

すまいるバス利用者アンケート結果

調査の概要

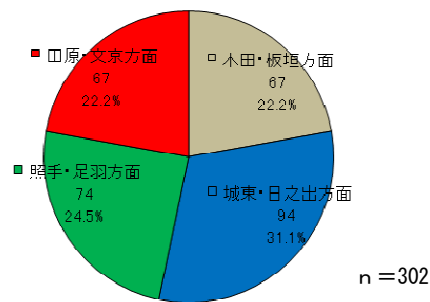
- | | |
|--------|--|
| 1、調査目的 | すまいるバスの利用について乗客の意識アンケートを行いこれからのサービスや利用促進に役立てる。 |
| 2、調査機関 | まちづくり福井(株) |
| 3、調査期間 | 平成22年11月30日(火)～平成22年12月3日(金) |
| 4、調査対象 | すまいるバス乗客 |
| 5、調査方法 | 乗客へのヒアリング調査 |
| 6、調査場所 | すまいるバス車内 |
| 7、回収 | 302通 |

調査結果

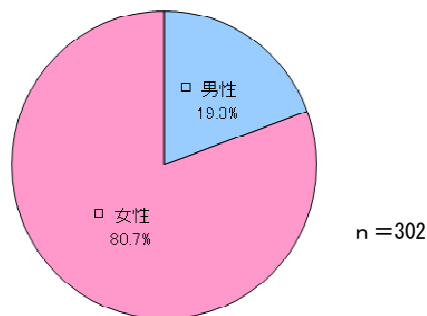
問1. 回答者の属性

※n=サンプル数

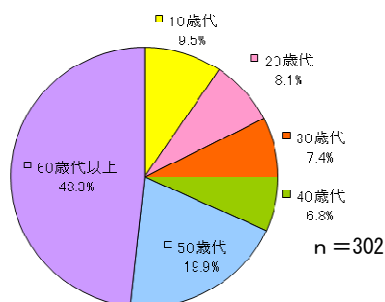
(1) 利用ルート



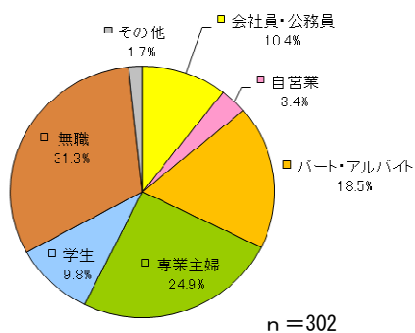
(2) 性別



(3) 年齢



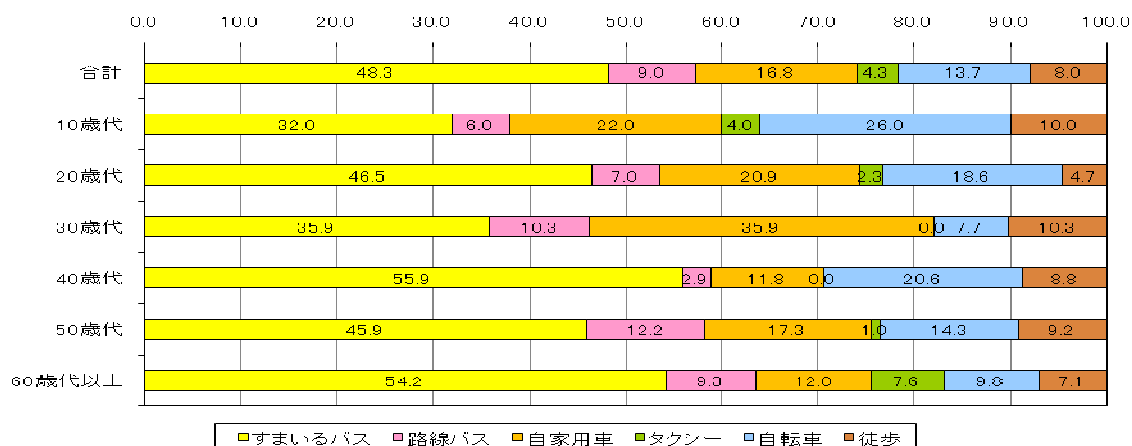
(4) 職業



問2. 中心市街地への来街について

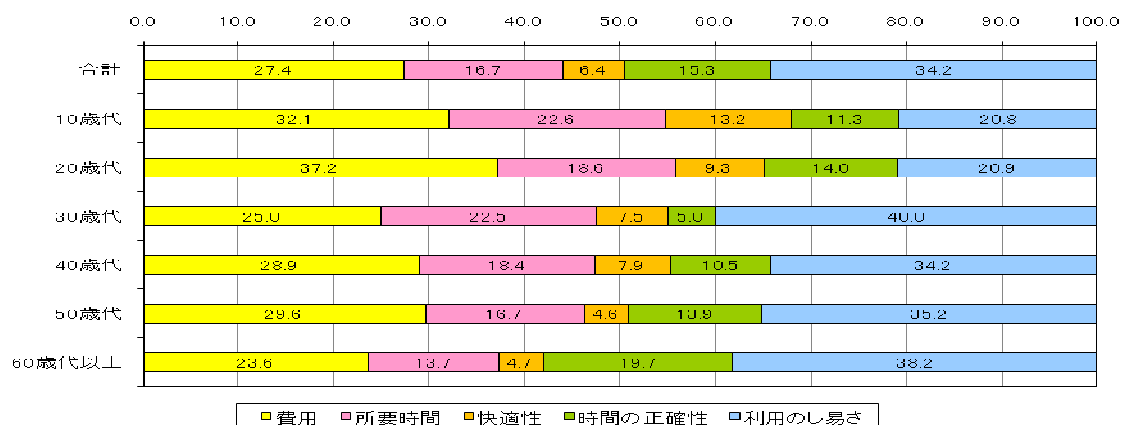
(1) 普段の中心市街地への来街手段

今回の調査では全体で約半数の48.3%が「すまいるバス」を利用すると回答しており、最も多くなった。年代別で見ると30代では「自家用車」と「すまいるバス」が同じ比率となっており、使い分けの傾向が伺える。



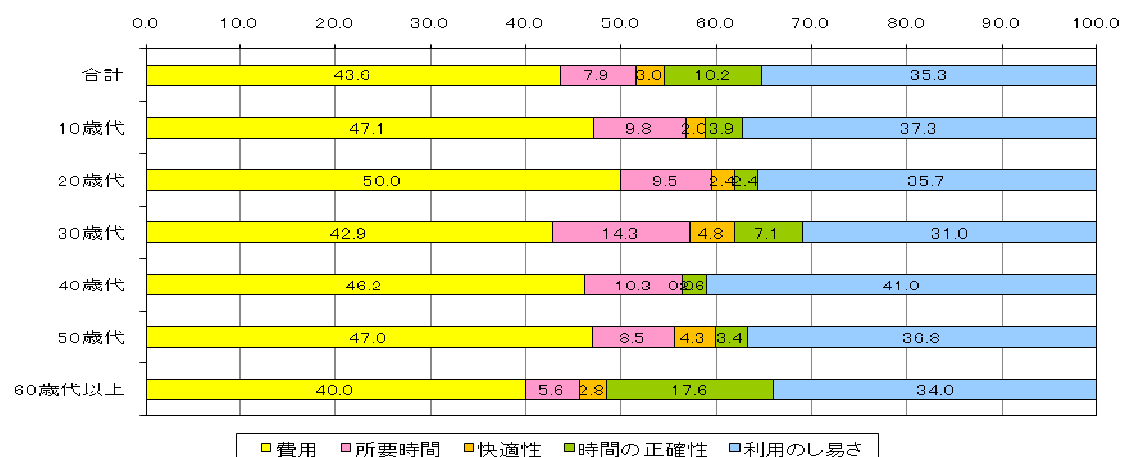
(2) 中心市街地へ出かける際の優先条件

すまいるバスの利用者が中心市街地に出かける際に優先する条件としては、全体で見ると「利用のし易さ」が最も多く34.2%、次いで「費用」が(27.4%)となった。年齢層が比較的低い10歳代、20歳代は「費用」を優先しているが、30歳以上になると「利用のしやすさ」が優先されている。



(3) すまいるバスの優位性

すまいるバスが他の交通機関より優位性を持つ部分は、全体で「費用」が43.6%で最も多く、次いで「利用のし易さ」で35.3%となり、この2点がすまいるバスの優位性として認知されている。この傾向は年代に関わらず同様の傾向があった。

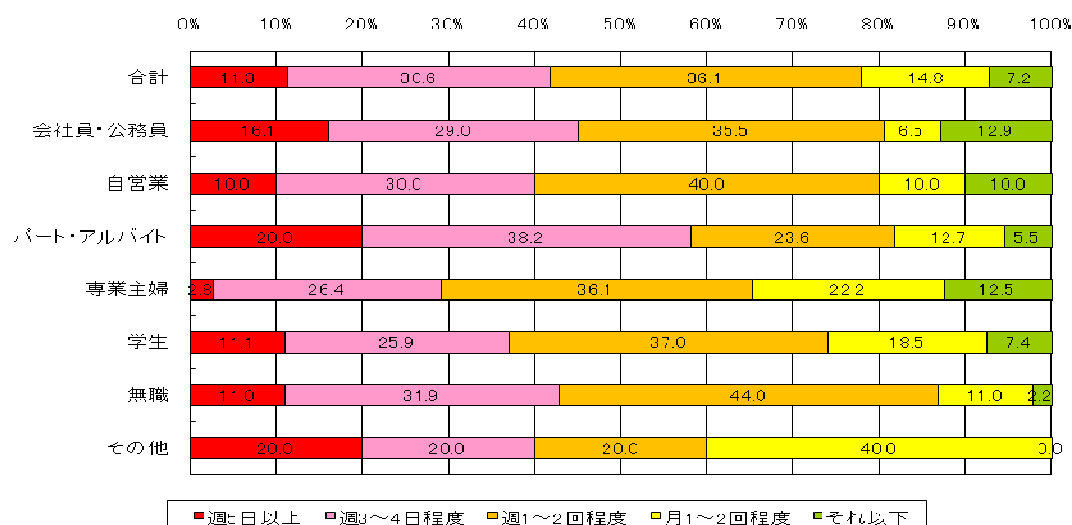


問3. すまいるバスの利用状況について

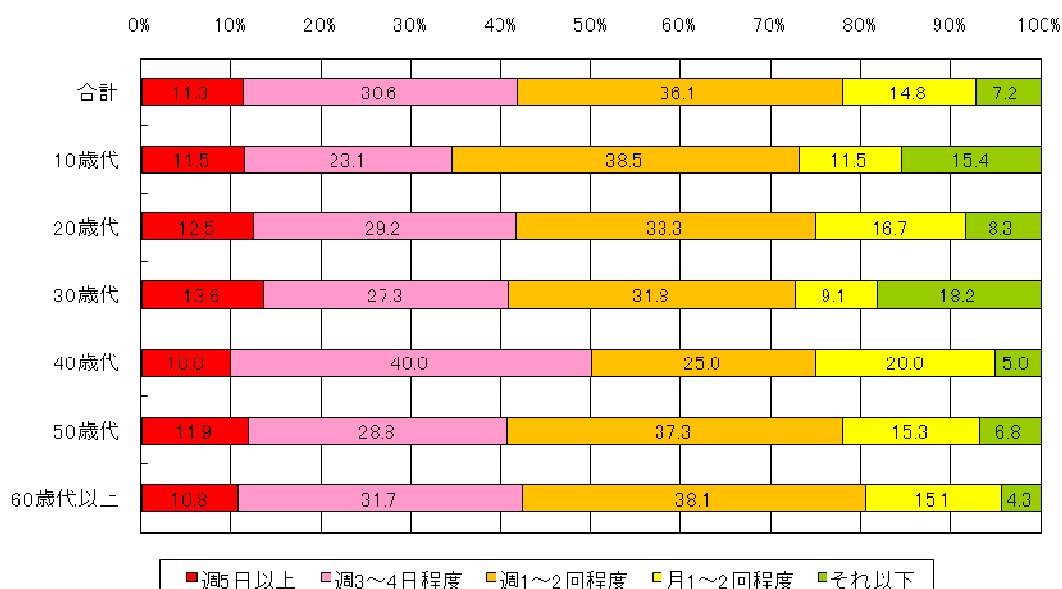
(1) 利用状況

全体で見ると週1~2回が一番多く(36.1%)、次に週3~4回(30.6%)が多くなっている。利用者層で見ると「パート・アルバイト」で週3回以上利用する割合が58.2%と高く、次いで「会社員・公務員」が45.1%と多くなっている。

【職業別】



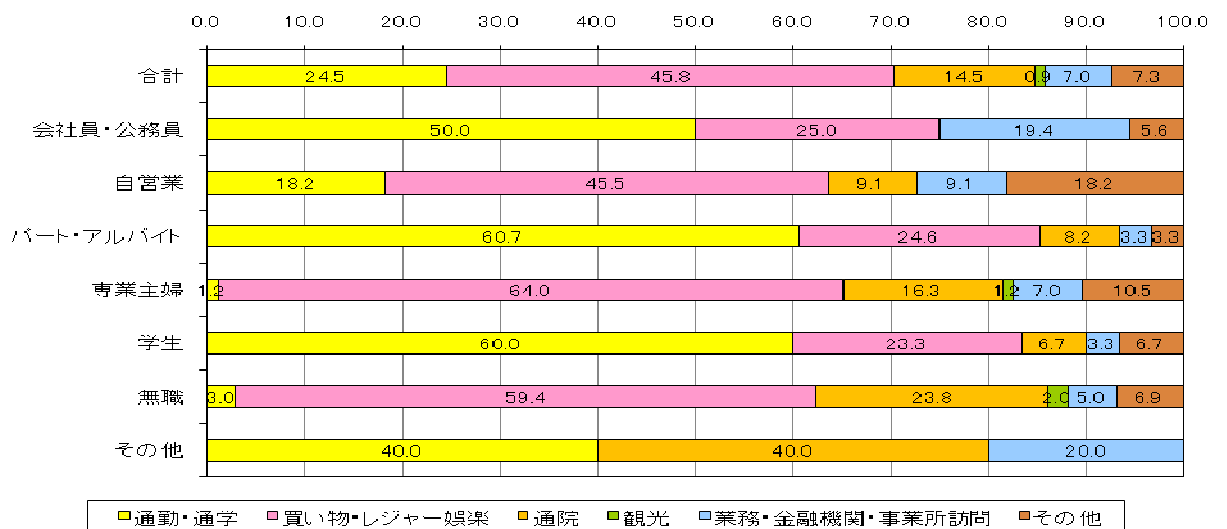
【年代別】



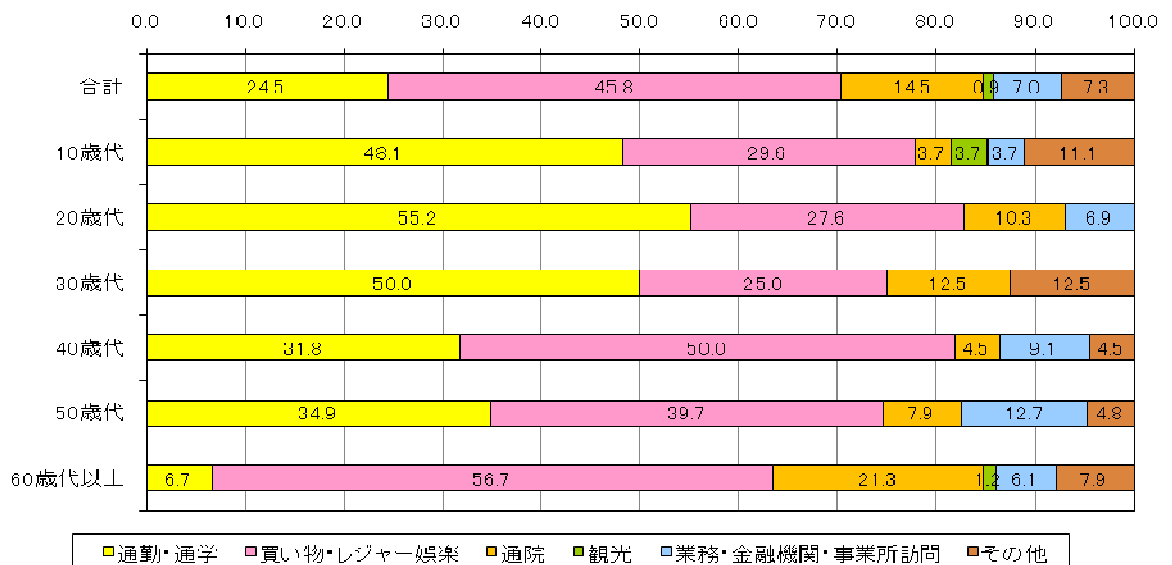
(2) 利用目的

全体では「買い物・レジャー娯楽」が45.8%と最も多く、運行当初の目的であった中心市街地での消費に結びつける目的は果たしている。「パート・アルバイト」「会社員・公務員」は「通勤・通学」での利用が多くなっている。「専業主婦」「無職」は「買い物・レジャー娯楽」での利用が半数以上を占め、次いで「通院」が多くなっている。

【職業別】

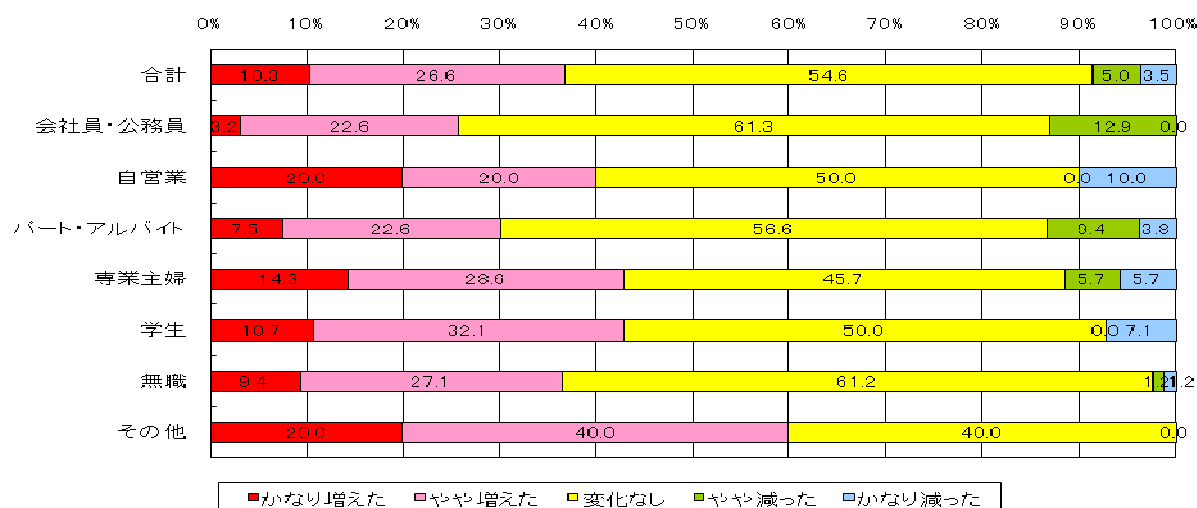


【年代別】



(3) 7～10月の利用は

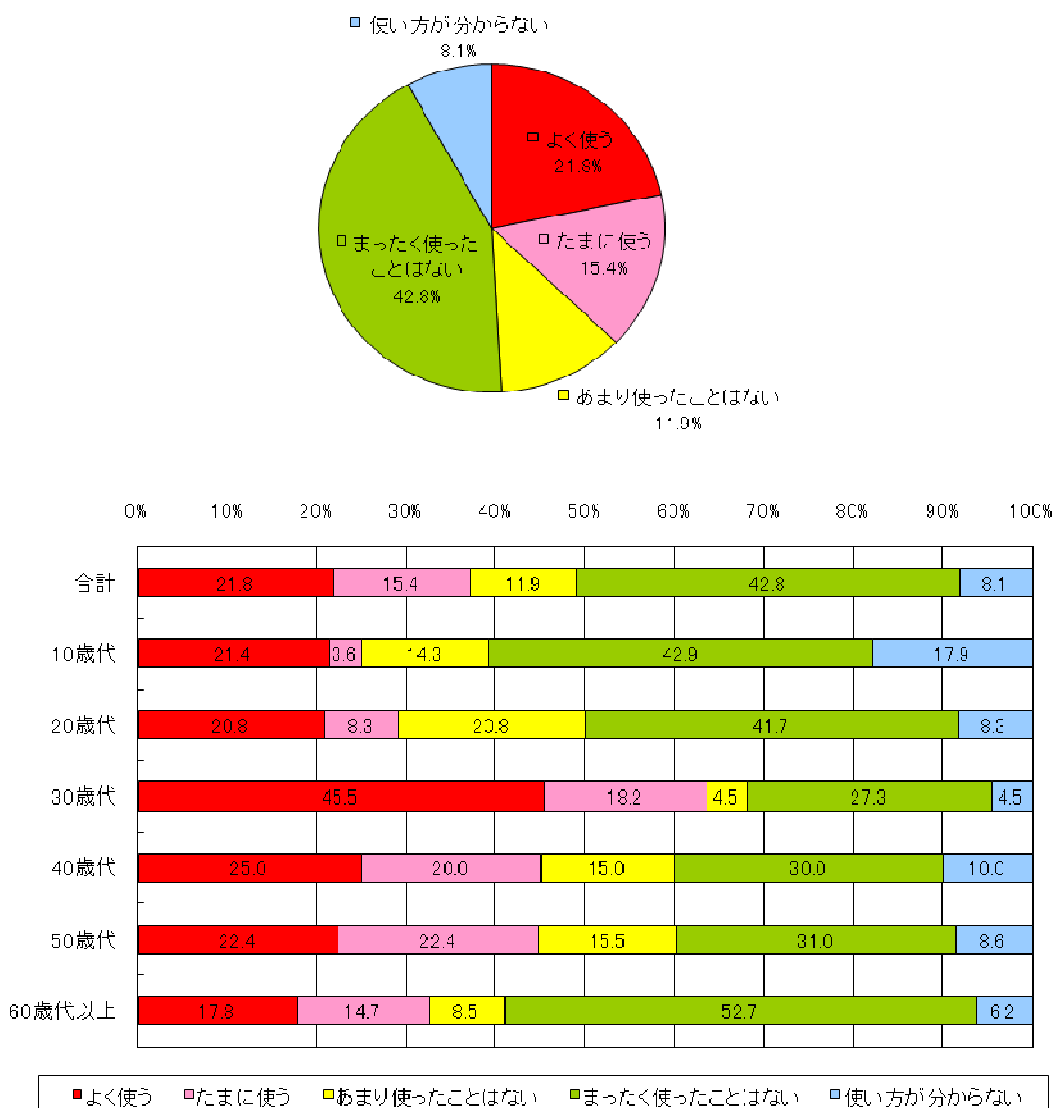
全体では「変化なし」が54.6%で一番多いが、「かなり増えた」「やや増えた」の割合が36.9%で「やや減った」「かなり減った」の割合が8.5%となっており、増えた割合が28.4%高くなっている。



4. 「すまいるバス」のサービスについて

(2) 利用者が自ら確認できる「いまどこサービス」の利用

利用者が自分ですまいるバスの位置情報を確認できる「いまどこサービス」の利用については、「よく使う」「たまに使う」が37.2%「まったく使ったことはない」「あまり使ったことはない」が54.7%となっている。また「使い方が分からない」が8.1%となっており、使い方を含めた告知、説明が求められる。



(2) 車内にて地域情報や広告を放映している「車内サイネージ」を見たことがありますか

「よく見る」「たまに見る」で 64.1%となっており車内における情報発信媒体としての機能はある程度果たしている。

