

事業名： 支笏湖デザインプロジェクトにおけるコンテンツに関する研究

事業報告：

1. 研究概要

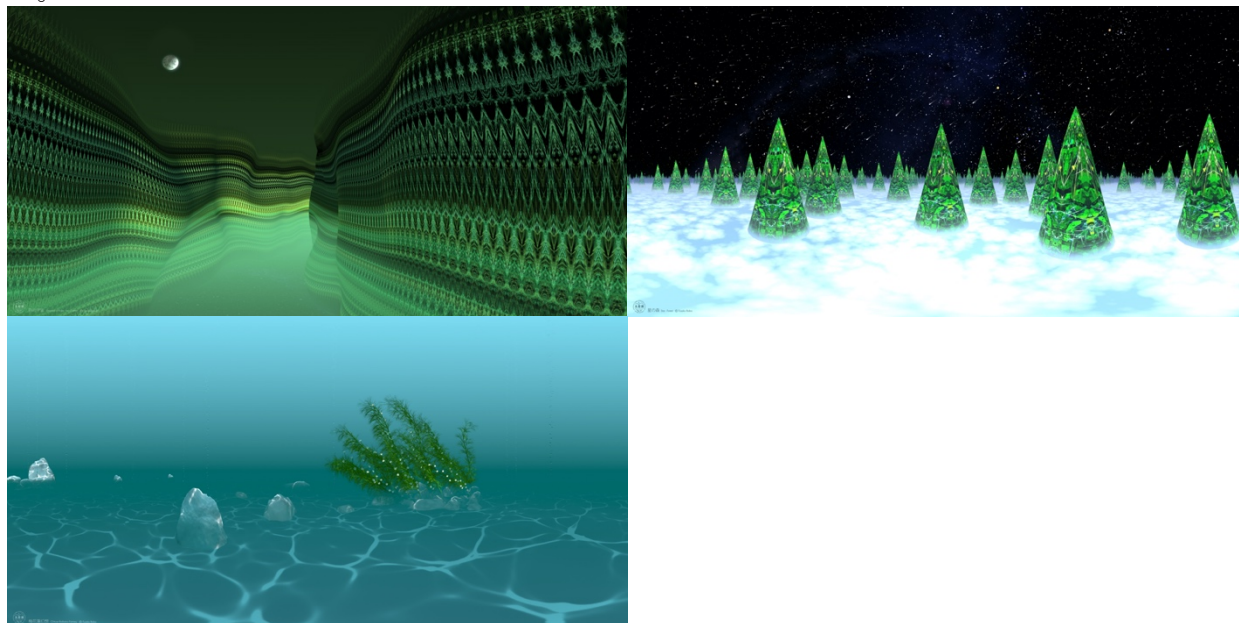
内閣官房「まち・ひと・しごと創生本部」事務局資料によると、わが国における人口減少社会が経済社会に与える影響は、社会保証制度の持続性や中間地域の活力低下、東京圏における高齢者の急増など極めて深刻である。こうした問題に対応するための政策戦略である「まち・ひと・しごと創生総合戦略」は第1期（2015年度～2019年度）を終えて、第2期（2020年度～2024年度）を迎える。そこでは、新たな視点として「新しい時代の流れを力にする」を盛り込んだ。これは、「Society5.0の実現に向けた技術の活用」や「SDGsを原動力とした地方創生」、「地方から世界へ」を推進項目に掲げている。これは、地域連携センターが千歳市で行うSNC活動の本質と合致している。そこで、本研究では、こうした地域社会における基盤となる研究として、AR（拡張現実）とそのコンテンツ表現の効果の可能性を研究するものである。特に、観光地域のマネジメントに関する課題の中には、「地域が観光客に提供するサービスなどの開発及び品質管理が不十分」であるとの指摘があるが、本学および地域のステークホルダーによるARなどのコンテンツが観光客に質の高いサービスを提供することを目指した。

2. コンテンツパッケージ

本研究を進めるにあたり、支笏湖周辺の調査を元に、ARシステムの試作品の開発とテストを行った。本研究では、ARプラットフォーム上で稼働するコンテンツの制作を行い、支笏湖ビジターセンター、王子軽便鉄道ミュージアムなどの観光客などを対象に、今年度の氷濤祭り期間中（2020年2月16日）これらコンテンツサービスの評価を行った。



特に、世界的な映像作家であり、旧三井銀行小樽支店（小樽市）の天井投影用映像を手がける、馬場ふさこ氏による、千年梅花藻や苔の洞門、巨木の森などに発案された、高精細な 360 度映像を作成していただいた。これらのコンテンツは AR で用いたら、HMD で再生表示するなどに用いた。



3. アンケートの考察

アンケートの詳細については、本報告後段の「資料：アンケート集計結果」に示す。支笏湖水濤まつり及び支笏湖ビジターセンターを訪れた観光客は親子連れが多かった。しかし、子供が AR コンテンツを使えないことが多かったため、10 歳以下が 2.8%と少なくなった。

観光客の住まいを調査した結果、対象者 72 人のうち 86.2%が道内からの観光客だった。道内観光客のうち千歳市（15.3%）、苫小牧市（9.7%）、恵庭市（2.8%）などの支笏湖に比較的近い地域からの観光客は 27.8%、札幌市からの観光客は 43.1%となった。道外からの観光客は東京都（2.8%）、千葉県（4.2%）、埼玉県（4.2%）と関東から多く来ていることがわかる。

アンケートの自由記述欄に「楽しかった」「面白かった」が多く見られることや AR コンテンツ体験中の観光客にポジティブな反応が見られたことから、デジタル観光資源としての AR コンテンツを観光客は好意的に見ているといえる。

今後どのような AR コンテンツが見たいかという質問に対して、観光地の周辺の店や交通などを詳しく見ることでできるものが欲しいという意見があり、景色以外の AR にも可能性があることがわかった。また、AR コンテンツの感想の中に「行った気になれる」「行かなくても体験できる」といったものがあり、AR コンテンツを見ることで満足してしまい実際に訪れる必要がないと感じる場合があるとわかった。このような意見から、現状の AR コンテンツは観光客を集める地域観光を活性化する資源というより、観光地を持ち運べるようにしたものに近いと考えられる。デジタル観光資源として観光客を集めるためには視覚的な美しさだけでは不十分であり、観光地へ実際に行って確認したい体験したいと思わせる工夫が必要である。