

駅空間における電子看板を活用した防犯情報の提供とその効果検証に関する考察

－福岡市営地下鉄七隈線福大前・七隈駅を事例として－

福岡大学大学院工学研究科

福岡大学工学部社会デザイン工学科

学生会員 ○淡島正憲

正会員 柴田 久, 石橋知也

1. はじめに

平成 25 年 12 月に犯罪対策閣僚会議において「犯罪に強い社会実現のための行動計画」が策定され、「国民への犯罪情報・地域安全情報の提供」が具体策の一つとして定められている。本研究では多くの住民に視聴が見込める市営地下鉄駅空間を事例に、防犯情報提供における現状の整理と課題の抽出を行う。そのうえで福岡市営地下鉄七隈線において行われた電子掲示板デジタルサイネージ（以下;DS）を用いた防犯情報提供の社会実験結果をもとに、情報公開による住民の防犯意識の変化と防犯情報提供の要点を明らかにすることを目的とする。関連する先行研究として、樋野¹⁾は WebGIS でひったくりの発生状況を公開し、住民意識の分析から今後の犯罪発生状況公開の課題と展望を論じている。

2. 福岡市営地下鉄七隈線での防犯社会実験の概要

本実験は福岡市営地下鉄七隈線「福大前駅」「七隈駅」に、平成 25 年 10 月 8 日から同年 12 月 25 日まで DS を 1 台ずつ設置し、表-1 に示す防犯情報を DS を用いて提供することで住民意識や対処行動の変化、それに伴う防犯効果を検討した。一方、当初本実験において DS に対する学生の興味関心を高めるため、近隣飲食店の紹介動画を作成して情報提供を試みた。しかし、市営地下鉄の駅空間は情報提供に対する規制が多く、一部の商業施設の利益につながる情報は広告料が発生するため、防犯情報と公共性の高い情報の提供だけに留まらざるを得なかった。

表-1 提供を行う動画と作成主体

福岡県警察中央警察署本部			福岡大学		
動画の種類	件数	秒数	動画の種類	件数	秒数
乗物盗	3件	60,15,15(90)	就職活動	1件	85
車上狙い	2件	60,15(75)	年間行事予定	1件	42
性犯罪	6件	60,27,24,15,15,14(155)	防犯シンポジウムの告知 (H25.10月13日～10月30日)	1件	45
ひったくり	3件	15,15,60(90)	福岡市市民局生活安全課		
子どもを対象にしたもの	5件	60,25,15,15,15(130)	キャッチセールス	1件	30
飲酒運転	1件	18	防犯ボランティア		
警察提供のメール 配信登録方法	1件	26	防犯ボランティアの紹介	1件	90
			*0内の数字は提供時間の合計		



写真-1 各駅の掲示板での情報提供の様子

3. 七隈線沿線の現状把握とヒアリング調査

1) 七隈線沿線における防犯情報提供の現状調査

七隈線沿線における各駅の防犯情報提供の現状を調査した。ドラッグに関連する情報は全駅に共通して公開が行われているものの、防犯意識啓発については 16 駅中 9 駅、乗物盗は 3 駅、ひったくり・痴漢については 1 駅となった。また写真-1 は各駅における掲示板での情報提供の様子である。これより防犯情報は「交通局お知らせ掲示板」内の一般広告物と混在していることが把握された。デザインにおいても、色を多用した配色によって本来伝えなければならない情報が一目では分かりづらい傾向も看取された。

2) 早良警察署へのヒアリング調査

ヒアリングの結果、ポスターの設置場所を決定するのは施設側であり、警察が具体的な指示を出すことはほぼないと現状が明らかとなった。早良警察署が扱う防犯ポスターには、中央警察署本部から各警察署に対して同一デザインのポスターが支給される場合と、各警察署が独自に作成する場合の 2 ケースあることが把握された。また各警察署が独自に作成する場合は、主に各警察署の広報課が主体となるものの、防犯協会に加入している広告会社の助力を受け作成する場合もあることが把握された。早良警察署が作成し提供している情報は対処行動の呼びかけだけに留まっており、その理由として「実際の被害件数など具体的な情報の提供を行うと、高い頻度で情報更新を行わなければならない」との回答が得られた。

4. 意識調査による DS 導入の評価

本実験の評価と現在駅空間で行われている防犯情報提供に対する住民意識を調査し、計 337 件(有効回答数 326 件)の回答が得られた。

まず DS に対する意識調査の集計結果を表-2 に示す。これより、DS を「知っている」と選択した回答者は全体の 147 名(45%) であり、これらのうち DS を見たことがある回答者は計 134 名となった。これら 134 名に対し、防犯意識の変化を問うと「やや高まった」を選択した回答者が 70 名(52%)と最も多く、また認識している防犯情報については「飲酒運転」を 60 名(45%)が選択した。加えて DS を見たことがある 134 名のうち 130 名(97%)が提供されている何かしらの防犯情報を把握していることが明らかとなった。

表-2 DSの認知に関する単純集計結果

DSの認知		「福大前・七隈駅」を週1回以上利用する197名のDSの認知		
知っている	知らない	知っている	知らない	
147(45)	179(55)	128(65)	69(35)	
DSを知っている人のDSを見る頻度				
普段から見ている	たまに見ている	あまり見ていない	見ていない	
7(5)	75(51)	52(35)	13(9)	
* DSを見たことがある人数の合計 134名				
DSを見たことによる防犯意識の変化				
すごく高まった	やや高まった	あまり高まっていない	全く高まっていない	
1(1)	70(52)	50(37)	13(10)	
DSで提供されている防犯情報の認識度（複数回答）				
性犯罪	乗物盗	キャッチセールス	防犯ボランティア	メール配信登録
46(34)	31(23)	10(7)	23(17)	4(3)
車上狙い	ひったくり	飲酒運転	子ども関連	大学関連
8(6)	54(40)	60(45)	13(10)	38(28)
提供防犯情報の認識者数		認識者の平均認識種類数		※()内の数字は%
130(97)		2.2/10		

表-3 駅空間に求める情報と提供のあり方に関する集計結果

駅構内の掲示板に求める情報					
犯罪や防犯	イベントに関するもの	レジャーに関するもの	生活に役立つもの	お店や商品	その他
110(34)	199(61)	73(22)	126(39)	130(40)	14(4)
駅構内における防犯情報提供に対する積極性					
積極的に行う必要がある	行う必要がある	あまり行う必要はない	行う必要はない		
109(33)	195(60)	12(4)	10(3)		
駅構内におけるポスターを用いた防犯情報提供の課題					
提供内容に興味関心が持てない	掲示場所が悪く気づかない	デザイン性が低い	欲しい情報と提供内容にずれがある	提供されている情報が古い	提供内容が曖昧である
114(35)	134(41)	72(22)	27(8)	19(6)	31(10)

次に七隈駅におけるポスターを用いた防犯情報の提供を「知っている」と選択した回答者は 53 名(16%)に留まっていた。見る頻度が高まると思う情報提供の媒体とその意見傾向を見ると「DS」を選択した回答者は 153 名(47%)であり、DS の選択理由として「動くので目につく」が最も多いことが把握された。「ポスター」を選択した回答者は 83 名(25%)となっており、選択理由として「電子掲示板は画面の切り替わりにより詳しくみれないから」などが看取された。

駅空間における防犯情報提供のあり方の調査結果を表-3 に示す。まず駅空間で提供を求める情報として「イベントに関するもの」を 199 名(61%)が選択した。また駅空間で防犯情報の提供を「行う必要がある」とした回答者は 195 名(60%)、「積極的に行う必要がある」は 109 人(33%)となった。またポスターを用いた情報提供の課題として 134 名(41%)が「設置場所が悪く気づかない」を選択している。

5. 駅空間での DS を用いた防犯情報の提供に向けて

1) DS を用いた防犯情報提供に対する駅空間の有効性

意識調査の結果より、多くの住民は日常的に利用する駅空間での防犯情報提供の必要性を感じているものの、早良警察署が行っているポスターを用いた防犯情報の提供の認知度は低い値に留まっていた。また駅空間に求める情報として、防犯情報を選択した回答者は少なく、防犯情報の取得に対して受け身であることが窺える。加えてポスターを用いた防犯情報提供の課題として「掲示場所が悪く気づかない」が最も高い割合を示した。またヒアリング調査より、提供側である警察は設置場所の検討は行っていないことが把握された。これに対し、本実験では駅利用者の動線を考慮

して DS の設置を行うことで、住民の多くが DS の存在を認知し、提供されている情報内容まで把握していたことが明らかとなった。よって前述した情報取得に対して受け身である住民に対しても、防犯情報に触れる機会を創出することで情報の理解を促す可能性が示唆される。すなわち防犯情報の提供に当たっては、住民の目に触れさせることを念頭に周辺環境とそれに付随する動線を考慮し、詳細な設置場所まで検討を行うことが重要といえる。また駅空間は出入り口や利用目的が明確であり、施設内の動線が固定的である。本実験の対象地である両駅においても、駅空間の動線は明確であった。つまり駅空間は効果的な提供場所を特定しやすく、より多くの住民に対して防犯情報に触れる機会を創出する空間として有効であると言えるだろう。

2) 防犯情報と興味関心が高い情報とを絡めた提供の重要性

本実験で最も認知度が高い「飲酒運転」の動画は、DS で提供を行っていたその他の情報と比較した場合に提供時間はきわめて少ない。一方でこの動画は福岡県警察が地元出身の著名人に出演の依頼を行っており、住民の興味関心が高い情報と絡めた提供内容となっていた。また「車上狙い」や「子ども関連」は長時間提供していたにも関わらず、認知度は低い結果となった。すなわち、情報提供側は理解を促すため、単に提供時間を延ばせばよいといった短絡的な方法ではなく、前述した住民の関心が高い「イベント」「お店・商品」などと絡めた情報提供を行い、興味関心を向上させることの重要性が示唆されよう。付言として、駅などの公共空間には多くの規制が存在し、住民の興味関心が高いイベントや商業関連の情報提供は制限されていることも多い。防犯情報の認知を効果的に促すためには、駅などの公共空間に設定されている規制・規則に固執せず、必要に応じた交通行政の柔軟な対応が望まれよう。

3) DS を用いた防犯情報提供の効果と課題

本実験で導入した DS は、多くの駅利用者に評価されており、さらに「動くので目につく」といった意見からも、防犯情報の提供媒体として有効な手段であることが把握された。一方「見る頻度が高まると思う提供媒体」で「ポスター」を選択した回答者の意見から「画面が切り替わることによって欲しい情報を入手できない」といった課題も明らかとなった。すなわち、DS を用いて詳細情報を提供することで防犯への興味関心を高めつつ、定常的なポスターによって関連した内容の対処行動を呼びかけるなど、DS とポスターによって情報内容を相互に補完する提供上の工夫も重要といえるだろう。

【参考文献】

1) 樋野公宏 真鍋陸太郎 小島隆夫 WebGIS を活用した犯罪発生情報提供システムの開発と住民意識の分析-WebGIS 活用による防犯まちづくり支援に関する研究- 日本建築学会計画系論文集 No.597,135-140,Nov,2005