バスを利用したことで、さまざまな効果が見られました



10 自動車交通量の減少 ※集計データは7:00~19:00の昼間12時間における上下線合計(萬代橋は古町方面のみ)

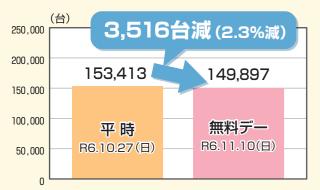


図 中心部エリアと郊外部エリアを行き来した 自動車交通量の変化 (7:00~19:00の昼間12時間)

表 中心部エリア内の 自動車交通量の変化

日割年又迅里の変化	
箇所	減少率
①柾谷小路	8.7%減
②柳都大橋	1.7%減
③萬代橋	14.1%減
④八千代橋	1.9%減
⑤昭和大橋	1.5%減
⑥千歳大橋	2.5%減

出典:新潟県警察提供資料



図 自動車交通量取得断面

中心部エリアと郊外エリアを行き来する自動車交通量は約3,500台減少し、自家用車からバスへ転換された効果が見られました。

出典:新潟県警察提供資料

中心部エリア内では柾谷小路や 萬代橋で減少率が大きく、バス 路線が集積しているエリアで特 に減少したと考えられます。



11 今後のバス利用意向の増加



バスを「今まで以上に利用する」 「時々は利用する」と回答した人は 半数を占め、継続的なバス利用に 向けた意識の変化が見られました。

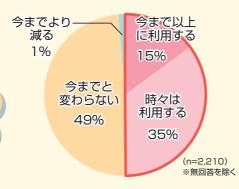
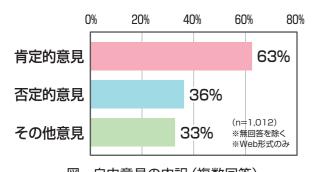


図 今後のバス利用意向

出典:アンケート調査

寄せられたご意見



③ 自由意見の内訳(複数回答)

出典:アンケート調査



「また実施してほしい」など肯定的な意見は63%ありました。 一方、「混雑で大変だった」など否定的な意見も36%ありました。

項目	内容
主な肯定的意見	 良い取り組みだった、楽しかった、またやって欲しい バスの乗り方や乗り場を確認することができた 子どもが喜んでいた 駐車場代を気にすることなくまちなかに長く滞在できた 運転しなくて良いので楽だった、外出先でお酒が飲めた まちに賑わいや活気があってよかった 普段より歩数が増えて健康的に過ごせた
主な 否定的 意見	混雑していて乗れなかった、座れなかった、乗り降りに苦労した通勤で利用しているので混雑・ダイヤの乱れは困る消費喚起としては良いがバスの継続利用にはつながらないのではないか当日帰宅時に無料デーを知った、広報が不足している
主なその他意見	次回の開催方法に関する要望・提案1日乗車券の販売等、運賃割引に関する要望バス待ち環境や案内設備の整備に関する要望

「新潟市内バス無料デー」実施による結果

新潟市都市交通政策課(令和7年3月17日)

「バス無料デー」を実施したことによる主な効果



- ●バス無料デー当日の11/10(日)とその2週間前にあたる10/27(日) (以下、「平時」とする。)を比較した結果、さまざまな面で事業効果が 見られました。
- ●はじめに、バスの利用者が大幅に増加する効果が見られ、その効果は「来街者の増加」、「商業施設における売り上げの増加」、「自家用車からの転換」、「自動車交通量の減少」といった効果として広く波及するなど、バス無料デーによる効果が市内全域に見られ、特にまちなかへの影響が大きかったことが明らかとなりました。
- ●また、バス無料デーをきっかけに、「今まで以上にバスを利用する」 など、今後のバス利用に対する意識の変容が見られました。

アンケート調査の手法・期間

Web形式

各自Webサイトにアクセスのうえ回答 (n=1,195) / R6.11.10~R6.11.17

街頭アンケート形式

主要地点(新潟駅、万代シテイ、古町)にて、 バス利用者に対して調査 (n=1,155)/ R6.11.10

商業・駐車場施設アンケート調査の手法・期間

古町5・6・7・8・9、柾谷小路、本町6、 郊外の各商業施設、駐車場施設に対して調査 (n=27)/R6.11.25~R6.12.13

当日は、バスの利用者が 大幅に増加しました





バスを利用したことで、 さまざまな効果が見られました

- 1 来街者の増加
- 2 商業施設における来店者数の増加
- 3 商業施設における売り上げの増加
- 4 訪問箇所の変化
- 5 外出時間の変化
- 6 消費額の変化

- 7 観光施設における来館者の増加
- 8 自家用車からの転換
- 9 開催日における消費喚起効果
- 10 自動車交通量の減少
- 11 今後のバス利用の増加
- 図 バスの利用者が増加したことによる主な効果

当日は、バスの利用者が大幅に増加しました



郊外部の路線バスや区バス、住民バスを含め、市内全域でバスをご利用いただきました。

■バス利用回数の増加

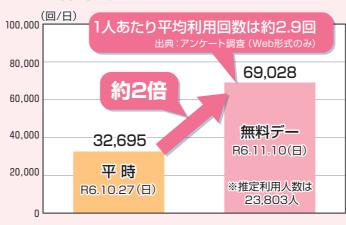
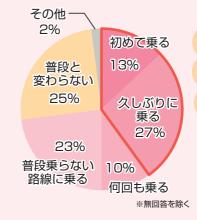


図 平時とバス無料デーにおけるバス利用回数の変化 出典:参加事業者提供資料



| バス無料デー当日のバス利用状況 | 出典:アンケート調査

バス無料デーをきっかけに「初めて乗る」 「久しぶりに乗る」人が多かったこともあり、 バス利用回数は約2倍に増加しました。





1 来街者の増加



にいがた2kmエリア内 を訪れた来街者が増加 するなど、バス無料デー による外出促進効果が 見られました。

※来街者:任意で設定したエリア内で60分以上滞在した人 (エリア内の居住者・勤務者を除く)

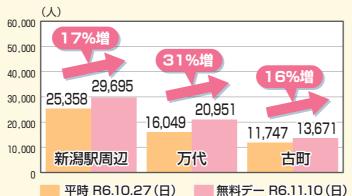


図 にいがた2kmエリアにおける来街者の変化 出典: KDDI Location Analyzer

商業施設における 来店者数の増加

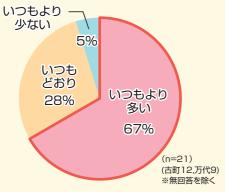
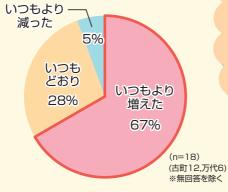


図 商業施設における来店者数の変化 出典:商業・駐車場施設アンケート調査

3 商業施設における 売り上げの増加



商業施設における売り上げの変化 出典:商業・駐車場施設アンケート調査

万代・古町エリアの商業施 設では来店者数が増加 し、それに伴い売り上げも 増加する傾向が見られま した。また、郊外部の一部 商業施設でも同様の傾向 が見られました。



訪問箇所数が「いつもより 多かった 人は53%、外出

時間が「いつもより長い」

人は56%とバス無料デー

をきっかけに、多くの人が

普段以上に外出したと考

また、消費額も「いつもよ

り多い]人が44%にのぼ

り、消費喚起効果が見られ

えられます。

ました。

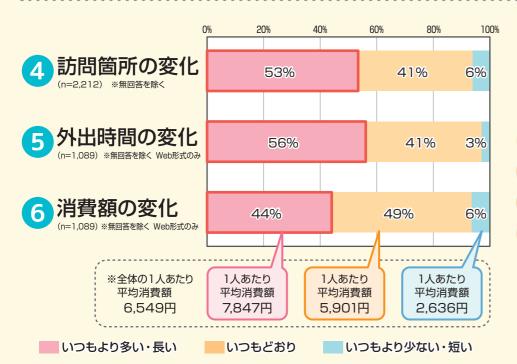


図 訪問箇所・外出時間・消費額の変化

出典:アンケート調査

観光施設における来館者の増加



観光施設への来訪者は市内全 体で23%増加しており、バス 無料デーによって外出が促進 されたと考えられます。

※対象施設:新潟市が保有する文化施設計18施設

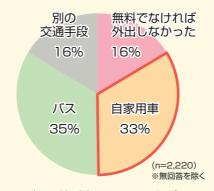


図 観光施設における来館者数の変化

出典:新潟市集計データ

自家用車からの転換

移動手段の変化



バスが無料でなかった場合の 出典:アンケート調査

まちなかにおける駐車台数の変化

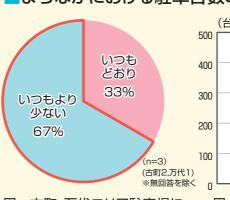


図 古町・万代エリア駐車場に おける駐車台数の変化 出典:商業・駐車場施設アンケート調査

16%減 231 194 平時 無料デー R6.10.27(日) R6.11.10(日)

西堀地下駐車場における駐車台数の変化 出典:西堀地下駐車場提供資料

0-0

バスが無料でなかった場合、「自家 用車1で移動していた人は33%と なり、自家用車からバスへ転換を 促す効果が見られました。

古町・万代エリアの駐車場 では駐車台数が減少し、自 家用車からバスへ転換され た効果が見られました。



開催日における消費喚起効果

バス利用者数 (推定利用人数) 23.803人

普段より増加

した分の消費額

648円※

外出促進による

消費喚起分

2.557万円

無料デーでなければ 外出しなかった人 X 16.4%

バス利用者数

(推定利用人数)

23.803人

X

1人あたり 平均消費額 6.549円

無料デーでなくても

外出していた人

83.6%

外出促進による 消費喚起分 2.557万円

> 追加 消費喚起分 1,289万円

開催日における 消費喚起効果は 約3.800万円と なりました。



追加 全体の 消費喚起分 消費喚起効果 3.846万円 1.289万円

アンケート回答者 1人あたりの平均消費額 6.549円

消費額が「いつもどおり」 だった人の平均消費額 5.901円

出典:アンケート調査、参加事業者提供資料より算出

X