

北海道の景観資源整備にむけた風景イメージの研究

札幌市立大学デザイン学部教授 吉田 恵介
札幌市立大学デザイン学部助手 上田 裕文

I. はじめに

北海道観光における景観資源の重要性は、あらゆる観光満足度調査により示されてきた。例えば、平成19年度の北海道経済部観光のくにつくり推進局による来道観光客の満足度に関する調査では、北海道の「景観」に対して「満足」または「やや満足」と回答した観光客は93.6%で第1位である。この満足度の高さは、「北海道旅行全体(93.3%)」、「訪問した観光地(93.5%)」を若干上回っており、さらに「観光施設(93.3%)」や「宿泊施設(84.6%)」、「食事(84.5%)」、「お土産品(83.5%)」よりも遥かに高い満足度を示している。

しかしながら、それらの結果を受けて、現況の景観を維持すべきという理念的な結論は導かれても、より質の高い景観資源整備にむけての具体的な方向性はこれまで示されてこなかった。そこで、道外来訪者が、北海道のどのような景観資源を風景としてイメージし、そこに「北海道らしさ」を見出しているのかを具体的に明らかにする必要があると考えられる。そこから観光促進にむけた景観資源整備の今後の方向性が導かれると予想される。

一方で、北海道への観光客は近年多様化しており、国際的な視点からの観光資源整備が求められている。国内向け観光が伸び悩む中、外国人観光客の来道数は増加を見せている。その中で大きな割合を占めるのが、台湾、香港、韓国といった東アジアの国々である(図1)。平成19年より台湾人の国内運転が可能になり、レンタカーによるドライブ観光も急増している。今後、更なる国際観光の多様化が予想される。

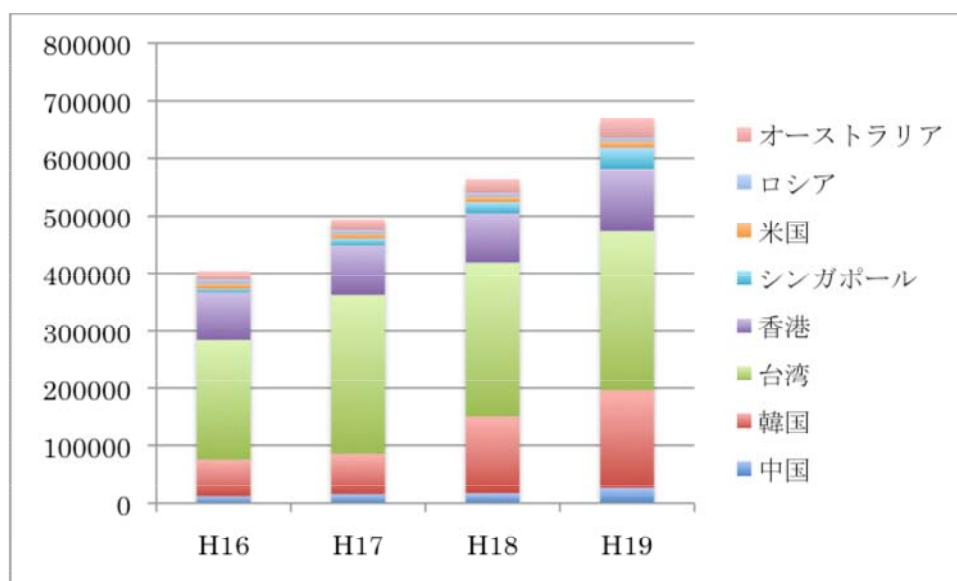


図1. 近年の訪日外国人来道数
(H20 北海道観光入込客数調査報告書より作成)

このような状況の中、外国人観光客がどのような北海道イメージを抱き、どのような風景体験を期待しているのかは未だに明らかになっていない。景観は、見る人の文化的背景や知識によって異なる風景として体験される。外国人観光客の北海道イメージを把握し、より多様な観光ニーズに対応した景観資源の整備につなげることが可能になると考えられる。

本研究では「景観資源」を、観光活動の中で消費の対象となる景観および景観表象と定義する。Urry (1995, 2000) は、現代ツーリズムの特徴として、外部からのまなざしを通して対象化された場所のイメージが、記号として生産され大量消費される状況を指摘している。このような現代ツーリズムの様式を考慮に入れ、景観資源の整備とは、景観に対して価値を見出す「風景の見方」の整理や風景体験の演出を含むと言える。Halfacree (2007) や安村 (2001) の研究など、景観表象が観光資源として積極的に活用され、それらが逆に観光形態にも影響を与える点を理論化した研究は多く見られる。また、多田 (2004) は沖縄観光の事例研究を通して、観光地のイメージ変容の様子を明らかにしている。このような視点に立つと、北海道観光においても、現在人々によって思い描かれている「北海道らしさ」を、風景イメージとして実証的に把握することは有用であると考えられる。その際には、観光を通して消費される風景イメージが、どのような記号の集積として表象され、実際の風景体験に影響を与えているかが主な考察対象となる。

本研究では、「北海道らしい風景」のイメージを抽出することで、人々が具体的にどのような景観に対して価値を見出しているのかを明らかにする。それによって、北海道観光における景観資源整備にむけた実践的な知見を得ることを目的とする。調査対象には、道内在住者、道外来訪者、そして外国人観光客の中でも来道数が最も多い台湾人を加え、その比較を行うことで、異なる属性の視点からの「北海道らしい風景」を浮き彫りにすることを目的とする。

II. 研究方法

本研究では、人々が頭に描く風景イメージを視覚的表象と言語的概念構造として抽出するため、風景イメージスケッチ手法（Landscape Image Sketching Technique、以下 LIST と表記）と概念構造アンケート調査を併用する。

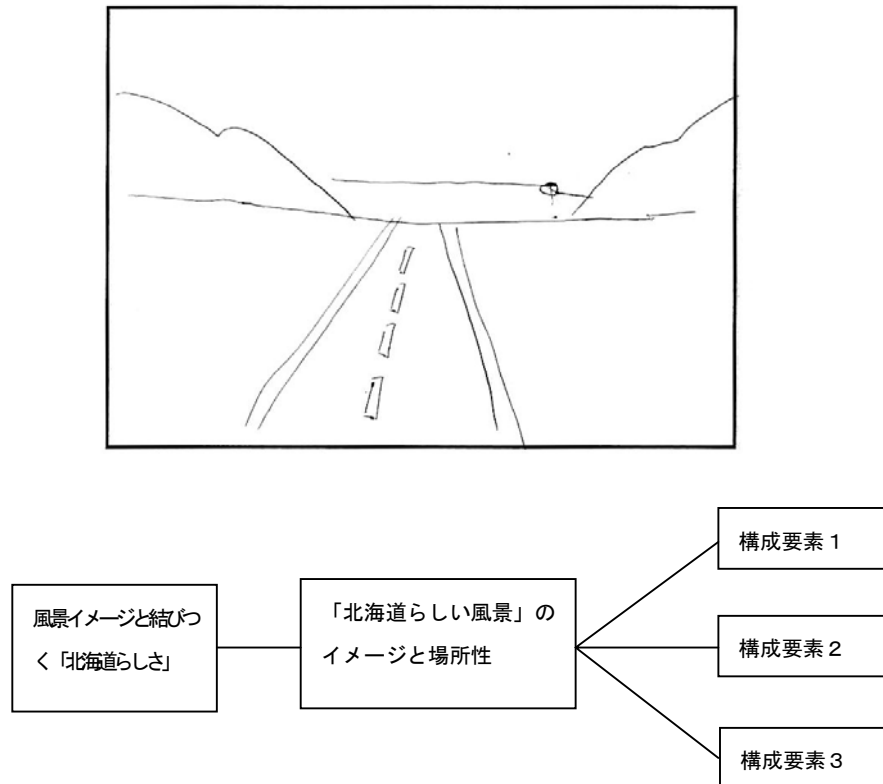


図 2. 風景イメージスケッチと概念構造のモデル

これまでの景観研究では、山や海、湿原など、北海道の景観資源のうち「何」が認識対象となっているかを調査するのが主流であった。本研究では人間の視点から「どのように」風景がイメージされているかを分析対象とする。つまり、主体によって異なる「風景の見方」を明らかにする点が本研究の独創的な点である。そこから、多様なニーズに答えた形の実践的な景観整備や演出方法に関する提言が可能になる。

北海道イメージは、各主体の社会的、文化的背景に基づく場所の意味と、各自の観光体験の記憶によって形成されている。そして、そのようなイメージは、視覚的な景観と、言語的な表象の結びつきから構成されていると考えられる。しかし、実際には来道前の観光客の多くは、事前に観光雑誌や旅行ガイド、インターネットを通じて情報収集していることが先行研究から明らかになっている。彼らの北海道イメージはそれら事前の視覚的・言語的な情報によって形成されていると予想される。

1. 風景イメージスケッチ手法

本研究で用いる LIST は、人々が頭に思い描く風景イメージを一枚のシーンとして描画してもらう手法である。これまで、イメージを対象とした先行研究では、テキストマイニングやエレメント想起法などを用いた、言語的なイメージ構造の分析が中心に行われてきた。抽象的な意味の構造を抽出するこれらの手法では、ある事象や問題に対する認知構造が、KJ 法などの分析結果として、相互に結びついたキーワードのセットにより表現される。しかし、実際の空間の配置関係は記述されないという欠点がある。一方で、視覚的な情報を用いた研究では、景観写真の評価実験や認知調査が多くを占める。その他には、心理的な空間理解構造のデータ化を試みたメンタルマップや、問題把握構造を明らかにしたコンセプトマップがある。メンタルマップは Lynch の「都市のイメージ」に代表される、認知要素を地図化したものである。住民の描くメンタルマップには場所の配置やルートの関係が地図として表現されるが、場所の意味構造は記述されない。このように、イメージの抽出を目的とした既存の手法では、イメージの持つ言語的な側面と、視覚的な側面の両方に直接アプローチすることができないという欠点がある。

中村は、景観の見方としての風景に注目して、知覚における視覚像と抽象化された地理的イメージの間に風景イメージがあると主張する。そして、シーンとしての風景イメージの中にもマッピングと同様の認知の特性が現れると述べている。イメージスケッチには、各自が言語的に認知する景観要素が取捨選択されてスケッチ上に描かれる。そしてその際には、各要素には形態や大きさなどが定められ、切り取られた風景の範囲（視野）として視覚的な空間構造が表現される。さらに、画面全体の構図と視点の位置関係に、主体と環境との関係性だけでなく、そのイメージスケッチの主題として、場所の意味が表現される。

2. 概念構造アンケート

描画を用いた実験手法では、その分析手法の再現性や解釈の客観性などが疑問視されてきた。そこで本研究では、山口ら（2002）の先行研究を参考にし、LIST を用いた調査の中に、レパートリー・グリッド発展手法を活用した質問を組み込むことで手法の改善を図った。実際には、風景イメージを構成する具体的な「構成要素」と、風景イメージが象徴する「抽象概念」とを自由回答式の質問項目としてアンケートに組み込んだ。それにより、イメージスケッチとして視覚的に抽出した空間構造と、言語的に階層化された意味的構造とを対応させることが可能になる。定性分析の再現性が向上するとともに、記述式アンケートによる調査手法の簡易化が達成されると期待された。

本研究では「北海道らしい風景」のイメージの抽出が目的であるため、アンケートには表 1 のような質問項目を設定した。本研究で重視するのは、観光客にとって「北海道らしい風景」が①どのような景観と結びついてイメージされているのか（風景イメージスケッチのタイトル）、②それらがどのような構成要素から成り立っているのか（構成要素）、③そして、そこにどのような「北海道らしさ」を見出しているのか（抽象概念）、という点である。さらに、抽出される風景イメージから、今後の観光促進にむけた具体的な景観資源整備を考えるため、その風景イメージと結びつく特定の場所（場所性）を尋ねる自由回答式の質問項目を加えた。

表 1. アンケート調査項目

個人属性			
性別、年齢、居住地、過去の来道回数、			
抽象概念	場所性	風景イメージ	構成要素
風景イメージスケッチ で表現される「北海道らしさ」	「北海道らしい風景」と 結びつく特定の場所	「北海道らしい風景」の イメージスケッチとその タイトル	「北海道らしい風景」を 構成する主な要素 3 つ

3. 風景イメージスケッチの分析手法

LIST を用いて視覚的情報として得られた「北海道らしい風景」のイメージスケッチの空間構造と、アンケートの回答で言語的に階層化された意味的構造との対応関係を分析した。

まず、北海道らしい風景のイメージを概観するため、イメージスケッチをその構成要素からクラスター分析によって分類し、風景イメージスケッチのグループ分けを行った。こうして把握された風景イメージの大まかな分布と、その具体的な場所、「北海道らしさ」の対応関係を見た。

- 言語的な構成要素 → 風景イメージのグルーピング
(「場所性」と「北海道らしさ」の対応)
- 描画の視覚的な表現方法 → グループごとの「風景構成」と「身体配置」

(1) 構成要素による風景イメージスケッチのグルーピング

風景イメージを構成する、回答者にとっての主要な構成要素に着目し、風景イメージのグルーピングを行った。そして、分類された風景イメージごとに、その場所性と、そこに見いだされる抽象的な「北海道らしさ」を集計した。

構成要素によるグルーピングには、ウォード法によるクラスター分析を用いた。グルーピングのために着目した構成要素は、描画を用いた心理的調査として行われる風景構成法を参考にして選定した。風景構成法とは、臨床心理の分野で中井久夫によって創案された芸術療法の一技法である(皆藤、1994)。風景構成法では、あらかじめ決められた 10 種類のアイテム(川、山、田、道、家、木、人、花、動物、石)を治療者が時系列的に提示し、クライアントが順番に枠づけされた白い画用紙の余白部分にアイテムを加えていき風景を構成する。一方で、本研究で用いる風景イメージスケッチ手法では、被験者自身が最初に頭に描いた風景イメージを紙面に描く、投影的な側面が強い。両者にはこうした手法としての特徴の違いがあるが、風景構成の枠組みと自己像の配置を構成要素の組み合わせから読み取る視点は共通していると考えられる。そこで、北海道らしい風景イメージの特徴を明らかにするため、川や湖の「水」、「海」、「山」、「森林」、「木」、「牧場」、「畑」、「平原」、「丘」、「花」、「道路」、「家・街」流水を含む「雪」の組み合わせからグループ分けを行った。

（２）風景イメージスケッチの風景構成

続いて、これらのイメージの空間構造を、その描画の視覚的な情報から分析していく。
まずは、画面の風景構成を４つの項目から定性データ化した。

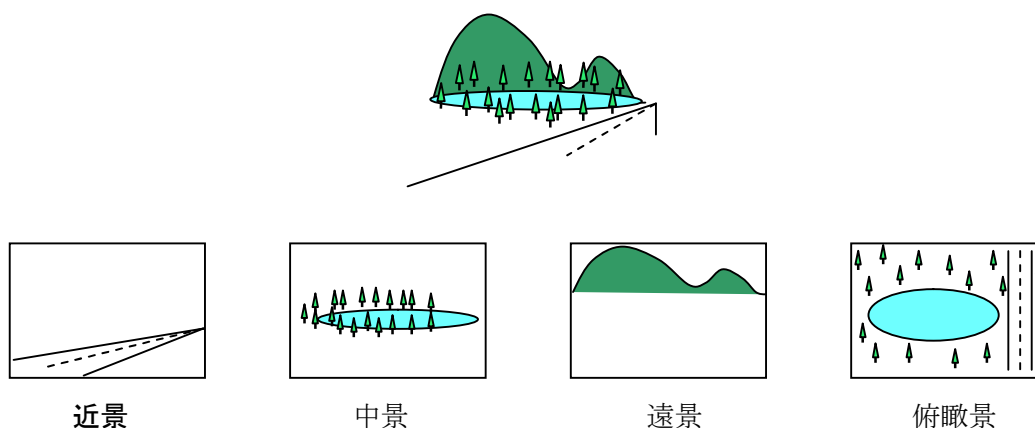


図３．風景イメージスケッチの風景構成

近景・中景・遠景は、それぞれ風景イメージスケッチの構図内における前景・主景・背景に対応する。この３つがどのように組み合わせられているかを各風景イメージスケッチにおいてカウントした。しかし、これらは人間の視点から透視図的に見た画面構成の場合であり、実際には、仮想視点から俯瞰景や模式的な地図などを描いた抽象的なスケッチも見られる。これらは俯瞰景として別に分類を行った。これらの結果から、各主体がどのような風景構成をもってイメージを組み立てているか、その空間の広がり进行を明らかにする。

（３）風景イメージスケッチの身体配置

さらに、画面の視覚情報に表れる主体の視点の位置を身体配置として４種類のカテゴリーに分類した。そこから明らかになるのは、各主体が、描写した風景との間にどのような心理的関係を持っているかということである。

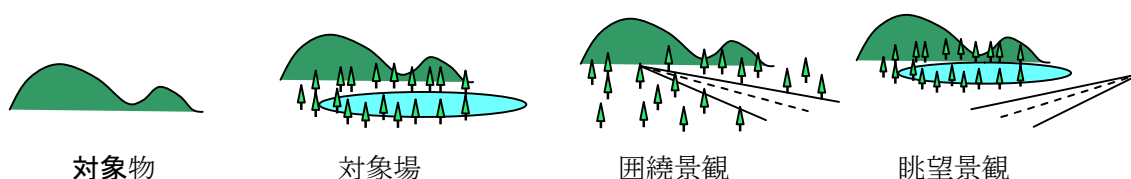


図４．風景イメージスケッチの身体配置

対象物は、風景として単体の主対象のみが描かれているもの。対象場は、複数の対象が組み合わせられることで空間の広がりが表現されているもの。围绕景觀は、視点となる家屋や居住集落、人間が対象に囲まれた形で、仮想行動の視点場を構成しているもの。眺望景觀は、視点場と対象物または対象場が画面の中で組み合わせられて表現されているものである。

る。圍繞景觀や眺望景觀は、視点場の一部が描かれているものを対象とするが、その際、視点場は必ずしも道や展望台などの人工物に限らない。例えば、海を眺める海岸や、牧場を仕切る柵等を含め、視点場が明確に示されているものも含めた。

対象物や対象場は、風景が主体から切り離され、対象化された風景と言える。一方で、圍繞景觀は、風景の中に視点場が含まれる、体験空間の説明としての風景描写である。また、眺望景觀は、視点と視対象の間にある知覚の関係性が明確に表現された風景描写と言える。この結果から、各主体がどのように風景との関係性を認識しているかを明らかにする。

（４）調査の概要

調査は2009年8月と2010年1月の二度に分け、新千歳空港の国内線および国際線出発ロビーにて実施した（表2）。ベンチに座る空港利用者に対して、対面式でアンケート調査への協力を依頼し、承諾を得た上でアンケート用紙を配布した。アンケート用紙は、回答後その場で回収した。アンケート用紙には、原則として、回答者自身が記入を行ったが、要望に応じて、口頭による回答を調査員が代わって記入した。その際、LISTに基づくイメージスケッチの描画に関しては、風景イメージの画面構成を明らかにするため、構成要素の配置関係を指でなぞってもらうことで回答してもらった。

空港利用者には北海道内在住者と北海道外からの来訪者の両方が含まれている。そのため、アンケート用紙の回収後、回答結果より道内在住者と道外来訪者で分けて集計し比較することとした。台湾人旅客に対するアンケート調査は、中国語で作成したアンケート用紙を用い、台湾人調査者によって実施した。その際、国際線出発ロビーで旅客の出身地を尋ねた上で、台湾人旅客のみに対してアンケート調査への協力を依頼した。

なお、本アンケート調査の実施に際して、札幌市立大学の研究倫理審査委員会の認可を受けた。

表2. 調査の概要

調査時期	2009年8月27・28日	2010年1月16・17日
調査場所	新千歳空港（国内線出発ロビー／国際線出発ロビー）	
調査対象	空港利用者（日本人旅客／台湾人旅客）	
調査方法	日本人と台湾人による、対面式アンケート調査	

Ⅲ. 結 果

1. 回答者の属性

調査対象者は、夏期調査と冬期調査を合わせて約 700 名であるが、そのうち有効回答は表 3 のとおりである。性別に関しては、冬期の「道外来訪者」を除く全ての属性で「女性」が多かった。年齢に関しては、20 代を中心に、10 代から 40 代が多い。表の結果は、季節による旅客の属性変化を示唆している。たとえば、夏期の「台湾人来訪者」の「10 代」は家族旅行であるのに対し、国内旅客の「10 代」は修学旅行またはスキー研修による来道が主である。道外来訪者の居住地は表 4 のとおりである。関東、東海地方からの来道者が多いことが分かる。

表 3. 有効回答

		道内（夏期）	道外（夏期）	台湾（夏期）	道内（冬期）	道外（冬期）	台湾（冬期）
回答者		87	152	113	86	89	86
性別	男性	27	65	44	37	57	38
	女性	60	87	69	49	32	48
年齢	10 代	8	26	36	0	20	0
	20 代	28	39	20	24	17	40
	30 代	11	20	25	23	20	38
	40 代	12	22	26	16	10	7
	50 代	14	18	6	9	15	1
	60 代	10	17	0	9	5	0
	70 代	4	10	0	5	2	0

表 4. 道外来訪者の居住地

回答者	道外（夏期）	道外（冬期）
東北	10	10
北陸	12	12
甲信越	2	2
関東	76	76
東海	30	30
近畿	13	13
中国	4	4
四国	1	1
九州・沖縄	4	4

道外からの来訪者に関して、その来道回数は表5のとおりである。特に台湾人来訪者に関しては、初めて北海道を訪れた回答者が多くを占めた。このような、来道回数の違いも各属性の回答結果に影響を与えている可能性がある。

表5. 道外来訪者および台湾来訪者の来道回数

過去の来道回数	道外（夏期）	台湾（夏期）	道外（冬期）	台湾（冬期）
初めて	42	66	20	53
1回	7	23	5	25
2～5回	49	22	30	8
6回以上	45	2	31	0
居住経験	9	0	3	0

2. 「北海道らしい風景」の場所性

「北海道らしい風景」として思い浮かべる風景イメージと特定の場所との結びつきを明らかにするため、その具体的な地名と訪問経験の有無を尋ねた。その結果、道内在住者では97%の回答者が訪れたことがある場所を挙げた。一方、道外からの来訪者では65%が、自身が訪れたことのある場所であると回答し、35%が訪れたことのない場所であると回答した。高い頻度で回答された具体的な地名は表6のようになる。道内在住者、道外来訪者の両方で共通して「富良野」が最も多く挙げられ、「美瑛」がそれに続いた。

表6. 北海道らしい風景の場所性（夏期）

	道内（夏期） （回答人数，回答率）	道外（夏期） （回答人数，回答率）	台湾（夏期） （回答人数，回答率）
1位	富良野（24，28%）	富良野（40，26%）	富良野（47，42%）
2位	美瑛（13，15%）	美瑛（13，9%）	美瑛（12，11%）
3位	札幌近郊（12，14%）	札幌近郊（13，9%）	洞爺湖（9，8%）
4位	十勝（6，7%）	牧場・草原（8，5%）	小樽（8，7%）
5位	網走（4，5%）	小樽（6，4%）	函館（7，6%）

このように、道内在住者、道外来訪者、台湾人来訪者のいずれも、「富良野」と「美瑛」を「北海道らしい風景」のイメージと結び付く場所として、最も多く回答していることが分かる。

冬期の場合は、道外来訪者、台湾人来訪者において、北海道らしい風景の場所性に違いが見られる。

表 7. 北海道らしい風景の場所性（冬期）

	道内（冬期） （回答人数，回答率）	道外（冬期） （回答人数，回答率）	台湾（冬期） （回答人数，回答率）
1 位	富良野 （17， 20%）	札幌近郊（18， 20%）	小樽 （21， 24%）
2 位	美 瑛 （12， 14%）	富良野 （14， 16%）	洞爺湖 （14， 16%）
3 位	札幌近郊（ 8， 9%）	ニセコ （ 8， 9%）	札幌近郊（13， 15%）
4 位	知 床 （ 6， 7%）	スキー場・雪（8， 9%）	函 館 （ 8， 9%）
5 位	十勝・日高（6， 7%）	手 稲 （ 7， 8%）	登別温泉（ 4， 5%）

季節変化の少ない道内在住者の回答結果より、地域ブランドとしての特定地域の知名度は、むしろ道内在住者に対して浸透していると言える。一方で観光客にとっては、観光旅行を通しての訪問地が自らにとっての北海道らしい風景の体験として記憶されるため、季節など、訪問先の影響を強く受けることが分かる。このことは、主に団体ツアーでの旅行形態が一般的な台湾人来訪者においては特に顕著であった。

3. 風景イメージと北海道らしさ

主要な構成要素（「水」、「海」、「山」、「森林」、「木」、「牧場」、「畑」、「平原」、「丘」、「花」「道路」「家・街」「雪」）を用いたクラスター分析により、風景イメージのグルーピングを行った。そして、分類された風景イメージごとに、その場所性と、そこに見いだされる抽象的な「北海道らしさ」を集計し表 8 から表 13 までにまとめた。さらに、それらのグループごとに、スケッチに表れた視覚的情報から風景イメージの風景構成と身体配置の傾向を明らかにした。



ID:3046 場所：富良野 タイトル：花、野原丘陵

風景イメージ：ラベンダー畑の風景

構成要素：みどり、青空、色とりどりの花、 北海道らしさ：広い原野

図5. 風景イメージスケッチの回答例

(1) 道内在住者、夏期の風景イメージ

道内在住者、夏期の風景イメージスケッチは、クラスター分析の結果より7つのグループに分類された。これらはさまざまな北海道の場所や構成要素と結びついた風景イメージであるが、そのほとんどが「広大さ」や「自然」を「北海道らしさ」として表現しようとしたものであった。

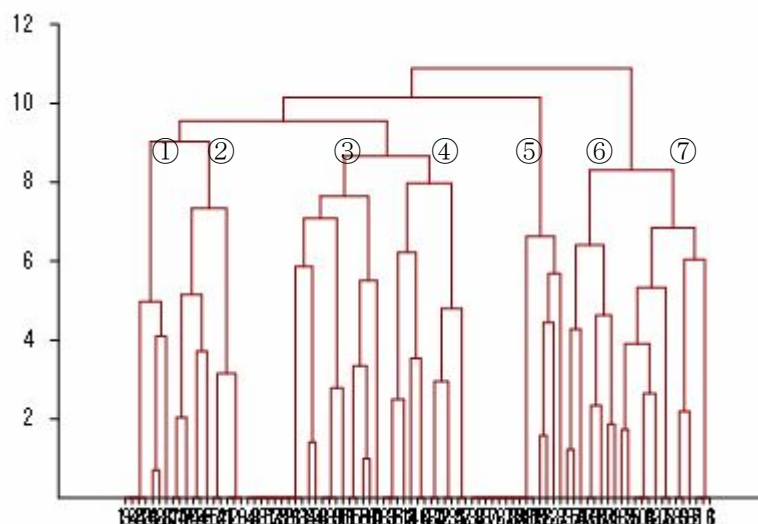


図6. 道内在住者（夏期）の風景イメージスケッチのクラスター分析結果

表 8. 道内在住者（夏期）の風景イメージグループと「北海道らしさ」

グループ名	北海道らしさ	場所性	構成要素
①田園風景（７）	自然（３） 広大（２）、 美しい風景（２）	富良野（３） 美瑛（３）	畑（７）、大地（５）、丘（２）、木（２）、 空（２）
②抽象自然、その他町の風景（２０）	自然（６） 広大（５） 農村性（３） 気候風土（２） 人間生活（２）	十勝（３） 大通り公園（２） 富良野（２）	みどり（１０）、空（７）、大地（７）、道路（６）、家・街（４）、気候（３）、その他人工物（４）、インフラ（３）、時間（３）、雪（２）、平原（２）、海（２）
③ラベンダー畑の風景（１４）	広大（８） 自然（５）	富良野（１０） 美瑛（２）	花（１４）、空（７）、みどり（３）、気候（３）、 大地（３）、家・街（３）、畑（２）
④山と草原の風景（８）	広大（４） 自然（３）	釧路（２）	平原（７）、山（６）、みどり（３）、牧場（２）、 畑（２）
⑤丘と木の風景（１１）	広大（４） 自然（４） 農村性（２）	富良野（５） 美瑛（４）	木（９）、丘（６）、みどり（５）、空（４）、 大地（２）
⑥森林や牧場の風景（１３）	広大（７） 自然（５）	摩周湖（２） 牧場（計４）	森林（８）、牧場（６）、みどり（６）、動物（５）、水（３）、空（３）、気候（３）
⑦山の風景（１４）	自然（７） 広大（３）	羊蹄山（４） 富良野（４）	山（１４）、空（６）、みどり（６）、水（４）、 木（３）、畑（２）、花（２）、海（２）、その他人工物（２）

- ① 富良野や美瑛をイメージしながら「畑」や「大地」で表現されるイメージスケッチ群は、「田園風景」のイメージと命名された。これらは、北海道の「自然」や「広大さ」、「美しい景色」を表現したものであった。
- ② 他のクラスターから漏れた「抽象自然、その他町の風景」のイメージスケッチは、多様な場所と結びつき、その構成要素も抽象的な「みどり」や「大地」、「空」といったような普遍的な北海道の風景を描写するものであった。そこで表現された「北海道らしさ」は、「広大さ」や「自然」だけでなく、「農村性」や「気候風土」、「生活様式」などであった。
- ③ 富良野や美瑛は、構成要素の「花」と結びついた「ラベンダー畑の風景」としても描かれることが多い。その際も、そこで表現される「北海道らしさ」は、「広大さ」や「自然」であり、同様に富良野や美瑛と結びつく「田園風景」や「丘と木の風景」とも一致していた。
- ④ 釧路ほか、北海道のあらゆる「平原」や「山」と結びついた風景イメージは、「山と草原の風景」と命名された。「広大さ」や「自然」を表現した風景イメージである。

- ⑤ 富良野や美瑛と結びついた風景イメージは、前述の「田園風景」や「ラベンダー畑」の風景だけでなく、「木」や「丘」といった構成要素によって描写された「木と丘の風景」がある。
- ⑥ 北海道のあらゆる「森林」や「牧場」によって構成される風景イメージは、北海道の自然風景や酪農と結びついた風景イメージと推察される。これらのイメージスケッチ群は「森林や牧場の風景」と命名された。
- ⑦ 羊蹄山など、北海道の代表的な「山」が描かれ、「空」や川や湖などの「水」とともに構成された風景イメージは、北海道の「自然」を表現した「山の風景」である。

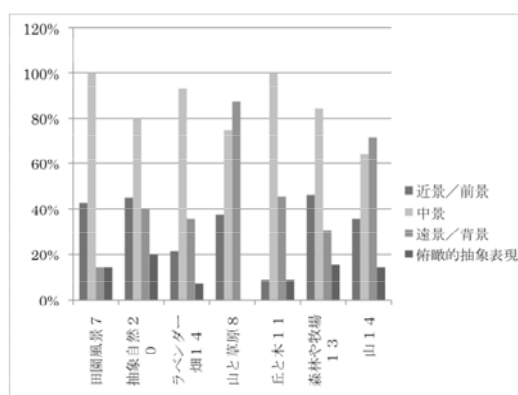


図7. 道内在住者（夏期）の風景構成

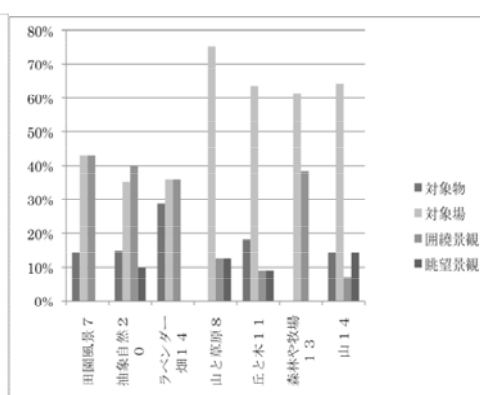


図8. 道内在住者（夏期）の身体配置

図7のように、これらのグループごとに風景構成を見ていくと、中景を中心に風景が構成されるが、「山の風景」や「山と草原の風景」が示すように、山が背景に含まれる絵では遠景との組み合わせが多い。また、身体配置を見ると、風景イメージによって異なる空間のとらえ方があることが分かる。「山と草原の風景」「丘と木の風景」「森林や牧場の風景」「山の風景」は、視点から切り離され、対象化された風景として描写される。一方で、「田園風景」「抽象自然、その他町の風景」「ラベンダー畑の風景」は、対象場としてのとらえ方と圍繞景観としてのとらえ方がほぼ同数であった。

道内在住者、夏期の風景イメージは以上より、(1)富良野・美瑛と主に結びついた「田園風景」「ラベンダー畑の風景」「丘と木の風景」といった観光地の風景、(2)酪農などとも結びつく「森林や牧場の風景」の農村風景、(3)山を中心とした象徴的な自然風景の「山の風景」「山と草原の風景」、(4)より身近に体験される「抽象自然、その他町の風景」といった大きなまとまりとして整理することができる。道外に向けてアピールされる道内在住者にとっての「北海道らしさ」は、「自然」と「広大さ」に代表される、安定した北海道の風景イメージである。

（２）道外来訪者、夏期の風景イメージ

道外来訪者、夏期の風景イメージスケッチは、クラスター分析の結果より 10 のグループに分類された。道内在住者の結果と比較すると、同様の風景イメージスケッチが、風景構成や構成要素の語彙の違いより複数のグループに分類される傾向があることが分かる。

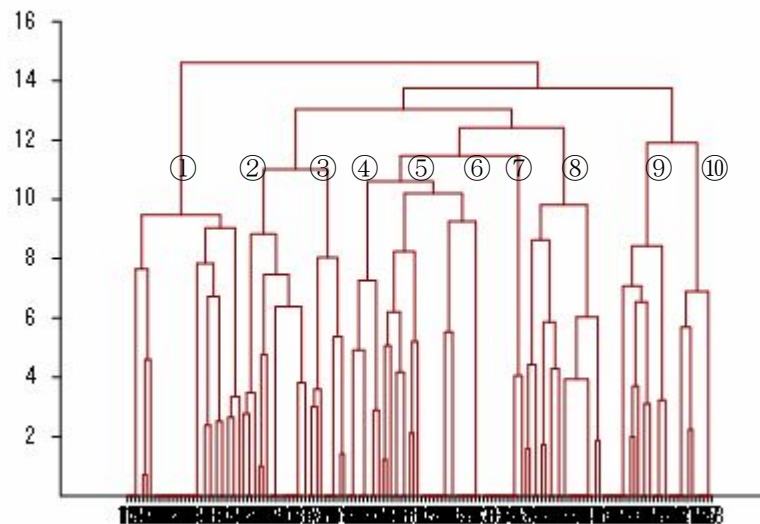


図9. 道外来訪者（夏期）の風景イメージスケッチのクラスター分析結果

表9. 道外来訪者（夏期）の風景イメージグループと「北海道らしさ」

グループ名	北海道らしさ	場所性	構成要素
①ラベンダー畑の風景（３０）	広大（１１） 自然（８） 農村性（７） 思い出・イメージ（３）	富良野（１９） 美瑛（７）	花（３０）、空（１５）、大地（８）、山（６）、 みどり（６）、動物（５）、畑（４）、平原（４）、丘（４）、気候（３）、木（３）、 時間（２）、その他人工物（２）
②山の風景（１７）	自然（９） 広大（６）	富良野（９）	山（１７）、空（７）、畑（５）、みどり（５）、 海（４）、動物（４）、森林（３）、大地（２）
③一本道の風景（９）	広大（５） 自然（２）	富良野（２）	道路（９）、畑（３）、花（３）、空（３）、 インフラ（２）
④農村風景（１０）	自然（５） 広大（４）	美瑛（４）	畑（９）、空（７）、木（４）、丘（３）、 牧場（２）、海（２）、みどり（２）
⑤海の風景（１６）	広大（８） 自然（３） 食（３）	函館（２） 海岸（計５）	海（９）、みどり（７）、大地（４）、その他人工物（４）、インフラ（３）、空（２）、 気候（２）
⑥湖や川の風景（１０）	自然（５） 広大（４）	湖（計３）	水（１０）、山（４）、気候（４）みどり（３）、 時間（３）、森林（２）
⑦町の風景（２０）	気候風土（７） 自然（４） 広大（４） 人間生活（２） 思い出・イメージ（２）	札幌（５） 函館（４） 小樽（２）	家・街（１４）、雪（９）、時間（７）、気候（５）、その他人工物（５）、山（４）、 海（３）、インフラ（３）、みどり（３）、 丘（２）、大地（２）、道路（２）
⑧牧場の風景（１１）	広大（５） 自然（２） 農村性（２）	富良野（２） その他牧場（計９）	牧場（１１）、動物（７）、大地（２）、空（２）、気候（２）
⑨平原の風景（１７）	自然（８） 広大（７）	富良野（４） 美瑛（２） 旭山動物園（２） その他草原（計５）	平原（１７）、空（７）、山（５）、気候（５）、 みどり（５）、道路（４）、森林（３）、大地（３）、動物（３）、畑（２）
⑩木の風景（１２）	広大（５） 自然（２） 気候風土（２）	札幌（３） 富良野（２） その他牧場・草原（計６）	木（１２）、平原（６）、空（５）、動物（５）、 大地（２）、家・街（２）

- ① 富良野や美瑛と結びつき、ラベンダーなどの「花」や「空」「大地」「山」などによって構成された風景イメージは「ラベンダー畑の風景」として分類された。これらは「北海道らしさ」としての「広大さ」や「自然」と結びつくだけでなく、「農村性」や個人の「思い出・イメージ」の表現でもあった。
- ② 富良野をはじめ、北海道のさまざまな「山」や「空」と結びついた「山の風景」は、道内在住者や台湾人訪問者の風景イメージと比較すると、湖と結びついた自然風景としての描写が少ないという特徴がある。その代わり、「畑」やそれ以外の「みどり」、「海」「森林」などさまざまな構成要素と結びつく。そして、後述するように「湖や川の風景」が独立したグループとして抽出されている。そこで表現しようとした「北海道らしさ」は、「自然」や「広大さ」で一致する。
- ③ 富良野をはじめ、その他北海道に特徴的な、広々として地平線まで続く「道路」と結びついた風景は、「一本道の風景」と命名された。次の「農村風景」と類似する風景であるが、着目点に違いがある。
- ④ 美瑛をはじめ、北海道の広々とした「畑」の風景を、「丘」や「木」、「空」と組み合わせた風景イメージは、北海道に特徴的な「農村風景」として描写された。道内在住者による「丘と木の風景」に対応するグループである。
- ⑤ 函館をはじめとする港町や、海岸を描写した「海の風景」は、道外来訪者でのみ抽出された風景イメージのグループである。これらは、「北海道らしさ」としての「自然」や「広大さ」だけでなく、豊かな海産物の「食」と結びつくことで観光客に認知される風景であると言える。
- ⑥ 観光名所としてのさまざまな湖を中心に「湖や川の風景」が抽出された。これらは、湖などの「水」や「山」を組み合わせ、北海道の冷涼な「気候」などとも結びついた「自然」風景のイメージと言える。
- ⑦ 札幌や函館、小樽といった観光都市と結びついた「町の風景」は、「家・街」をはじめとする多様な人工的要素によって構成された風景イメージである。中には、夜景や雪景色といった「時間」や季節と結びついた特定のシーンを表現したものも見られ、北海道の「気候」や「人間生活」、個人の「思い出・イメージ」の表現も含まれていた。
- ⑧ 富良野をはじめとする北海道の「牧場の風景」は、酪農と結びついた「牧場」や「動物」によって構成され、「自然」や「広大さ」だけでなく、「農村性」を表現した風景イメージである。
- ⑨ 前述の「農村風景」や「牧場の風景」と類似するが、構成要素を「平原」として認識しているグループである。類似する「牧場の風景」のイメージなどが、異なる語彙によって言語的に表現されうる点を顕著に表したグループであると言える。
- ⑩ 札幌のポプラ並木や富良野をはじめとする牧場風景の一部から抽出された、主に「木」に着目した風景イメージで、「木の風景」と命名された。道内在住者による「丘と木の風景」とは異なり、むしろ前述の「牧場の風景」や「平原の風景」に類似する。

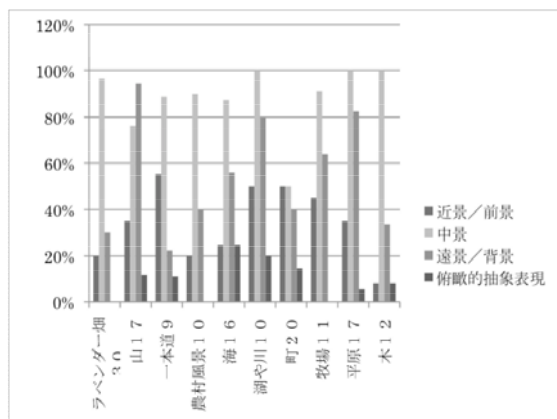


図10. 道外来訪者（夏期）の風景構成

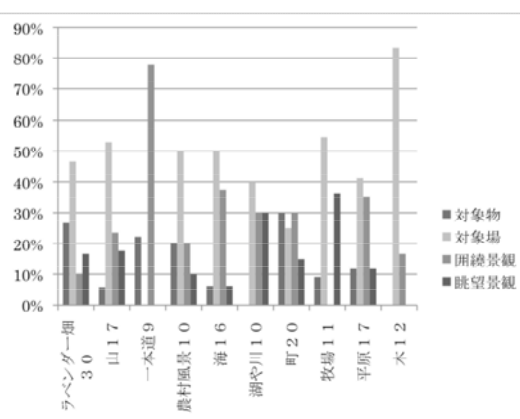


図11. 道外来訪者（夏期）の身体配置

図10のように、これらのグループごとに風景構成を見ていくと、中景を中心に風景が構成されている。例外は、「町の風景」であり、風景構成が多様で一定の傾向が見られない。また、遠景との組み合わせに関しては、「山の風景」以外でも、「湖や川の風景」や「平原の風景」など、背景に山を描いた風景イメージでは空間の広がり表現されていることが分かる。逆に「一本道の風景」は視点場が近景として描きこまれ、圍繞景觀として周りの風景が捉えられる。「木の風景」は最も対象化された、対象場としての描かれ方が中心である。それ以外の風景イメージは、対象場を中心として様々な身体配置として描写されていることが分かる。

以上より、道外来訪者、夏期の風景イメージスケッチには、(1) 富良野や美瑛方へのドライブ観光と結びついた「ラベンダー畑の風景」「一本道の風景」「農村の風景」「山の風景」、(2) 観光を通しての農村体験が描かれた「牧場の風景」「平原の風景」「木の風景」、(3) 自然観光の舞台としての「海の風景」「湖の風景」、(4) 都市観光の舞台としての「町の風景」といったまとまりを見ることができる。道内在住者との違いは、一本道の風景や海や湖といった水景のグループが独立して抽出されたことである。また、道外来訪者にとっての「北海道らしさ」には、「自然」「広大さ」に加えて、「気候風土」が認識されている。

(3) 台湾人来訪者、夏期の風景イメージ

台湾人来訪者、夏期の風景イメージスケッチは、クラスター分析の結果より6つのグループに分類された。台湾人来訪者の回答には、他の属性とは異なる「北海道らしさ」の表現がみられた。それらは、「美しい景色」「気候風土」、個人的な「思い出・イメージ」である。「美しい景色」としての風景の見方から、構成要素が赤緑黄色といった色で表現されることも多かった。一方で、イメージスケッチの描画と、場所の地名や北海道らしさの間に一貫性のないものが多く見られた。日本の衛生面や清潔感、安全性、便利などの文化的違いへの関心も表れ、非日常的な観光地としての北海道の位置づけが明確に表れた結果と言える。

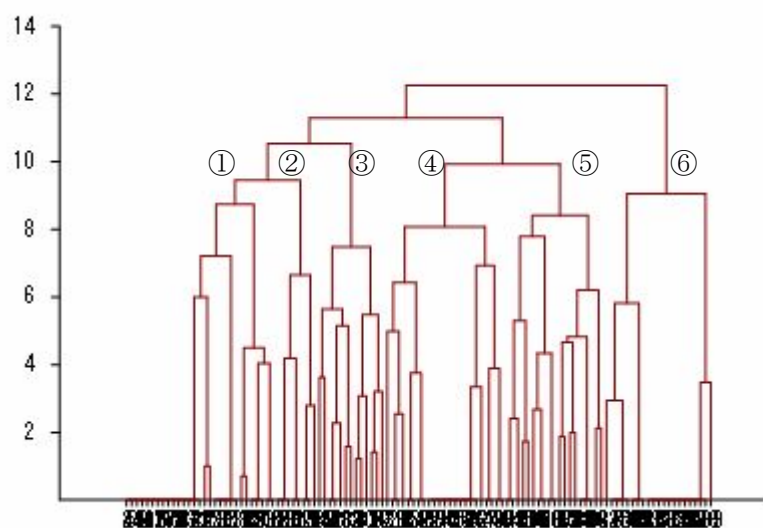


図 1 2. 台湾人来訪者（夏期）の風景イメージスケッチのクラスター分析結果

表 10. 台湾人来訪者（夏期）の風景イメージグループと「北海道らしさ」

グループ名	北海道らしさ	場所性	構成要素
①ラベンダー畑の風景（２９）	美しい景色（１９） 気候風土（４） 思い出・イメージ（３）	富良野（１９） 美瑛（４）	花（２９）、平原（８）、空（５）、人間（３）、水（２）、道路（２）、動物（２）、温泉（２）、気候（２）、その他人工物（２）
②山と湖の風景（１９）	美しい景色（４） 気候風土（４） 思い出・イメージ（４） 観光（３） 自然（２）	洞爺湖（６） 小樽（３） 登別（３） 富良野（２）	水（１９）、山（１３）、気候（５）、その他人工物（４）、温泉（３）、人間（３）、大地（２）
③町や農村の風景（２０）	美しい景色（１０） 観光（５） 人間・生活（２） 思い出・イメージ（４）	富良野（７） 函館（６） 小樽（４）	家・街（１６）、時間（８）、畑（７）、花（６）、水（４）、山（４）、その他人工物（３）、人間（２）、インフラ（２）、道路（２）
④観光体験（２６）	美しい景色（６） 思い出・イメージ（６） 気候風土（５） 観光（３） 食（２） 広大（２）	富良野（９） 知床（２） 札幌（２） 定山溪（２） その他温泉（計２）	気候（７）、雪（７）、海（７）、山（５）、温泉（３）、花（３）、大地（３）、動物（３）、みどり（３）、時間（３）、木（２）、家・街（２）、空（２）、その他人工物（２）
⑤木の風景（１１）	美しい景色（６） 気候風土（４）	富良野（６） 美瑛（２） その他山（計３）	木（１０）、山（６）、花（６）、空（３）、時間（３）、気候（平原）、家・街（２）
⑥丘の風景（８）	美しい景色（５）	美瑛（４） 富良野（４）	丘（８）、花（５）、空（４）、山（２）、平原（２）

- ① 他の属性とも共通して、富良野や美瑛と結び付いた「ラベンダー畑の風景」が抽出された。しかし、構成要素には他とは違って「平原」や「人間」などが含まれることもあり、その際に表現される「北海道らしさ」は「美しい風景」や「気候風土」、個人の「思い出・イメージ」などで、他の属性の「自然」「広大さ」とは異なる。
- ② 洞爺湖を中心に、「山と湖の風景」が抽出された。このグループには、登別温泉や小樽観光のイメージスケッチも含まれているが、実際の描画に現れる「山」と「水」の組み合わせには共通点が見られ、「美しい景色」に対する台湾人の文化的な風景の見方の影響があると推察される。
- ③ 富良野や函館、小樽といった観光地のイメージとしての「町や農村の風景」では、「家や街」の夜の風景や、台湾とは異なる農村の暮らしの風景などへの関心が表れた。つまり、「観光」を通じたシーンや「美しい風景」、北海道の「人間生活」が旅の思い出として想起されている。
- ④ 富良野や知床、札幌、定山溪などの観光地と結びついた「観光体験」の風景イメー

ジは、前述の「町や農村の風景」に類似しているが、より観光名物のイメージから構成されている。具体的には、北海道独特の「気候」や「雪」をはじめ、「海」「山」「温泉」など多様な構成要素が含まれ、そこで表現される「北海道らしさ」も「美しい風景」「思い出・イメージ」「気候風土」「観光」「食」と多様である。

- ⑤ 富良野や美瑛における「木の風景」も他の属性と共通する風景イメージである。しかし、実際の構成要素は異なっており、「木」と結びつくのは「山」や「花」で、平原や丘に立つ木の風景とは少し趣が違う。後述するように、「丘の風景」は異なる視点の風景イメージとして分離されている。
- ⑥ 一方、富良野や美瑛の「丘の風景」は「丘」と「花」や「空」と結び付いた独立したグループとして抽出される。しかし、農村の「美しい景色」を表現した点において、「木の風景」とほぼ同じ特徴を持つといえる。

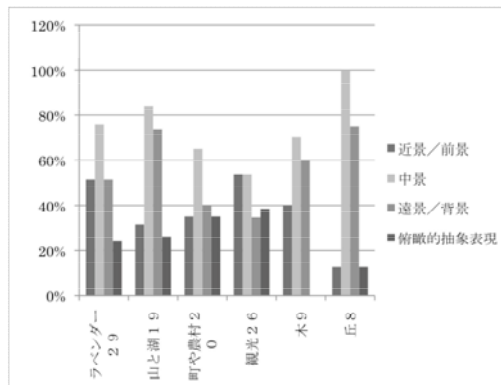


図 13. 台湾人来訪者（夏期）の風景構成

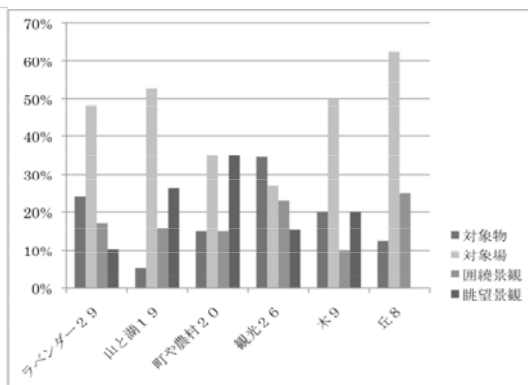


図 14. 台湾人来訪者（夏期）の身体配置

図 13 のように、これらのグループごとに風景構成を見ていくと、台湾人来訪者の風景構成は、対象物のアップ（近景）、もしくは中景・遠景の組み合わせが多い。このことは前述のように、観光名物のイメージや、美しい景色として北海道の風景を描写しているためである。このことは、身体配置において、圍繞景観が比較的少ない点とも関係している。「観光体験の風景」や「ラベンダー畑の風景」などは、対象物をコラージュして組み合わせた風景イメージが多くみられる。また、「町や農村の風景」や「山と湖の風景」などは、視点場が前景に描かれる、眺望景観としての描写が特徴的である。

台湾人来訪者、夏期の風景イメージスケッチは、(1)美瑛・富良野ツアーの「ラベンダー畑の風景」「木の風景」「丘の風景」、(2)景勝地の自然風景の「山と湖の風景」、(3)観光体験そのものを描いた「町や農村の風景」「観光体験」といった大きなまとまりに整理できる。「美しい景色」としての北海道らしさと各自の観光の思い出とが描かれるため、モチーフの幅は少ないが、そのとらえ方は個人で様々である。また、日本人との文化的な違いとして、理想の田園風景といったモチーフが見られない代わりに、山と湖を結びつけた桃源郷を連想させる風景が理想のモデルとして回答されていた点である。

（４）道内在住者、冬期の風景イメージ

道内在住者、冬期の風景イメージスケッチは、クラスター分析の結果より7つのグループに分類された。

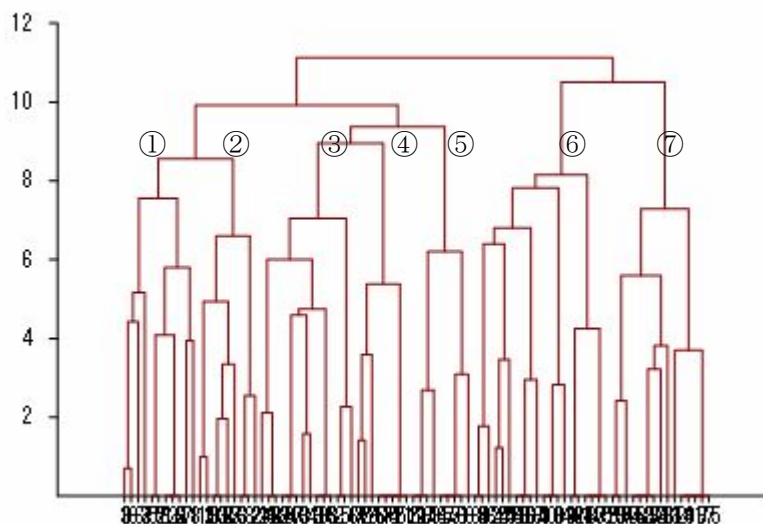


図 1 5．道内在住者（冬期）の風景イメージスケッチのクラスター分析結果

表 1 1. 道内在住者（冬期）の風景イメージグループと「北海道らしさ」

グループ名	北海道らしさ	場所性	構成要素
①田園風景 (11)	広大(6) 自然(3)	美瑛(6) 富良野(2)	畑(9)、丘(4)、木(4)、大地(3)、みどり(3)、平原(2)、空(2)、気候(2)
②木の風景(9)	気候(3) 思い出・イメージ(3) 広大(2)	美瑛(2) 富良野(2) 札幌(2)	木(9)、雪(3)、道路(2)
③山の風景 (20)	広大(9) 自然(7) 農村性(2) 思い出・イメージ(2)	富良野・美瑛(5) 大雪山(2) 日高(2) 十勝(2) その他山(3)	山(20)、平原(6)、畑(5)、木(5)、空(5)、動物(3)、道路(2)、温泉(2)、みどり(2)
④抽象的な自然、 その他町の風景 (14)	広大(6) 自然(3) 人間・生活(2)	札幌(2) その他平原(計6)	大地(8)、みどり(6)、空(4)、気候(4)、家・街(3)、牧場(3)、水(2)、動物(2)、インフラ(2)
⑤海の風景(9)	自然(4) 広大(2)	知床(3) その他オホーツク沿岸 (計4)	海(9)、山(4)、空(3)、人間(2)
⑥ラベンダー畑 の風景(8)	自然(7)	富良野(7)	花(8)、空(5)、山(3)、みどり(2)
⑦雪景色(15)	気候風土(7) 自然(4) 広大(2)	美瑛(2) 大雪山(2) 札幌(2) その他スキー場(計3)	雪(15)、山(7)、時間(5)、気候(3)、畑(3)、みどり(2)、空(2)、その他人工物(2)

- ① 美瑛や富良野と結びついた「田園風景」は、夏期と共通した風景イメージである。その構成要素も共通して、「畑」「丘」「木」「大地」の組み合わせで、「広大さ」や「自然」といった「北海道らしさ」を表現している。
- ② 美瑛、富良野、札幌での「木の風景」は、夏期の道外来訪者に見られた風景イメージに類似しており、様々な場所での「木」を主対象とした風景である。北海道特有の「気候風土」だけでなく、個人の「思い出」が木に投影されたイメージとなっている。
- ③ 大雪山や日高や十勝など様々な道内の「山の風景」は「山」を主対象として、その他様々な前景との組み合わせが見られた。夏期には山と湖の組み合わせなどが見られたが、冬期では見られず、農村風景の背景として山が描かれる傾向がある。
- ④ 他のグループから漏れたイメージスケッチは、抽象的な「大地」や「みどり」とともに北海道の「広大さ」や「自然」を想起した「抽象的自然、その他町の風景」で、広い道路や区画といった町の風景も一部含まれた。これも、夏期と同様の傾向である。
- ⑤ 知床やオホーツク海沿岸と結びついた「海の風景」は夏期には見られなかった風景イメージである。それらは、「海」と「山」を組み合わせたイメージスケッチであり、他の属

性に見られる流氷の絵とは異なる。

- ⑥ 美瑛や大雪山、札幌の雪まつりやスキー場と結びついた「雪景色」のイメージは、「雪」を中心に描き、北海道の冬という「気候風土」を表現したものである。ここでも、「山」が組み合わせられることが多い。
- ⑦ 富良野の「ラベンダー畑の風景」は夏期と共通する風景イメージである。その構成要素も、「花」「空」「みどり」である。そこに、「山」が加わるところが冬期の特徴かもしれない。この、山に対する志向は、後述するように冬期の風景イメージ全般に共通してみられる特徴である。

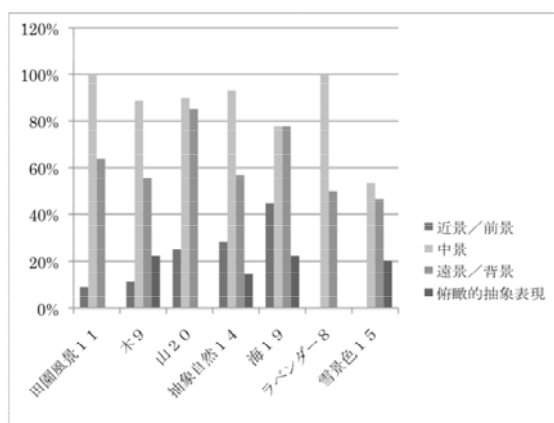


図 16. 道内在住者（冬期）の風景構成

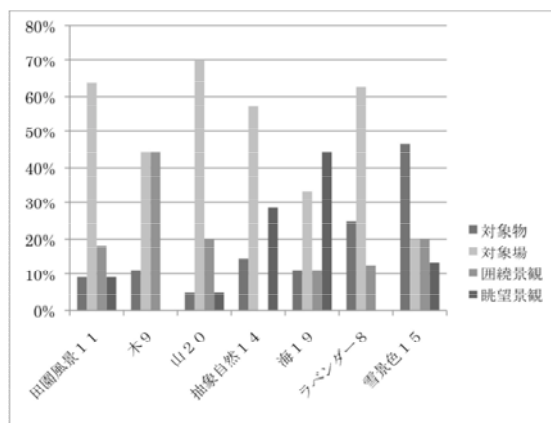


図 17. 道内在住者（冬期）の身体配置

図 16 のように、これらのグループごとに風景構成を見ていくと、中景が中心で、花畑の風景以外は近景の描写も少ない。身体配置では、圍繞景觀が中心の「花畑の風景」や「雪山の風景」、「雪景色」と対象場が中心の「樹氷や木の風景」、「山の風景」とが分かれる。前者は、スキー場や雪まつり、夏のラベンダー畑の観光といった、体験の状況を描写したものが中心である。それに対して、後者は、実際のシーンの記憶が描写されていることが分かる。この中では、「山の風景」が比較的道内在住者のものと類似しているといえる。

道内在住者、冬期の風景イメージスケッチは、(1) 夏期同様の富良野などと結びつく「ラベンダーの風景」「田園風景」、(2) 道内各地の農村の風景である、「山の風景」「木の風景」、(3) 審美的な自然風景で山と組み合わせられる「海の風景」(4) 身近な生活景としての「抽象的自然、その他町の風景」「雪景色」という大きなまとまりに整理できる。「広大さ」「自然」に加えて、個人的な「思い出」や人々の「生活様式」、「気候風土」に関する北海道らしさが認識される。

(5) 道外来訪者、冬期の風景イメージ

道外来訪者、冬期の風景イメージスケッチは、クラスター分析の結果より 6 つのグループに分類された。

冬期には「広大さ」と「気候風土」が主な「北海道らしさ」として表現され、夏期に見

られた「自然」が減少している。つまり、観光客にとっての「北海道らしさ」としての「自然」が、夏という季節と結びついたイメージである点が示唆される。

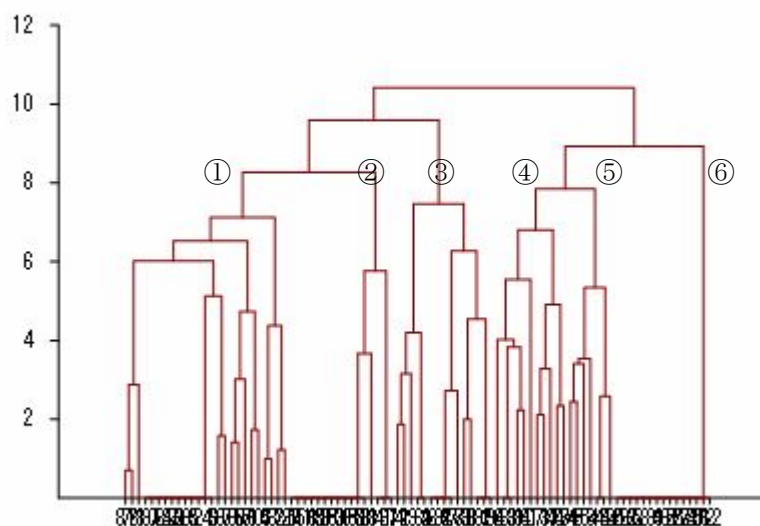


図18. 道外来訪者（冬期）の風景イメージスケッチのクラスター分析結果

表 12. 道外来訪者（冬期）の風景イメージグループと「北海道らしさ」

グループ名	北海道らしさ	場所性	構成要素
①抽象自然その他町の風景 (25)	広大(10) 気候風土(6) 自然(5) 食(2)	札幌(8) 富良野(3) 美瑛(2) ニセコ(2) その他スキー場(計2)	大地(8)、空(7)、雪(6)、その他人工物(6)、動物(5)、気候(4)、みどり(4)、畑(3)、平原(3)、道路(3)、インフラ(3)、人間(3)
②雪景色(16)	気候風土(10) 広大(2)	札幌(2) 手稲(4) その他スキー場(計2)	雪(16)、その他人工物(5)、気候(4)、インフラ(4)、人間(4)、海(3)
③樹氷や木の風景(16)	広大(6) 気候風土(5) 自然(2)	札幌(5) 美瑛(3)	木(15)、雪(9)、山(5)、空(4)、丘(3)、大地(3)、道路(2)、
④山の風景(11)	広大(5)	富良野(2) 駒ヶ岳(2)	山(11)、畑(4)、水(3)、平原(3)、木(2)、牧場(2)、動物(2)
⑤雪山の風景(15)	気候風土(9) 自然(3) 思い出・イメージ(2)	手稲(4) ニセコ(4) その他スキー場(計3)	山(15)、雪(15)、インフラ(7)、その他人工物(3)、大地(2)、みどり(2)
⑥花畑の風景(7)	広大(4) 自然(2)	富良野(6)	花(7)、山(4)、大地(2)

- ① 他のグループに含まれない風景イメージ「抽象自然、その他町の風景」は、夏期同様に多様な場所や構成要素を含む。「空」や「大地」といった構成要素が主で、それ以外には夏期の「みどり」に代わって「雪」が多く描かれた。
- ② 札幌や手稲など、スキー場を中心とする「雪景色」は、「雪」やスキーゲレンデなどの様々な「人工物」や「インフラ」と「人間」が描かれる。このように、人でにぎわう雪景色が描かれているのが道外来訪者の雪景色の特徴といえる。
- ③ 夏期同様、木を中心とする風景イメージが道外来訪者の特徴としてあげられる。その際、「木」だけでなく、「雪」や「山」と組み合わせられるところが夏期との違いであり、多くの絵が「木や樹氷の風景」であることが分かる。ここでも、「広大さ」と「気候風土」が主な「北海道らしさ」である。
- ④ 富良野や駒ヶ岳をはじめ、道内の様々な山が「山の風景」として抽出された。それらは後述の「雪山の風景」とは区別され、「畑」や湖や川などの「水」、「平原」などと組み合わせられたものである。そこで表現されるものの多くは北海道の「広大さ」であった。
- ⑤ 一方「雪山の風景」は、一部に雪山の遠景を含むが、その多くが札幌近郊や手稲、ニセコのスキー場と結びついた風景イメージで、前述の「雪景色」に類似している。「雪」に覆われた「山」が中心の構成要素で、「人工物」「インフラ」が一部に組み合わせられるため、「雪景色」とは異なる風景構成である。そこで表現される「北海道らしさ」も「気候風土」だけでなく「自然」や「思い出・イメージ」が含まれる。

- ⑥ 富良野を中心とする「花畑の風景」は夏期にも見られた、北海道の「広大さ」や「自然」を表現した風景イメージである。しかし、構成要素に「花」だけでなく、「山」が組み合わせられる傾向があるところが夏期との相違点である。

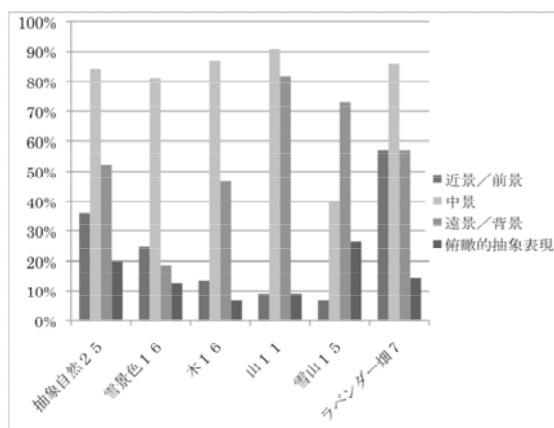


図 19. 道外来訪者（冬期）の風景構成

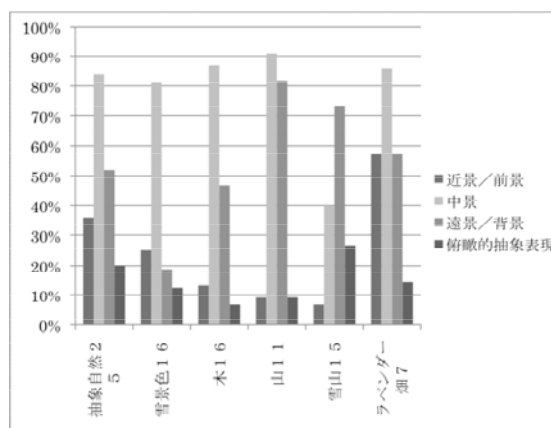


図 20. 道外来訪者（冬期）の身体配置

図 19 のように、これらのグループごとに風景構成を見ていくと、風景構成は中景と遠景の組み合わせが多い。これは、雪山が背景に描かれることが多いからである。そして、その身体配置としては、対象化された風景としての描写が多い。その中で、「海の風景」は視点場と対象場が明確に区別される眺望景観として描かれており、「雪景色」は単一の要素のみで構成される対象物として描写される傾向にあることが分かる。

道外来訪者、冬期の風景イメージスケッチには、(1)夏期と共通する北海道観光の「ラベンダー畑の風景」「抽象的自然、その他町の風景」、(2)北国の冬の風景としての「雪景色」「樹氷の風景」「スキー場の風景」、(3)自然風景としての「山の風景」という大きなまとまりが見られた。夏期と比べると、農村の風景が冬の風景に変わり、都市観光の風景が独立したグループとして抽出されなかった。また、北海道らしさに関しては、「自然」よりも「気候風土」により関心が集中し、「広大さ」とともに冬期の北海道らしさを形作っている。

(6) 台湾人来訪者、冬期の風景イメージ

台湾人来訪者、冬期の風景イメージスケッチは、クラスター分析の結果より 5 つのグループに分類された。

冬期の台湾人来訪者の最大の関心は、北海道の「気候風土」である。その多くは雪に対する感動の表れであり、夏期の同様に「美しい景色」と並んで、「北海道らしさ」を特徴づけている。ツアー参加者が多いという属性の特徴からか、きまりきった観光地の風景イメージが大半を占める。しかし、各自、注目するポイントは多様である。一方、道外来訪者に見られたスキー場の風景イメージが見当たらなかった。

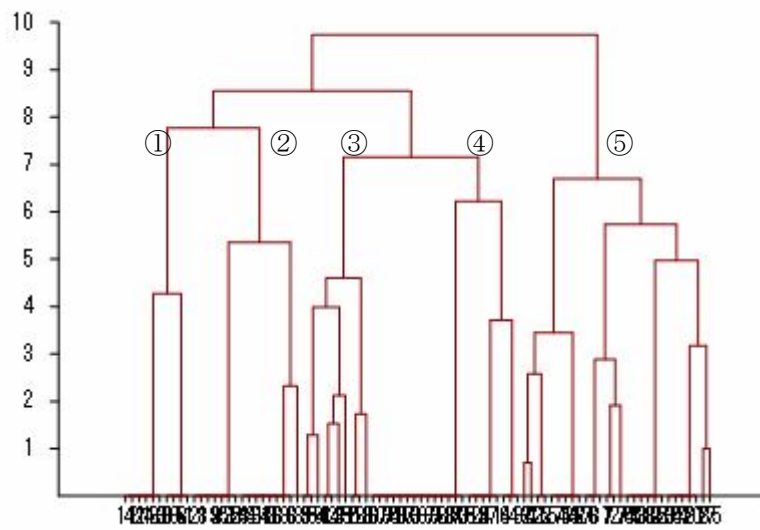


図 2 1. 台湾人来訪者（冬期）の風景イメージスケッチのクラスター分析結果

表 13. 台湾人来訪者（冬期）の風景イメージグループと「北海道らしさ」

グループ名	北海道らしさ	場所性	構成要素
①町の雪景色 （１０）	美しい景色（４） 気候風土（３）	小樽（７）	家・街（１０）、雪（１０）、水（４）、その他人工物（４）、動物（２）
②その他観光体験 （１０）	気候風土（５） 観光（２） 思い出・イメージ（２）	富良野（３） 函館（３） 札幌（２）	家・街（３）、花（３）、空（３）、時間（２）
③雪景色（２２）	気候風土（１０） 思い出・イメージ（４） 観光（３） 美しい風景（３）	小樽（５） 函館（４） 登別（２） 札幌（２）	雪（１９）、山（８）、気候（７）、その他人工物（５）、温泉（４）、動物（３）
④湖や川の風景 （２８）	美しい風景（１１） 気候風土（１０） 食（２） 観光（２） 思い出・イメージ（２）	洞爺湖（１０） 小樽（６） 札幌（３）	水（２８）、雪（１７）、山（１５）、木（６）、気候（４）、動物（３）、道路（２）、家・街（２）、温泉（２）、時間（２）、その他人工物（２）
⑤樹氷の風景 （２８）	気候風土（７） 美しい風景（５） 思い出・イメージ（３）	札幌（６） 小樽（３）	木（１６）、雪（１６）、家・街（７）、その他人工物（２）、気候（２）

- ① 小樽を中心とする「町の雪景色」は「家・街」と「雪」、運河などの「水」の組み合わせである。そこで表現されるのは「美しい景色」「気候風土」である。小樽観光のワンシーンが、これまで現れてきた富良野美瑛のラベンダー畑の風景と並ぶステレオタイプとして描かれていることが分かる。
- ② 富良野や函館、札幌といった小樽以外の観光地の風景イメージで、「家・街」「花」や夜景などが描かれている。ここでは、「気候風土」以外に、個人的な「観光」の体験や「思い出・イメージ」が表現されている。
- ③ 前述の２つの風景イメージと同様、観光地の風景イメージだが、「雪」を中心主題とした風景イメージである。
- ④ 洞爺湖が最も多く含まれ、湖などの「水」が主題となり、「山」や「雪」と組み合わせられた風景イメージである。冬期においてもっとも代表的な「美しい景色」を表現した風景イメージであるが、一部には「食」「観光」体験、「思い出・イメージ」も含まれている。
- ⑤ 札幌や小樽を中心とする観光地で「木」や「雪」に注目した風景イメージは「樹氷の風景」と命名された。「家・街」「人工物」なども多く含まれ、都市景観の中での樹木に着目し、北海道の「気候風土」「美しい景色」「思い出・イメージ」を表現した風景イメージである。

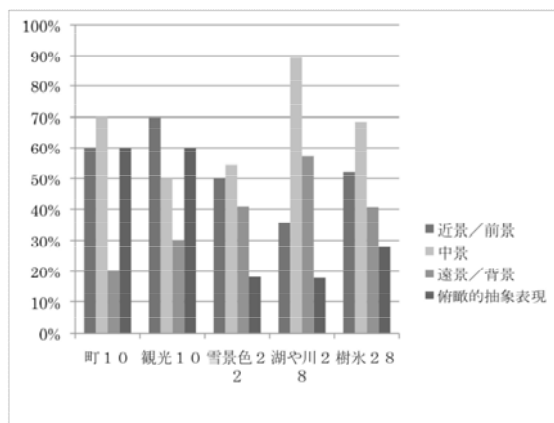


図22. 台湾人来訪者（冬期）の風景構成

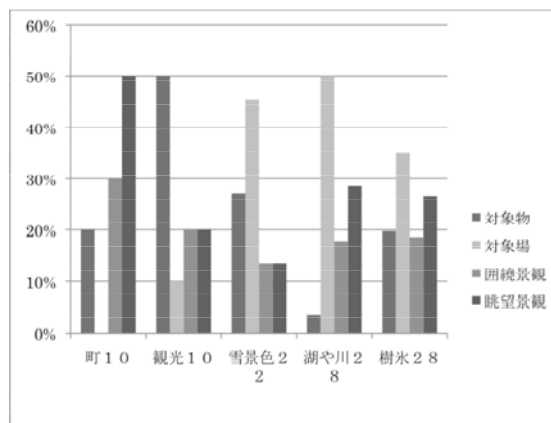


図23. 台湾人来訪者（冬期）の身体配置

図22のように、これらのグループごとに風景構成を見ていくと、台湾人来訪者の風景イメージの傾向として、中景での風景構成が他の属性と比べて比較的小さいという特徴を見ることができる。この点は夏期のデータよりもさらに顕著である。その最も大きな要因は、抽象的な俯瞰景の描写が多いことによる。「湖や川の風景」、「樹氷の風景」が審美的な風景としてとらえられ、中景を中心に構成され、対象場や眺望景観として描写されるのに対して、「町の風景」や「観光の風景」では近景と俯瞰的抽象表現が多いという特徴がある。これは、対象物をコラージュとして並列的に配置した絵や、観光体験の状況を仮想視点から説明的に描いたスケッチが多く見られたからである。

台湾人来訪者、冬期の風景イメージスケッチには、(1)小樽などの観光都市の風景として「町の風景」「観光の風景」、(2)めずらしい雪の風景である「雪景色」「樹氷の風景」、(3)自然地景勝地であり温泉地の「湖や川の風景」という大きなまとまりを見ることができた。台湾人来訪者においてのみ、冬期に富良野・美瑛のラベンダー畑の風景や農村風景のスケッチが見られなかった。それに代わって、都市観光の風景や冬の風景が多くみられるようになった。また、夏期と比べて風景構成における遠景の減少が見られたのも台湾人来訪者の特徴である。北海道らしさとしては、寒い冬や雪に関する「気候風土」が「美しい景色」や「観光の思い出」を上回った。このように、台湾人の風景イメージは季節のツアー観光の対象地に影響を受け、また、冬期の風景構成は近景から中景といった限定された視界でとらえられる傾向にあることが分かる。

4. 結果のまとめ

3つの属性（道内在住者、道外来訪者、台湾人来訪者）の夏期、冬期の結果には共通点や相違点が見られ、これらの比較を通して、異なる属性の視点からの「北海道らしい風景」が浮き彫りになると考えられた。風景イメージの風景構成に着目して結果を整理したのが、表14である。これまでの結果を総合して、以下に(1)夏期-冬期、(2)在住者-来表者、(3)日本人-台湾人の3種類の対立軸から「北海道らしい風景」の特徴をまとめた。

表14. 風景イメージのまとめ

属性	夏 期	冬 期
道 内 在 住 者	観光地：「ラベンダー」「田園」「丘と木」 農村風景：「森林や牧場」 自然風景：「山」「山と草原」 生活風景：「自然や町」	観光地：「ラベンダー」「田園」 農村風景：「木」「山」 自然風景：「海」 生活風景：「雪」
道 外 来 訪 者	観光地：「ラベンダー」「一本道」「農村」「山」 農村風景：「牧場」「平原」「木」 自然風景：「海」「湖」 都市風景：「町」	観光地：「ラベンダー」「自然や町」 自然風景：「山」 冬体験：「雪」「樹氷」「スキー」
台 湾 人 来 訪 者	観光地：「ラベンダー」「木」「丘」 自然風景：「山と湖」 観光体験：「町や農村」「観光」	自然風景：「湖や川」 観光体験：「町」「観光」 冬体験：「雪」「樹氷」

(1) 夏期—冬期

- 北海道らしい風景として夏に連想される場所は、富良野、美瑛がすべての属性で上位を占めた。風景イメージスケッチも、ラベンダー畑や丘と木の風景が多くを見られる。一方、冬になると「北海道らしい風景」と結びつく場所に都市が目立つようになり、雪景色や樹氷の風景がすべての属性で共通して描かれるようになった。
- 北海道らしい風景を構成する全体的な要素として、夏にはみどりや自然といった抽象的な言葉が用いられたが、冬にはそれらが雪や雪景色に代わるという傾向が見られた。それらの要素は、それぞれ「自然」と「気候風土」という北海道らしさに対応していた。
- 夏と冬では、風景の捉え方にも変化が見られた。冬期の風景イメージスケッチでは、道路などの視点場を表わす近景が減り、雪山などの遠景が増える。これは、雪などによる足元の悪さから、印象的な自然や農村の風景が空間体験から風景鑑賞へと変化するからであると考えられる。例外的に、スキーの風景においては圍繞景觀、温泉の風景では眺望景觀としての描写が増える。

（２）在住者—来訪者

- ・道内在住者にとっては北海道らしい風景のイメージはあまり季節変化を受けない。
- ・道内在住者がステレオタイプ的に持っているイメージは、複合的な風景構成を持っているのに対し、道外来訪者および台湾人来訪者は、それらの風景構成の一側面のみに着目した風景イメージを描く傾向がある。たとえば、田園風景に見られる丘と木や畑と道路などの組み合わせが、来訪者では分離して片方のみに着目した風景イメージとして抽出される傾向がある。
- ・道外来訪者には、冬の北海道らしい風景として「スキーの風景」が最も多く描かれる。また、都市体験・イベントの回答も多くなるのが特徴的。このことから、冬の来道者にとって、北海道観光はスキーと都市観光が主になっていると推察される。
- ・海の風景は、道外来訪者には夏期に見られたが、道内在住者には冬期に多く描かれた。「北海道らしい風景」として、道内在住者には夏の海が認識されていないことが分かった。
- ・道内在住者の風景イメージは、その殆どが体験記憶以上に、集団表象と結びついていると考えられる。すなわち、マスメディアによって紹介される「北海道らしい風景」に日頃から慣れ親しんでいるため、より一般化されたいくつかの総合的な風景イメージに回答の殆どが分類された結果となったと言える。

（３）日本人—台湾人

- ・台湾人にとっての風景イメージは、季節変化に大きな影響を受ける。季節で異なるツアー観光での訪問地や観光体験に依存している。例えば、夏期では富良野や美瑛が多く、ツアー観光に組み込まれるのに対し、冬期では小樽が風景イメージの中心となる。
- ・日本人では富良野や美瑛のラベンダー畑、木と丘の風景が一年を通して北海道らしさとして想起される。つまり、実際の北海道滞在中の体験記憶から離れた、集団表象としての「北海道らしい風景」のイメージは日本人においてより顕著に見られるということができる。
- ・一方で、台湾人は印象的な観光体験の記憶を組み合わせた、コラージュとしての風景イメージスケッチを描くことが多かった。それらは、印象的な対象物を並列的に配置したもので、まとまった風景構成を示さないという傾向がある。つまり、台湾人には「北海道らしい風景」として固定化されたイメージがあまり浸透していないため、各自の観光体験が風景イメージを形成していることが分かる。
- ・日本人は北海道らしさとして自然と広大さを挙げるのに対し、台湾人は美しい景色を北海道らしさと認識していた。日本人は風景を通して北海道らしさを理解するのにに対し、台湾人には風景そのものが北海道らしさとして認識されている。
- ・美しい景色として、日本人では農村風景に対して「田園風景」という表現がたびたび見られたのに対して、台湾人では山と水の組み合わせに対して「桃源郷」という表現が見られた。これらは、両国の文化的な風景の見方の違いであるといえる。

IV. 考察

本研究では、「北海道らしい風景」について、道内在住者、道外来訪者および台湾人来訪者の思い描く風景イメージの比較を試みた。その結果、各属性間でいくつかの共通した風景イメージが確認された。このことは、風景イメージが、体験を通して身体化された個人的な場所の記憶ではなく、マスメディアを通じて普及した、社会的な「風景の見方」として形成されていることを示唆している。つまり、知識として得られた「風景の見方」が、観光における個人の風景体験そのものに影響を与えているだけでなく、居住者にとっての地域アイデンティティにも影響を与えていると言うことができる。

観光促進という側面からこの結果を考察すると、北海道の地域像が共有され、地域のアイデンティティとして確立されていることはポジティブに捉えることが可能である。観光地としての目標像が共有されることで、観光客のニーズに応えた形での景観資源整備や風景体験の演出が可能になるだろう。

特に、道内在住者にとっては、季節で変動しない地域ブランドとしての場所性が強いといえる。その地域と結び付いた「北海道らしい風景」は、四季折々の表情を見せる、変化する風景である。たとえば、最も多く「北海道らしい風景」のイメージと結び付けられた富良野や美瑛の風景は、道内在住者には、季節によって異なる描写が行われていた。一方で、来訪者にとっての「北海道らしい風景」は、季節ごとに観光で実際に訪れる場所に依存している。つまり、夏期は農村風景であり、冬はスキー体験や都市観光といった具合である。このギャップは、地域ブランドと結びついた特定の場所が、四季を通しての風景変化に対応したかたちで、景観資源をアピールできていないことを示唆していると言えないだろうか。つまり、道内在住者は、冬の景観資源に対しても認識しているが、それらは観光客を対象とした観光資源として活用されていないということである。

一方で、道内在住者の地域アイデンティティとしての「北海道らしさ」が、観光客向けの風景イメージのみで形成されていく事は、逆に地域理解の一元化につながる危険性も孕んでいる。風景イメージが持つ象徴的な作用、つまり記号化された構成要素やそこに見出される抽象的な「北海道らしさ」が、実際の景観構造から乖離して一人歩きすることで、地域の持続的発展を阻害する可能性が考えられる。「北海道らしさ」として認識される抽象的な「広大さ」や「自然」は、あらゆる風景イメージに共通して回答されており、風景イメージスケッチにおける具体的な構成要素や空間の範囲には直接反映されていない。つまり、言語的なイメージと視覚的なイメージの間にはギャップがあったと言える。このことは、風景イメージ以上に、言語的なイメージが、北海道の実際の場所性や個人の風景体験を超えて普及していることを示している。そして、そのような言語的な理解が、風景の見方や理解にも多大な影響を与えていると考えられる。たとえば、風景イメージとして最も多く回答された牧場や農地からなる文化的景観は、第一次産業と結びついた人間の生産活動の表出である。しかしこれらが、北海道の「広大な自然」の象徴として一元的に理解されることで、その場所での人間生活や生産活動の過程が無視されてしまう可能性が指摘できる。実際、本研究の結果においても、食と景観を結びつけた風景イメージは少数しか見られなかった。

逆に、台湾人来訪者の風景イメージには、視覚的なイメージのみが反映され、日本国内で一般化した言語的な「北海道らしさ」の抽象概念があまり見られない。美しい景色とし

ての北海道の風景イメージは、もっと純粋に各自の観光体験や風景体験に基づいている。そこに、新たな景観資源活用や風景演出にむけての示唆が隠されているのではないだろうか。

台湾人来訪者を中心に見られた、コラージュとしての風景イメージスケッチは、食事などの観光名物と風景とをセットにして描いたものであった。これは、見方によっては「名産地」としての風景イメージと解釈することも可能であろう。確かに、日頃我々が北海道の特産品と考えている多くの海産物や農産物、酪農製品などは、産地の地名とは結び付けられることが多いが、産地の風景イメージと結び付けられることは少ないことに気づかされる。つまり、生産物の背後にある一次産業の風景が、「北海道らしい風景」としての一連のストーリーに結びつけられていないのが現状である。

今後の持続的な観光促進にむけては、景観と並んで北海道の観光資源とされる「食事」や「おみやげ品」と景観資源との関連づけをより強化する工夫が求められるだろう。また海の景観など、北海道の多様な景観資源が風景イメージとしてさらに多元的な構造を持つことが望ましいと考えられる。

V. おわりに

本稿では、人々が思い描く「北海道らしい風景」のイメージを風景イメージスケッチ手法とレパートリー・グリッド発展手法を応用したアンケートにより明らかにした。これまで、北海道の重要な観光資源とされてきた「景観」について、その具体的なイメージの風景構成を視覚的情報として抽出するとともに、言語的に階層化された意味的構造と対応させることで分析した。また、これらの調査を道内在住者、道外来訪者、台湾人來訪者に対して実施することで、その北海道らしい風景のイメージを比較した。

その結果、北海道の「広大な自然」を表す農村景観に、北海道らしさを見出すステレオタイプとしての「風景の見方」が、道外からの來訪者だけでなく、道内在住者にも普及していることが明らかになった。その一方で、台湾人観光客は、実際の観光体験を通しての印象的な風景そのものを北海道らしさで見なしていることが明らかになった。このことから、国内においては、マスメディアなどを通じて記号化された北海道の風景イメージが、北海道内外で定着している点が示唆された。

この結果は、「北海道らしい風景」が特定の象徴的な記号に分解できると結論づけるものではない。ましてや、逆にその記号の組み合わせのみによって北海道らしさの演出が可能であると指摘するものでもない。むしろ、記号の消費として行われる北海道観光の現状を明らかにすることで、今後の景観資源整備に再考を促すものである。北海道の景観資源を、観光を通して地元の経済活動と結びつける景観保全のあり方について、更なる検討が必要である。その際に、風景イメージがどのような役割を担うか、今後の研究課題としたい。

謝辞：新千歳空港におけるアンケート調査にあたり、北海道空港株式会社にご協力いただいた。お礼を申し上げる。

【参考文献】

- 上田裕文 (2009) : 風景イメージスケッチ手法の構築に関する研究, 都市計画論文集, 44(3), 37-42
- 皆藤章(1994) : 風景構成法その基礎と実践, 誠信書房, 316pp
- 吉田恵介・高木寛子・矢部和夫・浅川昭一郎 (2000) : 札幌市のアーバンフリンジを事例とした景観評価. ランドスケープ研究, 63(5), 565-568
- 多田治 (2004) : 沖縄イメージの誕生, 東洋経済新報社, 179pp
- 篠原修篇 (1998) : 景観用語辞典, 彰国社, p56
- 中村良夫(1982) : 風景学入門, 中央公論新書, 244pp
- 日本村落研究学会 (2005) : 消費される農村, 農山漁村文化協会, 290pp
- 北海道経済部観光のくにづくり推進局 (2008) : 平成 19 年度来道観光客動態 (満足度) 調査報告書
- 安村克己 (2001) 社会学で読み解く観光 - 新時代をつくる社会現象, 学文社, 272pp
- 山口満・山崎靖明 (2002) : 長野県飯山市を事例とした寺町のイメージに関する研究, 日本建築学会計画系論文集, 551, 213-220
- 山中康裕 (1984) : 中井久夫著作集別巻-風景構成法, 岩崎学術出版社, 275pp
- 吉村晶子(2004) : 原風景の生成に関する研究, ランドスケープ研究, 67(5), 731-736
- Gustafson, P. (2001): Meanings of place: Everyday experience and theoretical conceptualizations. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 5-16
- Halfacree, K. (1993): Locality and social representation: space, discourse and alternative definitions of the rural, *Journal of Rural Studies*, 9(1), 23-37
- Halfacree, K. H. (1995): Talking about rurality: Social representations of the rural as expressed by residents of six English parishes, *Journal of Rural Studies*, 11, 1-20
- Halfacree, K. (2007): Trial by space for a 'radical rural': Introducing alternative localities, representations and lives, *Journal of Rural Studies*, 23, 125-141
- Ipsen, D. (1997): *Raumbilder. Kultur und Ökonomie räumlicher Entwicklung*, Centaurus Verlag, 124pp
- Lynch, K. (1960): *The image of the city*, MIT Press, Cambridge, 202pp
- Manzo, L. C. (2005): For better or worse: Exploring multiple dimensions of place meaning, *Journal of Environmental Psychology*, 25, 67-86
- Sixsmith, J. (1986): The meaning of home: an exploratory study of environmental experience, *Journal of Environmental Psychology*, 6, 281-298
- Soini, K. (2001): Exploring human dimensions of multifunctional landscapes through mapping and map-making, *Landscape and Urban Planning*, 57(3-4), 225-239
- Urry, J. (1995): *Consuming places*, Routledge, London, 268pp
- Urry, J. (2002): *The tourist gaze*, Sage Publications, London, 184pp