

現代大阪における景観資源の再発見 Rediscovering landscape in modern Osaka

中嶋 俊輔^{1*}, 吉川 眞², 田中 一成²

NAKAJIMA, Toshisuke^{1*}, YOSHIKAWA, Shin², Kazunari Tanaka²

¹ 大阪工業大学大学院工学研究科, ² 大阪工業大学工学部

¹Graduate School of Eng., OIT, ²Faculty of Eng., OIT

現在、国際的に観光事業に注目が集まっており、わが国でも地域ごとにさまざまな観光政策が行われている。大阪も例外ではなく、景観整備や観光方針を定め、施策に取り組んでいる。大阪の主な観光資源は「食文化」や「天神祭」、「上方芸能」などの大阪固有の文化である。これらは全国的に浸透しており、観光客が大阪を訪れる大きな理由のひとつになっている。しかし、大阪にはこのような文化的観光資源だけでなく、景観的観光資源も豊富に存在している。それにもかかわらず、景観的資源は文化的資源のように大阪のイメージとして浸透していない。つまり、現存する景観的観光資源を有効に利用し、景観政策の充実を図ることが、さらなる観光客誘致につながると考えられる。そこで本研究では、大阪市を対象に、観光の要素の中でもとくに重要と考えられる“景観”に着目し研究を行う。

景観において最も重要な事柄は、対象がどのように“見えているか”ということで、対象と視点の関係について熟慮されなければならない。そこで、本研究では要素ごとの関係に着目し、人が“何を” “どこから” “どのように” “見ているか”を分析・把握することにより、新たな視点・視点場を発見することを目的としている。

研究方法としては、既存の景観資源に関して写真コミュニティサイトを用いて写真画像の抽出を行い、各種 GIS アプリケーションを用いて分析する。具体的には、GISにより基盤地図情報に対象の位置をプロットし、設定した条件をオーバーレイすることにより分析を展開する。景観分析を行う具体的な対象は、対象地域である大阪市の「都市景観資源」の中から選定し、分析を試みる。

まず、写真コミュニティサイトの投稿写真を用い、各資源が一般の観光客にどの程度見られているかの把握・評価を行った。結果より、投稿写真においては都市景観資源が写った写真のうち40%がグリコネオンであり、大きな偏りが見られた。その後、詳細な分析を行う対象として「道頓堀グリコネオン」と「通天閣」を選定した。

景観分析を行ううえで、対象の視覚的影響圏を把握し、分析の中心領域とした。その際、どちらもネオン広告であることから、文字情報に着目し、可読域により視覚的影響圏を定めている。次に、景観の再発見を行うにあたり、対象と周辺環境の関係を整理した。また、新たな景観の提案を行うために、写真コミュニティサイトの投稿画像を分析し、現在の典型的な視点場と見られ方を把握した。具体的な手法として、グリコネオンは画像内における、壁面とグリコネオンの面積比を算出し、時間帯別に見られ方の分析を行った。通天閣においては、撮影地点の位置情報を持つ画像から典型的な視点場を見出した。結果として、“「戎橋」からみた景観”がグリコネオンの典型的な景観であることが把握できた。また、昼夜に見られ方の差がなく、ネオン広告であるにも関わらず、ネオンとしての景観が重視されずに見られていることも把握できた。通天閣の場合は、“「新世界」界隈のふたつの商店街から見た景観”が典型的な景観であることが把握できた。

新たな景観の視点場の発見を行うために、可視・不可視分析により、視点場となり得る場所の把握を試みた。その結果、グリコネオンは可読域による視覚的影響圏に対して、非常に狭い可視領域しか持たず、近景しか存在しないことが把握できた。通天閣に関しては、広い可視領域が算出され、多様な視点場が存在することが把握できた。可視・不可視分析の結果とそれぞれの周辺環境を加味し、人の視覚特性に着目した分析および仰角分析などを行い、景観発見を試みた。そうすることにより、実際の空間構成に即した各景観資源の新たな側面の把握が可能である。以上の分析結果より具体的な“新たな景観”の視点場の提案を行った。また、地形と建物だけの簡易モデルを用いて、提案景観の3D表現を行い、分析結果の検証を試みた。

さらに、都市内における重要な移動手段である鉄道網に着目し、多様な視点場を有する通天閣において、鉄道からの車窓景観の把握を試みた。その結果、領域内においても近畿日本鉄道からは通天閣も眺めることができないことが把握できた。また、南海電気鉄道において非常に高い可視頻度値を有する箇所が約138mあることも把握できた。この区間における景観も簡易モデルを利用し、検証を試みていた。

本研究の成果として、大阪の典型的な景観の把握と、それらとは異なる景観の見所の再発見、さらにそこに至るまでのアプローチの評価が行えた。本研究では、実際の観光行動に即した分析として、具体的な観光資源のシーン景観を捉えるだけでなく、アプローチにおけるシークエンス景観の把握を試みた。今後は、さらに広域な都市間におけるネットワークを考慮し景観発見を試みる必要がある。

キーワード: 景観, 写真コミュニティサイト

Keywords: landscape, picture-community site