



公共交通を幼い頃から身近なものに！ 絵本「ガタゴトポーン！」

01 背景と目的

豊橋市民意識調査や、当課が行った交通に関する市民アンケートによる経年変化から、本市の交通に関する背景などを見た。

背景

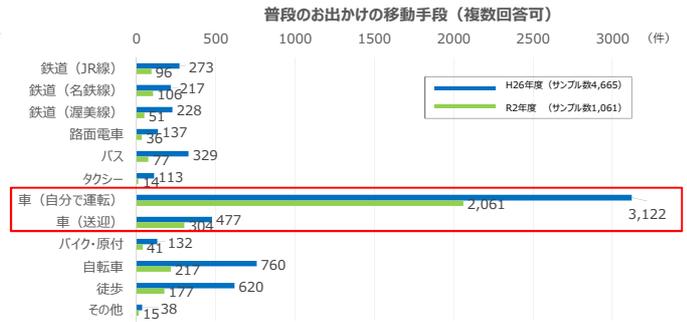
令和3年度に行った市民意識調査で「豊橋市の自慢できること」を聞いたところ、「道路や公共交通の便がよい」が全体の38.3%と上位に！



BUT①

公共交通利用者が少ない

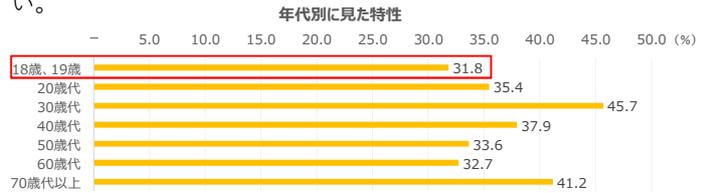
平成26年度及び令和2年度に聞いた「普段のお出かけの移動手段」について、公共交通の利用率は上がっているものの、車やバイクでの利用率も高くなっているのが現状である。



BUT②

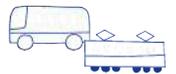
若者が自慢に感じていない

「道路や公共交通の便がよい」と回答した方を年代別に見ると、10代の割合が最も少なく、若い世代が魅力と感じにくい。



目的

幼ない頃 (年少児～小学校低学年) から公共交通に親しみを持ってもらえる機会を創出することで、公共交通への興味・関心・愛着の増幅を図る。



02 プロジェクトの概要

目標達成のための方策として考えた絵本制作とその展開方法について、ポイントを3つ紹介する。

ポイント①

座談会の声を絵本に反映



「どうしたら公共交通に乗りたくなる？」「電車やバス、タクシーの良さは？」など、素朴な疑問を有識者や読み聞かせボランティア、現役の子育て・孫育て世代、保育士、交通事業者と話し合う座談会を、絵本制作前に開催した。



公共交通の乗り方や安全性・環境配慮の点などを前面に押し出すような教則本にはしたくない。

座談会参加者の声

豊橋らしさが出るようにしたい。



座談会参加者の声



公共交通特有の音や視点をいれられると良い！

座談会参加者の声

ポイント②

愛知県豊橋市出身の絵本作家が公共交通を“楽しく”表現



豊橋市出身の絵本作家 高橋祐次 (たかはし ゆうじ) 氏が座談会を元に絵本を着想。少年が友達にプレゼントを届けに行くという何気無い話の中に、公共交通が起こすミラクルをスピード感持って表現した。

絵本完成まで、高橋氏とはオンラインで10回程度意見をすり合わせたほか、対象年齢の子どもに絵本を読んでもらい、反応を確かめた。



◆仕様
サイズ: H210mm×W200mm
色数: 両面4色
製本: 無線綴じ
頁数: 28ページ
部数: 500部

ポイント③

読み聞かせの場を設定



絵本は、市内の保育園や図書館、子育て支援センター、病院の待合室などに配架したほか、実際に図書館で読み聞かせ会を実施した。



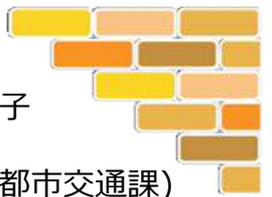
また、普段、図書館で実施しているおはなし会が市電に出張したイベント電車「おはなしでん」を企画。参加した親子はマットを敷いた車内に座り、制作した絵本を含め、「乗り物」をテーマにした読み聞かせや手遊びなど約30分の電車旅を楽しんだ。

読み聞かせ会後は、絵本をプレゼント。

豊橋出身の絵本作家らと制作！ トヨッキーのぼうけん



発表者：竹田 佳子
(愛知県豊橋市
都市計画部 都市交通課)



03 絵本の内容



絵本の構成でこだわった主な点は、以下の4つである。



オノマトペがいっぱい♪

耳を澄ますと公共交通が奏でる音は多種多様。乗り物ごとの音に加え、キーホルダーが飛んで行く「ポーン」「あれ〜」という音がリズムカルで効果的に使われている。



豊橋の交通 All-star cast!

市電、渥美線、路線バス、タクシーと、豊橋市内を走る公共交通が総動員！乗り換えながらマナーやルールもさりげなく入った一冊となった。



豊橋市マスコットキャラクター「トヨッキー」を探せ!

ページをめくる度に移動したトヨッキーを探す楽しみも！トヨッキーは男の子の元へ戻ることができるのか!?



豊橋自慢のあれこれが満載!

キャベツにミニトマト、手筒花火にサーファー…。豊橋が誇れる様々なものがキャラクターとなって登場！これらのキャラたちがどの公共交通でどこへ行くか追ってみては？

04 効果



絵本を活用したイベント電車「おはなしでん」から見る成果と、絵本に対する読者の声を紹介する。

おはなしでんの成果

◆定員を大幅に上回るほど大反響

2回実施した「おはなしでん」は、1回目が174名(定員20名)、2回目が152名(定員40名)と競争率が激しい応募状況となった。参加者からは、「電車の音と絵本の『ガタゴト』という音がリンクしてよかった」などの好意的な声を頂いた。また、参加者アンケートでは、96.3%の方が今後の公共交通利用について前向きな回答をしており、行動変容が期待できる(1)。

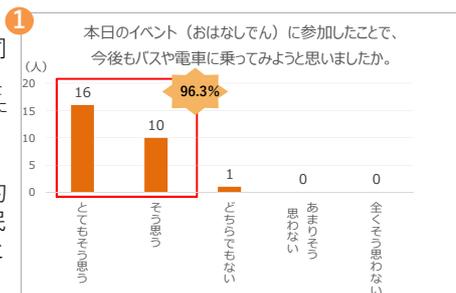
◆民間事業者を巻き込む

使用した車両の広告主が事業に賛同し、協賛品を提供いただくなど、より幅広い事業へと展開できた。



◆交通事業者の収益事業に

鉄道事業者は手応えを感じ、継続的な事業化を検討しており、施策を民間事業者に着実につなげられたことは大きな成果と言える。



読者の声

2

子どもが大好きで、何度も読んでくれと持ってきてます。豊橋へ来たばかりの家族ですが、市電に渥美線に、豊橋名物も書いてあったりと、大人でも発見が多い本です。素敵な本を作ってくださいありがとうございます。



2

読者からありがたい声をいただいており、販売や再貸出しを望む声もある。

3

絵本に付した二次元コードからアンケートに回答できるように設定。絵本閲覧前後の公共交通への意識変容などの効果検証を引き続き行っていく。



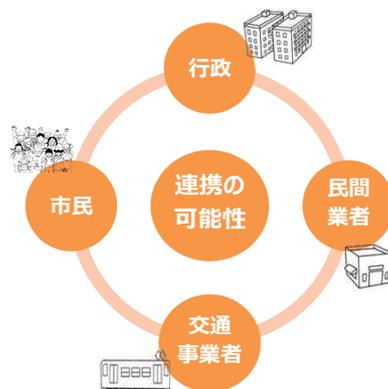
絵本のアンケート項目についての詳細はこちら

05 結論



対象ごとにアプローチの変化を

公共交通という同じ切り口でも、細かく分けた対象ごとにアプローチを変える施策が効果的だと感じた。今回は主なターゲット層を小学校低学年以下にしつつ、絵本をきっかけに親世代も巻き込む家族ぐるみのMMに繋ぐことができた。



●●×●●の相乗効果を

絵本制作やイベント電車などの施策を切り分けて考えるのではなく、それぞれを掛け合わせて活用・展開することで、公共交通への興味・関心・愛着を持続できるのではと期待している。また、市民、民間事業者、交通事業者、自治体他部署などを巻き込んだ連携事業は、今後の様々な利用促進策の検討にも幅広く応用できると考える。

子ども

- ・未就学児
- ・小学校低学年
- ・小学校高学年
- ・中学生 など

大人

- ・単身者
- ・既婚者
- ・子育て世帯
- ・子育てが一段落した世帯 など

高齢者

- ・60代～70代
- ・家族と同居の方
- ・介護が必要な方 など