# 畿央大学

健康科学部
人間環境デザイン学科

# 第13回 卒業制作・論文作品集

# 卒業制作・論文作品集　13

幾央大学健康科学部
人間環境デザイン学科
2018

The 13th Graduation Works & Theses
Department of Environmental Design
Faculty of Health Sciences
Kio University

# ご挨拶

第13回卒業制作・論文作品集には、この春卒業する人間環境デザイン学科の卒業制作と論文の作品が収録されています。ここに収録されている作品は学内や大和高田市さざんかホールでも展示されました。

この作品集に収録されている作品の写真や論文記録は、卒業時点での学生の皆さんの貴重な記録です。掲載されている作品や論文についての自己評価が高い人からそうでない人もあろうかと思いますが、卒業時点での到達点での記録はお一人おひとりにとって貴重な「宝物」です。

学内で行われた講評会では、制作作品や論文ポスターを見ながら説明を受けました。作品や論文に込められた思いや、仕上げるまでの苦労・工夫が良く分かりました。さらに質問に答えてもらうことにより、異なる視点で作品や論文についての考えを深めてもらえたのではないかと期待しています。

卒業される皆さんは、これからは社会の中で人の生活に関係する具体的な物から抽象的なものをデザインする分野で活躍されることになります。新しいものを創造する営みは、現在社会を急激に変化させる要因の一つである人工知能（AI）技術では決してできないことです。建学の精神の「美をつくる」を具体的に示し、人に感動を与えてください。

そして何年後かに、この作品集を開くことがあれば、その時にはご自身の成長を振り返ることができると期待しています。

最後に、卒業までの間ご指導いただいた先生方にお礼を申し上げると共に、卒業後も引き続き良き関係を保っていただくことを願ってご挨拶とさせていただきます。

畿央大学　学長
冬木 正彦

## 卒業制作


| | | | |
|---|---|---|---|
| 8 | 学長賞 | 足立 夏希 | 奄美の風を届ける ～25日間の本場奄美大島紬体験記～ |
| 12 | 優秀賞 | 門野 菜奈 | 川内倫子写真美術館 |
| 14 | 優秀賞 | 辻本 茜 | 茜さす ～幻の日本茜を探し求めて～ |
| 16 | | 池田 一貴 | 会津・和綿 ～復興の思いにふれて～ |
| 17 | | 今西 一志 | 大和郡山市役所 ～城下町としての郡山を感じる～ |
| 18 | | 大山口 有紗 | 花束の衣装 |
| 19 | | 緒方 穂南 | 桃太郎のふるさと ～黒田駅周辺の修景計画～ |
| 20 | | 奥 咲也香 | 繭・花雛 ～2000個の繭花をまとった雛人形～ |
| 21 | | 沓澤 秀男 | 大垣内のより道 ～小学生放課後拠点～ |
| 22 | | 久保 友樹 | 舞洲スポーツ養成学校 ～背負え日の丸 世界の頂きへ～ |
| 23 | | 見学 勇希 | 泉州水なす村 |
| 24 | | 聲元 里奈 | TATE YOKO SMALL COMMUNITY |
| 25 | | 菰田 栞理 | HIDAMARI ～“いぬ”と“ねこ”と“ひと”のくらし～ |
| 26 | | 酒井 幹太 | Tense Glee ～こどものけんちく～ |
| 27 | | 佐川 大介 | MIDOSUJI SKYWAVE –御堂筋上空自転車道– |
| 28 | | 佐竹 舞香 | レガートの丘 |
| 29 | | 島田 実保 | 小人の里 |
| 30 | | 清水 星花 | 街のクリスタル |
| 31 | | 庄野 真理子 | 一輪ざし照明がてらすカフェ |
| 32 | | 武澤 達之介 | 羊毛との10か月生活 |
| 33 | | 田中 創 | 見立山こども園 ～都市公園法改正による、認定こども園計画～ |
| 34 | | 谷口 茉侑 | 土坐 –左官体験教室– |
| 35 | | 塚本 奈央 | SOYOKAZE 駐輪場を含めた駅前公園の計画 |
| 36 | | 寺田 慎 | 住処 ～稗田に根付く集合住宅～ |
| 37 | | 友岡 耕介 | ～ゆらぎ～ かんなくずのあかり |
| 38 | | 中島 里菜 | 紙のある暮らし |
| 39 | | 西口 侑作 | 本DAYS. –本棚から飛び出すインテリア– |
| 40 | | 波多野 研吾 | 家族“藍” |
| 41 | | 波戸岡 慎平 | 糸紡ぎ＝ガラ紡機 |
| 42 | | 濵川 真愛 | NamBustown |
| 43 | | 春野 やすよ | べっぴんさん ～日々の暮らしに佐賀錦の輝きを～ |
| 44 | | 春花 拓海 | 萱生の町並みを活かして |


contents

45 福永 栞 自然と共に暮らす

46 前田 光貴 「YUME SITE」木造見本市会場

47 前田 千央璃 WOODRESSER

48 松本 佳乃 キャットツリーハウス

49 安田 理恵 モダン＋和

50 山根 寿奈 GURUGURU

51 山村 実礼 ぬくもりハウス －高齢者の新しい住まいの提案－

52 山本 真市 木育木


## 卒業論文


54 飯田 奈那美 フォントが読みやすさに与える影響

56 井上 和香 ロゴカラーにおけるイメージに関する研究 ～大阪と奈良を例として～

58 板倉 奏美 子ども食堂の運営のあり方に関する研究

60 宇野 瑠莉<br>木原 由貴 高齢者の熱中症予防に関する研究

62 岡 駿介 空き家利活用を促進するNPO法人のあり方に関する研究

64 鐘森 史菜 竹取公園「みんなのひみつきち」における遊具の遊び方に関する研究

66 岸 汰佳良 戸建住宅における玄関前の空間の使い方に関する研究<br>～大阪府堺市A町を対象として～

68 木下 翔太<br>吉田 直人 標示物のフォントデザインによる見やすさに関する研究

70 清水 真夏 市民と行政の協働まちづくりに関する研究<br>～香芝市スポーツ公園プール施設整備運営事業を事例として～

72 下里 悠河<br>別役 潤 近鉄奈良駅周辺の環境色彩に関する研究 ～屋外看板を中心に～

74 杉尾 海斗 天然乾燥スギ材のにおいに対する生理心理反応

76 外原 拓海<br>本田 雄飛 近鉄奈良駅周辺の環境色彩に関する研究<br>～タクシー・バスのボディーカラーを中心に～

78 平井 円香<br>松田 千春 大学生における装いの配色評価に関する研究 ～トップスとボトムスを中心に～

80 平山 真菜実 地域型ファッションショーに関する研究<br>～イコマセレクトファッションショーを事例として～

82 山本 隼也 広陵町市民農園をモデルとした今後の市民農園のあり方に関する研究<br>～広陵町ファミリー農園と健楽農業を対象に～

84 髙浦 康奨<br>山本 千尋 寝室におけるダニ・真菌の実態調査

86 森川 暖佳 今ある地縁組織を活かした協働のまちづくりへの挑戦<br>－広陵町北小学校区を事例として－

88 山本 幸四郎 大学と小学校が連携した「まちづくりの学習」のあり方に関する研究<br>～広陵町立広陵北小学校区を事例として～

90 制作風景

92 講評会風景

96 講評

# 卒業制作
Works

## 奄美の風を届ける ～25日間の本場奄美大島紬体験記～

足立 夏希
Natsuki Adachi

村田ゼミ

世界三大織物のひとつともいわれる本場奄美大島紬。
島の歴史と伝統が繋いできた黒褐色のその布は、想像を超えるたくさんの人たちの手わざによって生まれる。
約1か月奄美で学んだこと、感じたことをこの紬を通じて伝えたい。

本場奄美大島紬は、日本の伝統的工芸品にも指定されている、
鹿児島県奄美大島を本場生産地とする絹織物である。
繊細な絣模様が特徴ともいえるこの織物は、奄美大島の島民の心として現在まで受け継がれている。

25日間の奄美大島滞在中には、職人さん方の手わざを間近で感じ、学ぶことができた。
大島紬はいくつもの工程を経て生まれるが、完全分業制であり、
それぞれの工程にそれぞれの職人さんがいる。
私が奄美大島で訪ねた工房の職人さん方は、みなさん職人気質といった感じで、無口な方が多い印象だったが、奄美で勉強していく中で知識も身についていき、徐々に心を開いてくださる感じがした。

## 受賞のことば

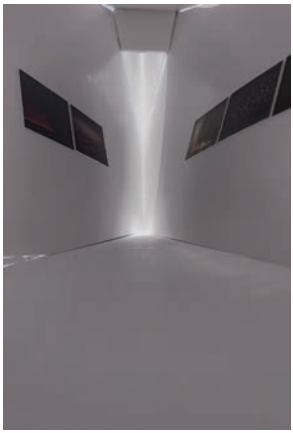
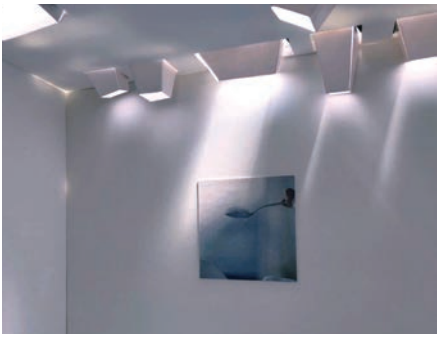
この度は、最優秀賞を頂きましたことを大変嬉しく思います。奄美大島へ行くことに対して、初めは不安でいっぱいでした。しかし、背中を押してくださった村田先生、お世話になった砂山先生、内山さん、三島さん、本当に優しく親切にしてくださった島民の方々、苦しい時に支えてくれた両親、友達、そしてアパレル実習室で共に過ごしたゼミのみんなには感謝の気持ちしかありません。本当にありがとうございました。卒業制作と向き合った時間は、4年間の中で1番、自分自身とも向き合う時間となりました。
貴重な経験をさせて頂き、ありがとうございました。

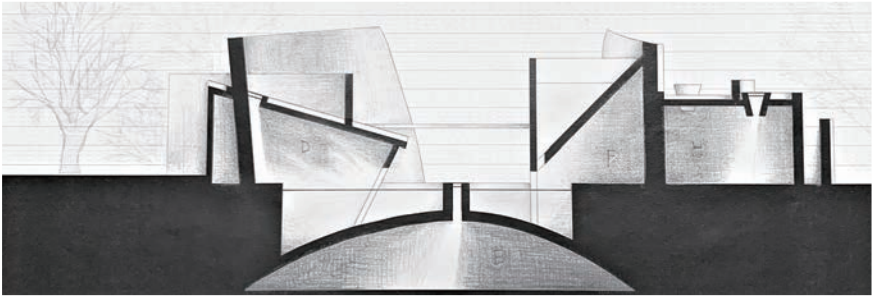
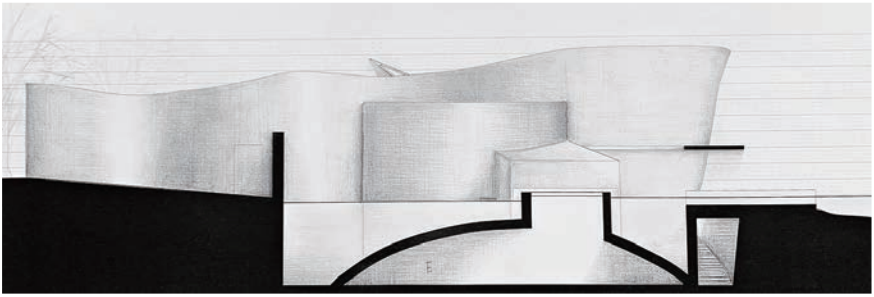
## 川内倫子写真美術館


門野 菜奈
Nana Kadono

藤井ゼミ


写真家 "川内倫子"の写真は「一瞬の光」を切り取った芸術だ。
これは彼女の作品のための美術館で、展示室の全てが人工照明を使わず自然光のみで作品を照らし出す。
スリットから差し込む強い直射日光、水面から反射する揺れる光、うねる壁面をなめる陰影、
曇天の日の微かな明かり…。
空間により、季節により、時間によりいつも異なる光が、写真に新たな魅力を与える。

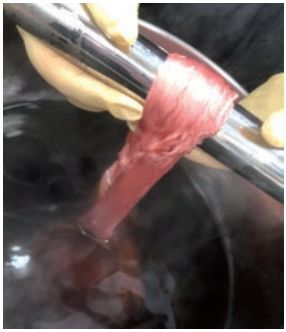
室内に展示された写真は、彼女のオフィシャルウェブサイト http://rinkokawauchi.com/ より引用させて頂きました。

## 茜さす ～幻の日本茜を探し求めて～


辻本 茜
Akane Tsujimoto

村田ゼミ


万葉集の枕詞に用いられるほど古来から日本にとって馴染み深い「茜」。
しかし日本茜染めは平安時代には途絶えたとされていた。
「幻」とまで言われる日本茜を探し求めて、カラードレスを制作した。

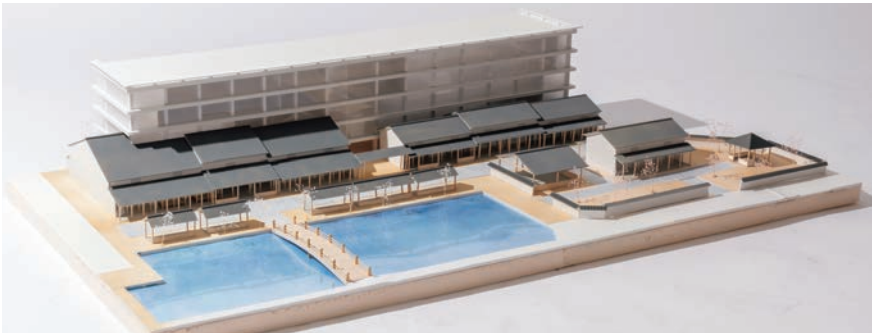


## 会津・和綿 ～復興の思いにふれて～

池田 一貴
Kazuki Ikeda

村田ゼミ

福島県まで足を運び実際に見てきた会津の和綿を最大限に活かす。
会津木綿の風合いが目に飛び込み、特徴である緯糸の手紡ぎのムラ・たて縞も楽しむことができ、
和綿の分厚さや丈夫さも感じられる着物。



## 大和郡山市役所 ～城下町としての郡山を感じる～


今西 一志
Kazushi Imanishi

三井田ゼミ


日々、多くの市民が訪れ、市の中心とも言える市役所。
そんな市役所は、まちの魅力・文化・歴史を感じられる場所であるべきだと考えた。
江戸時代、郡山城の城下町として栄えた大和郡山を、現代の市役所として、ここに再現する。

## 花束の衣装

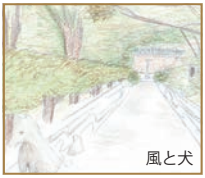

大山口 有紗
Arisa Oyamaguchi

村田ゼミ


大好きな花束をテーマに衣装をつくりました。
トップスが葉や茎、スカートが花、羽織が包み紙をそれぞれ表わしています。
着る人も見る人も、花束をもらった時のように幸せな気持ちになれるような衣装を目指しました。

サルの岩山

鬼ヶ島


風と犬

おばあさんの洗濯川

しばかり山

キジの森

船と物語

## 桃太郎のふるさと ～黒田駅周辺の修景計画～


緒方 穂南
Honami Ogata

藤井ゼミ


近鉄黒田駅周辺の黒田大塚古墳から、法楽寺にかけての一帯を、「桃太郎」伝説をもとに修景計画をおこなった。
桃太郎のモデルは孝霊天皇の息子である吉備津彦命とされている。
その天皇の宮が黒田に置かれていたため、桃太郎生誕の地とされている。
駅から法楽寺へ至る散策道を計画し、川の洗濯場や岩山の猿などを配置した。
訪れた子供たちに、「絵本の中にいるみたい！」とさけんでほしい。

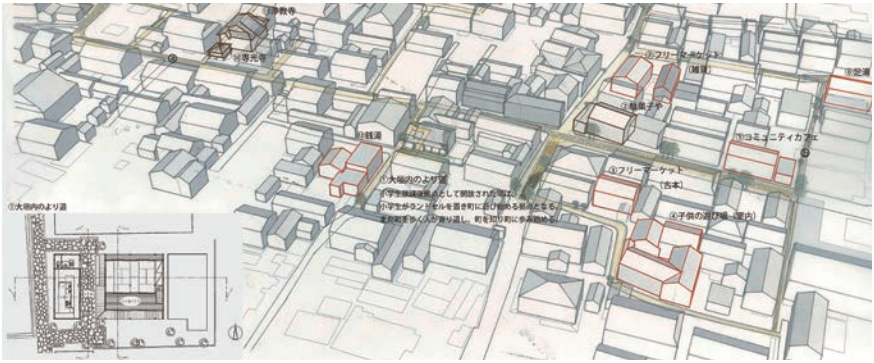
work

## 繭・花雛 ～2000 個の繭花をまとった雛人形～


奥 咲也香
Sayaka Oku

村田ゼミ


普段は絹糸などにして使われる繭を私はそのまま使い、繭の魅力を存分に生かした作品にした。
沢山の花をしきつめることで華やかさを出している。
雛人形にちりばめられている花は、四季を表現していることもポイント。



## 大垣内のより道 ～小学生放課後拠点～


沓澤 秀男
Hideo Kutsuzawa

陳ゼミ


こども放課後拠点へ空き家改修案。広陵町大垣内集落を対象に調査し、現在発生している空き家等と新旧住民コミュニティ分裂の問題の解決策としての空き家改修の提案。また、町中のコミュニティ資源や空き家と繋げることによりエリア一体を町のコミュニティエリアとして開く。

## 舞洲スポーツ養成学校 ～背負え日の丸 世界の頂きへ～

久保 友樹
Yuki Kubo

三井田ゼミ

大阪府にある人工島［舞洲］でスポーツ選手養成施設を作る。この施設があることによりダイヤの原石であるスポーツ選手の練習効率を上げ、将来日の丸背負う選手を養成する場となる。また、スポーツ施設が豊富な舞洲で、一般の方も身体を鍛え、リラックスできる場を計画する。

## 泉州水なす村


見学 勇希
Yuki Kengaku

藤井ゼミ

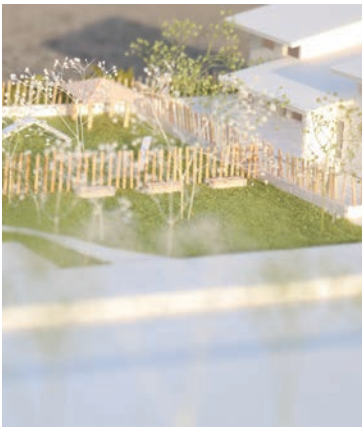

大阪泉州地域を代表する特産品、水なす。
関西以外ではまだまだ知名度も低く、このままでは地域の特産品喪失にもなりかねません。
そこで地域の誇り「水なす」をPRするため、泉州水なす村を提案します。
ここで来館者は、水なすを食べ、知り、収穫や加工を体験することができます。

## TATE YOKO SMALL COMMUNITY


聲元 里奈
Rina Koemoto

西山ゼミ


家族の繋がりはタテの繋がり。社会の繋がりはヨコの繋がり。
そのどちらとも繋がれる、高齢者が安心して過ごせるコミュニティが、タテヨコつながるちいさなまち。



## HIDAMARI ～“いぬ”と“ねこ”と“ひと”のくらし～


**菰田 栞理**
Shiori Komoda

西山ゼミ

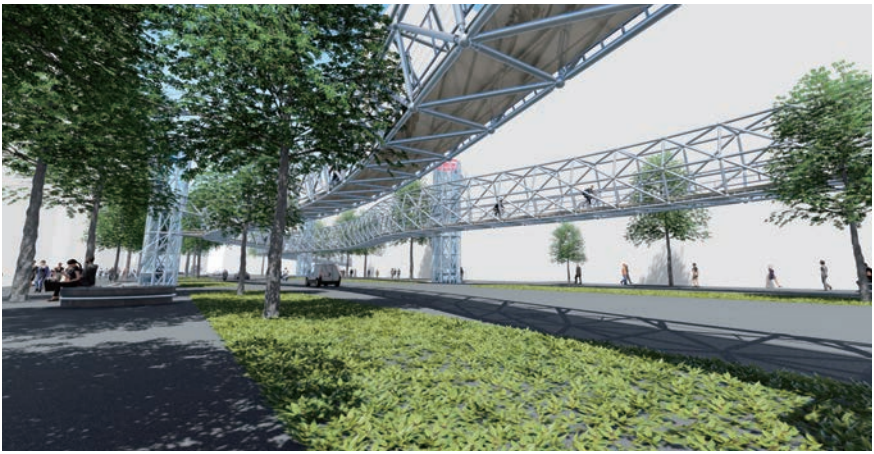

何の罪もない犬猫たちの命が人の手によって奪われている。
一匹でも多くの命を救うことができたら…
そんな思いから“いぬ”と“ねこ”と“ひと”が共に暮らす場所を計画した。

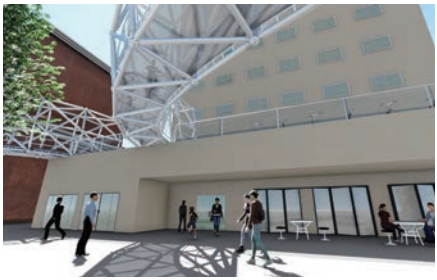
## TenseGlee ～こどものけんちく～

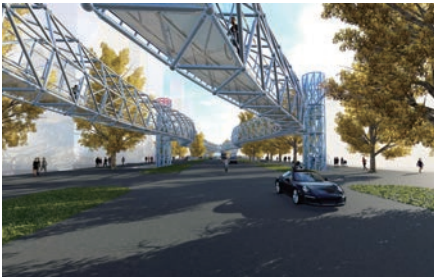
酒井 幹太
Kanta Sakai

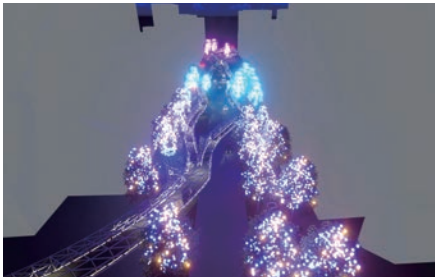
加藤ゼミ

紙管を使いテンセグリティ構造を用いた遊具を制作。
gleeは、喜びや幸せを表す単語。
子供達がこの不思議な形を前に喜び、遊んでくれればこれほど幸せなことはない。
また、資材提供をお願いしたユザワヤなんばCITY店の方々、畿央大学付属幼稚園の皆様方にこの場をお借りして御礼申し上げます。









## MIDOSUJI SKYWAVE
## – 御堂筋上空自転車道 –


佐川 大介
Daisuke Sagawa

藤井ゼミ

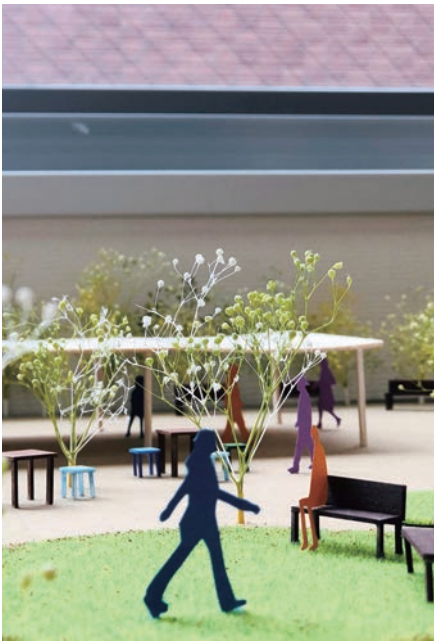

天空を架けるサイクルロード。それは、全てのビルに直結する。
どこでも借りられどこでも乗り捨て。御堂筋の新たな交通インフラを目指す。

## レガートの丘


佐竹 舞香
Maika Satake

清水ゼミ


"legato" は音楽のアーティキュレーションの一つであり、
連続する複数の音を途切れさせずに滑らかに演奏することを意味する。
この天神橋筋商店街一帯の音符をなめらかにつなげあわせ、
美しい音色を奏でるような連続する魅力的な空間を提案する。

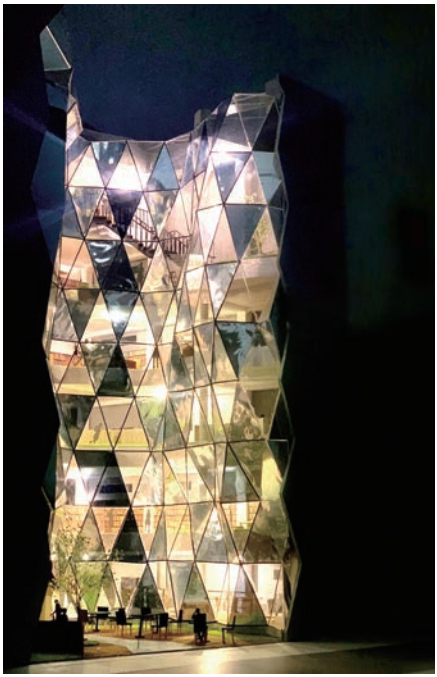
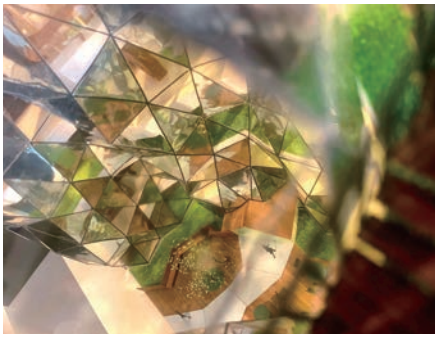
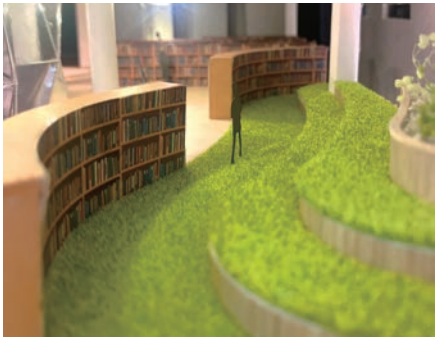


## 小人の里


島田 実保
Miho Shimada

加藤ゼミ


現代では、女性の社会進出の増加や雇用形態の変化で共働きの家庭が増えつつある。
この地域では子供の数が多いのにも関わらず、公園に子供の姿はあまりみられない。
公園の使い方を考え直し、多世代の方が利用できる公園を提案します。

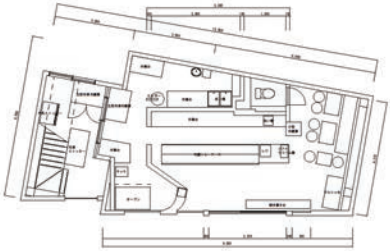




## 街のクリスタル

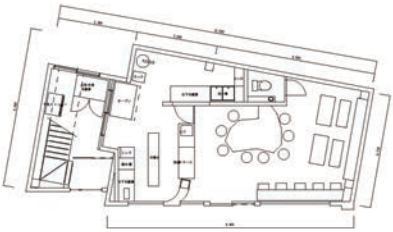
清水 星花
Seika Shimizu

加藤ゼミ

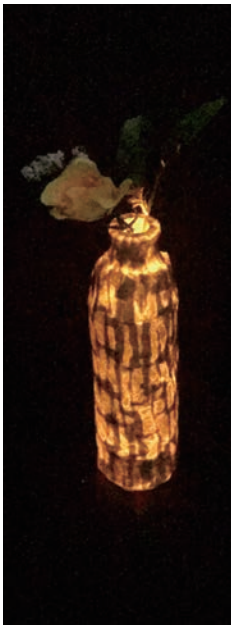
石を割るとクリスタルのような結晶の断面が現れているというイメージ。
そのガラス張り部分から中にいる人の様子が見え、また日の光を反射する外観の美しさに
思わず立ち寄りたくなるような図書館。



〈改装前〉



〈改装後〉



## 一輪ざし照明がてらすカフェ

庄野 真理子
Mariko Shono

加藤ゼミ

実家のケーキ屋をカフェにする改装案とそこで使用する一輪挿しの花瓶照明を製作しました。
現在の親しみやすい地元のケーキ屋さんという雰囲気はそのまま、定期的に行きたくなるようなほっと出来る空間つくりを行いました。
一輪挿し照明は花が主役となるように製作しました。

## 羊毛との 10 か月生活

武澤 達之介
Tatsunosuke Takezawa

村田ゼミ

始まりは祖母の編み物から。
講義を受けて興味を持ち、羊毛について、編み物について様々なものを学びたいと思い、
羊の毛刈りから材料集めを始めて、糸を紡いで今回の制作を行った。

## 見立山こども園 ～都市公園法改正による、認定こども園計画～

田中 創
Hajime Tanaka

三井田ゼミ

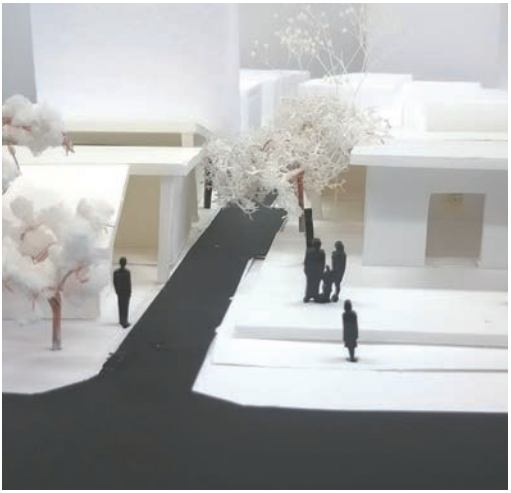
現代のこども達を「屋外」で遊ばせたい。
大人が与えた決まりきった「遊具」はなく、起伏やめまいのある土壌で
こども達は自らの自由な発想で遊びを作り出し、成長しながら
笑顔で駈け廻っていることでしょう。

## 土坐 －左官体験教室－

谷口 茉侑
Mayu Taniguchi

加藤ゼミ

土の温かさを感じる空間「土坐」。
左官という奥深い伝統技術を学び土本来の魅力を知ってもらう。
土壁を前面に生かした「土坐」は人が土そのものに見て触れ、いつまでも居坐れる空間になる。

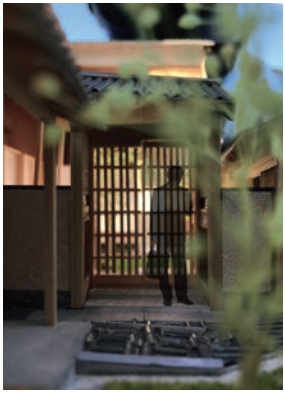


## SOYOKAZE　駐輪場を含めた駅前公園の計画


塚本 奈央
Nao Tsukamoto

西山ゼミ


布施駅周辺の路上には多くの自転車が雑然と並んでいる。
路上コインパーキングにとめられているものもあるが、不当な駐輪も少なくない。
そこで、路上にとめられている自転車を整備する為の駐輪場を設けると共に、
駅前の景観を美しくする公園を提案する。



## 住処 ～稗田に根付く集合住宅～

寺田 慎
Shin Terada

陳ゼミ

現在、稗田環濠集落は点々と新築住宅が建ち、本来の景観が失われている。
この「住処」は稗田環濠集落の美しい景観を守り、そこに暮らす人々が自然と集まるような、
まさに「稗田の住処」となる集合住宅を計画した。

## ～ゆらぎ～ かんなくずのあかり

友岡 耕介
Kosuke Tomooka

西山ゼミ

「ひのきの香りに包まれてぼんやりとした明かりを眺めて…」

吉野桧のかんなくずと竹ひごを用いてあかりを制作しました。
竹ひごの曲げ加工、1つ1つ癖のあるかんなくずを全て手編みで作り上げました。
暗い部屋の中に光るぼんやりとした「ゆらぎ」のあかりに包まれるように…

## 紙のある暮らし


中島 里菜
Rina Nakajima

村田ゼミ


普段何気なく使用している紙だが昔は紙を衣服として着用していたことを知った。
現代で紙衣として着用されているのは東大寺修二会だけである。
再び普段着として着用出来る衣服を見てもらおうと制作した。

## 本DAYS．－本棚から飛び出すインテリア－

西口 侑作
Yusaku Nishiguchi

加藤ゼミ

日常的に存在する本棚から本が飛び出し、
それらは椅子やテーブルへと姿を変える。
本は読むものという固定概念を振り払い、座るものへと転換した。
私の卒業制作は本でいすを作る、そして日常に本を添える「本DAYS．」

## 家族“藍”

波多野 研吾
Kengo Hatano

村田ゼミ

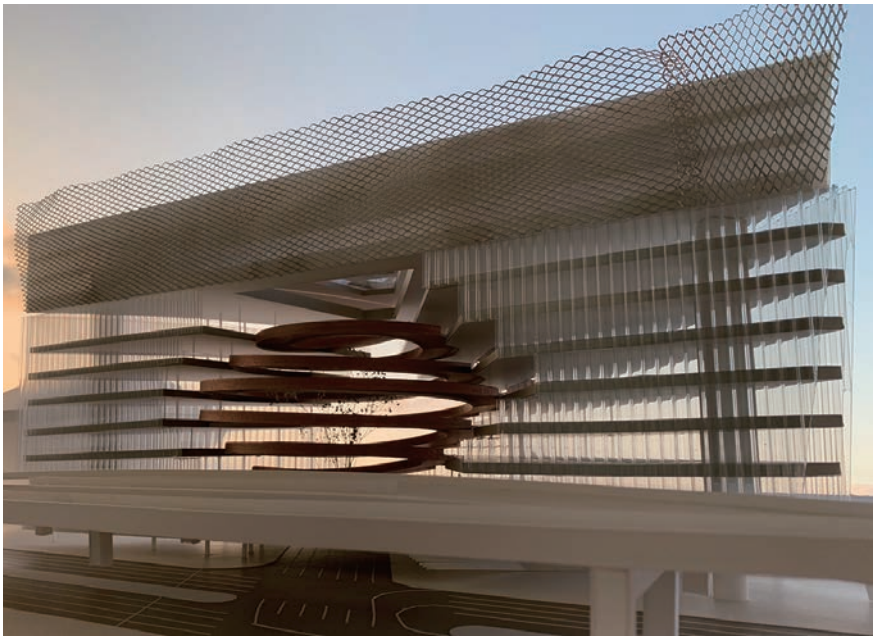
家族をテーマに、幻の藍“京保藍”で染めた生地を使用し、家族の服4着とセットアップ1着を制作しました。
家族の服にはお揃いの絞り模様、セットアップには縁起の良いとされる鶴と亀を抜染で施しました。

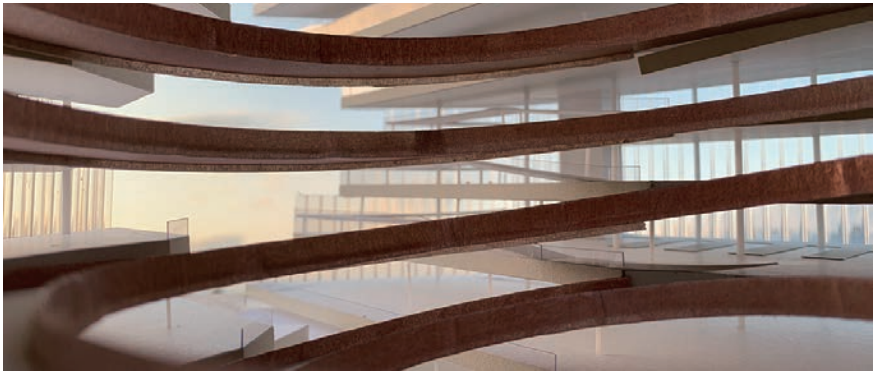
## 糸紡ぎ＝ガラ紡機


波戸岡 慎平
Shinpei Hatooka

村田ゼミ


この制作は糸車で紡いだ糸ではなく、ガラ紡機で紡いだ糸を使用し、制作した。
撚りが甘いところが難点だったが、自分なりの工夫と撚り機を使用し、糸を強くすることができた。
その糸を使用して制作したオーバーオールはこの四年間の集大成。



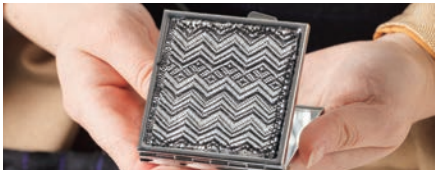


## NamBustown

濵川 真愛
Mai Hamakawa

藤井ゼミ

なんばの長距離バス乗り場は分散している。
行き先次第で乗り場は違い、探し出すのも一苦労。
駅から遠く、道に迷って乗り遅れることもある。
これらに集中しバスターミナルを計画する。
なんばの新たなランドマークを目指す。



## べっぴんさん ～日々の暮らしに佐賀錦の輝きを～

### 春野 やすよ
Yasuyo Haruno

村田ゼミ

佐賀錦を織って帯ベルトを作った。
一周巻くだけのベルトの形で、半分に折って洋装にも使えるように、
また、後ろのリボンも様々な使い方ができるよう工夫した。
格式の高い佐賀錦を身近に感じてほしいと願い制作した。

## 萱生の町並みを活かして

春花 拓海
Takumi Haruhana

三井田ゼミ

奈良県天理市萱生町にある集落には、土蔵などの屋根の上に、防火や断熱のために合掌造りの屋根を更に葺く“鞘屋根”という構造を持った建築物が多く見られます。
そこで、この鞘屋根の特徴を生かして、地域の方たちが過ごしやすい、快適な空間が作れないか考えました。

## 自然と共に暮らす

福永 栞
Shiori Fukunaga

藤井ゼミ

木漏れ日、たおやかな緑の木々、爽やかな風、清らかな水。
戸内まで自然を招き込んだ、四季の移ろいを感じられる住まい。

## 『YUME SITE』木造見本市会場


前田 光貴
Koki Maeda

藤井ゼミ


～ 2025年大阪万博が終わってから数年後のお話し～
2025年11月3日、大阪万博は閉幕した…
世界の最先端技術が集結したパビリオンは綺麗に撤去され、もの寂しげな夢洲…
そんな中、宴は始まったばかりと言うかの如く、モーターショーや社交パーティーが開かれている建物があった。
その名は『YUME SITE』。 そこはまるで、『夢の場所』だった。

## WOODRESSER


前田 千央璃
Chiori Maeda

加藤ゼミ


女性は朝の身支度に時間を取られるため
「1つのツールでスムーズに」という思いからドレッサーを制作。
また、嫁入り道具の必要性が問われる中、
照明や配色にもこだわり、現代のインテリアにも馴染むような鏡台に仕上げた。

## キャットツリーハウス


松本 佳乃
Kano Matsumoto

加藤ゼミ


自宅のリノベーションをきっかけに、内装に合ったキャットタワーを制作したいと考えた。
ツリーハウスをイメージしたデザインで、インテリアに興味を持つきっかけとなった照明の要素も取り入れ、
家には明かりが灯る。

## モダン+和

安田 理恵
Rie Yasuda

加藤ゼミ

土地の良さをより知ってもらいたい気持ちで取り組みました。
このホテルの設計地である青蓮寺は景色の良さ、澄んだ空気、森と湖といった自然に満ち溢れております。
それを知ってもらい来て良かったと思ってもらえるように
窓の大きい落ち着くナチュラルモダンスタイルの空間を提案しました。

## GURUGURU


山根 寿奈
Hisana Yamane

加藤ゼミ


「ぐるぐる」とした遊歩道をメインに公園の改修を提案しました。
新しくできた駅前広場コフフンによって賑わうようになった駅前に比べて、少し寂しい印象を持つ計画地に新たな要素を加えることによって、差をなくし、駅周辺全体がにぎわい、人にもペットにも寄り添った公園を目指して計画しました。

## ぬくもりハウス －高齢者の新しい住まいの提案－


山村 実礼
Minori Yamamura

西山ゼミ


超高齢社会の日本。孤独死や老人ホーム不足など、
様々な社会問題が発生している。それらの改善に繋がるよう、
内（居住者同士）と外（地域の人々）とのコミュニケーションを大切に、
毎日楽しく生きがいをもって暮らせる集合住宅を提案した。

## 木育木

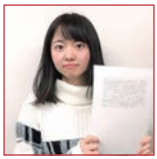

山本 真市
Shinichi Yamamoto

西山ゼミ


木育の観点から、幼少期から木に触れられる木製品の制作とともに、体格の変化により使えなくなってしまい、押入れに入れられるということのないよう、その家具に多様性を持たせ、収納スペースとして、空間にあり続けられるものを、と考えました。

# 卒業論文

Theses



# フォントが読みやすさに与える影響

飯田 奈那美
Nanami Iida
東ゼミ

## 1. はじめに

日常生活において、私たちは新聞や雑誌、インターネットなどから多くの文字情報を得ている。一般的な読み物には明朝体が使用されることが多いが、そのフォントデザインは多様であり、目的や用途に応じて使い分けされている。文字の読みやすさには明視４条件が関わっているが、行間や文字の太さなどの文字デザインも関係すると考えた。そこで、明朝体を対象として一般的な読み物における読みやすさの視点から好ましいフォントデザインとサイズの関係を検討することを目的とし、文字の印象や読みやすさ、さらに順位づけによる評価実験を行った。

## 2. 研究概要

【被験者】畿央大学生30名
（男性20名,女性10名）
【実験日程】2018年11月、12月
【対象フォント】MS明朝、BIZ UDP 明朝M、ヒラギノ明朝 StdN W4、小塚明朝 Pro H、HG教科書
【文字サイズ】12pt, 10.5pt, 9pt, 6pt

### 実験①フォントの第一印象評価

【試料】短文と長文をそれぞれ５種類のフォント、４種類の文字サイズで印刷したカード

- カードを見やすいと感じた順に机上で並び替える（短文：100cm、長文：180cm）。見やすさが僅差の場合は近づけたり重ねて置き、見やすさが大差の場合は離して置くように指示した。

### 実験②フォントの読みやすさ評価

【材料】５種類のフォントを４種類の文字サイズで印刷したテキスト（文字の大きさごとに１つの冊子）

- 長文をランダムにして各フォント各文字サイズで印刷された資料（20枚）を音読し、読み終わるごとにフォントの印象評価（５段階）と音読に要した時間を記入した。５枚読み終えるごとに５分間の休憩をとった。

## 3. 評価実験

### 3.1 印象評価

印象評価に特徴のあったフォントを図１に示す。ヒラギノ明朝 StdN W4は文字サイズが変わっても印象評価に差がなく、全文字サイズの評価平均が3～4点に集中しており、文字サイズによる有意差のみられない評価項目が複数確認された。一方、HG教科書体は12pt～9ptの平均は3～4点付近に集中しているが、6ptになると評価が急激に低下した。調和以外のすべての項目で有意差がみられ、細い字体が特徴的なHG教科書体は9pt以上のサイズで使用することが望ましいといえる。

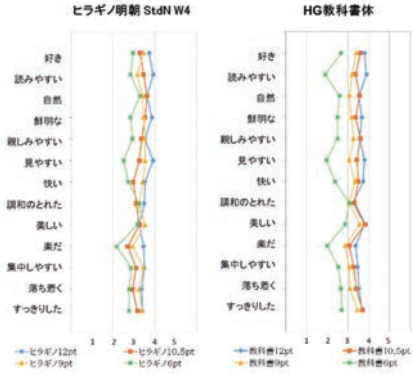



図１　フォント別の印象評価

### 3.2第一印象と読みやすさ評価

既往研究[1)2)]で読みやすさを検討する項目とされた4項目（読みやすい・鮮明な・見やすい・楽だ）の平均評価得点と長文の第一印象評価（順位付け）の結果を文字サイズ別に図2に示す。

12ptで第一印象と実際に読んだ後の評価に差がみられたフォントは、小塚明朝Pro HとHG教科書体であった。小塚明朝Pro Hは太い字体が特徴的で、第一印象では読みやすく感じたが、音読後には評価が下がる被験者が多かった。一方、細い字体のHG教科書体では第一印象は読みづらい印象であったが、音読後には評価が向上した。見やすい、楽だの評価でBIZ UDP明朝Mの評価が有意に低かった。

10.5ptではMS明朝の第一印象評価では個人差が大きいが、読んだ後の評価は最も良かった。一方、BIZ UDP明朝Mの第一印象評価は悪くないが、音読後では4項目とも評価平均が3以下と、有意に低かった。1行に入る文字数が多く、文字のつまりによる見にくさが影響した可能性がある。

9ptでは鮮明な、見やすい評価がヒラギノ明朝StdN W4で有意に高く、第一印象の結果とも合致していた。10.5ptと同様にBIZ UDP明朝Mの評価は全体的に低かった。

6ptでは第一印象評価はヒラギノ明朝StdN W4と小塚明朝Pro Hが同程度の高評価であるが、小塚明朝Pro Hは音読後の評価は最低であった。太い文字は第一印象では見やすいと感じるが、音読時には余白の少なさが読みにくさを感じさせたと考えられる。MS明朝は第一印象評価が低いが、音読後の評価はヒラギノ明朝StdN W4に次いで高評価であった。

### 4. まとめ

フォントの購入時に見本として掲載されている短文の評価と長文を読んだ時の評価は必ずしも一致しないことがわかった。文字サイズが12pt程度と十分な大きさがある場合には、フォントデザインの差の影響は少ないが、10.5pt以下では評価に差が確認された。

本研究は十分に明るい環境下において大学生を被験者として得られた結果ではあるが、読みやすさを視点に文字サイズごとに好ましいフォントデザインを選定する資料を示すことができたと考える。

評価するフォントの種類や音読する環境、さらに被験者の年齢等の範囲を広げたデータのさらなる蓄積が望まれる。


参考文献

1) 阿久津洋巳,文字の読みやすさ1：文字の大きさと読みやすさの評価,日本官能評価学会, pp.94-101 (2008)

2) 阿久津洋巳・近藤雄希,文字の読みやすさ2：読みやすさと読みの速さの比較,日本官能評価学会誌, pp.26-33 (2010)

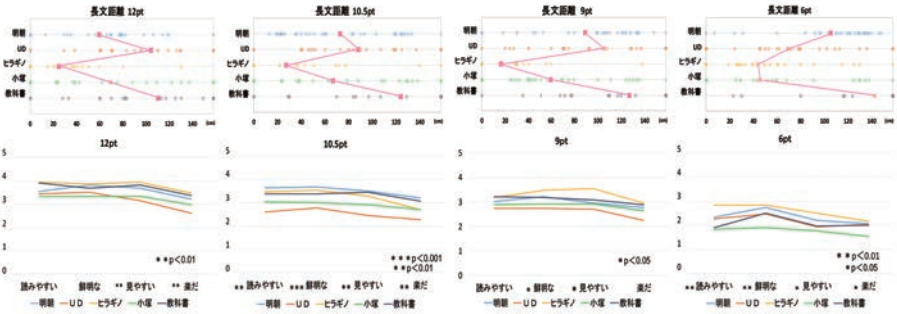




図2　文字サイズごとの第一印象と読みやすさ評価（長文）

# ロゴカラーにおけるイメージに関する研究
## ～大阪と奈良を例として～

井上 和香
Nodoka Inoue

李ゼミ

## 1. はじめに

世界遺産を多く有する奈良と対照的に誘目性の高い看板が多く存在し商人の町と言われる大阪に着目し、観光客に好まれつつ、地元の人も誇れる景観色彩、とりわけロゴカラーを提案することを目的とする。奈良と大阪、その他の近畿地方に暮らしている人々にロゴカラーによるイメージについて画像試料により検討を行う。

## 2. 予備調査

日頃、慣れ親しんだ企業のロゴカラーから赤、青、黄、オレンジ、緑の色彩を使っているものをインターネットで検索し、その中から知名度の高いロゴカラーを各３色ずつ計１５種類選んだ。ロゴカラーを高明度、低明度、高彩度、低彩度と加工し、原色のロゴカラーも含め５つのタイプのロゴカラーを１枚の画像にランダムに配置し番号付けをした。全体を通して同じ色が連続しないようにランダムに並べた。

表1 調査概要①

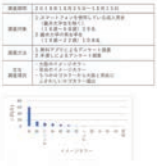


図1 大阪のイメージカラー

図2 奈良のイメージカラー

表2 被験者実験に用いた画像試料

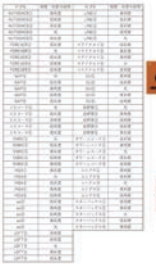


図5 画像試料1

図3 AUTOBACSの
イメージカラー

図4 ユニクロの
イメージカラー

## 3. 画像試料の選定

図１、図２から大阪と奈良のイメージカラーとして回答の多かった赤、黄、オレンジ、緑、茶の色彩によるロゴカラーをインターネットで検索し、その中から親しみのある２～３色配色のロゴマークを１種類ずつ選び、実験試料２とした。また、彩度を加工し、ランダムに並べた。

表3 彩度段階による被験者実験に
用いた画像試料２の色諸元

| 試料番号 | 試料名 |
|---|---|
| No1 | GODIVA 元 |
| No2 | JR 低彩度 |
| No3 | AUTOBACS 高彩度 |
| No4 | ユニクロ 低彩度 |
| No5 | タワーレコード 元 |
| No6 | JR 高彩度 |
| No7 | ユニクロ 元 |
| No8 | タワーレコード 低彩度 |
| No9 | GODIVA 高彩度 |
| No10 | AUTOBACS 元 |
| No11 | JR 元 |
| No12 | ユニクロ 高彩度 |
| No13 | GODIVA 低彩度 |
| No14 | タワーレコード 高彩度 |
| No15 | AUTOBACS 低彩度 |

図6 被験者実験に用いた画像試料２

## 4. 画像試料の測定

図６画像試料２のロゴカラーを色彩輝度計で３か所測定し、その平均を求めた。図７はxy色度図（色相･彩度）、図８はLv値（輝度）を示す。図７のロゴカラーの背景色に着目すると彩度が高い試料はNo３（高彩度AUTOBACS）、No１０（元AUTOBACS）、No１４（高彩度タワーレコード）、No５（元タワーレコード）であった。また、最も明るい（Lv(cd/㎡)）背景色は 画像試料２のNo５であった。

表4 画像試料２のLvxy値

| 試料番号 | Lv | x | y |
|---|---|---|---|
| No1 | 87.062 | 0.465 | 0.358 |
| No2 | 66.103 | 0.288 | 0.426 |
| No3 | 52.763 | 0.514 | 0.404 |
| No4 | 39.957 | 0.502 | 0.331 |
| No5 | 178.167 | 0.444 | 0.478 |
| No6 | 62.222 | 0.292 | 0.419 |
| No7 | 107.136 | 0.448 | 0.332 |
| No8 | 92.010 | 0.456 | 0.424 |
| No9 | 25.033 | 0.484 | 0.375 |
| No10 | 50.150 | 0.503 | 0.402 |
| No11 | 181.252 | 0.292 | 0.368 |
| No12 | 79.202 | 0.514 | 0.341 |
| No13 | 18.300 | 0.397 | 0.363 |
| No14 | 130.413 | 0.458 | 0.464 |
| No15 | 78.227 | 0.400 | 0.388 |

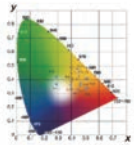



図７ CIExy色度図の
画像試料２の分布

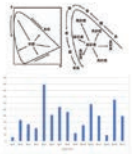


図８ 画像試料２の
Lv値

## 5. SD法による評価

①奈良とその他地域（大阪、京都、三重）の比較②学生と社会人比較③男女比較④ロゴ別の比較を行った。

①～③どの比較別においても評価はほぼ同じであり「落ち着きのある」と回答が多いロゴカラーに対しては「奈良らしさを感じる」評価が高く、「落ち着きのない」ロゴカラーに対しては「大阪らしさを感じる」と回答した被験者が多い。図9、図10、図11、では明確にその違いがみられた。④ロゴ別比較で図12、図13は元と高彩度はほぼ同じ評価であることに対し、低彩度では異なる評価がみられた。

表5 調査概要②

| | |
|---|---|
| 調査期間 | 2018年11月21日～11月29日 |
| 調査対象 | 関西大学生の男女学生（18歳～23歳）25名<br>22歳以上の成人男女（22歳～78歳）25名 |

表6 SD法を用いたイメージ用語

| | |
|---|---|
| 大阪らしさを感じない ― 大阪らしさを感じる | |
| 奈良とのイメージが違い ― 奈良とのイメージが近い | |
| 嫌しみがない ― 嫌しみがある | |
| 奈良らしさを感じない ― 奈良らしさを感じる | |
| 地味 ― 派手 | |
| 古臭い ― 新しい | |
| 落ち着きがない ― 落ち着きがある | |
| 印象に残らない ― 印象に残る | |
| 暗い ― 明るい | |
| 古風 ― 現代的 | |
| おしゃれでない ― おしゃれ | |
| 美しくない ― 美しい | |
| 嫌い ― 好き | |

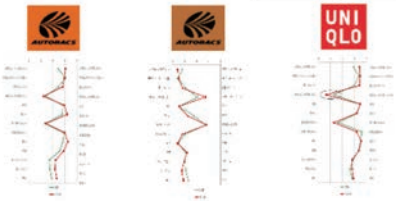


図9 画像試料2 No3　図10 画像試料2 No15　図11 画像試料2 No7

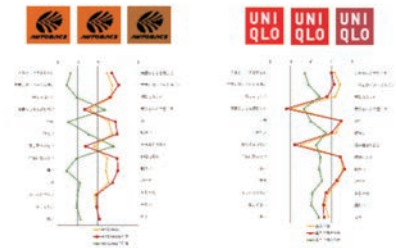


図12 画像試料2 No3, No10, No15　図13 画像試料2 No4, No7, No12

## 6. 因子分析

全体的な因子分析結果として2つの心理因子が抽出された。画像試料2を見た因子寄与率は第1因子が32.55%、第2因子が27.00%であった。このことから因子の情報量が第1因子、第2因子でほぼ構成されていることがわかる。実際にロゴカラーを見た場合に引き起こされる感情の約59.6%は2つの因子で説明することができる。

また、奈良とその他地域別、学生と社会人別、男女別でも因子分析を行った。第1因子と第2因子の因子寄与率は、奈良56.47%、その他64.61%、学生60.74%、社会人59.06%、男56.95%、女61.10%であった。抽出された2つの心理因子に抱合される感情尺度の構成は奈良とその他、学生と社会人、男と女すべてにおいて類似していることから、これらから誘起される心理には大きな違いは認められないといえる。図14は被験者全員の散布図を示す。No7について「好き」「美しい」「おしゃれ」「派手」「落ち着きのない」「明るい」と評価された。

表7 感情尺度の因子分析結果【全体】

（バリマックス回転後の因子負荷量と因子名）

| 感情尺度 | 第1因子 | 第2因子 |
|---|---|---|
| 嫌い ― 好き | 0.8116 | 0.0371 |
| 美しくない ― 美しい | 0.8097 | 0.0079 |
| おしゃれでない ― おしゃれ | 0.7787 | 0.1195 |
| 嫌しみがない ― 嫌しみがある | 0.7124 | 0.2627 |
| 印象に残らない ― 印象に残る | 0.6406 | 0.5375 |
| 大阪とのイメージが違い ― 大阪とのイメージが近い | 0.6115 | 0.3034 |
| 古臭い ― 新しい | 0.3204 | 0.4324 |
| 地味 ― 派手 | 0.1961 | 0.6675 |
| 落ち着きがない ― 落ち着きがある | 0.1293 | -0.7491 |
| 暗い ― 明るい | 0.1036 | 0.7354 |
| 古風 ― 現代的 | 0.2546 | 0.6441 |
| おしゃれでない ― おしゃれ | 0.3134 | 0.6202 |
| 美しくない ― 美しい | -0.0703 | -0.8193 |
| 固有値 | 4.2916 | 3.5099 |
| 寄与率(%) | 32.55% | 27.00% |
| 累積寄与率(%) | 32.55% | 59.55% |

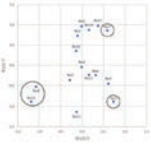


図14 第1因子－第2因子空間上の因子得点散布図（被験者全員）

## 7. まとめ

1）奈良らしさを感じる色彩は彩度の低い、大阪らしさを感じる色彩は彩度の高いロゴカラーが選ばれている。

歴史的建造物が多く街に存在する奈良はそれらの景観から落ち着いたイメージを持ち、そのイメージによる記憶色がロゴカラーに対する評価に影響しているといえる。一般にヒトが記憶する色は実際より明度・彩度を高く、色鮮やかに記憶する傾向がある。奈良は色相に関係なく比較的落ち着いた彩度のロゴカラーが評価されることに対し、大阪は誘目性の高い色鮮やかなロゴカラーが評価される傾向がみられた。

2）13対語の 感情尺度に 対する 評価値を 全体、奈良と その 他地域別、学生と 社会人別、男女別に 因子分析した 結果、全体59.55%、奈良56.47%、その 他64.61%、学生60.74%、社会人59.06%、男56.95%、女61.10%という結果になり、画像試料2を見たときの感情が約57～65%の心理因子で2因子構成されることが明らかになった。感情尺度の構成・寄与率もすべてにおいて似たような結果がみられた。

# 子ども食堂の運営のあり方に関する研究

板倉 奏美
Kanami Itakura
清水ゼミ

## 1. はじめに

現在の日本における子どもをとり巻く環境は、少子化、地域の希薄化、貧困化、核家族化など課題が山積している。

対策の一つとして、2012年から始まった「子ども食堂」がある。2018年4月時点で、全国に2886か所展開されており、大阪、東京などの都市部に多い傾向がある。当初、子ども食堂は、満足に食事ができない子どもに、低価格または無料で、食事を提供する場としていた。しかし、予備調査から、急激に増加し続ける中で、目的が多様化している事が、明らかになった。そこで、本研究では、貧困対策を目的としている場合を、第1フェーズ（貧困対策フェーズ）、地域の交流の場を目的としている場合を第2フェーズ（地域の居場所フェーズ）と仮定し、アンケート調査及びヒアリング調査を基に、以下の点を明らかにする。

1）奈良県内の子ども食堂における現状の把握
2）貧困対策フェーズ及び地域の居場所フェーズのフェーズごとの課題

## 2. 調査概要

以下の調査を行い、運営のあり方について検討した。

- 奈良県内の子ども食堂に対しアンケート調査を実施。
- 奈良県内で無作為に抽出した子ども食堂に対しヒアリング調査を実施。

表1　奈良県内の子ども食堂の現状　調査概要

| | |
|---|---|
| 調査対象 | 奈良県子ども食堂ネットワークに加入している 39 団体 |
| 調査日 | 2018 年 9 月～10 月末 |
| 調査方法 | 手渡し、郵送による配布・回収 |
| 回収数 | 24 件（回収率 62%） |
| 質問項目 | 活動内容（頻度・料金・利用者・広報・目的・立地）<br>運営（運営団体・スタッフ・費用・設備・食材）<br>事業評価／課題 |

表2 ケーススタディー　調査概要

| | |
|---|---|
| 調査対象 | 奈良県内の子ども食堂 |
| 調査日 | 2018 年 7 月～12 月末 |
| 調査方法 | 代表者へのヒアリング・観察 |
| 回収数 | 8 件 |
| 質問項目 | 子ども食堂の概要、組織形態、開催当初の様子、現在の様子、届けたい人にはどの段階で届いたか、課題 |

## 3. 県内の子ども食堂を取り巻く環境

2017年8月に、奈良県社会福祉法人により、奈良県子ども食堂ネットワークが設立され、現在所属する団体は39件に及んでいる。子ども食堂同士の情報共有、子ども食堂に関する知識の共有、社会的認知向上のためのPR活動などが実施されている。さらに、フードバンクが設立されるなど、情報面、資金面をサポートする団体が増加した。

## 4. 運営形態

多くの子ども食堂が、月1回開催であることが分かった。また、土日の昼に実施している子ども食堂が多くあった。料金については、子どもを無料とする子ども食堂がほとんどで、有料の子ども食堂は、100円であった。大人の料金は、300円が一般であり、2割の子ども食堂は、大人も無料で行っていた。

また、約7割の子ども食堂が、全世代を対象として子ども食堂を行っていた（図1）。さらに、子ども食堂を行う目的において貧困対策のみを目的としている子ども食堂は無く、全ての子ども食堂が、地域の居場所、または、貧困対策と地域の居場所の両方を目的としていた（図2）。

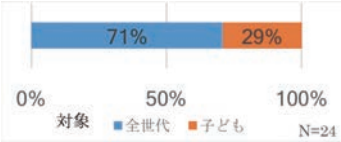



図1 対象

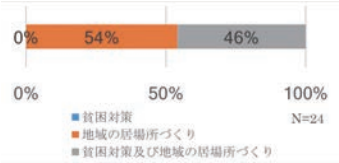



図2 目的

## 5. 組織形態

ヒアリング調査から、組織体系が大きく分けて下記の４つに分類できた。

### 【公的機関・民間の非営利団体との連携】

図3 子ども食堂A/創立３年

**◆特徴**

教育機関と連携しており、参加者からの信頼度が高い。また、子どもや貧困層へ直接アプローチできる。民生児童委員・社会福祉協議会との連携も貧困層の情報を得られ、アプローチしやすい。

一方、信頼度が高い分、運営組織の実績がないと教育機関と連携しにくい。

### 【民間の非営利団体・自治会との連携】

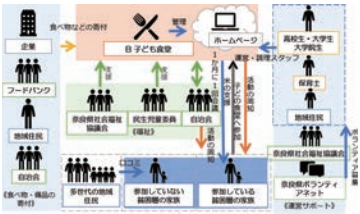



図4 子ども食堂B/創立半年

**◆特徴**

自治体と連携することで、地域住民から身近に感じられやすく、アプローチがしやすい。子ども食堂としての実績はなくとも、主催者のパーソナリティーにより信頼を得やすい。民生児童委員・社会福祉協議会との連携することで、貧困層の情報を得られ、アプローチしやすい。

### 【まちづくり団体が主催】

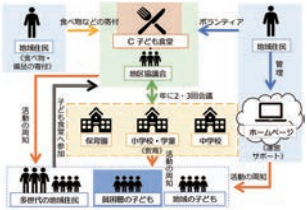



図5 子ども食堂C/創立３年

**◆特徴**

まちづくり活動の実績により、信頼されやすく、地域住民にアプローチしやすい。

ボランティア団体に所属していない人がスタッフとして介入しにくい場合もみられた。

### 【子ども食堂以外の団体との連携なし】

図6 子ども食堂D/創立半年

**◆特徴**

地域に無縁の全国規模のNPO法人が資金を支援。多くの経済的な支援が得やすい。一方、地縁組織との連携が少なく、参加者への周知活動は困難である。

## 6. まとめ

- 奈良県内の子ども食堂を取り巻く環境は、補助金やフードバンクなど、支援組織が増加している。
- 貧困対策として始まった子ども食堂であるが信頼を得なければ、貧困層へのアプローチが困難である。
- 地域の居場所フェーズから貧困対策フェーズに移る動きが多く見られた。
- 貧困対策として認知された弊害も。子ども食堂は世代を超えた地域での居場所であるという認識が必要。

謝辞
調査にご協力頂いた子ども食堂関係者皆様、イベントにご協力頂いたMilky Wayの竹内哲也様に心より感謝申し上げます。

# 高齢者の熱中症予防に関する研究

宇野 瑠莉 Ruri Uno　木原 由貴 Yuki Kihara　東ゼミ

## 1. はじめに

近年、夏の猛暑による熱中症が社会的に問題視されている。熱中症の緊急搬送者において65歳以上の高齢者がおよそ半数を占め、発生場所の約4割が住居と報告されている[1)]。既往研究では、温湿度計の配布のみでなく温度変化が目で見てわかる感温印刷のツールを配布したところ、配布群のエアコン使用率が向上した[2)]。そこで本研究では、ツールを高齢者にとってより使いやすく改良するとともに、熱中症の情報提供方法を再検討し、介入の効果を検証する。さらに、高齢者の日常生活環境や熱中症に対する意識や環境調節行動等の調査を行い、過去の調査結果からの変化や熱中症発症に関わる要因を考察することを目的とする。

## 2. 研究概要

2012、2013年度のアンケート調査対象者である65歳以上の健康な男女高齢者33名を対象者とした。調査時期および内容は以下の通りである。

2018年6月：アンケート調査
（日常生活・ツールへの意見）
熱中症予防に関する講義
温湿度計（居間・寝室）設置

2018年8月：アンケート調査
（日常生活・ツールへの意見）
感温印刷ツールを配布

## 3. 介入方法の検討と検証

### 3.1 感温印刷ツール

温度を受動的に見えることを狙いとし、既往研究[2)]で使用した「Leaf Thermometer」を引き続き採用した。

暑熱環境であるという危機感を促すデザインを目指し、自宅用（木）と携帯用（リンゴ）を試作した。本格的な夏を迎える前の6月に試作品を高齢者に実際に見てもらい、得られた意見をもとに大きさや背景等のデザインを改良し、自宅用と携帯用を各被験者に2個ずつ、計132個を制作した。8月にツールを配布し、使用感をアンケートで確認した。自宅用は居間や寝室など目に入る場所に貼った人が多く、黄色（高温時）になっているのを見て、エアコンや扇風機の使用、水分補給や温度確認等の行動をしたとの回答が得られた。携帯用についても同様の回答が得られ、ツールに環境や身体の調節行動を促す効果が認められた。

### 3.2 熱中症予防に向けた情報提供

6月のアンケート調査の際に熱中症予防に関する講義を行った。過去にも資料配布は行っていたが、今回は専門家である保健師の協力も得て講義形式とした。本格的な夏を迎える前に直接情報を伝え、質疑応答に応じることは高齢者の方々の反応を直接確認することができ、意識の定着に有効と考えられた。

図1　配布したツールの色変化

## 4. アンケート調査

### 4.1 過去との比較

2012・2013年から継続的に実施してきた調査結果と2018年8月に行った調査結果を比較した。居間のエアコンをつけるタイミングについては「我慢する」人が4割から2割に減少した（図2）。エアコン使用時に「健康に良くない」、「環境に良くないと思う」などエアコンに対する否定的な意見に有意な減少が確認された（図3）。

### 4.2 熱中症発症に関わる要因の検討

熱中症経験者9名と未経験者24名に分け、アンケート調査結果や環境測定結果を比較した。

アンケート結果では、夏の暑い時の水分補給について未経験者は7割以上が「定期的」にしているのに対し熱中症経験者は3割程度で、喉が渇いてから水分補給をする人が多かった（図4）。また、熱中症対策を実践する意思があるかどうかを聞いた項目では、未経験者と比べ熱中症経験者の「する」の回答率が全体的に低く、介入による変化も少なかった（図5）。

環境測定データには熱中症経験の有無による有意な差は認められなかった。

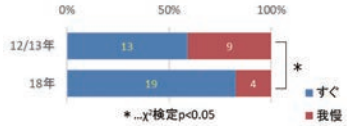



図2　居間のエアコンをつけるタイミング

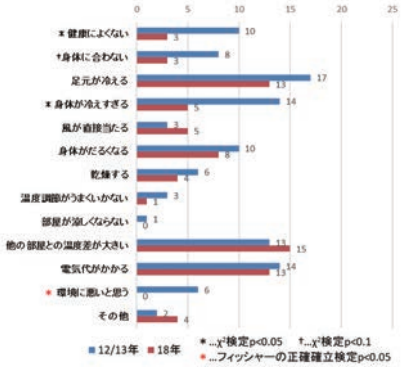



図3　エアコン使用時に気になること

## 5. まとめ

高齢者への感温印刷ツールの配布および直接的な情報提供という介入により、冷房器具の使用や温湿度確認、水分補給などの行動を促す効果が確認された。熱中症経験の有無による温熱環境の差は認められなかったが、熱中症経験者は熱中症対策の実践率が低く介入による変化も少ない傾向が確認され、さらなる対策が望まれる。アンケート調査において、体調不良時にはすぐに人に伝える等の危機管理に関する項目の実践意識が依然として低かったため、環境調節行動や水分摂取という予防対策に加え、罹患時に重症化を防ぐ意識を向上させることも今後の課題といえる。


参考文献

1）東京消防庁
http://www.fdma.go.jp/neuter/topics/houdou/h30/10/301025_houdou_3.pdf（2019.2.19確認）

2）東本衣里　石橋佑資：高齢者の熱中症に関する研究、平成 28 年度畿央大学卒業論文



謝辞

調査にご協力頂いた被験者の皆様、共同研究でご指導頂いた奈良女子大学 久保博子先生および研究室の皆様、武庫川女子大学　佐々尚美先生、関西福祉大学大学院　岡本啓子先生に深謝致します。

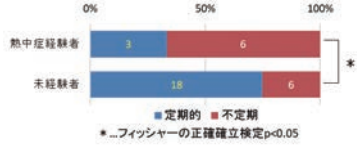




図4　夏の暑い時の水分補給

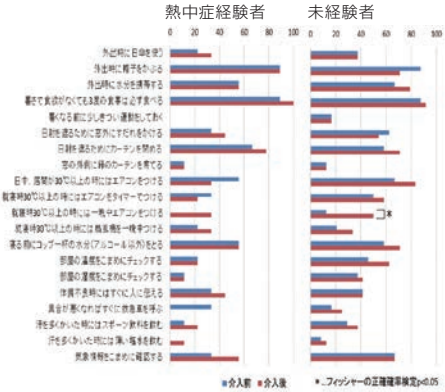



図5　熱中症対策を実践するか

# 空き家利活用を促進するNPO法人のあり方に関する研究

岡 駿介
Shunsuke Oka
清水ゼミ

## 1. はじめに

我が国では、少子高齢化及び晩婚化による人口減少、新築住宅着工戸数と滅失戸数のギャップの拡大など、実に様々な事象に起因する、空き家数の増加が問題となっている。空き家問題を根本的に解決するには、上記の人口減少問題のなどの解決を行う必要があり、そのためには国家レベルの施策が必要であるが、少なくとも短期的には困難である。僅かでも空き家の増加を防止するべく、政府、自治体、民間においても様々な取り組みがなされている。さらに、行政と民間の中間的立ち位置に、NPO（特定非営利活動）法人の存在がある。NPO法人は営利を目的とせず、不特定多数、社会一般の利益（公益）に寄与する存在である。空き家対策を行うNPO法人は数多く存在するが、法人の形態や活動地域の性質によって効果的な支援は多岐にわたる。

そのため、多くの事例研究を行うことで地域の性質を明らかにし、その地域に合わせた支援の在り方を検討することが重要だと考える。そこで、本研究では、NPO法人の支援により空き家利活用がなされている例として、奈良県橿原市の今井町を取り上げ、下記の二点を明らかにする。①空き家利活用において成果を挙げているNPO法人の実態把握②地域の性質・空き家利用希望者のニーズに即したNPO法人の在り方の検討。

## 2. 調査方法

まず、奈良県橿原市今井町の空き家利活用促進、コミュニティの継続維持を活動目標とするNPO法人「今井まちなみ再生ネットワーク」の実態を明らかにするため、表１の通り同法人理事長にヒアリング調査を実施した。続いて、今井町内の空き家利活用促進要因を明らかにするため、「今井まちなみ再生ネットワーク」による支援を受け、空き家を利活用し、現在も居住している外部からの移住者を対象に、表２の通りヒアリング調査を実施した。

表1　調査１:「今井まちなみ再生ネットワーク」理事長向け調査概要

| | |
|---|---|
| 調査対象 | 「今井まちなみ再生ネットワーク」の理事長 |
| 調査場所 | 現在はカフェとして利用されている、元空き家 |
| 調査方法 | 理事長に対するヒアリングにより調査 |
| 調査日 | 2018年12月29日　2019年1月27日の２日間 |
| 主な質問項目 | 現在の他機関との連携・支援体制・方針等ついて |

表2　調査２:「今井まちなみ再生ネットワーク」理事長向け調査概要

| | |
|---|---|
| 調査対象 | 「今井まちなみ再生ネットワーク」利用者５名 |
| 調査場所 | 調査対象者の住居または職場 |
| 調査方法 | 利用者に対するヒアリングにより調査 |
| 調査日 | 2019年1月9日～12日の４日間 |
| 主な質問項目 | 地域を選んだ要因 NPOから受けた支援について |

## 3.「今井まちなみ再生ネットワーク」実態調査

NPO法人「今井まちなみ再生ネットワーク」の実態を明らかにするため実施した「調査１」では、今井町の空き家利活用には、同法人の世話人の存在が大きく寄与していることが明らかとなった。

その活動目的は、単に空き家の利活用を促進することではなく、図１に示した様に、空き家所有者と利用希望者の双方が相談可能な相談窓口としてのコミュニティの維持・発展に勤める事であった。

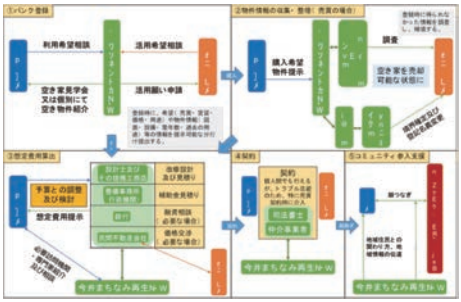



図１ 段階ごとの「今井まちなみ再生ネットワーク」周辺の相関図

## 4. 移住者の動向調査

今井町内の空き家利活用促進要因を明らかにするために実施した「調査２」では、今井町内の空き

家利活用促進に働くプラスの要因、マイナスの要因が明らかとなった。

**・地域の性質としてのプラス要因**

「今井まちなみ再生ネットワーク」のホームページでも発信されている、多くの古民家が立ち並ぶまちなみが保存されているという点を魅力に感じた移住者の存在が明らかとなった。一方、並列的に検討される地域より、利便性・価格相場の面で比較的優位である点、商用利用されている空き家の活用事例が多い点等を魅力に感じたとの回答も得られた。

**・地域の性質としてのマイナス要因**

今井町では賃貸であっても借主が費用負担して改修を行う形式が一般的である。また、賃貸希望所有者の割合が高いのにも関わらず、高額な費用を負担して賃貸物件を改修することを忌避する移住検討者の存在が明らかになった。さらに、民間の不動産会社があまり介入していないため、移住検討者の初期動向の代表とも言える、ネット上での物件情報の収集が困難であったとの回答が得られた。

**・NPO法人の支援の体制としてのプラス要因**

マニュアルに即した形式的な対応ではなく、個々のニーズに合わせた柔軟な対応、物件紹介、センシティブな交渉の支援(及び仲介会社の紹介)により、契約までの支援を行っていることが明らかになった。また支援は契約後のコミュニティへの参入にまで続き、移住者が安心して今井町で暮らし始め、継続的に暮らしていくことができる配慮がなされていることが分かった。

**・NPO法人の支援の体制としてのマイナス要因**

NPOにたどり着くことが困難であった移住者の存在が確認された。また、契約の円滑化のための交渉支援において、移住検討者の思惑と異なる形で意見が伝わってしまうケースがあることが明らかになった。空き家見学会においては、物件の資料が配布するなどという改善が見られる一方で、より数多くの物件を、よりじっくり見学したいと感じる移住検討者も少なくないことが明らかになった。

## 5. 分析

以上の結果を踏まえ、「今井まちなみ再生ネットワーク」の課題点と今後のあり方を抽出するため分析を行った。

**・移住検討者の情報収集環境**

民間不動産会社での空き家の取り扱いが少ないこと、NPO法人の存在を認知することが難しいことなどにより、利用希望者が初期動向に空き家の情報収集が困難であることが明らかとなった。また、歴史的まちなみ以外の魅力の発信は見られなかった。

**・需要と供給のミスマッチ**

今井町の空き家所有者には賃貸希望者が多く、また改修費は利用者が負担する形式が一般的であることが分かった。一方、利用希望者は、購入を希望する者が多いことが明らかになった。

**・交渉支援のメリット・デメリット**

空き家所有者と利用希望者の間に入る交渉支援によって、契約の円滑化がなされていた。一方、第三者を介することにより、思惑と異なる形で相手に伝わってしまうという事例が見られた。

**・空き家見学会のニーズ**

物件資料が配布され、専門家動向のもと、質問が可能な状態での見学会が行われている。一方で、配布資料の内のどの物件の紹介を受けているのか分からなくなってしまう者やより充実した内容を求める者の存在が明らかとなった。

## 6.まとめ

①NPO法人「今井まちなみ再生ネットワーク」は、必要機関・専門家と連携し、空き家利活用を総合的に支援している。特に、コミュニティへの参入支援をすることで、入居者が地域住民に受け入れらない、いわゆる「村八分」のような状態にならないための取り組みは、入居者の定着・コミュニティの継続のために極めて重要であり、民間不動産会社と一線を画している点であると言える。

②NPO法人は、地域の性質・空き家利用希望者のニーズを考慮した取り組みを行うことが重要である。「5.分析」では、「今井まちなみ再生ネットワーク」が取り組むべき改善点を明確にした。今後は、上記の結果を反映したNPO法人の運営方法・取り組みの試案を作成し、実験的に行うことで、研究を深めていきたいと考える。

謝辞
調査にご協力頂いたNPO法人今井まちなみ再生ネットワーク理事長上田様、今井町NPOを利用して移住された皆様、他の地域での移住について教えて頂いた伊藤様に深謝致します。

# 竹取公園「みんなのひみつきち」における遊具の遊び方に関する研究

鐘森 史菜
Fumina Kanemori
陳ゼミ

## 1. はじめに

幼児期にとって「遊び」は生活の中心だが、室内での電子器具の利用の時間が増加した為、年々子供たちの空間認知能力、運動能力が低下している[1)]。そこで、子供が多様な遊び方ができるように、広陵町との連携により畿央大学が制作した竹取公園「みんなのひみつきち」(図1、写真1)を活用して子供の遊び方や利用実態を明らかにすることを目的とする。

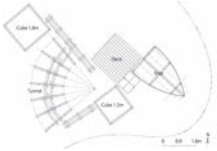


図1 平面図

写真1 みんなのひみつきち

## 2. 調査概要

「みんなのひみつきち」を利用する子供及び保護者を調査対象として2018年6月30日、7月1日に合計19組を調査した。調査方法は、子供の遊び方や、遊ぶ道順、親の居場所や行動を観察しながら記録して、利用実態に関する聞き取り調査を行った。

## 3. 調査結果

調査対象の回答者(親)は19人があり、その利用者(子供)は27人があった(図2)。子供の遊び方や聞き取り調査の結果を含め、図3のように14事例をまとめた。

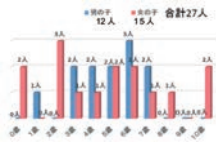



図2 利用者の構成

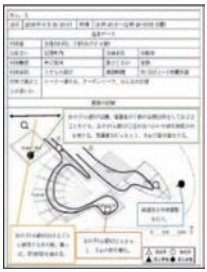


図3 事例No.5

## 4.分析と考察

### 4.1子供の遊び場と遊び方

本調査の14事例における子供の滞在分布を図4にまとめ、★の位置に集中していた。また、★①はTunnelを通過していたことを意味する。みんなのひみつきちの各場所による遊び方は表1に示す。

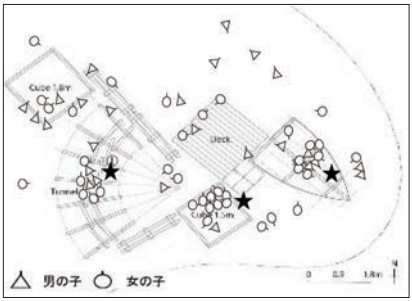



図4 子供の滞在分布図

表1 予想通りと予想外の遊び方

| | 予想通り | 予想外 |
|---|---|---|
| Cube1.8m | [おままごとごっこ](2組)No. 5, 7<br>[お店屋さんごっこ](1組)No. 2<br>[壁の隙間を覗き込む](1組)No. 6 | [屋根に登る](3組)No. 10, 11(家族2組) |
| Tunnel | [平均台として活用する](18組)No. 11B以外全員が使用した | [緩んだロープにぶら下がる](3組)No. 3, 4, 8 |
| Cube1.5m | [おままごとごっこ](1組) No. 11<br>[お店屋さんごっこ](1組) No. 12<br>[竹の飾りに触れる](1組) No. 5 | 無し |
| Deck | 無し | [ポケモンごっこ](2組) No, 11A, 11B |
| Ship | [船長ごっこ](3組) No. 1, 3, 9 | [飾りの貝殻が取れた後を触る](2組)No, 4, 9<br>[ポケモンごっこ](2組) No. 11A, 11B |
| Deck, Ship, Cube1.5mの間 | 無し | [ひみつきちごっこ](1組)No. 14 |

## 4.2 親の居場所と行動の分析

14事例による親の居場所の位置と行動をまとめた（図5）。図5の中で、①は長距離Aと短距離Bの見守り方に分かれている。②はベンチで座りながらの見守り方である。③は船を背景に写真撮影をしていた。④は親と子供が一緒に遊びやすい空間になるのではないだろうか。

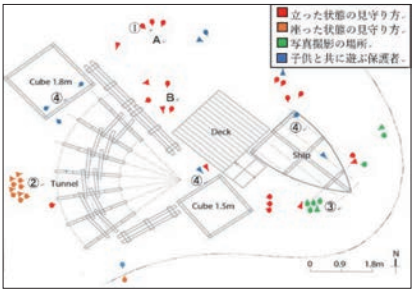
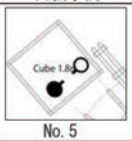
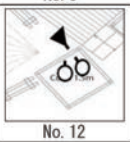
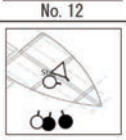



図5 親の居場所と行動の分布図

## 4.3ごっこ遊びの考察

本調査で観察されたごっこ遊びという行動の場面は表2でまとめた。

表2 予想内のごっこ遊びの種類と事例

| 種類 | 代表事例 | 事例の場面状況 |
|---|---|---|
| おままごとごっこ（3事例）No. 5 No. 7 No. 11 |  No. 5 | 子供が母親役、保護者が子供役の役割分担で Cube1.8mのベンチをテーブルの代わりにしておままごとごっこを進めた。 |
| お店屋さんごっこ（2事例）No. 2 No. 12 |  No. 12 | 子供達が店員役、保護者はお客さん役の役割分担で実施した。Cube1.5mのカウンターに品物を並べ、お店屋さんを開いた。 |
| 船長さんごっこ（3事例）No. 1 No. 3 No. 9 |  No. 3 | 各子供が船長役と部下役の役割分担で実施した。Shipのいかりを握り、敬礼のポーズなどをして船長さんになりきっていた。 |

Cube 1.8mのベンチを利用したおままごとごっこでは子供と親が共に遊べる空間が確認された。役割分担で上下関係がうまれたお菓子屋さんごっこではその場の状況に対応する力を得ることが出来ると考えられる。敬礼のポーズをしながらいかりを握り船長さんになりきる船長さんごっこでは、冒険心や好奇心の湧く環境がつくられた。

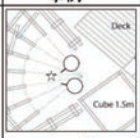
一方、予想外のごっこ遊びも観察された。デッキにおけるポケモンごっこでは、子供自身がキャラクターになりきれる楽しみと優越感を味わう遊びである(表3)。このように、想像力をかけて遊ぶことで世界観を発展させる可能性が高まると考えられる。

表3 ポケモンごっこ遊びの事例

| | 事例 | 事例の場面状況 |
|---|---|---|
| ポケモンごっこ（1事例）No. 11（Ship 、Deck） | No. 11 | 子供達がアニメ「ポケットモンスター」に登場するキャラクターになりきり、全身を使って技を表し各男の子と対戦をした。 |

遊具に囲まれた空間におけるひみつきちごっこでは、子供達が目立たない位置で密かに遊ぶ計画を立て、表4の☆の位置を「ひみつきち」と名付けていた(表4)。このように、独自の考えた遊びは空間認知能力が高まると考えられる。

表4 ひみつきちごっこ遊びの事例

| | 事例 | 事例の場面状況 |
|---|---|---|
| ひみつきちごっこ（1事例）No. 14 |  No. 14 | 目立たない位置で密かに遊ぶ計画を立て、秘密基地ごっこを実施した。子供達が☆の位置をひみつきちと名付けていた。 |

## 5. まとめ

本研究は竹取公園「みんなのひみつきち」における子供の遊び方と利用実態を調査して14事例をまとめ、子供と親が共に遊べる遊具の重要性が再認識された。また、ごっこ遊びのような想像力の働いた遊び方もあり、遊びながら子供の空間認知能力が育ったのではないかと考えられる。今後、空間認知能力と運動能力、想像力がバランスよく育つ遊具の計画が重要だろう。

参考文献
1) Akira Maehashi, PLAYDESIGNLAB（https://www.playdesign-lab.com/report/detail_20160330.html）（最終閲覧日2018.10.11）

謝辞
ご協力頂いた保護者と子供たちに厚く感謝申し上げます。

# 戸建住宅における玄関前の空間の使い方に関する研究
## ～大阪府堺市A町を対象として～

岸　汰佳良
Takara Kishi
陳ゼミ

## 1. はじめに

同じ類型の住宅でも玄関前の空間が通るだけの空間になっている住宅と活用している住宅がある。このことから形や前面道路のアクセス度(注1)の異なる住宅なら玄関前の空間をどのような使い方をしているのか疑問に思い調査することにした。玄関前の空間が活用していない住宅が多い町だと、人目が少ない町になり防犯性が薄くなる。そこで、本研究は、事例調査により戸建て住宅における玄関前の空間の使い方と、前面道路のアクセス度の違いによっての領域性の認識の実態を把握することを目的としている。

## 2. 調査対象地について

大阪府堺市の北西部に位置する堺区の164個の町の中からA町を選び、A町の4丁と5丁を調査対象地とする。調査対象地の総人口765人、世帯数344世帯、面積0.0583㎢である(文1)。古い住宅と新しい住宅が混在している、広い道路から路地裏のような細い道まで混在している。研究対象となる戸建て住宅が多いことの理由から選定した（図1)。調査対象地内における道路は、メイン道路からのアクセスの度合いによって、3つのグループ分類する。アクセス度が高い道路をⅠ-1からⅠ-3、中の道路をⅡ-1からⅡ-9、低い道路をⅢ-1からⅢ-4に分類する（図2)。

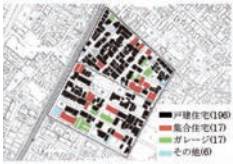



図1　調査対象地の建物種類(文2)

図2　道路分類

## 3. 調査概要

調査にあたって掃除範囲のうち前面道路の部分を半公的領域と定義する（図3)。掃除範囲は指差しで示してもらい長さを測る。「仮説1：前面道路のアクセス度が高くなるほど半公共領域の割合が小さくなる」と「仮説2：前面道路のアクセス度が高いほど玄関前の空間の活用は少ない」の2つの仮説をおく。調査方法は、まず観察調査により空間認識を行い、次に住人へインタビュー調査を行い玄関前の空間での行動を調査した。最後に観察調査とインタビュー調査で得た情報を白地図に表しまとめた。事例調査は、2018年9月～12月の間の7日間行い、前面道路のアクセス度が高い、中、低い事例がそれぞれ4個ずつ集まった。

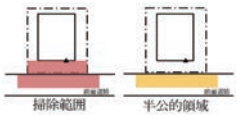



図3　半公的領域の定義

## 4. 調査結果

12事例の調査結果は表1の通りである。

表1 事例調査の結果まとめ

| 事例番号 | | 前面道路のアクセス度 高い | | | | 前面道路のアクセス度 中 | | | | 前面道路のアクセス度 低い | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | No.1 | No.2 | No.3 | No.4 | No.5 | No.6 | No.7 | No.8 | No.9 | No.10 | No.11 | No.12 |
| 前面道路幅 | | 6.5m | 6.5m | 11m | 11m | 5m | 5m | 5m | 5m | 2.5m | 2.5m | 3.5m | 3m |
| 家前の半公的領域 | 割合 | 8% | 0.8% | 0% | 9% | 50% | 50% | 60% | 10% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| | 面積 | 3㎡ | 5㎡ | 0㎡ | 6㎡ | 15㎡ | 15㎡ | 40㎡ | 6.5㎡ | 37.5㎡ | 18.5㎡ | 22.5㎡ | 10.5㎡ |
| 隣家前の掃除範囲 | 距離 | なし | なし | なし | なし | 1m | なし | 2m | なし | 5m | 4m | 7.6m | 2.7m |
| | 面積 | なし | なし | なし | なし | 2.5㎡ | なし | 6㎡ | なし | 12.5㎡ | 10㎡ | 26.5㎡ | 8㎡ |

## 5. 分析・考察

### 5.1 アクセス度と半公的領域の関係

事例調査から12事例をA,B,C,Dのグループに分類した。グループA,B,Cは仮説1の比例の関係になっているが、グループDのみ仮説通りではない(図4)。

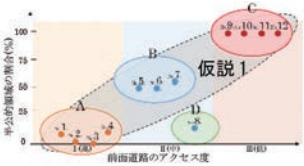
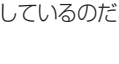
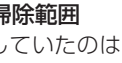
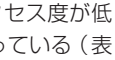
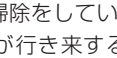
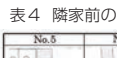
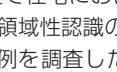
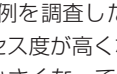
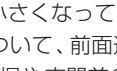
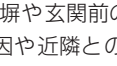



図4　アクセス度と半公的領域

アクセス度と半公的領域の関係をまとめ

たのが表2である。グループDの事例には、道路境界線に高い塀があり、アクセス度が中になっても、半公的領域が小さくなっている原因だと考えられる。

表2 アクセス度と半公的領域の関係

| 事例番号 | | 外観写真 | 塀 | 前面道路 | 半公的領域 |
|---|---|---|---|---|---|
| グループA | No.1 | | なし | アクセス度 I (高い) |  8% (小) |
| | No.2 | | | |  0.8% (小) |
| | No.3 | | 高い塀あり | |  0% (小) |
| | No.4 | | | |  9% (小) |
| グループB | No.5 | | なし | アクセス度 II (中) |  50% (中) |
| | No.6 | | | |  50% (中) |
| | No.7 | | 格子状の塀あり | |  60% (中) |
| グループC | No.9 | | なし | アクセス度 III (低い) | 100% (大) |
| | No.10 | | | |  100% (大) |
| | No.12 | | | |  100% (大) |
| | No.11 | | 高い塀あり | |  100% (大) |
| D | No.8 | | 高い塀あり | アクセス度 II (中) |  10% (小) |

## 5.2 アクセス度と滞在する行動の関係

滞在する行動の考察から、5事例は仮説2の通りだが、7事例は仮説2の通りではない（図5）。仮説2通りではなかったNo.3とNo.6を見る（表3）と、No.3は、アクセス度が高いが塀があり、敷地内への周りの視線が減り、玄関前の空間に滞在する行動も多くなる。No.6は、アクセス度が中で玄関前の空間を活用しやすい住宅でも、玄関前の空間に滞在する行動が多くない住宅もある。このように玄関前の空間の活用は、アクセス度の要因だけでなく塀や近隣コミュニティなど様々な要因が関係しているのだと考えられる。

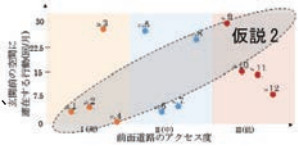
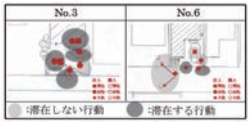



図5 アクセス度と滞在する行動

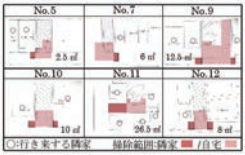
表3 玄関前の空間の行動




## 5.3 隣家前の掃除範囲

隣家前を掃除していたのは、6事例があり、全体的にアクセス度が低くなるほど隣家前の掃除を行っている（表4）。各事例を見ると隣家前の掃除をしている事例は、全て隣家との関係が行き来する家となっているため、隣家との関係が良好なほど隣家前も一緒に掃除することがわかる。

表4 隣家前の掃除範囲（濃色）




## 6. まとめ

本研究は、戸建て住宅における玄関前の空間の使い方と領域性認識の実態について、堺市の12事例を調査した。11事例が前面道路のアクセス度が高くなるほど半公的領域の割合が小さくなっている。玄関前の空間の活用について、前面道路のアクセス度だけでなく塀や玄関前の空間の広さなどの物理的要因や近隣とのコミュニティ、住民の違いなど様々な要因が関係しているのだと考えられる。また、6事例が隣家前の掃除を行っており、玄関前の空間における領域性の認識を変えると考えられる。今後、玄関前の空間における掃除など滞在する行動が多くなると、人目が多い町になるので、防犯や近隣コミュニティの形成にも繋がるだろう。

注1）幹線道路などのメイン道路から1回曲がれば通れる道路、2回曲がれば通れる道路、3回曲がれば通れる道路など、メイン道路からのアクセスの度合いのこと。

参考文献
1）堺市ホームページ/市政情報/統計情報/年齢別人口/町丁別年齢別人口 http://www.city.sakai.lg.jp/shisei/tokei/nenreibetsu/chouchounenrei.html（最終閲覧日:2019.2.4）
2）堺市役所/アジア航測株式会社、堺市1:2,500地形図、2018年3月

謝辞
ご協力頂いた住民の皆様に厚く感謝申し上げます。

# 標示物のフォントデザインによる見やすさに関する研究

木下 翔太 Shota Kinoshita　吉田 直人 Naoto Yoshida　東ゼミ

## 1. はじめに

視覚から得る情報量は五感の中で８割を占めるといわれる。超高齢社会である日本では標示物の見やすさが一層求められている。さらに外国人観光客の増加に伴い、日本語以外の標示の増加が予測される。見やすさには文字サイズの影響が大きいが、限られたスペースにおいてはサイズだけの対応には限界がある。

そこで本研究では、フォントデザインや文字の太さの異なる和文および英文フォントを用いた標示物の視認距離を測定し、フォント選定時に参考となるデータの取得を目的として実験を行った。

## 2. 研究概要

本研究では和文、欧文とも各２書体ずつ、それぞれに太字と細字の計８書体を対象とした。文字高はガイドライン[1)2)]等を参考に、和文は6cm、8cm、12cm 、欧文は4.5cm、6cm、9cmとした。

〈和文〉　〈欧文〉
・新ゴM(細)　・Humanist777 LT BT(細)
・新ゴB(太)　・Humanist777 Blk BT(太)
・ｲﾜﾀUD丸ゴM(細)・Swiss721 LT BT(細)
・ｲﾜﾀUD丸ゴB(太)・Swiss721 Blk BT(太)

被験者は 大学生20名（男性８名・ 女性12名）である。壁際に設置したホワイトボードの180cmの高さに設置した標示物２つを視対象とし、字体以外の要素をできる限り統一するため、類似した表記内容で作成した（図１）。フォントデザインと文字高を組み合わせた和文、欧文とも２種×６パターンの計12パターンを提示し、提示順はラテン方格法によりランダムとした。30m離れた地点から徐々に近づいて標示物を目視し、申告用紙に正確に書き写すことができた地点を視認距離とした。実験時には標示物の掲示した位置における水平面・垂直面照度を測定、被験者の視力も確認した。

図１　提示した標示物の例（和文・欧文）

## 3. 視認距離の測定

フォントデザインおよび文字の太さ・文字の大きさごとの視認距離の平均値を図２に示す。

視認距離は、和文・欧文ともにデザインに関わらずフォントサイズが大きいほど長くなり、文字の大きさが視認距離に大きく影響することが確認された。和文のUD丸ゴB（太字）よりUD丸ゴM（細字）の視認

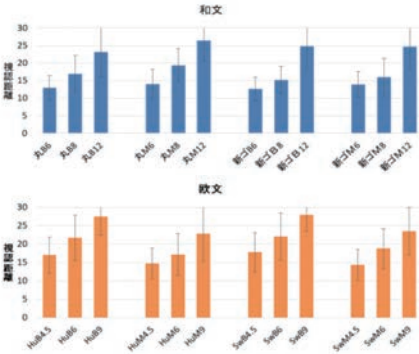



図２　提示した標示物の例（和文・欧文）

距離が長く、新ゴは文字サイズが小さくなるとやや細字の視認距離が長い。

欧文はデザインに関わらずBlk（太字）の視認距離が長い傾向にある。

視認距離と文字高の関係を図３に示す。和文について文字の太さで比較すると、UD丸ゴはM（細字）の視認距離がやや長い。新ゴM（細字）はばらつきが大きく、文字高が小さくても視認距離の長い事例があった。太字の場合にはフォントデザインによる視認距離にほとんど差がなく、結果を近似するとガイドラインにおける目安である視距離30ｍで文字高12cmにほぼ一致した。細字の場合には視距離が25ｍより近い場合に半UD丸ゴが見やすい傾向にあった。

欧文はフォントデザインに関わらず、視距離が近い場合には太字の視認性が優れ、和文の結果とは逆であった。しかし、視距離が遠くなるにつれて文字太さによる差は縮小した。

以上の結果より、想定する視距離に応じて適切にフォントデザインを選定するとともに、和文と欧文を併記する場合には文字太さのバランスに配慮すべきと考えられた。

## 4.まとめ

本実験の結果、和文ではイワタUD丸ゴシックM（細字）、欧文では太字の視認距離が長い傾向がみられた。さらに、視距離によって見やすいフォントデザインや文字太さが異なる可能性も示唆された。

本研究では歩行者を想定し、正面から見た視認距離をもとに分析したが、今後は移動速度の違いや視対象との角度等の影響、さらに視認距離以外の見やすさに関する要因の検討が望まれる。


参考文献

1）公共施設等における文字サインに関する基礎調査報告書，公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団，平成29年３月

2）Tokyo2020アクセスビリティ・ガイドライン、公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会，2017年３月

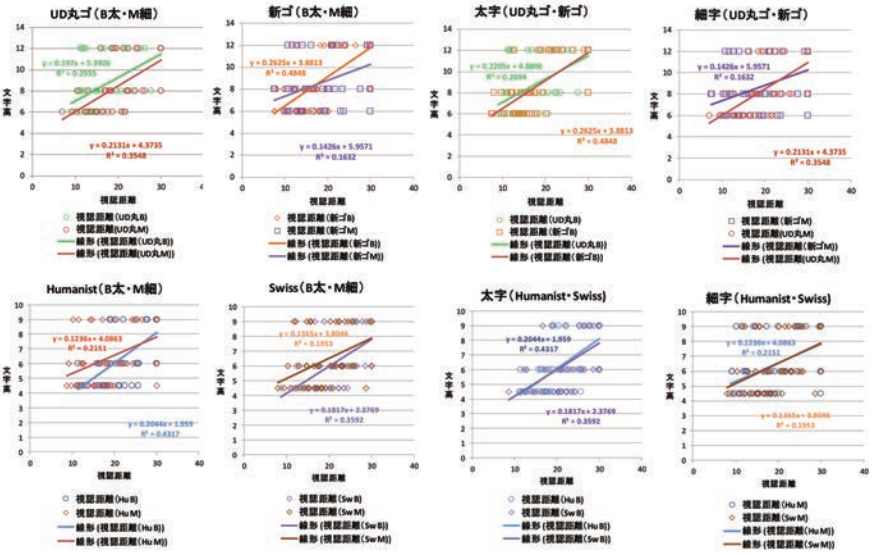




図３　視認距離と文字高の関係（上和文，下欧文）

# 市民と行政の協働まちづくりに関する研究
# ～香芝市スポーツ公園プール施設整備運営事業を事例として～

清水 真夏
Manatsu Shimizu
清水ゼミ

## 1. はじめに

近年、公共施設の再建が全国各地で進んでいるが、一方的に施設の再編・統廃合を進めた自治体の多くにおいて、住民との対立・摩擦が問題化している。解決の糸口として、公共施設における民間活力の活用手法が模索される中、その１つとしてPFI方式が注目を集めている。PFI方式とは、公共施設等の建設、維持管理、運営等を民間の 資金経営能力及び 技術的能力を 活用して、効率的かつ効果的に公共サービスを提供する事業手法である。そこで、本研究では、PFI方式で行われる香芝市の市民プールの再建事業を事例として①民間企業の英知を生かして、市民に愛される再建事業を行うためのPFI方式のあり方②住民参加の経験少ない地域での参加形態のあり方について明らかにする。

## 2. 調査方法

本研究の調査方法は、下記の通りである。（※②,③は関西大学北詰研究室と共同研究）

①.公共施設の課題について文献調査

②.香芝市総合プール利用者に
　アンケート 調査を実施（表１ 調査①）

③.香芝市民にアンケート調査を実施
　（表２ 調査②）

表１ 調査① 利用者アンケート調査概要

| | |
|---|---|
| 調査対象 | 香芝市総合プール利用者 |
| 調査日程 | 2018年8月3，4，6日 |
| 調査場所 | 香芝市総合プール |
| 調査方法 | 直接配布，直接回収 |
| 有効回答数 | 232票 |

表２ 調査② 住民アンケート調査概要

| | |
|---|---|
| 調査対象 | 最もプールを利用される方 |
| 調査日程 | 2018年11月23日～12月7日 |
| 調査対象地域 | 高山台，磯壁，白鳳台，畑，下田東，五位堂，北今市，関屋北 |
| 調査方法 | 無作為配布，送付回収 |
| 有効回答数 | 349／1,717票（回収率20%） |

## 3. 要求水準書と住民の要望

要求水準書とは、事業内容を事業主に伝える重要なツールとして使用される仕様書である。PFI事業者に対し要求する必要最小限の業務の範囲、実施条件、水準を示すことで、民間事業者の創意工夫を発揮する余地が増え、①事業費の縮減や、②事業のサービスの質の向上を期待している。例えば本事業における、「屋外プール」については、

> **流水プール、造波プール等のアトラクション要素を有するプールを設け、適宜、対象とする年齢の利用者に適合した遊具類（ウォータースライダー等）を設置すること。なお、遊具類については常設、運営期間中のみの仮設いずれによる提案も可とする。**

と記載されている。

一方、住民への調査①からは、レジャー目的の子供達の数よりも、それを見守る家族の数の方が多いことが明らかとなった。（図1）

利用したい施設（図2）を年齢別に見てみると、10～40代は、アトラクション要素の強い「ふれあい水遊びプール」、50～70代以上は、癒し要素の強い「温水ジェットプー

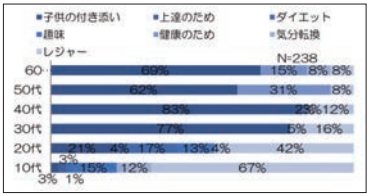



図１ 利用目的（年代別）調査①より

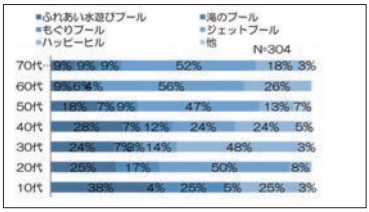



図２ 利用したい遊戯施設（年齢別）調査②より

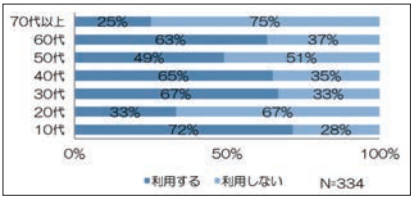


図3 利用したい遊戯施設導入（年齢別）調査②より

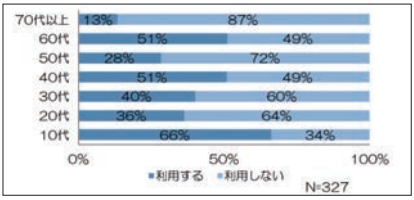


図4 利用したいスライダー導入（年齢別）調査②より

ル」を求める声が多かった。

さらに、希望する遊戯施設やスライダーを導入した際、現在よりも200円程度値上げした場合の利用の有無については、遊戯施設は、どの年齢も利用する割合が高いが、スライダーについては10代の需要は高いもののそれ以外の年齢層では半数かそれ以下であることが明らかとなった。

## 4. 住民参加の意欲

住民への調査②で住民参加の参加形態に対して尋ねたところ、「アンケート調査に参加する」や「広報誌やHPを閲覧して、計画や進行状況を受け取る」と選択肢の中でも参加に消極的な意見が多い結果となった。現在の香芝市の住民参加の現状はアーンシュタインの参加の梯子[注1)]でいうところの「情報提供」段階であったが、調査②から住民の意欲としては「意見聴取」段階まで上げられる可能性があることが明らかとなった（図5）。

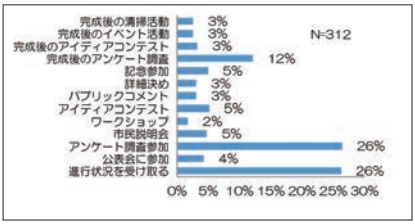


図5 住民参加の形

## 5. まとめ

### ①PFI方式のあり方

PFI方式は民間の英知を生かした事業展開を期待して構築されている仕組みであるため、事業者の采配により自由な提案ができるよう、要求水準書の内容は最低限に止められている。一方で、必ず住民の要望の傾向を事業提案者へ周知しなければならないといった決まりはない。今回の調査では、住民の利用実態や意向に一定の傾向が見られた。要求水準書だけでは、これらのことを把握することは困難であり、事業提案者が住民への意向調査を実施することは、入札前であることから事実上不可能である。あらかじめ住民の意向を把握するすべをもつことで本来の民間の英知を活かせるのではないだろうかと考える。そこで、要求水準書だけを事業主に渡すのではなく、市民のニーズ調査のデータも供に添付したうえで、事業提案者が住民のどの意見を採用するかの判断をあおることが重要ではないかと考える。本研究では、実際の事業提案と調査結果との比較ができなかったため、検証まではいたらなかったが、「要求水準書＋α」により、従来よりもその地域にあった公共施設の提案ができるのではないかと考える（図6）。

図6 企業力を最大限に活かせるPFI方式のあり方

### ②住民参加初動期の地域での参加の形態

住民参加の初動期には、その地域の参加の可能性をあらかじめ調べた上で、参加を促す必要がある。本研究ではアンケート調査を実施し、参加の可能性を計った。今後は参加の経験を増やし、徐々に参加のレベルをあげていくことで、スムーズに住民が参加できる土壌を築き上げることが必要である。

注釈
1）アーンスタインが提唱した、計画決定のプロセスにおける住民参加へのアプローチをそのレベルと形式によって8つに分類したもの

参考文献
1）「公共施設の再編と住民参加」森 裕之.政策科学25－1，Oct. 2017
2）薬袋奈美子・室田晶子・加藤仁美．生活の視点でとく都市計画．東京．彰国社.2016．P114-119

謝辞
調査にご協力頂いた香芝市住民の皆様、香芝市役所の皆様、共同研究でご指導頂いた関西大学北詰恵一先生、および研究室の皆様に深謝致します。

# 近鉄奈良駅周辺の環境色彩に関する研究 ～屋外看板を中心に～

下里 悠河 Yuga Shimozato　別役 潤 Jun Betsuyaku　李ゼミ

## 1. はじめに

歴史的建造物が多く街に溶け込んでいる土地において屋外看板は、その街の印象に大きな影響を与える。屋外看板などの企業のロゴは、CI（コーポレイト・アイデンティティ）の概念に基づいて企業の顔として使用されているが、そのロゴが景観に悪影響を及ぼすこともある。そこで、近年は条例に従い彩度を変化させたものや、景観に合わせて色を変化したものが増えているのが現状である。京都市を前例として色彩に対する規制を導入する自治体も多くその事例に関する研究も数多い。一方、歴史や文化の異なる奈良市においては、奈良市が定めた景観ガイドラインがあるにもかかわらず、屋外看板に関するマンセル値などの明確な規制が無く、誘目性の高い屋外看板が多く使用されており、景観が損なわれていると考えられる。そこで本研究では、世界遺産を多く有する奈良市に着目し、京の景観ガイドラインを参考にしつつ、日頃慣れ親しんだロゴのイメージを損なわずに奈良市の景観と調和し、観光客と地元の人に好まれるロゴの色彩を模索する。

## 2. 色彩条例に関する事前調査

表1　調査概要

| | | |
|---|---|---|
| 調査対象 | 現地の通行人　各20人（計80人） | |
| 調査方法 | 各地域で選択肢法による調査用紙を配布しその場で各質問に番号で回答してもらい回収した | |
| 調査日 | 2018年6月中旬～7月上旬 | |
| 調査地 | 近鉄奈良駅前・JR奈良駅前 | JR京都駅前・阪急河原町前 |
| 調査内容 | ① 性別<br>② 年齢<br>③ 住まい<br>④ 利用目的<br>⑤ 職業<br>⑥ 利用頻度<br>⑦ 京都の色彩に関する条例を知っているか（京の景観ガイドライン）<br>＊景観に適しているか<br>⑧ 奈良にも同様の条例が必要か<br>⑨ 奈良と聞いて思い浮かべるもの<br>⑩ 奈良のイメージカラー | ① 性別<br>② 年齢<br>③ 住まい<br>④ 利用目的<br>⑤ 職業<br>⑥ 利用頻度<br>⑦ 京都の色彩に関する条例を知っているか（京の景観ガイドライン）<br>＊景観に適しているか<br>⑧ 京都と聞いて思い浮かべるもの<br>⑨ 京都のイメージカラー |

【調査結果】奈良・京都どちらにおいても、75％の人が条例は景観に適している。また、各地域におけるイメージカラーでは、奈良・京都共に茶色であるという回答が得られた。

## 3. 試料選定

10社の企業のロゴをそれぞれ、①CIカラーに基づいた原色、②京都で使用されているロゴの色および③主に彩度を落としたロゴの色、各3つの試料（計30枚）を画像試料とした。

図1　画像試料

## 4. ロゴの色の測定

画像試料のベースカラーを色彩輝度計KONICA MINOLTA CS-150を使用して測定した。図2にCIカラーに基づいた原色のロゴを、図3に京都で使用されているロゴのxy色度図における分布を示す。

CIカラーに基づいた原色は、“赤･青･黄”が用いられている。一方、京都で使用されている色は低彩度の黄～橙をおびた色が使用されている。

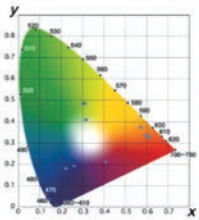


図2 xy色度図における原色の分布図

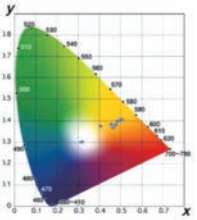


図3 京都で使用されているロゴの分布図

## 5. SD法による評価

奈良のイメージカラーとしては、最も選ばれた色は茶色であり、イメージされるものとしては寺であった。茶色は、歴史的建造物を多く有することからイメージされやすく評価が高かったと考えられる。さらに、YR（橙）の色相において、奈良らしさの項目で高い評価が得られた。「目立ちやすさ」と「本物とのイメージの近さ」では、彩度が高いほど評価が高い。特に、誘目性の高いR（赤）の色相が使用されているロゴや本物とのイメージが近いロゴは、目立ちやすいと考えられる。その理由としては、企業が謳っているロゴの色彩が記憶色に近い原色となり、固定概念として定着されていることが考えられる。総合的評価として考えられる「好み」と企業の狙いである「購買意欲」では、結果が類似しているため関連性が高いと言える。また、原色のロゴの評価が総じて高く、好まれるロゴは購買意欲が上がると考えられる。

## 6. 因子分析結果

28語の感情尺度に対する評価値を全体・奈良・京都・その他で因子分析した結果は、全体(59.73%)、 奈良(64.06%)、 京都(56.61%)、その他(59.32%)であり、それぞれの試料を見たときの感情の約56～64％の心理因子で構成されていることがわかった。各心理因子に対する因子得点の結果、各試料での大きな差は見られないが、ロゴの3つの色別で比較すると、原色が最も好まれる結果となった。また、彩度を変化させたロゴは、全体的に評価されない傾向がみられ、特にNo.14(すき屋③)はすべての項目において最も評価が低かった。

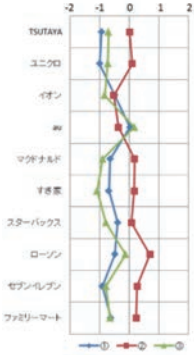



図4「奈良らしさ」における
イメージプロフィール

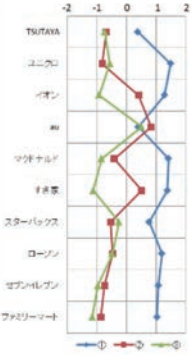



図5「目立ちやすさ」における
イメージプロフィール

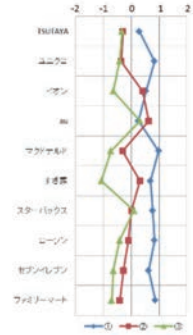



図6「好み」における
イメージプロフィール

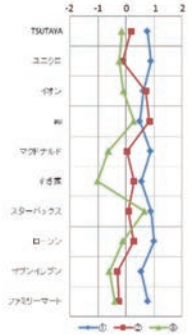



図7「購買意欲」における
イメージプロフィール

※青①はCIカラーに基づいた原色のロゴ、
赤②は京都で使用されている色のロゴ、
緑③は主に彩度を落とした色のロゴを示す。

## 7. まとめ

茶色が奈良のイメージカラーとして最も評価され、YR（橙）は「奈良らしさを感じる」で高い評価を得た。「目立ちやすさ」と「本物とのイメージの近さ」では、彩度が高いほど評価が高い。特に、誘目性の高いR（赤）の色相が使用されているロゴや本物とのイメージが近いロゴは、目立ちやすい。さらに、奈良市の人の多くが奈良にも京都のような条例が必要とされ、京都のような条例が奈良にも適しているという結果を得た。これより、京都の条例として定まっているマンセル表式系の彩度8以下のYR（橙）を使用したロゴが奈良市に適していると言えるだろう。

# 天然乾燥スギ材のにおいに対する生理心理反応

杉尾 海斗
Kaito Sugio
東ゼミ

## 1. はじめに

一般的に木材のにおいは好まれる傾向にあるが、含まれる成分の多様性により人に与える影響については不明な点が多い。スギ材の乾燥方法によるにおいの違いに着目した既往研究[1)]では高温乾燥より中温乾燥や天然乾燥のにおいに快適側評価が多かった。

そこで本研究では天然乾燥のスギ材に着目し、含有される化学物質とにおいを嗅いだ時の心理的・生理的反応の関係を明らかにすることを目的として被験者実験を行った。

## 2. 研究方法

嗅覚パネル選定試験に合格した9名の女子大学生（20-23歳）を被験者とし、人工気候室において温湿度条件を制御して実験を行った。

試料は天然乾燥で産地や部位の異なる計4種のスギ材（岐阜・三重辺材・三重心材・宮崎）で、提示なしを含めた5条件とした。提示順序はランダムで閉眼着座姿勢にて60秒間においを嗅いでもらい（タスク）、タスクの前後60秒ずつは安静（レスト）とし、におい評価アンケート（においの強さ6段階・快不快度9段階・ツンとするような刺激：グラフ評定法）は後レスト後半の30秒で行い、脳血流量（f-NIRS：島津製作所FOIRE 3000）は実験中継続して測定した。

## 3. 化学物質放散量

小型チャンバー法（JIS A 1901:2015）により試料の化学物質放散量を測定した。同定した物質以外の揮発性有機化合物（VOC）はトルエン換算によりTVOCとした（図1）。TVOC放散量は三重心材が多く、岐阜は少なかった。木材特有の香気成分であるテルペン類の$\beta$-カリオフィレン、$\beta$-オイデスモールの測定結果も同様の傾向であった（図2）。シックハウス症候群等の原因物質のひとつで刺激性のあるホルムアルデヒドは、微量であるがすべての試料から検出された。

## 4. におい評価アンケート（心理量）

においの強さは三重が楽に感知できるにおい、一方岐阜はやっと感知できるにおいであった（図3）。においの評価は概ね快適側であったが、三重心材に唯一不快側評価があり、ツンとするような刺激も多く感じられており（図4）、化学物質放散量が多すぎると心理評価が低下する傾向は既往研究[1)]と同様であった。

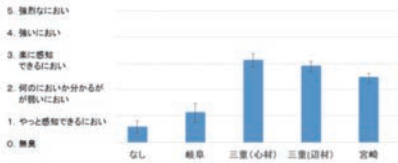



図3 においの強さ

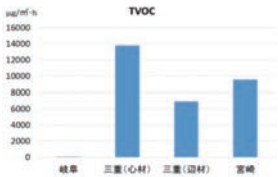



図1 TVOC測定結果

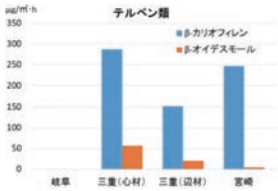



図2 テルペン類測定結果

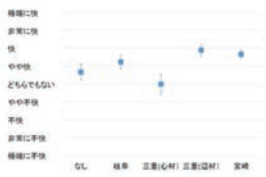



図4 においの快不快度

## 5. 脳血流量の測定（生理量）

f-NIRSは間接的に脳活動をとらえる非侵襲的計測法で、本研究では脳血流内の酸化ヘモグロビンの変化量に着目した。

においを嗅いでいる前半30秒間（タスク）のにおいを嗅ぐ前30秒間（前レスト）との差を反応、においを嗅いだ後30秒間（後レスト）のにおいを嗅ぐ前30秒間（前レスト）との差を回復とし、各条件においてチャンネル毎の前レスト後半30秒間の平均値と標準偏差から算出したZ-score使用して解析を行った。前頭葉に33chを図5に示すように配置して実験を行った。

安静時より変化量が増加したら赤色、減少すると青色、変化がないと緑色として可視化したマッピングを作成した。被験者の平均値をみると、反応、回復ともに岐阜の変化量が大きかった（図6）。個人別にみても岐阜の変化量は大きい事例が多かった。

## 6. 化学物質と生理・心理反応

におい評価において、においの強さは弱く、やや快適側評価であり、ツンとするような刺激感も少なかった岐阜の変化量が大きい理由として、沈静作用があるとされるテルペン類の放散量に対して刺激性のホルムアルデヒド放散量の割合が多いためではないかと推察した。一方で三重心材の変化量は個人差が顕著であり、心理評価で快適側と不快側に評価が分かれたことと関連性があると考えた。

脳血流量の変化と心理評価との関係を検討するため、全試料を対象とし、においを快適と評価した群とそれ以外の2群に分類し、チャンネル毎に差の検定を行った。その結果、前頭葉左側の複数のチャンネルにおいて有意差（$p<0.05$）が認められた。この部位は楽しい気分になると活性化するといわれており[2)]、心理量と生理量との関連が示唆された。同様ににおいの強さとの関係も検討したが、すべてのチャンネルにおいて有意差は認められなかった。

図5　装着部位とチャンネル配置

## 7. まとめ

- スギ材のにおいに対する心理評価は昨年の結果と同様に快適側評価が多く、好まれる傾向にあることが確認された。
- 今回対象とした天然乾燥のスギ材に含まれる化学物質では、特にTVOC放散量や香気成分の含油量において産地や用途に応じた製材の方法、乾燥条件等により差がみられた。
- 心理評価間の関係では、においの快不快度とツンとするような刺激に関連性があった。
- 心理評価と生理反応の関係では、積極的に快適と評価する場合の脳血流量に穏やかな反応が確認された。
- 含有される化学物質と心理・生理反応との関係では、心理的ににおいを感じていなくても含有される刺激性の化学物質により脳血流量に反応がみられた。

今後の研究により木材のにおいが人に与える影響に関する科学的な検証データが蓄積され、再生可能性や加工性という長所に加え、においが木材の価値を高める特徴になることを期待したい。


参考文献

1）島田咲紀：乾燥方法の異なる木材の香りと色の経時変化，平成29年度畿央大学卒業論文

2）吉田倫幸：快適さの客観的計測と評価，計測と制御，第41巻,第10号，pp.696-701（2002）



謝辞

実験にご協力頂いた被験者の皆様および共同研究としてご指導頂いた奈良女子大学 久保博子先生、東京学芸大学 萬羽郁子先生、近畿大学 東賢一先生に深謝致します。

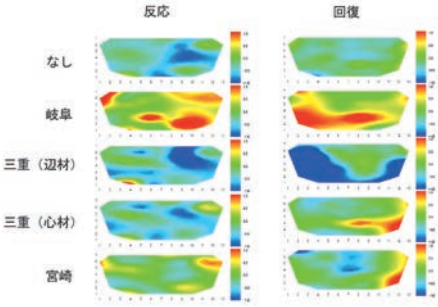




図6　においによる脳血流の変化（平均）

# 近鉄奈良駅周辺の環境色彩に関する研究 ～タクシー・バスのボディーカラーを中心に～

外原 拓海 Takumi Sotohara
本田 雄飛 Yuhi Honda
李ゼミ

## 1. はじめに

歴史文化遺産も数多く存在する奈良市の玄関口でもある近鉄奈良駅周辺を観光客に好まれつつ、地元の人も誇れるような奈良県の景観にふさわしい景観色彩の提案を目的とし、とりわけ周辺を走るタクシー・バスの交通手段に着目した。全国を走るタクシー・バスのボディーカラーを画像における変化を施し、近鉄奈良駅に合ったタクシー・バスの色を導き出すことを試みる。

## 2. 画像試料①作製

図１　実験①に使用した画像試料（タクシー）

図２　実験①に使用した画像試料（バス）

全国で使用されているタクシー・バスのボディーカラーを調べた。基本色相である赤、橙、黄、緑、青、紫と無彩色である白、黒が使用されていることから画像試料として用いた。また奈良交通の色を加えアンケートを行った。なお、紫のタクシーは数が極端に少ない為、本実験では除外した。写真撮影はタクシー・バスともに近鉄奈良駅周辺に停車中のものをiphone７（1,200万画素）により行った。

## 3. SD法による評価実験

1）調査期間：2018年10月中旬～11月上旬
2）調査対象：畿央大学生、畿央大学生以外の成人男性30名ずつ、計60名。
3）調査方法：20項目の対語の感情尺度の用語を用い、SD法により-2～＋2の５段階尺度でイメージ評価を行った。
4）調査目的：①タクシー・バスのボディーカラーが周りにどのような印象を与えるのか、奈良にはどのようなボディーカラーのタクシー・バスが望まれているのかについて。②タクシー・バスのボディーカラーに対する評価と互換性は存在の有無について。

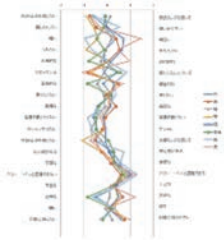


図３　タクシーに対するイメージプロフィール（全体）

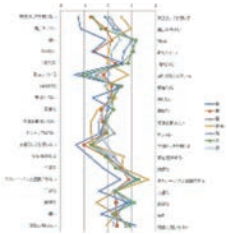


図４　バスに対するイメージプロフィール（全体）

## 4. 因子分析

タクシー、バスのボディーカラーそれぞれの全体において、多変量解析の因子分析を行った。分析に用いる変数はそれぞれの形容詞項目になる。出力された因子負荷量行列（バリマックス回転後）から、因子１～因子４の中の高い数値のものを選択し、因子負荷量表を作った。さらに、出力された因子得点から、因子１～因子４の平均を取り、因子得点分布図を作成した。また、男女別でも因子分析を行った。

表１　因子分析結果（全体タクシー）

| 全体　タクシー<br>形容詞項目 | 第1因子 | 第2因子 | 第3因子 | 第4因子 |
|---|---|---|---|---|
| 安心感がない―安心感がある | 0.899 | −0.065 | −0.002 | −0.227 |
| 親しみにくい―親しみやすい | 0.809 | 0.054 | −0.190 | −0.225 |
| 乗りたくない―乗りたい | 0.547 | 0.183 | 0.198 | −0.193 |
| 不潔な―清潔な | 0.479 | 0.012 | 0.128 | 0.149 |
| 嫌い―好き | 0.474 | 0.062 | 0.311 | −0.079 |
| 目立っている―周りになじんでいる | 0.443 | −0.345 | −0.022 | −0.334 |
| 下品な―上品な | 0.431 | −0.077 | 0.273 | 0.040 |
| タクシー＝バスと認識できない―タクシー＝バスと認識できる | 0.347 | 0.130 | −0.239 | 0.049 |
| 暗い―明るい | 0.059 | 0.735 | 0.044 | 0.060 |
| 地味な―派手な | −0.106 | 0.634 | 0.167 | 0.283 |
| つめたい―あたたかい | 0.174 | 0.579 | 0.088 | −0.192 |
| 印象に残らない―印象に残る | −0.017 | 0.512 | 0.301 | 0.091 |
| オシャレではない―オシャレ | 0.208 | 0.246 | 0.714 | 0.056 |
| 写真　印刷しやすくない―写真　印刷しやすい | 0.010 | 0.242 | 0.694 | −0.085 |
| 質素な―高級な | 0.167 | 0.208 | 0.324 | 0.255 |
| 田舎的な―都会的な | 0.171 | 0.308 | 0.278 | 0.642 |
| 奈都らしさ感じない―奈都らしさ感じる | 0.162 | 0.014 | 0.243 | −0.576 |
| 奈良らしさ感じない―奈良らしさ感じる | 0.229 | 0.050 | 0.023 | −0.542 |
| 古風な―現代的な | 0.010 | 0.390 | 0.194 | 0.409 |
| | | | | |
| 固有値 | 2.333 | 2.143 | 1.694 | 1.688 |
| 寄与率 | 12.3% | 11.3% | 8.9% | 8.9% |
| 累積寄与率 | 12.3% | 23.6% | 32.5% | 41.4% |

表２　因子分析結果（全体バス）

| 全体　バス<br>形容詞項目 | 第1因子 | 第2因子 | 第3因子 | 第4因子 |
|---|---|---|---|---|
| 安心感がない―安心感がある | 0.687 | −0.071 | −0.036 | −0.117 |
| 親しみにくい―親しみやすい | 0.674 | −0.078 | 0.023 | −0.222 |
| 乗りたくない―乗りたい | 0.638 | 0.213 | 0.084 | −0.009 |
| 嫌い―好き | 0.554 | 0.228 | 0.150 | 0.055 |
| 奈良らしさ感じない―奈良らしさ感じる | 0.514 | −0.015 | 0.019 | −0.326 |
| 不潔な―清潔な | 0.484 | −0.152 | 0.077 | 0.132 |
| 目立っている―周りになじんでいる | 0.481 | −0.130 | −0.288 | −0.344 |
| つめたい―あたたかい | 0.416 | 0.159 | 0.484 | −0.011 |
| 下品な―上品な | 0.401 | 0.092 | 0.093 | 0.115 |
| タクシー＝バスと認識できない―タクシー＝バスと認識できる | 0.386 | −0.309 | 0.302 | 0.032 |
| 奈都らしさ感じない―奈都らしさ感じる | 0.375 | 0.153 | −0.119 | −0.315 |
| 写真　印刷しやすくない―写真　印刷しやすい | −0.021 | 0.715 | 0.107 | 0.061 |
| オシャレではない―オシャレ | 0.010 | 0.444 | 0.118 | 0.251 |
| 質素な―高級な | 0.227 | 0.468 | 0.154 | 0.186 |
| 暗い―明るい | 0.335 | 0.109 | 0.690 | 0.114 |
| 地味な―派手な | −0.191 | 0.174 | 0.577 | 0.389 |
| 印象に残らない―印象に残る | −0.118 | 0.388 | 0.455 | 0.252 |
| 田舎的な―都会的な | 0.009 | 0.249 | 0.049 | 0.714 |
| 古風な―現代的な | 0.012 | 0.113 | 0.277 | 0.507 |
| | | | | |
| 固有値 | 3.213 | 1.708 | 1.613 | 1.514 |
| 寄与率 | 16.0% | 9.0% | 8.5% | 8.0% |
| 累積寄与率 | 16.0% | 25.0% | 34.4% | 42.4% |

## 5. 画像試料②作製

図５　実験②の画像試料（タクシー）

図６　実験②の画像試料（バス）

被験者実験①の結果より高評価色として橙のタクシー、赤と橙のバス、低評価色として緑のタクシー、紫のバスが選出された。赤のバス、橙のバスは同等に評価されたことから２色とも実験②の試料として用いた。一方、緑のタクシーは「奈良らしさを感じる」と評価されているが、因子得点分布図より全ての形容詞項目では全体的に評価が低いことから低評価色とした。タクシー（橙、緑）、バス（橙、赤、紫）を高彩度、中彩度、低彩度の３段階に加工し、画像試料②とした。

## 6. 画像試料②による順位付け

1）調査期間：2018年10月下旬～11月上旬
2）調査対象：18歳～22歳の大学生、22歳以上の成人男女50名ずつ、計100名。
3）調査内容：奈良市色彩条例などを考慮すべき項目とした「奈良らしさを感じない―奈良らしさを感じる」、総合的な評価として考えられる項目の「嫌い―好き」、乗り物として大事な項目として考えられる「安心感がない―安心感がある」を用い、画像試料による各項目に１位から３位までの順位付けを行った。

表３　順位付調査の結果

| | 橙タクシー | 緑タクシー | 橙バス | 赤バス | 紫バス |
|---|---|---|---|---|---|
| 1位 | 中彩度 | 低彩度 | 低彩度 | 低彩度 | 低彩度 |
| 2位 | 高彩度 | 中彩度 | 中彩度 | 中彩度 | 中彩度 |
| 3位 | 低彩度 | 高彩度 | 高彩度 | 高彩度 | 高彩度 |

## 7. まとめ

奈良に対するイメージカラーとして緑や茶、イメージプロフィールにより最も「奈良らしさを感じる」と評価された緑や橙、順位付け調査により得られた奈良に合うとされたタクシー・バスは低彩度であることから近鉄奈良駅周辺に見合うタクシー・バスは低彩度の緑または橙であると言える。また、現在の奈良交通のバスは彩度が低く、「奈良らしさを感じる」とされる色が使用され、被験者からも高評価であった。以上の結果から私たちが導き出した低彩度で緑が高評価であるという考えと一致したと言える。

# 大学生における装いの配色評価に関する研究 ～トップスとボトムスを中心に～

平井 円香 Madoka Hirai　松田 千春 Chiharu Matsuda　李ゼミ

## 1. はじめに

現代社会における被服は、自分自身を確かめ、他者に何かを伝え、自身の個性を表現する目的のために利用されている。その中でも若者は、自身の魅力を高めたいという欲求が強いと考えられる。また、他者に好ましい印象や特定の印象を与えようとする際、まず自身の外見に注意する傾向がある。しかし、自身が良い印象だと考える装いと他者からの良い印象につながる装いとでは差が生じることも考えられる。そこで本研究では、キャンパスウェアのトップスとボトムスの配色に注目し、大学生における装い、とりわけ日頃の装いに関する意識調査を実施した。調査結果をもとに、自己評価と他己評価について日頃の装いを撮影した画像から加工した試料を用いて、季節別（夏・秋）・性別（男・女）による検討を行った。

## 2. 予備調査

表１　調査概要

| | |
|---|---|
| 調査期間 | 2018年7月25日～8月3日の中で3日間 |
| | 2018年10月23日～30日の中で3日間 |
| 調査対象 | 畿央大学の男女学生２００名 |
| 調査方法 | 手渡しによるアンケート調査及び写真撮影 |
| 主な調査項目 | ・似合う服の色<br>・好きな色<br>・1か月の服代<br>・装いに対する自己評価（０～１０点）　など |

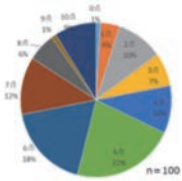


図１　自己評価点【夏男】

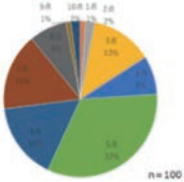


図２　自己評価点【秋男】

女子に比べて男子の方で平均点が高い。
（夏）男子：5.34点　（夏）女子：4.93点
（秋）男子：5.62点　（秋）女子：5.42点

## 3. 画像試料測定

色彩輝度計KONICA MINOLTA CS-100Aを用い、iphone８（1,200万画素）で撮影した画像試料の男女装い（トップスとボトムス）を各２回ずつ測定し、その平均を求めた。

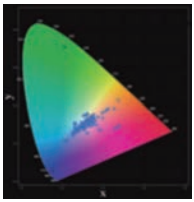


図３　CIExy色度図の分布
男子学生のトップス（夏）

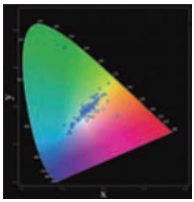


図４　CIExy色度図の分布
女子学生のトップス（秋）

図３では中心の彩度の低い無彩色に偏っている。やや、青みの方向に偏っていることも見受けられる。図４ではX軸の赤みの方向にやや偏っている。

## 4. 試料選定

夏・秋調査ともに予備調査で撮影した調査日に着ていた装いの写真の中から男女学生ともに、自己評価の高い上位５名、自己評価の低い下位５名を選定し、トップスとボトムスを約1:2の面積に加工し、試料として用いた。

図５　男女学生の画像試料（夏）

## 5. SD法を用いたイメージ調査

### 1）調査内容

表２　調査概要

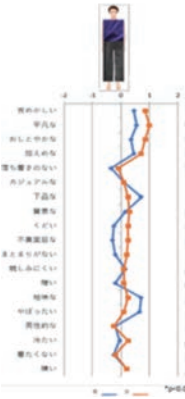
| | |
|---|---|
| 調査期間 | 夏調査:10月16日・17日の2日間<br>秋調査:11月20日・21日の2日間 |
| 調査対象 | 畿央大学に在籍している<br>男女学生(18～22歳)の80名(男子40名、女子40名) |
| 調査方法 | 予備調査で撮影した装いの写真を加工した画像試料を画面の明るさ100%にしたSurfaceに表示し、アンケート用紙による調査を行った。 |

### 2）イメージ用語の選定

SD法で用いる形容詞項目を選定する際に、装いに対する印象を表す形容詞項目をディスカッションにより19対語に絞った。－2から＋2までの5段階尺度でイメージ評価を行った。

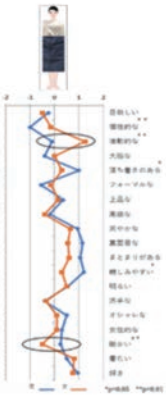
### 3）イメージプロフィール結果

図6は、自己評価10点と高い点数であった。被験者男女ともに「好き」と評価しているが、「着たくない」とも評価している。自身が着ると主観的に考え評価する場合と、他者が着ると客観的に考え評価する場合とでは差が生じることが推察される。図7は、自己評価2点と低い点数になった。男女ともに「着たい」「好き」などの高い評価となっている。トップスとボトムスの組み合わせが、無彩色である白色と、有彩色である青色であることが夏らしくて爽やかな印象を与えることに繋がったのではないかと考えられる。



自己評価10点

図６　画像試料No.6【夏男】



自己評価２点

図７　画像試料No.6【夏女】

## 6. 因子分析結果

出力された因子負荷量列（バリマックス回転後）から、結果ごとに因子の中の高い数値のものを選択し、因子負荷量表を作った。さらに、出力された因子得点から、結果ごとに因子の平均をとり、因子得点分布図を作った。同様に、秋調査でも因子分析を行った。

表３　感情尺度の因子分析結果
【秋　女子学生加工試料 男子学生】

| 感情変数 | 因子1 | 因子2 | 因子3 | 因子4 | 因子5 |
|---|---|---|---|---|---|
| 暗い－明るい | 0.7230 | 0.1558 | 0.0387 | 0.0392 | 0.0683 |
| 地味な－派手な | 0.7086 | 0.1865 | 0.1764 | -0.1304 | -0.0704 |
| 冷たい－暖かい | 0.4507 | 0.0324 | 0.2757 | 0.0502 | 0.0361 |
| 親しみにくい－親しみやすい | 0.4457 | 0.0491 | 0.2850 | 0.0204 | 0.2361 |
| おしとやかな－活動的な | 0.0914 | 0.6142 | -0.0529 | 0.0485 | -0.0675 |
| 平凡な－個性的な | 0.1244 | 0.5618 | 0.0549 | 0.0538 | -0.1327 |
| 控えめな－大胆な | 0.1005 | 0.5221 | 0.0390 | 0.0344 | -0.3988 |
| 古めかしい－目新しい | 0.0004 | 0.4480 | 0.0570 | 0.1263 | 0.1122 |
| やぼったい－オシャレな | 0.2670 | 0.3365 | 0.3073 | -0.1229 | 0.0981 |
| くどい－爽やかな | 0.1913 | 0.3253 | 0.0764 | 0.3012 | 0.1362 |
| 嫌い－好き | 0.1678 | 0.1192 | 0.7201 | -0.0023 | 0.0172 |
| 男性的な－女性的な | 0.2490 | -0.2577 | 0.5232 | 0.1773 | 0.0979 |
| 着たくない－着たい | 0.1485 | 0.3059 | 0.3736 | 0.0866 | 0.1874 |
| 下品な－上品な | 0.0568 | 0.0504 | 0.0968 | 0.7448 | -0.0650 |
| 落ち着きのない－落ち着きのある | -0.1881 | -0.0282 | 0.0373 | 0.3937 | 0.1843 |
| 不真面目な－真面目な | 0.0516 | 0.0091 | 0.0944 | 0.3415 | 0.4400 |
| カジュアルな－フォーマルな | -0.0043 | 0.1375 | -0.0444 | 0.2710 | 0.0593 |
| まとまりがない－まとまりがある | 0.2061 | -0.0192 | 0.1736 | 0.1023 | 0.4674 |
| 質素な－高級な | 0.2129 | 0.1862 | 0.1827 | 0.2712 | -0.2907 |
| | | | | | |
| 固有値 | 1.8098 | 1.6797 | 1.3177 | 1.1724 | 0.8720 |
| 寄与率 | 9.53% | 8.84% | 6.94% | 6.17% | 4.59% |
| 累積寄与率 | 9.53% | 18.37% | 25.30% | 31.47% | 36.06% |

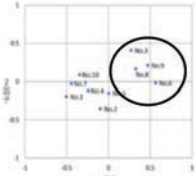


図８　第１因子－第２因子空間上の因子得点分布図【夏 男】

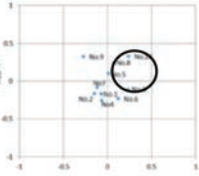


図９　第１因子－第２因子空間上の因子得点分布図【秋 女】

## 7. まとめ

着用する自身がある程度満足し、モチベーションが上がり他者からの評価も良い装いに共通する要因について男女学生の夏・秋の画像試料により検討を行った。

①男子に比べて女子の方が夏、秋調査どちらも自己の装いに対する評価の平均点は低い。

②季節感のある配色に対し男女共に他己評価は高い傾向がみられた。

③主観的に評価する場合と、客観的に評価する場合では差が生じる。特に柄同士の組み合わせ、彩度の高い色を使った配色では差がでる傾向がみられた。

④同性同士と異性の場合、配色の印象に差がみられた。特に、柄を用いた配色においては男子で「親しみにくい」と評価されたものが、女子では「親しみやすい」と評価されるような対照的な結果となった。

# 地域型ファッションショーに関する研究
## ～イコマセレクトファッションショーを事例として～

平山 真菜実
Manami Hirayama
清水ゼミ

### 1. はじめに

地域の賑わいづくりの活動として、全国の商店街で様々なイベントが行われている。その内容は100円商店街や食のイベントなど直接、店をPRするものから、夏祭りなどの地域活動、子育て支援などの福祉的なイベントまである。しかし、全国の商店街の 店舗構成比のおよそ17パーセントを占める、衣料・品店や美容に関する店舗が、直接参加しやすいメニューは少ない。これらの店舗も直接参加しやすいイベントとして、商店街の衣料品店の商品をモデルが着用し登場する地域型ファッションショーがある。メディアにも取り上げられやすく、取り掛かりやすい事業である反面、一過性の賑わいづくりに終わりやすい。本研究では、全国の動向を把握したうえで、生駒の事例から、組織のあり方を明らかにしていく。

### 2. 地域型ファッションショーとは

以下の条件を満たしたファッションショーを地域型ファッションショーと定義した。

| | |
|---|---|
| 目的 | 地域活性化(商談の場は除く) |
| 場所 | 商店街 |
| 商圏 | 近隣型・地域型商店街 |
| 一般市民 | 参加型 |

### 3. 調査方法

イコマセレクトファッションショーの各関係者にヒアリング調査を行った。

### 4. 生駒市について

生駒市は近畿のほぼ中央にあり、奈良県の北西部に位置する。人口2018年6月地点で120636人。駅前商業地域の 南側にぴっくり通り、サウスモール、さくら通り商店街、参道筋商店街の4つの商店街があり、北側には近鉄百貨店やアントレいこまの商業ビルがある

### 5. イコマセレクトファッションショー

2015年11月22日と2016年10月16日に生駒駅前商店街のぴっくり通りで行われた。

ショーの目的は、街の活性化、各店舗のレベルアップ、生駒をブランドを構築する、の3つである。ぴっくり通りにある店の服をまとった、市民モデル含めた約60名がランウェイを歩いた。

ヒアリング調査により明らかになった、開催経緯を時系列に示す。

フロー図は右下の通りである。

**① 開催のきっかけ**

まちゼミにて、美容室商店主が、生駒をおしゃれな街として発展させるためにファッションショーを商店街で開きたい、と商工会議所に伝えていた。

**② 実行委員会発足**

奈良県から経済的なサポートを受け、商工会議所と主催者と参加店舗で実行委員が発足した。

**③ 市民モデル・ゲストの決定**

主催者は自身の人脈を活かし、ゲストへの交渉から決定まで行った。商工会議所は、市民の募集を始めた。

④ モデルの準備期間

市民モデルが決まったのち、商工会議所と主催者で衣装合わせが行われた。市民モデルへウォーキングレッスンが　行われた。このレッスンの後も市民モデルたちは自主的な練習を行った。

⑤ 第１回イコマセレクトファッション　ショー 開催

出演者の衣装は店舗から提供されたが、経済的な負担も多く出た。非日常を経験でき充実していたと市民　モデルの方々には、好評であった。

⑥ 第２回イコマセレクトファッション　ショー 開催

２回目は、各店舗の負担を減らすため商店街で購入していただくことが応募の際に必要であった。座り席の500円のチケットは完売した。

## 6. まとめ

① イベントになれた商店街でも運営に苦戦

ぴっくり通り商店街では、これまで、複数のイベントを継続的に実施してきた素地がある。イコマセレクトファッションショーは高い人気を博していた。

しかし、これまでのイベントとは異なる業種がメインとなった運営や、経験したことのない経済的な出費など、複数の課題が山積したことから、継続した事業としての確立には至らなかった。経験豊富な商店街でもこのような課題の解消には繋がっていないことや、近隣型や地域型の商店街においては、全国的にも継続している事例が少ないことから、取り組みやすく、集客力も見込まれる事業である一方で、経済的な負担のあり方や運営手法など、十分に検討される必要のある活動であることが明らかとなった。

② 地域型ファッションショーの副産物

今回実施されたイコマセレクトファッションショーでは、モデルとして参加した一般市民をはじめとして、継続の意向が確認できた。ファッションショーに参加したモデルの一人は、充実したイベントであったと発言している。市民が、おしゃれな街イコマという地域ブランドイメージに賛同した意見もみられた。地域型商店街の役目として、地域に愛されるイベントを実施することの重要性を垣間見た。

謝辞
調査にご協力頂いた、生駒商工会議所の井勝様、生駒駅前商店街の新井様、衣装提供店の皆様に心より感謝申し上げます。

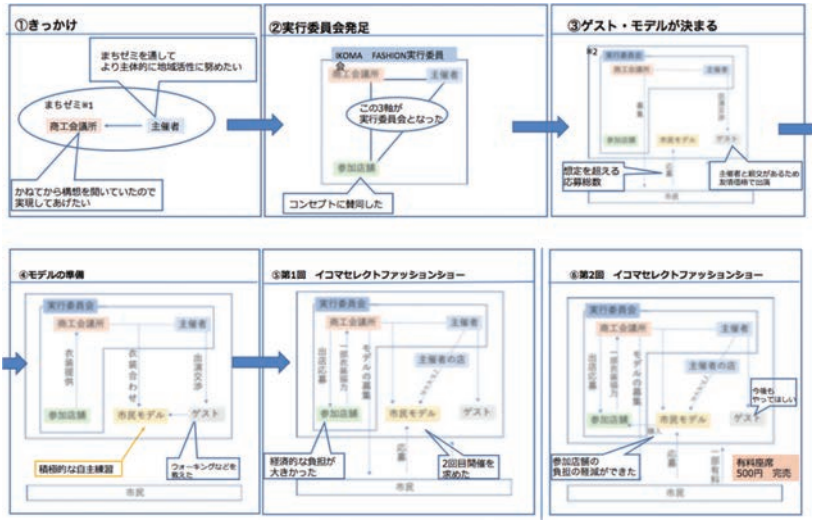



図１　イコマセレクトファッションショーの開催経緯

# 広陵町市民農園をモデルとした今後の市民農園のあり方に関する研究 ～広陵町ファミリー農園と健楽農業を対象に～

山本 隼也
Junya Yamamoto
清水ゼミ

## 1. はじめに

近年、我が国では、少子高齢化が進んで大きな社会問題となっている。特に農業では農業従事者の高齢化が進んでおり衰退の一途を辿っている。農業従事者が減少することで農地利用が滞り耕作放棄地となる。耕作放棄地が発生すると、被害はその農地だけにとどまらず、病害虫の発生、雑草の繁茂、鳥獣被害が地域一帯の農地に影響を及ぼしてしまう。

耕作放棄地に対して様々な対策が行われているが、その１つとして市民農園が挙げられる。市民農園とはレクリエーション、高齢者の生きがいづくり、健康増進、食育といったニーズから生まれた、注目されている耕作放棄地対策である。一方で、市民農園を運営するにあたっては、利用する人がいなければ空き区画になってしまい、そこが小さな耕作放棄地になってしまうことから、継続して市民に利用してもらうことが重要である。そこで、本研究では、奈良県広陵町で運用されている「健楽農業」と「ファミリー農園」の二つの仕組みの違う市民農園を調査し、実態を今明らかにした上で、今後の市民農園の在り方を検討する。（ファミリー農園への調査は奈良女子大学中山研究所と共同研究）

## 2.「健楽農業」と「ファミリー農園」

### 2-1 健楽農業とは

奈良県の「県内大学生が 創る 奈良の 未来事業」に奈良女子大学大学院生の近江さんが提案した「住民による遊休農地活用事業」で広陵町をモデルとして企画され始まった事業である。

共同作業日には、仲間作りや健康のために楽しく農業をすることをモットーにシニア世代や子育て世代の参加者が活発に活動され、農業を通して、希薄になりつつある地域やコミュニティのきづなを強くしようという取り組みを進めている。

表１　付帯施設等について

| 基本的な設備及びその他 | ファミリー農園 | 健楽農業 |
|---|---|---|
| 給水場 | ● | ● |
| 駐車場 | ✖ | ● |
| 駐輪場 | ▲ | ● |
| 倉庫 | ✖ | ● |
| トイレ | ✖ | ✖ |
| 農機具の貸し出し | ✖ | ● |
| 農道具の貸し出し | ✖ | ● |
| 農薬の使用 | ● | ● |
| 除草剤の使用 | ● | ● |
| 指導者の在籍 | ✖ | ▲ |
| イベント | ✖ | ● |

### 2-2 ファミリー農園とは

市が管理する一般的な形式の市民農園で、３年に一度募集している。シルバー人材センターに草刈り及び防草シートの施工を年３回程度依頼しているほか、役場職員も草刈りを年３回程度実施している。

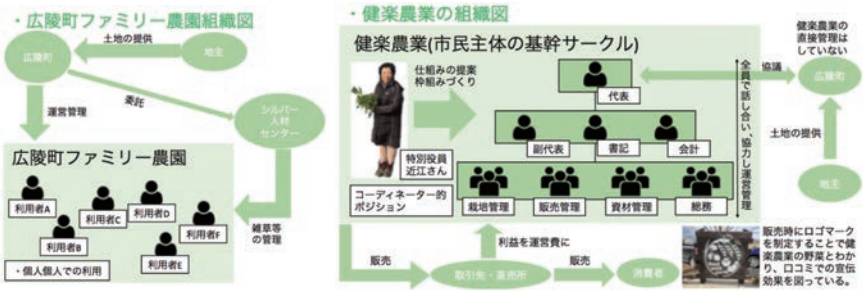



図１ 「ファミリー農園」と「健楽農業」の組織図

### 2-3 基本的な設備

基本的な設備は表１の通りである。ファミリー農園の方は付帯する設備があまりない。

## 3. 組織図の比較

「健楽農業」と「ファミリー農園」の組織図は図１の通りである。

広陵町ファミリー農園は広陵町が主体となって管理していることから、地主との交渉、シルバー人材センターへの委託、ファミリー農園の管理といったすべてのことを広陵町が担っている仕組みとなっていることが分かる。

一方、健楽農業では、始まった頃は近江さんが仕組みづくりの提案をしていたが現在は代表及び各役職が存在し、ほとんど運営管理は健楽農業内で行えていることが分かった。

## 4. 運営比較

### 4-1 健楽農業

健楽農業にはパソコンやネットを使える人がいないことが課題であった。

共同区画への参加及びパソコン操作、SNSを利用したPR活動等の広報の役職として若い人の参加が期待される。

### 4-2 広陵町ファミリー農園

広陵町に農地の管理が重くのしかかっていることが明らかとなった。さらに、参加者間のコミュニケーション不足から発生しているトラブルも散見された。

## 5. まとめ

広陵町ファミリー農園の課題であった運営・管理の解決方法の１つとして、健楽農業のメンバーがファミリー農園に参加し、指導の役割を行うことで、管理・運営を組織内で完結できるのではないかと考える。さらに、隣の区画の利用者とのつながりを持たない、従来の市民農園の課題でもある「利用者のマナー違反」の抑制効果にも期待される。

また、健楽農業の課題であるPC、ネットの利用可能な人材確保については、地域の大学と連携することで解決するのではないかと考える。若い世代の参加者を集い、高齢者が苦手とする作業での活躍が期待できるほか、農業への関心を持つきっかけにもなるのではないかと考える。

ハード面のニーズについては、闇雲に整備することは現実的ではないため、参加者同士がコミュニケーションをとり、行政からの支援は必要か、どこまでならば自分たちでできるのかを話し合う機会を創出することが、市民農園の明るい未来へつながるのではないかと考える。

謝辞
調査研究にご協力頂いたファミリー農園利用者の皆様、ご指導頂いた奈良女子大学大学院の近江先生、健楽農業の皆様、広陵町役場の皆様に深謝致します。

表2 「ファミリー農園」と「健楽農業」の運営比較

| | ファミリー農園 | 健楽農業 |
|---|---|---|
| 設備 | 給水場のみで道具等は持参及び持ち帰り。しかし設備への需要があることが明らかとなっている。 | ほぼ手ぶらでいける。駐車及び駐輪スペースも広く取られている。 |
| 環境整備 | 広陵町及びシルバー人材センターへの依頼 | メンバーみんなで管理 |
| 指導者 | 在籍無し。しかし素人が多い為何らかの形で栽培に関することが知りたい事が明らかとなっている。 | 3 年目まで在籍。できるだけメンバーで考えている。現在は栽培担当もいることからスムーズに進んでいる。 |
| 運営管理 | 広陵町。あまり管理が行き届いていない現状である。 | 健楽農業のメンバー全員。 |
| マナーの問題 | 放置区画の発生、水道の独占、ゴミの放置等多くの問題が挙げられた。 | 設備の充実や人間関係することにより大きな問題は起きていない。 |
| 個人区画 | 同じ場所を使いたい。中には増やしたい人もいる。 | 希望者のみ利用している。特に問題なし。 |
| 募集方法 | ネット、広報誌での募集 | 回覧板、チラシ、広報誌、SNS 等を利用し募集 |
| 課題 | 空き区画及び放置区画の発生。 | ネットを利用できるメンバーがいない |

# 寝室におけるダニ・真菌の実態調査

髙浦 康奨 Kosuke Takaura
山本 千尋 Chihiro Yamamoto
東ゼミ

## 1. はじめに

主要な生物アレルゲンであるダニや真菌は人の生活環境のあらゆる場所に生息している。それらは諸条件により増殖すると健康被害をもたらす恐れがある。近年は単身や共働き世帯の増加により、日常の換気や掃除頻度は減少傾向にあると考えられる。

そこで本研究では、在宅時間のうち多くの時間を過ごす寝室を対象として、床、布団、収納のダニと真菌汚染の実態を把握することとした。住宅属性や住まい方の調査も行い、適切に抑制するために必要な条件を考察することを目的とする。

## 2. 調査概要

### 2.1 対象住宅

対象とした関西圏の18件（うち6件は単身世帯）の住宅概要を表1に示す。

### 2.2 測定項目・測定時期

- 温熱環境調査：2018年8月～9月
  寝室と一部収納部屋の床上60cm付近にて小型温湿度データロガーにより10分間隔で自動計測を行った。
- ダニ・真菌の実測：2018年9月
  ダニ：マイティチェッカー（住化エンビロサイエンス）を用いて、寝室と収納空間の床および敷布団の1㎡に対して1分間掃除機をかけて専用フィルタにホコリを採取後にアレルゲンを抽出し、4段階のレベルで判定した。
  真菌：ダニと同様にホコリを不織布に採取し、滅菌水で100倍・1000倍に希釈、DG18培地に植え付け、25℃に設定したインキュベーター内で7日間培養した後、コロニー数をカウントし、菌種を同定した。
- ダニ対策追調査：2018年12月
  掃除による除去効果を確認した。

表1　調査対象住宅の概要

| 測定室 | 住居 | 築年数 | 階数 | 床材 | アレルギー |
|---|---|---|---|---|---|
| A | 戸建て | 10 | 2 | フローリング | 無 |
| C | 戸建て | 1 | 2 | 畳 | 無 |
| D | 戸建て | 18 | 1 | フローリング | 有 |
| F | 戸建て | 12 | 2 | フローリング | 無 |
| G | 戸建て | 17 | 2 | フローリング | 有 |
| B | 戸建て | 22 | 1 | 畳 | 無 |
| H | 集合住宅 | 40 | 2 | フローリング | 無 |
| I | 戸建て | 22 | 3 | フローリング | 無 |
| J | 戸建て | 22 | 2 | 畳 | 無 |
| K | 戸建て | 22 | 2 | フローリング | 有 |
| M | 戸建て | 21 | 2 | 畳 | 無 |
| N | 戸建て | 10 | 2 | フローリング | 無 |
| L | 集合住宅 | 43 | 3 | フローリング | 無 |
| O | 集合住宅 | 10 | 2 | フローリング | 無 |
| P | 集合住宅 | 10 | 5 | フローリング | 有 |
| R | 集合住宅 | 20 | 4 | フローリング | 有 |
| S | 集合住宅 | 12 | 5 | フローリング | 無 |
| T | 集合住宅 | 10 | 5 | フローリング | 無 |

## 3. 温湿度環境

横軸に温度、縦軸に湿度とし、乾性真菌の生育範囲を青線、湿性真菌の生育範囲赤網掛で示した温湿度の測定事例である（図1）。真菌の生育範囲内に占める割合は住宅による違いがみられた。

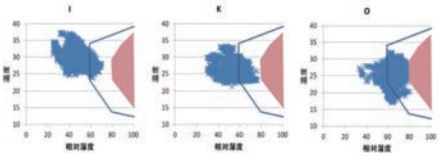



図1　温湿度測定結果と真菌生育範囲

## 4. ダニアレルゲンレベル測定

床・収納、布団ともに約半数が＋＋（＞350匹／㎡）であり、採取ホコリ量および掃除頻度との関係が確認された。そこで12月にアレルゲンレベルが高かった住宅を対象として掃除による除去効果を確認した。1分／㎡の掃除後の結果は良好であり、1週間に1回程度の掃除機による清掃により適切なアレルゲンレベルに維持できると考えられた。

## 5. 真菌測定

一般住宅の室内ダスト中には約 $10^4$～$10^7$／g程度のカビが存在するといわれている[1)]。今回最も多かった住宅における真菌数は $10^6$／g未満であった。

多くの真菌の生育範囲は10℃～30℃で、特に25℃程度の湿気のある環境を好む[1)]ことから、環境測定結果と真菌数との関係を分析したところ、真菌の生育範囲における温湿度分布少ない部屋では真菌の検出が少なかった。生育範囲内に温湿度分布が多い部屋においても掃除や換気頻度により真菌数が抑制されている事例もあった。

多くの部屋の収納で好乾性の真菌であるA.restrictusが検出された。よって収納は乾燥傾向があると推測され、部屋による菌層に顕著な差はみられなかった。

布団・床においては菌層の検出傾向はみられず、一般環境でよく検出されるCladsporiumの検出頻度が高かった。検出された真菌のほとんどは好湿性で、同室内でも採取場所によって真菌数や菌層に違いがみられた（図2）。

真菌数は温湿度環境に加えて掃除や布団干しの頻度という住まい方による影響も大きいと考えられた（図3）。

## 6. ダニアレルゲンレベルと真菌数

ダニアレルゲンレベルと真菌数には概ね相関が認められるが、++（＞350匹／㎡）のレベルの真菌数にはばらつきも大きかった（図4）。ダニアレルゲンレベルが高く真菌が少ない部屋は、掃除頻度は少ないが、温湿度環境が真菌の生育に適していなかったと推察される。ダニ・真菌ともに掃除による抑制効果が大きいと考えられた。

## 7. まとめ

掃除や布団干し等の住まいの管理にダニ・真菌とも抑制効果が確認され、本調査結果から掃除頻度として週1回程度を提案する。真菌の抑制には温湿度管理も重要であると考えられた。

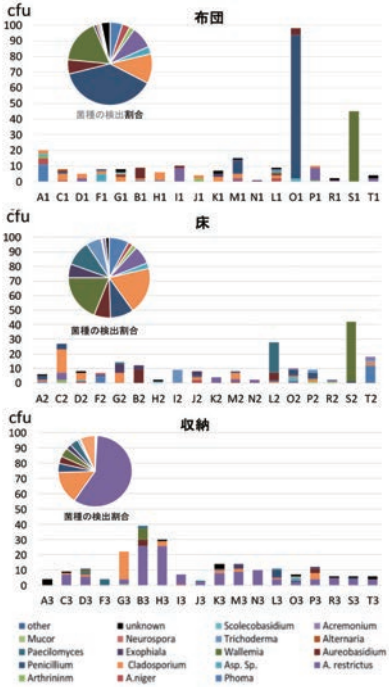



図2　真菌測定結果

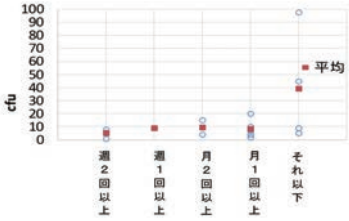



図3　布団干しの頻度と真菌数

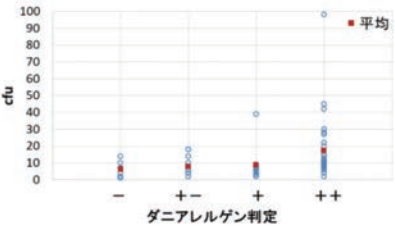



図4　ダニアレルゲンレベルと真菌数

参考文献
1）カビのはなし：高鳥浩介・久米田裕子編，朝倉書店（2013）

謝辞：真菌の分析方法をご指導いただいた大阪市立自然史博物館 浜田信夫先生に深く御礼申し上げます。

# 今ある地縁組織を活かした協働のまちづくりへの挑戦
## —広陵町北小学校区を事例として—

森川 暖佳
Haruka Morikawa
清水ゼミ

## 1. はじめに

暮らしを支える地縁組織が脆弱化する自治体が増加の一途をたどっており、中には、企業等やNPOが地域運営組織を協働する動きも見られる。本研究では、祭りなどを中心として、地域内で一定の結びつきを保っている広陵町北小学校区を対象に、今ある地縁組織を生かしながら官民協働のまちづくりを推進するために、下記の2点を目的に活動した。

- 「衣食住」をテーマに住民同士が対話し、自分たちが誇りを持てる文化風習を「見える化」して、共有することでシビックプライドを醸成する。
- 地域全体で町の将来について話し合う機会を持つことをきっかけに、まちづくりに対する機運を高める。

## 2. 広陵町北小校区の概要

旧箸尾町域で後に広陵町に編入された区域であり、教行寺を中心とする寺内町として発展。大和鉄道が開通し、箸尾駅が設置されるなど、奈良県内では比較的早い時期に町制を施行した。

## 3. 活動方法

実施した活動は図1の通りである。第一回ワークショップ（以下：WS）には22名、第二回目WSには23名の住民が参加した。（写真1）

写真1　1回目のワークショップの様子

表1　文化の抽出（第一回目WS）

| | |
|---|---|
| 開催日時 | 平成29年12月14日 |
| 出席者 | 北小校区住人22名 |
| WS内容 | 地元の祭りと年末年始の風習 |

## 4. 文化の抽出

第一回目WSでは、文化の抽出を目的とし、家庭で行われている伝統的な文化や風習を赤裸々に語り合い、模造紙に書き込んでいた。地元の祭りと年末年始の風習をテーマに大字ごとに分かれて住民同士が対話した。

【祭り】

- 同じ小学校区内でも、大字によって大切にしている祭りが異なった。
- 祭りの話になると皆が熱くなり、次の話題に進まないぐらい話が止まらなかった。
- 見える化することで同じ行事でも大字ごとのわずかな呼び方の違いが明らかになった。

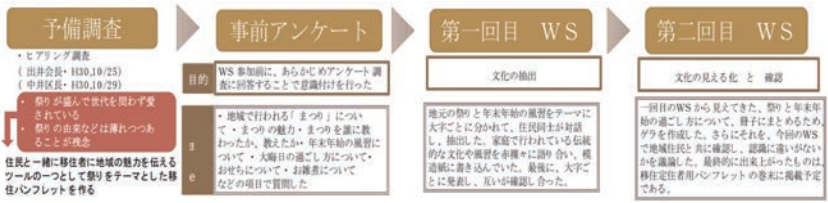



図1　活動内容

【大晦日の過ごし方】

大晦日ほとんど大字ごとに異なる神社仏閣に参拝していた。いずれの大字も寺、神社の両方にお参りしている事が分かった。
萱野地区では振る舞い酒やぜんざいの振る舞い・鐘撞をしている事が分かった。

【おせち】

「棒鱈は絶対欠かせない」という声が圧倒的に多かった。

他にも、黒豆、数の子、紅白かまぼこ、ごまめ、はアンケートの結果100％入っていることも分かった。

かぶは、2割程度しか入れずに、逆に昆布巻き、手綱こんにゃく、えび、筑前煮、里芋はほぼ9割近くが入っていた。

【お雑煮】

お餅は必ず丸餅で、焼いて、その上煮るというのがこの地域の定番。お雑煮に入っていた餅は、そのまま食べず、きな粉にまぶして食べる。

出汁は7割の家庭で昆布鰹節からとっており、ほぼ6割の家庭が白みそを使用していた。合わせみそは3割の家庭で使用され、おすましが1割、赤みそを使う家庭はごくわずかに4％の家庭で使用していた。

## 5. 文化の確認

第二回目のWSでは、第一回目で抽出した内容を、紙面化し、客観的に見えるように工夫をした。第一回目と同じ内容を議論したにもかかわらず下記のような場面が散見された。

- 1回目のワークショップでは、同意していた内容も、2回目のワークショップ時では、大晦日に参拝するルートは神社が先か寺が先かなど、細かな点について認識の違いを確認し合う場面があった。
- 紙面に一度落とし込むことにより、認識の違いなどが明確になった。
- 一回目に参加した人が、自宅や職場でもワークショップの出来事を話していると話していた。
- 改めて他の大字に興味が湧いたという意見もあった。
- これらの祭りを絶やさない為には、どうしたらよいかみんなと話し合いたいという意見がみられた。
- 新しい移住者は、我々の祭りなどの文化をどのように見ているのか知りたいという意見がみられた。

## 6. まとめ

普段の生活の中で、何気なく伝承される事象を見える化することで、新たな発見や思い違いなど新鮮な意見の交換がなされた。

表2　文化の確認（第二回目WS）

| | |
|---|---|
| 開催日時 | 平成30年1月15日 |
| 出席者 | 北小校区住民23名 |
| WS内容 | 文化の見える化と確認 |

同時に、今後これらの文化を継続する為には、若い人の力が必要という意見や、もっと新しく移住してきた人がどう思っているか知りたいなどといった、地域の課題に目を向けた意見も散見された。このように、地域の魅力を再認識し、それを今後どのように守り続けるのかという議論の切り口は、これまで、住民がまちの将来を議論する場のなかった地域で、その「場」をつくるきっかけづくりとしては、有効であったと考える。一方で、これらの「場」を住民間で運営する体制にまでには至らなかったことが、今後の課題として残った。

謝辞
ワークショップにご参加頂いた、北小学校区住民の皆様、広陵町役場の皆様に深謝致します。

写真2　2回目のワークショップの様子

# 大学と小学校が連携した「まちづくり学習」のあり方に関する研究 ～広陵町立広陵北小学校を事例として～

山本 幸四郎
Koushiro Yamamoto
清水ゼミ

## 1. はじめに

地域コミュニティの担い手づくりが全国的に課題となっており、担い手の一つとして、小学校が着目されている。現在、小学校には「総合的な学習の時間」が設けられ、小学生がまちを知り将来を創造することが求められている。しかし教員の多くは地域やまちづくりについての専門教育を受けておらず、先行研究からは、小学校教員が授業構成に苦慮しており、まちづくり学習を止め、他の授業内容に変更している事例も多くあることが明らかとなっている。本研究では、広陵町立北小学校３年生を対象に、小学校・地域住民・大学が連携して「総合的な学習の時間」に「まちづくり学習」を行った。また、連携に際して、広陵町企画政策課や教育委員会のサポートを受けた。これらの事業を遂行する中で、下記の２点について明らかにする。

①「まち調べ活動」による小学生と保護者の地域に対する意識の変化

②大学生と連携したまちづくり学習のありかた

## 2. 調査方法

「まちづくり学習」の前後で地域に対する意識の比較をするため、活動の前後にアンケートを実施した。（表１）

表１　活動前アンケート調査

| | | |
|---|---|---|
| 調査対象 | ・小学生 46 人　・保護者 46 人 | |
| 調査期間 | 介入前<br>5 月上旬 | 介入後<br>12 月上旬 |
| 調査方法 | 小学校教員による直接配布・直接回収 | |
| 回収数 | ・小学生 46 票（100%）<br>・保護者 46 票（100%） | ・小学生 46 票（100%）<br>・保護者 43 票（93%） |
| 調査項目 | ・「北小校区」への愛着<br>・定住意向<br>・地域交流の有無等 | |

## 3. 活動内容

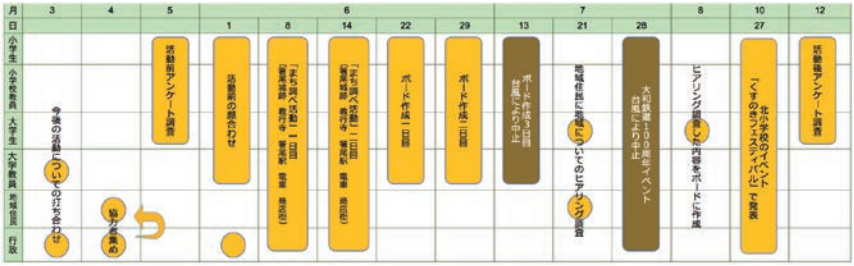
活動内容は表２の通りである。

「身近なことがらで少し前の出来事」を小学生と大学生が地元の住民へ伺う形式で実施した。台風の影響により複数回実施ができない計画があった。

## 4. 小学生の活動前後の意識の変化

事前アンケートではあまり北小学校区に愛着を示していないと回答した児童が数名いたが、活動後のアンケート調査によると約80％の児童が「好きになった」「まあまあ好きになった」と回答している。（図１）さらに、98％の児童が「まち調べ活動」をきっかけに北小学校区について初めて知る物事があったと回答し、図２より初めて知る内容が多いほど地域への愛着が多くなっていることがわかった。

表２　活動内容



## 5. 保護者の活動前後の意識の変化

81％の保護者が、活動前よりも北小学校区に対して「愛着を感じる」「どちらかというと感じる」と回答した。自由記述の項目では、「子供たちが将来大きくなった時、また次世代に繋げていってくれるよう、まずは私自身も地域のことを学び好きになっていきたいと思います。」との回答が見られたように、小学生の活動を通じて、その保護者の意識にも一定の変化が見られたことがわかった。

今回の「まちづくり学習」では身近なことがらの少し前の出来事を調べた。調査対象者の 居住年数は、11年以上が58％、6年～10年を含めると90％にも及ぶにもかかわらず、半数以上の住民が、初めて知ったことが多くあったと回答した。

また、他の調査からは、小学生が保護者へ「まちづくり学習」の話を多くしているほど、保護者の地域への愛着がましていたことも明らかとなった。

## 6. まとめ

「まち調べ活動」を通じで、小学生は保護者に話すことで、保護者は小学生から聞くことで互いに地域に対する愛着が増していることが明らかとなった。少し前の広陵町の町について、住民の方にお話をいただいたが、小学生も保護者も初めて知る項目があり、そのことが、より地域に対する想いを深める機会となっている傾向がみられた。

今回の事業では、台風などの自然環境の影響により「まち調べ活動」が実施できない日があった。あらかじめ計画していた日程で実行したが、警報などで登校できなかった日の作業内容は、小学生がやるべき事を大学生がフォローした。結果的に、完成の日程には間に合ったが、小学生の学習の機会が失われたのではないかと懸念している。

大学と小学校など複数の組織が合同で活動する場合は、活動内容に不備が出たときなど臨機応変に日程調整などができるよう、余裕を持った計画づくりと、定期的な小学校と大学の相談の場を設けることが必要であったと考える。

図１ 活動後の愛着の変化（小学生）

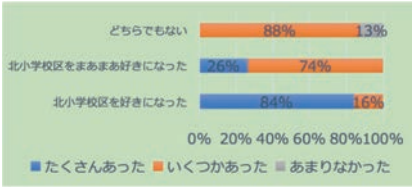


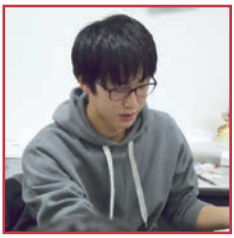
図２ 愛着の変化×初めて知る部分（小学生）

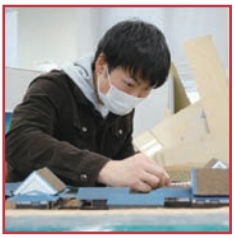
図３ 活動前後の地域への愛着の変化（保護者）

図４ 初めて知った地域の情報の有無（保護者）

謝辞
今回お世話になった広陵町立北小学校の３年生のみなさんと先生方、地域の昔についてお話ししてくださった住民の皆様、コーディネートしてくださった、広陵町教育委員会ならびに役場の皆様に感謝申し上げます。

# 制作風景





畿央大学　健康科学部　人間環境デザイン学科

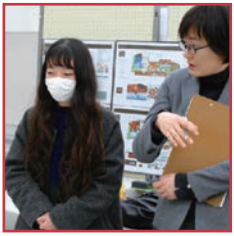
# 第13回　卒業研究講評会

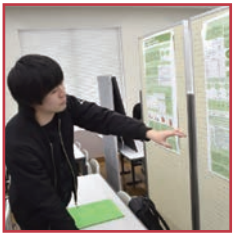
全体発表会　2019年2月 9日　9:00～17:00
選抜発表会　2019年2月12日　13:00～17:00

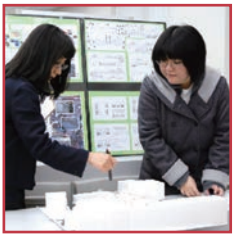
会場:畿央大学KB04教室

## 選抜発表者

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 足立 夏希 | 池田 一貴 | 板倉 奏美 | 門野 菜奈 | 佐川 大介 |
| 佐竹 舞香 | 清水 真夏 | 杉尾 海斗 | 辻本 茜 | 濵川 真愛 |
| 春野 やすよ | 前田 光貴 | 宇野 瑠莉・木原 由貴 | 以上 14 名 13 グループ | |







幾央大学　健康科学部　人間環境デザイン学科

# 第13回　卒業研究講評会

学長賞　足立 夏希

優秀賞　門野 菜奈　　辻本 茜

以上３名

# 講 評

人間環境デザイン学科の選抜講評会に参加しました。卒業制作は文字通り本学科で学んだことの集大成です。建築、街並みの設計、被服の制作など、それぞれのテーマで各自が独自のアイデアをもって制作に努力された様子が、制作物やプレゼンスライドを通じてひしひしと伝わってきました。特に、自らのアイデアを具体化するために、都市や村落の景観を現地へ赴いて観察分析したり、織物、染料の産地へ足を運び、地元の人々と触れ合いながら実際の制作過程を体験する地道な活動を報告頂き、大変印象深いものがありました。また、CGを駆使した建造物の紹介や、AIによる模型材料カットなど、美術工芸分野にも技術革新の波が押し寄せていることを実感しました。

環境、建築、デザインの領域における総合的な造形教育を通じて、本学の建学の精神の一つである「美をつくる」を自ら身を持って体現しているのが、人間環境デザイン学科で学ばれた皆さんではないかと思います。本学科で修得した造形に関する専門的な知識やその背景にある文化や諸科学についての総合的な教養を基盤として、今後ともより一層創造的思考を働かせ、日本と世界の文化の創造発展と社会に貢献して頂くことを心より祈念しております。

最後に、卒業までの間、親身にご指導頂いた先生方に感謝申し上げるとともに、今後とも卒業生を温かく見守って頂くことをお願いしまして講評とさせて頂きます。

健康科学部　学部長
植田 政嗣

卒業制作や卒業研究は、君たちにとって、大学４年間の集大成として満足のいくものになったのだろうか。そういう観点から私はいつも見ている。

アパレルの制作をした諸君は充実した楽しい時間を過ごしたことだろう。その作品に込められた「努力の跡」や「こだわり」には感動させられた。
また、研究論文の中にも、発見や創意工夫、「学ぶ楽しさ」が伝わってくるものがあった。

一方、多くの諸君は決して満足してはいないだろう。
建築の設計・制作を行ったものは、とにかく取り掛かりが遅すぎた。しかも、その後の進め方も遅々としていたことは言うまでもない。何とか体裁はつくろえたものの、結果は正直だ。作成された図面や模型に「こだわりのなさ」が見て取れる。

アイデアは天から突然降ってきたりはしない。努力し、試行錯誤したものだけがつかみ取れるものだ。失敗や挫折のない、効率のよさなんて、ものを生み出す過程には存在しない。それを肝に銘じてほしい。

卒業研究にもう一度の機会はない。次は、社会に出てからの頑張りや努力が試される。
失敗や挫折を恐れず、何事にも挑戦していってほしい。
われわれも応援している。

天才、アインシュタインの言葉を君たちに贈る。
Anyone who has never made a mistake has never tried anything new.
Learn from yesterday.
Live for today.
Hope for tomorrow.
The important thing is not to stop questioning.

人間環境デザイン学科 学科長
三井田 康記

## 畿央大学　健康科学部
## 人間環境デザイン学科　教員

### 教授

学部長　植田　政嗣
学科長　三井田　康記
主任　東　実千代
西山　紀子
藤井　豊史

### 准教授

加藤　信喜
村田　浩子
李　沅貞

### 助教

清水　裕子

### 特任助教

陳　建中

### 助手

中井　千織

### 編集委員

陳　建中
中井　千織

青木　紗耶
太秦　柚香里
菅野　真奈
田中　沙紀
竹葉　海翔
中村　眞帆乃
古市　桃子
外尾　華奈子
宮本　亜香里
太田　琴音
辻　沙希
松浦　直香
松下　茉由
宗定　生弥子
山本　美乃里

以上

「卒業制作・論文作品集」13

2019 年 3 月15 日 発行

発行　畿央大学
　　健康科学部　人間環境デザイン学科
　　代表　学長　冬木 正彦
　　〒 635−0832　奈良県北葛城郡広陵町馬見中 4−2−2
印刷　株式会社　明新社