

神戸市立高専都市工学科 フェロー ○辻本剛三
 神戸市立高専都市工学科 正会員 柿木哲哉
 大阪市立大学大学院 正会員 角野昇八

1. はじめに

河川法の改正に伴い治水、利水のみならず、生態系・環境に配慮した河川整備なされているが、“川を描けない”あるいは“水溜りやプールのような流れのない川を描く”子供達が増えていると言ったショッキングなニュースが報じられ、人々の川に対するイメージや景観が変化しつつある。身近に自然豊かな姿を有する川が存在しないこともその要因の1つと考えられる。

本研究では、心に残る川の風景（ここでは原風景と称する）から受けた心理状況（ここでは感性度と称する）を分析し、その感性度と河川環境との関係を明らかにする。

2. 研究方法

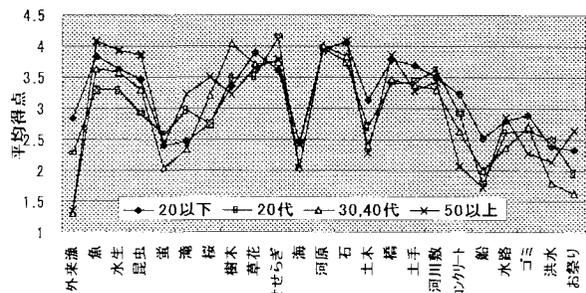
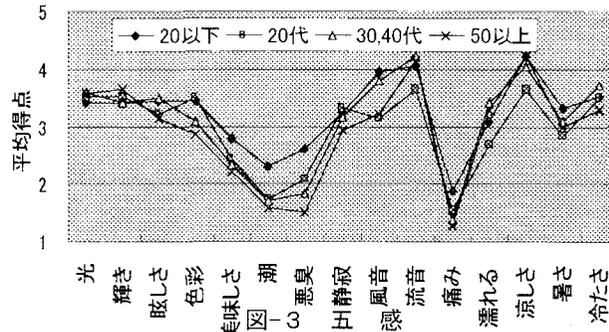
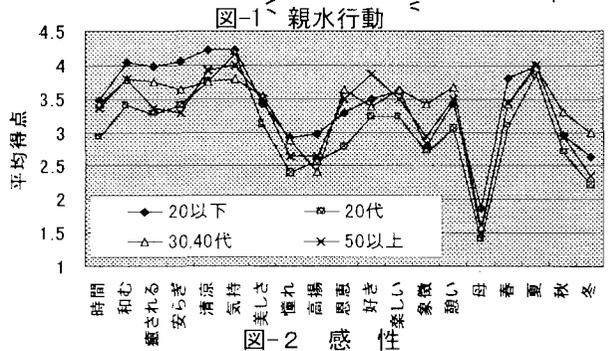
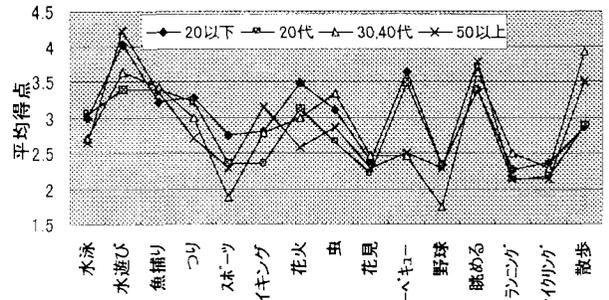
土木系・建築系に関する学生及び社会人による“川の原風景”と題した1000文字程度のレポートから親水行動・活動(15項目)、事物・事象(20項目)、感性(22項目)、五感(15項目)に関するキーワードを抽出した。これらのキーワードに対して、“貴方の川の原風景中でこれらのキーワードがどの程度関連しますか？”との問いに対して、“全くない、殆どない、どちらとも言えない、少しある、かなりある”の5段階尺度で1点～5点を付与して算定した。表-1にデータの属性を示す。

表-1 属性別の回答者数 (人)

年齢	男性	女性
20 以下	28	11
20 代	21	2
30 代	9	7
40 代	2	5
50 以上	10	4

3. アンケート結果

図-1は親水行動項目と川の原風景との関連度合を平均得点で示したものである。得点が3点以上の項目が原風景と関係している。「水遊び」、「釣り」、「網での



魚捕り」などの水辺の積極的利用や「散歩」、「眺める」のような精神的な疲れを癒す活動が多い。年齢別にみれば若者層では「バーベキュー」や「花火」と言った非日常的なレジャー的要素の活動が多い反面、年齢が高くなるに連れて「散歩」のような日常生活の中での活動が増える。図-2は感性項目の平均得点である。心に潤いや快適性を感じたり、空間としての存在感を抱いたりしている。また、自然の豊かさや春や夏の季節感を感じたりしている年齢による差は見られない。図-3は五感項目の平均得点である。視覚、聴覚、触覚で捕らえた感覚が多い。図-4は事物・事象の項目である。命あるもの、自然、半自然空間やその空間を結びつけるものなど人工的でない項目が多い、若者層では「土木構造物」、「コンクリート」に代表されるような人工的な事物を捕らえている。

4. 感性度の評価

治水、利水、環境などには明確な基準が設定されているが、各個人には「〇〇〇らしい川」、「〇〇〇のような川」と言ったような漠然としたイメージを川に抱いていることが多い。このようなイメージはその川自身の価値を高めることにもなり強いては個性化・ブランド化に通じるものである。各自の川から受けた感性が集約された結果、川のイメージが形成されると考え、原風景に対する感性の強さを数値化する（ここでは感性度ポイントと称する）。具体的にはアンケートの感性項目において、「少しある」1点、「かなりある」2点、「その他の回答」0点として感性度ポイントを算定する。感性度ポイントが高いことは川の前風景が豊かであると考えられる。さらに数量化理論を適用して感性度ポイントを高める要因を抽出する。

図-5は親水行動項目を説明変数、感性度ポイントを目的変数として分析した結果である。「散歩」、「ハイキング」、「虫捕り」のように積極的に水に関わるよりは、空間を楽しむことにより感性度ポイントが高まる。相関係数は0.66である。図-6は事物・事象を説明変数とした結果である。「魚」、「桜」、「河原」が感性ポイントを高める三大要素であり、ゴミ類は逆に感性度ポイントを下げることになる。相関係数は0.62である。図-7は五感との関りである。「輝き」、「静寂」を通して感性度が高まる。相関係数は0.69である。

5. まとめ

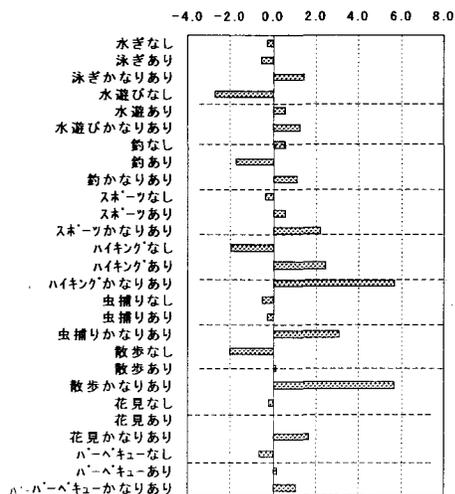


図-5 親水行動のカテゴリースコア

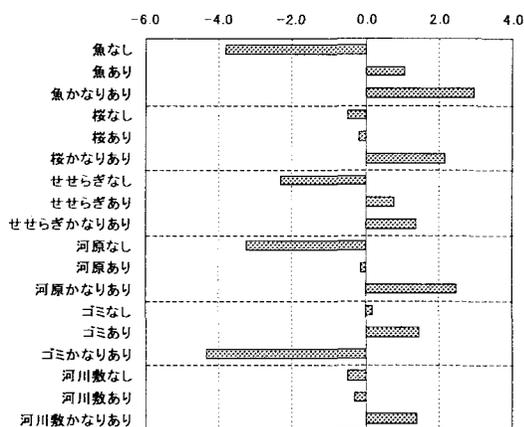


図-6 事物・事象のカテゴリースコア

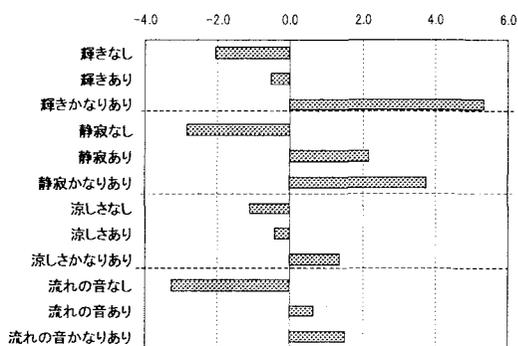


図-7 五感のカテゴリースコア

人々が川から受ける心の豊かさを感性度ポイントで評価し、それを高める項目が明らかになった。今後は画像などを通じて具体的なイメージを検討する必要がある。なお、本研究の一部は土木学会関西支部調査研究委員会「都市河川の川づくりと利用に関する史的的研究」（代表大阪市立大学大学院教授 角野は昇八）の研究活動の一環として行われた。