

D-11

バスにおける商店街情報提供の可能性

Possibility of providing shopping street information to bus users

指導教授 轟 朝 幸 2112 樋口 貴 史

1. はじめに

近年バスサービスは、自動車需要の増大に伴う道路渋滞の慢性化による時間信頼性の低下などで、利用者が減少し続けている。また、大規模ショッピングセンターの郊外進出やモータリゼーションの影響を受け、中心市街地に空洞化が起こることにより、商店街では利用者が減少し、衰退している。

そこで本研究では、バスにおいて商店街情報を提供することで、商店街とバス事業者の双方を活性化させることができるのではないかと考え、バスにおける商店街情報提供の可能性を検討することを目的とする。

2. バスにおける商店街情報提供の提案

本研究は、バスにおける商店街情報提供方法の提案及び、バス・商店街利用者などを対象に情報提供項目のニーズ調査を行い、提案する商店街情報のニーズを探る。また、バス事業者・商店街にヒアリング調査を行い、提案の実現可能性・有用性を探り、双方より本研究での提案について検討する。

本研究で提案するバスにおける商店街情報提供の方法を表-1に、提供項目を表-2に示す。提供方法はバス利用者が容易に利用できる方法とし、提供項目も商店街利用者の増加につながる情報とする。

表-1 商店街情報提供方法

バス停	簡易型バス情報表示装置に商店街情報を載せる
	商店街情報の広告を貼る 商店街情報を音声で流す
バス車内	モニタ(テロップ)に商店街情報を載せる
	商店街情報の広告を貼る 商店街情報を音声で流す
携帯電話	バス停にQRコードを貼り商店街情報提供サイトを閲覧する
	バス車内にQRコードを貼り商店街情報提供サイトを閲覧する

表-2 商店街情報提供項目

商店街全体	業種別店舗案内
	商店街マップ
	バリアフリーマップ
イベント情報	商店街でのイベント
セール情報	スーパーマーケットのタイムサービス 各店舗の特売品
割引券情報	バス乗車により割引券が使用できる店舗
	買物をする事によってバス割引券が得られる店舗
	近隣観光地の割引券販売 クーポン券
口コミ情報	主婦のロコミ
	人気店ランキング
ナイト情報	居酒屋・ナイトスポット
観光情報	近隣観光案内・散歩コース
病院情報	医療施設・救急施設
その他	商店街の有名人
	空いてるカフェ

図-1に示すように、携帯電話を利用した商店街情報提供の場合、バス利用者が簡単に商店街情報を得られるように、バス停やバス車内に貼付したQRコードを介して商店街情報提供サイトを閲覧する方法を用いる。



図-1 本提案のイメージ図

3. 商店街情報のニーズ調査

(1) 調査概要

本調査は、バス・商店街利用者がどのような商店街情報を得たいか把握するために行った。調査方法はバス停での調査用紙への記入形式と調査用紙の配布・回収形式とした。

(2) 調査項目

本調査では、バスを利用すると仮定して、バスにおいて携帯電話を利用した商店街情報を提供したとき、表-2で示した各商店街情報提供項目の利用度合いを、「4:利用したい」~「1:利用したくない」と設定した4段階評価を用いて質問した。

(3) 調査結果

有効回答数は167サンプルであった。表-3に各商店街情報提供項目についての利用度合いの平均値であるニーズスコアの上位項目を示す。表-3に示すように、セールや割引券情報などの情報のニーズが高ことから、提案した商店街情報提供項目のニーズがあることがわかり、また本提案のターゲットが主に主婦層であることが推察できる。

表-3 ニーズスコア

順位	商店街情報提供項目	ニーズスコア
1	スーパーマーケットのタイムサービス	3.26
2	買物をする事によってバス割引券が得られる店舗	3.23
3	各店舗の特売品	3.20
4	商店街マップ	3.18
5	バス乗車により割引券が使用できる店舗	3.18

(4) 調査結果の分析

バスにおいて携帯電話を利用した商店街情報提供の利用の有無・ニーズスコアの希望度合いの分類を目的とし、多変量解析数量化Ⅱ類を用いて分析した。その結果、本分析の精度はさほど高くなかったが、概ね次のような傾向であった。

まず、ニーズスコアの高い商店街情報提供項目に影響を及ぼすカテゴリーは「携帯電話を用いたバスにおける商店街情報提供の利用の有無」の「はい」と、「商店街利用頻度」の「週 1～2 日」であることがわかった。後者は、頻繁に商店街を利用することはないが、商店街を利用するときには商店街情報を利用したいと考えていると推察できる。

次に、「携帯電話を使用したバスにおける商店街情報提供の利用の有無」に影響を及ぼしているのは、若年層で通学している人であることがわかった。そのため、携帯電話に限定した商店街情報提供だけでは、商店街とバスの双方のヘビーユーザーである高齢層を取り込むことが難しいと推察できる。よって、携帯電話に限定しない商店街情報提供が必要であると考えられる。

4. 実現可能性についてのヒアリング調査

(1) バス事業者

バス事業者 4 社に対して、本提案の実現可能性と有用性について質問した。その結果、本提案が今後商店街と連携してバス乗客数の増加へつながらせる可能性があるとのことであった。バス事業者は本提案を実現するための技術・システム面では既に対応できるが、実際に商店街と本提案を行うとなるとビジネスなので費用対効果やリスクマネジメントなどに比重を置かなくてはならないことがわかった。

(2) 商店街

3 つの商店街に対して、本提案の実現可能性と有用性について質問した。その結果、商店街の予算だけでは実現できないことがわかった。

5. バスにおける商店街情報提供の可能性

商店街情報提供項目は、表 3 で示したニーズスコアの上位項目を用いることが望ましい。

表 4 にバスにおける商店街情報提供方法の可能性・有用性のあるパターンとそれらの課題を示す。

商店街情報提供方法として、実現する可能性が高いのは、まずバス車内における商店街情報提供である。

その中でも、バス車内への商店街広告の掲載、バス車内での音声による商店街情報の放送などは、現在既に行われており実現可能であることがわかった。しかし、本提案の有用性という面で他の方法と比較すると、バス車内への広告の貼付や車内放送がバス利用者にとれほどのニーズがあるのかは疑問である。

次にバス停における商店街情報提供として、現状のバス接近情報表示装置ではバス情報以外の情報の表示は難しいことがわかったが、バス事業者と商店街の双方がバス接近情報表示装置による商店街情報提供が最も有用性があると考えているとのことであった。

最後に、携帯電話利用による商店街情報提供として、バス停に QR コードを貼付し、商店街情報提供サイトの閲覧を行う方法に関しても実現可能であることがわかった。しかし、携帯電話を使用した商店街情報提供サービスの場合、サイトへの接続料が発生するのでチケット料金の定額サービスが普及する必要があると考えられる。さらに、携帯電話に限定すると主婦や高齢者といった本提案のターゲット層から外れてしまうので、バスにおける商店街情報提供方法を携帯電話に限定するのは望ましくないことが推察できる。

表 4 バスにおける商店街情報提供方法一覧

情報提供方法	可能性	有用性	課題
バス停の簡易型バス情報表示装置に商店街情報も載せる	低い	非常に高い	簡易型バス接近情報表示装置に商店街情報を載せるには技術的に難しいし、設置費用分の効果があるかは疑問
バス停に商店街情報の広告を貼る	高い	高い	道路上で広告の規制
バス停で商店街情報を音声で流す	高い	高い	周辺住民への騒音問題
バス車内の運転席周辺のモニタ（テロップ）で商店街情報も載せる	高い	高い	①バス車内モニタが設置されているか ②小さなモニタで有用な情報提供ができるのか
バス車内に商店街情報の広告を貼る	非常に高い	低い	あまり有用性がない
バス車内で商店街情報を音声で流す	非常に高い	低い	音声広告なので形に残らない
バス停にQRコードを貼り商店街情報提供サイトをみる	非常に高い	高い	①携帯電話を持っていない人はどうするのか ②QRコードを読み取れない携帯電話はどうするのか ③バス車内で携帯電話使用禁止の場合は無理である
バス車内にQRコードを貼り商店街情報提供サイトをみる	高い	高い	

6. おわりに

バスにおける商店街情報提供方法の実現可能なパターンと、バス・商店街利用者数の増加に有用なパターン、バス・商店街利用者の本提案へのニーズを探ることができた。よって、バスにおける商店街情報提供を行うことで、バス事業者・商店街双方の利用者数増加につながる可能性があることがわかった。しかし、本提案の実現には、リスクマネジメントや費用対効果などの面で問題が多く、それらを解決させなければ本提案の実現が容易でないことがわかった。