

イベント空間におけるナビゲーションタグの実証的検討 —大阪・関西万博を事例として—

近畿大学工学部 柳原崇男

ナビタグについて



調査概要

内容	項目
実験場所	大阪・関西万博
実験対象者	万博に訪れた視覚障害者75名（各設問で多少の人数差あり）
実験日時	2025年4月13日～2025年10月13日
実験方法	大阪・関西万博に訪れた視覚障害者の方にアンケートを実施
アンケート内容	① 属性 ②各設置場所のナビタグの評価 ③万博全体のナビタグの評価

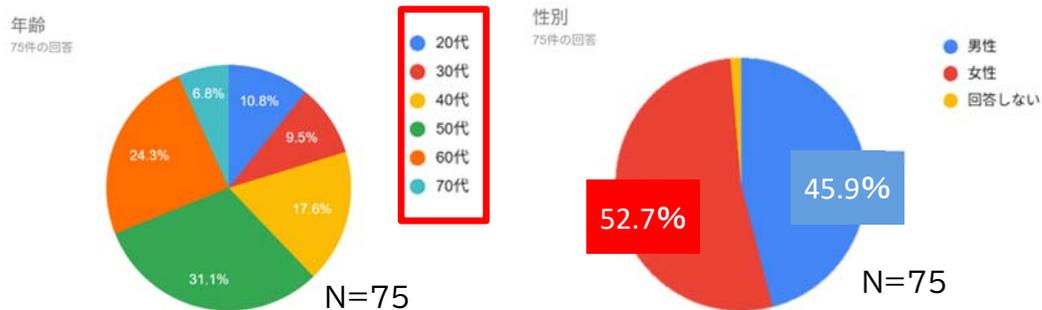
ナビゲーションタグの設置場所と数

ナビゲーション設置場所	個数
デジタルサイネージ	約17コード
案内板	約60コード
トイレ	約120コード
大阪ヘルスケアパビリオン	約120コード
クラゲ館	約20コード
関西パビリオン	約50コード
日本館	約30コード
NTT館	約5コード

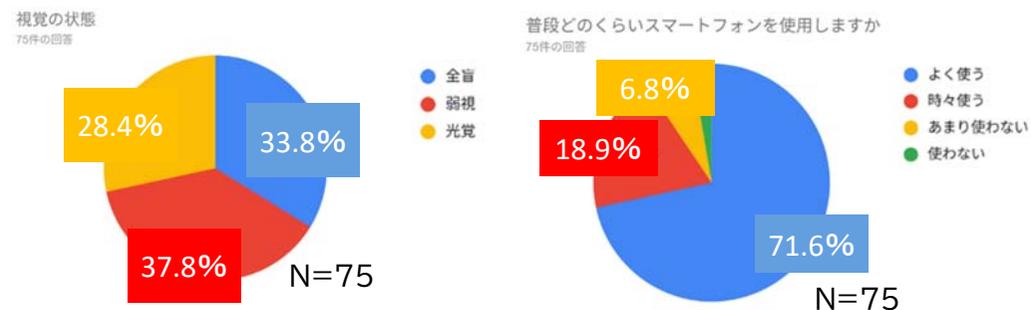


万博会場内のShikAI設置箇所

回答者の属性

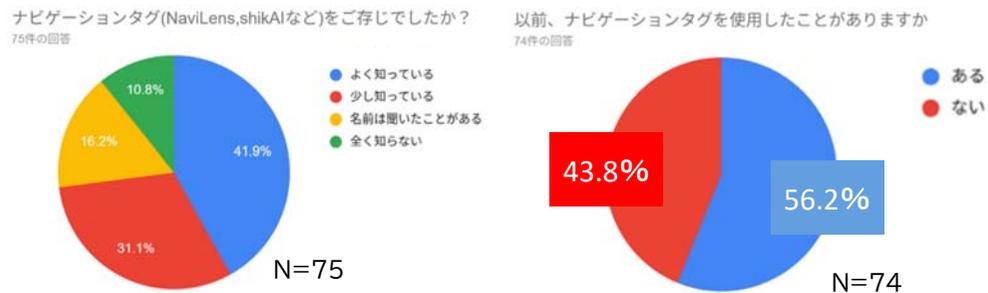


回答者の属性

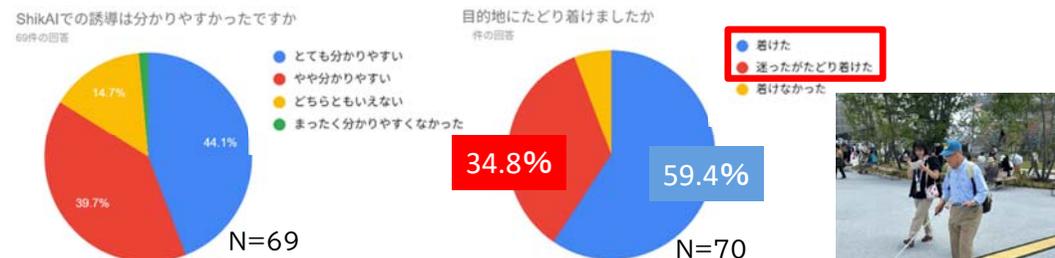


※光覚とは、光の有無を識別できる程度の視力のこと

回答者の属性



ShikAIの評価



移動支援として有効

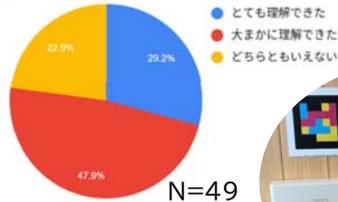


トイレの評価

ナビゲーションタグによって、トイレは使いやすくなりましたか
42件の回答



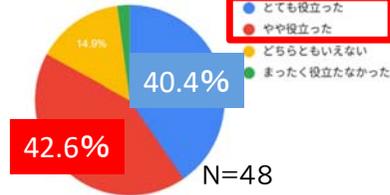
トイレの個室内の構造を理解できましたか
49件の回答



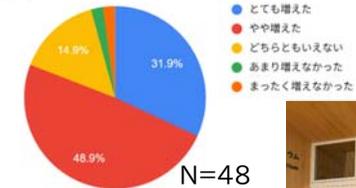
トイレの使いやすさに寄与

大阪ヘルスケアパビリオンの評価

ナビタグは、展示についての理解に役立ちましたか
48件の回答



ナビタグの説明によって、大阪ヘルスケアパビリオンの楽しみが増えましたか
48件の回答



展示理解の促進

案内板の評価

ナビタグにより、現在地を理解できましたか
47件の回答



万博内の大まかな配置を理解できましたか
52件の回答



情報の伝え方に改善の余地がある

回答者属性とナビタグの評価

年齢と性別→大きな評価差はなし

スマートフォンの使用頻度→明確な評価差はなし

ナビタグの使用経験の有無→評価差はなし

視覚の状態→光覚の回答者で高評価の傾向

特定の利用者層に依存しない支援技術である

まとめ

- ◆大規模・非日常的なイベント空間においても有効であることが確認された
 - ◆視覚障害の程度に関係なく効果が期待できる
 - ◆空間特性や利用目的に応じた情報設計・運用の検討が今後の課題
- 