

都市内河川における広告看板の景観評価に関する一考察

呉高専 正員 市坪 誠 ヒロコン 正員 加藤文教 呉高専 正員 山口隆司
香川大学 正員 小松孝二 呉高専 学員 金本典子

1. はじめに

近年、人々の周囲景観に対する関心の高まりから、構造物においても審美性や周囲景観との調和が求められるようになってきた。特に、都市景観内に位置する河川沿川は、都市美はもとより河川独特の方向性やオープン性、自然性を備えた美しい景観の保持・創造が求められる。ここで、都市内沿川における対岸の景観において、建物のテクスチャーや形態からの統一性はもとより、付属する看板・広告が景観形成に与える影響は十分理解されていない。つまり、看板・広告の効果に限らず規制に関する基礎的資料も保持していないのが現状である。

そこで本研究では、広島市内を流れる京橋川における都市内沿川景観に着目し、看板・広告の景観評価および景観特性について検討を行った。つまり、都市内沿川における看板・広告の現況評価を行い、これを踏まえ看板・広告の効果およびその方向性について検討を行った。

2. 研究概要

対象となる景観は、広島市を流れる太田川の支流“京橋川”とした（図-1）。この河川はJR広島駅前を流れ、地方都市広島を代表するものである。

看板には、突き出し看板、屋上広告塔、懸垂幕・のぼり、壁面サインなどがあり、本研究では対岸から認知できる上記の看板を対象としている（図-2）。

まず、京橋川沿川の対岸景観を、計 140 枚（視点高さ 160cm、視野角 60 度）撮影を行った。景観構成要素（有無や占有面積など）の分布から代表的写真 54 枚を選出した。続いて、既往の文献から評価感性ワードを 57 対抽出し、5 段階のSD尺度の形式に整えた。景観内の看板・広告の評価を中心に官能調査を行った。被験者は、本研究の主旨を事前に説明しこれを十分理解した都市計画の専門家 17 名を対象とした。この結果をもとに因子分析を行い、京橋川沿川の都市景観に対する人々の心理構造を把握した。なお、左岸、右岸それぞれ上流、中流、下流の3分類をおこない、各地区ごとの景観の傾向について把握を行った。



図-1 看板景観

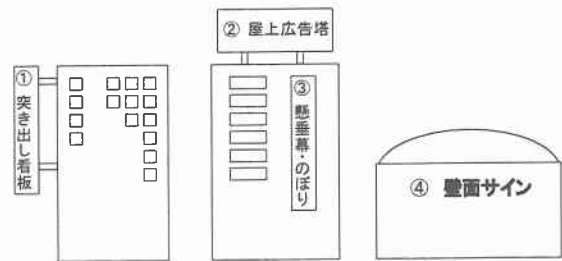


図-2 看板の種類

表-1 因子分析結果

感性	因子			
	1	2	3	4
ゆとりのある感じ	1.037	0.039	-0.255	0.088
安らぎのある感じ	1.024	0.014	-0.117	-0.052
広々とした感じ	1.023	0.129	-0.314	0.139
...	...	...	...	...
看板が統一感のある感じ	0.478	0.088	0.286	0.225
看板が調和した感じ	0.462	0.144	0.354	0.119
特色のある感じ	0.268	-0.780	-0.142	0.262
目立った感じ	-0.107	-0.775	0.122	0.329
単調な感じ	0.350	0.771	-0.093	0.069
...	...	...	...	...
変化のある感じ	0.181	-0.570	0.403	-0.083
歴史的な感じ	0.360	-0.445	0.045	-0.242
都会的な感じ	-0.078	-0.211	0.863	-0.033
賑わいのある感じ	-0.298	-0.458	0.831	-0.148
活気のある感じ	-0.180	-0.435	0.820	-0.159
...	...	...	...	...
洗練された感じ	0.418	-0.109	0.495	0.172
洒落た感じ	0.465	-0.172	0.471	0.145
看板の効果がある感じ	-0.190	-0.125	0.022	0.797
看板が見えやすい感じ	-0.161	-0.187	-0.102	0.791
看板が目立った感じ	-0.203	-0.149	-0.064	0.727
看板が魅力的な感じ	0.258	0.056	0.267	0.605
看板が洗練された感じ	0.268	0.078	0.362	0.482
固有値	34.257	7.051	2.850	2.273
寄与率	60.10%	12.37%	5.00%	3.99%
累積寄与率	60.10%	72.47%	77.47%	81.46%

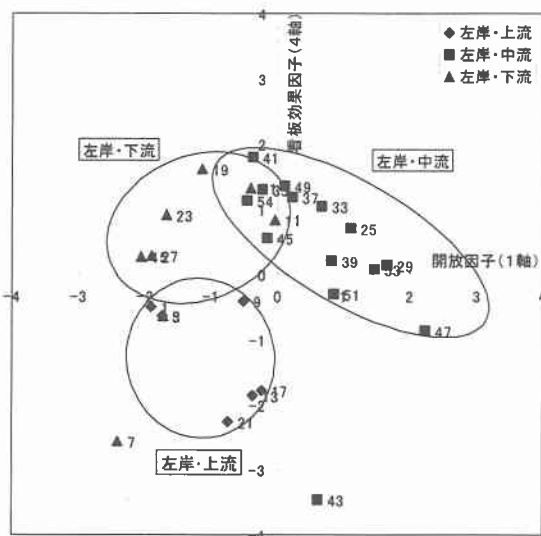


図-3 京橋川・左岸の看板効果

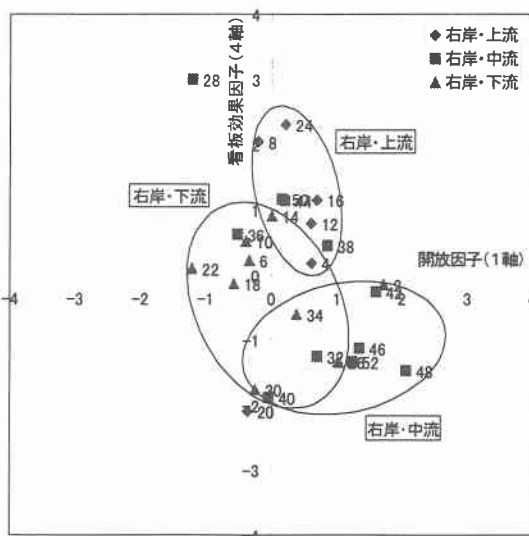


図-4 京橋川・右岸の看板効果

3. 解析結果及び考察

まず、評価結果を基に因子分析を行った。ここでは、変数間に独立性がないと予測されるため斜交回転を適用し、4軸に要約した。累積寄与率は81.5%となり、本解析の信頼度は高いと判断された(表-1)。

第1因子軸(寄与率60.1%)は、「ゆとりのある」、「安らぎのある」といった感性で構成されており、これを「開放因子」と命名した。同様に、「特色のある」、「単調な」といった感性で構成された第2因子軸(寄与率12.4%)は、「調和因子」と命名した。「都会的な」、「賑わいのある」といった第3因子軸(寄与率5.0%)は「活発因子」とし、「看板の効果がある」、「看板が見えやすい」といった第4因子軸(寄与率4.0%)は、「看板効果因子」とした。以上から京橋川沿川の都市景観に対する評価構造が把握された。

続いて、各景観に対する因子得点を基に、X軸を開放因子、Y軸を看板特性因子として、各地区における看板効果の把握を行った(図-3, 4)。

“左岸上流”は、第3象限を中心に分布することが理解できた。つまり、左岸上流の景観は、川幅が狭く大きな建物が並ぶことから、開放感、看板効果ともに低い景観であることが理解できた。“左岸中流”は、第1象限を中心に分布し、第2・4象限に至ることが理解できた。つまり、左岸中流の景観は、都市内緑化された比治山の影響から開放感の増加とともに看板効果が減少するか、もしくはその逆に開放感の減少とともに看板効果が増加する傾向を示す景観であることが理解できた。“左岸下流”は、第2象限を中心に分布することが理解できた。つまり、開放感が低いものの看板効果の高いことが理解できた。

“右岸上流”は、第1象限を中心に分布することが理解できた。つまり、右岸上流の景観は、開放感、看板効果ともに高い傾向を示すことが理解できた。“右岸中流”は、第4象限を中心に分布することが理解できた。つまり、右岸中流の景観は、開放感の変動に関係なく、看板効果は低い景観であることが理解できた。“右岸下流”は、第2象限から第4象限にかけて分布することが理解できた。つまり、右岸下流の景観は、開放感の減少とともに看板効果が増加するかもしれないもしくはその逆に開放感の増加とともに看板効果が減少する傾向を示す景観であることが理解できた。

4. まとめ

本研究で得られた結果を以下に示した。

- 1) 都市沿川景観に対する心理構造は“開放”、“調和”、“活発”及び“看板効果”の4軸で構成された。
- 2) 建物の密集状況、川幅の影響から京橋川沿川における都市景観の看板効果が把握された。

本研究は緒についたばかりであり、看板立地にかかる規制のあり方についても今後検討する予定である。本研究の一部は建設コンサルタンツ協会・中国支部の助成によりました。付記して謝意を表します。