

## 2021はんのう市ノーマイカーデー 事業報告書

1 期間 令和3年12月1日（水）～12月31日（金）

2 背景 路線バス、鉄道等の公共交通の果たす役割は、地域住民の移動手段の確保、市内外の人の交流による賑わいの創出、温室効果ガスの削減等多岐にわたり、今後ますます重要となってくる。しかしながら、市の公共交通を取り巻く状況は、少子化、自家用車（マイカー）利用の増加、新型コロナウイルス感染症の影響による外出自粛等により利用者が減少しており、公共交通の運行本数の減少等のサービスの低下につながるなど、一層厳しいものとなっている。

3 目的 当事業は、飯能市において、マイカーに依存するライフスタイルを見直し、公共交通を維持・確保するための利用促進及び意識啓発を目的とする。

- 「飯能市地域公共交通計画」での位置づけ
- ・基本目標2 路線バスを身近にして公共交通を「育てる」
  - ・施策2 市民・地元企業を巻き込んだモビリティ・マネジメントの実施
  - ・②通勤・通学者等に対するモビリティ・マネジメント

4 参加者

総数	内訳		
	市民	事業所（※）	市職員
227人	50人	13人	164人

※(株)椿本チエイン、駿河台大学、飯能商工会議所から参加いただいた。

5 アンケート 参加者に対してアンケート用の URL を送付し、回答を求めた。  
→結果は、別紙「2021 はんのう市ノーマイカーデーアンケート調査結果」参照

6 周知

- ・市 HP による情報発信
- ・市 Twitter、はんのうアプリによる情報発信
- ・広報はんのう 12 月号への記事掲載
- ・地区行政センターだより 12 月号（双柳精明、加治、加治東）への記事掲載
- ・乗合ワゴン沿線の商業施設、市内公共施設等へのポスター掲示
- ・国際興業バス方向幕を活用した情報発信
- ・市庁舎前へののぼり掲出
- ・路線バス沿線の事業所等への参加協力依頼、報道機関への情報提供

## 7 結果まとめ

### (1) 参加傾向

- ・参加者数は 227 人であり、前回の 2020 年と比較すると、401 人減であった（飯能市分のみ）。
- ・「乗合ワゴンに乘ってみようキャンペーン」を開催したことにより、主に乗合ワゴン沿線の市民の参加が増加した一方で、事業所等の従業員の参加が減少した。
- ・主な理由としては、参加方法について、各事業所等の総務担当による取りまとめによる方式から、個人による電子申請方式に切り替えたことによるものと考えられる。
- ・実施日数について、2 週間以上参加した人が約 4 割であり、長期間実施した人が多いことが確認できた。

### (2) 期間中にマイカーから転換して利用した移動手段

- ・「路線バス」は 17%（前年比+2%）、「鉄道」は 27%（前年比+8%）で、いずれも大幅に減少した前回と比較すると回復傾向にある。
- ・「自転車」は 38%（前年比+5%）、「徒歩」は 58%（前年比+2%）で、アンケート調査を開始した 2018 年から増加を続けている。
- ・「飯能市乗合ワゴン」は 5%であり、運行日及び運行本数の増加を期待する意見が目立った。



### (3) 路線バス事業者への転換効果

- ・転換による事業者全体の概算収益は、72,725 円であった。（前回 248,422 円）
- ・依然として収益効果は認められるが減少しており、コロナ禍の影響が大きいと推察される。

### (4) 乗合ワゴンに乘ってみようキャンペーン

- ・アンケート調査の回答によると、回答者のうち 8 人が乗合ワゴンを利用しており、1 日～3 日の利用が 6 人、10 日の利用が 2 人であった。
- ・乗合ワゴンの利用実績によると、ノーマイカーデー参加者による乗合ワゴンの利用者数（無料乗車人数）は延べ 50 人であり、月全体として 1 日あたり 4.48 人の利用増加につながった。



### (5) その他

- ・期間中の自動車利用抑制による CO<sub>2</sub>排出削減効果を概算したところ、1.1 (t-CO<sub>2</sub>) であった。これは年間の 1 人当たり CO<sub>2</sub>排出量（家庭部門）約 1.9 (t-CO<sub>2</sub>) の半分程度の値である。

## 8 今後の課題

### (1) 実施方法の電子化について

事業の実施方法について、電子申請の導入、参加証の電子化等により紙の排出量削減を図った。例年と同内容で実施することができ、事業趣旨の観点からも今後も同様の方法で実施する。

### (2) 事業内容、周知方法について

路線バス事業者への転換効果について例年より減少した。コロナ禍の影響が依然として多分にあるものと推察され、公共交通事業者の現状等について市民の理解を促す機会として情報発信をする。また、申請手続を変更したこと等により参加者数が減少したが、より効果が生み出せるよう実施時期及び期間並びに周知方法について見直しを検討する。

### (3) 参加者特典について

今回、「乗合ワゴンに乗ってみようキャンペーン」として飯能市乗合ワゴンの無料キャンペーンを実証的に実施し、参加の動機付けを行った。アンケート調査では市内の店舗で特典が受けられれば参加したいという回答も多く、特典設定については今後も検討していく。

## 9 関連資料



△周知用ポスター



△周知用ポスター（Meets!HANNO Pass版）



△飯能市役所前のぼり設置



△参加証（モバイル画面）

市 HP「公共交通事業者は厳しい状況です」

<https://www.city.hanno.lg.jp/article/detail/5653>

市 HP「乗合ワゴンに乗ってみようキャンペーンを実施します」

<https://www.city.hanno.lg.jp/article/detail/5651>