

看板の文字表現に着目した商店街のイメージ構造

松浦達也*・田中一成**

The Image Structure Of a Shopping Arcade Focusing On The Text On The Signboard

Tatsuya MATSUURA*, Kazunari TANAKA**

Abstract: In recent years, due to the development of digital technology, various types of signage have been flooded in and many different fonts have been used in recent years. Although it is already clear that customers enter a store based on various elements of the building's façade, this study focuses on the relationship between signage, which is an element of the store's façade, and font usage by using sizzle.

The purpose of this study is to find out the position of the sizzling signage and the evaluation of the street by using image tones and so on, on a street where there are many restaurants such as a shopping arcade.

Keywords: 看板 (signboard) , フォント (font) , 商店街 (shopping arcade)

1. はじめに

近年デジタル技術の発展により数多くのフォントが溢れ、大阪市内にはこれらを使用した看板が多く用いられている。店舗への印象評価は建物のファサードなどの様々な要素によって来客が入店することが既に明らかであるが、その要素の中でも看板はその店舗の存在を周知させる役割として重要である。

本研究は店舗のファサードの要素である看板を研究対象として、シズル感を用いて、フォントとの関係に着目する。

1. 1 既往研究

本研究のように店舗の評価や商店街の評価に関する研究として、小崎氏は、単独店舗の印象評価と単独店舗と商店街全体が好ましい状態かの研究を行っている。単独店舗は道との繋がり、店舗内評価、環境評価によって評価され、店舗の開口部の重要性を示した。そして、店舗内部評価では照明の色温度によって評

価されていることを明らかにしている。単独店舗と商店街全体が好ましい状態かについては、特定の店舗が目立つことは好ましくなく、整然と並んでいることが好ましく、整然性を保ちつつ店舗に創造性を出すためには色度差を部分的に用いることが効果的であること示している。

小山氏らは、人が看板に対して感じていることについて調査をおこない、テキストマイニングによって分析をおこなっている。その結果、人が日常的に看板に影響を受けて行動しているかを示している。

フォントの研究では、石川等や生田目等はフォントの種類によって伝達するイメージを調査によって把握をおこなっている。対象としたフォントはゴシック体、横太ゴシック体、明朝体、横太明朝体、教科書体、行書体、隸書体とし、フォントのイメージ評価や関係性、フォントのグループ分けなどの把握をおこなっている。笠井等はフォントの持つシズル感につい

松浦 達也*, 田中 一成**

* 学生会員 大阪工業大学大学院 工学研究科建築・都市デザイン工学コース博士前期過程 (Graduate School of Engineering, Osaka Institute of Technology)

〒535-8585 大阪府大阪市旭区大宮 5-16-1 Tel : 06-6954-4419

** 正会員 大阪工業大学工学部 (Osaka Institute of Technology)

での研究をおこなっており、シズル感を文字で表現したシズル文字の表現方法が有効かを明らかにしている。

2. 研究の目的と方法

一連の研究では、地域の特徴を醸し出せる看板などの店舗のファサードの提案や、それらによる商店街の評価をおこなっていくことを目的としている。

そこで本研究は大阪の商店街を対象とし、既存の看板の位置と通りの評価を既往研究の結果から見出すことを目的とする。本研究の方法として、Google map を利用し、看板に使用されているフォントを把握し、GIS を用いて分析をおこなう。そして対象地の店舗の種類に対するイメージを可視化するために Twitter から収集し、テキストマイニングを使用し分析をおこなう。そして、シズル感のある看板の位置を GIS を用いて把握する。

3. 対象とする看板

対象を決めるにあたり、看板の分類をおこなった。看板には様々な種類があり、屋上看板・塔屋看板、ポール看板などある。今回は商店街に設置されている看板でも、特に、その焦点の表情を示すと考えられる壁面看板と壁面サインを対象とする。袖看板・突出し看板、スタンド看板、A 型看板、のぼり旗、タペストリートは対象としない。壁面看板と壁面サインがなく袖看板・突出し看板などが設置されている場合は本研究の対象の看板とはしない。それぞれ異なる場合、看板位置の関係等は今後の課題とする。

4. 対象地の選定

本研究では対象地として商店街を対象におき、大阪は全国的に見ても数多くの商店街が点在しているため大阪を対象とする。既往研究に加藤等が大阪の商店街を対象として研究をおこなっている。これに習い、広く知られている大阪の南に位置する代表的商店街として、なんばウォーク、心斎橋筋商店街、黒門市場商店街、空堀商店街、桃谷商店街を対象としている。

五つの商店街の中で空堀商店街と桃谷商店街は商

店街の全長や、2つの商店街の最寄り駅の乗降客数（人/日）もほぼ同じ人数である。このため、対象の商店街を空堀商店街と桃谷商店街とする。



図1 対象地

商店街名	最寄り駅の乗降客数(人/日)
なんばウォーク	640, 674
心斎橋筋商店街	149, 366
黒門市場商店街	66, 696
空堀商店街	41, 416
桃谷商店街	34, 624

表1 最寄り駅の乗降客数（人/日）

5. 商店街の構造

空堀商店街は松屋町筋、谷町筋、上町筋まで東西約800m つづく商店街である。上町大地の西側斜面に位置するため、商店街の通りは坂となっている。

桃谷商店街は空堀商店街に比べると通りが直線的ではなく弧を描くような通りになっている。

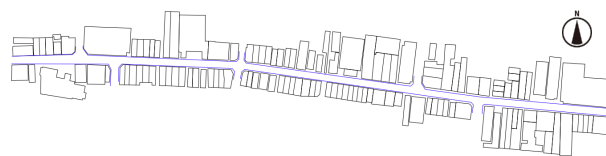


図2 空堀商店街

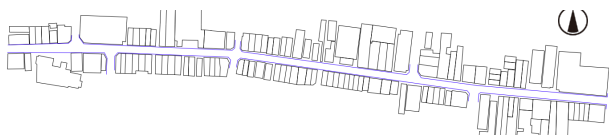


図3 桃谷商店街

6. カーネルの密度推定による分析

6. 1 看板のフォントのカーネルの密度推定

既往研究ではフォントのイメージ評価に7つのフォントを使用していたが,本研究では横太ゴシック体,横太明朝体のサンプルがなくフォントの判断ができなかったため,5つのフォントに分類分けをおこなった.商店街内で看板に使用されたフォントがどのように集中して分布しているかを把握するためにカーネル密度推定をおこなった.

空堀商店街はゴシック体と明朝体が通り全体に使用されていた.洋風・直線的かつ和風・曲線的なイメージを歩行者に与えていることが明らかとなった.教科書体は東側に集中していることが明らかとなった.

桃谷商店街は曲線の通りの両端に明朝体フォントが使用されており,明朝体のイメージである曲線的なイメージと合致しており,通りの構造が使用されるフォントに影響を与えていることを示唆している.そして,西側に様々なフォントが集中し,西側に比べて東側はフォントの種類が少ない.このことは,西側にはJR 桃谷駅や繁華街として栄えており,東側は住宅地などが広がっている地域的要因によるものであると示唆している.

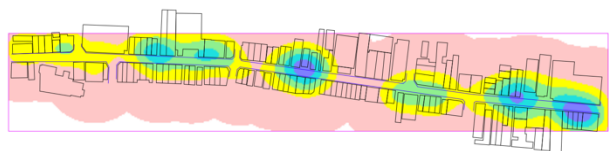


図4 空堀商店街ゴシック体の看板

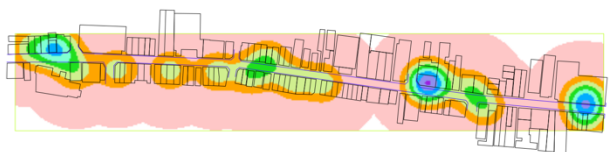


図5 空堀商店街明朝体の看板

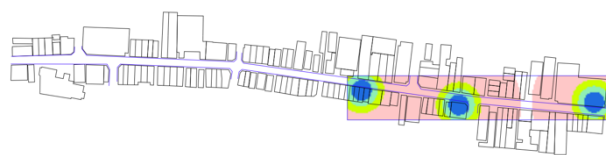


図6 空堀商店街教科書体の看板

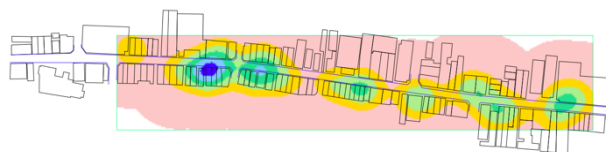


図7 空堀商店街行書体の看板

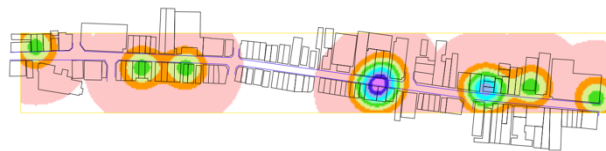


図8 空堀商店街隷書体の看板



図9 桃谷商店街ゴシック体の看板

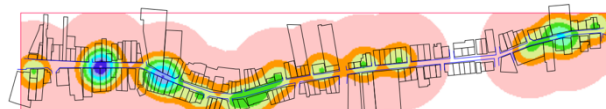


図10 桃谷商店街明朝体の看板



図11 桃谷商店街教科書体の看板

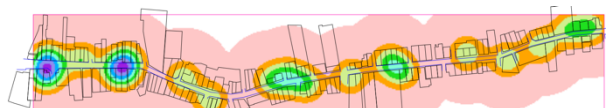


図12 桃谷商店街行書体の看板

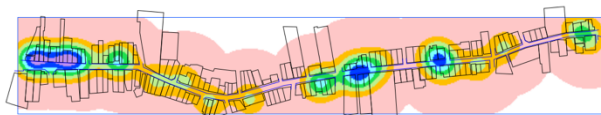


図 13 桃谷商店街隸書体の看板

6. シズル文字のカーネルの密度推定

商店街にシズル感を醸し出すフォントが使われているかを検討するために、Twitter を用いて店舗の種類に対する印象を可視化するためにテキストマイニングを使用した。商店街にある店舗の評価に可視化でカフェと和菓子屋に対して印象を把握することができた。カフェでは本が共起していることが示されたため、本によく使われる明朝体をシズル文字とした。そして和菓子屋では、和菓子が共起していることが示されたため、角張っていないフォントや大福や団子のように、丸い形状のようなフォントをシズル文字とした。これらに該当する看板がどのような位置にあるのかを把握するためにカーネル密度推定をおこなった。商店街が外の道に開口している所に付近に位置している。このことは、商店街に誘引する働きをしていることが示唆されている。そして、商店街の東側にシズル文字を用いた看板が集中していることが明らかとなった。このことは、最寄り駅である谷町線谷町六丁目駅があり長堀鶴見緑地線松屋町より乗降客数が多いため、東側の人の流れが多いことと関わりがあることを示唆している。

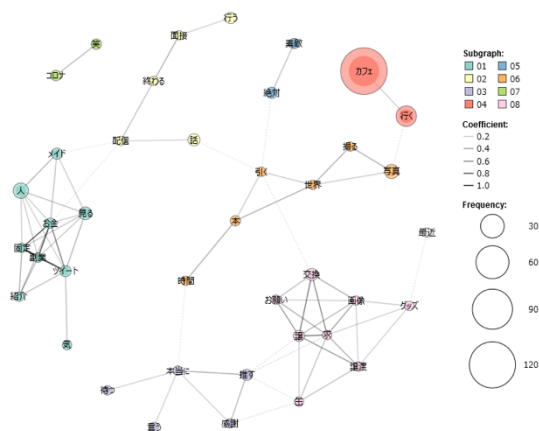


図 14 カフェに対するイメージ

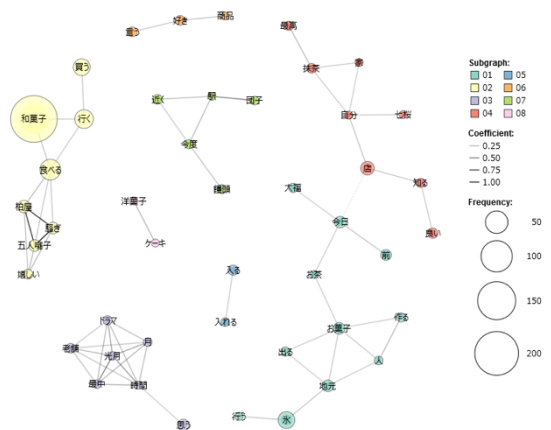


図 15 和菓子屋に対するイメージ

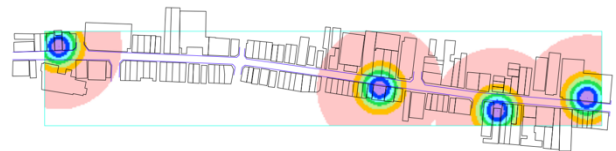


図 16 空堀商店街シズル文字の看板

7. おわりに

商店街におけるフォントの位置関係では、空堀商店街では教科書体以外除けば、フォントが均等に配置されていることが明らかとなった。桃谷商店街においては、商店街の通りの構造的要因や、東側と西側による地域特性により、使用されているフォントの違いが明らかとなった。

空堀商店街におけるシズル文字の看板については、商店街への誘引性や、人の流れによって位置していることが示唆された。

本研究では看板のフォントの種類に着目してきたが、フォントの大きさなどについて見ていく必要がある。そして看板の構成要素である色彩や材質など様々な構成要素にも着目して進めていく。

対象にした商店街は比較的地域の人々が利用する傾向が強い商店街であり、対象にしていない心齋橋筋商店街、黒門市場商店街などはインバウンドなど海外の人向けでもある商店街であると考えられる。今後、このような商店街との比較をおこなっていく。さらに様々な商店街を対象とし地域性なども把握していく予定である。

参考文献

- 小崎美希（2017）商業店舗の外観評価と外観構成要素に関する研究 単独店舗および商店街を対象とした探索的研究.「日本建築学会環境系会論文集 82 巻」, 695-704.
- 小山雅明・高橋由樹・鶴田真理子・長谷川光司・椎塚久雄（2017）入店を誘引する看板に必要な要素の基礎的考察ーテキストマイニングを用いた看板関連語の出現頻度分析とそのペトリネットモデルー.「日本感性工学会論文集 16 巻」, 413-424.
- 石川重遠・生田目美紀（1999）日本語フォントのイメージ調査のための書体分類.「日本デザイン学会研究発表大会概要集 48 巻」, 56-57.
- 生田目美紀・石川重遠（2000）発想を支援するフォントデータベース 日本語フォントのイメージ調査例.「日本デザイン学会 研究発表大会概要集 46 巻」, 58-59.
- 生田目美紀・石川重遠（2000）日本語フォントのイメージ評価 発想を支援するフォントデータベース 2.「日本デザイン学会 研究発表大会概要集 46 巻」, 228-229.
- 加藤勝敏・林野隆彦・岩崎義一（2012）大阪市内商店街の盛衰要因に関する研究.「日本都市計画学会 関西支部研究発表会公演概要集 10 巻」, 5-8.
- 笠井ゆきひ・佐藤弘喜（2017）フォントの持つシズル感のデザイン化手法の検討.「日本デザイン学会 研究発表大会概要集 日本デザイン学会 第64回春季研究発表大会」, 186-187