

バス運賃の低廉化と情報提供がもたらす外出行動の広がりに関する研究

秋 田 大 学 学 生 会 員 ○高橋 明日香
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

秋田県男鹿市では、令和元年8月から1乗車200円のバス運賃定額化の実施、及び1ヶ月2000円乗り放題の乗車券の試験導入を行っている。誰もが利用しやすい公共交通の環境づくりをすることで、市民の様々な場所への外出が期待される。

本研究では、男鹿市の新たな運賃制度による利用意識や外出行動の変化を明らかにすることを目的とした。そのため、運賃変更前の8月に1回目の調査、変更後の11月に2回目の調査を行った。また、2回目の調査は1回目の調査の住所記入者を対象としている。すなわち、2回目の調査回答者は1回目の調査と同一である。そのため、運賃制度の変更前後で同じ回答者の利用回数の推移や利用意識の変化を把握することを可能とした。調査の概要を図-1に示す。1回目の調査では1361票を配布し、309票を回収した。2回目の調査では111票を配布し、79票を回収した。

運賃の低廉化だけでは外出行動の増加に十分に寄与することが出来ないと推測した。そのため、バスの利用方法や利用先施設での過ごし方の例を示すことの有効性について、本研究では考察している。

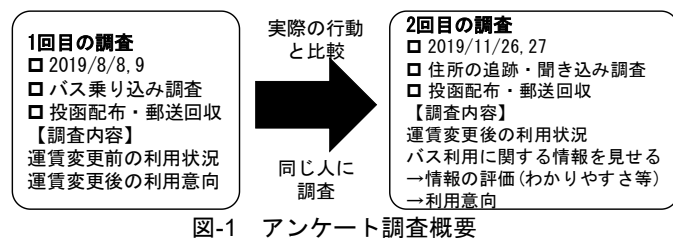


図-1 アンケート調査概要

2. 運賃低廉化に伴うバスの利用と外出行動の変化

まず、運賃の満足度の変化を図-2に示す。運賃変更前は「満足」「やや満足」と回答した人は70.4%であったのに対し、変更後は100%となった。このことから、新たな運賃制度は十分に低廉なものと認識されているということが推測される。

次に、実際の行動を把握する。バス運賃の変更前後に

おけるバス利用者の利用の変化を図-3に示す。利用頻度の変化については、「増えた」とする回答者は31.9%に留まった。また、運賃変更後に新たに行くようになった場所が「ある」とした回答者についても19.1%となり、予想よりも低い割合となった。

次に、運賃の変更前後の利用頻度の推移を表-1に示す。利用頻度について、増加した回答者が35.7%存在するのに対し、増加していない人は64.3%存在する。これより、運賃の変更によって運賃満足度は向上しているものの、バスの利用頻度の増加や行動範囲の広がりには大きな変化はもたらされていないことがわかる。

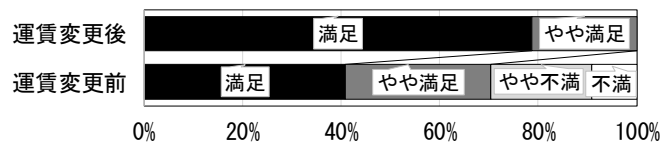


図-2 バス運賃変更後の運賃満足度（利用者）

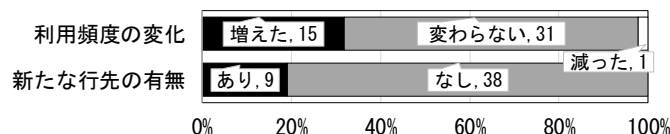


図-3 バス運賃変更後の利用変化（利用者）

表-1 バス運賃変更前後の利用頻度の変化（利用者）

運賃変更前のバス利用頻度	運賃変更後のバス利用頻度				
	ほぼ毎日	週3～5回	週1～2回	月1～3回	年数回
週3～5回	1	7	1	1	0
週1～2回	0	6	11	1	0
月1～3回	0	2	2	4	0
年数回	0	0	1	3	2

利用増えた人:15人, 35.7% 利用減った人:3人, 7.1%

3. 情報提供による利用の増加

利用頻度の増加や外出促進のためには、運賃制度の変更だけでは、あまり効果が高くないことが明らかになった。そこで、バス利用頻度の増加や外出を促すためには運賃の低廉化に加えて、バス利用のための具体的な情報を示す等の取り組みが必要と考えた。そのため、バス利用のための具体的な情報を示し、訪問意向の変化等について回答してもらった。

調査で示した情報については、余暇活動の外出が重

キーワード：公共交通、外出行動、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

要と考え、温泉と図書館を訪問場所とした。バスの情報については、①時刻表・最寄りのバス停・バスの乗車時間等の“基本的な情報”、②基本的な情報に“運賃の変動”を示したものの、③基本的な情報と運賃変動にその場所での“過ごし方の例”を示したものの3パターンを示した。③“過ごし方の例”の情報については図-4のような情報を示した。この調査票を作成するにあたり、最寄りのバス停や利用路線などは個別の回答者の居住場所に合わせた情報を示した。また、「情報のわかりやすさ」「情報の有用性」「訪問意向」の比較については、図-5のように、①は現在との比較、②は①との比較、③は②との比較で回答してもらった。



図-4 ③過ごし方の例

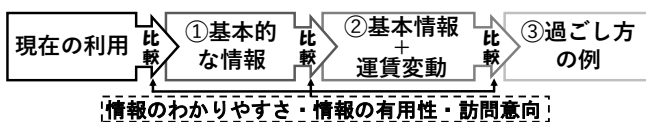


図-5 提供した情報の種類と比較方法

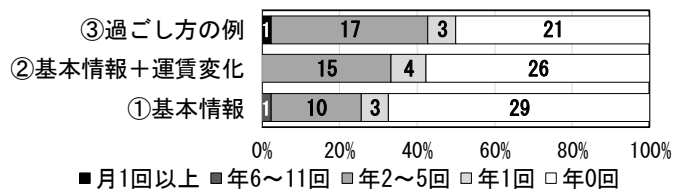
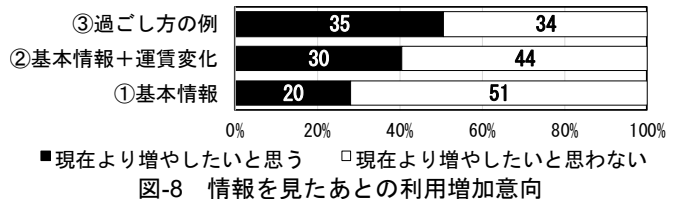
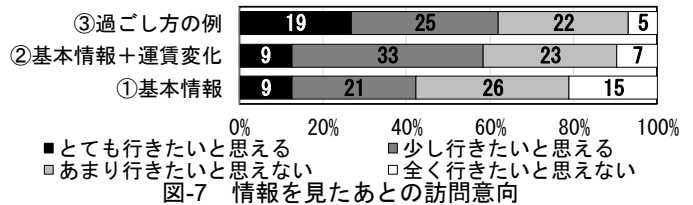
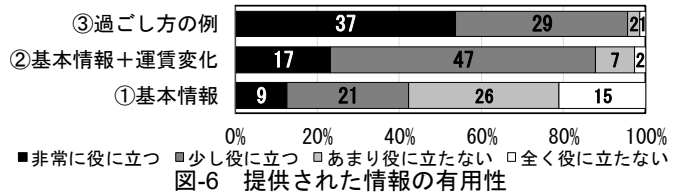
①～③の情報を見て、情報の有用性について比較して回答してもらった結果を図-6に示す。情報量が増えれば増えるほど、情報が役に立つとする回答者の割合が高い。また、③では「非常に役に立つ」「やや役に立つ」とした回答者は95.7%おり、特に役に立つと感じる人が多くいることが分かった。

図-7は①～③の情報を見て、各施設に行きたいと思うかを回答してもらった結果である。また、図-8は①～③の情報を見て、各施設の利用を増やしたいかを回答してもらった結果である。図-8は、①～③の情報すべてにおいて、現在と比較して回答してもらった。これらの結果から、情報量が増えれば増えるほど、訪問意向

は向上し、利用頻度も増加することが明らかになった。

次に、現在、男鹿温泉郷を利用していない回答者に着目し、情報を見て、何回利用を増加したいかという意向を図-9に示す。今まで男鹿温泉郷に行っていない場合でも③“過ごし方の例”を示すことで、利用回数の増加が見込める人が46.4%いる。このことは新たな行先が増えることを意味しており、外出を促す効果としては非常に大きいものと考えられる。

以上から、運賃制度の変更と同時に、より詳しい情報提供を行うことで、バス利用や外出の増加に効果的であることが明らかとなった。



4. おわりに

地方部において運賃の低廉化施策だけでは、バスの利用や外出行動の促進にはあまり効果が期待できない。しかしながら、バスに関する情報や過ごし方の例などの訪問の可能性を提示することで、バス利用や外出行動にさらにプラスの効果をもたらすことが明らかとなった。今後、地方部においてバス利用や外出を促進していくためには、運賃施策だけではなく、他の施策と組み合わせることが重要であることが示された。しかし、意識や意向の変化が実際の利用に結びつくとは限らない。そのため、今後はその点についても検討することが必要である。