

武蔵野市における 道路景観に関する取り組みの 事後評価について

杉山 朗子¹・栗林剛²・射場茂夫²・篠田南²

¹非会員 日本カラーデザイン研究所（〒113-0033 東京都文京本郷文京区三丁目5-2,
E-mail:akk-21-sugiyama@ncd-ri.co.jp）

²非会員 武蔵野市（〒180-8777 東京都武蔵野市緑町2-2-28, E-mail:SEC-DOURO@city.musashino.lg.jp）

武蔵野市では市道第151号線（以下、「七井橋通り」という。）の道路景観整備において、環境色彩調査や市民の意向調査等に基づき、市民に対し部材の色彩やデザイン等を提案した。平成26年度に当該路線の一部区間の整備が完了したことから、市民との合意形成を図り整備した道路において、当初目指した景観が形成できたのかを評価し、筆者らが提案する色彩及びデザイン提案フローの有効性を確認した。

キーワード：道路景観，色彩及びデザイン検討手法，住民参加，整備後評価，合意形成

1. はじめに

色彩やデザインに関しては個人の嗜好が異なるため、共通意見の取りまとめが難しいとされてきたが、武蔵野市では平成 25 年度に七井橋通りの道路景観整備において、舗装材や街路灯の色彩やデザインの決定にあたり、筆者らが提案する色彩及びデザイン提案フロー^{*1}（図-1）を活用することにより、道路景観に関して市民との合意形成を図ることができた。

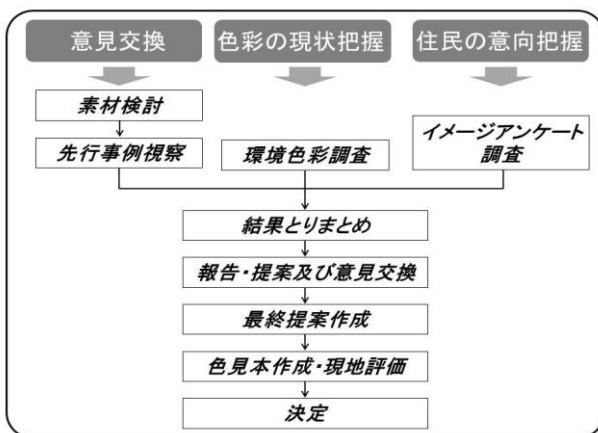


図-1 色彩及びデザイン提案フロー

備が完了したため、沿道建物も含めて七井橋通りの色彩の変化を調査・分析するとともに、整備前に市民が期待したイメージ通りの整備が行われたかを評価・分析し、本事例における提案フローによる合意形成手法の有効性を検証することを目的とする。

2. 地域特性及び整備内容

(1) 地域特性

武蔵野市は新宿から西へ約 12km の地点に位置しており、都内でも有数の住宅地である。七井橋通りは、住みたいまち・住んでよかったまちとして高い評価を得てい



図-2 位置図

平成 26 年度に全長 215m のうち南側 80m 区間の道路整

る吉祥寺の駅の南側に位置しており、住民の憩いの場として愛される重要な景観資源である井の頭公園へとつながる主要なルートとなっている。七井橋通りは延長約215m、計画幅員6m（一部6～8m 区間あり）である。全区間が自転車歩行者優先道路として車両の進入が規制されており、公園へ向かう人や買い物を楽しむ人など、休日には1日3万人もの人々が訪れる賑わいある通りである。

(2) 整備内容

色彩及びデザイン提案フローに基づき、市民に対して提案・整備を行った舗装材や街路灯の整備内容を表-1と表-2、整備状況を図-3に示す。



図-3 舗装材と街路灯の整備状況

3. 整備後の検証

(1) 整備前後の環境色彩調査結果の比較

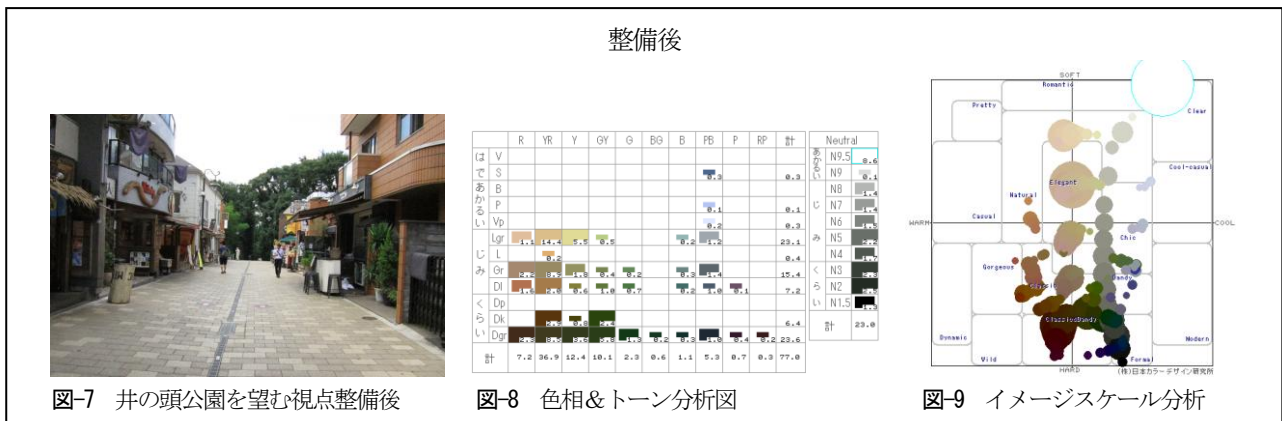
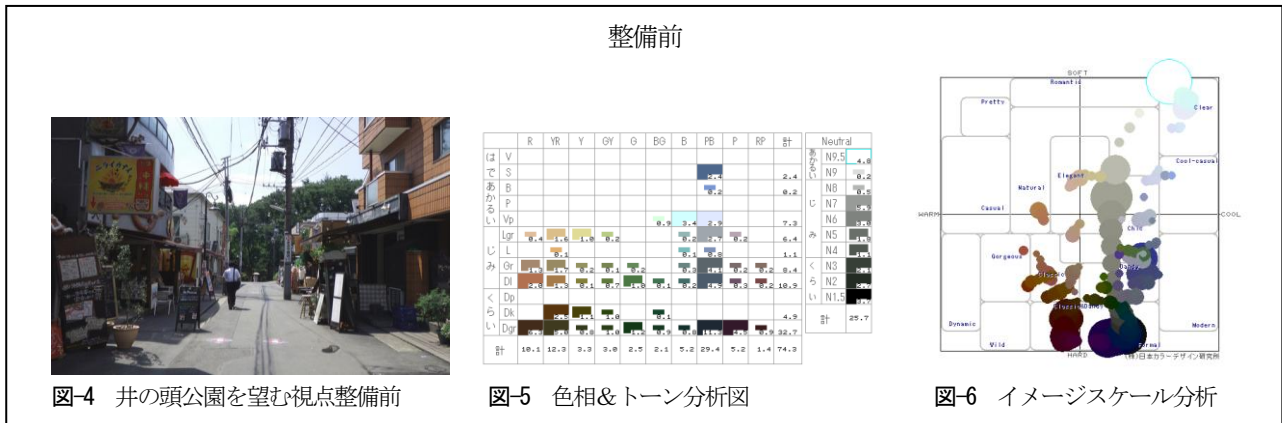
整備前後の写真によるシーン分析^{※2}を行い、色彩の変化について傾向分析した結果を図-4～図-9に示す。電柱と電線が撤去され、公園の緑を遮るものがなくなったことにより、GY系の色相が増加していることが認められた。また、舗装材がアスファルトからカラーブロックへ変更したことに伴い、温かみを感じさせるYRやYの色相が多くなり、カラーイメージスケール^{※3}において、「のどか」・「親しみやすい」等の方向へシフトしており、整備後の色彩は、当初目指した「ナチュラル」イメージにより整備されていることを確認した。

表-1 舗装材の整備内容

視点	整備仕様	仕様決定への配慮事項
大きさ	200×300mm(一般部)	高級感
色彩	茶系と黄色系の2色	ナチュラルな印象、景観資源である井の頭公園
配色	グラデーション	沿道建物の色彩との調和

表-2 街路灯の整備内容

視点	整備仕様	仕様決定への配慮事項
形態	ガス灯型	市内での採用実績、市民要望等
色彩	GY系	舗装材、沿道建物の色彩等、公園の緑等との調和



4. アンケート調査による検証

(1) 目的

整備前後の環境色彩調査結果の比較において、七井橋通りの色彩は、明度がアップし、無彩色から温かみを感じる方向性へ変化したことが確認できた。そこで、色彩及びデザイン提案フローに基づき、仕様を提案・決定し、整備した道路について、市民がどのように感じているのかを確認し、筆者らが提案する色彩及びデザイン提案フローによる仕様選定の妥当性を評価するため、整備後にアンケート調査を実施した。

(2) 整備前に市民が期待した七井橋通りのイメージ

舗装材や街路灯の仕様を検討する際に、「七井橋通りに期待する」や「井の頭公園にふさわしい」をテーマとして、平成 25 年度にイメージアンケート調査を実施した結果、イメージ語の 1 位は「居心地のよい」60.9%、ついで「親しみやすい」、「なじみやすい」、「活気のある」と続き、その他にエレガントイメージである「おしゃれ」・「上品」等も上位に位置しているが、全体として「ナチュラル」イメージが高く評価される傾向が見られた(図-10 参照)。この結果を踏まえ、舗装材や街路灯の整備仕様を決定している(表-1 及び表-2 参照)

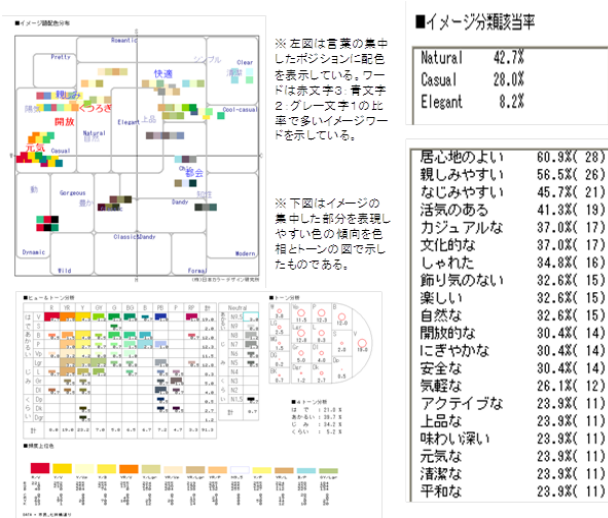


図-10 整備前に実施したイメージアンケート調査結果

(3) アンケート調査における評価項目の検討

a) 評価項目

評価項目は、整備前に実施したイメージアンケート調査において回答数が多かった形容詞を中心に、以下の点を踏まえ選定した。評価項目を表-3 及び表-4 に示す。

- ・整備前に市民と合意形成を図った「ナチュラル」イメージの実現性の確認
- ・電線類の地中化への評価
- ・公園の緑との色彩の調和に対する評価

- ・建物や舗装材等との色彩の調和に対する評価

b) 調査の実施

- ・実施期間：平成 27 年 11 月 13 日～11 月 30 日
- ・被験者：沿道住民(商店会会員含む)
男性 39 名 女性 41 名 合計 80 名
年齢 20 代～90 代
- ・調査時間：5 分以内に回答できるよう簡素化
- ・評価方法：5 段階(そう思う 5 点→思わない 1 点)
回答数と 5 段階評価の点数より各質問の平均値を算出

5. 整備後のアンケート調査結果

(1) 道路整備への評価

道路整備へのアンケート結果を表-3 に示す。整備前後の写真(図-4 及び 7 参照)を提示し、5 段階評価で回答してもらった結果、各項目とも高い評価を得ることができた。特に「開放的な雰囲気」に対しては評価が高く、道路拡幅や電線類の地中化による整備効果が評価に影響していると思われる。次に「おしゃれ」なイメージの評価が高く、「のんびり」・「親しみ」は若干評価が低くなる傾向が見られた。「ナチュラル」イメージを基本として色彩やデザインの選定を行ったが、後述するように街路灯のデザイン等の影響を受け、「自然でのんびりした」よりも「おしゃれ」な印象が評価された可能性があると思われる。また、商店地に求められる賑わい等の「活気」についての項目は、評価が最も低い結果となった。これは道路拡幅整備により道路幅員が約 3.6m から 6m に広がったことも影響のひとつであると推察される。

表-3 道路整備に対する整備後のアンケート調査結果

	アンケート項目	平均値
1	開放的な雰囲気になった	4.56
2	安全な印象になった	4.46
3	おしゃれな雰囲気になった	4.41
4	居心地が良くなった	4.29
5	親しみやすい雰囲気になった	4.05
6	井の頭公園の自然に近づいたようになった	3.99
7	のんびりした雰囲気になった	3.95
8	活気が出た	3.89
9	前と変わらない	1.45

(2) 街路灯への評価

街路灯へのアンケート結果を表-4 に示す。街路灯に関しては、「おしゃれ」・「上品」や、色について「道路舗装と合っている」や「公園の緑と合っている」の評価が高い結果となった。検討段階において、街路灯の色彩

については、舗装材の色や公園の緑のみならず、建物外壁やテント等の色彩との調和にも配慮し、GY系の色で暗めのトーンを選定を行ったが、「公園の緑との調和」より、「おしゃれ」、「上品」といった点が高く評価される結果となった。今回採用した街路灯のデザインは、曲線を活かした形状(図-2参照)で、装飾性が高く「エレガント」なイメージが強かったことが影響したと推測される。また、街路灯のデザインは、街路灯の評価だけでなく、道路整備のアンケートの「おしゃれ」イメージの評価にも影響を与えた可能性がある。街路灯のデザインは、道路景観の形成に大きく影響を与える施設の一つであると考えられ、今後、影響を与える部材・要素のデザインに対する研究を進める必要があると思われる。



図-11 街路灯アンケートに用いた提示写真

表-4 街路灯に対する整備後のアンケート調査結果

	アンケート項目	平均値
1	おしゃれな雰囲気になった	4.44
2	上品な雰囲気になった	4.31
3	色が道路の色と合っている	4.25
4	色が公園の色と合っている	4.20
5	井の頭公園に続く道にふさわしい	4.19
6	色がどのお店とも合っている	3.95
7	にぎわいのある雰囲気になった	3.87
8	活気が出た	3.72
9	もっと目立たないデザインが良い	1.87

(3) 地元商店会への個別ヒアリング

地元商店会に対しては面談により、道路整備への評価や道路整備による効果等についてヒアリングを実施した。

<評価>・道路整備への評価は高く、概ね好評

<効果>・七井橋通りでのテレビ等の撮影が増加

・未整備区間の早期事業化への期待の向上

(4) 整備後のアンケート調査における評価項目の課題

a) 「活気」「賑わい」に関する項目について

アンケート調査では、「活気」に関する項目は、他に比べて評価が低くなる傾向がみられた。しかし、アンケートの自由記述欄より「賑わい」は回答者によりイメージが異なり、人によっては、「ゴチャゴチャ」したものを「賑わい」と捉えていることが分かった。「賑わい」

や「活気」といった項目は、道路の景観整備による視覚的な効果のほかにも、歩行者通行量や店舗出店数等の影響も受けているものと考えられる。

b) 沿道建物との調和について

街路灯のアンケートにおいて、沿道建物との色彩の調和に対しては、評価が低い傾向が見られた。沿道店舗は物販店、飲食店など様々であり、同じ路線内においても建物の外壁や看板の色彩が大きく様変わりするため、被験者がどの建物との調和なのか想像しづらかったことも、評価が低くなった要因の一つであると考えられる。よって、具体的な事例による質問とするなど、見せ方や質問方法を検討する必要がある。

6. まとめ

七井橋通りの舗装材や街路灯の仕様の選定において、色彩及びデザイン検討フローにおける様々な手法を用いた定量的かつ客観的データに基づく市民との合意形成手法の有効性を確認するため、当初市民が期待した通りの道路景観が形成できたかを整備後に調査した結果、一般的に高い評価を得ることができた。よって、筆者らが提案する検討フローを活用した市民との合意形成手法が、道路景観事業における色彩やデザイン検討手法の一つとして有効であることが確認できた。今後は、他の路線においても本検討手法を用い、地域や場所に相応しい整備事例を増やすことで、市民との合意形成における検討フローの有効性を確実なものとすることを目指す。

付録

※1：イメージアンケート調査、環境色彩調査、先行事例視察等を複合的に実施することにより、市民の景観意識を明らかにしデザインに展開する手法。

※2：画像データを用い、1093色に分けた色相とトーンを参照し、どの色がどの程度の比率で存在するか分析する手法。

※3：色を形容詞で評価し、多変量解析により抽出したwarm-cool, soft-hardの2軸を用い、色彩のイメージポジションを示したスケール。色相や明度、彩度の違いによる印象効果の相対的方向性を知ることができる。

参考文献

- 1) 杉山朗子, 田村真知子, 宮岡直樹, 滝沢真美: 地域イメージを活かす景観色彩計画, 学芸出版社, 2008
- 2) 杉山朗子, 栗林剛, 射場茂夫, 水井朋之: 自治体における道路景観に関する取り組み事例の紹介, 土木学会景観・デザイン研究講演集10巻 p63-69, 2014,