

〔可搬式緑化による猛暑時の快適空間形成技術に関する実証的研究（受託研究）〕

可搬式大型コンテナ緑化におけるスクリーン広告の評価

小野寺洋史・佐藤澄仁・天谷賢児*・岩崎春彦*
(緑化森林科・*群馬大)

【要 約】利用者に対するアンケート調査の結果、広告費を支払うと回答した人の割合が70%得られたことから、スクリーンには広告として有効であることが示唆される。

【目 的】

これまでの実証実験により、可搬式大型コンテナ緑化による体感温度の低減効果と熱中症予防効果が高いことが確かめられた。この可搬式大型コンテナにはスクリーン部分があり、スクリーンを用いて広告やサインを掲示することができる。本調査では、スクリーンにおける広告価値を把握するため、一般の利用が想定される場所に可搬式大型コンテナ緑化を設置し、広告価値に関するアンケートを行う。

【方 法】

江東区の東京ビッグサイト2Fエントランスデッキに設置した可搬式大型コンテナを用いて調査を行った。スクリーンは超撥水性の布を用いた。広告幅は縦50cm、横94cmを1画像として、1基あたり3画像であった(図1)。可搬式大型コンテナ緑化22基が設置されているエリアにおいて、2018年7月30日の10時から16時に、可搬式大型コンテナベンチに着座した人や近くを通る人のうち、サラリーマンを中心にスクリーンにおける広告価値に関するアンケートを行った。

【成果の概要】

1. アンケート調査の結果、20代から70代以上の男性41人、女性6人に行った。「遠くからスクリーンを見た際、興味を引かれましたか？」という質問に対しては、「引かれた」「どちらかといえば引かれた」という回答が合計55%であった。「画像を用いたスクリーンの景観はいかがですか？」という質問に対しては、「良い」「どちらかといえば良い」という回答が合計70%であった。「スクリーンに印刷された画像は見やすいですか？」という質問に対しては、「見やすい」「どちらかといえば見やすい」という回答が合わせて62%であった。また、「このスクリーンで広告を依頼する場合、広告費としていくら支払えますか？」という質問には、10万～30万未満と回答した割合が一番多かった(図2：問1～3)。
2. アンケート調査の結果、広告費を支払うと回答した人の割合が70%得られたことから、スクリーンには広告として有効であることが示唆された(図2：問4)。

【残された課題・成果の活用・留意点】

屋外広告が禁止されている場所においても、案内などのサインとして活用することができる。

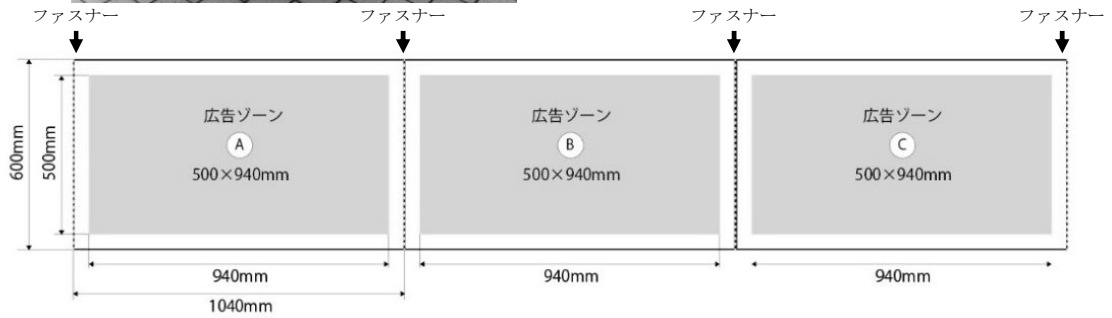
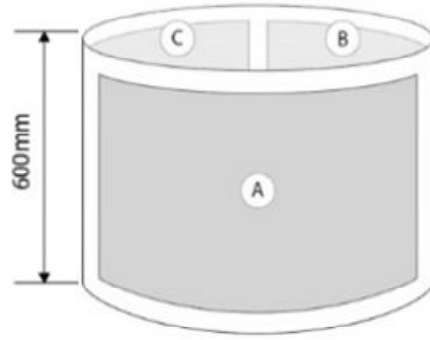
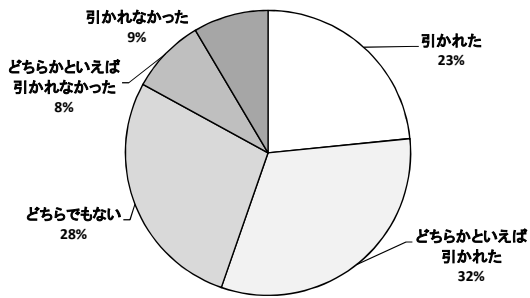
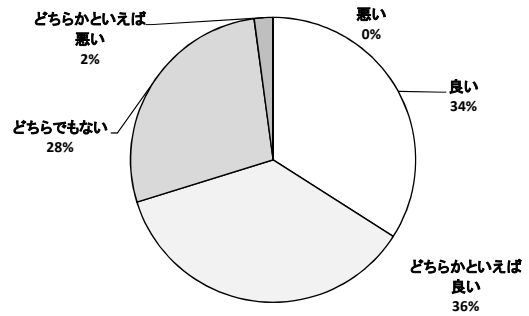


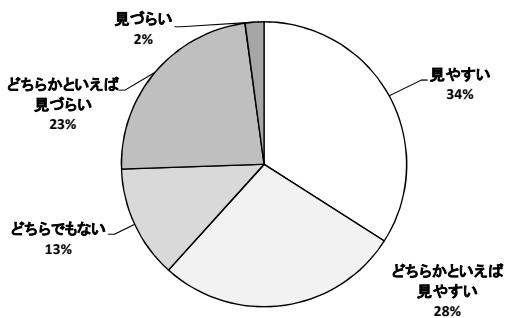
図1 可搬式大型コンテナ緑化のスクリーン



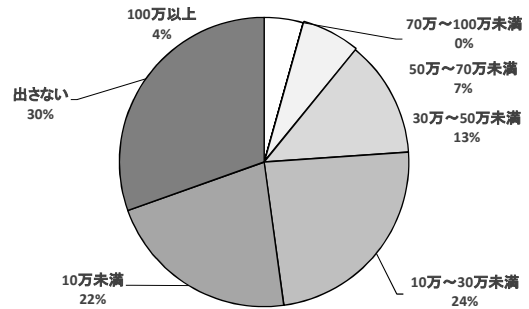
問1: 遠くからスクリーンを見た際、興味を引かれましたか？



問2: 画像を用いたスクリーンの景観はいかがですか？



問3: スクリーンに印刷された画像は見やすいですか？



問4: このスクリーンで広告を依頼する場合、広告費としていくら支払えますか？
(屋外広告として公共施設などに1年間設置した場合)

N=47 (男性:41, 女性:6)

図2 スクリーンにおける広告効果に関するアンケート調査の結果