

イメージの集団的共有化によるまちづくり支援手法確立のための基礎的研究

The methodological study of the town planning process by adopting image concept in common with a group

伊藤将司**・柴田貴徳***・青島縮次郎****

By Masashi ITO, Takanori SHIBATA and Naojiro AOSHIMA

1. 研究の目的と枠組み

平成4年の都市計画法改正によって定められた都市計画マスタープランの位置づけにも示されているように、これからの都市計画においては、市民参加を前提とした、市民が真に望む魅力的な(=「感じのいい」)まちづくりが求められる。

通常の場合、まちづくりにおける市民との合意形成や計画参加などは、論理的・言語的手段によってお互いに意見の調整を行い、ある一定の妥協点を探するという一連の行為を指す。しかしながら、個々人が「感じがいい」と感じる「都市のあり様」は、どちらかと言えば、「あ、いいなあ」と感じるような生理的に近い感覚であるため、決して顕在意識レベルの理論的・言語的手段で、必ずしも十分に明確にされるものではない。

このことから、筆者らは、お互いの「感じのいい都市」の実現を目指していくまちづくりにおいては、潜在意識レベルでそのイメージの共有化を進めることが必要となるのではないかと考えている。

また、人間の潜在能力には、潜在意識にイメージされた事柄を実現していく力があると考えられている。個々人の潜在意識に共有化された「感じのいい都市」のイメージが伝搬し、市民の潜在意識レベルに高められた場合、個々人の顕在意識とは無関係に集団の潜在的意識として、その共有化されたイメージを独自に自己実現していくのではないかと考えられる。

筆者らは、本研究を通じて「感じのいい都市」

とは何かということを明らかにしつつ、「感じのいい都市」の形成を図る新たな支援手法の基礎を確立したいと考えている。

2. 本稿の構成

筆者らは、上述の支援手法を確立する上での基礎的研究として、まず、心理学の潜在意識把握手法(P-Fテスト)を援用した個人的潜在意識の把握及び、合意形成後の意識構造の把握を行った。また、個々人の潜在意識レベルでのイメージ共有化の前段となる、個人の持つイメージの再編プロセスの研究を行った。そしてさらに、個人の持つ「感じのいい都市」のイメージを明らかにするための最も基礎的なアプローチとして、視覚的情報によって形成される「感じのいい都市」のイメージ形成要因を実験的に把握整理した。

本稿はこれらの3つの基礎的研究によって得られた知見を整理しつつ、これらに基づいた個人的潜在意識レベルでのイメージ共有化の一手法を提案し、その上で必要な検討課題を提起する。

3. まちづくりにおけるイメージの共有化手法の基礎的研究

(1) 心理学の潜在意識把握手法(P-Fテスト)を援用した個人的潜在意識の把握

P-Fテスト(Picture Frustration Test)とはローゼンツアイク(精神医学者)によって考案された手法で、本来は人格検査等に用いられる。この手法の特徴は、線画を用いることにより潜在意識に、ある事象に対する刺激を柔らかく与えることができるため、回答者のありのままの気持ちが反映されることにある。具体的には線画を用いた絵(左側の話かけている人物が右側の人物に何らかの意味で不満を起こさせる場面:図-1)を表示することにより、

* キーワズ:イメージ共有化、地域アイデンティティ、潜在意識

** 正会員 ㈱福山コンサルタント 東日本事業部
(〒136-0071 江東区亀戸 2-25-14)

TEL:03-3683-0151, FAX:03-3683-0196)

*** 正会員 工博 ㈱福山コンサルタント 本社事業部
(〒802-0062 北九州市小倉北区片野新町 1-11-4)

TEL:093-931-3105, FAX:093-951-8660)

****フエロー 工博 群馬大学工学部建設工学科
(〒376-8515 桐生市天神町 1-5-1)

TEL:0277-30-1651, FAX:0277-30-1601)

回答者の潜在意識にある欲求不満を導き出すものである。



図-1 P-Fテストの線画

ケーススタディとして、ワークショップ形式で進めてきた公園整備計画の最終段階においてP-Fテストを行い参加者の合意形成を図った。その結果次のことが明らかになった。

最終案に対しては全体的に概ね賛同が得られたが、P-Fテストを行って分析してみると、概ね満足と評価している人の中に、公園施設の部分改善を望む意見や、不満があると指摘している意見があることが分かった。これらの不満はワークショップの場には出なかったものが多く、潜在意識を刺激することによって明らかになった内容であると言える。すなわち、P-Fテスト等の潜在意識把握手法を援用することにより、ある計画案に対する潜在的な改善要求や不満を把握することが出来たと言える。

(2) 個人のイメージ再編のプロセスに関する分析

市民による計画参加が行われる場合、参加者はその行為によって場と時間を共有する。そして、そこで開催される話し合いやワークショップ等を通じて、各個人は自己表現を行うとともに、他者の発言や提供された資料等により、外的な刺激を受ける。その外的な刺激に対して、「気になる一言」「何かピンと来た」と言った直感的な感性のゆらぎが起こる。そしてそれが思考のざわめきを導き、論理的になぜそのことに刺激を受けたのかという自問自答を通じて自己のゆらぎを論理的に考え、イメージが再編されるものと考えられる(図-2)。

このプロセスを事例で確認するために、ケーススタディとして、群馬県新田町の都市マスタープラン策定業務の中で組織された作業部会での将来都市イメージの再編について取り上げる。

初回の作業部会では、メンバー全員に「わたしが町長だったら」というテーマで、1人1人に個々人

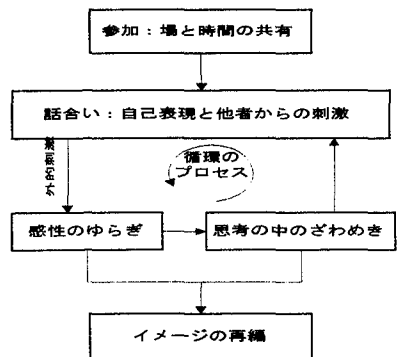


図-2 イメージ再編のプロセス

の将来都市イメージについて発言をしてもらい、お互いに各個人の抱いているイメージを確認し合った。その後、全体構想や地域別構想等、都市マスタープランの策定手順に従って計10回作業部会を開催した。そして、最終回にその時点での将来の都市イメージについて、メンバーにヒアリング調査を行い、各個人のイメージ再編の状況を把握した。

その結果、図-3の事例に示すように参加者それぞれにイメージ再編が起きており、「外的刺激」、「感性のゆらぎ」、「思考のざわめき」といったプロセスを経ながらイメージが再編されていることが明らかになった。また、表-1に示すように外的刺激として参加者の生の言葉が最も影響力が大きく、感性のゆらぎは地域アイデンティティによって引き起こされ、再認識、付加、転換といったイメージの再編が起きていることが明らかとなった。

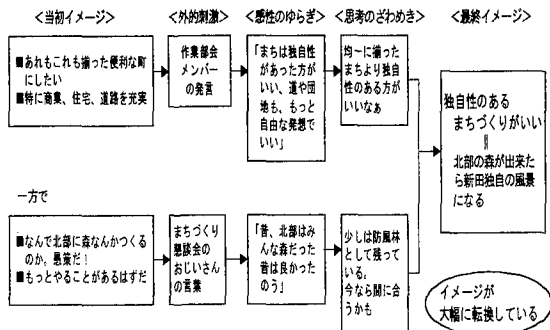


図-3 イメージ再編プロセスの事例

表-1 イメージ再編の各要素

外的刺激	感性のゆらぎ	思考のざわめき
■ 同じ場の共有 者からの発言 (6人)	■ アイデンティティの 再発見(6人)	■ 再認識＝明確型 (1人)
■ アンケート結果(2人)	■ 住民参加の 重要性(2人)	■ 付加型(2人)
■ その他資料(2人)	■ その他(2人)	■ 転換型(2人)
		■ プロセス重視型(3人)

(3) 個人の「感じのいい都市」イメージの把握

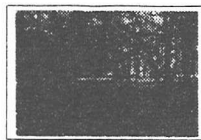
視覚的情報によって形成される「感じのいい都市」のイメージ形成要素を把握するため、被験者にイメージ写真約20枚を提示した。その中の写真から、あまり深く考えず直感的に「いいなあ」と感じた写真1、2枚を選んでもらい、その写真について、良いと感じた理由、その写真から連想する個人的なエピソードをヒアリングした。なお被験者は首都圏在住の20代から50代の男女約20名である。

実験の結果、表-2に示すように個人の「いいなあ」と感じる風景はまちまちであるが、選んだイメージ写真に関連して何らかのエピソードを連想していることが明らかになった。そのエピソードは子供の頃よく遊んだ場所やよく行ったおじいちゃんの家などの原体験・原風景、子供の頃憧れていた風景、最近の楽しい思い出を連想させる風景等である。

これらのことから、個人の楽しい体験が潜在意識となり、「いいなあ」と直感的に感じるイメージを形成させているのではないかと考えられる。したがって、個々人の「感じのいい都市」のイメージを共有化する場合、彼らの原風景や原体験等を把握し共有化していく必要があると考えられる。

表-2 イメージの把握事例

被験者	理由	連想するエピソード
Aさん 20代女性 出身: 沖縄 選択写真①	落ち着きや静けさを感じるので	昔、このような風景の中で遊んだ思い出がある。
Bさん 30代女性 出身: 都内 選択写真②	今はあまり見られない奇様な家と屋敷林がいい	夏休みによく行ったおじいちゃんの家を思い出す。何かワクワクしてくる。
Cさん 20代男性 出身: 都内 選択写真③	子供が安心して遊べるので	自分が小さい頃はこのような遊ぶ場所がなかった。こんな所がほしかった。
Dさん 40代男性 出身: 富山 選択写真④	なくなりつつある風景だから	学生時代にデートをした場所に似ている。



写真①



写真②



写真③



写真④

4. 個人的潜在意識のイメージ共有化のための具体的手法の提起

(1) 地域アイデンティティの抽出

地域アイデンティティは「感性のゆらぎ」を起こし、個人のイメージの再編及び共有化に非常に有効であることが明らかとなった。したがって、「感じがいい都市」のイメージの集団的共有化を進める場合、まず地域のアイデンティティを検討素材として抽出する必要がある。

筆者らが携わった群馬県新田町都市計画マスタープランでは、新田らしいイメージの共有化を図るため、新田の風土性を感じさせるものを現地踏査、宝物（大好きな場所等）調査、住民との話し合い等の方法により把握し、新田らしいイメージ写真を数十枚用意した。そして住民懇談会の席で、参加者が「いいなあ」と直感したイメージ写真を抽出し、これを基軸に将来像をとりまとめた。

このような取り組みを通じて一応の成果は得たが、地域アイデンティティの把握をさらに深化させていく必要がある。すなわち表面上に見えている素材はもちろんであるが、地域に住む人にとって、意識をしなくてもなじむ風景や場所、事柄等を把握する必要がある。これらは、地域の集合的潜在意識レベルの地域アイデンティティとすることができる。これらは、老人の昔話、習慣やしきたり、歴史や文化財、地域を代表する場所、自然の成り立ち、生活様式等の中にあるものと考えられる。

(2) 個人的潜在意識レベルでの「感じのいい都市」のイメージ把握

個人の持つ「感じのいい都市」のイメージは、過去の楽しい体験に基づいていることが明らかになった。「感じのいい都市」のイメージの共有化を進める場合、参加者の「感じのいい都市」のイメージの把握と同時に、その奥にある原風景や原体験等を把握する必要がある。

また、視覚的のみならず五感による「感じのいい都市」のイメージを把握し、その構成要素を明らかにしておく必要がある。

これらの把握により、効果的に共有化を図ることができるものと考えられる。

(3) 個人的潜在意識に刺激を与え再編を促す場の提供

次に地域アイデンティティに基づく検討素材と、「感じのいい都市」のイメージ要素を活用しながら、個人的潜在意識が自由闊達に働くように刺激を与える場を提供することが必要となる。

そのためのひとつの具体例としては、インターネット上での参加の場の提供が考えられる。インターネット上では相手を全く意識することなく、匿名によるコミュニケーションが可能となる。そのため、個人の深層に無意識的に隠されていたものがメッセージの中に開放され、相互の潜在意識レベルの交流を可能にするものであると考えられる。

また、多量のスライド（写真や絵）等により潜在意識レベルのイメージの抽出する手法も考えられる。多量なスライドを連続的に見せ、それらから直感的に「いいなあ」と感じるものを数点選び出すことによって、言語的・論理的判断を極力排除した、直感的イメージの抽出、すなわち個人的潜在意識レベルでのイメージを抽出できるものと考えられる。

このような手法の有意性を明らかにしていくためにも、今後インターネットやスライドを活用した手法を実証検証していく必要がある。

(4) 個人的潜在意識のイメージの共有化

インターネットやスライド等の手法による場合、あるテーマや素材に関して、そこに出されるメッセージ（文字や絵や写真）やイメージスライドを、特定の意味の連鎖として関連づけを行っていくことにより、そのテーマに関する何らかの収束する方向が見え、イメージの共有化が可能になるものと考えられる。

(5) 共有化イメージの具体的表現

これら共有化されたイメージについては、それらを具体的に表現する方法が重要となる。これは共有化されたイメージをまちづくり施策に反映していくための伝搬方法でもあり、第3者に感性のゆらぎを与える刺激でもある。したがって、できるだけ個人の潜在意識に働きかける表現方法が望ましく、5感に訴えていく媒体である必要がある。例えば、バーチャルリアリティ（見る・触る・嗅ぐ等）やモニタージュビデオ（CG）等の活用が考えられる。

これらは、その表現ツールの開発や簡易化等を行い、手軽に利用できる手段として一般化させていく必要がある。

(6) まちづくりの施策への展開

共有化されたイメージに基づきまちづくり施策を実施する。この段階ではまちづくりのイメージの共有化が図られているため、原理的には、イメージの実現化のための具体的事業手法と財政的手当の問題に収束するものと考えられる。但し、共有化イメージを具体化するなかで、個人の潜在意識レベルでの改善点や不満等を把握し、この段階において微修正を加える必要がある。

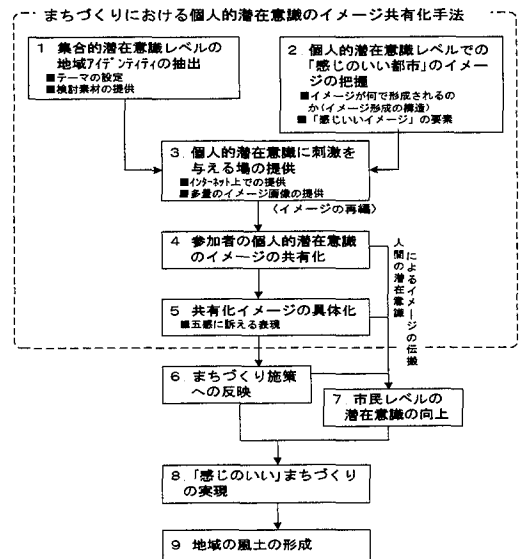


図-4 個人的潜在意識のイメージ共有化のための手法

5. おわりに

筆者らは、今後個人的潜在意識レベルでのイメージの共有化をさらに発展させ、集団のイメージの共有化の研究をすすめて行きたいと考えている。このような観点からまちづくりの支援ができるならば、住民が真に望む「心地いいまち」を、この先何百年も残りつづける地域の風土として形成することができると考えられる。

(参考文献)

- 1) 星忠通、他共著：心理学，巖波書店
- 2) 安藤公平、他共著：こころの科学，駿河台出版
- 3) 合意形成研究会：カオスの時代の合意学，創文社
- 4) 森岡正博：意識通信，筑摩書房