

立体透視地図アプリ「urban ant」  
—行動の軌跡が紡ぐ都市の再編—

21519042 吉澤 杏佳  
指導教員 宮 晶子 准教授

コト消費 SNS 都市  
アプリケーション 立体透視地図 アリの巣

1 研究の背景と目的

近年、情報技術は革新的な進化を遂げている。その技術は、デジタルネイティブと呼ばれる私たち若者世代にはとても身近なものであり、生活の一部となっている。一方で、両親やそれ以上の世代の人々にとって、目に見えないネットワークの世界は未知故に理解に至らず、場合によっては嫌悪の対象ですらある。映画「マトリックス」や「ターミネーター」のように、コンピューターや人工知能が自我を持つことで人間社会に対して反乱を起こすといった、情報技術の発展によって人間社会が侵食されることを危惧する声もある。スマートフォンなどのモバイルデバイスの普及に伴い、そういった強く否定的な意見は減少の傾向にあるが、情報技術の発展に対しネガティブなイメージを持つ人は、まだ多く存在する。

本研究では、現代社会の象徴でもある情報技術の発展をポジティブに捉え、現在の消費社会を読み解き、それをもとに現代社会を分析することで、現代社会の様相を描き出すことを目的とする。

2 コト消費

現代の消費者はコト消費志向である。物を所有することに価値を求めるモノ消費に対し、コト消費は、所有することよりも体験そのものに価値を求めて行う消費行動のことを指す。例えば、眠気を覚ますためにコーヒーを買って飲むことで得た満足感はモノ消費的であり、おしゃれな有名店でコーヒーを買って飲むことで得た自己充足感、コト消費的であると言える。モノ消費は欲求の対象が物であり、固定的な存在である。対して、コト消費は欲求の対象が実体として存在せず、そこには、時間的な概念や自身を含めたヒトの存在がある。したがって、コト消費的欲求を満たすためには、積極的に赴き、様々なものを見て、様々な体験をする必要がある。

	モノ消費	コト消費
消費の対象	物	体験
価値基準	機能	豊かさ
概念	固定的	流動的

表1 モノ消費とコト消費の比較

また、コト消費が主流となった要因として、モバイル

メディアの普及があげられる。体験とは情報である。情報は物質のように蓄積しても価値を生みず、それを他者と共有することで初めて情報を持つ喜びを味わうことができる。若者の世代を中心に、SNS（ソーシャルネットワークサービス）などの情報共有のためのツールが流行し充実していることが、コト消費志向の促進につながっている。

コト消費が一般化していく中で、都市に対する姿勢も変わってきたのではないかと考える。近代以降、都市は均質化し機能的になってしまった。それが現代では、情報ツールの普及によって場所に対する意識の中に新しい身体性が生まれている。誰がどこでどのように振る舞うのかということが重要視されるようになった。現代の消費者は、今まで場所としての機能面でしか捉えていなかった都市に対し、空間性を求め始めている。

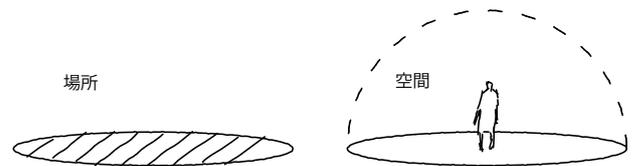


図1 場所から空間への変化

3 目的的な東京

新宿や池袋などの都市は、区画された敷地に雑居ビルが林立し、ファサードがグリッド状に並んでいる。都市において道は建物間にできた空白であり、目的と目的との連結に過ぎない。図と地は独立し、都市が図と図の関係で成り立っている。そして、私たちはその中で目的に従属している。三浦（2016）は「都市の魅力とは、まず第一に自由があること」（p.10）と定義している。しかし現在の東京は、三浦の述べるような都市の魅力的な自由さが欠如し、都会的な箱に閉じ込められてしまっている。人々のアクティビティが露出することなく、都市にリアリティが存在しないことに問題意識を持つ。

4 立体透視地図アプリ

そこで、新しい都市体験のツールとなるアプリケーションを提案する。立体的な現実を透視する地図アプリである。雑居ビルのトイレや屋上などを隠れたパブリック

スペースであると捉え、自由に立ち入りできることを前提とする。アプリは以下3つの機能を持つ。まず一つ目が、検索機能である。通常のマップ同様、店舗などの検索のほか、雑居ビル内のトイレや利用できる屋上を検索することができる。二つ目がスキャン機能である。モバイルデバイスのカメラ機能のようにビルを写すと、建物の中に隠れていた階段やエレベーターが表示され、新たな道を発見することができる。裏道に行くようなワクワク感と、新しい道の発見にコト消費的な体験要素が含まれる。そして、3つ目が利用者による情報更新の機能である。利用者が見つけた道やパブリックスペースを自由に追加でき、スクラップビルドが繰り返される都市に合わせて、利用者によって地図が育てられていく。

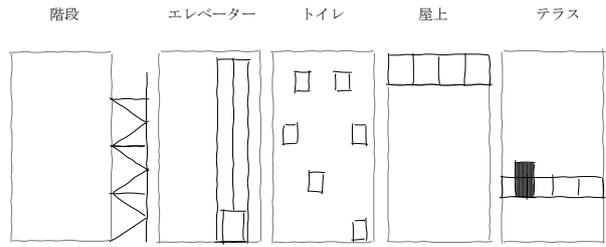


図4 都市のジェネリック

### iii) プログラム

既存のビルに対し、“壁を作る”、“繋ぐ”などの建築操作を行う。雑居ビル内に様々な人が出入りすることによる新たな出会いや、オフィスビルの中に道ができ実際に働いている人の姿が広告になるような新たな都市のあり方が生まれる。非体験的であった東京をアプリと些細な建築操作で再編していく。

## 6 都市のアリの巣化

今まで閉ざされていた箱が解放され、都市の中に新たな道が生まれることで、都市の可能性が広がる。アプリケーションというツールによって、利用者は都市を私物化し、そこは新たなパブリックへと変節する。そして、人々の行動の軌跡は解放され、目的のあった東京は図と地が溶解するような自由な都市へと変貌する。

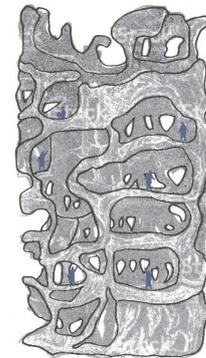


図5 コンセプトイメージ図<sup>2)</sup>

### 参考文献・資料

- 1) 三浦展「人間の居る場所」而立書房,2016年。
- 2) <https://www.istockphoto.com/jp/>

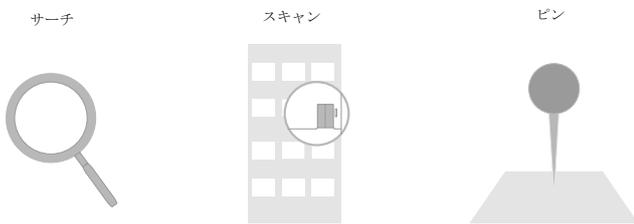


図2 アプリ機能

## 5 設計

### i) 敷地

東京の都会的な都市である池袋駅東口側周辺をエリアとし、200m×200mのマトリックスを作成する。その中から無作為に敷地を選定した。

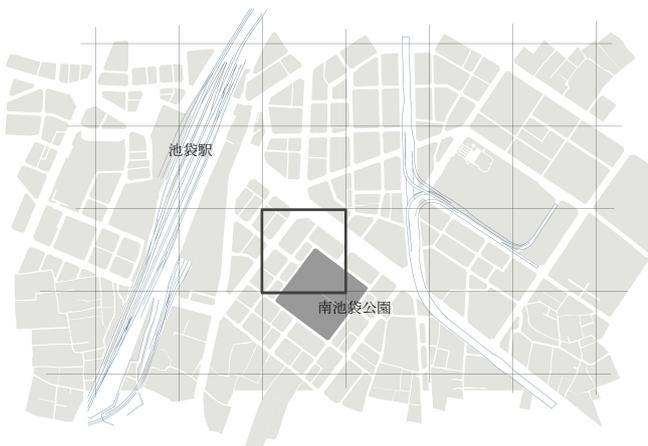


図3 敷地マトリックス図

### ii) リサーチ

敷地から以下のジェネリックを抽出し、アプリ制作のために必要な情報として整理する。