

大同工業大学工学部 正会員 ○ 舟渡悦夫
 福井大学工学部 正会員 本多義明

1. イメージ研究の意図

Lynch, Kによる「都市のイメージ」以来、環境心理学と称される領域において、空間の認知、イメージの解明の為に多くの研究がなされている。この種の研究の背景として、物と人のアンバランスという問題が考えられよう。物とは物理的施設であり、都市において蓄積が高し。その蓄積が拡大化する程、人の存在は相対的に小さくなると思われる。この時、人の存在は、自らの存在範囲を確保することにより、安定するであろう。しかし、今日の都市の社会的環境、特に居住環境は、この存在範囲を不安定にさせるインパクトとして作用しており、存在範囲が、血縁的なものから、地縁的、さらには組織的な範囲へと移行し、地域の地縁性を根拠とした範囲に変移してある。このような状況は、従来の計画理念の根拠と深い関係にある地域の為という合意性に関し、疑問を投げかけるであろう。今日、地域の為という住民の合意性行必ずしも得られていないことは、住民の意識の多様化、住居運動に於けることからも見て取れる。

本考察においては、地域住民の合意性を測る一方法として、地域の骨格を構成すると思われる道路について、沿道住民が道路をどのように認知しているかを、個人属性別に検討し、認知の仕方による傾向があるかを調べよう。

2. 分析方法

名古屋を東西に貫通する県道名古屋津島線はほぼに県道名古屋長久手線は通称「広小路」と呼ばれ、名古屋市のシンボリックな道路である。分析対象として、広小路に接する5地区を選び、アンケートにより道路イメージの質問を行なった。調査は、1977年3月に実施された。本分析で用いられた個人所有有効サンプル数は、全地区で2437サンプル(世帯原の有効回収率は90%)であった。道路イメージの質問形態はSD法で用いられる形容詞対20を選び、各々、5段階の反応のうち該当する段階を1つ選ばせている。

評価尺度となる形容詞対は表1に示すとおりである。

表1. 道路イメージのための評価尺度

1 古い	——	新しい	11 都会的	——	田舎的
2 明るい	——	暗い	12 自然的	——	人工的
3 単純な	——	複雑に富んだ	13 活気ある	——	うつろした
4 冷たい	——	あたたかい	14 好き	——	嫌い
5 調和的	——	不調和な	15 便利な	——	不便な
6 速い	——	おそい	16 広い	——	せまい
7 ゆつぱり	——	緊張した	17 静かな	——	うるさい
8 美しい	——	きたない	18 産業中心	——	生活中心
9 親しみある	——	親しみない	19 閉鎖的	——	開放的
10 快適な	——	不快な	20 豊かな	——	貧しい

分析内容としては、(1)5地区間の地区別の単純な集計(2)個人属性別の検討(3)評価尺度の多次元的取り扱われりる点である。なお、(2)、(3)については1地区のみの分析にとどまっている。また、評価尺度の数量化は、各形容詞に近しい2つの段階をまとめ、(-1, 0, 1)と得点付けた反応の割合の総和を用いている。

3. 分析結果

(1)地区別の検討——まず、全地区共通の傾向として、「うるさい」「人工的」「単純な」「きたない」「便利な」「産業中心」の評価尺度が強く表われている。地区別には、都心型としての新栄、近隣商業型の本山、路線商業型の稲葉町、新興住宅型の本郷といった土地利用、ならびに、道路構造、自動車交通量などとの関係が十分反映された道路イメージ特性がうかがえる。(図1参照)

(2)個人属性別の検討——性別、年齢別、通勤通学別、日常生活パターン別、自動車運転特性別(免許、自由に使用できる自動車、運転頻度別)通勤通学時に広小路を通行するかどうかなどの個人属性別に検討を行う。ここでは評価尺度のうち、「静かなーうるさい」「便利なー不便な」「産業中心ー生活中心」「親しみあるー親しみない」に限り、その尺度値が高い「うるさい」「便利な」「産業中心」「親しみある」について検討してみた。

性別では、男性の方が幾分か女性より強い認知を
示している。通勤通学別では、通学者が、通勤者お
よび通勤通学せすの者と異なった認知を示す。日常
生活パターン別では、1日中ほとんど在宅する者と
外出形態が不規則な者との間に認知の差がかなりみ
られる。自転車の運転特性別では、一般に自転車利
用層の方が非利用層より強い認知傾向を持つが、自
動車利用層の利用頻度からみると、運転時間の長い
者および毎日長時間運転しないが時々運転する者は、1
日1時間以内の短時間の運転の者に比べ、より強い
認知傾向を持つことがわかった。また、通勤通学時
に広小路を通るかどうかによる認知の差はほとんどな
いといえる。最後に、年齢別には、20才台および50
才台において、他の年齢層と異なった認知傾向を
示すことがわかった。(図2参照)

(3) 評価尺度の多次元的取り扱い——ここでは、
林の数量化理論Ⅲ類を用いて、評価尺度を空間的に
配置し、個人属性の変位のようにすまてみる。入力
としては、表1の左側の形容詞に近い2段階に該当
するものとそれ以外のものに再コードし、20の評価
尺度の分類化を図ったところ、3軸までで40%の変
動し得ることからできなげられたが、各評価尺度の空
間配置を解釈して、1軸を総合的なイメージ性とと
らえ、2軸を保守性—革新性、3軸を居住性—経済
性と呼ぶことにした。各軸についての個人属性の各
カテゴリ—に関してカテゴリ—グループに属する個
人スコアの平均値をとってみた。図3は2軸—3
軸において、各属性カテゴリ—の個人スコアの平
均値をプロットしたものである。このより、外出が
少なく、自転車の利用が少なく、地域での居住時間
が長い層ほど居住性に關心が強く、行動形態が多様
で、地域での定着時間が短い層は経済性、革新性
に關心が強い傾向がみられる。

4. 課題

本報告では、道路イメージの認知を基にして、地
域住民の合意性を把握することが目的であったが、
道路イメージの認知の差異を、居住者の地域に対す
る合意性の差と直接結びつけるには、未だ十分な結
論を得ていない。今後、地域間の比較検討を行なう
必要がある。

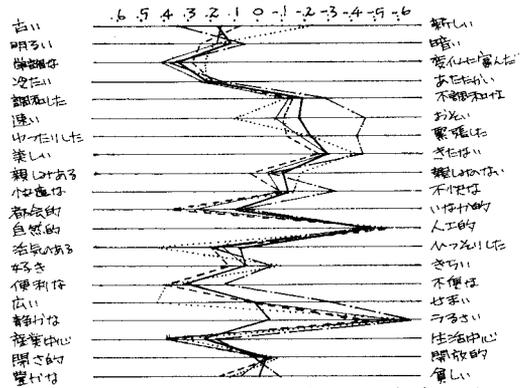


図1 地区別の平均各評価尺度(各評価尺度の総平均)

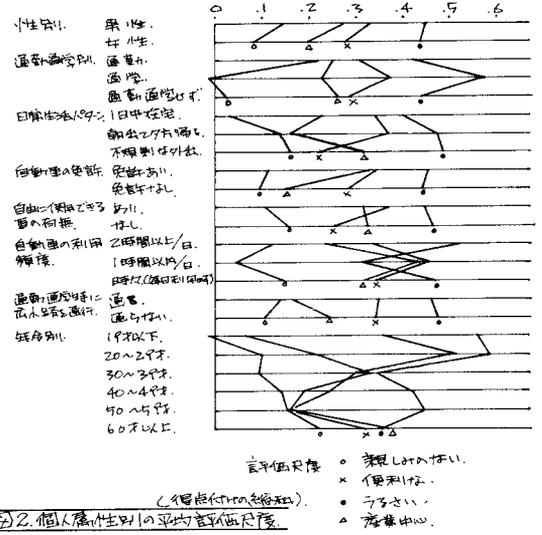


図2 個人属性別の平均各評価尺度

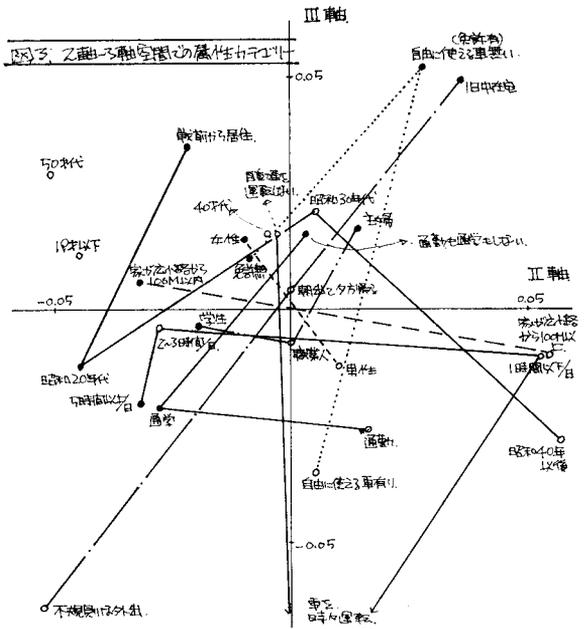


図3 2軸—3軸空間での属性カテゴリ