

「におい」を活用した「まちづくり」

Community Planning Using Aroma Function

和泉潤、宮田靖子

IZUMI Jun, MIYATA Yasuko

Abstract: There are various connections between community planning and environmental symbiosis. Recently, the environmental creation attached importance to Aroma -the sense of smell- was given special attention, because it gives possibilities of selection and variety to the spatial, natural and living atmosphere. Good and natural Aroma improves health and comfort in our living. With the specific study of psychological and biological effects of Aroma and technological development of controlling system, using Aroma function for community planning, which is essential to both the nature and human-being is an important theme in mature society.

Key words : aroma, community planning, environmental symbiosis, natural, health, odor

1 はじめに

社会の成熟化にともない、多様な価値観を持つ人々が「まち」(コミュニティ)に生活するようになってきたことに加え、環境問題への対応などからコミュニティにおける住民主体の「まちづくり」が各地で行われるようになってきた(1)。しかしながら、これまで多くの「まちづくり」は目で見て快適となる「まちづくり」、いわゆる視覚情報を中心としたハードな環境整備であったといえる。これは、視覚的にはアメニティが向上はしたが、何かもの足りない感じを多くの人に抱かせ、必ずしも総体的なアメニティの向上にはつながっていないといえる。

人々が「まち」を感じるのは、視覚からだけではなく、聴覚、触覚、嗅覚、味覚を含めた五感を使って「まち」の情報を入手することで感じている。したがって、視覚から入手する「まち」の情報を整備するだけでは、他の感覚から快適な情報を入手することはできず、結果的にもの足りなさを感じさせることとなる。とは言え、視覚情報は人が外界から入手する情報の大部分を占めているので、この情報が快適であることは欠かせないが、その他の情報である聴覚、触覚、嗅覚による音、風(温度や湿度なども含む)、「におい」などの感覚からも快適さを得られることにより、視覚情報を補完して総体的なアメニティの向上を実感することになる。

音は物理的刺激による情報で客観性があるため、すでにサウンド・スケープという概念が打ち出されて空間に整備されるようになってきた。一方、臭気は化学的刺激による情報であり、受ける人間の履歴に大きく関係する主観的情報であるため、普遍化は困難であったが、最近では景観を補強・増幅するものとして、臭気の面から「まち」を整備してゆく概念が打ち出されるようになってきた。

臭気には人間にとってプラス要因と考えられる「かお

り」や、マイナス要因となる「悪臭」があるが、ここでは両者を併せて「におい」という言葉を使用する。生活環境に快適性を求める傾向が強まっていることを考え合わせると、「まちづくり」において不快な「におい」を防止するだけでなく、快適な「におい」環境の創造に向けた取り組みを推進していくことが必要となる。そこで、本論では、環境経営研究所の研究費助成を2002年に受けて実施した調査研究を中心に、「まちづくり」における「におい」の意味、役割、その活用などについて検討することを目的としている。

2. 環境省のにおい環境指針について

環境省は悪臭防止法に基づき、工場その他の事業所における事業活動に伴って発生する悪臭に対し必要な規制などを推進するとともに、新しい考え方として「におい環境」という概念を導入し、その指針づくりに取り組んできた(2)。地域住民のよりよい生活環境の確保を図るため、

- ① 臭気環境目標：不快な「におい」の低減と臭気に関する望ましい環境の維持・達成するための定量的目標
- ② かおり環境目標：自然の「かおり」や地域の文化や歴史などに関わる「におい」を守り、育てるための定性的目標

を設定し、地域住民・事業者・行政が一体となって、地域の快適なおい環境を形成するための施策を進めている。生活環境のなかの「不快なおい・臭気」を低減し、かつ各人の状況や好みに応じて快適に感じられる「かおり」を楽しめる環境の保全・創造に向けて、地域の「かおり」を発見し(気づき)、「かおり」風景という創造的な視野で環境づくりを進め(整備し)、地域の自然・文化・歴史との関わりの中で住民が主体となった「かおり」のまちづくりを進める(行動する)ことが求められている。

また、環境省は「におい」と景観を組み合わせた「かおり風景」の候補地を全国の自治体などから募集をし、100の「かおり風景」を選出した。これをきっかけに、地域住民らが身近な「かおり」を再発見し、心地良い「におい」の発生源となる自然や文化の保全に自主的に取り組むことを期待している。

3. 「まちづくり」と「におい」

(1) 「におい」の役割

人は、周りを取り巻く環境に適応しながら生存している。適応を円滑に行うため、外界の状況や変化を迅速正確に知る必要があり、五感を働かせて生活をしている。五感は、

- ① 物理的感覚：光や音、接触による刺激を受容する視覚、聴覚、触覚
- ② 化学的感覚：化学物質による刺激を受容する嗅覚と味覚

に分類される。人間は視覚動物といわれるように、外界情報の85%以上を視覚を通して入手しているため、その他の感覚に対する存在意識は低い。しかし、それぞれの感覚器官は相互に補完しあっており、嗅覚は視聴覚だけからでは得られない外界からの情報を伝達する重要な役割を果たしている。物が燃えたり、焦げたりするときに発生する「におい」については、少量であっても敏感に反応をすることを利用して例が、都市ガスやプロパンガスの付臭剤で、ガス自体は無臭であるが、万人の嫌がる「におい」を添加し、危険を感じさせるようにしている。動物の体から放出され、その「におい」を嗅ぐことによって、同種の他の個体に特定の行動や生理的過程をひきおこす情報伝達物質としてよく知られているのがフェロモンである。

「におい」の質の快・不快には個人差が大きく、その嗜好はその人の生育環境や体験に大きく左右される。例えば飲食店から発せられる「におい」が、店においては食欲を増進させる快適な「におい」となるが、近隣の住民にとっては不快な「におい」になる(3)といったように個人の置かれた場所、時間、行動によっても異なったり、特定の「におい」が、ある場所の記憶要因となり、全く忘れていた昔の空間体験の記憶が、「におい」が引き金になってかなり鮮明に思い起こされたりする。

どんなに良い「におい」でも、しばらく嗅いでいると何の感覚もなくなったり、四六時中嗅いでいる自分の体臭や口臭はほとんど感じないか、たまに感じる程度であるが、他人にはよく感じるということが起こりうる。これは、嗅覚には一定の強さの「におい」刺激を持続的に嗅いでいると、「におい」を受容する感覚神経の活動が減少する特徴があるためである。

心地良い「かおり」を嗅ぐことは、多様化・複雑化する時代に生きる現代人のストレスを解消するためのリラクゼーション法としても注目されている。最近では「かおり」の嗅覚刺激による人の生理・心理効果を科学的に解明する研究：アロマコロジー(aroma=香りとpsychology=心理学

を組み合わせた造語)が、大学や各種研究機関によって行われるようになってきている。「まち」あるいは住空間に心地良い「かおり」を積極的、意識的に取り入れたり、「かおり」による空間の演出をすることは、環境創造における快適性の向上と深く関わりを持っている。

(2) 「まち」を特徴づける「におい」

① かおり環境都市モデル事業

環境省は1995年度から「かおり環境都市モデル事業」を実施し、全国五つのモデル都市において実態調査やさまざまな事業を進めてきた(表1参照)。モデル都市の一つである新潟市においては平成9年度にアンケートによる調査などを実施し、新潟市のかおり環境の実態と課題をまとめている(4)。新潟市らしい「かおり資源」については、海、川、水田、や新潟特有の植物(ニセアカシア・チューリップ・ハマナス・柳)、雪や澄んだ空気があげられた。生活と関連のある「かおり資源」としては、笹団子、魚市場、魚、ぼっば焼き、稲穂、稲わらといった新潟市の特徴ある生活を表した「におい」が「かおり資源」としてあげられた。このような地域の文化や歴史と密接に関連した地域特有の「におい」に着目し、これを生かしたまちづくりを行うことで、地域の活性化やその地域らしさに結びつけることが可能になるものと思われる。

表1 モデル都市と実施事業

	年度	実施事業
埼玉県	7年	○音とかおりのワークショップの開催
	8年	○音とかおりのワークショップの開催 ○お好みや音・かおりマップの作成・配布 ○彩の国 音・かおり環境配慮指針の策定 ○彩の国 音とかおりの里(公園)の整備
鎌倉市	7年	○市民、児童・生徒、観光客意識調査の実施
	8年	○かおり講演会の開催 ○かまぐらなごよみマップの作成・配布 ○鎌倉市かおり環境計画の策定
堺市	7年	○市民意識調査の実施 ○堺・かおりマップの作成・配布
	8年	○かおりの環境教室の開催 ○かおりめぐりの開催 ○かおりフォーラムの開催
新潟市	9年	○市民意識調査の実施
	10年	○かおり勉強会の開催 ○かおりの現地調査の実施 ○新潟市かおりポイントマップの作成・配布 ○整備事業におけるかおり保全・活用マニュアルの作成
松本市	9年	○市民、児童意識調査の実施
	10年	○かおり探検隊の開催 ○かおりイラストコンクールの実施 ○かおりポイントマップの作成・配布 ○啓発リーフレットの作成・配布 ○市民向けかおり保全・活用マニュアルの作成

出典：文献[7]73頁の表：モデル年と実施事業

② 「におい」と視覚の整備を中心としたまちづくり

知多半島の中央に位置する半田市は昔は海運業の発達と共に醸造業や織物などの産業が盛んだったが、産業の発達と共に川や海が汚れた状態であったことから、行政と企業が両者一体となって、地域の産業に沿った視覚的な景観の整備をする動きが出てきた。もともと酢や酒の「におい」があったところへ、蔵の運河に遊歩道を造ったり、散歩道を楽しめるように景観を整えたことで、伝統の重みのある産業の「かおり」、半田の独特の「かおり」として市民が誇りをもてるまでに変化し、環境省の「かおり100選」に「酢と酒、蔵の町」として選出されるまでになった。その概要は、「温暖な気候と澄んだ空気に恵まれたこの地では、「酢の醸造」「酒つくり」が江戸時代より盛んに行われ、現在も現役として利用されている黒塗りの板葺きの蔵が船方橋から北へ運河沿いに500mにわたって立ち並んでいる。この蔵を半田運河とともに眺める景観は、黒と白のコントラストが美しく、ほのかに漂う酢の「かおり」に包まれている。『博物館「酢の里」』は無料で見学ができ、「酢の里」の運河沿いには遊歩道がある。」(5)となっている。

③ 自然の植物と「かおり」を中心としたまちづくり

日進市の香久山団地は、住宅・都市整備公団中部支社が1988年に開発した住宅団地で、木々の緑と花の「かおり」のする街づくりをコンセプトにしている(6)。単なるハードな街づくりではなく、安定成長の時代に対応した情緒にまで訴える街づくりを考えて、自然をそのまま生かす環境共生の動きと連携して進められ、地域の里山の風景や雑木林を残しながら、森の「かおり」をニュータウン造りの中に生かすというテーマを設定して開発された。四季の広場や12ヶ月の公園、植物の名前をつけた通りなどをニュータウン内に置き、それぞれ季節の植物を植え、自然の「かおり」が感じられるような特徴を持たせた。1998年に住宅団地居住者を対象に実施した、「かおり」をテーマにした街づくりが機能しているかというアンケート調査によると、居住者の認識がまだ低く、街づくりへの参加意識も低い段階であるが、「かおり」をテーマにした街づくりへの関心は多くある結果に示されている。

④ いろいろな混ざり合う「におい」が特徴のまち

名古屋市の大須商店街は、20数年前、映画館などの娯楽施設が次第に無くなり、空き地が広がって誰も来ないような疲れた「まち」になっていたが、アメ横と呼ばれる電気屋街ができたことや、大道芸人が集まる大道町人祭や骨董市、八のつく日の縁日などのさまざまな人集めにより、現在では若い人からお年寄りまで多くの人々が大須商店街を訪れている。商店街には様々な種類の店舗が混ざり合っており、路地の中に入りこんだものまで併せるとその数は約千軒となる。大須で感じる「におい」を統一することは出来ない。それぞれの店舗が自由に店創りをしていることによるパワーが大須商店街らしさではないかと思われる。

学生が大須商店街で感じた「におい」をまとめるとまず、気になる「におい」と気にならない「におい」の二つに分

かれ、気になる「におい」については、「良いにおい」と悪臭(悪いにおい)に分けられた(7)。どちらの「におい」も食べ物の「におい」と店から漂う(食べ物以外の)「におい」に分けられており、食べ物の「におい」については、多くの「におい」が「良いにおい」と感じられているが、生臭さや刺激臭などについては悪臭と感じている。また、店から漂う「におい」については、香水、花など一般的に「かおり」として感じているものを挙げており、店など業務で使用する化学臭については悪臭と感じている。寺院の線香の「におい」を悪臭と感じた学生は多かったが、これは普段接していない「におい」であることから悪臭と感じているようである。

このような調査などを基に、大須商店街で歩いて感じることで「におい」を分類すると図1に示すようになる。人々が多く集まる場所であるため、人工的な「におい」は豊富に存在するが、自然の「におい」の発生源が少ないことも大須商店街の「におい」の特徴といえる。

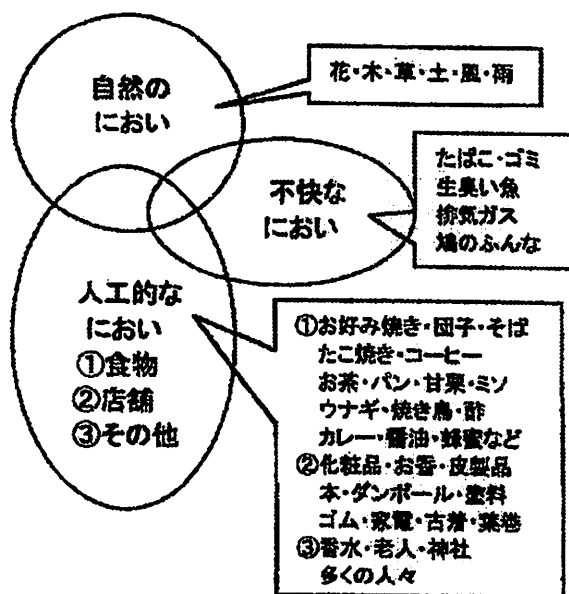


図1 大須商店街における「におい」の分類

(3) 「におい」に関する意識調査

2002年11月に大須商店街の居住者(店舗経営者)を対象に、大須商店街の「まち」のイメージや「におい」そのもの、経営している店舗の「におい」、大須商店街の「におい」がどのように認識されているのかについて調査した。アンケートは大須商店街組合連盟に加入している約360店舗に、組合を通じて配布したが回収はわずか26票であった(回収率7.2%)。これは組合を通じて配布したため、配布と回収の時間がかかりすぎたこと、組合からの協力依頼が周知しなかったことなどによるものと思われる。したがって、定量的な分析はできないので、各個票を読む定性的な分析を行った。

「におい」の感じ方は主観的で、容易に測ることが出来

ないのは前述の通りであるが、アンケートの記述式回答中には「家庭のにおい」「若さのにおい」など、「におい」を鼻腔に入ってくる化学的な刺激ではなく、「雰囲気」、「状態」として捉えているものもあった。一方、「におい」や「かおり」で季節を感じるかという質問に対して「感じる」と回答した人が54%で、その具体的な内容は「草花や木、風などの自然のにおい」が最も多かった。

大須商店街の「におい」のイメージを記述してもらう質問において「新しいものと、古いものが混ざり合ったにおい」と回答した居住者は、大須商店街自体に非常に好印象なイメージをもっていた一方、26人の回答者の中で大須商店街自体に極端に悪印象をもった回答者は、「におい」についての意識が低く、感じ方も「無臭」あるいは「臭い」という表現のみであった。

また、大須商店街のまちのイメージを表す語群20個のうちから居住者が抱くイメージに近かったものを順に記すと「混雑している」「騒がしい」「陽気な」「流行っている」「開放的」「暖かい」などの表現であった。多くの居住者が抱く「混雑している」というイメージ通り、「10年前と比べて大須商店街の来街者が増えたか」という質問に対しては76%が「増えた」と回答している。

ここで「香りを聞く」という言葉について考えてみたい。日本の伝統芸道の香道において香木を嗅ぐ際に使う表現であるが、香木の色、木目、形を見たり、触ったり、漂う「かおり」を鼻で嗅ぐなどという感覚刺激から得たものだけではなく、その「かおり」を嗅いだときに心の中に感じたものを何かに想像して喩え、それを「かおり」として記憶に留めることである。大須商店街にはいろいろな「におい」が混在しており、一言で表現するのは大変難しい。長い間大須商店街に居住、あるいは店舗を営んできた人々には、これまで過ごしてきた日々の間に蓄積されたそれぞれの映像や記憶があり、それらが「におい」のイメージに無意識のうちに反映されているのではないと思われる。このような意味で「におい」について考えると、動物間での情報伝達物質であるフェロモンのように、人間においても、「におい」が無意識のうちに人々をある行動に導くといったフェロモン様作用が期待できるのかもしれない。

(4)「におい風景」の形成

前述の半田市、日進市香久山団地、大須商店街の三例は、全く異なる種類の「におい」であるにも関わらず、「におい」に関わる「まちづくり」において、次のような点でそれぞれプラスの効果を及ぼしている。

- ① 半田市は地場産業の「におい」が半田市らしさを特徴づけるものとなっている。
- ② 日進市香久山はまだ認知度が少ないものの、自然の「かおり」を配慮した「まちづくり」に関心が高まっている、
- ③ 大須はいろいろに混ざり合った「におい」が人々を集

め、賑わいをつくっている。

では、もし半田市の運河沿いの遊歩道を歩いている時に、香久山の山の緑の「かおり」がしたり、香具山の自然の景観の中で安らげると思っていたところへ、大須の食べ物や人の集まる「におい」が漂ってきたらどうだろうか。その場に身を置いた人が景観からの情報で判断した通りの予期できる、あるいは期待通りの「におい」が漂わないと、視覚的要因と「におい」の相乗効果がマイナス方向に働き、逆に予期できる、期待通りの「におい」が漂ってくると相乗効果は大きくプラスに働き、快適な空間を感じることになると予想され、このような効果を「まち」の空間に活かしてゆくことで、「におい風景」の形成が可能になるものと思われる。視覚の整備を重視したこれまでの「まちづくり」に対して、人の感覚を総合的に満たす刺激をどのように空間に展開すればよいかを演出することは、「まちそだて」といってよいであろう。

「におい」の面から考えた「まちそだて」において、「そだて」の対象となるものは快適な空間だけではない。空間に居る人々に、それを受けとめる感性がなければどんな環境も意味を持たないため、その地域の住民の「におい」についての意識や認識も同時に高める（そだてる）ことが大変重要だと言える。「まち」には自然やいろいろな人々の営みがある結果として、さまざまな「におい」があるにも関わらず、交通機能が発達した現代生活においては「まち」を歩き、その魅力や「におい」を感じることが少なくなっている。また、日常に生活している「まち」は身近すぎて、その地域を特徴づける「におい」や「かおり」があっても気づかずにいることも多い。

環境省が実施した「かおり環境都市モデル事業」においても、地域住民の「かおり」についての関心を図り、実態を把握した後、地域の「かおり」資源についての気づきや再発見を促すために、情報の提供や環境教育を推進して、事業者や住民の自主的・積極的な行動を促進するための働きかけをしている。

4. おわりに

視覚・聴覚・触覚・嗅覚の全てが調和して一体となった感覚的刺激を受けることが、人々にとって本当に豊かな環境の質であるとすれば、人間的尺度を重視した「におい」の面からみた「まちづくり・まちそだて」は大変大きな意味をもつ可能性があると言える。快適な環境の創造に向けた新たな取組みを進めていくと同時に昔からの歴史や文化が根づいた古い「まち」ならではの残すべき「におい」や活かすべき「かおり」などに気づき、現在の貴重な資源を守ることも必要である。

環境形成の数量的指標として「におい」を捉えると、嗅覚という器官特有の生理的な特徴により、曖昧で容易に測ることが出来ない反面、前に述べたような、無意識に人々に働きかけるフェロモンのような特徴を「まち」の空間に活かすことで、地域特有の「におい」の創出や活性化が可能に

なると思われる。

今後の展開としては、これまでに実施した大須商店街の居住者、店舗経営者を対象にした「におい」に関するアンケート結果を踏まえた上で、大須商店街への来街者を対象にしたアンケート調査を実施し、「まち」の賑わいと「におい」の関係をさらに明らかにし、「におい」をどのように活用すれば、「まちづくり・まちそだて」が円滑に行くのかを検討することが挙げられる。

補注

- (1) 例えば文献[10]参照
- (2) 文献[7]参照
- (3) 中日新聞平成13年10月24日版「焼き鳥 においひどずぎる 神戸地裁『大吉』チェーンに賠償命令」参照
- (4) 文献[9]参照
- (5) 文献[6]106～107参照
- (6) 文献[1]参照
- (7) 2002年6月に名古屋産業大学の筆者の専門ゼミナールⅠの学生に対して実施した調査

【参考文献】

- [1] 和泉 潤、「におい風景」の形成について、環境経営研究所年報No. 1、2002、pp. 2-7
- [2] 和泉 潤、アロマ・スケープによるまちづくり、ア

ロマトピアNo. 54、2002、p. 2

- [3] 和泉 潤編、名古屋産業大学環境経営研究所第2回環境フォーラム アロマ・スケープ（におい風景）によるまちづくり、環境経営研究所年報No. 2、2003、pp. 71-88
- [4] 大野隆造、環境を構成する香り、アロマトピアNo. 50、2002、pp. 6-10
- [5] 川崎通昭、堀内哲嗣郎共著、嗅覚とにおい物質、社団法人、臭気対策研究協会、1998
- [6] 環境省「かおり風景100選選定委員会」事務局、かおり風景100選、フレグランスジャーナル社、2002
- [7] 環境庁大気保全局大気生活環境室編著、快適なにおい環境づくりに向けて、ぎょうせい、2000
- [8] 住宅・都市整備公団、香りを活用した街づくり・住まいづくり 街と住まいの環境としての「香り」に関する報告書、住宅・都市整備公団中部支社、1999
- [9] 新潟市、平成9年度環境庁委託業務結果報告書 新潟市かおり環境都市モデル事業に係る現況調査報告書、新潟市、1998
- [10] (社)日本都市計画学会中部支部中部地方市民参加型まちづくり研究会、中部地方の市民参加型まちづくり行政のプラットフォームを求めて、(社)日本都市計画学会中部支部、2001