

「環境空間情報に関する自主研究」—平成 14 年度の受講者の研究課題

サイバー空間における買物行動調査 - 百貨店 EC サイトを使用したケーススタディ -

イタリアの歴史的都心部における道路交通問題の対策

本郷キャンパス音環境調査

離れた場所で生活する二人が、どれだけお互いの生活を認識しているか？ - 遠距離恋愛の行動認識 -

公共空間の音認知に関する研究

SVG + キャンパスマップの可能性

渋谷の着座者特性調査 - 立ち上がれ！ベジタリアン！！ -

自転車網整備のために - 自転車通学の実態調査にもとづく問題点の特定 -

三鷹市コミュニティゾーンにおける経路選択の特徴

インターネット調査を用いた柏キャンパス駐車需要予測

分析 - 3 - サイトにおける買い物時間とは

□リアル店舗での買い物

移動時間 + 商品選び時間 + 手続き時間

□サイトでの買い物

商品選び時間 + 手続き時間

被験者の平均所要時間

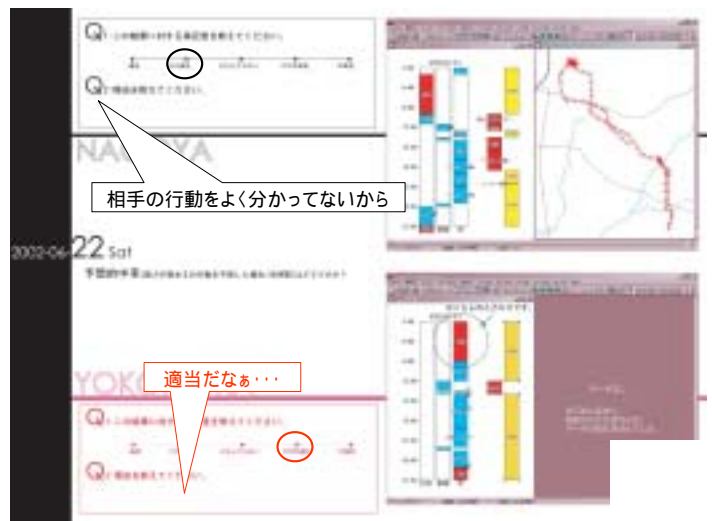
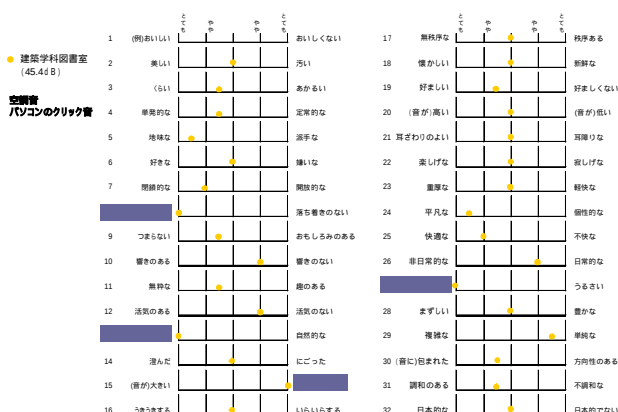
商品選び時間 253秒
手続き時間 391秒

全体の所要時間に占める手続き時間の割合が大きい

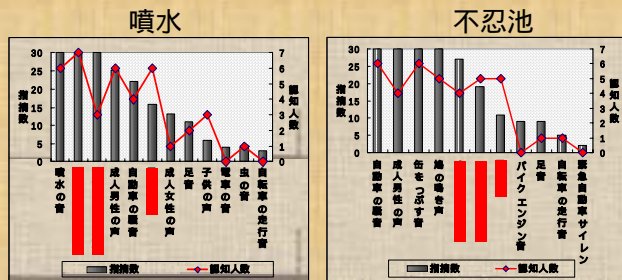
手続き時間の長短や手続きの円滑さが満足度を決める大きなファクターになるのではないか



測定場所の印象 その1 (50dB以下)



場所ごとの認知度分析



公園内の場合、自然音は認知されやすくなる

音の大きさ、空間イメージの影響
交通音の方が認知されやすい傾向は変わらない



事例2 駒場 キャンパス

□ 先端研の場合



調査概要

・ 日にち

2002 / 07 / 06 (sat)

・ 場所

東京都渋谷区

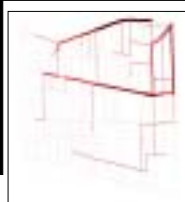
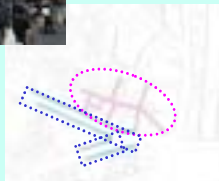
・ 調査対象エリア

109周辺・センター街周辺

・ 時間帯

昼 14:00 ~ 15:00 15:35 ~ 16:35

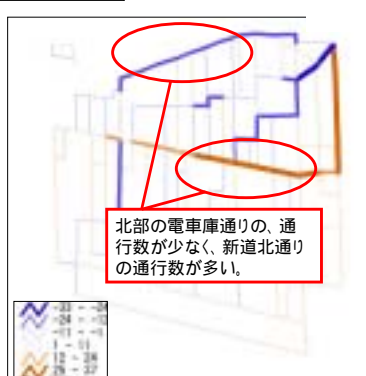
夜 17:30 ~ 18:30 18:45 ~ 19:45



選択経路 通行数



最短経路 通行数



通行数の差 (選択経路 - 最短経路)

選択経路と最短経路の比較

柏キャンパス駐車需要予測

データ集計方法

■ 移転後専攻

