

装飾物の変遷から見た「百彩」における
日常的景観マネジメントの可能性に関する研究

松尾 清

環境計画学科環境社会計画専攻において学士（環境科学）の学位授与の資格の
一部として滋賀県立大学環境科学部に提出した研究報告書

2008 年度

承認

指導教員

1. 研究の背景

○ 日常的景観マネジメントとは

「高度経済成長によって開発が急激に進む一方で、自然環境や歴史的環境の破壊が起こった」¹⁾一方で「経済社会の成熟化に伴い、人々の価値観も量的充実から質的向上へと変化し、生活空間の質の向上という観点から、個性ある美しい街並みや景観の形成が求められる」²⁾という様相があり、近年風景や町並みといった景観が見直されつつある。

しかし近代の町並みにおいて、景観を形成するのは主に建築物の外観であるが、それに手を加えるのは難しい。そこで考えられるのが、植栽やフラッグなど、物を飾ることで景観を統一するといった日常的な手法による景観マネジメントである。鈴木³⁾は研究の中で、日常的に街並みをコントロールするとは、「例えば植栽や生け垣の整備等、日常的に街並みをマネジメントする方法である。建築物の更新が無くとも、日常生活の延長線上で常時操作可能である。町並みの骨格としての、建築物の位置等の更新は不可能であるが、町並みの顔とも言える表層部分へのアプローチとしては最適な方法である」³⁾と述べている。日常的景観マネジメントとは、日常の延長線上にある手法によって町並みを形成する事である。

○ 百彩と日常的景観マネジメント

本研究で対象とする「百彩」とは、平成17年、小田⁴⁾により市民の景観形成への積極的な参画を促すために、日常の町並みの景観を捉えなおす手法として行われた実験、「色彩参画」の事である。小田の研究における「色彩参画」とは、「決められた色を持つ任意の要素を市民が街並みに飾り付けることによって街路景観への形成に参画すること」である。以後、単に「百彩」「実験」と表記した場合も赤を用いた「色彩参画」による景観形成実験を意味する。

「百彩」を対象とする理由は、旧中山道宿場町を舞台に、一つの通りを家庭にあるありふれた道具を用いて、各家の住民が自らの家の軒先に自らの手で飾り景観を作っていくという、市民参加型のイベントであるが、この住民が自らの手で、自らの家を飾り付けるという行動は、「百彩」においては1日から3日間の一時的なものではあるが、日常的な手法による景観マネジメントの一種であるといえるからである。以降地域住民が飾り付けに使用したモノを「装飾物」と表記する。

2. 研究の目的

「百彩」には、小田、迫間⁵⁾の二つの既往研究があ

る。しかし、「百彩」の継続による、地域住民の装飾行動の変化や、使用される装飾物に着目した研究はなされていない。彦根高宮町のH17年、H18年、H19年、H20年を事例に、「百彩」において実験参加者がどのような飾り方をするのか、どのような物を飾りに使うか。またそれらが、どのように変化してきたを明らかにする事を目的。研究対象である4年間の「百彩」では、決められた色を持つモノという条件で装飾物が使用されているが、対象地域の住民が飾り付けを行う際、どのような条件での飾り付けを望んでいるのかを明らかにする事を目的。地域住民が赤く飾られた町並みに対して持つ違和感が、実験の継続によってどのように変化するのかを明らかにする事を目的とする。

3. 本研究の意義

参加者の装飾行動と意識の変化から、「百彩」の日常的景観マネジメントとしての可能性がいえる。地域住民が望む装飾物の条件から、他地域で百彩を行うための有効な知見を得ることができる。地域住民の赤い町並みへの違和感の変化から、実験が地域に定着するための有効な知見を得ることができる。以降飾り付けを行う際の装飾物の条件を「自由度」と表記する。

4. 調査方法

4-1 実験概要

実験は毎年8月に彦根市高宮町で行われている『サマーフェスティバルinたかみや～中山道高宮宿の夏まつり～』の一環として行った。どの年の実験でも、「色彩参画」によって飾り付ける色は「赤」と定めている。これは、昔の高宮町にはべんがら色という赤に近い色で塗装された建築物が多かった事。また、江戸時代の彦根城主である井伊直政の「井伊の赤備え」などといったように彦根市の歴史的な色が「赤」である事、「色彩参画」による景観形成実験は高宮町の夏祭りと同時にを行うため祭りの雰囲気を害さないためである。

4-2 調査方法

本研究では、実験の継続による装飾行動の変化をみるため4年間実験中の家々の外観を写した写真データから、家ごとに使用された装飾物を全て調査した。なお、同じ家であっても、参加年度が違う場合は別のデータとして扱っている。また、意識の変化をみるため小田と迫間が研究で使用したアンケート調査票を入手し、2008年の実験後にもアンケート調査を行った。迫間の研究に記載されているヒアリングデータも使用している。また、2008年の実験後のアンケート調査では、

実験対象者の望む自由度と、赤く飾られた町並みへの違和感をみる質問項目も用意した。2005年、2006年、2008年のアンケート調査では、調査対象者の属性をみるため性別、年齢、職業についても調査している。

5. 研究方法

本研究では、「百彩」の日常的景観マネジメントとしての可能性と、他地域で展開する際の有効な知見を得るため、下記の流れに沿って分析を行う。

装飾物の使用と意識の変化の調査の分析

本研究では、年度別家ごとの装飾物について単純集計で得た結果を用いて装飾物についてKJ法を行い、装飾物の種類をカテゴリ別に類型化する。以降このカテゴリを装飾物カテゴリと表記する。さらに各実験参加者についてもKJ法を行い、参加者の飾り付けのパターンを類型化する。以降このパターンを装飾法パターンと表記する。装飾法カテゴリと装飾法パターンをそれぞれ年度別に集計し比較を行う事で、実験の継続による装飾行動の変化を把握する。

また、属性と装飾法パターンと装飾物カテゴリの3つのクロス集計を行う事で、実験対象者の装飾行動、使用する装飾物の傾向を把握した。

また、より詳しく変化を見るために、過去4回の実験全てに参加している36世帯に着目し、装飾物の変化だけでなく、アンケート調査から意識の変化も把握した。

実験対象者の望む自由度の分析

実験対象者が望む自由度を明らかにするために、単純集計を行う。ここではアンケート項目の回答結果を基に、属性、装飾法パターンごとの望まれる自由度の傾向を明らかにする。

実験対象者の持つ赤い町並みへの違和感の分析

実験対象者が持つ赤い町並みへの違和感について明らかにするために、属性、実験への参加回数、装飾法パターンごとの赤い町並みへの違和感の傾向と変化を明らかにする。

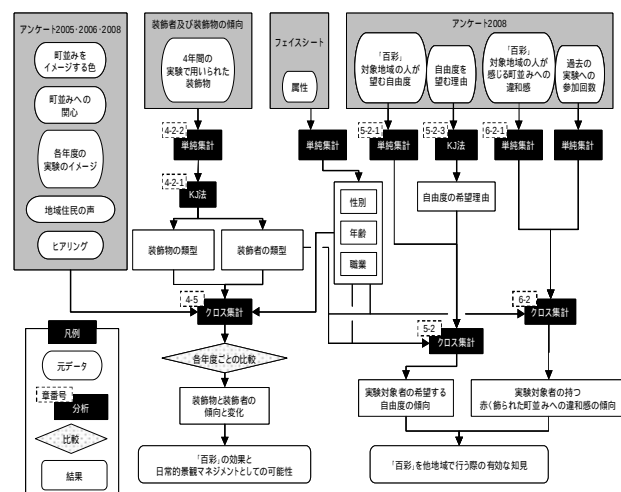


図1 研究のフロー

6. 調査・分析結果

6-1 調査結果

各年度の調査結果を下表に示す。

表1 写真撮影、アンケート及びヒアリング調査実施概要

対象	2005	2006	2007	2008
撮影実施日	2005年8月14日	2006年8月	2007年8月10・11・12日	2008年8月9・10日
撮影世帯数	77世帯	98世帯	98世帯	183世帯
参加世帯数	46世帯	55世帯	57世帯	119世帯
不参加世帯数	31世帯	43世帯	41世帯	64世帯
全年度参加	36世帯			
写真データ	○	○	○	○
アンケートデータ	○	○	×	○
ヒアリングデータ	×	○	×	×
アンケート総回収数/総配布数	77/168	66/150	74/120	74/120
事前アンケート回収数/配布数	38/85	33/75		
事後アンケート回収数/配布数	36/84	33/75		74/120

6-2 装飾法パターン

高宮町の飾り付けに参加した家のデータ全 277 件を、装飾物の使用パターンについて KJ 法を用いて類型化を行った結果、「活気貢献度大」と「活気貢献度小」の2つに分けることができた。また活気貢献度大の内、「活気外観両立型」と「活気優先型」の2つに、活気貢献度小の内、「外観洗練型」と「参加限定型」の2つに分けることができた。各装飾法パターンの名前と分類基準は表2を参照。なお同じ家であっても年度が違えば別データとして扱っている。また、各装飾法パターンの家の外観の例と概要を以下に示す。

表2 装飾法パターンの分類基準と概要

件数	装飾法パターン	分類基準	
35	活気外観両立型	装飾物合計数11以上	装飾物種類数10以下
33	活気優先型		装飾物種類数11以上
108	外観洗練型	装飾物合計数10以下	装飾物合計数5以上
101	参加限定型		装飾物合計数4以下

活気外観両立型



図2 装飾法パターンの例<活気外観両立型>

活気外観両立型の特徴は、町並みの活気付けに大きく貢献し、外観が洗練された印象が有ることである。この飾り方をする人は、自分の家の外観を活気ある物にしたうえで、なにかテーマをもって統一感ある外観づくりをする人や、種類が増えすぎることによって雑多な印象が外観にでるのを嫌った人だと考えられる。

活気優先型



図3 装飾法パターンの例<活気優先型>

活気優先型の特徴は、町並みの活気付けに大きく貢献しているが、外観に雑多な印象が有る事である。活気優先型は、活気外観両立型よりも種類数が多い飾り方である。そのため、同じ数を飾っていても、種類数が多いため活気外観両立型よりも派手な印象を与えることもある。ただし、種類数がおおいため複雑な印象を与え、悪く言えば雑多印象がある外観になる。そのため、例えば衣類を飾りすぎた場合「まるで古着屋のようだ」と言われる事もある。

外観洗練型



図4 装飾法パターンの例<外観洗練型>

外観洗練型の特徴は、町並みの活気付けにはあまり貢献していないが、外観が洗練された印象が有る事である。外観洗練型はそれほど数を飾らない人が属する装飾法パターンである。かといって数が少なすぎて、次に説明する参加限定型ほど寂しい印象を与えるわけではない。また、もともとの数が少ないため、種類数が増えてもそれほど雑多な印象が外観にでることもないという、ある意味数と種類のバランスがとれた飾り方といえる。

参加限定型



図5 装飾法パターンの例<参加限定型>

参加限定型の特徴は、町並みの活気付けにはあまり貢献しておらず、外観に雑多な印象が有る事である。参加限定型は外観からほとんど活気を感じず、飾り方

についても特に意図を感じない家が多く属する装飾法パターンである。「家に飾る物がない」、「老齢で飾り付けるのがおっくうだ」という場合もあるようだ。参加限定型に分類される装飾者は、自分の家の外観に対してあまり興味をもっていない、または何らかの理由で物を飾るという行為を行うのに抵抗がある人が多いのではないかと。

6-3 装飾物カテゴリ

実験に使用された装飾物は、全部で 2243 個、99 種類だった。この 99 種類の装飾物を KJ 法により 11 カテゴリに分類することができた。各カテゴリとその内訳を下表に示す。

表3 装飾物カテゴリとその内訳

2種	着衣系	衣服 履物	7種	入れ物系	かぼんリュックサック かご・箱・クーラーボックス ゴミ箱 バケツ 袋・巾着 ふた ポリタンク 椅子 アイロン うちわ・扇子 懐中電灯 拡声器 傘 鞆 クッション・座布団 消火器 除雪シャベル スコップ すたれ スプレー缶 掃除機 たらい・洗面器・桶
3種	布系	布 ハンカチ タオル 支給紐 風車 飾り(リボン等) 紙 提灯 テープ 動物・人 のぼり・のれん・看板 旗 紐・糸 ひょうたん 風鈴 おもちゃ お面 デンデン太鼓 人形 ぬいぐるみ・クッション	31種	家財道具系	コップ 牛乳パック・お菓子箱 計量はかり 三角コーナー 食器 電気ポット 湯づかみ ビール箱 プラスチックボトル やかん 三角停止板 車 コーン 二輪車 自転車 造花 花器 ジョウロ 花・鉢植え 鉢植えの水受け
12種	装飾系				ハンガー・S字フック ヒーター 布団・マット 文房具 棒 本 ラジカセ 鏡 メガホン 板 トマト 鏡 名称不明
5種	玩具系				
10種	キッチン系	キッチン 牛乳パック・お菓子箱 計量はかり 三角コーナー 食器 電気ポット 湯づかみ ビール箱 プラスチックボトル やかん 三角停止板 車 コーン 二輪車 自転車 造花 花器 ジョウロ 花・鉢植え 鉢植えの水受け			
5種	乗り物系				
5種	植栽系				
10種	レジャー系	ソリ 浮き輪 キックボード ゴルフクラブカバー スキー板 なわとび バット ビーチボール ヘルメット レジャーシート			

6-4 装飾法パターン及び装飾物カテゴリの変化

実験への参加回数と装飾法パターンのクロス集計結果を図5に示す。

- ・実験へ参加を重ねることで、活気貢献度大の装飾法パターンの割合が大きくなる事が分かった。特に活気外観両立型の割合が大きくなる事が分かった

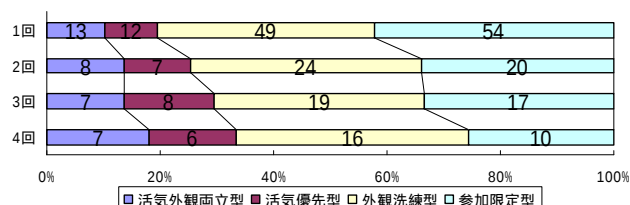


図6 参加回数×装飾法パターン

6-5 実験参加者が望む自由度

装飾物のテーマ設定に関する質問項目の回答と装飾法パターンのクロス集計結果を図7に示す。

- ・装飾法パターンごと割合で見た場合、活気外観両立型では、色に関する限定を望む人の割合が大きい事が分かった。

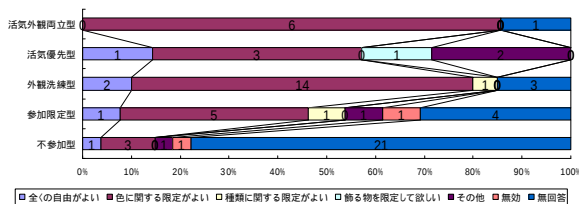


図7 自由度についての回答と装飾法パターン

6-6 赤く飾られた町並みへの違和感

赤く飾られた町並みへの違和感に関する項目と、装飾法パターンのクロス集計結果を図8に、過去に実験に参加した回数とのクロス集計結果を図9に示す。

- ・活気貢献度大の装飾法パターンの方が、活気貢献度小の装飾法パターンより、赤く飾られた町並みへの違和感を持たない傾向にある事が分かった。
- ・活気貢献度大の内でも、活気外観両立型の方が、活気優先型より赤く飾られた町並みへの違和感を持たない傾向にある事が分かった。
- ・参加回数を重ねることで、赤く飾られた町並みに対して違和感を持たなくなる傾向にある事が分かった。

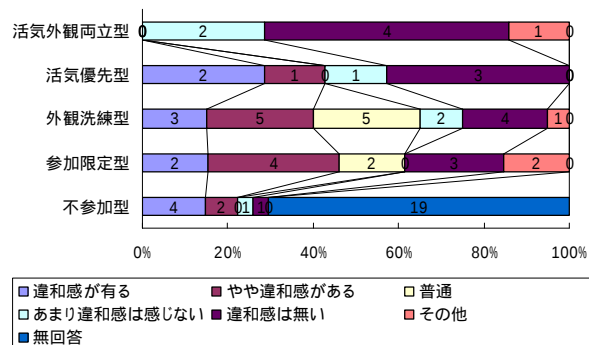


図8 違和感の有無についての回答と装飾法パターン

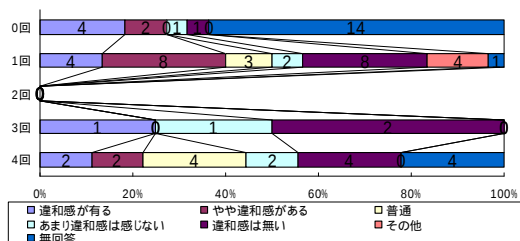


図9 違和感の有無についての回答と参加回数

7. 結論

7-1 「百彩」の効果

「百彩」というイベントには、多くの地域住民が参加を継続することで、活気ある町並みや整った景観を作り出す効果があると共に、活気やまとまりのある景観を作りだそうとする地域住民を増やすという効果があると考えられる。「百彩」で自作された装飾物や、植栽などの日頃から軒先に置いておける装飾物を使うことで、日常的に継続して、活気ある町並みを作り出すことが可能となるといえる。つまり「百彩」は日常的な景観マネジメントの手法になりうると考えられる。

7-2 他地域で「百彩」を行う際に

「百彩」を新しい地域で行う際に、活気だけでなく美観も考えて飾り付けを行う活気外観両立型の装飾法パターンになるようにすることで、より早く「百彩」が地域に定着すると考えられる。

装飾物の条件として、色に関する限定を行う。

装飾系の装飾物の使用を推奨する。

他の装飾者と装飾物が重なり普遍化してしまわないように、一つの家が使用する種類数が、6以下になることを推奨する。

参加回数を重ねる。

「百彩」を行う呼びかけに際して、以上の4つの項目を「百彩」対象者につたえることで、活気外観両立型の装飾者を増やすことができると考えられる。

8. 課題

対象地域の住民はほとんど高齢者であるなど属性に偏りがみられ、同対象を続けて調査対象としたため、それ以外の属性（若年層等）が「百彩」の対象となった場合の結果を見ることができなかった。都市部などの近代的な地域での「百彩」の効果についても言及できていない。また、調査結果には赤を用いたことによる効果も含まれている可能性が考えられる。

9. 参考文献

- 1) 田畑貞寿, 他: 城跡の公園化と歴史的環境の整備, 造園雑誌, 1990, 53(5), 169-174, (1990)
- 2) 岸田里佳子: 景観法の活用について, 建築雑誌, 120(1527), 23-27 (2005)
- 3) 鈴木智香子: 戸田市都市景観条例のける「三軒協定」に関する研究・町並み形成施策上の位置づけと「三軒協定」締結状況, 学術講演梗概集, 2007, 41(3), 133-134 (2007)
- 4) 小田憲治, 近藤隆二郎: 市民による「色彩参画」と街並みの景観イメージとの関係に関する研究, 都市計画論文集, 41(3), 511-516 (2006)
- 5) 迫間勇人: まちの開示に見るコミュニティの結合効果に関する研究, 滋賀県立大学環境科学部環境社会計画専攻学士論文, (2006)

The possibility of “Hyakusai” for landscape management by daily technique that seems from transition of ornaments .

Kiyoshi MATSUO

1 . Background

It is chiefly externals of the building that form the landscape of a modern town . However , it is difficult to transition that . Then , being thought : landscape management by daily technique . (External are united by decorating the thing , planting , etc .

“Hyakusai” is an event of the citizens participation type .The resident can use a red thing as a decoration . It can be said that “Hyakusai” is a kind of daily landscape management in the point of decorating the front of the house with the familiar one with an own hand .

2 . Purpose

- 1) Clarifying the transition in the decoration action .
- 2) Clarifying the condition of the ornamental for which the experiment participant hopes .
- 3) Clarifying the presence of the sense of incompatibility to the experiment .

3 . Research method

3-1 experiment

“Hyakusai” has been for four years for the resident of Hikone City Takamiya-cho for four years .

3-2 investigation method

A method of this study is two . One is counting the ornament in Hyakusai the past four years .Second is a questionnaire survey to clarify an effect to the experimenter .

4 . Investigation result and conclusion

- Participant's decoration method was able to be classified into 4 patterns .
- The ornamental was able to be classified into 11 categories .
- That number of participant of certain type has increases . That type is a tendency the number of ornament used and to decrease a kind of ornament used .
- Many participants hope for the limitation of the color .
- The more a participation frequency in Event increases , the more a sense of incompatibility to a decorated town decreases .
- The method to fix “Hyakusai” on a district seems to the participant to be a pattern of the compatible model with the vigos and the external .

目 次

第一章	序論	1
1-1	研究の背景	1
1-2	「百彩」の既往研究	1
1-2-1	既往研究の整理	1
1-2-2	日常的に町並みをマネジメントする手法としての「百彩」	3
1-3	研究の目的・意義	3
1-3-1	本研究の目的	3
1-3-2	本研究の意義	3
1-4	本研究の構成	3
第二章	実験・調査概要	7
2-1	赤を用いた「色彩参画」による景観形成実験	7
2-1-1	実験概要	7
2-1-2	街路の飾り方	8
2-2	実験対象	9
2-2-1	実験対象地域概要	9
2-2-2	実験対象者概要	9
2-3	実験・調査の流れ	10
2-4	実験に使用された装飾物に関する調査	12
2-4-1	調査概要	12
2-5	装飾物のテーマ設定及び赤色への違和感に関するアンケート調査	12
2-5-1	調査概要	12
2-5-2	装飾物のテーマ設定に関するアンケート調査	13
2-5-3	赤く飾られた町並みへの違和感に関するアンケート調査	13
2-6	実験対象者の意識変化に関する調査	14
2-6-1	調査概要	14
2-6-2	「百彩」に関する意識のアンケートによる調査項目	14
2-6-3	「百彩」に関する意見のヒアリングによる調査項目	16
第三章	分析方法	19
3-1	分析の流れ	19
第四章	調査対象者の装飾行動における変化と使用される装飾物	21
4-1	調査実施概要	21
4-1-1	調査対象者	21
4-1-2	調査対象者のサンプリング	22
4-2	装飾法パターンと装飾物カテゴリ	22
4-2-1	装飾物の使用傾向によるサンプルの類型化	22
4-2-2	装飾法パターンの代表的な例と考察	23

4-2-3	装飾物の種類の類型化	26
4-2-4	装飾物カテゴリの代表的な例の写真	28
4-3	装飾行動の変化（全体）	41
4-3-1	サンプルの特徴	41
4-3-2	装飾法パターンの変化	44
4-3-2-1	装飾法パターンの変化（全サンプル）	44
4-3-2-2	装飾法パターンの変化（4回参加世帯）	45
4-3-2-3	実験への参加回数と装飾法パターン	46
4-3-3	装飾行動の変化（全体）のまとめ	47
4-4	装飾行動の変化（個別）	48
4-4-1	サンプルの特徴（4回参加世帯）	48
4-4-2	装飾行動の変化（4回参加世帯）	51
4-4-3	装飾行動の変化（個別）のまとめ	126
4-5	飾り付けに使用された装飾物の傾向	127
4-5-1	サンプルの特徴	127
4-5-2	装飾物の使用傾向の変化	131
4-5-3	飾り付けに使用された装飾物の傾向のまとめ	133
4-5-3-1	属性ごとの装飾物の使用傾向	133
4-5-3-2	装飾法パターンごとの装飾物の使用傾向	133
4-6	四章のまとめ	133
第五章	調査対象者の望む装飾物のテーマ設定	137
5-1	望まれる自由度に関するアンケート結果	137
5-2	望まれる自由度の傾向	137
5-2-1	自由度についての回答	137
5-2-2	回答と属性及び装飾法パターンとの相関	138
5-2-3	アンケートの回答理由	141
5-3	五章のまとめ	143
第六章	調査対象者の抱く赤い町並みへの違和感	145
6-1	赤い町並みへの違和感に関するアンケート結果	145
6-2	赤い町並みへの違和感に関する傾向	145
6-2-1	違和感についての回答	145
6-2-2	回答と属性及び装飾法パターンとの相関	146
6-2-3	赤い町並みに対して感じる違和感の回答と装飾法パターン	150
6-3	六章のまとめ	151
第七章	結論	153
7-1	各章のまとめ	153
7-2	「百彩」の効果と他地域で行う際の提案	155
7-2-1	「百彩」の効果	155

7-2-2	「百彩」を他地域で行う際に	156
7-3	本研究の課題と今後の展望	157
7-3-1	本研究の課題	157
7-3-2	今後の展望	158

謝辞

APPENDIX

図 表 目 次

【図】

図 1-1	本研究の構成	5
図 2-1	2005 年の実験調査対象範囲	8
図 2-2	2006・2007 年の実験調査対象範囲	8
図 2-3	2008 年の実験調査対象範囲	8
図 2-4	2005 年の実験・調査の流れ	10
図 2-5	2006 年の実験・調査の流れ	10
図 2-6	2008 年の実験・調査の流れ	11
図 3-1	分析の流れ	19
図 4-1	各装飾法パターンの分布	23
図 4-2	装飾法パターンの例＜活気外観両立型＞	21
図 4-3	装飾法パターンの例＜活気優先型＞	24
図 4-4	装飾法パターンの例＜外観洗練型＞	22
図 4-5	装飾法パターンの例＜参加限定型＞	23
図 4-6	装飾法パターンと性別	42
図 4-7	装飾法パターンと年齢	43
図 4-8	装飾法パターンと職業	43
図 4-9	年度別装飾法パターン数（全サンプル）の割合	44
図 4-10	年度別装飾法パターン数（実験に 4 回参加したサンプル）	45
図 4-11	実験への参加回数別装飾法パターン	46
図 4-12	年度別実験初参加サンプルの装飾法パターン	47
図 4-13	四回参加世帯の性別	49
図 4-14	四回参加世帯の年齢	50
図 4-15	四回参加世帯の職業	50
図 4-16	S 寿司店 2005 年外観	51
図 4-17	S 寿司店 2006 年外観	51
図 4-18	S 寿司店 2007 年外観	51
図 4-19	S 寿司店 2008 年外観	51
図 4-20	O 食料品店 2005 年外観	53
図 4-21	O 食料品店 2006 年外観	53
図 4-22	O 食料品店 2007 年外観	53
図 4-23	O 食料品店 2008 年外観	53
図 4-24	I 茶館 2005 年外観	55
図 4-25	I 茶館 2006 年外観	55
図 4-26	I 茶館 2007 年外観	55

図 4-27	I 茶館 2008 年外観	55
図 4-28	W 理容店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	57
図 4-29	W 理容店 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）	57
図 4-30	M 精肉店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	59
図 4-31	M 精肉店 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）	59
図 4-32	T.N 宅 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	60
図 4-33	T.N 宅 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）	60
図 4-34	A 製菓 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	62
図 4-35	A 製菓 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）	62
図 4-36	空き家 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	64
図 4-37	空き家 2007 年外観	64
図 4-38	空き家 2008 年外観	64
図 4-39	N 時計・眼鏡店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	65
図 4-40	N 時計・眼鏡店 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）	65
図 4-41	S.K 宅 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	68
図 4-42	S.K 宅 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）	68
図 4-43	K.K 宅 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	70
図 4-44	K.K 宅 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）	70
図 4-45	A.S 宅 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	72
図 4-46	A.S 宅 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）	72
図 4-47	T.M 宅 2005 年外観	74
図 4-48	T.M 宅 2006 年外観	74
図 4-49	T.M 宅 2007 年外観	74
図 4-50	T.M 宅 2008 年外観	74
図 4-51	B 宅 2005 年外観	77
図 4-52	B 宅 2006 年外観	77
図 4-53	B 宅 2007 年外観	77
図 4-54	B 宅 2008 年外観	77
図 4-55	C 店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	79
図 4-56	C 店 2007 年外観	79
図 4-57	C 店 2008 年外観	79
図 4-58	K 米穀店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	78
図 4-59	K 米穀店 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）	81
図 4-60	T.K 宅 2007 年外観	83
図 4-61	T.K 宅 2006 年外観	83
図 4-62	T.K 宅 2007 年外観	83
図 4-63	T.K 宅 2008 年外観	83
図 4-64	K 金物店 2005 年外観	85

図 4-65	K 金物店 2006 年外観	85
図 4-66	K 金物店 2007 年外観	85
図 4-67	K 金物店 2008 年外観	85
図 4-68	S.T 宅 2005 年外観	87
図 4-69	S.T 宅 2006 年外観	87
図 4-70	S.T 宅 2007 年外観	87
図 4-71	S.T 宅 2008 年外観	87
図 4-72	N ベーカリー 2005 年外観	89
図 4-73	N ベーカリー 2006 年外観	89
図 4-74	N ベーカリー 2007 年外観	89
図 4-75	N ベーカリー 2008 年外観	89
図 4-76	I.I 宅 2005 年外観	92
図 4-77	I.I 宅 2006 年外観	92
図 4-78	I.I 宅 2007 年外観	92
図 4-79	I.I 宅 2008 年外観	92
図 4-80	M 輪業 2005 年外観	95
図 4-81	M 輪業 2006 年外観	95
図 4-82	M 輪業 2007 年外観	95
図 4-83	M 輪業 2008 年外観	95
図 4-84	W ふとん店 2005 年外観	98
図 4-85	W ふとん店 2006 年外観	98
図 4-86	W ふとん店 2007 年外観	98
図 4-87	W ふとん店 2008 年外観	98
図 4-88	A 佛壇店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	100
図 4-89	A 佛壇店 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）	100
図 4-90	K.W 宅 2005 年外観	102
図 4-91	K.W 宅 2006 年外観	102
図 4-92	K.W 宅 2007 年外観	102
図 4-93	K.W 宅 2008 年外観	102
図 4-94	K 宅 2005 年外観	105
図 4-95	K 宅 2006 年外観	105
図 4-96	K 宅 2007 年外観	105
図 4-97	K 宅 2008 年外観	105
図 4-98	M.N 宅 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	107
図 4-99	M.N 宅 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）	107
図 4-100	M 商店 2005 年外観	108
図 4-101	M 商店 2006 年外観	108
図 4-102	M 商店 2007 年外観	108

図 4-103	M 商店 2008 年外観	108
図 4-104	I 歯科医院 2005 年外観	110
図 4-105	I 歯科医院 2006 年外観	110
図 4-106	I 歯科医院 2007 年外観	110
図 4-107	I 歯科医院 2008 年外観	110
図 4-108	Y 商店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	112
図 4-109	Y 商店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	112
図 4-110	T.B 宅 2005 年外観	114
図 4-111	T.B 宅 2006 年外観	114
図 4-112	T.B 宅 2007 年外観	114
図 4-113	T.B 宅 2008 年外観	114
図 4-114	M ヘアサロン 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	116
図 4-115	M ヘアサロン 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）	116
図 4-116	C クリーニング店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	116
図 4-117	C クリーニング店 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）	116
図 4-118	N 電気店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）	119
図 4-119	N 電気店 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）	119
図 4-120	K 食料品店 2005 年外観	121
図 4-121	K 食料品店 2006 年外観	121
図 4-123	K 食料品店 2007 年外観	121
図 4-124	K 食料品店 2008 年外観	121
図 4-125	B メガネショップ 2005 年外観	124
図 4-126	B メガネショップ 2006 年外観	124
図 4-127	B メガネショップ 2007 年外観	124
図 4-128	B メガネショップ 2008 年外観	124
図 4-129	装飾物カテゴリと性別	129
図 4-130	装飾物カテゴリと年齢	129
図 4-131	装飾物カテゴリと職業	130
図 4-132	装飾法パターンごとの使用された装飾物カテゴリ	131
図 4-133	年度ごとの装飾物カテゴリの合計数	132
図 5-1	自由度についての回答と性別	139
図 5-2	自由度についての回答と年齢	139
図 5-3	自由度についての回答と職業	140
図 5-4	自由度についての回答と装飾法パターン	141
図 6-1	赤い町並みに対する違和感の有無についての回答と性別	147
図 6-2	赤い町並みに対する違和感の有無についての回答と年齢	147
図 6-3	赤い町並みに対する違和感の有無についての回答と職業	148
図 6-4	赤い町並みに対する違和感の有無についての回答と参加回数	149

図6-5	2008年初実験対象サンプルの赤い町並みに対する違和感の有無についての回答	149
図6-6	赤い町並みに対する違和感の有無についての回答と装飾法パターン	150

【表】

表 2-1	2005 年の実験・調査の流れと対象者の動き	7
表 2-2	2006 年の実験・調査の流れと対象者の動き	10
表 2-3	2007 年の実験・調査の流れと対象者の動き	11
表 2-4	2008 年の実験・調査の流れと対象者の動き	11
表 2-5	フェイスシート	12
表 2-6	装飾物のテーマ設定に関する項目	13
表 2-7	装飾物のテーマ設定に対する回答理由に関する項目	13
表 2-8	過去に参加した飾り付けに関する項目	14
表 2-9	赤く飾られた町並みへの違和感に関する項目	14
表 2-10	町並みをイメージする色に関する項目	15
表 2-11	町並みへの感心に関する項目	15
表 2-12	町並みへの感心に関する項目	15
表 2-14	百彩創装に対して抱いたイメージに関する調査項目	15
表 2-15	続・百彩に対して抱くイメージに関する調査項目	16
表 2-16	百彩 2007！への抱負に関する調査項目	16
表 2-17	地域住民の声に関する調査項目	16
表 2-18	2006 年のヒアリング項目	16
表 4-1	写真撮影，アンケート調査実施概要	21
表 4-2	装飾法パターンの分類基準と概要	22
表 4-3	各装飾法パターンの件数	23
表 4-4	装飾物カテゴリ	27
表 4-5	着衣系装飾物の代表例	28
表 4-6	布系装飾物の代表例	28
表 4-7	装飾系装飾物の代表例	29
表 4-8	玩具系装飾物の代表例	30
表 4-9	キッチン系装飾物の代表例	31
表 4-10	乗り物系装飾物の代表例	32
表 4-11	植栽系装飾物の代表例	33
表 4-12	レジャー系装飾物の代表例	34
表 4-13	入れ物系装飾物の代表例	36
表 4-14	家財道具装飾物の代表例	37
表 4-15	その他装飾物の代表例	41
表 4-16	調査対象者の装飾法パターンと性別及び年齢	42
表 4-17	4 回参加世帯の装飾法パターンと職業	42
表 4-18	年度別装飾法パターン数（全サンプル）	44
表 4-19	年度別パターン数（4 回参加世帯）	45

表 4-20	4 回参加世帯の性別及び年齢	49
表 4-21	4 回参加世帯の職業	49
表 4-22	S 寿司店の年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	52
表 4-23	S 寿司店の装飾物	52
表 4-24	O 食料品店の年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	54
表 4-25	O 食料品店の装飾物	54
表 4-26	I 茶館の変化年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	56
表 4-27	I 茶館の装飾物	56
表 4-28	I 茶館の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	56
表 4-29	I 茶館の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答	56
表 4-30	W 理容店の年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	57
表 4-31	W 理容店の装飾物	57
表 4-32	W 理容店の 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	58
表 4-33	W 理容店の 2005 年・2006 年・2007 年の事後アンケート回答	58
表 4-34	W 理容店の 2006 年のみのアンケート回答	58
表 4-35	W 理容店のアンケートへの自由記述	58
表 4-36	M 精肉店の年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	59
表 4-37	M 精肉店の装飾物	59
表 4-38	T.N 宅の変化年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	59
表 4-39	T.N 宅の変化装飾物	59
表 4-40	T.N 宅の 2006 年のみのアンケート回答	61
表 4-41	T.N 宅の 2005 年・2006 年・2008 年尾の自由記述とヒアリングの回答	61
表 4-42	A 製菓年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	62
表 4-43	A 製菓装飾物	62
表 4-44	A 製菓 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	63
表 4-45	A 製菓 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	63
表 4-46	A 製菓 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答	63
表 4-47	空き家の年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	64
表 4-48	空き家の S 店の装飾物	65
表 4-48	N 時計・眼鏡店の年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	66
表 4-49	N 時計・眼鏡店の装飾物	66
表 4-50	N 時計・眼鏡店の 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	66
表 4-51	N 時計・眼鏡店の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	66
表 4-52	N 時計・眼鏡店の 2006 年のみのアンケート回答	66
表 4-53	N 時計・眼鏡店の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答	67
表 4-54	N 時計・眼鏡店の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答	67

表 4-55	S.K 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数	68
表 4-56	S.K 宅の装飾物	68
表 4-57	S.K 宅の 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	68
表 4-58	S.K 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	68
表 4-59	S.K 宅の 2006 年のみのアンケート回答	68
表 4-60	S.K 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答	68
表 4-61	K.K 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数	70
表 4-62	K.K 宅の装飾物	71
表 4-63	K.K 宅の 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	71
表 4-64	K.K 宅の 2006 年のみのアンケート回答	71
表 4-65	K.K 宅の 005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答	71
表 4-66	A.S 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数	72
表 4-67	A.S 宅の装飾物	72
表 4-68	A.S 宅の 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	73
表 4-69	A.S 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	73
表 4-70	A.S 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答	73
表 4-71	T.M 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数	75
表 4-72	T.M 宅の装飾物	75
表 4-73	T.M 宅の 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	75
表 4-74	T.M 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	75
表 4-75	T.M 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答	75
表 4-76	B 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数	78
表 4-77	B 宅の装飾物	78
表 4-78	C 店の年度別属性，装飾法パターン，合計数	79
表 4-79	C 店の装飾物	80
表 4-80	K 米穀店の年度別属性，装飾法パターン，合計数	81
表 4-81	K 米穀店の装飾物	81
表 4-82	K 米穀店の 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	81
表 4-83	K 米穀店の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	82
表 4-84	K 米穀店の装飾物	82
表 4-85	K 米穀店の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答	82
表 4-86	T.K 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数	84
表 4-87	T.K 宅の装飾物	84
表 4-88	K 金物店の年度別属性，装飾法パターン，合計数	86
表 4-89	K 金物店の装飾物	86
表 4-90	K 金物店の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答	86
表 4-91	S.T 宅の変化年度別属性，装飾法パターン，合計数	88
表 4-92	S.T 宅の変化装飾物	88

表 4-93	N ベーカリーの変化年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	90
表 4-94	N ベーカリーの変化装飾物	90
表 4-95	N ベーカリーの変化 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	90
表 4-96	N ベーカリーの変化 2005 年・2006 年・2008 年尾の事後アンケート回答	90
表 4-97	N ベーカリーの変化 2005 年・2006 年・2008 年尾の自由記述とヒアリング の回答	90
表 4-98	I.I 宅の年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	93
表 4-99	I.I 宅の装飾物	93
表 4-100	I.I 宅の 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	93
表 4-101	I.I 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	93
表 4-102	I.I 宅の 2006 年のみのアンケート回答	93
表 4-103	I.I 宅の 2006 年のみのアンケート回答	94
表 4-104	I.I 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答	94
表 4-105	M 輪業の年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	96
表 4-106	M 輪業の装飾物	96
表 4-107	M 輪業の 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	96
表 4-108	M 輪業の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	96
表 4-109	M 輪業の 2006 年のみのアンケート回答	96
表 4-110	M 輪業の 2005 年・2006 年・2008 年尾の自由記述とヒアリングの回答	96
表 4-111	W ふとん店の年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	99
表 4-112	W ふとん店の装飾物	99
表 4-113	A 佛壇店の変化年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	100
表 4-114	A 佛壇店の装飾物	100
表 4-115	A 佛壇店の 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	100
表 4-116	A 佛壇店の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	101
表 4-117	A 佛壇店の 2006 年のみのアンケート回答	101
表 4-118	A 佛壇店の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答	101
表 4-119	K.W 宅の年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	102
表 4-120	K.W 宅の装飾物	102
表 4-121	K.W 宅の 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	102
表 4-122	K.W 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	103
表 4-123	K.W 宅の 2006 年のみのアンケート回答	103
表 4-124	K.W 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述の回答	103
表 4-125	K.W 宅の 2005 年・2006 年・2008 年のヒアリングの回答	103
表 4-126	K 宅の変化年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	106
表 4-127	K 宅の変化装飾物	106
表 4-128	M.N 宅の年度別属性, 装飾法パターン, 合計数	107
表 4-129	M.N 宅の装飾物	107

表 4-130	M 商店の年度別属性，装飾法パターン，合計数	109
表 4-131	M 商店の装飾物	109
表 4-132	M 商店の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答	109
表 4-133	I 歯科医院の年度別属性，装飾法パターン，合計数	111
表 4-134	I 歯科医院の装飾物	111
表 4-135	I 歯科医院の 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	111
表 4-136	I 歯科医院の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	111
表 4-137	I 歯科医院の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述の回答	111
表 4-138	I 歯科医院の 2005 年・2006 年・2008 年のヒアリングの回答	111
表 4-139	Y 商店の年度別属性，装飾法パターン，合計数	113
表 4-140	Y 商店の装飾物	113
表 4-141	T.B 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数	115
表 4-142	T.B 宅の装飾物	115
表 4-143	M ヘアーサロンの装飾物	116
表 4-144	M ヘアーサロンの装飾物	116
表 4-145	C クリーニング店の年度別属性，装飾法パターン，合計数	118
表 4-146	C クリーニング店の装飾物	118
表 4-147	N 電気店の年度別属性，装飾法パターン，合計数	119
表 4-148	N 電気店の装飾物	119
表 4-149	N 電気店の 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	120
表 4-150	N 電気店の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	120
表 4-151	K 食料品店の年度別属性，装飾法パターン，合計数	122
表 4-152	K 食料品店の装飾物	122
表 4-153	K 食料品店の 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	122
表 4-154	K 食料品店の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	122
表 4-155	K 食料品店の 2006 年のみのアンケート回答	122
表 4-156	K 食料品店の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答	122
表 4-157	B メガネショップ年度別属性，装飾法パターン，合計数	125
表 4-158	B メガネショップの装飾物	125
表 4-159	B メガネショップの 2005 年・2006 年の事前アンケート回答	125
表 4-160	B メガネショップの 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答	125
表 4-161	B メガネショップの 2006 年のみのアンケート回答	125
表 4-162	B メガネショップの 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリング の回答	125
表 4-163	4 年間で使用された装飾物カテゴリの総使用数と総使用件数	127
表 4-164	装飾物カテゴリと性別及び年齢	128
表 4-165	装飾物カテゴリと職業	128
表 4-166	装飾法パターンごとの使用された装飾物カテゴリ	130

表 4-167	年度ごとの使用された装飾物カテゴリ	132
表 5-1	自由度についての回答数	137
表 5-2	自由度についての回答と性別及び年齢	138
表 5-3	自由度についての回答と職業	138
表 5-4	回答理由の分類内訳	142
表 5-5	アンケート回答と回答理由のクロス集計	142
表 6-1	赤い町並みに対して抱く違和感についての回答数	145
表 6-2	赤い町並みに対して抱く違和感についての回答と性別及び年齢	146
表 6-3	赤い町並みに対して抱く違和感についての回答と職業	146

第一章 序論

1-1 研究の背景

「高度経済成長によって開発が急激に進む一方で、自然環境や歴史的環境の破壊が起こった」¹⁾一方で「経済社会の成熟化に伴い、人々の価値観も量的充実から質的向上へと変化し、生活空間の質の向上という観点から、個性ある美しい街並みや景観の形成が求められる」²⁾という様相があり、近年風景や町並みといった景観が見直されつつある。

しかし近代の町並みにおいて、景観を形成するのは主に建築物の外観であるが、それに手を加えるのは難しい。そこで考えられるのが、植栽やフラッグなど、物を飾ることで景観を統一するといった日常的な手法による景観マネジメントである。鈴木³⁾は研究の中で、日常的に街並みをコントロールするとは、「例えば植栽や生け垣の整備等、日常的に街並みをマネジメントする方法である。建築物の更新が無くとも、日常生活の延長線上で常時操作可能である。町並みの骨格としての、建築物の位置等の更新は不可能であるが、町並みの顔とも言える表層部分へのアプローチとしては最適な方法である」³⁾と述べている。

1-2 「百彩」の既往研究

1-2-1 既往研究の整理

「百彩」には二つの既往研究がある。一つは H17 年の小田⁴⁾による、赤を用いた色彩参画「百彩」が住民に与える景観イメージについての研究である。もう一つは H18 年の迫間⁵⁾による、「百彩」が与えるコミュニティの結合効果についての研究である。

小田憲治，近藤隆二郎：市民による「色彩参画」と街並みの景観イメージとの関係に関する研究，都市計画論文集，41(3)，511-516（2006）

小田は「市民参画」を促すために、街並みの連続性を仮設するアートの手法として、「色彩参画」というものを提案した。「色彩参画」とは、「決められた色を持つ任意の要素を市民が街並みに飾り付けることによって街路景観への形成に参画すること」である。

本研究で分析対象とする「百彩」とは、滋賀県彦根市高宮町の旧中山道沿いにおいて、「赤を用いて行われた色彩参画」のことである。なお、決められた色に従って市民が飾った物の事を、本研究では以降「装飾物」と表記する。例として装飾物を挙げるなら、軒先に吊られた赤いシャツなどの衣類、家屋の前面に貼られた赤い布、家屋の前におかれた赤い花などである。小田は「百彩」を実地する事で地域住民の景観イメージがどのように変化するかを調査し、住民が景観に対して動的に関わることにより、町並みの古さに対する不満が減少し、活気を感じるようになるという事を明らかにした。また、中村⁶⁾⁷⁾の仮想行動の考え方に基づき、百彩は楽しみながら景観に「触れる」ことができる手法であるとしている。仮想行動の考え方については、中村が山水画の鑑賞方法の一つである「臥遊」を例に挙げ、「『臥遊』とは、観る者が画中の人物にのり移って、山水の趙遙を楽しむことをいう。

空間の知覚は、多少とも、このような仮想の行動に人を誘いこむ性質をもっている。」⁶⁾と述べている。また、中村は景観を見るとき「私たちの視線はたしかに触覚性を帯びている」⁷⁾と述べている。これらの事から小田は、「つまり、中村の唱える、景観を捉える際に用いる身体的感覚とは、触るように景観を眺めることであり、視覚を用いて仮想的に街並みの景観に触れることであると言える」として、「色彩参画」という体験によって、街並みの景観に“触れる”(視覚以外の感覚によって街並みの景観を捉える)ことを「街並みに触れる」、視覚によって街並みの景観を捉えることを「街並みを見る」と言い換えることが出来よう」と主張し、「色彩参画」とは「実際に景観の形成を行うことで、視覚以外の身体的感覚を用いて積極的に景観に関わる手法である」としている。また、「今後、市民が景観計画や景観協定などの策定といった、日常の景観を作る際に、市民が参画するための入り口として用いられることが望ましい」としている。

迫間勇人：まちの開示に見るコミュニティの結合効果に関する研究，学部環境社会計画専攻学士論文，(2006)

迫間は、小田が「百彩」を対象に実験を行った翌年度、小田と同じ手法によって「百彩」によって地域住民の景観イメージがどのように変化したのかを調べることにより、「百彩」による経年的な景観イメージの変化を調査した。それにより、「百彩」による地域住民の景観イメージの変化は一時的な物であることが示唆されており、ヒアリング調査から、住民の中で「百彩」への理解が現状では不足しており、意識、イメージを継続的に変化させるには不十分であるという意識があることが分かっている。景観イメージやまちづくりなどを持続的に変化させるためには、十分な実験への理解とまちづくりへの向上心が関与していると考えられる。また景観イメージが複雑から単調へ大きく変化している事がわかっている。H17年は初めてであったので初めて見る景観に「複雑」という感覚を持っていた者がH18年には頭の中でも整理がつき、すでにみたことのある景観になってしまったため、「単調」へ変化してしまったと考えられる。また、ヒアリング調査から、継続する事で「百彩」への認知、理解は深まっており、そのため「マンネリ化への危機感」があると考えられている。一方で迫間は、「百彩」によるコミュニティの結合効果も調査している。迫間の研究における「コミュニティ」とは数多くあるコミュニティ論の中でも、直接的なコミュニケーションと「地域」の生活行為と空間利用の関係について述べた高橋⁸⁾⁹⁾が定義する、「地域における生活行為のために、住居を中心とする地理的範囲の事故の領域として保有するもの」⁷⁾という立場をとっている。また「結合」とは、人間同士の繋がりとしている。高橋はこのような人間同士の繋がりを「人間結合」と呼んでいる。上記より迫間の研究における「コミュニティの結合」とは、地域における生活行為のために、住民同士を中心とする地理的範囲を事故の領域として保有するものの中で起こる、人間同士の繋がりのことである。「百彩」の事前と事後に行ったコミュニケーションの広がりの変化に関するアンケー

ト結果では、事前と事後の変化は赤い物を飾った人の変化が最も高く、最も多くのコメントを得ることができた。よって、もっと多くのコミュニティ結合の傾向が見られるのが赤い物を飾った人同士であると考えられる。また「百彩」によって赤い物を飾るというアザ外の人との共通意識が生まれたことにより、アザ外の人とのより広範囲なコミュニケーションが生まれ、コミュニティ結合の効果があると考えられている。

1-2-2 日常的に町並みをマネジメントする手法としての「百彩」

「百彩」は、旧中山道宿場町を舞台に、一つの通りを家庭にあるありふれた道具を用いて、各家の住民が自らの家の軒先に自らの手で飾り景観を作っていくという、市民参加型のイベントである。この住民が自らの手で、自らの家を飾り付けるという行動は、「百彩」においては1日から3日間の一時的なものではあるが、日常的な手法による景観マネジメントの一種であるといえる。本研究における日常的景観マネジメントとは、日常の延長線上にある手法によって町並みを形成する事である。

1-3 研究の目的・意義

1-3-1 本研究の目的

先に二つの「百彩」に関する研究を紹介した。しかし、「百彩」の継続による、地域住民の装飾行動の変化や、使用される装飾物に着目した研究はなされていない。そこで本研究では、「百彩」参加者の装飾行動の変化を明らかにすることで、「百彩」の効果をより明確にすると共に、参加者に及ぼす意識の変化についても言及し、「百彩」の「日常的景観マネジメント」としての可能性を明らかにする。

また「百彩」において参加者がどのような飾り方をするのか、どのような物を飾りに使うかをあきらかにする一方で、「百彩」において使用する決められた物の条件について、参加者がどのような条件を望むかを明らかにし、参加者赤く飾られた町並みに対して持つ違和感が、実験の継続によってどのように変化についても明らかにしていく。

1-3-2 本研究の意義

本研究の意義は、参加者の装飾行動と意識の変化から、「百彩」の日常的景観マネジメントとしての可能性がいえる点 地域住民が望む装飾物の条件から、他地域で百彩を行うための有効な知見を得ることができる点 地域住民の赤い町並みへの違和感の変化から、実験が地域に定着するための有効な知見を得ることができる点の3点である。

1-4 本研究の構成

本研究は6つの章によって構成されている。各章の内容を以下に示す。

第一章 序論

- ・ 本研究の背景と目的・意義について述べる。

第二章 実験・調査概要

- ・本研究で行った赤を用いた百彩や装飾物の調査及びアンケート調査方法について述べる．

第三章 分析方法

- ・本研究で用いるKJ法やクロス集計，カイ二乗検定などの分析方法について述べる．

第四章 調査対象者の装飾行動の変化と使用される装飾物

- ・4年間で使用された装飾物や，本研究で行った自由度に関するアンケート調査の単純集計結果やクロス集計結果など，調査結果について述べる．

第五章 調査対象者の望む装飾物のテーマ設定

- ・本研究で行った自由度に関するアンケート調査の単純集計を行い，装飾者の傾向や装飾物の傾向とクロス集計を行い，分析結果を述べる．

第六章 調査対象者の持つ赤い町並みへの違和感

- ・本研究で行った赤い町並みへの違和感に関するアンケート調査の単純集計を行い，装飾社の傾向や装飾物の傾向とクロス集計を行い，分析結果を述べる．

第七章 結論

- ・本研究の結論として，使用される装飾物の傾向や，装飾者の傾向，それぞれの変化などについて述べた上で，「百彩」の効果及び他地域で行うにあたっての提案を行う．

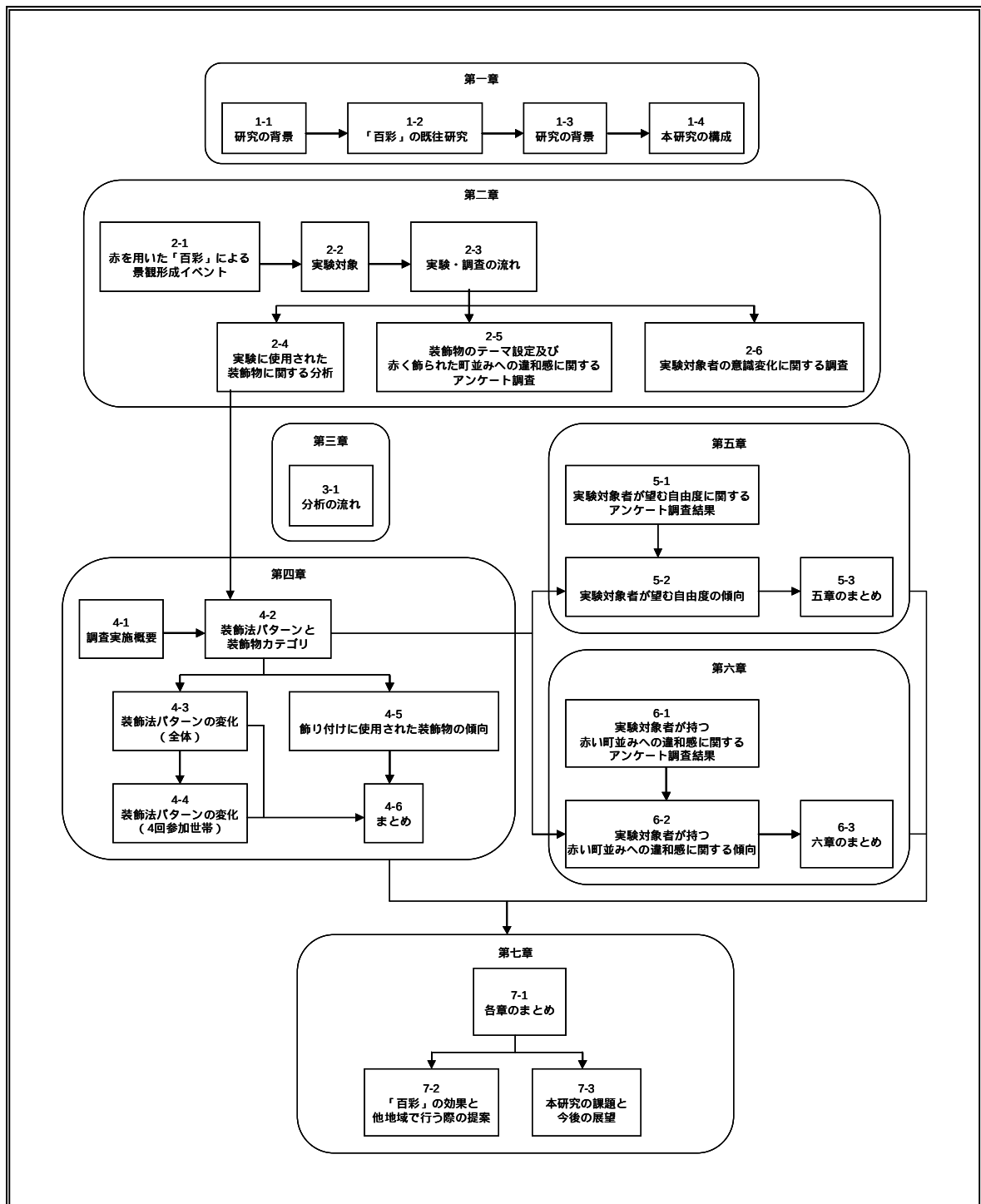


図1-1 本研究の構成

脚注及び参考文献

- 1) 田畑貞寿,他：城跡の公園化と歴史的環境の整備,造園雑誌,1990,53(5),169-174, (1990)
- 2) 岸田里佳子：景観法の活用について,建築雑誌,120(1527),23-27 (2005)
- 3) 鈴木智香子：戸田市都市景観条例のける「三軒協定」に関する研究・町並み形成施策上の位置づけと「三軒協定」締結状況,学術講演梗概集,2007,41(3),133-134 (2007)
- 4) 小田憲治,近藤隆二郎：市民による「色彩参画」と街並みの景観イメージとの関係に関する研究,都市計画論文集,41(3),511-516 (2006)
- 5) 迫間勇人：まちの開示に見るコミュニティの結合効果に関する研究,滋賀県立大学環境科学部環境社会計画専攻学士論文, (2006)
- 6) 中村良夫：風景学入門,p.95,中央公論社(1994)
- 7) 中村良夫：前掲書,p.17,中央公論新社(2001)
- 8) 高橋恒他：地域における人間結合の構造について-コミュニティ計画の基礎的研究 2-,日本建築学会論文報告集 247,135-144,1976
- 9) 高橋恒他：近隣における生活行為と空間について-コミュニティ計画の基礎 3-,日本建築学会論文報告集 306,103-144,1981

第二章 実験・調査概要

2-1 赤を用いた「色彩参画」による景観形成実験

2-1-1 実験概要

本研究は、「百彩」というイベントを対象としている。「百彩」とは滋賀県彦根市高宮町で、景観形成の場面に市民が参画するために行われた、赤を用いた『色彩参画』による景観形成実験のイベントのことである。「百彩」はこれまでに、2005年の『百彩創装』、2006年の『続・百彩』、2007年の『百彩2007！』¹⁾、2008年の『百彩2008in高宮』²⁾というタイトルで、過去四回にわたって実施された。この実験は市民が「色彩参画」によって、自宅の前に飾りつけを行うことで、街路景観を形成し、街並みの景観を捉えなおすことを目的としている。

『百彩創装』は2005年8月14日に滋賀県彦根市高宮町にある本町、中町の2つのアザで、旧中山道に面した家屋を対象に行われた。図2-1を参照。

『続・百彩』は2006年8月13日に滋賀県彦根市高宮町にある本町、中町、七軒町、高橋町、宮町の5つの自治会で旧中山道に面した家屋を対象に行われた。図2-2を参照。

『百彩2007！』は2007年8月10日、11日、12日に滋賀県彦根市高宮町にある本町、中町、高橋町、七軒町、宮町の5つの自治会で旧中山道に面した家屋を対象に行われた。図2-2を参照。

『百彩2008in高宮』は2008年8月9日、10日に滋賀県彦根市高宮町にある本町、中町、高橋町、七軒町、宮町、中北町、大北町の7つの自治会で旧中山道に面した家屋と、新町の1つの自治会で大通りに面した家屋を対象に行われた。図2-3を参照。

表 2-1 実験対象地域概要

タイトル	実施日	対象地域	
百彩創装	2005年8月14日	滋賀県彦根市高宮町	本町、中町
続・百彩	2006年8月13日		本町、中町、七軒町、宮町、高橋町
百彩2007！	2007年8月10日、11日、12日		本町、中町、七軒町、宮町、高橋町
百彩2008in高宮	2008年8月9日、10日		本町、中町、七軒町、宮町、高橋町 中北町、大北町、新町

実験は毎年8月に彦根市高宮町で行われている『サマーフェスティバルinたかみや～中山道高宮宿の夏まつり～』の一環として行われている。どの年の実験でも、「色彩参画」によって街路に飾り付ける色は「赤」と定めた。これは、昔の高宮町にはべんがら色という赤に近い色で塗装された建築物が多かったこと。また、江戸時代の彦根城主である井伊直政の「井伊の赤備え」などといったように彦根市の歴史的な色が「赤」であること、「色彩参画」による景観形成実験は高宮町の夏祭りと同時にに行ったために祭りの雰囲気害さないためである。

以後、単に「百彩」「実験」と表記した場合も赤を用いた「色彩参画」による景観形成実験を意味するものとする。

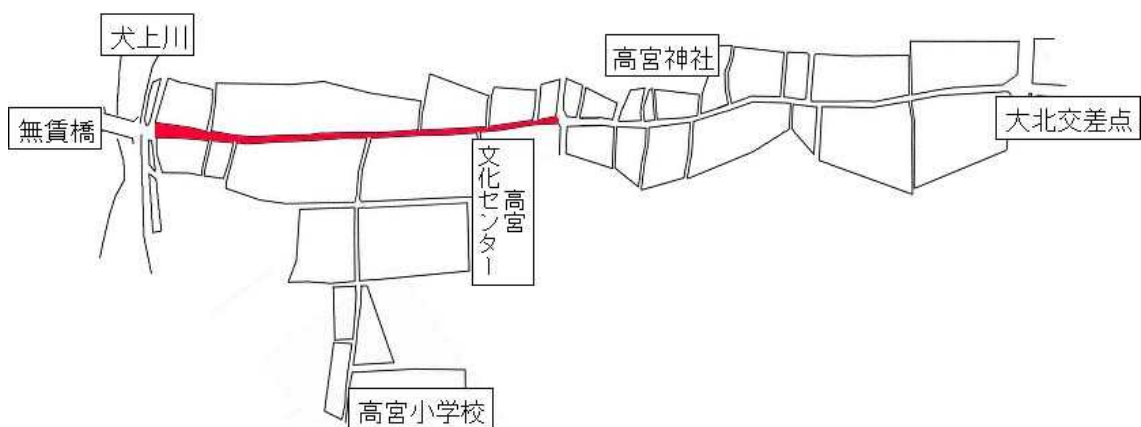


図2-1 2005年の実験・調査対象範囲

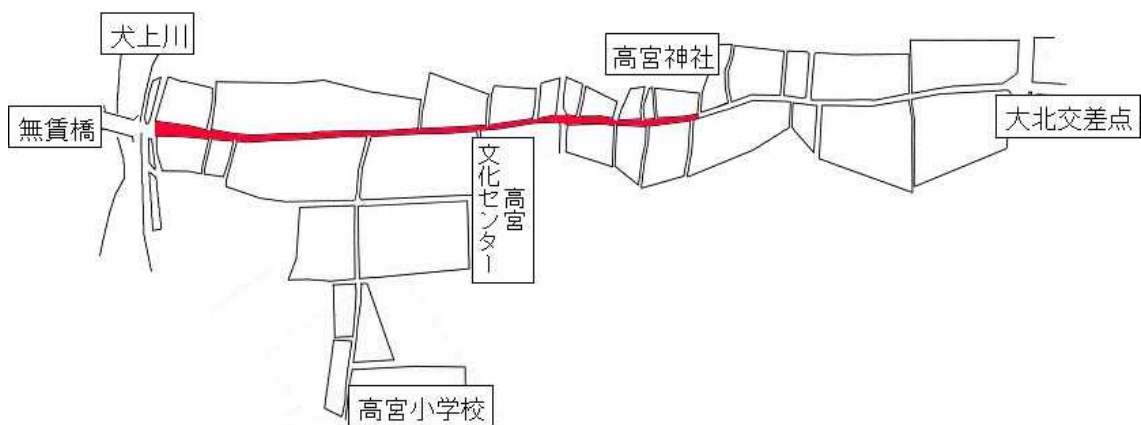


図2-2 2006年・2007年の実験・調査対象範囲

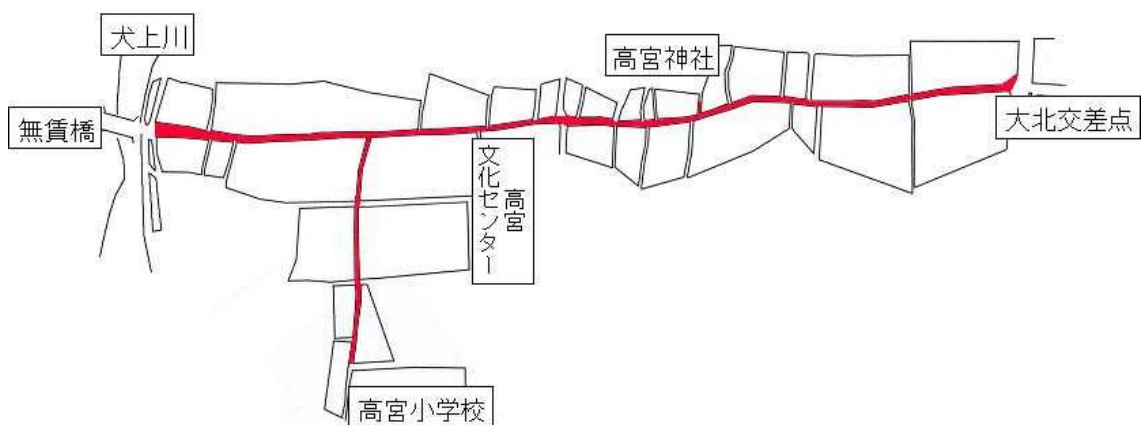


図2-3 2008年の実験・調査対象範囲

2-1-2 街路の飾り方

街路の飾りつけは、地域住民による飾りつけと、2005年は小田ら、2006年と2007年は迫間ら、208年は筆者らによる飾り付けによって行った。地域住民による街路の飾りつけは、

各人の家の前に家庭にある「赤いもの」を飾ることによって行った。このとき、「『赤いもの』であればなんでも！！ご家庭にある「赤いもの」であれば何でも飾ってください。例)Tシャツ，座布団，ポット，カサ，おもちゃ，帽子，人形，エプロン，ハンカチなど」³⁾と依頼文を対象地域の各家庭に配り，飾るものや飾る数などは指定せずに，Tシャツやポット，バケツなどを自由に飾るように指示をした。これは，地域住民が自由に飾り付けを行えるようにするためである。多くの地域住民が容易に実験へ参画できるようにすることと，より主体的に実験へ参画できるようにすることを狙いとしている。これらの指示などの条件は，どの年においても同一である。

また，2005 年の小田ら，2006 年と 2007 年の迫間らによる街路の飾り付けは，対象地域の中山道上にたつ電信柱と街路灯に赤い布を巻きつけることによって行った。2008 年の筆者らによる街路の飾り付けは，対象地域の中山道上及び新町の大通りにたつ電信柱に赤い布を巻きつけることによって行った。どの年においても，電信柱用には 110 cm × 200 cm の赤のカラーブロードを使用した。対象地域で生活をしていない著者らも飾り付けに参画した理由は，著者らが飾り付けを行うことによって，飾り付けを行う地域が明確になり，地域住民に飾り付けやすくさせることを狙いとしている。また 2008 年には初めての試みとして，対象地域に広く動物を模した赤い物も飾り，それにより街並みに統一感を与えることを狙いとした。また，中山道沿いでない通りも対象とした理由は，その通りは夏祭り来場者が良く利用する道であるため，より多くの人に百彩を見てもらいたいという地域住民の要望があったためである。

2-2 実験対象

2-2-1 実験対象地域概要³⁾

高宮町は滋賀県の湖東地域，彦根市の西の端に位置し，平成17年10月末現在，2427世帯，人口6206人(男：3190人 女：3016人)の町である。現在の高宮町は江戸時代には近江国犬上郡高宮村であった。江戸時代に中山道六十七宿の六十四宿目⁵⁾とされた歴史ある町である。

本研究の実験を行う本町と中町の両自治会は高宮町内に位置し，旧中山道と接している地域である。この地域は旧中山道の宿場町として栄えた歴史ある地域である。その趣は現在も残っており，歴史ある建物と現代の建物とが連なって建つ商店街となっている。

2-2-2 実験対象者概要

「百彩」の対象者は，実験を行う自治体に家を持つ地域住民のみとなっている。2005 年では，本町と中町に家を持つ地域住民。2006 年と 2007 年では本町，中町，七軒，高橋，宮町に家を持つ地域住民。2008 年では本町，中町，七軒，高橋，宮町，中北，大北，新町に家を持つ地域住民のみということである。高宮町の住民であっても，これらの自治体に居住していない場合は実験の対象者とししない。

2-3 実験・調査の流れ

本研究で扱う実験・調査の流れと内容を以下に示す。

2005年には、小田が実験対象者に対して、実験の前後にアンケート調査を行った。「実験前後のアンケート調査によって、調査対象者の抱く町並みに対する景観イメージと景観認識の変化を明らかにする」⁶⁾、というものであった。

また、研究の対象とはなっていないが、飾り付けを行った家全てを写真に撮っている。

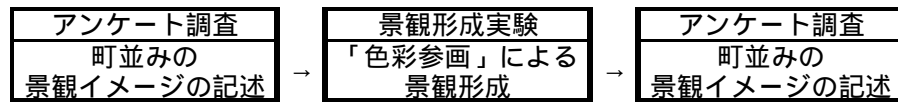


図2-4 2005年の実験・調査の流れ

表 2-1 2005 年の実験・調査の流れと対象者の動き

2005年	実験の流れ	調査の流れ	調査対象者の作業
説明日	実験への協力依頼	事前・事後アンケート調査票配布	事前アンケート記入
	実験内容説明	アンケート調査説明	飾り付けるものの決定
実験日	景観形成実験開始	写真・ビデオ撮影	街路の飾り付け
			事後アンケート記入
回収日		アンケート調査票回収	

2006年には、迫間が実験対象者に対して、「実験の前後にアンケート調査を行い、その後、ヒアリング調査を行った。実験前後のアンケート調査によって調査対象者の抱く町並みに対する景観イメージとコミュニケーションの広がりの変化を明らかにする。その後、アンケート回収の後にヒアリングの調整を行い、ヒアリング調査を行った。」⁷⁾

また、研究の対象とはなっていないが、実験対象地域の家全てを、飾りつけの有無を問わず写真に撮っている。

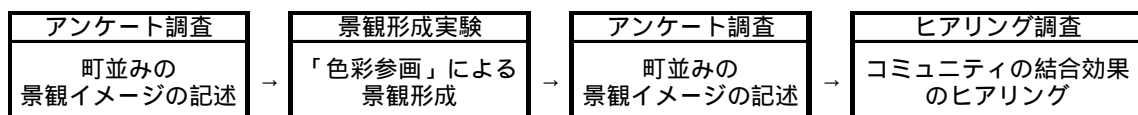


図2-5 2006年の実験・調査の流れ

表 2-2 2006 年の実験・調査の流れと対象者の動き

2006年	実験の流れ	調査の流れ	調査対象者の作業
説明日	実験への協力依頼	事前・事後アンケート調査票配布	事前アンケート記入
	実験内容説明	アンケート調査説明	飾り付けるものの決定
実験日	景観形成実験開始	写真撮影	街路の飾り付け
			事後アンケート記入
回収日・調整日		アンケート調査票回収	
		ヒアリング日調整	ヒアリング日調整
調査日		ヒアリング調査	ヒアリング

2007年は調査の対象とはなっていないが、迫間によって、実験対象地域の家全てが飾りつけの有無を問わず、写真に撮られている。

表 2-3 2007 年の実験・調査の流れと対象者の動き

2007年	実験の流れ	
説明日	実験への協力依頼	
	実験内容説明	
実験日	景観形成実験開始	写真撮影

2008年の本研究においては、筆者が実験対象者に対して、実験後にアンケート調査を行った。また、2008年を含めた4年分の写真から、4年間の「百彩」において使用された装飾物を、各年の家毎にすべて数え上げた。実験後のアンケート調査によって、「百彩」の実験対象者が抱く赤く飾られた町並みに対する違和感の有無、望む装飾物の自由度を明らかにし、2008年を含めた4年分の写真から、実験において参画者が使用する装飾物がどのように変化してきたかを調べ、「百彩」が景観を飾り付けるという意識と行動に与えた影響を調べる。

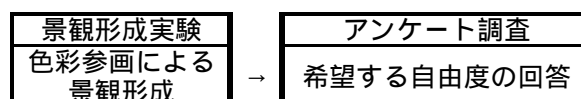


図2-6 2008年の実験・調査の流れ

表 2-4 2008 年の実験・調査の流れと対象者の動き

2008年	実験の流れ	調査の流れ	調査対象者の作業
説明日	実験への協力依頼	事後アンケート配布	
実験日	景観形成実験	写真撮影	軒先の飾り付け
			事後アンケート記入
回収日		アンケート調査表回収	

2-4 実験に使用された装飾物に関する調査

2-4-1 調査概要

本研究では、実験対象者が百彩で飾り付けに使用した装飾物を把握するために、2005 年から 2008 年までの実験対象地域を撮った写真を使用する。この写真により、4 年間で実験対象者が飾りつけに使用した装飾物を把握する。

2-5 装飾物のテーマ設定及び赤色への違和感に関するアンケート調査

2-5-1 調査概要

2008 年の本研究では、「百彩」の実験対象地域の住民が装飾物を飾る際、どのような条件で装飾物を飾るのを希望するかも明らかにするために、実験を行った後にアンケート調査を行った。住民が望む条件のことを「自由度」と表記する。本研究における装飾物の自由度とは、「百彩」で住民に軒先の飾り付けを依頼する際に、どんなものを飾るのかについて伝える内容のことを指す。例年であれば、「赤いもの」を飾ってくださいと依頼を行い、その条件に即したものを地域住民が飾り付けている。例として、自由度を高くするなら「好きなものを」飾ってください。自由度を低くするなら、「提灯を飾ってください」等と物を指定した依頼を行う。

また、本研究における赤色への違和感とは、対象地域の赤く飾り付けられた街並みをみて住民が感じる、赤い街並みという普段と違う景色に対する違和感のことを指す。

2008 年のアンケート調査は実験後に行う事後アンケート調査票を用意した⁸⁾。

また、事後アンケート調査票には、上記の 2 つの調査項目の他にフェイスシートを追加した。本研究では、調査対象者の属性と対象者の装飾パターンとの関係を明らかにするためにフェイスシートを用意した。フェイスシートは、調査対象者の性別に関する項目と年代に関する項目、職業に関する項目からなる。

表 2-5 フェイスシート

フェイスシート																
性別		年齢							職業							
男	女	～20歳	21～30歳	31～40歳	41～50歳	51～60歳	61～70歳	71歳～	農林漁業	会社員	商工自営業	公務員	主婦	無職	学生	その他

装飾物のテーマ設定に関するアンケート調査項目は、百彩を行う際に望むテーマ設定に関する項目からなる。詳細は「2-6-2 装飾物のテーマ設定に関するアンケート調査項目」にて説明する。

赤い街並みへの違和感に関するアンケート調査項目は、街並みに対して感じる違和感に関する項目からなる。詳細は「2-6-3 赤い街並みへの違和感に関するアンケート調査項目」にて説明する。

2-5-2 装飾物のテーマ設定に関するアンケート調査

本研究では、実験対象者が望む装飾物の条件設定を明らかにするため、実験対象者が希望する装飾物の自由度についてアンケート調査項目を用意した。装飾物の自由度に関するアンケート調査は、装飾物のテーマ設定に関する項目と装飾物のテーマ設定に対する回答理由に関する項目からなる。

調査対象者の希望する条件設定を明らかにすることは、他地域で「百彩」を行う際に決定する装飾物の条件設定方法を検討する上で、必要な項目であると考えられる。

装飾物のテーマ設定に関する項目を表 2-7 に、装飾物のテーマ設定に対する回答理由に関する項目を表 2-8 に示す。

表 2-6 装飾物のテーマ設定に関する項目

内容	回答者が希望する装飾物のテーマ設定について
質問	来年以降、あなたご自身が飾るとしたら、という前提でお答えください。今年までは、「赤いものなら何でも飾ってください」としてありますが、飾る物について、最初からどのくらい定まっているといいと思いますか？
方法	複数回答可
回答項目	飾る物は色などの制限もなく、全くの自由がよい。
	「赤いもの」というような色に関しての限定があった方がよい。
	「動物に関するもの」というような種類の限定があった方がよい。
	「提灯」というような限定的な条件があった方がよい。
	その他（ ）

表 2-7 装飾物のテーマ設定に対する回答理由に関する項目

内容	回答者が希望する装飾物のテーマ設定についての回答の選択理由
質問	その理由もお聞かせください
方法	自由記述
記述内容	理由

2-5-3 赤く飾られた町並みへの違和感に関するアンケート調査

本研究では、実験対象者の赤く飾られた町並みへの違和感が、実験に参加することでどのように変化するかを明らかにするため、調査対象者が持つ赤く飾られた町並みへの違和感に関するアンケート調査項目を用意した。装飾物が持つ赤く飾られた町並みへの違和感に関するアンケート調査は、過去に参加した飾り付けに関する項目と赤く飾られた町並みへの違和感に関する項目からなる。

調査対象者の持つ赤く飾られた町並みへの違和感が、実験に参加することでどのように変化するかを明らかにすることで、どうすれば実験が地域に定着するかを検討する上で、必要な項目であると考えられる。

過去に参加した飾り付けに関する項目を表 2-9 に、赤く飾られた町並みへの違和感に関する項目を表 2-10 に示す。

表 2-8 過去に参加した飾り付けに関する項目

内容	百彩に過去何回参加したことがあるか
質問	過去に実施した飾り付けに参加したことのある方は 年度に○をつけて下さい。
方法	複数選択可
回答項目	2005年度（百彩創装） 2006年度（続・百彩） 2007年度（百彩2007！）

表 2-9 赤く飾られた町並みへの違和感に関する項目

内容	赤い街並みに対する違和感を感じるか否か
質問	「見た」と答えた方にお聞きします 赤という色に違和感を感じましたか？
方法	一つ選択
回答項目	違和感がある 違和感はあるがましにはなった 違和感はない その他（ ）

2-6 実験対象者の意識変化に関する調査

2-6-1 調査概要

実験対象者の意識が、実験の継続によりどのような変化をしているのかを明らかにするために、2008年の事後アンケートだけでなく、2005年の事前・事後アンケート調査項目、2007年の事前・事後アンケート調査項目、事後ヒアリング調査項目についても、利用している。詳細は「2-5-2 調査対象者の意識に関するアンケート調査項目」と「2-5-3 ヒアリング調査項目」にて説明する。

2-6-2 「百彩」に関する意識のアンケート調査項目

2005 年，2006 年の事前アンケート調査と，2005 年，2006 年，2008 年の事後アンケート調査では，調査対象者が町並みに対して抱くイメージを明らかにするために，景観イメージに関する調査項目を用意した．景観イメージに関するアンケート調査は，町並みをイメージする色に関する項目と街並みへの関心に関する項目からなる．

町並みをイメージする色に関する項目は、町並みからイメージする色とその理由を回答する形式とした。これにより、調査対象者の景観認識を理由とともに色で把握することができる。町並みの関心に関する項目は、関心のある景観要素とその理由を回答する形式とした。これにより調査対象者の景観イメージを基とした重要と感じる景観要素を理由とともに把握できる。

街並みをイメージする色に関する項目への回答形式は、イメージする色とその理由を自由に記述する形式で調査を実施した。これは、調査対象者の回答するイメージする色をあらかじめ予測することが不可能であるためである。また、選択項目にすることで多様な回答を得られることを期待したためである。

街並みの関心に関する項目への回答形式は、関心のある景観要素とその理由を自由に記述する形式で調査を実施した。これは、調査対象者の回答する街並みの景観要素をあらかじめ予測することが不可能であるためである。また、自由記述形式にすることで多様な回答を得られることを期待したためである。

街並みをイメージする色に関する項目を表 2-11 に、街並みへの関心に関する項目を表 2-12、表 2-13 に示す。

表 2-10 町並みをイメージする色に関する項目

内容	町並みをイメージする色
質問	高宮の町並みでイメージする色は何色ですか？
方法	自由記述
記述内容	色、理由

表 2-11 町並みへの感心に関する項目

内容	町並みへの関心
質問	高宮の町並みで変えたい場所、守りたい場所がありますか？
方法	一つ選択
記述内容	ある
	ない
	その他()

表 2-12 町並みへの感心に関する項目

内容	町並みへの関心(自由記述)
質問	高宮の町並みで変えたい場所、守りたい場所は何処ですか？
方法	自由記述
記述内容	場所、理由

2006 年のアンケート調査において、迫間の研究では使用されていないが、事前アンケート調査では、百彩創装（前年度の実験）に対して抱いたイメージに関する調査が、事後アンケートでは、続・百彩（その年の実験）に対して抱いたイメージに関する調査と、百彩 2007！（次の年の実験）への抱負に関する調査がなされている。

百彩創装に対して抱いたイメージに関する調査項目を表 2-14、続・百彩に対して抱くイメージに関する調査項目を表 2-15、百彩 2007！への抱負に関する調査項目を表 2-16 に示した。

表 2-14 百彩創装に対して抱いたイメージに関する調査項目

内容	百彩創装に対して抱くイメージ
質問	去年のイベントではどのようなイメージが残っていますか？
方法	自由記述
記述内容	百彩創装のイメージ

表 2-15 続・百彩に対した抱くイメージに関する調査項目

内容	続・百彩に対して抱くイメージ
質問	今年のイベントではどのようなイメージが残っていますか？
方法	自由記述
記述内容	続・百彩のイメージ

表 2-16 百彩 2007！への抱負に関する調査項目

内容	百彩2007！への抱負
質問	来年はどうしようと思っていますか？
方法	自由記述
記述内容	来年のイベントでどうしたいか

2005 年，2006 年，2008 年の事後アンケートでは，地域住民の声をより広く聞くため，実験に関する意識や思いについての調査項目を用意した．地域住民の声に関するアンケート調査は，意見，感想，アイデアに関する質問項目からなる．

意見，感想，アイデアに関する項目への回答形式は，自由に記述する形式で調査を実施した．自由記述形式にすることで多様な回答を得られることを期待したためである．

表 2-17 地域住民の声に関する調査項目

内容	地域住民の声に関する調査項目
質問	このイベントについてご意見、ご感想、アイデア等ございましたらご記入下さい。今後このイベントを行う際に参考にさせていただきます。
方法	自由記述
記述内容	イベントに関する意見、感想、アイデア

2-6-3 「百彩」に関する意見のヒアリングによる調査項目

2006 年のヒアリング調査では，実験を行う事によるコミュニティの結合効果の意識を把握するために，ヒアリング調査を行った．ヒアリング項目に関しては，「実験を通してのコミュニケーション」，「実験を通してのまちづくりへの意識」を大きな柱とし，なるべく誘導的な質問にならないように，抽象的な問いかけを選択している．

2006 年のヒアリング項目を表 2-17 に示した．

表 2-18 2006 年のヒアリング項目

ヒアリング項目
どうして参加したのか
どのように赤い物を選んだのか
町並みをみてどう感じたか
この実験を通して誰と話したか
これからの本実験について

脚注及び参考文献

- 1) 百彩 2007 !
< <http://maruta.be/hyakusai2007> > ,2009-01-20
- 2) 百彩 2008
< <http://hyakusa08.shiga-saku.net/> > ,2009-01-20
- 3) 実験対象者への依頼諸より抜粋.実験対象者への依頼書は巻末の付録を参照
- 4) HikoneCity：人口の概要
<http://www.city.hikone.shiga.jp/shiminkyoseibu/shimin/jinko.html> ,2005-11-17
- 5) 彦根城博物館編：江戸時代の高宮―在郷町の歴史―,p.2,彦根市教育委員会(2001)
- 6) 小田憲治,近藤隆二郎：市民による「色彩参画」と街並みの景観イメージとの関係に関する研究,都市計画論文集,41(3),511-516 (2006)
- 7) 迫間勇人：まちの開示に見るコミュニティの結合効果に関する研究,滋賀県立大学環境科学部環境社会計画専攻学士論文, (2006)
- 8) 2008 年度アンケート調査表.巻末の付録を参照

第三章 分析方法

3-1 分析の流れ

本研究の流れを図3-1に示す。

本研究では、実験による「装飾者と装飾物の傾向」、「実験対象者の希望する自由度の傾向」、「実験対象者の持つ赤く飾られた町並みへの違和感の傾向」の3点を明らかにするために、下記の流れに沿って分析を行う。分析を行い、上記の3点を明らかにする事により、「百彩」の日常的なマネジメントとしての可能性明らかにし、また他地域で百彩を行おうとする際に有効な知見を得ることを狙いとしている。

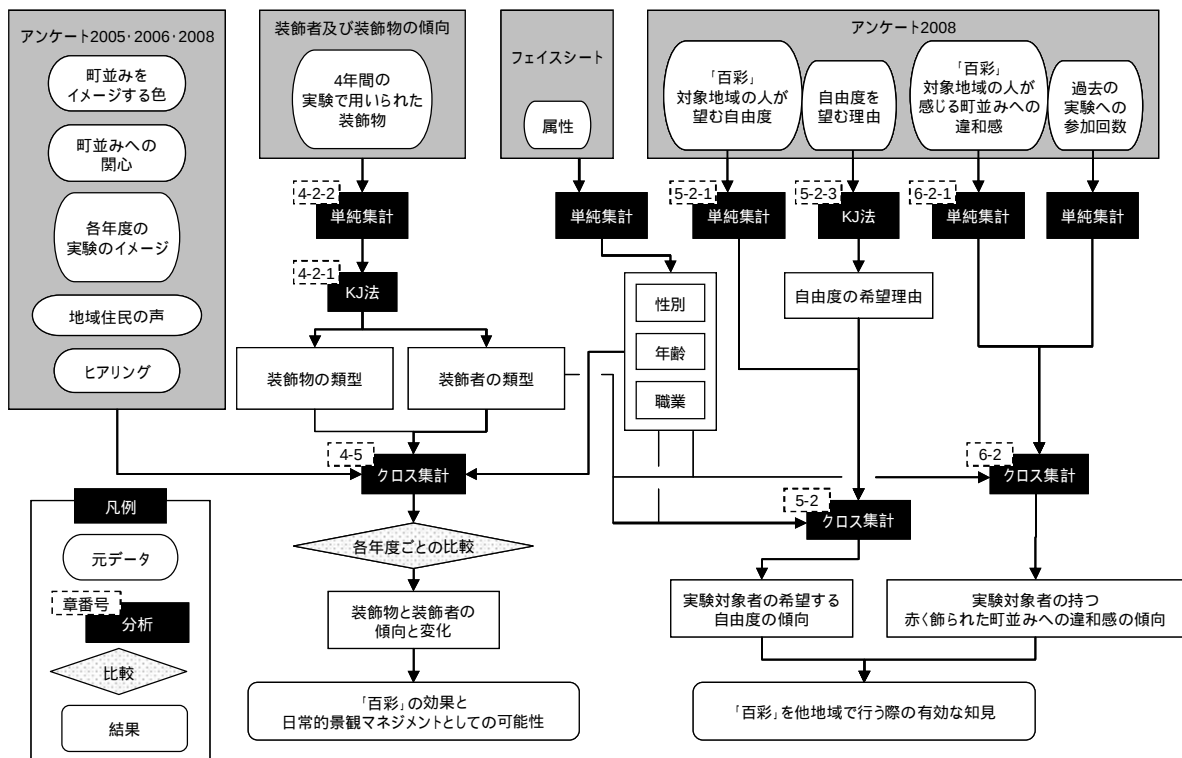


図3-1 分析の流れ

それぞれの分析において、調査対象の特徴を明らかにするために、フェイスシートの結果を基に単純集計を行い、性別及び年齢、職業の傾向を明らかにする。

実験参加者の装飾物の使用傾向や、実験への継続的な参加による変化を把握するために、「2-4 実験に使用された装飾物に関する調査」で述べたように、過去の実験に対象となった地域の家の外観を撮った写真から、4年間の百彩で使用された装飾物を全て数え、その結果を基にKJ法によって装飾物の類型化（装飾物カテゴリ）を行う。また、装飾者の類型化（装飾法パターン）を年度別に行う。これにより、装飾物と装飾者の傾向と変化を明らかにする。また、「2-5 実験対象者の意識変化に関する調査」で述べたように、各年度のアンケート結果とヒアリング結果から実験対象者の意識を把握し、装飾法パターン、装飾

物カテゴリとのクロス集計による分析を，年度別に行う事によって，実験対象者の装飾行動と意識の変化を明らかにする．

百彩対象地域の住民が望む自由度の傾向を明らかにするために，「2-5-2 装飾物のテーマ設定に関するアンケート調査」で述べた，実験対象者が望む装飾物のテーマ設定に関する項目（表 2-7 装飾物のテーマ設定に関する項目）の結果を基に，単純集計（5-2-1）による分析を行う．また，アンケートの回答理由を KJ 法（5-2-3）により類型化した．単純集計結果と属性，装飾法パターン，回答理由についてクロス集計（5-2）を行う．このクロス集計による分析によって，実験対象者が望む装飾物の自由度の傾向を明らかにする．

百彩対象地域の住民が持つ赤く飾り付けられた町並みへの違和感の傾向を明らかにするために，「2-5-3 赤く飾られた町並みへの違和感に関するアンケート調査」で述べた，過去に参加した飾り付けに関する項目（表 2-9 過去に参加した飾り付けに関する項目）の結果を基に，実験対象者の実験への参加回数を明らかにする．また，実験対象者が感じる赤く飾られた町並みへの違和感に関する項目（表 2-10 赤く飾られた町並みへの違和感に関する項目）の結果を基に，単純集計（6-2-1）による分析を行う．単純集計結果と実験への参加回数，属性，装飾法パターンのクロス集計による分析によって，実験対象者が持つ赤く飾られた町並みへの違和感の傾向を明らかにする．

全ての分析を終えた後，実験対象者の，装飾行動と意識の変化，希望する自由度，赤い町並みへの違和感の関係性について考察を行い，「百彩」の効果と日常的景観マネジメントとしての可能性，「百彩」を他地域で行う際の提案を行う．

図中の番号は本章の章番号と対応している．

第四章 調査対象者の装飾行動における変化と使用される装飾物

4-1 調査実施概要

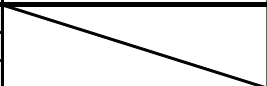
2005 年から 2008 年に行われた百彩にいて、飾り付けを行った家はすべて、また 2006 年から 2008 年においては飾り付けが行われていない家も写真に撮影した。

その 4 年分の写真から、飾り付けに使用された物品を全て数えた。複数日飾り付けを行っている家に関しては、最も飾り付けられた物品の数が多い日の装飾物について数えている。

アンケート調査は 2005 年、2006 年、2008 年に行われた。2005 年と 2006 年に行われたアンケート調査は、実験の前後 2 回行われたが、2008 年に行ったアンケート調査は事後のみである。

詳細は表4-1を参照。

表4-1 写真撮影、アンケート調査実施概要

対象	2005	2006	2007	2008
撮影実施日	2005年8月14日	2006年8月	2007年8月10・11・12日	2008年8月9・10日
撮影世帯数	77世帯	98世帯	98世帯	183世帯
参加世帯数	46世帯	55世帯	57世帯	119世帯
不参加世帯数	31世帯	43世帯	41世帯	64世帯
全年度参加	36世帯			
写真データ	○	○	○	○
アンケートデータ	○	○	×	○
ヒアリングデータ	×	○	×	×
アンケート総回収数/総配布数	77/168	66/150		74/120
事前アンケート回収数/配布数	38/85	33/75		
事後アンケート回収数/配布数	36/84	33/75		74/120

以降飾り付けに使用された物品を「装飾物」、物品種類の類型名を「装飾物カテゴリ」と表現する。

以降実験対象者のうち、分析に使用する飾り付けを行った家屋のことを「有効数」と呼ぶ。飾り付けに参加した実験対象者が同じ家屋の住人でも、別の年の場合は別のデータとして分析に使用し「件数」と呼称している。ただし「世帯数」と表現した場合は、別の年であっても同じ家屋の住人であれば、分けないで数えている。

また以降、調査対象者を「サンプル」、装飾物の使用傾向によるサンプルの類型名を「装飾法パターン」と呼ぶ。「装飾法パターン」とは、サンプルを、飾り付けに使用している装飾物の合計数、種類数などによって、装飾の仕方を類型化した呼称である。装飾法パターンの分類条件と概要については、「4-2-1 装飾物の使用傾向によるサンプルの類型化」で述べる。

4-1-1 調査対象者

本研究におけるサンプル数は、2005 年度は 49 世帯、2006 年と 2007 年は 54 世帯、2008

年は 117 世帯である。

また、各世帯の属性（年齢・性別・職業）を調べる上では、2005 年、2006 年、2008 年に行ったアンケートのフェイスシートを使用した。

サンプルの内、アンケートに回答していない世帯、回答していても一部が無回答のものもあったが、使用した装飾物については分析に使用できるため、装飾法パターンの把握を行う上では有効であると考え分析に使用している。また無回答の場合でも、他の年度で回答している場合は、前年度と同じであると仮定して扱っている。

4-1-2 調査対象者のサンプリング

使用される装飾物の傾向を見るための分析に使うデータはサンプル全てである。同じ世帯でも年毎に別のデータとして扱い、総使用件数は 277 件である。

装飾行動の変化を見るための分析では、長期間継続して実験に参加しているサンプルが適していると考え、その 277 件のうち 4 回の実験全てに参加している 36 世帯（データ数は 144 件）を使用して分析を行う事とした。

百彩を行う人々が望むテーマの条件については、2008年度のアンケート74件を使用する。

4-2 装飾法パターンと装飾物カテゴリ

4-2-1 装飾物の使用傾向によるサンプルの類型化

高宮町の飾り付けに参加した家のデータ全 277 件を、KJ 法を用いてその家の外観が与える印象によって 4 つのグループに類型化した。

まず飾り付けに使用した装飾物数が 11 以上の家を活気貢献度大、10 以下を活気貢献度小と分類した。

活気貢献度大のうち、種類数が 7 以上を活気優先型、6 以下を活気外観両立型とした。

また活気貢献度小のうち、さらに合計数が 5 以上を外観洗練型、4 以下を参加限定型とした。

詳細は表 4-3 を参照。

表 4-2 装飾法パターンの分類基準と概要

	装飾法パターン	分類基準		概要
活気貢献度大	活気外観両立型	装飾物合計数11以上	装飾物種類数10以下	町並みの活気付けに大きく貢献し 外観が洗練された印象が有る
	活気優先型		装飾物種類数11以上	町並みの活気付けに大きく貢献しているが 外観に雑多な印象が有る
活気貢献度小	外観洗練型	装飾物合計数10以下	装飾物合計数5以上	町並みの活気付けにはあまり貢献していないが 外観が洗練された印象が有る
	参加限定型		装飾物合計数4以下	町並みの活気付けにはあまり貢献しておらず 外観に雑多な印象が有る

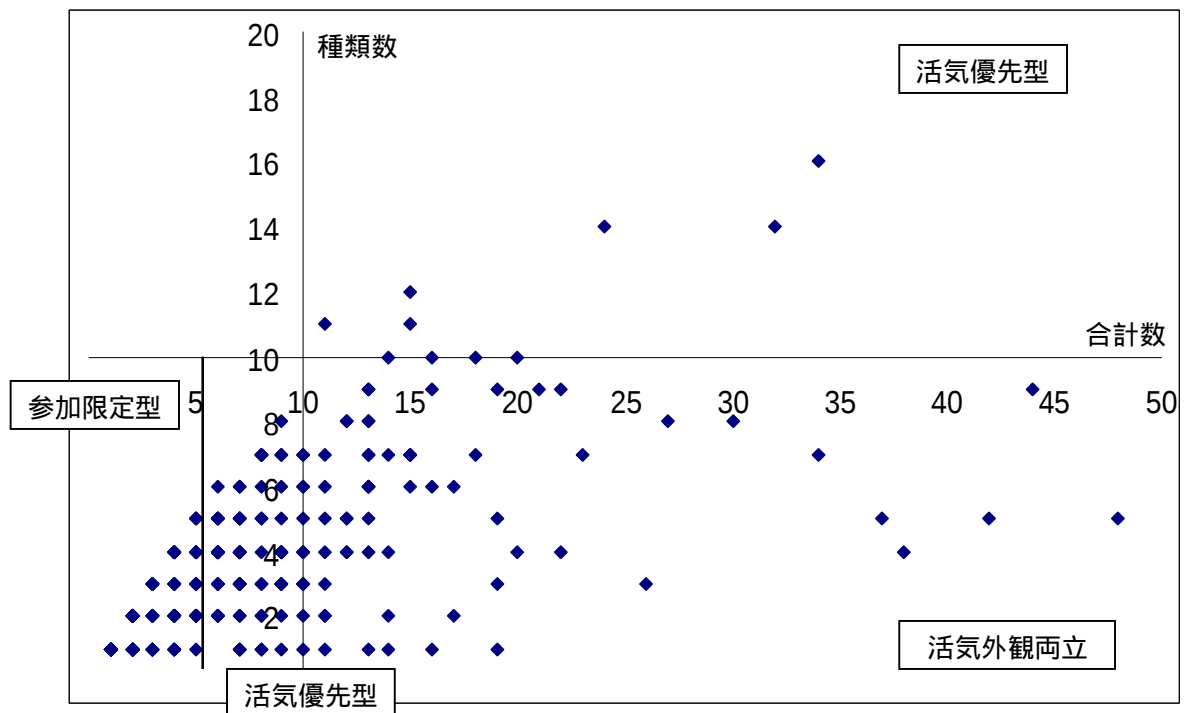


図 4-1 各装飾法パターンの分布

4-2-2 装飾法パターンの代表的な例と考察

表 4-3 各装飾法パターンの件数

装飾法パターン	件数	装飾物合計数	合計数/件数
活気外観両立型	35	616	17.6
活気優先型	33	625	18.9
外観洗練型	108	775	7.2
参加限定型	101	227	2.2
総計	277	2243	8.1

(1) 活気外観両立型



図 4-2 装飾法パターンの例<活気外観両立型>

装飾物合計数 11 以上で、装飾物種類数が 10 以下の家の飾り方をしているパターンを「活気外観両立型」と呼ぶ。活気外観両立型の特徴は、町並みの活気付けに大きく貢献し、外観が洗練された印象が有ることである。この飾り方をする人は、自分の家の外観を活気ある物にしたうえで、なにかテーマをもって統一感ある外観づくりをする人や、種類が増えすぎること雑多な印象が外観にでるのを嫌った人だと思われる。

(2) 活気優先型



図 4-3 装飾法パターンの例<活気優先型>

装飾物合計数 11 以上で、装飾物種類数が 11 以上の家の飾り方をしているパターンを「活気優先型」と呼ぶ。活気優先型の特徴は、町並みの活気付けに大きく貢献しているが、外観に雑多な印象が有る事である。活気優先型は、活気外観両立型よりも種類数が多い飾り方である。そのため、同じ数を飾っていても、種類数が多いため活気外観両立型よりも派手な印象を与えることもある。ただし、種類数が多いため複雑な印象を与え、悪く言えば雑多印象がある外観になる。そのため衣類を飾りすぎると、「まるで古着屋のようだ」と言われる可能性もある。

(3) 外観洗練型



図 4-4 装飾法パターンの例<外観洗練型>

装飾物合計数 5 以上 10 以下の家の飾り方をしているパターンを、「外観洗練型」と呼ぶ。外観洗練型の特徴は、町並みの活気付けにはあまり貢献していないが、外観が洗練された印象が有る事である。外観洗練型はそれほど数を飾らない人が属する装飾法パターンである。かといって数が少なすぎて、次の参加限定型ほど寂しい印象を与えるわけではない。また、もともとの数が少ないため、種類数が増えてもそれほど雑多な印象が外観にでることもないという、ある意味数と種類のバランスがとれた飾り方といえるかもしれない。

(4) 参加限定型



図 4-5 装飾法パターンの例<参加限定型>

装飾物合計数 1 以上 4 以下の家の飾り方をしているパターンを、「参加限定型」と呼ぶ。参加限定型の特徴は、町並みの活気付けにはあまり貢献しておらず、外観に雑多な印象が有る事である。参加限定型は外観からほとんど活気を感じず、飾り方についても特に意図を

感じない家が多く属する装飾法パターンである。「家に飾る物が無い」、「老齢で飾り付けるのがおっくうだ」という場合もあるようだ。参加限定型に分類される装飾者は、自分の家の外観に対してあまり興味をもっていない、又は何らかの理由で物を飾るという行為を行うのに抵抗がある人が多いのではないだろうか。

4-2-3 装飾物の種類の類型化

町並みの飾り付けに使用された装飾物は 99 種類であった。それらの装飾物を KJ 法によって 11 カテゴリに類型化した。

それぞれ、着衣系、布系、装飾系、玩具系、キッチン系、乗り物系、植栽系、レジャー系、入れ物系、家財道具系、その他である。

詳細は表 4-4 を参照。

表 4-4 装飾物カテゴリー

2種	着衣系	衣服 履物	7種	入れ物系	かばんリュックサック かご・箱・クーラーボックス ゴミ箱 バケツ 袋・巾着 ふた ポリタンク
3種	布系	布 ハンカチ タオル 支給紐 風車 飾り(リボン等) 紙 提灯 テープ 動物・人 のぼり・のれん・看板 旗 紐・糸 ひょうたん 風鈴	31種	家財道具系	椅子 アイロン うちわ・扇子 懐中電灯 拡声器 傘 脚立 クッション座布団 消火器 除雪シャベル スコップ すだれ スプレー缶 掃除機 たらい・洗面器・桶 貯金箱 ちりとり 杖 机 電気スタンド 時計 灰皿 はたき ハンガー・S字フック ヒーター 布団・マット 文房具 棒 本 ラジカセ 絵 メガホン 板 鎖 トマト 鎧 名称不明
12種	装飾系				
5種	玩具系	おもちゃ お面 デデン太鼓 人形 ぬいぐるみ・クッション			
10種	キッチン系	コップ 牛乳パック・お菓子箱 計量はかり 三角コーナー 食器 電気ポット 鍋つかみ ビール箱 プラスチックボトル やかん			
5種	乗り物系	三角停止板 車 コーン 三輪車 自転車			
5種	植栽系	造花 花瓶 ジョウロ 花・鉢植え 鉢植えの水受け	6種	その他	
10種	レジャー系	ソリ 浮き輪 キックボード ゴルフクラブカバー スキー板 なわとび バット ビーチボール ヘルメット レジャーシート			

4-2-4 装飾物カテゴリの代表的な例の写真

装飾物のカテゴリごとに，種類の代表的な例の写真を以下に示す．

表 4-5 着衣系装飾物の代表例

	
衣類	靴

表 4-6 布系装飾物の代表例

		画像無し
布	タオル	ハンカチ

表 4-7 装飾系装飾物の代表例



支給紐



風車



飾り（リボン等）



紙



提灯



テープ



動物・人



のぼり・のれん・看板



旗

画像無し		
紐・糸	ひょうたん	風鈴

表 4-8 玩具系装飾物の代表例

		
おもちゃ	お面	
		
デデン太鼓	人形	ぬいぐるみ・クッション

表 4-9 キッチン系装飾物の代表例



コップ



牛乳パック・お菓子箱



計量はかり

画像無し
三角コーナー



食器



電気ポット



鍋つかみ



ビール箱



プラスチックボトル



やかん

表 4-10 乗り物系装飾物の代表例



三角停止版



車



コーン



三輪車



自転車

表 4-11 植栽系装飾物の代表例



造花



花瓶



じょうろ



花・鉢植え



鉢植えの水受け

表 4-12 レジャー系装飾物の代表例



ソリ



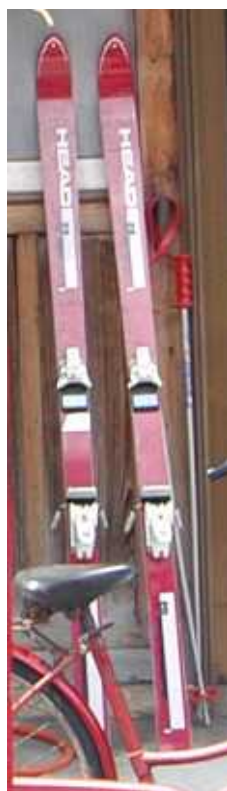
浮き輪



キックボード



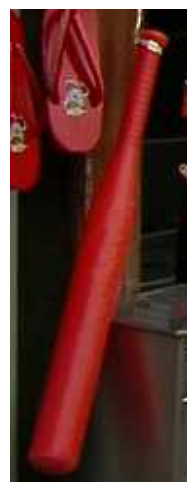
ゴルフクラブカバー



スキー板

画像無し

なわとび



バット



ビーチボール



ヘルメット



レジャーシート

表 4-13 入れ物系装飾物の代表例



かばん・リュックサック



カゴ・箱・クーラーボックス



ゴミ箱



バケツ



袋・巾着

画像無し
ふた



ポリタンク

表 4-14 家財道具装飾物の代表例



いす



アイロン



うちわ・扇子



懐中電灯



拡声器



傘



脚立



クッション・座布団



消火器



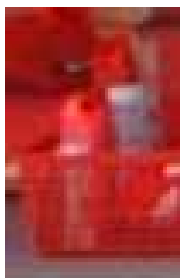
除雪シャベル



スコップ



すだれ



スプレー缶



掃除機



たらい・洗面器・桶



貯金箱

画像無し
ちりとり

画像無し
杖

画像無し
机



電気スタンド



時計



灰皿



はたき



ハンガー・S字フック



ヒーター



布団・マット



文房具



棒



本



ラジカセ



絵

表 4-15 その他装飾物の代表例

画像無し		
メガホン	板	鎖
		画像なし 名称不明
トマト	鎧	

4-3 装飾行動の変化（全体）

4-3-1 サンプルの特徴

活気外観両立型，活気優先型，外観洗練方，参加限定型の装飾法パターンごとに属性の単純集計を行った．詳細は表4-9，表4-10を参照．

同じ世帯であっても年度が異なる場合は別のデータとして扱った．

なお性別，年齢，職業に関して無回答の項目があった場合でも，他の年度で回答していれば，前年度と同じものとして扱うことで可能な限り無回答の項目を減らして分析を行った．また，同じ世帯であっても年度によって回答者が異なる場合も有る．

表4-16 調査対象者の装飾法パターンと性別及び年齢

	性別				年齢								
	男性	女性	無回答	総計	7 1 }	6 1 }	5 1 }	4 1 }	3 1 }	2 1 }	1 2 0	無回答	総計
活気外観両立型	6	11	59	76	6	8	1	2	0	0	0	56	73
活気優先型	10	11	12	33	3	7	4	2	1	0	4	12	33
外観洗練型	22	27	18	67	15	17	6	11	3	0	0	18	70
参加限定型	29	19	53	101	15	11	10	5	3	0	0	57	101
総計	67	68	142	277	39	43	21	20	7	0	4	143	277
全体%	24.2	24.5	51.3	100	14.1	15.5	7.6	7.2	2.5	0	1.4	51.6	100

表4-17 4回参加世帯の装飾法パターンと職業

	職業									
	農林漁業	会社員	商工自営業	公務員	主婦	無職	学生	その他	無回答	総計
活気外観両立型	0	0	10	0	3	6	0	1	54	74
活気優先型	0	0	13	0	2	2	4	1	11	33
外観洗練型	1	3	25	2	11	10	0	2	15	69
参加限定型	0	2	29	0	5	12	0	4	48	101
総計	1	5	77	2	21	30	4	8	128	277
全体%	0.4	1.8	27.8	0.7	7.6	10.8	1.4	2.9	46.2	100

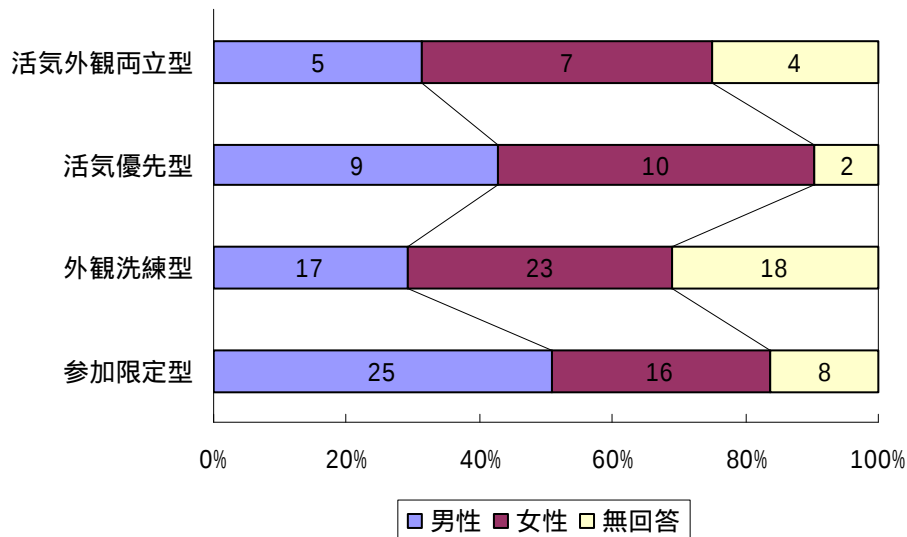


図4-6 装飾法パターンと性別

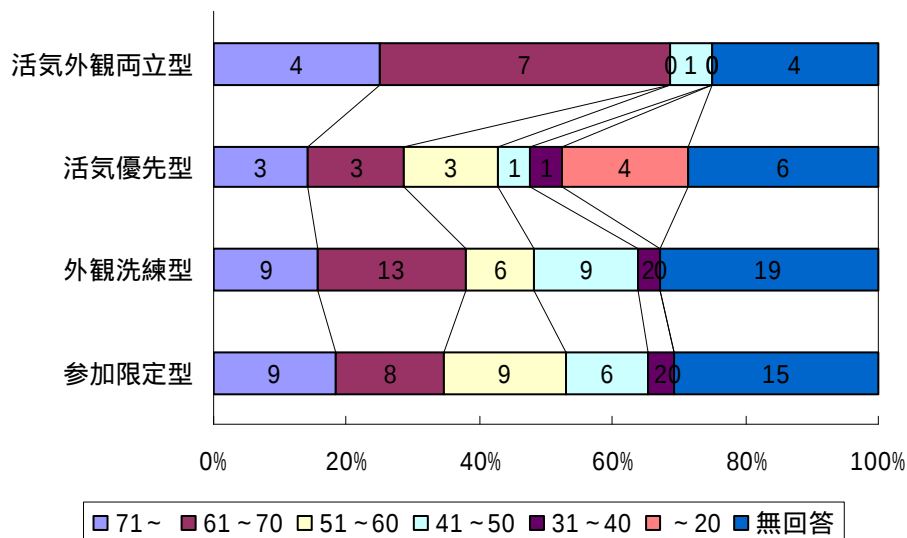


図4-7 装飾法パターンと年齢

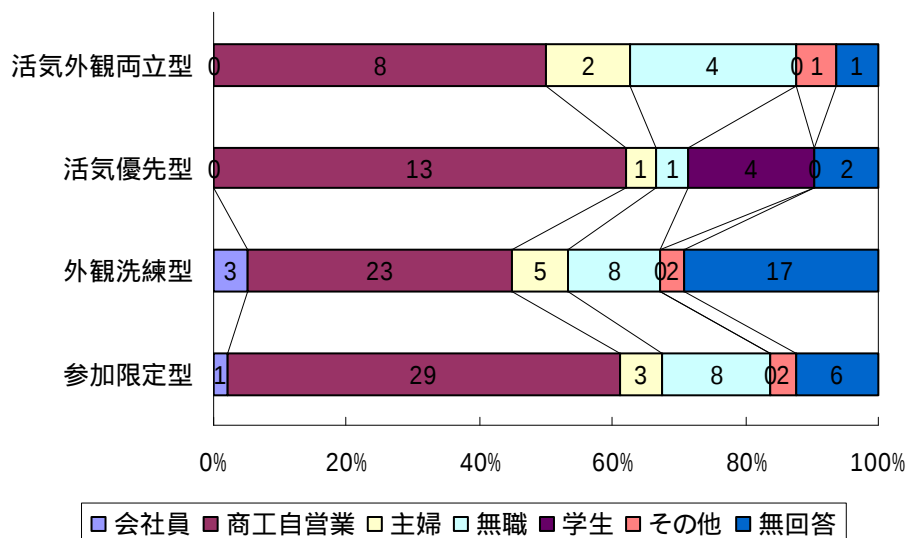


図4-8 装飾法パターンと職業

性別では、全体で男性が 67 件、女性が 68 件であり、ほぼ同じ割合であることがわかった。性別に関して各パターン内では、参加限定型において大きな差が見られた。参加限定型には男性のほうがなりやすいものと思われる。他の装飾パターンにおいては性別で差は生まれないようである。また、有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果、漸近有意確率 0.0000 となり、 $0.0000 < 0.05$ であるため、有意差があるといえる。

年齢では、全体で 71~ が 39 件、61~70 が 43 件であり、この二つの割合が他と比べると

多くなっている．各パターンともにサンプルの年齢層は高いことがわかった．

職業では，全体で商工自営業が 77 件と最も多く，回答したサンプルの約半数を占めていた．各パターンともに，商工自営業が最も多くなっていることが分かった．実験の対象地域には商店が多いためである．また，有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果，漸近有意確率 0.0000 となり， $0.0000 < 0.05$ であるため，有意差があるといえる．

4-3-2 装飾法パターンの変化

4-3-1 では装飾法パターンごとにサンプルの特徴を見た．

4-3-2 では年度ごとに分けることで，サンプルが実験への参加を重ねることで，どのように変化したのかを分析していく．

4-3-2-1 装飾法パターンの変化（全サンプル）

サンプルの装飾法パターンの数が，4 年間でどのように変化したのか単純集計を行った．詳細は表4-11，図4-1を参照．

表4-18 年度別装飾法パターン数（全サンプル）

	活気外観両立型	活気優先型	外観洗練型	参加限定型	総計
2005年	2	5	19	24	50
2006年	6	7	22	20	55
2007年	7	7	20	21	55
2008年	20	14	47	36	117
総計	35	33	108	101	277

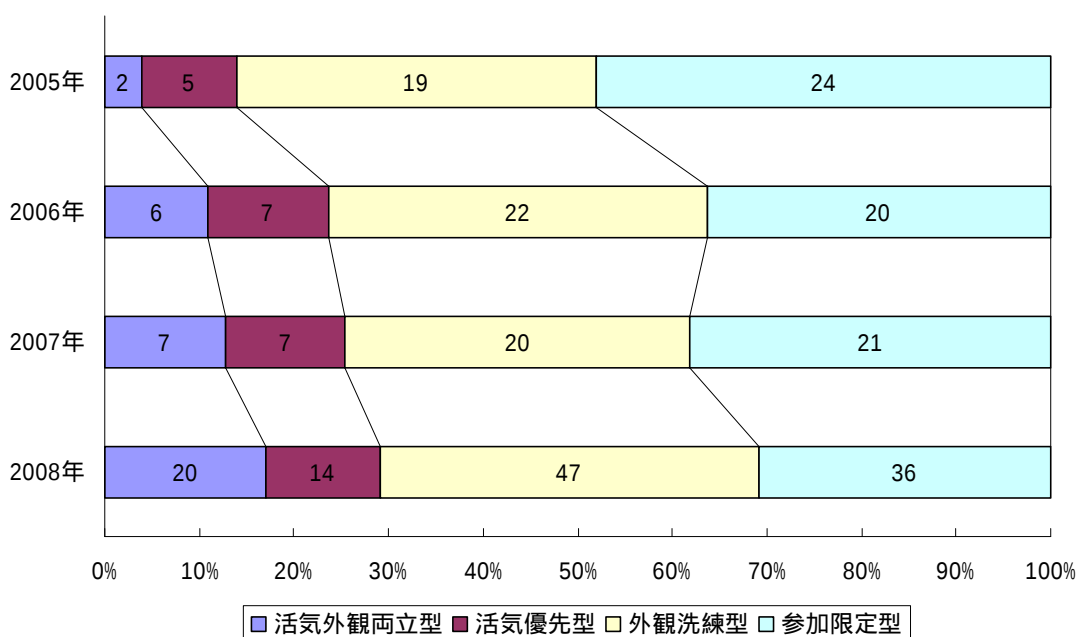


図4-9 年度別装飾法パターン数（全サンプル）の割合

2005 年では、活気外観両立型が 2 世帯、活気優先型が 5 世帯である。外観洗練型が 19 世帯、参加限定型が 24 世帯である。活気貢献度が少ない二つが、活気貢献度が大きい二つより多いことが分かる。しかし年を経るごとに参加貢献度が大きい二つの数が増えつつあり、2008 年には、活気外観両立型が 20 世帯、活気優先型が 47 世帯であり、外観洗練型が 14 世帯、参加限定型が 36 世帯となり、活気貢献度が大きい二つとほぼ差がなくなっていることが分かる。

ただし有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果、漸近有意確率 0.5128 となり、 $0.5128 > 0.05$ であるため、有意差があるとはいえない。

4-3-2-2 装飾法パターンの変化（4回参加世帯）

実験への参加を継続することによる変化により注目するため、4 回とも実験に参加しているサンプル（以降 4 回参加世帯と表記）36 世帯のみの装飾法パターン数の変化を年度ごとにみてみると、表 4-12、図 4-2 のようになった。

表4-19 年度別パターン数（4回参加世帯）

	活気外観両立型	活気優先型	外観洗練型	参加限定型	総計
2005年	2	4	14	16	36
2006年	4	5	16	11	36
2007年	4	6	13	13	36
2008年	6	6	15	9	36
総計	16	21	58	49	144

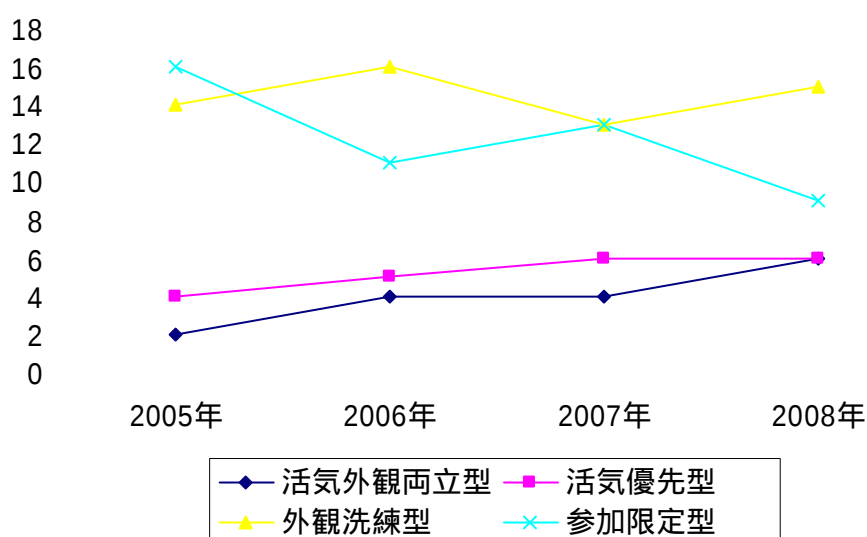


図4-10 年度別装飾法パターン数（4回参加世帯）

4回とも参加している36世帯に注目すると、外観洗練型は変わらずに多いままであるが、参加限定型は減少していることがわかる。そのことから、百彩参加者は、参加年度を重ねるごとに活気貢献度が小さい装飾法パターンから、活気貢献度の大きいパターンへ変わっていくといえるのではないかと。

ただし有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果、漸近有意確率 0.8297 となり、 $0.8297 > 0.05$ であるため、有意差があるとはいえない。

4-3-2-3 実験への参加回数と装飾法パターン

実験に参加する回数によって、装飾法パターンがどのように変化するかを見てみると、図4-3のようになった。また、初めて実験に参加するサンプルの装飾法パターンを年度別に見てみると、図4-4のようになった。

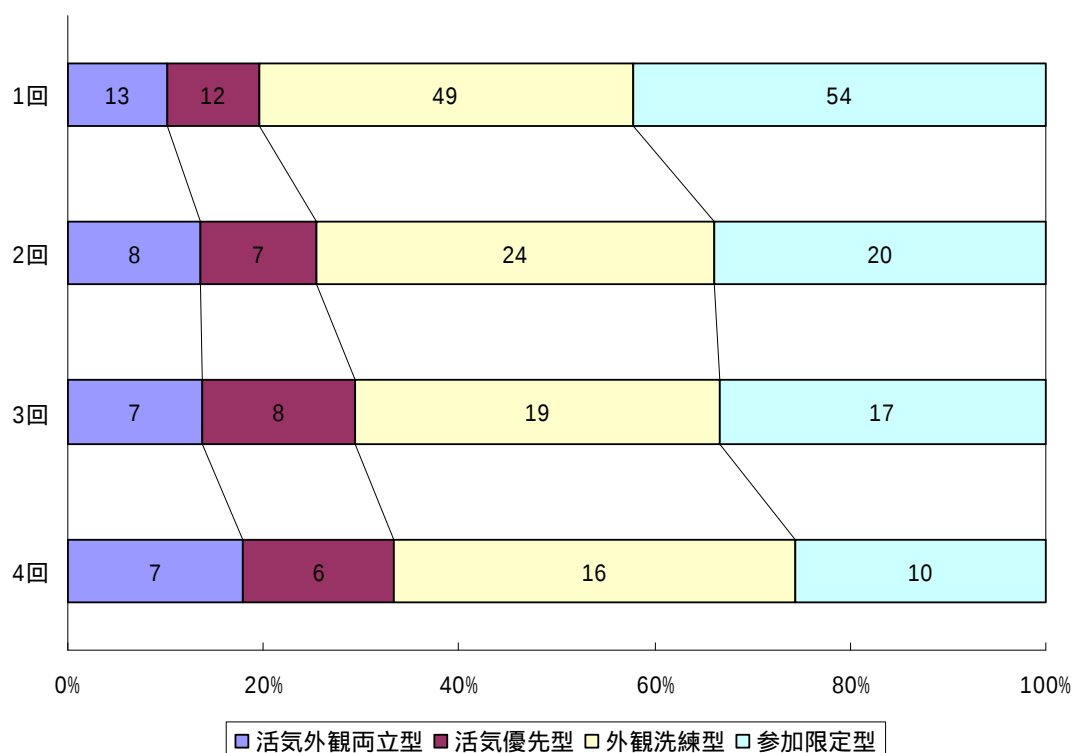


図4-11 実験への参加回数別装飾法パターン

実験に参加する回数が増えるほど、活気外観両立型と活気優先型の割合が増えていることがわかる。このことから、参加回数を重ねることによって、より活気ある外観を作ろうとする傾向に有るといえる。

ただし有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果、漸近有意確率 0.7334 となり、 0.7334

> 0.05 であるため、有意差があるとはいえない。

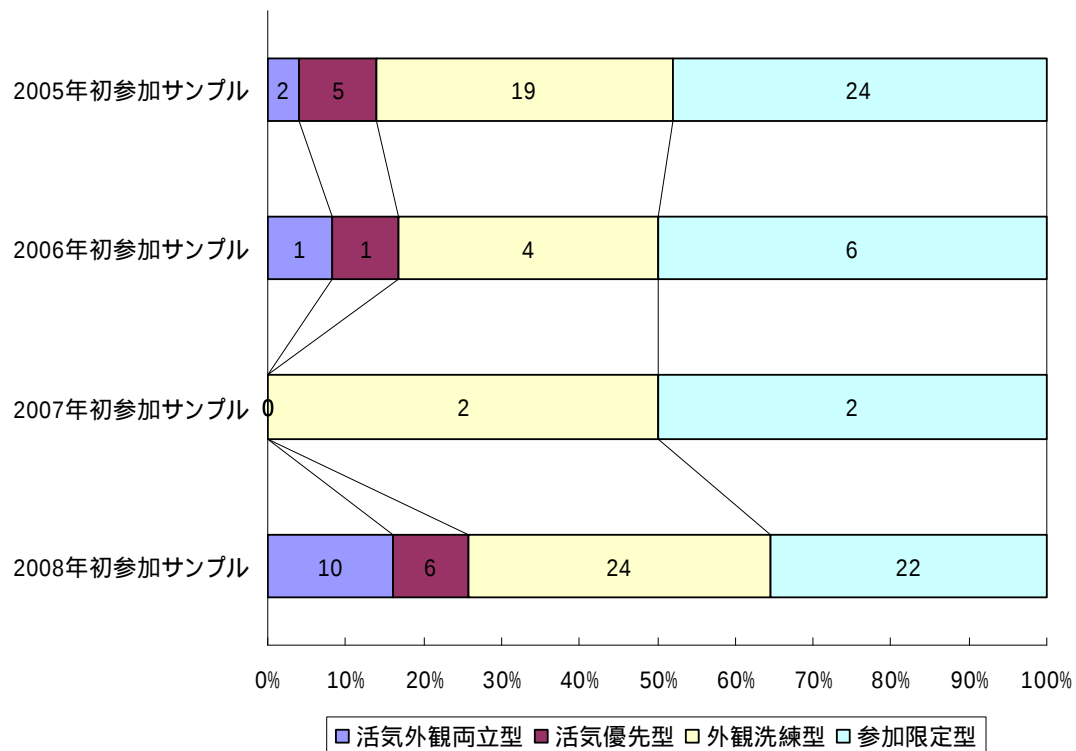


図4-12 年度別実験初参加サンプルの装飾法パターン

実験初参加のサンプルの多くは外観洗練型か参加限定型になっていることが分かる。このことから、初めて実験に参加するサンプルにとっては、外観洗練型か参加限定型がもっともやりやすいということが言える。

また、過去に実験を行った回数が多いほど、初参加サンプルにおける活気貢献度大の装飾法パターンの割合が増えていることがわかる。

ただし有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果、漸近有意確率 0.6971 となり、0.6971 > 0.05 であるため、有意差があるとはいえない。

4-3-3 装飾行動の変化（全体）のまとめ

4-3 で行った分析により分かったことをまとめる。

（１）サンプルの特徴

- ・ サンプルにおける男性と女性の数はほぼ同じであり、性別によって「百彩」への参加の有無に差が出ることはない。
- ・ 装飾法パターンについては、参加限定型には男性の方がなりやすいといえる。このこと

から、男性より女性の方が自分の家の外観の綺麗さに対して、興味や意欲があるといえるのではないか。

- ・ サンプルの年齢は61歳以上の高齢者が多く、また商店が多いため職業は商工自営業者が多くなっている。商工自営業について多いのは、無職、次が主婦となっているが、これは高齢者が多いためだと思われる。

(2) サンプルの装飾行動の変化

- ・ 継続して実験に参加することによって、サンプルの装飾法パターンはより活気ある外観をつくろうとするようになるといえる。
- ・ どの年度も実験に初参加のサンプルの多くは外観洗練型か参加限定型になっていることが分かった。
- ・ 初めて実験に参加するサンプルにとっては、外観洗練型か参加限定型がもっともやりやすいということが言える。
- ・ 過去に実験を行った回数が多いほど、初参加サンプルにおける活気貢献度大の装飾法パターンの割合が増えていることがわかった。
- ・ 外観洗練型がもっともサンプル数の割合の変動が少ないことがわかった。

4-4 装飾行動の変化（個別）

4-3-2の結果から、装飾法パターンには変化が見られることが分かった。

装飾法パターンの変化について詳しく見ていくため、経年変化についての情報が最も多い、4年間全ての実験に参加している家36世帯を対象として一軒ごとに考察をしていく。

4-4-1 サンプルの特徴（4回参加世帯）

4回とも実験に参加している36世帯のうち属性の単純集計を行った。

詳細は表4-13、表4-14を参照。

同じ世帯であっても年度が異なる場合は別のデータとして扱った。

なお性別、年齢、職業に関して無回答の項目があった場合でも、他の年度で回答していれば、前年度と同じものとして扱うことで可能な限り無回答の項目を減らして分析を行った。また、同じ世帯であっても年度によって回答者が異なる場合も有る。

表4-20 4回参加世帯の性別及び年齢

	性別				年齡								
	男性	女性	無回答	計	71	61	51	41	31	21	20	無回答	計
2005年	18	10	8	36	4	10	5	4	1	0	1	11	36
2006年	13	15	8	36	7	8	4	4	1	0	1	11	36
2007年	13	15	8	36	6	9	4	4	1	0	1	11	36
2008年	12	16	8	36	8	4	5	5	2	0	1	11	36
計	56	56	32	144	25	31	18	17	5	0	4	44	144

表4-21 4回参加世帯の職業

	職業									
	農林漁業	会社員	商工自営業	公務員	主婦	無職	学生	その他	無回答	計
1	0	1	20	0	1	5	1	1	7	36
2	0	1	19	0	3	5	1	1	6	36
3	0	1	19	0	3	5	1	1	6	36
4	0	1	15	0	4	6	1	2	7	36
計	0	4	73	0	11	21	4	5	26	144

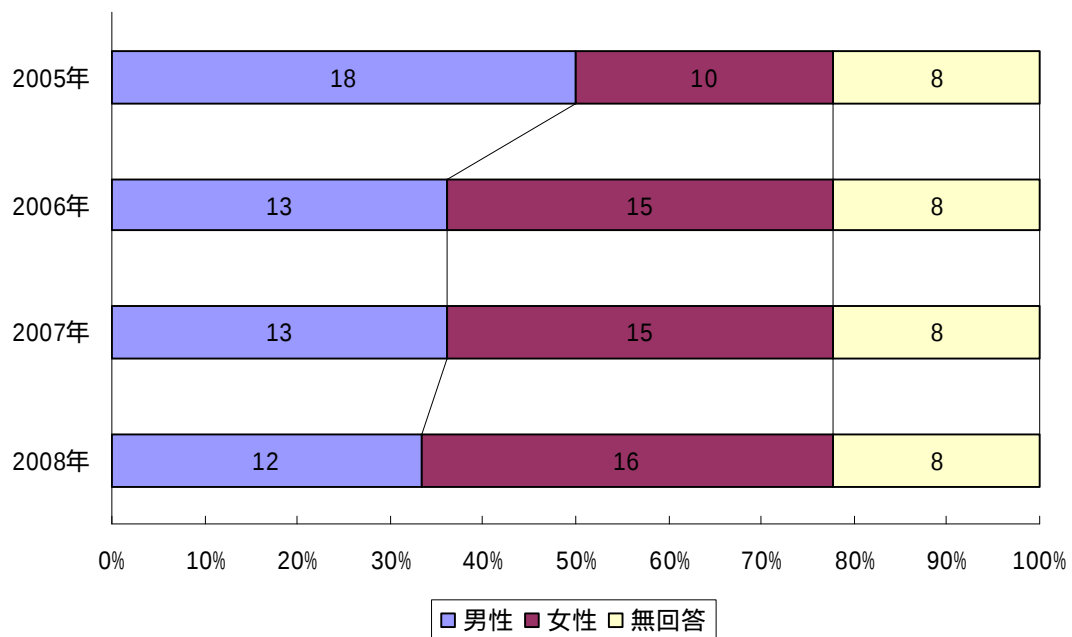


図 4-13 四回参加世帯の性別

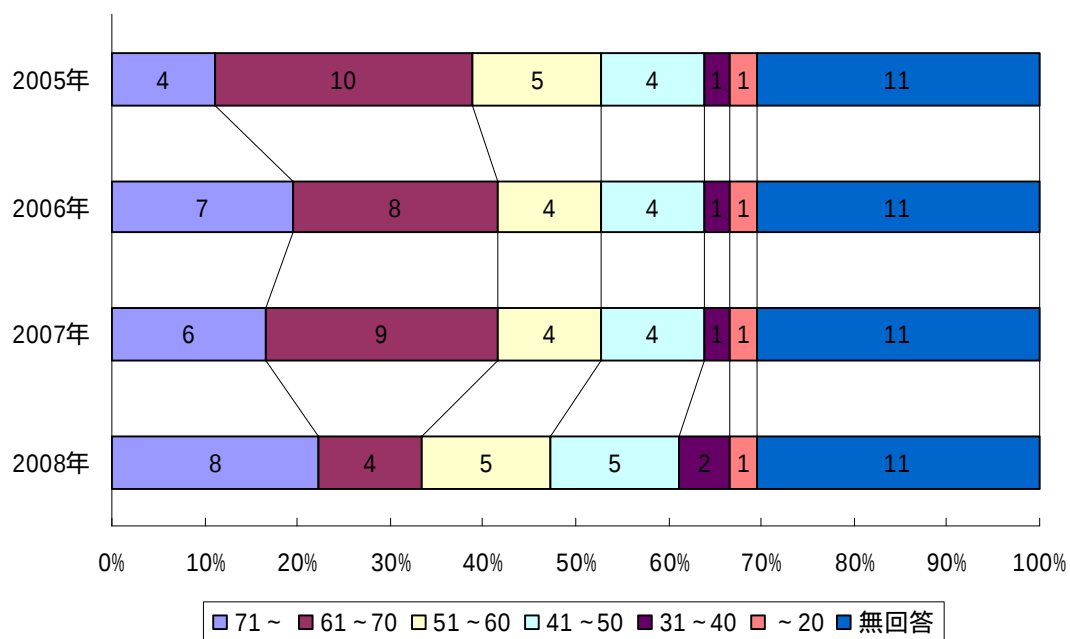


図 4-14 四回参加世帯の年齢

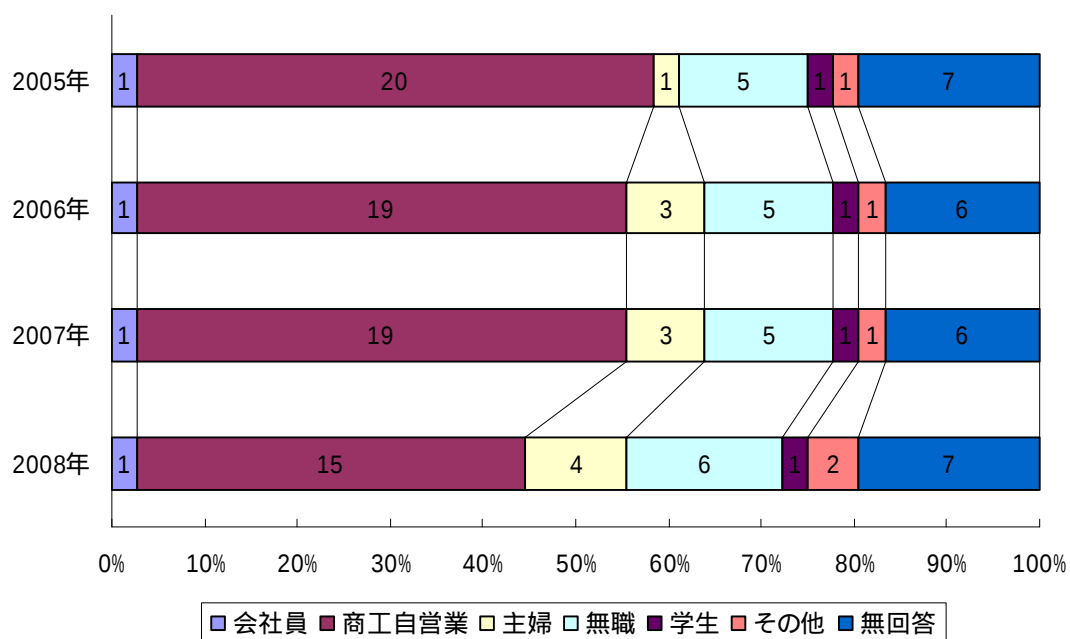


図 4-15 四回参加世帯の職業

4-4-2 装飾行動の変化（4回参加世帯）

（1）S寿司店の変化



図 4-16 S 寿司店 2005 年外観



図 4-17 S 寿司店 2006 年外観



図 4-18 S 寿司店 2007 年外観



図 4-19 S 寿司店 2008 年外観

表4-22 S寿司店の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男		商工自営業	参加限定型	2	2	2
2006年	男		商工自営業	活気優先型	15	11	6
2007年	男		商工自営業	活気優先型	15	12	6
2008年	男		商工自営業	活気優先型	23	14	9

表 4-23 S 寿司店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2
2006年	2	0	0	2	0	0	0	2	3	3	3	15
2007年	3	0	0	2	0	0	0	2	3	2	3	15
2008年	7	1	5	2	2	0	0	2	1	1	2	23
総計	13	1	5	6	2	0	0	6	8	6	8	55

S 寿司店の装飾法パターンは，一年目が参加限定型，二年目からは活気優先型となっている．装飾物の合計数，種類数，カテゴリ数全てが増加傾向にある．属性は四年とも男性，年齢は無回答，職業は商工自営業である．アンケートの自由記述，ヒアリングに対しての回答データはない．

一年目に行った飾り付けは 2 つだけだったが，参加を重ねるごとに数，種類とも増加している．より活気ある景観をつくろうという思いがあるといえる．また，装飾物の種類にこだわりはないようで，家の中にあった赤いものをとにかく飾っているという印象を受ける．外観をつくるときに統一感には気を配っていないようだ．

(2) O食料品店の変化



図 4-20 O 食料品店 2005 年外観



図 4-21 O 食料品店 2006 年外観



図 4-22 O 食料品店 2007 年外観



図 4-23 O 食料品店 2008 年外観

表 4-24 O 食料品店の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	女性	41～50	商工自営業	参加限定型	4	2	2
2006年	女性	41～51	商工自営業	外観洗練型	5	2	2
2007年	女性	41～52	商工自営業	参加限定型	4	3	2
2008年	女性	41～53	商工自営業	外観洗練型	6	4	3

表 4-25 O 食料品店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	3	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	4
2006年	2	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	5
2007年	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	4
2008年	2	0	0	0	0	0	0	0	3	1	0	6
総計	9	0	0	0	0	0	0	0	9	1	0	19

O 食料品店の装飾法パターンは参加限定型と外観洗練型を交互に繰り返している装飾物の合計数，種類数，カテゴリ数全てほとんど変化がない．属性は四年とも女性，年齢は 41～50 歳，職業は商工自営業である．アンケートの自由記述，ヒアリングに対しての回答データはない．

四年とも同じ装飾物カテゴリのものを飾り付けている．実験に参加することによって特別飾り方に対して意識の変化はないようである．

(3) I茶館の変化



図 4-24 I 茶館 2005 年外観



図 4-25 I 茶館 2006 年外観



図 4-26 I 茶館 2007 年外観



図 4-27 I 茶館 2008 年外観

表 4-26 I 茶館の変化年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	女性	51～60	商工自営業	外観洗練型	7	5	5
2006年	女性	51～60	商工自営業	参加限定型	3	2	1
2007年	女性	51～60	商工自営業	外観洗練型	10	4	4
2008年	女性	51～60	商工自営業	活気優先型	13	7	7

表 4-27 I 茶館の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	2	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1	7
2006年	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	3
2007年	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	5	10
2008年	3	2	0	1	0	0	0	1	1	1	4	13
総計	7	6	0	1	0	0	0	1	5	3	10	33

表 4-28 I 茶館の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	イエロー 年配者の街だから	中山道商店街 道路幅を広くしたい	無回答
2006年	無回答	無回答	無回答
2008年	無回答		

表 4-29 I 茶館の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
2005年	高宮町の中山道通り以外の所に住んでおられる方々が、なぜ赤い布がたくさん出ているのか不思議がって質問されていたので、もう少し高宮町全体にPRすれば良かったのではないかと思います	無回答
2006年	無回答	
2008年	気持ち的には町を活気付けるため中山道だけでも練り歩いてほしい。どういう感じかは少し思い浮かばないが	

I 茶館の装飾法パターンは，一年目が外観洗練型，二年目は参加限定型，三年目は外観洗練型，4 年目は活気優先型となっている．装飾物の合計数，種類数，カテゴリ数全てが二年目に減った以降は，増加している．属性は四年とも女性，年齢は 51～60，職業は商工自営業である．アンケートは，2005 年の事後景観イメージと，2005 年と 2008 年の自由記述に対する回答がある．自由記述からは，せっかく赤く飾り付けた町をいろんな人にみてほしいという意識がうかがえる．

一年目と二年目は商店が閉じている．そのため一年目は入りを気にせず広く装飾物を飾ることが出来ている．三年目と四年目は商店が開いているため，人が通る入りを避けて飾っている．四年目には吊り下げる飾り方は避けて，台においてディスプレイするように置いており，人に見てもらうという事を考えて飾っているようだ．

(4) W理容店の变化



図 4-28 W 理容店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-29 W 理容店 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）

表4-30 W理容店の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男	41～50	商工自営業	活気優先型	13	9	6
2006年	男	41～51	商工自営業	外観洗練型	8	6	4
2007年	男	41～52	商工自営業	外観洗練型	8	7	4
2008年	男	31～40	商工自営業	外観洗練型	6	2	2

表 4-31 W 理容店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	1	0	0	1	0	0	0	4	3	3	13
2006年	1	0	0	0	3	0	0	0	1	3	0	8
2007年	2	0	0	0	0	0	0	0	1	4	1	8
2008年	0	0	1	0	0	0	0	0	0	5	0	6
総計	4	1	1	0	4	0	0	0	6	15	4	35

表4-32 W理容店の2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並みとその理由	事前守りたい町並みとその理由
2005年	赤と黒 高宮の祭りの太鼓をイメージしたため	中山道のアスファルト・直したい 古い街にあった道の色にしたら 街が落ち着いた感じになりそうに思っ	大鳥居・守りたい 高宮のシンボリックな物だと思うので
2006年	ねずみ色 無賃橋の色		

表4-33 W理容店の2005年・2006年・2007年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色と想起理由	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005	赤と黒 春の大祭の太鼓のイメージ	無回答	大鳥居・守りたい 高宮の象徴 中山道の町並み・守りたい 旧街道の今の感じが好きだから
2006	ねずみ色 無賃橋の色	無回答	無回答
2008	灰 シャッター通り 黒 夜7時でまっくら		

表4-34 W理容店の2006年のみのアンケート回答

2006年アンケート		
去年のイメージ	今年のイメージ	来年はどうするか
各家庭で工夫して赤いものを飾っていて 団結力があるなというイメージ	昨年より書く家庭がつるすものを工夫しているように感じて にぎやかなイメージが残っている	無回答

表4-35 W理容店のアンケートへの自由記述

	自由記述
2005年	静かで色味の無い町が、赤く色付けていただけて浮きたっているようで、見ていても心躍るようでした。 住民の心がけ一つで町並みが良くも悪くも変わるものだと感じさせていただきました。
2006年	赤も良いですが夏の暑い日のイベントなので、来年は涼しげに「青」なんてどうですか？
2008年	無回答

W 理容店の装飾法パターンは、一年目が活気優先型、二年目からは外観洗練型となっている。合計数、カテゴリ数が減少傾向にある。属性は四年とも男性、年齢は一年目から三年目が 41～50 歳、四年目は 31～40 歳となっており、職業は四年とも商工自営業である。アンケートの自由記述では、2005 年に実験によって町並みに活気を感じ、景観に対する姿勢について新しい発見があったと回答している。2006 年には、夏の暑さを理由に、寒色である青色を用いた実験の提案をおこなっている。また実験後に行った、町並みに対していただくイメージの色は、一年目は明るい色をイメージしていたが、二年目以降は暗い色をイメージしている。ヒアリングに対しての回答データはない。

参加を重ねるごとに装飾物の数と種類が減少している。4 年目の飾りはほぼ提灯のみであるが、それによって外観には統一された印象がある。実験後に町並みに抱くイメージが、一年目以降暗い色になっていることは、迫間が研究で危惧していた継続による新鮮さの減

少,「マンネリ化」を裏付けると共に,装飾物の減少の理由ともなっているのではないか.

(5) M 精肉店の变化



図 4-30 M 精肉店 2005 年外観 (写真左) と 2006 年外観 (写真右)



図 4-31 M 精肉店 2007 年外観 (写真左) と 2008 年外観 (写真右)

表4-36 M精肉店の年度別属性, 装飾法パターン, 合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男	／	商工自営業	参加限定型	2	2	2
2006年	男	／	商工自営業	参加限定型	1	1	1
2007年	男	／	商工自営業	参加限定型	1	1	1
2008年	男	／	商工自営業	参加限定型	1	1	1

表 4-37 M 精肉店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
2006年	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
2007年	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
2008年	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
総計	0	4	0	0	0	0	0	0	0	1	0	5

M 精肉店の装飾法パターンは、四年とも参加限定型となっている。合計数、種類数、カテゴリ数は変化がない。属性は四年とも男性、年齢は四年とも回答なし、職業は四年とも商工自営業である。アンケートの自由記述、ヒアリングに対しての回答データはない。

参加を重ねることで装飾物に変化はない。一年目には椅子と提灯があるが、二年目以降には商い中とかかれた布があるのみである。この布が四年共通しているのは、この世帯が商店であるため通常営業として使えるためだろうと思われ、積極的に外観を飾りつけようという意欲はないようである。

(6) T.N 宅の変化



図 4-32 T.N 宅 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-33 T.N 宅 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）

表 4-38 T.N 宅の変化年度別属性、装飾法パターン、合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	71～	無職	参加限定型	4	1	1
2006年	男性	71～	無職	外観洗練型	6	2	2
2007年	男性	61～70	無職	活気外観両立型	11	2	2
2008年	男性	61～70	無職	活気外観両立型	11	2	2

表 4-39 T.N 宅の変化装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	8
2006年	4	0	0	0	0	0	0	0	0	2	6	12
2007年	9	0	0	0	0	0	0	0	0	2	11	22
2008年	9	0	0	0	0	0	0	0	0	2	11	22
総計	26	0	0	0	0	0	0	0	0	6	32	64

表 4-40 T.N 宅の 2006 年のみのアンケート回答

2006年アンケート			
去年のイメージ		今年のイメージ	来年はどうするか
一日のイベントでなく最低3日間の期間ほどしないと 高宮町内のイメージが町内外の皆様の頭にのこらないと思います。		一日期間では いろいろ考える間がありません。	無回答

表 4-41 T.N 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
2005年	無回答	
2006年	赤色彦根井伊家の赤備えから考えらえたと思いますが、 昔高宮城という白が有り、それも考えていただき 宿場（中山道）町の色を考えていただきたい。	「そんでもうちょと高宮の参考にして なんかもう色を決めてしまえええがな。 やっぱりそういう話をするわ。 そりゃ赤ばかりで面白くないわはる人もあるし、 いやいやわはるひともあるしよ。 そらあ十人十色じゃあないがな。 ある程度会議などをぐっとくぐってよすといいいんじゃない。」
2008年	無回答	

N 宅の装飾法パターンは、一年目は参加限定型、二年目は外観洗練型、三年目と四年目は活気外観両立型となっている。合計数、種類数、カテゴリ数は四年とも増加している。属性は、四年とも男性、年齢は一年目と二年目が 71～、三年目と四年目は 61～70、職業は四年とも無職となっている。アンケートとヒアリングのデータは、2006 年の去年から来年のイメージに関する質問と、2006 年の自由記述への回答、ヒアリングへの回答がある。2006 年のアンケートでは、2005 年の百彩のイメージに関する項目で、多くの人に印象づけるために期間を延長するべきだとこたえており、2006 年のイメージに関する項目も同じく期間が短いと回答している。また、自由記述において、赤色というものに対して、高宮の色ではないという考えを述べており、ヒアリングにおいても赤以外の色を使ってはどうかと発言している。

四年間を通して使用する装飾物の種類に変化はほとんどなく、飾る場所も変わっていない。飾る数が増えていることから、百彩に参加することで活気有る外観を作ろうという意識は有るが、シャツや傘といったありふれた物を使用していることから、自分の家の外観を特別なものにしようという気持ちはないようだ。これは赤色という物に対して不満を抱いているという理由もあるのではないか。

(7) A 製菓の変化



図 4-34 A 製菓 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-35 A 製菓 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）

表 4-42 A 製菓年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	女性	51～60	商工自営業	外観洗練型	6	6	4
2006年	女性	51～60	商工自営業	参加限定型	1	1	1
2007年	女性	51～60	商工自営業	参加限定型	1	1	1
2008年	女性	51～60	商工自営業	参加限定型	2	2	2

表 4-43 A 製菓装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	0	1	0	0	0	0	0	0	1	3	1	6
2006年	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
2007年	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
2008年	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
総計	1	3	0	0	0	0	0	0	1	4	1	10

表4-44 A製菓2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	ブルー さびれた町	お店の数を増やしたい 街に陽気が出るよう	商店街の雰囲気 新しい家にしないで手を加えて守りたい 市の援助を必要とする
2006年	無回答	無回答	無回答

表 4-45 A 製菓 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	赤 赤いものがとても目についたので	無回答	無回答
2006年	無回答	無回答	無回答
2008年	無回答		

表 4-46 A 製菓 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリン グ
2005年	街並全体でそろえるという事は とてもインパクトがあると思います	
2006年	無回答	無回答
2008年	無回答	

A 製菓の装飾法パターンは、一年目は外観洗練型、二年目以降は参加限定型となっている。合計数、種類数、カテゴリ数は二年目以降変化がない。属性は、四年とも女性、年齢は四年とも 51～60、職業は四年とも商工自営業となっている。アンケートのデータは、2005 年の景観イメージに関する回答と、自由記述への回答がある。ヒアリングの回答はない。2005 年の景観イメージに関する調査項目では、事前アンケートではさびれた町という印象をもっており、陽気ができるように店を増やしたいとも述べている。また、2005 年の自由記述においても、一斉に赤く飾られた町並みに対して新鮮さを感じている事がうかがえる。

一年目は店の前に有るベンチに赤い布を敷いたほかにもいくつかの装飾物を飾っているが、二年目以降はベンチ以外飾りをしていない。またアンケート回答も二年目以降全くない。一年目ほどのインパクトを感じなくなったため飾り付けを行う意欲が減退したのではないか。

(8) 空き家の変化



図 4-36 空き家 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-37 空き家 2007 年外観



図 4-38 空き家 2008 年外観

表 4-47 空き家の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	無回答	無回答	無回答	参加限定型	4	4	4
2006年	無回答	無回答	無回答	外観洗練型	5	5	5
2007年	無回答	無回答	無回答	外観洗練型	6	4	4
2008年	無回答	無回答	無回答	参加限定型	3	3	3

表 4-48 空き家の S 店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	4
2006年	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	5
2007年	1	0	0	0	1	0	3	0	0	1	0	6
2008年	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	3
総計	4	0	0	0	4	1	5	0	0	4	0	18

空き家の装飾法パターンは，一年目は参加限定型，二年目と三年目は外観洗練型，四年目は参加限定型となっている．合計数，種類数，カテゴリ数は増加した後減少している．この家は空き家のため世帯主が分からず，そのためアンケートとヒアリングのデータは無い．

一年目はやかんに花を挿すなど，身近な物を雑多に飾りつつも，装飾に工夫を加えている．二年目も同じく花を挿したやかんを飾り，また消化器を飾らなくなったのは装飾物として合わないと考えてのことだろうか．しかし，三年目からは装飾に工夫もみられなくなっている．なお四年目の車というのは，四年間の全ての家を通してもっとも大きな飾りである．

(9) N時計・眼鏡店の変化



図 4-39 N 時計・眼鏡店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-40 N 時計・眼鏡店 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）

表 4-48 N 時計・眼鏡店の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	61～70	商工自営業	外観洗練型	8	3	3
2006年	女性	71～	商工自営業	活気外観両立型	17	6	4
2007年	女性	71～	商工自営業	外観洗練型	7	3	3
2008年	女性	41～50	主婦（主夫）	外観洗練型	7	2	2

表 4-49 N 時計・眼鏡店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	0	6	0	0	0	1	0	0	0	1	0	8
2006年	2	9	0	0	0	0	0	0	0	4	2	17
2007年	0	5	0	0	0	0	0	0	1	1	0	7
2008年	0	6	0	0	0	0	0	0	0	1	0	7
総計	2	26	0	0	0	1	0	0	1	7	2	39

表4-50 N時計・眼鏡店の2005年・2006年の事前アンケート回答

事前アンケート			
計	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	灰色 活気が無い・空き家が多い	空店舗	無回答
		市県の補助（改装代）	
		空き地	
		低借地料で貸与（仲介は商工会，自治会？）	
2006年	オレンジ 街が明るい感じになる みどり 街道の松並木のイメージ	空き家	無回答
		同上	
		無回答	

表 4-51 N 時計・眼鏡店の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

事後アンケート			
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	無回答	無回答	無回答
2006年	茶色系 宿場町として少し古風なものも良いかなと思う	無回答	無回答
2008年	無回答		

表 4-52 N 時計・眼鏡店の 2006 年のみのアンケート回答

2006年アンケート			
	去年のイメージ	今年のイメージ	来年はどうするか
2006年	久しぶりに街の雰囲気協力的で 親しみがお互いにわいてきて大変良かった	毎年サマーフェスティバルとならんで 楽しいイベントを計画してくださり だんだん定着化して子ども達も参加して 夏祭りが盛り上がり良いなあと思ったりしています。 お暑い中学生さん達ご苦労様で感謝しております。	無回答

表 4-53 N 時計・眼鏡店の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述
2005年	無回答
2006年	観光客（宝塚から来られた）から赤色のイメージを尋ねられ 城主井伊家の赤備えの意味を説明したがピンと来られない感じ そのへんの説明不足を感じると共に高宮町としては やはり中山道宿場町というイメージを持ってこられる方が多いように思われました。
2008年	無回答

表 4-54 N 時計・眼鏡店の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	ヒアリング
2005年	無回答
2006年	「お客さんがびっくりしてたな。何をやってんねやって。思った家がしまつてはるやろ、今日はなんやっ てな。 高宮の人は知ってるかもしれないけど、お客さんは大体橋から向こうのお客さんばかりやしね。 なにでこのカラーが現れてるのがわからなんだろうしわ。 ポスターとかもおいといてくれはるけども。昨日何がおこったんやゆうて」
2008年	無回答

N 時計眼鏡店の装飾法パターンは、一年目は外観洗練型、二年目は活気外観両立型、三年目と四年目は外観洗練型となっている。合計数、種類数、カテゴリ数は二年目に大きく増えている他は、ほとんど変化はない。属性は、一年目は男性、二年目以降は女性となっている。年齢は、一年目は 60～71、二年目と三年目が 71～、四年目は 41～50 となっている。職業は一年目から三年目が商工自営業、四年目のみ主婦（主夫）となっている。アンケートとヒアリングのデータは、2005 年と 2006 年の事前景観イメージと、2006 年の事後景観イメージ、2006 年の去年から来年にかけてのイメージ、2006 年の自由記述とヒアリングの回答がある。

2005 年の事前の景観イメージでは、町並みに対して活気が無く空き家が多いことから灰色に感じると回答していた。しかし、2006 年には事前の景観イメージはオレンジと緑と回答し、去年のイメージとして町の雰囲気良くなったと回答しており、町並みを明るくとらえるようになっていることがわかる。しかし、2006 年の実験後には景観イメージとして茶色系と暗めの色を回答しており、赤色を派手すぎると感じたのか、宿場町としての落ち着きのある色合いであっても良いのではないかと思い直したようだ。2006 年の今年のイメージの項目から、百彩を楽しんで参加していることが伺えるが、同時に 2006 年の自由記述とヒアリングから、赤色に染められた町並みというのは奇抜であり、またその説明や告知が十分になされていないことに対して懸念があるようだ。

装飾物は四年間を通して、布が最も多く使用されている。装飾物数が増えていた二年目では、衣類系や家財道具系の装飾物カテゴリが増えていたが、二年目以降は再び布を中心として、装飾物数、種類数、ともに減らして飾り付けを行っている。この変化は、一年目に百彩に参加したことが楽しく感じたため二年目は装飾物を増やして飾り付けを行ったが、

二年目の百彩を行った後古風な町並みの良さというものに気付いたため、三年目以降はあまり派手さのない飾り付けにしようと思ったからではないか。

(10) S.K宅の変化



図 4-41 S.K 宅 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-42 S.K 宅 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）

表 4-55 S.K 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	女性	61～70	商工自営業	参加限定型	2	2	2
2006年	女性	71～	無職	外観洗練型	5	3	3
2007年	女性	71～	無職	外観洗練型	9	4	4
2008年	女性	71～	無職	参加限定型	1	1	1

表 4-56 S.K 宅の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2
2006年	0	2	0	0	0	0	0	0	2	1	0	5
2007年	2	3	0	0	0	0	0	0	1	0	3	9
2008年	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
総計	2	5	0	1	0	0	0	0	4	1	4	17

表4-57 S.K宅の2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	無回答	無回答	無賃橋 歴史的 大鳥居 同上
2006年	赤	無回答	無回答

表 4-58 S.K 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	淡いオレンジ 穏やかな暖かい色	無回答	無回答
2006年	無回答	無回答	無回答
2008年	無回答		

表 4-59 S.K 宅の 2006 年のみのアンケート回答

	2006年アンケート		
	去年のイメージ	今年のイメージ	来年はどうするか
2006年	中山道近くの人しかなかったので 高宮内でも通った人で驚くひとがあった	各家毎に趣向をこらしたのしめた。 町に違和感が無かった。	無回答

表 4-60 S.K 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
2005年	無回答	
2006年	開始，終了時近隣共に会話できた事がよかった。	無回答
2008年	無回答	

S.K宅の装飾法パターンは，一年目は参加限定型，二年目と三年目は外観洗練型，四年目は参加限定型となっている．合計数，種類数，カテゴリ数は二年目，三年目と増加したが，四年目には一年目よりも少なくなっている．属性は，四年とも女性，年齢は一年目が61～70，二年目以降が71～となっている．職業は，一年目が商工自営業，二年目以降は無職となっている．アンケートとヒアリングのデータは，2005年事前アンケートの守りたい町並みと，2006年事前アンケートの景観イメージに関する項目，2005年事後アンケートの景観イメージに関する項目，2006年の自由記述への回答がある．2005年事後の景観イメージと2006年の事前の景観イメージが共に明るい色であり，景観イメージの変化が一年たっても

持続している事が分かる．また，2006年の今年のイメージに関する項目から，家ごとの飾り付けの違いを面白いと感じていること，自由記述で飾り付けと片付けの際に近隣住民と会話の機械が生まれたことを喜んでいることが分かる．また，2006年の回答者は赤く彩られた町並みに対して違和感を抱いていないようだ．

装飾物の種類は，一つのバケツが4年間通して飾られている．また，二年目においては布と傘，三年目は布と衣類が飾られているが，四年目にはまたバケツのみとなっている．装飾物の種類，飾っている場所も同じことから，このバケツがこの家の特色であるとも言える．

(11) K.K 宅の変化



図 4-43 K.K 宅 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-44 K.K 宅 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）

表 4-61 K.K 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	61～70	無職	参加限定型	1	1	1
2006年	女性	61～70	主婦（主夫）	外観洗練型	6	4	4
2007年	女性	61～70	主婦（主夫）	参加限定型	4	3	3
2008年	女性	31～40	無職	参加限定型	1	1	1

表 4-62 K.K 宅の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
2006年	0	2	0	0	0	0	0	0	2	1	1	6
2007年	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	4
2008年	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
総計	4	2	0	0	0	0	0	0	2	2	2	12

表4-63 K.K宅の2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	無回答	無回答	常夜燈・守りたい 風情があってよい
2006年	無回答	無回答	無回答

表 4-64 K.K 宅の 2006 年のみのアンケート回答

2006年アンケート		
去年のイメージ	今年のイメージ	来年はどうするか
お盆のお客様で忙しく無計画だった	ちょっとバラバラまとまりにかけろ．	今年と同じものならもう見てもしょうがないと思う． もう少しまとまりがないと見苦しい．はっきり言って．

表 4-65 K.K 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
2005年	無回答	無回答
2006年	街道を彩るという発想は面白いと思うが、街筋を全てバラバラに飾るのではなくて、 (同色といっても)町ごとにポイントを絞っていきに飾る方が見ていて気持ち良い。 (何件か決める、場所をしぼる)色と同じデザインにも重点をおいたほうが良い。	無回答
2008年	無回答	無回答

K.K 宅の装飾法パターンは、一年目は参加限定型、二年目は活気外観両立型、三年目と四年目は外観洗練型となっている。合計数、種類数、カテゴリ数は二年目には増えているが、三年目四年目と減少している。属性は、一年目は男性、二年目以降は女性となっている。年齢は、一年目から三年目が 61～70、四年目は 31～40 となっている。職業は一年目が無職、二年目と三年目が主婦（主夫）、四年目が無職となっている。アンケートとヒアリングのデータは、2005 年の事前景観イメージと 2006 年の去年から来年にかけてのイメージ、2006 年の自由記述の回答がある。どのアンケートでも一貫して、装飾物にまとまりがなくみぐるしいと主張している。

2005 年に飾られたのは衣類のみとなっており、これは 2006 年の去年のイメージに関する項目でも、忙しく無計画だったと反省をしているようである。2006 年にはいくつかの装飾物を組み合わせるなど飾り方に工夫を加えて着ることが分かるが、アンケートでは、同じ事をやるのなら続けても意味がないと回答しており、2007 年、2008 年ではふたたびほとんど飾り付けを行わなくなっている。二年目には早くもマンネリ化を迎えており、常に新しい刺激を与えなければ装飾行為は継続しないようだ。

(12) A.S 宅の変化



図 4-45 A.S 宅 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-46 A.S 宅 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）

表 4-66 A.S 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	61～70	会社員	参加限定型	4	4	3
2006年	男性	61～70	会社員	外観洗練型	7	5	4
2007年	男性	61～70	会社員	外観洗練型	8	5	3
2008年	男性	61～70	会社員	外観洗練型	5	3	2

表 4-67 A.S 宅の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	4
2006年	3	0	0	1	0	0	0	0	2	1	0	7
2007年	3	0	0	0	0	0	0	0	3	0	2	8
2008年	3	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	5
総計	10	0	0	1	0	0	0	2	6	3	2	24

表4-68 A.S宅の2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	灰色 旧宿場町のイメージ	中山道 道を一方通行にして歩道をもうける	大鳥居 古いものも大事 常夜燈 同上
2006年	無回答	無回答	無回答

表 4-69 A.S 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	灰色 旧宿場町のイメージ	道路 歩道の充実	大鳥居 古いものも大事 常夜燈 同上
2006年	無回答	無回答	無回答
2008年	無回答	無回答	無回答

表 4-70 A.S 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
2005年	このイベントの目的（活性化をめざしていると思われるが）の意味がハッキリしない。	
2006年	無回答	無回答
2008年	大学生の皆さん暑い中ご苦勞産です。 老人層と周辺の分若手層を結びつける考えをお願いしたい。 来年もよろしく・ちんどん屋よかったで。	

S 宅の装飾法パターンは、一年目は参加限定型、二年目から四年目は外観洗練型となっている。合計数、種類数、カテゴリ数は二年目に大きく増えている他は、ほとんど変化はない。属性は、性別は四年とも男性となっている。年齢は四年とも 60～71 となっている。職業は四年とも会社員となっている。アンケートとヒアリングのデータは、2005 年の事前と事後の景観イメージと、2006 年の自由記述と 2008 年の自由記述の回答がある。事前と事後の景観イメージは共に暗い色をイメージしており、また自由記述ではイベントの目指すところが分からないと答えている。また、2008 年の自由記述では、老人層と若年層を結びつけるようなイベントを要望している。

一年目は装飾物を広く軒先の端から端まで飾りつけていたが、二年目からは玄関先のみ
の飾り付けになっている。

(13) T.M 宅の変化



図 4-47 T.M 宅 2005 年外観



図 4-48 T.M 宅 2006 年外観



図 4-49 T.M 宅 2007 年外観



図 4-50 T.M 宅 2008 年外観

表 4-71 T.M 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	女性	～20	学生	活気優先型	11	11	6
2006年	女性	～20	学生	活気優先型	16	10	8
2007年	女性	～20	学生	活気優先型	19	9	6
2008年	女性	～20	学生	活気優先型	18	7	6

表 4-72 T.M 宅の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	1	0	1	0	0	0	0	1	6	1	11
2006年	2	3	1	1	1	0	2	0	0	3	3	16
2007年	5	3	0	4	0	0	0	0	3	2	2	19
2008年	2	3	1	0	0	0	1	0	1	1	0	9
総計	10	10	2	6	1	0	3	0	5	12	6	55

表4-73 T.M宅の2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	茶色 古風な感じがするから	無回答	無回答
2006年	無回答	無回答	無回答

表 4-74 T.M 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	オレンジ色 百彩創装をしたので、イメージが明るくなった	無回答	無回答
2006年	無回答	無回答	無回答
2008年	無回答		

表 4-75 T.M 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
	大阪から来たので、地域の人たちの協力的なところに驚きました。 このような企画は地域の人たちのまとまりのためにとてもよいことだと思います。 赤く染まった町並みは、不思議な感じがしましたが、よかったと思います。	
2005年		
2006年	無回答	無回答
2008年	無回答	

T.M 店の装飾法パターンは，四年とも活気優先型となっている．四年間で装飾物の合計数は増加しているが，種類は減少している．装飾物カテゴリには変化はない．性別は，四年とも女性．年齢は，四年とも～20．職業は 4 年とも学生となっている．アンケートのデータは，2005 年の事前と事後の景観イメージと，2005 年の自由記述の回答がある．百彩を通して，地域の人同士のつながりや，赤く染まった町並みに新鮮さを感じていることがわかる．

四年間を通して，装飾物の数と種類をともに多く飾り付けている．飾りに使用する装飾

物カテゴリは毎年ほぼ同じ物であるが、装飾物の合計数は増え、種類数は減少している。
また飾り方は、衣類や布類は吊し、他の物は地面に置くという飾り方でほぼ変わっていない。
活気ある外観をつくと共に、種類数を減らすことで雑多な印象をなくそうとしているようだ。

(14) B 宅の変化



図 4-51 B 宅 2005 年外観



図 4-52 B 宅 2006 年外観



図 4-53 B 宅 2007 年外観



図 4-54 B 宅 2008 年外観

表 4-76 B 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	無回答	無回答	商工自営業	参加限定型	1	1	1
2006年	無回答	無回答	商工自営業	外観洗練型	8	7	4
2007年	無回答	無回答	商工自営業	外観洗練型	6	5	3
2008年	無回答	無回答	商工自営業	外観洗練型	7	6	3

表 4-77 B 宅の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
2006年	0	0	0	2	0	0	0	1	2	3	0	8
2007年	0	0	0	0	0	1	0	0	1	4	0	6
2008年	0	0	0	0	3	0	0	0	2	2	0	7
総計	0	0	0	2	3	1	0	1	5	10	0	22

B 宅の装飾法パターンは，一年目は参加限定型，二年目からは外観洗練型となっている．合計数，種類数，カテゴリ数は二年目に大きく増えた後はほぼ横ばいになっている．性別と年齢は無回答．職業は四年とも商工自営業となっている．アンケートとヒアリングのデータはない．

一年目は衣類を一枚吊しているだけだった．二年目には装飾物の数も種類も増えて飾り付けを行っているが狭い範囲の飾り付けに止まっている．三年目からは装飾物はやや減っているが，外観全体を飾り付けるように広く配置されるようになっていく．また彦根城 400 年祭ののれんを利用するなど，地域の変化も取り込んで飾り付けを行っている．

(15) C店の変化



図 4-55 C店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-56 C店 2007 年外観



図 4-57 C店 2008 年外観

表 4-78 C店の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	無回答	無回答	商工自営業	外観洗練型	10	5	5
2006年	無回答	無回答	商工自営業	活気外観両立型	13	6	5
2007年	無回答	無回答	商工自営業	活気外観両立型	19	5	4
2008年	無回答	無回答	商工自営業	活気外観両立型	12	5	5

表 4-79 C 店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	1	0	0	0	0	0	0	2	2	4	10
2006年	2	2	2	0	0	0	0	0	4	0	3	13
2007年	0	6	3	0	0	0	0	0	4	0	6	19
2008年	0	0	6	0	0	1	0	0	3	1	1	12
総計	3	9	11	0	0	1	0	0	13	3	14	54

C 店の装飾法パターンは、一年目は参加限定型、二年目からは外観洗練型となっている。性別と年齢は四年とも無回答。職業は四年とも商工自営業となっている。装飾物の合計数は 2007 年が最も多くなっており、他の年度はほぼ同じである。種類数と装飾物カテゴリ数も四年間でほとんど変化はない。アンケートとヒアリングのデータは無い。

一年目から三年目にかけて、様々な装飾物を多数多種店の前面に広く飾り付けており、活気と同時に雑多な印象をうける。しかし四年目には表の一角に飲み飾り付ける方法に変わっている。

(16) K 米穀店の变化



図 4-58 K 米穀店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-59 K 米穀店 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）

表 4-80 K 米穀店の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	71～	商工自営業	活気優先型	30	8	6
2006年	女性	71～	商工自営業	活気優先型	23	7	6
2007年	女性	71～	商工自営業	活気外観両立型	42	5	3
2008年	女性	71～	商工自営業	活気外観両立型	37	5	3

表 4-81 K 米穀店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	2	1	21	1	0	0	0	0	4	0	1	30
2006年	0	2	1	0	2	0	0	0	6	2	1	14
2007年	0	2	38	0	0	0	0	0	2	0	0	42
2008年	2	0	34	1	0	0	0	0	0	0	0	37
総計	4	5	94	2	2	0	0	0	12	2	2	123

表4-82 K米穀店の2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	みどり 自然	無回答	無回答
2006年	緑 円照寺の松の緑	無回答	無回答

表 4-83 K 米穀店の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	赤 賑やかさがほしい	無回答	無回答
2006年	無回答	無回答	無回答
2008年	無回答		

表 4-84 K 米穀店の装飾物

	2006年アンケート		
	去年のイメージ	今年のイメージ	来年はどうするか
2005年	無回答	無回答	無回答
2006年	赤い色って心が温かく成るのだと思った。 町がにぎやか、ほのぼのとした感じでした。	町がほのぼのとした様子を見た。	無回答
2008年	無回答	無回答	無回答

表 4-85 K 米穀店の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
2005年	変わった計画で始めはとまどいました。 やり始めたら楽しかった（夫婦で作り楽しかった）	無回答
2006年	無回答	「ここ車で通らはった人がな、 んでその時にしゃべったことが、 今日は何があるの？なんで赤なんって。 んでなんか適当に説明し説いたけど」
2007年	無回答	無回答
2008年	提灯、あんどんなどを考えるのならば、 サマーフェスティバルの前夜祭のような ことをすればいいかかと思ひます。	無回答

K米穀店の装飾法パターンは、一年目と二年目は活気優先型、三年目と四年目は活気外観両立型となっている。装飾物の合計数は2006年で一度減少した後、2007年で増加、2008年でやや減少しているが、全体では上昇傾向にある。しかし種類数とカテゴリ数は四年で減少している。性別は、一年目は男性、二年目以降は女性となっている。年齢は、四年とも71～、職業は四年とも商工自営業となっている。アンケートとヒアリングのデータは、2005年と2006年の事前景観イメージと、2005年の事後景観イメージ、2006年の去年から来年にかけてのイメージの回答、2005年と2008年の自由記述と2006年のヒアリングの回答がある。2005年の事前景観イメージは緑で、事後には赤色に変わっているが、2006年の事前アンケートでは再び緑に戻っている。またアンケートから、当初は変わった計画だと驚いているが、飾り付けを行う事に楽しみを感じるようになり、また赤く飾られた町並みから暖かみを感じていることが分かる。ヒアリングからは、百彩を行う意義の周知がなされていないことがわかる。

この家の外観は、風車とひょうたんにおいて統一されている。一年目はまだ手さぐりのようで、風車のほかに、衣類やリュックを始め多くの種類が飾り付けられている。特に、二年目以降は、装飾物の総数はそれほど減らさず、同時に風車とひょうたん以外の装飾物を減らすことで、洗練された印象のある外観をつくりはじめている。2008年には、高宮音

頭という曲を人型の装飾物からながしているのが特徴的であった．外観を赤く飾り付けると同時に，テーマをもって飾り付けを行おうという意識が伺える．

(17) T.K宅の変化



図 4-60 T.K 宅 2005 年外観



図 4-61 T.K 宅 2006 年外観



図 4-62 T.K 宅 2007 年外観



図 4-63 T.K 宅 2008 年外観

表 4-86 T.K 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	無回答	無回答	無回答	外観洗練型	6	4	4
2006年	無回答	無回答	無回答	外観洗練型	7	3	3
2007年	無回答	無回答	無回答	活気優先型	12	8	6
2008年	無回答	無回答	無回答	活気優先型	18	10	7

表 4-87 T.K 宅の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	3	6
2006年	0	0	0	0	0	0	1	0	0	4	2	7
2007年	0	2	0	0	2	0	1	0	2	4	1	12
2008年	0	2	2	0	0	0	1	5	1	6	1	18
総計	1	4	2	0	2	1	3	5	3	15	7	43

T.K宅の装飾法パターンは，一年目と二年目は外観洗練型，三年目と四年目は活気優先型となっている．装飾物の合計数，種類数，カテゴリ数は四年間で上昇している．性別，年齢，職業は四年間とも無回答である．アンケートとヒアリングのデータ無い．

一年目と二年目は，あまり飾り付けがおこなわれていない．しかし，三年目と四年目は多く飾られ，特に四年目は数と種類共に増加し，やや雑多な印象がある．また，四年間を通してうちわが装飾物として使用されている．

(18) K金物店の変化



図 4-64 K 金物店 2005 年外観



図 4-65 K 金物店 2006 年外観



図 4-66 K 金物店 2007 年外観



図 4-67 K 金物店 2008 年外観

表 4-88 K 金物店の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	女性	61～70	無職	外観洗練型	5	5	3
2006年	女性	61～70	無職	外観洗練型	9	7	5
2007年	女性	61～70	無職	参加限定型	2	2	1
2008年	女性	61～70	無職	活気外観両立型	11	6	6

表 4-89 K 金物店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	0	0	0	0	0	0	0	3	1	0	5
2006年	2	2	0	0	0	0	0	0	2	2	1	9
2007年	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
2008年	5	2	1	0	1	0	0	0	1	1	0	11
総計	8	4	1	0	1	0	0	0	8	4	1	27

表 4-90 K 金物店の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
2005年	無回答	無回答
2006年	無回答	「中村一つとかはった．和田さんがちよつとつてはった． あと前の中村がつつとった．あそこもぎょうさんつつとった． あそこ今年はやめとこいつとったけど娘婿がうらなつてつつとかはったわ」
2007年	無回答	無回答
2008年	夏祭りのときは酷暑の 最中ですので人出もなく， 時期を春祭りのときにでも 飾ったらいかがと思いますが	無回答

K金物店の装飾法パターンは，一年目と二年目は外観洗練型，三年目は参加限定型，四年目は活気外観両立型となっている．装飾物の合計数，種類数，カテゴリ数は2007年で減少しているが，全体としては上昇傾向にある．性別は，四年とも女性となっている．年齢は，四年とも61～70，職業は四年とも無職となっている．アンケートのデータは，2006年のヒアリングの回答と，2008年の自由記述の回答がある．ヒアリングから，他の家の飾り方について興味を持っていることがわかる．また，夏は暑いので人出もないため，百彩の時期を春頃にするのはどうかと考えている．

装飾物の飾り方は，2007年をのぞいて，入り口の左に除雪シャベルを置き，その左に布類を吊るし，右側には台をおいて飾り，その右に衣類を吊すという飾り方が共通している．これは，意図的に左右のバランスをとった飾り方をしていることがうかがえる．

(19) S.T 宅の変化



図 4-68 S.T 宅 2005 年外観



図 4-69 S.T 宅 2006 年外観



図 4-70 S.T 宅 2007 年外観



図 4-71 S.T 宅 2008 年外観

表 4-91 S.T 宅の変化年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	女性	41～50	その他	参加限定型	4	1	1
2006年	女性	41～50	その他	参加限定型	4	2	2
2007年	女性	41～50	その他	外観洗練型	8	3	3
2008年	女性	41～50	その他	活気外観両立型	12	4	4

表 4-92 S.T 宅の変化装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
2006年	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
2007年	3	4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	8
2008年	3	7	0	0	0	0	0	0	1	1	0	12
総計	8	17	0	0	0	0	0	0	2	1	0	28

S.T宅の装飾法パターンは，一年目と二年目は参加限定型，三年目は参加限定型，四年目は活気外観両立型となっている．装飾物の合計数，種類数，カテゴリ数は四年間で上昇している．性別は，四年とも女性となっている．年齢は，四年とも41～50，職業は四年ともその他となっているが具体的な記述はなかった．アンケートとヒアリングのデータは無い．

装飾物の飾り方は，四年間でほとんど変化がない．装飾物の数や種類をふやしても飾り方には変化はほとんどみられない．

(20) N ベーカリーの变化



図 4-72 N ベーカリー 2005 年外観



図 4-73 N ベーカリー 2006 年外観



図 4-74 N ベーカリー 2007 年外観



図 4-75 N ベーカリー 2008 年外観

表 4-93 N ベーカリーの変化年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	31～40	商工自営業	外観洗練型	7	3	3
2006年	男性	31～40	商工自営業	活気優先型	44	9	4
2007年	男性	31～40	商工自営業	参加限定型	2	1	1
2008年	男性	41～50	商工自営業	外観洗練型	10	3	3

表 4-94 N ベーカリーの変化装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	5	0	0	0	0	0	0	0	1	0	7
2006年	9	24	0	0	0	0	0	0	5	6	0	44
2007年	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
2008年	1	8	0	0	0	0	0	0	1	0	0	10
総計	11	37	0	0	0	0	0	0	8	7	0	63

表4-95 Nベーカリーの変化2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	ちやいろ	道 歩道がほしい	無回答
	みどり		
	グレー		
2006年	無回答	無回答	無回答

表 4-96 N ベーカリーの変化 2005 年・2006 年・2008 年尾の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	みどり たりない色	道 安全のため道幅がほしい	道幅 生活をする道幅に思える
2006年	無回答	無回答	無回答
2008年	無回答		

表 4-97 N ベーカリーの変化 2005 年・2006 年・2008 年尾の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
2005年	なんか，たしかにおもしろいが，おちつかない．	
2006年	無回答	無回答
2008年	無回答	

Nベーカリーの装飾法パターンは，一年目と二年目は外観洗練型，二年目は活気優先型，三年目は参加限定型，四年目は外観洗練型となっている．装飾物の合計数，種類数，カテゴリ数は2006年が最多であり，年ごとに増減を繰り返している．性別は，四年とも男性となっている．年齢は，一年目からは31～40で，四年のみ41～50となっている．職業は四年とも商工自営業となっている．アンケートのデータは，2005年の事前と事後の景観イメージに関する項目と自由記述の回答がある．アンケートからは，町並みに緑が足りないと感じ

じていること、また赤色に染まった町並みに対して落ち着かないと感じていることが分かる。

飾り方は四年間で常に変化しており、使用される装飾物にも特定の傾向はない。2006 年のみ非常に多数の装飾物を使用しているが、他の年度はそれほど多くの飾り付けをしていない。これは、2007 年以外は店を開けているため、労力的、スペース的な店から飾り付けをあまりしていないのだと思われる

(21) I.I 宅の変化



図 4-76 I.I 宅 2005 年外観



図 4-77 I.I 宅 2006 年外観



図 4-78 I.I 宅 2007 年外観



図 4-79 I.I 宅 2005 年外観

表 4-98 I.I 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	61～70	無職	外観洗練型	7	4	3
2006年	男性	61～70	無職	外観洗練型	9	6	6
2007年	男性	61～70	無職	活気優先型	13	8	4
2008年	男性	61～70	無職	活気外観両立型	15	6	6

表 4-99 I.I 宅の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	0	0	0	0	0	0	0	4	2	0	7
2006年	1	0	0	0	0	1	0	1	2	1	3	9
2007年	0	0	0	0	0	2	0	0	7	2	2	13
2008年	1	0	0	5	0	1	0	0	2	1	5	15
総計	3	0	0	5	0	4	0	1	15	6	10	44

表4-100 I.I宅の2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	ブルー 琵琶湖の色	無回答	無賃橋 歴史的に
2006年	赤 彦根赤備え	無回答	無回答
	ブルー びわ湖	無回答	無回答

表 4-101 I.I 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	赤 良く目立つ	無回答	多賀大社の第一の鳥居 県の文化財のため
2006年	無回答	無回答	無回答
2008年	無回答		

表 4-102 I.I 宅の 2006 年のみのアンケート回答

2006年アンケート	
去年のイメージ	今年のイメージ
町並に活気もどったような気分。 一日だけにとどめず2～3日続けてみれば イメージの受け取りかたが変わったかな。 イベントに各商店、民家が協力しているのに感激	昨年同様商家民家の軒先に赤い物を並べて 何を誰に何しようとしているのか分かりにくい。 並べて単にユニークだけではだめだ。

表 4-103 I.I 宅の 2006 年のみのアンケート回答

2006年アンケート
来年はどうするか
当日他町（高宮町以外）の人が我が家に来訪された方より 「今日は赤い物を並べて何なの？」と質問がある。 来年は知人などにも知らせたい。

表 4-104 I.I 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
2005年	無回答	
2006年	この行事「百彩」がどの地域までPRされているのか当日周辺地域の人々が来られていない様である。 (調査目的を町内だけにとどめることなく町内以外よりながめた高宮のイメージも必要ではないか?)	無回答
2008年	無回答	

I.I宅の装飾法パターンは、一年目と二年目は外観洗練型、二年目と三年目は活気優先型、四年目は活気外観両立型となっている。装飾物の合計数、種類数、カテゴリ数は増加している。性別は、四年とも男性となっている。年齢は、四年とも61～70となっている。職業は四年とも無職となっている。アンケートのデータは、2005年と2006年の事前の景観イメージに関する項目と、2005年の事後景観イメージに関する項目、2006年の去年から来年にかけたイメージに関する項目と2006年の自由記述の回答がある。アンケートからは、百彩により町並みに活気を感じること、地域住民が協力しあっていることを喜んでいることがわかる。また、知人などに知ってもらいという思いもあることがわかる。高宮町の内外を問わずPRが足り無いとも感じているようだ。

装飾物は毎年数が増えている。一方種類数は2007年が一番多くなっており、2008年ではまた種類数は減少している。このことから、活気ある外観を作り出そうとすると同時に、まとまりのある外観を作り出そうとしているといえる。また、四年間を通して傘が装飾物に用いられている。

(22) M 輪業の変化



図 4-80 M 輪業 2005 年外観



図 4-81 M 輪業 2006 年外観



図 4-82 M 輪業 2007 年外観



図 4-83 M 輪業 2008 年外観

表 4-105 M 輪業の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	61～70	商工自営業	外観洗練型	5	2	2
2006年	女性	61～70	商工自営業	外観洗練型	6	3	3
2007年	女性	61～70	商工自営業	参加限定型	4	2	2
2008年	女性	51～60	その他	外観洗練型	10	6	5

表 4-106 M 輪業の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
2006年	4	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	6
2007年	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
2008年	3	1	0	0	0	0	0	0	2	2	2	10
総計	13	5	0	0	0	0	0	0	2	3	2	25

表4-107 M輪業の2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	灰 沈滞化した商店街	無回答	無回答
2006年	こげ茶 古い家が多い	無回答	無回答

表 4-108 M 輪業の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	ソフトグリーン 赤はきつずぎる	無回答	宿場町としての町内 古い家並の保存
2006年	こげ茶 古い街並のため	無回答	
2008年	無回答		

表 4-109 M 輪業の 2006 年のみのアンケート回答

2006年アンケート		
去年のイメージ	今年のイメージ	来年はどうするか
町が暖かい感じがした	町のさわやか	今のところ考えていない

表 4-110 M 輪業の 2005 年・2006 年・2008 年尾の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
2005年	無回答	無回答
2006年	何がしたいのか良く分からない。 もっと町が活気が出るよう一年中できるようなことを考えてほしい	無回答
2008年	企画された滋賀県立大学の学生の皆様，今年は猛暑の中ご苦労さま。 また，何がイベントに参加できたら良いなあと思います	無回答

M輪業の装飾法パターンは、一年目と二年目は外観洗練型、三年目は参加限定型、四年目は外観洗練型となっている。装飾物の合計数、種類数、カテゴリ数は増加傾向にある。性別は、一年目は男性、二年目以降は女性となっている。年齢は、一年目から三年目は61～70、四年目は51～60となっている。職業は一年目から三年目は商工自営業、四年目はその他となっている。その他では具体的な記述はない。アンケートのデータは、2005年と2006年の事前・事後の景観イメージに関する項目と、2005年の事後景観イメージに関する項目、2006年の去年から来年に欠けてのイメージに関する項目と、2006年と2008年の自由記述の回答がある。アンケートでは、百彩によって町並みに暖かみを感じるようになっているが、何がしたいのか分からないという気持ちもあることがわかった。一年通して町並みに活気を与えるイベントができればという思いもあるようだ。

一年目と二年目は家の前に止めてある軽トラックも装飾に利用している。四年目は軽トラックがないため飾り方も変わっている。

(23) W ふとん店の变化



図 4-84 W ふとん店 2005 年外観



図 4-85 W ふとん店 2006 年外観



図 4-86 W ふとん店 2007 年外観



図 4-87 W ふとん店 2008 年外観

表 4-111 W ふとん店の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	女性	41～50	主婦（主夫）	参加限定型	3	2	2
2006年	女性	41～50	主婦（主夫）	外観洗練型	7	4	4
2007年	女性	41～50	主婦（主夫）	参加限定型	1	1	1
2008年	女性	41～50	主婦（主夫）	外観洗練型	5	1	1

表 4-112 W ふとん店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	3
2006年	2	1	0	3	0	0	1	0	0	0	0	7
2007年	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
2008年	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5
総計	2	1	5	6	0	0	2	0	0	0	0	16

Wふとん店の装飾法パターンは，一年目は参加限定型，二年目は外観洗練型，三年目は参加限定型，四年目は外観洗練型となっている．装飾物の合計数は，2007年で大きく減り，2008年でやや増えている．しかし種類数，カテゴリ数は2007年で大きく減ったまた増加していない．性別は，四年とも女性となっている．年齢は，四年とも41～50となっている．職業は四年とも主婦（主夫）となっている．アンケートとヒアリングのデータは無い．

一年目と二年目は向かって左端にぬいぐるみと増加がかざられている．三年目からは，右端のウインドウ内にも装飾物を飾るようになり，四年目には右端に飾るのみとなっている．

(24) A 佛壇店の変化



図 4-88 A 佛壇店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-89 A 佛壇店 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）

表 4-113 A 佛壇店の変化年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	51～60	商工自営業	参加限定型	2	1	1
2006年	男性	51～60	商工自営業	参加限定型	1	1	1
2007年	男性	51～60	商工自営業	参加限定型	1	1	1
2008年	男性	51～60	商工自営業	参加限定型	4	4	4

表 4-114 A 佛壇店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
2006年	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
2007年	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
2008年	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	4
総計	1	3	0	0	1	0	0	0	2	1	0	8

表4-115 A佛壇店の2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	無回答	無回答	無賃橋 高宮のほこり
2006年	無回答	無回答	無回答
2008年	無回答	無回答	無回答

表 4-116 A 佛壇店の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	赤 目立ちそう	無回答	無賃橋 高宮のほこり
2006年	無回答	無回答	無回答
2008年	無回答		

表 4-117 A 佛壇店の 2006 年のみのアンケート回答

2006年アンケート		
去年のイメージ	今年のイメージ	来年はどうするか
無回答	無回答	考えていない

表 4-118 A 佛壇店の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
2005年	毎年つづけるとよい	
2006年	夏祭りとの関連が無い。 別々のイベントにしか見えない。 前後の取り組み方に問題は無いが。	無回答
2008年	無回答	

A 仏壇店の装飾法パターンは、四年目とも参加限定型となっている。装飾物の合計数、種類数、カテゴリ数は2006年と2007年は少ないが、2008年でやや増加している。性別は、四年とも男性となっている。年齢は、四年とも51～60となっている。職業は四年とも商工自営業となっている。アンケートのデータは、2005年の事後の景観イメージに関する項目と、2006年の去年から来年にかけてのイメージに関する項目、2005年と2006年の自由記述の回答がある。アンケートから、続けるべきと考えていることや、もっと夏祭りとの関連づけをするべきと考えていることが分かる。

(25) K.W 宅の変化



図 4-90 K.W 宅 2005 年外観



図 4-91 K.W 宅 2006 年外観

表 4-119 K.W 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	51～60	商工自営業	活気優先型	15	7	5
2006年	女性	51～60	主婦（主夫）	活気外観両立型	48	5	5
2007年	女性	51～60	主婦（主夫）	活気外観両立型	19	3	3
2008年	女性	61～70	主婦（主夫）	外観洗練型	8	1	1

表 4-120 K.W 宅の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	3	1	6	0	0	0	0	0	4	0	1	15
2006年	1	1	0	0	0	0	0	8	2	36	0	48
2007年	1	0	2	0	0	0	0	0	0	16	0	19
2008年	0	0	8	0	0	0	0	0	0	0	0	8
総計	5	2	16	0	0	0	0	8	6	52	1	90

表4-121 K.W宅の2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	青 さわやか	無回答	無回答
2006年	赤でいい ぬくもりがある感じ	無回答	無回答

表 4-122 K.W 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	グリーン 何となく自然をとり入れたい	仲町の斜め前電柱 十字路で車がよく通り、電柱が邪魔だと思う。 (一方電柱がなければ軒下すれすれに車が通るので 邪魔でもある方がいいと云う人もいる)	無回答
2006年	赤 活気がある色	無回答	無回答
2008年	無回答		

表 4-123 K.W 宅の 2006 年のみのアンケート回答

	2006年アンケート		
	去年のイメージ	今年のイメージ	来年はどうするか
	高宮は協力性のない町だが初めてのイベントでしたが 町中が一丸となって参加出来た事は良かった	去年と比べてみんな良く考えて飾った様に思う、 うちを集めて赤い画用紙を貼ったが 赤いうちを買って使用した様に思われて残念でした。	考えていません。

表 4-124 K.W 宅の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述の回答

	自由記述
2005年	高宮町という所はなかなかまとまらないが今回は驚くほどまとまりこの百彩創装の参加したと思う。 何事もこの様に一丸となって行事が行われるといいと思いました。 今回はとてもよい行事で楽しめました。ありがとう (私達が飾っている時学生さんは見ていないでご苦労さまで云ってほしかった)
2006年	このイベントが毎年あるようではいろいろと考えなければいけないので困ります (毎年同じものではいけないのでしょうか?)
2008年	地域の皆が協力してくれて良かったと思っている。毎年楽しみにしている。 今年から来年のことを考えている。物を再利用して飾り物を作ってもいいと思う。 たとえば私のように牛乳パック52個もあつめて飾り物を作る。来年はペットボトルで何かつくろのかな。

表 4-125 K.W 宅の 2005 年・2006 年・2008 年のヒアリングの回答

	ヒアリング
2005年	
2006年	「ほーやね、わたしらここでやらさせてもらってるで、 あんたんとこ、良かったなとかいう話はしてたけど、 それはあるなやっぱり、気になる。 うちんとこどうやったんみたいな感じで」 「わしら商売人やからね。 そとでぱっと写真とってはっても、どうぞお入りくださいってね、 休んでってくださいって言って、わしゃゆってたんやけどね。 いや先いきますんで言ってもよろしがな、お茶だしますさかいゆうてね、 あがってもらったりしてたけど、わしら根っからの商売人やでね。」
2008年	

K.W宅の装飾法パターンは、一年目が活気優先型、二年目と三年目は活気外観両立型、四年目は活気優先型となっている。装飾物の合計数は二年目に大きく増加した後、減少傾向にあるが、種類数とカテゴリ数は一年目から減少傾向にある。性別は、一年目は男性、二年目からは女性となっている。年齢は、一年目から三年目は51～60、四年は61～70となっている。職業は、一年目は商工自営業、二年目以降は主婦（主夫）となっている。アンケートのデータは、2005年と2006年の事前と事後の景観イメージに関する項目と、2006年の

去年から来年にかけてのイメージに関する項目、2005年、2006年、2008年の自由記述の回答と、2006年のヒアリングの回答がある。アンケートからは、百彩によって普段まとまりのない地域住民にまとまりができたことをよこんでいることや、せっかく装飾物を自作したのに気づいてもらえなかったことを残念に思っていることが分かる。また、装飾物としてどんな物を飾るのか、考えなければいけないのが困るという意識があったが、それがこんなものをつくってみたい、といった飾る物を考えるのが楽しみに変わっていることがわかる。ヒアリングから、各家がそれぞれ他の家の装飾物を気にしている事、道行く人との交流を大事にしていることがわかる。

装飾物は、一年目は身近にある物をかざっているが、二年目には自作したうちわを大量に飾り外観にまとまりがうまれている。さらに三年目はうちわで四字熟語をつくるなどの工夫を加え、四年目には既存のキャラクターを利用した飾りをおそらく自作している。また、三年目からは飾りに中山道高宮宿という文字を飾りに取り込んでいることから、この装飾者は自分の住んでいる地域に対して思い入れがあることがわかる。またアンケートからも分かるように、常に装飾物に変化が加えていること、またそうすべきであると感じ、それを楽しんでいることがわかる。

(26) K 宅の変化



図 4-94 K 宅 2005 年外観



図 4-95 K 宅 2006 年外観



図 4-96 K 宅 2007 年外観



図 4-97 K 宅 2008 年外観

表 4-126 K 宅の変化年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	無回答	無回答	無回答	外観洗練型	7	4	4
2006年	無回答	無回答	無回答	参加限定型	1	1	1
2007年	無回答	無回答	無回答	外観洗練型	7	1	1
2008年	無回答	無回答	無回答	外観洗練型	7	1	1

表 4-127 K 宅の変化装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	2	1	3	0	0	0	0	1	0	0	0	7
2006年	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
2007年	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
2008年	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
総計	2	15	3	0	0	0	0	1	1	0	0	22

K 宅の装飾法パターンは，一年目は外観洗練型，二年目は参加限定型，三年目と四年目は外観洗練型となっている．装飾物の合計数は 2006 年で減少している以外は一定である．種類数，カテゴリ数は 2006 年から 1 で一定である．性別，年齢，職業は，四年とも無職となっている．アンケートとヒアリングのデータはない．

装飾物は，一年目は身近な物をいくつか飾っていた．二年目はほとんど飾り付けを行っていない．三年目と四年目は布のみを利用した飾り方になっており，飾り方にほとんど変化はない．

(27) M.N 宅の変化



図 4-98 M.N 宅 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-99 M.N 宅 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）

表 4-128 M.N 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	無回答	無回答	無回答	参加限定型	2	1	1
2006年	無回答	無回答	無回答	外観洗練型	6	4	4
2007年	無回答	無回答	無回答	外観洗練型	7	4	4
2008年	無回答	無回答	無回答	参加限定型	2	2	2

表 4-129 M.N 宅の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
2006年	0	0	2	0	0	0	0	0	2	1	1	6
2007年	2	0	3	0	0	0	0	0	0	1	1	7
2008年	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
総計	2	1	5	0	0	0	0	0	4	3	2	17

M.N 宅の装飾法パターンは，一年目は参加限定型，二年目と三年目は外観洗練型，四年目は参加限定型となっている．装飾物の合計数，種類数，カテゴリ数は 2006 年と 2007 年は多くなっているが，2008 年には 2005 年と同じほどに減少している．性別，年齢，職業は，四年とも無回答となっている．アンケートとヒアリングのデータは無い．

装飾物は，二年目からいすが毎年飾られている．また，装飾物として利用するのはプラスチック製の物が多く，また衣類や布類の小さい物だけを利用している．これは，よごれた場合の対処のしやすさを重視していると考えてられる．

(28) M 商店の変化



図 4-100 M 商店 2005 年外観



図 4-101 M 商店 2006 年外観



図 4-102 M 商店 2007 年外観



図 4-103 M 商店 2008 年外観

表 4-130 M 商店の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	無回答	無回答	外観洗練型	8	7	3
2006年	男性	無回答	無回答	外観洗練型	5	4	3
2007年	男性	無回答	商工自営業	活気優先型	13	8	4
2008年	男性	無回答	無回答	外観洗練型	7	5	4

表 4-131 M 商店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	2	0	0	0	0	0	0	0	2	4	0	8
2006年	1	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	5
2007年	4	0	0	2	0	0	0	0	3	4	0	13
2008年	2	1	0	2	0	0	0	0	0	2	0	7
総計	9	3	0	4	0	0	0	0	5	12	0	33

表 4-132 M 商店の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
2005年	無回答	
2006年	無回答	「みんな隣の人というてはるわ．赤いのあれへんがな，いうて」
2008年	無回答	

I 宅の装飾法パターンは，一年目と二年目は外観洗練型，三年目は活気優先型，四年目は外観洗練型となっている．装飾物の合計数，種類数は2006年に減少した後2007年に上昇，2008年に減少している．カテゴリ数は四年ともほとんど変化していない．性別は，四年とも男性となっている．年齢は，四年とも無回答となっている．職業は三年目のみ商工自営業となっている．アンケートのデータは無いが，ヒアリングの回答はある．ヒアリング結果から，飾るための赤い物が見つからない人がいることがわかる．

四年を通してすだれが装飾物として用いられている．また，装飾物の総数と種類数は増減をくりかえしている．

(29) I 歯科医院の変化



図 4-104 I 歯科医院 2005 年外観



図 4-105 I 歯科医院 2006 年外観



図 4-106 I 歯科医院 2007 年外観



図 4-107 I 歯科医院 2008 年外観

表 4-133 I 歯科医院の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	51～70	商工自営業	参加限定型	2	1	1
2006年	男性	71～	商工自営業	参加限定型	4	4	3
2007年	男性	71～	商工自営業	参加限定型	2	2	1
2008年	男性	71～	商工自営業	外観洗練型	5	4	2

表 4-134 I 歯科医院の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
2006年	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	0	4
2007年	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
2008年	0	1	0	0	0	0	0	0	0	4	0	5
総計	0	2	0	0	0	0	0	0	1	10	0	13

表4-135 I歯科医院の2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	黒 暗い	無回答	無回答
2006年	赤 井伊の赤備えから	無回答	無回答

表 4-136 I 歯科医院の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	赤 目だつ、強い、情熱	無回答	無回答
2006年	赤 井伊の赤備えから	無回答	無回答
2008年	無回答		

表 4-137 I 歯科医院の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述の回答

	自由記述
2005年	戦前戦後20年程までの商店街半分以下になり大型店の進出で、よく言われるシャッター街となるのを全国的にとめられないことを残念に思う。
2006年	学生皆さんのお陰でよかったと思う、よろしく
2008年	例年のように赤いものなら何でも整然の軒先に置くのではなく、何か大きな動物でも赤い紙で作成し軒先においてもらうようにしたいのですが、そのほか種久主催者側でプランを考えて知らせてもらえれば、そのプランを基準にして考えが浮かんでくるのではないかと思います

表 4-138 I 歯科医院の 2005 年・2006 年・2008 年のヒアリングの回答

	ヒアリング
2005年	
2006年	「あたしら二人で飾ったんや、娘のきれいな傘を出して、赤いクリーニングしたての布を出したんよ、二人でどれかざろいうてね」
2008年	

I歯科医院の装飾法パターンは、一年目から三年目は参加限定、四年目は外観洗練型となっている。装飾物の合計数、種類数、カテゴリ数は増減を繰り返している。性別は、四年とも男性となっている。年齢は、一年目は51～70、二年目以降は71～となっている。職業は四年とも商工自営業となっている。アンケートのデータは、2005年と2006年の事前と事後の景観イメージに関する項目と、2005年、2006年、2008年の自由記述の回答、2006年のヒアリングの回答がある。アンケートから、百彩を行う以前は景観に対して暗いイメージがあったが、百彩を行ったあとには赤という明るい色をイメージしており、また、その景観イメージは持続しているようである。また、町並みがいわゆるシャッター街になっていることを悲しんでおり、百彩やり方に対しても、何でも軒先に置くのではなくプランをもって飾ればどうかと提案している。また、プランを与えられることによって自らを含め、飾り付けを行う人たちにも、良い考えが浮かんでくるのではないかと期待していることが分かる。ヒアリングから、家族で飾る物を考えるのを楽しんでいることが伺える。

使用する装飾物は四年間でほぼ変化はなく、また飾り方も二年目以降はほとんど変化がない。

(30) Y 商店の変化



図 4-108 Y 商店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-109 Y 商店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）

表 4-139 Y 商店の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	無回答	61～70	商工自営業	外観洗練型	8	7	4
2006年	無回答	61～70	商工自営業	参加限定型	4	3	3
2007年	無回答	61～70	商工自営業	外観洗練型	5	4	4
2008年	無回答	71～	商工自営業	参加限定型	2	2	2

表 4-140 Y 商店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	0	0	0	1	0	0	0	3	3	0	8
2006年	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4
2007年	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	5
2008年	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
総計	4	4	0	0	1	0	0	0	3	6	1	19

Y商店の装飾法パターンは，一年目は外観洗練型，二年目は参加限定型，三年目は外観洗練型，四年目は参加限定型となっている．装飾物の合計数，種類数，カテゴリ数は四年間を通して減少傾向にある．カテゴリ数は四年ともほとんど変化していない．性別は，四年とも無回答となっている．年齢は，一年目から三年目は61～70，四年目は71～となっている．職業は四年とも商工自営業となっている．アンケートとヒアリングのデータは無い．

四年をとおして番傘が装飾物として用いられている他，二年目からは襦袢も飾られている．使用する装飾物も使用法も四年間でほとんど変化していない．この家の特徴として，番傘や襦袢などの昔ながらの物をつかった外観があげられる．

(31) T.B 宅の変化



図 4-110 T.B 宅 2005 年外観



図 4-111 T.B 宅 2006 年外観



図 4-112 T.B 宅 2007 年外観



図 4-113 T.B 宅 2008 年外観

表 4-141 T.B 宅の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	無回答	無回答	無回答	外観洗練型	7	6	3
2006年	無回答	無回答	無回答	活気外観両立型	12	4	3
2007年	無回答	無回答	無回答	外観洗練型	10	6	3
2008年	無回答	無回答	無回答	外観洗練型	6	4	2

表 4-142 T.B 宅の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	2	7
2006年	6	0	0	0	0	1	0	0	0	5	0	12
2007年	2	0	0	0	0	0	0	0	0	5	3	10
2008年	2	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	6
総計	11	0	0	0	0	1	0	0	0	18	5	35

T.B宅の装飾法パターンは，一年目は外観洗練型，二年目は活気外観両立型，三年目と四年目は外観洗練型となっている．装飾物の合計数は2006年で最も多くなっており，それ以降は減少している．逆に種類数はほぼ変化が無く，合計数が最多の2006年では種類数が最小になっている．性別，年齢，職業は，四年とも無回答となっている．アンケートとヒアリングのデータは無い．

四年をとして傘が装飾物として用いられている他，2007年と2008年は二つのいすが台を．向き合うように飾られている．二年目と三年目は装飾物が増えているが，四年目には一年目と同じていどの数に減っている．また種類も一年目より少なくなっており，シンプルな外観となっている．

(32) M ヘアーサロンの変化



図 4-114 M ヘアーサロン 2005 年外観 (写真左) と 2006 年外観 (写真右)



図 4-115 M ヘアーサロン 2007 年外観 (写真左) と 2008 年外観 (写真右)

表 4-143 M ヘアーサロンの装飾物

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	無回答	商工自営業	参加限定型	3	1	1
2006年	男性	無回答	商工自営業	参加限定型	1	1	1
2007年	男性	無回答	商工自営業	参加限定型	2	1	1
2008年	男性	無回答	商工自営業	参加限定型	2	1	1

表 4-144 M ヘアーサロンの装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
2006年	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
2007年	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
2008年	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
総合	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8

Mヘアーサロンの装飾法パターンは、四年目とも参加限定型になっている。装飾物の合計数、種類数、カテゴリ数は四年ともほとんど変化していない。性別は、四年とも男性となっている。年齢は、四年とも無回答となっている。職業は四年とも商工自営業となっている。アンケートとヒアリングのデータは無い。

装飾物は四年を通して衣類の見栄有り、飾る物も位置も四年間でほとんど変化していない。外観に関してこうしたいというようなこだわりはないといえる。

(33) C クリーニング店の变化



図 4-116 C クリーニング店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-117 C クリーニング店 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）

表 4-145 C クリーニング店の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	71～	無職	参加限定型	3	1	1
2006年	男性	71～	無職	参加限定型	1	1	1
2007年	男性	71～	無職	参加限定型	3	1	1
2008年	男性	71～	無職	外観洗練型	5	2	2

表 4-146 C クリーニング店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3
2006年	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
2007年	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
2008年	0	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	5
総計	4	3	5	0	0	0	0	0	0	0	0	12

Cクリーニング店の装飾法パターンは，一年目から三年目は参加限定型，四年目は外観洗練型となっている．装飾物の合計数，2006年に減少した後上昇傾向にある．種類数とカテゴリ数は四年ともほとんど変化していない．性別は，四年とも男性となっている．年齢は，四年とも71～となっている．職業は四年とも無職となっている．アンケートとヒアリングのデータは無い．

四年をとしてすだれが装飾物として用いられている．また，装飾物の総数と種類数は増減をくりかえしている．

2005年，2007年，2008年は，種類は違うが，装飾物を三つ吊すという飾り方が共通している．

(34) N 電気店の变化



図 4-118 N 電気店 2005 年外観（写真左）と 2006 年外観（写真右）



図 4-119 N 電気店 2007 年外観（写真左）と 2008 年外観（写真右）

表 4-147 N 電気店の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	61～70	商工自営業	活気外観両立型	12	5	5
2006年	男性	61～70	商工自営業	参加限定型	2	2	2
2007年	男性	61～70	商工自営業	参加限定型	2	2	2
2008年	男性	61～70	商工自営業	外観洗練型	6	5	5

表 4-148 N 電気店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	1	4	1	0	0	0	0	0	0	5	12
2006年	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
2007年	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
2008年	0	1	0	1	1	0	0	0	2	1	0	6
総計	3	4	4	2	1	0	0	0	2	1	5	22

表4-149 N電気店の2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	赤 彦根の色は赤が良いと思う	電柱や電線 地下埋没が出来ればよい ・中山道のカラー化 道路のカラー化でイメージup (下水道工事が終わらないと駄目の様あるが)	無回答
2006年	無回答	無回答	無回答

表 4-150 N 電気店の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	赤	無回答	無回答
2006年	無回答	無回答	無回答
2008年	無回答		

N電気店の装飾法パターンは、一年目は活気外観両立型、二年目と三年目は参加限定型、四年目は外観洗練型となっている。装飾物の合計数、種類数、カテゴリ数は、2006年と2007年は減少少なくなっており、2008年の種類数は2005年と同じだが、合計数は半分になっている。性別は四年とも男性となっている。年齢は四年とも61～70となっている。職業は四年とも商工自営業となっている。アンケートは2005年の事前と事後の景観イメージに関する項目の回答がある。ヒアリングのデータはない。2005年の事前アンケートで、イメージする景観の色を赤と答えており、町並みに対して暗いイメージを持っていないが、電線の地中化や、中山道のカラー化など、さらに明るく綺麗な町並みができてほしいとおもっていることがわかる。

(35) K 食料品店の変化



図 4-120 K 食料品店 2005 年外観



図 4-121 K 食料品店 2006 年外観



図 4-123 K 食料品店 2007 年外観



図 4-124 K 食料品店 2008 年外観

表 4-151 K 食料品店の年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	女性	51～60	商工自営業	外観洗練型	10	7	5
2006年	女性	51～60	商工自営業	活気優先型	20	10	7
2007年	女性	51～60	商工自営業	外観洗練型	6	3	3
2008年	女性	51～60	商工自営業	活気優先型	12	8	5

表 4-152 K 食料品店の装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	1	1	0	0	0	0	0	0	4	2	2	10
2006年	2	1	2	0	0	0	1	0	3	3	8	20
2007年	3	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	6
2008年	1	1	5	0	0	0	0	0	3	2	0	12
総計	7	3	7	0	0	0	1	0	11	9	10	48

表4-153 K食料品店の2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	無回答	無回答	無回答
2006年	茶色 年老いている	無回答	無回答

表 4-154 K 食料品店の 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	無回答	無回答	無回答
2006年	赤 赤い物を吊ったから	無回答	無回答
2008年	無回答		

表 4-155 K 食料品店の 2006 年のみのアンケート回答

2006年アンケート		
去年のイメージ	今年のイメージ	来年はどうするか
初めてのことで活気付いた	去年と同じような感動は無い。 変化が無い。	もっと違う企画。新しい企画でしたい。 新しい企画をしてほしい。

表 4-156 K 食料品店の 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
2005年	無回答	
2006年	一日ぼっきりではなく、 継続できる事が出来ると良いと思う	無回答
2008年	無回答	

K食料品店の装飾法パターンは，一年目は外観洗練型，二年目は活気優先型，三年目は外観洗練型，四年目は活気優先型となっている．装飾物の合計数，種類数，カテゴリ数は増

加と減少を栗あけしている。性別は、四年とも女性となっている。年齢は、四年とも51～60となっている。職業は四年とも商工自営業となっている。アンケートのデータは、2006年の事前と事後の景観イメージに関する項目、2006年の去年から来年に欠けてのイメージに関する項目、2006年の自由記述の回答があるがある。ヒアリングデータは無い。アンケートから、初参加の2005年の百彩にたいしては活気を感じていたが、2006年の事前の景観イメージは暗い色になっており、また変化が無く去年ほどがないため、常に新しい企画を求めていることが分かる。

使用する装飾物の総数も種類数も増減しており、どんな飾り方をするか常に模索している状態だといえる。

(36) Bメガネショップの変化



図 4-125 Bメガネショップ 2005 年外観



図 4-126 Bメガネショップ 2006 年外観



図 4-127 Bメガネショップ 2007 年外観



図 4-128 Bメガネショップ 2008 年外観

表 4-157 B メガネショップ年度別属性，装飾法パターン，合計数

	性別	年齢	職業	装飾法パターン名	合計数	種類数	カテゴリ数
2005年	男性	61～70	商工自営業	活気外観両立型	11	5	5
2006年	男性	61～70	商工自営業	外観洗練型	5	4	4
2007年	男性	61～70	商工自営業	活気優先型	22	9	8
2008年	女性	71～	主婦（主夫）	活気優先型	27	8	8

表 4-158 B メガネショップの装飾物

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年	0	4	0	0	0	0	1	0	1	1	4	11
2006年	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0	1	5
2007年	2	1	2	0	1	0	1	0	1	2	3	13
2008年	2	1	2	0	5	0	0	14	1	1	1	27
総計	5	8	4	0	6	0	2	14	4	4	9	56

表4-159 Bメガネショップの2005年・2006年の事前アンケート回答

	事前アンケート		
	事前イメージ色	事前変えたい町並み	事前守りたい町並み
2005年	無回答	無回答	無回答
2006年	赤 一日くらいは赤も良い	無回答	無回答

表 4-160 B メガネショップの 2005 年・2006 年・2008 年の事後アンケート回答

	事後アンケート		
	事後イメージ色	事後変えたい町並み	事後守りたい町並み
2005年	ブルー 涼しい色だから	駐車場 もっと増やしたい はみだし もう少し通りやすく	無回答
2006年	赤 赤になれます	無回答	無回答
2008年	無回答		

表 4-161 B メガネショップの 2006 年のみのアンケート回答

2006年アンケート		
去年のイメージ	今年のイメージ	来年はどうするか
かなり面白い面向きになれました	かなり良かった．	より面白くやりたい

表 4-162 B メガネショップの 2005 年・2006 年・2008 年の自由記述とヒアリングの回答

	自由記述	ヒアリング
2005年	一日限定のイベントだから，おもしろかったと思う	
2006年	学生がもう二時間早くかかる事	無回答
2008年	年に一度，町を赤で飾るという面は町が明るく楽しいことだと思うけど，私にとって，年々体も弱るので少しきつくなります．	

Bメガネショップの装飾法パターンは、一年目は活気外観両立型、二年目は外観洗練型、三年目と四年目は活気優先型となっている。装飾物の合計数、種類数、カテゴリ数は2006年に減少した後2007年、2008年と上昇傾向にある。性別は、一年目から三年目は男性、四年目は女性となっている。属性は、一年目から三年目は、男性、61～70歳、商工自営業となっており、四年目は女性、71～歳、主婦となっている。アンケートは、2006年の事前と事後の景観イメージに関する項目と、2006年の去年から来年にかけてのイメージに関する項目、2006年の自由記述の回答がある。ヒアリングのデータは無い。

4-4-3 装飾行動の変化（個別）のまとめ

4-4の分析で分かったことをまとめる。

- ・同じ装飾法パターンが続いているのは4世帯のみとなっている。百彩の参加者は常に飾り方に変化を加えている人が多いことが分かる。
- ・装飾物の合計数の変化から以下の変化パターンに分けることが出来た。

定着型-5件

4年間を通して、装飾物の合計数が増加している家がこれに当てはまる。装飾物の合計数が毎年上昇していることから、実験が早い段階で定着しており、活気を出す事を考えた飾り付けを行っていると考えられる。

模索型-11件

4年間で、装飾物の合計数が増加と減少を交互に繰り返している家がこれに当てはまる。装飾物の合計数が毎年変動していることから、活気だけでなく、外観についても考えたうえでの飾り付けを行っていると考えられる。

効果理解型-8件

4年間で、装飾物の合計数が減少したあと上昇している家がこれに当てはまる。装飾物の減少は、8件全てにおいて2006年に起こっており、以降は上昇傾向に有る。1年目に行った実験では、実験への理解得られず、二回目の実験では装飾物が減少している。しかし、その後2007年、2008年と実験が続くことにより、実験への理解が深まり、飾り付けに参加してもらえるようになったのだと考えられる。

8件全てにおいて、装飾物の合計数と種類数は、同じ増減をしている。

マンネリ型-10件

4年間で、装飾物の合計数が上昇したあと減少している家がこれに当てはまる。装飾物の上昇は、2006年がピークになっているのが3件、2007年がピークになっているのが7件となっている。

効果不理解型-2件

4年間を通して、装飾物の合計数が減少している家がこれに当てはまる。装飾物の合計数が毎年減少していることから、実験に対する理解がしてもらえていないために、飾り付けに参加してもらえていないのだと考えられる。

4-5 飾り付けに使用された装飾物の傾向

4-5-1 サンプルの特徴

4-5-1 では、調査対象として 277 件すべてを用いる。

百彩の飾り付けに使用される装飾物の傾向を調べるために、277 件を対象として、装飾物カテゴリの傾向と、それぞれと属性について、単純集計を行った。詳細は表 4-14、表 4-15、表 4-16 を参照。

また、装飾法パターンごとに使用された装飾物の単純集計を行った。詳細は表 4-17 を参照。

表 4-163 4 年間で使用された装飾物カテゴリの総使用数と総使用件数

個数	装飾物カテゴリ	件数	装飾物カテゴリ
424	植栽系	157	家財道具系
414	家財道具系	153	植栽系
369	布系	129	着衣系
312	着衣系	113	玩具系
278	玩具系	74	布系
182	乗り物系	73	乗り物系
91	キッチン系	38	装飾系
69	装飾系	27	レジャー系
47	入れ物系	25	キッチン系
39	レジャー系	25	入れ物系
18	その他	13	その他

4 年間で飾り付けに使用された装飾物をそれぞれ使用された個数、使用した件数ごとに並べた。

植栽系の使用数が多いのは、鉢植えならば一つと数えているが、一輪挿しが複数あった場合はそれぞれ別に数えているためである。また、使用件数が多いのは、その日に特別に用意したわけではなく普段から飾っているものも飾りとして数えている事が関係している。ただしポスト、消火ホース収納箱など、その家が用意した物でない常時設置されている物は、装飾物とは数えない。

表 4-164 装飾物カテゴリと性別及び年齢

	性別				年齢								総計
	男性	女性	無回答	総計	7 1 }	6 1 }	5 1 }	4 1 }	3 1 }	2 1 }	1 2 0	無回答	
着衣系	131	126	157	414	66	88	24	31	16	0	10	179	414
布系	88	119	104	311	42	59	26	42	35	0	10	97	311
装飾系	68	130	170	368	145	24	15	8	5	0	2	169	368
玩具系	22	26	21	69	10	13	2	11	0	0	6	27	69
キッチン系	15	13	19	47	9	13	1	4	0	0	1	19	47
乗り物系	7	0	11	18	0	7	0	1	0	0	0	10	18
植栽系	7	10	21	38	3	7	1	6	0	0	3	18	38
レジャー系	35	31	25	91	38	13	8	2	0	0	0	30	91
入れ物系	83	90	105	278	40	53	28	26	7	0	5	119	278
家財道具系	86	157	180	423	40	112	29	23	14	0	21	184	423
その他	49	81	52	182	18	67	24	9	1	0	6	57	182
総計	591	783	865	2239	411	456	158	163	78	0	64	909	2239
全体%	26.4	35.0	38.6	100	18.4	20.4	7.1	7.3	3.5	0	2.9	40.6	100

表 4-165 装飾物カテゴリと職業

	職業									
	農 林 漁 業	会 社 員	商 工 自 営 業	公 務 員	主 婦	無 職	学 生	そ の 他	無 回 答	総 計
着衣系	2	11	122	7	38	63	10	20	141	414
布系	1	0	140	3	26	19	10	29	83	311
装飾系	0	1	145	3	30	31	2	4	152	368
玩具系	0	1	26	0	13	9	6	0	14	69
キッチン系	0	0	22	0	6	2	1	0	16	47
乗り物系	0	0	3	0	0	4	0	2	9	18
植栽系	0	1	4	4	5	1	3	2	18	38
レジャー系	0	2	16	0	24	25	0	1	23	91
入れ物系	0	6	133	0	11	34	5	7	82	278
家財道具系	2	3	115	0	72	27	21	17	166	423
その他	3	3	81	0	27	24	6	3	35	182
総計	8	28	807	17	252	239	64	85	739	2239
全体%	0.4	1.3	36.0	0.8	11.3	10.7	2.9	3.8	33.0	100

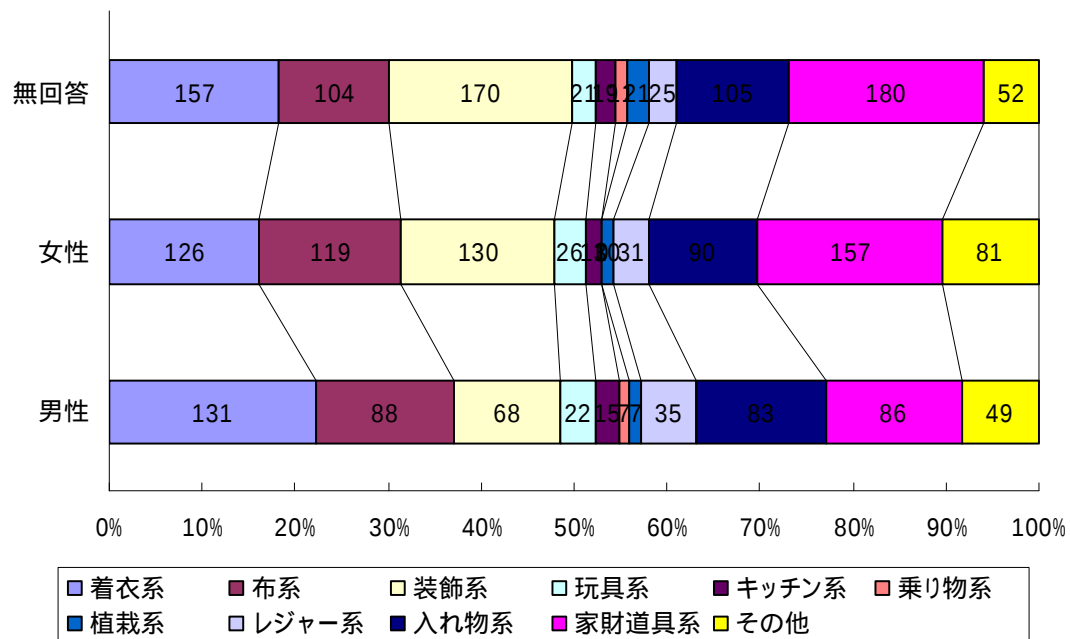


図 4-129 装飾物カテゴリと性別

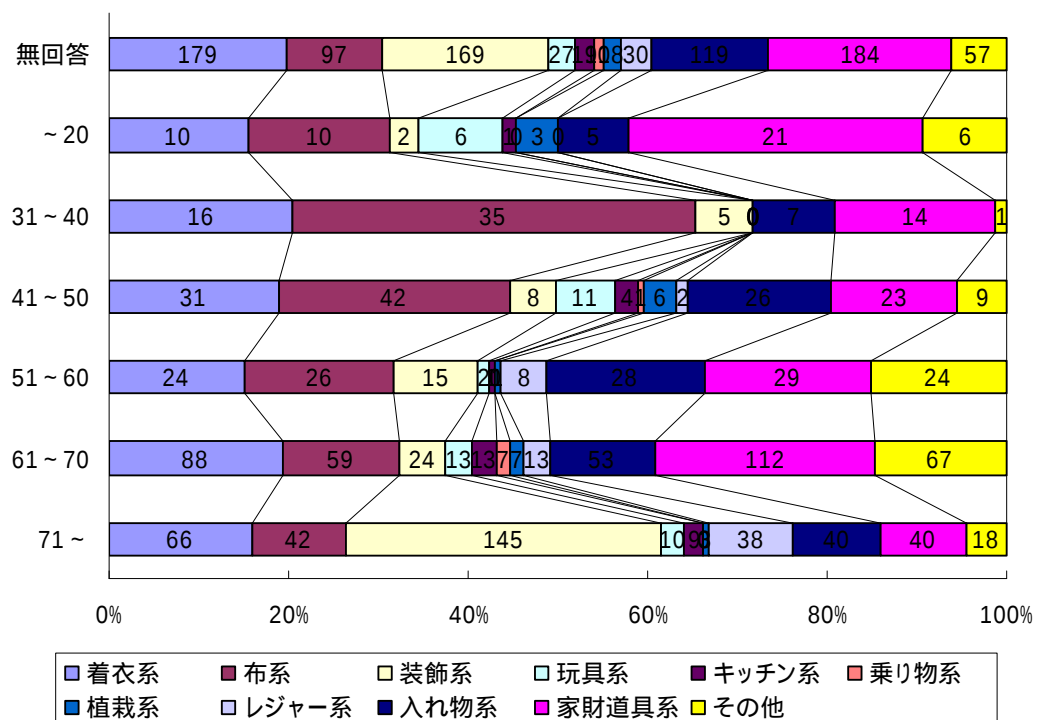


図 4-130 装飾物カテゴリと年齢

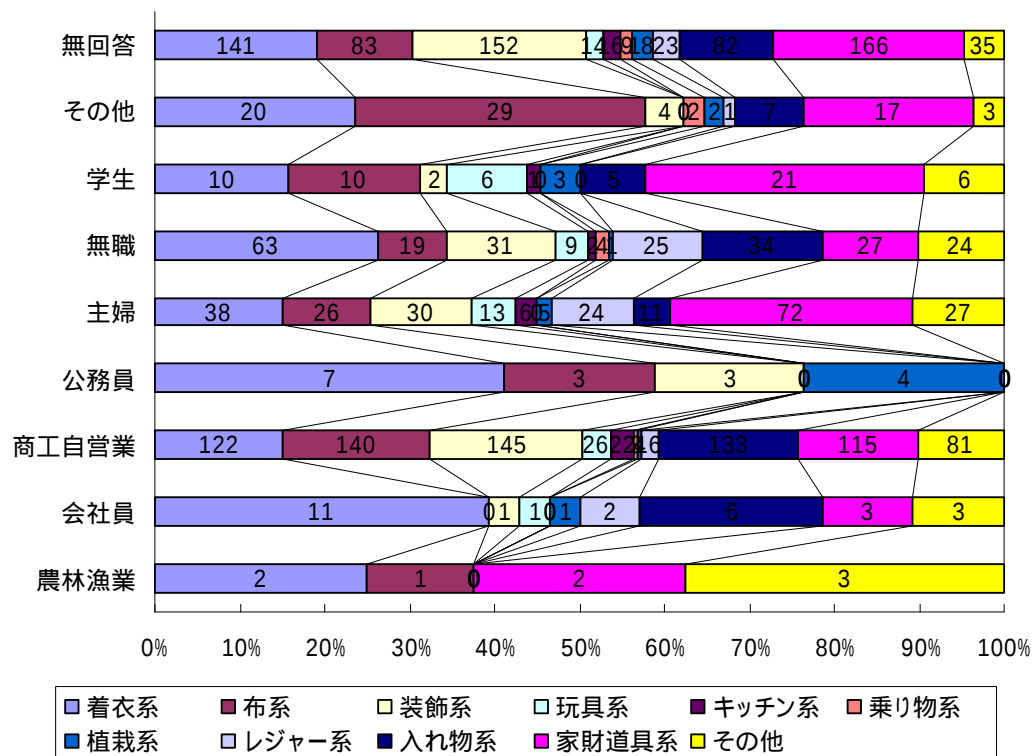


図 4-131 装飾物カテゴリと職業

性別では、装飾系の、男性 88 個、女性 130 個。家財道具系の、男性 86 個、女性 157 個。この二種類において、どちらも女性側に大きく偏った差があることが分かった。また、有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果、漸近有意確率 0.0000 となり、 $0.0000 < 0.05$ であるため、有意差があるといえる。

年齢では、装飾系が71～において145個。家財道具系が61～70において112個と大きな差があることが分かった。

職業では、商工自営業が全体で多いことが分かった。これは装飾者の総数から考えれば順当である。また、無職においては、着衣系が 63 個と他の装飾物カテゴリと比べてやや大きいことが分かった。また、有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果、漸近有意確率 0.0000 となり、 $0.0000 < 0.05$ であるため、有意差があるといえる。

表 4-166 装飾法パターンごとの使用された装飾物カテゴリ

装飾法パターン名	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
活気外観両立型	92	52	200	13	1	3	2	44	52	121	36	616
活気優先型	91	70	76	25	25	10	16	31	92	109	80	625
外観洗練型	169	135	72	25	16	5	17	15	111	151	59	775
参加限定型	62	55	21	6	5	0	4	1	23	43	7	227
総計	414	312	369	69	47	18	39	91	278	424	182	2243

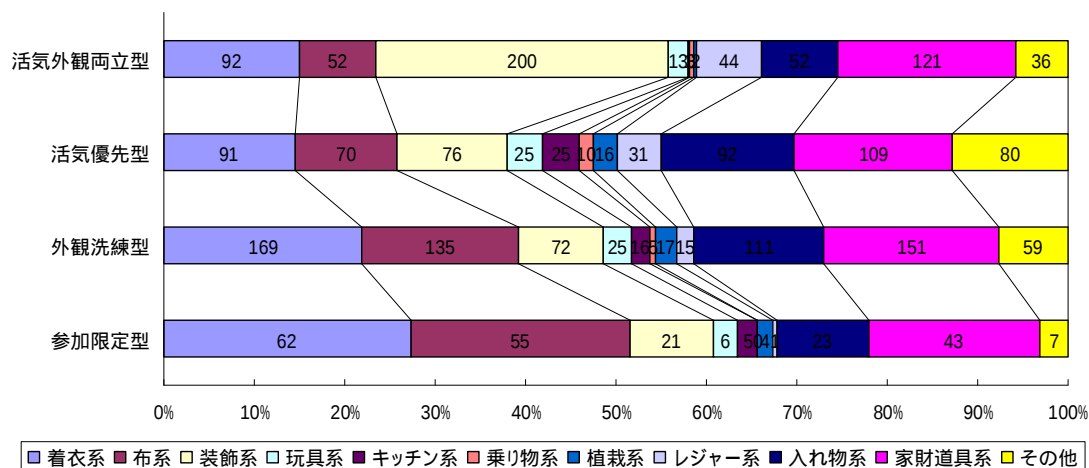


図 4-132 装飾法パターンごとの使用された装飾物カテゴリ

装飾法ごとに見ると、活気外観両立型では飾り系が最も差が大きく 200 個であった。活気優先型では家財道具系が 109 個で一番多く、着衣系 91 個、入れ物系 92 個と続いた。

外観洗練型で着衣系が 169 個で最も多く、次に家財道具系が 151 個で多かった。参加限定型では、着衣系が 82 で最も多かった。

また、有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果、漸近有意確率 0.0000 となり、 $0.0000 < 0.05$ であるため、有意差があるといえる。

活気外観両立型において装飾系が最も多くなっているのは、ありふれた物よりも、特別なもので家を「飾る」という意識があるため、装飾系が多くなるのではないかと。つまり、活気外観両立型のサンプルは、自らの家の外観に特別性を持たせようとしていると考えられる。

参加限定型は、自分の家の外観に対してあまり興味をもっていない、又は何らかの理由で物を飾るという行為を行うのに抵抗がある。そのため、参加限定型で着衣系が最も多くなっているのは、手軽に飾ることの出来るからではないか。他の装飾法パターンにおいても、着衣系、布系、家財道具系が多く飾られているのは、飾る手間（移動）や外にさらしたことによる汚れの心配を考えた場合、手軽に飾ることの出来る装飾物であるからだと考えられる。

4-5-2 装飾物の使用傾向の変化

装飾物の使用傾向が、どのように変化したのかを調べるために、4 回参加の 36 世帯 144 件を対象として単純集計を行った。

詳細は表 4-18、表 4-19 を参照。

表 4-167 年度ごとの使用された装飾物カテゴリ

	着衣系	布系	装飾系	玩具系	キッチン系	乗り物系	植栽系	レジャー系	入れ物系	家財道具系	その他	計
2005年度	39	35	37	5	3	2	3	1	40	42	29	236
2006年度	54	62	17	9	7	3	6	12	48	88	29	335
2007年度	58	42	48	9	13	3	5	2	40	57	34	311
2008年度	55	49	72	13	14	2	2	24	35	54	16	336
総計	206	188	174	36	37	10	16	39	163	241	108	1218

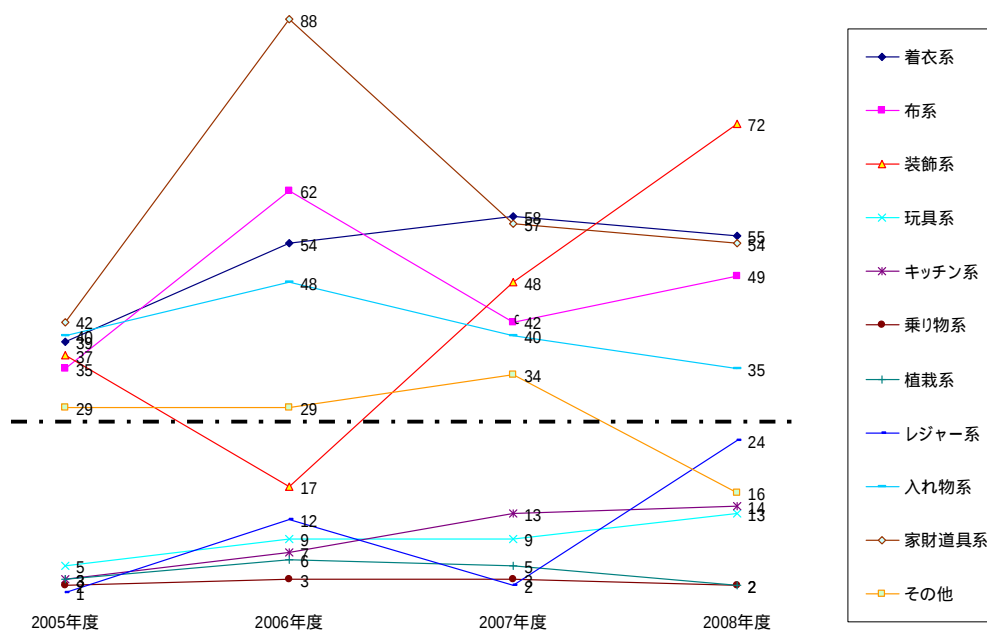


図 4-133 年度ごとの装飾物カテゴリの合計数

図 4-1 を見てみると、36 世帯が 4 年間で町並みへの飾り付けに使用した装飾物の数量は、24 個以下と 29 個以上を分類軸としてサンプルの分類を行うと、使用された装飾物を大きく二つに分けることが出来た。使用された総数が 29 個以上を「多使用装飾物」、24 個以下を「低使用装飾物」と分類する。多使用装飾物に分類された装飾カテゴリは、着衣系、布系、装飾系、入れ物系、家財道具系、その他である。低使用装飾物に分類されたのは、玩具系、キッチン系、乗り物系、植栽系、レジャー系である。

2006 年度において、着衣系が特に多かったが、その年以外は他の多使用装飾物と変わらない数であることが分かった。また 2006 年において装飾系は低使用装飾物となっているが、その年から急上昇し、2008 年度では多使用装飾物の中でも特に多くなっていることが分かった。

着衣系、布系、家財道具系の三つは 4 年間で安定して多使用装飾物に分類されていることが分かった。

有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果、漸近有意確率 0.0000 となり、 $0.0000 < 0.05$

であるため、有意差があるといえる。

多使用装飾物は、どれも身近で各家庭必ずあるような物が多く使用されている。地域住民に対して飾り付けを呼びかける際に、「ご家庭にある赤い物ならなんでも」と呼びかけているためだともわれる。着衣系、布系が多いのは、飾りやすさ、面積が大きい活気を感じやすいということや、汚れてもかまわない、汚れたときに対処しやすいという点からではないか。また装飾系が上昇しているのは、家の外観を飾り付けるにあたって、雑多でありふれた景観ではなく、特別な景観を作りたいという気持ちを持ったサンプルが増えてきているからといえるのではないか。

4-5-3 飾り付けに使用された装飾物の傾向のまとめ

4-5の分析で分かったことをまとめる。

4-5-3-1 属性ごとの装飾物の使用傾向

- ・装飾系と家財道具系においては、女性の方がより多くを飾り付けに使用していることがわかった。

- ・71歳以上では、装飾系の装飾物が他の装飾物カテゴリより多く使用されており、61～70歳においては家財道具系が他の装飾物カテゴリより多く使用されていることが分かった。

4-5-3-2 装飾法パターンごとの装飾物の使用傾向

- ・活気外観両立型では、装飾系が他の装飾物カテゴリよりおおくになっていた。活気ある印象を与えるため数を増やすと同時に、景観にまとまりを与えるため、手軽さより、装飾としての機能を元から持つものを装飾物と使用しているのだと考えられる。

- ・活気優先型では家財道具系、着衣系、入れ物系が他の装飾物カテゴリよりおおくになっていた。

- ・外観洗練型では着衣系が最も多く、次に家財道具系が多く、参加限定型では、着衣系が最も多いことがわかった。これは飾る手間（移動）や外にさらしたことによる汚れの心配を考えた場合、着衣系、布系、家財道具系が多く飾られているのは、手軽に飾ることの出来る装飾物であるからだと考えられる。

4-6 四章のまとめ

本章では、調査結果を KJ 法、単純集計、クロス集計、カイ二乗検定を用いて明らかにしてきた。以下に本章で得られた結果をまとめる。

装飾者に関する分析

- ・実験に参加するサンプルの男女の数はほぼ同じである。
- ・実験参加者の多くは 61 歳以上の高齢者である。

- ・飾り付けを行う人々は、活気外観両立型、活気優先型、外観洗練型、活気優先型の 4 タイプに分けられることが分かった。
- ・活気外観両立型は、活気ある外観と、統一感ある外観を両立する装飾法である。
- ・活気優先型は、活気ある外観を作り、雑多な外観になってもかまわないという装飾法である。
- ・外観洗練型は、活気外観両立型と活気優先型の装飾法と比べると活気は弱い、洗練された個性ある外観ができあがる装飾法である。
- ・参加限定型は、外観を飾り付けることにはあまり興味が無く、飾り付けにとりあえず参加するといった人の多い装飾法である。
- ・初めて「百彩」に参加するサンプルの装飾法は、外観洗練型か参加限定型に分類されることがおいことが分かった。
- ・参加限定型には男性の方がなりやすい。

装飾物に関する分析

- ・飾り付けに使用される総称物の種類は、衣系、布系、装飾系、玩具系、キッチン系、乗り物系、植栽系、レジャー系、入れ物系、家財道具系、その他の 11 カテゴリに分けられることが分かった。
- ・装飾物カテゴリは、「多使用装飾物」と「低使用装飾物」の二つに分けられることが分かった。
- ・多使用装飾物に分類された装飾カテゴリは、着衣系、布系、装飾系、入れ物系、家財道具系、その他の 6 カテゴリである。
- ・低使用装飾物に分類されたのは、玩具系、キッチン系、乗り物系、植栽系、レジャー系の 5 カテゴリである。
- ・装飾法と家財道具系の装飾カテゴリは、どちらも女性が多く飾っていることが分かった。また、着衣系においては無職の人がやや多いことが分かった。
- ・装飾法ごとに見ると、活気外観両立型では飾り系が最も多く飾られていた。また、活気優先型では家財道具系が一番多く、着衣系、入れ物系と続いている事が分かった。
- ・外観洗練型では着衣系が最も多く、次に家財道具系が多い事がわかった。また、参加限定型では、着衣系が最も多いことがわかった。

装飾行動の変化に関する分析

- ・参加者の多くは飾り方が常に変化していることが分かった。
- ・百彩参加者は、参加回数を重ねるごとに、活気貢献度が小さい装飾法パターンから、活気貢献度の大きいパターンへ変わっていくことが分かった。
- ・どの年度も実験に初参加のサンプルの多くは外観洗練型か参加限定型になっていることが分かった。

- ・過去に実験を行った回数が多いほど、初参加サンプルにおける活気貢献度大の装飾法パターンの割合が増えていることがわかった。
- ・外観洗練型がもっともサンプル数の変動が少ないことがわかった。
- ・2006 年度において、着衣系が特に多かったが、その年以外は他の多使用装飾物と変わらない数であることが分かった。またその年において装飾系は低使用装飾物となっているが、その年から急上昇し、2008 年度では多使用装飾物の中でも特別に多くなっていることが分かった。
- ・着衣系、布系、家財道具系の三つは 4 年間で安定して多く使用されていることが分かった。

以下に、本章で得られた結果を基に考察を行う。

4 回参加のサンプルから、参加回数と装飾法パターンとのクロス集計によって、実験に参加すればするほど、より活気貢献度の大きい飾り方へ変化していることが分かった。また、装飾法の変化パターンの単純集計により、つまり、サンプルは参加を重ねるごとに、より活気ある外観を作り出そうとする傾向にあるという事が考えられる。

初めて「百彩」に参加するサンプルの装飾法は、外観洗練型か参加限定型に分類されることが多いことが分かった。初めて参加するサンプルは、あまり数を出そうとしない傾向にあるようだ。外観洗練型か参加限定型になる理由としては、初めて参加する人にとっては、どう飾り付けをしたらいいのか勝手がわからないため様子見として少量を出す場合と、普段意識して赤い物を集めていないため、飾りに使用できる物が少ないという場合の二つがあると考えられる。

また、初めて百彩に参加するサンプルの装飾法パターンが、活気貢献度大になる割合は、過去に実験を行った回数が多いほど多くなっている。このことから、他者が飾りつけた町並みをあらかじめ見ることで、もし自分が飾り付けを行うならという想定ができ様子見で装飾物を出すサンプルが減り、また普段から身の回りに有る赤いものを意識するようになったと考えられる。

活気外観両立型の装飾法パターンでは、装飾系カテゴリの装飾物が最も多く使用されていることが分かった。これは、身近にありふれた装飾物を使用するよりも、特別な装飾物で家を「飾る」という意識があるためではないか。つまり、活気外観両立型のサンプルには、自らの家の外観に特別製を持たせようとしていると考えられる。

着衣系、布系、家財道具系の三つは 4 年間で安定して多く使用されていることが分かった。また、外観洗練型では着衣系が最も多く、次に家財道具系が多く、参加限定型では、

着衣系が最も多いことがわかった。これは飾る手間（移動）や外にさらしたことによる汚れの心配を考えた場合、着衣系、布系、家財道具系が多く飾られているのは、手軽に飾ることの出来る装飾物であるからだと考えられる。一方で、活気外観両立型で装飾系が最も多いのは、活気ある印象を与えるため数を増やすと同時に、景観にまとまりを与えるため、手軽さより、装飾としての機能を元から持つものを装飾物と使用しているのだと考えられる。

つまり、町並みに活気を与える事だけを考えている人は、手軽に飾ることの出来る、着衣系、布系、家財道具系を多く飾り、活気ある町並みと同時にまとまりのある景観を作り出そうと考える人は装飾系の装飾物をつかうと考えられる。

第五章 調査対象者の望む装飾物のテーマ設定

5-1 望まれる自由度に関するアンケート結果

実験対象地域の住民の望む自由度を明らかにするために、自由度に関するアンケート項目への回答結果を単純集計する。データは「4-1-2 調査対象者のサンプリング」で説明をいった、調査対象者が希望する装飾物のテーマ設定についてのアンケートを用いた。

本章では、実験対象のうち、飾り付けに参加していない四章では非有効数だったデータも、アンケート及びヒアリングのどちらかに答えていれば、装飾法パターン「不参加型」として分析に使用する。不参加型とは、実験に参加はしていないが、アンケート及びヒアリングのどちらか、あるいは両方に回答している実験対象のことである。

5-2 望まれる自由度の傾向

5-2-1 自由度についての回答

今年回収された 74 件のアンケートの単純集計をした。

複数回答は無効とした。

詳細は表 5-1 を参照。

表5-1 自由度についての回答数

自由度	計	全体%
全くの自由がよい	5	6.8
色に関する限定がよい	31	41.9
種類に関する限定がよい	2	2.7
飾る物を限定して欲しい	1	1.4
その他	4	5.4
無効	2	2.7
無回答	29	39.2
総計	74	100

回答者の半数近くが従来通りの色に関してのみ、装飾物を限定されることを望んでいることが分かった。

5-2-2 回答と属性及び装飾法パターンの相関

アンケートへの回答と属性及び装飾パターンについて、クロス集計を行った。

表5-2 自由度についての回答と性別及び年齢

	性別				年齢								計
	男性	女性	無回答	計	7 1 }	6 1 }	5 1 }	4 1 }	3 1 }	2 1 }	1 2 0	無回答	
全くの自由がよい	1	1	3	5	1	2	0	0	1	0	0	0	4
色に関する限定がよい	6	18	7	31	13	6	4	7	1	0	0	0	31
種類に関する限定がよい	2	0	0	2	1	0	1	0	0	0	0	0	2
飾る物を限定して欲しい	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2
その他	1	1	2	4	2	1	1	0	0	0	0	0	4
無効	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	1	2
無回答	7	5	17	29	5	1	2	1	1	1	0	18	29
総計	17	25	32	74	23	11	8	8	3	1	0	20	74
全体%	23	33.8	43.2	100	31.1	14.9	10.8	10.8	4.1	1.4	0	27.0	100

表5-3 自由度についての回答と職業

	職業									
	農 林 漁 業	会 社 員	商 工 自 営 業	公 務 員	主 婦	無 職	学 生	そ の 他	無 回 答	計
全くの自由がよい	0	0	2	0	1	1	0	0	0	4
色に関する限定がよい	1	3	6	1	13	6	0	1	0	31
種類に関する限定がよい	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
飾る物を限定して欲しい	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2
その他	0	0	1	0	0	2	0	1	0	4
無効	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
無回答	2	5	3	2	3	3	0	0	11	29
総計	3	8	15	3	17	12	0	3	13	74
全体%	4.1	10.8	20.3	4.1	23	16.2	0	4.1	17.6	100

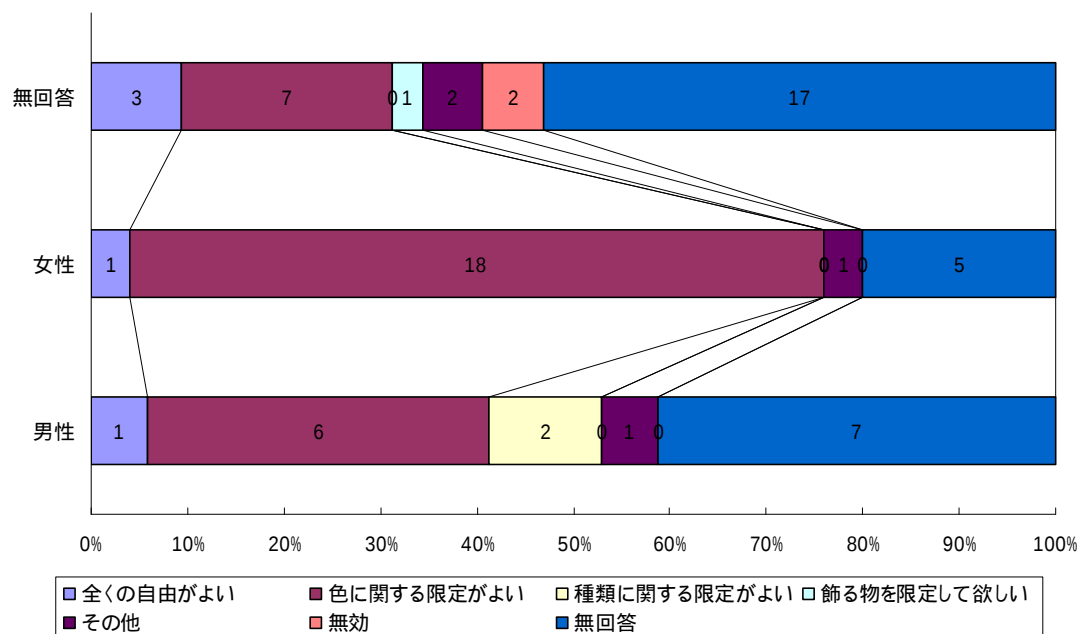


図5-1 自由度についての回答と性別

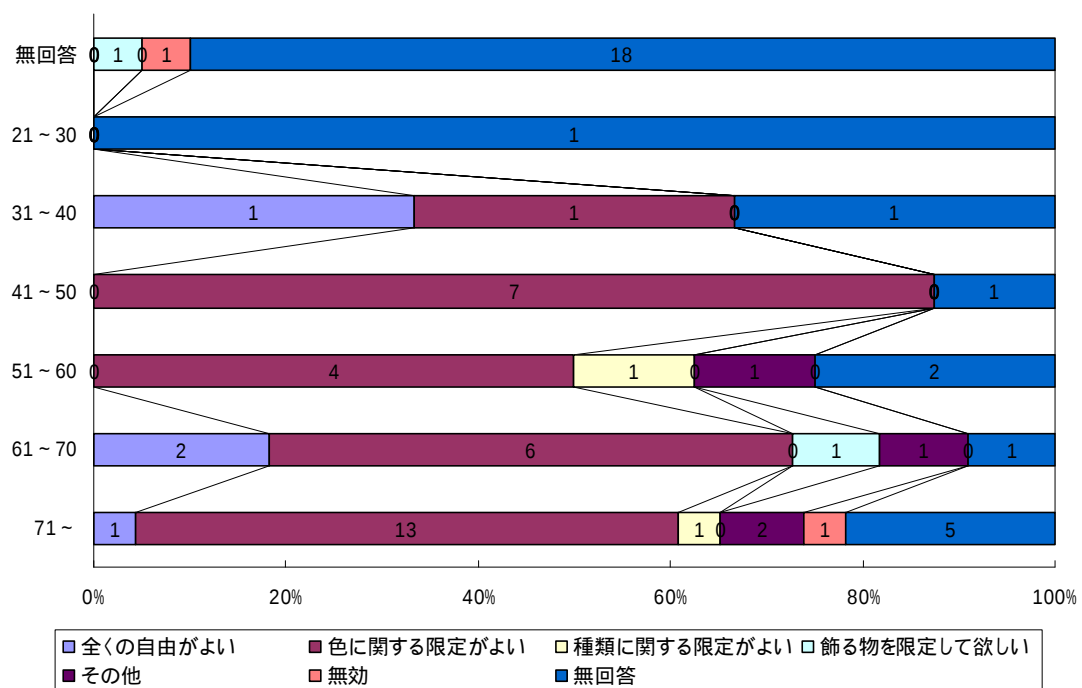


図5-2 自由度についての回答と年齢

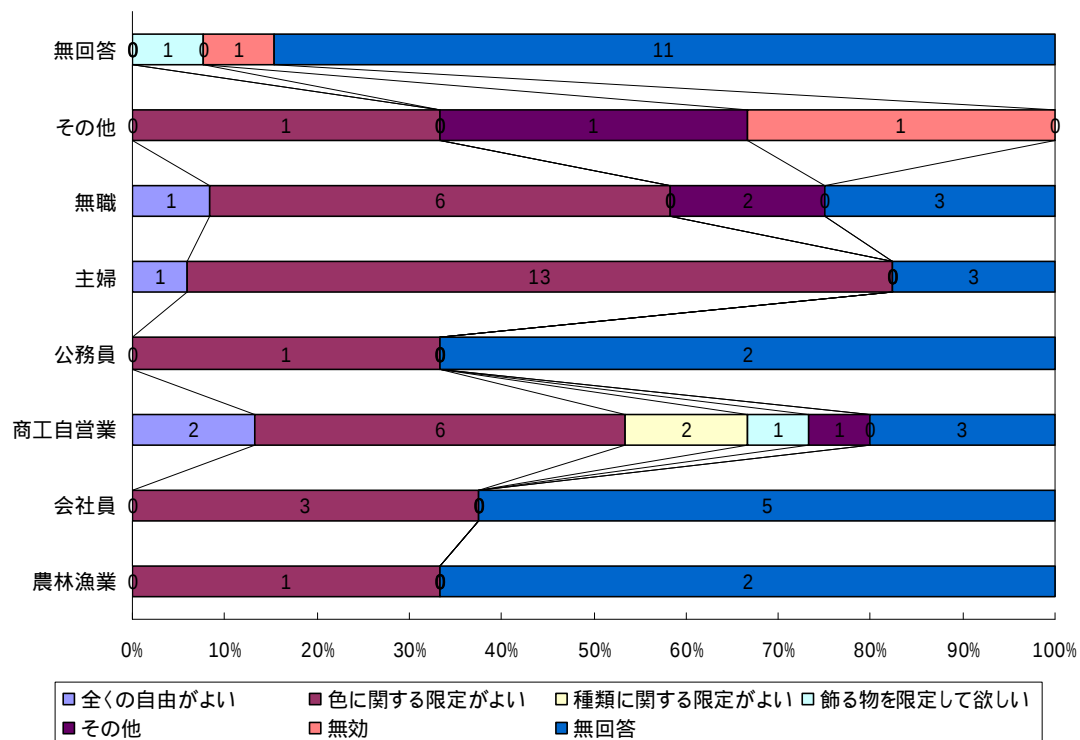


図5-3 自由度についての回答と職業

性別においては、色に関する限定を望む人では、男性が6人、女性が18人で、女性の方が多いことが分かった。また、有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果、漸近有意確率 0.0203 となり、 $0.0203 < 0.05$ であるため、やや有意差があるといえる。

年齢では、71～が最も多いことが分かった。

職業では、色に関する限定を望む人は、主婦が17人で最も多いことが分かった。他の限定を望む人は、商工自営業が最も多くなっていることが分かった。

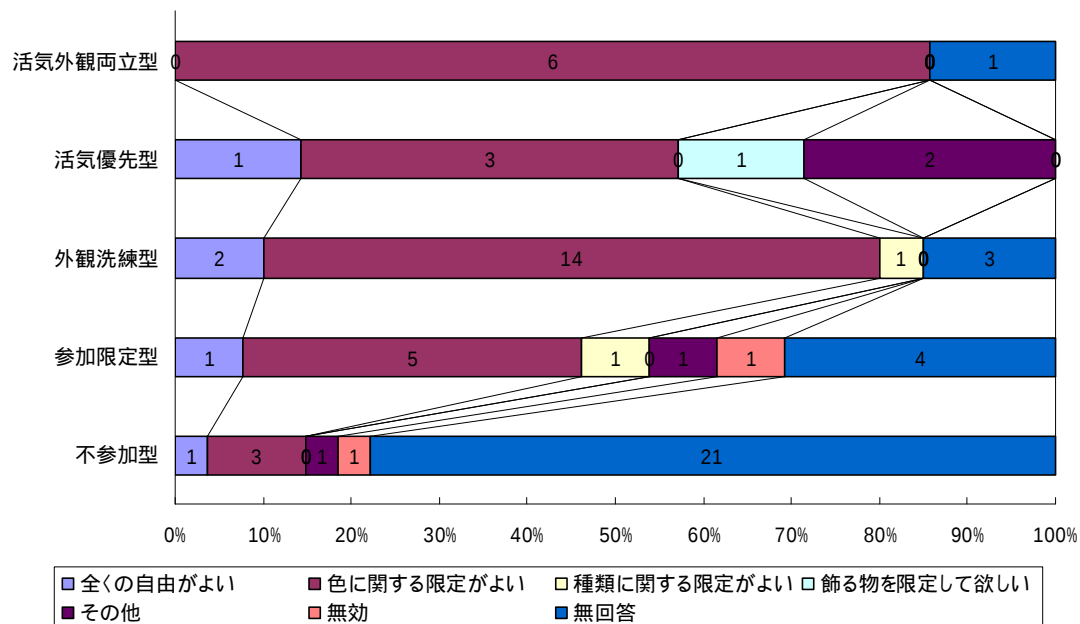


図5-4 自由度についての回答と装飾法パターン

装飾法パターンごとに見ると、色に関する限定を望む人は、外観洗練型が最も多くなっていることが分かった。割合で見た場合、活気外観両立型では、色に関する限定を望む人の割合が大きい事が分かった。また、有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果、漸近有意確率 0.0003 となり、 $0.0003 < 0.05$ であるため、有意差があるといえる。

外観洗練型は装飾物の使用総数が少なく活気貢献度は低いですが、数が少ないため種類数をそれほど気にせずとも洗練された印象のある外観ができあがる傾向にある装飾法である。そのため、装飾物の種類を気にせずに、数を有る程度出す外観洗練型にとって、色のみの限定という自由度が最も相性がよいものだと考えられる。

活気外観両立型において色に関しての限定を望む人の割合が大きいのは、活気外観両立型の装飾者は、何を飾るかを自分で考え自分の家の特色を出そうとしているため、条件は現状のままを望んでいるのだと考えられる。

5-2-3 アンケートの回答理由

アンケートで回答を選んだその理由を KJ 法により分類した。その結果、装飾物の用意のしやすさに関する回答、より色や種類に多様性が有るほうが面白いという回答、制限がないとまとまりがない・テーマにそって飾るのが良い等のあるていど統一された景観を望む回答、続けて欲しいという継続を希望する回答、色の制限がよいという回答、赤色を好むという回答、言われた通りに飾りますという回答、現状に違和感があるという回答、統一感を感じているなど現状を肯定する回答、いやな感じがするといわれたという現状を否定する回答の、10 種類の回答理由に分類された。

表 5-4 回答理由の分類内訳

回答理由の分類項目	回答数(複数回答あり)
用意・準備のしやすさを希望	8
多様な飾り方を希望	3
ある程度まとまった景観の希望	8
継続を希望	2
色の制限の希望	1
赤色が好みだから	2
何でもかまわない	1
違和感がある	1
現状の肯定	2
現状の否定	1

アンケート回答と回答理由のクロス集計を行った。

表 5-5 アンケート回答と回答理由のクロス集計

	全くの自由がよい	色に関する限定がよい	種類に関する限定がよい	飾る物を限定して欲しい	その他	無効	無回答
用意・準備のしやすさを希望	1	5	0	1	0	0	0
多様な飾り方を希望	3	0	0	0	0	0	0
ある程度まとまった景観の希望	0	9	0	0	0	0	0
継続を希望	0	2	0	0	0	0	0
色の制限の希望	0	1	0	0	0	0	0
赤色が好みだから	0	2	0	0	0	0	0
何でもかまわない	0	0	0	0	1	0	0
違和感がある	0	0	0	0	1	0	0
現状の肯定	0	1	0	0	1	0	0
現状の否定	0	0	0	0	0	1	0

全くの自由が良いと回答した人は、色や種類などがより多様な方が面白いから、という理由でその回答を選ぶ人が多いということがわかった。また赤いものが家に無いためこの回答を選んだ人もいた。

色に関する限定を望む人の多くは、全くの自由にした場合、景観にまとまりがなく汚い印象ができてしまうことを心配している人が多いことが分かった。また、種類を限定してしまうと、飾るものが家に無いかもしれないという心配をしている人が多いことも分かった。複数に分類される回答理由は全部で 3 件あったが、その 3 件ともがこのアンケート回答に属し、どれも用意の容易さと、まとまった景観の二つを希望するものだった。

種類に関する限定を望む回答については、回答理由が書かれているものは無かった。

飾る物を限定してほしいという回答を選んだ理由は 1 件のみだった。理由は、その方が用意しやすいから、だった。

その他の回答、無効となった回答の理由としては、「決定されたことには協力する」「小物展示の工夫や違和感が生じる」「町全体が統一されてきれいだと思う」「まるで古着屋のようでいやな感じがすると女性客に言われる」というものがあった。

有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果、漸近有意確率 0.3396 となり、 $0.3396 > 0.05$ であるため、有意差があるとはいえない。

5-3 五章のまとめ

本章では，調査結果を KJ 法，単純集計，クロス集計，カイ二乗検定を用いて明らかにしてきた．以下に本章で得られた結果をまとめる．

望まれる条件についての分析

・回答者の半数近くが従来通り，色に関してのみ装飾物を限定されることを望んでいることが分かった．

望む条件の回答と参加者の属性及び装飾法パターンについての分析

- ・色に関する限定を望む人では，女性の方が多いことが分かった．また，71～が最も多いことが分かった．職業では，色に関する限定を望む人は，主婦が最も多いことが分かった．またそれ以外の条件を望む人は，商工自営業が最も多いことが分かった．
- ・色に関する限定を望む人の装飾法パターンは，外観洗練型が最も多くなっていることが分かった．
- ・活気外観両立型は，色に関する限定を望む人の割合が大きい事が分かった．

望まれる条件とその理由についての分析

- ・全くの自由が良いと回答した人は，色や種類などがより多様な方が面白いから，という理由でその回答を選ぶ人が多いということがわかった．また赤いものが家に無いためこの回答を選んだ人もいた．
- ・色に関する限定を望む人の多くは，全くの自由にした場合，景観にまとまりがなく汚い印象ができてしまうことを心配している人が多いことが分かった．また，種類を限定してしまうと，飾るものが家に無いかもしれないという心配をしている人が多いことも分かった．複数に分類される回答理由は全部で 3 件あったが，その 3 件ともがこのアンケート回答に属し，どれも用意の容易さと，まとまった景観の二つを希望するものだった．
- ・飾る物を限定してほしいという回答を選んだ理由は 1 件のみだった．理由は，その方が用意しやすいから，だった．
- ・その他の回答，無効となった回答の理由としては，「決定されたことには協力する」「小物展示の工夫や違和感が生じる」「町全体が統一されてきれいだと思う」「まるで古着屋のようでいやな感じがすると女性客に言われる」というものがあった．

以下に，本章で得られた結果を基に考察を行う．

希望する自由度の回答を単純集計したところ，半数近くが，これまでどおりの「色に関する限定があった方がよい」という回答をしている．また，サンプルの装飾法パターン

とクロス集計を行ったところ、色に関しての限定を望む人は、外観洗練型が多いということが分かった。外観洗練型は装飾物の使用総数が少なく活気貢献度は低いですが、数が少ないため種類数をそれほど気にせずとも洗練された印象のある外観ができあがる傾向にある装飾法である。そのため、装飾物の種類を気にせずに、数を有る程度出す外観洗練型にとって、色だけの限定という自由度が最も相性がよいものだと考えられる。

アンケート回答と回答理由のクロス集計を行ったところ、装飾物の条件を決める際に種類を定められると飾りにくいと感じる人が多いことが分かった。何を飾るかを定めてもらったほうが飾りやすいという人や、いわれた通りに飾るという人もいた。自分で飾るもの考えるのを面倒に思う人も少数だが存在するようだが、多くの人は何を飾り付けるかを自分で決めたいと思っている、また考えることを楽しんでいると考えられる。

第六章 調査対象者の抱く赤い町並みへの違和感

6-1 赤い町並みへの違和感に関するアンケート結果

実験対象地域の住民にとって、百彩による赤い町並みに違和感があるという意見が毎年確認されている。赤く飾った町並みに対する違和感の感じ方に差があるかをあきらかにするため、赤への違和感に関するアンケート項目への回答結果を単純集計する。データは「4-1-2 調査対象者のサンプリング」で説明を行った、調査対象者が抱く赤い町並みへの違和感についてのアンケートを用いた。

6-2 赤い町並みへの違和感に関する傾向

6-2-1 違和感についての回答

2008 年に回収された 74 件のアンケートの単純集計をした。
詳細は表 6-1 を参照。

表6-1 赤い町並みに対して抱く違和感についての回答数

違和感の有無	計	全体%
違和感が有る	11	14.9
やや違和感がある	12	16.2
普通	7	9.5
あまり違和感を感じない	6	8.1
違和感はない	15	20.3
その他	4	5.4
無回答	19	25.7
総計	74	100

回答者の半分以上が、違和感があると回答していることが分かった残りの回答者の多くが違和感はないと回答していることが分かった。

6-2-1 回答と属性及び装飾法パターンとの相関

アンケートへの回答と属性及び装飾法パターンについて、クロス集計を行った。

表6-2 赤い町並みに対して抱く違和感についての回答と性別及び年齢

	男性	女性	無回答	計	71	61	51	41	31	21	12	無回答	計
違和感がある	1	3	7	11	8	1	0	1	0	0	0	1	11
やや違和感がある	3	5	4	12	4	4	1	1	1	0	0	1	12
普通	5	2	0	7	2	1	2	1	0	0	0	1	7
あまり違和感を感じない	1	2	3	6	3	0	2	0	1	0	0	0	6
違和感はない	4	10	1	15	5	5	1	3	1	0	0	0	15
その他	1	1	2	4	1	0	1	1	0	0	0	1	4
無回答	0	0	19	19	0	0	0	0	0	0	0	19	19
総計	15	23	36	74	23	11	7	7	3	0	0	23	74

表6-3 赤い町並みに対して抱く違和感についての回答と職業

	農林漁業	会社員	商工自営業	公務員	主婦	無職	学生	その他	無回答	計
違和感がある	1	0	4	0	3	2	0	0	1	11
やや違和感がある	1	1	2	0	2	4	0	1	1	12
普通	0	1	3	0	1	1	0	0	1	7
あまり違和感を感じない	0	0	2	0	2	2	0	0	0	6
違和感はない	0	1	3	0	7	2	0	2	0	15
その他	0	0	1	1	0	1	0	0	1	4
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	19	19
総計	2	3	15	1	15	12	0	3	23	74

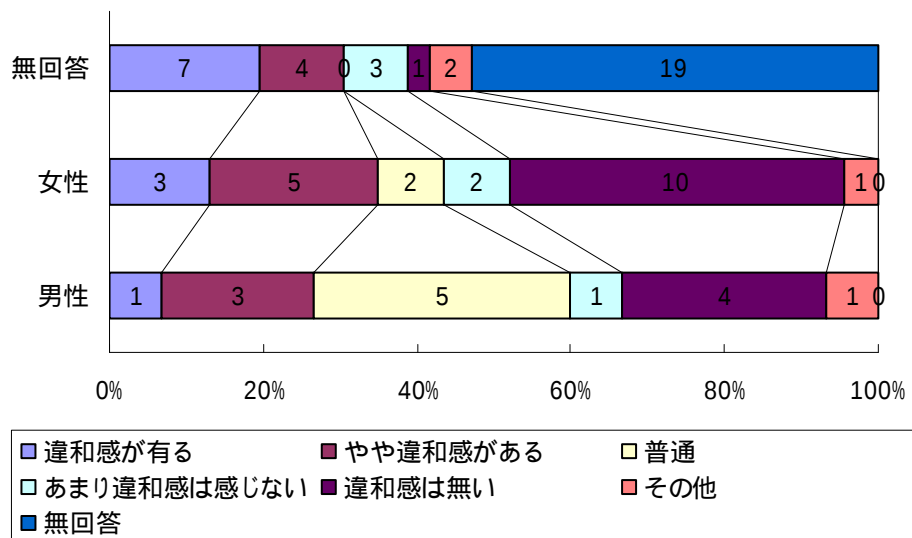


図6-1 赤い町並みに対する違和感の有無についての回答と性別

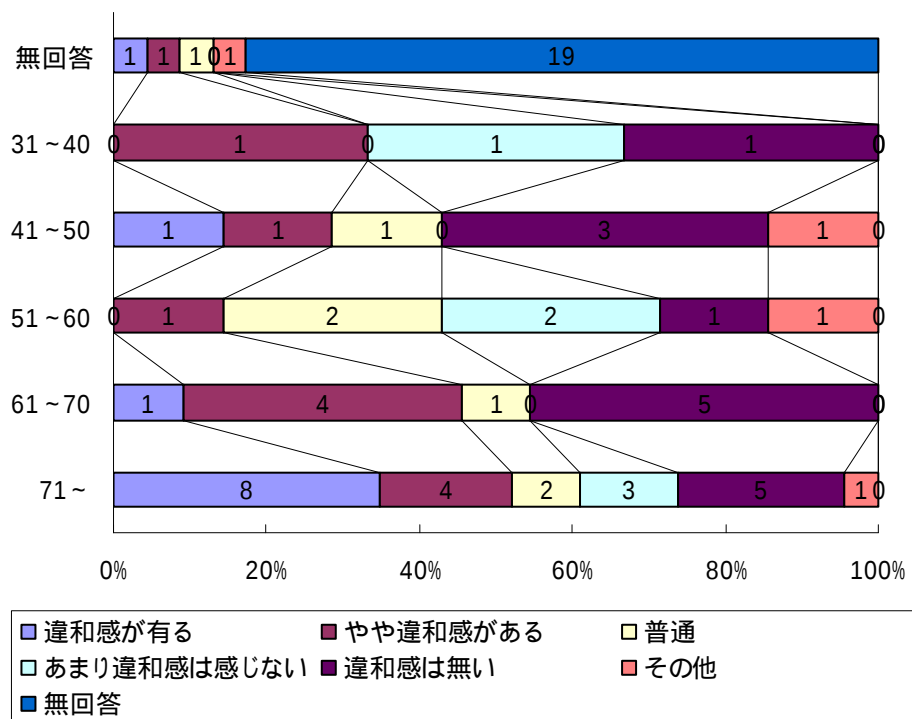


図6-2 赤い町並みに対する違和感の有無についての回答と年齢

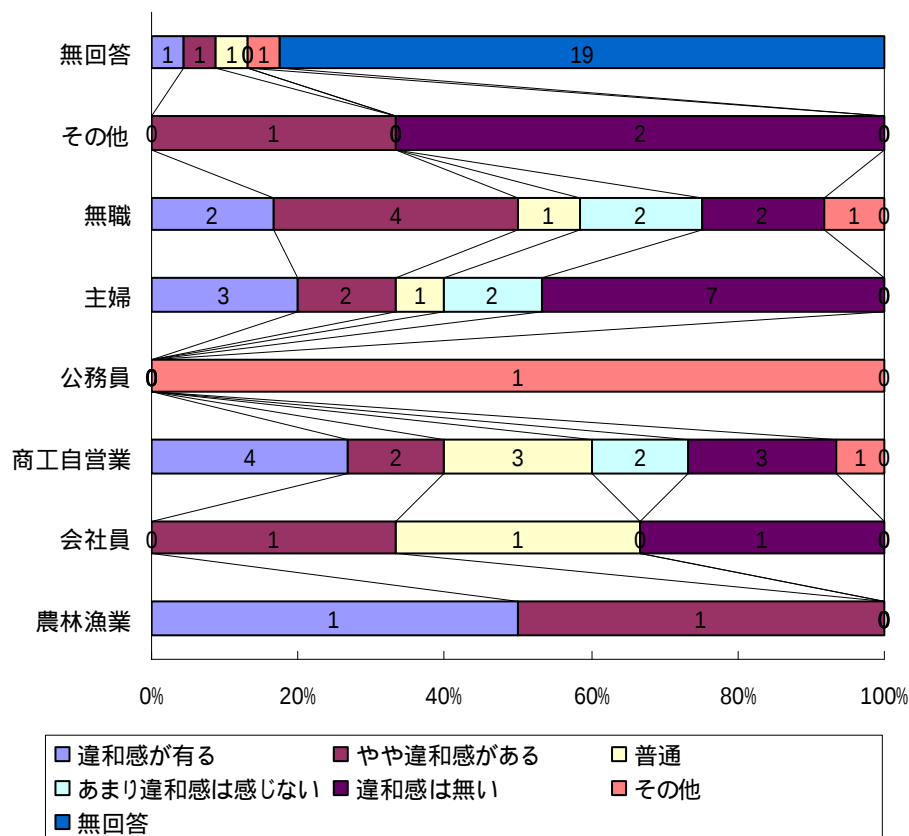


図6-3 赤い町並みに対する違和感の有無についての回答と職業

性別においては、赤く飾られた町並みに対して「普通」と感じている人は男性の方が多いことが分かった。「普通」以外の回答は全て女性の方が多くなっており、特に違和感がないと回答するサンプルは女性の方が多い事がわかる。また、有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果、漸近有意確率 0.0000 となり、 $0.0000 < 0.05$ であるため、有意差があるといえる。

年齢では、71 歳以上のサンプルが、赤い町並みに対して最も多く違和感があると回答していることが分かった。

職業では、違和感はないと回答したのは、主婦が7人で最も多いことが分かった。

女性の方が、違和感がないと回答しているサンプルが多くなっていることから、赤という色に対しては、女性のほうがなれていることが分かる。

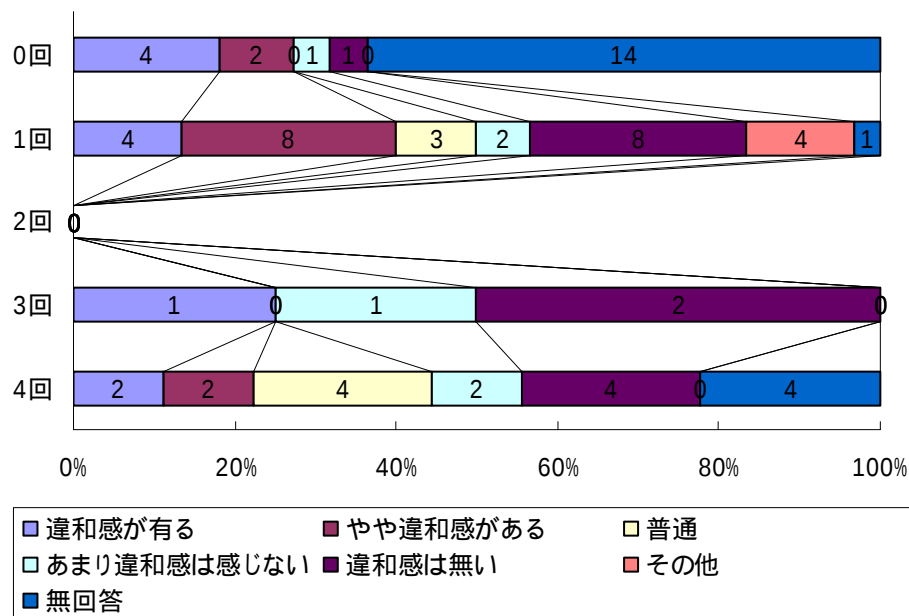


図6-4 赤い町並みに対する違和感の有無についての回答と参加回数

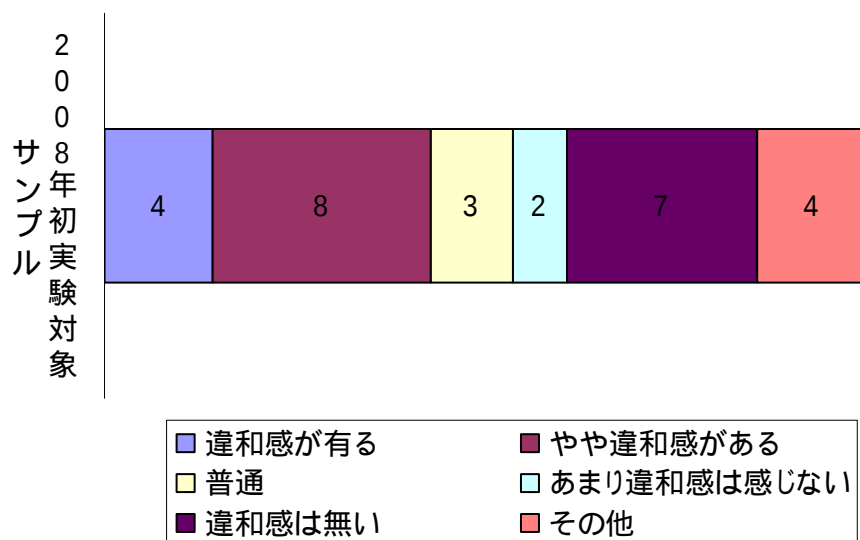


図6-5 2008年初実験対象サンプルの赤い町並みに対する違和感の有無についての回答

これまでに実験に参加した回数ごとに見ると、参加したことがないサンプルの回答は、「違和感がある」が4人で最も多かった。1回参加したことがあるサンプルの回答は、「やや違和感がある」、「違和感はない」が8人で最も多かった。3回参加したことがあるサンプルの回答は「違和感はない」が2人で最も多かった。4回全てに参加したことがあるサンプルの回答は、「普通」、「違和感はない」が4人で最も多かった。

また，有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果，漸近有意確率 0.0000 となり， $0.0000 < 0.05$ であるため，有意差があるといえる．

参加一回目で違和感がないと回答している 8 人はうちの 7 人は，アンケート調査を実施した 2008 年にはじめて実験の対象地域となった家のサンプルであり，過去三年の実験を目にしたことで，違和感が薄いと回答したのだと思われる．つまり，実験に参加したことのないサンプルは，違和感があるという回答が最も多く，初めて参加したサンプルはやや違和感があるという回答が最も多く，三回参加したことのあるサンプルでは違和感がないが最も多く，四回全てに参加したサンプルでは普通もしくは違和感がないという回答が最も多くなっていることが分かる．

これらのことから，サンプルは実験に参加し，自らの手で町並みを赤くすることで，赤く飾り付けられた町並みに対して違和感を抱かなくなる．また，自ら実験に参加しなくとも，他者が赤く飾り付けた町並みを見ることによって違和感を抱かなくなるサンプルもいることが分かる．

6-2-3 赤い町並みに対して感じる違和感の回答と装飾法パターン

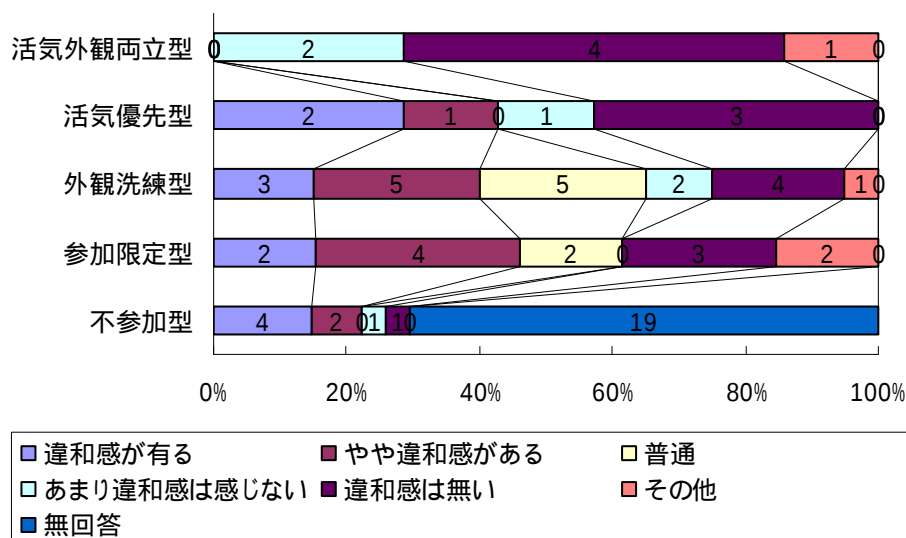


図6-6 赤い町並みに対する違和感の有無についての回答と装飾法パターン

不参加型では違和感があるという回答が 4 でもっとも多くなっている．参加限定型ではやや違和感があるという回答が 4 で最も多くなっている．外観洗練型では，やや違和感があるという回答と，普通という回答が 5 で最も多くなっている．活気優先型では違和感がないという回答が 3 で最も多くなっている．活気外観両立型では，違和感がないという回答が 4 で最も多くなっている．

また、有意水準 0.05 でカイ二乗検定を行った結果、漸近有意確率 0.0000 となり、 $0.0000 < 0.05$ であるため、有意差があるといえる。

装飾法パターンごとに見た場合、不参加型は違和感を持つサンプルの方が多く、活気外観両立型は違和感を持たないサンプルの方が多い。また、他の装飾法パターンにおいては、違和感の有無にはそれほど差はなく、参加限定型と外観洗練型はやや違和感がある者が多く、活気優先型では、あまり違和感がない者が多い。

飾り付けた装飾物数が 10 以下の活気貢献度小のサンプルより、装飾物数 11 以上の活気貢献度大のサンプルの方が、違和感はないという回答の割合の方が大きい事が分かった。これはつまり、自らの手で、より多くの装飾物を飾り付けた方が、違和感を感じなくなるということである。しかし、共に活気貢献度大に分類されている活気優先型と活気外観両立型は、共に装飾物を 11 以上飾り付けた家である。この二つは共に総回答数が 7 であるが、「違和感はない」という回答の割合に差がうまれている。このことから、同じ数を飾るのでも、何でも飾り付けるより、何を飾り付けるのかテーマを持って飾り付けを行った方がより違和感を持たない者が多くなるということが分かる。

6-3 六章のまとめ

本章では、調査結果を、単純集計、クロス集計、カイ二乗検定を用いて明らかにしてきた。以下に本章で得られた結果をまとめる。

回答者に関する分析

- ・ アンケートに回答したサンプルは女性の方が多い。
- ・ 回答者の多くは 61 歳以上の高齢者である。
- ・ アンケートに回答したサンプルは、無職、主婦（主夫）、商工自営業者が多い。
- ・ 性別では、女性の方が、違和感が無いと回答している割合が大きい。
- ・ 年齢では、71 歳以上のサンプルが最も、違和感があると回答している割合が大きい。
- ・ 職業では、主婦（主夫）が最も違和感がないと回答している割合が大きい。

違和感がなくなる条件

- ・ 実験に参加する回数が増えるほど、違和感がないという回答の割合が大きくなっていく。
- ・ 実験に参加していなくても、他者が赤く飾り付けた町並みをみることで、違和感がなくなるサンプルもいる。
- ・ 活気貢献度小に分類されるサンプルより、活気貢献度大に分類されるサンプルの方が、違和感がないと回答する割合が大きい。
- ・ 活気貢献度大のサンプルの中でも、種類に対して無頓着に飾り付けをする活気優先型よりも、統一感のある外観を作る活気外観両立型の方が、違和感が無いと回答する割合が

大きい。

以下に、本章で得られた結果を基に考察を行う。

赤い町並みに対する違和感の有無についての回答と、参加回数のクロス集計から、参加回数が多いほど、違和感が無いという回答の割合が大きくなっていることが分かった。また、参加一回目で違和感がないと回答しているサンプルの多くは、アンケート調査を実施した 2008 年にはじめて実験の対象地域となった家のサンプルであり事が分かった。

これらのことから、サンプルは実験に参加し、自らの手で町並みを赤く飾り付ける事で、赤く飾り付けられた町並みに対して違和感を抱かなくなる。また、自ら実験に参加しなくとも、他者が赤く飾り付けた町並みを見ることによっても違和感を抱かなくなるサンプルもいることが分かる。

飾り付けた装飾物数が 10 以下の活気貢献度小のサンプルより、装飾物数 11 以上の活気貢献度大のサンプルの方が、違和感がないという回答の割合の方が大きい事が分かった。これはつまり、自らの手で、より多くの装飾物を飾り付けた方が、違和感を感じなくなるということである。

また、活気貢献度大に分類されている活気優先型と活気外観両立型は、共に装飾物を 11 以上飾り付けた家である。この二つは共に総回答数が 7 であるが、「違和感はない」という回答の割合に差がうまれている。このことから、同じ数を飾るのでも、何でも飾り付けるより、何を飾り付けるのかを考え統一感ある外観を作り出す方が違和感を持たない者が多くなるといえる。

第七章 結論

7-1 各章のまとめ

ここで、第一章から第六章までの内容と結果をまとめる。

第一章では、本研究の背景と目的・意義について述べた。

第二章では、本研究で実施した実験と調査の概要を述べた。実験の概要として、「百彩」による景観形成実験の説明、実験対象地域や実験対象者についての説明を述べた。また、調査の概要として、百彩に使用された装飾物についての調査や、調査対象者と装飾物の自由度についての調査からなるアンケート調査についての説明を述べた。

第三章では、本研究で行った分析方法について述べた。単純集計による分析やクロス集計による分析、KJ法を用いた類型化による分析についての説明を述べた。

第四章では、百彩において使用された装飾物についての調査をもとに行った、KJ法による装飾法パターンの類型化や装飾物の類型化。それをもとにした、装飾物の使用傾向や、装飾法の変化パターンについての単純集計及びクロス集計の結果を示した。また、調査の実施状況やサンプリングについての説明を述べた。

以下に、第四章で得た結果を述べる。

- ・参加回数と装飾法パターンとのクロス集計によって、実験に参加すればするほど、より活気貢献度の大きい飾り方へ変化していることが分かった。また、装飾法の変化パターンの単純集計により、多くの人の飾り方が、毎年変化しているという事がわかった。つまり、サンプルは参加を重ねるごとに、より活気ある町並みを作り出そうとする傾向にあるという事が考えられる。
- ・初めて「百彩」に参加するサンプルの装飾法は、外観洗練型か参加限定型に分類されることが多いことが分かった。初めて参加するサンプルは、あまり数を出そうとしない傾向にあるようだ。外観洗練型か参加限定型になる理由としては、初めて参加する人にとっては、どう飾り付けをしたらいいのか勝手がわからないため様子見として少量を出す場合と、普段意識して赤い物を集めていないため、飾りに使用できる物が少ないという場合の二つがあると考えられる。
- ・初めて百彩に参加するサンプルの装飾法パターンが、活気貢献度大になる割合は、過去に実験を行った回数が多いほど多くなっていることから、他者が飾りつけた町並みをあ

らかじめ見ることで、もし自分が飾り付けを行うならという想定ができ様子見で装飾物を出すサンプルが減り、また普段から身の回りに有る赤いものを意識するようになったと考えられる。

- ・活気外観両立型の装飾法パターンでは、装飾系カテゴリの装飾物が最も多く使用されていることが分かった。これは、身近にありふれた装飾物を使用するよりも、特別な装飾物で家を「飾る」という意識があるためではないか。つまり、活気外観両立型のサンプルには、自らの家の外観に特別性を持たせようとしていると考えられる。
- ・着衣系、布系、家財道具系の三つは 4 年間で安定して多く使用されていることが分かった。また、外観洗練型では着衣系が最も多く、次に家財道具系が多く、参加限定型では、着衣系が最も多いことがわかった。つまり飾る手間（移動）や外にさらしたことによる汚れの心配を考えた場合、着衣系、布系、家財道具系が多く飾られているのは、手軽に、または気軽に飾ることの出来る装飾物であるからだと考えられる。
- ・活気外観両立型で装飾系が最も多いのは、活気ある印象を与えるため数を増やすと同時に、景観にまとまりを与えるため、手軽さより、装飾としての機能を元から持つものを装飾物と使用しているのだと考えられる。つまり、町並みに活気を与える事だけを考えている人は、手軽に飾ることの出来る、着衣系、布系、家財道具系を多く飾り、活気ある町並みと同時にまとまりのある景観を作り出そうと考える人は装飾系の装飾物をつかうと考えられる。

第五章では、本研究で実施した装飾物の自由度に関するアンケートの単純集計結果を示した。また、単純集計の結果と第四章で得られた装飾法パターンとのクロス集計による分析結果を示した。

以下に、第五章で得た結果を述べる。

- ・希望する自由度の回答を単純集計したところ、半数近くが、これまでどおりの「色に関する限定があった方がよい」という回答をしている。また、サンプルの属性とクロス集計を行ったところ、色に関する限定を望む人は、外観洗練型が多いということが分かった。外観洗練型は装飾物の使用総数が少なく活気貢献度は低い、数が少ないため種類数をそれほど気にせずとも洗練された印象のある外観ができあがる傾向にある装飾法である。そのため、装飾物の種類を気にせずに、数を有る程度出す外観洗練型にとって、色のみの限定という自由度が最も相性がよいものだと考えられる。
- ・アンケート回答と回答理由のクロス集計を行ったところ、装飾物の条件を決める際に種類を定められると飾りにくいとを感じる人が多いことが分かった。何を飾るかを定めても

らったほうが飾りやすいという人や、いわれた通りに飾るという人もいた。自分で飾るものを考えるのを面倒に思う人も少数だが存在するようだが、多くの装飾者は何を飾り付けるかを自分で決めたいと思っている、また考えることを楽しんでいると考えられる。

第六章では、本研究で実施した赤い町並みに対する違和感の有無についてのアンケートの単純集計結果を示した。また、単純集計の結果と実験への参加回数とのクロス集計による分析を示した。

以下に、第六章で得た結果を述べる。

- ・ 赤い町並みに対する違和感の有無についての回答と、参加回数のクロス集計から、参加回数が多いほど、違和感が無いという回答の割合が大きくなっていることが分かった。また、参加一回目で違和感がないと回答しているサンプルの多くは、アンケート調査を実施した 2008 年にはじめて実験の対象地域となった家のサンプルであり事が分かった。これらのことから、サンプルは実験に参加し、自らの手で町並みを赤く飾り付ける事で、赤く飾り付けられた町並みに対して違和感を抱かなくなる。また、自ら実験に参加しなくとも、他者が赤く飾り付けた町並みを見ることによっても違和感を抱かなくなるサンプルもいることが分かる。
- ・ 飾り付けた装飾物数が 10 以下の活気貢献度小のサンプルより、装飾物数 11 以上の活気貢献度大のサンプルの方が、違和感を持たないという回答の割合の方が大きい事が分かった。これはつまり、自らの手で、より多くの装飾物を飾り付けた方が、違和感を持たなくなるということである。
- ・ 活気貢献度大に分類されている活気優先型と活気外観両立型は、共に装飾物を 11 以上飾り付けた家である。この二つは共に総回答数が 7 であるが、「違和感はない」という回答の割合に差がうまれている。このことから、同じ数を飾るのでも、何でも飾り付けるより、何を飾り付けるのかを考え統一感ある外観を作り出す方が違和感を持たない者が多くなるといえる。

7-2 「百彩」の効果と他地域で行う際の提案

7-2-1 「百彩」の効果

過去の小田と迫間のアンケート調査にから、地域住民の景観イメージの変化は一時的な物であるとされていた。しかし、本研究において、「百彩」を継続することによって、装飾者の装飾法パターンは、より活気のある家の外観をつくりだす装飾法パターンに変化していく傾向にあることが示された。これは、アンケートにはあらわれていないが、住民の景観づくりへの意識が確かに変化しているからであると考えられる。

さらに、同じ活気のある外観をつくる装飾法パターンであっても、より統一感やまとまりのある外観を作りだそうとする装飾法パターンに変化していく傾向にあることが示された。つまり「百彩」というイベントには、多くの地域住民が参加を継続することで、活気ある町並みや整った景観を作り出す効果があると共に、活気やまとまりのある景観を作りだそうとする地域住民を増やすという効果があると考えられる。

7-2-2 「百彩」を他地域で行う際に

(1) 「百彩」が地域に定着するために

「百彩」の対象者は、赤く飾られた町並みに対して違和感を持っている者が確認されていた。今回「百彩」対象者の違和感について分析を行ったところ、多くの対象者は参加回数を重ねることで、赤い町並みに対して違和感をもたなくなることが示された。赤い町並みに対して違和感を持たなくなるとことは、より「百彩」が地域に定着することだといえる。

同じ参加回数でも、自らの手でより多くの装飾物を飾り付けた方が、より違和感を持たなくなることが示された。同じ数の装飾物を飾るのでも、統一感やまとまりのある外観を作り出す方がより違和感を持たなくなることが示された。このことから、自分の家の外観について、活気だけでなく美観ということも考えながら飾り付けを行う事で、「百彩」はより地域に定着するといえる。つまり、「百彩」を新しい地域で行う際には装飾者が、活気だけでなく美観も考えて飾り付けを行う活気外観両立型の装飾法パターンになるようにすることで、より早く「百彩」が地域に定着すると考えられる。

では、「百彩」参加者の装飾法パターンを活気外観両立型にするためにはどうすればよいか。多くの参加者は参加回数を重ねることで、装飾法パターンが活気外観両立型に変化していくことが示された。活気外観両立型の装飾パターンでは、装飾系の装飾物カテゴリに分類される装飾物が多く使われていることが示された。活気外観両立型では「色に関する限定」を希望する者多い事が示された。活気外観両立型の装飾者は、自らの外観に特別性を持たせたいと考えていることが示された。つまり、活気外観両立型の装飾者をふやすための条件として以下のことが挙げられる。

装飾物の条件として、色に関する限定を行う。

装飾系の装飾物の使用を推奨する。

他の装飾者と装飾物が重なり普遍化してしまわないように、一つの家が使用する種類数が、6以下になることを推奨する。

参加回数を重ねる

「百彩」を行う呼びかけに際して、以上の4つの項目を「百彩」対象者につたえることで、活気外観両立型の装飾者を増やすことができると考えられる。

(2) より多くの人に「百彩」に参加してもらい、かつまとまりある景観のために

着衣系と布系の装飾物は、多くの参加者にとって飾り付けに使用しやすい装飾物カテゴリであることが示された。「百彩」に初めて参加する対象者は、色だけを指定した場合は、外観洗練型と参加限定型の装飾者が多くなるということが示された。「百彩」を行うにあたって、より多くの人に「百彩」に参加してもらうことだけを考えるなら、装飾物の条件を色だけに限定する事が有効である。

また、外観洗練型においては、色に関する限定と相性が良いことが示された。外観洗練型と参加限定型においては、衣類系、布類系が多く用いられている事が示された。このことから、参加者数とまとまりのある景観を両立するための条件としては、以下のことが挙げられる。

装飾物の条件として、色に関する限定を行う。

衣類系、布類系の装飾物の使用を推奨する。

「百彩」を行う呼びかけに際して、以上の2つの項目を「百彩」対象者につたえることで、参加者数とまとまりのある景観を両立することができると考えられる。

7-3 本研究の課題と今後の展望

7-3-1 本研究の課題

本研究の課題を調査方法、実験方法、分析方法の3点から述べる。

(1)調査方法の課題

写真による調査の課題は、装飾物を数える際の曖昧さである。写真から装飾物を数えるという手法により、4年間のデータを手に入れることが出来た。しかし、写真では小さすぎてなにが飾られているのか判別できない場合があった。また、自動車の三角コーンや植物など、日常から有るのか装飾物として用意したのかが判別できず、一緒のものとして扱っている場合があった。

自由度に関するアンケート調査の課題としては、分かりにくさが挙げられる。どの回答がどの程度のテーマの限定を意味するのかを理解してもらいづらかったかもしれない。また、複数の選択肢を選んだ回答を予測していなかったため、単一回答を促す言葉を付け忘れ2件の無効回答をだしてしまった。回答率も6割にとどまった。対象地域の年齢層の高さを考え、アンケートのよりいっそうの簡略化をするべきである。

(2)実験方法の課題

今年は例年と違い、町全体に飾る装飾物をこちらで用意し、町全体に動物というテーマの装飾物を均一に配置することで、ある程度の統一がとれた景観というものを提示し、今

後実験の対象者達が飾り付けを行う際、どの自由度がいいか考える参考にしてもらいたかった。しかし、今年は対象地域を約 2 倍に延長したため、用意した装飾物の数が相対的に少なくなってしまう、参考として十分に効果を発揮したとはいいきれないのが残念である。

(3) 分析方法の課題

本研究では KJ 方による類型化と単純集計、クロス集計による分析を行った。

分析において、調査対象者の属性に偏りが目立った。同対象を複数年調査対象とすることで、「百彩」による継続的な変化をみることができた。しかし、対象地域の住民はほとんど高齢者であるなど属性に偏りがみられ、同対象を続けて調査対象としたため、それ以外の属性（若年層等）が「百彩」の対象となった場合の結果を見ることができなかった。

また、「百彩」の対象地域となった家が、それぞれ飾り付けを行う事で、近隣の家の住民にどのような影響を与えるのかを分析することができていない。

7-3-2 今後の展望

本節では、「百彩」に関する研究における今後の展望と、景観形成における手法としての「百彩」の可能性について述べる。

(1) 今後の展望について

本研究では対象地域として選定した地域は旧中山道沿いの地域であり、古い街並みを残す一地域のみを対象としている。そのため、都市部などの近代的な地域での「百彩」の効果については言及していない。近代的な地域では、本研究で得た「百彩」における装飾物の使用傾向や望まれる自由度の傾向とは違う結果が現れる可能性が考えられる。今後は近代的な地域における「百彩」の効果を明らかにすることが望まれる。

また、本研究で行った「百彩」は装飾物の色を赤と選定した。そのため、調査結果には赤を用いたことによる効果も含まれている可能性が考えられる。今後は赤以外の色を用いた「色彩参画」による景観形成実験を行うことによって、より明確に「色彩参画」の効果を明らかにすることが望まれる（青色を用いた飾り付けでも、活気として感じるか等）。

ほかに、新しい展開として、同じ旧中山道沿いの町である、彦根市鳥居本町においても、高宮町とほぼ同じ条件で 10 月に「百彩」が実施された。今回は経年的な変化を中心に分析を行ったため、鳥居本での「百彩」は分析対象とはしなかった。しかし、装飾物については高宮町と同じく写真データ¹⁾として残してあるため、それらを実験の舞台として研究を行うことも可能である。

(2) 「百彩」の可能性について

「百彩」を継続することにより、活気とまとまりの有る町並みを作り出そうという意識を生み出すことが出来ることが示された。「百彩」で自作された装飾物や、植栽などの日頃

から軒先に置いておける装飾物を使うことで、日常的に継続して、活気ある町並みを作り出すことが可能となるといえる。つまり「百彩」は日常的な景観マネジメントの手法になりうると考えられる。

そのためには、より多くの人を楽しみながら、景観に触れ、町並みの活気付けに参加し、それが継続される必要が有る。

しかし今回の調査でも、年齢が 50 歳以上の参加者が半数近く、また上昇の一途であることが分かっている。より多くの人に参加し、より長く継続されるためには、百彩を行おうと積極的に動く人材がその地域に必要となる。その地域の担い手といえる人を見つけ出す、あるいは作り出さねばならない。

脚注及び参考文献

- 1) 巻末の付録を参照

APPENDIX

- 実験チラシ
- アンケート調査表
- 2005 年実験写真「百彩創装」
- 2006 年実験写真「続・百彩」
- 2007 年実験写真「百彩 2007！」
- 2008 年実験写真「百彩 in 高宮」
- 2008 年鳥居本実験写真

サマーフェスティバル in たかみやに合
わせて、学生と住民が協力して毎年行っ
てきた町並みを赤く染めるイベント。

それが「**百彩**」です！

町並みを活気付けるために、また来客
に高宮を印象付けるべく行われてきたこの
イベントも、今年で**四年目**となりました。



今年も町並みに、また新たな刺激を
与えるべく、こんな**動物たち**が現れます。

さて、どんな風景が出来上がるので
しょう。

皆さん、ぜひ見に来てくださいね！

in 高宮

日時：2008年8月9・10日

09:30～18:00 少雨決行

会場：無賃橋～大北交差点
ふれあいの館～高宮小学校

主催：高宮サマーフェスティバル実行委員会

協力：高宮連合自治会

滋賀県立大学近藤研究室

お問合せ先：tel 090-8210-4803

E-mail libra860930@gmail.com

百彩担当 松尾清宛

※赤い線のところが、当日赤い飾り付け
が行われる範囲です。



「百彩2008」に関するアンケート調査のお願い

■ アンケート(所要時間:約 5～10 分)

皆様の抱く、「百彩」へのイメージを調査するために、高宮夏祭り実行委員会にご協力いただき、高宮にお住まいの皆様方を対象としたアンケート調査を行わせていただくことになりました。「百彩」のイメージに関するアンケートへのご協力をお願い致します。

(アンケートはこの用紙 1 枚 表・裏です)

このアンケートは、8 月 17 日までにご記入下さい。

ご記入済みのアンケートは、

8 月 24 日(午後 12 時 30 分～午後 18 時 30 分)に

滋賀県立大学の学生が回収に伺います。

もしご不在の場合は、配布時にお渡しした封筒に事前アンケートを同封し、8 月 24 日の午後 12 時 30 分までにご自宅の前においていただけますよう、よろしくお願い致します。学生が回収に伺います。

このアンケートを調査以外の目的で使用することは一切ございません。

このアンケートについて分からないこと等がありましたら、調査担当の松尾までご連絡下さい。

ご多忙中のところを恐縮に存じますが、なにとぞ調査にご協力いただけますよう、よろしくお願い申し上げます。

滋賀県立大学 環境科学部 環境政策・計画学科 准教授 近藤隆二郎

Tel/Fax: 0749-28-8570

調査担当: 松尾清(学部 4 回生)

E-mail: libra860930@gmail.co.jp Tel: 090-8210-4803

〒522-8533 彦根市八坂町 2500

A. 百彩 in 高宮についてお伺いします

1. 過去に実施した飾り付けに参加したことのある方は、年度に○をつけて下さい。

2005 年度(百彩創装) 2006 年度(続・百彩) 2007 年度(百彩 2007!)

2. 今年、道に赤いものを飾っていただけましたか？

飾った 飾らなかった その他()

3. 「飾った」と答えた方にお聞きします。
何をいくつどこに飾っていただけましたか？下記の表にご記入下さい。

[illegible]

4. 「飾らなかった」と答えた方にお聞きします。
なぜ飾っていただけなかったのでしょうか？

他の用事があって 体力的にきついので
やっても意味がないと思うから 赤いものがなかったから
その他()

5. あなたが、高宮の町並みでイメージする色は何でしょうか？
下記の表にご記入下さい。

イメージする色	イメージした理由
(例) 赤	ベンガラ色を連想したため

6. 百彩in高宮(赤いものが飾られた中山道)を見ていただけましたか？

見た 見ていない その他()

7. 「見た」と答えた方にお聞きします。
赤という色についてどのように感じましたか？

違和感がある やや違和感がある 普通 あまり違和感は感じない
違和感はない その他()

B.「赤い動物」についてお伺いします

8. 今年は「赤い動物」が町並みに現れましたが、それについてお聞きます。「赤い動物」で町並みのイメージは変わりましたか？

変わった 変わらない わからない
その他()

9. 「赤い動物」を飾って良かったと思いますか？

良かったと思う 良くなかった わからない
その他()

10. その理由もお聞かせ下さい。

11. 来年以降、あなたご自身が飾るとしたら、という前提でお答えください。
今年までは、「赤いものなら何でも飾ってください」としてはいますが、飾る物について、最初からどのくらい定まっているといいと思いますか？

飾る物は色などの制限もなく、全くの自由がよい。

「赤いもの」というような色に関しての限定があった方がよい。

「動物に関するもの」というような種類の限定があった方がよい。

「提灯」というような限定的な条件があった方がよい。

その他()

12. その理由もお聞かせ下さい。

()

13. このイベントについてご意見、ご感想、アイデア等ございましたらご記入ください。今後このイベントを行う際に参考にさせていただきます。

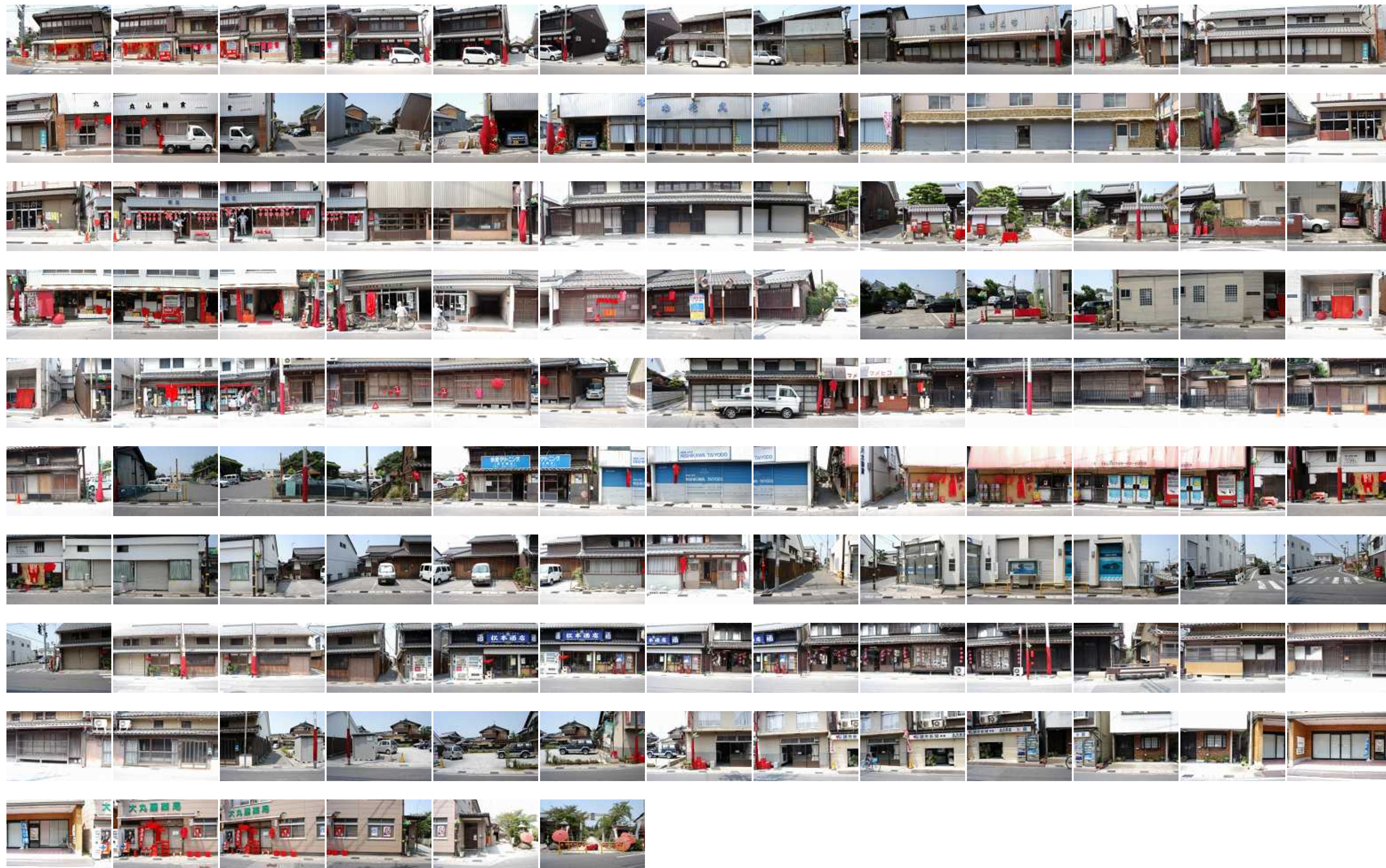
アンケート結果を整理する為に必要ですので、お名前のご記入もよろしくお願い致します。
アンケート結果を整理する以外の用途では一切使用致しません。

性別 (男・女)	年齢 : 1. ~20歳 2. 21~30歳 3. 31~40歳 4. 41~50歳 5. 51~60歳 6. 61歳~70歳 7. 71歳~
ご職業 : 1. 農林漁業 2. 会社員 3. 商工自営業 4. 公務員 5. 主婦(主夫) 6. 無職 7. 学生 8. その他	
お名前	

2005 年「百彩創装」



2006 年「続・百彩」





2007 年「百彩 2007！」





2008 年「百彩 in 高宮」







2008 年「とりいもと宿場まつり with 百彩」









本校は、滋賀県立大学環境科学部環境政策・計画学科における研究成果を学位論文としてまとめたものである。

本研究の遂行にわたり、何事にも主観的かつ無知なる私を温かく見守り、勉学のみならず、人として時には厳しく、また、終始適切かつ懇切丁寧きわまるご指導ご鞭撻を賜りました滋賀県立大学環境科学部環境政策・計画学科近藤隆二郎助教授には、本研究を無事閉じる事ができたこと、心から御礼申し上げます。

本研究の査読に当たり、詳細かつ筋の通った貴重なご教示を賜った同学科鶴飼修准教授に謹んで感謝いたします。

研究の調査をするにあたり、大変お忙しい中、こちらの不備、力量不足もお猿事ながら、温かい目でご協力いただいた中村善一郎様、杉山由昭様をはじめとする高宮学区連合自治会及び高宮夏祭り実行委員会の皆様、実験を行うに当たり細部にわたるご協力を頂いた小林喜代子様、西村佳江子様、本研究には欠かせないアンケートやヒアリング等の調査にご協力いただいた彦根市高宮町本町、中町、七軒、高橋、宮町、中北、大北、新町をはじめとする住民の皆様には深く感謝いたします。また同じく本研究に欠かすことはできなかった過去のデータを快く提供して下さい、研究室の先輩でもあります小田憲治氏、迫間勇人氏の両名にも深く感謝いたします。

研究ばかりか日常生活の中でも、温かく見守り、お付き合いいただいた西村洋子氏、安食陽子氏には謹んで感謝いたします。また本研究を進める上で、実験のみならず自ら行った地域活動に力を惜しまず、共に行動し、私生活においても共にふれあうことのできた、同学年友人達、後輩達、留学生や院生の方、ここに挙げきれないほど多くの方々にも深く感謝いたします。

研究室の同期である、青木傑氏、久保寺郁氏、中小田すばる氏、中村和也氏、西野聡氏とは一年間という長い間を共に楽しく過ごし、また切磋琢磨できることができました。これからの皆様の活躍を応援しております。

私事になりますが、この大学四年間で活動を共にした同期入学の皆々方、ふがいない舵取りを助けていただいた後輩たち、甘えてばかりいた地域の方々、数知れなくお世話になった大学で出会った全ての皆様に深く感謝いたします。

最後に、私をここまで育て、学生生活を支えてくれた家族に心から感謝し、本文を締めくくります。

2009 年 2 月 19 日

松尾清