

街路幅員による屋外広告物の誘導に関する研究：屋外広告物の面積と文字の大きさに着目して

張, 美弘

<https://doi.org/10.15017/1654894>

出版情報：九州大学, 2015, 博士（芸術工学）, 課程博士
バージョン：
権利関係：全文ファイル公表済

氏名	張 美弘			
論文名	街路幅員による屋外広告物の誘導に関する研究 －屋外広告物の面積と文字の大きさに着目して－			
論文調査委員	主査	九州大学	教授	佐藤 優
	副査	九州大学	教授	伊原 久裕
	副査	九州大学人間環境学研究院	教授	坂井 猛

論文審査の結果の要旨

本研究は、屋外広告物の適正な誘導を行う基準として、街路幅員に応じた屋外広告物の面積と文字の大きさを実証的な実験研究によって明らかにした研究である。

本研究では、5段階の分析を行っている。

第1章では、屋外広告物の規制の現状と先行研究について調査、確認をしている。

第2章では、街路の幅員と屋外広告物の面積に関連性があるのかどうかについて予備調査を行い、街路幅員に応じて印象評価の結果が異なることを確認している。

第3章では、景観評価のために適切な写真とシミュレーション画像の画角について実験を行っている。これは、従来の佐藤優研究室における実験が視角 110° の立体映像提示装置を用いていることに対して、これでは実情に近似した実験ができる反面で、多数の被験者を対象にした調査ができないことに着目し、写真でも通常の歩行時の感覚に近い画角を求めることができないかと考えたものであり、実験の結果、28mm レンズで画角 119° が概ね適切であるとの結論を導いている。

第4章では、街路幅員と屋外広告物の面積について、車線数の違いによるシミュレーションサンプルを作成し、「好感性」、「活動性」、「開放性」の印象評価を行っている。この結果、街路景観では開放性が好感性に影響を与えていることが確認された。また、屋外広告物の掲出範囲や壁面に対する割合などを抽出している。

第5章では、屋外広告物の文字の大きさについて調査を行い、文字の大きさを屋外広告物の面積の40%程度にすることが適切であるとの結論を導いている。

第6章では、本研究によって導かれた目安が適切であるかどうかの検証実験を行い、調整をした結果、好感性と開放性について改善できることが確認され、有効性を実証している。

第7章は総括とし、研究内容をまとめ、今後の課題と展望について述べている。

本研究は、これまでの屋外広告物の誘導が、街路の幅員に応じた視点を持ってこなかったことに着目し、調査、実験を繰り返して、街路の幅員によって印象が異なることを明らかにした。本研究の成果は、今後の屋外広告物誘導に重要な指針を与えるものであり、条例やガイドラインを考えるにあたってのひとつの根拠になる。また、28mm レンズを用いた画角 119° 前後の写真が、簡便な調査を行う場合に有効であることを確認したことは、屋外広告物の研究をする者にとって有用な知見である。

屋外広告物の誘導に関して、新たな知見を加えた研究であり、芸術工学にふさわしい実践的かつ有為な研究である。

よって、本論文が博士（芸術工学）の学位に値するものであることを、本調査委員会は認めた。