

地域景観画像に対する視覚的印象の分析

243426021 谷川 敬介
川澄研究室

1. 背景

本研究では、日本の地域景観の印象や象徴的色彩を定量的に分析し、景観形成や観光事業へ活用することを目指している。しかし、景観の印象や象徴的色彩は、外国人と日本人、観光客と地域住民など、観察者の属性や立場によって異なる可能性がある。

先行研究[1]では、飛騨・高山の景観画像 20 枚を対象に、日本人 50 人と中国人 40 人を観察者として、12 用語によるリッカート尺度を用いた印象評価を実施し、結果を比較した。その結果、日本人は合掌造りや紅葉といった要素から日本らしさを感じる傾向がみられた一方、中国人は祭りの衣装などに日本らしさを感じる傾向が示された。さらに、中国人を北部と南部の居住者に分けて分析したところ、南部居住者の日本らしさや季節感の評価は日本人と類似する傾向がみられ、雪景色や田植え風景に対する親和性の違いが、落ち着きの感じ方に影響している可能性も示唆された。今回は、先行研究[1]で得られた印象評価結果を象徴的色彩の視点から読み解き、新たに検証実験も実施した。本稿ではその一部を紹介する。

2. 目的

先行研究[1]で得たデータの一つである象徴的色彩を使って印象スコアを考察し直し、日本人と中国人の感性や注目点の差異を読み解く。

本研究は、名城大学「人を対象とする研究に関する倫理審査委員会」において、「人を対象とする研究に関する倫理指針」に基づき、研究の実施計画等の適否に関する審査を受け、承認を得た上で実施した。

3. 方法

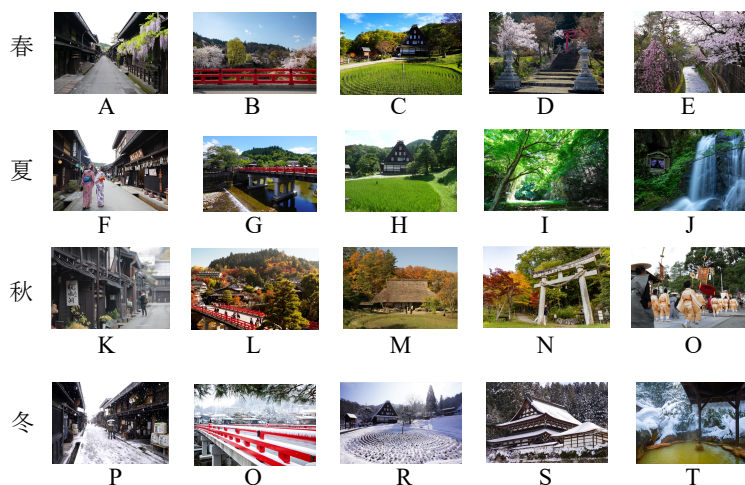


図 1: 飛騨・高山の景観画像 [1]

先行研究[1]の方法について説明する。飛騨・高山の景観画像は (図 1), 観光サイト上のフォトライブラリー[2] から 5 種類のテーマ (街並み, 朱塗りの橋, 合掌造りと田園など) 毎の四季の画像から構成される。評価用語は「日本的な」「季節感のある」を含む 12 種類の形容詞を日本語と中国語で用意し (表 1), 観察者は景観画像に対する視覚的印象をリッカート尺度 (5 段階) により定量化した。また、景観画像の象徴的な色彩を基本色彩語 11 色 [3] (白・黒・赤・青・黄・緑・茶・紫・ピンク・橙・灰) から多肢選択法で回答した。調査協力者は、日本人 50 名 (高山居住者 25 名, 他地域居住者 25 名) と中国人 40 名 (北部居住者 20 名, 南部居住者 20 名) で、いずれも 20 代である。平均回答時間は約 20 分だった。

4. 結果と考察

図 2 は先行研究[1]の結果の一つで、20 枚の景観画像に対する「日本的な」「季節感のある」のリッカートスコア (平均値) を、日本人グループと中国人グループに分けて示したものである。ここでは景観 F (街並み/夏) と景観 L (朱塗りの橋/秋) に注目する。

まず、「日本的な」の結果では、景観 F のスコアが日中ともに高く、一方、景観 L は日本人の高スコアに対して中国人は 1 ポイント以上低く差がある。逆に「季節感のある」の結果では、景観 L のスコアが日中ともに高く、一方で景観 F は日本人の高スコアに対して中国人は 1 ポイント程度低い。以上から、中国人は街を歩く人の和装から日本らしさは感じているが季節感を感じておらず、季節の風物詩として浴衣を認識していないこと、また、紅葉は中国人にとっても季節景観として捉えられているが、景観 L から特別な日本らしさを感じていないことがわかる。日本人が景観 L から高い日本らしさを感じているのとは対照的

表 1: 視覚的印象の評価用語 [1]

	日本語	中国語
1	明るい	明亮的
2	鮮やか	鲜艳的
3	カラフルな	多彩的
4	コントラストのある	对比度高的
5	簡素な	朴素的
6	落ち着いた	冷靜的
7	特別な	特別的
8	個性的な	独一无二的
9	伝統的な	傳統的
10	文化的な	文化的
11	季節感のある	有季节感的
12	日本的な	日式的

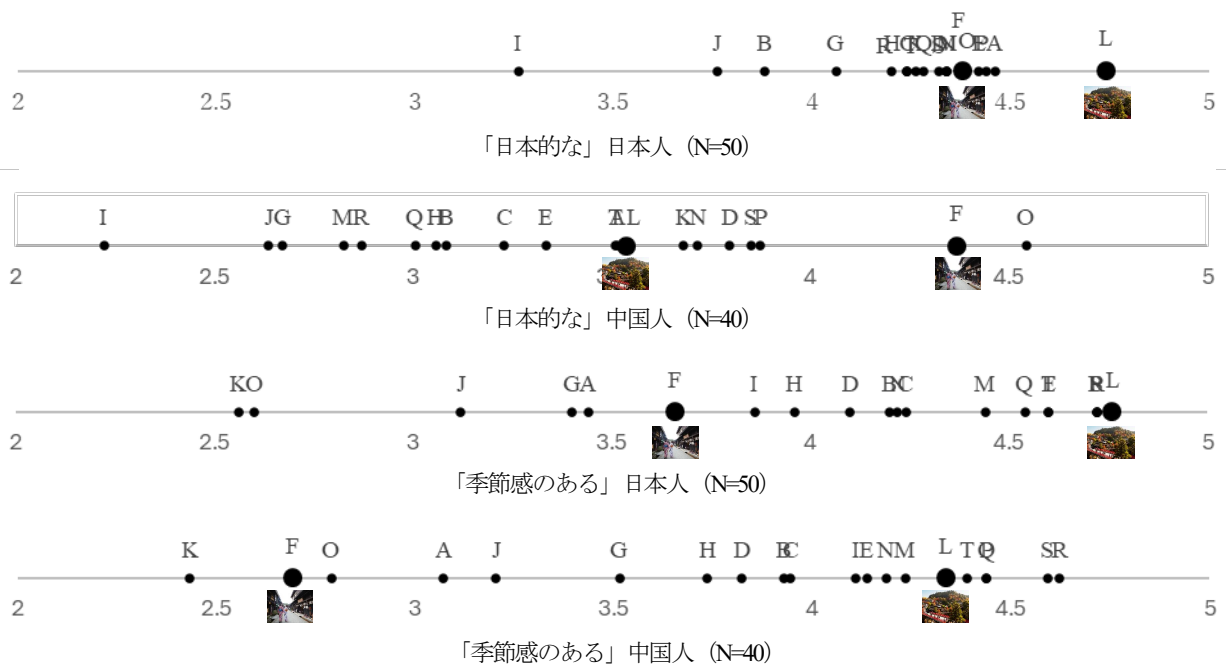


図2: 視覚的印象の評価結果 [1]

である。なお、街並みの景観画像4枚の中で中国人に季節感を与えたのは、景観P(雪景色)だけであり、藤の花も浴衣と同様に季節景観としては認識されていない。

図3に、景観F(街並み/夏)と景観L(朱塗り橋/秋)に対する象徴的色彩の得票率を示す。景観Fの象徴色として、日本人はピンク・白・赤が上位にあるため浴衣に注目していること、中国人は茶が最上位にあるため建造物に注目している可能性が示されている。また、景観Lの象徴色を考察すると、日本人の赤の比率が特に高いため、紅葉だけでなく朱塗り橋にも注目した結果として日本らしさの高スコアになったことも考えられる。

なお、景観画像における季節要素の存在が「日本的な」スコアに与える効果を調べる追加調査(日本人10名、中国人9名)を行なったところ、街並み景観Fに対しては日中とも季節要素(雪や花など)の有無が日本らしさを高める役割を果たしていることが確認された。しかし、この調査では、図2の結果とは異なり、中国人回答者において浴衣が日本らしさを高める効果はみられなかった。紅葉の景観Lにおいても画像処理で紅葉を緑の山に編集した場合に日本らしさが高まる傾向がみられるなど、紅葉が必ずしも日本らしさに効果的ではない場合があることも新たに明らかになった。調査方法や回答者数に注意しながら引き続き検討を進めたい。

5. まとめと今後

飛騨・高山の景観画像に対する日本人と中国人の視覚的印象を象徴的色彩の結果から考察したところ、日常的な親和性や文化に対する知識の差異が結果に反映されている様子が把握された。なお、この分析を通じて、印象構造の差異を読み解く際の象徴的色彩の利用可能性も確認できた。



日本人 (N=50)	ピンク	白	茶	赤	黒	灰色	青	赤	緑	黄	橙	茶
中国人 (N=40)	茶	白	ピンク	黒	灰色	赤	青	赤	緑	黄	橙	茶

景観F

景観L

図3: 象徴的色彩の得票率

残された課題としては、日本の景観ではなく中国の景観を対象として同じ調査を実施してみることで、世代により経験や知識が異なると印象構造に影響を与えることを確認することや、観光客と地域住民という立場の異なる人の印象構造を比較することなどがあげられる。

参考文献

- [1] Hang Jin, Mikiko Kawasumi, et al. : Comparative Studies on Visual Impression for Seasonal Landscapes at Takayama between Japanese and Chinese, Proc. of the 8th ACA 2024, pp.210-215(2024).
- [2] 飛騨・高山観光コンベンション協会: 飛騨高山旅ガイド, <https://www.hidatakayama.or.jp/photo/index.html> (最終閲覧2026年1月27日).
- [3] Brent Berlin and Paul Kay: Basic Color Terms: Their Universality and Evolution. University of California Press(1969).