

【概要版】市電に関するアンケート調査報告書（令和4年度）

1 調査目的・実施方法等

(1) 調査目的

市電のサービス向上及び利用促進、車両の新規購入の参考とするため、ひいては、熊本市交通局の経営基盤の強化を図ることを目的とする。

(2) 調査方法

- 調査日時：令和5年1月16日（月）～2月3日（金）
- 調査対象：市電利用の有無、居住地を問わず、幅広い年齢層の方
- 調査方法：熊本市HPのアンケートシステムを活用し、インターネット上で実施

(3) アンケート回収数 4,597 件

2 回答者属性

- 居住地は市内が8割強
- 電停から1km圏内に居住しているのは全体の1/3弱
- 年代については若年層の回答数が少ないが、全体としては4,600人近くが回答した。

(1) 居住地 (N=4,597)

市内 3,778人 (82.2%)	市外 775人 (16.9%)	県外 44人 (0.9%)
-------------------	-----------------	---------------

(2) 居住地から最寄り電停までの距離 (N=4,597)

～500m 847人 (18.4%)	501m～1km 654人 (14.2%)	1km超 3,096人 (67.4%)
--------------------	-----------------------	---------------------

(3) 年代 (N=4,597)

20代 171人 (3.7%)	30代 491人 (10.7%)	40代 950人 (20.7%)	50代 1,337人 (29.1%)	60代 1,184人 (25.8%)	70歳以上 425人 (9.2%)
20歳未満 39人 (0.8%)					

3 調査結果（サービス全般について）

- 市電を月1回以上利用する人は全体の1/4強を占める。
- 市電の利用目的は、買物が最も多く、次いで、外食、通勤。
- 電停までの移動手段は半数近くが徒歩。バス・JRの乗継利用者は約3割。
- 全体として改善要望が多い「路線の延長もしくは新設」や「電停の改良」といったハード面の整備や「スマホを利用した決済サービス導入」等に優先して取り組む必要がある。
- 市電全体の満足度は**63.8%**であり、昨年度の結果と比べて1.6ポイント上昇した。また、不満度についても昨年度より2.0ポイント改善した。
- しかし、経営計画に定める目標値70.0%は、昨年度に続き達成できなかった。

(1) 市電の利用頻度 (N=4,597)

週5～7日 209人 (4.5%)	月1～3日 752人 (16.4%)	年数回 2,281人 (49.6%)	まったく利用しない 1,118人 (24.3%)
週1～4日 237人 (5.2%)			

(2) 市電の利用目的 (N=4,941)

※複数回答あり

利用目的	割合	件数 (件)
通勤	8.8%	436
通学	0.5%	26
買物	37.3%	1,842
通院	3.1%	151
塾・習い事	1.3%	63
仕事	6.9%	341
観光	6.8%	338
外食	19.4%	959
その他	15.9%	785
合計	100.0%	4,941

(3) 市電を利用する際の電停までの移動手段 (N=3,555)

電停までの移動手段	割合	件数 (件)
バス	18.9%	673
熊本電鉄	2.2%	78
JR	12.1%	430
自家用車	11.5%	408
自転車 (バイク)	5.5%	197
徒歩	48.3%	1,718
その他	1.4%	51
合計	100.0%	3,555

(4) 市電の満足度・不満度 (N=3,558) ※無回答除く

項目	「満足」+「やや満足」	「不満」+「やや不満」
i 市電路線	61.1%	14.1%
ii 運行ダイヤ	69.9%	7.8%
iii 運賃	75.9%	5.4%
iv 市電車両	62.8%	11.7%
v 電停施設	47.0%	21.9%
vi 乗務員の接客	69.1%	4.6%
vii 情報提供などのサービス	60.5%	7.6%
全体	63.8%	10.4%

市電利用者満足度 **63.8%**
※昨年度62.2%

(5) 市電の改善要望 (N=4,306) ※その他除く

要望項目	割合	件数 (件)
路線の延長もしくは新設	42.2%	1,816
運行本数の増加	7.0%	302
定時性の高い運行	2.0%	86
運行時間の短縮 (速達性の向上)	2.7%	118
新型車両の導入	5.6%	243
電停の改良 (バリアフリー化)	9.9%	428
バスとの乗り継ぎ利便性向上	6.9%	298
JRとの乗り継ぎ利便性向上	5.8%	250
乗務員の挨拶・乗降案内等接客サービスの向上	1.0%	45
時刻表・運行状況などの情報提供サービスの向上	2.3%	101
各商店街・観光施設との協働企画 (運賃・入場料割引等) の展開	5.4%	233
スマートフォンで決済可能な乗車券などの新たなサービス導入	9.0%	386
合計	100.0%	4,306



3-2 調査結果（Visaタッチについて）

- VISAタッチの認知度としては、回答者の半数近くが認知しているものの、実際に利用された方はわずか3.9%である。
- 利用した感想としては、「現金やICカード不要」というメリットはあるものの、「対象車両に限られていること」「他のブランドが利用できない」という意見も多かった。
- 知っていたが利用していない理由としては、「普段からクレジットカードのタッチ決済を利用していない」「交通系ICカードの方が便利」という意見が多かった。
- 年代別ではクレジットカードを持たない若年層は別にして、クレジットカードを所有している割合が高い40～60代の利用者は利用拡大要望が多い。
- 今後海外からの観光客などインバウンドが回復し、対象車両や利用可能なクレジットカードのブランドが増えれば、利用者の割合も増加するであろうと思われる。また普及のためには、他の交通事業者や観光施設、各種店舗との連携強化も今後検討していかなければならない。

(1) 熊本市電でVISAタッチ決済を利用されたことがあるか（N=3,580） ※無回答除く

項目	割合	人数
利用したことがある	3.9%	140
知っていたが、利用したことがない	44.4%	1,588
そもそも利用できることを知らなかった	51.7%	1,852

(2) 利用した感想（N=248、複数回答あり）

項目	割合	件数（件）
普段から買い物等で利用しているため、ICカードや現金が不要となり便利	52.8%	131
決済に時間がかかるため利用しづらい	8.1%	20
対象車両数が限られているため利用しづらい	31.0%	77
利用できるブランドがVISAのみのため利用しづらい	31.9%	79

(3) 利用したことがない理由（N=1,563） ※無回答除く

項目	割合	件数（件）
普段からクレジットカードのタッチ決済を利用していない	37.8%	591
普段はVISAカード以外のブランドを利用している	5.9%	92
対象車両数が限られているため利用しづらい	5.2%	81
交通系ICカードの方が便利のため	44.6%	697
定期券を利用しているため	6.5%	102

3-3 調査結果（100周年に向けてのご意見）

- 100周年事業で一番やってほしいものは「運賃100円の日や無料の日」の実施が一番多かった。これは令和4年で何度も実施した実績があり、その影響が大きいと思われる。
- 記念品の販売もかなりの要望があった。特に「キャラクターとのコラボ商品」「キーホルダーやバッジ」「記念ICカード類」「模型やおもちゃ」「記念乗車券」等のニーズが高かった。
- 体験型イベントでは「運転体験」「工場・車庫などの施設見学」が多かった。
- 通常運行での実施を想定したイベントは「スタンプラリー」や「ウォークラリー」など、子供と楽しんだり、健康志向の傾向もみられる。
- 記念車両としてラッピング電車や花電車の復活も要望が上がっていた。

(1) 自由記述中の単語（キーワード）の出現件数（上位）（N=1,582） ※無回答除く

やってもらいたい項目	キーワード	件数（件）
運賃100円の日や無料の日	100円、無料	263
キャラクタとのコラボイベントや商品販売	くまモン、ワンピース、コラボ	186
記念グッズ販売	キーホルダ、バッジ、バッチ、タオル、切手、絵葉書、コイン	178
記念ICカードやカードケース販売	カード	96
車両の模型やおもちゃ販売	模型、プラモ、チョコQ	86
記念乗車券や切符の販売	乗車券、切符	72
運転席に座って体験会	運転、体験	71
スタンプラリーやウォークラリー	ラリー、巡回	58
昔の車両や風景の写真展	写真、-撮影会	52
飲酒可能なイベント	ビール、ピア、ワイン	45
記念ラッピング車両の運行	ラッピング	34
花電車の運行	花電車	22
施設見学会	車庫、工場、見学	17

