

評価指標と目標達成度について

1. 認知率

評価指標

目標: 50%以上 (1年目) 80%以上 (3年目以降)

【指標設定の意味】

- ・ 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

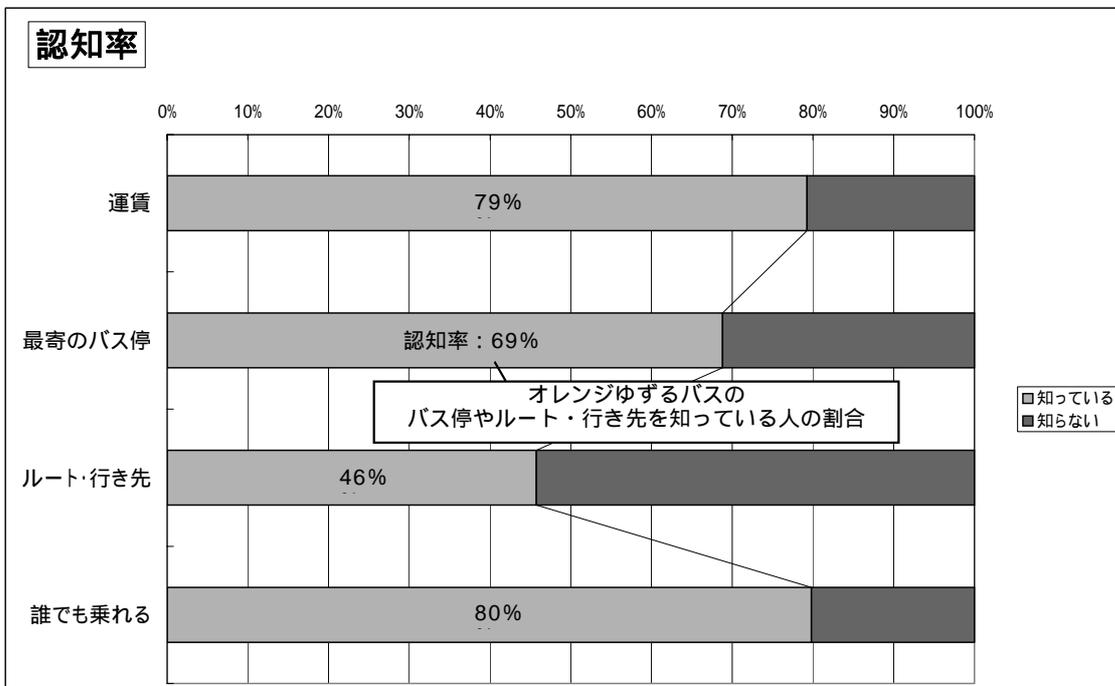
目標達成度

- ・ 運賃に対する認知率は79%であり、1年目の目標を達成し、3年目以降の目標値に近い値となっている。
- ・ 最寄のバス停に対する認知率は69%であり、1年目の目標を達成した。
- ・ ルート・行き先に対する認知率は46%であり、1年目の目標を少し下回っている。
- ・ 誰でも乗れることに対する認知率は80%であり、1年目、3年目以降の目標値を達成している。

このことから、運賃と、誰でも乗れることは80%近い認知率であり、Mバスと変化した点については認知されている。

また、最寄のバス停は70%近い認知率であり、1年目の目標を達成できており、今後は3年目以降の目標値80%以上を目指し、引き続き情報提供を進める。

一方、ルート・行き先については認知率が50%を下回っているため、今後の情報提供はルート・行き先を重点的に行う必要がある。



認知率の算定方法

市民アンケートにて、以下の項目を知っているかどうかの設問を用意した。

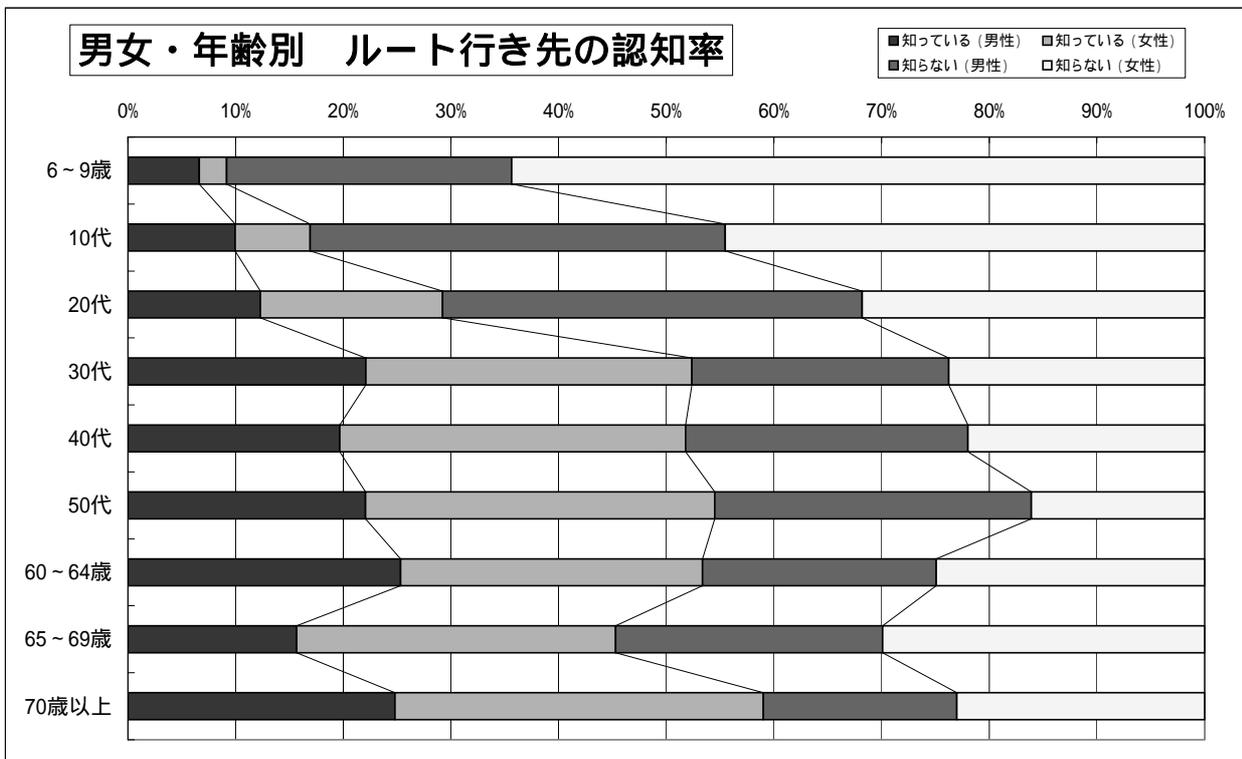
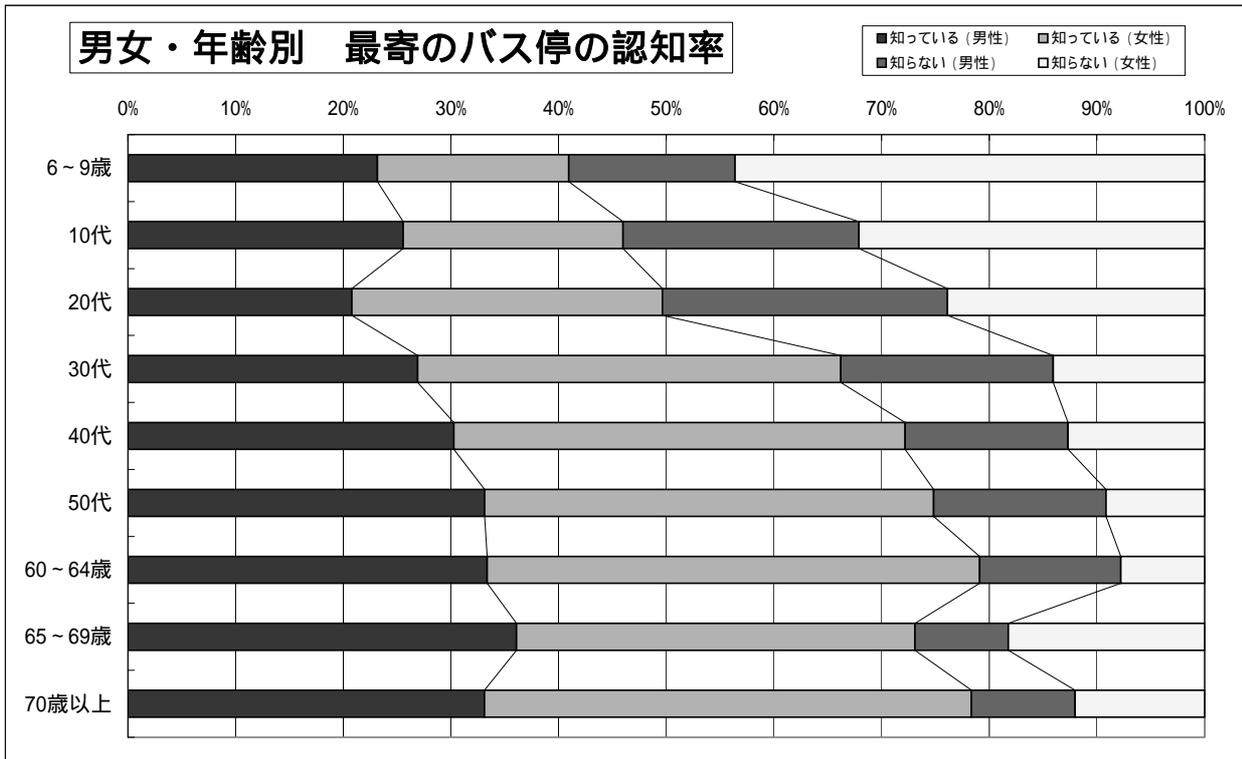
運賃 (大人: 200円、小児・70歳以上の高齢者・障害者: 100円等)

自宅の最寄のバス停の位置とそのバス停名称

運行しているルート、行き先

誰でも、どんな目的でも利用できること

属性別認知率



2 . 利用率

評価指標

目標: 40%以上

【指標設定の意味】

- ・ 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

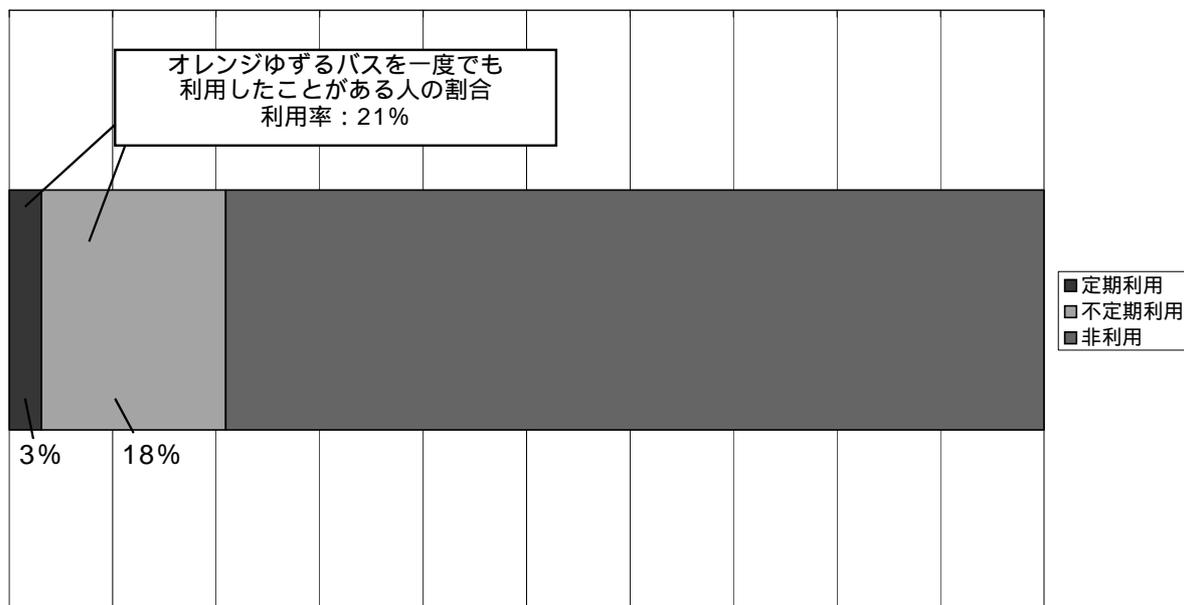
目標達成度

利用率とは、概ね 1 年以内に「オレンジゆずるバスを一度でも利用したことがある市民の割合」である。定期的に利用している市民の割合は 3% であり、ときどき利用している市民の割合は 18% で、合わせて 21% となっており、目標値 40% を達成できていない。

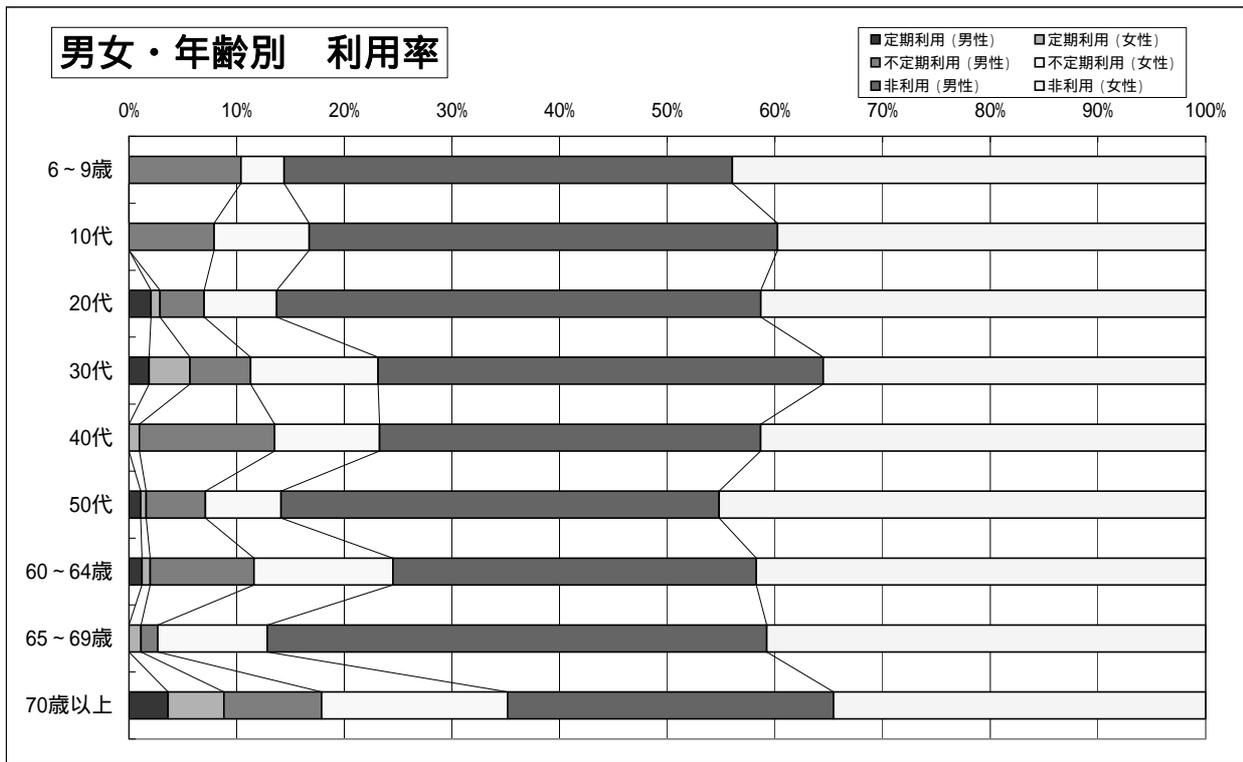
現在は、運行開始後 3 ~ 4 ヶ月の状況であることから、今後も利用率は増加すると考えられるが、引き続きの利用者だけでなく、非利用者の利用促進第一に取り組む必要がある。

利用率

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



属性別利用率



3. 収支率

評価指標

目標:50%以上

【指標設定の意味】

- ・ 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

目標達成度

収支率とは、「全運行費用に対する運行利益の割合」である。阪急バスにより毎月提示される収入額の平均から導いた収支率は 31.9% となっている。現時点では目標値 50% を達成できていないが、当初の計画の予測値（35%）に近い値であり、3 年後には 50% を達成するように、効率的・効果的な運行内容の見直しに取り組む必要がある。

計画時の前提条件（予測値）

収支率 35.0%以上

算定方法

阪急バスの月額収入の平均値から算定

収支率 31.9%

算定は、OD調査結果（利用者の精算方法）による方法からも算定する予定。

阪急バスによる収支データ（9～11月）

	経費	収入	収支率
9月	11,240,000	4,075,938	36.3%
10月	11,240,000	3,393,250	30.2%
11月	11,240,000	3,292,366	29.3%
合計	33,720,000	10,761,554	31.9%