

に、記入してもらった自由記述を「多言語対応への追求度合い」、「観光客への見方」、「店としての意見と要望」と3つの点から分析し、銀座の多言語対応についての全体傾向と姿勢を掴めた。その上で、外国人観光客の視点に戻り、旅行者の行動パターンとブログ分析を通して多言語対応の必要性を再検討した。

銀座の多言語対応環境はある程度整備されているが、店舗側と観光客側との間で文化の衝突により、温度差が

生じている。しかし、異文化が遭遇する時に起きた衝突は防げない、それをどう受け取るかによって、旅行者を受け入れる姿勢が変わる。観光客側は、日本の文化に興味を持ち、理解しようとしているが、言葉の壁もあり、壁外で彷徨っている姿が現れた。「言語環境の改善」によって、お互いの交流が増え、文化についての理解も深める、ひいては、異文化の摩擦にも影響を与え、これらの矛盾を解決することを期待する。

位置情報の利用と都市における空間認識の変容の可能性 —位置情報ゲーム利用者に注目して—

金田 妃奈

スマートフォンの普及に伴い位置情報サービスはエンドユーザーの拡大を実現している。これに伴い、位置情報技術に関する専門性の低いユーザーが増加すると考えられる。本研究では位置情報サービスの中でもSNS的な性質を持つゲームであるFoursquareを題材に、Foursquareのユーザーが同サービスの利用によって都市における空間認識を変容させる可能性を二種類の調査に基づいて考察した。

一点目の調査では都内を中心に行動するFoursquareユーザーを男女各100名ずつ抽出し、直近の10回のチェックインした場所の情報の提供を依頼し、各ユーザーチェックインの傾向によってユーザーをファッション型・ライフログ型・交通機関型3つの型に分類した。特に強く自分の居場所を公表するという行為でインターネットにおける自らのアイデンティティ形成を図る傾向が、ファッション型のユーザーに顕著であるという考察に至った。

また上述の結果を受けて、チェックインの傾向に強い

特徴のあるファッション型、特筆すべき特徴のないライフログ型双方に対して調査とヒアリングを行った。

ファッション型・ライフログ型とも、交通機関型のユーザーと比較してFoursquareの利用を開始してから日が浅いユーザーの比率が高かった他、位置情報サービスやGPSに関する関心の低いユーザーが見られた。

調査の結果から、Foursquareの利用により、場所の名前から想起される体験に関する情報が重視されるようになり、ユーザーの都市空間に対する認識において、景観の重要性が低くなりつつある可能性を指摘した。また、都市を移動する際の空間の認識がサーヴェイマップ的な認識からルートマップ的な認識へと変容しつつあると考察した。

ルートマップ的な空間認識を持つことが一部の人間にとって価値を持つ限定的なノードの発見へとつながり、また限定的なノードが現代の均質的な都市における新たな場所性を生み出す可能性を持っているという結論に至った。