



平成 27 年度 「横浜バス散歩」スタンプラリー アンケート調査のまとめ

1. 「横浜バス散歩」スタンプラリーの概要

- 昨年度に引き続き、路線バスや電車、徒歩で巡るスタンプラリーイベント「横浜バス散歩」スタンプラリーを、平成 27 年 11 月 21 日（土）～23 日（月・祝）の 3 連休に開催しました。
- 横浜市歴史博物館、都筑民家園、寺家ふるさと村四季の家を巡る全行程約 11km のスタンプラリーです。
- ゴール地点でアンケート調査を行い、参加者約 130 人のうち 75 人が回答しました。



センター北駅



都筑民家園



東急バス 歴博通り中央バス停



四季の家 アンケート会場

▼平成 27 年度 「横浜バス散歩」スタンプラリー

【開催日】 平成 27 年 11 月 21 日（土）～23 日（月・祝）晴天
※初日 21 日のみ、センター北駅とスタンプ台設置箇所にスタッフを配置

※22 日、23 日については、参加者各自で巡る方式

【ルート】 センター北駅～横浜市歴史博物館～都筑民家園
～江田駅～青葉台駅～寺家ふるさと村四季の家

【参加者】 約 130 人

■アンケート調査について

【回答数】 75 人

【調査方法】

- 11 月 21 日 アンケート用紙をスタートで配布、ゴールで回収
- 11 月 22 日、23 日 ファックスあるいはウェブでアンケートを回収
※抽選で 30 名様にプレゼントを進呈

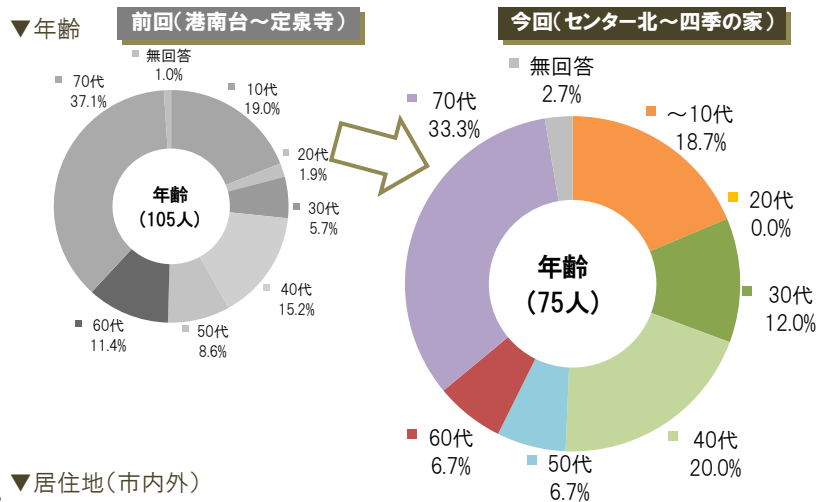
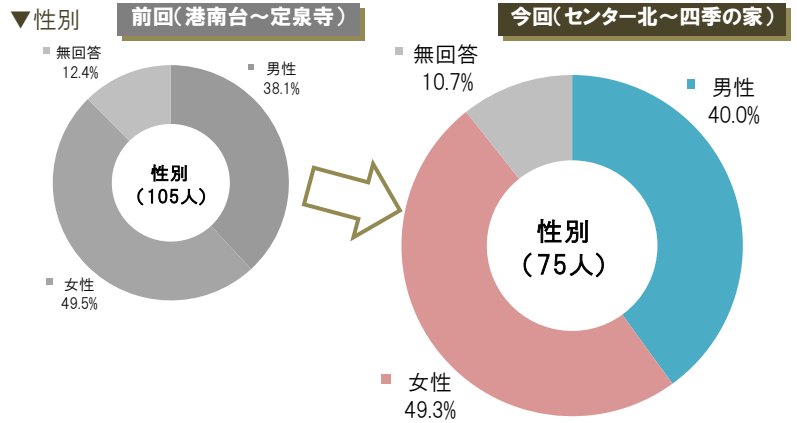
▼「横浜バス散歩」スタンプラリー 経路図



2. 回答者の特徴

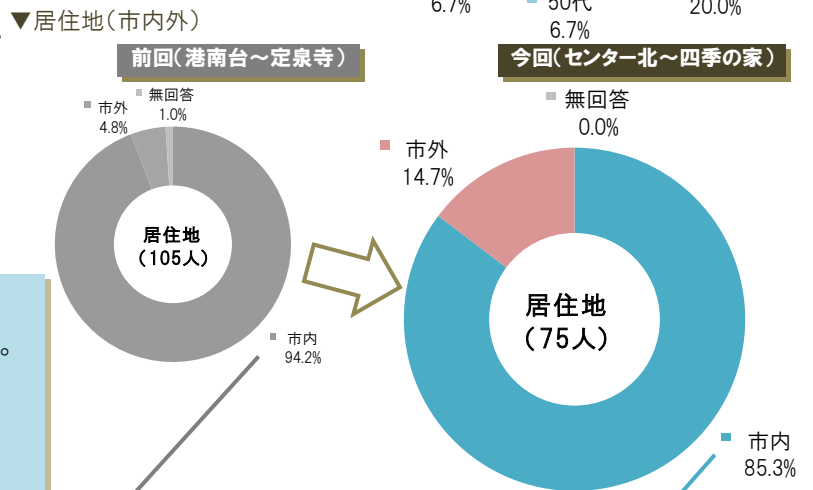
① 性別と年齢

- 回答者は男性が 40%、女性が 49%と、女性の比率が高くなっています。
- 年齢層は、50代、60代、70代の方が約半数（47%）を占めています。
- 前回の参加状況と比べると、男女比については昨年とほぼ同様でした。
- 一方、年齢層については 30代、40代の参加が多くなっています。

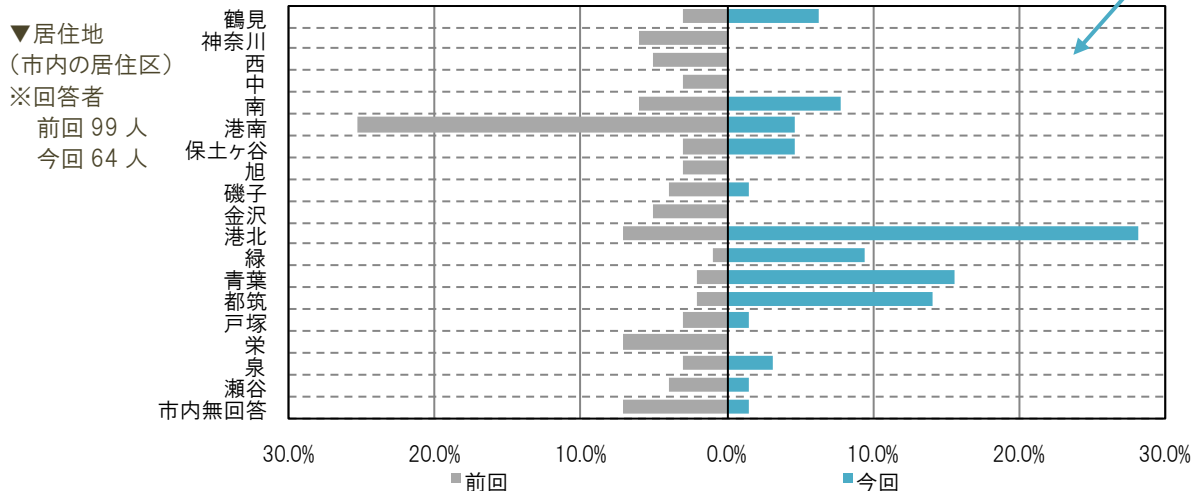


② 居住地

- 回答者の 85% (64 人) は市内在住です。
- この内訳として、港北区が最も多く (18 人)、今回のルート of 地元である青葉区、都筑区も多くなっています。
- 前回は、港南台駅を起点とするルートを設定し、地元の港南区からの参加が多く見られました。

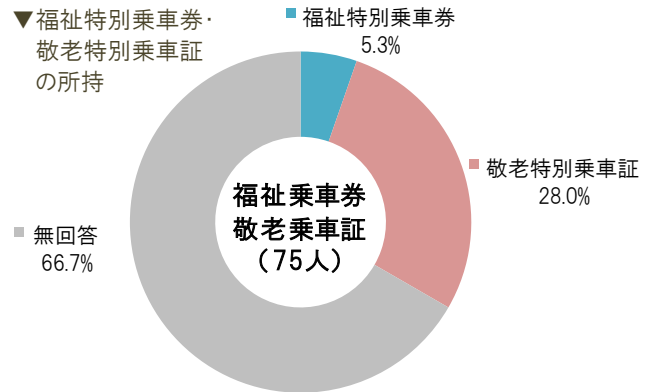


参加者の傾向として、地元地域周辺に住む人が多くなっている。また、地域特性も参加を左右する一つの要因だと考えられるため、開催場所の選定には検討が必要。



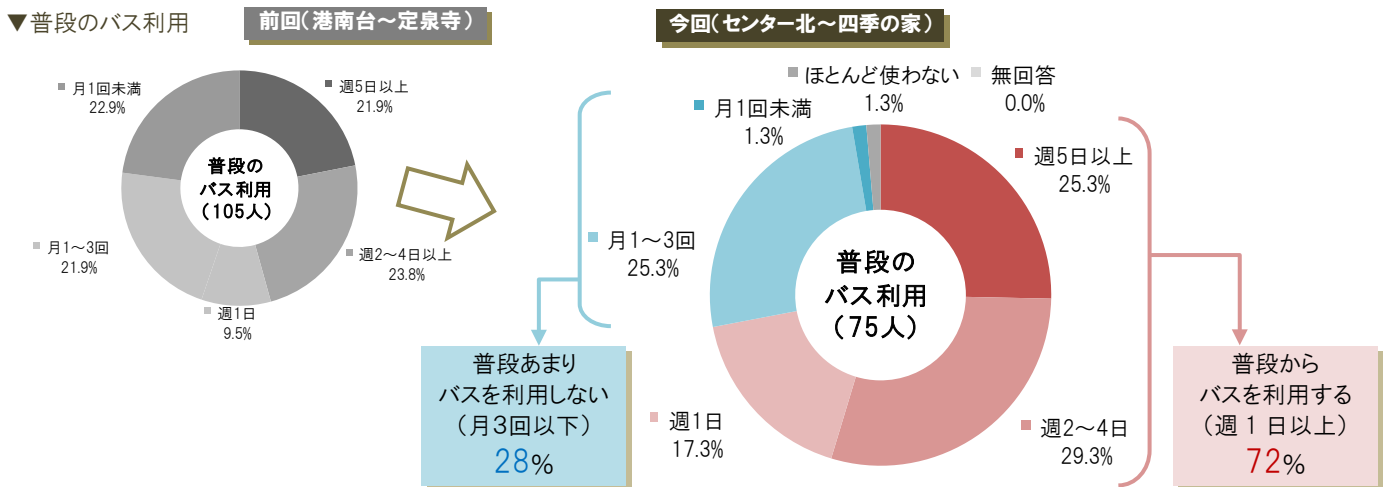
③福祉特別乗車券・敬老特別乗車証の所持

- 回答者のうち、福祉特別乗車券を所持していると答えた方は4人、敬老特別乗車証を所持していると答えた方は21人でした。
- 無回答の大半は、これらの券種を所有していないと考えられます。



④普段の路線バスの利用

- 普段の路線バスの利用頻度は、比較的多く利用する層（週1日以上（グラフ中右側赤系統））が72%、あまり利用しない層（月1〜3回以下（左側青色系統））が28%と、普段からバスを利用する人が多く見られます。
- 前回は、あまり利用しない層（青色系統、月3回以下）が約半数（45%）を占めていました。これに比べると、今回の参加者は普段からバスを利用する傾向にあります。

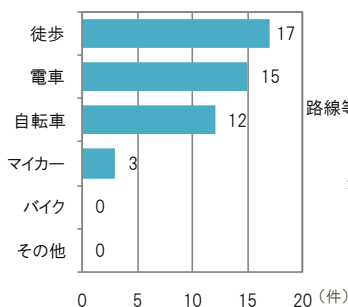


■参考 「普段の交通手段」と「バスを使わない理由」

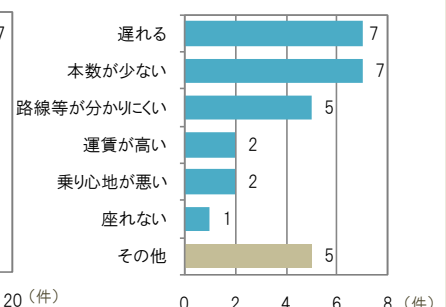
※この2つの設問は、上記の「普段の路線バスの利用」で「ほとんど使わない」人のみが回答する項目となっています。しかし、「ほとんど使わない」回答が少なく、また普段バスを利用する人も回答していることから、参考として回答のあった全ての件数を対象に整理しました。

- 普段利用する交通手段は、徒歩や電車、自転車がも多く、マイカーは少なくなっています。
- バスを使わない理由では、「遅れる」「本数が少ない」といったダイヤに関することや、「路線等が分かりにくい」といった意見が出ています。

▼普段の交通手段(複数回答)



▼バスを使わない理由(複数回答)



3. スタンプラリーの参加について

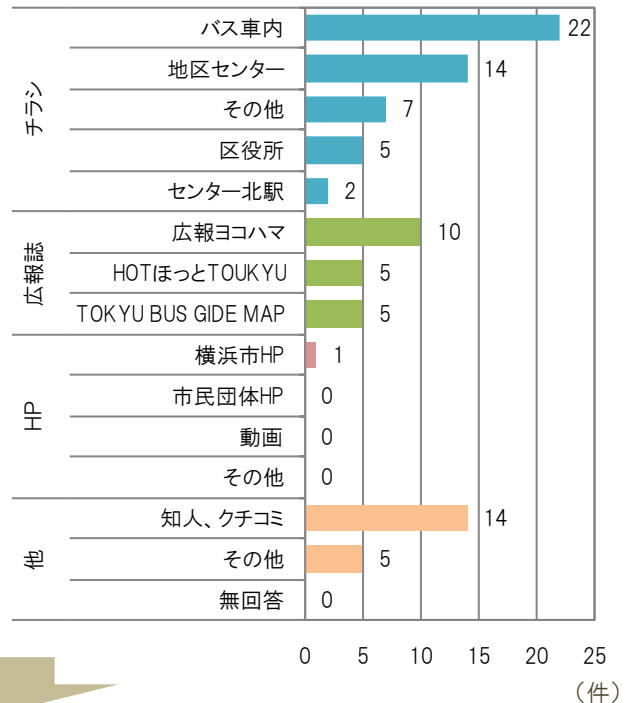
①スタンプラリーを知った広報メディア

- スタンプラリーの広報は、チラシ、広報誌、ホームページ(市、市民団体)等で行いました。
- 全体の傾向として、各所に配架したチラシによる広報で知った人が多くなっています。

・チラシ	計 50 件
・広報誌	計 20 件
・ホームページ	計 1 件
・その他(クチコミ等)	計 19 件

- チラシについては、「バス車内」の件数が多く、次いで「地区センター」となっています。
- 「知人、クチコミ」の件数も多く、イベント当日に友人等と連れ添って参加する人も多く見られました。

▼スタンプラリーを知った広報メディア(複数回答)

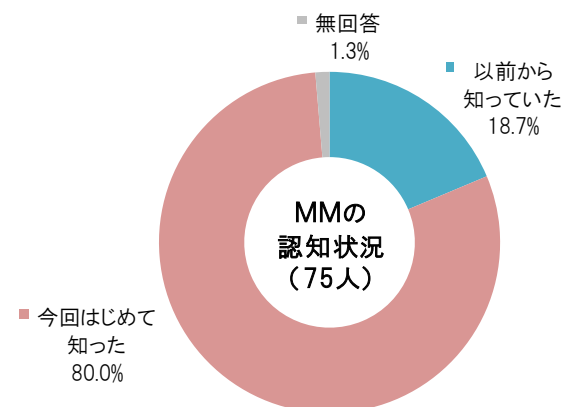


イベントの広報媒体としては「チラシ」が有効。
クチコミから、友人等と連れ添って参加する人も見られる。

②モビリティマネジメント(以下、MM)の認知状況

- MMの認知状況については、アンケート回答者の80%が「今回はじめて知った」と回答しています。
- イベント等に絡めたMMの取組は様々な場所で展開しているものの、イベント等の規模や参加者数には限界があります。そのため、MMの周知方法の検討は今後も必要と考えます。

▼モビリティマネジメント(MM)の認知状況



MMのことを知っている人は少なく、
まずは多くの人に「知ってもらう」取組が重要。

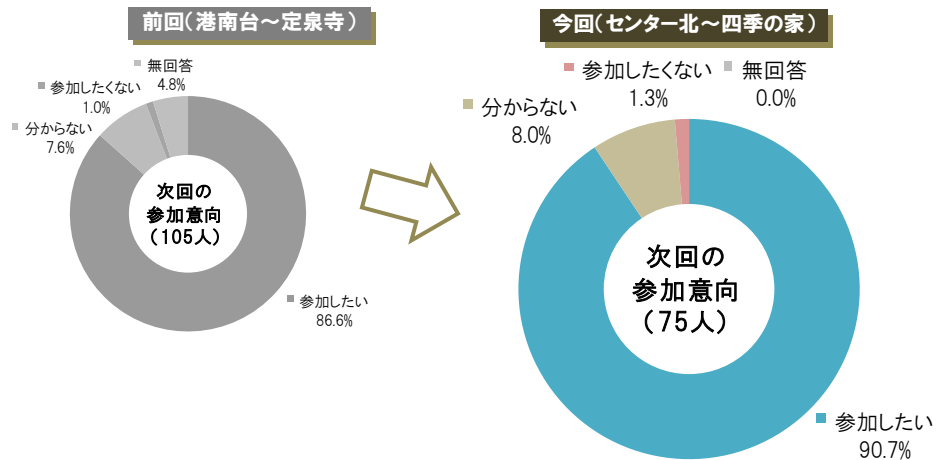
③今後のスタンプラリーへの参加意向

- アンケート回答者の 91%が、今後も「横浜バス散歩」スタンプラリーに「参加したい」と回答しています。
- 前回についても、「参加したい」との回答が 87%となっており、イベント参加者からの評価は好評といえます。



イベントについて、参加者からの評価は総じて好評。

▼スタンプラリーの参加意向



④スタンプラリーの改善点

- 改善点を自由意見として聞いたところ、27 人が改善の意見や、企画の賛同の意見を記述していました。
- 改善点として、バスの時刻表に関する情報提供の不足の意見が多く見られました。1 時間 1 本のバス路線もあり、実際に不便を感じたものと考えます。
- また、「バス散歩」としながら、一部電車を使う区間があることへの指摘や、地区センターでの周知不足（チラシがない、スタッフが把握していない等）に対する意見も見られました。
- 一方で、企画自体に賛同する意見も多く、改善点を指摘する人の中にも、企画の賛同者は見られました。



バスを使うために必要な「バス路線」「バス停」「時刻表」等の情報をそろえて提供することが必要。

運営側と協力者(地区センター等)との連携が必要。

▼スタンプラリーの改善点

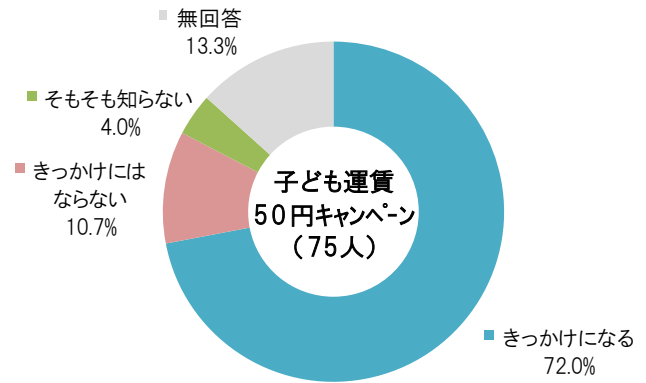
- ①バスの時刻表のこと (6 件)
 - ・(スタンプ帳に) 時刻表が載っていると良い
 - ・バスの便数が少ない
 - ・スタンプ置き場に時刻表があつてよかった …など
- ②経路に電車が含まれること (3 件)
 - ・「バス散歩」なのに電車がある
 - ・電車を使うのは、お金ももったいない
 - ・青葉台までの交通が大変だった
- ③チラシ等の配布場所のこと (3 件)
 - ・地区センターに問合せたが、スタンプ帳が無かった …など
- ④マップの分かり難さ (2 件)
 - ・歴博からバス停までの案内が分かりにくかった
 - ・民家園が分かりにくかった
- ⑤その他 (3 件)
 - ・行政主体の割に交通局の取組が乏しく連携が必要。
 - ・ノッテちゃんに会いたかった
 - ・もう少しスタンプを押したかった
- ⑥企画への賛同など (12 件)
 - ・いい企画だと思う。
 - ・継続して行われると良い。また参加したい。
 - ・横浜市内にも自然があると気付いた
 - ・健康的で家族で楽しめた …など

4. バスを利用するきっかけへの取組の評価

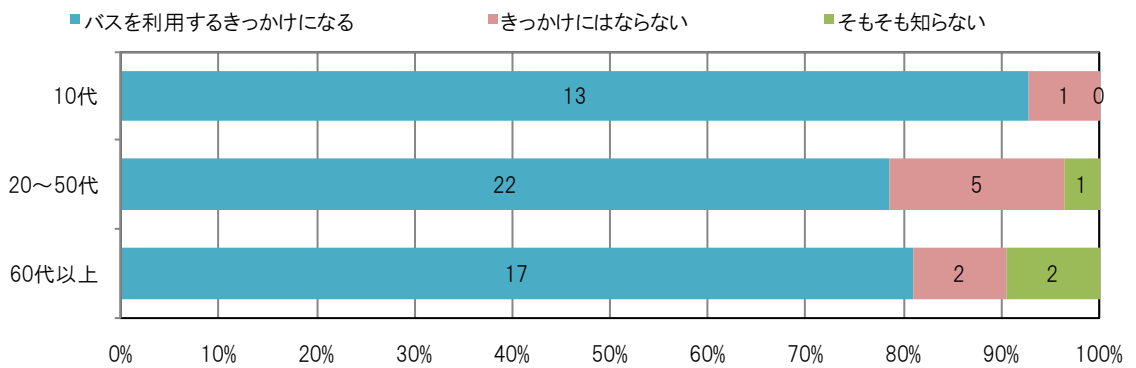
①こども運賃 50 円キャンペーン

- 今回のイベントに合わせて、東急バスでは「こども運賃 50 円キャンペーン」が実施されました。
- このキャンペーンを通じて、バスを積極的に利用するきっかけになるか聞いたところ、72%の回答者が「きっかけになる」と回答しています。
- 年齢層やバスの利用頻度による違いはあまり見られず、このキャンペーンは利用者の特性に限らず、バス利用の「きっかけ」となりえると考えられます。

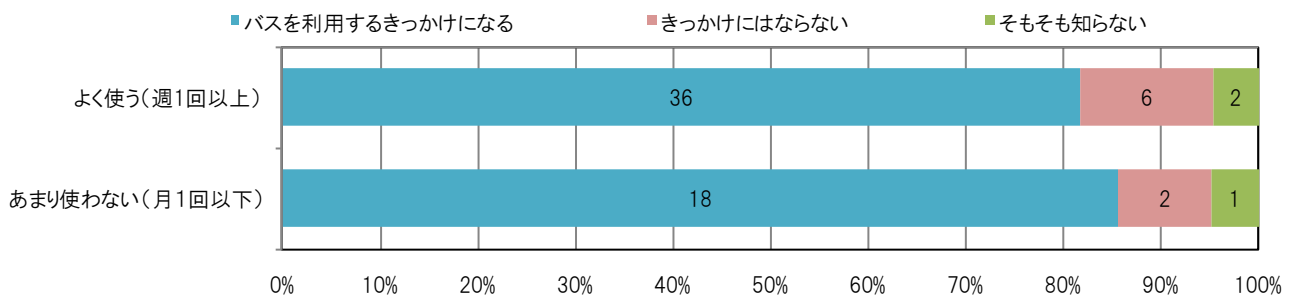
▼「こども運賃 50 円キャンペーン」の評価



▼【年齢層別】にみた、「こども運賃 50 円キャンペーン」の評価



▼【バスの利用頻度別】にみた、「こども運賃 50 円キャンペーン」の評価

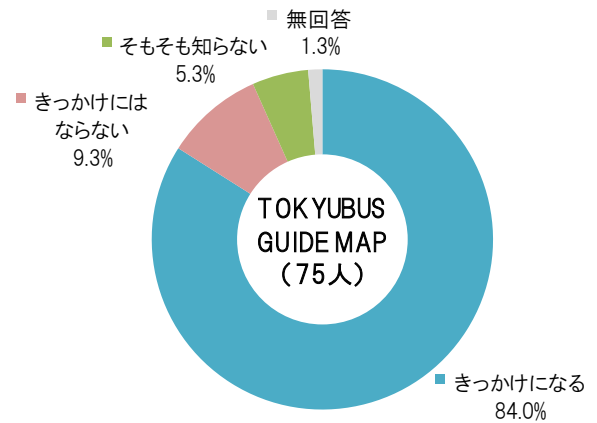


こどもの運賃を割引くことで、バス利用の促進に一定の効果が期待される。
 実際の利用につなげるためには、今後も継続した取組が必要。

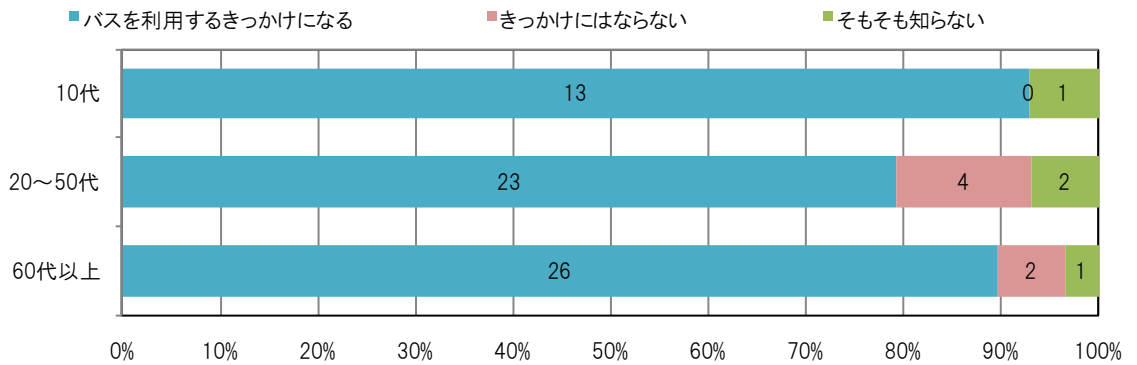
②TOKYUBUS GUIDE MAP の評価

- バスに関する情報提供の必要性を検証するため、今回配布したバス路線図「TOKYUBUS GUIDE MAP」により、バスを利用するきっかけとなるか聞いたところ、84%の回答者が「きっかけとなる」と回答しています。
- 年齢層やバスの利用頻度による違いはあまり見られず、マップ等による情報提供は、利用者の特性に限らず、バス利用の「きっかけ」となりえると考えられます。

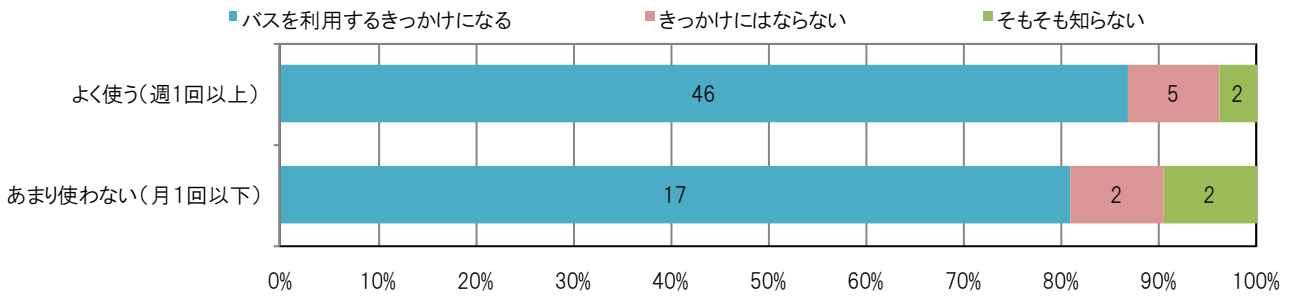
▼「TOKYUBUS GUIDE MAP」の評価



▼【年齢層別】にみた、「TOKYUBUS GUIDE MAP」の評価



▼【バスの利用頻度別】にみた、「TOKYUBUS GUIDE MAP」の評価



マップなどの情報提供により、バス利用の促進に一定の効果が期待される。
 実際の利用につなげるためには、今後も継続した取組が必要。