

地域の音に対する印象評価—文化と慣れの影響—

松本じゅん子¹⁾, 多賀谷昭¹⁾, 野坂俊弥²⁾, 北山秋雄¹⁾

【要 旨】 これまでの研究では、自然の多い地域で聞こえる音に関しては、都市部の地域の大学生は多様な印象を持つが、自然の多い地域の大学生は特徴的な印象を持たないことが示唆されている。その要因の一つとしては、音に対する慣れが考えられる。本研究では、音への慣れが音に対する印象の差異に影響するかどうかを検討することとした。実験1では、京都市の大学生26名及び名古屋市の大学生129名、駒ヶ根市の大学生40名を対象とし、京都の音に対する印象を調べた。その結果、どの地域の被験者においても類似した印象が示されたが、伝統的な祭りの音に対しては、京都の大学生は他の大学生よりも肯定的な評価を行っていた。実験2では、京都市の大学生23名及び名古屋市の大学生167名、駒ヶ根市の大学生40名を対象とし、多くの地域で聞こえる音に対する印象を調べた。その結果、すべての地域で類似した印象が示された。これらの結果から、地域のサウンドマークとなる音に対しては、地域に居住する者にとっては親しみを持つものであり、他の地域の者よりもより肯定的印象を持つと考えられた。しかし、自然の多い地域で聞こえる音は、居住者にとって特定の意味をもたない自然の音が大半であり、慣れの強い音であるため、印象が弱くなったといえるだろう。すなわち、音の印象評価は慣れと同様、文化的背景によっても影響を受けると考えられる。

【キーワード】 音, 印象評価, 慣れ, 音環境, 音風景

目 的

長野県は森林蓄積量や林野面積が国内でも高い県の一つであり（矢野恒太記念会, 2008）、有数の自然の豊かな地域である。NHK放送文化研究所世論調査部（2008）の「日本人の好きなもの」の調査においては、好きな都道府県として長野県が第7位に選ばれている。上位には大都市だけではなく、北海道や沖縄県などの自然が多いと思われる地域も含まれていることから、長野県においても自然の豊かさが日本人々に好まれ、選ばれているものと考えられる。長野県南信地域に位置する駒ヶ根市についても、自然が多いことから、日本人々が好む要素を備えているといえるだろ

う。

駒ヶ根市は伊那谷のほぼ中央に位置し、「アルプスがふたつ映えるまち」と市が掲げるように、西には中央アルプスを、東には南アルプスを市街地から望むことができる地域である。人口は2011年8月現在で3万3千人であり、政令指定都市に比べると、相対的に小さな市といえる。駒ヶ根市の音環境については、静かで過ごしやすく、地域に住む大学生には肯定的にとらえられていることが示されている（松本ら, 2010）。さらに、駒ヶ根市でよく聞こえる音は、風の音、鳥の声、川の流れる音、市内放送の音、カエルの声などの自然や地域に結びついた音であり、駒ヶ根市の地域の特性が反映されているものといえる。また、駒ヶ

¹⁾ 長野県看護大学, ²⁾ 静岡福祉大学
2011年9月30日受付
2012年1月12日受理

表1 調査対象者の居住する市の規模及び概要

	駒ヶ根市	京都市	名古屋市
人口 (人)	33,562	1,473,017	2,266,765
世帯数 (世帯)	12,152	685,183	1,029,526
面積 (km ²)	165.92	827.90	326.43
概要	中央アルプスと南アルプスに挟まれ、伊那谷の中央に位置している。市内を天竜川が流れる。稲作、電機・精密機械工業が盛んである。	政令指定都市であり、国内で第7位の人口を有している。伝統的行事や歴史的建造物が数多く残っており、日本でも有数の観光都市である。	政令指定都市であり、国内で第3位の人口を有している。中京圏の中心部であり、中京工業地帯の中核となっている。商工業が盛んである。

根市の音風景（サウンドスケープ）としては、当該地域の大学に通う大学生を対象とした調査より、大学近くを流れる大田切川に架かるこまくさ橋や大学周辺の地域、大学構内、大学のカリヨンが挙げられている（松本ら、2011）。いずれも調査対象となった大学生の生活圏内の場所であるが、それらは快適に感じられた音が聞こえる場所として挙げられたものであり、身近なところに駒ヶ根市の良さを示すような音風景が広がっているものといえる。

音風景とは、視覚的景観 (landscape) に対して Murray Schafer (1977) が提案した言葉であり、聴覚的景観ともいわれるものである。景観は視覚から得られる刺激より形成されるものと一般的に思われがちであるが、聴覚、嗅覚など複数の感覚器官による刺激をもとに形成されるものである。また、音は視覚的景観に系統的に影響を及ぼすことが示されており (Anderson, et al., 1983; 岩宮, 1992, 2001, 2007; Iwamiya, 1997; 岩宮ら, 1992, 1999; 山崎ら, 2007)、例えば、明るい感じの音が景観の印象をより明るくするといった視覚と聴覚の一種の相互作用である共鳴現象も指摘されている。反対に、視覚的情報が音の印象に影響を及ぼすことも報告されている (田村ら, 1992; 宮川ら, 2000)。すなわち、景観を考える際には、視覚的景観だけではなく、聴覚的景観も併せて検討する必要がある。

ところで、駒ヶ根市で聞こえる音については、都市部の大学生は各音に対して様々な異なる豊かな印象を受けたが、駒ヶ根市の大学生は、どの音に対しても弱い印象しか受けず、各音に対する印象には大きな違い

がみられなかった (松本ら, 2009)。この印象の違いに関しては、居住地域の音に対する慣れが一つには関連するものと推察される。すなわち、駒ヶ根市の大学生は普段聞こえる音に関しては、慣れによって印象が弱くなり、反対に、都市部の大学生は慣れが少ないことから印象が強くなったものと予想される。しかし、この点については、あくまでも推測であり、他の要因による影響も考えられる。そこで、本研究では、駒ヶ根市や都市部の大学生を対象とし、都市部で聞こえる音や多くの場所で聞こえる音の印象評価を調べる実験を実施することとした。まず実験1では、都市部で聞こえる音として京都で聞こえる音を用い、京都市内、名古屋市内、駒ヶ根市内の大学に通う大学生を対象に、音に対する印象を調べた。京都で聞こえる音を用いた点に関しては、京都は国内外でも有名な観光都市であることから、殆どの日本人が京都という都市名を知っており、さらに都市部でありながらも歴史的背景から京都特有の音があるものと考えられたためである。また、表1に示したように、名古屋市は京都市と同様に政令指定都市であり、都市としては京都市以上の規模をもつ。そのため、京都市の大学生以外の都市部の大学生として、名古屋市の大学生を研究対象に含めた。実験2では、多くの地域で聞こえる音を用い、実験1と同地域の大学生を対象に、音に対する印象を調べた。これら2つの実験及び先行研究の結果を踏まえ、音に対する慣れが音に対する印象にどのように影響するかを最後に検討することとした。

実験 1

京都市内の大学に通う大学生，名古屋市内の大学に通う大学生，駒ヶ根市内の大学に通う大学生を対象として，京都で聞こえる音に対する印象を調べた。

1. 方法

(1) 被験者

京都市内の大学に通う大学生26名（男性5名，女性21名），名古屋市内の大学に通う大学生129名（男性26名，女性102名，不明1名），駒ヶ根市内の大学に通う大学生40名（男性13名，女性27名）の計195名を対象とした。平均年齢は，京都市内の大学に通う大学生が21.81歳（19-48歳，SD = 6.43），名古屋市内の大学に通う大学生が18.87歳（18-21歳，SD = .52），駒ヶ根市内の大学に通う大学生が20.70歳（18-28歳，SD = 1.60）であった。

(2) 実験刺激

京都市内の日常生活の中で耳にすることがよくあると思われる音をCD（小松ら，2006）より選出した。使用した音は，「あぶり餅 呼び込みの声」（以下，「あぶり餅」），「南座 顔見世開演前」（以下，「顔見世」），「鴨川 水の流れ（上流）」（以下，「鴨川上流」），「鴨川 水の流れ（下流）」（以下，「鴨川下流」），「錦市場 買物客と店主の声」（以下，「錦市場」），「糺の森 森林の合唱団」（以下，「糺の森」），「北野天満宮 縁日」（以下，「縁日」），「代表的な京の音（祇園祭）」（以下，「祇園囃子」），「代表的な京の音（清水寺梵鐘）」（以下，「梵鐘」），「京都タワー アナウンス今昔（新）」（以下，「京都タワー」）の10種類であった。

(3) 印象評価

岩宮ら（1992）を参考に，印象評価の回答にはSD尺度を使用した。尺度の項目は，「落ち着いた－落ち着いたきの無い」，「快適な－不快な」，「すっきりした－ごてごてした」，「派手な－地味な」，「生き生きした－生き気の無い」，「楽しい－楽しくない」，「陽気な－陰気な」，「変化のある－変化の無い」，「人工的な－自然な」，「新しい－古い」，「情緒のある－情緒の無い」，「個性的な－平凡な」，「幻想的な－現実的な」，「美しい－みにくい」，「豊かな－貧弱な」，「風格のある－安っぽい」，「力

強い－弱々しい」の計17項目であり，7段階評定（1－7点）を用いた。

(4) 手続き

すべての実験において，対象者にパソコン（SONY VGN-T72B）からスピーカー（京都市内の大学生の実験：NEC J-211，名古屋市内の大学生の実験：教室に備え付けのスピーカー，駒ヶ根市内の大学生の実験：SONY SRS-M30）を通して音を提示した。各音を30秒間提示しながら，各音に対する印象評価を被験者に求めた。実験は集団で実施した。実験全体の所要時間は，説明を含め20分程度であった。

なお，本研究は長野県看護大学倫理委員会の承認を得て実施した（2008年11月19日，承認番号19）。

2. 結果と考察

すべての音に対する印象評価について因子分析（主因子法・プロマックス回転）を行った。固有値1.0以上の基準で，3因子が抽出された（表2）。第1因子は，「快適な－不快な」，「すっきりした－ごてごてした」，「落ち着いた－落ち着いたきの無い」などの項目で高い因子負荷量を示した。これらは，快適さに関する項目であると考えられ，「快適さ」（Comfort）と命名した。第2因子は，「陽気な－陰気な」，「生き生きした－生き気の無い」，「変化のある－変化の無い」などの項目で因子負荷量が高く，活動性に関する項目であると考えられたため，「活動性」（Activity）と命名した。第3因子は，「個性的な－平凡な」，「力強い－弱々しい」などの項目で因子負荷量が高く，個性的な側面や強さに関する項目と考えられ，「個性」（Uniqueness）と命名した。

次に，各因子において因子負荷量が高い項目の平均値を算出し，それらを「快適さ」，「活動性」，「個性」の各得点とした。なお，各因子において因子負荷量が.40未満の項目及び他の因子において.30以上の値を示す項目については省いた。図1～3に示したように，「あぶり餅」，「顔見世」，「錦市場」，「縁日」など，人の声を含む賑やかな音に関しては，いずれの被験者の集団においても快適さがやや低く，活動性がやや高い傾向が共通していた。「糺の森」の鳥の声や水の流れる音に対しては，快適さ及び活動性がともにやや高く，

表2 京都の音に対する印象評価の因子分析

Items	Comfort	Activity	Uniqueness
快適な－不快な	.92	.25	-.18
すっきりした－ごてごてした	.91	-.15	-.13
落ち着いた－落ち着きの無い	.88	-.15	-.13
美しい－みにくい	.69	.17	.20
人工的な－自然な	-.51	.09	.03
陽気な－陰気な	-.01	.88	-.03
生き生きした－生気の無い	.09	.81	-.04
楽しい－楽しくない	.30	.72	.05
変化のある－変化の無い	-.25	.71	.03
派手な－地味な	-.47	.51	.28
新しい－古い	-.21	.41	-.33
豊かな－貧弱な	.36	.36	.30
風格のある－安っぽい	.30	-.09	.66
個性的な－平凡な	-.14	.14	.57
力強い－弱々しい	-.18	.04	.57
幻想的な－現実的な	.41	-.22	.46
情緒のある－情緒の無い	.38	.12	.41
Eigenvalue	5.74	3.79	1.25
Percentage of total variance explained	33.85	22.32	7.32

「鴨川上流」の水の流れる音については、快適さのみが全般的に高い傾向であった。「梵鐘」の音に対しては、快適さや個性がやや高く、活動性が低い傾向が全体にみられた。「祇園囃子」の音については、活動性と個性が高い傾向であった。また、駒ヶ根市内の大学生においては、「祇園囃子」の音に対して快適さがやや低かったものの、京都市内の大学生においては、やや高い傾向がみられた。「鴨川下流」の水が流れる音に対しては、快適さ及び活動性がともに低く、「京都タワー」の案内の音声に対しては、あまり特徴的な印象が得られなかった。また、全体的な印象の強さに関しては、京都市内の大学生や名古屋市内の大学生よりも駒ヶ根市内の大学生の方が強い傾向がみられた（図1～3）。特に、人の声を含む音や祭りの音に対して、快適さが低く、反対に活動性が高くなるというように、他の集団よりも印象がやや強調されていた。

これらの結果より、京都市内でよく耳にする音に対しては、全体的には各被験者の集団で同じような印象をもつ傾向が示された。しかし、「祇園囃子」の音のような、京都独特の音に対しては、祭の音であっても単に賑やかで独自の印象を与えるだけではなく、その音に慣れている京都市内の大学生にとってはより肯定的な意味をもつものと考えられた。また、駒ヶ根市内の大学生においては、京都などの都市部で普段聞こえる人の音に対する慣れの低さにより、各音がより強調されて評定が行われ、「祇園囃子」も含めて騒音とし

て聞こえていた可能性が考えられる。名古屋市の大学生に関しては、「祇園囃子」以外の音に対しては京都市の大学生と類似した印象をもち、使用した大半の音は名古屋市などの都市部でもある程度共通して聞こえるものであったことが推察される。

したがって、都市部で聞こえる一般的な音に対しては、居住地域に関わらずある程度は等しい印象が形成されるといえる。しかし、音に対する慣れによって得られる印象の強さがやや異なる部分もあると考えられ、特に都市部で聞こえるような音に対しては、都市部ではない地域に居住する者には強調されて強い印象を持つといえる。また、祇園囃子のような、共同体の人々によって特に尊重され、シンボリックな意味をもつようになった音であるサウンドマーク（標識音）に関しては、その地域に居住する者と居住していない者において、やや異なる印象をもつといえる。

実験 2

京都市内の大学に通う大学生、名古屋市内の大学に通う大学生、駒ヶ根市内の大学に通う大学生を対象として、多くの地域で聞こえる音に対する印象を調べた。

1. 方法

(1) 被験者

京都市内の大学に通う大学生23名（男性11名、女

性12名), 名古屋市内の大学に通う大学生167名 (男性55名, 女性112名), 駒ヶ根市内の大学に通う大学生40名 (男性16名, 女性24名) の計230名を対象とした。平均年齢は, 京都市内の大学に通う大学生が19.48歳 (19-21歳, $SD = .73$), 名古屋市内の大学に通う大学生が18.22歳 (18-20歳, $SD = .46$), 駒ヶ根

市内の大学に通う大学生が20.38歳 (19-28歳, $SD = 1.56$) であった。

(2) 実験刺激

日常生活の中で耳にすることがよくあると思われる音を, 効果音が収録された市販のCDより選出した。使用した音は, 「ビクター効果音ライブラリー 3 動物」より, 「鳥のコーラス 1」(以下, 「鳥」), 「蝉しぐれ」(以下, 「蝉」), 「虫しぐれ」(以下, 「虫」) を, 「ビクター効果音ライブラリー 4 自然」より, 「強い雨 1」(以下, 「雨」), 「山中を吹く風 2」(以下, 「風」) を選んだ。また, 「効果音全集 5 乗り物・交通」より, 「ジェット機」, 「自動車道路」(以下, 「自動車」), 「電車の警笛と走行」(以下, 「電車」), 「踏切」, 「商店街」を選び, 計10種類の音を使用した。なお, 鳥, 蝉, 虫の音については, いずれも複数の鳥, 蝉, 虫の音が含まれていた。

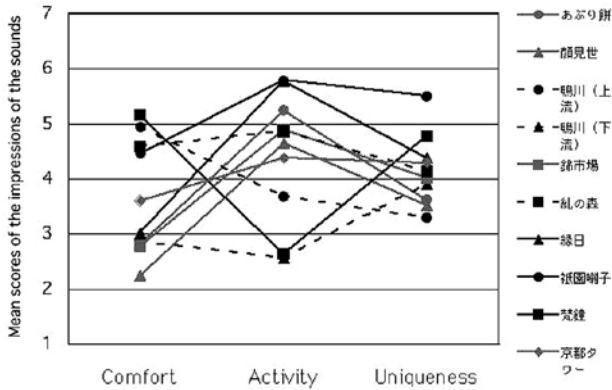


図1 京都市の大学生における京都の音に対する印象評価の平均値

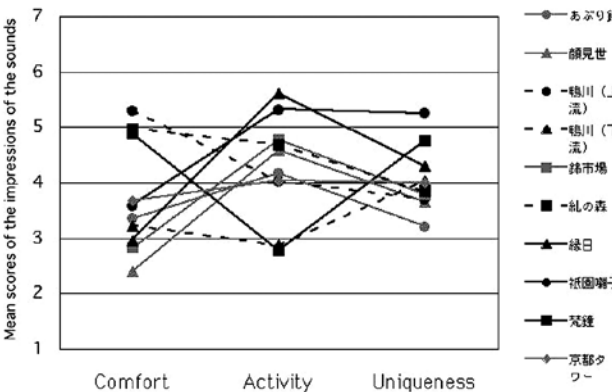


図2 名古屋市の大学生における京都の音に対する印象評価の平均値

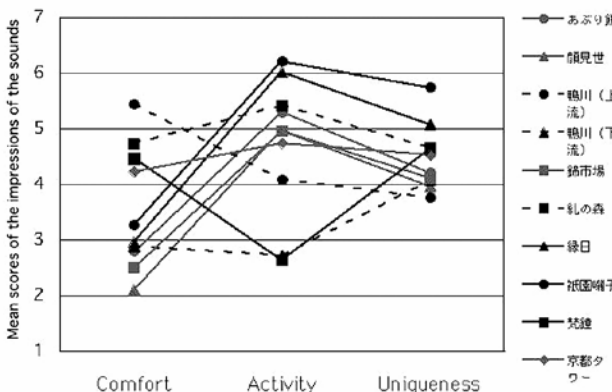


図3 駒ヶ根市の大学生における京都の音に対する印象評価の平均値

(3) 印象評価

実験1とすべて同様に実施した。

(4) 手続き

実験1とすべて同様に実施した。

2. 結果と考察

すべての音に対する印象評価について, 因子分析(主因子法・プロマックス回転)を行った。固有値1.0以上を基準とし, 解釈可能な3因子を得た(表3)。第1因子は, 「楽しい-楽しくない」, 「快適な-不快な」, 「すっきりした-ごてごてした」などの項目で高い因子負荷量を示した。これらの項目は快に関するものであると考えられたため, 「快適さ」(Comfort)と命名した。第2因子は, 「人工的な-自然な」, 「情緒のある-情緒の無い」, 「新しい-古い」などの項目で因子負荷量が高く, 風情や情緒に関する項目であると考えられたため, 「懐かしさ」(Nostalgia)と命名した。第3因子は, 「変化のある-変化の無い」, 「個性的な-平凡な」などの項目で因子負荷量が高く, 変化や個性に関する項目であると考えられ, 「個性」(Uniqueness)と命名した。

次に, 各因子において因子負荷量が高い項目の平均値を算出し, それらを「快適さ」, 「懐かしさ」, 「個性」の各得点とした。なお, 各因子において因子負荷

量が40未満の項目及び他の因子において.30以上の項目については省いた. 図4~6に示したように, 「虫」や「鳥」, 「蝉」の声に対しては, 全体的に快適さと懐かしさがともに高い傾向がみられた. 反対に, 「ジェット機」や「電車」, 「自動車」, 「踏切」の音に対しては, 全体的に快適さも懐かしさもともに低い傾向がみられた. 「商店街」の音は快適さが低く, 「風」や「雨」の音に対しては懐かしさがやや高い傾向がみられたが, 「雨」の音に対してのみ個性は低かった. また, 全体的な印象の強さに関しては, どの集団でもほぼ同じ傾向であった.

これらの結果より, 一般的によく聞こえるような音については, どの地域の大学生でもある程度同じような印象を等しくもつことが示された. これらは, 対象となった大学生がどの音に対してもある程度は聞き慣れていることが理由と考えられる. また, 鳥や虫など自然の音に対しては肯定的な印象をもつが, 乗り物の音や人の賑やかな音に対しては比較的否定的な印象をもつことが示された. この点については, 人が一般的に自然の音を好む傾向や乗り物などの騒音を好まない傾向が反映されたものと考えられる.

全体的考察

実験より, 多くの人が聞き慣れている音については, 共通した印象が示された. しかし, 音に対する印象が弱いわけではなく, それぞれの音に対して, 肯定的な印象または否定的な印象がそれぞれ得られることが示された. 今回実験で使用した「虫」や「鳥」, 「蝉」の声については一般的に人々に好まれる音であり, 反対に, 「ジェット機」や「電車」, 「自動車」, 「踏切」の音は, 一般的に騒音とみなされる音であったため, 各音に対して様々な印象が得られたものと考えられる. また, 京都で聞こえる音については, 音に慣れている京都市内の大学生において印象が特に弱いという結果ではなかった. 「祇園囃子」の音などは文化的背景を持つ音であり, 京都市に居住する者においてはむしろより好ましいものと考えられ, より強い印象をもつ音もあることが示された. したがって, 音への慣れがあることで印象が弱くなるだけでなく, 反対に印象が

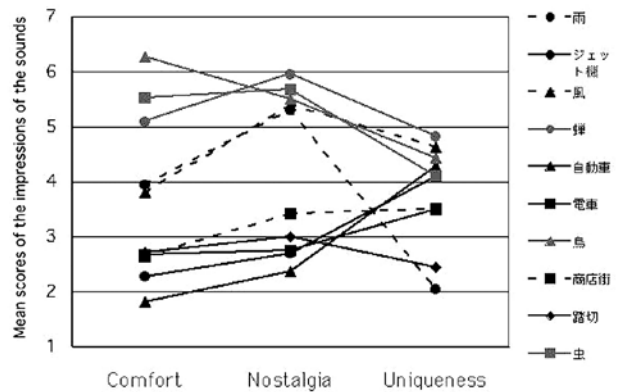


図4 京都市の大学生における多くの地域で聞こえる音に対する印象評価の平均値

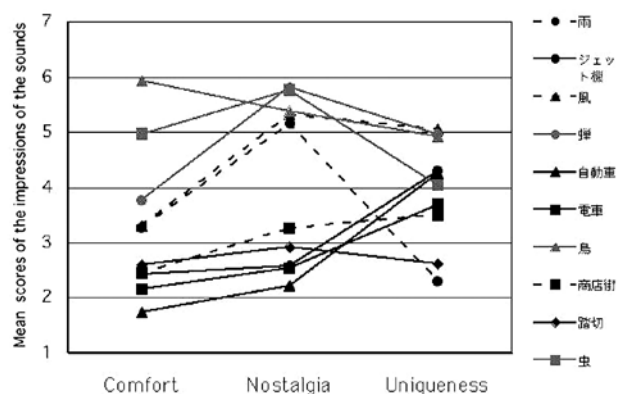


図5 名古屋市大学生における多くの地域で聞こえる音に対する印象評価の平均値

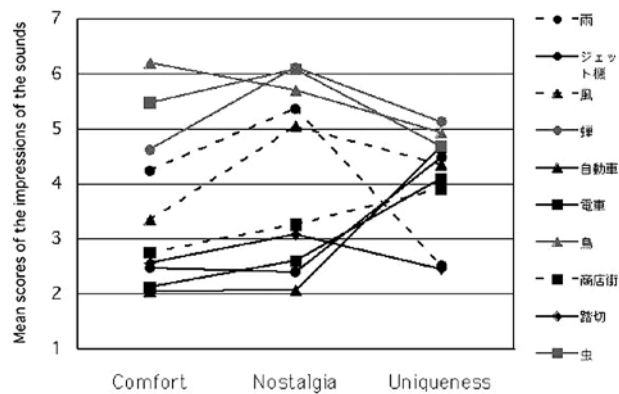


図6 駒ヶ根市の大学生における多くの地域で聞こえる音に対する印象評価の平均値

強くなるものもあるといえる.

駒ヶ根市で聞こえる音に対する印象評価も含めて考えると (松本ら, 2009), 駒ヶ根市の大学生は, 居住地域の音に対する印象が弱いことが第一にいえる. 一方, 京都市の大学生においては, 他の地域の大学生と同様に居住地域の音に対して多様な印象を持って

表3 多くの地域で聞こえる音に対する印象評価の因子分析

Items	Comfort	Nostalgia	Uniqueness
楽しい－楽しくない	.87	-.04	.11
快適な－不快な	.81	.17	-.19
陽気な－陰気な	.77	-.25	.36
すっきりした－ごてごてした	.68	.23	-.20
落ち着いた－落ち着きの無い	.62	.29	.27
美しい－みにくい	.54	.42	-.02
生き生きした－生気の無い	.54	.15	.34
人工的な－自然な	-.13	-.74	.09
情緒のある－情緒の無い	.26	.62	.02
風格のある－安っぽい	-.07	.58	.42
幻想的な－現実的な	.32	.52	.02
豊かな－貧弱な	.23	.50	.34
新しい－古い	.07	-.47	.29
力強い－弱々しい	-.39	.08	.61
派手な－地味な	.09	-.32	.61
変化のある－変化の無い	.09	.03	.55
個性的な－平凡な	.12	.18	.42
Eigenvalue	7.61	2.46	1.07
Percentage of total variance explained	44.75	14.47	6.28

いた。慣れの強い音に対するこのような印象の差異については、駒ヶ根市では日常的に大きな音は少なく、聞こえる音は自然のものが多いことから（松本ら、2010）、静かなところで聞こえる自然の音に対しては慣れが大きく、特定の印象を持たないことが考えられる。しかし、京都市の大学生においては、日常的に聞こえる音に対して慣れはあるものの、それらの音は特定の意味をもつものが多く、その結果、居住地域の音の印象は弱まらなると考えられる。したがって、音の印象評価に影響する要因としては、音に対する慣れ及び音に対する意味づけが挙げられるといえる。つまり、音に対する慣れが大きく、音に特定の意味合いをもたない場合は、音に対する感受性（sensitivity）が低くなり、音への印象が弱くなる。しかし、音に対する慣れが大きくても、音に対して特定の意味づけがある場合、または音に対する慣れが小さい場合には、感受性は高くなり、それぞれの音に対して多様な印象をもつものと考えられる。

これまで駒ヶ根市の音環境について、本研究を含め、幾つかの視点から検討を行ってきた（松本ら、2009、2010、2011）。そこで明らかになってきたことは、音が少ない環境の中にも様々な音の風景があり、それらの音は自然や地域に密着しているということである。しかし、自然の音に対する慣れを含めて考えると、地域に居住している者にとっては、普段は音環境に意識

を向けずに過ごしていることも多いといえるだろう。その一方で、他地域の居住者にとっては駒ヶ根市で聞こえる音に対して様々な印象を受けることから（松本ら、2009）、駒ヶ根市の音環境は豊かなものと認識されると考えられる。音風景に関しては、国内では環境庁により実施された「残したい日本の音風景百選」を代表として、「名古屋音名所」、「残したい福岡の音風景二十一選」、「ながさき・いい音の風景二十選」、「ねりまを聴く しずけさ10選」など様々な地域で残したい音の風景や音の名所が選定されている（岩宮、2000；平松、2007）。岩宮（2000）、平松（2007）によると、そのような取り組みは音環境に対する意識を高め、環境教育や音環境の保全につながると考えられている。また、音「資源」として、音が地域のシンボルとなり、村おこしや町おこしにつながることも指摘されている（岩宮、2007）。駒ヶ根市においても、人々が地域の音環境に目を向けることにより、将来的に音環境の保全や地域おこしにつなげることもできると考えられる。さらに、地域外にも豊かな音環境の情報を発信し、地域の特長を伝えることで、地域の活性化につながることも期待できると思われる。駒ヶ根市においては、これまでの知見を踏まえながら、今後、どのようにすれば地域の人々が音環境を意識することができるかをまず考えていくことが必要だろう。

なお、本研究では、実験1及び実験2において各集

団の被験者数の差が大きく、また、各集団における被験者の年齢幅が異なっていたことから、それらの差による影響が生じていた可能性も考えられる。さらに、所属する大学の地域によって比較を行ったが、各集団の被験者の中には、他の地域の出身者が含まれていることも十分考えられる。したがって、その地域出身の者と他地域出身の者とは印象評価にも違いがあることも予想される。加えて、実験2において刺激として用いた音が、各集団のいずれの被験者においても同様に普段聞こえる音であったかどうかは、推測の域を出ない。今後は、これらの課題を踏まえ、地域の音の印象評価について検証を重ねていく必要があるだろう。

付 記

本研究は、平成21年度長野県看護大学特別研究費補助金（「南信地域の音環境による心理的影響」、研究代表者：松本じゅん子）の補助を受けて行われた。また、本研究は、日本心理学会第75回大会において発表された。

文 献

Anderson, L.M., Mulligan, B.E., Goodman, L.S., et al. (1983) : Effects of sounds on preferences for outdoor settings, *Environment and Behavior*, 15, 539-566.

平松幸三 (2007) : サウンドスケープデザイン, 桑野園子(編), 音環境デザイン, 173-242, コロナ社, 東京.

岩宮眞一郎 (1992) : オーディオ・ヴィジュアル・メディアによる音楽聴取行動における視覚と聴覚の相互作用, *日本音響学会誌*, 48, 146-153.

Iwamiya, S. (1997) : Interaction between auditory and visual processing in car audio: Simulation experiment using video reproduction, *Applied Human Science*, 16, 115-119.

岩宮眞一郎 (2000) : 音の生態学－音と人間のかかわり－, コロナ社, 東京.

岩宮眞一郎 (2001) : 音と景観の相互作用, 環境管理,

37, 39-44.

岩宮眞一郎 (2007) : 音のデザイン－感性に訴える音をつくる－, 九州大学出版会, 福岡.

岩宮眞一郎, 細野晴雄, 福田一昭 (1992) : 音環境と景観の相互作用－景観の印象に及ぼす音環境の影響と音環境の印象に及ぼす景観の影響－, *The Annals of physiological anthropology*, 11, 51-59.

岩宮眞一郎, 牧野剛巳, 前田耕造 (1999) : スーパーマーケットにおけるBGMが売場空間の印象に与える効果, *サウンドスケープ*, 1, 107-112.

小松正史, 杉本幸輔 (2006) : 京の音－音で体感, 京の風景－, 淡交社, 京都.

松本じゅん子, 野坂俊弥, 北山秋雄 (2009) : 里山の音に対する印象評価－都市部と地方の大学生による比較－, *信州公衆衛生雑誌*, 3(2), 9-15.

松本じゅん子, 野坂俊弥, 北山秋雄, 他1名 (2010) : 駒ヶ根市の音環境に関する検討－大学生を対象として－, *長野県看護大学紀要*, 12, 33-42.

松本じゅん子, 野坂俊弥, 北山秋雄, 他1名 (2011) : 駒ヶ根市における音風景検討の試み－大学生へのインタビュー調査から－, *長野県看護大学紀要*, 13, 87-94.

宮川雅充, 鈴木真一, 青野正二, 他1名 (2000) : 視覚情報が種々の環境音の印象に与える影響, *日本音響学会誌*, 56, 427-436.

Murray Schafer, R. (1977) / 鳥越けい子, 小川博司, 庄野泰子, 他2名 (1986) : 世界の調律－サウンドスケープとはなにか－, 平凡社, 東京.

NHK放送文化研究所世論調査部 (2008) : 日本人の好きなもの－データで読む嗜好と価値観－, NHK放送出版協会, 東京.

田村明弘, 鈴木弘之, 鹿島教昭 (1992) : 植樹帯による喧噪感の緩和, *日本音響学会誌*, 48, 776-785.

山崎晃男, 山田圭子 (2007) : 音楽が環境の印象に与える影響について, *日本心理学会第71回大会発表論文集*, 710.

矢野恒太記念会 (2008) : データでみる県勢, 矢野恒太記念会, 東京.

【Reports】

Evaluation of impressions of sounds: Influences of culture and familiarity

Junko Matsumoto¹⁾, Akira Tagaya¹⁾, Toshiya Nosaka²⁾, Akio Kitayama¹⁾

¹⁾Nagano College of Nursing, ²⁾Shizuoka University of Welfare

【Abstract】 Our previous study based on the data of university/college students in urban and rural areas indicated that countryside sounds gave distinctive impressions only to urban inhabitants. This difference was attributed partly to familiarity to the sounds. In the present study, we investigated whether familiarity to sounds affects the impressions of the sounds in university or 4-year college students. Study 1 examined the impressions of sounds heard in Kyoto among students in Kyoto ($n=26$), Nagoya ($n=129$), and Komagane ($n=40$). The group differences were small for most of the sounds. However, the students in Kyoto rated the sound of a traditional festival more positively than students in other areas did. Study 2 investigated the impressions of sounds heard in many areas among students in Kyoto ($n=23$), Nagoya ($n=167$), and Komagane ($n=40$). The three groups had similar impressions for each sound. These findings suggest that people feel familiarity to the sounds regarded as “soundmarks” for their living area and have more positive impressions of them than people living in other areas do. The sounds of the rural area, however, are mostly those of the nature without a specific meaning to the inhabitants of the area. This accounts for the lower sensitivity for familiar sounds in rural inhabitants, implying that impressions of a sound are affected by its cultural background as well as its familiarity.

【Key words】 sound, evaluations of impressions, familiarity, sound environment, soundscape

松本じゅん子
〒399-4106 長野県駒ヶ根市赤穂1694
長野県看護大学
Tel: 0265-81-5132 Fax: 0265-81-5132
Junko Matsumoto
Nagano College of Nursing
1694, Akaho, Komagane, Nagano, 399-4117 Japan
Tel: +81-265-81-5132 Fax: +81-265-81-5132
E-mail: matsumoto@nagano-nurs.ac.jp