

電柱電線及び屋外広告物の撤去による街路景観改善効果

東京都市大学大学院 学生会員 ○青木 大夢
東京都市大学 正会員 皆川 勝

1. はじめに

現在、わが国の都市景観は良好とは言えないものが多数形成されている。このような現状から良好な景観の形成へ向け、平成15年に「美しい国づくり政策大綱」¹⁾が政府によって掲げられ、平成17年6月に景観緑三法²⁾が施行された。このように現在、良好な景観の形成が求められ、国としても景観に対する関心が高まってきている。

しかし、近年ようやく景観の形成に関する法律が施行されたわが国では一人一人の景観に対する理解や重要性に対する流儀は深まっておらず、粗悪な都市景観を見て生活してきた人にとっては粗悪な景観が普通であり、景観を良好にする必要性すら感じない人も少なくない。それ故に建物や商店の外観は建築主や店主の景観への配慮意識に依存するわが国で景観を改善していくには国民一人一人が景観への意識を高め、景観への理解を広める必要がある。

そこで景観整備の有意性を示すことで良好な景観の形成への理解を広めることを目指し、街路景観の画像を加工して改善した景観を用いて、SD法評価を行い、街路景観の改善効果を検証した。

2. 実験の概要

被験者に画像を見てもらい、画像1枚につき1枚のSD法アンケートを行った。被験者は自由が丘駅周辺に行った経験がある20～22歳の女性1名、男性30名の計31名である。画像の印象評価には景観評価において具体的なイメージを把握する方法としてよく用いられるSD法によるアンケートを使用することとした。使用したアンケートを図-1に示す。

本研究で使用した画像は自由が丘駅周辺の4つの街路で撮影した。画像は晴れ日の12時～14時の間に撮影を行った。画像の構図は画像の中心に道が在り、道にそってまっすぐに撮影し、両側に壁又は建物が写っている画像として統一した。また必ず電柱電線と屋外広告物等が画像中に存在するものとした。

改善画像の作成にはAdobe社製の画像編集ソフトPhotoshop CS5を使用した。加工方法は突起した屋外広告物等と電柱電線は画像中から削除し、突起していない屋外広告物は高彩度の赤や黄などの暖色系の色を使用していた場合のみ彩度を下げる加工を行うこととした。暖色系の高彩度色のみを突起していない屋外広告物において加工した理由は目立ちやすく、誘目性が高い半面、景観としての調和を崩す原因として景観条例³⁾などで規制されていることである。

改善画像としては広告物等を改善したもの、電柱電線を改善したもの、電柱電線と屋外広告物等の両方を改善したものを作成した。よって、4枚の元の画像と3パターンの加工画像を合わせて16枚の画像を使用した。

なお、本研究ではビルサイン、自家用広告物、案内広告物、一般広告物、店舗名看板、のぼり旗、立て看板に加え、ガラスの内側から貼ってあるチラシ、カラーコーンなどの設置物についても屋外広告物等とみなした。ただし、交通上や法律上、必要とされる案内標識や表示などは加工対象としていない。

3. 実験結果

(1) SDプロフィール

アンケートにおいて、対になっている2つの形容詞の真ん中である「どちらでもない」を0として、右側の形容詞側の「やや」を1、「かなり」を2とし、左側の形容詞側の「やや」を-1、「かなり」を-2として数値化した。数値化した結果を集計し、平均化したものを利用し、画像パターンごとに現状の画像、屋外広告物等改善画像、電柱電線改善画像、両方改善画像の結果をSDプロフィールに示す。画像1、画像2、画像3、画像4のSDプロフィールを図-2に示す。

(2) 主成分分析

数値化したアンケート結果から主成分分析⁴⁾を行い、第1主成分から第3主成分までが固有値が1以上であったことから第3主成分まで抽出した。しかし第3主成分で負荷量が高い形容詞がなかったため、第3主成分を除き、第1主成分をx軸、第2主成分をy軸として、画像評価の分類を図-3に示す。第1主成分では「違和感のある-調和感のある」、

※当てはまる箇所に○をつなぐください。
※全ての設問に回答してください。

	かなり	やや	い	で	ど	も	ち	な	ら	やや	かなり
1 魅力的な											魅力的な
2 古い											新しい
3 ごちゃごちゃした											すっきりした
4 醜い											美しい
5 違和感のある											調和感のある
6 素朴な											洗練された
7 暗い											明るい
8 冷たい											温かい
9 閉鎖的な											開放的な
10 落ち着かない											落ち着いた
11 単調な											変化がある
12 親しみのない											親しみがある
13 下品な											上品な
14 静かな											動的な
15 穏やかな											激しい
16 柔らかな											硬い
17 嫌いな											好きな

図-1 SD法アンケート

キーワード: 街路景観, 電柱電線, 屋外広告物, SD法

連絡先: 〒158-8557 東京都世田谷区玉堤 1-28-1 東京都市大学 Tel 03-5707-2100 +3253

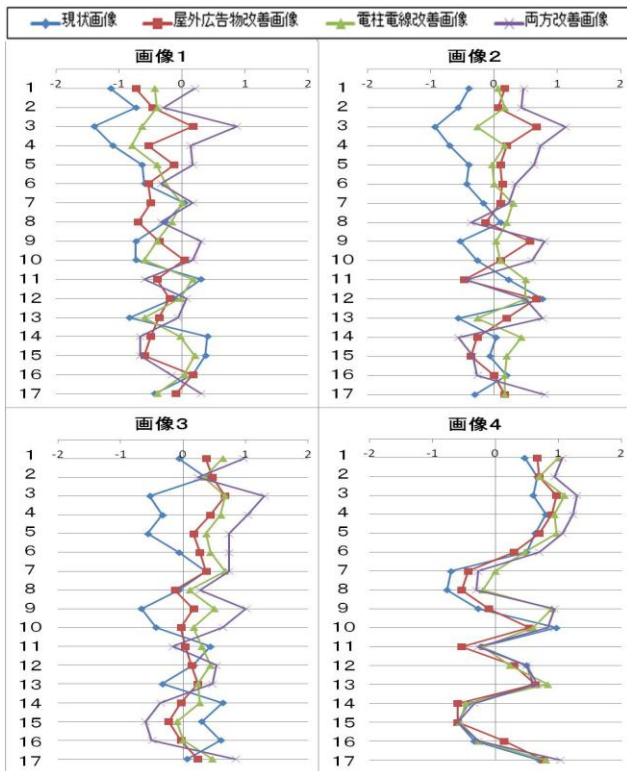


図-2 SDプロフィール

「下品な-上品な」、「醜い-美しい」などの形容詞対の負荷量が高く、またいずれもマイナスを示していることからプラスに進むと「違和感のある醜い」となり、マイナスに進むと「調和感のある美しい」という評価になる。第2主成分は「冷たい-温かい」、「暗い-明るい」の形容詞対の負荷量が高く、どちらの負荷量ともプラスであることからプラスに進むほど「明るく温かい」となり、マイナスに進むほど「暗く冷たい」という評価になる。

4. 考察

SDプロフィールにより、画像4パターン全てにおいて改善画像が良好な印象になることが確認できた。また「落ち着いた-落ち着いた」のワードにおいて画像4以外で落ち着いたという結果になった。画像4に関してはもともと改善物の面

積が少なく、もとの現状画像の印象評価もとても高かったことから変化の少ない結果になったと考えられる。主成分分析により、評価性を表す2軸からも改善することで画像4の屋外広告物改善画像以外の4パターンの画像全てにおいて1軸の「調和感のある美しい-違和感のある醜い」で、改善画像が「調和感のある美しい」に動いていることが理解出来る。画像4の現状画像に写っている看板などは他の3パターンの画像よりも際立って少なく、そこまで高彩度という看板等もないことが原因であると考えられる。

屋外広告物を改善している画像は全体的に暗く冷たい印象を受けやすい結果が出た。広告物には高彩度の暖色系のものは暖かい印象を与えるものが多いことから、改善するとそれらの印象が無くなるためだと考えられる。

5. おわりに

電柱電線、屋外広告物等を改善することにより、景観としての評価を上げることが出来ると言える結果を出すことが出来た。しかし屋外広告物等の色の関係性が強いことが考えられたことから、色の関係性についても注意をする必要がある。また今回、電柱電線と屋外広告物に焦点を当て、景観の評価への影響のみを調べたが、画像を加工、処理した風景は景観への影響を調べる為の極端な改善であり、実際の改善とは少なからず異なるものになっている点がある。そのため、実際の改善との差を考える必要がある。また広告物の経済性や、電柱電線を地中化するコストについても考慮していく必要がある。

参考文献

- 1)国土交通省：美しい国づくり政策大綱，
<http://www.mlit.go.jp/keikan/taikou.pdf>, 1994, 7,
- 2)国土交通省：景観緑三法について，
<http://www.mlit.go.jp/crd/townscape/keikan/index.htm>, 1996,
- 3)京都市市街地景観整備条例
<http://www.city.kyoto.lg.jp/>, 1995,
- 4)著，増山栄太郎：心に浮かぶイメージを測る，ISS産業科学システム，1996,

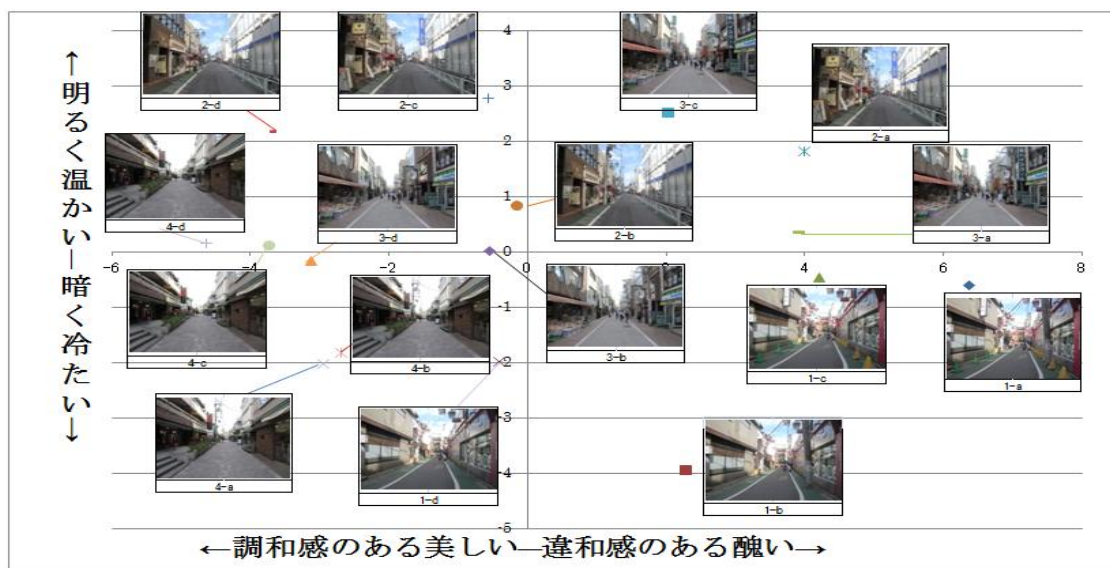


図-3 主成分分析による画像評価の分析