

公共交通空間における沿線地域情報の提供が都市に与える効果に関する研究

横浜国立大学 大学院 学生会員 ○金子祐太郎
 横浜国立大学 大学院 正会員 中村 文彦
 横浜国立大学 大学院 正会員 岡村 敏之

1. はじめに

移動は派生需要であるという理由から、公共交通は従来その輸送機能に重点が置かれ、沿線地域（以下、地域）との繋がりに着目した議論は少なかった。しかし、一部の事業者が駅や車内などの公共交通空間を利用して行っている取り組みは、公共交通と地域間の繋がりを強め、その結果、都市に様々なメリットを与える可能性がある。例えば、富士急行は、沿線大学の学生が地域をテーマにした研究成果を掲示するためのパネルを駅の待合室に設置しており、この取り組みは学生に自己発信の場を提供し、地域の活動を活性化させる他に、公共交通への愛着が強まることで公共交通利用を促進するなどの可能性が考えられる。

本研究では、このような取り組みの中でも、地域に関する情報（以下、地域情報）の提供に着目し、それが都市に与える効果を明らかにすることを目的とする。尚、調査は鉄道の車内空間を対象として行った。

2. 我が国の鉄道における車内空間の活用の実態

(1) 車内空間での提供情報の実態

我が国の鉄道における車内空間での提供情報の実態を把握することを目的に、全国の鉄道事業者に問い合わせを行った。問い合わせは全国の鉄道事業者 148 社に行い、105 社の有効回答を得た。

車内で情報を発信するツールとしては様々なものが考えられるが、本研究では液晶モニターや LED パネルなどの電子機器を用いて提供されている情報に着目し、調査を行った。機器を車内に搭載している 43 社のうち、提供情報の内容が把握出来る 33 社に対して、その内容を「地域情報」と「広告や次駅案内などの路線内で完結する情報」に分類した。その結果、前者の提供を行っているのは 6 社、後者の

提供のみを行っているのは、27 社となり、限定的な調査ではあるが、車内空間が地域との繋がりという視点で活用されている事例が少ない現状が明らかになった。

(2) 車内空間における地域情報の提供事例

車内空間において地域情報を提供している事例の一部を紹介する。

えちぜん鉄道のアテンダントは 10～16 時の間、お昼を除いて乗務しており、通常の業務の他に沿線観光施設の料金・営業時間の案内や、沿線施設で行われるイベントの割引券の配布などを行っている。

広島電鉄は観光インフォメーション電車を原則毎日運行しており、車内での観光案内の掲出や、観光パンフレットなどの設置によって地域情報を提供している。また、カーブ電車やサンフレッチェ電車では、チームの歴史や選手の紹介を行っている。

以上のように、様々な形で地域情報を提供する事業者が存在するが、実施するためには費用がかかる上、広告収入の減少も考えられ、課題は多い。

3. 車内空間における沿線地域情報の提供の効果

(1) アンケート調査の概要

車内空間における地域情報の提供の評価と、それが都市に与える効果を明らかにすることを目的にアンケート調査を行った。今回のアンケート調査では、「車からの手段転換意思」「地域で行われる催事への参加意向」に対して回答を得た。尚、これらは“全ての車両において地域情報が提供される”状況を想定したときの回答である。

調査対象は江ノ島電鉄の沿線住民と観光客、更にひたちなか海浜鉄道の沿線住民である。江ノ島電鉄は神奈川県鎌倉～藤沢間を結ぶ路線であり、沿線地域には有名な観光地が点在する。情報発信トレイン SKIP 号において、車内で実際に地域情報を提供しており、今回のアンケート調査では、その情報の中から「沿線のアーティストによる展示」「沿線で開催されるコンサートや展覧会などのお知らせ」「沿線

キーワード：公共交通空間、地域情報
 連絡先：〒240-8501
 神奈川県横浜市保土ヶ谷区常盤台 79-5
 Tel：045-339-4039

に咲く花の見所紹介」「沿線観光地の情報」「市・町内の行事（お祭りなど）に関するお知らせ」の5つを地域情報と定義した。また、利用者の減少が深刻な問題となっている路線において、解決の手段となる可能性を検証するため、ひたちなか海浜鉄道を対象とした。ひたちなか海浜鉄道は茨城県のひたちなか市の勝田～阿字ヶ浦間を運行する第三セクターである。

(2) 車内での地域情報の提供の評価

地域情報を車内で提供することに対して“有意義である”“やや有意義である”とした回答は「沿線アーティストによる展示」を除いてすべて7割以上となり、特に観光客の評価が高い結果となった。「沿線地域の情報を知る機会が少ないので」「楽しいし、地域の活性化に繋がる」などの記述より住民は地元の更なる理解と活性化を、「情報が発信されると今後の行動がしやすい」「楽しそうだから乗りたい」などの記述より観光客は観光の補助や非日常性を期待していると考えられる。

(3) 車からの手段転換意思

地域情報が車内で提供された場合、車から公共交通へ手段転換すると“思う”“やや思う”とした回答は沿線住民では1割以下がほとんどであったが、観光客では約5割以上となり、観光客により効果があることが明らかになった。また、目的別では、通勤・通学より買い物・娯楽での利用の方が、手段転換意思の割合が高くなる傾向にあることが明らかになった。更に、車の利用価値が高いと考えられるひたちなか海浜鉄道の沿線住民の方が、江ノ電の沿線住民より手段転換意思が高くなる結果となり、鉄道存続への危機感などが手段転換意思に大きく働きかけることが示唆された。

(4) 地域で行われる催事への参加意向

地域情報が提供された場合、地域で行われている催事に今より参加すると“思う”“やや思う”と回答したのは、江ノ電沿線住民で2割以上、ひたちなか海浜鉄道沿線住民で約4割という結果となった。アンケートの設問より、現在の催事への参加頻度がひたちなか海浜鉄道の沿線住民の方が高いことから、地域情報の提供は、普段から催事に参加している人の更なる参加を促す効果があることが明らかになった。

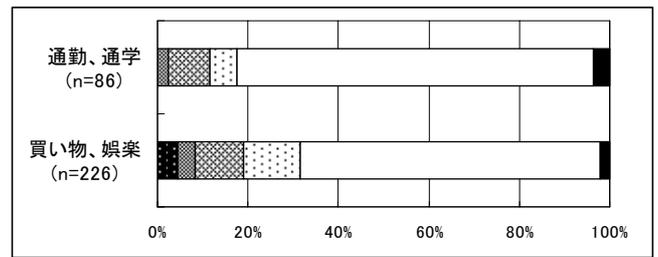


図1. 江ノ電沿線住民手段転換意思

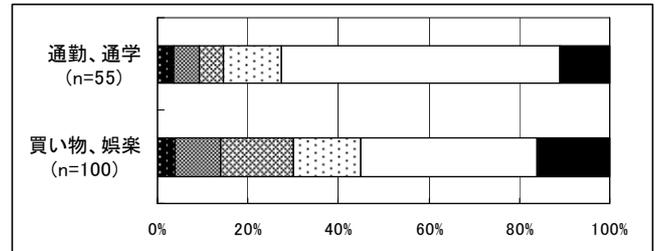


図2. ひたちなか沿線住民手段転換意思

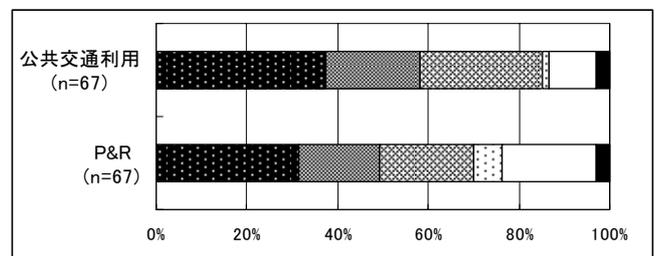


図3. 江ノ電観光客手段転換意思

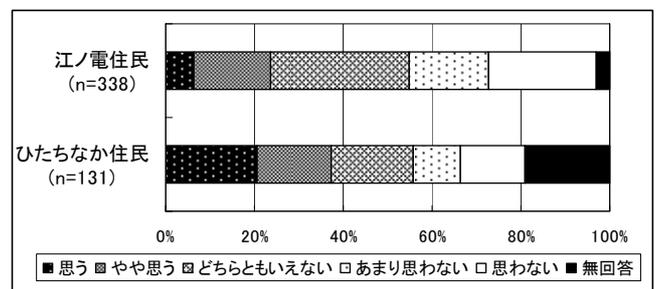


図4. 催事への参加意向

4. おわりに

本研究により車内空間で地域情報の提供を行うことが、手段転換意思や催事への参加意向に影響を与えることが明らかになった。よって、同時に公共交通利用による利用者の増加や環境負荷の低減、また地域の活性化などのメリットを都市に与えることが示唆された。しかし、それらのメリットを享受するためには、事業者や利用者、行政などがそれぞれ果たす役割が存在すると言える。

参考文献

岡崎慎也：大学や行政と連携,交通新聞,2009/03/10 発行
 嶋田郁美：ローカル線ガールズ,株式会社メディアファクトリー,2008