風土イメージの基礎的研究 I

── 天草地域イメージ調査 ──

有田　信夫　平嶋　　守*

A Basic Study of Environmental Images I

── Image Research for the AMAKUSA Area ──

Nobuo Arita　Mamoru Hirashima

要　旨

新しい時代における造形やデザイン活動には基礎と応用、感性と工学、人と環境等それぞれ対立的位置にある要素を融合的に取り込んで研究を行う必要がある。そのための１つの方法として、今回の研究は風土環境の基礎的データづくりを行った。取り上げた天草の風土イメージを天草、熊本、福岡、東京の四地域アンケート方式リサーチによる比較分析を行い、天草地域のイメージ・ポジショニングの明確化を計った結果、連想イメージ言語のマップ化が NCD 法による客観的手法により実証できた。

キーワード　感性イメージ　風土　連想イメージ　感性工学　モノ　デザイン

１．はじめに

彫刻の研究やデザイン活動をやっていく中で、「全国の公共空間に、設置された彫刻作品は、その空間に適した彫刻であるのか、ないのか。また全国各地で行われている地域活性化のためのモノづくりは他の地域と差別化が出来ていて、その風土にあっているのか、ないのか」以上のような疑問がでてきた。　ところで、人の感性は親の遺伝子を受けつぎ、またその人がうまれ育った生活環境と自然環境（風土）から作られ、構築されていく。よって、公共空間に彫刻を制作したり、設置する場合や、モノづくりをする場合、よりその空間に適切な彫刻を置くために、また地方色にあつたモノづくりをするために、風土イメージとモノの関係について研究する必要があるようにおもわれる。そこで今回の研究では熊本県天草地域を取り上げ、熊本県天草地域に抱く風土イメージを天草、熊本、福岡、東京の四地域アンケート方式リサーチによる比較分析を行い、天草地域のイメージ・ポジショニングの明確化を計ると同時に、天草地域のイメージ構築から風土イメージついて基礎的データ作りを行った。この研究では次の項目について分析することを目的とする。

---

*スタジオ COCORO

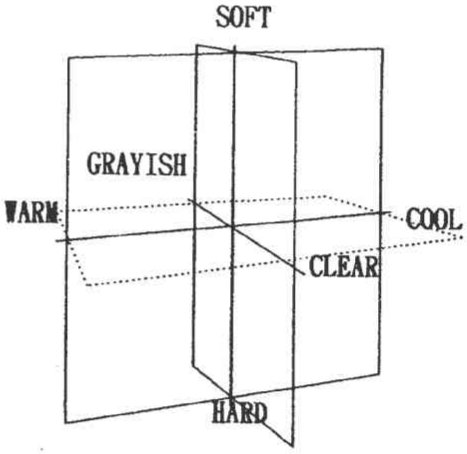
（1）天草風土イメージの全体集計
（2）天草での天草風土イメージの単純地域集計
（3）天草風土イメージの天草での男女単純地域集計
（4）天草風土イメージの九州での男女単純地域集計
（5）天草風土イメージの東京での男女単純地域集計
（6）天草風土イメージの全体集計と現地男女単純集計との差
（7）天草風土イメージの全体集計と九州男女単純集計との差
（8）天草風土イメージの全体集計と東京男女単純集計との差
（9）天草風土イメージの男女別単純集計
（10）天草風土イメージの全体集計と男女別単純集計との差
（11）天草風土イメージの年齢別単純集計
（12）天草風土イメージの全体集計と年齢別単純集計との差
（13）天草風土イメージの男女別・年齢別比較
（14）天草風土イメージの全体集計と男女別・年齢別集計比較
（15）連想イメージ言語のマップ化
（16）まとめ

2．方法

NCD（日本カラーデザイン研究所）法によるイメージ調査法で行った。

＜NCD法とは＞意味微分法を基本ノウハウとして、色から受けるイメージを言葉に置き換え、言葉から受けるイメージを色に表して見るという調査を繰り返し実施し、その結果を因子分析にかけ、軸を見っけ出し、その軸の交差によって得られたカラーイメージを基に考えられたシステムである。このスケールは、各種の心理学的手法によって作られた感性の尺度の一つと考えられる

＜イメージスケールの約束ごとについて＞
イメージスケールは、ウォーム／クール軸、ソフト／ハード軸の直交座標に、さらにもう一つのクリア／グレイッシュ軸が直交している立体空間としてとらえられる.
イメージスケールは、言語イメージスケールとカラーイメージスケールが基本になっている。言語イメージスケールは、人がものに抱く実感を形容詞によって伝えることで、イメージを表し、180の形容詞をイメージスケールの上にのせたものである。



＜イメージスケールの見方＞
○距離の離れた色はイメージが違う。
○距離の近い色は、互いにイメージが似る。
○イメージスケールの中央部には、濁色でおだやかな色、周辺部には清色で、個性のはっきりした色がくる。
○中心のゼロポイントが、イメージ原点であり、天地左右にのびるほど、（1）やや、（2）かなり、（3）非常に、とイメージの度合いが強まって行く。

<言語イメージスケールとカラーイメージスケールの関係>

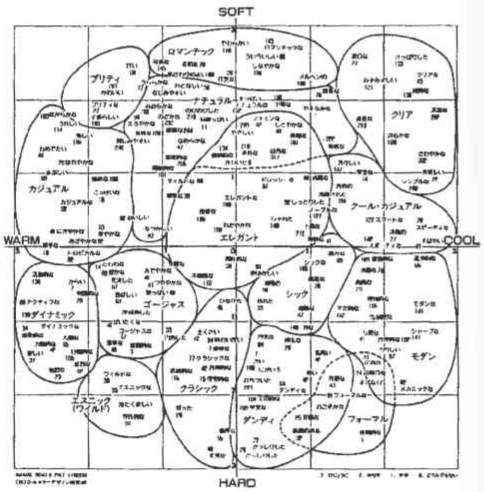
人は一般的に様々な形容詞を使って、もののイメージを表している。この場合の形容詞は、人がものに抱く実感を的確に伝えるのに使う。色と形容詞を同じ尺度かのスケールにのせると、同位置にくる色と形容詞とは、ほぼイメージが一致する。Vp や P のパステル調の色は、ロマンチックと呼ばれるのにふさわしい。つまり、この言語イメージスケールから色⇔形容詞というイメージの等価変換ができるのである。また配色もイメージで秩序だて並べることが出来る。そして、イメージスケール上で、よく似たイメージ配色同士をまとめて、プリティ、カジュアルなどのグループにゾーニングすることが出来る。

下記の言語イメージスケールは、五つの分野にパターン分けされている。

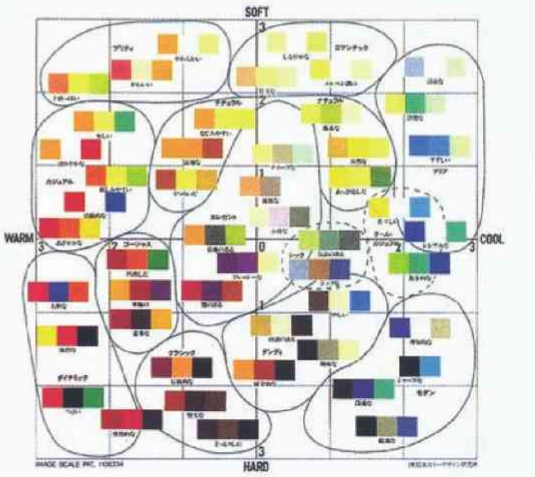
WS	プリティ、 カジュアル、 ロマンチィック 、 ナチュラル
WH	ダイナミック、ゴージャス、クラシック
スケール中央部	エレガント、シック、ロマンチック、
CS	ロマンチック、クリア、クールカジュアル、ナュラル
CII	モダン、ダンデイ

同様にカラーイメージスケールも、五つの分野にパターン分けされることで、言語とカラーのイメージスケールは対応するものとして、とらえられる。

言語イメージスケール



三色配色イメージスケール



3．調査概要

（1）調査対象地域

調査対象地域は、天草地域の１ケ所を設定した。

（2）調査場所

天草、熊本、福岡、東京の４ケ所で。アンケート用紙に個別記入方式で実施した。

（3）調査の期日

平成13年8月、9月

（4）調査の対象

天草の風土イメージ　　熊本の風土イメージ　　阿蘇の風土イメージ

（5）アンケートの対象者

天草	女性40名	男性40名	計80名
熊本	女性50名	男性51名	計101名
福岡	女性55名	男性46名	計101名
東京	女性44名	男性44名	計88名

（6）アンケートの方法

天草、熊本、福岡、東京の4ケ所で、　NCD法により、被験者がいだく.天草. 熊本.阿蘇.の風土イメージを形容詞180の中から15～20語を選択する方法を用いた。アンケート用紙に個別記入方式で実施した。被験者はヤング及びシニア、男女別に分類した。

（5）アンケート調査用紙

風土イメージのアンケートリサーチ　4−1

＊下記の180語の中から、阿蘇の風土に合うイメージ言語を20選び、数字に○をつけて下さい。

1	情緒的な	61	趣味的な	121	ダイナミックな
2	甘い	62	シャープな	122	洗練された
3	かわいい	63	崇高な	123	温雅な
4	やわらかい	64	精密な	124	かわいた
5	清らかな	65	平和な	125	トロピカルな
6	さわやかな	66	がっしりした	126	高雅な
7	清楚な	67	保守的な	127	あでやかな
8	自然な	68	開放的な	128	行動的な
9	新鮮な	69	高尚な	129	フェミニンな
10	すばやい	70	エスニックな	130	堅実な
11	若々しい	71	家庭的な	131	装飾的な
12	上品な	72	刺激的な	132	子供らしい
13	静かな	73	ういういしい	133	丹念な
14	理知的な	74	甘美な	134	ワイルドな
15	おごそかな	75	メルヘンな	135	しっとりした
16	りりしい	76	純粋な	136	ゴージャスな
17	幽玄な	77	気軽な	137	あざやかな
18	渋い	78	のびのびした	138	シンプルな
19	重厚な	79	なじみやすい	139	精かんな
20	おちついた	80	おとなしい	140	ぬれた
21	伝統的な	81	微妙な	141	鮮烈な
22	野性的な	82	素朴な	142	ぜいたくな
23	大胆な	83	さっぱりした	143	柔和な
24	豪華な	84	アクティブな	144	ノーブルな
25	円熟した	85	おおらかな	145	おいしい
26	華麗な	86	マイルドな	146	貴重な
27	粋な	87	みずみずしい	147	真新しい
28	優雅な	88	青春の	148	たくましい
29	まろやかな	89	安全な	149	和風の
30	おだやかな	90	スピーディな	150	からい
31	やさしい	91	スポーティな	151	不思議な
32	親しみやすい	92	艶っぽい	152	爆発的な
33	楽しい	93	充実した	153	なめらかな
34	はれやかな	94	奥ゆかしい	154	塩からい
35	活動的な	95	田園的な	155	雄大な
36	華やかな	96	格調のある	156	真面目な
37	簡素な	97	ち密な	157	甘酸っぱい
38	進歩的な	98	合理的な	158	正式な
39	クリアな	99	冷静な	159	うららかな
40	可憐な	100	激しい	160	清潔な
41	しなやかな	101	力動的な	161	にがい
42	繊細な	102	味わい深い	162	うれしい
43	やすらかな	103	土くさい	163	洋風の
44	シックな	104	古典的な	164	こっけいな
45	エレガントな	105	荘厳な	165	香ばしい
46	ロマンチックな	106	メカニックな	166	気高い
47	健康な	107	どっしりした	167	ナチュラルな
48	成熟した	108	権威的な	168	尊い
49	派手な	109	めでたい	169	ほがらか
50	地味な	110	カジュアルな	170	しとやかな
51	都会的な	111	にぎやかな	171	文化的な
52	モダンな	112	フォーマルな	172	愉快な
53	枯れた	113	ダンディな	173	複雑な
54	しゃれた	114	ドレッシーな	174	すっぱい
55	豊かな	115	肌ざわりのよい	175	なつかしい
56	凝った	116	つややかな	176	湿っぽい
57	強烈な	117	スマートな	177	たわわな
58	ひなびた	118	淡泊な	178	まぶしい
59	丈夫な	119	プリティな	179	清麗な
60	実用的な	120	クラシックな	180	のどかな

阿蘇に対してどんなイメージをお持ちですか、どのようなことでも結構ですから、連想されるイメージをあげてください。（風土、物産、行事、地形、人物など自由記入）

ご協力有難うございました

風土イメージのアンケートリサーチ　4−2

＊下記の180語の中から、熊本の風土に合うイメージ言語を20選び、数字に○をつけて下さい。

1	情緒的な	61	趣味的な	121	ダイナミックな
2	甘い	62	シャープな	122	洗練された
3	かわいい	63	崇高な	123	温雅な
4	やわらかい	64	精密な	124	かわいた
5	清らかな	65	平和な	125	トロピカルな
6	さわやかな	66	がっしりした	126	高雅な
7	清楚な	67	保守的な	127	あでやかな
8	自然な	68	開放的な	128	行動的な
9	新鮮な	69	高尚な	129	フェミニンな
10	すばやい	70	エスニックな	130	堅実な
11	若々しい	71	家庭的な	131	装飾的な
12	上品な	72	刺激的な	132	子供らしい
13	静かな	73	ういういしい	133	丹念な
14	理知的な	74	甘美な	134	ワイルドな
15	おごそかな	75	メルヘンな	135	しっとりした
16	りりしい	76	純粋な	136	ゴージャスな
17	幽玄な	77	気軽な	137	あざやかな
18	渋い	78	のびのびした	138	シンプルな
19	重厚な	79	なじみやすい	139	精かんな
20	おちついた	80	おとなしい	140	ぬれた
21	伝統的な	81	微妙な	141	鮮烈な
22	野性的な	82	素朴な	142	ぜいたくな
23	大胆な	83	さっぱりした	143	柔和な
24	豪華な	84	アクティブな	144	ノーブルな
25	円熟した	85	おおらかな	145	おいしい
26	華麗な	86	マイルドな	146	貴重な
27	粋な	87	みずみずしい	147	真新しい
28	優雅な	88	青春の	148	たくましい
29	まろやかな	89	安全な	149	和風の
30	おだやかな	90	スピーディな	150	からい
31	やさしい	91	スポーティな	151	不思議な
32	親しみやすい	92	艶っぽい	152	爆発的な
33	楽しい	93	充実した	153	なめらかな
34	はれやかな	94	奥ゆかしい	154	塩からい
35	活動的な	95	田園的な	155	雄大な
36	華やかな	96	格調のある	156	真面目な
37	簡素な	97	ち密な	157	甘酸っぱい
38	進歩的な	98	合理的な	158	正式な
39	クリアな	99	冷静な	159	うららかな
40	可憐な	100	激しい	160	清潔な
41	しなやかな	101	力動的な	161	にがい
42	繊細な	102	味わい深い	162	うれしい
43	やすらかな	103	土くさい	163	洋風の
44	シックな	104	古典的な	164	こっけいな
45	エレガントな	105	荘厳な	165	香ばしい
46	ロマンチックな	106	メカニックな	166	気高い
47	健康な	107	どっしりした	167	ナチュラルな
48	成熟した	108	権威的な	168	尊い
49	派手な	109	めでたい	169	ほがらか
50	地味な	110	カジュアルな	170	しとやかな
51	都会的な	111	にぎやかな	171	文化的な
52	モダンな	112	フォーマルな	172	愉快な
53	枯れた	113	ダンディな	173	複雑な
54	しゃれた	114	ドレッシーな	174	すっぱい
55	豊かな	115	肌ざわりのよい	175	なつかしい
56	凝った	116	つややかな	176	湿っぽい
57	強烈な	117	スマートな	177	たわわな
58	ひなびた	118	淡泊な	178	まぶしい
59	丈夫な	119	プリティな	179	清麗な
60	実用的な	120	クラシックな	180	のどかな

熊本に対してどんなイメージをお持ちですか、どのようなことでも結構ですから、連想されるイメージをあげてください。（風土、物産、行事、地形、人物など自由記入）

ご協力有難うございました

風土イメージのアンケートリサーチ　4−3

＊下記の180語の中から、天草の風土に合うイメージ言語を20選び、数字に○をつけて下さい。

1	情緒的な	61	趣味的な	121	ダイナミックな
2	甘い	62	シャープな	122	洗練された
3	かわいい	63	崇高な	123	温雅な
4	やわらかい	64	精密な	124	かわいた
5	清らかな	65	平和な	125	トロピカルな
6	さわやかな	66	がっしりした	126	高雅な
7	清楚な	67	保守的な	127	あでやかな
8	自然な	68	開放的な	128	行動的な
9	新鮮な	69	高尚な	129	フェミニンな
10	すばやい	70	エスニックな	130	堅実な
11	若々しい	71	家庭的な	131	装飾的な
12	上品な	72	刺激的な	132	子供らしい
13	静かな	73	ういういしい	133	丹念な
14	理知的な	74	甘美な	134	ワイルドな
15	おごそかな	75	メルヘンな	135	しっとりした
16	りりしい	76	純粋な	136	ゴージャスな
17	幽玄な	77	気軽な	137	あざやかな
18	渋い	78	のびのびした	138	シンプルな
19	重厚な	79	なじみやすい	139	精かんな
20	おちついた	80	おとなしい	140	ぬれた
21	伝統的な	81	微妙な	141	鮮烈な
22	野性的な	82	素朴な	142	ぜいたくな
23	大胆な	83	さっぱりした	143	柔和な
24	豪華な	84	アクティブな	144	ノーブルな
25	円熟した	85	おおらかな	145	おいしい
26	華麗な	86	マイルドな	146	貴重な
27	粋な	87	みずみずしい	147	真新しい
28	優雅な	88	青春の	148	たくましい
29	まろやかな	89	安全な	149	和風の
30	おだやかな	90	スピーディな	150	からい
31	やさしい	91	スポーティな	151	不思議な
32	親しみやすい	92	艶っぽい	152	爆発的な
33	楽しい	93	充実した	153	なめらかな
34	はれやかな	94	奥ゆかしい	154	塩からい
35	活動的な	95	田園的な	155	雄大な
36	華やかな	96	格調のある	156	真面目な
37	簡素な	97	ち密な	157	甘酸っぱい
38	進歩的な	98	合理的な	158	正式な
39	クリアな	99	冷静な	159	うららかな
40	可憐な	100	激しい	160	清潔な
41	しなやかな	101	力動的な	161	にがい
42	繊細な	102	味わい深い	162	うれしい
43	やすらかな	103	土くさい	163	洋風の
44	シックな	104	古典的な	164	こっけいな
45	エレガントな	105	荘厳な	165	香ばしい
46	ロマンチックな	106	メカニックな	166	気高い
47	健康な	107	どっしりした	167	ナチュラルな
48	成熟した	108	権威的な	168	尊い
49	派手な	109	めでたい	169	ほがらか
50	地味な	110	カジュアルな	170	しとやかな
51	都会的な	111	にぎやかな	171	文化的な
52	モダンな	112	フォーマルな	172	愉快な
53	枯れた	113	ダンディな	173	複雑な
54	しゃれた	114	ドレッシーな	174	すっぱい
55	豊かな	115	肌ざわりのよい	175	なつかしい
56	凝った	116	つややかな	176	湿っぽい
57	強烈な	117	スマートな	177	たわわな
58	ひなびた	118	淡泊な	178	まぶしい
59	丈夫な	119	プリティな	179	清麗な
60	実用的な	120	クラシックな	180	のどかな

天草に対してどんなイメージをお持ちですか、どのようなことでも結構ですから、連想されるイメージをあげてください。（風土、物産、行事、地形、人物など自由記入）

ご協力有難うございました

4−4

1．年齢　＿＿＿＿才

2．性別　男・女

3．居住年数（現在地）　＿＿＿年＿＿＿月

4．訪問経験数

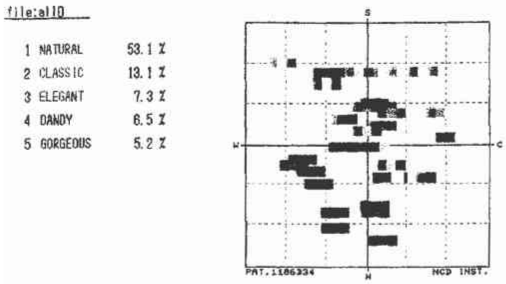
・阿蘇　＿＿＿回

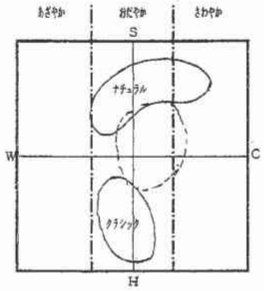
・熊本　＿＿＿回

・天草　＿＿＿回

4．ＮＣＤ法による分析・結果・考察

（1）天草風土イメージの全体集計

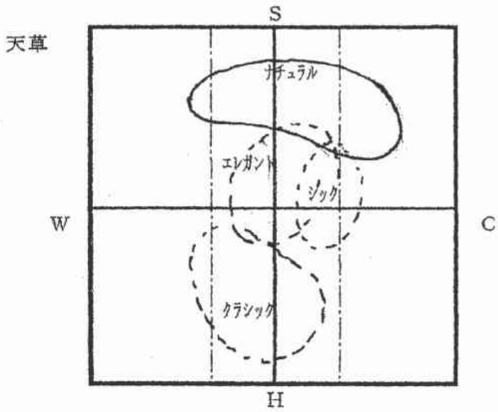




全体集計から推察すると次の様なことが考えられる。「ナチュラル」「クラシック」イメージに集中していることは、自然が豊かで田舎型であると思われる。このパターンは「木」の素材や色と言った材質イメージとも重なり、木材加工商品の開発などともつながる要素を持っている。

食品などの開発においても、余り加工せずに食材に近いものか、或は古くからあるモノの変化を中心に手がけるべきで、あまりモダンに洗練させ過ぎるとズレて行くのではないかと思われる。

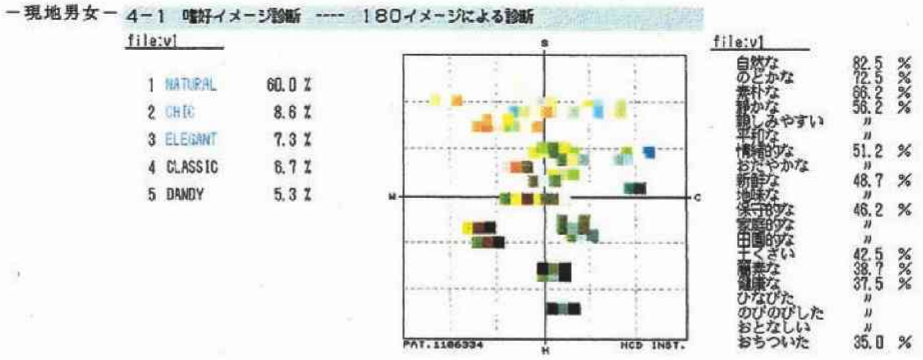
（2）天草での風土イメージの単純地域集計



天草の単純集計では、かなりクール寄りのナチュラルイメージになっており、「エレガント」「クラシック」そして「シック」も入っているので、中心はクールでややソフトイメージと思われる。特に、現地はソフトイメージに、東京はエレガント、ロマンチックの方に振れている。

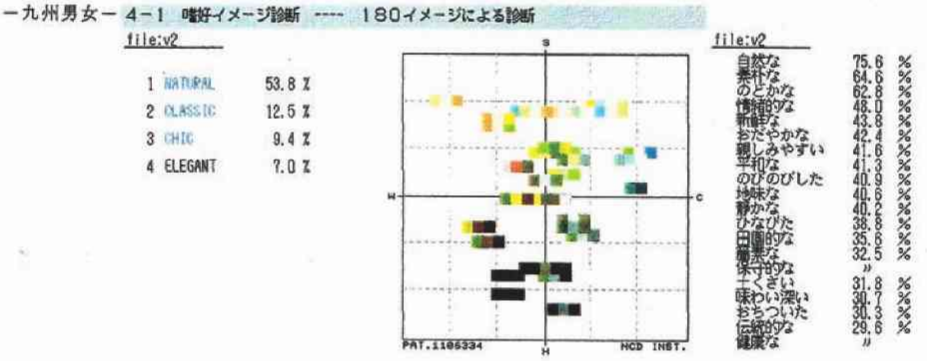
この結果から見ると、他の地域よりもソフトイメージであり、女性的な優しさ、優雅さを感じることにつながっている、そして、同じナチュラルでもややクールソフト寄りになっていて夏のイメージが強く、春や秋の場合でも、よく晴れた海のイメージを感じる。これは、爽やかさとのどかさを強調する要因となる、つまり、パステル調のトーンで透明感のある素材やテクスチュアーと言った表現につなげるべきであろう。

（3）天草風土イメージの天草での男女単純地域集計



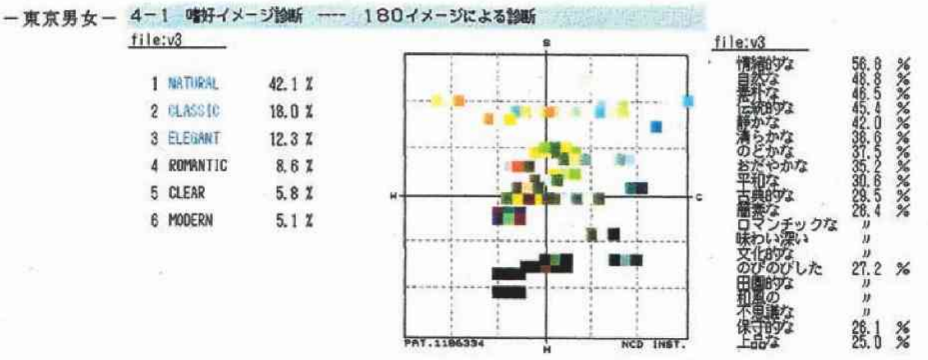
ナチュラルイメージが他のイメージゾーンと比べて６０％と最大で、殆どの部分を占めている。

（4）天草風土イメージの九州での男女単純地域集計



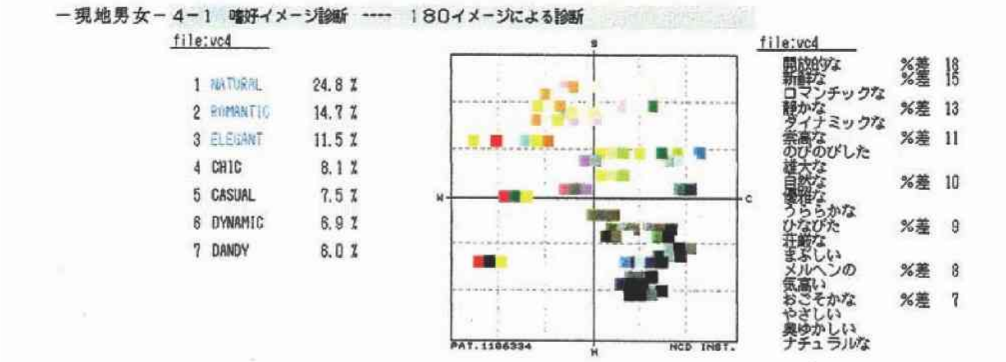
ナチュラルの次にクラシックイメージが続き、多少保守的で伝統的なイメージとして受け止めている。

（5）天草風土イメージの東京での男女単純地域集計



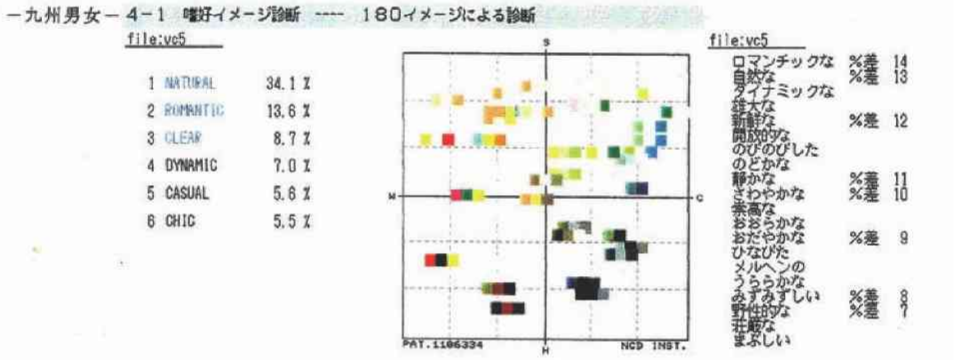
エレガント（情緒的な）やロマンチックなイメージが高く出ていて、他の地域よりやや女性的でデリケートな感じになっている。

（6）天草風土イメージの全体集計と現地男女単純集計との差

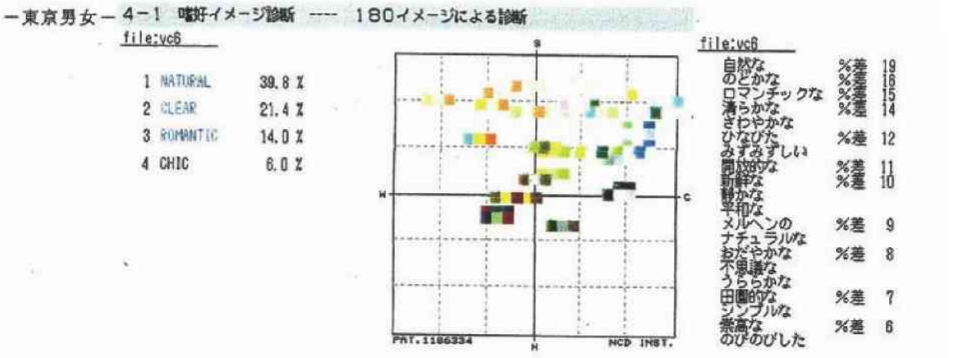


現地と九州を比較するとエレガントとクリアの差が認められ、
言葉では「優雅な」と「さわやか」の差だと思われる。

（7）天草風土イメージの全体集計と九州男女単純集計との差

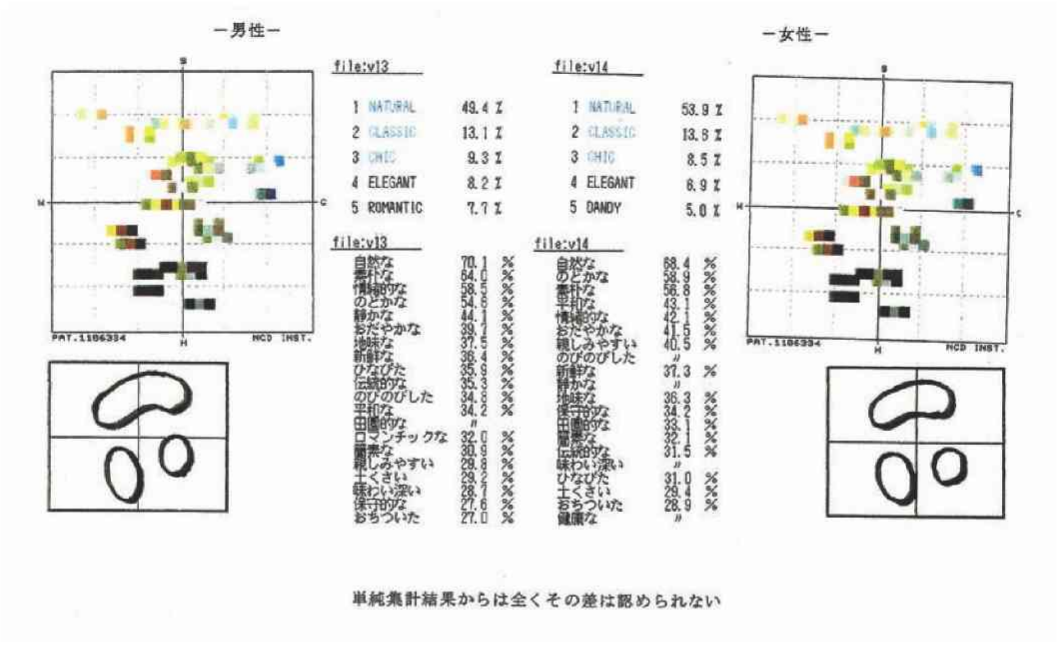


（8）天草風土イメージの全体集計と東京男女単純集計との差

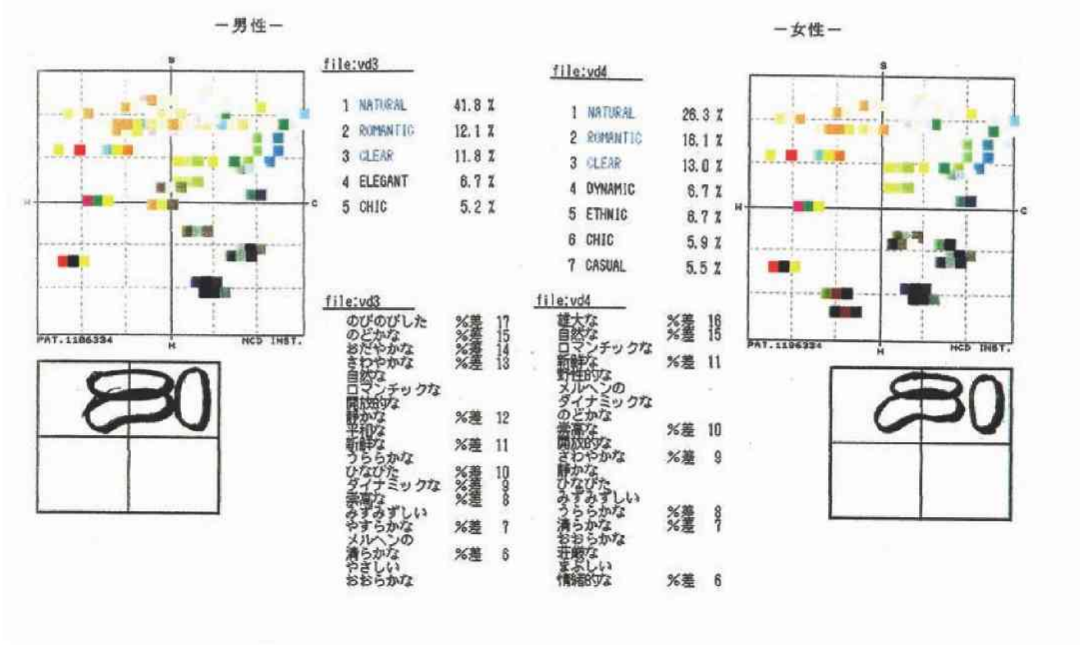


現地・九州と比較して、完全にソフトイメージに分布していて、
他地域と比べると、非常にソフトイメージが強い。これは、さわ
やかな海や空、島のイメージに繋がっていると思われる。

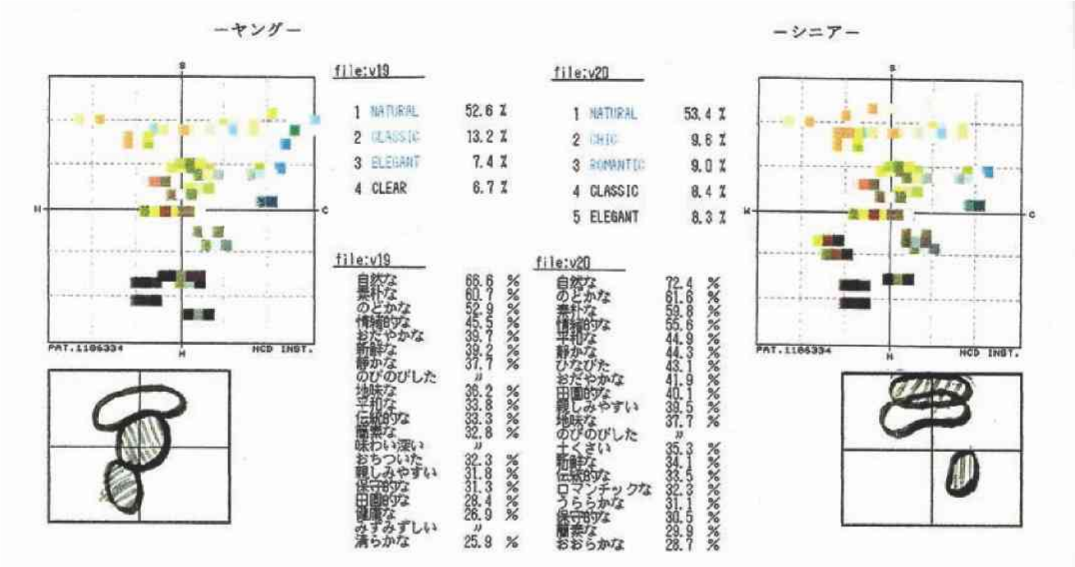
（9）天草風土イメージの男女別単純集計



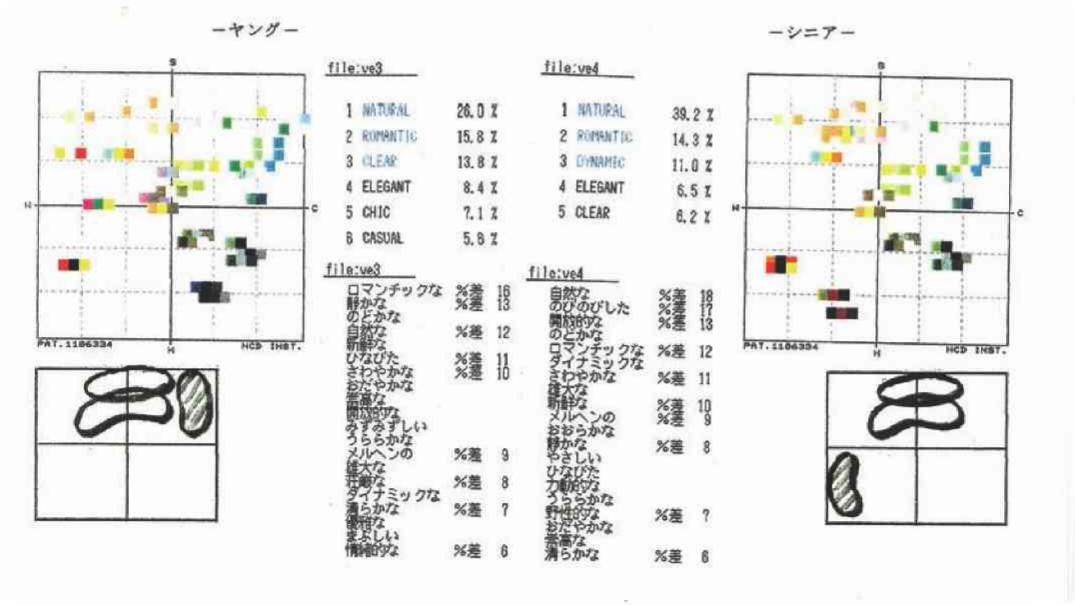
（10）天草風土イメージの全体集計と男女別単純集計との差



(11) 天草風土イメージの年齢別単純集計



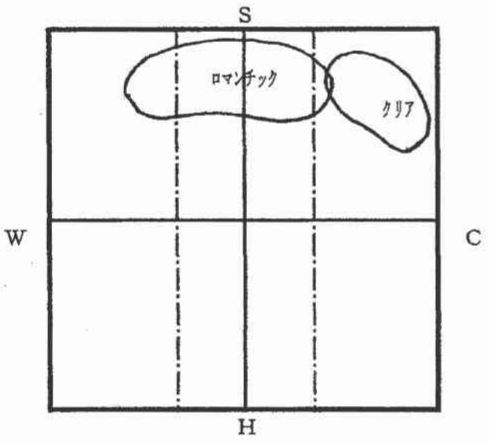
(12) 天草風土イメージの全体集計と年齢別単純集計との差



(13) 天草風土イメージの男女別・年齢別比較

男女、年令等の属性測データでは余り差が出てこなかった、イメージ差では第3位当りで多少の男女、年令における違いは見られるが、全体的には影響を与える程のものではない。リサーチの際の被験者数をかなり多くしたことで平均化された嫌いがある。

(14) 天草風土イメージの全体集計と男女別・年齢別集計比較

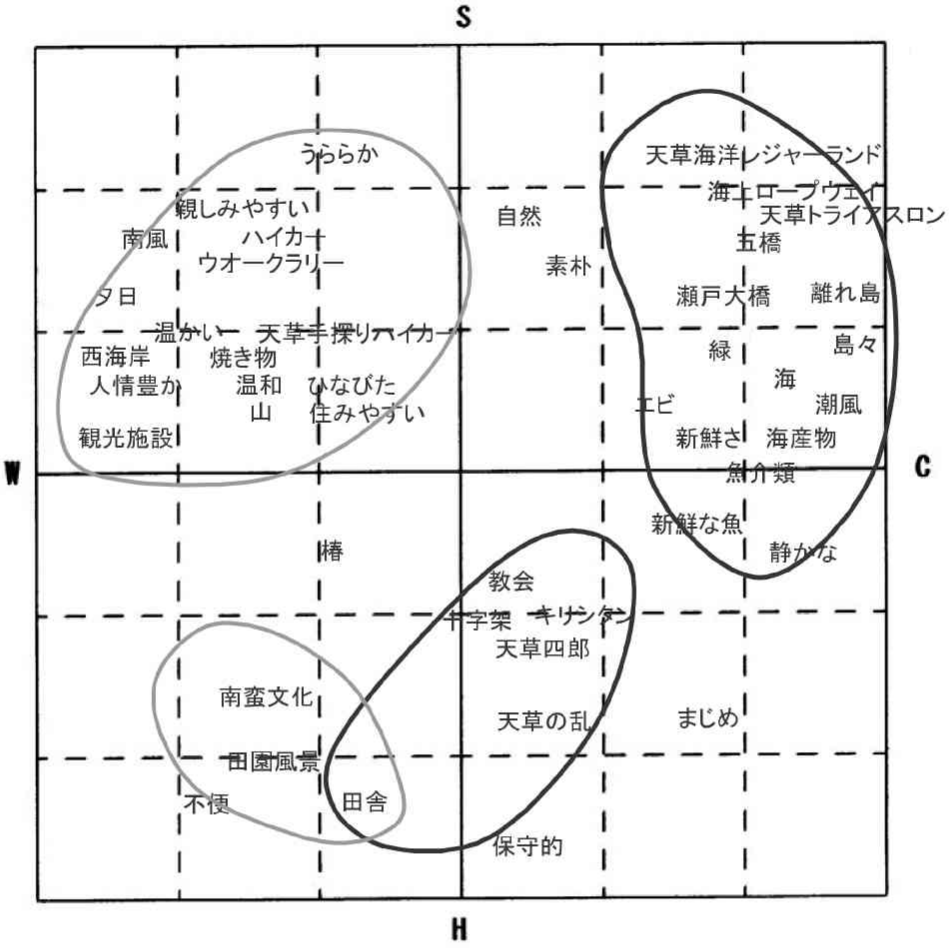


海と島のイメージが強く、かなりクールソフトに片寄り、ロマンチヅクでクリアなイメージも強い、この2つのイメージは若い女性に好感をもたれ、吸引力を持っている。そこで考えられることは、それらしいパステル調による透明感、素材感、質感などの表現が必要と思われる。又、メルヘン調などともつながり、物語や民話などのリニュアールによる変化を考えねばならない、

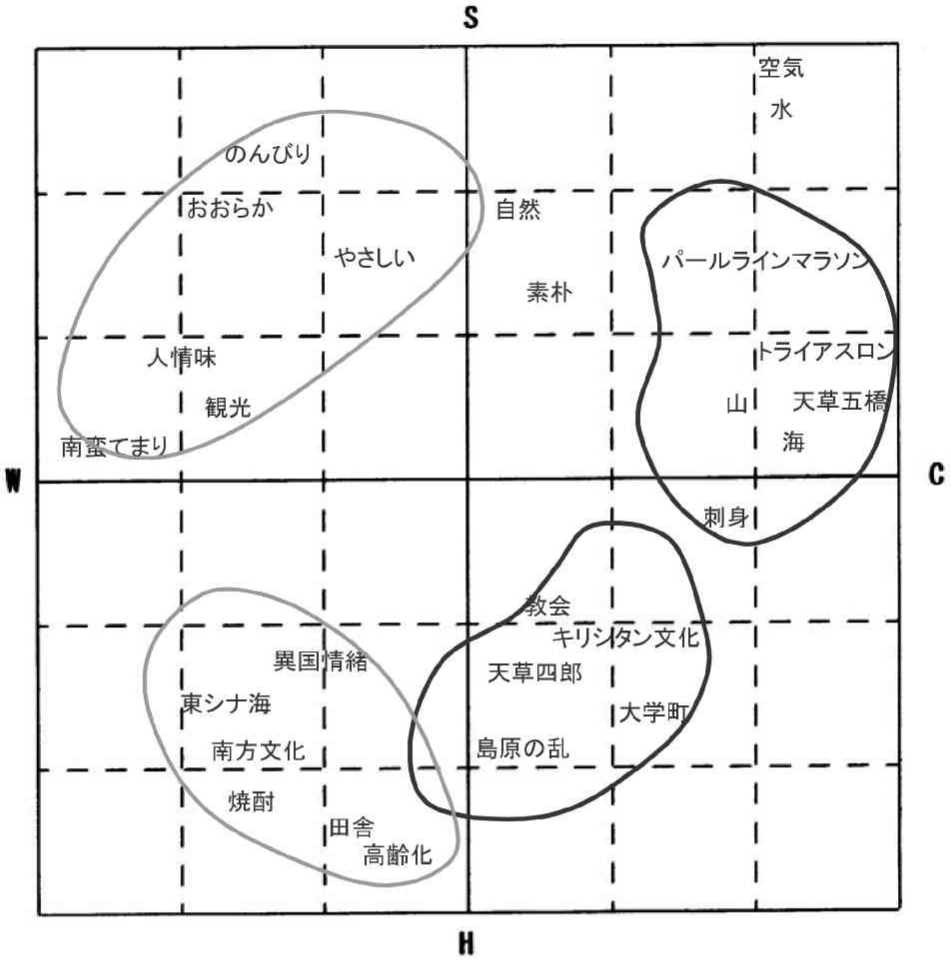
食べ物でも、サラットした、アッサリした、そして冷たく、サッパリしたイメージ、果物やソーダ水的でトロピカル・イメージにもつなげたい、和風で家庭的でクラシックなイメージを出さずに表現すれば、若い人にも好感を持たれそうである。小さな可愛いいモノ、そして、海からの連想を必ずつなげることが大切である。

(15) 連想イメージ言語のマップ化

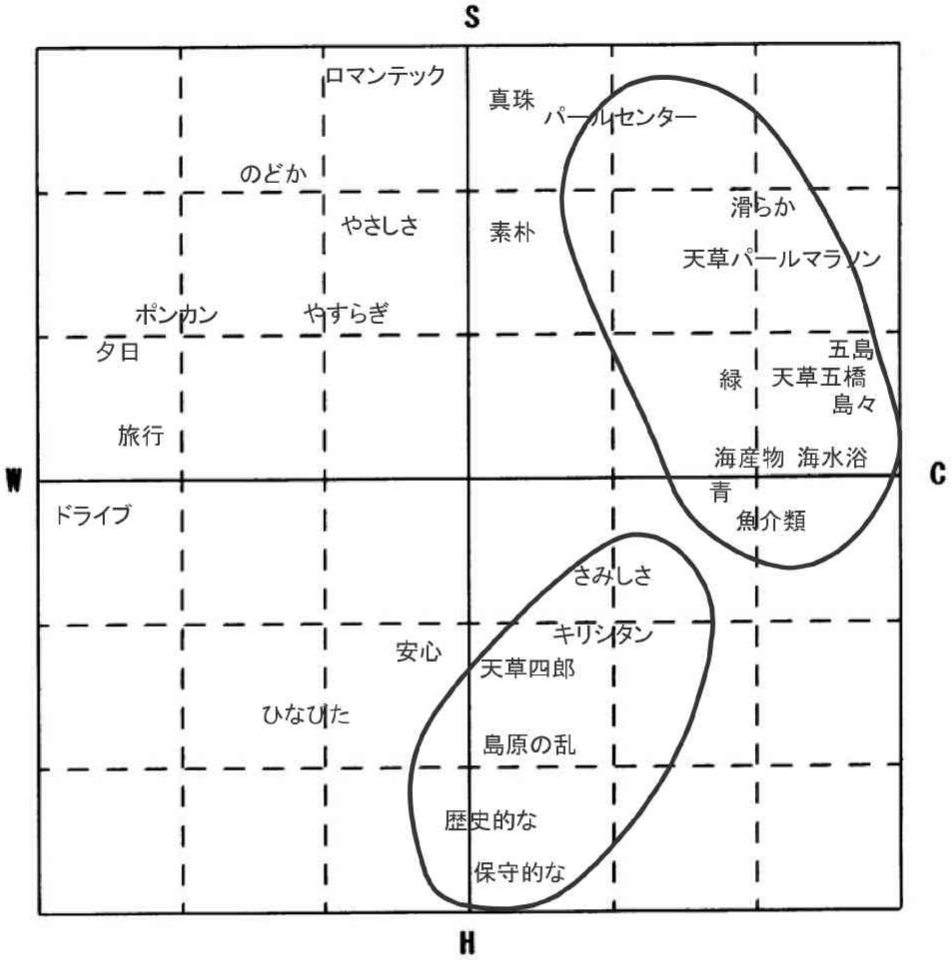
1.天草の女性による天草の連想イメージ言語



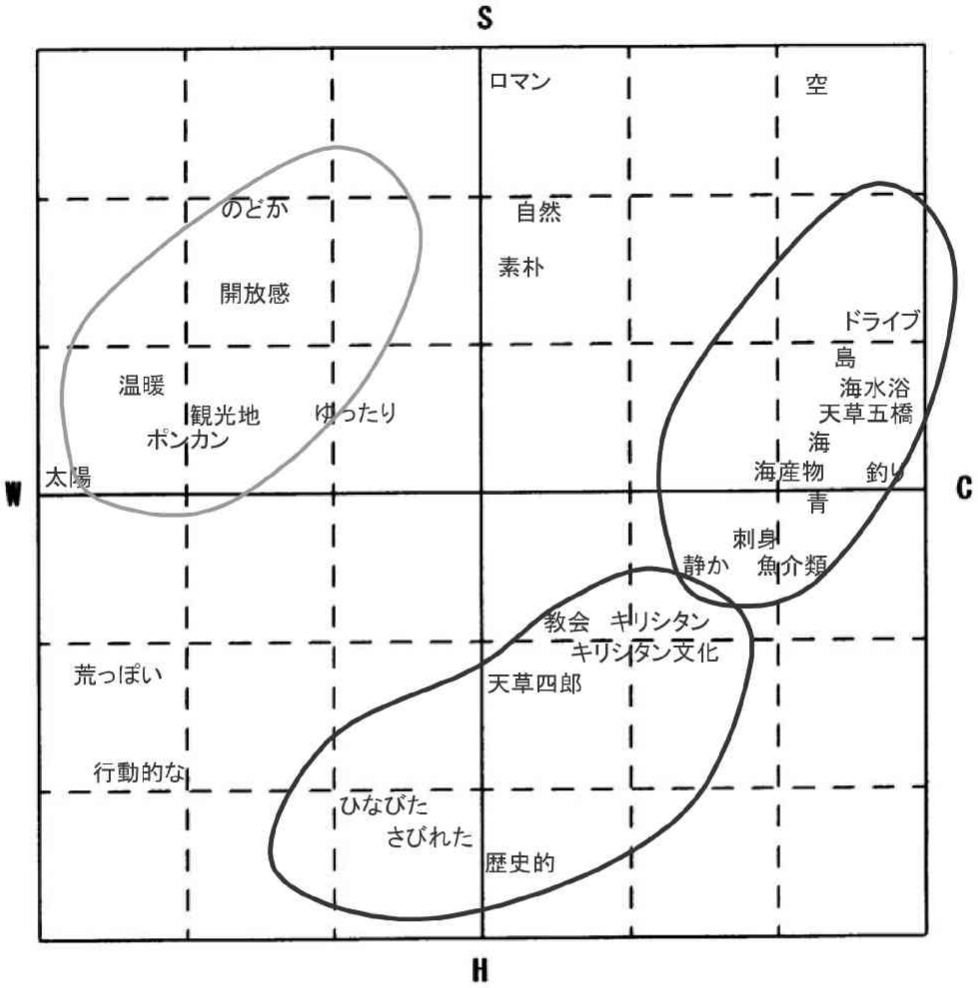
2.天草の男性による天草の連想イメージ言語



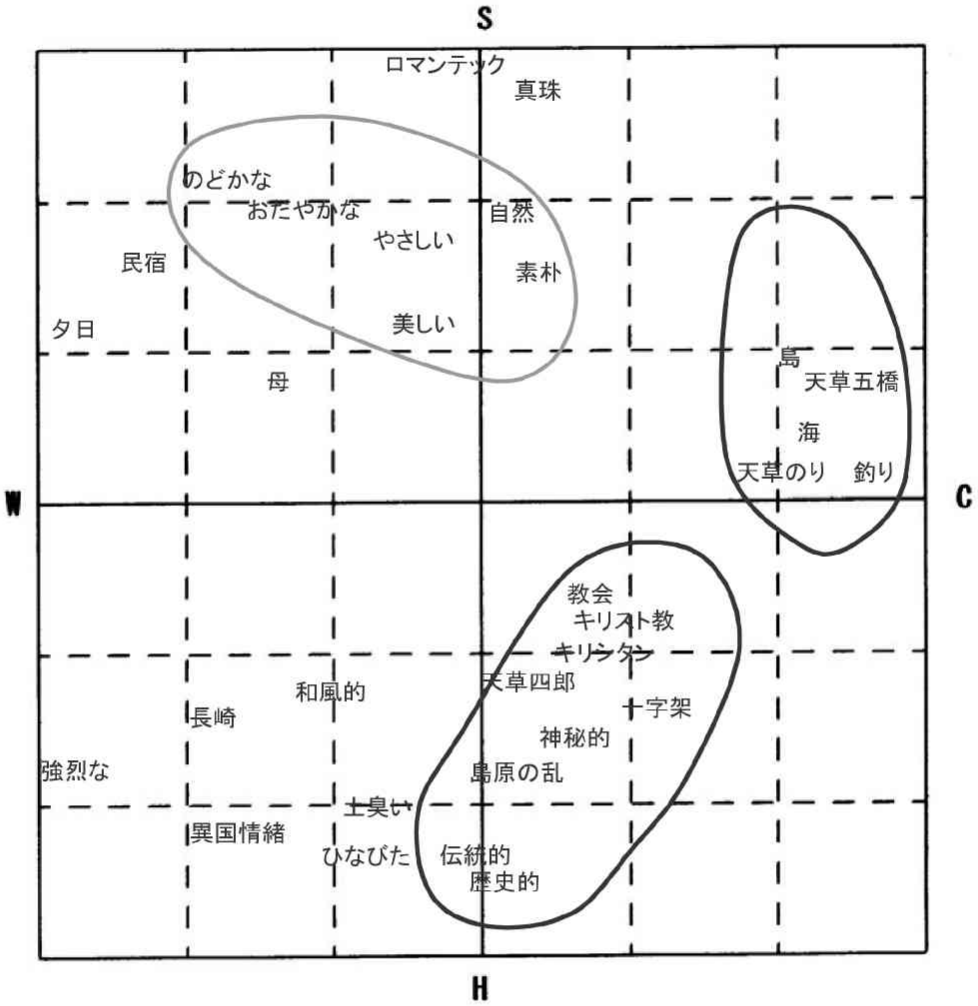
3.熊本の女性による天草の連想イメージ言語



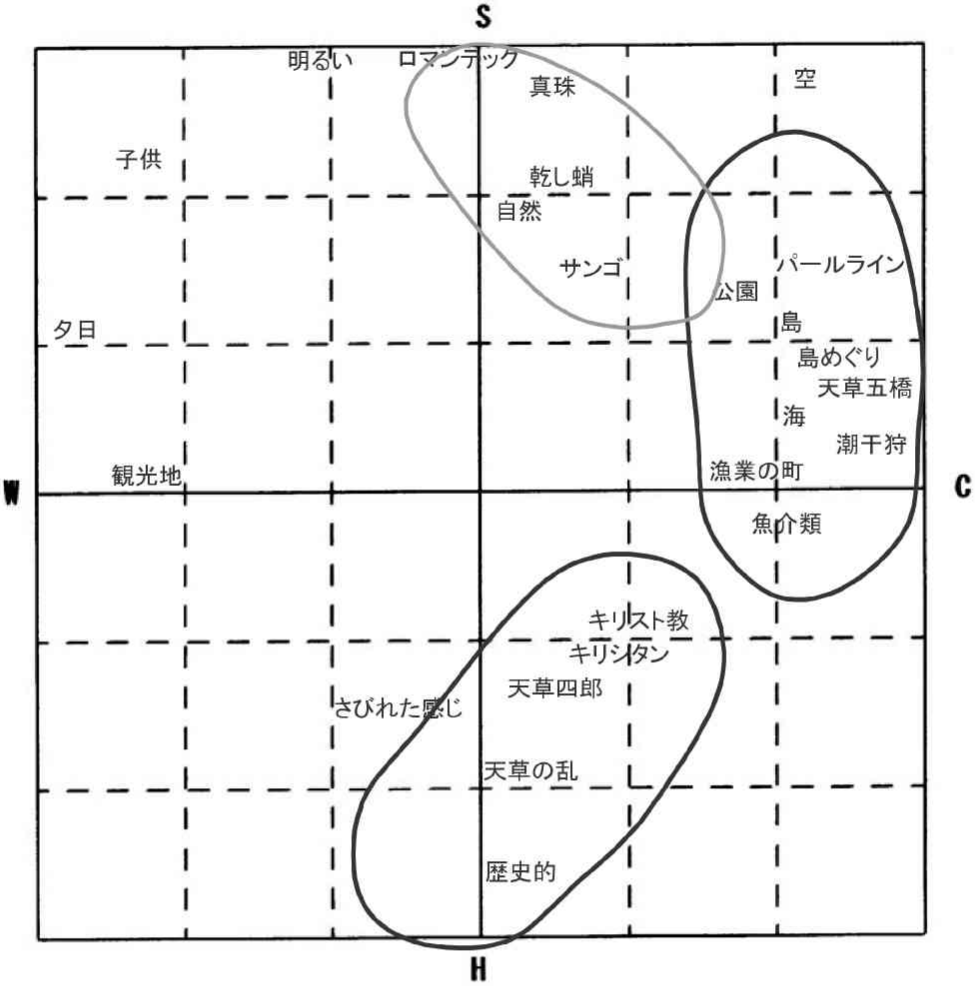
4.熊本の男性による天草の連想イメージ言語



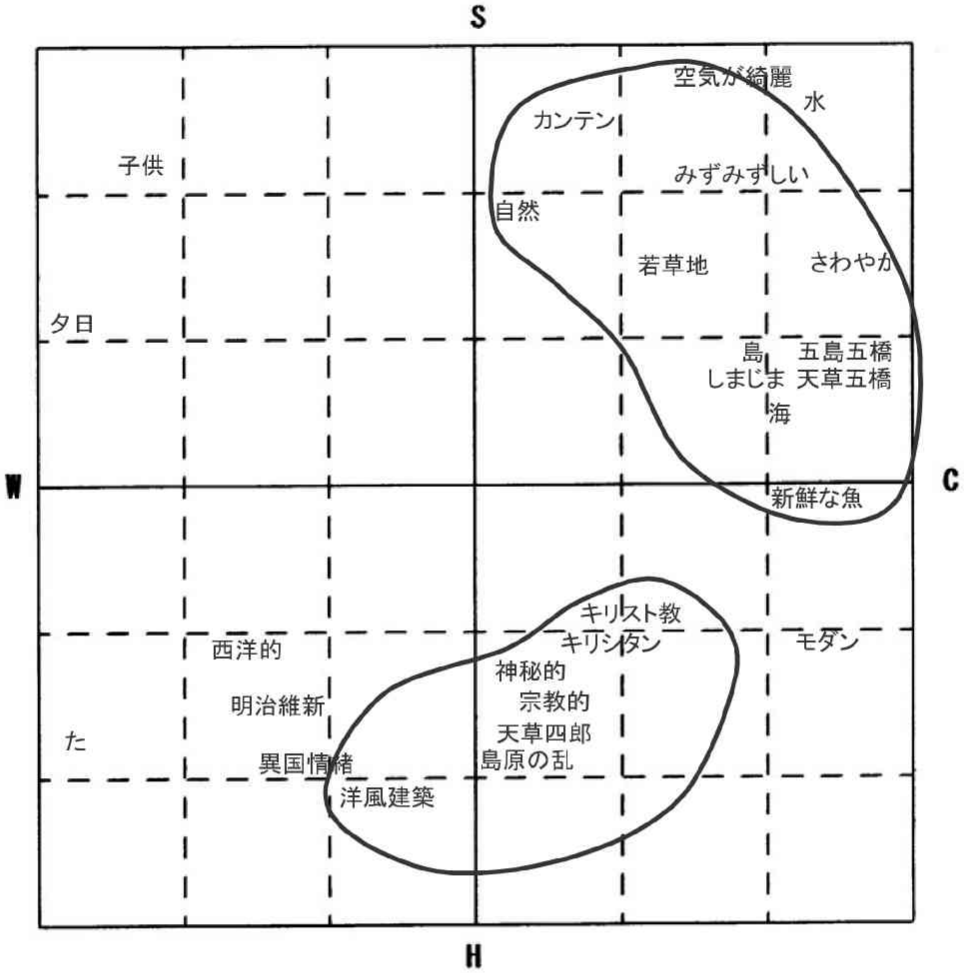
5.福岡の女性による天草の連想イメージ言語



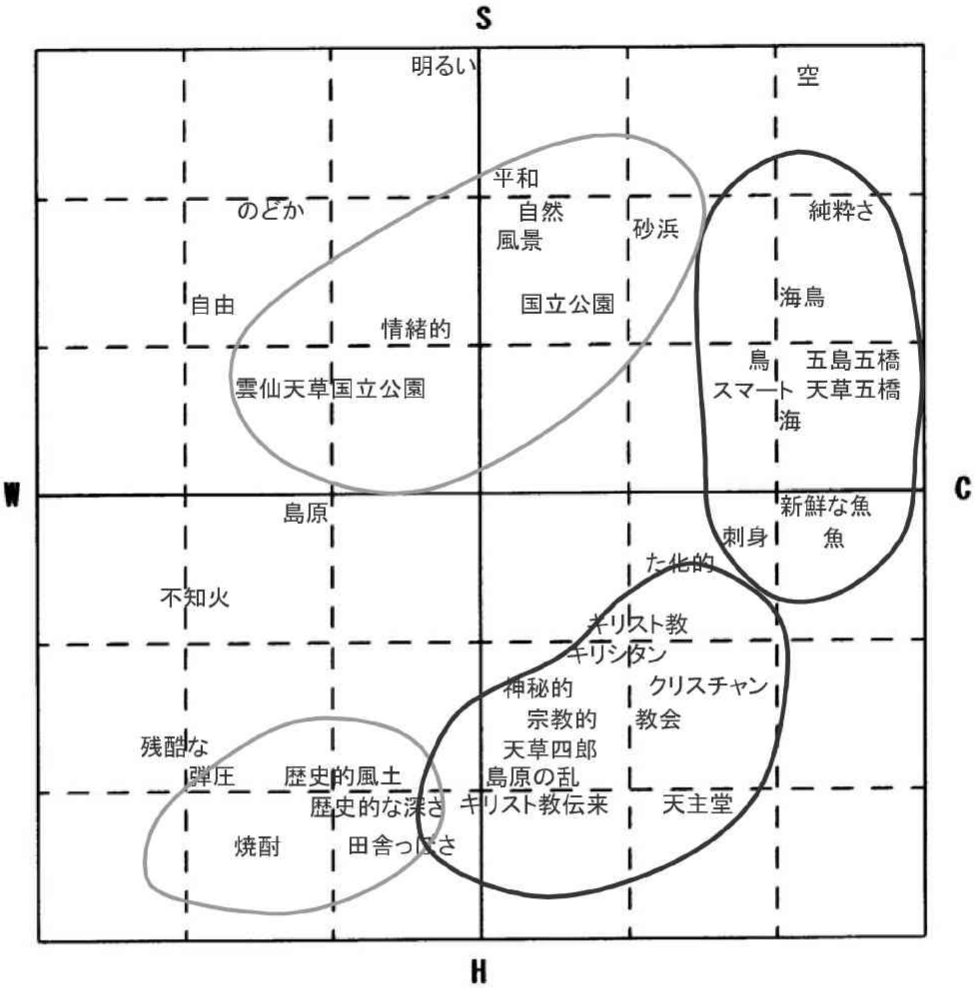
6. 福岡の男性による天草の連想イメージ言語



7. 東京の女性による天草の連想イメージ言語

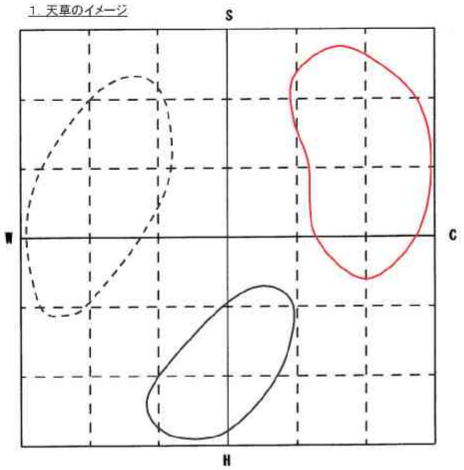


8. 東京の男性による天草の連想イメージ言語

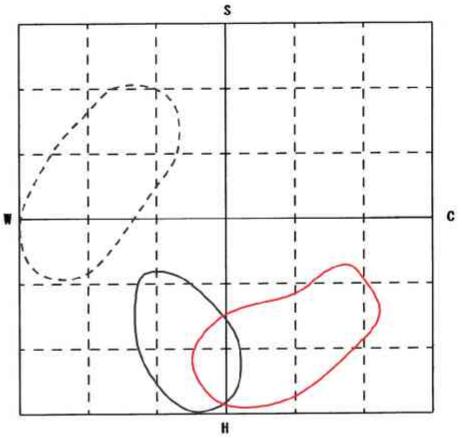


９.地域別連想イメージのまとめ

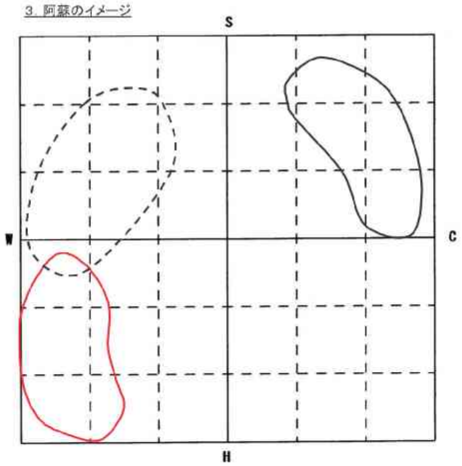
1. 天草のイメージ



2. 熊本のイメージ



3. 阿蘇のイメージ



5．まとめ

リサーチの結果、男女、年令等の差による差違は余リ抽出できなかったが、実施以前に予想されたことを、かなり客観的手法によって実証できた。この手法によって得られた結果を如何に具体的な開発行為につなげるかは、読み手側の態勢にかかっている。この調査分析手法は心理的な手法なので、具体的な形や、素材、色柄、機能、価格、施設、景観等に置き換えて検討する必要がある。その際の基本的な資料として利用したい。その際には、言語イメージ・スケールを中心として考察し、さらに色、配色、柄、素材、形などの基本スケールを見ながら推測することが必要となる、イメージとは、具体的な事象を出来るだけ抽象的な概念として言語に置き換え記憶としてまとめられている。その回路を逆に辿ることで、より実践的な商品開発・企画開発へとつなげたいと考えている。

引用・参考文献

1）小林重順著「カラー・イメージ辞典」（日本カラーデザイン研究所）

2）小林重順著「カラーマーケティング戦略」（日本カラーデザイン研究所）

3）小林重順著「造形構成の心理」（ダヴイッド社）

4）有田信夫著「公共空間における彫刻作品に対するイメージ調査」（近畿大学九州短期大学紀要第 23 号）

5）有田信夫・松山英明著「彫刻作品に対するイメージの差についての比較」（近畿大学九州短期大学）

謝辞

本研究にあたって、ウサナミデザイン研究所の宇佐波徳美先生に多大な御協力と御指導をいただきました。心から感謝の意を表します。