

# 観光地域における回遊行動のデザイン：地域活性化への ARG の活用に関する検討

中村 仁

日本経済大学

## 1. 本研究の概要

観光地への来訪者が、観光のための回遊行動および付随する消費行動を行う際、訪問する観光ポイントや滞在時間は重要な要素である。そのため、多くの観光地では観光スポットの顕在化や移動ルート・手段を設定している。しかし、「点」としての観光スポットの開発は多く行われているが、点を繋ぎ、ルートとしての「線」、また地域内を探索する「面」とするための手法は研究の余地がある。観光ルートとしての線は多くの観光地で設定されているが、単なる順路となっている事例も多い。本研究は、ARG（代替現実ゲーム）の活用により、「観光ルートとしての線をたどることの楽しみ」「地域を面として探索することの楽しみ」を付与することで、観光地の魅力を高めることを提案する。

## 2. 本研究の目的

近年、マンションの一室や遊園地などを密室化し、複数の参加者が協力して脱出を目指す「リアル脱出ゲーム」や、現実の観光地を巡ることでゲームが進行する「位置情報ゲーム」など、「代替現実ゲーム(Alternative Reality Game:ARG)」と呼ばれる、日常空間と物語空間を交錯させる形のリアルな社会を舞台に展開されるゲームが注目を浴びている。ARG は純粋なエンタテインメントとして楽しまれている他、ゲーミフィケーションとして地域活性化や商品宣伝のためのシリアスゲームにも活用されている。本研究は、まだ学術的な注目の少ない ARG について基礎的な研究を行い、まちづくり分野における応用の可能性を検討することを目的とする。

## 3. ARG の定義

八重尾(2010)は、ARG について、「現実で展開される「遊び」・「日常的に過ごしている環境がゲームの舞台」「インターネットや携帯電話・テレビ・ラジオ・新聞等のメディアにゲームに必要な情報を紛れ込ませる」「コミュニケーション」「多くは少数～多人数で協力してゲームを進める。」「情報交換がプレイヤーの成否に重要」「現実を舞台とすること、お

よびコミュニケーションによって拡大するという大きな特色」などの要素を持つことを指摘した。本研究においてもこれを ARG の主要素として扱う。

なんらかの作品の舞台となった観光地は現実の観光スポットであると同時に、作品における特定のシーンの舞台というフィクションであるにも関わらず現実に存在として二重ないしそれ以上の意味付けがなされる。本研究においては、このような形で生まれた現実と仮想現実の融合空間において、ゲーム性を持ったなんらかの手法が用いられたケースを ARG として扱う。

#### 4. ARG の事例

ARG は、建物内や街、さらには島全体を舞台とすることなどにより、現実の存在とゲームのための架空の設定が共存する中で、以下のような目的のゲームを実施することが一般的である。その第一は「宝探しゲーム」であり、これは決められた領域内で、点在するヒントを集め、宝を見つけることが最終目的のゲームである。第二は「脱出ゲーム」であり、閉鎖された領域内でチェックポイントを通過して最終的なゴール（としての脱出）を目指すゲームである。このようなゲームにおいて、プレイヤーは設定された領域内を移動し、他のプレイヤーと協同してチェックポイントで新たなヒントを集め、最終目的を目指す。このように、多くの場合、参加者全員にとって共通の目的があり、参加者の一部または全部の協力によりこれを達成することが求められる。参加者集団同士の競争が発生するケースがあるものの必ずしもそれは必須ではない。

#### 5. ARG に関する研究動向

日本国内における研究は、ゲーム産業に携わる実務者による研究が中心である。特に、世界的なゲーム開発者の組織である国際ゲーム開発者協会(IDGA)や同協会の日本支部としての Japan Chapter に設置された SIG-ARG が中心的な役割を果たしている。

しかし、ARG は主に 2000 年代に普及が促進したため、学術研究対象における蓄積は少ない。一方で、エンタテインメントやビジネスの分野では急速に普及している。特に、国内では SCRAP によるリアル脱出ゲームなどの参加者が参加費を支払うエンタテインメントとしての ARG が中心的である一方、PR の分野において米国を中心とする英語圏では「A.I.」「バットマン」、国内では「名探偵コナン」や「バイオハザード」などのプロモーションにも利用されている。

このように、本研究課題の対象とする分野は、ビジネスでは活用されつつあるも、学術研究では未だ注目が少ないという特徴を有する。

## 6. 観光における ARG の応用

本研究では、特に観光地での活用を検討したい。観光地は通常複数の観光スポットがあり、来訪者はこれらのスポットをあらかじめ定められた順番に、あるいはランダムに巡ることが一般的である。観光地において順路があらかじめ定められていないケースも多く、この場合は観光スポット間の連携が取れていないなどの原因が存在する。

ARG は、これらの点としての観光スポットを、あらかじめ回遊行動を規定する動線とするきっかけとなることで、初めての観光客がわかりやすいようにするツールとしても機能する。これは、順路の設定が必ずしも観光スポット間の連携が必要ないことを理由とする。通常、このような動線は移動において合理的なルートが想定されやすい。しかし、ドラマやアニメーション等、作品の舞台となった観光地の場合は登場順など、非合理的な移動経路による順路が一般化することもありうるからである。特にこのような場合において、ARG は移動自体をエンタテインメントとする可能性を有する。

あるいは、順路設定自体を行わず、地域自体を探索してもらうような面を楽しむ ARG を導入するというケースも有り得る。この場合、結果的にエリア内を詳しく巡ることとなる。

## 7. ARG の応用上の問題

しかし、ARG の導入にはいくつかの課題を有する。第一に、合理的経路以外の順路を動線とする活用には、なんらかの形での作りこみが必要となる。また、映画と映画館の関係と同じく、どんなに良いゲーム性を付与しても足を運んでもらえなければ体験してもらえないこととなる。そのため、「良い作品としての ARG」を産み出すものづくりだけではなく、来訪者が参加するための誘導要因、ならびに来訪者自体の増加を検討する必要がある。もちろん、ARG の活用自体が新たな観光客を吸い寄せる機能を持つようにすることも重要である。

## 8. 誘導要因としての聖地巡礼

観光の動機として、テレビドラマや映画、アニメ・ゲームなどの作品の舞台を巡る、聖

地巡礼（もしくはコンテンツツーリズム等）と呼ばれる旅行スタイルが存在している。地域で挙げるならば、隠岐諸島（太平記(1991)・だんだん(2008-2009)）、秩父（あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。）、大洗（ガールズ&パンツァー）などの観光地があり、放映時点もしくはその後大きく賑わった。これらのほか新しく多くの地域がこれらに加わっており、作品の視聴者にとってまだ訪れぬ地に人々の足を運ばせる要因となる。しかし、多くの場合、地元ではこれを単なる特需として捉え、継続的な集客に繋がらない事例も多く、来訪者が作品の舞台を探すにもどこで何をしたらわからない事例も多い。このような場合、多くは観光スポットと観光ルート、移動手段のパッケージ化がないことが原因となっている。

## 9. ARGの活用と今後の課題

ARGはこれらに一定の解決策を提示する。単なる案内でなく、観光ルートを辿ること自体にゲーム性を付与（移動に物語性を与える）することで、来訪者が領域内を歩きまわるように誘導するなどの工夫や、例え一度しか来訪しなくても「滞在時間の増加」「地域に対する関心・知識の増加」「楽しいと感じた思い出」を付与することが可能することが求められる。そして一過性に終わらないように観光資源を活用し、魅力をアップさせる取り組みが必要である。今後の課題として、いつかのケースに関する事例研究を行うことで実証的研究とすることが求められる。

### 参考文献

八重尾昌輝「ARG (Alternate Reality Game)」『デジタルゲームの教科書』ソフトバンククリエイティブ, 2010.

中村仁・小山友介・堀内和哉「ARG(代替現実ゲーム)の観光・まちづくりへの応用に関する基礎研究」, 第27回自治体学会, 自治体学会, 2013.11.29.(『自治体学』第27巻第2号, 2014.3.30, pp.36-37.)