

キャラクターの有無における景観画像の印象評価

1632021 岩澤陽介

指導教員：山崎治 准教授

1. はじめに

旅行商品の検討時、観光地のパンフレットや広告において、その場の雰囲気が一目でわかる景観画像は、その観光地への「来訪したさ」に影響を与えると考えられる。他方、近年、観光地に関わるコンテンツ（映画・マンガ・小説・ゲームなど）を観光客の誘致に活用する「コンテンツツーリズム」が注目されてきている（岡本，2015）。観光地の印象やイメージを向上させるため、コンテンツに出てくるキャラクターや「ゆるキャラ」と呼ばれるご当地キャラクターを観光地のアピール役として利用する例が多数見受けられる。このような「キャラクター」に対しても、消費者はそれぞれ印象をもつことになり、それらの印象が当該の地域のプロモーションに影響を与えることも考えられる（藤崎・井上 2017）。

2. 目的

本研究では、旅行・観光における購買意思決定において、景観画像によって生じる場所（旅行先・観光地）の印象に対して、キャラクター画像が付与されることによって、印象の変化が生じるのかを確認していく。キャラクターを景観画像に加えることにより、景観画像のみの提示とは異なる雰囲気や印象を与え、当該の観光地への「来訪したさ」を高めるなど、観光地の宣伝に新たな価値を加えることが可能かどうかを検討する。

3. 調査 キャラクターを付与した景観画像の印象評価

3.1 方法

調査参加者：千葉工業大学生 69 人が調査に参加した。
材料：景観画像として、葛西（2019）の研究で使われ、調査されたものから 2 枚と、フリーのサイト（<https://www.photo-ac.com/>）から 1 枚の、計 3 枚を選定した。男性、女性キャラクターは調査者自身が作成し、動物キャラクターはイラスト素材配布サイト（<https://girlysozai.com/livingthing/1349/>）から用意した。各景観画像に対してそれぞれのキャラクターを付与した画像を計 9 枚用意した。

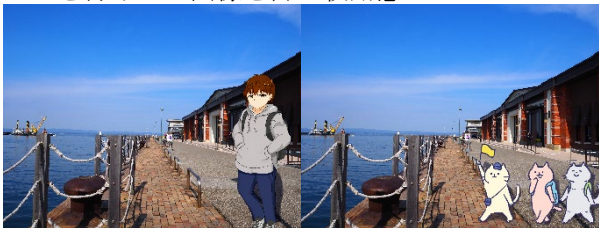


図 1: 用意した画像の例（景観画像 C）

手続き：景観画像の印象は Google フォームを利用して調査を行った。各参加者には、9 種類の画像のうち、景観及びキャラクターがそれぞれ重複しない 3 枚の画像を提示し、それぞれの印象評価を求めた。また、景観及びキャラクターのみの画像の印象評価も行った。各画像に対して「ありふれた」「興味のある」「地味な」「美しい」「和ませる」「騒々しい」「落ち着いた」「華やか」「あたたかい」「繊細な」

着いた」「華やか」「あたたかい」「繊細な」の計 10 項目で 5 段階の印象評価を行った。

3.2 結果

図 2 に、各条件における景観画像 C の印象評価の評価値の平均を示す。横軸は 1 が「そう思う」、5 が「全くそう思わない」とした。

各形容詞における評価値の差を 1 要因 4 水準参加者間分散分析により検定した。その結果、景観画像 C において「興味のある」($F(3, 65)=6.92, p<.001, \text{偏}\eta^2=.24$)「美しい」($F(3, 65)=3.74, p=.02, \text{偏}\eta^2=.15$)等で有意な差がみられた。多重比較を行ったところ、男性キャラクターにおいて景観のみの画像よりも評価が低いことが明らかになった。（「興味のある」： $t(65)=3.54, p=.002/$ 「美しい」： $t(65)=2.52, p=.04$ ）

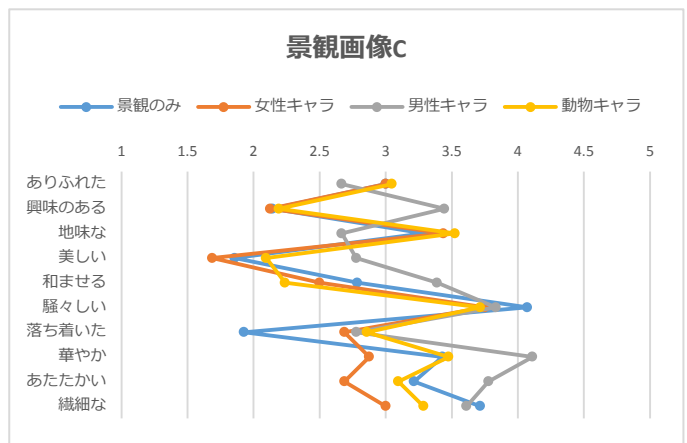


図 2: 景観画像 C の印象評価

4. まとめ

本調査の結果から、景観画像にキャラクターを付与することにより印象に変化が見られることが明らかとなった。しかし、画像に対する印象が変化しただけでは「来訪したさ」を増加させられないことがわかった。これらの結果より、景観画像のポジティブな印象を損なわないキャラクターや、ネガティブな印象を補うキャラクターを付与することが重要だと考えられる。景観画像及びキャラクター画像の特徴を捉えることで、当該の観光地への「来訪したさ」を高め、観光地の宣伝に新たな価値を加える可能性があることがわかった。

参考文献

- 藤崎 由真・井上 博行 (2017). 地域プロモーションのためのご当地キャラクターの印象空間分析 第 33 回ファジシステムシンポジウム講演論文集, pp.283-288.
葛西 幸穂 (2019). 写真の共有の経験が景観画像に基づく来訪したさに与える影響 千葉工業大学情報科学部情報ネットワーク学科 2018 年度卒業論文 (未刊行).
岡本 健 (2015). コンテンツツーリズムの現場からみる空間概念— 現実・情報・虚構空間をめぐる観光旅行のあり方 『地理』2015 年 6 月号 (通巻 719 号), pp.20-28.