

Walrism^{w a l k t o u r i s m}～歩く×観光～

一橋大学岡本ゼミ B チーム

○加藤 翔太 木山 陸之介 金 瀚鎔 藤田 健太郎 矢野 雄大

1. 緒言

いま日本が抱えている問題として挙げられるものの一つに「国民健康問題」がある。健康問題の中でも今回、運動不足から生じる社会人の生活習慣病について我々は考えてみることにした。これは日常的な運動習慣によって大部分を解決出来るが、現代社会を生きる日本人にとって、運動にまとまった時間は取れないというのが課題である。

平成 24 年に内閣府と文部科学省が実施した「体力・スポーツに関する世論調査」では、「運動不足を感じるか」という質問に対し、74.6%の人が「感じる」と答え、「運動・スポーツを行わなかった理由」としては、50.7%の人が「仕事・家事・育児が忙しくて時間がないから」と答えている。

一方、こうした現状を受けて、厚生労働省では、「健康日本 21」として国民の健康づくり運動を 2000 年以来進めており、その基本方針の中で“日常生活の歩数の増加”を目標と掲げ、その予算を多く割いているが、解決に近づいているとは言い難い。

そこで我々は「スキマ時間、あるいはちょっとした移動時間の運動に、楽しみにつながるインセンティブを付けることで、人々がもっと歩くようになったら、この問題は解決されるのではないか」と考え、日常の『歩き』を変えるべく、この提言を行う。

2. 仮説と研究内容

2-1. 仮説

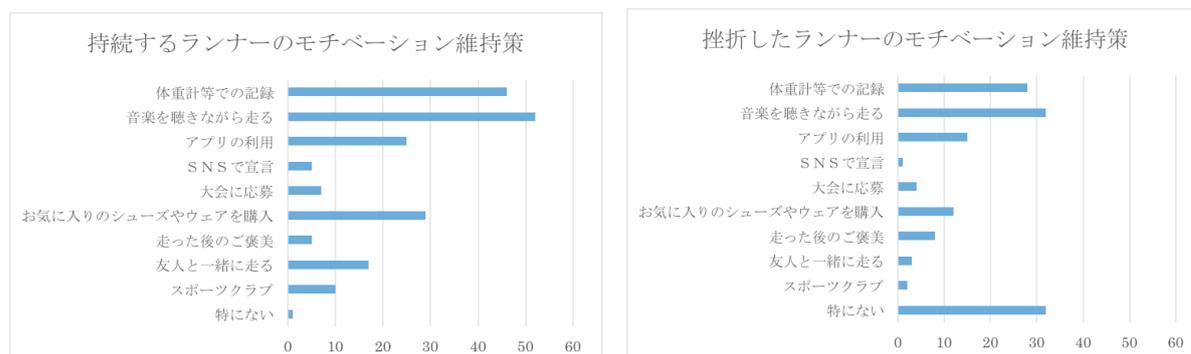
前述の通り、「歩き」のインセンティブとなる「何か」を付与し、人々を運動不足解消に導く施策・システムというのが我々の研究テーマである。今回我々は、その「何か」を「観光」につながる知識・情報の蓄積としてシステムを考えた。

具体的な施策としては、人々が歩いた距離をポイントとして可視化（地図上のルート）した上で蓄積し、それに応じて様々な観光地が作成した独自のコンテンツを VR(バーチャルリアリティ、仮想現実)を通じて体験することができる、というものである。今回の研究としては、「人々はどうしたら歩くのか」ということに重きを置いて、成功事例の分析を通じて考察を行った。また、実現可能性を探求するために観光に関する VR 技術を用いたアプリを開発している企業や旅行会社に対してインタビューを行った。

2-2. 成功事例の研究とその考察

以下のデータを参考に、人を動かす要因について研究・考察を行った。

表 1(左)、表 2(右) 持続する/挫折したランナーのモチベーション維持策
(2013年 株式会社タニタ 株式会社デザート調べデータより作成)



上のグラフから、運動を継続して行うことができている人は出来ていない人に比べモチベーション維持の方法を確立している割合が高く、特に体重計等での記録、音楽を聴きながら走る、アプリの利用、シューズやウェアの購入で差が見られることが分かる。そして、上の項目のいくつかは既存のランニングアプリにも搭載されている機能であり、友人とSNSで繋がれるランニングアプリはかなり潜在的支持があると言えるはずだ。

また、今年大ヒットした「ポケモンGO」からも人が動くしくみについて学ぶポイントがある。「オバマ大統領が長年達成できなかったアメリカ国民の運動不足解消を一夜にして成し遂げた」という内容のツイートが話題になった。実際バーチャル世界でポケモンをゲットすることには友達への自慢、コレクションする喜びへの訴求効果があり、人間を動かすことに成功している。他にも各種スタンプラリーや「貯金旅行」「ご当地キティコレクション」の例にみるように、コレクション欲求やそれをSNSなどでアピールできることも、人々のモチベーションとなる。実際、JTBの方にも観光についてインタビューをした際、「見返りとして金銭で返ってくる場合よりも、コレクションや体験などの欲求に応えるものの方が満足度は高い」とおっしゃっていた。特にコレクションを集めて自慢したいという欲求については、ヴェブレン効果による顕示的消費などからも説明され、大きな行動要因となっていることが明らかである。

3. 提言内容

3-1. 提言概要

我々の提言は、厚生労働省の政策として、観光庁と協同で、観光と運動を組み合わせた施策を打ち出すものである。その内容は、先に仮説でも述べた通り、人々が歩いた距離がポイントとして蓄積され、それに応じて各自治体が作成したコンテンツをVRを通じて体験できるというものである。その際に、利用者がその観光地に興味を持ち、結果として旅行でそこを訪れる、それによる地域活性化ということに関しても、本施策の効果として大きく期待している。

その内容を図式化したものが次の通りである。



<図1 アプリケーションのシステム図>

<アプリ概要>

- ・利用者はメニューから探索してみたい都市を選択する。
- ・歩いた距離に応じて、その都市のコースを進んでいく画面が表示される。(下図参考)
- ・その距離が一定のポイントになると、特定地点の景色をVR技術でリアルに楽しめる。
- ・そして、選択した都市のルート进行を全て踏破すると、スタンプを獲得することができ、それらを利用者はコレクションできる。コレクションに応じてアプリ内称号の付与。(岡山地区制覇の「桃太郎」、島根地区3個踏破の「島根 Lover」、など)
- ・SNSとも連携し、その集めたスタンプを対外的に自慢することもできる。
- ・既存のアプリにも存在するような、消費カロリーや歩数も表示する機能をつける。



<図2 コースイメージ図>

<アプリ作成について>

アプリケーションの作成や運営などは、国と企業（今回は旅行会社を想定）が連携して行う。国はあくまでシステム全体の管理役であり、自治体それぞれが提供するコンテンツには干渉しない。

アプリ内の地域ごとのコンテンツについては、各自治体が各々の魅力をアピールできるようなVRの散歩コースを作成し、旅行会社が設ける入力フォームにて共有する。

3-2. プラットフォーム詳細

以下に、我々の提言内容におけるアプリの中でのプラットフォームについて説明する。

3-2-ア コンテンツ視聴の場として

各自治体は自身が持つ数々の観光地を散歩コースとしてVRで提供し、利用者は歩

いた距離をポイントとして貯め、それと交換してそのコンテンツを視聴できるという仕組みである。また、各自治体が提供する多くのコンテンツが集結する場として、利用者は様々なコンテンツを見比べることができ、自治体側は他の自治体よりも利用者を惹きつけるコンテンツを製作しようというような競争心を引き立てる、というような効果も期待している。

3-2-イ 利用者の健康の促進・維持という側面から

我々の元来の目的は、「運動不足の解消」である。自治体が観光地のアピールをし、利用者がコンテンツを楽しむという場だけでなく、利用者が「運動している」という実感を得ることも重要であると考えた。既存の健康アプリ・ダイエットアプリなどと同様に、利用者が歩いた距離・歩数、消費カロリーなどをわかりやすく提示し、運動・健康面で利用者が達成感を得られるような仕組みになっている。

3-3. まとめ

以下に、本提言によって想定される効果についてまとめた。

利用者(国民)にとって

日々の運動を積み重ねることによって、自治体が提供する VR コンテンツを楽しむことができる。また、それをモチベーションに、従来よりもさらに運動するようになり、運動不足解消と健康維持にもつながることが期待できる。

自治体にとって

VR コンテンツの提供を通じ、当プラットフォームにて多くの利用者へ観光地を PR することが可能になる。それにより、さらなる観光客の誘致も見込むことができる。

システム運営者(国・企業)にとって

国にとっては、本システムを通じて、国民健康づくり運動の促進・広報、医療費の抑制、既存の観光地以外の地域の活性化の効果が見込める。旅行会社にとっては、実際に観光地を訪れる利用者に自社ツアーを活用してもらい、売上増を期待することができる。

4. 参考文献

・ ALL About 旅行貯金の楽しみ <http://allabout.co.jp/gm/gc/458828/all/>

・ DESCENTE、スポーツの秋に、ランニングを

http://www.descente.co.jp/column/running_research.html

・ 厚生労働省ホームページ 身体活動・運動

http://www1.mhlw.go.jp/topics/kenko21_11/b2.html

・ 文部科学省、体力・スポーツに関する世論調査(平成 25 年 1 月実施)

http://www.mext.go.jp/component/b_menu/other/_icsFiles/afieldfile/2013/08/23/133873

・ University of Leicester ‘Pokémon Go could ease Type 2 diabetes burden’

・ 内田成 (2005) A Study for Veblen's Theory of Conspicuous Consumption