第Ⅳ部門　　路地景観に対する写真による意識構造に関する研究　～奈良市・京都市を対象として～

大阪工業大学工学部　　学生員　○中山　幸徳
大阪工業大学工学部　　学生員　　市政　昭子
大阪工業大学工学部　　正会員　　岩崎　義一

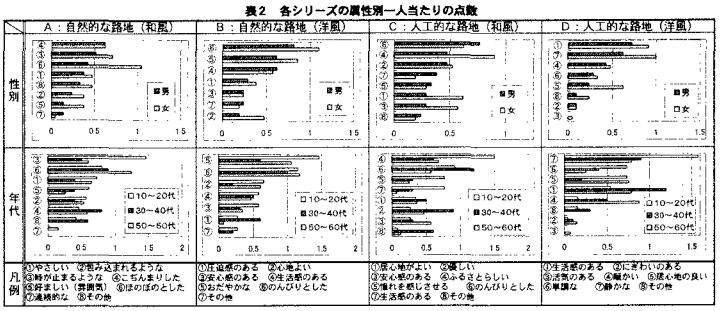
(1)研究の背景と目的：日本人は古来より生活空間に自然要素を巧みに取り入れ和風という「粋(いき)」を形成し、日本人独自のアメニティと豊かな環境を創造してきた。路地は都市空間の要素であり同時に生活空間の要素でもある。住居の内部で展開されてきたアメニティを外部に敷衍し、まちのアメニティに係る計画に繋ぐには、路地における住民のアメニティに対する感覚を尊重することが不可欠であると考える。本研究では、路地における自然的要素の有無や和風、洋風の要素で大別される空間事例に対する市民の意識構造を分析し、明らかにすることを目的とした。

(2)研究方法：奈良市内「ならまち」と京都市内「東山区」「上京区」を対象地区とし、ここで撮影した数十枚の写真を自然的な要素(緑)を多く含むもの(「自然的」とする)とそれ以外(「人工的」とする)に分け、さらに、それらを路地の構成要素が和風のもの(漆喰の壁等)を多く含むもの(「和風」とする)とそれ以外(「洋風」とする)の、以上４シリーズに分けた。次に、シリーズごとに特にアメニティが顕著に現れていると判断された上位３～４枚の写真を選出、それらから筆者が有する印象を文章化し、その中から形容詞的な語句(「形容詞句」とする)を抽出、設定し、市民アンケートにより形容詞句の妥当性の確認を行った(表 1)。

表1　各シリーズの写真及び形容詞句

シリーズ	A：自然的な路地（和風）	B：自然的な路地（洋風）	C：人工的な路地（和風）	D：人工的な路地（洋風）
抽出写真				
形容詞句	やさしい 包み込まれるような 時が止まるような こちんまりした 好ましい（雰囲気） ほのぼのとした 連続的な	圧迫感のある 心地よい 安心感のある 生活感のある おだやかな のんびりとした	居心地がよい やさしい 安心感のある ふるさとらしい 懐かしさを感じさせる のんびりとした 生活感のある	生活感のある にぎわいのある 活気のある 暖かい 居心地の良い 単調な 静かな
印象	構え込みを適宜配置した日本建築の家屋が連続して立ち並んでいる。玄関先の空間にコミュニケーチブ・エリア（井戸端会議等人の団欒の場）の存在が想像できる。	日本建築の家屋と鉄筋コンクリートの家屋が立ち入り混じっている。しかし構え込みの存在が多様な建築物の調和を図っているように想像できる。	日本建築の家屋が連続して立ち並び、緑が少ないが、周りに合う現在の維持技術の路面の舗装により観光地的な存在が想像できる。	近代的な構造物が調密に存在し、余裕ある幅員と舗装された街路などから生活の利便性がうかがえる。

表2　各シリーズの属性別一人当たりの点数



(3)単純集計：形容詞句の評価点(ウエイト)を２点、１点、０点の３段階とし、単純集計を行い、属性ごとに一人当たりの点数をみた。性別のグラフでは、以下の形容詞句が男女ともに高い値を示した。Ａシリーズは「時が止まるような」、Ｂシリーズは「のんびりとした」「おだやかな」、Ｃシリーズは「のんびりとした」「ふるさとらしい」、Ｄシリーズは「生活感のある」「静かな」である。年代別のグラフでは、以下の形容詞句がどの年代においても高い値を示した。Ａシリーズは「ほのぼのとした」、Ｂシリーズは「おだやかな」「のんびりとした」、Ｃシリーズは「のんびりとした」、Ｄシリーズは「静かな」である。また、Ａシリーズでは、性別でみた上位第３位までのうち第２位までの形容詞句が年代別でみたものと同じになったため、全体的に被験者と筆者が似通った印象をもつと想像された。同様にＢＣＤシリーズでも性別と年代別において形容詞句に共通性があり、全ての形容詞句について被験者全員が否定したものはなかった。これらの結果から、筆者が各シリーズの路地について設定した形容詞句は客観性の高い印象を表現していると考えてよいと思われる(表 2)。

(4)意識構造分析：各シリーズに設定した形容詞句の妥当性がほぼ確認された。本節では、人間の複雑多様な感覚、意識構造(印象の程度)を主成分分析により具体的に探ることとした。分析の結果、累積寄与率は各シリーズ第一、二主成分までで 40％～50％であった(図１)。固有ベクトル及び主成分負荷量より各シリーズにおいて主成分の軸の意味について次のように考えた。Ａシリーズにおいて第一主成分は『おちつき』を表

Yukinori NAKAYAMA, Akiko ICHIMASA, Yoshikazu IWASAKI

す軸と、第二主成分は『安堵感』を表す軸と考えられる。これらの軸によるサンプルスコアをみると、男女別で男性は女性より安堵感を強く意識し、年代別では 10~30 代は 40~60 代よりおちつきを強く意識しているようである。Bシリーズおいて第一主成分は『安定感』を表す軸と、第二主成分は『安堵感』を表す軸と考えられる。男女別に特徴がみられなかったが、年代別にみると 40~60 代は 10~30 代より安定感を強く意識しているようである。Cシリーズにおいて第一主成分は『ぬくもり』を表す軸と、第二主成分は『のどかさ』を表す軸と考えられる。男女別にみると女性は男性よりのどかさを強く意識しているようであり、年代別にみる時代はと、10~30代を間にとり40~60代は図中において分散しており傾向がわかりにくいことがわかる。Dシリーズにおいて第一主成分は『活性化』を表す軸と、第二主成分は『ゆったりした感じ』を表す軸と考えられる。男女別にみると女性は男性より活性化を強く意識しているようであり、年代別にみると10~30代は40~60代よりゆったり感を強く意識しているようである。各シリーズにおいて、分析結果と、筆者による印象設定(表 1 に同じ)について、その概要を整理したものが表 3 である。これらの分析により、路地に対する市民の意識構造(印象の程度)は路地空間を構成する要素(自然的要素の有無や和風・洋風)等によって異なることが明らかとなった。とくに「自然的な路地」では、和風洋風を問わず、鉢植え等飼われた自然を含め植え込み等の存在が、より日本建築のもつイメージを強める可能性が考えられ、また、「人工的な路地」では、洋風の場合は機能性や近代性の要因が強く現れるためイメージがされやすいが、和風の場合はイメージを醸成することは比較的困難を伴う可能性があるのではないかといえる。

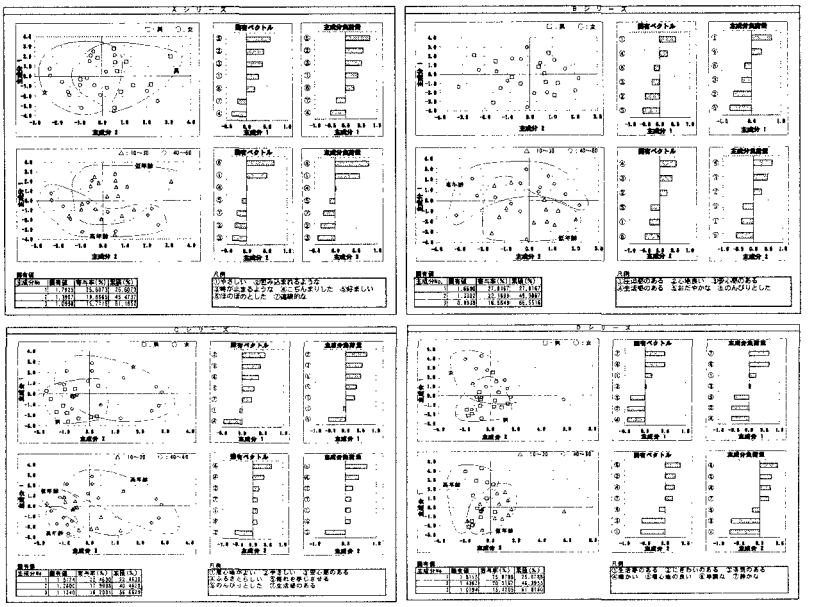


図1　各シリーズにおける第一・二主成分軸の固有ベクトル値、主成分負荷量値及びサンプル分布

表3　各シリーズの印象設定と分析イメージからの総合評価

シリーズ	A：自然的な路地（和風）	B：自然的な路地（洋風）	C：人工的な路地（和風）	D：人工的な路地（洋風）
①印象	植え込みを適宜配置した日本建築の家屋が連続して立ち並んでいる。玄関先の空間にコミュニケーチブ・エリア（井戸端会議等人の団欒の場）の存在が想像できる。	日本建築の家屋と鉄筋コンクリートの家屋が立ち入り混じっている。しかし植え込みの存在が多様な建築物の調和を図っているように想像できる。	日本建築の家屋が連続して立ち並び、緑が少ないが、周りに合う現在の維持技術の路面の舗装により観光地的な存在が想像できる。	近代的な構造物が調度に存在し、余裕ある幅員と舗装された街路などから生活の利便性がうかがえる。
②分析イメージ	日本建築の家屋と植え込みのある路地では日本建築とそのまちの風情を住民や通行人に与えるような景観イメージを醸し出していることが想像される。	多様な家屋の立ち並ぶ路地では、住民に昔の日本風のまとまりのあるまちなみの雰囲気を醸し出している。	和風建築と舗装路面等で構成された路地では住民に落ち着いた和風というたたずまいを与える空間イメージを創り出している。	都市的路地空間では人に整然とした近代的空間の容相を与えていると考えられる。
③②の総合評価	印象とイメージとが重ね共通していることがわかった。これはとくに、軒先や塀の低さなどモジュールからみた日本建築としてのイメージが強く、さらに、植え込みなど飼われた自然がこのイメージを増幅させたことが原因と考えられる。	印象とイメージとが重ね共通していることがわかった。これはとくに、多くの植え込みが建築物の構造や様式、あるいは工作物の頑々の存在を和らげ総合的にイメージを醸ぎ、さらに、路地の天空と日本建築の軒先、電柱等とのコントラストが日本的のイメージに強く反映したことが原因と考えられる。	印象とイメージとが共通していないことがわかった。これは、例えば路地幅員の広さとこれに起因する建物イメージに対する情報量の違いが、現場を知る筆者と写真だけを見た被験者の双方のもつイメージの違いとして影響と考えられる。	印象とイメージとが重ね共通していることがわかった。これはとくに、歩車道分離や街灯等、沿道施設の充実等により、機能的で利用しやすさを示す近代性がイメージされたことが原因と考えられる。

(5)まとめ：本研究で次のことが明らかとなった。①路地景観に対するイメージ形成は性別、年代別にみても大差はなく全般的に被験者と筆者が似通った印象をもつ。②路地空間の景観構成要素によって市民の意識構造に違いがあり、とくに「自然的な路地」では植え込みの存在が日本建築のもつイメージを強め、「人工的な路地」で洋風の場合は近代性がよりイメージ形成されやすいが、和風の場合、イメージ形成の統合化が比較的困難と想像される。市民が主体的にかかわりつつ美しく豊かなまちなみを維持し再生していくべき時代となっているため、市民の景観等に対するアメニティの合意形成が必要で計画の段階から情報の共有化が問題となる。本研究により、自然的要素を多くを含む路地では景観のイメージが共通して認識されたため、係る印象の共有化は容易であろう。アメニティの高い成功事例としての路地を積み上げていく他ないのであって、自然を取り込んだアメニティの高い路地計画を進めていくことが有用であろう。ここには、写真よりも情報量の多い映像等を情報伝達媒体として用いることで、情報の共有化には一層効果的であろう。