

# 京都市屋外広告物印象評価等アンケート

## 調査報告書（概要版）

### 目次

1	調査背景・目的	1
2	アンケートについて	1
3	調査概要	2
4	分析手順	3
5	調査結果	4
	（1）回答者の属性（年齢）	4
	（2）本市屋外広告物規制について	5
	（3）景観写真分析（一部抜粋）	6
	（4）エリアごとの評価	11
6	自由記述	12

## 1 調査背景・目的

京都市では平成19年9月から景観政策を抜本的に見直した新景観政策を実施しており、屋外広告物についても歴史都市・京都の景観を形づくる重要な要素として位置付け、市内を21の地域に分類するなどきめ細やかな基準を設けている。特に屋上広告物や点滅式照明・可動式照明を使用した屋外広告物を市内全域で禁止するなど他都市に比べ非常に厳しい規制を行い、美しい品格のある都市景観づくりに努めている。

これらの規制を盛り込んだ「京都市屋外広告物等に関する条例」が平成26年9月に完全施行されたが、条例施行までの適正化の取組により、本市の広告景観が大きく変化した。そこで、①これまでの取組の効果を検証するため、新景観政策の取組で創出された広告景観の印象を、屋外広告物適正化前後の町並みなどの写真を掲載したアンケートにより調査し、②調査結果に基づいた現行規制における課題の分析・整理を行うことにより、これまで以上に良好な景観を創出するための参考として活用することを目的として実施したものである。

## 2 アンケートについて

### (1) アンケートの内容について

アンケートは、「京都市が屋外広告物を規制していることについてどのように評価するか」等の文章による設問と、「高さ」「大きさ」「色彩」等に関する現行の規制により創出された広告景観に関し、適正化前後等の写真を比較し、「京都の景観にふさわしいか」の印象を評価する設問を盛り込んだ内容となっている。

アンケートの作成に当たり、広く京都市内を回り、屋外広告物の写真撮影を行い、200件以上の事例から掲載する写真の選定を行い、調査ポイントである「高さ」「大きさ」「色彩」等の種類でグループ分けし、78枚の写真に絞り込み、アンケートを作成した。

### (2) アンケートの仕様等

屋外広告物の適正化前後等の印象を比較できるよう、写真を以下のように対となるように配置し、回答者がその印象について、直感的に判断し評価ができる仕様とした。

(アンケートの設問例)		※写真上部の番号はアンケート冊子の掲載番号	
10. 四条通 高倉から東方向 (通りの景観・袖看板あり)		11. 四条通 高倉から東方向 (通りの景観・袖看板なし)	
			
5 4 3 2 1		5 4 3 2 1	
ふさわしい      どちらでもない      ふさわしくない		ふさわしい      どちらでもない      ふさわしくない	

#### <5段階評価>

写真の印象の評価は5段階として、京都の景観に「ふさわしい」「ややふさわしい」「どちらでもない」「ややふさわしくない」「ふさわしくない」の順に5点、4点、3点、2点、1点に点数化した。

また、前ページの設定例に示したように写真の下に点数欄を設け、点数に直接○を記入できる仕様とした。

点数	評価
5	ふさわしい
4	ややふさわしい
3	どちらでもない
2	ややふさわしくない
1	ふさわしくない

#### <写真の加工>

適正化前後等の写真については、回答者が変化を認識しやすくするため、広告物以外が可能な限り同じになるよう、写真を加工した（適正化前後では、当該広告物以外の看板等が変化している場合があるため）。

#### <エリア別分類>

地域によって規制の内容が異なることや、地域の持つイメージが広告物の印象に影響を与えることがあるため、対象となる屋外広告物が設置されているエリアを「商業集積地（駅周辺、繁華街等）」、「準商業集積地（町家等）」、「歴史的街区（上賀茂、産寧坂、祇園新橋等）」、「郊外幹線道路（国道等）」の4つに分類して調査を行った。

### 3 調査概要

主な調査対象を「京都市民」とし、補助的調査として、国内外から本市を訪れる「観光客」に以下のとおりアンケートを実施した。

#### (1) 主要調査

対 象： 住民基本台帳から無作為抽出した20歳以上の京都市民2,000名  
(在住外国人含む)

方 法： 郵送

実施期間： 平成27年10月9日～11月9日

回収結果： 871通（有効回収率43.55%）

#### (2) 補助調査

対 象： 本市を訪れる日本人・外国人観光客

方 法： 街頭調査及び宿泊施設等に設置

実施期間： 平成27年10月10日～11月6日

回収結果： 432通（無効票3通含む） 内訳…日本人286通、外国人146通

#### 4 分析手順

全調査において各写真の平均値及び各設問ごとに対となっている写真の平均値の差を算出するなどの手法により、どのような屋外広告物が京都の景観にふさわしいか分析した。

**【例】**

1. 四条大宮（屋上看板・あり）



2. 四条大宮（屋上看板・なし）



**表 1**

点数	評価	回答数
5	ふさわしい	58
4	ややふさわしい	95
3	どちらでもない	316
2	ややふさわしくない	220
1	ふさわしくない	157
<b>平均点</b>		<b>2.62</b>

合計 846

点数	評価	回答数
5	ふさわしい	197
4	ややふさわしい	303
3	どちらでもない	252
2	ややふさわしくない	46
1	ふさわしくない	49
<b>平均点</b>		<b>3.65</b>

合計 847

**表 2**

※無回答は 25 名

※無回答は 24 名

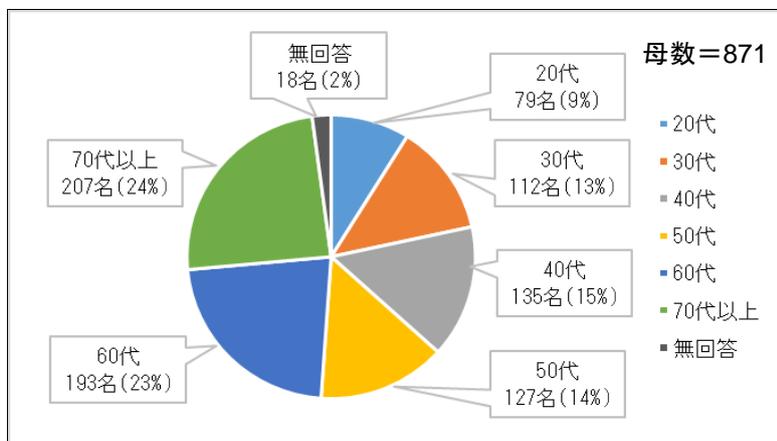
	1. 屋上広告物・あり	2. 屋上広告物・なし
分析結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「1」を低く評価した回答者は、「2」を高く評価する傾向がやみられる。</li> <li>・平均値では 1.03 の差がある。</li> <li>・屋上看板がない方が京都の景観にふさわしいと考えられる。</li> </ul>	

## 5 調査結果

### (1) 回答者の属性（年齢）

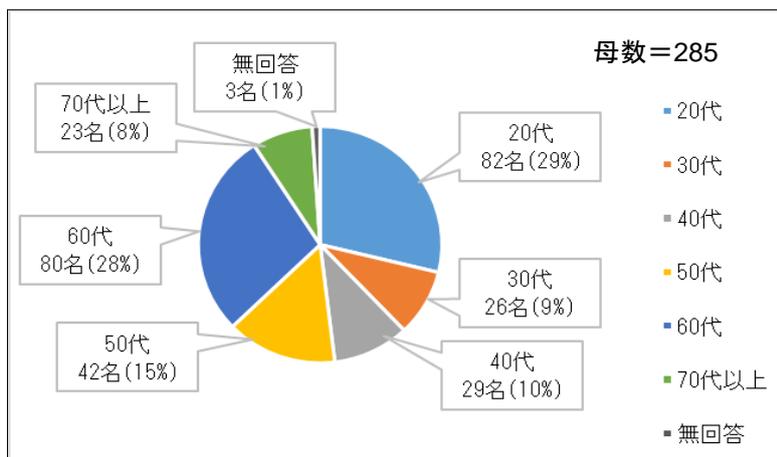
#### <主要調査・京都市民>

回答者の中で最も多い年代は、70代以上（24%）、次いで60代（23%）であった。



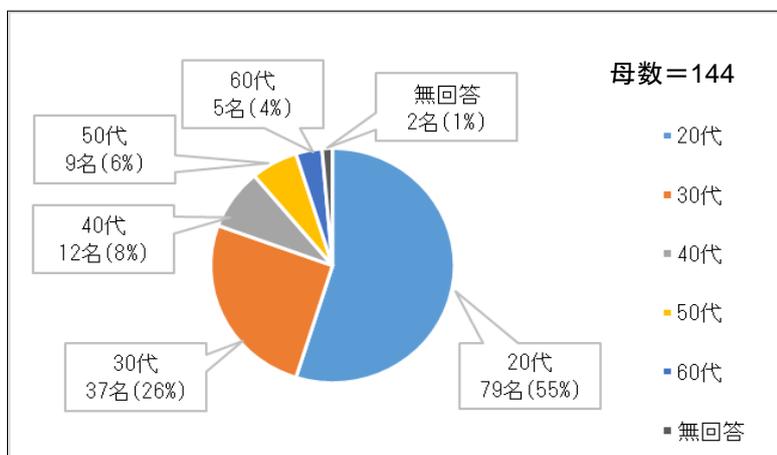
#### <補助調査・日本人観光客>

最も回答者が多い年代は、20代（29%）、次いで60代（28%）となった。



#### <補助調査・外国人観光客>

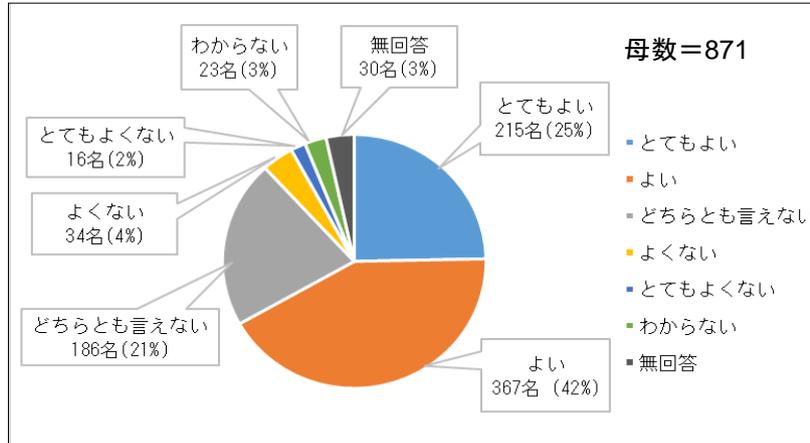
最も回答者が多い年代は20代（55%）、次いで30代（26%）であった。



## (2) 本市屋外広告物規制について

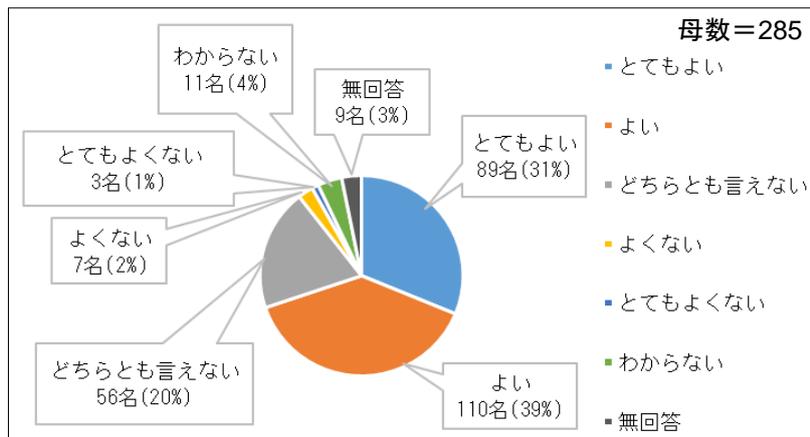
### <主要調査・京都市民>

「とてもよい」、「よい」と答えた回答者は全体の 67%、「とてもよくない」、「よくない」は6%であった。



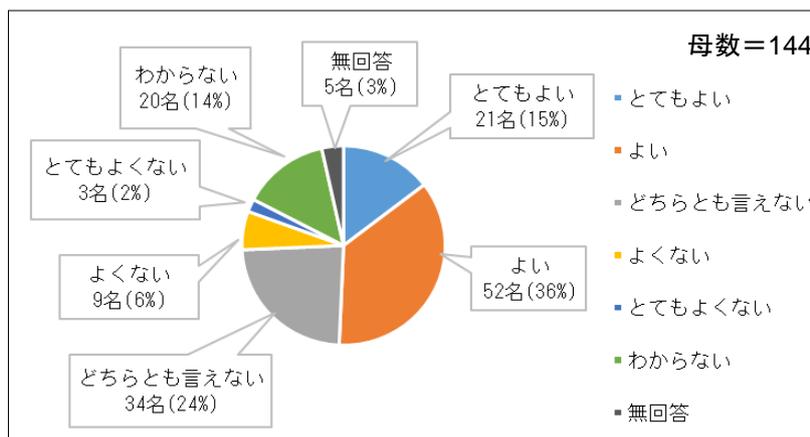
### <補助調査・日本人観光客>

「とてもよい」「よい」と答えた回答者は全体の70%であり、「とてもよくない」「よくない」は3%で、「どちらとも言えない」は20%、「わからない」は4%であった。



### <補助調査・外国人観光客>

「とてもよい」「よい」と答えた回答者は全体の51%であり、「とてもよくない」「よくない」は8%、「どちらとも言えない」は24%、「わからない」は14%であった。



### (3) 景観写真分析（一部抜粋）

#### ア 屋上広告物の評価

以下の写真 1 と 2、写真 53 と 54 及び、写真 61 と 62 の分析結果は、屋上広告物がない方が評価が高く（京都の景観にふさわしい）、屋上広告物を禁止したことに対して一定市民の賛同が得られていると考えられる。

ただし、屋上広告物なしの評価については、商業集積地より郊外幹線道路のほうが差が少ない結果となった。

※写真上部の番号はアンケート冊子の掲載番号（以下同じ）

#### <商業集積地>

1. 四条大宮（屋上広告物・あり）



平均点 2.62

2. 四条大宮（屋上広告物・なし）



平均点 3.65

#### <郊外幹線道路>

5 3. 伏見区下鳥羽（屋上広告物・あり）



平均点 2.81

5 4. 伏見区下鳥羽（屋上広告物・なし）



平均点 3.55

6 1. 南区吉祥院（屋上広告物・あり）



平均点 3.06

6 2. 南区吉祥院（屋上広告物・なし）



平均点 3.31

## イ 通りの景観の評価

四条通、河原町通の景観は適正化後の評価が高く、本市の取組が評価されていると考えられる。

10. 四条通 高倉から東方向  
(通りの景観・袖看板あり)



平均点 2.62

11. 四条通 高倉から東方向  
(通りの景観・袖看板なし)



平均点 3.31

18. 四条河原町南側 (通りの景観)



平均点 1.82

19. 四条河原町南側 (通りの景観)



平均点 3.32

## ウ 大きさの評価

広告物の大きさは、壁面看板や文字看板などいずれもが大きいものより小さいものが評価が高く、京都らしいと評価されている。

5. 中京区柳馬場御池（文字看板・小）



平均点 3.63

6. 中京区柳馬場御池（文字看板・大）



平均点 2.97

1 2. 四条烏丸周辺（文字看板・小）



平均点 3.45

1 3. 四条烏丸周辺（文字看板・大）



平均点 2.73

## エ 色彩の評価

赤を主要色とした広告物よりも白を主要色とした広告物の方が評価が高い。

広告物の主要色別の平均値について、主要色が赤である写真は 2.77，白は 3.67 であった。広告物の形状に関わらず，赤よりも白地の広告物が市民の評価が高いと言えることができる。

### <歴史的街区>

48. 御所周辺 (のれん・赤)



平均点 3.08

49. 御所周辺 (のれん・白)



平均点 3.69

### <郊外幹線道路>

57. 桂駅周辺 (看板大・赤)



平均点 2.08

58. 桂駅周辺 (看板小・白)



平均点 3.71

## オ 和風の素材の評価

アンケート掲載写真のうち、「木材（ひさし看板等）」「布（のれん）」「和紙（ちょうちん）」といった和風の素材を用いた広告物を含んだものは19枚で、これら全ての平均値3.42に対し、掲載写真78枚の平均値は3.11であった。

また、掲載した78枚のうち上位3点が全て和風の素材を用いた広告物であったことから、和風の素材は、京都にふさわしい印象形成に有効であると考えられる。

アンケートに掲載した78点の写真のうちの平均値1位から3位のもの

35. 中京区先斗町（ちょうちん・あり） 33. 中京区大宮押小路（のれん・白）



点数	評価	回答数
5	ふさわしい	434
4	ややふさわしい	286
3	どちらでもない	123
2	ややふさわしくない	6
1	ふさわしくない	10
<b>平均点 4.31</b>		

※無回答は12名



点数	評価	回答数
5	ふさわしい	282
4	ややふさわしい	282
3	どちらでもない	261
2	ややふさわしくない	13
1	ふさわしくない	17
<b>平均点 3.93</b>		

※無回答は12名

31. 上京区堀川下立売（木製看板）



点数	評価	度数分布
5	ふさわしい	274
4	ややふさわしい	317
3	どちらでもない	178
2	ややふさわしくない	52
1	ふさわしくない	39
<b>平均点 3.85</b>		

※無回答は11名

## カ 車体広告の評価

部分広告のラッピングバスよりも全面広告のラッピングバスの方が評価が高かった。

74. ラッピングバス (部分広告)



平均点 2.34

75. ラッピングバス (全面広告)



平均点 3.45

76. ラッピングバス (全面広告)



平均点 3.19

77. ラッピングバス (全面広告)



平均点 3.42

## (4) エリアごとの評価

本調査は、対象となる屋外広告物が設置されるエリアを4つに分類して行った。

各エリアにおいて使用した写真は商業集積地30枚、準商業集積地11枚、歴史的街区12枚、郊外幹線道路20枚であり、屋上広告物、通りの景観、看板の大きさ等、エリア(場所)別の評価の違いの有無を分析したが、どのエリアにおいても概ね同様の結果(屋上広告物がない方が評価が高い、看板が小さい方が評価が高い、赤よりも白を主要色とした方が評価が高い等)が得られた。

## 6 自由記述

アンケートには、京都市の広告物等についての意見等を自由に記述する欄を設けた。回収された回答の35.8%、312通に記述があった。

これら312の主な記載内容を以下の項目に分類した。

### <景観規制全体について>171件

- ・ 現行の規制への賛成意見 : 28件
- ・ 規制への反対意見 : 34件
- ・ 部分的に賛成・反対意見（一律規制には反対，郊外は緩めるべき等） : 46件
- ・ サインの必要性（目印がなくなる，夜間の照明としてのサイン等） : 45件
- ・ 京都らしさ（京都らしさについての考え） : 18件

### <具体的な規制について>106件

- ・ 色，形，全体のイメージ等 : 76件
- ・ 伝統的な広告物（のれん，ちょうちん等） : 11件
- ・ 車体利用広告（ラッピングバス） : 19件

### <その他>35件

- ・ その他市政一般，本アンケートについての意見等 : 35件

景観規制全体については，

- ・ 過剰な広告を規制するのは賛成である。
- ・ 歴史的地域を厳しくするのは良いが，郊外地域は緩くする等，市内一律で規制するのは望ましくない。
- ・ 照明としての広告がなくなり，夜間（防犯上）の危険が心配である。
- ・ 高齢者等には，目印として広告の必要性を感じている人がいる。

等の意見が見られた。

具体的な規制については特に，

- ・ 広告物の要素や地域による「統一」の重要性
- ・ のれん，ちょうちんなど伝統的な広告物の規制緩和の必要性
- ・ 車体利用広告はシンプルなものはよいが，あまり派手なものは好まない等の意見が見られた。

その他については，

- ・ 他に優先順位が高い施策があるのではないか
- ・ 本アンケートについての賛否

等の意見が見られた。