

第4章 車内における情報提供

これまで二つの章において列車に乗るまでの情報提供について考察してきた。しかしながら、目的地に向かうまでの情報は手に入れたとしても活用できなければ意味が無い。極端な話、乗った列車が目的の駅に一番早く接近したが通過していった、という事態もある。そのような事態を避けるためには、現在地はどこか、乗換駅はどこか等の情報が列車の中で、かつ出来得るならばリアルタイムで入手できることが重要となる。そこで、この章においては列車の中における情報提供について取り上げたいと思う。

0. はじめに

車内における情報提供手段は、その情報を受容する感覚によって2つに大別される。すなわち、地図、文字等の視覚により認識する情報と、車内放送等の聴覚によって認識するものである。これらは同一内容の提供を様々な手段によっているというわけではなく、むしろ相互補完的に提供されていると見るべきであろう。実際、現在新造されている車両の多くにはLED¹や液晶を利用した表示装置が搭載されているが、それに伴い車内放送が消滅したという話はあまり耳にしない。そこで、車内における情報提供手段を上記のような分け方をして、考察していこうと思う。

1. 視覚によって認識する情報

A. 路線地図について

まず、視覚によって認識する情報提供手段について取り上げてみようと思う。視覚によって認識する情報提供手段、それはすなわち絵、図、文字によるものであるが、その中でも最もポピュラーなものが、路線地図であろう。会社によって、同業他社の路線まで乗せているもの、自社の路線のみのも、路線のみならず列車種別に至るまで掲載しているものと多種多様であるが、日本の大抵の鉄道会社において掲出されている。

次ページの写真は西武鉄道とJR東日本の路線地図である。西武鉄道のもは自社線の他に、沿線の観光資源や接続する他社線も描かれている。対し

¹ Light-Emitting Diode 発光ダイオードの意。

て JR 東日本のそれは自社線及び相互直通路線の他は、資本的に大きなつながりのある数社しか描かれていない。



図 2-4-1 西武鉄道の路線地図



図 2-4-2 JR 東日本東京近郊区間の路線地図（一部）

これはあくまでも一例であり、他にも様々な路線地図が存在する。しかし、どのような路線地図がベストであるか、前掲の二つにしてもどちらのほうがベターであるか、という問題の答えは容易には得られない。なぜなら路線地

図に対する各社の考え方は千差万別であり、同時に利用者が路線地図に求めるものも様々に異なるからである。例えば前掲の二例のうち西武鉄道の場合、鉄道とセットで沿線も自社開発していくというグループ経営の性格上、沿線の観光地までも含めた路線地図になり、JR 東日本の場合、自社線のネットワークこそがグループの最大の売り物となるわけで、それを強調した路線地図になるわけである。利用者の側からすると、ひとつの会社、または広域を網羅した路線地図というものは、目的地が遠方である場合役に立ち、またその目的地までの大まかな距離もわかるため、一部詳細さにかけるにせよ、現状の形での路線地図というものは非常に役立つものであろう。

B. 停車駅案内図

しかしながら、ひとつの路線に複数の列車種別が走っていたりすると、駅の所在のみを記した路線地図では間に合わないこともある。そのような用途には、停車駅案内図という情報提供手段が存在する。これも、多種別の列車が走る会社においては一般的に使用されるものである。



図 2-4-3 西武新宿線の停車駅案内図

これは前掲の路線地図とは異なり、純粋に輸送サービスの段階において必要とされる情報の提供となっている。すなわち、各駅における乗換・乗り継ぎ情報の提供である。実際図を見ると分かる通り、そこには該当路線に関する情報のみしか提示されておらず、その描き方も多分にデフォルメされたものである。しかしながら、該当路線に関する情報ならば前述の路線地図とは比べ物にならないほどの、情報を有している。例えば、上図にある西武池袋線の場合、全社的な路線地図においては紹介されていないすべての種別の停

車駅や、具体的な乗換線が掲載されている。

以上のような二種、路線地図と停車駅案内図は相互補完的に提供されていて、また極めて代表的な情報提供手段のセットである。これらは一般的に紙媒体に印刷しての提供がなされ事業者（情報提供者）側としても提供への障壁が低く、それゆえに一般に普及しているといえる。しかしながら近年は上記の内容にとどまらない、情報提供手段及び内容も提供されていることもある。

C. 電光表示

その中でも代表的なものが LED や液晶を利用した電光表示によるさまざまな情報の提供である。これは耐久性、消費電力、変更が容易な点を評価されて普及したものである。またこれらの装置は前述の路線地図や停車駅案内図の代替手段としてよりも、むしろ補完的な手段として利用されており、それゆえにその内容に関しては各社独自の内容が存在する。しかしながらデファクトスタンダード²とも言うべき提供内容もあり、それは停車駅案内、乗換案内、及び次駅案内という車内放送の補完的な内容である。これらの提供内容は電光表示の「表示の変更が逐一可能」という特徴をうまく利用したものである。

例えば次駅案内を見てみよう。これは次の停車駅、他線への乗換案内、開くドアの方向がセットで案内されることが多いが、これらの情報は基本的に紙媒体で提供されている。開くドアの方向はむしろ提供していない事業者のほうが多いかもしれないが、ほかの二つの項目に関しては前述のように提供されていることが多い。しかしながら、それらはいくらわかりやすくデフォルメされていても、大量の情報が一度に掲載されている以上、すぐ見て一瞬で理解できるものではない。その点、電光表示による情報提供では各駅ごとに各々適した情報が提供されるため、初めて乗車した路線であっても比較的わかりやすい。

前例のような、車内放送の補完的な役割は電光表示による情報提供の最も重要かつ有用な機能のひとつである。しかしながら、多くの会社においてはそれ以上の情報を提供している。

例えば、東急電鉄が近年新製した 5000 系という車両では、液晶ディスプレイ

² defacto standard (英) 事実上の標準の意。

レイを隔ドアごとに二つずつ設置している。このディスプレイのうち片方は前述の案内を流しているが、もう片方ではさまざまな映像を流している。これは、一般的なマナーなどの呼びかけの他、東急観光や東急不動産等の自社グループのCMも流しているものであり、車両が乗り入れている営団地下鉄線内、東武鉄道線内においても流されている。これは液晶ならではの機能を生かしたものであり、極めて効果的なものであろうと推測される。しかしながら、この機能は事業者側に都合のよい機能であり、利用者に対しては必ずしも必要とされるものではない。その点、液晶ディスプレイを利用して利用者向けの情報を提供しているのはJR東日本の山手線に配置されている、サハ204系であろう。この車両はJR初の6扉車両として、山手線の混雑緩和のために投入されたのだが、車内の各扉付近に液晶ディスプレイを備え文字放送を流している。内容は、天気予報、主要ニュースなど、サラリーマンをターゲットとしたものである。しかしながら、それらの情報は利用者にとって極めて有用なものであり、真に考えられた情報の提供サービスであろう。

以上のように視覚に対する情報提供は、基本的に事業者側の都合に即した内容、手段で行われている。ゆえに、各路線を利用するに当たって不都合を生じない程度の情報提供は、各事業者共通で行われているが、それ以上の内容は事業者毎に異なる内容となっている。そこにおいて、各事業者のおかれている状況、利用者に対するスタンスが明確に現れているといえるだろう。しかしながら、各社が、例えば前述の如くサラリーマン向けの情報を同様に提供する必要はない。路線毎に利用者の構成、そこから導き出されるニーズは異なってくるからである。

観光地向けに走る優等列車の中で、サラリーマン向けのニュースなどの情報を流されても興ざめであろう。また、通勤列車の中で観光地のPRをひっきりなしに流しても、注目する人は多くはないだろう。このように利用者のニーズとマッチしない情報提供はむしろ害悪である。それは現在の、情報をとりあえず提供して利用者の選択（及び行動）に多くを委ねるといって、多くの事業者の姿勢につながるものがあるだろう。事業者にはこのような点を踏まえた上で、よりよい情報提供を目指してほしいものである。

2. 聴覚によって認識される情報

この節においては聴覚によって認識される情報について取り上げたいと思う。代表的なものとしては、乗務員や自動放送による車内放送が挙げられる

だろう。ただし、これらは車内放送という形で同じ枠に括られても、その役割は異なる。なぜなら、乗務員による放送はリアルタイムの情報を流すのに対し、自動放送はあくまでも事前に収録した内容のみしか流せないからである。それゆえに、自動放送による放送はどうしても各社似通ってくるが、乗務員による放送は各社独自の工夫が見られる。そこで、これら二つの方法を分けて考察してみる。

自動放送は近年増えてきた情報提供手段であり、ワンマン運転の列車において比較的多く導入されている。これは、一般的に普及しているワンマンバスと同様の方法であり、事前に放送内容を吹き込んだテープ等を用意し、それを乗務員によるワンタッチ操作において再生するという仕組みを採っている。この方式のメリットは

- ・事前に情報を組み込むので、ケアレスミスによる誤放送は起こらない。
- ・ワンマン運転の場合、運転士が運転のみに集中でき結果的に事故の減少につながる。
- ・新線、新駅の開業などによって提供する情報に変化があった時でも、迅速かつ手軽に提供情報の更新ができる。

などが主なものとしてあげられる。現実的には最初の二つのメリットが重視されて、近年導入が進んでいるわけであるが、自動放送という形をとっている以上その役割には自ら限界が存在して、それゆえに各事業者ともその放送内容は極めて似通っている。すなわち、停車駅案内、乗換案内、及び次駅案内というものである。これらは、そう度々変化していくものでもなく、それゆえに自動放送化しやすいものである。ただ、提供される情報量としては本来に必要最小限であるために、乗務員による肉声の放送の完全代替とは成り得ず、部分保管という状態にとどまっている。

一方、乗務員の放送は最も一般的な聴覚に対する情報提供手段である。状況に応じて放送内容の変更が可能である、設備投資が少なくすむ等のメリットがあり、ほとんどの事業者により提供されている情報伝達手段である。この、状況に応じて提供する情報の内容が変えられる、という機能は他のあらゆる情報伝達手段に比べて、この手段が最も優れている機能であるが、実際にはその機能が十分に生かされているとは言い難い。例えば事故の際に電車の中に 分閉じ込められた、という事件は、この機能が十分に生かされていないことが、原因の一つである。利用者の最も必要とする、あと何分で動くのか、という情報が全く提供されないことが毎回問題となっているが、こ

これは現場の乗務員の機転によっていくらでも解消できる問題なのである。たとえ中央指令から完全な情報が入ってこなかったとしても、そこで乗務員が手に入れられる情報から、乗務員の推測という形であれ、何らかの具体的な情報が利用者に提供されれば、少しは利用者の不満も解消されるのである。以上のように、乗務員の放送は現状ではその情報提供能力を生かしきっていないといえよう。

この節においては、聴覚に対する情報提供について見て来たが、現状においてはその能力を生かしきれていないという事実が目立つ。また、事業者側には、情報提供の際には正確性を期す、という考えが垣間見えるが、利用者の立場からすれば、正確性が低くてもより詳しい情報を求めているわけで、そのような認識の違いが、提供される情報の違いにも結びついているのであろう。

3. よりよい情報提供に向けて

以上のように現状においても様々な手段によって様々な情報が提供されている。しかしながら、同時に情報提供手段において、ベストな答えとは一意的に存在するものではないが、それゆえに改良の努力が必要ないということにはならない。ゆえにこの節では、さらにベターな情報提供へのひとつの方向性を示して、この章のまとめとしたいと思う。

現在の情報提供の問題点として挙げられることに、大量の情報が個々に存在することにある。例えば乗り換え情報の場合、そこで乗り換え情報の対象の情報を提供しても、目的地への所要時間は提供されない、というように提供される情報は断片的である。このような状況では、いくら情報が提供されてもそれがそのまま利用者の利便につながるわけではない。各々の情報が互いに連携したものとして提供されることが望まれる。

現在の利用者が必ずしもこうした点に不満を持っているとは限らない。それでも、事業者がより良い情報提供を目指して自発的な改善を繰り返していくことを望みたい。