

《原著論文》

カフェファサードの構成要素がカフェの魅力に与える影響

——京都の町家・洋風カフェを対象として——

The Effect of the Components of Cafe Facade on the Evaluation of the Cafe's Fascination

——Focusing on Machiya and Western-style Cafes in Kyoto——

持 永 愛 美 奥 田 紫 乃*
(Aimi Mochinaga) (Shino Okuda)

Abstract : We focused on the effect of the components of cafe facade on the evaluation of cafes. Firstly, we investigated the components of cafes in Kyoto. As a result of an investigation of 144 cafes, we found that the cafe facade was composed of 6 elements : "Opening", "Wall", "Appentice", "Lattice", "Plants" and "Advertisement". Secondly, we conducted experiments on the subjective evaluation of the effect of the components of cafe facade on the evaluation of cafes using facade pictures. Subjects evaluated the 5 evaluation factors, "Clarity", "Enterability", "Restfulness", "Regionality", and "Fascination (General evaluation)". As a result, the evaluations on "Clarity" and "Enterability" were higher, as the size of opening was bigger in both Japanese-style and Western-style cafes. In addition, "Regionality" was higher, as the size of opening was smaller in Japanese-style cafes. Therefore, "Fascination" of Japanese-style cafe was highest, in the appropriate mesh of lattice, and that of Western-style was higher, as the size of opening was bigger.

Key words : Cafe Facade, Kyoto, Components, Lattice, Opening

1. はじめに

歴史的・文化的都市である京都には、京町家をはじめ、多くの木造建築物が残されている。京都の都心部は、伝統産業も含めた多彩な商業・業務機能が集積するとともに伝統文化が蓄積され、昔ながらの街並みが残る地域であるが、同時に伝統産業の低迷や地域経済の不振による低未利用地の発生と地価下落を背景に、高層マンションの建設も進んできた¹⁾。また、木造建築物には耐震性や防災性の問題があり、木造建築物は非木造建築物の商業ビルや戸建住宅に建て替えられる傾向にある。こ

のように京都は現在、新旧の建物が混在する街並みとなっているが、景観保全の観点から、これらの非木造建築物と京町家などの伝統的な建物との調和がとれた街並みであることが求められる。

京都市内に存在する商業施設には、カフェが多く見られ、京町家や商業ビルの一角を利用するなど、その外観の形態やデザインは多種多様である。カフェは、飲食をするためだけでなく、休息やコミュニケーションのための空間としても利用されるため、利用者が店舗を決定する際には、取り扱う商品の情報や店内の雰囲気などが重要な要因となる。このため、カフェの外観デザインは「わかりやすい」「入りやすい」「見つけやすい」など、客の誘引性をもつことが求められている²⁻⁵⁾。しかし、歴史的・文化的都市では、誘引のみを目的としたデザイ

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 2009 年度修了生

*同志社女子大学生生活科学部

ンの店舗が増えると、街並みの秩序が乱れる可能性があると考えられる。とりわけ、街路に面し多くの人々の目に晒されるファサード及びその構成要素は、景観を形成する一要素と言えるため^{6,7)}、ファサードのデザインに考慮する必要がある。

そこで本研究では、利用者に対する誘引性をもち、且つ景観を保全するファサードデザインを明らかにすることを最終目的とし、京都市内を対象として、外観の特徴であるファサードの構成要素がカフェの評価に与える影響を明らかにすることを目的とした主観評価実験を実施した。なお本報では、カフェファサードの魅力が、①建物がカフェであるとわかるという明瞭性（わかりやすさ）、②カフェ入りやすいという親和性（入りやすさ）、③カフェでくろいだり、落ち着いたりできるという休息性（落ち着きやすさ）、④観光都市としての地域性（地域らしさ）の4項目を総合して評価されると仮定の下、これらの評価項目に影響を及ぼすファサードの構成要素について検討を行った結果について報告する。

2. 京都におけるカフェの実態調査

2.1 調査範囲及び調査対象

実験に先立ち、京都市内におけるカフェのファサード構成要素を明らかにすることを目的とした実態調査を行った。調査範囲は、観光客が多く訪れる地域である京都市内を中心に、新旧の建築物が混在する地域を考慮し、西は千本通から東は白川通、北は北山通から、南は五条通までの範囲として、カフェファサードの写真撮影を行った。図1に調査範囲を示す。調査結果より、144軒の

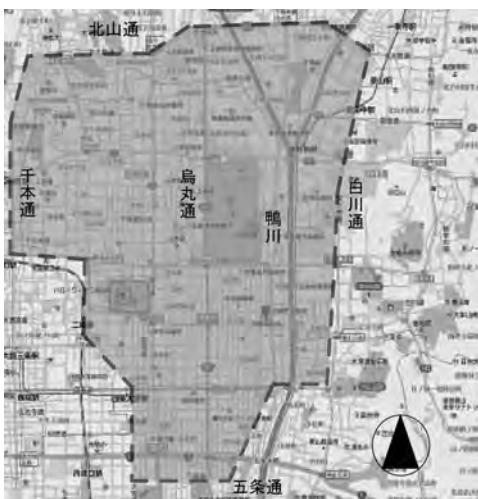


図1 実態調査範囲

カフェファサードの撮影画像を入手し、これらを下にファサード構成要素の分析を行った。

2.2 実態調査結果

分析の結果より、ファサードの主な構成要素として、出入口・窓である『開口部』、柱を含めた『壁面』、通りに対して突出した『通り庇』、の建物の基本要素の他に、広告媒体である『暖簾』・『看板』、店舗側が設置した『植栽』、さらに開口部に付帯する京町家の特徴である『格子』が抽出された。

3. カフェの視覚的効果に関する実験の概要

3.1 カフェファサード条件の選定及び作成

京都におけるカフェの実態調査で得られた144軒のカフェファサード写真から、実験で用いるカフェ画像の選定及び作成を行った。抽出されたファサード構成要素の特徴をもとに、カフェの評価を左右すると考えられる構成要素の有無や大小に着目して、それぞれファサードの種類を京都特有の「町家」として3軒、カフェの定番である「洋風」として3軒を選定した。また、カフェとして初めて有形文化財に登録され、京都に古くからある純喫茶と呼ばれる店舗、及び外観が植栽で覆われている店舗の2軒を、特徴のある外観を持つ「その他」として選定した。

次に、選定した8軒のカフェの昼夜のファサード写真を、幅4,700mm、高さ2,500mmの範囲で、デジタルカメラ（Nikon COOLPIX 4500）を用いてレンズ高さ1,600mmに設定し撮影した。さらに撮影画像から、非定常構成要素である駐輪自転車や期間限定ポスター、通行人などを削除して、計16条件の画像を作成した。図2に作成した画像を示す。条件AからHは昼間、条件aからhは夜間の条件画像である。

3.2 実験方法

評価実験は、被験者の前方にスクリーンを設置した図3に示す空間内で行った。作成した画像を、被験者の背後からプロジェクタ（Canon SX 50）を用いてスクリーンに投影し、幅1,700mm・高さ1,000mmのファサード条件画像を、視距離1,600mmで被験者に評価させた。また評価の際に、被験者の視界から周囲のものを遮るための暗幕を両脇に設置した。

表1に評価項目及び言語評価尺度を示す。評価項目は、先述した①建物がカフェであるとわかるという明瞭性（わかりやすさ）、②カフェ入りやすいという親和性



図2 実験条件画像

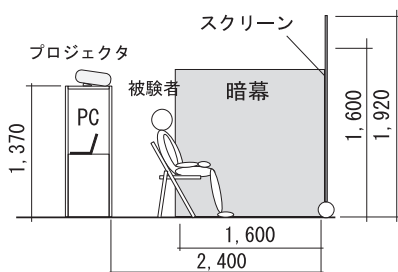


図3 実験空間

(入りやすさ), ③カフェでくろいだり, 落ち着いたりできるかという休息性(落ち着きやすさ), ④その地方都市としての地域性(地域らしさ)の4項目, 及びこれらを踏まえた総合評価(カフェの魅力)を, 各評価項目ごとに6段階の言語評価尺度で評価させた。被験者は, 同志社女子大学人間生活学科に所属する20代前半の女性10名であり, 1人3回ずつ評価させた。

4. 評価結果及び考察

4.1 ファサード構成要素と各評価項目との関係

「わかりやすさ」に対する評価結果の平均値を図4に示す。図中のファサード条件は, 外観の種類(町家・洋風・その他)ごとに開口面積が小さい順に示されている。

表1 評価項目・評価尺度

評価項目	評価尺度	評価項目	評価尺度
わかりやすさ	非常にわかりやすい わかりやすい ややわかりやすい ややわかりにくい わかりにくい 非常にわかりにくい	地域らしさ	非常に京都らしい 京都らしい やや京都らしい やや京都らしくない 京都らしくない 全く京都らしくない
入りやすさ	非常に入りやすい 入りやすい やや入りやすい やや入りにくい 入りにくい 非常に入りにくい	好ましさ	非常に魅力的である 魅力的である やや魅力的である やや魅力的でない 魅力的でない 非常に魅力的でない
落ち着きやすさ	非常に落ち着きやすい 落ち着きやすい やや落ち着きやすい やや落ち着きにくい 落ち着きにくい 非常に落ち着きにくい		

る。町家・洋風では, 昼夜ともに開口部が大きいほどやや高い評価を得た。また, 昼間よりも夜間の条件において高い評価を得た。これは, 夜間時の照明光により, 提

示した町家画像が住宅ではなく店舗であるとわかりやすかったのではないかと推察される。しかし、洋風の条件 D・d では、昼間の条件 D よりも、夜間の条件 d の評価が低いことがわかる。これは、外壁灯が無いことで、壁面が暗いことから、カフェであるとわかりにくいと評価されたのだと推察される。その他では、昼夜のいずれの条件においても『ややわかりにくい』以下の評価だったが、昼間よりも夜間の方が評価が高いことがわかる。これは昼間だと開口部が小さく内部が見えにくい、夜間では内部や外壁灯からの光によって建物がわかりやすくと考えられる。

「入りやすさ」に対する評価結果の平均値を図 5 に示す。「わかりやすさ」に対する評価結果と同様に、町家・洋風では昼夜ともに開口部が大きいほど評価が高く、昼間より夜間の評価がやや昼間よりも夜間の方が評価が高く、評価の傾向が「わかりやすさ」と類似していることがわかる。しかし、「入りやすさ」では、条件 D・d の昼夜の評価にほとんど差が見られないことがわかる。これは昼間の条件 D に対する入りやすさの評価がわかりやすさに比べて低くなるのが影響していると考えられる。

「落ち着きやすさ」に対する評価結果の平均値を図 6 に示す。町家では開口部が大きいほどやや評価が低くな

る傾向であるが、洋風では開口部が大きいほどやや評価が高くなる傾向であることがわかる。これは開口部が小さい町家の条件では、格子の密度が高く、格子によって外部からの視線が遮られるため、内部に入った際に落ち着きやすいと感じるのだと推察される。町家・洋風では、昼夜の評価の差はさほど見られなかったが、その他では、昼間より夜間の評価が高いことがわかる。夜間のカフェ内部及び外壁灯からの光によって、落ち着きやすいと感じるのだと推察される。

「地域らしさ」に対する評価結果の平均値を図 7 に示す。昼夜ともに町家の評価が他の外観条件の評価よりも高いことがわかる。また、町家では、開口部が小さいほど高いことがわかる。これは、町家を利用したカフェ

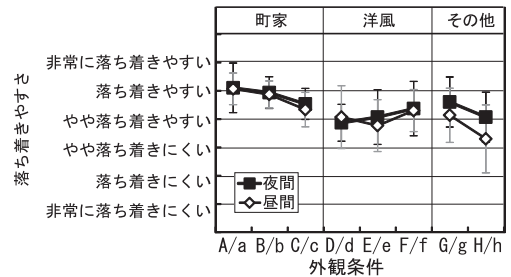


図 6 落ち着きやすさに対する評価結果

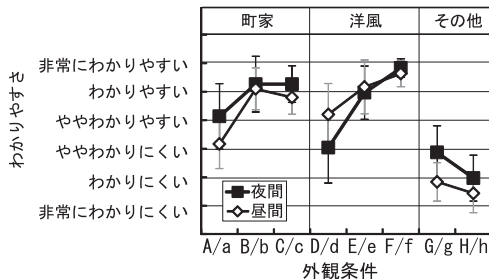


図 4 わかりやすさに対する評価結果

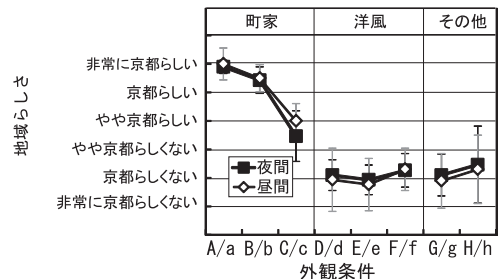


図 7 地域らしさに対する評価結果

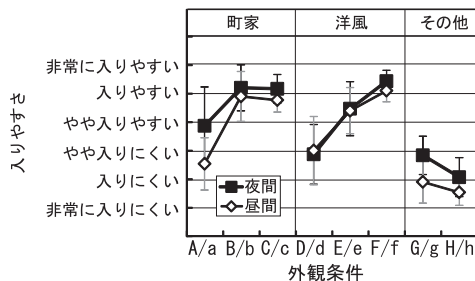


図 5 入りやすさに対する評価結果

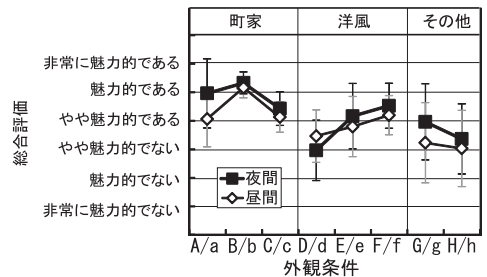


図 8 総合評価に対する評価結果

が、非木造建築物のカフェよりも地域らしさを感じるの
だと考えられる。

「総合評価」に対する評価結果の平均値を図8に示す。以上の結果より、昼夜ともに町家の条件 B・b の評価が最も高い結果が得られた。これは、格子によってカフェであるとわかりやすく、入りやすいと感じられ、落ち着きやすいと感じる適度な開口部の大きさであり、且つ町家を利用したことによって地域らしいと感じることがカフェ外観の魅力に影響を与えたのだと考えられる。また、ほとんどのカフェファサード条件が、昼間に比べ夜間の方が高い評価が得られた。これは夜間時の照明光が評価に影響を与えたと推察される。以上の結果より、本実験で設定した4つの評価項目の総合評価としてカフェファサードの評価が成立する事が示唆された。

各外観条件に基づいてカフェファサードの魅力に関する検討を行った結果、ファサード構成要素が各評価項目に影響を与えることが示唆された。次節において、各ファサード構成要素の面積率がファサードの評価に与える影響に関して検討を行う。

4.2 構成要素の面積率と各評価項目との関係

図9にファサード構成要素の面積率と昼間の各評価項目における評価との関係を示す。なお、本研究におけるファサード構成要素の面積率とは、画像全体に対する構成要素の面積の比率とする。

開口部の面積率では、面積率が大きいほど「わかりやすさ」「入りやすさ」の評価が高いことがわかる。これは、開口部が大きいほど内部が見えるためと考えられる。また、相関係数が0.87及び0.82であることから、開口部の面積率が「わかりやすさ」「入りやすさ」の評価に大きく影響していることがわかる。また、「落ち着きやすさ」「地域らしさ」では、面積率約40%の条件Aの評価が最も高いことがわかる。しかし、「地域らしさ」において、開口率約40%の条件D及びEの評価が低いことがわかる。これは、条件D及びEの建物が非木造建築物であることが影響していると考えられる。「総合評価」では、面積率約45%の条件Bが最も評価が高い結果が得られた。

壁の面積率では、全評価項目に共通して、壁の面積率が高すぎず低すぎない条件において評価が高い傾向であることがわかる。「わかりやすさ」「入りやすさ」では、

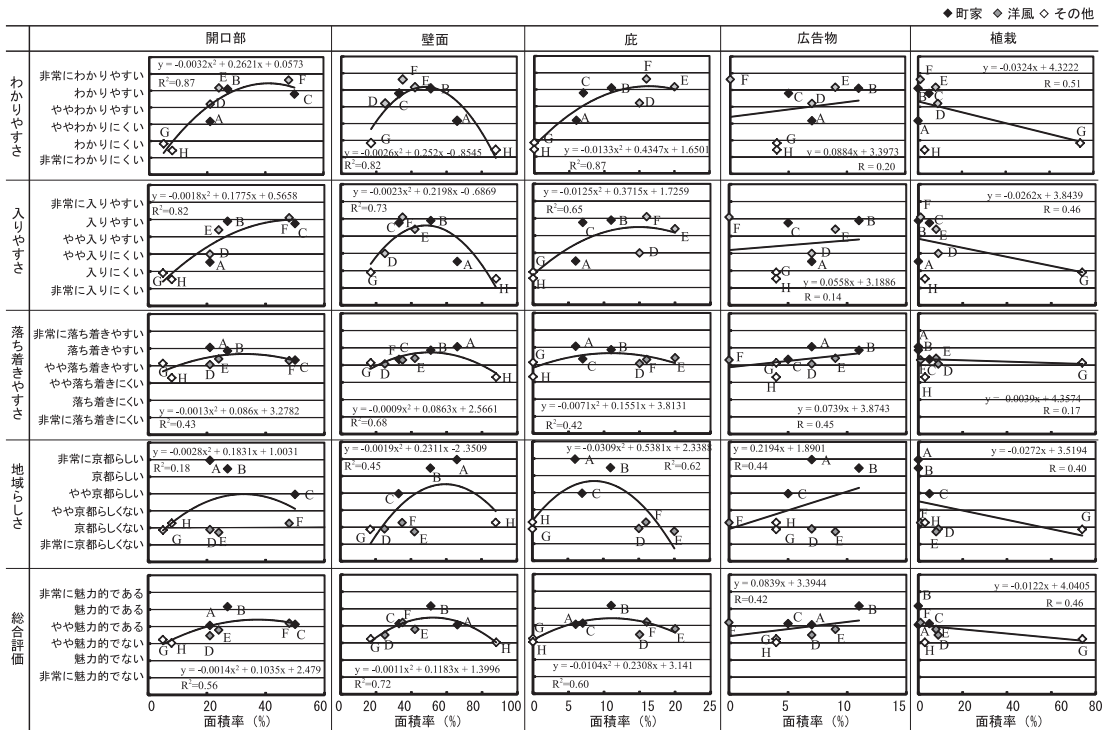


図9 各構成要素の面積率と評価項目との関係

開口率 35% の条件 F の評価が最も高いことがわかる。壁面や格子の面積が大きいことによって開口部の面積率が低く、内部の様子がわかりにくく、入りにくいと感じるためと考えられる。また、壁の面積率が低い条件 G において評価が低いのは、壁面の代わりに植栽によって開口部が塞がれるためと考えられる。

庇の面積率では、庇の面積が大きいほど「わかりやすさ」「入りやすさ」の評価が高く、面積率約 14% の条件 F の評価が最も高いことがわかる。これは、庇があることによって、店舗であるとわかりやすく、入りやすいと感じるためと考えられる。一方、ほぼ同じ面積率である条件 D の評価が低いことがわかる。これは、条件 F の庇が有彩色であるのに対し、条件 D の庇が無彩色であることが評価に影響したのだと考えられる。「総合評価」では、庇の面積率約 11% の条件 B の評価が最も評価が高い結果が得られた。また、相関係数が 0.60 であることから、庇の面積率が「総合評価」に影響を与えることが明らかとなった。

広告物の面積率では、「わかりやすさ」「入りやすさ」において、広告物の面積率は低いが、条件 C 及び F の評価が高いことがわかる。これは、条件 C 及び F の開口率が大きいことが影響しているためと考えられ、広告物による影響とは言い難い結果が得られた。しかし、条件 C 及び F 以外の条件を比較すると、広告物の面積率が高いほど評価が高いことがわかる。これは、広告物により得られる店舗の情報が、評価に影響を与えているのだと考えられる。

植栽の面積率では、各評価項目ともに植栽の面積が大きいほど、評価が低いことがわかる。しかし本実験では、植栽の面積率に関して偏った条件しか設定していないことから、今後植栽の面積率の検討を行う必要があると考える。

6. まとめ

本研究では、利用者に対する誘引性をもち、且つ景観を保全するファサードデザインを明らかにすることを目的として、京都市内を対象に、外観の特徴であるファサードの構成要素がカフェの評価に与える影響を明らかに

することを目的とした主観評価実験を実施した。その結果、町家及び洋風の条件では、開口部が大きいほど「わかりやすさ」「入りやすさ」の評価は高いことが示された。また、「地域らしさ」では、町家の条件の評価が高い結果となった。また、本実験で設定した「わかりやすさ」「入りやすさ」「落ち着きやすさ」「地域らしさ」の 4 つの評価項目の総合評価として、カフェファサードの評価が成立することが示唆された。さらにカフェファサードの各構成要素の面積率がファサード評価に影響を与えることが示された。これらの結果を下に、今後街並みとの調和がとれた誘引性を持つカフェファサードデザインの設計手法の確立を目指したいと考える。

参考文献

- 1) (財)京都市景観・まちづくりセンター；京町家、2003
- 2) 井上めぐみ、吉川徹：開放性を見つけやすさに着目した都市におけるカフェの研究、日本建築学会大会学術講演梗概集 F-1, p 373, 2002
- 3) 長谷川茉莉、込山敦司：店舗ファサードの特徴が視線誘導と印象評価に与える影響－仙台市クロスロード商店街を対象とした調査・実験－、日本建築学会学術研究報告集, pp.229-230, 2008
- 4) 高橋浩伸、大井尚行：商業施設における外観デザインと「入りやすさ」に関する研究 (1)、日本建築学会研究報告集, pp 773-774, 2006. 9
- 5) 田邊恵理、大井尚行：飲食店の外観デザインから受ける「入りやすさ」に関する研究、日本建築学会研究報告集, pp.61-64, 2005. 3
- 6) 牛谷直子、増井正哉、上野邦一：歴史的街並みにおける景観形成の規範の抽出に関する事例的研究、日本都市計画学会学術研究論文集, pp.775-780, 2001
- 7) 橋本清勇、三村浩史、リムボン、尹孝鎮、伊沢はる：京町家の建て替え・改造デザインと街並み形成に関する研究、日本都市計画学会学術研究論文集, pp.481-486, 1992

(2010 年 11 月 30 日受理)