

景観に配慮した看板の掲出について

秋田大学大学院 学生会員 ○中西利佳
秋田大学 正会員 木村一裕

1. はじめに

今日の道路沿いの景観は、多種多様な看板が数多く見られ、より目立とうとする看板の掲出競争は、景観の悪化にもつながっていくと考えられる。

平成 16 年 6 月に景観法が制定されたことに伴い、屋外広告物法が改正された。それにより今後は、看板の掲出について配慮していく必要がある。

そこで本研究では、看板とその通りの写真を用いて SD 法による心理的評価を行い、好ましい看板・好ましい通りとはどんなものなのかを把握し、好ましい看板のあり方を考察することを目的としている。

2. 調査概要

本研究では、秋田県内に存在する通りのうち、看板の掲出の仕方や看板量の異なる特徴的な通りについて、6 街路、20 パターンの通りの写真を選定した。選定した通りの写真と、その通りの中に存在する看板の写真を用いて、SD 法によるアンケート調査を行った(表 1)。1 つの通りの写真は 3 枚 1 組になっており、プロジェクターでそれぞれの写真を大きく投影し、3 枚の写真を投影後、9 項目 5 段階の評価を求めた。看板の評価も同様に、通りの評価を行った後に投影し、7 項目 5 段階の評価を求めた。通り、看板それぞれの評価項目を表 2 に示す。

表 1 アンケート調査の概要

アンケート名	通りと看板に関するアンケート調査
実施日	2007年1月10,11,12,13,17,18日の6日間
場所	秋田大学総合研究棟7階ゼミ室、1階講義室
対象者	秋田大学の学生
人数	52人 (男:43人、女:9人)
調査内容	(1)通りを見ての心理的評価 (2)看板を見ての心理的評価
評価写真	(1)20パターンの通り(写真番号1-A~20-A) (2)通りの写真の中に存在する看板41個 (歩行者視点:29個、車視点:12個)

表 2 評価項目

通りの評価項目	看板の評価項目
美しい — 美しくない	デザインが良い — デザインが悪い
整然とした — 雑然とした	色使いが良い — 色使いが悪い
洗練された — 洗練されていない	個性がある — 個性がない
にぎわっている — にぎわっていない	周囲と調和している — 周囲と調和していない
調和している — 調和していない	目立つ — 目立たない
落ち着いたある — 落ち着いたない	何の店かわかる — 何の店かわからない
楽しそうな — 寂しそうな	好ましい — 好ましくない
特徴のある — 特徴のない	
好ましい — 好ましくない	

3. 通りの好ましさの評価分類

アンケート調査で得られた通りの評価のうち、「好ましさ」について注目し(図 1)、分類分けを行った結果、「好ましい」が 6 個(表 3)、「好ましくない」が 7 個であった。非常に・やや好ましいと評価する合計が 50%以上のものと、好ましくない評価が 10%未満のものを「好ましい」とし、非常に・やや好ましくないとする合計が 50%以上と、好ましい評価が 30%未満のものを「好ましくない」と判断した。

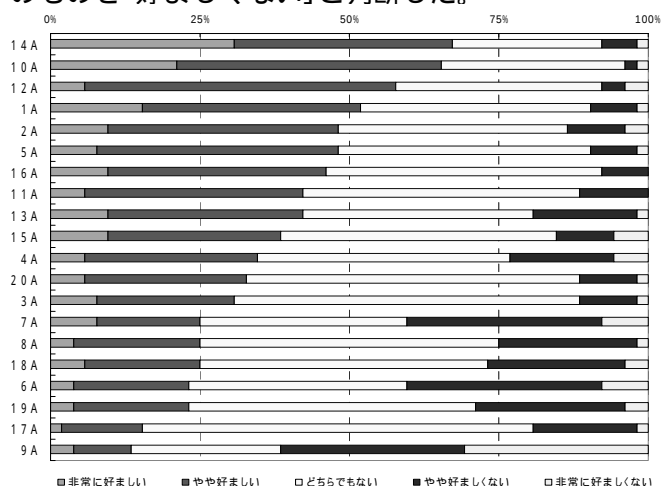


図 1 通りの好ましさの評価

表 3 好ましい通りの写真



4. 看板の評価分析

看板の評価 7 項目のうち、掲出に関する「調和」、「目立ち」と「好ましさ」の 3 項目に注目した。その結果 3 項目すべてで高評価(非常に・やや良い)が 50%を上回った看板は 3 個であった(図 2)。このことから、景観に配慮しながらも、看板としての役割(目立ち等)を果たすことは可能であるといえる。

次に、「調和」、「目立ち」、「好ましさ」の 3 項目につい

での良し悪しを分類した。この結果と表 3 の通りの評価についてまとめた(表 4)。

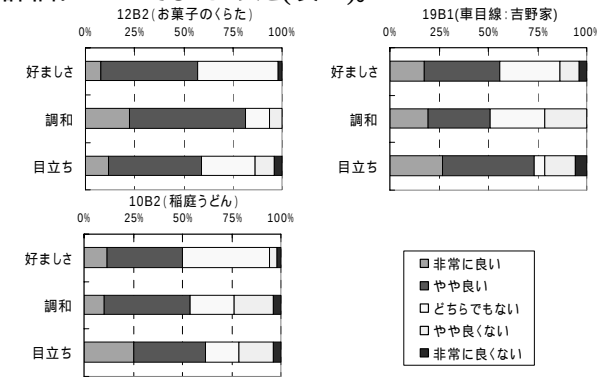


図 2 看板の 3 項目評価

表 4 看板 3 項目と通りの評価まとめ

看板	通り	該当する看板
調和している	好ましい	1B2(歩:金物山下), 5B1(さかいだ), 5B2(MAROTA), 10B2(稲庭うどん), 12B2(くらた), 14B1(キッチンパニック), 16B1(郵便局)
	好ましくない	9B2(カルビス), 8B2(トステム), 6B2(花徳), 19B1(車:吉野家)
調和していない	好ましい	1B1(歩:ほか弁)
	好ましくない	該当なし
目立つ	好ましい	1B1(歩:ほか弁), 10B1(明光義塾), 10B2(稲庭うどん), 12B2(くらた), 16B2(ほっぺちゃん旗)
	好ましくない	9B1(フジカラー), 18B2(車:青山), 6B1(歩:青山), 7B1(歩:吉野家), 8B1(歩:オートバックス), 19B2(車:カラオケ), 19B1(車:吉野家), 7B2(歩:カラオケ)
目立たない	好ましい	1B2(歩:金物山下), 5B1(さかいだ), 5B2(MAROTA), 12B1(化粧品大町), 14B1(キッチンパニック), 14B2(佐東旅館)
	好ましくない	9B2(カルビス), 6B2(花徳)
好ましい	好ましい	12B2(お菓子のくらた), 10B2(稲庭うどん), 16B1(郵便局)
	好ましくない	19B1(車:吉野家), 7B1(歩:吉野家), 18B2(車:青山), 6B1(歩:青山)
好ましくない	好ましい	該当なし
	好ましくない	6B2(花徳)

看板の 3 項目と通りの評価、すべてで高評価を示したのは 10B2、12B2 の 2 つであった。また、目立たないが調和していて、通りとしても好ましいのは 1B2、5B1、5B2、14B1 の 4 つであり、調和していないが目立っていて、通りとしても好ましいのは 1B1 となった。

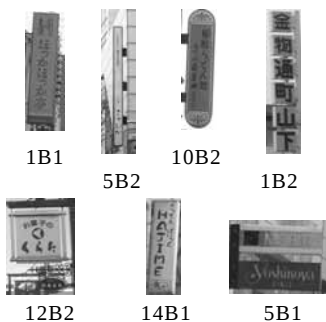


写真 1 高評価を得た看板

さらに本研究ではアンケートの集計結果から因子分析を行った。各評価項目の因子負荷量から、因子 1 は「デザイン」、「色使い」などの因子負荷量が大きいため『看板自体の良さ』とし、因子 2 は『調和』とした(表 6)。X 軸に因子 1、Y 軸に因子 2 をとり、各看板の因子得点をもとに分布図を作成した(図 3)。

表 6 因子負荷量

項目	因子 1	因子 2
看板自体の良さ	調和	
デザイン	0.779	0.125
色使い	0.766	-0.027
個性	0.678	-0.111
好ましさ	0.656	0.292
目立つ	0.536	-0.370
調和	0.060	0.531
店わかる	0.305	-0.084

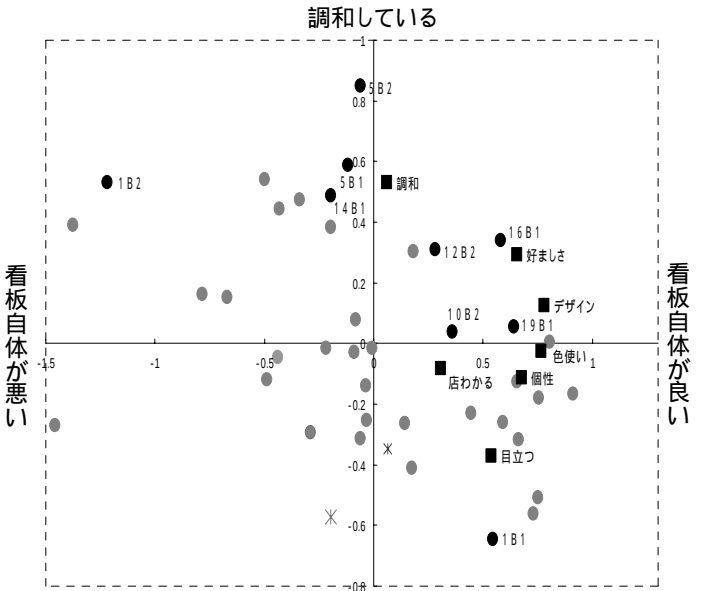


図 3 看板の因子得点分布図

1B2 は看板自体の評価が低く、5B1、5B2、14B1 は良し悪しの意見は分かれるが、あまり目立たないため通りへの影響が少ないと考えられる。また、1B1 は看板自体を半数近くが好ましいと評価し、好ましくないとする割合が低いため、通りとしても好ましい評価がされたと考えた。

5. 好ましい通りの看板掲出について

表 3 の好ましいとされた通りでは、どのような看板をどのように掲出しているのか、調査で用いた写真をもとに考察した。

その結果、どの通りも掲出の高さ(位置)に大きなばらつきは無く、看板の色も白がもっとも多く用いられ、その他の色も 2,3 色程度しか使われていなかった。さらに幅や大きさも統一されている感じを受けるものが多い。また、看板を掲出している建物の色と看板の色が同じような色味であり、建物と看板の一体感・調和を生んでいると思われる。12A では、やや大きく目立つ看板は背景に白を用い(12B2)、同じ大きさでも青い看板はやや低い位置に掲出することによって調和を保っているように思われる。

6. まとめ

- 本研究では、以下のことが明らかとなった。
- (1) 景観に配慮しながらも、看板としての役割(目立ち等)を果たすことは可能である。
 - (2) 通りとして好ましくするためには、掲出高さ・色・大きさに配慮することが重要であるといえる。
 - (3) 建物と看板の色味を同じにすることで、建物と看板の一体感・調和を生むことができる。