佐賀県地域公共交通活性化協議会
(19/01/11)

名古屋大学大学院環境学研究科・附属
持続的共発展教育研究センター

地域公共交通のアピール力を増す方法

～「魅せ方」を変えることで
使いやすくなることがあり、
「見せ方」を考えることで
改善につながることもある～

地域公共交通プロデューサー
名古屋大学大学院環境学研究科教授
国土交通省交通政策審議会委員
加藤博和

地域公共交通の「あいうえお」

ありがたい (あることが難しい)

いきがいづくり (健幸)

うんてんいらず (安全安心)

えんのしたのちからもち (肝腎かなめ)

おでかけ、おもてなし (住んでよし、訪れてよし)

「外患」と「内憂」

- **よく言われる「衰退の理由」：モータリゼーションと少子高齢化。そして運転士不足**
  - → **公共交通がなくても暮らしていけるようになった**
    むしろ、公共交通だけに頼っていては不便
  - → **しかし、それだけが原因か？**

- **影の (重要かつ深刻な) 理由：公共交通は旧態依然、十年一日 (世の流れについていけていない)**
  - → **根本は土地利用=交通政策だが、そこに行く前にやるべきことがたくさんある (やらないと次に進めない)**
  - → **そこに、巻き返しの可能性がある**

ここがヘンだよ　バス事業「七不思議」

日本バス協会バス活性化シンポジウム（2003.9.25）で使用したスライド

1. お客様を待たせることを当然と思っている
   (しかも多くの場合、待つ環境は劣悪。劣等感さえ感じる)
2. 遅れるのはしかたないとしても、お断りやおわびがあまりない
   (嫌な気持ちになったお客様は二度と戻ってこない)
3. 従業員の方が偉そうにしていることが多い
   (中年男性の座ったままの応対は自然とそう見える。運転手とお客様との圧倒的な情報格差。お客様はドキドキしながら乗っている。営業所が「営業」所になっていない)
4. 降りるまで値段が分からないことが多い
   (回らないすし屋よりひどい。運賃が上がるたびにドキドキするスリルを味わう)
5. お客様や現場の不満がほとんど改善されていかない
   (「言ってもムダ」状態。労働集約型産業の強みを生かせず)
6. わざと隠しているのではないかと思うくらいPR下手
   (「メニュー」であるはずの停留所掲示が見にくく分かりにくいのはなぜ。お客様は勝手に集まってくると思っている？)
7. 社長が自社商品を使っていないことが多い
   (競合他社どころか自社路線さえ説明できなくて恥ずかしくないのか？)

※ そして何よりも致命的なのは「普通の商売では考えられないことばかりなのに、バスの場合『これで当たり前』とみんなが思い込んでいる」こと
→ 「15年たった今も新鮮？」とはどういうことか！

某県庁所在地の
バス停・バスターミナル
これでわかってもらおうとする
こと自体無謀ではないか

地域公共交通は「一見さんお断り」？

- 本当に不便な場合も多い
- しかし、それほど不便でないのに、単に知られていないだけ、ということもある
- いつでも、どこへでも行ける自家用車と違い、公共交通は特定の時間・行先にしか利用できない
- しかし、場合によってはそれなりに使えるのに、それが認識されていない
- あるいは、たまに使いたい、環境のために使いたいと思っても、使い方が分からないという人もいる

→ 「使い方が分かるようにする」ことが重要
（某バス会社社長：路線バスは「不便」でなく「不安」）

→ いま金をかけないでもやれることは多数
もちろん、それだけでは限界もあるが‥

公共交通は わかりにくいことで客を逃している

～モータリゼーション・少子化のせいにするな！～

- クルマは既に半自動時代
  - オートマで運転は楽
  - カーナビに従って運転すれば目的地に行ける
  - ITS推進で、事故防止も渋滞回避もエコドライブも進む
- それに比べ、いちいち調べないといけない公共交通は面倒極まりない
  - 鉄道でさえわかりにくいのに、バスではお手上げ
- そもそも、案内が貧弱（分かりやすくする気がない？）
  - 一見さんお断り？
  - 「輸送」＝”乗せてやる“。クルマがなかった時代の発想
  - せっかく改善しても、利用者に伝わらなければ意味がない

公共交通利用促進ネットワーク since 2002

■目的：利用者と事業者・行政との間に立つ

公共交通の「メニュー」である「路線」「ダイヤ」を利用者・市民に理解してもらえることに資する活動

活動を通じて「利用者にとって必要な案内とは何か」を追求

■メンバー・組織：ボランティアで自由に活動

本業の傍ら、余暇時間を利用して活動

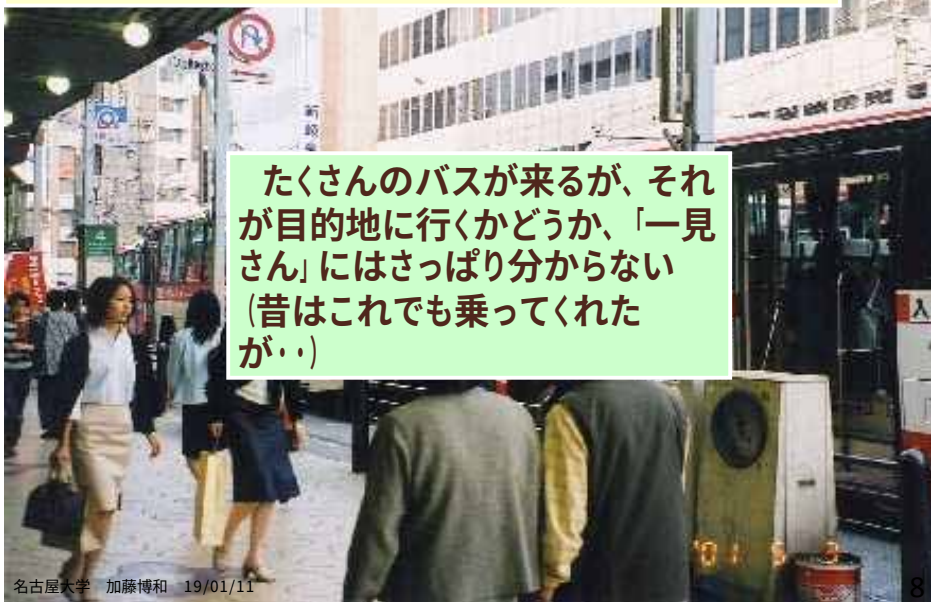
任意団体。依頼の場合、実費以上の費用は求めない

組織内に上下関係はない

各メンバーが「やりたいことを」「やれる範囲で」行うことをモットーに、通常は個々で活動

必要に応じて、互いに連絡、協力、分担して活動する場合も「裏方」である

名鉄岐阜（旧・新岐阜）駅前　バス市内線4番のりば（2001年）



岐阜の路線バス網が抱えていた問題
-全国の地方都市と共通-

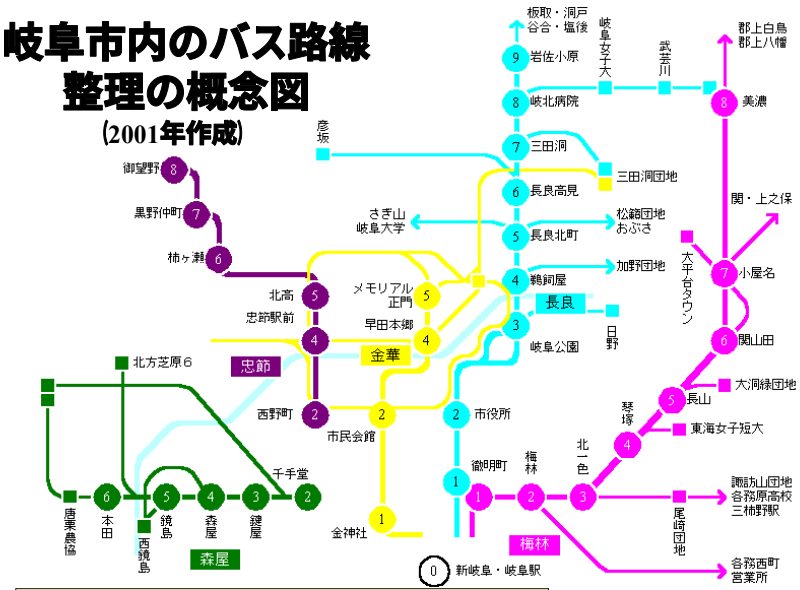
1. 名鉄岐阜・JR岐阜駅ターミナルの分散と待機スペース不足
   多くがスルー路線とならざるを得ない
2. 路線・系統が「複雑怪奇」
3. 都心部から郊外部に直行する形態の路線がほとんど
   大型車両が郊外の閑散地域まで運行せざるを得ない
4. 3事業者（岐阜バス／岐阜市営／名鉄バス）時代の路線を引きずっている
5. 案内システムが不十分かつ非統一
   系統が複雑すぎて統一的な案内を作るのが困難とも言える
6. 主要な通りで本数過剰。昼間でもダンゴ運転発生
7. 道路が貧弱。走行環境が悪い
8. 定時性が確保されず

→ 新規顧客を創出できず、将来的な収益性悪化が懸念
　岐阜市は路線再編を計画。しかし事業者は受け入れず

路線再編などはムリだが
案内の改善なら我々でもできる

- 名鉄岐阜・ＪＲ岐阜など主要停に**バス路線・のりば総合案内板**が整備されていない
- **バスマップ**など、路線網案内用のチラシが準備されていない
- **系統番号**、**経由地表示**など、案内をわかりやすくするコンテンツが統一されていない
- ※系統番号(記号)：岐阜バス・・ひらがな(一部路線のみ)、旧市営・・数字、旧名鉄・・なし　→　これはこれでわかりやすいが・・
  - 予算がなくとも変えられるはず
  - だが、岐阜は系統が複雑なので、一筋縄ではいかない
  - やれることから取り組むことに
    「岐阜市内のバスを利用しやすくするプロジェクト」
    とりあえずインターネット上で
    → まずは、事業者の代わりにHPで時刻表を公開

岐阜市内のバス路線整理の概念図
（2001年作成）



再編せずとも、案内をきちんと行えば、わかりやすくなるのでは？

Designed by Tatoe

2008年4月、行先番号導入（7年かかる）

国土交通省

乗合バスの運行系統のナンバリング等に関するガイドライン（概要）

2018年10月

【1. ガイドラインの適用範囲】
- 新規に系統番号を導入する場合や、既存の系統番号の改良を行う場合、本ガイドラインに準拠することを推奨。

【2. ナンバリングの対象とする運行系統】
- 市区町村の行政区域に拘らず、生活圏・交通圏単位で検討することが望ましい。
- 一般路線バスに限らず、予約が不要で一般路線バスに準じた運行形態の空港アクセスバスやコミュニティバスも対象。
- 予算の制約などにより、全ての運行系統の対応が困難な場合は、例えば、訪日外国人旅行者や日本人旅行者の利用が多い運行系統を優先するなどの対応が考えられる。

【3. 系統番号に使用する文字及び桁数】
- 「アルファベット＋数字」又は「数字のみ」によって表現（漢字、ひらがな・カタカナ等は原則として使用しない）。
- 大都市圏を除き、アルファベットと数字の組み合わせの場合は4桁以内、数字のみの場合は3桁以内のできるだけ少ない桁数で表現。
- 既に「漢字＋数字」のナンバリングが実施され、利用者に浸透している場合は、例えば、周知期間を十分に確保した上で、計画的・段階的に新たな系統番号への切替えを実施する、「アルファベット＋数字」の系統番号を併用する等の対応が考えられる。

【4. ナンバリングの設定ルールの検討】
- 系統番号を設定する場合は、地域の公共交通網の現状及び今後の見込みを踏まえ、当該地域共通のルールの下で、他の運行主体と番号が重複しないよう、個々の運行系統に系統番号を付与。

【5. ナンバリングの検討体制】
- 地域公共交通活性化・再生法の法定協議会等を活用し、関係する運行主体を含めた検討体制を設けることが望ましい。

【6. ナンバリング等に必要な予算や人手の確保】
- 費用や労力の面で関係者に過度な負担が生じないよう、ナンバリングの実施時期をダイヤ改正のタイミングに合わせるなど、負担の軽減に向けた工夫を行う。

【7. 運行系統のナンバリングと併せて実施すると効果的と考えられる取組】
- 「どのバスに乗れば良いかわかりにくい」、「バス乗り場がわかりにくい」といった不満を解消するためには、バスに乗るために必要な情報を総合的に案内することが必要。そのため、バスマップの作成や、シンボルカラーの導入、ピクトグラムの付記、多言語表記、ホームページのレイアウトの見直し、経路検索サイトや地図情報アプリへのデータ提供、Wi-Fi環境の整備等の取組を推奨。

ようやく国も我々の動きに追いついてきた

2007年3月、JR岐阜駅北口バスターミナル供用開始 それまで分散していた駅周辺のりばがすべて集約

Photo rosenzu.com

案内ワーディング統一

•JR・名鉄岐阜駅BTの各のりばへの系統割り付けを、行先番号（つまり方面）と整合
•車両LED方向表示、停留所看板・時刻表・系統図、総合案内板、配布時刻表・バスマップでの、経由停留所統一および行先番号表示

→ ***その後、行先番号ルールが路線再編ルールに発展***

→ ***複雑な路線をどう案内するか***から
案内のしやすい路線にどう変えていくか、へ展開

→ これによる***幹線の明確化***が、
連節バス導入や***幹線・支線システム***につながる

岐阜市内バスマップ

最新版：2018年10月発行（第27版）　*http://www.rosenzu.com/gifubus/*

このマップによって
岐阜の公共交通再編が
進んだ

- 岐阜市総合交通協議会（法定協）が発行
- 市・事業者・支局が協力
- 公共交通利用促進ネットワークが作成

その他、幾つかの事業者・コミュニティバスの路線図作成に協力
- 事業者・行政提供データと独自調査データに基づく
- デザイン・構成は自前
- 依頼元に作成原稿を渡すまでを担当（印刷・配布は依頼元）

バスのりば案内看板

Photo rosenzu.com

JR岐阜駅コンコース

名鉄岐阜駅前（公道上）

個人グループの活動がここまでに至るのは極めてまれ
•改正時に対応することがモットー
→ データの早期取得が可能（自分たちのサイトへ）
→「案内しやすさ」の観点から、のりば割り付け等へ意見を出し、反映されることも

「乗って楽しい」「降りても楽しい」公共交通

（例1）総合病院乗り入れは「路線バス勝利の方程式」
しかし、本当にいいことなのか？
→ 高齢者は病院しか行くところがない？（でかける口実がつくれない？）
（例2）商店街から要望を受けて路線を引いた
これは、本当にいいことなのか？
→ 商店街が何も努力しなければ共倒れになる

- 公共交通づくりは、集まりたい場所づくりとセットであるべき（商店街・産直・ショッピングセンター、図書館・生涯学習施設、温浴施設、コミュニティカフェなど）。

→ それによって「おでかけ」が楽しくなり、「くらしが」「地域が」楽しくなることが本当の付加価値

利用者（ニーズ）起点でのカイゼン

見える化

↓

魅せる化

↓

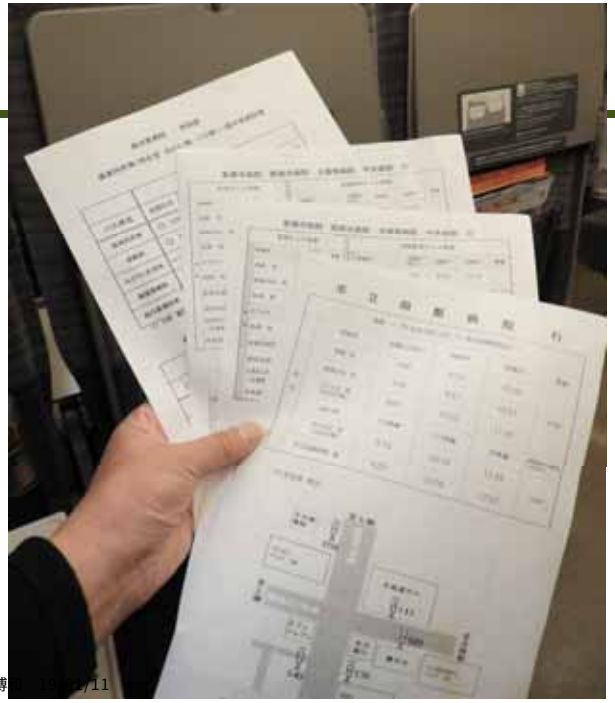
見直す化

「見える化」公共交通に気付いてもらう

岐阜県中津川市　高校通学用時刻表（2018年10月版）

- 高校生はもちろん、中3生にも配布し、進学の参考にしてもらう
- 乗り方が分からない人が多いのでそれも解説

ターゲットに合わせた情報提供で訴求力を高める



「魅せる化」公共交通って便利そう！と思わせる

- 八戸市および周辺地域では、上限運賃・中心街ターミナル整備・バス案内改善に加え、「行先との連携」によるおでかけ提案も進めている

「見直す化」公共交通をどんどんよくしていく！

利用者に訴求するキャッチフレーズを意識したコンテンツ見直しとメディアでの訴求。「便利になったな！」と思わせる。

常に利用者目線：ターゲットを明確に

- TPOに応じたコンテンツ設定を考える
  時間帯(Time)、場所(Place)、場合(Occasion)
- コンテンツをどうメディアに載せるか？
- 必要な情報を厳選し、キャッチーに提示するには？（キーワード、コピー、・・・）
  ※CMや通販番組など、参考になるもの多数

→ いまの路線網の「魅せ方」を変えるだけでもかなり改善の余地があるが、それだけでは間に合わないことも多い

→ 「魅せ方」を考えることから、路線網を見直すことにつながる場合も（岐阜市の例）

「見える化」「魅せる化」「見直す化」は三本の矢

- 「魅せる化」がない「見える化」…魅力がなければ、なかなか使ってもらえない
- 「見直す化」がない「魅せる化」…その時は良かった取り組みも、いずれニーズからずれ、やがて使ってもらえなくなってしまう
- 「見える化」がない「見直す化」…サービスを改善しても、そもそも多くの人に知られていなければ、使ってもらえない

では、この取組をだれが進めるか？

持続可能な地域公共交通網形成に関する努力義務
（地域公共交通活性化再生法４条、2007年10月施行）

1. 国：情報の収集・整理・分析・提供、研究開発の推進、人材の養成・資質向上
2. 都道府県：市町村の区域を超えた広域的な見地から、必要な助言その他の援助を行う。必要があると認めるときは、市町村と密接な連携を図りつつ主体的に地域公共交通の活性化及び再生に取り組む
3. 市町村：関係者と相互に密接な連携を図りつつ主体的に地域公共交通網の形成に資する地域公共交通の活性化及び再生に取り組む
4. 公共交通事業者等：旅客運送サービスの質の向上、地域公共交通の利用を容易にするための情報提供・充実

この法律ができて11年以上たつのに、まだできないなら怠慢でしかない！

おでかけ環境の「調整」「組織化」
「欠損補助」「委託運行」でない『自治体の主体的役割』

- 「おでかけ」確保戦略の確立
  - 「地域の一体感」「住民のQOL向上」「訪問者の利便性確保」のためのネットワークづくり
  - 「担い手」は問わない（いい担い手が出てくるしくみこそ「戦略」）
- 交通ネットワークの維持発展
  - 結節点整備（停留所、ターミナル、駅広、P&R・K&R）
  - 共通運賃・共通案内等のソフト的シームレス化
  - 事業者間の調整・連携の模索（調整・意識共有の「場」づくり）
- 各交通システムのサポート
  - 「適材適所」となる運行手段のコンサルティング
  - 「戦略」に適合する交通機関の公認・広報・案内
  - 「担い手」となる事業者・NPO・住民組織の側面支援

これを書いたのが「地域公共交通網形成計画」

公共交通事業者に必要な3つの力

・企画力
- 「交通事業の常識は世間の非常識」を出発点に根本見直し
- 固定観念を覆す新たな商品開発
- 現場を持つ労働集約型産業の強みを生かしたマーケティング
- 企画実施と安定顧客獲得に必要な、地域とのコラボレーション

・提案力
- 「一皮向けた」商品のPR
- 新企画の仕掛け役
- 地域活性化への取り組み
- 「地球にやさしい公共交通が走る」まちやライフスタイル提案

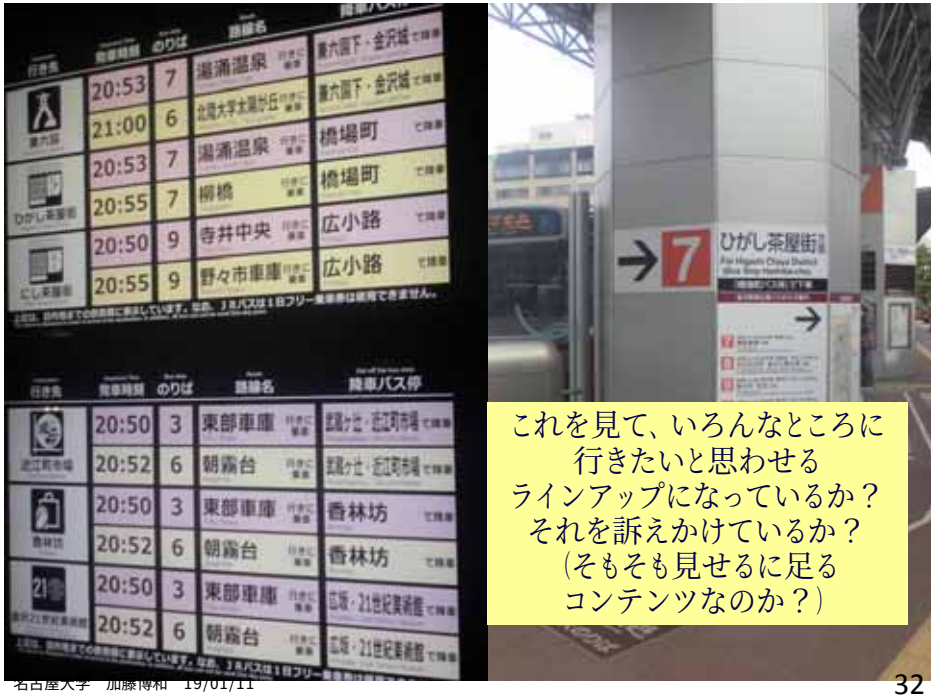
・サービス力
- 「心地よい移動」をどう提供するか

地域公共交通のサービス内容への認識を規定するコンテンツ（内容）とメディア（媒体）

コンテンツ
- 路線（行先と経由地）
- ダイヤ（静的／動的）
- 乗降施設
- 車両
- そして、運賃

メディア
- 停留所・・公認の屋外広告物！
- 車内アナウンス・表示
- 看板・掲示・サイン
- 方向幕
- 配布物
- 案内所
- インターネット

→ どう見せるとわかって、納得していただけるか？
いや、むしろ、わかってもらえることを意識して
コンテンツをつくるべきでは？



これを見て、いろんなところに
行きたいと思わせる
ラインアップになっているか？
それを訴えかけているか？
（そもそも見せるに足る
コンテンツなのか？）

のりば割付を事業者別から行先別へ

「わかりやすい」ようにコンテンツを組み直す

- **何に使えるか思い浮かぶようにする**
  - 愛称より<u>キャッチフレーズ</u>が大事
  - 基本<u>コンテンツ</u>（系統・ダイヤ・乗降施設・車両）を「分かりやすい」「キャッチフレーズがつくれる」ようにつくりこむ（ヘッドダイヤ、目的が分かるダイヤ）
  - <u>路線名・行先名で訴求</u>させる（ような路線にする）
  - 車両やシステムを先に決めてからコンテンツをつくるのは最悪
  - <u>メニュー</u>が大切（ゴチャゴチャ書かない。売りを明確に示す。停留所に大書すべきは「その停名」ではない）
- **ITS（インテリジェント交通システム）が広げる可能性**
  - 「お客様が知りたいこと」を提供できる情報案内システム
  - 「お客様が求めることをつかむ」運行・利用情報収集システム

乗る路線をどうつくり出すか？
-「一見さんお断り」から脱却するために-

- **ターゲット**を明確化する
  - その人たちにどんな生活をしてほしいか？
  - そのためにどんな「おでかけ」を担保すべきか？
- **基本コンテンツ**を磨き上げる
  - **系統、ダイヤ、乗降施設、車両**で決まるサービスレベル
  - それを**「お値打ち」**と思わせる運賃設定
- 分かりやすく、おしゃれで、**心に響く**訴えかけをする
  - 利用者の立場に立ったインタフェイス

公共交通網のジレンマ

- いろんなニーズに応えようとすると系統が複雑になる
- そうすると分かりにくくなり、路線網全体の生産性・効率性が低下
- 逆に、分かりやすく、かつ効率性を上げるためには、路線集約が望ましいが、不公平感が大きくなる

→ 「鉄道とバスの違い」はその典型

幹線・支線のメリハリをつけることで、利便性を高めながら費用・資源効率を高める

清水グリーンライン

(福井市、京福バス運行) 2011.10.1運行開始

従来：福井駅前と清水地域との間にバス3系統 (地域間幹線) があり、経路が異なる上、いずれも本数が少なく、欠損も大きかった

→ 県が市と協力して路線を大再編

- 幹線：大規模小売店舗「清水プラント3」を終点とし、福井駅前と結ぶ。30分ヘッド (地域間幹線として国県補助)
- 地域内：乗合タクシー「ほやほや号」を運行 (昼間デマンド) 清水プラント3で接続。更に地域主体型乗合タクシー「殿下かじかポッポー」も接続
- 乗継拠点：プラント3は乗降スペースとともに待合所を整備

※バスを乗継させるのは難しい。結節点はそれ自体目的地になるようなところが望ましい

参考：都道府県の関わり

1. 鉄道網の維持改善と、地域間幹線バス網計画（鉄道網の補完、高校・総合病院への足の確保など）
2. 各地域での一体的な路線網維持・再編（市町村界での分断を防ぐ）
3. 市町村の計画策定の支援、相互調整

- 市町村でできないことをやる
- 広域（生活圏）での公共交通の品質確保に努める（県が考える品質を明確化し、その担保に必要な路線を主体的に決め、守る）

統合型予約配車システムへ
～乗換検索・デマンド交通予約・タクシーアプリの融合～

- 複数の公共交通から手元の情報端末を用いて自動的に利用可能な手段・経路をリアルタイムで提示し、必要に応じて配車してくれるシステム
  → MaaS (Mobility as a Service)

導入のメリット

✓普段利用しない人でも分かりやすい
✓需要に応じた運行が可能
✓混載等による効率化が可能（相乗り等）
✓オペレーターを通さなくてよい（通してもよい）

車両の現在位置が把握できる

ボタン1つで予約・配車可能

実際の活用例

公共交通事業は「運送業」から、おでかけデザインを通じた「ライフスタイル提案型産業」へ

- 顧客満足(CS)
- 商品開発・企画
- 広報宣伝
- モニタリング・改善・PDCA
- そして、マーケティング・リサーチ

→ サービス業では当たり前の言葉。
しかし、従来の公共交通事業ではあまり聞いたことがない
技術革新・サービス向上とは無縁だったことが不思議

運ぶこと自体に付加価値はない
「公共交通という道具」を使って「ライフスタイル提案」を果敢に行う
（地域に根付く）コミュニティビジネスに脱皮しないと生き残れない
→ そのために「サービスとしてのモビリティ」（MaaS）発想が必要

公共交通確保維持改善　5つの鉄則
～答えは現場にある！現場にしかない！～

1. **目的の明確化**
   - 公共交通は持続可能なまち･人づくり、地球環境対応の手段
   - 現場･利用者起点。公共交通担当者は「ライフスタイル･クリエーター」
2. **適材適所**
   - 固定観念に縛られず、地域の顕在･潜在ニーズを「澄んだ目」で見る
   - 前例･迷信･外見･他地域の優良事例や自慢話に惑わされない
3. **一所懸命**
   - 地域の、地域による、地域のための「地産地消」型交通
   - お願い型･評論型から参画型･自律型へ。担い手を生み出す
4. **組織化**
   - 場づくり：連携･協働、必要十分な構成、行動が生まれる仕掛け
   - 方向性：調整（コーディネート）･企画･･･「戦略」確立が必要
   - バラバラではダメ。ネットワークでないと機能しない
5. **カイゼン**
   - 目的が明確であれば、評価基準も明確なはず
   - 徹底して現場･利用者起点に立つことこそよりどころとなる
   - 失敗を恐れるのでなく、対応を間違えないこと
   - 国の制度も下から意見を出してアップデートしていくべき

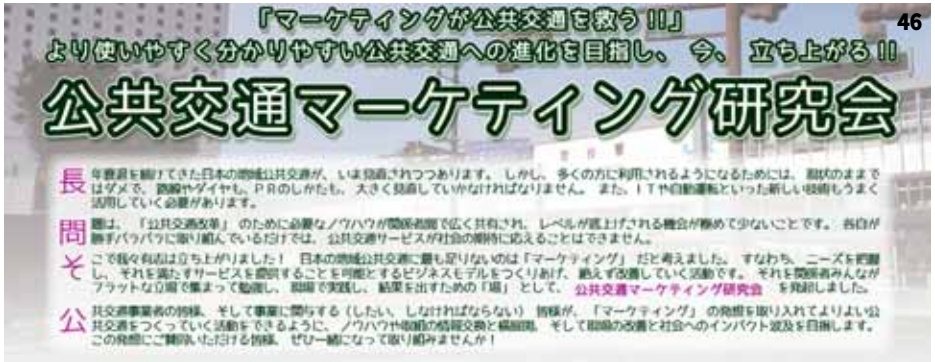
名古屋大学　名古屋大学大学院環境学研究科・附属 持続的共発展教育研究センター

加藤博和　検索

URL:
http://orient.genv.nagoya-u.ac.jp/kato/Jkato.htm

E-Mail: kato@genv.nagoya-u.ac.jp
facebook: buskato

公共交通戦略立案や路線バス網再編、鉄道存廃問題対応などに、各地の現場でボランティア参加しています。意識を共有できる方々とならどこへでも出かけて協力します！　ぜひ一緒に仕事しましょう！



第一回研究会『名古屋場所』

1/6時点での情報です

テーマ：「顧客志向を意識した駅･バス停における案内提示の方法を考えよう！」（仮）

- 駅･バス停で利用者が戸惑わず、また来ていただける、他の方にも広めていただけるような、**分かりやすい情報提供･案内の方法**をテーマとします。
- マーケティングの観点から、案内提示はどうあるべきかについて解説します。
- ネット活用やスマートバス停など、動的情報提供のあり方も扱う予定です。
- **実際のよい事例･悪い事例**を参加者が持ち寄り、多様な手法･アプローチを題材としながら、ワークショップ形式で、現場での実践を考えていきます。

日程：2019年2月23日(土)午後、　場所：名古屋大学東山キャンパス　環境総合館