

「渋滞なくそう！半額バス」成果報告

渋滞なくそう！半額バスとは

新たな
取り組み

全国初のサービス「オフピークサブスク」の実施

概要	会費2,500円を払って会員になると、期間中のオフピーク時間帯の運賃が半額になる「渋滞なくそう！半額バス」を販売
目的	「無料の日」等を計9回実施してきたが、今回は「長期的な割引が公共交通の利用を促進するか」を検証する実験で土日はおでかけ需要、平日はピークシフトを狙う。
内容	■利用期間：2024年10月～2025年2月（5ヶ月間） ■利用可能な日：平日（9時以降の降車に限る）、土日祝は終日 ■対象者：特に条件なし（事前の会員登録が必須） ■利用区間：県内路線バス、電鉄電車、熊本市電 ■同伴者割引：土日祝のみ（大人は1名まで、小人は何人でも半額）



KABニュース
https://x.com/kab_news5ch/status/1836001083497632152



KKTニュース
<https://news.ntv.co.jp/n/kkt/category/society/kkfd0b82786b1640e284e81052cae0c31f>



肥後ジャーナル
https://www.instagram.com/higo_journal/p/DCHA92gt9y8/?img_index=1

半額パスの直接効果

①販売枚数
8034枚

②半額パス
延べ利用数
66万人

うち約26万人純増

③路線バスの利用者
増減(前年比較)
+9万人増

④公共交通利用
が増えた割合
約70%

⑤利用が増えた方の
うち移動手段が
車から転移した割合
約42%

⑥ピークシフトを意識
して行動した割合
約34%

半額パスのもたらした間接効果

⑦削減できた
延べ自動車台数
約10万台

⑧自動車削減する
ことで出てきた便益
約1億円

⑨外出自体が
増えた割合
約66%
(うち私用の移動が約82%)

⑩外出促進による
消費増効果
約1.8億円

①販売枚数

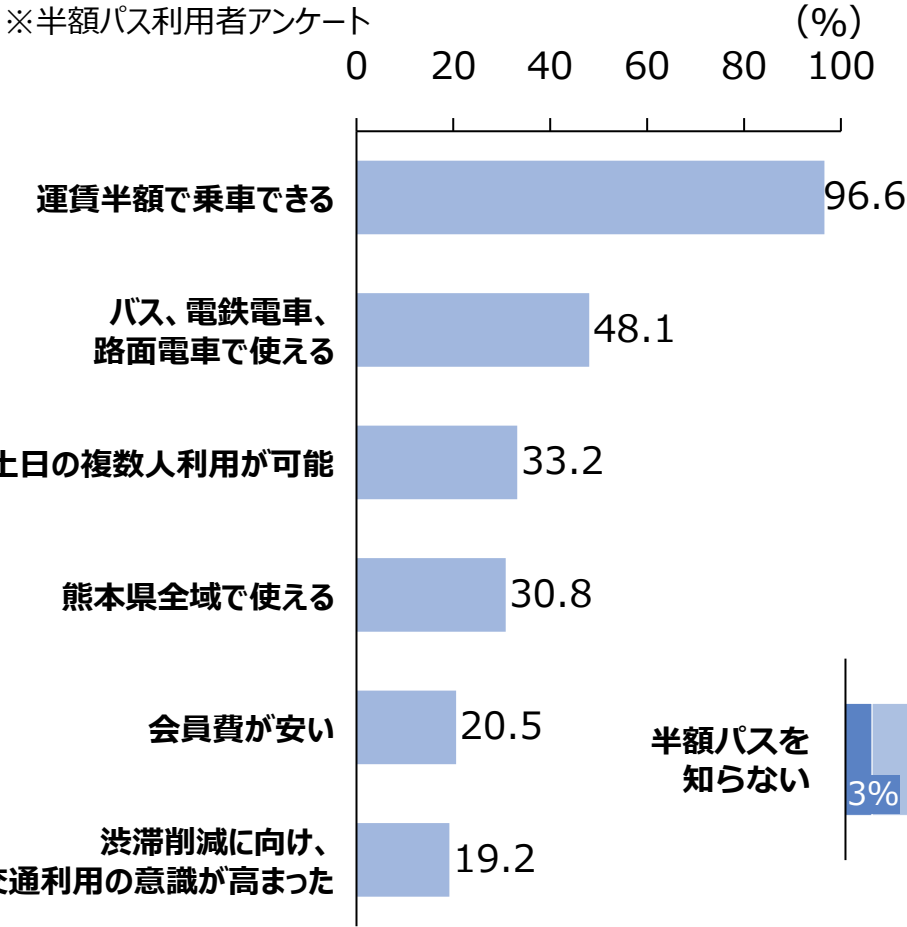
月別販売枚数

販売月	販売数
2024年9月	2,765
2024年10月	3,453
2024年11月	1,333
2024年12月	392
2025年1月	82
2025年2月	9
計	8,034

目標：1,500人

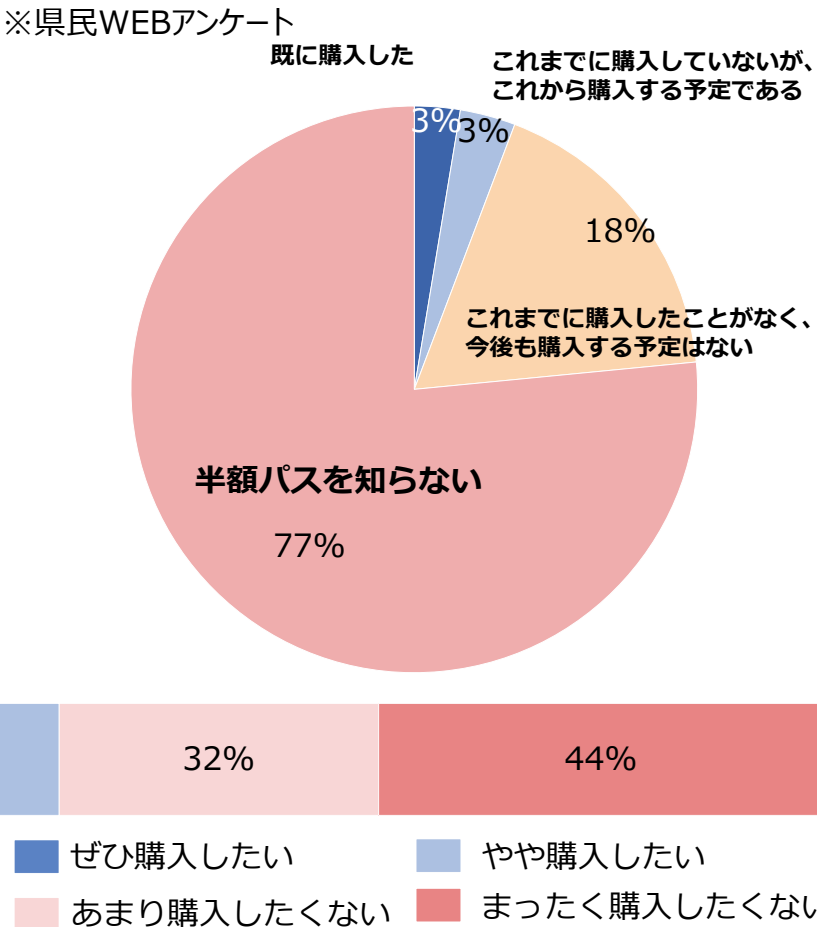
目標の約5倍達成
大きな反響があった

半額パス利用者の良かった点（MA / n=1,529）



半額のインパクトが大きかった

県内在住者に半額パスを知っていたか、購入したか（SA / n=1,046）



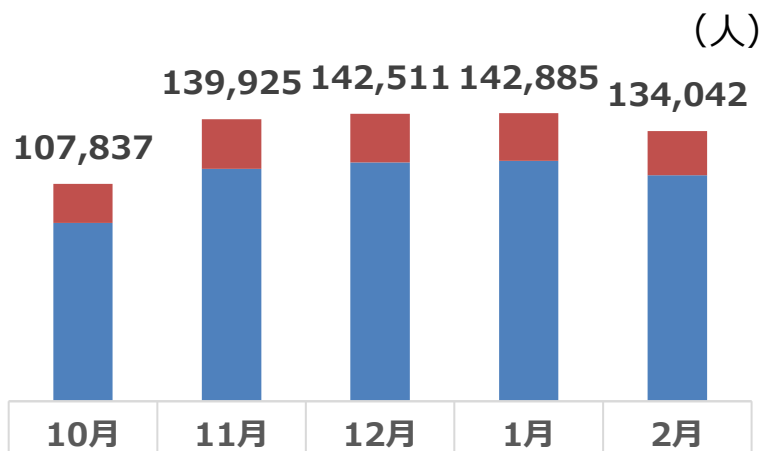
知らなかった人でも、25%が再販での購入
意向があり潜在需要が見込める

②半額パス延べ利用者数

③路線バスの利用者増減(前年比較)

半額パス総利用回数の月別(10月-2月計)

期間中の半額パス利用総数
667,200回



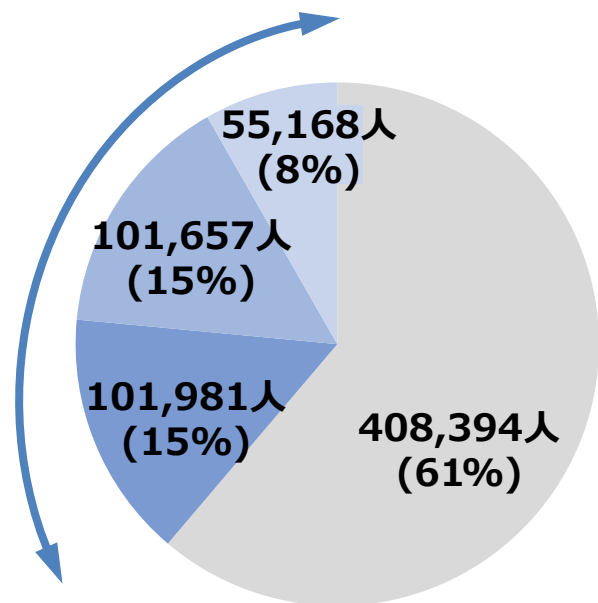
	10月	11月	12月	1月	2月
合計	107,837	139,925	142,511	142,885	134,042
電車	19,304	24,636	23,981	23,689	21,925
バス	88,533	115,289	118,530	119,196	112,117

月を経過するごとに利用者が増えていき、結果約67万人の利用者

半額パス総利用回数の内訳(10月-2月合計)

※半額パス利用者アンケートから推計

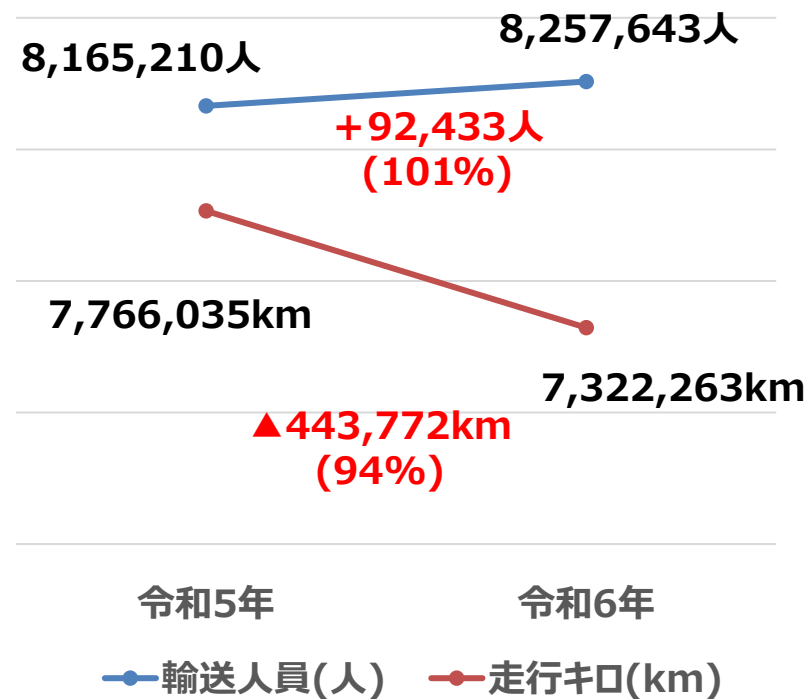
- 半額パス以前から利用
- 新規利用-新規外出増加
- 新規利用-自家用車からの転移
- 新規利用-その他移動手段からの転移



新規利用(純増効果)258,806回
全体の利用回数の39%

約26万人の利用者純増と推計

路線バス利用人員と走行キロの状況(10月-1月計)



※2月はうるう年、前年100円Weekがあった特殊月のためカット

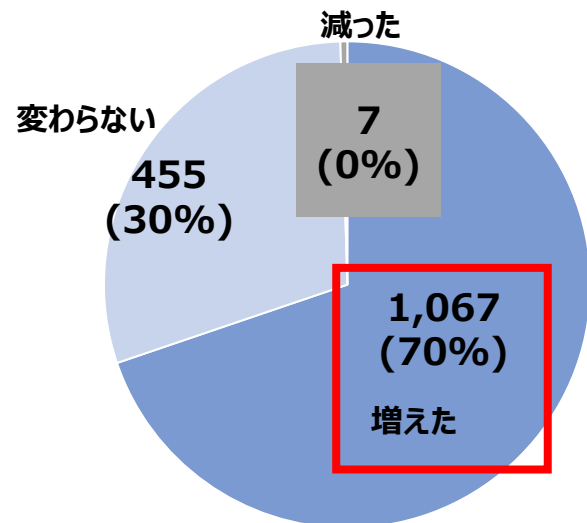
走行キロは減っているにもかかわらず、この期間の利用者は前年上回る

④公共交通利用が増えた割合

⑤利用が増えた方のうち移動手段が車から転移した割合

半額バス期間中、公共交通の利用は増えたか
(SA / n=1,529)

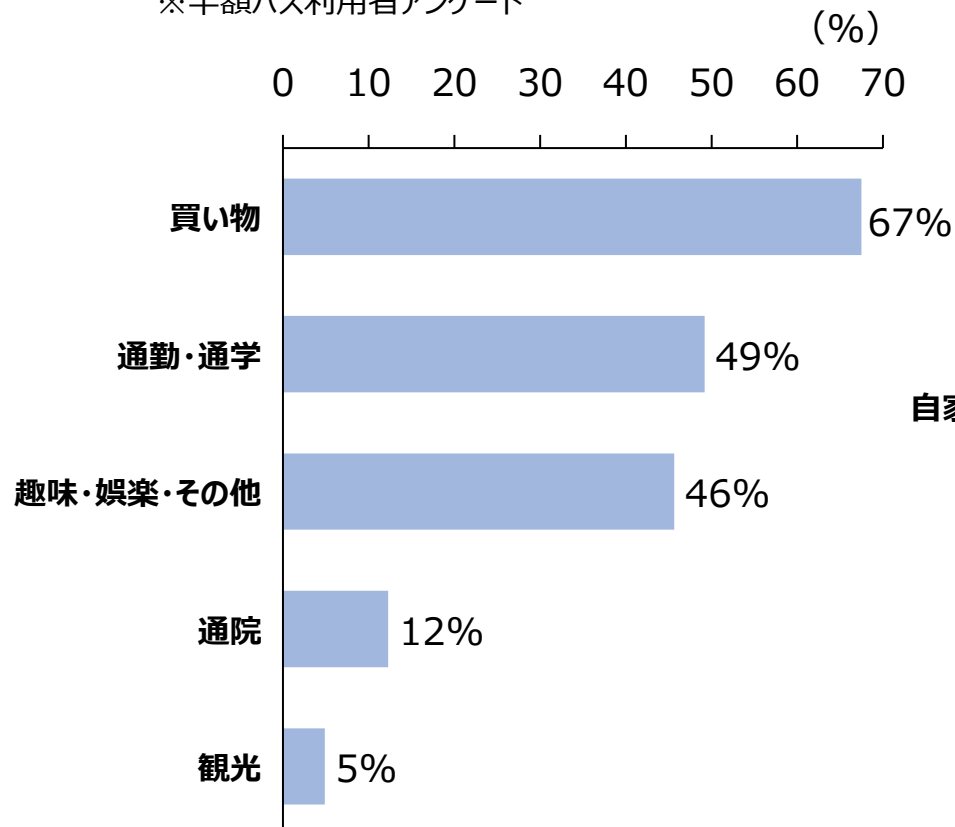
※半額バス利用者アンケート



7割の方が増えたと回答

どの目的で公共交通の利用が増えたか
(MA / n=1,067)

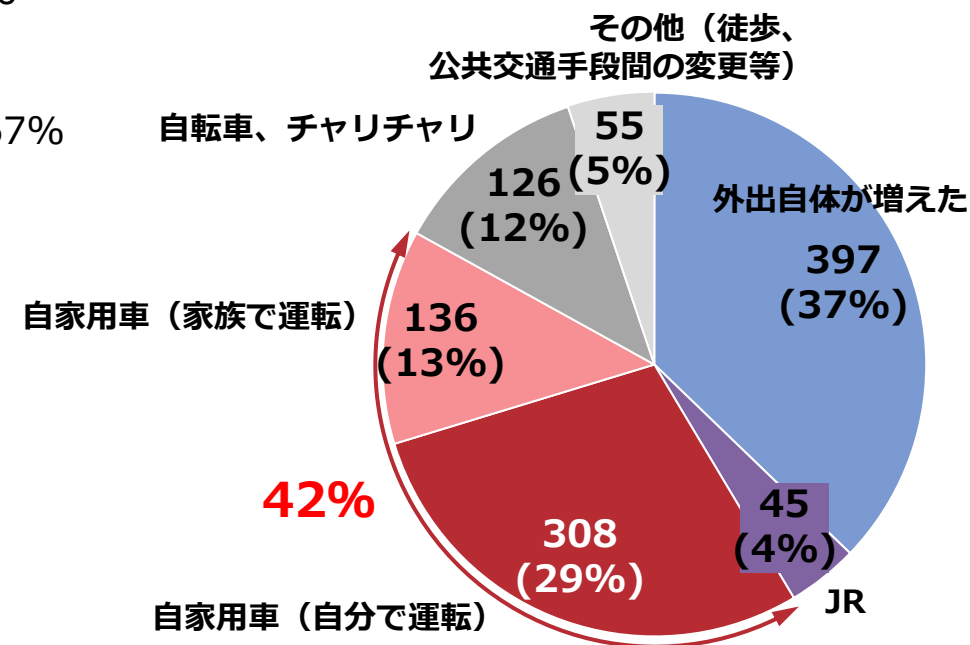
※半額バス利用者アンケート



利用が増加した層の利用目的としては、買い物が最大となった

どの交通手段から公共交通に変更したか
(SA / n=1,067)

※半額バス利用者アンケート

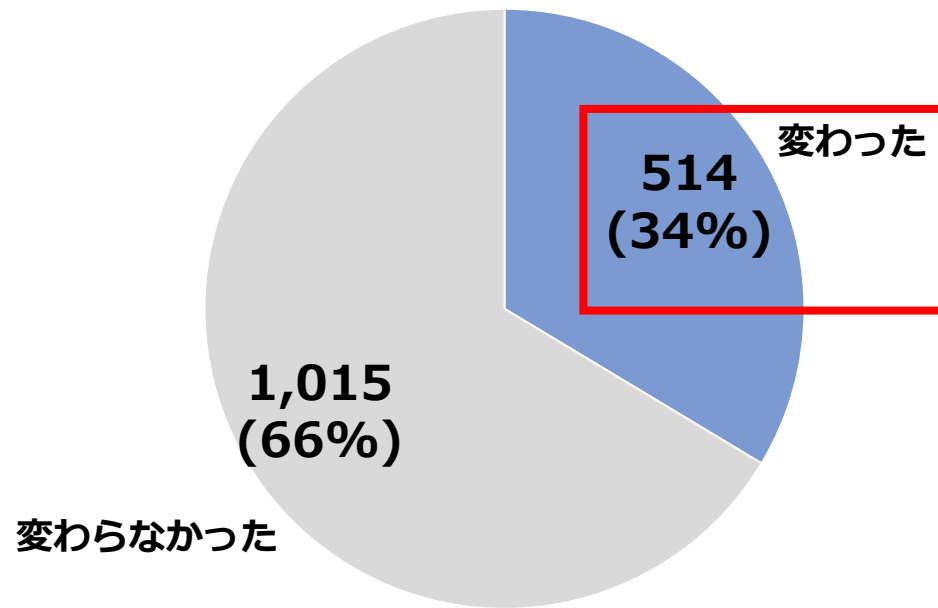


利用が増加した層のうち、37%が外出自体が増加し、42%が自家用車から転移している

⑥ピークシフトを意識して行動した割合

ピークシフトを意識した行動に変わったか (SA / n=1,529)

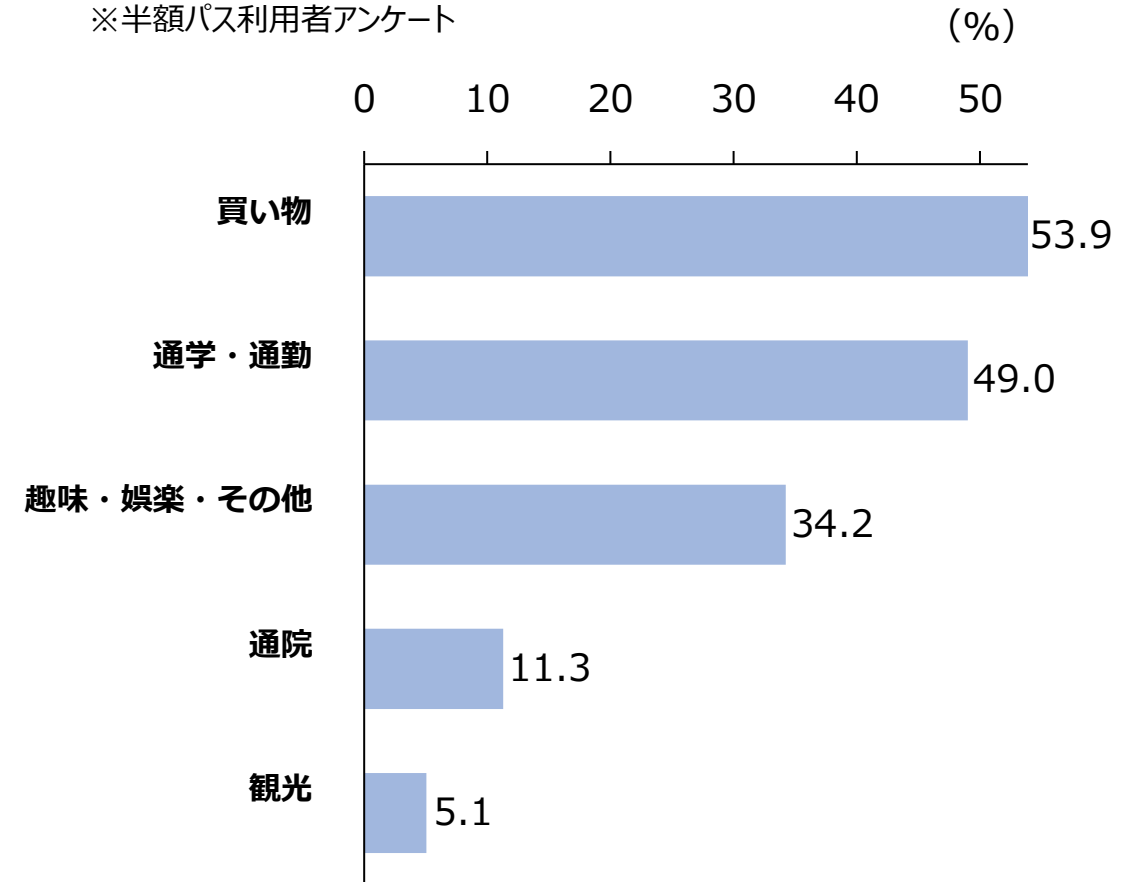
※半額バス利用者アンケート



約3割の方が意識して行動したと回答

どの目的の外出でピークシフトしたか (MA / n=514)

※半額バス利用者アンケート



時間の制限がある通勤・通学の移動手段の変更しづらいと予想されたが、通学・通勤でもバスを中心に利用がみられた。

⑦削減できた自動車台数

⑧自動車削減することで出てきた便益

期間中の半額バス利用者数

約66.7万名



車からの転移
公共交通利用割合

約15%

有効回答数
1,067名

* 利用者アンケート調査より



“渋滞なくそう半額バス”
による延べ車削減台数

推計 約101,657台

1日平均の削減台数

推計 約673台/日

渋滞なくそう半額バスによる車削減台数
推計 約101,657台



熊本都市圏における
車1台の渋滞削減効果
※1

約1,000円



“渋滞なくそう半額バス”
による渋滞削減効果

推計 約1.0億円

渋滞削減効果を年間ベースに換算すると

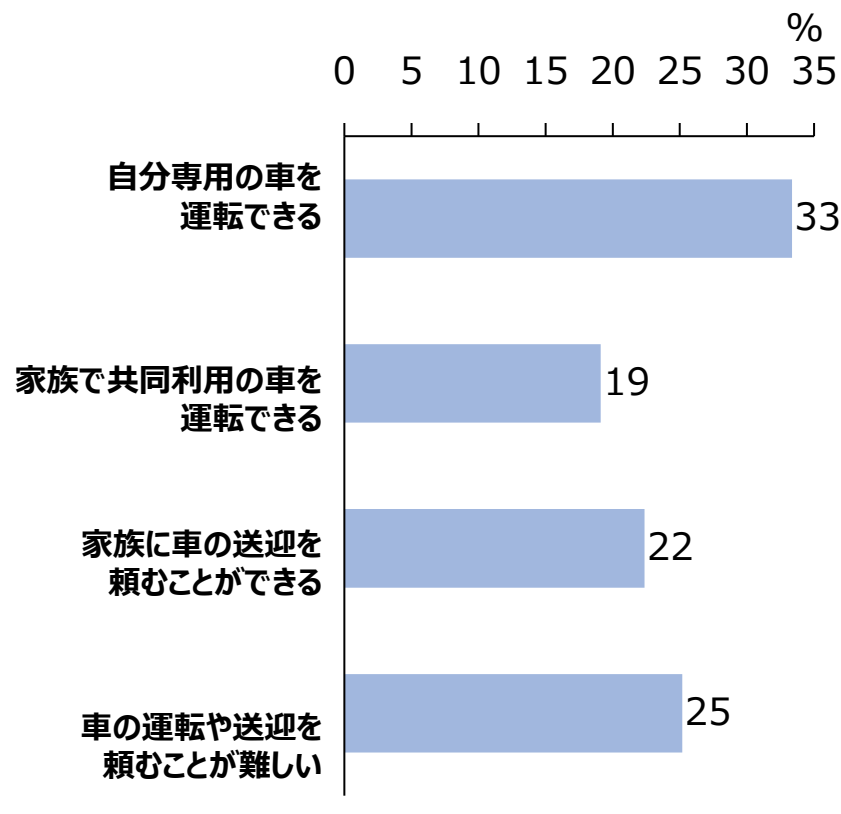
推計 約2.4億円

※ 1 Beyond 5G研究開発促進事業 熊本都市圏渋滞研究PJ資料参考

車から公共交通へ転移すると交通量が減少することで渋滞が減少（全体の車移動時間が減る）。熊本市の交通量から車1トリップ削減あたり1,183円の時間短縮効果があると推計した研究結果を基にして、①熊本県全域の範囲（8割以上は熊本市内が絡む移動）②土日を含むオフピーク時間帯であること2点からしきい値で1,000円と設定した。

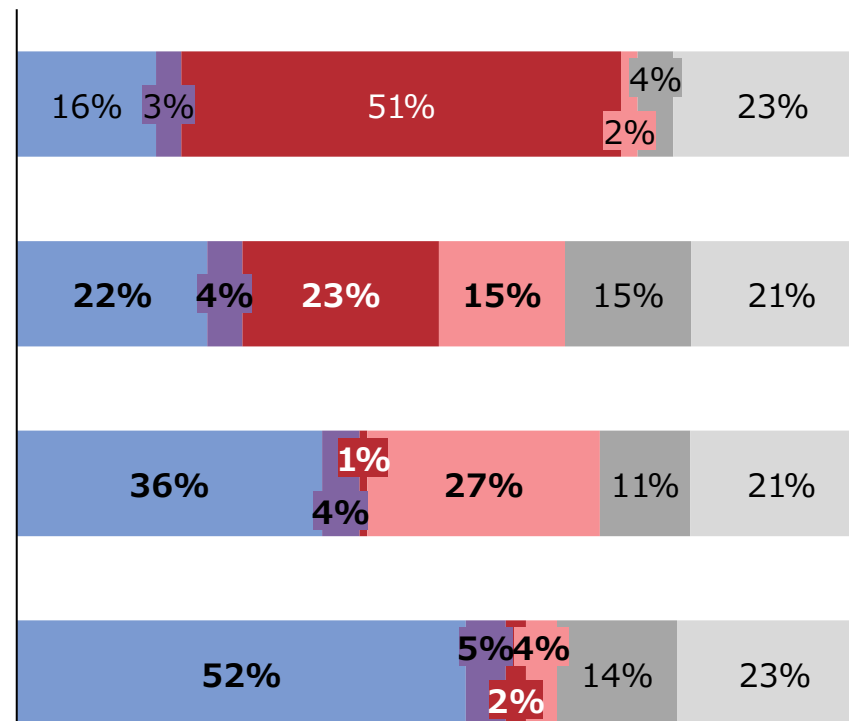
⑦削減できた自動車台数

自家用車の利用状況 (SA / n=1,529)



自家用車の車の利用状況別、どの交通手段から変更したか (SA / n=1,529)

■ 外出自体が増えた
 ■ JRから変えた
 ■ 自家用車（自分で運転）から変えた
 ■ 自家用車（家族で運転）から変えた
 ■ 自転車、チャリチャリから変えた
 ■ その他（徒歩から変えた、市電から変えた等）

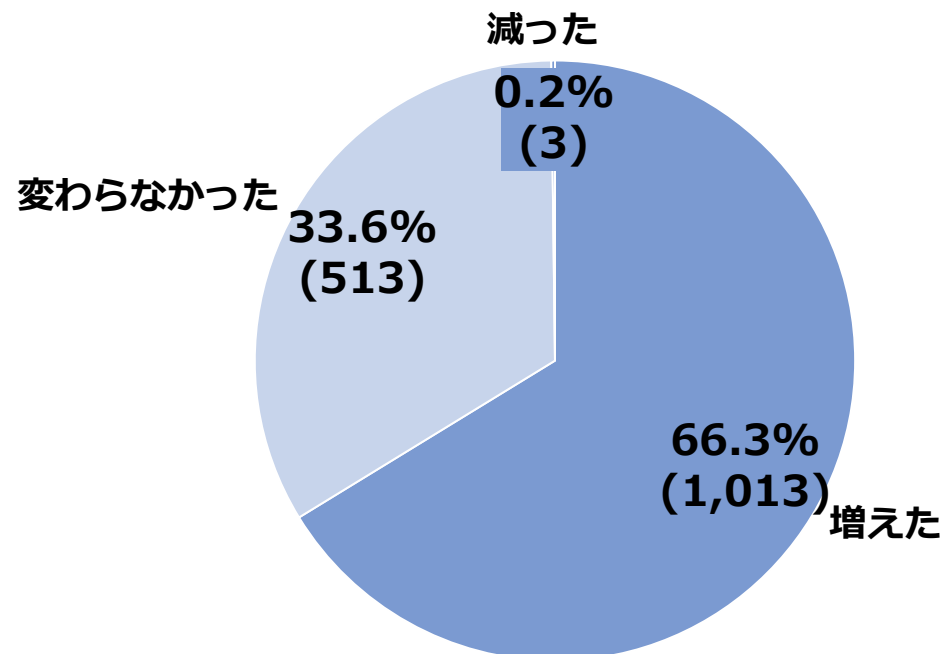


車保有者は車からの転移が多い。車での移動が難しかった層では、新規外出に繋がった人が比較的多く見られた。

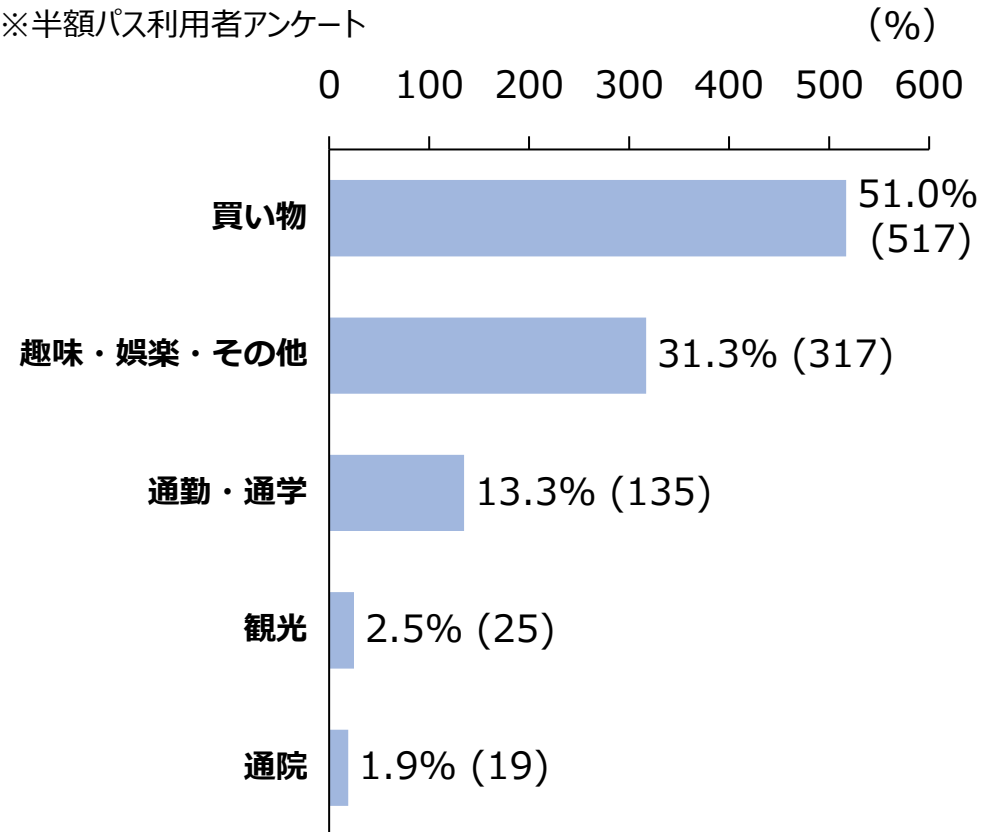
⑨外出自体が増えた割合

販売期間前と比べて新たな外出は増えたか (SA / n=1,529) どのような目的で新たな外出が増えたか (SA / n=1,013)

※半額パス利用者アンケート



※半額パス利用者アンケート



約6割が半額パスによる新規外出が増えたと回答。
買い物や趣味・娯楽など、不要不急の外出を生み出し、経済循環をさせた

⑩外出が増えた割合外出促進による消費増効果

半額バス利用者の熊本市中心部でのバス降車回数
推計 約236,768名



新規外出による公共交通利用増加率
約 25%

有効回答数
1,067名



公共交通利用増加率
約 163%

有効回答数
1,529名

* 利用者アンケート調査より

“渋滞なくそう半額バス”
による熊本市中心部への延べ新規外出数
推計 約36,190名

1日平均の新規外出数
推計 約231名/日

渋滞なくそう半額バスによる熊本市中心部への延べ新規外出数
推計 約36,190名



新規外出数1回あたりの平均消費額
約4,892円

有効回答数
37名

* 利用者アンケート調査より

“渋滞なくそう半額バス”
による消費増効果

推計 約1.8億円

渋滞解消効果を年間ベースに換算すると
推計 約4.3億円

体制

企画：共同経営推進室



協力：熊本県、熊本市

官民連携による、全国初サービスの実証実験

実証実験結果

- ① 実証期間中の公共交通（特にバス）利用回数は前年度比9万人純増、オフピーク時（平日9時以降、土日）の利用者増を達成。
- ② 車から公共交通への遷移により延べ約10万台の車を削減。これに伴う便益は約1億円と推計される。
- ③ 新規外出の増加により熊本市内中心部への外出だけで延べ約36千人の増加が見込まれ、その消費効果は約1.8億円の消費増効果と推計される。

結論

政策的な割引を組み合わせることで潜在能力を最大限に引き出した結果、公共交通は単なる移動手段に留まらず、車社会からの転換や中心市街地の活性化といった地域の持続的な発展に向け継続すべき取り組みであることが確認できた。

「半額バス」関連収支

- 半額バス販売収入
- 半額バス印刷・配布費用
- 半額相当の減収

