

キャプション評価法と感性評価を用いた商業地域の街路景観把握

本間研究室 B4 山下紘奈

背景と目的 対象地域 キャプション評価法 SD法 主成分分析 まとめ 1

1. 背景と目的

背景

対象---「一般の街路景観」
何らかのまとまりが存在→街の雰囲気
街路景観計画に応用する方法の提案

↓
自己組織化臨界状態解析を用いて、
個々と全体の関係性を導き出す

↓
街路構成要素の抽出が困難

↓
キャプション評価法とSD法を解析に
導入する新たな方法論で研究を発展

目的

商業地域街路景観の把握

対象---「商業地域」

煩雑に見える商業地域にもまとまりが
存在しているのではないか

↓
構成要素が多いため抽出が困難

↓
キャプション評価法とSD法を用いる

↓
主要景観構成要素を抽出し、指標を
把握する

背景と目的 対象地域 キャプション評価法 SD法 主成分分析 まとめ 2

2. 対象地域

対象地域 : 天文館

街路① 天パーク通り

街路② 中町コアモール

中町ベルグ

納屋通り

街路③ 七味小路

グルメ通り

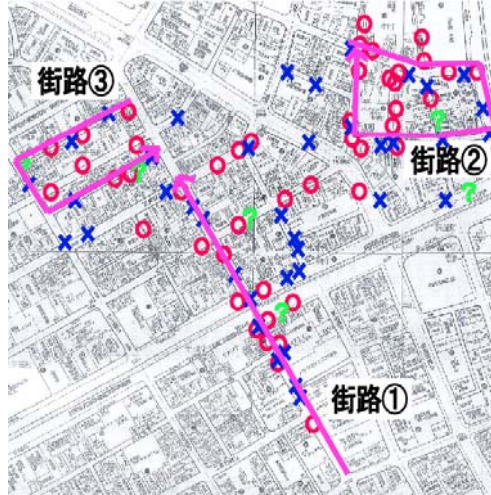


図1. 街路選択図

3. キャプション評価法

人々が街の中のどのような景観に着目し、どのような基準により評価するのかを把握・整理することができ、景観構成要素が人々に与える影響の内容が調べられる

本研究(建築学科生18名対象)の用途

i. 主要景観構成要素の決定



図2. 景観評価カード

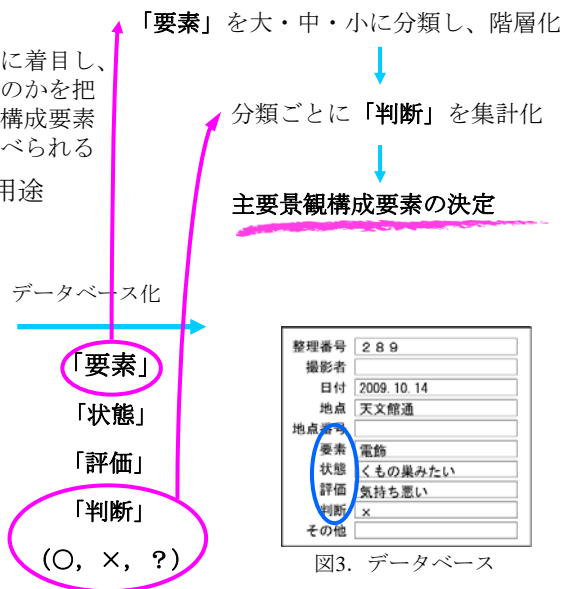


図3. データベース

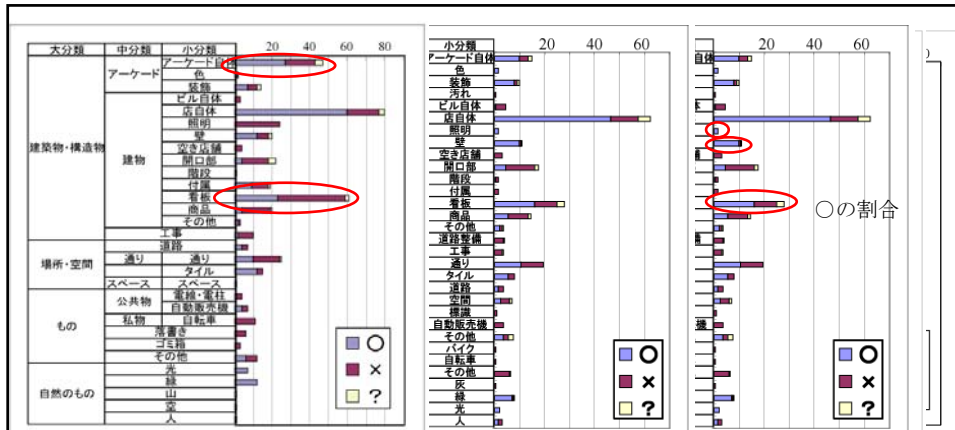


図4. 要素成分の分類・集計(街路①)

図5. 要素成分の分類・集計(街路②)

図6. 要素成分の分類・集計(街路③)

主要景観構成要素

店自体, 看板, 開口部, 通り, 空間, 緑

キャプション評価法の本研究での用途

ii. SD法に用いる評価キーワードの抽出

「印象」を出現頻度集計する

天パーク	
いい・いや	65
きれい・汚い	39
寂しい・ぎわしい	32
整っている・乱雑	32
派手・地味	31
違和感・とげこんでいる	24
興味を惹く・惹かない	23
落ち着く・緊張感	23
明るい・暗い	23
新しい・古い	22
趣がある・殺風景	19
必要・不要	16
冷たい・あったかい	12
統一・ばらばら	12
かわいい・かわいげがない	11
おしゃれ・ださい	11
レトロ・モダン	9
多い・少ない	6
開放的・閉鎖的	5
閑散・繁忙	3
親近感・よそよそしい	3
大きい・小さい	2
和風・洋風	1
高い・低い	1
広い・狭い	1
単調・変化のある	1

図8. 評価キーワード(街路①)

いづろ	
いい・いや	56
きれい・汚い	43
整っている・乱雑	41
寂しい・ぎわしい	35
落ち着く・緊張感	29
統一・ばらばら	28
おしゃれ・ださい	23
派手・地味	23
親近感・よそよそしい	23
違和感・とげこんでいる	21
明るい・暗い	18
必要・不要	17
冷たい・あったかい	16
統一・ばらばら	15
かわいい・かわいげがない	14
和風・洋風	13
多い・少ない	13
新しい・古い	12
趣がある・殺風景	12
広い・狭い	9
興味を惹く・惹かない	9
単調・変化のある	7
大きい・小さい	3
開放的・閉鎖的	3
閑散・繁忙	2
高い・低い	2

図9. 評価キーワード(街路②)

ぐるめ	
いい・いや	82
興味を惹く・惹かない	47
きれい・汚い	40
おしゃれ・ださい	28
落ち着く・緊張感	26
レトロ・モダン	25
違和感・とげこんでいる	24
趣がある・殺風景	23
整っている・乱雑	23
かわいい・かわいげがない	20
新しい・古い	18
寂しい・ぎわしい	18
いい・いや	20
レトロ・モダン	20
興味を惹く・惹かない	19
おしゃれ・ださい	15
違和感・とげこんでいる	14
新しい・古い	13
和風・洋風	10
趣がある・殺風景	8
寂しい・ぎわしい	7
かわいい・かわいげがない	6
落ち着く・緊張感	6
きれい・汚い	5
親近感・よそよそしい	4

図10. 評価キーワード(街路③)

4-1. SD法アンケート調査による感性評価

対極的な形容詞をたくさん羅列し、それに対象の印象が、5段階尺度、もしくは7段階尺度のスケール上のどこに該当するかで、評価を求める方法

キャプション評価法で得られた評価キーワード（形容詞対）を用いて感性評価結果を得る

建築学科生68名

対象地点 主要景観構成要素をいくつか含む地点

スライド1

	非常に かなり やや さえない やや かなり 非常に			
いい	□□□□□□		いや	
きれいな	□□□□□□		汚い	
整っている	□□□□□□		乱雑	
寂しい	□□□□□□		にぎわしい	
興味を惹く	□□□□□□		興味を惹かない	
落ち着く	□□□□□□		緊張感	
違和感	□□□□□□		とけこんでる	
派手	□□□□□□		地味	
おしゃれ	□□□□□□		ださい	
趣がある	□□□□□□		殺風景	
新しい	□□□□□□		古い	
必要	□□□□□□		不要	
レトロ	□□□□□□		モダン	
かわいい	□□□□□□		かわいげがない	
統一	□□□□□□		ばらばら	
明るい	□□□□□□		暗い	
親近感	□□□□□□		よそよそしい	
冷たい	□□□□□□		あったかい	
多い	□□□□□□		少ない	
和風	□□□□□□		洋風	
広い	□□□□□□		狭い	
華調	□□□□□□		変化のある	
開放的	□□□□□□		閉鎖的	

図11. 評価キーワード(23組)



天パーク1



いづろ1



ぐるめ1



天パーク2



いづろ2



ぐるめ2



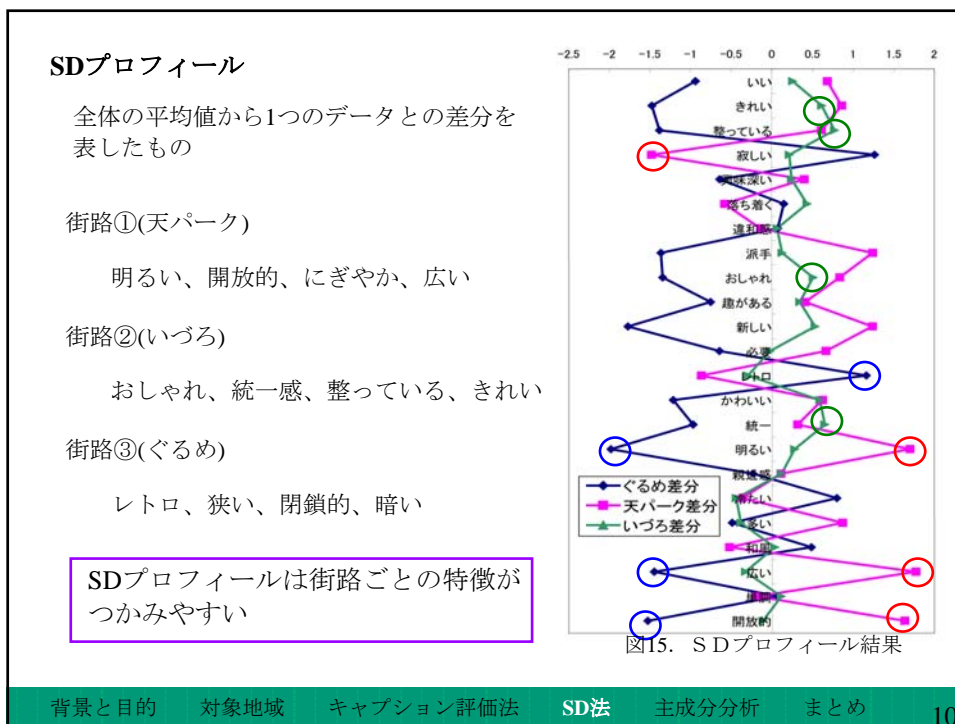
天パーク3



いづろ3



ぐるめ3



4-2. 主成分分析

主成分という指標を用いて、できるだけ情報の損失なしにデータの特徴を要約し、層別する手法

SD法の結果より、印象評価の主軸を求める

主成分1に「華美」という形容詞を与える

表1. 固有値・累積寄与率

主成分No	固有値	寄与率(%)	累積(%)
1	19.30	89.12	89.12
2	1.64	7.55	96.67

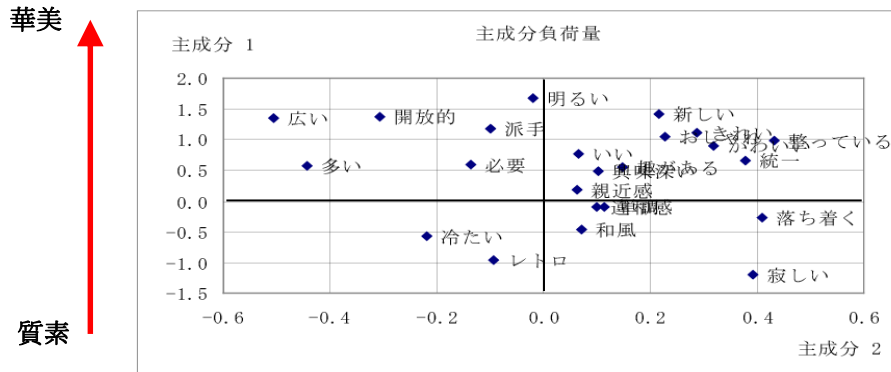


図16. 主成分負荷量

印象主軸に対する各対象地点の評価を、主成分得点によって表示する

主成分軸に沿って見ると、各街路がばらばらに点状に分布している

街路にはその街路独特のイメージが存在し、まとまりがある

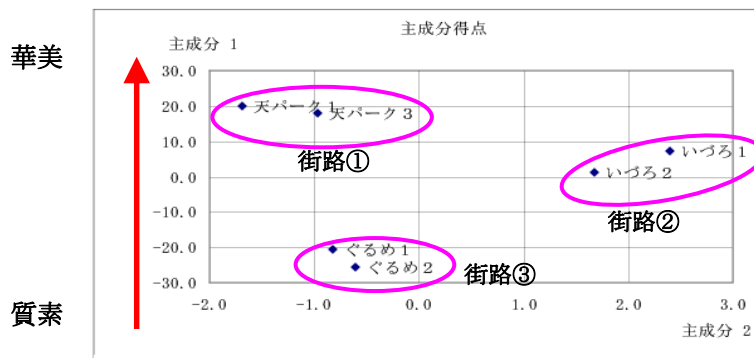


図17. 主成分得点

5. まとめ

1. 主要構成要素 店自体, 看板, 開口部, 通り, 空間, 緑
2. まとまりが見える街路は人への印象がよい
3. 様々な店がある街路は興味を惹く
4. 街路①は、広く、開放的で、にぎやかである
街路②は、おしゃれで、統一感があり、整っている
街路③は、レトロで、狭く、閉鎖的である
5. SDプロフィールは、平均値よりも街路別の特徴をつかみやすい
6. 各街路は主成分軸で見た際、独特のイメージが存在し、まとまりがある
7. 第1主成分の軸に意味は「華美」と与える

今後は、キャプション評価法で得られた主要景観構成要素を抽出する際の、明確な判断基準が必要であり、自己組織化臨界状態解析の導入による商業地域の状態把握を進めたい。