

デジタルサイネージ広告掲出にかかる 実証実験の実施について

バスロケーションシステム広告

現在のバス停広告(バスロケーションシステム) 例

【躯体大きさ】

- W450×D450×H2500

【広告面】

- H350×W320

【広告面の設置向き】

- 歩道側、車両の進行方向
と逆向きに設置

【基數】

- 672基 (広告50基)



■ 都市

■ 石川県金沢市

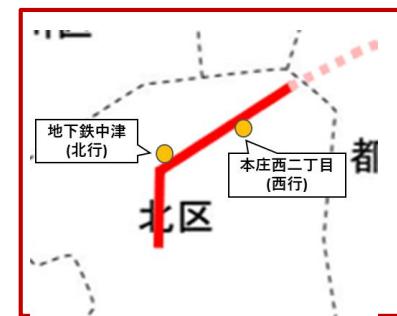
■ 熊本県熊本市

■ 福岡県北九州市

設置イメージ例

			
高さ	1800mm	2200mm	2000mm
横幅	510mm	820mm	800mm
奥行	200mm	150mm	150mm
サイネージ	32インチ	55インチ	55インチ

本市では、路線バス乗車数が特に多いバス停かつ歩行者等が多いエリアでの試行要望あり。



設置場所：城北公園通周辺

バス停上屋廣告

現在のバス停広告（バス停上屋）例

【広告面】

- ・H1,710×W1,160

【広告面の設置向き】

- ・歩道、車道側に設置

【基数】

- ・173基



設置イメージ例



東京広告付きバス停
7基11面



広島広告付きバス停
4基4面



福岡広告付きバス停
4基4面



横浜広告付き公共サイン
28基28面

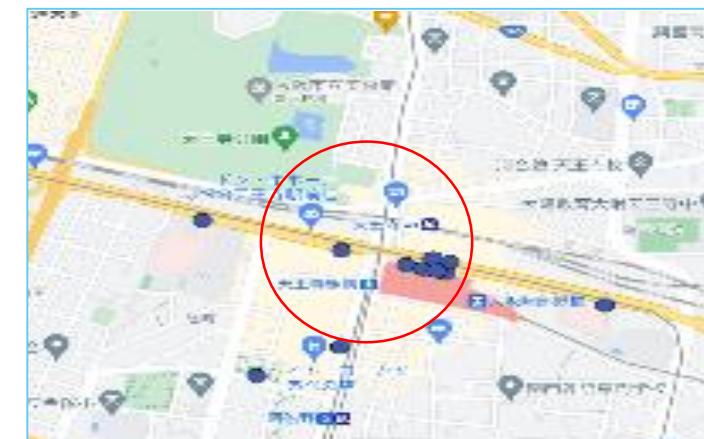


川崎広告付き公共サイン
13基16面



東京広告付き公共サイン
1基1面

本市でも、現在の広告スペースを活用し、車道・歩道に
向け広告（動画）設置の要望あり。



設置場所：天王寺駅周辺

他都市のバス停上屋広告の設置状況

	東京都 広告付きバス停	横浜市 広告付き公共サイン	川崎市 広告付き公共サイン	広島市 広告付きバス停	福岡市 広告付きバス停	東京都 広告付き公共サイン (スマートポール)
現在の状況	本格運用中	本格運用中	本格運用中	実証実験中	実証実験中	本格運用中
デジタル面の輝度上限(日中)	6000カンデラ	6000カンデラ	6000カンデラ	6000カンデラ	6000カンデラ	6000カンデラ
デジタル面の輝度上限(夜間)	1000カンデラ	1000カンデラ	1000カンデラ	1000カンデラ	1000カンデラ	1000カンデラ
輝度調整(原則)	センサー式 ^{*1} 自動調整	センサー式 自動調整	センサー式 自動調整	センサー式 自動調整	センサー式 自動調整	センサー式 自動調整
コンテンツの長さ	コンテンツ毎に 適切な表示時間を設定	一律10秒以上	コンテンツ毎に 適切な表示時間を設定	コンテンツ毎に 適切な表示時間を設定	コンテンツ毎に 適切な表示時間を設定	コンテンツ毎に 適切な表示時間を設定
コンテンツの数	上限なし	上限なし	上限なし	上限なし	上限なし	上限なし
行政情報の配信掲出	掲出 (総表示時間の10%まで)	掲出せず	掲出 (総表示時間の10%まで)	準備中	準備中	掲出 (総表示時間の10%まで)
コンテンツの表現	動画 アニメーション	静止画の切替	動画 アニメーション	動画 アニメーション	動画 アニメーション	動画 アニメーション
備考		広告販売不調により減数予定				

*1 周囲の明るさを表示面のセンサーで感知し、その場所毎に周辺環境や時間帯に応じた適切な明るさに自動で調整

過去の実証実験アンケート実績(広島市 バス停上屋広告)

調査概要

- ・ 目的:バス停広告のデジタル化による交通安全及び景観への影響を調査
- ・ 調査手法

① アンケート調査:

- ・ 調査内容:ドライバー及び歩行者へのアンケート

※ドライバーは、駐車場から出てきた方への聞き取り調査

- ・ 調査人数合計:179人 (ドライバー:78人 歩行者:101人)

- ・ 対象バス停:

- ・ ドライバー:八丁堀1、八丁堀7、並木通り入口

※八丁堀8はデジタル面が平行歩道面につき、歩道面ドライバーへのアンケートは対象外

- ・ 歩行者:八丁堀1、八丁堀7、八丁堀8、並木通り入口

- ・ アンケート項目:詳細は次項参照

- ・ 調査時間帯:9時~20時

② 通行者滞留調査:

- ・ 調査内容:交通量が多い時間帯に1時間程度、通行者の滞留等の発生有無を調査

- ・ 対象バス停:八丁堀7

- ・ 調査時間帯:17時~18時

- ・ 調査項目:通行者数、滞留人数、一度に滞留していた最大人数

実証場所

バス停名(住所):八丁堀1(中区鉄砲町10番地先)
道路:県道164号広島海田線(相生通り)



デジタル広告面:平行パネル外側

車道 (車の進行方向)

デジタル広告掲出



紙媒体広告

歩道

バス停名(住所):八丁堀8(中区胡町5番地先)
道路:県道164号広島海田線(相生通り)



デジタル広告面:平行パネル内側

車道 (車の進行方向)

紙媒体広告



歩道

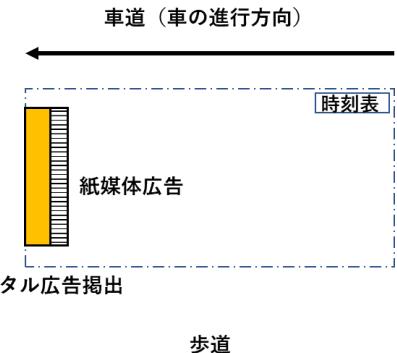
実証場所

バス停名(住所):並木通り入口・西行(中区富士見町4番地先)

道路:平和大通り(景観形成広告整備地区:平和大通り沿道地区につき静止画切り替え掲出のみ)



デジタル広告面:垂直パネル外側

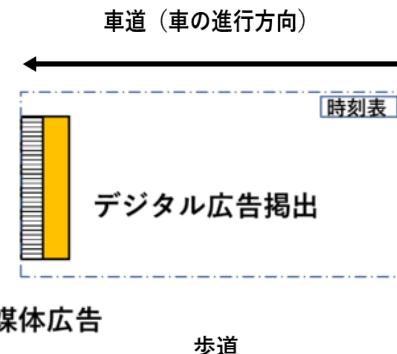


バス停名(住所):八丁堀7 (広島県広島市中区基町13番地先)

道路:県道164号広島海田線(相生通り)



デジタル広告面:垂直パネル内側



紙媒体広告

歩道

歩行者へのアンケート調査 質問項目

- ・ 年齢:①19歳以下 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代以上
- ・ 外出の目的:①通勤 ②通学 ③買い物 ④観光 ⑤その他
- ・ 当該バス停付近の歩道利用頻度:①ほぼ毎日 ②週3－5回 ③週1－2回 ④それ以下 ⑤利用しない
- ・ バス停のデジタルサイネージ式広告板に気が付きましたか:①はい ②いいえ
- ・ デジタルサイネージ式広告板になったことで、通行への影響はありましたか:①はい ②いいえ
- ・ デジタルパネル搭載の広告付きバス停上屋は景観と調和していましたか:①はい ②いいえ
- ・ その他(自由意見・具体的に)

ドライバーへのアンケート調査 質問項目

- ・ 年齢:①19歳以下 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代以上
- ・ 外出の目的:①通勤 ②通学 ③買い物 ④観光 ⑤その他
- ・ 当該バス停に面する道路の利用頻度:①ほぼ毎日 ②週3－5回 ③週1－2回 ④それ以下 ⑤利用しない
- ・ バス停のデジタルサイネージ式広告板に気が付きましたか:①はい ②いいえ
- ・ デジタルサイネージ式広告板になったことで、運転への影響はありましたか:①はい ②いいえ
- ・ デジタルパネル搭載の広告付きバス停上屋は景観と調和していましたか:①はい ②いいえ
- ・ その他(自由意見・具体的に)

アンケート調査結果(令和4年10月)

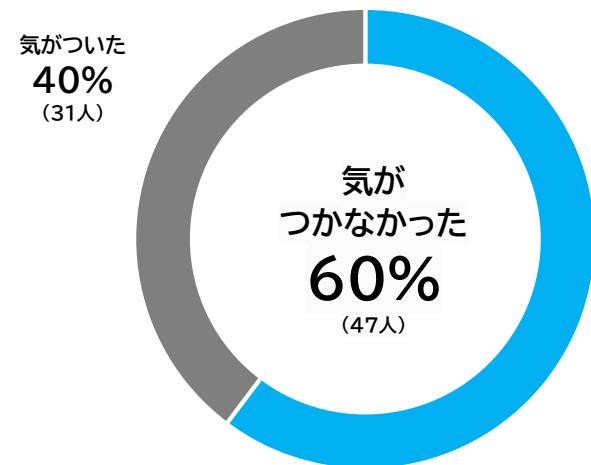


ドライバー:八丁堀1、7、並木通り入口 (78票)

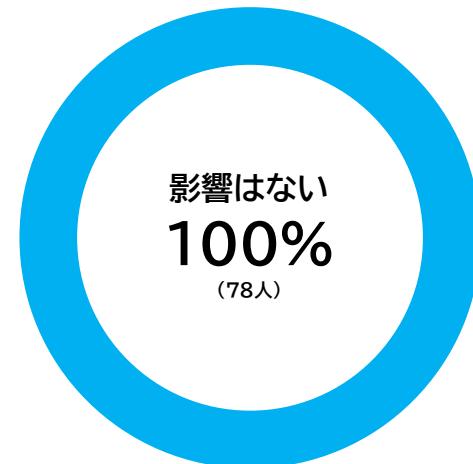
“バス停のデジタルサイネージ式広告板に気がつきましたか？”

“デジタルサイネージ式広告板になったことで、運転への影響はありましたか？”

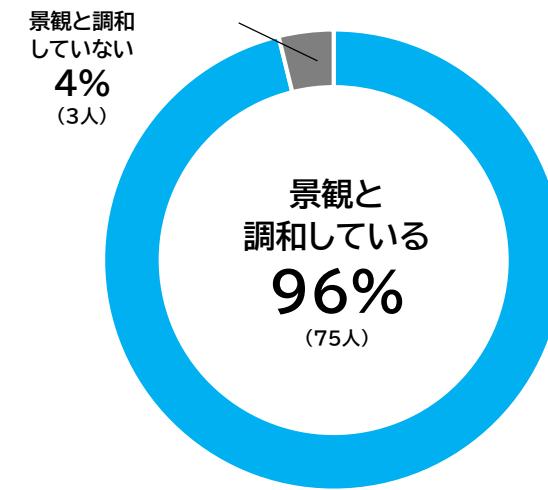
“デジタルパネル搭載の広告付きバス停上屋は景観と調和していましたか？”



N=78



N=78



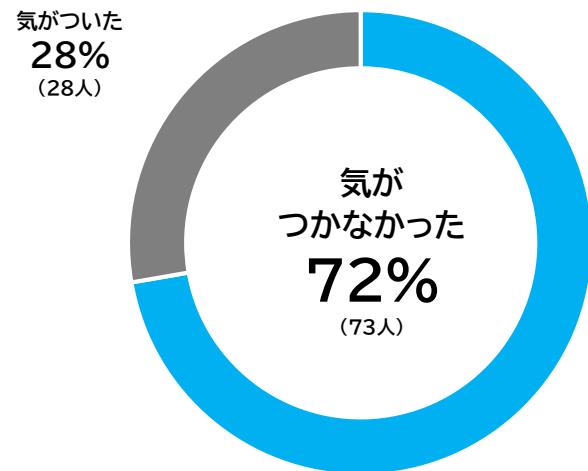
N=78

アンケート調査結果(令和4年10月)



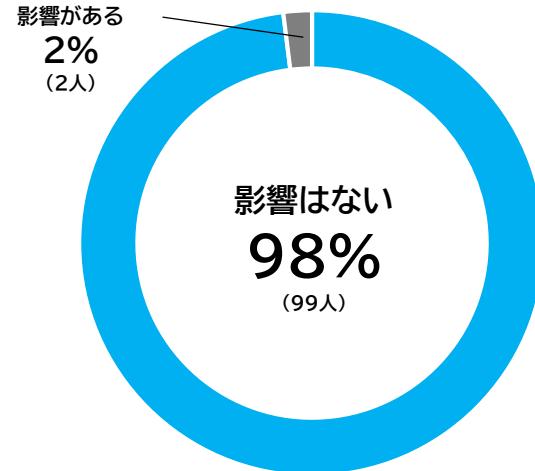
歩行者:八丁堀1、7、8、並木通り入口 (101票)

“バス停のデジタルサイネージ式広告板
に気がつきましたか？”



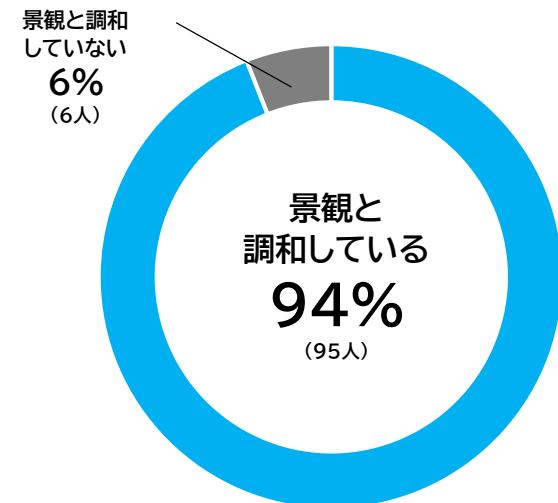
N=101

“デジタルサイネージ式広告板になったこ
とで、通行への影響はありましたか？”



N=101

“デジタルパネル搭載の広告付きバス停上
屋は景観と調和していましたか？”



N=101

アンケート調査結果(令和4年10月)

車 人 ドライバー、歩行者 (179票:ドライバー78票+歩行者101票)

好意的な意見 (15件)

ドライバー(2件)

- ・ 都会的で良いと思います
- ・ 夜、明るくていいのでは

歩行者(13件)

- ・ 感じがいい。
- ・ おしゃれになったな。
- ・ 見やすくて良い。/ デジタルになって見やすい。
- ・ いいと思います。
- ・ 綺麗になったと思った。
- ・ 好き。きれい。いろいろ変わるから良い。
- ・ 画面がきれい。明るい。
- ・ バスに乗りやすくなった。
- ・ サイネージがかわいいです。
- ・ 明るくて良い。/夜も明るいので助かる。
- ・ 囲いがあって良い。

否定的な意見 (5件)

歩行者(5件)

- ・ 動くので気になる。日陰になるところは良いと思う。
- ・ お年寄りにはあぶないかも。
- ・ 光がまぶしい。光をおさえたら良いと思う。
- ・ 目にとまるようになった。
- ・ 夜は音がうるさい。光がまぶしい。昼は車の音と明るさでわからない。

その他 (要望など) (7件)

ドライバー(3件)

- ・ 都市景観と融和する暖かな外見にしてほしい
- ・ 運転中に一瞬しか見えないため、何の広告かわからない
- ・ あまり見ない

歩行者(4件)

- ・ 音は出さないでほしい。
- ・ 掲載する内容を上品なものに限定してほしい。
- ・ 見ているとすぐに次の広告に変わってしまう。変わるべきタイミングをもう少し遅くしてほしい。
- ・ ワンパターンすぎる。毎日通るのでもつといろいろ流してほしい。

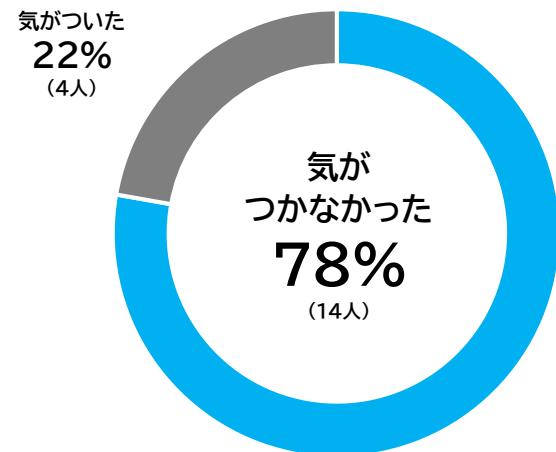
アンケート調査結果(令和4年10月)



ドライバー：並木通り入口

(景観形成広告整備地区：平和大通り沿道地区)
(18票 / ドライバー全78票)

“バス停のデジタルサイネージ式広告板
に気がつきましたか？”



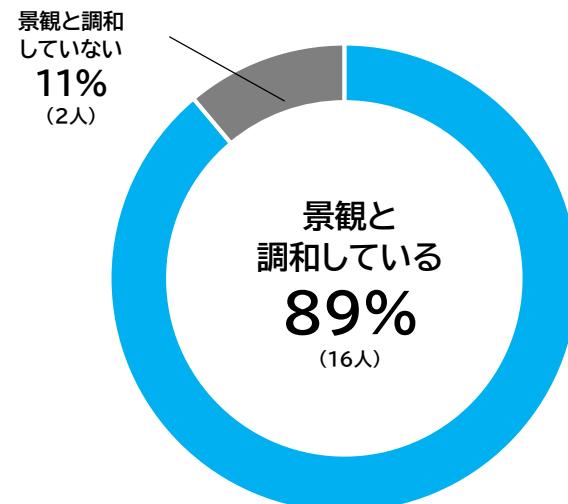
N=18

“デジタルサイネージ式広告板になったこ
とで、運転への影響はありましたか？”



N=18

“デジタルパネル搭載の広告付きバス停上
屋は景観と調和していましたか？”



N=18

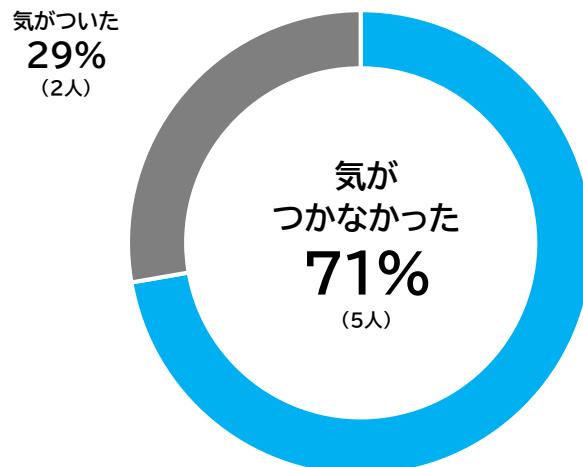
アンケート調査結果(令和4年10月)



歩行者:並木通り入口

(景観形成広告整備地区:平和大通り沿道地区)
(7票 / 歩行者全101票)

“バス停のデジタルサイネージ式広告板
に気がつきましたか？”



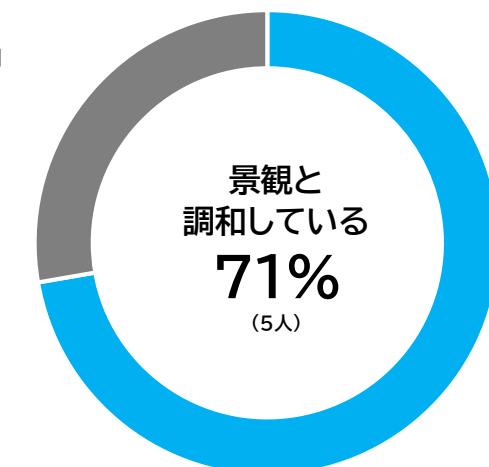
N=7

“デジタルサイネージ式広告板になったこ
とで、通行への影響はありましたか？”



N=7

“デジタルパネル搭載の広告付きバス停上
屋は景観と調和していましたか？”



N=7

通行者滞留状況調査結果(令和4年10月)



通行者

582人(歩行者:524人、自転車利用者:58人)

滞留していた通行者数合計0人
うち同時に滞留していた最大人数:

0人

滞留していた歩行者
0%
(0人)

N=524

滞留していた自転車利用者
0%
(0人)

N=58

通行者の滞留は見られなかった

調査結果まとめ

<調査①歩行者、ドライバーへのアンケート調査>

- ・バス停広告のデジタル化による交通安全及び景観への影響を調査(回答総数:175票)
- ・ドライバー:
 - ・バス停広告のデジタル化に気がつかなかった **60%** (47/78票)
 - ・バス停広告のデジタル化による運転への影響はない **100%** (78/78票)
 - ・デジタルパネル搭載のバス停が景観と調和していた **96%** (75/78票)
- ・歩行者:
 - ・バス停広告のデジタル化に気がつかなかった **72%** (73/101票)
 - ・バス停広告のデジタル化による通行への影響はない **98%** (99/101票)
 - ・デジタルパネル搭載のバス停が景観と調和していた **94%** (95/101票)

<調査②:通行者滞留調査>

- ・滞留は0人。歩道での通行への影響は見られなかった

<総合判断>

- ・上記の調査を通じて、バス停広告におけるデジタル動画広告は、車両運転や歩道通行に影響を与えることなく、景観に調和していることが明らかとなった

バスロケーションシステム広告・バス停上屋広告 実証実験調査内容（案）

・アンケート調査 質問項目（案）

	歩行者への質問項目	車両運転手への質問項目（バス停上屋広告のみ）
回答者属性	年齢	年齢
	外出の目的	外出の目的
	当該バス停利用頻度	当該バス停利用頻度
通行への影響	バス停のデジタルサイネージ式広告板に気が付きましたか	バス停のデジタルサイネージ式広告板に気が付きましたか
	デジタルサイネージ式広告板になったことで、歩道の通行に支障があると感じましたか	デジタルサイネージ式広告板になったことで、運転への影響はありましたか
景観への影響	デジタルサイネージ広告の周辺景観への調和についてどのように感じましたか	デジタルサイネージ広告の周辺景観への調和についてどのように感じましたか
	デジタルサイネージ広告の明るさは、どのように感じましたか	デジタルサイネージ広告の明るさは、どのように感じましたか
	その他（自由意見・具体的に）	その他（自由意見・具体的に）

※アンケート人数は今後調整

・通行者滞留調査（案）

調査内容：交通量が多い時間帯に1時間程度、通行者の滞留等の発生有無を調査