

婉曲的記号に着目した住宅地のイメージ分析

東北大学 学生員 ○川端 剛弘
東北大学 正 員 平野 勝也

1. はじめに

(1) 背景

戦後以降、無秩序に形成された住宅地は多く、一つの街路に形態の違う建物が建ち並び、街路のイメージは無いと言ってよい。そこで既存の住宅地に適用できる新たな景観形成の手法の提案が必要である。そしてこの提案は人々の生活する住宅地の魅力を活かし、住宅地をさらによいものとする提案でなければならない。そのためにはまず住宅地のイメージとその要因を明らかにする必要があると考えられる。

(2) 既存研究

街路の構成要素を記号として捉え、街路イメージと評価の関係性に着目した平野¹⁾の研究では、記号量が店舗及び街路イメージを決定するという「街並メッセージ論」を提唱した。しかし、住宅においては内部活動情報を直接的に表す直接的記号に該当する記号はほとんどなく、婉曲的記号が中心であると考えられるため、婉曲的記号とイメージの関係を明らかにする必要がある。

ここで婉曲的記号と店舗及び街路のイメージの関係性に着目した青木²⁾の研究がある。店舗単位での婉曲的記号の操作の評価軸への影響は小さいが、街路単位での統一的な婉曲的記号の操作は商業地街路の「工夫感」に大きく影響することを明らかにした。

住宅地についても、青木²⁾の研究の結果と同様の結果になることは予想できる。

(3) 目的及び方法

以上のことから住宅地において、婉曲的記号の操作の住宅単体、住宅群に対しての効果を分析し、住宅群での記号の統一的な操作の効果の検証を目的とする。

本研究は、青木²⁾の研究手法を住宅地に用いた研究と位置づけることができる。

2. 研究方法と結果

(1) 記号の分類

住宅地の記号の分類を行う必要がある。直接的記号は街並メッセージ論の分類、婉曲的記号は戸田³⁾の分類、青木²⁾の分類を参考に行う。

直接的記号は開口部である窓や戸が考えられる。

婉曲的記号とは、建物の内部活動情報を婉曲的に表す記号である。一つ目の分類方法として、戸田³⁾の「表出記号」「溢れ出し記号」の分類に従う。また二つめの分類方法として、記号の操作が容易であるか否かを基準に分類を行う。ここでは青木²⁾の「固定的」「仮設的」の概念を参考にする。住宅の外壁、柵、石垣等、操作が容易でないものを「固定的記号」、自転車、洗濯

表-1 記号の分類

	固定的	仮設的
滲み出し(直接的)	洗濯物	
滲み出し(婉曲的)	自転車、生活用品	自転車
表出	鉢植え、盆栽	植栽、外壁、石垣

表-2 住宅の分類

	二次面の有無	二次面の高さ	一次面、二次面間	一次面、遠近間の
分類1	有り	高い	近い	近い
分類2	有り	高い	近い	近い
分類3	有り	低い	近い	近い
分類4	有り	低い	近い	近い
分類5	なし	—	—	近い
分類6	なし	—	—	近い

物、鉢植え等、操作が容易と考えられるものを「仮設的記号」と定義する。表-1 に示す6分類である。

(2) 実験 1

a) 住宅の分類

日本の住宅にはいくつかのタイプが存在すると考えられ、これらを網羅する必要がある。本研究の住宅の分類は大野⁴⁾の分類を参考に行う。表-2 に示す6分類である。

b) 刺激

住宅の分類を基に刺激の作成を行う。刺激はデジタルカメラで撮影した住宅の写真を Adobe Photoshop で写真サイズとし、記号を操作していない住宅、自転車を合成した住宅、洗濯物を合成した住宅、鉢植えを合成した住宅、の4種類の刺激を作成する。住宅の形態上洗濯物の合成ができない住宅には洗濯物を合成していない。合成する記号は「仮設的記号」である。対象住宅は分類毎に2種類、仙台市内の12件の住宅である。

表-3 形容詞対

生活感のある～生活感のない	整然とした～雑多な
親しみやすい～近寄り難い	工夫された～簡単な
活気のある～落ち着いた	高級な～庶民的な
にぎやかな～閑静な	目立つ～目立たない
緊張感のある～くつろいだ	新しい～古い

c) 手続き

住宅単体での婉曲的記号の操作とその影響を調べるため、SD法心理実験を行った。使用した形容詞対は表-3 である。被験者は本学学生、男性25人、女性5人、年齢は20～30歳、属性に偏りがあるため、今回の実験はこの限りのものとする。

d) 実験結果及び考察

実験で得られた個々の値の平均値を基に因子分析を行った(主因子法、バリマックス回転)。結果を表-4、図-1 に示す。抽出した因子数は累積寄与率が80%を超えた第2因子までとし、各因子は因子負荷量から、第1因子が「品格」、第2因子が「生活感」を表すものと解釈できる。図-1 から、「洗濯物」「自転車」の設置により、「生活感」が増すが「品格」の変化はあまりない。ここで、第2因子の寄与率は32%である。以上から住宅単体のイメージは主に「品格」によって決定され、

表-4 因子分析結果 実験1

	因子No. 1	因子No. 2
新しいー古い	0.9728	-0.0280
工夫されたー簡単な	0.9697	-0.1470
高級なー庶民的な	0.9692	-0.1873
自立つー自立たない	0.9097	-0.1020
自然としたー雑多な	0.8844	-0.3369
設備のあるーくつないだ	0.7994	-0.5624
活気のあるー落ち着いた	-0.2060	0.9396
にぎやかなー閑静な	0.0908	0.9156
親しみやすいー近寄り難い	-0.3697	0.8139
生活感のあるー生活感のない	-0.6835	0.6553
二乗和	5.74	3.24
寄与率	0.57	0.32
累積寄与率	0.57	0.90

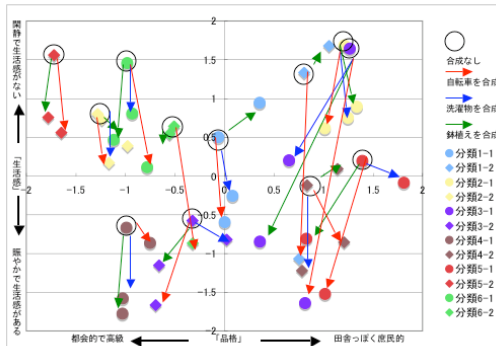


図-1 因子得点布置図 実験1



図-2 刺激の例 住宅群

婉曲的記号の操作の影響は小さいと言える。またこの結果は青木²⁾の研究で扱った商業地と同様である。

(3) 実験2

a) 住宅地街路の分類

実験1の結果から、2つの要因が住宅のイメージを決定している。各要因を2段階に分けると大きく4つのグループに分類される。これに各要因において中間的なグループを加え、合計5つのグループに住宅を分類し、街路を作成することにより、いろいろなタイプの住宅地街路を担保する。

b) 刺激

住宅群の分類を基に刺激の作成を行う。基本的には実験1と同じである。住宅を横に5件並べることで住宅群とする。住宅群を成すすべての住宅に同種の記号を付ける。住宅群の例を図-2に示す。

b) 手続き

住宅群での婉曲的記号とその影響を調べるため、SD法心理実験を行う。基本的には実験1と同じである。被験者は本学学生、男性26人、女性4人、年齢は20～30歳、属性に偏りがあるため、今回の実験はこの限りのものとする。

c) 実験結果及び考察

実験で得られた個々の評価の平均値を基に因子分析を行う(主因子法、バリマックス回転)。結果を表-5、

表-5 因子分析結果 実験2

	因子No. 1	因子No. 2
新しいー古い	0.9743	-0.1393
工夫つー工夫たない	0.9121	-0.3294
高級なー庶民的な	0.8725	-0.4624
工夫されたー簡単な	0.8500	-0.4243
自然としたー雑多な	0.7540	-0.6233
設備のあるーくつないだ	0.6801	-0.7353
活気のあるー落ち着いた	-0.2030	0.9603
にぎやかなー閑静な	-0.2061	0.9603
生活感のあるー生活感のない	-0.4313	0.8420
親しみやすいー近寄り難い	-0.4215	0.8275
二乗和	4.74	4.69
寄与率	0.47	0.47
累積寄与率	0.47	0.94

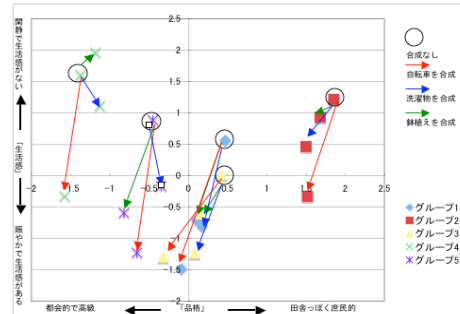


図-3 因子得点布置図 実験2

図-3に示す。抽出した因子数は累積寄与率が90%を超えた第2因子までとし、各因子は因子負荷量から、第1因子が「品格」、第2因子が「生活感」を表すものと解釈できる。各因子の累積寄与率、因子負荷量から、実験1における因子と実験2における因子はほぼ同じものである。これは住宅と住宅地街路ではほぼ同じ評価軸で評価がされていると考えられる。これにより実験1と実験2のデータを比較することができる。図-3から、「洗濯物」と「自転車」によって「品格」と「生活感」が変化している。またこの変化は住宅の形態の違い以上に大きい。以上から住宅群での統一的な記号の操作は全体的なイメージを大きく変化させると言える。またこの結果は青木²⁾の扱った商業地における「しつらえ」と同様の効果があることを示す。

3. 結論

本研究の結論は、住宅単体では影響力は小さいが、住宅群で統一的に婉曲的記号を操作すると住宅地イメージを大きく変化させることができ、さらにこの影響力は住宅の形態の違い以上になり得るということである。この結果は景観形成の手法を提案する場合、有用な知見となる。

参考文献

- 1) 平野勝也：街並メッセージ論とその商業地街路への適用，東京大学学位論文，1999
- 2) 青木健一：婉曲的記号に着目した街路面の「しつらえ」と街並みのイメージ，景観デザイン研究論文集，2006 No.1 203-210
- 3) 戸田鉄也：「街並メッセージ論」を用いた戸建住宅のパターン分類，東北大学卒業論文，2003
- 4) 大野秀敏：見えがくれる都市 IV 街の表層，鹿島出版会，1980 139-196