

2021 年度 1 学期 多文化交流科目
「札幌をフィールドワークする」

日本人学生・外国人留学生が、一つのグループになり、
それぞれのフィールドワークの成果をまとめました。

ぜひご覧ください😊

公園には社会的連帯・交流を促す役割があるのか

北海道大学 のり、ニック、けいいち

①公園とは？



1785年：ヒルシュフェルト

自然及び自然の中での各階層の宥和
⇒仕事の疲労回復、庶民の啓蒙

画像：J. D. Heidenreich - <http://www.plattpartu.de/kuenst/hirschfeld.htm>, パブリック・ドメイン, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=1021422>による

《公園の役割》



現代の公園 = 利用者が人間的に豊かになることを目的に、公共性をもってつくられた場所

②「三つの役割」は円山公園で本当に目にできるの？

机付きベンチ

くつろぐ
交流



利用者...高校生、大人

池周囲のベンチ・東屋

くつろぐ
交流



利用者...大人

広場 (有料)

体を動かす



利用者...中学生、高校生

遊具

体を動かす



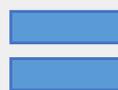
利用者...～小学生



⇒目的ごとに使うエリアが区切られている！

③「交流・社会的連帯」の役割は現代の公園ではどうなったの？

壁のある連帯
⇒意図的に成立？



公園 = 現代社会の縮図？

《参考文献》

白幡洋三郎(1995)『近代都市公園史の研究—欧化の系譜—』. 思文閣出版
丸山宏(1994)『近代日本公園史の研究』. 思文閣出版

コトバンク「公園デビュー」. <https://kotobank.jp/word/%E5%85%AC%E5%9C%92%E3%83%87%E3%83%93%E3%83%A5%E3%83%BC-688648>. 最終閲覧日2021年7月1日

国土交通省(2014)都市公園における遊具の安全確保に関する指針(改訂第2版). <https://www.mlit.go.jp/common/00022126.pdf>. 最終閲覧日2021年7月6日

PLAY DESIGN LAB(2017)「園庭をデザインする——プレイデザインラボが提唱する『子どもの運動能力をアップさせる園庭のカタチ』とは?」<https://www.playdesign-lab.com/report/entry/445>. 最終閲覧日2021年7月6日

「安全性」理由にそれぞれが壁をつくる

Study Cafe

なぜ人々はカフェで勉強するのか？

G2札幌FW
はるか
ジュン
あすか
ソチョウ

① Study Cafeとは

勉強する人を顧客としたカフェ。
会員制のことが多く、快適な勉強スペースを提供している。

② カフェで勉強するメリット

同調行動：他人がどんな課題を遂行しているのか分からないが、集中している姿を見れば、同時に集中力が高まる。

雑音：適切なレベルの雑音が創造力を高める。

③ FWからわかったこと



- **大人のための勉強場所**
- 20代, 30代, 40代が8割
- **職場が近い、乗り換え駅が近い**
- BGM有のオープンスペース, 無音の自習室, イベント利用可のオープンスペース
- リモートワーク目的の人少ない
- コロナ禍の生まれた時間で**スキルアップ**



- 学生運営
- **団体と団体、個人を結び付ける紐帯**
- 利用者→学生
- 2人以上
- 相席→コミュニケーション(偶発的), BGM有
- 机上広告で他団体の情報提供
- 本棚で**興味のある本を探すきっかけづくり**

Starbucks



勉強する人は**1~2割**
会話がうるさい
利用者「家に近いから、空調が効いているから」

BookCafe



読書か勉強が**9割**
BGM有
利用者「リラックスしたい」「静かだから集中できる」

Cafe



勉強や仕事が約半数
BGM有、適切な雑音
利用者「雰囲気が好き、集中できる」

④ インタビュー

勉強するときどこでしますか	Study Cafe (23,女)	Cafe (21,男)
	勉強カフェ(勉強カフェ会員)	Cafeや家 (18,女)
どうしてそこで勉強しますか	家で勉強してみたり、cafeで勉強したりしたけどstudy cafeでした方が一番(23,女)	
	家にいるNetflixを見たり、ゲームしたり、つい寝てしまうこともあってcafeに行くと勉強する(21,男)	
	勉強仲間がいるとモチベーションがあがるから。(勉強カフェ会員)	
	普段と違う環境で勉強すると集中できるから(18,女)	

⑤ 考察

需要

現代人：「場所」を求めている

供給

カフェが多様な形態に変化

Sapporo Fieldwork: Fast Food Restaurant

札幌フィールドワーク・グループ3
こじま、大地、はる、フィリップ



動機

- ・ 現代人はなぜファーストフード店に行くか？
- ・ 現代人にとって、ファーストフード店の役割は？
- ・ 現代人は飲食以外にファーストフード店へ何の目的で行くか？
- ・ どのような人がどのような目的で行くか？
- ・ コロナの時代でファーストフード店役割が変わったか？

フィールドワークの方法

場所：ヨドバシ内のマクドナルド
対象：お客さん（時間の過ごし方を観察する）
時間：平日の昼前・午後・夕方、各一時間の観察

予想

- ・ 安いレストランなので学生がおそらく多い
- ・ 自由に一人でも食べれるスペースなので、おそらく一人での客が多い
- ・ ファストフード（早く食事）のため、店内で過ごす時間が短い（食べて出る）

参考
文献

- ・ 食べる物も集権化、合理化
- ・ 時にハンバーガーは「ながら食べ」が可能なので人間との生活の共化、複合化
- ・ 「ながら」による効率化 → 現代人は効率化を目指し、様々なものと共生している。ファーストフード店はそのための「ながら」を提供する場所でもある
（文献：「ハンバーガーの世紀」（2010）
ジョシュ・オザースキー）

結果：2つの役割が分かる

① 昼中

- ・ 食事の時間のでレストランとほぼ同じ、食事場
- ・ 安く食べれる
- ・ 作業する人はほぼいない
- ・ グループでの客のほうが多い
- ・ 食べてすぐ出る人が多い
- ・ テイクアウトの方が多い
- ・ マスクはあまりされていない

② 昼以外の時間

- ・ 休憩所の機能
- ・ ショッピングバッグ持ちの客が多い
- ・ 一人でスマホを見ている（ほぼ全員）
- ・ 雑音（音楽など）なのに集中が出来る
- ・ 食べるより作業する人が多い（ノートパソコン、本、ノート）せめて1時間いる
- ・ 一人での客の方が多い
- ・ テイクアウトの方が多い
- ・ マスクはあまりされていない

結論

- ・ 食事の時間のファーストフード店と食事以外の時間のファーストフード店は役割が異なる。
- ・ 食事以外の時間のファーストフード店は休憩スペースとして利用されている。（特に札幌やヨドバシでショッピングをした人に。）
- ・ ファーストフード店 = 多機能（食事処 + 休憩所 + 仕事場 + など...）
- ・ ファーストフード店でマスクしないのは全くおかしくない + 冷房機もある → 夏場の理想的な休憩スペース。

ここからわかる現代の特徴は：

- ・ 復号化
- ・ 効率化

ファーストフード店の現代の役割：

- ・ 昔の茶屋のようなスペース + 食事に置き置いたスペース + ...（複合施設）
- ・ 一極集中させることにより効率的で手間のかからないようにもしている



看板 から見る 現代社会

看板の役割や影響の観察・調査を通じた現代社会の考察 /

北海道大学 たいと・ヨウセイウ・ともか・ファルック

看板とは。。。

商店などで、宣伝のために屋号、扱う商品、うたい文句などを書いて人目につく所に掲げておく板状のもの

歴史と役割

平安時代→暖簾が発達
鎌倉末期→竹や木の札の「簡板」
壁・天井などに張る「鏡板」の発達
室町時代→簡板・簡版として定着
桃山時代→暖簾に屋号や商品名を表示
江戸時代→現在の「看板」として定着

看板の主な役割とは

- ・誘導
- ・事前告知
- ・商圈・シェアの拡大

最近は「芸術性」を重視するも多い



芸術性を重視する看板

看板とネットの広告 時代とともに、ラジオ、テレビ、ネット(日本の広告費全体の30.3%(19年)の発達で、広告業全体に占める看板の存在感は小さくなり続けてきた。

すすきの渋谷、タイムズスクエアなど都会の繁華街の中心では多くの看板が見られ、以下は、他の広告媒体に比べた、屋外広告(看板)特有のメリット

- ・テレビCMやネットの広告よりコストパフォーマンスに優れる
- ・長期間設置できる→単純接触効果
- ・時間の制約なし、場所でターゲットを絞れる。
- ・邪魔だと思っても取り除くことができない
- ・特定のデバイスの所持や使用を必要としない
- ・ある研究によると、一番目に入ってクリエイティビティがある
- ・長期間の設置で単純接触効果(何度も目に触れることでポジティブな印象を抱く)が望める。



「ネットやTVの広告に比べてブランド名・店名のみを示すなど、情報量が少ないものが多く見られた」

看板、事前環境とその影響



VS



- ・歴史的な景観、都心のオフィスビルの景観では、看板は景観を損なっている。
- ・市街地や昭和の雰囲気のあるうるさいイメージの景観は看板があったほうが良くなる。
- ・なんの特徴もない景観では少しだけ景観を損なう。

>うるさい景観に合っ、静かな景観に合わない
=基本的に看板は「うるさい」イメージがある

看板と都市景観の課題

街中の看板については屋外広告物法に基づき、

- ・良好な景観の形成と風致の維持
- ・公衆に対する危害の防止

看板の規制はその規模や位置、大きさに限らず、市によっては色彩を周囲と調和するよう規制することもある。

解決方法

京都や鎌倉などの古い街並みが残っている場所はその立地にふさわしい「景観デザイン」に基づき、色や看板が変化している。

どんなことに気をつけてデザインされているのか？

- ・各地方の景観条例
- ・自然に馴染む落ち着いた色合い
- ・街の雰囲気を統一すること



まとめ

- ・ネットとテレビの技術が進んでいるにより、昔に比べると看板の影響が減っているものの、ネットやテレビ広告がない役割を持つゆえに存在意義はある。一方景観への悪影響も一部では無視できない。
- ・単純接触効果で社会の流行りを形成に関係がある。
- ・看板はうるさい景観にあうと感じ、綺麗な景観に目立つ看板があるのはあまり良しとしない傾向がある。

参考文献

2020年 日本の広告費 | 媒体別広告費 https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/2020/media.html
2020年 日本の広告費 | プロモーションメディア https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/2020/media4.html
2019年 日本の広告費 | プロモーションメディア https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/2019/media4.html
THE EFFECTS OF OUTDOOR ADVERTISEMENTS ON CONSUMERS <https://www.researchgate.net/publication/46513458>
THE EFFECTS OF OUTDOOR ADVERTISEMENTS ON CONSUMERS A CASE STUDY
日本屋外広告業団体連合会 屋外広告とは <http://www.nikkoren.or.jp/okugakoukoku/koukoku.html>

国土交通省「屋外広告物制度の概要」

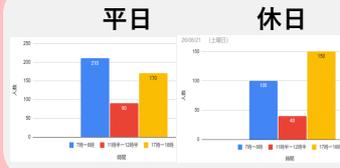
https://www.mlit.go.jp/foshi/townscape/foshi_townscape_tk_000023.html
田端修・山崎正史・藤本英子「看板・広告から見る都市景観の課題」
<http://web.kyoto-inet.or.jp/org/gakugel/judi/semina/s0608/ka009.htm#N0028>
重松美史香「景観デザイン」を考える。(2017)<https://hataraku.vivivit.com/column/landscapedesign>

交通から見える札幌の都市構造の変化

メンバー：かいと、ゆうま、アダム、メッタニ

<フィールドワーク結果>

都心



ラッシュ時の地下鉄改札は人で溢れていた。

円山バスターミナル

地下鉄・路線バス

札幌

JR 札沼線

サラリーマンの下車多
マンションなど集合住宅

篠路

高校生の下車多
付近に札幌英藍高あり

拓北

大学生・サラリーマンの下車多
小学生の乗車あり

あいの里教育大

大学生・OLの下車多
行政の中心・当別町役場あり

石狩当別

大学生の下車多
学校の他はほぼ田畑のみ

北海道医療大学

放置された廃駅



石狩金沢

廃線・バス転換

月形～当別間の路線バスの乗客は0人だった。

石狩月形

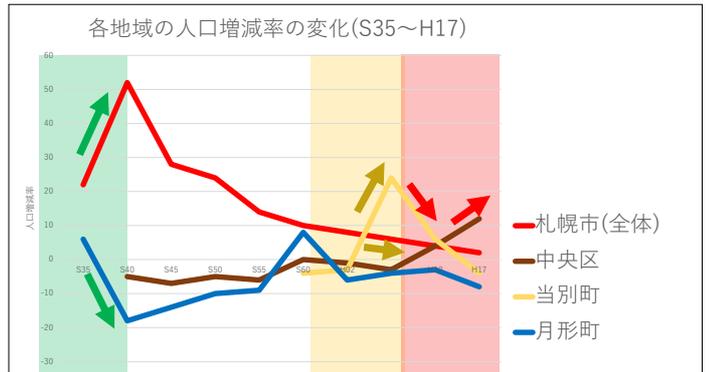
近郊

遠隔地

分かったこと

- 都心内の通勤量多。
- 職場や学校の、**近郊への分散。**
- 札幌方面だけでない、札幌**近郊での双方向の移動。**
- 遠隔地では、**地域間の交流が完全に失われている。**

<裏付け> 人口増減率の推移



昭和30～40s(1950s～1960s)

人口増加率：都心で増加、遠隔地で激減
→一極集中・職住近接を表している

昭和60s～平成初期(1970s～1980s)

人口増加率：都心で減少、近郊で増加、遠隔地で変わらず(人口は微減)
→職住分離を表している

平成10s～(1990s～)

人口増加率：都心中の都心で増加、近郊で減少
→近郊どうしの双方向通勤に加えて、都心中の都心の内部で完結する通勤という、**一極集中は収まったが職住近接に回帰しつつある**という**現代社会の特徴**が表れている？

※グラフ：「人口推移一覧～全都道府県市区町村～」
<http://demography.blog.fc2.com/blog-entry-7050.html>
(2021/6/17閲覧)より作成

現代社会とは、

脱一極集中・職住近接への回帰

近郊に分散した職場や学校への双方向移動の増加と、都心に住み都心へ通勤する形態への回帰

<結論> 札幌の都市構造の経年変化

昭和前期：一極集中・職住近接

昭和後期・平成初期：一極集中・職住分離

現在：一極集中でない・職住近接



<現代社会の通勤>

- 近郊どうしでの**双方向の通勤**
- 都心内**完結型通勤**