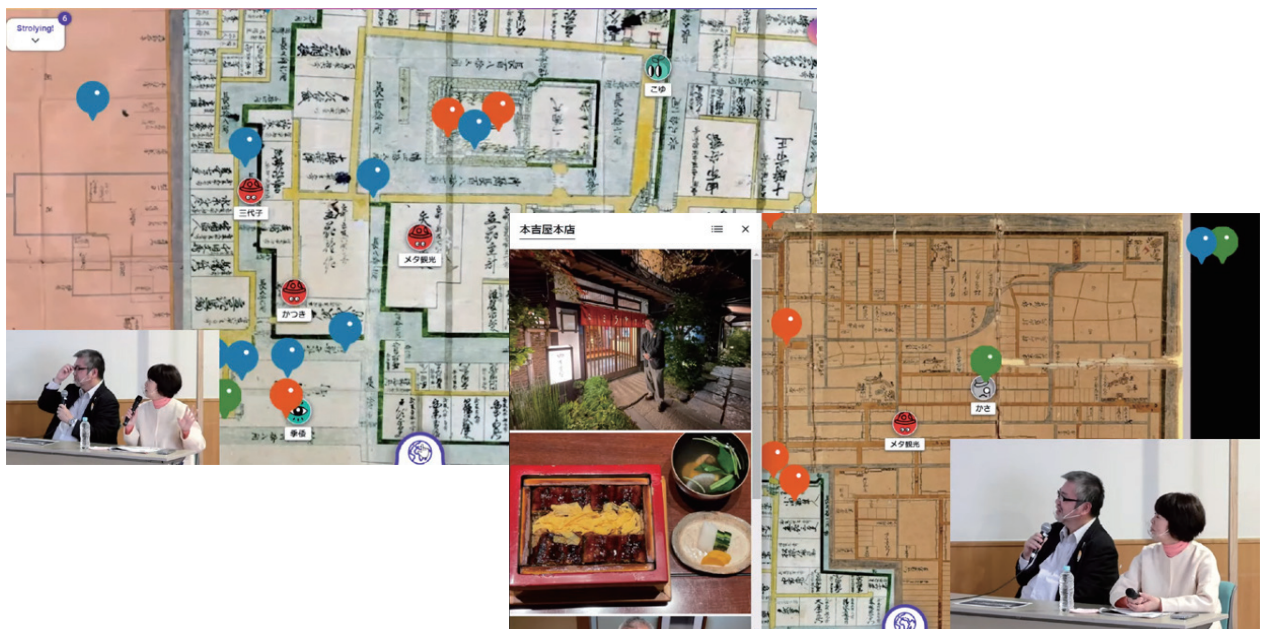
柳川市のメタ観光地図は、古地図と現在の地図を重ね合わせ、戦国時代～安土桃山時代～江戸時代のスポット情報だけでなく、柳川を舞台にした映画や写真集、グルメなど、近現代の様々なレイヤーの情報まで落とし込み、一体的に可視化できる地図である。

シンポジウムに参加した群馬県立女子大学准教授の鈴木親彦氏が、公益財団法人立花財団立花家史料館や柳川市、柳川古文書館などの協力を得て、玉置のセレクトコンテンツも加えて制作した。

地図の土台になっているサービスは、地図を軸にした新しいコミュニケーション・サービスを提供する会社、Strolyのプラットフォームを利用している。

メタ観光地図を作成した鈴木氏は狙いを以下のように説明する。「今回のメタ観光地図では、資料館が提供してくれた立花家の歴史的情報、現在の柳川の観光情報、柳川を舞台にしたメディアの情報、さらに玉置氏と一緒に柳川を巡った個人的な写真を重ねてみた。歴史的なコンテンツと現在のコンテンツ、さらに個人の体験をシームレスにつなぐことで、柳川の見え方も変わってくる。より多くの情報や体験が増えていくことで、メタ観光地図もリアルな体験もどんどんとリッチなものになる」

<https://stroly.com/viewer/1635255060?room=stroly&fbclid=IwAR1LQ1NH59XkUydQOxU4T-IgPVXNNvmEkoDqUQ1IijVebaQOaszvmbDPQGM>



官民連携講座「地方創生カレッジ SDG s フィールドミュージアム奈良」スタートアップ会議～歴史文化 DX による観光と地域産業の活性化～

公益財団法人 日本生産性本部が主催（事務局：公益社団法人 ソーシャル・サイエンス・ラボ）する、官民連携講座「地方創生カレッジ SDG s フィールドミュージアム奈良」スタートアップ会議～歴史文化 DX による観光と地域産業の活性化～ がメタ観光をテーマに開催された。一連の企画および取り組みに当機構が関わり、3回の連続ワークショップ（2023年2月18日、3月8日、3月12日開催）は理事の真鍋陸太郎と菊地映輝が担当、また、パネルディスカッション／観光 DX セミナー「SDGs フィールドミュージアム奈良」スタートアップ会議～歴史文化 DX による観光と地域産業の活性化～（2023年3月8日開催）には牧野友衛代表理事が登壇した。

【連続ワークショップの紹介】

連続ワークショップでは、主として奈良市に居住する様々な方が参加した「住民参加型メタ観光マップ作り」を実践した。このワークショップでは、地域固有の話題をメタタグとして確認し、またそれらメタタグを Google マイマップを活用したメタ観光マップとして作っていった。

第1回ワークショップ「メタ観光ワークショップ」Google マイマップで「ならグルメマップ」を創ろう～奈良の食とまちの魅力に「気づく」「楽しむ」「広める」～（2月18日@BONCHI 3階会議室／オンライン）では、メタ観光に関する簡単なレクチャーの後、グルメをテーマにした Google マイマップを作るようにした。このワークショップの主たる目的の1つには Google マイマップを気軽に使えるようになることがあった。また各自で任意にテーマを設定した Google マイマップを後日提出するような宿題を出して、その宿題は第3回ワークショップで確認する「シン・奈良メタ観光マップ」に反映された。

第2回ワークショップ「メタ観光ワークショップ」Google マイマップで「歴史エンジョイマップ」を創ろう～「気づく」「楽しむ」「広める」～（3月8日@奈良公園バスターミナル レクチャーホール）は、牧野代表理事らが登壇したパネルディスカッション／観光 DX セミナーのあとに同会場で開催された。5～6名の小グループに分かれたグループワークを実施し、参加者が得意とする分野に関するメタタグと、奈良の生活ならではのメタタグをグループ内で共有しながらアナログのシートに明文化し紙地図にその場所を示した。その後、Google マイマップを共同編集しながら1つのマップを作っていった。

第3回ワークショップ「Google マイマップ合同発表会」では、まず「シン・奈良メタ観光マップ」（<https://tinyurl.com/sinNaraMTM>）を披露し、第1回・第2回の参加者から記入されているメタタグについての紹介があった。シン・奈良メタ観光マップは、第1回と第2回のワークショップの成果、第1回の宿題として提出されたメタタグの他、一般的な奈良の観光地やアニメ聖地、和歌などをメタタグとして記入したものである。ワークショップでは、その後、会場のある奈良公園および公園周辺を散策し、メタタグとなりそうな対象を探して、なぜメタタグになるかを写真を見ながら意見交換した。



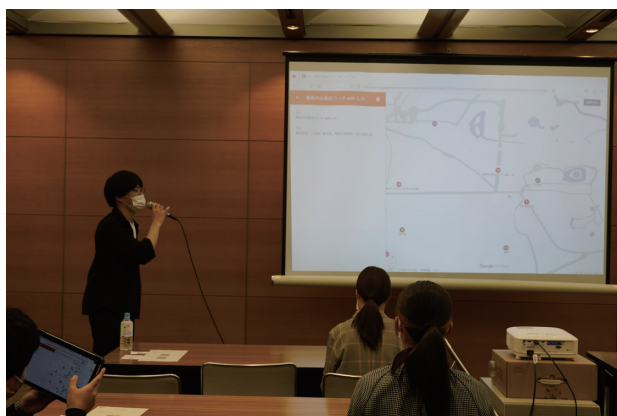
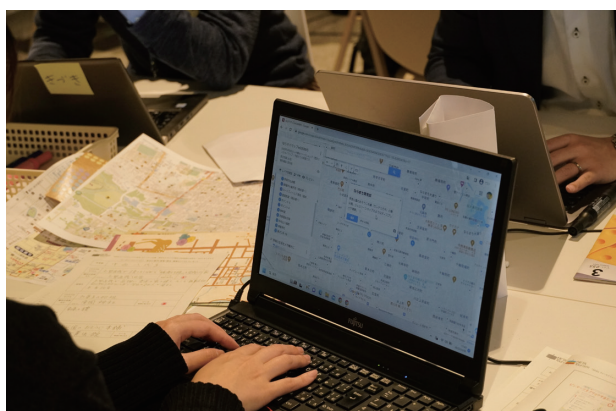
シン・奈良メタ観光マップへのQRコード



第1回ワークショップの様子



第2回ワークショップの様子



第3回ワークショップの様子



酒井優任さんの取り組み（STEAM 人材育成事業「小学生スタートアッププロジェクト 2022」）

墨田区の STEAM 人材育成事業「小学生スタートアッププロジェクト 2022」に採択された横川小学校 5 年の酒井優任さんは「チャーティ S」（地図の起源は古代ギリシャで、ギリシャ語で地図はチャーティスという：出典レインボー新聞）を起業し楽しい地図作りに挑戦した。その最初の取り組みとして当機構を訪問しメタ観光がどのようなものであるかをヒアリングした。

酒井さんは、最終的にはメタ観光マップではなくウレタンを使用した立体地図を提案したが、すみだメタ観光祭をきっかけに区内の小学生にメタ観光に関心を持っていただいたことは大変喜ばしいことだと言える。

チャーティS広報誌☆創刊号2022年8月26日

レインボー新聞

チャーティSの活動状況を不定期で報告いたします！

チャーティ S 始動

『だれもが楽しめる地図づくり』プロジェクトスタート！

社名の由来

地図の起源は古代ギリシャで、ギリシャ語で地図はチャーティスという。チャーティスの「ス」を「S」にした。「S」は、

- Start-up
- Smile
- Story
- Stage
- Support
- Sumida
- Sakai

キャラクター決定！

名前：チャッキー
map(地図)から生まれた、地図(チャーティス)が大好きなお猿(モンキー)
誕生日：2022年8月2日
性別：男
性格：好奇心旺盛、うっかりさん



発行者:チャーティS



メタ観光さんの話を聞いてきました。

2022年8月11日（木・祝）、文京区にある東京大学にお邪魔して、メタ観光さんの話を聞いてきました。日本一の東京大学は、緑が豊かで、眺めもとても良かったです。このような環境で勉強できていいなと思いました。赤門が閉まっていたのが残念でした。

お会いしたのは理事の真鍋さんと菊池さんで、僕が考えてきた質問に丁寧に答えていただきました。メタ観光さんは墨田区のメタ観光マップを作った人たちです。メタ観光マップとは、その場所にある情報（テレビで紹介されたこと、歴史、絵や写真など）を一つの地図としてまとめたものです。僕もメタ観光マップのようなアプリを開発したいと思っています。

また、働く上で大切なこと（①約束を破らない②なんでも話す③自分が楽しいと思う事しかやらない）や、これからの僕に必要なこと（①大人の人と仲良くなる②自分が体験できないことを読んだり見たりする③興味の無いことも楽しいと思えるようになるとうとする）を教えてくださいました。

教えていただいたことを今後に活かしていきたいです。



1

酒井優任さん発行のレインボー新聞第1号1ページ目

6. 特集論文

異文化間コンフリクトを乗り越えるための創造的対話についての試論

コンテンツツーリズムとメタ観光にできること

北海道大学観光学高等研究センター・教授 山村 高淑

1. はじめに

1.1 ツーリズムは「創造的対話」を生むことが可能なのか？

本稿では、〈ツーリズムは「創造的対話」を生むことが可能なのか〉という問いを、ツーリズムが抱える今後の大きな課題の一つとして位置づけたい。そのうえで、コンテンツを介したコミュニケーションに注目がなされてきた〈コンテンツツーリズム〉の分野、そして場所にレイヤーを多層的に設定することで情報の共有が図られてきた〈メタ観光〉の分野に着目することで、今後の研究と実践のあり方、目指すべき方向性について、あくまでも試論ではあるが、論点を整理してみたい。

なお、「創造的対話」とは従来、教育分野で多用されてきた語であり、例えば丸野俊一は次のような定義を行っている。「一つの課題やテーマに臨み、『ものの見方・考え方・価値観』の異なる人々が、創造的・批判的なコラボレーションを繰り返しながら、新たな知を生成し適切な解決策を探求・発見していく終わりのない“協創による協働構成の過程”である¹」。本稿でもこの定義に従い論を進めていきたい。

1.2 ツーリズムが生む異文化間コンフリクトをどう捉えるか？

筆者がこうした問いに注目するようになった背景には、以下のような事情がある。

すなわち、ツーリズムとは、人と人、あるいは文化と文化との一連の接触のプロセス、言い換えれば〈他者との一連の異文化対話プロセス〉であると言えるのだが、そうした異文化間の対話が、必ずしも相互理解を生まず、反目を生む場合も少なくない。こうした〈両刃の剣〉としての対話プロセスを、もっと構造的に整理する必要があるのではないか？ こうした思いが、私自身、国内外の現地調査を行うごとに強まっているのが実情である。

自責の念を込めて言えば、とかくツーリズム研究者や関係者は——とりわけインバウンド誘致に大きな期待がかかる現代日本においては——そのポジティブな面を称揚する傾向にある。しかし、その一方で、ツーリズムは異文化間コンフリクト（対象への解釈の相違に起因する他者への意見や要求の対立、緊張状態）を生む場合も多くある点を忘れてはならないのではないか？

こうしたコンフリクトは、一個人の中で起こる葛藤から、個対個・集団対集団の対立まで、SNSの炎上から示威行動まで、幅広い形態を含む。そしてさらに、SNSの発達と普及が、より深刻な、オンラインを通じたコンフリクトを生んでいる。こうした現状について、とりわけ、SNSに密接にかかわるツーリズム形態としての〈コンテンツツーリズム〉や〈メタ観光〉に関わる我々は留意が必要であると思うのである。そして、であるが故に、こうした分野が、ツーリズムが生むコンフリクトの解消に向け、何らかの貢献も可能であると思うのだ。

1.3 近年の筆者の取組について

2019年から筆者が代表として実施してきた国際共同研究「コンテンツツーリズムにおける『戦争』の消費と歴史理解に関する国際比較研究」（JSPS 科研費 19H04377 基盤 B）の中で、筆者はこうした問いを強く意識するようになった。

具体的には、同共同研究の成果物として2022年に英国 Routledge 社から刊行した書籍 *War as Entertainment and Contents Tourism in Japan* ²において、筆者らは戦争関連コンテンツツーリズムを通して様々な形で異文化間コンフリクトが発生している点に着目し、こうしたコンフリクトを把握するための「解釈共同体モデル」を提示した。そして、他のツーリズム分野でも、多声性が異文化間コンフリクトを生んでいる事例が多く見られることから、同モデルの精緻化、一般化が必要であることを指摘した。また、同研究を通して平和学や紛争変革論の先行研究整理を行う中で、対話論が極めて重要な位置付けにあることが明らかとなり、ツーリズム研究への応用の必要性があることを論じた。

さらに筆者は、2022年2月に行われた大手前大学交流文化研究所主催のシンポジウム「コンテンツツーリズムにおける文化の継承」において、コンテンツツーリズムという行為を、あるメディア作品のアダプテーションの一形態として位置付けることで、言語学やコミュニケーション学の理論や研究成果の援用が可能ではないかという提案を行っている³。

こうした一連の国内外での共同研究を通して、筆者は、コンテンツツーリズムにおいては物語世界を共通言語とすることで対話が促進されている場合が多くみられる点に注目、文学・コミュニケーション研究領域における対話論を援用することで、コンテンツツーリズムの学際的展開の検討を進めているところである。

次節では、こうした研究・実践の必要性を、より具体的に、学術的・社会的背景を踏まえつつ、大きく三つの論点から整理してみたい。

2. なぜ〈異文化間コンフリクト〉と〈創造的対話〉に着目するのか？ 三つの論点

2.1 〈異文化対話〉の重要性に対する国際的認識の高まり

第一の論点は、文化多様性や多声性の保護・促進に関する議論が限界に直面し、国際的に〈異文化対話〉の重要性が認識され、関連研究の蓄積が望まれている点である。

「文化多様性条約（文化的表現の多様性の保護及び促進に関する条約）」(UNESCO 2005)⁴に見られるように、文化の多様性や多声性を保護し、他者に対して寛容となることは、人類の創造的発展において必須の要件である。ツーリズムにおいても、とりわけエコツーリズムやクリエイティブツーリズムの観点から文化多様性と寛容性が重要であることが指摘されてきた（例えば西川 2000⁵; 佐々木 2014⁶など）。

しかしながら現実の国際社会では、文化の多様性や多声性が担保されればされるほど、そうした異文化間の衝突の機会も増加するというジレンマに陥ることとなった。つまり、欧州評議会（Council of Europe）が指摘しているように⁷、単に異文化に対して寛容となるだけでは不十分であり、異文化間の対話をどう創造的に推進し、相互理解・相互尊重に発展させ得るかが、極めて重要な論点として浮かび上がってきたのである。

学術分野においては、哲学や文学研究分野が先駆的に〈対話〉についての理論化を行ってきたが（例えば Bakhtin 1963⁸; Buber 2000⁹など）、その後、教育哲学や科学哲学（Freire 1970¹⁰; Bohm 1996¹¹）、紛争解決（紛争変革・紛争転換）論や平和学（Rothman 1997¹²; United Nations 1998¹³; Lederach 2003¹⁴）といった領域に応用的に拡張しつつ実践的対話論が構築されつつある。

一方、ツーリズムに関連する研究においては、近年、インタープリテーションにおける宗教間対話や異文化間対話を扱う研究（例えば Vidal-Casellas et al. 2019¹⁵）や、クリエイティブツーリズムにおける「共創」と「学習」がコンフリクト解決のための有効な手段となり得ると主張する研究（Duxbury and Richards 2019¹⁶）などが散見されるようになってきている。また文化遺産学におけるヘリテージツーリズムの研究においては、ステイクホルダー間の対話を通じた遺産価値形成のダイナミズムを重視すべきであるというアプローチが提唱されている（Harrison 2013¹⁷）。なお、こうしたツーリズム関連分野における対話研究は、問題提起・個別事例分析の段階であり、対話概念や対話論の本格的な導入、理論化・体系化の動きには至っていない。しかしながら、本来、ツーリズム現象とは、空間を移動して自己と他者が接触する現象であり、〈自己と他者との一連の異文化対話プロセス〉として捉えることが可能であるはずである。

以上からツーリズム研究と対話研究との接合面の開拓が必要であると筆者は考えている。

2.2 ツーリズムにおける異文化間コンフリクトの発生構造を明らかにする必要性

第二の論点は、ツーリズムにおける異文化間コンフリクト（意見や要求の対立、緊張状態）の発生構造を明らかにする必要性が高まっている点である。筆者らは、これまで戦争を描いた文学や映画・アニメ等、戦争関連コンテンツが誘発するツーリズムについて一連の研究を行い、その成果を書籍 War as Entertainment and Contents Tourism in Japan¹⁸に取りまとめている。同書では、戦争関連コンテンツツーリズムは、一連の異文化対話プロセスを通して、解釈共同体間でコンフリクトが発生しやすいツーリズム形態であること、そうしたコンフリクトは、SNSでの炎上といった言説レベルでの衝突から日本商品不買運動といった具体的示威行動まで、幅広い形態があること、そして対象を解釈するに当たり少なくとも3つの解釈の規範（戦争記憶に基づく主観的解釈、遺産価値に基づく

客観的解釈、メディアコンテンツに基づく娯楽的解釈)を持つ共同体が存在することを指摘した。そのうえで、これら解釈共同体間の対立が、コンフリクト発生の構造的背景になっている点を明らかにした。

今後は、こうした成果を踏まえ、対話論や他のツーリズム研究分野との接合面を検討することで、コンテンツツーリズムだけでなくツーリズム全般に適用可能な、異文化間コンフリクトの発生構造解明のための汎用性の高いモデルを構築することを目指したいと考えている。

ツーリズムにおける異文化間コンフリクトについては、これまで観光人類学研究においてホスト・ゲスト間の文化変容の問題として記述されたり (Smith 1978)¹⁹、観光社会学分野において異化作用が生み出す他者性の問題として理論化が試みられたり (須藤 2017)²⁰、観光マネジメント研究においてホスト側人材のコミュニケーション能力育成の際の課題として整理されたり (前原 2009)²¹ してきた。しかし目下、異文化間コンフリクトの発生構造の具体的分析や構造を説明するためのモデル構築は行われていない。

2.3 異文化間コンフリクトを乗り越えるための対話のあり方について検討する必要性

第三の論点は、こうした異文化間コンフリクトを乗り越えるための対話のあり方について検討を行う必要がある点である。この点は、学術研究成果を社会実装するうえでも極めて重要な現在の意義を持つ視点であるが、従来のツーリズム研究では欠如してきた視座である。

前述の通り、従来のツーリズム研究においても、異文化間コンフリクトの現状把握の試みは行われてきた。しかし、そうしたコンフリクトを乗り越えるための理論的枠組み構築は本格的には行われてこなかった。

なお、筆者らはこれまで実施してきた一連のコンテンツツーリズム研究において、〈物語世界〉を共有することで関係者が如何に互恵的な関係を構築し得るかを示した「コンテンツツーリズムのトライアングルモデル」(図 1) や、異なる解釈共同体が共有可能な物語世界を如何に構築し得るかを示した「usable narrative world 形成モデル」(図 2) を提示してきた。

また類似する視座を持つ研究としては、ヘリテージツーリズム研究において、ICTs を活用した文化遺産価値の共有プロセスについて、モデル構築に向けた研究が始まっている (De Ascaniis and Cantoni 2022)²²。

しかしながら、これらのモデルは、関係者が如何に価値を共創・共有できるのか、そのプロセスを把握するための補助的モデルであり、コンフリクトの超越という視座はいずれのモデルも持ち合わせていない。今後は、こうした価値共有モデルを基盤としつつ、紛争変革に関する議論などで体系化されてきた対話論を援用することで、〈異文化間コンフリクト〉を、〈創造的対話による相互理解・相互尊重〉へと変革・転換するための要件を解明していく必要があると筆者は考えている。

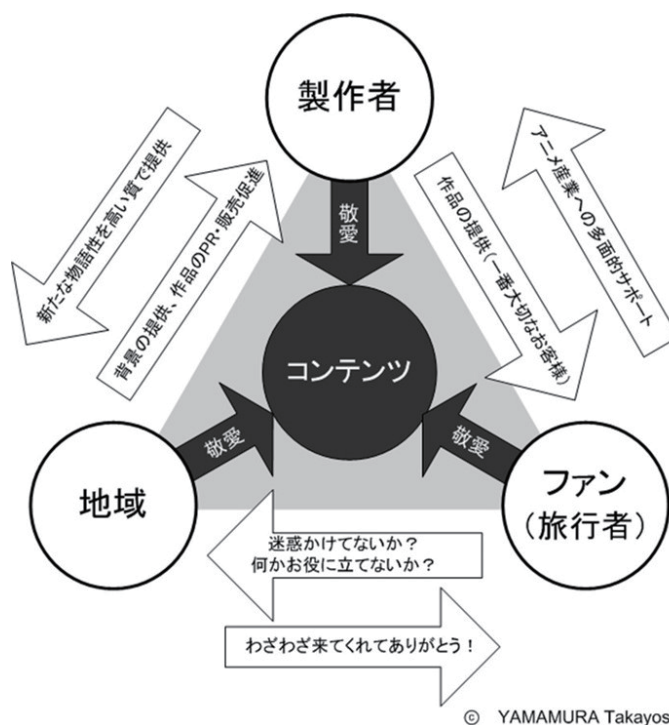


図1 コンテンツツーリズムのトライアングルモデル (山村 2011: 63)²³

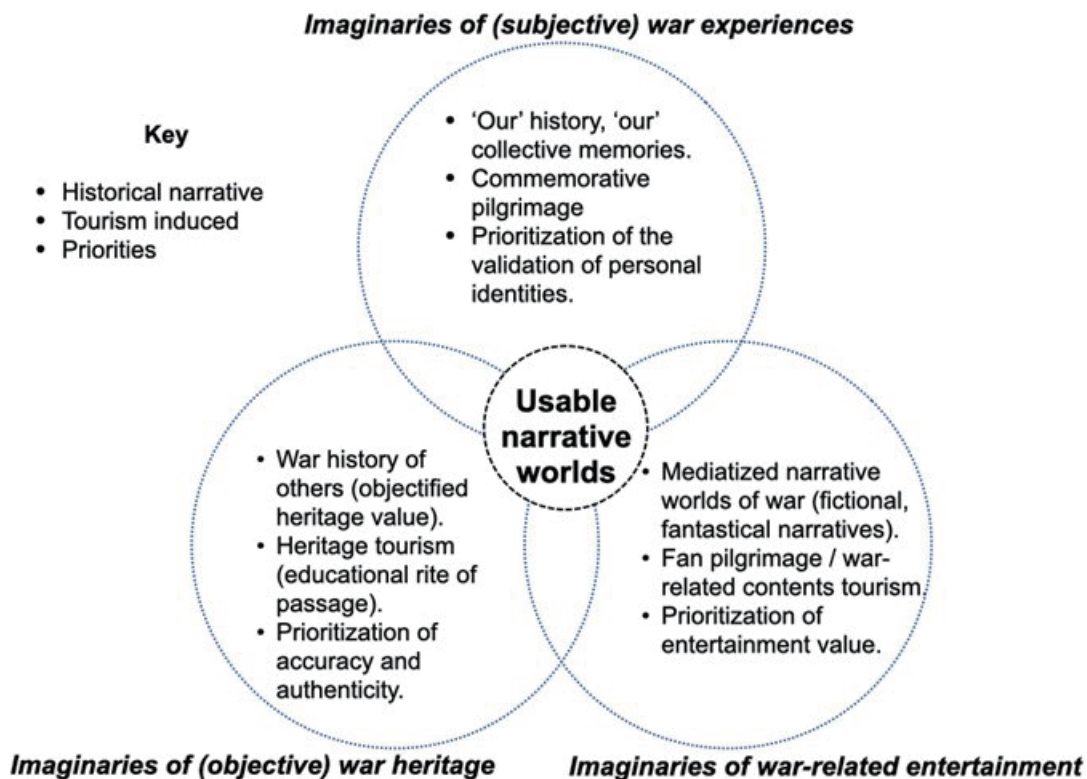


図2 Usable narrative world 形成モデル (Seaton and Yamamura 2022: 5)²⁴

3. コンテンツツーリズムとメタ観光にできること

以上、第2節では、今後のツーリズム研究の重要な課題として、〈異文化間コンフリクト〉と〈創造的対話〉に着目することの必要性を、三つの論点から整理してみた。では、こうした課題に取り組んでいくにあたり、コンテンツツーリズムならびにメタ観光という研究・実践分野には、どのような貢献が可能なのであろうか？ 言い換えれば、これら分野は、ツーリズムをどのように捉え直し、どのような研究・実践を展開していくべきなのだろうか？

ここでは、試案として、その枠組みを仮説的に提示してみたい。

3.1 ツーリズムの再定義、解釈共同体と多声性

まず、これまで述べてきたような論点を踏まえたうえで、コンテンツツーリズムならびにメタ観光のアプローチ・考え方に即したツーリズムの再定義を行っておきたい。

敢えて誤解を恐れずに単純化して言えば、コンテンツツーリズムとは、〈コンテンツという虚構の物語世界を介した関係者間のコミュニケーション・プロセス（関係者間でのコンテンツの受容・共有・拡張のプロセス）〉であり、メタ観光とは〈同一の場所・地域にタグ付けされた複数のレイヤー（層）を介した関係者間のコミュニケーション・プロセス〉である。

そして、コンテンツツーリズムもメタ観光も、こうしたコミュニケーション・プロセスをオンライン・オフライン含め——とりわけデジタルメディアやSNSをはじめとしたオンラインネットワークを重視しつつ——解明していく点、あるいは実務で言えば実現していく点、に共通したアプローチの特性がある。例えば、コンテンツツーリズムのこうした特性をYamamuraは、“contents tourism approach” = コンテンツツーリズム・アプローチと呼んでいる（Yamamura 2020: 5）。

つまり、〈異文化対話プロセス〉としてのツーリズムという考え方と、コンテンツツーリズムならびにメタ観光というアプローチとは、そもそも非常に親和性が高いのである。

このような考えに基づけば、これまで述べてきたような〈他者との一連の異文化対話プロセス〉としてのツーリズムは、次のように、より具体的に再定義できよう。

【ツーリズム】

特定の場所に紐づけられたコンテンツ（物語世界）あるいはレイヤー（層）に対する解釈を巡る、他者との一連の異文化対話プロセス。

さらに、このように定義することで、コンテンツを解釈するための規範やコードを共有する集団としての「解釈共同体 (interpretive communities)」(Fish 2004)²⁶の設定が可能となる。そして、それら解釈共同体間の相互作用に着目し、一連の異文化対話プロセスを通して個人や集団の間に形成・強化される差異・境界としての「多声性 (polyphony)」(Bakhtin 1963)²⁷に着目することで、ツーリズムにおける異文化間コンフリクト（衝突・摩擦）発生のメカニズムを明らかにすることができるのではないだろうか。

3.2 二つの命題

この新たなツーリズムの定義を踏まえ、ここであらためて、冒頭で提示した問い、すなわち〈ツーリズムは「創造的対話」を生むことが可能なのか？〉という問いを、より具体的に以下二つの命題として整理してみたい。

第一に、こうした異文化対話プロセスとしてのツーリズムを通して、どのような条件下で異文化間のコンフリクト（衝突・摩擦）が発生し得るのか？

第二に、〈多声性〉が許容され、解釈共同体間の境界を越え、相互理解が促進される〈創造的対話〉は、いかなる要件の下に成立しうるのか？

では、こうした具体的命題を解明していくためには、どのような具体的調査・研究が必要になるのだろうか？

3.3 具体的調査研究のための試案

こうした命題を解明するために、あくまで試案ではあるが、筆者は以下5つの具体的調査研究が必要ではない

かと考えている。

(1) ツーリズムにおける異文化間コンフリクト事例のデータベース作成

第一にツーリズムにおける異文化間コンフリクト事例のデータベース作成である。

まずは、文献・メディア調査、関係者へのヒアリングを通して、国内外のツーリズム現象においてどのような異文化間コンフリクトが顕在化しているのか、データベースが必要であると考えている。とりわけ、日本国内においては訪日外国人旅行者数が急増する2010年代以降、異文化間コンフリクトが急増していることが予想されるため、重点的なデータベース作成が重要となろう。こうしたデータベースは、ツーリズム業界にとっても、文化的背景の異なるゲストへの対応を考えていく上で極めて重要な知見となるものと思われる。したがって、メタ観光におけるひとつのレイヤーとして構築するなど（もちろん、公開内容の慎重な検討が必要ではあるが）、ウェブ上で広く公開することができれば理想的であろう。

(2) 対話に関する理論の網羅的整理と〈創造的対話モデル〉の構築

第二に、対話に関する理論の網羅的整理とツーリズム研究への適用に関する検討である。

先にも述べた通り、目下、ツーリズム研究分野においては、こうした理論的枠組みが整理されていない。したがって、これまで多岐にわたる分野で議論されてきた〈対話〉に関する理論を、国内外の学術文献ならびに国際機関報告書を中心に包括的に収集・整理し、ツーリズム研究に適用可能な理論的枠組みの構築を図り、〈創造的対話モデル〉を仮説的に提示することが必要となる。

(3) 異文化間コンフリクト事例のモデル分析

第三に、異文化間コンフリクト事例の「トライアングルモデル」ならびに「解釈共同体モデル」による分析である。

これは、第一の作業で作成したデータベースを基に、前節で触れた「トライアングルモデル」（前掲図1）ならびに「解釈共同体モデル」（前掲図2）を援用し、事例における物語世界の共有プロセスならびレイヤーの共有プロセスの分析することで、関係者間の相互作用を把握することを狙いとする。

これに加えて、第二の作業で仮説的に提示した〈創造的対話モデル〉による対話プロセスの構造分析も行うことで、異文化間コンフリクト事例の類型化が可能になるのではないだろうか。

(4) 典型的事例の現地調査

第四に、典型的事例の現地調査（ナラティブ分析・批判的言説分析・参与観察・関係者ヒアリング）である。

第一から第三までで整理・分類を行った異文化間コンフリクト事例の中から典型的事例を複数選択し、次のような具体的調査を実施することが有効なのではないだろうか。

まず各事例についてオンライン・オフラインを含めて解釈共同体ごとの語りを収集し、ナラティブ分析を行う。そうすることで、事例をめぐる物語・語りの輪郭を明らかにすることができないだろうか。さらに批判的言説分析を用いることで、コンフリクト発生の構造を把握することが可能になるのではないか。

そのうえで、当該地域の現地調査を実施し、異文化間コンフリクトの実態を、参与観察ならびに関係者ヒアリングを中心とした手法で把握することで、これまでに得られた知見の現地検証を行う。こうすることで、収集したデータの信頼性をより高められるのではないだろうか。

(5) 汎用性の高い理論的枠組・モデルの構築

第五に、こうして得られたモデル・知見の、他のツーリズム分野への適用である。

コンテンツツーリズムやメタ観光として一般に扱われていない事例を対象に、異文化間コンフリクトが発生しているケースを収集し、上記第四の作業に準じた現地分析を行ってはどうか。そうすることで、ツーリズム全般に適用可能な、異文化間コンフリクト（衝突・摩擦）発生のメカニズムならびに創造的対話への転換を説明し得る、汎用性の高い理論的枠組・モデルへのブラッシュアップを図っていくことが可能となるのではないだろうか。

以上、あくまで試案ではあるが、こうした研究・実践を通して、ツーリズムが互恵的な文化的安全保障に貢献し得るための課題と要件を浮かび上がらせることが可能となるのではないかと愚考している。

4. まとめ

本稿では、コンテンツツーリズムとメタ観光のアプローチを基盤としつつ、〈対話〉に関する理論・方法論を分野横断的に整理・統合することで、これまでにない新たなツーリズム研究領域の確立を目指すことができるのではないか、ということ仮説的に論じてみた。

人類の歴史において、人の地理的な移動は大きく三つの現象として、現在も変わらず現れ続けている。すなわち、〈戦争〉、〈交易〉、〈観光〉である。〈観光〉は〈交易〉の一形態とも理解できるので、〈戦争〉と〈交易・観光〉の二つとしても良いだろう。そしてこれら移動現象のいずれもが、その根底に、〈創造的対話〉による〈コンフリクト〉の解消という課題を共通して抱えている。であるならば、ツーリズム研究は、〈創造的対話〉について議論することで、ツーリズム分野にとどまらず、より広範な領域において人類の幸福に貢献していくことが可能になるのではないだろうか。

昨今の国際情勢を見るにつけ、他者との対話を平和裏に相互理解・相互尊重に結び付けていくための創造的対話、そしてそうした対話を実現するためのツーリズムのあり方を考え、実現させていくことが急務であることに疑う余地はない。そして、本稿で述べてきたように、コンテンツツーリズムとメタ観光がこれまで議論してきたことは、そのために大いに貢献し得る可能性があるかと筆者は信じている。

両分野が中核となり、文化的背景の異なる国内外の人々が参画しつつ、創造性の高い取り組みを通して、ツーリズムが互恵的な文化的安全保障に貢献し得るか検討していくことを大いに期待したい。両分野は、ツーリズムの次世代的展開の可能性を示すうえでの牽引役になり得ると信じるし、そうなることを願ってやまない。

読みづらい試論であったことをお詫びしつつ、読者諸賢のご指導を仰ぎたい。

参考文献

- 1 丸野俊一 (2016), 「応答的な『話す』・『聴く』行為が紡ぎ出す『創発的な学び』を求めて」, 全国大学国語教育学会編『国語科カリキュラムの再検討』学芸図書, 33-40.
- 2 Yamamura, Takayoshi and Seaton, Philip. (Eds.). War as Entertainment and Contents Tourism in Japan. Routledge (March 2022).
- 3 山村高淑 (2022), 「コンテンツツーリズムの理論的枠組み構築に向けた若干の試論」, 石毛弓・谷村要編, 『コンテンツツーリズムと文化遺産』, pp.45-78, 水声社.
- 4 UNESCO. (2005). The 2005 Convention for the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. UNESCO.
- 5 西川芳昭 (2000), 「エコツーリズムと文化多様性」, 比較文化研究, 50, pp.51-59.
- 6 佐々木雅幸 (2018), 「基調講演 クリエイティブツーリズムと創造人材」, 観光研究, 29 (2), pp.114-117.
- 7 Council of Europe. (2008). White paper on intercultural dialogue. Council of Europe.
- 8 Bakhtin, Mikhail Mikhailovich. (1963). Problems of Dostoevsky's Poetics (Emerson, Caryl Ed. and Trans.). University of Minnesota Press.
- 9 Buber, Martin. (2000). I and Thou (Smith, Ronald Gregor, Trans.). Scribner.
- 10 Freire, Paulo. (1970). Pedagogy of the Oppressed. Seabury Press.
- 11 Bohm, David. (1996). On Dialogue. Routledge.
- 12 Rothman, Jay. (1997). Resolving Identity-Based Conflict In Nations, Organizations, and Communities. Jossey-Bass.
- 13 United Nations. (1998). United Nations Year of Dialogue among Civilizations: resolution / adopted by the General Assembly. UN. General Assembly (53rd sess.).
- 14 Lederach, John. (2003). Little Book of Conflict Transformation: Clear Articulation of The Guiding

- Principles By A Pioneer In The Field. Good Books.
- 15 Vidal-Casellas, Dolors., Aulet, Silvia., and Crous-Costa, Neus. (2019). *Tourism, Pilgrimage and Intercultural Dialogue*. CABI.
 - 16 Duxbury, Nancy., and Richards, Greg. (Eds.) (2019). *A research agenda for creative tourism*. Edward Elgar.
 - 17 Harrison, Rodney. (2013). *Heritage. Critical Approaches*. Routledge.
 - 18 Yamamura, Takayoshi., and Seaton, Philip. (Eds.) (2022). *War as Entertainment and Contents Tourism in Japan*. Routledge.
 - 19 Smith, Valene L. (Ed.) (1978). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Blackwell.
 - 20 須藤廣 (2017), 「現代観光の潮流のなかにダークツーリズムを位置づける」, 立命館大学人文科学研究所紀要, 111, pp.5-36.
 - 21 前原正美 (2009), 「異文化理解・文化交流とツーリズム——コミュニケーション力の育成と観光マネジメント」, 東洋学園大学紀要, 17, pp.49-66.
 - 22 De Ascaniis, Silvia., and Cantoni, Lorenzo. (Eds.) (2022). *Handbook on Heritage, Sustainable Tourism and Digital Media*. Edward Elgar.
 - 23 山村高淑 (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.
 - 24 Seaton, Philip., and Yamamura, Takayoshi. (2022). Theorizing war-related contents tourism. In Yamamura, Takayoshi., and Seaton, Philip. (Eds.). *War as Entertainment and Contents Tourism in Japan*. Routledge, pp. 1-18.
 - 25 Yamamura, Takayoshi. (2020). Introduction: Contents Tourism Beyond Anime Tourism. In Yamamura, Takayoshi., and Seaton, Philip. (Eds.). *Contents Tourism and Pop Culture Fandom: Transnational Tourist Experiences*. Channel View, pp.1-16.
 - 26 Fish, Stanley. (2004). Interpretive communities. In Rivkin, Julie., and Ryan, Michael. (Eds.) *Literary theory: an anthology*, 2nd ed. Blackwell Publishing, pp.217-221.
 - 27 Bakhtin, Mikhail Mikhailovich. (1963). *Problems of Dostoevsky's Poetics* (Emerson, Caryl Ed. and Trans.). University of Minnesota Press.

AI時代に向けてのメタ観光情報のあり方

國學院大學観光まちづくり学部・専任講師 仲野 潤一

1. はじめに

本稿の執筆について話を頂いた当初は、メタ観光向けの情報の分類とアーカイブ、利用方法についての一般論を述べ、メタ観光情報の活用効果を高めるためには何をすべきかについて論じるつもりであった。しかし、OpenAIの開発したチャット形式のテキスト生成サービスである ChatGPT [1] が2022年11月30日に公開され、世界中で可能性を探る様々実験が行われ、その性能が明らかにされていく中で、当初論じるつもりであった情報に関する議論が急速に時代遅れに感じられるようになってしまった。そのため、本稿では ChatGPT のような優秀な AI が生まれ、今後発展していくことを前提に、メタ観光情報をどのように位置づけるべきかを論じたいと考えた。

一旦ここで、観光と情報についての基本に立ち返りたい。観光行動を誘発するためには、情報から受け取るイメージが重要であり、観光の基本形は回遊行動であるという言説 [2] がある。これは、昨今の SNS 等の消費者生産メディア (Consumer Generated Media) がきっかけとなり観光行動を行う風潮からしても、違和感のない説であるといえよう。しかしながら、「情報」とは一体何を指すのだろうか。そこで、次章においては、「情報」について整理を行いたい。今後 AI の持つ力が増大していくことはほぼ確定していきだろうという予想から、第3章では、近年の AI 技術の進歩について軽く振り返り、ここ数年で見えてきた人間と AI の違い、そして AI 時代に向けて人間がどのように活動していくべきかを考察したい。

2. 情報とは

日本語における「情報」という言葉は、「敵情報告」の略語として明治時代に軍事用語として生まれた言葉である。では、英語における“information”はどのような意味だろうか。語源辞典を引いてみたところ、“knowledge communicated concerning a particular topic” [3] という意味で、15世紀中期から使われているとのことようだ。両者に共通する点といえば、「特定のトピックにおいて」「分かったこと(知識)」を「伝える」という点であろう。そこから類推するに、「情報」は、「雑多でない知識を他人に端的に伝えるためのもの」らしい、ということがわかる。観光の文脈に適用すれば、「観光体験の価値に影響するようなイメージを生み出す背景知識について他人に端的に伝えるためのもの」となる。この章では、いくつかの切り口から、「情報」について整理してみたい。

2.1. 情報カテゴリ

「知識を伝える」というのが情報の役目であることは前述した通りであるが、「知識」の形態によって、情報はさらにカテゴリ化できると考えられる。

まず、「知識」の賞味期限について考えてみたい。例えば、観光地にて提供されるその地の歴史的な知識は、長期間価値があるものである。一方で、渋滞情報、開花情報などは、賞味期限が短く、古い時期のものは価値がないと考えられる。このことから、知識の賞味期限に応じて、情報を、「ストック型」「フロー型」に分類することができる。もちろん、賞味期限が長い知識にまつわる情報が「ストック型」、短いものが「フロー型」である。

次に、「知識」の形式について考えてみたい。「バス乗り場の位置や時刻表」のような、「観光という目的を遂行するための手段」のための知識は、その知識の理解にかかる時間は短い方が望ましいことから、情報としては一定の簡潔なフォーマットで記述されていることが望ましいと考えられる。これを「定成型」情報と呼ぶことにしたい。一方で、「ある地域が観光地として注目されるに至った経緯」のような、「観光の価値を上げるための情報」

1 バス情報は、バス会社や路線によって停留所の位置が多種多様であり、また現地での案内が必ずしも充実しているわけではないことや、日によって運行ルートが異なるなどの例外が多くあるため、正確性を求められるにもかかわらず、定形化するのが難し胃状況にあり、フォーマット標準化に時間がかかっていた。国土交通省により標準化が進められ、2017年に「標準的なバス情報フォーマット」初版がリリースされ、最新版である第3版が2021

は、目的に対するイメージそのものを変化させかねない情報に関しては、そもそもの目的の「観光」「地域を訪れる」ということが複雑なプロセスを経る体験であるため、フックとなるポイントが多く、端的かつ簡潔なフォーマットである必要はないといえる。むしろ、目的にひっかかるかひっかからないかギリギリの内容の方がイメージを広げる助けになる場合もあるだろう。結果として様々な形式で表現されるこの種の情報を、「非定形型」情報と呼ぶことにしたい。

結果として、情報カテゴリは、「ストック型」「フロー型」のどちらか、「定形型」「非定形型」のどちらかの掛け合わせで、4種別に分類できると考えられる(表1)。

	ストック型	フロー型
定形型	<ul style="list-style-type: none"> 施設などのアクセス方法、連絡先、開館時間など 公共施設の過去のイベント・展示一覧・紀要など 	<ul style="list-style-type: none"> 渋滞情報 混雑情報
非定形型	<ul style="list-style-type: none"> 体験記ブログ 体験動画 博物館、歴史館等における展示物そのもの 	<ul style="list-style-type: none"> 地域・施設・博物館などからのイベント情報・季節にまつわる情報 リアルタイムに体験の共有を目的とする SNS 投稿、配信

表 1: 情報カテゴリの 4 種別の分類

2.2. 情報のアーカイブと活用

前述した「ストック型」はもちろんのこと、「フロー型」情報についても、アーカイブは必要と考える。ストック型情報をアーカイブから取り出して活用するのは当然としても、データ駆動型の意思決定、観光情報の提供などを考えた場合、フロー型情報も使用することがより効果をもたらすと考えられるからである。しかし、フロー型情報は分散した形で存在しがちであり、その状態では、分析をするための準備に手間がかかる。普段よりアーカイブ化を行いフロー型情報を整理する習慣をつけ、検索機能等を活用し即座に利用できるようにする必要がある。

そして、そのようにアーカイブされた情報は、状況が許す限り、オープンデータ・オープンコンテンツ化することが望ましいと考える。オープンデータ・オープンコンテンツ化を行い、誰もが自由に利用できるように情報アーカイブを整備しておくことで、観光業に直接関係があるわけでない者でも、何らかのきっかけで興味を持った際に、データ分析を行い、新たな価値を生み出すようなアプローチ・提案をする可能性があるためである。

参考までに、オープンデータ・オープンコンテンツをアーカイブ、公開しているプラットフォームをいくつかあげてみたい。まずはじめに、アメリカ合衆国が世界初の政府主導で開設したオープンデータのポータルサイトである、Data.gov [4] が挙げられる。Data.gov の開設に伴い、世界中で政府主導のオープンデータのポータルサイトの開設が進み、日本でも、2014年に data.go.jp [5] が開設された。また、Wikimedia 財団の運営による Wikipedia [6] をはじめとした、ウィキメディア・プロジェクトも象徴的存在といえよう。オンライン百科事典である Wikipedia の他にも、画像・音声などのメディアを共有するウィキメディア・コモンズなどのプロジェクトもあり、すべてのプロジェクトにわたり、記事やメディアの自由な複製・改変を認めるライセンスを採用していることに加え、利用条件が明確になっているために、二次利用の促進につながっている。

日本の観光やまちづくりの分野において、情報を一般公開する際のデータ共有サイトとしても利用しやすいものとしては、一般社団法人 社会基盤情報流通推進協議会によって設立された、地理空間情報の有効活用を支援するためのプラットフォームである G 空間情報センター [7] がある。

年に「静的バス情報フォーマット (GTFS-JP)」としてリリースされている。バスロケーションシステムのためのフォーマットである「動的バス情報フォーマット (GTFS リアルタイム)」についても、2019年にリリースされた。今後の観光分野の Web サービス等での活用が期待される。

このようなオープンデータ・オープンコンテンツのプラットフォームから得られたアーカイブデータを活用し、実用的なアプリケーションとして利用可能にするには、目的に適した形式に整式し、Web サイト等で一括して提供することが必要不可欠である。COVID-19 対策のために東京都が開設した新型コロナウイルス感染症対策サイト [8] は、感染対策行動を促すことを目的に作成されたものであるが、東京都による公式情報と客観的数値をわかりやすくまとめ、現状を把握できる情報発信の例として優れているといえる。やや探索的な分析を行う前提とはなるが、観光やまちづくりの領域においては、jSTAT MAP [9] や RESAS [10] など実用的なアプリケーションの実装例として参考にできる。

2.3. 情報のメディア形式

情報は、様々なメディア形式によって構成されている。そこで、本節ではメディア形式によって情報を分類することを試みる。

まず、過去 50 年以上にわたって取り扱われてきており、取り扱い方法や特性など含めて比較的明らかになっていくメディア形式としては、「テキスト」「画像」「音声」「動画」「位置情報」などが挙げられる。これらの、ある種「伝統的な」メディア形式は、図書館情報学や博物館学の知見より、アーカイブ方法がある程度確立されているといえる。一方で、ここ 50 年以内に発生したメディア形式で、まだその形式を変化させ続けているものとしては、「ハイパーテキスト」「ゲームなどのインタラクティブコンテンツ」「VR/AR」などが挙げられる。こちらは、新しいメディア形式であり、閲覧・鑑賞するために必要なプラットフォームを含めて意識的に保存しなければ、いくらコンテンツデータだけ保存しておいても利用できなくなってしまうことが徐々に判明してきている。これは、コトの保存が難しいことに類似しているとも見ることができ、情報のメディア形式も、新たな付加価値を求め「コト」化が進んでいるのであろうと推察される。一般論として、保存コストの削減と、どこまでそのまま保存できるかということはトレードオフであるので、コストをどこまでかけ、何を保存するのかという点については、議論が必要であらう。

3. AI 技術の進歩とメタ観光情報のあり方

3.1. 大量のデータと AI の識別・生成モデル

2012 年に、大規模画像認識コンペティション ILSVRC で畳み込みニューラルネットワークを用いた画像識別モデルである AlexNet [11] が圧倒的な成績で優勝したことにより、機械学習の分野に衝撃が走り、深層ニューラルネットワークを用いた深層機械学習に研究の中心は移っていくことになった。その後、深層学習によって画像認識はもろろんのこと、音声認識、自然言語処理などの分野で大きな進歩があり、データを解釈し、分類・識別するという点では深層機械学習を用いた AI の実用化が進んでいることは周知のことだろう。

一方、データの生成の方面においては、2022 年に、実用レベルの複数のサービスがリリースされた²。2022 年の夏から秋にかけて、イラストの概要を文章で入力することでイラストが生成される Midjourney [12] や NovelAI [13] といったサービスがリリースされ、職業イラストレーターに衝撃を与えた。その後、2022 年 11 月末には、高度な専門知識を持つように思われる質疑応答形式のテキスト生成サービスである ChatGPT がリリースされ、多くの分野において質問に対しそれなりの精度で返答を返すことが判明した。これを受け、当初は、知識労働者において、否定的な反応も多くみられたように思う。しかし、リリースから約 3 ヶ月経った執筆時現在、ChatGPT 以外にも複数のテキスト生成サービス [14] [15] がリリースされはじめたこともあり、知識労働者の間では、ある種の諦観とともに否定的な反応は徐々に薄れはじめ、職業上のアウトプットを高めるための活用法を模索する段階に

2 このように複数のサービスがリリースされた要因には、OpenAI 製大規模言語モデル GPT-3 が 2020 年に発表されたことが挙げられる。GPT-3 は、プロンプトと呼ばれるきっかけの文章を与えると、プロンプトに続く文章を生成する自然言語の生成モデルである。GPT-3 をベースに、大量の文章による知識学習や、不適切な内容の文章生成を防ぐための学習を行ったものが ChatGPT である。プロンプトとイラスト画像の特徴量をあわせて学習させることで、プロンプトからイラスト画像の特徴量を生成するモデルを作成し、さらにその画像の特徴量からイラストそのものを生成するようにしたものが Midjourney や NovelAI である。

移ったように思われる。

実際に著者も ChatGPT の活用を試みており、その感触からすれば、内容が誤っている恐れもあるという前提に使用することで、十分に自然言語での問いかけに答えるように出来ていると感じており、このまま進歩すればチューリングテストに合格する日も近いであろうと考える。以前は AI と謳われた各種サービスについて、質問に対してどこかピントのずれた回答をしてくるなどの印象を受け、使い物にならないという感想を抱くことが多かったのだが、2022 年にリリースされたこれらのサービスは、どれも人間が多少工夫すれば実用に耐えうるのである。

これらのテキスト生成サービスは、自然言語の生成に限らず、簡単なものであれば、プログラミング言語等のコードを記述することもできる (図 1: ChatGPT による簡単なインタラクションありの Web サイトコード生成の例)。今後、質問を入力すれば、学習データをもとに、その回答をインタラクティブに確認できる Web サイトが直接生成される日も遠くないと考えられる。

以上の進歩を踏まえると、観光分野においても、AI トラベルガイドが実用的になり、現在以上に個々の興味に最適化された多様性のある観光が行われる可能性が高いといえる。³

3 これは、最適化された観光の方が価値が高いというような価値判断を含んだ言説ではない。人間の野生の感覚で行う観光も、十分に素晴らしいものであり、そういった探索行動は観光の魅力の一つであると著者は個人的に感じている。

 スペースキーを押すことでサイトの背景色が白、黒、を交互に切り替えることのできるWebサイトのHTML/CSS/JSを記述してください。

 以下は、スペースキーを押すことで背景色が白と黒を交互に切り替えるWebサイトのHTML/CSS/JSの例です。  

HTML:

```
html Copy code
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <meta charset="UTF-8">
    <title>背景色切り替え</title>
    <link rel="stylesheet" href="style.css">
  </head>
  <body>
    <h1>背景色切り替え</h1>
    <p>スペースキーを押すと背景色が切り替わります。</p>
    <script src="script.js"></script>
  </body>
</html>
```

CSS:

```
css Copy code
body {
  background-color: black;
  color: white;
  height: 100vh;
  margin: 0;
  display: flex;
  flex-direction: column;
  justify-content: center;
  align-items: center;
}

.white {
  background-color: white;
  color: black;
}
```

JavaScript:

```
javascript Copy code
const body = document.querySelector('body');
document.addEventListener('keydown', function(event) {
  if (event.code === 'Space') {
    body.classList.toggle('white');
  }
});
```

このコードでは、`body` 要素に初期の背景色として `black` を設定し、`color` を `white` に設定します。JavaScript の `keydown` イベントをリスンし、スペースキーが押された場合、`body` 要素の `class` 属性に `white` クラスをトグルします。`white` クラスは、背景色が `white`、テキストの色が `black` に設定されます。`class` 属性のトグルにより、スペースキーを押すたびに背景色が切り替わります。

図 1: ChatGPT による簡単なインタラクションありの Web サイトコード生成の例
実際に指示通りの動作が行えることを確認済みである。

しかし、活用を試みる中で、現段階で、人間との差異があり、そして今後しばらく AI の限界であり続けるであろう点を発見した。それは、「AI は肉体を持たず、自らモノ・コトを体験することができず、それゆえに、現実世界についての新たな知見を生み出すことができない」という点である。言い換えれば、AI は人間の体験をテキスト経由で学習し、人間の質問に答えることはできるが、体験そのものを自ら行い批評することはできないということである。

この差異があることから、人間の果たすべき役割が浮き彫りになってきたといえる。それは、「AI の回答が現実世界と照らし合わせ、客観的に正しいかを確認する（ファクトチェック）」役割や「主観的な体験談をテキスト等により記録しておく」役割だと考える。今後、高い価値を持つ情報は「客観的な正確性を担保されたもの」もしくは「主観的な体験談」に二極化していくのではないかと。今でも嫌われる「まとめサイト」のような、インターネット検索で適当に調べてまとめただけのような情報は、ますます価値がなくなっていくと予想できる。

3.2. AI 時代のメタ観光情報のあり方

これまで、検索エンジンに曖昧な情報の意味の解釈を期待することはできなかったために、情報の検索性や活用性を高めるためには、メタデータをきちんと揃えるべきだという論調が支配的だったように思う。もちろん、経路検索などの（これもある種の AI である）、メタデータを活用するための手法が高度に構築され、曖昧な情報による曖昧な結果よりも、正確な情報による正確な結果が必要とされているアプリケーション領域も多い。しかし、現在に至るまで情報分野で悩みの種となっていたのは、単一の解釈の仕方しかない情報の取り扱いではなく、重層的に解釈できる情報にいかにもメタデータを付加させるかという点だったように思う。しかし、もはや ChatGPT のような知識情報検索エンジンはあたかも意味を解釈するように振る舞うのであり、重層的な情報に付加するメタデータの形式を無理に揃えなくても良いかもしれないというような変化がいま起きているといえる。つまりは、検索の質が変化しつつあり、たとえ不揃いだったとしても、人間が理解できるようなメタデータを準備しておけば十分なのではないかということが予想されるのである。

一方で、AI 時代の情報検索は、結局のところ「主観的な体験」においては、Consumer Generated Media の特性をそのまま引き継いでいるといえる。その性質上、当然ながら真正性の担保が難しく、また、観光領域においては、地域イメージを損なうような情報も検索対象として取り扱われ、出力されうることである。今後ますます重要になるのは、地域側としては「地域住民としてはどのようなスタンスを貫くのか」についての情報発信を行うことであり、また、情報検索の利用者側としては「意見の多様性を認め、地域を尊重すること」になっていくだろう。

もちろん、そのような理想を掲げていれば十分というわけではない。すでにイラスト生成 AI に対しては、アーティストがイラスト生成 AI の運営会社に対し、学習データに対する潜在的な著作権侵害を訴える訴訟を起こすなど、社会的な摩擦が発生しはじめている。それを受け、学習済みイラスト生成 AI モデル Stable Diffusion を公開している Stability AI は、Stable Diffusion のバージョン 3.0 のモデルから自身が権利を持つ作品の学習をオプトアウト形式で指示できるようにするという [16]。Consumer Generated Media のデータベースや AI の学習データの中に、個人に結びつくネガティブな情報がデジタルタトゥーのように残ってしまうという問題も今後は起こりうるだろう。データを素朴に取り扱える時代ではなくなっていることは疑う余地がなく、なんらかの法整備が必要であることは間違いないであろう。また、「忘れられる権利」に対応するために、AI サービスを提供している事業者は、どのバージョンの AI にどのようなデータを用いて学習したのかということ記録する必要が出てくると予想される。

今や、多くの人に情報が十分高品質であると認識されている Wikipedia [17] において、同種の問題の発生に対し、どのように対処しようとしているのかを参考してみたい。Wikipedia では、「利用方針、ガイドラインの策定」「コミュニティによる監視と批評」「編集履歴・議論履歴の可視化」により、同種の問題の発生を避けようとしている [18] とみることが出来る。また、個別の記事ページに、内容について質問や議論を行うための管理ページである、ノートページが付属していることも特徴である。ノートページの議論によって記事の信頼性について疑問が提示された際や、削除依頼が行われている際などには、記事ページの上部に目立つ形でそのことが表示されるため、利用者は、そのような嫌疑がある記事については、内容の正確性について注意して参照することができるようになっている点

も、品質向上の観点からも重要であろう。AI サービスを提供している企業は、同種の対策を今後導入せざるを得なくなっていくと考える。

結論としては、AI 時代に向けてメタ観光情報のあり方としては、「客観性を重視する」一方で「人間の主観的体験をメタ観光情報として書き出し、マシンリーダブルな状態にする」ことに加え「倫理的に問題があるものに対して対処できる仕組みづくりをする」必要があるといえる。一方で、メタ観光情報をもとにした学習データを受け入れやすい形でアウトプットするための技術に関しては、今後 AI のサポートを受けられる可能性が高いといえよう。本格的 AI 時代を迎えるにあたって、人間に託していることが、どうやら、現実のまちに繰り出し観光をして、体験をまとめて記述するというのだということを考えれば、メタ観光の概念や活動は、観光にとって、また、まちづくりにとっても、非常に重要になってくるのではないかと信じてやまない。

参考文献

- [1] OpenAI, “ChatGPT,” [オンライン]. Available: <https://chat.openai.com/>. [アクセス日: 28 2 2023].
- [2] 前田勇, “新現代観光総論 - 第3版,” 学文社, 2019, pp. 122, 124.
- [3] D. Harper, “Online Etymology Dictionary - information,” [オンライン]. Available: <https://www.etymonline.com/search?q=information>. [アクセス日: 28 2 2023].
- [4] T. T. S. U.S. General Services Administration, “Data.gov,” [オンライン]. Available: <https://data.gov/>. [アクセス日: 28 2 2023].
- [5] デジタル庁, “data.go.jp,” [オンライン]. Available: <https://www.data.go.jp/>. [アクセス日: 28 2 2023].
- [6] “「メインページ」『フリー百科事典 ウィキペディア日本語版』,” 8 2 2023. [オンライン]. Available: <https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%A1%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%83%9A%E3%83%BC%E3%82%B8>. [アクセス日: 28 2 2023].
- [7] 一. 社会基盤情報流通推進協議会, “G 空間情報センター,” [オンライン]. Available: <https://front.geospatial.jp/>. [アクセス日: 28 2 2023].
- [8] 東京都, “新型コロナウイルス感染症対策サイト,” [オンライン]. Available: <https://stopcovid19.metro.tokyo.lg.jp/>. [アクセス日: 28 2 2023].
- [9] 「政府統計の総合窓口 (e-Stat)」, “地図で見る統計 (jSTAT MAP) ,” [オンライン]. Available: <https://jstatmap.e-stat.go.jp/trialstart.html>. [アクセス日: 28 2 2023].
- [10] 「RESAS (地域経済分析システム)」, “トップページ - RESAS (地域経済分析システム) ,” [オンライン]. Available: <https://resas.go.jp/>. [アクセス日: 28 2 2023].
- [11] A. I. S. a. G. E. H. Krizhevsky, “Imagenet classification with deep convolutional neural networks.,” Communications of the ACM, 第 巻 60, 第 6, pp. 84-90, 2017.
- [12] Midjourney, “Midjourney,” [オンライン]. Available: <https://www.midjourney.com/>. [アクセス日: 28 2 2023].
- [13] Anlatan, “NovelAI,” [オンライン]. Available: <https://novelai.net/>. [アクセス日: 28 2 2023].
- [14] Y. Mehdi, “Reinventing search with a new AI-powered Microsoft Bing and Edge, your copilot for the web - Official Microsoft Blog,” 7 2 2023. [オンライン]. Available: <https://blogs.microsoft.com/blog/2023/02/07/reinventing-search-with-a-new-ai-powered-microsoft-bing-and-edge-your-copilot-for-the-web/>. [アクセス日: 28 2 2023].
- [15] Notion HQ, “Notion AI を正式リリースしました! - Notion,” 23 2 2023. [オンライン]. Available: <https://www.notion.so/ja-jp/blog/notion-ai-is-here-for-everyone>. [アクセス日: 28 2 2023].
- [16] B. Edwards, “Stability AI plans to let artists opt out of Stable Diffusion 3 image training - ars technica,” 16 12 2022. [オンライン]. Available: <https://arstechnica.com/information-technology/2022/12/stability-ai-plans-to-let-artists-opt-out-of-stable-diffusion-3-image-training/>. [アクセス日: 28 2 2023].
- [17] 鈴木優, “Wikipedia における情報の質,” 情報処理学会論文誌データベース (TOD), 第 巻 6, 第 4, pp. 46-

58, 2013.

- [18] “「Wikipedia: 方針とガイドライン」『フリー百科事典 ウィキペディア日本語版』,” 5 6 2022. [オンライン]. Available: <https://ja.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:%E6%96%B9%E9%87%9D%E3%81%A8%E3%82%AC%E3%82%A4%E3%83%89%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%B3>. [アクセス日 : 28 2 2023].

空間・モビリティ・地域観光とメタ観光をめぐる一試論

A consideration on Space, Mobility, Regional Tourism and Meta-Tourism

一橋大学大学院社会学研究科・博士後期課程 伊藤 将人

概要

本稿は過去数十年の間に社会科学で生じた二つの転回（空間論的転回・移動論的転回）以降の潮流にメタ観光を位置づけ両者の課題と可能性を考察することで、メタ観光の特徴や意義、学術研究としての発展と地域観光への応用を推進する際の課題と具体的な方法を社会的視座から検討した。その結果、メタ観光において重要な GPS や GIS、ICT などの「デジタル技術」と「歴史的文脈」が、二つの転回との関連を考える上で鍵となることが示唆された。またモビリティ研究における議論をもとにメタ観光がかかえる課題とそれを乗り越える具体的な方法として「政治的文脈への着目」と「言説の分析」という新たな視点を提示することで、メタ観光をめぐる学術研究と地域観光と関連した実践のさらなる発展可能性について論じた。

1. はじめに

近代の知は長い間、空間を「死んだもの、固定されたもの、不動のもの (Foucault, 1986)」とみなす認識枠組みの上に定義され、線形的思考に貫かれた均質な空間認識とそれにもとづく視覚優位体制の下にあった (吉原, 2022)。こうした認識はモビリティ (移動性 / 可動性) にも当てはまり、線形的思考に貫かれた均質で固定的な認識は社会階層移動以外のモビリティへの着目を妨げてきた。しかし社会科学における「空間論的転回 (spatial turn)」とそれをより深く更新した「移動論的転回 (mobility turn)」を経て、現在は空間やモビリティの捉え方を見直す機運が高まっている。本稿のテーマであるメタ観光と「地域観光」は、従来の固定的な認識から流動的な側面にも関心が集まりつつある「地域」と、現代社会におけるモビリティの高まりが最も明白な形で表れた「観光」が組み合わせられた言葉である。そこで本稿は社会科学における過去数十年の転回以降の潮流の中でメタ観光を考察することで、その特徴や意義、学術研究と地域観光振興への実践を推進する際の課題と具体的な方法を社会的視座から検討することを試みる。

2. 社会科学における空間論的転回・移動論的転回

メタ観光を論じる前に、日本では未だ紹介が停滞している空間とモビリティを取り巻く社会科学の動向を紹介する。モビリティは過去 20、30 年のうちに社会科学における特徴的な研究対象となり、欧米を中心に移動論的転回 (New Mobility Paradigm と呼ばれる) が宣言された (Hannam, Sheller and Urry, 2006) (Sheller and Urry, 2006)。しかし日本では最近まで移動論的転回をめぐる研究の進捗は芳しくなく遅れをとってきた。理由の一つには、主に社会学におけるモビリティ研究の水脈をなす空間論的転回への関心の低さがある (吉原, 2022)。

空間論的転回とは現代の都市や社会の構造、それを貫く論理を、空間をめぐる社会的な諸関係とそれを貫く論理として捉えようとする空間論的な問題意識をゆるやかに共有し、また相互に影響を与え合ってもいることを指す (若林, 1997)。身も蓋もなく言ってしまうと、空間構造は社会構造なくして理論化できず、逆もまた然りということである (大城, 2021)。こうした試みが「転回 (turn)」と呼ばれるのは、とりわけ古典的マルクス主義の社会

1 例えば昨今は従来都市 - 農村の二項対立で捉えられてきた地域としての農村をめぐる、都市から移り住む移住者や農村間を移動する人々、定期的に訪れる関係人口などへの注目が高まっており、その成員の非固定性、農村空間の流動性の高まりが指摘されている。

理論の「時間論的偏向」ないし「没空間論的偏向」からの理論的転回として構想、理解されたからである（若林, 1997）。

空間論的転回はアンリ・ルフェーブルの『空間の生産（1974=2000）』を契機に1970年代に登場拡大した概念とされるが、1980年代になるとドリーン・マッシーによる『空間的分業（1984=2000）』や、デレク・グレゴリーとジョン・アーリによる *Social Relations and Spatial Structures*（1985）が刊行され、地理学と社会学における空間にまつわる議論の社会科学への貢献が集約された（Sheller, 2017）。グレゴリーとアーリが提案した空間を容器や実体そのものではなく実体間の関係の集合として捉えるアプローチは、その後の『社会を超える社会学（Urry, 2000=2006）』などにつながっていくこととなる（Sheller, 2017）。

空間論的転回とそれに起因するアプローチの発展を経て、1990年代から2000年代に入ると経済、文化、グローバル化の変化に関する様々な分析でモビリティ概念の重要性が高まった²。これが移動のもたらす社会的諸関係の変容に焦点を当て、社会科学の理論と方法を新たに提示した移動論的転回である。初期の主要論者はマルク・オジェ（1992=2017）、ジグムント・バウマン（1998=2010, 2000=2001）、ジョン・アーリ（2000=2006）などである。特にバウマンの『リキッド・モダニティ』とアーリの『社会を超える社会学』は共に2000年に出版され、モビリティの定着に大きな役割を果たした（Sheller, 2017）。以降、モビリティ研究を支える一連の概念と研究群では、人・モノ・情報・知識といった様々な移動がいかに社会的に生み出されているか、社会がいかにそれらの移動によって / を介して生み出されているかなどが検討されている（田中, 2022）。こうした視点は多くの研究者に受容され関連する研究がグローバルに進められており（Elliott and Urry 2010=2016, Urry 2007=2015）、日本でもモビリティを主題として扱った書籍が登場している（切通ほか 2021, 鈴木・藤岡 2022, 吉原 2022）³。

ここまで空間論的転回と移動論的転回を説明してきたが、本稿の主眼は社会科学における転回を詳細に論じることにはない。ここで主張したいのは社会科学が過去数十年の間こうした転回を踏まえ空間や移動を論じようとしてきた潮流の上で、メタ観光の登場が捉えられ、メタ観光が転回以降の社会科学に新たな視座をもたらす可能性があるのではないかということ、そして転回とその後の流れを踏まえてメタ観光を検討することで学術研究と実践の新たな可能性と課題、方法が見えてくるのではないかということである。

3. 二つの転回とメタ観光の関連：「デジタル技術」と「歴史的文脈」

社会科学における二つの転回とメタ観光はどのように関連するのだろうか。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な文脈・文化的な文脈に加え、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」と定義される⁴。以降はこの定義を参考にメタ観光の二つのキーワード、GPS や GIS、ICT などの「デジタル技術」と「歴史的な文脈」に注目して考察を深めてみたい。

2 なお社会学で空間的移動や地理的移動に重きを置いたのは2000年代以降のモビリティ研究が初めてではない。シカゴ学派の都市社会学者たちは1920年代から都市に移住する集団の移動や都市居住者や通勤者の日々の移動など空間的移動や地理的移動を扱っていた（Sheller, 2013）。ロバート・パークやアーネスト・バージェスといった当時のアメリカの都市社会学者は都市の急速な拡大に伴う立ち退きや社会の不安定化といった潜在的弊害を懸念しながらも、人間のモビリティという基本的能力に基づく都市の成長としてのモビリティを高く評価した（Sheller, 2013）。彼らに大きな影響を与えたドイツの社会学者ゲオルグ・ジンメルも近代都市生活の重要な側面として循環とモビリティの重要性を説いた。しかしその後社会学は階層移動に照準を合わせてきたため、階層移動研究が主な時代では空間移動は周辺化されてきた（Urry, 2000=2006）（吉原, 2022）。

3 観光研究分野は日本の中でも移動論的転回を踏まえた研究が比較的多い分野であり、大橋（2010）や阿部（2016）、寺岡（2017）遠藤（2017）（2018）などがある。

4 一般社団法人メタ観光推進機構、「メタ観光とは（閲覧日2023年2月4日, <https://metatourism.jp/metatourism/>）」

3-1. デジタル技術

メタ観光はGPSやGISにより位置情報を獲得し複数のメタレベル情報をICTで付与することで多層的に地域を捉えることを可能にする点に特徴がある。こうした特徴は情報化の結果と捉えられるが、情報化は観光の目的だけでなく観光時の行動も変化させてきた(菊地, 2020)。私たちが観光する際には、オンラインで交通手段や宿泊施設を予約し、スマートフォンの地図サービスを利用して目的地に移動し、口コミサイトで人気の観光地やレストランを訪れる(菊地, 2020)。これらの恩恵はデジタル技術の進歩と切り離して考えられない。アーリが掲げた移動論的転回の13の命題にはデジタル技術や移動システムの技術的進歩に関する問いも含まれているが、デジタル技術や移動システムの利用者はそれへの依存度合いがさらに高まる一方で、専門的知識の不足のためそれから阻害される者もさらに増えている側面もある(Urry, 2007=2015)⁵。

以上より移動論的転回以降のモビリティ研究では、日々変化する情報化社会におけるデジタル技術や移動システムへの着目が重要だとわかる。しかしモビリティ研究はこうした技術やシステムの重要性を理論レベルで指摘してきた一方で、特に日本では具体的事例を対象に分析したものは少なかった。そうした中でメタ観光はモビリティ研究におけるデジタル技術や移動システムへの着目を促すキッカケとなり、かつメタ観光の実践に伴うデータの蓄積と活用はモビリティ研究に新たな可能性をもたらすかもしれない。そうした取り組みの延長線上では、空間やモビリティを固定化された不動の対象とする従来の認識枠組みに対して、空間やモビリティのレイヤー性に着目しデジタル技術により可視化することで非線形的思考に基づく非均質的かつ重層性のある地域・地域観光をめぐる認識を提示できる可能性も高まるだろう。

3-2. 歴史的文脈

二つの転回が「転回」と呼ばれるのは、古典的マルクス主義の社会理論の「時間論的偏向」からの理論的転回として構想され、理解された側面があるからである。つまりそれらは、時間、歴史的な文脈を重視する社会理論を一部否定する形で登場した。そのため特に移動論的転回以降の議論は歴史的な文脈よりも、現在の感覚や事物(身体性・物質性など)を重視する傾向が強い。しかし観光を含むモビリティとは、それ自体が様々な歴史的な文脈の中で構築されるものである。ある地域を訪れるまで/訪れてからの交通インフラ、オンラインを通じたバーチャル空間での移動を伴う観光などは、それらが実現する/しない環境や制度が形成される過程、つまり短期間であっても時間的・歴史的な文脈の分析なしになぜその地域が観光地になったのか、なぜ観光客が訪れるのか/訪れないのかなどを論じることはできない。また観光対象それ自体も当初から観光スポットとなることを目的につくられたものを除くと、歴史的な文脈の中で観光対象化してきたものが大半である。地域観光における伝統の変容や創造をめぐる議論はその際たるものであろう。以上を踏まえると、モビリティ研究は現在の出来事や事物への関心とあわせて歴史的な文脈にも着目する必要があるといえる。また、鈴木が指摘するように史資料を通して過去をみる行為には個別の観光形態が無意識に(場合によっては意識的に)「フィクション」ではなく「フェイク」に近寄る可能性がある。しかしメタ観光は複数の観光形態を単一の場所もしくは空間を通してフィクションも歴史も同時に同系列に扱える可能性を有するため、「フィクション」ではなく「フェイク」に近寄るといった問題乗り越えられる可能性がある(鈴木, 2021)。こうした指摘からはメタ観光における歴史的な文脈への関心の可能性が示唆され、それは正しい形で地域・地域観光の多様性や複雑性を捉えるために重要な視点となる。メタ観光は移動論的転回以降のモビリティ研究が抱えてきた歴史的な文脈の軽視という課題に対して警笛をならし、かつ歴史的な文脈をめぐる分析や実践の具体的な動向として新たな可能性を見いだせるといえる。

4. メタ観光をめぐる学術研究の発展への提案

ここまで社会科学における空間論的転回・移動論的転回とメタ観光の関連性をめぐる議論の展開可能性を論じてきた。筆者に与えられたテーマはメタ観光と「地域観光」であるが、一般的な観光全般と地域観光の違いをあげる

5 スマートフォンによる情報アクセスを前提とした観光地経営により、高齢者や目が不自由な人などの情報アクセス性がかって低下し新たな情報アクセス格差が生じている事例などが当てはまる。

のならば、地域観光は対象をモノではなく空間として捉え、かつ空間を形成するモビリティを含む全てが生活者とも密接に関連している点にあるだろう。そこで最後にここまでの議論を踏まえた上でメタ観光をめぐる学術研究と地域観光との関連での実践をより発展させるための二つの具体的な提案を試みたい。

4-1. 「政治的文脈」への着目

第一の提案は地域観光をめぐる「政治的文脈」への着目である。従来のメタ観光をめぐる議論の多くはビジネスや地域活性の文脈で語られてきた。メタ観光の出自を考えれば当たり前であるが、筆者が専門とする社会学の観点からはこうした文脈のみでは学術研究としては不十分な側面もある。そこで提案するのが「政治的文脈」への着目である。観光は近代におけるモビリティの高まりの象徴であるが、モビリティ研究の観点から観光を捉えるならばそれは政治と切っても切り離せない。モビリティと政治の関連をめぐる研究は欧米を中心に蓄積されてきており、人・モノ・資本がいつどこで、どのように移動するかは政治的な問題であるという認識が重要である（Sheller, 2018）。

例えばメタ観光推進機構理事の牧野氏がメタ観光の一例として提示する東京都千代田区にある甘味処竹むらの事例の場合は、竹むらの建物を取り巻く都市計画や東京都景観条例など政治的なものとの相互作用の中で今日の景観や価値が形成されてきた側面があることは間違いない。裏を返せば歴史的文脈の中で、現在とは異なる都市計画により立ち退かざるをえなくなったり、景観条例に基づく歴史的建造物に選ばれず今とは異なる価値認識がされたりした可能性はゼロではない。同じくメタ観光推進機構理事の玉置氏がメタ観光の一例として提示するプラタモリも、各地域の政治的背景に着目し各時代の首長や武将などの有力者の政治的決断が地域の在り方を左右した話題を頻繁に扱っている。こうした事例からメタ観光をめぐる学術研究を推進する際には地域の政治的文脈も分析対象とすること、市民参加によるワークショップなどを通してメタ観光のレイヤーを整理・構築する際にも政治的文脈を考慮の対象とすることで、分析に厚みが生まれ予想外のレイヤー間の関連性や転換点が明らかになる可能性が高まると考えられる。

4-2. 「言説」への着目

第二の提案は地域観光をめぐる「言説(discourse)」への着目である。ミシェル・フーコーによれば言説とは、個々の言語表現たる言表が集合し、ある一つのまとまりをもった全体として構成されたものを指し、この全体性を形作るのは、個々の言語表現だけではなく制度や権力といった非言語的な要素を含むとされる（佐藤, 2013）。移動論的転回を牽引してきたミニ・シェラーとジョン・アーリ（2006）によれば、移動論的転回とは「移動の主体性」を特権化する問いではなく、むしろ移動に関する言説と実践の権力（実践の権力は第一の提案と重なる）を追うことに重きを置く。また高まるモビリティの重要性は、物質的世界で観察可能な実践だけでなく、変化する言説など的一部分と見なされるべきである（Endres and Manderscheid, Mincke, 2016）。

こうしたモビリティ研究の議論に従ってメタ観光を捉え直すと、メタ観光はコンテンツツウリズムに代表されるように当初から表象には大きな注意を払ってきた。コンテンツツウリズムとメタ観光について論じた山村(2021)も、共通点の一つに物語を軸にレイヤーが構成されている点を挙げている。それに対して地域観光を含むメタ観光の対象となる地域をめぐる言説は、これまであまり関心を寄せられてこなかった。しかし筆者はメタ観光が従来の個別の観光形態をメタ的視点から捉えるのと同様に、地域を取り巻く様々な出来事や歴史、文化、観光形態をメタ的視点から研究するためには言説への着目も必要であり意義があると考えている。

言説に着目することにより、新たな文脈で観光資源を見つけて可視化することで多様な楽しみ方を提供するメタ観光による地域観光において、そもそも何が「新しい文脈」で何が「従来から存在する文脈」で、それ以外に何が「文脈上存在してこなかったもの」なのか顕在化することが可能となる。フーコーの言葉を援用すれば「他でもなくなぜその時代に、ある特定の言説が登場したのか」を問うことが重要であると同時に、「なぜある言説は、それとは別の在り方ではあり得なかったのか」「ある時代に特定の言説が登場する一方で、なぜ他の言説は登場しなかったのか」という付随した新たな問いも生まれてくる点が言説を分析することの意義である（Foucault, 1969=2012）。こうした問いは学術研究だけでなく地域観光のためのメタ観光のワークショップなどでも有用であり、案内役や地域史家が語る地域の歴史や文化がなぜ他でもなくそのような言説になるのかを問うことで、従来

関心を寄せられてきたレイヤーとは別の、可視化されていないが存在した / 存在したかもしれないレイヤーの発見や構築へとつながる可能性がある。山村（2021）はコンテンツツーリズムから見たメタ観光の課題として想像性の余地の担保を指摘しているが、言説への着目にはこうした余地を拡張する可能性もあるだろう。

整理するとメタ観光における言説への着目はより詳細で多様なレイヤーの構築を可能とする。同時にある人が認識できるレイヤーとは異なるレイヤーを顕在化させ想像力を担保したり幅を拡げたりする可能性がある。言説の分析とは、あたら限り多くの対象となる地域やコンテンツに関連する書かれたものを収集し、何が書かれ何が書かれていないのかを整理する作業である。しかし現実的には限られた時間の中で全ての言説は対象とできないため、例えばデジタルアーカイブで閲覧できる新聞記事や、国立国会図書館や大宅壮一文庫で取り寄せられる雑誌記事、地域の図書館に収蔵された過去の観光パンフレットや広報などの言説を分析することで、地域観光振興のためのワークショップなどの場ではメタ観光マップのレイヤーの重層性や複雑性が増すとともに、学術研究としても従来とは異なる手法で成果と意義を示せるのではないだろうか。

5. おわりに

本稿は社会科学における空間論的転回と移動論的転回を踏まえ、その潮流の中にメタ観光を位置づけた際のメタ観光の特徴（歴史的文脈の重視・デジタル技術や移動システムへの着目）を指摘し、学術研究の推進や地域観光振興に役立てる際の課題とそれを乗り越える具体的な方法（政治的文脈・言説の分析）を提案してきた。

メタ観光は複数のレイヤーにまたがる観光客という存在を捉える際に、既存の観光業や観光学の議論ではレイヤーごとに完結した観光の在り方しか見ていないこと、情報社会特有の新しい観光現象に既存の枠組みでは気づけないことなどを課題と捉え登場した。こうした課題意識は、観光客だけでなく現在の地域や地域観光を捉える際にも重要である。現代社会において地域という空間は特定のレイヤーや見方で完結した固定的な容器や実体ではなく、実体間の関係の集合で成立する流動的で社会的なものとなりつつ / 認識する必要が高まりつつあり、それを捉えるための従来とは異なるメタの視点が求められている。これは地域観光についても同様のことがいえる。空間論的転回や移動論的転回は学術的議論であるが、その登場は従来の地域や空間、移動の認識では捉えられない事態が、グローバルでもローカルでも生じていることと不可分に結びついている。本稿が二つの転回と二つのメタ観光の特徴に言及したのは、こうした時代に地域や地域観光を考える上で示唆的であり、かつメタ観光が学術研究として発展し地域観光に生かされていくために外せないと考えたためである。また本稿が提案した二つのメタ観光の課題とそれを乗り越える具体的方法は、一見すると些細で必要ないように思える観点を意識するかしないかで地域や地域観光とメタ観光をめぐる認識や実践の厚みが変わり、増した厚みはメタ観光の学術的・実践的発展につながると考えたためである。筆者はメタ観光の専門家ではないためはずれな指摘かもしれないが、モビリティ研究、そして地域振興の現場に関わる人間としてメタ観光の今後の発展に期待したい。

参考文献

- Augé, M. (1992) *Non-Places: An Introduction to Anthropology of Supermodernity*, Paris: Le Seuil. (=2017, 中川真知子訳『非-場所—スーパーモダニティの人類学に向けて』水声社)
- Bauman, Z. (1998) *Globalization: The Human Consequences*, Columbia University Press. (=2010, 澤田眞治・中井愛子訳『グローバリゼーション』法政大学出版局)
- Bauman, Z. (2000) *Liquid Modernity*, Polity Press. (=2001, 森田典正訳『リキッド・モダニティ—液化化する社会』大月書店)
- Doughty, K. and Murray, L. (2016) *Discourses of Mobility: Institutions, Everyday Lives and Embodiment, Mobilities*, 11 (2) : 303-322. (= 2022, 田中雅大訳「モビリティの言説—制度・日常生活・身体化—」『空間・社会・地理思想』25 : 135-151)
- Elliot, A. and Urry, J. (2010) *Mobile Lives*. Routledge: Abingdon. (=2016, 遠藤英樹監訳『モバイル・ライブズ——「移動」が社会を変える』ミネルヴァ書房)
- Endres, M. Manderscheid, K. and Mincke, C. (2016) *Discourses and ideologies of mobility : An introduction. The Mobilities Paradigm : Discourses and ideologies*, Routledge, 1-7.

- Foucault, M. (1969) *L'Archéologie du savoir*, Paris, Gallimard. (= 2012, 慎改康之訳『知の考古学』河出書房新社)
- Foucault, M. (1984) *a L'usage des Plaisirs: Histoire de la Sexualite II*, Mayenne : Gallimard. (= 1986, 田村俣訳『性の歴史II 快楽の活用』新潮社) .
- Gregory, D. and Urry, J. eds (1985) *Social Relations and Spatial Structures*, Basingstokc : Macmillan.
- Hannam, K. Sheller, M. and Urry, J. (2006) Editorial: Mobilities, immobilities and moorings, *Mobilities*, 1 : 1-22.
- Lefebvre, H. (1992) *The Production of Space*, Blackwall, Wiley Blackwell. (=2000, 斉藤日出治訳『空間の生産』青木書店) .
- Massey, D. B. (1995) *Spatial divisions of labor: Social structures and the geography of production* 2nd edition, New York : Routledge. (=2000, 富樫幸一・松橋公治訳『空間的分業—イギリス経済社会のリスストラクチャリング—』古今書院)
- Sheller, M. and Urry, J. (2006) The new mobilities paradigm, *Environment and Planning A*, 38 : 207-226.
- Sheller, M. (2013) *Sociology After the Mobilities Turn*, Adey, P. Bissell, D. Hannam, K. Merriman, P. Sheller, M, eds, *The Routledge Handbook of Mobilities*, London: Routledge. 45-54.
- Sheller, M. (2017) From Spatial turn to mobilities turn, *Current Sociology*, 65 (5) : 1-17.
- Sheller, M. (2018) *Mobility Justice: The Politics of Movement in an Age of Extremes*, VERSO.
- Urry, J. (2000) *Sociology beyond Societies: Mobilities for the Twenty-first Century*, Routledge. (=2006, 吉原直樹監訳『社会を超える社会学——移動・環境・シチズンシップ』法政大学出版局)
- Urry, J. (2007) *Mobilities*. Cambridge: Polity Press. (=2015, 吉原直樹・伊藤嘉高訳『モビリティーズ——移動の社会学』作品社)
- 阿部純一郎 (2016) 「移動論的転回の中に「観光のまなざし」論を定位する」『観光学評論』4 (1) : 33-42.
- 遠藤英樹 (2017) 『ツーリズム・モビリティーズ：観光と移動の社会理論』ミネルヴァ書房 .
- 遠藤英樹 (2018) 「ツーリズム・モビリティーズ研究の意義と論点」『関西学院大学社会学部紀要』128: 9-20.
- 大城直樹 (2021) 「空間論的転回と新都市社会学・批判地理学」横浜国立大学都市科学部編『都市科学事典』春風社 , 916-917.
- 大橋昭一 (2010) 「モビリティ・パラダイム論の展開—モビリティ資本主義論の提起—」『和歌山大学観光学部紀要 観光学』3 : 11-21.
- 菊池映輝 (2020) 「情報社会における観光は「メタ観光」で捉えよう」『GLOCOM OPINION PAPER』33.
- 切通堅太郎・西藤真一・野村実・野村 宗訓 (2021) 『モビリティと地方創生一次世代の交通ネットワーク形成に向けて—』晃洋書房 .
- 佐藤雅浩 (2013) 『精神疾患言説の歴史社会学：「心の病」はなぜ流行するのか』新曜社 .
- 鈴木親彦 (2021) 「江戸資料のデジタル化情報空間からメタ観光への展開」オンライン公開勉強会「メタ観光の作り方を考える会」資料 .
- 鈴木謙介・藤岡達磨 (2022) 『グローバル化とモビリティ：流動化する社会を生きる人びとの社会学』関西学院大学出版会 .
- 寺岡伸悟 (2017) 「流動化する中山間地域と農村観光研究の意義」『観光学評論』5 (1) : 79-92.
- 山村高淑 (2021) 「メタ観光とコンテンツツーリズム」メタ観光オンラインシンポジウム vol.3 「メタ観光という観光」資料 .
- 吉原直樹 (2022) 『モビリティーズ・スタディーズ』ミネルヴァ書房 .
- 若林幹夫 (1997) 「空間と「場を占むもの」」『10 + 1』10 : 246-254.

7. 各理事の 2022 年度の振り返りとこれから

代表理事 牧野 友衛

実際に利用することが出来る「すみだメタ観光マップ」、そしてそのデータのすべての公開・提供や umap 作成方法のノウハウの公開を行った。これらを活用いただければ umap でメタ観光マップを作成することが出来る情報提供を行うことが出来たと思う。また、松山メタ観光マップでは Google マイマップ版の作成を行ない、簡易的に作成する方法を示した。Google マイマップに関しては奈良でのワークショップの開催を行ない、実際に参加者の皆さんと一緒に作る機会を持った。

ただメタ観光において、マップは可視化の手段でしかない。実際にはその地域の価値の多様なレイヤーを作成するかが重要だ。すみだの例で 60 レイヤーを示したのでその中から自分たちの地域にあてはまるものを作成してもらうこともできるが、もっとその地域らしさも踏まえたレイヤー作成の考え方、調べた方についての考え方・ツールを整理して提供したいと思っている。そして誰もが地域の価値を見つけてレイヤーとし、umap や Google マイマップで可視化できるようにしたい。

3 年目となる来年度もメタ観光が広がるための基礎作りを引き続き行っていきたい。

理事 玉置 泰紀

2023 年あたまは家族のコロナ罹患で始まり、自宅周辺駅から離れた門真市のホテルで過ごしたが、Google マップで周囲を検索して飲食店を探し、通ったついでに写真をアップしたら 5000 以上のインプレッションがあり驚いた。星や点数ではない位置情報からのリンクの強さ。2022 年末には戦国 LOVE ウォーカーというムックを刊行し、“戦国メタ散歩”という概念を城郭考古学者の千田嘉博さん、大河ドラマの考証を担当している歴史学者、平山優さんに提示して、巻頭対談で打ち出したが、歴史を読み解くのは知識だけでなく地形もあり、多層的な読み解き作業は知的な興奮がある。

エリア LOVE ウォーカー総編集長として、メタ観光の視線で情報のお皿、プラットフォームを、コンシューマー・ジェネレーテッド・メディア (CGM) で、地域の様々なエキスパートと共に作り上げていくことが一つのメタ観光の実践であると考えている。



理事 伏谷 博之

コロナ禍の影もずいぶんと薄まり、ようやく観光は本格的な再開フェーズに入った。メタ観光は、まさにコロナによる世界的な観光大惨事の真っ只中に産声をあげたわけだが、その経緯には何か時代の要請を感じる。

まずは、分散観光。メタ観光では、公衆衛生的な観点からではなく、「同じ場所を訪れていてもそれぞれ目的としているものが異なるのではないか」という気づきが多層レイヤーの概念に繋がった。また、この、それぞれの目的地という捉え方が、従来、観光資源として認識されていたもの以外にも、多くの潜在的な観光資源が存在するのではないか、という考えを導いた。

こうして、地域に多様な魅力が存在していることがわかると、来訪者だけでなく、そこに暮らす人たちにも気づきが芽生える。コロナ禍にブームを呼んだマイクロツーリズムはメタ観光と掛け合わせることで面白みを増すことができたろう。

そして、多様な街の魅力を住民が知ることで、そこに暮らすことの心地よさは高まり、シビックプライドの醸成に繋がる。シビックプライドは、コロナでやや内向きになったかも知れない地元の人たちの来訪者を受け入れる気持ちにもポジティブな効果を与えるのではないだろうか。

これからの観光の大切なテーマとなる観光客と住民双方のウェルビーイング向上の観点からもメタ観光はとても大事な役割を担うことになりそうだ。2023 年度もメタ観光に是非ご期待してほしい。



理事 真鍋 陸太郎

2023年の早春、銀座や上野を歩くとインバウンドも含んだ観光客が戻ってきていることを実感できた。メタ観光実践はコロナ禍にはじまりこれまではいわば「観光の谷間」での展開であった。いまコロナ禍を経て暮らしの多くがダイナミックに変化し、もちろん観光も例外ではない。メタ観光はwith コロナを特段に意識したものではないが、コロナ禍によって地域の些細な、しかしながら大切な事柄へ目が向けられることになったことは親和性が高い。

2022年度の当機構での実践の1つとして「地方創生カレッジSDGsフィールドミュージアム奈良」スタートアップ会議～歴史文化DXによる観光と地域産業の活性化～でのワークショップ運営およびその成果のシン・奈良メタ観光マップ作りがあった。この取り組みでは、地域の方々の暗黙知、奈良の人たちならごく当たり前であることがとても興味深いトリビアであり、それが位置情報を持って可視化されていなかった、ということがより実感できた。今回は地図に提示したにとどまるが、今後の奈良ではメタタグのリアル空間での展開も期待できるようだ。

メタ観光の1つは暗黙知を可視化し共有することと言っても良いだろう。「掘り出す」段階、「見せる」段階、「楽しむ」段階、でメタ観光をより進めていきたいと思う。



理事 齋藤 貴弘

観光再開が本格化しているなか、これからの新しい観光のあり方についての議論がもっと活発になされるべきではないだろうか。地域が持つ多様かつ固有な価値にいかにか光を当てるか。その価値をどこにどのように届けていくか。そして、ただ闇雲に受入れ客数と観光消費を増やすのではなく、いかに観光を軸とした経済圏や文化圏を創出し、地域に利益をもたらしていくか。当機構は、これら問題意識を強く持ち、メタ観光という視点を切り口に、ワークショップやトークイベント、リサーチ等を通じて、多くの人と一緒にこれからの観光のあり方を議論し、実装していくための活動を活発化している。地域に眠る宝を開かれた共有資源として観光活用し、もって地域文化やランドスケープ、地域コミュニティや文化を持続可能なものにしていくべく、ぜひ多くの皆様とご一緒できることを楽しみにしている。



理事 菊地 映輝

2022年度という年は、新型コロナウイルスも多少落ち着きを見せ、社会がだんだんと以前の状態に回帰しようとするリハビリのような年であった。しかしながら、この3年間で社会は本質的な大きな変化を遂げてしまい、完全にはコロナ禍以前に戻ることはないだろうことも分かってきた。

そのような中で、コロナ禍で大きな被害を受けた観光業界にとってメタ観光という挑戦はどのように映っているのだろうか。今年度は複数の自治体関係者からメタ観光についての問い合わせを受けた年でもあった。おそらく、そこにはコロナ禍で受けた観光業へのダメージをただ回復するのではなく、アフターコロナの新たな観光像を探し求めようという考えがあるように思われる。2023年度はそうしたチャレンジをする自治体や地域とともにメタ観光の実践に邁進していきたいと考えている。



8. 賛助会員・協力会員

特別賛助会員

BIPROGY 株式会社



日本電気 株式会社

\Orchestrating a brighter world

NEC

株式会社 ゼンリン

ZENRIN

株式会社 角川アスキー総合研究所

角川アスキー総合研究所

KADOKAWA ASCII Research Laboratories, Inc.

一般賛助会員

株式会社 大丸松坂屋百貨店



株式会社 JTB コミュニケーションデザイン

Jtb
Communication
Design

協力会員

豊島区

三鷹商工会

一般社団法人 地歴考査技術協会

<https://metatourism.jp/>



@metatourismjp

メタ観光推進機構 2022 年度会報誌 Metatourism Annual Report FY2022

発行日 2023 年 3 月 30 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