

四コマ物語によって観光地の魅力を引き出すツールの提案

益田 真輝[†]仲谷 善雄[‡]立命館大学大学院 理工学研究科[†]立命館大学 情報理工学部[‡]

1. まえがき

近年、観光の形は変わりつつある。1960年代から旅行会社によるパッケージ商品による観光が発展し、1980年代から1990年代にかけ、住民主導型の観光へと形を変えた。しかし、2000年を境にインターネットが台頭し始めたことによる大変革が起きている[1]。インターネットは、観光客が自分の意思で旅行のスケジュールやルートを設定することを可能とし、実際にそのような旅行を行うケースが増えている。

インターネットの発展により、観光情報の発信にも影響が出ている。これまでは企業や地域からの観光情報の発信だったが、個人のブログや Twitter などの SNS (Social Network Service) サイトからの情報、または観光サイトに設けられている口コミなどの個人から個人への情報伝達を利用した観光が増えてきている。また、現代は個人の趣味が多様化し、個人の嗜好に合わせた観光を行うケースが増えている。埼玉県鷲宮町ではアニメ「らき☆すた」の舞台のひとつであることで「アニメ聖地」として来訪者が増加した例がある[1]。つまり、観光地の魅力は人それぞれであり、観光会社や地域の人が推薦する「定番」の観光地ではなく、人それぞれに異なる地域の魅力を発見できるツールが求められている。

本研究では、観光地で撮った写真を加工して四コマで完結する観光地に関するショートストーリーを作り、それを観光者間で共有する観光支援ツールを提案する。現地で物語を生成するため、物語のネタを探す行為を通じて、創造性あふれる観光を促進し、生成された物語を利用した観光をすることで、新たな魅力を発見するツールとなると期待する。

2. 関連動向

2.1 創造することによる効用

物語を作るという行為は、まずネタとなるきっかけを探すために時空環境において情報を取

集し、収集した情報と個人の経験をひとつのまとまりとして構成することである。これらの経験と個人の思考により取捨選択を行い、それを構造化して物語は生まれている[2]。物語になりそうなネタを探しながら周囲の環境を見渡すという行為は、創造を支える認知能力(感受性)を活性化すると考えることができる。

諏訪[3]によると、創造に関する認知行為は連鎖して起こる。外的表象(風景、スケッチなど)の中に予想しなかった特徴を発見すると、関連概念が活性化されて概念的意味づけに結びつき、その結果としてアイデアが生まれる。アイデアの誕生は、外的表象への描き入れの動機となり、新たな表象はさらに新たな知覚的発見につながる。新たな概念的意味づけやアイデアの誕生は同じ表象に対しても新しい知覚枠をもたらし、新しい知覚的発見を起こす可能性がある。このように、創造を生むために、空間に潜在する様々な視覚的特徴や空間的位置関係に敏感に反応し、概念的な意味づけを行うことは、新たな発見に連鎖しながら結びついている。

2.2 情報伝達のツールとしての物語

物語は人の心を惹きつけ、その後の行動や人生に影響を与える。心理学の分野において、人間による認識・思考形式には、「論理実証モード paradigmatic mode」と「物語モード narrative mode」の二種類があるとされる[4]。論理実証モードは個別事象ではなく、高度な抽象化によって、個別事例を越えて経験的真理を立証しようとするものである。そのため、その理解や認識は、必ずしも各人の実体験に直接関連づけられるものではない。一方、物語モードは時間を超越した事例を個別の経験例へと解釈し、特定の時間と場所へと位置づけ、「信じるに足る説明」をもたらすものである。そのため、物語モードにおける理解や認識は、各人の実体験に関連づけられ、より直接的に人間の意図や行為に影響を及ぼしうる。例えば、「 $1+1=2$ 」を理解することは論理実証モードによる認知であり、「みかんが1つあります。りんごが1つあります。よって果物は2つあります。」という説明は実体験に直接関係し、信じるに足る理解をもたらす、物語モードによる認知である。このように、物語は人が物事を理解し、思考する際

An approach of a tool which extracts attraction from sightseeing spots by using four frame stories

[†]Masaki Masuda: Graduate School of Science and Engineering, Ritsumeikan University

[‡]Yoshio Nakatani: College of Information Science and Engineering, Ritsumeikan University

の重要な方式となっている。

また、情報を共有するためのツールとして物語は有用であるという事が Miller[5]により指摘されている。Miller は個人の記憶や理解といった認知活動に物語は重要な役割を担っており、複数の個人が関わる共通認識にも重大な役割があると述べている。

3. 提案の概要

3.1 提案の基本方針

従来の観光地で利用されるモバイル端末を利用したツールは、観光者を目的地へ案内するナビゲーションや、周りにあるスポットを検索できるツールが多く利用されてきた。本研究では、時間にゆとりのある散策観光を行う観光者を対象とし、観光地の魅力を観光者自身が探し出し、物語として共有できるツールの提案を行う。そこで本研究では、

- ① 創造することによって起こりうる認知行動の連鎖による新たな魅力の発見
- ② 実体験によって作られた物語による観光誘導を基本方針とする。

3.2 システムの提案

本研究では、観光地で撮った写真を加工して四コマで完結する観光地関係のショートストーリーを作り、それを他の観光者と共有して観光誘導を行うツールを提案する。四コマにしたのは起承転結を念頭に置いている。観光現場で物語を生成するため、物語のネタを観光地で探す行為を通じて、新たな発見が生まれ、観光地の新たな魅力を引き出せる。また、生成した物語を他の観光者と共有することにより、個人的に興味のあるスポットを組み込むことで、その場所への観光誘導を行うことができる。

以下に、利用シナリオを記述する。図1は本システムの構成イメージである。

- ① 観光者が興味深い観光スポットに出会ったときに、そのスポットに関連する四コマのショートストーリーを作ってもらおう。ここで重要なのは「このあたりで物語になりそうなものはないだろうか」を意識しながら観光してもらうことである。これにより観光に対する感受性を高めることができる。
- ② 物語を考案できれば写真を撮り、吹き出しとしてテキスト情報を付ける、写真に直接落書きをするなどの加工を行って共有サーバに登録する。このとき、GPS 情報も登録する。
- ③ 四コマには複数の観光スポットが含まれていてもよい。このとき各コマを、関連する観光スポットの GPS 情報と関連づけて登録する。

- ④ 共有された物語を利用し観光をする。各コマは観光スポットと関連づけられているので、その観光スポットでないとコマを見ることができないようにしたり、関連スポットへのナビを行うなどのサービスを検討している。

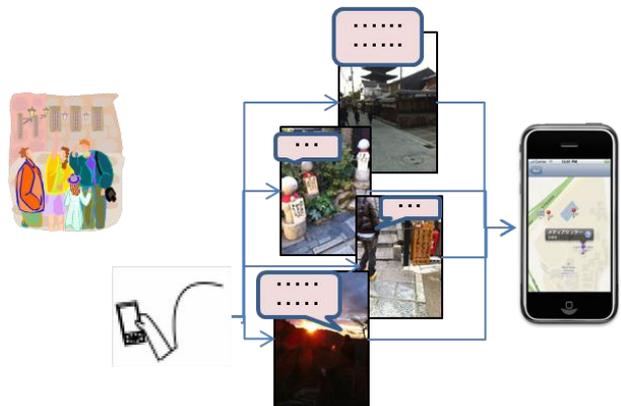


図1 本システムの構成イメージ

4. あとがき

今回提案するシステムでは、観光地で撮った写真を加工して四コマで完結するショートストーリーを作り、それを他の観光者と共有することで観光誘導するツールを提案した。今後の課題は、素人が物語を作るために手助けする方法の考案である。ここで重要なのは、どの程度手助けするのかというバランスである。自動的に物語ができるツールでは創造性を生かした観光はできないと考えている。少し手助けすることにより、創造性、感受性を殺さずにストレスなく物語生成をするツールの考案を目指す。

参考文献

- [1] 山村高淑：観光革命と21世紀：アニメ聖地巡礼型まちづくりに見るツーリズムの現代的意義と可能性；CATS 叢書、北海道大学観光学高等研究センター、vol.1、pp.3-pp.28.
- [2] 藤井聡、長谷川大貴、中野剛志、羽鳥剛史：「物語」に関わる人文社会科学の系譜とその公共政策的意義；土木学会論文集、F5、67(1)、pp.32-pp.45、2011.
- [3] 諏訪正樹：「創造」の研究：現象を生む実践の学び；人工知能学会誌、vol.19、No.2、pp.205-pp.213、2004.
- [4] Bruner J: Life as narrative; Social Research 54(1)、pp.11-pp.32、1987.
- [5] Miller P.J: Personal storytelling in every life: Social and cultural perspectives (Eds.) Robert S、knowledge and memory: the real story; Lawrence Erlbaum Assoc Inc、1995.