

中学生との対話に基づいた長浜江湖港の景観設計

東京大学

正会員

羽藤 英二

浜崎 今日子

1. はじめに

本研究では、港の修景事業に伴い、港周辺の景観構成要素のひとつとなる周辺中学校の生徒との対話を通じた景観設計の事例報告を行う。対象としたのは愛媛県長浜地区における江湖港である。江湖港は、古くは大洲藩によって木材の積出港として江戸時代に開港され、幕末期には坂本竜馬の脱藩の道の一部として使われた歴史があるものの、地域の歴史資源としての活用が十分になされていないという現状があった。ここでは、こうした歴史的背景に留意しながら、中学生との対話から得られた地域知をもとに水辺風景の舞台装置として江湖港を再定義し、景観基本計画を立案することを試みた。

2. ワークショップの概要

風景とは、自分であれ他人であれ、その場所を訪れる人の姿を含意するものである。人の姿なくして、風景は存在しない。これに対して、江湖港は現在漁港として利用されているものの、直接利用者以外の利用者が少なく景観資源としての活用がなされているとはいえない。特に港に隣接している中学校の生徒にとっては港が老朽化している、水辺が汚いなどの理由から、親しみのある風景という認識が薄い。また江湖付近には日本最古の道路可動橋である長浜大橋（通称赤橋）が位置しているにも関わらず、視点場としての十分な整備がなされていないなどの問題があった。

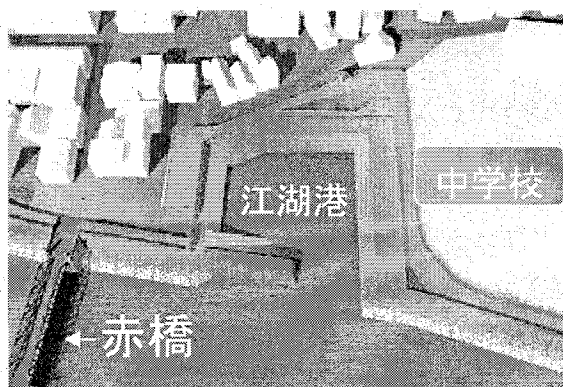


図-1 江湖港周辺図

そこで本研究では、江湖港に最も近い場所で学校生活を過ごしている中学生との対話を通じて、彼らの行動文脈に配慮した江湖港の景観基本計画の立案を考える。中学生との対話のための施設として長浜集落内の民家を「長浜風景づくりアトリエ」として借り上げた上で、ワークショップをスタートさせた。

ワークショップの構成を図-1に示す。ワークショップは3ヶ月間にわたって全部で5回開催した。1回目には中学生と大学生の自己紹介を行い、地域で行おうとする風景づくり活動の内容や自己紹介を行う記事を編集した「ながはま便り」を発行し生徒や生徒の保護者を含む地元配布した。

2回目のワークショップは港の改修に用いる素材や景観テーマの説明を行った上で、ディスカッションとアンケート調査を実施した。3回目のワークショップでは、実際に屋外に出て風景歩きを行い、写真を撮影してもらいながら、街のイメージマップの作成を行った。4回目は風景づくりアトリエでグループに分かれて各々のグループ毎に、ベンチ作成を実施した。作成後は、ベンチを港まで運び、実際に港周辺に置きながら、風景のよい視点場探しを行った。最後にこれらのワークショップ全体の振り返りと、港の景観計画についてのディスカッションを行った。

ながはま便りの発行

長浜風景づくりアトリエ



コンター模型の作成

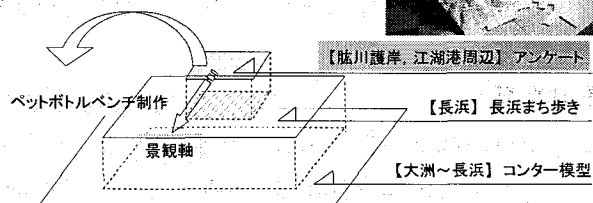
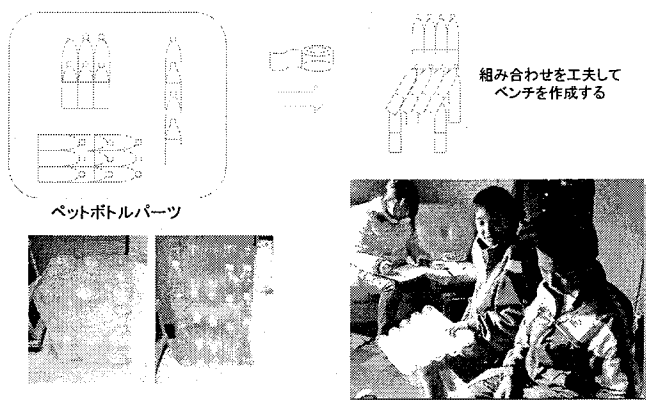


図-2 ワークショップの構成

3. ペットボトルベンチの作成による視点場評価

次にペットボトルを使ったベンチ作成を行った。このイベントでは事前にペットボトルを切り出してまとめたパーツにした上で、アトリエにおいて中学生が自由にテーマ設定を行ったうえで、これらのパーツを組み合わせてペットボトルベンチを作成した(図-3)。作成したベンチを皆で港まで運び、複数の視点場において、江湖における視点場の評価を行った。



ペットボトルベンチの配置場所は、4グループとも江湖港の内部よりも河川に面した場所となり、視点場としての評価は、夕日、赤橋をみせる場所を選んでいることがわかった。江湖港内部は、構造上、ゴミ溜がひどく水が淀んでいたことが影響している。このため、親水性をもたせる水辺へのアプローチデッキよりも、風景を見せるためのベンチの設置を重視すべき望ましいと考えられる。



4. ワークショップ前後での意識の変化

こうしたワークショップの前後における江湖港のイメージアンケートの結果を以下に示す。ワークショップの前後で殆どのイメージ項目の認知は向上しているものの、イメージ構造に大きな変化はみられない。但し、「自然と触れ合いたい場所である」と思わない人が、ワークショップ後に増加している。これは江湖港の水辺にゴミ溜りが出来ていたことに起因する。普段は立ち寄らない江湖港であるものの、実際に風景歩きをしたり、歴史の話を聞くことで、景色を眺めたい場所である、威厳を感じる場所であるといったイメージが大きく向上していることがわかる。景色を眺めたい場所であると応えた人が最も多い。アンケートの自由解答欄における記入文について形態素解析を行った結果、江湖港付近の「赤橋」、「夕日」といった短語の記入頻度が多く、視点場としての認知が高まっていることが伺える。こうしたイメージワードを因子分析した結果、江湖のイメージは、風土因子(歴史/威厳を感じるなど)、空間価値因子(時間をつぶせる場所であるなど)、季節因子(季節を感じる、景色を眺めたいなど)、散策因子(歩いてみたい場所である)に分類することができた。これらを景観設計の基本項目として設定し、伊予の青石など地域固有の石を使用(風土)、ベンチ、階段により座る機能を持たせる(空間価値)、春には桜、夏には花火を楽しむ(季節)、動線軸を明確にし道幅を広げる(散策)などの景観の基本設計項目を策定することができた。

