

《 資 料 》

町家利用店舗における窓装備の色彩が 店舗の外観評価に与える影響

The Effect of Color of Window Treatment on Evaluation for Machiya Facade

鍵 本 明 里 奥 田 紫 乃*
(Akari KAGIMOTO) (Shino OKUDA)

1. はじめに

京都には町家を利用した店舗が多数存在している。店舗ファサードにはさまざまな色彩の暖簾やロールスクリーン等の窓装備が使用されており、それらは店舗の外観の印象に影響を与える要因であると考えられる。そこで本研究では、窓装備の色彩に着目し、窓装備の色彩が町家利用店舗の外観評価及び印象に与える影響を明らかにし、京都の町家利用店舗としてふさわしい窓装備の色彩の特徴を探ることを目的として、町家模型を用いた主観評価実験を行った。

2. 実験概要

間口 5400 mm の町家利用店舗を想定し、店舗と街路空間からなる 1/6 縮尺模型を用いた。模型寸法は街路部分が幅 640 mm、店舗の間口 900 mm であり、店舗内部は幅 780 mm、奥行き 900 mm、高さ 400 mm である。図 1 に模型平面図及び断面図を示す。街路部分には、昼間の光環境を想定し、天空用光源として 5000 K の蛍光灯 (Panasonic 3 波長形昼白色 FRL20S・EX-N/M) を 10 灯設置し、被験者顔面鉛直面照度が 5000 lx となるよう設定した。室内照明器具として、ダウンライトには 3000 K の蛍光灯 (Panasonic 3 波長形電球色 FRL20S・EX-L/M) 10 灯を使用し、ペンダントライトには直径 3 mm、3000 K の LED ランプ (SDPL31GGOCO/星和電機株式会社) を 16 球ずつまとめたものを 1 灯とし、6 灯設置した。店舗内部光環境については、既往研究結果¹⁾を参

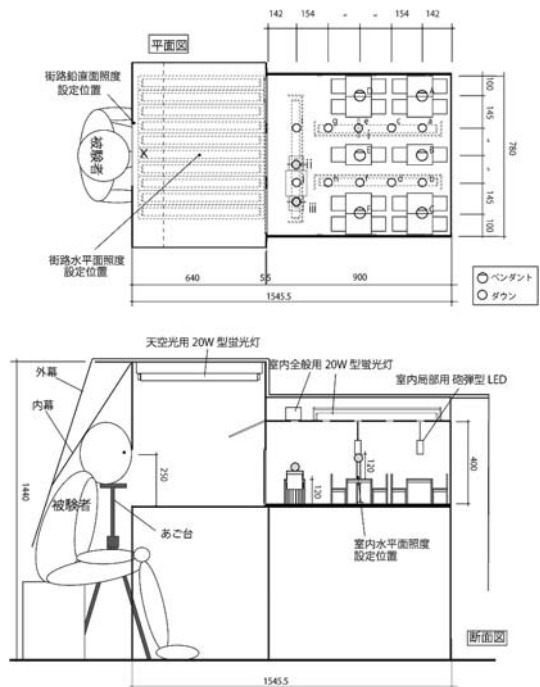


図 1 模型平面図及び断面図

考に、机上水平面照度を 200 lx に設定した。また、格子条件については、町家カフェの外観として好ましいとされる開口率 30%^{2,3)}に設定した。窓装備の条件として暖簾の色を表 1 に示す 9 条件 (白・ベージュ・赤・茶・紺・灰・緑・黒・紫)、暖簾の種類を 2 条件 (標準暖簾、水引暖簾)、ロールスクリーンの色を表 2 に示す 3 条件 (白、ベージュ、茶)、ロールスクリーンについて 2 条件 (ロールスクリーン有、ロールスクリーン無) とし、計

同志社女子大学大学院生活科学研究科
生活デザイン専攻

*同志社女子大学生生活科学部

表1 暖簾の布の色と種類

色	マンセル値	布の種類
白	N9.0	シーチング
ベージュ	2.5YR9.0/1.0	エイティスケア
赤	7.5R3.0/10.0	シーチング
紺	7.5PB3.0/6.0	ブロード
灰	N3.5	ブロード
緑	2.5GY3.0/3.0	ブロード
茶	5YR3.0/4.0	シーチング
黒	N1.0	シーチング
紫	10PB3.0/6.0	エイティスケア

表2 ロールスクリーンの布の色と種類

色	マンセル値	布の種類
白	N9.0	シーチング
ベージュ	2.5YR9.0/1.0	エイティスケア
茶	5YR3.0/4.0	シーチング

45条件を設定した。図2に実験条件写真の一部を例示する。店舗外壁面から4m離れた街路上の地点から店舗外観を観察する状況を想定し、「店舗への入りやすさ」「落ち着きやすさ」「地域らしさ」と、これらを踏まえた総合評価として「ファサードの好ましさ」をそれぞれ6段階の言語評価尺度で評価させ、さらに印象評価では20



標準暖簾緑・
ロールスクリーン白

水引暖簾ベージュ

図2 実験条件の一例

形容詞対, 7段階尺度を用いたSD法で評価させた。被験者は20代の同志社女子大学生24名とした。

3. 実験結果及び考察

3.1 好ましさ評価の実験結果

図3に、標準暖簾の場合の暖簾の色条件と各評価項目に対する結果との関係を、被験者24名の結果の平均値で示す。ロールスクリーンが無い時、店舗への入りやすさは「やや入りにくい」~「入りやすい」、ファサードの好ましさは「あまり好ましくない」~「好ましい」の評価であった。一方、ロールスクリーンが有る時、店舗への入りやすさでは「非常に入りにくい」~「やや入りやすい」の評価が得られ、ロールスクリーンが茶色の場合に評価が高く、白色の場合に評価が低かった。また、ファサードの好ましさでは「好ましくない」~「好ましい」の

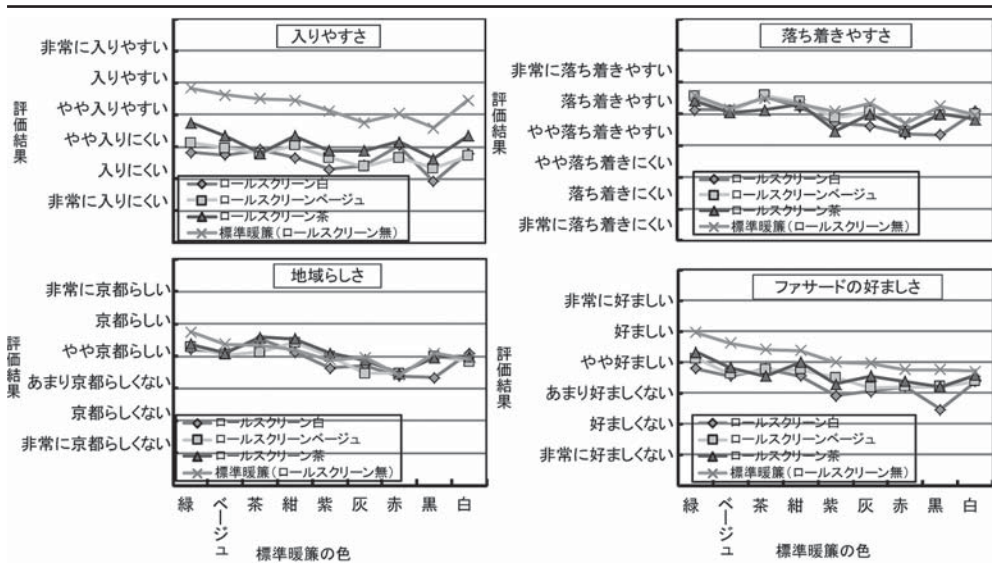


図3 暖簾暖簾での窓装備の色条件と各評価の結果との関係

町家利用店舗における窓装備の色彩が店舗の外観評価に与える影響

評価が得られ、ロールスクリーンが茶色の場合に評価が高く、白色の場合に評価が低かった。落ち着きやすさ及び地域らしさは、ロールスクリーンの有無や色による評価の差は見られなかった。また、ロールスクリーンが無い時、緑・ベージュ・茶の暖簾はいずれの評価項目においてもやや高い評価だが、赤の暖簾はやや低い評価であった。ロールスクリーンが有る場合には、いずれのロールスクリーンの色においても、各評価項目において緑の暖簾で高い評価だが、黒・赤の暖簾はやや低い評価であ

った。

次に、各評価項目と総合評価との関係を検討するため、好ましさを目的変数、店舗への入りやすさ・落ち着きやすさ・地域らしさを説明変数として重回帰分析を行った。表3に重回帰分析結果を示す。これより、ロールスクリーンが無い場合には地域らしさが、ロールスクリーンが有る場合には店舗への入りやすさが、ファサードの好ましさに最も影響を与えていることが示された。以上より、店舗内部を見ることが可能かどうか、好ましさ評価に影響していると言える。

表3 重回帰分析結果

	ロールスクリーン無		ロールスクリーン有	
	標準偏 回帰係数	有意確率	標準偏 回帰係数	有意確率
入りやすさ	.344	.000*	.399	.000*
落ち着きやすさ	.311	.000*	.324	.000*
地域らしさ	.427	.000*	.387	.000*

従属変数：好ましさ

説明変数：店舗への入りやすさ、落ち着きやすさ、地域らしさ

*有意水準 0.05% 以下

3.2 印象評価の実験結果

店舗外観の印象に対する評価因子を明らかにするため、印象評価実験で得られた結果を用いて、因子分析（主因子法、バリマックス回転）を行った。表4に因子負荷表を示す。第一因子として「顕在性因子」、第二因子として「親和性因子」、第三因子として「品性因子」が抽出された。因子分析から得られた各因子の因子得点分布図を図4に示す。ロールスクリーンの有無条件別に比較すると、いずれの暖簾の色条件においても、ロールスクリーンが無い条件で親和性因子が高いことが読み取

表4 因子負荷表

20 形容詞対	第一因子 (顕在性)	第二因子 (親和性)	第三因子 (品性)	共通性
個性的な－平凡な	0.948	0.059	-0.059	0.90
派手な－地味な	0.880	0.381	-0.162	0.96
はっきりした－ぼんやりした	0.870	0.238	-0.055	0.81
目立つ－目立たない	0.832	0.360	-0.063	0.94
人工的な－自然な	-0.831	0.416	0.247	0.93
新しい－古い	0.823	0.411	-0.272	0.93
落ち着きのない－落ち着きのある	-0.809	-0.131	0.500	0.92
統一感のない－統一感のある	-0.802	0.184	0.308	0.80
現代的な－古風な	0.766	0.440	-0.331	0.93
親しみやすい－親しみ難い	-0.082	0.937	0.239	0.94
やわらかい－硬い	0.0102	0.926	-0.177	0.93
暖かい－冷たい	0.079	0.893	-0.050	0.79
明るい－暗い	0.323	0.871	-0.208	0.92
軽い－重い	0.084	0.861	-0.244	0.78
活気のある－活気のない	0.429	0.831	0.112	0.90
開放的な－閉鎖的な	0.226	0.782	0.087	0.68
動的な－静的な	0.564	0.704	-0.240	0.86
上品な－下品な	-0.425	-0.027	0.799	0.86
高級感のある－高級感のない	-0.099	-0.546	0.799	0.97
京都らしい－京都らしくない	-0.550	0.319	0.711	0.94
寄与率 (%)	39.24	34.89	14.30	88.42
累積寄与率 (%)	39.24	74.13	88.42	

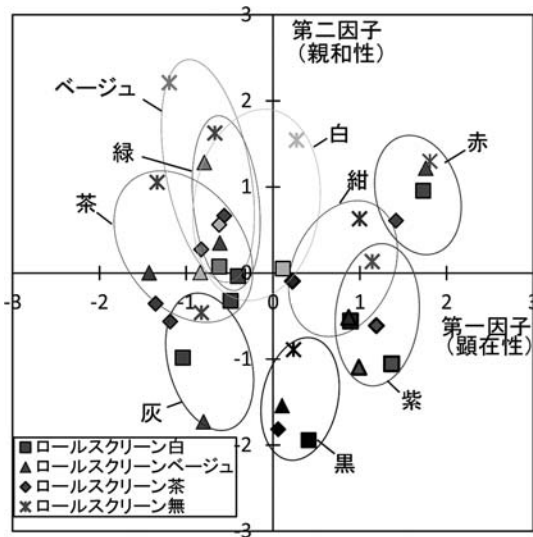


図4 因子得点分布図

れる。また、ロールスクリーンが無い条件で、緑・ベージュ・茶の暖簾は顕在性因子が低く、親和性因子が高いことが共通し、赤の暖簾は顕在性因子・親和性因子共に高く、黒の暖簾は親和性因子が低い結果となった。これらの事から、店舗外観の印象が暖簾の色に影響されていることが示された。

4. おわりに

本研究では、窓装備の色彩が町家利用店舗の外観評価及び印象に与える影響を明らかにし、京都の町家利用店舗としてふさわしい窓装備の色彩の特徴を探ることを目的とした主観評価実験を行った。その結果、暖簾の種類による評価の差異は見られなかったが、緑・ベージュ・茶の暖簾は、京都らしさ・好ましさの評価がやや高く、平凡な・地味な・親しみやすい・やわらかい印象を与えることが示された。また赤の暖簾は、好ましさ評価がやや低く、個性的な・派手な・親しみやすい・やわらかい印象を与え、黒の暖簾は親しみ難い・硬い・冷たい印象を与えることが明らかとなった。

参考文献

- 1) 持永愛美, 奥田紫乃: 町家カフェの格子密度及びカフェ内外の光環境が内部での落ち着きやすさに与える影響, 照明学会誌 96-2, pp.75-80, 2012
- 2) 持永愛美, 奥田紫乃: 町家カフェの格子密度及びカフェ内部の光環境がファサードの好ましさ評価に与える影響, 日本建築学会環境系論文集第 673号, 2012
- 3) 持永愛美, 奥田紫乃: 京都における町家カフェのファサード構成要素及び内部からの漏れ光がファサードの評価に与える影響, 日本都市計画学会都市計画論文集 No.45, pp.379-384, 2010

(2012年11月9日受理)