

現代大阪における景観資源の再発見

大阪工業大学大学院	学生員	○中嶋	俊輔
大阪工業大学	正会員	吉川	眞
大阪工業大学	正会員	田中	一成

1. はじめに

現在、国際的にみても観光事業に注目が集まっており、わが国でも地域ごとにさまざまな観光政策が行われている。大阪も例外ではなく、景観整備や観光方針を定め、施策に取り組んでいる。

大阪の周辺には奈良や京都などの観光競合地が存在する。これらは数多くの歴史的観光資源に恵まれ、海外からも多くの観光客が訪れている。今後、大阪が観光地としてさらなる発展を遂げるには、このような観光競合相手と競い合っていくことが重要である。また、大阪の主な観光資源は「食文化」や「天神祭」、「上方芸能」などの大阪固有の文化である。これらは全国的に浸透しており、観光客が大阪を訪れる大きな理由のひとつになっている。しかし、大阪にはこのような文化的観光資源だけでなく、景観的観光資源も豊富に存在している。それにもかかわらず、景観的資源は文化的資源のように大阪のイメージとして浸透していない。つまり、現存する景観的観光資源を有効に利用し、景観政策の充実を図ることが、さらなる観光客誘致につながると考えられる。そこで本研究では、大阪市を対象に、観光の要素の中でもとくに重要と考えられる“景観”に着目し研究を行ことにした。

2. 研究の目的と方法

現在さまざまな景観政策がとられているが、そのほとんどが保全・保護を行うに留まっている。これでは、現存する観光地の質の向上は計れるが、新たな観光地を生み出すことはできない。これからの国内観光事業の発展には、より積極的に新たな観光資源を発見し、世間に発信していくことが重要であると考えられる。既存の構造物を新たな観光ランドマークとして売り出すことで、効率的な観光施設の整備や、能動的に観光地を操作することが可能になり、さらなる経済効果が期待できる。そこで、人が“何を”“どこから”“どのように”見ているかを分析・把握し、既存の景観対象の新しい側面を発見し提案することを目的とする。

研究方法として、既存の景観資源に関して写真コミュニティサイトを用いて写真画像の抽出を行うとともに、各種 GIS (Geographic Information System) アプリケーションを用いて景観資源を分析することになっている。具体的には、GIS により基盤地図情報に対象の位置をプロットし、設定した条件をオーバーレイすることにより分析を展開した。また、既存の景観解析手法を用いて分析を行うことも可能で、それらの分析結果を視覚的に表現した。このように GIS などの空間情報技術を用いた手法は有効であると考えられ、本研究では、これらの空間情報技術を用いた解析を中心に展開することになっている。

3. 対象地の選定

対象地域である大阪市の「都市景観資源」の中から具体的な景観分析を行う対象を選定した。具体的には、“交通アクセスによる観光ポテンシャルの評価”と、各資源の“一般的な見られ方による評価”を行い、対象を選定した。

“観光ポテンシャルの評価”に関しては GIS を用い、駅勢圏などを参考に設定した徒歩圏 1 km の鉄道駅を都市景観資源ごとに抽出し評価した。“一般的な見られ方による評価”に関しては、写真コミュニティサイトの投稿写真を用い、各資源が一般の観光客にどの程度見られているかの把握を行い、評価した。結果より、駅数には大きな差が見られなかったが、投稿写真においては都市景観資源が写った写真の総数のうち 40%がグリコネオンであり、大きな偏りが見られた。その後両結果の集計を行い、詳細な分析を行う対象として「道頓堀グリコネオン」と「通天閣」を選定した。

キーワード 観光, 都市景観資源, 写真コミュニティサイト, 景観シミュレーション

連絡先 〒535-8585 大阪府大阪市旭区大宮 5 丁目 16 番 1 号 TEL 06-6954-4418

4. 対象別景観分析

景観分析を行ううえで、対象の視覚的影響圏を把握した。その際、どちらもネオン広告であることから、文字情報に着目し、可読域により視覚的影響圏を定めた。次に、景観の再発見を行うにあたり、対象と周辺環境の関係を整理した。また、新たな景観の提案を行うために、写真コミュニティサイトの投稿画像を分析し、現在の典型的な視点場と見方を把握した。具体的な手法として、グリコネオンは画像内に写るグリコネオン全体と壁面全体の面積比を算出し、時間帯別に見られ方の分析を行い、通天閣においては、撮影地点の位置情報を持つ画像から典型的な視点場を見出した。また、グリコネオンは昼夜に見られ方の差がなく、ネオン広告であるにも関わらず、ネオンとしての夜間景観が重視されず、昼間によく見られていることも把握できた。通天閣の場合は、視覚的影響圏に対し、狭い範囲の視点場が一般的であることが把握できた。

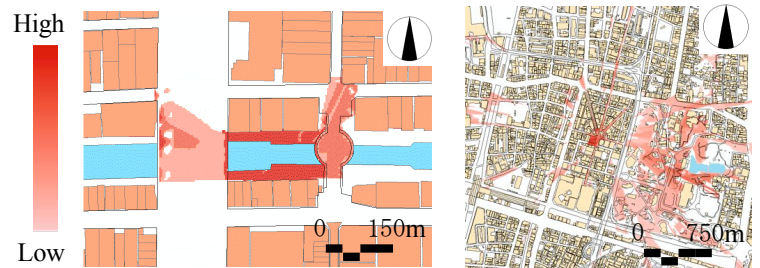


図- 1 可視・不可視分析

次に、新たな景観の視点場の発見を行うために、可視・不可視分析により、視点場となり得る場所の把握を試みた(図- 1)。その結果、グリコネオンは視覚的影響圏に対して、非常に狭い可視領域しか持たず、近景しか存在しないことが把握できた。一方、通天閣に関しては、広い可視領域が算出され、多様な視点場が存在することが把握できた。次に「見えの面積比」などの視覚特性に着目した分析および仰角分析などから視点場を評価し、具体的な“新たな景観”の視点場の提案を行った(図- 2)。また、地形と建物だけの簡易モデルを用いて、提案景観の3D表現を行い、景観シミュレーションを試みた(図- 3)。この結果、各資源の景観構成を把握することができた。

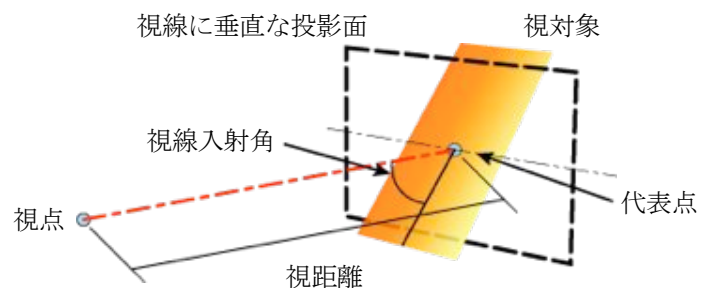


図- 2 見えの面積概念図



図- 3 簡易モデルによる表現

5. おわりに

広域な分析により、現代大阪を代表とする景観を把握することができた。また、各景観資源の景観分析においては、資源ごとの典型的な景観の把握と、それらとは異なる景観の見所の再発見が行えた。また Web 上の写真画像を活用することで、現地に赴くことなく、景観の提案を行う手法を見出せた。

本研究では、空間情報と写真コミュニティサイトの情報を統合的に用いることにより、景観の典型的な見られ方の把握に成功した。それらの結果より、空間情報と他のツールを利用すれば、より積極的な観光・景観政策が可能であると考えられる。また、今回は投稿画像の対象と位置情報に着目し、分析を行った。今後は人が、どのような対象をどのように見ているか、あるいはどのように認識しているかを把握するため、投稿画像のタグに着目し、研究を展開する。その結果より、新たな景観対象を提案する。