

社会実験の概要

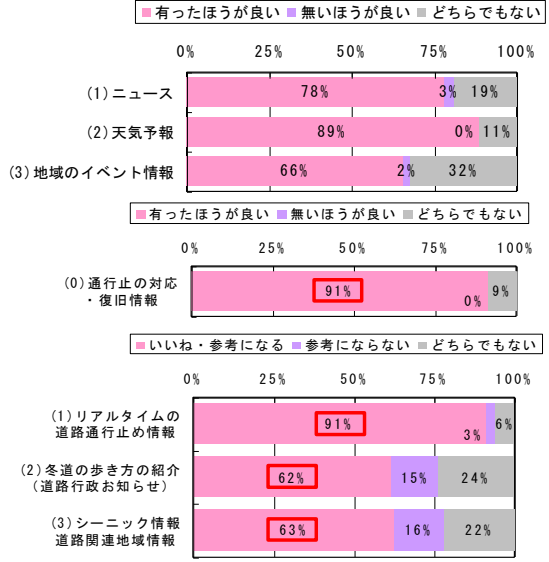
期間:平成25年12月16日(月)～平成26年2月16日(日)

内容:

- 札幌駅前通地下歩行空間に約80インチの電子情報板(デジタルサイネージ)を設置し、北海道開発局が提供する道路規制情報などの道路情報と地域活性化広告を交互に放映する兼用手法により、情報提供のあり方や広告の効果について検証するとともに、広告収入による維持管理を賄う新たな管理運営手法について検証。
 - 道路管理者が整備した道路情報の提供を行う施設(道路法第2条、道路情報管理施設)に、「地域活性化広告」を兼用し広告収入を用いて情報板等の維持管理を賄う新たな道路情報システムの管理運営の実現性を検証。
 - 同道路情報システムにおける道路情報(道路規制情報、災害情報、道路行政情報等)の効果的・効率的な情報発信の検証。

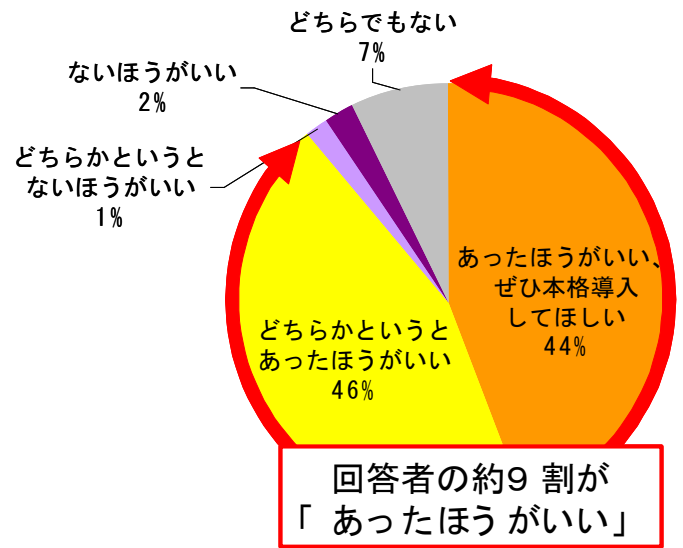


実験結果



○自由意見

- リアルタイムな情報は、交通手段を選びやすくなるから(観光客の方)
- 冬道の歩き方は観光客の方かにはいいのでは。通行止め情報は峠名や地名だとわからないので地図はよいと思う。(札幌在住の方)
- 冬道の歩き方は雪まつりシーズンには良い。地域情報は観光情報としてよい。(札幌在住の方)



回答者の約9割が「あったほうが良い」

特に災害発生時の対応状況、リアルタイムの道路通行止め情報については9割以上が「有った方がよい」「参考になる」と回答
 提供情報の内容に関しては、JR、地下鉄等を含む統合的な交通情報へのニーズが多く寄せられた

アンケート回答者の約9割が、デジタルサイネージによる情報提供施設が今後も「有った方がよい」と回答
 民間広告が入ることは、肯定意見が大多数を占める

本格実施に向けた課題

- 社会実験による収支(年間約78万円の赤字)では、本道路情報システムの管理運営費を賄う収益を得ることは出来なかった。
 - ⇒ 広告掲出数(収益)の増、管理費(支出)の縮減を図ることにより改善の可能性あり。
 - ① 広告の集稿が今回比で平均週1枠UP
 - ② 赤字分に相当する支出の約16%削減
- 放映時間の短い情報(民間企業広告等)と、長い情報(道路行政情報)とが混在した一方、設置環境は滞留空間のない“通過型”であったため、情報提供と環境とにミスマッチが発生
 - ⇒ 通行環境の特性を踏まえた情報の放映時間(尺)のバランスや組み合わせ方等の配慮が必要