画像付加がナンバープレートの印象に与える影響

○河村壮一郎¹・神田 幸治²

(¹鳥取短期大学・²名古屋工業大学大学院工学研究科)

キーワード：ナンバープレート認識, 画像付加, 印象評価

Effects of image addition to license plate on the evaluation

Soichiro KAWAMURA¹ and Koji KANDA²

(¹Tottori College, ²Graduate School of Engineering, Nagoya Institute of Technology)

Key Words: license plate cognition, image addition, impression evaluation

目 的

原動機付自転車向けのナンバープレートには、交付元の自治体独自のデザインを導入しているケースが増加している。そうした「ご当地ナンバープレート」には地元に関連するイラストなどの画像が付加されることが多い。こうした画像は地域連想を高める効果があると考えられるだけでなく、ナンバープレートの全般的な印象を変える可能性があると考えられる。さらに、画像付加がプレート上の数字の認識しやすさに影響している可能性がある。

本研究では実際に利用が開始されたデザインナンバープレートを用いて画像が付加することの影響を調査した。調査対象となった鳥取県倉吉市は平成25年7月に原付バイク等のオリジナルナンバープレートの交付を開始した。新しいプレートには市のキャラクターや観光地が配置されており、ナンバーを示す数字の大きさがやや小さくなっている。そこで、本調査では従来プレート、新プレートに加えて新プレートから画像を除いた刺激も作成し、3種類のナンバープレートの印象を比較した。また、画像対象への近親感や新奇性の関与を検討するため、ナンバーの発行自治体の近隣者と遠隔者の2群に対して調査を行った。

方 法

調査参加者 参加者は近隣者群である鳥取県の大学生91名と遠隔者群である愛知県の大学生107名であった。

調査時期 平成25年6月～7月に調査を実施した。この時には新しいナンバープレートの公表から間もないため、回答者が新デザインを見る機会は限定されている。

調査刺激 倉吉市ナンバープレートのサンプルを読み取った画像を用いた。スキャン時の汚れ等は消去した。従来プレート、画像を取り除いた数字と文字のみの新プレート、画像のある新プレートの3種類の刺激を用意した。

調査項目 7段階の評定尺度を用いた。調査項目は2つの参加者群に共通している9項目と近隣者群だけに用いられる「倉吉らしさ」1項目からなる。

手続き 調査は集団で行った。プロジェクターで参加者に3つの画像を1つずつ提示し、参加者は各画像に対する印象を評定用紙上に回答した。

Figure 1 調査刺激の従来・新ナンバープレート

結 果

無効な回答を除いて集計を行った。両回答群に共通する9つの調査項目ごとに回答群×ナンバープレート種類の2要因

分散分析を実施した。その結果、すべての調査項目でプレート種類の主効果が有意になった($p < .01$)。そのうち5つの調査項目では有意な交互作用が認められた。また、「倉吉らしさ」の項目で1要因分散分析を行った結果、主効果が有意になった($p < .01$)。

Figure 2 近隣者群の印象評定平均値

Figure 3 遠隔者群の印象評定平均値

考 察

「倉吉らしさ」の得点結果から、新プレートの画像が地域の特色を示していることが示唆される。また、「美しさ」、「親しみやすさ」、「印象の強さ」など他の評価項目でも画像のある条件と数字のみの2条件間では差が認められ、画像付加がナンバープレート全体の印象に広く影響を与えていることが確かめられた。

数字の見やすさについては画像のある条件の得点が低くなった。したがって、画像付加が数字の認識のしやすさを低下させる可能性が示された。この結果は面積が限られたプレート上に数字とイラストが配置されており、画像と数字の知覚的处理が干渉しやすいため、もしくは画像に注意が向けられやすく数字への注意が転導しやすいためといった可能性が考えられるが、今後の検討課題である。