

## ハッピーライドin静岡プロジェクト

# プロジェクトによる効果等の調査結果



## 「ハッピーライドin静岡」実施概要



### 2024年12月7（土）、8日（日）に、県内小学生のバス無料デーを実施

- ◇**対象者**：静岡県内の学校に通う小学生（約173,000人）  
（国公立、私立小学校、特別支援学校小学部、外国人学校）  
※県全体の小学生を対象としたバス無料デーは全国初
- ◇**利用方法**：運賃を支払う代わりにリーフレットをバス運転士に提示
- ◇**対象路線**：静岡県内を運行する路線バス、静岡県内のコミュニティバス  
（土日運休路線・高速道路を走行する路線・空港アクセス線等を除く）
- ◇**タイアップイベントなど**
  - ・県内各地でバス無料デーと合わせたイベントを開催
  - ・クルポ脱炭素アクションでポイントが10倍に
- ◇**その他**
  - ・アンケートの回答で静岡ブルーレヴズのホストゲームに招待



リーフレット

(主催)	ハッピーライドin静岡プロジェクト実行委員会（事務局：静岡県交通基盤部地域交通課、静岡県バス協会）
(構成団体)	国、県、市町、（一社）静岡県バス協会、しずてつジャストライン(株)、遠州鉄道(株)、(株)東海バス、伊豆箱根バス(株)、富士急静岡バス(株)、富士急シティバス(株)、富士急モビリティ(株)、富士急バス(株)、秋葉バスサービス(株)、山梨交通(株)、(株)大鉄アドバンス、日本平自動車(株)
(協力団体)	静岡鉄道(株)、県地球温暖化防止活動推進センター、（一社）静岡県自動車会議所、ほか16団体
(特別協賛)	静岡ブルーレヴズ(株)

#### 【参考】静岡市の天気

出典：気象庁

前週		無料デー		翌週	
11/30 (土)	12/1 (日)	12/7 (土)	12/8 (日)	12/14 (土)	12/15 (日)
晴れ	晴れ	晴れのち曇り	晴れ時々曇り	晴れ時々曇り	晴れ

※前週、無料デー当日、翌週のいずれも晴れ

# 「ハッピーライドin静岡」 効果分析内容一覧



## ○効果分析内容一覧（7項目）

項目1	項目2	分析内容	使用データ
1 利用者数	バス利用者数の変化	・無料デー当日と前週翌週のバス利用者数（乗車人員）に変化があったか	事業者アンケート、乗降調査、定点調査（主要駅を発着する路線）
2 利用促進効果	バス利用促進効果	・無料デーは、普段、バスを利用しない人がバスに乗るきっかけとなったか	小学生アンケート、保護者等アンケート
3 広域利用	地域間幹線系統の利用者数の変化	・無料デーは、幹線バスの利用促進に寄与したか	事業者アンケート
4 利用意向・意識	バス利用意向	・無料デーの実施後、バスの利用に対する意識がどのようになったか	小学生アンケート、保護者等アンケート
	バスへの意識	・バスドライバーに対する感想はどうか	小学生アンケート
5 脱炭素効果	脱炭素活動への寄与	・無料デー当日の外出手段は変化したか（車からバス利用への転換）	小学生アンケート、保護者等アンケート
	クルポ（脱炭素アクション）利用促進効果	・クルポ脱炭素アクションのポイント付与数は普通の土日と比べて増加したか	クルポ登録者データ（静岡県地球温暖化防止活動推進センター）
	交通量の変化（交通渋滞緩和）	・普通の土日と比較し、主要交差点の交通量に変化はあったか	静岡県警察交通管制センター
6 経済への影響	増収効果	・バス運送収入は、普通の土日と比較し増加したか	事業者アンケート
	バス沿線施設（タイアップイベント）の効果	・バス無料デーは外出機会の提供に寄与したか	来場者アンケート
7 その他	情報入手経路等	・無料デーの情報の入手経路は適切だったか（広報はターゲットに届いたか）	小学生アンケート、保護者等アンケート
	乗務員の意識や意見	・無料デーを実施してどのように感じたか	乗務員アンケート

3

# 「ハッピーライドin静岡」 効果分析内容一覧



## ○アンケートの概要

項目	小学生アンケート	保護者等アンケート	乗務員アンケート	事業者アンケート	来場者アンケート
調査方法	Webアンケート (回答者が、アンケートフォームに入力)			調査表の送受信	
調査対象	県内の学校に通う小学生（バスに乗らなかった児童も対象） (県内各校に協力を依頼し、教職員から児童に参加を呼びかけ：参加は任意)	県内の学校に通う小学生の保護者（乗車当日の付添人も含む） ※バスに乗らなかった人も対象	対象路線で無料デー当日業務に従事した乗務員 (事業者から乗務員にアンケートフォームを配布)	対象路線のバス運行主体 (市町自主バス含む)	タイアップイベント来場者 (来場者へのアンケートが可能と回答した施設)
実施期間	12/9～12/20	12/7～12/22	12/7～12/11	実施後～約1ヶ月	
回答数	5,866人 65校（回答者が1人でもいた学校数）	172人（20市4町） ※40代以下が92% (40代：45%、30代：24%、19歳以下：23%)	346人（17事業者）	13事業者 9市町	195人（回答のあった12会場の合計）

4

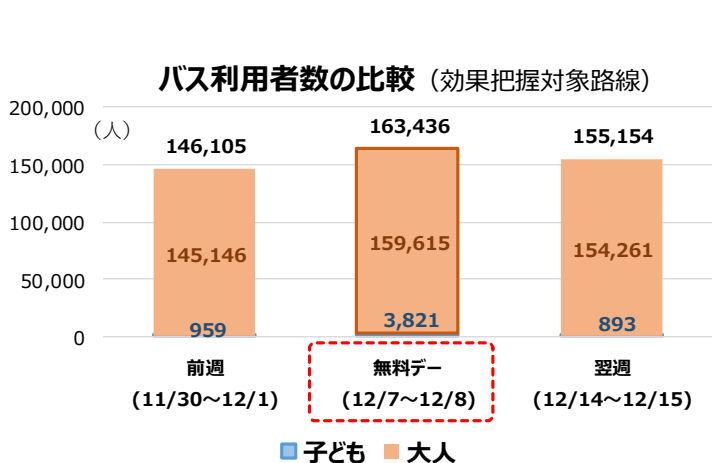


## 1 利用者数

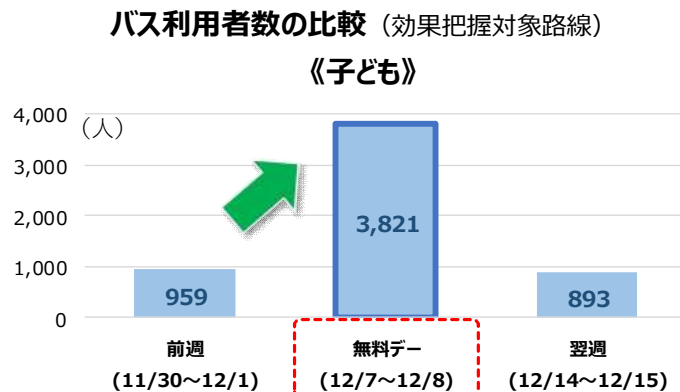
### 無料デーの前週、翌週のバス利用者数（乗車人員）の変化

#### ①バス利用者数の変化 I

- バス事業者からの報告による無料デーのバス利用者数は、実施の前週、翌週のいずれと比較しても増加
- 全体に対する割合は小さいものの、特に子どもの増加が顕著であり、前週、翌週の約4倍



(うち、子どものみの比較)



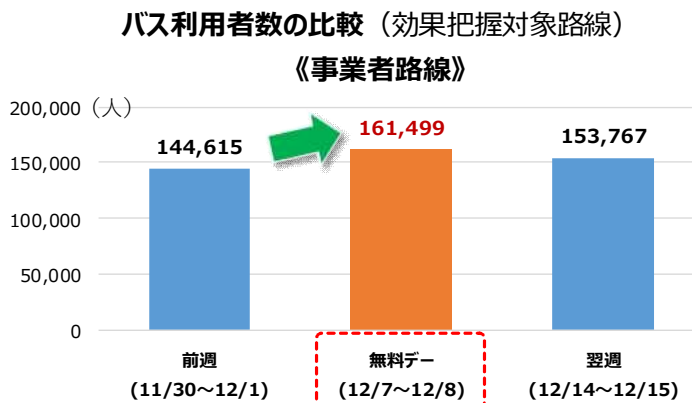
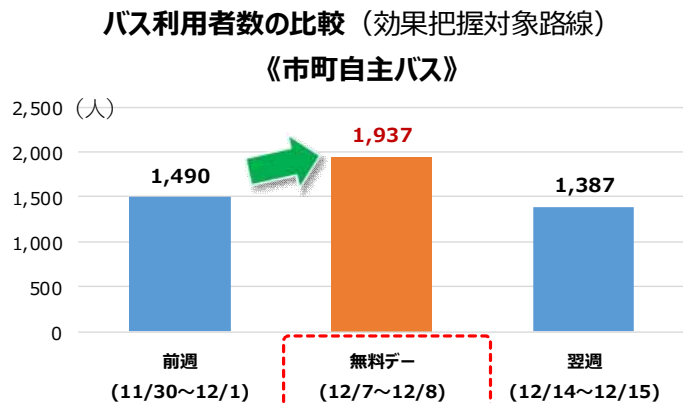
※乗車人員（大人、子ども）について無料デー当日の人数把握ができたもののみカウント

資料：事業者アンケートより



#### ②バス利用者数の変化 II

- 前述の傾向は、市町が運行するバス、事業者が運行するバスのいずれも同様であり、無料デーのバス利用者数は、前週、翌週と比較して増加



※乗車人員（大人、子ども）について無料デー当日の人数把握ができたもののみカウント

資料：事業者アンケートより

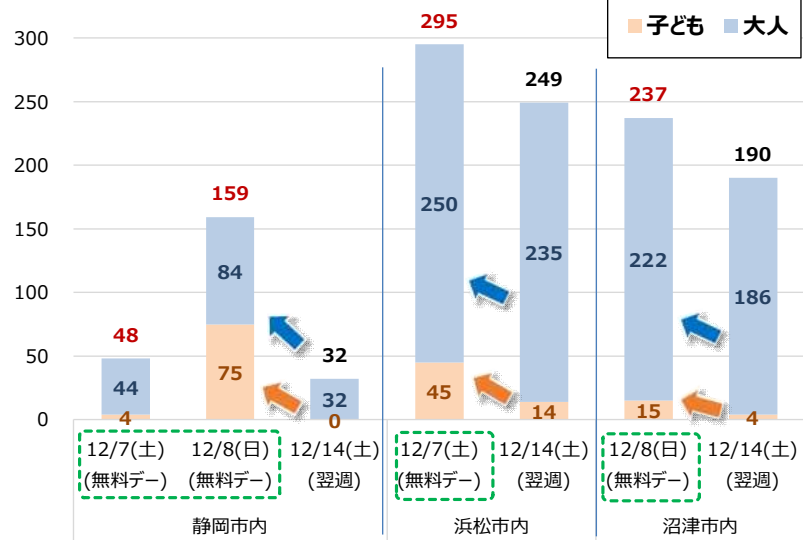
# 「ハッピーライドin静岡」 効果等の調査結果



- 主要駅と集客施設を結ぶ路線では、**子ども・大人のいずれも翌週と比較して無料デー当日の利用者数が増加**
- 無料デー2日間のバスの乗車予定回数の聴き取り調査を行った結果、1～2回が約6割で最も多い一方で、3回以上という回答も3割以上あり、2日間とも乗車する人や、**複数の目的地を設定し、バスを乗り継いで移動する人**が一定数いたものと考えられる

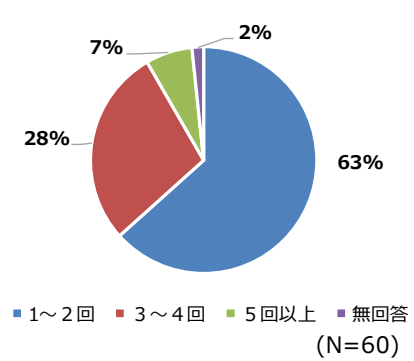
主要駅発着路線（一部路線）の乗降者数

（無料デー当日・翌週の比較）



無料デー2日間の乗車予定回数

（降車時アンケート）



資料：乗降調査・定点調査結果より

※主要駅（静岡駅、浜松駅、沼津駅）と集客施設（商業施設、動物園、観光地等）を結ぶ路線の日中時間帯の乗降者数をカウント  
【無料デーと翌週とで、同一路線・便の乗降者数の比較が可能だったもののみで比較】

# 「ハッピーライドin静岡」 効果等の調査結果



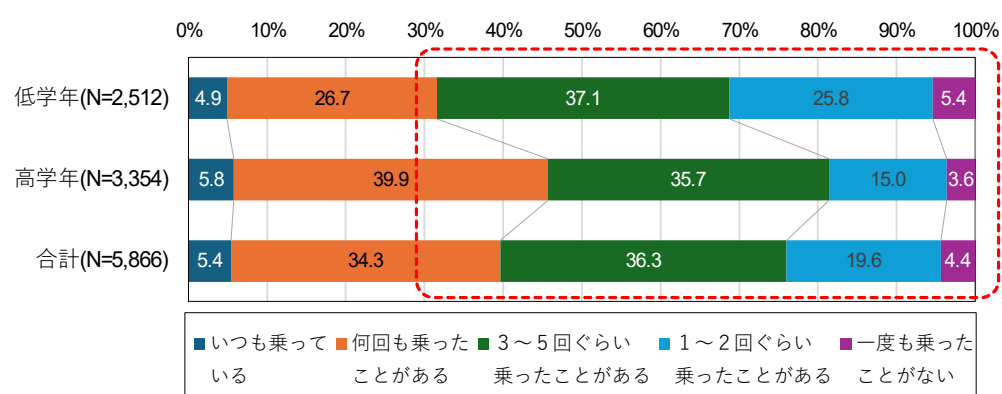
## 2 利用促進効果

無料デーは、普段、バスを利用しない人がバスに乗るきっかけとなったか

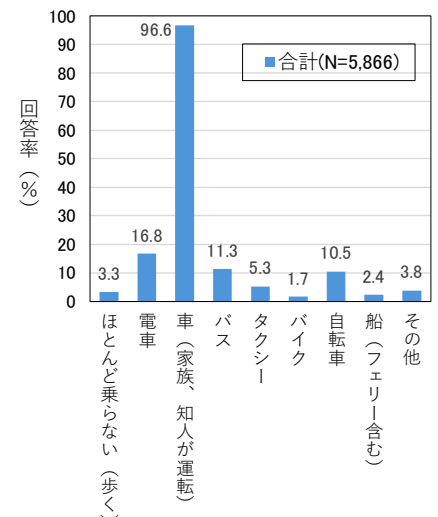
### ①無料デーの利用状況 I

- アンケートに回答した小学生が、家族と出かける時の乗り物は車が突出して多く、**今までのバスの利用頻度は、3～5回以下**という小学生が約6割を占めた

今までにどのくらいバスに乗ったことがあるか（小学生）



家族で出かける時の乗り物（小学生）



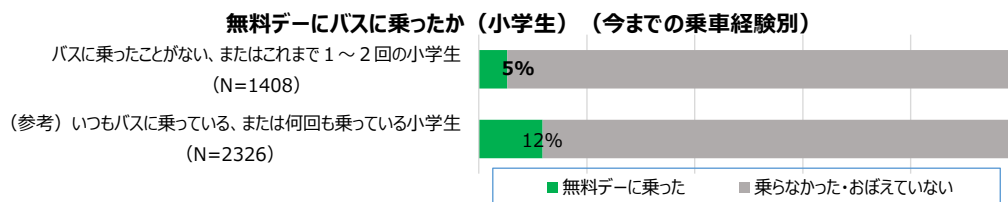
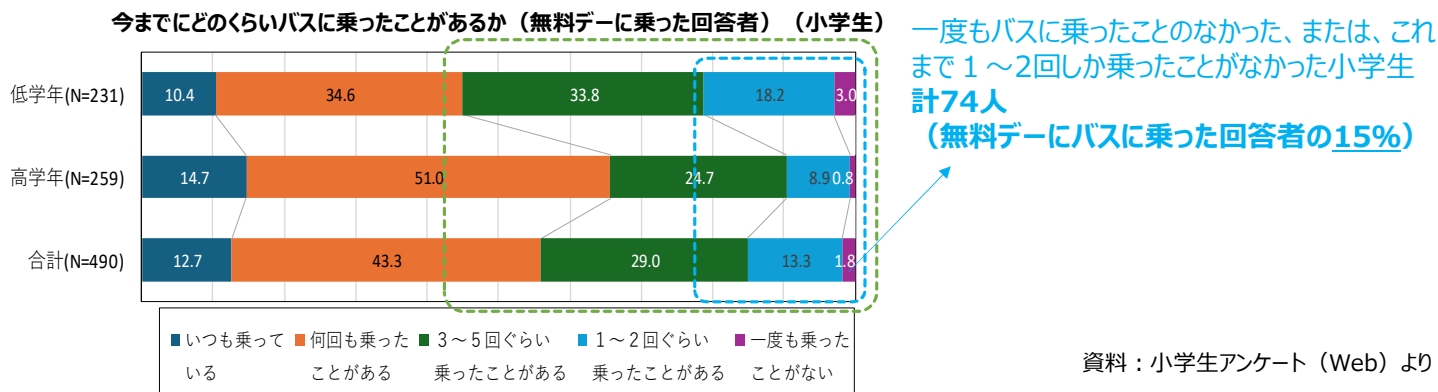
資料：小学生アンケート（Web）より

# 「ハッピーライドin静岡」 効果等の調査結果



## ①無料デーの利用状況Ⅱ

- 今回の無料デーにバスに乗った小学生（回答者）のうち、バスに乗った頻度が今までに3～5回以下という小学生が約44%、そのうち、これまで一度も乗ったことがない、または1～2回ぐらいしか乗ったことがなかったという乗車経験が極めて少ない小学生は計74人（無料デーに乗った回答者の15%）だった
- バスの利用頻度が少ない回答者に着目すると、これまで一度も乗ったことがない、または、これまで1～2回の小学生のうち、5%が無料デーにバスに乗車した
- これらのことから、無料デーが、普段、バスを利用しない小学生が、“バスの利用を体験する機会”となった（今後の外出スタイルの変容につながるかどうかについては、継続的な検証が必要）

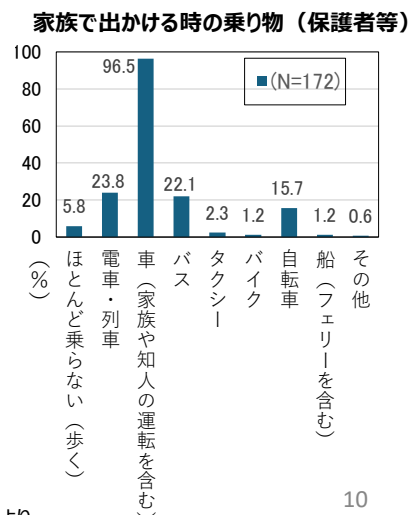
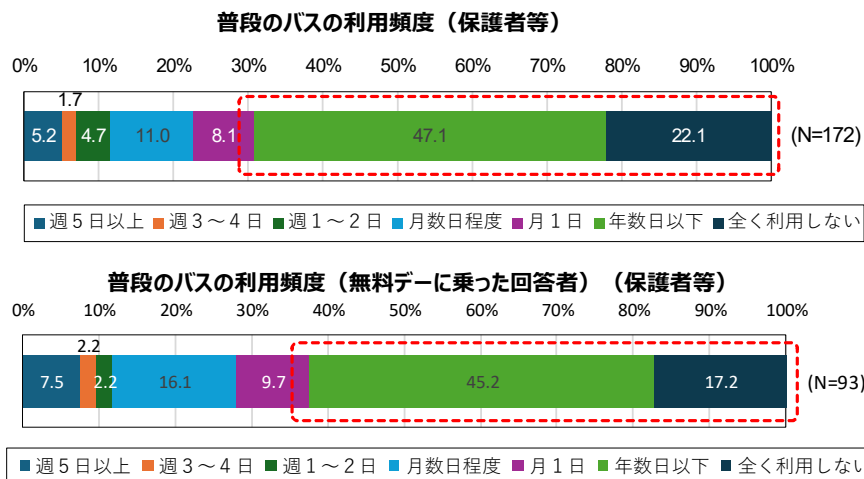


# 「ハッピーライドin静岡」 効果等の調査結果



## ②無料デーの利用状況

- アンケートに回答した保護者等についても、普段のバスの利用頻度が年数日以下、全く利用しないという人が約7割を占めた。保護者等がバスを利用しないライフスタイルであるため、子どももバスを利用するきっかけが少ないものと考えられる
- 無料デーにバスに乗った保護者等の普段のバスの利用頻度をみると、乗った頻度が年数日以下または全く利用しないという人が6割以上だった。このことから、子どもがバスに乗ったことで、保護者等のバス利用が促進された
- また、保護者の普段の外出手段は「車」が突出して多いことから、当日の外出手段については、「車から公共交通へ」の転換に寄与したものと考えられる（今後の外出スタイルの変容の状況については、継続的な検証が必要）





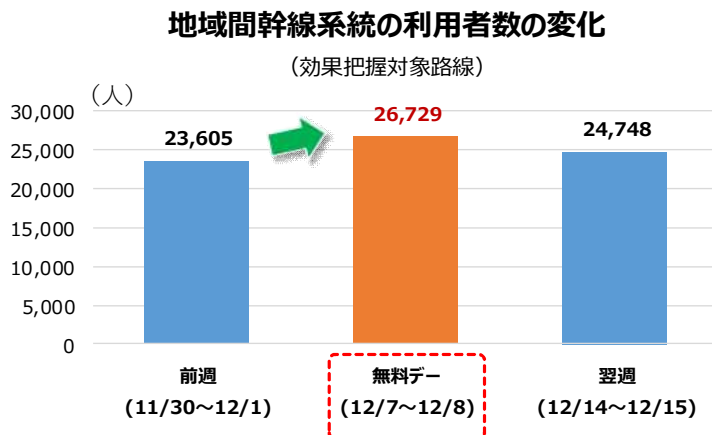


## 3 広域利用

無料デーは、幹線バスの利用促進に寄与したか

### ○地域間幹線系統の利用者数（乗車人員）の変化

- バス事業者からの報告によると、**無料デーの地域間幹線系統の利用者数が、前週、翌週のいずれと比較しても増加**  
(一部の路線の実績であるため、今後も継続的に取組を行い調査する必要がある)



資料：事業者アンケートより



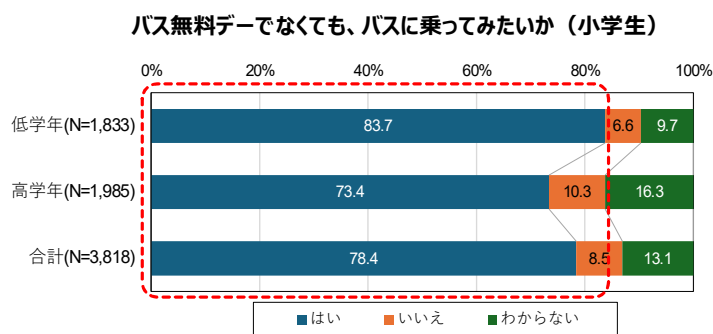
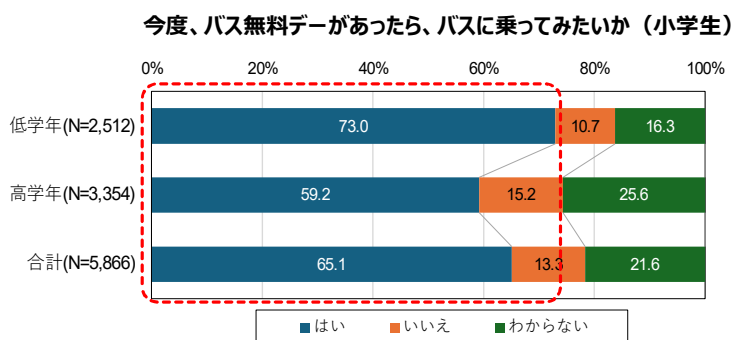
## 4 利用意向・意識

無料デーの実施後、バスの利用に対する意識がどのようになったか

### ①今後のバスの利用意向

- 次回、「バス無料デー」があればバスに乗ってみたいという小学生が、全学年で**6割以上**を占めた
- また、**バス無料デーでなくても乗ってみたい**という小学生が、全学年で**約8割**を占めた
- これらのことから、事前の広報を含め、バス無料デーが、**少なくとも小学生**（当日はバスに乗車しなかった小学生を含む）の**バスに対する関心や、利用意識の醸成に寄与した**ものと考えられる
- なお、乗ってみたいという回答の割合は低学年でより高いことから、**年齢が低い時期のほうが、より効果が高い可能性**がある

(※意識や外出スタイルが持続するか一過性のかは今後継続的に検証が必要だが、無料デーのような取組を定期的に繰り返し行うことで、徐々に変容し定着していく可能性があると考えられる)



資料：小学生アンケート（Web）より

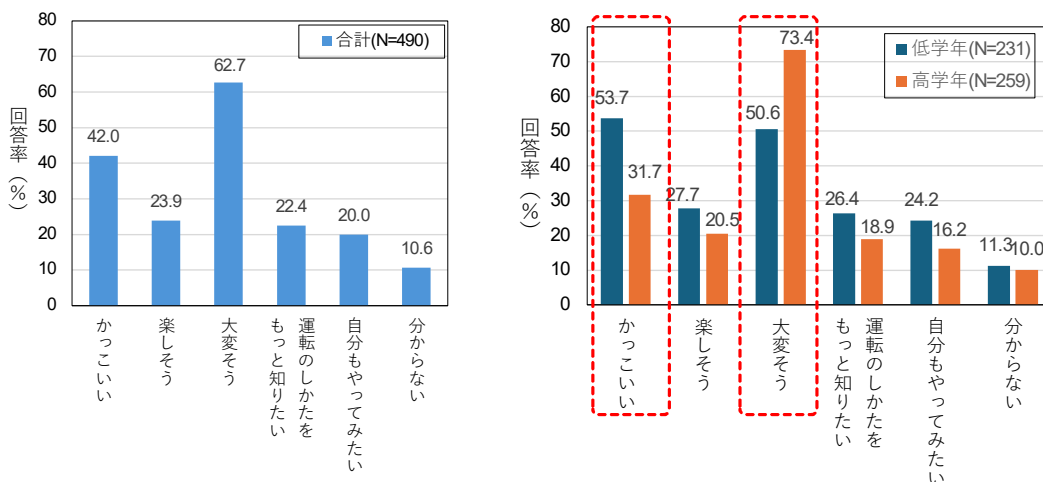


## ②バス運転手に対する感想

- バス無料デーの当日に乗車した小学生の、**バス運転手に対する感想**は、「**大変そう**」との回答が最も多く、次いで「**カッコいい**」との回答が多い
- 「**大変そう**」との回答は高学年で特に多く、「**カッコいい**」との回答は低学年で多くなっている

(なお、「**自分もやってみたい**」という回答は2割程度となっていますが、運転手不足が全国的に深刻化する中、無料デーの取組を定期的に繰り返し行うことによって、「**将来の職業**」としての意識がどのように変容するか、検証することも必要と考えられる)

バス運転手の仕事を見てどう思ったか（バスに乗った回答者）（小学生）



資料：小学生アンケート（Web）より

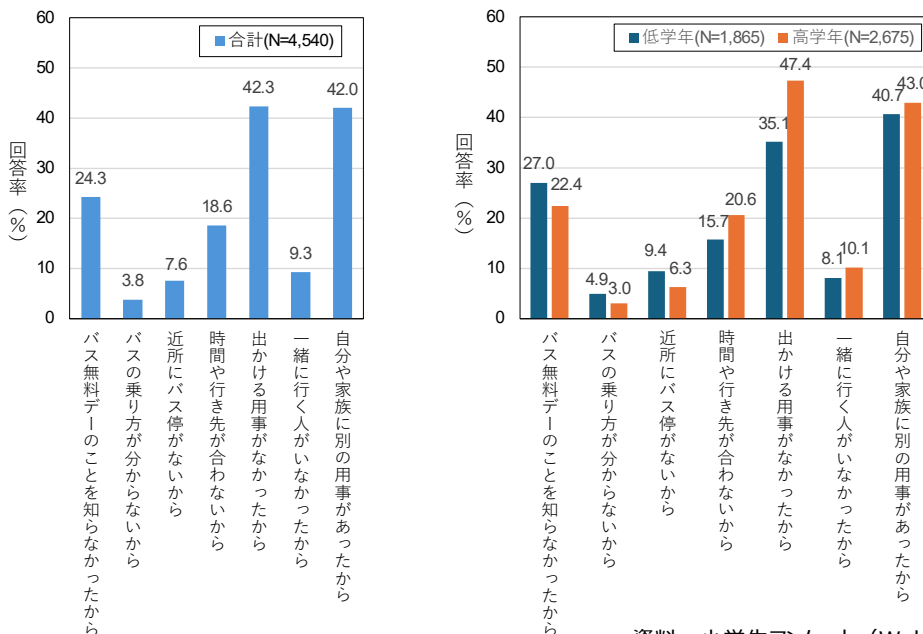


## ③バスに乗らなかった理由

- バス無料デーの当日に、**バスの乗らなかった小学生の理由**は、「**出かける用事がなかった**」「**自分や家族に別の用事があった**」が最も多い。これらに対する方策としては、学校や地域の引率等での乗車を推奨することや、実施日を調整・工夫すること等が考えられる

(なお、「**無料デーのことを知らなかった**」との理由もあるため、学校や地域による取組を更に広げる方策を継続的に検討することが必要)

バス無料デーにバスに乗らなかったのはなぜか（バスに乗らなかった回答者）（小学生）



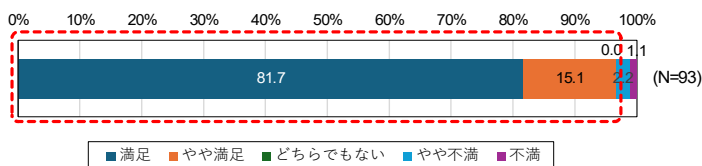
資料：小学生アンケート（Web）より



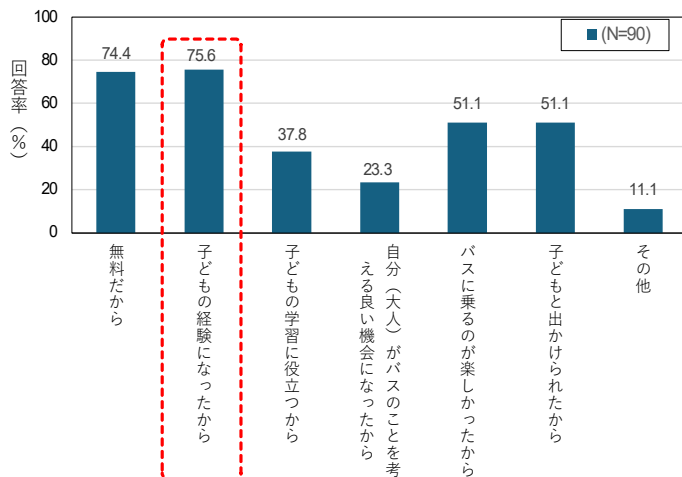
## ④ バス無料デーの満足度とその理由

- バス無料デーに（小学生と一緒に）バスに乗った保護者等の8割以上がバス無料デーに満足と回答
- 満足な理由として、「子どもの経験になったから」との回答が最も多く、保護者もバス無料デーが、子どもがバスの乗車を体験するよい機会になると認識していると推察される

バス無料デーに対する満足度（バスに乗った回答者）（保護者等）



バス無料デーに満足な理由（保護者等）



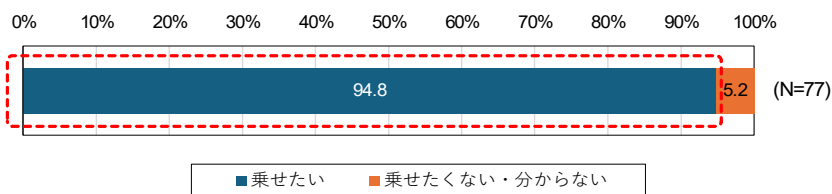
資料：保護者等アンケート（Web）より



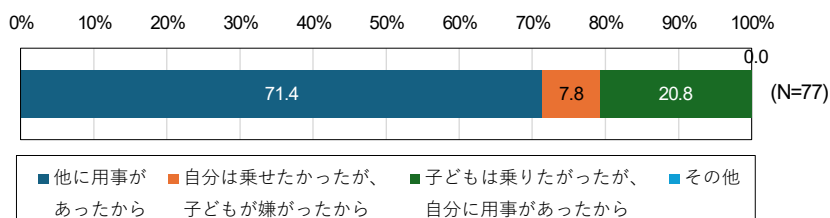
## ⑤ 今後のバスの利用意向

- 今回のバス無料デーにはバスに乗らなかった保護者等についても、9割以上が次回は子どもを乗せたいと回答
- 今回乗らなかった理由として、「他に用事があった」が最も多かった  
(これらに対する方策として、学校や地域の引率等での乗車を推奨することや、実施日を調整・工夫すること等が考えられる)

今度バス無料デーがあったら、子どもをバスに乗せたいか（バスに乗らなかった回答者）（保護者等）



乗らなかった理由（バスに乗らなかった回答者）（保護者等）



資料：保護者等アンケート（Web）より





## 5 脱炭素に対する寄与の可能性

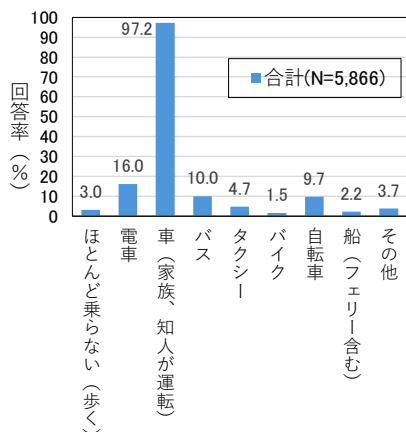
### 無料デーは、脱炭素の活動に寄与するか

#### ① 外出手段の転換

- 無料デーにバスに乗った小学生が、普段、家族と出かけるときの乗り物は「車」が突出して多い。保護者についても同様の傾向が見られる。このことから、当日の外出手段については、「車から公共交通へ」の転換に寄与したものと考えられる

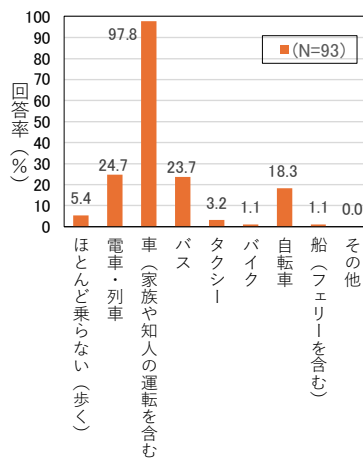
(今後の外出スタイルの変容につながるかどうかについては、継続的な検証が必要だが、無料デーのような取組を定期的に繰り返し行うことで、徐々に変容し定着していく可能性があると考えられる)

普段、家族と出かけるときの乗り物（無料デーに乗った回答者）（小学生）



資料：小学生アンケート (Web) より

普段の外出手段（無料デーに乗った回答者）（保護者等）



資料：保護者等アンケート (Web) より

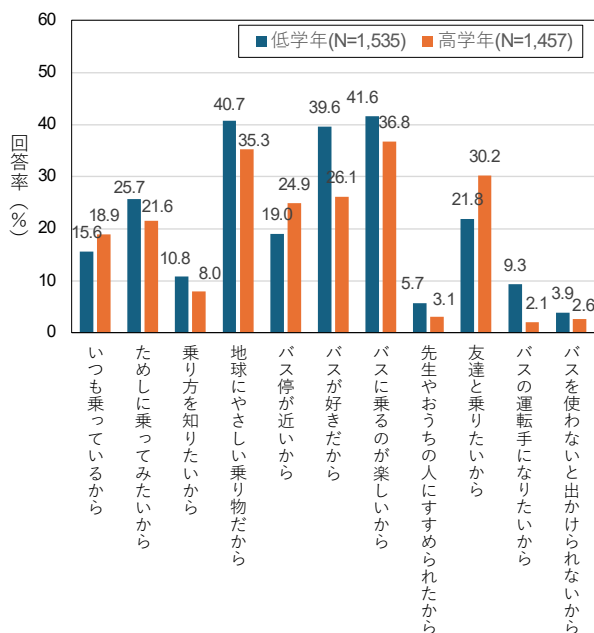
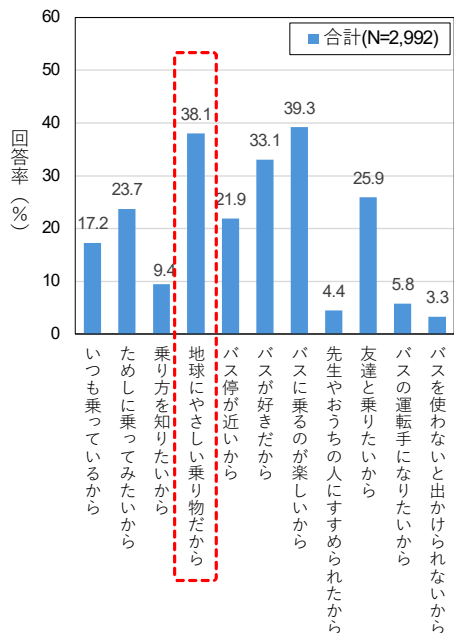
# 「ハッピーライドin静岡」 効果等の調査結果



#### ② バスに乗りたい理由

- 無料デーでなくてもバスに乗ってみたいという小学生の理由は、「バスに乗るのが楽しい」に次いで、「地球にやさしい乗り物だから」が多い。無料デーによって（車ではなく）バスを利用する機会を提供することで、地球環境に対する意識を持つきっかけにできる可能性があると考えられる

無料デーでなくてもバスに乗ってみたいと思う理由（小学生）

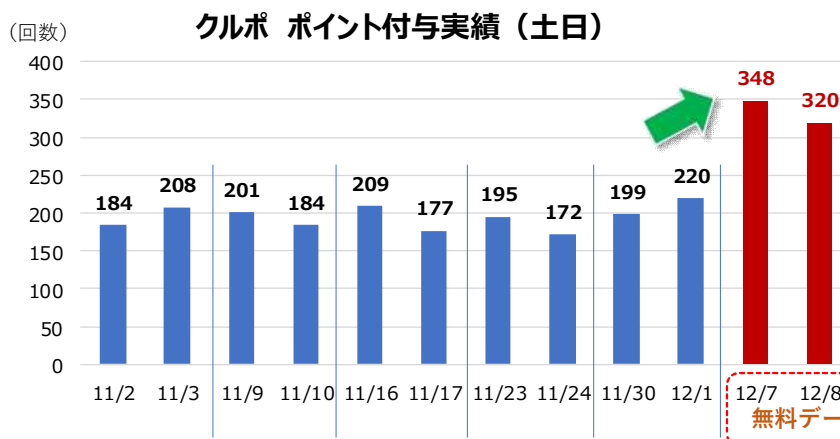


資料：小学生アンケート (Web) より




## ③ クルポ（脱炭素アクション数）の変化（ポイント付与実績）

- クルポ脱炭素アクション『公共交通を利用する』ポイント付与の実績によると、バス無料デーのポイント付与数が、直近1ヶ月の同じ曜日の付与数を上回っている



資料：クルポ ポイント付与実績より



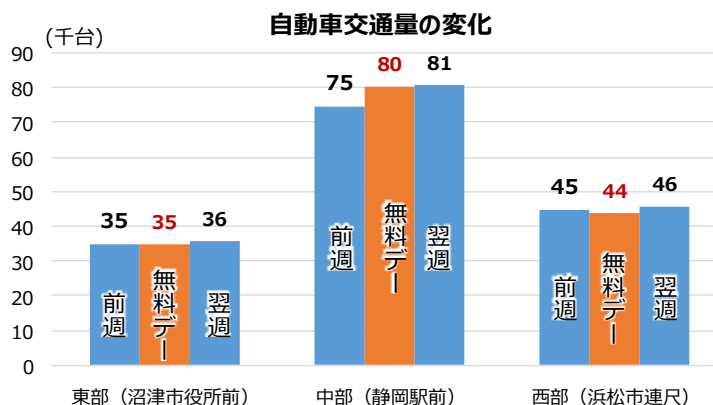
**クルポ**  
 静岡県では、脱炭素を推進するための温暖化対策アプリ・クルポを配信。脱炭素アクション（環境配慮行動）をするとポイントが貯まり、貯めたポイントに応じて賞品が当たる抽選に参加できる。バス無料デー期間中、対象のバスに乗ると脱炭素アクションの『公共交通を利用する』として10Pポイント獲得できるキャンペーンを実施。  
 (<https://f-cc.net/cool-po/>)

19



## ④ 交通量の変化

- 東部、中部、西部の主要駅前交差点の自動車交通量を前週、翌週と比較した結果、静岡駅前交差点の前週との比較を除き、交通量の若干の減少傾向はあったものの、ほとんど差が見られなかった（交通量の若干の減少傾向がバス無料デーの効果によるものかどうかは把握が困難）



資料：主要交差点の7～19時の交通量データ（静岡県交通管制センター）より

20

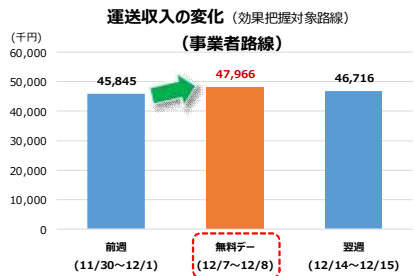
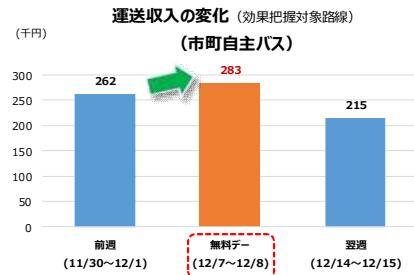
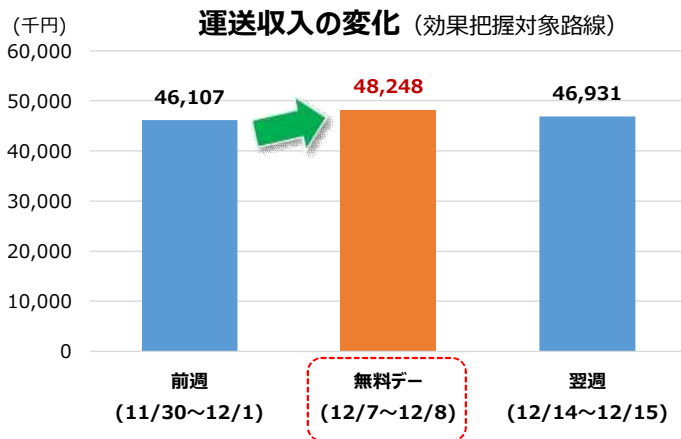


## 6 経済面への影響について

バスの収益面や、利用者の消費活動への影響はどうか

### ① 運送収入の変化

- バス事業者からの報告による**無料デーの運送収入**は、全体として、**無料デーの前週、翌週のいずれと比較してもやや増加**  
 (小学生の運賃は無料だが、もともと利用していなかった人が利用したため減収にはならず、一方で同行する保護者等は有料であるため、全体として増収につながったものと推察される)



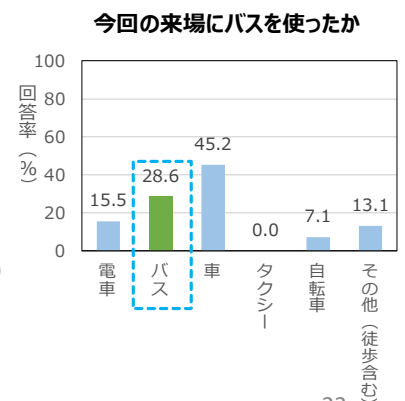
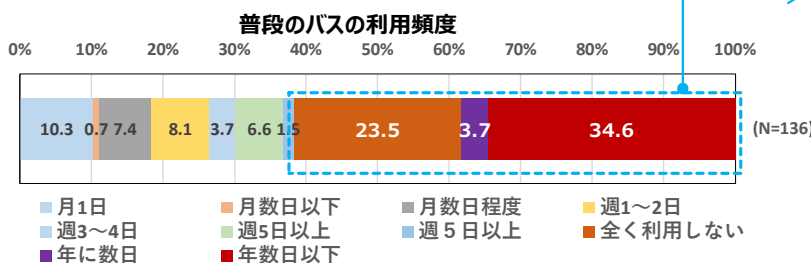
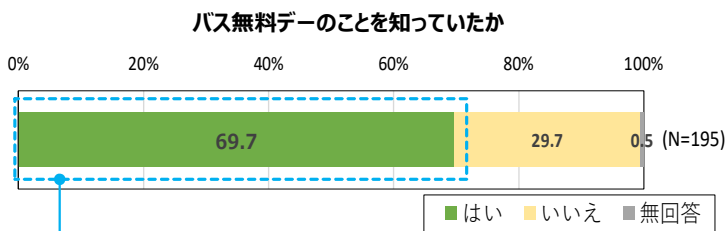
資料：事業者アンケートより



### ② バス無料デーのタイアップイベントの利用状況

- **タイアップ施設来場者**へのアンケートによると、**回答者195人**のうち、「**バス無料デー**」のことを知っていた人は**7割程度 (136人)**
- そのうち、**バスの利用頻度が年数日以下や全く利用しないという人が6割程度 (84人)**
- 更にそのうち、今回の来場に**バスを使った人が3割程度 (24人)**

(少ないながら、これらの人がバスに乗るきっかけとして、バス無料デーが寄与した可能性はある。ただし、バス無料デーが、「外出すること」自体のきっかけとなるかどうかについては、今後更に調査する必要がある。)



資料：タイアップ施設の来場者アンケートより



## 7 その他

### ① アンケートに回答した小学生の学校数について

- 今回の小学生アンケートの回答者数は5,866人であり、サンプル数としては十分な数だった
- ただし、**回答者が一人でもいた小学校は65校**であり、**県内の小学校数（515校）と比較すれば多くなく**、回答者が一人もない学校については、**小学生への案内が積極的ではなかった可能性もある**

アンケートに回答することで、乗車しなかった小学生にとっても、「バスについて考える機会」になるものと考えられるため、乗車を呼びかけるだけでなく、より多くの小学生の回答を促すことが望まれる

今後の取組において、学校等による児童への参加の呼びかけを更に促す方策を検討する余地がある

市区町別の回答者がいた学校数

市区町	学校数	割合
静岡市葵区	5	8%
静岡市駿河区	4	6%
静岡市清水区	14	22%
浜松市中央区	17	26%
浜松市浜名区	2	3%
浜松市天竜区	3	5%
沼津市	4	6%
三島市	2	3%
富士宮市	2	3%
富士市	1	2%
磐田市	1	2%
掛川市	4	6%
御殿場市	2	3%
袋井市	1	2%
下田市	1	2%
裾野市	1	2%
松崎町	1	2%
総計	65	100%

静岡市計：23校  
浜松市計：22校

参考：市町村別・学年別回答者数

市区町	1年生	2年生	3年生	4年生	5年生	6年生	回答者数計	割合
静岡市葵区	3	19	26	3	37	28	116	2%
静岡市駿河区	63	61		2			126	2%
静岡市清水区	65	222	237	201	111	102	938	16%
浜松市中央区	260	333	301	345	642	463	2,344	40%
浜松市浜名区			64	66	87	74	291	5%
浜松市天竜区	2		4	4	8	8	26	0%
沼津市	1	85	75	63	56	62	342	6%
三島市			127	156	139	142	564	10%
富士宮市	1	93		1			95	2%
富士市				43		32	75	1%
磐田市	2	38	33	38	62	5	178	3%
掛川市	5	60	55	45	57	76	298	5%
御殿場市	45	66	22		54		187	3%
袋井市		41					41	1%
下田市				13			13	0%
裾野市	9	14	11	15	19	14	82	1%
松崎町	18	26	25	24	25	32	150	3%
総計	474	1,058	980	1,019	1,297	1,038	5,866	100%

※一人でも回答者がいた学校数

資料：小学生アンケート（Web）より

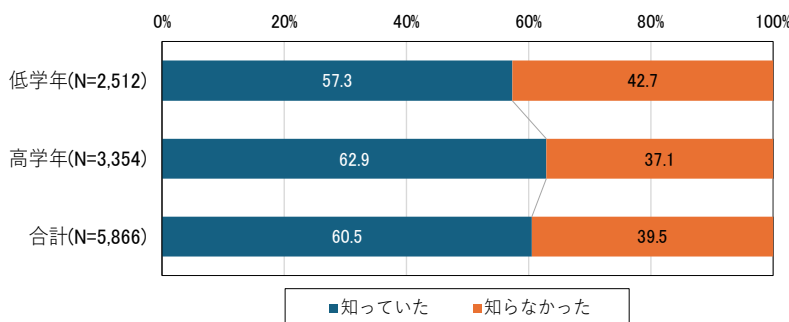


### ② バス無料デーの認知状況について

- 回答者のうち**バス無料デーのこと知っていた小学生は約6割**で半数を超えているものの、**約4割が知らなかった**

（回答者が一人もいなかった小学校の認知度は把握困難であり、これより低い可能性もある）

バス無料デーの認知状況（小学生）



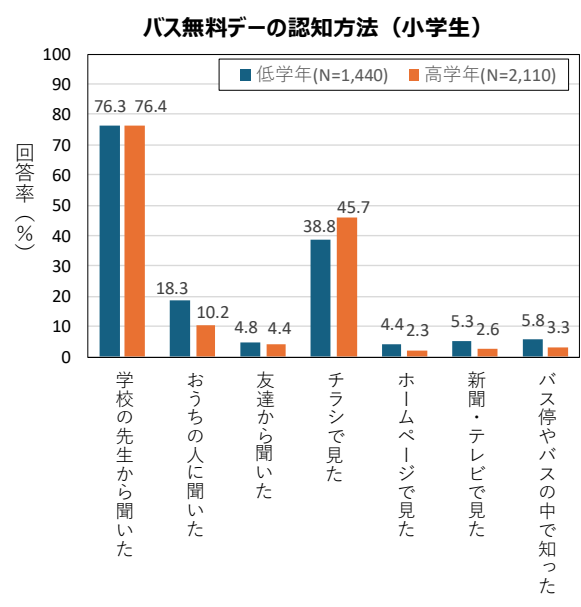
資料：小学生アンケート（Web）より

# 「ハッピーライドin静岡」 効果等の調査結果

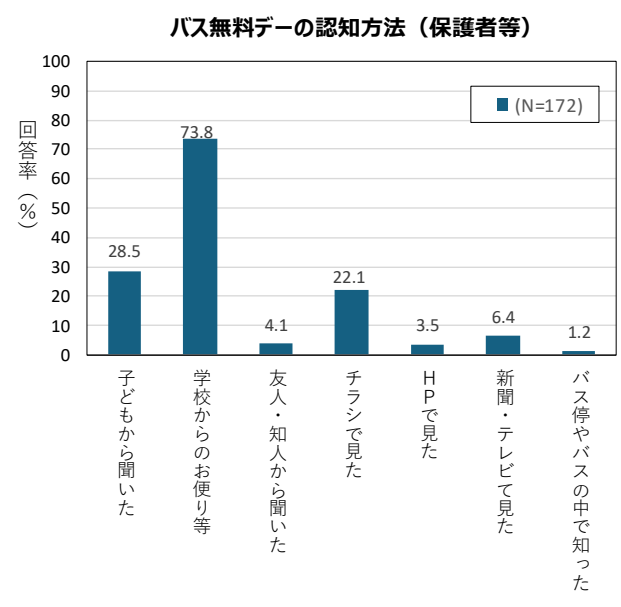


- バス無料デーを知っていた人の認知方法は、小学生は「先生から聞いた」「チラシを見た」が、保護者等は、「学校からのお便り等」「子どもから聞いた」が大半

小学生、保護者等とも、学校を通じて知った人が大半であり、今回、認知していなかったような人へ周知できれば参加者を増やせる可能性があるため、PR方策の工夫等について検討することが必要



資料：小学生アンケート（Web）より



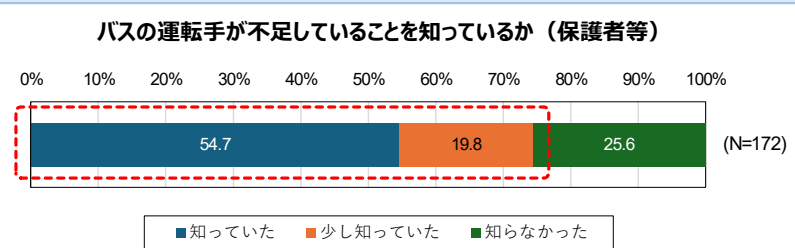
資料：保護者等アンケート（Web）より

# 「ハッピーライドin静岡」 効果等の調査結果

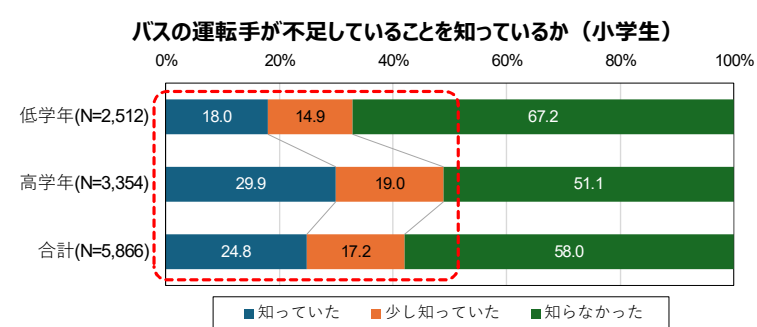


## ③保護者等、小学生のバス運転手不足に関する認知状況について

- 日本でバスの運転手が不足している状況について、7割以上の保護者等が認知している
  - 小学生に関しては、認知していない児童が多いものの、高学年では半数近くが認知している
- 事業者の厳しい運営状況（運転手不足）については認知されつつあるが、知らない小学生も多く残っていた将来に向け、「地域の公共交通を、地域みんなが乗って守る意識」の醸成につながるよう、継続的に周知を図っていくことが必要（今回のアンケートのような取組が一つの方策であると考えられる）



資料：保護者等アンケート（Web）より



資料：小学生アンケート（Web）より





## (参考：バス乗務員へのアンケートでの生の声)

### ○好意的な意見等

◆ 子ども達からお礼の言葉をたくさん頂いた。
◆ 子どもだけのグループが乗ってきて車内が明るくなった。
◆ 小学生の方がバスを身近に感じてもらえる機会になったと思う。
◆ 保護者も同伴するので普段より、乗車率が上がった。
◆ バスの乗り方の練習や、バスの必要性などを知っていただける機会ができたと思います。
◆ 小学生が乗って未来の運転士が増えそうだと感じた。

### ○改善点等

◆ リーフレットを忘れて、各自バス停名を確認し解答するなどで時間がかかった。
◆ リーフレットを持っておらず小学生か判断が難しい子どもがいた。
◆ 無料デーを知らないお客様が2日目の夕方に乗って来られて「もっと早く知っていれば…」と残念そうでした。宣伝効果が足りていないと感じました。
◆ 1ヶ月前から大々的に小学生無料をアピールした方が良い、知名度が低い気がした。
◆ 大きいチラシでなくカードなどにしたほうが良いと思う。
◆ リーフレットが大きく持ち運びに不便そうだったので、もう少し小さい方が良いと思う。
◆ もう少し学校で乗り方の案内などをした方が良いと思う。

資料：バス乗務員アンケート（Web）より

27



## 効果等の調査結果（まとめ）

主な項目	効果等
1 利用者数	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大人、子どものいずれも前週、翌週と比較し<b>増加</b>。 (特に<b>子どもの増加は顕著</b>)</li> </ul>
2-1 利用促進効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 無料デーにバスに乗った小学生（回答者）のうち、これまで<b>一度も乗っていなかった</b>、または<b>1～2回ぐらいしか乗ったことがなかった小学生</b>が、15%を占めた。（これまで一度も乗ったことがない、または、これまで1～2回の回答者のうち5%が、無料デーにバスに乗車した。）少なくとも、このような<b>利用頻度のきわめて低い小学生が、バス利用を体験する機会</b>となった。</li> <li>● バスに乗った保護者のうち、普段のバスの利用頻度が年数日以下、全く利用しない人が約7割を占めたことから、同行した<b>保護者等にもバスを利用する機会を提供</b>できた。</li> </ul>
2-2 マイカーからの転換	<ul style="list-style-type: none"> <li>● バスに乗った保護者の普段の外出手段も「車」が突出して多く、<b>当日の外出手段</b>については、<b>マイカーからの転換に寄与</b>。</li> </ul>
3 広域利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市町を跨ぐ地域間幹線系統の乗車人員についても、<b>乗車人員が前週、翌週と比較し増加</b>。</li> </ul>
4-1 利用意向・意識（小学生）	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 次回無料デーがあれば乗ってみたいとの回答が6割以上、無料デーでなくても乗ってみたいとの回答が約8割を占めたことから、今回のプロジェクトが<b>バスへの関心の高まり、利用意識の醸成に寄与</b>。</li> </ul>



主な項目	効果等
4-2 利用意向・意識 (保護者等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>小学生と一緒にバスに乗った保護者等の<b>8割以上が無料デーに満足</b>と回答。乗らなかった保護者等の<b>9割以上が次回は子どもを乗せたい</b>と回答。</li> </ul>
5 脱炭素への寄与	<ul style="list-style-type: none"> <li>バスに乗った小学生の、普段家族と出かけるときの乗り物は「車」が突出して多いことから、<b>当日の外出手段についてはマイカーから公共交通機関の転換に寄与</b>。</li> <li>クルポ脱炭素アクションのポイント付与実績は、<b>直近1ヶ月の土日と比較し大幅に増加</b>。</li> </ul>
6 経済面の効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>無料デーの<b>運賃収入は、全体で前週、翌週と比較し増加</b>。小学生運賃は無料だが、もともと利用していなかった人が多いため減収にはならず、同行する保護者等は有料のため、<b>全体として増収につながったと推察</b>。</li> </ul>
7 その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>回答者のうち、<b>バス無料デーを知っていた小学生は約6割</b>。知らなかった人は約4割。(但し、回答者がいなかった小学校の認知度はこれより低い可能性がある)</li> <li>小学生、保護者等とも<b>学校を通じて知った人が大半</b>。</li> <li>バス運転手が不足している状況については、<b>7割以上の保護者等が認知</b>。小学生の認知度は半数以下。</li> </ul>



## 効果等の調査結果（考察）

- バス無料デー（乗車を体験する機会の提供）と、それに伴う周知広報やアンケート（考える機会の提供）によって、**一定の成果があった**と考えられるが、その後の意識や行動の変容の状況を検証（追跡）するには、**継続的な調査が必要**と考えられる。
- なお、今回、参加意向があっても参加できなかった人がいたこと、学校等を経由した周知の方策に工夫の余地があること、意識や行動スタイルは、一度の取組で急激に変わるものではなく月日をかけて徐々に変容し広がっていくものであること、また定期的に取り組むことで元に戻ることなく徐々に定着していくと考えられること等から、**バス無料デー等の取組を定期的に継続して実施していくことが必要**と考えられる。