

携帯音楽機器が都市のイメージ形成にもたらす影響

A study on the image of the city focusing on the usage of portable audio players.

37-186151 久世和希

Today, using portable audio devices in a public space is socially accepted, and there are some people who use these devices whenever they spend a time alone mainly among young generations. This phenomenon means that people who always use portable audio devices make their image of the city based on the experience with these devices, and these images can be different from what non users have. In the future, we need to consider the change of ways to spend time in a public, and this research focus on portable audio player as one of the general devices which let people to change their lives in a public space. We carried out an on-line questionnaire survey and experiment on site. From the questionnaire survey, we found that there are many people who always use portable audio player on a street. From the experiment, portable audio device users' images tend to be influenced more by single construction than by the landscape of the whole street.

第1章：背景・目的

近年、大都市を中心として街中でイヤホンやヘッドホンをつけている人々を目にすることが増えている。本研究では、こうした場所を問わない音楽聴取に関連する機器を総称して携帯音楽機器と呼ぶこととする。これまで携帯音楽機器は音楽聴取をしたいときやひとりになりたいときなど、使用の有無が状況に応じて選択される、一時的な利用が基本であった。しかし、現代の若者は携帯音楽機器が幼少期から社会的に浸透しており、都市空間での利用も当たり前のこととして捉えていると考えられる。こうした世代の中には、都市空間の滞在時に常に携帯音楽機器を利用している層が存在すると考えられる。従って、従来であれば携帯音楽機器の利用は一時的であり、街のイメージは共通して非利用時の経験を元に形成されるものであったのが、昨今では携帯音楽機器の利用時のみのイメージを持つ層が生じていると考えられる。

ここで、街・都市のイメージについての既往研究を参照すると、居住歴や知識、選好性などの個人的要因が街での滞在時に人々の認識する内容およびそれに基づき形成される都市のイメージに影響を及ぼしていることが指摘されてい

る¹⁾²⁾。一方で、都市空間における携帯音楽機器の利用が利用者にもたらす影響として、音楽聴取により周辺環境の認識が減少すること³⁾⁴⁾や、携帯音楽機器の利用目的として周辺の他者との干渉を減らすことが指摘されている⁵⁾ように、携帯音楽機器の利用は個人の都市での体験を変化させるものであると言えよう。従って、本研究では都市のイメージ形成に影響する個人的要因の一つとして都市空間における携帯音楽機器の利用習慣を捉え、その影響を明らかにする。

既往研究⁶⁾⁷⁾から、携帯音楽機器の非利用時における街のイメージの形成をする上で、滞在者は建物の見え方や個々の場所の特徴などの「単

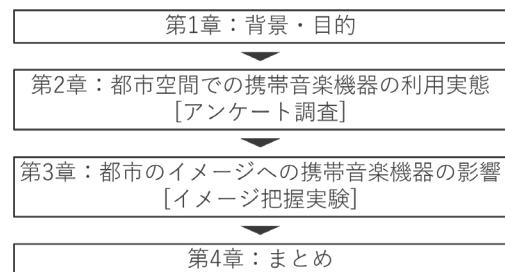


図 1：研究構成

表 1：アンケート調査概要

時期	2019年7月上旬
回収方法	SNSを用いたインターネットアンケート
アンケート内容	<ul style="list-style-type: none"> ・基礎情報 ・携帯音楽機器の利用状況 (頻度・時間・利用時の活動・利用開始時期) ・場所ごとの携帯音楽機器の利用状況
回収数(20代)	247件
携帯音楽機器の利用頻度内訳	

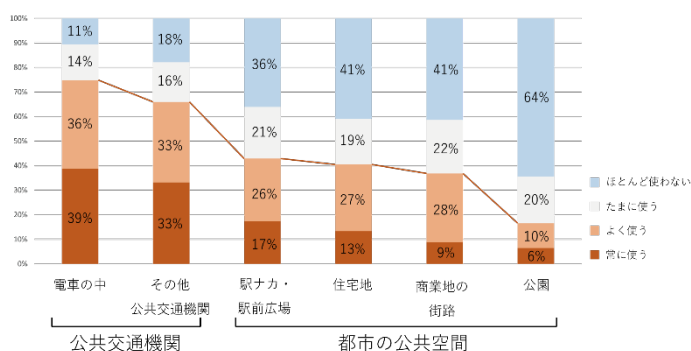


図 2：場所別の携帯音楽機器の利用率(N=247)

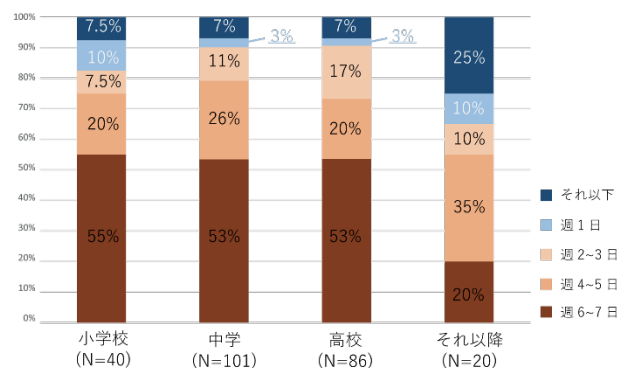


図 3：利用を開始した時期別の携帯音楽機器の利用頻度

一要素」に加え、街並みの連続性や統一感という要素の「集合」としても周辺環境を認識していることが分かる。一方で、携帯音楽機器の利用者は認識する周辺環境の要素が減少すると考

えられるために、「集合」としての認識が形成されづらくなり、少数の店舗などの認識が直接街のイメージと結びつくと考えられる。

以上のことから、本研究では携帯音楽機器の都市空間での利用実態と街のイメージ形成にもたらす影響を明らかにすることを目的とする。これを通じて都市空間での過ごし方の変化を踏まえたまちづくりの方向性を考察する。

本研究の構成を図 1 に示す。第 2 章で携帯音楽機器の利用実態の把握のためのアンケート調査、第 3 章で実際のイメージ形成の相違を把握するためにイメージ把握実験を行った。第 4 章でこれらを踏まえたまちづくりの方向性について考察する。

第 2 章：都市空間での携帯音楽機器の利用実態

本研究で対象とする都市空間における携帯音楽機器の利用の習慣化がどれほど一般化しているのかを捉えるために、若者世代を対象としたアンケート調査による利用実態の把握を行った。

アンケート調査の概要を表 1 に示す。SNS を用いたインターネットアンケートにより得られた回答から、本研究の対象とする若者世代として 20 代を抽出したところ 247 件の回答が得られた。また、携帯音楽機器の利用頻度は週 6 日~7 日が 51%、週 4 日~5 日が 23%など、多くの人が日常的に利用していることが分かった。

次に携帯音楽機器の利用率を場所ごとに示したものが図 2 で

ある。ここから、公共交通機関を利用した移動時の利用が特に多いものの、それ以外の場所でも広く利用されていることが分かった。本研究

が特に着目する商業地の街路空間においても、滞在時に携帯音楽機器を利用しているものが37%存在していた。

アンケート結果のうち、利用を開始した時期別の携帯音楽機器の利用頻度を図3に示す。76%の回答者が中学、高校時に利用を開始していることなど、現代の20代の若者世代の多くは若いうちから携帯音楽機器の使用を開始していることが分かった。また、高校までに利用を開始したものとそれ以降に開始したものの利用傾向を比較すると、前者の利用頻度の方が高いことが分かった。

以上の結果から、街路空間における滞在者の携帯音楽機器の利用状況については、携帯音楽機器の存在が幅広く定着してきた結果として、都市空間の滞在時においては常時携帯音楽機器を利用している層が見られるようになってきていることが考えられる。また、こうした利用傾向を持つ層の多くが若年時から利用を開始していたことを鑑みると、今後こうした層がさらに増加することも考えられる。

第3章：街のイメージへの携帯音楽機器の影響

3-1：実験手法・手順

本章では携帯音楽機器の利用習慣の有無が実際の街のイメージ形成に対して及ぼす影響を把握するためにイメージ把握実験を行った。実験の概要は表2に示す通りで、対象地として若者世代が多く訪れる渋谷センター街を設定した。実験参加者を、対象地での携帯音楽機器の利用習慣についての事前アンケートの結果から利用グループと非利用グループに分けた。実験本番においても利用グループが携帯音楽機器を利用し、非利用グループが利用しない状態で持つイ

メージを捉えることで、携帯音楽機器の利用習慣の有無によって形成されるイメージの差異を明らかにした。

実験の手順は以下に示す4つの段階に分けられる。

- 1: 対象地内の往復10分程度のルート(図4)を歩行してもらった。その際、参加者の抱く街のイメージをより正確に捉えるために、歩行すべきルートの説明以外には何も指示を与えなかった。
- 2: 1での歩行中に認識したもののうち街らしいと感じたものをできるだけ多く地図上に記入してもらった。街のイメージ形成において参加者がどのような街路空間上の要素を認識しており、それを街らしいものとして全体のイメージと結びつけているのかを明らかにするためにこれを行った。
- 3: 2において記入した認識内容が具体的にどのようなものを指しているのか把握するため、参加者に再びルートの歩行を行ってもらい、同時に地図上に指摘した対象をスマートフォンのカメラで撮影してもらった。参加者が街路空間の歩行時に認識した内容の把握をする上で、実験手法による認識内容の指摘へ影響を低減させる目的でこの手順をとることとした。
- 4: それぞれの指摘内容ごとにその指摘理由と街のイメージとの関係性をインタビューによって把握した。

3-2：撮影内容の分析

上記の手順で得られたデータのうち、撮影内容を地図上での記入内容も参照して写真から抽出した。これを背景でも述べた「単一要素」と

表2：実験概要

時期	2019年12月上旬～中旬	
対象地	渋谷センター街	
参加者条件	20代の男女で対象地の訪問経験のある人	
所要時間	約40分	
実験参加者	<ul style="list-style-type: none"> 対象地において携帯音楽機器を「常に使う」「よく使う」：利用グループ 「ほとんど使わない」：非利用グループ 利用グループは実験時に携帯音楽機器を利用 	
	利用グループ 12人	非利用グループ 11人



図4：歩行ルート

表 3：一人当たりの認識対象の個数とその内訳

(個/人)	非利用グループ	利用グループ
総指摘数	8.5	6.8
単一要素	3.8	4.3
建物一棟・その一部	3.8	4.3
集合	3.5	1.8
複数の建物	1.1	0.3
街路上の人・地面	2.4	1.5
それ以外	1.2	0.3

「集合」、その他に分類した。なお、「単一要素」は「建物一棟・その一部」の1分類に、集合は「複数の建物」と「街路上の人・地面」の2分類に分けた。

撮影内容を分類、計上したものが表3であり、ここから携帯音楽機器の利用により全体的な指摘数が減少することが分かった。具体的には「単一要素」の指摘数は大きく変わらず、利用グループの方が若干増加した一方で、「集合」での認識が非利用グループに比べて大きく減少することが分かった。

この結果から、非利用グループの認識については、「単一要素」での認識だけでなく、「集合」としての認識も重要であることを指摘した北ら(2010)や川合ら(2001)などの既往研究⁹⁾との符合が見られた。一方で、利用グループは「集合」での認識の減少とそれによる認識全体に占める「単一要素」の割合の増加が見られた。従って、携帯音楽機器の利用によるイメージ形成の変化は「集合」での認識の減少を中心として起こると考えられる。

3-3：インタビュー内容の分析

続いてインタビューによって得られたデータの分析を行った。インタビューでは認識した対象とその理由について質問したが、認識対象については3-2での分類を元に、それをさらに小分類に分けた(例：「単一要素」の文字情報・色・形状、など)。認識理由については既往研究⁹⁾を参照して設定した、「視覚的に目立つ」「他の地区との比較」「自分の経験や知識との比較」「選好性との符合」の4つに加え、本実験が歩行中の認識を見るものであることから、「歩行への影響」を加えた計5つの分類項目を設定し、これらに基づいてインタビュー内容を整理した。

インタビュー内容のうち、認識対象を分析した結果を表4に示す。グループ間で指摘回数に違いが見られた分類として、「建物一棟・その一部」に関して、非利用グループでは色彩に対する指摘が多い一方で、利用グループでは文字情報や建物内部の様子をより認識していることが分かった。また、「複数の建物」については、その全体的な色彩や周りから聞こえる音、「街路上の人・地面」について道幅や周辺の人々の少なさがそれぞれ非利用グループにおいて特徴的に認識されていることが分かった。従って、携帯音楽機器の利用習慣の有無によって具体的に認識する内容が異なっていることが分かった。

続いて、認識対象と認識理由の関係性を見たものが表5である。ここから、グループ間で認識理由に違いがあることが分かる。具体的にそれぞれのグループにおいて特徴的に見られた認識対象と認識理由の関係性を見ると、非利用グループにおいては、「建物一棟・その一部」―「経験・知識との比較」の組み合わせが多くみられた他、「複数の建物」―「他の地区との比較」なども多くなっていた。従って、非利用グループの街のイメージ形成は、既存イメージとの比較を通じた「単一要素」の認識と看板や建物の集合、人など場所全体の「集合」の他の場所との比較を通じた認識からなることが考えられる。一方で、利用グループにおいては「建物一棟・その一部」―「選好性との符合」「視覚的に目立つ」といった関係性が特に多くみられた。このことから利用グループの街のイメージ形成は「単一要素」の中でも特に自身の選好性に一致するものや目立っているものを中心とした認識からなることが考えられる。

以上、第3章における実験結果から非利用者は街並みの色合いや周囲の人通りなどを「集合」

表 4：認識対象の内訳

建物一棟・その一部			複数の建物		
(個/人)	非利用 グループ	利用 グループ	(個/人)	非利用 グループ	利用 グループ
色彩	2.3	1.4	色彩	0.7	0.2
文字情報	1.5	1.8	形状	0.5	0.3
建物内部	0.7	1.2	音	0.9	0.2
形状	1.4	1.5	密度	0.3	0.3
その他	0.9	0.9	その他	0.5	0.5
合計	6.8	6.8	合計	2.9	1.5

街路上の人・地面

(個/人)	非利用 グループ	利用 グループ
道幅	0.6	0
舗装	0.3	0.2
行列	0.5	0.5
人の多さ	0.6	0.5
人の少なさ	0.6	0.2
その他	0.6	0.1
合計	3.2	1.5

表 5：認識対象ごとの認識理由の割合

(個/人)	非利用 グループ	利用 グループ	非利用 グループ	利用 グループ	非利用 グループ	利用 グループ
視覚的に 目立つ	3.4	3.9	1.8	0.9	1.1	0.9
経験・知識	2.3	1.5	0.1	0.2	0.2	0.1
選好性	0.3	1.2	0.2	0.2	0.5	0.1
他の地区 との比較	0.8	0	0.8	0.2	1.1	0
歩行への 影響	0	0.2	0	0	0.4	0.4
合計	6.8	6.8	2.9	1.5	3.2	1.5

として認識しており、移動によって周辺環境全体の様子に変化していくことを認識していると考えられる。一方で、携帯音楽機器の利用者は自身の選好性を元に周囲を認識するほか、文字情報や建物内を「単一要素」として認識していると考えられる。

第4章 まとめ

以上の結果から、すなわち都市空間での携帯音楽機器の利用者層は少数の「単一要素」から街のイメージを形成する、という本研究の仮説が示されたと考えられる。今後、こうした携帯音楽機器の利用習慣を持つ若者世代が多く訪れる街では、従来と異なる街のイメージを持つ携帯音楽機器の利用者層が増加していくと考ええると、こうした利用者層の持つ街のイメージやその形成に寄与する要因を踏まえてまちづくりを進めていく必要があると考えられる。

本研究の結果を踏まえ、若者世代を惹きつけるまちづくりについて考察する。従来、街のイメージ向上を図る上では、街並みの統一感や連続性が滞在者全員に共通して評価されてきたことから、これらの創出、質の向上が主な手段であったと言えよう。このための具体的な施策としては、建築線や看板の形状などの統一、建築物の壁面の色彩の規定などがあった。従って、こうした施策の背景には、街並みを集合として認識させるうえで重要な要素に対する少数の計画者の意図が色濃く反映されていると考えられる。一方で、今後は滞在者ごとに異なる単一要素を元に街のイメージを形成し、その街を評価するようになって考えると、統一感以上に多様性の向上が必要になると考えられる。従って、ファサード部分の開放性の向上により店内の様子を見せるつくりを増やすなど、計画者は多様な要素の存在が奨励されるような街の仕組みや環境づくりを行うことが求められるようになると考えられる。

最後に、本研究では個人の過ごし方に応じた街のイメージの違いを明らかにするために渋谷センター街での実験を行った。今後の課題として、より多様な地区において実験を実施することや、より広範な個人属性の把握等による実験結果の一般性の検証の必要性が考えられる。

【引用文献】

- 1) 知花弘吉(1999),歩行者の注視傾向から見た空間把握に関する研究,日本建築学会計画系論文集,520,159-164.
- 2) 野本弘平,佐藤大介,佐藤亮(2019),居住歴と街のイメージとの関係—テキスト分析による高齢居住者と若年学生との比較研究—,日本感性工学会論文誌,18(4),247-254.
- 3) 濱村真理子,岩宮眞一郎(2013),大学生に対する携帯型音楽プレイヤーの使用実態調査,日本音響学会誌,69(7),331-339.
- 4) 小井土祐介・浅野光行(2007),歩行形態が歩行空間のサービスレベルに与える影響—集団歩行者と携帯機器使用者に着目して—,都市計画論文集,42(3),913-918.
- 5) Joseph E. Burns and Paul R. Sawyer (2010), The Portable Music Player as a Defense Mechanism, Journal of Radio & Audio Media,17(1),96-108.
- 6) 川合康央,材野博司(2001),街路空間の代替視野画像での中止を促す空間構成要素の研究—京都中心市街地の景観形成過程が夫々異なる街路のシークエンス,日本建築学会計画系論文集,542,169-174.
- 7) 北雄介,門内輝行(2010),経路歩行実験による都市の様相の記述—都市の様相の解説とそのデザイン方法に関する研究(その1),日本建築学会計画系論文集,75(651),1159-1168.
- 8) 益岡了,材野博司(1997),シークエンス景観における歩行者の行動と反応の研究,日本建築学会計画系論文集,502,163-169.
- 9) 坪内宏美,山崎正史(2000),都市景観における「図」と「地」の認知現象に関する考察,日本都市計画学会学術研究論文集,35,769-774.
- 10) 池田岳史,材野博司(1999),都市街路空間における連続継起的表記と人間行動に関する研究—左右空間構成の相違と空間要素への反応—,日本都市計画学会学術研究論文集,34,415-420.