

観光期 P&BR 及び公共交通利用促進のための情報提供方策に関する研究

長野工業高等専門学校 学生員 塩澤 翔平 長野工業高等専門学校 正会員 柳沢 吉保
長野工業高等専門学校 正会員 轟 直希 長野工業高等専門学校 学生員 濱 夏暉
金沢大学大学院 フェロー 高山 純一

1. はじめに

平成 27 年 4 月 5 日(日)から 5 月 31 日(日)まで開催された善光寺御開帳では、参拝者数の推計は 707 万人を記録した。平成 21 年の前回から 37 万人増加し、過去最多の人出となった(善光寺事務局推計値)。また、ゴールデンウィーク中については、12 日間で善光寺の延利用者は 224 万 4 千人と発表されており、前年(平成 26 年・11 日間)の 31 万 3 千人に比べ、大幅に増加した。

事前に多くの参拝者が御開帳に訪れることが予想され、御開帳期間中の市内交通混雑緩和を目的として、善光寺及び市街地周辺交通渋滞対策部会(事務局:長野市企画政策部交通政策課)では、従来のパンフレットおよび掲示板のほかに、インターネットによる自動車以外の手段への乗り換え促進を行った。

観光期 P&BR を対象とした情報提供方策に関する既往研究として、高山ら¹⁾は P&BR 実施情報に関する PR 方法について論じている。PR 手法などの情報提供策を検討する上では、さまざまな内容の情報の入手過程や入手量などがシャトルバス利用に関係してくると考えられる。

本研究では、既往の研究から新たに公共交通を研究対象に加え、移動手段別情報入手率および重要な情報を明らかにし、どのような属性の来訪者が、どの情報(情報の重要度)をどのようなタイミングでどのような媒体で情報提供すれば、シャトルバス、公共交通利用に転換されやすいか明らかにする。

2. 調査の概要

(1) 情報媒体と情報提供内容

平成 27 年善光寺御開帳期間の情報媒体と情報提供内容を表-1 に示す。

(2) 調査項目および調査方法の概要

調査は、シャトルバス利用者向けアンケート(シャトルバス乗降場にて配布)、マイカー利用者向けアンケート(市内各駐車場にて配布)、公共交通利用者向けアンケート(長野駅観光案内所および駅前広場等にて配布)

した。調査項目は以下の表-2 に示す。

各調査票の配布および回収状況を表-3 に示す。調査票種類別では公共交通アンケートの回収率が高くなっている。

表-1 情報媒体と提供内容

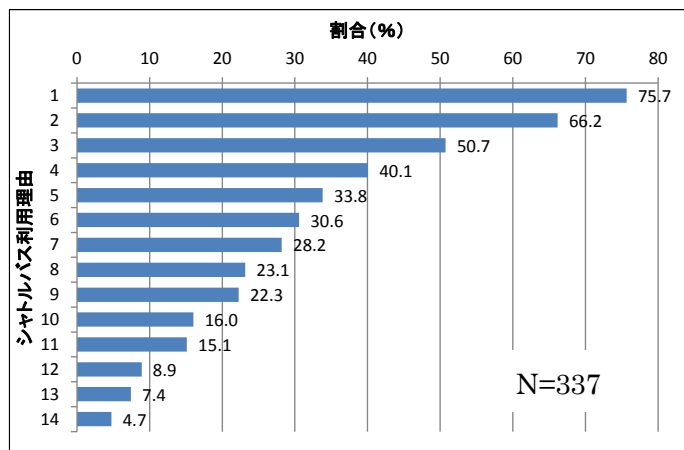
情報媒体	・インターネット ・案内板・誘導板・表示板 ・パンフレット・チラシ ・新聞・雑誌 ・テレビ・ラジオ ・交通情報センター ・ナビ VICS
情報提供内容	・シャトルバス運行に関する情報 ・駐車場情報 ・公共交通情報 ・渋滞・混雑状況の情報 など主に 16 項目。

表-2 調査項目

対象	項目
共通	・混雑予測(公共交通機関・マイカー駐車場・市内道路) ・各手段の利用意思決定位置 ・予測所要時間 ・各手段別の利用ルート ・個人属性(来訪の主目的、周遊先、性別、年齢、グループ構成、人数) ・情報の入手有無、入手媒体、入手位置 ・入手情報の重要度および入手したいタイミング
シャトルバス	・シャトルバス利用理由 ・シャトルバスの満足度 ・シャトルバス運行改善要望
マイカー	・シャトルバス非利用理由 ・シャトルバス利用可能性 ・シャトルバス運行条件の改善要望
公共交通	・公共交通機関利用理由 ・公共交通のサービスの満足度 ・公共交通のサービスの改善要望

表-3 調査票の配布・回収状況

調査票種類	配布日時	配布枚数(部)	回収枚数(部)	回収率(%)
シャトルバス	5/2~3 2日間	2,000	340	17.0
マイカー		2,000	400	20.0
公共交通		2,000	445	22.3
合計		6,000	1,185	19.8



- ① 善光寺周辺の駐車場が満車だと困るから
- ② マイカーで渋滞に巻き込まれるのは嫌だから
- ③ 駐車場が無料だから
- ④ 案内看板を見たから
- ⑤ インターネット上の交通情報を見たから
- ⑥ 渋滞の緩和に協力したいから
- ⑦ 善光寺周辺の駐車場の位置がよく分からないから
- ⑧ マイカーなど他の交通手段よりも善光寺までの所要時間が短そうだから
- ⑨ シャトルバスの移動は安全でゆっくりくつろげると思ったから
- ⑩ シャトルバスの運賃が安いから
- ⑪ チラシ（パンフレット）を見たから
- ⑫ その他
- ⑬ 長野市や善光寺までの運転ルートがよく分からないから
- ⑭ 友人・知人などから聞いたから

図-1 シャトルバスの利用理由

3. シャトルバス利用者の選好意識分析

シャトルバス利用者のシャトルバス利用理由（複数回答可）を百分率で集計分析したものを図-1 に示す。

シャトルバス利用者のシャトルバス利用理由として、「善光寺周辺の駐車場が満車だと困るから」が最も多く、次いで「マイカー渋滞に巻き込まれるのは嫌だから」が続き、利用者はマイカー利用による時間損失を重要視していることがわかる。「駐車場が無料だから」「案内看板を見たから」も高いことから、マイカー利用者の市内流入ルートを検討した案内板の設置と駐車場無料の取り組みが手段転換を促したと考えられる。

4. シャトルバス利用者の情報収集状況

(1) シャトルバス利用者の情報取得内容

シャトルバス利用者の情報入手実態を図-2 に示す。

図-2 より、シャトルバス利用者は「シャトルバスの運行情報」、「シャトルバス駐車場までの経路・最寄りIC」「シャトルバス降車場位置」と、シャトルバスに関する必要な情報を得ていることが分かる。また、シャトルバスを選択するにあたり、善光寺周辺駐車場および市内交通規制を確認している利用者もいることが分かる。

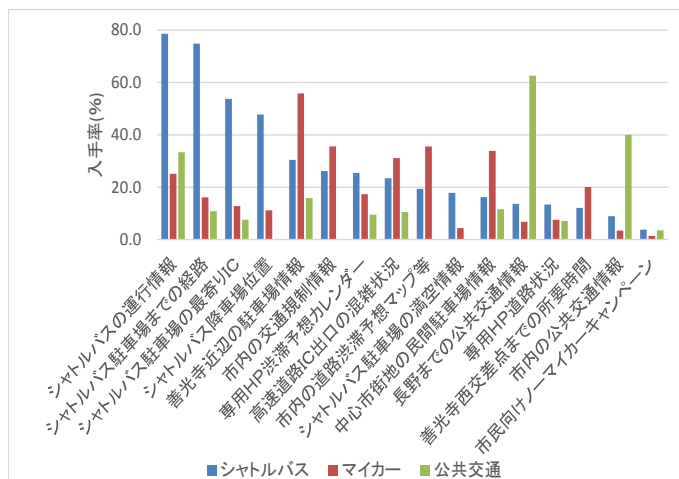


図-2 シャトルバス利用者の情報入手実態
表-4 シャトルバス利用者の情報入手率

項目 \ 入手率(%)	～15	～20	～25	～30	～35
出発前 インターネット シャトルバス運行情報	-	-	-	-	○
出発前 インターネット シャトルバス駐車場経路	-	-	-	○	-
一般道路 案内板 シャトルバス駐車場経路	-	-	-	○	-
出発前 インターネット 最寄りIC	-	-	-	○	-
出発前 インターネット HPカレンダー	-	○	-	-	-
出発前 インターネット 降車場位置	-	○	-	-	-
出発前 インターネット 善光寺周辺P	-	○	-	-	-
高速道路 インターネット シャトルバス運行情報	○	-	-	-	-
一般道路 案内板 シャトルバス運行情報	○	-	-	-	-
出発前 インターネット 規制情報	○	-	-	-	-

(分析結果の上位 10 項目のみ抜粋)

(2) シャトルバス利用者の情報入手率

シャトルバス利用者の入手率の高い「情報提供位置・媒体・内容」の組み合わせを集計分析したものを表-4 に示す。

シャトルバス利用者の入手率の高い組み合わせは、「出発前・インターネット・シャトルバスの運行情報」が最も高く、次いで「出発前・インターネット・シャトルバス駐車場までの経路」であり、利用者の約 3 割が入手している。

5. まとめ

シャトルバス利用促進には、早い段階でシャトルバス運行やシャトルバス駐車場経路の情報を入手できるような方策を実施する必要があることが分かった。紙面の関係上、シャトルバスのみを記載するが発表時は各移動手段について発表する。

今後は、入手率の高い組み合わせと重要度の高い情報の関係から有効な情報提供を明らかにし、マイカーから他手段に転換する情報シミュレーションを行う。

<参考文献>

1) 高山横山永田川上:観光地におけるP&BR実施時の情報提供に関する研究—金沢市における事例研究—,土木計画学研究・論文集No. 14pp. 943-952,1997. 9