

平成27年度 第5回八代市地域公共交通会議 (モビリティ・マネジメント推進事業業務委託の報告)

- | | |
|----------------------|-------|
| 1. モビリティ・マネジメントとは | p.2~ |
| 2. 本年度の取り組みの位置付け | p.4~ |
| 3. 企業モビリティ・マネジメントの結果 | p.6~ |
| 4. 学校モビリティ・マネジメントの概要 | p.28~ |

平成28年3月25日(金)

1. モビリティ・マネジメントとは ～くらしを楽しくする交通手段の選び方～

①モビリティ・マネジメントの定義と必要性

平成26年度市民アンケート調査結果

公共交通を利用しない理由として、「そもそも公共交通を利用しようと考えたことがない」という回答が多数見られることから、公共交通の利用を促す働きかけを行うことで、移動手段の選択肢として認識していただき、利用してみようという意識を醸成していくことが重要。

自動車に過度に依存するライフスタイルを見直し、自動車を「かしこく」使っていただくため、個人や職場組織等を対象としたモビリティ・マネジメント※を実施し、公共交通の利用に対する意識啓発を図る。

※モビリティ・マネジメントとは、
一人ひとりのモビリティ（移動）が、社会的にも個人的にも望ましい方向に自発的に変化することを促す、コミュニケーションを中心とした交通施策
(「モビリティ・マネジメントの手引き」土木学会)

八代市では、「モビリティ・マネジメント」を「くらしを楽しくする交通手段の選び方」と捉えて取り組んでいます。

2. 本年度の取り組みの位置付け

①本年度の取り組みの目的

モビリティ・マネジメントの課題

- モビリティ・マネジメント（以下、MM）は、対象者とのコミュニケーションを綿密に実施することにより、高い効果が期待される。対象者の範囲も広いほど、効果は大きくなることが期待される。
- しかし、大規模に、または、より綿密にコミュニケーションを図る取り組みには費用も、労力も嵩むため、効率的・効果的な取り組み方を探る必要がある。

本年度の取り組みの目的

今後のMMの展開を念頭に、先行的に一部の高校や企業を対象としたモデルスタディを実施し、MM施策の効果や課題を検証する。

（どういった属性を持つ人に効果があるのか、どういったツールが効果的なのか、持続可能な取り組み方等を探る）

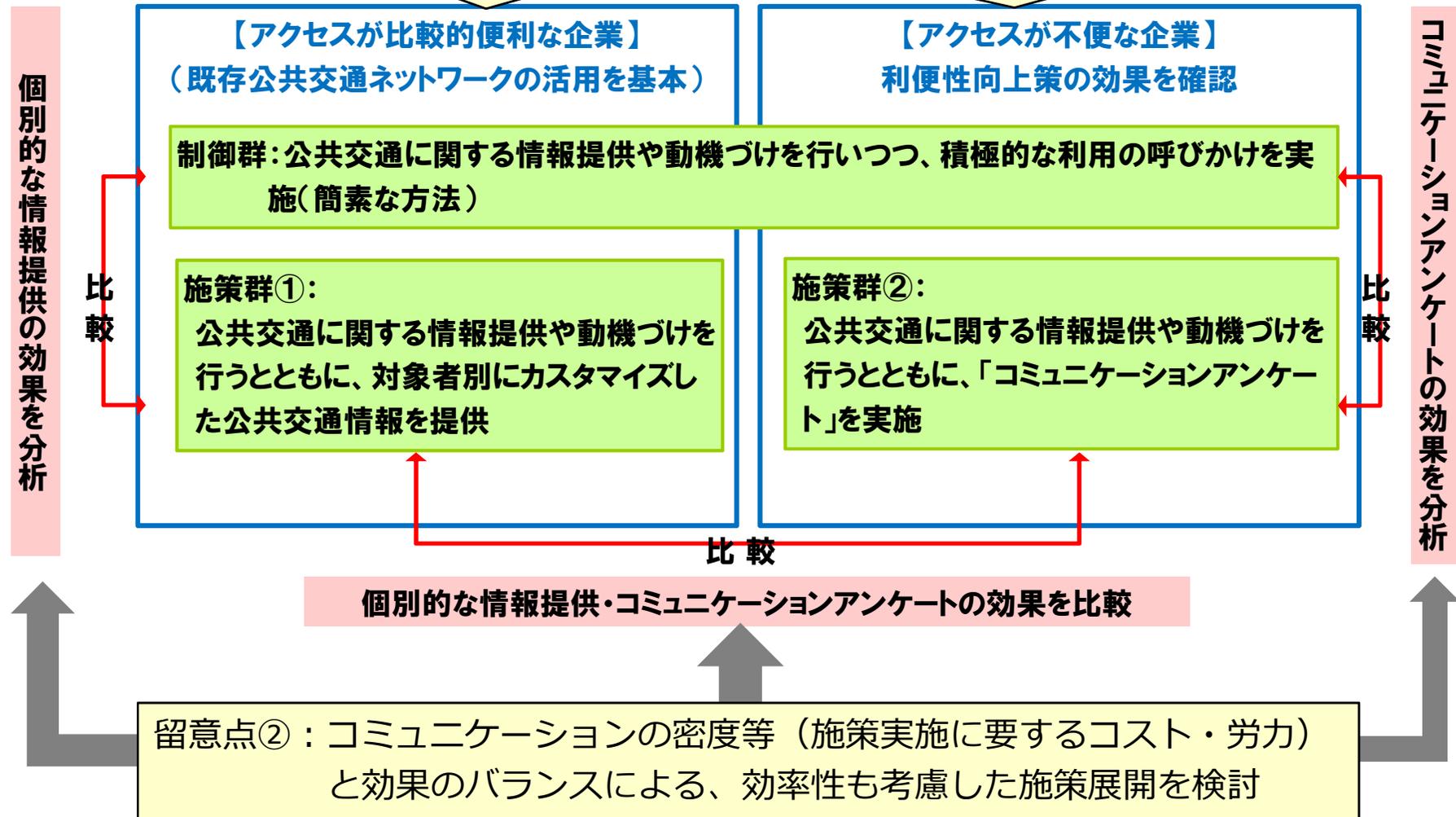
区分	対象	概要
学校MM	生徒・学生	○市内に立地する高校・短大等の生徒・学生を対象に、入学時に情報提供や働きかけを実施し、通学をはじめとする日常の移動に公共交通を利用する意識を醸成（エコ通学）
企業MM (通勤MM)	就労者・企業	○市内に立地する企業や、当該企業の就労者を対象に、情報提供や働きかけを実施し、通勤時や業務時の自動車利用を抑制する意識を醸成（エコ通勤）

3. 企業モビリティ・マネジメントの結果

1) プログラム概要

① 企業MMの構成と実施上の留意点

留意点①：企業の立地条件（公共交通によるアクセス利便性）による、施策展開の方向性（優先順位等）を検討



2) 実施スケジュール

① アクセスが比較的便利な企業に対するプログラム

イオン八代ショッピングセンターを対象に実施

11月

①事前アンケート調査

- ・ 診断書作成のためのアンケート調査を実施

12月

②公共交通情報等の提供

- ・ 公共交通マップや公共交通のすすめを配布
- ・ 施策群には診断書も配布

1月

③事後アンケート調査

- ・ 意識や行動の変化を把握するためのアンケート調査を実施

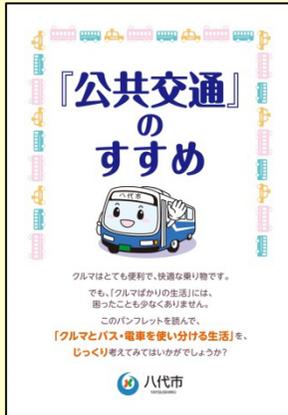
本日の報告事項

2月

④ワークショップ・企業への聞き取り

- ・ ツールの評価やMMに対する評価を把握するためのワークショップ・企業への聞き取りを実施

本日の報告事項



2) 実施スケジュール

② アクセスが不便な企業に対するプログラム

ヤマハ熊本プロダクツを対象に実施

12月

① 公共交通情報等の提供・コミュニケーションアンケート調査

- 公共交通マップや公共交通のすすめを配布
- 施策群にはコミュニケーションアンケートを実施（公共交通への興味・関心の喚起、利用に対する意識づけ）
- 制御群には外港通勤バスの利用意向を把握するためのアンケートを実施

1月

2月

② 外港通勤バス社会実験を実施

- 八代駅・新八代駅から外港工業団地を結ぶバスを実験的に運行（2週間）

③ 事後アンケート調査

- 意識や行動の変化を把握するためのアンケート調査を実施

3月

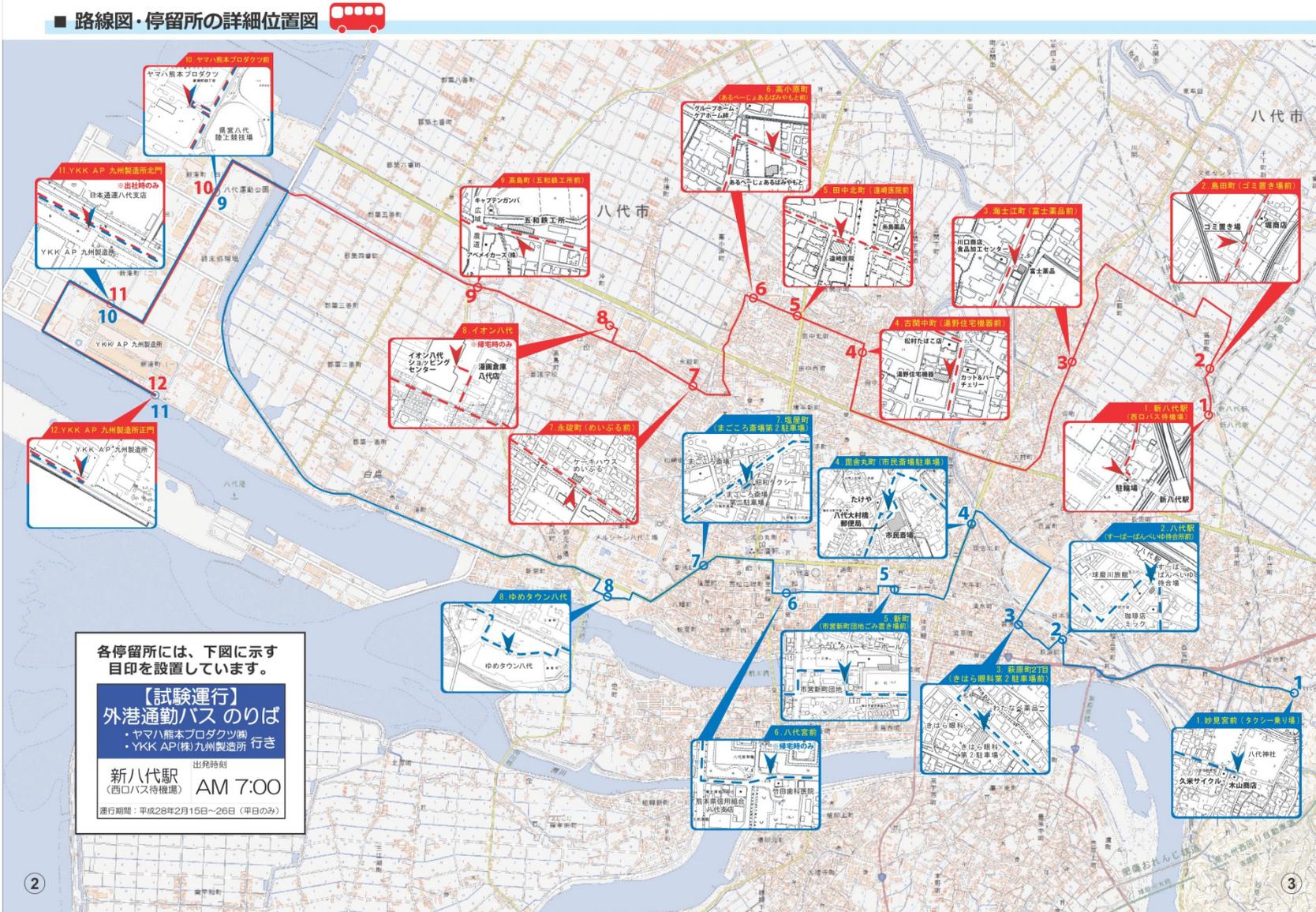
④ ワークショップ・企業への聞き取り

- ツールの評価やMMに対する評価を把握するためのワークショップ・企業への聞き取りを実施

本日の報告事項

2) 実施スケジュール

② アクセスが不便な企業に対するプログラム



3) 事前・事後アンケート結果

① 回収状況

○イオンでは回収率約64%と、高い回収率を得ている。

	配布票数	回収票数	回収率
施策群	50票	32票	64%
制御群	228票	147票	64%
全体	278票	179票	64%

▲ イオン:事後アンケート

○ヤマハでも回収率約95%と、ほぼ全員からの回答を得ている。

	配布数	回収票	回収率
施策群	187票	177票	95%
制御群	187票	177票	95%
計	374票	354票	95%

▲ ヤマハ:事前アンケート

○事後アンケートでも回収率約98%と、ほぼ全員からの回答を得ている。

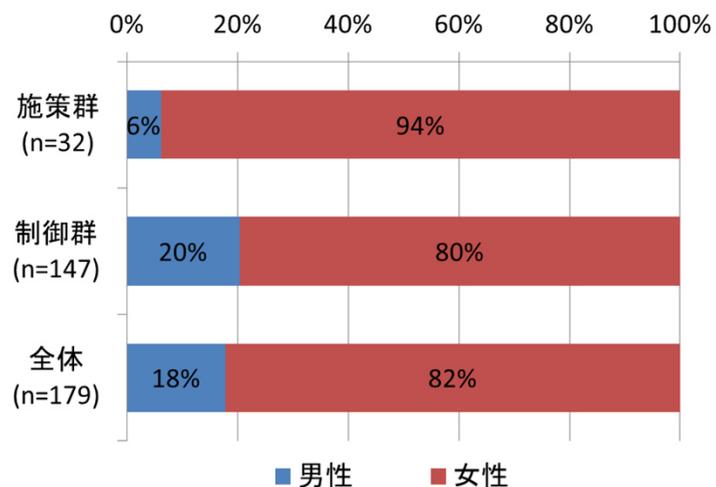
	配布数	回収票	回収率
施策群	187票	185票	99%
制御群	187票	182票	97%
計	374票	367票	98%

▲ ヤマハ:事後アンケート

3) 事前・事後アンケート結果

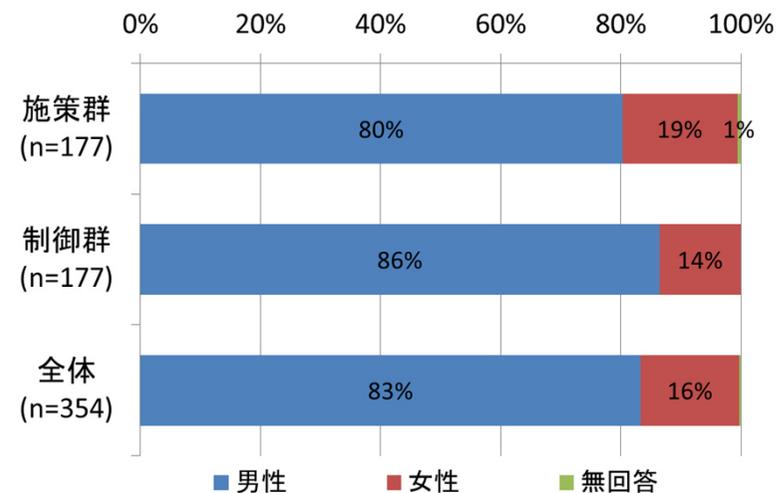
② 回答者の性別

○イオンでは女性が約8割を占めている。

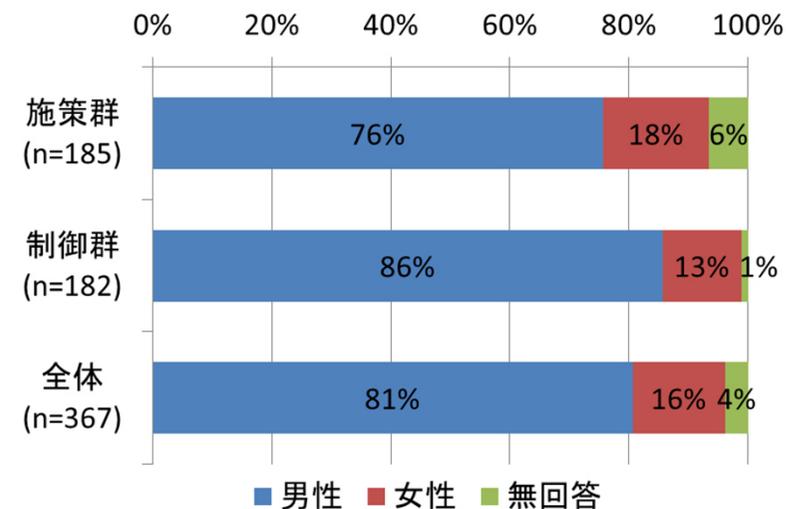


▲ イオン: 事後アンケート

○ヤマハでは男性が約8割を占めている。



▲ ヤマハ: 事前アンケート



▲ ヤマハ: 事後アンケート

3) 事前・事後アンケート結果

③ 回答者の年齢

○イオンでは各年代ともに2割程度の回答を得ている。

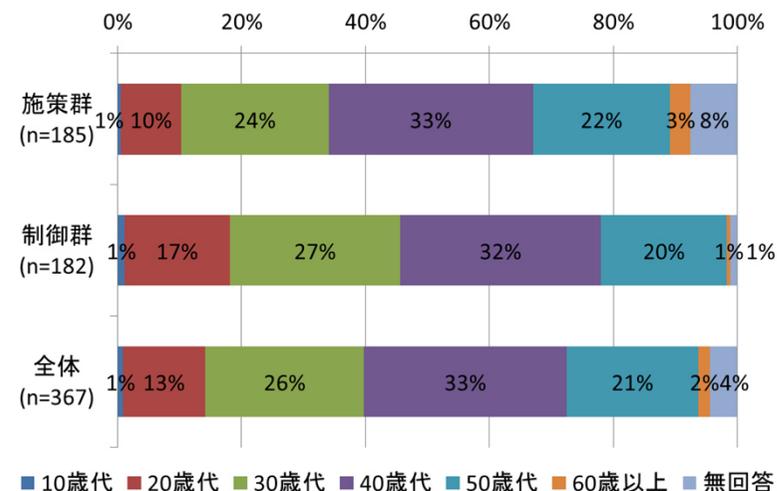


▲ イオン: 事後アンケート

○ヤマハでは40代、30代が高くなっている。



▲ ヤマハ: 事前アンケート

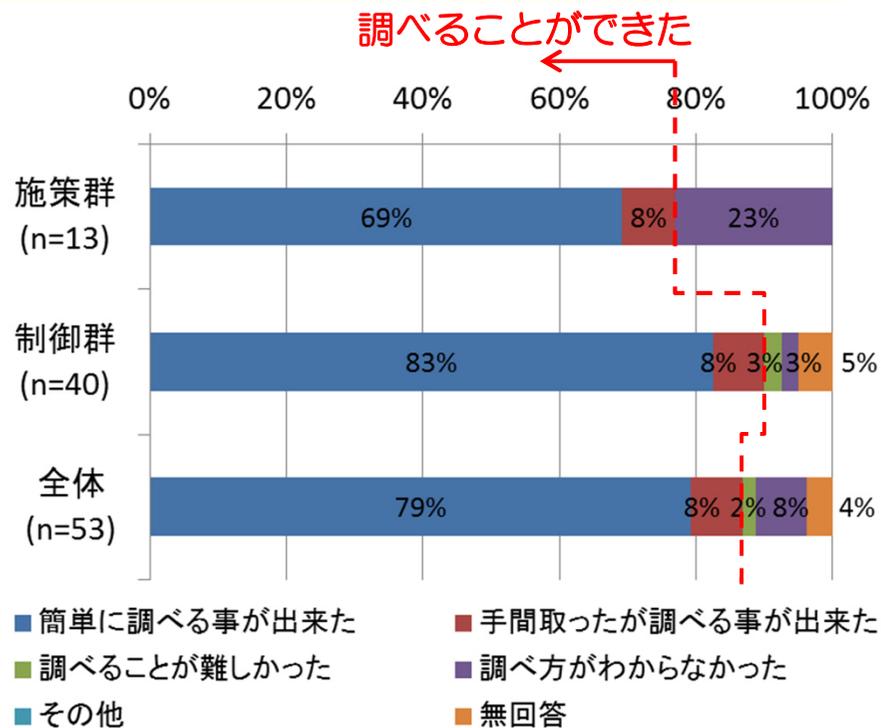


▲ ヤマハ: 事後アンケート

3) 事前・事後アンケート結果

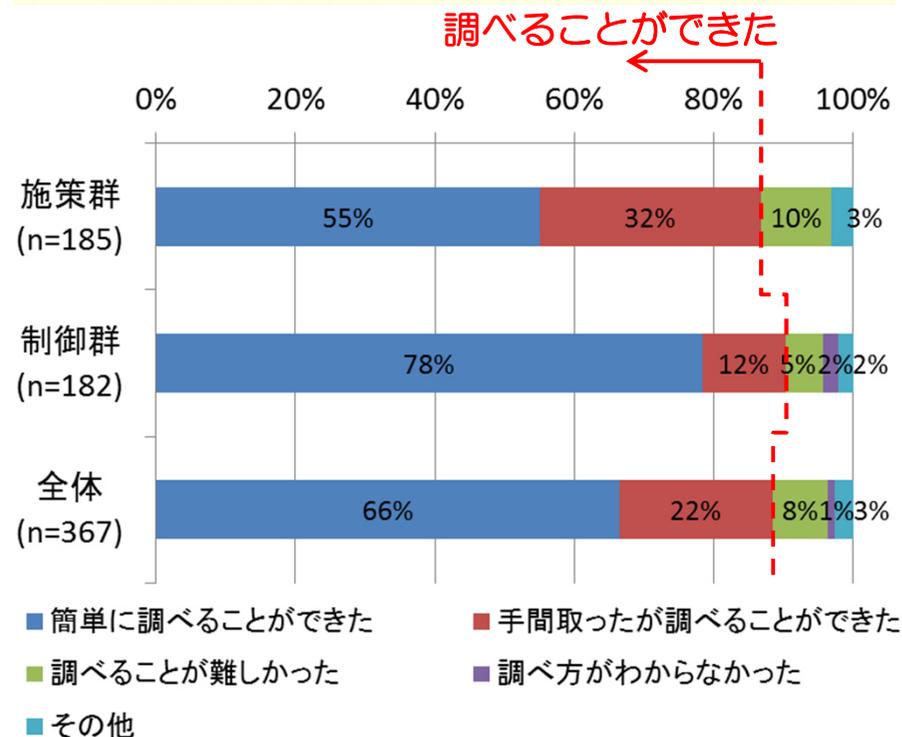
④ 公共交通マップに対する評価

○イオンでは、「簡単に調べることができた」を85%以上が回答している。また、「手間取ったが調べることができた」も合わせると、約95%が「調べることができた」と回答している。



▲ イオン:事後アンケート

○ヤマハでは、「簡単に調べることができた」を7割近くが回答している。また、「手間取ったが調べることができた」も合わせると、約9割が「調べることができた」と回答している。



▲ ヤマハ:事後アンケート

3) 事前・事後アンケート結果

④ 公共交通マップに対する評価

○調べるのが難しかったと回答した層は、「乗車するバスが目的地に着くのかどうかわからなかった」や「どの路線に乗ればいいのかわからなかった」など目的地に行くことのできる路線を判断すること難しかったとの意見が挙げられている。

▲ イオン:事後アンケート

No.	回答内容(原文ママ)
1	どの路線に乗ればいいのかわからなかった
2	時刻表に乗り継ぐバス停の名がなかった
3	自分の自宅から1番近いバス停を探すのに少し戸惑った
4	自宅そばのバス停からイオンまで行けるのか?
5	利用するバスが記載されていなかった
6	乗る路線バスが目的地に着くわからなかった

▲ ヤマハ:事後アンケート

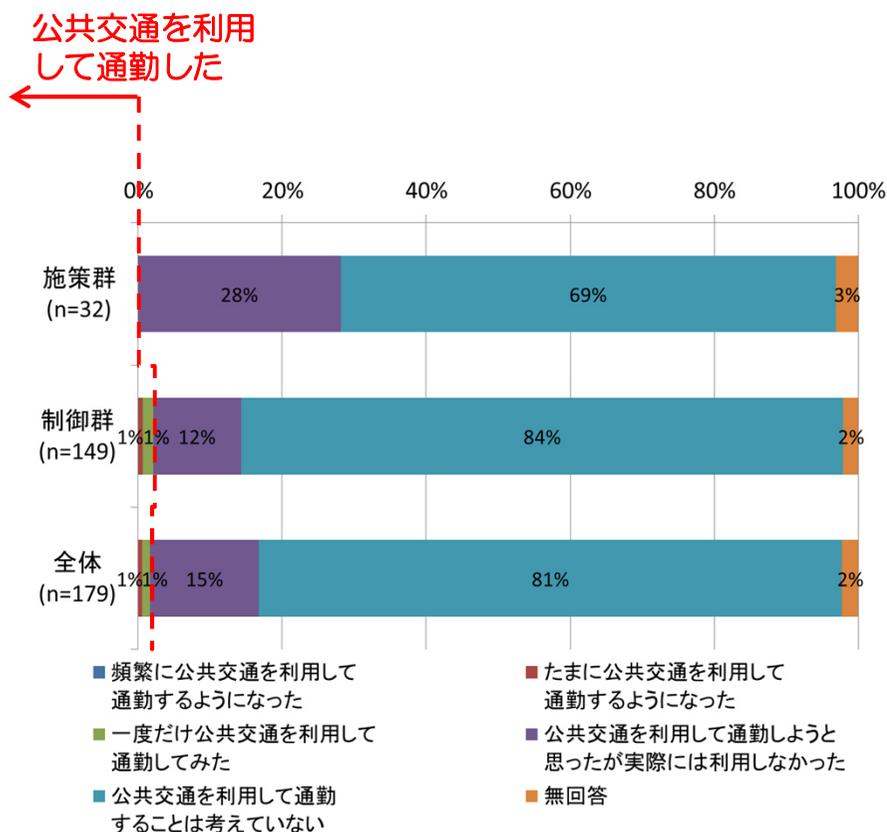
No.	回答内容(原文ママ)
1	もともと調べていた便のなさが再確認された
2	異動のため、マップを受け取っていない
3	調べたが、通勤に3倍ほど時間がかかる為途中でやめた。
4	八代以外からの通勤者に対してメリットなし
5	自宅近くに経路がないので調べるのをやめた

3) 事前・事後アンケート結果

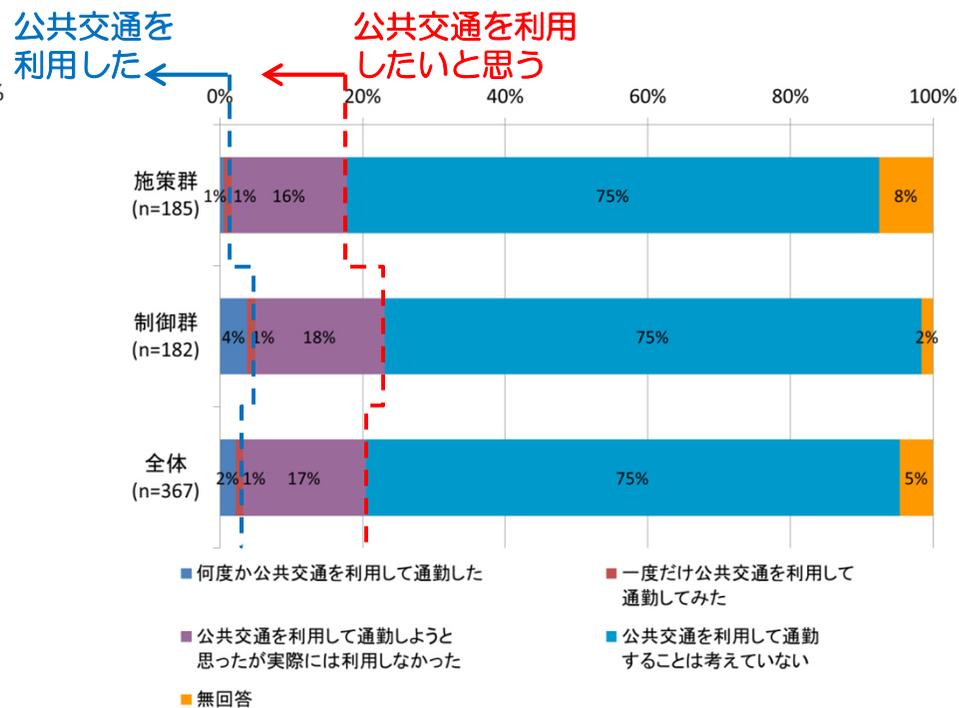
⑤ 行動変容の効果：通勤時

○イオンでは、公共交通を利用して通勤した回答者は約2%（3名）であった。

○ヤマハでは、“外港通勤バス試験運行を含む公共交通を利用した通勤の実践者”は約3%であった。また、“公共交通を利用した通勤を試みようと思った”回答者は、約2割となっている。



▲ イオン：事後アンケート



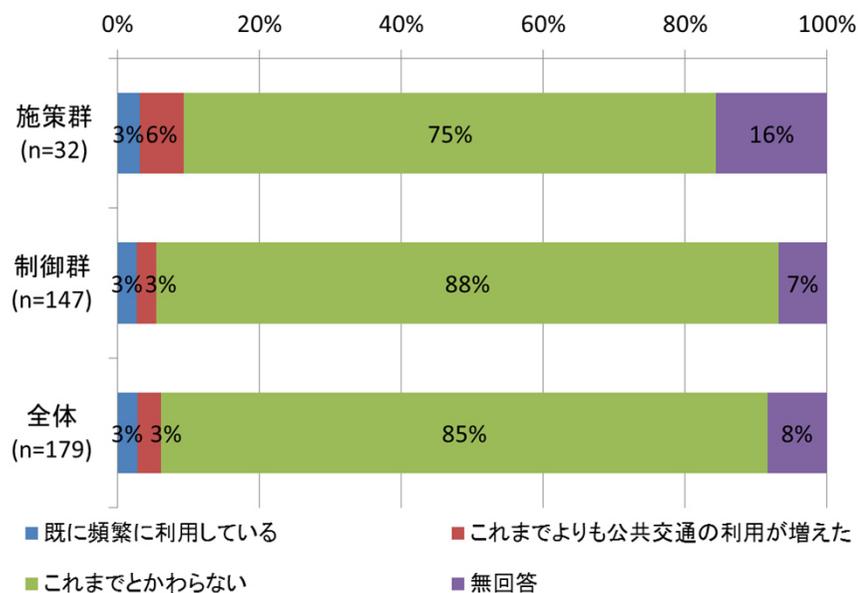
▲ ヤマハ：事後アンケート

3) 事前・事後アンケート結果

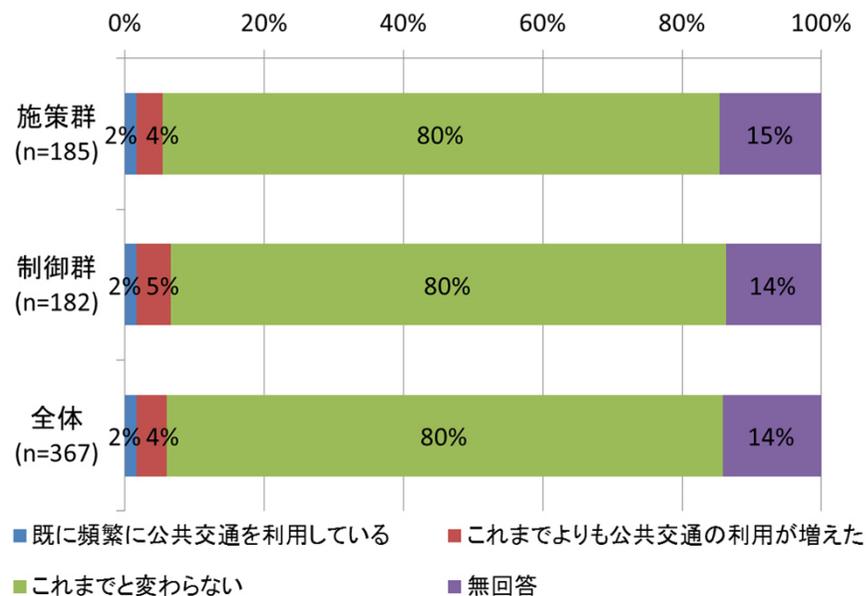
⑤ 行動変容の効果：通勤以外

○イオンでは、回答者の約3%が「これまでよりも公共交通の利用が増えた」と回答している。

○ヤマハでは、回答者の約4%（16人）が「これまでよりも公共交通の利用が増えた」と回答している。



▲ イオン:事後アンケート

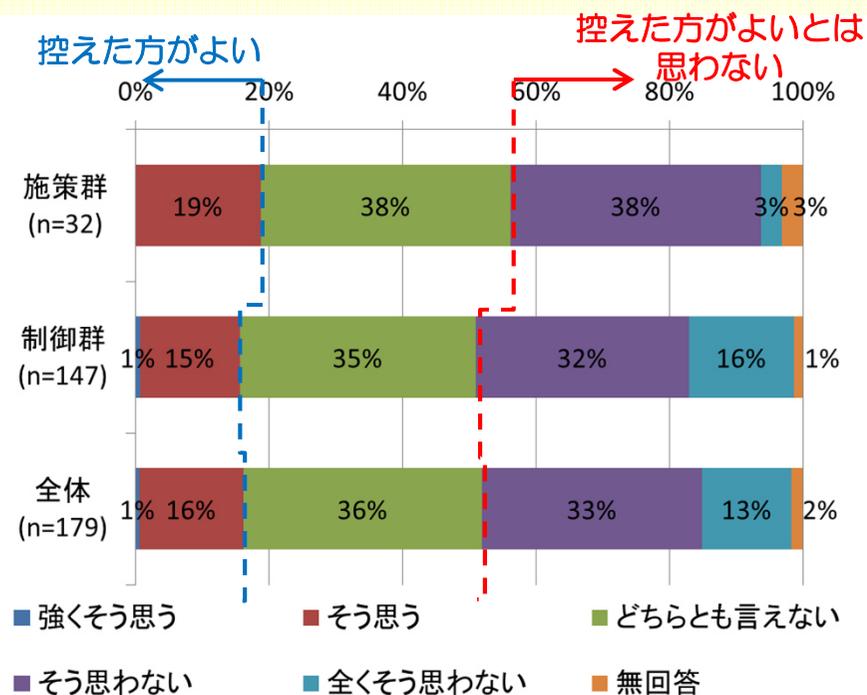


▲ ヤマハ:事後アンケート

3) 事前・事後アンケート結果

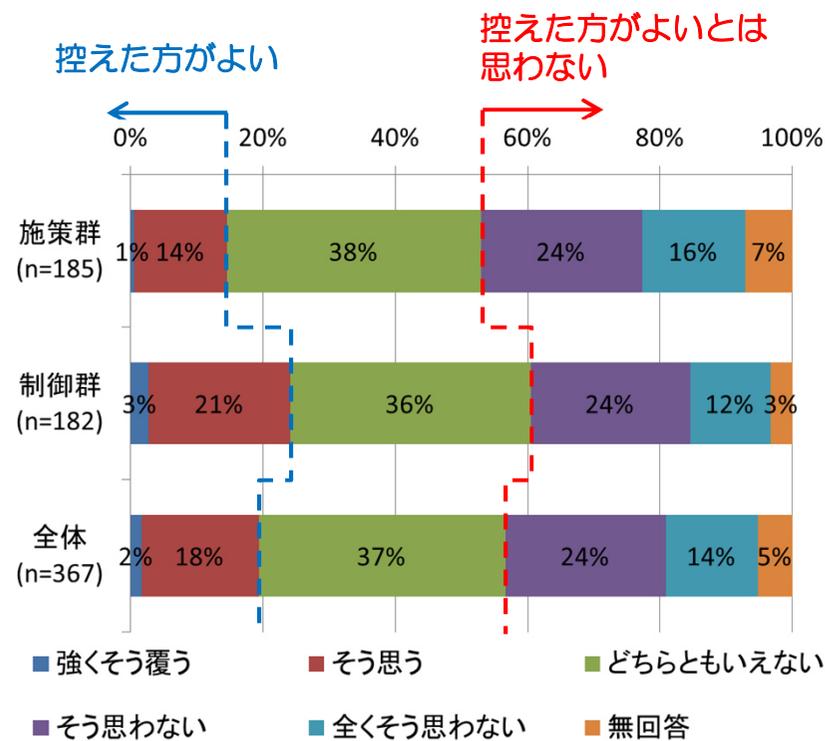
⑥意識変容の効果：総合的な意識

- イオンでは、回答者の約2割が「マイカー通勤を控えた方がよい」と回答している。
- 「マイカー通勤を控えた方がよいとは思わない」について、施策群では約4割と制御群よりも低く、施策群の方がマイカー通勤の抑制への意識付けが強く表れていることがうかがえる。



▲ イオン：事後アンケート

- ヤマハでは、回答者の約2割が「マイカー通勤を控えた方がよい」と回答している。
- 施策群、制御群別では、顕著な差はみられない。

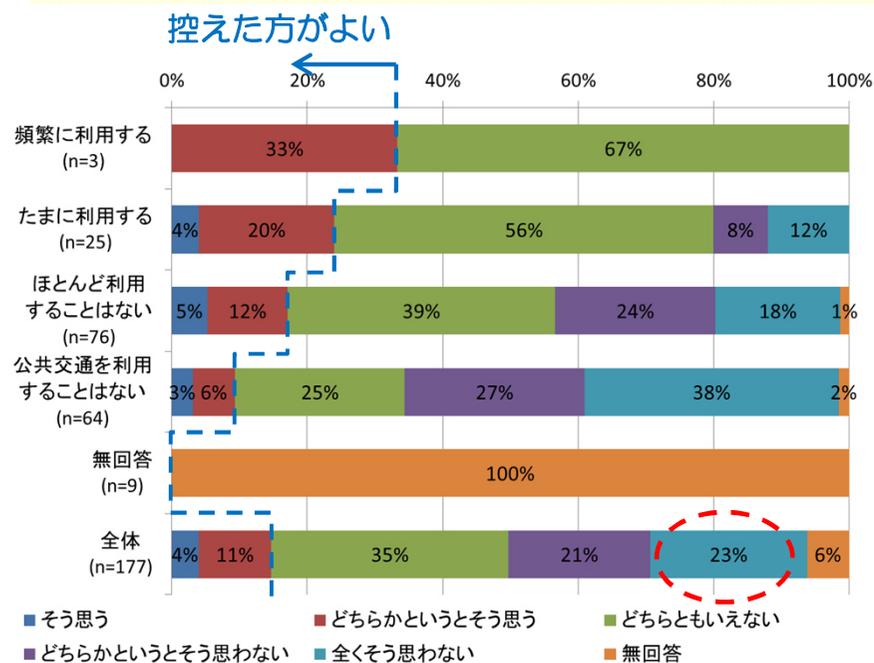


▲ ヤマハ：事後アンケート

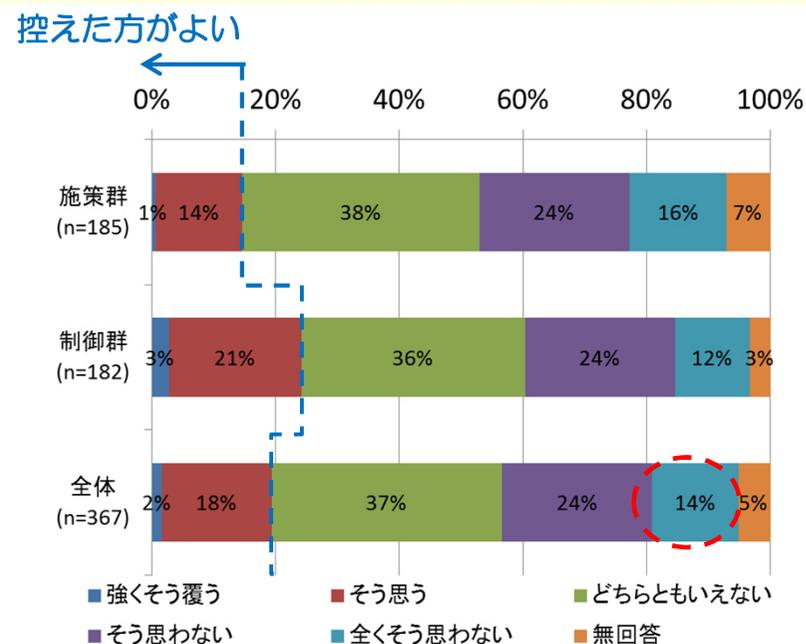
3) 事前・事後アンケート結果

⑥意識変容の効果：総合的な意識

- ヤマハの事前アンケート（施策群が回答）では、マイカー通勤の抑制について、回答者の15%弱が「控えた方がよいと思う」と回答している。
- 事後アンケートと比べると、「全くそう思わない」が7ポイント減って、「どちらかという」と「どちらともいえない」が増えており、抑制しようとは思わないまでも意識の変化がみられる。
- 通勤以外での公共交通の利用状況別にみると、「公共交通を利用することはない」と回答した層も「控えた方がよいと思う」との回答をしている。



▲ ヤマハ：事前アンケート

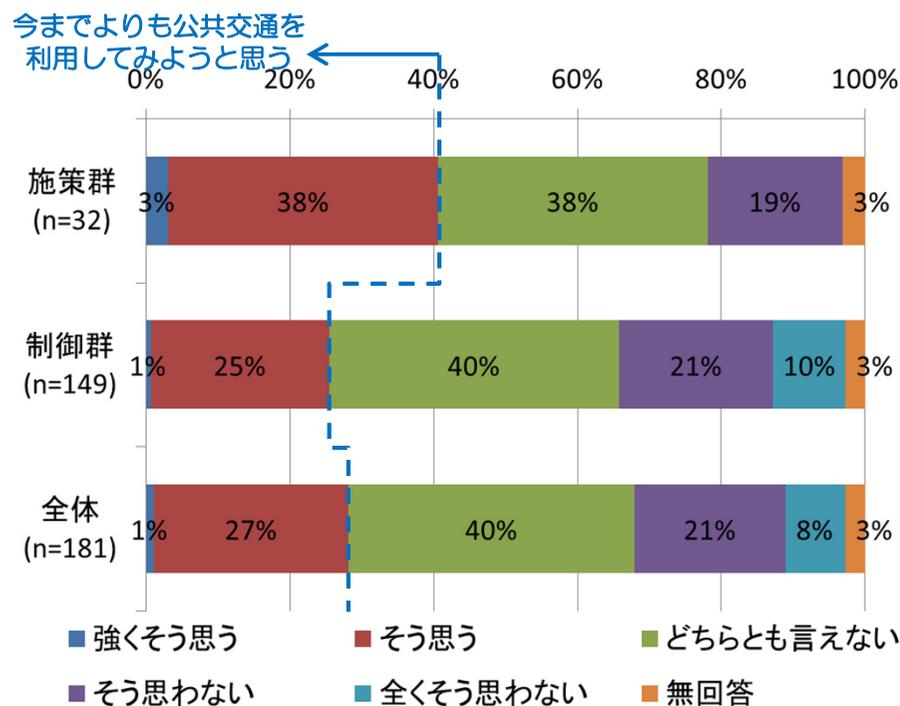


▲ ヤマハ：事後アンケート

3) 事前・事後アンケート結果

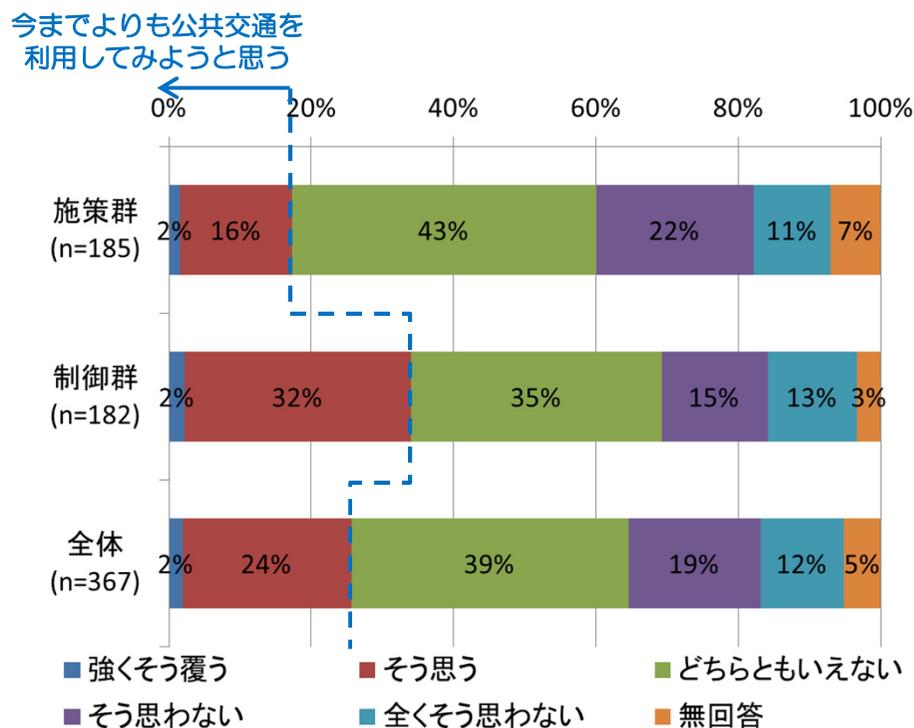
⑦ 今後の公共交通の利用意向

○イオンでは、回答者の約3割が「今までよりも公共交通を利用してみようと思う」と回答している。
 ○施策群では約4割であるのに対して、制御群では3割弱となっており、施策群の方が公共交通の利用への意識付けが強く表れていることがうかがえる。



▲ イオン:事後アンケート

○ヤマハでは、回答者の約1/4が「今までよりも公共交通を利用してみようと思う」と回答している。
 ○施策群では約17%であるのに対して、制御群では約34%となっており、制御群の方が、公共交通利用意向が高くなった。



▲ ヤマハ:事後アンケート

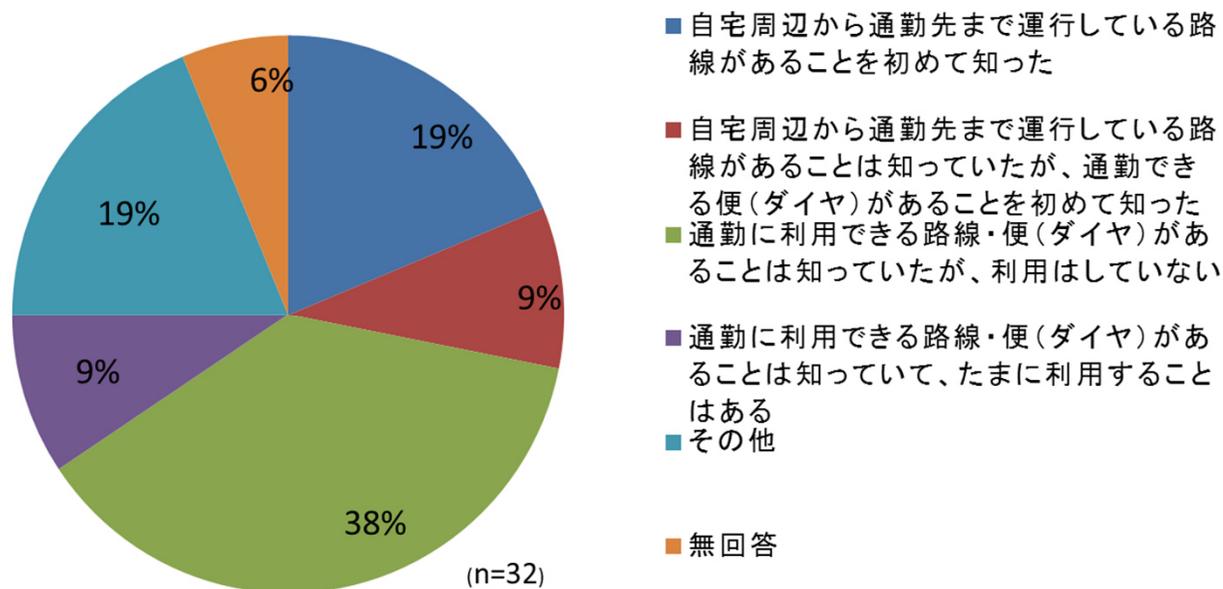
3) 事前・事後アンケート結果

⑧“公共交通を使った通勤プラン”に関する評価

○回答者の約3割が個別に情報提供を行うことで、公共交通の存在や利用できる環境にあること「初めて知った」と回答している。

○一方で、「既に知っていた」との回答を5割強が回答しており、個別情報の提供の如何に関わらず通勤に利用できる公共交通に関する認識は持っていたことがうかがえる。

○公共交通を利用した通勤への行動変容が見られなかったことも踏まえると、個別に情報提供することの効果は小さいと思われる



▲ イオン:事後アンケート

4) ワークショップ・聞き取り調査結果

① ワークショップの概要

1. 公共交通マップを使用した演習

- A地点からB地点まで公共交通を利用して移動する場合の経路・時間等を調べてもらい、公共交通マップの使い勝手などを把握
- 直通経路の課題と乗り継ぎ経路の課題を提示

2. “公共交通のすすめ”に関する意見交換

- “公共交通のすすめ”の内容について、特に興味を持った内容、全く興味を持たなかった内容などについて把握

3. “公共交通を使った通勤プラン”に関する意見交換（イオンのみ）

- “公共交通を使った通勤プラン”について、公共交通の利用につながったのか、あるいは公共交通への関心が高まったのかなどについて把握

4. “外港通勤バス”に関する意見交換（ヤマハのみ）

- “外港通勤バス”について、利用状況や利用意向について把握。

4) ワークショップ・聞き取り調査結果

② 公共交通マップを使用した演習の結果

演習の状況

- マップから目的地とそこに向かう路線を探して、時刻表からダイヤを調べるという一連の検索はできていた。
- 直通経路の検索はスムーズに行えたが、乗り継ぎ経路になると、マップと時刻表を何度も見返す必要があったり、乗り継ぐバス停が分からなかったりして時間がかかった。

公共交通マップに対する評価

- 路線が細かく見にくい。
- 市街地循環バスの右廻りと左廻りがどちら方向に運行しているのかが分からない。
- マップが大きすぎる。マップと時刻表を見返すのが大変。
- 時刻表にはバス停を省略せずに記載した方がいい。
- 運賃の情報はあった方がいい。

演習の感想

- インターネットなどでの検索でないと、特に乗り継ぎの検索は大変。
- 乗り継ぎはできるだけしたくない。
- 路線名を見てもどこに向かうのかピンとこない。
- こんなにバス路線が運行しているとは知らなかった。

4) ワークショップ・聞き取り調査結果

③ “公共交通のすすめ”に関する意見

参加者からの主な意見

- 内容云々よりも冊子自体に興味が無い。
- クルマ利用とこどもの友達の数との関係性はピンとこない。
- クルマ利用とコストの関係性もよく理解できない。
- 通学STYLEBOOKの方が読みやすい。
- 生活に密接したメリットを訴えかけられた方が興味を沸かすと思う。

④ “公共交通を使った通勤プラン”に関する意見

参加者からの主な意見

- 自分の行動に合ったプランであれば有難いが、**所要時間がかかることや荷物もあるため、なかなかプラン通りには通勤できない。**
- バスを利用しようとは思ったが、**バス停までの距離や家庭の事情もあって、実際は難しい。**

4) ワークショップ・聞き取り調査結果

⑤ “外港通勤バス”に関する意見

参加者からの主な意見

- **出退勤時間に合わないと利用できない。**
- 帰宅時に買い物をするので、複数の便が無いと利用が難しい。
- 体調がすぐれない時に**出勤時は家族に送迎してもらって、帰宅時にバスを利用したが、便利だと思った。**
- 利用する際に車両定員が気になって、乗れない場合のことを心配した。

4) ワークショップ・聞き取り調査結果

⑥ 企業への聞き取り調査

MMに関する負担と今後の協力意向

- 部署ごとへの配布物は定期的にあるので、それほど負担にはならなかった。
- **今後も、従業員への配布や呼びかけを行うことは可能である。**
- 公共的な目的に限って店内アナウンスを利用することを認めているので、公共交通の利用を呼び掛けることなども可能。他にも、チラシに市からの情報欄を設けることや、店内にある市役所用の掲示板へのポスター掲示なども可能である。（イオン）

公共交通を使った通勤への企業の考え

- **従業員には安全な手段で通勤してほしい。**
- 公共交通を利用することでマイカー通勤よりも通勤費用が高くなっても、通勤手当は全額手当てが可能。
- 企業として環境負荷低減に力を入れていきたい。

5) 企業MMの効果と課題

■ 意識面や行動面に一定の効果を確認

効果量は小さかったものの行動を変容した層を確認。また、マイカー通勤の抑制意向や公共交通の利用意向については、回答者の2～3割の意向を確認。

■ 意識面の変容を行動面につなげていくことが必要

意識変容は回答者の2～3割確認されたものの、実際に行動を変容させるまで至った対象者は多くなく、意識面の変容を行動面につなげていく工夫が必要となる。

■ コミュニケーションアンケートや個別情報の提供は、公共交通利用環境の改善と合わせた実施が必要

コミュニケーションや個別情報の提供による効果はあまり大きくはなかったが、その要因には通勤に対応したダイヤがないなどの公共交通の利用環境があり、コミュニケーションや個別情報の提供は公共交通の利用環境の改善と合わせて実施していくことが必要となる。

■ 路線別やエリア別の公共交通マップに対するニーズを確認

バス路線全体を把握する総合版の必要性を確認する一方で、マップが大きすぎるとの意見もあり、路線別やエリア別の公共交通マップに対するニーズもみられた。

5) 企業MMの効果と課題

■ 日常生活に密接に関連するメリットを提示していくことが必要

動機付け冊子については、社会通念的なメリットよりも、日常生活に密接に関連するメリットの方が関心を持つことを確認、効果的な情報提供のためには日常生活に密接に関連するメリットを盛り込む必要がある。

■ 通勤に利用可能な便の設定により転換と思われる潜在的なニーズを把握

公共交通でのアクセスが不便な外港工業団地においても、外港通勤バスの運行により利用者を確認。公共交通を利用しない理由には通勤に使える便がないとの回答も多く、通勤に利用可能な便を設定することにより公共交通に転換と思われる潜在的なニーズの存在を確認した。

■ 企業の積極的な協力を得られることを確認

従業員への周知や呼びかけなど公共交通の利用促進に対しての協力意向を確認。また、店内での来店者への周知についても協力可能との回答を得た。

6) 企業MMの今後の展開方針

■ 通勤時間に対応したダイヤ設定と合わせた利用促進

公共交通を利用しようという意識を行動につなげるためには、通勤時間に対応したダイヤ設定と合わせた働きかけを実施する。また、潜在的なニーズの掘り起こしも期待される。

■ 継続的な働きかけによる公共交通を利用する意識の定着化と行動変容の促進

継続的な働きかけを実施し、今回のプログラムで意識面の変容がみられた層の定着化や、今回のプログラムでは変容しなかった層への効果の拡大を図るとともに、行動変容につなげていくことが必要。

■ 効率的・効果的なプログラムの実施

動機付け冊子の内容には日常生活に密接に関連するメリットを盛り込むとともに、ワンショットのアンケートを実施することで効率的・効果的なプログラムの実施を図る。なお、コミュニケーションアンケートは通勤に対応したダイヤの設定と合わせた実施を検討する。

■ ニーズに対応した情報提供の充実

路線別やエリア別の公共交通マップの提供や、インターネットでの乗り継ぎ検索など、利用者のニーズに対応した情報提供の充実を図る。

■ 企業と連携した取り組みの推進

公共交通の利用促進に対して協力が得られる企業と連携し、従業員や来店者への周知や呼びかけなど公共交通の利用促進に対する取り組みの推進を図る。

4. 学校モビリティ・マネジメントの結果

2) 実施スケジュール

八代高校・中学校、八代白百合学園高校を対象に実施

1月

2月

3月

①公共交通情報等の提供

- ・公共交通マップや公共交通のすすめを配布
- ・施策群には市街地無料お試し券も配布

本日の報告事項

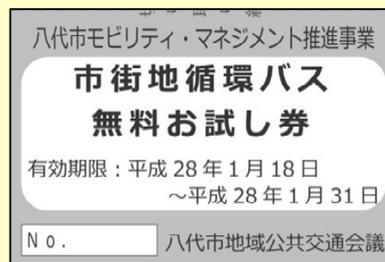
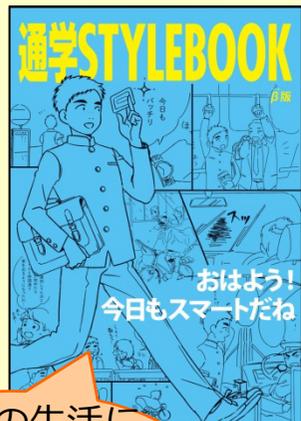
②アンケート調査の実施

- ・意識や行動の変化を把握するための簡単なアンケート調査を実施

④ワークショップ・企業への聞き取り

- ・ツールの評価やMMに対する評価を把握するためのワークショップ・学校への聞き取りを実施

本日の報告事項



高校生の生活に即したメリットを呼びかけ

バス利用のきっかけを提供

3) アンケート結果

①回収状況

○各校とも約90%前後の回収率を得ている。

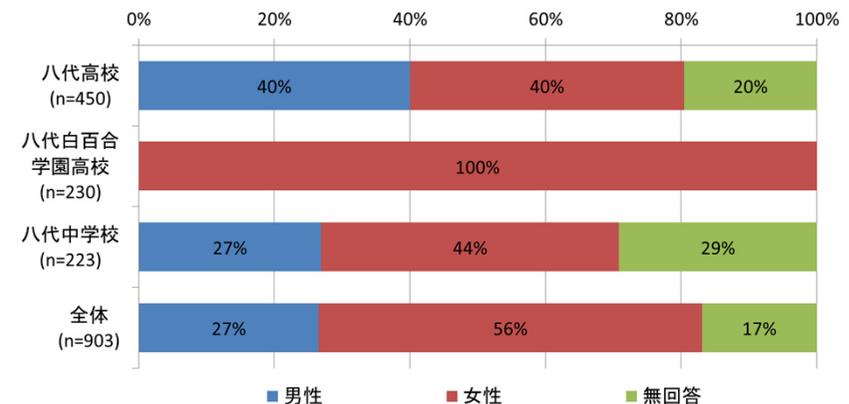
	配布 票数	回収 票数	回収率
八代高校	491票	450票	92%
八代白百合 学園高校	254票	230票	91%
八代中学校	240票	223票	93%
計	985票	903票	92%

▲ 回収状況

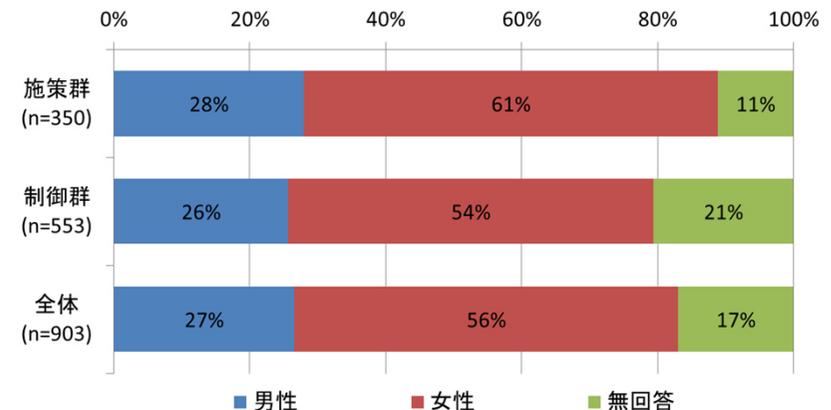
②回答者の性別

○男性が約3割、女性が約6割と、女性の回答が多くを占めている。

○施策群、制御群ともに、男性が約3割、女性が6割前後とほぼ同じ男女比となっている。



▲ 性別：学校別



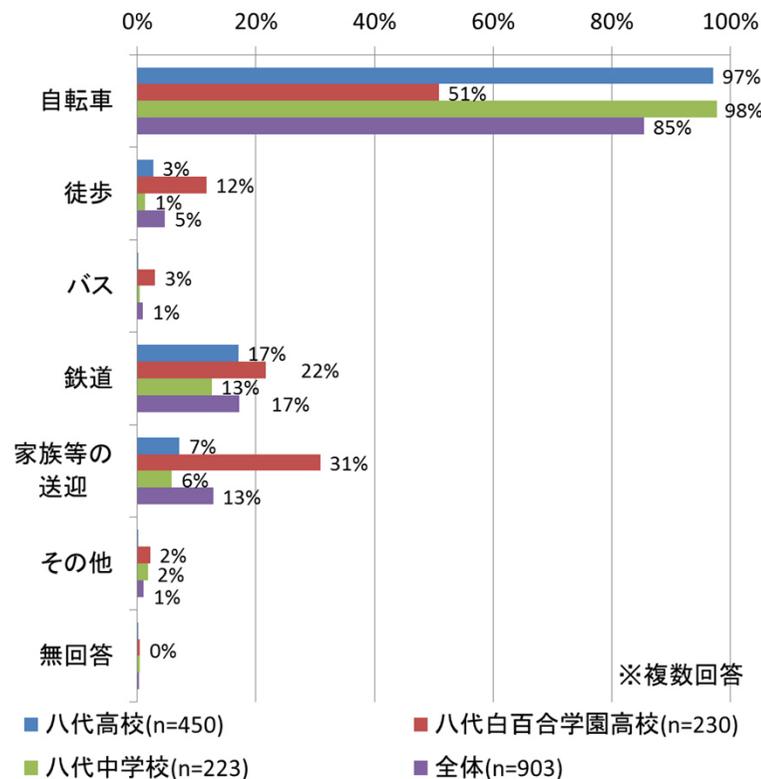
▲ 性別：施策群・制御群別

3) アンケート結果

③ 通常時の通学手段

○「自転車」が最も多く、約85%を占める。次いで多いのは、「鉄道」で約17%、「家族等の送迎」が約13%となっている。

○一方、「バス」は、約1%と極僅かとなっている。

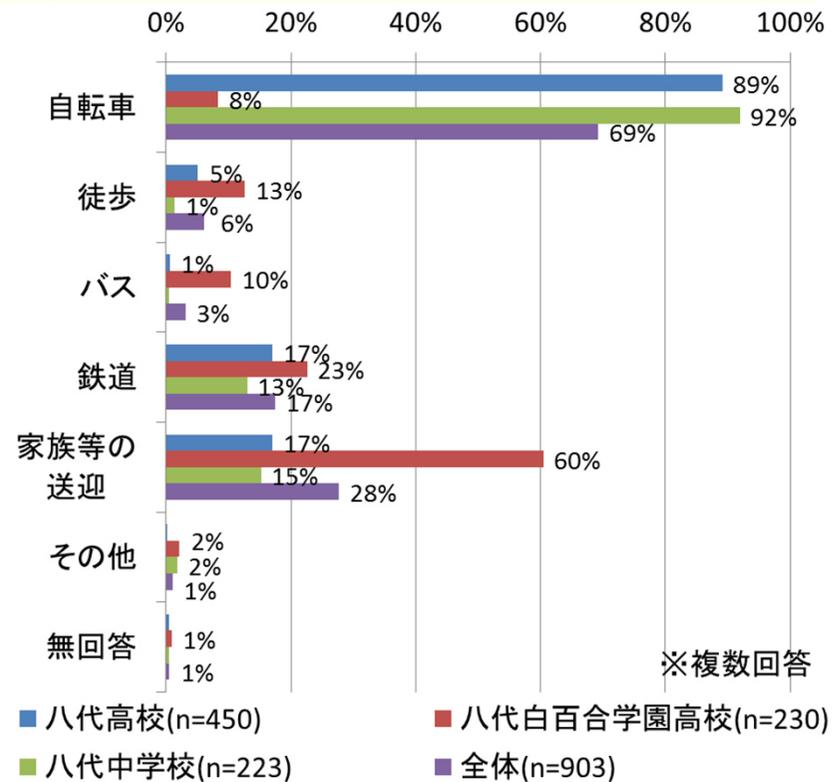


▲ 通常時の通学手段: 学校別

④ 雨天時の通学手段

○通常時と同じく「自転車」が最も多いが、通常時に比べて回答割合は低い。「家族等の送迎」は通常時に比べ高くなっている。

○「バス」は約3%と若干増えるものの、利用は僅かとなっている。

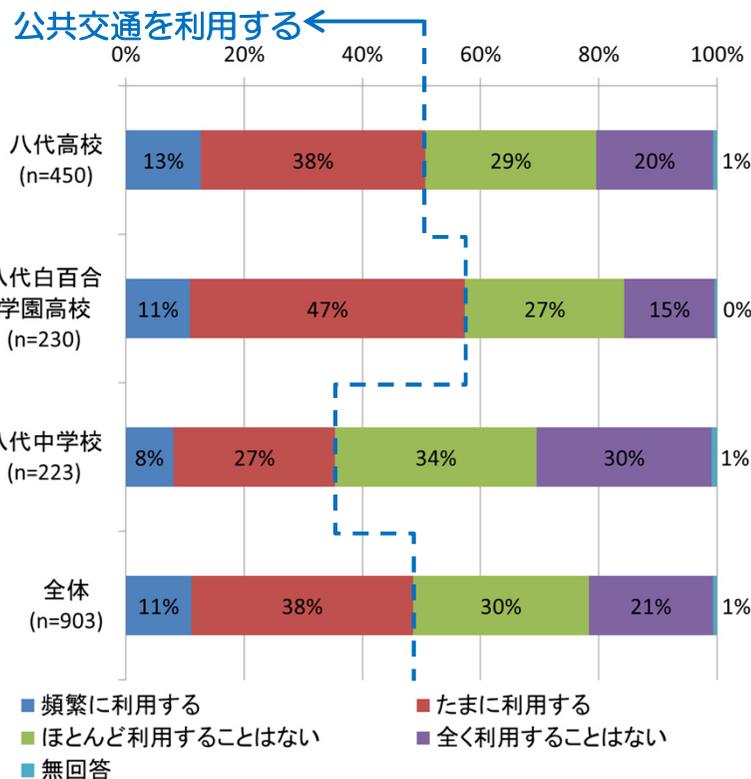


▲ 通常時の通学手段: 学校別

3) アンケート結果

⑤ 通学以外の外出での公共交通の利用状況

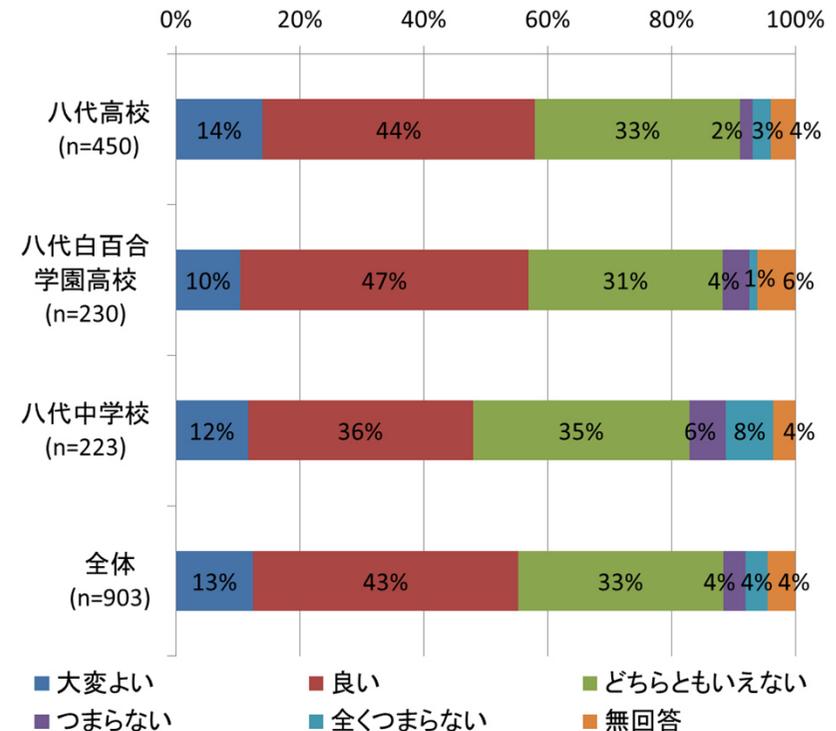
- 「公共交通を利用する」は全体の約半数を占めている。
- 一方で、「公共交通を利用しない」も約半数を占めている。



▲ 通常以外の外出での公共交通利用状況

⑥ 通学STYLEBOOKに対する評価

- 回答者の約55%が高評価を示している。
- また、低評価の回答は少なかった。



▲ 通学STYLEBOOKに対する評価: 学校別

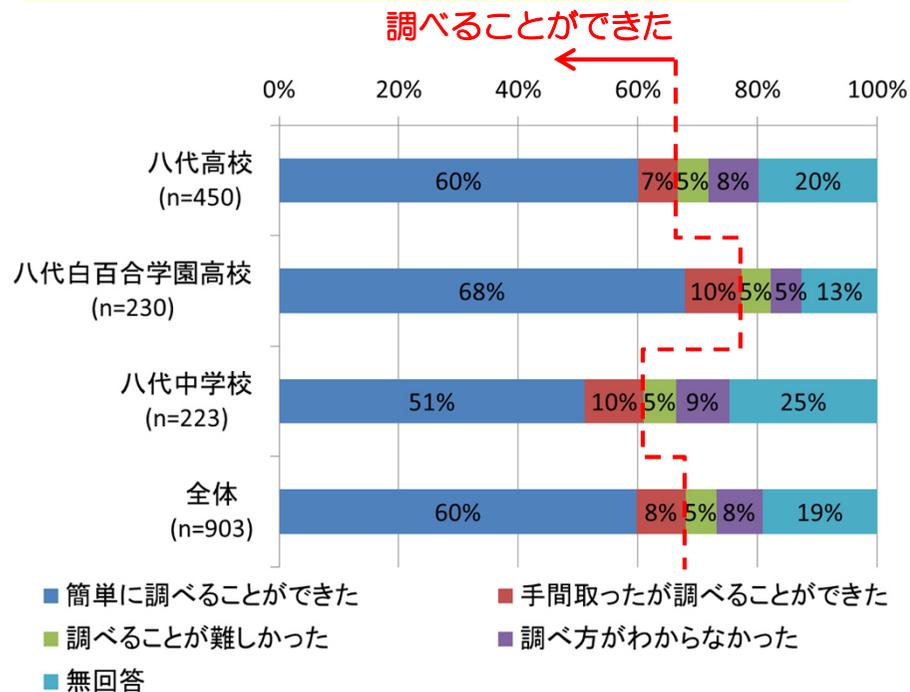
3) アンケート結果

⑦公共交通マップに対する評価

○「調べることができた」との回答は、約7割を占めている。

○一方、「調べ方がわからなかった」を約8%、「調べることが難しかった」を約5%が回答している。

○手間取った点や難しかった点については、路線がわからなかったなどの「どの路線に乗ればいいのかわからない」が最も多く、次いで、調べ方がよくわからなかったなどの「マップ及び時刻表の見方がわからない」も多かった。



▲ 通常以外の外出での公共交通利用状況

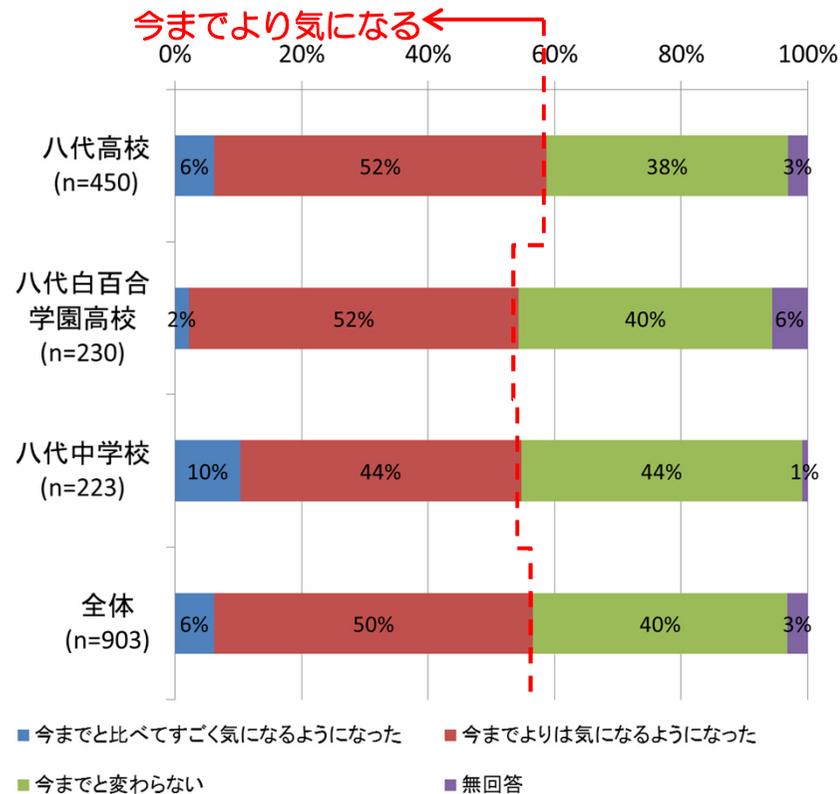
- どの路線に乗ればいいのか分からない
- マップ及び時刻表の見方が分からない
- 見にくい
- 細かすぎる、複雑すぎる
- マップが大きすぎて使いづらい
- ランドマークを探しにくい

▲ 公共交通マップを利用する際に手間取った点、難しかった点

3) アンケート結果

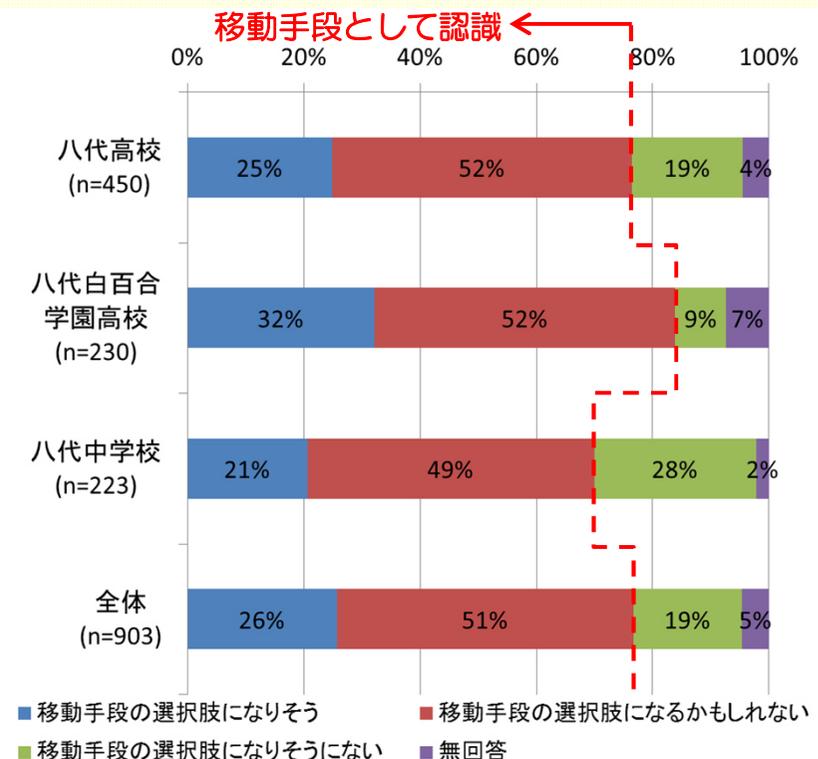
⑧ 公共交通に対する関心

○以前よりも公共交通に対する関心が高まったとの回答は、6割弱を占めている。
 ○一方で、「今までと変わらない」を約4割が回答している。



⑨ 移動手段の選択肢としての公共交通に対する認識

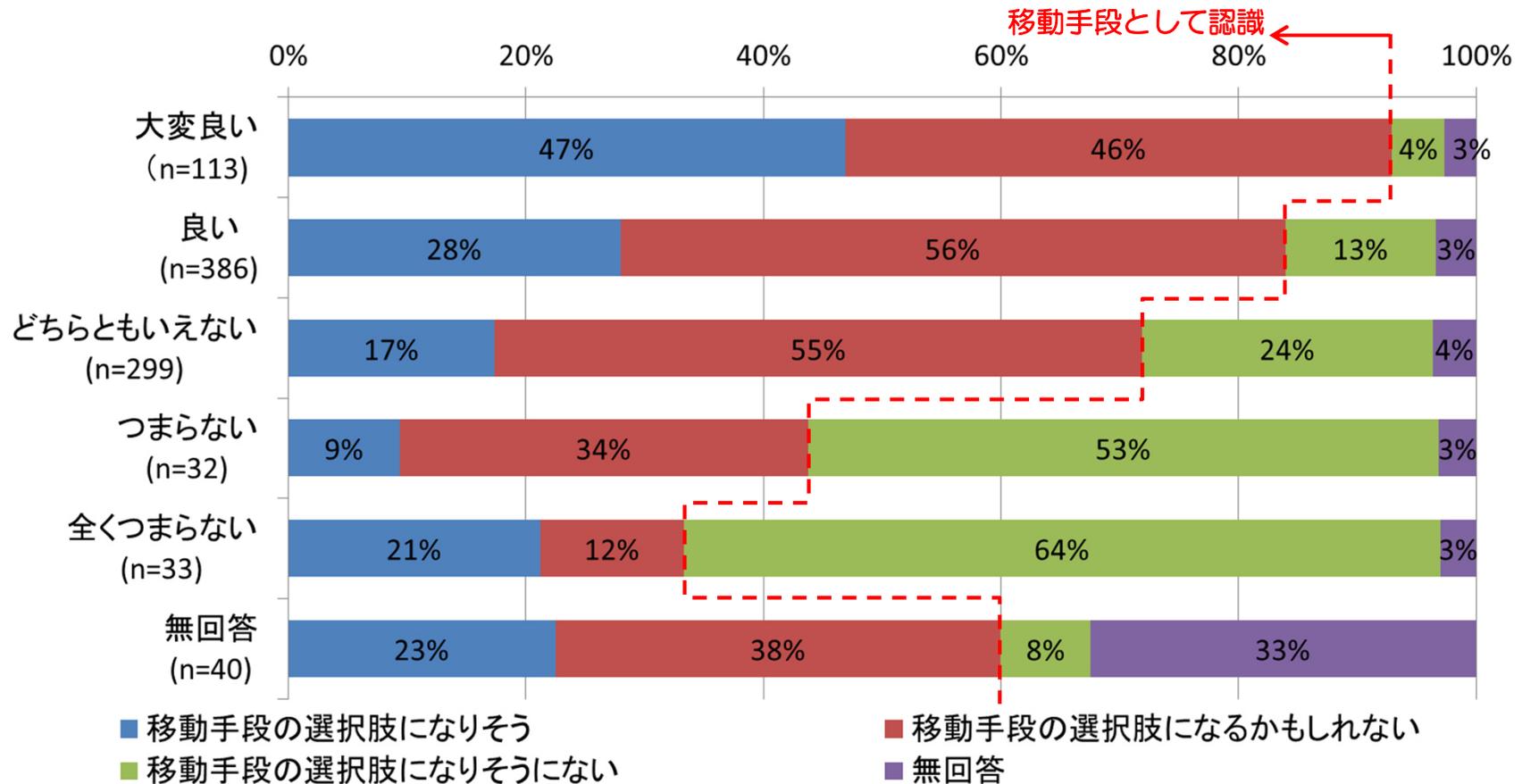
○移動手段の選択肢としての公共交通に対する認識を持ったとの回答は、約8割を占めている。
 ○一方で、「移動手段の選択肢になりそうにない」を約2割が回答している。



3) アンケート結果

⑨ 移動手段の選択肢としての公共交通に対する認識

○通学STYLEBOOKの評価別にみると、通学STYLEBOOKに対する評価が高いほど、公共交通の移動手段としての認識が強くなっている傾向がみられ、通学STYLEBOOKを通じて、公共交通の移動手段としての認識が高まっていることがうかがえる。

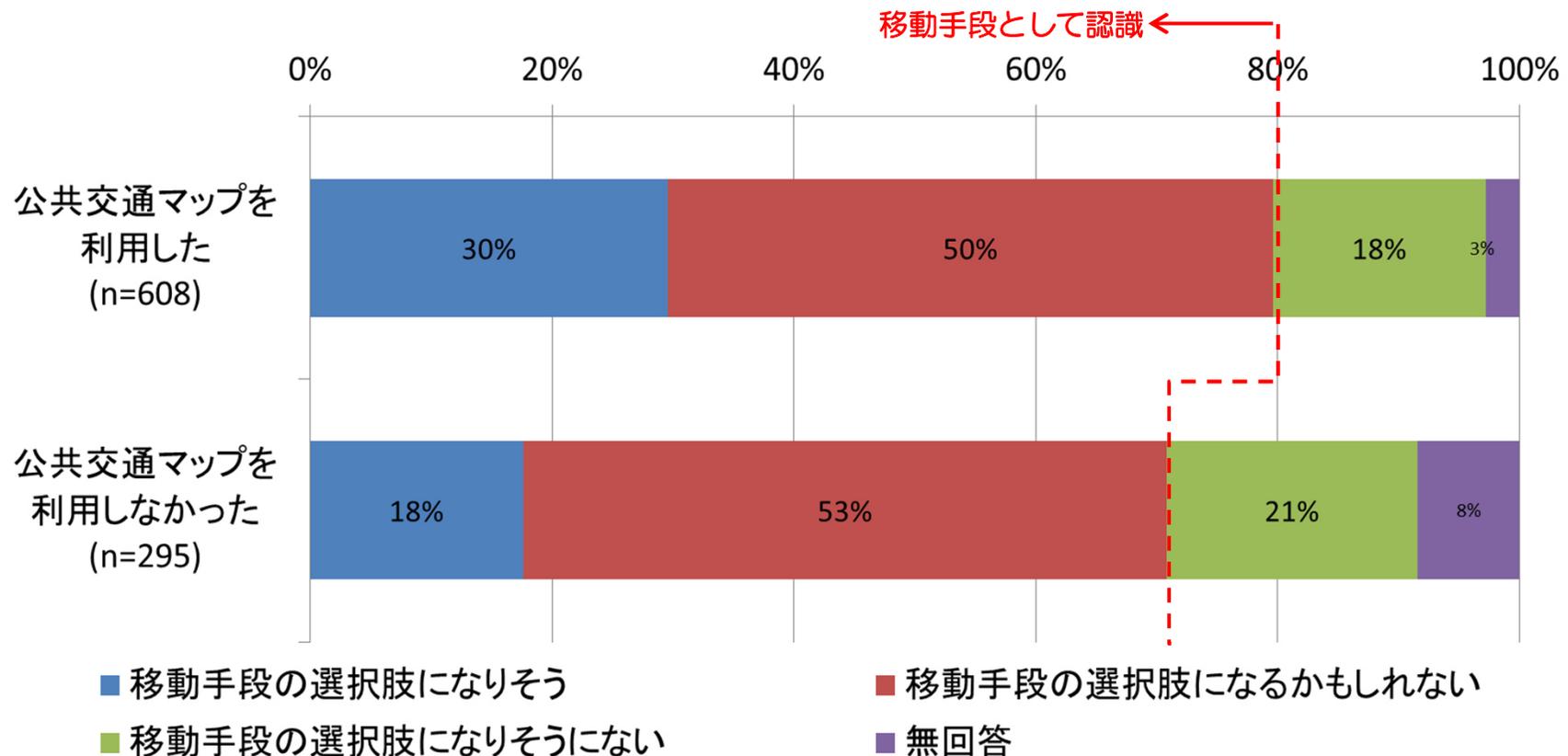


▲ 通学STYLEBOOKに対する評価別の移動手段の選択肢としての認識

3) アンケート結果

⑨ 移動手段の選択肢としての公共交通に対する認識

○公共交通マップの利用状況別にみると、公共交通マップを利用している層ほど、公共交通の移動手段としての認識が強く、公共交通マップを通じて、公共交通の移動手段としての認識が高まっていることがうかがえる。

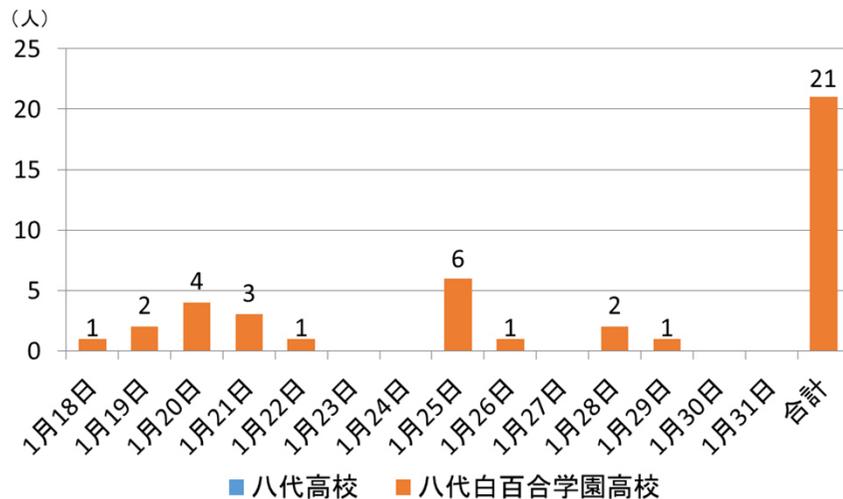


▲ 公共交通マップの利用状況別の移動手段の選択肢としての認識

3) アンケート結果

⑩市街地循環バス無料お試し券の利用状況

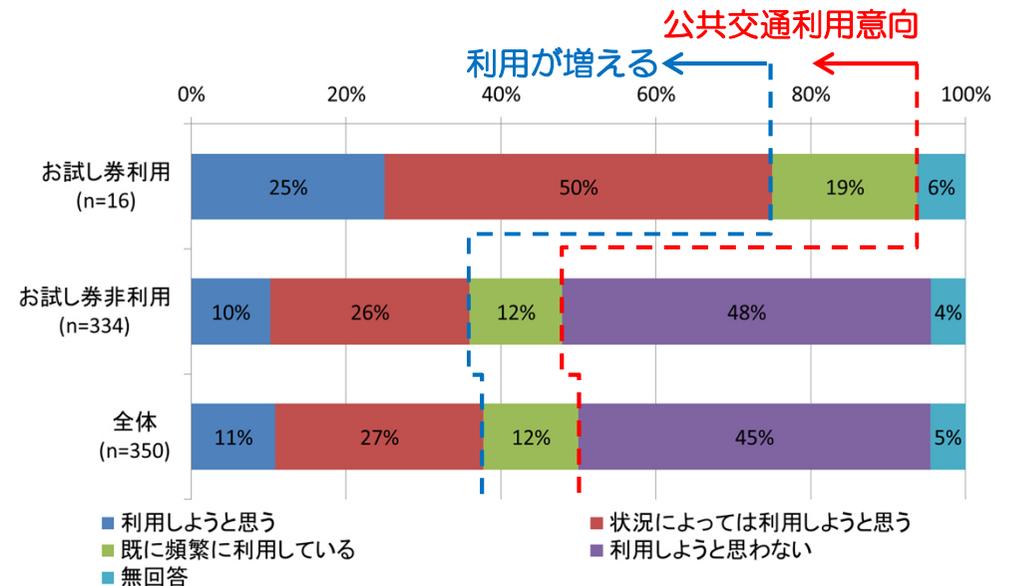
- 対象者376名に配布して、21人の利用があった。
- 利用は八代白百合高校のみで、八代高校では見られなかった。



▲ 市街地循環バス無料お試し券利用実績

⑪通学時の公共交通利用意向

- 無料お試し券利用者の約75%が「公共交通の利用が増える」と回答。一方で、非利用者は約35%に留まる。
- さらに、無料お試し券利用者の約95%が公共交通の利用意向を示している。

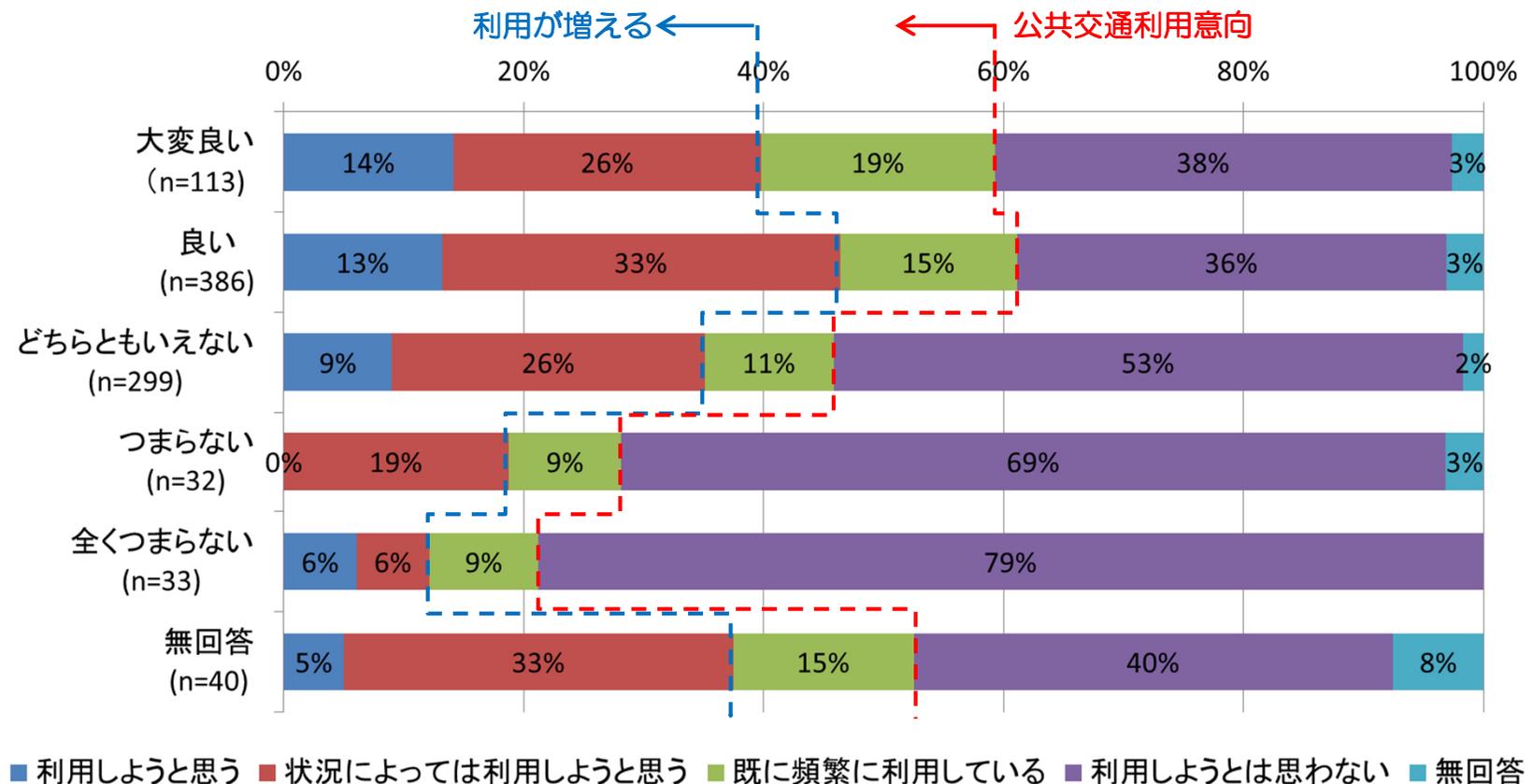


▲ 施策群の通学時の公共交通利用意向：無料お試し券の利用の有無別

3) アンケート結果

⑪ 通学時の公共交通利用意向

○通学STYLEBOOKに対する評価が高いほど、これまでよりも公共交通の利用が増えるとの回答も、公共交通の利用意向も高い傾向がみられ、通学STYLEBOOKを通じて、通学時の公共交通の利用意向が高まっていることがうかがえる。

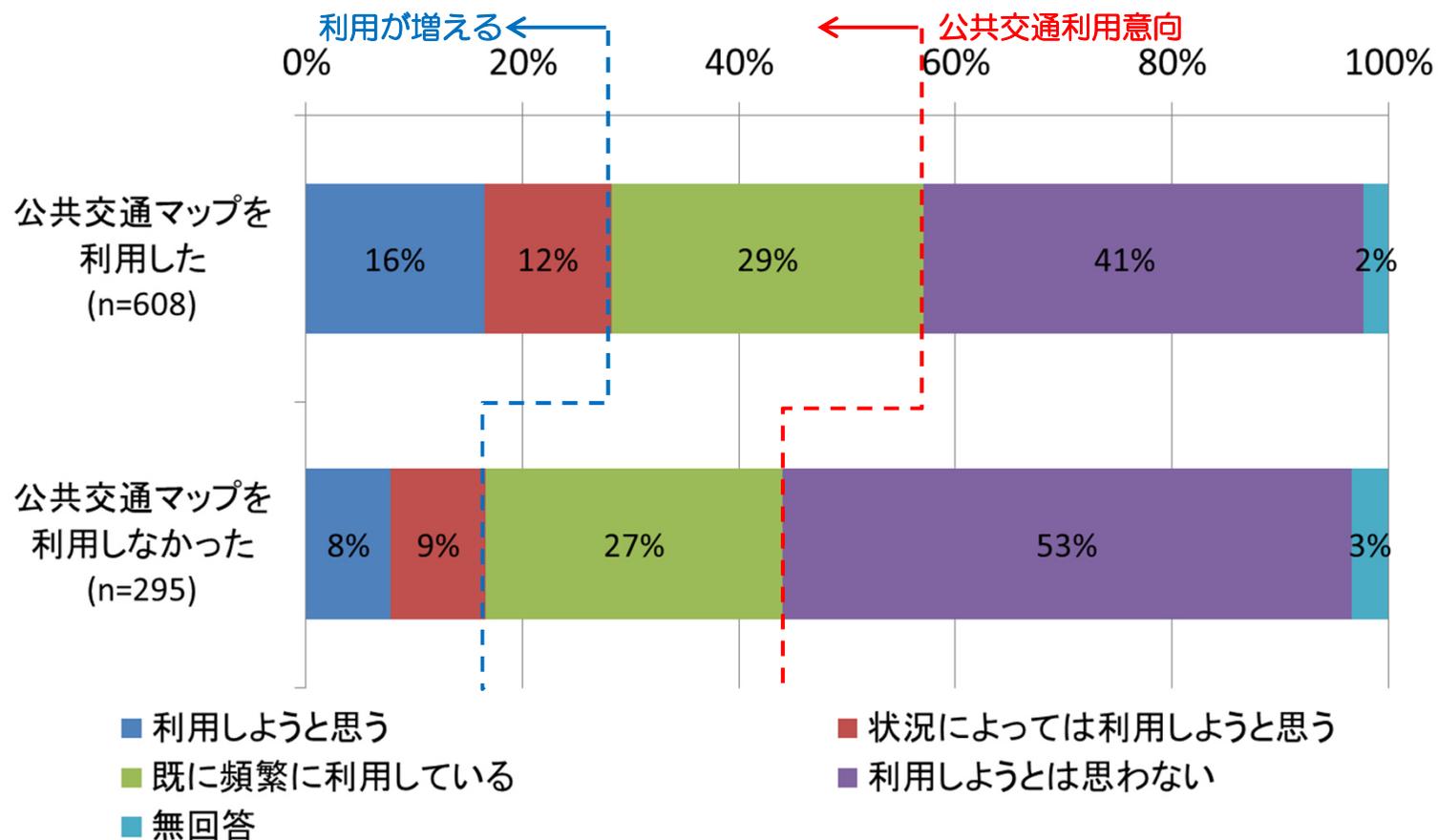


▲ 通学STYLEBOOKに対する評価別の通学時の公共交通利用意向

3) アンケート結果

⑪ 通学時の公共交通利用意向

公共交通マップを利用した層の方が、「利用しようと思う」の回答が高く、公共交通マップの利用が通学時の公共交通の利用意向に繋がっていることがうかがえる。



4) ワークショップ・聞き取り調査結果

① ワークショップの概要

1. 公共交通マップを使用した演習

- A地点からB地点まで公共交通を利用して移動する場合の経路・時間等を調べてもらい、公共交通マップの使い勝手などを把握
- 直通経路の課題と乗り継ぎ経路の課題を提示

2. “通学STYLEBOOK”に関する意見交換

- “通学STYLEBOOK”の内容について、特に興味を持った内容、全く興味を持たなかった内容などについて把握

3. “市街地循環バス無料お試し券”に関する意見交換

- “市街地循環バス無料お試し券”について、公共交通の利用につながったのか、あるいは公共交通への関心が高まったのかなどについて把握

4) ワークショップ・聞き取り調査結果

② 公共交通マップを使用した演習の結果

演習の状況

- バスを利用する（利用頻度は低い）生徒とそうでない生徒では、検索スピードに大きな差が見られた。ほとんど利用しない生徒は、直通経路の検索も時間内に終わることができていなかった。
- 大方は、直通経路の検索はスムーズに行えたが、乗り継ぎ経路になると、検索の手順（目的地側から検索するのか、出発地側から検索するのかなど）が分からずに手が止まってしまった生徒もみられた。

公共交通マップに対する評価

- 時刻表にバス停が表示されていないと、本当に運行しているのか不安になる。
- 市街地循環バスの右廻りと左廻りがどちら方向に運行しているのかが分からない。
- マップが大きすぎる。携帯できるサイズにしてほしい。

演習の感想

- 路線が多くて、どの路線に乗ればいいのか分からない。
- 乗り換えアプリがあるといい。
- 乗り継ぎはできるだけしたくない。

4) ワークショップ・聞き取り調査結果

③ “通学STYLEBOOK”に関する意見

参加者からの主な意見

- マンガになっているため読みやすい。
- 何回か読み返した。
- いつも自転車通学だが、読んでみてバスに乗ってみたいと思った。
- 社会マナーが大事であることに共感した。
- 通学中に勉強ができる点は非常にいいメリットだと感じた。（特にテスト期間中）

④ “市街地循環バス無料お試し券”に関する意見

参加者からの主な意見

- 利用する機会が無かった。
- 利用しようと思って時刻表を調べてみたが、利用できる便が無かった。バスを利用したいという生徒もいるため、登下校時間にあるようなダイヤ設定にすると利用が増えるかもしれない。
- お試し券があっても、公共交通を移動手段としては認識することはない。今日のワークショップを通じて、移動手段として使えることを認識した。

4) ワークショップ・聞き取り調査結果

⑤ 学校への聞き取り調査

MMに関する負担とMMについての感想

- 日常の業務内で対応可能であるため、それほど負担にはならなかった。
- 無料お試し券は、時間に余裕のある夏休みに合わせて配布すると利用が伸びるのではないか。
- **公共交通での移動は、保護者にとっては安心につながる**と思う。自転車では荷物が多くて危ない。ただ、保護者は費用面も気にするのでその情報提供は必要。

今後の協力や公共交通の利用促進に向けたアイデア

- 高校2年生が取り組む**課題研究というカリキュラム**があり、生徒が地域の課題をテーマにし、取材や研究を行って発表するというもの。そのテーマとして公共交通を取り上げることは考えられる。生徒たちの目線からのおもしろいアイデアが出てくると思う。
- **潜在的な需要はあると思われるため、通学時間帯にダイヤを合わせると利用が増える**かもしれない。

5) 学校MMの効果と課題

■ ツールを通じた意識面での効果を確認

通学STYLEBOOKや公共交通マップを通じた「公共交通に対する関心」や「移動手段の選択肢としての認識」「通学時の利用意向」の向上を確認。特に、「移動手段の選択肢としての認識」や「通学時の利用意向」については、ツールに対する評価が高いほど、意識面での効果が得られることを確認。

■ “まずは1度利用してもらおう”きっかけを作ることの重要性を確認

市街地循環バス無料お試し券の利用者の方が、公共交通の利用意向が高いことを確認。一方で、無料お試し券の利用は少ない僅かとなっており、効果的な公共交通利用促進に向けては“まずは利用してもらおう”ことが重要になってくる。

■ 移動手段を選択する時点での働きかけの重要性を確認

自転車利用率が高い八代高校での無料お試し券の利用はみられず、その要因にはどこへ行くにも自転車で移動しているなどの移動手段の固定化がうかがえる。効果的な公共交通利用促進に向けては通学の移動手段を選択する時点での働きかけが重要になってくる。

■ 通学STYLEBOOKに対する高い興味・関心を確認

半数以上から高評価を得たり、何度も読み返したとの意見がみられるなど、通学STYLEBOOKに対する高い興味・関心を確認された。また、興味・関心をもってもらったことで、意識面での高い効果につながっている。

5) 学校MMの効果と課題

■ 通学に利用可能な便の設定により転換と思われる潜在的なニーズを把握

利用しようと思うが、朝課外や部活帰りの時間帯に運行していないといった意見もみられ、通学に利用可能な便を設定することにより公共交通に転換と思われる潜在的なニーズの存在を確認した。

■ 学校と連携した利用促進の可能性を把握

課題研究のテーマとして取り上げてもらい、公共交通に対する興味・関心を高めるといった学校と連携した利用促進に取り組むことができる可能性を把握。

6) 学校MMの今後の展開方針

■ 一度利用してもらう“きっかけ”づくり

効果的な利用促進に向けては、まずは1度利用してもらうためのきっかけを提供することが重要であり、夏祭りなどのイベントに合わせた無料お試し券の配布など、外出機会とセットにした公共交通利用のきっかけづくりの工夫を図る。

■ 移動手段を選択する時点での働きかけの実施

効果的な利用促進に向けては、通学の移動手段が固定化する前の働きかけが重要であり、入学説明会などの新入学生が通学手段を選択する時点での公共交通に関する情報提供を図る。また、入学説明会での情報提供を実施することで、移動手段の決定権を持つ新入学生の親にも働きかけを行うことが期待できる。

■ 課題研究などと連携した利用促進

八代高校などで実施されている“課題研究”のテーマとして公共交通を取り上げてもらい、公共交通への興味・関心を高めてもらうことで、利用促進を図る。また、研究発表会での傍聴者（生徒や地域住民など）への展開や、高校生ならではのアイデアによる公共交通の活性化が期待できる。

■ 通学に対応した便の設定とダイヤ改正に合わせた働きかけの実施

朝課外や部活帰りの時間帯に対応した便を設定することで新規利用の獲得を図るとともに、ダイヤ改正に合わせた働きかけを行うことで、意識面での変容を行動面につなげる。