住宅の外観デザイン志向に関する研究

都市居住者と農山村居住者の比較

A STUDY ON THE EXTERIOR DESIGN PREFERENCE OF HOUSES

The comparison between urban dwellers and rural dwellers

岡田 知子*, 柴田 加奈子**, 富樫 穎***

Tomoko OKADA, Kanako SHIBATA and Satoshi TOGASHI

The purpose of this study is to find out distinctive features of the exterior design preference of houses when it is compared between urban dwellers and rural dwellers. The items of this survey are as follows; the preference of the exterior form, the preference of the interior elements, the preference of the name of housing-space, the preference of the annual events. The result of analysis is as follows.

1) 4 typical patterns are extracted as follows;

I type (The type of the preference of western style and contemporary life style), II type (The type of the preference of Japanese style (and traditional life style), III type (The type of the preference of Japanese style and western style and traditional life style), IV type (The type of the preference of anti-Japanese style and anti-western style and anti-contemporary life style)

2) The factor to provide for the type of the exterior design preference of houses is a difference between the age group and the residence area.

3) There are a lot of I types and are even a lot of one's forties in the urban. The age that I type is rivaled to II type is in one's fifties from one's forties.

Keywords: Design of exterior form, Interior elements, Name of housing-space, Annual events, Urban dwellers, Rural dwellers
外観デザイン、空間構成要素、空間名称、生活行事、都市居住者、農山村居住者

1. 研究の目的

現代社会の豊かさと価値観の多様化、そしてあふれる情報が多様な住宅の建ち並ぶ景観をつくりだしている。住居は雨露をしのぎ、暑さ寒さをやわらげ、安全に休むことができるシェルターとしての役目だけでなく、住む人の価値観、好み、財力などを発信する媒体となっている。そのため、住空間の表現の中には様々な意味性、象徴性が潜在している。現実には住宅を建てたり選んだりする場合、単に住空間に対する志向だけでなく、家族の意見、コスト、供給……など様々な要因が複雑にからみあって決定されると考えられる。しかし、住宅が住む人の価値観、好み、財力などを発信する媒体であること、あふれる情報や商品化住宅が住宅の形態や空間表現を媒介として生活のイメージを連想させる仕組みをつくっていること、大部分が中流意識をもっている豊かな現代社会であることなど考え合わせれば、他者とは違う自分の考え方、個性や趣味を引き出し、それを他者に対して表現するのは当然のことで、住空間に対する志向性が重要な意味をもってくると考えられる。そこで、本稿では住宅の外観の形態や表現に対する居住者の志向性に着目するもので、志向の型分けを行い、その特徴や居住者の属性によってどのような差異があるかを分析するものである。

2. 研究の方法

(1) 調査の内容

本稿では外観デザイン志向を住宅の外観とその表現に対する価値志向とし、住宅の外観写真を呈示しその志向性を把握している。また、生活や住空間に対する考え方が住宅の外観に対する考え方に与える影響は大きいと考えられるため、以下の視点からも検討している。ひとつは住宅の内外空間に関する単語を呈示してその志向性を把握するもので「空間構成要素」と「空間名称」からなる。もうひとつは生活行事から生活に対する考え方をとらえようとするもので「生活行事」としている。

なお、各項目とも選択肢として取り上げた写真や単語をどのような観点から選択したかが問題になる。これについてはそれぞれ脚注で選択肢を絞り込んでいった経過を述べている。

①外観写真

表5に示す住宅の外観写真を12枚呈示し、被験者が住みたいと思うものをすべて選択させた。

②空間構成言語

表1に示す住宅の内部空間の構成言語を12語¹⁾、外部空間の構成言語を9語²⁾、それぞれ呈示し、被験者が理想的な住宅に必要なと思われるものをすべて選択させた。

* 西日本工業大学工学部建築学科 助教授・博士(学術)

** 西日本工業大学工学部建築学科 研究生

*** 大阪市立大学生生活環境学科 教授・工博

Assoc. Prof., Dept. of Architecture, Nishinippon Institute of Technology, Ph. D.
Researcher, Dept. of Architecture, Nishinippon Institute of Technology
Prof., Dept. of Environmental Design, Osaka City Univ., Dr. Eng.

③空間名称

表2に示す住宅内にある部屋・空間を表す単語を7語呈示し、被験者が理想的な住宅に必要なと思われるものをすべて選択させた。

④生活行事

表3に示す生活行事を表す単語を10語呈示し、被験者が重要だと思うものをすべて選択させた。

(2) 調査対象

調査対象者(被験者)は成人の女性とし、できるだけ年齢に偏りが無いよう有効回答を得るようにした(表4)。調査対象地域は大きく都市と農山村に分けられる。都市では、大阪市西区および天王寺区の都心マンションの居住者、大阪市住吉区の公営住宅の居住者、泉北ニュータウンおよび神戸山の街の郊外戸建て住宅の居住者の3つの住宅類型から選んだ。農山村は、滋賀県浅井町、同高月町雨森地区の平地農村の居住者、和歌山県美里町、同中津村、京都府美山町の山村居住者とした。

調査は1990年10月から1992年8月にかけて実施した。

(3) 分析の方法

①外観写真、空間構成言語、空間名称、生活行事の志向性について、写真や単語を変数にした因子分析を行う。

②外観写真に対する志向性について各因子に対する因子得点のプラス、マイナスの組合せを類型化し、外観デザイン志向の型分けを行う。

③上記②で得られた外観デザイン志向の各型に対応する被験者をグルーピングし、グループごとに空間構成言語、空間名称、生活行事の各因子に対する因子得点の平均値を求め、外観デザイン志向の型の特性を検討する。

④上記②で得られた外観デザイン志向の型が年齢層、居住地、居住歴、学歴、職業によってどの程度左右されているのかを判別分析を用いて検討し、影響力の大きい要因についてどのような傾向があるかを検討する。

3. 結果と考察

(1) 因子分析の結果

①外観写真

外観写真を変数とした因子分析を行った結果、4因子が抽出された。因子負荷量が0.4以上の外観写真を高い順に並べると表5のようになる。これによると、第1因子は切妻三角屋根でサイディング壁を特徴としており、コロニアルスタイルをコピーした商品化住宅によく見られる因子である。第2因子は和瓦屋根で木肌面が目立つ和風の因子、第3因子はフラットルーフを特徴とする箱形でモダンな感じのフラットルーフの因子、第4因子は西欧の住宅様式を意識して造られた洋風の因子が現れ、当初分類した通りの結果を得ることができた。

②空間構成言語

空間構成言語を内部空間を構成する言語と外部空間を構成する言語に分け、それぞれ因子分析を行った結果、内部空間の構成言語は4因子、外部空間の構成言語は3因子が抽出された。

内部空間では、第1因子に「縁側・障子・畳・床の間」などの和風空間の因子、第2因子は「神棚・仏壇」などの伝統的象徴空間の因子、第3因子は「応接セット・じゅうたん」などの一時代前の洋

表1 調査に使用した空間構成言語

神棚 畳 縁側	仏壇 床の間 吹抜け	応接セット 大テーブル じゅうたん	暖炉 障子 フローリング
築山 芝生 庭石	テラス 噴水 彫刻	プール 灯籠 バルコニー	

表2 調査に使用した空間名称

続き間座敷 茶の間	応接間 大きな居間	アトリエ ホビールーム
--------------	--------------	----------------

表3 調査に使用した生活行事名

正月 彼岸 クリスマス	七草 花祭り	聖バレンタインデー お盆 誕生日	お月見 結婚記念日
-------------------	-----------	------------------------	--------------

表4 調査対象地別年齢層別被験者数

調査対象地		年齢層					計
		20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	
都市	都心マンション	13	32	22	18	13	98
	公営住宅	33	23	15	14	12	97
	郊外戸建住宅	14	36	19	27	17	113
農山村	農村	22	72	69	50	50	263
	山村	63	72	67	64	64	330
計		145	235	192	173	156	901

風空間の因子、第4因子は「吹抜け・大テーブル・フローリング」など最近の洋風空間の因子である(表6)。

外部空間では、第1因子に「燈籠・庭石・築山」などの和風庭園の因子、第2因子は「彫刻・プール・噴水」などの洋風邸宅庭園の因子、第3因子は「テラス・バルコニー・芝生」などの近代的な洋風外部空間の因子である(表7)。

③空間名称

空間名称を変数にして因子分析を行った結果、4因子が抽出された。第1因子は「続き間座敷・茶の間」などの伝統的空間の因子。第2因子を構成する「大きな居間」と「茶の間」は対立しあう関係にあり、現代的家族空間とそれに対立する伝統的家族空間の因子で(以下、この因子を「大きな居間↔茶の間」と表現する)、第3因子には「アトリエ・ホビールーム」などの私的趣味的空間の因子、第4因子は「応接間・茶の間」などで、「応接間」という近代的接客空間と「茶の間」という伝統的家族空間から成り立つ因子である(表8)。

④生活行事

生活行事を表す単語を変数にして因子分析を行った結果、4因子が抽出された。第1因子は「七草・お月見・花祭り」など現在はあまり見られなくなった伝統行事の因子、第2因子は「お盆・彼岸・正月」など現在も続けられている伝統行事の因子、第3因子は「誕生日・結婚記念日」などの私的行事の因子、第4因子は「聖バレンタインデー・クリスマス」などの外来行事の因子である(表9)。

(2) 外観デザイン志向の型分け

外観写真の各因子についてみると、その因子得点がプラスである場合はその因子(写真グループ)を志向し、また、逆にマイナスであ

表5 外観写真の因子分析結果

第1因子	第2因子	第3因子	第4因子

(因子負荷量 0.4、固有値 1以上)

表10 外観デザイン志向の型分け

型	第1因子 +	第2因子 +	第3因子 +	第4因子 +	人数
I型	+	+	+	+	251
II型	-	+	+	+	279
III型	+	+	+	+	155
IV型	-	-	+	+	127
志向性なし	-	-	-	-	89

表11 因子得点の平均値の差の検定結果

被験者 グループ	因子	被験者 数	第1 因子	第2 因子	第3 因子	第4 因子
第1因子	+	406	+	-		+
	-	497	-	+		-
第2因子	+	435	-	+		
	-	468	+	-		
第3因子	+	287		-	+	
	-	616			-	
第4因子	+	385				+
	-	518				-

る場合は志向しないことを意味している。そこで、各4因子について因子得点のプラス、マイナスを組合せると被験者901人を16タイプの外観デザイン志向に分けることができる(表10)。この16タイプをさらに大きく分類するため4因子の相互関係をみた。因子得点がプラスである被験者とマイナスである被験者の2つに分け、被験者グループの各因子に対する因子得点の平均値を求め、全体の平均値と5%水準で有意に異なるかどうかの検討を行った。その結果、表11のようになる。+印はそれぞれの被験者グループの各因子に対する因子得点の平均値がプラス方向に、-印はマイナス方向に5%水準で全体の平均値と有意に異なると認められたものである。すなわち、第1因子を志向するものは第2因子を志向せず、逆に第1因子を志向しないものは第2因子を志向する。また、第2因子を志向するものは第1因子を志向せず、第2因子を志向しないものは第1因子を志向するという関係にあることを示している。以上のことから第1因子と第2因子は外観デザイン志向において互いに反発しあう関係であるといえる。したがって、本研究では第1因子と第2因子のプラス、マイナスの組合せによって、16タイプを大きく4つの型に分類することができる(表10)。

つまり、第1因子を志向し第2因子を志向しないグループ(以下「I型」とする)、第1因子を志向せず第2因子を志向するグループ(以下「II型」とする)、第1因子と第2因子をともに志向するグル

表6 空間構成言語(内部)の因子分析結果

第1因子	第2因子	第3因子	第4因子
+	縁側 障子 畳 床の間	神棚 仏壇	応接セット じゅうたん 吹抜け 大テーブル フローリング

(因子負荷量 0.4、固有値 1以上)

表7 空間構成言語(外部)の因子分析結果

第1因子	第2因子	第3因子
+	灯籠 庭石 築山	彫刻 プール 噴水 テラス バルコニー 芝生

(因子負荷量 0.4、固有値 1以上)

表8 空間名称の因子分析結果

第1因子	第2因子	第3因子	第4因子
+	続き間座敷 茶の間	大きな居間 アトリエ おび・ルーム	応接間 茶の間 *
-		茶の間 *	

(因子負荷量 0.4、固有値 1以上) * は因子負荷量 0.3以上

表9 生活行事の因子分析結果

第1因子	第2因子	第3因子	第4因子
+	七草 お月見 花祭り	お盆 彼岸 正月	誕生日 結婚記念日 聖バレンタインデー クリスマス

(因子負荷量 0.6、固有値 1以上)

表12 判別分析結果(偏F値を示す)

年齢層	59.829
居住地	18.530
学歴	2.161
居住歴	1.915

* 職業は判別に寄与していないとし除外された。

ープ(以下「III型」とする)、第1因子と第2因子をともに志向しないグループ(以下「IV型」とする)、の4類型に分けられる。

また、表11によると第1因子を志向するものは第4因子を志向し、また、第1因子を志向しないものは第4因子も志向しない。すなわち、第1因子と第4因子は外観デザイン志向において相関関係にあることを示している。要するに、第1因子を志向する場合第4因子も志向するので洋風志向といえる。また、逆に第1因子を志向しない場合は第4因子も志向しないので反洋風志向といえる。したがって、I型は洋風志向かつ反和風志向、II型は和風志向かつ反洋風志向、III型は洋風志向かつ和風志向、IV型は反洋風志向かつ反和風志向といえる。

以上のように外観デザイン志向は、4つの型と4因子全てを志向しない型に分けられる。

(3) 外観デザイン志向の各型の特性

4つの外観デザイン志向の各型に対応する被験者グループについて、空間構成言語、空間名称、生活行事の各因子に対する因子得点の平均値を求め、型の特性を検討した(図1)。因子得点の平均値がプラス方向に大きな値を持つということはそれだけ志向する度合いが強いことを意味し、逆にマイナス方向に大きな値を持つことはそれだけ志向しない度合いが強いことを意味している。図中の点線ラインは全体の平均値と5%水準で有意に異なるかどうかを検討したもの

で、ラインより大きくなると5%水準で有意に異なると認められたものである。

まず、「Ⅰ型」は「吹抜け・大テーブル・フローリング」「テラス・バルコニー・芝生」「大きな居間」「アトリエ・ホビールーム」などの現代的な要素が理想的な住宅には必要だと考え、逆に「縁側・障子・畳・床の間」「神棚・仏壇」「燈籠・庭石・築山」「続き間座敷」などの伝統的要素は必要なしと考えていることがわかる。また、「誕生日・結婚記念日」「聖バレンタインデー・クリスマス」は重要な生活行事と考え、「七草・お月見・花祭り」「お盆・彼岸・正月」などの伝統的生活行事は重要でないと考えている。したがって、この型は洋風志向かつ反和風志向で現代志向かつ反伝統志向（以下「洋風・現代志向型」）といえる。

次に、「Ⅱ型」についてであるが、この型は「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」と全く逆の志向性もっている。すなわち、「縁側・障子・畳・床の間」「神棚・仏壇」「燈籠・庭石・築山」「続き間座敷」などの伝統的要素が理想的な住宅には必要だと考え、逆に、「吹抜け・大テーブル・フローリング」「テラス・バルコニー・芝生」「大きな居間」「アトリエ・ホビールーム」などの現代的要素は必要でないと考えている。また、「七草・お月見・花祭り」「お盆・彼岸・正月」などの伝統的生活行事を重要と考え、「誕生日・結婚記念日」「聖バレンタインデー・クリスマス」は重要でないと考えている。したがって、この型は和風志向かつ反洋風志向で伝統志向かつ反現代志向（以下「和風・伝統志向型」）といえる。

これらに対して「Ⅲ型」は、洋風志向かつ和風志向であるためかすべての因子に対してプラス方向の値を示しており、しかも、全体の平均値と有意に異なる因子が少なく、有意さのある因子は「縁側・障子・畳・床の間」「七草・お月見・花祭り」のみである。このことは、空間構成言語、空間名称、生活行事に対する志向性が平均に近く、「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」、「Ⅱ型（和風・伝統志向型）」のような極だった特徴をもっていない、ということを意味している。したがって、この型は洋風志向かつ和風志向で伝統志向（以下「和

洋・伝統志向型」）といえる。

また、「Ⅳ型」も全体の平均値と有意に異なる因子が少なく、平均的で特徴のない型といえるが、有意さのある因子は「縁側・障子・畳・床の間」と「七草・お月見・花祭り」の因子でいずれもマイナス方向である。したがって、この型は反洋風志向かつ反和風志向で反伝統志向（以下「反和洋・反伝統志向型」）といえる。

（4）居住者の属性からみた外観デザイン志向型の規定要因

「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」、「Ⅱ型（和風・伝統志向型）」、「Ⅲ型（和洋・伝統志向型）」の3つの型が居住者（被験者）の属性によってどのように異なるかを検討した。

外観デザイン志向を左右する要因として年齢層、居住歴、学歴、職業などがあげられるが、それらがどの程度影響を与えているのかを判別分析を用いて検討した（表12）。判別分析はあらかじめ設定されたグループ（外的基準）のどれに属するかを、すでに得られている要因（説明変数）から予測・判別する方法で、どのような説明変数がグループの判別に寄与しているのかという要因の分析が可能であり、偏F値が高い程、グループの判別に寄与している割合が高いことを示している。それによると、年齢層による影響が非常に高く、その次に居住地と続き、学歴、居住歴については影響が少ないということがわかる。また、職業による影響はほとんどないという結果がでている。

次に、判別に寄与しているという結果の出た要因（年齢層、居住地）についてどのような傾向がみられるか検討した。

①年齢層別の検討

各志向型別、都市・農山村別に年齢層による志向の変化をみると（図2）、「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」は年齢層が高くなるにつれて志向する割合が減少しており、逆に、「Ⅱ型（和風・伝統志向型）」は年齢層が高くなるにつれて増大する傾向にある。これは都市、農山村とも同じ傾向を示している。「Ⅲ型（和洋・伝統志向型）」「Ⅳ型（反和洋・反伝統志向型）」では年齢層による変化はほとんどみられない。また、都市と農山村を比較すると、「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」

図1 因子得点の平均値

の割合が都市では農山村をすべての年齢層で上回っている。それに対して、「Ⅱ型（和風・伝統志向型）」は農山村が都市をすべての年齢層において上まわっている。次に、年齢層によって志向の傾向が明瞭で、しかもまったく違う変化を示している「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」と「Ⅱ型（和風・伝統志向型）」をとりあげ、都市、農山村の別に検討した。それによると、都市では40歳代後半から50歳代前半を境に「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」と「Ⅱ型（和風・伝統志向型）」の志向が逆転していることがわかる。それに対して、農山村では30歳代を境にして逆転している。以上のように都市と農山村では「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」と「Ⅱ型（和風・伝統志向型）」に対する評価が分かれる年齢層に開きがみられる。しかし、農山村においても20歳代の若い層で「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」が「Ⅱ型（和風・伝統志向型）」を上回っていることは注目すべきことである。

②居住地類型別の検討

都市居住者と農山村居住者を比較すると（図3）、都市では「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」が40%以上を占めているが、農山村ではその半数以下にとどまっている。また逆に、農山村では「Ⅱ型（和風・伝統志向型）」が40%近く占め、都市の15%を大きく上回っている。「Ⅲ型（和洋・伝統志向型）」「Ⅳ型（反和洋・反伝統志向型）」については、都市、農山村の間に大きな差異は認められず、割合も15%前後にとどまっている。以上のように都市は「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」志向が強く、農山村は「Ⅱ型（和風・伝統志向型）」志向が強いといった傾向が明確にあらわれている。また、農山村について、農村・山村別に志向性の違いを検討したが顕著な差異はみられなかった。

4. まとめ

外観デザインの志向の組み合わせパターンに着目して外観デザイン志向の型分けを行い、空間構成言語、空間名称、生活行事に対する志向性から各型の特性を検討し、居住者の属性からみた各型の規定要因の検討を行なった。その結果、以下の知見が得られた。なお、

図2 都市・農山村別にみた外観デザイン志向の年齢層による変化

図3 都市・農山村別にみた外観デザイン志向

この知見は成人の女性を対象にした調査をもとに分析したものである。

1) 外観デザイン志向は以下の4つの型に分けられる。

①「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」……洋風の外観デザインを志向するが和風の外観デザインは志向しない。「吹抜け・大テーブル・フローリング」「テラス・バルコニー・芝生」「大きな居間」「アトリエ・ホビールーム」などの現代的な要素が理想的な住宅には必要だと考え、逆に「縁側・障子・畳・床の間」「神棚・仏壇」「燈籠・庭石・築山」「続き間座敷」などの伝統的要素は必要なしと考えている。また、「誕生日・結婚記念日」「聖バレンタインデー・クリスマス」は重要な生活行事と考え、「七草・お月見・花祭り」「お盆・彼岸・正月」などの伝統的生活行事は重要でないと考えている。

②「Ⅱ型（和風・伝統志向型）」……「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」とは逆に和風の外観デザインを志向するが洋風の外観デザインは志向しない。また、「縁側・障子・畳・床の間」「神棚・仏壇」「燈籠・庭石・築山」「続き間座敷」などの伝統的要素が理想的な住宅には必要だと考え、逆に、「吹抜け・大テーブル・フローリング」「テラス・バルコニー・芝生」「大きな居間」「アトリエ・ホビールーム」などの現代的要素は必要でないと考えている。また、「七草・お月見・花祭り」「お盆・彼岸・正月」などの伝統的生活行事を重要と考え、「誕生日・結婚記念日」「聖バレンタインデー・クリスマス」は重要でないと考えている。

③「Ⅲ型（和洋・伝統志向型）」……洋風、和風の両方の外観デザインを志向する。「縁側・障子・畳・床の間」の伝統的要素が理想的な住宅には必要とし、「七草・お月見・花祭り」の伝統的生活行事を重要と考えている。

④「Ⅳ型（反和洋・反伝統志向型）」……洋風、和風の両方の外観デザインを志向しない。「縁側・障子・畳・床の間」の伝統的要素が理想的な住宅には必要でないとし、「七草・お月見・花祭り」の伝統的生活行事も重要でないと考えている。

2) 上記の外観デザイン志向の型を規定する大きな要因は年齢層と都市・農山村という居住地の差異であることが明らかになった。すなわち、「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」は、農山村より都市のほうが多く、年齢が高くなるにつれて減少する。逆に、「Ⅱ型（和風・伝統志向型）」は、都市より農山村のほうが多く、年齢が高くなるにつれて増加する。「Ⅲ型（和洋・伝統志向型）」「Ⅳ型（反和洋・反伝統志向型）」については、年齢層、居住地による差異はほとんどみられない。

3) 「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」については都市では40歳代までが圧倒的に多く、農山村でも20歳代が多くなっている。人数の上で「Ⅱ型（和風・伝統志向型）」と拮抗する年齢層が都市では40歳代後半から50歳代前半、農山村では30歳代である。農山村の若い世代に都市と同様「Ⅰ型（洋風・現代志向型）」が多くなっていることは興味深い点であり、外観デザイン志向を規定する要因として居住地より年齢層の影響が大きいということを考えれば、今後、農山村は都市型の志向に近づく可能性があることを示唆している。

註

1) 在阪の住宅メーカー24社のパンフレットに掲載されている170例から24例の外観サンプルを抽出し、3段階に分けてSD調査を行った（参考文献1）～2）

に詳述)。これらの結果を検討し、代表的な5種類の写真の中から13枚を抽出し、調査を行った(参考文献3))。その結果、「単純な構成の家」は空間構成言語や空間名称の各因子との相互関係がほとんどみられなかったので、今回の調査では、「単純な構成の家」を除外し、「ペンション風」「和風」「その他の洋風」「フラットルーフ」の4種類の中から最も典型と思われるもので、しかも被験者の反応の差異が比較的明瞭に現われると思われる外観写真をそれぞれから3例選び、合計12例を使用した。なお、調査に使用した写真は概略目の高さで写したものとし、住宅の規模が概略同じで、空、地面の写ったものを使用した。写真の仕上がりはEサイズ・光沢・縁無しで横長とした。

2)構成言語と空間名称を示す単語については、一般向け住宅雑誌に用いられている単語を抜き出し、その中から25語を選んで予備調査を行った(参考文献3)参照)。その結果を検討をふまえ、今回の調査では、被験者の反応の差異が比較的明瞭に現われると思われる内部の空間構成言語12語、外部の空間構成言語9語、空間名称7語を使用した。空間構成言語を内部と外部に分けたのは、一緒に因子分析をした場合、外部の構成要素の因子、内部の構成要素の因子というような因子が抽出される危険性があると考えたためである。

3)生活行事を示す単語については「倉村正次編：日本まつりと年中行事事典」と「日本風俗史学会編・日本風俗史事典」から冠婚葬祭等の儀式を除き、20語の年中行事を選び予備調査を行った(参考文献3)参照)。その結果、第1因子、第2因子を構成する単語が他の因子に比べて非常に多いため、今回の調査では、上位3つの単語にしばらくこみ、計10語を使用した。

4)この調査は註1)～3)で述べた予備調査をふまえて行われており、予備調査での被験者が外観写真についての初期の調査を除いて全て成人女性であるため今回の調査対象者も成人女性とした。今後は成人女性以外の調査対象者についても検討する必要があると考えている。

5)因子分析の因子抽出法は共通性の反復推定の主因子解を用い、固有値は1.0以上、収束計算の繰返し回数は25以下、共通性推定間の差が0.001以下になると計算終了とした。因子の回転はバリマックス回転を用いた。

6)今回の調査では「子供の頃、東京・大阪・京都・神戸などの大都市で暮らしたことがあるか」を尋ねて、育った環境を都会か否かの2分類で分析をしている。育った家そのものや周辺の環境についてのきめ細かい検討は今後の課題としたい。

7)昭和30年中頃から普及した耐久消費財のひとつで接客を意識して整えられたが実際にはあまり使われず今では隅に追いやられている家庭が多いこと、また応接間のある近代中流住宅をイメージさせる、という理由で一時代前とした。

8)各因子について、因子得点の平均値0、標準偏差1の母集団からみて、各グループの因子得点の平均値が標本平均とみなせるかどうかを検定した。

9)外的基準は「Ⅰ型(洋風・現代志向型)」「Ⅱ型(和風・伝統志向型)」「Ⅲ型(和洋・伝統志向型)」の3グループで、説明変数は年齢層(20、30、40、50、60歳代の5段階)、居住地(都心、公営、郊外、農村、山村の5類型)、学歴(中・高校卒業、大学・短大卒業の2分類)、居住歴(子供の頃都会に住んだことがある、ないの2分類)とした。

参考文献

- 1)岡田知子、富樫 類：住宅の外観イメージに関する研究 その1、日本建築学会近畿支部研究報告集、pp.333～386、1987
- 2)岡田知子、富樫 類：住宅の外観イメージに関する研究 その2～3、日本建築学会近畿支部研究報告集、pp.449～456、1988
- 3)岡田知子、富樫類：住空間デザイン志向の型分けに関する方法的考察－住文化の類型化に関する研究－その1、日本建築学会計画系論文報告集第415号、pp.49～56、1990年

(1999年7月7日原稿受理、1999年12月20日採用決定)