モビリティ・マネジメント技術を応用した混雑緩和の取組み

江ノ島電鉄株式会社

鉄道部　旅客課　　峯尾祐司

鉄道部　駅　　大塚直輝

江ノ電の路線

富士山
遊行寺
藤沢
石上
湘小路
鵠沼
新江ノ島水族館
江ノ島
龍口寺
満福寺
光明寺
極楽寺
稲村ケ崎
七里ケ浜
腰越
長谷寺
光則寺
御霊神社
成就院
長谷
由比ヶ浜
和田塚
六地蔵
鎌倉
本覚寺
大船
北鎌倉
円覚寺
明月院
建長寺
鶴岡八幡宮
シーキャンドル
サムエル・コッキング苑
江の島灯台
江の島
小動岬
稲村ガ崎

施策のねらい

◆混雑の要因

- 土休日の特定時間帯において観光客集中による混雑
- 単一的な観光行動パターンによる特定区間・時間帯への集中

激しい混雑
遅延の慢性化

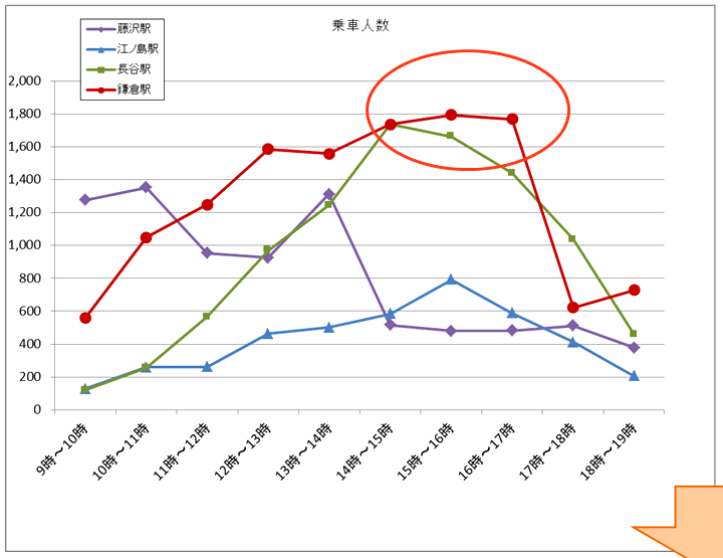
混雑を見て利用を
避ける人々
「公共交通を避けている」

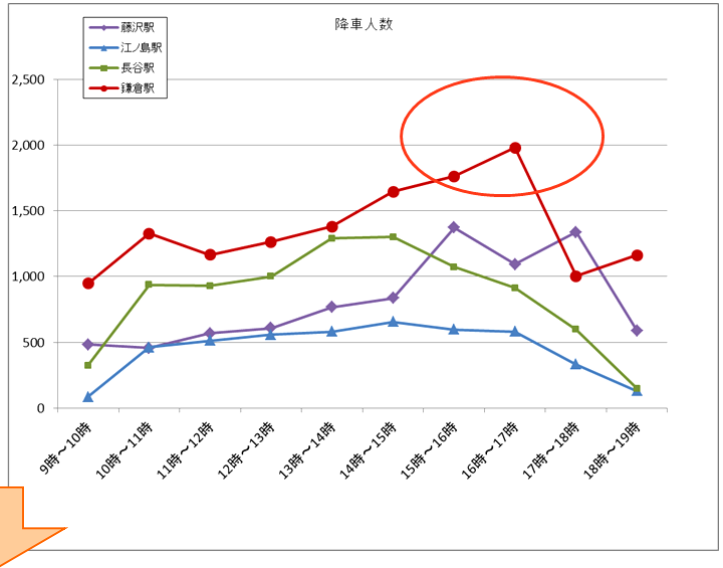
輸送力増強などでの対応が難しい

施策のねらい

観光の有効時間帯（9時から18時）における総輸送力（乗車率100%前提）では、
現状の同時間帯利用者総数を上回っている。
（総輸送力　12,960人　鎌倉方乗車11,923人　降車12,470人）

著しい混雑は特定時間帯のみ





混雑時間帯の平準化により、一定の改善効果を期待できる

施策の検討

混雑のピークは午後

朝・午前中へのシフト

- 横浜から1時間弱、東京から1時間超かかる立地を考えると難しい。
- 発地側での施策は難しい（自社エリアではないので手段がない）
- 回遊を拡大させるだけの資源が乏しい

夕方・夜へのシフト

- 目的地側の対策で可能
- 夕夜間の観光資源がある（観光施設側の工夫で対応可能）
- 夕夜間には隣接する横浜などへ観光客が逃げている現状
- 鎌倉の主な訪問層である女性層に高い訴求力（夜景・グルメ）

夕方・夜間への利用シフトで混雑緩和
＋
日中の区間シフトも図る

→ **構造的アプローチ**

→ **心理的アプローチ**

構造的アプローチ

夕・夜間の回遊拡大に資する企画乗車券の発売

13時以降の全線フリー乗車券＋江の島島内観光施設入場券を大幅割引で発売

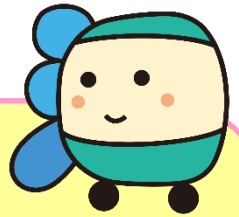
観光施設の営業時間延長

江の島島内観光施設の営業時間を20時まで延長

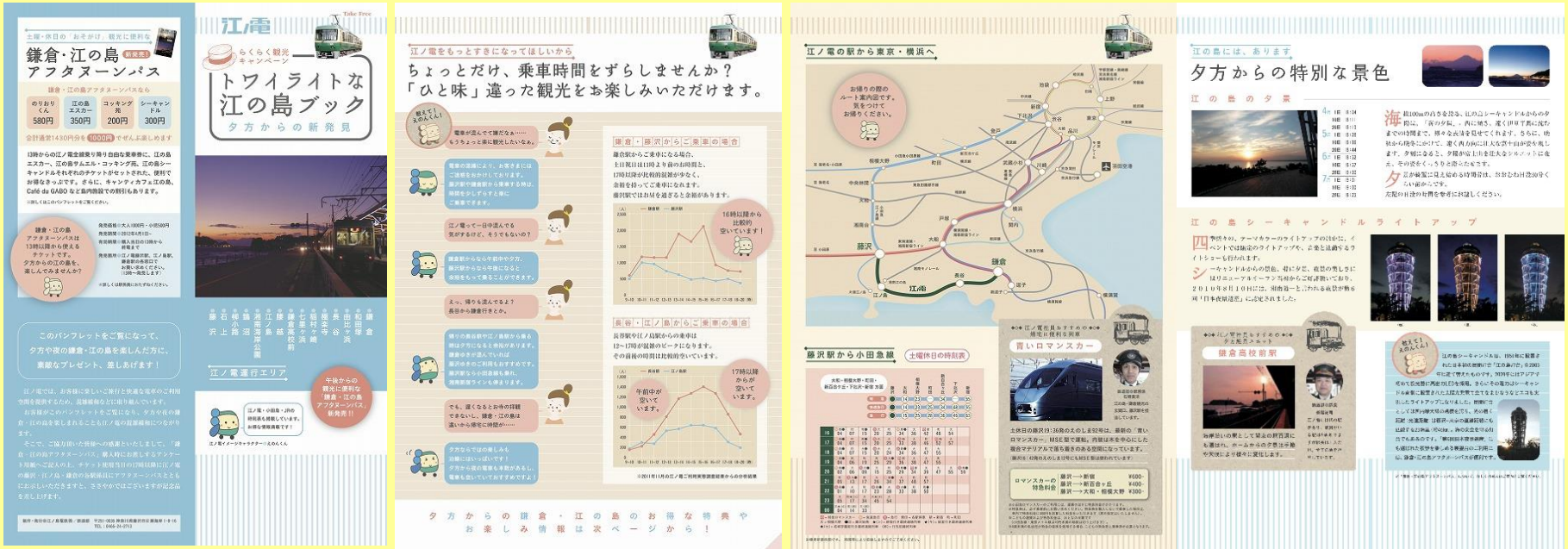
◆夕方・夜間の回遊拡大をねらう

◆鎌倉方に偏りがちな流動を新たな商品・魅力により江ノ島方に引っ張る

心理的アプローチ【1】



MMツール「トワイライトな江の島ブック」の発行
コミュニケーションアンケートの実施



冊子による動機付けとコミュニケーションアンケートにより、行動変容を促す。
特に藤沢・江ノ島方向への誘客を図るとともに、帰宅を藤沢方面とすることで、鎌倉口に集中する混雑を緩和する。

心理的アプローチ【2】

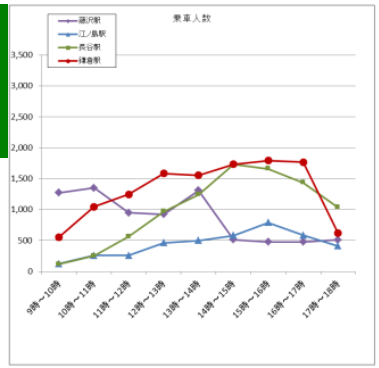
係員による駅での積極的なPR（情報提供）

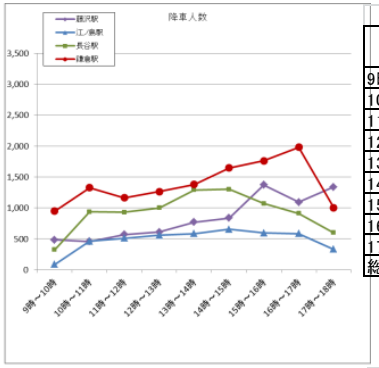
駅員自らがコミュニケーターとなり、個別アドバイスを実施。
コミュニケーションボードを使った積極的な情報提供。

利用者との「コミュニケーション」により行動変容を促す「モビリティ・マネジメント」技術を応用し、平準化を実施

施策の効果

2011年 11月 (開始前)

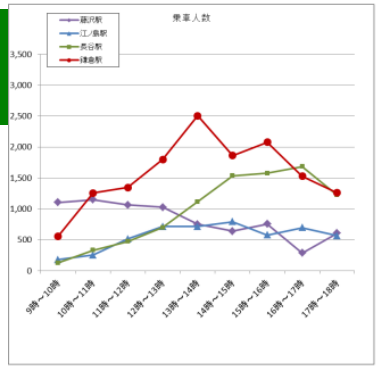


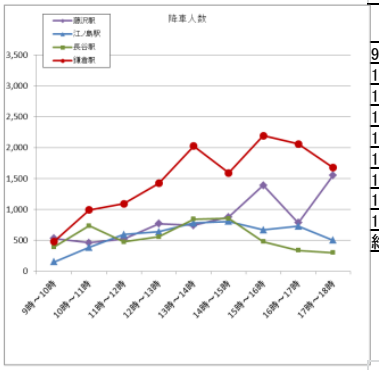


	乗車集中率					降車集中率				
時間	藤沢駅	江ノ島駅	長谷駅	鎌倉駅	合計	藤沢駅	江ノ島駅	長谷駅	鎌倉駅	合計
9時～10時	16.3%	3.2%	1.3%	4.7%	6.3%	6.4%	1.9%	3.9%	7.6%	5.6%
10時～11時	17.3%	6.5%	2.8%	8.8%	8.9%	6.1%	10.6%	11.2%	10.6%	9.7%
11時～12時	12.2%	6.5%	6.3%	10.5%	9.2%	7.5%	11.7%	11.1%	9.3%	9.7%
12時～13時	11.9%	11.6%	10.7%	13.3%	12.1%	8.1%	12.8%	12.0%	10.1%	10.5%
13時～14時	16.8%	12.6%	13.8%	13.1%	14.1%	10.2%	13.3%	15.4%	11.1%	12.3%
14時～15時	6.6%	14.6%	19.2%	14.6%	14.0%	11.1%	15.0%	15.5%	13.2%	13.6%
15時～16時	6.1%	19.8%	18.4%	15.0%	14.4%	18.3%	13.7%	12.8%	14.1%	14.7%
16時～17時	6.2%	14.8%	15.9%	14.8%	13.1%	14.5%	13.3%	10.9%	15.9%	14.0%
17時～18時	6.6%	10.3%	11.5%	5.2%	7.9%	17.8%	7.6%	7.2%	8.0%	10.0%
総合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

3か所で同一時間帯に混雑ピークを迎えると共に、それが全体ピーク時間となる

2012年 4月

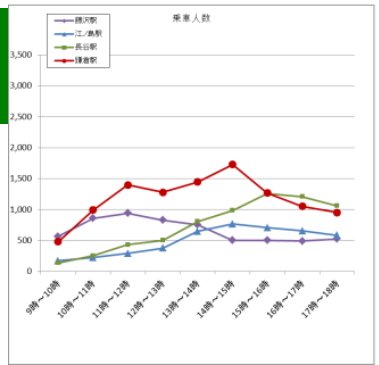


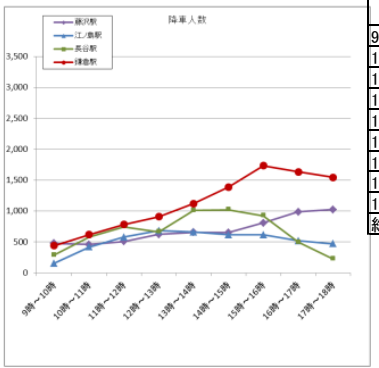


	乗車集中率					降車集中率				
時間	藤沢駅	江ノ島駅	長谷駅	鎌倉駅	合計	藤沢駅	江ノ島駅	長谷駅	鎌倉駅	合計
9時～10時	14.9%	3.6%	1.4%	3.9%	5.6%	7.0%	2.9%	7.9%	3.6%	5.0%
10時～11時	15.5%	5.1%	3.8%	8.8%	8.5%	6.0%	7.4%	14.8%	7.3%	8.2%
11時～12時	14.4%	10.3%	5.4%	9.5%	9.6%	6.8%	11.3%	9.6%	8.1%	8.6%
12時～13時	13.9%	14.3%	8.0%	12.7%	12.0%	10.1%	12.1%	11.2%	10.5%	10.8%
13時～14時	10.2%	14.2%	12.7%	17.7%	14.4%	9.7%	14.8%	17.0%	15.0%	14.0%
14時～15時	8.7%	15.8%	17.5%	13.1%	13.7%	11.5%	15.4%	17.2%	11.8%	13.2%
15時～16時	10.2%	11.5%	18.0%	14.6%	14.1%	18.2%	12.7%	9.6%	16.2%	15.1%
16時～17時	3.9%	13.9%	19.2%	10.8%	11.9%	10.3%	13.8%	6.8%	15.2%	12.4%
17時～18時	8.2%	11.3%	14.0%	8.9%	10.3%	20.4%	9.6%	6.0%	12.4%	12.8%
総合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

全体ピーク時間は変わらないが、各駅ピーク時間は分散した

2012年 6月





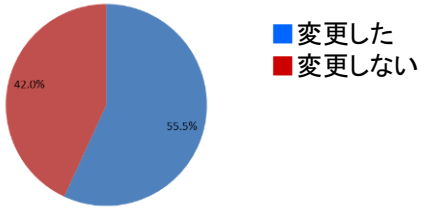
	乗車集中率					降車集中率				
時間	藤沢駅	江ノ島駅	長谷駅	鎌倉駅	合計	藤沢駅	江ノ島駅	長谷駅	鎌倉駅	合計
9時～10時	9.5%	3.9%	2.1%	4.4%	4.8%	7.7%	3.3%	4.9%	4.4%	5.1%
10時～11時	14.4%	5.1%	3.8%	9.0%	8.3%	7.4%	8.9%	9.8%	6.1%	7.7%
11時～12時	15.8%	6.5%	6.5%	12.6%	10.9%	8.2%	12.2%	12.5%	7.7%	9.7%
12時～13時	13.9%	8.5%	7.5%	11.6%	10.6%	10.1%	14.5%	11.1%	8.9%	10.6%
13時～14時	12.6%	14.7%	12.2%	13.1%	13.0%	10.6%	14.0%	16.9%	11.0%	12.7%
14時～15時	8.4%	17.3%	14.8%	15.6%	14.2%	10.5%	13.1%	17.2%	13.6%	13.6%
15時～16時	8.4%	16.0%	18.9%	11.5%	13.3%	13.0%	13.1%	15.5%	17.1%	15.1%
16時～17時	8.2%	14.8%	18.2%	9.5%	12.1%	15.9%	11.0%	8.4%	16.1%	13.4%
17時～18時	8.8%	13.3%	16.0%	8.6%	11.1%	16.5%	10.0%	3.8%	15.2%	12.1%
総合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	98.4%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

季節変動はあるものの、引き続きピーク時間は分散している

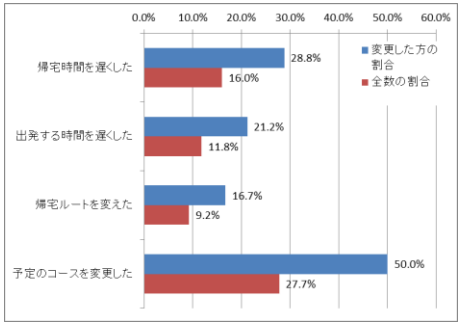
施策の効果

◆アンケート結果

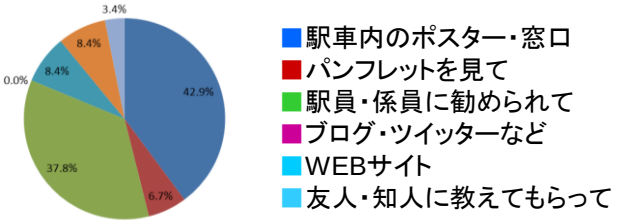
チケット・パンフによる予定の変更

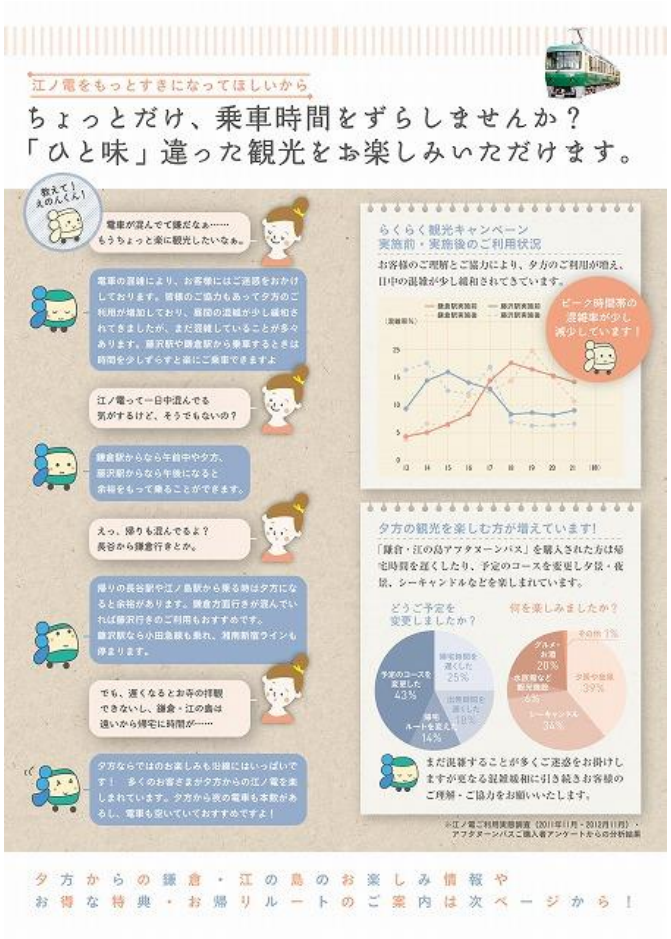


変更内容



チケット選択の理由





- ➢一定の行動変容を促すことには成功
- ➢夕方の利用促進によるピークカットという当初の目的には概ね方向性として一致

→コミュニケーションによる積極的変容

広がるコミュニケーション施策

コミュニケーションによるご案内の定着

能動的コミュニケーションによるご案内

お客さまのお近くでご案内する文化が定着

個々のお客さまに最も適したご案内

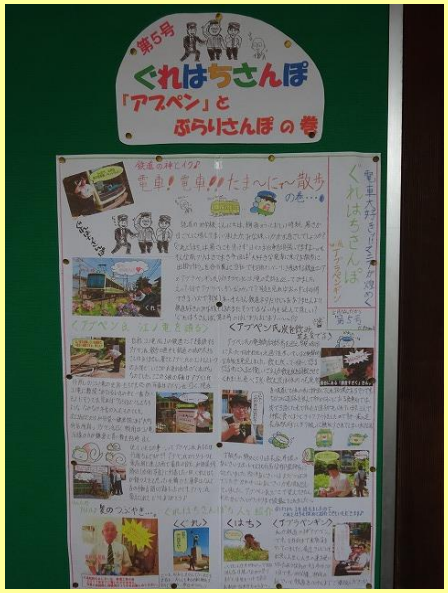
他社利用のほうがお客さまのご要望に合っている場合は、敢えて自社利用のおすすめをしないなど

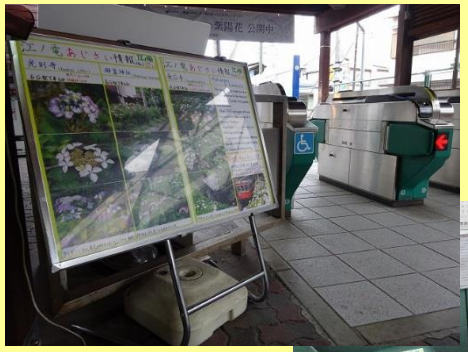
広がるコミュニケーション施策

提案型情報提供文化の発展

「聞かれて答える」から「こちらからご提案」へ

●沿線のスポット、季節の花、イベント情報を手作り地図等でご提案
●掛員が自ら足を運び体感し楽しんだことを紹介
●ピークカット＋もっと江ノ電を楽しんでいただきたいという意識





広がるコミュニケーション施策

提案型情報提供文化の発展

情報提供ツールを中心に広がるコミュニケーション

掛員

掛員

掛員

情報提供ツール

お客さま

掛員とのコミュニケーションをきっかけとした行動変容

江ノ電MMのこれから

沿線地域のみなさまとのコミュニケーション強化

●学校訪問・出前授業の企画立案・実施

●関係自治体・教育委員会を含めたMM教育への参加

現場主導のMM文化の発展と課題

●現業掛員が主体となり自主的・積極的に活動

●後継者育成が課題

モビリティ・マネジメント技術を

応用した

混雑緩和の取組み

終

江ノ島電鉄株式会社