

**乗合バス運賃施策事例集
2022年3月
(2023年3月改定)**

目次

1章 はじめに（本書の目的） p4
2章 乗合バス運賃施策の事例 p5
3章 乗合バス運賃施策検討における考慮事項 p52
4章 おわりに p64
付録 乗合バス運賃制度について 別冊

< 2章 (p7~p51) に掲載している各者の事例一覧 >

(1) 値上げ	No.1 山陽バス	: 「二見線」における運賃改定による収支改善
	No.2 京都市交通局	: 一日乗車券等の価格適正化による経営安定化
	No.3 京阪バスG	: ICカード割引率改定による収支悪化の抑制
	No.4 南海バスG	: 割引の変更による収支悪化の抑制
	No.5 奈良交通	: 定期運賃又は回数運賃の改定による公共交通事業としての持続性向上
	No.6 帝産湖南交通	: 定期運賃又は回数運賃の改定による公共交通事業としての持続性向上
	No.7 阪急バス	: 定期運賃又は回数運賃の改定による公共交通事業としての持続性向上
	No.8 阪神バス	: 定期運賃又は回数運賃の改定による公共交通事業としての持続性向上
	No.9 京阪バス	: 定期運賃又は回数運賃の改定による公共交通事業としての持続性向上
	No.10 近鉄バス	: 定期運賃又は回数運賃の改定による公共交通事業としての持続性向上
	No.11 江若交通	: 定期運賃又は回数運賃の改定による公共交通事業としての持続性向上
	No.12 近江鉄道G	: 定期運賃又は回数運賃の改定による公共交通事業としての持続性向上
	No.13 神姫バスG	: 定期運賃又は回数運賃の改定による公共交通事業としての持続性向上
	No.14 和歌山バス	: 定期運賃又は回数運賃の改定による公共交通事業としての持続性向上
	No.15 京阪バス	: 運賃改定による公共交通事業としての持続性向上
	No.16 江若交通	: 運賃改定による公共交通事業としての持続性向上
	No.17 京都京阪バス	: 運賃改定による公共交通事業としての持続性向上
	No.18 南海ウイングバス	: 運賃改定による公共交通事業としての持続性向上
(1) 値下げ	No.19 近江鉄道	: スーパー学割定期券販売による利用促進
	No.20 近江鉄道	: 高齢者おでかけバスの販売による輸送人員増加
	No.21 愛知県豊橋市	: コロナ禍における行政・公共交通事業者・市内の店舗3者協働MM
	No.22 神姫バスG	: 市内完結利用者支払額の上限を定める運賃制度の導入による利用促進
	No.23 南海バス	: 自治体補助での無料化/100円運賃によるコロナ対策利用促進
	No.24 栃木県小山市	: 全線共通定期券 おーバスnoroca等による利便性向上
	No.25 丹後海陸交通	: 上限200円バスによる財政支出抑制
	No.26 全但バス	: 上限200円バスによる収支改善
	No.27 淡路交通	: 運賃値下げ及び利用者支払額の上限を定める運賃制度の導入による利用促進
	No.28 近鉄バス	: 八尾市・藤井寺市内における100円運賃の実施による利用促進
(2) デジタル化	No.29 阪急バス	: 吹田市内における小中学生路線バス無料乗車体験事業による利用促進
	No.30 近鉄バス	: 吹田市内における小中学生路線バス無料乗車体験事業による利用促進
	No.31 神戸市交通局	: 「三宮・エリア110 (サンミヤ エリア イチイチマル)」実証実験による利便性向上
	No.32 九州産交バス	: 休日学生限定！往復乗車券によるターゲットを定めた利用促進
	No.33 近江鉄道	: ゴールデンバス (1日乗り放題1,000円乗車券) による利用促進
	No.34 西日本JRバス	: 金沢市内1日フリー乗車券の共通利用による利便性向上
	No.35 奈良交通	: 高齢者向け定期乗車券「奈良交通ゴールドパス」の発売による利用促進
	No.36 庄原MaaS	: 過疎地域におけるサブスク運賃導入実証実験
	No.37 帝産湖南交通	: モバイルチケットの導入及び回数券割引率の変更によるデジタル化・収支改善
	No.38 大阪シティバス	: モバイルチケットの導入によるデジタル化を通じた業務合理化
(4) デジタル化	No.39 近鉄バス	: 磁気回数カードの取扱終了によるIC化促進
	No.40 山陽バス	: バスカード廃止・ICカード共通乗車ポイントサービスの導入によるIC化促進、費用削減
	No.41 神戸市交通局	: バスカード廃止・ICカード共通乗車ポイントサービスの導入によるIC化促進、費用削減
	No.42 京都市交通局	: 昼間回数券, トラフィカ京カードの発売停止 各種割引乗車券等からICカードによるポイントサービスへの転換
	No.43 帝産湖南交通	: モバイルアプリでの通勤定期券導入による利便性向上
	No.44 奈良交通	: 通学以外の目的・区間でも購入できる学生 (通学) 定期券発売による増販
	No.45 阪神バス	: 自動車教習所と連携した大口頻度割引新設による利便性、事業持続性の向上
	No.46 神姫バス	: ウッディ999バス(三田市ニュータウン限定企画乗車券)による需要喚起
	No.47 九州産交バス	: さんこーたいむバス (旧「Bフリーパス」をリニューアル) による対コロナ影響の利用促進
	No.48 阪急バス	: 金額式定期券の導入による利便性向上 (増収策)
(5) 利用範囲や効力の拡大	No.49 山陽バス	: 同伴幼児無料人数の変更による新たな利用機会の創出
	No.50 西日本JRバス	: 定期券の共通利用による利便性向上
	No.51 京都市交通局	: 定期券の共通利用による利便性向上
	No.52 西日本JRバス	: 京都市内均一運賃区間の拡大による利便性向上
	No.53 京都市交通局	: 京都市内均一運賃区間の拡大による利便性向上
	No.54 阪急バス	: hanica定期券の阪急バス・阪神バス相互利用による利便性向上
	No.55 神戸市交通局	: 神戸市バス普通区IC定期券の神姫バスとの共用化による利便性向上
	No.56 奈良交通	: 自動継続型金額式ICカード定期券「CI-CA plus」の導入による利便性向上
	No.57 近鉄バス	: 「バスもり！」スマホ定期券の導入等のデジタル化拡充による利便性向上
	No.58 神姫バス	: シティループ・ポートループ1日乗車券・2日乗車券「見せトク」による需要喚起
	No.59 愛知県東浦町	: 東浦町運行バス「う・ら・ら」回数券のバス・タクシーでの共通利用による利便性向上
	No.60 広島電鉄等	: 広島市中心部における均一運賃の設定 (共同経営計画) による利便性向上
	No.61 徳島バス等	: 徳島バスとJR四国の運賃の一体的運用 (共同経営計画) による利便性向上

1章 はじめに

【本書の目的】

今般、新型コロナの影響が固定化しつつあり、乗合バス事業においては収支改善の必要性が依然として強まっている。また、運転者不足や働き方改革への対応と相まって、経営環境は極めて厳しい状況にあるといえる。新型コロナの拡大前より運行にかかわるコストの抑制を進めていた事業者にとっては、運賃施策の変更や運行計画の見直しによる対応を余儀なくされている。

利用者の生活様式の変化に伴い、運送収入の低下はなおも続いている。そのため、収支改善を目的とした短期的な対応策として、運賃の値上げや割引率の低下などの動きが続いている。しかし、この取り組みを複数回にわたって恒常的に行うことは、より一層、利用者のバス離れを引き起こす恐れもあり、各取り組みの実施前後には適切な見極めが重要であると考えられる。

加えて、値上げ等の施策は、公共交通としての乗合バス事業の持続性向上のために必要な措置であることを、社会に対して丁寧に説明を行う必要がある。

また、コロナ禍での生活様式の変化に伴う移動パターンの変化に対応し、運賃設定を工夫した事例も見られる。さらには、行政補助による利用者の負担軽減や事業分野を超えた新たな連携に取り組むなど、中長期的な乗合バス事業の持続性に関する示唆をもたらす事例もある。

今般、持続性のある、公共交通としての乗合バス事業を目指すことを目的として行われる運賃施策を中心に、取り組み事例を収集することができた。

これらの取り組みについて、対象となる利用者や工夫の方向性などにより整理し、可能な限り取り組み結果も収集した内容を関係者と共有したいと考えている。そのうえで、各者において、利用者に過度な負担を強いないことにも留意しつつ、これから運賃施策が検討される際の一助になれば幸いである。

また、本書においては、次のことを目指したい。

- ① バス事業者およびその関係者（バス業界や関係省庁）が、地域の事情に合わせて乗合バス事業の持続性を具体的に検討していくための手がかりとして活用され、ひいては地域旅客運送サービスの持続可能な提供の確保に結び付くこと。
- ② 地方自治体の担当者が、地域行政の施策を検討する際の参考とすること。ここでは、移動目的（通勤・通学・通院・買い物・余暇活動など）と移動手段（交通）の密接な関係を踏まえた施策の共有を通じて、特に、従来の通勤・通学以外の需要に対応した施策も認識されることを目的としたい。
- ③ 各取り組み内容が地域の利用者に十分に発信され、利用者目線を意識した施策検討が進むことに加え、交通のあり方に関する地域の主体的な議論のツールとなること。
- ④ 各組織における人材育成に活用されること。

なお、本書は乗合バスの運賃に着目しているが、これを端緒に乗合バスやその運賃に限らず、今後の公共交通全体のあり方を考える際の一助になればと考えている。

2章 乗合バス運賃施策の事例

(1) 収集事例の全体概要について

各者に運賃施策の事例をヒアリングした結果等により、61の事例を収集することができた。

各事例の詳細は(3)各社局の事例紹介に記載するが、ここではまず、その全体概要を俯瞰する。

今回収集した事例を俯瞰すると、「運賃施策の工夫の方向性」として以下5点があると考えられる。また、事例によっては特定の「ターゲット」（利用者属性など）を企図して実施しているものもあるため、まずはこの2つの軸を用いて整理を試みた。

【軸1】何を（施策：運賃施策の工夫の方向性）

工夫の方向性(1)－ 所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値上げ／値下げ）

工夫の方向性(2)－ 企画商品の設定

工夫の方向性(3)－ 支払単位の工夫

工夫の方向性(4)－ デジタル化（IC・ポイント）

工夫の方向性(5)－ 利用範囲や効力の拡大

【軸2】誰に（ターゲット：利用者属性など）

日常 [(a)通勤
(b)通学
(c)生活(通院・買い物など)

非日常 [(d)生活(おでかけ・ゆしみ)
(e)観光

(f)特に限定しない

この2つの軸による「全体俯瞰表」を次頁に記載する。

(2) 全体俯瞰表

本事例集の情報は、各者の協力により収集されたものであり、必ずしも全ての取り組みは網羅されておらず、各者の取り組み状況を単純に比較できるものではない点には十分留意が必要である。

従来から一般的に行われている施策は太枠で囲ったが、太枠部分以外の施策は、「新しい取り組み」または「特徴的な取り組み」に位置づけられよう。各者の担当者が知恵を絞り、工夫により導き出した施策である。こうした「工夫の方向性」を、本書を通じて全体で共有し、各者で運賃施策を検討する際に参考にしてもらえればと考え、本書に記載する。

事例には、事業者単独で実施した施策もあるが、他者や他の業界と連携することで実現した施策や、効果を発揮している施策もあるため、それらには凡例（★、☆、◎）を付した。

← 工夫の方向性 →

【軸1】何を (施策)		(1)所定運賃や 従来回数券・定期券の 価格変更		(2)企画商品 の設定	(3)支払単位 の工夫	(4)デジタル化 (IC・ポイント)	(5)利用範囲や 効力の拡大
		値上げ	値下げ				
【軸2】誰に (ターゲット)	日常	(a)通勤	No.1山陽バス No.5奈良交通 No.6帝産湖南交通 No.7阪急バス No.8阪神バス No.9京阪バス No.10近鉄バス No.11江若交通 No.12近江鉄道G No.13神姫バスG No.14和歌山バスG				No.56奈良交通 No.57近鉄バス
		(b)通学	No.5奈良交通 No.10近鉄バス No.13神姫バスG No.14和歌山バスG	No.19近江鉄道★			No.44奈良交通 No.45阪神バス☆ No.56奈良交通 No.57近鉄バス
非日常	(c)生活 (通院、買い物など)		No.20近江鉄道★ No.21愛知県豊橋市★		No.35奈良交通 No.36庄原MaaS		No.46神姫バス No.47九州産交バス
	(d)生活 (おでかけ、楽しみ)			No.32九州産交バス			
	(e)観光	No.2京都市交		No.33近江鉄道 No.34西バス			No.58神姫バス☆
	(f)限定しない	No.3京阪バスG No.4南海バスG No.15京阪バス No.16江若交通 No.17京都京阪バス No.18南海ウイングバス	No.22神姫バスG★ No.23南海バス★ No.24栃木県小山市★ No.25丹後海陸交通★ No.26全但バス★ No.27淡路交通★ No.28近鉄バス★ No.29阪急バス★ No.30近鉄バス★ No.31神戸市交			No.37帝産湖南交通 No.38大阪シティバス No.39近鉄バス No.40山陽バス No.41神戸市交 No.42京都市交 No.43帝産湖南交通	No.48阪急バス No.49山陽バス No.50西バス◎ No.51京都市交◎ No.52西バス◎ No.53京都市交◎ No.54阪急バス◎ No.55神戸市交◎ No.59愛知県東浦町★ No.60広島電鉄他◎ No.61徳島バス他◎

青文字の事例は2023年3月に追加したもの

行政施策で利用者負担軽減

ICカードポイント導入

連携によるシームレス化

- 凡例：◎ 交通事業者間の連携により実現
 ☆ 交通事業者以外との連携により実現（本源需要との連携）
 ★ 行政との連携により実現

共同経営計画

(3) 各者の事例紹介

No.1 山陽バス

「二見線」における運賃改定による収支改善 (2021年3月1日)

ターゲット (a)通勤

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更 (値上げ)

【内容】

・ 工場地帯の人工島内路線「二見線」の普通運賃、定期運賃を値上げ。明石市地域公共交通会議における協議結果に基づき、運賃改定を実施。

普通運賃	
JR土山駅南口・西二見岡の上～人工島内各停留所間	現行230円 ⇒ 改定後 280円 (+50円)
その他の停留所間	現行190円 ⇒ 改定後 230円 (+40円)

定期運賃						
現行	通勤1か月	通勤3か月	通勤6か月	通学1か月	通学3か月	
230円区間	9,660円	27,530円	52,160円	8,280円	23,600円	
190円区間	7,980円	22,740円	43,090円	6,840円	19,490円	
↓						
改定後	通勤1か月	通勤3か月	通勤6か月	通学1か月	通学3か月	
280円区間	11,760円	33,520円	63,500円	10,080円	28,730円	
230円区間	9,660円	27,530円	52,160円	8,280円	23,600円	

※定期券の割引率については現行と変更ありません。

【具体的なターゲット】

・ 既存利用者 (工場地帯の企業、通勤利用客)

【背景・狙い】

・ 従前より赤字 (年間約1,000万円) が続いていた当該路線について、収支改善を図るため

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

・ 当初は上限運賃変更認可の手続きを検討していたが、運賃の上げ幅や施策スケジュール、路線の特性等を考慮し、協議運賃としての運賃改定を選択した。

【施策実施後の結果】

・ 路線の特性 (工場地帯への通勤路線) も影響し、利用者の逸走は少なく、運賃収入は増加した。
 ・ 運賃改定と合わせて、ダイヤ編成の効率化等により費用削減を図ったが、人件費増加や燃料費高騰により、路線収支としては依然として赤字の状況が続いている。

年度	2018年度比		備考
	利用者数	収入	
2019年度	98%	96%	年度末よりコロナ影響あり
2020年度	78%	83%	コロナ影響による大幅な減収
2021年度	81%	95%	2021年3月運賃改定実施



【今後の課題】

・ コロナ禍によるマイカー通勤転換等の影響により、利用者数の回復には至っていない。利便性向上ならびに利用促進に努め、利用者数の増加に取り組んでいく。
 ・ 車庫と営業エリアが離れているため、非効率な運用となっており、収支改善には抜本的な対応が必要。行政と連携し、補助金の活用等についても検討を進める。

No.2 京都市交通局 No.41 京都市交通局

No.2 一日乗車券等の価格適正化による経営安定化（2021年10月1日～）

ターゲット (e)観光

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値上げ）

No.42 昼間回数券，トラフィカ京カードの発売停止（2021年10月1日～）
各種割引乗車券等からICカードによるポイントサービスへの転換（2023年4月1日～）

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (4)デジタル化(IC・ポイント)

【内容】

- No.2 ・バス一日券 600円→700円 ・地下鉄・バス一日券 900円→1,100円
 ・地下鉄・バス二日券 1,700円→廃止 ・地下鉄一日券 600円→800円
- No.41 ・一部券種（トラフィカ京カード、昼間回数券）を廃止
 ・ICOCA、PiTaPa保有者を対象に、対象の交通機関の1か月の利用金額に応じて、交通利用の他、買い物等でも利用できるポイントを翌月に還元する仕組み。
 - 乗継ポイント：月額3,600円以上対象の交通機関を乗継ぎ利用するとポイントを還元
 - 利用額ポイント：月利用額に応じたパーセンテージのポイントを還元
 - バスIC24Hチケット：事前に登録した日（24時間）の利用金額のうち設定額（700円）を超過したバス利用分について、ポイントを還元

【具体的なターゲット】

- ・利用者全体（一日乗車券等は観光客、ポイントサービスは市民が主なターゲット）

【背景・狙い】

- ・市バスの一人当たりの乗車運賃が他都市と比べて低いことから、一日券類の価格を適正化。
- ・割引乗車券制度を、誰もが割引を受けられる割引制度から、市民の方を中心とした利用頻度の高い方を優遇する制度への見直し。
- ・移動経路の分散化（バスの混雑対策）を図るため、乗継割引を軸とした制度への転換。
- ・磁気カードからスムーズな乗降と将来のデータ活用が期待できるICカードへの転換。割引適用をICカード利用時に集約することでICカードの利用促進。

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・バス一日券は、以前、適正価格として700円で販売していたが、平成12年の規制緩和対策として500円に値下げを行った。平成30年には600円に引き上げ、今回、令和3年によく700円に戻し、適正化を実現した。
- ・インバウンド等の観光客から市民の方を中心としたご利用頻度の高い方への割引制度へ転換するにあたって、観光利用の方と区別するため、ポイントサービスのポイント還元対象を月利用額に最低額を設ける等の工夫を行った。

【施策実施後の結果】

- ・今後検証

【今後の課題】

- ・令和3年の価格が、今のお客様にとって適正かどうか、また、一日乗車券の在り方についても、更なる乗車券制度の見直しの中で検討する。（2023年10月バス1日券の発売停止、2024年4月利用停止を予定）
- ・ポイントサービスの利用状況等を踏まえて、将来的にバスバス無料乗継の実施を目指す。



No.3 京阪バスグループ

ICカード割引率改定による収支悪化の抑制 (2021年6月1日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値上げ）

【内容】

- ・「PiTaPa利用額割引」の割引率「主に10～30%」を「主に5～15%」に引き締め
- ・「ICOCA」ポイントサービスのポイント付与率を10%から5%に引き締め

【具体的なターゲット】

- ・ ICカード利用者全般

【背景・狙い】

- ・ これまで少子高齢化の進行による沿線人口減少等の要因に加え、車両更新の設備投資をはじめ、燃料費等の負担増や昨今の新型コロナウイルス感染症の影響によるお客様の大幅な減少が収支悪化に拍車をかけ、バス路線そのものの維持や運行便数の確保が厳しさを増していることから、収支改善を行うもの。

【施策実施後の結果】

- ・ 改定後1年間の定期外収入において約2%の増収があった。
- ・ 増収の算定において、割引率引き締めによる逸走とコロナ禍による逸走の見極めが不可能であるため、逸走による減収は考慮していない。

【今後の課題】

- ・ 依然として新型コロナウイルス感染症収束の見通しは立っておらず、また、収束後も在宅勤務の拡大やオンライン授業の普及といった社会の変容により、感染拡大以前の利用水準に回復することはない見込みであることから、PiTaPa利用額割引については廃止を予定（2022年6月1日）。

・「PiTaPa」利用額割引の割引率

現行			改定		
適用区分	割引率	最大割引額	適用区分	割引率	最大割引額
1,000円までのご利用分	0%	0円	1,000円までのご利用分	0%	0円
1,001円～1,100円までのご利用分	100%	100円	1,001円～5,000円までのご利用分	5%	200円
1,101円～5,000円までのご利用分	10%	390円	5,001円～15,000円までのご利用分	10%	1,000円
5,001円～15,000円までのご利用分	20%	2,000円	15,001円以上のご利用分	15%	—
15,001円以上のご利用分	30%	—			

・「ICOCA」ポイントサービスのポイント付与率

現行	改定
10%	5%

※「PiTaPa」は、株式会社スルッとKANSAIの登録商標です。

※「ICOCA」は、西日本旅客鉄道株式会社の登録商標です。

参照元：https://www.keihanbus.jp/pdf/t2021/local_20210427_ic.pdf

No.4 南海バスグループ

割引の変更による収支悪化の抑制 (2019年10月1日、2021年4月1日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値上げ）

【内容】

- ・ Pitapaカード全利用者対象に割引していたものを、一定利用額以上の利用者対象の割引に、段階的に変更
- ・ 一部の磁気カード割引率を ICカード「なっち」と同程度に調整

【具体的なターゲット】

- ・ ICカード利用者 等

【背景・狙い】

- ・ 割引率縮小による減収の抑制

【施策実施後の結果】

- ・ 特に大きな混乱はなかった。

【今後の課題】

- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響が長期化するなか、依然として収支改善が課題であり、今後の施策展開の検討が必要。

PiTaPa の利用額割引の内容変更について（2021/4/1実施）

2021.03.10

いつも南海バスをご利用いただき、誠にありがとうございます。

PiTaPa の利用額割引について、下記の通り、変更いたします。
あらかじめご了承くださいませよう、お願い申し上げます。

実施日

2021年4月1日（木）

変更内容

(現) 1ヶ月のご利用額から1,000円を差し引いたご利用額に対しての割引（割引率10.7%）
(新) 1ヶ月のご利用額から**3,000円**を差し引いたご利用額に対しての割引（割引率10.7%）

No.5奈良交通、No.6帝産湖南交通、No.7阪急バス、No.8阪神バス、No.9京阪バス

定期運賃又は回数運賃の改定による公共交通事業としての持続性向上

ターゲット (a)通勤, (b)通学

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値上げ）

No.5 奈良交通（令和3年6月1日）

【内容】

- ・ 定期運賃の改定：基準運賃H26.4.1改定区間運賃→R1.10.1改定区間運賃
割引率（通勤）26.5%→25.0%（通学）変更なし
- ・ 回数運賃の改定：割引率 CI-CA（普通）14.5%→4.8%等（ひまわり）18.0%→13.0%
※R5.3.1自動継続型金額式ICカード定期券を導入し、利便性向上（No.56）

【施策実施後の結果】

- ・ 改定後12か月間において、約2.5%の増収となり、公共交通事業としての持続性向上を図った。

No.6 帝産湖南交通（令和3年10月1日）（令和4年10月1日）

【内容】

- ・ 回数運賃の改定：割引率（普通券）13%→5%（昼間券）25%程度→15%
※同時にモバイルチケットを導入し、利便性向上（No.37）
- ・ 定期運賃（通勤）の改定：割引率（通勤）30%→25%
※同時にモバイル通勤定期券を導入し、利便性向上（No.43）

【施策実施後の結果】

- ・ モバイル回数券は前年比12%の増収、モバイル定期券については改定後3か月間において3%の減収となり、公共交通事業としての持続性向上を図った。

No.7 阪急バス（令和4年4月1日）

【内容】

- ・ 定期運賃（通勤）等の改定：割引率（通勤）28%→25%

【施策実施後の結果】

- ・ 直近実績月（1月※）は前年比+3.7%（値上げ率は4.2%）となり、公共交通事業としての持続性向上を図った。（※）特殊要因等を除いて結果を把握するため1月を前年と比較したもの
- ・ 自社窓口で発売する通勤定期券のホルダー数は増加しているが、鉄道・バス連絡定期券が大幅減。鉄道社局の脱磁気化と在宅勤務・リモートワークの定着により一部が定期外利用に転換と推測。

No.8 阪神バス（令和4年4月1日）

【内容】

- ・ 定期運賃（通勤）等の改定：割引率（通勤）28%→25%

【施策実施後の結果】

- ・ 改定後9か月間において、通勤定期は対前年度+10.5%の増収となった。一方で、高齢者専用定期は値上げによる増収効果が限定的であり、微増に留まった。これらにより、公共交通事業としての持続性向上を図った。

No.9 京阪バス（令和4年6月1日）

【内容】

- ・ 定期運賃（通勤）の改定：割引率（通勤）30%→25%

【施策実施後の結果】

- ・ 改定後、定期収入において4%の増収となり、公共交通事業としての持続性向上を図った。逸走による減収と思われる影響は確認されていない。

No.10近鉄バス、No.11江若交通、No.12近江鉄道G、No.13神姫バスG、No.14和歌山バスG

定期運賃又は回数運賃の改定による公共交通事業としての持続性向上

ターゲット (a)通勤, (b)通学

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値上げ）

No.10 近鉄バス（令和4年9月1日）

【内容】

- ・ 定期運賃の改定：割引率（通勤）31.0%→25.0%（通学）40.0%→38.0%
※同時にスマホ定期券の導入等のデジタル化拡充により、利便性向上（No.57）

【施策実施後の結果】

- ・ 改定後約4か月間において、定期券の売上は前年比約1割の増収となり、公共交通事業としての持続性向上を図った。

No.11 江若交通（令和4年10月1日）

【内容】

- ・ 定期運賃（通勤）等の改定：割引率（通勤）30%→25%

【施策実施後の結果】

- ・ 改定後約4か月間において、3.8%の増収となり、公共交通事業としての持続性向上を図った。
逸走による減収と思われる影響はコロナ過からの回復途中もあり確認できていない。

No.12 近江鉄道G（令和4年10月1日）

【内容】

- ・ 定期運賃（通勤）の改定：割引率（通勤）30%→25%

【施策実施後の結果】

- ・ 通勤定期券のうち約70%が6ヶ月定期券のため改定前の購入者が未だおられるため割引率変更に伴う影響は確認されていない。

No.13 神姫バスG（令和4年10月1日）

【内容】

- ・ 定期運賃の改定：割引率（通勤）30%→25% ※全線フリー定期券は値下げ
（通学（一年定期））60%→55% ※670円以上区間は遠距離遞減運賃を適用

【施策実施後の結果】

- ・ 改定後約3ヶ月間において約2%の増収となり、公共交通事業としての持続性向上を図った。
逸走による減収と思われる影響は確認されていない。

No.14 和歌山バスG（令和4年12月1日）

【内容】

- ・ 定期運賃の改定：割引率（通勤）30.0%→25.0%（通学（一年定期））45.0%→42.5%

【施策実施後の結果】

- ・ 運賃改定実施後の期間が経過しておらず、今後、結果を検証予定。

No.15京阪バス、No.16江若交通、No.17京都京阪バス、No.18南海ウイングバス

運賃改定による公共交通事業としての持続性向上

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値上げ）

No.15 京阪バス（令和3年2月1日）

【内容】

- ・滋賀県大津市域の一般路線バスについて、基本運賃を改定。
- ・10～20円の値上げ（平均改定率7.8%）。

	現行	改定
特区	210円	230円
1区	230円	250円
2区	260円	280円
3区	300円	310円
4区	320円	330円

【施策実施後の結果】

- ・改定後1年間で定期8%、定期外7%の増収となり、公共交通事業としての持続性向上を図った。
- ・増収の算定において、運賃改定による逸走とコロナ禍による逸走の見極めが不可能であるため、逸走による減収は考慮していない。

No.16 江若交通（令和3年4月1日）

【内容】

- ・滋賀県大津市域、高島市域の一般路線バスについて、基本運賃を改定。
- ・10～50円の値上げ（平均改定率14.57%）。

路線	現行	値上げ額
浜大津線、日吉台線、東地区ローズタウン線、西地区ローズタウン線、龍華線、仰木の里線、堅田葛川線、和楽栗原線、びわ湖バレイ線、朽木線	180円～540円区間	30円値上げ
	560円～980円区間	20円値上げ
	990円区間	10円値上げ
	1,000円～1,200円区間	50円値上げ

【施策実施後の結果】

- ・改定後1年間において12.3%の増収、改定による影響の把握が可能な定期運賃については、5.1%の増収となり、公共交通事業としての持続性向上を図った。
- ・逸走による減収と思われる影響は、コロナ過からの回復途中もあり確認できていない。

No.17 京都京阪バス（令和3年10月1日）

【内容】

- ・京都府南部地域の一般路線バスについて、基本運賃を改定。
- ・10～20円の値上げ（平均改定率7.04%）。

	現行	改定
初乗り運賃	210円	230円
対キロ区間運賃	220円～660円	230円～670円 (1区間増すごとに10円を加算)

【施策実施後の結果】

- ・改定後12ヶ月間において、5.0%の増収、改定による影響の把握が可能な定期運賃については、5.0%の増収となり、公共交通事業としての持続性向上を図った。
- ・逸走による減収と思われる影響は、コロナによる利用減および一定利用の回復途中ということもあり確認できていない。また、利用人員では対前年5.6%増となっている。

No.18 南海ウイングバス（令和5年3月1日）

【内容】

- ・大阪府泉南地域の一般路線バスについて、基本運賃を改定。
- ・20～40円の値上げ（平均改定率10.06%）。

区 間	片道区間運賃		1ヶ月通勤定期運賃	
	現行運賃	改定運賃	現行運賃	改定運賃
泉野駅前～泉野市役所前	170	190	7,140	7,980
熊取駅前～大阪体育大学前	230	260	9,660	10,920
泉野駅前～つばさ丘北口	470	510	18,900	18,900
泉野駅前～犬鳴山	480	520	18,900	18,900
岸和田駅前～東岸和田駅前	170	190	7,140	7,980
下松駅前～道の駅愛彩ランド	310	340	13,020	14,280
岸和田駅前～塔原	560	600	18,900	18,900
岸和田駅前～牛滝山	660	700	18,900	18,900

【施策実施後の結果】

- ・運賃改定実施後の期間が経過しておらず、今後、結果を検証予定。

No.19 近江鉄道 ★行政との連携により実現

スーパー学割定期券販売による利用促進 (2017年3月～)

ターゲット (b)通学

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値下げ）

【内容】

- ・ 行政と連携し通常定期価格より3割程度、割安で販売（行政から通常定期券代との差額に対する補助）

【具体的なターゲット】

- ・ 沿線在住の学生

【背景・狙い】

- ・ 沿線地域の学生の利用促進を図る。

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 施策開始当初はバス停間の金額設定をし、当該バス停間の利用のみ使用可能としたが、2021年度より守山市内を2つのエリアに分け金額を分かりやすくし、且つエリア内であればどこでもご利用可能にすることで利用促進を図った。
- ・ 上記施策開始前年度より守山市が主要路線沿線に自転車駐輪場を設置（6か所）し市民のバス利用を促した。

【施策実施後の結果】

(2017年度) 1,231枚、(2018年度) 1,787枚
(2019年度) 2,207枚、(2020年度) 2,057枚
(2021年度) 2,083枚 (2022年度) 1,788枚

※12月末現在

【今後の課題】

- ・ 守山市の継続的な補助制度の確立。
- ・ 毎年利用件数が増加しており一定の効果は見られるものの朝夕の利用時間が重なるため、数便増便しており経費も増加。コロナ禍及び燃料高騰による定期券代の見直しを検討。

スーパー学割バス定期券
2021年4月1日からICOCAに切り替わります

Aエリア Bエリアを
走る定期券は
ICOCAでのご利用となります
近江トラベル守山支店で
お買い求めください

近江トラベル守山支店	10:00~18:00	10:00~13:00
近江鉄道株式会社	TEL:077-682-1132	
近江鉄道株式会社	TEL:077-49-22-3306	
近江トラベル守山支店	TEL:077-682-8103	

参照元（近江鉄道HP）：https://www.ohmitetudo.co.jp/bus/moriyama_supergakuwari/index.html

No.20 近江鉄道 ★行政との連携により実現

高齢者おでかけパスの販売による輸送人員増加
(2017年3月～)

ターゲット (c)生活（通院、買い物等）

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値下げ）

【内容】

- ・ 65歳以上高齢者の外出支援施策
(行政から通常定期券代との差額に対する補助)

【具体的なターゲット】

- ・ 65歳以上

【背景・狙い】

- ・ 高齢者の外出支援施策

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 守山市内限定ではあるが安価な料金で乗り放題とし、市内の通院・お買い物等高齢者の外出支援を創出。

【施策実施後の結果】

(2017年度) 536枚、(2018年度) 1,188枚
(2019年度) 1,199枚、(2020年度) 871枚
(2021年度) 817枚 (2022年度) 605枚
※12月末現在

【今後の課題】

- ・ 守山市の継続的な補助制度の確立。
- ・ コロナ禍及び燃料高騰による定期券代の見直し。

高齢者の方向けバスフリーパス
高齢者おでかけパス

4月1日より
変わります

バスICOCA定期券
守山市内限定ではあるが安価な料金で乗り放題とし、市内の通院・お買い物等高齢者の外出支援を創出。

対象路線	運賃
1ヶ月	2,000円
3ヶ月	6,000円
6ヶ月	10,000円

対象路線：守山市内を走る定期路線

近江トラベル 守山支店
10:00~18:00 10:00~13:00(土日祝)

速野会館および中洲会館

料金
1ヶ月 2,000円
3ヶ月 6,000円
6ヶ月 10,000円

対象
65歳以上の守山市内在住の高齢者の方なら誰でも購入が可能
※持込入札に年齢と居住所を証明できるものが
必要となります。
※満期前日まで本人(限)でしか使用できません。

お問い合わせ
守山市 都市計画・交通総務課 TEL.077-583-1132
近江鉄道株式会社 自動車部 TEL.0749-22-3306
近江トラベル 守山支店 TEL.077-583-8103

参照元（近江鉄道HP抜粋） https://www.ohmitetudo.co.jp/bus/moriyama_odekakepass/index.html

No.21 愛知県豊橋市 ★行政との連携により実現

コロナ禍における行政・公共交通事業者・市内の店舗3者協働MM
(2021年1月中旬～3月中旬)

ターゲット (c)生活(通院、買い物等)

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更(値下げ)

【内容】

- 行政補助により、対象店舗での会計時に、店舗利用者に、鉄道・路線バス・路面電車・タクシーの共通補助券を配布(補助券の配布条件は各店舗が自由に設定。)
- 対象店舗のうち228店舗が参加。

【具体的なターゲット】

- 商店街の店舗利用者

【狙い】

- コロナ禍の影響を受けた公共交通と中心市街地商店街の双方の需要喚起を図る。

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- 店舗が参加しやすい仕組みづくり
 - 店舗に費用負担を求めない
 - 補助券の配布条件は各店舗が自由に設定可能
- 補助券は市内の公共交通に共通して使用可能
 - 1種類の補助券を、鉄道、路線バス、路面電車、タクシーで共通して使用可能に
 - 単価が高いタクシーは、1乗車で5枚まで使えるよう設定
- 商工業振興課の協力を得て、店舗に関する情報共有や、商店街との連絡体制を構築することにより、関係者が円滑に協働し、より効果的に実施できた。

【施策実施後の結果】

- 新しい生活様式に合わせた利用促進策に取り組み、利用離れた人にも公共交通の存在をPR。
- 店舗・交通事業者・行政の3者で取り組み、店舗支援にも繋がり、公共交通とまちなか活性化の双方に効果。

01 背景と目的

①公共交通利用者の減少
コロナの影響が長期化している今、交通事業者による感染症対策などの取組みや運行の見直しだけでは対応しきれず、存続の基盤そのものが揺らいでいる。

②中心市街地の人流減少
度重なる緊急事態宣言等の発出により、特に公共交通網の中心である豊橋駅周辺の商店街の人流が激減し、活気が失われつつある。

開き取り調査の実施
対象店舗の現状
調査結果を元に、共通補助券の配布条件を設定

交通事業者・市内の店舗の需要喚起を図る

02 プロジェクトの内容と効果

①店舗が参加しやすい仕組みづくり
・店舗に費用負担を求めず参加募集
→対象店舗のうち228店舗が参加
→参加申込みは、申込書1枚を提出するだけ
・補助券の配布条件は各店舗が自由に設定

効果1: 店舗での買い物のきっかけづくりに!
店舗への人の流れを劇的に増やした。市内の店舗からは「お客様も喜んでくれた。」との声

②市内の公共交通に共通して使用できる補助券
・鉄道、路線バス、路面電車、タクシーの共通補助券
→各公共交通の利用方法に合わせることで、1種類の補助券を共通して使用できるように
・単価が高いタクシーは1乗車で5枚まで使えるように設定

効果2: 公共交通を利用した外出のきっかけづくりに!
使用された乗り物補助券は5,255枚。交通事業者からは「日に日に使用枚数が増えていった」との声

STEP1 対象の店舗で参加を促す
STEP2 補助券をもらう
STEP3 公共交通に乗る
STEP4 補助券を払う

対象の公共交通: 豊橋駅周辺、豊橋駅前、豊橋駅前、豊橋駅前

03 結論

新しい生活様式に合わせた利用促進策に取り組み、利用離れた人にも公共交通の存在をPRすることができた。また、市内の店舗と、公共交通事業者、行政の3者で取り組むことで、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた店舗の支援にも繋がり、公共交通とまちなか活性化の双方に効果があった。

総額
補助券: 4枚3乗車・1枚1乗車・1枚1乗車
配布店舗: 228店舗(1店舗に10枚の配布) 豊橋駅周辺(100店舗) 豊橋駅前(128店舗)
配布枚数: 27,750枚 (1店舗に120枚の配布、豊橋駅周辺は追加配布)

効果
店舗・店舗への来店客数増加
公共交通事業者への乗客数増加
タクシーへの乗客数増加
※1乗車につき1枚の補助券を配布し、1枚あたり500円相当の補助券を配布する

単価
乗車券: 5,255枚 × 100円 = 525,500円
乗車券: 100枚 × 100円 = 10,000円
乗車券: 100枚 × 100円 = 10,000円
乗車券: 100枚 × 100円 = 10,000円

参照元: https://ssl.alpha-prm.jp/jcomm.or.jp/16th_jcomm/data/R3PB03.pdf

【今後の課題】

- 外出機会の減少に伴い利用者が減っている中、公共交通全体には今後も継続的な支援が必要。
- 特に、まちなかの活性化と公共交通の利用促進は密接な関係にあると考えており、まちなか・郊外沿線住民・公共交通を繋げる取組みを積極的に実施する。
- 今後は、バスで行くまちなかツアー等を開催し、公共交通を利用した移動の習慣化を促していく。

No.22 神姫バスグループ ★行政との連携により実現

市内完結利用者支払額の上限を定める運賃制度の導入による利用促進 (2015年10月1日～)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値下げ）

【内容】

- ・ NicoPaカード利用者に対し、自治体補填により、加古川市内路線利用者の支払い上限額を200円とする制度の導入

【具体的なターゲット】

- ・ 三木市、加古川市、西脇市、丹波篠山市、加東市沿線にお住まいの方全般

【背景・狙い】

- ・ 赤字基調の続く地方バス路線において、対距離運賃制区間の上限を定めることで市民利用を促進。正規運賃との差額を当該自治体が補填し、お客様に直接恩恵のある補助スキームを構築。
- ・ 事業者への赤字補填ではなく利用者への運賃補填を行うことにより、利用促進を期待するもの

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

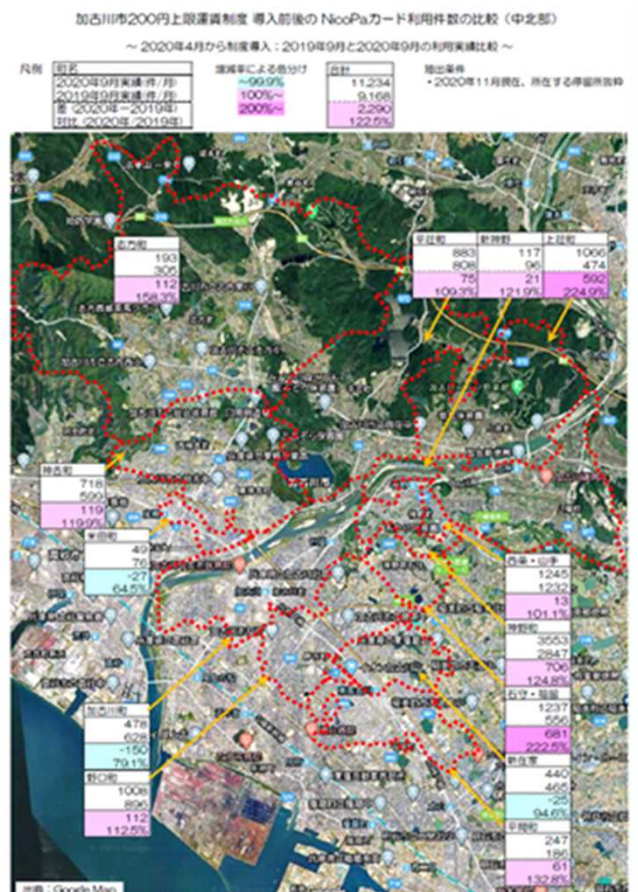
- ・ ICカードシステムの改修等、自治体支援があつての施策実施であつた。
- ・ ICカードへの移行促進を行うにあたり、案内方（特に高齢者）に注力した。各地域において公民館等でのモビリティマネジメントを実施し、具体的な利用方法に加え、当該趣旨についての説明（施策を活用した高頻度のお出掛け→ご本人の健康寿命延伸・フレイル予防→まちの賑わい・地元の元気づくりへの寄与）を併せて行った。

【施策実施後の結果】

- ・ 主に長距離利用者において、多いところでNicoPa利用が2倍超に増加

【今後の課題】

- ・ 地域により利用促進の効果に差があり、今後より広くNicoPaをご利用頂く施策が必要



No.23 南海バス ★行政との連携により実現

自治体補助での無料化/100円運賃によるコロナ対策利用促進 (2020年度および2022年度の一定期間)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値下げ）

【内容】

- ・自治体補助により、一部路線を無料化又は利用者支払額を昼間100円。
- ・事業者が乗降者数をカウントして、お客さまが支払う運賃相当額を自体が補填して実施。

【具体的なターゲット】

- ・高齢者・昼間利用者・自治体バス利用者

【背景・狙い】

- ・普段バスを利用されない方に一度乗ってもらって利便性を感じていただき、事業後の継続的な利用を促進する。
- ・コロナ禍で落ち込んだ利用の促進。

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・自治体における予算の確保

【施策実施後の結果】

- ・無料化：対前年▲25～30%減であったところ、+10～20%に回復。
- ・昼間100円：他路線と比較し、減少幅が数%減少。

【今後の課題】

- ・利用者へのインパクトは無料化が非常に有効で、利用促進効果は高いが、自治体での予算確保に限りがある。

No.24 栃木県小山市（コミュニティバス「おーバス」） ★行政との連携により実現

全線共通定期券 おーバスnoroca等による利便性向上
(2019年10月1日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値下げ）

【内容】

2018年度からおーバスの利用促進プロジェクトを立ち上げ、モビリティ・マネジメントとして様々な利用促進の取り組みを実施

- ・ 通常運賃と比較して最大8割引、おーバス乗り放題定期券「noroca」
1日約80円でおーバス14路線乗り放題（基本料金：おーバス片道1回200円均一）
※半年、1年定期券を新設し市内1カ所しかない定期券販売所への訪問回数を減らし定期券購入抵抗の軽減を狙った（1・3か月よりも半年・1年定期の割引率を高めた）。全世代にわかりやすく、受け入れられやすい紙製の定期券でスタートし、導入から2年後スマホアプリLINEを活用した定期券を導入した。
- ・ バスのある生活を提案する生活情報タブロイド誌「Bloom!」の市内全戸配布、路線新設等、バスロケーションシステムの導入、facebook・Twitterの開設・情報発信

【具体的なターゲット】 小山市民、小山市来訪者（学生、会社員等）

【背景・狙い】

市内唯一の公共交通バス「おーバス」が運行（路線バス14路線とデマンドバス郊外部5エリア）されており市全域がカバーされているものの、バスの利用割合は非常に低く（約0.3%）、自動車の利用割合が約69%と全国の地方都市と比較して高くなっているため、【内容】に記載のバスの利用促進に取り組んだ。特に格安サブスク定期券であるnorocaは、現金両替行列解消、定期券収入増加による安定収入の確保、気軽に買える値段設定によって普段バスに乗らないユーザーの確保などを目指して導入した。

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ チームビルディング（全員ミーティング、ブランドコアメッセージ[小山に生きる、おーバスが生きる。]検討）
- ・ 定期券の価格設定（担当部署内での念密な議論、減収を心配しすぎない、アジャイル方式導入）
- ・ 合意形成（アンケート調査結果等を示して説得、1年限定販売でスタート）

【施策実施後の結果】

- ・ おーバスの利用者数増加
(2017年度66万人→2020年度74万人→2021年度84万人)
- ・ 定期券保有者が5.4倍に増加（2023年1月時点）
(コロナ禍で26万円増収、2018年度・2019年度比較)
- ・ 学生定期券保有者が17.4倍に増加（2023年1月時点）
- ・ おーバスが好きな人が増加。苦情が10分の1に減少。

【今後の課題】

- ・ 増収に寄与しているが、それ以上に利用者が増えているため、1回乗車当たり平均支払額（客単価）が減少しつつある。
- ・ 利用者増加に伴い、輸送力増強を行っているため収支率が減少する可能性がある。

参照元（小山市HP）：<https://www.city.oyama.tochigi.jp/site/o-bus/220075.htm>

定期券種別	大人 18歳以上20歳未満	学生 18歳以上20歳未満	小学生・中学生以上 小学生未満
1ヶ月	4,200円	1,100円	500円
3ヶ月	12,000円	3,000円	1,400円
6ヶ月	21,000円	5,400円	2,500円
12ヶ月	38,000円	9,500円	4,200円

No.25 丹後海陸交通 ★行政との連携により実現

上限200円バスによる財政支出抑制

(2007年10月1日～京丹後市、2013年10月1日～宮津市・伊根町・与謝野町)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値下げ）

【内容】

- ・ 2007年10月1日から、京丹後市内全バス路線の運賃を上限200円に設定。合わせて、バス停の増設やダイヤ見直し等の利便性向上の取組や、バス運行のサービス向上を実施。
- ・ 市の広報誌での毎月の周知や、観光客もターゲットとした市HPでの動画配信等の展開、わかりやすい地域総合時刻表の市内全戸配布、ラッピング車両の導入など、利用促進に向けた様々な広報活動が行なわれた。
- ・ 2013年10月1日から、宮津市、伊根町、与謝野町でも上限200円バスを導入し、京丹後エリア、宮津・与謝野エリア、伊根・橋北エリアの3エリアとなっている（エリアを跨ぐ場合さらに200円支払い）。

【具体的なターゲット】

- ・ 京丹後市、宮津市、伊根町、与謝野町住民

【背景・狙い】

- ・ 利用者数が減少し、増大する路線バス維持のための市の財政支出を抑制すること。
- ・ 700円×2人ではなく、7人×200円の発想で多くの市民が利用し、喜んでいただくことが住民福祉の増進を図ることにつながり、同じ赤字に対する補助でも活きた補助の支出となること。

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

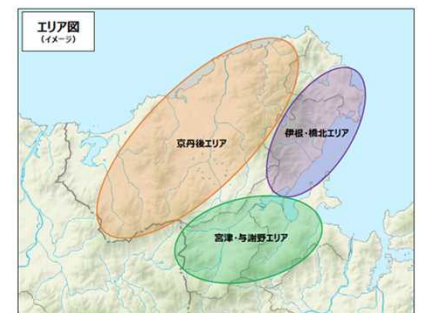
- ・ 年々増加するバス事業者への補助金額。
- ・ バス運賃を上限200円にすることで、事業者は大幅に運賃収入が減少してしまうことから、何としても利用者を増やさないと地域の公共交通が破綻してしまうという危機意識を持って、行政、事業者が協力して取り組んだ。

【施策実施後の結果】（2006年→2012年の比較）

- ・ 年間輸送人員が2.3倍に増加（約17万人→約39万人）
- ・ 年間運賃収入が30%増加（4,579万円→5,945万円）
- ・ 京丹後市の補助金額を約3,800万円抑制

【今後の課題】

- ・ 京都府北部地域の人口減少、少子化の影響により、2018年を境に利用者が減少に転じたことに加えて、新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、利用者の減少に拍車がかかっている。
- ・ このことから、様々な利用促進を図りながら、どのようにして住民の利便性を低下させることなく維持していくことができるか。



バスの運転手による幼稚園への出前講座



上限200円バスは鉄道とともに生活交通の要！
高校生と高齢者の利用が大幅に増えました



参照元： https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/transport/pdf/068_kyotango.pdf

No.26 全但バス（兵庫県豊岡市） ★行政との連携により実現

上限200円バスによる収支改善 (2011年10月)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値下げ）

【内容】

- ・ 利用者が減少している路線バスの維持・活性化を目的に、2011年から、運賃低減による利用者増加により路線収支の改善を図る社会実験を全但バス神鍋線で実施している。
- ・ 社会実験では、神鍋線の運賃を上限200円とするとともに、江原駅で朝7時台の普通列車に接続する通勤通学EX便や夜9時台の江原駅発の便を増発している。
- ・ 各地区ごとの住民説明会、中学校への出前授業や利用説明会（保護者）、マイカー通勤者への公共交通通勤転換を促すPR、全但バスサービス向上宣言、沿線地域の個別訪問等といった利用促進とともに、行政、事業者、住民の「みんな」未来への責任を果たす実証実験として取組。

【具体的なターゲット】

- ・ 駅までの家族の送迎により通学している高校生等の地域住民

地元利用促進組織の立上げと協定書の締結
・社会実験の目的と目標の共有
・役割と責任の明確化と分担

【狙い】

- ・ 通勤通学のマイカーから公共交通への転換



利用促進の取り組み例 ②

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 市から施策を押し付けるのではなく、住民説明会などを活用し住民からの自発的な取組に繋げるように促したこと
- ・ 行政・事業者・住民の3者の役割を明確にし、3者協定を結んだこと。
- ・ 地元道の駅とタイアップし、ビアガーデンを開催し、バス乗車を促した。

・神鍋線第2期実証運行に向けて「神鍋線停て守ろう市民運動推進協議会」総会を開催し、その中で更なるサービス向上に取り組むため 桐山全但バス社長・社員・乗務員一同で住民・市の方々の前で「サービス向上宣言」をした。

【施策実施後の結果】(H18→H24の比較)

- ・ 年間輸送人員が約1.8倍に増加。
(実験前 (H22) 63,204人 → (H25) 実験後112,095人)

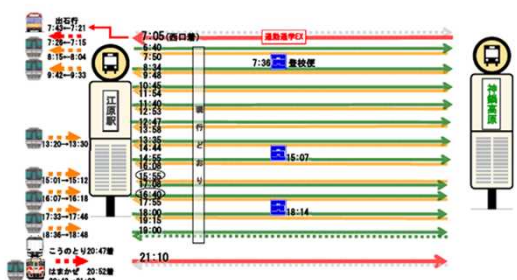
・神鍋線沿線地区で「個別訪問」を実施。
地元・市職員・全但バス職員3名で、地域の方へ社会実験の意義を訴えとともに、バスに対して「地元の生の声」が聞ける貴重な機会となった。
訪問戸数:760戸 参加者数:延べ110名(地元32名、全但バス43名、市35名)



【今後の課題】

- ・ 地域における乗車運動の継続性が見通しづらくなったこと等により、開始から10年を迎えた令和4年3月末を持って、今般の取り組みは一旦終了。

運行計画の見直し



運賃を上限200円に

全但バスの運賃体系
別距離別運賃体系を基本とし、区界停留所ごとに運賃を設定している。
「初乗り1.8kmまで150円、以降200円ごとに10円を加算」

通勤定期券の比較（江原駅を起点）

～1ヶ月往復通勤定期～

<実証時>

・ 東河内 23,400円

・ 豊 岡 24,480円

・ 山 崎 22,200円

・ 栗 橋 野 20,880円

・ 名 色 19,440円

・ 太田神鍋 18,720円

・ 備 本 16,200円

・ 境 塚 口 14,400円

・ 十 津 12,600円

7,200円

備考

備考

備考

備考

No.28 近鉄バス ★行政との連携により実現

八尾市・藤井寺市内における100円運賃の実施による利用促進 (2022年9月1日～2023年1月10日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値下げ）

【内容】

- 八尾市および藤井寺市では公共交通機関を応援することを目的に、2022.9.1～2023.1.10の期間限定で両市内の路線バスを1乗車100円で利用いただける施策。
 - ✓乗降どちらも八尾市・藤井寺市内に限る
 - ✓平日ダイヤのうち始発が10時～15時59分、および休日の全時間帯を対象
 - ✓通常運賃との差額を自治体が補助
- その他八尾市・藤井寺市には、プレス、リーフレット作成、ウェブサイト掲載関係でご協力いただいた。

【具体的なターゲット】

- 普段バスを利用していない高齢者、主婦・夫層

【背景・狙い】

- 公共交通機関の利用促進
- 両市内の人流の活性化
- 潜在的なバス利用者の掘り起こし

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- 平日の対象便が指定時間帯に乗車した便ではなく、始発地を発車する便であることの伝え方が課題で、バス停ごとに時刻表の対象便を四角で囲んだものにすべて貼り換えた。

【施策実施後の結果】

- 利用者数は、他路線と比べて2割程度増加し、一定の効果を確認できている。

【今後の課題】

- 期間終了後の利用者数の維持。
- 継続的な実施ができるか。
- さらに複数の自治体にまたがった取組みになれば、より効果は期待される。

八尾市・藤井寺市おでかけ応援事業
バスにのって! キャンペーン
期間 2022年9月1日～2023年2月28日
大人100円・小人50円
お得なこの機会に、路線バスで出かけよう!
八尾市 × 藤井寺市

利用運賃 1回の乗車につき、大人100円・小人50円

対象路線
八尾市内
・近鉄バス(八尾線、久宝寺線、豊島線、美砂線、花園線、東花園線、経国大線) 対象路線
・大坂バス(八尾志紀線、若狭八尾線) 対象
・八尾市乗合タクシー「たちち号」 対象
藤井寺市内
・近鉄バス(八尾線、羽曳野線) 対象路線

対象時間
平日 始発停留所を10時～15時台の間に発車する便
八尾市乗合タクシー「たちち号」のみ、平日限定
土日祝日 終日全便
※八尾市乗合タクシー「たちち号」は別途料金あり

おでかけ応援事業に関するお問い合わせ
※事業実施期間中は、お問い合わせ先は異なります。
八尾市乗合タクシー 072-924-3856
藤井寺市乗合タクシー 072-939-1199
バスの運行に関するお問い合わせ ▶ 近鉄バス(株) 06-6418-5301 ▶ 大坂バス(株) 06-4308-0800
八尾市乗合タクシー「たちち号」の運行に関するお問い合わせ ▶ 乗務交通(株) 072-994-7762

参照元：<https://www.kintetsu-bus.co.jp/topics/detail.php?pkId=598>

No.29 阪急バス、No.30近鉄バス ★行政との連携により実現

吹田市内における小中学生路線バス無料乗車体験事業による利用促進
(2022年7月1日～2023年1月10日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更(値下げ)

【内容】

- ・市内在学の小中学生を対象に、無料バス乗車券を配布(1人2枚)
 - ✓乗車または降車どちらかが市内であれば利用可
 - ✓運賃は、自治体が全額負担
- ・その他吹田市には、プレス、リーフレット作成、ウェブサイト掲載関係でご協力いただいた。

【具体的なターゲット】

- ・小・中学生

【背景・狙い】

- ・利用機会の少ない小中学生に移動手段の選択肢として知ってもらい、将来需要の拡大を図る。

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・公共交通(バス)の現状や環境問題を意識してもらうためのリーフレットを作成。無料乗車券はリーフレットから切り取る方式とし、単に無料乗車券を配布するのではなく、公共交通の状況を少しでも意識してもらうように工夫した。加えて、リーフレットでは保護者に対しても同様の呼びかけを行った。
- ・近鉄バスでは、無料乗車券利用者が小中学生であることの確認、乗務員への負担を考慮し、乗務員の判断に委ねることとした。

【施策実施後の結果】

- ・阪急バスでは、7/21～1/31間で、約5,100枚の利用があった。
(近鉄バスでは、同市内の路線に住宅地がないためか、利用実績はなかった。)
- ・リーフレット作成部数(33,000部/無料乗車券片数66,000枚)からの利用率合計は7.7%。
- ・内訳は小学生の利用率が9.9%、中学生の利用率が3.5%。

【今後の課題】

- ・全体の利用率向上は当然のことであるが、中学生の利用が小学生の1/6程度であることから、中学生の利用率向上が課題。
- ・中学生の利用率が低い要因分析はまだできていないが、小学生と比較して一人で行動できる範囲が広がることから、一つの要因として、自転車の利用が多くなるのではないかと推測。
- ・自治体と協働した取り組みは、自治体に公共交通機関のあり方を意識してもらうためにも重要と考える。取り組みの継続はもちろんのこと、他自治体への横展開も重要と考える。



No.31 神戸市交通局

「三宮・エリア110（サンノミヤ エリア イチイチマル）」実証実験による利便性向上 (2022年4月1日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更（値下げ）

【内容】

- ・ 三宮都心部に乗り入れる市バスは、地形制約により道路を用いて方向転換を行っており、需要中心地である三宮駅を通過した地点まで運行しているが、従前からこの付近の移動手段は短距離であること等から専ら徒歩が主である。
- ・ この既存のバス路線を活用し、三宮駅を中心とした概ね1km圏内のエリアにおいて、エリア内のバス停間をICカードで乗り降りいただくと、乗車料金を110円（通常210円）とする実証実験を実施した。

【具体的なターゲット】

- ・ これまであまりバスを移動手段としたことのない方等への、新たなライフスタイルのご提案（目標利用人数：2024年度までに年間26万人(1日あたり700人)）

【背景・狙い】

- ・ 神戸市全体で進めている三宮再整備、都心の回遊性向上と歩調を合わせ、市のまちづくり施策に寄与
- ・ 乗車機会の拡大とIC化率のさらなる向上

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 2021年3月にICカードの乗車方法を2タッチ化したことにより、均一運賃区間でありながら乗降データの取得が可能となったことで、本施策の実施につながった。
- ・ 本施策の実施にあたり、目標設定が課題となった。収入増を目指すためには、当該エリアにおけるICカードによるご利用が、制度導入前と比較して倍以上にならないと、まずは3年間でお客様を倍増させることを目標として実証実験を行うこととした。

【施策実施後の結果】

- ・ 施策実施前の2022年3月の利用人数（352人/日）に対して、6月は68%増(590人/日)、9月は101%増（708人/日）、12月は78%増（627人/日）と乗客増につながった。

【今後の課題】

- ・ IC化率が向上するとともに、ICカード2タッチ化により乗降データの取得が可能となったため、今後三宮都心部におけるご利用状況や乗車需要の分析を進め、企図した移動のライフスタイル変化について検証するとともに、更により多くの方にご利用いただけるよう広報戦略を検討していく。

対象の停留所にはロゴマークを掲出



No.32 九州産交バス

休日学生限定！往復乗車券によるターゲットを定めた利用促進 (2020年7月25日～)

ターゲット (d)生活（おでかけ、楽しみ）

工夫の方向性 (2)企画商品の設定

【内容】

- ・山鹿－熊本線 休日学生限定 往復乗車券による割引（通常運賃2,020円のところ往復乗車券として1,000円で発売）
- ・2022年5月より順次、期間限定で横展開を開始（天草、高森、光の森、松橋の各地域と熊本を結ぶ路線）

【具体的なターゲット】

- ・各地域に住む熊本市内へ遊びに行きたい高校生

【背景・狙い】

- ・「2019年9月14日に人気があった山鹿方面（長距離路線）」の運賃弾力性が高いと予想
- ・「学生」と「非日常目的」と「休日」に着目して利用促進にチャレンジ
- ・山鹿－熊本線の利用促進効果を踏まえ各地域へ横展開を実施

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・一般的に公共交通は運賃弾力性が低いことから、割引をすると減収になるのでは？という懸念があるが、事前調査を行い、ニーズや運賃弾力性を分析することで社内や自治体の理解が得られ実現性が高まった
- ・バスは地域を担う重要なインフラであり、維持に向けた利用促進が必要ということをお願いした結果、各地域の学校がチラシ配布等に快く協力いただいた

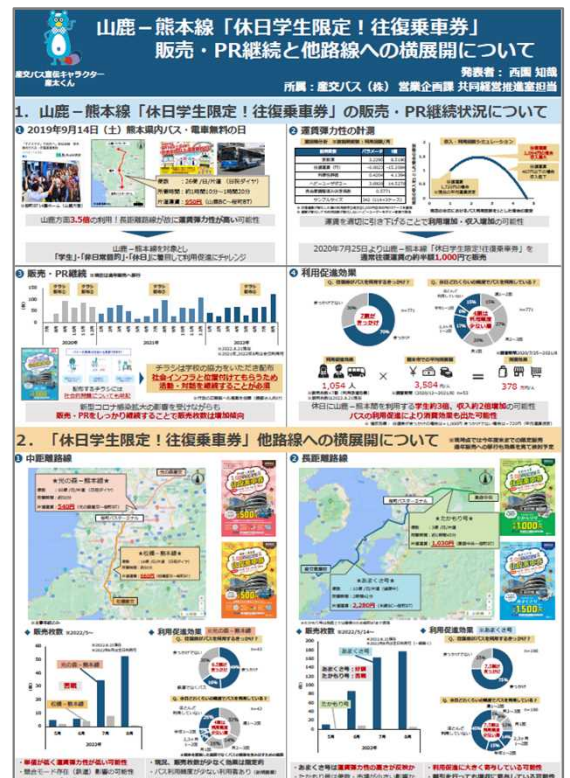
【施策実施後の結果】

- ◆各路線共通
 - ・利用回数が少ない方、ほとんど利用しない方の利用も多く、バスへ乗車するきっかけとなった
- ◆山鹿－熊本線
 - ・学生利用者数が3倍、収入が2倍に増えた可能性
 - ・2022年度の販売枚数は1,000枚を超える見込み
※2021年度比約160%UP見込み
- ◆天草－熊本線
 - ・2022年度の販売枚数は1,800枚を超える見込み
 - ・往復券対象日で学生以外も含めた輸送人員が5%UP見込み
 - ・天草－熊本線は2023.3.27より通年販売へ移行
- ◆その他路線
 - ・短距離路線（松橋、光の森）や市場規模の小さい路線（高森）については販売枚数自体が伸び悩んでいる

【今後の課題】

- ・毎年、学生が入替わるタイミングでPRを行うこと（成功して終わりではなく成功は継続すること）

【参考資料①】https://jcomm-or-jp.prm-ssl.jp/16th_jcomm/data/R3PB17.pdf
 【参考資料②】https://jcomm-or-jp.prm-ssl.jp/17th_jcomm/data/R4_O1-1p.pdf
 【参考資料③】https://jcomm-or-jp.prm-ssl.jp/17th_jcomm/data/R4_O1-1o.pdf



No.33 近江鉄道

ゴールデンパス（1日乗り放題1,000円乗車券）による利用促進 （2019年の各期間）

ターゲット (e)観光

工夫の方向性 (2)企画商品の設定

【内容】

- ・ 1日乗り放題1,000円乗車券販売
（スーパーゴールデンパス） 2019年4月27日～2019年5月6日
（お盆ゴールデンパス） 2019年8月10日～2019年8月18日
（年末年始ゴールデンパス） 2019年12月28日～1月5日

【具体的なターゲット】

- ・ 観光客・マイカー利用者

【背景・狙い】

- ・ 長期連休中の観光客・マイカー利用者の獲得

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 県内行政に協力を依頼。近江鉄道・湖国バス全線を利用可能対象としバスの利用促進・県内への観光客誘致に努めた。

【施策実施後の結果】

（スーパーゴールデンパス） 1,009枚
（お盆ゴールデンパス） 837枚
（年末年始ゴールデンパス） 1,191枚

（近江鉄道HP抜粋）

【今後の課題】

- ・ 片道500円以上の沿線施設の従業員等の利用が多く見られ、本来の趣旨と違った結果となった。
- ・ 当日しか券を購入できなかったため、事前決済可能なモバイルチケット導入し、1日乗車券などを販売予定（2023年度）

参照元（近江鉄道HP抜粋） <https://www.ohmitetudo.co.jp/bus/super-golden-pass/index.html/>

No.34 西日本ジェイアールバス

金沢市内1日フリー乗車券の共通利用による利便性向上 (2021年4月)

ターゲット (e)観光

工夫の方向性 (2)企画商品の設定

【内容】

- ・ 北陸鉄道グループの路線バス、城下まち金沢周遊バス、兼六園シャトル、西日本ジェイアールバスの路線バス（※定期観光バス等を除く）の1日フリー乗車券
- ・ 北陸鉄道グループ路線バス（地帯制250円区間内）、西日本ジェイアールバス金沢市内路線バス（地帯制230円区間内）で利用可能
- ・ おとな600円、こども300円
- ・ 金沢21世紀美術館など28の観光施設の入場料が割引。

【具体的なターゲット】

- ・ 観光客

【背景・狙い】

- ・ ICカード及び一日フリー券が会社によって異なることから、観光客が分かりづらくトラブルが多かった
- ・ 金沢市内を周遊する観光客の利便性向上

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ バス事業者間での調整に時間を要した。
- ・ バス事業者間での連携意識が高まってきた。

【施策実施後の結果】

- ・ コロナ禍により発売枚数は30%（2019年同月比）

【今後の課題】

- ・ 観光客以外の利便性向上



No.35奈良交通

高齢者向け定期乗車券「奈良交通ゴールドパス」の発売による利用促進 (2019年6月1日～)

ターゲット (c)生活（通院、買い物等）

工夫の方向性 (3)支払単位の工夫

【内容】

- ・ 購入者が一般路線バスを半額で利用できる「ゴールドパス」を65歳以上の利用者に販売。
- ・ 紙式の奈良交通ゴールド倶楽部定期券（H12～）をICカード化してリニューアル。
- ・ 警察署等と連携し、免許返納者に対して効果的に周知。

【具体的なターゲット】

- ・ 65歳以上の高齢者

【背景・狙い】

- ・ 高齢者のバス利用促進および運転免許自主返納の促進による事故防止

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 奈良県様と実施したプラチナ定期券の実証実験（H30.2.16～、3ヶ月間1乗車100円または半額で乗車できるICカードを3,000円、700枚限定で発売）が好評で、ICカード化の後押しになった。

【施策実施後の結果】

- ・ R1実績3ヶ月券822枚、6ヶ月券2,358枚（別途668枚無料配布）
- ・ R2実績3ヶ月券785枚、6ヶ月券2,725枚（別途312枚無料配布）
- ・ R3実績3ヶ月券803枚、6ヶ月券2,694枚（別途330枚無料配布）

【今後の課題】

- ・ 購入方法や購入機会の拡大。
- ・ 高齢者にとってよりわかりやすい制度にできないか。

No.36 庄原MaaS検討会

過疎地域におけるサブスク運賃導入実証実験

(2019年11月1日～2019年11月29日)

ターゲット (c)生活（通院、買い物など）

工夫の方向性 (3)支払単位の工夫

【内容】

- ・地域住民の生活交通として、市街地中心部と本村・峰田地区を結ぶAIデマンドバスを導入。既存のバス路線が運行しない時間帯に、1日2往復を運行予定。
- ・AIデマンドバスと市街地中心部の路線バスを「定額乗り放題」できるサービスを提供。（本村地区 1,600円、峰田地区 1,400円）
- ・価格設定と月額or年額を組み合わせ、購入意向に関するアンケート調査を実施。



【アンケート調査】

○内容

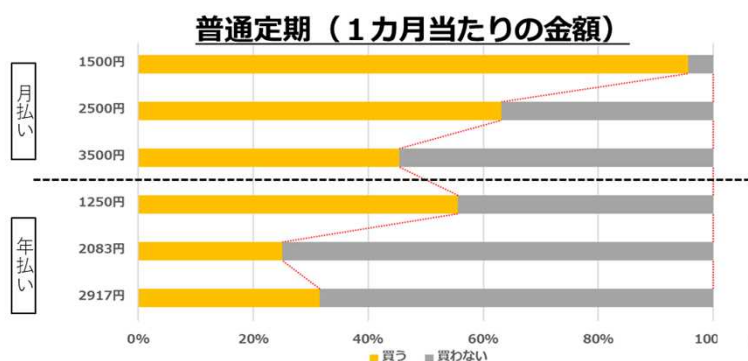
- ・価格設定と月額or年額を組み合わせ、購入するか、しないかを問う。

値段設定(月)	1500円	2500円	3500円
値段設定(年)	15000円	35000円	35000円

月額＋年額で3種類の組み合わせ

○結果

- ・購入意向に「月額料金」「月額or年額制度」が影響。
 - 料金が下がれば、購入意向は上昇する傾向。
 - 年額払いは向かず。（見かけの金額の大きさが影響か）



⇒ サブスクリプション制度（月払い）が有効

参照元：https://jcomm-or-jp.prm-ssl.jp/15th_jcomm/data/15th002.pdf
[shobaramaas2019.pdf](https://jcomm-or-jp.prm-ssl.jp/15th_jcomm/data/15th002.pdf)

No.37 帝産湖南交通

モバイルチケットの導入及び回数券割引率の変更によるデジタル化・収支改善 (2021年10月)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (4)デジタル化(IC・ポイント)

【内容】

- ・ 回数券（紙式）の割引率を13%→5%（昼間回数券は25%程度→15%）に見直し。合わせて、モバイルチケット（「QUICK RIDE」（レシップ株製））を新設し、オフピーク時間帯（午前9時以降）の回数券は割引率を15%と設定。
- ・ 従来の紙回数券の割引率を引き締めつつ、モバイルチケットやオフピーク時間帯利用者を優遇する割引率とし、デジタル化やオフピーク時間帯への転換を促すもの
- ・ ICカード導入を要望する利用者に対し、代替的なキャッシュレス決済手段を提供することで、利便向上・利用促進及び感染防止を図る。



【具体的なターゲット】

- ・ スマートフォン所有者・回数券利用者

【背景・狙い】

- ・ 回数券運賃割引率変更による収支改善、輸送需要のピークカットによる運行計画効率化、デジタル化促進によるコスト削減、ICカード非対応による不便さの低減

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

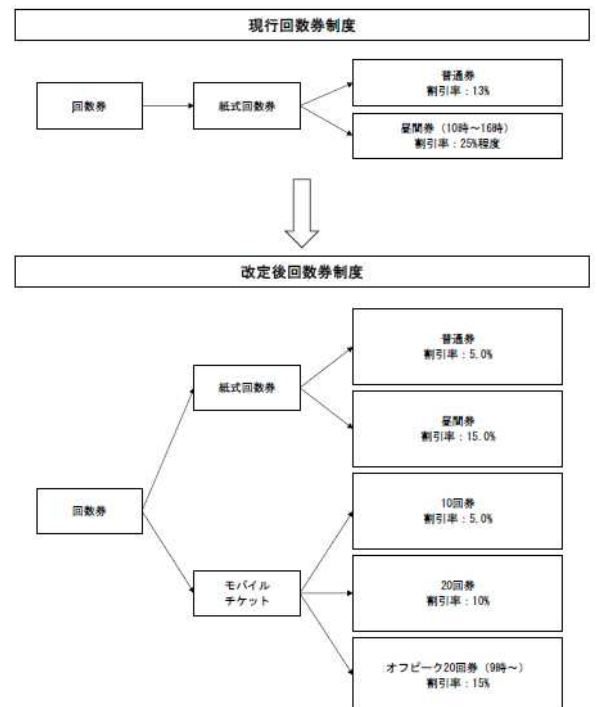
- ・ 比較的簡易な方法で実施が可能であった回数券運賃制度の見直しと、初期投資のかからないモバイルチケットを合わせて導入することで、検討から導入までの期間を可能な限り短縮した。
- ・ 回数券（紙式）とモバイルチケットの割引率に差をつけ、収益性向上と利便性維持・向上の両立を目指したが、最適な割引率の設定に苦慮した。

【施策実施後の結果】

- ・ 回数券（紙式）からモバイルチケットへの移行は2021年2月現在で20～30%。結果、回数券（紙式）を引き続き使用しているお客様には値上げ分をご負担していただいている。

【今後の課題】

- ・ モバイルチケットアプリを活用した1日乗車券を2021年11月に設定したが、伸び悩んでいる。観光需要を深耕するため、見直しが必要。
- ・ 定期券（紙式）についても、同様の施策ができないか検討している。
- ・ 収支的な課題もあり、ICカードの導入ができていない。



No.38 大阪シティバス

モバイルチケットの導入によるデジタル化を通じた業務合理化 (バス1日乗車券2021年3月1日、バス回数券2021年4月1日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (4)デジタル化(IC・ポイント)

【内容】

- ・バス1日乗車券、バス回数券をデジタル化し、スマートフォンを券面とするモバイルチケット（モバイルチケットアプリ「QUICK RIDE」(レシップ(株)製)）を導入。

【具体的なターゲット】

- ・バス1日乗車券：ファミリー層
- ・バス回数券：既存の紙券利用者

【背景・狙い】

- ・ご利用者数が年々減少している乗車券種及び制度の整理・統合・機能向上。
- ・ウィズコロナの情勢に鑑み対面接触機会を低減。
- ・スマートフォンの急速な普及を踏まえ、お客様の乗車券購入機会を新たに創出。
- ・乗車券販売体制を見直すことによる券面発行業務の合理化。

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・モバイルチケットアプリ事業者の提供するパッケージサービスをそのまま使用したため、モバイルチケットを導入すること自体のハードルは高くはなかった。しかしながら、大阪シティバスとしては初の取組みとなるため、社内外の関係者への丁寧な説明を要した。

【施策実施後の結果】

- ・モバイルチケット導入と同時に廃止した紙回数券及び環境定期券制度についてお客様からのお声はなく、円滑な制度移行ができています。
- ・乗車券の購入時間帯（期間：2022年4月～11月）
バス1日乗車券：午前中の購入が約7割。18時以降の購入は非常に少ない傾向。
バス回数券：6時～9時に約4割、17時～22時に約3割と昼間時間帯以外での購入が多く見られる。
⇒従来の販売窓口の営業時間外における、乗車券購入需要に対応できている。

【今後の課題】

- ・お客様へ実施したアンケートでは、チケット画面呼び出しの利便性向上についてのご要望をいただいている。
- ・検札は乗務員によるチケット画面の目視。車載機等による検札の自動への対応による更なる業務効率化を検討したい。
- ・乗車券のラインナップ拡充。



参照元（大阪シティバスHP抜粋）：
https://citybus-osaka.co.jp/mobile_ticket/

No.39 近鉄バス

磁気回数カードの取扱終了によるIC化促進 (2020年11月30日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (4)デジタル化(IC・ポイント)

【内容】

- ・ 近鉄バス回数カード等の磁気回数カードを廃止し、代替となるPiTaPa利用額割引等のICカード券種の利用を促進。

【具体的なターゲット】

- ・ ICカードを利用されていないお客様

【背景・狙い】

- ・ ICカード利用率の増加（約50%）とともに回数カードの利用率が減少（約1%）していたため
- ・ 回数カード製造機器およびバスの磁気カード対応機器の老朽化のため

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 利用者への周知が課題であり、バスカードを利用されるお客様の目につくバス車内、停留所、ホームページ等で周知を図った。

【施策実施後の結果】

- ・ 定期外収入に占めるICカード利用率が約25%上昇した。
- ・ 回数カード発売および利用にかかる手間や時間、コストの削減につながった。

【今後の課題】

- ・ 定期券のデジタル化、PiTaPaカードの割引拡充など、利用者のニーズに沿った乗車券類のデジタル化、次世代化。

【毎月1万円額以上PiTaPaのご利用額に対して割引します】

利用額	割引率
0円～1,000円	0% (標準)
1,000円～1,500円	0.1%～10%割引
2万円以上	10%割引

利用額	割引率	おトクになる金額
1,000円	0%	0円
1,500円	6.7%割引	100円
2,000円	10%割引	200円
3,000円	10%割引	300円
4,000円	10%割引	400円
5,000円	10%割引	500円

<通勤・通学定期乗車との比較>

※乗車1万円以上2万円、2万円以上3万円までの乗車はPiTaPaでの支払です。

乗車回数	乗車1万円未満	乗車1万円以上2万円未満	乗車2万円以上3万円未満	乗車3万円以上
10回	2,000円	2,000円	2,000円	2,000円
20回	4,000円	3,800円	3,800円	3,800円
30回	6,000円	5,500円	5,500円	5,500円
40回	8,000円	7,200円	7,200円	7,200円
50回	10,000円	8,900円	8,900円	8,900円

※PiTaPaでの定期乗車は、乗車1万円以上2万円未満の乗車はPiTaPaでの支払です。乗車2万円以上3万円未満の乗車はPiTaPaでの支払です。乗車3万円以上の乗車はPiTaPaでの支払です。

※本施策は近鉄バス全線に適用される「乗車回数」は、お乗車回数で乗車回数にカウントさせていただきます。また、お乗車回数にカウントしない乗車回数もご案内させていただきます。PiTaPaは、近鉄バス全線に適用される乗車回数ICカードです。PiTaPaは、近鉄バス全線に適用される乗車回数ICカードです。PiTaPaは、近鉄バス全線に適用される乗車回数ICカードです。PiTaPaは、近鉄バス全線に適用される乗車回数ICカードです。

参照元（近鉄バスHP抜粋）：<https://www.kintetsu-bus.co.jp/route/pitapa/>

No.40 山陽バス No.41 神戸市交通局 ◎交通事業者間の連携により実現

バスカード廃止・ICカード共通乗車ポイントサービスの導入によるIC化促進、費用削減
(2021年4月1日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (4)デジタル化(IC・ポイント)

【内容】

- ・ 事前に登録をした対象ICカード（ICOCA、特別割引用ICカード）のチャージ額を利用して神戸市バス・山陽バスにご乗車いただくと、1か月間の利用額に応じてポイントを付与。
- ・ 貯まったポイントは神戸市バス・山陽バスのご乗車時に1ポイント＝1円として利用可能。

【具体的なターゲット】

- ・ 廃止する磁気カード（市バス専用カードおよび山陽バスカード）の利用者等

【背景・狙い】

- ・ 市バスおよび山陽バスの乗車方法の見直し（均一運賃区間におけるICカード2タッチ化）にあわせ、ICカードを利用したポイントサービスを導入
- ・ ポイントサービスの導入により、現金及び磁気カードからICカードへの転換を促進し、より多くの乗降データを取得（廃止する磁気カードの代替サービスとなる）



【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 導入社局およびメーカーにより、定期的な打合せを実施した。また、内容ごとにWGを設け、具体検討を行った。
- ・ 市バス専用カードおよび山陽バスカードは共同運行路線において相互利用を行ってきたため、廃止にあたっては、市バスおよび山陽バスの双方がポイントサービスに移行する必要があった。両者が同時期に車載機更新のタイミングを迎えたことから、同時に共通サービスを導入することについて、合意することができた。

【施策実施後の結果】

- ・ 約34,000人（2022年10月末時点）に登録いただき、IC化率向上に寄与し、磁気カードの運用に関する諸費用削減につながった。

【今後の課題】

- ・ IC化率が向上するとともに、ICカード2タッチ化により乗降データの取得が可能となったため、より利便性の高いダイヤや路線のあり方について検討を進める。
- ・ 特定路線に特別ポイントを付与するなど、乗客増につながるポイント付与の検討。

普通ポイント

- 1か月のご利用額が2,100円（※）未満の場合
→1日～末日までのご利用額（合計）の5%分のポイント付与
- 1か月のご利用額が2,100円（※）以上の場合
→1日～末日までのご利用額（合計）の10%分のポイント付与

+ さらに!

昼間ポイント

(バスの乗車時間が9:30～16:00)

- 1か月のご利用額が2,100円（※）未満の場合
→1日～末日までの昼間ご利用額（合計）の10%分のポイント付与
- 1か月のご利用額が2,100円（※）以上の場合
→1日～末日までの昼間ご利用額（合計）の20%分のポイント付与

(※) 小児用ICOCA,特別割引用ICカードをご利用の場合、1,100円となります。

No.43 帝産湖南交通

モバイルアプリでの通勤定期券導入による利便性向上 (2022年10月)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (4)デジタル化(IC・ポイント)

【内容】

- ・通勤定期券に限り割引率を30%→25%に見直しつつ、昨年導入したモバイルアプリ（「QUICK RIDE」(レシップ株製)）を通勤定期券としても利用できるよう範囲を拡大。
- ・モバイルアプリの通勤定期券の割引率は紙定期券と同様だが、月極での販売しか出来なかった紙定期券とは違い、月途中からでの購入やクレジットカードでの購入が可能であること、また金額式定期券として利用できるようになり利便性の向上を図る。
- ・通学定期券については、家庭への負担を考慮し、割引率の変更を見送ったため、モバイルアプリ導入についても見送る。



【具体的なターゲット】

- ・スマートフォン所有者・クレジットカード利用者

【背景・狙い】

- ・以前から要望があったクレジットカードでの購入への対応

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・昨年モバイルチケットを導入したため、比較的簡易にモバイル定期券へ流用できるため、スピーディに導入が可能だった。
- ・回数券のモバイルチケットの導入の時とは違い、紙式とモバイルアプリとの割引率の設定差が無いため、通勤定期券の利用者に対してモバイルアプリ利用のメリットを明確に打ち出しづらかった。

【施策実施後の結果】

- ・紙式通勤定期券からモバイルアプリへの移行率は2023年2月現在で10%とモバイルチケット導入時に比べて低い。

【今後の課題】

- ・通勤定期券の割引率を変更しているため、モバイルチケットに移行している可能性がある。
- ・モバイルアプリの通勤定期券についても再度PRする必要がある。
- ・通学定期券のモバイルアプリについては検討中。
- ・収支的な課題もあり、ICカードの導入ができていない。



No.44 奈良交通

通学以外の目的・区間でも購入できる学生（通学）定期券発売による増販 (2018年4月1日～)

ターゲット (b)通学

工夫の方向性 (5)利用範囲や効力の拡大

【内容】

- ・ 通学区間外でも通学定期券と同様の割引率の定期券を発売。通学区間外の区間の通学定期券や、通学区間の先の停留所までの通学定期券が購入可能となった。

【具体的なターゲット】

- ・ 学生・生徒

【背景・狙い】

- ・ 収入を確保するためには定期券顧客を増やすことが重要であるとの判断から、他社様の先行事例を研究し、通学定期券の増販を図るための施策として実施を検討。

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 沿線学校の入学説明会でのPR活動や、沿線市町村教育委員会へのお知らせを実施
- ・ ICカードシステムの改修を伴わず、制度変更の手続きのみでご利用増が図れる施策

【施策実施後の結果】

- ・ H29→ H30通学定期券収入実績+1.4%

【今後の課題】

- ・ 購入方法や購入機会の拡大
- ・ 券面区間以外の多様な移動需要に応えること
- ・ R5.3.1より自動継続型金額式定期券「CI-CA plus」のWEB販売を開始 (No.56)

学生(通学)定期券ってなに？

学生(通学)定期券は、習い事・塾・アルバイトなど
通学以外の目的にも購入が可能となります！

通学定期券と同じ割引率なので、
とってもお得!!

発売券種 1か月・3か月・6か月・学期別
※新規・継続とも14日前から発売いたします

発売場所 当社バス乗車券販売窓口

購入時に必要な書類 学生証、生徒手帳、小中学生は健康保険証も可
(年度内の継続購入時は不要) ※通学証明書は必要ありません

購入特典 利用開始日が2019年4月1日～4月30日の全てのお客様に
粗品(オリジナル文房具)をプレゼント!

※鉄道との連絡定期券は、これまでどおり通学証明書をご提示のうえ、通学区間のみの発売となります

学生(通学)定期券とは…
通学定期券と同じ割引率で
通学以外の目的にもご利用
いただける定期券です!

通学以外のこんな移動にも♪

勉強い、習い事や アルバイトなど

がんばる
あなたを
応援します!!

詳しくは裏面を
ご覧ください

No.45 阪神バス ☆交通事業者以外との連携により実現（本源需要との連携）

自動車教習所と連携した大口頻度割引新設による利便性、事業持続性の向上
(2021年7月31日～)

ターゲット (b)通学

工夫の方向性 (5)利用範囲や効力の拡大

【内容】

- ・ 阪神バスが、路線が重複する自動車教習所の無料送迎を乗合バス路線で代替。
- ・ これに合わせて、自動車教習所が、教習生が利用できる全線定期券を大口購入するにあたり、削減した無料送迎コストを踏まえ、大口頻度割引を新設。

【具体的なターゲット】

- ・ 自動車教習所、教習生、事業者（三方よし）

【背景・狙い】

- ・ 無料送迎バスを路線バスで代替することで、路線バス事業の安定収入源とする。
- ・ 教習所無料送迎コストを削減しつつ、交通事故リスクを回避するとともに、より広範囲からの集客も見込める。
- ・ 教習生は、利便性が向上するとともに、より安心安全なバスを利用可能となった。



【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 1回利用者（高齢者1日講習、入所手続き等）にも、路線バスを無料送迎としてご利用いただくため、「バス運賃還元システム」を構築・導入した。これにより、利用者は実質無料でご利用いただくことができる。

※バス運賃還元システムとは、利用者（一旦運賃は支払い）が、バス降車時に乗務員より受け取ったQRコードを窓口にて提出することで、専用端末にて、往路運賃の返金、復路乗車券を発行するシステム

【施策実施後の結果】

- ・ 自動車教習所や利用者から大きな苦情もなく、安定収入となっている。
- ・ 阪神バスを利用した教習生のうち約17%が、教習所以外への移動にも阪神バスを利用した。

【今後の課題】

- ・ 「バス運賃還元システム」のデジタル化：
現状、紙式のQRコードを活用しているが、ICカードの利用履歴から返金を可能とするシステムの構築
- ・ 同システムの更なる普及：
当社路線バスと重複して無料送迎バスを運行する沿線企業（商業施設、医療施設等）への展開

No.47 九州産交バス

さんこーたいむパス（旧「Bフリーパス」をリニューアル）による対コロナ影響の利用促進（2020年11月1日～）

ターゲット (c)生活（通院、買い物等）

工夫の方向性 (5)利用範囲や効力の拡大

【内容】

- ・市街地を中心とした利用範囲内で9:00～17:00まで九州産交バスが乗り放題（1ヶ月／3か月の2種類）（土日祝日は時間制限なし）
- ・リニューアル内容 ①1,000円値下げ
②平日9時半～17時 ⇒ 平日9時～17時 に変更
③窓口発売 ⇒ 電話WEB申込可能 に変更

【具体的なターゲット】

- ・子供が2人（大学生と高校生）おり、週3回パートタイムで接客業に就く、40代女性。

【背景・狙い】

- ・コロナ禍の影響を受けた時間帯（平日昼間）の利用の活性化

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・持参人定期⇒家族や知り合いでシェアと言葉を分かりやすく
- ・商業施設内の店舗割引（ジム、エステ）
- ・自社の時刻検索サイトで定期券金額を確認している方にレコメンド

【施策実施後の結果】

- ・2022年度：継続163枚、新規17枚（2月末時点）※右表参照

(枚)

年度	新規	継続	総計
2017年度	12	257	269
2018年度	6	225	231
2019年度	7	175	182
2020年度	23	162	185
2021年度	29	210	239
2022年度 (2月末時点)	17	163	180
総計	94	1192	1286

【今後の課題】

- ・プレスリリースしたが、記事に取り上げてもらえなかったため、記事にしたい内容作り
- ・同業他社との連携を進め、利用者の利便性向上を目指す

九州産交バス

シェアOKなエリア定期券

さんこーたいむパス

1ヶ月：5,600円 3ヶ月：13,240円

お仕事やお買い物、お友達とのランチなど色々なおでかけシーンに活用しませんか？

おすすめポイントがいっぱい！

- 平日の日中や土日の移動が中心の方に！
価格が安く乗り放題！
- 家族や知り合いでシェアOK！
誰でも利用可能！
- 都立受け取り可能に！
送料は当社が負担！
窓口来店不要！
- 期間限定！今だけ！
サクラマクドモドで使える優待券付き！

詳しくは裏面へ

「さんこーたいむパス」ってどんな定期券？

利用された月の範囲内で9:00～17:00まで産交バスが乗り放題！
2人以上が利用可能な家族や知り合いでシェアしてご利用も可能な定期券です！
窓口はもちろんです。電話・メールでも申込可能！

金額	1か月	3か月
5,600円	13,240円	

利用可能時間：平日 9:00～17:00
対象路線：産交バス（一部路線を除く）
利用可能エリア：市内中心部

購入方法：窓口、メール、電話

さらに！今だけSAKURA MACHI Kumamoto 2つの施設がお得に利用可能！

- セントラルスポーツ ジムスタ（4層）
- SAKURA MACHI Kumamoto 2層

バス利用可能エリア

ここがポイント

マイカーの維持費と比較しても安い！
例えば、300円区間を1日往復した場合10日間使えば、通常運賃を支払うより断然お得！さらに通常の通勤1か月定期券は10,800円で5,200円もお得！

No.48 阪急バス

金額式定期券の導入による利便性向上（増収策） （2014年6月1日）

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (5)利用範囲や効力の拡大

【内容】

- ・通勤定期券、通学定期券を区間式から金額式に変更
（従来の停留所区間指定の区間式から、券面に表示されている（普通）運賃までの区間内であれば、一部路線を除く全線で利用可能な金額式に変更。）

【具体的なターゲット】

- ・利用者全体

【背景・狙い】

- ・利用者利便の向上（分かりやすさ、有効区間の拡大）
- ・定期券の媒体を紙式からICカードに切り替えての導入であったため、停留所マスタの管理を簡素化することでシステム負荷（開発改修費も含めて）、事務作業の低減を図る狙いがあった。

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

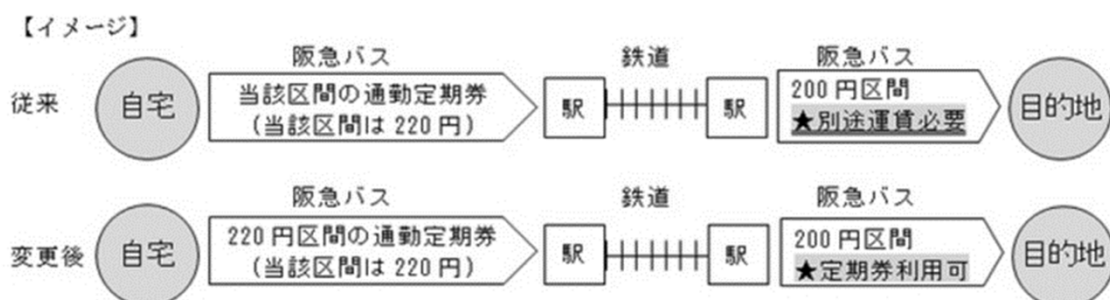
- ・金額式への変更による減収リスクは伴うので、個社事情に応じて検討が必要。
→乗継定期券や、定期券2枚持ちが不要となる。
→お客さまが普段定期利用している生活路線の他に、観光路線・系統が多い事業者は、減収リスクが大きくなる可能性があると思われる。

【施策実施後の結果】

- ・通勤定期券収入が増加した。
- ・定期券発売窓口から、乗継定期券を発売する際の基準運賃額に関する問い合わせがなくなり、事務作業の負担を軽減できた。

【今後の課題】

- ・コロナ禍により移動の形態が変容したことから、定期（期間を定めた前払い）ではない新たな運賃のあり方を検討する必要があると考える。



No.49 山陽バス

同伴幼児無料人数の変更による新たな利用機会の創出 (2019年4月1日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (5)利用範囲や効力の拡大

【内容】

- ・ 同伴幼児無料人数について、大人または小児1名につき、幼児（1歳から未就学の6歳まで）1名まで無料としていたところ、2名まで無料とする変更。

【具体的なターゲット】

- ・ 子連れ利用者

【背景・狙い】

- ・ 子連れでのバス利用負担軽減により利用促進を図るため。
- ・ 共同運行の神戸市交通局においては、従来より、山陽バス共同運行路線以外では幼児2名まで無料の取扱いを実施しており、路線ごとのサービス差異を解消するため。

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 実施した場合の影響を試算するため、人員調査を実施した。

【施策実施後の結果】

- ・ 子育て世代の新たな利用機会の創出に寄与した。
- ・ 共同運行会社間で同一の運賃制度を設けることにより、バスサービスのシームレス化が推進された。

【今後の課題】

- ・ 沿線においては、電動自転車の利用が増えつつあり、従来のバス利用者からの移転も一定数見込まれるため、子育て世代に対して公共交通の利用促進を図っていく。



バス車内でのPR

運賃の区分について

大人	小児	幼児	乳児
			
12歳以上	6歳以上12歳未満	1歳以上6歳未満	1歳未満

※12歳でも小学生は「小児」です。
※6歳でも小学校入学前は「幼児」です。

■「小児」は「大人」の半額

※但し、5円の端数は10円に切り上げ

■「幼児」（1歳以上6歳未満）の運賃

- ・ 1人で乗車される場合は「小児」運賃をいただきます。
- ・ 「大人」または「小児」1人については「幼児」2人までは無償ですが、3人目からは「小児」運賃をいただきます。
- ・ 乳児は人数にかかわらず無償です。

HP

No.50 西日本ジェイアールバス No.51京都市交通局 ◎交通事業者間の連携により実現

定期券の共通利用による利便性向上
(2020年4月1日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (5)利用範囲や効力の拡大

【内容】

- ・京都市交通局が発売するバスのICOCA定期券について、紙や磁気の定期券と同価格で発売し、京都市バスと京都バスに加え（2017年4月1日から発売）、新たに西日本ジェイアールバスにも乗車可能とするもの。（※京都市内均一運賃区間内の利用に限る。）

【具体的なターゲット】

- ・通勤・通学（大学生）利用者

【背景・狙い】

- ・他社局との連携により利用者利便の向上に伴う、定期券利用者の増加
- ・紙・磁気定期券の利用者がIC定期券に移行することによる、IC利用率の向上
- ・バス停での待ち客解消や京都市バス車内の混雑緩和



【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・定期券の共通利用は、お客様は利用できるバスが増え利便性向上につながるが、バス事業者は、定期券購入者が増加しないと減収となる。
そのため、より多くのお客様に定期券をご利用いただくために、1枚の定期券で京都市バスのほか、京都バスや西日本ジェイアールバスもご利用いただけること等をポスターやデジタルサイネージ等のPR物で、利便性の向上を訴求し、定期券利用者の増加を図っている。

【施策実施後の結果】

- ・市バス車内の混雑緩和や新型コロナウイルス感染症の拡大に対する三密対策に寄与した。

競合系統の利用者 (人/日)	H30	R元	R2	R3
205号系統	34,730	33,274	23,127	26,217
50号系統	5,844	5,672	3,767	4,679
8号系統	1,245	1,219	975	1,035
JRバスの共通定期 利用者(人/日)	—	—	122	296

【今後の課題】

- ・定期券の共通利用については、お客様の利便性は向上する一方、収支に影響を与える可能性があるほか、実施に係る改修費用等を要するなど課題がある。
- ・今後は、新たな生活様式の定着等により、極めて厳しい状況が続くものと考えられる中、輸送力を維持し、お客様の利便性を確保するため、定期券の共通利用とともに運行ダイヤや経路の調整を図るなど、事業者間の連携の在り方について更に検討する。



参照元（西日本JRバスHP）：<https://www.nishinihonjrbus.co.jp/upload/wp/2020/02/HP%E7%94%A8.pdf>

※2021.3.20以降は、京都駅から柵ノ尾までの西日本ジェイアールバス全路線が、市バスIC定期券で乗車可能

No.52 西日本ジェイアールバス No.53 京都市交通局 ◎交通事業者間の連携により実現

京都市内均一運賃区間の拡大による利便性向上
(2021年3月20日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (5)利用範囲や効力の拡大

【内容】

- ・ 高雄地域から京都駅・四条駅までの運賃（改定前160円～530円）を、京都市バス・西日本ジェイアールバス双方で230円の均一運賃とするもの。
- ・ これに伴い、均一運賃区間を適用範囲とする「バス一日券」や「市内中心フリー」定期券の利用範囲を高雄地域（福王子～柵ノ尾間）まで拡大。

【具体的なターゲット】

- ・ 利用者全体

【背景・狙い】

- ・ 他社局と連携した均一運賃というわかりやすい運賃体系の拡大による利用者利便の向上
- ・ 京都市内の地域間での運賃格差の解消

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 京都市バスの調整区間エリアは先行事業者の運賃に合わせている。そのため均一運賃区間の拡大は、先行事業者の運賃制度の見直しが必要。
- ・ 運賃の値下げを伴う均一運賃区間の拡大は、減収による経営の圧迫が先行事業者の懸念事項であるため先行事業者の理解を得ることが最大の課題。
- ・ 高雄地域は均一運賃との運賃差が最大で300円生じており、この地域での均一運賃区間の拡大は困難であると言われてきた。これまでの京都バスと連携してきた均一運賃区間の拡大による利用増加の効果や利便性向上などのプラス面を西日本ジェイアールバスに理解いただき、高雄地域への均一運賃区間の拡大が実現。

【施策実施後の結果】

- ・ 利用者がいずれのバスも1日乗車券や市内中心フリー定期券で同じように利用できるようにすることで、観光客や地元住民の利便性が向上し、全体としてバスの利用増加につながっている。

(高雄地域の市均一運賃区間拡大前後のお客様数)

R2 : 174人/日 → R3 : 211人/日

※4月～11月の市バス関係停留所の乗客計数器による降車客数を比較

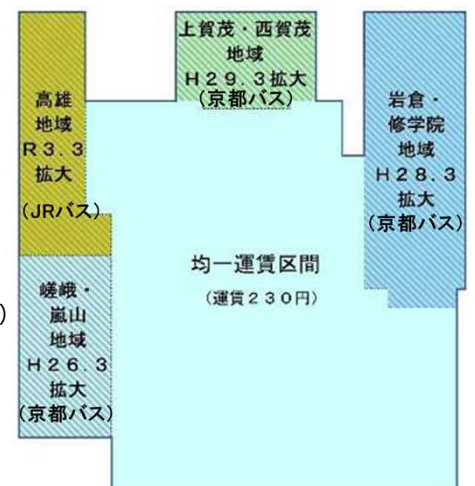
【今後の課題】

- ・ 市バス全線での「均一運賃区間の拡大」に向け、残る「桂・洛西地域」「横大路地域」の関係事業者に理解いただけるよう、粘り強く交渉していく。

«これまでの均一運賃区間の拡大»

- ・ 嵯峨・嵐山地域 (H26.3)
190円～270円⇒均一運賃220円
(現在230円)
- ・ 岩倉・修学院地域 (H28.3)
160円～360円⇒均一運賃230円
- ・ 上賀茂・西賀茂地域 (H29.3)
160円～230円⇒均一運賃230円
- ・ 高雄地域 (R3.3)
160円～530円⇒均一運賃230円

市バス均一運賃区間の拡大状況



(掲載情報は令和5年3月31日時点のものです)

No.54 阪急バス ◎ 交通事業者間の連携により実現

hanica定期券の阪急バス・阪神バス相互利用による利便性向上 (2016年2月1日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (5)利用範囲や効力の拡大

【内容】

- ・ hanica定期券の阪急バス・阪神バス相互利用による定期券の利用範囲の拡大。
(阪急バス路線で阪神バスhanica定期券、阪神バス路線で阪急バスhanica定期券の相互利用が可能となった。)

【具体的なターゲット】

- ・ 利用者全体

【背景・狙い】

- ・ hanicaでの阪急バス・阪神バス乗車券（運賃制度）シームレス化による利用者利便の向上

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 相互利用に伴い、運賃制度の調整・変更が発生（一部券種の乗り越し運賃や払戻し基準額）

【施策実施後の結果】

- ・ 利用者の運賃負担の軽減
- ・ 重複運行区間においては、利用者の運行機会の増加（1枚のhanica定期券で2社どちらの運行便にも乗車）

【今後の課題】

- ・ 特になし

(阪急バスHP抜粋)

hanica通勤定期券は、券面に表示されている運賃までの区間であれば、阪急バス・阪神バスの全路線※1でご利用いただける「金額式定期券」です。

また、持参入式の定期券となっておりますので、記名人以外の方でもご利用いただけます※2。

※1 一部路線を除きます。

※2 小児および障がい者割引運賃の通勤定期券は、記名本人以外はご利用いただけません。



No.55 神戸市交通局 ◎ 交通事業者間の連携により実現

神戸市バス普通区IC定期券の神姫バスとの共用化による利便性向上 (2021年4月1日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (5)利用範囲や効力の拡大

【内容】

- ・ 神戸市バス普通区IC定期券で、三宮周辺や西神中央駅周辺を運行する神姫バスの市内210円均一区間(神姫バス市内普通区)において、そのまま乗車可能（追加料金なし）。

【具体的なターゲット】

- ・ 神戸市内における神姫バス定期旅客

【背景・狙い】

- ・ 神戸市バス定期券の付加価値向上およびIC化促進
- ・ 神戸市内公共交通サービスのシームレス化（市バスおよび神姫バスの並走区間において、一方の定期券では一方でしか乗車できないという課題の解消）

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 2者間協議において、「バス運賃制度のシームレス化を進める」ことについて、基本的な認識の共有ができたことが本施策につながった。引き続きシームレス化に向けた協議検討を継続。
- ・ 他都市で既実施の先行事例を参考とした（京都市）。

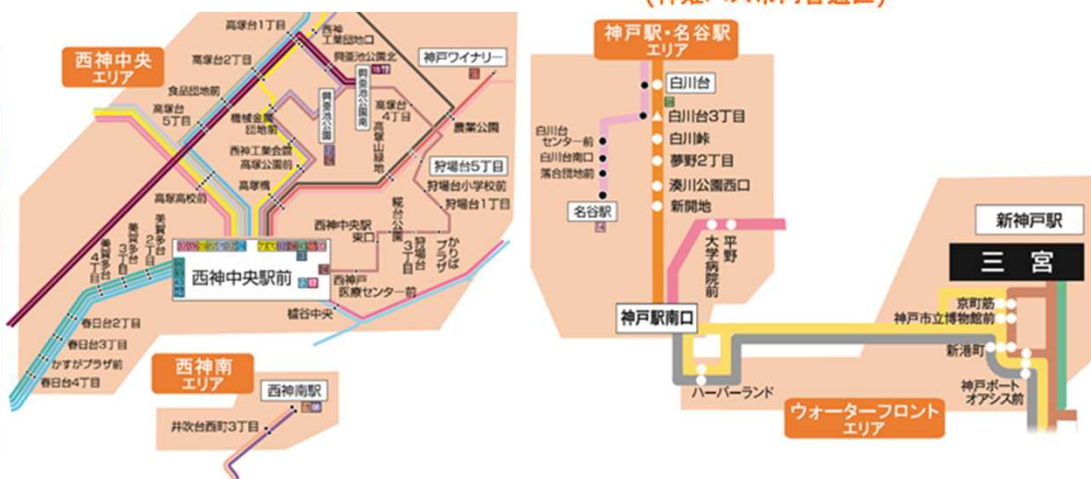
【施策実施後の結果】

- ・ 神戸市交通局・神姫バスとも、減収を伴うことなく、利用者の利便性向上に寄与

【今後の課題】

- ・ 市バス普通区エリアを運行している他事業者への拡大（市内公共交通サービスのさらなるシームレス化）

■市バス普通区IC定期券でご乗車できる神姫バス市内210円均一区間 (神姫バス市内普通区)



参照元（神戸市交通局HP）：<https://www.city.kobe.lg.jp/documents/41543/20210311busicteiki001ura-re.pdf>

No.56 奈良交通

自動継続型金額式ICカード定期券「CI-CA plus（シーカ プラス）」の導入 による利便性向上（2023年3月1日）

ターゲット (a)通勤, (b)通学

工夫の方向性 (5)利用範囲や効力の拡大

【内容】

- ・ 券面に記載された運賃の範囲内であれば全路線（一部除く）でご利用いただける金額式ICカード定期券「CI-CA plus」のWEB販売および自動継続サービス
- ・ 通勤・通学だけではなく、日常のお出かけや観光などでもご利用でき、パソコンやスマートフォンでいつでもご購入可能で、有効期限ごとの購入手続きも不要。

【具体的なターゲット】

- ・ 定期券利用者およびICカード多頻度利用者

【背景・狙い】

- (1)定期券ご購入時における案内所窓口の混雑および現金のみでの販売を解消する。
(ウィズコロナにおける非接触にも対応する。)
- (2)商品価値を高めることにより、長期でご利用されるお客様の利便性向上を図るとともに、新規顧客の獲得を目指す。
- (3)人流の活性化に繋げ、交通ネットワークの維持と沿線地域の経済活性化に貢献する。

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・ 学生に入学から卒業まで定期券を継続していただくことを目的とし、学生定期券に2年目以降長期利用割引（13か月目以降15%引き）を適用。

【施策実施後の結果】

- ・ 施策実施後の期間が経過しておらず、今後、結果を検証予定。

【今後の課題】

- ・ 当社の運行するコミュニティバスへの適用拡大を目指し、関係先との協議を進めてまいります。

新時代の幕開け
進化するバス定期券
CI-CA plus シーカプラス 誕生
Happy & Convenient Life with CI-CA plus
2023年3月1日販売開始!

バス定期券がバージョンアップ!!
ネットで簡単スマート申し込み! 自動更新だから家々スマート! 定期券に書かれた金額までならど何でも乗車可能! ※対象外となる路線があります。 学生定期なら2年目以降さらにお得!

通勤定期券はこちら 学生定期券はこちら

※販売開始は3月1日からとなります

CI-CA plusを提示するだけでうれしい特典がいっぱい!

CI-CA plusを提示するだけで、様々な特典が受けられます。

特典例:
・ 乗車券の購入時、乗車券の金額が割引になります。
・ 乗車券の金額が割引になります。
・ 乗車券の金額が割引になります。

バージョンアップしたポイント

POINT 1 ネットで簡単お申し込み!
インターネットから24時間365日申し込み可能!
CI-CA plus定期券の申し込みは、パソコンまたはスマートフォンから、いつでもどこでも可能です。お申し込み方法は、乗車券の金額、有効期限、乗車券の種類などを選択して申し込みます。

POINT 2 自動更新でらくらく更新!
1か月ごとの自動更新のため窓口に行く必要なし!
CI-CA plus定期券の有効期限は、毎月月末に自動で更新されます。更新料は、10円、20円、30円、40円、50円、60円、70円、80円、90円、100円、110円、120円、130円、140円、150円、160円、170円、180円、190円、200円、210円、220円、230円、240円、250円、260円、270円、280円、290円、300円、310円、320円、330円、340円、350円、360円、370円、380円、390円、400円、410円、420円、430円、440円、450円、460円、470円、480円、490円、500円、510円、520円、530円、540円、550円、560円、570円、580円、590円、600円、610円、620円、630円、640円、650円、660円、670円、680円、690円、700円、710円、720円、730円、740円、750円、760円、770円、780円、790円、800円、810円、820円、830円、840円、850円、860円、870円、880円、890円、900円、910円、920円、930円、940円、950円、960円、970円、980円、990円、1000円、1010円、1020円、1030円、1040円、1050円、1060円、1070円、1080円、1090円、1100円、1110円、1120円、1130円、1140円、1150円、1160円、1170円、1180円、1190円、1200円、1210円、1220円、1230円、1240円、1250円、1260円、1270円、1280円、1290円、1300円、1310円、1320円、1330円、1340円、1350円、1360円、1370円、1380円、1390円、1400円、1410円、1420円、1430円、1440円、1450円、1460円、1470円、1480円、1490円、1500円、1510円、1520円、1530円、1540円、1550円、1560円、1570円、1580円、1590円、1600円、1610円、1620円、1630円、1640円、1650円、1660円、1670円、1680円、1690円、1700円、1710円、1720円、1730円、1740円、1750円、1760円、1770円、1780円、1790円、1800円、1810円、1820円、1830円、1840円、1850円、1860円、1870円、1880円、1890円、1900円、1910円、1920円、1930円、1940円、1950円、1960円、1970円、1980円、1990円、2000円、2010円、2020円、2030円、2040円、2050円、2060円、2070円、2080円、2090円、2100円、2110円、2120円、2130円、2140円、2150円、2160円、2170円、2180円、2190円、2200円、2210円、2220円、2230円、2240円、2250円、2260円、2270円、2280円、2290円、2300円、2310円、2320円、2330円、2340円、2350円、2360円、2370円、2380円、2390円、2400円、2410円、2420円、2430円、2440円、2450円、2460円、2470円、2480円、2490円、2500円、2510円、2520円、2530円、2540円、2550円、2560円、2570円、2580円、2590円、2600円、2610円、2620円、2630円、2640円、2650円、2660円、2670円、2680円、2690円、2700円、2710円、2720円、2730円、2740円、2750円、2760円、2770円、2780円、2790円、2800円、2810円、2820円、2830円、2840円、2850円、2860円、2870円、2880円、2890円、2900円、2910円、2920円、2930円、2940円、2950円、2960円、2970円、2980円、2990円、3000円、3010円、3020円、3030円、3040円、3050円、3060円、3070円、3080円、3090円、3100円、3110円、3120円、3130円、3140円、3150円、3160円、3170円、3180円、3190円、3200円、3210円、3220円、3230円、3240円、3250円、3260円、3270円、3280円、3290円、3300円、3310円、3320円、3330円、3340円、3350円、3360円、3370円、3380円、3390円、3400円、3410円、3420円、3430円、3440円、3450円、3460円、3470円、3480円、3490円、3500円、3510円、3520円、3530円、3540円、3550円、3560円、3570円、3580円、3590円、3600円、3610円、3620円、3630円、3640円、3650円、3660円、3670円、3680円、3690円、3700円、3710円、3720円、3730円、3740円、3750円、3760円、3770円、3780円、3790円、3800円、3810円、3820円、3830円、3840円、3850円、3860円、3870円、3880円、3890円、3900円、3910円、3920円、3930円、3940円、3950円、3960円、3970円、3980円、3990円、4000円、4010円、4020円、4030円、4040円、4050円、4060円、4070円、4080円、4090円、4100円、4110円、4120円、4130円、4140円、4150円、4160円、4170円、4180円、4190円、4200円、4210円、4220円、4230円、4240円、4250円、4260円、4270円、4280円、4290円、4300円、4310円、4320円、4330円、4340円、4350円、4360円、4370円、4380円、4390円、4400円、4410円、4420円、4430円、4440円、4450円、4460円、4470円、4480円、4490円、4500円、4510円、4520円、4530円、4540円、4550円、4560円、4570円、4580円、4590円、4600円、4610円、4620円、4630円、4640円、4650円、4660円、4670円、4680円、4690円、4700円、4710円、4720円、4730円、4740円、4750円、4760円、4770円、4780円、4790円、4800円、4810円、4820円、4830円、4840円、4850円、4860円、4870円、4880円、4890円、4900円、4910円、4920円、4930円、4940円、4950円、4960円、4970円、4980円、4990円、5000円、5010円、5020円、5030円、5040円、5050円、5060円、5070円、5080円、5090円、5100円、5110円、5120円、5130円、5140円、5150円、5160円、5170円、5180円、5190円、5200円、5210円、5220円、5230円、5240円、5250円、5260円、5270円、5280円、5290円、5300円、5310円、5320円、5330円、5340円、5350円、5360円、5370円、5380円、5390円、5400円、5410円、5420円、5430円、5440円、5450円、5460円、5470円、5480円、5490円、5500円、5510円、5520円、5530円、5540円、5550円、5560円、5570円、5580円、5590円、5600円、5610円、5620円、5630円、5640円、5650円、5660円、5670円、5680円、5690円、5700円、5710円、5720円、5730円、5740円、5750円、5760円、5770円、5780円、5790円、5800円、5810円、5820円、5830円、5840円、5850円、5860円、5870円、5880円、5890円、5900円、5910円、5920円、5930円、5940円、5950円、5960円、5970円、5980円、5990円、6000円、6010円、6020円、6030円、6040円、6050円、6060円、6070円、6080円、6090円、6100円、6110円、6120円、6130円、6140円、6150円、6160円、6170円、6180円、6190円、6200円、6210円、6220円、6230円、6240円、6250円、6260円、6270円、6280円、6290円、6300円、6310円、6320円、6330円、6340円、6350円、6360円、6370円、6380円、6390円、6400円、6410円、6420円、6430円、6440円、6450円、6460円、6470円、6480円、6490円、6500円、6510円、6520円、6530円、6540円、6550円、6560円、6570円、6580円、6590円、6600円、6610円、6620円、6630円、6640円、6650円、6660円、6670円、6680円、6690円、6700円、6710円、6720円、6730円、6740円、6750円、6760円、6770円、6780円、6790円、6800円、6810円、6820円、6830円、6840円、6850円、6860円、6870円、6880円、6890円、6900円、6910円、6920円、6930円、6940円、6950円、6960円、6970円、6980円、6990円、7000円、7010円、7020円、7030円、7040円、7050円、7060円、7070円、7080円、7090円、7100円、7110円、7120円、7130円、7140円、7150円、7160円、7170円、7180円、7190円、7200円、7210円、7220円、7230円、7240円、7250円、7260円、7270円、7280円、7290円、7300円、7310円、7320円、7330円、7340円、7350円、7360円、7370円、7380円、7390円、7400円、7410円、7420円、7430円、7440円、7450円、7460円、7470円、7480円、7490円、7500円、7510円、7520円、7530円、7540円、7550円、7560円、7570円、7580円、7590円、7600円、7610円、7620円、7630円、7640円、7650円、7660円、7670円、7680円、7690円、7700円、7710円、7720円、7730円、7740円、7750円、7760円、7770円、7780円、7790円、7800円、7810円、7820円、7830円、7840円、7850円、7860円、7870円、7880円、7890円、7900円、7910円、7920円、7930円、7940円、7950円、7960円、7970円、7980円、7990円、8000円、8010円、8020円、8030円、8040円、8050円、8060円、8070円、8080円、8090円、8100円、8110円、8120円、8130円、8140円、8150円、8160円、8170円、8180円、8190円、8200円、8210円、8220円、8230円、8240円、8250円、8260円、8270円、8280円、8290円、8300円、8310円、8320円、8330円、8340円、8350円、8360円、8370円、8380円、8390円、8400円、8410円、8420円、8430円、8440円、8450円、8460円、8470円、8480円、8490円、8500円、8510円、8520円、8530円、8540円、8550円、8560円、8570円、8580円、8590円、8600円、8610円、8620円、8630円、8640円、8650円、8660円、8670円、8680円、8690円、8700円、8710円、8720円、8730円、8740円、8750円、8760円、8770円、8780円、8790円、8800円、8810円、8820円、8830円、8840円、8850円、8860円、8870円、8880円、8890円、8900円、8910円、8920円、8930円、8940円、8950円、8960円、8970円、8980円、8990円、9000円、9010円、9020円、9030円、9040円、9050円、9060円、9070円、9080円、9090円、9100円、9110円、9120円、9130円、9140円、9150円、9160円、9170円、9180円、9190円、9200円、9210円、9220円、9230円、9240円、9250円、9260円、9270円、9280円、9290円、9300円、9310円、9320円、9330円、9340円、9350円、9360円、9370円、9380円、9390円、9400円、9410円、9420円、9430円、9440円、9450円、9460円、9470円、9480円、9490円、9500円、9510円、9520円、9530円、9540円、9550円、9560円、9570円、9580円、9590円、9600円、9610円、9620円、9630円、9640円、9650円、9660円、9670円、9680円、9690円、9700円、9710円、9720円、9730円、9740円、9750円、9760円、9770円、9780円、9790円、9800円、9810円、9820円、9830円、9840円、9850円、9860円、9870円、9880円、9890円、9900円、9910円、9920円、9930円、9940円、9950円、9960円、9970円、9980円、9990円、10000円、10001円、10002円、10003円、10004円、10005円、10006円、10007円、10008円、10009円、10010円、10011円、10012円、10013円、10014円、10015円、10016円、10017円、10018円、10019円、10020円、10021円、10022円、10023円、10024円、10025円、10026円、10027円、10028円、10029円、10030円、10031円、10032円、10033円、10034円、10035円、10036円、10037円、10038円、10039円、10040円、10041円、10042円、10043円、10044円、10045円、10046円、10047円、10048円、10049円、10050円、10051円、10052円、10053円、10054円、10055円、10056円、10057円、10058円、10059円、10060円、10061円、10062円、10063円、10064円、10065円、10066円、10067円、10068円、10069円、10070円、10071円、10072円、10073円、10074円、10075円、10076円、10077円、10078円、10079円、10080円、10081円、10082円、10083円、10084円、10085円、10086円、10087円、10088円、10089円、10090円、10091円、10092円、10093円、10094円、10095円、10096円、10097円、10098円、10099円、10100円、10101円、10102円、10103円、10104円、10105円、10106円、10107円、10108円、10109円、10110円、10111円、10112円、10113円、10114円、10115円、10116円、10117円、10118円、10119円、10120円、10121円、10122円、10123円、10124円、10125円、10126円、10127円、10128円、10129円、10130円、10131円、10132円、10133円、10134円、10135円、10136円、10137円、10138円、10139円、10140円、10141円、10142円、10143円、10144円、10145円、10146円、10147円、10148円、10149円、10150円、10151円、10152円、10153円、10154円、10155円、10156円、10157円、10158円、10159円、10160円、10161円、10162円、10163円、10164円、10165円、10166円、10167円、10168円、10169円、10170円、10171円、10172円、10173円、10174円、10175円、10176円、10177円、10178円、10179円、10180円、10181円、10182円、10183円、10184円、10185円、10186円、10187円、10188円、10189円、10190円、10191円、10192円、10193円、10194円、10195円、10196円、10197円、10198円、10199円、10200円、10201円、10202円、10203円、10204円、10205円、10206円、10207円、10208円、10209円、10210円、10211円、10212円、10213円、10214円、10215円、10216円、10217円、10218円、10219円、10220円、10221円、10222円、10223円、10224円、10225円、10226円、10227円、10228円、10229円、10230円、10231円、10232円、10233円、10234円、10235円、10236円、10237円、10238円、10239円、10240円、10241円、10242円、10243円、10244円、10245円、10246円、10247円、10248円、10249円、10250円、10251円、10252円、10253円、10254円、10255円、10256円、10257円、10258円、10259円、10260円、10261円、10262円、10263円、10264円、10265円、10266円、10267円、10268円、10269円、10270円、10271円、10272円、10273円、10274円、10275円、10276円、10277円、10278円、10279円、10280円、10281円、10282円、10283円、10284円、10285円、10286円、10287円、10288円、10289円、10290円、10291円、10292円、10293円、10294円、10295円、10296円、10297円、10298円、10299円、10300円、10301円、10302円、10303円、10304円、10305円、10306円、10307円、10308円、10309円、10310円、10311円、10312円、10313円、10314円、10315円、10316円、10317円、10318円、10319円、10320円、10321円、10322円、10323円、10324円、10325円、10326円、10327円、10328円、10329円、10330円、10331円、10332円、10333円、10334円、10335円、10336円、10337円、10338円、10339円、10340円、10341円、10342円、10343円、10344円、10345円、10346円、10347円、10348円、10349円、10350円、10351円、10352円、10353円、10354円、10355円、10356円、10357円、10358円、10359円、10360円、10361円、10362円、10363円、10364円、10365円、10366円、10367円、10368円、10369円、10370円、10371円、10372円、10373円、10374円、10375円、10376円、10377円、10378円、10379円、10380円、10381円、10382円、10383円、10384円、10385円、10386円、10387円、10388円、10389円、10390円、10391円、10392円、10393円、10394円、10395円、10396円、10397円、10398円、10399円、10400円、10401円、10402円、10403円、10404円、10405円、10406円、10407円、10408円、10409円、10410円、10411円、10412円、10413円、10414円、10415円、10416円、10417円、10418円、10419円、10420円、10421円、10422円、10423円、10424円、10425円、10426円、10427円、10428円、10429円、10430円、10431円、10432円、10433円、10434円、10435円、10436円、10437円、10438円、10439円、10440円、10441円、10442円、10443円、10444円、10445円、10446円、10447円、10448円、10449円、10450円、10451円、10452円、10453円、10454円、10455円、10456円、10457円、10458円、10459円、10460円、10461円、10462円、10463円、10464円、10465円、10466円、10467円、10468円、10469円、10470円、10471円、10472円、10473円、10474円、10475円、10476円、10477円、10478円、10479円、10480円、10481円、10482円、10483円、10484円、10485円、10486円、10487円、10488円、10489円、10490円、10491円、10492円、10493円、10494円、10495円、10496円、10497円、10498円、10499円、10500円、10501円、10502円、10503円、10504円、10505円、10506円、10507円、10508円、10509円、10510円、10511円、10512円、10513円、10514円、10515円、10516円、10517円、10518円、10519円、10520円、10521円、10522円、10523円、10524円、10525円、10526円、10527円、10528円、10529円、10530円、10531円、10532円、10533円、10534円、10535円、10536円、10537円、10538円、10539円、10540円、10541円、10542円、10543円、10544円、10545円、10546円、10547円、10548円、10549円、10550円、10551円、10552円、10553円、10554円、10555円、10556円、10557円、10558円、10559円、10560円、10561円、10562円、10563円、10564円、10565円、10566円、10567円、10568円、10569円、10570円、10571円、10572円、10573円、10574円、10575円、10576円、10577円、10578円、10579円、10580円、10581円、10582円、10583円、10584円、10585円、10586円、10587円、10588円、10589円、10590円、10591円、10592円、10593円、10594円、10595円、10596円、10597円、10598円、10599円、10600円、10601円、10602円、10603円、10604円、10605円、10606円、10607円、10608円、10609円、10610円、10611円、10612円、10613円、10614円、10615円、10616円、10617円、10618円、10619円、10620円、10621円、10622円、10623円、10624円、10625円、10626円、10627円、10628円、10629円、10630円、10631円、10632円、10633円、10634円、10635円、10636円、10637円、10638円、10639円、10640円、10641円、10642円、10643円、10644円、10645円、10646円、10647円、10648円、10649円、10650円、10651円、10652円、10653円、10654円、10655円、10656円、10657円、10658円、10659円、10660円、10661円、10662円、10663円、10664円、10665円、10666円、10667円、10668円、10669円、10670円、10671円、10672円、10673円、10674円、10675円、10676円、10677円、10678円、10679円、10680円、10681円、10682円、10683円、10684円、10685円、10686円、10687円、10688円、10689円、10690円、10691円、10692円、10693円、10694円、10695円

No.57 近鉄バス

「バスもり！」スマホ定期券の導入等のデジタル化拡充による利便性向上 (2022年9月1日)

ターゲット (a)通勤, (b)通学

工夫の方向性 (5)利用範囲や効力の拡大

【内容】

- ・スマートフォン画面に表示された定期券を降車時に乗務員に呈示することで利用可能なサービス。ウェルネット株式会社が提供するスマートフォンアプリ「バスもり！」から購入可能（支払いはクレジットカード、コンビニ決済等。）。
- ・併せてPiTaPaカード登録型割引サービスを全線に拡大。
- ・「バスもり！」スマホ定期券の割引率は、通勤定期券：30%、通学定期券：40%とし、2022年9月1日以降、紙定期券および磁気定期券（通勤：割引率26%、通学：割引率38%）と比べ、割引率を高め設定。

【具体的なターゲット】

- ・通勤、通学利用者

【背景・狙い】

- ・お客様に対しては、よりお得な定期券であること、定期券購入の手間を減らせるメリットを訴求。
- ・当社は、紙定期券からの転移を進め、業務の効率化を図った。

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- ・当社定期券の約5割を占める、近鉄駅営業所での発売が本年1月に終了することもあり、スムーズにスマホ定期券への転移が進むよう、バス車内やホームページ等での告知に注力した。

【施策実施後の結果】

- ・導入して4か月が経過し、スマホ定期券の売上シェアは2割まで伸長。

【今後の課題】

- ・スマホ定期券については、依然として目視検札となるため、乗務員の負担は一定残る。
- ・また、ODデータが取れないため、データ活用の観点から課題は残る。



No.58 神姫バス ☆交通事業者以外との連携により実現（本源需要との連携）

シティループ・ポートループ1日乗車券・2日乗車券「見せトク」による需要喚起 (2022年4月1日)

ターゲット (e)観光

工夫の方向性 (5)利用範囲や効力の拡大

【内容】

- ・シティループ・ポートループのいずれも乗車可能な1日乗車券（大人700円）・2日乗車券（大人1,000円）を、観光施設やカフェ等の所定の施設で提示することで優待を適用する取組。

【具体的なターゲット】

- ・神戸市内の観光客



【背景・狙い】

- ・神戸市内の各観光エリア（北野、新港町、メリケンパーク、ハーバーランドなど）周遊観光の促進

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫等】

- ・見せトクの適用施設は、周遊目的地となる施設のうち、調整が進んだ施設を対象とした。利用者が受けられる優待は、施設にご負担いただくことで調整を進めた。



【施策実施後の結果】

- ・優待適用される施設の利用喚起に寄与。



【今後の課題】

- ・どのような施設の利用喚起に寄与し得るか等の分析等を今後進めたい。
- ・本乗車の事前購入促進による定時性の向上。

○見せトク施設

施設名	優待内容
1. 風見浜の館	10%OFF
2. 美英の館	50%OFF(その他施設サービスと併用不可)
3. シイの館	船内ショップにて特典あり
4. トラコの家・歴史ギャラリー	入場券50%OFF(小人入場料はあつません)
5. 山手山公園	入場券50%OFF(小人入場料はあつません)
6. 北野外国人居家館	入場券50%OFF(小人入場料はあつません)
7. 船の上の真人館	入場券50%OFF(小人入場料はあつません)
8. 美園館	入場券50%OFF(小人入場料はあつません)
9. 洋館館	入場券50%OFF(小人入場料はあつません)
10. ベンの家	入場券50%OFF(小人入場料はあつません)
11. 神戸トリックアート手塚誠志記念館	入場券50%OFF(小人入場料はあつません)
12. 長りなオランダ館	各施設10%OFF(2歳12-14歳児童1.5割)
13. ワンマン・オートストリアの家	各施設10%OFF(2歳12-14歳児童1.5割)
14. デンマーク館	各施設10%OFF(2歳12-14歳児童1.5割)
15. 神戸市立博物館	団体料金優待
16. 神戸華厳堂(特権館)	10%OFF
17. 神戸海洋博覧館(ツタヤワールド)	大人10%OFF、小・中学生50%OFF
18. ルネスタ神戸2	利用料より大人50%OFF(小人20%OFF)
19. コンフォルト	利用料より大人50%OFF(小人20%OFF)
20. 神戸パークルーズ	小人20%OFF、小人50%OFF
21. both both KOBÉ	50%OFF(船内フリーライオンゾーン入場無料)
22. 神戸市立ハーブ館・ローブウェイ	20%OFF
23. KOBÉとんぼ玉ミュージアム	20%OFF
24. ミゼイク大観覧車	100%OFF(モゼイクランドに限定)
25. 北野天照のまち	各施設にて特典あり
26. 万葉堂	大人 平日200円(税込)・土日祝310円(税込) ※別途入場料大人70円
27. 神戸市立歴史館	団体や施設利用料に「運賃の半額」(3歳以下は半額)
27. 神戸市立歴史館	10%OFF
29. cS PARK & KOBÉ (エスパークルーズ)	cSパーク施設30%OFF
30. フェンシムミュージアムミュージアム	入場チケット 各2名80円・各3名100円
31. エビ館 神戸市内(入力)	利用料より50%OFF

○ 1日乗車券・2日乗車券（シティループ・ポートループのいずれも乗車可能）



参照元（シティループHP）：<https://www.shinkibus.co.jp/bus/cityloop/>

No.59 愛知県東浦町 ★行政との連携により実現

東浦町運行バス「う・ら・ら」回数券のバス・タクシーでの共通利用による利便性向上 (2022年10月1日)

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (5)利用範囲や効力の拡大

【内容】

- 東浦町地域公共交通計画に記載した施策「公共交通の運賃支払い方法の多様化」の一環で、町運行バス「う・ら・ら」の回数券を、民間バス、タクシーで金券として利用可能とした。

【具体的なターゲット】

- 地域住民（「う・ら・ら」へのアクセスが悪い方、バス停まで歩けない方、自主返納支援事業で配付している回数券の所有者、健康増進事業でマイルージと交換している回数券の所有者がメインターゲット）

【背景・狙い】

- 令和3年度に実施した町民アンケート結果では「う・ら・ら」及び「東浦町の公共交通全体」に関し、どちらも利用頻度が高い人ほど満足度が高く、利用頻度の低い人ほど満足度が低かった。このことから「う・ら・ら」、民間バス、タクシーといった公共交通に不慣れな人への配慮や働きかけが必要との課題設定を行い、これに対し、「もっと使いやすいように」との取組方針を掲げ、この一環で取組を進めたもの。
- 住民利用者が民間バスやタクシーといった公共交通を活用し、より自由にお出かけする機会が増進することや、コロナ禍で利用が落ち込んだ公共交通の利用促進につながることを期待。

【施策実施時の課題や調整にあたっての工夫】

- 愛知運輸支局に必要な手続きを確認したほか、協定先のバス及びタクシー事業者には直接打ち合わせをする機会を度々設けていただき、協定書の内容（請求・支払い方法、実績報告書の様式など）の調整を行った。
- 前年度（令和3年度）の地域公共交通計画を策定する際、事前に本町協議会委員のタクシー事業者の方々に事業説明を行い、ご理解いただけため、令和4年度には、知多交通圏のタクシー事業者の取締役の方々が集まる会議にて事業説明をする機会をいただいた。この際に、良好な関係が構築できたため、協定締結まで円滑に進めることができた。

【施策実施後の結果】（令和4年10月1日～）

10月 民間バス:11枚（1,100円分）、タクシー:0枚（0円分）
 11月 民間バス:17枚（1,700円分）、タクシー:71枚（7,100円分）
 12月 民間バス:16枚（1,600円分）、タクシー:91枚（9,100円分）



【今後の課題】

- 運用開始間もないため、施策を知っている方も少なく、利用は多くない。しかし、利用枚数は増加傾向にあることから、定期利用者の定着、「う・ら・ら」を利用しづらい方の活用（自主返納で配付した回数券も利用されている）の可能性が考えられる。
- 引き続き、様々な方法を用いて周知していくとともに、新たなお出かけ先の提案をすることで、民間バス・タクシーの利用促進を図る。
(今後、公共交通パンフレットの発行、民間バスのバス停への掲示などを実施予定)

参照元（東浦町HP）：<https://www.town.aichi-higashiura.lg.jp/soshiki/machizukuri/kokyokotsu/gyomu/urara/12263.html>

No.60 広島電鉄(株)、広島バス(株)、広島交通(株)、中国ジェイアールバス(株)、芸陽バス(株)、備北交通(株)、エイチ・ディー西広島(株) ◎交通事業者間の連携により実現

広島市中心部における均一運賃の設定（共同経営計画）による利便性向上
（2022年11月1日～2025年3月31日）

ターゲット (f)限定しない

工夫の方向性 (5)利用範囲や効力の拡大

【内容】

- ・広島市中心部を運行する交通事業者7社が連携し、路線バスの均一運賃エリアを拡大し、路面電車の運賃をバスと同額にすることで、事業者や交通モードの枠を超えた「路線バス・電車共通のサービス」を実現し、利用者の移動の利便性を向上させるとともに、収支改善による経営基盤の強化を通じて対象路線そのものの維持を図る。
- ・実施概要としては、共同経営計画の対象路線のうち、対象区域内で完結する路線バス区間及び電車市内線の運賃を220円均一とすることにより、広島市中心部のデルタ内を運行する路線バスと電車の運賃を同一にする。

【具体的なターゲット】

- ・広島市中心部の公共交通機関の利用者

【背景・狙い】

- ・広島市地域公共交通計画に目標として掲げる『利用者にとってわかりやすく使いやすい持続可能な公共交通体系の構築』を目指す上では、路線バスと電車を一体的に考えた路線網や運賃、サービスを実現し、将来にわたって公共交通ネットワークを維持していく必要があること。

取組の内容 均一運賃エリアの拡大やバスと電車の運賃同額化等

<現状>

路線バスと電車で均一運賃エリアが異なる

<取組開始後>

均一運賃エリアを拡大するとともに、バスと電車の運賃同額化等により、利便性を向上

(1) 均一運賃エリアの拡大

路線バスの均一運賃エリアを、都心部からデルタ内全域に拡大

(2) 運賃の変更 (= 路線バスと路面電車の運賃同額化)

路線バス・路面電車(※)とともに、拡大後の均一運賃エリアの運賃を同額にする。

(※) 白島線は現金130円から160円に変更



現改比較

◆現状

	右図	現金	PASPY※
路面電車	緑線	190円	180円
路線バス	赤線内	190円	180円
	黄線内	190~270円	180~250円

◆取組開始後

路面電車・路線バス	黄線内	220円	200円
-----------	-----	------	------

※「PASPY」は広島の主なバス・路面電車等で利用できるICカード

路線バス	
190円均一運賃エリア(現行)	
220円均一運賃エリア(変更後)	
※共同経営の対象区域と同一	
220円均一エリアの境となるバス停	
電車市内線(点線:白島線)	

3章 乗合バス運賃施策検討における考慮事項

3章では、(1)今回収集した事例からの考察(施策に対する利用者の反応)、(2)乗合バス事業者において短期的に取り組み可能なこと、(3)地方自治体が関与する運賃施策について、(4)模索が進みつつある取り組みについて、(5)今後の議論に向けて、について述べたい。

(1)今回収集した事例からの考察(施策に対する利用者の反応)

2章でまとめた各者の事例から、施策や運賃設定の工夫の結果について、施策に対する利用者の反応を検討しつつ、(a)～(f)のターゲットごとに振り返りたい。(なお、ここでは、ターゲットごとの施策件数に触れているが、必ずしも全ての取り組みは網羅されておらず、各者の取り組み状況を単純に比較できるものではない点には十分留意が必要である。)

(a) 日常－通勤

通勤をターゲットにした事例は、「通勤が主となる路線での運賃改定」や「定期運賃又は回数運賃の改定による公共交通事業としての持続性向上」「利用範囲や効力の拡大」の13件であった。通勤定期券は、勤め先から通勤手当として利用者に支給されるケースが多い。そのためやむを得ない範囲において、緊急避難的に実施する値上げは、1つの方策として有効ではある。しかしこれに頼りすぎると企業自体が出社を制限したり、通勤手当の見直しを行ったりすることにより、中長期的には定期券からの利用離れを加速する可能性があるため注意を要する。

収集した事例では、通勤定期券の割引率が、従来の30%程度から、利用頻度との関係で購入するメリットが残る範囲の限界に近い25%まで引き締められているケースがある。これは、公共交通事業としての乗合バス事業の持続性向上のため、切迫感のある見直しを余儀なくされているものと考えられる。

また、通勤需要においては、テレワークの普及や生活様式の変化等による出社回数の減少が生じるなか、既存の通勤定期券の割引率が購入者にとってメリットとならない場合がある。このため、コロナ禍を経て利用頻度と価格のバランスが変化したことを踏まえ、通勤定期券に代わる券種の議論が求められる。

なお、運賃施策ではないが、終バスの繰り上げを含む通勤利用の時間帯の減便については、利用実態を踏まえた検討が重要である。収支改善や労働環境改善が喫緊の課題である一方で、必要な運行が確保されなければ、利用者は通勤手段を他に考えざるを得ず、結果自動車通勤や家族による送迎など他のモードに転じ、一度離れた顧客を取り戻すことは困難である。

○施策に対する「通勤」「通学」利用者の反応について

- ・定期券(通勤)の値上げは一定程度増収が見込めるものの、定期券(通学)の値上げは、マイカー送迎や自転車への転換が懸念されるとともに、家計一般の心象悪化に留意しておく必要がある。
- ・通勤、通学需要は、必要性の高い移動のため、定期券の値下げによる価格訴求が容易ではない。むしろ、より通勤通学時間に合わせたダイヤ設定が、継続的に求められるのではないかと。
- ・ピーク時間帯に需要が集中する場合には、値上げの仕方によってはコスト削減が期待できる取り組みもありうる。

(b) 日常－通学

通学をターゲットにした事例は、値上げ、値下げ、利用範囲や効力の拡大の9件であった。

通学をターゲットとする施策で留意すべきは、定期代が、通勤と異なり一般家庭の家計の負担になるため、通勤に比べて値上げに対する利用者の反応が大きい点である。このため、値上げについては、「**No.13**神姫バスグループ」「**No.14**和歌山バスグループ」のように、従来から割引率の高かった一年定期に限った見直しに留める形で家計負担に配慮する施策や、「No.57近鉄バス」のスマホ定期券の導入を合わせて進め、利便性を向上させる取り組みが見られた。

「**No.19**近江鉄道」では、行政との連携により家計負担額を抑えることで、一定の効果が見られた。その一方で、「**No.44**奈良交通」や「**No.45**阪神バス」のような利便性の向上は、これまでになかった需要を取り込むことが可能な有効策と考える。本源需要を担う業界や企業と連携するという事例は、今後の乗合バスの持続性を考えるにあたり参考になる。また「**No.56**奈良交通」では、自動継続・WEB販売・金額式の定期券とすることに加えて、学生定期券には長期利用割引を設ける新たな施策が進められており、きめ細やかな券種の工夫により利用者の支持を得ていく試みに注目したい。

また、通学定期券においては、事業者が行う割引により家計の教育費用の負担軽減が行われている状況だが、今後、子育て支援施策や地域定住促進施策として公的な補助により割引制度を支える取り組みが期待される。ただし、その制度設計には時間を要すると思われるため、事例を参考に今できる工夫を試みることも重要と考える。

(c) 日常－生活(通院・買い物など)

日常－生活(通院・買い物など)をターゲットにした事例は6件で、値下げ、支払単位の工夫、利用範囲や効力の拡大の工夫の方向性があった。

「**No.20**近江鉄道」「**No.35**奈良交通」「**No.46**神姫バス」「**No.47**九州産交バス」はいずれも一定地域内の面的な利用が可能な乗車券の事例である。加えて、支払単位の工夫や自治体との連携、利用可能な時間帯の制限による割引などにより、当該地域内の利用者個々のニーズに合わせたバス利用を可能としている。

また「**No.46**神姫バス」のようにチャレンジングな価格設定により、一定の期間・範囲を乗り放題とする取り組みも、新規需要の喚起のためには参考となる試行であると考える。さらに「**No.36**庄原MaaS」では、過疎地域におけるサブスクリプション運賃の設定に対する利用者の受け止めに関する実証実験が結果が示されており、日常生活での行動様式にバスサービスを組み込む試みとして、模索の深まりが期待される。

○施策に対する「生活」「観光」利用者の反応について

- ・「生活」利用に対する値上げは、外出控えや家族による送迎への転換により利用頻度の低下を招き、必ずしも増収につながらない可能性がある。
- ・「生活」利用に対する値下げは、一定のインパクトとともに行われる場合には、客単価は下がるかもしれないが、利用頻度や利用者数の増加が見込めるのではないかと考える。
- ・「観光」利用では、高額な運賃や、一日乗車券購入後に追加支払いが発生する場合、利用者に抵抗感が生じる。一度購入すれば目的地を周遊可能など、分かりやすい乗車券であることが重要。

(d) 非日常－生活(おでかけ・愉しみ)

非日常－生活(おでかけ・愉しみ)をターゲットにした事例は「No.32九州産交バス」の1件で、運賃弾力性が高いと予想された路線について、事前調査に基づき企画商品の価格を設定するものであった。この取り組みにおいて、利用者や販売件数が増加しただけでなく、事業者が自治体や学校の協力を得て、他の地域への横展開を進めている経過には注目したい。

おでかけ・愉しみのマーケットについては、コロナ禍により嗜好に対する消費単価が増加しており、運賃弾力性も大きいため、この事例の具体的な手法とあわせて参考にさせていただきたい。

なお、(c) (d)に共通することとして、乗合バスならではの利用者ニーズを捉えた運賃施策の工夫の事例があったことには注目しておきたい。乗合バスは、鉄道など相対的に広域移動を担う移動手段とは異なり、利用者の居住地近隣の移動手段となることが多いという特性がある。この特性に着目した乗合バスならではの需要喚起を図る運賃設定の工夫は、コロナ禍で通勤通学の減少など需要構造が変化する状況において、注目したい。

(e) 非日常－観光

非日常－観光をターゲットにした事例は5件で、値下げや企画商品の設定、利用範囲や効力の拡大の工夫の方向性があった。「No.33近江鉄道」「No.34西日本ジェイアールバス」は、いずれも一定地域内の1日フリー乗車券を設定する利用者にわかりやすい施策であった。また「No.2京都市交通局」は同じく観光客を主なターゲットとする1日フリー乗車券の値上げではあるが、これは観光利用における負担の適正化の取り組みといえる。

また「No.58神姫バス」では、観光圏域を周遊ルートで運行する「ループバス」のブランディングとともに、本源需要の観光施設と周遊促進において連携する取り組みが行われている。

なお、コロナ禍で広域移動を伴う観光は激減したが、相対的にショートツーリズムの需要は高まり、これは乗合バスとしては好機と考えることができる。乗合バスならではの地域再発見の商品を、本源需要を担う企業や地域の観光産業部門と連携して積極的に展開することも可能と考える。

○施策検討における視点について

・ 価格変更（値上げ／値下げ）と運行計画（増便／減便）は、双方の影響やリスクを十分に検討する必要がある。例えば通勤定期の値上げが行われても利用者やその勤め先となる企業が必要と認識され、通勤に必要な時間帯のダイヤが設定されていることで継続利用の可能性はある。しかし、そもそも必要な時間帯の減便がなされてしまうと、朝晩に往復するという通勤用途に耐えることができず、往路も含めてマイカー通勤に転じる可能性があり、一度転じた需要は早々元に戻るものではない。

このように「どのターゲット」に「どの施策」を実施するかという判断は、非常に重要である。

・ 運賃値上げや割引率引き締めを行った後の利用者の反応については、コロナ禍においては比較が困難な時期にあるが、特に公共交通に対する感染の不安感が逸走を後押ししかねない状況では、施策の事前事後に適切な見極めが必要と考える。

(f) 限定しない

ターゲットを限定しない事例は34件あった。値上げ、行政施策での利用者負担軽減による値下げ、デジタル化促進やICカードを活用したポイントの仕組みがあった。この他、バス事業者間連携でのシームレス化による利用範囲や効力の拡大の取り組みも目立った。

値上げの取り組みである「No.3京阪バスグループ」「No.4南海バスグループ」については、いずれも運賃改定がすぐには難しい状況において、喫緊の収支悪化の抑制を主目的としている例であるが、これにより必ずしも根本的な収支改善が図られるものではないことには留意が必要である。「No.15京阪バス」「No.16江若交通」「No.17京都京阪バス」「No.18南海ウイングバス」は、基本運賃を改定する取り組みである。これらの背景として、人口減少や少子高齢化により経営環境が悪化し、人材確保のための労働条件の改善の必要性も高まる反面、長期間、消費税転嫁を除く運賃改定が行われていなかったなかで、公共交通事業としての乗合バス事業の持続性向上のために、やむを得ず進められてきた点については、留意しておきたい。（本事例集の情報は、各者の協力により収集されたものであり、必ずしも全ての取り組みは網羅されておらず、各者の取り組み状況を単純に比較できるものではない点には十分留意が必要である。）

コロナの影響を受けた公共交通への支援策の例である「No.23南海バス」については、一定の利用者増につながっている。また、「No.22神姫バスグループ」「No.24栃木県小山市」「No.25丹後海陸交通」「No.26全但バス」のように、自治体との連携により、マイカーとの競合を意識した運賃設定が行われ、一定の利用者増につながっている取り組みもある。これについては、単純な値下げだけでなく、系統新設や増便、停留所増設、公共交通のPRなどの、自治体、事業者、地域が一体となった取り組みともに行われることで結果につながっている点は、理解しておきたい。

「No.31神戸市交通局」は、地理的な制約による方向転換のための走行を活用し、交通事業者による割引施策として値下げが進められており、単純な値下げではなく、新たなライフスタイルを提案する工夫として、参考となる取り組みといえる。

また、「No.37帝産湖南交通」「No.38大阪シティバス」「No.39近鉄バス」「No.40山陽バス」「No.41神戸市交通局」「No.42京都市交通局」「No.43帝産湖南交通」のように、デジタル化促進策により利便性向上を図るとともに、業務合理化により発券コスト削減につながる取り組みは、今後重要性を増すと考える。

合わせて、「No.50西日本ジェイアールバスNo.51京都市交通局」「No.52西日本ジェイアールバスNo.53京都市交通局」「No.54阪急バス」「No.55神戸市交通局」のように、バス事業者間連携によるシームレス化の施策により、新たにコストをかけずに実質的な輸送力増強を図り、便数増加や混雑緩和といった利便性向上につながっている事例があった。これらの取り組みは、競争から協調へと事業者の意識変革が進むことの意義を示しているといえる。さらに「No.59愛知県東浦町」では、自治体が運行するバスと、民間バス、タクシーとのシームレス化が、回数券の共通利用により進められており、他地域においても、モードを超えた利便性向上施策の広がりが期待される。

今般では「No.60広島電鉄他」「No.61徳島バス他」のように、共同経営計画の認定を受け、交通事業者や自治体等の連携のもと、地域旅客運送の利便性向上や、収支改善による経営基盤の強化を図る取り組みも進んでいる。

各施策のターゲットごとの反応の整理【評価】

2章で用いた2つの軸により、各施策／ターゲットごとに、どのような反応（評価）となるか、想定される状況も含めて表にまとめた。（表中の記述はあくまで想定であり、実際の結果は、各施策ごとに個別に生じるものを注視していきたい。）

【軸1】何を （施策）		(1)所定運賃や従来回数券・定期券の価格変更		運賃設定の工夫 (2)企画商品の設定 (3)支払単位の工夫 (4)デジタル化（IC・ポイント） (5)利用範囲や効力の拡大、他
		値上げ	値下げ	
【軸2】誰に （ターゲット）				
日常	(a)通勤	利用継続 (増収) ・逸走が少ないが、心情的にはネガティブ ・マイカー転換の懸念 ・通勤手当のない労働者には影響大	利用継続 (減収) ・通勤手当の使途が変化するに留まるか	※通勤時間に合うダイヤが重要
	(b)通学	利用減少 (減収) ・通勤より家計負担大 ・事業者への心証悪化 ・自転車転換懸念大	利用継続 (減収) ・価格訴求困難	※通学以外にも利用できる付加価値、販売コスト低減
	(c)生活 (通院、買い物など)	利用減少 (減収) ・移動頻度の減少 ・家族送迎への転換	利用増加 (?) ・インパクトある値下げは効果的か ・消費額増加に寄与	
非日常	(d)生活 (愉しみ)			
	(e)観光	利用継続 (増収) ・移動コストは意識 ・極端な値上げや追加支払いは嫌悪 ・分かりやすさが訴求	(?) ・値下げでの利用増に便数が追いつかない地域も ・代理店の販売（商品性）に負うところも	

（２）乗合バス事業者において短期的に取り組み可能なこと

新型コロナの影響が固定化しつつあり、収支改善の必要性が依然として強まっているなか、乗合バス事業者において、短期的に取り組み可能なこととして取りうる選択肢は、今回収集した事例からは、以下の4つであった。

○値上げ

従来から運行にかかわるコスト削減を重ねてきた乗合バス事業においては、運転者不足の深刻化に加え、新型コロナによる減収を受け、眼前の収支悪化を改善する必要性が強まっている。

このような状況において、減便や路線廃止を回避するためには、運賃改定は経営上の選択肢である。また、利用促進効果が薄い割引施策の見直しも着手しやすい対応といえる。しかしながら、バス離れを引き起こしかねない点には注意を払う必要がある。

○値下げ

利用者のバス利用のハードルを下げるためには、値下げの施策も検討可能性がある。例えば、遊休輸送力の活用等、減収リスクが小さい形で、設定運賃額を抑えることにより、需要の創出を試みる取り組みが行われている（No.31神戸市交通局）。

単なる値下げによる価格競争を企図するものではなく、徒歩で移動されている方に、新たな生活スタイルを提案し、都心の再整備や回遊性向上といったまちづくり施策を意識した取り組みが、交通事業者からの提案により進められることに意義が見いだせる点は、理解しておきたい。

○運賃設定の工夫（新たな付加価値）

運賃設定の工夫により、利用者利便の観点で、利用者に対して新たな付加価値を提供する取り組みがあった（以下4点）。

- コロナ禍での移動パターン変化に対応した券種を発売し、利用者の支持をつなぎとめた。（No.47九州産交バス）
- 全線定期券の設定により、活動範囲や活動内容の拡大など、利用者のくらしの質の向上に寄与した。（No.45阪神バス、No.20近江鉄道）
- 自動継続型、WEB販売、金額式、学生定期券の長期利用割引、といった工夫を加えた定期券を設定し、新たな利便性向上策を進めた。（No.56奈良交通）
- コミュニティバスのPRや増便などのサービス向上に加えて、低廉な均一運賃やサブスクリプション定期券の導入などにより、地域のバス利用意識に働きかけ、利用者身近な移動手段の選択肢として認識された。（No.24栃木県小山市）

これらの取り組みにより提供される付加価値は、いずれも単純な値上げや値下げといった従来の施策によるものではなく、移動の目的（本源需要）を意識した利用者目線の施策により生じるものであり、移動の価値が再考されたコロナ禍でこそ、検討すべきと考える。

○他者との連携（可能性の広がり）

今回収集した事例のうち、約1/3が他者との連携によるものであった。他バス事業者との連携や自治体からの補助により実現したものに加え、本源需要の施設との連携も見られ、それぞれ一定の結果につながっている。また、運賃設定の工夫の可能性を広げるために、他者との連携はより重要性を増している状況にあるといえる。

また、消費者の関心を高めるインパクトのある値下げを進めるにあたっては、利用者負担額軽減に際して、交通事業者と地方自治体との連携が重要となる。

（3）地方自治体が関与する運賃施策について

運賃施策に地方自治体が関わる場面において、押さえておきたい事項を以下に示したい。

○地方自治体が関与することの重要性の高まり

今回収集した事例には、地方自治体が事業者の赤字に補助を行うのではなく、利用者の負担軽減を行う施策が多く見られた。

地方自治体が関与する運賃施策のなかには、特に人口減少や高齢化が急進する地方部において、財政支出抑制を目指す取り組みや、自治体・事業者・地域が一体となった取り組みにより利用者増加につながった例があり、自治体の運賃施策への関与も重要性が増している。

また、都心回帰傾向など、人口が都市部に集中する傾向の進展による生活コスト上昇や生活環境の変化により、都市部の0～14歳を含む世帯は、逆に郊外部に流出している恐れがあり、マイカーを持たない層を含めた地域の生活の質の向上のため、都市部においても、公共交通のサービスレベルの維持向上に自治体も一定の関与を行うことが求められつつある。

今般、2023年3月までに、地方自治体が関与する運賃施策が新たに収集されたところである。

(No.27淡路交通, No.28近鉄バス, No.29阪急バス, No.30近鉄バス, No.59愛知県東浦町)

○利用者の増加を図るための政策的割引運賃

地方自治体が利用者の負担軽減を行う施策は、事業者がサービス水準の向上や運行の効率化等を積極的に行うインセンティブとなりづらい赤字補填ではなく、利用者増加を図るための政策的割引運賃として行われている。

赤字補填は路線や便数の維持には必要となるが、利用者の増加は期待されにくい。他方、利用者負担への補填は、これによって利用者の増加が期待できる。

ただし、補填により負担額を低額にして、期待されるほど利用者が増加しなかった場合、元の負担額に戻すことは利用者にとって値上げと同様の心理的なイメージで捉えられる点には留意が必要である。

また、赤字路線であっても、利用者の増加によってその必要性が認識されると、赤字額への補填を行うことについての地域の理解が、比較的得られやすくなるのではないかと。

○地方自治体が関与する際の留意事項

前述のとおり、自治体の関与の重要性は高まっているが、留意すべき事項として、以下3点がある。

1つ目は、自治体が利用者負担額に補填する施策では、利用増加とともに自治体負担も増加し、財政を過度に圧迫する懸念が生じるため、利用回数の制限により自治体負担額が一定の範囲内となる仕組み(※)を検討するなど、サービス水準と自治体負担とのバランスを意識した工夫が有効と考える。

(※)名古屋市「敬老バス」は、令和4年2月1日から、対象交通を拡大しつつ、有効期間（1年間）内の利用回数を730回に制限する仕組みとしている。

2つ目は、自治体が事業の結果を都度適切に見直すためには、事業の開始時点で中長期的な検討手順を設けておくことが望ましい。

3つ目として、過度なマイカー依存から脱却し、持続可能な日常の生活圏を確保する観点からも、公共交通のサービスレベル向上のための先行的な行政支出について、自治体の意思決定が建設的に進められるよう、国や府県でも支援体制の整備や情報提供を適切に行う必要があると考える。

○地方自治体が関与する運賃施策の方向性

今回の取り組み事例から、自治体に関与する施策には以下3つの方向性があると考えられる。

1つ目は、インパクトのある価格設定(上限200円、サブスク定期券)により財政支出抑制や増収、利用者増加を達成した事例である。マイカーとの競合を意識した低廉かつ利用者に分かりやすい運賃設定であり、合わせてサービス水準の向上にも取り組んだ点が特徴的である。(No.22神姫バスG, No.24栃木県小山市, No.25丹後海陸交通, No.26全但バス, No.27淡路交通)

2つ目は、新型コロナの影響による利用者減少への支援や、公共交通利用者の掘り起こし等を目的として利用者負担額を自治体が補填した事例である。また同時に利用者へのPRを自治体と連携して行うことにより、一層効果的に地域への働きかけができたものと思われる。(No.23南海バス, No.28近鉄バス, No.29阪急バス, No.30近鉄バス)

3つ目は、自治体内部で交通部局が他部局の協力を得て施策を進めることで、より円滑に、効果的な実施につながった事例である(No.21愛知県豊橋市)。施策によっては、部局間の連携により、商業、福祉、医療、教育などの課題に合わせて取り組むことで、予算措置にあたり、より多面的な施策説明が可能となるだけでなく、行政分野のクロスセクター効果につながる可能性がある。

(4) 模索が進みつつある取り組みについて

新たな運賃設定の工夫を検討するにあたり、模索が進められている取り組みを以下に示したい。

○サブスクリプション

今回収集した事例には、利用者にとってわかりやすい運賃とするため、サブスクリプション運賃を設定し、利用範囲、支払額、支払単位（年額、月額など）について工夫する取り組みがあった。

また、過疎地域におけるサブスク運賃の実証実験を行った事例では、サブスク券種の価格設定方法が、購入意向に影響し得ることを確認する調査が行われた。（No.36庄原MaaS）

加えて、乗合バス以外の、例えば鉄道やタクシーといった他のモードと合わせて利用可能なサブスクリプション運賃の設定にあたっては、各モードにおける運賃設定の法令上の位置づけが課題となるが、昨今、鉄道事業やタクシー事業の運賃設定手続きにおいて、乗合バスと同様、地域の協議に委ねる方向性が示されてきていることも意識して施策を検討していきたい。

なお、こうした取り組みは利用者の移動需要を喚起することが期待されるが、一方でその利用頻度の推定は容易ではない。このため、どの程度の割引が適切であるかの判断も難しく、結果、割引の原資の確保が難しいといった課題が生じる可能性がある。とはいえ、移動の目的（本源需要）と組み合わせた商品を巧く造成することで、増収増益に繋がる券種が設定できるかもしれない。

○変動運賃

鉄道事業ではオフピーク定期券の取り組みが具体的に進みつつあるが、乗合バス事業においても同様の運賃設定の工夫を行うことで移動パターンの変化に積極的に関与し、ピーク時の最大供給量に合わせた固定費の削減を図ることも選択肢となり得るのではないかと。

アフターコロナの利用状況の変化を踏まえた運行計画を意識した運賃設定の工夫を、決済方法に関する技術の進展状況等を加味して議論を進めたいところである。

ただし、中小企業の社員や学校関係者など、通勤時間の変更が困難なためピーク時に利用せざるを得ない利用者への影響を十分に考慮する必要がある。

○官民連携の取り組み

長野県松本市の事例のように、地方自治体が地域の交通を制度設計する主体となったうえで民間事業者が運行する取り組みが進みつつある。また、官民連携においては、地方自治体が交通事業の資本を下支えすることも考えられる。このような官民連携が、運賃施策も含む地域全体の公共交通サービスの最適化を目的として行われる場合には、地域の交通を一体的に運営し、利用者にとってわかりやすく、便利な運賃制度とすることが有効と考える。

○決済手段のデジタル化（キャッシュレス化）

今般、金融機関が小銭の取扱いに消極的であるとともに、現金運送コストも必要となること等から、現金の取扱いが、経営上のコストやリスクを増加させている傾向にあるとみられる。また、従来から指摘されているとおり、キャッシュレス化によりバス事業の効率化を通じた利便性（定時性等）の向上が期待される場所である。

加えて、デジタル化による多様な決済手段の整備により、利用者利便の増進や、サブスク運賃、MaaSの取り組みだけでなく、需要に応じた柔軟な運賃変更等が進めやすくなることも意識しておきたい。

また、システムやダイヤの面も含めてさらなる利便性の向上を図るにあたっては、決済手段のデジタル化を通じた利用状況等データの把握、活用が欠かせない。このため、データを自社の資産として確保し、活用することが強く期待される場所である。さらには、自社のデータをオープン化し、共有を進めることで、公的な施策を進めやすくすることや、事業者間、分野間の連携が進むことを期待したいところである。

（ただし、デジタル化の設備投資や運営費が経営を圧迫しないよう、乗合バスに適切な仕組みを検討する必要がある。）

○運転者不足

バス事業においては、深刻化する運転者不足に加えて、令和6年4月から改正後の「自動車運転者の労働時間等の改善のための基準」が施行され、運行計画等の見直しを余儀なくされることが想定される。

特に、昨今の値上げ施策のなかには、労働条件の改善や賃上げを進めることを想定した運賃改定も多く含まれており、このような施策を通じて、運転者不足への対応が適切に進められることが期待される。

合わせて、バス事業における魅力ある職場としてのPR、多様な人材の確保、労働環境の改善や次代のあり方の検討などの取り組みを同時に進めるべきと考える。

○鉄道事業の動き

鉄道事業において、例えば小田急電鉄や泉北高速鉄道のように、小児IC運賃を50円とするなど、地域のまちづくり政策を意識した取り組みが進んでいる。同時に、運賃改定の動きや、バリアフリー料金の設定（全国で16者が届出 ※令和4年11月17日現在）も進みつつある状況。

また、2022年7月25日には「鉄道事業者と地域の協働による地域モビリティの刷新に関する検討会」において、鉄道事業者と沿線地域が危機認識を共有し、相互に協力・協働しながら、輸送サービスの刷新に取り組むことを可能とする政策のあり方等について、議論が進められたところである。

○事業者間の連携

収集された事例には、交通事業者間の連携により実現したものが一定数みられた。これは、事業者個々の経営上の都合と利用者利便との乖離を埋めるという点で評価される取り組みであるといえる。

コロナ禍の危機を背景に、個々の事業者としての立場を超えて、利用者の利便性の向上を目的に、事業者間連携が進んだ例もみられる。こうした利便性向上により得られた利用者からの支持が、各事業者の社会的評価や収益確保につながるよう、仕組みづくりを検討することも重要である。

収益の確保に加え、コスト削減に関しても、例えば、ピーク時輸送力を複数事業者で共同して供給することについて、検討の余地があるかもしれない。また、労働条件改善のために深夜時間帯を減便した分の輸送力を、他の輸送手段と分担する方法について、減便状況等に応じた議論が必要と考える。

ただし、事業者間の連携にあたっては、サービス開始時に、事業目的や将来展望をすり合わせておく必要がある（一旦、サービスを開始してしまうと、廃止のハードルが高い。）。特に割引施策は双方で減収になる可能性があるため、効果検証時期、判断指標を予めすりあわせておくことが重要と考える。

○独占禁止法との関係

他者との連携の重要性がさらに増すなかで、独占禁止法等の関係法令を遵守したうえで施策を進める必要があることはいうまでもない。

また、特例法に基づく共同経営計画の認定を受けて行う取り組みも進められており、整備された制度を用いて、利用者目線で事業者間のシームレス化を進めることも重要である。

同時に、従前から、運賃・料金、運行回数又は運行系統を制限する協定及び路線分割、市場分割を行う協定は、原則として独占禁止法上問題となるとされてきたが、原則として独占禁止法上問題とはならない協定の類型として、例えば、旅客の利便の増進を目的とし、その目的達成に合理的に必要とされる運行時刻の調整に関する協定は、[1]全体として競争手段を制限し、需要者の利益を不当に害さないものであり、[2]当該協定が特定の事業者に対して不当に差別的でないものであって、[3]事業者協定の遵守を強制するものではない限り、原則として独占禁止法上問題とはならないと扱われてきたところである（「一般乗合旅客自動車運送事業に係る相談について」（平成9年7月公正取引委員会））。

乗合バス事業が規定される道路運送法においても、利用者の利益の保護及びその利便の増進を図ることをもって公共の福祉を増進することが目的とされている。乗合バス事業においては、同法の目的に則り、競争から協調、共創へと議論が進められてきていることを踏まえつつ、交通事業者間で、利用者利便の増進を目的として、シームレス化を進めていくことが重要と考える。

（５）今後の議論に向けて

今後の議論に向けて参考となる事項を記したい。

○地域に求められる交通のあり方の検討

（どの地域でも等しく利便性の高いサービスが導入できるとは限らない）

乗合バスは、多数の旅客をまとめて輸送することにより、一人当たりの負担額を抑えつつ、利便性を保ってきたが、輸送人員の減少や運転者不足の深刻化に加えて、新型コロナの影響や、さらに深刻化する運転者不足等により、同様の費用負担ではサービス水準の維持が困難となっている。

そのようななか、今回収集した事例には、自治体負担やモビリティマネジメントの取り組みに合わせて低廉な運賃設定を行いつつ、乗合バスのサービス水準を高めることで、コロナ禍においても増収となる取り組みがあった。

このように、人口減少や少子高齢化により、どの地域でも等しく利便性の高いサービスが導入できるとは限らず、その地域ごとの事情と状況に応じた施策の検討と実施が必要となる。地域において求められるサービス水準を確保するためには、相応のコスト負担が必要となることを念頭におき、地域ごとの状況を踏まえて議論し、事業者、行政、地域が連携し、地域に求められる交通のあり方を検討して取り組むことが重要であると考えらる。

○乗合バス事業における公共交通サービスと制度の関わりについての検討

（事業者が自ら行う「運賃設定の工夫」と制度とのバランスは？）

「運賃設定の工夫」のなかには、例えば一日乗車券による割引施策に見られるように、利用者の支払意思額を意識したマーケティング的アプローチも行われている。所定運賃額に比して利用者の実支払い単価を抑えることにより、いわば「お得感」を演出し、より多くの運賃収入を得ようとする施策である。これは、利用者の支払意思額から運賃額を定める点で、バス事業の費用から運賃額を定める現行の運賃制度（総括原価方式による上限運賃制度のこと）とは、異なる考え方による運賃設定方法である。

このような施策は、運賃収入増加によるキャッシュフロー改善の観点で、収支・経営状況の改善につながるかもしれないが、他方で、このような施策が外部からの補填を伴わず、客単価の低下など単純に「値引き」するものである場合には、利用状況によって、減収や、増収したとしても減益となることにより、収支の厳しい路線の確保維持が困難となる懸念がある。

この懸念が生じる一つの理由は、本書で例示した割引施策が、現行の運賃制度においては、あくまで「事業者の創意工夫として進められうるもの」に留まるからである。つまりは、次のとおりである。上限運賃額は認可を受けることにより明確となる。その一方で、上限の範囲で定めて実際に適用する運賃に対する規制である変更命令は、対象が事前に明示されるものではない。そのため不当な競争を引き起こすおそれがないと考えられる場合などには、市場に委ねた支払意思額ベースの運賃設定が進むことが考えられる。その結果、必要経費が賄われず、公共性の高い路線の縮減が事業者判断で行われやすくなる可能性が高まるということである。

今後、運賃設定の工夫が進められるにあたっては、運賃制度も含め、公共交通サービス全体のマネジメントのあり方について、議論を深めていく必要がある。

4章 おわりに

本書では、新型コロナの影響前後におけるバス事業者の運賃施策を整理し、事例集としてとりまとめを行った。今回収集した事例や知見を共有・活用し、具体的な取り組みをより効果的に進めるためには、関係者間の連携が不可欠である。コロナ禍により、従来から抱えていた地域公共交通の課題が「待ったなし」になったこの状況下において、地域の関係者が知見や知恵を持ち寄り、できることから行動し、実施後の検討や工夫を重ねてさらなる実践を進めることが極めて重要である。

その際には、前述のとおり多くの関係者の連携が必要になるが、行政機関（国、地方自治体）が地域のステークホルダー間の調整役となることが期待される。

特に地方自治体の担当者には、本書の掲載事例のなかでも交通事業者と地方自治体との連携事例に着目をいただきたい。交通部局単独での支援事例の他、移動目的となる本源需要を管轄する他部局と連携した事例も参考となるだろう。

また、コロナ禍を契機に進んだ運賃設定の工夫は、取り組みのさらなる深度化を目指して、引き続き模索検討の余地が多分にあると考えられることに加え、競合する移動サービスを意識した施策も重要である。

また、公共交通事業としての乗合バス事業の持続性向上のために、やむを得ず運賃改定が進められている状況にあるが、既存利用者のつなぎとめや新規顧客獲得のためのバスサービスの満足度向上について一層強い課題認識で取り組みを進める必要がある。これにあたっては、バスに限定せず、複数の交通モードに渡る移動サービス全体で利便性や費用を包括的に捉えることも重要となる。

以上を踏まえて、関係者の費用負担や官民分担のあり方に関する議論を継続していくことが重要である。

本書で掲載した事例は近畿地方における取り組みを中心としているが、新型コロナの影響を踏まえた運賃施策のあり方は全国の乗合バス事業に共通する課題であり、近畿以外での活用に資する事例集となるよう、さらなる充実に取り組んでいきたい。そのため、今後の取り組み事例についてのフィードバックや情報発信をいただければ幸いである。

本事例集については、近畿バス団体協議会を中心とした議論により、今後も適宜修正更新を行い、社会変化に対応したものとしていきたい。

