

ファッションブティックの内観写真における空間要素の形象構成

学籍番号 23413515 氏名 大井 亮

指導教員 北川 啓介 准教授

はじめに 空間を二次元として描写する建築写真は、撮影者によって特有の視点が定まり、実空間とは異なった空間像を形成すると考えられる。本研究では、空間要素がもつ形態及び様態を形象と定義し、空間要素の形象から導き出される特性とそれらの構成について明らかにすることを目的とする。

研究対象 建築物の室内構成に焦点を当てて撮影、編集をしている建築専門誌『商店建築』¹⁾を研究資料とする。1956年から2011年を対象期間とし、建築部位とインテリアの配置関係により意匠性の高い空間を実現しているファッションブティックの内観写真を抽出し、各作品から写真の大きさが最も大きいものを一枚ずつ選定した計561枚を研究対象とする。

研究方法 まず、被写体を建築と添景の観点で捉えて二分し、さらに16種に分類したものを空間要素と定義する(表1)。次に、対象写真をメッシュ分割し、それぞれのメッシュに出現する被写体を空間要素毎に塗り分けたモデル図を作成する(図1)。そして、モデル図から測定して得た数値を歪形度と占有度の指標に代入し、特徴マップによる分析を行い、考察する。

歪形度と占有度の定義 空間要素の形象がもつ属性の枠組みを捉えるため、写真における像情報のうち、写真自体の大きさのばらつきを解消した、被写体の形状の複雑さを表す尺度を歪形度、画面上における被写体の面積支配率を表す尺度を占有度と定義する。以下の指標を用いて数値化し、モデル図から得た値を代入してそれぞれの値を算出する。

歪形度：被写体の輪郭線の長さ/√被写体の面積

占有度：被写体の面積/画面面積

特徴マップによる歪形度と占有度の類型 前章で得た歪形度と占有度の数値データを基に、対象写真間での空間要素の相違、近似などの相関関係を求める手法として、自己組織化マップアルゴリズムの学習を繰り返し、特徴マップを作成した。マップに描出された情報から歪形度と占有度にみる空間要素の近

表1 空間要素の分類

分類	定義	出現数
[天井]	室の上部を限定する面	521
[床]	室を水平に仕切る底面	534
[壁]	構造体として室を囲んでいるもの、または室の内部を仕切るもの	541
[窓]	室の開口部に設けられた、素材が透明で室の内と外の境界となるもの	146
[建具]	室の開口部に設けられた、素材が不透明で室の内と外の境界となるもの	55
[柱]	構造体として垂直に伸びている柱状のもの	201
[梁]	構造体として水平に伸びている柱状のもの	99
[階段]	動線の役割をもった斜面、または平面の高さが連続していない部分のうち、高さが人間の膝を超えないもの	97
[照明器具]	光を発する器具	407
[什器]	商品を展示・陳列・収納するための設え	496
[家具]	人間が生活において用いる設え	135
[レジカウンター]	商品の会計時に利用される設え	90
[パーテーション]	視線の遮断や空間の分断の役割をもつもの	108
[鏡]	光の反射を利用して姿形を映し見る道具	209
[商品群]	店舗内で売買の対象となる製品、商品を着せて展示・陳列する等身大の人形	506
[装飾]	室内に設置された意匠的な作品、室の表面に施された加工	76
その他	上記のいずれにも該当しない上、出現頻度が著しく低いもの	10

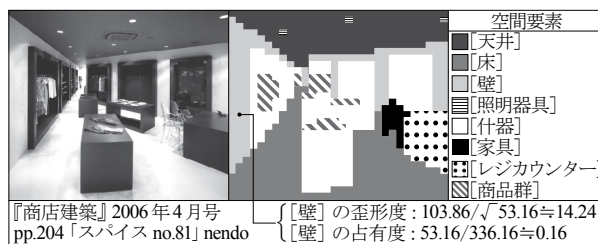


図1 モデル図の作成と指標の算出例

表2 歪形度の類型の特性

類型	類型の特性	対象数
I	[床] [什器] [商品群] の複雑さが小さい	289
II	[天井] [床] [壁] [照明器具] [什器] の複雑さが大きい	80
III	[壁] [什器] の複雑さが小さい	68
IV	[壁] [商品群] の複雑さが大きく、[照明器具] の複雑さが小さい	124

表3 占有度の類型の特性

類型	類型の特性	対象数
A	[天井] [床] [壁] の割合が平均的	201
B	[床] [鏡] の割合が大きく、[パーテーション] の割合が小さい	42
C	[壁] の割合が大きく、[什器] [装飾] の割合が小さい	96
D	[天井] の割合が大きく、[什器] の割合が小さい	71
E	[什器] の割合が大きく、[柱] [階段] の割合が小さい	67
F	[窓] [柱] [パーテーション] の割合が大きく、[壁] の割合が小さい	84

似性を読み取った結果、それぞれ4種と6種の類型を得た(表2, 表3)。

ファッションブティックにおける空間要素の形象構成 前章での特徴マップによって得た類型の組合せから、歪形度と占有度における24種の描写形式を導出することができた(図2)。これらは大きく三

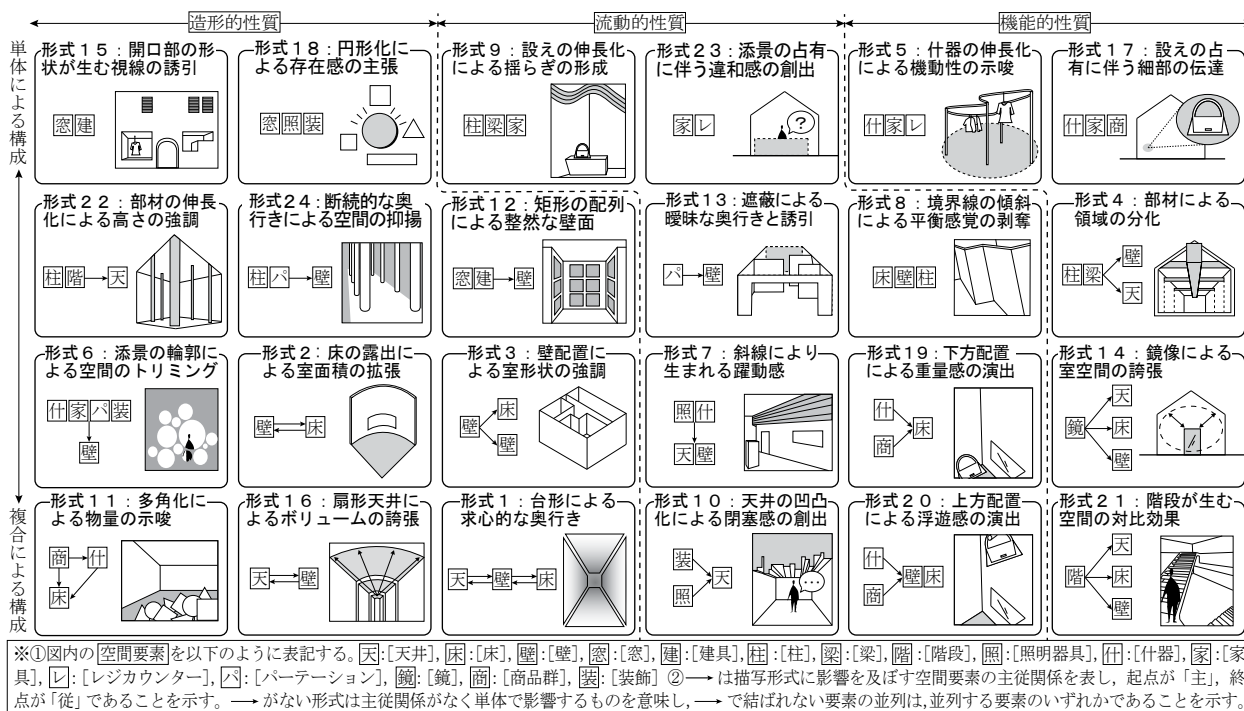


図 2 描写形式と空間要素の形象構成

つの側面で捉えることができる。

まず、図形の性質に基づいた造形的な効果を創出する役割をもつものが、描写形式 1, 2, 3, 6, 11, 12, 15, 16, 18, 22, 24 でみられた。これは、空間要素の輪廓形状が台形や三角形、円形といった幾何学的な図形に近似するかたちで擬態することで、空間構成の強調や物や空間に対して印象を示唆していた。例えば、描写形式 1 は、台形という図形に含まれる斜線がある一点へと収束することで奥行きをあらわしており、奥行きに向かう求心性を強調している描写である。次に、視覚情報として認識できない概念効果を添加する役割をもつものが、描写形式 7, 8, 9, 10, 13, 19, 20, 23 でみられた。これは、空間要素同士の境界線の状態や位置関係が空間に秩序を構築するとともに人間の感性を喚起し様々な状況を想起させていた。例えば、描写形式 8 は、床や壁や天井間の境界線が傾斜し、水平性や鉛直性が消失することで、固定概念として存在する空間の上下の方向性が歪められ、それが空間に異質な印象を与えている描写である。そして、物質そのものが備えている内面的性質を顕在させる役割をもつものが、描写形式 4, 5, 14, 17, 21 でみられた。これは、空間要素の様相が物質に内包された機能性や価値を顕在化させて抽象的な情報を明瞭化して伝達していた。例えば、描写形式 16 は、設えの機能性や利便

性を表現するために、被写体を限定して写すことで、設え自体やそれに付帯する商品の細部の意匠性、構造、機能面を明確に捉えて表現している描写である。

全体の傾向として、建築要素同士の構成では、その形状や輪廓が主張された造形的な側面が強くあらわれており、建築要素と添景要素による構成では、物質に備わった性能や空間がもつ情報を伝達する機能的な側面と、視覚化できない雰囲気や時間、速度などの概念効果を空間に擬態化させて印象付ける流動的な側面があることがわかった。

結論 ファッションブティックにおいて、空間要素は主従の関係を帯びた構成を形成し、主となる空間要素の形態から引き出される機能や造形美が物の存在を際立たせていると同時に、従属する空間要素の様相が視認できない雰囲気を醸し出し、情緒豊かな空間の演出を可能にしているといえる。これらの形象が与える側面は、商品がもつ物的価値の誇示や、それらを展示する調度品や部位との調和、幻想性を含んだ非日常を意匠計画に掲げることが多いファッションブティックの特徴といえ、撮影者は各要素がもつ主従関係を操作し、それらの形態から引き出される側面を顕在しないしは添加させることで空間を描き出していることが明らかとなった。

参考文献

[1] 商店建築社：商店建築，1956・8-2011.12