

木製サッシの視覚的イメージ

朝倉靖弘



木製サッシの紹介

最初に、色々な木製サッシの紹介をします。

これはドイツの住宅ですが(写真1)、かなり大きな開口部を持ち、また前面にデッキを有しています。北海道ではあまり見られない様式ですが、こういう形によって室内から屋外へのつながりを実現しています。

これは、旭川市内にあった染物屋さんです(写真2)。今風に言えばコーナーウィンドウとでもいいたいでしょうか。先ほど増田先生のご説明にあったような格子が入っ

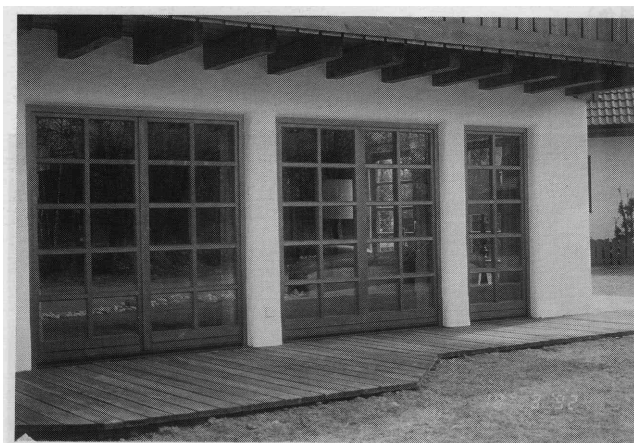


写真1 大きな開口部(ドイツ)

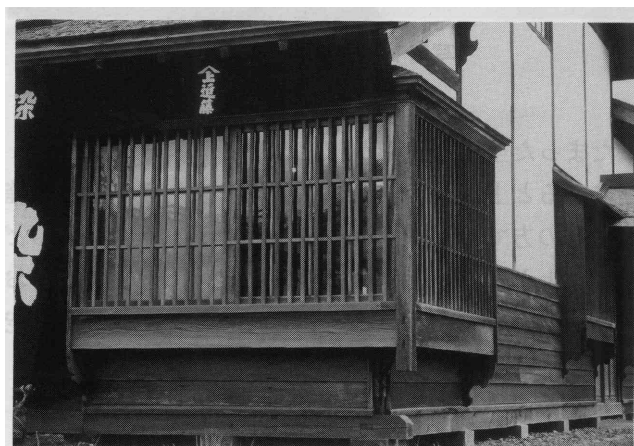


写真2 格子のある大きな開口部(日本)

ています。また、こうやってよく見てみますと、実はかなり大きな開口部であることがわかります。日本の古い住宅というと室内が暗いというイメージがありますが、開口部としては大きいものもあるということです。

こちらは、作り付けのウインターガーデンになっています(写真3)。住居に埋め込まれた形になっており、天窓はなく、周囲の三方から光が入っています。中に植物が見えますが、温室的使い方をしているようです。

これは、アパートの写真ですが、よろい戸をつけたものです(写真4)。このよろい戸は日射遮へいの役目とともに、景観上のアクセントにもなっています。また、窓の部分に植物を飾って楽しんでいる様子が見えます。

これは、採光や出入りではなく換気を目的とした窓です(写真5)。

これは屋根窓を有しています(写真6)。ここから、小屋裏に採光しています。小屋窓は天窓に比べるとメンテナンスや使い勝手の面で有利なのですが、どうしても屋根の形が限定されてしまうという欠点があります。



写真3 作り付けのウインターガーデン(ドイツ)



写真4 よろい戸のついた窓(ドイツ)



写真6 屋根窓(ドイツ)

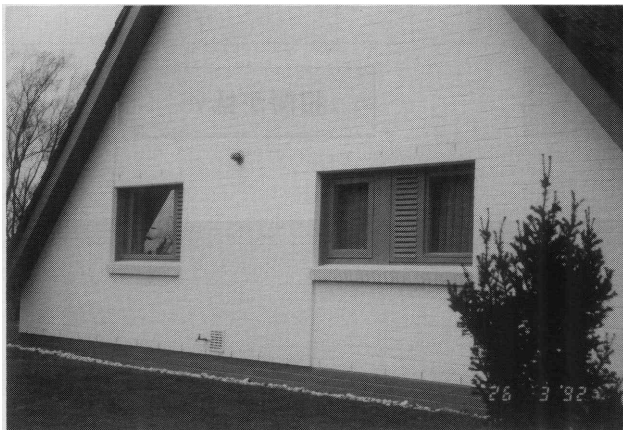


写真5 換気用窓(ドイツ)



写真7 飾られた窓(オランダ)

今度はオランダの住宅ですが、これのおもしろい点は、左側の窓を飾っている点です(写真7)。これは、あまり日本にはない感覚なのですが、先ほど福島科長が触れていらっしゃいましたが、どうも「見せるための窓」のようです。

窓のイメージ調査

さて、これらを含めた24枚の窓の写真を用いて、イメージ調査を行いましたので、それを紹介します。被験者としては、北海道東海大学旭川校の学生、先生、そして林産試験場の職員の計53名になってもらいました。実験方法としては、被験者にパネルにした写真を見て、用意した設問に直感的に答えてもらうという方法を取りました。用いた設問は次のように設定しました。まず、住宅および窓において想定されるイメージを拾い出し、次にそれに対応する表1のような形容詞対を決定しました。そして、それらの間に7段階の尺

表1 設定した形容詞対

イメージ	形容詞対
明るさ	明るい - 暗い
広さ	広い - 狭い
開放感	開放的な - 閉鎖的な
暖かさ	暖かい - 寒い
涼しさ	涼しい - 暑い
安全感	安全な - 危険な
使いやすさ	使いやすい - 使いにくい
華やかさ	華やかな - 地味な
斬新さ	斬新な - 平凡な
やすらぎ	やすらいだ - 緊張した
好み	好き - 嫌い
住みたさ	住みたい - 住みたくない

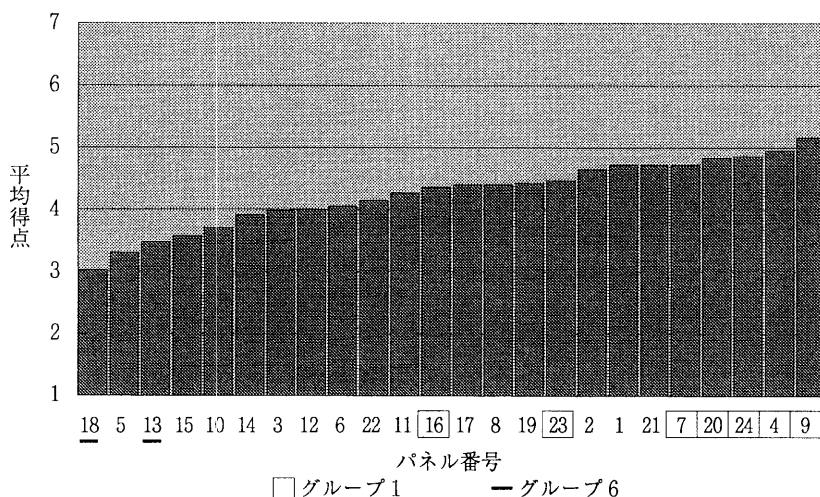
度をおき、被験者には自分の持ったイメージが、このどこに合致するかをチェックしてもらうようにしました。

調査の結果

さて、得られた結果から、各イメージの間にどのような相関関係があるかを表2に示しました。まず、明るさというイメージについて注目してみますと、広さ、開放感、暖かさ、涼しさ、そして華やかさといったものが関係していることがわかります。相関が低いものとしましては、安全性があります。安全性というイメージは、全体的に他のイメージとの相関が低く、影響を与えることが少ないことがうかがえます。また、住みたさというイメージに着目してみますと、開放感、暖かさ、使いやすさ、やすらぎ、好みの相関が高くなっています。それに対して、涼しさ、安全感、華やかさ、斬新さといったものはそれほど住みたさに影響を与えないことがわかりました。また、住みたさと暖かさの相関が高いのに比べ、涼しさの相関がそれほど高くないということがわかりましたが、これはやはり北海道は冬を中心とした生活であるせいではないかと思われます。

表2 各イメージ間の関係

	明るさ	広さ	開放感	暖かさ	涼しさ	安全感	使いやすさ	華やかさ	斬新さ	やすらぎ	好み	住みたさ
明るさ	1	0.750	0.819	0.852	0.705	-0.068	0.670	0.854	0.514	0.515	0.444	0.635
広さ		1	0.915	0.533	0.354	-0.184	0.579	0.559	0.399	0.567	0.565	0.633
開放感			1	0.613	0.380	-0.349	0.627	0.584	0.414	0.655	0.682	0.740
暖かさ				1	0.766	0.177	0.668	0.669	0.412	0.653	0.524	0.751
涼しさ					1	-0.019	0.216	0.597	0.564	0.146	0.218	0.318
安全感						1	0.282	0.004	-0.118	-0.033	-0.263	0.061
使いやすさ							1	0.426	0.011	0.688	0.416	0.713
華やかさ								1	0.677	0.198	0.168	0.389
斬新さ									1	-0.007	0.285	0.349
やすらぎ										1	0.780	0.845
好み											1	0.873
住みたさ												1



どんな窓が好まれるか

さて、試験で得られた各パネルのイメージを、良いを7点、悪いを1点として得点化し、集計を行いました。そして、各パネルについて、すべてのイメージの得点を平均してみました。得られた平均得点の高い順番にパネルを並べかえたものが図1です。ここで少々乱暴ですが、24枚の窓を表3のようなグループに分けてみました。そうすると、写真3のようなグループ1の大面積中棧無しのもは、上位を占めるものが多く、写真5のようなグループ6の小面積、少数のものは、得点が低くなりました。全体的にみますと、大面積の窓が高い得点をもち、小面積のものは得点が低い傾向がみられました。

表3 提示写真パネルのグループ

グループ1：大面積、中棧少
グループ2：大面積、中棧多
グループ3：小面積、中棧少
グループ4：小面積、中棧多
グループ5：小面積、多数集合
グループ6：小面積、少数

平均得点における上位三枚の写真について、各イメージの得点を示したのが図2です。全体的に得点が高いのですが、特に明るさ、広さ、開放感、暖かさのイメー

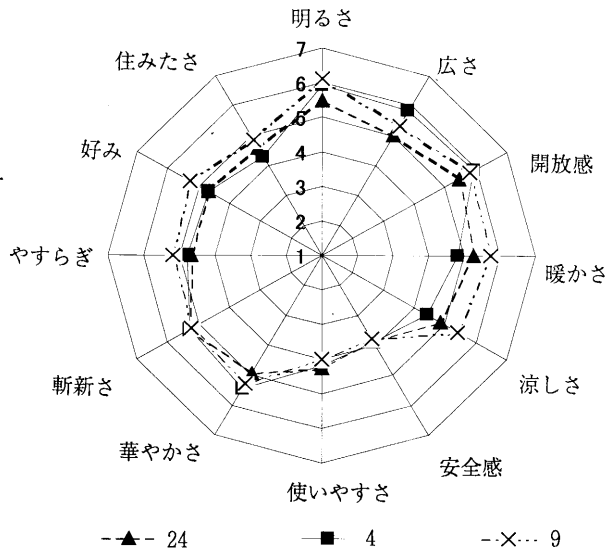


図2 上位3枚の各イメージの得点

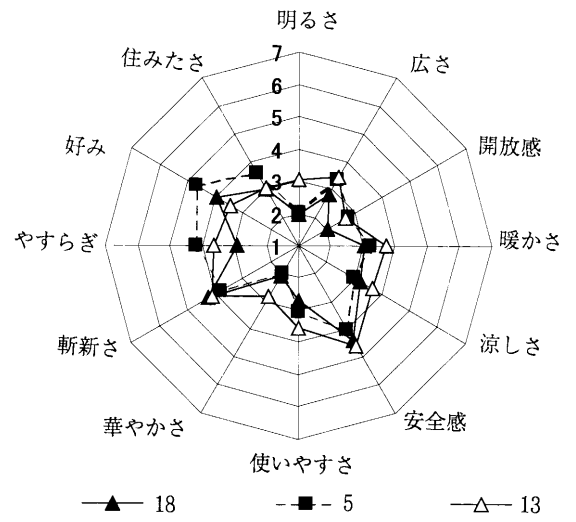


図3 下位3枚の各イメージの得点

ジの得点が高くなりました。また、下位の三枚に対して同じようにみてもみると(図3)、全体的に低い得点であり、上位のものにおいて高い得点が特徴的だっ

たイメージの得点が低くなりました。
(林産試験場 性能開発科)