

第IV部門 京都における屋外広告物の分析と把握

大阪工業大学工学部	学生会員	○岸川 明弘
大阪工業大学工学部	非 会 員	片山健太郎
大阪工業大学工学部	正 会 員	吉川 眞
大阪工業大学工学部	正 会 員	田中 一成

1. はじめに

戦後わが国では、都市の高密度化や経済活動の活性化により無秩序な街並みが形成されてきた。その反省から景観緑三法が制定された。その一つとして屋外広告物法がある。良好な景観の形成、風致の維持、公衆に対する危害の防止のため、必要な基準が定められている。この法律のもと各自治体でも条例が定められているが、まだまだ十分であるとは言い難い。

2. 研究の目的と方法

街路景観は膨大な要素で構成されている。街路景観は複雑であり、その複雑さは屋外広告物といった外壁や柱に付加されているものや、突出しているものに影響されている。つまり、その街路景観を評価する際に屋外広告物は重要な要素となる。そこで、本研究では、京都の中心市街地を対象に街路空間における屋外広告物の視覚的影響を把握することを目的としている。

研究の方法としては、まずケーススタディとして京都市を対象にする。京都市では、景観法が施行される以前より屋外広告物に関する法が定められているためである。そこで、市内の対象街路を選定するため、GIS を用いて路地と町家の密度の算出、近代建築の分布、ならびに規制などの把握を行った。そこで、本研究では歴史あるものとして路地、町家、近代建築の把握を行っている。それによって抽出した街路で現地調査を行い、その結果をもとにCAD/CG で3次元モデルを構築し、視覚的影響を定量化した「見えの面積比」の分析を行った。

3. 対象学区と対象街路の選定

京町家まちづくりセンターは、明治後期に市街地化していた元学区の範囲内に建てられた町家を京町家と定義している。そこで本研究では、市街化された元学区を対象に近代建築、町家・路地の把握を行った。まず、近代建築が集積していたのは、3つの通りである(図-1)。今出川通沿い、東大路通沿い、三条通に多くの近代建築が存在している。最初の2つの通りで、大学内に存在しているものであり、三条通沿いには事務所だけでなく、店舗なども共に立ち並んでいる。これらよりひとつ目の街路を三条通とする。

また、町家と路地の密度をクロス集計することで、その両方の密度が高い元学区を抽出した(図-2)。しかし、抽出された千本通沿いでは、商屋をしていたが、今はやめた仕舞屋の町家が多く、屋外広告物を把握する上で適した場所でないと考えた。そこで、ひとつ目を選定した三条通と街路の道路幅が等しく、屋外広告物が付加されていることの多い、町家の密度に重きを置き学区を選定した。そこで、抽出した学区が新道である。この学区は、京都の五花街の一つである宮川町が通っている学区でもある。これらより、三条通・宮川町を対象街路として研究を進めている。

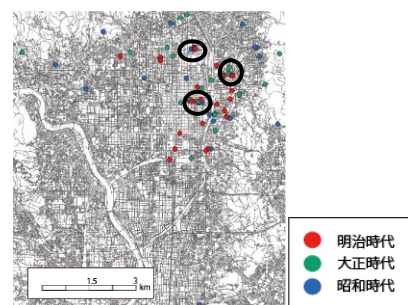


図-1 近代建築物分布

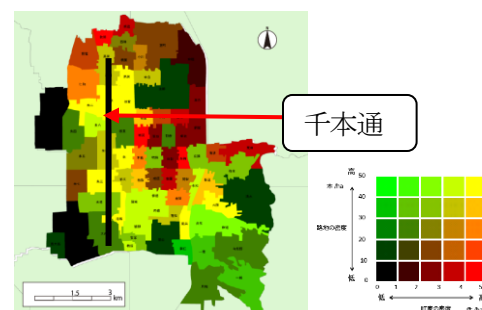


図-2 クロス集計

Akihiro KISHIKAWA, Kentaro KATAYAMA, Shin YOSHIKAWA and Kazunari TANAKA

k.10.a.12.gaur@gmail.com

4. 見えの面積比分析

「見えの面積比」とは、視点から対象までの距離、対象の視線入射角から視野内の対象が実際に人の目に入る量を定量化したものであり、視点位置の価値を決めるものである。さらに視線入射角は 90° の場合対象は最も見えやすく、角度が小さくなるにつれて対象は徐々に見えづらくなる。つまり、視線入射角が 90° に近づくほど、見えの面積比も大きくなる。またこれらについては、視野 60° コーンを適用し、1m 間隔で分析を行っている。

$$A = S \cdot \sin\theta / D^2 \cdot \dots \dots \dots (式-1)$$

ここでは A：見えの面積比、S：看板の面積 (m^2)、 θ ：視線入射角 ($^\circ$)、D：視距離 (m) のことを表している。

表-1 SUM 結果

視点	街路	見えの面積比
258	三条左	0.030743765
257	三条左	0.021299241
256	三条左	0.014941259
377	三条右	0.014540688
537	三条右	0.013811969
540	三条右	0.013281772
1	宮川町	0.013273003
536	三条右	0.012943384
539	三条右	0.012922094

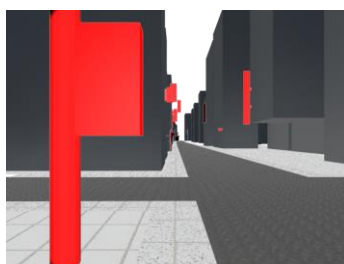


図-3 視点 258(SUM)



図-4 視点 1(SUM)

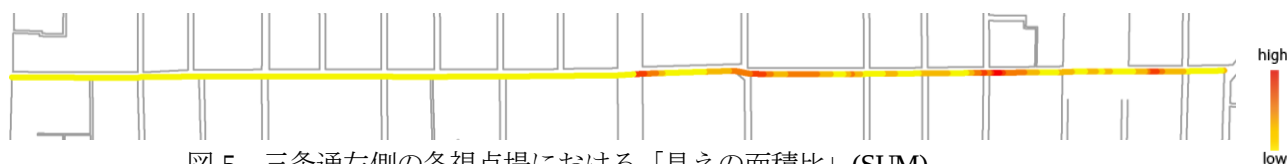


図-5 三条通左側の各視点場における「見えの面積比」(SUM)

SUM とは、各視点場で見られた看板の「見えの面積比」を合計した値である。SUM においては、視点 258(図-3)で最も高い値を示した。理由として、看板の掲出高さや大きさであると考えた。今回三条通左、視点 258 の看板は、柱に付加されている突出看板で、かつ歩道から近い位置に存在する。そのため、視距離が短く、より大きな影響を与えている。そのため高い値を示した。宮川町通での SUM では視点 1 が一番高い値を示した(図-4)が、三条通の視点位置と比較しても値が低いことがわかる。理由としては、宮川町通は三条通と異なり、提灯を主としており、その提灯は宮川町で大きさが統一されている。しかし、面積は大きくないため視覚的影響があまりない。そのため、宮川町は今回の結果ではあまり反映されない形となった。

5. おわりに

本研究では、現地調査の結果をもとに対象街路における屋外広告物の形態・面積を把握することができた。また、見えの面積比分析を行うことで、視覚的影響を与えやすい視点位置および看板を把握することができた。しかし、見えの面積比分析では看板の大きさによる視覚的影響のみ扱っており、その他にも、文字の可視頻度値、首の動き、色彩などの影響も考慮していかなければならない。

【参考文献】

- 1) 安藤友浩, 吉川真, GIS と CAD/CG による流域環境の把握, 地理情報システム学会論文集, Vol. 9, pp355-360, 2000