

秋田市高齢者コインバスに対する市民意識の時系列変化に関する研究

秋田大学 学生会員 ○宮村 吉輝
 秋田大学大学院 正会員 鈴木 雄
 秋田大学大学院 正会員 日野 智

1. はじめに

秋田市では高齢者の外出を促すことを目的に、秋田市に住む 68 歳以上の高齢者が既存の路線バスを 1 回 100 円で利用できる「高齢者コインバス事業」を平成 23 年 10 月より実施している。

鈴木らの研究¹⁾により、コインバス事業が高齢者の外出頻度や QOL に影響があることが明らかとなっている。また、事業の非利用者もこの事業が重要だと考えている人が多いことが示された。本研究では、事業開始からある程度の年数が経過した状況で、満足度や受容意識に関する時系列的な変化を把握し、今後の事業のあり方を考究する。

2. 秋田市民に対する意識調査の実施

本研究では 68 歳以上と 68 歳未満の 2 種類調査票をバス利用者が多いと考えられる施設や秋田市内の住宅地で配布した。回収数は、68 歳未満から 148 票、68 歳以上から 149 票となった。調査では被験者の属性、生活の満足度、路線バスや、高齢者コインバス事業の利用状況や、満足度について回答してもらい、以前の研究¹⁾と比較できる内容にした。

3. 高齢者コインバス事業の利用実態

秋田市では、コインバス事業対象者の約 6 割(平成 27 年度)が資格証書を発行していることが秋田市役所のヒアリングからわかった。コインバス事業の利用状況を図-1 に示す。



75 歳以上の方がコインバス事業を利用している割合が多い。しかし、75 歳未満の被験者も 65%がコインバス事業を利用したことがあると答えており、事業に対して関心が高いと言える。

次に、コインバス事業を利用することによる生活の

変化を先行研究¹⁾(事業開始時)と比較した結果を図-2 に示す。「趣味や娯楽、買い物などで外出する回数」「趣味や娯楽に費やす時間」に関して「増えた」「やや増えた」と答えた被験者の割合が増えている。このことから、利用者が事業に慣れ、利用が定着したために外出の頻度が増えたことや、今までは買い物や通院など日常的な目的のためにコインバスを利用していたのが、趣味や娯楽などにも利用するなど、利用方法が多様化したことが推測される。

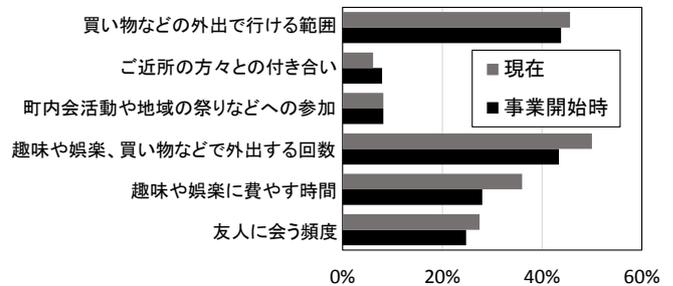


図-2 コインバス事業による生活満足度の変化

68 歳未満の被験者が 68 歳以上の秋田市民の生活の変化に「期待できる」「やや期待できる」と回答した割合を図-3 に示す。

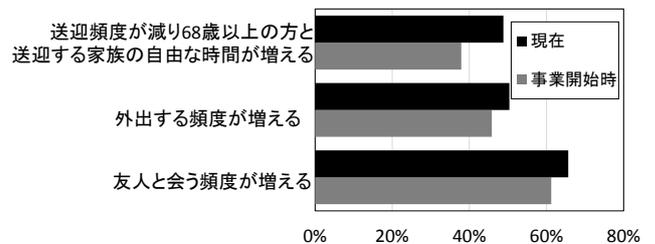


図-3 68 歳以上の生活の変化に対する期待度①

すべての項目に関し、事業開始時よりも現在の方がコインバス事業による高齢者の生活の変化が期待できている被験者が多い。これは、コインバス事業が対象者以外の市民にも浸透してきており、事業の理解が高まっているためと考えられる。現在の生活の変化に対する期待度を家族に 68 歳以上の高齢者がいる被験者としない被験者で比較した結果を図-4 に示す。

「外出する頻度が増える」「用事がなくても出かける

キーワード：公共交通計画、バス交通、高齢者支援、KLP、時系列分析、意識調査分析

連絡先：〒010 - 8502 秋田県秋田市手形学園町 1 - 1 TEL(018) - 889 - 2359 FAX(018) - 889 - 2975

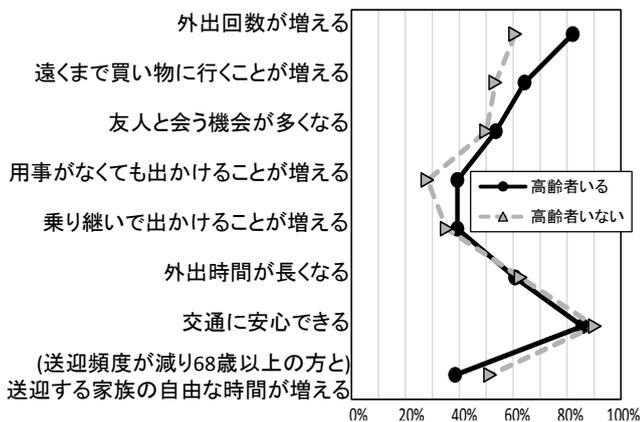


図-4 68歳以上の生活の変化に対する期待度②

頻度が増える」といった項目では、68歳以上の家族がいる被験者の方が高い値を示している。このことから、コインバスを使うことで高齢者が活発に外出できるようになったことを実感していると考えられる。一方、「交通に安心できる」は高齢者が家族にいたくとも、9割近くの被験者が期待できると感じている。高齢者の活動の広がり以外の部分でも、事業の効果が期待される項目が存在している。

4. KLPによる費用負担意識分析

(1) ロジット型価格感度測定法(KLP)の概要

ロジット型価格感度測定法(KLP)はある商品に対して「安いと感じる」、「高いと感じる」、「高すぎて買わない」、「安すぎて買わない」という4つの価格を消費者に質問する。回答された価格からロジットモデルで回帰した相対累積度数曲線を描き、その交点の価格を評価指標とする手法である(図5)。「安いと感じる価格」と「高いと感じる価格」では余事象として「高いと感じない価格」と「安いと感じない価格」をそれぞれ求める。

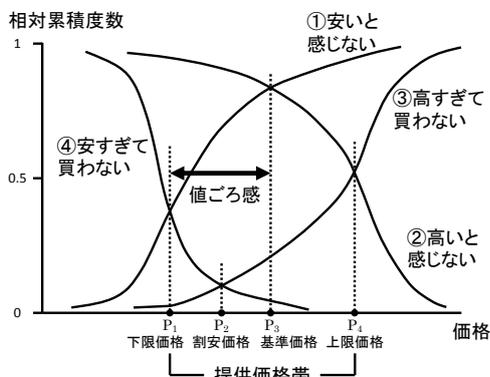


図-5 ロジット型価格感度測定表(KLP)の評価指標

1) P1(下限価格)：この価格より低いと、安すぎて買わないという人が多くなる、消費者全体からみて受け入れられる下限の価格。

2) P2(割安価格)：消費者の購入抵抗が最も少なく、品質の割に安いと感じる価格。

3) P3(基準価格)：「安いと感じない」と「高いと感じない」人が同数になる点。この点を境に価格が安いか高いかを消費者全体から判断する値ごろ感の基準となる価格。

4) P4(上限価格)：この価格を越えてしまうと、高すぎて買わないという人が多くなる、消費者の受け入れられる上限の価格。

(2) コインバス事業に対する費用負担意識

コインバス事業における運賃と事業の費用に対して、4つの価格を回答してもらった。事業開始時と現在で、運賃に対する評価指標値を比較すると事業の対象者、非対象者共に大きな差がない。すなわち、受容意識や満足度に変化がないと考えられる。

表-1 運賃に対する KLP の評価指標値 (円)

		下限価格	割安価格	基準価格	上限価格
開始時	対象者	117.7	137.5	167.3	291.5
	非対象者	116.8	153.3	164.4	244.3
現在	対象者	99.1	112.9	182.9	293.5
	非対象者	116.8	141.3	212.9	304.2

コインバス事業の維持に負担する費用についても回答してもらった。秋田市では平成 28 年度は 1 億 2400 万円を関係事業費の予算額にしており、一世帯あたり 915 円を支払っていることになる。68 歳未満の方が 68 歳以上の被験者よりもコインバスの事業費に関する評価指標値が高く、事業の対象ではない被験者も受容意識は高いと考えられる。

表-2 高齢者コインバス事業に対する評価指標値 (円)

	下限価格	割安価格	基準価格	上限価格
68歳以上	779.3	904.8	1609.5	2060.1
68歳未満	912.9	961	1949.9	3357.5

5. おわりに

高齢者コインバス事業が実施されてから 5 年が経過した。年々、事業の利用者は増加しており、それに伴って事業が市民全体に浸透してきていることがわかった。また、受容意識に関しても、事業開始時よりも向上していると考えられ、交通安全など、社会への効果が期待されていることが要因と考えられる。

参考文献

1)鈴木雄、原田彩、日野智、木村一裕：高齢者のためのバス運賃の低廉化施策に対する市民の受容意識、土木学会論文集 D3(土木計画学) , Vol. 69, No. 5, I_677-I_686, 2013.