

1961 年から 2005 年までの新聞広告における住宅像

学籍番号 23413578 氏名 劉 陽陽

指導教員 北川 啓介 准教授

はじめに 企業は住宅商品を企画する際に、住宅商品の消費者を想定し、消費者のニーズに合わせて商品化している。そして、消費者に住宅商品を宣伝する際に、企業は商品の魅力をピックアップして、消費者に伝わりやすい手段で商品をアピールしている。新聞広告は企業による商品の宣伝手法のひとつであり、企業が想定した住宅像を提示している。本研究では、新聞広告における文字情報と像情報からなる広告要素と広告手法に着目し、企業が想定した大衆向け住宅像を明らかにすることを目的とする。

研究対象 企業が想定した大衆向け住宅像を探るため、偏りのない十分な資料を得ることができ、年間の平均販売部数が最多である『読売新聞』において、住宅の新聞広告が普及し始めた 1961 年から 2005 年までに掲載された新聞広告のうち、ひとつの物件について文字情報と像情報の双方からプロモーションしている 753 の広告を研究対象とする。

研究方法 研究対象となる住宅広告内に表現されている要素を広告要素として抽出し(表 1, 表 2), 各広告要素における広告手法を面積, 図法, 描画形式の 3 つの観点からそれぞれ分類する。その際, 文字情報が紙面上に占める面積の大きさにより 5 段階に分類し, 像情報が紙面上に占める面積の割合により 5 段階に分類する(表 3)。図法は視点の位置や角度, 平面や立体といった描かれる次元によって分類し(表 4), 描画形式は像情報の表現方法によって分類を行う(表 5)。これらの分類に基づき, 広告要素, 図法, 描画形式の組合せから描写特性を導出する。更に, 文字情報と像情報の面積の分類の組合せから配置構成の類型を導出した後, 描写特性と文字情報の分類と配置構成の組合せから各住宅広告の住宅描写形式を導出し, 考察することで, 企業が想定した住宅像を明らかにする。

広告要素と図法と描画形式による像情報の描写特性 広告要素, 図法, 描画形式の組合せから, 54 種の像情報の描写特性が得られた(図 2)。[高さ高級感の強調]では, 建物を下から見上

表 1 文字情報における広告要素の分類

大分類	小分類	箇数	大分類	小分類	箇数
【空間構成】	「室と室の関係」「個室重要性」	273	【規模】	敷地面積「戸数」「部屋面積」	185
【住宅性能】	「通風」「採光」「電気化」「省エネ・BCU」	217	【設備・管理】	「管理・サービス」「設備・施設」	180
【外部環境】	「庭・庭園イメージ」「資産としての価値」	40	【デザイン性】	「可変性・多様性」「革新性」	163
【将来性】	「二世帯住宅」「時代性」「可継守性」	103	【ライフスタイル】	「ビジネス」「子育て」「楽生活」「趣味」「ゆとりのある生活」「幸せ生活への願い」	160
【合理性】	「人間性」「時効性」「バリアフリー」	71	【都心アクセス】	「施設」「田園都市」「保養地」「拠点」	436
【経済性】	「価格」「金融公庫」「資金の有効使用」「静寂環境」「若い街」	633	【自然環境】	「暖かい太陽」「風」「自然風景」「風景の眺め」「四季変化」「水面」	213
【生活環境】	「快適性」「街並」「ビジネス街」「都市感」「区画」	280	【外観イメージ】	「外観イメージ」	30
【交通アクセス】	「通勤快適性」「交通の利便性」「多手段」	442	【構造・施工・材料】	「構造」「施工」「材料」	109
【健康性】	「健康性」	33	【品質・技術・評判】	「品質」「技術」「評判」	109

表 2 像情報における広告要素の分類

大分類	小分類	箇数	大分類	小分類	箇数
【空間構成】	「建築空間構成」「内部空間」	264	【規模】	敷地面積(戸数)	53
【デザイン性】	「インテリア」「寂寂性」	49	【設備・管理】	「設備・施設」	16
【将来性】	「二世帯住宅」	12	【住宅性能】	「住環境(原理)」	24
【合理性】	「人間性」	6	【外部環境】	「庭・庭園イメージ」「緑化イメージ」	152
【生活環境】	「静寂環境」「快適性」	244	【ライフスタイル】	「(幸せ生活への願い)」「ゆとりのある生活」「(楽生活)」「子育て」「(コミュニティ)」「(ビジネス)」「(趣味)」「(スポーツ)」	153
【都心アクセス】	「都市感」「区画」「街並」「施設」「保養地」「拠点」	318	【外観イメージ】	「外観イメージ」	462
【交通アクセス】	「交通ネットワーク」「通勤快適性」「多手段」	196	【構造・施工・材料】	「構造」「施工」「材料」	12
【自然環境】	「自然風景」「水面」「風景の眺め」「(動物)」「(植物)」	110	【品質・技術・評判】	「品質」「技術」「評判」	12

表 3 面積の分類

文字情報		像情報					図法の分類												
面積大	小	割合大		小			(鳥瞰+近景)	(鳥瞰+中景)	(鳥瞰+遠景)	(人目線+近景)	(人目線+中景)	(人目線+遠景)	(見上げ+近景)	(見上げ+中景)	(見上げ+遠景)	(鳥瞰+二次元)	(人目線+二次元)	(鳥瞰+三次元)	(鳥瞰+透視図)
文字情報①	文字情報②	文字情報③	文字情報④	文字情報⑤	像情報①	像情報②	像情報③	像情報④	像情報⑤										

表 4 図法の分類

手描	スケッチ	水彩	水墨	漫画	線画	線描	ルエツト	図形・シ	CG	写真	壁画
----	------	----	----	----	----	----	------	------	----	----	----

げることによって, 建物の高さが強調され高級感と縦方向による規模の大きさが描写される。[風格・意匠性]では, 建築の風格を象徴する写真で建築様式を想起させることによって, 建物の様式や意匠の特徴が描写される。[外部環境の性質と雰囲気]では, 建物の周辺風景を近景で描き, 建物を遠景で表現し, 柔らかい水彩やスケッチの表現によって, 建物の周辺の生活環境と雰囲気が描写される。[ストーリー感の強調]では, 二次元の漫画表現で生活の楽しさとストーリーを表現することで, 生き活きとした家族一人一人の生活のイメージが描写される。[都心の範囲強調]では, 都心の範囲を二次元的表現で描くことによって, 建物の敷地

配置構成	情報の主従関係	住宅構成要素				生活利便性		立地条件	
		住宅構成要素	生活利便性	生活利便性	立地条件	生活利便性	生活利便性	立地条件	立地条件
類型 I	主 像① 従 文字③と文字④と文字⑤の 組合せ	《外観・内装のデザイン 性による住宅の全体図》 〔規模・全体イメージ〕 (56)	《快適な生活環境 による生活像》 〔住宅地街並描写〕 (26)	《周辺の環境》 〔外部環境の性質と雰囲気〕 〔周りの雰囲気〕 (64)	《都心交通の利便性》 〔拠点〕 〔各施設との関係〕 (83)				
類型 II	主 像① 従 文字③と文字④と文字⑤と 像⑥の組合せ	《空間構成と設備の基本要素》 〔室と室の関係〕 (13)	《お得な価格》 〔価格〕 (10)	《永久型住宅》 〔将来性〕 (16)	《自然に囲まれた都市住宅》 〔自然風景〕 〔通勤の利便性と快適性〕 (32)				
類型 III	主 文字① 従 像⑤	《広い空間構成》 〔敷地面積〕 (3)	《安価で合理的な空間構成》 〔室と室の関係〕 (20)	《生活を大切に》 〔ゆとりのある生活〕 (39)	《立地条件による生活環境》 〔通勤の利便性と快適性〕 〔住宅地街並描写〕 (44)				
類型 IV	主 文字① 従 複数の像⑤	《間取りと立地条件》 〔室と室の関係〕 〔通勤の利便性と快適性〕 (3)	《優れた設備と高性能による快適な環境》 〔通風・採光〕 〔快適性〕 (4)	《周りに自然環境》 〔自然風景〕 (20)					
類型 V	主 文字① 従 複数の像⑤	《大規模による安定な環境》 〔戸数〕 〔規模・全体イメージ〕 (11)	《高い性能》 〔省エネ・CEO〕 〔高性能住宅の認識〕 (24)	《自然に優しい木の家》 〔構造・施工・材料〕 〔現場感のある自然〕 (5)	《自然に囲まれた住宅》 〔自然風景〕 〔外観特徴具体描写〕 (7)				
類型 VI	主 像②や像③や像④と文字① 従 なし	《安定な高品質住宅》 〔品質・技術・評判〕 〔外観特徴具体描写〕 〔合理的な構造と施工材料〕 (24)	《高性能優品質による永久型住宅》 〔構造・施工・材料〕 〔品質・技術・評判〕 〔可維持性〕 (5)	《安定感のある便利な環境》 〔戸数〕 〔拠点〕 (15)					
類型 VII	主 像②や像③や像④と文字① 従 像⑤や複数の像⑥	《安価の安定の住宅》 〔構造・施工・材料〕 〔価格〕 (2)	《空間構成による生活像》 〔室と室の関係〕 〔子育ての動きと表情描写〕 (6)	《現代都市住宅の価値》 〔価格〕 〔通勤の利便性と快適性〕 (18)					
類型 VIII	主 文字①と文字②の組合せ 従 像⑤や複数の像⑥, 又はなし	《外観デザイン・高性能の安定住宅》 〔構造・施工・材料〕 〔外観特徴具体描写〕 (6)	《デザインを含む生活環境》 〔快適性〕 〔外観特徴具体描写〕 (15)	《外観描写と立地環境》 〔外観特徴具体描写〕 〔通勤の利便性と快適性〕 (25)					
類型 IX	主 像②と像③と像④の中の 2 つと文字①の組合せ 従 像⑤や複数の像⑥, 又はなし	《基本要素を満たす実用型》 〔価格〕 〔外観特徴具体描写〕 (14)	《生活環境による将来性》 〔資産としての価値〕 〔周りの雰囲気〕 (10)	《立地条件に影響された生活像》 〔自然風景〕 〔表情の描写によるゆとり生活〕 (22)					
類型 X	主 像②や像③や像④の中の 2 つと文字①の組合せ 従 像⑤や複数の像⑥, 又はなし	《革新性と高品質による先端住宅》 〔革新性〕 〔品質・技術・評判〕 (2)	《性能と品質に影響された生活》 〔品質・技術・評判〕 〔住宅地街並描写〕 (3)	《生活を尊重し安価》 〔価格〕 〔ストーリー感の強調〕 (3)					
類型 XI	主 像②や像③や像④の多数の 像情報と文字①と文字②の 組合せ 従 像⑤や複数の像⑥, 又はなし	《安価で安定な生活環境》 〔戸数〕 〔価格〕 (7)	《理想住宅と生活像の想起》 〔ゆとりのある生活〕 〔周りの雰囲気〕 (7)	《安定感に与える生活環境》 〔構造・施工・材料〕 〔住宅地街並描写〕 (2)	《内部空間と便利な都心》 〔拠点〕 〔インテリア内装〕 (2)				
類型 XII	主 像②や像③や像④の多数の 像情報と文字①と文字②の 組合せ 従 像⑤や複数の像⑥, 又はなし	《安価で多様な選択》 〔価格〕 〔可変性・多様性〕 (2)	《安価で庭付き》 〔庭・庭園イメージ〕 〔価格〕 〔金融公庫〕 (2)	《健康な生活環境》 〔健康性〕 〔住宅地街並描写〕 (9)					
		《多数の広告要素による混合型住宅像》 〔建築空間構成〕〔外観特徴具体描写〕〔価格〕〔都市感〕〔交通の利便性〕 (72)							

図 1 住宅描写形式からみる新聞広告における住宅像

と都心との位置関係が描写される。

文字情報面積と像情報面積の配置構成の分類 文字情報の面積と像情報の面積の大小の組合せを主従関係とし、配置構成の類型を 10 種に分類できた (図 1)。配置構成の特徴によって、ひとつの広告において情報の関係と強度が表現された。

配置構成と住宅描写特性による住宅像 像情報の描写特性と文字情報の分類と配置構成の組合せから企業が想定した大衆向け住宅像を 42 種導き出した (図 1)。《外観・内装のデザイン性による住宅の全体図の想起》は、個性のある外装と新壁材料の使用による外観デザインの革新性などのデザイン性と消費者の様々な要求による対応性の高い住宅を表現している。また、それらの描写による、消費者の持つ理想な住宅像を想起させることで、抽象的な理想住宅像を表現している。《周辺の環境》は、建物の庭や中庭などの外構と自然による静寂な環境や歴史のある街などといった周辺の雰囲気、また、田園や都市などといった都心アクセスによる生活環境を表現している。建物自体より、それに属する環境とその性質を重視し、表現している。《自然に囲まれた都市住宅》は、建物周りの自然風景の心地、よさと都市住宅である交通の便利さと

快適性を描写することで、田園住宅などの新たな居住価値観を表現している。《空間構成による生活像》は、内部空間の広さとその空間で本を読んでいる人を描写することによって、大空間によるゆとりのある生活像を表現している。また、建物の空間構成を断面し、その空間にいる家族それぞれの生活状態を描写することで、合理的な建築空間による快適な生活像を表現している。《立地条件に影響された生活像》は、自然などの生活環境によるゆとりのある生活と交通の利便性を重視した外部環境との繋がりの強いライフスタイルを表現している。

結論 新聞広告における住宅像は、住宅構成要素、生活利便性、立地条件など複数の要素を考慮したうえで表現されていた。住宅構成要素を表現する住宅像は、単一な広告手法により、住宅の空間構成や外観デザインなどの基本情報をプロモーションしていた。生活利便性を表現する住宅像は、多様な広告手法で生活像や生活環境をプロモーションしており、住宅構成要素による生活利便性と立地条件による利便生活がみられた。立地条件を表現する住宅像は、多様な広告手法により、自然風景による田園住宅像と、都心施設と交通アクセスによる便利さをプロモーションしていた。