都市空間における場所に対する市民の「認識－反応」過程に関する研究

－歴史的街並み保全地区を事例として－

A Study on the “Recognition-Responses Process” of Citizens about Places in Urban Space

-Cases of Preservation Districts for Groups of Historic Buildings-

平成 26 年 7 月

日本大学大学院理工学研究科博士後期課程

不動産科学専攻

鄭　秀　卿

要　旨

氏名：鄭　秀 卿
博士の専攻分野の名称：博士(工学)
論文題名：都市空間における場所に対する市民の「認識-反応」過程に関する研究
-歴史的街並み保全地区を事例として-

近年、都市を活性化するために地域社会が主体となって観光客などの来訪者を呼び込む拠点となる「空間」や「文化、歴史、産業などの地域資源」を整備･再生する取り組みが多く行われている。都市計画分野の研究においても、「空間」や「地域資源」に来訪を促す空間整備の方策を提案することを目的として、空間と来訪者の関係を分析する研究が多くなされ、成果を上げてきた。

このような取り組みで形成された空間に対して、今後は維持・管理を目的に施策を見直すことが必要になっている。とりわけ、地域の文化、歴史、産業などを資源として整備した空間は、単に観光地としてではなく、地域のアイデンティティを示す場所として整備することで、市民にその空間を、都市固有の場所として認識させるとともに、空間に対する持続的な維持・管理の必要性を示す必要がある。そのためには、空間の直接的な維持・管理の主体となる「空間内やその周辺に居住する住民(以下、住民)」を対象として、住民の空間への愛着やまちづくりへの参加意思の向上を図ることが必要である。

また、住民は空間に居住しながら様々な経験をすることで、その居住空間に対する特別な意識が生じ、「住民を除いた市民(以下、一般市民)」とは、その空間に対する意識の相異が存在する可能性がある。したがって市民全体の意識を向上させる施策を形成するためには、調査範囲を住民のみではなく、一般市民まで広げる必要がある。さらに、住民に特別な意識があることを明らかにし、それら相異の要因を分類し考察する必要があると考えられる。
以上のように、ある特定の空間を都市空間における市民の場所として整備するためには、その空間に対する一般市民の場所認識や愛着・行動(以下、反応)に着目した調査・分析も必要であるが、そのような観点からの研究はみられない。

そこで本研究は、都市空間における場所に対して一般市民の認識と反応が現れる因果過程(以下、「認識－反応」過程)に着目し、近年、地域資源を生かして形成された空間を、都市空間における「市民の場所」として定着させると同時に、一般市民の反応を誘導する空間整備の要因を導出する分析モデルの作成・検証を行い、今後の空間整備施策の策定に有意な分析モデルを提示することを目的とする。

本研究は、以下に示す 7 章から構成されている。

第 1 章「序論」では、本研究の背景及び目的を示した上で、本研究で使用する用語の定義や論文全体の構成を示した。

第 2 章「本研究のアプローチ及び位置づけ」では、本研究のアプローチや特徴を示すために、既往の理論及び研究の考察を行い、本研究における場所に対する定義や観点を示した。そして、場所は人々に意味があると評価された空間であり、一般市民にとっての場所は、都市空間を認識する要素のひとつであることを明らかにした。

第 3 章「分析モデル及びアンケート調査項目の作成」では、本研究の分析モデルの作成や研究の対象の選定を行った。まず、場所に対する「認識－反応」過程は、「空間」－「場所認識」－「反応」で構成され、メッセージ、アイデンティティ、反応の変数で変化が現れることを導いた。そして「空間」に対する価値評価によって「場所認識」と「反応」が同時に現れることはなく、「場所認識」－「反応」の過程でも価値評価の過程が存在し、都市空間として認識されても必ず反応が現れない可能性や相異な反応が現れる可能性を考え、本研究では、「場所認識」－「反応」に「価値評価 2」を設定することにし、「メッセ−ジ」－「価値評価」－「アイデンティティ」－「価値評価 2」－「反応」にまとめた。

その上で、価値評価を基準として場所に対する「認識－反応」過程を「1 段階：認識の変化過程」と「2 段階：反応の変化過程」に分類した。この因果関係を基に、共分散構造分析モデルの作成を行い、モデルの妥当性を検証するために、メッセージ、アイデンティティ、反応を調査項目とするアンケート調査票を作成した。

アンケート調査の対象地は、歴史的街並み保全地区の成功事例である韓国の全羅北道全州市と埼玉県川越市を選定した。

第 4 章「場所に対する住民と一般市民の認識及び反応の相異」では、住民に場所に対する居住地としてのアイデンティティが存在する可能性を理論的に考察した上で、川越伝建地区を対象地として住民と一般市民の「認識－反応」過程の相異の実証分析を行った。

その結果、住民と一般市民は川越伝建地区を都市の場所として類似の割合で認識しているものの、居住場所に対して住民の強いアイデンティティによりメッセージの価値評価や反応の価値評価に影響を与え、住民と一般市民の川越伝建地区に対する「認識－反応」過程のそれぞれの変数に相異が現れることを把握した。

そのため、市民の場所として定着させるためには、調査・分析の範囲を市民全体に広げた上で、住民と一般市民に分類し、誘導要因を分析する必要であることが明らかとなった。

また、歴史的街並み保全地区に対する住民の範囲として、歴史的街並み保全地区の内部や周辺に居住しつつ街並み保全に参加する人として定義できた。

第 5 章「都市空間における場所に対する一般市民の「アイデンティティ」及び「反応」の多様性」では、全州市と川越市の場所を対象に、場所に対する一般市民のアイデンティティと反応の多様性を分析し、空間を「都市空間における場所」として定着させるメッセージを分

析する際に必要な知見や分析モデルの設定に対する妥当性を示した。

分析の結果、全州市と川越市の一般市民は、都市空間における場所に対する多様なアイデンティティや反応が存在し、その組み合わせにより場所をそれぞれ 9 個、6 個の類型で認識していることが明らかとなった。

具体的には、同じアイデンティティで認識しても反応が異なったり、反応が同じであってもアイデンティティが異なる結果となった。空間を、「都市空間における場所」として定着させる空間のメッセージを分析する前に、場所としてどのようなアイデンティティや反応を誘導するか考慮した上で、認識と反応に対する客観的評価を通じて分析の対象を選定する必要性を示すことができ、本研究の分析モデルに場所認識の段階を設定したことに対する妥当性が検証できた。

さらに同じ都市にある歴史的建造物であっても、アイデンティティや反応が異なることから、歴史的建造物が、施策により多様なアイデンティティや反応を示す場所として形成できることが確認でき、本分析モデルを用いて様々な歴史的街並み保全地区の事例を分析し、多様なアイデンティティや反応が現れる要因を導出すると、今後、歴史的街並みも多様なアイデンティティや反応を持つ場所として整備できることが確認された。

第 6 章「歴史的街並み保全地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の誘導可能性及びその要因」では、歴史的街並み保全施策により都市空間における場所としての認識が向上した全州韓屋マウルと川越伝建地区を対象地として、対象地を都市の場所として認識している回答者の「認識－反応」過程の分析を行った。

その結果、全州韓屋マウルでは、「認識の変化過程(1 段階)」には、伝統的外観や空間機能が影響を与え、象徴性、独自性、実用性がアイデンティティとして認識され、その中でも独自性が強い場所であることが分かった。また、全州韓屋マウルに対する「反応の変化過程(2 段階)」には、独自性、象徴性が影響を与えていることが分かった。

しかし、実用性が影響を与えていないことから認識と反応に相異な価値基準が存在することが確認でき、本研究の分析モデルに価値基準 2 を設定したことに対する妥当性や認識と反応を同時に分析する必要性が確認された。

全州韓屋マウルに対する「認識－反応」の過程では、伝統的外観や空間機能のほかに「文化行事」が誘導要因として追加的に導出されることから、場所に一般市民に対する文化行事の施策を行うと反応がさらに誘導できることが確認できた。

そこで、本研究の分析モデルが場所として認識が定着している空間に対しても反応の誘導要因を導出する分析モデルとして応用可能であることが確認された。

さらに、反応を「間接的な反応」と「直接的な反応」に細分化し、「認識－反応」の過程を分析した結果、誘導要因が異なることから今後、空間整備を行う際に空間整備の目的を考慮し計画要因を構成する必要性や本分析モデルの活用可能性を示した。

川越伝建地区の「認識の変化過程(1 段階)」では、伝統的外観や観光機能が影響を与え、活動性、象徴性、独自性がアイデンティティとして判断されることが分かった。また、川越伝建地区に対する反応の変化過程(2 段階)では、川越伝建地区の活動性、象徴性が影響を与えていることが

分かった。

川越伝建地区に対する「認識－反応」過程には伝統的外観や観光機能が影響を与えることが分かり、分析モデルの有意性が検証された。

第７章「結論」では、本研究の総括を行い、一般市民の認識および反応を誘導するメッセージの導出に有意な分析モデルを本研究の結論として提示した。

目　次

第 1 章. 序　論 3

第 1 節.研究の背景と目的 3

第 2 節.研究の対象 4

第 3 節.研究の構成と方法 5

1. 研究の構成 5

2. 研究の方法 8

第 2 章. 本研究のアプローチおよび位置づけ 13

第 1 節.本研究のアプローチ 13

1. 環境行動学における本研究のアプローチ 13

2. 場所研究における本研究のアプローチ 15

第 2 節. 環境行動学分野における既往研究の考察と本研究の特徴 20

1. 環境行動学における「空間」、「場所認識」、「反応」の因果関係に関する既往研究 20

2. 場所に対する「場所認識」や「反応」の相異に関する既往研究 22

第 3 節. 歴史的街並み保全地区に関する既往研究の考察および本研究の特徴 23

1. 場所としてのアイデンティティ形成に関する研究 23

2. 歴史的街並みに対する保全活動の参加意識および来訪の向上に関する研究 23

第 4 節. 本研究の特性とオリジナルティ 25

1. アプローチ 25

2. 本研究の特徴 25

第 3 章. 分析モデル及びアンケート調査項目の作成 31

第 1 節. 場所に対する「認識－反応」過程 31

1. E.ボールディングのイメージ理論 31

2. 場所に対する認識および反応の変化過程とその変数の導出 32

第 2 節. 場所に対する「認識－反応」過程の分析モデルの作成 36

1. 各変数の因果関係 36

2. アンケート項目の設定 37

3. 場所に対する「認識－反応」過程の特性および分析モデルの作成 40

第 3 節. アンケート調査の作成と概要 43

1. アンケート調査の作成 43

2. 研究の対象地の選定 44

3. アンケート調査の概要 49

第 4 章.場所に対する市民の認識および反応の相異 55

第 1 節. 本章の目的と概要.....55

1. 本章の目的.....55

2. 本章の構成.....55

3. 分析の概要.....56

第 2 節.都市空間に対する住民と一般市民の認識構造の相異.....58

1. 認識空間に対する認識の成長段階と構造 58

2. 都市空間に対する住民と一般市民の認識構造の相異.....59

3. 仮説の設定.....61

第 3 節.住民と一般市民の分類 62

1. 比較グループの分類.....62

2. 川越伝建地区に対する反応の相異分析.....63

3. 住民と一般市民の分類 64

第 4 節. 歴史的街並み保全地区に対する住民と一般市民の認識や反応の相異.....66

1. 川越伝建地区に対する住民と一般市民の認識特性の検証.....66

2. 川越伝建地区に対する住民と一般市民のメッセージに対する評価相異.....68

3. 場所に対する市民と一般市民の分類の有効性.....69

第 5 節.まとめ.....70

第 5 章. 都市空間における場所に対する一般市民の「アイデンティティ」および「反応」の多様性 75

第 1 節.本章の目的と分析の概要.....75

1. 本章の目的.....75

2. 分析の概要.....75

第 2 節. 全州市の場所に対するアイデンティティと反応の特性 78

1. 全州市の場所の導出 78

2. アイデンティティによる場所類型の分類 79

3. 反応による場所類型の分類.....80

4. 全州市の場所に対するアイデンティティと反応の相異 81

5. 全州市の場所に対するアイデンティティと反応の特性 82

第 3 節.川越市の場所に対するアイデンティティと反応の特性 84

1. アンケート調査の概要 84

2. 川越市の場所の導出 84

3. アイデンティティおよび反応による場所類型の分類.....84
4. 川越市の場所に対するアイデンティティと反応の特性.....88
第 4 節. 都市空間における場所の多様性.....89

第 6 章. 歴史的街並み保全地区に対する一般市民の「認識－反応」過程及び誘導要因 93

第 1 節. 本章の目的と概要.....93
1. 本章の目的と構成.....93
2. 分析の概要および方法.....93
第 2 節. 歴史的街並み保全地区に対する一般市民の認識および反応の誘導可能性...96
1. 歴史的街並み保全地区に対する認識の現況と変化.....96
2. 歴史的街並み保全地区に対する認識可否による反応の相異.....96
3. 場所認識の可否による認識および反応の評価平均の比較.....97
4. 歴史的街並み保全地区に対する一般市民の認識および反応の誘導可能性.....98
第 3 節. 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程.....99
1. 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」の過程の分析モデルの作成.99
2. 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」の過程の検討.....104
3. 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の誘導要因.....112
4. 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の細分化による分析..118
5. 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程.....129
第 4 節. 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程.....131
1. 川越伝建地区に対する「認識－反応」過程の作成.....131
2. 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」の過程の検討.....136
3. 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の誘導要因.....144
4. 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の特徴.....148
第 5 節.まとめ.....149

第 7 章.結　論 155

第 1 節. 本研究の結論.....155
1. 各章の結論.....155
2. 本研究の結論.....157

表　一覧 161

図　一覧 165

d

第１章. 序　論

第１章. 序　論

第１節. 研究の背景と目的

近年、都市を活性化するために地域社会が主体となって観光客などの来訪者を呼び込む拠点となる「空間」や「文化、歴史、産業などの地域資源」を整備･再生する取り組みが多く行われている。都市計画分野の研究においても、「空間」や「地域資源」に来訪を促す空間整備の方案を提案することを目的として、空間と来訪者の関係を分析する研究が多くなされ、実際の空間の形成に成果を上げてきた。

このような取り組みで形成された空間に対して、今後は維持・管理を目的に施策を見直すことが必要となっている。とりわけ、地域の文化や歴史、産業などを資源として整備した空間は、単に観光地としてではなく、地域の「アイデンティティ」を示す場所として整備することで、市民にその空間を、その都市固有の場所として認識させるとともに、その空間に対する持続的な維持・管理の必要性を知らせる必要がある。

そのため、空間を維持・管理する直接的な主体となる「空間内やその周辺に居住する住民(以下、住民)」を対象として空間に対する意識調査および研究が行われ、住民の空間への愛着やまちづくりへの参加意思の向上を目的とする施策が立案されてきた。

しかし、住民は空間に居住しながら様々な経験をすることで、その空間に対する特別な意識が生じ、「住民を除いた市民(以下、一般市民)」とは、その空間に対する意識の相異が存在している可能性がある。

したがって市民全体の意識を向上させる施策を実行するためには、調査範囲を住民のみではなく、一般市民まで広げた上で、住民と一般市民の意識や行動の誘導要因を分類し考察する必要もあると考えられるが、一般市民のある空間に対する場所認識や愛着・行動(以下、反応)に着目した研究はまだみられない。

そこで本研究は、都市空間における場所に対する一般市民の認識と反応に着目し、一般市民の場所に対する認識と反応が現れる因果過程(以下、「認識－反応」過程)が分析できる分析モデルの作成を行う。

その上で、歴史的街並みとそれを取り巻く周辺環境を保全した地区(以下、歴史的街並み保全地区)を対象地として作成した分析モデルの検証を行い、近年、地域資源を生かして形成された空間を、都市空間における「市民の場所」として定着させると同時に、一般市民の反応を誘導する「空間整備の要因」を導出する分析モデルを提案し、今後の空間整備施策の作成に有効な分析モデルを提示することを目的とする。

第 2 節. 研究の対象

(1) 認識と反応

認識は「外界から得た情報・刺激に個人的な意味が付加された記憶 [1)]」であり、道探し、来訪、価値観などの変化に影響を与えることが知られている。

本研究ではこのような認識の定義から都市空間における場所に対する「認識」を「都市空間から得た情報・刺激を基に、特定の空間に対して意味が付加された記憶」として捉える。

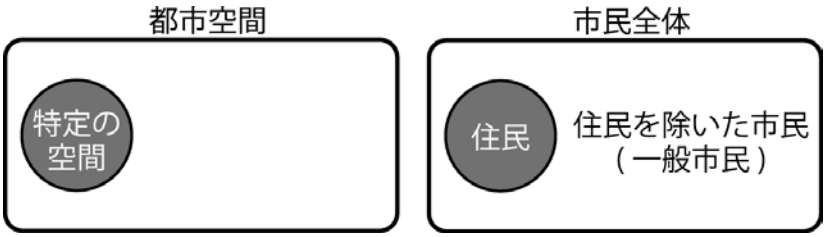
また、「認識されることにより現れる価値観や行動などの変化」を「反応」という用語にまとめ、「認識により反応が変化する過程」を「認識－反応」過程という用語でまとめた。

(2) 住民と一般市民

本研究では、市民を「特定空間の内部とその周辺の住民」と「住民を除く特定空間が位置する行政区域内に居住する全体市民」に分類し研究を行う。

そのため、「特定空間の内部とその周辺の住民」を「住民」、「住民を除く特定空間が位置する行政区域内に居住する全体市民」を「一般市民」という用語でまとめた。

本研究は、「一般市民」の「認識」および「反応」を主な分析対象とする。



（図 1-1） 市民の分類（住民と一般市民）

(3) 歴史的街並み保全地区

本研究は、日本と韓国の両国の歴史的街並みとそれを取り巻く周辺環境を保全した地区(以下、歴史的街並み保全地区)を対象地として分析モデルの検証を行う。

そのため、日本と韓国の両国でなされている「歴史的街並みの保全を目的とする類似の制度」を考察し、両国の歴史的街並みとそれを取り巻く周辺環境を示す用語として「歴史的街並み保全地区」を用いた。日本の場合には伝統的建造物群保存地区が、韓国の場合には自治体で指定する地区単位計画レベルの保全計画が該当する。

調査・分析の事例は、都市内に歴史的街並み保全地区が 1 か所のみが位置しながら、その歴史的街並み保全地区の保全成果が成功事例として知られている事例を研究の対象地として選定する。

第 3 節. 研究の構成と方法

1. 研究の構成

本研究の構成は、以下の通りである。

(1) 第 1 章. 「序論」

研究の背景と目的について述べた上で、本研究の用語の定義と論文全体の構成を示す。

(2) 第 2 章. 「本研究のアプローチおよび位置づけ」

既往の理論及び研究の考察を行い、本研究においての「都市空間における場所」へのアプローチや特徴を示すことで、「場所」に対する定義や本研究の観点を明らかにする。

(3) 第 3 章. 「分析モデル及びアンケート調査項目の作成」

第 3 章では、第 2 章で示した本研究のアプローチを基に「場所」に対する既往の理論や研究の考察を行い、都市空間における場所に対する一般市民の「認識－反応」過程の変数を導出し、場所に対する一般市民の「認識－反応」過程が分析できる共分散構造分析モデルを作成する。

その上で、分析モデルの変数に対する調査·分析の方法を設定し、アンケートの調査項目や対象地の選定を行う。

(4) 第 4 章. 「場所に対する住民と一般市民の認識および反応の相異」

市民の認識および反応を誘導する施策項目を立案する際に、意識調査の範囲を一般市民まで広げた上で、住民と一般市民を分類し誘導要因を分析する必要性を示すことを目的として、歴史的街並み保全地区に対する「住民」と「一般市民」の認識および反応の相異を確認する。また、その相異を基に、歴史的街並み保全地区に対する住民の範囲を明らかにすることで、一般市民の範囲を導出する。

そのためにまず、都市空間や場所に対する「住民」と「一般市民」の認識が変化する過程に関して理論的な考察を行い、「住民」と「一般市民」の認識の相異に関する仮説モデルを作成する。

その上で、回答者を歴史的街並み保全地区と地理的な関係、祭り、施策などを考慮し分類した上で、各グループの歴史的街並み保全地区に対する反応の相異や「住民」と「一般市民」の分類基準を明らかにする。また、仮設モデルを実証的に分析し「住民」と「一般市民」の場所に対する認識および反応の相異を確認する。

(5) 第 5 章. 「都市空間における場所に対する一般市民のアイデンティティおよび反応の多様性」

第 5 章は、第 3 章で作成した都市空間における場所に対する一般市民の「認識－反応」過程の分析モデルの設定や調査方法の妥当性を明らかにすることを目的とする。

そのため、まず「都市空間における市民が認識する多数の場所」が多様なアイデンティティと反応で区分されることを確認し、認識と反応に対して客観的な評価を行う必要性を示す。

特に、「都市空間における場所」に対するアイデンティティと反応の多様性を確認することで、分析モデルが「場所認識」と「反応」を同時に分析する構造で作成されたことや、「場所認識」と「反応」の評価基準が異なる可能性を基に 2 つの価値評価を設定したことに対してその妥当性の検討を行う。

(6) 第 6 章.「歴史的街並み保全地区に対する一般市民の「認識－反応」過程および誘導要因

歴史的街並み保全地区を事例として場所に対する一般市民の「認識－反応」過程を分析し、認識および反応の誘導要因を導出することで、各事例の今後の施策に対する知見を示すと同時に、場所に対する「認識－反応」過程の分析モデルの有意性を検討することを目的とする。

そのためまずアンケート調査で得られた一般市民の回答者を「認識するグループ」と「認識しないグループ」に分類し、各グループの反応を比較することで、場所に対する認識が反応に与える影響を分析する。

歴史的街並み保全地区に対する「認識－反応」過程の分析は、一般市民の中でも「歴史的街並み保全地区を場所として認識する一般市民のみ」の回答を分析の対象として、第 3 章で作成した分析モデルを用いて分析を行う。

この分析により歴史的街並み保全地区に対する一般市民の認識と反応が現れる因果過程を検証することで、一般市民の認識と反応を誘導する要因を導出し、各事例に対する今後の施策に対する知見を示すと同時に、場所に対する一般市民の「認識－反応」過程の分析モデルの有効性を明らかにする。

(7) 第 7 章. 「結論」

本研究で明らかになった一般市民の場所に対する「認識－反応」過程の特性や場所に対する「認識－反応」過程の分析モデルの特性を総括し、「歴史的街並み保全に対する今後の施策」や「都市空間における場所としての成長・形成を目的とする空間整備施策」に対する知見を示す。

第 1 章. 序　論
第 1 節. 研究の背景と目的 第 2 節. 研究の対象 第 3 節. 研究の構成と方法

↓

第 2 章. 本研究のアプローチおよび位置づけ
第 1 節. 本研究のアプローチ 第 2 節. 環境行動学分野における既往研究の考察と本研究の特徴 第 3 節. 歴史的街並み保全地区に関する既往研究の考察および本研究の特徴 第 4 節. 本研究の特性とオリジナルティ

↓

第 3 章. 分析モデル及びアンケート調査項目の作成
第 1 節. 場所に対する「認識－反応」過程 第 2 節. 場所に対する「認識－反応」過程の分析モデルの作成 第 3 節. アンケート調査の作成と概要

↓

第 4 章. 場所に対する住民と一般市民の認識および反応の相異
第 1 節. 本章の目的と概要 第 2 節. 都市空間に対する住民と一般市民の認識構造の相異 第 3 節. 住民と一般市民の分類 第 4 節. 歴史的街並み保全地区に対する住民と一般市民の認識や反応の相異 第 5 節. まとめ

↓

第 5 章. 都市空間における場所に対する 一般市民のアイデンティティおよび反応の多様性
第 1 節. 本章の目的と分析の概要 第 2 節. 全州市の場所に対するアイデンティティと反応の特性 第 3 節. 川越市の場所に対するアイデンティティと反応の特性 第 4 節. 都市空間における場所の多様性

↓

第 6 章. 歴史的街並み保全地区に対する一般市民の「認識－反応」過程及び誘導要因
第 1 節. 本章の目的と概要 第 2 節. 歴史的街並み保全地区に対する一般市民の認識および反応の誘導可能性 第 3 節. 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程 第 4 節. 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程 第 5 節. まとめ

↓

第 7 章. 結　論
第 1 節. 本研究の結論

（図 1-2）研究の構成

2. 研究の方法

本研究は、場所に対する市民の「認識－反応」過程の分析モデルを作成・検証するために理論的な考察や実証的検証を行う。

理論的な考察は、場所に対する「認識－反応」過程の分析モデルや各章の目的に踏まえる仮説を作成するために認識に関する理論や場所に対する「認識」と「反応」に関する既往研究の考察を行う。

実証的な検討は、一般統計、因子分析そして共分散構造分析を採用し、アンケート調査で得られたデータの分析を行う。

(1) 因子分析(Factor Analysis)

因子分析とは、アンケート調査などを通じて観測した観測変数(observed variable)の背後に共通して影響する潜在的概念や要因を測定し、新しい変数群を導出する統計的分析手法である。潜在的な概念や要因は、因子(factor)もしくは潜在変数(latent variable)と呼ばれる。

本研究では、因子分析のツールとしては IBM SPSS Statics21 を用いて分析を行う。

(2) 回帰分析(Regression analysis)

変数間の因果関係あるいは一定の方向性を想定して、独立変数が従属変数に与える影響を予測する統計的分析手法である。

(3) 共分散構造分析(Analysis of Covariance Structures)

共分散構造分析は、要因分析と回帰分析を合わせて行うことのできる分析である。多数の観測変数の間にある複雑な因果関係を同時に分析できる統計的分析手法であり、回帰分析より多数の変数に対する多様な因果関係が分析できる。さらに従属変数に対する独立変数の直接効果や間接効果も測定できる特性があり、本研究の分析方法として選定した。

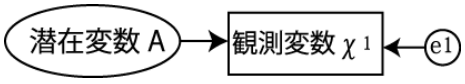
分析は、各変数の関係を表す方程式を基に分析モデルの構造を作成し、観測変数のデータを用いて行う。

変数は、観測変数 χ と潜在変数 A に区分される。潜在変数は、直接的に観察あるいは測定できない変数であり、観測変数から導出される変数を言う。分析モデルでは、各変数を区分するために、観測変数は四角に、潜在変数は丸型に表記する。

$$\chi_1 = \lambda \cdot A + e_1$$

χ=観測変数、λ=回帰係数、A=潜在変数、e=誤差

⇓



（図 1-3） 共分散構造分析の分析モデルの例

共分散構造分析の他に、因果モデル(Casual Model)、構造方程式(Structural Equation Model)などとも言われる。

本研究では、場所に対する一般市民の「認識－反応」過程の共分散構造を分析するツールとして IBM SPSS Amos21 を用いて分析を行う。

参考文献

1) 日本建築学会(編)：建築環境心理生理用語集,彰国社,2013
2) 平井明代：教育・心理系研究のためのデータ分析入門 ： 理論と実践から学ぶ SPSS 活用, 東京図書,2012
3) J.H.KANG：SPSS プログラムを活用し学ぶ統計分析，Crownbook,2007
4) 豊田秀樹：共分散構造分析 ： 構造方程式モデリング. R 編，東京図書,2014
5) D.U.KIM：Amos A to Z,hakhyunsa,2008

第 2 章. 本研究のアプローチおよび位置づけ

第 2 章. 本研究のアプローチおよび位置づけ

本章では、本研究のアプローチを示した上で、本研究の特徴および位置づけを明らかにするため、関連分野の既往理論および研究の考察を行う。

第 1 節. 本研究のアプローチ

まず、本研究のアプローチを示すために、「環境行動研究分野」と「都市空間と場所に関する研究分野」の考察を行った。

1. 環境行動学における本研究のアプローチ

本研究は、環境行動研究分野の中でも「弱い環境決定論的アプローチ」に基づいた「蓋然論的アプローチ」で研究を行う。

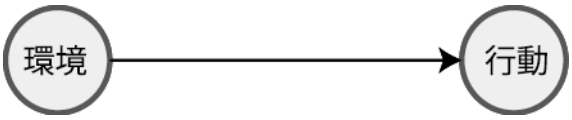
1.1 環境決定論的アプローチ

(1) 環境決定論的アプローチ(Envoronmental deterministic approach)

決定論は、人々が外観上は自由意志で活動していても、本当は彼らの遺伝的形質と環境によってコントロールされているという考えである [1] (E.C.Semple(1911)[1])。

その中で環境決定論は、我々の価値と行動を形作るのは先天的要素(nature)すなわち遺伝的な形質というよりもむしろ、我々の地理的、社会的、文化的な環境の中にある後天的要素(nuture)であるという考えであり [2](J.ラング(1987)[2])、「地理的、社会的、文化的な環境の一部分が人々の行動様式に影響をもつ」という因果的決定論である。

［表 2-1］環境行動研究における「強い環境決定論」[3]

区分	内容	
強い 環境決定論	環境と行動の 直接的な因果関係	

(2) 弱い環境決定論的アプローチ

本研究は環境決定論の中でも、さらに弱い決定論的アプローチで研究を行う。

弱い決定論は、地理的、社会的、文化的な環境が行動の決定要因ではあるが、環境に対する人々の意味評価により行動が現れるという考えであり、環境の手掛かりに対して与える意味の評価を理解することが行動をより効果的に予測するために必要であるという立場である [4]。

---

[1] J.ラング(1992)、「建築理論の創造－環境デザインにおける行動科学の役割 [2]」、p.135 から 2 次引用
(元の出典：E.C.Semple(1911)、「Influences of the Geographical Environment[1]」、Newyork:Holt)

[2] J.ラング(1992)、「建築理論の創造－環境デザインにおける行動科学の役割」、p.135 から引用

[3] 日本建築学会編(1997)、「人間－環境系のデザイン」[4]、pp.42-43、表 2 と図 4 を参照し作成

[4] 山田 あすか(2007)、「ひとは、なぜ、そこにいるのか：固有の居場所の環境行動学」[3]、p.22、表 1.07 か

本研究は、弱い環境論を基に人々の認識および反応を誘導する環境要因を導出することを目的とする。

［表 2-2］環境行動研究における「弱い環境決定論」[5]

区分	内容	
弱い 環境決定論	環境に対する意味の評価により 行動が現れる因果関係	

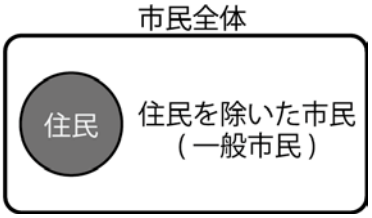
1.2 蓋然論的アプローチ

蓋然論的なアプローチは、環境決定論の因果関係である「環境が人間行動のアフォーダンス(affordance) 」を満たしていること、それらの知覚と使われ方が、個人の要求と能力で作用する事柄であることを理解した上で(J.ラング)[6]、「環境に行動への動機と共に置かれたなら、個人は行動を行うのがもっともらしい」という立場をとる(H.C.Prince(1971)[5)]、J.D.Porteous(1977)[6)])[7]。

つまり、このアプローチを基に行うのは、人間の行動は完全な気まぐれではなく、環境に対して共通的な動機を置かれると行動が誘導できることや一定のグループは共通的な動機を持つという信念の基で研究を行う。

このような蓋然論的なアプローチは近年の行動と環境デザインの関係に関する多くの研究の基盤となっている。

［表 2-3］環境行動研究における「蓋然論的なアプローチ」[8]

区分	内容	
蓋然論的な アプローチ	同じ動機があるあるグループは、 行動が誘導できる	

ら参照

[5] 日本建築学会(1997)、「人間－環境系デザイン」[4)]、pp.42-43、表 2 と図 4 を参照し作成

[6] J.ラング(1992)、「建築理論の創造－環境デザインにおける行動科学の役割 [2)]」、p.135 から引用

[7] J.ラング(1992)、「建築理論の創造－環境デザインにおける行動科学の役割」、p.135 から 2 次引用
(元の出典：H.C.Prince(1971)、「“Real Imagined and Abstract Worlds of Past”in C.Board et al.,eds.,Progress in Geography[5)]」、London:Arnold と J.D.Porteous(1977)、「Design with People[6)]」,Environment and Behavior 3,no2,pp.203-223)

[8] 日本建築学会(1997)、「人間－環境系デザイン」[4)]、pp.42-43、表 2 と図 4 から参照し作成

1.3 環境行動学における本研究のアプローチ

環境行動学における本研究のアプローチは次の通りである。

(1) 弱い環境決定論的アプローチ

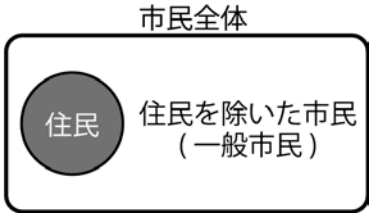
本研究は、一般市民の場所認識および反応を誘導できる環境の特性を導出することを目的とする。そこで環境と行動の直接的な因果関係を設定している強い決定論より、「行動に影響を与える環境の特性のみ」を導出できる弱い決定論的アプローチ(環境－意味評価－行動)を本研究のアプローチとして採択した。また、行動のみではなく価値観、愛着なども考察するため、行動を「反応」という用語に修正した。

(2) 蓋然論的なアプローチ

場所に対して一般市民の認識および反応に一定の共通的な動機があり、住民とは相異な認識および反応の動機を持つという仮定で研究を行う。

そこで、本研究は特定のグループ(市民全体)を住民と一般市民に設定し研究を行う。

[表 2-4]環境行動学における本研究のアプローチ

区分	弱い環境決定論	蓋然論的なアプローチ
本研究のアプローチ		

2. 場所研究における本研究のアプローチ

環境行動学における本研究のアプローチで示した通り本研究は、環境－意味評価－行動の因果過程を分析の対象とする。

本研究は、環境の中でも「場所」という空間概念から研究を行うため、場所に対する定義や既往の理論を考察し、弱い環境決定論と蓋然論的アプローチを基とする本研究の場所研究におけるアプローチを示す。

2.1 場所の定義

まず、本研究の対象となる場所の定義を考察した。

場所の定義をまとめた既往理論としては Y・トゥアン(Y.Tuan(1977))[7]と E・レルフ(E.Relph(1976))[8]の研究が代表的である。Y・トゥアンと E・レルフは空間と場所の関係を通じて次のように場所を定義した。

Y・トゥアンは、「無差別的な空間で出発し価値を付与することにより場所になる」と述べた

上で、場所を「明確な意味をもつ空間である」と定義した[9]。

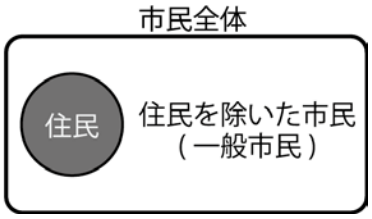
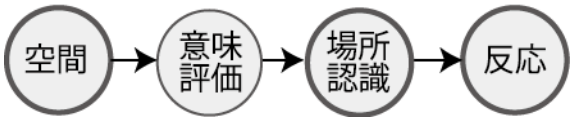
E･レルフも「空間に文化が含まれ活動がおき、その意味が人にアイデンティティとして認識される時に場所になる」と述べた[10]。

E･レルフと Y・トゥアンの定義からみると「空間」は、地理的な概念で無差別的である。空間に価値があるアイデンティティや意味あると評価されると、「場所」として認識が成長・変化し、他の空間とは差別性が現れることが分かる。

つまり、「人々にアイデンティティあるいは意味があると評価された空間」を「場所」として定義できる。

そこで、本研究は環境行動学における本研究のアプローチとして示した「環境－意味評価－行動」の因果過程を「空間－(意味評価)－場所認識－行動」に修正し、場所研究としての本研究のアプローチを明確にした。

[表 2-5]本研究のアプローチ

区分	蓋然論的なアプローチ	場所研究のおける弱い環境決定論
本研究のアプローチ		

2.2 都市空間における場所認識の特性

本研究は、環境決定論により「特定の場所に対して一般市民の認識および反応に一定の共通的な特性がある」というアプローチで研究を行う。

そのため都市空間に対する市民の認識に共通の特性が現れることを既往理論の考察を通じで確認し、このアプローチの有意性を明確にする。

その上で、都市空間に対する認識の既往研究を考察することで、場所の定義や位置づけをまとめ、都市空間における場所の特性を明らかにする。

(1) K.リンチの「都市空間の認識要素」

都市空間に対する認識の研究は 1960 年代から活発に行われてきた。その先駆的研究として K.リンチ(K.Lynch(1960))[9)]の研究は、市民が都市の中で道を迷わない、より分かりやすい都市空間構造を形成するために必要なデザイン要素を導出することを目的として「都市空間の認識要素」やその特性を分析した。

K.リンチの研究は、市民の都市空間に対する認識には公共的な認識要素が存在することを示した上で、視覚的な特性を中心として認識要素の分類を行った。

---

[9] Tuan,Y. (訳)KOO,D.H et al.(1995)：「空間と場所 [7)]」,DaeYun Press

[10] Relph,E. (訳)KIM,D.H et al.(2005)：「場所と場所喪失 [8)]」,Nonhyung Press の p .129 から引用

その結果、ランドマーク(Landmarks)、パス(Paths)、ノード(Nodes)、ディストリクト(Districts)、エッジ(Edges)の 5 つの要素を都市空間の認識要素として挙げた。

しかし、一連の研究により市民が空間を認識する際に K.リンチの 5 つの要素すべてが現れるわけではなく、各要素の重要さが異なることが明らかになった[表 2-6]。

また、導出された要素の中で、エッジがパスとして使用されたり、ランドマークがノードに位置するなど、5 つの要素が正確に分類できない場合もみられた。

さらにランドマークは、唯一の公園、古い時計塔、特別なイベントが開催される広場などのさまざまなタイプが現れる(J.T.Lang (1994) [12])など、市民の都市空間に対する認識は単に「道に迷わず都市空間を分かりやすくする視覚的なもの」だけではなく、「人々の活動や意味」などの側面まで含めて形成されていることが分かった。

［表 2-6］K.リンチの諸要素の検討 [11]

◎:大変重要である ○:重要である

研究者	対象地	Landmarks	Paths	Nodes	Districts	Edges
K.Lynch(1960)	Boston	○	○	○	◎	○
	Jersey City	-	○	-	-	-
	L.A.	◎	○	○	-	-
D.DeJonge(1962)	Amsterdam	-	◎	◎	-	-
	Rotterdam	○	◎	○	-	-
	The Hague	○	◎	-	○	-
T.F.Saarinen(1969)	Chicago	◎	◎	-	◎	-
D.Appleyard(1970)	Ciudad Guayana	◎	◎	-	-	-
Goodey et al.(1971)	Brimingham	◎	◎	◎	-	-
J.D.Porteous(1971)	Goole	◎	◎	○	◎	-
	Ellesmere Port	○	○	-	◎	-
	Stourport	○	◎	○	◎	-
Herrison et al.(1972)	Englewood	◎	◎	○	◎	-
D.Stea et al.(1973)	Mexico City	◎	◎	○	-	-
	Puebla	◎	-	◎	-	-
	Guanajuato	◎	○	◎	-	-
	Cristobalas	◎	○	○	-	-
D.Francescato et al.(1973)	Milan	◎	◎	◎	◎	-
	Rome	◎	◎	◎	○	
B.Goodchild(1974)	Market Drayton	◎	◎	-	-	-
D.Pocock(1975)	Durham	◎	◎	-	○	
S.Milgram(1976)	Paris	◎	○	-	-	◎

[11]以下の3つの引用文献を参照し整理

・D.pocock, R.Hudson (1978)::Image of the Urban Environment,Newyork:Columbia University Press の p.51 から引用

・J.ラング(1992):「建築理論の創造－環境デザインにおける行動科学の役割 [2]」の p.183 から再引用

・I.Altman, M.Chemers,(訳)石井真治監(1998) :「文化と環境 [12]」,西村書店 pp.58-62 から参照

(2) 都市空間に対する認識要素の特性

そこで、都市空間の認識に関する研究は、K.リンチの 5 つの要素を基に人々の活動や意味などの側面も含め、都市空間の認識要素を再分類する研究にその範囲を広げた。

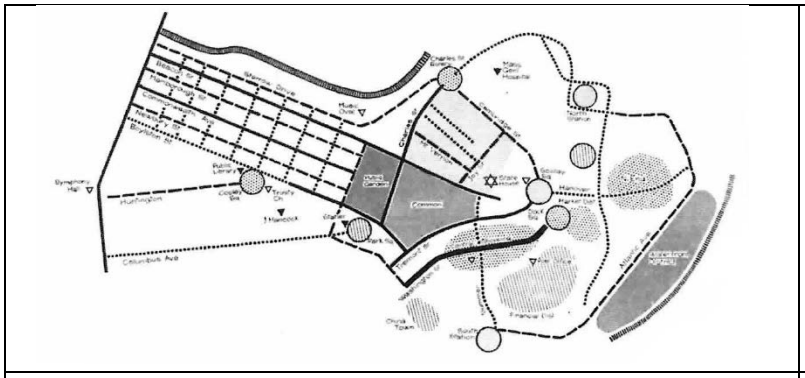
その代表的な研究である C.ノルベルク・シュルツ(C.Norberg-Schulz(1971))[13]は、「空間に対する人間の安定された認識」の初期確立は中心(center)、方向(direction)そして区域(domain)の成立に依存すると示した上で、中心の機能を果たすこととして場所(place)、方向の機能を果たす通路(path)、区域の機能を果たす領域(area)を「実存空間を構成する要素」として提示した。

その他の研究により導出された要素も[表 2-7]のように C.ノルベルク・シュルツが示した 3 つの特性により分類できることが分かる。

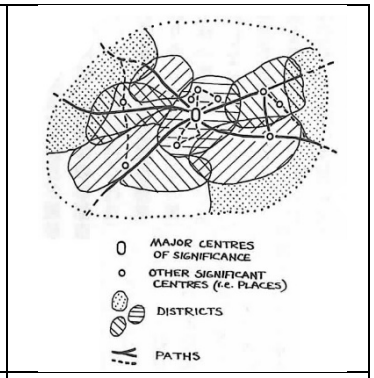
そこで本研究は、「場所」を「通路」や「領域」と共に都市空間の認識要素として定義する。

［表 2-7］C.ノルベルク・シュルツの要素と関連研究の対応

研究者	中心	方向	区域
K.リンチ	landmarks, nodes	paths	districts, edges
D.ステア(1974)[14]	points	paths	boundaries, barriers
R.G.ゴレッジ(1978)[15]	points	lines	areas, surfaces
	⇓	⇓	⇓
都市空間の認識要素	場所(place)	通路(path)	領域(area)



K.リンチの
都市イメージにおける５つの要素による都市空間の認識構造 [12]



C.ノルベルク・シュルツの
実存空間の構造 [13]

（図 2-1）都市空間の認識構造

2.3 場所研究における本研究のアプローチ

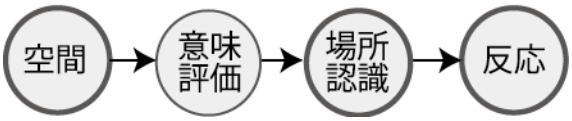
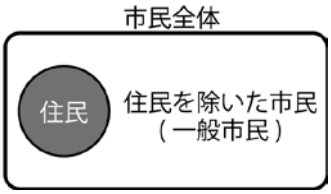
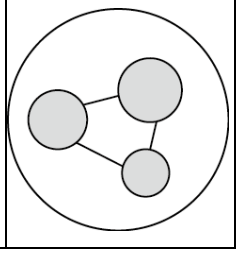
以上の考察の結果から、本研究は場所を「人々にアイデンティティあるいは意味があると評価され、認識された空間」として定義し、空間と場所の関係をまとめた上で研究を行う。

このような空間と場所の関係を、環境行動研究分野における本研究のアプローチとしてまとめた「環境－意味評価－場所認識－反応」の因果過程に代入し、「空間－(意味評価)－場所認

[12] K. Lynch：「Image of The City[9]」,MIT Press,1960 から引用
[13] Relph,E. (訳)KIM,D.H et al.(2005)：「場所と場所喪失 [8]」,Nonhyung Press のｐ.129 を引用

識－反応」に修正した。

［表 2-8］「場所」における本研究のアプローチ

場所研究における弱い環境決定論	蓋然論的なアプローチ	都市空間
「空間－(意味評価)－場所認識－行動」の因果過程	一般市民	「場所」＝「都市空間を認識する要素」のひとつ
		

また、「場所」を「市民が都市空間を認識する要素のひとつ」として定義し、市民にとって「場所」は都市空間に多く存在することを示す。また、一般市民にとって場所は訪ねた経験がなくても、人々の活動や意味などにより場所として認識することができると仮定する。

第 2 節. 環境行動学分野における既往研究の考察と本研究の特徴

1. 環境行動学における「空間」、「場所認識」、「反応」の因果関係に関する既往研究

場所に対する「認識」や「反応」を調査・分析した既往研究の考察を通じ、既往研究の調査範囲や観点を明らかにした上で、本研究の観点や調査範囲を示す。

環境行動学分野における既往研究は、大きく研究の対象が「都市空間」と「特定の場所」に分類できる。

1.1 都市空間における「空間」と「場所認識」の因果関係に関する既往研究

まず都市空間における「空間」と「場所認識」に関する研究は、対象都市に居住する市民あるいは大学生が持つ「都市空間の認識要素」の特性を分析することを目的として行っている。

そのため既往研究の多くは、①「都市空間の認識要素」を導出する 1 次調査を行った上で、②導出された都市空間の認識要素に対する評価調査を再び行うことで、都市空間に対する「認識」を誘導する「都市空間の認識要素」の空間的な特性を分析する流れで研究を行っている[表 2-9]。

既往研究の結果[16) 17) 18)表 2-6)]として都市空間に対して市民は、多数、多様な場所を認識していることを分かった。また、都市空間に対して市民に共通の認識が存在することが確認された。

しかし、既往研究は場所の種類に対する区分を行う際に都市空間の認識要素の空間的な特性に関する客観的な調査・分析を行わず、研究者の任意の判断によりその特性を分類した研究が多く、特定の場所に対して市民の認識を誘導する要因を調査・分析した研究はまだみられない。

さらに都市空間の認識要素に対する反応を直接的に調査・分析した研究は少なく、また認識すると必ず反応が現れるという強い決定論的なアプローチで行った研究が多く、都市空間における場所として認識されるが、反応は現れない可能性を考慮した研究はこれまで見られない。

近年、形成された空間を都市空間における場所として定着させるためには、各場所の特性に対する客観的・分析的な研究が必要とされている。

[表 2-9]都市空間に対する「認識」に関する既往研究の調査・分析の範囲

○：調査・分析、△：任意的分析、×：調査・分析しない

研究者	調査対象	空間特性	空間の評価(意味評価)	認識	反応
加藤義明(1986)[16)]	市民	×	○	○	×
G.I.RYU (1988)[17)]	大学生	×	○	○	×
伊藤教子ら(2000)[18)]	大学生	×	○	○	×

1.2 特定の場所における「空間」と「反応」の因果関係に関する既往研究の範囲と方法

(1) 研究の範囲

一方、特定の場所を対象とする既往研究は、「空間特性」と「反応」の相関関係を分析し、反

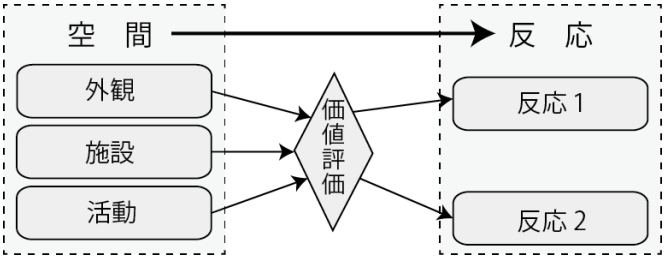
応に影響を与える空間の特性を示すことを目的として行われている。

そのため、場所を「来訪者が多く、人々に知られている空間」と定義し、対象地に訪れている来訪者をアンケート調査の対象として「空間の特性」と「来訪・愛着」を調査・分析し、その因果過程を分析した研究がほとんどである[表 2-10]。

[表 2-10]特定の場所における「空間」と「行動」の既往研究の範囲と観点

○：調査・分析、△：任意的分析、×：調査・分析しない

研究者	調査対象	空間特性	空間の評価 (意味評価)	認識	反応
青木俊明(2005)[20]	来訪者	○	×	×	来訪
佐藤仁志(2007)[21]	来訪者	○	×	×	来訪
KIM ら(2008)[22]	来訪者	○	○	×	満足感
牛場智(2010)[23]	来訪者	○	○	×	来訪・満足感
Y.K.KWON ら(2011)[24]	来訪者	○	○	×	来訪
H.N.IM ら(2013)[25]	来訪者	○	○	×	来訪・場所愛着



(図 2-2) 特定の場所を対象とする既往研究の分析モデルの例

1.3 本研究の特徴

本研究において場所は、「都市空間に対する認識の要素のひとつ」であり、都市の中で多数が存在することである。また、訪ねた経験がなくても、人々の活動や意味などにより認識できると定義した。

言い換えると来訪するとしてもその空間が必ず「場所として認識されるはずではない」ことや多数の場所が多様なアイデンティティで認識されると同時に、場所に対する多様な反応も持つと考えられる。

このような観点から、本研究のように特定の場所に対して一般市民の認識および反応を誘導する空間の特性を分析する際には、先に「対象地が市民に都市空間における場所として認識されているのか」を確認した上で、その場所に対する「空間特性」、「空間の評価(意味評価)」、「認識」そして「反応」について客観的な評価を同時に行う必要があると言える。

そのため本研究では、特定の場所を対象とする既往研究が設定している「空間特性」－「反応」の因果過程に「認識」の可否や特性を追加することとする。「都市空間における場所の認識」や場所に対する「空間特性」「空間の評価(意味評価)」「認識」「反応」を調査・分析の範囲と設定した[表 2-11]。

さらに、近年の施策により形成・再生された空間を分析の対象とするため、その空間に対

する「認識」と「反応」の変化に関する評価を調査項目として追加した。

［表 2-11］本研究の調査・分析の項目

	調査対象	空間特性	認識	認識の特性	反応	変化
都市空間における場所の選定	市民	×	○	○	○	×
場所に対する評価	市民	○	×	○	○	○
本研究の調査範囲	市民	○	○	○	○	○

2. 場所に対する「場所認識」や「反応」の相異に関する既往研究

2.1 居住地の位置による「場所認識」や「反応」の相異に関する既往研究

居住地の位置による「場所認識」や「反応」の相異を分析した既往研究は、対象都市の内外に居住する人々が持つ「対象都市に対する認識の相異」を分析したものが主になされてきた。

加藤ら(1996)[26]は都市の認識を地域イメージとして捉え都市内外の人々が都市を認識する時の認識対象やその評価を調査・分析することで、対象地に対する認識が居住地により異なるなど、居住地が都市認識に影響を与えることを示している。

また、都市より狭い範囲、すなわち都市内の特定の場所を対象に認識の相異を分析した中田ら(1982)[27]は中心市街地に対して「中心市街地内の居住者」と「中心市街地外の居住者」の認識領域の広さなどの認識空間の物理的な特性を分析し、その相異を明らかにしている。

2.2 本研究の特徴

本研究は、場所に対する「住民」と「一般市民」の認識と反応の相異やその要因を考察し、住民や一般市民の範囲を明らかにすることに既往研究との差異がある。また、都市空間に対する「住民」と「一般市民」の認識構造モデルを理論的な考察を通じ作成した上で、その相異を実証的に考察することに意義がある。

第 3 節. 歴史的街並み保全地区に関する既往研究の考察および本研究の特徴

1. 場所としてのアイデンティティ形成に関する研究

1.1 場所としてのアイデンティティ形成に関する研究

歴史的街並み保全地区において地域のアイデンティティが形成される過程やその評価を分析し、街並み保全への参加や来訪を誘導する方向性を示すことを目的とする研究は多い。

福田[28]は竹富島伝統的建造物群保存地区(以下、伝建地区)における赤瓦屋根が、その歴史的な価値は低いが、観光客に伝統的なものとして受け止められ、赤瓦が街並み保全によりその地区のアイデンティティとして認識されることを確認している。

また、足立[29]は歴史的街並み保全地区の地区内住民にとって歴史的街並みが地域アイデンティティのひとつとして捉えられていることを確認している。

このような既往研究の結果から街並み保全施策により歴史的街並みが、歴史的街並みの維持・保全・利用の直接的な主体である地区内住民や観光客に地域アイデンティティとして認識されていることが示されている。

その上で大島[30]は奈良井伝建地区の地区内住民が歴史的な街並みを地域アイデンティティとして捉える意識が少なからず存在し、住居に対する評価が高いことを示唆し、地域アイデンティティとしての認識が居住満足やまちづくりなどに影響を与える可能性を確認している。また、歴史的な街並みに対して観光客を含めた地域外の人々の意識を検討する必要性を今後の課題として示している。

その後に行われた既往研究では、地区内住民だけではなくその周辺の居住者、観光客まで研究の範囲を広げ、歴史的街並み保全地区の地域アイデンティティとして形成される現況を評価する研究が多く行われている。

1.2 本研究の特徴

しかし、歴史的な街並みを地域アイデンティティとして持続的に維持・管理し都市の文化財や場所として位置づけるためには、「地区内住民や地区周辺の住民(以下、住民)」だけではなく、「住民を除く歴史的街並みが位置する行政区域内に居住する全体市民 (以下、一般市民)」まで研究の範囲を広げ、一般市民の歴史的街並み保全地区に対する「地域アイデンティティとしての認識(以下、認識)」や「街並み保全へ参加、来訪などに関する意思(以下、反応)」を向上させる必要があると考えられるが、歴史的街並み保全地区に対する一般市民の認識に着目した研究は行われていない。

2. 歴史的街並みに対する保全活動の参加意識および来訪意識の向上に関する研究

2.1 歴史的街並みに対する保全活動の参加意識および来訪意識の向上に関する研究

歴史的な街並みの直接的な維持・保全および利用の主体のひとつである住民に対する研究は歴史的街並みの再生施策が始まり、住民参加という方法が活性化された時点から様々な側面で行われてきた。このような研究はおおむね住民の意識を分析し参加意志を向上することを目的に行われている。

岡崎ら(2001)[31]は、千葉県香取市佐原伝建地区を対象として歴史的街並み再生のプロセスと住民意識の時系列による変化を分析した。周辺地区の居住者が観光に関する選好が時間によって向上したことを示している。

吉田倫子ら(2007)[32]は、高原伝建地区を事例として、伝建地区の内外の一体的なまちづくりを検討するために「街並み保存意識は伝建地区の認知度、保存への参加意識、地区指定範囲の拡大への賛意の 3 点に表れる」と仮説を立て、伝建地区内外の住民意識を明らかにした。その結果、地区内の住民の方が住宅の歴史的価値の認知度、伝建地区制度の認知度が高く見られことや地区外の住宅の歴史的価値の認知度や保存活動への参加意向が実際的には高く見られたことから、地区外においても保存活動の活性化や地区指定範囲の拡大の可能性を示した。また、地区内外の居住者で「歴史的価値」を感じている者の方が街並み保存意識は高い傾向があることを示した。しかし、地区外の居住者は伝建地区制度に対する認知度は低いが観光事業には関心が高い。住宅の歴史的価値は現在の保存活動へ参加に影響しているが、今後の保存活動に対する関心は住宅の歴史的な価値の影響を受けていないことが分かった。

2.2 本研究の特徴

しかし、空間を維持・管理するためには、直接的な主体や利用者だけではなく、「潜在的な利用者および空間維持の主体」となる都市全般に居住する市民の認識や再生意識などについても考慮する必要がある。

歴史的街並み保全地区においても、都市アイデンティティのひとつとしての歴史的な街並みを維持・管理するためには、住民や観光客だけではなく、市民までその範囲を広げ歴史的街並み再生地区に対する認識を分析し市民の参加、来訪などの反応を向上させる必要がある。

そこで本研究は、歴史的街並み保全地区に対する一般市民の認識や反応に着目し、その現況および特性を分析することで、歴史的街並み保全地区が都市を代表する地域アイデンティティとして市民の認識を強化しながら、一般市民の反応を誘導する地区として整備・維持・保全するために重要であるという知見を提示しようとするものである。

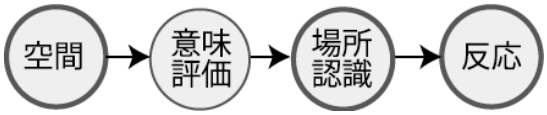
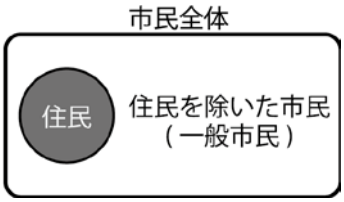
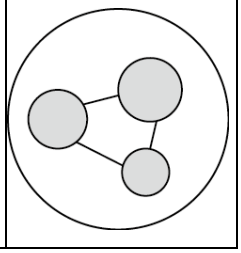
第 4 節. 本研究の特性とオリジナルティ

1. アプローチ

本研究は、場所を「人々に意味(アイデンティティ)があると評価され、認識された空間」として定義し、場所と行動の因果過程を「空間－(意味評価)－場所認識－反応」に修正・設定した。このように特定場所に対する空間と反応の因果過程に「場所認識」をひとつの段階として追加設定したことが本研究の特徴である。

また、共通の動機で行動が誘導できる特定のグループを「住民」と「一般市民」に設定し、研究を行った。一般市民にとっての「場所」は、「都市空間を認識する要素のひとつ」であり、都市空間には多数の場所が存在すると場所に対する観点をまとめた。

[表 2-12]「場所」における本研究のアプローチ

分析項目	分析対象	観点
「空間－(意味評価)－場所認識－反応」の因果過程	一般市民の認識および反応	「場所」＝「都市空間を認識する要素」のひとつ
		

2. 本研究の特徴

2.1 都市空間における場所に対する研究としての本研究の特徴

本研究は、このようなアプローチを基に都市空間における場所に対する一般市民の「認識－反応」過程が分析できる分析モデルの作成を行う。

アプローチや既往研究考察を基に、場所を都市空間における認識要素のひとつとして定義し、本研究では、特定の場所に対して一般市民の認識および反応を誘導する空間の特性を分析する前に、対象地が場所として認識されているのかに対する確認を行うことや場所に対する「空間特性」、「認識」、「反応」について客観的な評価を行うことが本研究の特徴である。

また、場所に対する「住民」と「一般市民」の認識および反応に相異があるという仮定で研究を行う。そのため、本研究は空間に対する「住民」と「一般市民」の認識や反応の形成過程を理論的に考察した上で、その相異に関する調査・分析を行うことに意義がある。

2.2 歴史的街並み保全地区に対する研究としての本研究の特徴

本研究の事例である歴史的街並み保全地区においても、都市アイデンティティのひとつとしての歴史的な街並みを維持・管理するためには、住民や観光客だけではなく、市民までにその範囲を広げ歴史的街並み保全地区に対する認識を分析し、市民の参加、来訪などの反応

を向上させる必要があるという前提がたつ。

そこで本研究は、歴史的街並み保全地区に対する市民の認識や反応に着目し、その現況および特性を分析することで、歴史的街並み保全地区が都市を代表する地域アイデンティティとして市民の認識を強化しながら、市民の反応を誘導する地区として整備・維持・再生するために必要とする知見を提示する研究として意義がある。

参考文献

1) E.C.Semple：Influences of the Geographical Environment, Newyork:Holt, 1911
2) J.Lang,(訳)今井ゆりか:建築理論の創造－環境デザインにおける反応科学の役割, 鹿島出版会, 1992
3) 山田あすか：「ひとは,なぜ,そこにいるのか：固有の居場所の環境反応学」, 青弓社,2007
4) 日本建築学会(編)：人間－環境系デザイン,1997
5) H.C.Prince：「“Real Imagined and Abstract Worlds of Past”in C.Board et al.,eds.,Progress in Geography」,London:Arnold,1971
6) J.D.Porteous：「Design with People」,Environment and Behavior 3,no2,pp.203-223, 1977
7) Y .Tuan：「Space and Place-The Perspective of Experience」, Univ of Minnesota,2001
8) E. Relph：「Place and Placelessness」,Pion,1976
9) K. Lynch：「Image of The City」,MIT Press,1960
10) D.pocock, R.Hudson:Image of the Urban Environment,Newyork:Columbia University Press,1978
11) I.Altman, M.Chemers, (訳)石井真治監:文化と環境,西村書店,1998
12) J.T.Lang: Urban Design: The American Experience,Van Nostrand Reinhold, 1994
13) C.Norberg-Schulz,(訳)加藤邦男:実存・空間・建築,鹿島出版社,1973
14) D.Stea,:Architecture in the head-Cognitive Mapping In Designing foe Human Behavior, Eds.Jon Lang at al.,Dowden,Hutchison and Ross,1974
15) R.G.Golledge:Wayfinging Behavior, The Johns Hopkins University Press,1999
16) 加藤義明：都市イメージの分析,総合都市研究第 28 号,pp.3-25,1986
17) G.I .RYU：A study on the Cognitive Characteristics of Landmarks in Jeonju,韓国全北大学修士学位論文,1988
18) 伊藤教子ら:公共的な空間に対するイメージ分析と類型化,ヒューマンサイエンスリサーチ,Vol.9,pp.7-22,2000
19) 日本建築学会(編)：人間－環境系デザイン,1997
20) 青木俊明：中心市街地の訪問動機の分析とそれに基づく活性化法策の考察　-宮城県仙台市を題材に-,第 40-3 号, pp.643-648,2005
21) 佐藤仁志：中心市街地の訪問場所の選択構造に関する研究 ： 千葉県柏駅周辺を事例として, 麗澤経済研究,第 15-1 券,pp.41-52, 2007.03
22) Kim,J.H：A Study on the Relationship between Influential Range and Cognition Factor of Landmark, Journal of the Korean Institute of Landscape Architecture,Vol.30,Issue4, pp.9-18,2002.10
23) 牛場智:共分散構造分析による新しい街の魅力要素と来訪者満足度の関係--商業集積における地域マーケティングの視点から, 創造都市研究 ： 大阪市立大学大学院創造都市研究科紀要, 第 6-1 券, 第 8 号, pp.1～17, 2010.06
24) KWON, Y.K et al.：A Study on the Structural Equation Modeling of Insa-dong street’s Sense of Place,大韓国土・都市計画学会学会誌国土計画,第 46 巻第 2 号,pp19-36,2011.04
25) IM,H.N et al.：Effect of Placeness Cognition Characteristics on Behavioral Intentions,韓国都市設計学会学会誌,第 14 巻第 2 号,pp113-126,2013.04
26) 加藤哲男,川上洋司,本多義明：地域イメージに関する認知構造の研究, 第 31 回日本都市計画学会学術研究論文集,pp.337-342,1996

27) 中田裕久,土肥博至 : 都市居住者と訪問者の環境認知に関する比較考察,日本建築学会論文報告集,320 号,pp116～125,1982.10
28) 福田球己：赤瓦は何を語るのか-沖縄県八重山諸竹富島における街並み保存運動-,地理学評論,69 号,pp.727-743,1996.09
29) 足立裕司：アメリカにおける歴史的建造物の保存と対策,月刊文化財 390 号,pp22-32,1996.02
30) 大島規江：伝統的な建造物軍保存地区における街並み保存に対する住民意識,日本建築学会計画系論文集第 590 号,pp81-85, 2005.04
31) 岡崎篤行,井澤壽美子,高見沢邦郎,渡邊恵子：佐原における歴史的街並み再生のプロセスと住民意識,日本建築学会技術報告書第 14 号,315-318,2001.12
32) 吉田倫子,上村信行,宇高雄志 : 街並み保存地区内外の住民の街並み保存に対する意識の差異-高原重要伝統的建造物群保存地区を事例として,日本建築学会計画系第 618 号,89-96,2007.08
33) 吉田宗人,上村信行,吉田倫子,宇高雄志：街並み再生に対する自治会毎の住民意識の相異,日本建築学会計画系第 78 券,第 690 号,1890-1816,2013.08
34) 岡島達雄,金東永,麓和義,内藤明：日本・韓国伝統建築空間のイメージ評価尺度抽出－日本・韓国伝統的空間のイメージ特性(その 1),日本建築学会計画系論文集第 458 号,171-177,1994.04
35) Williams. D. R. and Roggenbuck.J. W.：Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results In J. Gramann,Proceedings of the Third Symposium on Social Science in Resource Management,pp. 700-722,1990.05

第 3 章．分析モデル及びアンケート調査項目の作成

第 3 章. 分析モデル及びアンケート調査項目の作成

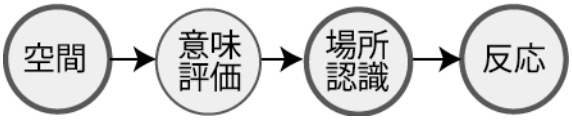
本章では、第 2 章で示した「環境」－(評価)－「場所認識」－「反応」の因果過程を基に、都市空間における場所に対する一般市民の認識と反応が現れる因果過程や要因を導出できる分析モデルの作成を行う。

そのためまず、場所に関する既往の理論および研究の考察を行い、本研究の目的と合致する「因果過程の各変数」を導出する。導出した変数を活用し IBM SPSS Amos21 で分析できる共分散構造分析モデルを作成する。

また、各変数に対する調査・分析の方法を理論的な考察を通じてまとめ、「アンケート項目」や「調査の対象地」の選定を行う。

第 1 節. 場所に対する「認識－反応」過程

第 2 章で本研究が、弱い環境決定論や蓋然論的アプローチとして「空間」－(評価)－「場所認識」－「反応」の因果過程を基に研究を行うことを示した。



（図 3-1）本研究のアプローチ

そのため本研究は、認識と反応の蓋然性を様々な認識(イメージ)を中心として述べた E.ボールディング(E.Boulding(1956)) [1)]のイメージ理論を基として分析モデルの作成を行った。

1. E. ボールディングのイメージ理論

E.ボールディングは、人が認識している「現在のイメージ」を「過去から多数のメッセージ(message)を受け入れて形成された知恵である」と定義した [1]。イメージの成長・変化については、「多数のメッセージの中で特別なメッセージによりイメージが成長･変化する」と述べた [1]。

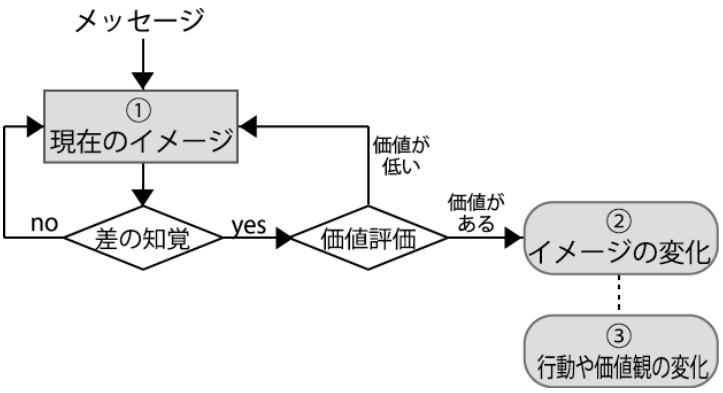
つまり、イメージの成長･変化は、人が無意識的に受け入れている多数のメッセージの中で、現在のイメージと相異がある特別なメッセージに気付き、その特別なメッセージを「受け入れる価値がある」と評価することによって行われると言える。また、そのイメージの成長・変化は、人の価値観または反応の変化にも影響を与える可能性があるとしている [1]。

このような E.ボールディングの定義からみると「イメージの変化過程」をメッセージが現在のイメージとの「差があると知覚すること」や「そのメッセージに関して価値評価を行うこと」によって現れ、付加的に人の反応や価値観などの一部が変わるとまとめることができた。

そこで、E.ボールディングのイメージ変化過程を(図 3-2)ように作成した。

---

[1] 「Boulding,K.E.(訳)KOO,H.S：20 世紀の人間と社会のイメージ,韓国汎潮社,1988」の p .16 から引用



（図 3-2）イメージの変化過程（E. ボールディングのイメージ理論を参照し作成）

2. 場所に対する認識および反応の変化過程とその変数の導出

E.ボールディングのイメージ理論を基に作成した「イメージの変化過程」を、認識の範囲を「地理的な空間」として限定し、空間が場所として認識される変化過程やその変数をまとめた。

2.1 空間と場所認識の関係

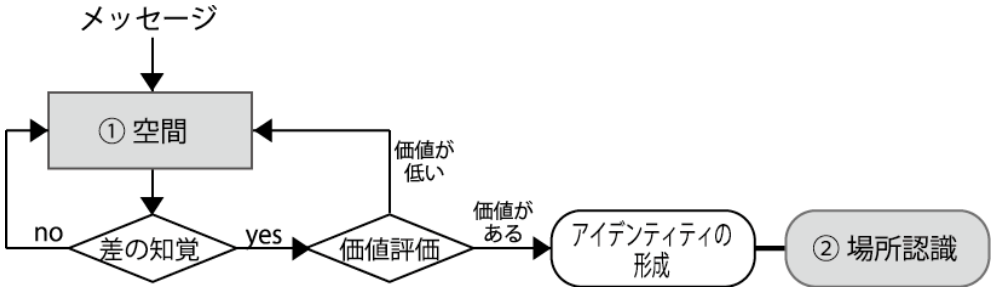
Y・トゥアン[2)]と E･レルフ[3)]の定義からみると「空間」は、地理的な概念で無差別的である。

このような空間に「価値があるアイデンティティ」が形成されると、空間は人々に「場所」として認識され、他の空間とは差別性をもつことが分かる。つまり、「場所」は、「人々に価値があるアイデンティティで認識された空間」として定義できる。

「空間」を「①現在のイメージ」として、空間と場所の関係や定義を E.ボールディングのイメージの変化過程(図 3-2)に代入してみると、空間に他の場所と区分されるアイデンティティが形成され、空間が場所として認識される過程が「②イメージの変化」に属する(図 3-3)。

［表 3-1］空間と場所の関係

	E.ボールディングの イメージ変化過程	場所に対する 「認識－反応」過程	略語
①	現在のイメージ	空間	空間
②	イメージの変化	②-1 他の空間とは区分される アイデンティティの形成	アイデンティティの形成
		②-2 場所として認識変化	場所認識



（図 3-3）空間と場所認識の関係

2.2　場所に対する認識および反応の変化過程の変数と本研究の用語

「空間」と「場所」の関係 (図 3-3)を基に第 2 章で示した「空間」－(評価)－「場所認識」－「反応」の因果過程に影響を与える変数を導出するため、場所に関する既往理論の考察を行った。また本研究の目的を考慮し、各因果過程の段階や変数の用語の修正を行った。

(1) 「空間」－(評価)－「場所認識」の変数－アイデンティティ

まず、「アイデンティティ」に関して既往理論の考察を行った。

F･ラックマン(F.Lukermann(1964))[4)]は場所のアイデンティティを、「自然的･文化的要素の統合であり、各場所は固有なアンサンブル(ensemble)を構え、他の空間と区分される特性」と定義した [2]。

また、K･リンチ(K.Lynch(1960))[6)]は、アイデンティティを「空間に個別化を与えたり、他の場所と差別性を提供したりすることで、空間が独立したひとつの実態として認識されるようにする土台の役割をすること」と定義した [3]。

つまり、アイデンティティは、空間に対する多様なメッセージ－自然的･文化的要素、固有なアンサンブル、文化が含まれている活動など－の中で、他の空間と差別性をもつ特別なメッセージの統合により形成されることが分かる。

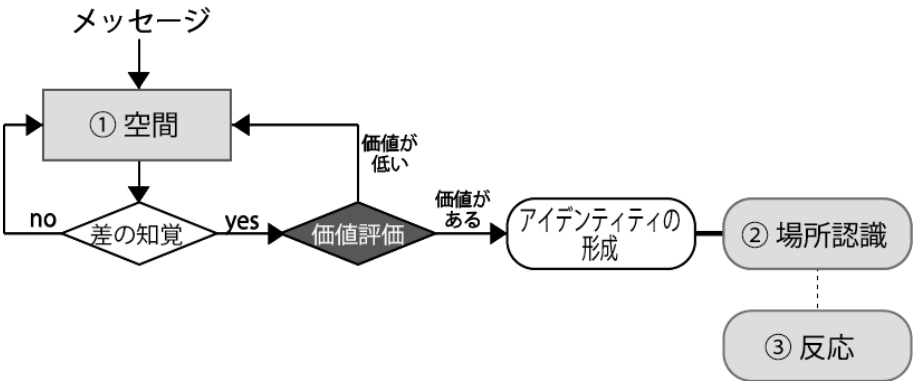
このような定義を E･ボールディングのイメージの変化過程に代入してみると、①空間におけるメッセージ－「自然的･文化的な要素」、「固有なアンサンブル」、「文化が含まれている活動」など－の中で「他の空間と区別される特別なメッセージの統合に人々が気づき、そのメッセージの統合を価値があると判断すれば、②空間のアイデンティティが変化し場所として認識される」とまとめられる。

［表 3-2］「空間」－「場所認識」－「反応」の因果過程の変数

	E.ボールディングの イメージ変化過程	場所に対する 「認識－反応」過程	略語
	メッセージ	①「自然的･文化的要素」、 「固有なアンサンブル」、 「文化が含まれている活動」など	メッセージ
①	現在のイメージ	空間として認識	空間
	価値の評価	価値の評価	価値評価
②	イメージの変化	②-1 空間との差別される アイデンティティの形成	アイデンティティの形成
		②-2 場所として認識変化	場所認識
③	価値観または反応の変化	③価値観または反応の変化	反応

[2] 「Lukermann,F. : Geography As A Formal Intellectual Discipline and The Way In Which It Contributes To Human Knowledge」のｐ.170 から引用

[3] 「Lynch,K. : Image of The City,MIT Press,1960」のｐ.6 から引用



（図 3-4）「空間」－「場所認識」－「反応」の因果過程

(2)「場所認識」－「反応」の変化過程

また E.ボールディングが述べた「イメージが成長・変化すると人の価値観または反応の一部分が変化する可能性」を基に、空間を場所として認識すると、空間に対する人の価値観または反応も変わる可能性が確認できる(図 3-4)。

そこで本研究は、第 2 章でまとめた「空間」－(評価)－「場所認識」－「反応」の因果過程の中で、「反応」を「反応や価値観の変化(以下、反応)」に修正した。

さらに E･ボールディングが述べたように「場所として認識が変わったとしても反応のすべてが変化することではない」と言える。

そこで本研究は、「空間」－「場所認識」の変化過程と「場所認識」－「反応」の変化過程のメッセージに対する価値評価の基準が異なる可能性を考えた。

そのため「②場所認識」と「③反応」の間にさらにもうひとつの価値評価を追加し、[表 3-3]と(図 3-5)のように「空間」－(評価)－「場所認識」－「反応」の因果過程を「場所認識の変化段階」と「反応の変化段階」の 2 段階に分類した。

各段階の価値評価の基準に相異があることを示すために、価値評価を「価値評価 1」、「価値評価 2」として用語を分類した。

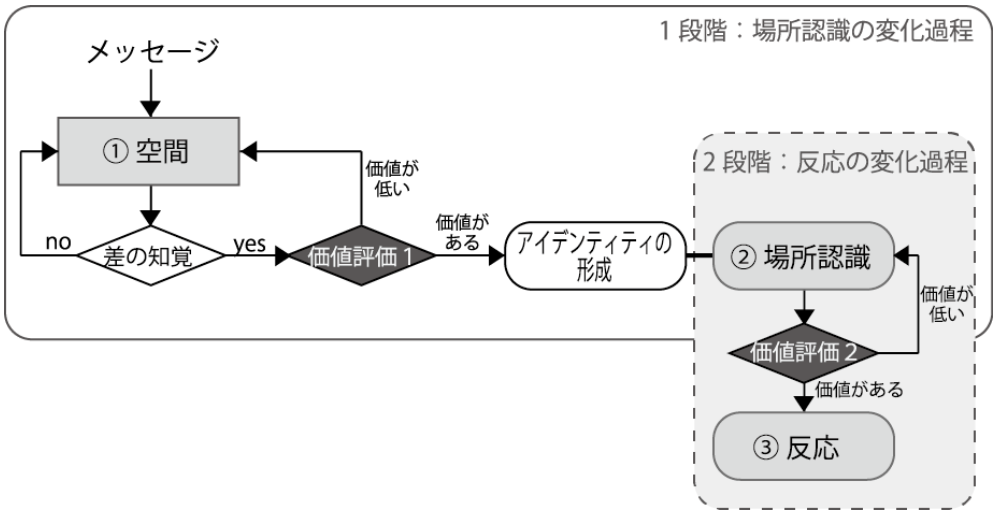
［表 3-3］「空間」－「場所認識」－「反応」の因果過程の段階と価値評価

変化過程	E.ボールディングの イメージ変化過程	場所に対する 「認識－反応」過程	略語
	①メッセージ	①「自然的･文化的要素」、 「固有なアンサンブル」、 「文化が含まれている活動」	メッセージ
	現在のイメージ	空間として認識	空間
場所認識の 変化過程	価値の評価	メッセージの評価	価値評価 1
	②イメージの変化	②-1 他の空間と区分される アイデンティティの形成	アイデンティティの形成
		②-2 場所として認識変化	場所認識
反応の 変化過程	価値の評価	アイデンティティの評価	価値評価 2
	③価値観・反応の変化	③価値観または反応の変化	反応

(4) 場所に対する「認識－反応」過程と変数

以上の考察を通じて、第 2 章で示した「空間」－(評価)－「場所認識」－「反応」の因果過程を「空間」－「場所認識」－「反応」という 3 つの過程で構成され、2 段階の価値評価を通じて行われることに修正した。またその変数として①「メッセージ」、②「アイデンティティの形成(以下、アイデンティティ)」、③「反応の変化(以下、反応)」の 3 つが存在することが分かった。

修正・作成した過程を場所に対する認識および反応の形成過程(以下、場所に対する「認識－反応」過程)としてまとめた。



（図 3-5） 場所に対する認識および反応の形成過程（以下、場所に対する「認識－反応」過程）

第 2 節．場所に対する「認識－反応」過程の分析モデルの作成

本節では、前節で導出した場所に対する「認識－反応」過程の各段階や変数を基に、AMOS Statics で分析できる場所に対する「認識－反応」過程の共分散構造分析モデル(以下、分析モデル)を作成する。

そのためまず、前節で導出した各変数の因果関係を再び明らかにする。その上で各変数に対する調査・分析の特性を理論的な考察を通じて設定することで場所に対する「認識－反応」過程の分析モデルを作成する。

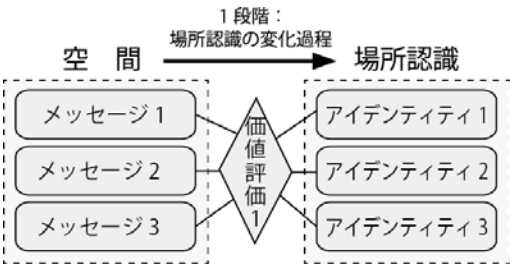
1．各変数の因果関係

まず、各変数の因果関係をまとめる。前節の考察を通じて場所に対する「認識－反応」過程は、「空間」－「場所認識」－「反応」という 3 つの過程で構成され、「1 段階：場所認識の変化過程」と「2 段階：反応の変化過程」の 2 段階の価値評価を通じて行われることが分かった。

(1)　1 段階：場所認識の変化過程

1 段階は、①空間が②場所として認識される過程であり、変数は独立変数としてのメッセージと従属変数としてのアイデンティティがある。

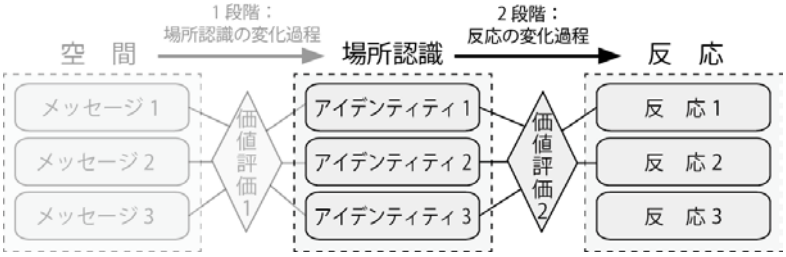
つまり、2 つの変数は、①空間を構成する多数のメッセージの中で、意味があると評価されたメッセージが場所のアイデンティティ形成に影響を与えている関係であり、メッセージとアイデンティティ形成の関係を分析すると場所認識を引き起こすメッセージを導出できる。



（図 3-6）1 段階：場所認識の変化過程

(2) 2 段階：反応の変化過程

2 段階は、変化したアイデンティティが反応に影響を与える段階であり、独立変数としての「アイデンティティ」の評価により従属変数としての「反応」が現れる段階である。



（図 3-7）2 段階：　反応の変化過程

(3) 場所に対する「認識－反応」過程の価値評価の基準

1 段階で従属変数として形成されたアイデンティティは、2 段階で独立変数となる。

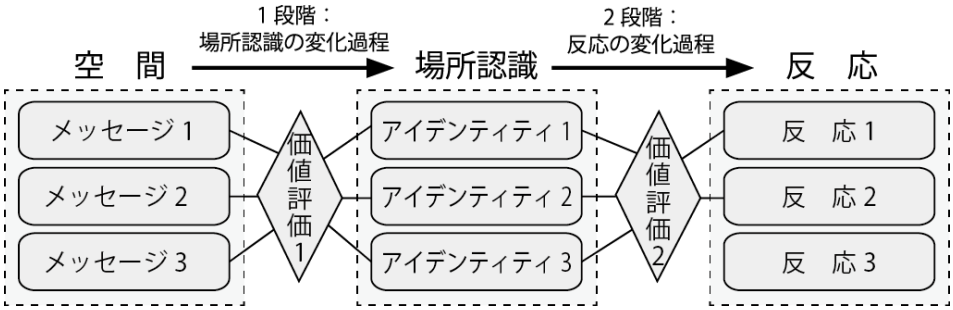
つまりアイデンティティは、場所認識を引き起こしたメッセージの価値評価の結果であると同時に、反応を変化させる価値評価の対象にもなる。そこで本研究は、アイデンティティを場所認識と反応を決定する価値評価の基準として設定した。

［表 3-4］場所に対する「認識－反応」過程でのアイデンティティの役割

区分	独立変数	価値評価	従属変数
1 段階：場所認識の変化過程	メッセージ	アイデンティティ	場所認識
2 段階：反応の変化過程	場所認識	アイデンティティ	反応

(4) 場所に対する「認識－反応」過程の各変数の因果関係

このようなアイデンティティの特性を考慮し、(図 3-8)のように場所に対する「認識－反応」過程の各変数の因果関係を作成した。



（図 3-8）場所に対する「認識－反応」過程の各変数の因果関係

この因果関係を基にメッセージ、アイデンティティ、場所認識、反応の 4 つの変数に対するアンケート調査の項目の設定を行った。

2. アンケート項目の設定

各変数に対する調査・分析方法を設定するため、既往研究の考察を行った。

2.1 メッセージ

空間のメッセージを研究の対象として分析した既往研究を[表 3-5]のように考察した結果、既往研究では「メッセージ」を、施策を基準として大きく外観、活動、施設の 3 つの要素に任意に分類し、研究を行っていることが分かった。

しかし、場所のアイデンティティに影響を与えるメッセージは「物理的な環境、活動、意味」は統合により形成され、その統合によりアイデンティティも多様な形態で現れる(E･レルフ) [3)4]。また、このような特性により「景観や歴史が固有な場所」であっても他の場所と「同じ

[4]「Relph,E.(訳)KIM,D.H et al.：Place and Placelessness,Nonhyung,2005」の p .138 から引用

文化的･象徴的な要素」を共有することで「同じアイデンティティに認識」されたり、「建物や景観が同じ」としても「相異なアイデンティティで認識」されたりする(P.L.Wagner(1972))[5)5]特性がある。

［表 3-5］場所認識や反応に影響を与えるメッセージ

研究者	物理的環境	活動	その他	アイデンティティ
K. Lynch (1960)[6)]	○			○
E. Relph (1976) [3)]	○	○		○
F. Steele (1981)[7)]	○		社会的環境	心理学的要因
T.C. Greene (1996)[8)]	○		社会的環境	
青木俊明(2005) [9)]	○	○		
佐藤仁志(2007)[10)]	○	○		
牛場智(2010) [11)]	○	○		
J.R.SHIN(2010) [12)]	○	○	意味・精神	○
N.H. LEE (2011) [13)]	○	○	人的環境	
Y.K.KWON(2011) [14)]	○	○	社会的環境	
	⇓	⇓	⇓	⇓
メッセージの分類	外観	活動	施設	アイデンティティ

つまり、場所に対する認識および反応に影響を与えるメッセージを研究する際に、メッセージの分類は「外観、活動、施設」の任意な分類ではなく、空間計画として行っているすべての項目をメッセージとして設定した上で、各メッセージに対する実際の評価結果を基準として因子分析を行い分類する必要があると言える。

そこで本研究では、場所に対するメッセージを調査する際には「既往研究によるメッセージの分類(外観、活動、施設)」を基準として文献調査を行いアンケート調査の項目を選定するが、「場所認識」と「反応」に影響を与えるメッセージを分析する際には、各メッセージに対する実際の評価結果を因子分析により分類を行う。この分類されたメッセージの組み合わせを「計画要因」という用語でまとめた。

2.2 場所認識

場所認識に関する既往研究 [15) 16) 17)]は、地図による調査、言語による調査、道案内による方式の調査方式が代表的である。その中で、地図による調査、言語による調査を応用し、イメージマップと記述方式を用いて予備調査を行った。

その結果、回答者が調査の意図を比較的に容易に理解し、短時間に場所を選定できる「記述方式」を調査の方法として選定した。調査で選定された場所に対しても「アイデンティティ」と「反応」の調査を行い、その特性を分析することにした。

2.3 アイデンティティ

アイデンティティは場所が他の空間との差異を評価する基準となり、アイデンティティの

[5]「Wagner,P.L：Environments and peoples,Prentice-Hall,1972」のｐ.5 から引用

評価により空間を場所として認識することやその反応に対する変化基準である。

そこで本研究は場所に対する認識と反応に影響を与える評価基準を「アイデンティティ」に設定した上で、その調査項目を「空間のアイデンティティを表現する形容詞」として設定した。

アイデンティティの調査項目は、空間のイメージや場所性の評価を行った既往研究[13)14)15)]の考察を通じ「①きれいな、②代表的な、③歴史的な、④象徴的な、⑤唯一の、⑥固有の、⑦便利な、⑧個性的、⑨親しい、⑩楽しい、⑪活気ある、⑫実用的な」の 12 の形容詞で設定した。

［表 3-6］アイデンティティの評価項目

分類	調査項目		
アイデンティティ	①きれいな	②代表的な	③歴史的な
	④象徴的な	⑤唯一の	⑥固有の
	⑦便利な	⑧個性的	⑨親しい
	⑩楽しい	⑪活気がある	⑫実用的な

2.4 反応

場所に対する反応類型を導出するために[表 3-7]のように既往研究の考察を行った。その結果、意味認識、場所愛着の心理的反応と来訪や反応などの行動意志という 2 つの類型が分類できた。

［表 3-7］場所に対する反応

研究者	心理的反応	行動意志
E.Boulding[1)]	価値観	反応
青木俊明(2005)[9)]	―	来訪
佐藤仁志(2007)[10)]	―	来訪
牛場智(2010)[11)]	満足感	来訪
J.R.SHIN(2010)[12)]	―	来訪容易性
N.H. Lee (2011)[13)]	場所愛着,場所意味	―
Y.K.KWON(2011)[14)]	場所愛着,意味認識	反応誘導
	⇓	⇓
場所に対する反応	心理的反応	行動意志

そこで本研究でも伝建地区の歴史的街並みに対する反応類型を心理的反応と行動意志の 2 つに区分・設定した。

心理的反応と行動意志に関するアンケートの調査項目は以下のように設定した。

- 心理的反応

心理的反応の評価項目は Williams&Roggenbuck(1990)[19)]と IM ら(2013)[20)]の研究で評価項目として活用された、愛着を感じる、変われば懐かしくなる、満足感を感じる、物理的な雰囲気に引かれるという 4 つの愛着基準を参考に、「①物理的な環境やデザインが好き、②愛着を感じる、③そのままそのまま保って欲しい、④満足感を感じる、⑤魅力的な場所だと思う」の 5

つの項目に修正・作成した。

- 行動意志

行動意志に関する既往研究[12)13)14)]では再来訪したい、他の人にお勧めしたいという 2 つの項目に設定している研究が多いが、本研究は市民を対象にするため、「⑥また訪ねたい、⑦他の人にお勧めしたい」の２つの項目に「⑧この場所の発展のために寄付したい、⑨この場所と関連がある地域活動があれば参加したい、⑩周辺に住みたい」という３つの項目を追加した。

［表 3-8］反応の評価項目

分類	調査項目
心理的な反応	① 物理的な環境が好き ② 愛着を感じる ③ そのまま保って欲しい ④ 満足感を感じる ⑤ 魅力的な場所だと思う
反応意志	⑥ また訪ねたい ⑦ 他の人にお勧めしたい ⑧ 地域活動に参加したい ⑨ 発展のために寄付したい ⑩ 周辺に住みたい

3. 場所に対する「認識－反応」過程の特性および分析モデルの作成

以上の既往理論および研究の考察した結果を通じ、場所に対する「認識－反応」過程の変数およびその特性をまとめた。

3.1 場所に対する「認識－反応」過程の特性

(1) 場所に対する「認識－反応」過程

場所に対する認識と反応の変化過程を考察した結果、場所に対する「認識－反応」過程は「空間」、「場所認識」、「反応」の 3 つの段階や「メッセージ」、「アイデンティティ」、そして「反応」の 3 つの変数で構成されている。

(2)場所に対する「認識－反応」過程の段階

場所に対する「認識－反応」過程の段階は、「メッセージ」に対する 2 回の価値評価により「空間－場所認識」と「認識－反応」の 2 段階に分けられる。

(3) 「メッセージ」の特性

メッセージは任意な分類ではなく、各メッセージに対する実際の評価結果を用いて因子分析を行い分類する必要がある。因子分析から導出された分類を本研究では「計画要因」という用語とする。また、すべての「計画要因」が「場所認識」と「反応」に影響を与えるわけではない。

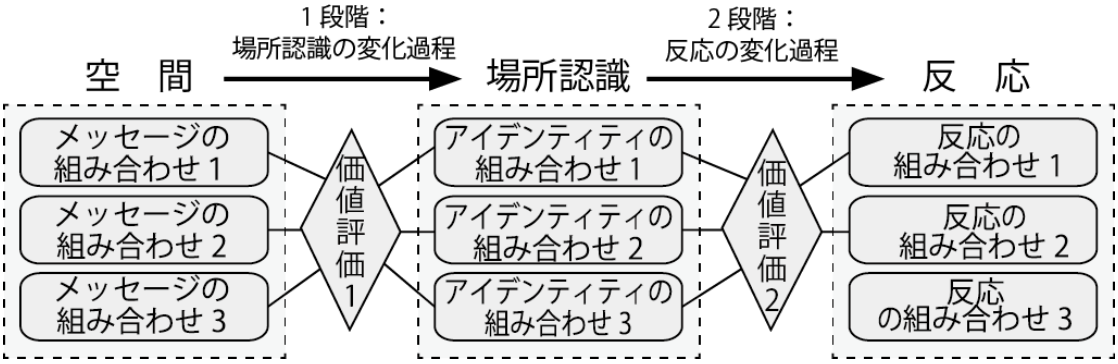
(4) 場所に対する「認識－反応」過程の価値評価基準

場所に対する「認識」と「反応」の価値評価が異なる可能性があり、「認識」と「反応」に対する客観的な評価を同時に行う必要がある。

(5)「アイデンティティ」

「アイデンティティ」が他の空間との差異性を提供するという特性から「場所認識と反応の価値評価」をアイデンティティとする。また、「アイデンティティとして認識と反応の価値評価に対する調査・分析基準」を「アイデンティティを示す形容詞」とする。

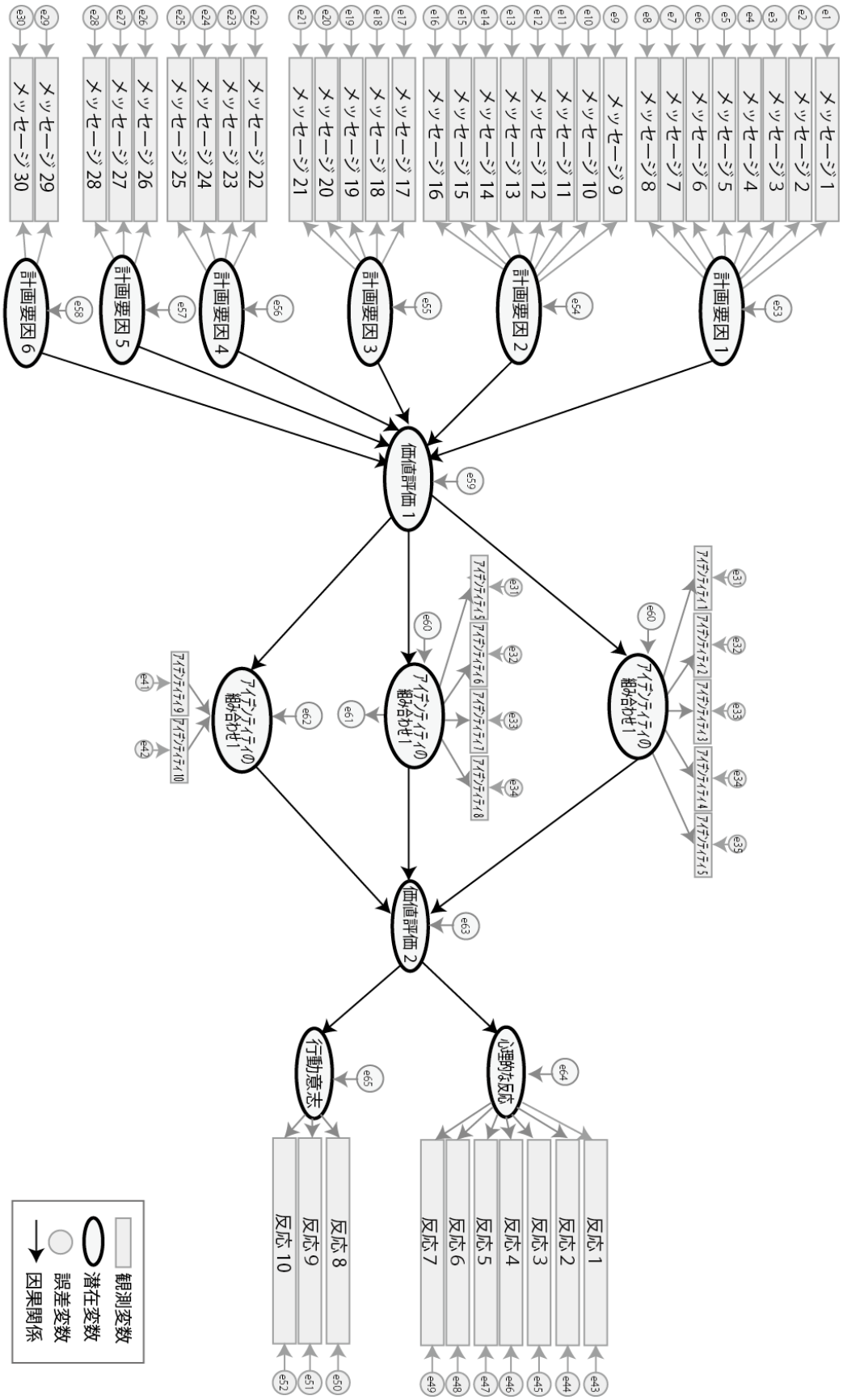
(図 3-8)を基に以上の 5 つの特性を加え、各変数の因果関係を表す「場所に対する「認識－反応」過程」を(図 3-9)のように作成した。



（図 3-9）場所に対する「認識－反応」過程の分析モデル

3.2 場所に対する「認識－反応」過程の共分散構造分析モデルの作成

以上の理論的な考察を通じて導出された特性を基に、都市空間における場所に対する認識と反応が現れる因果過程が分析できる共分散構造分析モデルを(図 3-10)のように作成した。



（図 3-10） 場所に対する「認識－反応」過程の共分散構造分析モデル

第 3 節. アンケート調査の作成と概要

本研究は、場所に対する市民の場所認識や心理的な反応などの表面的には現れない部分を分析の対象としているため、アンケート調査を調査の方法として設定した。

本節は、アンケート調査の構成や項目を作成した上で、本研究の目的を踏まえて調査の対象を選定する。

1. アンケート調査の作成

1.1 アンケート調査の構成

アンケート調査は、「都市空間における場所の選定(認識)」や「場所に対するメッセージ、アイデンティティそして反応」を評価することを主な内容とする。

(1) 場所認識

場所認識の現況を分析するためには、まず対象都市に対するすべての場所を導出する必要がある。このように都市全体の空間構造を対象に都市の場所を導出し、その評価を調査・分析する場合、ほとんどの既往研究[21)22)]では調査を 2 回に分けて都市の場所を選定した上で、「2 回目調査の回答者は 1 回目の調査で導出された場所を選定する」という仮定の基で研究を行っている。

しかし、本研究は場所に対する認識と反応の関係分析をひとつの目的にするため、場所に対する認識の可否が研究の重要な基準であり、「歴史的街並み保全地区を都市の場所として選定しない一般市民」も研究の対象として含め調査を行う必要がある。

そこで既往研究のように 2 回の調査に分けず、「場所選定」、「選定した場所に対する評価」そして「歴史的街並み保全地区に対する評価」をひとつのアンケート調査にまとめ、構成することにした。

このような構成のために、ページのはじめでは、本研究が歴史的街並み保全地区に対する研究であることを明示せずに、歴史的街並み保全地区の場所を選定した後に、次のページで調査の目的や「認識－反応」過程の変数に関する質問項目を分離・構成した。

また、得られた場所に対するアイデンティティと反応を調査する項目を設定し、選定した場所に対する客観的な評価を行うことにした。この項目により都市空間における場所認識の特性を分析できると考える。

(2) 歴史的街並み保全地区に対するアンケート調査

歴史的街並み保全地区に対するアンケート項目は、メッセージ、アイデンティティそして反応に対する評価項目で構成した。

メッセージは、対象の施策や現況を考慮し項目を設定することにした。アイデンティティや反応は前節の既往研究の考察で得られた項目を用いて評価項目を設定した。

(3) 歴史的街並み保全地区に対する反応の変化

また、歴史的な街並みの保全による変化が来訪や愛着に与えた影響を分析するために、歴史的街並み保全地区に対する認識および反応変化とその反応の変化に関する項目を追加した。

［表 3-9］アンケート調査の構成

		メッセージ	場所認識	アイデンティティ	反応	変化
都市全体	場所の選定(認識)	―	○	―	―	―
	場所①	―	―	○	○	―
	場所②	―	―	○	○	―
	場所③	―	―	○	○	―
場所	歴史的街並み保全地区	○	―	○	○	○

［表 3-10］アンケート調査の項目

区分			質問
場所の選定(認識)		1-1	“00 市に引っ越してきた方”に“00 市を簡単に紹介するために市内の空間や建築など”を 3 つ以上挙げるとしたら、どこを紹介したいですか？
		1-2	貴方が書いて下さった空間、建物などの中で、“重要あるいは必要である”と思うものを 3 つ選んでください。
場所①	アイデンティティ	2-1	場所①に対するイメージを評価してください
	反応	2-2	場所①への愛着や反応意思を評価してください
場所②	アイデンティティ	3-1	場所②に対するイメージを評価してください
	反応	3-2	場所②への愛着や反応意思を評価してください
場所③	アイデンティティ	4-1	場所③に対するイメージを評価してください
	反応	4-2	場所③への愛着や反応意思を評価してください
歴史的街並み保全地区	アイデンティティ	5-1	歴史的街並み保全地区に対するイメージを評価してください
	反応	5-2	歴史的街並み保全地区への愛着や反応意思を評価してください
	計画要因	5-3	参加・観覧したい行事や文化が多いと思いますか？
		5-4	参加・利用したい業種や施設が多いと思いますか？
		5-5	貴方が覚えている歴史的街並み保全地区のイメージを基に外観や風景に対する貴方のご感想を選択してください
	変化	5-6	歴史的街並み保全地区が最近、変わったと思いますか？
		5-7	変わったと感じ、来訪回数が変化しましたか？
		5-8	変わったと感じ、歴史的街並み保全地区への愛着が変化しましたか

1.2 評価項目の作成

場所①、②、③と歴史的街並み保全地区に対する項目は、5 点尺度(1:全くそう思わない、2:そう思わない、3:普通、4:そう思う、5:とてもそう思う)を用いて回答者の評価を得た。また、歴史的街並み保全地区に対する認識および反応の変化に関する項目も 5 点尺度を用いて回答者の評価を得た。

2. 研究の対象地の選定

日本と韓国の両国でなされている歴史的街並みを保全する類似の制度を考察し、両国の歴史的街並みとそれを取り巻く周辺環境を示す用語として「歴史的街並み保全地区」を用いた。

日本の場合には伝統的建造物群保存地区が、韓国の場合には自治体で指定する地区単位計画レベルの保全計画が該当する。

本研究は、歴史的街並み保全地区に対する認識および反応を調査・分析するため、都市内に歴史的街並み保全地区が一か所のみ位置しながら、その歴史的街並み保全地区の保全が成功していると知られている事例を、研究の対象地として選定することにする。

その結果、埼玉県川越市と大韓民国全羅北道全州市を対象として選定した。各対象と歴史的街並み保全地区の概要は以下のとおりである。

2.1 埼玉県川越市

(1) 埼玉県川越市の概要

川越市は、埼玉県の西部に位置し、109.16㎢の面積と約35万人の人口を有する都市である。首都圏に位置するベッドタウンであり東京の影響を受ける中核都市として発展しているが、それとともに、小江戸と呼ばれる歴史的な雰囲気や文化を資源として観光地としての都市機能を有する。

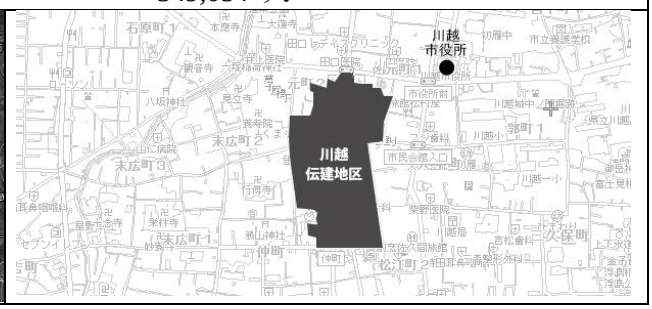
このような歴史と文化を資源として活用し1999年に「川越重要伝統的建造物群保存地区(以下、川越伝建地区)」が選定された。歴史的街並みに対するまちづくりの先進事例地と同時に観光地としても成功事例として知られていることから本研究の対象として選定した。

［表 3-11］ 埼玉県川越市の概要

(2014年6月現在)

区分	内容
面積	109.16㎢
人口	349,054 人

（図 3-11） 川越市の位置図 [6]



（図 3-12） 川越伝建地区の位置図

(2) 川越重要伝統的建造物群保存地区の概要

伝統的建造物群保存地区制度は、伝統的建造物群及び周囲の環境が一体として形成している歴史的風致を維持するため、伝統的建造物群の主として外観上認められるその位置、形態、意匠等の特性について、その周囲の環境と合わせて保持することを目的として、1975年の文化財保護法改正時に創設された制度である[7]。

---

[6] 出典：googlemap(https://www.google.co.jp/maps/)

[7] 伝建地区制度の説明－文化庁ホームページ

川越伝建地区は、江戸時代から蔵造りの町家が建築されていた地区であるが、1893 年の大火によって街並みの大部分が焼失した。その復興にあたって、地区内には 1907 年頃までに重厚な蔵造り町家の建ち並ぶ街並みが形成され、現在の蔵造りの街並みが形成された [8]。

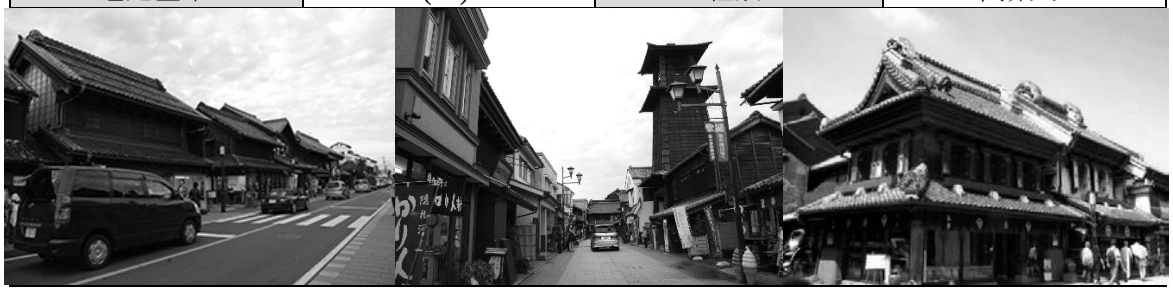
しかし近代に入って、次々と近代洋風建築や洋風外観の町家等が建て替えられて、蔵造りの町家は喪失することになった。さらに 1950 年後半から 1960 年代には、鉄道による駅の発展及び車社会になるにつれて、商業の中心が、元々の城下町であった市街地北部から南部の川越駅周辺へ移動していったため、市街地北部の商店街は衰退していくとともに、蔵造り商家が取り壊されていった [9]。

さらに、1970 年代に行政側が周辺街路網および一番街通りの開発の検討を行った。しかし、地区住民が主体となって商業の活性化と蔵造りの街並みの調和を図るための取り組みを行い始めた [10]。1970 年代の後半に蔵造りの街並みの近接地に高層マンションが建てられ、街並み保全に対する危機感を感じることになり、歴史的街並みを保全する地区としての施策がなされた。

伝建地区として、1999 年に指定された。現在は、蔵造りの街並みが川越市の代表的な観光地であり、多数の観光客が訪れている。

［表 3-12］川越伝建地区の概要

区　分	内　容	区　分	内　容
指定日時	1999.12.1	面積	0.078 ㎢
選定基準	(一)	種別	商業町



（図 3-13）川越伝建地区の風景

(3) メッセージに対する評価項目の設定

川越伝建地区に対する「認識－反応」過程の各変数の評価項目は以下のように設定した。

まず、川越伝建地区のメッセージを導出するために「川越市川越伝統的建造物群保存地区保存計画 [23)]」、「川越十カ町地区都市景観形成地域 [24)]」、「川越市歴史的風致維持向上計画 [25)]」を中心にその施策を考察した。その結果、川越伝建地区に対するメッセージとして「行事・文化などの活動」、「施設」そして「外観」に対して[表 3-13]のように 22 の評価項目を設定した。

---

[8]川越市:川越市川越伝統的建造物群保存地区保存計画,1999(川越市役所ホームページ: https://www.city.kawagoe.saitama.jp/www/contents/1327466426749/index.html)

[9]川越伝建地区の範囲と歴史－川越市(https://www.city.kawagoe.saitama.jp/)

[10]久保田 尚外 6 人, 新谷洋二(編)：歴史を未来につなぐまちづくり・みちづくり,学芸出版社,2006,pp.196-198 の pp.203-204 から引用

［表 3-13］メッセージの評価項目

区分	メッセージ
活動	祭り、伝統的な行事、現代的な行事、保存活動
施設	観光施設、文化芸術施設、娯楽施設、休憩施設、飲食店、お土産販売施設、宗教施設、その他の商業施設
外観	現代的な建物の制限、工作物の制限、高さの制限、屋根の制限、看板の制限、門の制限、車道路の整備、案内版の整備、歩行者道路の整備、公園の整備

2.2 大韓民国全羅北道全州市

(1) 全羅北道全州市

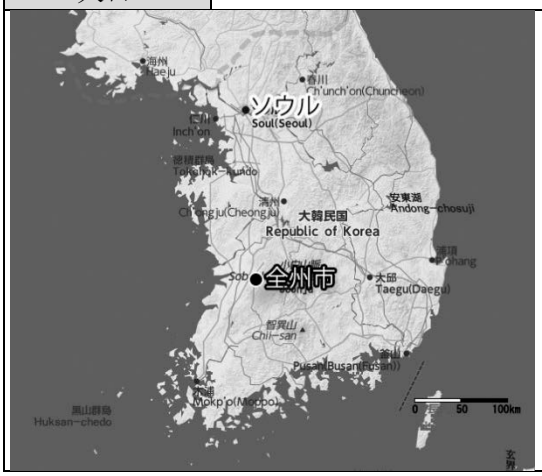
全州市は、韓国全羅北道に位置し、206.22 ㎢の面積と約 65 万人の人口を有する都市である。

全州市は後述する既往研究 [22)27)]により、歴史的街並みの保存施策が都市における場所認識に影響を与えることが示されており、日韓の事例の中でもその影響が顕著に現れる地域として研究の対象に選定した。

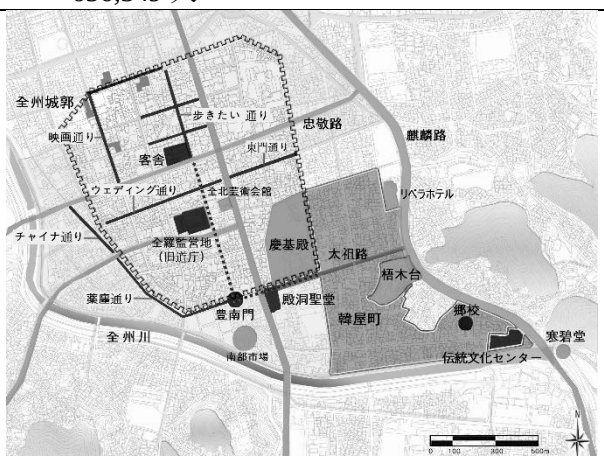
［表 3-14］全州市の概要

(2014 年 6 月現在)

区分	内容
面積	206.22 ㎢
人口	656,349 人



（図 3-14）全州市の位置図



（図 3-15）韓屋マウルとその周辺の整備図

(2) 全州韓屋マウルの概要

全州韓屋マウル(以下、韓屋マウル)は 1930 年代に形成された伝統的な高級住宅である韓屋が広い範囲で分布した地域で、生活様式の変化や都市空間の拡大により 1970 年代から韓屋の衰退が見られた地域である。衰退した韓屋を保存するために全州市は 1970 年には建物許可制度を導入し、韓屋が残存する全州市完山区校洞および豊南洞の一帯に建物を新築する際にそ

の建物形態を韓屋に制限した[11]。

しかし、「文化財の保護」の概念によるこの制限はむしろ韓屋の老朽化や新築の減少をもたらし、全州市は1987年から韓屋保存施策を緩和、1997年には一時中止した。このような緩和施策により新築は増加したが、非韓屋の増加や街路景観の変化などが現れ韓屋の街並みが更に衰退するきっかけとなった。

2002年の日韓ワールドカップの誘致が契機となり全州市は中止された韓屋施策を再び始めた。全州市は韓屋や伝統文化資源を活用することで全州市の伝統文化を広報しながら、都市のアイデンティティの向上と経済の活性化を図るために、「伝統文化特区基本計画および事業計画」[28)]を樹立し、韓屋や伝統文化を保全および活用する概念で、「全州韓屋マウル」を本格的に再生し始めた。

この施策により景観の整備、伝統文化施設の建設、伝統行事の実施などが行われ、現在、韓屋マウルは年間500万人以上が訪れる全州市の名所として、韓屋の保全・活用の先進事例として知られている。

［表 3-15］韓屋マウルの概要

区分	内容
位置	韓国全羅北道全州市完山区校洞および豊南洞
面積	0.252㎢

（図 3-16） 全州韓屋マウルの風景

(3)メッセージに対する評価項目の設定

全州韓屋マウルの計画要因を導出するためにメッセージは「伝統文化特区基本計画および事業計画[28)]」、「伝統文化区域地区単位計画補完[29)]」、「全州韓屋マウル造成事業の都心再生成果分析および改選方案[30)]」を中心にその施策を考察し、その中で、回答者が参加・観覧したい「行事・文化などの活動」や「施設」、回答者が覚えている「外観」に対して[表 3-16]のように30の評価項目を設定した。

---

11 韓国全州市：伝統文化特区基本計画および事業計画,2000から参照
韓国全州市：伝統文化区域地区単位計画補完,2006から参照
韓国全北発展研究院：全州韓屋マウル造成事業の都心再生成果分析および改選方案,2010から参照

［表 3-16］メッセージの評価項目

区分	メッセージ
活動	祭り、伝統的な行事、現代的な行事、保存活動
施設	休憩施設、記念品販売施設、伝統工芸関連施設、飲食店カフェ、その他の商業施設、娯楽施設、宗教施設、宿泊施設、文化財、文化芸術施設、観光施設
外観	歩行者街路、公園・広場、小さい道、街路施設物、面白い街路施設物、親しい外観、伝統的な様式、歴史的建造物、整備された外観、屋根、看板、高さ制限、目立たない設備、案内表示板、想像物

3. アンケート調査の概要

3.1 川越市

川越市におけるアンケート調査は 2013 年 7 月 1 日～30 日に川越市のすべての自治会にアンケート調査紙の配布を依頼し、郵便で回収する方法で行った。

その結果、配布した 574 票のうち 125 票が回収された。その中で有効回収票は 119 票、有効回収率は 20.9%であった。

［表 3-17］アンケート調査の概要

区分	調査期間	回収率	有効票数
内容	2013 年 7 月 1 日～7 月 30 日	20.9%	119 票

3.2 韓国全州市

全州市におけるアンケート調査は、全州市に居住する一般市民を対象にして 2013 年 6 月 8 日～7 月 13 日に行った。調査は大学関係者である調査員にアンケートの目的と流れを説明した後、調査員が身近な全州一般市民である周辺協力者にアンケート用紙を配布・回収する方法で行った。

その結果、計 232 票が回収され、その中で 216 票の有効票数(93.1%)を得た。有効票数は 216 票と少ないが、56 項目すべてに回答を得た票数であることに意義があると考える。

［表 3-18］アンケート調査の概要

	調査期間	有効票数
1 次調査	2013 年 6 月 18 日～6 月 30 日	109 票
2 次調査	2013 年 7 月 1 日～7 月 13 日	107 票
計	2013 年 6 月 8 日～7 月 13 日	216 票

なお、本調査においては、川越市と全州市の場所選定に関する記述項目や歴史的街並み保全地区に関する 56 個の評価項目で構成されている膨大な調査に協力を得るため、各都市の一般市民の正確な標本を抽出することは意図せず、一般市民の場所におけるメッセージ、場所認識、アイデンティティそして反応の評価すべてを得ることを目的とすることとした。これにより調査結果に偏りが考えられるが、一般市民の傾向を捉える上で有効であるものと判断した。

参考文献

1) Boulding, K.E.：The Image, Univ. of Michigan Press,1956
2) Tuan,Y：「Space and Place-The Perspective of Experience」, Univ of Minnesota,2001
3) Relph,E.：Place and Placelessness,Pion,1976
4) Lukermann,F.：Geography As A Formal Intellectual Discipline and The Way In Which It Contributes To Human Knowledge,Canadian Association of Geographers,Vol.8,Issue4,pp.167-172,1964.12
5) Wagner,P.L：Environments and peoples,Prentice-Hall,1972
6) Lynch,K.：Image of The City,MIT Press,1960
7) Steele,F.：The Sence of Place,CBI Publishing Company,1981
8) Greene,T.C.：Cognition and the management of place In the Nature and the Human Spirit edited by B. Driver, et al., State College, PA:Venture Publishing,1996
9) 青木俊明：中心市街地の訪問動機の分析とそれに基づく活性化法策の考察　-宮城県仙台市を題材に-,第 40-3 号, pp.643-648,2005
10) 佐藤仁志：中心市街地の訪問場所の選択構造に関する研究 ： 千葉県柏駅周辺を事例として, 麗澤経済研究,第 15-1 券,pp.41-52, 2007.03
11) 牛場智：共分散構造分析による「新しい街」の魅力要素と来訪者満足度の関係--商業集積における地域マーケティングの視点から, 創造都市研究 ： 大阪市立大学大学院創造都市研究科紀要, 第 6-1 券, 第 8 号, pp.1-17, 2010.06
12) J.RSHIN. et al. : Impacts of Human Factors on the Placeness in the Hongik University Area, Journal of Korea Planners Association,Vol.45, Issue 7,pp.5-21,2010.10
13) LEE,N.H. et al.：Causality of Placeness Formation by Using Structural Equation Modeling, Journal of Korea Planners Association,Vol.46, Issue 3,pp.19-36,2011.06
14) KWON, Y.K et al.：A Study on the Structural Equation Modeling of Insa-dong street's Sense of Place, Journal of Korea Planners Association,Vol.46,Issue 2,pp.19-36,2011.04
15) IM , H.N. et al.:Effect of Placeness Cognition Characteristics on Behavioral Intention,Journal of the Urban design Institute of Korea,Vol.14,Isuue2,pp.113-126,2013.04
16) Lee,S.H et al.：The Image and Visual Preference for Urban Setting, Journal of the Korean Institute of Landscape Architecture, Vol.26, Issue 3, pp.134-142,1998.10
17) Kim,J.H：A Study on the Relationship between Influential Range and Cognition Factor of Landmark, Journal of the Korean Institute of Landscape Architecture,Vol.30,Issue4, pp.9-18,2002.10
18) IM,S.B et al.：A Study on the Types of Experiences Related to Sense of Place in Cities, Journal of the Korean Institute of Landscape Architecture, Vol.39, Issue 6, pp.46-56,2011.12
19) Williams. D. R. and Roggenbuck.J. W.：Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results In J. Gramann,Proceedings of the Third Symposium on Social Science in Resource Management,pp. 700-722,1990.05
20) IM,H.N et al.：Effect of Placeness Cognition Characteristics on Behavioral Intentions,韓国都市設計学会学会誌,第 14 巻第 2 号,pp113-126,2013.04
21) J.Lang,(訳)今井ゆりか:建築理論の創造－環境デザインにおける反応科学の役割, 鹿島出版会, 1992
22) RYU, G.I：A study on the Cognitive Characteristics of Landmarks in Jeonju,韓国全北大学修士学位論文,1988
23) 川越市:川越市川越伝統的建造物群保存地区保存計画,1999
24) 川越市:川越十カ町地区都市景観形成地域,2004
25) 川越市:川越市歴史的風致維持向上計画,2011
26) 久保田 尚外 6 人, 新谷洋二(編)：歴史を未来につなぐまちづくり・みちづくり,学芸出版社,2006
27) 鄭秀卿：都市イメージの認知要因を考慮した都市空間の整備方案に関する研究,韓国全北大学修士学位論文,2009
28) 韓国全州市：伝統文化特区基本計画および事業計画,2000

29) 韓国全州市：伝統文化区域地区単位計画補完,2006
30) 韓国全北発展研究院：全州韓屋マウル造成事業の都心再生成果分析および改選方案,2010
31) 日本建築学会(編)：建築環境心理生理用語集,彰国社,2013
32) 日本建築学会(編)：人間－環境系デザイン,1997

第 4 章.場所に対する市民の認識および反応の相異

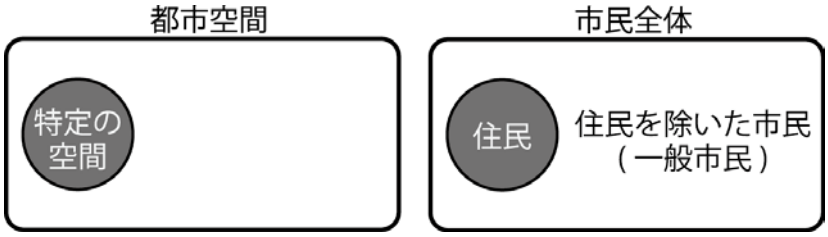
第 4 章. 場所に対する市民の認識および反応の相異

第 1 節. 本章の目的と概要

1. 本章の目的

本研究は、市民を「特定空間の内部やその周辺の住民(以下、住民)」と「住民を除く特定空間が位置する行政区域内に居住する全体市民(以下、一般市民)」に分類し、その両方に着目した研究である。

本章では、市民の認識および反応を誘導する施策項目を立案する際に、意識調査の範囲を住民のみではなく、一般市民まで広げた上で、住民と一般市民を分類し誘導要因を分析する必要性を示すことを目的として、歴史的街並み保全地区に対する「一般市民」と「住民」の認識および反応の相異を分析する。また、その相異を基に住民と一般市民の分類基準や範囲を明らかにする。



（図 4-1）住民と一般市民

そのため、特定の空間に住民のみの居住空間としてのアイデンティティが存在する可能性に対して理論的、実証的に分析した上で、その特定のアイデンティティが現れる範囲を導出することで、「特定の場所に対する住民の範囲」を明らかにする。

また、本研究の事例地である歴史的街並み保全地区に対する住民と一般市民の分類を行い、一般市民の範囲を明らかにする。

2. 本章の構成

本章は、場所に対する「認識－反応」過程の調査項目として設定した「場所認識」、「アイデンティティ」、「メッセージ」そして「反応」の相異を考察の主な分析対象として設定し、次のように理論的・実証的な検証を行う。

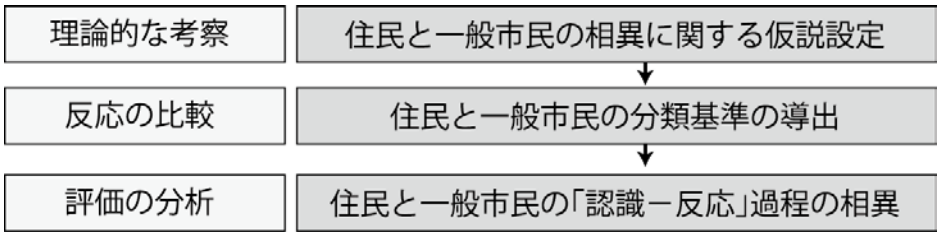
①「場所認識の形成および構造に関する既往の理論と研究」の考察を通じて、都市空間に対する「住民と一般市民」の認識構造モデルを作成し、「住民と一般市民」の相異を理論的にまとめる。その結果を基に、理論的に確認されたことを本章の仮説として設定する。

②「住民」の範囲を明らかにするため、まずアンケート調査の回答者を歴史的街並み保全地区との居住関係やまちづくり、祭りなどの参加などによって任意的に分類し、「反応」のパタ

ーンの比較を行う。比較分析により「住民の範囲」を導出することで、「一般市民」との分類基準を提示する。その基準を用いて、再び回答者を分類し、歴史的街並み保全地区に対する「住民」と「一般市民」に分ける。

③川越伝建地区を対象として「場所認識」、「アイデンティティ」、そして「メッセージ」の比較分析を行い、仮説を検証することで相異を確認する。

④以上の分析結果を通じて、歴史的街並み保全地区に対する市民の認識を促進し、さらに反応も誘導するための施策を立案する際に、市民を「住民と一般市民」に分類を行う必要性やその分類基準を示す。



（図 4-2）分析の構成

3. 分析の概要

(1) 分析の対象地

本章は、埼玉県川越市を分析の対象とする。川越伝建地区は、歴史的街並みに対するまちづくりの先進事例として知られており、住民と一般市民の「認識－反応」過程に明確な相異が現れる可能性が高い空間として対象地に選定した。

［表 4-1］埼玉県川越市および川越伝建地区の概要

区 分	概 要			
川越市	面積	109.16 ㎢	人口	348,592 人
川越伝建地区	指定日時	1999.12.1	面積	0.078 ㎢
	選定基準	(一)	種別	商業町

(2) アンケート調査の概要

アンケート調査は 2013 年 7 月 1 日～30 日に川越市のすべての自治会にアンケート調査紙の配布を依頼し、郵便で回収する方法で行った。

その結果、配布 574 票、回収 125 票のうち、有効回収票は 119 票、有効回収率は 20.9%であった。

［表 4-2］アンケート調査の概要

区分	調査期間	回収率	有効票数
内容	2013 年 7 月 1 日～7 月 30 日	20.9%	119 票

(3) 分析の項目

分析は、「場所認識」、歴史的街並み保全地区に対する「アイデンティティ評価」、「反応評価」、そして「メッセージ評価」の項目を分析の対象とする。

分析のツールは IBM SPSS statics や Microsoft Excel を利用し、信頼度分析や一般統計を主な分析の方法として用いた。

［表 4-3］分析の項目

	区分	問	質問
都市空間	場所の選定(認識)	1-1	「川越に引っ越してきた方」に「川越市を簡単に紹介するために市内の空間や建築など」を 3 つ以上挙げるとしたら、どこを紹介したいですか?
		1-2	貴方が書いて下さった空間、建物などの中で、「重要あるいは必要である」と思うものを 3 つ選んでください。
歴史的街並み保全地区	アイデンティティ	5-1	蔵造り街並みに対するイメージを評価してください
	反応	5-2	蔵造り街並みへの愛着や反応意思を評価してください
	メッセージ	5-3	参加・観覧したい行事や文化が多いと思いますか?
		5-4	参加・利用したい業種や施設が多いと思いますか?
		5-5	貴方が覚えている蔵造り街並みのイメージを基に外観や風景に対する貴方のご感想を選択してください

第 2 節. 都市空間に対する住民と一般市民の認識構造の相異

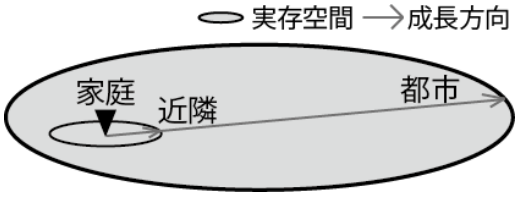
本節では、都市空間に対する認識に対して理論的な検討を行い、市民と一般市民の都市空間に対する認識構造の相異やその原因の考察を行う。

市民が認識する空間に対しては、実存空間、都市イメージなどの様々な用語が使われているが、本研究は、「認識空間」という用語でまとめた。

1. 認識空間に対する認識の成長段階と構造

(1) 認識空間の成長

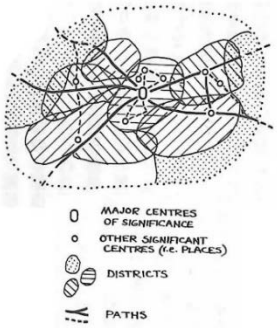
認識空間は最初から完成されているわけではなく(J.ピアジェット(J.Piajet (1971)) [1)1]、家庭を起点として認識空間の範囲や「場所、通路そして領域」の数が段階的に成長していく特性がある(R.G.ゴレッジ [2)])[2]。また、認識空間は基本的に「認識空間に対する内部者の経験」を基に形成される(E.レルフ(E.Relph(1973) [3)])[3]ので、認識空間に対する経験の内部性と外部性が認識空間の形成および成長に重要な要因である。



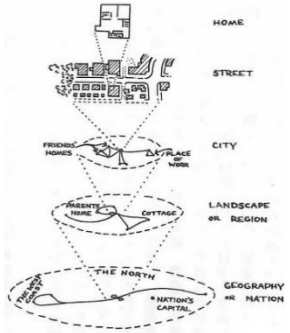
（図 4-3）認識空間の成長

(2) 認識空間の成長段階と構造

C.ノルベルク・シュルツ [4)][4]は、認識空間の成長段階を「住居」、「街路」、「都市的段階」、「景観的段階」そして「地理学の段階」などに分類(図 4-5)した上で、成長の段階が単に認識空間の範囲や「場所、通路そして領域」の数のみではなく、アイデンティティ特性が異なる垂直的



（図 4-4）空間認識の重層構造



（図 4-5）空間認識の垂直構造

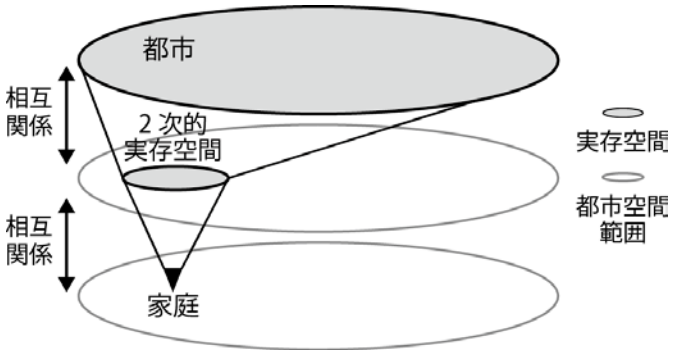
[1] Piaget,J:The Construction of Reality in the Child,Ballentain Book,1971
[2] Golledge,R.G.:Wayfinging Behavior, The Johns Hopkins University Press,1999
[3] Relph,E.,(訳)高野 岳彦,石山 美也子,阿部 隆:場所の現象学―没場所性を越えて,筑摩書房,1999
[4] Norberg-Schulz,C.,(訳)加藤邦男:実存・空間・建築,鹿島出版社,1973

構造も持ち、各段階が相互関係であることを示した。また、I.アルトマンとM.チェマズ(I.Altman＆M.Chemers(1980))[5]も認識空間を「家庭などの 1 次的なわばり」、「近隣の通りなどの 2 次的なわばり」そして「公共的なわばり」に分類・提示し垂直的段階の存在を示した。

そこで本章では、都市の認識空間は「家庭」、「街路、近隣などの 2 次的認識空間」、「都市」の 3 つの段階で成長する垂直的構造であるとし、(図 4-6)のような「都市空間に対する認識空間の認識構造」を作成した。

［表 4-4］認識空間の成長段階

C. ノルベルク・シュルツ [4]	I. アルトマン&M. チェマズ [5]		認識空間の段階
都市	都市	⇒	都市
街路	近隣	⇒	2 次的認識空間
住居	家庭	⇒	家庭



（図 4-6）都市空間に対する認識構造モデル

2. 都市空間に対する住民と一般市民の認識構造の相異

2.1 場所に対する内部者と外部者

C.ノルベルク・シュルツは、「2 次的認識空間」と「都市」において内部者として経験する人々は、大部分が公共的な特性の認識空間を持つと述べた[5]。また、様々な既往研究[6) 7)]により都市空間の内部者である市民は都市空間に対して「公共的な認識要素」を持つことが明らかにされた。

このように内部者が公共的な特性の認識空間を持つとしたら、都市内部に位置する特定の場所に対して内部者であるか外部者であるかによって認識特性に相異が現れる可能性がある。

さらに 2 次的認識空間に対するまちづくりに参加するなど、内部者としてさらに直接的な経験を有する場合、場所に対するアイデンティティは強化され、「まちづくりに参加する内部者」と「外部者」の場所に対するアイデンティティはさらに大きな相異が見られる可能性がある。

本研究の対象である歴史的街並み保全地区の内部者は、歴史的街並みの周辺に家庭があり、

[5] Norberg-Schulz,C.,(訳)加藤邦男:実存・空間・建築,鹿島出版社,1973

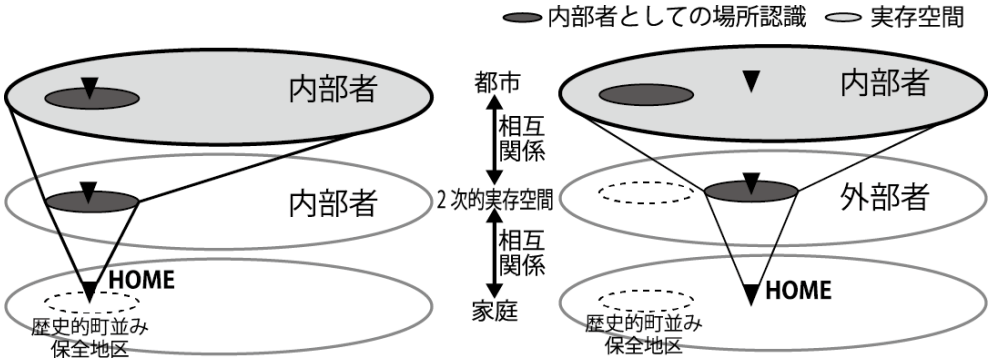
歴史的街並み保全地区の内部の活動に参加し、経験の内部性を持つ住民である。そこで本章では、歴史的街並み保全地区の内部者を住民、外部者を一般市民として定義した。

［表 4-5］認識空間の段階による場所の内部者と外部者の分類

認識空間の段階	住民	一般市民
都市	内部者	内部者
2 次的認識空間	内部者	外部者
家庭	内部者	外部者

2.2 都市空間と場所に対する内部者と外部者の認識構造の相異

以上の理論的な考察を通じて歴史的街並み保全地区の住民と一般市民の都市空間の認識構造を(図 4-5)と(図 4-6)のように作成することができた。



（図 4-7）住民の認識構造　　（図 4-8）一般市民の認識構造

（歴史的街並み保全地区に対する経験の内部性による認識構造モデルの相異）

(1)都市空間に対する市民全体の認識

都市段階での内部者である市民全体は、都市の認識空間について公共の認識要素を持つ。

(2) 場所に対する住民の認識構造

歴史的街並み保全地区の住民は都市の内部者であると同時に、歴史的街並み保全地区内や周辺に位置する家庭を起点として認識空間が形成・成長する 2 次的認識空間としての歴史的街並み保全地区の内部者である。

そこで住民の間に歴史的街並み保全地区に対する内部者としての 2 次的認識空間のアイデンティティが形成される。このように現れた「2 次的認識空間のアイデンティティ」は 2 次的認識空間と都市段階の相互関係により都市段階の認識空間に反映され、都市の認識要素である 2 次的認識空間のアイデンティティを持つ構造である。

(3) 場所に対する一般市民の認識構造

一般市民の場合、都市段階に対しては内部者であるが、歴史的街並み保全地区に対しては家庭が歴史的街並み保全地区の外部に位置する外部者であり、歴史的街並み保全地区に対す

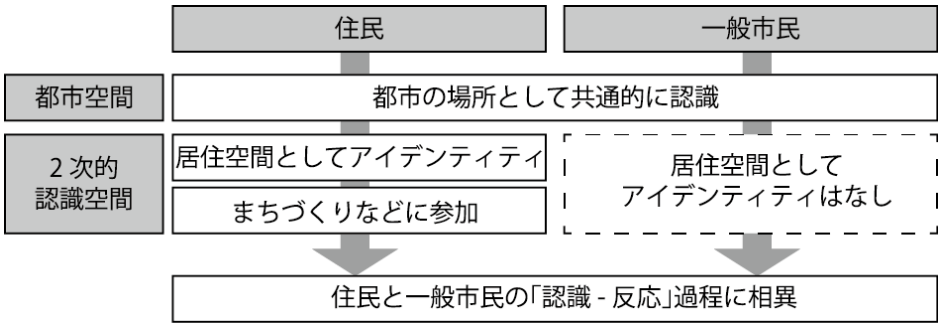
る都市段階での認識だけが存在する構造である。

(4) 場所に対する住民と一般市民の認識の相異

歴史的街並み保全地区に対する住民と一般市民の認識構造を比較した結果、歴史的街並み保全地区に対して都市段階では住民と一般市民の両方が内部者であり、公共に認識される要素として現れるものの、「住民が 2 次的な認識空間の内部者として持つアイデンティティ」により、「住民」と「一般市民」の歴史的街並み保全地区に対するアイデンティティには相異が現れる可能性を示すことができた。

3. 仮説の設定

以上の考察を通じで、(図 4-9)のように 2 次的な認識空間に対する居住空間としてのアイデンティティや内部者としてまちづくりなどの参加経験が住民と一般市民に相異を表すことが分かった。



（図 4-9）住民と一般市民の認識

そこで、本研究は理論的な考察で検討した住民と一般市民の相異の特性を明らかにするために、以下のような 3 つの仮説を設定し、分析を行った。

- 仮説 1: 都市空間における場所としての歴史的街並み保全地区の認識率は、類似である
- 仮説 2: 歴史的街並み保全地区に対する住民のアイデンティティが強い
- 仮説 3: アイデンティティの相異により、メッセージの評価にも相異が現れる

第 3 節. 住民と一般市民の分類

本節は住民と一般市民の分類基準を導出するために行う。

そのためまず、アンケート調査の回答者を歴史的街並み保全地区との居住関係やまちづくり、祭りなどの参加などのよって任意に分類する。その上で各グループの「アイデンティティ」や「反応」の比較分析し、その結果から住民と一般市民の分類基準を導出する。

1. 比較グループの分類

1.1 比較グループの分類

まず、居住地と伝建地区との関係による市民の反応の相異を分析するために、川越市の自治会を「川越伝建地区の周辺に居住しながらまちづくりに参加する十ヵ町の自治会(1 グループ)」と「その他の自治会」に分類した。

その上で伝建地区を施策の対象として含んでいる「川越市川越伝統的建造物群保存地区保存計画 [6)]」、「川越十カ町地区都市景観形成地域 [7)]」、「川越市歴史的風致維持向上計画 [8)]」を考察し、伝建地区との地理的な関係、川越祭り、施策などを考慮し「その他のグループ」の分類を行った。「2 グループ」は、伝建地区の街並み保存に直接的には参加していないが、関連の施策あるいは川越祭りを行う地域範囲内に位置する自治会で、関連施策が行われていない「3 グループ」に区分・選定した。

［表 4-6］グループ別の特性

区分	歴史的街並みの保存	川越祭りに参加
1 グループ	○	○
2 グループ	×	○
3 グループ	×	×

［表 4-7］自治会の分類

区分	自治会
1 グループ (十ヵ町)	幸町、喜多町、元町一丁目、元町二丁目、大手町、仲町、松江町二丁目、志多町、宮下町一丁目、宮下町二丁目、末広町二丁目、連雀町、六軒町
2 グループ	今成町、松江町一丁目、中原町、三久保町、西小仙波町、通町、新富町二丁目、新富町一丁目、野田五町、仙波町、岸町二丁目、菅原町、南通町、旭町三丁目
3 グループ	その他

1.2 比較グループの回答割合および信頼性検証

(1) 比較グループの回答割合

アンケート調査で得られた有効回収票を 3 つグループ分類すると「1 グループ」が 12 票、「2 グループ」が 21 票そして「3 グループ」が 86 票に区分された。

［表 4-8］回答者の割合

分類	回答数
1 グループ	12
2 グループ	21
3 グループ	86

(2) 各グループの信頼性検証

得られたデータの信頼度を検証するために各グループの反応の評価結果を用いて信頼性分析を行った。

その結果、10 項目に対するクロンバック(Cronbach)のα信頼性係数が「1 グループ」は 0.933、「2 グループ」は 0.817 そして「3 グループ」は 0.892 が導出され、各データが有効であることを確認できた。

［表 4-9］ 信頼性統計量

区分	クロンバックのアルファ	項目の数
1 グループ	.933	10
2 グループ	.817	10
3 グループ	.892	10

2. 川越伝建地区に対する反応の相異分析

「問 5-2 : 蔵造り街並みへの愛着や行動意志を評価してください」という項目で得られた川越伝建地区に対する反応の評価データを用いて各グループの反応パターンの比較を行った。

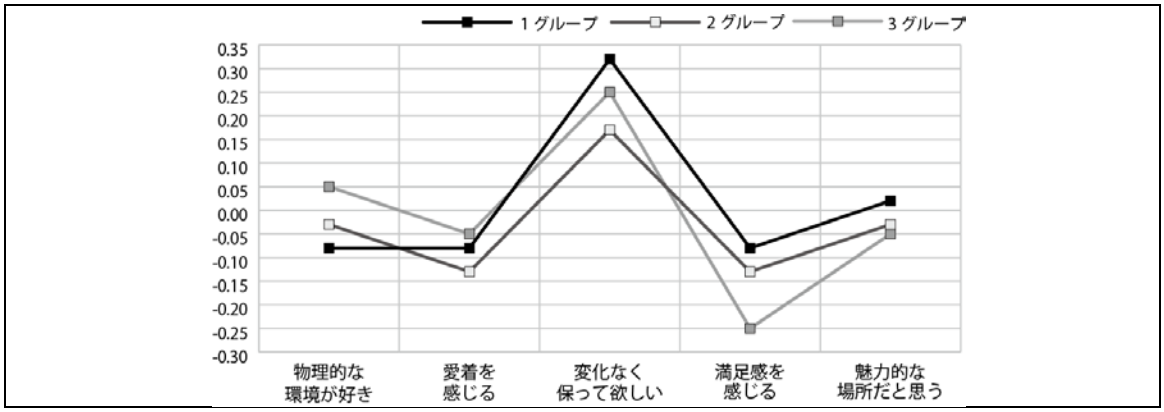
各グループの反応パターンの相異を明確にするために、「心理的反応」や「行動意志」の平均と各項目の平均評価の差を導出し(図 4-10)と(図 4-11)のようなパターンを示すグラフを作成した。

(1) 心理的反応のパターン

心理的反応の全体平均と各項目の平均評価の差は、数値的には若干の相異が現れる[表 4-10]が、心理的反応の評価平均の増減パターン(図 4-8)は 3 つのグループとの類似しているため、心理的反応特性には相異が見られないと判断した。

［表 4-10］心理的反応のパターン

心理的反応	1 グループ	2 グループ	3 グループ
物理的な環境が好き	-0.08	-0.03	0.05
愛着を感じる	-0.08	-0.13	-0.05
そのまま保って欲しい	0.32	0.17	0.25
満足感を感じる	-0.08	-0.13	-0.25
魅力的な場所だと思う	0.02	-0.03	-0.05
平均	4.38	4.43	4.05



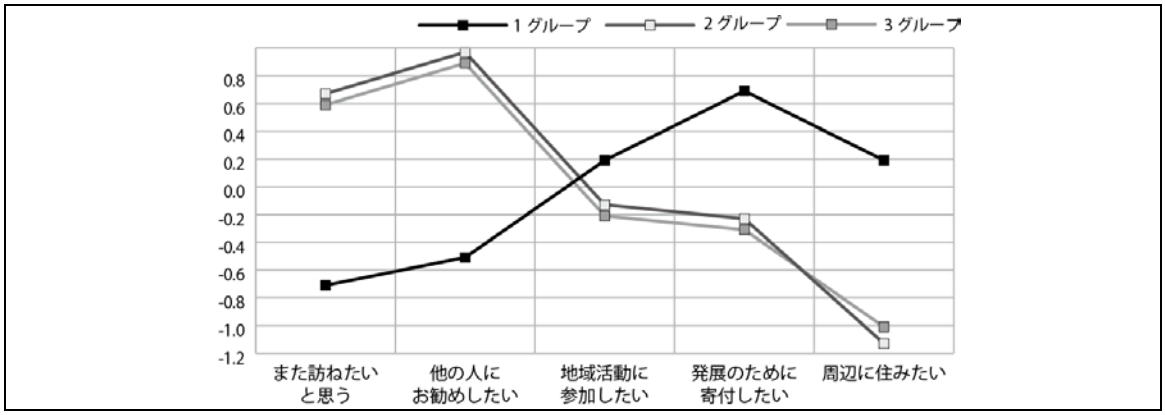
（図 4-10）心理的な反応のパターン

(2) 行動意志のパターン

しかし、行動意志では「1 グループ」と「2 グループ、3 グループ」のパターンに相異が現れることが確認された。

［表 4-11］行動意志のパターン

行動意志	1 グループ	2 グループ	3 グループ
また訪ねたいと思う	-0.71	0.67	0.59
他の人にお勧めしたい	-0.51	0.97	0.89
地域活動に参加したい	0.19	-0.13	-0.21
発展のために寄付したい	0.69	-0.23	-0.31
周辺に住みたい	0.19	-1.13	-1.01
平均	3.69	3.73	3.41



（図 4-11）行動意志のパターン

以上の結果により伝建地区に対する各グループの反応は、行動意志によって「1 グループ」と「2 グループ、3 グループ」に区分されることが分かり、住民と一般市民の区分ができた。

3. 住民と一般市民の分類

以上の考察を通じて、住民は伝建地区に対するまちづくりに参加する内部者であり、その

他の川越市民は一般市民に分類されることが分かった。

［表 4-12］住民と一般市民の特性

区分	歴史的街並みの保存	川越祭りに参加
住民	○	○
一般市民	×	△

そこで、川越市の市民を[表 4-13]のように再び分類した。

［表 4-13］住民と一般市民の分類

区分	自治会
住民	幸町、喜多町、元町一丁目、元町二丁目、大手町、仲町、松江町二丁目、志多町、宮下町一丁目、宮下町二丁目、末広町二丁目、連雀町、六軒町
一般市民	その他

第 4 節．歴史的街並み保全地区に対する住民と一般市民の認識や反応の相異

本節では、歴史的街並み保全地区に対する認識や反応に住民と一般市民の間に相異があることを実証分析するため、住民と一般市民の川越伝建地区に対する「場所認識」、「アイデンティティ」、「メッセージ」そして「反応」の評価を比較分析する。

1. 川越伝建地区に対する住民と一般市民の認識特性の検証

まず、理論的な考察を通じて導出した「歴史的街並み保全地区が公共の場所として認識されても、内部者である住民が持つ歴史的街並み保全地区に対するアイデンティティにより住民と一般市民の歴史的街並み保全地区に対する「メッセージ」そして「反応」に対する評価に相異が現れる」という可能性を分析する。

1. 1 川越市の場所

川越市の都市空間に対して市民が公共的に認識する場所を分析するために「問 1-1、1-2：川越市の場所選定」に対する回答の分析を行った。

その結果、[表 4-14]のように回答者の 75.6%が蔵造り街並みを川越市の場所として選定し、蔵造り街並みが川越市の公共の場所であることを確認できた。

［表 4-14］川越市の場所

No.	場所名	答数	割合
1	蔵造り街並み	90	75.6%
2	喜多院	60	50.4%
3	時の鐘	51	42.9%
4	菓子屋横丁	24	20.2%
5	川越城本丸御殿	23	19.3%
6	クレアモール	11	9.2%
7	川越氷川神社	8	6.7%
8	伊佐沼	7	5.9%
9	川越城跡	6	5.0%
10	川越市立博物館	6	5.0%

(割合=答数/全体答者数)

蔵造り街並みのほかに伝建地区と関わっている要素の存在を確認するために、選定された場所の位置により「伝建地区内や川越十カ町地区都市景観形成地域に位置する場所－蔵造り街並み、菓子屋横丁、時の鐘、祭り会館、連繋寺など－(以下、伝建地区内の場所)」とその他に分類を行った。

その結果、伝建地区内の場所が回答の 49.58%であり、川越市の都市空間に対する認識に伝建地区が多く影響を与えていることが分かった。さらに伝建地区との位置関係により川越市の場所を分類したデータをさらに「住民」と「一般市民」の回答に分類し、「住民」と「一般市民」の川越伝建地区に対する場所認識率を比較分析した。

［表 4-15］川越伝建地区内の場所の認識率

位置	答数	割合(%)
伝建地区内	178	49.86%
その他	179	50.14%

(割合=答数/(全体答者×3))

その結果、「住民」は回答の 47.22%、「一般市民」は回答の 49.84%とほぼ同数の認識率となり、川越伝建地区内の場所が「住民」や「一般市民」に相異がなく都市の公共的な場所として認識されていることが分かった。

［表 4-16］「住民」と「一般市民」の伝建地区内の場所に対する認識率

	住民		一般市民	
位置	答数	割合(%)	答数	割合(%)
伝建地区内	17	47.22%	161	50.16%
その他	19	52.78%	160	49.84%

(割合=答数/(全体答者×3))

1.2 川越伝建地区に対するアイデンティティの評価相異

川越伝建地区に対する「アイデンティティ」の評価を分析した結果、2 つのグループとも肯定的な評価がみられ、「住民」は平均 4.22、「一般市民」は平均 4.05 で「住民」の方が肯定的に評価している。また、評価点数が同じである「代表する、歴史的な、固有な」を除いた 9 項目中の 8 項目についての「住民」の評価が高く見られ、「2 次的認識空間に属する内部者のアイデンティティが強い」という理論が確認できた。また、「唯一な」という項目に対しては「一般市民」がより高く評価しており、川越伝建地区に対するアイデンティティに項目による相異もみられた。

［表 4-17］アイデンティティの評価相異

区分	住民	一般市民
代表する	4.7	4.7
歴史的な	4.6	4.6
固有な	4.2	4.2
象徴する	4.8	4.6
個性ある	4.5	4.2
活気がある	4.3	4.1
きれいな	4.3	4.0
楽しい	4.3	3.8
親しい	3.9	3.8
利便性がいい	3.8	3.1
実用的な	3.5	3.2
唯一な	3.7	4.3
平均	4.22	4.05

1.3 都市空間に対する認識構造のモデルとその特性の有効性

以上の結果により、川越伝建地区が川越市の公共の場所として認識されていることや「住民」が「一般市民」よりアイデンティティについて高く評価をしていることが分かった。また、「唯一な」という項目に対しては「一般市民」がより高く評価し、アイデンティティ項目による相異がみられ、歴史的街並み保全地区の内部者と外部者の都市空間に対する認識構造のモデルとその特性が有効であることが分かった。

2. 川越伝建地区に対する住民と一般市民のメッセージに対する評価相異

以上の分析で明らかになった川越伝建地区に対する「アイデンティティ」の相異により、同じメッセージを受け入れても住民と一般市民の「認識－反応」に相異があることを明らかにするため、「住民」と「一般市民」の「同じメッセージに対する評価」と「反応」の比較分析を行った。

［表 4-18］ メッセージの評価相異

メッセージ		住民	一般市民
活動	祭り	3.8	4.0
	伝統的な行事	3.4	3.4
	現代的な行事	3.1	3.2
	保存活動	2.8	3.0
施設	観光施設	3.6	3.7
	文化芸術施設	3.0	3.5
	宗教施設	2.6	2.9
	飲食店	3.4	3.5
	お土産販売施設	3.9	3.9
	その他の商業施設	2.8	3.0
	休憩施設	2.7	2.8
	娯楽施設	2.2	2.6
外観	高さの制限	4.2	3.9
	現代的な建物の制限	4.2	3.8
	工作物の制限	4.0	3.9
	屋根の制限	4.2	3.9
	看板の制限	3.7	3.5
	門の制限	3.4	3.4
	公園の整備	3.3	3.2
	歩行者道路の整備	3.3	3.3
	車道路の整備	2.7	2.9
	案内版の整備	3.2	3.2

「メッセージ」に対する評価を分析した結果、「住民」は「十ヵ町」として参加するまちづくりにより形成された「外観」を、「一般市民」は活動や施設を強く認識するという相異が見られ、メッセージに対しても単に評価点数の数値的な相異だけではなく、項目による相異が見られた。このような結果により、同じメッセージで構成され、都市の場所として強く認識される

空間であっても、内部者と外部者の空間に対するアイデンティティの相異によりメッセージの評価も異なることが分かった。

3. 場所に対する市民と一般市民の分類の有効性

以上の結果から、歴史的街並み保全地区に対する経験の内・外部性により都市空間に対する「認識構造」や「認識－反応」過程に相異が現れることを理論的・実証的に確認できた。歴史的街並み保全地区に対する施策を立案する際には市民を「住民」と「一般市民」に分類し、それぞれの「アイデンティティ」を基準として「認識－反応」を誘導するメッセージを調査・分析する必要性を示すことができた。

第 5 節. まとめ

本章は、場所に対する施策を行う際に、施策の対象として市民を住民と一般市民を分類する必要性やその分類基準を示すことを目的として行った。

歴史的街並み保全地区に対する市民向けの施策を行う際に市民を「住民」と「一般市民」に分類することの有効性を示すため、既報で導出した空間に対する「認識-反応」過程を基に、歴史的街並み保全地区の住民と一般市民がもつ都市空間に対する認識構造モデルを作成し、その特性に対して川越市を対象として検証を行った。

その上で市民と一般市民の歴史的街並み保全地区に対する「認識-反応」過程の相異を明らかにすることで以下のような結果を得た。

(1) 内部者と外部者の認識構造の相異

特定の場所に対する住民と一般市民の認識構造を理論的に比較した結果、特定の場所に対して都市段階では住民と一般市民の両方が内部者であり、公共に認識される要素として現れるものの、「住民が 2 次的な認識空間の内部者として持つアイデンティティ」により、「住民」と「一般市民」の歴史的街並み保全地区に対するアイデンティティには相異が現れることが分かった。

(2) 「住民」と「一般市民」の分類基準

住民は伝建地区に対するまちづくりに参加する内部者であり、その他の川越市民は一般市民に分類できた。

(3) 川越伝建地区に対する住民と一般市民の認識構造の相異

住民と一般市民の都市空間に対する認識構造やその特性を比較した結果、川越伝建地区が川越市の認識要素として現れたが「2 次的な認識空間としての歴史的街並み保全地区に対して住民が持つアイデンティティ」により、「住民」と「一般市民」の川越伝建地区に対するアイデンティティ評価に相異が現れた。

(4) 川越伝建地区に対する「認識－反応」過程の相異

川越伝建地区に対する「アイデンティティ」の相異により、同じメッセージを受け入れても住民と一般市民の「認識－反応」のメッセージの評価や反応に相異があることが明らかになり、川越伝建地区に対する「認識－反応」過程にも経験の内・外部性により相異が現れることが分かった。

以上の結果から、歴史的街並み保全地区に対する経験の内・外部性により都市空間に対する「認識構造」や「認識－反応」過程に相異が現れることを理論的・実証的に確認できた。

歴史的街並み保全地区に対する施策を立案する際には市民を「住民」と「一般市民」に分類し、それぞれの「アイデンティティ」を基準として「認識－反応」を誘導するメッセージを調査・分析する必要性を示すことができた。

参考文献

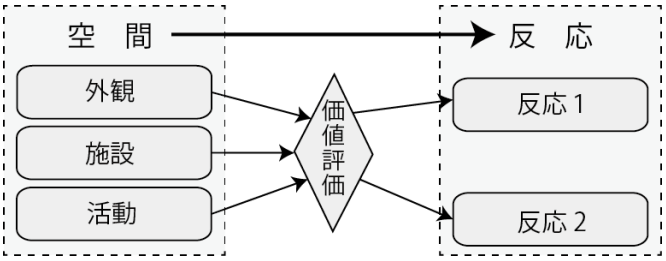
1) Piaget,J:The Construction of Reality in the Child,Ballentain Book,1971
2) Golledge,R.G.:Wayfinging Behavior, The Johns Hopkins University Press,1999
3) Relph,E.,(訳)高野 岳彦,石山 美也子,阿部 隆:場所の現象学―没場所性を越えて,筑摩書房,1999
4) Norberg-Schulz,C.,(訳)加藤邦男:認識空間・建築,鹿島出版社,1973
5) Altman,I.and Chemers,M.,(訳)石井真治監:文化と環境,西村書店,1998
6) 川越市:川越市川越伝統的建造物群保存地区保存計画,1999
7) 川越市:川越十カ町地区都市景観形成地域,2004
8) 川越市:川越市歴史的風致維持向上計画,2011
9) 鄭秀卿,根上彰生:歴史的街並み保全地区に対する市民の「認識－反応」過程に関する研究,日本建築学会計画系論文集,第 79 巻,第 700 号,pp.1355-1361,2014.06

第 5 章. 都市空間における場所に対する一般市民の「アイデンティティ」および「反応」の多様性

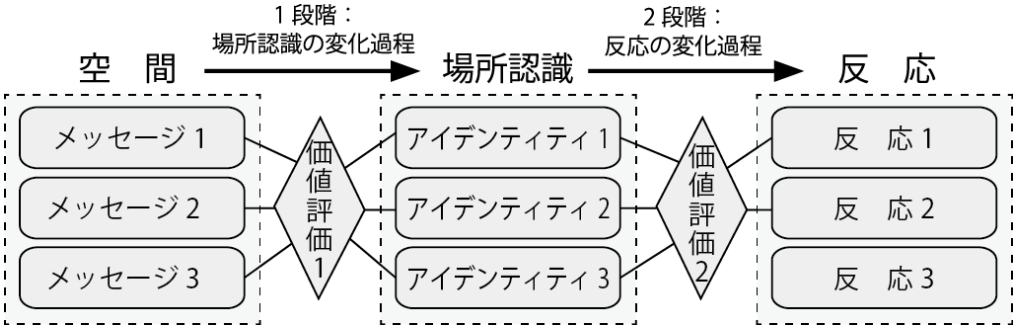
第 5 章. 都市空間における場所に対する一般市民の「アイデンティティ」および「反応」の多様性

第 1 節. 本章の目的と分析の概要

第 3 章で作成した本研究の分析モデルは、都市空間における場所認識を分析モデルの変数として設定を行い、調査・分析を行う特徴がある。



(図 5-1) 既往研究の分析モデルの各変数の因果関係



(図 5-2) 本研究の場所に対する一般市民の「認識－反応」過程の各変数の因果関係

本章では、第 3 章で作成した分析モデルの設定や調査方法の妥当性を明らかにすることを目的とする。

そのため、まず「都市空間における市民が認識する多数の場所」が多様なアイデンティティと反応で区分されることを確認し、認識と反応に対して客観的な評価を行う必要性を示すことを目的とする。

特に、「都市空間における場所」に対するアイデンティティと反応の多様性を確認することで、分析モデルが「場所認識」と「反応」を同時に分析する構造で作成されたことや、「場所認識」と「反応」の評価基準が異なる可能性を基に 2 つの価値評価が設定されたこと(図 5-2)に対してその妥当性を検討することを主な目的とする。

2. 分析の概要

2.1 本章の仮説

次のように仮説を設定した。

・仮説 1：場所に対する市民の「認識」と「反応」の価値基準が異なり、同じ「アイデンティテ

ィ」として認識される場所でも必ず同じ「反応」が現れるわけではない。

・仮説 2：場所に対する市民の「認識」と「反応」の価値基準が異なり、同じ反応が現れる場所でも必ず同じ「アイデンティティ」をもつわけではない。

この仮説が検証できると「認識」と「反応」の価値評価基準が異なることが検証され、一般市民の場所に対する「認識－反応」過程を分析する際に「認識の特性(アイデンティティ)」と「反応」に対する客観的な評価を行う必要性を示すことができると考える。

2.2 本章の構成

仮説の検証は、各対象地に対して次の 5 段階で行う。

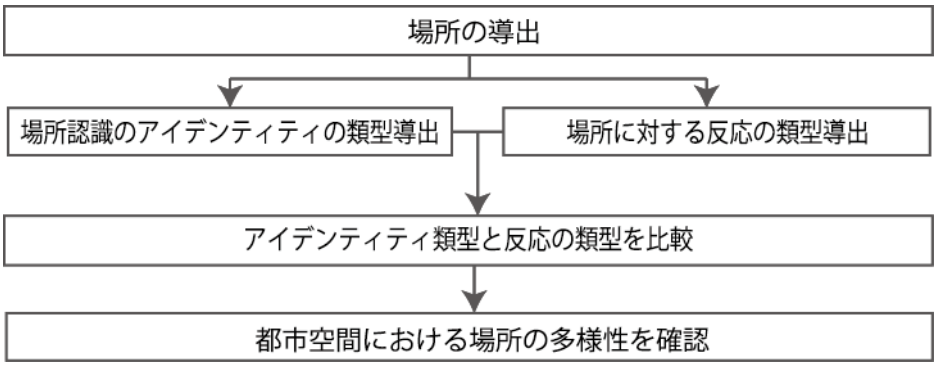
① 回答者を住民と一般市民に分類し、一般市民のみのデータを分析の対象とする。

② 各対象地の都市空間における場所を導出する。

③ すべての場所に対するアイデンティティの評価を分析データとして因子分析を行い、都市空間に対する認識や反応が行う際の価値評価の基準を導出する。導出した価値基準(アイデンティティ因子)を基準としてクラスター分析を行い、アイデンティティの因子による場所類型を導出する。

④ 導出したすべての場所に対する反応の評価を分析データとして因子分析を行い、都市空間における場所に対する反応の因子を導出する。導出した反応の因子を基準としてクラスター分析を行い、反応特性による場所類型を導出する。

⑤ 各場所の「アイデンティティ因子による類型」と「反応特性による類型」の比較を行うことで、「場所に対する市民の「認識」と「反応」の価値基準が異なり、同じ反応が現れる場所でも必ず同じ「アイデンティティ」をもつわけではない」という仮説を検証する。



（図 5-3）場所に対する市民の「認識－反応」過程

(2) 分析の概要

分析は、都市空間から場所を導出する「問 1-1 と 1-2」の項目や導出した場所 3 か所に対してそれぞれのアイデンティティと反応を評価する「問 2-1、2-2、3-1、3-2、4-1、4-2」の項目を分析の対象とする。データの分析は IBM SPSS Statics を用いて因子分析とクラスター分析を行う。

［表 5-1］アンケート調査の分析項目

区分		問	質問
場所の選定 (認識)		1-1	“00 市に引っ越してきた方”に“00 市を簡単に紹介するために市内の空間や建築など”を 3 つ以上挙げるとしたら、どこを紹介したいですか？
		1-2	貴方が書いて下さった空間、建物などの中で、“重要あるいは必要である”と思うものを 3 つ選んでください。
場所①	アイデンティティ	2-1	場所①に対するイメージを評価してください
	反応	2-2	場所①への愛着や反応意思を評価してください
場所②	アイデンティティ	3-1	場所②に対するイメージを評価してください
	反応	3-2	場所②への愛着や反応意思を評価してください
場所③	アイデンティティ	4-1	場所③に対するイメージを評価してください
	反応	4-2	場所③への愛着や反応意思を評価してください

第 2 節. 全州市の場所に対するアイデンティティと反応の特性

1. 全州市の場所の導出

まず、全州市における場所の導出をするために「問 1-1、1-2 : 貴方が書いて下さった空間、建物などの中で、“重要あるいは必要である”と思うものを 3 つ選んでください。」という項目で回答された「全州市の場所」の集計を行った。

その結果、総数 327 回答の中で、36 か所の場所が導出された。36 か所の中で、回答者(109 名)の 5%以上が答えた場所は 13 か所、10%以上は 6 か所の場所であった。

［表 5-2］全州市の場所の集計

回答数の集計	場所数	総回答数	比率
総回答数	36	327	100.0%
回答者の 5%以上が回答した場所	13	263	80.4%
10%以上	6	208	63.6%

場所に対するアイデンティティと反応の比較を行うため、まず公共の場所を回答者の 5%以上が公共に選定した場所であると設定した。

全州市の公共の場所としては、13 か所(韓屋マウル、德津公園、市内 、全北大学、慶基殿、全州動物園、全州殿洞聖堂、映画通り、全州川、南部市場、チミョンジャ山、客舎、梧木臺)が選定され、分析の対象とした。

［表 5-3］全州市の場所

順位	場所名	回答数	割合(%)
1	韓屋マウル	92	84.4%
2	德津公園	32	29.4%
3	市内 [1]	31	28.4%
4	全北大学	27	24.8%
5	慶基殿	14	12.8%
6	全州動物園	12	11.0%
7	全州殿洞聖堂	10	9.2%
8	映画の通り	10	9.2%
9	全州川	8	7.3%
10	南部市場	8	7.3%
11	チミョンジャ山	7	6.4%
12	客舎	6	5.5%
13	梧木臺	6	5.5%
計	263	241.20%[2]	

[1]「市内」は旧都心内に位置する一部の商店街を指す総称

[2] 1 名の回答者が 3 つの場所を選定したので、回答者による比率の総計が 300%になる。

2. アイデンティティによる場所類型の分類

2.1 場所に対するアイデンティティの因子

まず、全州市の場所に対するアイデンティティの因子を導出するために、全州市の場所に対するアイデンティティを評価する「問 2-1、3-1、4-1」で得られた 12 項目の形容詞(想像する、代表する、個性ある、歴史的な、唯一な、固有な、親しい、実用的な、活気がある、便利な、楽しい、きれいな)の評価結果を変量として因子分析を行った。

その結果、[表 5-4]のように「因子 1: 活動性」、「因子 2: 差別性」、「因子 3: 象徴性」の 3 つの因子が導出された。

2.2 アイデンティティによる場所類型の分類

導出されたアイデンティティの因子を変量として、全州市の場所に対するクラスター分析を行い、類型を分類した。

［表 5-4］ 全州市の場所に対するアイデンティティの因子

項目	因子		
	「因子 1: 活動性」	「因子 2:差別性」	「因子 3:象徴性」
親しい	.914	-.072	-.089
楽しい	.896	-.080	-.275
活気がある	.878	-.292	-.128
便利な	.876	.063	-.009
実用的な	.776	-.517	.171
きれいな	-.116	.838	.263
唯一な	-.027	.825	.059
固有な	-.198	.814	.415
個性ある	-.332	.423	.356
象徴する	-.014	.144	.947
代表する	-.089	.268	.870
歴史的な	-.639	.325	.608

数値：因子負荷量、因子抽出法: 主成分分析、回転法: Kaiser の正規化を伴うﾊﾞﾘﾏｯｸｽ法
5 回の反復で回転が収束

その結果、[表 5-5]のような 4 つのクラスターが得られ、各クラスター名を a～d のアルファベットをつけて区分した。

［表 5-5］ アイデンティティの因子による全州市の場所クラスター

因子	クラスター			
	a	b	c	d
活動性	.31935	.82286	-.23373	-1.07139
差別性	1.08198	-.44124	.98027	-.47958
象徴性	1.48586	-.20519	-1.67464	.35088

数値：因子負荷量によるクラスター別の中心値

場所のアイデンティティの因子による区分した結果、a クラスターは 2 か所(韓屋マウル、

慶基殿)、b クラスターは 5 か所(市内、映画の通り、德津公園、全北大学、全州川)、c クラスターは 2 か所(全州動物園、チミョンジャ山)、そして d クラスターは 4 か所(全州殿洞聖堂、客舎、南部市場、梧木臺)に分類された。[表 5-6]

［表 5-6］アイデンティティの因子による全州市の場所の区分

クラスター	場所名
a	韓屋マウル、慶基殿
b	市内、映画の通り、德津公園、全北大学、全州川
c	全州動物園、チミョンジャ山
d	全州殿洞聖堂、客舎、南部市場、梧木臺

3. 反応による場所類型の分類

3.1 場所に対する反応の因子

まず、場所に対する反応類型の分類基準となる因子の導出するため、「問 2-2、3-2、4-2」での評価項目で得られた結果を変量として因子分析を行った。

その結果、[表 5-7]のように「因子 1:反応」、「因子 2:心理的な満足」、「因子 3:外観的な満足」、「因子 4:居住意志」という 4 つの因子が導出された。

[表 5-7]全州市の場所に対する反応の評価基準

項目	因子			
	因子 1: 参加・来訪	因子 2: 心理的な満足	因子 3: 景観の満足	因子 4: 居住意志
発展のために寄付したい	.906	.098	.301	.210
地域活動に参加したい	.794	.427	-.157	.199
愛着を感じる	.773	.188	.504	.170
また訪ねたいと思う	.773	.269	-.030	-.520
満足感を感じる	.085	.862	.389	.151
魅力的な場所だと思う	.423	.872	-.060	.019
他の人にお勧めしたい	.305	.899	.170	-.020
そのまま保って欲しい	-.168	.601	.566	.455
物理的な環境が好き	.229	.182	.896	-.173
周辺に住みたい	.232	.127	-.090	.905

数値：因子負荷量、因子抽出法: 主成分分析、回転法: Kaiser の正規化を伴うﾊﾞﾘﾏｯｸｽ法、
23 回の反復で回転が収束。

3.2 反応による場所類型の分類

導出した反応の因子得点を用いてクラスター分析を行い、全州市の場所に対して[表 5-8]のように 4 つのクラスターが得られた。

得られたクラスターに 1～4 の数字をつけ反応による場所の類型を区分した。

全州市の各場所は、1 クラスターは 4 か所(市内、映画の通り、全州動物園、南部市場)、2 クラスターは 6 か所(德津公園、全北大学、全州川、チミョンジャ山、梧木臺)、3 クラスターは 3 か所(韓屋マウル、慶基殿、全州殿洞聖堂)、そして 4 クラスターは 1 か所(客舎)に区分さ

れた。

［表 5-8］反応の評価基準による全州市の場所クラスター

反応の因子	クラスター			
	1	2	3	4
因子 1:反応	.02564	-.24121	.71156	-1.03118
因子 2:心理的な満足感	-.60571	.31645	.87189	-1.77509
因子 3:外観的な満足感	-.53564	-.64460	1.19391	1.78384
因子 4:居住意志	-1.01342	.78042	-.33714	1.16299

数値：因子負荷量によるクラスター別の中心値

[表 5-9]反応の評価基準による全州市の場所区分

クラスター	場所名
1	市内、映画の通り、全州動物園、南部市場
2	德津公園、全北大学、全州川、チミョンジャ山、梧木臺
3	韓屋マウル、慶基殿、全州殿洞聖堂
4	客舎

このような分析により韓国の全州市でも「市民に認識される多数の場所は、多様な反応により類型化される」という仮説 1 が検証され、都市空間に対する認識研究として場所を研究する際に反応まで調査・分析の範囲に入れる必要性を示すことができた。

4. 全州市の場所に対するアイデンティティと反応の相異

全州市の場所に対するアイデンティティと反応の価値基準に相異があることを検証するため、アイデンティティと反応による場所類型の比較を行った。

［表 5-10］全州市の場所に対するアイデンティティと反応の類型比較

順位	場所名	反応類型	アイデンティティ類型
3	市内	1	b
6	全州動物園		c
8	映画の通り		b
10	南部市場		d
2	德津公園	2	b
4	全北大学		b
9	全州川		b
11	チミョンジャ山		c
13	梧木臺		d
1	韓屋マウル	3	a
5	慶基殿		a
7	全州殿洞聖堂		d
12	客舎	4	d

その結果、アイデンティティと反応の組み合わせにより 9 個(1-b、1-c、1-d、2-b、2-c、2-d、

3-a、3-d、4-d)の場所類型に分類できた。

そこで、同じ反応類型の場所に分類されても、必ず同じアイデンティティの類型が現れるわけではないことが確認でき、仮説 2 が検証できた[表 5-10]。

さらに、本研究の事例である歴史的街並み保全地区-全州韓屋マウル-内に位置する韓屋マウル(3-a)、慶基殿(3-a)、全州殿洞聖堂(3-d)、梧木臺(2-d)に違うアイデンティティや反応が現れることが分かり歴史的街並み保全地区内でも多様なアイデンティティや反応が誘導できることが分かる。

5. 全州市の場所に対するアイデンティティと反応の特性

本章は、本研究のアプローチとして示した「都市空間における場所」の多様性を確認し、認識と反応に対して客観的な評価を行う必要を示すため分析を行った。

その結果として場所に対する市民の「認識－反応」過程の有意性や調査・分析に必要な知見が以下のようにまとめられた。

(1) 全州市の場所選定

全州市の市民が公共に認識する場所は韓屋マウル、德津公園、市内 、全北大学、慶基殿、全州動物園、全州殿洞聖堂、映画通り、全州川、南部市場、チミョンジャ山、客舎、梧木臺の 13 か所が導出された。

(2) 全州市の場所に対するアイデンティティの因子

全州市民は、全州市の空間を「因子 1: 活動性」、「因子 2: 差別性」、「因子 3: 象徴性」というアイデンティティ因子項目で評価し、価値があると判断したら、その空間を場所として認識することが分かった。また、アイデンティティ因子評価の得点により場所を他の場所と区分できる。

(3) 全州市の場所に対する反応の因子

全州市の場所に対する反応の因子は「因子 1:寄付・来訪」、「因子 2:心理的な満足」、「因子 3:景観の満足」、「因子 4:居住意志」が現れた。この因子の得点により場所を区分すると場所にはすべて同じ反応が現れることはなく、多様な反応が現れることが分かった。

そこで都市空間に対する認識研究として場所を研究する際に反応まで調査・分析の範囲に入れる必要性を示すことができた。

(4) 全州市の場所の多様性

全州市の場所に対して同じ反応を見せる場所のアイデンティティ類型を比較した結果、アイデンティティと反応の組み合わせにより 9 個(5-f、5-g、5-h、6-f、6-g、6-h、7-e、7-h、8-h)の場所類型に分類できた。

そこで、都市空間における場所は、アイデンティティと反応の特性により多様な場所類型に分類できることが分かり、同じアイデンティティで認識される場所であっても反応が異なることや同じ反応が現れうる場所であっても必ずしも同じアイデンティティで認識されるわけではないことが確認できた。

第 3 節. 川越市の場所に対するアイデンティティと反応の特性

1. アンケート調査の概要

川越市におけるアンケート調査で得られた有効票数 119 票の中で、一般市民である 107 票を分析の対象とした。

［表 5-11］アンケート調査の概要

区分	有効票数	区分	有効票数
回答者	119 票	一般市民	107 票

2. 川越市の場所の導出

アイデンティティと反応の相異を比較するため、まず川越市における公共的な場所を導出した。場所は、「問 1-1、1-2：貴方が書いて下さった空間、建物などの中で、“重要あるいは必要である”と思うものを 3 つ選んでください。」という項目の回答を集計した。

その結果、総数 321 回答の中で、川越市に対して市民が公共的に認識する場所のみを分析の対象にするため、回答者の 5%以上が共通に選定した場所を分析の対象に選定した。

選定の結果、蔵造り街並み、喜多院、時の鐘、菓子屋横丁、川越城本丸御殿、クレアモール、川越氷川神社、伊佐沼、川越城跡、川越市立博物館の 10 か所が得られた。

［表 5-12］川越市の場所

No.	場所名	回答数	割合
1	蔵造り街並み	81	75.7%
2	喜多院	60	56.1%
3	時の鐘	49	45.8%
4	菓子屋横丁	24	22.4%
5	川越城本丸御殿	23	21.5%
6	クレアモール	11	10.3%
7	川越氷川神社	8	7.5%
8	伊佐沼	7	6.5%
9	川越城跡	6	5.6%
10	川越市立博物館	6	5.6%

3. アイデンティティおよび反応による場所類型の分類

川越市における場所に対する「アイデンティティの類型」や「反応の類型」を比較するために、まず「アイデンティティ」と「反応」の因子を基準として場所の類型分類を行った。

3.1 場所に対するアイデンティティによる場所類型の区分

(1) 場所に対するアイデンティティの因子

場所に対するアイデンティティの評価項目である「問 2-1、3-1、4-1」を通じて得た 12 項目の形容詞(想像する、代表する、個性ある、歴史的な、唯一な、固有な、親しい、実用的な、活

気がある、利便性がいい、楽しい、きれいな)の評価結果を変量として因子分析を行い、場所類型の基準となるアイデンティティの因子を導出した。

因子分析の結果、川越市の場所に対するアイデンティティの因子は「因子 1: 差別性」、「因子 2: 活動性」、「因子 3: きれいな」の 3 つの因子が導出された。[表 5-13]

［表 5-13］川越市の場所に対するアイデンティティの因子

項目	因子		
	因子 1: 差別性	因子 2: 活動性	因子 3: きれいな
想像する	.975	.204	-.006
代表する	.945	.211	.005
個性ある	.938	.153	.141
歴史的な	.925	-.272	-.091
唯一な	.913	.212	-.236
固有な	.878	-.128	.411
親しい	-.011	.988	.009
実用的な	.066	.982	.050
活気がある	.321	.900	-.214
利便性がいい	.442	.825	.154
楽しい	-.344	.772	-.260
きれいな	-.004	-.058	.951

因子抽出法: 主成分分析 回転法: Kaiser の正規化を伴うﾊﾞﾘﾏｯｸｽ法
4 回の反復で回転が収束

(2)「アイデンティティ」による場所の類型分類

川越市の場所類型を導出するために、各場所が 3 つの因子に対して得た得点を変量としてクラスター分析を行った。

［表 5-14］アイデンティティの因子による川越市の場所クラスターとその中心値

因子	クラスター			
	e	f	g	h
因子 1: 差別性	-2.34898	.27058	-.41187	.46932
因子 2: 活動性	.13517	-.31226	-1.70133	1.04248
因子 3: きれいな	.39519	.63220	-1.84993	-.56876

数値：因子負荷量によるクラスター別の中心値

［表 5-15］アイデンティティ評価基準による川越市の場所類型

クラスター	場所名
e	伊佐沼、川越市立博物館
f	喜多院、川越城本丸御殿、クレアモール、川越氷川神社
g	川越城跡
h	蔵造り街並み、時の鐘、菓子屋横丁

その結果、[表 5-15]のように 4 つのクラスターが得られた。そのクラスター名を e～h のアルファベットをつけて場所の類型を区分した。

その結果として川越市の場所が e クラスターに 2 か所(伊佐沼、川越市立博物館)、f クラスターに 4 か所(喜多院、川越城本丸御殿、クレアモール、川越氷川神社)、g クラスターに 1 か所(川越城跡)、そして h クラスターに 3 か所(蔵造り街並み、時の鐘、菓子屋横丁)に分類できた。

3.2 反応による場所の類型分類

(1)場所に対する反応の因子

反応による場所類型の分類基準となる因子を導出するため、「問 2-2、3-2、4-2」の評価項目で得た評価結果を変量として因子分析を行った。

その結果、「因子 1:心理的な満足」、「因子 2: 寄付・参加」、「因子 3:居住・来訪」という 3 つの因子が導出された。[表 5-16]

[表 5-16]川越市の場所に対する反応の因子

項目	因子		
	因子 1: 心理的な満足	因子 2: 寄付・参加	因子 3: 居住・来訪
他の人にお勧めしたい	.917	.311	.179
そのまま保って欲しい	.845	-.445	-.042
物理的な環境が好き	.844	.221	.030
魅力的な場所だと思う	.660	.356	.528
満足感を感じる	.650	.334	.527
地域活動に参加したい	.080	.958	.058
発展のために寄付したい	.230	.904	.264
周辺に住みたい	-.208	-.062	.877
愛着を感じる	.437	.320	.701
また訪ねたいと思う	.441	.294	.634

因子抽出法: 主成分分析 回転法: Kaiser の正規化を伴うﾊﾞﾘﾏｯｸｽ法
5 回の反復で回転が収束

(2)反応による場所類型の分類

導出した反応の因子得点を変量としてクラスター分析を行った結果、[表 5-17]のように 4 つのクラスターが得られた。そのクラスターに 5～8 の数字をつけて反応による場所の類型を区分した。

［表 5-17］反応の因子によるクラスター

因子	クラスター			
	5	6	7	8
因子 1:心理的な満足	-.34896	-1.86437	.64023	-1.27912
因子 2:地域活動の参加	1.28820	-.10712	-.33032	-.48738
因子 3:居住・来訪	-.36457	1.67200	.16219	-1.91602

数値：因子負荷量によるクラスター別の中心値

反応によって川越市の場所を分類すると 1 クラスターは 4 か所(菓子屋横丁、川越市立博物館)、2 クラスターは 6 か所(伊佐沼)、3 クラスターは 3 か所(蔵造り街並み、喜多院、時の鐘、川越城本丸御殿、クレアモール、川越氷川神社)、そして 4 クラスターは 1 か所(川越城跡)に分類された。

［表 5-18］反応評価基準による川越市の場所区分

クラスター	場所名
5	菓子屋横丁、川越市立博物館
6	伊佐沼
7	蔵造り街並み、喜多院、時の鐘、川越城本丸御殿、クレアモール、川越氷川神社
8	川越城跡

3.3 川越市の場所に対するアイデンティティと反応の相異

「場所に対する市民の「認識」と「反応」の価値基準が異なり、同じ「アイデンティティ」として認識される場所でも必ずしも同じ「反応」が現れるわけではない」という仮説 1 と「場所に対する市民の認識と反応の価値基準が異なり、同じ反応が現れる場所でも必ずしも同じアイデンティティをもつわけではない」という仮説 2 を検証するため、場所に対するアイデンティティ類型と反応類型の比較を行った。

［表 5-19］川越市の場所に対する「反応」と「アイデンティティ」の類型比較

順位	場所名	反応類型	アイデンティティ類型
10	川越市立博物館	5	f
4	菓子屋横丁		h
8	伊佐沼	6	e
1	蔵造り街並み	7	h
2	喜多院		f
3	時の鐘		h
5	川越城本丸御殿		f
6	クレアモール		f
7	川越氷川神社		f
9	川越城跡	8	g

その結果、アイデンティティと反応の組み合わせにより 6 個(5-f、5-h、6-e、7-h、7-f、8-g)の場所類型に分類できた。

そこで、同じ反応類型の場所に分類されても、必ず同じアイデンティティの類型が現れるわけではないことが確認でき、仮説 2 が検証できた[表 5-19]。

さらに、本研究の事例である歴史的街並み保全地区である川越伝建地区の内に位置する菓子屋横丁、蔵造り街並み、時の鐘がアイデンティティの類型は同じ f 類型で導出されたが、反応が蔵造り街並み、時の鐘は 3 類型(心理的な満足、居住・来訪)　菓子屋横丁は 1 類型(寄付・参加)と異なることが分かり歴史的街並み保全地区内でも多様な反応を誘導できることが分かる。

4. 川越市の場所に対するアイデンティティと反応の特性

本節では、埼玉県川越市を対象として一般市民の場所に対する「アイデンティティ」と「反応」の特性を分析し、以下のような結果を得た。

(1) 川越市の場所

川越市の市民が公共に認識する場所は蔵造り街並み、喜多院、時の鐘、菓子屋横丁、川越城本丸御殿、クレアモール、川越氷川神社、伊佐沼、川越城跡、川越市立博物館の 10 か所が導出された。

(2) 川越市の場所に対するアイデンティティの因子

川越市民は、川越市の空間を「因子 1: 差別性」、「因子 2: 活動性」、「因子 3: きれいな」というアイデンティティ因子項目で評価し、価値があると判断したら、その空間を場所として認識している。また、アイデンティティ因子評価の得点により場所を他の場所と区分している。

(3) 川越市の場所に対する反応の因子

川越市民の場所に対する反応の因子は「因子 1:心理的な満足」、「因子 2:寄付・参加」、「因子 3:居住・来訪」に現れた。この因子の得点により場所を区分すると場所にはすべて同じ反応が現れることはなく、多様な反応が現れることが分かった。

そこで都市空間に対する認識研究として場所を研究する際に反応まで調査・分析の範囲に入れる必要性を示すことができた。

(4) 川越市の場所類型の多様性

川越市民の場所に対して同じ反応が現れる場所のアイデンティティ類型を比較した結果、アイデンティティと反応の組み合わせにより 6 個(5-f、5-h、6-e、7-h、7-f、8-g)の場所類型が導出された。

そこで同じアイデンティティで認識される場所であっても反応が異なることや同じ反応が現れうる場所であっても必ずしも同じアイデンティティで認識されるわけではないことが分かり、場所に対する市民の「認識－反応」過程を分析する際には、2 つの価値基準を設定することや「認識」と「反応」に対する客観的な調査・分析の必要性を示すことができた。

第 4 節．都市空間における場所の多様性

本章は、「都市空間における場所」に対する一般市民のアイデンティティと反応の多様性を確認することで、認識と反応に対して客観的な評価を行う必要性を示すことを目的とした。

その結果として場所に対する市民の「認識－反応」過程の有意性や調査・分析に必要な知見を以下のようにまとめられた。

(1)　都市空間における場所の多様性

全州市と川越市を対象に場所に対してアイデンティティ類型と反応類型を比較した結果、同じアイデンティティで認識される場所であっても反応が異なることや同じ反応が現れうる場所であっても必ずしも同じアイデンティティで認識されるわけではないことが分かった。

また、場所に対するアイデンティティと反応の相異な特性により同じ反応が現れる場所でもいくつかの類型に分類されることから都市空間における場所の多様性が確認できた。

さらに、本研究の事例である歴史的街並み保全地区内に位置する場所に多様なアイデンティティや反応が現れることが分かり歴史的街並み保全地区内に対して多様なアイデンティティや反応が誘導できることが確認できた。

(2)　「都市空間における場所」に対する一般市民の「認識－反応」過程の分析モデルの妥当性

以上の結果により都市空間における場所に対する一般市民の認識および反応を誘導する要因を導出するための分析を行う際は、場所に対する「認識」と「反応」を同時に調査・分析する必要性や「認識」と「反応」の価値評価基準が異なる可能性を確認することができた。

そこで、「場所認識」を 1 段階として設定し、「場所認識」と「反応」を同時に分析しながら、「場所認識」と「反応」の間に 2 つの価値評価を設定した本研究の分析モデルの妥当性が検証できた。

第 6 章. 歴史的街並み保全地区に対する一般市民の「認識－反応」過程及び誘導要因

第 6 章. 歴史的街並み保全地区に対する一般市民の「認識－反応」過程及び誘導要因

第 1 節. 本章の目的と概要

1. 本章の目的と構成

本章では、第 3 章で作成した分析モデルと変数を活用し、歴史的街並み保全地区を事例として一般市民の認識や反応の誘導可能性およびその要因を明らかにすることで、分析モデルが都市空間における場所に対する一般市民の認識および反応の誘導要因が分析できる有効な共分散構造と設定の分析モデルであることを検証する。

そのため次のような 4 段階で研究を行う。

① アンケートの回答者を「歴史的街並み保全地区に対する認識の可否」により 2 つのグループに分類し、各グループの認識および反応の現況を比較・分析する。この分析により一般市民の認識を強化すると反応が誘導されることを明らかにすることで、認識強化に関する施策を反応の誘導の施策と同時に行う必要性とその可能性を確認する。

② 全州韓屋マウルを対象として一般市民の「認識－反応」過程やその誘導要因を分析することで、全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」の特徴を分析した上で、場所に対する市民の「認識－反応」過程の分析モデルやその設定の有意性の検討を行う。

③ 川越伝建地区を対象として一般市民の「認識－反応」過程やその誘導要因を分析することで、川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」を分析した上で、場所に対する市民の「認識－反応」過程の分析モデルの検討を再び行う。

④ 以上の分析を通じて場所を一般市民に認識を促し反応を誘導することを意図して地区を整備・維持するための施策を立案する際に、本分析のモデルの有意性を示す。

2. 分析の概要および方法

(1) 分析項目

分析は、韓国全羅北道全州市韓屋マウルと埼玉県川越市川越伝建地区を対象として行う。分析の項目は、場所選定の項目(問 1-1、問 1-2)やアイデンティティの評価項目(問 5-1)、反応の評価項目(問 5-2)、計画要因の評価項目(問 5-3、5-4、5-5)、そして韓屋マウルの変化を評価する項目(問 5-6、5-7)とする。[表 6-1]

(2)分析の構成

本章の内容は大きく場所に対する一般市民の認識および反応の「誘導可能性」や「歴史的街並み保全地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の誘導要因分析」の 2 つに分類できる。

[表 6-1]第 6 章の分析項目

区分		質問
場所の選定 (認識)	1-1	“○○市に引っ越してきた方”に“○○市を簡単に紹介するために市内の空間や建築など”を３つ以上挙げるとしたら、どこを紹介したいですか？
	1-2	貴方が書いて下さった空間、建物などの中で、“重要あるいは必要である”と思うものを３つ選んでください。
アイデンティティ	5-1	歴史的街並み保全地区に対するイメージを評価してください
反応	5-2	歴史的街並み保全地区の愛着や行動意志を評価してください
計画要因	5-3	参加・観覧したい行事や文化が多いと思いますか？
	5-4	参加・利用したい業種や施設が多いと思いますか？
	5-5	貴方が覚えている歴史的街並み保全地区のイメージを基に外観や風景に対する貴方のご感想を選択してください
変化	5-6	歴史的街並み保全地区が最近、変わったと思いますか？
	5-7	変わったと感じ、来訪回数が変化しましたか？
	5-8	変わったと感じ、歴史的街並み保全地区への愛着が変化しましたか

それぞれの分析は次のように行う。

- 場所に対する一般市民の認識および反応の誘導可能性

①一般市民の回答者を「歴史的街並み保全地区に対する場所認識の可否」により、一般市民を歴史的街並み保全地区を「認識しているグループ」と「認識しないグループ」の 2 つのグループに分類する。

②各グループの認識および反応の現況を比較・分析することで、歴史的街並み保全地区に対して「認識しているグループ」が「認識していないグループ」より反応に変化が現れる可能性を検証し、歴史的街並み保全地区に対する認識が反応に与える影響を分析する。

- 場所に対する一般市民の「認識－反応」過程の分析

① 一般市民の回答者の中でも、歴史的街並み保全地区を「認識しているグループ」の回答のみを分析の対象とするため、回答者の分類を行う。

② 「認識しているグループ」の回答をデータとして因子分析を行い、歴史的街並み保全地区に対する「認識－反応」過程の変数を導出した上で、導出した変数を用いて「歴史的街並み保全地区に対する「認識－反応」過程」の分析モデルを作成する。

③ 作成した「歴史的街並み保全地区に対する「認識－反応」過程」の分析モデルを基に、一般市民の歴史的街並み保全地区に対する「場所認識の変化過程(1 段階)」と「反応の変化過程(2 段階)」に影響を与える要因を分析する。

分析により「場所認識の変化過程(1 段階)」と「反応の変化過程(2 段階)」に影響を与える要因

の相異を明確にすることで、場所認識と反応を同時に従属変数として設定し、分析を行うことに設定した分析モデルの妥当性を明らかにする。

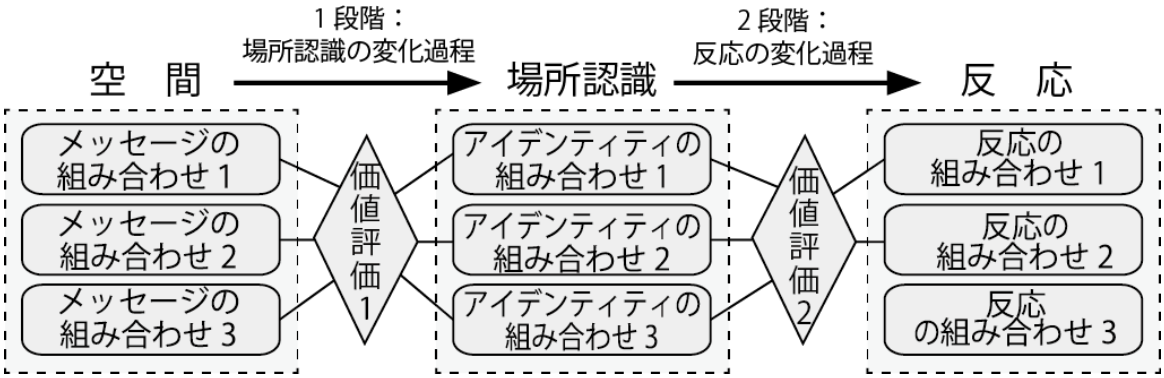
④ 「歴史的街並み保全地区に対する「認識－反応」過程」の分析を行い、歴史的街並み保全地区に対する一般市民の認識と反応を誘導する計画要因を導出することで、歴史的街並みの保全施策に資する知見を示す同時に分析モデルの有意性を確認する。

(3)分析の方法

本研究では歴史的街並み保全地区に対する「認識－反応」過程やその変数を分析することを主な流れにするため、まず変数を導出するために IBM SPSS statics21 を用いて因子分析を行った。

分析の主な方法は因果過程分析が可能な共分散構造分析を採用し、分析ツールには IBM SPSS Amos21 を用いた。

共分散構造分析で分析する場所に対する「認識－反応」過程モデルは(図 3-10)と(図 6-1)を基に、各対象地の施策や特徴を考察し作成する。



（図 6-1） 都市空間にとける場所に対する「認識－反応」過程モデル

第 2 節. 歴史的街並み保全地区に対する一般市民の認識および反応の誘導可能性

本節は、歴史的街並み保全地区を事例として場所に対する一般市民の認識を誘導すると、反応にも変化が現れる可能性の検証を行い、歴史的街並み保全地区に対する認識と反応を同時に誘導する施策の可能性を示すことを目的とする。

分析は、韓国全羅北道全州市に位置する全州韓屋マウルを対象として行った。

1. 歴史的街並み保全地区に対する認識の現況と変化

全州市の場所を選定した結果、回答者 216 名の中で 189 名(87.5%)が韓屋マウルを「全州市を代表する場所」として認識していることが分かった。

1998 年に行われた RYU[1)]の全州市ランドマーク調査と 2008 年に本研究と同じ方法で行われた全州市の都市イメージ要素の調査結果 [7)]と本研究の結果を比較すると韓屋マウルが全州市の場所として成長・変化したことが捉えられる。

［表 6-2］全州市の場所の変化

	1988 年 [1)]* ランドマーク
1	富南問
2	德津公園
3	全州市役所
4	湖南第一問
5	客舎
6	コアデパート
7	慶基殿

2008 年 [2)]	割合
客舎周辺の市内	57.6
德津公園	51.9
韓屋マウル	47.5
W.C 競技場	41.1
慶基殿	37.3
全北大学	26.6
音文化の殿堂	24.1

2013 年	答数	割合
韓屋マウル	189	87.5
德津公園	75	34.7
客舎周辺の市内	44	20.4
全北大学	38	17.6
殿洞聖堂	28	13.0
慶基殿	27	12.5
映画の通り	27	12.5

*1998 年は順位のみ

1998 年の調査結果は、本研究の方法と違う認知マップの作成方法で得られた全州市のランドマークで、直接的な比較はできないが、時期的に全州市が歴史的な街並みの再生を行う前に行った調査で、1988 年代には韓屋マウルがまだ一般市民に認識されていない状況であったことは比較できる。また、2008 年に本研究と同じ方法で行われた全州市の都市イメージ要素の調査結果では、韓屋マウルが 1988 年と違って全州市の場所として選定されその認識が向上したことが分かる。

さらに 2013 年の調査ではその順位が 1 位になり、韓屋の保全施策が一般市民の地域アイデンティティ認識に肯定的な影響を与えたと考えられ、近代の歴史的な街並みであっても再生によりその認識を向上できる可能性が確認できた。

2. 歴史的街並み保全地区に対する認識可否による反応の相異

全州韓屋マウルにおける「反応」を 5 点尺度で評価した結果、韓屋マウルへの心理的な反応が 3.66、行動意志が 3.52 を示し、全州市民が韓屋マウルに対してやや肯定的な反応をもつことが分かった。

しかし、「発展のために寄付したい」、「周辺に住みたい」の 2 項目の平均が各 3.0、2.9 と現れ、韓屋マウルへの直接的な行動意志は比較的低いことが分かった。

［表 6-3］ 反応の現況

心理的な反応	評価
物理的な環境が好き	3.7
愛着を感じる	3.7
変化なく保って欲しい	3.6
満足感を感じる	3.5
魅力的な場所だと思う	3.8
平 均	3.66

行動意志	評価
また訪ねたいと思う	4.1
他の人にお勧めしたい	4.2
保全活動に参加したい	3.4
発展のために寄付したい	3.0
周辺に住みたい	2.9
平 均	3.52

3. 場所認識の可否による認識および反応の評価平均の比較

認識と反応の関係を分析するために、回答者を「全州韓屋マウルを全州市の場所に選定した回答者」を「認識しているグループ」に、「選定しなかった回答者」を「認識しないグループ」の 2 つのグループに分けた上で、グループごとにアイデンティティや反応の評価点数を比較した。

以上の結果、[表 6-4]のようにアイデンティティや反応のすべての項目で「認識しているグループ」の評価点数が高いことが分かった。また、全州韓屋マウルの変化による反応の変化も「認識しているグループ」が、より肯定的に評価することが分かった。

その結果により、認識の強化に影響を与える特性を導出して空間計画に適応すれば、その変化により認識が強化するともにアイデンティティや反応も強化する可能性が確認できた。

［表 6-4］ 場所認識の可否によるアイデンティティや反応の評価平均の比較

区分		選定可否		区分		選定可否	
		○	×			○	×
アイデンティティ	きれいな	3.9	3.3	愛着	物理的な環境が好き	3.8	3.2
	代表する	4.5	4.1		愛着を感じる	3.8	3.4
	歴史的な	4.1	3.6		そのまま保って欲しい	3.7	3.2
	象徴する	4.3	4.1		満足感を感じる	3.6	3.1
	唯一な	3.9	3.6		魅力的な場所だと思う	3.9	3.5
	固有な	4.0	3.6	平均		3.7	3.3
	個性ある	4.0	3.6	行動意志	また訪ねたい	4.1	3.9
	親しい	3.9	3.5		他の人にお勧めしたい	4.2	3.7
	楽しい	3.8	3.3		地域活動に参加したい	3.5	3.2
	活気がある	3.9	3.7		発展のために寄付したい	3.0	2.5
	実用的な	3.3	3.0		周辺に住みたい	2.9	2.7
	便利な	3.1	3.0	平均		3.9	3.5
平均		3.9	3.5				

［表 6-5］場所選定の可否による反応変化の比較

区分	選定可否	
	○	×
変化認識による愛着の増加	3.4	2.7
変化認識による来訪回数の増加	3.3	2.9
平均	3.3	2.8

4. 歴史的街並み保全地区に対する一般市民の認識および反応の誘導可能性

全州韓屋マウルは 1930 年代に形成された歴史的街並みであるが、保全施策が一般市民の地域アイデンティティ認識に肯定的な影響を与えると考えられ、近代の歴史的な街並みであっても再生によりその認識を向上できる可能性が確認できた。

また、全州韓屋マウルを全州市の場所として認識する回答者が全州韓屋マウルに対するアイデンティティと反応のすべての項目で比較的良い評価をしている。

これにより、認識と反応に相関関係があると考えられ、認識に影響を与える計画要因を施策に適応すれば、認識が向上するとともに反応も誘導する可能性が確認できた。

第 3 節．全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程

第 3 節では、歴史的街並み保全の成功事例である全州韓屋マウルを事例として、全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の分析を行い、一般市民の認識と反応を誘導できる誘導要因の導出を行う。

1．全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」の過程の分析モデルの作成

1.1 全州韓屋マウルに対する「認識－反応」の因子

まず、「韓屋マウルを全州市の場所として選定した回答者」、つまり「認識しているグループ」の 189 名の回答を分析のデータとして分類した。

そのデータを用いて韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の変数を導出し、分析モデルを作成するため、まず、メッセ―ジ、アイデンティティ、反応の因子分析を行った。

［表 6-6］計画要因の導出

メッセージ		空間機能	文化行事	街路整備	伝統的外観	スカイライン	設備
施	休憩施設	0.703	0.109	0.346	0.111	0.104	0.131
施	記念品販売施設	0.696	0.357	0.143	0.163	0.044	-0.129
施	伝統工芸関連施設	0.691	0.335	0.115	0.176	-0.043	0.010
施	その他の商業施設	0.627	0.131	0.051	-0.149	0.099	0.184
施	飲食店カフェ	0.624	0.080	0.209	0.328	-0.033	0.111
施	娯楽施設	0.538	0.135	0.242	0.108	0.129	0.119
施	宗教施設	0.468	0.415	0.004	0.128	0.014	0.344
施	宿泊施設	0.444	0.294	0.103	0.299	-0.003	0.163
活	伝統的な行事	0.143	0.782	0.186	0.219	0.067	0.062
活	現代的な行事	0.113	0.715	0.346	0.091	0.026	0.073
活	保存活動	0.251	0.676	0.193	0.034	0.132	0.187
活	祭り	0.233	0.639	0.249	0.171	0.084	0.195
施	文化財	0.363	0.595	0.026	0.222	-0.068	0.004
施	文化芸術施設	0.505	0.565	0.213	0.270	-0.038	-0.084
施	観光施設	0.502	0.546	0.024	0.323	-0.009	-0.04
外	象徴物	0.218	0.479	0.421	0.026	0.241	0.233
外	歩行者街路	0.112	0.131	0.828	0.138	0.065	0.036
外	公園、広場	0.289	0.275	0.716	0.176	0.070	-0.100
外	小さい道	0.209	0.285	0.645	0.36	-0.014	0.035
外	街路施設物	0.202	0.121	0.636	0.314	0.099	0.318
外	面白い街路施設物	0.271	0.184	0.586	0.138	0.147	0.406
外	親しい外観	0.100	0.159	0.276	0.803	0.014	0.067
外	伝統的な様式	0.244	0.211	0.176	0.775	-0.027	0.062
外	歴史的建造物	0.326	0.254	0.100	0.693	0.095	0.182
外	整備された外観	-0.05	0.149	0.395	0.617	-0.108	0.170
外	屋根	0.015	0.075	0.151	-0.039	0.915	0.003
外	看板	0.113	-0.088	-0.058	0.088	0.879	-0.078
外	高さ制限	0.034	0.144	0.101	-0.066	0.865	0.066
外	目立たない設備	0.146	0.086	0.108	0.250	-0.074	0.782
外	案内表示板	0.123	0.193	0.523	0.075	0.048	0.576

数値：因子負荷量　因子抽出法: 主成分分析、
回転法: Kaiser の正規化を伴うﾊﾞﾘﾏｯｸｽ法、8 回の反復で回転

(1) 計画要因

韓屋マウルの計画要因を導出した結果､メッセージの組み合わせにより｢因子 1:空間機能｣、｢因子 2：文化行事｣、｢因子 3：街路整備｣、｢因子 4：伝統的外観｣、｢因子 5：スカイライン｣、｢因子 6：設備｣の 6 つの因子が導出された[表 6-5]。

因子の中で｢因子 2：文化行事｣ が施設、外観、活動の組み合わせにより形成されたり、外観が｢因子 2：文化行事｣、｢因子 3：街路整備｣、｢因子 4：伝統的外観｣、｢因子 5：スカイライン｣、｢因子 6：設備｣に分類されることが確認でき、メッセージを研究者が任意で分類することではなく、各メッセージに対する実際の評価結果をデータとして因子分析を行い分類する必要性が検証できた。

(2) アイデンティティの因子

韓屋マウルのアイデンティティ因子を導出した結果、韓屋マウルは｢因子 1：象徴性｣、｢因子 2：独自性｣、｢因子 3：実用性｣の評価により他の空間と区別されることが分かった。

[表 6-7] アイデンティティの因子導出

項目	象徴性	独自性	実用性
象徴する	0.748	0.438	-0.052
代表する	0.701	0.424	-0.034
楽しい	0.692	0.187	0.506
活気がある	0.687	0.033	0.492
親しい	0.624	0.186	0.486
唯一な	0.060	0.820	0.220
固有な	0.223	0.796	0.224
歴史的な	0.427	0.678	-0.053
個性ある	0.367	0.554	0.397
きれいな	0.314	0.490	0.369
便利な	0.041	0.143	0.846
実用的な	0.150	0.211	0.834

数値：因子負荷量　因子抽出法: 主成分分析、
回転法: Kaiser の正規化を伴うﾊﾞﾘﾏｯｸｽ法、10 回の反復で回転

[表 6-8]反応の因子導出

項目	間接的な反応	直接的な反応
満足感を感じる	0.802	0.180
魅力的な場所だと思う	0.797	0.373
そのまま保って欲しい	0.727	-0.074
他の人にお勧めしたい	0.725	0.39
愛着を感じる	0.717	0.397
また訪ねたい	0.707	0.432
物理的な環境が好き	0.688	0.336
発展のために寄付したい	0.122	0.857
地域活動に参加したい	0.257	0.840
周辺に住みたい	0.238	0.629

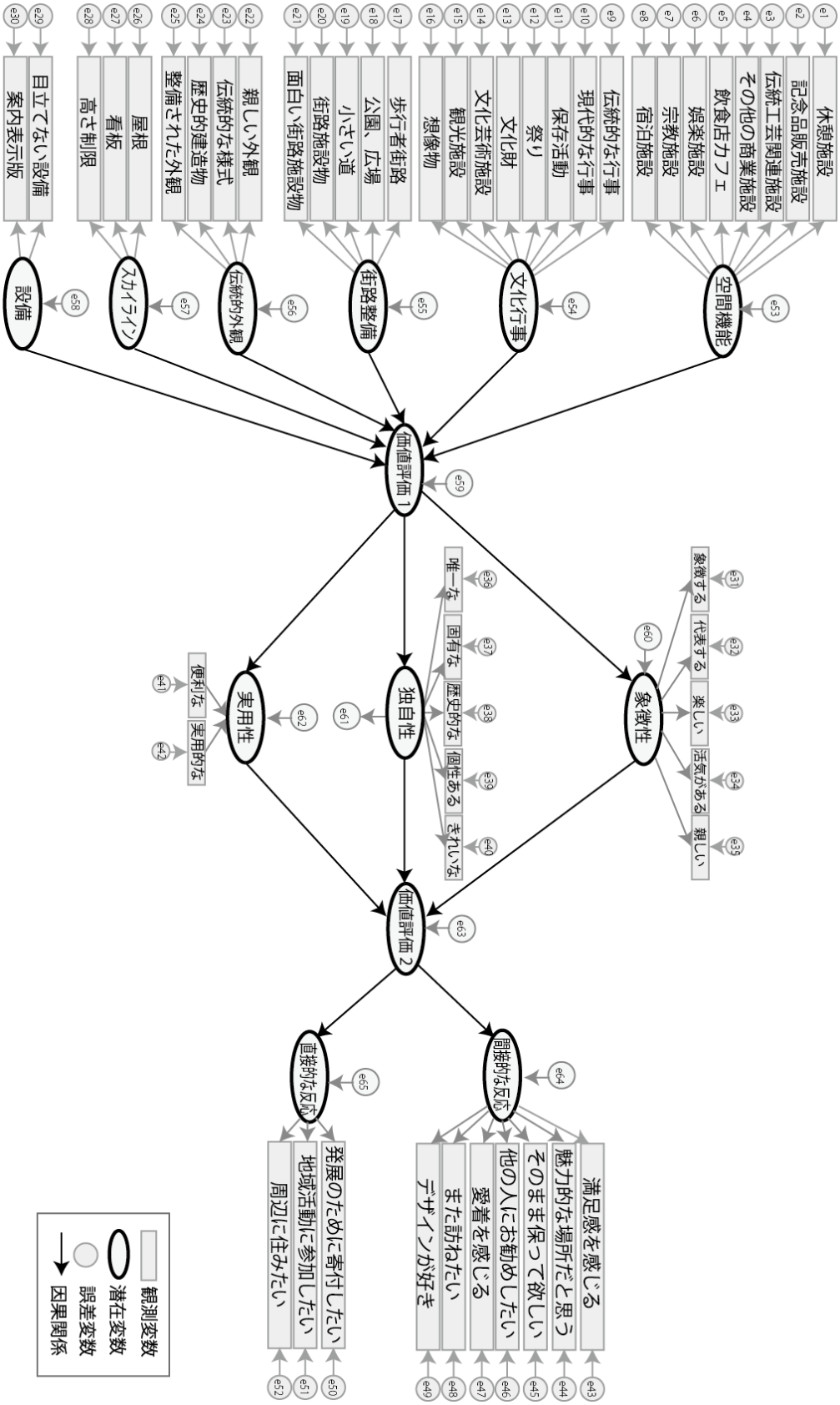
数値：因子負荷量　因子抽出法: 主成分分析、
回転法: Kaiser の正規化を伴うﾊﾞﾘﾏｯｸｽ法、3 回の反復で回転

(3) 反応の因子

韓屋マウルに対する反応因子を導出した結果、「因子 1：間接的な反応」、「因子 2：直接的な反応」の 2 の類型に分類された。

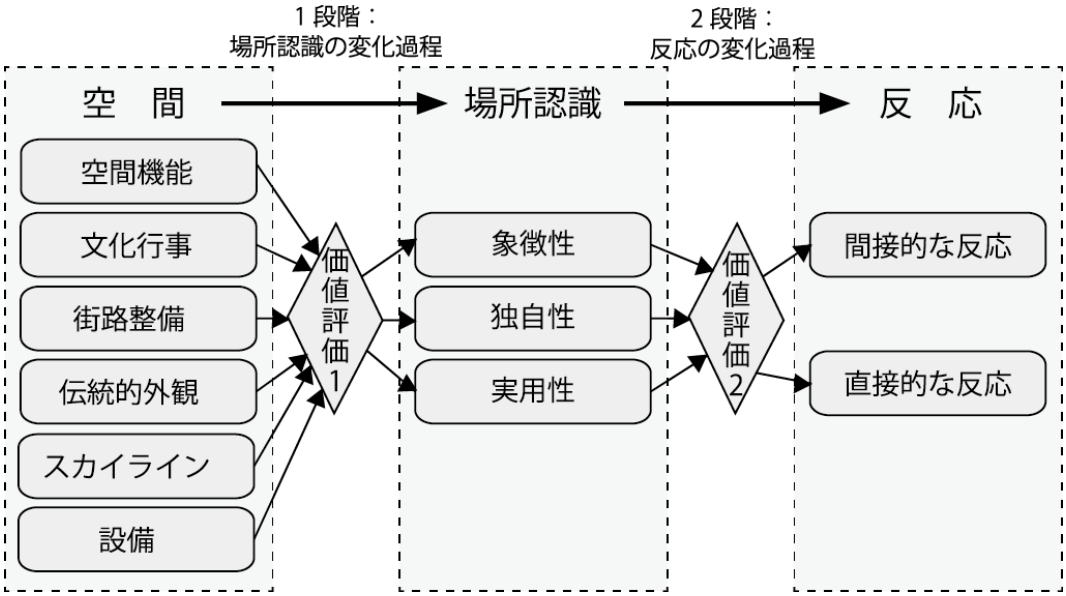
1.2 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」の過程の分析モデルの作成

導出した全州韓屋マウルに対する計画要因、アイデンティティの因子、反応の因子を第 3 章で作成した都市空間における場所に対する一般市民の「認識－反応」過程の分析モデルに代入し、IBM SPSS Amos21 で分析できる「全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の分析モデル」を(図 6-2)のように作成した。



（図 6-2）全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程モデル

各変数の関係を分かりやすくするため、(図 6-2)の全州韓屋マウルに対する「認識－反応」過程を、各変数の因果関係のみを表記し、(図 6-3)のように全州韓屋マウルに対する「認識－反応」過程の各変数の因果関係モデルで分析の結果を簡略に示すことにした。



（図 6-3）全州韓屋マウルに対する「認識－反応」過程の各変数の因果関係モデル

2. 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」の過程の検討

作成した全州韓屋マウルに対する「認識－反応」過程の分析モデルを基に、全州韓屋マウルに対する一般市民の「場所認識の変化過程(1 段階)」、「反応の変化過程(2 段階)」、そして「「認識－反応」過程」に影響を与える計画要因の分析を行った。

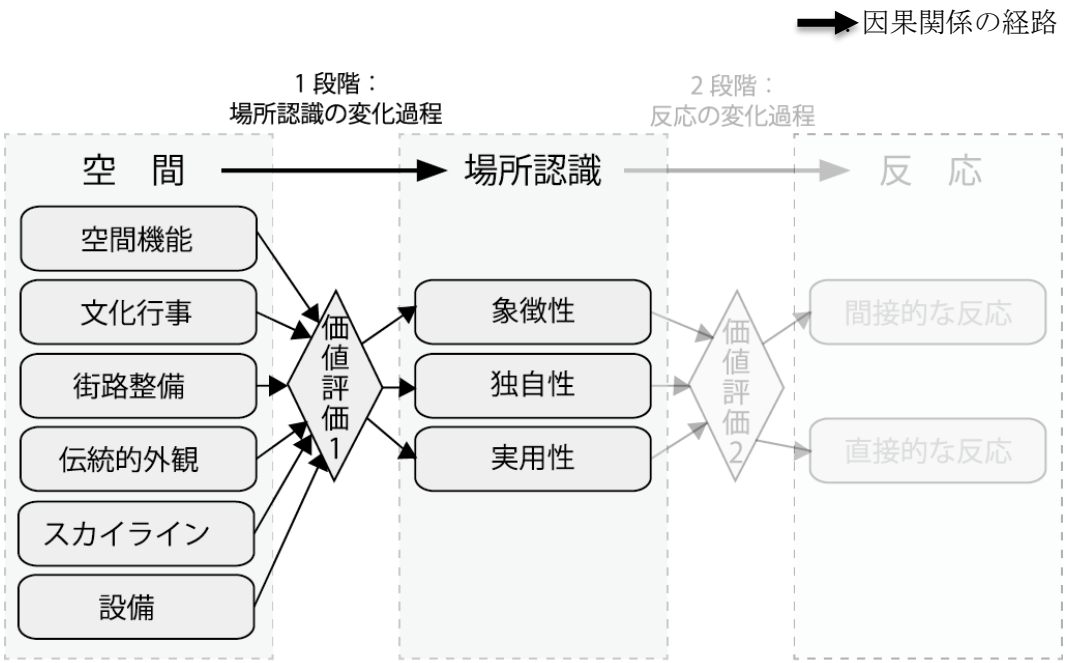
この分析を通じてそれぞれの誘導要因を導出しながら、本研究の分析モデルおよびその設定が一般市民の「認識－反応」過程の分析に有効であることを確認する。

2.1 全州韓屋マウルに対する一般市民の場所認識の変化過程(1 段階)

(1) 全州韓屋マウルに対する一般市民の場所認識の変化過程の分析モデルの作成

まず、全州韓屋マウルに対する一般市民の場所認識の変化過程(1 段階)の分析を行った。そのため全州韓屋マウルに対する「認識－反応」過程の分析モデルの中で、空間と場所認識の因果関係のみを分析の対象とした。

全州韓屋マウルに対する「認識－反応」過程の分析モデルを(図 6-4)のように作成し、分析を行った。



（図 6-4）韓屋マウルに対する一般市民の場所認識の変化過程モデル

(2) 全州韓屋マウルに対する一般市民の場所認識の変化過程の分析

全州韓屋マウルに対する一般市民の場所認識の変化過程モデル(図 6-4)で設定した各変数の因果関係を示す各経路についてその有効性を確認するために経路別の適合度分析を行った。

その結果、[表 6-9]のように「文化行事⇒価値評価 1」、「街路整備⇒価値評価 1」、「スカイライン⇒価値評価 1」、「設備⇒価値評価 1」 の 4 つの経路が有効ではないことが分かった。

［表 6-9］全州韓屋マウルに対する認識の変化過程モデルの各経路別の適合度

経路			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
空間機能	⇒	価値評価 1	.502	.116	4.341	***	
文化行事	⇒	価値評価 1	.135	.078	1.733	.083	消
街路整備	⇒	価値評価 1	.029	.063	.464	.643	消
伝統的外観	⇒	価値評価 1	.351	.093	3.780	***	
スカイライン	⇒	価値評価 1	-.049	.042	-1.164	.244	消
設備	⇒	価値評価 1	.099	.080	1.237	.216	消
価値評価 1	⇒	象徴性	.661	.122	5.419	***	
価値評価 1	⇒	独自性	1.000	―	―	―	
価値評価 1	⇒	実用性	.738	.149	4.941	***	

そこで(図 6-5)の全州韓屋マウルに対する場所認識の変化過程モデルからその 4 つの経路を消去し修正したモデルの適合度分析を再び行った。

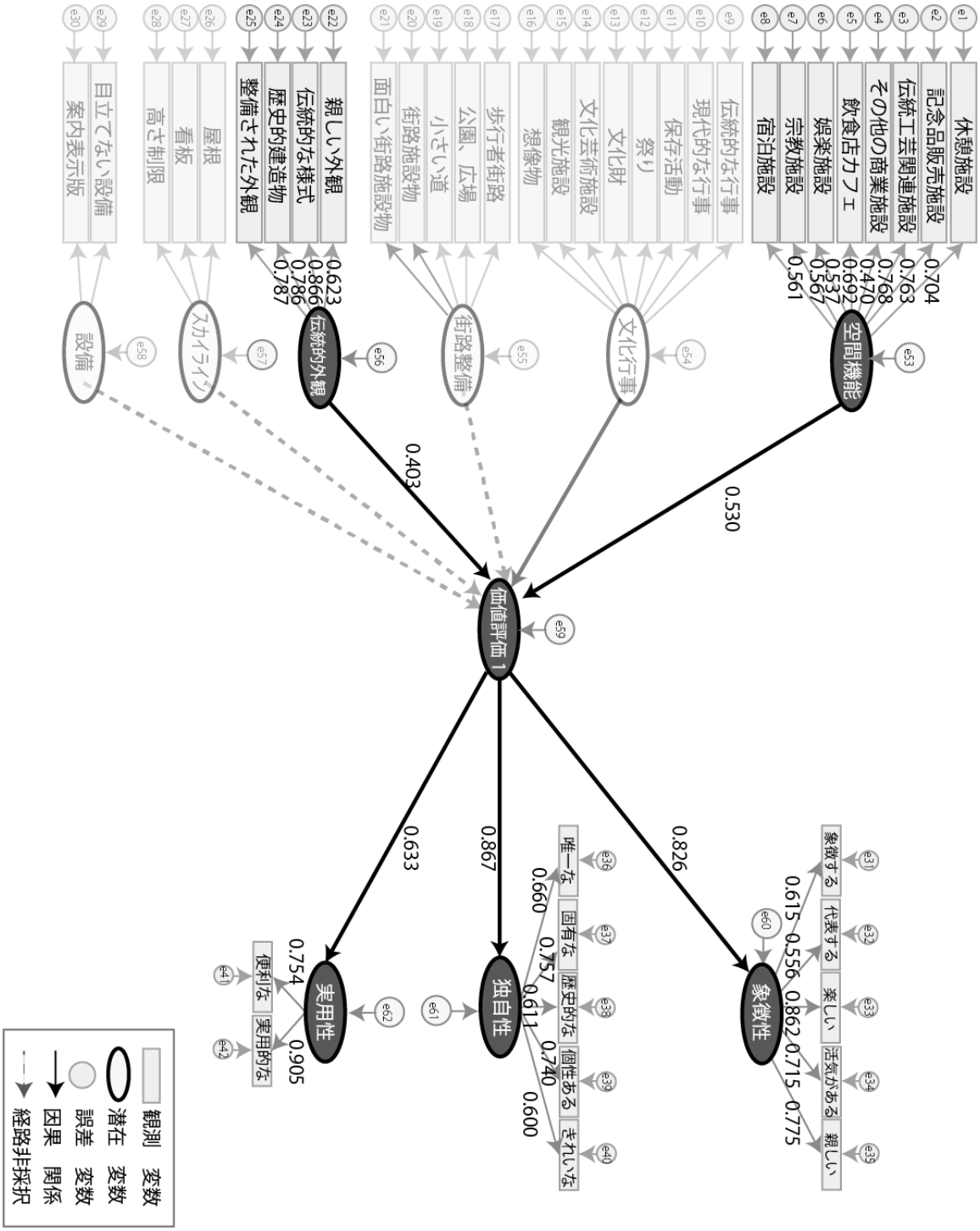
その結果、残った 5 つの経路すべてが有効であることが確認でき、分析モデルの有効な経路として採択した。

［表 6-10］全州韓屋マウルに対する場所認識の変化過程

経路			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
空間機能	⇒	価値評価 1	.614	.126	4.883	***	
伝統的外観	⇒	価値評価 1	.433	.099	4.387	***	
価値評価 1	⇒	象徴性	.656	.111	5.892	***	
価値評価 1	⇒	独自性	1.000	―	―	―	
価値評価 1	⇒	実用性	.718	.136	5.292	***	

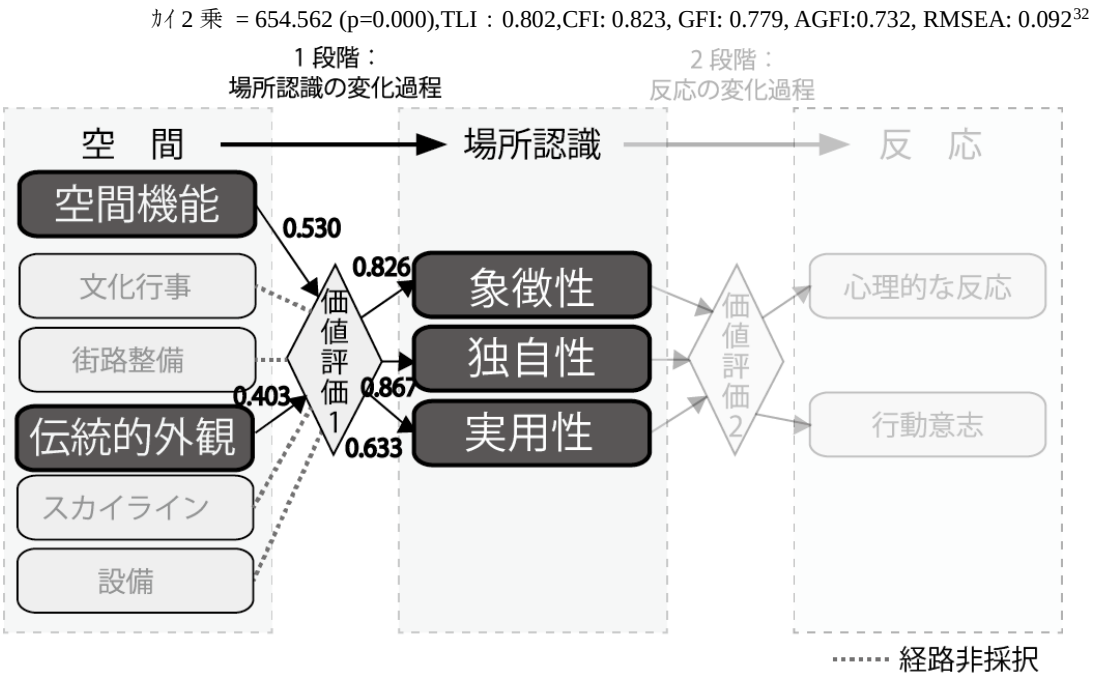
(3) 全州韓屋マウルに対する一般市民の場所認識の誘導要因

適合度分析を通じて有効であると判明された 5 つの経路に対する標準化指数を「全州韓屋マウルに対する一般市民の場所認識の変化過程(図 6-5)」の各経路に示した。



（図 6-5）全州韓屋マウルに対する一般市民の場所認識の変化過程

分析の結果を簡略に示すと(図 6-6)のようである。



（図 6-6）全州韓屋マウルに対する一般市民の場所認識の変化過程の概念図

分析の結果、全州韓屋マウルに対して一般市民は「伝統的外観」と「空間機能」の価値評価により「独自性」、「象徴性」そして「実用性」を認識することで、全州韓屋マウルを全州市の場所として認識することが分かった。その中で「独自性」、「象徴性」の標準化指数がそれぞれ 0.826 と 0.267 と高く現れ、全州韓屋マウルの「独自性(唯一な、固有な、歴史的な、個性ある、きれいな)」と「象徴性(象徴する、代表する、楽しい、活気がある、親しい)」が全州市の場所として認識することに強い影響を与えていることが分かった。

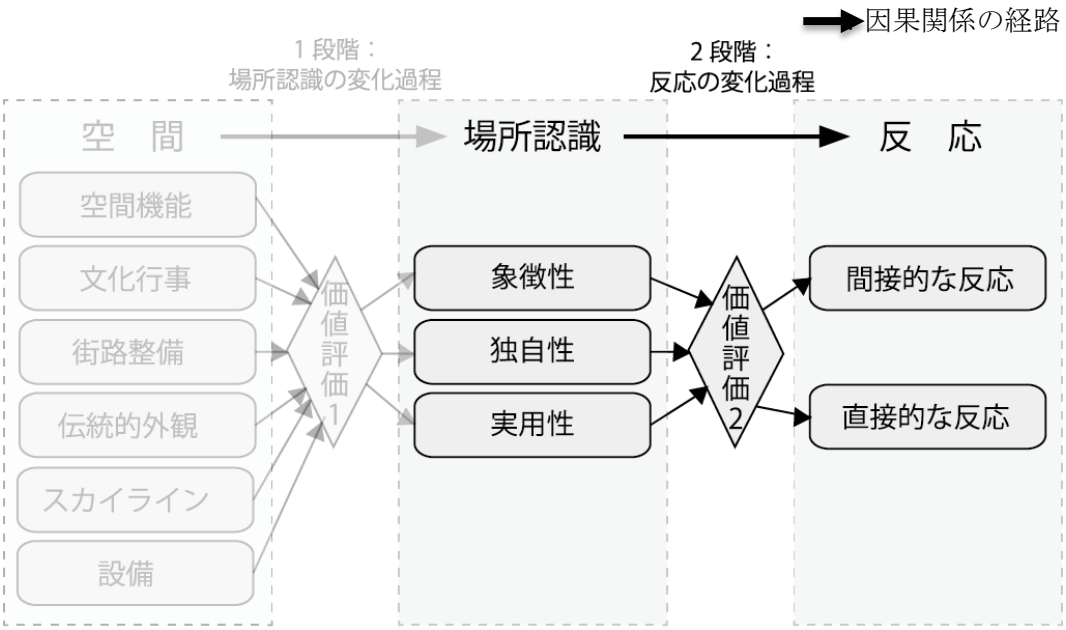
2.2 全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程(2 段階)

(1) 全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程の分析モデル

全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化(2 段階)に影響を与えるアイデンティティ因子を分析するため、全州韓屋マウルに対する「認識－反応」過程の分析モデルの中で、場所認識と反応の因果関係を(図 6-7)のように作成し、分析を行った。

---

[32] TLI(Terker and Lewis Index)や CFI(Comparative Fit Index)は分析しているモデルが独立モデルから飽和モデルまでの間にどのあたりに位置するかを表す。1.00 に近いほど望ましく、0.90 より大きいと良いモデルといわれる。 RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation)は小さいほど望ましい一般的には 0.05 以下であればよい、0.10 以上であればよくないとされる。GFI(Goodness of Fit Index)は飽和モデルにおいて 1.00 になり、GFI や AGFI(Adjusted GFI)は 1.00 に近い値をとるほど望ましいとされる。一般的に 0.90 より大きいと、当てはまりのよいモデルとされる。(「はじめての共分散構造分析 Amos によるパス解析 [5]」の p.111 から引用)



（図 6-7）全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程モデル

(2) 全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程の分析

全州韓屋マウルに対する反応の変化過程モデルで作成した各経路の有効性を検証するために各経路の適合度分析を行った。

［表 6-11］ 全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程モデルの各経路別の適合度

経路			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
象徴性	⇒	価値評価 2	.653	.104	6.292	***	
独自性	⇒	価値評価 2	.236	.050	4.719	***	
実用性	⇒	価値評価 2	.110	.049	2.264	.124	消
価値評価 2	⇒	間接的な反応	1.000	-	-	-	
価値評価 2	⇒	直接的な反応	.842	.158	5.336	***	

その結果、[表 6-11]のように「実用性⇒価値評価 2」の経路でその有意確率が低く、その因果関係が有効ではないことを分かった。

そこで(図 6-7)の全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程モデルからそのひとつの経路を消去し修正したモデルの適合度分析を再び行った。

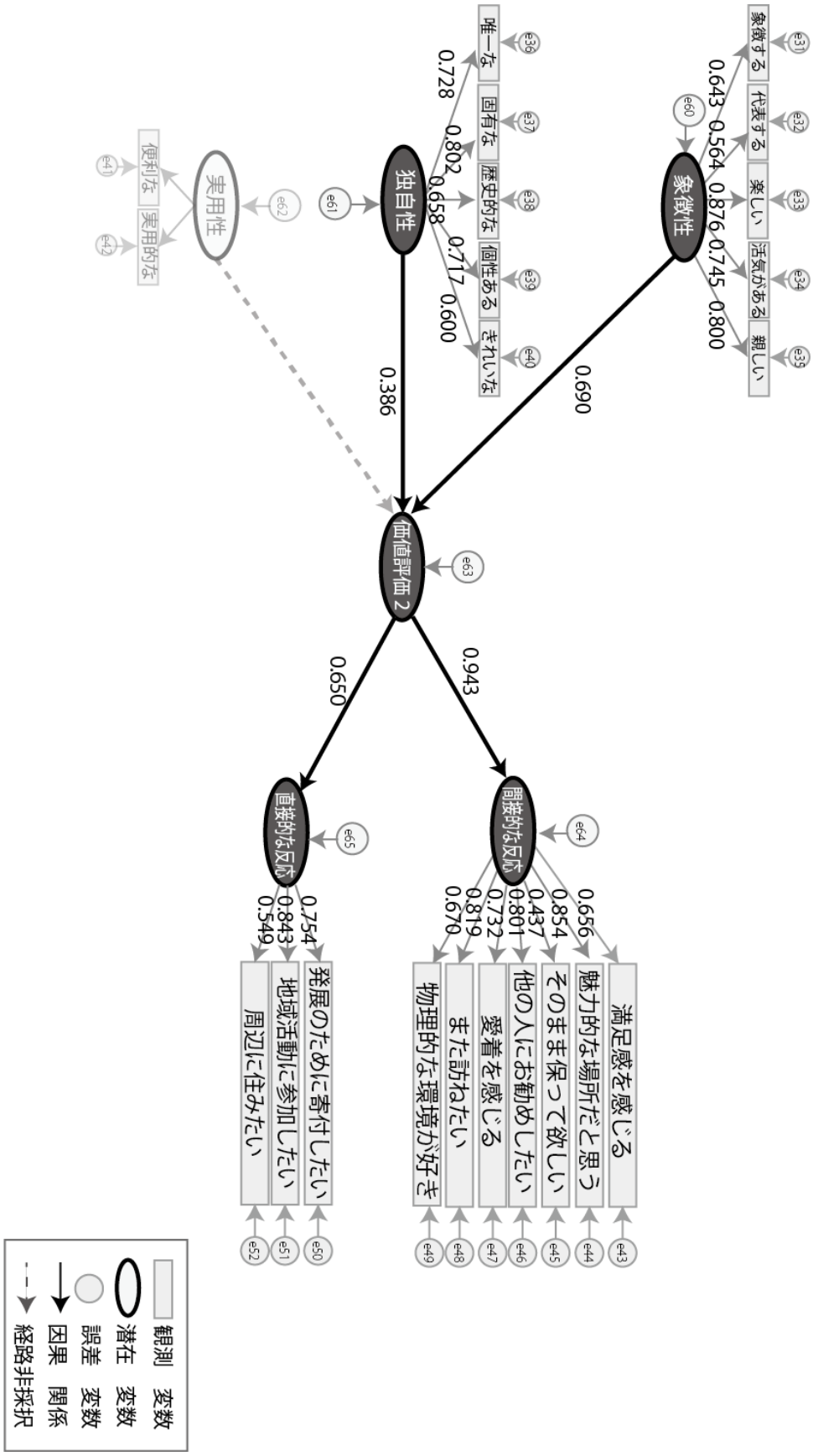
［表 6-12］全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程

経路			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
象徴性	⇒	価値評価 2	.722	.110	6.559	***	
独自性	⇒	価値評価 2	.258	.051	5.019	***	
価値評価 2	⇒	間接的な反応	1.000	-	-	-	
価値評価 2	⇒	直接的な反応	.818	.147	5.571	***	

その結果、4 つの経路すべてが有効であることが確認でき、分析モデルの有効な経路として採択した。

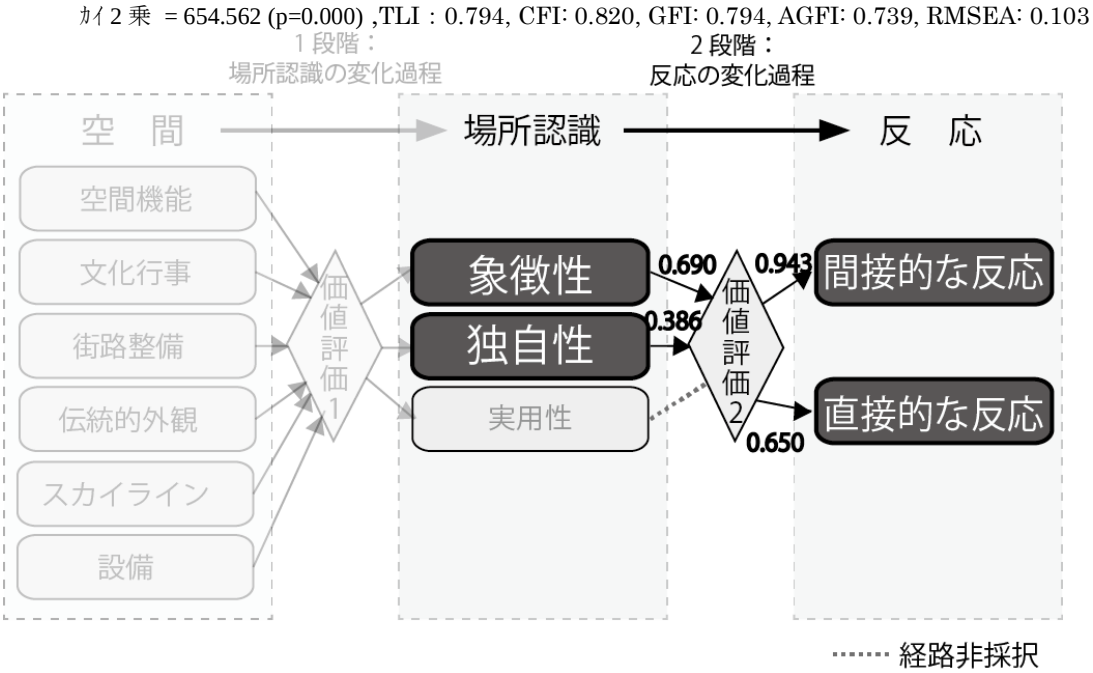
(3) 全州韓屋マウルに対する反応の誘導要因

有効であると判明された経路の標準化指数を全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程(図 6-8)に表示した。



（図 6-8）全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程

分析の結果を簡略に示すと(図 6-9)のようである。



（図 6-9）全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程の概念図

その結果、全州韓屋マウルに対する一般市民の「間接的な反応」と「直接的な反応」は全州韓屋マウルの「象徴性」と「独自性」により現れることが分かった。

また、全州韓屋マウルに対する反応は、「間接的な反応(他の人にお勧めしたい、愛着を感じる、魅力的な場所だ、満足感を感じる、また訪ねたい、そのまま保って欲しい、物理的な環境が好き)」の標準化指数が 0.943 と高く現れた。

2.3 全州韓屋マウルに対する一般市民の「場所認識の変化過程」と「反応の変化過程」の比較

(1) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「場所認識の変化過程」

全州韓屋マウルに対する一般市民の「場所認識の変化過程」の分析結果として、場所認識の誘導要因としては「伝統的外観」や「空間機能」が、場所認識の有効なアイデンティティ因子は「独自性」、「象徴性」そして「実用性」であることが分かった。

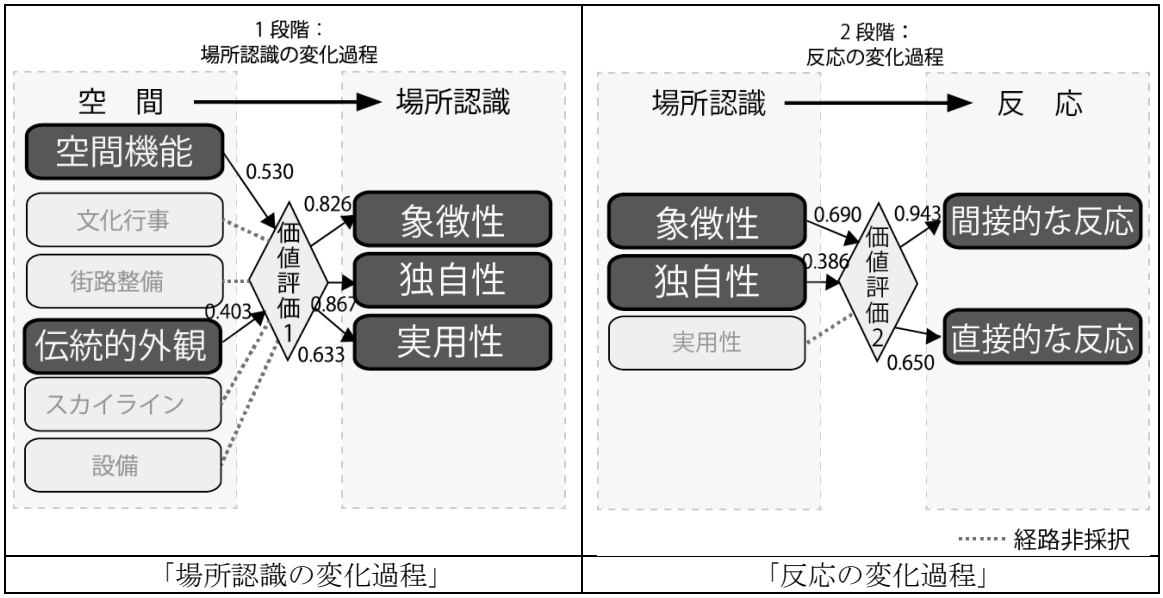
(2) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「反応の変化過程」

全州韓屋マウルに対する一般市民の「反応の変化過程」の分析結果として、全州韓屋マウルに対する反応は間接的な反応が比較的強いことが分かった。また、反応の誘導要因としては「独自性」や「象徴性」であることが分かった。

(3) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「場所認識の変化過程」と「反応の変化過程」の比較

全州韓屋マウルに対する一般市民の「場所認識の変化過程」と「反応の変化過程」を比較する

と、全州韓屋マウルの「実用性」が場所認識の評価基準として有効であるが、反応には影響を与えていないことが分かる。

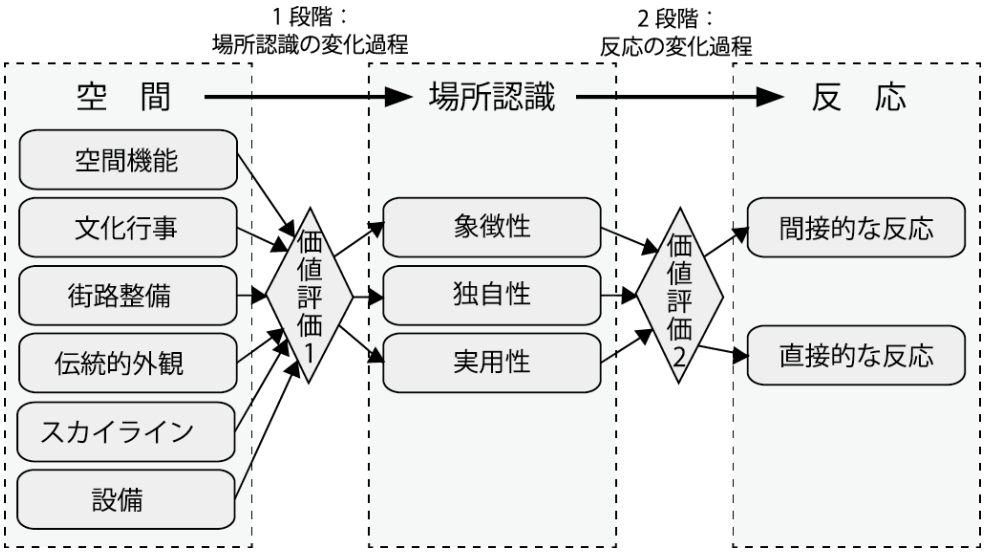


(図 6-10) 認識と反応の変化過程におけるアイデンティティの特性比較

そこで、全州韓屋マウルに対する一般市民の「場所認識の変化過程」と「反応の変化過程」に対する価値評価が異なることが分かり、「計画要因」－「場所認識」－「反応」の間に 2 つの価値評価を設定したことに対する有効性を検証することができた。

3. 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の誘導要因

全州韓屋マウルに対する一般市民の認識と反応を誘導する計画要因を導出するため、「計画要因」－「場所認識」－「反応」のすべての因果過程を変数として設定した「全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程」の分析を行った。



(図 6-11) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の各変数の因果関係モデル

3.1 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の分析

(図 6-11)の全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程モデルで作成した各経路の有効性を確認するために各経路の適合度分析を行った。

［表 6-13］ 韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」の過程モデルの各経路別の適合度

経路			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
空間機能	⇒	価値評価	0.365	0.072	5.034	***	
文化行事	⇒	価値評価	0.120	0.061	1.965	0.049	
伝統外観	⇒	価値評価	0.297	0.063	4.751	***	
スカイライン	⇒	価値評価	-0.056	0.038	-1.472	0.141	消
街路整備	⇒	価値評価	0.037	0.055	0.672	0.501	消
設備	⇒	価値評価	0.109	0.072	1.508	0.132	消
価値評価 1	⇒	象徴性	1.000				
価値評価 1	⇒	独自性	1.063	0.172	6.197	***	
価値評価 1	⇒	実用性	0.890	0.147	6.056	***	
象徴性	⇒	価値評価 2	0.392	0.081	4.842	***	
独自性	⇒	価値評価 2	0.271	0.088	3.072	0.002	
実用性	⇒	価値評価 2	0.031	0.048	0.654	0.513	消
反応	⇒	間接的な反応	0.904	0.166	5.462	***	
反応	⇒	直接的な反応	1.000				

その結果、[表 6-13]のように「スカイライン⇒価値評価 1」、「街路整備⇒価値評価 1」、「設備⇒価値評価 1」そして「実用性⇒価値評価 2」の 4 つの経路でその有意確率が低く、その因果関係が有効ではないことが分かった。

そこで、全州韓屋マウルに対する「認識－反応」過程のモデルからその 4 つの経路を消去し修正したモデルの適合度分析を再び行った [表 6-13] 。その結果、修正したモデルの 10 の経路がすべて有効であることが確認された。

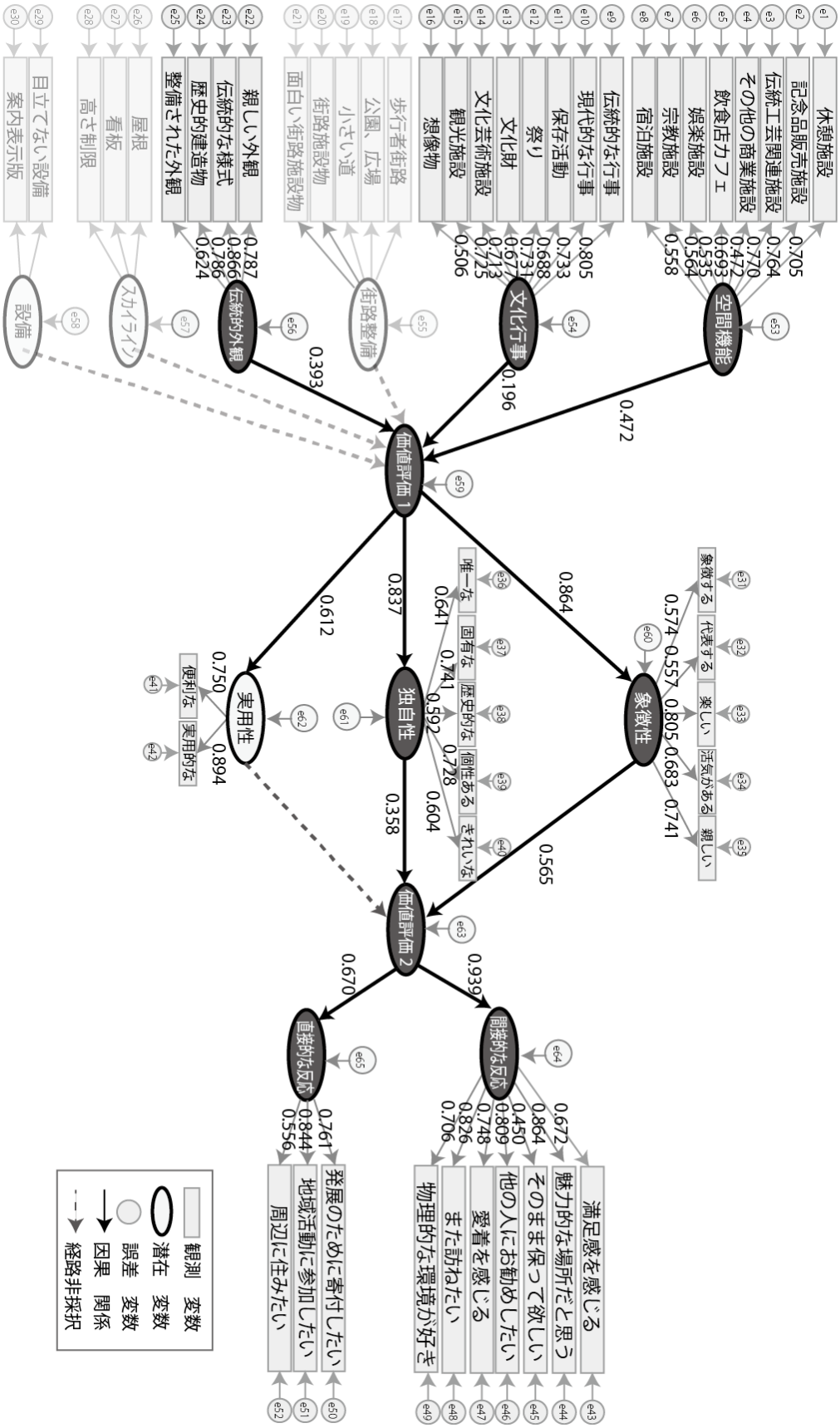
［表 6-14］ 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」の過程

経路			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
空間機能	⇒	価値評価 1	.506	.113	4.466	***	
文化行事	⇒	価値評価 1	.189	.078	2.442	.015	
伝統的外観	⇒	価値評価 1	.388	.093	4.195	***	
価値評価 1	⇒	象徴性	.660	.113	5.823	***	
価値評価 1	⇒	独自性	1.000	-	-		
価値評価 1	⇒	実用性	.738	.147	5.017	***	
象徴性	⇒	価値評価 2	1.000	-	-		
独自性	⇒	価値評価 2	.153	.078	1.963	.050	
価値評価 2	⇒	間接的な反応	1.000	-	-		
価値評価 2	⇒	直接的な反応	.785	.122	6.451	***	

3.2 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」の誘導要因

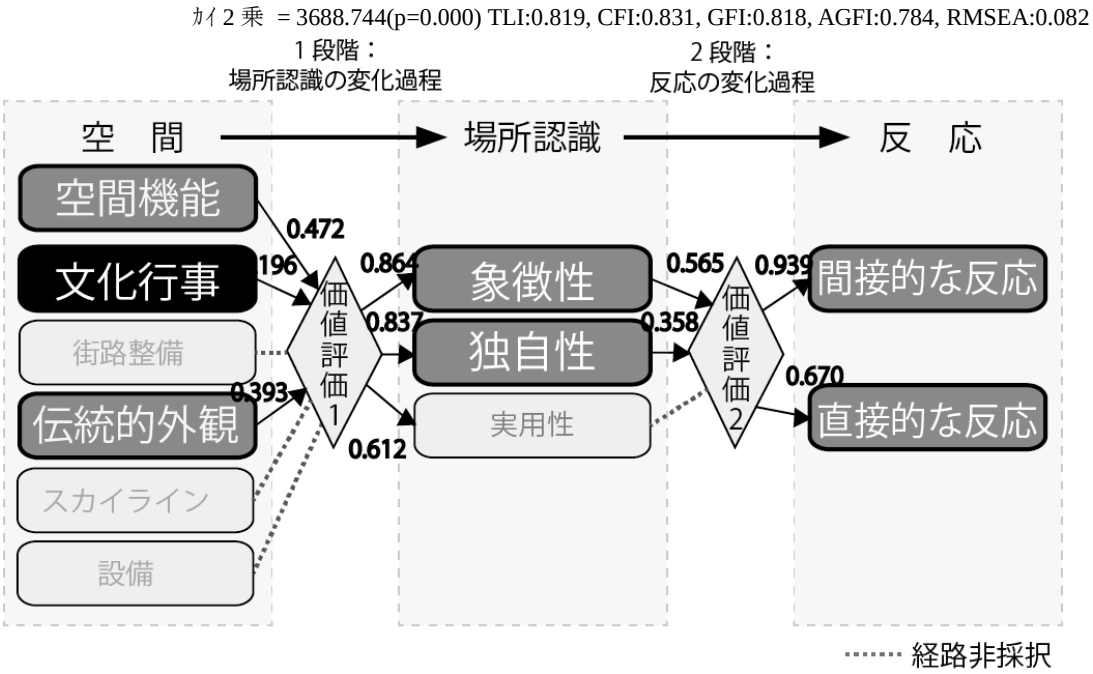
(1) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の各変数の因果関係

有効であると判明された経路の標準化指数を全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程モデル(図 6-12)に表示し、全州韓屋マウルに対する「認識－反応」過程の各変数の因果関係を示した。



（図 6-12） 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程

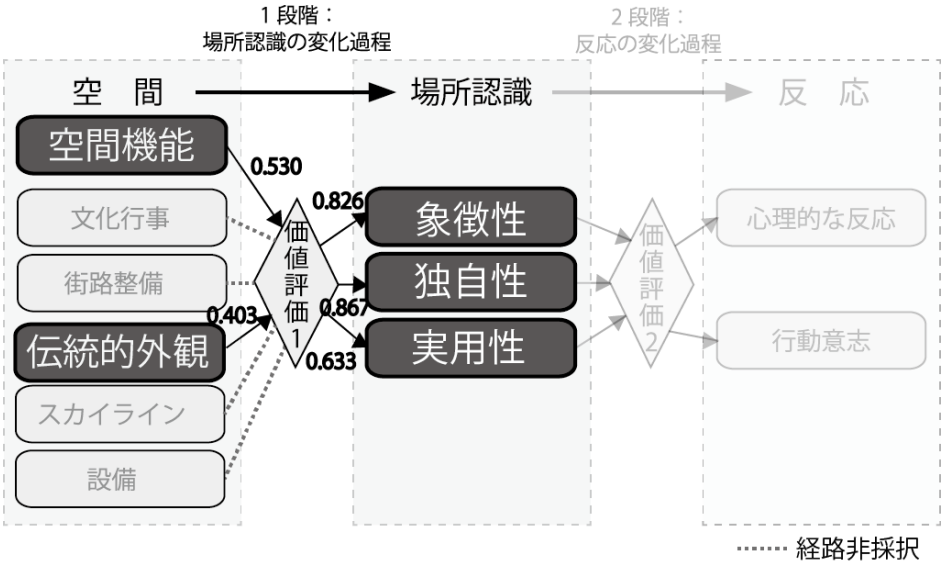
分析の結果を簡略に示すと(図 6-13)のようである。



（図 6-13） 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の概念図

分析結果として全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程に「空間機能」、「文化行事」そして「伝統的外観」が影響を与える計画要因であることが分かった。

分析の結果を全州韓屋マウルに対する一般市民の認識変化過程を分析した結果と比較すると、全州韓屋マウルに対する一般市民の認識変化過程の誘導要因である「空間機能」と「伝統的外観」の他に、全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程に「文化行事」が影響を与えていることが分かる。



（図 6-14）「場所認識の変化過程」の誘導要因

このような相異から、全州韓屋マウルの「空間機能」と「伝統的外観」により認識が変化した後に、新たな要因として全州韓屋マウルの「文化行事」が、全州韓屋マウルに対する認識および反応の誘導に影響を与えていることが分かった。

つまり、全州韓屋マウルのように認識と反応を強化されるためには、「空間機能」と「伝統的外観」を整備した上で、一般市民向けの「文化行事」を行う必要があると解析できる。

また、このような分析結果から、認識と反応を従属変数として設定し、同時に分析を行う本研究の分析モデルが、場所の維持・管理のための施策項目の導出に有意なモデルであり、その活用可能性があることが確認された。

(2) 全州韓屋マウルに対する一般市民の認識および反応の誘導要因

全州韓屋マウルに対する一般市民の認識および反応を誘導するメッセージを示すため、全州韓屋マウルに対する「認識－反応」を誘導する計画要因を構成するメッセージの標準化指数を[表 6-14]にまとめた。

[表 6-15] 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の誘導要因

経路			推定値
空間機能	⇒	伝統工芸関連施設	.770
	⇒	記念品販売施設	.764
	⇒	休憩施設	.705
	⇒	飲食店・カフェ	.693
	⇒	宗教施設	.564
	⇒	宿泊施設	.558
	⇒	娯楽施設	.535
	⇒	その他の商業	.472
伝統的外観	⇒	伝統的な様式	.866
	⇒	親しい外観	.787
	⇒	歴史的建造物	.786
	⇒	整備された外観	.624
文化行事	⇒	伝統的な行事	.805
	⇒	現代的な行事	.733
	⇒	祭り(festival)	.731
	⇒	観光施設	.725
	⇒	文化芸術施設	.713
	⇒	保存活動	.688
	⇒	文化財がある	.677
	⇒	象徴物	.506

全州韓屋マウルに対して一般市民の認識と反応に、「伝統的外観」は、伝統的な様式、親しい外観、歴史的建造物が、「空間機能」は、伝統工芸関連施設、記念品販売施設、休憩施設、飲

食店・カフェが最も強く影響を与えていることが分かった。

そこで、伝統や観光に関わっている外観や施設の他に、一般市民が休憩できる施設や飲食店・カフェが全州韓屋マウルに存在することが、全州韓屋マウルが一般市民に認識される要因のひとつであることが分かった。

また、伝統的な行事、現代的な行事、祭り(festival)、観光施設、文化芸術施設の「文化行事」が全州韓屋マウルに対する一般市民の認識と反応を強化させるためには、一般市民向けの現代的な行事や文化芸術施設なども必要であることが分かった。

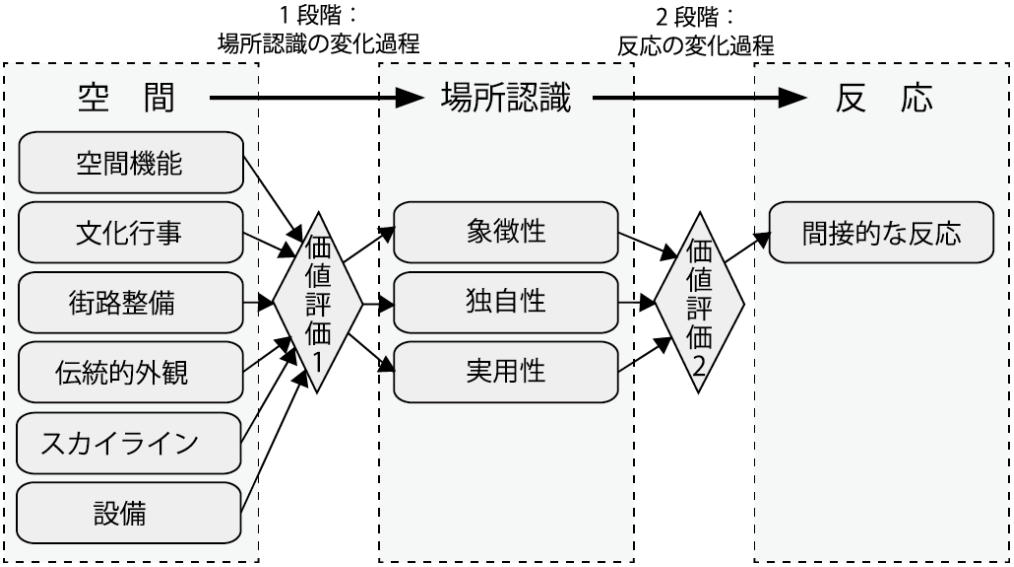
4. 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の細分化による分析

本分析モデルの応用可能性を示すため、一般市民の反応を「間接的な反応」と「直接的な反応」に分け、それぞれの反応を誘導する計画要因の導出を行った。

4.1 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」の誘導要因

(1) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程の分析

まず、全州韓屋マウルに対する一般市民の間接的な反応(満足感を感じる、魅力的な場所だと思う、そのまま保って欲しい、他の人にお勧めしたい、愛着を感じる、また訪ねたい、物理的な環境が好き)を誘導している計画要因を導出するため、(図 6-15)のように分析モデルを修正・作成した。



(図 6-15) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程の分析モデル

作成した全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程モデル(図 6-15)の各経路についてその有効性を確認するため、各経路の適合度分析を行った。

［表 6-16］ 韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的反応」過程の経路別の適合度

経路			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
空間機能	⇒	価値評価 1	.385	.094	4.111	***	
文化行事	⇒	価値評価 1	.137	.062	2.213	.027	
街路整備	⇒	価値評価 1	.031	.048	.654	.513	消
伝統的外観	⇒	価値評価 1	.410	.088	4.653	***	
スカイライン	⇒	価値評価 1	-.033	.032	-1.054	.292	消
設備	⇒	価値評価 1	.167	.067	2.468	.014	消
価値評価 1	⇒	象徴性	.669	.129	5.182	***	
価値評価 1	⇒	独自性	1.000	－	－	－	
価値評価 1	⇒	実用性	.847	.165	5.134	***	
象徴性	⇒	価値評価 2	1.000	－	－	－	
独自性	⇒	価値評価 2	94.270	1086.153	.087	.931	消
実用性	⇒	価値評価 2	-28.216	323.100	-.087	.930	消

その結果、[表 6-16]のように「街路整備⇒価値評価 1」、「スカイライン⇒価値評価 1」、「設備⇒価値評価 1」、「独自性⇒価値評価 2」そして「実用性⇒価値評価 2」の 5 つの経路でその有意確率が低く、その因果関係が有効ではないことが分かった。

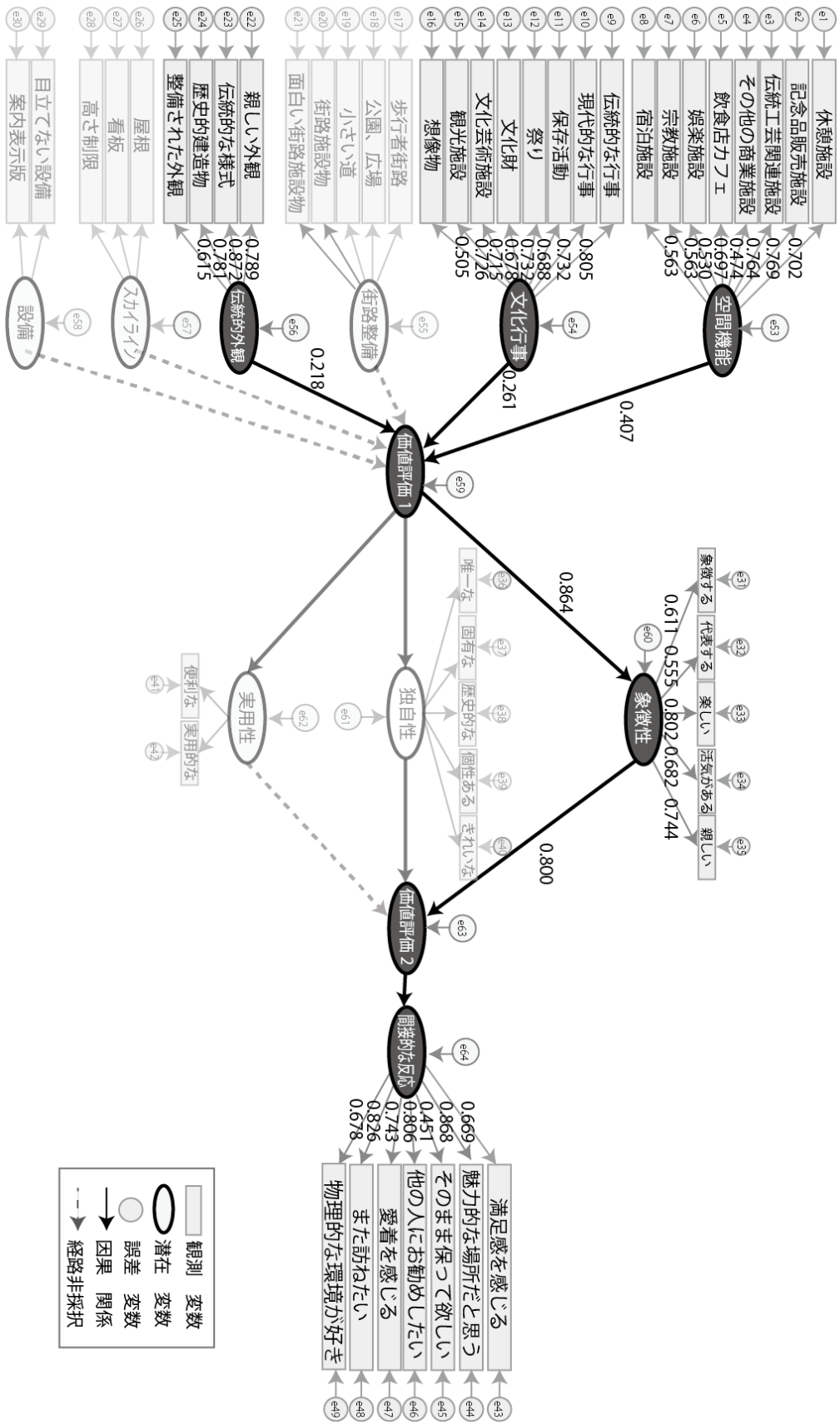
そこで、その 5 つの経路を消去し修正したモデルの適合度分析を再び行い、4 つの経路が有効であることが分かった。[表 6-17]

［表 6-17］ 韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的反応」過程

経路			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
空間機能	⇒	象徴性	.364	.085	4.261	***	
文化行事	⇒	象徴性	.211	.068	3.109	.002	
伝統的外観	⇒	象徴性	.183	.066	2.751	.006	
象徴性 2	⇒	価値評価 2	.996	.145	6.889	***	

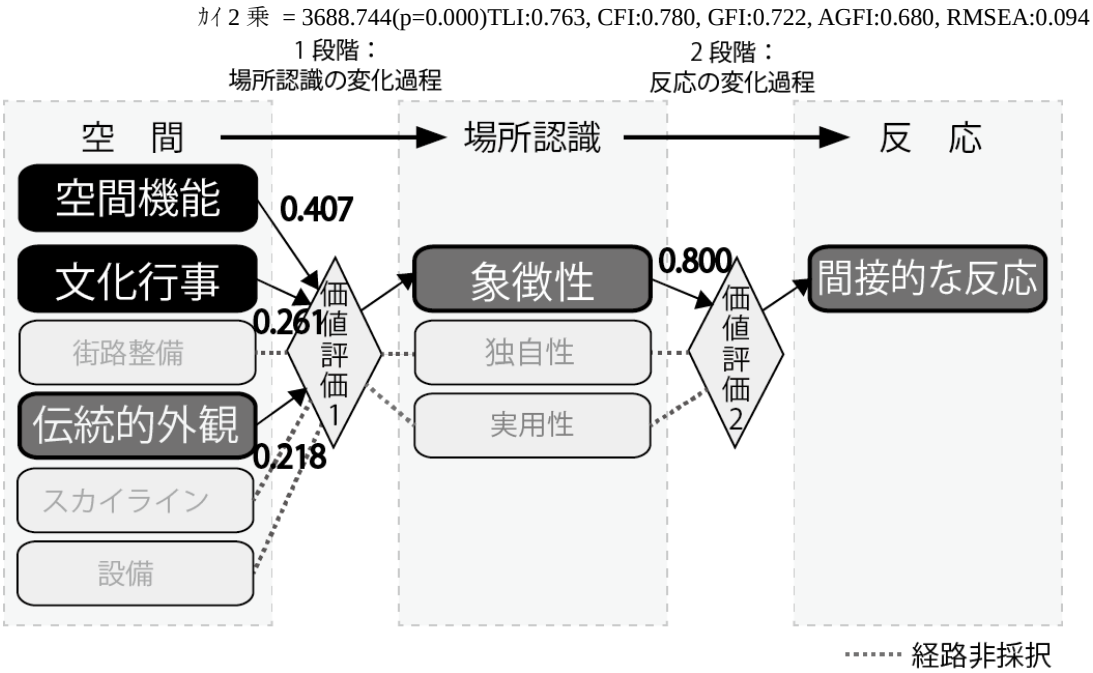
(2) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程の各変数の因果関係

有効であると判明された経路の標準化指数を全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程のモデル(図 6-16)に表示し、全州韓屋マウルに対する「認識－間接的な反応」過程の各変数の因果関係を導出した。



（図 6-16）全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程

分析の結果を簡略に示すため、(図 6-17)のようにまとめた。



（図 6-17）全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程の概念図

全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程は、「空間機能」、「文化行事」、「伝統的外観」により現れる「象徴性」によって誘導されていることが分かった。

その中でも、「空間機能」が比較的に強く現れた上で、「伝統的外観」より「文化行事」が間接的な反応を誘導していることが分かった。

- 全州韓屋マウルに対する一般市民の認識および間接的な反応を誘導するアイデンティティ

全州韓屋マウルに対する一般市民の認識および間接的な反応を誘導するアイデンティティとしては、「象徴性」が導出された。特に、「楽しい」、「親しい」イメージが認識に強い影響を与えることが分かった。

［表 6-18］ 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」を誘導するアイデンティティ

経路			推定値
象徴性	⇒	楽しい	.802
	⇒	親しい	.744
	⇒	活気がある	.682
	⇒	象徴的	.611
	⇒	代表的	.555

▪ 全州韓屋マウルに対する一般市民の認識および間接的な反応を誘導するメッセージ

全州韓屋マウルに対する一般市民の認識および間接的な反応を誘導する計画要因としては、「空間機能」、「文化行事」そして「伝統的外観」が導出された。

その中でも、全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」を誘導するメッセージは、[表 6-19]のように現れた。

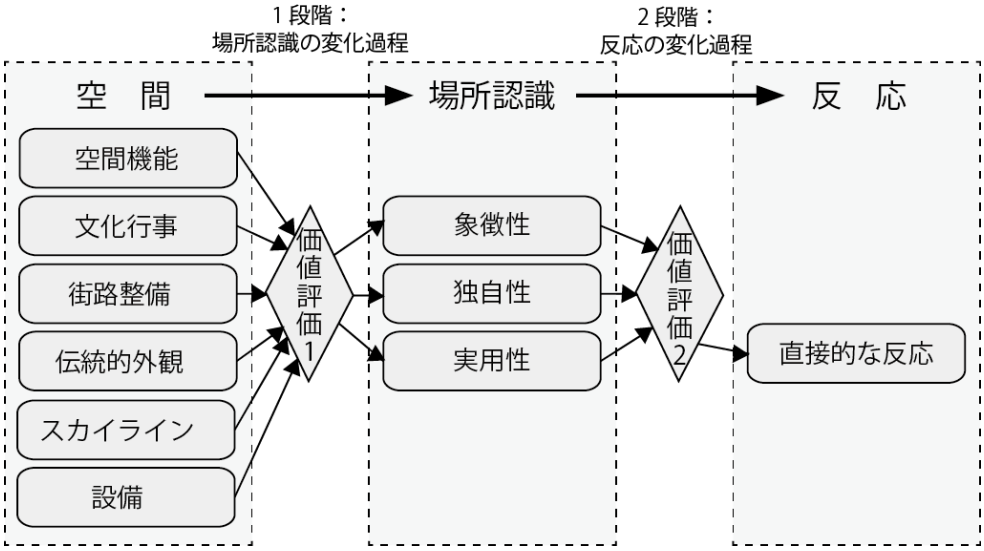
［表 6-19］全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程の誘導要因

経路			推定値
空間機能	⇒	伝統工芸品販売施設	.769
	⇒	記念品販売施設	.764
	⇒	休憩施設	.702
	⇒	飲食店が多い	.697
	⇒	宿泊施設が多い	.559
	⇒	宗教施設が多い	.563
	⇒	娯楽施設	.530
	⇒	その他の商業施設	.474
文化行事	⇒	伝統的な行事	.805
	⇒	現代的な行事	.732
	⇒	祭り	.732
	⇒	観光施設が多い	.726
	⇒	文化芸術	.715
	⇒	文化財がある	.678
	⇒	保存活動	.687
	⇒	象徴物	.505
伝統的外観	⇒	伝統的な様式	.872
	⇒	歴史的な価値が高い建造物	.789
	⇒	親しい外観	.781
	⇒	外観がよく整備されている	.615

4.2 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的な反応」の誘導

(1) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程の分析

全州韓屋マウルに対する一般市民の直接的な反応(発展のために寄付したい、地域活動に参加したい、周辺に住みたい)を誘導している計画要因を導出するため、(図 6-18)のように分析モデルを作成した。



（図 6-18）全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的な反応」の過程の分析モデル

因果過程を分析するためにまず、全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程モデル(図 6-18)の各経路の有効性を確認するために各経路の適合度分析を行った。

［表 6-20］韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的反応」過程の経路別の適合度

			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
空間機能	⇒	価値評価 1	.352	.091	3.862	***	
文化行事	⇒	価値評価 1	.308	.082	3.733	***	
街路整備	⇒	価値評価 1	.029	.047	.625	.532	消
伝統的外観	⇒	価値評価 1	.190	.067	2.824	.005	
スカイライン	⇒	価値評価 1	-.029	.031	-.923	.356	消
設備	⇒	価値評価 1	.081	.060	1.353	.176	消
価値評価 1	⇒	象徴性	.830	.137	6.067	***	
価値評価 1	⇒	独自性	1.000	–	–	–	
価値評価 1	⇒	実用性	.689	.144	4.784	***	
象徴性	⇒	価値評価 2	-1.128	.194	-5.814	***	
独自性	⇒	価値評価 2	1.000	–	–	–	
実用性	⇒	価値評価 2	-.019	.029	-.672	.501	消

その結果、[表 6-20]のように「街路整備⇒価値評価 1」、「スカイライン⇒価値評価 1」、「設備⇒価値評価 1」、そして「実用性⇒価値評価 2」の 4 つの経路でその有意確率が低く、その因果関係が有効ではないことが分かった。

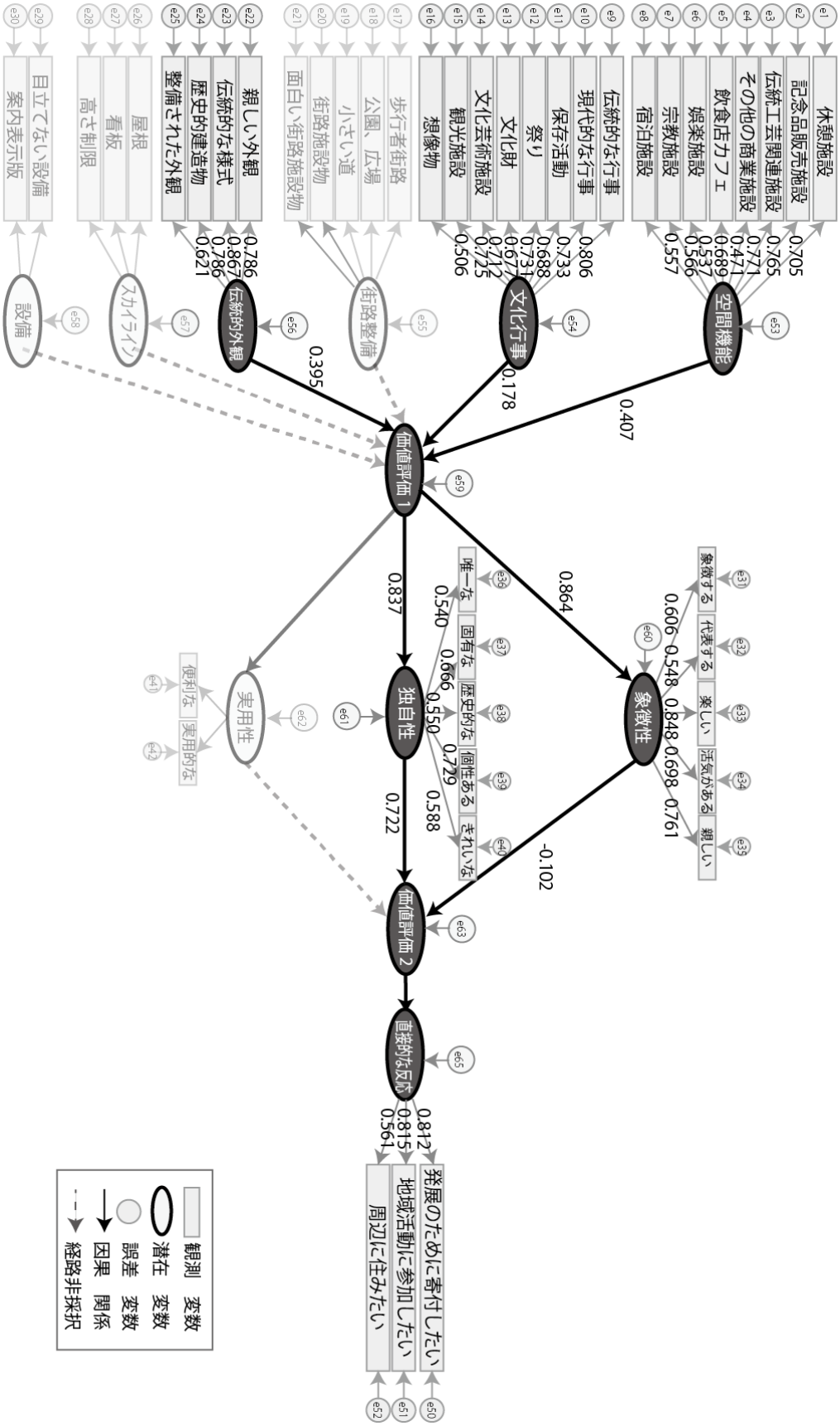
そこで、4 つの経路を消去し修正したモデルの適合度分析を再び行い、修正しても 8 つの経路が有効であることを確認した[表 6-21]。

［表 6-21］韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的反応」過程

			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
空間機能	⇒	価値評価 1	.451	.101	4.462	***	
文化行事	⇒	価値評価 1	.157	.069	2.277	.023	
伝統的外観	⇒	価値評価 1	.360	.084	4.270	***	
価値評価 1	⇒	象徴性	.740	.132	5.622	***	
価値評価 1	⇒	独自性	1.000	-	-	-	
価値評価 1	⇒	実用性	.933	.169	5.518	***	
象徴性	⇒	価値評価 2	-.164	.161	-1.017	.309	
独自性	⇒	価値評価 2	1.000	-	–	-	

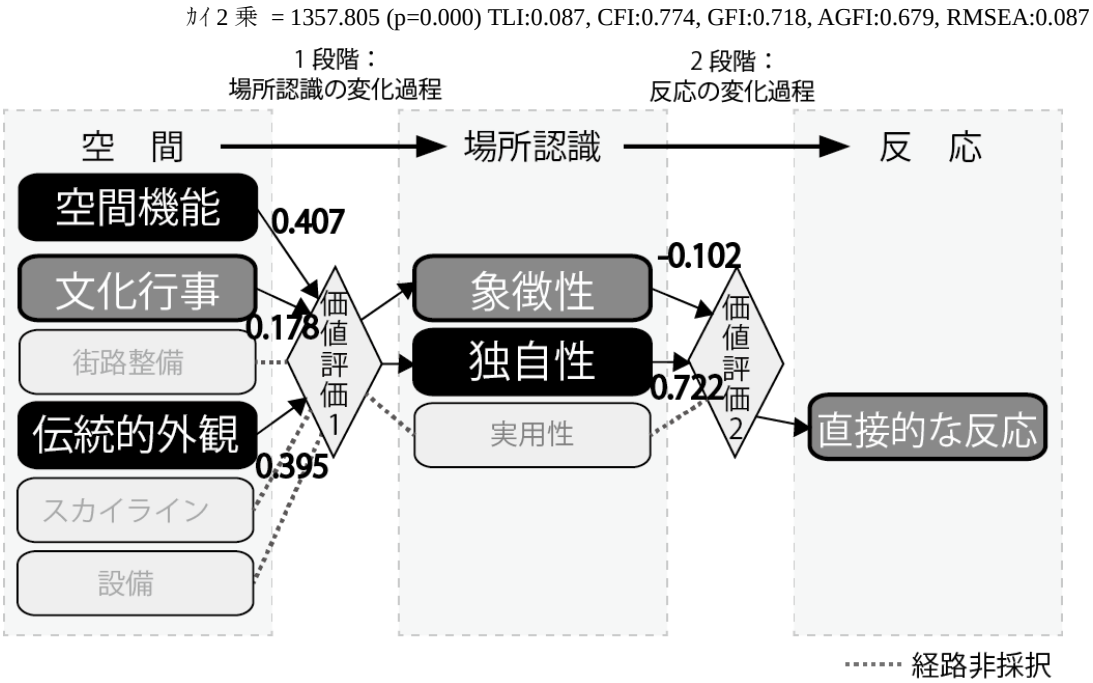
(2) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的な反応」過程の各変数の因果関係

有効であると判明された経路の標準化指数を全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的な反応」過程のモデル(図 6-19)に表示し、全州韓屋マウルに対する「認識－直接的な反応」過程の各変数の因果関係を導出した。



（図 6-19） 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的反応」過程

分析の結果を簡略に示すと(図 6-20)のようである。



（図 6-20）全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的な反応」過程の概念図

▪ 全州韓屋マウルに対する一般市民の直接的な反応

直接的な反応としては、「発展のために寄付したい、地域活動に参加したい」の反応が強く、居住意志は比較的に低いことを分かった。[表 6-22]

［表 6-22］全州韓屋マウルに対する一般市民の直接的な反応

経路			標準化指数
直接的な反応	⇒	発展のために寄付したい	.812
	⇒	地域活動に参加したい	.815
	⇒	周辺にすみたい	.561

▪ 全州韓屋マウルに対する一般市民の認識および直接的な反応を誘導するアイデンティティ

全州韓屋マウルに対する一般市民の認識および直接的な反応を誘導するアイデンティティとしては、「独自性」と「象徴性」が導出された。

「独自性」は、標準化指数が 0.722 であり、直接的な反応に強い影響を与えていることが分かった。特に、個性があるというアイデンティティが最も影響を与えている。しかし、「象徴性」が直接的な反応にマイナス(標準化指数：-0.102)影響を与えていることを分かった。

そこで、直接的な反応を誘導するためには、「独自性」を示す計画要因を施策として強化する必要性を示すことができる。

［表 6-23］ 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的な反応」を誘導するアイデンティティ

経路			標準化指数
独自性	⇒	個性ある	.729
	⇒	固有な	.666
	⇒	きれいな	.588
	⇒	歴史的な	.550
	⇒	唯一な	.540
象徴性	⇒	楽しい	.848
	⇒	親しい	.761
	⇒	活気がある	.698
	⇒	象徴的	.606
	⇒	代表的	.548

▪ 全州韓屋マウルに対する一般市民の認識および直接的な反応を誘導するメッセージ

全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的な反応」過程は、「空間機能」、「文化行事」、「伝統的外観」の「独自性」によって誘導されていることが分かった。

その中でも、「空間機能」が比較的強く現れた上で、「文化行事」より「伝統的外観」が直接的な反応に影響を与えることが分かった。

全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的な反応」を誘導するメッセージは、[表 6-24]のように現れた。

［表 6-24］ 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程の誘導要因

			推定値
空間機能	⇒	宿泊施設が多い	.557
	⇒	宗教施設が多い	.566
	⇒	娯楽施設	.537
	⇒	飲食店が多い	.689
	⇒	その他の商業	.471
	⇒	伝統工芸品	.771
	⇒	記念品販売	.765
	⇒	休憩施設	.705
文化行事	⇒	象徴物	.506
	⇒	観光施設が多い	.725
	⇒	文化芸術	.712
	⇒	文化財がある	.677
	⇒	祭り	.731
	⇒	保存活動	.688
	⇒	現代的な行事	.733
	⇒	伝統的な行事	.806
伝統的外観	⇒	外観がよく整備されている	.621
	⇒	歴史的な価値が高い建造物	.786
	⇒	伝統的な様式	.867
	⇒	親しい外観	.786

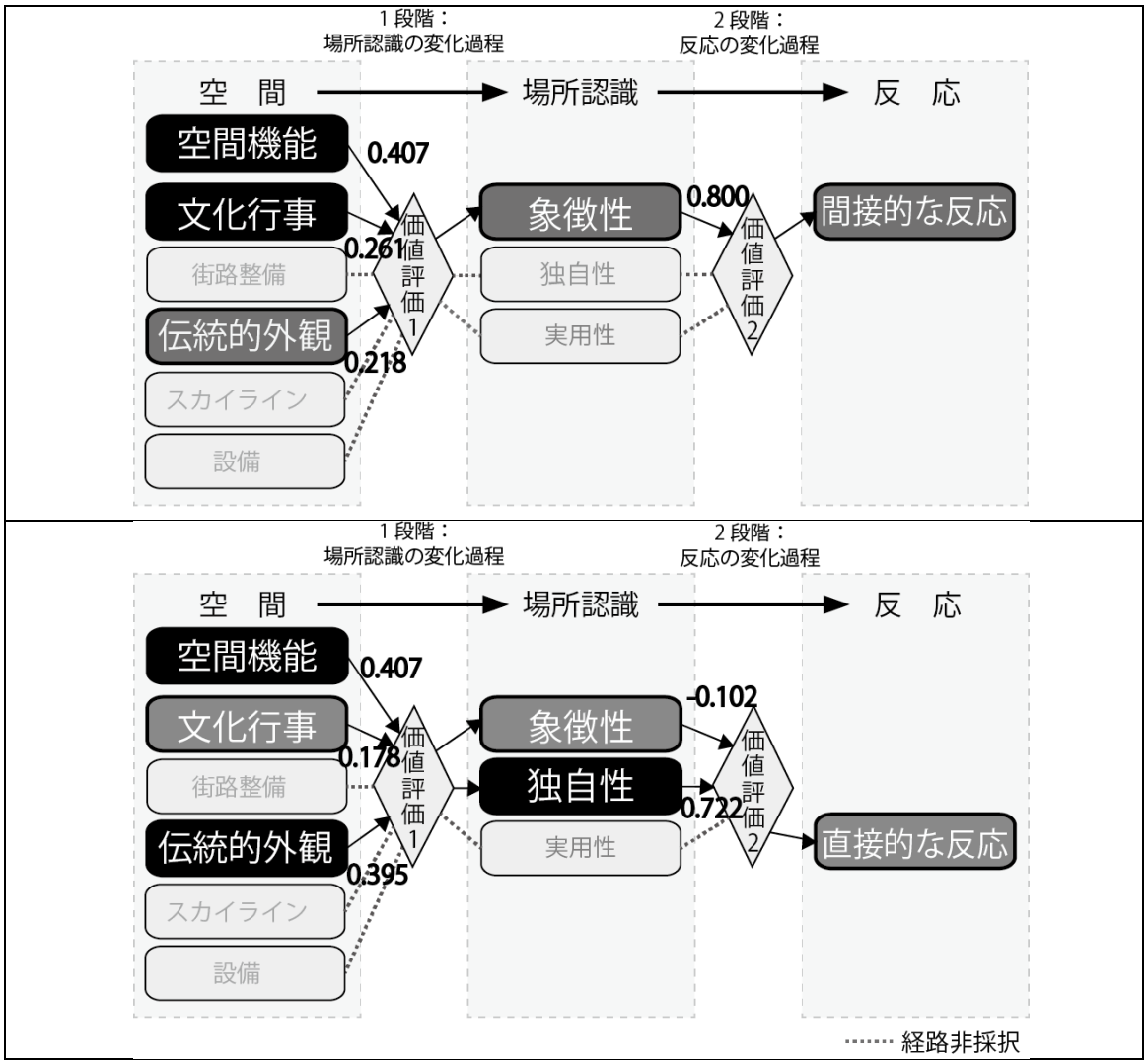
4.3 全州韓屋マウルに対する一般市民の間接的な反応と直接的な反応の誘導要因

全州韓屋マウルに対する一般市民の間接的な反応と直接的な反応の誘導要因を比較した。

まず、反応に影響を与えるアイデンティティの比較を行うと、間接的な反応を誘導するアイデンティティは、「象徴性」に影響を与えているが、直接的な反応には、「独自性」が肯定的な影響を、「象徴性」が否定的な影響を与えることが分かり、間接的な反応と直接的な反応の誘導要因が相異であることが分かった。

そこで、歴史的街並み保全地区に対する直接的な反応を誘導するためには、観光地としての「象徴性」を示すメッセージを維持・管理することも重要であるが、歴史的な「独自性」を表すメッセージを施策的に強化する必要性を示すことができた。

また、「認識－反応」に影響を与える計画要因を比較すると、「空間機能」が共通して最も強い誘導要因として現れた上で、「認識－間接的な反応」には「文化行事」が、「認識－直接的な反応」には「伝統的な外観」がより影響を与えることが分かり、「認識－間接的な反応」と「直接的な反応」の誘導要因が相異であることが分かった。



（図 6-21）全州韓屋マウルに対する一般市民の間接的な反応と直接的な反応の誘導要因

そこで、「認識－反応」を誘導するためには、誘導しようとするアイデンティティや反応を基準としてその誘導要因をそれぞれに分析する必要があることが分かった。

以上の結果から、本研究の分析モデルを通じて都市空間における場所に対する「認識－反応」過程を全体的に分析した後に、従属変数を分析の目的に応じて応用することができることを示すことができた。

5. 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程

全州韓屋マウルに対する一般市民の認識および反応の因果過程を分析し、全州韓屋マウルに対する「認識－反応」過程の特性や誘導要因が以下のように確認できた。

(1) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「場所認識の変化過程」と「反応の変化過程」の誘導要因

「場所認識の変化過程」で形成された全州韓屋マウルのアイデンティティ因子と「反応の変化過程」の誘導要因としてのアイデンティティ因子を比較すると全州韓屋マウルのアイデンティティ因子のひとつである「実用性」が場所認識の評価基準として有効であるが、反応には影響を与えていないことが分かった。

そこで、「場所認識の変化過程」と「反応の変化過程」の価値評価が異なることが確認され、分析モデルに 2 つの価値評価を設定したことに対する有効性が検証された。

(2) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の誘導要因

全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」に「空間機能」、「文化行事」そして「伝統的外観」が影響を与える計画要因であることが分かった。

場所認識の変化過程に影響を与える計画要因(「空間機能」、「伝統的外観」)とは相異が確認され、一般市民の認識と反応を誘導する計画要因を導出するためには、「計画要因」－「場所認識」－「反応」の因果過程を同時に分析する必要性を確認することができた。

また、従属変数である反応を直接的な反応と間接的な反応に区分し、その誘導要因を分析した結果、直接的な反応を誘導するアイデンティティとしては、「独自性」と「象徴性」が導出されたが、「象徴性」はマイナス(標準化指数：-0.102)影響を与えていることが分かり、直接的な反応まで誘導するためには、「独自性」を示すメッセージを施策的に強化する必要性を示すことができた。

「認識－反応」に影響を与える計画要因を比較すると、「空間機能」が反応を誘導する要因として共通して最も強く現れた上で、「認識－間接的な反応」には「文化行事」が、「認識－直接的な反応」には「伝統的な外観」がより影響を与えることが分かり、「認識－間接的な反応」と「直接的な反応」の誘導要因に相異があることが分かった。

そこで、「認識－反応」を誘導するためには、誘導しようとするアイデンティティや反応を基準としてその誘導要因をそれぞれに分析する必要があることが分かった。

(3)　本研究の分析モデルおよびその設定の有意性

以上の分析を通じて、まず分析モデルの設定に対して、メッセージに対して因子分析を行うことや場所に対する一般市民の認識と反応を誘導する計画要因を導出するため、「場所認識」や「反応」を従属変数に設定し、2 つの価値評価を設定したことや分析モデルの有意性が検証された。

また、「認識－反応」過程の「場所認識の変化過程」と「認識－反応過程」の誘導要因に相異が現れることや反応の類型によりその誘導要因が異なることから、本分析モデルの場所の整備・維持・管理を目的とする空間施策に、施策の目的に応じて、その誘導要因が導出できる可能性が確認された。

第 4 節．川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程

第 4 節では、埼玉県川越市に位置する川越伝建地区を事例地として川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の分析を行う。この分析の結果から川越伝建地区に対する一般市民の認識と反応を同時に誘導できる誘導要因を導出しながら、本研究モデルの分析の有効性を再び確認する。

1．川越伝建地区に対する「認識－反応」過程の作成

1.1 川越伝建地区に対する「認識－反応」過程の変数因子

分析のモデルを作成するためまず、川越伝建地区を川越市の場所として認識している一般市民の回答のみを分析対象として川越伝建地区に対するメッセ―ジ、アイデンティティ、反応の因子分析を行った。

(1) 計画要因

メッセージの組み合わせにより「因子 1：伝統的外観」、「因子 2：文化行事」、「因子 3：街路整備」、「因子 4：観光機能」、「因子 5：休憩機能」、「因子 6：その他の機能」の 6 つの計画要因が導出された。

［表 6-25］川越伝建地区の計画要因の導出

メッセージ		伝統的外観	文化行事	街路整備	観光機能	休憩機能	その他の機能
外	現代的な建物の制限	.858	.014	.079	.206	.018	.097
外	看板の制限	.786	.084	.176	-.115	.151	.010
外	高さの制限	.772	.002	.029	.203	-.006	-.014
外	屋根の制限	.765	-.035	.248	.145	-.019	-.065
外	工作物の制限	.760	.039	.079	.188	.069	.199
外	門の制限	.633	.243	.345	-.092	.263	-.103
活	伝統的な行事	.033	.797	.181	.161	.237	.037
活	保存活動	.061	.767	-.018	-.234	.146	.126
活	現代的な行事	-.023	.762	.169	-.017	.231	.269
活	祭り	.127	.712	.080	.392	-.091	-.119
外	車道路の整備	.095	.075	.860	-.049	-.035	.107
外	案内板の整備	.191	.162	.812	.050	.071	.022
外	歩行者の整備	.138	.006	.785	.122	.146	.220
外	公園の整備	.316	.190	.605	.271	.103	.073
施	お土産販売施設	.148	-.134	.074	.739	.194	-.057
施	観光施設	.330	.195	.071	.696	.187	.195
施	文化芸術施設	.094	.498	.165	.601	.100	.291
施	娯楽施設	-.041	.213	.178	.036	.791	.179
施	休憩施設	.112	.219	.143	.375	.682	-.186
施	飲食店	.363	.122	-.106	.238	.645	.158
施	その他の商業施設	.071	.011	.211	.001	.357	.768
施	宗教施設	.045	.293	.152	.128	-.127	.664

数値：因子負荷量、因子抽出法：主成分分析
回転法：Kaiser の正規化を伴うﾊﾞﾘﾏｯｸｽ法、a. 6 回の反復で回転

このような結果から、外観が「因子 1 : 伝統的外観」と「因子 3 : 街路整備」に分類されたり、施設が「因子 4：観光機能」、「因子 5：休憩機能」、「因子 6：その他の機能」に分類されることが確認でき、メッセージを研究者の任意が分類するのではなく、各メッセージに対する実際の評価結果を用いて因子分析を行い分類する必要性が検証できた。

(2) アイデンティティの因子

アイデンティティの因子を導出した結果、川越伝建地区は「因子 1：活動性」、「因子 2：象徴性」、「因子 3：独自性」に導出された [表 6-7]。

[表 6-26] 川越伝建地区のアイデンティティの因子導出

項目	活動性	象徴性	独自性
実用的な	.868	-.042	.005
便利な	.827	-.071	.060
活気がある	.712	.137	.296
親しい	.711	.189	.416
楽しい	.705	.306	.356
代表する	.030	.848	.250
象徴する	.156	.782	.355
歴史的な	-.120	.766	.246
きれいな	.497	.636	-.209
固有な	.168	.140	.819
唯一な	.162	.290	.794
個性ある	.274	.473	.580

数値：因子負荷量　因子抽出法: 主成分分析、
回転法: Kaiser の正規化を伴うﾊﾞﾘﾏｯｸｽ法、5 回の反復で回転

(3) 反応の因子

反応の因子を導出した結果、「因子 1：間接的な反応」、「因子 2：直接的な反応」の 2 の類型に分類された。

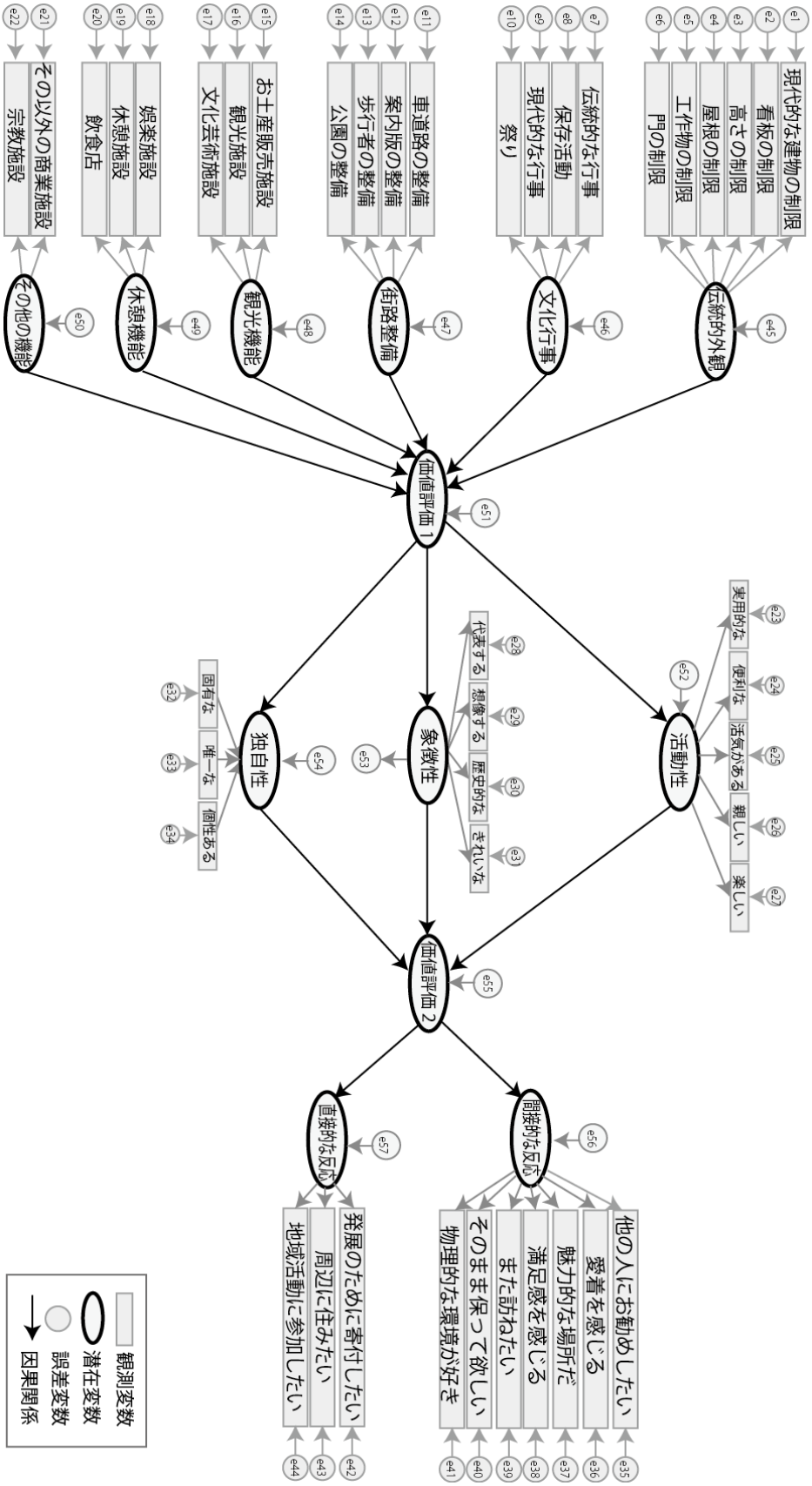
[表 6-27] 川越伝建地区の反応の因子導出

項目	間接的な反応	直接的な反応
他の人にお勧めしたい	.876	.079
愛着を感じる	.868	.094
魅力的な場所だ	.860	.201
満足感を感じる	.824	.140
また訪ねたい	.809	.152
そのまま保って欲しい	.799	.131
物理的な環境が好き	.738	.284
発展のために寄付したい	.164	.811
周辺に住みたい	-.020	.810
地域活動に参加したい	.371	.672

数値：因子負荷量　因子抽出法: 主成分分析、
回転法: Kaiser の正規化を伴うﾊﾞﾘﾏｯｸｽ法、3 回の反復で回転

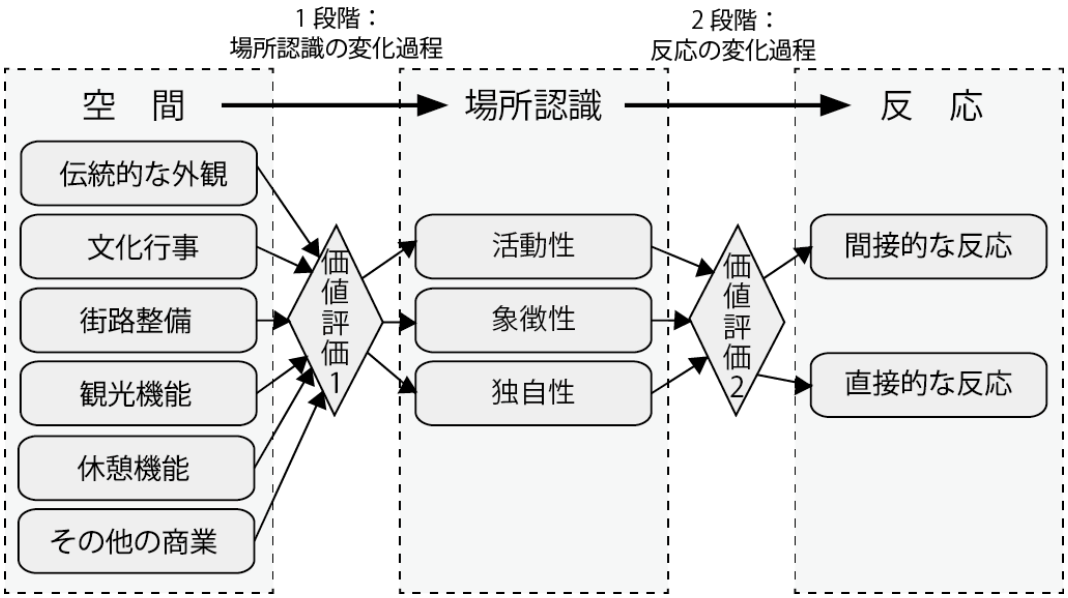
1.2 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」の過程の作成

導出した川越伝建地区に対する計画要因、アイデンティティの因子、反応の因子を用いてIBM SPSS Amos21 で分析できる共分散構造を「川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の分析モデル」を(図 6-22)のように作成した。



（図 6-22）川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程モデル

川越伝建地区の各変数の関係を簡略にまとめると(図 6-23)のようである。



（図 6-23）川越伝建地区に対する「認識－反応」過程の各変数の因果関係モデル

2. 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」の過程の検討

作成した川越伝建地区に対する「認識－反応」過程の分析モデルを基に、川越伝建地区に対する一般市民の「場所認識の変化過程(1 段階)」、「反応の変化過程(2 段階)」、そして「「認識－反応」過程」に影響を与える計画要因の分析を行った。

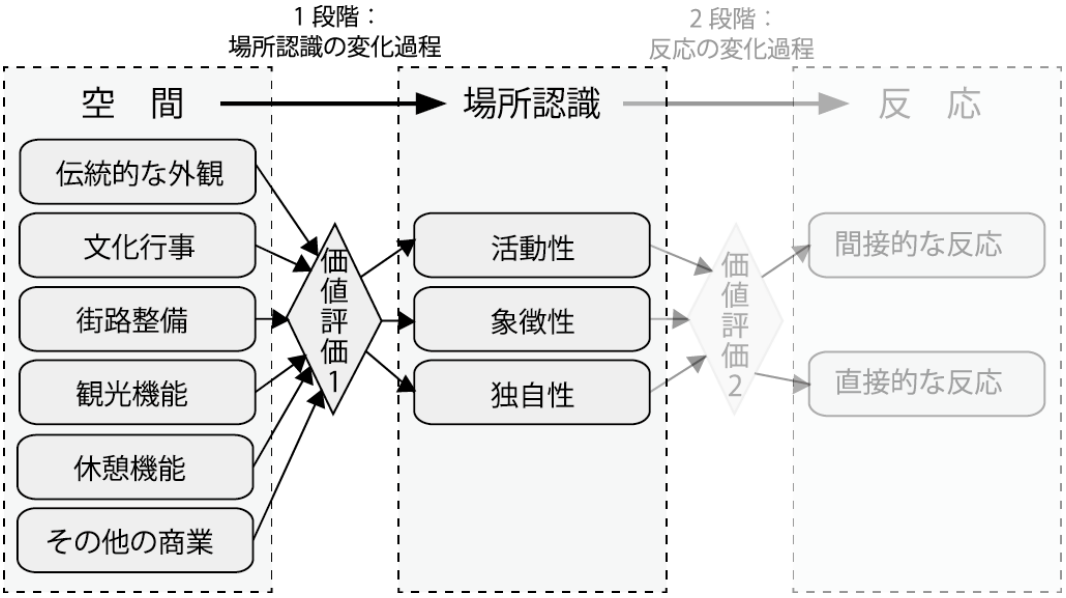
この分析を通じてそれぞれの誘導要因を導出しながら、本研究の分析モデルおよび設定が一般市民の「認識－反応」過程を分析することに有意であることの確認を行う。

2.1 川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の変化過程(1 段階)

(1) 川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の変化過程の分析モデルの作成

まず、川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の変化過程(1 段階)の分析を行うため、全州韓屋マウルに対する「認識－反応」過程の分析モデルの中で、空間と場所認識の因果関係のみを分析の対象とした。

そのため、川越伝建地区に対する「認識－反応」過程の分析モデルを(図 6-25)のように作成し、分析を行った。



(図 6-24) 川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の変化過程の各変数の因果関係

(2) 川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の変化過程の分析

作成した川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の変化過程モデル(図 6-24)で設定した各変数の因果関係の経路についてその有効性を確認するために経路別の適合度分析を行った。

［表 6-28］川越伝建地区に対する認識の変化過程モデルの各経路別の適合度

経路			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
伝統的外観	⇒	価値評価 1	.118	.057	2.068	.039	
文化行事	⇒	価値評価 1	.003	.051	.050	.960	消
街路整備	⇒	価値評価 1	.108	.056	1.951	.051	消
観光機能	⇒	価値評価 1	.370	.150	2.472	.013	
休憩機能	⇒	価値評価 1	.041	.066	.619	.536	消
その他の機能	⇒	価値評価 1	-.230	.176	-1.307	.191	消
価値評価 1	⇒	活動性	1.128	.287	3.932	***	
価値評価 1	⇒	象徴性	1.000				
価値評価 1	⇒	独自性	1.653	.354	4.669	***	

その結果、[表 6-28]のように「文化行事⇒価値評価 1」、「休憩機能⇒価値評価 1」、「その他の機能⇒価値評価」、の 3 つの経路でその有意確率が低く、その因果関係が有効ではないことを分かった。

そこで(図 6-24)の川越伝建地区に対する認識の変化過程モデルからその 3 つの経路を消し修正したモデル(以下、修正モデル)の適合度分析を再び行った。

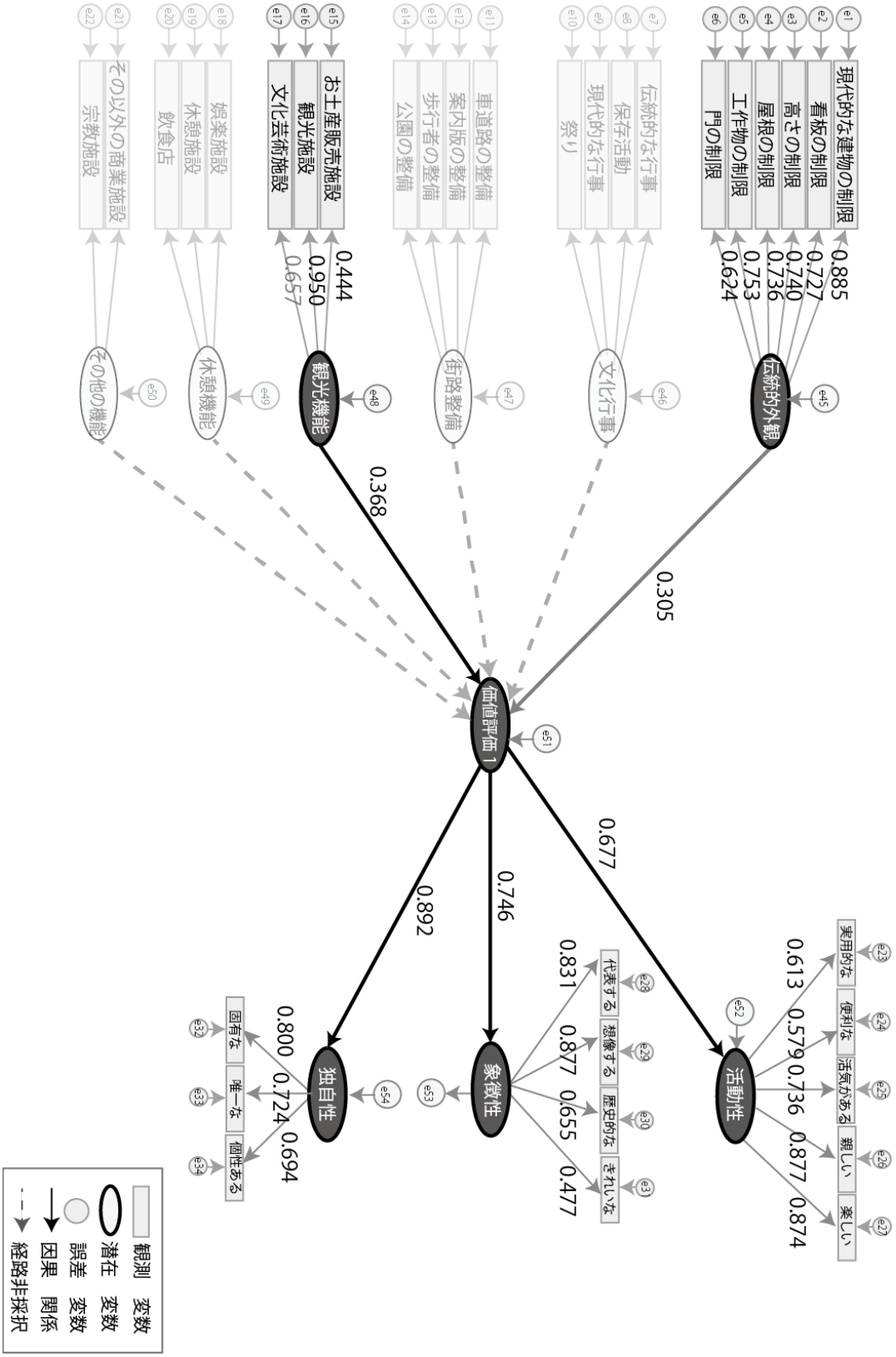
その結果、5 つの経路すべてが有効であることが確認できた。

［表 6-29］川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の変化過程の各経路別の適合度

経路			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
伝統的外観	⇒	価値評価 1	.148	.061	2.435	.015	
観光機能	⇒	価値評価 1	.374	.153	2.442	.015	
価値評価 1	⇒	活動性	1.105	.284	3.887	***	
価値評価 1	⇒	象徴性	1.000				
価値評価 1	⇒	独自性	1.664	.362	4.601	***	

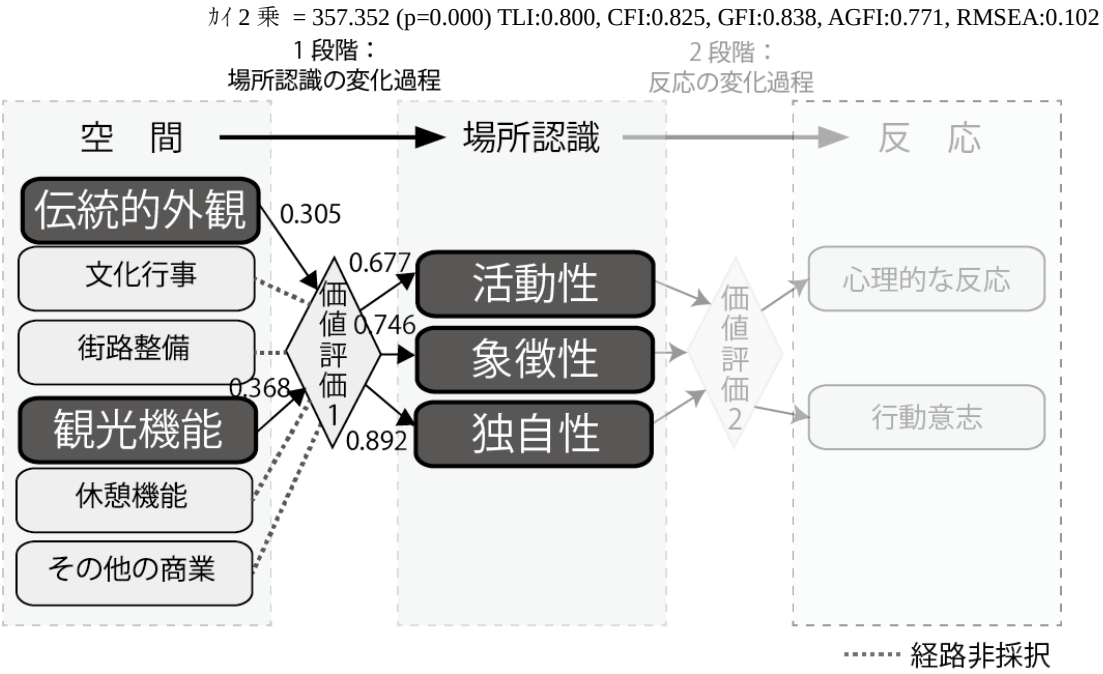
(3) 川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の誘導要因

有効であると判明された 5 つの経路に対して標準化指数を「川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の変化過程(図 6-25)」に示した。



（図 6-25）川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の変化過程

分析の結果を簡略に示すと(図 6-26)のようである。



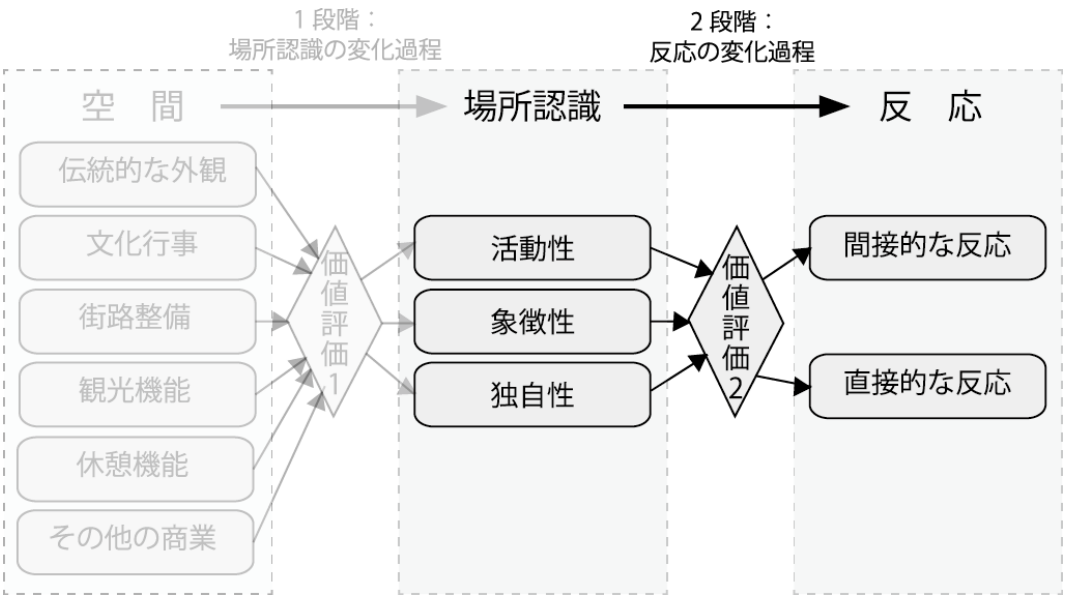
（図 6-26）川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の変化過程の概念図

その結果、川越伝建地区に対して一般市民は「伝統的外観」と「観光機能」の価値評価により「独自性」、「象徴性」そして「活動性」を認識することで、川越伝建地区を川越市の場所として認識することが分かった。その中でも「独自性」の標準化指数が 0.892 と高く現れ、川越伝建地区を「独自性(固有な、唯一な、個性ある)」が場所として認識することに強い影響を与えていることを分かった。

2.2 川越伝建地区に対する一般市民の反応の変化過程(2 段階)

(1) 分析モデル

川越伝建地区に対する一般市民の反応の変化(2 段階)に影響を与えるアイデンティティ因子を分析するために計画要因とアイデンティティ因子の因果関係を(図 6-27)のような作成・分析した。



（図 6-27）川越伝建地区に対する反応の変化過程の各変数の因果関係モデル

(2) 川越伝建地区に対する一般市民の反応の変化過程の分析

川越伝建地区に対する反応の変化過程モデルで作成した各経路の有効性を検証するために各経路の適合度分析を行った。

その結果、[表 6-30]のように「象徴性⇒価値評価 2」の経路でその有意確率が低く、その因果関係が有効ではないことを分かった。

［表 6-30］川越伝建地区に対する一般市民の反応の変化過程モデルの各経路別の適合度

経路			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
活動性	⇒	価値評価 2	.477	.096	4.966	***	
象徴性	⇒	価値評価 2	.610	.104	5.865	***	
独自性	⇒	価値評価 2	.037	.061	.608	.543	消
価値評価 2	⇒	間接的な反応	1.000	—	—	***	
価値評価 2	⇒	直接的な反応	.684	.217	3.146	.002	

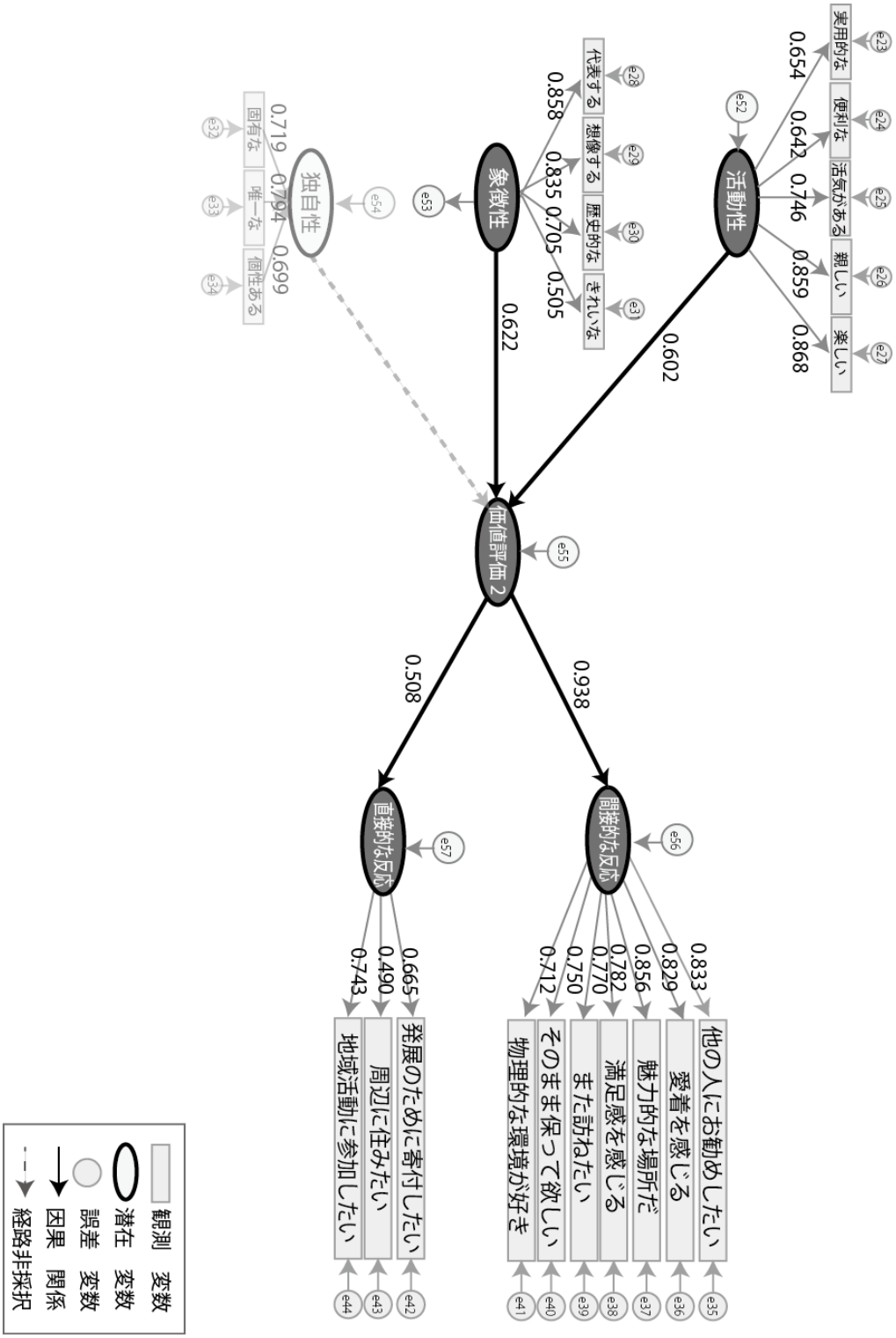
そこで(図 6-27)の川越伝建地区に対する反応の変化過程モデルからそのひとつの経路を消去し修正したモデル(以下、修正モデル)の適合度分析を再び行った。

［表 6-31］川越伝建地区に対する一般市民の反応の変化過程

経路			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
活動性	⇒	価値評価 2	.492	.097	5.047	***	
象徴性	⇒	価値評価 2	.633	.105	6.025	***	
価値評価 2	⇒	間接的な反応	1.000	—	—	***	
価値評価 2	⇒	直接的な反応	.683	.211	3.232	.001	

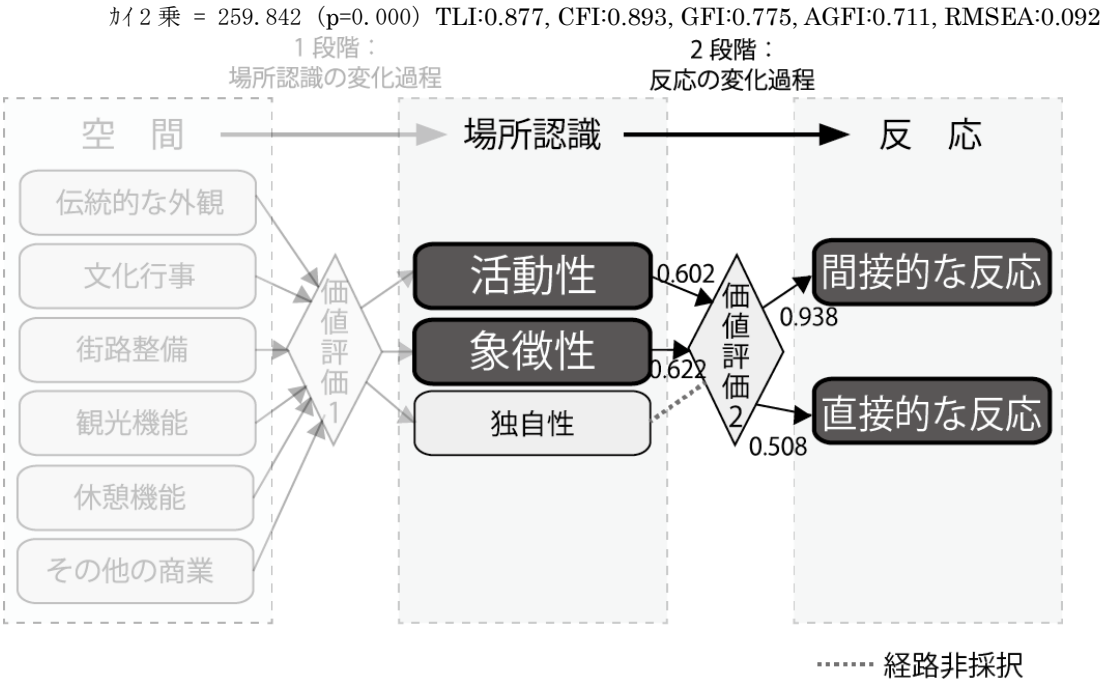
(3) 川越伝建地区に対する反応の変化過程

有効であると判明された経路の標準化指数を川越伝建地区に対する一般市民の反応の変化過程(図 6-28)に表示した。



（図 6-28）川越伝建地区に対する一般市民の反応の変化過程

分析の結果を簡略に示すと(図 6-29)のようである。



（図 6-29）川越伝建地区に対する一般市民の反応の変化過程の概念図

その結果、川越伝建地区に対する反応は、「間接的な反応(他の人にお勧めしたい、愛着を感じる、魅力的な場所だ、満足感を感じる、また訪ねたい、そのまま保って欲しい、物理的な環境が好き)」の標準化指数が 0.938 と高く現れた。「直接的な反応(発展のために寄付したい、周辺に住みたい、地域活動に参加したい)」の標準化指数は 0.508 で間接的な反応より比較的低く現れた。

また、川越伝建地区に対する一般市民の「間接的な反応」と「直接的な反応」は川越伝建地区の「活動性」と「象徴性」に影響を受け現れることが分かった。

2.3 川越伝建地区に対する一般市民の「場所認識の変化過程」と「反応の変化過程」の特性比較

(1) 川越伝建地区に対する一般市民の「場所認識の変化過程」

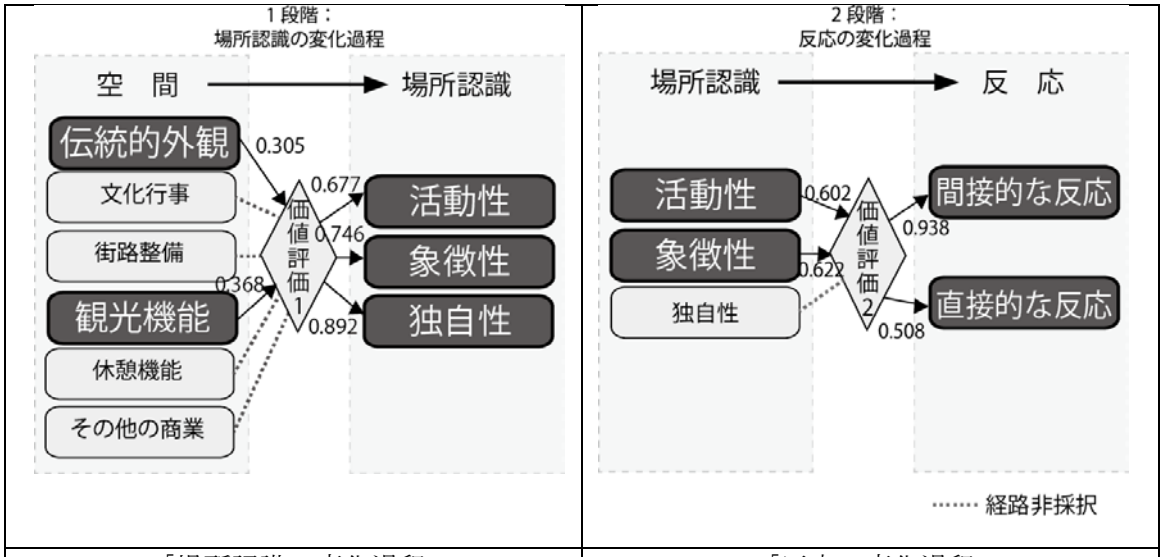
川越伝建地区に対する一般市民の「場所認識の変化過程」の分析結果として、場所認識の誘導要因としては「伝統的外観」や「観光機能」が、場所認識の有効なアイデンティティ因子は「活動性」、「象徴性」そして「独自性」であることが分かった。また、「独自性」が川越伝建地区のアイデンティティを示す強い特徴であることを分かった。

(2) 川越伝建地区に対する一般市民の「反応の変化過程」

川越伝建地区に対する一般市民の「反応の変化過程」の分析結果として、川越伝建地区に対する反応は心理的な反応が強いことが分かった。また、反応の誘導要因としては「活動性」や「象徴性」であることが分かった。

(3) 川越伝建地区に対する一般市民の「場所認識の変化過程」と「反応の変化過程」の比較

「場所認識の変化過程」で形成された川越伝建地区のアイデンティティ因子と「反応の変化過程」の誘導要因としてのアイデンティティ因子を比較すると場所認識の有効な 3 つのアイデンティティ因子の中でも「独自性」が強い影響を与えているが反応には影響を与えていないことが分かる。



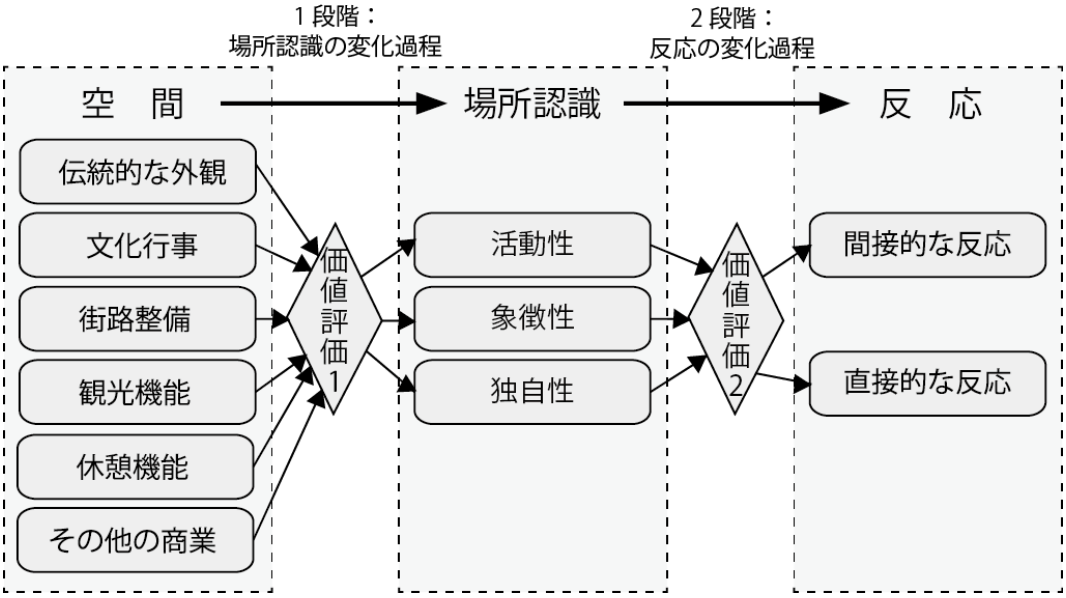
「場所認識の変化過程」	「反応の変化過程」

(図 6-30) 認識と反応の変化過程におけるアイデンティティの特性比較

そこで、本研究の目的である全州韓屋マウルに対する一般市民の「場所認識の変化過程」と「反応の変化過程」に対する価値評価が異なることが分かり、「計画要因」－「場所認識」－「反応」の間に 2 つの価値評価を設定したことに対する有意性が川越伝建地区でも検証できた。

3. 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の誘導要因

川越伝建地区に対する一般市民の認識と反応を誘導する計画要因を導出するため、「計画要因」－「場所認識」－「反応」のすべての因果過程を変数として設定し、「川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程」の分析を行った。



（図 6-31） 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の各変数の因果関係モデル

3.1 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の分析

(1) 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の分析

(図 6-31)の川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程モデルで作成した各経路の有効性を確認するために各経路の適合度分析を行った。

［表 6-32］ 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程モデルの各経路別の適合度

経路			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
伝統的外観	⇒	価値評価 1	.119	.056	2.107	.035	
文化行事	⇒	価値評価 1	.004	.051	.076	.939	消
街路整備	⇒	価値評価 1	.106	.055	1.932	.053	消
観光機能	⇒	価値評価 1	.364	.147	2.468	.014	
休憩機能	⇒	価値評価 1	.035	.065	.544	.586	消
その他の機能	⇒	価値評価 1	-.224	.173	-1.290	.197	消
価値評価 1	⇒	活動性	.792	.200	3.966	***	
価値評価 1	⇒	象徴性	1.000	-	-	-	
価値評価 1	⇒	独自性	1.678	.352	4.762	***	
活動性	⇒	価値評価 2	1.000	-	-	-	
象徴性	⇒	価値評価 2	.682	.162	4.206	***	
独自性	⇒	価値評価 2	-.160	.127	-1.260	.208	消
価値評価 2	⇒	心理的な反応	1.000	-	-	-	
価値評価 2	⇒	行動意志	.641	.167	3.836	***	

その結果、[表 6-32]のように「文化行事⇒価値評価 1 」、「街路整備⇒価値評価 1」、「休憩機能⇒価値評価 1」、「その他の機能⇒価値評価 1」、「独自性⇒価値評価 2」の 5 つの経路でその有意確率が低く、その因果関係が有効ではないことを分かった。

そこで、川越伝建地区に対する「認識－反応」過程のモデルからその 5 つの経路を消去し修正したモデルの適合度分析を再び行った [表 6-33] 。その結果、修正した経路すべてが有効であることが確認できた。

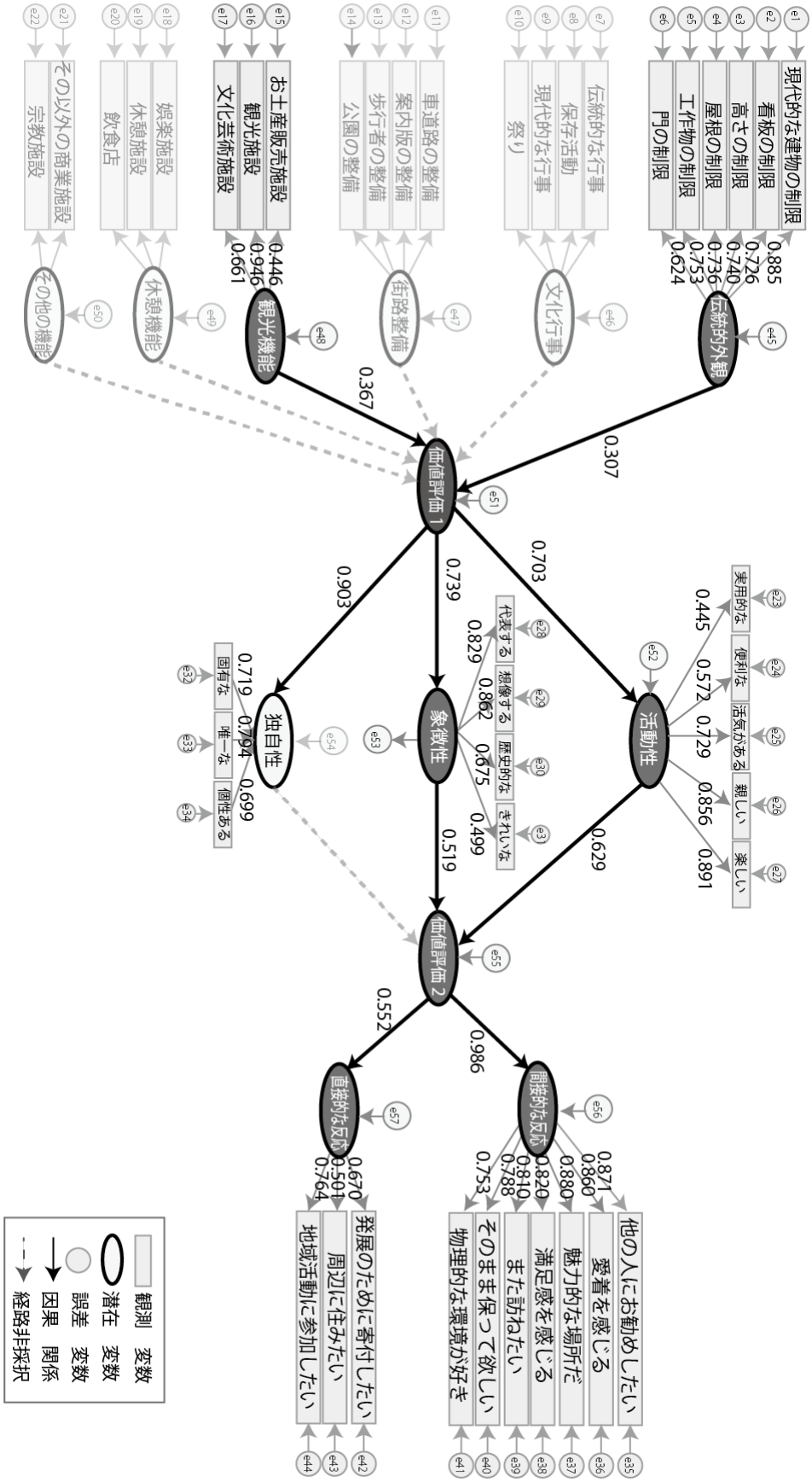
［表 6-33］川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程

			推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
伝統的外観	⇒	価値評価 1	.152	.060	2.527	.012	
観光機能	⇒	価値評価 1	.375	.152	2.467	.014	
価値評価 1	⇒	活動性	.709	.180	3.944	***	
価値評価 1	⇒	象徴性	1.000	-	-		
価値評価 1	⇒	独自性	1.672	.362	4.624	***	
活動性	⇒	価値評価 2	1.000	-	-		
象徴性	⇒	価値評価 2	.552	.122	4.516	***	
価値評価 2	⇒	心理的な反応	1.000	-	-		
価値評価 2	⇒	行動意志	.641	.169	3.802	***	

3.2 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」の誘導

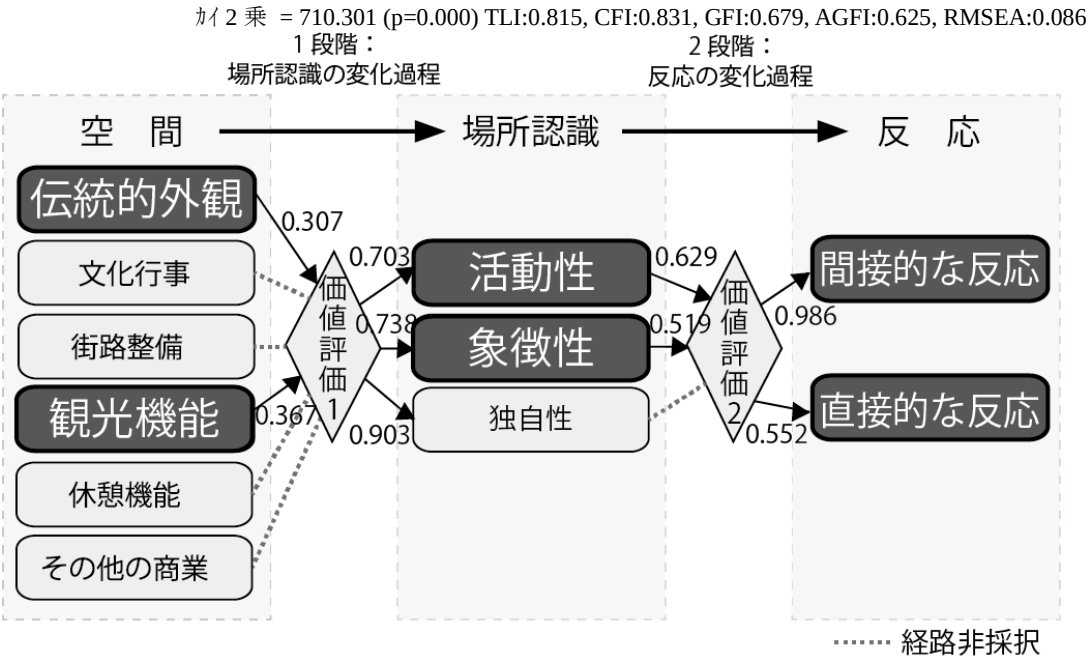
(1) 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の各変数の因果関係

有効であると判明された経路の標準化指数を川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程モデル(図 6-32)に表示し、川越伝建地区に対する「認識－反応」過程の各変数の因果関係を示した。



（図 6-32） 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程

分析の結果を簡略に示すと(図 6-33)のようである。



（図 6-33）川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の概念図

分析結果として川越伝建地区に対する「認識－反応」に「伝統的外観」と「観光機能」が影響を与える計画要因であることが分かった。

(2) 川越伝建地区に対する一般市民の認識および反応の誘導要因

さらに川越伝建地区に対する一般市民の認識および反応を誘導するメッセージを示すため、川越伝建地区に対する「認識－反応」を誘導する計画要因としての「伝統的外観」や「観光機能」を構成するメッセージの標準化指数を分析した。

川越伝建地区に対する一般市民の認識および反応を誘導するメッセージとして現代的な建物の制限や観光施設が最も強い影響を与えていることが分かった。

［表 6-34］川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の誘導要因

経路			推定値
伝統的外観	⇒	現代的な建物の制限	0.885
	⇒	工作物の制限	0.753
	⇒	高さの制限	0.740
	⇒	屋根の制限	0.736
	⇒	看板の制限	0.726
	⇒	門の制限	0.624
観光機能	⇒	観光施設	0.946
	⇒	文化芸術施設	0.661
	⇒	お土産販売施設	0.446

4. 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の特徴

川越伝建地区に対する一般市民の認識および反応の因果過程を分析し、川越伝建地区に対するに対する「認識－反応」過程の特性や誘導要因が以下のように確認できた。

(1) 川越伝建地区に対する一般市民の「場所認識」と「反応」の変化要因

「場所認識の変化過程」で形成された川越伝建地区のアイデンティティ因子と「反応の変化過程」の誘導要因としてのアイデンティティ因子を比較すると場所認識の有効な 3 つのアイデンティティ因子の中でもは「独自性」が強い影響を与えているが反応には影響を与えていないことが分かる。

そこで、本研究の目的である場所に対する一般市民の認識と反応を誘導する計画要因を導出するためには「計画要因」－「場所認識」－「反応」の因果過程を同時に分析する必要を示すことができた。

(2) 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の誘導要因

分析結果として川越伝建地区に対する「認識－反応」に「伝統的外観」と「観光機能」が影響を与える計画要因であることが分かった。

その中でも川越伝建地区に対する一般市民の認識および反応を誘導するメッセージとして現代的な建物の制限や観光施設が最も強い影響を与えていることが分かった。

また、川越伝建地区を事例としても本研究の分析モデルが都市空間における場所に対する認識と反応を誘導する要因の導出に有意な分析モデルであることが確認できた。

第 5 節. まとめ

本章は、歴史的街並み保全地区として韓国全州韓屋マウルと川越伝建地区を事例として一般市民の認識や反応の誘導可能性およびその要因を分析し、前章で作成した場所に対する市民の「認識－反応」過程の分析モデルやその設定の有意性を検討することを目的として行い、次のような結果を得た。

(1) 歴史的街並み保全地区に対する一般市民の認識と反応の誘導可能性

近代に形成された歴史的街並みであっても、保全施策が一般市民の場所認識に肯定的な影響を与えると考えられ、近代の歴史的な街並みであっても保全・再生の施策によりその認識を向上できる可能性が確認できた。

また、全州韓屋マウルを全州市の場所として認識する回答者が全州韓屋マウルに対するアイデンティティと反応のすべての項目で比較的良い評価をしている。これにより、認識と反応に相関関係があると考えられ、認識に影響を与える計画要因を施策に適用すれば、認識が向上するとともに反応も誘導する可能性が確認できた。

(2) 各事例地に対する一般市民の「認識－反応」過程の検討

歴史的街並み保全地区に対する一般市民の認識および反応の因果過程を川越伝建地区と全州韓屋マウルを対象地として分析し、各対象地や場所に対する「認識－反応」過程の特性や誘導要因が以下のように確認できた。

- 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の誘導要因

全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」に「空間機能」、「文化行事」そして「伝統的外観」が影響を与える計画要因であることが分かった。

また、全州韓屋マウルに対する一般市民の認識変化過程を分析した結果の比較で、全州韓屋マウルに対する一般市民の認識変化過程の誘導要因である「空間機能」と「伝統的外観」のほかに、全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程に「文化行事」が影響を与えていることが分かった。

つまり、全州韓屋マウルのように認識と反応を強化するためには、「空間機能」と「伝統的外観」を整備した上で、一般市民向けの「文化行事」を行う必要があると解析できる。

また、直接的な反応を誘導するアイデンティティとしては、「独自性」と「象徴性」が導出されたが、「独自性」は肯定的な効果を、「象徴性」は否定的な(標準化指数：-0.102)影響を与えていることが分かり、直接的な反応まで誘導するためには、歴史的な「独自性」を示すメッセージを施策として強化する必要性を示すことができた。

また、全州韓屋マウルに対する「認識－反応」に影響を与える計画要因を比較すると、「空間機能」が共通して最も強い誘導要因として現れ、「認識－間接的な反応」には「文化行事」が、「認識－直接的な反応」には「伝統的な外観」がより影響を与えることが分かり、「認識－間接的な

反応」と「直接的な反応」の誘導要因が相異であることが分かった。

そこで、「認識－反応」を誘導するためには、誘導しようとするアイデンティティや反応を基準としてその誘導要因をそれぞれに分析する必要があることが分かった。

- 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の誘導要因

川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の分析結果として川越伝建地区に対する「認識－反応」には「伝統的外観」と「観光機能」が影響を与える計画要因であることが分かり、本研究で作成した分析モデルが川越伝建地区でも有意な分析モデルであることが確認された。

(3) 本研究の分析モデルおよびその設定の有意性

以上の分析を通じて、まず分析モデルの設定に対して、メッセージに対して因子分析を行うことや場所に対する一般市民の認識と反応を誘導する計画要因を導出するため、「場所認識」や「反応」を従属変数に設定し、2 つの価値評価を設定したことの有意性が検証された。

また、全州韓屋マウルと川越伝建地区に対するそれぞれの「認識－反応」過程やその誘導要因が分析できたことから分析モデルとしての有意性が検証された。

「場所認識の変化過程」と「認識－反応過程」の誘導要因に相異が現れたことから、本研究の分析モデルが、場所に対する一般市民の「認識－反応」が現れる段階による誘導要因の分析ができ、場所の整備を目的とする施策の立案や維持・管理を目的とする空間施策の見直しでも活用できることが確認された。

さらに反応の細分化により、間接的な反応や直接的な反応の誘導要因が異なった結果から、本研究の分析モデルが、従属変数であるアイデンティティあるいは反応の細分化により、それぞれの従属変数を誘導する要因が分析できることが分かった。そこで場所の整備・維持・管理を目的とする空間施策のそれぞれの目的に合う知見を示す分析モデルとしてその有意性や応用可能性が確認された。

参考文献

1) RYU, G.I：A study on the Cognitive Characteristics of Landmarks in Jeonju,韓国全北大学修士学位論文,1988
2) 鄭秀卿：都市イメージの認知要因を考慮した都市空間の整備方案に関する研究,韓国全北大学修士学位論文,2009
3) Williams,D.R. et al. : Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results In J.Gramann,Proceedings of the Third Symposium on Social Science in Resource Management,pp.700-722,1990.05
4) 小塩真司：はじめての共分散構造分析 Amos によるパス評価,東京図書, 2008
5) 日本建築学会(編)：人間－環境系デザイン,1997
6) 川越市:川越市川越伝統的建造物群保存地区保存計画,1999
7) 川越市:川越十カ町地区都市景観形成地域,2004
8) 川越市:川越市歴史的風致維持向上計画,2011

9) 韓国全州市：伝統文化特区基本計画および事業計画,2000
10) 韓国全州市：伝統文化区域地区単位計画補完,2006
11) 韓国全北発展研究院：全州韓屋マウル造成事業の都心再生成果分析および改選方案,2010

第 7 章. 結　論

第 7 章. 結　論

第 1 節. 本研究の結論

1. 各章の結論

本研究は、都市空間における場所に対して一般市民の認識と反応が現れる因果過程(以下、「認識-反応」過程)に着目し、近年、地域資源を生かして形成された空間を、都市空間における「市民の場所」として定着させると同時に、一般市民の反応を誘導する空間整備の要因を導出する分析モデルの作成・検証を行い、今後の空間整備施策の作成に有意な分析モデルを提示することを目的とした。

第 1 章「序論」では、本研究の背景及び目的を示した上で、本研究で使用する用語の定義や構成を示した。

第2章「本研究のアプローチ及び位置づけ」では、本研究のアプローチや特徴を示すために、既往の理論及び研究の考察を行い、本研究における場所に対する定義や観点を示した。そして、場所は人々に意味があると評価された空間であり、一般市民にとっての場所は、都市空間を認識する要素のひとつであることを明らかにした。

第 3 章「分析モデル及びアンケート調査項目の作成」では、本研究の分析モデルの作成や研究の対象地の選定を行った。

まず、場所に対する「認識-反応」過程は、「空間」－「場所認識」－「反応」で構成され、メッセージ、アイデンティティ、反応の変数で変化が現れることを導いた。そして「空間」に対する価値評価によって「場所認識」と「反応」が同時に現れることはなく、「場所認識」-「反応」の過程でも価値評価の過程が存在し、都市空間として認識されても必ずしも反応が現れない可能性や相異な反応が現れる可能性を考え、本研究では、「場所認識」－「反応」に「価値評価 2」を設定することにし、「メッセージ」－「価値評価」－「アイデンティティ」－「価値評価 2」－「反応」にまとめた。

その上で、価値評価を基準として場所に対する「認識－反応」過程を「1 段階：認識の変化過程」と「2 段階：反応の変化過程」に分類した。

この因果関係を基に、共分散構造分析モデルの作成を行い、モデルの妥当性を検証するために、メッセージ、アイデンティティ、反応を調査項目とするアンケート調査票を作成した。

アンケート調査の対象地は、歴史的街並み保全地区の成功事例である韓国の全羅北道全州市と埼玉県川越市を選定した。

第 4 章「場所に対する住民と一般市民の認識及び反応の相異」では、住民が場所に対して居住地としてアイデンティティが存在する可能性を理論的に考察した上で、川越伝建地区を対

象地として住民と一般市民の「認識-反応」過程の相異の実証分析を行った。

その結果、住民と一般市民は川越伝建地区を都市の場所として類似の認識率で認識しているものの、居住場所に対して住民の強いアイデンティティによりメッセージの価値評価や反応の価値評価に影響を与え、住民と一般市民の川越伝建地区に対する「認識－反応」過程のそれぞれの変数に相異が現れることを把握した。

このような結果から、市民の場所として成長させるためには、調査・分析の範囲を市民全体に広げた上で、住民と一般市民に分類し、誘導要因を分析する必要が明らかとなった。また、歴史的街並み保全地区に対する住民の範囲として、歴史的街並み保全地区の内部や周辺に居住しながら街並み保全に参加する人として定義できた。

第 5 章「都市空間における場所に対する一般市民の「アイデンティティ」及び「反応」の多様性」では、全州市と川越市を対象に、一般市民が「都市空間における場所」として認識する場所のアイデンティティと反応を分析し、その多様性を分析することで、空間を「都市空間における場所」として定着させるメッセージを分析する際に必要な知見や分析モデルの設定に対する妥当性を示した。

分析の結果、全州市と川越市の一般市民は、都市空間における場所に対する多様なアイデンティティや反応が存在し、その組み合わせにより場所をそれぞれ 9 個、6 個の類型で認識していることが明らかとなった。

具体的には、同じアイデンティティで認識しても反応が異なったり、反応が同じであってもアイデンティティが異なる結果となった。

このような結果から空間を、「都市空間における場所」として定着させる空間のメッセージを分析する前に、場所としてどのようなアイデンティティや反応を誘導するかを考慮した上で、認識と反応に対する客観的評価を通じて分析の対象を選定する必要性を示すことができ、本研究の分析モデルに場所認識をひとつの段階として設定したことに対する妥当性が検証できた。

さらに同じ都市に位置する歴史的建造物であっても、アイデンティティや反応が異なることから、歴史的建造物が、施策により多様なアイデンティティや反応を示す場所として形成できることが確認でき、本分析モデルを用いて様々な歴史的街並み保全地区の事例を分析し、多様なアイデンティティや反応が現れる要因を導出すると、今後、歴史的街並みも多様なアイデンティティや反応を持つ場所として整備できることが確認された。

第 6 章「歴史的街並み保全地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の誘導可能性及びその要因」では、歴史的街並み保全施策により都市空間における場所としての認識が向上した全州韓屋マウルと川越伝建地区を対象地として、対象地を都市の場所として認識している回答者の「認識-反応」過程の分析を行った。

その結果、全州韓屋マウルでは、「認識の変化過程(1 段階)」には、伝統的外観や空間機能が影響を与え、象徴性、独自性、実用性がアイデンティティとして認識され、その中でも独自性が強い場所であることが分かった。

また、全州韓屋マウルに対する「反応の変化過程(2 段階)」には、独自性、象徴性が影響を与えていることが分かった。

しかし、実用性が影響を与えていないことから認識と反応に相異な価値基準が存在することが確認でき、本研究の分析モデルに価値基準 2 を設定したことに対する妥当性や認識と反応を同時に分析する必要性が確認された。

全州韓屋マウルに対する「認識－反応」の過程では、伝統的外観や空間機能のほかに「文化行事」が誘導要因として追加的に導出されることから、場所に一般市民に対する文化行事の施策を行うと反応がさらに誘導できることが確認できた。

そこで、本研究の分析モデルが場所として認識が定着している空間に対しても反応の誘導要因を導出する分析モデルとして応用可能であることが確認された。

さらに、反応を「間接的な反応」と「直接的な反応」に細分化し、「認識-反応」の過程を分析した結果、誘導要因が異なることから今後、空間整備を行う際に空間整備の目的を考慮し計画要因を構成する必要性や本分析モデルの活用可能性を示した。

川越伝建地区の「認識の変化過程(1 段階)」では、伝統的外観や観光機能が影響を与え、活動性、象徴性、独自性がアイデンティティとして判断されることが分かった。また、川越伝建地区に対する反応の変化過程(2 段階)では、川越伝建地区の活動性、象徴性が影響を与えていることが分かった。

川越伝建地区に対する「認識－反応」過程には伝統的外観や観光機能が影響を与えることが分かり、分析モデルの有意性が検証された。

2. 本研究の結論

以上の成果により「歴史的街並み保全に対する今後の施策」や「都市空間における場所としての成長・形成を目的とする空間整備施策」に知見を示すことができた。

2.1. 歴史的街並み保全に対する今後の施策

まず、同じ都市空間内に位置する歴史的建造物であっても施策により様々なアイデンティティや反応を誘導できることを確認した。歴史的街並み保全地区に対する住民と一般市民の「認識－反応」の相異を確認し、歴史的街並み保全地区に対する住民と一般市民の誘導要因を分類し考察する必要性を示した。

歴史的街並み保全地区を都市の場所として認識させるためには象徴性を明らかにした上で、川越伝建地区の活動性や全州韓屋マウルの独自性に影響を与えるメッセージを検討することが提示できた。また、歴史的街並み保全地区に対する文化行事を確保の必要を示した。

2.2 都市空間における場所としての成長・形成を目的とする空間整備施策

「都市空間における場所としての成長・形成を目的とする空間整備施策」に対する知見として、都市空間における場所の多様性から施策の可能性を確認した上で、一般市民の認識および反応を誘導する要因を分析できる「場所に対する「認識－反応」過程の分析モデル」を提示することができ、今後、多様な事例分析に応用できると考えられる。

表・図　一覧

表　一覧

第 2 章

[表 2-1]環境行動研究における「強い環境決定論」 13
[表 2-2]環境行動研究における「弱い環境決定論」 14
[表 2-3]環境行動研究における「蓋然論的なアプローチ」 14
[表 2-4]環境行動学における本研究のアプローチ 15
[表 2-5]本研究のアプローチ 16
[表 2-6] K.リンチの諸要素の検討 17
[表 2-7] C.ノルベルク・シュルツの要素と関連研究の対応 18
[表 2-8]「場所」における本研究のアプローチ 19
[表 2-9]都市空間に対する「認識」に関する既往研究の調査・分析の範囲 20
[表 2-10]特定の場所における「空間」と「行動」の既往研究の範囲と観点 21
[表 2-11] 本研究の調査・分析の項目 22
[表 2-12]「場所」における本研究のアプローチ 25

第 3 章

[表 3-1]空間と場所の関係 32
[表 3-2]「空間」－「場所認識」－「反応」の因果過程の変数 33
[表 3-3]「空間」－「場所認識」－「反応」の因果過程の段階と価値評価 34
「表 3-4] 場所に対する「認識－反応」過程でのアイデンティティの役割 37
[表 3-5]場所認識や反応に影響を与えるメッセージ 38
[表 3-6]アイデンティティの評価項目 39
[表 3-7]場所に対する反応 39
[表 3-8]反応の評価項目 40
[表 3-9]アンケート調査の構成 44
[表 3-10]アンケート調査の項目 44
[表 3-11]埼玉県川越市の概要 45
[表 3-12]川越伝建地区の概要 46
[表 3-13]メッセージの評価項目 47
[表 3-14]全州市の概要 47
[表 3-15]韓屋マウルの概要 48
[表 3-16]メッセージの評価項目 49
[表 3-17]アンケート調査の概要 49
[表 3-18]アンケート調査の概要 49

第 4 章

[表 4-1]埼玉県川越市および川越伝建地区の概要..... 56
[表 4-2] アンケート調査の概要..... 56
[表 4-3] 分析の項目 57
[表 4-4] 認識空間の成長段階..... 59
[表 4-5] 認識空間の段階による場所の内部者と外部者の分類..... 60
[表 4-6] グループ別の特性..... 62
[表 4-7] 自治会の分類 62
[表 4-8] 回答者の割合 63
[表 4-9] 信頼性統計量 63
[表 4-10] 心理的反応のパターン..... 63
[表 4-11] 行動意志のパターン..... 64
[表 4-12] 住民と一般市民の特性..... 65
[表 4-13] 住民と一般市民の分類..... 65
[表 4-14] 川越市の場所 66
[表 4-15] 川越伝建地区内の場所の認識率..... 67
[表 4-16] 「住民」と「一般市民」の伝建地区内の場所に対する認識率..... 67
[表 4-17] アイデンティティの評価相異..... 67
[表 4-18] メッセージの評価相異..... 68

第 5 章

[表 5-1]アンケート調査の分析項目..... 77
[表 5-2]全州市の場所の集計..... 78
[表 5-3]全州市の場所 78
[表 5-4]全州市の場所に対するアイデンティティの因子..... 79
[表 5-5]アイデンティティの因子による全州市の場所クラスター..... 79
[表 5-6]アイデンティティの因子による全州市の場所の区分..... 80
[表 5-7]全州市の場所に対する反応の評価基準..... 80
[表 5-8]反応の評価基準による全州市の場所クラスター..... 81
[表 5-9]反応の評価基準による全州市の場所区分..... 81
[表 5-10] 全州市の場所に対するアイデンティティと反応の類型比較..... 81
[表 5-11] アンケート調査の概要..... 84
[表 5-12]川越市の場所 84
[表 5-13]川越市の場所に対するアイデンティティの因子..... 85
[表 5-14]アイデンティティの因子による川越市の場所クラスターとその中心値..... 85
[表 5-15]アイデンティティ評価基準による川越市の場所類型..... 85

[表 5-16]川越市の場所に対する反応の因子 86
[表 5-17]反応の因子によるクラスター 86
[表 5-18]反応評価基準による川越市の場所区分 87
[表 5-19]川越市の場所に対する「反応」と「アイデンティティ」の類型比較 87

第 6 章

[表 6-1] 第 6 章の分析項目 94
[表 6-2] 全州市の場所の変化 96
[表 6-3] 反応の現況 97
[表 6-4] 場所認識の可否によるアイデンティティや反応の評価平均の比較 97
[表 6-5] 場所選定の可否による反応変化の比較 97
[表 6-6] 計画要因の導出 99
[表 6-7] アイデンティティの因子導出 100
[表 6-8] 反応の因子導出 100
[表 6-9] 全州韓屋マウルに対する認識の変化過程モデルの各経路別の適合度 105
[表 6-10] 全州韓屋マウルに対する場所認識の変化過程 105
[表 6-11] 全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程モデルの各経路別の適合度 108
[表 6-12] 全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程 108
[表 6-13] 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」の過程モデルの各経路別の適合度 113
[表 6-14] 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」の過程 113
[表 6-15] 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の誘導要因 117
[表 6-16] 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的反応」過程の経路別の適合度 119
[表 6-17] 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的反応」過程 119
[表 6-18] 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」を誘導するアイデンティティ 121
[表 6-19] 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程の誘導要因 . 122
[表 6-20] 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的反応」過程の経路別の適合度 123
[表 6-21] 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的反応」過程 124
[表 6-22] 全州韓屋マウルに対する一般市民の直接的な反応 126
[表 6-23] 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的な反応」を誘導するアイデンティティ 127
[表 6-24] 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程の誘導要因 . 127
[表 6-25] 川越伝建地区の計画要因の導出 131

[表 6-26] 川越伝建地区のアイデンティティの因子導出..... 132
[表 6-27] 川越伝建地区の反応の因子導出..... 132
[表 6-28] 川越伝建地区に対する認識の変化過程モデルの各経路別の適合度..... 137
[表 6-29] 川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の変化過程の各経路別の適合度.. 137
[表 6-30] 川越伝建地区に対する一般市民の反応の変化過程モデルの各経路別の適合度 140
[表 6-31] 川越伝建地区に対する一般市民の反応の変化過程..... 140
[表 6-32] 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程モデルの各経路別の適合度
..... 144
[表 6-33] 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程..... 145

図　一覧

第 1 章

(図 1-1) 市民の分類(住民と一般市民) 4
(図 1-2) 研究の構成 7
(図 1-3) 共分散構造分析の分析モデルの例 8

第 2 章

(図 2-1)都市空間の認識構造 18
(図 2-2) 特定の場所を対象とする既往研究の分析モデルの例 21

第 3 章

(図 3-1) 本研究のアプローチ 31
(図 3-2) イメージの変化過程 (E.ボールディングのイメージ理論を参照し作成) ... 32
(図 3-3) 空間と場所認識の関係 32
(図 3-4) 「空間」－「場所認識」－「反応」の因果過程 34
(図 3-5) 場所に対する認識および反応の形成過程(以下、場所に対する「認識－反応」過程)
..... 35
(図 3-6) 1 段階：場所認識の変化過程..... 36
(図 3-7) 2 段階： 反応の変化過程..... 36
(図 3-8) 場所に対する「認識－反応」過程の各変数の因果関係 37
(図 3-9) 場所に対する「認識－反応」過程の分析モデル 41
(図 3-10) 場所に対する「認識－反応」過程の共分散構造分析モデル 42
(図 3-11) 川越市の位置図 45
(図 3-12) 川越伝建地区の位置図 45
(図 3-13) 川越伝建地区の風景 46
(図 3-14) 全州市の位置図 47
(図 3-15) 韓屋マウルとその周辺の整備図 47
(図 3-16)　全州韓屋マウルの風景 48

第 4 章

(図 4-1) 住民と一般市民 55
(図 4-2) 分析の構成 56
(図 4-3) 認識空間の成長 58

(図 4-4) 空間認識の重層構造..... 58
(図 4-5) 空間認識の垂直構造..... 58
(図 4-6) 都市空間に対する認識構造モデル..... 59
(図 4-7) 住民の認識構造..... 60
(図 4-8) 一般市民の認識構造..... 60
(図 4-9) 住民と一般市民の認識..... 61
(図 4-10) 心理的な反応のパターン..... 64
(図 4-11) 行動意志のパターン..... 64

第 5 章

(図 5-1) 既往研究の分析モデルの各変数の因果関係..... 75
(図 5-2) 本研究の場所に対する一般市民の「認識－反応」過程の各変数の因果関係... 75
(図 5-3) 場所に対する市民の「認識－反応」過程..... 76

第 6 章

(図 6-1) 都市空間にとける場所に対する「認識－反応」過程モデル..... 95
(図 6-2) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程モデル..... 102
(図 6-3) 全州韓屋マウルに対する「認識－反応」過程の各変数の因果関係モデル..... 103
(図 6-4) 韓屋マウルに対する一般市民の場所認識の変化過程モデル..... 104
(図 6-5) 全州韓屋マウルに対する一般市民の場所認識の変化過程..... 106
(図 6-6) 全州韓屋マウルに対する一般市民の場所認識の変化過程の概念図..... 107
(図 6-7) 全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程モデル..... 108
(図 6-8) 全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程..... 110
(図 6-9) 全州韓屋マウルに対する一般市民の反応の変化過程の概念図..... 111
(図 6-10) 全州韓屋マウルに対する認識と反応の変化過程におけるアイデンティティの特性比較 112
(図 6-11) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の各変数の因果関係モデル 112
(図 6-12) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程..... 115
(図 6-13) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－反応」過程の概念図..... 116
(図 6-14) 「場所認識の変化過程」の誘導要因..... 116
(図 6-15) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程の分析モデル.. 118
(図 6-16) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程..... 120
(図 6-17) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－間接的な反応」過程の概念図..... 121
(図 6-18) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的な反応」の過程の分析モデル 123
(図 6-19) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的反応」過程..... 125

(図 6-20) 全州韓屋マウルに対する一般市民の「認識－直接的な反応」過程の概念図 126
(図 6-21) 全州韓屋マウルに対する一般市民の間接的な反応と直接的な反応の誘導要因 . 128
(図 6-22) 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程モデル 134
(図 6-23) 川越伝建地区に対する「認識－反応」過程の各変数の因果関係モデル 135
(図 6-24) 川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の変化過程の各変数の因果関係 ... 136
(図 6-25) 川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の変化過程 138
(図 6-26) 川越伝建地区に対する一般市民の場所認識の変化過程の概念図 139
(図 6-27) 川越伝建地区に対する反応の変化過程の各変数の因果関係モデル 140
(図 6-28) 川越伝建地区に対する一般市民の反応の変化過程 141
(図 6-29) 川越伝建地区に対する一般市民の反応の変化過程の概念図 142
(図 6-30) 川越伝建地区に対する認識と反応の変化過程におけるアイデンティティの特性比較 143
(図 6-31) 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の各変数の因果関係モデル 144
(図 6-32) 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程 146
(図 6-33) 川越伝建地区に対する一般市民の「認識－反応」過程の概念図 147

参考文献

参考文献　一覧

A

- Altman I., Chemers M., (訳)石井真治監:文化と環境,西村書店,1998
- 青木俊明：中心市街地の訪問動機の分析とそれに基づく活性化法策の考察　-宮城県仙台市を題材に-,第 40-3 号, pp.643-648,2005
- 足立裕司：アメリカにおける歴史的建造物の保存と対策,月刊文化財 390 号,pp22-32,1996.02

B

- Boulding K.E.：The Image, Univ. of Michigan Press,1956
- Bentley I., McGlynn S., Smith G, Murrain P., Alcock A.,佐藤 圭二(訳)：「感応する環境:デザイナーのための都市デザインマニュアル」,鹿島出版会,2011

E

- E.C.Semple：Influences of the Geographical Environment, Newyork:Holt, 1911

F

- Foreman N., Gillet R., 竹内 謙彰(訳), 旦 直子(訳)：「空間認知研究ハンドブック」,二瓶社,2001

G

- Golledge R.G.:「Wayfinging Behavior」, The Johns Hopkins University Press,1999
- Greene T.C.：「Cognition and the management of place In the Nature and the Human Spirit」edited by B. Driver, et al., State College, PA:Venture Publishing,1996

H

- 福田球己：赤瓦は何を語るのか-沖縄県八重山諸竹富島における街並み保存運動-,地理学評論,69 号,pp.727-743,1996.09
- 平井明代：教育・心理系研究のためのデータ分析入門 ： 理論と実践から学ぶ SPSS 活用,東京図書,2012

I

- 伊藤教子ら:公共的な空間に対するイメージ分析と類型化,ヒューマンサイエンスリサーチ,Vol.9,pp.7-22,2000
- IM H.N. et al. : Effect of Placeness Cognition Characteristics on Behavioral Intentions, 韓国都市設計学会学会誌,第 14 巻第 2 号,pp113-126,2013.04
- IM S.B. et al. : A Study on the Types of Experiences Related to Sense of Place in Cities, Journal of the Korean Institute of Landscape Architecture, Vol.39, Issue 6, pp.46-56,2011.12
- 石村 貞夫,石村 光資郎 :「入門はじめての多変量解析」,東京図書,2007

J

- 鄭秀卿,根上彰生:歴史的街並み保全地区に対する市民の「認識－反応」過程に関する研究,日本建築学会計画系論文集,第 79 巻,第 700 号,pp.1355-1361,2014.06
- 鄭秀卿 : 都市イメージの認知要因を考慮した都市空間の整備方案に関する研究,韓国全北大学修士学位論文,2009

K

- 加藤 哲男,川上洋司,本多 義明 : 地域イメージに関する認知構造の研究, 第 31 回日本都市計画学会学術研究論文集,pp.337-342,1996
- 加藤義明 : 都市イメージの分析,総合都市研究第 28 号,pp.3-25,1986
- 川越市:「川越市川越伝統的建造物群保存地区保存計画」,川越市,1999
- 川越市:「川越市歴史的風致維持向上計画」,川越市,2011
- 川越市:「川越十カ町地区都市景観形成地域」,川越市,2004
- 久保田 尚の外 6 人, 新谷洋二(編) :「歴史を未来につなぐまちづくり・みちづくり」,学芸出版社,2006
- 空間認知の発達研究会(編) :「空間に生きる―空間認知の発達的研究」,北大路書房,1995
- 小浦久子:「まとまりの景観デザイン―形の規制誘導から関係性の作法へ」,学芸出版社,2008
- KIM D.U. :「Amos A to Z」,hakhyunsa,2008
- KIM J.H : A Study on the Relationship between Influential Range and Cognition Factor of Landmark, Journal of the Korean Institute of Landscape Architecture,Vol.30,Issue4, pp.9-18,2002.10
- KWON Y.K. et al. : A Study on the Structural Equation Modeling of Insa-dong street's Sense of Place, Journal of Korea Planners Association,Vol.46,Issue 2,pp.19-36,2011.04

- 韓国全州市：「伝統文化区域地区単位計画補完」，韓国全州市,2006
- 韓国全州市：「伝統文化特区基本計画および事業計画」，韓国全州市,2000
- 韓国全北発展研究院：「全州韓屋マウル造成事業の都心再生成果分析および改選方案」，韓国全州,2010

L

- Lang J.,今井ゆりか(訳):「建築理論の創造－環境デザインにおける反応科学の役割」，鹿島出版会, 1992
- Lang J.T.:「Urban Design: The American Experience」,Van Nostrand Reinhold, 1994
- LEE N.H. et al. : Causality of Placeness Formation by Using Structural Equation Modeling, Journal of Korea Planners Association,Vol.46, Issue 3,pp.19-36,2011.06
- LEE S.H et al. : The Image and Visual Preference for Urban Setting, Journal of the Korean Institute of Landscape Architecture, Vol.26, Issue 3, pp.134-142,1998.10
- Lukermann F. : Geography As A Formal Intellectual Discipline and The Way In Which It Contributes To Human Knowledge,Canadian Association of Geographers,Vol.8,Issue4,pp.167-172,1964.12
- Lynch K. :「Image of The City」,MIT Press,1960
- Lynch,K.,東京大学大谷幸夫研究室(訳)：「時間の中の都市―内部の時間と外部の時間(新装版)」,鹿島出版会,2010
- Lyndon D , Moore C.W. , 有岡 孝（訳）:「記憶に残る場所」，鹿島出版会、1996

N

- 新谷 洋二：「歴史を未来につなぐ まちづくり・みちづくり」,学芸出版社,2006
- 中田裕久,土肥博至：都市居住者と訪問者の環境認知に関する比較考察,日本建築学会論文報告集,320 号,pp116～125,1982.10
- 日本建築学会(編)：「建築環境心理生理用語集」,彰国社,2013
- 日本建築学会(編)：「人間－環境系デザイン」,1997
- Norberg-Schulz C.,加藤邦男(訳):「実存・空間・建築」,鹿島出版社,1973

O

- 大河直躬(編)三舩康道(編),梅津章子のほか(著):「歴史的遺産の保存・活用とまちづくり」,学芸出版社,2006
- 大島規江：伝統的な建造物軍保存地区における街並み保存に対する住民意識,日本建築学会計画系論文集第 590 号,pp81-85, 2005.04

- 岡崎篤行,井澤壽美子,高見沢邦郎,渡邊恵子：佐原における歴史的街並み再生のプロセスと住民意識,日本建築学会技術報告書第 14 号,315-318,2001.12
- 岡島達雄,金東永,麓和義,内藤明：日本・韓国伝統建築空間のイメージ評価尺度抽出－日本・韓国伝統的空間のイメージ特性(その 1),日本建築学会計画系論文集第 458 号,171-177,1994.04

P

- Piaget J:「The Construction of Reality in the Child」,Ballentain Book,1971
- Pocock D., Hudson R.:「Image of the Urban Environment」,Newyork:Columbia University Press,1978
- Porteous J.D.：「Design with People」,Environment and Behavior 3,no2,pp.203-223, 1977
- Prince H.C.：「"Real Imagined and Abstract Worlds of Past" in C.Board et al.,eds.,Progress in Geography」,London:Arnold,1971

R

- Rapoport,A.,(訳)大野 隆造,横山 ゆりか:「文化・建築・環境デザイン」,彰国社,2008
- Relph E.：「Place and Placelessness」,Pion,1976
- RYU G.I.：A study on the Cognitive Characteristics of Landmarks in Jeonju,韓国全北大学修士学位論文,1988

S

- 佐藤仁志：中心市街地の訪問場所の選択構造に関する研究：千葉県柏駅周辺を事例として, 麗澤経済研究,第 15-1 券,pp.41-52, 2007.03
- SHIN J.R. et al.: Impacts of Human Factors on the Placeness in the Hongik University Area, Journal of Korea Planners Association,Vol.45, Issue 7,pp.5-21,2010.10
- Stea D.:「Architecture in the head-Cognitive Mapping In Designing foe Human Behavior」Eds.Jon Lang at al.,Dowden,Hutchison and Ross,1974
- Steele F.：The Sence of Place,CBI Publishing Company,1981

T

- 垣内恵美子（著, 編), 岩本博幸(著)の外３名：「文化財の価値を評価する景観・観光・まちづくり」,水曜社,2011
- 津川 康雄：「地域とランドマーク―象徴性・記号性・場所性」,古今書院,2003

- 豊田秀樹：「共分散構造分析 ： 構造方程式モデリング. R 編」, 東京図書,2014
- TuanY. :「Space and Place-The Perspective of Experience」, Univ of Minnesota,2001
- TuanY.,小野有五(訳),阿部一(訳) :「トポフィリア、人間と環境」, 筑摩書房,2008

U

- 牛場智：共分散構造分析による「新しい街」の魅力要素と来訪者満足度の関係-商業集積における地域マーケティングの視点から, 創造都市研究 ： 大阪市立大学大学院創造都市研究科紀要, 第 6-1 巻, 第 8 号, pp.1-17, 2010.06

W

- Wagner P.L :「Environments and peoples」,Prentice-Hall,1972
- Watson,D. :「Time-Saver Standards for Urban Design」,McGraw-Hill Professiona l,2003
- Williams D. R. and Roggenbuck.J. W. : Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results In Gramann J.,Proceedings of the Third Symposium on Social Science in Resource Management,pp. 700-722,1990.05

Y

- 吉田宗人,上村信行,吉田倫子,宇高雄志：街並み再生に対する自治会毎の住民意識の相異, 日本建築学会計画系第 78 巻,第 690 号,1890-1816,2013.08
- 吉田倫子,上村信行,宇高雄志 : 街並み保存地区内外の住民の街並み保存に対する意識の差異-高原重要伝統的建造物群保存地区を事例として,日本建築学会計画系第 618 号,89-96,2007.08
- 山田 あすか :「ひとは,なぜ,そこにいるのか : 固有の居場所の環境反応学」, 青弓社,2007

研究歴　一覧

1　審査付論文

①　鄭秀卿,根上彰生:歴史的町並み保全地区に対する市民の「認識－反応」過程に関する研究,日本建築学会計画系論文集,Vol.79,No.700, pp.1355-1361, 2014.06

2　口頭発表

①　Sookyoung JUNG, ByungSun CHAI,A Study on the Urban Core Restoration Plan considering the Cognition Factor of City Image -In the case of Jeon-Ju-, Autumn Conference Urban Design Institute of Korea, pp.358-367, 2008.11

②　鄭秀卿,根上彰生,都市空間における場所認識の「アイデンティティ」と「効果」の差異に関する研究,日本不動産学会 2013 年度秋季全国大会,第 29 回学術講演会, pp.65-72, 2013.11

③　鄭秀卿,根上彰生, 伝統的建造物群保存地区に対する市民の反応に関する研究－埼玉県川越市川越重要伝統的建造物群保存地区を事例として－, 建築学会関東支部研究報告書Ⅱ,2013 年度建築学会関東支部第 84 回研究発表会, pp.273-376, 2014.02

資料編

川越市
アンケート調査項目

川越市の場所に対する愛着及び行動意思に関する市民の方へのアンケート

このアンケートは川越市自治会連合会会長の承諾を受けて実施していますことを申し添えます。

自己紹介及び研究の紹介
こんにちは。 私は日本大学大学院理工学研究科で不動産科学を専攻している鄭秀卿(チョン・スギョン)と申します。 私は「“場所の認識”と“愛着や行動意思”の関係」や「“場所の認識”に影響を与える空間形成要因」を分析し「愛着や行動意思を誘発する場所形成要因」を導出することを目的にして研究を進めています。本研究を通じて“愛着や行動意思を誘発する場所形成要因”を明らかにすることで、都市や地域の活性化を目的にする地域計画や事業に“住民の愛着や行動”を誘発する特性を付加することができるようになり、市民のみなさんにより意味のある場所を提供することができると私は考えます。

アンケートのお願い

このアンケートは「“場所の認識”と“愛着や行動意思”の関係」を分析するために行う調査であり、①川越市の空間、建物など(以下、場所)や②その場所に対する“市民の愛着および行動意思”を伺う内容で構成されています。

アンケートのテーマである“場所の認識”は、回答者の居住地域によってその認識場所の種類に差異が表れる可能性があります。そこで川越市の市民が共通して認識している場所を導出するためには、**川越市のすべての地域に居住している市民の方々にご意見を聞く必要がありますので、地域の自治会にアンケートをご協力させて頂きたく存じます。**

貴方のご意見を伺うことができれば、研究の信頼性が向上し“場所の認識”と“愛着や行動意思”の関係だけではなく次の研究にもとても大事な資料になると思います。何卒、ご協力お願いいただきたく、宜しくお願い申し上げます。

ご協力お願いいたします。

日本大学大学院　理工学研究科　不動産科学専攻　都市計画研究室
博士後期課程　鄭　秀卿　(e-mail:cssu20002@g.nihon-u.ac.jp)

以下に記入をお願いします。

性別	男性・女性	年齢	20代・30代・40代・50代・60代・70代以上		
居住地域	川越市　　丁目			居住期間	年
勤務先	川越市　　丁目　・　市外				

※このページでは川越市内の具体的な「場所」を下の表に記入した上に、①～④の順番に従ってご回答ください。

① 貴方は“**川越市に引っ越してきた方**”に“**川越市を簡単に紹介するために市内の空間や建築など**”を**３つ以上**挙げるとしたら

どこを紹介したいですか？その名称を下の表に書いてください。

紹介したい空間、建物などの名称	
・正式な名称を知らない場合は、貴方が普段呼んでいる“呼び方”でも結構です	場所番号
例）００小学校、××通り	例）4

② 貴方が上の表に書いて下さった空間、建物などの中で、
“**川越を紹介するために重要あるいは必要である**”と思うものを３つ選んでください。

③ **選んだ３つに１から３まで番号を付け**て、表の赤い部分に記入してください。
なお、番号の順番には意味はありません。

④ 次のページからは貴方が番号を付けて下さった 1～3 番の空間、建物など（以下、場所）に対する質問です。
このページを参考にしながら、お答えください。

※貴方が**前のページで“番号１”を付けて下さった場所に対する質問**です。

Q1-1. 貴方は番号１に 昨年、何回訪れましたか？ （＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿回）

Q1-2. 貴方は番号１が次の３つのうち、どの様な空間だと思いますか？（　　）

① 広がりのない点的な空間（1 つの建物など）　② 線的に延びている空間（街路など）　③ 面的な広がりを持つ空間

Q1-3. 貴方は番号１が**どのような機能を果たす場所**だと思いますか？(1 順位：＿＿ 2 順位：＿＿＿)

① 商業関連　② 文化・芸術関連　③ 観光関連　④ 業務・事務関連

⑤ 休憩関連　⑥ 教育関連　⑦ 工業・生産関連　⑧ 居住・生活関連

⑨ 宗教関連　⑩ 交通関連　⑪ その他(＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

Q1-4. **番号１に対するイメージ**について伺います。そう思うか思わないかの 5 段階でお答ください。

	全く思わない	そう思わない	普通	やや そう思う	とても そう思う
・例	①	②	✓	④	⑤
・番号１は**きれいな**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は川越市を**代表する**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**歴史的な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は川越市を**象徴する**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は川越市で**唯一な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**固有な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**個性がある**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**親しい**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**楽しい**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**活気がある**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**実用的な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**利便性がいい**場所だ	①	②	③	④	⑤

Q1-5. 番号１に対する**愛着や行動意思**を評価する項目です。そう思うか思わないかの 5 段階でお答ください。

	全く思わない	そう思わない	普通	やや そう思う	とても そう思う
・番号１の**物理的な環境やデザイン**が好き	①	②	③	④	⑤
・番号１に**愛着**を感じる	①	②	③	④	⑤
・番号１に**変化なく,そのまま保って**欲しい	①	②	③	④	⑤
・番号１に**満足感**を感じる	①	②	③	④	⑤
・番号１が**魅力的な**場所だと思う	①	②	③	④	⑤
・番号１に**また訪ねたい**	①	②	③	④	⑤
・番号１を他の人に**お勧めしたい**	①	②	③	④	⑤
・番号１に対する**地域活動があれば参加したい**	①	②	③	④	⑤
・番号１の発展のために**寄付したい**	①	②	③	④	⑤
・番号１の周辺に**住みたい**	①	②	③	④	⑤

※貴方が **2 ページで“番号 2”を付けて下さった場所に対する質問**です。

Q2-1. 貴方は番号 2 に 昨年、何回訪れましたか？ （＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿回）

Q2-2. 貴方は番号 2 が次の３つのうち、どの様な空間だと思いますか？（　　）

① 広がりのない点的な空間（1 つの建物など）　② 線的に延びている空間（街路など）　③ 面的な広がりを持つ空間

Q2-3. 貴方は番号 2 がどのような機能を果たす場所だと思いますか？（1 順位：　　2 順位：＿＿＿）

① 商業関連　② 文化・芸術関連　③ 観光関連　④ 業務・事務関連

⑤ 休憩関連　⑥ 教育関連　⑦ 工業・生産関連　⑧ 居住・生活関連

⑨ 宗教関連　⑩ 交通関連　⑪ その他（＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿）

Q2-4. 番号 2 に対するイメージについて伺います。そう思うか思わないかの 5 段階でお答ください。

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
・番号 2 は**きれいな**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は川越市を**代表する**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**歴史的な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は川越市を**象徴する**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は川越市で**唯一な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**固有な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**個性がある**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**親しい**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**楽しい**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**活気がある**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**実用的な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**利便性がいい**場所だ	①	②	③	④	⑤

Q2-5 番号 2 に対する愛着や行動意思を評価する項目です。そう思うか思わないかの 5 段階でお答ください。

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
・番号 2 の**物理的な環境やデザイン**が好き	①	②	③	④	⑤
・番号 2 に**愛着**を感じる	①	②	③	④	⑤
・番号 2 に**変化なく,そのまま保って**欲しい	①	②	③	④	⑤
・番号 2 に**満足感**を感じる	①	②	③	④	⑤
・番号 2 が**魅力的な**場所だと思う	①	②	③	④	⑤
・番号 2 に**また訪ねたい**	①	②	③	④	⑤
・番号 2 を他の人に**お勧めしたい**	①	②	③	④	⑤
・番号 2 に対する**地域活動があれば参加したい**	①	②	③	④	⑤
・番号 2 の発展のために**寄付したい**	①	②	③	④	⑤
・番号 2 の周辺に**住みたい**	①	②	③	④	⑤

※貴方が **2 ページで“番号 3”を付けて下さった場所に対する質問**です。

Q3-1. 貴方は番号 3 に **昨年、何回訪れましたか？** （＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿回）

Q3-2. 貴方は番号 3 が**次の 3 つのうち、どの様な空間だ**と思いますか？（＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿）

① 広がりのない点的な空間（1 つの建物など）　② 線的に延びている空間（街路など）　③ 面的な広がりを持つ空間

Q3-3. 貴方は番号 3 が**どのような機能を果たす場所**だと思いますか？（1 順位：＿＿＿ 2 順位：＿＿＿＿）

① 商業関連　② 文化・芸術関連　③ 観光関連　④ 業務・事務関連

⑤ 休憩関連　⑥ 教育関連　⑦ 工業・生産関連　⑧ 居住・生活関連

⑨ 宗教関連　⑩ 交通関連　⑪ その他（＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿）

Q3-4. **番号 3 に対するイメージ**について伺います。そう思うか思わないかの 5 段階でお答ください。

	全く思わない	そう思わない	普通	やや そう思う	とても そう思う
・番号 3 は**きれいな**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は川越市を**代表する**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**歴史的な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は川越市を**象徴する**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は川越市で**唯一な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**固有な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**個性がある**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**親しい**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**楽しい**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**活気がある**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**実用的な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**利便性がいい**場所だ	①	②	③	④	⑤

Q3-5. 番号 3 に対する**愛着や行動意思**を評価する項目です。そう思うか思わないかの 5 段階でお答ください。

	全く思わない	そう思わない	普通	やや そう思う	とても そう思う
・番号 3 の**物理的な環境やデザイン**が好き	①	②	③	④	⑤
・番号 3 に**愛着**を感じる	①	②	③	④	⑤
・番号 3 に**変化なく,そのまま保って**欲しい	①	②	③	④	⑤
・番号 3 に**満足感**を感じる	①	②	③	④	⑤
・番号 3 が**魅力的な**場所だと思う	①	②	③	④	⑤
・番号 3 に**また訪ねたい**	①	②	③	④	⑤
・番号 3 を他の人に**お勧めしたい**	①	②	③	④	⑤
・番号 3 に対する**地域活動があれば参加したい**	①	②	③	④	⑤
・番号 3 の発展のために**寄付したい**	①	②	③	④	⑤
・番号 3 の周辺に**住みたい**	①	②	③	④	⑤

※ これからは“蔵造りの町並み”に対する質問です。

Q4-1. 貴方は前の段階で場所 1～3 を選定する時、**蔵造りの町並み**を選択しましたか？(＿＿＿＿＿＿)

① いいえ　　② はい(次の 7 ページの Q4-7 に)

Q4-2. 貴方は蔵造りの町並みに昨年、何回訪れましたか？ (＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿回)

Q4-3. 貴方は蔵造りの町並みが次の３つのうち、どの様な空間だと思いますか？(＿＿＿＿＿＿＿)

① 広がいのない点的な空間 (1 つの建物など)　② 線的に延びている空間 (街路など)　③ 面的な広がりを持つ空間

Q4-4. 蔵造りの町並みがどのような機能を果たす場所だと思いますか？(1 順位：＿＿＿2 順位：＿＿)

① 商業関連　② 文化・芸術関連　③ 観光関連　④ 業務・事務関連

⑤ 休憩関連　⑥ 教育関連　⑦ 工業・生産関連　⑧ 居住・生活関連

⑨ 宗教関連　⑩ 交通関連　⑪ その他(＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

Q4-5. 蔵造りの町並みに対するイメージについて伺います。貴方のご意見をお答ください。

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
・蔵造りの町並みは**きれいな**場所だ	①	②	③	④	⑤
・蔵造りの町並みは川越市を**代表する**場所だ	①	②	③	④	⑤
・蔵造りの町並みは**歴史的な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・蔵造りの町並みは川越市を**象徴する**場所だ	①	②	③	④	⑤
・蔵造りの町並みは川越市で**唯一な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・蔵造りの町並みは**固有な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・蔵造りの町並みは**個性がある**場所だ	①	②	③	④	⑤
・蔵造りの町並みは**親しい**場所だ	①	②	③	④	⑤
・蔵造りの町並みは**楽しい**場所だ	①	②	③	④	⑤
・蔵造りの町並みは**活気がある**場所だ	①	②	③	④	⑤
・蔵造りの町並みは**実用的な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・蔵造りの町並みは**利便性がいい**場所だ	①	②	③	④	⑤

Q4-6. 蔵造りの町並みに対する愛着や行動意思を評価する項目です。貴方のご意見をお答ください。

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
蔵造りの町並みの**物理的な環境やデザイン**が好き	①	②	③	④	⑤
蔵造りの町並みに**愛着**を感じる	①	②	③	④	⑤
蔵造りの町並みに**変化なく,そのまま保って**欲しい	①	②	③	④	⑤
蔵造りの町並みに**満足感**を感じる	①	②	③	④	⑤
蔵造りの町並みが**魅力的な**場所だと思う	①	②	③	④	⑤
蔵造りの町並みに**また訪ねたい**	①	②	③	④	⑤
蔵造りの町並みを他の人に**お勧めしたい**	①	②	③	④	⑤
蔵造りの町並みに対する**地域活動があれば参加したい**	①	②	③	④	⑤
蔵造りの町並みの発展のために**寄付したい**	①	②	③	④	⑤
蔵造りの町並みの周辺に**住みたい**	①	②	③	④	⑤

Q4-7. 貴方は蔵造りの町並みに“貴方が参加・観覧したい**行事や文化”が多い**と思いますか？

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
・**祭りやその関連行事・文化**が多い	①	②	③	④	⑤
・**祭り以外の伝統文化関連**の行事・文化が多い	①	②	③	④	⑤
・伝統文化関連**以外の行事や文化**が多い	①	②	③	④	⑤
・蔵造りの町並みを守るために**参加したい地域活動**が多い	①	②	③	④	⑤

Q4-8. 貴方は蔵造りの町並みに“貴方が参加・来訪したい**業種や施設が多い**”と思いますか？

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
・**観光**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・**文化・芸術**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・**宗教**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・**飲食店やカフェ**が多い	①	②	③	④	⑤
・**お土産**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・飲食店・カフェ・お土産屋の**以外の商業**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・**休憩**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・**娯楽**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤

Q4-9. 次は蔵造りの町並みの建築物や施設に対する外観や風景を説明する項目です。**貴方が覚えている蔵造りの町並みのイメージ**を基に**外観や風景に対する貴方のご感想**を選択してください。

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
歴史的風致を**害する高さの建築物**が**少ない**	①	②	③	④	⑤
歴史的風致を害する**現代的な建築構造**が**少ない**	①	②	③	④	⑤
歴史的風致を害するアンテナなどの**工作物が少ない**	①	②	③	④	⑤
歴史的風致に**合う材料や色彩**の屋根, 外壁が**多い**	①	②	③	④	⑤
歴史的風致に合う**看板**のデザインや大きさが**多い**	①	②	③	④	⑤
歴史的風致に合う**門塀**が**多い**	①	②	③	④	⑤
公園や広場の外観が**よく整備**されている	①	②	③	④	⑤
歩行者街路の舗装, デザインがよく整備されている	①	②	③	④	⑤
車道路がよく整備されている	①	②	③	④	⑤
案内版など**周辺設置物**がよく整備されている	①	②	③	④	⑤

Q4-10. 貴方は蔵造りの町並みが**最近、変わった**と思いますか？(＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

① 全く思わない　② そう思わない　③ 普通　④ ややそう思う　⑤とてもそう思う

アンケートが終了しました。

Q4-11. 蔵造りの町並みの**どのような部分が変わった**と思いますか？次の項目から、１番変わったと思うものを１順位に、その次に変わったと思うものを２順位に記入してください。（１順位：＿＿ ２順位：＿＿）

① 建築物の外観　② 道路・街路の形態やデザイン　③ 業類・施設の種類　④ 行事や文化

⑤ その他(＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

Q4-12. 貴方は蔵造りの町並みが**変わったと感じたことで、来訪回数が変化しました**か？　（＿＿＿＿＿）

① とても減少した　② 少し減少した　③ 変化ない　④ 少し増加した　⑤ とても増加した

Q4-13. 貴方は蔵造りの町並みが**変わったと感じたことで、**蔵造りの町並みへの**愛着に変化がありました**か？
（＿＿＿＿＿）

① とても減少した　② 少し減少した　③　変化ない　④少し増加した　⑤ とても増加した

Q4-14. 貴方はその変化により蔵造りの町並みが**観光地化された**と思いますか？（＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿）

① 全く思わない　② そう思わない　③ 普通　④ ややそう思う　⑤ とてもそう思う

ご協力本当にありがとうございました。

韓国全州市
１次アンケートの調査項目
（日本語訳）

全州市の場所に対する愛着や行動意思に関する市民の方へのアンケート

こんにちは。
私は、日本大学大学院理工学研究科で不動産科学を専攻している鄭秀卿と申します。
このアンケートは「“場所に対する愛着や行動意思を誘導できる場所形成要因”」を分析するために行う調査で、①全州市の空間、建物など(以下、場所)や②その場所に対する“全州市民の愛着および行動意思”を調べる内容で構成されています。
ご協力して下さって貴方のご意見を聞くことができれば、研究の信頼性が高くなり“場所の認識”と“愛着や行動意思”の関係だけではなく次の研究にもとても大事な資料になると思います。なにとぞ、ご協力お願いいただきたく、宜しくお願い申します。
ご協力お願いいたします。

日本大学大学院　理工学研究科　不動産科学専攻　都市計画研究室
博士後期課程　鄭　秀卿　(e-mail:cssu20002@g.nihon-u.ac.jp)

以下に記入をお願いします。

性別	男性・女性	年齢	20 代・30 代・40 代・50 代・60 代・70 代以上	
居住地域	全州市		居住期間	年

① 貴方は“**全州市に引っ越してきた方**”に“**全州市を簡単に紹介するために市内の空間や建築など**”を**３つ以上挙げる**としたら**どこを紹介したいですか？**その名称を下の表に書いてください。

紹介したい空間、建物などの名称 ・正式な名称を知らない場合は、貴方が普段呼んでいる“呼び方”でも結構です	場所番号
例）００小学校、××通り	例）4

② 貴方が上の表に書いて下さった空間、建物などの中で、
“**全州を紹介するためにもっと重要あるいは必要である**”と思う３つを選んでください。

③ **選んだ３つに１から３まで番号を無作為に付け**て表の赤い部分に記入してください。
その番号は順位とは関係ありません。

※貴方が前のページで“番号１”を付けて下さった場所に対する質問です。

Q1-1. 貴方は番号１に１年あたり何回ぐらい訪ねていますか？1 年当たり＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿回)

Q1-2. 貴方は番号１がどのような形態の空間だと思いますか？(＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

① 点
(1~2 個の主要な建物で構成)

② 線
(1~2 個の主要な街路で構成)

③ 面
(色んな街路や建物で構成)

Q1-3. 貴方は番号１がどのような機能の場所だと思いますか？(1 順位：＿＿＿ 2 順位：＿＿＿＿)

① 商業関連　② 文化・芸術関連　③ 観光関連　④ 業務・事務関連

⑤ 休憩関連　⑥ 教育関連　⑦ 工業・生産関連　⑧ 日常・生活関連

⑨ 宗教関連　⑩ 交通関連　⑪ その他(＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

Q1-4. 貴方は番号１がどのような場所だと思っていますか？貴方のご意見に✓してください

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
・例	①	②	✓	④	⑤
・番号１は**きれいな**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は全州市を**代表する**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**歴史的な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は全州市を**想像する**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は全州市で**唯一な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**固有な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**個性がある**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**親しい**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**楽しい**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**活気がある**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**実用的な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号１は**便利な**場所だ	①	②	③	④	⑤

Q1-5. 番号１に対する愛着や行動意思を評価する項目です。貴方のご意見に✓してください

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
・番号１の**物理的な環境やデザイン**が好き	①	②	③	④	⑤
・番号１に**愛着**を感じる	①	②	③	④	⑤
・番号１に**変化なく,そのまま保って**欲しい	①	②	③	④	⑤
・番号１に**満足感**を感じる	①	②	③	④	⑤
・番号１が**魅力的な**場所だと思う	①	②	③	④	⑤
・番号１に**また訪ねたい**	①	②	③	④	⑤
・番号１を他の人に**お勧めしたい**	①	②	③	④	⑤
・番号１に対する**地域活動があれば参加したい**	①	②	③	④	⑤
・番号１の発展のために**寄付したい**	①	②	③	④	⑤
・番号１の周辺に**住みたい**	①	②	③	④	⑤

※貴方が**前の段階で“番号 2”を付けて下さった場所に対する質問**です。

Q2-1. 貴方は番号 2 に**1 年あたり何回ぐらい訪ねて**いますか？1 当たり＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿回)

Q2-2. 貴方は番号 2 が**どのような形態の空間**だと思いますか？(＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

① 点
(1~2 個の主要な建物で構成)

② 線
(1~2 個の主要な街路で構成)

③ 面
(色んな街路や建物で構成)

Q2-3. 貴方は番号 2 が**どのような機能の場所**だと思いますか？(1 位：＿＿＿ 2 順位：＿＿＿＿)

① 商業関連　② 文化・芸術関連　③ 観光関連　④ 業務・事務関連

⑤ 休憩関連　⑥ 教育関連　⑦ 工業・生産関連　⑧ 日常・生活関連

⑨ 宗教関連　⑩ 交通関連　⑪ その他(＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

Q2-4. 貴方は番号 2 が**どのような場所だ**と思っていますか？貴方のご意見に✓してください

	全く思わない	そう思わない	普通	やや そう思う	とても そう思う
・番号 2 は**きれいな**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は全州市を**代表する**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**歴史的な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は全州市を**想像する**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は全州市で**唯一な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**固有な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**個性がある**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**親しい**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**楽しい**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**活気がある**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**実用的な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 2 は**便利な**場所だ	①	②	③	④	⑤

Q2-5. 番号 2 に対する**愛着や行動意思**を評価する項目です。貴方のご意見に✓してください

	全く思わない	そう思わない	普通	やや そう思う	とても そう思う
・番号 2 の**物理的な環境やデザイン**が好き	①	②	③	④	⑤
・番号 2 に**愛着**を感じる	①	②	③	④	⑤
・番号 2 が**変化なく,そのまま保って**欲しい	①	②	③	④	⑤
・番号 2 に**満足感**を感じる	①	②	③	④	⑤
・番号 2 が**魅力的な**場所だと思う	①	②	③	④	⑤
・番号 2 に**また訪ねたい**	①	②	③	④	⑤
・番号 2 を他の人に**お勧めしたい**	①	②	③	④	⑤
・番号 2 に対する**地域活動があれば参加したい**	①	②	③	④	⑤
・番号 2 の発展のために**寄付したい**	①	②	③	④	⑤
・番号 2 の周辺に**住みたい**	①	②	③	④	⑤

※貴方が**前の段階で“番号 3”を付けて下さった場所に対する質問**です。

Q3-1. 貴方は番号 3 を **1 年あたり何回ぐらい訪ねて**いますか？1 当たり＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿回)

Q3-2. 貴方は番号 3 が**どのような形態の空間**だと思いますか？(＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

① 点
(1~2 個の主要な建物で構成)

② 線
(1~2 個の主要な街路で構成)

③ 面
(色んな街路や建物で構成)

Q3-3. 貴方は番号 3 が**どのような機能の場所**だと思いますか？(1 位：＿＿＿ 2 順位：＿＿＿＿)

① 商業関連　② 文化・芸術関連　③ 観光関連　④ 業務・事務関連
⑤ 休憩関連　⑥ 教育関連　⑦ 工業・生産関連　⑧ 日常・生活関連
⑨ 宗教関連　⑩ 交通関連　⑪ その他(＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

Q3-4. 貴方は番号 3 が**どのような場所だ**と思っていますか？貴方のご意見に✓してください

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
・番号 3 は**きれいな**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は全州市を**代表する**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**歴史的な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は全州市を**想像する**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は全州市で**唯一な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**固有な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**個性がある**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**親しい**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**楽しい**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**活気がある**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**実用的な**場所だ	①	②	③	④	⑤
・番号 3 は**便利な**場所だ	①	②	③	④	⑤

Q3-5. 番号 3 に対する**愛着や行動意思**を評価する項目です。貴方のご意見に✓してください

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
・番号 3 の**物理的な環境やデザイン**が好き	①	②	③	④	⑤
・番号 3 に**愛着**を感じる	①	②	③	④	⑤
・番号 3 に**変化なく,そのまま保って**欲しい	①	②	③	④	⑤
・番号 3 に**満足感**を感じる	①	②	③	④	⑤
・番号 3 が**魅力的な**場所だと思う	①	②	③	④	⑤
・番号 3 に**また訪ねたい**	①	②	③	④	⑤
・番号 3 を他の人に**お勧めしたい**	①	②	③	④	⑤
・番号 3 に対する**地域活動があれば参加したい**	①	②	③	④	⑤
・番号 3 の発展のために**寄付したい**	①	②	③	④	⑤
・番号 3 の周辺に**住みたい**	①	②	③	④	⑤

※ これからは“全州韓屋マウル”に対する質問です。

Q4-1. 貴方は前の段階で場所 1～3 を選定する時、全州韓屋マウルを選択しましたか？(＿＿＿＿＿＿)

① いいえ　　② はい(次の 7 ページの Q4-7 に)

Q4-2. 貴方は全州韓屋マウルに昨年、何回訪れましたか？ (＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿回)

Q4-3. 貴方は全州韓屋マウルがどのような形態の空間だと思いますか？ (＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

① 点 (1~2 個の主要な建物で構成)
② 線 (1~2 個の主要な街路で構成)
③ 面 (色んな街路や建物で構成)

Q4-4. 貴方は全州韓屋マウルがどのような機能の場所だと思いますか？(1 位：＿＿＿＿ 2 順位：＿＿＿＿)

① 商業関連　② 文化・芸術関連　③ 観光関連　④ 業務・事務関連
⑤ 休憩関連　⑥ 教育関連　⑦ 工業・生産関連　⑧ 日常・生活関連
⑨ 宗教関連　⑩ 交通関連　⑪ その他(＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

Q4-5. 貴方は全州韓屋マウルがどのような場所だと思っていますか？貴方のご意見に✓してください

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
・全州韓屋マウルはきれいな場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは全州市を代表する場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは歴史的な場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは全州市を想像する場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは全州市で唯一な場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは固有な場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは個性がある場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは親しい場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは楽しい場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは活気がある場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは実用的な場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは便利な場所だ	①	②	③	④	⑤

Q4-6. 全州韓屋マウルに対する愛着や行動意思を評価する項目です。貴方のご意見に✓してください

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
全州韓屋マウルの物理的な環境やデザインが好き	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルに愛着を感じる	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルに変化なく,そのまま保って欲しい	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルに満足感を感じる	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルが魅力的な場所だと思う	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルにまた訪ねたい	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルを他の人にお勧めしたい	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルに対する地域活動があれば参加したい	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルの発展のために寄付したい	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルの周辺に住みたい	①	②	③	④	⑤

Q4-7. 貴方は全州韓屋マウルに“貴方が参加・来訪したい**業種や施設が多い**”と思いますか？

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
・来訪したい**宿泊施設**が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**文化財**が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**観光**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**文化・芸術**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**宗教**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**飲食店やカフェ**が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**お土産**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**伝統工芸品**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい飲食店・カフェやお土産販売**以外の商業**の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**休憩**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**娯楽**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤

Q4-8. 貴方は全州韓屋マウルに“貴方が参加・観覧したい**行事や文化**”**が多い**と思いますか？

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
・**まつりやその関連行事・文化**が多い	①	②	③	④	⑤
・**まつり以外の伝統文化関連**の行事・文化が多い	①	②	③	④	⑤
・伝統文化関連**以外の行事や文化**が多い	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルを守るために**参加したい地域活動**が多い	①	②	③	④	⑤

Q4-9. 次は全州韓屋マウルの建築物に対する外観や風景を説明する項目です。**貴方が覚えている全州韓屋マウルのイメージ**を基に**外観や風景に対する貴方のご意見**を選択してください。

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
韓屋マウルには、**歴史的価値が高い外観**の建造物が多い。	①	②	③	④	⑤
韓屋マウルには、**伝統的な外観**の建造物が多い。	①	②	③	④	⑤
韓屋マウルには、**親しい外観**の建造物が多い。	①	②	③	④	⑤
韓屋マウルの**外観は、よく整備**されている。	①	②	③	④	⑤
韓屋マウルには、歴史的風致を**害する高さ**の建築物が**少ない**。	①	②	③	④	⑤
韓屋マウルには、歴史的風致を**害する材料や色材の屋根や門塀**が**少ない。**	①	②	③	④	⑤
韓屋マウルには、歴史的風致に合う**看板**のデザインや大きさが**多い。**	①	②	③	④	⑤

Q4-10. 次は全州韓屋マウルの施設物に対する外観や風景を説明する項目です。**貴方が覚えている全州韓屋マウルのイメージ**を基に**外観や風景に対する貴方のご意見**を選択してください。

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
伝統的な風景に相応しいベンチなどの**街路施設物**が多い。	①	②	③	④	⑤
個性あって面白い街路施設物が多い。	①	②	③	④	⑤
歴史的風致を害するアンテナなどの**工作物が少ない。**	①	②	③	④	⑤
歴史的風致に**合う材料や色彩**の屋根, 外壁が**多い。**	①	②	③	④	⑤
案内版など**周辺設置物**がよく整備されている。	①	②	③	④	⑤
公園や広場の外観が**よく整備**されている。	①	②	③	④	⑤
歩行者街路の舗装, デザインがよく整備されている。	①	②	③	④	⑤
韓屋マウル内の**小さい道**が歴史的な風致と相応しく整備されている。	①	②	③	④	⑤
韓屋マウルを象徴する**象徴物**がある。	①	②	③	④	⑤

Q4-11. 貴方は全州韓屋マウルが**最近、変わった**と思いますか？(_____)

① 全く思わない　② そう思わない　③ 普通　④ ややそう思う　⑤とてもそう思う

アンケートが終了しました。

Q4-12. 全州韓屋マウルの**どのような部分が変わった**と思いますか？次の項目から、１番変わったと思うものを１順位に、その次に変わったと思うものを２順位に記入してください。（１順位：____ ２順位：_____）

① 建築物の外観　② 道路・街路の形態やデザイン　③ 業類・施設の種類　④ 行事や文化
⑤ その他(_____)

Q4-13. 貴方は全州韓屋マウルが**変わったと感じたことで、来訪回数が変化しました**か？　(_____)

① とても減少した　② 少し減少した　③ 変化ない　④ 少し増加した　⑤ とても増加した

Q4-14. 貴方は全州韓屋マウルが**変わったと感じたことで、**蔵造りの町並みへの**愛着に変化がありました**か？

(_____)

① とても減少した　② 少し減少した　③ 変化ない　④少し増加した　⑤ とても増加した

Q4-15. 貴方はその変化により全州韓屋マウルが**観光地化された**と思いますか？(_____)

ご協力本当にありがとうございました。

韓国全州市
2 次アンケートの調査項目
（日本語訳）

全州市の場所に対する愛着や行動意思に関する市民の方へのアンケート

こんにちは。

私は、日本大学大学院理工学研究科で不動産科学を専攻している鄭秀卿と申します。

このアンケートは「“場所に対する愛着や行動意思を誘導できる場所形成要因”」を分析するために行う調査で、①全州市の空間、建物など(以下、場所)や②その場所に対する“全州市民の愛着および行動意思”を調べる内容で構成されています。

ご協力して下さって貴方のご意見を聞くことができれば、研究の信頼性が高くなり“場所の認識”と“愛着や行動意思”の関係だけではなく次の研究にもとても大事な資料になると思います。なにとぞ、ご協力お願いいただきたく、宜しくお願い申します。

ご協力お願いいたします。

日本大学大学院　理工学研究科　不動産科学専攻　都市計画研究室

博士後期課程　鄭　秀卿　(e-mail:cssu20002@g.nihon-u.ac.jp)

以下に記入をお願いします。

性別	男性・女性	年齢	20 代・30 代・40 代・50 代・60 代・70 代以上	
居住地域	全州市		居住期間	年

① 貴方は“**全州市に引っ越してきた方**”に“**全州市を簡単に紹介するために市内の空間や建築など**”を**３つ以上**挙げるとしたら**どこを紹介したいですか？**その名称を下の表に書いてください。

紹介したい空間、建物などの名称 ・正式な名称を知らない場合は、貴方が普段呼んでいる“呼び方”でも結構です	場所番号
例)日本大学	例)4

② 貴方が上の表に書いて下さった空間、建物などの中で、

“**全州を紹介するためにもっと重要あるいは必要である**”と思う３つを選んでください。

③ **選んだ３つに１から３まで番号を無作為に付け**て表の赤い部分に記入してください。

その番号は順位とは関係ありません。

※ これからは“全州韓屋マウル”に対する質問です。

Q1. 貴方は前の段階で場所 1～3 を選定する時、全州韓屋マウルを選択しましたか？(＿＿＿＿＿＿)

① いいえ　　② はい(次の 7 ページの Q4-7 に)

Q2. 貴方は全州韓屋マウルに昨年、何回訪れましたか？ (＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿回)

Q3. 貴方は全州韓屋マウルがどのような形態の空間だと思いますか？ (＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

① 点 (1~2 個の主要な建物で構成)　② 線 (1~2 個の主要な街路で構成)　③ 面 (色んな街路や建物で構成)

Q4. 貴方は全州韓屋マウルがどのような機能の場所だと思いますか？

(1 位：＿＿＿＿ 2 順位：＿＿＿＿)

① 商業関連　② 文化・芸術関連　③ 観光関連　④ 業務・事務関連
⑤ 休憩関連　⑥ 教育関連　⑦ 工業・生産関連　⑧ 日常・生活関連
⑨ 宗教関連　⑩ 交通関連　⑪ その他(＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿)

Q5. 貴方は全州韓屋マウルがどのような場所だと思っていますか？貴方のご意見に✓してください

	全く思わない	そう思わない	普通	やや そう思う	とても そう思う
・全州韓屋マウルはきれいな場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは全州市を代表する場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは歴史的な場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは全州市を想像する場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは全州市で唯一な場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは固有な場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは個性がある場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは親しい場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは楽しい場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは活気がある場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは実用的な場所だ	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルは便利な場所だ	①	②	③	④	⑤

Q6. 全州韓屋マウルに対する愛着や行動意思を評価する項目です。貴方のご意見に✓してください

	全く思わない	そう思わない	普通	やや そう思う	とても そう思う
全州韓屋マウルの物理的な環境やデザインが好き	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルに愛着を感じる	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルに変化なく,そのまま保って欲しい	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルに満足感を感じる	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルが魅力的な場所だと思う	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルにまた訪ねたい	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルを他の人にお勧めしたい	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルに対する地域活動があれば参加したい	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルの発展のために寄付したい	①	②	③	④	⑤
全州韓屋マウルの周辺に住みたい	①	②	③	④	⑤

Q7. 貴方は全州韓屋マウルに“貴方が参加・来訪したい**業種や施設が多い**”と思いますか？

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
・来訪したい**宿泊施設**が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**文化財**が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**観光**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**文化・芸術**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**宗教**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**飲食店やカフェ**が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**お土産**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**伝統工芸品**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい飲食店・カフェやお土産販売**以外の商業**の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**休憩**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤
・来訪したい**娯楽**関連の業種・施設が多い	①	②	③	④	⑤

Q8. 貴方は全州韓屋マウルに“貴方が参加・観覧したい**行事や文化**”**が多い**と思いますか？

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
・**まつりやその関連行事・文化**が多い	①	②	③	④	⑤
・**まつり以外の伝統文化関連**の行事・文化が多い	①	②	③	④	⑤
・伝統文化関連**以外の行事や文化**が多い	①	②	③	④	⑤
・全州韓屋マウルを守るために**参加したい地域活動**が多い	①	②	③	④	⑤

Q9. 次は全州韓屋マウルの建築物に対する外観や風景を説明する項目です。**貴方が覚えている全州韓屋マウルのイメージ**を基に**外観や風景に対する貴方のご意見**を選択してください。

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
韓屋マウルには、**歴史的価値が高い外観**の建造物が多い。	①	②	③	④	⑤
韓屋マウルには、**伝統的な外観**の建造物が多い。	①	②	③	④	⑤
韓屋マウルには、**親しい外観**の建造物が多い。	①	②	③	④	⑤
韓屋マウルの**外観は、よく整備**されている。	①	②	③	④	⑤
韓屋マウルには、歴史的風致を**害する高さ**の建築物が**少ない**。	①	②	③	④	⑤
韓屋マウルには、歴史的風致を**害する材料や色材の屋根や門塀**が**少ない。**	①	②	③	④	⑤
韓屋マウルには、歴史的風致に合う**看板**のデザインや大きさが**多い。**	①	②	③	④	⑤

Q10. 次は全州韓屋マウルの施設物に対する外観や風景を説明する項目です。**貴方が覚えている全州韓屋マウルのイメージ**を基に**外観や風景に対する貴方のご意見**を選択してください。

	全く思わない	そう思わない	普通	ややそう思う	とてもそう思う
伝統的な風景に相応しいベンチなどの**街路施設物**が多い。	①	②	③	④	⑤
個性あって面白い街路施設物が多い。	①	②	③	④	⑤
歴史的風致を害するアンテナなどの**工作物が少ない。**	①	②	③	④	⑤
歴史的風致に**合う材料や色彩**の屋根, 外壁が**多い。**	①	②	③	④	⑤
案内版など**周辺設置物**がよく整備されている。	①	②	③	④	⑤
公園や広場の外観が**よく整備**されている。	①	②	③	④	⑤
歩行者街路の舗装, デザインがよく整備されている。	①	②	③	④	⑤
韓屋マウル内の**小さい道**が歴史的な風致と相応しく整備されている。	①	②	③	④	⑤
韓屋マウルを象徴する**象徴物**がある。	①	②	③	④	⑤

Q11. 貴方は全州韓屋マウルが**最近、変わった**と思いますか？(_____)

① 全く思わない　② そう思わない　③ 普通　④ ややそう思う　⑤とてもそう思う

アンケートが終了しました。

Q12. 全州韓屋マウルの**どのような部分が変わった**と思いますか？次の項目から、１番変わったと思うものを１順位に、その次に変わったと思うものを２順位に記入してください。(１順位：____ ２順位：____)

① 建築物の外観　② 道路・街路の形態やデザイン　③ 業類・施設の種類　④ 行事や文化

⑤ その他(_____)

Q13. 貴方は全州韓屋マウルが**変わったと感じたことで、来訪回数が変化しました**か？ (_____)

① とても減少した　② 少し減少した　③ 変化ない　④ 少し増加した　⑤ とても増加した

Q14. 貴方は全州韓屋マウルが**変わったと感じたことで、**蔵造りの町並みへの**愛着に変化がありました**か？

(_____)

① とても減少した　② 少し減少した　③ 変化ない　④少し増加した　⑤ とても増加した

Q15. 貴方はその変化により全州韓屋マウルが**観光地化された**と思いますか？(_____)

① 全く思わない　② そう思わない　③ 普通　④ ややそう思う　⑤ とてもそう思う

ご協力本当にありがとうございました。