

沿道の屋外広告物が景観へ与える影響と 広告効果との関係に関する被験者実験

研究の概要

沿道の屋外広告物は、景観への影響が大きく、国土交通省の調査結果では「残したくない景観」として上位に挙げられている。こうした背景などから全国各地の自治体で屋外広告物条例等が定められているが、十分な景観向上効果を発揮していない状況も散見される。その原因として、条例による規制の限界等が挙げられる。

そこで、広告事業者等への主体的な取り組みによる沿道景観の改善を促すために、地域の魅力を低下させる屋外広告物は広告効果自体も低下する事を示すのが有効と考える。

本研究では、沿道の屋外広告物が景観へ与える影響と広告効果との関係を把握することを目的とし、屋外広告物の条件を変えた画像サンプルを用いて被験者実験を行った。



▲地域の魅力を低下させる屋外広告物

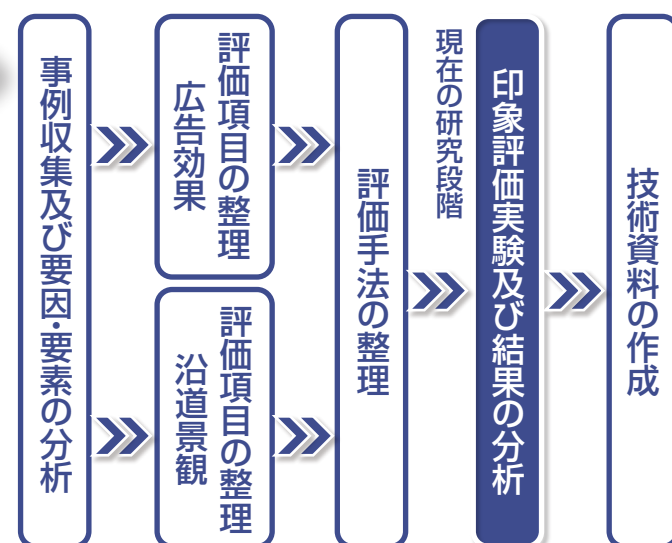
研究の課題

※国土交通省による
アンケート調査結果
2003年「子供たちに残
したい＆残したくない」
ニッポンの道景色より

残したくない景観の理由 (選択肢より複数回答)

1. 電線・電柱	30%
2. 看板(広告・店舗の看板等)	26%
3. まわりの建物	18%
4. ゴミ	11%
5. 防護柵(ガードレール等)	11%
6. 放置自転車	11%

研究の流れ



実験結果の考察

下図に示す実験結果より、今回対象としたケースにおいて、沿道景観や地域の魅力を低下させる屋外広告物は、本来の目的である広告効果自体にも負の影響を及ぼす可能性が大きいことを把握した。

考察

- 自然域では、屋外広告物の広告効果は期待できず、むしろマイナスになる可能性が大きい。したがって、規制などの強制力が有効と考える。一方、地域らしさを表すアクセントなどなり得る場合もあり、その際には周辺環境と調和した素材、色彩、高さやデザインに配慮する必要がある。
- 市街地の郊外部では、屋外広告物の広告効果を検討する上で、景観へのノイズともなり得る活動性を抑えながら周辺環境と調和した色彩、高さ、デザインに配慮する必要がある。なお市街地の都心部では(グラフデータは省略)、屋外広告物の広告効果を検討する上で、認知性を確保しつつも周辺環境と調和したデザインに配慮する必要がある。

実験概要

目的 屋外広告物が周辺景観に与える影響や地域イメージの低下と屋外広告物への印象との関係を把握

提示方法 画像を印刷した紙

評価対象 ①自然域2ケース
②市街地3ケース
※広告物の数、色、高さ、素材等を変化

被験者数 30名
(性別、年代に偏りがないように構成)

評価尺度 ・10形容詞対に分類
・順位付けを併用した印象評価
・18段階評価
・形容詞対の代表例を3例程度表記
・「どちらの言葉にもあてはまらない」を設定
・形容詞対を中央に配置

分析方法 ・プロフィール分析
・因子分析
(最尤法、プロマックス回転)
・形容詞間の相関分析

形容詞対一覧

実験種類	No.	評価分類	形容詞対例	
			ポジティブ	ネガティブ
全体の景観に対する評価	1	調和感	・調和した ・まとまりのある ・なじむ	・違和感のある ・ばらばらな ・なじまない
	2	開放感	・開放的な ・奥行きのある ・すっきりとした	・圧迫感のある ・奥行きのない ・ごちゃごちゃした
	3	活動性	・にぎやかな ・落ち着かない ・騒々しい	・さびれている ・落ち着いた ・静かな
	4	自然性	・自然的な ・素朴な ・環境に良いと感じる	・人工的な ・都会的な ・環境に悪いと感じる
	5	地域性	・親しみのある ・その地域らしい ・個性的な	・親しみのない ・その地域らしくない ・平凡な
	6	総合魅力	・美しい ・好き ・通ってみたい ・行ってみたい	・美しくない ・嫌い ・通ってみたいくない ・行ってみたいくない
広告に対する評価	7	認知性	・覚えやすい ・目立つ ・わかりやすい	・覚えにくい ・目立たない ・わかりにくい
	8	デザイン性	・デザインに好感がもてる ・デザインが良い ・デザインが優れている	・デザインに好感がもてない ・デザインが悪い ・デザインが劣っている
	9	広告効果	・広告内容に興味がわく ・広告への印象が良くなる ・店や施設に入ってみたい	・広告内容に興味がわかない ・広告への印象が悪くなる ・店や施設に入ってみたいくない
	10	景観性	・景観に良い影響を与えている	・景観に悪い影響を与えている

サンプル写真・回答シート・提示用紙



▲評価に用いたサンプル写真の一部

高		← (高い) 調和感 (低い) →						低		どちらの言葉にもあてはまらない
あてはまる		ややあてはまる						あてはまる		
④	⑥	①	⑦	②	③	⑧	⑨			
高		← (高い) 開放感 (低い) →						低		どちらの言葉にもあてはまらない
あてはまる		ややあてはまる						あてはまる		

▲サンプル画像の評価に用いた回答シート(部分抜粋)

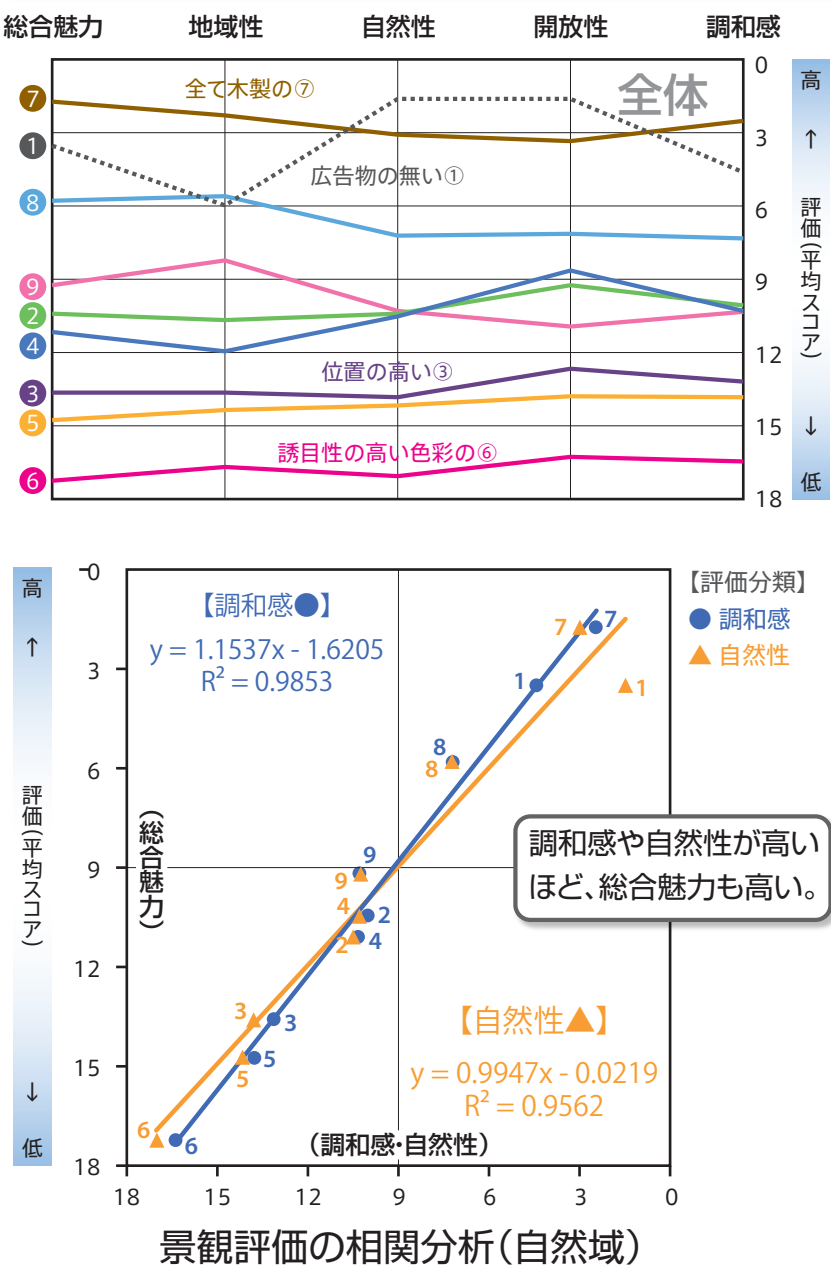


▲A4版カラー出力によるサンプル画像の提示

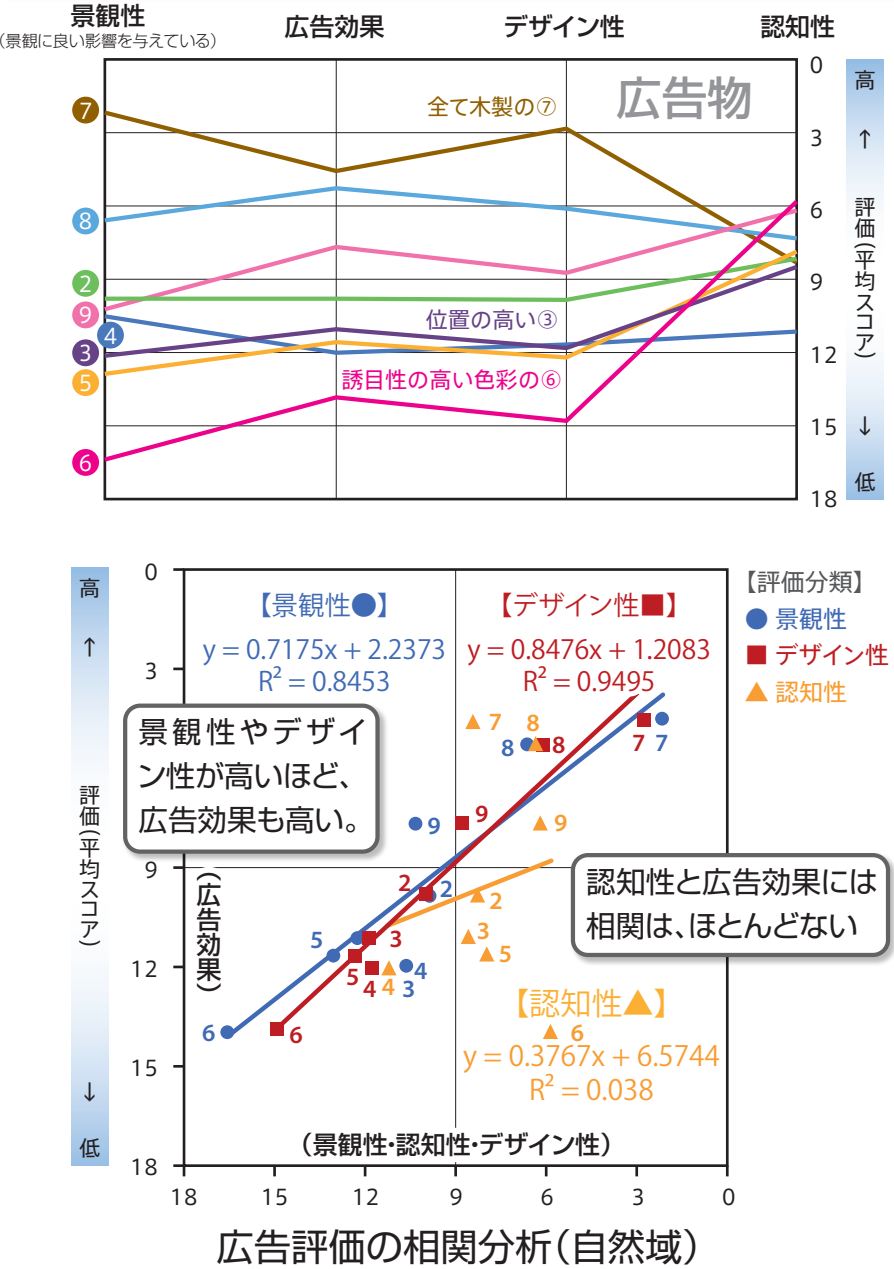
実験結果(自然域の一例)



全体の景観に対する評価

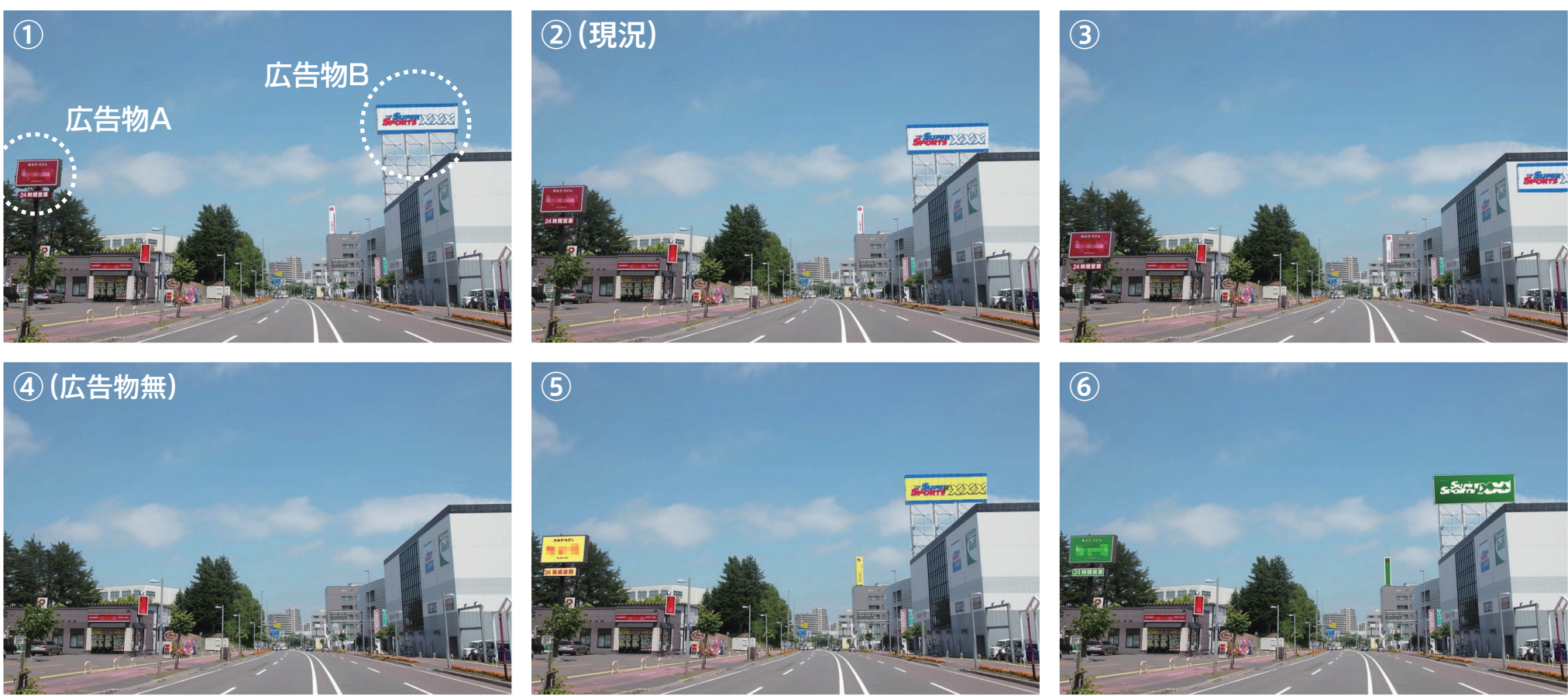


広告に対する評価

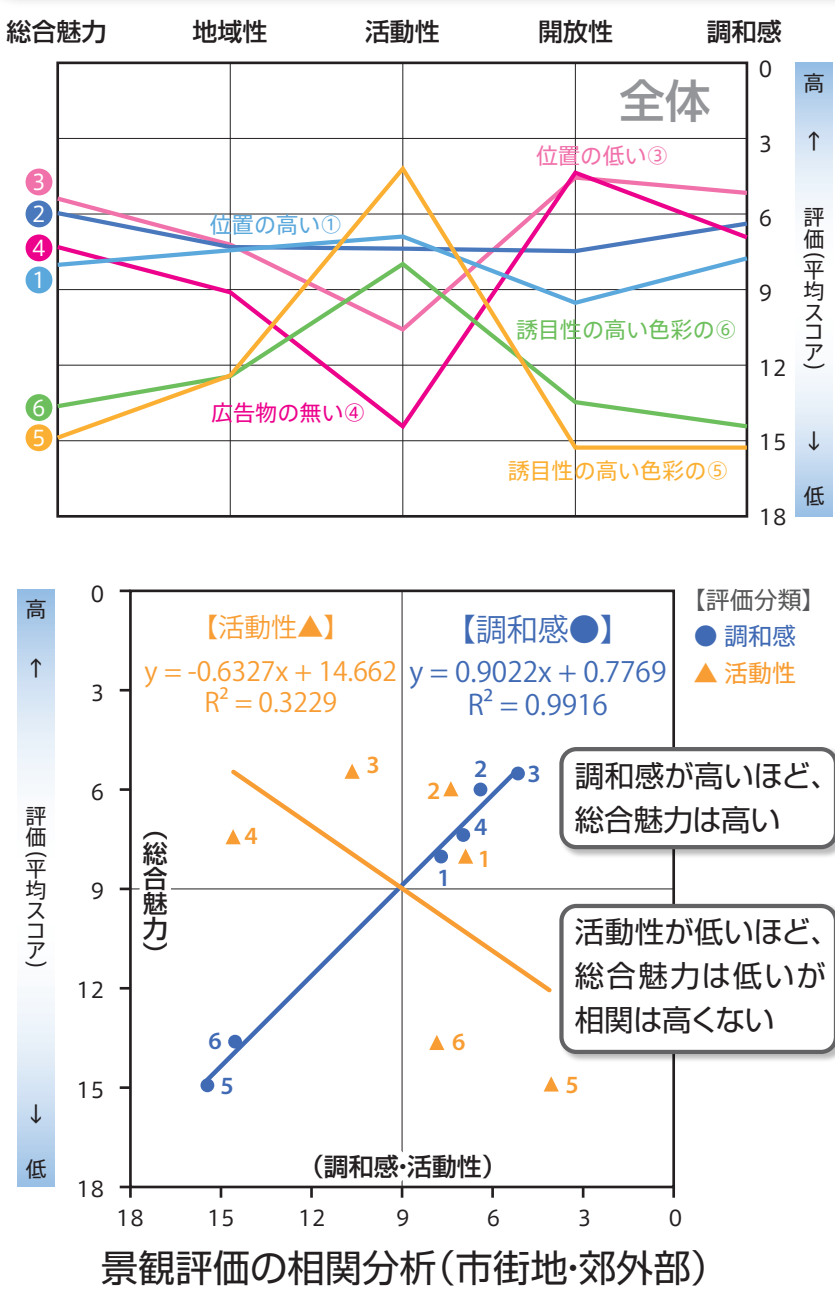


※形容詞の代表例は前述の「形容詞対一覧」を参照

実験結果(市街地の一例)

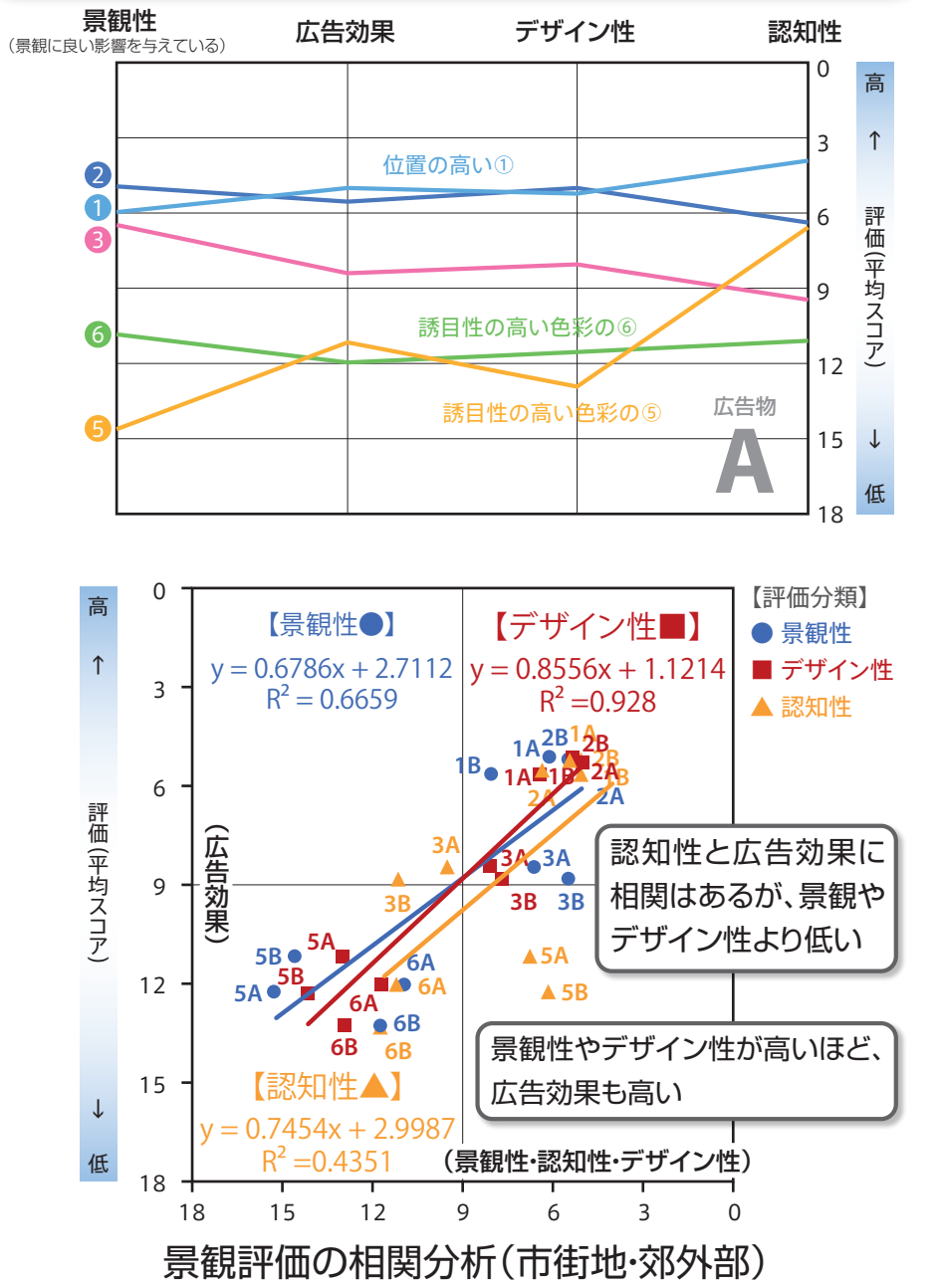


全体の景観に対する評価



景観評価の相関分析(市街地・郊外部)

広告に対する評価



※形容詞の代表例は前述の「形容詞対一覧」を参照

今後に向けて

- 評価サンプルを増やし、要因分析の精度を高める。
- 地域の魅力向上と行政支援に貢献するための『屋外広告物の改善に関する技術資料(仮称)』を作成する。