

平成 26 年度 大野北地区住民MM実施結果

目 次

1.1 配布・回収状況.....	1
(1) 調査結果	2
(2) 個別アドバイスの実施.....	21

1.1 配布・回収状況

1) 配布・回収方法および票数

平成 26 年 8 月 6 日（水）から 9 日（土）にポスティングによる直接配布、郵送回収とした。

配布・回収数は以下のとおりである。

表 1-1 配布・回収数

配布エリア	配布数	回収数	回収率
大野北地区	3,660	714	20%

< 個別アドバイス >

個別アドバイス対象者	163 人
配布数に占める個別アドバイス数の割合	4%
回収数に占める個別アドバイス数の割合	23%

次ページからの調査結果について、大野北地区コミュニティバスの利用頻度、利用目的、外出回数の変化、利用してもらう工夫に関する項目は、世帯あたり 4 人までの回答を集計、その他の項目は世帯数を集計している。

(1) 調査結果

1) MMの効果分析

事前MMの効果

□ 大野北地区コミュニティバスの利用促進効果

約5割の人は事前MMがコミュニティバスを利用するきっかけになったと回答

平成26年1月に実施した前回のMM(以下、事前MM)が、平成26年2月1日から実証運行を開始した大野北地区コミュニティバス(以下、コミュニティバス)を利用するきっかけになったかどうかを聞いたところ、「とてもなった」と「少しなった」を合わせ51%がきっかけになったと回答している。

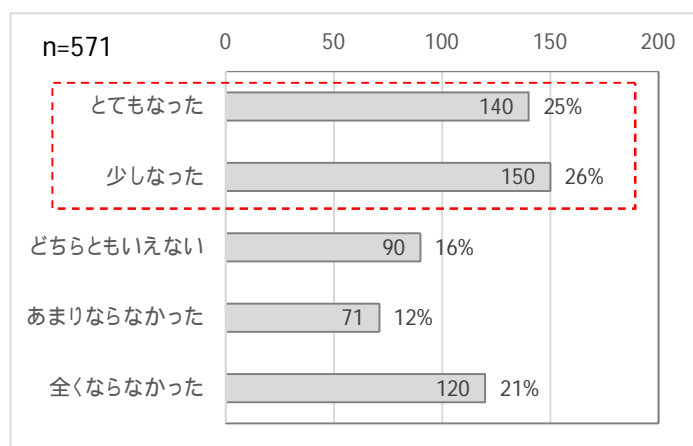


図 1-1 事前MMがコミュニティバス利用のきっかけになったかどうか

□ クルマ利用を見直す効果

約3割の人は事前MMがクルマ利用を見直すきっかけになったと回答

事前MMがクルマ利用を見直すきっかけになったかどうかを聞いたところ、「とてもなった」と「少しなった」を合わせ29%がきっかけになったと回答している。

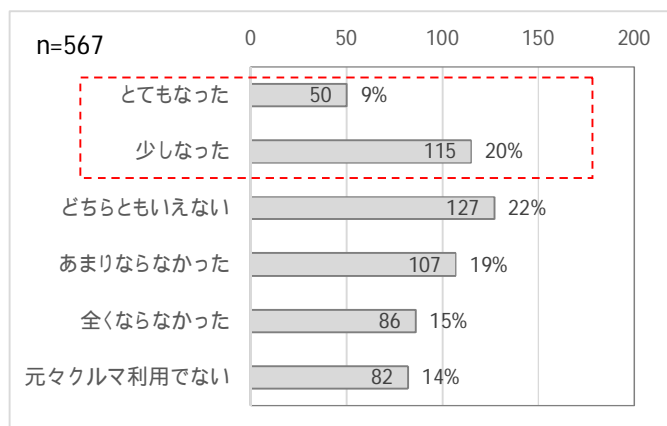


図 1-2 事前MMがクルマ利用を見直すきっかけになったかどうか

□ 「事前MM」と「現在のコミュニティバス利用状況の感想」の関係

事前MM回答者は、現在のコミュニティバス利用状況が「思っていたより少ない」と回答する割合が高い

事前MMの回答有無と「現在のコミュニティバス利用状況の感想」の関係を調べたところ、事前MMに回答した人の方が、現在のコミュニティバス利用状況は「思っていたより少ない」と回答する割合が高い。

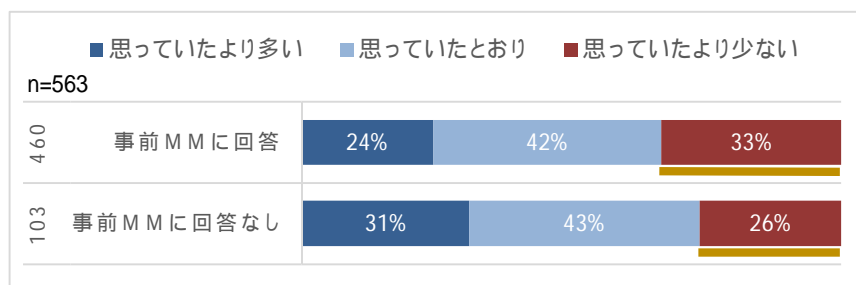


図 1-3 事前MMと現在のコミュニティバス利用状況の感想の関係

□ 「事前MM」と「今後のコミュニティバス利用意向」の関係

事前MM回答者は、すでにコミュニティバスを利用しており、引き続きコミュニティバスを利用する意向が高い

事前MMの回答有無と「今後、コミュニティバスをどのように利用したいと思うか」の関係を調べたところ、事前MMに回答した人の方が、「これまで以上に利用」と「これまで通りに利用」の割合が高い。これは、すでにコミュニティバスを利用しており、引き続きコミュニティバスを利用する意向が高いことを示している。

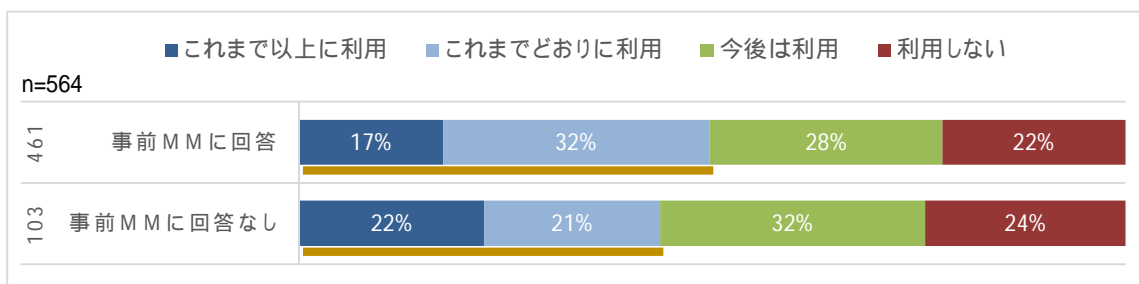
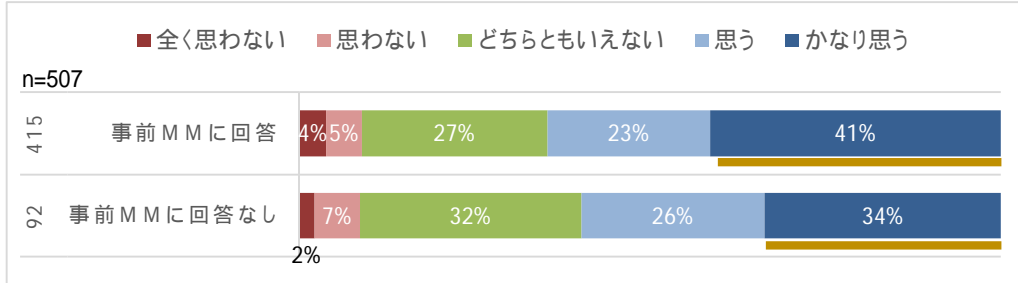


図 1-4 事前MMと今後のコミュニティバス利用意向の関係

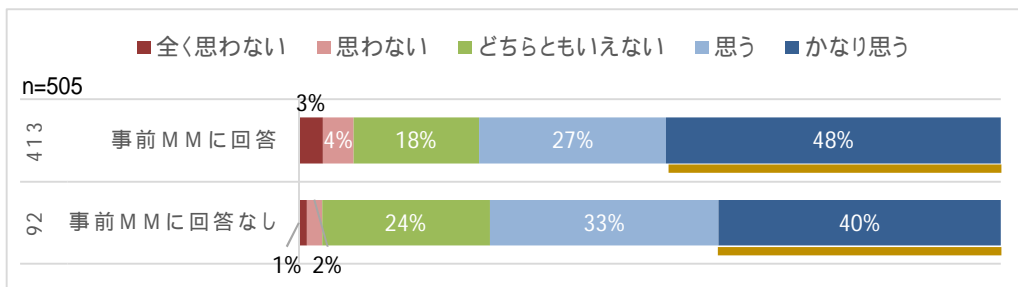
□ 「事前MM」と「クルマ利用に関する意識」の関係

事前MMに回答した人の方が、クルマ利用に関する環境や健康への意識が高く、クルマ利用を控える意欲も高い

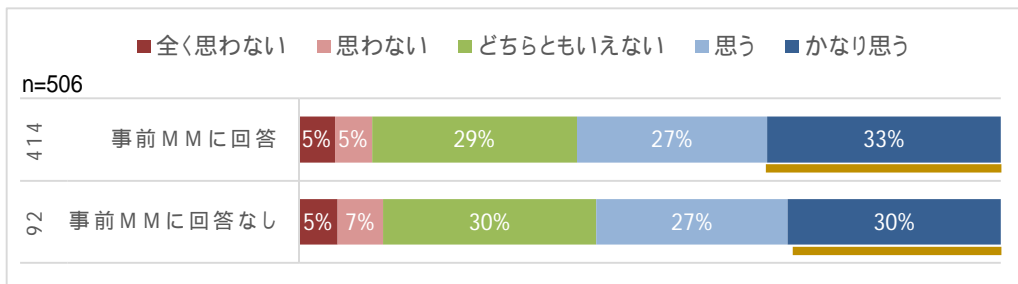
【クルマばかり使うのは、あまり「健康」によくないと思うかどうか】



【クルマばかり使うのは、あまり「環境」によくないと思うかどうか】



【クルマ利用は、できるだけ控えたほうがよいと思うかどうか】



【クルマ利用は、できるだけ控えようと思っているかどうか】

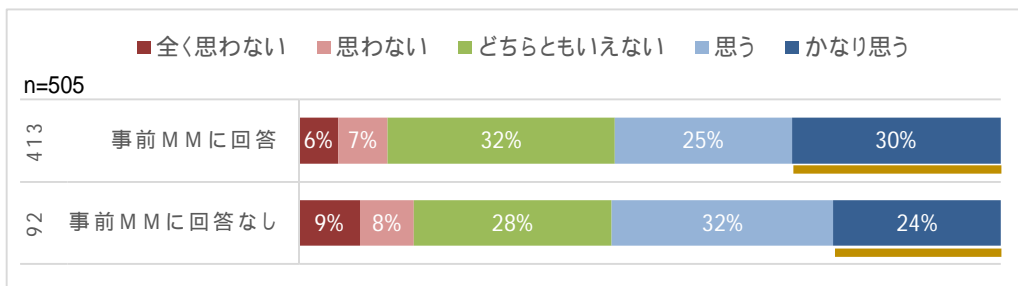


図 1-5 事前MMとクルマ利用に関する意識の関係

無料バスチケットの効果

□ 無料バスチケットの利用状況

約 3 割の人は事前MMで配布した無料バスチケットを利用

事前MMに同封していた「無料バスチケット」の利用状況を調べたところ、約 3 割の人が利用していることがわかった。

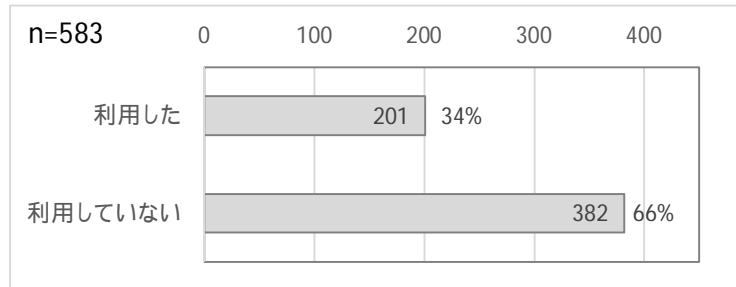


図 1-6 無料バスチケットの利用状況

□ 「無料バスチケット」と「コミュニティバス利用頻度」の関係

無料バスチケットを利用した人は、実際のコミュニティバス利用につながっており、無料バスチケット非利用者よりコミュニティバス利用頻度が高い

無料バスチケットの利用有無と「コミュニティバスの利用頻度」の関係を調べたところ、無料バスチケットを利用した人の方が、「週 1 日以上コミュニティバスを利用」している割合が 4 倍も多く、逆に「コミュニティバスを利用したことがない」割合が少ない。これは、無料バスチケットを配布することで試しにコミュニティバスを利用してもらい、その後の利用促進につながっていることを示している。

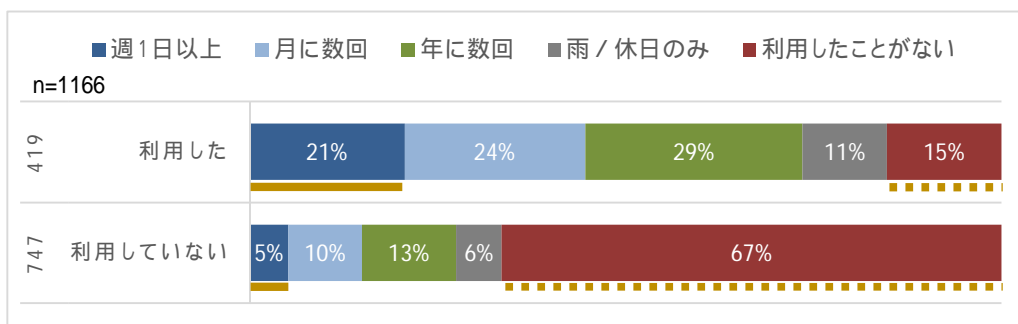


図 1-7 無料バスチケットとコミュニティバス利用頻度の関係

□ 「無料バスチケット」と「外出回数の変化」の関係

無料バスチケットを利用した人は、無料バスチケット非利用者より、コミュニティバス運行後の外出回数が増えた人の割合が2倍以上多い

無料バスチケットの利用有無と「コミュニティバス運行後の外出回数の変化」の関係を調べたところ、無料バスチケットを利用した人の方が、「外出回数が増えた」人が2倍以上も多いことがわかった。

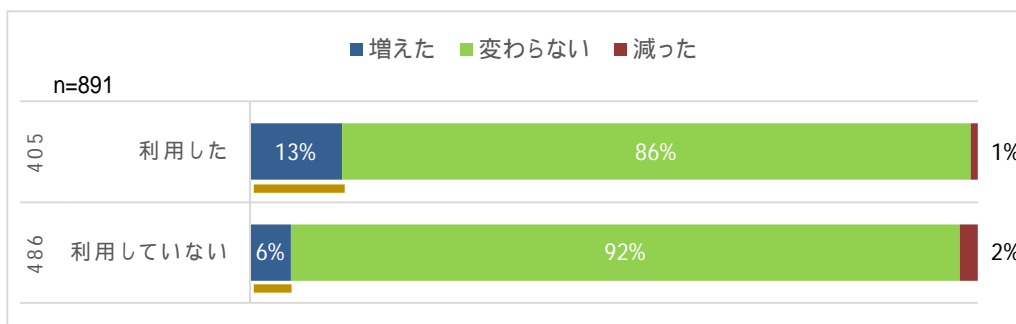
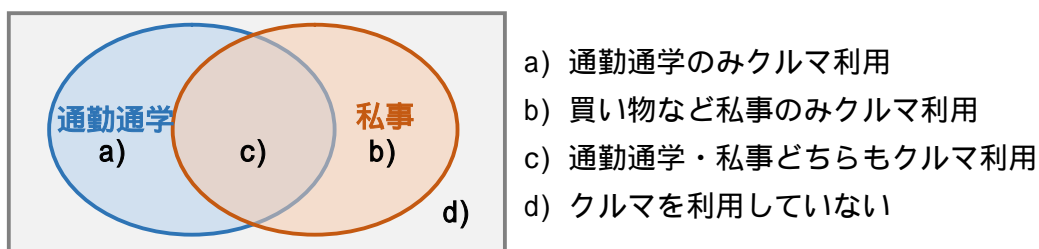


図 1-8 無料バスチケットと外出回数の変化の関係

世帯のクルマ利用状況からの分析

本節では、世帯のクルマ利用状況を以下の4つに区分し、分析を進める。



□ 世帯のクルマ利用状況別「事前MMがコミュニティバスを利用するきっかけ」

MMによるコミュニティバス利用促進効果は、通勤通学と私事交通のどちらもクルマを利用している世帯への効果が高い

世帯のクルマ利用状況別に、「事前MMがコミュニティバスを利用するきっかけになった」割合をみると、クルマを利用していない世帯を除くと、どちらもクルマ利用、私事のみクルマ利用、通勤通学のみクルマ利用の順に、その効果が高いことがわかった。

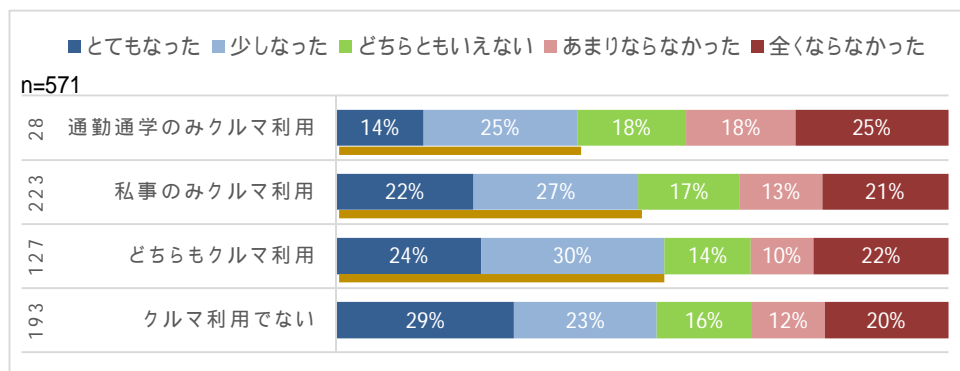


図 1-9 世帯のクルマ利用状況別「事前MMがコミュニティバスを利用するきっかけ」

□ 世帯のクルマ利用状況別「事前MMがクルマ利用を見直すきっかけ」

MMによるクルマ利用を見直す効果は、買い物などの私事でクルマを利用している世帯への効果が高い

世帯のクルマ利用状況別に、「事前MMがクルマ利用を見直すきっかけになった」割合をみると、私事でクルマを利用している世帯でのMM実施効果が高いことがわかった。

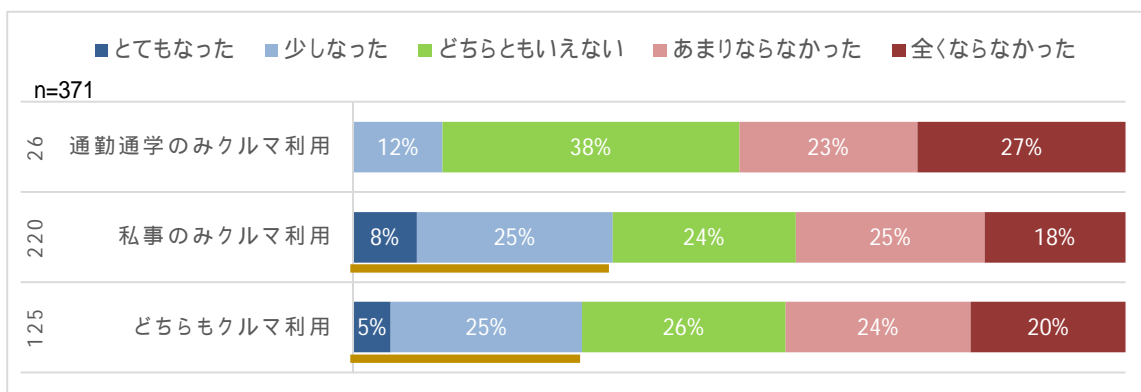


図 1-10 世帯のクルマ利用状況別「事前MMがクルマ利用を見直すきっかけ」
*もともとクルマを利用していない世帯を除く

□ 世帯のクルマ利用状況別「外出回数の変化」

コミュニティバス運行後に外出回数が増えた人の割合は、クルマ利用世帯よりクルマを利用していない世帯の方が3倍近くも多い

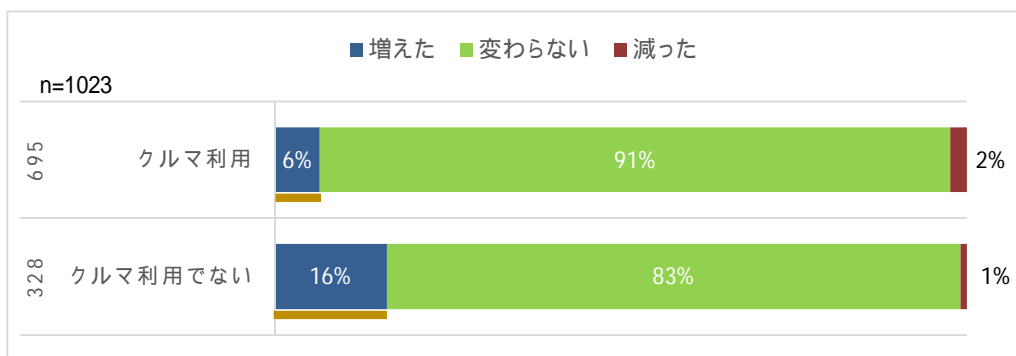


図 1-11 世帯のクルマ利用状況別「外出回数の変化」

□ 世帯のクルマ利用状況別「今後のコミュニティバス利用意向」

私事交通のみクルマ利用の世帯で、(これまでコミュニティバスを利用していなかったが) 今後利用する可能性が高い

「これまでコミュニティバスを利用していなかったが、今後利用する」に着目すると、私事交通のみクルマ利用の世帯でその割合が最も高いことがわかった。

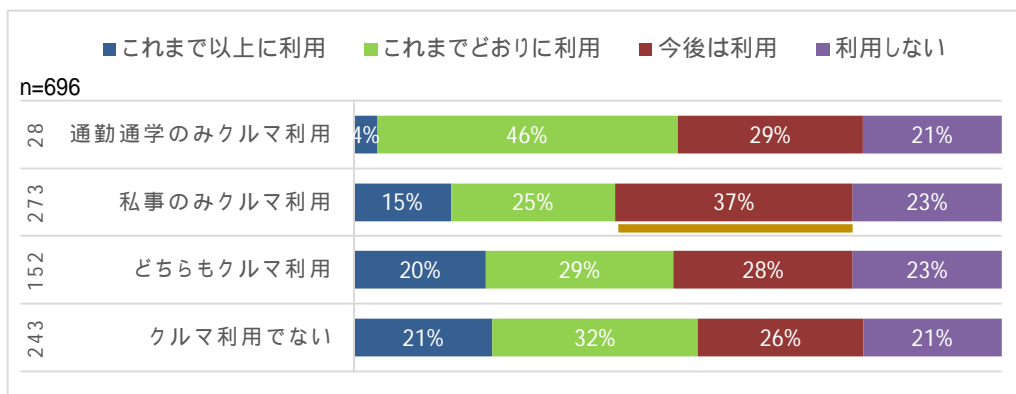


図 1-12 世帯のクルマ利用状況別「今後のコミュニティバス利用意向」

□ 居住地別「世帯のクルマ利用状況」

矢部駅・淵野辺駅に比較的近い淵野辺2丁目、淵野辺本町1丁目、上矢部4丁目は、他地域に比べてクルマを利用している世帯が少ない。

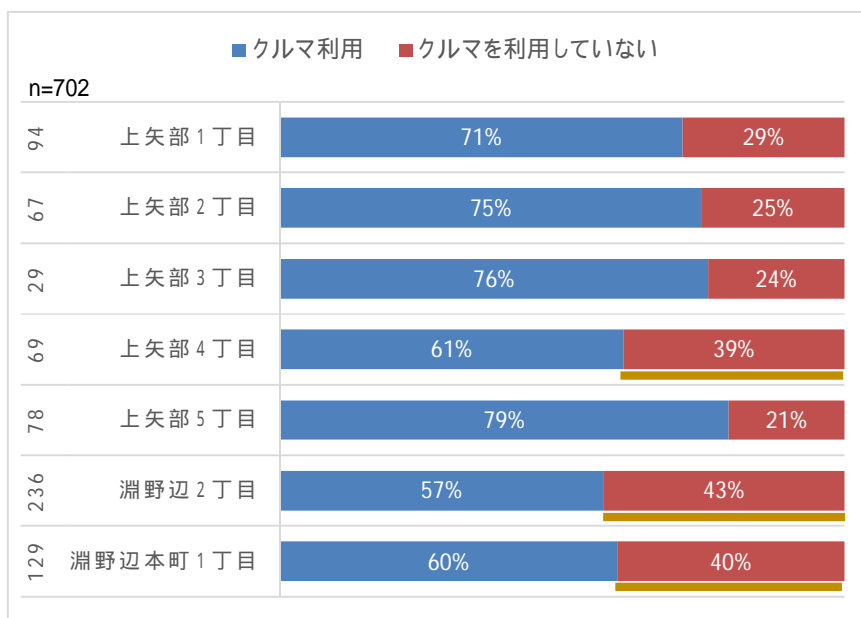


図 1-13 居住地別「世帯のクルマ利用状況」

□ 世帯のクルマ利用状況別「個別アドバイス希望状況」

「クルマを利用していない世帯」と「私事のみクルマ利用」における個別アドバイス希望割合が高い

個別アドバイスの希望状況を見ると、「クルマを利用していない世帯」29%、「私事のみクルマ利用」22%の順に、希望の割合が高い。

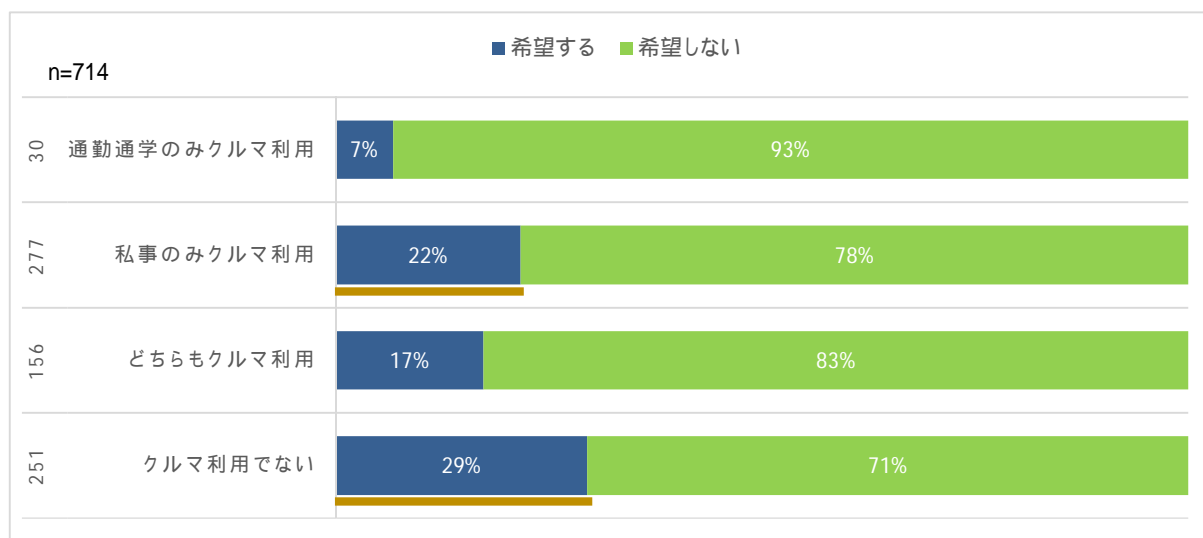


図 1-14 世帯のクルマ利用状況別「個別アドバイス希望状況」

2) 大野北地区コミュニティバスに関する分析

コミュニティバスの利用頻度

MM回答者のうち、コミュニティバスを利用したことがある人は約5割である。

コミュニティバスを利用したことがある人の利用頻度をみると、「月に数回」「年に数回」が各3割程度であり、「週1日以上」は約2割である。

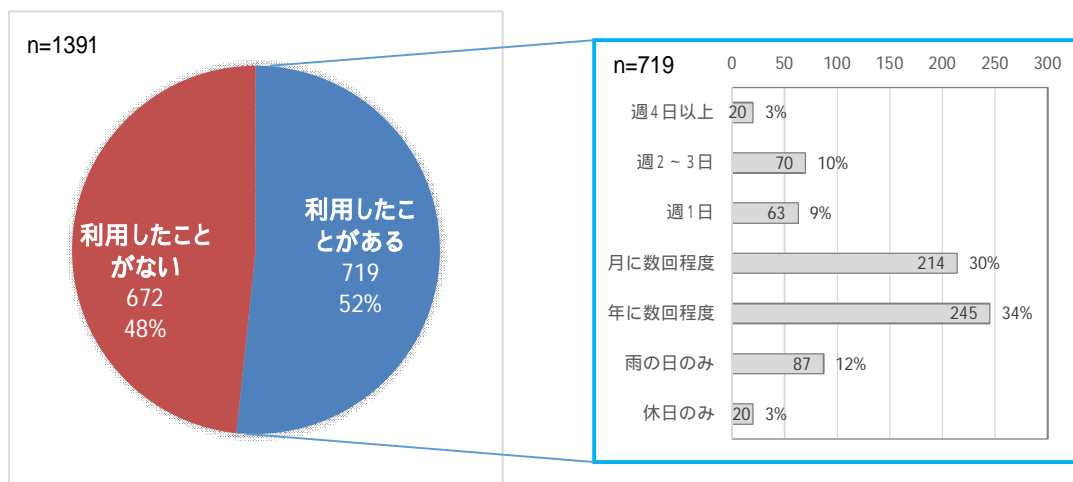


図 1-15 コミュニティバスの利用頻度

居住地別のコミュニティバス利用頻度

コミュニティバスを利用したことがある人の割合が多い地域は、「淵野辺本町1丁目」「上矢部1丁目」「上矢部5丁目」の順である。また、週1日以上利用の割合が多い地域は、「淵野辺本町1丁目」「上矢部5丁目」「上矢部4丁目」の順である。

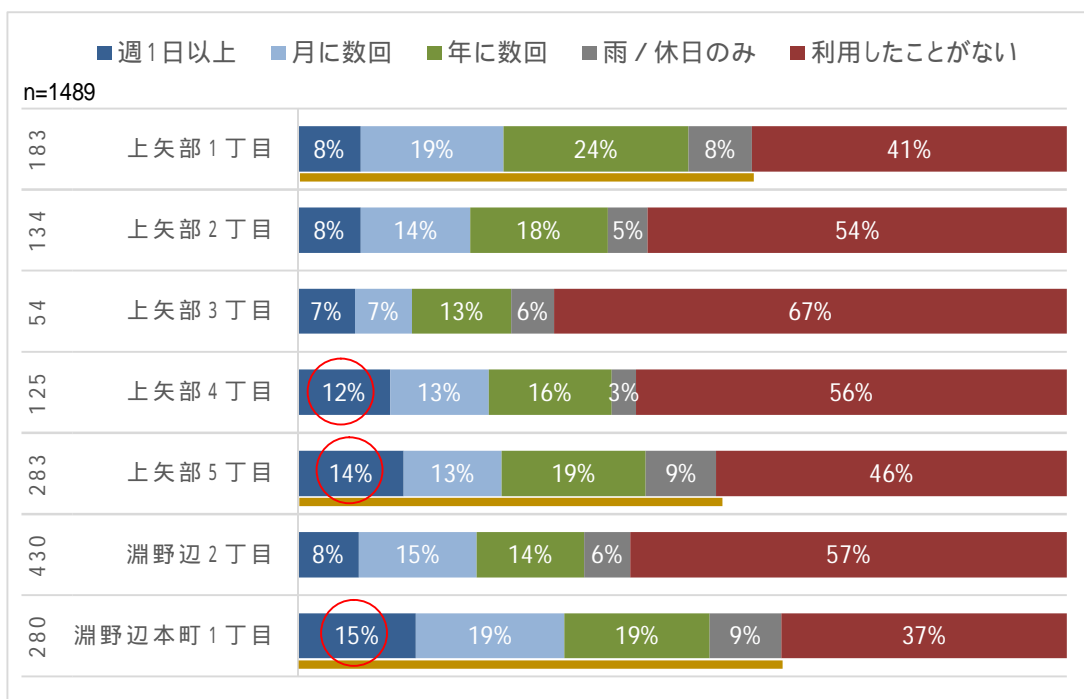


図 1-16 居住地別のコミュニティバス利用頻度

□ 最寄りバス停からの所要時間別のコミュニティバス利用頻度

コミュニティバスを利用したことがある人の割合は、最寄りバス停からの所要時間が短いほど増加する傾向にある。ただし、週1日以上利用の割合は最寄りバス停からの所要時間にかかわらず一定である。

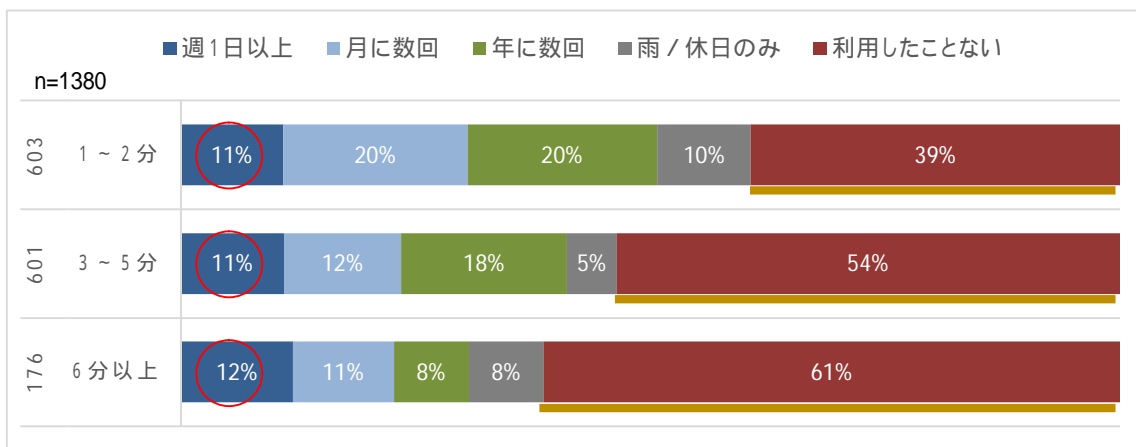


図 1-17 最寄りバス停からの所要時間別のコミュニティバス利用頻度

コミュニティバスの利用目的

コミュニティバスの利用目的は、「通勤・通学」のほか、「買い物・食事」「通院・お見舞い」「その他私用」など多岐にわたる。

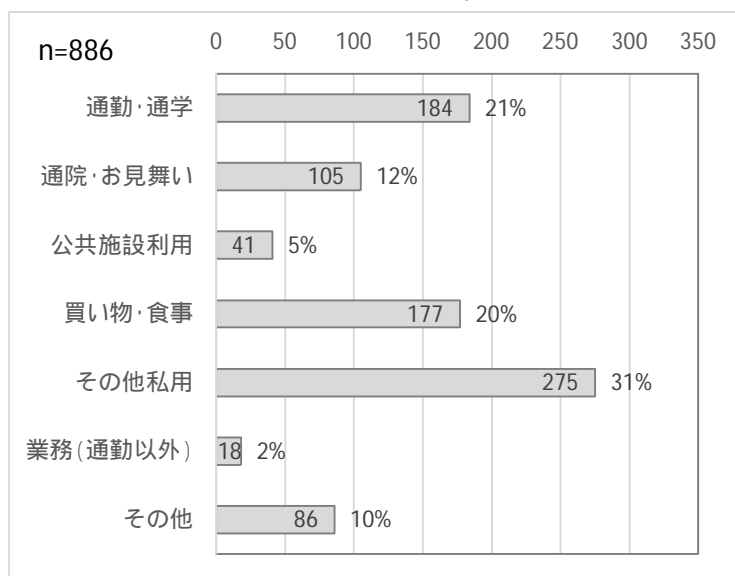


図 1-18 コミュニティバスの利用目的

コミュニティバス運行後の外出回数の変化

コミュニティバス運行後に外出回数が増えた人は約1割である。

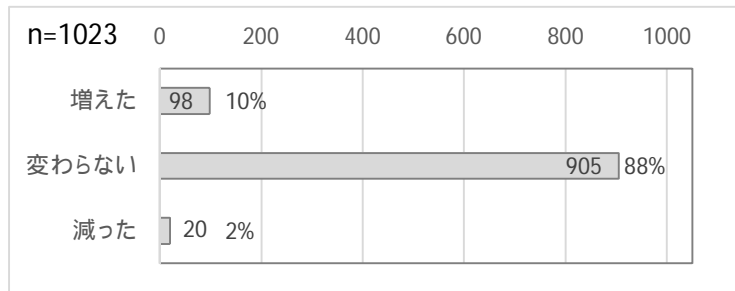


図 1-19 コミュニティバス運行後の外出回数

□ 居住地別の外出回数の変化

コミュニティバス運行後に外出回数が増えた割合が多い地域は、「上矢部2丁目」「淵野辺2丁目」「淵野辺本町1丁目」である。

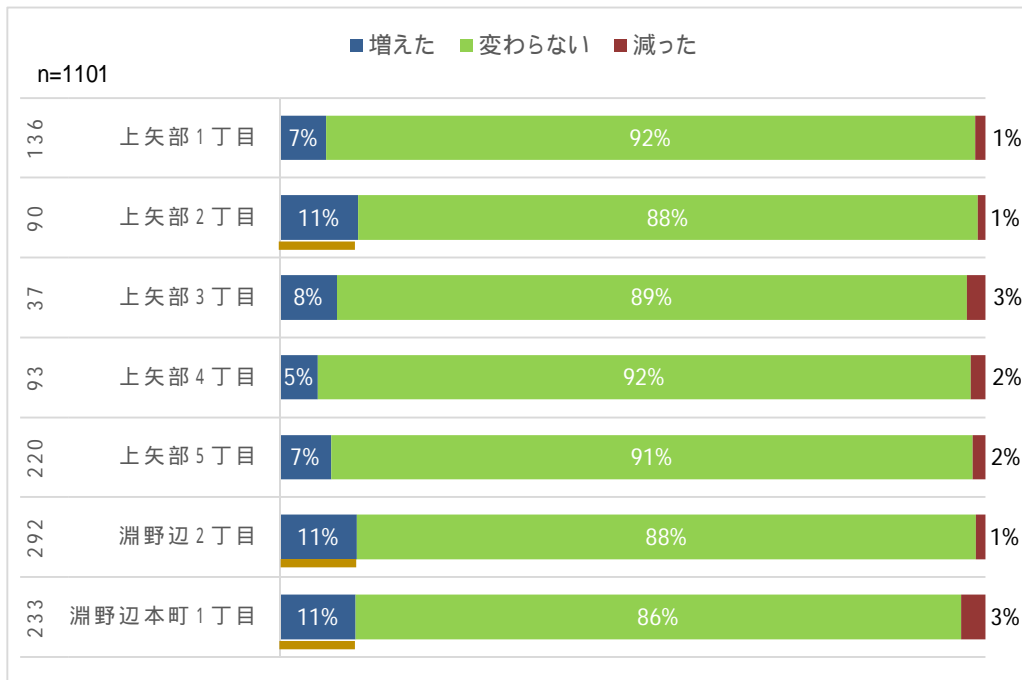


図 1-20 居住地別の外出回数の変化

□ 最寄りバス停からの所要時間別の外出回数の変化

コミュニティバス運行後に外出回数が増えた割合は、最寄りバス停からの所要時間にかかわらず概ね一定である。

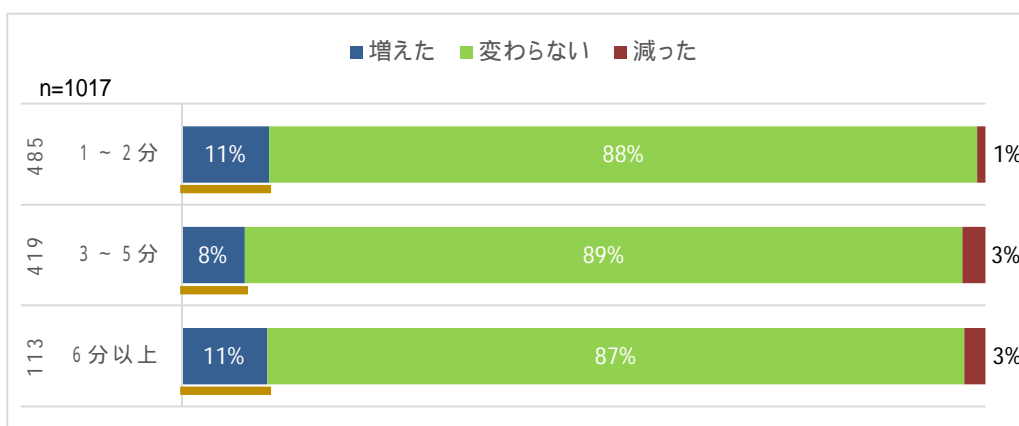


図 1-21 最寄りバス停からの所要時間別のコミュニティバス利用頻度

コミュニティバスを利用してもらう工夫

コミュニティバスをもっと利用してもらうためにどうしたらよいか聞いたところ、「運行本数を増やす」31%が最も多く、次いで「運賃を安くする」26%、「運行時間帯をのばす」17%の順となっている。

(世帯あたり4人まで回答した結果を集計)

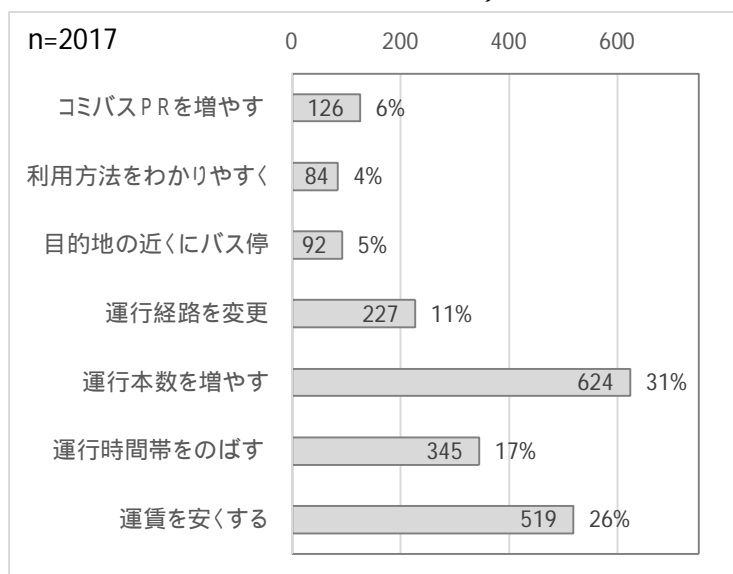


図 1-22 コミュニティバスを利用してもらう工夫

□ 居住地別のコミュニティバスを利用してもらう工夫

運行本数を増やす、運行時間帯をのばすなど時間的要因を多く挙げているのは、「上矢部1丁目」と「淵野辺本町1丁目」である。

また、コミュニティバスのPRを増やす、利用方法をわかりやすくなどソフト的要因を多く挙げているのは「上矢部3丁目」「上矢部4丁目」「上矢部5丁目」である。

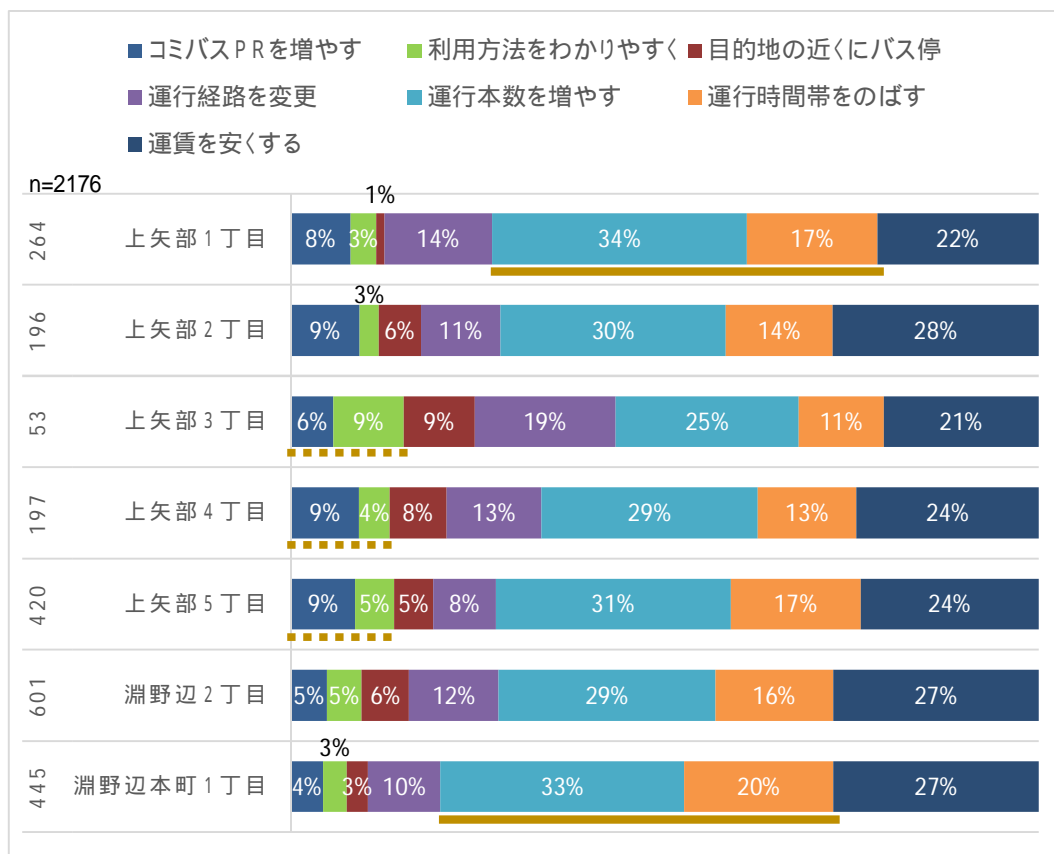


図 1-23 居住地別のコミュニティバスを利用してもらう工夫

□ 最寄りバス停からの所要時間別のコミュニティバスを利用してもらう工夫

最寄りバス停からの所要時間が短いほど、運行本数を増やす、運行時間帯をのばすなど時間的要因を多く挙げている。

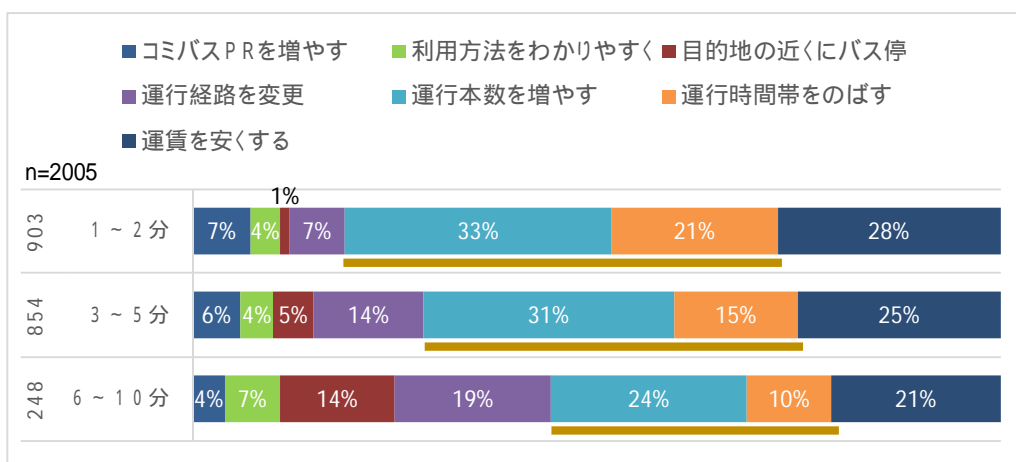


図 1-24 最寄りバス停からの所要時間別のコミュニティバスを利用してもらう工夫

コミュニティバス利用状況の認知度

コミュニティバスの利用状況を知っていたかどうかは、「知っていた」「知らなかった」が概ね半々である。

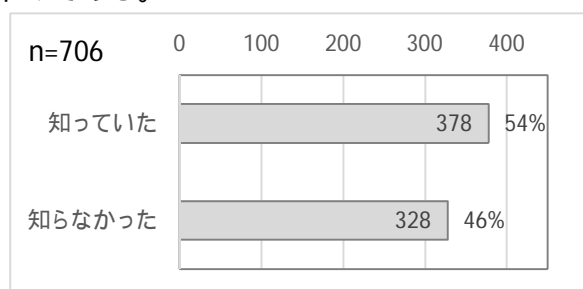


図 1-25 コミュニティバス利用状況の認知度

□ 居住地別のコミュニティバス利用状況の認知度

コミュニティバス利用状況の認知度について、居住地別で大きな違いはみられない。

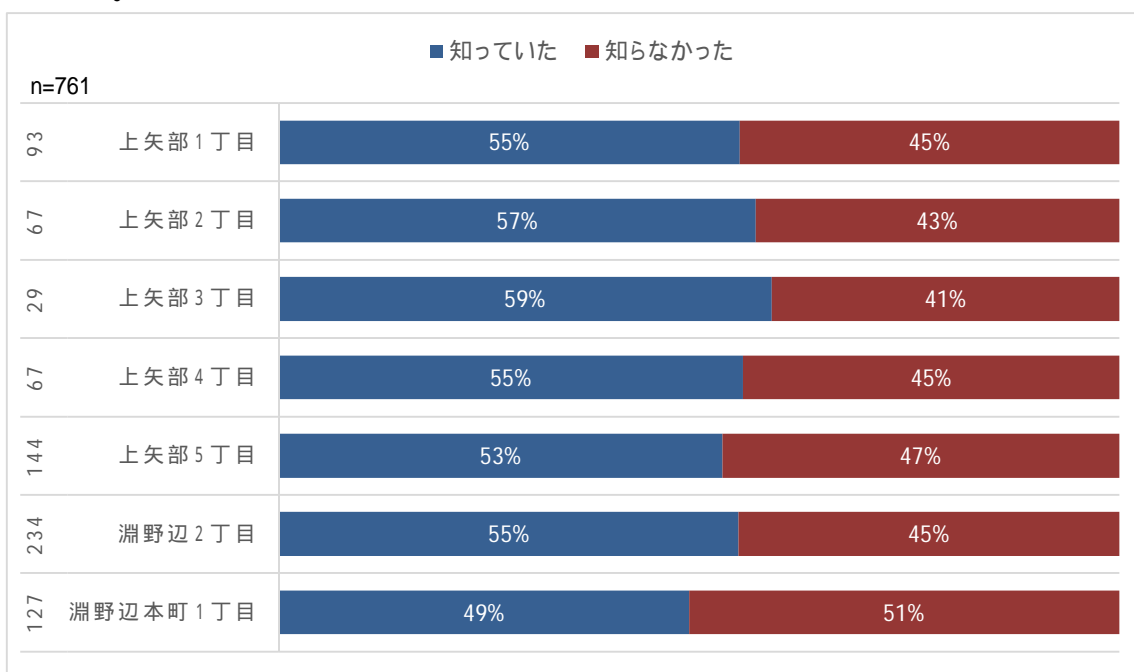


図 1-26 居住地別のコミュニティバス利用状況の認知度

コミュニティバス利用状況の感想

コミュニティバスの利用者数についてどのようにお考えか聞いたところ、「思っていたとおり」43%が最も多く、次いで「思っていたより少ない」33%、「思っていたより多い」24%である。

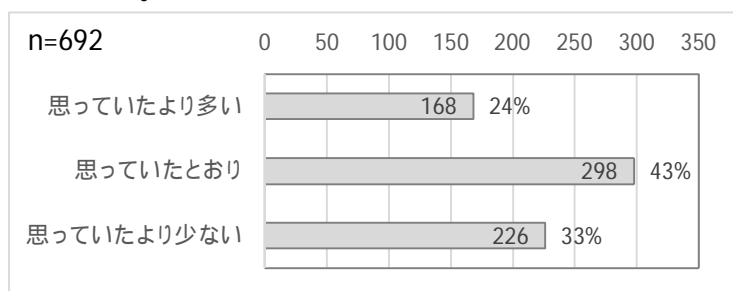


図 1-27 コミュニティバス利用状況の感想

今後のコミュニティバス利用意向

コミュニティバスを今後どのように利用したいと思うか聞いたところ、「(これまで利用していないが) 今後利用する」30%と「これまでどおりに利用する」29%が多く、次いで「利用しない」22%、「これまで以上に利用する」18%である。

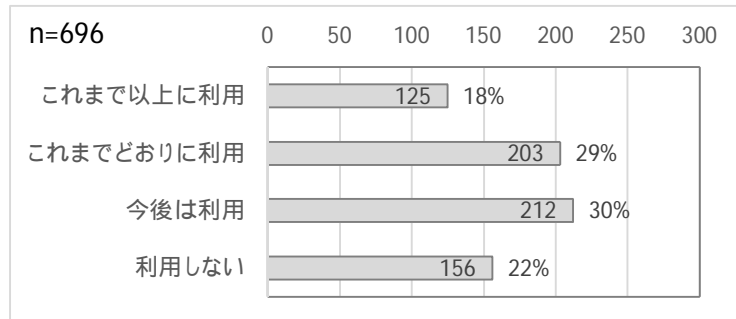


図 1-28 今後のコミュニティバス利用意向

□ 居住地別の今後のコミュニティバス利用意向

「これまででも利用している」を含め今後の利用が期待できる地域は、「上矢部 1 町名」85%、「淵野辺本町 1 丁目」83%、「上矢部 5 丁目」81%である。特に、上矢部 1 丁目と淵野辺本町 1 丁目は「これまで以上に利用」の割合が他地域より高い。

逆に、利用しない割合が他地域より高いのは「上矢部 3 丁目」34%、「上矢部 4 丁目」29%、淵野辺 2 丁目 28%である。

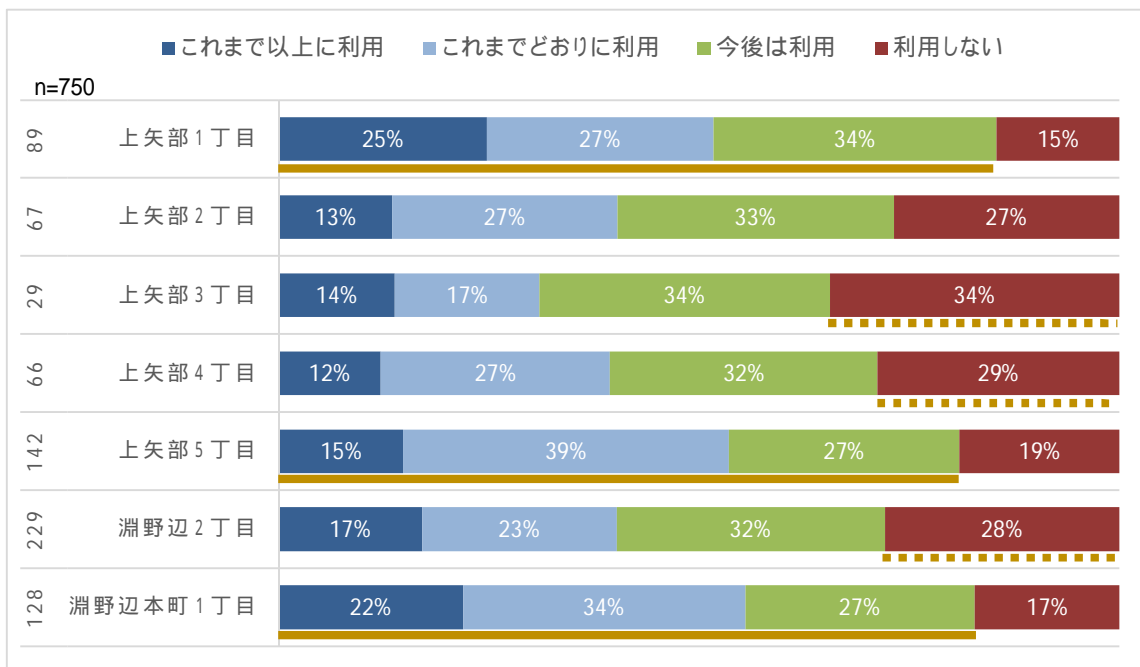


図 1-29 居住地別の今後のコミュニティバス利用意向

□ 最寄りバス停からの所要時間別の今後のコミュニティバス利用意向

最寄りバス停からの所要時間とコミュニティバスの利用意向は比例していることが読み取れる。最寄りバス停からの所要時間が徒歩1～2分のコミュニティバス利用意向は9割にも達している。逆に、最寄りバス停からの所要時間が6分以上のコミュニティバス利用意向は6割弱に低下する。

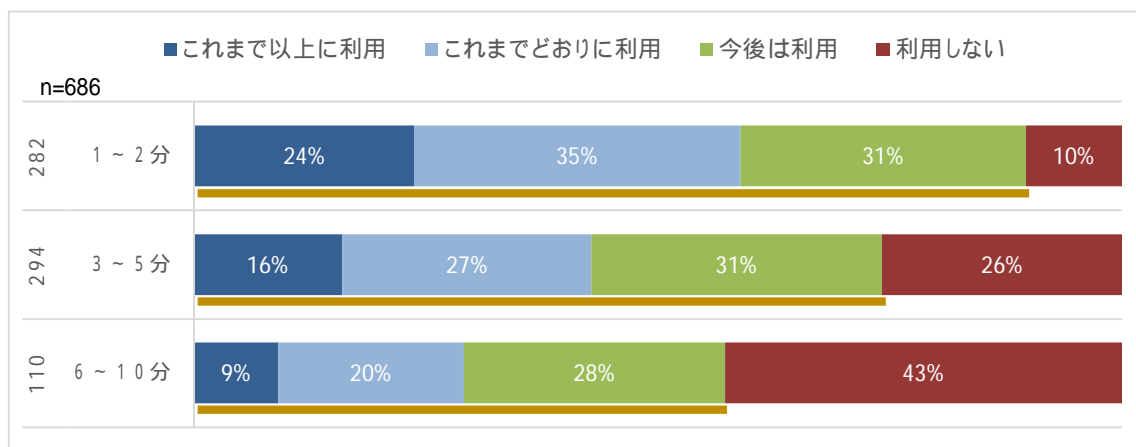


図 1-30 最寄りバス停からの所要時間別の今後のコミュニティバス利用意向

□ コミュニティバス利用状況の認知度別の今後のコミュニティバス利用意向

今後のコミュニティバス利用意向について、コミュニティバス利用状況の認知度による差はあまりみられない。

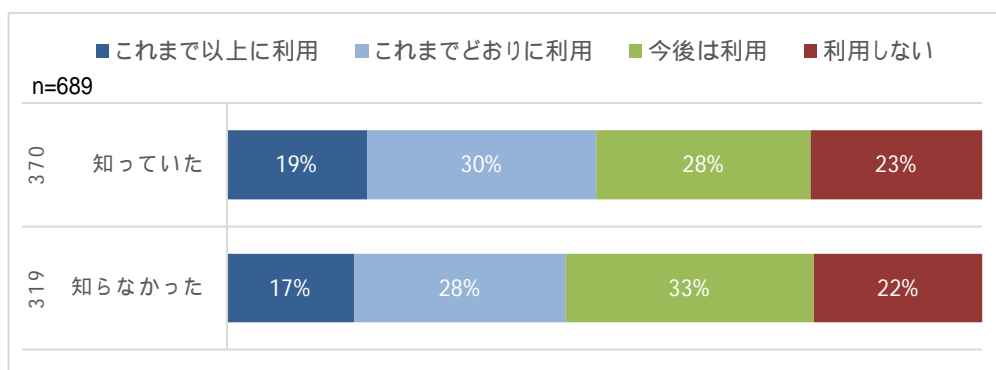


図 1-31 コミュニティバス利用状況の認知度別の今後のコミュニティバス利用意向

□ コミュニティバス利用頻度と今後のコミュニティバス利用意向

コミュニティバスを「週に1日以上利用」と「月に数回程度利用」のコミュニティバス利用意向は似たような傾向にあり、「これまで以上」と「これまでどおりに」を合わせ9割程度の高い利用意向を示している。

また、「年に数回程度利用」と「雨や休日のみ利用」のコミュニティバス利用意向も似たような傾向を示しており、7割程度が「これまで以上またはこれまでどおりに利用」、2割程度が「今後は利用」と回答している。

これまでコミュニティバスを利用したことがない人の45%が「今後は利用する」と回答しており、本MMによるコミュニティバス利用の啓発効果があらわれている。

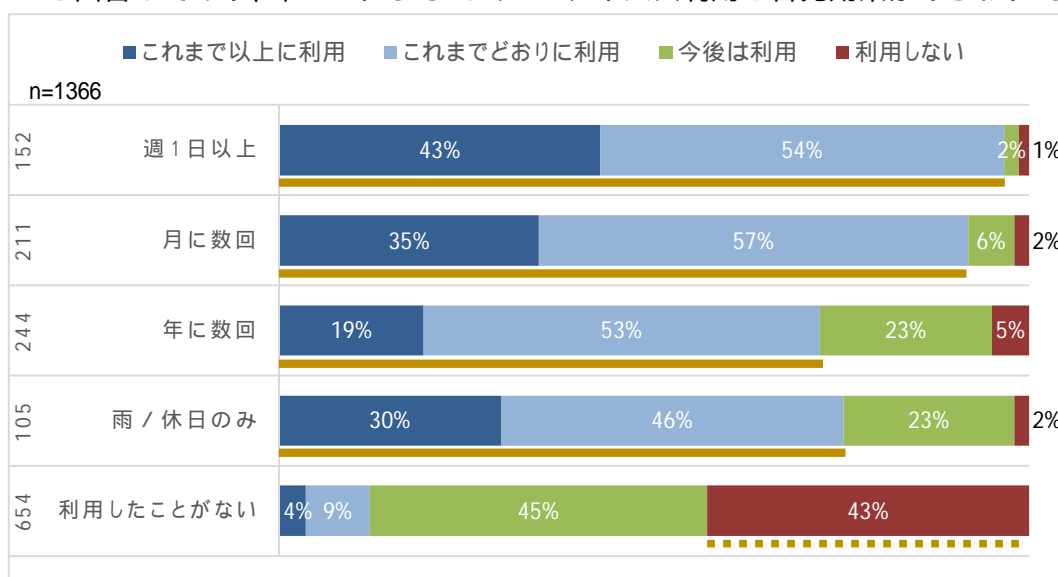


図 1-32 コミュニティバス利用意向とコミュニティバス利用頻度

□ コミュニティバス利用者数の推移

大野北地区コミュニティバスの利用者数の推移を下図に示す。

月毎の1日あたり利用者数は、運行開始当初は減少傾向にあったが、6月から増加に転じ8月はこれまでで最高利用者数を記録している。一般に、夏休み期間の7月・8月はバス利用者数が増加する傾向にあるため、8月の利用者数の増加の要因がすべてMMによるものとは言い切れないが、MM実施後の9月以降の利用者数が減少することなく横ばいで推移していることから、MMが一定程度バス利用促進に寄与していると考えられる。

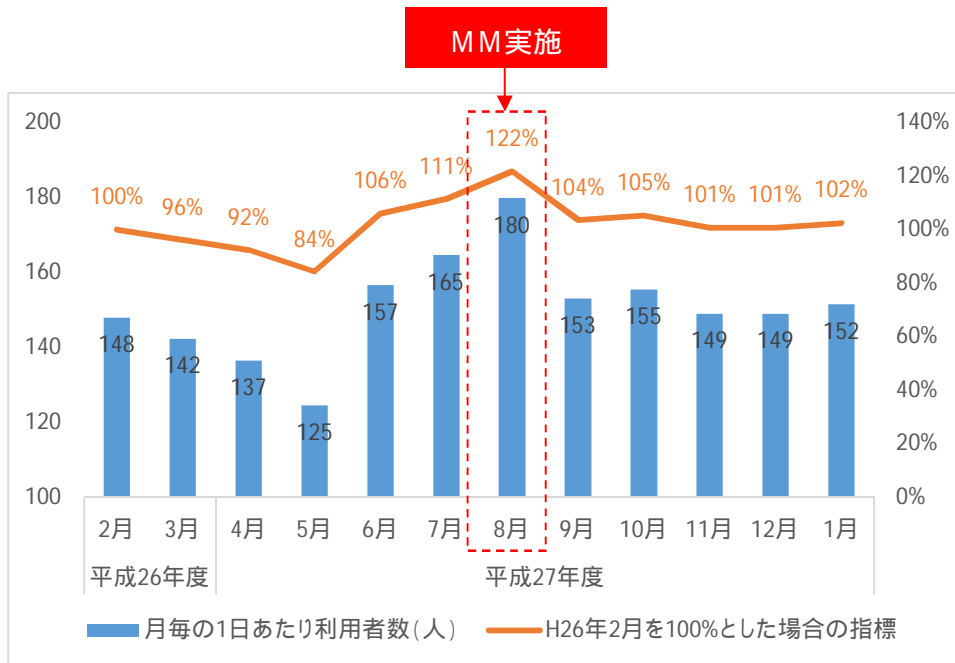


図 1-33 コミュニティバス利用者数の推移

(2) 個別アドバイスの実施

個別アドバイスの希望があった163名全員に対して個別アドバイスを実施した。

コミュニティバスの利用促進及び矢部駅・淵野辺駅でのマイカー送迎からバスや徒歩・自転車への利用転換の促進を目的として、各人の交通行動に合わせた以下に示す個別アドバイス資料を送付（平成27年1月8日投函）した。

共通：

- ・挨拶状
- ・交通行動診断
- ・オリジナル時刻表（「自宅最寄り」と「矢部駅・相模野病院前」「淵野辺駅北口」「フードワン淵野辺店前」のバス停時刻表を掲載したもの）
- ・アンケート結果の概要

淵野辺駅または矢部駅でのマイカー送迎を行っている人に対して：

- ・マイカー送迎からの利用転換促進資料（バスへの転換及び徒歩・自転車への転換の2種類）

表 1-2 個別アドバイス数

最寄りバス停	個別アドバイス対象者	うちマイカー送迎利用転換対象者
児童相談所南	9名	0名
防衛省陸上装備研究所前	12名	0名
大野北こどもセンター入口	10名	0名
フェアロージュ淵野辺前	9名	1名
あかぬま公園前	8名	2名
椿稻荷神社入口	30名	4名
上矢部五丁目	14名	2名
上矢部四丁目	28名	3名
上矢部三丁目	11名	1名
上矢部二丁目	9名	2名
上矢部一丁目	4名	0名
高橋南	9名	3名
馬場橋南	10名	3名
合計	163名	21名

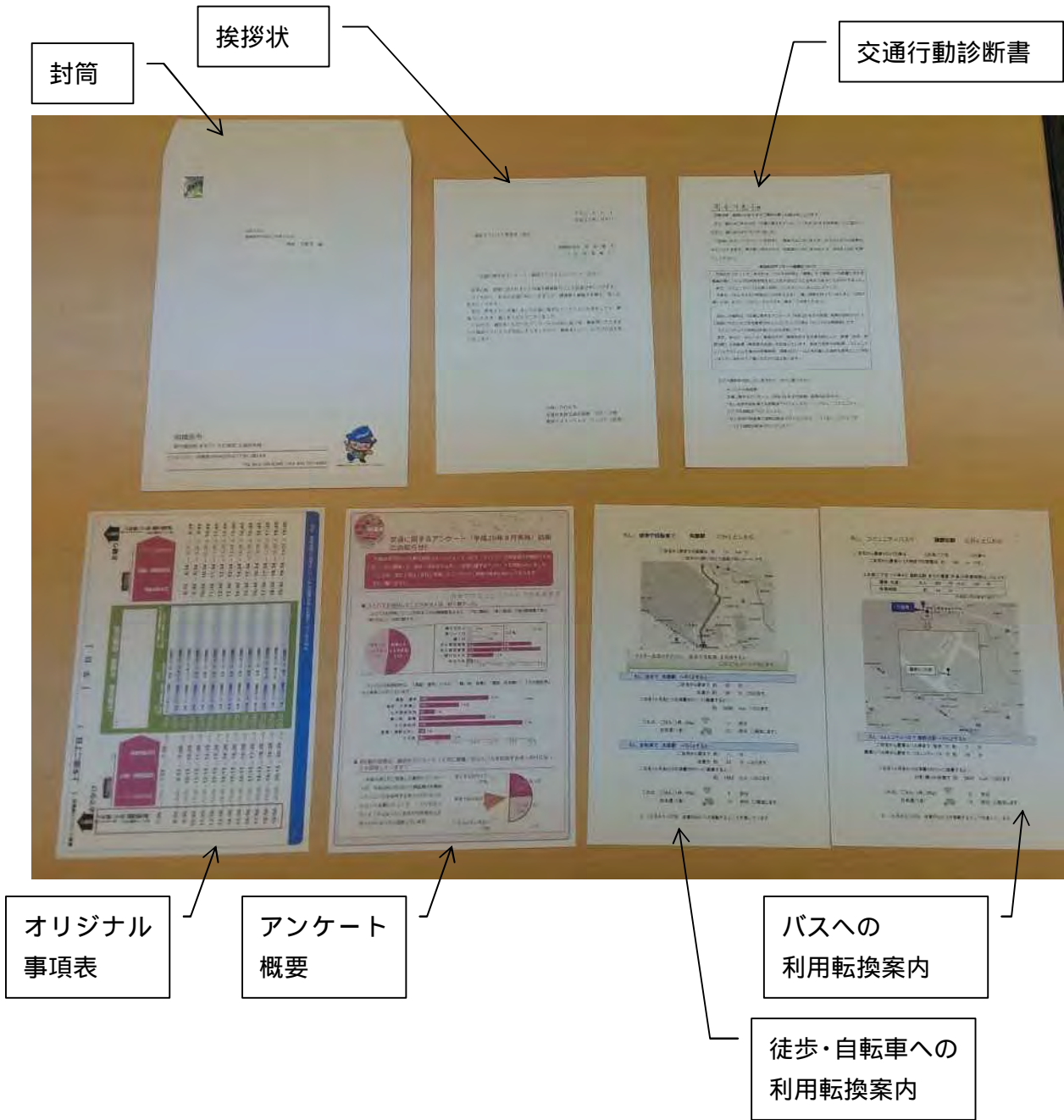


図 1-34 個別アドバイス資料の配布資料一式