

P-13 ナッジを活用したチラシによる デマンドバス利用促進実証

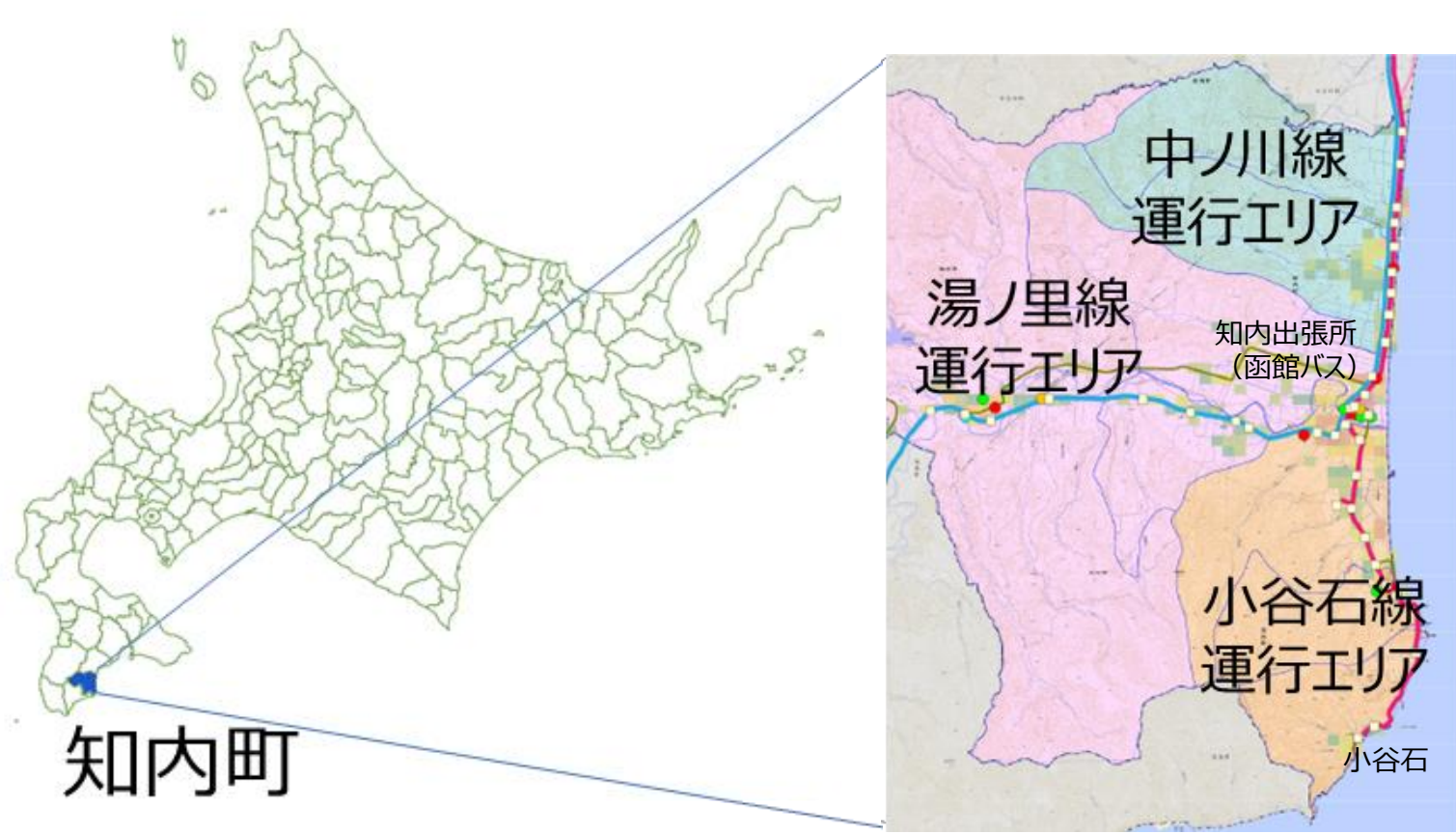
住環境計画研究所
小林翼、平山翔、土屋友和



1. 背景・目的

- 北海道では運輸部門の排出のうち、自家用車を含む自動車からの排出が多く、ゼロカーボンに向けて自家用車を利用しないライフスタイルへの転換が課題となっている。
- 知内町では予約制のデマンドバスを運行しており、路線バスの廃線に伴うダイヤ改正を実施したが、自家用車で移動する住民が多い中で利用をどう促すのかが課題となっている。

ナッジ等を活用し、知内町デマンドバス利用促進と相乗りによるCO₂削減を目的とした情報発信を実施し、その効果を検証した。



知内町の地図とデマンドバス運行エリア

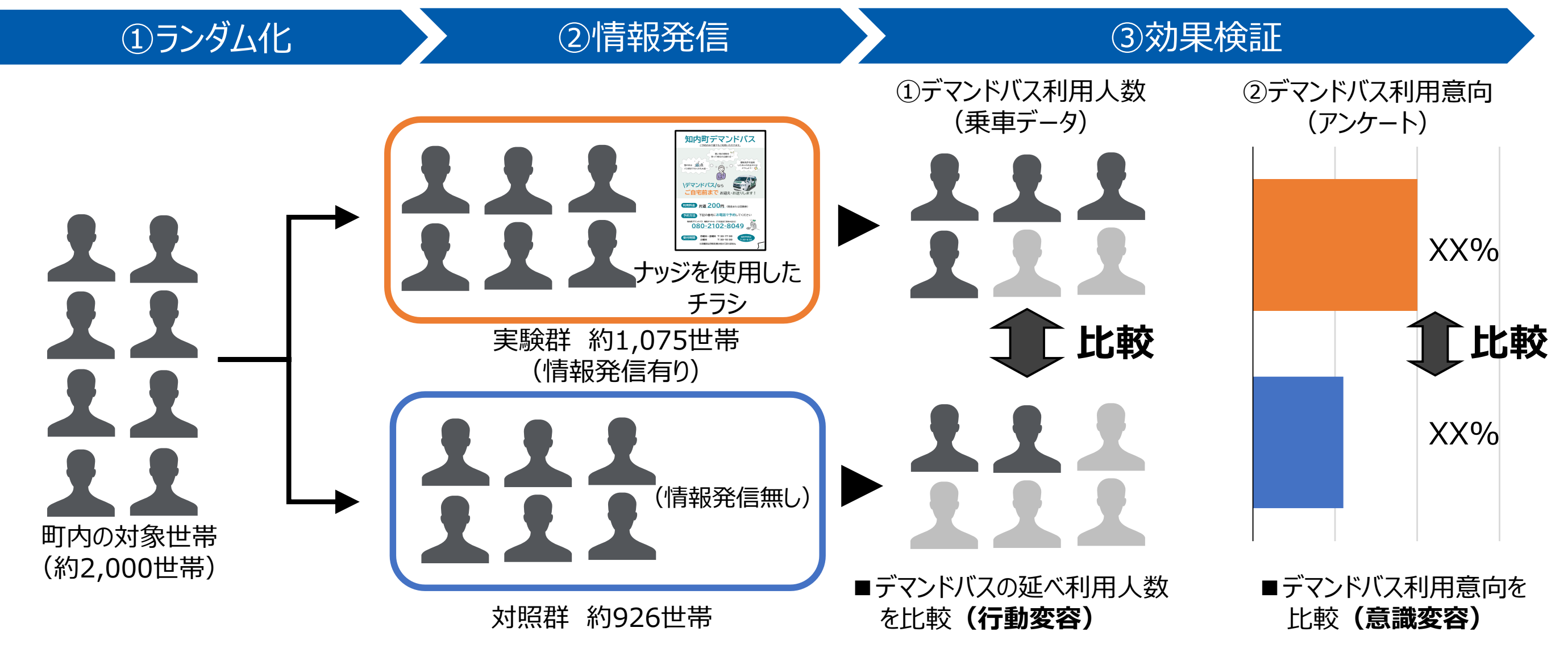
- 【運行方法】予約運行型（※当日8時まで）※予約のない日及び年末年始運休
- 【運行形態】3系統
- 【運行区域】町内全域（自宅から指定の停留所までの往復）
- 【運賃（片道）】大人：200円 障がい者、子ども：100円
- 【支払方法】①現金 ②乗車券
- 【予約方法】①電話 ②LINE



デマンドバスの概要
(2024年8月時点)

2. 検証方法

- ランダム化**：町内の世帯を町内会ごとに実験群と対照群にランダムに分類した。
- 情報発信**：利用方法などを記載したチラシを広報誌に折り込み、実験群の世帯にのみ配布した。
- 効果検証**：チラシ配布後のデマンドバス乗車人数と、アンケートで取得する利用意向を比較し効果を検証した。



- チラシ配布日：2023年11月1日
- 配布前乗車人数データ取得期間：2023年10月1日～10月30日
- 配布後乗車人数データ取得期間：2023年11月1日～11月30日
- アンケート実施期間：2023年11月1日～11月30日
- ※デマンドバスのダイヤ改正は2023年10月1日～

3. メッセージの設計

デマンドバスの主な利用者である70歳以上の女性をターゲット層として設定し、情報を受け取ってからバスの乗車までの過程における課題を分析したうえで必要となる情報やナッジ要素を検討した。

フェーズ	チラシが届く	チラシに気づく	チラシを読む	内容を理解する	関心を持つ	バス利用を意図する	バス利用の予定を立てる	乗車予約をする	デマンドバスに乗る
課題		今すぐ確認する必要がないと瞬間的に判断して脇に置いてしまう	タイトルやキーメッセージに興味を湧かさない	利用方法などの内容がわかりにくい	現状の移動手段と比べて魅力がなくなり、関心を持たない	必要な内容やすぐできる内容と思わずに検討しない	予定を立てるのが難しい、予約方法で分からないことがある	乗ろうと思ったが、電話するのを忘れる・電話で色々聞かれる（話す）のに抵抗がある	
解決案（ナッジ）		手に取りやすいデザインや印象的な言葉、誰もが簡単に利用できるメッセージを強調する（Attractive）	自分事に捉えてもらえるように、必要のない情報を整理して提示する（Easy）	短い時間でも内容が理解しやすいように情報を整理して提示する（Easy）	自宅前の乗降、誰かに頼む必要がないなど利点を強調し、相対できる安心要素を提供する（Attractive）	期限付き乗車券など、すぐに試す機会を訴求（Timely）	時刻表やモデルコースを基に、自分でデマンドバスを利用した外出プランを立ててもらった上で、FAQを提供することで安心要素を提供する（Attractive）	「予定が決まったらすぐにお電話してください」など、電話を促したり、予約受付電話で疑問に答えられるなど心理的な抵抗を減らす（Timely）	

チラシを受け取ってから乗車するまでの行動プロセスマップ

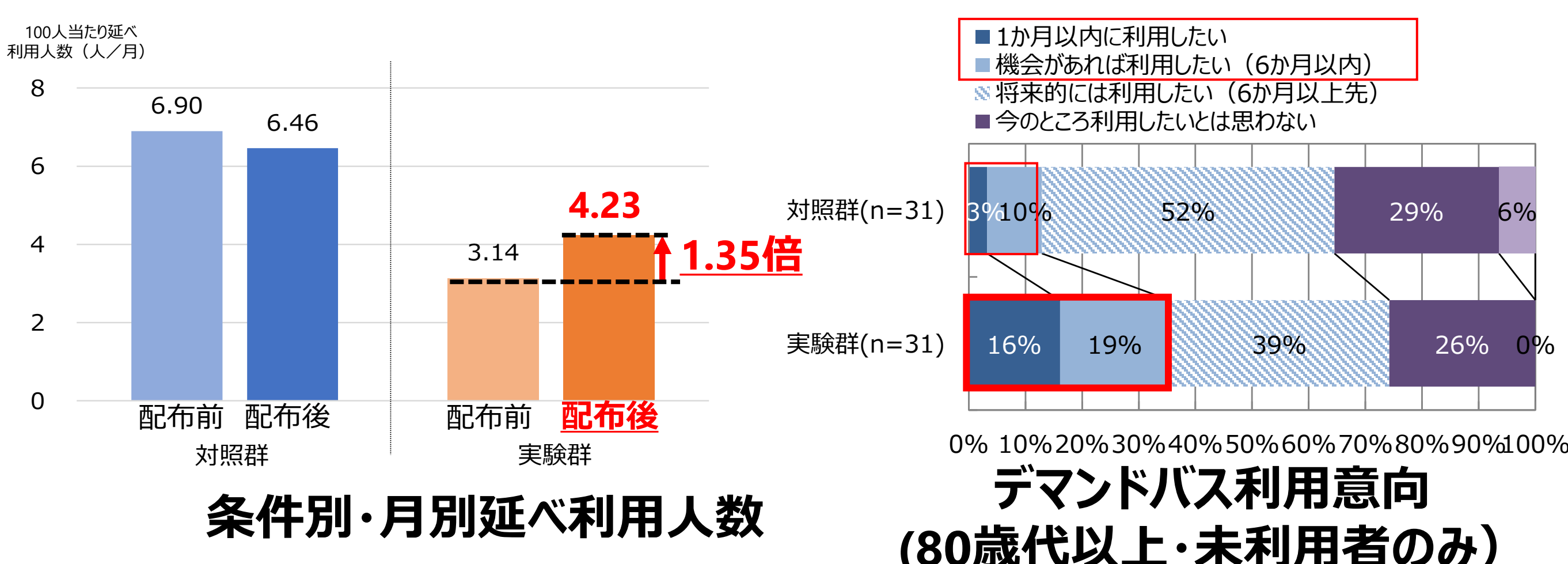
4. 実証結果

■デマンドバス乗車人数の効果検証結果

- チラシを受け取った地域では、配布前後でデマンドバスの延べ利用人数が35%増加した。

■デマンドバス乗車意向の検証結果

- チラシを受け取った地域では、デマンドバスの主な利用者である80歳以上の方のデマンドバスの利用意向が高かった。



知内町デマンドバス

現地ヒアリング結果を基に、主な外出場面である買い物の移動に関して困っていることとして「雪の日や雨の日の移動」、「免許返納後の移動手段の不安」を設定し、吹き出しで表示。その解決策としてデマンドバスが有効であることをメッセージとして伝えた。（Attractive）

利用に際し最低限必要な情報だけに絞って記載することで、複雑ではないことを強調した。（Easy）

利用手順を最低限必要な情報に絞って記載した。（Easy）

ヒアリング結果を基に特に不安を感じそうな内容に回答するFAQを記載することで、利用への不安を減らすようにした。（Easy）

ヒアリングや過去のデマンドバス乗車データを基に「町内での買い物」と「町外への通院」を利用目的に設定し、路線別にデマンドバスを利用するモデルコースを作成した。（左ページ）

デマンドバスを利用したスケジュールを書き込めるスペースを作成し、自ら計画を立てることで利用イメージが持てるような仕組みを取り入れた。（右ページ）

右ページを冷蔵庫等に貼って使用することを想定し、予定を書く欄の他に時刻表や予約先の電話番号を掲載した。

制作したチラシとナッジ要素

5. 考察

乗車データとアンケートの結果から、ターゲット（高齢者）に適した情報発信手法により、デマンドバスの利用に対する意識変容を促し、利用増加につながったと考えられる。

今後は作成したチラシの活用のほか、利用方法への理解を深めるために乗車体験等を実施することにより利用者を増加させる施策を検討している。

本実証は北海道経済部委託事業「脱炭素社会に向けた行動変容促進事業」の一環として、実施したものである。また、実証の実施に当たっては知内町政策調整課に協力いただき、筑波大学の谷口綾子教授に実施内容について助言を受けた。ここに記して関係諸氏に謝意を表す。