

ラッピングバスのデザイン評価に関する基礎的研究

福岡大学工学部 学生会員 ○ 山本 啓理
福岡大学工学部 正会員 辰巳 浩
福岡大学工学部 正会員 堤 香代子

1. はじめに

現在、日本全国に様々なデザインのラッピングバスが走っている。ラッピングバスとは、まずあらかじめ特殊フィルムに、デザインした広告を印刷し、そのフィルムを車体に包み込む(wrap)ように貼り付けたバスであり、車体広告媒体の一つである。

ラッピングバスは、車体全体を広告し、街中を走行することから、多くの住民の来街者の目にふれ、都市の景観にも大きな影響を与えるといえる。そこで、本研究では、福岡市住民に対してラッピングバスのデザインに関するアンケート調査を行い、その結果をもとに、市民のラッピングバスに対する評価を把握するとともに、今後のラッピングバスのデザインのあり方について提言することを目的とする。

2. アンケート調査の概要

本研究では、福岡市博多区、中央区、城南区、南区の4地区の住民を対象にアンケート調査を行った。表-1にアンケート調査の概要と調査項目を示している。SD法によるデザイン評価については、福岡市内を走行するラッピングバスの中から40種類を抽出し、評価対象とした。ここで、被験者に40種類のラッピングバスすべての評価をしてもらうことは大きな負担となり、回収率の低下や回答の信頼性低下を招く恐れがある。そこで、各調査票におけるラッピングバスの評価は5種類ずつとし、計8パターンの調査票を作成した。また、すべての各調査票には比較のために西鉄の標準塗装バスの評価項目を加え、各調査票におけるバスのデザイン評価は計6台分とした。なお、SD法は5段階とし、形容詞対は良い評価が左右一方に偏らないよう配慮した(本稿における評価結果の図では、右側に良い評価を配置している)。回収率は全体で16.9%であり、地区やパターンによる偏りは見られなかった。

表-1 アンケート調査の概要と調査項目

配布日時	2011年10月22日(土曜日)9~12時
配布・回収方法	調査員によるポスティング配布、郵送回収
配布場所	博多区、中央区、南区、城南区
配布枚数	各地区1000部(125部×8パターン)、計4000部
調査項目	個人属性・ラッピングバスのデザイン評価(SD法)
回収率	16.9%
SD法評価項目(11項目)	あざやかさ、明るさ、美しさ、凝り具合、インパクト、質、イメージ、好み、街との調和、景観、総合評価

3. 分析結果

3.1 プロフィール曲線分析

1) ラッピングバスと西鉄標準塗装バスの比較

図-1は、ラッピングバス全体の評価と西鉄標準塗装バスのプロフィール曲線を示している。図より、「あざやかさ」、「明るさ」については、西鉄標準塗装バスに比してラッピングバスの方がやや高い値となっている。また、「凝り具合」、「インパクト」についてみると、ラッピングバスの方が高い結果となっている。「美しさ」、「上品さ」、「イメージの良さ」、「好み」、「街との調和」、「街の景観」、「総合評価」についてみると、ラッピングバスの方がやや低い値となっている。しかしながら、ラッピングバスの評価はいずれも3以上となっており、絶対評価としては概ね良好であるといえる。

以上のことから、ラッピングバスのデザイン評価は概ね良好であり、アピール性は高いものの、ラッピングバスの導入がバスの印象や街の景観の向上には必ずしも結びついていないといえる。

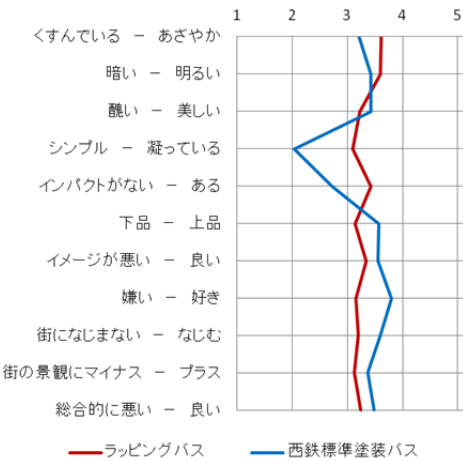


図-1 ラッピングバスと西鉄標準塗装バスのプロフィール曲線

2) ラッピングバスのベース色別みた評価結果

図-2は、ラッピングバスのベース色別の評価結果を示している。「あざやかさ」、「明るさ」、「美しさ」、の評価についてはベース色による差異が見られ、黄色系が高い値を示している。それ以外の項目については、いずれのベース色も概ね同様の結果となっている。

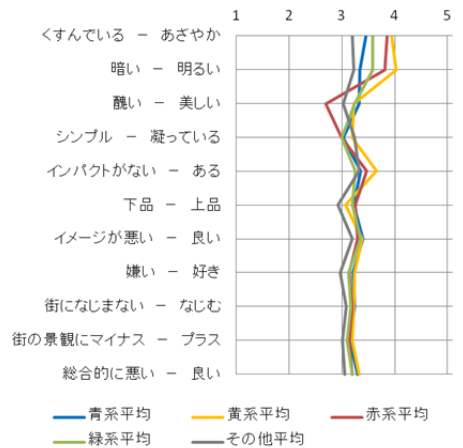


図-2 ベース色別のプロフィール曲線

3) ラッピングバスの広告主分類別にみた評価結果

図-3 は、ラッピングバスの広告主分類別にみた評価結果を示している。全体的に広告主分類による大きな違いは見られないが、「凝り具合」において、「観光関連」が最も凝っていると評価され、「商業・レジャー施設」が最もシンプルと評価されている。しかしながら、「上品さ」、「イメージの良さ」、「好み」、「街への親和性」、「街の景観への影響」、「総合評価」については「観光関連」の評価がやや低く、「商業・レジャー施設」の評価が高くなっている。このことから、凝ったデザインであればバスの印象や景観上の評価が高まるというものではないといえる。

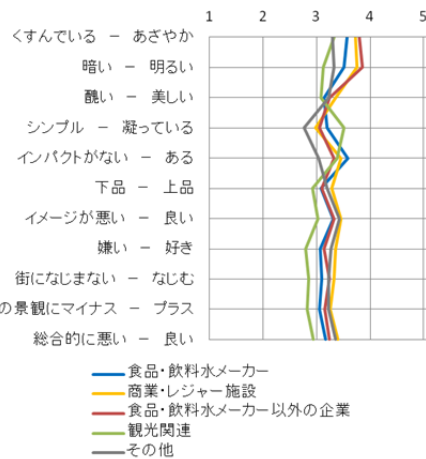


図-3 広告主分類別のプロフィール曲線

3.2 SD 法における西鉄標準塗装バスの評価項目別順位

図-4 は、ラッピングバス 40 種類に西鉄標準塗装バスを加えた計 41 種類の中での西鉄標準塗装バスの評価順位を示している。ここでは、西鉄標準塗装バスの順位が低いほど評価の高いラッピングバスが多いことを表している。図より、「あざやかさ」、「明るさ」、「凝り具合」、「インパクト」は下位であるが、その他の評価項目は、いずれも上位に位置していることがわかる。このことから、バスの印象や景観の面では、ラッピングバスは西鉄標準塗装バスに比して評価の低いものが多いといえ、特に「上品さ」、「好み」、「街との調和」においてその傾向が強く、今後のラッピングバスのデザインを検討する上での課題であるといえる。

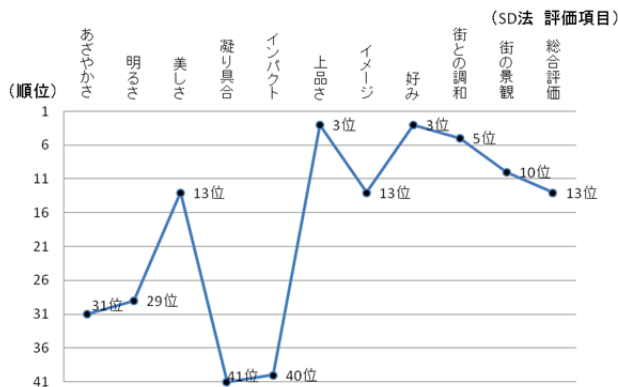


図-4 SD 法評価項目別の西鉄標準塗装バスの順位(41 台中)

図-5 は、「総合評価」において、西鉄標準塗装バスより高評価のラッピングバスのグループと低評価のグループに分類し、両者のベース色別・広告主分類別の割合を示したものである。図より、ベース色別で比較すると、高評価グル

ープは「青系」と、「黄色系」、「赤系」の割合が高く、「緑系」、「その他」の割合が低い結果となった。また、広告主分類別で比較すると、高評価グループでは「商業・レジャー施設広告」と「観光関連」の割合が高くなっている。

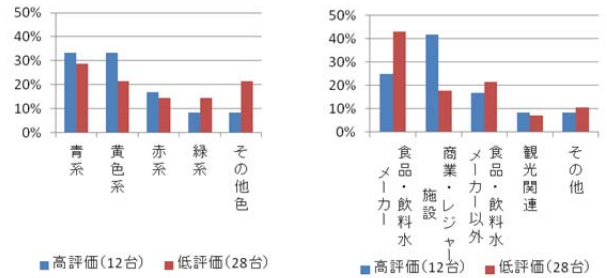


図-5 高評価・低評価グループ別のベース色・広告主分類割合

3.3 因子分析

表-2 は SD 法における各評価項目について因子分析を行った結果を示している。因子 1 は「デザイン評価」、因子 2 は「色彩」、因子 3 は「アピール性」と解釈できる。

表-2 因子分析

	因子1	因子2	因子3
総合評価	0.849	0.208	0.136
好み	0.809	0.240	0.115
街の景観	0.803	0.165	0.104
イメージ	0.796	0.206	0.231
上品さ	0.770	0.211	-0.035
街との調和	0.739	0.126	0.127
美しさ	0.723	0.346	0.111
あざやかさ	0.292	0.848	0.311
明るさ	0.385	0.589	0.382
インパクト	0.342	0.270	0.664
凝り具合	-0.038	0.113	0.554

4. まとめ

本研究では、SD 法によりラッピングバスのデザイン評価に関するアンケート調査を実施した。その結果、以下の知見を得ることができた。

- 1) ラッピングバスのデザイン評価は概ね良好であり、アピール性も高い。
- 2) ラッピングバスの導入は、バスの印象や街の景観の向上には必ずしもつながっていない。
- 3) 全体としてはベース色によるデザイン評価の違いは見られないが、西鉄標準塗装バスよりも総合評価の高いグループと低いグループを比較すると、特に「青系」の割合に差がみられる。
- 4) 全体としては、広告主分類によるデザイン評価の違いは見られないが、西鉄標準塗装バスよりも総合評価の高いグループと低いグループを比較すると、特に「食品・飲料水メーカー」、「商業・レジャー施設」の割合に差がみられる。
- 5) 凝ったデザインであればバスの印象や景観上の評価が高まるというものではない。
- 6) バスの印象や景観の面では、ラッピングバスは西鉄標準塗装バスに比して評価の低いものも多く、特に「上品さ」、「好み」、「街との調和」においてその傾向が強い。

ラッピングバスは露出度が高く、広告媒体としてのアピール性が高い一方、バスの印象や都市景観に及ぼす影響も大きい。そのため、今後のラッピングバスデザインを検討する上では、アピール性のみならず、都市景観向上への貢献などにも十分に配慮する必要であるといえる。