

住民を対象としたTFP（トラベル・フィードバック・プログラム）の概要

第1ステップ（9月）【コミュニケーションアンケート】の実施

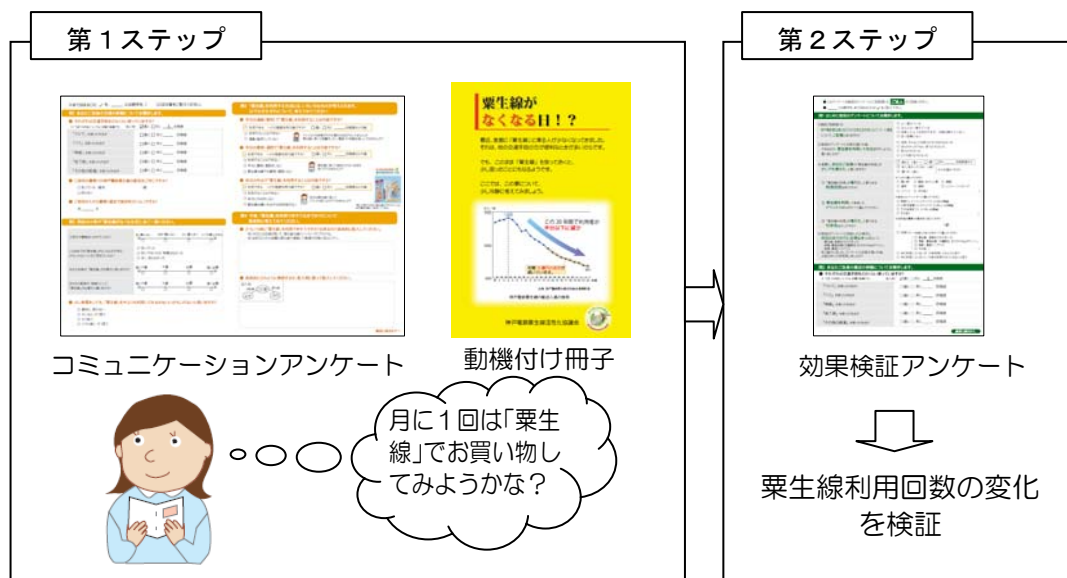
沿線に居住されている10,000世帯（駅から概ね1km圏内の世帯を対象）に、「栗生線」利用を促す「動機付け冊子」と、「コミュニケーションアンケート」を郵送配布・回収しました。（アンケート票は1世帯あたり2枚同封）

コミュニケーションアンケートのねらい

通常のアンケートは「調べる」ことのみが目的ですが、コミュニケーションアンケートには、「調べる」以外に質問への回答を通じて、自分自身の行動を**振り返り**、今よりも「栗生線」の利用を増やすことができないかを**考えてもらう“きっかけ”をつくる**という二つ目の目的があります。

第2ステップ（11月）【効果検証アンケート】の実施

第1ステップの回答者の中から、引き続きアンケートに協力頂ける方を対象に、効果検証アンケートを郵送配布・回収し、栗生線の利用促進効果を検証します。



アンケート結果

コミュニケーションアンケート ※詳細は、神戸電鉄粟生線活性化協議会HPにて公開中

総配布数：10,000世帯

回収数：2,878世帯

全回答数：3,934人

回答者3,934人の内、

- ①小冊子の内容への関心 ⇒ 約3,460人(約88%)の方が、関心がある。
- ②粟生線の必要性 ⇒ 約3,530人(約90%)の方が、必要と考えている。
- ③日常的な粟生線の利用回数 ⇒ 約2,100人(約53%)の方が、月1回未満の利用。
- ④今後の粟生線利用の可能性について
- ・通勤・通学での利用で利用できるか ⇒ 約380人(約10%)の方が利用可能。
 - ・平日の買い物、通院などで利用できるか ⇒ 約940人(約24%)の方が利用可能。
 - ・休日のレジャーなどの外出で利用できるか ⇒ 約1620人(約40%)の方が利用可能。

効果検証アンケート ※詳細は、神戸電鉄粟生線活性化協議会HPに公開予定(3月)

総配布数：2,178世帯

2,751人

全回答数：1,616人

回答者1,616人の内、

- ①前回のアンケートについての記憶 ⇒ 約1,550人(約95%)の方が 覚えている
- ②粟生線を利用して出掛けようと思ったか ⇒ 約1,430人(約90%)の方が 思うようになった
- ③粟生線の利用が少しでも増えたか ⇒ 約500人(約30%)の方が増えた
⇒ 約1,060人(約65%)の方が変わっていない

⇒③で増えた(約500人)、と回答された方のうち、

- ④増えた回数 ⇒ 約330人(約65%)の方が週に1回未満
⇒ 約90人(約20%)の方が週に1~3回
- ⑤増えた利用目的 ⇒ 約270人(約55%)の方が 買い物、レジャー、ハイキングで利用
- ⑥主な行き先 ⇒ 約320人(約65%)の方が 三宮、新開地、湊川方面へ