

3 - 1 真のニーズ、隠れたニーズを掘り起こしたい



利用者のターゲットを明確にした上で、真のニーズを正しく把握する

- ・取組みを検討する時点で、利用者としてどういった層をターゲットに、何の目的で行うかを明確にしておく。このことで、ニーズを把握する方法・調査対象を絞り込むことができ、本当にモビリティを必要としている人の意向を正しく把握することが可能となる。

知恵袋（その1）

メインの利用者と想定される高齢者にターゲットを絞り、ニーズを深く知ることで
取組みの持続・拡大に成功 ~ムーバス~ （東京都武蔵野市）

- ・高齢者は身体的負担の増大で、自宅から離れた路線バスを使いづらくなり、日常生活で使いやすい移動手段を必要としている。
- ・このため、「多くの問題を総花的に議論するのではなく、高齢者にターゲットを絞って、それを深く探求する」ことで、真に必要なニーズを把握することにより、小型バスで細街路を通してサービスを提供するという、それまでにない取組みを実現し、運行開始から14年以上継続、路線拡大に至っている。
- ・高齢者等のニーズ調査は、アンケートだけに頼らず、より詳細に行動、移動上の課題を把握するために、グループインタビュー、ビデオ撮影などの工夫を行っている。

高齢者の日常の移動ニーズを深く探求

- ・ムーバスが運行されている武蔵野市は人口密度（12,500人/km²）が極めて高い。鉄道駅周辺地区は細街路が多く、大型路線バスのサービスが難しい。
- ・ムーバスの取組みに際しては、「武蔵野市市民交通システム検討委員会」が、平成3年に発足し検討を開始している。この委員会では、「市が抱える多くの問題を総花的に議論するのではなく、高齢者にターゲットを絞って、それを深く探求することで、共通する問題の底辺が見えてくるのではないか」という方針が出され、高齢者のニーズを把握する調査が実施された。



写真 3-1
高齢者が乗降しやすいバス（出典*1）

注）「」内は出典*1からの抜粋

- ・その際に、高齢者の無意識の行動の特徴を定性的に捕らえるため、本音を探るためにグループインタビューという調査（市内4箇所、5回開催）、路上観測のためのビデオ撮影による高齢者の行動調査を実施し、高齢者、主婦、商業関係者などから、外出行動、移動の困難な点、運行経路への意見、利用意向を伺い、高齢者の移動ニーズを把握することができた点が重要である。

路線数は12年で7路線に増加

- ・ ムーバスは平成7年11月から運行が開始され、平成19年4月には、「ムーバス7号路線」まで路線数が増加している。この間、利用者数は「5号路線」以外の路線で増加傾向にあり、持続可能な地域モビリティとして成功した例といえる。

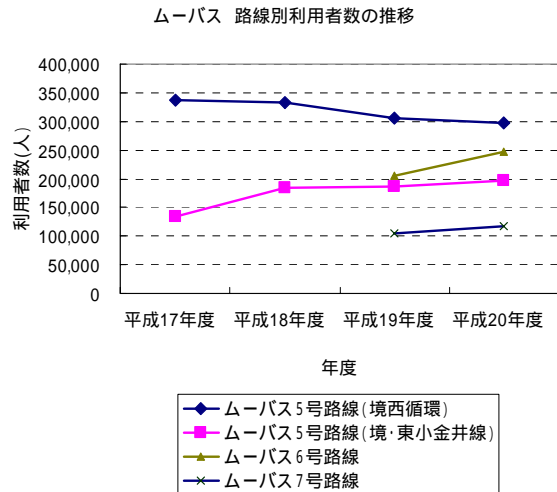


図 3-1 ムーバス路線別利用者数の推移

路上観測（ビデオ撮影）からわかった事項（例）

注)(出典*1)から作成

< 路上観測（ビデオ撮影）手法 >

- ・ 撮影場所 : 吉祥寺駅北口
- ・ 調査手法 : ビデオで歩道、駅改札口周辺などを対象に高齢者等の移動を撮影し、移動時の行動において高齢者等が負担に感じている事項などを把握する。

< 観測結果の一例 >

<p>例 1 : ショッピングカートを引いた婦人 (ビデオ映像の状況)</p> <p>歩道から・並ぶ人・乗車駅前歩道 ショッピングカートの婦人が乗り場を探す</p>	<p>(現場の解説)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 吉祥寺駅北口のバス停です。 ・ 乗り場を探しています。 ・ 行く先の表示が横からは見えません。 ・ やっと見つかりました。 	<p>(ビデオ映像の一部)</p>
<p>例 2 : 階段を上る婦人</p> <p>切符売り場 階段</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ JR 吉祥寺駅の切符売り場。階段 ・ 39 段の長い階段を買物袋を持って上ります。 ・ 切符売り場からはすでに 19 段の階段を上っています。つらそうです。 	

(出典*1)「ムーバス快走」(平成8年11月26日、土屋正忠、武蔵野市建設部交通対策課、馬庭孝志、(株)ぎょうせい)