

第3章 本研究における調査分析手法

本章では、本研究に用いた分析の手法について述べる。既往研究における本研究の位置付けを行い、具体的に本研究で用いた分析方法について述べる。

3-1 既往研究における本研究の位置付け

本研究は「まち歩き」そのものが持つ特性や環境学習の中での位置付けに関する研究を踏まえている。本研究の対象とする「なにわ町方あきんど会」が結成されるきっかけとなった「上町台地プロジェクト」を取り上げ、参加者の意識調査を行い「まち巡りイベント」を環境の意味共有化プロセスに位置付けた研究¹⁾、「なにわ町方あきんど会」の会員について会員がまち歩きを始めてから自身がイベントで他の人をまきこむに至る過程と評価に関する研究²⁾、「なにわ町方あきんど会」が取り入れている“名づけ”について、名づけの共有化と多様化という二つの働きを用いながら地域のアイデンティティを再構成するという名づけの働きについての研究³⁾を背景に持っている。

3-1-1 環境認識の変化とは

ここで、環境認識という言葉进行を定義する。まず「環境」とは「そのものを取りまく外界(それと関係があり、それに何らかの影響を与えるものとして見た場合に言う)」⁴⁾であり、「認識」とは「物事の本質を十分に理解し、その物と他の物とをはっきり見分けること(心の動き)」⁵⁾と定義されている。また、八尾は環境学習における認識を認知科学で使われている「人間の記憶モデル」をもとに、「知覚」「思考」「表現」の3段階のモデルで表した。⁶⁾

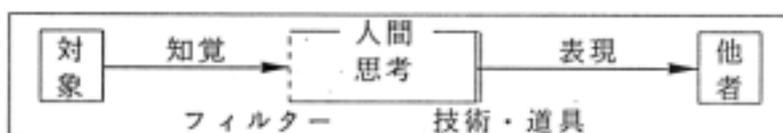


図 3-1 知覚、思考、表現

「知覚」とは対象や環境の感覚的把握⁷⁾である。またここで「認知」の定義も行う。「認知」とは、知覚やその他の有機体的、環境的な要因に基づいて、環境について思考し、理解していく過程⁸⁾である。上の図では対象に対し知覚を経て「人間思考」に至るまでの過程に当る。そして「認識」は、さらにこの「人間思考」から表現を経て他者へ伝える段階まで理解が進んだ心の働きである。つまり認識は知覚から出発し思考を通じて自分なりの解釈まで加えられた状態を指す。従ってここでは、「環境認識」を「自己を取りまく外界に対し、知覚した情報を思考し自己の理解まで深く掘り下げられた心の働き」と定義する。

3-1-2 本研究の視点

本研究では3-1-1で述べた「環境認識」のとらえ方で、「なにわ町方あきんど会」がその活動の中心とする引札の仕入れ、つまり路上観察（まち歩き）が個人の環境認識に与える変化を引札の分析から読み取ると共に、引札の持つ情報からは分析ができないことを詳細に知るために手法としてヒアリング調査を行った。

3-2 引札の分析

本研究で分析対象とする引札はあきんど会が結成された1992年から2002年5月までに会員によって作られた1000枚の引札である。引札は初め、決められたフォーマットで「商品」「商品名」「場所」「宣伝文句」「取扱品目」「屋号」などの記入欄があり、写真を貼ったりイラストを直接描きこむなどしてはがきのように送れる形式を取っていた。（1993年2月まで資料1参照）その後引札の送付先が大学から会の事務局を置く会長宅宛に変わり、個々人で

なにわ町方あきんど引札 種別	分類	取扱品目
商品（写真・イラスト）		商品名 ほろ酔い 酒店
		場所（地図・住所） 阿倍野区南町5丁目
		宣伝文句 お酒の飲み方は注意（きつ）
		屋号 寄 頭 屋

資料3-1 引札フォーマット（1992.10～1993.2）

表3-1 引札の情報

引札の情報
商品（写真・イラスト）
商品名
場所
宣伝文句
取扱品目
屋号

写真等に商品名などのメモを貼付するようになった。また、引札の中には発見日が不明なものや宣伝文句が欠けているものなどもあり、すべての引札の情報は等しくない。従って分析の項目によって多少の差がある。

引札の分析から、あきんど会会員の全体もしくは個人の傾向や特徴を引き出すことが出来ると考え、そのことからあきんど会の活動・名付けを行う路上観察、まち歩きを通じて個人の環境認識が変化したことを導く。

3-2-1 分析項目

ここでは引札に含まれる要素を分析に向けて分類するための分類項目を設ける。この項目には引個人との関連性や影響を考慮して項目に加えたものである。その理由は、個人の属性と引札の仕入れ場所や対象物に関係があるかどうかを調べるためである。以下はそれぞれの要素の分類項目である。

(1)属性

表3-2 引札の属性

写真	973
イラスト	26
写真+イラスト	1

引札はその画像の種類により「写真」「イラスト」「写真+イラスト」という分類ができる。「写真+イラスト」というのは、写真を貼った紙の余白に説明の絵や言葉を加えたものである。

本研究で対象とする引札の属性は、「写真」が973枚、「イラスト」が26枚、「写真+イラスト」が1枚である。ほとんどの引札は写真で報告されているが、人によってはイラストから写真に変わった人や、一貫してイラストで、という方もいる。

(2)場所

あきんど会の路上観察の活動形態は個人/集団という二通りがある。個人における「仕入れ」の場所はそれぞれであるが、集団での「仕入れ」は大阪市内が最も多い。さらに大阪市外でも、府内や県外にまで「仕入れ」に出かけている。近年はテーマを決めて（橋巡り、商店街など）話し合いで決めた拠点でまち歩きをしている。集団での「仕入れ」は二ヶ月に約1回の割合で企画され、場所についてはほぼ毎月の「寄り合い」（定例会）において決められる。それぞれの活動報告場所については第2章の表2-2で示した通りである。

(3)宣伝文句

引札にはそれぞれ、商品の説明をする「宣伝文句」が添えられている。宣伝文句は商品につけられた名前と、商品そのもの、この両者のそれぞれの補足的役割を果たしている。今回は分析に使用しなかったため、個々の引札を分類することはしなかった。

(4)対象物

(4-1)対象物

引札の対象となるものにはさまざまな種類がある。また、一枚の引札においてもいくつかの要素を含むものもある。そこで引札に含まれる要素を知るために、以下の分類項目を

設けた。

表3-3 対象物分類項目

対象物カテゴリー	分類
看板資源	公共看板
	店舗看板
	告知看板/サイン
建物資源	建物
生活資源	生活用品
公共の資源	公共物
線状の資源	道/坂/階段
広がり資源	景色/雰囲気
芸術的資源	記念碑系
宗教的資源	宗教的なもの
飾りの資源	柄/模様/色
	装飾物
生物の資源	人間
	動物
	植物
	有機物
人工の資源	人工物
非利用の資源	非利用/無用物
その他	その他

建物・ビルや住宅、大きい建築物（門、観覧車など）を指す。また、建物の一部である窓や柱などもこの要素に含まれる。

公共看板・交番など公共の建物の看板や、道路の通行禁止の看板等国や自治体が出している公共の看板。

店舗看板・店名や、店であることを示す看板。

告知看板・広く人に伝えることを目的とした看板。店舗の手書きの看板や、注意書きなどもこの要素に含まれる。

道・坂・階段・道路や舗装、路地や階段など、線状に続くもの。

公共物・個人のものではないもの。街灯や町中のゴミ箱

など。また、ゴミもこの要素に含まれる。

記念碑系・記念碑やオブジェ、モニュメントなど。

宗教的なもの・鳥居や祠、狛犬、地蔵、石仏など。

景色・雰囲気・様子・場面や情景をとらえたもの。「対象物」というより、景色という扱いができるもの。

柄・模様・色・壁の柄や、ものの色、模様など。

装飾物—店頭ディスプレイや、用途として「飾る」ことを目的としたもの。

人間・1人あるいは複数の人間を対象としたもの。

動物・鳩や犬など、動物を対象としたもの。

植物・木や草、花など植物を対象としたもの。

人工物・ひとの手が加わっているもの、また天然のものではないもの。観葉植物などもこの要素に含まれる。

有機物・無機物（石など）ではないもの。

非利用・無用物・ゴミや、昔は利用されていたが今は利用されていないもの。また、路上の無用物（トマソン）もこの要素に含まれる。

生活用品・洗濯物や傘など、生活用品を対象にしたもの。

その他・以上の分類要素に含まれないもの。虹や雪など、自然現象もこの要素に含まれる。

（4—2）とらえ方

対象物の分析にあたり、対象の「とらえ方」を分類項目に設けた。これは、引札とする対

象の見方を知るための項目である。例えば、視点の変化として、対象物が同じ「一本の木」だとしても、木全体としてとらえているのか、また葉っぱの一枚をとらえているのとは視点の細やかさが異なる。このような変化が見られるかどうかを分析するために以下の項目を設けた。

面資源（全体）：景色、風景をとらえたもの。



資料 3-2 写真番号 No.377 「王子撮影所」

このとらえ方に分類される引札は、面的な広がりをもつものである。例えば資料 3-2 のような風景をとらえたものがこの分類に該当する。

また、建物の壁や塀など、建物でも面的な広がりをもつものはこの分類に該当する。

面資源（部分）：景色や風景の中でも部分的に注目しているもの。



資料 3-3 写真番号 No.2 温泉 = ニューヨーク = 自由の女神？しゃちほこ

このとらえ方に分類される引札は、面的な広がりを持つ景色の中でも部分的に注目しているものである。資料 3-3 では温泉全体をとらえる中で、屋根の上の自由の女神像やしゃちほこといった部分的な装飾物に着目している。

線資源：道路、橋、坂など線状の資源をとらえたもの。



このとらえ方に分類される引札は、近くから遠くに向かう線的な広がりを持つものである。

資料3-4は舗装であるが、他にも橋や坂、階段など線状になっている引札はこの分類に該当する。

線資源は広い意味では面的広がりも持っているため、厳密には「面資源」に属するが、今回はひとつのとらえ方として、独立させて項目を設けた。

資料3-4 写真番号 No18 あしながおじさんの“けんば”

点資源（全体）：ポスト、建物など単独で存在する資源をとらえたもの。



このとらえ方に分類される引札は、単独で存在する点的なものである。

資料3-5は石碑である。この他にもモニュメントや木（全体）など、たくさんの種類がある。

資料3-5 写真番号 No.42 石は永遠に不滅です。長島茂雄

点資源（部分）：単独で存在する資源でもそのものの部分に注目しているもの。



このとらえ方に分類される引札は、
の点資源（全体）の中でもさらに細かい部分に着目しているものである。

資料 3-6 は一本の木の幹の一部分に注目している。対象物のとらえ方の中でもっとも細かい視点として位置づけている。

資料 3-6 写真番号 No.152 カバの赤ちゃん

(5)仕入れ形態

（２）の「場所」の分類に含まれるが、あきんど会の仕入れの形態は個人と集団とに分けられる。個人と集団という仕入れの形態によって対象物や対象物への視点の違いが見られると予想される。特に集団の仕入れにおいては一つの対象物に対し複数が名前をつける「名づけ返し」と呼ばれる名づけがなされる場合があり、相互に名づけに影響を与えたり、個々人の視点の特徴を読み取ることができると考えられる。今回は分析に使用しなかったため、個々の引札を分類することはしなかった。

(6)名前（商品名）

引札の最大の特徴である「名前」について、それぞれの名前に含まれる要素を分析するために以下の分類項目を設けた。

体言止・名前の最後の品詞が名詞で終わっているもの。（例：城見橋、空飛ぶ鯨など）

擬人化・対象物を人にたとえたもの／人の行為をあてはめて連想されたもの。（例：親子煙突、待ち人来たらず など）

地名入り・名前に地名が含まれるもの。（例：関空カイト、北淡町のピラミッド など）

文章型・名前が文章の形になっているもの。セリフ型もこの形に含める。（例：火鉢ちゃい

まんねん スツールでんねん、ワタシ、ちょっとブルーなの など)

表3-4 名前の要素

名前の要素	数
体言止	748
擬人化	227
地名入り	33
文章型	335
の 型	227
そのまま型	176
思いの記述	72
別名の有無	8

の 型・二つの単語または文章が「の」でつなげられている名前。(例：町中の灯台、風邪引く前の風の神 など)

そのまま型・見たものをそのまま記述したもの/思ったこと、感じたことをそのまま記述したもの。(例：ふたつの顔を持つ「ヘイ」、社殿と切り離された鳥居 など)

思いの記述・仕入れをした人が思ったことや感じたことを名前に込めたもの。(例：不気味な階段、雨の日も便利 など)

別名の有無・名前が二つ(別名)あるもの。(例：長いは麒麟別名まごにもいしょう、井戸インマイハウス(別名お井戸様) など)

引札の名前を分析することで、言葉によって表現される観察者の着目点を読み取ることが出来る。

(7) まちんど掲載 / 未掲載

引札には、機関紙『まちんど』に掲載されたものと、未掲載のものがある。『まちんど』を編集する人の手によって、送られて来た引札を掲載するものとししないものとに分ける。従って掲載された引札は、編集する人の視点、というフィルターを通じたものである。

(8) 発見日 (報告年月日)

引札の仕入れを行った日が、「発見日」である。中には発見日が不明で、報告年月日(『まちんど』発行日)のみのものや、どちらも不明というものもある。発見日が不明で、報告年月日の分かるものは、報告年月日とその引札の発見日とした。

(9) 会員属性

あきんど会の会員の属性として、「性別」「年齢」「居住地」を調べた。特に居住地は引札の仕入れの場所について、「どんな場所で仕入れをしているか」ということが、自宅周辺とそれ以外の場所とに分けて読み取ることができる。

3-2-2 分析方法

引札の分析にあたり、1000枚の引札を各分類項目で要素別に分類し、集計する。「対象物」「対象物のとらえ方」「名前(商品名)」「場所」について1/0分類を行ったあと、個人別の年次変化を調べる。(発見日を元に引札を年ごとに整理する。)更に項目間の関係を見るた

めに、必要な項目についてクロス集計を行う。

本研究の分析で最もあきらかにしたいことは、「名づけ」によって付けられた名前と対象物のとらえ方の両者の間に関係があるかどうかを、個人別に知ることである。具体的には「視点が細やかなもの(=対象物を「点資源(部分)」でとらえたもの)」につけられやすい傾向のある「名前の型」はあるのか、ということである。

吉岡は「ごみ箱、ベンチなどの点資源は 名づけ がしやすく基礎的な 名づけ の方法である。点資源への 名づけ では具体的なものと直接結びついているために、そのものを直接体感した「知覚象」が現れやすい。」⁹⁾というように「名づけ」と「対象物のとらえ方」について分析している。つまり面資源のように広がりのあるものに比べ点資源は対象がはっきりしているため、その名づけには仕入れをしたひとが知覚したことがあらわれるということである。このことを確かめるために以下のクロス集計を行う。

「対象物のとらえ方」×「名前」: このクロス集計から、5通りの「対象物のとらえ方」と8通りの「名前の要素(名前の型)」の関係性をカイ二乗検定によって検証する。この結果から上記の仮説が正しいかどうかを確かめる。

3-3 聞き取り調査

引札の分析の補足として、活動年数の長い会員に対し聞き取り調査を行う。この調査は個人の活動の特徴をとらえることを目的とする。月一回の定例の寄合時に、複数の会員に対し質問を投げかけ、それに対して記述してもらうという形で調査する。

3-3-1 調査対象

表3-5 8人の活動年数

会員名	活動年数
Sさん	8年以上
Cさん	8年以上
Tさん	8年以上
Mさん	8年以上
Yさん	8年以上
Oさん	7年
Kさん	6年
Jさん	5年

聞き取り調査の対象とするのは、現在まで積極的にまち歩きに参加しており、あきんど会の主要メンバーである8人の会員である。この8人はいずれも大阪市環境保健局の『地球館パートナーシップクラブ』に所属している。このうち5人は活動年数が8年以上に渡る。

3-3-2 調査項目

以下に、聞き取り調査の質問項目を挙げる。

まち歩きの活動を続けていて、何か注目するものができましたか。

普段、どんな時に仕入れに行きますか。

まち歩きを始めてから、日常生活で変化したことはありますか。

活動を重ねていくうちに、ものごとに対して見方が変わったことはありますか。

一度引札にしたものを、あとから再び見に行ったり仕入れたことはありますか。

他の人が名づけたものの名前や、その対象物を覚えていますか。

なお、 と の項目については、平成9年度の『まちんど』の中の「引札指南通信講座」という欄で、ファックスやパソコン通信を通じて会員同志でインタビューをしたものの中に同様の質問項目がある。この欄では3-3-1の調査対象のうち4人が答えている。

[引用文献および註]

-
- 1) 近藤隆二郎・盛岡通:コンセプトと多演性からみた「まち巡りイベント」の参加者意識への影響とその手法化に関する研究,環境システム研究 Vol.22,pp42-49(1994)
 - 2) 吉岡哲:街遊びイベントの企画・実施を通じた「まちびとづくり」の評価に関する研究,大阪大学工学部環境工学科 平成4年度特別研究(1993)
 - 3) 吉岡哲:環境計画における《名づけ》概念の考察と手法化に関する研究,大阪大学大学院環境工学専攻修士論文(1994)
 - 4) 金田一京助:新明解国語辞典 第五版,p290(2000)
 - 5) 金田一京助:前掲書,p1072(2000)
 - 6) 八尾哲史:地図遊びとまち歩きを通じたまち環境学習に関する研究,大阪大学大学院工学研究科 環境工学専攻修士論文,p34(1990)
 - 7) G.T.ムーア・他:環境デザイン学入門 その導入過程と展望,p98,鹿島出版会(1997)
 - 8) G.T.ムーア・他:前掲書,p99,鹿島出版会(1997)
 - 9) 吉岡哲:前掲書,p75(1994)