

平成 23 年度屋外広告物社会実験について（七尾市和倉温泉地内）

1. 概要

1-1 目的

- ・和倉温泉において、屋外広告物に関する社会実験を行うことによって、景観計画に基づく和倉らしい屋外広告物デザインの先導的なモデルの検討を行い、地域住民の景観への意識醸成と、民間施設の景観に配慮した広告物の設置を促すとともに、観光客に対しては、屋外広告物を通じて温泉情緒あるおもてなしの心を演出する。
- ・本業務では、社会実験として設置した屋外広告物について、市民や観光客の方々にご意見をうかがい、効果と課題の整理を行う。

1-2 社会実験の概要

- ・下記の 3 つの屋外広告物を設置し、市民や観光客を対象のアンケートにより効果と課題の整理を行った。

【社会実験の概要】



①景観協定の具体化実験

目的：景観協定、周辺環境に配慮した、和倉温泉のイメージ向上

概要：景観協定に基づく和倉らしい屋外広告物デザインの先導的なモデルの検討を行うため、湯っ足りパーク付近の既存インフォメーション看板の改修を行った。



改修前



改修後

②のぼり旗によるおもてなし誘導実験

目的：和倉温泉駅から和倉地区へ向かう道路の必要な場所へのぼり旗等を設置し、温泉街への誘いや賑わい効果の演出を図る。

概要：和倉温泉中心地への誘導と“おもてなし”のため、県道の主要交差点や沿道の街灯や電柱に広告旗を設置した。



③統一デザイン広告物の設置実験

目的：中心部における店舗について温泉街らしく、かつ統一性のあるのれん等の設置を行う。

概要：和倉らしい良好なまちなみ景観が形成され、にぎわい創出と今後の継続的な景観づくりのきっかけとするため、和倉じばん館に「のれん」を3種類（オレンジ・紺・白）実験的に掲出する。



2. アンケートによる検証結果

2-1 調査内容

(1) 調査期間

- ・平成 24 年 3 月上旬～3 月 20 日（火・祝）

(2) 配付・回収方法

- ・和倉じばん館の来館者、和倉温泉スイーツめぐり・七福神「福々めぐり」の希望者、旅館宿泊者に対してアンケート調査票を配布した。
- ・和倉じばん館、旅館のフロント、和倉温泉観光会館にてアンケート調査票の回収を行った。

(3) 回収枚数

- ・ 57 件

(4) アンケート帳票

アンケートにこたえて

和倉温泉

わくたまを当てよう

抽選で30名様に
携帯ストラップ
プレゼント

抽選の時期は、調査の終了後をもって発表させていただきます。

和倉では温泉情緒あるおもてなしの心を演出するため屋外広告物を設置する社会実験をしています。
ぜひ、みなさんでご意見を聞かせてください。

〈観光客の皆様〉
ご記入が完了しましたら、宿泊の旅館の受付にお渡しください。

〈七尾市和倉町民の皆様〉
ご記入が完了しましたら、和倉しぼん館、または和倉温泉観光協会にお渡しください。

アンケート締め切り日
3月20日(火・祝)

〈問合せ先〉
七尾市和倉温泉観光協会
電話 0767-62-1555

*アンケート結果は本調査の目的に一切関係ありません。

裏面の地図で屋外広告物の設置箇所を確認し、実際に見たものについてのみ回答してください。あてはまるものひとつに○をつけてください。また⑤を選んだ方はその理由もお聞かせください。

フラッグ1	Q1. 和倉温泉のイメージに合うと思いますか？ ① 思う ② 少し思う ③ どちらでもない ④ あまり思わない ⑤ 思わない	理由
	Q2. 目につきやすいと思いますか？ ① 思う ② 少し思う ③ どちらでもない ④ あまり思わない ⑤ 思わない	理由
	Q3. 看板のデザインは見やすいと思いますか？ ① 思う ② 少し思う ③ どちらでもない ④ あまり思わない ⑤ 思わない	理由
フラッグ2	Q1. 和倉温泉のイメージに合うと思いますか？ ① 思う ② 少し思う ③ どちらでもない ④ あまり思わない ⑤ 思わない	理由
	Q2. 目につきやすいと思いますか？ ① 思う ② 少し思う ③ どちらでもない ④ あまり思わない ⑤ 思わない	理由
	Q3. 看板のデザインは見やすいと思いますか？ ① 思う ② 少し思う ③ どちらでもない ④ あまり思わない ⑤ 思わない	理由
のれん	Q1. 和倉温泉のイメージに合うと思いますか？ ① 思う ② 少し思う ③ どちらでもない ④ あまり思わない ⑤ 思わない	理由
	Q2. 目につきやすいと思いますか？ ① 思う ② 少し思う ③ どちらでもない ④ あまり思わない ⑤ 思わない	理由
	Q3. 看板のデザインは見やすいと思いますか？ ① 思う ② 少し思う ③ どちらでもない ④ あまり思わない ⑤ 思わない	理由
インフォメーション看板	Q1. 和倉温泉のイメージに合うと思いますか？ ① 思う ② 少し思う ③ どちらでもない ④ あまり思わない ⑤ 思わない	理由
	Q2. 目につきやすいと思いますか？ ① 思う ② 少し思う ③ どちらでもない ④ あまり思わない ⑤ 思わない	理由
	Q3. 看板のデザインは見やすいと思いますか？ ① 思う ② 少し思う ③ どちらでもない ④ あまり思わない ⑤ 思わない	理由
	Q4. 看板の内容はわかりやすいと思いますか？ ① 思う ② 少し思う ③ どちらでもない ④ あまり思わない ⑤ 思わない	理由

お名前
ご住所

ご年齢 (当てはまる場所に○をつけてください)
 10歳代 20歳代 30歳代 40歳代
 50歳代 60歳代 70歳代以上

調査票 (表面)

屋外広告物の設置箇所

拡大図

調査票 (裏面)

2-2 調査結果

(1) 回答者の属性

■ 年齢

・10～60 歳代まで、幅広い年齢の方にアンケートに回答していただいた。どの年代も 10～20%の割合を占めている。そのなかでも、もっとも多いのは 50 歳代で 24.9%となっている。

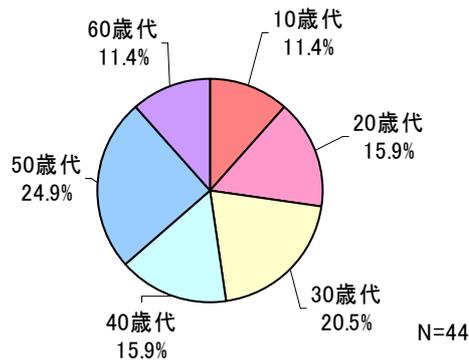


図 年齢

■ 居住地

・石川県外の方もいるものの、圧倒的に石川県内の方が多く、約半数を占めている。
・石川県内のうち、七尾市がもっとも多く約 7 割となっている。

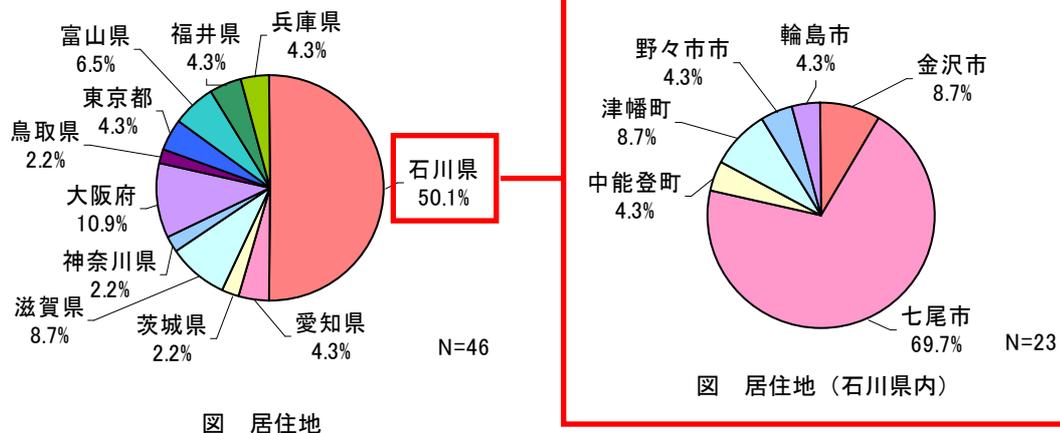


図 居住地

(2) 屋外広告物に対する評価

① 景観協定の具体化実験（インフォメーション看板）

1) 設置看板



2) 設置場所

- ・和倉温泉湯っ足りりパーク横に設置した。



3) アンケート結果

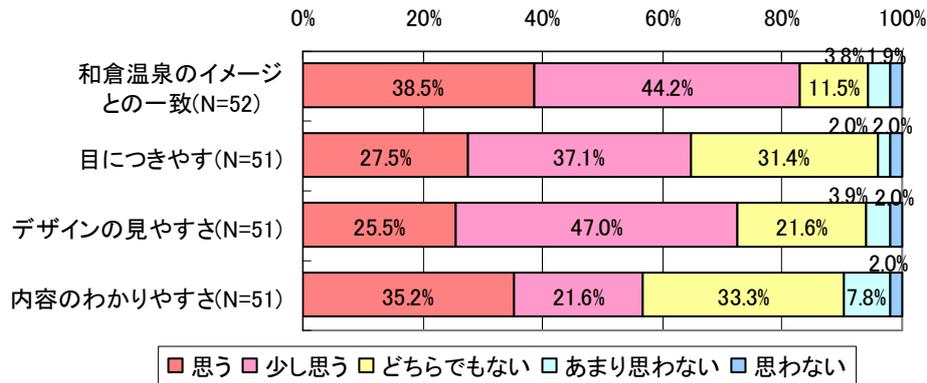


図 アンケート結果

■ 和倉温泉のイメージとの一致

- ・「少し思う」と回答した方がもっとも多く、約 4 割を占める。「思う」「少し思う」を合計すると、82.7%の方がイメージと一致していると評価している。
- ・「思わない」「あまり思わない」を合計すると、5.7%と少ない。

「あまり思わない」理由 ・温泉という感じがしない。

「思わない」理由 ・おもしろくない。

■ 目につきやすさ

- ・「少し思う」と回答した方がもっとも多く、約 4 割強を占める。「思う」「少し思う」を合計すると、64.6%の方が評価している。
- ・「思わない」「あまり思わない」を合計すると、4.0%と少ない。
- ・「どちらでもない」と回答している方が、約 3 割を占める。

「思わない」理由 ・今のままでは目立たない。きょう屋とまかない食堂の間に設置すると良い。

■ デザインの見やすさ

- ・「少し思う」と回答した方がもっとも多く、約 5 割を占める。「思う」「少し思う」を合計すると、72.5%の方が評価している。
- ・「思わない」「あまり思わない」を合計すると、5.9%と少ない。

「あまり思わない」理由 ・「わくたまくん」が案内している看板が良い。

「思わない」理由 ・ありきたりである。

■ 内容のわかりやすさ

- ・「思う」と回答した方がもっとも多く、約 4 割を占める。「思う」「少し思う」を合計すると、56.8%の方が評価している。
- ・「思わない」「あまり思わない」を合計すると、9.8%と少ない。
- ・「どちらでもない」と回答している方が、約 3 割を占める。

「あまり思わない」理由 ・小さくて見にくい。
・細かいところがわかりにくい。

「思わない」理由 ・もうすこし柔らかい表現が良い。

②のぼり旗によるおもてなし誘導実験（フラッグ）

1) フラッグ1

a) 設置看板



b) 設置場所

- ・和倉温泉駅前交差点～総湯前までの区間道路沿線と湯元の広場に設置した。



c) アンケート結果

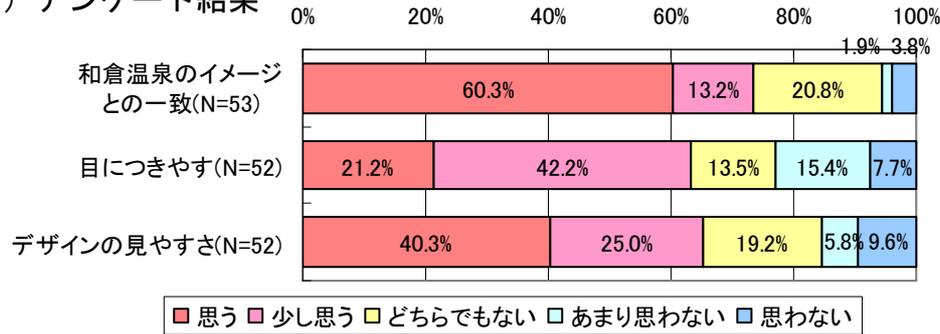


図 アンケート結果

■ 和倉温泉のイメージとの一致

- ・「思う」と回答した方がもっとも多く、約 6 割を占める。「思う」「少し思う」を合計すると、73.5%の方が評価している。
- ・「思わない」「あまり思わない」を合計すると、5.7%と少ない。

「あまり思わない」理由 ・茶色？

「思わない」理由 ・イメージ的に暗く、色も悪い。ムラサキとグリーンなどがよい。
・和倉温泉のシンボルカラーなのではないでしょうか。なぜエンジ色？

■ 目につきやすさ

- ・「少し思う」と回答した方がもっとも多く、約 4 割を占める。「思う」「少し思う」を合計すると、63.4%の方が評価している。
- ・「思わない」「あまり思わない」と回答した方の合計は 23.1%で、その理由としては設置位置が高いことや色が目立っておらず見つけにくいことなどが挙げられている。

「あまり思わない」理由 ・あまり目立たない。
・冬枯れの並木のなかに隠れて目立たない。
・気づかなかった。
・色が地味。
・たまたま上を見て気づいただけだから。
・上を向いて歩かないから。
・夜に来街したため。

「思わない」理由 ・位置が高い。
・電柱の上の方でわかりにくい。色が目立たない。色の組み合わせが汚い。

■ デザインの見やすさ

- ・「思う」と回答した方がもっとも多く、約 4 割を占める。「思う」「少し思う」と回答した方を合計すると、65.3%の方が評価している。
- ・「思わない」「あまり思わない」と回答した方の合計は 15.4%で、その理由としては掲載内容の多さやフラッグの色などが挙げられている。

「あまり思わない」理由 ・「また来てね」が大きい方がよい。
・文字が全部読めない。
・キャラクターはかわいいけど、フラッグの色が地味。

「思わない」理由 ・ごちゃごちゃしている。位置が高く、歩いていて見にくい。
・数字が多い。
・シンプルなものがよい。

2) フラッグ2

a) 設置看板



b) 設置場所

- ・わくわくプラザ横の道路沿線、総湯～多田屋前の区間の道路沿線に設置した。



c) アンケート結果

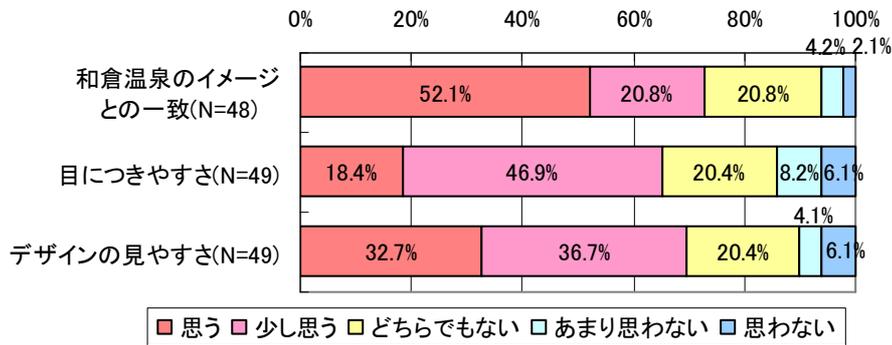


図 アンケート結果

■ 和倉温泉のイメージとの一致

- ・「思う」と回答した方がもっとも多く、約 5 割強を占める。「思う」「少し思う」を合計すると、72.9%の方が評価している。
- ・「思わない」「あまり思わない」を合計すると、6.3%と少ない。

「あまり思わない」理由 ・七福神？

■ 目につきやすさ

- ・「少し思う」と回答した方がもっとも多く、約 5 割を占める。「思う」「少し思う」を合計すると、65.3%の方が評価している。
- ・「思わない」「あまり思わない」と回答した方の合計は 14.3%で、その理由としてフラッグの小ささなどが挙げられている。

「あまり思わない」理由 ・看板が小さくて目立たない。
・上を向いてあるかない。

■ デザインの見やすさ

- ・「少し思う」と回答した方がもっとも多く、約 4 割を占める。「思う」「少し思う」と回答した方を合計すると、69.4%の方が評価している。
- ・「思わない」「あまり思わない」を合計すると、10.2%と少ない。

「あまり思わない」理由 ・小さいから。

③統一デザイン広告物の設置実験（のれん）

1) 設置看板



2) 設置場所

- ・和倉じばん館の玄関に設置した。



3) アンケート結果

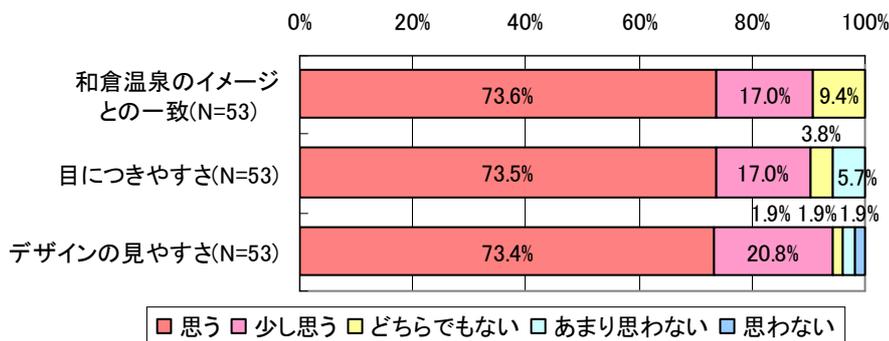


図 アンケート結果

■ 和倉温泉のイメージとの一致

・「思う」と回答した方がもっとも多く、約 7 割を占める。「思う」「少し思う」を合計すると、90.6%の方が評価している。

■ 目につきやすさ

・「思う」と回答した方がもっとも多く、約 7 割を占める。「思う」「少し思う」を合計すると、90.5%の方が評価している。
 ・「あまり思わない」は、5.6%と少ない。

「あまり思わない」理由 ・1 つしか見えていない。

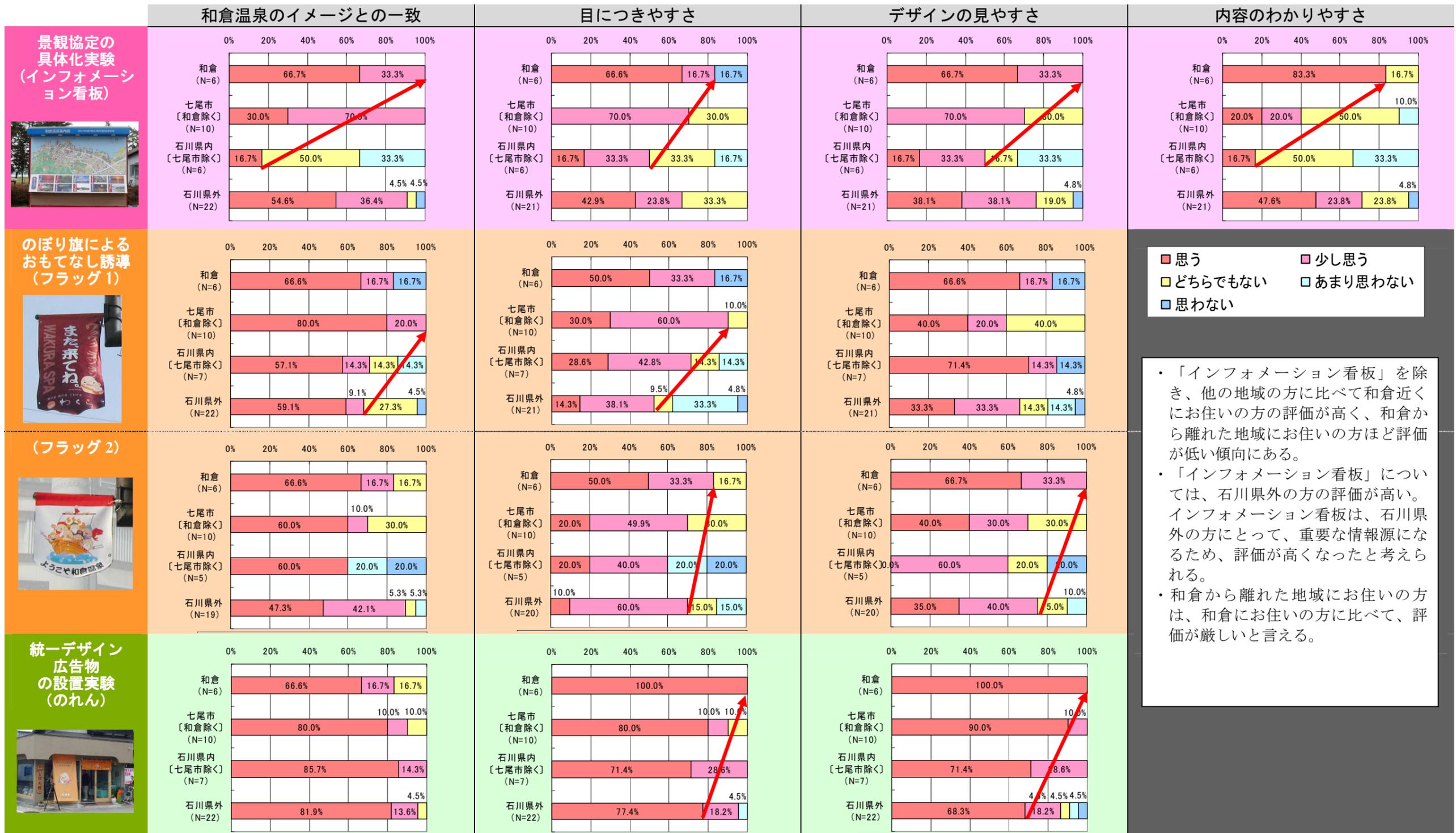
■ デザインの見やすさ

・「思う」と回答した方がもっとも多く、約 7 割を占める。「思う」「少し思う」を合計すると、94.2%の方が評価している。
 ・「思わない」「あまり思わない」を合計すると、3.8%と少ない。

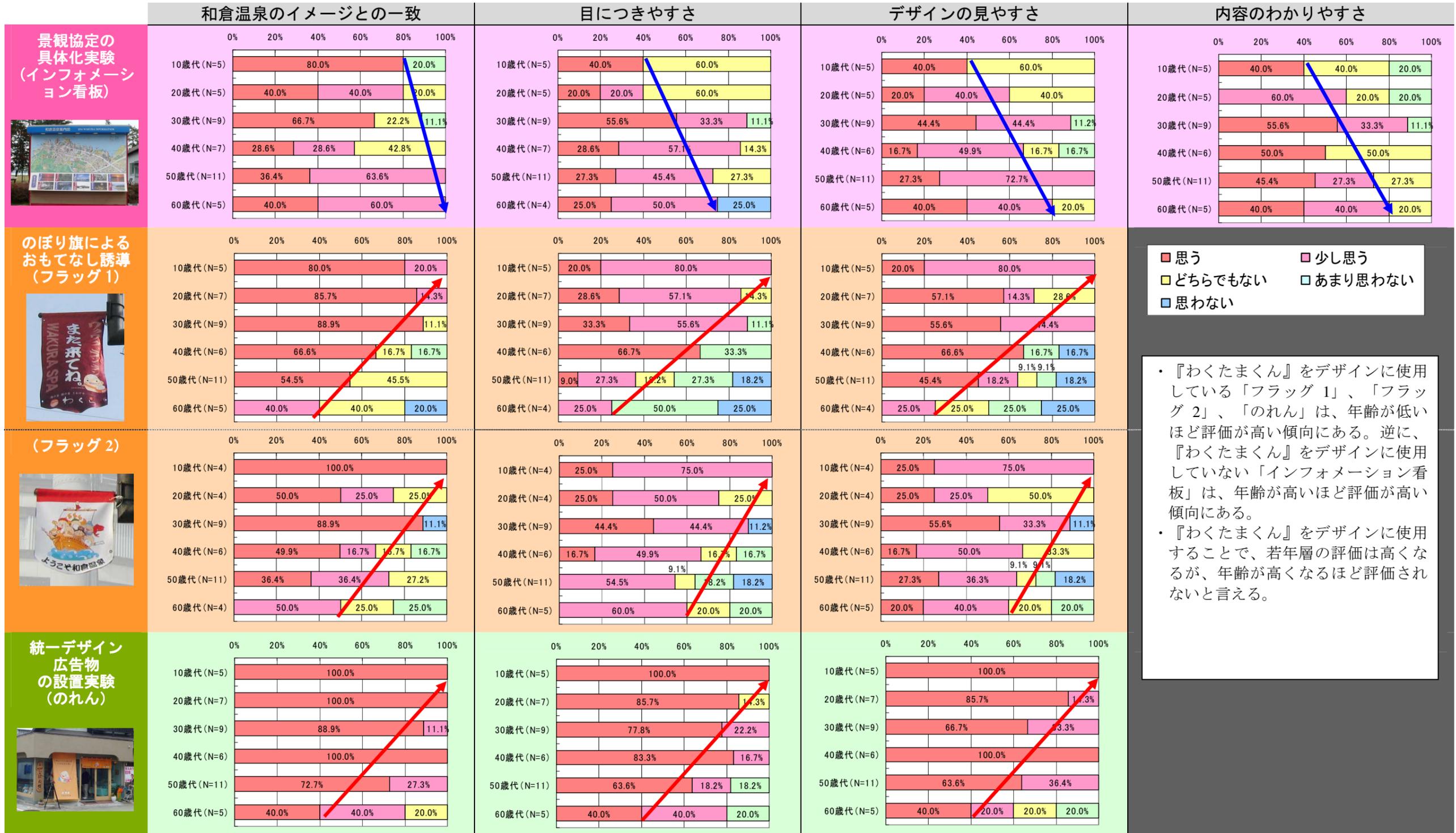
「あまり思わない」理由 ・パッと目に入らない。

「思わない」理由 ・デザインが良くない。

[参考：居住地別アンケート結果]



[参考：年齢別アンケート結果]



■ 思う ■ 少し思う
■ どちらでもない ■ あまり思わない
■ 思わない

・『わくたまくん』をデザインに使用している「フラッグ1」、「フラッグ2」、「のれん」は、年齢が低いほど評価が高い傾向にある。逆に、『わくたまくん』をデザインに使用していない「インフォメーション看板」は、年齢が高いほど評価が高い傾向にある。
 ・『わくたまくん』をデザインに使用することで、若年層の評価は高くなるが、年齢が高くなるほど評価されないと言える。

3. まとめ

(1) 総括

①設置済みの屋外広告物の効果と課題

- ・3種類の社会実験において4つの屋外広告物を設置し、「和倉温泉のイメージとの一致」「目につきやすさ」「デザインの見やすさ」「内容のわかりやすさ（※インフォメーション看板のみ）」の項目について、市民や観光客の方々のご意見をうかがった。
- ・設置した4つの屋外広告物は、全て概ね高い評価を得ている。4つの屋外広告物のなかで、統一デザイン広告物の設置実験として設置した「のれん」の評価がもっとも高い。のぼり旗によるおもてなし誘導実験として設置した「フラッグ」は、2種類ともに4つの屋外広告物のなかで、もっとも評価が低い。
- ・年齢別にみると、「インフォメーション看板」は、年齢が高いほど高い評価を得ている。この理由として、インフォメーション機能が評価されたと考えられる。反対に、その他3つの屋外広告物は、年齢が低いほど高い評価を得ている。この理由として、『わくたまくん』使用の有無が関係しているのではないかと考えられる。『わくたまくん』を使用していない「インフォメーション看板」は、落ち着いた雰囲気であると判断され、年齢が高いほど評価された可能性がある。また、その他3つの屋外広告物は、『わくたまくん』を大々的に使用していることから、かわいらしい雰囲気であると判断され、年齢が低いほど評価されたと考えられる。今後、年齢層の低い方をターゲット層とする場合は、『わくたまくん』の使用が有効であると言える。
- ・居住地別にみると、「インフォメーション看板」を除き、和倉近くにお住いの方ほど評価が高い傾向にある。石川県内（七尾市除く）や石川県外といった和倉から離れた地域にお住いの方ほど、評価は厳しい。「インフォメーション看板」は、その他3つの屋外広告物の傾向とは違い、石川県外の方の評価が高い。これは、インフォメーション看板が、石川県外の方にとって重要な情報源になるため、評価が高くなったと考えられる。今後、和倉温泉では、北陸新幹線開業や能登有料道路の無料化にともない、石川県外からの観光客の誘致を目指している。そのため、石川県外の方々の評価はますます重要となる。
- ・今後、県外からの観光客が多く訪れる温泉地における屋外広告物に関する事例調査を行い、石川県外の方からの評価を得る努力を行うことが必要である。

(2) 景観協定の具体化実験（インフォメーション看板）

- ・「和倉温泉のイメージとの一致」、「デザインの見やすさ」については、評価が高く 7~8 割の方が評価している。
- ・「目につきやすさ」については、約 6 割が評価しており、過半数を超えている。
- ・「内容のわかりやすさ」については評価が低く、評価している方は約 5 割にとどまる。その理由として“小さい”や“細かい”という意見が挙げられている。
- ・今後、同様の屋外広告物を設置する際は、掲載情報を絞り込んで少なくし、文字や写真を大きくするなどの工夫が必要である。



(3) のぼり旗によるおもてなし誘導実験（フラッグ）

①フラッグ1

- ・「和倉温泉のイメージとの一致」については、約 6 割が評価しており、過半数を超えている。
- ・「目につきやすさ」については評価が低く、評価していない方が約 2 割を占める。その理由として、“小さい”、“色が地味”などの意見が挙げられている。
- ・「デザインの見やすさ」については、評価が低く、評価していない方が約 2 割を占める。その理由として、“文字が多い”、“色が地味”などの意見が挙げられている。
- ・今後、フラッグの更新を行う際、フラッグのサイズを大きくすることは難しいが、もう少し目立つ色を使用し、掲載する情報量を減らすなどの工夫が必要である。



フラッグ1

②フラッグ2

- ・「和倉温泉のイメージとの一致」については、評価が高く約 7 割が評価している。
- ・「目につきやすさ」、「デザインの見やすさ」については評価が低く、評価していない方が約 1 割を占める。その理由として“小さい”などの意見が挙げられている。
- ・今後、フラッグの更新を行う際、フラッグを大きくすることは難しいが、もう少し目立つ色を使用するなどの工夫が必要である。



フラッグ2

(4) 統一デザイン広告物の設置実験（のれん）

- ・「和倉温泉のイメージとの一致」、「目につきやすさ」、「デザインの見やすさ」の全項目において評価が高く、約 9 割が評価している。
- ・今後、設置エリアを拡大し、今回の設置エリア以外のエリアにも設置していくことが考えられる。

