

## 科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 5 月 1 日現在

機関番号：17102

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2012～2014

課題番号：24603015

研究課題名(和文)屋外広告物の誘導方針の検討と社会実験

研究課題名(英文)A study on control methods of outdoor advertisements

研究代表者

佐藤 優 (Sato, Masaru)

九州大学・芸術工学研究科(研究院)・教授

研究者番号：20093958

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,500,000円

研究成果の概要(和文)：屋外広告物は、都市の賑わいづくりに貢献する重要な要素のひとつである。しかし、都市のイメージを損ねる可能性もある。そこで本研究では、屋外広告物に関する調査を行い、以下の知見を得た。1)屋外広告物の合理的な大きさや情報量の基準値を得た。2)屋外広告物と賑わい感並びに好感度との関係性を調査し、賑わい感を損ねずに好感度を増す可能性を見出した。3)日本、韓国、中国における調査の結果、印象評価が屋外広告物誘導に有効であることがわかった。また、専門家を招聘し、屋外広告物誘導の方法を議論した。

以上の成果を報告書としてまとめ、屋外広告物の指導や品質向上に活かすために、行政、専門家、業界関係者に配布した。

研究成果の概要(英文)：Outdoor advertising is one of the important factor to make cities lively. However, it might damage the impression for cities depend on the design. Therefore, this study confirmed the findings as bellow by field-researches and questionnaire surveys. 1. The appropriate standard values for road side outdoor advertisements are achieved; reasonable size and amount of information. 2. The survey about the correlation between liveliness and images discovers the possibility that favorable public images are increased without the damage of liveliness. 3. As a result of the attitude survey for scenery in Japan, Korea and China, the assessment for citizen's impression is effective to control outdoor advertisements. And also, authorities discuss the considerations and how to control outdoor advertising.

These results on the above are reported and the reports are distributed to public administrations, authorities and industry participants to lead and improve the quality of outdoor advertising.

研究分野：芸術工学

キーワード：デザイン 芸術諸学 都市計画・建築計画 都市整備 環境政策 屋外広告物 サイン 都市景観

## 1. 研究開始当初の背景

(1)景観法制定以来、景観行政団体として地方自治体が独自に個性のある景観計画を策定する例が増えてきた。研究面や誘導方法の面から見ても、機能的な根拠や景観類型に対応した誘導方法が概ね出そろった。その一方で、屋外広告物の違反を含む無届が、福岡市の全件調査の結果 65%にのぼることが明らかになった。全国的にみても同程度か、地方都市においてはそれ以上であることが予想される。つまり、制度面では進展してきたが、実践面での立ち後れが目立つ。屋外広告物の指導にあたる部所は、屋外広告物への理解が薄い素人が担当するケースが多く、その意識によって地域の景観が左右される現実があった。行政の担当者が屋外広告物の意味と指導方法について簡潔に理解し、適切な指導ができるようにすることが急務であった。

(2)屋外広告物の広告媒体としての役割が変化し、製作者も多様化してきている。屋外広告物法は、主に施工者を対象とするものであり、その範囲では屋外広告士の資格制度の確立などの努力が認められるが、広告主等の理解を促す手法が不十分であった。従来は、景観と屋外広告物は相反する概念であると思われ、景観を保全することは企業活動を抑制することであると思われがちであった。しかし、屋外広告物の機能を十分に満足しない広告物や、地域の連続性に配慮しない広告物によって、地域が大切にしてきたイメージが損なわれていく現実もあり、行政、広告主、製作者等の関係を考慮した指導方法が問われていた。

(3)日本の景観法はアジア諸国にも影響を与えており、韓国や中国などでも景観への関心が高まっている。そのような背景の中で、景観づくりに関する国際的な評価をする「アジア都市景観賞」を 2010 年に設立したが、その評価基準がまだ合意に至っていなかった。各国の景観に関する評価方法について議論をする必要がある。また、「屋外広告物は都市の賑わいづくりに貢献する」と言われることが多いが、基本的な目的をはき違えている。従来の研究で景観の好き嫌いの評価に「圧迫感」が作用していることを解明したが、本研究では、アジアらしいと言われる「賑わい感」に関する評価について確認をする。さらに、このような評価基準を明らかにしていくことによって、屋外広告物や景観を誘導する根拠として市民参加の可能性を検討できるのではないかと考えた。

## 2. 研究の目的

(1)屋外広告物に関して、現実に用いられている広告物から情報量を求め、視覚的な機能を満足させる大きさと、圧迫感を感じさせない範囲の調和点を求める。実験室的な研究ではなく、原寸模型を用いて現場で実験をすることによって、より実践的で説得力のあるものとする。合理的な根拠となる基準を求めると

によって、今後の屋外広告物の誘導の目安とする。

(2)屋外広告物の誘導に関する簡潔なテキストをつくり、意味や設計方法、さらには誘導の方法に至るまでの基本を理解させる。屋外広告物を誘導するためのプロセスを示し、さらに、本研究によって実践的で論理的な根拠を示し、説得力のある指導を行う。

(3)屋外広告物の新しい表現方法のひとつとして、携帯端末と関連させた QR コードの有効性を明らかにする。

(4)アジア都市景観賞にかかわる日本、韓国、中国の専門家の議論を通じて、景観の評価基準を明らかにする。議論の結果はアジア都市景観賞の審査に活かすが、一方で、アジアの人々は賑やかな景観に親しみを感じていると思われるが、ソウルにおける調査によって賑わいと好感度との関係を明らかにする。また、日本、韓国、中国における意識調査によって、差の有無を確認する。

(5)屋外広告物を低層部に限定するヨーロッパで主に用いられている手法は、従来から参考にしてきたが、さらに制度上の総合的な方法についてトロントの事例を確認する。

(6)企業活動の一環である屋外広告物と都市のイメージアップをはかろうとする景観誘導とが対立する場合に、調整をはかるためには市民参加の手法が有効であると考えられる。そこで、景観に関する市民の評価を確認し、屋外広告物誘導に市民の意識調査が有効であるかどうかを確認する。

(7)屋外広告物に関する専門家は、従来は個別に各地域で指導助言を行っていた、そこで本研究では、日本全国の屋外広告物誘導に影響を与えてきた指導者を集め、さらに総合規制と個別規制と誘導方法が異なる韓国の指導者を加えて、屋外広告物の誘導方法を確認し合い、今後の課題を検討する。

(8)本研究の成果を報告書としてまとめ、専門家、行政、業界関係者に配布し、屋外広告物の誘導の充実と品質向上をはかる。

## 3. 研究の方法

(1)福岡市西区今宿から九州大学学園通り線を通して九州大学伊都キャンパスに至る沿道の屋外広告物(貸看板)67件の情報内容を抽出し、その情報量の90%程度を表現する必要十分な大きさについて検討し、次いで原寸大のモデルを用いた現場実験によって適正な大きさを確認した。従来は、原寸の実験が困難であるため、実験室におけるシミュレーションにとどまっていたが、安価で歪まない強度のあるダンボールを利用することによって現場で原寸の実験が可能になることに着目し、支柱の形状を工夫して表示面の交換しながら、被験者の反応を確認した。

(2)行政や広告主の担当者がわかりやすい屋外広告物のテキストを編集した。屋外広告物の定義、屋外広告の原則、適切な情報量、デザインなどの諸要素、行政や広告主への助言など

によって構成した。その中に本研究の成果を根拠となる資料として挿入した。

(3)QRコードを活用したサインの有効性を検証する実験を行った。福岡市天神地下街の出入口で、周辺の案内サインを試作し、その中にQRコードを挿入させて情報を補うものとし、現場における利用者の反応を確認した。なお、本実験の資料作成に本助成によって購入した卓上型ロール式ラミネート機を使用し、仮設サインのためのラミネート貼りを行った。

(4)韓国ソウル市において、賑わい感と好感度の関係についての調査を行った。韓国は、日本の総量規制に対して広告主規制をしている。ソウルは、屋外広告物の指導にあたって賑わい感を重視する意見が特に多く、ソウルで調査することによって他の地域でも適用可能であると考えた。

(5)屋外広告物誘導の総合的で先駆的な事例として、トロント市の事例を調査し、特に地区区分の方法と誘導基準を確認した。

(6)すぐれた景観の受益者は市民であり、景観誘導に市民意識を活用する必然性があるが、それが可能かどうかを日本、韓国、中国における意識調査によって明らかにした。

(7)日本と韓国の屋外広告物誘導について指導的役割を果たしてきた専門家を招聘し、意見交換を行った。

(8)研究成果報告書を作成し、行政、広告主、関連業界関係者等に配布し、屋外広告物の誘導方法を理解させ、屋外広告物の品質向上をはかる。

#### 4. 研究成果

(1)沿道の屋外広告物を調査した結果、約90%が総文字数65文字以下であることがわかり、既存不適格を10%程度として実用可能な改善を行うための目安が明らかになった。さらにその文字数が表示可能であり、自動車運転者が判読できる基準となる屋外広告物の大きさを実験によって確認した結果、幅3~5m×高さ1m程度であることがわかり、道路幅員や走行速度等によって規定できることがわかった。また、横2列に並べた場合と上下3段に並べた場合に圧迫感を感じはじめることがわかり、上下2段までに制限することが望ましいことがわかった。この結果から、一般道路において、道路幅員や走行速度に応じて1枚の貸看板は3㎡から5㎡程度、2段までに制限することが合理的な基準になることが確認できた。

本研究成果は、研究協力をした佐藤優指導の鴻池佐和子「伊都キャンパス周辺の屋外広告物のあり方に関する研究」平成24年度九州大学大学院芸術工学府修士修了研究となった。

(2)QRコードを活用したサインの可能性については、福岡市天神地下街の出入口に仮設して実験を行い、有効であることが確認された。研究開始当時はQRコードをサインに用

いる例が少ないために本実験を始めたが、その後直ちに普及しはじめたために本研究でさらに継続する必要がないと判断し、有効性を確認したに止めた。

本研究成果は、平田世理奈・佐藤優「QRコードを活用した公共サインの研究」芸術工学会2012として発表し、さらに研究協力をした佐藤優指導の平田世理奈「QRコードを活用した次世代型サインの研究」平成24年度九州大学大学院芸術工学府修士修了研究となった。

(3)「屋外広告の知識」が専門家向けの資料として長く出版され、屋外広告士の試験にも用いられてきたが、複雑であり、行政や広告主が理解しにくいものであった。そこで、短い時間で屋外広告物の全容を把握できることを目的とした「屋外広告のテキスト」を編集した。そのこと自体は従来の研究や指導の経験を中心としたもので、編集が新しいだけであるが、その中に(1)の成果を入れ、そのことによって合理的な誘導が不可欠であることを強く印象づけた。

本研究成果は、佐藤優・中牟田麻弥「屋外広告のテキスト」九州大学佐藤優研究室、2013としてまとめ、行政や業界関係者に配布した。

(4)従来の研究により、景観の評価に「圧迫感」が作用することがわかっていたが、「賑わい感」と「好感度」との関係が不明確であり、賑わい感について許容的であるソウルにおいて、「活気ある賑わい感」のあり方を調査研究した。その結果、店舗のファサードが賑わい感に影響を与え、デザイン要素が単純である方が好感度が高くなる傾向があり、賑わい感を損ねずに好感度を上げる可能性があることがわかった。

本研究成果は、金明煥・佐藤優「韓国ソウル市の広告景観における賑わい感の評価」芸術工学会誌No67、2015に論文として発表した。

(5)佐藤優が指導する博士課程在籍中の有川裕子にトロント市の屋外広告物と景観誘導の資料を整理してもらった。その結果、きめ細かく地区区分をする方法、屋外広告物の掲出可能な場所の制限、厳格な罰則、警告と所有者の責任、半径150mの範囲への変更通知、道路の種類による誘導など、今後の課題とすべき視点が明らかになった。日本では、屋外広告物の誘導方法を広く適応させるために、大枠での基準的な誘導方法を示し、地方都市も概ねそれに準拠してきたために画一化してきているとの指摘もある。トロントの地区区分の方法を参考にして、さらに市民意識調査の結果を重ね合わせて、地区区分の細分化を検討している。

本研究成果は、佐藤優科学研究費助成「屋外広告物の誘導方針の検討と社会実験」報告書、2015年の中に掲載した。

(6)糸島市における市民意識調査の結果、市民の景観への期待する方向にまとまりがあることがわかり、市民意識を根拠にして地区区分を行い、個性のある景観誘導が可能であることが確認できた。当該調査は糸島市と九

州大学との協力協定に基づくものであるが、本研究ではそれをさらに進め、地域差や国による差があるかどうかを確認するための調査を日本、韓国、中国で行った。その結果、圧迫感-賑わい感-居居意思-観光意思の相互の関係で景観誘導の地区区分ができることがわかった。また、国別の差は小さく、評価が共通していることがわかったが、韓国が賑わい感に若干許容的であることが明確になった。

本研究成果は、佐藤優科学研究費助成「屋外広告物の誘導方針の検討と社会実験」報告書、2015年の中に掲載した。また、芸術工学会の論文としてまとめ、提出予定である。

(7)本研究代表者が中心となり、西川潔筑波大学特命教授(屋外広告の知識編纂)、武山良三富山大学教授(日本サイン学会会長)、藤本英子京都市立芸術大学教授(伝統的景観地区指導)、金明煥韓国桂園芸術大学教授(韓国の景観指導)が集まり、産官学を横断した研究会を開催した。これまでの指導方法を総括し、今後の課題を共有した。なお、関東圏で指導実績がある田口敦子多摩美術大学教授とも意見交換を行い、屋外広告物法の課題と今後のソーシャルメディアとの関係について協議した。この結果、多様な視点と方法を確認することができ、地域の特性に応じて誘導方法を選択的に検討できることを確認した。

本研究成果は、佐藤優科学研究費助成「屋外広告物の誘導方針の検討と社会実験」報告書、2015年の中に掲載した。

(8)一連の本研究の結果、方法論、理念、市民参加、課題などを各方面から検討することができ、この成果は屋外広告物の指導にあたっての現場で十分に活用できるものであり、誘導方法を向上させることに貢献すると考え、本研究成果を佐藤優科学研究費助成「屋外広告物の誘導方針の検討と社会実験」報告書としてまとめ、行政、専門家、業界関係者に配布した。

(9)研究代表者は、現在福岡県及び福岡市の景観審議会の会長をしており、2013年公布の「福岡県の屋外広告物ルールと適正化方針」の策定、並びに2014年より検討中の「福岡市屋外広告物条例規格基準塔の見直し」を行っており、本研究の成果を反映させている。特に、地区区分のあり方、基準となる大きさ、市民参加の手法等については、本研究の知見を根拠にしている。また、糸島市においては、九州大学との協力協定に基づいて良好な景観づくりに関する指導を行っており、2015年に「糸島市の良好な景観形成のための屋外広告物に関する調査研究報告書」を作成し、屋外広告物の誘導方針を示しているが、その地区区分と市民参加の手法に関して、本研究で得られた知見を活かしている。さらに関連した成果として、景観に関する国際賞であるアジア都市景観賞の審査委員長を務め、アジアの景観の評価基準を定め、さらに本研究で得

られた日本、韓国、中国における景観に関する意識調査の結果を審査に反映させたい。以上のとおり、本研究は実務や行政の現場に直接反映できる実践的な研究であり、本研究をとおして、景観や屋外広告物誘導の考え方や方法が大きく進展することが期待される。また、報告書にまとめた景観評価の手法と市民参加の可能性についても広く周知していく予定である。

#### 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

##### 〔雑誌論文〕(計1件)

金明煥、佐藤優、韓国ソウル市の広告景観における賑わい感の評価、芸術工学会誌、査読有、No.67、2015、pp.40-47

##### 〔学会発表〕(計1件)

QRコードを活用した公共サインの研究、平田世理奈、佐藤優、芸術工学会誌、査読有、No.60、2012、pp.72-73、発表年月日：2012年12月7日、発表場所：東京造形大学(東京都八王子市)

##### 〔図書〕(計2件)

佐藤優、中牟田麻弥、適切な情報量、屋外広告のテキスト、九州大学佐藤優研究室、2013、全66頁、pp.26-27  
佐藤優、科学研究費助成基盤研究(C)24603015「屋外広告物の誘導方針の検討と社会実験」報告書、2015、全130頁

##### 〔産業財産権〕

出願状況(計0件)

名称：  
発明者：  
権利者：  
種類：  
番号：  
出願年月日：  
国内外の別：

取得状況(計0件)

名称：  
発明者：  
権利者：  
種類：  
番号：  
出願年月日：  
取得年月日：  
国内外の別：

##### 〔その他〕(計4件)

鴻池佐和子(佐藤優指導)、伊都キャンパス周辺の屋外広告物のあり方に関する研究、平成24年度九州大学大学院芸術工学

府コンテンツ・クリエイティブデザイン  
コース修士論文概要集、2013、pp5-6  
平田世理奈（佐藤優指導）QRコードを  
活用した次世代型サインの研究、平成 24  
年度九州大学大学院芸術工学府コンテン  
ツ・クリエイティブデザインコース修士  
論文概要集、2013、pp.69-70  
佐藤優、中牟田麻弥、屋外広告のテキス  
ト発表会（科学研究費助成「屋外広告物  
の誘導方針の検討と社会実験」平成 24  
年度研究報告会）2013 年 4 月 12 日、九  
州大学大橋サテライト（福岡県福岡市）  
佐藤優、西川潔、武山良三、藤本英子、  
金明煥、屋外広告の誘導方法の総括（科  
学研究費助成「屋外広告物の誘導方針の  
検討と社会実験」研究会）2015 年 1 月  
23 日、九州大学大橋キャンパス（福岡県  
福岡市）

## 6. 研究組織

### (1) 研究代表者

佐藤 優 (SATO, Masaru)

研究者番号：20093958

### (2) 研究分担者

( )

研究者番号：

### (3) 連携研究者

( )

研究者番号：