

バス月報

No. 650 平成 24 年 7・20

会 議

◇ 第 85 回定時会員総会	1
◇ 全国バス事業者大会	2
◇ 運営委員会	10
◇ 定例理事会	11
◇ 運営委員会	13
◇ 臨時理事会	14
◇ 第 131 回交付金運用特別委員会	16
◇ 第 56 回安全輸送委員会	18
◇ 高速バス委員会 (ワーキンググループ)	23
◇ 平成 24 年度第 2 回労働問題研究会	24
◇ 第 1 回低炭素型自動車交通推進事業審査委員会	25
◇ 第 1 回運輸事業振興助成交付金審議評価委員会	26
◇ 全国バス協会専務理事会	27

通達・通報

◇ 平成 25 年度政府予算、税制等に関する重点要望事項 (日本バス協会)	30
◇ バス車内事故防止キャンペーンの実施について (日本バス協会)	33
◇ ディーゼルクリーン・キャンペーンの実施等について (国土交通省)	37
◇ 貸切バス事業者の運送引受書の交付及びその写しの保存の義務化等について (国土交通省)	44
◇ 「一般貸切旅客自動車運送事業者に対する違反事項ごとの行政処分等の基準について」の一部改正について (国土交通省)	74
◇ 「高速ツアーバスの安全通報窓口」の設置について (国土交通省)	84
◇ 高速ツアーバス運行事業者リストにおける運行の安全確保の観点から重大又は悪質な法令違反等について (国土交通省)	85
◇ 平成 23 年度地域公共交通確保維持改善事業～生活交通サバイバル戦略～交付実績 (国土交通省)	87

情 報

◇ 春の叙勲	90
◇ 労働情報① バス事業最賃問題研究会第 45 回定時会員総会	91
◇ 労働情報② 平成 24 年度バス事業における「産業別最低賃金」の協定締結について	91
◇ 労働情報③ 高齢者の雇用に関する各種助成金のご案内 (独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構)	91
◇ 労働情報④ 職場の悩みは専門家に相談を『仕事応援ダイヤル』のご案内 (全国社会保険労務士連合会)	92
◇ 秋北バスの「バス&ウォーク事業」について	95
◇ 軽油価格の動向について	98
◇ バスフェスタ 2012 in TOKYO の開催について	99

主な会議・行事等 (平成 24 年 5 月 11 日～24 年 6 月 10 日)	100
主な連絡・調査依頼 (平成 24 年 5 月 11 日～24 年 6 月 10 日)	100

公益社団法人 日本バス協会

〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-4-1 (新国際ビル9階)
TEL 03-3216-4011 (代表)
FAX 03-3216-4016
H.P. <http://www.bus.or.jp>

秋北バスの「バス&ウォーク事業」について

秋北バス株式会社

(秋田県大館市)

◆タイムリーだった日本バス協会の公募

日頃、インフラを整備し乗客を乗せるという従来の事業モデルの継承だけでは、路線バス事業会社の将来性は厳しいと考えていた当社にとって、23年度の日本バス協会の公募は非常に有り難いものでした。というのも当社は何か新しいものに取り組もうという社長の指示の下、(株)早稲田環境研究所・早稲田大学環境総合センター・(株)地球健康クラブの三者と産学連携でいろいろな企画を打ち合わせていた最中でした。しかしながら新しい取組みには費用がかかります。一番のネックであり、思案している時に低炭素型自動車交通推進事業費補助金(バス分野)の公募があったことは、新しい企画に踏み出す背中を押してくれることになり、恐縮ですが紙面を借りて改めて御礼を申し上げる次第です。

◆バス&ウォーク事業について

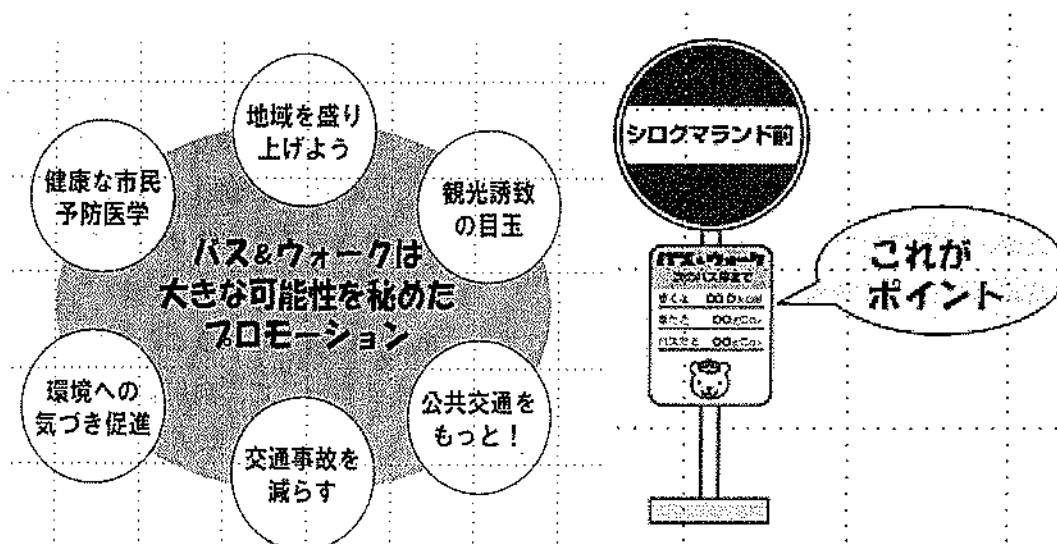
①面白いことをしているバス会社だ。利用してみようと地域の人に思われる。

②面白いことをしているバス会社がある。行ってみようと県外の人に思われる。

企画の原点はここにありました。地方都市では、皆さんもご存知のようにバスを使う人と使わない人の区切りが明確です。そこで普段バスを使わない人がどうしたらバスを使って貰えるか。そして公共交通機関の一員として、観光客を呼び込み乗客を増やし地元の町興しにつながるかを考え、企画したのがバス&ウォーク事業でした。

◆具体的な取り組み

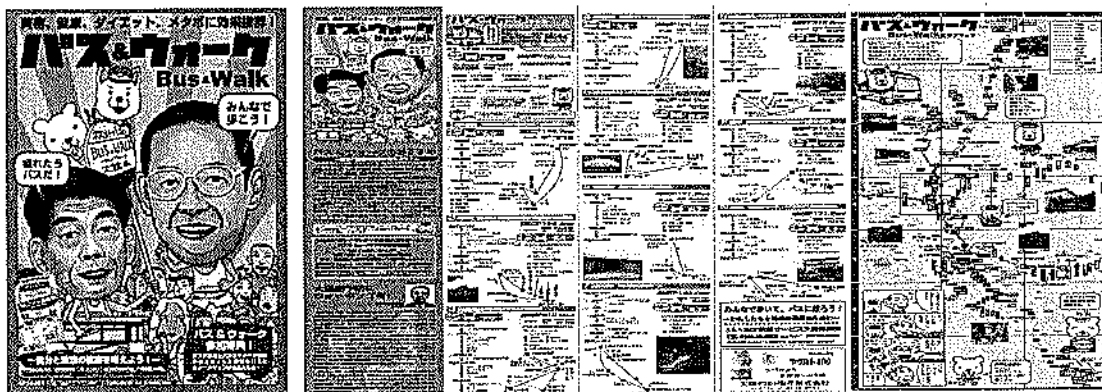
バス&ウォークの概念図



① 大館市内のバス停 1,000 箇所にプレートを設置。このプレートには、「次のバス停まで歩くと〇kcal消費・クルマを使うとCO2 〇kg排出・バスを使うとCO2 〇kg排出」と明示しました。

この取り組みの意味は、まずバスがいかにクルマに比べCO2の排出量が少ないか、公共交通機関の環境面の有利さを市民の方に知って貰おうという気づきのアプローチです。そして消費カロリー表示は、ウォーキング人口の増加に伴いパラメーターを用意しました。これを基にして、「今日はバス停を五箇所歩いて温泉に入って帰りはバスに乗って帰ろう。」という健康面からのバス利用を考えました。

② バス停プレートに併せ、ウォーキングMAPとポスターの作成



市民に一人でも多くバス & ウォークに参加して貰う為に、大館市と地元医師会とも連携しました。特にポスターには市長にも登場頂き、大変な反響を呼んだ次第です。MAPには市内の名所やグルメスポットを網羅し、多くの方に楽しんで貰える情報誌的にしました。



③ エコライフゲームを市内の小学校 20 校で展開

早稲田大学並びに㈱早稲田環境研究所が開発した小学生向けの環境学習ゲーム「エコライフゲーム」を教育委員会と連携し出前授業を開催しました。これは子供たちに公共交通機関の優位性を理解してもらうという情操教育の一環です。

◆成果と今後の展望について

① バス & ウォークを開始して、NHK を始めとして多くのマスコミの取材を受け、注目度はかなり高いものになりました。今後はこの注目度を活用し、メディアの露出を増やし一人でも多くの地域住民のバス利用の増大及び観光客の獲得に結び付け、そしてCO2の削減を推進したいと考えています。

② 実施目標、効果については、市内エリア乗車券の販売もあり次の通りとなりました。

ア) 市内路線バスにおける利用者5%アップ

本事業最大の目標は、路線バス利用者の増大である。事業開始年度ということもあり、啓蒙・情宣に一定時間を要することもあり、5%目標に留めた（現実問題として、利用者数が減少傾向にある中でのプラス転換は大きな事業効果といえる。）。

※サンプル調査（1月実態調査）による利用者数の変化

- ・対象期間の大館市内完結の路線バス利用者数 [299,751人] A 1日2,437人
- ・対象期間の前年同一期間の大館市内完結の路線バス利用者数 [286,836人] B 1日2,332人
- ・利用者数の増減 A - B [12,915人] 約4.5%増加

イ) CO2削減量の定量的結果の公開

本事業におけるCO2削減量（みなし削減量）を明らかにすることで、本事業の効果を定量的に表現し、利用者へ公開する。これにより、利用者は自己の取組による成果が把握でき、更なる利用促進へと繋がり、本事業終了後も永続的な展開が望める。

- ・自家用車利用者からバス利用者への移行者 A : 12,915 [人]
- ・各利用者の平均移動距離 : B : 2.95 [km]
- ・バス利用時の燃費 C : 4.83 [km/ℓ]（「びーすけ@燃費」による実測値）
- ・バスの平均乗車人数 D : 13.3 [人]
- ・自家用車利用時の燃費 E : 13.6 [km/ℓ]

（出典：<http://www.mlit.go.jp/jidosha/sesaku/environment/ondan/joyoshasaishumatome0702.pdf>）

- ・自家用車の平均乗車人数 F : 1.3 [人]
- （出典：http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha05/09/090802_2_.html）

- ・ガソリンのCO2換算係数 G : 2.32 [kg - CO2/ℓ]
- ・軽油のCO2換算係数 H : 2.62 [kg - CO2/ℓ]

（出典：<http://www.env.go.jp/policy/chie-no-wa/download/0502/0502d-2.pdf#search='ガソリンCO2換算係数'>）

- ・本取り組みによるCO2排出量 [kg - CO2] は以下のように算出した。本取り組みによるCO2排出量 = $A \times B \times (H \div (C \times D) - G \div (E \times F)) = 12,915 \times 2.95 \times (2.62 \div (4.83 \times 13.3) - 2.32 \div (13.6 \times 1.3)) = -3445.564$ [kg - CO2]

上記算出式より、本事業におけるCO2削減量（みなし削減量）は 3445.564kg - CO2 である。

- ③ 今回のバス & ウォーク事業に関連して燃費の可視化も一緒に取り組み、この間燃料代を約21,000ℓ削減し、事故ゼロを実現しました。
- ④ 大館市で取り組んだところ、すぐに北秋田市役所と能代市役所からも取り組みの要請がきました。やはり自治体として地域住民のバス利用の増大及び観光客の誘致は地域活性化につながる大きなテーマです。こうした部分を地元バス会社が連携して進めるという点では、バス & ウォークの取り組みは効果があると考えています。
- ⑤ 試行錯誤の中での取り組みでしたが、今思い返すと不出来な部分もあり、現在は修正しながらさらに取組みを強化しています。例えば医師会と連携した健康手帳に関しては、ダイエット目標数値を書くようにして市民の方が楽しんで参加して頂けるように再整理しています。

◆最後に

地域との連携を密接にし、市民の皆様方に愛され利用して頂ける路線バス。子供たちに情操教育をし、公共交通機関の優位性を知らしめる。そして観光スポットの楽しいMAPで県外観光客を誘致し、地域を活性化させていく。こんな企画で新しいバス会社としてのビジネス・モデルを構築して、CO2削減に寄与することにより、社会貢献ができればと考えている次第です。