

ラッピングバスのデザイン評価に関する研究 ～専門家と一般市民の比較～

福岡大学 辰巳 浩, 堤 香代子, 焼山 健瑛

はじめに

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で、多くの住民や来街者の目にふれ、都市の景観にも大きな影響を与えるといえる。本研究では既往研究において、福岡市内を走るラッピングバス(40台)について福岡市在住の一般市民にアンケート調査を行い、676人(回収率16.9%)から回答を得て分析を行った。本研究では、景観およびデザインの専門家を対象に同様のアンケートを行い、専門家のラッピングバスに対する評価を把握するとともに、専門家と一般市民との評価を比較することを目的とする。

調査概要

調査にあたって、まず、ラッピングバス40台を2グループに分け、2パターンの調査票を作成し、それぞれ西鉄標準塗装バスに加え、バスのデザイン評価を1人につき計21台とした。

配布・回収方法	郵送配布、郵送回収
配布対象	景観(土木系・建築系)およびデザインを専門とする大学教員
配布部数	82部×2パターン、計164部
回収部数	パターン①30部+パターン②31部、計61部
回収率	37.2%
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

デザインの評価方法はSD法(5段階)を用いた。

あざやか	明るい
暗い	暗い
清楚	清楚
汚れている	汚れている
インパクトがある	インパクトがある
質	質
イメージが良い	イメージが良い
好き	嫌い
街になじまない	街になじむ
景観に調和しない	景観に調和する
凝り具合が悪い	凝り具合が良い
凝り具合が良い	凝り具合が良い

- SD法の形容詞対の文字数や漢字数などのバランスを配慮。
 - SD法の形容詞対が左右一方に良い印象が偏らないように配慮。
- ※分析における評価結果の図では、右側に良い評価を配慮し、形容詞対の順番を変更。



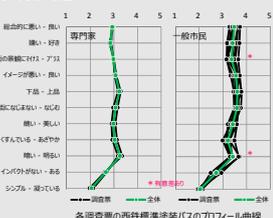
評価対象のラッピングバス



調査結果

各パターンの調査票における評価の同等性について

専門家は2パターン、一般市民は8パターンの調査票に関し、各々の西鉄標準塗装バスの評価について、形容詞対ごとに有意水準1%で検定を行った。その結果、専門家ではすべての形容詞対で、一般市民においては2つの形容詞対を除いて帰無仮説が採択され、各調査票の評価は同等であるとみなし、分析を進めた。

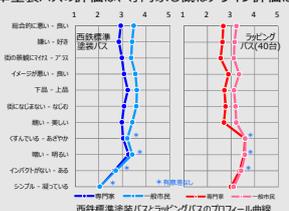


専門家と一般市民の評価の違い

(1)西鉄標準塗装バスとラッピングバス

西鉄標準塗装バスとラッピングバスのそれぞれで、専門家と一般市民のバスのプロフィール曲線を描いて、専門家と一般市民の評価の違いをみる。

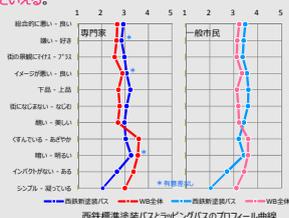
- 専門家は一般市民よりも評価が低い。しかし、デザインの良し悪しを評価できない形容詞対においては評価は同じ。
- 西鉄標準塗装バスの評価は、専門家も概ねデザイン評価は良好である。



(2)専門家と一般市民

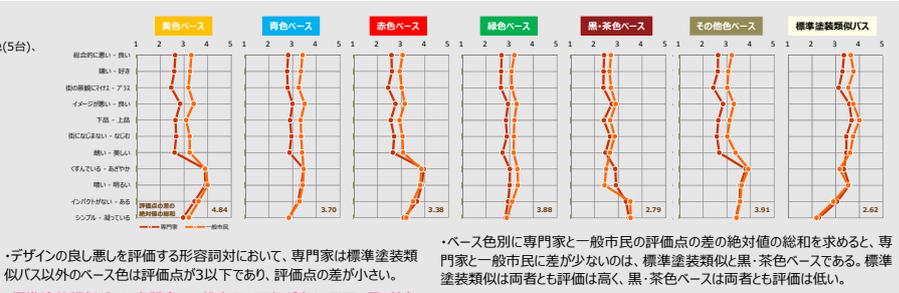
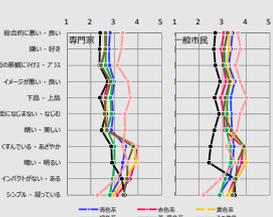
専門家と一般市民のそれぞれで、西鉄標準塗装バスとラッピングバスのプロフィール曲線を描いて、各バスの評価の違いをみる。

- ラッピングバスは西鉄標準塗装バスより評価が低い。しかし、デザインの良し悪しを評価できない形容詞対においては評価点が高く、市民の目を引いているといえる。



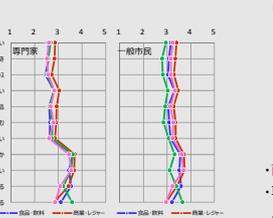
(3)ラッピングバスの車体のベース色

ラッピングバスの車体のベース色を黄色(12台)、青色(9台)、赤色(6台)、緑色(5台)、黒・茶色(3台)、その他(4台)、標準塗装類似(1台)に分類した。

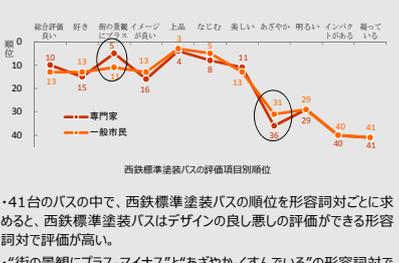


(4)ラッピングバスの広告商品の種類

ラッピングバスの広告商品を食品・飲料関連(15台)、商業・レジャー関連(11台)、観光・海外関連(3台)、その他の業種(11台)に分類した。



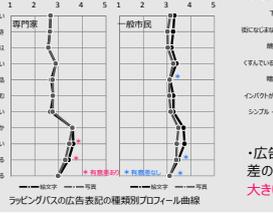
(6)総合評価



(5)ラッピングバスの広告表記の種類

ラッピングバスの広告表記を絵・文字(22台)、(18台)に分類した。

- 専門家は広告表記で評価に差がみられない。
- 一般市民は広告表記で評価に差がみられる。



(8)因子分析

被験者の評価の背後に潜む共通の因子を見つけるために因子分析を行った。

3因子まで寄与率は専門家64.5%、一般市民66.8%で、両者の各因子の項目が一致しており、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。

形容詞対	専門家の寄与率			一般市民の寄与率		
	因子1	因子2	因子3	因子1	因子2	因子3
総合評価良い・悪い	0.883	0.101	-0.145	0.848	0.206	0.136
好き・嫌い	0.827	0.162	-0.165	0.809	0.238	0.116
イメージ良い・悪い	0.812	-0.038	0.137	0.803	0.164	0.104
美しい・醜い	0.795	0.174	-0.309	0.796	0.212	-0.031
上品・下品	0.789	0.091	-0.366	0.796	0.205	0.232
なじみやすい・なじまない	0.768	0.048	-0.265	0.739	0.127	0.126
美しい・醜い	0.727	-0.139	0.057	0.729	0.341	0.111
あざやか・さみしい	0.013	0.941	-0.033	0.292	0.853	0.313
明るい・暗い	0.066	0.696	0.130	0.386	0.587	0.383
凝り具合が良い・悪い	-0.275	-0.014	0.520	0.342	0.267	0.669
インパクトがある・ない	0.049	0.365	0.594	-0.037	0.113	0.550

まとめ

- 西鉄標準塗装バスの評価は、専門家も一般市民の概ねデザイン評価は良好である。
- ラッピングバスは西鉄標準塗装バスより評価が低い。デザインの良し悪しを評価できない形容詞対においては評価点が高く、市民の目を引いているといえる。
- 専門家は一般市民よりも評価が低い。しかし、デザインの良し悪しを評価できない形容詞対においては評価は同じ。
- 商業・レジャー関連が両者とも評価が高い。
- 標準塗装類似バスは専門家と一般市民も評価が高い。反面、黒・茶色のベース色は評価が低い。
- 両者の評価に差があるのは黄色のベース色である。
- 緑色は標準塗装類似とともに、他のベース色に比べるとインパクトが少なく評価が低い。
- 両者の評価に差が大きいのは、その他の業種を除く食品・飲料関連である。
- 専門家は広告表記で評価に差がみられない。
- 一般市民は広告表記で評価に差がみられる。
- 絵・文字で両者の差が大きい。
- 個人属性による評価の違いはみられない。

専門家と一般市民の評価は概ね同様の傾向を示すが、一般市民より専門家の方が激しい評価をしている。特に、バスの印象や景観面ではそのことが顕著に表れた。

今後、ラッピングバスを導入するにあたり、西鉄標準塗装バスよりも総合的に優れたデザインであることが望ましい。