

## モビリティマネジメント、PR戦略による利用者増加に向けた取組 [大分市]

利用者数が減少し続ける状況に危機感を持ち、予算の制約がある中で、国の様々な補助制度を活用して初期投資資金を確保し、ランニングコストは協賛広告やバス事業者からの人的協力でまかない、コンテンツを毎年改善しながら戦略的に施策を展開。利用者の減少傾向に歯止めを掛けつつある。

**キーポイント：資金が厳しく抑制される状況下で、ランニングコストを広告費で賄いながら、利用者の立場で分かりやすい情報提供やサービスを提供・改善し続け、利用者の減少傾向に歯止めを掛ける**

### ○動機

大分県内のバスの利用者は、近年、県全体で対前年比5%、大分市内で対前年比4%程度ずつ減少を続けており、このまま推移すれば、10年後の利用者数は現在の6割程度まで落ち込むことになる。この過程で減便等のサービス水準の低下が起これば、利用者の減少はさらに加速する恐れもある。

大分市中心部のマンションへの都心回帰が進んでも、自転車や徒歩での移動が多く、必ずしもバスの利用には結びつかないことや、大規模商業施設の郊外立地により移動パターンが拡散していることから、需要を集約して運ぶ公共交通には不利な環境となっている。

このような状況下で路線バスのネットワークを維持するため、利用者数の減少率を緩和・反転させ、バスサービスの改善と競争力強化のための時間を稼ぎたいと考えた。

### ○基本的な考え方

大分県内の広域的・幹線的なバス路線の多くは大分市内に起終点を有していることから、大分市内のバスの利用促進は、結果として他の市町村の路線を維持することにもつながる。

しかし、公共交通の活性化に投入できる所与の財源は限られており、その中で出来ることを模索した結果、心理的に働きかけて公共交通利用の価値を再認識してもらう「モビリティマネジメント」(以下、「MM」)を実施することとした。

ところが、大分市内のバスは、運行ルートや中心部の乗り場などの情報がわかりにくく、このままの状況で単に啓発を行っても、バスへの円滑な転換は期待しにくかったことから、バスを「わかりやすくする」と「啓発」を同時並行で進めることとした。

平成17年度に実施したMMのプレテストで、各社の路線図など既存の情報では、利用者にとってバスの情報を円滑に把握することが難しいことが分かっており、バスマップの作成へとつながった。

### ○実施に当たっての課題

最大の課題は、資金的余裕が無い中で、利用促進施策を効率的・効果的に進めるためにはどうすればいいか、また、それを継続出来る仕組みをどのように構築するかである。

利用者数が減少を続ける中で、バス事業者も多額の費用や大きなリスクを負担することが難しい状況にあり、バス事業者に負担を求めると、そこがネックとなって調整が整わないことになりかねない。

そこで、バス事業者には、極力費用負担は求めず、その代わりに人的な面での最大限の協力を要請した。

必要な資金の確保には、モデル事業のような補助率が高い事業を中心に、様々な補助制度を活用している。(平成17年度：国土施策創発調査費、平成18・19年度：NEDO※)。

※NEDO(独立行政法人 新エネルギー・産業技術総合開発機構の略称)の「民生部門等地球温暖化対策実証モデル評価事業」

## ○取組内容

◇若い世代や転入者、市外からの訪問者の利用率を上げることをターゲットとした。

◇バス事業者共通の系統番号の導入

- ・以前、行先表示の体系はバス会社(2グループ)によって異なっており、バス停に路線図も掲示されていない上、バスマップが広く配布される状況にもなかったため、大分駅・中央通り周辺から郊外方面へは、どのバス停からどのバスに乗ればいいのか分かりづらい状況。
- ・そこで、アルファベットと数字(又は数字のみ)の体系に基づく新たな系統番号を導入した。一部の高齢者からは「アルファベットでは年寄りにはわからない」との意見もあったが、大分県は東京都に次いで人口当たり留学生数が多いこともあり、若い世代への浸透を図る観点からも、長期的にはこの方がいいと考えた。検討に当たっては、沖縄本島の例を参考にした。また、「I」は、「1」と、「N」は電話でのやりとりで「M」と間違えやすいので使わないなどの配慮をした。
- ・LED式行先表示器を使用する車両が比較的多かったため、系統番号の導入に要する費用を抑えることができた。また、方向幕を使用している車両については、方向幕の表記はそのままとし、これに加えてアルファベットを表示した看板を前方(運転席の前)に掲げる方法とした。

■左がLED式行先表示器のバス  
右が方向幕+看板表示のバス



◇バスマップの無料配布

- ・新たな系統番号を用いて全事業者を網羅したバスマップを作成。
- ・当初の原版は補助金を活用して作成(20万部)したが、次年度以降は協賛広告収入で必要な費用をまかなう仕組みで、毎年、コンテンツや配布先に少しずつ改良を加えつつ、継続発行している。
- ・県、市が進める「かしこいクルマの使い方を考えるプロジェクト大分」の関連プロジェクトと位置づけるとともに、配布先を確保することにより、発行主体の印刷会社が協賛広告を集めやすい環境をつくっている。また限られた財源で出来るだけ多くの部数を発行するため、4月中の発行にこだわらず、印刷会社の業務の閑散期に印刷するなどの細かな工夫をしている。(発行部数:10万部)
- ・配布場所は、バス車内、バス事業者の営業所・案内所のほか、大分駅のコンコース、ビジネスホテル、若者向け雑誌の折り込み付録(2万部)に配布。高校の合格者にも定期券購入案内と共に配布。さらに、市役所窓口で転入者に対しても配布している(毎年1万世帯程度)。東京、福岡などバスに乗り慣れている地域からの転入者は、適切に情報を提供すればバスに乗って頂けると考えている。
- ・観光案内所に問い合わせが多い大分駅前の「のりば案内」については、白黒コピーしても分かるような色使いに配慮している。
- ・バスマップ作成の過程で、系統数が非常に多いことをバス事業者が再認識することにもつながった。



■バスマップ

## ◇時刻表検索サイト

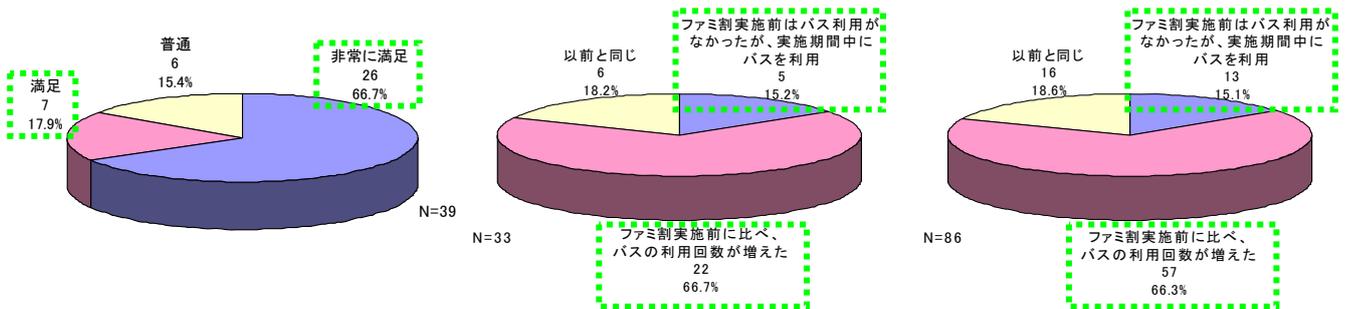
- ・若い世代や市外からの来訪者への情報提供媒体としては、インターネット（パソコン&携帯電話）が有効であると考え、時刻表の検索サイトを立ち上げた。
- ・(社)大分県バス協会からの委託を受けたIT企業が運営しており、費用は同協会からの委託費と協賛広告収入でまかなう仕組み。(毎月、実質8000台前後のパソコン・携帯からアクセス。アクセスは増加傾向にある。)
- ・おでかけ情報を発信できるスペースもある。
- ・運賃検索機能の付加を検討中。



## ◇休日ファミリー割引（ファミ割）

- ・大分市内の一般路線バスで、土日祝日に定期券以外で運賃を支払う中学生以上の方1人に対して、小学生以下のこどもが3人まで無料となる割引を実証実験を経て本格導入した。
- ・中心市街地の来訪者調査で、土日祝日にバスにはこどもがほとんど乗っていないことが分かったので、こどもを無料にすることによる減収リスクは小さく、増収の可能性もあると考えた。
- ・また、「こどもの時にバスに乗る経験がなければ、大人になっても乗らないのではないか」という問題意識から、バス事業者としても、減収にならなければ未来に向けてトライする意義があると考えて頂いた。
- ・これは利用者数の増加につながり、絶対数は少ないものの、約一か月後に、こどもの乗車機会が約1.8倍に増加し、同伴する大人の利用者数増加（約1.8倍）により、トータルで増収となった。

### ■休日ファミリー割引による効果(アンケート調査結果)



休日ファミリー割引の評価 (グループごと)

休日ファミリー割引による行動の変化(左: グループ数, 右: 人数)

#### ◇商店街との連携（公共交通利用促進集中キャンペーン）

- ・バスやJRの定期券、バス車内配布のチラシを見せると特典が受けられる実験を実施。
- ・実験期間が約1か月で、キャンペーンの実施自体が住民に浸透しなかったため、特典利用は低調。
- ・単体で実施するのではなく、特典クーポンが付録となっているタウン情報誌やフリーペーパーと提携するか、じっくりと長期間浸透するまで続けることが必要と思われる。

#### ◇バス利用感謝デー

- ・事前に予定エリアだけ告知しておき、運が良ければバスに乗るとプレゼントがもらえる企画。
- ・プレスリリースはしたものの、報道されず、認知度が上がりずうまくいかなかった。

#### ◇観光との連携

- ・大分空港のバス会社カウンターで2グループ共同の「別府・湯布院バス周遊フリーパス～オーパス！」を試験販売中。複数名であればレンタカーより安い価格に設定。課題は県外へのPR。

### ○取組を円滑に進め、効果を上げるための工夫・留意点

- ・モビリティマネジメントは、ある程度の人口（20万人前後）や運行頻度（例えば、朝夕は15分に1本以上）がない地域では、単に情報提供や啓発だけを行うだけでは効果が出にくいと思われる。このため、新たな割引運賃の導入などの利便性向上策との組み合わせが必要。
- ・モビリティマネジメントでは、ワンショットTFPやワークショップを行うようなケースもあるが、施策効率を考慮し、まずは情報提供環境の改善と組み合わせて大規模に事実情報提供を行い、薄く広く効果を上げることに力を入れた。
- ・社会全体としての関心を高めるため、報道発表を積極的に行った。
- ・バスマップは、利用者からの意見を整理して、どのような情報を入れ込めばいいか、表示・表現の工夫などを検討し、次の印刷時に改良を続けている。
- ・費用削減のため、印刷など外注しないと出来ないものは別として、極力、自治体やバス事業者自らが作業を行っている。
- ・単発の調査や実験に終わらせず、着実に利便性を向上させ、継続させていくことが課題であり、そのためには、継続のための財源の確保や関係者の協力の目処を予めたてておくことが必要である。

### ○効果

- ・ガソリン価格の高騰や飲酒運転防止運動の強化などの外的要因もあり、取組だけによる効果を分離することは難しいが、結果として、県内の輸送人員は  
対前年比で平成18年度：0.2%増、平成19年度：0.9%減  
となっており、それまでは毎年対前年度比で約5%の減少が続いていたことも考え合わせると、取組による効果が一定程度得られているものと思われる。

### ○今後の方向性・課題

- ・利用者数のベースである人口は引き続き減少し、運転免許保有率も上昇するので、新規のバス利用者を獲得する努力を続けることが必要。
- ・このためにも、地元の県、市、バス事業者間の協力関係を維持・発展させることが重要。

[大分県企画振興部総合交通対策課、大分市都市計画部都市交通対策課]