バス利用者のバス利用満足度に 接客サービスが与える影響に関する研究

佐藤 良太¹・谷口 綾子²

¹学生会員 筑波大学大学院博士前期課程 システム情報工学研究科社会システム工学専攻
(〒305-8573 茨城県つくば市天王台1-1-1)
E-mail: sato61@sk.tsukuba.ac.jp

²正会員 筑波大学大学院講師 システム情報工学研究科リスク工学専攻
(〒305-8573 茨城県つくば市天王台1-1-1)
E-mail: taniguchi@risk.tsukuba.ac.jp

バス利用者の満足度を考えるとき、運賃や運行便数、所要時間などのサービスレベルとともに、運転士の接客や運転操作の技量も満足度に影響を及ぼしていると考えられる。本研究では、都市部の路線バス運転士が行う接客サービスの質がバス利用者の満足度及びバス利用意図に及ぼす影響について実証的に分析を行った。対象バス路線としては茨城県南地域の2路線、及び東京都心部の1路線を設定し、その乗客913名を対象にアンケート調査・分析を行った。その結果、既にバスを使っているバス利用者に対しては、混雑度やバスへの態度よりも、運転士による接客サービスがバス利用満足度に与える影響が大きいことが統計的に示唆された。またバス利用満足度が、その後のバス利用意図にも影響するが示された。

Key Words : *customer satisfaction measurement, bus customer, bus service, bus driver's service*

1. はじめに

路線バス事業の輸送人員は、昭和43年のピーク時に全国で年間101億44百万人であったが、現在はその約4割の40億57百万人（平成19年）まで落ち込んでいる。この主要因として、モータリゼーションの進展が挙げられるが、一方で、バス路線が廃止されると移動困難となり生活に支障をきたす人々も存在し、特に地方部における路線バス利用促進は交通計画の大きなテーマのひとつと言えよう。

バスを始めとする公共交通のサービス水準改善策に関しては、混雑度緩和、定時性の確保、安全性、速達性、待ち時間の減少、運賃の低廉化など、主に「バスシステム」に関する様々な研究が行われている。

一方で、公共交通サービスに含まれるものとして、運転士等による接客サービスが挙げられる。接客サービスの重要性は、複数の文献で指摘されている。例えば大島¹⁾は、公共交通の満足度変動の重要な要因として、乗務員の対応が適切であることを挙げている。谷口・藤井²⁾は、運行乗務員の態度にネガティブな印象を持てば、公共交通に乗らないという否定的な態度が形成される可能性があることを指摘している。

しかしながら、接客サービス等を公共交通のサービス水準評価として検討し、定量的な分析を行った研究は極めて少ないのが現状である。よって、接客サービスの評価について検討、提案することは、今後の公共交通サービス全般の向上に寄与すると考えられる。

これらを踏まえ、本研究では、バスの乗客(バスチャイイス層)を対象とし、都市部におけるバス利用の総合満足度に接客サービスがどの程度寄与しているかを実証的に検証することを目的とする。

なお、本研究では、「バス接客サービス」を運転士が運行中に提供する全てのサービス(運転操作、案内、車内清掃、料金収受等)と定義する。

2. 調査概要

本研究では、バス事業者が接客サービスについて、どのような取り組みを行っているのかを把握するために、茨城県南地域及び東京都心部で運行しているバス事業者3社を対象に、接客サービスへの取り組みについてインタビュー調査を実施した(表-1)。

また、乗客がバス乗車中に、バスサービスに関してどのように感じているのか把握するために、バス車内にお

いてアンケート調査を行った(表-2).

表-1 インタビュー調査概要

調査対象	茨城県南地域及び東京都心部のバス事業者3社 (A社, B社, C社)
調査日時	A社:2009年12月10日 16時より17時半 B社:2010年1月5日 15時より16時半 C社:2010年2月17日 12時より14時
インタビュー項目	・接客サービス向上のために会社で行っている取り組みについて ・その取り組みによってどのような効果が現れたか ・事業者として重要と考えているサービス項目について ・運転士の具体的業務スケジュールについて

表-2 バス乗客アンケート調査概要

調査対象	A社 主力1路線の乗客(n=308) (路線長9.9km, 平日91便/日, 休日51便/日) B社 主力1路線の乗客(n=239) (路線長2.9km, 平日34便/日, 休日37便/日) C社 主力1路線の乗客(n=366) (路線長4.1km, 平日213便/日, 休日169便/日)
調査方法	バス乗車時, 調査者が車内に乗客にアンケート用紙を配布, 降車時に回収
調査日時	A社:2009年11月21日(土),23日(祝),26日(木),27日(金) B社:2010年1月9日(土), 10日(日) C社:2010年2月27日(土), 28日(日)

表-3 インタビュー調査結果

A社	・長年に渡って接客を重視した取り組み(外部講師の招聘, 職場懇談会など)を行っている。 ・マイク案内を積極的に行う運転士が増えた。 ・原則週休2日だが, 実際は運転士不足のため, 月2,3回超過乗務をしてもらっている。 ・ハード面の充実よりも, 安全・安心に乗ってもらうことに重視している。 ・一部の無理なダイヤで, 運転士に負担がかかる。 ・近年の顧客満足の要求の高度化に対する運転士教育に悩んでいる。
B社	・安全とサービスで日本一の会社を目指す。 ・接客サービスの取り組みには自信がある。 ・2003年に高速バス路線で起こした東名高速飲酒運転事故がきっかけとなり, 接客サービスの向上, 法令遵守を徹底するようになった。 ・原則週休2日だが, 多くの運転士が更に月2,3回程度勤務している。運転士不足ではない。 ・バスの点検清掃業務は子会社が行っており, 運転士の負担が少ない。 ・接客などが素晴らしい運転士を毎月選出し, 表彰を行う。モチベーションの向上につながっている。
C社	・入社時研修, 1年目研修, 3年に1度の定期研修など, 研修制度が充実している。接遇研修も行う。 ・1運転士あたり年4回添乗チェックが行われる。覆面調査で行われ, その結果は賞与にも関係する。 ・お客様センター, サービス向上委員会の設置 ・チームワーキングによる顧客満足度の向上 ・お客様からの苦情は事業所内で掲示される。 ・全車両にデジタルタコメーターの導入 ・ドライブレコーダーの導入(車内外の録画) ・運転士の拘束時間を改善する。

3. インタビュー調査結果

バス事業者3社に行ったインタビュー調査の結果を表-3に示す。A社, B社は, 茨城県南地域で運行を行うバス事業者で, C社は東京都心部のバス事業者である。

各社とも運転士による接客サービスは重要であるという認識を持ち, それぞれで取り組みを行っていることが分かった。しかしながら, その取り組みには差異があり, 重要性を認識しながらも, 無理なダイヤを組まざるを得ない, 近年の顧客満足の要求高度化による悩みなど, 様々な事情から十分な対応がとれていないと思われる事業者もあった。

4. アンケート調査結果と分析

バス車内アンケートは, 表-4に記した項目・尺度について実施した。これらより得られたデータを用いて, 各事業者間における接客サービスの影響の相違, 接客サービスが満足度に及ぼす影響について分析を行うこととする。

表-4 設問と尺度両端の定義

指標	設問	尺度両端の定義(段階)
バスへの態度	あなたは「バスでの移動」が好きですか。	とても好き/とても嫌い(5段階)
乗り物酔い	あなたは「乗り物酔い」をしやすいですか。	全く酔わない/とても酔う(5段階)
定期券の有無	あなたは, バス定期券を持っていますか。	はい/いいえ
乗車回数	あなたは, バスをどれくらい利用していますか。	年/月/週に □回程度(※集計時は年換算)
混雑度	現在乗車中のバスはどのくらい混雑していると思いますか。	かなり混んでいる/かなりすいている(7段階)
定時性	現在乗車中のバスは, 時刻表通りの定時運行であると思いますか。	定時よりかなり早い/定時よりかなり遅い(7段階)
運転操作	現在乗車中のバス運転士の運転操作についてどう感じますか。	とてもいい/とても悪い(7段階)
接客	現在乗車中のバス運転手の乗客への接し方(例えば車内アナウンスなど)についてどう感じますか。	とても良い/とても悪い(7段階)
清潔さ	現在乗車中のバスの清潔さについてどのように感じますか。清潔でないと感じられる場合, 具体的なところもチェックをお願いします。	特に気にならない/清潔でない
冷暖房	現在乗車中のバスの温度(冷暖房)について, どのように感じますか。	暑い/普通(ちょうど良い)/寒い
総合満足度	総合的に判断して, 現在乗車中のバスのサービスはどう感じますか。	とても良い/とても悪い(7段階)
利用意図	また, 同じ区間の移動にバスを使おうと思いますか。	とてもそう思う/全く思わない(7段階)

図-2 事業者別 バス乗車目的

(1) バス事業者別の乗客属性

まず、アンケート対象としたバス事業者の乗客属性を分析する。なお、本研究では各事業者の特定の一路線を選定して調査分析を行っているため、その路線が存在する地域の特徴が色濃く表れている。本節の集計は「事業者別」であるが、事業者の差異と「路線」の差異が混在していることに留意が必要である。また、アンケート調査日が土日祝日に偏っている点についても留意が必要だ。以下に、乗客の年齢層、乗車目的、バス以外に同区間同目的で選択可能な交通手段の有無及び内訳についての集計結果について述べる。

図-1 は事業者別の乗客の年齢層の割合を示したグラフである。A 社及び B 社の路線では、20 台未満、20 代など若年層の利用が多い。この理由として、A 社の対象路線内には大学があること、B 社の対象路線は駅と大型ショッピングセンターを結ぶ路線であるという地域特性が考えられる。一方で C 社の対象路線は、沿線に商業施設、オフィス、教育施設など様々な施設が混在し、住宅街も混在することから幅広い年代層の利用があるものと考えられる。

図-2 は事業者別のバス乗車目的を示したものである。A 社の「その他」の割合が高いのは、調査時に沿線の大学の推薦入学試験があったため、これを目的とした乗客が多かったためと考えられる。どの路線においても、通勤・通学及び買い物を目的として乗車している人が多いと言える。

図-3 同区間・同目的の移動時の他交通手段の有無

表-5 各事業者、運転士別接客サービス評価比較

運転士(A社)	n	M	SD	運転士(B社)	n	M	SD	運転士(C社)	n	M	SD
A	43	4.70	1.15	A	25	4.64	1.11	A	39	4.79	1.13
B	28	3.75	1.08	B	18	4.28	1.67	B	40	4.58	0.98
C	36	4.56	1.11	C	14	4.79	1.12	C	71	4.93	1.26
D	33	4.09	0.88	D	10	4.70	1.06	D	39	4.49	1.23
E	35	3.97	0.66	E	19	4.16	0.90	E	24	4.25	1.29
F	23	3.74	1.10	F	11	4.18	0.41	F	50	4.18	1.17
G	37	4.11	1.10	G	20	4.65	1.14	G	41	4.78	1.24
H	11	4.27	1.35	H	28	4.50	1.04	H	45	4.78	1.38
I	38	4.58	0.89	I	19	4.95	1.31	I	11	4.82	1.08
J	21	4.19	0.60	J	16	4.56	1.32				
				K	8	3.88	0.35				
				L	11	4.45	0.93				
				M	3	6.00	1.00				
合計	305	4.24	1.04	合計	202	4.53	1.14	合計	360	4.64	1.23
						n:サンプル数	M:平均値			SD:標準偏差	

図-3 は、同区間・同目的の移動時にバス以外の交通手段があるか否かを事業者別に集計したものである。A 社の路線では、他の交通手段として自転車や徒歩を用いる人が多いが、「他手段はない」との回答も多い。B 社の路線は、自家用車の選択が多く、A 社同様、「他手段はない」との回答も多い。C 社の路線では、タクシー、徒歩を選択する人が多く、電車を選択する人も他社より多い。このことは、バス以外の公共交通手段が充実していることを示していると考えられる。

表-6 各変数の平均値, 標準偏差, サンプル数

	A社			B社			C社			3社合計		
	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD
総合満足度	239	4.36	1.04	177	4.43	1.01	246	4.63	1.07	662	4.48	1.05
バスへの態度	239	3.19	0.86	177	3.11	0.83	246	3.50	0.8	662	3.28	0.84
乗り物酔い	239	3.45	1.28	177	3.50	1.37	246	3.77	1.2	662	3.58	1.28
定期券	239	0.63	0.48	177	0.12	0.32	246	0.24	0.43	662	0.35	0.48
乗車回数	239	149.53	166.16	177	101.38	118.85	246	216.40	167.88	662	161.51	162.47
混雑度	239	3.37	1.43	177	3.34	1.64	246	3.50	1.57	662	3.41	1.54
定時性	239	3.20	0.84	177	3.80	0.59	246	3.82	0.51	662	3.59	0.73
運転操作	239	4.31	1.17	177	4.42	1.07	246	4.58	1.1	662	4.44	1.12
接客	239	4.26	1.04	177	4.54	1.13	246	4.69	1.18	662	4.50	1.13
利用意図	239	4.29	0.76	177	3.89	0.85	246	4.45	0.78	662	4.24	0.82
n: サンプル数 M: 平均値 SD: 標準偏差												

表-7 事業者間 各変数の平均値の差の分散分析結果, t検定結果

	群間分散分析		A社 vs. B社			A社 vs. C社			B社 vs. C社		
	f値	p	t値	df	P	t値	df	p	t値	df	p
総合満足度	4.31	0.01	-0.68	414	0.50	-2.81	483	0.01	-1.94	421	0.53
バスへの態度	13.87	0.00	1.02	414	0.31	-4.09	483	0.00	-4.88	370	0.00
乗り物酔い	4.37	0.01	-0.35	414	0.73	-2.85	483	0.01	-2.15	348	0.03
定期券	84.38	0.00	12.82	410	0.00	9.21	473	0.00	-3.41	420	0.00
乗車回数	29.09	0.00	3.44	414	0.00	-4.40	483	0.00	-8.23	421	0.00
混雑度	0.69	0.50	0.19	349	0.85	-0.96	483	0.34	-1.02	370	0.31
定時性	64.30	0.00	-8.54	412	0.00	-9.78	387	0.00	-0.38	421	0.70
運転操作	3.62	0.03	-1.01	414	0.31	-2.64	483	0.01	-1.48	421	0.14
接客	9.00	0.00	-2.59	414	0.10	-4.23	479	0.00	-1.30	421	0.20
利用意図	25.85	0.00	5.03	414	0.00	-2.20	483	0.03	-6.95	421	0.00
df: 自由度 p: 有意確率											

(2) 事業者別, 運転士別接客サービス評価の比較

本節では, バス事業者, バス運転士別に, バス車内における接客サービス評価を集計した結果について述べる.

表-5 は各事業者, 運転士別の接客サービス評価のサンプル数, 平均値, 標準偏差を比較したものである. 各社とも運転士の接客評価平均値は, 7段階中(1;とても悪い, 4;普通, 7;とても良い), 3.7 から 4.9 までの間で推移している. 例外として, B社のM運転士のみ接客評価平均値が6.0と高い値を示しているが, サンプル数は3である. これは, 特異値であり全体の結果に大きく反映するものではないと考えられる.

事業者別にサービス評価の平均値を比較すると, A社<B社<C社という傾向が示された. また, 運転士別に個々のデータを見ると, 極端に低い評価の運転士は見られないことが分かる.

(3) バス事業者別のサービスレベル評価と心理指標

本節では, バス事業者別にバスサービスレベル評価と心理指標を集計した結果について述べる.

表-6は, 表-4に記載されている各変数の平均値, 標準偏差, サンプル数を示している. 表-4の尺度で5段階(あるいは7段階)の左端を1, 右端を5(あるいは7)として点数化して集計・分析を行った. なお定時性の分析においては, 1を定時よりかなり早いまたはかなり遅い, 4を定時運行となるようにデータの修正を行っている. 総合満足度, 定時性, 運転操作, 接客の各変数の平均値において, A社<B社<C社という傾向が示された. またA社路線の定期券保有率は63%と, 他路線に比べて極めて高く, C社路線の乗客の年間乗車回数は, 平均216.4回と他路線に比べて極めて高いことが示された.

事業者間の差異を検証するため, 事業者間で各変数の

分散分析を行った結果を表-7左端に示す。表-7より、混雑度を除く各変数においてバス事業者間で差異があることが示されたため、三社それぞれにおける対比較を行った。その結果、「総合満足度」「運転操作」「接客」の指標においては、A社対C社間のみに有意な差が示され、会社への評価が高いことが示された。「バスへの態度」と「乗り物酔いのしやすさ」では、A社対C社、B社対C社で有意な差が見られ、C社の乗客は他社に比べて「バスが好き」であることが示された。定期券所有の有無、年間乗車回数、利用意図では、全事業者間において有意な差が見られ、路線の特徴の差異や地域特性が影響しているものと考えられる。定時性では、A社対B社、A社対C社において有意な差が見られ、A社への評価が低いことが示された。A社は表-3に示すように、無理なダイヤを組まざるを得ない、近年の顧客満足の要求高度化による悩みなどの課題が指摘されており、アンケート結果からも十分な対応がとれていない状況が示されたとも言える。

(4) 共分散構造分析によるバス総合満足度の規定因

本研究では、乗客に実施したアンケート調査結果をもとに、乗客のバスサービスへの総合満足度が、どのような要因によって規定されるのか、図-4に示す因果構造モデルを仮説として、共分散構造分析を用いて探索的に検証することとした。

まず、バス利用者の総合満足度は、乗客属性、車内環境、ドライバー要因、利便性の4つの潜在変数に影響されるものと考えた(図-4)。また、バス会社による満足度の差異を記述するため、A社を基準として、(A社、B社、C社)=(0, 1, 0)とするダミー変数と、(A社、B社、C社)=(0, 0, 1)とするダミー変数を設定した。次に、各潜在変数を構成する観測変数として、乗客属性には、定期券保有の有無(0を無、1を有)、乗り物酔いの有無(0を無、1を有)、バスへの態度(5段階)、乗車回数(回/年)を設定した。車内環境として、冷暖房の快適さ(0を快適、1を不快)、車内の清潔さ(0を清潔、1を清潔でない)の観測変数を設定した。ドライバー要因として、接客、運転操作(いずれも7段階)を設定した。乗客の主観的なサービスレベル評価として、定時性と混雑度(いずれも7段階)の観測変数で構成される利便性認知の潜在変数を設定した。上記の因果構造モデルを図-4に示す。

このモデルを基に、共分散構造分析(AMOS4.02)を用いて探索的に分析を行った。その結果、有意とならなかった変数を削除し、最もGFIの高かったモデルを図-5に、係数を表-8に示す。

図-5、表-8より、バス利用者の「総合満足度」には、「ドライバー要因」「乗客属性」から有意なパスが示された。「車内環境」からは有意なパスは示されず、利便

性認知としては「混雑度」のみから有意なパスが示された。

この「ドライバー要因」には、「接客の評価」と「運転操作評価」が有意に影響しており、その係数はそれぞれ0.828、0.772と、他と比較して大きな値であることが示された。このことは、運転士の接客サービスがバス利用者のバス利用満足度に与える影響は、乗客の個人属性や定時性・混雑度などの要因よりも大きく、より重要な位置を占めている可能性があることを示唆していると言える¹⁾。

一方で、「バス事業者ダミー」には、統計的に有意なパスが示されなかった。このことは、バス事業者や、路線・地域特性、乗客の年齢層や乗車目的、代替交通手段の有無に差異があったとしても、その差異がバスの総合満足度に影響していない可能性を示唆していると言える。

また「乗客属性」には、乗り物酔いの有無、バスへの態度、乗車回数が有意に影響していることが示された。さらに、総合満足度が高いほど、将来的なバス利用意図が高いことが有意に示されており、満足しているほど、これからもバスを利用しようと思う傾向があることが示された。

図-4 バス総合満足度の因果構造モデル

図-5 バス総合満足度の因果構造モデル 推定結果

表-8 共分散構造分析結果

従属変数		独立変数	係数	t	p
総合満足度	←	ドライバー要因	0.712	16.208	0
総合満足度	←	乗客属性	0.105	2.432	0.015
総合満足度	←	混雑度	-0.063	-2.162	0.031
接客	←	ドライバー要因	0.828	17.835	0
運転操作	←	ドライバー要因	0.772		
利用意図	←	総合満足度	0.312	8.457	0
乗車回数	←	乗客属性	0.177	3.144	0.002
乗り物酔い	←	乗客属性	0.298		
バスへの態度	←	乗客属性	0.774	2.707	0.007

5. おわりに

本研究では、バス利用者のバス利用総合満足度の決定要因として、「接客」と「運転操作」というドライバー要因に着目し、これらとバス利用総合満足度との関連性についてモデルを構築し、実証的に分析を行った。その結果、混雑度や、バスへの態度や乗り物酔いの有無などの乗車属性とともに、運転士の接客や運転操作と言った接客サービスが、バス利用の総合満足度に大きな影響を与えていることが示された。これらより、少なくともバス利用者のバス利用総合満足度に対し「接客サービスの質」は重要であり、現在バスに乗っているバス利用者を自動車利用に転換させないためにも、バス利用促進の際は接客サービスの向上に積極的に取り組むことが重要であることが示唆されたと言える。

今回ご協力いただいたバス事業者の担当者はいずれも、インタビュー調査において「バス車内における接客サービスの向上が重要と考え、会社で積極的に取り組んでいる」とおっしゃっていた。しかしながら、バス路線を維持するだけで精一杯でサービス改善に経営資源を割けない事業者も少なからず存在すると考えられる。工藤ら³⁾や伊藤⁴⁾は、バス運転士に対して研修を実施することで、多くの運転士に意識啓発効果があることを実証した。また、その後、運転士による接遇向上が促される可能性も報告している。中川⁵⁾は公共交通を使ってもらうために、「まず、人びとが利用したくなるような、魅力的な交通をつくるのが先である」と述べている。例えば、広島県福山市を拠点とする中国バスは、接客サービス等を徹底的に改善させた結果、一度は経営的に破たんしたものの、経営再建することに成功した^{19)・20)}。接客サービスの向上が公共交通の利用意図につながることは多くの関係者が経験的、感覚的に理解していたと思われるが、本研究ではこれを実証的に示すことができた。

公共交通利用促進のための様々な施策が行われているが、事業者の接客サービスの向上に関しては、各事業者任せとなっているのが現状である。今後、国や自治体等

の公的機関による公共交通利用促進施策の一環として、接客サービス向上に関する何らかの支援等の枠組みの検討が望まれる。

今後の研究課題としては、バス非利用者の交通手段選択に際して接客サービスが与える影響や、接客サービスの変化がバス利用者の満足度や利用意図に与える影響、非都市部におけるバス利用者に接客サービスが与える影響、バス路線沿線居住者と非居住者の利用満足度の違い、運転士の特性に見られる接客評価の違いなどについて、調査分析を行う必要があると考えられる。

謝辞：本研究の根幹となるインタビュー調査及びアンケート調査は、バス事業者のA社、B社、C社の多大なるご協力によって、実現したものである。また、アンケート調査に於いては913名の路線バス利用者の皆様にご協力いただいた。株式会社テレビ東京には、本研究にあたって番組資料を提供いただいた。そのほか、本研究の遂行をご支援くださった多くの皆様に、この場を借りて感謝申し上げます。

注

[1]このことは、本研究におけるアンケート調査が土曜休日に偏っていたこと、定時性が良いためなどの要因から、総合満足度に対して大きな影響を与えていなかったとも考えられる。また、バスサービス全般においては定時性や混雑度などの利便性や運賃、所要時間など、接客サービス以外の要因の重要性も高いことは言うまでもない。

参考文献

- 1) 大島章義：公共サービスの市民満足度について，多摩大学大学院修士論文，2001.
- 2) 谷口綾子，藤井聡：公共交通利用促進のための“エモーショナル”なマーケティング戦略ーウィーン市交通局のモビリティ・マネジメント，土木計画学研究・講演集，Vol.33，2006.
- 3) 工藤みゆき，伊地知恭右，芝崎拓，原文宏，岡田丈生：バス乗務員に対する接遇研修の実施と検証，第5回日本モビリティ・マネジメント会議，2010.
- 4) 伊藤遥子：バス運転士への意識啓発によるモビリティ・マネジメント促進の可能性に関する研究，横浜国立大学大学院修士論文，2008.
- 5) 中川大：公共交通は『正便益・不採算』，土木学会誌，Vol.92，pp.74-75，2007.
- 6) 元田良孝：バス 110 番の開設についてーバス規制緩和後の市町村の公共交通計画支援ー，土木学会誌，Vol.92，pp.54-57，2007.
- 7) 元田良孝：バス 110 番とその背景ー自治体を取り巻く公共交通問題ー，運輸と経済，財団法人運輸調査

- 局, 第 67 巻第 10 号, pp.45-55, 2007.
- 8) 新谷洋二: 都市交通計画, 技報堂出版, 1993.
- 9) 田中重好: 地域総合交通計画策定の社会的条件の探求(下)―青森県津軽地方を事例として―, 弘前大学人文学部『人文社会論叢』(社会科学篇), 第 4 号, pp.149-180, 2000.
- 10) 広田民郎: バスのすべて, グランプリ出版, 2008.
- 11) 正司健一: 交通者行動と都市公共交通事業の運賃設定について, 国民経済雑誌, 神戸大学, pp.79-94, 1990.
- 12) 鈴木文彦: 路線バスの現在・未来, グランプリ出版, 2001.
- 13) 中野宏幸: 公共交通の顧客の価値観の構造分析―顧客主義からとらえた公共交通―, 運輸政策研究, Vol.8, No.1, pp.22-30, 2005.
- 14) 樋口民雄, 秋山哲男: コミュニティバス計画のサービス水準の評価に関する研究, 都市計画学会論文集, pp.517-522, 2000.
- 15) 瀬尾卓也, 河野辰男, 田中良寛: 公共交通の顧客満足向上に関する調査, 国土交通省土木研究所道路研究部道路研究所経常研究, 1999-2002.
- 16) 藤井聡: 社会的ジレンマの処方箋 都市・交通・環境問題のための心理学, ナカニシヤ出版, 2003.
- 17) 鈴木文彦: 西鉄バス最強経営の秘密, 中央書院, 2003.
- 18) 社団法人日本バス協会: 2009 年度版日本のバス事業 48, 全国バス事業協同組合連合会, 2009.
- 19) 日経スペシャル「ガイアの夜明け」, 第 268 回町からバスが消える「～規制緩和で揺らぐ地域の足～」, テレビ東京, 2007 年 6 月 19 日放送
- 20) 小嶋光信「地方路線バス事業の課題と具体策」2009 全国オムニバスサミット in ふくやま 事例紹介.
- 21) 中村文彦: バスでまちづくり, 学芸出版社, 2006.
- (2011.2.25 受付)

A STUDY OF THE RELATIONSHIP BETWEEN BUS CUSTOMER'S SATISFACTION AND BUS DRIVER'S HOSPITALITY

Ryota SATO and Ayako TANIGUCHI

When we focused on the satisfaction of the bus customers, there are several elements that make effects on their satisfaction. The amount of fare, numbers of bus running, and its duration are some of the examples of these elements. At same time, the skills of driving and the service that the bus drivers do are also making difference with the satisfaction. In this paper, we empirically analyzed how the quality of bus drivers' service would affect to the satisfaction of bus customers. For this analysis, each customer is asked to answer with some questionnaire This survey was obtained cooperation from 913 bus customers, which are from two bus lines of Southern part in Ibaraki prefecture and one line from the central of Tokyo, in Japan, to answer with this questionnaire.

The result shows that bus drivers' service is more important than likability of bus and congestion degree. Moreover, we found that the amount of bus customers' satisfaction would affect the intension of future bus use.