

駅の広告について

33期生

I テーマ設定の理由

いつも見過ごしている看板を調べてみると、いろんなことがわかりそうなので、とりあえず看板についてのテーマを決定する前にために自分の最寄りの駅の初芝駅を調べてみた。すると思っていたより多くの特長が出てきたので、このテーマにした。

僕らの通学利用電鉄の南海高野線だけでなく、大阪周辺や、大阪南部の鉄道についても調査し、研究したいと思った。

II 研究方法

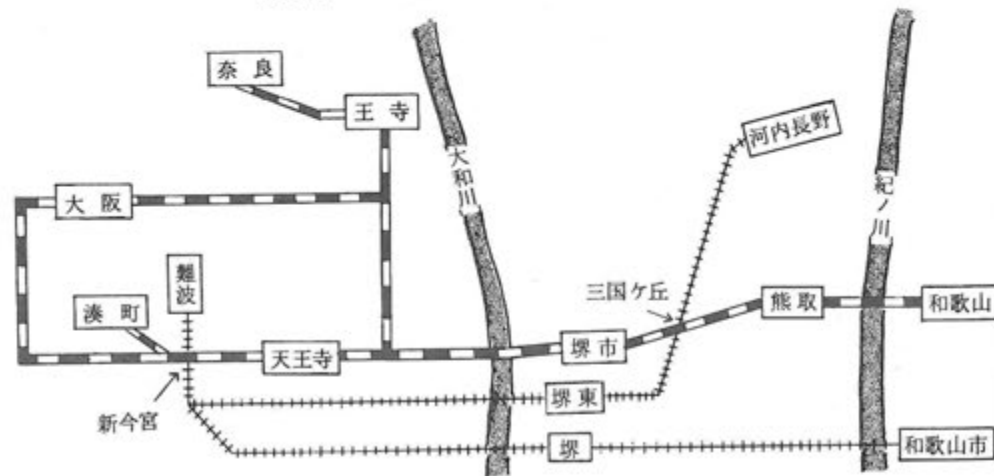
・主に大阪南部、大阪周辺を通過している鉄道の各駅の看板を調べ、そのデータに基づきいろいろと考察する。そのデータから、全体的なこと、各鉄道での調査した駅全体のこと、職種別でのことや、各駅でのことを調べる。

・職種別にみた宣伝内容についてデータを区分する。

・調べる物 駅の看板（ポスターは省く：ポスターは周期的にはずされることが多いから、ここでは省くことにした）

・調べる沿線

- ・南海高野線 難波～河内長野
- ・南海本線 和歌山市～難波
- ・関西本線 湊町～奈良
- ・環状線 1周
- ・阪和線 天王寺～熊取

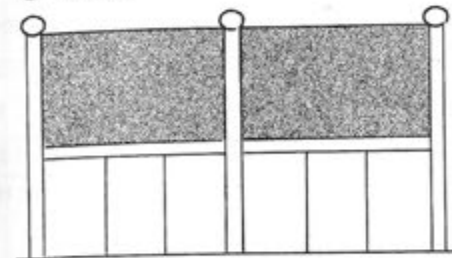


III 研究結果

1. 駅の看板の種類

■……看板部分

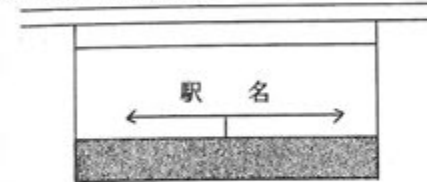
① 設置型



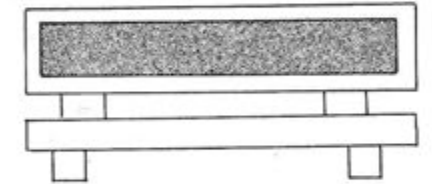
② 吊り天井型



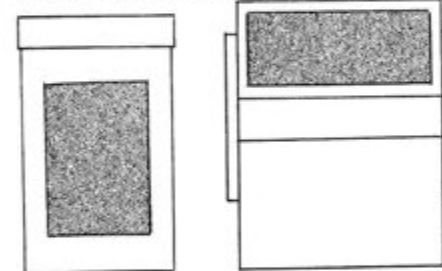
③ 駅名看板付着型



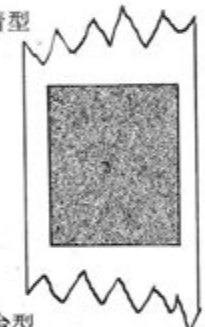
④ ベンチ付着型



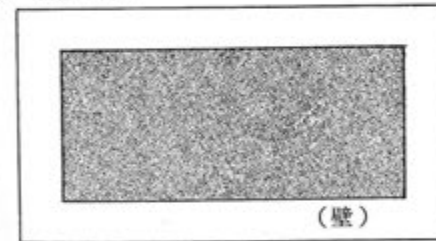
⑤ ゴミ型（吸いがら入れ）付着型



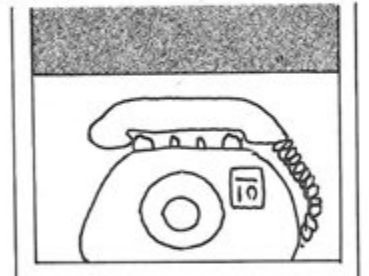
⑥ 柱付着型



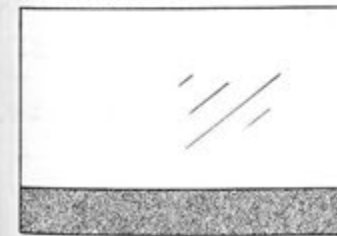
⑦ 壁付着型



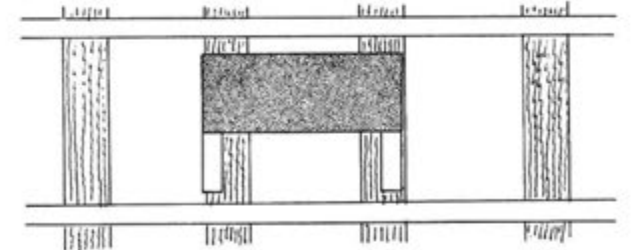
⑧ 電話台型



⑨ 鏡付着型



⑩ 線路中間存在型



2. 駅の看板総数

ベスト10

順位	駅名	枚数	路線名
1	岸和田	299	本線
2	堺東	272	高野線
3	貝塚	216	本線
4	堺	197	本線
5	天王寺	188	環状線
6	泉佐野	178	本線
7	泉大津	170	本線
8	尾崎	159	本線
9	和歌山市	155	本線
10	三国ヶ丘	151	高野線

等も多くあるからだと考えることができる。それに、それらの駅の乗降者数が多いことから、多くの人に見てもらおうという各企業の思いが表われていると思う。そしてこれは、看板の意義ではないだろうか。

ワースト10

順位	駅名	枚数	路線名
1	湊町	0	関西線
2	今宮	2	関西線
3	大和堅上	3	関西線
4	孝子	3	関西線
5	今宮えびす	4	関西線
6	東佐野	4	本線
7	志紀	6	関西線
8	久宝寺	6	関西線
9	和泉橋本	6	関西線
10	萩ノ茶屋	6	関西線

るに、看板を利用する（見る）人が少なければ、その看板の意味はないということである。

。2つの表を見てわかることは、まず、都会すぎても、田舎すぎても看板が少ない。つまり、新開発地に多い。

<考察>

まず、初めにわかることは、大阪市内の駅が1駅しかなく、そして、大阪市周辺の衛星都市が非常に多いことだ。特に、1位の岸和田と2位の堺東は群を抜いて多い。これは、岸和田と堺東は、大阪市内と違って企業間の競争がはげしいからだと思われる。

また、急行停車駅や他の路線と乗り替える駅に多いこともわかる。これは、普通の駅（急行停車駅ではない駅）では、だいたいその土地、駅、付近での広告だけだが、急行停車駅は、その土地、駅の付近だけでなく、他の土地の宣伝

<考察>

左の表を見てほしい。大阪市内の駅が4駅も入っている。この理由は、2つ考えることができる。

- ①企業間の争いがなくなった。
- ②大阪市内の乗降客数が減り、地方都市のベッドタウンが増えた。



ドーナツ化現象

また、そのような駅以外は、全部、田舎駅であり、ワースト10の駅で共通することは、非常に乗降者数が少ないということである。ようす

3. 職業別看板数

関西本線

順位	職名	枚数
1	食料	93
2	その他医科	47
3	塾	36
4	産婦人科	32
5	土地	29
6	飲料	22
7	着物	21
8	料理店	21
9	銀行	20
10	百貨店	16

阪和線

1	その他医科	122
2	塾	72
3	百貨店	46
4	産婦人科	28
5	書籍	23
6	銀行	23
7	美容院	20
8	歯科	20
9	建設	20
10	料理店	17

環状線

1	その他医科	100
2	金融	91
3	塾	89
4	お菓子	53
5	飲料	47
6	料理店	44
7	百貨店	40
8	食料	32
9	結納品	23
10	歯科	18

※その他医科とは、総合病院のこと。

<考察>

1位食料が2位その他医科の2倍近くにもなっているのは、奈良から王寺にかけて漬物（奈良漬）の宣伝が多いためである。それから5位の土地は、王寺周辺の三郷町や信貴山の新興地があるためだと思う。この二つは、地方の特色がよく出た看板だと思う。

この線は、都会（湊町～天王寺）から、急に田舎（天王寺～王寺）の様相をみせている。そして、時々地方都市（柏原・王寺）があった。そのため、全体的に看板の枚数は、少なく、結果として地方都市の特色が出てきたようである。

<考察>

9位に建設があるのは、鳳から熊取あたりまでに新興地があるためだと思う。この線は、総合ベスト3のその他医科・塾・百貨店がベスト3には入っている。つまり、わりに平凡な特長をもった線である。

この線は、いろんなところを走っているのだから、平凡な特長が出たのである。

天王寺～鳳→都会の様相

鳳～熊取（快速停車駅）→地方都市の様相

鳳～熊取（快速停車駅以外）→田舎の様相

<考察>

さすがに大阪の中心を走っている環状線は、2位に金融業がはいっている。4位にお菓子がはいっているのは意外だけれども、「おたべ」などのお土産物の看板が多かった。

この線は、大阪の中心を走っているだけに、ほとんどが連絡駅として、使用されている。つまり、看板は地方の特色をほとんど、とらえておらず、ちがう地域の特色をとらえがちである。（それより、連絡駅なので、特色のことは、さておいて枚数がきわめて少ない。）

南海高野線

順位	職名	枚数
1	百貨店	276
2	その他医科	141
3	塾	120
4	書籍	89
5	産婦人科	88
6	美容院	53
7	家具	48
8	銀行	47
9	料理店	44
10	観光	41

南海本線

1	百貨店	376
2	その他医科	266
3	美容院	122
4	洋服	110
5	塾	105
6	建設	105
7	金融	97
8	食料	89
9	銀行	86
10	お菓子	81

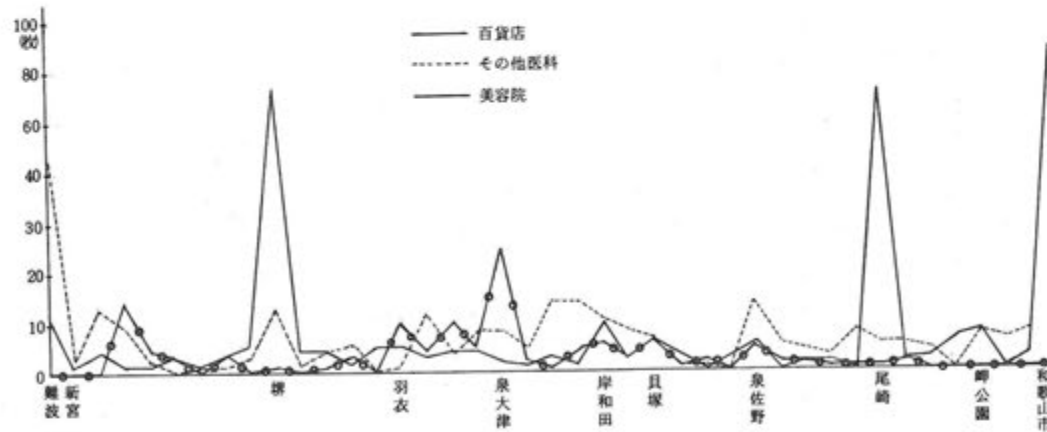
<考察>

1位の百貨店が2位のその他医科を100枚以上も引き離していることだ。これは、やっぱり高島屋という有名な百貨店を持っているからだ。その他医科というのは、主に総合病院とあっていただいたらいののだが、やはり内科とか外科とかと違って遠くから人を集めなければならないので多い。次に塾が3位となかなかの上位になっているのは、最近、急に塾の数が増したので生徒をいかに集めるかということで看板の数が多いのだろう。4位に書籍ははいっているのだが、ほとんどが、日刊アルバイトニュースという、日刊誌の宣伝である。やはり、日刊なので、よく宣伝しておかなければ売れ残るのだろう。7位にある家具は、沿線の途中に家具団地があるためだと思う。

<考察>

4位に洋服がはいってきていることが、今だに疑問のひとつだ。5位に建設があるのは、この線が新興地の中を走っているためだと思う。

この線のベスト3と総合のベスト3は、ほぼ等しいが、これは、この線の看板枚数が非常に多いためだと思う。……多い理由は、この線の走っているところが、ほとんどが海岸にひらけた地方都市であるし、企業間の争いもはげしいので、そうなったのである。(多いところでは、看板が三段重ねになっていた—岸和田)



国鉄 私鉄

順位	職名	枚数	職名	枚数
1	その他医科	269	百貨店	652
2	塾	197	その他医科	407
3	食料	125	塾	225
4	百貨店	102	美容院	175
5	金融	91	銀行	133
6	料理店	82	洋服	110
7	飲料	69	建設	105
8	産婦人科	60	金融	97
9	お菓子	53	書籍	89
10	銀行	43	食料	89

<考察>

国鉄と私鉄の大きな違いは、なんといっても私鉄の場合、1位に百貨店がきているが、国鉄はきていない。これは、やっぱり南海には高島屋があるからだだろう。この他に国鉄の場合、3位に食料があり、かなりの割合をしめている。これは、漬物等の地方産物の看板であるが、私鉄の場合しめる割合がきわめて小さい。又、私鉄の7位に建設業があるのに、国鉄の場合ベスト10にもはいらない。これは、国鉄が非常にさびれたところを走っているということがわかり、かつ赤字ということも納得できる。

総合

1	百貨店	754
2	その他医科	676
3	塾	422
4	食料	214
5	美容院	195
6	金融	188
7	銀行	176
8	産婦人科	148
9	お菓子	134
10	料理店	126

<考察>

総合をみているとわかることは、第三次産業が非常に多いことだ。その中でも、特にサービス業が多い。これは、やっぱりテレビでも、ポップエレキパンのように意味がわからなくても、名前が頭に残るように品物より企業の名前というサービスの性質があったからだと思う。

<その他>

ベスト10には、はいていなかったが広告会社の看板が目立った。(ゴミ箱・すいから入れによくはられていた。)

職種別の看板から、その町のつくりを考え出すことができると思う。その考え方として、たとえば医科の看板が非常に多い駅では、町づくりが大きいということがわかる。なぜなら、普通の住宅地なら、内科の看板がぼつぼつとあるだけだが、遠くから人々を集めなければならない総合病院の場合たくさんの看板がいる。(総合病院があるのは、たいがい急行停車駅)又、これとよく似て、家具の看板が多いところでは、家具団地があるというようなことがある。

4. その他、わかったこと

上の職種別区分の表から次のようなことがわかった。
駅の看板の職種別区分は、主に三つの型に分けられる。

- 田舎型 → 関西線 特色は、食料・飲料・土地などの看板が多い。
これは、大阪に比べて田舎に値する奈良方面を通っている事からわかる。
- 新興地型 → 南海高野線・南海本線・及び阪和線
特色は、百貨店・病院・専門学校（塾）・美容院・産婦人科などの看板が多い。
これも新興地の性質を表している。
- 都市型 → 環状線 特色は、金融・土地などの看板が多い。
これは、環状線が大都市大阪の中心を走っていることがわかる。大阪は、特に金融企業が発達していることからわかる。

<考察>

先にも述べたように、関西線は、奈良・王寺の方面から天王寺方面へ出て来ている。奈良方面は、企業間の争いは、大阪より少なく地場産業の影響を受けている。そのため、地場産業の食料（つけもの）、飲料などの宣伝が多いのだと思う。

南海高野線・南海本線・及び阪和線などは、堺・河内長野方面から大阪中心に出て来ている。堺・河内長野の市では、大阪につぐ都市へと新興していることもある。そのため、百貨店や病院などの宣伝が多い事がわかる。

環状線は、上にも述べているとおり、大阪の中心を走っているためである。

IV 結論

僕らのこの研究は、成功したように思える。各鉄道（各地域）それぞれの特色がよく表われていた。そして、その看板は、各地域の人々の生活の中に入りこんでいると思う。また各企業が一律に考えていることは、できるだけ多くの人に看板を見てもらおうということだ。そのためか、年々、看板も派手になってきていると思う。しかし、実際にその看板が人々に利用されているかどうかは、わからない。

V 総括

各自、それぞれクラブもちがうし、それぞれ家庭内の事情があるため、みんな集まってする機会がとて少なく、充実した研究ができなかったということと、資料のわりに考察ができなかったことが反省である。しかし、初めに思っていたことや、予想もしなかったことが、いろいろできてよかったと思う。もう来年は自由研究というものはないけど、疑問点もあることだし、機会があったらまたこの研究をしたいと思う。