

## ポートフォリオにおけるイラストの提示方法による成長度評価の変化

### Changes in Growth Assessment by the Presentation Method of Illustrations in Portfolios

木内 日奈子<sup>\*1</sup>, 山崎 治<sup>\*2</sup>  
 Hinako KINOUCHI<sup>\*1</sup>, Osamu YAMAZAKI<sup>\*2</sup>  
 千葉工業大学情報科学科  
 Chiba Institute of Technology  
 Email: s2132045sl@s.chibakoudai.jp

**あらまし**：本研究では、イラストの提示方法が成長度評価に与える影響を調査した。新旧2作品を用い、異なるレイアウト（例：新作を大きく、旧作を小さく）で提示し、クラウドワークス上の201名に評価を依頼した。結果、「新作を大きく・旧作を小さく」において、成長度評価がほかの提示の工夫よりも高くなる傾向がみられた。提示方法の工夫が視覚的な成長評価に有効であることが示唆された。

**キーワード**：イラスト、成長度評価、提示方法、ポートフォリオ、視覚的印象操作

#### 1. はじめに

近年クリエイターエコノミー市場は大きく発展している。クリエイターエコノミーとはクリエイターを中心とした経済圏を指し、クリエイターの創作物の視聴や購入、クリエイターの活動を支えるマネジメントや事務手続き関連のサービスも含まれる。なかでもイラスト制作は市場全体の七割を占める「モノ分野」「コンテンツ分野」「スキル分野」それぞれに關与している肝要な技術である<sup>(1)</sup>。

イラストレーター就職活動において、ポートフォリオと呼ばれる作品集が参考にされる。ポートフォリオは、そのイラストレーターの作品制作の実績および履歴、つまり、「これまで」について整理した書類であると言える。その一方で、企業や依頼者はポートフォリオを参照することで、イラストレーター個人の技術面（制作スキルや利用できるツールなど）や人物面（センスやこだわりなど）、の過去の実績を確認するのとともに将来性、つまり、「これから」をも評価している。しかし、単に作品の巧拙のみで将来性や成長度が測られているわけではなく、作品の見せ方、まとめ方によって評価が変化することが示唆されている<sup>(2)</sup>。

本研究では、どのようなイラストの提示方法が成長度評価に影響を与えるのかを質問紙形式の実験によって明らかにする。そこで、実際のポートフォリオを意識して、同じ作者が制作した2つ（以上）の人物イラストを対比するように見せる「評価用レイアウト」を用意する。ここで取り上げる4つの提示の工夫（レイアウト）のなかで、どの工夫が成長をアピールするのに効果的かを分析する。

#### 2. 提示の工夫を施すイラストの準備

日常的にイラストを制作している協力者5名に研究の趣旨を説明し、研究への参加に同意を得た上で、人物を描いたイラスト2点ずつの提供を依頼した。依頼に際しては、一定の制作時期の間隔が設けられ

た作品を求め、作画技術の変遷を確認可能な素材を提供していただく旨を明示した。その結果、各協力者から「過去に制作された旧作」のイラスト1点および「現在の制作環境下で新たに描かれた新作」のイラスト1点を提供してもらった。図1に提供されたイラスト（新作/旧作）の例を示す。



新作

旧作

図1 イラスト2 新作/旧作の例

同一の協力者による新作と旧作の2点のイラストに対して、提示の工夫として図2に示す4つの方法を用いて実験の刺激を作成した。

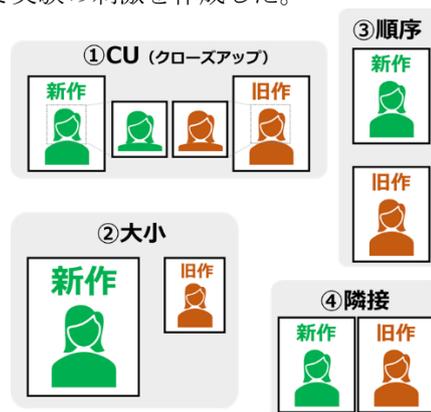


図2 提示方法の工夫例

「①CU (クローズアップ)」の工夫として、もとのイラストとともに、主役である人物の顔をクローズアップした画像もあわせて提示した。「②大小」の工夫として、新作を大きく、旧作を小さく提示した。

「③順序」の工夫として新作を先に提示し、旧作を後に提示した。「④隣接」の工夫として新作と旧作を間隔を空けずに横並びに提示した。

### 3. 成長度評価の違いに関する調査

#### 3.1 方法

**実験参加者:** クラウドワークス上に登録している201名(男性100名/女性99名/回答なし2名)に参加してもらった。

**実験計画:** 参加者に対してイラストの提示方法4条件を設け、1要因4水準参加者間計画で実験を実施した。

**材料:** アンケートはGoogle Formで作成し、各参加者がそれぞれのパソコンやスマートフォンで回答できるようにした。成長度の評価にはリッカート尺度を採用した。成長度は「色彩」「陰影」「質感」「構図」「形どり」「アイデア」の6項目を、「全く成長していない」「あまり成長していない」「まあ成長している」「大きく成長している」の4段階で評価することとした。

アンケートはフェースシートの後、参加者のイラスト制作経験などを尋ねるページを設けた。さらに、統制条件用のイラストと成長度などを回答する設問リストから成るページを先頭に、①～④の工夫により提示の仕方を変えたイラストと設問リストを組み合わせたページを4ページ分用意した。実験では各参加者が「同じイラスト」「同じ提示の工夫」に対する評価をすることがないように、アンケート自体を4パターン用意し、各参加者にはいずれか1つのパターンのアンケートが提示された。

**手続き:** 参加者は、クラウドワークス上の依頼文を読み、留意事項を踏まえて実験協力に同意できる場合のみ、実験に参加した。参加者は各自のネットアクセスの環境(PCやタブレットなど)でGoogle Formのアンケートにアクセスをし、回答を行った。

#### 3.2 結果

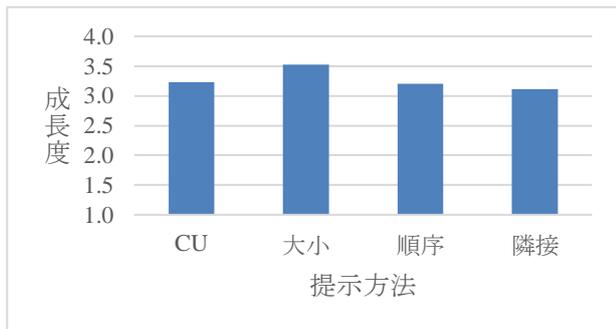


図3 イラスト2 構図の成長度の平均点

イラストごとに各評価項目の成長度評価の平均を求めた。一例として図3にイラスト2の「構図」の評価における提示方法ごとの成長度評価の結果を示す。

すべてのイラストと評価項目の組み合わせごとに、提示方法による成長度評価の平均点に差がみられるかを一要因分散分析で検定した。分散の等質性が成り立たない可能性を考慮して、Brown-Forsythe 検定と、Welch 検定を実施した。検定の結果、複数のイラスト/評価項目において提示方法の間で5%水準の有意差が認められた。表1に有意差がみられたイラスト/評価項目において多重比較を行った結果の一部を示す。

表1 イラスト/評価項目ごとの検定結果(一部)

	色彩	質感	構図
イラスト2	大小>隣接		大小>隣接
イラスト3	CU>大小		
イラスト4		大小>CU	大小>隣接

表1より、提示方法のなかでも特に「②大小」(新作を大きく/旧作を小さく)において、成長度評価が他の提示の工夫よりも高くなる傾向がみられることが明らかとなった。以上の結果から、新作を大きく、旧作を小さく提示することで新作と旧作間の相対的な成長度評価を高めることができる効果が見込まれる。

### 4. まとめ

研究では、イラスト経験者、未経験者を含めて成長度評価を実施した。しかし、イラストの知識の有無によって成長度評価に異なる差が生まれる可能性があるため、イラストの専門家に対しても本研究の提示方法の工夫が有効か調査する必要がある。本研究の知見は、イラスト共有アプリやSNSにおけるアルゴリズム設計に応用可能である。特に、ユーザーの成長を促進する視覚的インターフェースやフィードバック形式の開発に貢献することが見込まれる。また、オンライン教育ツールにおける視覚的成長評価機能の強化にも応用が期待される。

#### 参考文献

- (1) 三菱UFJリサーチ&コンサルティング.(2023). 国内クリエイターエコノミーに関する調査結果. 参照日: 2024年10月22日, 参照先: [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.murc.jp/wp-content/uploads/2023/10/cr\\_231031\\_01.pdf](https://www.murc.jp/wp-content/uploads/2023/10/cr_231031_01.pdf)
- (2) 【イラストレーター必見!】仕事に使えるポートフォリオの作り方.(2014年6月10日). 参照日: 2024年10月22日, 参照先: GIKUTASMagazine: <https://gikutas.jp/magazine/illustration/44>