

市民参加型都市景観データベース（景観脳）の開発

2013年2月8日

[研究代表者]
首都大学東京
饗庭 伸

目 次

- 1 「民学産公」協働研究事業の概要と幹事団体のプロフィール・・・・・・・・・・ 3
 - 1-1 「民学産公」協働研究事業(協働研究事業)の概要
 - 1-2 幹事(申請)団体のプロフィール
 - 1-3 協働研究事業参加団体のプロフィール
 - 1-4 研究グループ

- 2 協働研究事業の企画・実施の背景・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4

- 3 協働研究事業の詳細・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
 - 3-1 研究の大枠
 - 3-2 2012年度の協働研究事業の射程
 - 3-3 市民参加型景観画像データベース
 - 3-4 社会実験の実施

- 4 社会実験の結果の景観形成への活用・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17

- 5 まとめと今後の計画・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 26

1 「民学産公」協働研究事業の概要と幹事団体のプロフィール

1-1 「民学産公」協働研究事業(協働研究事業)の概要

携帯機器（主にスマートフォン）を使って、景観の画像を投稿して蓄積し、同様に他の市民が撮影した景観の画像の簡易な評価を追加出来るデータベースのシステムを開発する。携帯機器を用いることにより、実際に画像が撮影された地点に赴いて実際の景観を見ながら投稿や評価が出来、街歩きなどと組み合わせて利用する事が可能である。2011年度は三鷹市民に参加をいただき、システムを使ったワークショップを開催することによってその仕様を改善した。2012年度はそれを用いて多くの市民が参加する社会実験を実施し、データの集積を進めるとともに、集積されたデータが実際の景観形成にどう活用できるのかを分析する。

1-2 幹事(申請)団体のプロフィール

首都大学東京は、2003年に開学した公立大学法人であり、前身は東京都立大学をはじめとする5つの東京都立の学校法人である。

1-3 協働研究事業参加団体のプロフィール

東京大学は、1877年に設置された国立大学である。

マルティスープ株式会社は、2000年に設立された、位置情報サービスのシステム開発およびサービス提供を行っている企業である。本研究においてはシステム開発と運用を担当した。

1-4 研究グループ

饗庭伸（首都大学東京 准教授）

伊藤史子（首都大学東京 教授）

真鍋陸太郎（東京大学 助教）

藤木悦史（首都大学東京 学生）

藤谷幹（首都大学東京 学生）

那須俊宗（マルティスープ株式会社）

隅谷寛人（マルティスープ株式会社）

福島裕介（マルティスープ株式会社）

秋山友希（マルティスープ株式会社）

2 協働研究事業の企画・実施の背景

2004年の景観法制定を受けて、市民の参加を得た景観形成に関する意識形成、計画策定、規制誘導ルール策定が各地で行われている。歴史的な建物や町並みを含むエリアについては、景観形成の手がかりも多く、各種の取り組みが進行する一方で、あまり特徴はない、市街地の中で広いエリアを占める一般市街地の景観形成の取り組みはまだ試行錯誤の過程にあり、多くの都市においては取り組みが進んでいない。

その理由は一般市街地が①広大であり十分な対策が行えない（広域性の課題）、②都市景観を議論し計画などにつなげるための手がかりが少ない（没個性性の課題）、③課題が少ないこともあり規制力のあるルールが必要とされない（実効性の課題）、④個々の建築の建替えや建物改修が景観形成の主たる実現手段となるため時間がかかる（持続性の課題）の4点に整理できる。これまでの景観施策では、①「広域性」への対応としては、「景観100選」等のコンテストで広く市民意識の掘り起こしを行う方法、②「没個性性」への対応としては、場所を限定して有志の市民と専門家が協議を行い地域の景観の課題や魅力の掘り起こしを行う「市民ワークショップ手法」、③「実効性」への対応としては、規制力の弱い「景観形成ガイドライン」を策定する方法が行われてきた。しかしそれぞれの施策が単発で行われることも多く「持続性」にそもそも問題があり、それぞれの手法の連関も弱い。（図1参照）。

こういった弱みを克服するため、市民をより広く巻き込み（広域性）、簡易に個性を評価が出来る（没個性性）、実際の景観形成に役立ててもらえる（実効性）、持続的な（持続性）計画技術が必要である。本研究で開発する技術は、インターネットを介して広く市民に開かれ、市民が簡易に評価出来るデータベース機能を持ち、データベースの中に形成される規範を通じて実際の市民の景観形成行動をきめ細かく支援し、そのことを通じて普通の市街地の実効性のある景観形成を行う事を目指すものである。

研究代表者はこれまで東京郊外の自治体の景観形成施策の専門家を多くつとめ、一般市街地の景観形成の難しさを実感してきた。研究面では、景観形成も含んだまちづくりに関する情報を共有する仕組みを開発し、実際に市民を巻き込む取り組みも行ってきた。しかし、印刷された情報を市民ワークショップで共有化するという手法に限界を感じていた。これらを改善する手法を構想する中、研究分担者（真鍋）のウェブGISを活用して市民とまちづくりの情報を共有する取り組み（「カキコまっぷ」の開発）、および研究分担者（伊藤）の観光スポットに関する市民の評価を蓄積し、個々の市民の「行動」と「好み」にあわせてアドバイスするデータベースの研究技術を知り、これらを組み合わせることで、「広域性」＝ウェブで広い地域から参加が可能、「没個性性」＝個々の市民の小さな「評価」を集約することによって都市景観の個性と規範を抽出することが可能、「実効性」＝個々の市民の景観形成行動（建替えや建物改修など）にあわせてアドバイスをすることで実質的な実効性を確保することが可能、「持続性」＝ウェブ上で半永久的

に更新・改良されるシステムとすることが可能、の4点の課題が解決できるのではないかと考え、当技術の発想に至った。

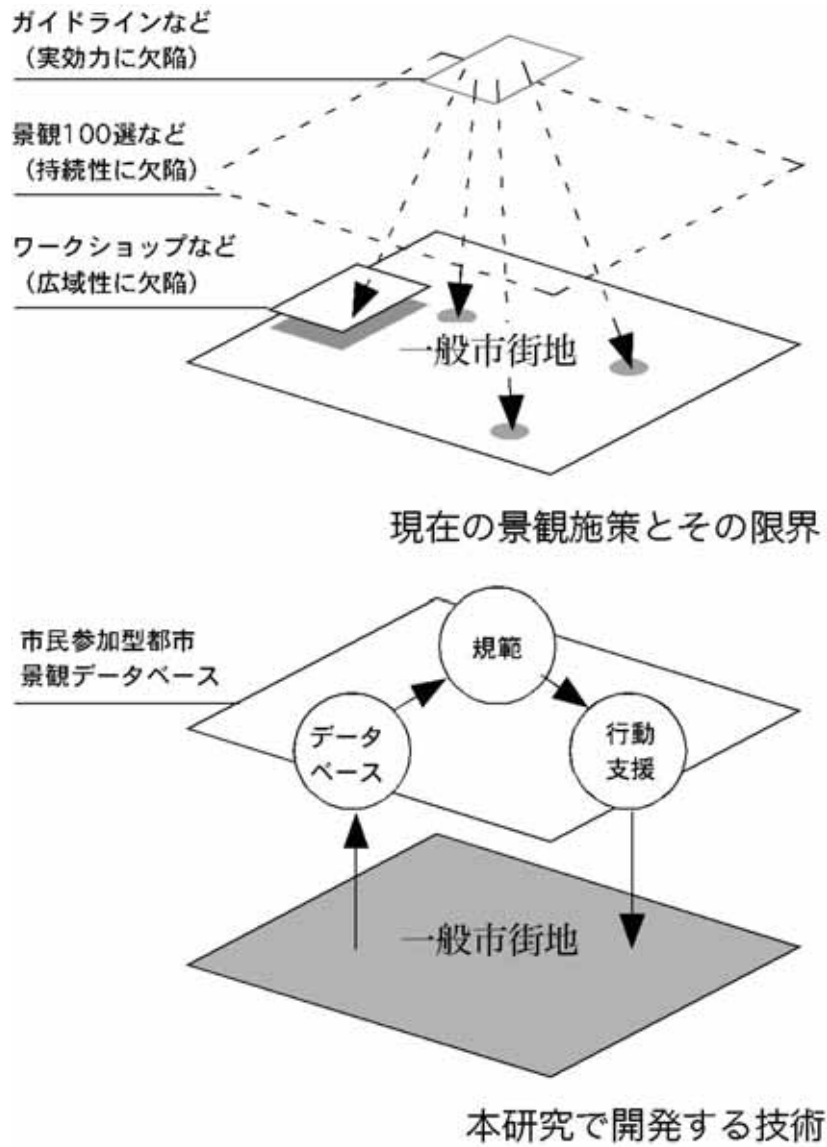


図1 本研究で開発する技術の射程

3 協働研究事業の詳細

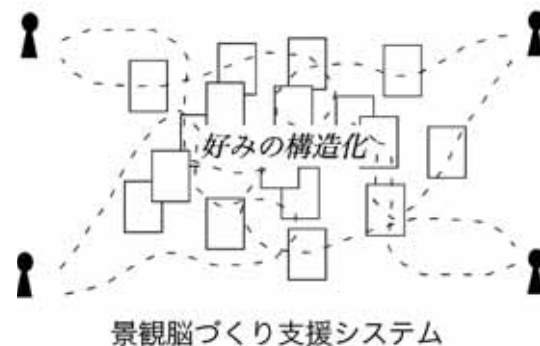
3-1 研究の大枠

研究開発期間は 2011 年度を含む 3 年間で進めている。この研究期間内において、具体的な都市を対象として、以下の技術のプロトタイプの開発を行い、実証実験を行ってその意義と課題を明らかにする。

a) 市民参加型景観画像データベース：携帯機器を使って、景観の画像を投稿して蓄積し、同様に他の市民が撮影した景観の画像の簡易な評価を追加出来るデータベース。GPS が搭載された携帯機器を用いて、実際に画像が撮影された地点に赴いて実際の景観を見ながら投稿や評価が出来ることが特徴である。



b) 景観脳づくり支援システム：市民の直感的な「好み」が蓄積された a) のデータを対象に、それらを相対的に比較しながら、個人の景観の「好みの構造」の確立を支援するシステム。システムは、ゲームを通じて構造化をはかる「景観脳づくりゲーム」と、そこで形成される個人の「好みの構造」のデータベースで構成され、データベースに基づいて参加者の「好みの構造」を推定し、ゲームにフィードバックする機能を持つ。



c) 景観形成行動支援システム：a)b)において得られる集合知をもとに、実際の景観形成行動を支援するシステム。例えば「私はジブリの映画が好きです。O 地区で 2 階建ての家を造ろうと思っているのですが、近所の方の景観の好みと、私の好みの妥協点となるような、参考となる景観を教えてください」という問いに対して、「この景観がお勧め」と答えを返すようなシステムである。



3-2 2012年度の協働研究事業の射程

3-1で示した研究の大枠のうち、本研究は「市民参加型景観画像データベース」の仕様改善と開発と試用を行う。2011年度は三鷹市民に参加をいただき、システムを使ったワークショップを開催することによってその仕様を改善した。2012年度は引き続き仕様を改善しつつ、それをを用いて多くの市民が参加する社会実験を実施し、データの集積を進めるとともに、集積されたデータが実際の景観形成にどう活用できるのかを分析する。

具体的には、以下の通りの試用と検証を行う。

1) システムの最終調整

ヘルプページの作成、画面デザインの調整などを行い、現地での試用、最終調整を行う。また、PC版のシステムを開発してあわせて公開する。

2) 社会実験

市内の喫茶店等を仮設の拠点として、当システムを使った散歩イベント「散歩×景観カフェ」を開催する。

3) システムの運用

システムの改良を加えながら年度一杯まで運用する。

4) データの分析と検証

11月時点で収集されたデータを対象に分析を行う。

3-3 市民参加型景観画像データベース

市民参加型景観画像データベースは景観投稿機能と既に投稿されている景観の評価機能から構成され、景観評価機能では、リストからの選択と地図からの選択が可能である。

景観投稿機能と景観評価機能のそれぞれとともに、実際に携帯機器（スマートフォン等）を持って、その景観の傍に行かないと投稿／評価が出来ないという仕組みになっており、これにより実際の町に出るという行動を誘発する。

個々のデータは評価・コメント・写真の3つのデータで構成される。評価は、「総合評価」・「まとまり」・「開放的」・「閉鎖的」・「親しみ」・「趣（おもむき）」・「生活感」・「現代的」・「懐かしい」という9項目について、0（普通）・1（やや良い）・2（良い）・3点（とても良い）の4段階で行われる。なお、データベースにおける景観とはスポット全体のことを指すため、投稿・評価の際には写真に写っている範囲だけでなく、その場所全体の評価を行うことが求められる。

(1) 新規登録画面

市民投稿型景観画像データベースは登録制であるため、投稿や評価を行うにはアカウント登録をする必要がある。アカウント作成にはニックネーム、ログイン ID、パスワード、性別、年齢、居住区の入力が必要である。昨年度までのインターフェースではアカウント登録画面においても入力画面が分かれており、画面遷移の回数が多くなっていたため登録するだけでも煩わしさか感しられた。そこで、今年度からスクロールが容易というスマートフォンの特徴を生かした画面を縦に長く使うインターフェースに変更した。(図2)

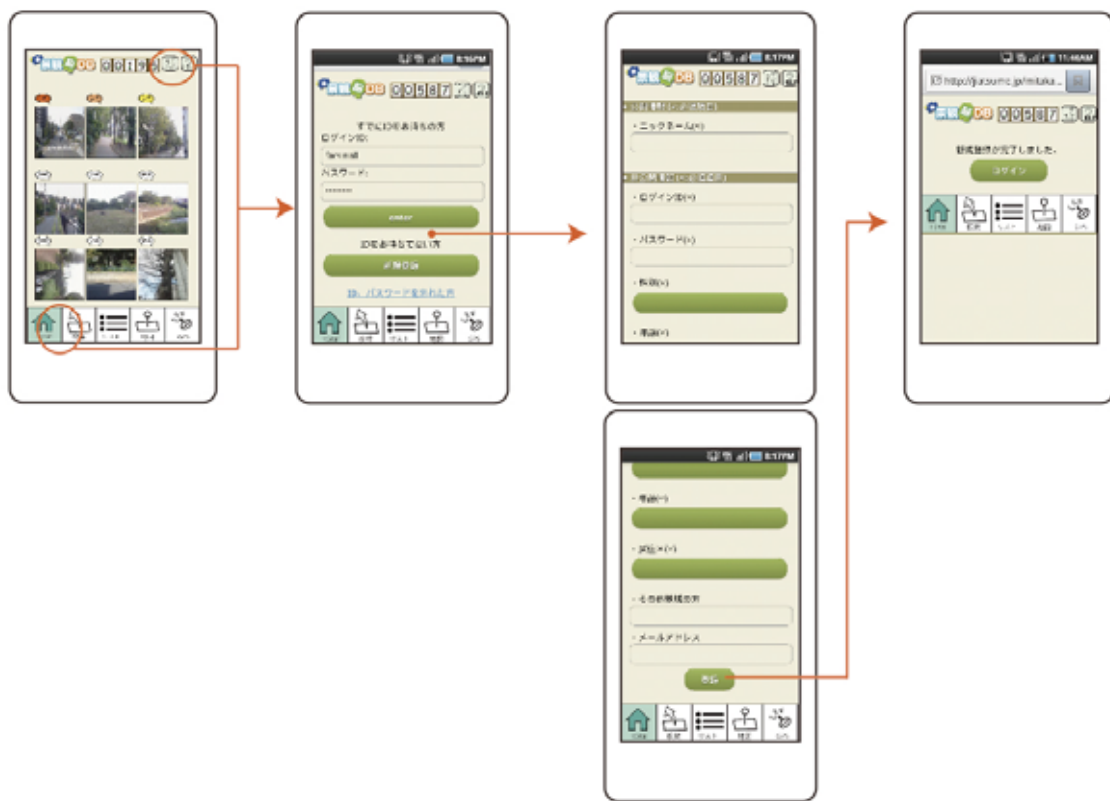


図2 景観脳データベース 新規登録画面

(2) 新規投稿画面

アカウント登録を済ませ、ログインした後に投稿可能となる。投稿を行なうには、画面下部の「投稿」のアイコンボタンを押す。ボタンを押すと画面が遷移し、「画像を投稿」「タイトル・エリアを投稿」と表示される。まず画像を投稿した後、その後タイトルと評価を行うという流れで投稿する。昨年度までのインターフェースは、画像とタイトル・エリアの投稿が同一の流れの中で行なうシステムであったため、画面遷移が複雑で利用者にとってわかりづらいシステムとなっていた。そこで今年度から画像とタイト

ル・エリアの投稿の流れを2つに明確に分けることにより、より投稿を簡易にしたインターフェースとした。



図3 景観投稿画面（その1）



図4 景観投稿画面（その2）

「タイトル・エリアを投稿」ではコンテンツは昨年度までのインターフェースとほとんど変わっていない。しかし、配列、評価項目のボタンの大きさなどの細やかな修正を行

なった。また、投稿完了時にポイントを進呈する、三鷹市に関するクイズ・豆知識を表示することにより、利用者が達成感を得られるようなデザインも行なった。実際、利用者から「ポイントが加算されるのが嬉しい」といった感想も得られた。(図4)

(3) 地図・リスト画面

市民投稿型景観画像データベースは他の市民が投稿した景観評価をリストと地図で見ることが出来る。リストにおける昨年度までのインターフェースは表のようなデザインになっており、横方向にコンテンツが多く含まれているものであった。しかし、スマートフォンは縦方向のスライドが容易であるのが特徴であり、これを生かしきれてないものであったといえる。そこで、今年度からのインターフェースは投稿に対する情報をコンパクトにまとめ、それらを縦に羅列するデザインとした。画面をスクロールすれば次々投稿が閲覧出来る。

地図における昨年度のインターフェースは投稿された位置を指し示すピンが太く、地図が見えづらいデザインとなっていた。そこで、今年度からのインターフェースではピンを細くデザインし、また評価の高い順にピンの色分けをすることで人気のある景観に容易にたどり着くことができる。(図5)

(3) 情報閲覧画面

リスト、地図画面からそれぞれ写真、ピンを押すと投稿された景観の情報を閲覧することが出来る。情報閲覧画面では写真、地図、みんなの評価とタグによる分類を行なうことでより快適な閲覧を可能とした。タグによる分類を行なうことで、画面遷移の回数を減らし、利用者の煩わしさを軽減した。(図6)

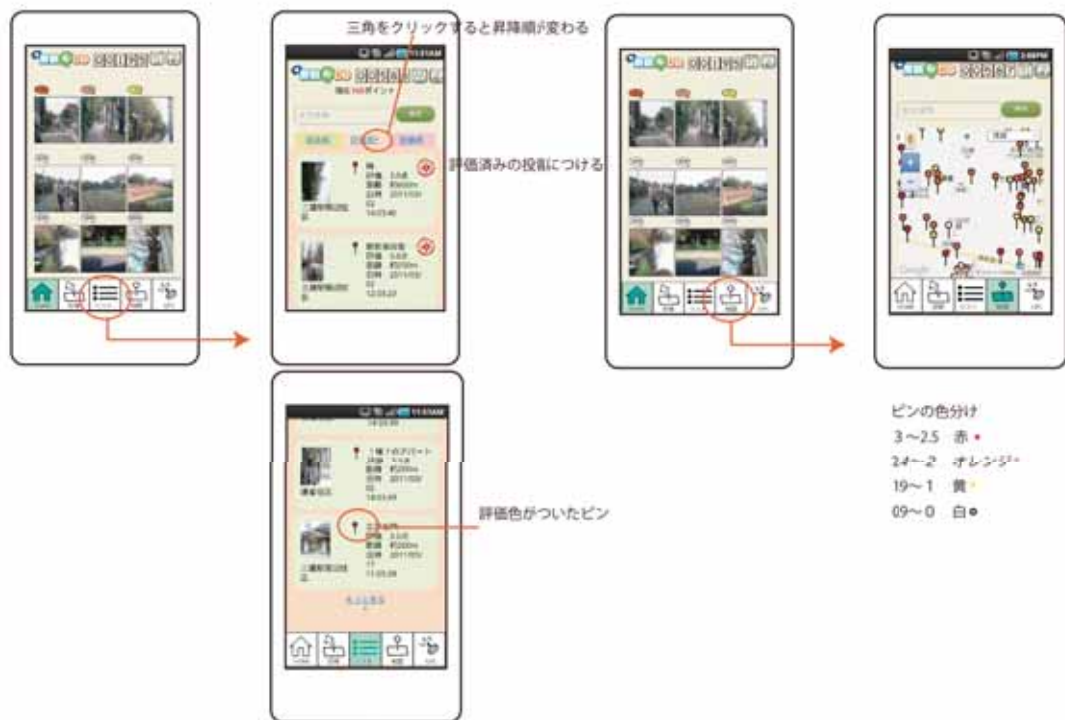


図5 地図・リスト画面

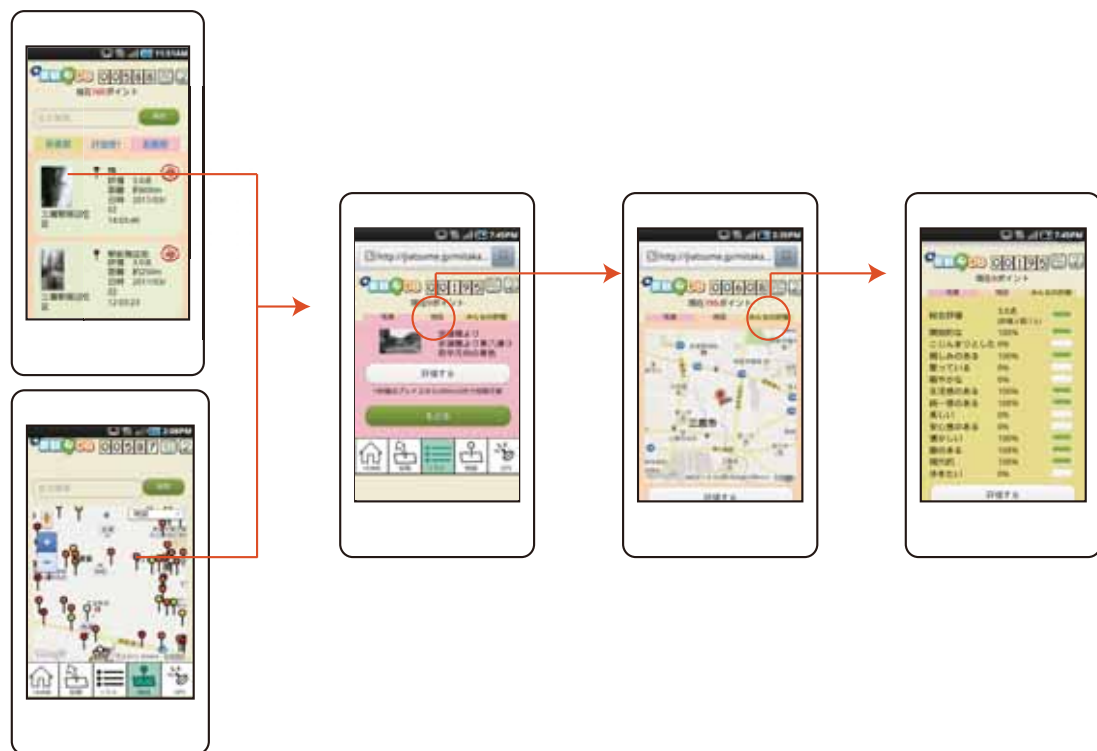


図6 情報閲覧画面

(4) 評価投稿画面

他の市民の投稿に対して評価を投稿する時は、基本的な動作は新規投稿時と同様であるがタイトル、エリアの登録はできない。また、投稿完了時に与えられるポイントは1ポイントである。評価を行った利用者とともに、評価を行われた利用者(被評価者)にもポイントが与えられる。(図7)

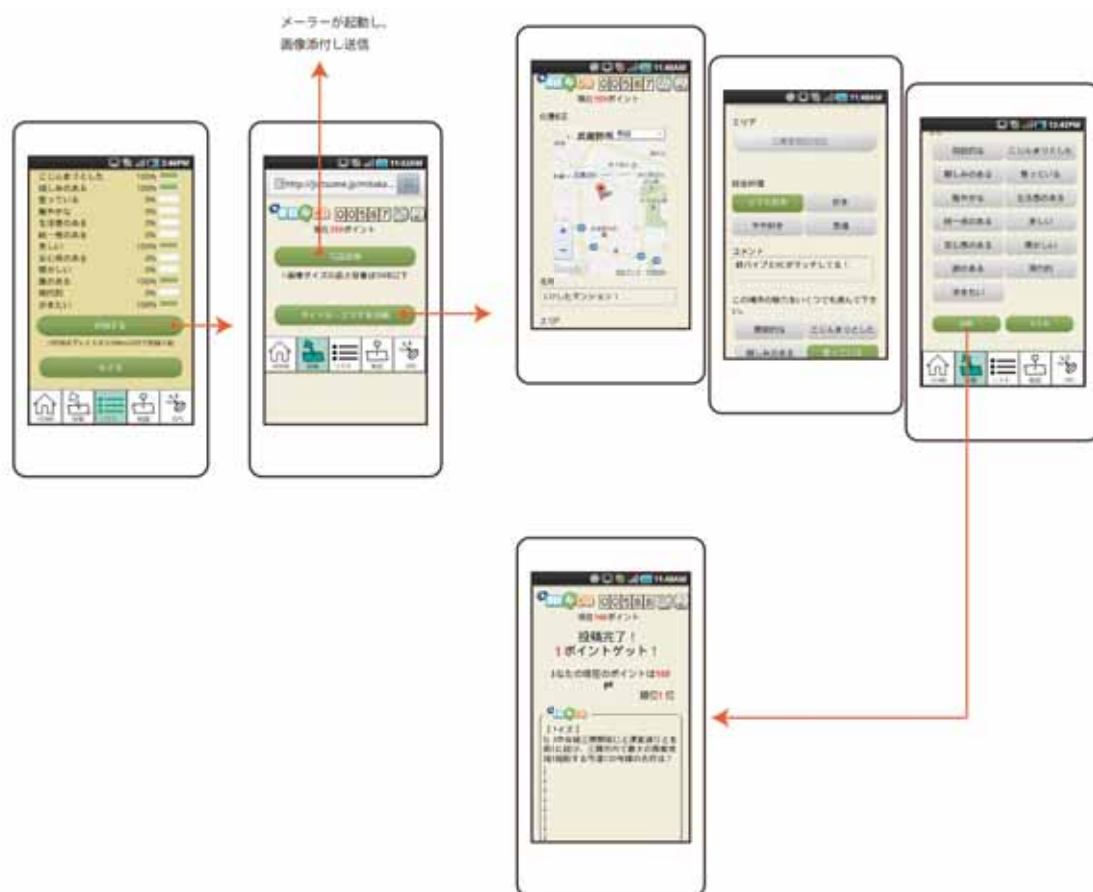


図7 評価投稿画面

(5) データベースのPC版の公開

PC版には、①スマートフォンを使って景観を投稿した後、②自分の投稿の確認や修正が落ち着いた環境で行なえる、③他の市民の投稿を落ち着いた環境で閲覧出来る、④自分の投稿した景観評価を基に他の市民の投稿から「おすすめ景観」や「あなたに似た人」が表示される、⑤ポイントの合計が表示され、ランキングが表示される等の機能が搭載されている。

PC版もスマートフォン版と同様にアカウント制である。ログイン後には自分のページに画面が遷移する。画面左側には自分や他の人の投稿した景観のリスト、画面中央には地図上で景観が投稿された位置が示されている。

また、「景観脳プロジェクト」として twitter アカウントを取得しており、データベースの宣伝を行なっている。twitter の投稿は画面右側で表示される。また、画面下側には twitter のハッシュタグを活用したスペースが設けられており、「# 景観脳」とつけられた投稿が、PC 版の画面に反映される。(図 8)

画面を下方向にスクロールすると「おすすめ景観」、「あなたに似た人」、「ランキング」が表示される。「ランキング」は景観の投稿・評価を行なうことにより得られるポイントの合算値のランキングである。ポイントの種類には投稿ポイント、評価ポイント、被評価ポイントがある。ランキングにすることにより、利用者の達成感が促進されるという意図がある。(図 9)



図 8 PC 版画面 (上部)

おすすめの景観



三鷹駅
4人が評価済み



駅前商店街
1人が評価済み
この景観でも注意があります



山田げたばき住宅
1人が評価済み
懐かしい感じがするし、でも現代は、三鷹の限られた前ですな



三鷹の森書庫
2人が評価済み
一階の本屋さんは古くて趣があるが、上のチューン音がな...



駅に向かう動物園
1人が評価済み
駅前?



三鷹駅前通り
1人が評価済み

あなたに似た人



まるもさん 90ポイント



にっくさん 128ポイント



じゃんさん 90ポイント



mnさん 47ポイント

ランキング Motoki Fujitaniさんの順位 1位 / 122人中 158ポイント (投稿102 + 評価59 + 被評価18)

順位	名前	ポイント	投稿	評価	被評価
1	Motoki Fujitaniさん	158	102	59	18
2	すずきさん	154	111	43	0
3	しょうへいさん	137	80	31	16
4	にっくさん	128	84	34	10
5	まるもさん	90	83	34	4
6	りくさん	90	57	23	10
7	まるさん	90	54	14	22
8	じゃんさん	90	51	31	8
9	井上さん	74	48	26	0
10	いとふきさん	72	31	19	2

図9 PC版画面(下部)

3-4 社会実験の実施

データベースの一般公開後、散歩と景観、カフェを組み合わせた「散歩×景観カフェ」と題したまちあるきイベントを三鷹市で開催した。

市民や学生がスマートフォンを片手に知らない町を歩き、気に入った景観を撮影してデータベースに投稿するイベントである。2012年の秋に4回に渡って開催され、約600件のデータが投稿された。参加者は自身のスマートフォンを持参し、あらかじめ指定された喫茶店に集合して地図を受けとり、そこを中心とした半径約500mのエリアを自由に散歩して景観を投稿する。喫茶店では投稿された画像を映写し、参加者は散歩の前後に喫茶店でお茶を飲みながら景観を楽しむ。新規に投稿されたデータのtwitterでの投稿もあわせて行った。2時間ほどの開催時間であるが、一人あたり10～20件程度が投稿された。

表1 散歩×景観カフェの概要

日時	2012/10/20	2012/10/27	2012/10/28	2012/11/17
参加者	4人	10人	14人	4人
データ投稿数	25	48	107	14
対象地域	三鷹市牟礼周辺	三鷹市新川周辺	三鷹市下連雀周辺	三鷹市下連雀周辺



図10 散歩×景観カフェの様子



三鷹景観脳データベースとは、スマートフォンを使ってまちの景観の写真を投稿し、共有する参加型スマホサイトです。2012年10月10日からの公開開始にあわせて無料の体験イベントを企画しました。みなさまふるってご参加ください。

スマホを持ってカフェを拠点にまちを散歩しよう！

カフェを目印に集まり、カフェの近所を思い思いに散歩して

お気に入りの景観や風景の写真を投稿し共有する **同時散歩イベント** です。

普段歩くことのない **誰かが住む普通のまち** を **普段出会うことのない人と一緒に** 散歩してみませんか？



- 10月20日(土) 14:00-16:00 ベニーレーン × 三鷹市年礼のあたり
三鷹市年礼 4-9-5
モデレーター：真鍋陸太郎 (東京大学)
- 10月27日(土) 14:30-16:30 KURIYA × 三鷹市新川のあたり
三鷹市新川 6-9-11
モデレーター：伊藤史子 (首都大学東京)
- 10月28日(日) 14:00-16:00 ハーベスト × 三鷹市下連雀のあたり
三鷹市下連雀 1-12-9
モデレーター：梶庭伸 (首都大学東京)



- ☆参加は無料です。参加された方にはカフェのドリンクと記念品をプレゼント！
- ☆ご自身のスマートフォンをお使いいただくイベントです。
- ☆現地集合、現地解散です。開催時間内にカフェまでお越し下さい。
- ☆雨天の場合は中止します。その場合は以下のサイトに当日の朝 8:00 に告知します。
- ☆お問い合わせは以下までお願いします！

k-dbwww@tmu.ac.jp

スマホサイトはこちら>>>http://jiatsume.jp/mitaka_sp/top.php

PCサイトはこちら>>>http://jiatsume.jp/mitaka_pc/top.php

Twitter @keikanbrain を今すぐフォロー！



QRコード

主催：三鷹景観脳プロジェクト
三鷹景観脳データベースは、三鷹ネットワーク大学の協働研究事業として、
首都大学東京と東京大学とマルチスケープ (株) により開発されています。
お問い合わせ先：k-dbwww@tmu.ac.jp

図 11 散歩×景観カフェの案内

4 社会実験の結果の景観形成への活用

社会実験で集積されたデータが実際の景観形成にどう活用できるのか、建築設計のために景観要素を抽出する方法のケーススタディを行う。

(1) 建築設計のために景観要素を抽出する方法

建築の設計は敷地条件に規定される要素が多いと考え、複数の敷地条件を設定し、その条件に合致する敷地で投稿されたデータを抽出し、一般市民が考える好ましい景観を抽出する方法のケーススタディを行った。

敷地条件の一覧は表2に示す通り、抽出方法は図12に示す通りである。

表2 敷地条件の一覧

	用途地域	指定容積率	指定建蔽率	接道道路の条件	
①	近隣商業地域	200%	80%	1車線	1面に接する
②	近隣商業地域	200%	80%	1車線	2面以上に接する
③	近隣商業地域	200%	80%	2車線	1面に接する
④	近隣商業地域	200%	80%	2車線	2面以上に接する
⑤	商業地域	500%	80%	1車線	1面に接する
⑥	商業地域	500%	80%	1車線	2面以上に接する
⑦	商業地域	500%	80%	2車線	1面に接する
⑧	商業地域	500%	80%	2車線	2面以上に接する
⑨	第一種低層住居専用地域	80%	40%	1車線	1面に接する
⑩	第一種低層住居専用地域	80%	40%	1車線	2面以上に接する

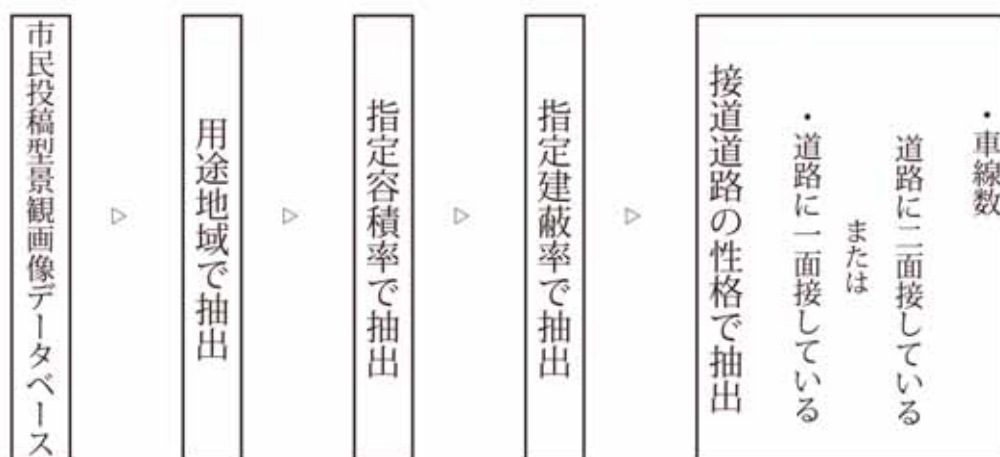


図12 景観要素の抽出方法

抽出された景観について、各項目における各評価項目の数値の平均値(以下「抽出値」とする)を算出する。抽出値を算出することにより該当地域で多く投稿されている評価項目を抽出することが出来る。

また各評価項目に対する総合評価の平均値(以下「特異抽出値」)を算出する。特異抽出値を算出することにより該当地域で総合評価の高い投稿を抽出することが出来る。

抽出値・特異抽出値の定義を表3に示す。

表3 抽出値と特異抽出値の算出方法

抽出値	$\frac{\text{各項目の評価値の和}}{\text{投稿数}}$
特異抽出値	$\frac{\text{評価が行われている各項目の総合評価値の和}}{\text{評価が行われている各項目の数}}$

(2) 抽出の結果

表2に示す全ての敷地条件についてケーススタディを行ったが、以下は①の「近隣商業地域」についての結果を報告する。

全データの中から敷地条件に該当する景観を抽出したところ、表4に示す景観データが抽出された。総合評価を除く13個の評価項目の平均値を図13に、各項目の総合評価の平均を表5に示す。

表4 抽出された景観データの一覧

	和菓子屋さん	老舗菓子店とスナック	offの居酒屋	住戸兼商店の集合	レゴの世界?	街頭とつらなり
総合評価	2	2	2	2	1	2
開放的な						
こじんまりとした	100	100	100	100		
親しみのある				100		
整っている						100
賑やかな						100
生活感のある		100	100	100		
統一感のある						100
美しい						
安心感のある		100	100			
懐かしい	100		100	100		
趣のある	100		100	100		
現代的な						
歩きたい						
写真				—		—

バリアフリーな歩道	昭和な雰囲気	生活感のある路地	洒落たアパート	まとまりある開発	合計	抽出値
1.5	2	2.5	3	1	21	1.91
50				50	100	9.09
		50			450	40.91
	100	100	100	50	450	40.91
			100	50	250	22.73
50		50			200	18.18
50	100	100	100	50	700	63.64
	100		100	50	350	31.82
			100		100	9.09
					200	18.18
	100	100			500	45.45
	100	100			500	45.45
50				50	100	9.09
					0	0.00
					—	—

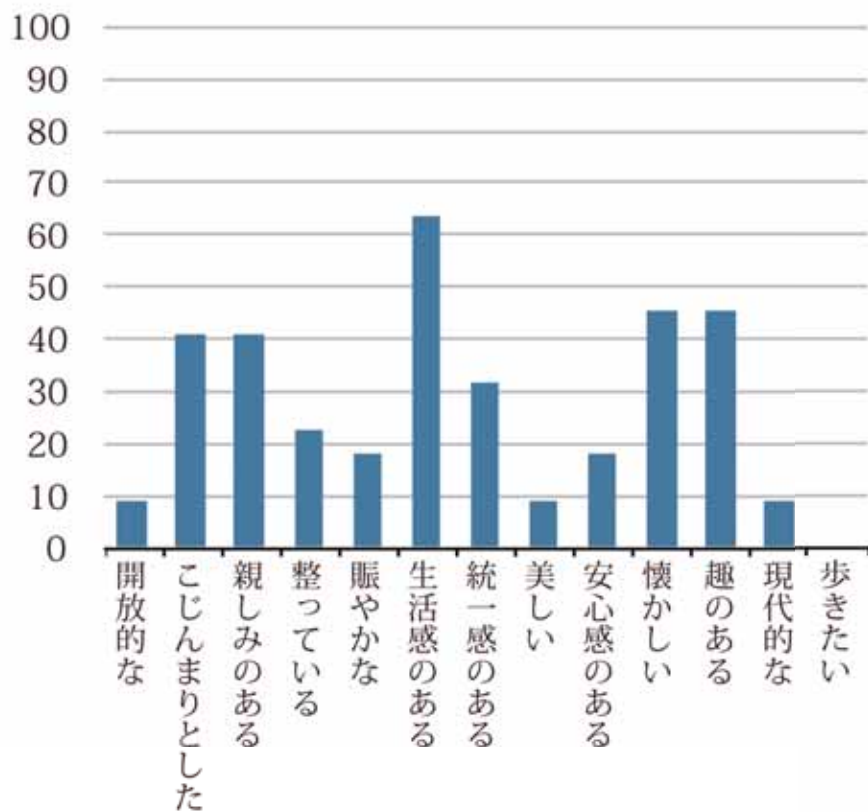


図 13 評価項目の平均値

表 5 総合評価の平均値

開放的な	1.25
こじんまりとした	2.10
親しみのある	2.10
整っている	2.00
賑やかな	2.00
生活感のある	2.00
統一感のある	2.00
美しい	3.00
安心感のある	2.00
懐かしい	2.10
趣のある	2.10
現代的な	1.25
歩きたい	—

(3) 抽出値、特異抽出値を算出

抽出されたデータから抽出値、特異抽出値を算出し、各敷地条件に対して抽出値、特異抽出値が「高い」評価項目を抜き出す。抽出値の「高い値」の条件は、全投稿の抽出

値の平均値 28.04 よりも値が大きいものとする。特異抽出値の「高い値」の条件は、各敷地条件毎の総合評価の平均値より値が大きいものとする。

(4) 抽出データの分析

表4で見られる総合評価の平均値 1.91 が全投稿の総合評価の平均値 1.78 を上回っており、この敷地条件には市民にとって好ましい景観が集積していると言える。図13からこの地域では「こじんまりとした」「親しみのある」「生活感のある」「統一感のある」「懐かしい」「趣のある」が高く評価されている。表5から「こじんまりとした」「親しみのある」「整っている」「賑やかな」「生活感のある」「統一感のある」「美しい」「安心感のある」「懐かしい」「趣のある」に対する総合評価の平均値が表4で得られた平均値 1.91 より高いため、特異抽出値が高く、これらの項目が、この地域において抽出値が高く、かつ特異抽出値が高い景観要素である。

これらの項目を含む景観、すなわち、近隣商業地域／1車線道路／1面接道の敷地において、多くの市民から好ましい景観と評価される「こじんまりとした」「親しみのある」「整っている」「賑やかな」「生活感のある」「統一感のある」「美しい」「安心感のある」「懐かしい」「趣のある」項目に対して、高い評価を得ている景観を図14に示す。



図14 敷地条件①において評価の高い景観

(5) 評価の高い景観

上記の手順に基づいて抽出された、全ての敷地条件についての評価の高い景観を示す。



図14 近隣商業地域/200%/80%/1車線/2面以上に接する



図15 近隣商業地域/200%/80%/2車線/1面に接する



図16 近隣商業地域/200%/80%/2車線/2面以上に接する



図17 商業地域/500%/80%/1車線/1面に接する



図18 商業地域/500%/80%/1車線/2面以上に接する



図19 商業地域／500％／80％／2車線／1面に接する



図20 商業地域／500％／80％／2車線／2面以上に接する



図21 第一種低層住居専用地域／80％／40％／1車線／1面に接する



図22 第一種低層住居専用地域／80％／40％／1車線／2面以上に接する

5 まとめ

本研究は「市民参加型景観画像データベース」について開発と公開を行い、集積されたデータが実際の景観形成にどう活用できるのかを検証した。

システムの公開を2012年10月より行い、あわせて「散歩×景観カフェ」というデータベースを活用する4回のワークショップを開催し、611の景観データが投稿された。

集積されたデータをもとに、敷地の条件をもとにデータを抽出する方法を考案し、実際にデータの抽出を行うケーススタディを行った。

システムは現在も公開中であり、来年度はシステムの修正を加えつつ、「散歩×景観カフェ」の方法を展開したワークショップを開催していく予定としている。