

# 地域公共交通の利用促進の基本的な考え方について

九州運輸局 福岡運輸支局

令和6年10月24日

1. 移動手段の**選択**について
2. 利用促進の**段階**について
3. まとめ



1. 移動手段の**選択**について

2. 利用促進の**段階**について

3. まとめ



人はどうやって移動手段を選択するのか



人は「合理的」に行動を選択する前提



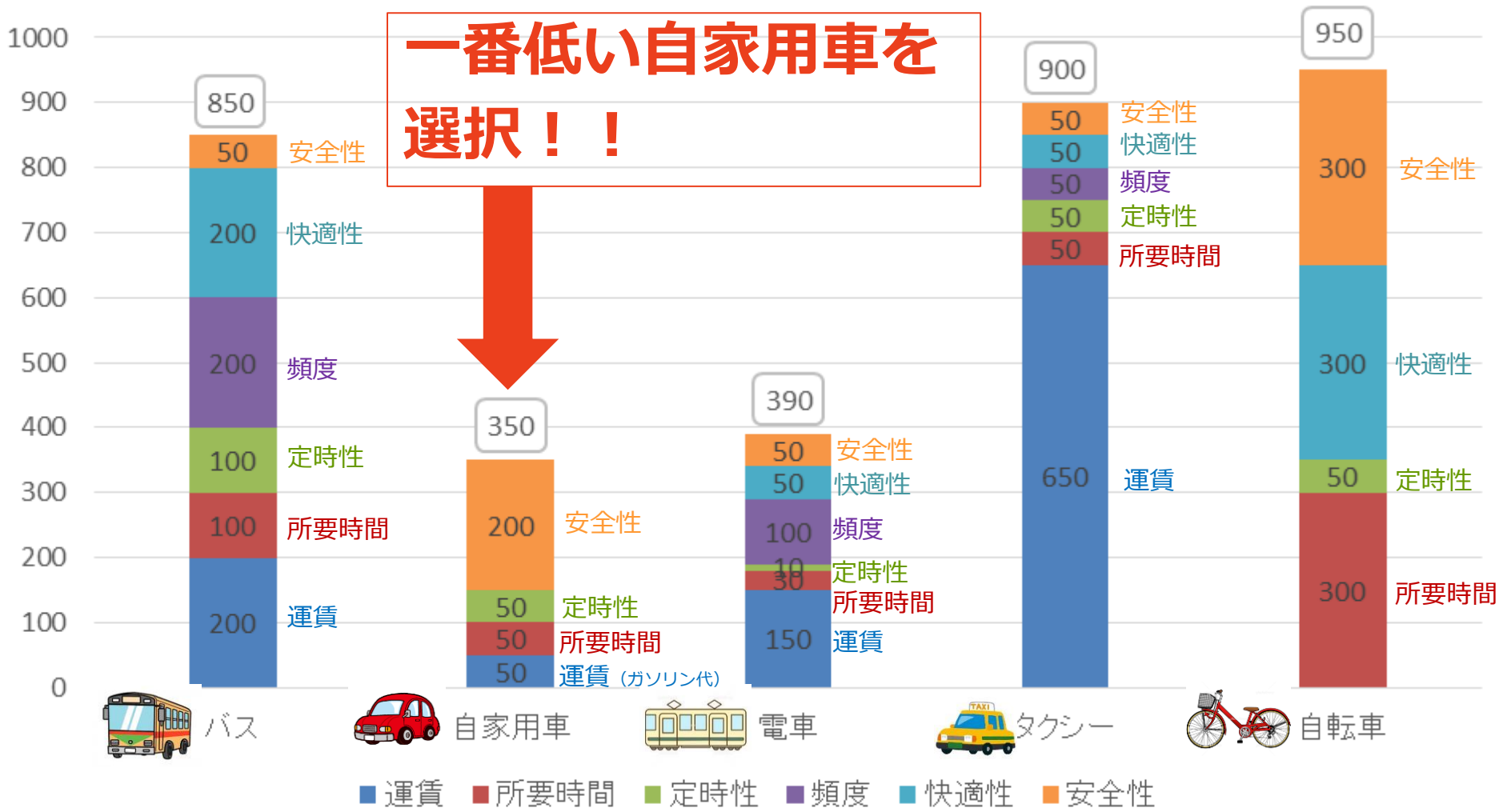
「移動の一般化費用※」の積み上げで  
最も低い交通手段を選択


※ 「移動の一般化費用」は、運賃のことだけをいうのではなく、  
所要時間や定時性、快適性などを費用化した「概念」。

# 1. ② 「移動の一般化費用」とは

## モード毎費用(イメージ)

**一番低い自家用車を選択！！**



⇒究極の移動手段  は、一般化費用が限りなく「0」

# 1. ③ 「移動の一般化費用」とは

## ① 運賃

- 運賃が高いか、安い  
か

## ④ 規則性

- 固定されたダイヤ  
は存在するか

## ⑦ 安全性

- 安全か、どうか

## ② 所要時間

- 所要時間が長い  
か、短い  
か

## ⑤ 確実性

- 決められたダイヤ  
通りか

## ⑧ アクセシビリティ

- バス停までの距離
- 乗り換えが拠点ま  
でのアクセス

## ③ 頻度

- 頻度が多いか、少  
ないか

## ⑥ 快適性

- 快適か、どうか

## ⑨ 自己完結性

- 乗り換えずに行け  
るかどうか

## 利用促進とは

# 「移動の一般化費用」を下げる

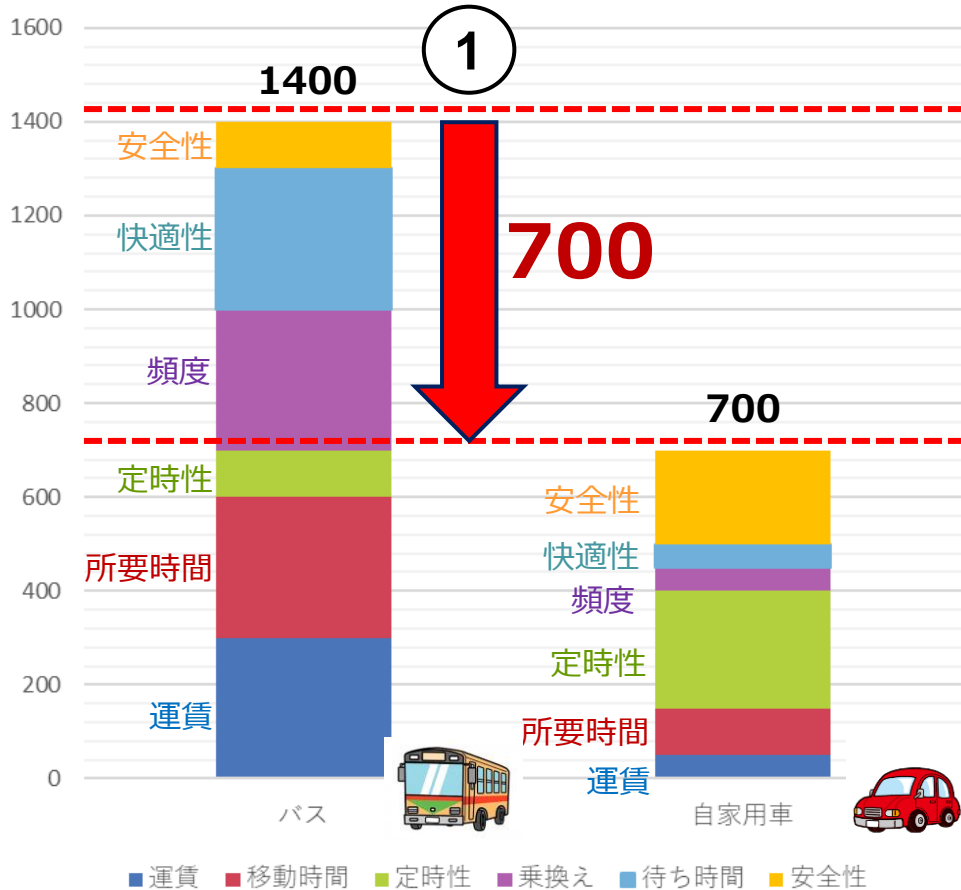
(例)

- ・ ルートの最適化で移動時間の短縮 → ②所要時間 改善
- ・ 運行便数増で待ち時間を短く → ②所要時間、③頻度 改善
- ・ 定時性の確保（余裕のあるダイヤ） → ⑤確実性 改善
- ・ パターンダイヤの導入 → ④規則性 改善
- ・ AIオンデマンドの導入 → ②所要時間、⑧アクセス性、改善  
など

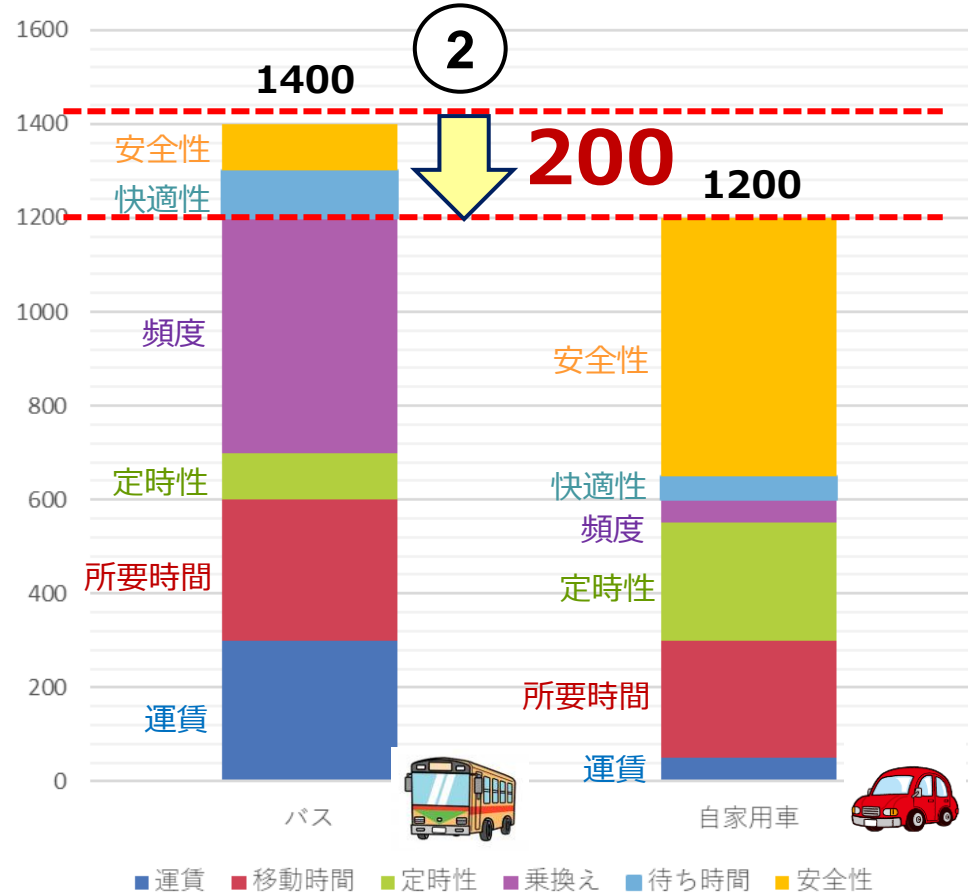
⇒利用促進は、**誰にとっての、どの費用を下げるか**の意識が大事。

# 1. ⑤ターゲットの設定

## 30代モード別費用 (イメージ)



## 70代モード別費用 (イメージ)



⇒ 30代は①↓の費用**700**を下げないとバスへ転換しない

⇒ 70代は②↓の費用**200**を下げれば自家用車からバスへ転換<sup>7</sup>



1. 移動手段の**選択**について
2. 利用促進の**段階**について
3. まとめ

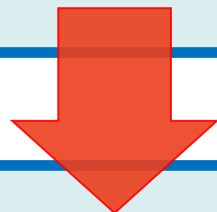


### 利用促進の3つの段階

① コミバスを知ってもらおう(興味持ってもらおう)



② コミバスに1度乗ってもらおう



③ コミバスに継続して乗ってもらおう

## 市報で特集



・4ページにもおよぶ公共交通特集を組み利用促進。

・路線ごとの収支の掲載も。

(太宰府市)

## 総合時刻表の配布



(うきは市)

・鉄道や路線バスも掲載した総合時刻表を配布し、交通ネットワークの一部としてコミバスを知ってもらおう。

## バスのラッピング



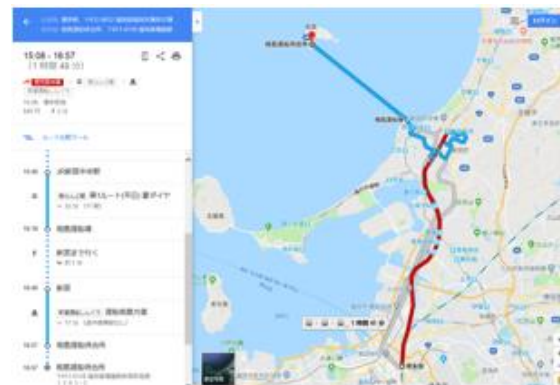
(春日市)



(筑紫野市)

・バスをラッピングし、コミバスを知ってもらおう。

## GTFSでオープンデータ化



(新宮町)

・google map等で検索ツールでコミバスの存在を知ってもらおう。

⇒ 「① コミバスを知ってもらおう」取組だけでは**直接的に利用増に結び付きにくい。**

# 2. ②コミバスに1度乗ってもらおう

## 1日無料デー

- ・西鉄バス、市営バス、モレール、筑豊電鉄、関門汽船で1日無料デーを3日間(9,10,11月)実施
- ・3日間で58万人(前年2倍)の実績。
- ・経済波及効果は3.5億円、マイカー削減効果6%も。



(北九州市)

⇒ 公共交通への潜在需要が確認された。

## バスの体験乗車会(大人の社会見学)



(担当者談)

・乗らない理由は「不便より不安(行くことは出来るけど、帰って来れる?)」



- ・バスの体験乗車会(+買い物等)を高校・大学と共同で実施 (大分県豊後大野市)

## イベントとの連携



(久留米市)



(直方市)

・花火大会のポスターに交通機関情報、臨時便情報、リアルタイム駐車場情報)のQRコードを掲載し、公共交通へ誘導

## 児童作品ギャラリーバス



- ・児童作品を掲示されたバスで本人や親、知り合いが新たに乗車。孫の作品を見に来るおばあちゃんへの効果も。



(古賀市+西鉄)

⇒ 「②コミバスに1度乗ってもらおう」は、効果が出るが、手間が掛かる。

### 定期券の発行

定期乗車券	販売価格	一般 4,000円(1か月) 11,000円(3か月) 20,000円(6か月)	・使用開始日の2週間前からお申込できます ・通学定期券の購入は在学を証明できるものが必要です (詳しくは下記のQRコードより「〇定期乗車券」の「注意事項」をご覧ください)
		通学 2,000円(1か月) 5,500円(3か月) 10,000円(6か月)	
	販売場所	・田川市内の全ての郵便局 簡易郵便局(猪俣・川宮・夏吉・平原)を除く ・田川構内自動車(株)伊田営業所(バス事業部)	

(田川市)

- 定期券の発行によって「①運賃」の負担軽減し、乗れば乗る(お出掛けすればする)ほどお得感を演出⇒定期券を郵便局で買えるようにしたのがポイント。

### AIデマンド (のるーと)



(宗像市)

- AIオンデマで「②所要時間」「③頻度」「⑧アクセス性(バス停までの距離)」を軽減。

### 地域検討会の開催

- 定期的に地域で検討会を開催し、住民意見を聞きくことで、直接的にどこに住民が何に不満を感じているか(どこに一般化費用があるか)を確認。



(大刀洗町)

- ⇒大分大学大井教授のいう「手間、暇、お邪魔」の精神。
- ⇒与えられたのではなく自分たちのバスという意識の醸成も。

### 待合環境の整備 (バスロケ、ベンチ設置)



(苅田町)



(嘉麻市)

- バス停へのベンチ設置やバスロケにより待合環境を整備し「②(待合時間も含む)所要時間」、「⑤確実性」や「⑥快適性」を改善

⇒ 継続して乗ってもらうには一般化費用を軽減することが有効(長期的には人は合理的に行動する)

1. 移動手段の**選択**について

2. 利用促進の**段階**について

3. **まとめ**

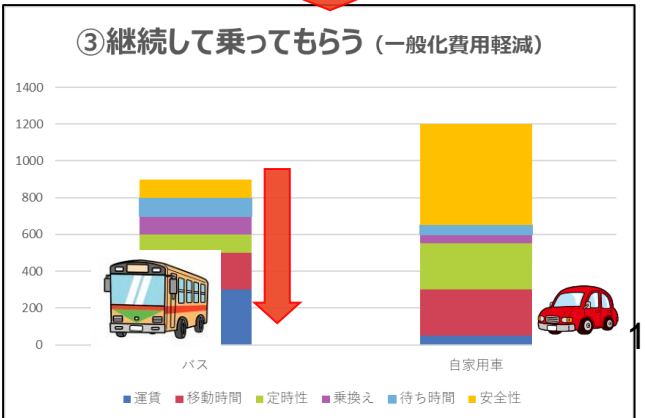
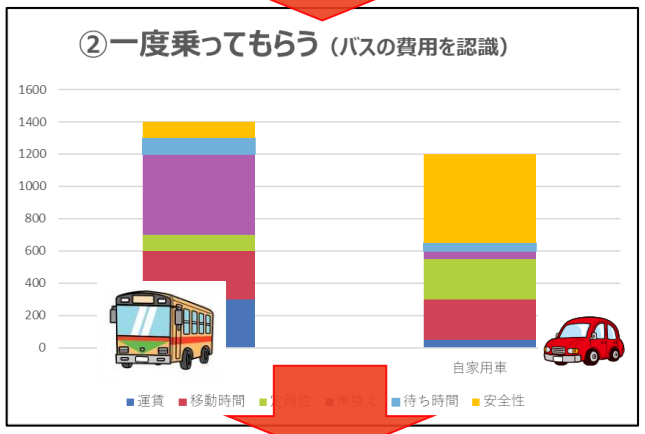
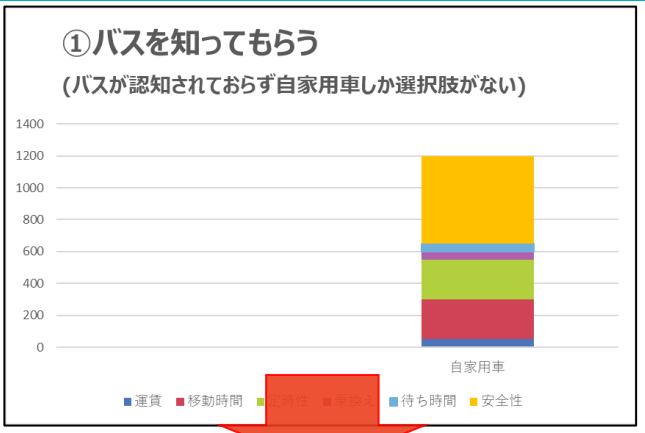


## 利用促進の3つの段階

① コミバスを知ってもらう

② コミバスに1度乗ってもらう

③ コミバスに継続して乗ってもらう



「利用促進」とは、**一般化費用**を下げること

⇒利用促進は、**誰にとっての、どの費用を下げるか**の意識が大事（ターゲットを明確に）。

「利用促進」の**段階**を意識して、効果的に。

⇒**3つ**の段階に応じて、**効果的**に行うことが大事。

⇒特に「**一度乗ってもらおう**」ことが重要。

⇒長期的には「**移動の一般化費用**」を下げること



## (参考文献)

- ・山内弘隆・上山信一(2003) : 『パブリック・セクターの経済・経営学 (N T T 出版) 』
- ・山内弘隆・竹内健三(2002) : 『交通経済学 (有斐閣) 』
- ・竹内健三(2002) : 『交通経済学入門 (有斐閣) 』
- ・衛藤卓也監修・大井尚司・後藤孝夫著(2011) : 『交通政策入門 (同文館出版) 』
- ・衛藤卓也監修・根本敏則・後藤孝夫・大井尚司著(2015) : 『現代交通問題考 (成山堂書店) 』
- ・岸本哲也(2001) : 『公共経済学 (有斐閣) 』
- ・岸本哲也・入江純(1998) : 『公共経済学 (八千代出版) 』
- ・ティム・パウエル(2008) : 『交通の経済理論 (N T T 出版) 』
- ・ティム・パウエル(2007) : 『現代の交通システム-市場と政策- (N T T 出版) 』
- ・加藤寛(2005) : 『入門公共選択-政治の経済学- (勁草書房) 』
- ・小林良彰(1988) : 『公共選択 (現代政治学叢書) 』
- ・和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦 (2013) : 『マーケティング戦略第4版 (有斐閣アルマ) 』

**ご静聴、ありがとうございました。**