

8

まとめ

公共空間における音と人間のかかわり

安全・安心とサービス精神を担う日本の音文化



岩宮 眞一郎
IWAMIYA Shin-ichiro

九州大学
芸術工学研究院/教授

まちなかにあふれる多くの音。それは日本人特有のきめ細かなサービス精神から生まれた音文化である。しかし、サービスはお節介と紙一重である。公共空間における望ましい音環境を創出するための方法論とは。

多くの音があふれる日本の公共空間

スーパーマーケット、デパート、商店街、駅などの公共空間では、さまざまな音があふれている。人が多く集まる場所であるから、人々の話し声や足音が聞こえるのは当然であろう。加えて、多くの商業空間ではBGMが流されている。迷子の呼び出しや注意事項を告げるアナウンスもある。毎定時に、時報をサービスしているところも多い。凝った演出音を時報に使っているところもある。

日本の公共空間は、とりわけ多くの音があふれている。BGMの利用は日本に限ることではないが、日本ほど多くの場所で利用されている国はそう多くない。公共的なアナウンスや注意を促すサイン音(警報や時報など、メッセージを伝える音響信号全般)の種類も多い。

鉄道での音風景

日本の鉄道駅では、きめ細かい情報や注意事項をアナウンスで伝える。使用されているサイン音の種類も多い。発車ベルは必ず鳴らされるし、ドアが閉まることを合図するチャイムも鳴らされている。視覚障害者のための誘導鈴(ピンポン)(写真1)や鳥の鳴き声を模した案内音も、多くの駅で採用されている。男女の区別を伝えるアナウンスを設置したトイレも増えてきた。いずれも、安全・安心のための音であり、サービス精神を伝える音である。こんなに音の多い鉄道駅は、外国では出会えないだろう。

列車の中も、多くの音があふれている。アナウンスの多さや、ワゴン・サービスの売り声は、日本の列車の

特徴といえるだろう。JR西日本が山陽新幹線に運行させていた「ひかりレールスター」には、博多-新大阪間の車内アナウンス、ワゴン・サービスの売り声などをいっさいやめた「サイレンス・カー」(写真2)が設けられ、話題にもなった。外国では車内アナウンスがそれほど多くなく、「アナウンスしないサービス」は成立しない。逆説的ではあるが、「サイレンス・カー」は日本特有のサービスと言えるだろう。

残念ながら、2011年春のダイヤ改正で、「サイレンス・カー」は廃止されてしまった。やはり、日本人の多くは、アナウンスでサービスしてもらおう状況に慣れっこになってしまったのだろう。このサービスは定着しなかった。

メロディの利用

視覚障害者に対して、交通信号の情報を的確に伝達するために、音響式信号機(写真3)が設置されて



写真1 鉄道駅に設置されている誘導鈴



写真2 山陽新幹線のサイレンス・カーの説明書



写真3 音響式信号機



写真4 「第三の男」の発車メロディが流れる恵比寿駅(山手線)

いる。音響式信号機は多くの国で利用されているが、メロディを使っている国は珍しい。日本でも最近では「カッコウ カッコウ」「ピヨピヨ ピヨピヨ」の擬音式のものほとんどなくなってしまったが、少し前までは『とうりゃんせ』『故郷の空』が多くの地域で利用されていた。今でも、メロディ式音響式信号機が残っている箇所もある。日本の音文化の絶滅危惧種に認定してやりたい。

また、列車の発車ベルにメロディを使った例も多い。発車メロディの利用は、「発車ベルがうるさい」という利用者からの苦情に答えるため、JR東日本が1989年3月11日に山手線の新宿駅と渋谷駅に設置したのが最初である。国鉄民営化に伴う、乗客サービスの一環として企画されたものである。現在、発車メロディは日本各地に広まり、恵比寿駅(写真4)の『第三の男』、高田馬場駅の『鉄腕アトム』、蒲田駅の『蒲田行進曲』など、各地ゆかりのメロディを利用している駅もある。りんかい線大井町駅では、2011年6月21日から、発車ベルに『美女と野獣』のメロディが使用されている。近隣に劇団四季の「四季劇場」があり、『美女と野獣』の日本公演4,000回を記念したものだ。

「キンコンカンコーン」のメロディが鳴り響く、学校のチャイム。もとは、「ビックベン」の愛称で知られるイギリスのウェストミンスター寺院の時計塔の音である。なぜか日本全国、いたるところでこの音が、授業の開始や終了を告げるサイン音として利用されている。その起源は先生のアイデアだったり、メーカーの提案だったりするが、1950年代半ば以降に全国に広まっていったという。

家電製品も多くがサイン音を備えているが、メロディを利用したものもかなり多い。携帯電話の呼び出し音にも、初期の機種よりメロディが導入され、着うた、着メロへと発展した。着うた、着メロのダウンロードサービスは、新たなビジネスを生み出した。

このようなサイン音としての音楽の利用は、日本の文化を反映したものと考えられる。サービスのために音で伝える。最初は、ただ注意喚起に適した音を用いていたので、たいがい耳障りな音であった。その音を心地よく受け取ってもらうために、メロディを用いることが考えられた。賛否両論はあるが、メロディを用いたサイン音は、日本の音文化として定着しているのではないだろうか。今後は、それを有効に活かすデザイン方策の確立が望まれる。

トイレ用擬音装置

男性には、あまりなじみのない存在ではあるが、公共的な場所のトイレの多くには、「トイレ用擬音装置」(写真5)と呼ばれる音響装置が設置されている。一般には「音姫」という名称の方が親しまれているが、「音姫」はTOTOの商品名で、他のメーカーでは



写真5 「トイレ用擬音装置」が備わった女性用トイレ

別の名称で呼ばれている。トイレ用擬音装置とは、トイレを使用する際にセンサーが感知する(またはボタンを押す)と、スピーカから流水音またはフラッシュバルブ音を発する装置である。

トイレ用擬音装置は1980年代頃から普及し始めた。女性はトイレを使用する際、排せつ音を他の人に聞かれるのが恥ずかしいため、1回の使用に水を2回以上流すことが多い。この装置の音(擬音)により自分の排せつ音をマスクすることで、余分な水を流す必要がなくなり、節水効果がある。

トイレ用擬音装置は日本特有のものである。そもそも、諸外国の女性は、日本人女性ほど排せつ音を聞かれることを恥ずかしく思わない。海外では、トイレ用擬音装置が設置されている例は、ほとんどない(自分で確かめられないのが、残念であるが)。日本人女性の高すぎる自意識と、節水のためのちょっとした工夫が、日本特有の音文化を築いたのである。

ニュース速報に利用されているチャイム

テレビを見ていると、時折、地震発生などのニュース速報のスーパー(字幕)が流されることがある。そのときにチャイムが流される。2011年3月11日の東日本大震災の直後は、ひんぱんにチャイムを聞いた。使用されているチャイムはテレビ局によって様々であるが、短いメロディを使ったものが多い。

ニュース速報を出しているのは、テレビ局の中のマスター(主調整室)と呼ばれる部署である。マスターは、番組の切り替えや送出、調整、監視などを行っており、放送局の心臓部である。地方局のマスターでは、在京キー局からニュースが届くと、速報として「出す／出さない」の判断をした後、各家庭に送出している。チャイムを鳴らす目的は注意喚起であり、画面を見ていない人を振り向かせることである。ニュース速報で注意喚起のためにチャイムを鳴らすのは、日本独自のシステムであるようだ。

先に述べたように、日本の公共空間では、アナウンスやサイン音が多用されている。こういった公共空間の音の氾濫に批判的な人もいるが、多くの日本人は音でメッセージを伝えられることに慣れっこになっている。あるいは、好んでいるのかも知れない。そういった背景が、ニュース速報にチャイムをつけるアイデアを生み出し、一般に受け入れられる下地を作っているのだろう。メロディを利用したニュース速報のチャイムもまた、日本の音文化を反映したものといえるだろう。

外国人が聞いた明治の音風景

音は消えてなくなってしまう存在である。そのため過去の音環境の様子を知ることは容易ではない。普通に暮らしている人たちは、日常的な音環境に関しては、ほとんど意識していない。そこに入り込んだ異邦人の方が、その特徴に敏感である。

日本の音環境について、貴重な記述を残した外国人たちがいる。代表的なのが、明治時代に来日したエドワード・モースとラフカディオ・ハーンである。モースはアメリカ人動物学者で、大森貝塚の発見で知られる。ハーンは「怪談」の作者として知られるが、英語教師や新聞記者としても活躍した。彼らは著書の中に、日本のユニークな文化を語る中で、音環境に関する詳細な記述を残している。そこから、明治の日本の音風景の特徴を知ることができる。

両者は、ともに来日直後を横浜で過ごし、「下駄の音」に出会う。モースはカラコロ、カラコロン、ガラガラと様々に鳴り響く下駄の音に耳を傾けた。ハーンは最も愛した松江での一日を描いた『神々の国の首都』で、「大橋を渡る下駄の響ほど忘れ難いものはない。足速で、楽しくて、音楽的で、大舞踏会の音響にも似ている」と表現したように、下駄の音に対して強い愛着を感じていたようだ。

また、盲目の按摩が発声する「あんまーかみしもごひゃくもん」という呼び声や、哀れっぽい笛の響きにも、両者は興味を抱いている。

彼らは、また、様々な物売りの声を聞いている。もちろん、肉声だ。当時は、魚、菓子、花、バッタ、キセル、梯子など、様々な商品の行商人が街を往来していた。その姿や声には、一つとして同じものはなかったという。

彼らは様々な日本の音楽も聴いている。当時、日本を訪れた西洋人の中には、日本の音楽を「音楽」と認めない人もいたが、彼らは、そうではなかった。彼らが日本で聴いたのは、義太夫、雅楽、民謡といった聴かせるための音楽だけではない。田植え歌、ヨイトマケの歌といった労働歌にも、強い興味を抱いて、聴き入っている。多くの肉体労働が機械にとって変われた今、このような労働歌に接することもなくなってしまった。

ハーンは、日本人が秋の夜に虫の鳴き声を求め、わざわざ野辺にくり出すことにいたく感動し、『虫の演奏家』というエッセイを著した。この作品では、虫の鳴き声の特徴をつぶさに紹介するとともに、虫の音を詠った短歌を数多く紹介している。鳴く虫を売買する「虫屋」という商売があることにも興味をおぼ

え、虫の値段を調べあげた。虫の音を鑑賞する習慣のない西洋人は、美的感受性が未発達であるとまで言っている。

モースやハーンの記述を通して、当時の日本で聞かれた音の様子がよく分かる。彼らが記述した

多くの音は、現代の日本では聞くことができなくなってしまった。日本人なら聞き過ぎてしまいそうな日常の音を、彼らが克明に記録してくれたおかげで、明治の音風景を味わうことができる。彼らの著書によって、明治の音風景をイメージするのも悪くない。我々が、近代化の中で失ってしまった多彩な音風景、鈍ってしまった音に対する感性、忘れてしまった音文化を知ることができる。そこに、これからの音環境づくりに生かせるアイデアがあるに違いない。

望ましい音環境の創造

ー ハイファイなサウンドスケープに向けて ー

日本の公共空間は雑多な音で満ちあふれている。日本人特有のきめ細かなサービス精神が、音の種類を増やし、音の演出性に工夫を凝らしてきた。その結果が、よけいなお節介と受け取られることもある。確かに、音の多さは、雑然とした音風景を形成しかねない。こういった状況の下で、快適な音環境を望むのは難しいかも知れない。それでも、なんとか望ましい音環境を築くための、方法論はないであろうか。

音環境のあり方を考える上で参考になるのが、マリー・シェーファー(写真6)の提唱する「ハイファイなサウンドスケープ」の概念である。サウンドスケープは、マリー・シェーファーが作り出した造語で、「音の風景」「音の環境」を意味する。彼は世の中のサウンドスケープを、「ハイファイなサウンドスケープ」と「ローファイなサウンドスケープ」に分けて、音環境のあり方を考えさせる。

ハイファイなサウンドスケープとは、環境の中の様々な音がそれぞれクリアに聞こえる状態のことをいう。人間にとって望ましい音環境であり、我々が快適に過ごせる状態である。ハイファイなサウンドスケープにおいては、様々な音を利用できる。音から得る情報を手がかりにして行動している視覚障害者にとっても、望ましい環境といえる。



写真6 マリー・シェーファー氏



写真7 大画面ディスプレイ

一方、ローファイなサウンドスケープとは、道路交通騒音や工事騒音など、ある特定の音が支配的になって、その音にかき消され、他の音が聞こえない状態のことである。我々にとって、快適な音環境ではない。ローファイなサウンドスケープは、手がかりとして頼っている音もマスクされるので、視覚障害者にとっても望ましくない。

サービスとして提供されているBGMも、ボリュームが大きすぎると、サウンドスケープをローファイにしてしまう。最近街中に増えてきた大画面ディスプレイ(写真7)に伴う音も、大音量のものがあり、問題視されている。ハイブリッド車や電気自動車等の接近も、近接報知音を付属しないと、ローファイなサウンドスケープだとまったく聞こえない。視覚障害者のために設置された誘導鈴も、十分な信号対雑音比(SN比)が確保できないと十分な効果が得られない。また、環境騒音が高いと、サイン音に必要な音量も増大し、サイン音自体が騒音源となりかねない。

このように考えると、我々にとって望ましいサウンドスケープを作りあげることは、視覚障害者にとっても活動しやすい環境を提供することにつながる。もちろん、ハイファイなサウンドスケープは、健常者にとっても、様々な心地よい音に気づき、危険回避情報も容易に認知できる理想的な状態である。聴能力が衰えている高齢者、補助器具が必要な聴覚障害者、発達段階の子供たちにとっては、サウンドスケープのハイファイ化はより効果的である。

サウンドスケープのあり方を考えることは、音環境のユニバーサル・デザイン活動でもある。ハイファイなサウンドスケープの創出は、都市環境における静穏性と安全・安心の両立を考える上で最も重要な課題で、サイン音を効果的に利用するためのインフラ整備と考えられる。今一度、音環境のあり方を考えてみよう。