

まちなか発信！情報フェニックス事業

事業概要

屋外広告を中心とした情報マネジメントを実施するため、情報需要の把握、情報発信事業に関するノウハウ習得等のため、社会実験を実施する。また、事業実施により将来的に発信する情報の資産価値を高め、公共情報と民間営利活動のコラボレートによる公共公益性、収益性の高い情報マネジメントと情報発信を行う民間の自立組織を目指す。

実験内容

JR長岡駅前の最も大きな交差点角地の空き店舗を活用し、中心市街地の情報はもとより市内各地のイベント情報、観光情報などを発信するまちなか情報発信基地「まちこい」の運営と、そのビル壁面に設置した大型LEDビジョン「まちかどフェニックスビジョン」により、まちなかの賑わいを演出するための情報発信のあり方等を検証する。

実施状況

実施日：平成22年8月1日（日）～平成23年3月31日（水）

実施団体：特定非営利活動法人 復興支援ネットワーク・フェニックス

実施場所：長岡市大手通り1丁目5番地9 Ritz CRビル

位置図：



○大型 LED ビジョンの基本仕様

メーカー：三菱電機

形式等：LED方式屋外大型映像装置（AVL-0DQ12）

スクリーン外寸（W6.8m×H5.0m）

画素数：217,600画素（400×544）

○状況写真



▲地元 B 級グルメ情報



▲イベント広告（食フォーラム事業）



▲イベント中継（食フォーラム事業）

○上映コンテンツ（画像切出し）



▲食フォーラム事業の広告



▲人材育成・フェニックス塾事業の広告



▲地域情報（山古志地区）



▲地域情報（川口地区）



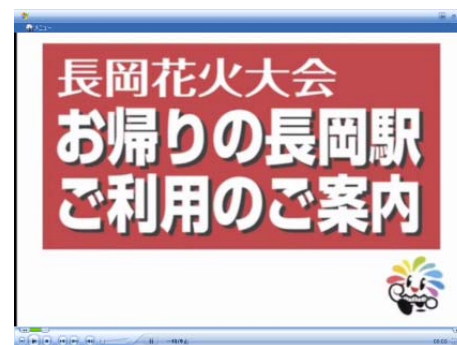
▲Uターンサポート情報



▲脳活クイズ



▲B級グルメ情報



▲長岡まつり時の交通情報



▲アルブレックス広告



▲エンジン01イベント広告



▲民間企業広告



▲大型 LED ビジョンの周知広告

検証結果

昨年度、中心市街地の最も大きな交差点角地の空き店舗ビルを活用し、情報発信基地「まちこい」を開設した。そこではイベントや観光情報等の紹介、各種パンフレットやチラシを常備し、来館者へのまちなか案内や物産品の販売を行っている。また、そのビルの壁面に大型スクリーン（W7.4m×H4.9m）を設置し、平成21年度「大手通り花火アベニュー事業」としてイベント等の情報発信実験を行っている。

その実験ではプロジェクターを用いてのスクリーン投影画像であったため使用が夜間のみに限られ、週末の金曜日と土曜日の午後5時から9時までの投影を行っていた。（右写真）

こうした限定的な状況にもかかわらず、来街者などからは関心を集め、効果的なメディアとして認知度が向上しつつあった。

しかし、昨年度のアンケート結果から「天候の影響や周辺照明で画像が見えにくくなる」ことや、「昼間も利用できるものとして欲しい」との声が多く寄せられており課題となっていた。

このような状況から、今年度は昼夜を問わずに利用できる広告メディアの導入を検討した結果、前年度の大型スクリーンとほぼ同じ大きさの大型LEDビジョン（320インチ）を設置し、「まちなか発信！情報フェニックス事業」として情報発信に関する社会実験を行った。そして、来街者、



長岡まつり民踊流しの中継(H21. 8. 1)

周辺店舗、それぞれにアンケート調査を行い、昨年度実施した大手通り花火アベニュー事業でのアンケート調査結果と比較しながら効果の検証や課題を抽出した。

1. 来街者アンケート結果について（回答数 977 人）

1) 設備の認知度等

①大手通り十字路に大型ビジョンが設置されたことを知っていますか

	H22 (%)	H21 (%)	前年比(ポイント)
はい	63.1	51.5	11.6
いいえ	34.1	48.5	△14.4
無回答	2.8	0	2.8

②上映された映像を見たことがありますか

	H22 (%)	H21 (%)	前年比(ポイント)
はい	51.0	33.6	17.4
いいえ	46.1	49.2	△ 3.1
無回答	2.9	17.2	△14.3

②で「はい」と答えた方、大型ビジョンの感想をお聞かせください。

③設置場所について

	H22 (%)
適切である	54.2
普通	31.3
適切でない	4.6
無回答	9.9

④大きさについて

	H22 (%)
大きい	31.7
普通	59.5
小さい	5.8
無回答	3.0

大型 LED ビジョンは、8 月 1 日から本格的に上映開始し、本アンケート調査までの間はわずかではあったが、「設置されたことを知っている」との回答は 63.1%であり、昨年度のスクリーン投影時 51.5%と比較し、高い認知度となった。また、「映像を見たことがある」が 51.0%であり、昨年度の 33.6%に対して 17.4ポイント上回った。

設置場所については、昨年度の大型スクリーン同様、長岡駅前の最も大きな交差点角地に設置したことから立地条件としては好条件であったことから、「適切である」「普通である」を併せて

85.5%、大きさについては「大きい」「普通である」が 91.2%であり、設備の設置等に関しては共に高い評価を得た。

2) 情報発信設備

①見やすさについて

	H22 (%)
見やすい	47.4
普通	42.3
見にくい	6.3
無回答	4.0

見やすさについては「見やすい」「普通」を併せて 89.7%と約 9 割を占めたが、少数ではあるが「見にくい」との回答が 6.3%あった。コンテンツの制作に関しては、文字の大きさや画像展開速度等、多角的に検討し、見やすいものとしていかなければならない。

3) 情報の種類、内容等

①情報の種類

	H22 (%)
多い	11.9
普通	57.3
少ない	16.3
無回答	14.5

②上映時間（毎日 8 時～21 時まで上映）

	H22 (%)
多い	26.0
普通	58.5
少ない	2.6
無回答	12.9

③その他感想など

とても良いと思った。
継続して欲しい。
車の運転をしているとあまり見ることができない。
マンションから見えたが、建物が建ち見えなくなり残念だ。
駅から来る人に見える位置がいい。
もっと目立つように。

④今後どのようなものを上映したらよいと思いますか（複数回答）

市政情報	ニュース	イベント情報	旅行・観光情報	グルメ情報	イベントライブ中継
277	271	271	201	198	185
スポーツ中継	災害情報	企業CM	テレビ番組	占い	個人メッセージ
174	140	67	60	55	44

情報量については「多い」「普通」を併せて69.2%であった。上映時間については、昨年度のスクリーン投影画像が週末の午後5時から9時までの4時間であったことに対し、今年度は毎日午前8時から午後9時まで（12月からは午後10時まで）の13時間（14時間）と約3倍の放映時間とした結果、「多い」「普通」を併せて84.5%と高い評価が得られた。これらより、情報発信設備に関しては、昨年度の「周辺の照明でやや見えにくい」などの不満がなくなったことから情報媒体としての有効性を検証できた。その一方で、情報量についてはやや低い評価となったため、今後の上映希望に対する回答を参考にしながら魅力的なコンテンツ制作に努めていく。

イベントライブ中継は、まちなかで行われるイベント状況を大型LEDビジョンにより映像中継することでイベントの盛り上げに一役買うものとなった。今年度もオープニングに長岡まつり前夜祭などの中継を行ったが、情報発信にとどまらない柔軟な運用を図ることが求められている。

また、今後の上映に関する数多くの回答からは情報化社会であることを再認識させられると共に、情報発信の手法やコンテンツに対して来街者の多くが期待感を持っていることが証明された。

2. 店舗等アンケート結果（回答数23人）

1) まちかどフェニックスビジョン（大型LEDビジョン）について

①大型ビジョンを設置し、情報提供を行っていることを知っていますか

	H22 (%)	H21 (%)	前年比(ポイント)
知っている	95.7	73.9	21.8
知らない	4.3	26.1	△21.8

②大型ビジョンの利用は効果があると思いますか

	H22 (%)	H21 (%)	前年比(ポイント)
あった	39.1	30.4	8.7
ない	17.4	26.1	△8.7
わからない	43.5	43.5	0

③内容についてはいかがですか

音楽プロモーションビデオや映画の告知はとてもよい
賑やかな感じがしてとてもよい
市民から注目を受けるに効果的だ
商店街からの情報発信などにも利用したい
今後のイベント情報の提供などに利用したい

内容を覚えていない
通行量が減ってきているので効果が薄い

④今後の展開についてはどのように思いますか

音声があったほうが良い (9)
内容の充実 (5)

中心市街地に立地する店舗経営者等へのアンケート結果から、大型 LED ビジョンとこれを運用しての情報提供に関する認知度については、昨年度よりも大幅に増加した。また、「大型 LED ビジョンの利用は効果があった」とする回答が、昨年度を 8.7 ポイント上回った。ただ、「効果的かどうか分からない」が 43.5%と前年度と同様であることから、広く浸透しているとはいいがたく、大型 LED ビジョンの有用性の定着にはもう少し時間が必要である。

内容については、「賑やかな感じがしてとてもよい」や「市民から注目を受けるには効果的だと思う」からは、収集した情報に対しての的確な発信技術、アイキャッチほか情報編集作業に関する人材の育成、編集技術が向上してきた結果であるといえる。

アンケート結果から得られた貴重な意見を参考にし、来街者や周辺店舗が望む情報を検討しながら、継続的に運用していくためのステップアップを図っていく必要がある。なお、「商店街からの情報発信などにも利用したい」との声が聞かれるようになり、今後も認知度の高い広告メディアとしての評価に応じ、中心市街地の活性化に寄与していきたい。

2) 情報発信基地「まちこい」について

①利用したことがありますか

	H22 (%)	H21 (%)	前年比(ポイント)
利用したことがある	32.2	27.3	4.9
知ってはいたが入ったことはない	57.1	40.9	16.2
知らなかった	10.7	31.8	△21.1

② ①で「利用したことがある」を選んだ方へ、利用内容は何ですか

イベント情報
チケット購入
グルメ情報などのチラシ入手
カレンダー購入

③どんな情報があったら利用しようと思いますか

街のお買い得情報
グルメ情報
花火情報
コンサート情報

中心市街地の空き店舗を利用した情報発信基地「まちこい」(右写真)の認知度は、昨年度の回答 68.2%に対して今年度は 89.3%と向上した。各イベントやまちの情報を収集しに訪れる来客者も増加しており、「まちなかでいつも何かやっている感じが市民の楽しみになる」との声からも来街者の期待度が増してきている。

また、市外からの来街者からは飲食店やお土産販売店などの問い合わせが増加してきており、特に長岡まつりの前後は通常の 20 倍もの来客数となり、市民交流の場として定着しつつある。



情報発信基地「まちこい」外観

4. 今後の課題等について

昨年度の課題であった「昼間も使えるものとして欲しい」「天候の影響で見にくくなる」については、設備を変更したことにより解決された。今後は、昨年度同様「映像については音声があった方がよい」との意見が多く寄せられたため、周辺店舗や商店街組合等と協議しながら効果的な音声の提供方法を検討していきたい。

各アンケート調査結果から、情報発信媒体の有効性は検証された。今後は、大型 LED ビジョンを設置してある情報発信基地「まちこい」の拠点性の向上も含め、より高質な情報発信システムを検討し、最新の情報収集、絶え間ない更新に留意し、旬な情報を提供していく。

中心市街地には、シティーホールプラザ「アオーレ長岡」のオープンを平成 24 年 1 月に控え、公共機能のまちなか回帰が進んでいる。このため、今後予想される多くの来街者に向け、適切かつ豊かな情報を提供し、まちなかの賑わいを演出していきたい。