

類されることが分かった。[伝統型、 素朴型、 シンプル型、 こっけい型、 派手型、 田舎型(土臭い)、 洋風型]それぞれを代表するイメージ語をもって、各グループの特徴を説明することとした。

(3)重要イメージ語と墓石の関係

イメージに合った墓石を短時間で検索可能にし、最小限のイメージ語で墓石の評価を行うため、各墓石サンプル間のイメージの差異を分ける語句の抽出を行った。

マップ上の墓石の分布に大きく影響を与えるイメージ語句はどのようなものか多様なイメージ語の組合せで因子分析を行い、各墓石のイメージの差異を明確にすることにした。(図3)

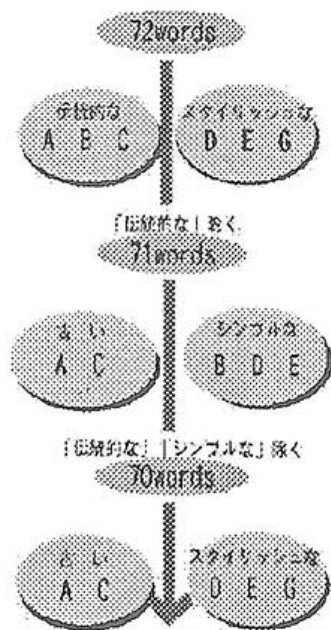


図3 因子分析の手順

72語での因子分析の結果、因子1と因子2をそれぞれ軸にとって墓石の位置をマッピングしたところ、9基の墓石はF、H、Iを除いて、A、B、Cの墓石は「伝統的な」グループに、D、E、Gは「スタイリッシュな」グループに分けられた。

まず、A、B、Cのイメージの差異を引き出すためにいずれの評価にも含まれている「伝統的な」という語句を省いて分析にかけたところ、BはA、Cと分かれてD、Eと「シンプル」グループを作る。よって、Bは伝統的でありながら、A、Cと比べるとシンプルな要素を持っていることになる。またここからB、D、Eのいずれの評価にも含まれる「シンプル」という語句を省いて分析にかけると、BがD、Eと離れ、再びGがD、Eと「スタイリッシュな」グループを作る。このことからBはシンプルであるがD、Eに比べるとスタイリッシュではなく、GはD、Eに比べるとシンプルではないがスタイリッシュであるという要素をもっていることになる。(図4)

このように多様なイメージ語の組合せで因子分析を行った結果、イメージの差異に影響を与える語句として最終的に19の重要イメージ語に絞り込んだ。

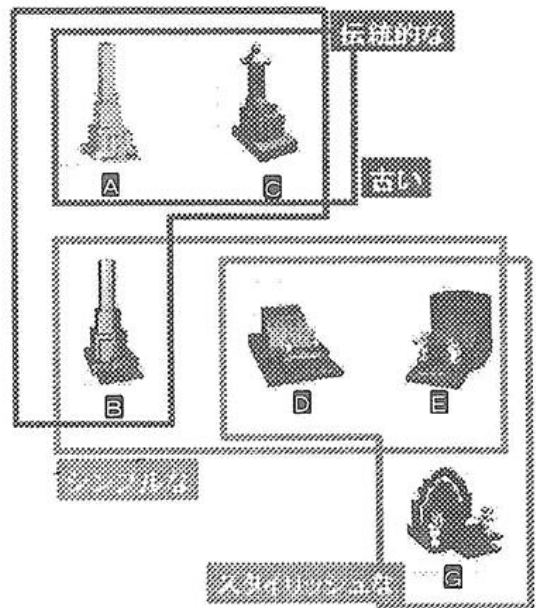


図4 重要イメージ語と墓石の関係

(4)カテゴリー別分散分析

個人情報、墓石に求める嗜好性、各種希望条件といった12のカテゴリーの調査についても、イメージ調査と合わせて実施した。これは、システム設計の段階で、検索の絞り込み要素として適当かどうか検討するためでもある。カテゴリーの違いによって、イメージの回答パターンに違いがみられるかどうかを、二元配置による分散分析により検討した。その結果、性別、年代、職業、家族構成の違いによるイメージの評価は10%有意となり、回答に差がみられた。また、墓石に対する斬新性、装飾性、造形性、入りたい墓地等の嗜好の違いによるイメージの評価についても10%有意となり、同様の差がみられることがわかった。

いくつかのカテゴリーについては、回答者集団の特徴をあらわすものであることがわかった。

3. 今後について

今後、検索の絞り込み条件として、(4)の結果より有意になったカテゴリーとその内容について検討を加える。また、墓石サンプルから得られる形状的なデザイン構成要素を洗い出す。正準相関分析によって、その墓石の形状要素とイメージとの関係を捉え、いくつかでできたパターンをカテゴリー情報によって定義する。以上の結果を検索システムのベースソフトにつなげる。

[参考文献]

- 1) 小林重順著：カラーイメージスケール：日本カラーデザイン研究所編
- 2) 大辞林、三省堂 広辞苑第4版、岩波書店
- 3) 杉山和雄、井上勝雄編：EXCELによる調査分析入門：海文堂
- 4) SPSS Professional Statistics Release 6.xJ