

住民の「認知度」によるパブリックアートの特性分析

友 清 貴 和*・田之頭 七 絵**・鮎 川 武 史**

A Study on Public-art Characteristics by the Inhabitant's Recognition Degrees

Takakazu TOMOKIYO, Nanae TANOKASHIRA and Takeshi AYUKAWA

The aim of this study is to provide knowledge beneficial to future town-design by gaining a clear insight into the influence of public art on town-design and the urban scene, and into public estimation of existing examples of such art.

First, we investigated degrees of public recognition of established sites, and also of particular pieces of public art. Next, we compared the two sets of survey results.

As a result, we found following things influence degrees of recognition in both cases. They are the traffic situation around the established site, the visibility of the established piece of public-art, as well as the size and characteristics of the public-art.

1. 研究の背景と目的

最近の街づくりでは、都市景観を積極的に演出して行くという動きが高まり、街角や公園にパブリックアートやモニュメントを配置したり、夜景を演出するためライトアップを行ったりする手法が取り入れられるようになってきた。

わが国におけるこのような、自治体による彫刻の設置などの景観演出は、1960年頃から「都市景観を修景する」目的で始められたとされる。ところが1975年頃から「自治体による文化行政」が流行し「地域の個性の表現」の要求と重なり合いながら、文化が形として見える「彫刻のある街づくり」事業が一段と盛んになってきた。

ところがこれらの景観演出事業は、事業主体である自治体が計画者であり、設置場所や作品内容などに関する情報は、それが完成するまで住民に流れてこない場合が多い。更に、これらの作品の設置後は、住民生活に有害でない限り、ほとんど住民の話題に上らない。また、事業主体である自治体も、その効果の検証や評価は行っていないのが実状である。

本研究は、上述のような都市景観の積極的な演出のなかで、全国的にも最も数多く展開されている、パブリックアートまたはモニュメントの設置事業に的を絞って、街

づくりの効果と評価（具体的にはP.A.等に対して、住民はどのように認知し評価しているか、まちづくりにどのような影響を与えているのか）を行い、今後の積極的な景観演出による街づくり計画に対する、新たな知見を得ようとするものである。

各地における彫刻などのパブリックアート設置事業は、たとえ作品の製作者が公募コンペ方式で選定されたとしても、その多くが行政と作品製作者主導で行われている。このため、作品に一番身近な住民にとっては、統一したデザインポリシーも分からない場合が多い。本研究成果を活用すれば、住民に親しみやすく、効率的で効果的な景観演出の手法が見出されるものと考えられる。

2. 認知度調査 I の概要

本研究においてはパブリックアートを住民がどのように評価しているのか知るのが目的である。作家や評論家によるパブリックアートに対する論議はなされているが、住民側からのパブリックアートに対する評価はあまりなされていないのが現状である。そこでパブリックアートの効果や評価を知るために住民にアンケートを行い、住民のパブリックアートに対する評価を探ることにした。

アンケートの内容については、

「対象物を認知しているのか、いないのか」

「対象物に対してどのようなイメージを持つのか」

「対象物が周辺の空間とマッチしているのか、いないのか」

この3つに論点を絞って調査を行った。

平成9年5月31日受理

*建築学科

**博士前期課程建築学専攻

何をもって認知しているとするのかについては、【全体認知度】を定義した。【全体認知度】とは、住民がパブリックアートを見るとき視野に入る「パブリックアートとその周辺の背景」をどの程度認知しているのかであり、被験者のうち正確に認知していた人の割合とした。

2-1. アンケートの方法

それぞれの作品が、設置場所や雰囲気も含めて、住民にどの程度認知されているか、作品の写真と作品の設置場所を番号で記入した地図を被験者に示し、知っている作品と地図番号を対応してもらった。

またどんな理由でパブリックアートを知っているのかについても選択肢で答えてもらった。さらにパブリックアートの存在が好ましいか好ましくないか、またパブリックアートをどのように認識しているのかについても選択肢で答えてもらった。

被験者は、企業の従業員及び中学生以上の家族、鹿児島大学の建築学科の学生、鹿児島女子短期大学の学生、志学館の学生に協力を得て865件の回答を得た。

2-2. 対象物の選定

鹿児島市内に設置されているパブリックアートやモニュメントについて、名称、設置場所、設置年度、作者、設置者、設置事業について鹿児島市の都市計画課の資料をもとに調査した。また民間によって設置されているもの

についてもわかる範囲で調査し72作品が集まった。このなかから設置年度、設置事業、設置場所を3つの選定基準の柱として21作品を選定した。以下に表に示すのが選定した作品である。

【表-1】対象物の設置状況

2-3. 認知の傾向からみた認知度調査Ⅰの調査結果

【認知度約70%以上のパブリックアート】

「西郷隆盛像」は約80%の人が正確に認知している。地図上の位置はわからないがパブリックアートの存在は知っているという人を合わせると約90%の人が何らかの形で知っていることになる。これは設置場所が交通量の多い国道10号線沿であり、更に鹿児島を代表する歴史的人物をモチーフにしていることが大きな要因として考えられる。

「刑務所門跡」は約70%の人が認知している。このパブリックアートは、刑務所撤去後鹿児島アリーナ建設に当たり、パブリックアートとして保存・再利用されたものである。刑務所が石造りで保存運動が起きたこともあり比較的認知度は高い。

「若き薩摩の群像」は昭和57年に鹿児島市の人150万都市達成を記念して設置されたもので、90%の人が正確に認知している。これは鹿児島の西鹿児島駅前広場という設置場所の良さや形態が大きいこと等から認知度が非常に高いと思われる。

No.	名称	設置場所	設置場所類型	設置年代	設置事業
1	島津斉彬公之像	照国神社境内	施設に隣接	大正6年	特になし
2	西郷隆盛像	国道10号線沿い	道路沿い		特になし
3	刑務所門跡	鹿児島アリーナ入口	施設に隣接		特になし
4	戦災復興20周年記念塔	甲突川左岸緑地	水辺空間(川沿い)	昭和40年	特になし
5	若き薩摩の群像	西鹿児島駅前広場	施設に隣接	昭和57年	50万都市達成記念事業
6	あしたの詩	谷山支所	施設に隣接	昭和57年	モニュメント建設事業
7	朝の調	文化公園(市民文化ホール)	施設に隣接	昭和58年	モニュメント建設事業
8	雄気	文化公園(市民文化ホール)	施設に隣接	昭和58年	モニュメント建設事業
9	人魚	天文館公園	公園	昭和59年	モニュメント建設事業
10	母と子の群像	高見橋	橋	昭和59年	高見橋の架けかえにあたって
11	こだま	平田橋	橋	昭和61年	彫刻のあるまちづくり事業
12	帽子の像	甲突川左岸緑地	水辺空間(川沿い)	昭和63年	彫刻のあるまちづくり事業
13	カルテット	甲突川右岸緑地	水辺空間(川沿い)	平成3年	彫刻のあるまちづくり事業
14	春のよろこび	甲突川左岸緑地	水辺空間(川沿い)	平成5年	彫刻のあるまちづくり事業
15	悠雄	みなと大通り	公園	平成4年	ロマンチックオブジェ事業
16	ま四角三つ	中央公園	公園	平成6年	ロマンチックオブジェ事業
17	星空と彫刻と滝のオアシス	天文館(銀行前)	施設に隣接	平成4年	特になし
18	ししおどし	天文館(アーケード内)	アーケード	平成2年	まちかど整備事業
19	天空をめぐる星	天文館(林田ホテル前)	アーケード	平成5年	タウンアメニティ事業
20	馬と子ども	大明ヶ丘交差点	交差点	平成4年	タウンアメニティ事業
21	コーリング2	北埠頭入口(道路沿い)	交差点	平成7年	鹿児島県

【表-1】対象物の設置状況

この非常に認知度の高いパブリックアートにおいては、男女の認知度に差はあまりみられない。また年齢によっても認知度に大きな違いはみられない。

他のパブリックアートと違うのは、市内に住む人と市外に住む人の認知度に差がなく、パブリックアートの存在が好ましいと答えたパブリックアートの上位3位を占めている。

また住民は、「歴史的なもの」としてこれらの作品を強く印象づけているようだ。

【認知度約45%以上のパブリックアート】

「朝の調」は約45%の人が認知している。文化振興景観整備の為にモニュメント建設事業の一環として設置されているが、設置場所は様々な催し物の行われる文化ホールの前で、かなり大きいパブリックアートである。

「母と子の群像」は約60%の人が認知している。これは、市内の主要道路である電車通り沿いの高見橋の欄干に設置されているため、やや高い認知度であると思われる。

「悠雄」は、ロマンチックオブジェ事業によって平成4年に設置されたパブリックアートで、上記の2つのパブリックアートと比べて設置時期は新しいが、認知度は50%強と比較的高い。

これは市役所前のみなど大通り公園という設置場所のわかり易さが要因と考えられる。

「朝の調」と「悠雄」は、女性の認知度が高く、「母と子の群像」は男女で認知度に差があまり見られなかった。

「朝の調」は10代によく認知されているが、「母と子の群像」と「悠雄」は20代後半から30代にかけて認知度が高くなっている。

また、いずれも7割以上の方がパブリックアートの存在を好ましいと答えている。

これらのパブリックアートは「芸術作品」という印象をもたれているようだ。

【認知度約30%以上のパブリックアート】

「島津斉彬公之像」は大正6年に設置されたもので、古くからあるものだが、設置場所を間違えて認知している人が非常に多い。原因は設置場所が神社の境内という少々目に付きにくい場所であるためと思われる。

「星空と彫刻と滝のオアシス」は平成4年に設置されたもので、パブリックアートそのものを知っている人は多いが地図上の設置場所を誤認したり、設置場所を知らない人がとても多いのが特徴的だ。これは天文館アーケード沿いに設置されているため、アーケードを通過する際に目にしていない人が多いことと、似たような噴水型のパブリックアートがアーケード内に多いことが原因と思われる。

「天空をめぐる星」も同様の傾向が見られる。また



【写真1】西郷隆盛像



【写真2】戦災復興20周年記念塔



【写真3】母と子の群像



【写真4】若き薩摩の群像



【写真5】こだま



【写真6】朝の調



【写真7】カルテット



【写真8】悠雄



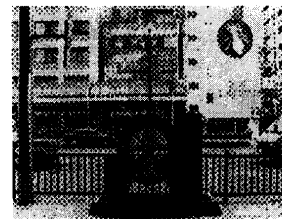
【写真9】ま四角三つ



【写真10】星空と彫刻と滝のオアシス



【写真11】ししおどり



【写真12】天空をめぐる星

【写真】アンケート（認知度調査Ⅱ）において扱ったパブリックアート

「星空と彫刻と滝のオアシス」や「天空をめぐる星」のように水を使ったパブリックアートは「その場に潤いを与える」ものという印象が強い。

「ま四角三つ」は平成6年に設置されたもので、緑におおわれた公園内にあるためか、パブリックアートの存在を知っている人は5割だが、誤認している人は少ない。

「島津斉彬公之像」は女性より男性の認知が高かったが、他の3つは女性の認知度が高い。

また「島津斉彬公之像」は、40代以上では6割の人が知っているのに20歳前後の人には2割程度しか知られていない。他の3つのパブリックアートは20代がよく認知しているが若年層と高年層の認知が低いという結果だった。

また好ましきでは、「島津斉彬公之像」と「星空と彫刻と滝のオアシス」は約8割の人が好ましいと答えている。

【認知度が14%前後のパブリックアート】

「戦災復興20周年記念塔」は、昭和40年に設置されたパブリックアートであり、知らない人が75%である。川

沿いの緑地に設置されており記念碑としての印象を与えはするが認知度が低い。

「こだま」は、平田橋の上に設置され通過交通で見られる機会が多いパブリックアートであるためか誤認している人が多い。「コーリング2」、「カルテット」も似たような傾向である。

【認知度が6%前後のパブリックアート】

「ししおどし」と「馬と子ども」は、6%の認知度である。しかし「ししおどし」は誤認している人がとて多く、知っているという人は60%近くいる。

【認知度が2%以下のパブリックアート】

「あしたの詩」「雄気」「人魚」「帽子の像」「春のよこび」は、いずれも認知していないという人が90%前後いる。

3. 認知度調査Ⅱの概要

認知度調査Ⅰでは、認知度が高いという結果がでて、パブリックアートそのものを認知しているのか、写真に写っている周辺環境で位置を特定したのか、あるいは両方を認知しているのかに疑問が残る。

そこで今回は個々の作品単体が、住民にどのように意識・評価されているか分析するために、パブリックアートの写真を、スキャナーでコンピュータに取り込み、パブリックアートと背景を切り離したり合成する画像処理をした上で、これらの写真を被験者に見てもらい、認知しているか、どの写真が好ましいか、パブリックアートのある場所を活用したことがあるか等、アンケート方式で答えてもらった。

本編では【単体認知度】（切り取られたパブリックアートそのものが設置されている景観をどの程度知っているのか、被験者のうち正確に背景を認知していた人の割合）を定義し、データを分析した結果を中心にまとめた。

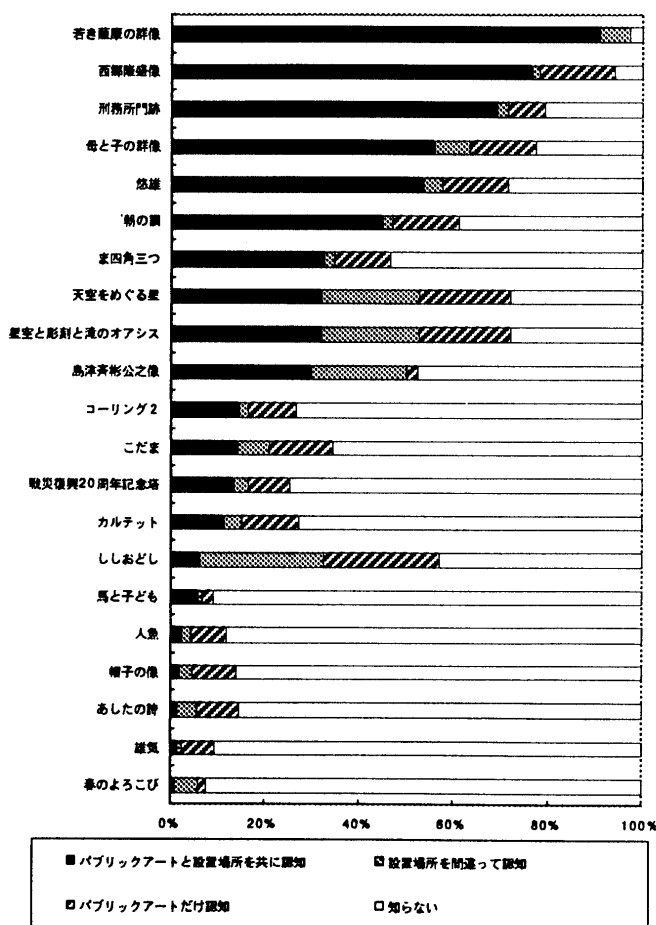
3-1. アンケートの方法

アンケート調査は、基本的に前回の方法を踏襲し、被験者はおおむね同一人物になるように前回の企業を選定、学年進行により一部変更がある。前回と大幅に違うのは女子短大生へのアンケートを削除したことである。以上のことから結果として470件の回答が得られた。

質問内容は、パブリックアート単体のみを認知しているのか、実際に設置されている背景はどれか、背景にあったパブリックアートはどれか、パブリックアートのある場所を待ち合わせ等の実用的な目的で利用したことがあるかについて質問した。

3-2. 対象物の選定

認知度調査Ⅰで扱った21の調査対象物の中から比較的



【図-1】パブリックアートの全体認知度

認知度の高かったものから設置年度・設置事業・設置場所に偏りがないように12の対象物を選定した。

対象物となったのは、「西郷隆盛像」「若き薩摩の群像」「朝の調」「母と子の群像」「悠雄」「天空をめぐる星」「こだま」「ま四角三つ」「星空と彫刻と滝のオアシス」「ししおどし」「戦災復興20周年記念」「カルテット」である。

3-3. 認知の傾向からみた認知度調査Ⅱの調査結果

【認知度約86%以上のパブリックアート】

「西郷隆盛像」と「若き薩摩の群像」の2つのパブリックアートは、全体認知度においても80%以上の認知度であり、パブリックアートそのものについてほとんどの人が正確に認知している。性別による違いはほとんど見られない。年齢で見ると両者とも高齢者になるに従い正解率は、低下の傾向にある。

【認知度約40%以上のパブリックアート】

「朝の調」「母と子の群像」「悠雄」「天空をめぐる星」この4つのパブリックアートは女性の認知度が男性より

高い。

「朝の調」は、10代が最もよく認知している。

「母と子の群像」は、30歳未満の人に認知度が高い。

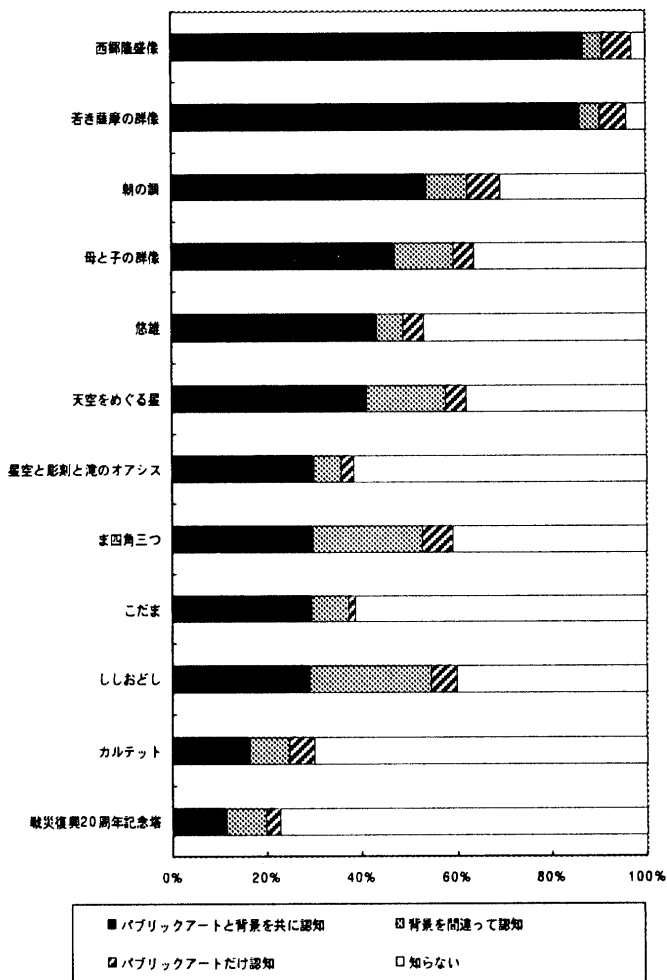
「悠雄」「天空をめぐる星」は、抽象的で設置場所が中心街の天文館のためか、年齢が低くなるほど認知度は高くなる傾向が顕著である。ただ「天空をめぐる星」は、誤認がとても多い。

【認知度約30%以上のパブリックアート】

「こだま」「ま四角三つ」「星空と彫刻と滝のオアシス」「ししおどし」この4つのパブリックアートも女性の認知度が男性より高い。知っていると答える人が最も多い年齢は「ま四角三つ」が15～20歳代、「ししおどし」が25～30歳代であるが、この年代では誤認も最も多い。「こだま」は、どの年代にも同じ割合で認知されている。「星空と彫刻と滝のオアシス」は、10代に最も認知されているが年齢が高くなるにつれて認知度は低くなっている。

【認知度が20%以下のパブリックアート】

「戦災復興20周年記念」は、今回のアンケートで唯一男性の認知が女性より高かった。「カルテット」は、女性の認知が男性よりも高かった。またこの二つのパブリックアートは、認知度そのものは低いが年齢が高くなるにつれて認知度も高くなるという傾向にあった。



【図-2】パブリックアートの単体認知度

4. パブリックアートの実用的な使われ方

今回アンケートを行った12のパブリックアートについて実用的に使用したことがあるのかについても尋ねた。

例えば公園内にあるパブリックアートや川沿いの遊歩道にあるパブリックアートは、憩いの場所として利用している人が多い。また道路沿いや橋の上の通過交通に設置されているようなパブリックアートは、道案内や移動の目印としての利用が多い。このことはパブリックアートの実用的な使われ方が、パブリックアートのデザインや意図よりも周辺環境に左右されることを示している。

5. パブリックアートと背景のマッチ度合い

ここでは、実際のパブリックアートのある景観にどのような印象を抱いているのかを調べた。方法としては、背景だけの写真と1つの背景に対して4種類のパブリックアートを組み込んだ写真の計5枚をみせて最も好ましいものを選んでもらった。ただし、5枚の中には実際の景観を必ず入れた。ここでは「天空をめぐる星」、「こだま」、「ししおどし」、「帽子の像」の4つを扱った。

4つのパブリックアート全てにおいて、実際の設置されている景観が最も好ましいという結果となった。しかし、ビル街に設置されている「ししおどし」についてはパブリックアートのない景観を好ましいと答えた人も多

かった。これに対し背景が緑地の「帽子の像」は、実際の景観に好ましいと答える人が60%近くいた。このことは、設置場所とパブリックアートのマッチの度合いが印象に影響を与えることを示している。

ビル街の商店の入り口が並ぶような場所への設置は、一応現状は肯定するが、ない方がよいという意見が多いという解釈ができよう。また、緑地には景観を阻害しないような彫塑作品を設置することは、多くの人に受け入れられやすいということも示していると思われる。

6. 全体認知度と単体認知度の比較

次に認知度調査Ⅰでの【全体認知度】の結果と認知度調査Ⅱでの【単体認知度】の結果を比較してみた。

認知度調査Ⅰでの【全体認知度】よりも【単体認知度】の方がアップしたパブリックアートは、「西郷隆盛像」・「朝の調」・「こだま」・「カルテット」・「ししおどし」・「天空をめぐる星」であった。逆に、【全体認知度】よりも認知度調査Ⅱの【単体認知度】の方がダウンしたパブリックアートは、「戦災復興20周年記念塔」・「若き薩摩

の群像」・「母と子の群像」・「悠雄」・「ま四角三つ」・「星空と彫刻と滝のオアシス」であった。

6-1. 【全体認知度】よりも【単体認知度】の方がアップしたパブリックアート

「西郷隆盛像」

このパブリックアートを知っていると答える人の割合が増え、【全体認知度】よりも【単体認知度】の方がアップしている。これは、地図上における位置よりも、緑に囲まれて設置されているという場所の雰囲気により印象的に認知していることを表している。場所を知らないと言った人の割合に対し、背景を知らなかった人の割合がかなり少ないことからこのことが伺える。

実用的な利用の仕方として記念写真や観光案内に利用している人もいたことから鹿児島を表す1つの景観として広く住民に浸透していると考えられる。

「朝の調」

このパブリックアートも「西郷隆盛像」と同じように位置よりも、設置された景観が印象的に記憶される傾向にあるようだ。これは、このパブリックアートが大きく金色であるという視覚的に非常に目立つデザインであるところによるとと思われる。

「こだま」

誤認も含めたパブリックアートの存在を知っていると答える人の割合はあまり変わらないのに、【単体認知度】が【全体認知度】の2倍近い。また、場所がわからない人に比べて背景がわからない人は非常に少なかった。この作品は、川を背景に橋の真ん中に小さな円形の広場を設けて設置されている。そのため川も含めた景観が印象的に住民に記憶されているのではないだろうか。

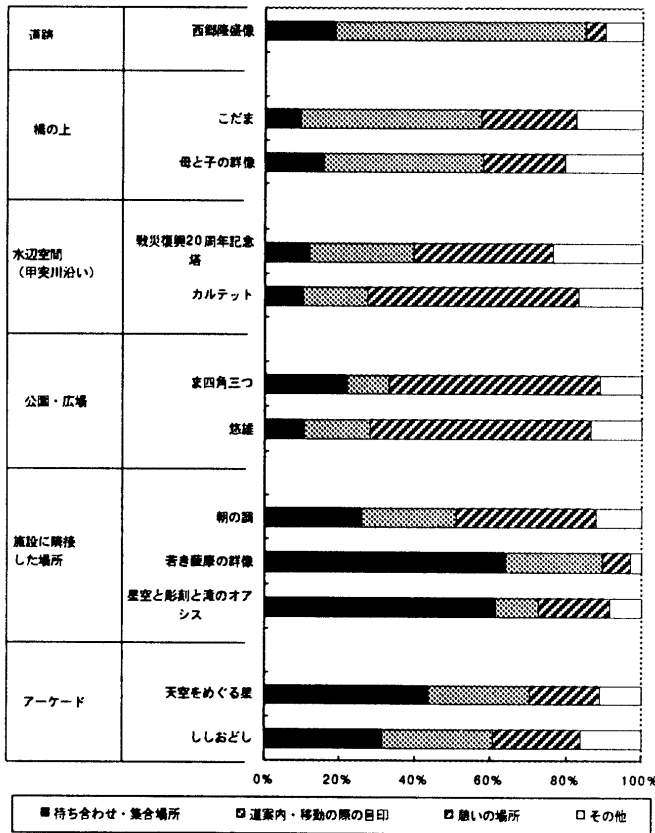
認知度調査のⅡの好ましさでもこのパブリックアートを知っている人の多くが実際の景観に好印象を抱いている。これは、景観を意識したちょっとした演出が効果を発揮している1つの例ではないだろうか。

「カルテット」

川沿いにある「カルテット」は、単体認知度が増加し、背景を誤認している人が減少している。このことから、位置よりも背景の方が認知しやすい傾向にあることがわかる。

「ししおどし」

この「ししおどし」は、【全体認知度】は5%強だったのが、【単体認知度】は30%弱とかなり大きくなった。また位置を間違った人が30%弱だったのが、背景を間違ったのは20%強と減少していた。これらのことから、どのような背景の所に設置されているかの方を、被験者がよく理解していることが分かる。ただし、他のパブリックアートに比べて誤認率がかなり高い。このことは、お



【図-3】パブリックアートの実用的な使われ方

よそ天文館にあることは分かっているが、似たようなパブリックアートが幾つかあるため、被験者が地図上で特定の場所を同定することは困難であったことや通過途中に目にするものは非常に曖昧に記憶され易いことを示している。

「天空をめぐる星」

このパブリックアートが設置されている場所は市内でも最も人の待ち合わせが多い場所の1つである。

背景も含んだ写真をみてもらった認知度調査Ⅰの方がパブリックアートの存在を知っていると答えた人が多いのは、おそらく景観として認知しているからであろう。

6-2. 【全体認知度】よりも【単体認知度】の方がダウンしたパブリックアート

「戦災復興20周年記念塔」

このパブリックアートは、知っているという人が減少し、認知度も減少している。さらに、誤認している人が増えたことから位置の認知も低いが、景観としての認知はさらに低いことがわかった。

設置場所の周辺が緑地帯で木に覆われているためか、このパブリックアートの存在はあまり知られていないようだ。

「若き薩摩の群像」

このパブリックアートは、認知度そのものは非常に高いが、【全体認知度】よりも【単体認知度】の方がダウンしている。やはり西鹿児島駅前という場所の印象がどうしても強いようだ。また位置を知らないと答えた人はほとんどいないのに、背景を知らないと答えた人が若干いる。待ち合わせにもよく利用されている「若き薩摩の群像」は、あくまでも西鹿児島駅前広場にあるというのが、住民の認識であろう。

「母と子の群像」

位置の認知に比べて背景の認知がダウンしている。しかし背景を誤認している人の割合を加味すれば、位置の認知度と背景の認知度はほぼ等しくなる。このパブリックアートは知っているが背景は良く記憶していないことを示している。

同じような設置条件のパブリックアートである「こだま」は背景の認知がとても高いという対称的な結果となった。

「悠雄」

このパブリックアートは、抽象的な作品で夜間のライトアップなど積極的な演出を行っているが、位置の認知度が高いことがわかった。この理由は、市役所前という設置場所の印象の強さ、パブリックアートが大きいいため背景と一体となった景観としては認知されにくいことなどが考えられる。

「ま四角三つ」

知っているという人は全体として増えていながら、正確な認知度は減少している。また背景を誤認している人の増加が目立っている。これは、パブリックアート単体ではよく知られているが、「悠雄」と同様大きい作品であるためにパブリックアート単体のインパクトがかなり強いいためその背景と一体の景観としてとらえられにくい性質のものであると考えられる。

「星空と彫刻と滝のオアシス」

このパブリックアートの存在を知っていると答える人が位置に比べて背景では半分近く減少している。ここでは、正確な認知度の減少よりむしろ認知が曖昧な人が極端に減少している。このパブリックアートは、銀行前のセミパブリックスペースにはめ込まれる形で設置されている。そのため建物と切り放したパブリックアート単体だけでは非常にわかりづらくなってしまい、知っているという人が極端に減少したと思われる。

7. まとめ

【全体認知度】では、住民がパブリックアートを見る時視野に入る「パブリックアートとその周辺の背景」を認知して、その設置場所まで答えることができた人の割合が正確な認知度であり、地図上の位置を間違えた人は誤認に分類される。これに対して、【単体認知度】では、パブリックアート単体を見て、パブリックアートが切り取られた背景を正しく選択した人の割合が正確な認知度であり、パブリックアート単体を知っていると答えても、本来の背景を正しく選択できなかった場合、誤認の範疇に入ることになる。この両者の回答率を単純比較することは多少無理がある。

しかし、認知度調査Ⅰの分析からは、次のようなことがわかった。

- ①街のどのような場所にあるか（どのような周辺環境のもとにあるか）によってパブリックアートの認知度は大きく違う。
- ②年齢もしくは性別によって認知度は影響を受ける。
- ③具象的なパブリックアートの全体認知度は高く、印象も良い。

これらのことから、どのような人の集まる、どういった地域にパブリックアートを設置した方が良いのか、またどういった作品（具象的なものや噴水のようなものなど）を設置したらいいのかについてを判断する際の資料となりうる。

また、認知度調査Ⅱの結果からは、次のことがわかった。

- ①どのような景観の中に設置されるのかによってパブリックアートの認知度は大きく違う。

②年齢や性別による行動範囲の違いが景観の認知度の違いにも影響を与えている。

③背景とパブリックアートがマッチしているか（違和感の有無）が景観に対する印象の善し悪しに影響を与えている。

④パブリックアートの置かれている場所の周辺環境によってパブリックアートの利用の仕方は違ってくる。

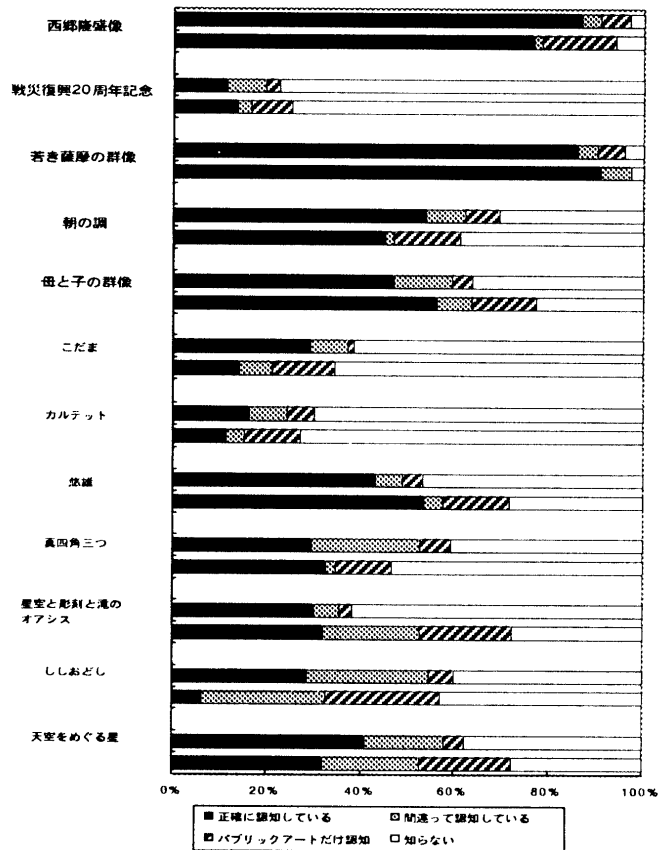
これらのことは、街のどのような景観の中にどのようなパブリックアートを設置したら良いのか、また住民の利用を意識した景観演出を考える際の資料になりうる。

最後に2つの調査の結果を比較してみたところ、パブリックアートによって位置が印象的に認知されるものと、景観が認知されるものがあることがわかった。また、それぞれのパブリックアートの大きさやデザイン、設置された周辺環境によって違いがでてきた。

しかし、「母と子の群像」と「こだま」の例のように、同じ川に架かった橋の上という似たような環境下のパブリックアートでも全体認知度と単体認知度の変化が、逆の傾向になるという結果もみられた。

こういったことから、位置と背景の認知の違いがどこからくるのかについては再度検討してみる必要があると考える。

一概にどのパブリックアートをどこにおいたらいいとは言いがたい。しかし、この研究の結果は、今後の街づくりにおける景観演出に対して、それをみる側である住民の視点を取り入れるための1つの手がかりとなりうるのではないかと考える。



【図-4】全体認知度と単体認知度の比較