

「モバイルキット」に媒介された都市空間のパーソナライゼーション

The Personalization of Urban Places Mediated Portable Objects “Mobile Kits”

岡部 大介 Daisuke OKABE

慶應義塾大学
Keio University

伊藤 瑞子 Mizuko ITO

南カリフォルニア大学
University of Southern California

要 旨

本稿では、人々が日常的に持ち歩くポータブルデバイス（「モバイルキット」）がいかに都市空間において利用されているかを検討する。22人の調査協力者を対象に、携帯電話、音楽プレーヤー、クレジットカード、ラップトップ、PDA、IDカードといったようなモバイルキットの日常的利用について、インタビューと同行調査、そしてモブログによりデータ収集した。その上で、人々の都市空間における行動が、いかにモバイルキットを介してなされているかを分析したい。例えば人々は、音楽プレーヤーや携帯電話を用いて電車内などの空間を私的空間として再構築しようとするし、ポイントカードやメンバーシップカードで消費行動の「足跡」を蓄積する。このようにモバイルキットは、都市空間の持つ特徴を再構築し、私的な空間を形成する。従来の携帯電話の利用に関する研究では、主に対人コミュニケーションに関して焦点があてられてきた。本稿ではその視点を拡張し、場所やインフラと人との関係を媒介する存在としてのポータブルデバイスの存在に注力した。

Abstract

This paper reports on an ethnographic study conducted in areas around Tokyo where we tracked 22 people's use of the portable objects; “mobile kits”. By examining devices such as music players, credit cards, transit cards, laptop, PDA and ID cards in addition to mobile phones, this study seeks to understand how portable devices construct and support an individual's activities, mediating relationships with people, places, and infrastructures. Mobile kit reshapes and personalizes the affordances of urban space. Laptops transform cafés into personal spaces. Reward and membership cards keep track of individuals' use of urban services. Music players and mobile devices colonize the in-between times of waiting and transit. Our focus in this paper is not on the relational communication that has been the focus of most mobile communication studies, but rather on how portable devices mediate relationships to urban space and infrastructures. We identify three genres of presence in urban space that involve the combination of portable media devices, people, infrastructures, and locations: cocooning/urban camping, self-documenting and footprinting.

1. はじめに

これまでの都市空間におけるモバイルメディア利用に関する研究では、特に携帯電話がもたらした社会的変容に焦点があてられてきた。携帯電話によってもたらされた重要な変化は、それまでの対面式、または固定電話にみられるロケーションベースの対人ネットワークの構築や維持から、遠隔地間のコミュニケーションによる対人ネットワークへと移行した点である。この社会的インパクトを受けて、国内外において携帯電話という特定のモバイルメディアを介した対人コミュニケーションに関する研究が蓄積され、いくつもの興味深い含意が得られてきた。それは例えば、Kopomaaによる「インスタント・コミュニティ」^[1]、Ling and Yttriの「ハイパーコーディネーション」^[2]、羽瀧の「テレ・コクーン」^[3]、仲島らの「フルタイムインテリメイトコミュニティ」^[4]、松田の「選択的人間関係」^[5]といった形で概念化されてきた。他にも Ito and Okabe では、携帯

電話でコミュニケーションに従事する話者のおかれている状況を「テクノソーシャル」な場として定義し、コンテクストとコミュニケーションの構築の関係について論じている^[6]。携帯電話利用者は、いつでもどこでも時間や空間の制約を超越してコミュニケーションに参加するのではなく、その時々コンテクストと相互作用しながらコミュニケーションを達成する。これは Goffman^[7] や Meyrowitz^[8] のアプローチを援用したもので、携帯電話利用時に私的なコミュニケーションの枠組みと社会的な枠組みのハイブリッドな場において自らの実践を交渉する過程である。

また、私的なモバイルメディアの利用が公共空間に及ぼす影響に関する研究もなされてきたが、その中心的なメディアも携帯電話である。それは例えば、Ling^[9]、Murtagh^[10]、Weilenmann^[11]に見られるように、携帯電話を介した私的なモバイルコミュニケーションが、公共空間の社会的なルールやマナーをどのように崩壊、または再編しているかといった問題

に注力するものである。また岡部・伊藤では、公共空間の中でも特に電車やバスなどの公共交通機関における携帯電話の利用に着目し、公共交通機関における携帯電話の利用の意味が、歴史的文脈においてその時々の「社会的アクター」とともに再編されてきた過程について議論している^[12]。

このように、公共空間におけるモバイルメディアを取り巻く研究は、携帯電話を用いた対人コミュニケーションに関するものや、私的な携帯電話利用と公共空間の関係といった専柄に焦点化されてきた。これらの課題は社会的な関心も高く、研究対象としても非常に重要なものとなりえている。しかし公共空間において利用されるモバイルメディアは携帯電話だけではない。私たちは、音楽プレーヤー、本、クレジットカードや公共交通機関乗車用 IC カード、メンバーシップカード、ポイントカードなどといったポータブルメディアを持ち歩き、都市空間の中で利用する。また都市空間におけるモバイルメディアを用いた行為も、対人コミュニケーションだけに限定されない。私たちは日々、レストラン、各種店舗などの商業施設といった場や都市空間のインフラと接点を保つためにモバイルメディアを利用し、都市空間を移動し、都市空間に「棲息」する。例えば、駅の改札口にて IC カードを用いて都市のインフラにアクセスし、混雑した電車内を音楽プレーヤーとともに「私的空間」を構築することで占有化し、カフェでラップトップをひろげ、スーパーのような店舗でポイントカードを提示することでそこに「足跡」を残す。携帯電話以外のモバイルメディアもまた、ローカルな社会的インフラと関係した行為を達成するためのインタフェースとなっているのである。また同時に、携帯電話というモバイルメディアも、対人コミュニケーションだけではなく、都市空間における様々な行為を可能にする。このように、都市空間での行為と様々なポータブルメディアとは不可分な関係にある。

都市空間と様々なモバイルメディアの関係を調査してきた社会科学的な研究は少しずつではあるが展開されてきている。それは例えば du Guy らによる「ウォークマン」の利用に関する研究にみられる^[13]。彼らは、レストランや映画館、公共交通機関のような「出会い」の場において、ウォークマンのような音楽プレーヤーがストリートの文化をどのように再編し、またその場のマナーやルールにどのような影響を与えるかについて研究している。また他のモバイルメディアに関する研究としては、近年の電子マネーの利用を対象とした Mainwaring et al^[14] や、Cooper et al^[15] にみることができる。さらには、現実の都市空間を移動することで動作可能なオンライン型のゲームに関する研究として、Licoppe and Inada^[16] などがあげられる。

先にあげた携帯電話は、対人コミュニケーションのための機能のほかに、カメラ、高機能なゲーム、スケジューラー、Web ブラウザやアプリケーションなどを含む多機能デバイスとなっている。この中で、携帯電話のメールや通話以外の機能に関する研究として、カメラ機能に着目したものは少なくない (Kindberg, et al^[17], Koskinen^[18], Ling and Julsurd^[19], 岡部・伊藤^[20], 水川^[21] など)。ただしこれらの研究においては、写真や画像のアーカイビングに関する実践について論じられては

いるものの、岡部・伊藤にも見られるように携帯電話で収集された写真を用いた対人コミュニケーションに注力したものが多い^[20]。

今日では、例えば「おサイフケータイ」にみられるようなモバイルメディアは、都市空間における経済活動を変化させ、ipod のような音楽プレーヤーや PDA など、都市空間での行動を支える重要なモバイルメディアとなる。しかしこのようなモノを介した社会的実践についてはあまり関心がはられず等閑視されてきた。筆者もこれまではモバイルメディアを介した社会的実践として、主に対人コミュニケーションに焦点をあててきた。しかし、今日の情報機器の発展を鑑みると、携帯可能な ICT を介した都市空間での社会的実践の姿を幅広く記述していく必要があると考える。そこで本稿においては、携帯可能な ICT が都市空間における日常的な行為をどのように媒介するかに着目したい。その際、これまで中心的に焦点があてられてきた携帯電話だけではなく、人々が都市空間を移動する中で用いている携帯可能なモノを広く研究対象としていく。

また先述したように、本稿では対人コミュニケーションに限定せず、都市空間における実践に広く焦点をあてる。対人コミュニケーションは、ユーザーが周囲の状況やコミュニケーションの相手との社会的関係、相手の状況を意識しながら行う社会的実践であろう。一方で都市のインフラや場所とモバイルメディアのインタラクションについては、ほとんど無自覚に行っている場合が多い。Star は、インフラと人々の実践に関するエスノグラフィ自体はつまらないかもしれないが、日常生活に埋め込まれて空気のような存在であるインフラとの社会的実践を分析することは重要であると述べる^[22]。それは私たちの社会生活における基本的な「足場」であり、Dourish and Bell は、都市空間のインフラと私たちの社会・文化的実践がいかに相互反動的に織り重なっているかを研究する必要性を指摘している^[23]。以上のような視座に則り、本稿では、モバイルメディア研究を、対人間から場所や社会インフラとの関係に拡張することを試みる。以下では、今日的な都市生活者が持ち歩き、情報へのアクセスや収集を媒介するモノを「モバイルキット」と呼び、携帯電話だけではなく多様なポータブル情報機器までを対象とする。そうすることで、これらの「モバイルキット」が、都市空間における私たちの経験を形作る多様な方法の理解を試みる。

2. 方法

この研究はダイアリベースの方法を用いる。Ito and Okabe や Okabe では、携帯電話の利用履歴やカメラ付携帯電話の利用に関する研究において、Grinter and Eldridge^[24] を援用したコミュニケーションダイアリの手法を用いている^[6]^[25]。これらの研究で用いられたコミュニケーションダイリは、携帯電話のメール、通話、Web、写真利用時の時間や内容、コンテキストの詳細が分かるように記録するものである。本稿では、コミュニケーションダイリの手法を援用し、携帯電話に限定せず日常持ち歩いているモバイルキット全般の利用記録を対象

とした。そのため、携帯電話利用履歴のみを記録する Ito and Okabe などでは紙上で記録を求めている^[6]ものを、本研究では MovableType を用いた「モブログ (moblog)」形式を利用し、調査対象者自身の携帯電話のメール機能から記録できるようにした。

2.1 調査の流れ

調査の流れは以下の通りで、下記1)から4)までで1セッションとなる。

- 1) 初回インタビューとして、調査対象者にインタビューの日のカバンやポケットの中身を見せてもらう。普段持ち歩いているものについて、1つ1つ確認し、どのように日常使っているか、または携帯している理由などについてインタビューを行う。時間は1時間から2時間程度である。モバイルキットは調査対象者の了解を得て写真に記録した。
- 2) モブログ形式で2日間モバイルキットを利用した際に、専用のモブログサイトに投稿可能なメールアドレスに送信してもらう。以下の図1のように、調査対象者は何かモバイルキットを使用したときに、そのモバイルキットの写真を撮り、あわせて簡単に周囲の状況をテキストで記録して投稿する。
- 3) モブログを行う2日間のうち、または別の日に、半日「シャドウイング」による追跡調査を実施した。これは、調査者が調査対象者の日常的なルーティンに同行させてもらう手法である。調査対象者によってシャドウイングの日の行動内容は様々だが、買い物、食事、通勤通学、余暇などの様子が観察された。シャドウイングの時間は連続した4時間から5時間程度であり、なるべく多様な時間帯で調査できるよう試みた。
- 4) 半日のシャドウイングと2日間のモブログを終えた後、調査者がデータを確認した上で事後インタビューを実施した。これは調査対象者のモブログデータを調査者と調査対象者とで一緒に見返しながら、投稿された写真とテキストからその時のコンテキストについてより詳細にインタビューで掘り下げた。なお、以下で使用するインタビューデータでは、調査対象者の発話内容について語尾などを読みやすいよう修正している。

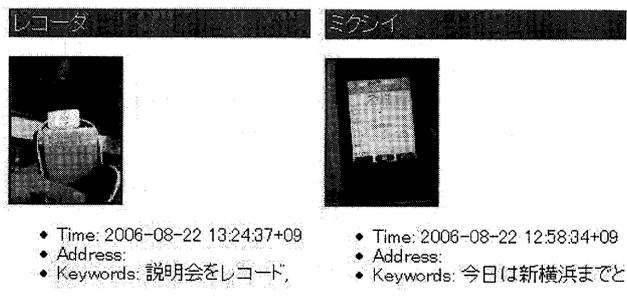


図1 モブログの例

2.2 調査期間・調査対象者

調査期間は2005年4月から2007年12月までの約3年間である。2005年の時点で首都圏に在住していた15歳から52歳までの男女22名を対象とした。調査対象者は少なくとも1回は上記のセッションを行っており、最も多い調査対象者は3年間の調査期間のうち4回調査を依頼している(平均で1人に対して2.68回調査を実施した)。1人の調査対象者に対して継続的に複数回調査を実施している理由の1つは、就職、転職、進学、異動などによる生活環境や生活スタイルの変化による実践の変化を見るためである。また、3年の間に様々なポータブルデバイスが登場し普及するため、調査対象者が所持するモバイルキットの変化について縦断的にデータを収集していくためである。

調査対象者の属性は次に示す通りである。なお年齢は初回のセッションの時のものを記載する。調査対象者はそれぞれ、社会人男性4名(50代後半, 52歳, 30歳, 23歳), 主婦4名(50代, 50代, 40代, 40代), 社会人女性2名(24歳, 24歳), 大学生・大学院生男性5名(19歳, 20歳, 21歳, 23歳, 24歳), 大学生女性2名(19歳, 22歳), 高校生男性1名(18歳), 高校生女性2名(18歳, 17歳), 中学生男性1名(15歳), 中学生女性1名(15歳)という内訳となっている。未成年の調査対象者については、本人の承諾に加えて、親の承諾も得て調査を実施した。

調査対象者は完全に無作為に抽出されたわけではない。プライベートな内容を含む調査内容のためラポールの形成を意識し、筆者の知人に紹介してもらう形で調査対象者の選定を行った。その上で、性別がだいたい半々になるように選定した。30代以上に比して20代の調査対象者が多いが、これはこの世代が持ち歩くモバイルキットの数、利用頻度ともに高いためである。また都市空間での活動や移動も他の世代に比べて多く、モバイルキットの文化を牽引する存在であると考えたためである。

3. モバイルキットを介した都市空間における実践のマネジメント

モバイルキットを利用した際に携帯電話からモブログ投稿用の指定アドレスにメールを投稿してもらったのだが、この1日の平均投稿数は13.53回(SD = 4.21)であった。2日間通しての最大投稿回数は20代の大学院生の男性で57回、最小投稿回数は50代社会人男性で9回であった。

ここからは、調査対象者によるモブログへの投稿データや、それに伴う事前事後インタビュー、そしてシャドウイングから得られたデータに基づき、彼らがどのようにモバイルキットを利用しているか詳述する。注力する点は、人々が自宅や会社以外の場で、モバイルキットに媒介されて実践しているところである。

まず、調査対象者がモブログへ投稿した被写体となっているモバイルキットを類似のカテゴリごとに分類した。その結果、最も投稿数が多かったモバイルキットは「携帯電話」で16.8%

であった。次に「suica, パスネット, 定期券」などで 10.7%, 「クレジットカード, ポイントカード, キャッシュカード」などの 9.9% と続き, 以下, 「ノート, 書類」などの 8.3%, 「音楽プレーヤー」の 7.9%, 「手帳, PDA」の 7.6%, 「本, 雑誌, 新聞」の 6.8%, 「デジタルカメラ, チェキ」の 6.1%, 「ゲーム機」の 4.5%, 「ラップトップ」の 3.0% と続いた⁽¹⁾。

次に, インタビュデータから得られた利用目的/利用状況をもとに, 上述のモバイルキットのカテゴリをベースにして大カテゴリを抽出した。その結果, 3つの特徴的な大カテゴリが抽出された⁽²⁾。なお, 特に携帯電話のカテゴリに関しては, その多機能性ゆえ 3つの大カテゴリに重複する。1つ目は, 「携帯電話」, 「音楽プレーヤー」, 「ノート, 書類」, 「手帳, PDA」, 「本, 雑誌, 新聞」, 「ゲーム機」, 「ラップトップ」などを用いる行為群である。このカテゴリは, これらモバイルキットを用いて, 例えば電車内や喫茶店などにおいて 1) 都市空間を私的空間として再構築する実践である。2つ目の大カテゴリは, 「携帯電話」, 「ノート, 書類」, 「デジタルカメラ, チェキ」などのモバイルキットからなり, これらは 2) 都市空間における情報収集の目的で利用されていた。1) と 2) は, 情報を利用したり閲覧したりすることが目的か, 情報を収集することが目的かで分類している。さらに 3つ目の大カテゴリは, 「携帯電話」, 「suica, パスネット, 定期券」, 「クレジットカード, ポイントカード, キャッシュカード」などのモバイルキットからなり, これは 3) 都市空間に「足跡」をつける実践と名付ける。このカテゴリは上記の 2つに比して, 都市空間での経済活動の意味が強いものとして区分される。

以下では, これら 3つの観点について, 各々詳述する。

3.1 都市空間を私的空間として再構築する

3.1.1 コーニング

モバイルキットを持ち歩く主な理由の 1つは, 物理的な空間やそこに居合わせた人々との「境界」を構築するという点にある。それは, 彼らが例えば電車内のような場において, 私的な「コクーン (cocoon)」を形成しようとしていることから見て取れる。「コクーン」とは「繭」や「居心地のいい場」といった意味を持つ。本稿では, 「都市空間において, 他者との相互行為をなるべく控えて私的空間を形成する」ことを「コーニング (cocooning)」という概念で示す。この「コーニング」の実践に関しては, これまで携帯電話を介した親しい人どうしのつながりの場について論考されてきている。例えば羽瀧は, 地理的・時間的制約を離れ, 人が絶え間なくメンテナンスを行い続ける親密圏を「テレ・コクーン」と呼び, 携帯電話の通話やメールによる実践を記述している⁽³⁾。人々は, 携帯電話によるコミュニケーションだけではなく, さまざまなモバイルメディアによるコーニングの実践を通して, 都市空間の中に私的な「テリトリー」の境界を構築しているように見て取れる。モブログの投稿を見ると, 1人で電車内や喫茶店などにいる場合に, 携帯電話を用いてテキストメッセージを送受信したり, Web ブラウジングしているような状況が多く観察された。携帯電話はコーニングのためのテクノロジーとして見やすいが, 他の様々

なモバイルキットもまた, 都市空間におけるコーニングという社会的機能を持つ。それは本, 新聞, 雑誌といった紙媒体, それに音楽プレーヤーや PDA, ラップトップなどのデジタル機器であり, それらを用いて, その場や居合わせた人々との相互行為から自身を「隔離」しようとする事例が見て取れた。

[24 歳 大学院生 男性]

夜, 大学から自宅に帰るまで 40 分間電車に乗るんですが, その時間がとても苦痛。なので, 大学の PC で ipod にポッドキャストのコンテンツをダウンロードしていくんです。それとモバイル mixi ((SNS サイト)) の友人の日記にコメントしながら帰ると 40 分間が早く感じる。

(()) 内は著者による加筆。以下同。

[25 歳 社会人 女性]

趣味で同人誌を書いているのですが, 電車の中は結構文章とか適当なタイトルとかを考えるようにしています。そして, 思いついたものはケータイにメモするようにしています。紙にメモしちゃうと周りの人からも見えてしまって恥ずかしいので, ケータイを使います。そして, 営業に出た昼休みのファミレスなんかで, 時間のあるときにノートパソコンにがーっとまとめて打ったりします。時間もつぶれるし。

このような事例にみられるように, 電車や街中などの公共空間において, 音楽プレーヤーやラップトップを使ったり, SNS サイトを閲覧したり携帯電話をメモ代わりに使いながら, 私的な空間を構築しようとしているようである。調査対象者は, 高校生であれ社会人であれ, また通勤通学の移動距離にかかわらず, 公共空間において私的な空間を構築するためのモバイルキットを持ち歩いていた。1 回目の調査において, 調査対象者の約 68% (15 人) が, 音楽プレーヤーを持ち歩き, 86% (19 名) が雑誌や書籍, 新聞などを持ち歩いていた。コーニングは個人がコントロール可能なメディアやデバイスを通して, ある特定の意味を持つ場を構築する実践である。この意味ある場とは, 周囲に居合わせた他者に配慮しつつ一時的に公共空間を占有した結果構築される私的な空間である。

モブログの投稿では, 電車に乗っている時や, 明確な目的を持たず時間をつぶさなければならない時にコーニングの実践がよく見られた⁽³⁾。日本の電車内空間という場では, 静寂を保ち, 周囲の人々への迷惑とならないよう振る舞うことが社会的に期待されている。多くの人々が「自分が規範を遵守していること」を周囲の人々にとっても観察可能になるように振舞う。富田や岡部・伊藤でも, そのような参加者の努力によって電車内の規範, もしくはマナー, ルールが保たれていることが示されている^{[26] [12]}。よって, モバイルキットを介して私的な空間を構築する際においても, 電車内で実践的に保たれている規範を侵さない範囲でなければならない。

彼らはモバイルキットの利用を通して, 同じ電車内に居合わせた近隣の他者に配慮しながらも, 電車内空間という物理的な場への関与から効果的に逃れようとしていると考えられる。

人々は私的なモバイルキットを用い、Goffmanの言うところの「関与規定」に抵触しない範囲で公共空間と私的空間の境界を維持していると推察できる^[7]。インタビューデータからは、モバイルメディアに媒介されたコクーンニングの実践が、街中の移動や喫茶店などの場においても行われていることが示された。それは、ある場所で時間を埋めなければならない状況であり、そのような機会にモバイルキットを用いたコクーンニングが機能していると考えられる。以下の調査対象者の事例にあるように、コクーンニングは「単なる時間つぶし」を、その人にとってより生産的で豊かなものにすることを志向した実践といえよう。

[32歳 社会人 男性]

朝起きたら、ネットから好きな社説や天声人語のようなものをコピー ((コピーアンドペースト)) してPDAに転送して持って行ったり、あと最近ではケータイのニュースが充実してきているので、それで読んでいます。電車は混んでるけど、読みたいニュースをチェックしながら行きたいという気持ちもあるので。

3.1.2 アーバンキャンピング

コクーンニングは、通勤や通学や時間をつぶすために仕方なく居合わせなければならない場合の実践であった。一方で調査対象者のモブログのデータやインタビューからは、都市空間の一部を一定時間積極的に占有しようとする実践が見取れた。主に仕事や勉強をするために喫茶店や図書館、ファミリーレストランのような場に意図的に向かい、比較的長時間そこで過ごす実践である。これは言わば都市空間に「棲息」もしくは「キャンプ」を張るとも表現可能な実践であり、ラップトップやPDA、ノート、手帳、紙媒体の資料、携帯電話、音楽プレーヤーなどといったモバイルキットとともに実現される。以下は、30歳の男性のモブログとそれに伴うインタビューから得られたデータである。写真は午前5:50に投稿されたものであるが、前の日の夜からずっとファミリーレストランにいて仕事をしてきたとのことであった。

[30歳 社会人 男性]

夜ご飯を食べて、そのまま仕事とかたまに勉強したりするために、あえてファミレスに行くことがたまにあります。家に帰っちゃうと仕事ができないし、ちょっとがやがやした所の方が脳が活性化するので、ノートパソコンを持って出かけます。

明後方@デニス



- Time: 2005-12-18 05:50:10+09
- Address: 東京都港区
- Keywords:

図2 30歳の男性のモブログ投稿例

この調査対象者は、夜仕事をするためにあえてラップトップや資料など彼自身の「情報環境」とともにレストランに向かっている。そして朝までそこで過ごしている。これは、街中や電車内でみられたコクーンニングのような状況的でユビキタスな実践とは異なり、ある特定の場で一定時間「棲息」する実践である。このような実践を行っている調査対象者は20代30代の営業職であったり、比較的自由に仕事を調整できるような立場にある者であり、男女に共通に見られた。

先のコクーンニングの事例は、心地よくない空間、望ましくない環境をシャットアウトするためにモバイルキットを利用する実践であると述べた。一方でこの事例については、ラップトップや音楽プレーヤーのようなモバイルキットを用いながら、望ましく心地よい場所にある一定時間「棲息」することに価値を見出している。

[24歳 社会人 女性]

営業で、1日にだいたい2社行くことが多いのですが、昼食をとるときは次に行く会社のそばにファミレスがないか検索します。ファミレスが一番仕事しやすいし、コーヒーもおかわりできるので、できるだけファミレスに入るようにしてしまいます。そこでメールをチェックしたり説明に必要なパワーポイントの資料などを確認して、それでも時間が残っていたら、趣味でやっている自分のWebページのデザインなんかを考えたりする時間にあてます。

[21歳 大学3年生 女性]

((都内の)) 大学から ((神奈川県)) 自宅まで帰るときに、真直ぐ帰らないで乗換駅の渋谷でいつも決まってイタトマのカフェに行きます。そこでちょっとお茶して音楽聴きながら、一人で手帳に予定を書き込んだり、日記を書いたりしたりするのがとても重要な時間なんです。

喫茶店やレストランという場においては、仕事や勉強などの目的で一定時間私的な空間を構築するために特有の環境を提供している所もある。調査対象者らは彼らの情報機器を持ち歩いて特定の場所に向き、それとともにいわば「アーバンキャンピング」を行っている。調査対象者たちが、都市空間の中でのキャンピングに適した場所を自分なりに探索していることは興味深い。調査対象者にとってその場はOldenburgの言う「第3空間」となっているのかもしれない^[27]が、この第3空間のような私的空間とは、場の特徴やインフラ、モバイルキットが相互に影響した結果として構築されていると考えられる。

ここまで見てきたコクーンニングやキャンピングは、勿論、デジタルデバイスだけに特権的な行為ではない。過去には、そして事例にも示したように、例えば新聞や紙の手帳、化粧品などを用いて私的空間を構築しようとする人びとは少なくないだろう。ただし、この私的空間の構築に用いられるモノとして、特に若い層を中心にデジタルな情報デバイスが選択されてきている。これは、携帯電話やラップトップ、PDAといったモバイルキットを介してネットワークにアクセス可能である理由が大

きいと考える。すなわち、ネットワークに繋がるモバイルキットを持ち歩いていれば、状況にあわせてコンテンツが取得可能であり、多様な形態のコクニングやキャンピングが可能となる。デジタルなモバイルキットは、新聞のようなモバイルキットと異なり、状況に応じた行動を可能にすると考えられる。

3.2 特定の場における情報収集

次に言及したいカテゴリは、主に携帯電話を用いて都市空間において行われている、さまざまな情報の収集や蓄積に関するものである。デジタルカメラ、カメラ付携帯電話が一般化、高解像度化し、それに伴い自己の行動の記録 (self-documentation) に関する実践が拡張している。カメラ付携帯電話によるヴィジュアルアーカイビングの実践は、何気ない日常を潜在的なニュース価値のある場へと変化させ^[20]、特に高校生を中心に数多くの写真が携帯電話に蓄積されていた。カメラ付携帯電話からブログや SNS のサイトへの投稿も、高校生や 20 代の調査対象者を中心に観察された。例えば 18 歳の高校生の女性は、「デパートで気に入った洋服があったら、まずはケータイで写真を撮って、それを mixi にあげておきます。そうするとみんなコメントしてくれるので、それを見ながら買うかどうか考える。」というように、都市空間で得た視覚情報を SNS に投稿していた。また、例えばプリクラのような、特定の場所で収集可能な情報を提供するサービス (location based information services) も、携帯電話というモバイルキットと親和性が高い。ここでは、このような都市空間において行われる日々の情報の生成や収集について検討してみたい。

最初に紹介したいのが、カメラ付携帯電話の撮影による情報の収集である。これは記念碑的な撮影からメモまで幅広く行われている実践である。調査対象者は自分の趣味や嗜好にあわせてカメラ付携帯電話を利用している。以下にその一例をあげる。

[18 歳 高校生 女性]

「太鼓の達人」((アーケードゲーム))にはまって、1 回やると終わると、表示される得点を必ずケータイで撮るか、メモをとるんです。それで溜まってきたら家でエクセルの表に得点を入力して行って、他のドンター ((太鼓の達人を愛好する人々))に見せたりするんです。

また、特に女子高校生や 10 代の女性は、携帯電話に「プリクラ (ゲームセンターなどのプリントシール機で撮影された写真)」で撮影した画像を蓄積していた。今日、プリクラブースでは撮影したプリクラのうち何枚かを選択して、それを指定した携帯電話のアドレスに送信することが可能である。本稿の調査対象者のうち、高校生と大学生全員が携帯電話にプリクラの画像を保存していることが確認された。プリクラは、ロケーションベースの情報提供サービスとして特定の世代において地位を得ている。

ネットワーク化が進んだモバイルの可能性の 1 つは、どこにいても様々な情報にアクセス可能なことであろう。実際、高校生や大学生の調査対象者の携帯電話の中にはインターネット

上から取得した「ネタ画像」や「ケータイクーポン」などが多数保存されていた。しかし一方で、ロケーションベースのサービスはこれとは異なる方向性を持つ。それは「ある特定の場所でこそアクセス可能な情報」に対する価値付けである。上述したような事例は、どこでも様々な (もしくはどこにいても同じ) 情報にアクセス可能にする現行の方向性とは異なる可能性を示す 1 つの例と考える。

これまで、モバイルキットに媒介された都市空間での情報収集について、主に携帯電話によるデジタルデータのアーカイビングについて言及してきた。携帯電話がヴィジュアルデータを保存可能なようになってから、ヴィジュアルアーカイビングの媒体はデジタルに移行してきているが、それでもなお紙媒体による情報収集も根強い。例えば 50 代のパートタイムで勤務する女性は、訪れたレストランの情報が記載された名刺をノートに貼り付けて収集していた。ノートには名刺とともにメニューなどの情報も記載され、それは何か会合があったときにレストランのリストとして利用されていた。同様に 22 歳の大学生の女性は、雰囲気の良いカフェを散策することに関心があり、その日訪れたお店で名刺やステッカーなどを収集し自身のスケジュール帳に貼りつけて記録していた。このように、ロケーションベースの情報収集においては、デジタルメディアとともに紙媒体も利用されている。

これまで見てきたような都市空間からの情報収集は、自分自身の行動履歴をデータとして蓄積していく実践である。プリクラやゲームのスコアにしても、お店の情報にしても、それはまさに日常生活の記録であり、個々人の特徴を強く表象するものである。このような生活記録は「ライフログ」として盛んになりつつあり、主には過去の行動履歴の検索や内省的な振り返りのために利用されている。それとともに、モバイルキットによって都市空間において情報を収集していくことは、その人の軌跡や履歴を蓄積していくことにもつながる。このことを補完する例として、以下のインタビュー断片をみておきたい。

[19 歳 大学生 女性]

友達と遊びに行く時は、古いケータイと新しいのと 2 台持っています。データが転送できなくて、でも前のケータイに面白い写真とかメールとかが入っているので、それを友達に見せるために。カバンもでかくなるんだけど、古いケータイの画像を見ようとするときは、((SIM))カードを差し替えています。

上記の事例は、19 歳大学生のインタビューから得られたものである。彼女は携帯電話を機種変更して数カ月経過した後も、機種変更前の携帯電話と機種変更後の携帯電話 2 台を持ち歩いていた。実際、筆者によるシャドウイングのときも新旧の携帯電話 2 台を持っており、面白い「ネタ写真」やプリクラ写真を表示するために古い機種を立ち上げて見せてくれた。高校生や大学生においては、携帯電話や ipod のような機器に蓄積された個人の履歴を示す視覚的なデータが、放課後のファストフード店や学校と家との往復の間に友人と共有されることがイ

インタビューから得られた。このように、モバイルキットに媒介される形で個人の履歴は蓄積され、共有されていく。

3.3 都市空間に足跡をつける

これまで見てきたように、モバイルキットは都市空間での一時的な「キャンピング」や「コクーニング」の実践に関与する。そして、都市空間からライフログのように自分の生活履歴を紡ぐ行為を可能にしている。本稿で取り上げる3つ目の観点は、モバイルキットを介して都市空間に「足跡をつける (footprinting)」実践である。ここで着目するモバイルキットは、主としてポイントカードや電子マネー、メンバーシップカード、クレジットカードなどといった類のものである。本研究の調査対象者も、特に大学生以上になると数多くのカードとともに行動する。japan.internet.com が2008年に20代から60代までの男女330名に行った調査によれば、「おサイフケータイ」を除く「ICカード (IC認証製品)」の所有率は91.8%で、約9割が何らかのIC認証製品を所有していることがわかる。所持しているICカードは、クレジットカードが66.7%、IC乗車券のSuicaが55.3%、電子マネーEdyが49.5%と続いている。さらには、ICカードを5枚以上所有しているという人は34.4%になり、「3枚以上」が17.5%で、ほぼ半数が3枚以上所持していることになる^[28]。本調査でも、調査対象者の全員が何らかのICカードや紙媒体のポイントカード、IDカードを所持しており、財布の中には少ない人で3枚 (15歳、中学3年生、男性) から、多い人で45枚 (24歳、社会人、女性) ものカードの所持がみられた。多くの調査対象者がカードのマネジメントに苦慮しているようであり、蔓延するカード類のため、財布に入れずに自宅のカードケースに保管する例も多数みられた。

このように一般化している紙媒体のポイントカードやICカードであるが、その社会科学的文脈での研究は多くはない (例えば、Mainwaring et al^[14]、Cooper et al^[15]、鈴木, 2007^[29]など)。その中で鈴木は、たとえばICカードにみられるポイントシステムにより「わたし」が遍在する姿を描いている。電子マネーによる消費行動は、「私を表現するデータ」となり得る。それがわたしよりもわたしを代弁してしまうという姿となる^[29]。

このようなICカード等によって、調査対象者は都市空間のインフラ、その他様々な商業施設との関係を構築する。ユーザーは、ICカードを利用することによってインフラや商業施設に自分の移動履歴や購買履歴を残すことになる。それを媒介するのがメンバーシップカードやポイントカードであるとみることができよう。人々が財布の中に保持するカード類の束は、その人の都市空間での移動をトレースするものであり、商業施設にとっては顧客のロイヤリティを追跡するものとなる。よって、調査対象者の財布の中にあるICカードの束は、経済的機能とともに、インフラや店舗との社会的関係の可視化にも寄与しているのである。

以下では特に、どのようにこれらのモバイルキットが人々と都市空間における様々なインフラや商業施設との関係を媒介す

るかに着目する。調査対象者の中には、以下の例のように20種類ものクレジットカードを管理し、自分の生活にあわせて峻別し利用している者もいた。

[50代 社会人 男性]

このクレジットカードは、8のつく日だけ使います。ポイントが高くつく日だけ財布に入れて、スーパーで買い物するときに使います。このローソンのカードも、ポイントで結構いいものがもらえるのでローソンに行く機会も増えました。... ((航空会社の)) マイレージを貯めて夏に家族で旅行に行くため、家族みんなであま〜くマイレージを貯めるよう頑張ってます。

上記の男性においては、消費活動がICカードと密接に関係している。クレジットカードのポイントシステムの中では、通常よりも高い割合でポイントが獲得できる日や、ポイント還元率の高い店舗が設定されている。この調査対象者は、「ポイント経済圏」において、ICカードと同盟関係を保ちながら消費活動をなしている。現金も通常持ち歩いてはいるが、それとともに、消費行動にデジタルなモバイルキットの存在も大きく作用している。このように考えると、消費活動はその人の購買欲求のみによって決定されるわけではない。クレジットカード、ポイントカード、クーポン券、電子マネーといったモバイルキット、そして特定の場所との関係で決定されているのである。

次の例では、リビングルームにおいて家族で共有しているポイントカードを保管し、家庭内の消費行動を管理している事例である。

[22歳 大学生 女性]

自宅のリビングに家族みんなでためているポイントカードを入れておくホルダーがあるんです。例えば家の近所のドラッグストアに行く時は、必ずそこからポイントカードを持っていきます。今は離れて暮らしている姉がたまに実家に帰ってくる時も、「歯ブラシ買いたいからカードを置いて」というふうにケータイに連絡が入ります。

これまで見てきた事例にあるように、消費活動はクレジットカードやポイントカードといったモバイルキットと不可分の関係にある。調査対象者たちは、ICカードのようなモバイルキットのシステムに埋め込まれた形で、都市空間の消費やサービスとの関係をマネジメントしていることが見て取れる。

上述したように、ICカードに媒介された消費活動を行うことで、インフラや商業施設に行動の履歴、足跡を残すことになる。その一方で、モバイルキットを用いて、都市空間における消費活動の足跡を積極的に管理する事例も見られた。24歳女性の社会人は、「お小遣い帳をつけているのですが、eddyのおサイフケータイを使えばケータイで履歴を見ることができるから嬉しい。会社のそばでよく使うコンビニもeddyが使えるので、楽。」と述べており、消費活動の記録を積極的に保持し閲覧していた。

家計簿をノートに記録したり、紙のポイントカードにポイン

トをためる行為は従来行われてきた。しかし、その行為をクレジットカードやICカードを介して行うことで、購買履歴の一覧の取得もより簡便になるだろう。また、先の事例に示したような家庭内におけるポイントやマイルの協同的な収集や移行も、ポイントシステムがデジタル化されることで容易になると考えられる。

以上のようなモバイルキットを用いた消費活動は、都市空間における自身の行動の足跡をつけることにつながる。ICカードやクレジットカードを介したデジタルな利用履歴は、「私」と商業施設との関係の履歴であるとともに、都市空間における移動や経済活動の履歴の痕跡ともなるだろう。ただしこの足跡や痕跡という概念は、文字通り物理的な店舗や施設に刻印する行為とは異なる。むしろ、「無印都市」とも称されるようにフランチャイズ化された店舗に囲まれ、顔馴染みのお店での消費行動が珍しい今日の都市空間においては、物理的な店舗や施設に足跡をつける行為は少ない。加えて、ICカードなどによってデジタルデータ化される消費活動が増えることにより、個人はより匿名的な存在になるだろう。よって足跡や痕跡のつけられた都市空間とは、例えば「おさいふケータイ」のようなモバイルキットに表示される履歴を通して想起される、個人人の持つ認知的、概念的な都市空間と考えることができるだろう。

4. おわりに

本稿では、都市空間との相互作用というありふれた日常のスケッチを研究対象として設定した。その上で、モバイルキットと名付けた携帯可能な情報機器が、どのように人々と都市のインフラやサービス、場所と関係を媒介しているか、3つの特徴的な社会的実践を軸に描写してきた。もちろん、都市空間での生活とモバイルキットの関係は、ここにあげた3点以外のものも多様に存在するであろうが、本稿では調査対象者たちの間で共通に観察された今日の実践に焦点をあてた。

本稿で示した都市空間における3つの行為を総じて考察すると、以下のようにまとめられるだろう。まず、都市空間における自身の生活履歴に対する志向が高まってきている点が興味深い。都市空間で情報を収集し蓄積する行為や、ICカードなどを用いた経済活動の履歴が、個人の生活記録を可視的にするデータとしてみなされはじめていると推察される。さらに、蓄積された個人の都市空間での行為の記録は、先に見たコクーニングやキャンピングの実践において閲覧、編集される情報の1つにもなるだろう。

場所の意味を構築するためにモバイルキットが用いられる点も興味深い。これまで見てきたように、人々は都市空間において私的空間を構築するためにモバイルキットを利用していた。また、携帯電話のカメラなどデジタルなモバイルキットが一般化することで、事例で示したようなゲームセンターのような場の情報(得点)なども、収集すべき意味のある対象として再構築される。

このように見てくると、人々はモバイルキットを用いて都市空間をパーソナライズ化していると考えられる。それはコクー

ニングやキャンピングのような行為を通じた、まさに都市空間の私的空間化として理解できる。それ同時に、匿名的な都市空間において自分にとって価値のある情報を収集したり、自身の消費行動履歴を蓄積、閲覧することを通して個別の都市空間を形成する実践としてとらえることもできる。それはいわばモバイルキットを通して概念化されるパーソナルな都市空間である。ポータブルな情報機器の利用という、あまりに日常的で目立たない実践に着目することで、本稿では、今日のパーソナライズされた都市空間がモバイルキットの利用と相互反動的に形成されていることが確認できたと考える。

注

- (1) この他のカテゴリとしては、「ペットボトル、食品、化粧・医薬品」が6.8%、「鍵」が4.5%、「IDカード」が1.2%、「その他(例えばICレコーダ、SDカード、DVDソフトなど)」が5.8%であった。
- (2) なお、他の大カテゴリとして、「携帯電話」などを用いた「対人関係のマネジメント」、「鍵」などによる特定の場所への「アクセス」が抽出された。「対人関係のマネジメント」は主に携帯電話の通話/メールによるコミュニケーションが主であった。この観点は多くの研究が蓄積されているため本稿では言及しない。また「アクセス」は主に「鍵」と「IDカード」に限定されていたため、以降の分析から除外した。
- (3) 調査のためのモブログの投稿自体も、コクーニングを達成するための手段となっていた可能性もある。電車内などからの投稿が多かったのは、この理由も考えられる。

参考文献

- [1] Timo Kopomaa: *The City in Your Pocket: Birth of the Mobile Information Society*, University Press Finland, (2000). 川浦康至, 山田隆, 溝渕佐知, 森祐治(訳): 『ケータイは世の中を変える - 携帯電話先進国フィンランドのモバイル文化』, 北大路書房, (2004).
- [2] Richard Ling, Birgitte Yttri: *Hyper-coordination via mobile phones in Norway*, In James E. Katz, Mark A. Aakhus (Ed): *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press. pp.139-169, (2002).
- [3] 羽瀨一代: 「高速化する再帰性」, 松田美佐, 岡部大介, 伊藤瑞子編: 『ケータイのある風景 - テクノロジーの日常化を考える -』, 北大路書房, pp.121-139, (2006).
- [4] 仲島一郎, 姫野桂一, 吉井博明: 移動電話の普及とその社会的意味, 情報通信学会誌, 16 (3), pp.79-92, (1999).
- [5] 松田美佐: 若者の友人関係と携帯電話利用 - 関係希薄化論から選択的関係論へ, 社会情報学研究, 4, pp.111-122, (2000).
- [6] Mizuko Ito, Daisuke Okabe: *Technosocial situations: Emergent structurings of mobile email use*, In Mizuko Ito, Daisuke Okabe, Misa Matsuda (Eds.): *Personal, portable, pedestrian: Mobile phones in Japanese life*, pp. 257-273, Cambridge: MIT Press. (2005).
- [7] Erving Goffman: *Behavior in public places: Notes on the social organization of gatherings*, New York: Free Press, (1963). 丸木恵祐, 本名信行(訳): 『集まりの構造 - 新しい日常行動論を求めて』, 誠信書房, (1980).
- [8] Joshua Meyrowitz: *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior.*, New York: Oxford University Press, (1985). 安川一, 上谷香陽, 高山啓子(訳):

- 『場所感の喪失：電子メディアが社会的行動に及ぼす影響』, 新曜社, (2003).
- [9] Richard Ling: The social juxtaposition of mobile telephone conversations and public spaces, Paper presented at the Conference on the Social Consequence of Mobile Telephones, Chunchon, Korea, (2002).
- [10] Ged M. Murtagh: Seeing the "rules": Preliminary observations of action, interaction and mobile phone use. In Barry Brown, Richard Harper, Nicola Green (Eds.) : *Wireless world: Social and interactional aspects of the mobile age*, New York: Springer, pp. 81-91, (2002).
- [11] Alexandra Weilenmann: "i can't talk now, i'm in a fitting room": Formulating availability and location in mobile phone conversations, *Environment and Planning A*, 35 (9) , pp.1589-1605, (2003).
- [12] 岡部大介, 伊藤瑞子: 「ネゴシエーションの場としての電車内空間」, 松田美佐, 岡部大介, 伊藤瑞子編: 『ケータイのある風景－テクノロジーの日常化を考える－』, pp.167-180, (2006).
- [13] Paul du Gay, Stuart Hall, Linda Janes, Hugh Mackey and Keith Negus: *Doing Cultural Studies*, London: Sage Publications. (1997). 暮沢剛己 (訳): 『実践カルチュラル・スタディーズ－ソニー・ウォークマンの戦略』, 大修館書店, (2000).
- [14] Scott Mainwaring, Ken Anderson, Michele F. Chang: What's in your wallet: Implications for global e-wallet design, Paper presented at the CHI, Portland, OR. (2005).
- [15] Lee Cooper, Chris Baber, Graham Johnson: A run on sterling--personal finance on the move, Paper presented at the ISWC, San Francisco, (2006).
- [16] Christian Licoppe, Yoriko Inada: Emergent uses of a multiplayer location-aware game: The interactional consequences of mediated encounters, *Mobilities Journal*, 1 (1) , pp.36-61, (2006).
- [17] Tim Kindberg, Mirjana Spasojevic, Rowanne Fleck, Abigail Sellen: How and why people use camera phones, <http://www.hpl.hp.com/techreports/2004/HPL-2004-216.html>, (2004).
- [18] Ilpo Koskinen: Pervasive image capture and sharing: Methodological remarks, Paper presented at the Pervasive Image Capture and Sharing Workshop, Ubiquitous Computing Conference, Tokyo, (2005).
- [19] Richard Ling, Tom Julsrud: Grounded genres in multimedia messaging, In Kristof Nyiri (Ed.) : *A sense of place: The global and the local in mobile communication*, Vienna: Passagen Verlag, pp.329-338, (2005).
- [20] 岡部大介, 伊藤瑞子: 「カメラ付ケータイ利用のエスノグラフィ」, 松田美佐, 岡部大介, 伊藤瑞子編: 『ケータイのある風景－テクノロジーの日常化を考える－』, 北大路書房, pp.167-180, (2006).
- [21] 水川善文, 五十嵐素子, 是永論, 酒井信一郎: 視覚イメージ伝達を伴う相互行為のカテゴリー分析－カメラ付き携帯電話による写真送付と会話によるイメージ伝達－, 第80回日本社会学会報告要旨集, p.57, (2007).
- [22] Susan L. Star: The ethnography of infrastructure, *American Behavioral Scientist*, 43(3), pp.377-391, (1999).
- [23] Paul Dourish, Genevieve Bell: The infrastructure of experience and the experience of infrastructure: Meaning and structure in everyday encounters with space, *Environment and Planning B*, (In Press).
- [24] Rebecca Grinter, Margery A. Eldridge: y do tngrs luv 2 txt msg?, Paper presented at the Seventh European Conference on Computer-Supported Cooperative Work, Bonn, Germany, (2001).
- [25] Daisuke Okabe: Emergent Social Practices, Situations and Relations through Everyday Camera Phone Use, Paper presented at Mobile Communications and Social Change, Seoul, (2004).
- [26] 富田英典: 「都市空間とケータイ」, 岡田朋之, 松田美佐編: 『ケータイ学入門』, 有斐閣, pp.47-74, (2002).
- [27] Ray Oldenburg: *Celebrating the Third Place: Inspiring Stories About the Great Good Places at the Heart of Our Communities*, Marlowe & Co, (2002).
- [28] japan.internet.com, 2008年2月4日記事, <http://japan.internet.com/research/20080204/1.html>
- [29] 鈴木謙介: 『ウェブ社会の思想－〈遍在する私〉をどう生きるか』, NHK 出版, (2007).