

地区イメージの記述に関する研究

大迫 和己¹・福井 恒明²

¹学生会員 法政大学大学院修士課程 デザイン工学研究科 都市環境デザイン工学専攻
(〒102-8160 東京都千代田区富士見2-17-1 E-mail: kazuki.osako.6a@stu.hosei.ac.jp)

²正会員 法政大学教授 デザイン工学部 都市環境デザイン工学科
(〒102-8160 東京都千代田区富士見2-17-1 E-mail: fukui@hosei.ac.jp)

まちづくりや地域活性化においては、「街のイメージ、地区イメージ、都市イメージ」の形成が課題になることがある。都市計画関連分野の研究論文でも「イメージ」を研究対象とするものは数多く存在するが、それぞれの論文における「イメージ」という言葉の指し示す内容が異なっており、横断的に議論することが困難である。そこで本研究では、都市計画関連分野の論文中の「イメージ」という記述の表現を、それぞれの研究結果の表現方法から把握・整理し、その違いを考察した。その結果、「イメージ」の記述は調査内容により、印象を表すものや、街の構成要素から受ける認識によるものが多いことを指摘した。

キーワード:地区イメージ, 都市イメージ, 街のイメージ, 記述

1. はじめに

(1) 研究背景

まちづくりや地域活性化においては、「街のイメージ、地区イメージ、都市イメージ」の形成が課題になることがある。また、街や都市の印象や評価などを述べるときにしばしば「イメージ」という言葉が用いられているが、例えば、「東京のイメージ」に対して「大都会」というような言語的印象を述べるものであったり、「東京タワー」というような実在する場所を述べたりするなど、その「イメージ」という言葉の本来の意味が、「イメージ」調査の目的（その地域の何を知りたいか）によってそれぞれ異なることがある。

都市計画関連分野における「イメージ」を研究対象とするものは多く存在しているが、それにおいても同様であり、それぞれの論文における「イメージ」の言葉の指し示す内容が異なっているために、「イメージ」という言葉に対して横断的に議論することが困難である。

西村ら¹⁾は地域の景観を把握しようとする研究を、地域を認識する主体に着目し、地域認識の把握のための手法を整理している。本研究では、西村らの研究を参考に、「イメージ」という記述の表現を調査・分析結果に着目し整理する。さらに、調査・分析結果や調査手法、「イメージ」を受ける主体の属性から各研究の著者が得たい情報を捉える。

(2) 目的

本研究では、「街のイメージ、地区イメージ、都市イメージ」を『研究対象』とする論文を対象に、論文の中

「イメージ」という記述の表現を、それぞれの研究の内容やその研究結果の表現方法より把握・整理し、まちづくりや都市論分野における「イメージ」という記述の表現の違いを明らかにすることを目的とする。

2. 調査範囲・方法

(1) 調査対象

都市計画関連分野における既存研究のうち「街のイメージ、地区イメージ、都市イメージ」を研究対象とした論文を対象とする。国内の論文等の学術情報の検索を行うことができるサービス「CiNii」, 「J-Stage」にて「街のイメージ」, 「地区イメージ」, 「都市イメージ」によるフリーワード検索を行い、その結果298編となった。2つのサービスにおいては、中には全く同じ論文であったり、未公開のものがあつた。また、フリーワード検索の特性上、街に対する「イメージ」の評価や分析を行っていない研究論文が検索結果として残ることが想定されるため、本研究では抽出条件（表-1）を設定し、その条件に整合したものの104編を調査対象とした。

表-1 抽出条件

抽出条件	
a)	2つのサービスのいずれかに論文が公開されているもの。
b)	論文中のキーワードに「街のイメージ」、「地区イメージ」、「都市イメージ」のいずれかが含まれているもの。
c)	各研究の内容で、「〇〇(対象地)のイメージ」という言葉が記載しており、かつそれに対しての調査・分析結果が述べられているもの。

表-2 調査シート²⁾

資料名	調査時期	調査対象地	イメージを抱く主体	調査手法		分析方法	表現方法
				分析データソース	評価方法		
路面電車による景観色調イメージへの影響	2006年	高山・万葉橋沿線	沿線住民	ヒアリング	口頭	沿線の写真撮影→街の風景に対する電車の色の割合回答を百分率で数値化	グラフのみ

(2) 調査方法

①対象論文の内容把握

調査対象となる論文の内容を、下記の項目により抽出し、作成した調査シート(表-2)に記載し、それらをまとめた。

抽出項目

- a) 調査時期
- b) 調査対象地
- c) イメージを抱く主体(住民, 来街者等)
- d) 調査手法
 - i 分析に必要なデータのソース(文献, アンケート結果等)
 - ii 評価方法(記述, 口述, 描画等)
- e) 分析方法
- f) 調査・分析結果の表現方法(以下表現方法: 表, 図, グラフ等)

一論文中の調査・分析結果の表現方法が複数存在する場合は、これらを個別に取り扱った。

②表現方法の分類

①において抽出されたf) 調査・分析結果の表現方法の項目から表現方法の共通したものを類型化し、そこから「イメージ」の記述表現について考察を行った。

3. 表現方法の分類

調査シートの「表現方法」の項目より158個の表現を得た。そこから共通したもの(折れ線グラフ, 散布図等)を集め、さらにそこから類似したもの(図として示している, 表で示している等)をグループ化し、分類を行ったところ、5の型に分けることができた(表-3)。

- ①ダイアグラム型: データの集計分析結果をダイアグラムとして表示することによって、対象地における印象や評価等の規模の大きさやばらつき具合等を視覚的に示す。
- ②地図型: 調査・分析結果を地図上にプロットし、その分布のや広がりを示す。
- ③全体構造型: 多くの資料の分析結果を一つの枠組みとして示す。
- ④表型: 調査・分析結果を表でまとめたものを示す。
- ⑤文章型: 資料の要約や調査結果を文章のみでまとめて記したもの。

表-3 表現の集計結果

類型	表現方法	個数
ダイアグラム	散布図	16
	連続グラフ	13
	折れ線グラフ	10
	棒グラフ	9
	イメージプロフィール	4
	デンドロマップ	4
	その他	11
地図	領域	19
	シンボル	5
	全体構造図	11
表	数値	16
	分類	13
	文章	6
	その他	4
文章	内容整理	9
	解析	5
	集計	3

4. 表現方法の類型別の「イメージ」の記述表現の特徴

表現方法の分類によって得られた5つの類型ごとに、調査・分析方法や、解析データの内容から、それぞれ研究における「イメージ」の記述の内容を整理し、特徴をとらえた。

①ダイアグラム型

ダイアグラム型は、5つの類型の中で最も多く使われた表現方法であり、その中で大きく5つのダイアグラム(散布図, ネットワーク図, 折れ線グラフ, イメージプロフィール, デンドログラム)が用いられることがわかった。

a) 散布図

散布図の特徴として、複数のアンケートの結果から街の印象あるいは評価とそれらに対する要因を挙げ、主成分分析や因子分析などの解析を使うことで、人々が感じるその街の印象の成分(主にどのようなことを感じているのか)や印象を受ける理由(街のどの部分によって印象を受けるか)を明らかにしている。

斎藤らの研究³⁾(図-1)では、アンケート時に街に対して連想する言葉を、SD法のような形容詞の対義語の関係にある2つの単語に対して、どれが自分の答えに近いかを挙げ、またその街にある店舗や構造物を名称で回答させている。そしてそれぞれの回答結果を集計し、回答率や平均をとって数値化したのち、それらを因子分析や重回帰分析を行うことによって、街を構成している店

d) 棒グラフ

棒グラフの特徴としてアンケートの結果を、時間や地域、年齢などの属性別に集計したものを表示しており、そこから街を構成する要素の変遷であったり、人々が感じる印象の地域差を明らかにしている。

e) イメージプロフィール

イメージプロフィールとは、SD法のような形容詞の対義語の関係にある2つの単語に対して、どれが自分の答えに近いかを挙げさせるアンケートの結果を平均値にして、調査地ごとに示したものである。

この表現の特徴としては、イメージプロフィールにあるそれぞれの形容詞対の項目の数値から、その街に対する主な印象を明らかにしている。

岸本らの研究⁷⁾(図-5)では、数値化する際に形容詞対の両極を、+x, -x, (xは数値)にし、どちらも当てはまらない場合を0として集計を行っている。それによって、街に対する印象が強い部分は+あるいは-に大きく値がついており、印象の弱い部分は中心(0)に近い値を出していることがわかる。

f) デンドログラム

デンドログラムとは、図(図-6)のようにクラスター分析によって各個体が類型にまとめられていくさまを樹形図の形で表したものをいい、特徴としては自由記述などによって得られたデータ(文章)を単語単位まで分解し、その単語の出現率や共通性より分類することで、街の印象を形成するもの、構成しているもの(建物等)を累計し、そこから街の特徴を明らかにしている。

②地図型

地図型は、調査・分析結果を、店舗や構造物の分布状態から面的な広がり方を表示する「領域」タイプと、店舗や構造物などの位置情報を地図上にプロットして表示する「目印」タイプの2つの表現方法を見ることができた。

a) 領域タイプ

領域タイプの特徴は、アンケート時に地図の描画や自由記述(あるいは口述)を行い、その回答結果を解析データとしている場合は、そこから物的要素を抽出し、その所在地を地図上にプロットして、それらの分布を領域として表示している。この結果から、その街に対する住民あるいは利用者の空間的な認識の実態を明らかにしている。また、情報誌等のマスメディアに登場している街の店舗情報などを解析データとしている場合は、建物や店舗の登場回数、登場タイプ(どのように紹介されているか)ごとに重みづけをして地図上にプロットし、それ

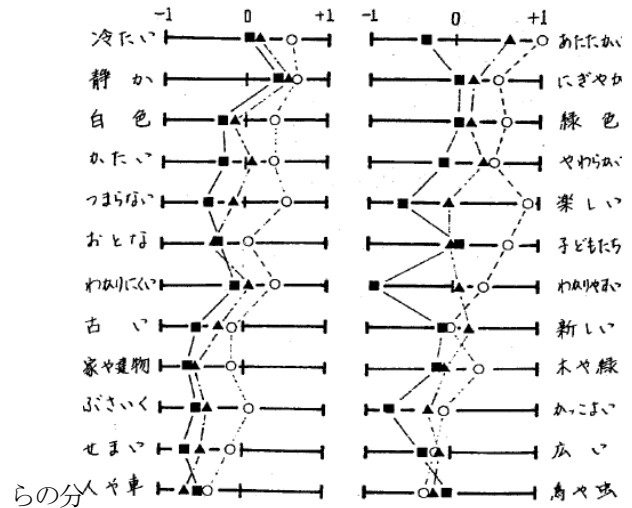


図-5 イメージプロフィールの例⁷⁾

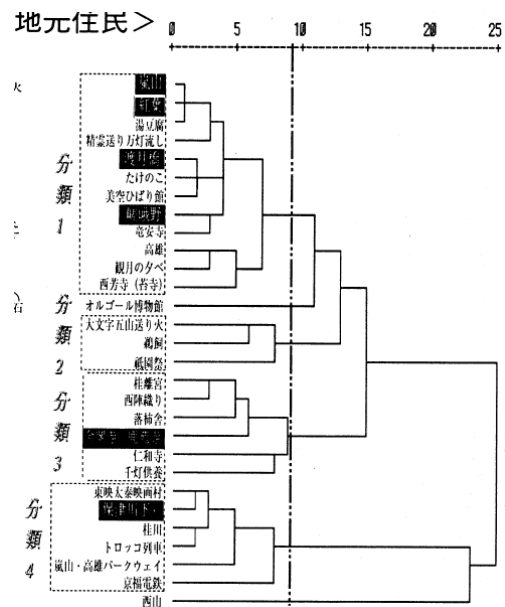


図-6 デンドログラムの例⁸⁾

布状態を領域として表示している。この結果からメディアが街をどのように紹介しようとしているかというような意図的な印象形成を明らかにしたり、領域の経年変化を表示することで、街を構成するものがどのように変化し、それが人々に与える街の印象形成に影響を及ぼしているのかを明らかにしている。

b) 目印タイプ

目印タイプの特徴として、解析データをその地域に関する歌(学校の校歌等)歌詞や絵画、写真から得られるものが多く、そこから街の構成するもの(建物や山等)を抽出し、地図上にプロットしている。その結果から、街を構成するものが、人々の認識や街の印象に影響を及ぼすかどうかを明らかにしている。

井上らの研究⁹⁾(図-7)では、対象地内の小学校とい

った学校の校歌の歌詞から、街を構成する山などの物的要素を抽出し、地図上にプロットしている。その結果、物的要素の周辺の学校の歌詞にその要素を示す内容が載せてあることから、物的要素がその街を象徴していることが言え、それが街に対する認識に影響を及ぼしているということがわかる。

③全体構造型

全体構造型の特徴は、解析データをガイドマップや写真雑誌、映画などのマスメディアから取得しているものが多数であり、マップの情報やその表示の仕方、映画のワンシーンなどから、店舗や街路の分布の状態や街の構成要素の繋がり方などをダイアグラムで表示し、それらの共通性から類型化をしている。そこからマスメディアが与える街の空間構造の認識や街の印象への影響を明らかにしている。三桶らの研究¹⁰⁾¹¹⁾(図-8)では、公益施設へのアクセスマップから、それに描かれる街路や建物などの要素の分布と、アクセスマップの情報が実際の街の地理的特徴からいかに抽象化しているのかをそれぞれ分析し、両者の関係から、人々が無意識に認識する街の空間構造の一端を明らかにしている。

④表型

表型は調査・分析結果を表で示している表現方法であるが、特徴として、調査を行う際に動画や写真の提示、街歩き体験など被験者に外的刺激を与えているものが他の表現方法のものより多く、刺激を与える前後で人々の印象がどのように変化をしたのかを表中に数値や文章で示している。この結果から、外的刺激が街の印象にどのように影響を及ぼしているのかを明らかにしている。

河村らの研究¹²⁾¹³⁾では、複数の被験者に訪れたことのない街に関する印象を6段階評価で答え、その理由を自由記述により挙げている。その後、その街の写真をいくつか見せ、再度アンケートに答え、写真を見た後にグループによるディスカッションを行い、最後にもう一度同じアンケートを答えさせている。この3度にわたるアンケートの結果から解析を行い、評価の多様性(自由記述のテキスト分析により、その街に対する印象としてどれくらい単語が出ているか)を意味するエントロピーを算出している。この結果から、写真やディスカッションを行う前後でその街に対する印象がどのように変化をしたのかを評価の多様性から考察している。

⑤文章型

文章型の特徴は、主に史料や過去の文献などの内容を整理したものが多く、絵画や地図、その街に関わる歴史的な資料から街を構成するものの変遷を整理しており、

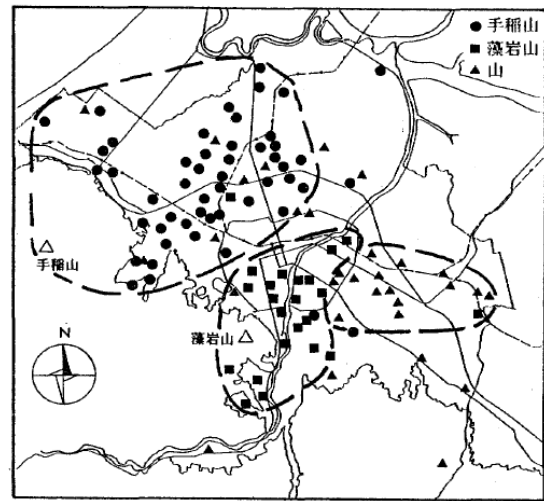


図-7 地図型、目印タイプの例⁹⁾

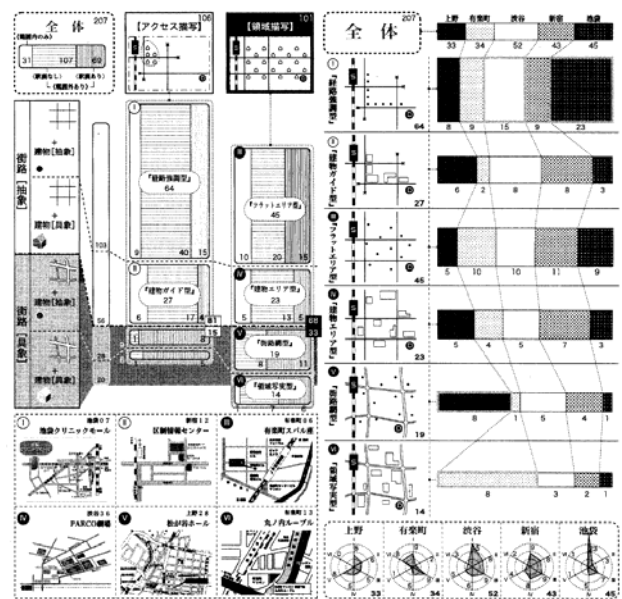


図-8 全体構造型の例¹¹⁾

そこから人々が感じる街の印象に影響を与える街の特徴を、街の形成から捉えている。

余らの研究¹⁴⁾では、神戸南京町を対象地として、過去の文献や写真、南京町に住む華僑へのヒアリング、中国らしさを持つ建造物等の要素を調査し、整理を行っている。そこから、街を構成する要素がその街の印象形成に一因していることを明らかにしている。

また、アンケートの回答から解析した結果を文章で記したものがあつたが、これらはSD法による調査結果を文章にて考察していることから、その街に対する主な印象を明らかにしている。

他には、街の印象に関するアンケート(自由記述)の回答の集計結果を文章に記しているものがあつた。ここでは店舗名や公共施設など街の構成要素を挙げているため、その構成要素が街の印象にどう影響を及ぼしている

のかを明らかにしていることがわかる。

5. まとめ

本研究では、先行研究に対し、調査方法、分析方法、分析結果の表現をそれぞれ抽出し、調査分析結果の類似性から類型化を行い、その類型ごとの特徴から、イメージの記述の表現について考察を行った。主な結論は以下の点である。

- ・調査を行う際、その街の住民や利用者に対するアンケートを行うケースが多く、その内容の多くが街の印象に関することであった。
- ・アンケート結果を解析することで、街の印象の主成分や、人々が街の特徴を認識することや印象を抱く際の要因、空間的な領域の認識を明らかにしている。
- ・マスメディアを解析データとしている調査の結果から、それらに載る街の構成要素が、人々が抱く街の認識や印象に影響を及ぼすかどうかを明らかにしている。

参考文献

- 1) 西村 奏絵, 佐々木 葉, 地域認識の把握手法に関する研究レビュー, 土木計画学研究・講演集 No. 51 (2014)
- 2) 櫻井 祐輔, 路面電車による景観色彩イメージへの影響, 日本色彩学会誌 38(3), 238-239, 2014-05-01
- 3) 斉藤 和夫, 石崎 裕幸, 田村 亨, 榎谷 有三, 都市のイメージ構造と地域特性の関係に関する研究, 土木計画学研究・論文集Vol. 14 (1997)
- 4) 森田 哲夫, 入澤 覚, 長塩 彩夏, 野村 和広, 塚田 伸也, 大塚 裕子, 杉田 浩, 自由記述データを用いたテキストマイニングによる都市のイメージ分析, 土木学会論文集 D3 (土木計画学) Vol. 68 (2012) No. 5
- 5) 西井 和夫, 棚橋 美佐緒, 川崎 雅史, 酒井 弘, 京都観光におけるエリアイメージ構造把握のための空間布置分析, 土木計画学研究・論文集Vol. 15 (1998)
- 6) 小池 太輔, 渡辺 仁史, ソーシャルメディアのテキスト情報に現れる都市イメージの抽出, 日本建築学会関東支部研究報告集 82(II), 457-460, 2012
- 7) 岸本 幸臣, 矢沢 正子, 大村 育代, 新家 増美, 千里NTの居住地環境からみた評価: その2・子供のとらえた街のイメージ: 建築経済・住宅問題, 東海支部研究報告集 (19), 249-252, 1981-02-14
- 8) 西井 和夫, 土井 勉, 川崎 雅史, 棚橋 美佐緒, 服部 純司, 京都観光エリアイメージ構造における集塊性分析, 土木計画学研究・論文集Vol. 16 (1999)
- 9) 井上 琢也, 飯田 勝幸, 石本 正明, 都市イメージ形成要因としての物的要素について: 北大寮歌、札幌市立小学校校歌を事例として, 学術講演梗概集. F, 都市計画, 建築経済・住宅問題, 建築歴史・意匠 1991, 151-152, 1991-08-01
- 10) 三桶 士文, 奥山 信一, 塩崎 太伸, 稲用 隆一, 四ヶ所 高志, 東京の公益施設のアクセスマップにおける構成要素の分布形式と抽象化表現: 地図に表現される都市イメージに関する研究 (1), 学術講演梗概集. F-2, 建築歴史・意匠 2010, 701-702, 2010-07-20
- 11) 三桶 士文, 奥山 信一, 塩崎 太伸, 稲用 隆一, 四ヶ所 高志, 公益施設のアクセスマップの描画形式からみた東京の空間構造: 地図に表現される都市イメージに関する研究 (2), 学術講演梗概集. F-2, 建築歴史・意匠 2010, 703-704, 2010-07-20
- 12) 河村 信治, 玉川 英則, フォトランゲージによる都市イメージの形成プロセスに関する研究: 都市イメージ評価ポイントに関する分析, 日本建築学会計画系論文集 (508), 145-151, 1998-06-30
- 13) 河村 信治, 玉川 英則, フォトランゲージによる都市イメージ評価の視点の変化に関する研究, 日本建築学会計画系論文集 (524), 247-252, 1999-10-30
- 14) 余 南, 菅原 洋, 近現代日本における中国都市イメージの形成と定着に関する研究: 神戸南京町を事例として, 東海支部研究報告集 (46), 761-764, 2008-02-16