

## 第Ⅳ部門 駅前モニュメントと駅舎の関係に着目した空間分析

大阪工業大学工学部 学生会員 ○長谷川加歩  
 大阪工業大学工学部 多田 裕基  
 大阪工業大学 正 会 員 田中 一成

## 1. はじめに

日本の国土計画における、対流促進型国土の形成に向けて、『地域の個性を磨き、地域間・国際間の連携によって活発な「対流」を起こす』ことが謳われている<sup>1)</sup>。具体的な方向性として駅空間を中心としたコンパクトシティの形成と個性ある地方の創生があり、地域の中心となる駅空間の個性に着目することが今後重要であるとする。一方、近年、人々の暮らしが豊かになるにつれて、日常生活の中で芸術に触れる機会が増え、芸術作品に対する興味関心が高まっている。生活に隣接している芸術作品は数多くあるが、そのひとつに公共空間に設置されたモニュメントがある。

## 2. 研究の目的と方法

1872年に鉄道事業が開業されたころ、建設用地の制約があったことや都市計画の中に組み込まれていなかったことから、駅とまちとは切り離された空間であった。しかし現在では、駅がそのまちの玄関口やシンボルとして、まちそのものの規模や文化を示す重要な要素となっている。このような駅とその周辺の空間を構成する主要な要素のひとつとして駅前モニュメントがある。本研究でも駅前モニュメントとそれが位置する駅周辺の環境を構成する要素を把握したうえで、心理的環境評価と結びつけることで、モニュメントを駅空間に設置する上での知見を得ることを目的とする。これまでモニュメント設置の特性や構成を整理した研究があるが、評価指針となりうる原則および基準を明確に論じた研究は少ない。

研究方法は、対象とする駅前モニュメントおよび周辺環境を構成する要素を取り出し、これらを用いて駅前モニュメントを分類している。分類より選定された駅前モニュメントとその設置環境の関係を把握するため、駅前モニュメントの形状を把握する。さらに駅前モニュメント景観に対する印象評価実験を行ない、その結果と景観要素の物理量との相関性を算出することで、空間に対する印象評価とこれに関係する空間構成要素を把握する。

表1 モニュメントの分類

## 3. 現地調査とグループ化

本研究では一般的に野外彫刻、パブリックアートと呼ばれるオブジェクトをまとめてモニュメントと称する。対象にする路線として、大阪郊外の2路線（JR 神戸・京都線、阪急神戸・京都本線）を対象とする。現地調査から、対象におけるモニュメントの形態、および設置されている周辺環境に関する指標を用いて、主成分分析より抽出された固有値 1.19、累積寄与率 53.3%までの3つの軸をもとにしたクラスター分析によるモニュメントの分類をおこなった（表1）。その結果より、表現項目が抽象となっており、モニュメントについての要素と周辺環境との要素が強く結びついているグループである4駅（A、B、CおよびD）を、景観の心理評価分析の対象として採用した。

|                                                                                                                        |                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>(1) 開放的な空間に無機質に表現されているグループ</p> |  <p>(2) 歩行者が近距離で認識することが出来るグループ</p> |
|  <p>(3) 抽象的に芸術を表現しているグループ</p>      |  <p>(4) 駅のシンボル性が高いグループ</p>         |

Kaho HASEGAWA, Yuki TADA, Kazunari TANAKA  
 kh\_20.11@icloud.com

#### 4. 分析・把握

選定した駅空間を対象にモニュメントの印象評価の違いを把握するため、SD 法を用いたアンケートを実施した。アンケートは対象となる4駅それぞれモニュメントがある場合、ない場合の写真をランダムに使用した計4種類の写真に対する5段階評価を25人に対し実施した。使用した形容詞対は表2にある通りである。アンケート結果より主因子法による因子分析をおこない、累積寄与率 53.8%、固有値 1.00 を示す因子4までを採用した。各因子を順に快適性、親近感、秩序性、洗練性における評価因子とし、各駅の因子得点を算出した。結果として快適性が最も高いのがD駅のモニュメントがある場合であり、親近感、秩序性、洗練性に関しては、C駅のモニュメントがない場合が、もっとも高いことが示された。続いて、H1 をモニュメント高さ、H2 を駅高さ、H3 を最短建物高さ、D1 をモニュメントから最短建物までの距離、D2 をモニュメントから駅までの距離としたプロポーションを算出し、これらの物理量と各形容詞対との相関関係の分析をおこなった（表2）。その結果、モニュメントの高さに比例してネガティブな印象を与えること。このことから同じ駅空間におけるモニュメントの高さに違いがあった場合を比較するため、A駅、B駅におけるモニュメントの高さを0.5倍と15倍に変更した写真を利用し、先のアンケートと同様の形式し、15人に対しアンケートを実施した。アンケートに対する因子分析の結果、累積寄与率 65.6%、固有値 1.59 を示す因子5までを採用し、それぞれ順に、洗練性、秩序性、親近感、非日常性、快活性を示す評価因子であるとした。得られた因子得点からA駅ではモニュメントの高さが大きくなると洗練性、快活性がポジティブ側に位置し、小さくなると親近感、普遍性がポジティブ側に位置している。また、B駅では（図1、2）モニュメントの高さが大きくなると、非日常性が、小さくなると因子1洗練性、快活性がポジティブ側に位置しているといった結果が得られた。

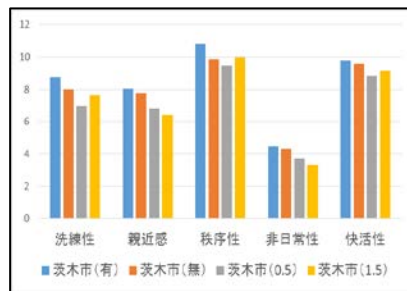


図1 因子得点 (B駅)



図2 B駅 (左上: 有、右上: 無、右下: 0.5、右下: 1.5)

#### 5. おわりに

本研究では、モニュメントの位置づけ、対象駅を調査、整理することで対象の現状の把握をおこなった。また、対象とするモニュメントと設置環境とを構成する要素を抽出し、主成分分析を用いた分類をおこなうことにより、設置環境に影響するモニュメントを取り出し、それらのモニュメントおよび駅空間の景観評価をアンケートによる心理量からとりだした。最後に、アンケートによる景観評価とモニュメントおよび設置空間を構成する、プロポーション、認識距離といった物理量とを比較することにより、モニュメントと背景との関係には3段階の印象評価がみられた。1つ目に、視距離が小さい場合のモニュメントにおいてモニュメントの高さが小さくなると親近感が強くなること、2つ目に、視距離にかかわらず、モニュメントとその背景の高さのレベルが近いと洗練性が高くなること、3つ目に視距離が大きい場合は、モニュメントが高くなると非日常性が強くなることが明らかとなった。扱った景観構成物理量、および心理量を測った対象の個数から仮説的段階であるといえ、今後は、路面や空、樹木の割合といった新たな空間構成との相関を測ると同時に多くの対象について比較する必要がある。