

印刷物配布の有無とインフォグラフィックを用いた印刷物が市民の計画認知に与える影響

丹野 健吾¹・寺部 慎太郎²・柳沼 秀樹³・康 楠⁴

¹非会員 元東京理科大学 理工学部土木工学科 (〒278-8510 千葉県野田市山崎2641)

²正会員 東京理科大学教授 理工学部土木工学科 (〒278-8510 千葉県野田市山崎2641)
E-mail:terabe@rs.noda.tus.ac.jp

³正会員 東京理科大学講師 理工学部土木工学科 (〒278-8510 千葉県野田市山崎2641)
E-mail: yaginuma@rs.tus.ac.jp

⁴正会員 東京理科大学嘱託助教 理工学部土木工学科 (〒278-8510 千葉県野田市山崎2641)
E-mail:kangnan@rs.tus.ac.jp

本研究は、パブリック・インボルブメント・プロセスにおいて情報提供媒体として用いられることの多い印刷物(チラシ)が、市民の計画に対する認知や興味をどれくらい喚起できるかについて、実験的に検討したものである。首都圏近郊において、一般的な印刷物を配布した群、インフォグラフィックによって魅力的なデザインにした印刷物を配布した群、何も配布しなかった群を対象に、事前事後の意識調査を行い、回答の変化を調べた。

Key Words: public involvement, infographics, newsletter, information distribution, outreach

1. 背景と目的

我が国では、公共事業や都市計画が多く進んでいる中、それらの計画を進めるにあたって市民の協力が必要不可欠である。なぜなら行政と市民が意見交換、合意形成を行う事で地域政策の企画、執行の信頼を確保することによって計画が円滑に進められるからである。しかし、実際には未確定な情報をまだ公にできない、市民の反対意見があると計画が円滑に進まない等の理由から情報を十分に出せていない事が多い。この事から市民は事業を本当に認知しているか、また興味があるか疑問である。本研究では地域ごとの市民の公共事業や都市計画の認知度や興味を把握し、今後の我が国における公共事業や都市計画に関してどのように情報を伝えていくべきかを考えるのに役立つ事を目的としている。さらに従来型のチラシ、インフォグラフィック (以下 IG と記述する) を用いたチラシ、配布なしでは認知度にそれぞれどれくらい影響するののかも検証する。

2. 研究方法

(1) 対象地域及び研究の流れ

a) 対象地域

現在、連続立体交差事業や立地適正化計画の策定等が進んでいる埼玉県春日部市を対象地域として選定する。この市はである。埼玉県東部に位置する、人口約 24 万人の都市で、粕壁、内牧、幸松、豊野、武里、豊春、庄和の全 7 地区からなる。

b) 研究の流れ

春日部市内の公共事業や都市計画についての認知度、態度、興味を知るために意識調査を行う。またチラシの有無やそのデザインによって認知度はどれくらい変化するのかを明らかにする。そのため第一回調査、チラシ、第二回調査の順に配布する。

(2) 意識調査について

a) 配布枚数

春日部市の人口に対して適正サンプル数を求める式で求めた結果 384 部となった。回収率を 15%と低く見積もり、第一回調査は春日部市の 7 地区に 2567 部をポストティングにより配布した。そのうち 430 部回収できたが記入なし等の無効票を取り除くと 330 部である。すなわち有効回収率は 12.9%であった。第二回調査は第一回調査にて有効票を返答した 330 世帯に郵送した。第二回の

回収数は全部で 188 部だった。すなわち有効回収率は 57.0%であった。回答者には抽選で図書カードを謝礼として送った。

b) 質問内容

調査票に記載する公共事業や都市計画は、立地適正化計画、春日部市建築物耐震改修促進計画、春日部市中心市街地まちづくり計画、東埼玉道路の整備、春日部市立病院再整備事業、首都圏外郭放水路、春日部駅付近連続立体交差事業の7つである。

各公共事業や都市計画について見たこと(広報等)があるか、耳にしたことがあるか、興味があるかをそれぞれ4段階で答えてもらった。

(3) チラシについて

a) チラシの内容

チラシは春日部駅付近連続立体交差事業についての内容にした。理由は開かずの踏切で困っている市民は数多く存在し、この事業を知らない人は興味を持ちやすいと考えたからである。デザインは従来型と IG を用いたチラシの二種類を用意した。チラシの有無やそのデザインによって認知度はどれくらい変化するか明らかにするため、従来型チラシ、IG チラシを配布する地区、配布しない地区の合計3地区に分けた。

b) 配布枚数

第一回意識調査の結果、連続立体交差事業についての認知度が低かった内牧、武里、庄和を対象にチラシを配布した。この三地区をそれぞれ従来型チラシ、IG チラシ、配布無しの地域に分け、それぞれ 50 世帯、52 世帯、55 世帯に配分した。

3. 結果とその考察

(1)調査結果及び分析

a) 調査結果

調査結果は図-1 のようになった。ここでは代表して連続立体交差事業の結果を載せる。

見たこと、聞いたことがある人は 55%を超えている。春日部市が駅の広告等で宣伝しているのももう少し高いと予想していた。興味がある人は約 90%である。以前から開かずの踏切で苦勞している人が大勢いるため、やはり興味を持っている人は多いという結果となった。

b) 配布枚数

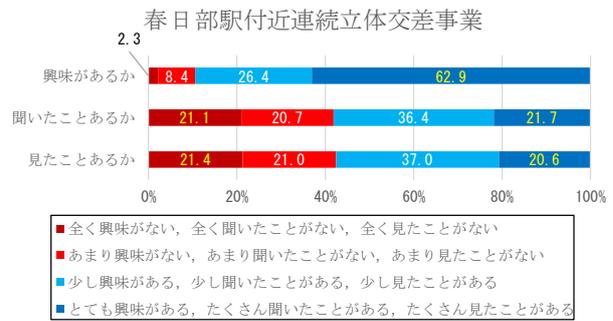


図-1 連続立体交差事業調査結果

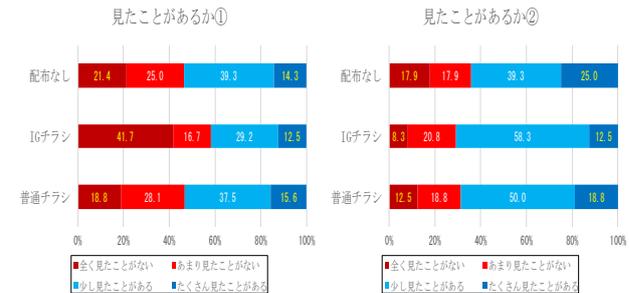


図-2 連続立体交差事業チラシ効果

チラシ配布前後の結果は図-2 のようになった。ここでは代表して認知度を載せる。①は第一回、②は第二回調査結果である。

チラシの有無で認知度は大きく変わった。従来型のチラシと IG チラシを比べて前者は 29.1%伸びており後者は 15.7%伸びていることから IG チラシのほうが認知度を上げるには効果的だという結果になった。IG チラシの配布前後の差の t 検定の結果は P 値が 0.0156 となったので統計的に差があると言える。

参考文献

- 1) 松田和香, 石田東生: 都市計画マスタープランにおけるPI プロセスのあり方に関する考察—茨城県牛久市を対象として—, 土木計画学研究・論文集, Vol.19, 2002.
- 2) 寺部慎太郎, 屋井鉄雄, 関健太郎: 長期交通計画策定に対する市民参加意識の分析, 土木計画学研究・論文集, No.16, 1999.
- 3) 富山嘉都, 寺部慎太郎, 康楠: インフォグラフィックを用いた広報資料を対象とした視線計測実験, vol53, CD-ROM, 2016
- 4) Yoshikuni TOMIYAMA, Shintaro TERABE, Hideki YAGINUMA, Nan KANG, "Effectiveness of Newsletters with Infographics Used in Public Involvement Processes", Proceedings of the 96th Annual Meeting of Transportation Research Board, 17-02440, 2017.01
- 5) 寺部慎太郎, 増田匠朗, 内山久雄: パブリック・インボルブメントで用いられる広報資料における情報の種類や密度と配置に関する研究, 土木計画学研究・講演集, vol.39, CD-ROM, 181, 2009

EFFECT OF FLYER AND ITS INFOGRAPHICS ON CITIZENS' AWARENESS IN TRANSPORTATION PROJECT

Kengo TANNO, Shintaro TERABE, Hideki YAGINUMA and Nan KANG