

# 情報誌活用による公共交通利用啓発の取り組み



大門 健一  
都市計画部門 都市計画・環境系グループ 課長  
(技術士 建設部門 - 都市及び地方計画)  
daimon@shimihon-est.co.jp



道木 健  
都市計画部門 都市計画・環境系グループ  
michiki@shimihon-est.co.jp

keywords: 公共交通利用促進、情報誌、ホームページ、モビリティマネジメント

## 1. はじめに

### (1) 公共交通利用啓発の取り組みの背景と目的

富山市は平成11年のパーソントリップ調査によると富山市における自動車分担率が72.2%と高く、一方でバス・電車の分担率は4.2%ときわめて低く、自動車保有台数が非常に多いなど、自動車依存が極めて高い状況にある。このような状況に対し、富山市では近年、富山ライトレールの整備や市内路面電車の延伸による環状線化、富山地方鉄道による新駅開業など、ハード面を中心とした公共交通の「質」を上げる取り組みが行われてきた。これらの取り組みにより全国から注目される公共交通先進地となっている。さらに、ソフト面からの公共交通利用促進の方策として、平成22年度から、「とやまレールライフ・プロジェクト」と称したモビリティマネジメント<sup>1)</sup> (以下、MMと表す)によるコミュニケーション手法を活用して個々の意識変容を促し、公共交通利用促進につなげる取り組みを行っており、その支援を行っているものである。

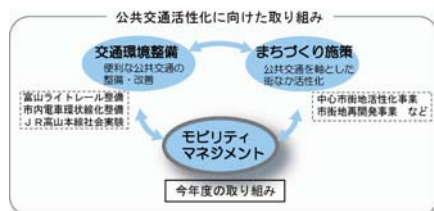


図-1 モビリティマネジメント施策の位置づけ

## 2. とやまレールライフ・プロジェクトの紹介

「とやまレールライフ・プロジェクト」では、こ

れまで、以下のような様々な取り組みを相互に有機的連携を図りながら、行っている。

- ①MMメッセージを伝えるラジオ放送の実施
- ②公共交通沿線住民を対象としたTFP<sup>2)</sup>の実施
- ③一般市民を対象としたフォーラムの開催
- ④ホームページの開設による情報提供
- ⑤大学の授業を活用したMMメッセージの発信
- ⑥まちなかイベント時のコミュニケーションアンケートの実施
- ⑦情報誌を活用した公共交通利用啓発
- ⑧市職員研修を活用した公共交通利用啓発
- ⑨転入者対象に利用啓発ツールの配布
- ⑩本プロジェクトの認知度を上げるためのポスター掲示やポケットティッシュの配布



図-2 プロジェクトの普及を図るポスター

## 3. 情報誌活用による取り組み

ここからは、上記の取り組みの中で昨年度実施した情報誌を活用した公共交通利用啓発について述べる。

### (1) 活用した情報誌

富山市内で最も購読数が多い北日本新聞に毎月第2木曜日に折込まれる情報誌「まんまる」を活用し、公共交通利用啓発に取り組んだ。この情報誌は富山県内を中心として、約25万部発行されており、新聞折込のため、かなり多くの人の目に触れると考え、選定した。「まんまる」の11月、12月号において各2ページの記事を掲載することとした。

### (2) 掲載記事の内容

情報誌に掲載しても、記事を読まれないとコミュニケーションをすることができないことを踏まえ、掲載記事の内容について工夫した。

北日本新聞編集部へのヒアリングによると、主な読者は主婦層とのことであつたため、掲載する記事が目にとまるような仕掛けとして、主婦層の興味を引くようなお店の情報やおすすスポットの情報を写真とともに掲載することとした。さらに、通常のお店情報として案内するだけでなく、「開発駅から徒歩1分」といった公共交通の最寄り駅情報と駅等からの経路表示を追加し、公共交通を意識させるような情報発信を行った。

11月号は富山地方鉄道不越・上滝線の沿線情報、12月号は呉羽地域の情報を取り扱い、増発社会実験や地域自主運行バスの試行運行など公共交通に関する施策が実施されている地域を対象とし、交通環境整備との相乗効果を図った。



図-3 12月号(呉羽地域)の記事(出典:まんまる)

## 4. アンケート調査から推測される成果

情報誌掲載の後、記事を見たかどうかの状況、公共交通利用が促進されたかどうかなどについて、TFPや呉羽自主運行バスの試行運行に関する住民アンケートを通して、検証した。その結果、記事を見た割合は11月号が63%、12月号が42%を占め、推計すると富山市民の約6万人が見たと思われる、多くの

市民に見てもらえていることが分かった。

そして、呉羽地域での地域自主運行タクシーの利用促進に関しては、85%以上が利用しようとするとも感じており、さらには、3%が実際に利用したと回答している。

このような結果から、一度に大規模な市民とコミュニケーションが可能な情報誌の利点を生かした公共交通利用促進啓発ができたものと評価できる。

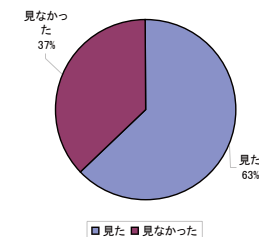


図-4 まんまる11月号を見た割合

## 5. 情報誌活用についての考察

情報誌活用による公共交通利用促進啓発の取り組みについて、以下に私見を交えて考察する。

### (1) 一方通行のコミュニケーションとならない仕掛けづくりが必要

今回実施した情報誌の活用の取り組みでは、一方通行の情報発信となっており、記事に対する反響を収集しにくい状況であった。情報誌とホームページを連動させたり、情報誌への読者の投稿等を収集する仕掛けを構築して、双方向のコミュニケーションにより、公共交通利用啓発につなげていくことが必要であると考えられる。

### (2) より多くの人に見てもらえる仕掛けづくり

今回の取り組みでは2回の掲載であったが、ページ数を減らし、逆に掲載回数を増やすことにより、より多くの市民が目と触れる機会を増やすことが必要であると考えられる。またホームページやメール配信などでの告知案内等の媒体との連携も重要であると考えられる。

1) ひとり一人のモビリティ(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政策(土木学会手引書の定義)  
2) トラベル・フィードバック・プログラムの略。モビリティマネジメントの代表的な手法で、アンケートを通し、現在のクルマ利用を見直し、クルマと公共交通の使い分けについて考えてもらい、意識変革を促す。