

オレンジゆずるバスって便利？

大阪大学大学院工学研究科

准教授 松村 暢彦

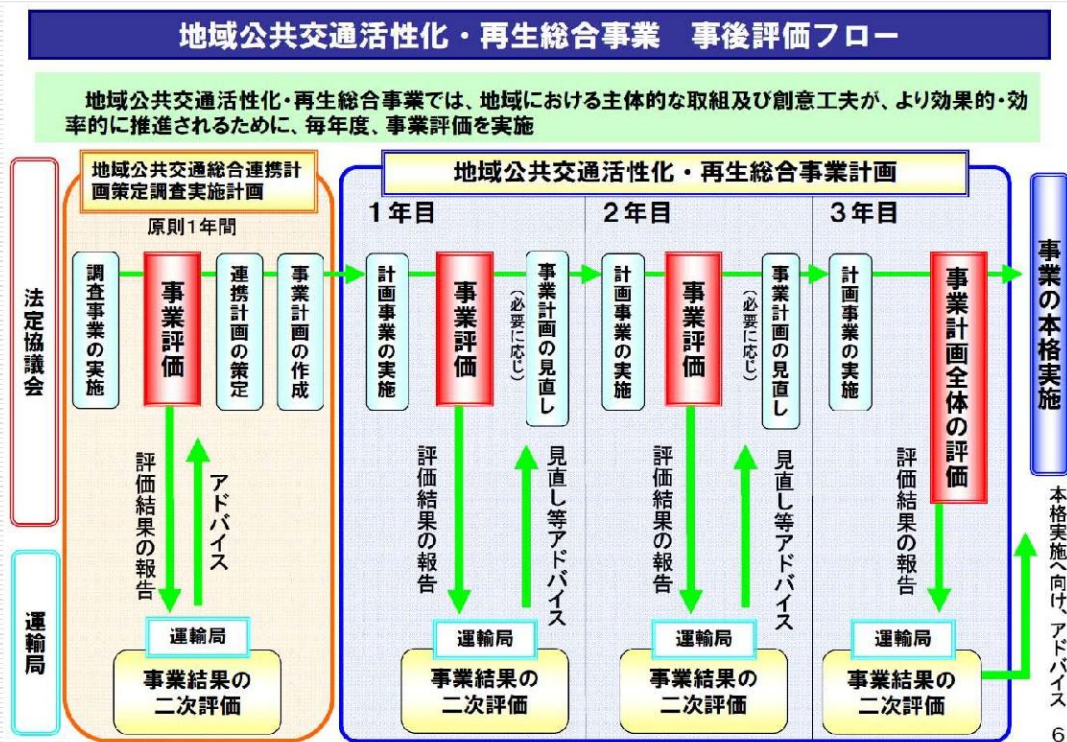
今日のお話し

- 昨年度のお話しのおさらい
 - オレンジゆずるバスは評価されます

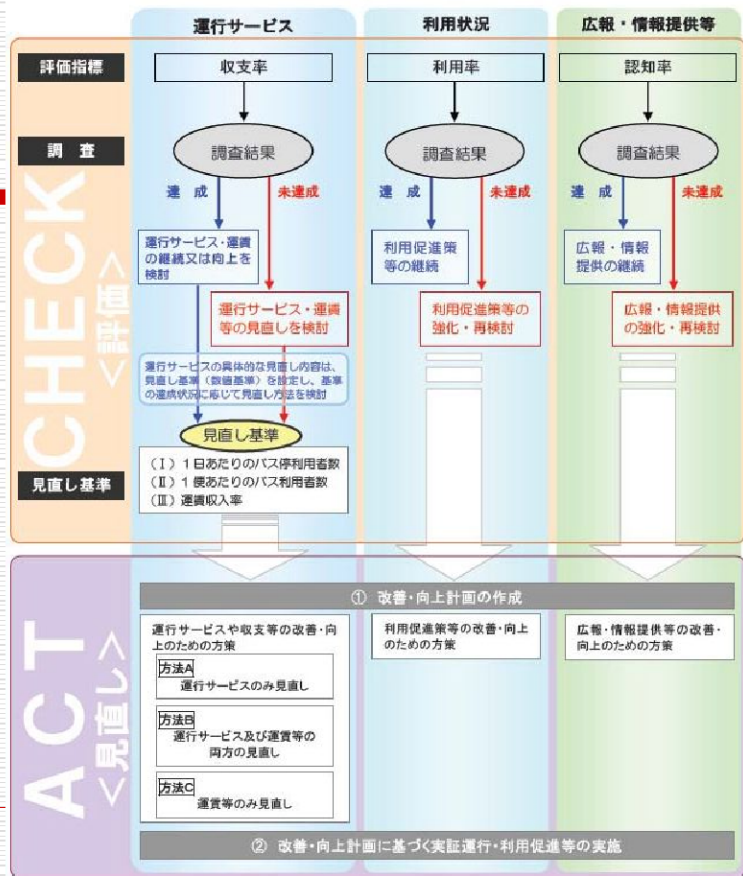
 - オレンジゆずるバスの評価と見直しは？

 - じゃ、何をすればよいのだろう？
-

昨年度のお話しのおさらい



評価・見直し



箕面市地域公共交通総合連携計画p70

地域の実情に応じた支援の実現

8.4 収支計画

新たなバスの運行にあたっては、適切な運行経費の範囲内で事業を行うことが必要である。このため、実証運行計画の作成にあたり、前提条件として以下の項目を設けた。

- 運行経費は、年間1億2,000万円以内¹⁾で運行サービス（ルート、運行日、便数等）を検討する
- 運賃収入率は、収入の35%以上²⁾を目標に運賃体系を検討する

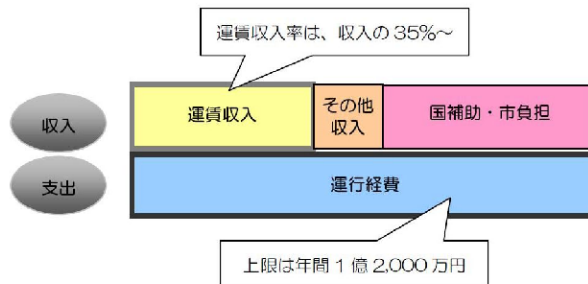
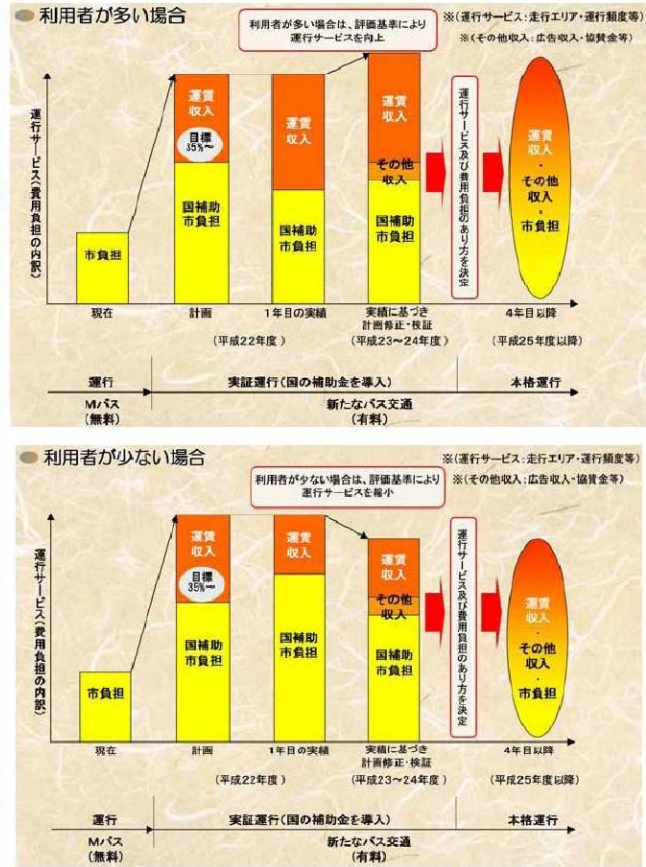


図 8-1 収支計画フレーム

箕面市地域公共交通総合連携計画p68

評価・見直し



箕面市地域公共交通総合連携計画p71

評価・見直し

評価指標	指標設定の意味	目標値	目標値設定理由	その他分科会での少数意見
収支率	<ul style="list-style-type: none"> 運行の見直し等を行うための最も基本的な指標。 採算性・効率性とサービス提供の妥当性などを数値として把握する。 運行計画（運行日、便数、運賃など）を評価する場合に用いる。 	50%以上	<ul style="list-style-type: none"> 利用者負担として半分は負担するとの考え方。 全国的事例を参考。 	<ul style="list-style-type: none"> 1年目は30%以上、3年目以降は50%以上を目指す、あるいは経営を行う観点から当然100%以上を目指すべき。
利用率	<ul style="list-style-type: none"> 地区における公共交通のサービスのあり方を数値として把握する。 利用促進策の取り組み成果などを評価する場合に用いる。 	40%以上	<ul style="list-style-type: none"> 利用率は、M/バスが13%、路線バスが55%であり、路線バスに少しでも近づけることが大切。 	<ul style="list-style-type: none"> 路線バスの利用率を考慮すると市内移動のためのバスとしては目標値が高すぎるのではないかと。
認知率	<ul style="list-style-type: none"> 公共交通を利用するための情報が十分かどうかを把握する。 情報提供のあり方などを評価する場合に用いる。 	1年目: 50%以上 3年目以降: 80%以上	<ul style="list-style-type: none"> 認知率は、M/バスが39%、路線バスが83%であり、3年目は、路線バス並みとし、1年目は市民の半分が知っていることが必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 市民のバスである意識を持ってもらうためにも100%を目指すべきとの意見あり。

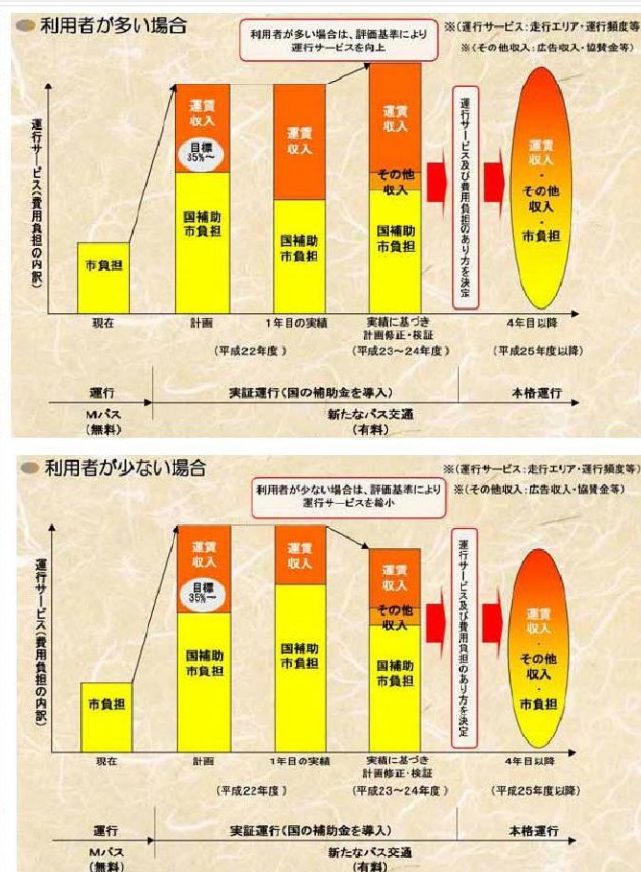
箕面市地域公共交通総合連携計画p72

評価・見直し

項目		見直し基準値	方策	
ルート・バス停の見直し	バス停1日あたりの利用者数	50人以上	向上	系統（ルート）の追加・新設を検討対象とする
		9人以下	改善	他ルートとの統合・廃止、通過便の設定や区間の廃止を検討対象とする
便数の見直し	バス1便あたりの利用者数	27人以上	向上	増便を検討対象とする
		15人以下	改善	減便を検討対象とする
運賃等の見直し	収支率 (運賃収入+その他収入)	65%以上	向上	割引運賃の適用範囲の拡大等 を検討対象とする
		50%以下	改善	割引運賃の適用範囲の縮小等 を検討対象とする

箕面市地域公共交通総合連携計画p74

評価・見直し



箕面市地域公共交通総合連携計画p71

評価・見直し

評価指標	指標設定の意味	目標値	目標値設定理由	その他分科会での少数意見
収支率	<ul style="list-style-type: none"> ・運行の見直し等を行うための最も基本的な指標。 ・採算性・効率性とサービス提供の妥当性などを数値として把握する。 ・運行計画（運行日、便数、運賃など）を評価する場合に用いる。 	50%以上	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者負担として半分は負担するとの考え方。 ・全国の事例を参考。 	・1年目は30%以上、3年目以降は50%以上を目指す、あるいは経営を行う観点から当然100%以上を目指すべき。
利用率	<ul style="list-style-type: none"> ・地区における公共交通のサービスのあり方を数値として把握する。 ・利用促進策の取り組み成果などを評価する場合に用いる。 	40%以上	<ul style="list-style-type: none"> ・利用率は、Mバスが13%、路線バスが55%であり、路線バスに少しでも近づけることが大切。 	・路線バスの利用率を考慮すると市内移動のためのバスとしては目標値が高すぎるのではないかと。
認知率	<ul style="list-style-type: none"> ・公共交通を利用するための情報が十分かどうかを把握する。 ・情報提供のあり方などを評価する場合に用いる。 	1年目：50%以上 3年目以降： 80%以上	<ul style="list-style-type: none"> ・認知率は、Mバスが39%、路線バスが83%であり、3年目は、路線バス並みとし、1年目は市民の半分が知っていることが必要。 	・市民のバスである意識を持ってもらうためにも100%を目指すべきとの意見あり。

箕面市地域公共交通総合連携計画p72

評価・見直し

項目		見直し基準値	方策	
ルート・バス停の見直し	バス停1日あたりの利用者数	50人以上	向上	系統（ルート）の追加・新設を検討対象とする
		9人以下	改善	他ルートとの統合・廃止、通過便の設定や区間の廃止を検討対象とする
便数の見直し	バス1便あたりの利用者数	27人以上	向上	増便を検討対象とする
		15人以下	改善	減便を検討対象とする
運賃等の見直し	収支率 (運賃収入+その他収入)	65%以上	向上	割引運賃の適用範囲の拡大等 を検討対象とする
		50%以下	改善	割引運賃の適用範囲の縮小等 を検討対象とする

箕面市地域公共交通総合連携計画p74

今年のオレンジゆずるバスの評価 と見直し

オレンジゆずるバスの評価

(2) 実証運行の評価

① 評価指標による評価

評価・見直しについては、客観的な検証を可能とするために、市民協働で設定した評価指標（認知率・利用率・収支率）とその目標値に基づき、実証運行を評価して、運行見直し（素案）を作成しました。

1) 認知率

目標値	現状の値	評価・見直し
1年目 :50%以上 3年目以降 :80%以上	運賃 79%	・ルート・行き先以外は1年目の目標値50%を達成できている。 ・3年後には、80%を達成するように、ルート・行き先などが分かりやすい運行内容の見直しを行う。
	最寄のバス停 69%	
	ルート・行き先 46%	
誰でも、どんな日 的でも乗れる 80%		

2) 利用率

目標値	現状の値	評価・見直し
-----	------	--------

オレンジゆずるバスの評価

3) 市民の生活の変化

項目	割合	評価
積極的に外出するようになった	21.9%	・バス利用者のおよそ2~3割が外出機会の増加と買物や公共施設利用の利便性が高まり、生活の質が向上したといえる。 ・利用者の消費活動が、新たに教養や娯楽、買い物に出るようになった利用者の消費活動の増加だと考えれば、オレンジゆずるバスによる市内の経済効果として評価できる。
市内の商店に買い物に行きやすくなった	29.8%	
市内の公共施設に行きやすくなった	23.5%	
自家用車を運転する回数が減った	10.7%	・バス利用者のおよそ2割が自家用車からオレンジゆずるバスへの転換が図れたといえる。 ・自家用車からオレンジゆずるバスへの転換することで、CO ₂ 排出量の削減効果として評価できる。
自家用車で送迎してもらう回数が減った	11.5%	

オレンジゆずるバスの見直し

(3) 運行見直し方針

運行見直しは、実証運行の評価と市民・利用者のかたから寄せられた意見・要望を踏まえ、下記を見直し方針とし、具体的な見直しを行いました。

見直し方針

- 1) 運賃の見直しは行わない。ただし、運行サービス（ルート、便数の見直しと利用促進）により、収支率の改善を目指す。
- 2) 乗継割引は必要であるという意見が多いことから、利用促進を図りつつ継続し、さらに同じルートでも自由に乗降できる一日乗車券を導入し、それらを併用実施することで利用者が利用しやすい運賃割引サービスを検討する。
- 3) 今回の見直しでは、青ルートの増便は実施しないが、他ルートを含め、中心部の利便性の向上を検討する。
- 4) 主要目的地は、ルート見直しでも可能な限り経由させる。
- 5) 廃止するバス停は、効率的・効果的な運行ルートに見直す場合のみの必要最小限とする。

じゃ、これからどうすればよいのだろうか？

何を目標とするのか？（大前提）

- バスを走らせる
- バスを便利にする
- バスにたくさん乗ってもらう

- 箕面での豊かな暮らしを持続的にすべての人が実現できる
- そのための手段としてのオレンジゆずるバス

オレンジゆずるバスの認知率は十分か？

□ 認知率はもう十分、あとは利用促進か？

バスの認知度の比較

項目	設問	WS実施群	WS未実施群	有意差
バスの認知度	運賃	88.2%	89.6%	n.s.
	定期券・回数券の値段	47.1%	24.5%	*
	乗り継ぎ額が半額になる	78.4%	62.6%	n.s.
	高齢者割引がある	90.2%	73.3%	n.s.
	3年間の実証運行である	70.6%	46.7%	**
	最寄りのバス停	80.4%	79.6%	n.s.
	市民協働によって計画された	56.9%	29.4%	**
	市民協働による見直しがある	58.8%	37.6%	*
オレンジゆずるバスへの態度		4.35	4.25	n.s.
ソーシャル・キャピタル		3.42	3.51	n.s.

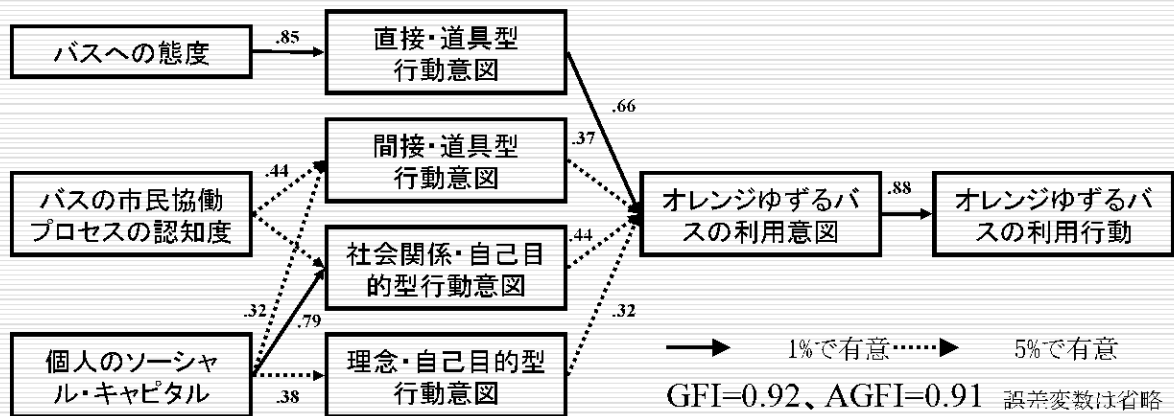
ワークショップの概要

	内容
新バスの説明	<p>「こんなバスが9月から走ります」（新バスの説明）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新バス社会実験の経緯、新バスの特徴（住民参加によって案を作成、事後評価と見直し）、サービス内容（料金、路線図等） <p>「皆さんがバスを使うことで維持、改善されます。」 「どんなときにバスを使えるかを考えてみるのが大切です」</p>
行動プラン作成	<p>「新しいバスがここまで走るようになったら、皆さんの生活がどう変わるのか具体的に考えてみましょう」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・どこにいくときに新バスを使えるでしょう？そのためには何時のバスにのればよいでしょう？その前後にはどんなところにいけるでしょう？ <p>「では、ご自身で考えてみましょう！」</p>
行動の集計と解説	<p>「では、皆さんのバスを使った生活でどう地域がかわっていくのかを考えていきます。」</p> <p>「前の大きな路線図に皆さんが新しいバスを使った行き先を貼って行って下さい」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在の交通手段ごとに目的地カードの色を変えておきクルマからの転換のCO2削減量の概算をその場で集計。箕面市内の店舗・施設利用による活性化を目視で確認 <p>「皆さんが新バスを使うことによって環境がこれだけよくなります。」</p> <p>「箕面市内のお店にこれだけお金が落ちるので地域活性化につながります。」</p> <p>「新しいバスの基準を超えるので、もっとバスのサービスがよくなります。そうすると、クルマをもっていない方々の移動がもっとしやすくなり、地域の福祉を支えます。」</p>

ワークショップの風景



市民協働プロセスの認知度の重要性



オレンジゆずるバスの認知率は十分か？

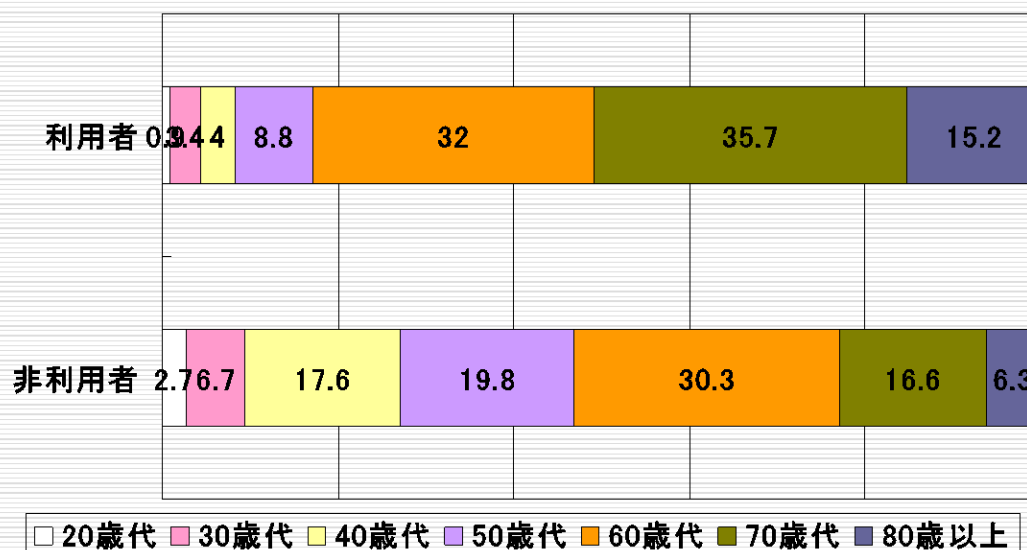
□ 認知率はもう十分、あとは利用促進か？

→基礎サービス状況は十分伝わっている(と思われる)が、「オレンジゆずるバスの将来は**住民の乗車行動**のみにかかっている」ことを伝えつづけることが利用促進にとっても重要。

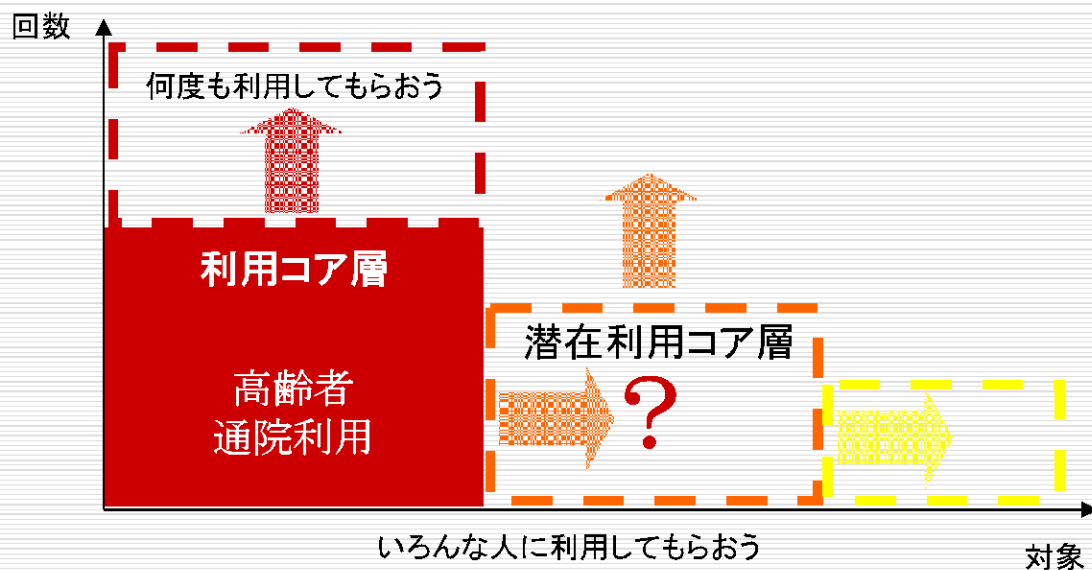
利用促進：誰に対して働きかけるのか

- オレンジゆずるバスの運行を運賃収入でまかなうために、箕面全市民が全員乗るとすると年何回乗る必要があるでしょう？
 - 運行経費は1億2000万円
 - 箕面市の人口は約13万人
 - 箕面市の人が年間**4.6**回のれば**全額**運賃収入でまかなえる
 - 箕面市の人が年間**2.3**回のればとりあえずの目標達成

オレンジゆずるバスの利用者

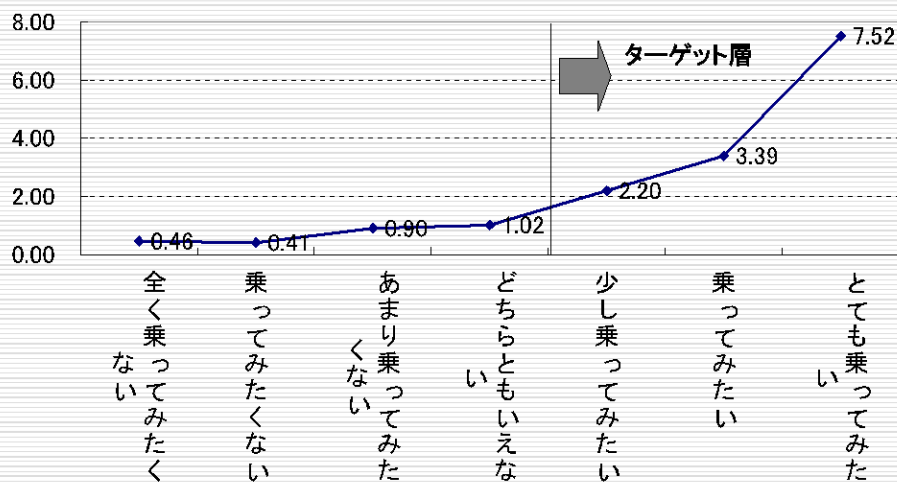


利用促進: 誰に対して働きかけるのか



潜在利用コア層の発掘

オレンジゆずるバスの事前の利用意図と平均利用回数の関係



潜在利用コア層の発掘

変数		ターゲット層(%)	非ターゲット層(%)
性別	男性	34.6	39.3
	女性	65.4	60.7
職業	主婦	48.0	43.9
	会社員	11.7	15.7
	自営業	3.6	3.4
	公務員	1.9	3.1
	学生	0.2	1.3
	無職	27.0	26.0
	その他	7.6	6.6
	平均年齢	58.9	52.7

潜在利用コア層の発掘

変数		ターゲット層(%)	非ターゲット層(%)
路線バス平均利用回数		4.88	4.12
クルマ平均利用回数		11.1	12.0
バイク平均利用回数		2.27	3.95
自転車平均利用回数		4.80	3.98
利用目的	通勤・通学	4.8	2.3
	通院	15.3	7.9
	買い物・食事	32.0	10.2
	リクリエーション	12.8	6.9
	サークル活動	11.0	7.6
	業務	2.1	0.7

創刊号 2011 春

ばすいく

オレンジゆずるバスがつなぐあなたと地域のコミュニケーション誌

ばすいくとは...

「バスで行く」だけでなく「バス育」の意味もあります。「バス育」とは“バスで豊かな生活を育む”、“バスでお互いを思いやれる心を育む”そして“そんなバスにオレンジゆずるバスを地域の人々で育む”の願いをこめてつくった言葉です。

オレンジゆずるバスのブログ
<http://busuiku.jp/blog/>
同じスタートを歩み、これからも2021年

利用促進：誰が何をすればよいのか？

□ わかりません。

ですが、

□ 自分だけでなく、他の人たちが、どこで、いつ、何を、どんな人にやっているのかを知る場が必要

なぜそんな場が必要なのか？

	自分(たち)	他の人(たち)
やっていること	①④：協働	
やりたいこと	③：協働の芽	

利用促進：誰が何をすればよいのか？

- 「誰が何をすればよいのか？」を議論するために
- まず、自分(たち)のできることをする(①)
- 市民部会で各主体が行っていることを共有する(②)
- 協働してできることを考える(③)
- 協働してできることをする(④)

まとめ

- 目標は箕面での豊かな暮らしを持続的にすべての人が実現できるようにする。手段としてのオレンジゆずるバス。
 - 「オレンジゆずるバスの将来は住民のバスに乗るという行動(投票)にかかっている」ことをアピールし続ける。
 - 「誰に対して働きかけるのか」「誰が何をすればよいのか」は、まず自分(たち)がやることから始まる。他(たち)との共有、協働の場は市民部会に設置。
-