

1. はじめに

日々、クルマへの依存が進む中で、バス利用者の減少など公共交通の維持・拡充が困難な状況にある。公共交通の利用者が増加しない一因として、路線、運賃およびダイヤといった要素のほかに、「わかりにくい」ことが大きい。そこで本研究は、茨城県龍ヶ崎市で実施されたコミュニティバス利用促進モビリティ・マネジメントのトラベル・フィードバック・プログラムにて調査・アンケート等を行い、実際にコミュニティバスの利用回数が増加した¹⁾という事例を採用し、利用する人が迷うことなくスムーズに利用できる情報提供が、公共交通の利用促進に繋がると考え、公共交通機関利用促進のためのコミュニケーション・ツールを開発した。本稿では開発したツールの概要と、同時に実施したアンケートの集計結果を報告する。

2. コミュニケーション・ツールの作成

コミュニケーション・ツール作成のポイントを以下に整理する。

(1)材質

- ・コピー用紙のような柔らかいものではなく、少し硬めの光沢のある材質の用紙を使用し使用しても破れにくいものにした。

(2)見やすさ

- ・色分けをはっきりとし、文字のフォントを大きくすることで、スムーズに利用できるよう開いたときに乗り場番号・路線図・料金・時刻表・主な公共施設までの所要時間がわかりやいように掲載した(図-1)。
- ・公共施設へ移動するためのページをすぐ開けるよう目次を掲載し、隣のページには仙台駅前のバス乗り場の図を掲載することで、どの乗り場がどの公共施設へ行くのか見やすいよう工夫をした。

(3)わかりやすさ

- ・休日に外出する人たち・仙台駅前のバス停を限定とし、平日・土曜・休日の8時から15時までの東西線開通後の時刻表を掲載し、バス路線は仙台市営バス・宮城交通の他に愛子観光バス・タケヤ交通の路線・運賃・時刻表を掲載した。また、路線を通るバスの系統番号を掲載し、どのバスがどの路線を通るのか等の事実情報を掲載した。
- ・地下鉄3駅からのバス移動の料金「100円均一区間」と「地下鉄200円均一区間」の説明、「仙台市内の運賃均一区間100円パック」とそのルート表など、公共交通機関を利用するときにお得な情報や、従来の磁気カード乗車券の販売終了の知らせ・使用期限と新たに導入されるicsca(イクスカ)の販売開始日時、利用可能な公共交通機関を掲載した。また、る一ふる仙台の路線を掲載し、地下鉄乗り換えが可能なバス停・運賃・1日乗車券など、る一ふる仙台を利用する際にも役立つ情報を掲載することで、利用の促進を図った。
- ・仙台市地下鉄東西線開業前の情報として従来バスの利用でしか行けなかった公共施設がどの程度の時間が短縮されるかの比較したページを掲載した。

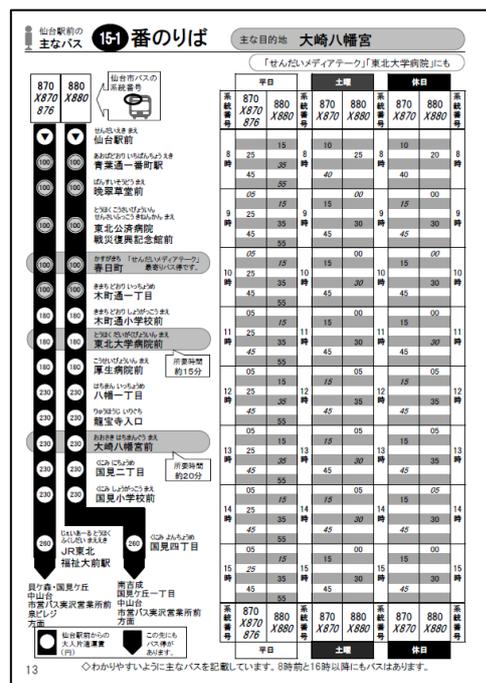


図-1 ツールの中の1ページ

キーワード：コミュニケーション・ツール 地下鉄東西線 公共交通機関

No. 1-10 (菊池研究室)

- ・地下鉄東西線・南北線の路線図，仙台駅からの各終点駅までの所要時間，平日・休日の運行間隔を掲載した。また，東西線・南北線が行ける主な公共施設の紹介をすることで，地下鉄利用の際にも迷うことのないよう工夫した。

3. コミュニケーション・ツールの効果

(1) アンケート調査

調査は平成 27 年 11 月 29 日に行われた環境フォーラム仙台，平成 27 年 12 月 1 日に行われた地下鉄東西線の試乗会にて，コミュニケーション・ツールの中に簡単な web アンケートを挟み直接配布で実施した。

配布場所は，せんだいメディアテーク 1 階オープンスクエア，仙台駅地下 1 階東改札口前，仙台駅前バス停にて配布をした。配布部数はそれぞれ環境フォーラム 200 部，地下鉄東西線試乗会 4000 部で計 4200 部である。アンケート内容は以下の通り。

- a) 総合評価：コミュニケーション・ツールの全体の感想を「とてもよい」「まあまあよい」「どちらともいえない」「よくない」の 4 件法で尋ねた。
- b) 掲載情報評価：情報として掲載した「乗り場番号」「路線図」「料金」「時刻表」等の情報がわかりやすかったか，を「とてもわかりやすい」「まあまあわかりやすい」「どちらともいえない」「わかりにくい」の 4 件法で尋ねた。
- c) 行動意図：このコミュニケーション・ツールを読んで今後公共交通機関を使って外出してみたくなったか，を「もっと公共交通を利用しよう」「公共交通を今よりも利用しようとは思わない」「どちらともいえない」の 3 件法で尋ねた。

(2) 集計結果

総合評価について，回答した 136 人中の 65%が「とてもよい」と回答した(図-2)。掲載情報が多いにもかかわらず，高評価であった。さらに，「よくない」を回答する人は一人もなかった。

次に，掲載した情報のわかりやすさについては，「とてもわかりやすい」と回答する人が 56%おり，「わかりづらい」を回答する人はいなかった。わかりやすいと評価された情報ということは，言い換えれば，今まで見てきた路線図・時刻表・運賃表ではわかりづらい箇所があったと思われる。すなわちコミュニケーション・ツールとしての期待通りの役割を果たしたと言える。

また，行動意図に関しては，「今後公共交通機関を利用したい」と回答する人が，全体の 90%であり，コミュニケーション・ツールに掲載した情報により，行動意図が活性化されたと推察される。

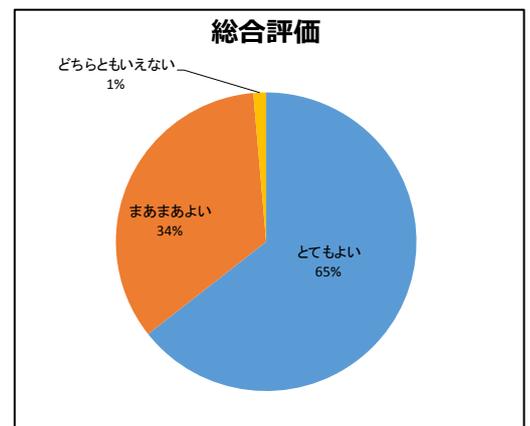


図-2 総合評価の図

4. おわりに

本研究では公共交通を利用する人が迷うことなくスムーズに利用できるコミュニケーション・ツールを作成し，公共交通の利用の促進を行った。その結果，このツールを通して公共交通機関を利用したいという回答が多くよせられ，効果があることがわかった。本稿は A5 サイズの冊子を作成したが，現在さらに小さくした縮小版を作成しているので，今後さらなる公共交通の利用促進を期待する。

参考文献

- 1) 藤井聡・谷口綾子：モビリティ・マネジメント入門「人と社会」を中心に据えた新しい交通戦略