

**おおたけ幹線バスの通勤利用に関する  
アンケート結果について**

**平成 22 年 3 月 29 日**

**大竹市地域公共交通活性化協議会**

# 目次

---

1.	調査の目的と概要	1
(1)	調査の目的	1
(2)	調査の概要	1
2.	調査の実施概要	2
(1)	調査手法	2
(2)	調査対象	2
(3)	調査の実施要領	3
(4)	主な質問項目	3
(5)	配布・回収状況	4
3.	調査結果	5
(1)	事業所および従業者属性	5
(2)	通勤費の支給方法（事業所アンケートより）	7
(3)	事業所の通勤手段に対する指導（事業所アンケートより）	7
(4)	通勤交通の実態（従業者アンケートより）	8
(5)	公共交通への転換可能性（従業者アンケートより）	11
(6)	通勤でのおおたけ幹線バス利用（従業者アンケートより）	13
(7)	環境意識と交通（従業者アンケートより）	17
(8)	その他：有料広告スペースへの興味（事業所アンケートより）	18
4.	通勤での公共交通利用に向けた課題	19

## 1. 調査の目的と概要

### (1) 調査の目的

大竹市では、昨年度策定した「大竹市地域公共交通総合連携計画」に従い、市域における持続可能な公共交通づくりに取り組んでおり、昨年 10 月からは、中心市街地を走行するコミュニティバス（「おおたけ幹線バス」）の実証運行が開始されるなど、具体的な事業も着実に進んでいる。

この「おおたけ幹線バス」は、高齢者を中心とした日常的な移動の支援を主目的として整備されたものである。しかしながら、当該バスの運行を持続させるためには、一定の利用者を確保することで、行政からの損失補填を抑制する必要がある。そのためには、できるだけ多くの属性、とりわけ多くの人々が動く通勤目的に対しても、バス利用を促すことを念頭におくべきといえる。

以上を踏まえ、本調査では、事業者や従業者に対するアンケート調査を通じて、今後の公共交通計画に活かすため、市街地部における通勤移動の実態を捉えるとともに、「おおたけ幹線バス」の通勤利用に向けた課題を把握することを目的とする。

### (2) 調査の概要

本調査の概要を以下に示す。

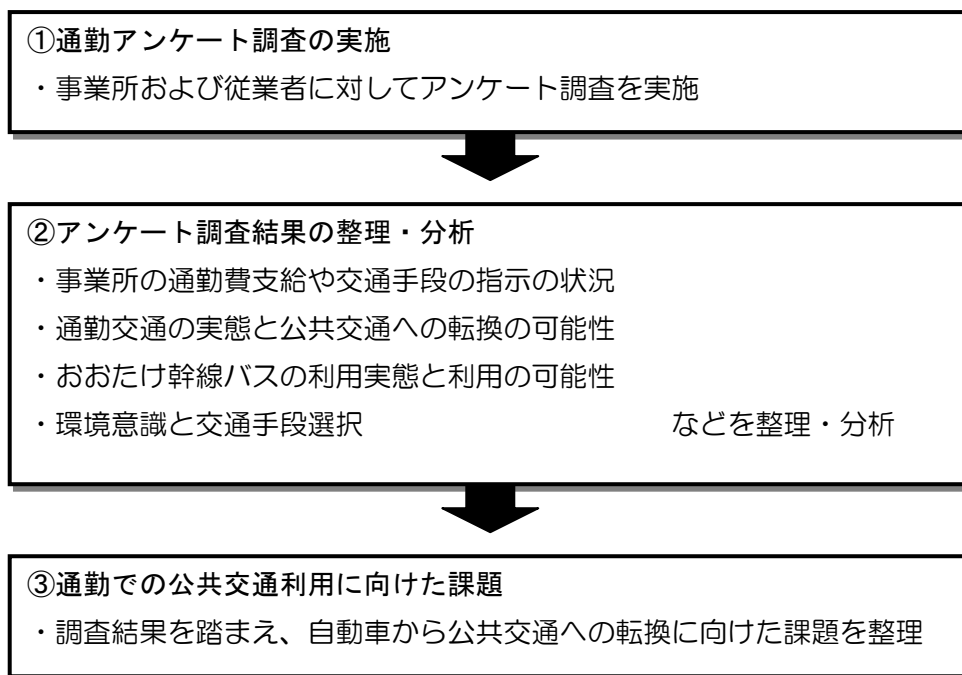


図 1-1 調査の概要

## 2. 調査の実施概要

### (1) 調査手法

「おおたけ幹線バス」沿線地域に立地する事業所、および従業者に対して、通勤交通行動等に関わるアンケート調査を実施した。その際、通勤者の公共交通利用を促進するため、MM（モビリティ・マネジメント）に資するツールの配布を行った。

### (2) 調査対象

「大竹市事業所名鑑（2008）」に記載されている市内の事業所のうち、既存の公共交通への転換が期待できる地域に位置しており、かつ従業者が5人以上（通勤を伴わない可能性がある自宅兼店舗などを除外するため）の事業所に調査を依頼した。

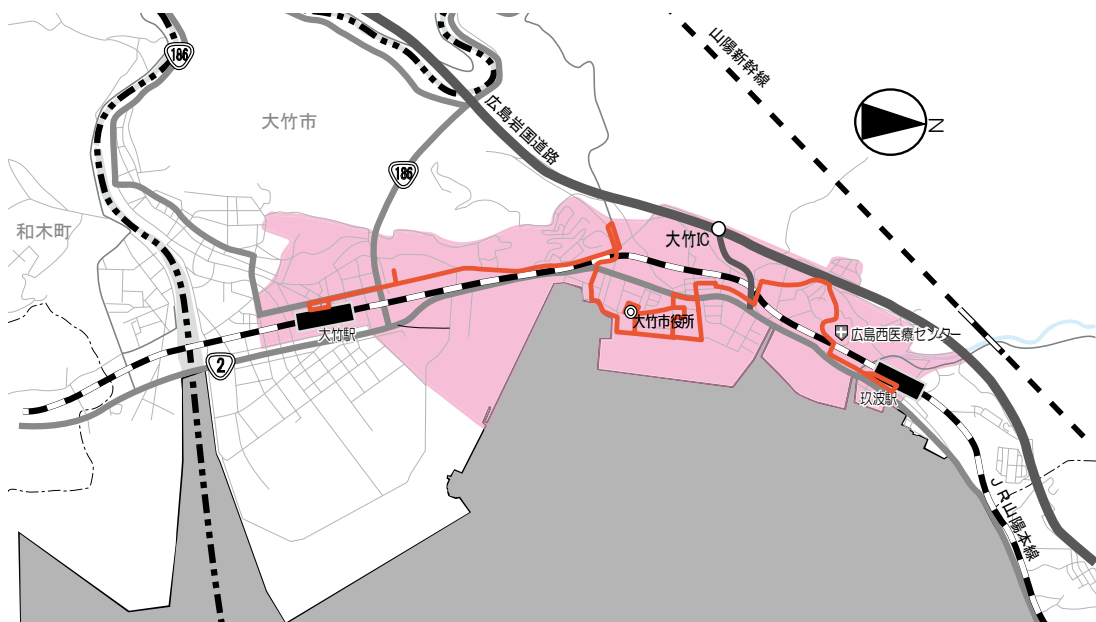


図 2-1 調査票の配布エリア

### (3) 調査の実施要領

#### ① 実施期間

- ・平成22年2月下旬～3月中旬

#### ② 配布・回収方法

- ・配布・回収は、宅配便で行った。
- ・事業所用の調査票、従業員用の調査票を合わせて、事業所宛で送付した。
- ・また記入した調査票は事業所内で集約して、まとめて返送頂いた。

#### ③ 配布物

- ・各事業所への配布物は、以下のとおりである。

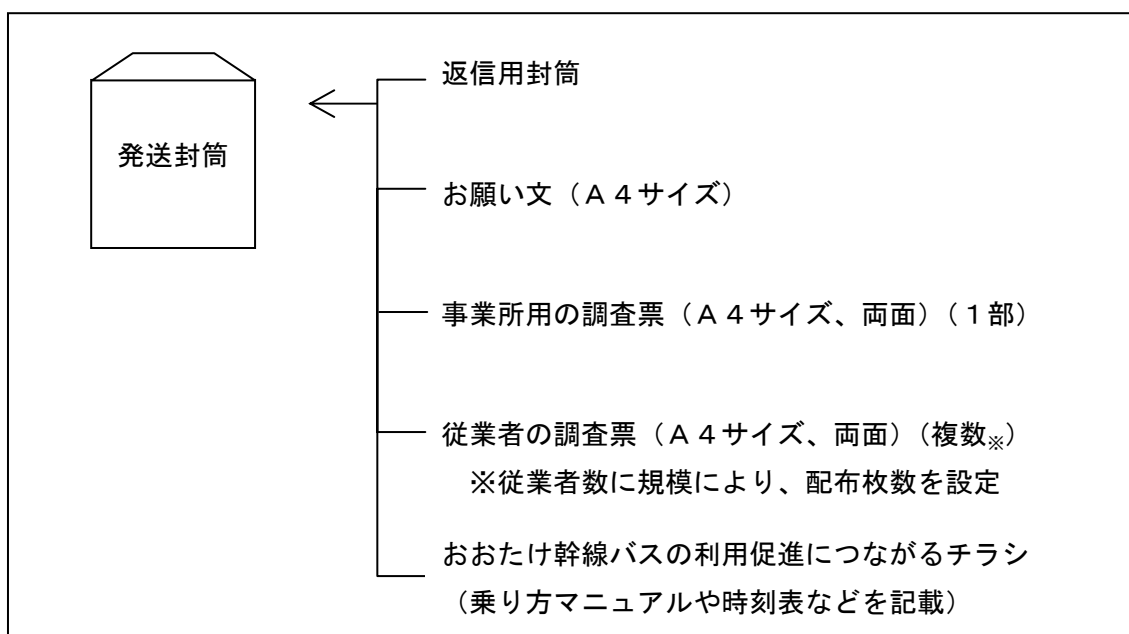


図 2-2 配布物

### (4) 主な質問項目

アンケート調査票は、次の事項の把握を念頭に設計を行った。

#### ■事業所への設問事項

- ア) 従業員の交通手段の割合
- イ) 通勤費用への補助制度の概要
- ウ) 通勤での公共交通利用を促す依頼・指導の有無
- エ) 通勤での公共交通利用を促すための方策 など

#### ■従業員への設問事項

- ア) 通勤の実態 (時間、交通手段)
- イ) 現在利用している通勤交通手段の問題点

- ウ) 特にマイカー通勤者に対し、車から公共交通利用への転換の可能性と理由
- エ) 特に、おおたけ幹線バスの朝便（増便）に対する利用意向
- オ) 環境問題に対する問題意識の程度
- カ) おおたけ幹線バスに対する要望 など

また調査票と合わせて、公共交通の自発的な利用を促すためのMM（モビリティ・マネジメント）に資するツールを配布した。

ツール（チラシ）に記載した内容は、以下のとおりとした。

- ア) おおたけ幹線バスの時刻表
- イ) おおたけ幹線バスの乗り方（利用ガイド）
- ウ) バスと車のCO<sub>2</sub>排出量の差

#### (5) 配布・回収状況

調査票の回収枚数と回収率は、下表のとおりである。

表 2-1 回収状況

	配布件数	回収件数	回収率
事業所アンケート	102件	49件	48%
従業者アンケート	2, 225件	996件	45%

### 3. 調査結果

#### (1) 事業所および従業者属性

##### ① 事業所の属性

回収した事業所属性を以下に整理する。

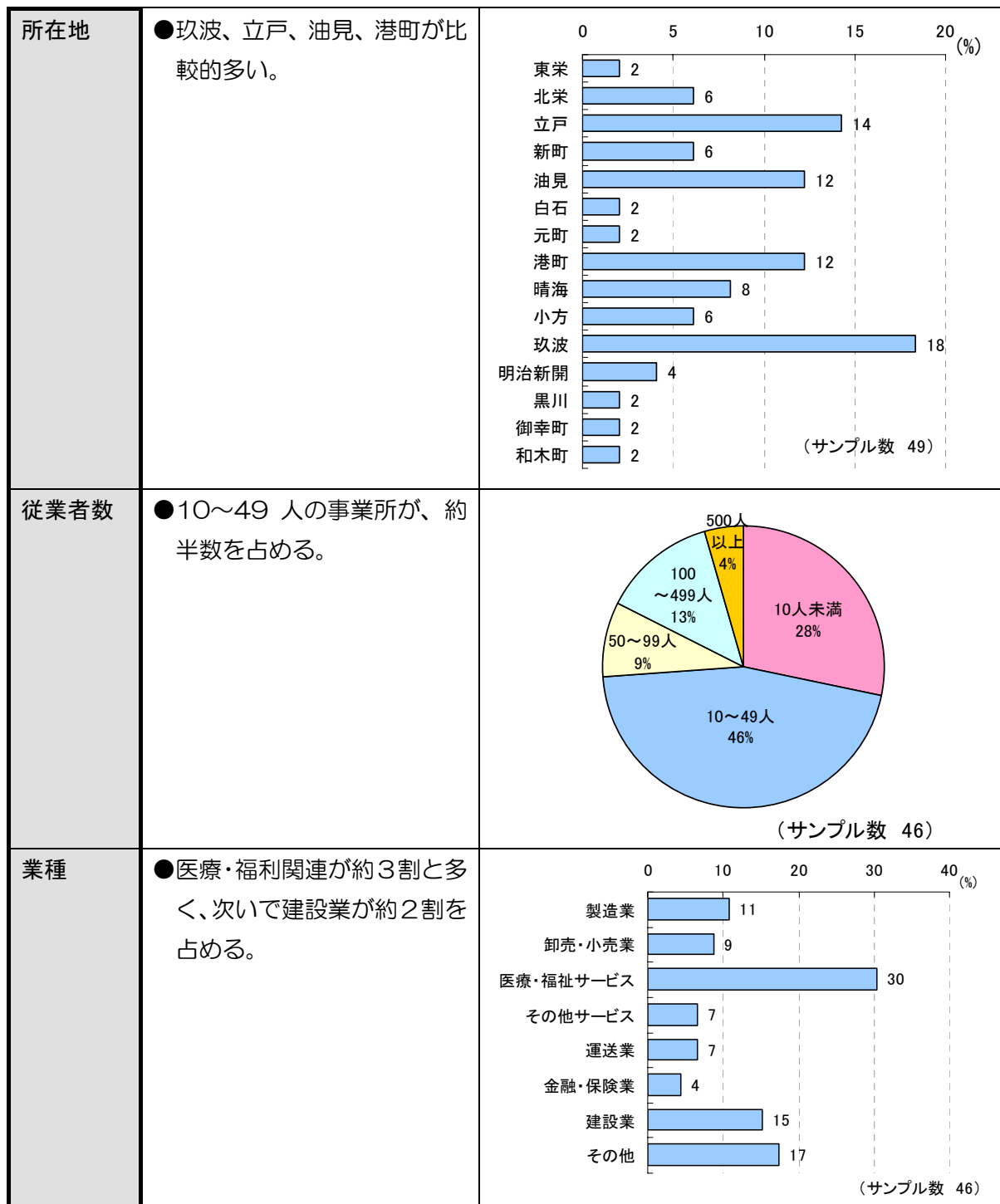


図 3-1 事業所サンプルの属性

※不明・無回答除く

② 従業員の属性

回収した事業所の属性を以下に整理する。

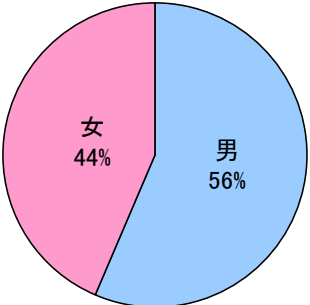
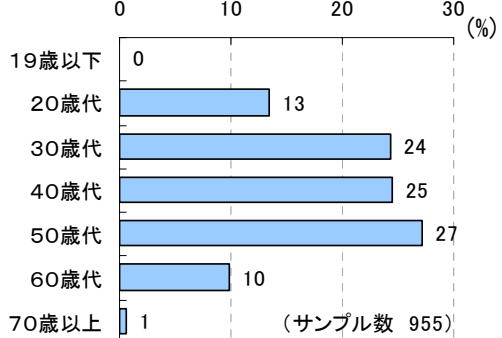
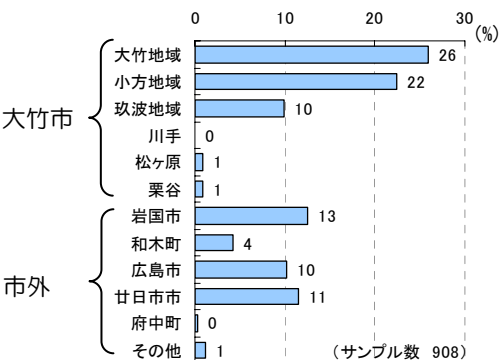
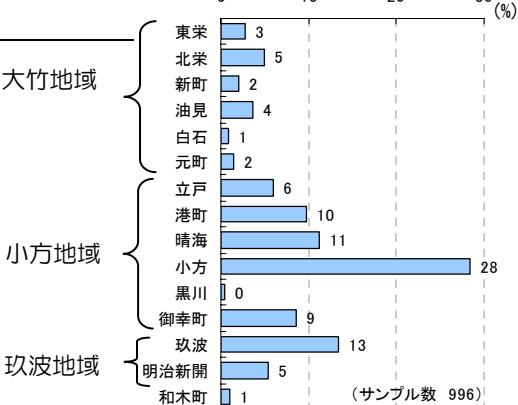
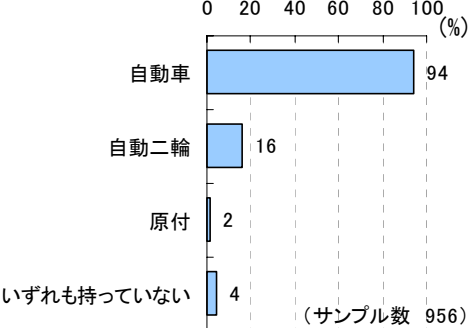
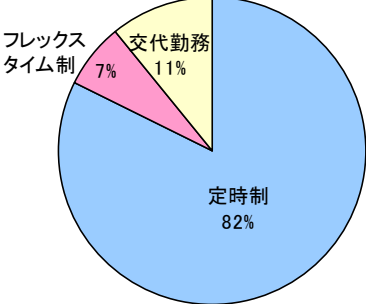
性別	年齢
<p>●概ね半々であるが、若干男が多い。</p>	<p>●30～50 歳が多いが、特定の年代への集中はない。</p>
 <p>(サンプル数 957)</p>	 <p>(サンプル数 955)</p>
お住まいの住所	所属する事業所の住所
<p>●市内在住が約半数。市外では、岩国市、廿日市市、広島市が多い。</p>	<p>●小方地域の事業所で従業する割合が高い。</p>
 <p>(サンプル数 908)</p>	 <p>(サンプル数 996)</p>
運転免許の有無	勤務体制
<p>●回答者の大半が自動車免許を持つ。</p>	<p>●定時制が約8割を占める。</p>
 <p>(サンプル数 956)</p> <p>※複数回答 (合計が 100%を超える)</p>	 <p>(サンプル数 935)</p>

図 3-2 従業員サンプルの属性

※不明・無回答除く

(2) 通勤費の支給方法（事業所アンケートより）

- 自動車での通勤に対しては、上限を設けて距離に応じた支給を行う事業所が約8割を占める。実費で支給する事業所は約1割である。
- 公共交通での通勤では、実費の支給が最も多く、約6割を占める。

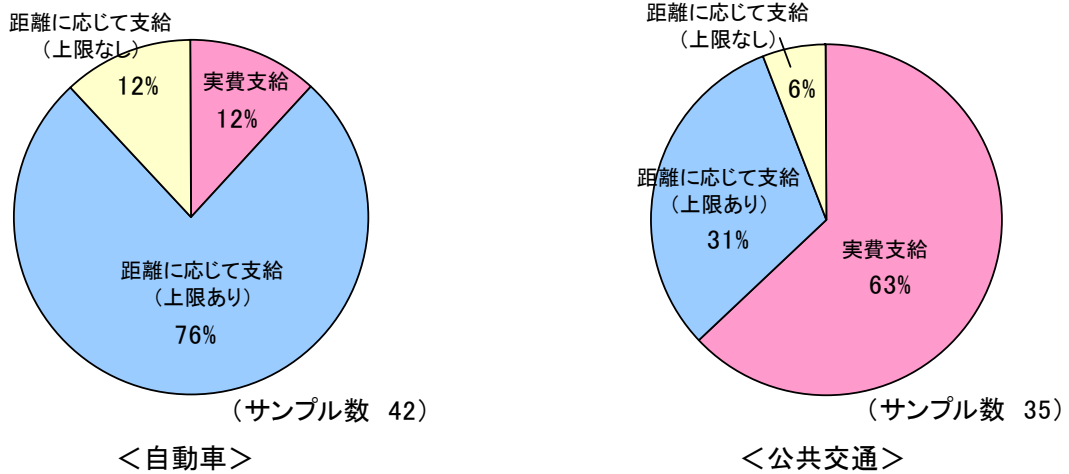
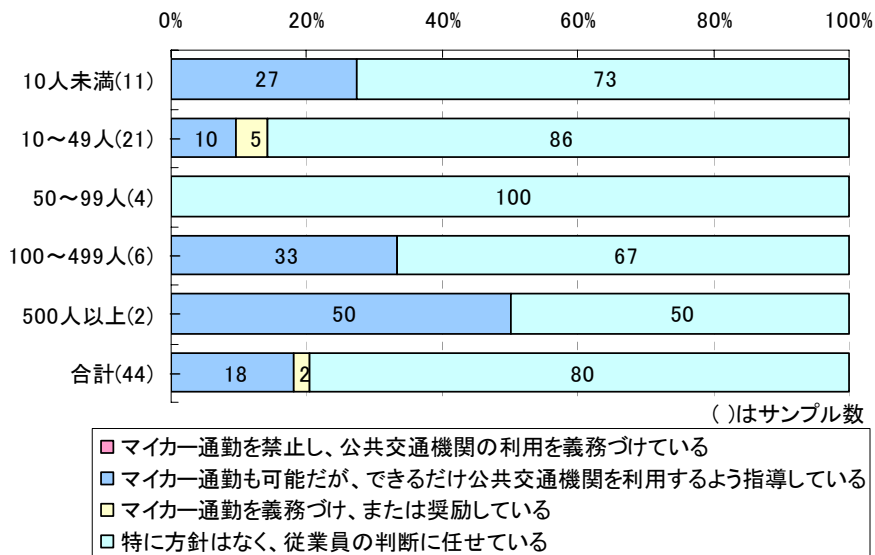


図 3-3 通勤費の支給方法 ※不明・無回答除く

(3) 事業所の通勤手段に対する指導（事業所アンケートより）

- 通勤手段に対しては、従業員の判断に任せる事業者が約8割を占める。
- 一方で、公共交通機関の利用を促す事業所も、約2割程度確認できる。



※不明・無回答除く

図 3-4 通勤手段に対する指導（事業所の規模別）

(4) 通勤交通の実態（従業者アンケートより）

① 交通手段の構成

- 自動車（自分で運転）が最も多く、約6割を占める。
- 公共交通を利用する回答者に限ると、多くが電車利用であり、おおたけ幹線バスの利用は約1%程度である。
- 出勤時の所要時間別でも、自動車（自分で運転）が概ね過半数を占めるが、60分以上に限定すると、公共交通を利用する回答者の方が多い。

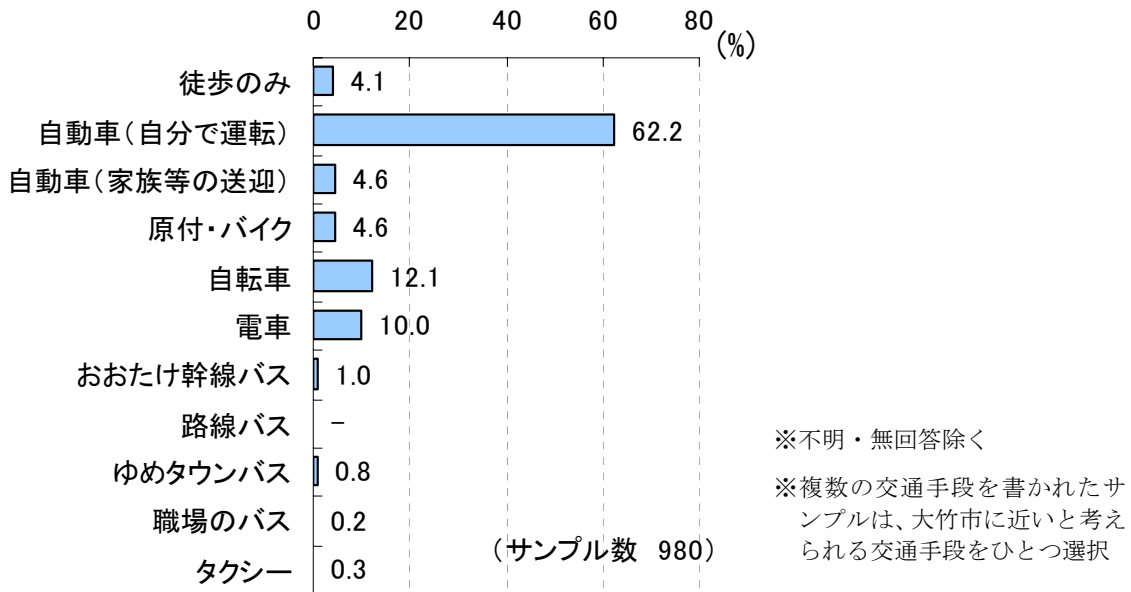


図 3-5 通勤手段の構成

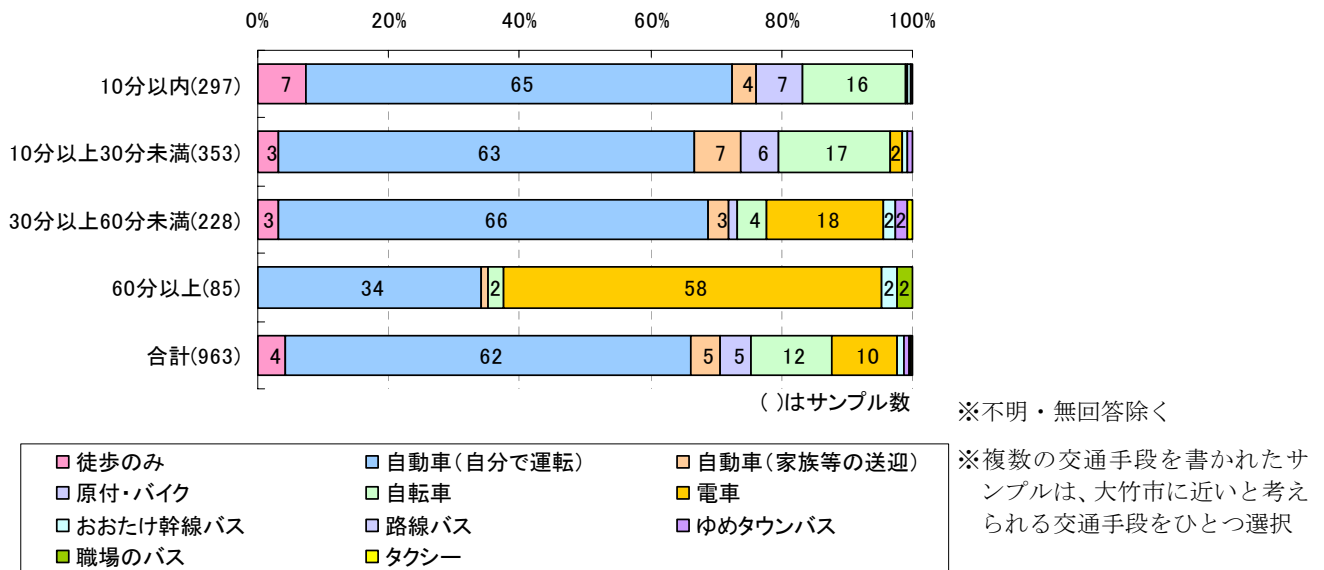


図 3-6 通勤手段の構成（所要時間別）

② 交通手段の問題

- 通勤手段に不便を感じたことがある割合は2割弱である。
- 特に公共交通の方が、不便を感じる割合が高く、約4割を占める。

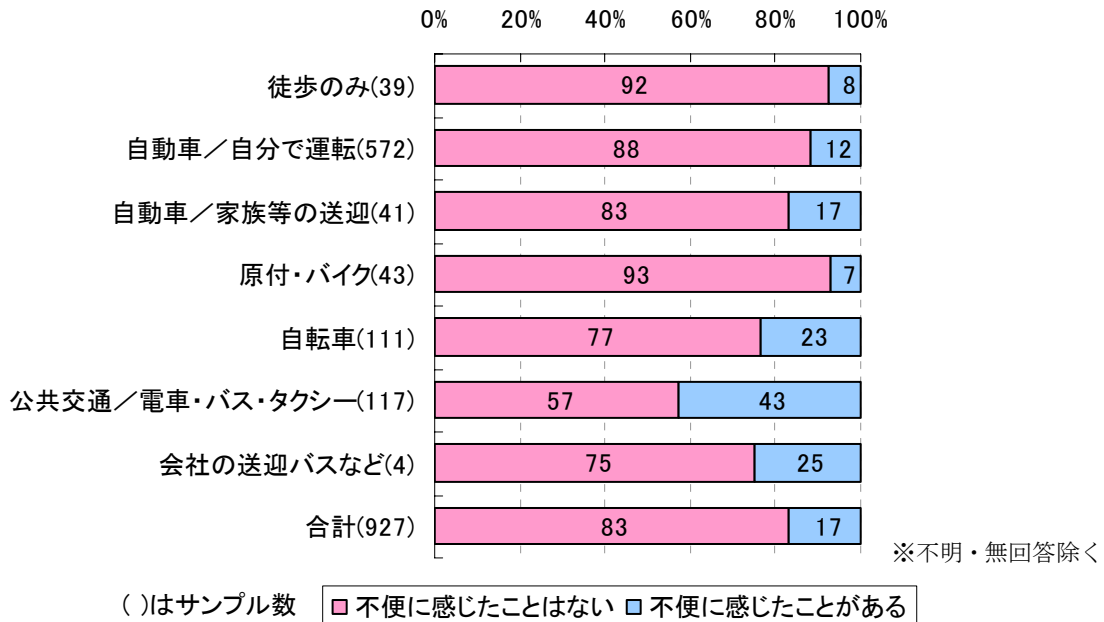


図 3-7 不便を感じる割合（交通手段別）

- 不便を感じる主な内容
- ア) 自動車利用
    - ・国道2号の交通渋滞（急な渋滞、予測できない渋滞）
    - ・駐車場代、ガソリン代が高い
    - ・飲み会がある日に利用できない
  - イ) 原付・バイク・自転車利用
    - ・雨天時の通勤が大変
  - ウ) 電車利用
    - ・様々な理由で、よく遅れる
    - ・便数が少ない
    - ・駐輪場が高い
  - エ) おおたけ幹線バス利用
    - ・JRとの乗り継ぎが悪い
    - ・帰宅時にはバスがない
- など

③ 交通手段変更の有無

- 自転車や原付・バイクの利用者は、手段を変更する人の割合が比較的高い。
- その理由としては雨や雪の日、他に用事があるときなどが挙げられている。

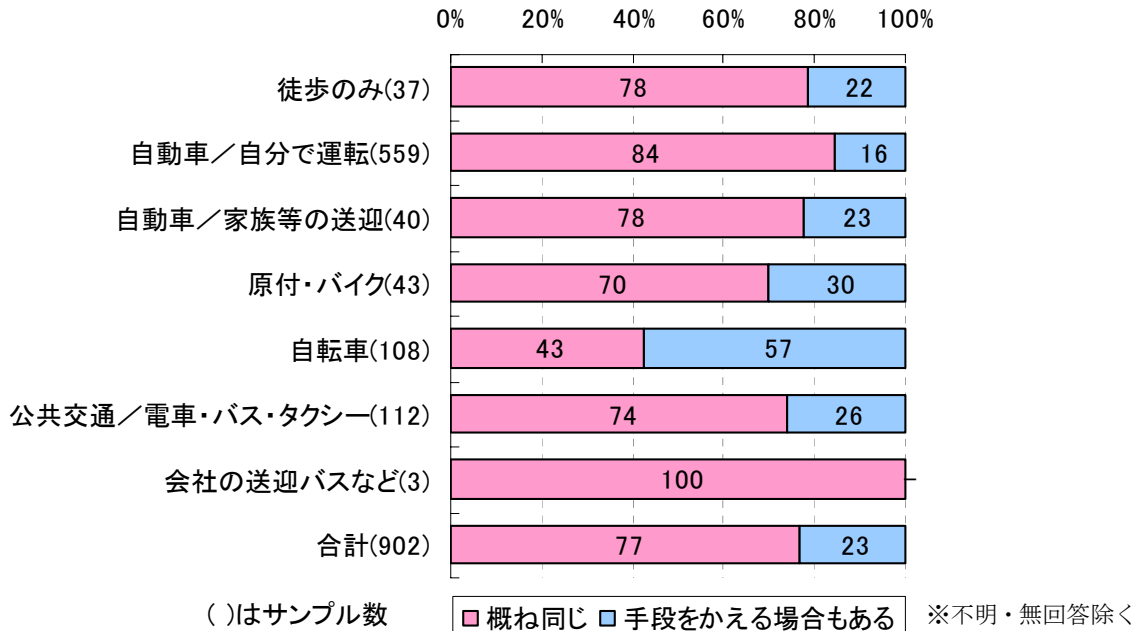


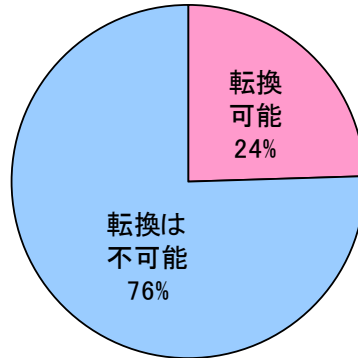
図 3-8 手段変更の有無（交通手段別）

- 主な変更の理由
- ア) 自動車利用
    - ・ 飲み会があるとき、飲み会の次の日
    - ・ 雪で渋滞、凍結とのき
    - ・ 家族の都度等で自動車が使えないとき
  - イ) 原付・バイク・自転車利用
    - ・ 雨や雪のとき
  - ウ) 電車利用
    - ・ 雨のとき、駅まで（駅から）の移動手段が変わる
  - エ) おおたけ幹線バス利用
    - ・ 他の用事があるときに、自家用車を利用
- など

(5) 公共交通への転換可能性（従業者アンケートより）

① 転換の可能性

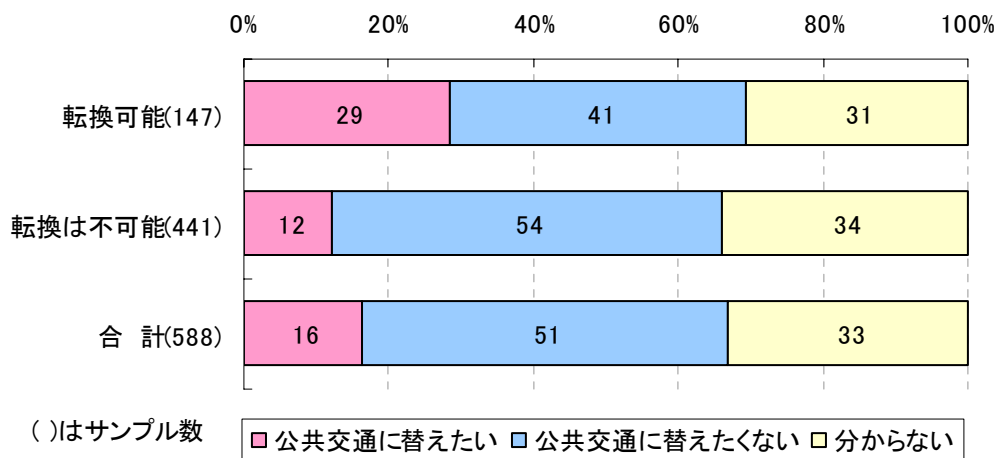
●自動車から公共交通への転換を可能と考える回答者は、概ね4分の1を占める。



（サンプル数 618）※不明・無回答除く

図 3-9 公共交通への転換可能性

●公共交通への転換を希望する回答者は約2割である。また、転換が可能な人のみに限定すると、公共交通への転換希望の割合は約3割を占める。



※不明・無回答除く

図 3-10 公共交通への転換希望（転換可能性別）

② 転換が不可能な理由

- 転換が不可能な理由では、自宅近くに駅やバス停がない、が最も多く、約5割を占める。職場近くに駅やバス停がないことを挙げる回答者も多い。
- また、職場の行き帰りに立ち寄りところがある、も約3割と多く、自動車の自由度の高さが手段の選択要因になっている。

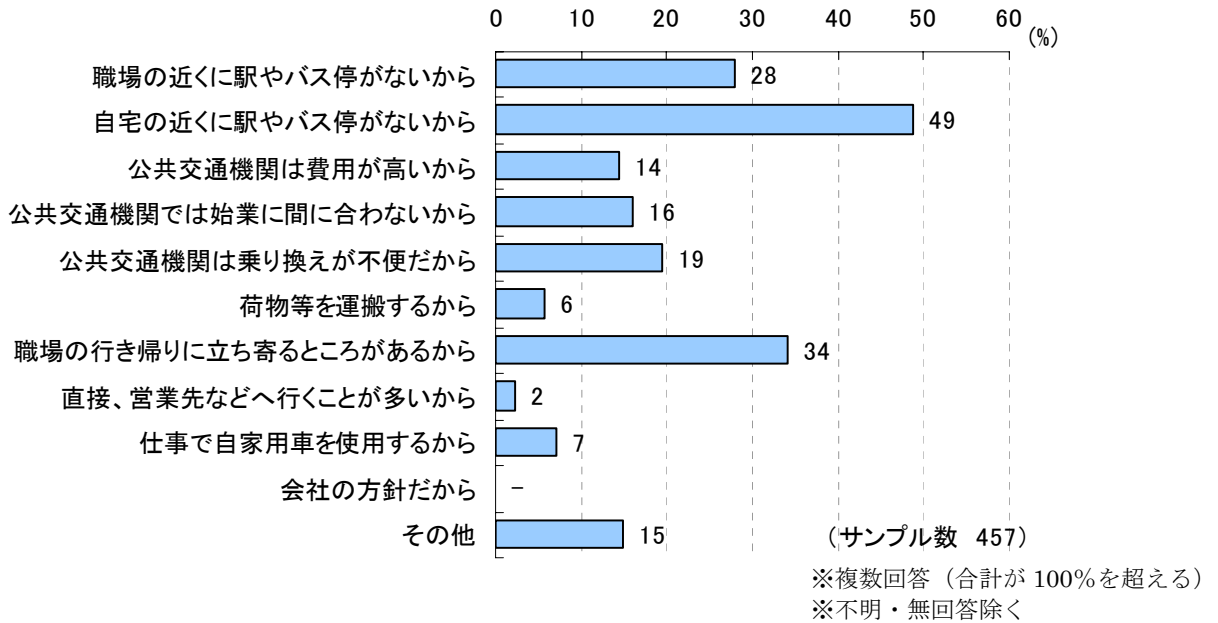


図 3-11 公共交通への転換が不可能な理由

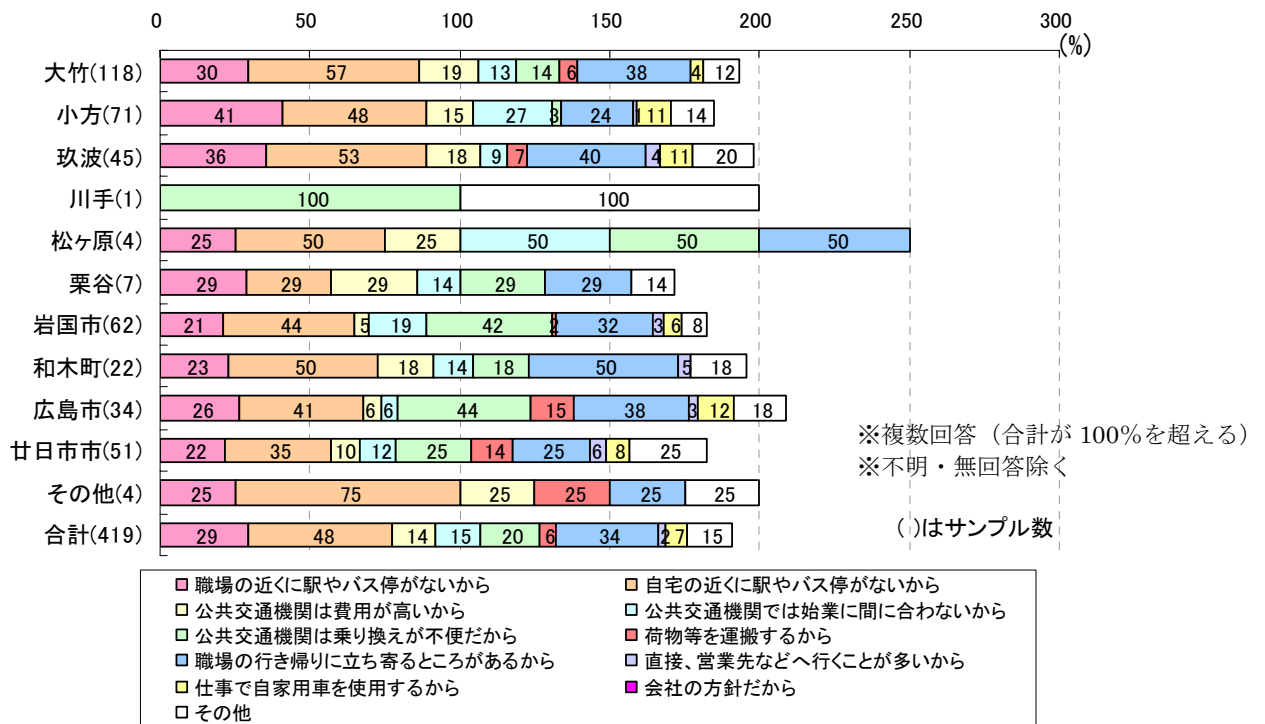
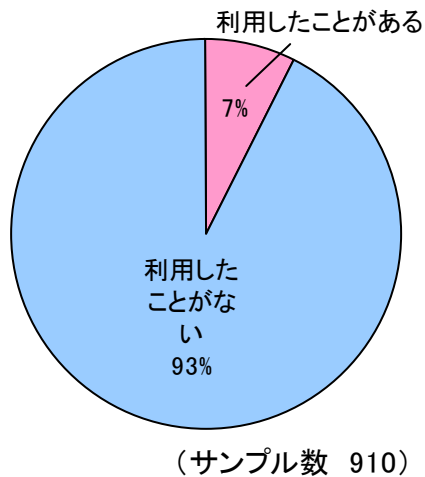


図 3-12 公共交通への転換が不可能な理由 (住まいの住所別)

(6) 通勤でのおおたけ幹線バス利用（従業者アンケートより）

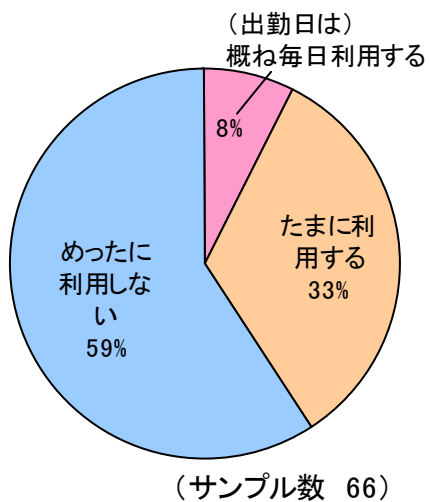
① 利用の有無と頻度

- 通勤で利用したことがある回答者は7%である。
- そのうち、毎日利用する人の割合は少なく、過半数がめったに利用しないと回答している。



※不明・無回答除く

図 3-13 通勤でのおおたけ幹線バスの利用



※不明・無回答除く

図 3-14 おおたけ幹線バスの利用頻度

② 不定期利用する場合の理由

● 毎日利用しない場合の利用理由は、飲酒を伴う日に利用する人が約半数を占めており、次いで雨・雪の日が約2割である。

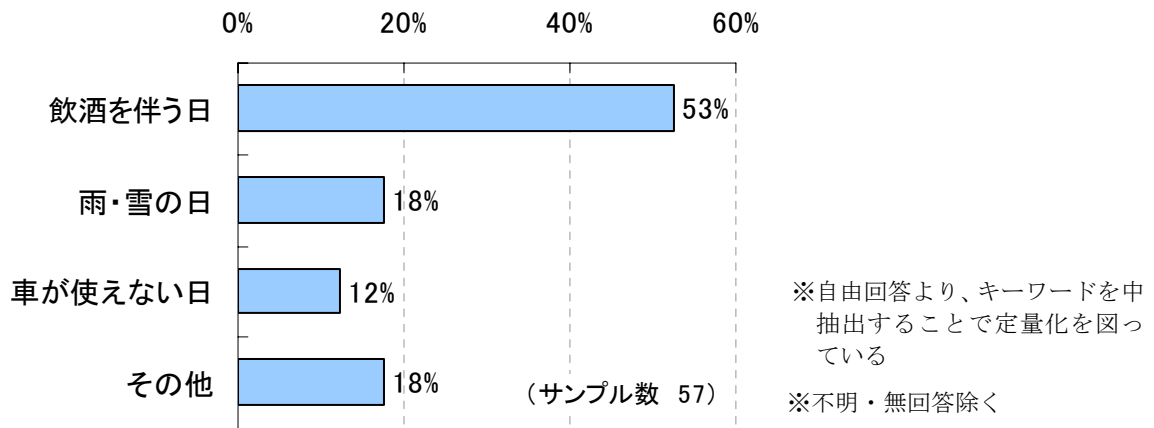


図 3-15 (毎日利用しない人が) おおたけ幹線バスを利用する理由

③ 運行サービスの変更による利用

● 運行サービスを変更しても、間違いなく利用するとの回答の割合は少ない。  
● ただし、人数をみると 10~30 人が利用すると回答している。  
● たぶん利用する、を含めると、変更内容によっては約3割が利用すると回答している。

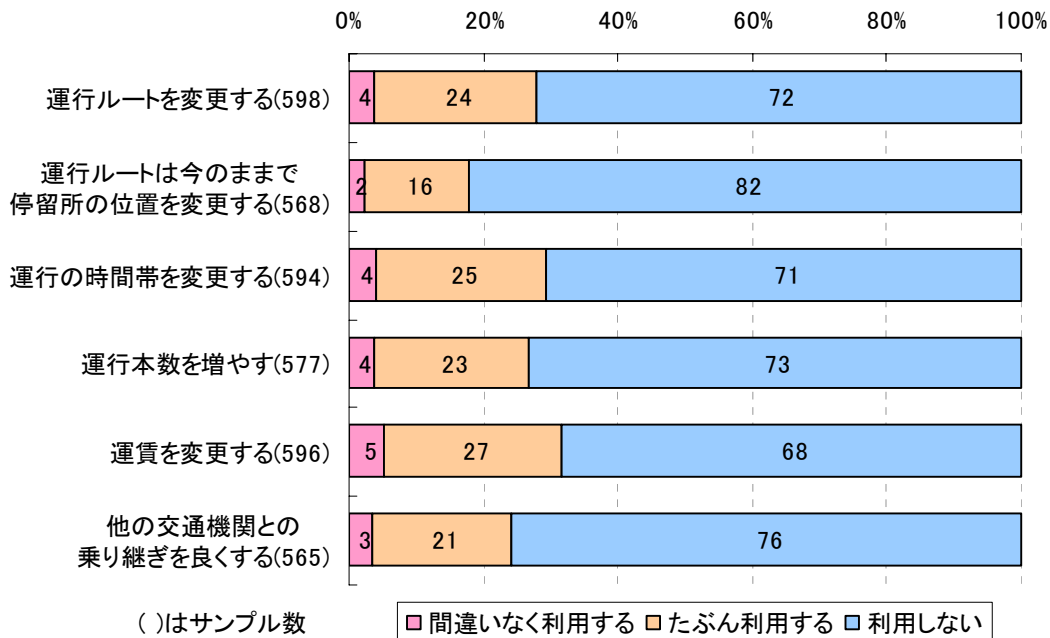
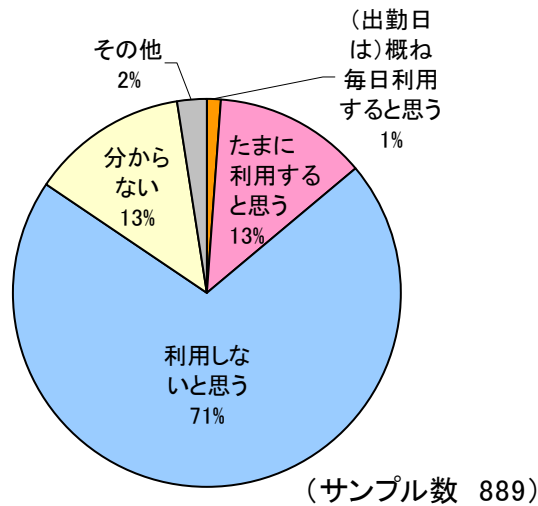


図 3-16 おおたけ幹線バスのサービス変更と利用意向

④ 朝の増便による利用意向

- 朝7時20分発を増便する場合に、毎日利用する人は約1%の9人である。また、たまに利用する人の割合は約1割である。
- 利用意向を持つ人の多くは、現在、利用したことがない人であり、増便による利用者数の増加が期待できる。



※不明・無回答除く

図 3-17 7時20分発の増便による利用意向

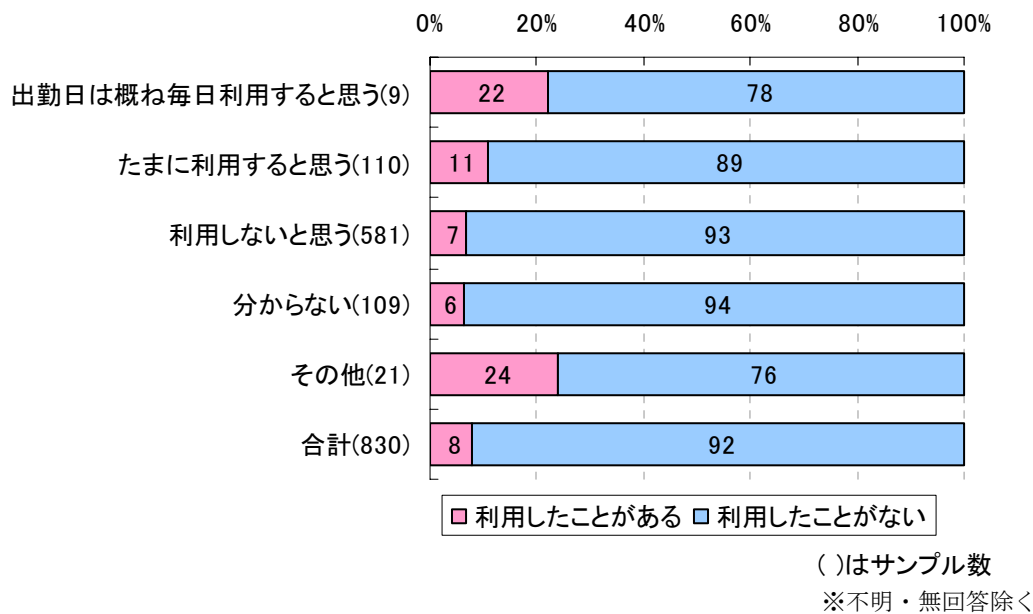


図 3-18 7時20分発の増便による利用意向 (現在の利用別)

⑤ 通勤利用をするためのアイデア

- （自由回答形式で意見を聞いたところ）ルート変更や運賃値下げ、運行時間など、基本的な運行内容の変更の声が多い。
- その他のアイデアとしては、PRの推進やバス車両の改善、ポイント制度の導入、また高齢者運転免許返納との連携など、多様な意見が挙げられている。

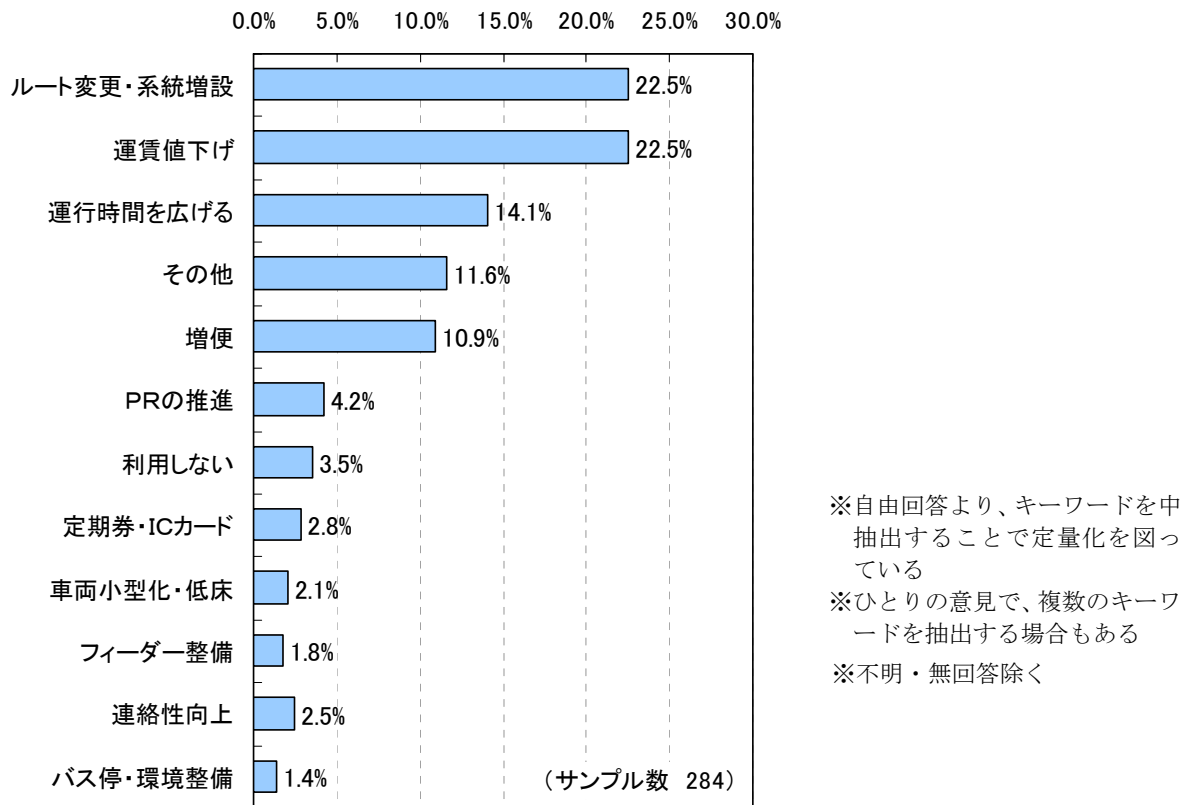


図 3-19 通勤利用をするためのアイデア等

□具体的なアイデアの例 ※運行内容の変更以外のアイデアより

- ・はじめてのバスはどう乗っていいかが不安。バスの乗り方、お金の払い方など事前を知る事が出来たら安心であり、バス停やホームページなどに掲載する。
- ・無料体験デー・お試しデーとかでシルバー世代に利用方法を分ってもらえると利用増加につながる。
- ・マイカー通勤の自粛を啓発する。
- ・高齢者の運転免許証の返還と同時にバスの割引きバスを発行する。バス以外のサービス（食事など）も割引きするなど。高齢者の事故防止にもつながる。
- ・ポイント制を導入し、利用ポイントがたまれば景品と交換する。
- ・飲食店（居酒屋）とタイアップ（ビール1杯タダ券を配る）。
- ・バス車内に情報コーナー（新聞・市公報等が読める）や図書コーナーを設置。など

(7) 環境意識と交通（従業者アンケートより）

- 環境問題を意識する割合は約6割と過半数を占める。
- 環境を考えてなるべく公共交通を利用する人は約1割、また公共交通を利用した方が良いと考える人は約5割であり、意識の高い人ほど実際に行動している。
- また、環境問題とクルマ利用に対する意識が高い人は、意識が低い人よりも、通勤での公共交通利用を望む傾向がある。

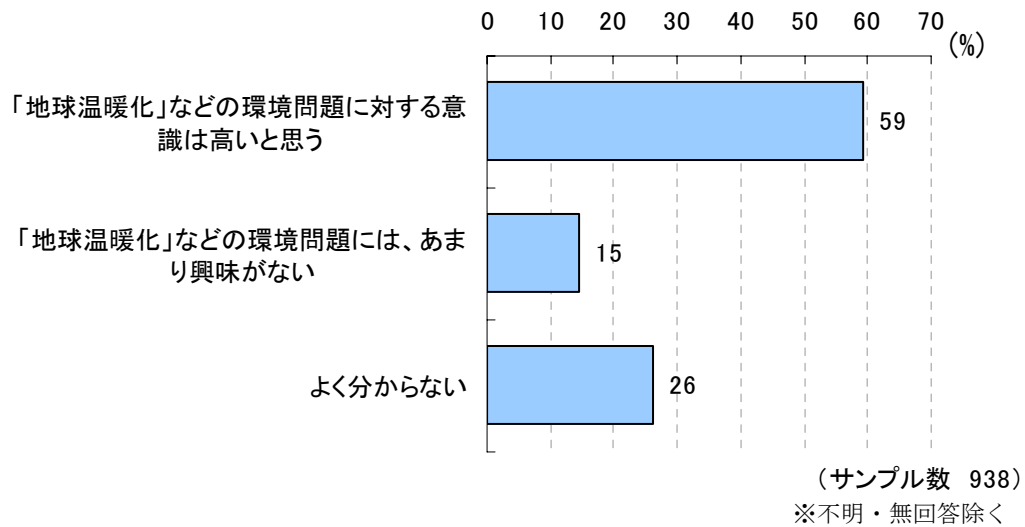


図 3-20 環境問題に対する意識

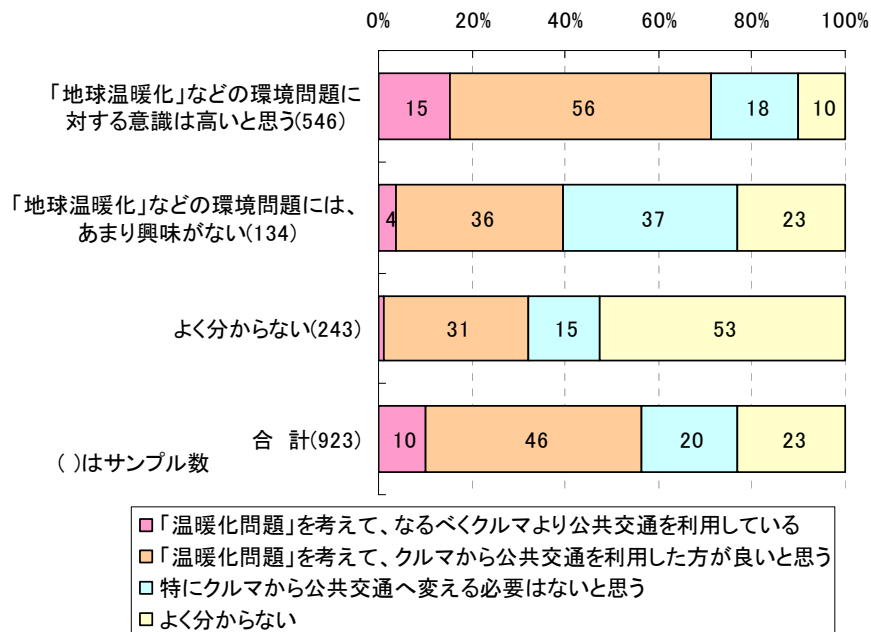


図 3-21 環境問題とクルマ利用（環境意識別）

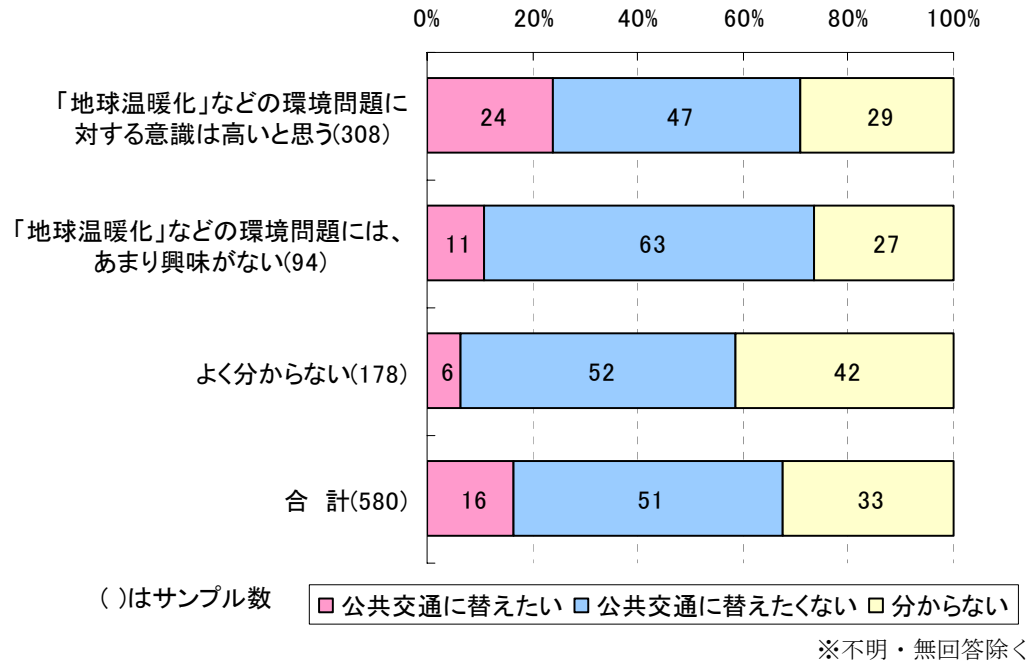


図 3-22 公共交通への転換意向（環境意識別）

(8) その他：有料広告スペースへの興味（事業所アンケートより）

- 仮に、おおたけ幹線バスのバス停などに有料の企業広告スペースを設ける場合、1社が必ず応募する、3社が値段によっては応募すると回答している。
- また、興味を持つ事業所は、約3割を占める。

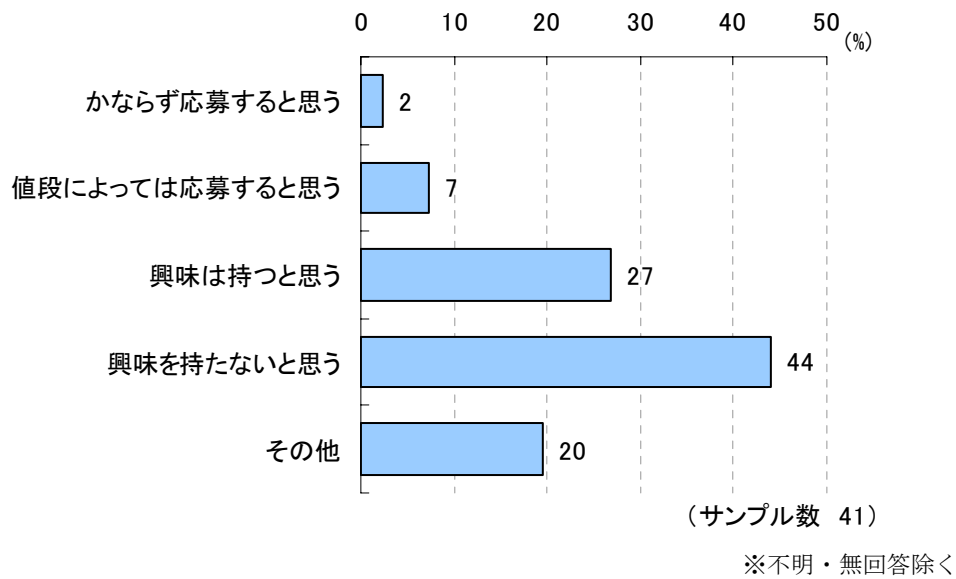


図 3-23 企業広告スペース設置に対する興味

## 4. 通勤での公共交通利用に向けた課題

これまでの分析結果をまとめ、以下に整理する。

### ア) 現在の通勤形態

- 自動車（自分で運転）を利用した通勤が多い。ただし通勤時間が 60 分を超える場合は、電車（JR）利用等の割合が高い。
- 事業所からの通勤手当の支払いは、自動車利用では距離帯別の支給（上限あり）、公共交通利用の場合は実費が多い。
- 現在の通勤手段に対しては満足する従業者が多い。ただし自転車やバイクなどは雨天などの際に不便を感じている。また公共交通の利用では遅延、自動車利用では渋滞が不便な点として挙げられる。

### イ) 公共交通の利用意識

- 通勤で自動車から公共交通に替えたい、とする割合は自動車利用者の約 2 割を占める。
- ただし実際は、利用が不可能とする従業者が多く、その要因としては駅やバス停が遠い、行き帰りに寄る場所がある、など。

### ウ) おおたけ幹線バスの利用

- 通勤で、おおたけ幹線バスの利用経験がある従業者の割合は約 1 割であり、そのうち毎日利用するが、さらにその 1 割程度、たまに利用する割合は約 3 割。
- 現行のサービス内容の変更により、利用者の増加が見込まれるが、間違いなく利用するとの回答の割合は少ない。
- 朝 7 時 20 分発の増便に対しては、毎日利用するが約 1 %、たまに利用するは約 1 割程度。

### エ) 環境問題への意識

- 回答者の約 6 割は、環境問題に対する意識が高い。
- 意識が高い人ほど、実際に自動車利用を控え、また通勤も公共交通利用を希望している。

これらを踏まえ、通勤での公共交通利用、特におおたけ幹線バス利用を促進するための課題を以下に整理する。

#### 1) 周知の徹底

現在、従業している人は、未だ自動車に乗れる世代であることから、バス利用に対する関心はそれほど高くない。また市内事業所の従業者の中には、大竹市以外から通勤する人も少なくない。

そのため、おおたけ幹線バスに関しては、これまで特に市民を対象に広報活動を行ってきたが、通勤者を対象とする場合は、直接従業者が認知できる手法を用いて、周知を図ることが必要である。

#### 2) 環境問題に対する意識の醸成

アンケート結果より、環境問題に対する意識の高い人は、通勤手段に対しても公共交通利用の意向が高いことが分かった。そのため、情報提供の際には、公共交通利用は環境対策として有効であること等を、分かりやすく提示することが必要である。

またその際、例えば、おおたけ幹線バスとJRとの接続が分かる時刻表など、通勤での利便性向上を念頭においた公共交通関連情報の提供を同時に実施することが有効といえる。

#### 3) 通勤時間帯の増便

現在のおおたけ幹線バスは、通院や買物行動等の支援を主目的としているため、運行時間帯が通勤ニーズに必ずしも合っていない。特に始発時間は朝8時であり、多くの事業所の始業には間に合わないのが実態である。

そのため、朝の始発を1便早めるなど、運行時間を広げることが有効といえる。アンケート結果によると、定常的に利用する割合は高くないが、それでも現在の便当たりの乗車人数よりは多いこと、また通院等、他の用途での利用も見込めること等から、利用者数の増加が期待できる。

#### 4) 新たな運賃サービスの導入

おおたけ幹線バスの通勤利用を促す場合、アンケート結果によると、値下げに対する効果が比較的高いと考えられる。そのため、定期券の導入など、頻度が多い利用者に対する割引サービスの導入も検討が必要といえる。

#### 5) 事業所自らの取り組みを推進

おおたけ幹線バスの通勤利用は、業務内容（自動車利用が不可欠な業態など）や立地場所によっては困難な事業所がある一方で、実際は利用可能だが、自動車の利便性に魅力を感じて、マイカー通勤を行う従業者も少なくない。

これらに対しては、例えば、事業所が独自でマイカー通勤を自粛する日を設ける、市と連携して体験乗車など、実際に乗る機会を設ける等、事業所が率先して公共交通利用を推進することが有効と考えられる。そのため、事業所に対して協力を呼びかけるとともに、協力のメリット（協力企業の公表など）の検討も必要といえる。

また、バス停留所や車両内への企業広告の募集などは、従業者への周知や利用意識を高めることにも繋がるといえ、おおたけ幹線バスの利用促進が期待できる。

ただし、ここで挙げた課題は、あくまでも「通勤交通」の利用促進に向けた課題である。そのため、増便や定期券等運賃サービスなど、運行経費の増大・運賃収入の減少につながる施策の導入にあたっては、全体の収支バランス等を念頭におき検討する必要がある。特に運賃サービスに関しては、アンケート結果を踏まえると、これを改善すれば極端に利用が増えるとはいえないため、事業所と連携して従業者のニーズ把握を深めるなど、詳細な検討が必要といえる。