

フィールドマイニングプロジェクト2007

松村真宏

〒560-0043 大阪府豊中市待兼山町 1-7 大阪大学大学院経済学研究科

E-mail: matumura@econ.osaka-u.ac.jp Web: <http://www2.econ.osaka-u.ac.jp/~matumura/>

Abstract: 本稿では、フィールドマイニングのこれまでの研究成果をアプローチ、評価基準、体系化、社会的意義、実践事例の観点からまとめた後、今後の展望について述べる。

1. はじめに

フィールドマイニングとは、ちょっとした仕掛けによって人の意識を変え、それによってフィールドの魅力自ら発掘（マイニング）してもらうための方法論である。2006年1月にこの研究分野を立ち上げ、昨年度のMYCOM2006で当時考えていたフィールドマイニングのコンセプトを発表してからほぼ1年が経ち、フィールドマイニングの研究は大きく進展した。大きな成果としては、

- ・ フィールドマイニングのアプローチが見えてきた
- ・ フィールドマイニングの評価基準が見えてきた
- ・ フィールドマイニングの体系化への手がかりが見えてきた
- ・ フィールドマイニングの社会的意義が見えてきた
- ・ フィールドマイニングを4件実践した

の5つである。本稿ではそれぞれの成果および今後の展望について述べる。

2. フィールドマイニングのアプローチ

フィールドマイニングでは「フィールドの魅力」をマイニングすることに取り組むが、「フィールドの魅力」は「美しさ」「可愛さ」「面白さ」「意外さ」など様々な定性的な要因に依るものなので、客観的な指標を用いて定量的にマイニングすることは難しい。「フィールドの魅力」をマイニングすることができるのは、フィールドから意味を見いだす、もしくはフィールドを意味づけることのできる人だけである。そこでフィールドマイニングでは、人にフィールドの魅力を発見して



図 0 円筒形の装置

もらうための「ちょっとした仕掛け」を設ける。例えば、図1に示す円筒形の装置は大阪府にある天王寺動物園に実際に設置されているものであり、円筒を覗き込むとその先に置かれているある物体に

気づくように配置されている。また、図 2 に示す「見上げてごらん」「うらも見てごらん」と書かれたガイドシールも天王寺動物園の柵に実際に貼られているものであり、このシールに気づいた人は見上げたり柵のうらに目を向けることによってある物体に気づくように配置されている。フィールドマイニングでは、このようなちょっとした仕掛けによって人の意識に変化を与え、それによってそれまで気づかなかったフィールドの特徴に気づいてもらうアプローチを取る。



図 0 ガイドシール

3. フィールドマイニングの評価基準

フィールドマイニングを評価する基準は、「ちょっとした仕掛け」に対する評価と「フィールドの魅力」に対する評価の 2 つある。「ちょっとした仕掛け」に対する評価では、その仕掛けに接したときの人の反応、振る舞い、発言などを分析することによって、「ちょっとした仕掛け」が人にどのように働きかけてどのような「フィールドの魅力」を気づかせるのかを明らかにする。また、「フィールドの魅力」に対する評価では、人の内面に生まれる「フィールドの魅力」たらしめる要因をインタビューやアンケートによって明らかにする。

4. フィールドマイニングの体系化

3 で述べたフィールドマイニングの評価プロセスを通して得られる「ちょっとした仕掛け」と「フィールドの魅力」のペアを知見として積み重ねていけば、共通する要因が自ずと浮かび上がってくる。例えば、6 で後述するフィールドマイニングの実践例では、地図を用いた仕掛けが 2 つ、音を使った仕掛けが 1 つ、坂道を使った仕掛けが 1 つあり、それぞれが異なった方向に人々の意識を変化させており、「地図」「音」「坂道」といった切り口がおぼろげながら見えてくる。このように、共通する要因をまとめていけばフィールドマイニングを体系化できると考えている。

5. フィールドマイニングの社会的意義

一言で言えば、フィールドマイニングは人々の人々による人々のための研究であり、人々の生活の質 (Quality of Life) を豊かにすることに貢献できることが最大の特徴である。フィールドマイニングを通してフィールドの魅力を知ることができれば、退屈だった場所がわくわくしたり心休まる空間に変わり、生活に変化と彩りを与える。また、フィールドの魅力を知れば知るほどフィールドをリアルにイメージできるようになり、それがフィールドへの愛着を醸成する[Lynch 1960]。

6. フィールドマイニングの実践例

6. 1. 新旧住民のまちイメージの共有

阪神大震災以降にマンション建設が増加し、他地域からの転入者が増えた神戸市東灘区青木地区の新旧住民の交流を促進するためのトリガーとして、震災前から住んでいる旧住民の意見から作成した景観マップと、震災後に移り住んだ新住民の意見から作成した景観マップを作成した[古西 2007]. 第2回青木ふれあいフェスタ(2006年10月29日開催)にて図3のようにそれらの景観マップを並べて展示して新旧住民に見てもらい、お互いが魅力に感じている場所を再認識することで新旧住民の意識が変化することをビデオ映像とインタビューの分析によって確認した.



図3 イベントの様子

6. 2. 小冊子による屋外昼食行動への意識変化

大阪の中心的なオフィス街である大阪市の淀屋橋から本町周辺に点在している屋外空間を新たな屋外昼食場所として捉えることで、都市の新しいライフスタイルを創出できる可能性がある. そこで、フィールド調査によって明らかになった屋外昼食場所を図4の小冊子「お弁当日和」にまとめ、「お弁当日和」を路上配布(2006年11月8~9日に実施)した[笹尾 2007]. 一緒に配布したアンケートを分析した結果、「お弁当日和」が人々の屋外昼食行動への意識と行動に変化を起こしていることが確認できた.



図4 小冊子「お弁当日和」

6. 3. 音風景によるまちイメージの喚起

音風景(サウンドスケープ)は、人を取り巻く環境の背後にある生活や歴史や文化と関連した音とそれによって想起されるイメージや記憶を合わせた総体のことであり、R・マリー・シェーファーによって提唱された概念である[Schafer 2006]. 都市の多様性をもった大阪市十三地域の魅力に気づいてもらうために、インタビューや文献調査により得られた十三らしい音風景をデジタルカメラとボイスレコーダーを用いて収録した[松田 2007]. 第3回淀川アート見本市(2006年11



図5 イベントの様子

月 19 日) にてそれらの音を聴いて音風景を想起してもらい (図 5 参照)、そのときの十三地域への意識の変化をインタビューとアンケートを通して分析した結果、音風景を意識することが街への興味の高まりや街の魅力への気づきを生んでいることが確認された。

6. 4. 地域の名所を利用した交流イベント

阪急石橋駅から商店街を抜けて少し進むと阪大坂と呼ばれている通学路があり、大阪大学豊中キャンパスの裏門へと続いている。この阪大坂を商店街と地域住民との交流の場に利用したのが「“ゑびす男” 選り@阪大坂」(2007 年 1 月 10 日開催) であり、阪大坂下からスタートして裏門前に設置したゴールを目指すイベントである。ゴール後に商店街側の用意した炊き出しを囲みながら商店街の人たちと阪大生を含む地域住民との交流を深めることが真の狙いである。57 名の参加者



図 6 イベントの様子

が集まったことに加え、毎日放送、テレビ大阪、ケーブルテレビ、読売新聞、産経新聞、毎日新聞など各種メディアにも取り上げられ、大盛況であった。炊き出しのときに配布したアンケートから、商店街の人たちと交流できたことが好意的に捉えられていることが確認できた。

7. 今後の取り組み

フィールドマイニングは人々の人々による人々のための研究であることを標榜していることから分かるように、誰にでも簡単にできるための仕組みを模索している。そこで最近では、子供の自由研究として広まることを想定してフィールドマイニングゲームを考案しているが、余白が狭すぎるのでここに記すことができないのが非常に残念である。

参考文献

[古西 2007] 古西正広, 松村真宏, 市橋歩実, 笹尾和宏, 松田成貴: 景観マップによるまちの情報共有と新旧住民の意識変化, 第 6 回シナリオ創発ワークショップ予稿集, pp. 24--31 (2007)

[松田 2007] 松田成貴: 音風景の聴き比べによる意識の変化と評価構造に関する研究—十三地域を事例として—, 大阪大学大学院経済学研究科課題研究レポート (2007)

[笹尾 2007] 笹尾和宏, 松村真宏, 市橋歩実, 古西正広, 松田成貴: オフィス街の屋外昼食行動に関する人々の意識変化, 第 6 回シナリオ創発ワークショップ予稿集, pp. 32--39 (2007)

[Schafer 2006] R. Murray Schafer (著), 鳥越けい子 (訳): 世界の調律, 平凡社 (2006)

[Lynch 1960] Kevin Lynch, The Image of the City, MIT Press (1960)