

交通ICカードの商業利用実態とその意識に関する研究

福岡大学工学部社会デザイン工学科 辰巳 浩, 堤 香代子, 渡邊 譲治, 松崎 将輝

■ 研究の背景と目的

福岡県内の交通ICカードは、西鉄のnimoca、JR九州のSUGOCA、福岡市営地下鉄のはやかけん、JR東日本のSuicaが利用されており、2010年3月からはこの4種類の交通ICカードの相互利用が始まった。交通ICカードの導入により、公共交通の利用や買い物での利便性が向上すると考えられ、電車・バスの利用や買い物でのポイント付与のサービスも行われている。しかし、交通ICカードの商業利用に関して利便性向上やサービスについては、その効果に関する分析が行われていない。そこで本研究では、来街者アンケートを実施し、交通ICカードの利用意識を把握すると共に、得られたデータをもとに商業利用促進の方策について検討する。

■ 研究の概要

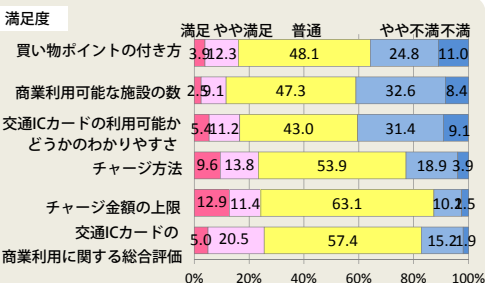
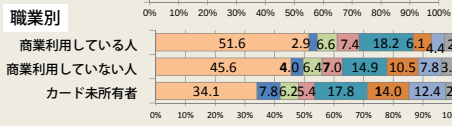
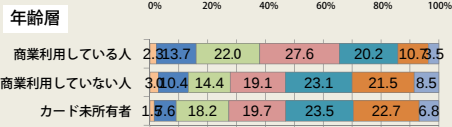
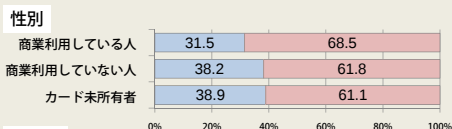
交通ICカードのサービス内容の整理

アンケート票の設計
アンケート調査の実施

集計・分析

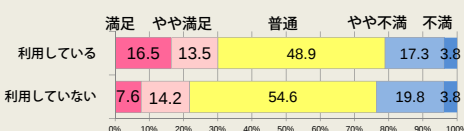
交通ICカードの商業利用促進へ向けた提言

■ 分析



ポイントの付与、商業利用可能な施設の数、利用可能かどうかのわかりやすさで満足度が低く、チャージ方法での不満度がやや高めであるということがある。これらの解消が交通ICカードでの商業利用促進につながるという。

オートチャージ利用の有無とチャージの満足度との関係



「オートチャージを利用している」と回答している利用者の方が「オートチャージを利用していない」と回答した利用者よりも満足度が高いため、オートチャージの利用を促進することで、「チャージするのが面倒」と感じている利用者を減らすことができると考えられる。オートチャージを利用していると回答した人は40代～60代・会社員やパート・アルバイトが多いが、そのほかの年齢・職業はオートチャージを利用している人が少ないため、その層を対象にした対策を講じる必要がある。

■ まとめ

交通ICカードでの商業利用を促進することで、商業活動を活性化できることがわかった。商業利用を促進するために満足度の低い項目への対策、不満点の解消が必要となる。その対策として、理解度の向上、オートチャージの利用促進、利用可能店舗数の増加などが挙げられるため、今後はこれらを行うことが必要となる。

■ 調査概要

配布日時	2011年10月13日(木) 8～18時
配布・回収方法	調査員による配布、郵送回収
配布場所	西鉄福岡駅ラッチ周辺 博多駅交通センター1階コンコース
配布枚数	西鉄福岡駅2000部、博多駅交通センター2000部
回収率	1,260部 31.7%
調査項目	・個人属性 ・所有の有無 ・利用実態 ・交通ICカードに対する考え ・ポイントについて ・チャージについて ・交通ICカードの満足度 ・交通ICカード所有者の中で商業利用しない理由 ・交通ICカード未所有者の所有しない理由 ・カード未所有者や商業利用しない人の交通ICカードの商業利用に関する理解度

■ 交通ICカードの導入状況

カード名	発行元	利用開始日	発行枚数(2011年3月時点)
Suica	JR東日本	2001年11月18日	約3,534万枚
ICOCA	JR西日本	2003年11月1日	約601万枚
PiTaPa	スルット関西協議会	2004年8月1日	約192万枚
Toica	JR東海	2006年11月25日	約108万枚
PASUMO	株式会社PASUMO	2007年3月18日	約1,737万枚
nimoca	西日本鉄道(株)	2008年5月18日	約13.1万枚
SUGOCA	JR九州	2009年3月1日	約51万枚
はやかけん	福岡市交通局	2009年3月7日	約30万枚

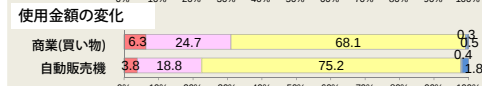
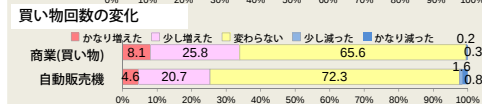
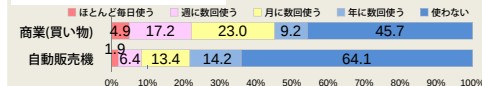
■ 交通ICカード



■ アンケート配布風景

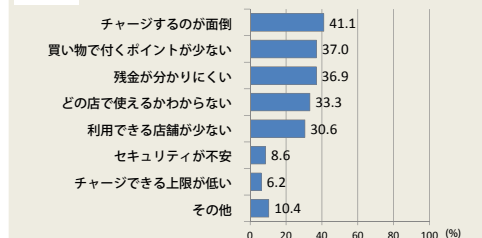


交通ICカードの商業利用頻度



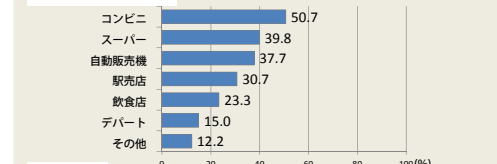
商業・自動販売機ともに使わない人が多いが、商業利用者に交通ICカードで商業利用開始前後の買い物回数・金額の変化を聞くと、多くの人が増えたと回答していることから、交通ICカードの商業利用が商業の活性化につながるという。

不満点

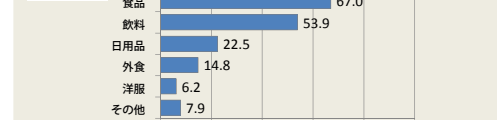


不満点として最も多い回答は「チャージするのが面倒」で、「買い物で付くポイントが少ない」「残金に分かりにくい」の順に不満が多くなっている。満足度の低かったポイントに関してはこの設問でも多くの人が不満に感じている。

よく利用する施設

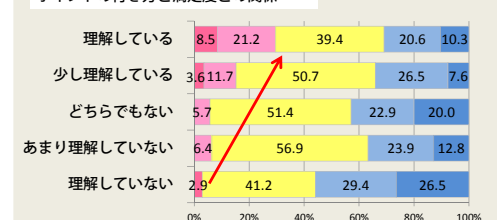


購入品



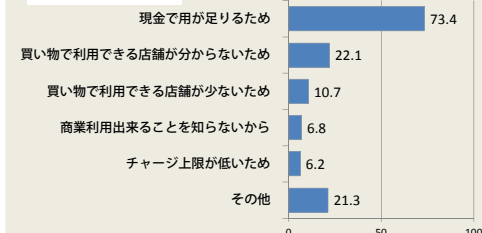
よく利用する施設はコンビニ・スーパーで、購入品は食品・飲料が多いことがわかった。

ポイントの付与と満足度との関係



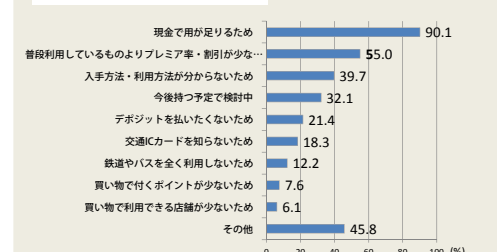
ポイントのシステムの理解度が高くなるほどポイントの付与の満足度も高くなっているため、所有者の理解度を上げることにより、満足度を向上させることができると考えられる。ポイントを知り、不満の数が増えることもあるが、満足度の向上の方が大きいので、理解度を上げることは必要である。

商業利用しない理由



「現金で用が足りる」と答えた人が圧倒的に多いことがわかる。買い物に交通ICカードを利用するという意識の低さが伺えるが、これは商業利用のメリットを周知することで改善が可能だと考えられる。

ICカードを持たない理由



商業利用しない理由・交通ICカードを持たない理由ともに現金で用が足りるためという理由が最も多かった。これはポイントや施設に関する理解度を向上させるための広報活動を行うことで改善できると考えられる。