

路面電車運賃低廉化に伴う 利用者意識の変化に関する研究 ー阪堺電車をケースとして

張 力太¹・塚本 直幸²・吉川 耕司²・ペリー 史子³

¹学生会員 大阪産業大学大学院 人間環境学研究科 (〒574-8530 大阪府大東市中垣内3-1-1)

E-mail:kotsu.chosa@gmail.com

²正会員 大阪産業大学人間環境学部教授 生活環境学科

³正会員 大阪産業大学デザイン工学部教授 建築環境デザイン学科

大阪府堺市では、公的資金による補助で同市内を通過する阪堺線の運賃値下げが実施され、着実に利用者数が増加している。そこで、運賃値下げが住民に周知されてきたこの時期に、阪堺線沿線居住者に対してアンケート調査を実施し、運賃値下げに伴う利用者や沿線住民の意識の変化について分析を行った。その結果、支援策により人々の利用状況や意識が変化していることが明らかとなった。また同時に、これらの結果に基づいて、まちづくり、都心活性化という観点から、現在の支援策が有している課題についても考察した。

Key Words : *transportation plan, fare reduction policy, consciousness survey*

1 はじめに

全国的に路面電車の乗降客数が減少する中、大阪市と堺市を通過する阪堺電車（阪堺線、上町線）においては、堺市が平成23年1月から実施している利用者拡大策が功を奏して、平成22年度年間利用者数約730万人から平成23年度には約780万人へと50万人の増加を見せ、平成24年度に入っても増加傾向が続いている¹⁾。

堺市が現在実施している支援策は以下のものである²⁾。

1) 運賃面での支援

① 堺市内・大阪市内区間の均一運賃化

阪堺線・上町線の2区間運賃（大人290円、小児150円）を1区間運賃（大人200円、小児100円）の均一運賃とし、運賃差額を支援

② 高齢者利用割引

堺市内居住の65歳以上の高齢者が、毎月5・10・15・20・25・30日において、阪堺線（堺市内）で乗車・降車する場合の運賃を100円均一とし、運賃差額を支援。

③ ゾーンチケットへの支援

阪堺線（堺市内区間）及びバス（主に堺市都心地域）を対象として設定するゾーンチケット（堺おもてなしチケット）の販売に対し、その一部を支援

2) 運行の継続や高度化・老朽化対策への支援

① 阪堺線（堺市内区間）施設の保守・保安に要する費用支援

② 低床式車両の導入経費支援

③ 老朽化に伴う施設改修の経費について支援

支援額は、10年間で約50億円とされている。

筆者らは、支援策が開始されてから約1年が経過した平成24年2月に、阪堺線沿線居住者に対してアンケート調査を実施し、運賃値下げに伴う利用者や沿線住民の意識の変化について分析を行った。その結果、支援策により人々の利用状況や意識が変化していることが明らかとなった。また同時に、これらの結果に基づいて、まちづくり、都心活性化という観点から、現在の支援策が有している課題についても考察した。

2 アンケートの概要

阪堺電車阪堺線が通過する堺市堺区および西区のうち、阪堺線からおおむね200mの範囲内にある約40,000世帯の内2,000世帯をランダムに抽出して、各世帯あたり3部ずつ合計6,000部のアンケートを各戸配布し、郵送による回収を行った。

アンケート項目を表-1に示す。

表- 1 アンケート項目

分類	設問項目
阪堺電車 支援策の 認知度	(1) 2区間運賃均一化
	(2) 高齢者運賃割引制度
	(3) 堺おもてなしチケット
	(4) 天王寺直通運転
阪堺線 利用状況	(1) 支援策実施前後の利用 頻度の変化
	(2) 現在の利用頻度
	(3) 外出目的
	(4) 利用区間
	(5) 外出目的の変化
	(6) 利用理由
阪堺線 の評価	(1) サービス水準の評価
	(2) まちづくりへの寄与
	(3) 新たな政策
個人属性	(1) 性別
	(2) 年齢
	(3) 職業
	(4) 住所

3 回答者属性

(1) 個人属性

配布した2,000世帯のうち、448世帯（世帯回収率22.4%）、766人から回答を得た。

回答者の内訳は、男性が44%、女性が55%である。

年齢構成から見ると、50歳代～70歳代が58%を占め中高年者層からの回答が多い。

職業別には、図-1に示すように会社員・公務員・教員が27%、主婦・主夫が29%、無職が20%である。主婦・主夫・無職の通勤を行っていない人が約半分を占める。

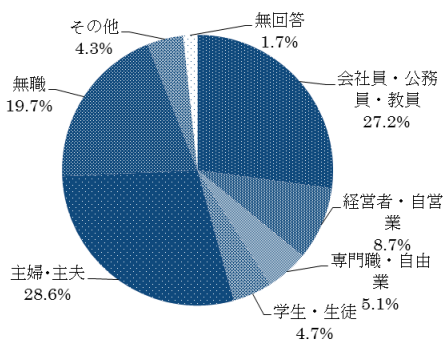


図-1 回答者の職業

この種のアンケートは、関心の高い人、阪堺電車を比

較的に良く使う人、阪堺電車を好意的に見る人からの返信率が高いのが一般的であり、集計結果にはそのようなバイアスがかかっているものと思われる。そのことが、女性、高齢者、主夫・主婦・無職の人の比率が高いことの原因と思われる。

また、利用頻度から見れば、月1～2日・年数回を利用している人は55%であり、今回は比較的に利用している人からの回答が多かったものと思われる。

図-2は、阪堺線を利用すると回答した人々の主な外出目的である。買い物42%、レジャーが19%である。堺市の調査に寄れば、通勤利用も増加しているとの結果もあるが¹⁾、今回は回答者属性から見て、買い物、レジャー中心の回答者が多かったと考えられる。

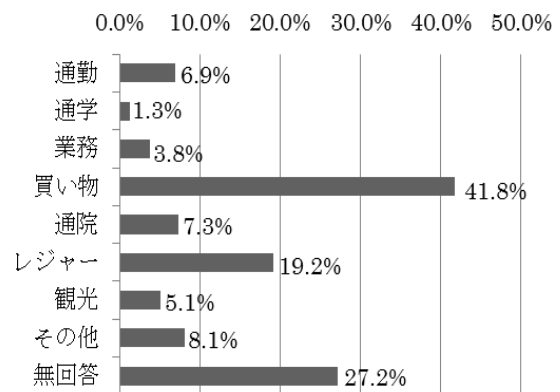


図-2 阪堺線利用者の外出目的

4 支援策の認知度

図-3は、2区間運賃均一化（運賃低廉化）の認知度であるが、85%が知っている。

また、調査の結果によると、高齢者運賃割引制度は知っていた人が51%であり、天王寺直通運転は知っていた人が78%である。しかし、堺おもてなしチケットは知らない人が約60%に近かった。

図-4は2区間運賃均一化を知っている人がどこで知ったかの答えである。ほとんどの人は車内、停留場ポスターや広報「さかい」などから知るようになった。他の制度についてもほとんどの人は車内、停留場ポスターや広報「さかい」などから情報を得たことが分かった。

支援策の多くは市民に認知されているが、ゾーンチケット制度のみはあまり知られていない。一般的にわが国ではゾーンチケットにあまりなじみがないこと、沿線住民が日常的にゾーンチケットを使うことはないこと等によるものと思われる。しかし、今回の支援の目的のひとつが、堺市市街地の活性化である以上、ゾーンチケット制度の認知度を高め来街者の増加を図るならば、このチケットの入手を容易にできる仕組みと宣伝が必要と思われる。

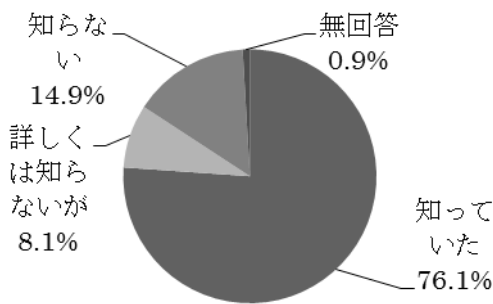


図-3 2区間運賃均一化の認知度

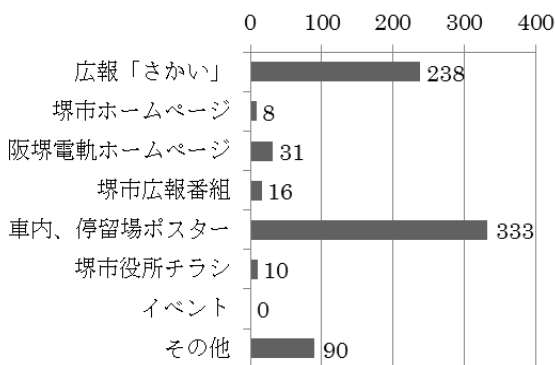


図-4 2区間運賃均一化の情報源

5 利用状況の変化

(1) 利用頻度

図-5 は取組みによる阪堺線の利用頻度の変化についての回答である。

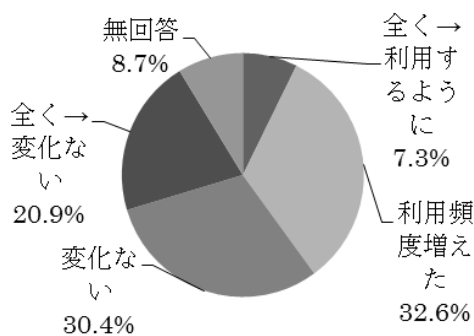


図-5 取組みによる利用頻度の変化

これまでまったく利用しなかったが利用するようになった人 7%を含めて、40%の人が利用頻度を増やしている。

表-2 は利用頻度を増加させた 40% (306 人) のトリップ目的である。図-3 に示した全サンプルのトリップ目的に比較して、買い物の比率が 15%高いことがわかる。

表-2 取組みによる変化 (利用頻度増加を対象)

項目	回答数	構成比
通勤	18	5.9%
通学	2	0.7%
業務	10	3.3%
買い物	175	57.2%
通院	11	3.6%
レジャー	52	17.0%
観光	11	3.6%
その他	18	5.9%
該当回答者数	306	100.0%

表-3 は、利用頻度を増加させた人の以前の交通手段である。新たに阪堺線を利用するようになった人 18%、自動車からの転換が 14%であり、今回の取組が新規需要の開拓や自動車からの転換をもたらしていることがわかる。

表-3 以前の交通手段 (利用頻度増加を対象)

項目	回答数	構成比
阪堺線	122	39.9%
バス	7	2.3%
自動車	44	14.4%
徒歩	17	5.6%
二輪	9	2.9%
タクシー等	7	2.3%
新たに行くように	56	18.3%
該当回答者数	306	100.0%

特に新規需要である 56 人について乗降電停を尋ねた所、内 40 人が天王寺駅前で乗降していることが特徴的である。これは本施策開始後の平成 23 年 4 月に天王寺駅近くの阿倍野で開業した大型商業施設キューズモールと運賃低廉化の相乗効果が現れているものと考えられる。

6 阪堺線の評価

(1) 阪堺線に対する評価

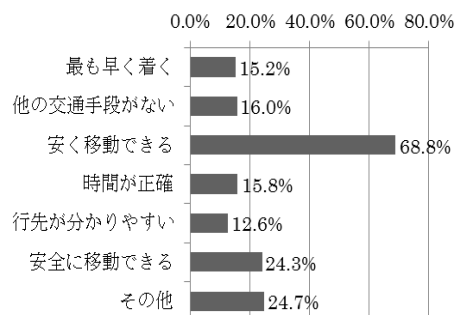
図-6 は阪堺線利用者の「阪堺線を利用する理由」、図-7、8 は各々、非利用者の「阪堺線を利用しない理由」、「どのような条件が整えば利用するか」の回答結果である。

利用する理由では「安く移動できる」、「安全に移動できる」等が多い。利用しない理由は「時間がかかる」、「自動車の方が便利」、「目的地から離れている」の順に高い。

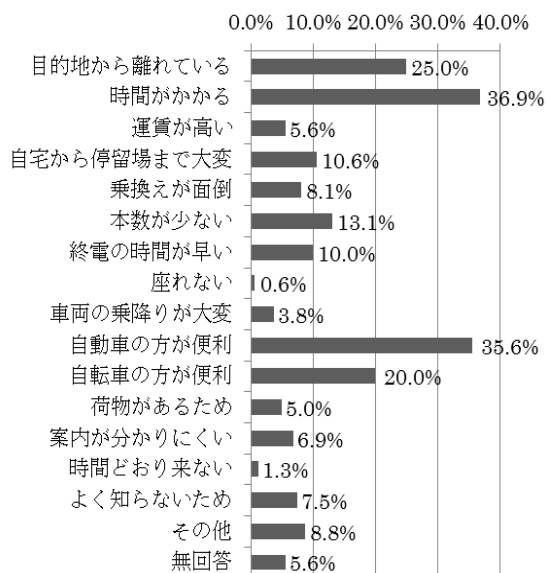
利用するようになる条件としては、所要時間の短縮や停留所までのアクセスの他、低床車の導入や IC カードの導入などバリアフリー化やその他の利便性向上が利用を促進することがわかる。

これらのことから、今回の運賃値下げが一定の効果をもたらしていることがわかると同時に、さらに需要増を

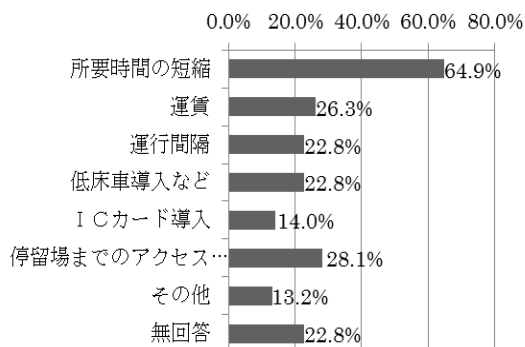
図るには、時間短縮など阪堺線そのもののサービス水準を高めることが必要である。さらに、「目的地から離れている」「自動車の方が便利」など、阪堺線沿線に行きたくなくなるような都市施設を整備するなど、魅力或都市整備が重要であることもわかる。



図－6 利用する



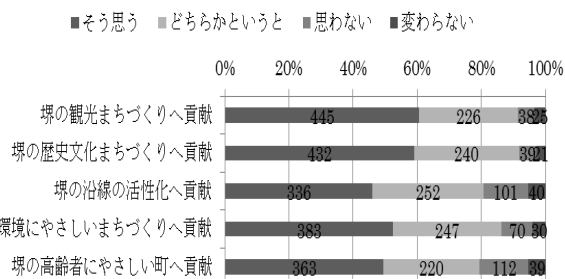
図－7 利用しない理由



図－8 利用するための条件

(2) まちづくりへの貢献

図－9によれば、大多数の住民が阪堺線のまちづくりへ貢献を認めている。しかし、「堺の沿線の活性化への貢献」面での割合が相対的に低く、沿線まちづくりが今後重要な課題であることもわかる。



図－9 まちづくりへの貢献

7 今後の課題

今回の調査結果から、堺市の支援による運賃値下げ等が阪堺電車の需要増をもたらし、そのことが沿線住民の意識の変化にもつながっていることが明らかとなった。今後さらに平成 25 年度からの低床型車両導入や IC の導入、停留所近辺での駐輪場整備等が計画されており、継続的に阪堺電車のサービス水準の向上とそれに伴う需要増が期待される。

今回の需要増は、運賃低廉化による阪堺電車の相対的な割安感、本施策と同時期に開業した阿倍野キューズモール効果も大きい。しかし、公的支援が保証されているのは 10 年間のみであり、地域の都市公共交通として阪堺電車が自立するためには、観光施設や商業施設等、堺市中心市街地での活力を増す政策を行い、沿線に魅力的な目的地を増加させる取組も必要である。

そのことが、全国的に課題となっている路面電車の整備とまちの活性化の重要な施策例として期待される。

参考文献

- 1) 堺市建設都市局交通政策課：「阪堺線の利用者拡大策実施後の利用者数について」、2012
- 2) 阪堺電気軌道株式会社：「堺市の支援による阪堺線の利用者拡大について」、
<http://www.hankai.co.jp/topics/sakaishi/index.html>、2011