

SNS を利用した観光パンフレットについて

1. 上田市の観光パンフレットデジタル化

上田市では現在、公式ホームページから信州上田観光情報において、観光パンフレットのダウンロードが可能である。具体的には、上田市の魅力を6つのカテゴリーに分けて発信する「信州上田総合パンフレット」と上田市全域マップ。さらに、上田城跡公園のガイドマップ、上田市内の散策マップ等が載せられており、pdf形式でダウンロードが可能である。しかし、デジタル化というものを生かすならば、GPS機能を活用した観光地の位置情報共有をパンフレットで行い、ルート検索が手軽に行えることや、地域の観光資源の価値を文化的・歴史的意義だけではなく、インスタ映えスポットやアニメ・ドラマなどの聖地巡礼スポットといった多角的視点から捉えられる情報の掲載とSNSの活用が観光事業活性化には必要であると考えられる。本論では、「メタ観光」を事例として挙げ、上田市の観光パンフレット改善案を提示していく。

2. 事例：「メタ観光マップ」

メタ観光とは、一般社団法人メタ観光推進機構が以下のように定義している。

「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、多角的な観光的価値や魅力を一体的に運用する観光」

メタ観光とは一般社団法人メタ観光推進機構 <https://metatourism.jp/metatourism/>

このように定義したうえで、観光にはアニメの聖地をめぐるアニメツーリズムや、文化遺産や自然遺産をめぐるヘリテージツーリズムといった様々な形態が存在していると、これら個別の観光形態よりも一段階上（メタ）にある観光概念としてメタ観光は位置づけられている。つまりメタ観光では、それら個別の観光形態を、場所に対して観光的価値を付与するレイヤーとして認識し、そうしたレイヤーを、位置情報を使うことによって一つの場所に複数重ねて提示し、観光客に重層的な観光を体験してもらうものであるとしている。例えば、上田市でいえば、上田城は真田一族ゆかりの地として、歴史遺産価値があるが、大河ドラマ真田丸や映画「サマーウォーズ」の聖地としての価値もあるといえる

特に、上田市は「映画のまち」とも呼ばれるほどロケ地に多く起用されている。そのため、コンテンツツーリズムとしての強みを生かすアプローチをとりながら、それ以外のレイヤーの中身に厚みをもたせていく必要があるのではないだろうか。

例えば、上田市は映画「サマーウォーズ」とコラボした公式ホームページが存在し、聖地巡礼ガイドマップも掲載されている。しかし、実際にいってみると場所が分かりにくかったり、掲載されている場所についての情報が少なかったりといった問題がある。

【図1】 すみだメタ観光マップ

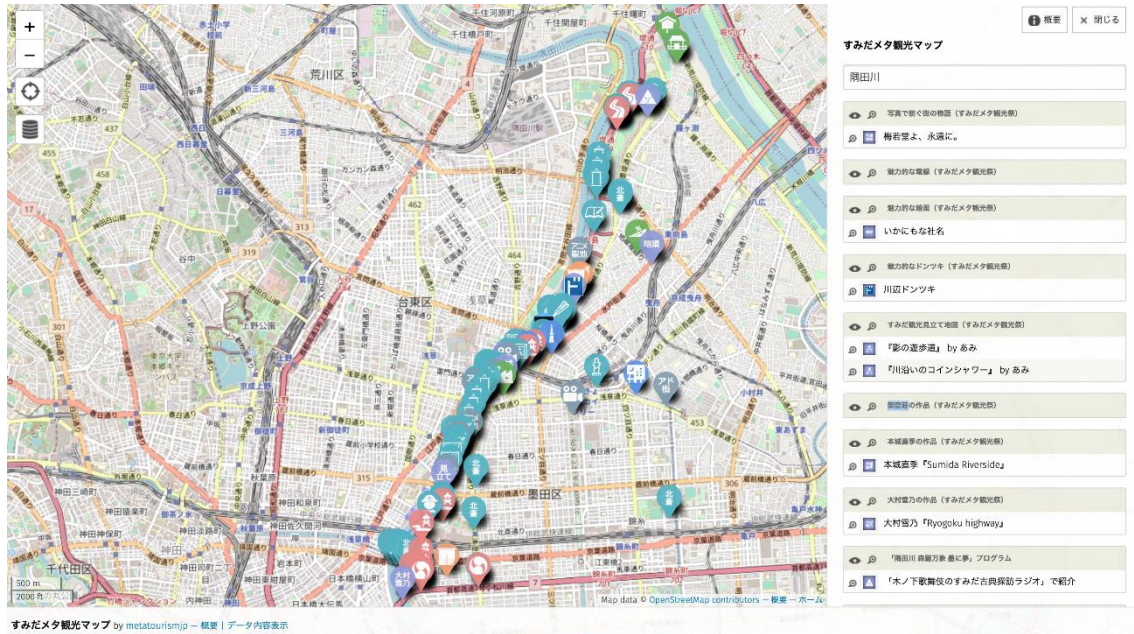


図1は運用方法の一例である、墨田区で観光の未来を探る「すみだメタ観光際」の集大成である。「メタ観光」では、マップ上にならぶ情報を「タグ」とよび、その数はおよそ1700にも及ぶとしている。このように、タグ付けすることによって観光客はさまざまな楽しみ方を発見することができ、アニメの聖地巡礼を目的として訪れた人であっても他視点からの観光地としての魅力に気づくことができ、また訪れたいと思えるような仕組みづくりにつながると考える。この機能をweb上での観光パンフレットとの一部として利用することによって、特にタグ付けといった多くの視点からの価値の付与については、観光客あるいは地域住民参加型でのパンフレットの作成が有効ではないのかと考える。特にこういったタグ付け機能を生かすためには、地域住民視点からの観光スポットの紹介がかかせないのではないだろうか。

3. 地域住民と観光ガイドマップ

実際に、観光を行うときにおこりがちであるという点は市街地周辺を中心とした有名スポットだけを巡回して、郊外などの隠れた観光名所を観光客は見逃してしまうという点である。そのため、1度訪れたら満足して2度目に足を運ばなくなるという現象が起こることもありえる。そこで、地域住民の書き込みが行える観光ガイドマップという形式があればら

れる。先述したメタ観光事例でタグ付けを行うと同時に、地域住民視点からの書き込みが行える機能を設ければ、よりその地域の魅力が伝わりやすいのではないだろうか。また、2節で聖地巡礼ガイドマップの情報量の少なさについて言及したが、ファン同士でサイトや観光マップに書き込みを行うことによってより正確な観光地の情報が入手できるのではないかと考える。

次に、大学生をはじめとした学生世代の若い年齢層が授業の一環として地域のおすすめ観光情報をネット上に公開し、観光ガイドマップに反映させるということも考えられるのではないだろうか。大学生は他県出身者も多く、移り住んで感じた魅力という面である意味移住者視点からみた観光地としての魅力を聞くことができるのではないだろうか。

また、筆者の体験として、小学校時代に他地域の同年代にむけた観光ガイドマップを作製した経験がある。それは、地域学習という視点からも地元の知識を蓄えるという点で効果的な学習効果が得られる可能性がある。また、個人若い世代の視点から地域を捉えなおすことは新たな価値創造と若者が地元に興味をもつことで地域活性化も期待でき、観光地としての価値の認識も変わってくるのではないだろうか。

4. おわりに

メタ観光事業を事例として、観光パンフレットのデジタル化について考えた。結論としては、インターネット上でGPS機能を活用した観光地の位置情報の共有と観光地案内として、地域住民や実際に訪れた観光客が書き込みを行えるような、多様な人が参加型で作り上げるパンフレットが望ましく、ウェブサイト機能と連携した形で活用していくべきではないかと考える。しかし、シニア層などいまだに電子媒体をもたない人々における紙のパンフレット需要の問題や、地域住民からの観光情報がどの程度集まるのかが未知数であるという問題点もあるため、デジタル化したパンフレットの運用方法の確立という面で曖昧さが残っている。

(参考資料)

メタ観光マップ <https://www.sumida.metatourism.jp/map>

サマーウォーズロケ地ガイド <https://nagano-ueda.gr.jp/s-wars/guidemap.html>

上田市公式ホームページ <https://www.city.ueda.nagano.jp/site/kankojoho/4860.html>

一般社団法人 メタ観光推進機構 <https://metatourism.jp/>

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

『観光会議「メタ観光マップで考えるこれからのすみだ」』レポート
<https://www.timeout.jp/tokyo/ja/news/tourism-conference-sumida-in-the-future-with-meta-tourism-map-120721>