

桜馬場シーボルト通りフラッグに関する調査報告

皆様におかれましては、ますますご健勝のこととお喜び申し上げます。さて、昨年夏から取り組んで参りましたシーボルト通りのフラッグが、3月に完成しました。設置から一ヶ月後、フラッグ設置に関する取組みについて、アンケートを実施させて頂きました。その結果についてご報告致します。

調査内容

- 調査対象者 シーボルト通り近隣にお住まいの方 回答者数75名(回収率58%)
(男性26名女性49名、19歳～96歳、平均年齢50歳)
- 調査場所、時期 長崎県長崎市桜馬場一丁目、2014年3月～4月
- 調査方法 質問紙法によるアンケート調査
- 調査内容 ①フラッグのデザイン評価 ②フラッグ掲揚による通りの印象と通りに対する意識の変化
③フラッグ掲揚前後の通りに対するイメージ
- 分析方法 単純集計・t検定

調査結果

1. フラッグのデザイン評価

桜のデザインは、「よくできている」が49.3%、「大変よくできている」が19.2%でした。シーボルトのデザインは、「よくできている」が48.6%、「大変よくできている」が25.7%でした(図1)。

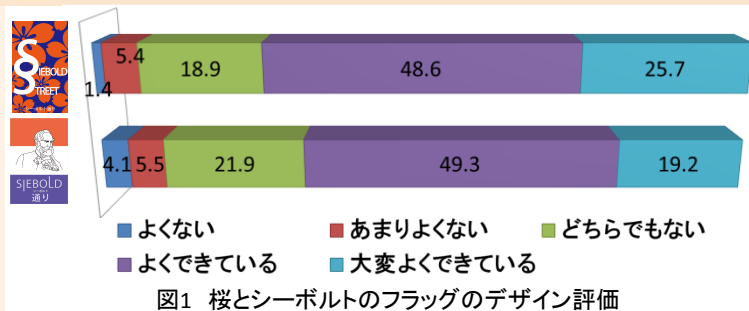


図1 桜とシーボルトのフラッグのデザイン評価

2. フラッグ掲揚による通りに対する印象の変化

フラッグを掲げることによって通りの印象は変化しましたかという質問に対して、「やや変化した」、「変化した」と60%の人が回答されました(図2)。

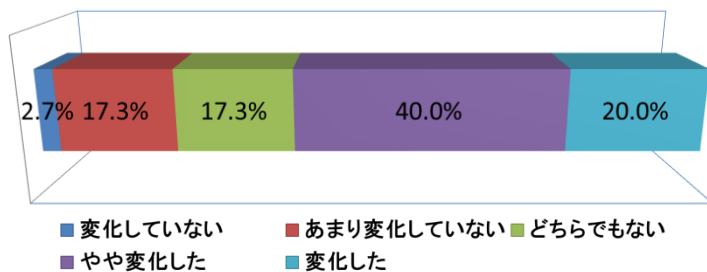


図2 通りの印象変化

また、「やや変化した」、「変化した」と回答した方に対して、最も変化したかについて質問したところ、「通りが明るくなった」という意見が42.7%、「統一感がでた」が25.3%でした。統一感がなくなったなどのマイナスイメージの変化はありませんでした(図3)。

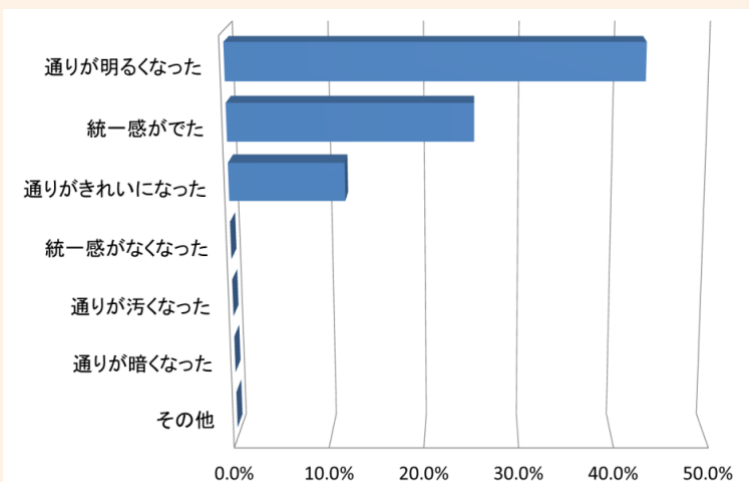


図3 最も変化のあった印象

3. フラッグ掲揚による通りに対する意識の変化

フラッグを掲げることによって皆さんの通りに対する意識は変化しましたかという質問に対して、「やや変化した」、「変化した」と48%の人が回答されました(図4)。

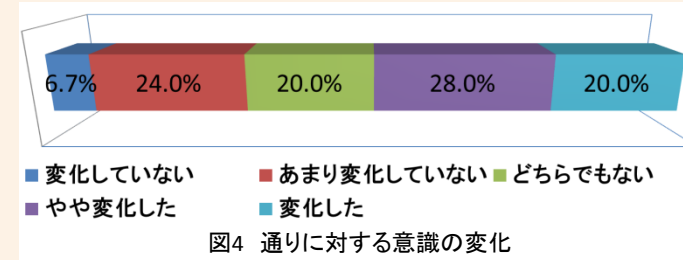


図4 通りに対する意識の変化

また、「やや変化した」、「変化した」と回答した方に、どこが最も変化したかについて質問したところ、「歴史や文化を大切にしたいと思うようになった」が37%、「通りをもっと良くしたいと思うようになった」が18.7%でした(図5)。

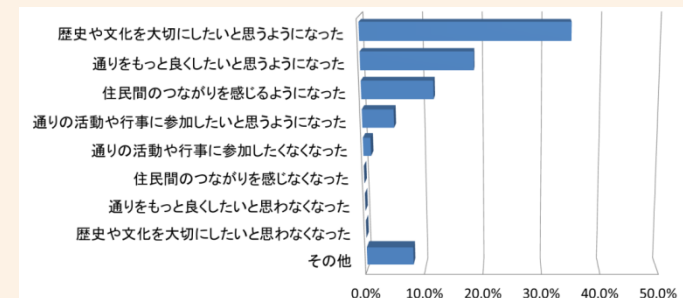


図5 最も変化のあった意識

4. フラッグ掲揚前後の通りに対するイメージ

フラッグを掲げる前と掲げた後の通りに対する印象について質問しました。図6の青い線はフラッグを掲げる前の通りのイメージ、赤い線はフラッグを掲げた後の通りのイメージを表しています。* は、平均値に差がみられた項目です。旗を掲げたことにより、掲げる前より「落ち着いた着いた通り」、「活気のある通り」、「風情のある通り」、「洋風の通り」、「大切に思う通り」、「親しみのある通り」、「好きな通り」、「おしゃれな通り」、「個性的な通り」、「魅力的な通り」、「この通りを誇りに思う」という項目のイメージが高くなりました。

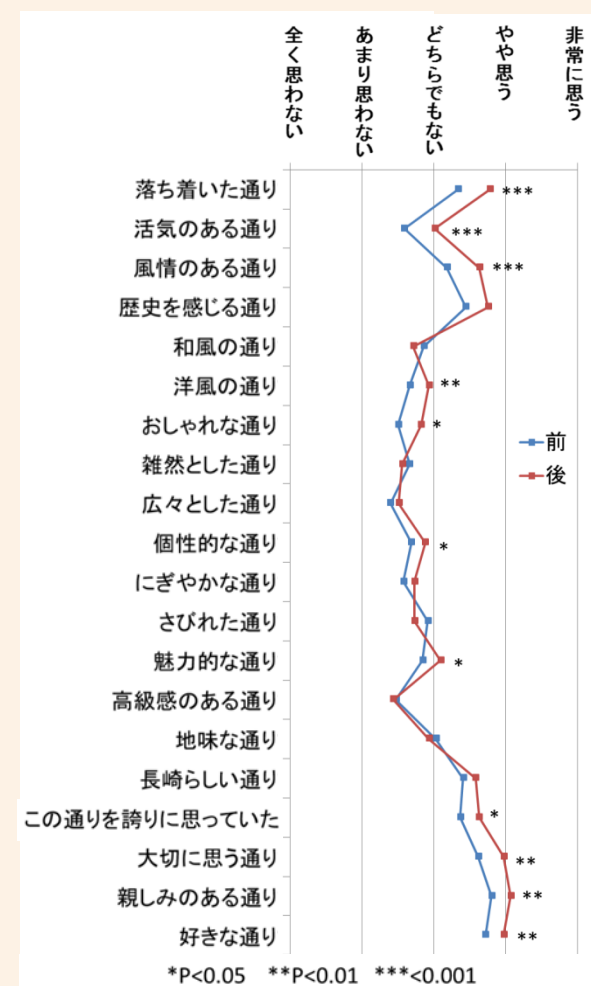


図6 フラッグ掲揚前後の通りに対するイメージ

終わりに

桜馬場一丁目自治会の皆様には、昨年の意識調査から、フラッグデザインへの助言、事後調査まで暖かくご指導いただきました。このような研究の機会をいただきましたことに心から御礼申し上げます。

(平成26年6月20日)