

みちまちウィーク2011
STREET AND TOWN COMMUNICATION WEEK

ちい乗りのバス

社会実験

【結果報告】



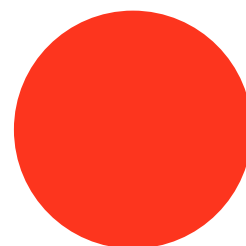
平成24年2月

みちまちウィーク2011 実行委員会



目 次

社会実験の目的	1
ルート・バス乗降所位置	2
運行計画	3
PR（広報計画）	5
運行結果	6
利用実態	9
利用動向	10
利用者の評価	11
利用動機と目的	11
導入の効果と影響	12
本格導入のあり方	13
企業協賛・協力の可能性	14
導入に向けた取組み	14
成果と課題	15
今後の展望	17



社会実験の目的

名古屋市では魅力的で活力ある都市の実現に向けて、「交通まちづくり」を推進する上で必要な実証実験、社会啓発の場として、「みちまちウィーク 2011」を実施し、今年度は 2011 年 10 月に「ちょい乗りバス社会実験」と「都心まち歩き隊ワークショップ」の2つの取組みを行いました。

ちょい乗りバスは、都心の回遊性向上のための歩行を支援する交通システムとして本格導入が期待されており、名古屋市の「なごや新交通戦略推進プラン」にも位置付けられています。名古屋市内では、これまでも平成 18 年度に栄・大須地区、平成 19 年度に名古屋駅前地区等において、ちょい乗りバスの実験的な運行が行われてきましたが、本格導入にあたっては、運行スキームの構築、事業採算性の確保などの課題が山積しています。

本社会実験は、ちょい乗りバスの本格導入を見据えた実験と位置づけ、実験結果をもとに必要な検討を行うことを目的に実施しました。

◆まちなかちょい乗りバスとは

まちなかちょい乗りバスは、都心部の商業集積地域で運行し、ビジネス客の業務目的移動や買い物客の回遊移動での利用を見込む交通手段であり、既存の公共交通機関の機能を補完することにより、都心の回遊機能を向上させる「横に動くエレベーター」としての役割を担います。またちょい乗りバス自体が街の新たな魅力創出につながる効果も期待されています。

◆本社会実験の3つのねらい

- ①都心ちょい乗りバスのプレゼンテーションを行い、市民への周知を図ること（広報、地元連携等）
- ②今後の本格導入へ向けた検討に必要なデータ収集を行うこと（アンケートや運行調査等）
- ③協賛金や広告料を見込んだ実施計画につなげていくこと（企業の意向把握等）

<社会実験の実施概要>

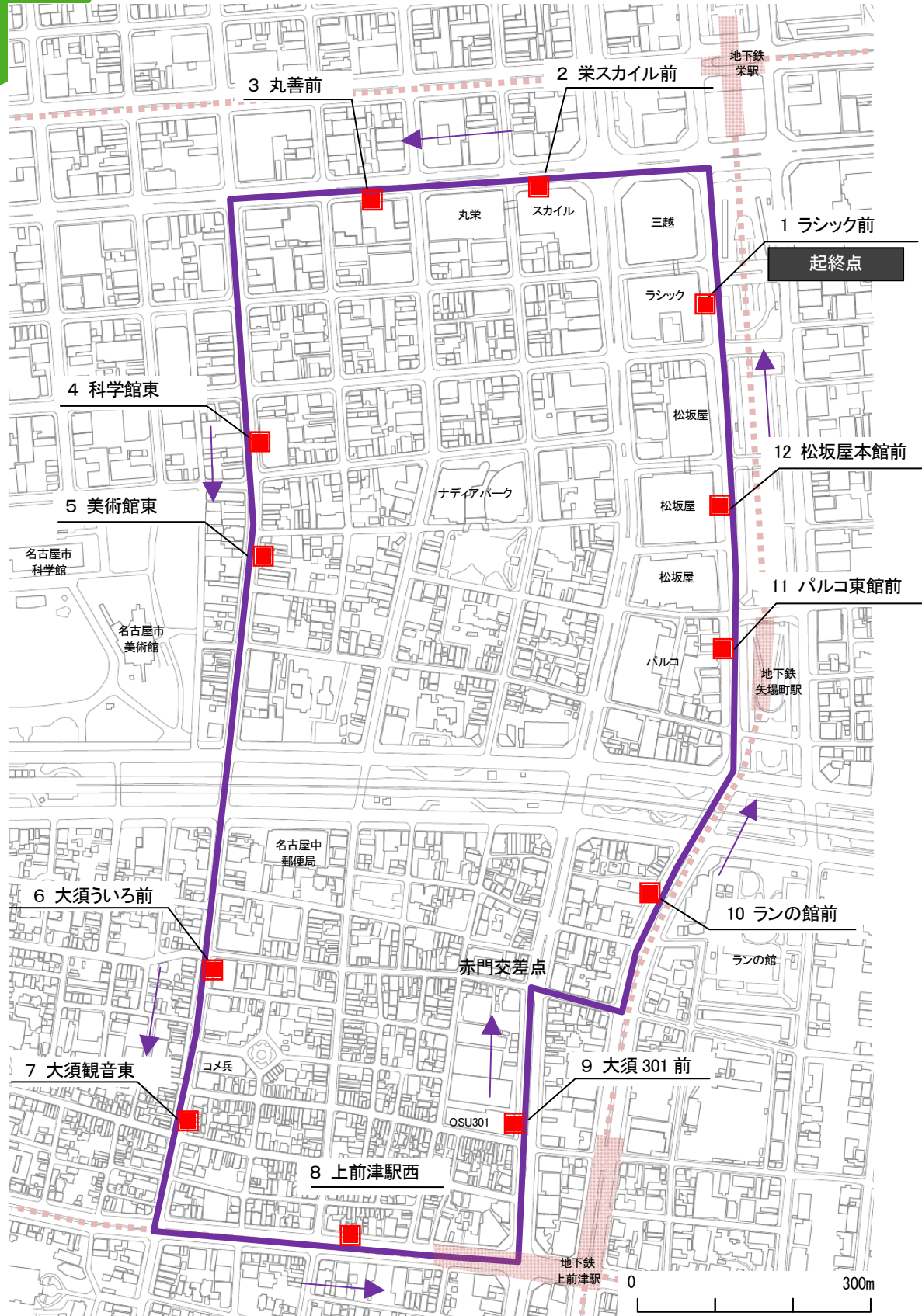
- ・実施期間：平成 23 年 10 月 21 日（金）～平成 23 年 10 月 23 日（日）の3日間
- ・運行時間：午前 10 時～午後 6 時（始発 10：00、終発 18：00）
- ・ダイヤ：1 周約 30～60 分、運行間隔概ね 10 分
- ・運行ルート：栄地区～大須地区を巡回するルート、1 周概ね 3.5 k m
- ・バス乗降所：約 300m 間隔（12 箇所設置）
- ・利用料金：無料
- ・バス車両：小型バス 6 台（全車両オリジナルデザインによるラッピングを施す）
- ・実施主体：主催 みちまちウィーク 2011 実行委員会

（事務局：名古屋市住宅都市局街路計画課）

事業パートナー スペーシア&ゲイン共同事業グループ

（株）都市研究所スペーシア、（株）ゲイン

ルート・バス乗降所位置



運行計画

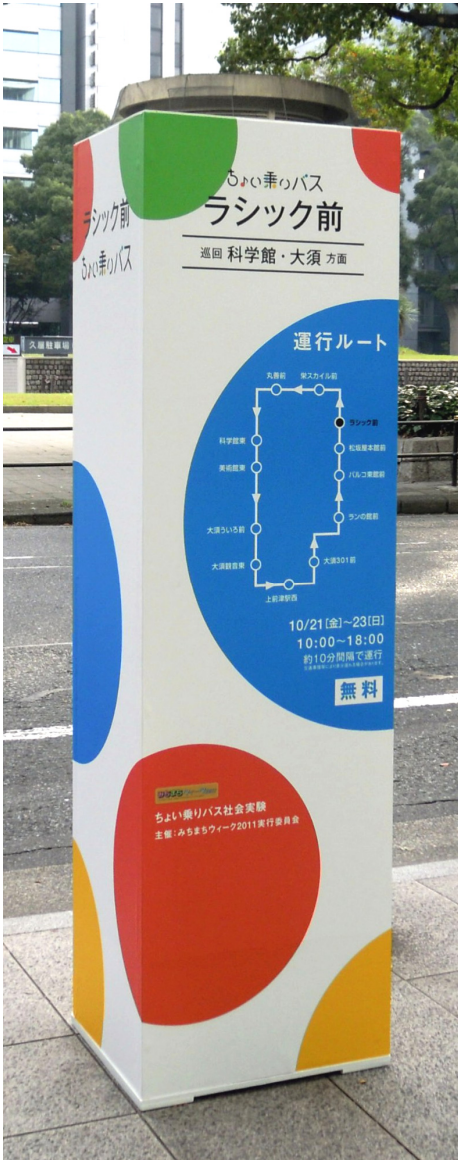


●バス車両

- ・車両は小回りのきく小型バス6台を使用。
- ・来街者へのプレゼンテーション力を高めるため、車両ボディへのラッピングを行いました。

車両仕様

- ・小型バス（全長約7m、全幅2.3m）
- ・定員44名（座席分）
- ・ワンステップバス（非バリアフリー）



●運行ダイヤ

- ・試走の結果、通常時と混雑時で異なる周回時間を設定。

混雑時	1周50分	金・土14～15時、日14～18時
通常時	1周40分	上記以外

- ・1台当たりの連続周回数を3～5周とし、車両を差し替えるダイヤとしました。



●デザインコンセプト

車両とバス乗降所など、共通パターンを使用することによって効果的なプレゼンテーションを実施しました。

- ①存在感のあるデザイン
- ②デザイン都市なごやの都心部を走るにふさわしいデザイン
- ③ちよい乗りバスのイメージを伝えるデザイン

*バス及び乗降所のデザイン、設置については、関係機関との協議を行い、所定の手続きを行いました。

●地元企業からの協賛

本格導入に向けた取組みとして、持続可能な運行スキームを構築するためには、企業や団体等からの賛同や協力、料金外収入（協賛・広告料等）が重要になります。そこでルート沿線の企業等へ本社会実験に対する協賛金を募集しました。

<企業協賛金の結果>

口数	協賛メリット	募集結果
1口 (1万円)	チラシ、HP、雑誌への 企業名・ロゴの掲載	7万円 (7社)
5口 (5万円)	上記+バス車体（側面）への 企業ロゴの掲載	20万円 (4社)



●地元団体等との連携イベント

①【栄4～5丁目散歩廻】

音楽とアートでおもてなし（3号車）

名古屋で活躍するアーティスト 20 余名がちょい乗りバスのために制作した音楽を車内で流し、あわせてアート作品を広告スペースに展示。車内のにぎわい、楽しみをつくり出しました。

②【専門学校名古屋ビジュアルアーツ】

学生によるギャラリーバス（3号車を除く5台）

写真学科の学生に、5つのテーマを設定して、栄・大須地区の写真を撮影してもらい、車内広告スペース等に展示。街の魅力を発信しました。

③【専門学校名古屋観光専門学校】

学生によるちょい乗りバスガイド

旅行学科の学生ならではの視点により、バス乗降所アナウンスに加え、各バス乗降所周辺の街の魅力、楽しさを乗客に伝えました。

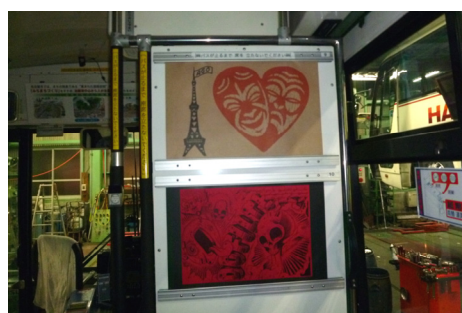
④【久屋大通オープンカフェ推進協議会】

オープンカフェの設置

通りの景観形成、にぎわい演出のためラシック前バス乗降所の隣に1箇所設置しました。

⑤【若宮パーク】

バスルート周辺の昔の写真パネルを展示しました。



「音楽とアートでおもてなし」
アート作品展示



ラシック前に設置したオープンカフェ



「ギャラリーバス」写真展示

PR（広報計画）

各メディアの特性を活かして、効率的にさまざまな層への幅広い広報を実施しました。

メディア	内容
雑誌	・ユーザー層を分類し、対象とするターゲットに的確に情報訴求できるため、地元情報雑誌に広報を展開しました。（事前告知2回、事後報告1回）
WEB	・実施前～実施後にかけて、随時情報を発信していくための公式ホームページを開設。また、口コミ・話題性を創出するためにツイッター、フェイスブック、メールマガジンによるリアルタイムな情報発信を行いました。
チラシ ポスター	・協力を得られた実施エリア内の施設に設置・掲載し、来街者への直接的な情報提供を行いました。また、地下鉄など公共交通機関との連携を図るために交通事業者へも協力をあおぎ、駅等にも設置・掲載しました。
マスメディア	・テレビやラジオ、新聞の報道ニュースでの取り上げを狙い、記者クラブへのプレスリリース、取材依頼を実施しました。
その他	・協力を得られた機関やイベントを通して、適宜情報発信を行いました。

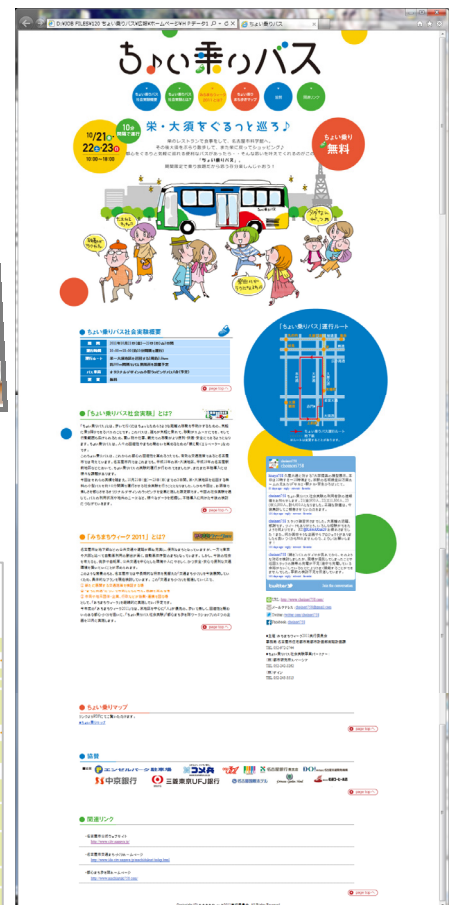
●雑誌



↑ 月刊ケリー
（発行 12 万部）

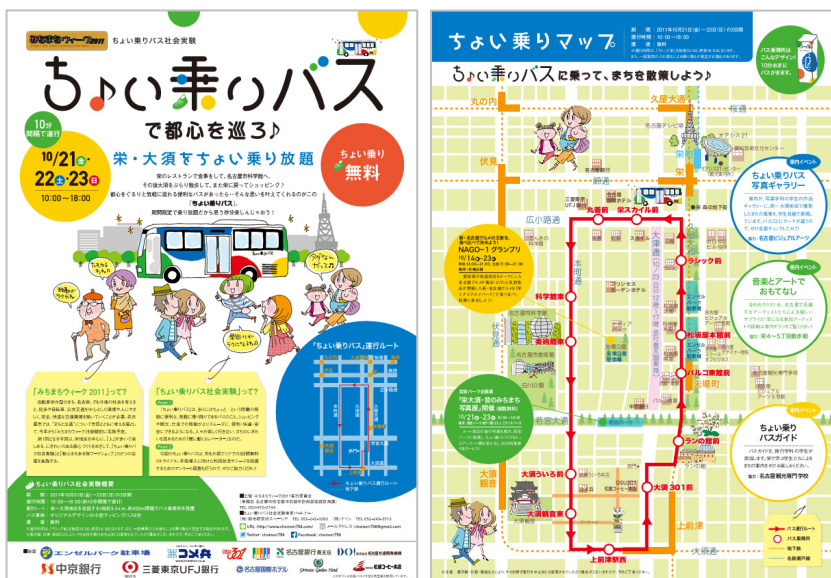
↑ ナゴヤ・ジェントルマン
（発行 10 万部）

●WEB



↑ ホームページの開設にあわせて、ツイッター、フェイスブックも運用
（アカウント「choinori758」）

●チラシ・ポスター



チラシ 15,500 部（当日含む）、ポスター 315 部を配布

運行結果

1日目<10/21(金)>

天候：曇 最高気温：23.5℃

●関係者試乗会 (9:00～)



運行開始に先立ち、関係者（報道、協賛企業、市）向けに車両展示及び試乗会を栄広場にて開催しました。

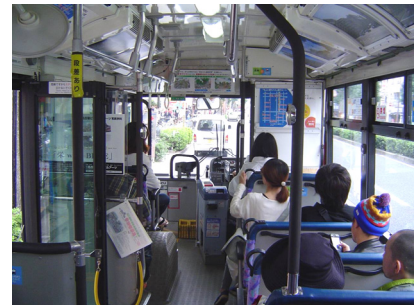
●バス運行 (10:00～18:00)



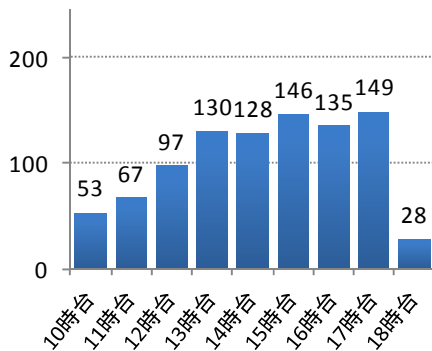
第1便出発



大きな混雑なく順調に運行



ファミリーからビジネスマンまで幅広い人が利用



- ・初日 21 日は終日、道路は大きな混雑もなく比較的空いていたため、ダイヤ通りほぼ1周 30～40 分で周回し、計 49 便運行しました。
- ・利用のピークは 15～17 時台、1 時間当たり 130～150 人が乗車。1 日では計 933 人の利用がありました。

利用者数・・・933人



雨で始まった1日



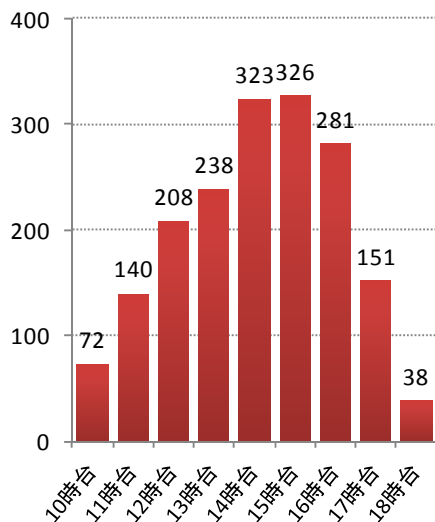
午前中は順調に運行



午後は混雑しはじめ、一時は団子状になる場面も。



ラシック前での乗車待ち



- ・22日は運行開始前と夕方17時台ににわか雨が降ったものの、乗降に大きな支障はありませんでした。
- ・午前中は道路混雑はなく、ほぼ予定通り運行できましたが、午後に入り、栄交差点付近や駐車場待ちによる混雑が発生し、定時運行が困難なケースもありました。しかし、全体ではダイヤ通りの便数を運行できました。
- ・利用は14～15時台がピークで、多少の立ち客が出ました。1日では金曜日の倍近くの計1,777人が乗車しました。

利用者数・・・1,777人

☆スタッフの役割



バス乗降所には、乗降所管理員が常駐し、乗降客への案内をはじめ、乗車券・アンケート・チラシの配布、バス発着時刻の記録、路上駐輪・駐車誘導などの安全管理の業務を行いました。



バス車内では、名古屋観光専門学校旅行学科生徒がバスガイドとして乗車し、バス乗降所や街の案内、乗車券の回収業務を行いました。



午前中はダイヤ通りに運行



午後に入って、道路は大渋滞。ダイヤが大幅に乱れた。



午後には27年ぶりに復活した南大津通歩行者天国、広小路通でのデモ行進があり、百貨店セールも重なった。



利用者は多く、バス乗降所では待ち客の列ができた。

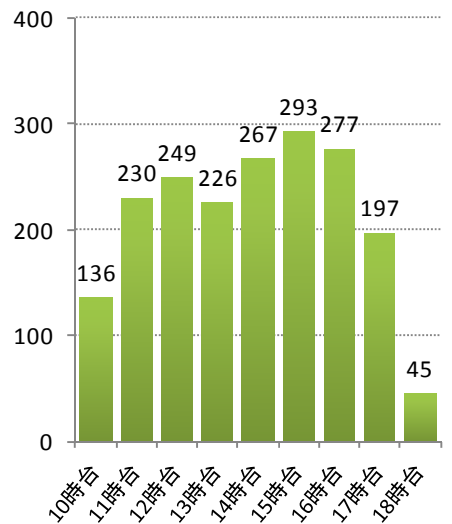


ピーク時は車内也大混雑



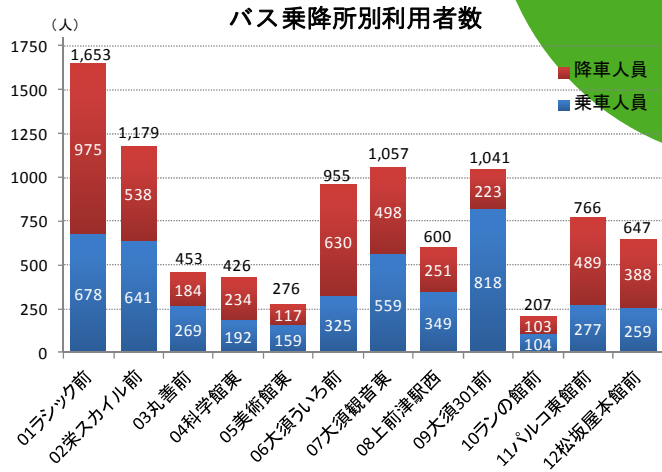
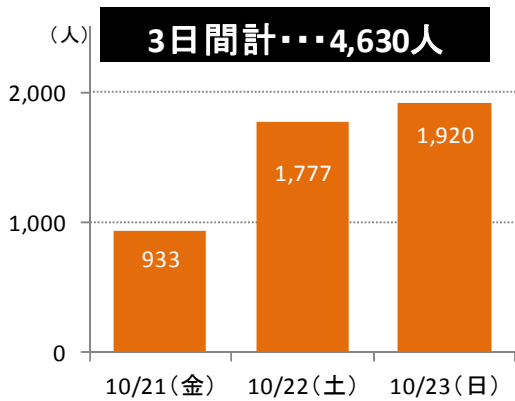
最終便まで3日間事故なく終了

- ・23日は、南大津通での歩行者天国（12～17時）やデモ行進にかかる交通規制などが重なったこともあり、13～16時台に激しい交通渋滞が久屋大通をはじめルート上の各所で発生し、バス運行に予想以上の遅れが発生しました。
- ・混雑時は運行間隔を保てずに、2回バス2台が団子状になる状況が発生したり、逆に間隔が開きすぎる状況が発生しました。そのため、待機中車両の緊急増便や大幅な時間調整などダイヤを変更して対応を行いました。結果的には、予定よりも6便少ない43便の運行となり、定時運行も維持できない結果となってしまいました。
- ・利用者は午前中からコンスタントにあり、ダイヤが乱れ、便数が少なかったにも関わらず、1日で1,920人と3日間の中で最多でした。ピーク時には満員のため利用者の積み残しも何度か発生しました。
- ・最終便まで、無事に事故なく3日間の運行を終了することができました。



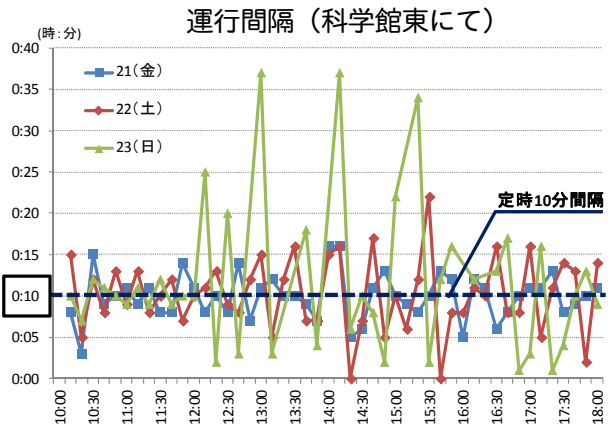
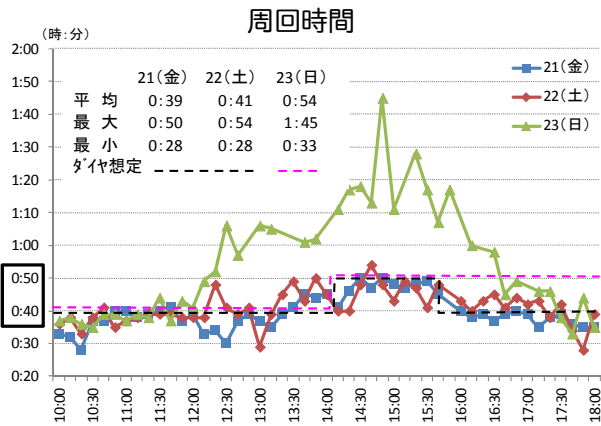
利用者数・・・1,920人

利用実態



- ・乗車人員は、日を追うごとに増加し、3日間計で4,630人に上りました。
- ・バス乗降所別にみると、乗車人員の最多は「大須 301 前」の818人、降車人員の最多は「ラシック前」の975人。乗降人員をあわせると、「ラシック前」が最多の1,653人、次いで「栄スカイル前」1,179人、「大須観音東」1,057人、「大須 301 前」1,041人となりました。

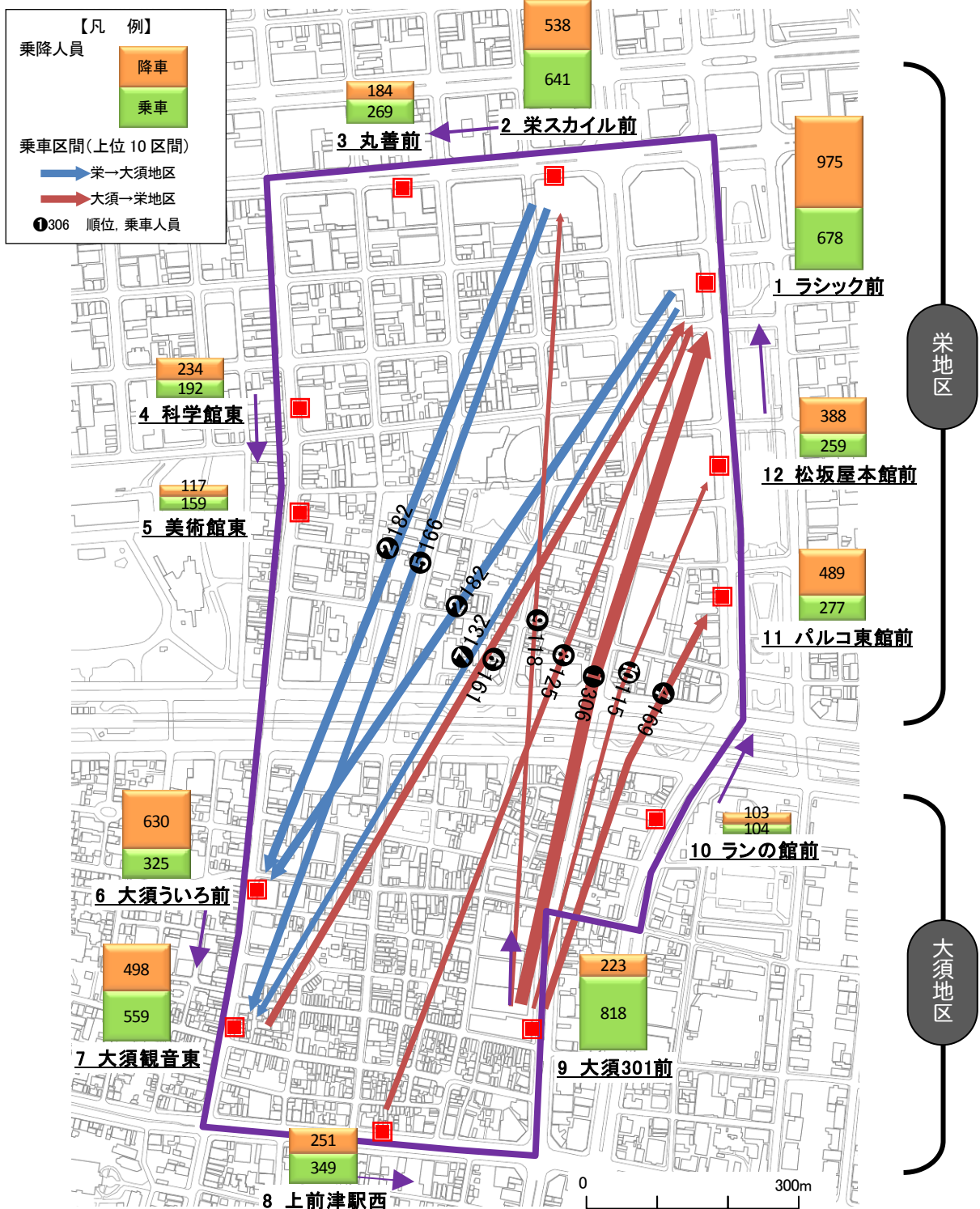
ダイヤ実態 (発着時刻記録より)



- ・周回時間をみると、21日、22日はダイヤ通りほぼ40～50分台にて運行できました。しかし、23日は、道路混雑の影響で午後から遅れが出始め、最大で1周100分近くもかかってしまいました。
- ・また、10分間隔を目指した運行間隔については、21日、22日は約0～20分間隔の間で多少ぶれが見られる程度でしたが、23日は大きくぶれ、16時台前半までダイヤが大幅に乱れる結果となりました。

利用動向

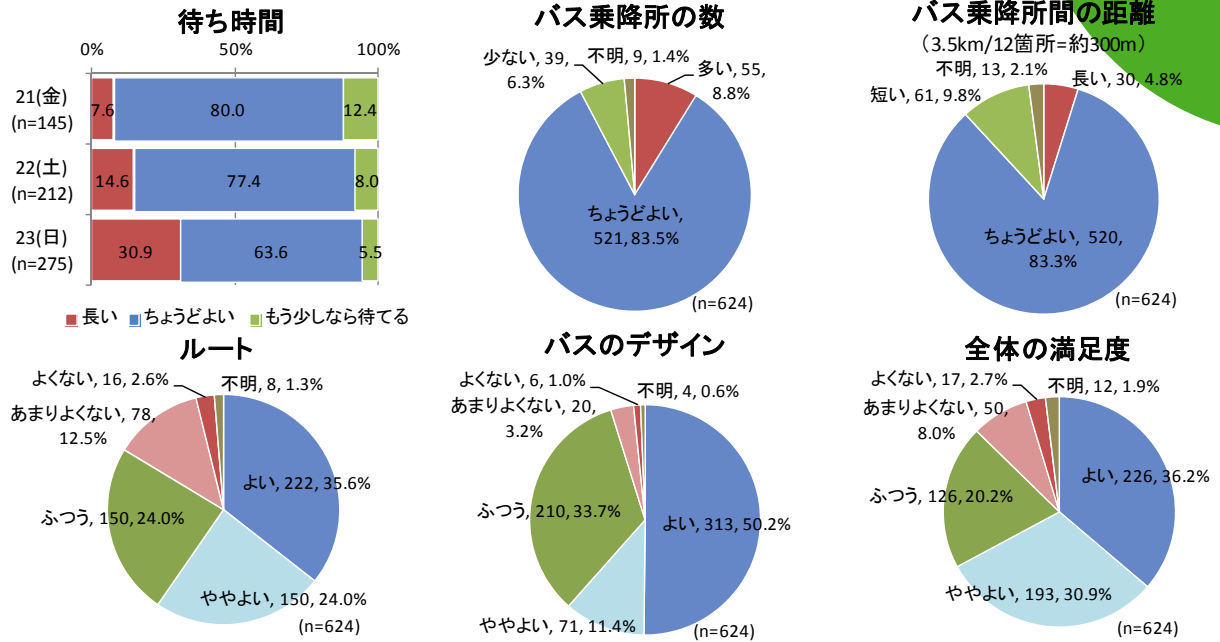
- ・利用されるバス乗降所は、栄地区では「ラシック前」「栄スカイル前」と栄駅周辺に集中しました。一方、大須地区では「大須 301 前」「大須観音東」「大須ういろ前」と地区の両端に分散する傾向が見られました。
- ・利用者の移動の傾向としては、若宮大通を挟んだ移動（栄地区→大須地区、または大須地区→栄地区）が上位のほとんどを占めています。トップは3日間とも「大須 301 前→ラシック前」となり、その数は突出して多くなっています。



利用者の評価

(アンケート結果より)

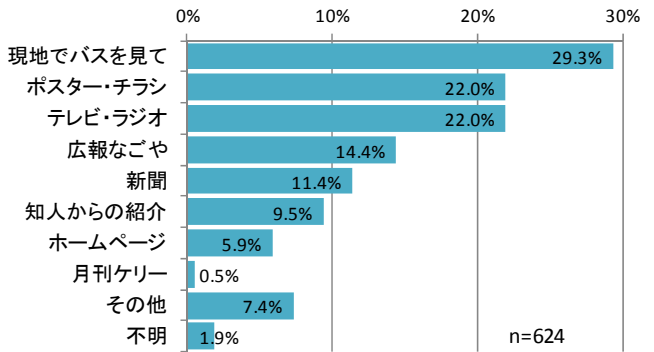
利用者の満足度



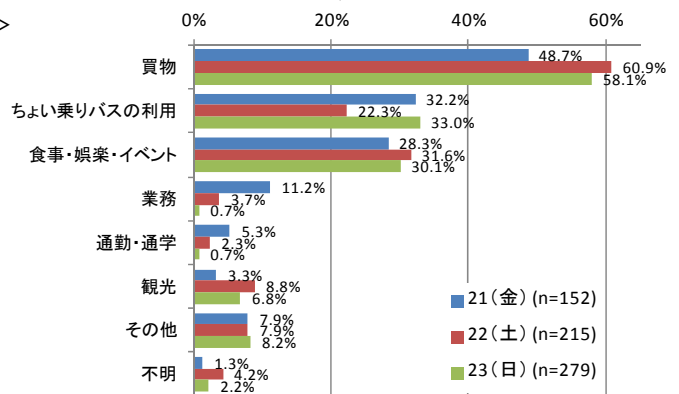
- ・運行に関する利用者の満足度をみると、待ち時間についてはダイヤ実態からわかるように道路混雑の影響を反映した結果になりましたが、「ちょうどよい」が6~8割と最も多くなっています。
- ・バス乗降所の数、間隔については、8割強が「ちょうどよい」。ルート、デザインについても約6割が満足（「よい」+「ややよい」）しています。
- ・全体として満足度も比較的高く、概ね良好な評価を得ることができました。

利用動機と目的

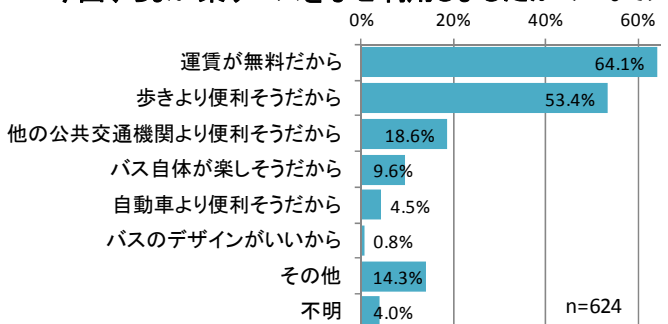
ちよい乗りバスを何で知りましたか <回答いくつでも>



栄・大須地区にきた目的



今回、ちよい乗りバスをなぜ利用しましたか <2つまで>

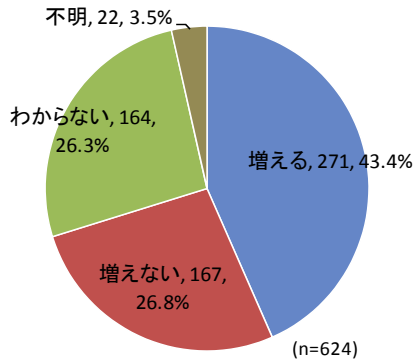


- ・車両デザイン等によるアピール効果もあり、「現地でバスを見て」知り、「運賃が無料」だから、または「歩きより便利そう」だからちよい乗りバスを利用した人が多くなっています。
- ・ちよい乗りバスの利用自体を目的に都心に来た人もいますが、多くは買物や食事・娯楽・イベントのための移動手段として、ちよい乗りバスを利用していました。

導入の効果と影響

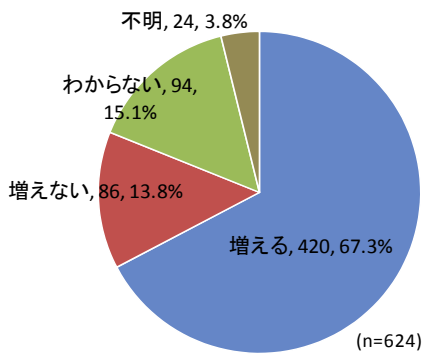
利用者の視点 (利用者アンケート結果より)

ちよい乗りバスが導入された場合、名古屋都心に
来る回数は、今よりも増えると思いますか

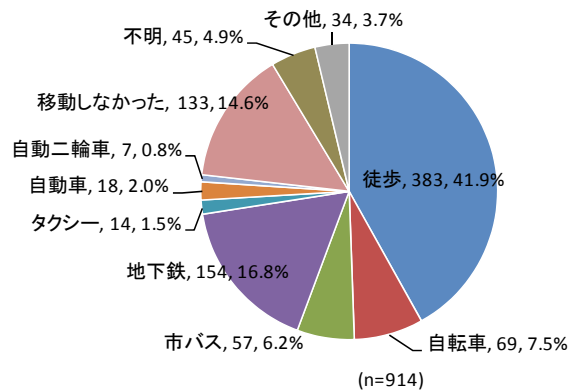


- ・ちよい乗りバスが本格導入された場合、都心への来訪回数が「増える」、都心内での立ち寄りエリアが「増える」との回答が多く、都心への来街とともに、回遊性の向上についても期待が持てます。
- ・ちよい乗りバスがなかった場合の移動手段を聞いた結果、「徒歩」の代わりに利用したケースが最も多い。一方「移動しなかった」との回答もあり、ちよい乗りバスによって新たに都心を回遊した人がいたこともわかりました。また、市バス・地下鉄からの転換（約 23%）、自動車からの転換（2%）という回答もありました。

ちよい乗りバスが導入された場合、名古屋都心内で
立ち寄るエリアは、今よりも増えると思いますか

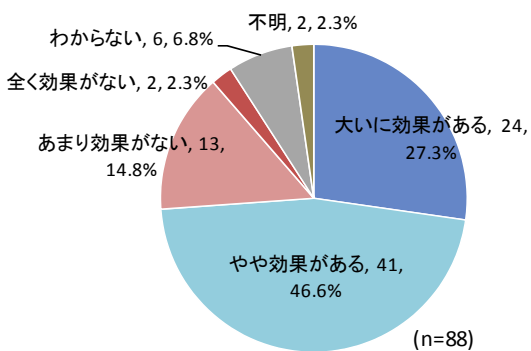


ちよい乗りバスがなかった場合、
目的地まで何で移動しましたか

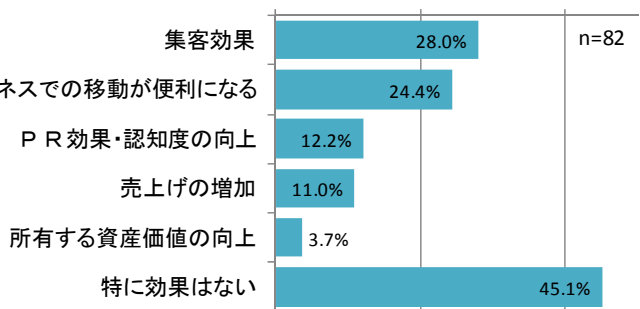


企業の視点 (企業アンケート結果より)

今回のちよい乗りバスは栄・大須地区の活性化や
賑わいづくりに効果があると思いませんか



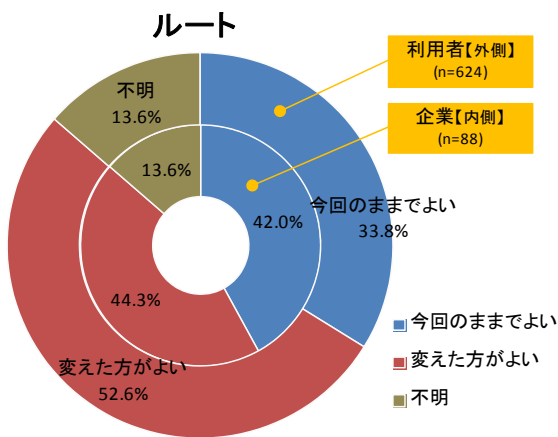
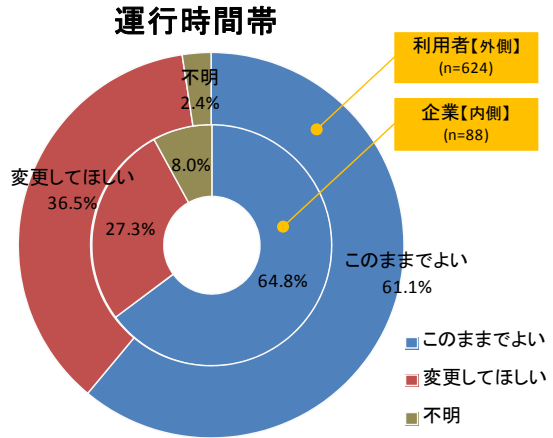
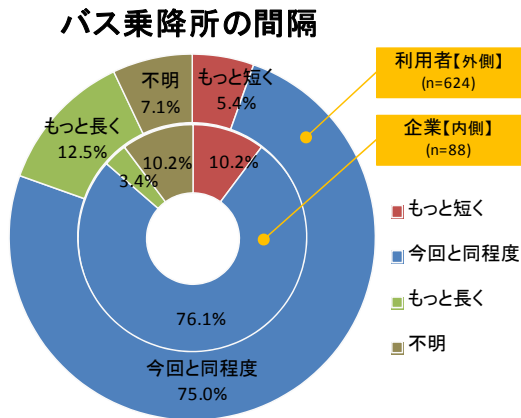
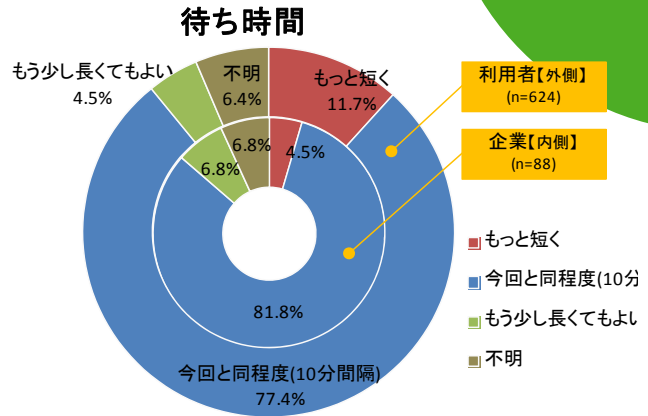
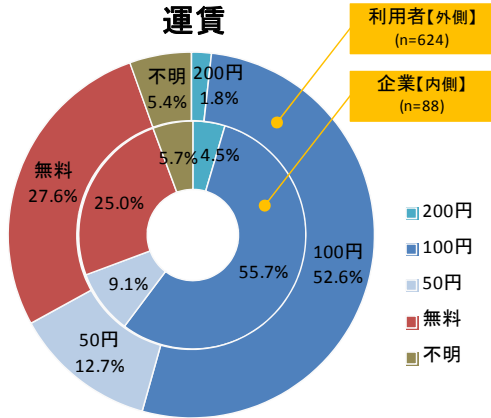
本格導入された場合、貴社(団体)にとって
どのような効果があると思いませんか <回答いくつでも>



- ・地元企業からは、ちよい乗りバスが都心の活性化や賑わいづくりへ効果があると約 74%が受け止め、主に「回遊性向上・行動範囲の拡大」「来街者の増加」の2つにつながるとみられています。
- ・一方、企業自身にとっては、「特に効果はない」との回答が 45%と最も多いですが、逆にみると約 5 割を超える企業が何らかの効果があると期待を持っていると見ることができます。効果がある点としては「集客効果」「ビジネスでの移動が便利になる」への回答が多くなっています。

本格導入のあり方

(利用者・企業アンケート結果より)



- ・本格導入のあり方として、運賃は利用者、企業ともに 100 円とする意向が約半数を占めています。
- ・待ち時間、バス乗降所の間隔については、約 8 割の多数が今回と同程度の 10 分間隔、300m 間隔でよいとしています。
- ・運行時間帯は、変更してほしいという意向が 3 割前後あり、特に終バス時間を 19~20 時まで延長してほしいとの意向が比較的多いです。
- ・ルートは 5 割前後が変えた方がよいと回答しています。

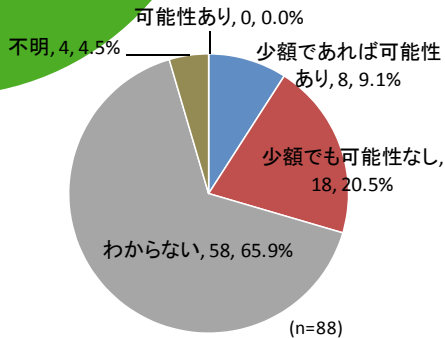
***バス事業者からのコメント**

- ・バス事業者（4社）に本格導入のあり方について聞いたところ、上記の結果と同じく、運賃 100 円、待ち時間、バス乗降所の間隔は今回と同程度でよいとの回答が多く寄せられました。
- ・しかし、運賃 100 円の収入だけでは採算性を確保するのは難しく、いかに採算を確保するかがもっとも大きな課題としてあげられたほか、既存路線との競合なども指摘されました。運賃収入以外に行政からの補助金や、企業協賛や広告料などの別の収入源が必要との回答を得られました。

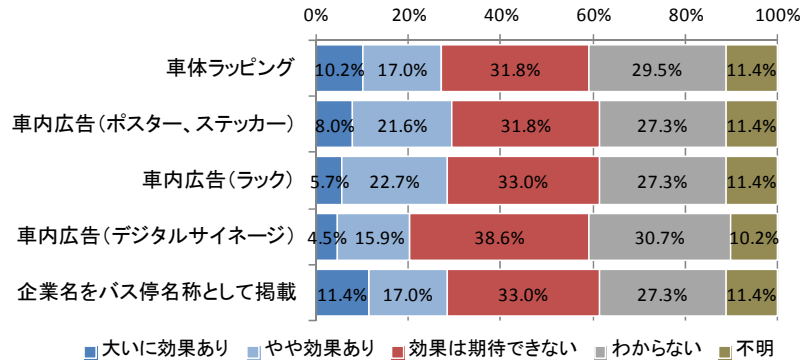
企業協賛・協力の可能性

(企業アンケート結果より)

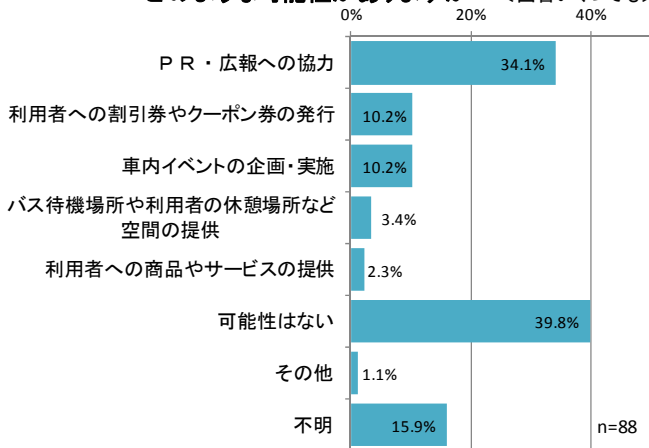
本格導入の際、貴社(団体)は協賛する可能性はありますか



ちよい乗りバスが本格的に導入された場合、貴社(団体)にとって、とくに広告媒体としての効果はありますか (n=88)



本格導入の際、貴社(団体)が協賛以外に参画できるとしたら、どのような可能性がありますか <回答いくつでも>

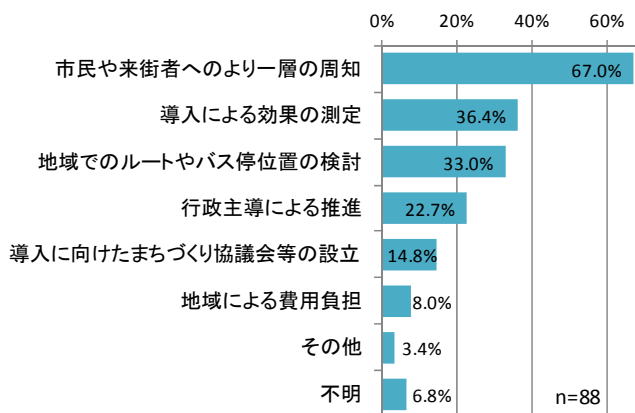


- ・ 企業協賛については、可能性があるという回答はほとんど得られず、わからないという回答が多くみられました。
- ・ 広告媒体としての効果は、「効果は期待できない」「わからない」との回答が半数以上を占めています。
- ・ 協賛や広告以外の協力としては、「PR・広報への協力」、「割引券やクーポン券の発行」「車内イベントの企画・実施」「空間の提供」について可能性があるという回答が得られました。

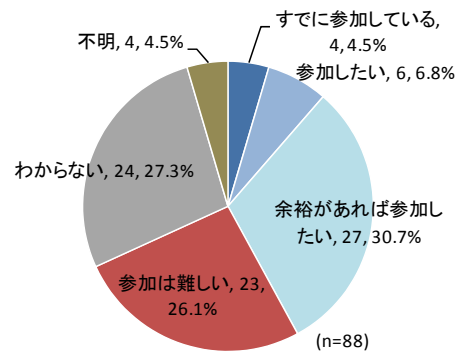
導入に向けた取組み

(企業アンケート結果より)

今後、ちよい乗りバスの本格導入に向けて、どのような取組みが重要になるとお考えですか <回答いくつでも>



貴社(団体)はエリアマネジメントに参加したいと思いますか



- ・ 今後の本格導入に向けた取組みとしては、市民や来街者へのより一層の周知、導入効果の測定、地域でのルート検討への意見が多くなっています。地域主導での運行への意向は少数でした。
- ・ しかし、地域主体でのまちづくり(エリアマネジメント)への参加意向は比較的高い結果となっています。

成果と課題

●運行ルート

- ・今回のルートは栄～大須間の移動には効果的に機能しました。この 2 地区間のルートは需要を見込めそうです。
- ・大須地区での利用は地区全体にうまく分散され、効果的なルートでした。大須のように商店街の両端にバス乗降所を設置するなど、歩行者の行動経路の起終点にバス乗降所を設置できるとより効果的です。
- ・利用者ニーズとして今回のルートは変えた方がよいとの回答も多く、地域との連携を図りながら進めていく必要があります。

●バス乗降所

- ・バス乗降所間隔の評価は概ね良好で、今回の設定のように 300m 間隔が適当といえます。しかし、バス乗降所の位置選定には、歩道の物理的な制約、道交法の規制、既存利用等様々な制約があり、本格導入の際には、関係機関と調整し、利用者にとって効果的な場所に設置することが必要です。
- ・科学館など集客力ある施設からバス乗降所までの人の動線をつなぐための工夫が必要です。

●バス待機場

- ・本格導入にあたり、時間調整が必要なダイヤとなれば待機場の確保が必須となるため、事業者調整または別途空地の確保を考える必要があります。

●ダイヤ

- ・運行頻度（待ち時間）の評価は概ね良好で、今回設定した 10 分程度の間隔が適当といえます。
- ・実験では 10 分間隔を維持するために、混雑を見込んで時間帯ごとに周回時間・運行台数を増減させるダイヤを組みました。結果、金・土曜日は概ねダイヤ通り定時性は確保でき、混雑度に応じた柔軟なダイヤ設定（配車措置）が都心部では重要であることが確認できました。

●運行時間帯

- ・ニーズとして、終バス時間を延長してほしいとの意向が比較的多いですが、利用者数はピーク（15 時台）以降減少する傾向にあるため、18 時以降の運行に際しては需要予測が必要です。
- ・平日と休日、利用者層、来街目的、行動形態が異なる点もあり、状況に応じた検討が必要です。

●バス車両

- ・都心部では小型バスが有利といえますが、ピーク時には小型バスの輸送量では不足するところもみられました。有料化すれば利用者が減ると予測されるため、小型バスでも対応可能と思われますが、ルート選定と合わせた検討が必要です。
- ・小型バス車両の需要は現在低く、各バス事業者とも所有台数に限りがあります。そのため、常時運行するのであれば、新たに調達することが必要になります。

●車内企画

- ・「音楽とアートでおもてなし」「ギャラリーバス」といった車内企画は、既存のバスにはない“乗ることの楽しみ”を提供できました。ちょい乗りバスが単なる移動手段ではなく、街を楽しむ、街の魅力を発信するひとつの装置になる可能性があり、車内企画目的での需要も喚起できます。

●運賃

- ・利用者アンケートからは、運賃を100円としても今回の半数の利用者は確保できます。
- ・しかし、金銭に敏感な若者層などの利用を伸ばすにはお得な運賃設定が有効であり、協賛や広告収入を含めた検討が必要です。また、日に複数回の利用や既存交通からの乗り継ぎも比較的多いため、同一料金での複数回利用などの運賃設定の工夫も求められます。

●企業協賛

- ・アンケートでは、ちょい乗りバスの導入による企業自身にとっての効果も比較的認められていることから、理解促進やメリットの具体的提示などができれば、協賛・協力を得られる可能性は高いといえます。
- ・地域の協力体制を築くことができれば、協賛や広告協賛などの協力のもと運行できる可能性もあります。しかし、車両やバス乗降所への広告掲載は関係法令に従う必要があります。

●都心への波及効果

- ・ちょい乗りバスの導入は、都心への来街と立ち寄りエリアの増加、滞在時間の増加に効果があると見込まれ、さらには買物などの消費、施設の集客や売上げの増加へと波及が期待できます。ちょい乗りバスが街の魅力を発信するひとつの装置となれば、観光面にもプラスに働くと思われます。
- ・移動手段の選択肢が増えることで、ビジネスパーソン等の移動も便利になると考えられます。

●地域との協力

- ・連携イベントのように地元団体や企業等が主体的に参画・協力できる仕組みは、お互いにメリットがあり、積極的な企業・団体のニーズと連携すれば街の賑わい向上にもつながるものと考えられます。
- ・地元企業にはまちづくりへの参加意向が一定数あるものの、ちょい乗りバスを地域主導で運行させるという意向は現時点では弱いため、今後、一層の周知や意識醸成に向けた取り組みが必要です。
- ・地元と連携することで情報の発信源が増えるため、プレゼンテーション力は確実に高められます。

●プレゼンテーション効果

- ・ラッピング車両とバス乗降所のデザインが利用の直接的な決め手になった人は少なかったですが、デザインへの満足度評価は比較的良好で、多くの人に抵抗感なく受け入れられたものと考えられます。
- ・車両とバス乗降所を共通デザインにしたことは、利用者にとって分かりやすく有効であったといえます。
- ・今回の社会実験では、ツイッター、フェイスブックといったSNSを広報に活用し、当日も相互交流が見受けられたことから、口コミ効果があったと考えられます。また、利用者からは、ツイッターをバスの運行状況をリアルタイムに提供するツールとして活用できるという意見もありました。

●既存公共交通の利用への影響と相乗効果

- ・ちょい乗りバスの導入により、既存公共交通から転換するとの回答が得られたことから、既存公共交通利用との競合が発生することがわかりました。
- ・一方で、来街頻度の増加は新規需要にもつながりうることから、既存公共交通との連携を行うことにより、相乗効果を生む可能性もあり、より詳細な分析が必要です。また、都心の利便性を向上することで、自動車から公共交通利用への転換を促すことにつながるものと考えられます。

今後の展望

●今回の社会実験をもとに同規模で想定した運行計画の提案

運行 時間帯	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>10～18時</u>を基本とします。 ※状況に応じて、休日は時間帯を19～20時程度まで延長することも検討を要します。
ダイヤ	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>概ね10分間隔</u>が適当です。 ※定時性を確保するために、<u>混雑を見込んで、時間帯ごとに周回時間・運行台数を増減させる、また緊急的に配車措置が可能な柔軟性のあるダイヤ</u>が望ましいです。 ※乗客の乗り換えや乗客を乗せたままの時間調整などの不便を発生させないダイヤとするため、車両と乗務員が柔軟に対応できる管理体制が必要です。
運行 ルート	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>概ね3.5km程度のループ（周回40～50分程度）</u>が適当です。 ※①地区内の歩行者の行動経路の起終点を押さえること、②混雑箇所による遅延を回避すること、③人通りの少ない箇所を回避することの3点が選定のポイントとなります。
バス 乗降場	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>概ね300m間隔</u>が適当です。 ※施設からバス乗降所間の人の動線をつなぐための工夫、利用者にとって効果的な場所に設置するための関係者との調整が必要です。
待機場	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>事業者調整または別途空地の確保</u>を考える必要があります。
車両	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>小型バス、かつノンステップ</u>、車イスも乗降可能なバリアフリー対応車が望ましいです。 ※現状のバス事業者のバス保有状況を見ると、<u>新規調達により車両を確保</u>しなければならない可能性が高いといえます。台数はダイヤに応じて決めることになります。
利用 料金	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>有料化、100円程度</u>が妥当です。 ※日に複数回の利用や既存交通からの乗り継ぎ利用のしやすさを確保するための運賃設定の工夫が必要です。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者負担を抑え、収支を合わせるためには、<u>協賛や広告収入の確保</u>が必要です。 ・ <u>乗ること自体を目的化する取組みを実施</u>するため、広告や地域と連携した車内企画の導入の検討を要します。

※なお、実際の導入検討にあたっては、地元・関係者との意見調整、地域回遊性の向上と新たな需要創出効果、既存公共交通との関係整理（補完、相乗効果）、バス乗降所（道路交通法、道路占用許可基準を満たすこと）、バス待機所の確保などを踏まえた事業計画を立案する必要があります。

●長期実験・本格導入へ向けた今後の展開

今後、本格導入に際しては、都心の回遊性の向上や街の魅力創出を図りつつ、収支採算性の確保や既存公共交通への影響を低減することが大きな課題であり、以下のような取組みが必要であると考えられます。採算性を高め、持続可能な運行を図るためには、地域との連携による体制づくりを基盤とした事業スキームの検討が重要といえます。

- ▶ 広報・周知活動・・・意識啓発や気運醸成のための情報発信、事業者や団体へのプレゼンテーション・ニーズ把握、来街者の公共交通の利用促進、自動車抑制（モビリティマネジメントなど）
- ▶ 地域との協働による検討・・・検討体制の整備、事例研究などによる理解促進、運行計画の検討
- ▶ 事業化に向けた検討・準備・・・事業主体・運行形態の検討、需要予測・ダイヤ・ルート・運賃のシミュレーション検討、既存公共交通機関との連携方策の検討、関係機関との連携・調整



無料 栄～大須巡回