

宮崎におけるバス交通に関する研究（1）

A Study on Bus Transportation in Miyazaki

森 部 陽 一 郎

本研究では、宮崎におけるバス交通に関する研究を行った。まず、宮崎観光とバス交通について歴史的な視点から見てきた。次に地域振興における観光の重要性と観光の足としてバス交通の可能性と問題点について考察した。さらに、バス路線図と観光客の利用が想定される「デパート前」バス停を中心に集約した。そして、それを基にこれ改善案の示唆となるべく考察を行った。

キーワード：バス交通、バス路線図、地形図、トポロジー

目 次

- I はじめに
- II 宮崎におけるバス交通を取り巻く現状
- III 宮崎におけるバス交通に関する問題点
- IV 改善案への布石
- V おわりに

I はじめに

現在、宮崎市における公共交通機関として、バスは主力ではあるが市民の足は自家用車が主流である。それゆえ、バス会社の宮崎交通のバス戦略も行き詰まっているようにも見える。バスを「なぜ利用しないのか」と聞くと良く聞かれるのが、「本数が少ない」、「時間が不正確」と言ったバス会社にとって構造的なもののほかに、「どの路線に乗ったら行きたいところにいけるか分からない」という意見だ。これは、バス路線図が分かりづらいからだろう。わかりやすい路線図やナビゲーションのしっかりしたバス停表示を取り入れることで、かなり改善するのではないだろうか。また、誰でも分かりやすいものは土地勘の無い観光客にとっても使いやすいものと言えよう。宮崎にとって観光業は非常に重要なものである。そこで、本研究では現在の宮崎交通のバス路線図と観光客が多く宿泊する宮崎中心部の代表的バス停である「デパート前」に関して、情報デザインの

視角から考察していきたい。

II 宮崎におけるバス交通を取り巻く現状

2. 1 宮崎におけるバス交通

宮崎ではバス交通を運営している企業は、宮崎交通株式会社（以下宮交）のほぼ1社だけである。よって、本研究では宮交のバス交通網についての研究といっても良い。

では、宮交とはどんな企業なのか。宮交は1926年（大正15年）に前身の宮崎市街自動車が創立され、その後戦時企業統合政策により宮崎鉄道・宮崎バス・都城自動車が合併し、現在の宮交グループが形成された。21世紀に入ると経営状態が悪化し、2005年1月に産業再生機構の支援と地場企業の雲海酒造・宮崎空港ビル・宮崎ガス・宮崎太陽銀行、それに全日空・九州電力・西日本鉄道・ニッポンレンタカーと言った県内外からの支援を受け、2006年10月に弁済が完了し、経営再建後は比較的順調に経営を行っている。2010年度の業績は、口蹄疫や新燃岳の災害などが影響を及ぼし、連結売上約164億円（前年度比92.9%）に留まった。バス部門は、売上高約50億円（前年度比93.2%）となっている。

2. 2 宮崎観光とバス交通

宮崎のバス交通と観光産業との関連を語る上でいくつかのターニングポイントがある。まず一つは、1960年代前半から70年代後半にかけての新婚旅行ブームである。ピーク時の1974年には宮崎市内に宿泊した新婚旅行客は、37万組で同年に全国で結婚したカップルの約35%とも言われる数である。また、これには「こどものくに」や「サボテン園」といった観光インフラの整備に宮交が熱心であったと同時に、このインフラをバス観光でつなぐなど、バスが大きな役割を果たしていたと言える。ただ、この頃の観光は路線バスなどを利用した観光客が主体的に行動するものではなく、観光バスに乗って集団で行動する団体観光が主であり、路線バスに観光客を乗せるという発想は無かった。

もう一つが2007年1月から2011年1月にかけて宮崎県知事に就任した東国原英夫氏による「東国原ブーム」である。これは、前述の新婚旅行ブームとは異なり、宮交との関連は薄いように見えるが、彼の登場により、宮崎県庁という新しい「観光地」が生まれたと言える。つまり、今まで宮崎観光と言えば「青島」「堀切峠」と言った新婚旅行ブームの頃から変わらない「古い観光地」が宮崎市の外にあるならば、「新しい観光地」は、宮崎市の中心にあるからである。また、近年の「スピリチュアルブーム」より宮崎神宮や江田神社など宮崎市内の観光スポットが注目を浴びている。その結果、観光客は利便性が高く、宿泊施設の多い宮崎市中心部にさらに集まるようになったと推測され、（現に新規ビジネスホテルの開業が続いた）これらのことにより観光客が中心部からバスを利用する場合が増えると予想される。

2. 3 新たな観光振興とバス交通

前節のような理由から、観光客の路線バス利用は増えることはあっても減ることはないのではないだろうか。また、新たな観光資源である「新しい観光地」を生かすためにも路線バスを活用することが宮崎にとっても重要と考えられる。

そこで、最も観光客の利用が予想されるエリアとして重要と考えられるのが「デパート前」バス停である。これは、宮崎の中心部である橋通りと高千穂通りの交差する場所にあり、多くのバス路線がこのバス停を利用する。いわば、宮崎市内におけるバスターミナルのような機能を果たしているのである。

しかし、その割には「デパート前」バス停は土地勘の無い観光客にはいろいろな面で非常に分かりづらいものとなっている。また、土地勘の無い観光客にとって重要なバス路線図があまりに見にくいものとなっている。つまり、宮崎市内の観光を促進するためには「デパート前」バス停とバスを活用するためのバス路線図の改善が求められているのではないだろうか。そこで、次章では「デパート前」バス停とバス路線図に絞って問題点について論じていきたい。

III 宮崎におけるバス交通に関する問題点

3. 1 KJ法による問題点の分析

KJ法を利用して「デパート前」バス停及びバス路線図に関する問題点の集約を行った。それぞれについて集約した結果を以下に記す。

（1）「デパート前」バス停に関して

- ① 「デパート前」というバス停が5つ存在する
- ② 5つあるバス停の乗り場案内図が無い
- ③ 5つあるバス停にそれぞれ動物のマークが設定されている
- ④ バス停の英語表記が“DEPARTMENTSTORE”

（2）バス路線図に関して

- ① 配布場所が不明
- ② 実質のターミナル機能がある「デパート前」付近が分かりづらい
- ③ 地形図をそのまま路線図にしている
- ④ ターゲットの利用者像があいまい

それでは、（1）の「デパート前」バス停に関する問題点から見ていきたい。まず①についてだが、図-1のように「デパート前」というバス停だけで5つ存在している。一般的に、バス停は上

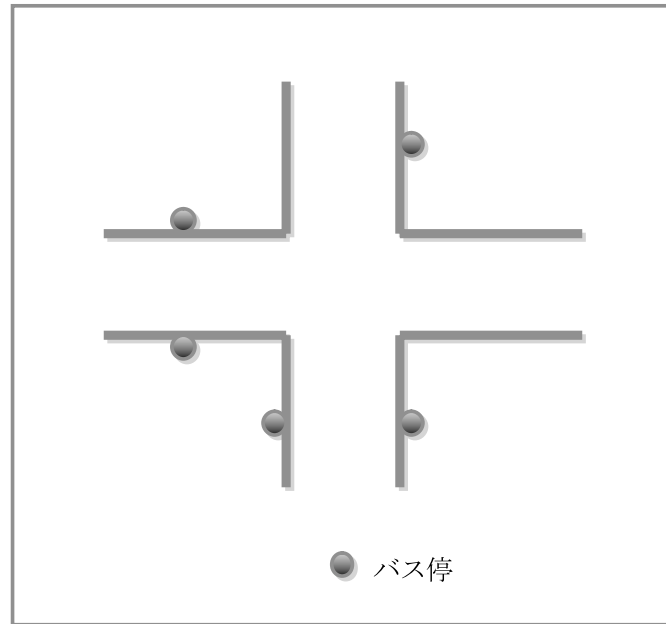


図-1 5つある「デパート前」バス停

りと下りワンセットとなっているのだが、この「デパート前」バス停は、十字交差点にあると同時にさまざまなバス路線が交差する「バスターミナル」の色彩が強い。そのため、市内中心部に宿泊した観光客などは、このバス停を利用する可能性は大いにある。しかし、このように5つも同じ名前のバス停があると、観光客などがホテルのフロントなどで観光の目的地を言って、どのバス停から乗ったらよいかと尋ねても非常に分かりにくい。

次に②については、上記①と関連が深い。同じ名前のバス停が5つ存在していることは既に述べたが、そのバス停の配置を記したものが各バス停すべてに掲示していない。また、どのバス停がどの方面へ行くのかなども無く、初めて利用する顧客には非常に分かりづらい。

次いで③についても、同じ名前のバス停が5つ存在することに関してであるが、「デパート前」バス停の5つは「ボンベルタ橋」前の「デパート前」バス停から時計回りに1から5まで番号が番号をふられているが、より分かりやすくしようとする意図なのかそれぞれに動物の絵（図-2参照）が描かれている。しかし、番号と場所と動物との関連性が無く、また利用客の周知度も低いため意味をなしているとは言い難い。

続いて④についてだが、「デパート前」バス停には図-3のように英語表記として“DEPARTMENTSTORE”と表記されているが、一般名詞をバス停名としては問題がある。

次に(2)のバス路線図に関する問題を見ていきたい。まず、①についてだが、バス路線図自体は路線が変更になったりすると小刻みに改訂されているが、肝心の路線図自体の配布場所がバス



図-2 動物の絵



図-3 “DEPARTMENTSTORE”

停などに記されていない。また、「デパート前」バス停付近には宮崎交通の支店が存在するが、一般に周知されていない。

次に②についてだが、「デパート前」バス停は多くのバス路線が通る、実質上の「バスターミナル」として機能しているが、どの路線が5つあるバス停のどこに停まるのかが非常に分かりづらい（図-4参照）。



図-4 分かりづらい中心部

続いて③についてだが、現在の最新版の市内路線図(2011年10月1日版)では、3万2千分の1の地形図を基にそのままバス路線を系統表に基づいて作成されている(図-5参照)。そのため、バス路線図にとって必要な情報以外の情報が入っているため、本来の用途である「どの路線に乗ればどこへ行ける」という機能に特化しているとは言い難い。

最後に④については、バス路線図はどのような顧客を対象に作成したのかが分からないということである。つまり、観光客を対象とするならば、主要観光地への行き方やその路線を際立たせるなど配慮する必要があるが、そのような配慮は見あたらない。また、市内在住の住民を対象としたものであれば、バスを利用するもっともコアな顧客像を絞って作成したとも思えない。厳しい言い方をすれば、「地形図に路線を載せただけ」と言われかねない。

IV 改善案への布石

4.1 「デパート前」バス停に関して

前章において、「デパート前」バス停における問題点を指摘したが、ここでは改善案の一助となるべく示唆を行い、それを基に改善への一歩としたい。

実は本稿執筆中に宮崎駅前バスターミナル開設に伴うダイヤ改正及び路線の改訂が行われた。それにより、今回挙げていた問題点のうちいくつかは改善されたのでまずはその報告からしたい。まず、5つある「デパート前」という名前を施設名に変更された。例えば、番号4のバス停は「野村證券前(デパート前)」(図-6参照)となり、旧名の「デパート前」も並記されている。



図-5 3万2千分の1の地形図を基にそのままバス路線を系統表に基づいて作成(写真は2011年4月1日版)



図-6 野村證券前(デパート前)

また、④についても施設名となり変更された。④については、本研究に際して以前、宮交のバス事業担当者とのヒアリングの際に指摘しており、それを受けた形で変更された。残りの②については、路線を整理して、乗り場と行き先との関係を簡潔に示したボード等の設置が必要であろう。また、③については、②との関連で、動物のマークの周知が低く、機能していない現実を踏まえ、撤去も含めた再構築が必要ではないかと思われる。

4.2 バス路線図に関して

①に関しては、④との関連が深い。つまり、どのような対象をターゲットにするかによって内容も配布場所も変わってくるからである。本研究では、観光客への利便性の視点に立っているため、観光客が使いやすい路線図の作成につなげたい。これは、単に観光客だけを対象としたものではなく、土地勘のない観光客が使いやすい路線図と言うことは、地元宮崎市内在住でバスをあまり使わない層へのバス利用促進にもつながると期待できるのではないだろうか。改訂する際には、想定される利用者(観光客)のペルソナを作成するなどして、詳細な利用者像を構築することが肝要である。

②については、図-4のようにバス路線図の裏に記載されているが、非常に分かりにくい表示になっていることが分かる。これは、どの路線がどのバス停に止まるのかという最も重要な情報が上手く表示されていないと言える。そこで、この部分については、大きく改訂する必要がある。

最後に③については、地形図をそのまま利用しているため、余計な情報が多くそれが災いしてわかり難いものとなっている。そこで、地形図から離れて、トポロジーの概念を用いた路線図の作成が必要と思われる。これにより、必要な情報のみを分かりやすく提示した路線図ができるのではないだろうか。

V おわりに

今回、宮崎におけるバス路線図と中心部の代表的主要バス停である「デパート前」について観光客の利用を視野に入れた上で問題点を指摘した。その上で、改善案をこれから提示するのだが、その前段階として改善案の示唆となるもの挙げた。今後は、情報デザインの考え方を基に改善案を具体的に策定し、プロトタイプ of 構築とその評価につなげていきたい。

参考文献

- 1 http://www.pref.miyazaki.lg.jp/contents/org/shoko/appeal/jaja/20_08.html
- 2 宮崎県季刊紙「Jaja」Vol.20
- 3 吉田武夫「路線図の典型はいかにつくられたか—地図から図へ—」『東海大学紀要』第32輯、2001
- 4 宮交ホールディング株式会社 平成22年度 業績に関するお知らせ

