

# 街路景観における「寄り道したさ」に影響を与えるメディアの調査

1 4 3 2 1 2 3 花見早紀

指導教員：山崎治 准教授

## 1. はじめに

近年、目的地志向の観光旅行に加えて街並みを見る目的での観光旅行が増えている。街並み観光の魅力の1つに、「寄り道」ということがある。本研究では、この「寄り道」を、旅行者が自身の興味や関心によって目的地への経路とは別に、街並みを楽しみながら任意の場所を歩くこととして進めていく。

「寄り道」の下調べの方法として、雑誌などに掲載されている写真やストリートビューなど様々なメディアを用いることがある。写真では街路の見通しや建物の構えなどから、街の風景や雰囲気が確認できる。これに対し、ストリートビューでは疑似的に街を歩く体験ができるため、より実際の街歩きに近い体験ができると期待される。そのため、ストリートビューを用いることは「寄り道したさ」に強く影響を与えると考えられる。

本研究では、景観の「寄り道したさ」に、これらのメディアの種類がどのような影響を与えるかを比較・検討する。これにより、街路景観情報の提供・利用方法の拡大、また、実際の旅行・街歩き体験の増大につながると考えている。

## 2. 目的

本研究では、写真形式とストリートビュー形式といったメディアの違いが、街路景観における「寄り道したさ」にどのような影響を及ぼすかを調査する。ストリートビュー形式の方が現実に近い体験ができると期待されるため、これが「寄り道したさ」にどう関わるかを明らかにしていく。またこれに伴い、「寄り道したさ」の定義づけも行う。

## 3. メディアの違いによる街路景観の印象調査

### 3.1 方法

**調査期間：**2017年11月29日～12月15日

**調査対象者：**本学情報科学部情報ネットワーク学科2～4年生 69名

**調査内容：**写真形式とストリートビュー形式それぞれについて街路景観の印象調査を行った。写真形式では通常写真、ストリートビュー形式では全天周映像を用いた。同じ場所でそれぞれについて撮影したものを5組、計10種類の材料を用意した。街並み景観は山口(2001)が行った研究を参考に、オフィス街や商店街、郊外住宅地といった要素がバランスよく含まれるようにした。

**利用した質問紙：**質問紙として、Googleが提供するGoogleフォームを用いて、Webアンケートの形式で調査を行った。Webアンケートの構成は、通常写真と全天周映像それぞれ5種類、計10種類の設問に対応して質問本体が10ページ、フェースシートや指示部分が4ページの計14ページとした。

**構成概念：**SD法を利用するにあたり、尺度の選定を行った。木村他(1995)と徳本他(2014)、福田(2004)の文献を参考にし、9形容詞対を選定した。これに「寄り道したさ」に関連する表現だと考えられる3

項目を加え、計12項目について回答を行ってもらった。各項目は、7段階評価とした。

**手続き：**調査対象者に説明用の資料を配布し、調査の目的および概要について説明した。説明用資料にはURLを記載し、調査の参加に同意できる場合にWebアンケートサイトにアクセスの上、期間内に回答を送信してもらうように依頼を行った。回答の際、評価対象である各街路景観を「観光目的の旅行中に見かけた景観」として印象評価を行うように依頼した。

### 3.2 結果

分析は、回答に不備が無い57名の回答データを対象として行った。

因子分析の結果、3つの因子が得られた。「興味のある」、「寄り道したい」、「散歩したい」、「好きな」という4項目から構成される第1因子を「寄り道したさ」とした。また、第2因子を「きっちり感」、第3因子を「モダンさ」とした。

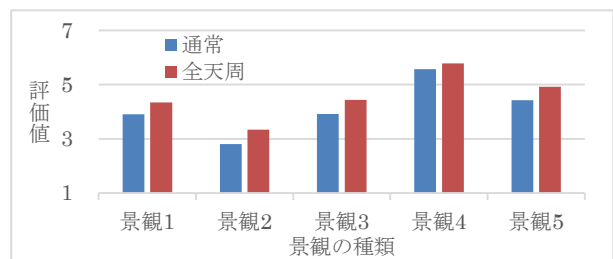


図1 「寄り道したさ」因子の評価平均値

「寄り道したさ」因子を構成する4項目の回答の平均値を求めた。景観の種類ごとに通常写真と全天周映像を比較すると、全ての景観において全天周映像の方が高い値であった(図1)。これについてt検定を行った。その結果、景観1( $t(56)=2.27, p<.05, r=.29$ )、景観2( $t(56)=3.76, p<.001, r=.45$ )、景観3( $t(56)=3.06, p<.01, r=.38$ )、景観5( $t(56)=3.11, p<.01, r=.38$ )で有意差が認められた。これより、同じ景観であっても全天周映像の場合、「寄り道したさ」の評価が向上する確率が高いことが明らかとなった。

## 4. まとめ

「寄り道したい」という項目は、「興味のある」、「散歩したい」、「好きな」という3項目と関連が高いことが分かった。また「寄り道したさ」が低い景観は、ストリートビュー形式を用いる事によって「寄り道したさ」を高めることができると考えられる。

### 参考文献

- 福田忠彦(監修) (2004). 人間工学ガイドー感性を科学する方法ーサイエンティスト社
- 木村一裕・清水浩志郎・土田祐子 (1995). 散歩に利用された道からみた快適な歩行環境に関する考察 土木計画学研究・講演集 18(1) 289-292.
- 徳本冬華・西名大作・田中貴宏 (2014). 雨宿り空間の心理的評価に関する研究 日本建築学会環境系論文集 79(699) 393-402.
- 山口 満 (2001). 歩道景観における全体評価と構成要素の評価・注目度・面積率との関係に関する研究 日本建築学会計画系論文集 No.547 127-133.