

個人の環境認識の変化を促す路上観察の可能性に関する研究

- なにわ町方あきんど会を事例として -

9812042 近藤研究室 長田 知子

1. 研究の背景・目的

近年、「あるく」ことがさまざまな観点から注目されている。それは健康促進のためのウォーキングや、環境学習の一環としてのまち歩きなどである。日常生活で自転車や車をよく利用する場合、ある程度の距離を「あるく」ことは意欲的にしない限りあまり機会がない。それでも「あるく」ことに関心が高まる背景には、忙しい現代社会に求められている「ゆとり」という概念や、ライフスタイルの見直しなどが挙げられる。本研究の目的は、これまでに研究されてきたまちづくりにおけるまち歩きと考現学的な路上観察の特徴を背景に、「名づけ」という仕掛けを用いた路上観察の可能性を探ることである。

2. 研究対象『なにわ町方あきんど会』について

『なにわ町方あきんど会』とは路上観察を活動の中心とした大阪の NPO である。あきんど会の会員は 2002 年 9 月現在で 26 人であるが、実際にまち歩きをしている主要なメンバーは 10 人程度である。いずれも大阪在住であり、30 代～80 代という幅広い年齢層である。

3. 本研究の調査分析手法

3-1 引札の分析

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

本研究では①引札の分析と②聞き取り調査により活動期間が長期に渡る個人 5 人の路上観察における特徴を引き出し、路上観察が個人の環境認識に変化を与えたことを導く。なお引札の分類項目は 1) 「(画像の) 属性」 2) 「場所」 3) 「宣伝文句」 4) 「対象物」 (4-1) 対象物、4-2) とらえ方) 5) 「仕入れ形態」 6) 「名前 (商品名)」 7) 「まちんど掲載/未掲載」 8) 「発見日」 9) 「会員属性」である。このうち実際に分析に用いる項目は 4) 「対象物」 (4-1) 対象物、4-2) とらえ方)、6) 「名前 (商品名)」である。

3-1-2 対象物の分類

対象物の分類を表 3-2 の分類項目にしたがって行う。

表3-2 対象物分類表

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
広がりの資源	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

この分類から全引札の対象物の数が分かる。さらに個人の対象物を年別に集計し個人の年次変化を出す。

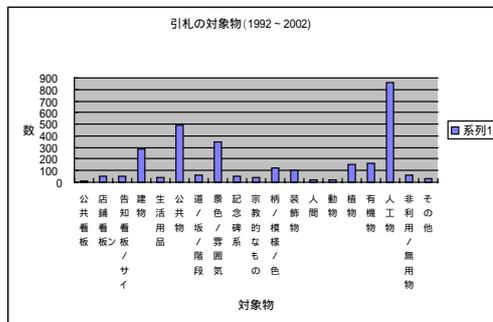


図 3-1

引札の対象物

表3-3 対象物のとらえ方

面資源 (全体)
面資源 (部分)
線資源
点資源 (全体)
点資源 (部分)

3-1-3 対象物のとらえ方

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左図の項目を設けた。

### 3-1-4 名前

表3-4 名前の要素

名前の要素
体言止
擬人化
地名入り
文章型
の 型
そのまま型
思いの記述
別名の有無

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左図の分類項目を設けた。

またこの要素は 1000 枚の引札を KJ 法によって分類し、近い形のものをつなげて設けた。各名前について要素が複数ある場合がほとんどである。この分析から名前と他の分類項目との関係を調べることができる。

### 3-2 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。本研究において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。よって「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。

### 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（6～8 年以上）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おうという形で調査する。

#### 3-3-2 聞き取り調査項目

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	6年以上

- ①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。
- ②普段、どんな時に仕入れに行きますか。
- ③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。
- ④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。
- ⑤一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。
- ⑥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。

対象物カテゴリー	7年	分類	数	割合 (%)
看板/資源	6年	公共看板	10	
		店舗看板	54	
		告知看板 / サイン	51	11.5
建物資源	5年	建物	284	28.4
生活資源		生活用品	44	4.4
公共の資源		公共物	494	49.4
線状の資源		道 / 坂 / 階段	66	0.66
広がり資源		景色 / 雰囲気	348	34.8
芸術的資源		記念碑系	53	5.3
宗教的資源		宗教的なもの	45	4.5
飾りの資源		柄 / 模様 / 色	121	
		装飾物	103	22.4
生物の資源		人間	22	
		動物	16	
		植物	149	
		有機物	164	35.1
人工の資源		人工物	856	85.6
非利用の資源		非利用 / 無用物	60	0.6
その他		その他	26	0.26
		計	2966	

#### 4-1 分析結果

[対象物]

表 4-1 から、引札の対象物には「人工物」「公共物」「景色／雰囲気」「建物」が多いことが分かる。特に「人工物」は全体の 85%以上を占め、一番注目されやすい対象であることが分かる。次に多いのは「公共物」で、約 50%を占める。その次に「景色／雰囲気」で約 35%、さらにその次に「建物」で約 30%と続く。このことから、引札の対象物として最も多いものは「人工物」であることが分かる。

表4-2 対象物のとらえ方

とらえ方	計	割合(%)
面資源 (全体)	156	15.6
面資源 (部分)	230	23
線資源	57	0.57
点資源 (全体)	405	40.5
点資源 (部分)	152	1.52
計	1000	100

[対象物のとらえ方]

対象物のとらえ方として最も多いのは「点資源 (全体)」である。逆に最も少ないのは「線資源」である。このことから報告者の視点は、独立して存在する点資源の全体に注目することが多い、と言える。

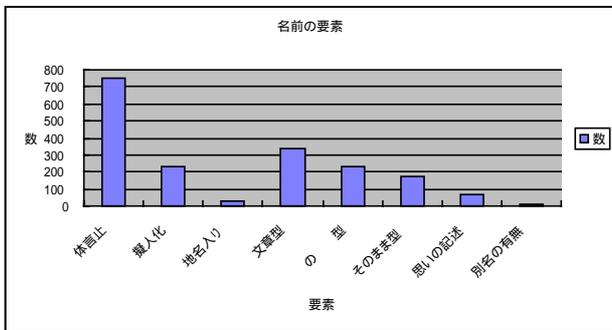


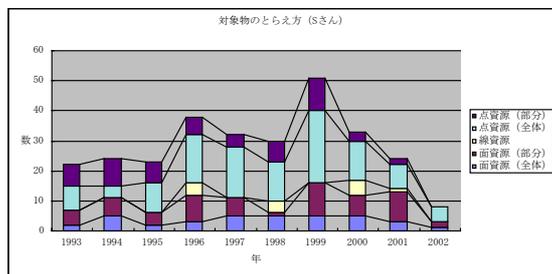
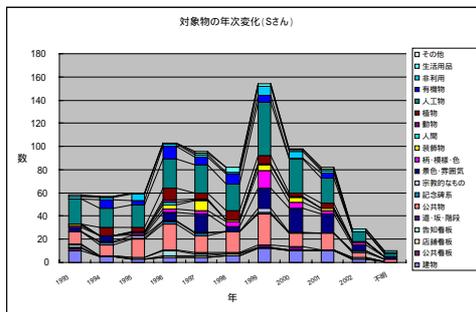
図 4-1 名前の要素 (総数)

[名前]

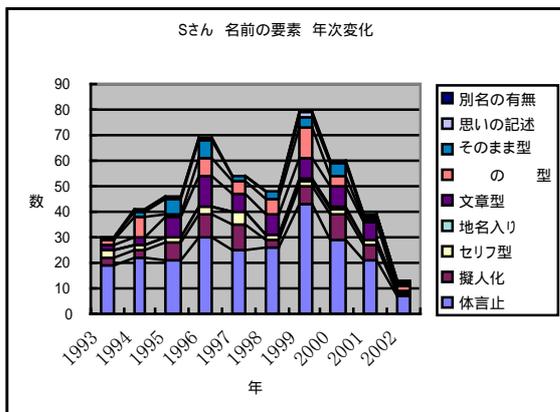
名前の要素から読み取れることは、「体言止」の名前が最も多いこと、次に「文章型」の名前が多いことである。(注:「体言止」の名前は、名詞化されている名前の他に、「文章型」でも文末が名詞(体言)であるものがある。また「文章型」は、名前自体が文章のものであるが、名前の型としてセリフ形になっている名前のこの「文章型」に含まれる) よって引札の名前は「ものの名前」として名づけられることが多い、ということが分かる。

4-2 個人別分析結果

ここでは活動を 8 年以上続けている 5 人の会員にしぼり、個人別の分析をした。その一例として最も引札の報告の多い S さんの結果を以下に示す。



左図は対象物の年次変化、右図は対象物のとらえ方である。



「対象物」「対象物のとらえ方」「名前の要素」それぞれから S さんの引札の特徴を出す。さらに S さんの各活動年の「対象物のとらえ方」×「名前の要素」でクロス集計を行った。

検定統計量	カイ二乗	7.86479592
自由度		10
有意水準		0.05
棄却値		18.307029

帰無仮説は棄却されない = 関係がない。

表

上の表は 2002 年の S さんのクロス集計の結果である。

#### 4-2 聞き取り調査結果（例：S さん）

3-3-2 の回答を S さん例に挙げる。

- ①ある。街灯が気になる。
- ②道を歩いているとき。カメラを持ってないときは、行けるところはもう一度行くがそうでないときはあきらめなしょうがない。
- ③なんでも、つと、見立てをしてみることがある。
- ④なんでも拡大解しゃくしたくなった。
- ⑤見ることはあるけど見に行くことはない。
- ⑥あゝ、これやこれやと意識してみることもあり。その名前は記憶にあることも、ないこともある。

なおこの S さんと、同活動年数の Y さんについて引札分析と聞き取り調査を組み合わせた結果を出した。対象物の単純集計と聞き取り調査の①の回答に関して、街灯が気になる S さんは「公共物」「人工物」の引札が多く、いずれも街灯はあてはまる。また、景色や碑が気になる Y さんは「人工物」の引札は多いが「景色・雰囲気」は 2001 年のみ多い。「記念碑系」も毎年多い訳ではない。よって Y さんについては必ずしも意識しているものと引札にするものが同じとは言えないという結果が分かった。

#### 5 結論

あきんど会の活動を通じて会員は個人レベルでの環境認識を高めている。それは個人の活動と集団での活動の両方の効果によるものだと考えられる。なぜなら引札の魅力というのは人と共有して親しまれることによって楽しみを感じる点にあるからである。路上観察によって出会うさまざまな現象を記録し、自らの一部にすることで私達は一層自分のまわりの環境に対し親しみを抱き、日常を楽しくすることができる。路上観察をくり返し行うことは効果的に環境認識を深めることにつながる。

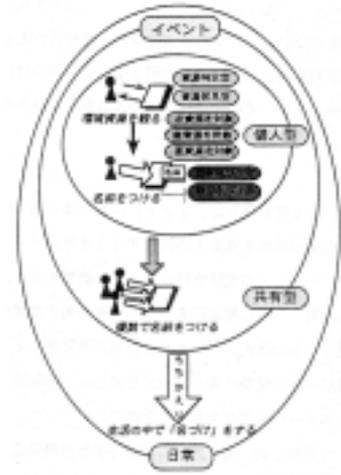


図 5-1 《名づけ》の過程と分類の視点