

鎌倉サウンドスケープ観光

長澤可也† 矢吹北斗† 徳永卓麻† 井上道哉†

†湘南工科大学

1.はじめに

人間の情報取得量の約8割は視覚よりなされるとされている。しかしながら、他の感覚器官からの情報も重要である。その1つに聴覚からの情報取得があり、全体の1割程度とされている。情報と感性の関わりをデザインする上で重要な観点である。

これまでの観光地開発は街並み整備などハード面の整備がなされていた。その多くは視覚的な情報に関わるものであったと考えられる。ただし、先述の通り地域の風情などを感じるといった感性的(ソフト的)な観光ツールを確立していくためには、聴覚によるイメージーションなどを喚起する情報が重要であると考えられる。

そこで本研究では、サウンドスケープ(音景)という考え方に着目した。地域らしさは、視覚情報だけでなく音にもあると考え、音を資源として考えた観光ツールやコンテンツが必要と考えた。そのような音を探し、とくにWebでデジタル情報として活用できるコンテンツデザインを目指すこととした。

2.調査および検討について

2.1 現地調査

本研究の対象地は、古都鎌倉の中心市街地である。この地域は寺社仏閣が多くある。中世初期の武家の都として全国的に知られる地域である。

本研究の初段階は、ここにどのような音があるかを知るための現地調査を行った。方法としては、一般的に知られている観光スポットを中心に調査ルートを作成し、それに従って音探しを行うこととした。どのような音があるかを調査し、記録として実際の音を取得することも行った。

2.2 サウンドリソースのキーワード抽出について

現地調査の次の段階では、取得した音をどのように位置づけるかを考えた。

ここで重要となるのは、古都鎌倉の『地域らしさ』と収集した音がどのように結びつくかである。そこで、取得した音を意味づけするために、キーワードを下記のように設定した。

表.1 意味づけキーワード

武家文化	寺社文化	自然環境
流鏝馬 馬旗の音 など	水の音(水琴) 鐘 賽銭 雅楽 など	石(岩)の音 海浜 小川 など

表.1のように鎌倉らしさと考えられる音の意味づけを大きく3つの系統にわけた。このような意味づけキーワードを設定することで、多く聞こえる音の中でフォーカスを当てるべき音を先に意識付けすることを目指した。

2.3 音リソースのデジタル化

本研究の大きな目的の1つに、音を地域資源としてIT技術を用いてコンテンツ利用することがある。そのためには、音を収集してデジタル化することが必要である。その際、問題となったのは下記の通りである。

1)目的の音だけを収集することが難しい

鎌倉に限らず戸外での音の収集に生じる問題である。とくに、市街地では自動車のエンジン音や信号機の音など交通に由来する音が多くあり、目的とする音のみを収集するのが困難となっている。

2)音を取得するタイミングの問題

鎌倉らしいと考えられる音を取得しようとする場合、時間的もしくは季節的な制限が多くある。そのため、事前調査で得たいと考えた音の取得ができない場合があった。

3.システムのデザイン

3.1 一般的観光ツールの活用

本研究で目指すサウンドスケープコンテンツを考える際、最初に参考としたのは一般的な観光ツールであるいわゆる観光ガイド MAP などの類である。サウンドスケープコンテンツを多くの人に活用してもらうためには、既存のコンテンツ等の活用も重要であると位置づけた。

3.2 Web コンテンツの活用

音データをデジタル化し、コンテンツとして Web 活用することは、視覚だけでは得られない観光価値の向上に寄与すると考えられる。特に、スマートフォンなどモバイル機器が普及した現在、地域らしさを感じさせるリソースとして音が活用できる可能性が高まっている。

Web コンテンツとして活用する上で最も重要なのはサウンドスケープを観光マップなどにデザイン的に挿入し、それをアイコン等で表記することである。そのため、前述の意味づけキーワードの次に意味記号化の検討も行った。



図.1 システム概念図

3.3 相補させることの重要性

観光 MAP と Web コンテンツを相補させることは重要である。既存の観光コンテンツを活かしながら IT 技術をさらに活用することは、コンテンツの多様性を向上させられると考えられる。そこで、図.1 のようにサウンドアイコンを挿入した紙媒体の MAP を作成し、Web 媒体のデジタルサウンドマップと相補させる試験的活用を行った。

4. 考察

4.1 システムの有効性について

1) 調査の段階でわかったこと

前述の通り、音の取得には制限があることがわかった。これは、音を聞きたいと思っても聞ける時間や季節に限定性があることを示すものである。Web などで音をデータ化して常時間聞けるようにしておくことは、そのような限定性を解決することにもつながると考える。

このような考え方は、「鎌倉らしさ」というイ

メージ喚起を音という資源で通年的に提供できる可能性があることを意味している。

2) 音のデジタル化などでわかったこと

音を取得するには周囲からの音が大きく影響している。そのため、現地で目的の音を聞く場合にはそのような音が影響する可能性があると考えられる。音をデジタル化する段階で周囲からの音を一定程度処理することなどができれば、聞きたいと思う音をより純粋な音として聞くことが可能になると考えられる。

4.2 新しい価値の可能性

音という資源を活用する観光コンテンツがこれまでなかった理由は次の通りである。1 つ目は音の意味づけが難しいことである。次に、音を聞く環境に制限があることであった。サウンドスケープコンテンツは、それらの課題を解決する為に、IT 技術を用いることを提案している。つまり、スマートフォンなどモバイル機器が普及することで、文字的な意味づけ情報や図像的意味づけ情報を含めた諸々の情報によって、音資源は意味づけがなされる。また、デジタル技術によって音は処理可能である。そのような技術の活用によって、これまで活用できないと考えていた資源を活用できるという点で、本研究で提案するコンテンツには新しい可能性がある。

5. おわりに

本研究では現地調査によって得られた音を元にしたコンテンツ作成を行った。キーワードを定めることによって意味づけを行ったが、収集した音のデータ群によって「鎌倉らしさ」を十分に認識してもらえるかなどに大きな課題があったのは事実である。

特に古都・鎌倉は中世、近代を経過しており、武家という意味合いでの歴史的な遺構なども寺社仏閣に限られている。そのため現在市域で得られる音データだけではなく、構成および再生によってクリエイティブな音の作成やデータ化が必要になると考える。

参考文献

- [1] 鎌倉市都市景観課 かまくら景観百選
- [2] 鎌倉市観光協会 鎌倉ウォッチング(2005)
- [3] 鶴田正道 地域環境資源の価値デザイン-1-サウンドスケープによる持続可能な活用-中部大学産業経済研究所紀要、号: 2 0 頁:121-142 (2010)