

風景写真から読み取るまちの認識と心理変化に関する研究 ～再開発を控えたハッピーロード大山商店街を対象として～

都市空間生成研究室
1541069 榊原 巧

風景写真 再開発 商店街
心理変化

1. 研究の目的と背景

この研究では、板橋区大山町のハッピーロード大山商店街を対象地とする。また現在存在する大山商店街の空間が2024年に再開発によって失われてしまう。

住んでいる街の景観や風土に慣れが生じた時に、街に対する価値観は薄れていくが、過去に撮影された写真などを見返した時に価値観を再確認することができるのではないかと考える。またどの時間軸から風景写真の見方が変化するか解明できるのではないかと。そこで風景写真を用いてアンケート調査を行い心理変化の比較・分析を行う。来街者と居住者で大山の風景に対する印象を明らかにし、風景写真のイメージから街の魅力を明らかにすることを目的としている。

2. 研究の方法

本研究では、風景写真の見方が変化する時間軸はその風景が失われることを事実として認識された時であると仮定した。これを解明するために以下の手順で研究を進めていく。

- ① 都市の風景写真を構成する要素を含めたものを対象に撮影
- ② 撮影した写真からハッピーロード大山商店街の魅力を解明し再開発地区と照らし合わせ失われる風景箇所を分析
- ③ 現地の商店街利用者を対象にアンケート調査を行い、クロス分析から結果を解明していく

3. 風景写真から読み取る商店街の空間分析

都市の風景写真を構成する要素としてそのまちの建築物とそのまちの生活者が写っていることであると考え、撮影を実施した。撮影された場所ごとに写真を分析し、ハッピーロード大山商店街は 4 つのエリアで空間構成されていることが分析から明らかになった。

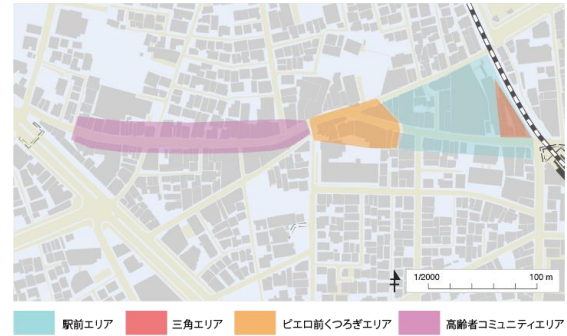


図 1. 大山商店街の空間構成

4. 風景写真の認識調査

4-1. 調査の方法

大山で撮影された風景写真をはじめに見てもらい、その後再開発が行われることと再開発後のイメージを提示した上で改めて現在の風景写真を見てもらいその時の心理状態をアンケート用紙に記入していく。

4-2. 再開発地区を対象に風景写真を選別

今回 3 箇所にとり撮影を行った。条件として再開発地区であり、分析したエリア内の風景であることを条件に選定した。これを元に撮影された写真と再開発後のイメージと比較しながらアンケート調査を行なっていく。



図 2. 再開発地区における撮影場所

5 アンケート結果の分析

5-1 居住地ごとの写真の印象をクロス分析

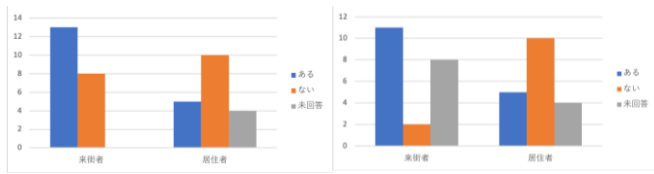


図 5-1 心理変化グラフ 1

図 5-2 心理変化グラフ 2

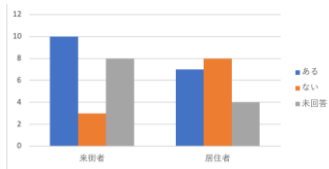


図 5-3 心理変化グラフ 3

板橋区大山町に居住する対象者 19 人と商店街に訪れていた来街者 21 人を対象に Q4~Q6 (改めて風景写真を見た時に心境の変化はあったか) とクロス分析を行った。来街者の場合、改めて再開発後の写真を見た時に心境の変化があった割合が多い。また居住者の場合心境の変化がなかった割合の方が多いため明らかとなった。また来街者の中で心境に変化があったと答えた割合の自由記述欄には「再開発が進むことでまちが綺麗になる方が良い」「再開発後は駅からバス停までの距離が近くなって良い」など再開発をプラスに捉えている意見が多く、風景写真は減点の評価をされる場合があることが明らかとなった。

再開発が行われることを知ったことで「今ある街並み・風景がなくなることが寂しい」と回答した人が居住者には多く見受けられた。

5-2. 再開発の認知割合と写真の印象をクロス分析結果

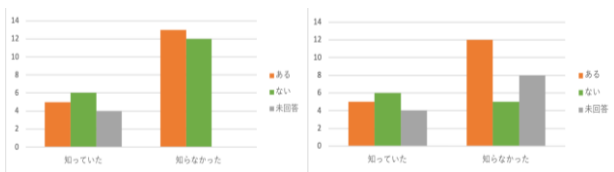


図 5-4 心理変化グラフ 4

図 5-5 心理変化グラフ 5

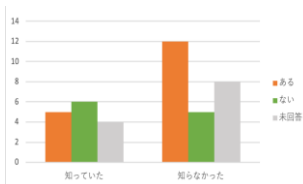


図 5-6 心理変化グラフ 6

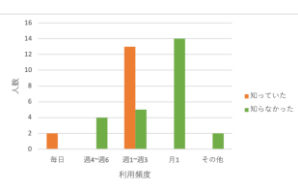


図 5-7 再開発の認知割合別商店街の利用頻度

再開発の認知の有無を軸に写真の印象とクロス分析を行った。再開発が行われることを知らなかった人たちは再び写真を見た時に心境の変化があると答えた割合がどの写真でも多かった。また再開発が行われることを知っている人たちは心境の変化がない割合が多いことがクロス分析から明らかになった。

グラフ 7 から再開発を知っていた人たちは日頃から商店街を利用している人が多く、知らなかった人たちは月 1 での利用頻度であることがわかる。このことから風景写真が心理を動かす要因はそのまちへの情報が少ないことと風景の認識度が低い人に対して風景写真が与える影響は大きいことが明らかになった。

6. 結論

分析結果から風景写真の認識の変化は時間軸で変化すると仮説立てをしていたが、そもそもそこで暮らす居住者はまちの変化に気づいているようで実は気付いておらず、まちの変化がフェードしながら変化していくように感じており実際は変化に気づけていないことがグラフの分析から明らかになった。また変化に気づくためには外部から見たときの印象をダイレクトに内部の人に訴えかけなければ大きな心理変化にはつながらないことが分析から明らかになった。

これらのことから風景写真の持つ価値とは、その街の風景への認識度とその街に対する情報の有無によって風景写真が持つ影響力は大きくなることがわかった。今回の研究から写真投影法のような手法や記録媒体として風景写真を用いるだけでなく、地域住民や来街者とともにまちづくりをしていく上で風景写真は現在の風景価値を再認識するのに必要であることが今回の研究から考えられる。

参考文献

- 1) 都市建設委員会資料, 大山まちづくり総合計画, 板橋区都市整備部拠点整備課, 2018 年
- 2) ハッピーロード大山商店街復興組合, 「ハッピーロード大山商店街 30 年記念史」, ハッピーロード大山商店街復興組合, 2011 年
- 3) 安達 洋次郎, 「時間軸をキーにした写真論」, 2008 年
- 4) catharine Abell, 「Philosophical Perspectives on Depiction (Mind Association Occasional) 」, Oxford Univ Pr, 2010 年