

高齢者おでかけ促進事業「シニア半わり」平成 29 年度末の現況と事業効果について

1. 現況

1). 概要

本市にお住いの 65 歳以上の方を対象に、専用のバス IC カード「シニア半わりりゅーと」や紙券「シルバーチケット」でバス運賃を精算することにより、運賃が半額となる高齢者おでかけ促進事業を平成 28 年 9 月から実施。

2). 目的

超高齢社会が進展するなか、高齢者のバス利用によるおでかけの促進と健康寿命の延伸、医療費の抑制などを目的に、市内在住の 65 歳以上の高齢者を対象にバス運賃を半額とするもの。

3). 事業費

年度	事業費	備考
平成 28 年度	14,509 万円	決算額
平成 29 年度	25,591 万円	決算額
平成 30 年度	25,685 万円	当初予算額

4). 参加状況

本市の 65 歳以上人口に占めるシニア半わり参加者数の割合は 15.6%。

シニア半わり開始年数	1 年目(12 ヶ月)	2 年目(7 ヶ月)
H28-H30	H29.8 月末	H30.3 月末
シニア半わり参加者数 (A)	33,624 人	35,327 人
65 歳以上人口 (B)	224,367 人	226,396 人
参加率 (A/B)	15.0%	15.6%

5). 利用状況

1 人あたりの乗車回数は 1 年目と比較すると、0.4 乗車増加している。
(H28 と H29 の 10 月を比較)

シニア半わり開始年数	1 年目	2 年目
H28-H30	H28.10	H29.10
シニア半わり実利用者数 (A)	18,924 人	23,183 人
シニア半わり乗車回数 (B)	174,602 乗車	221,677 乗車
1 人あたりの乗車回数 (B/A)	9.2 乗車	9.6 乗車

2. 事業効果【アンケート調査より】

1). アンケート調査概要

■調査目的：シニア半わりの参加者と、シニア半わりに参加していない 65 歳以上の市民に（非参加者）に対して、健康寿命の延伸などに関してアンケート調査を実施し、事業効果の検証を行った。

■実施日：平成 29 年 10 月 25 日～11 月 8 日までの 15 日間。

■調査方法：郵送による配布、回収。

■調査対象者：以下のとおり、参加者は平成 29 年 7 月末時点のシニア半わり参加者名簿から、非参加者は平成 29 年 7 月末時点の住民基本台帳から無作為抽出。

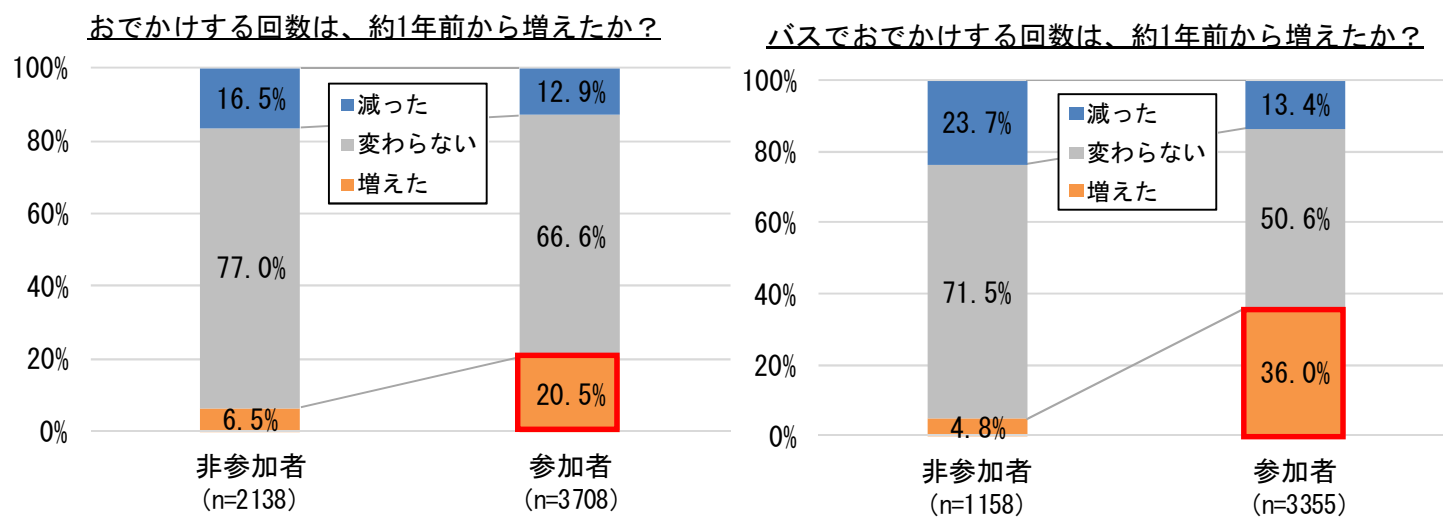
	配布数(抽出数)	回答数	回答率
参加者	約 5,200 人	約 4,000 人	約 77 %
非参加者	約 6,200 人	約 3,400 人	約 55 %
合計	約 11,400 人	約 7,400 人	約 65 %

2). アンケート調査結果

① おでかけ回数の増加

シニア半わりの参加者のうち、20.5%の人がおでかけする回数が増えている。

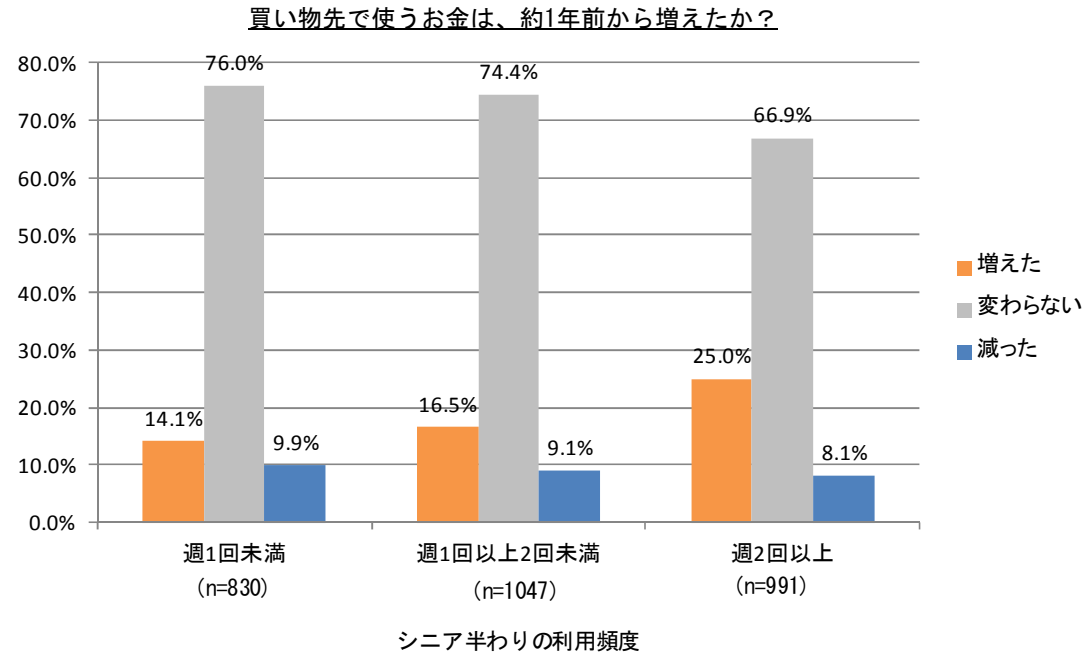
シニア半わりの参加者のうち、36.0%の人がバスでおでかけする回数が増えている。



参加者のアンケート結果

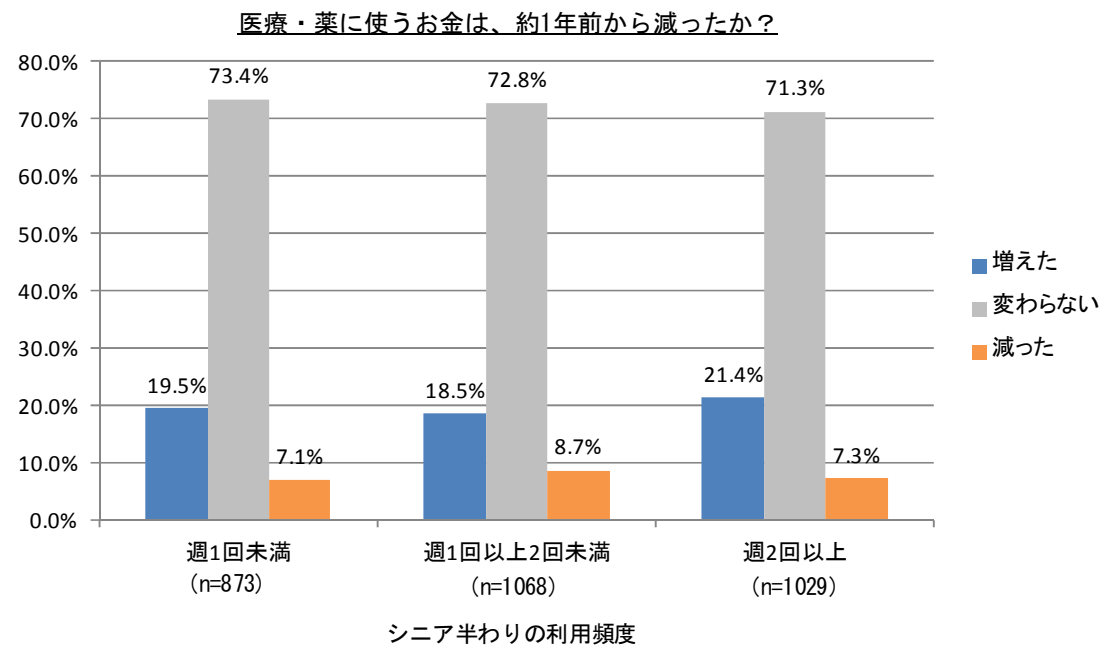
② 買い物消費額の傾向（参加者）

シニア半わりの利用回数が多い人ほど、**買い物消費額が増えている。**



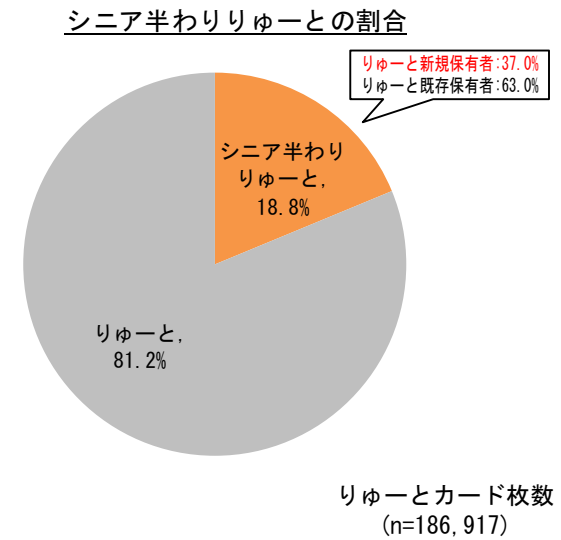
③ 医療費支出の傾向（参加者）

シニア半わりの利用回数によらず、**医療費支出は増えている。**（通院する機会が増加していることに起因されると考えられる。）



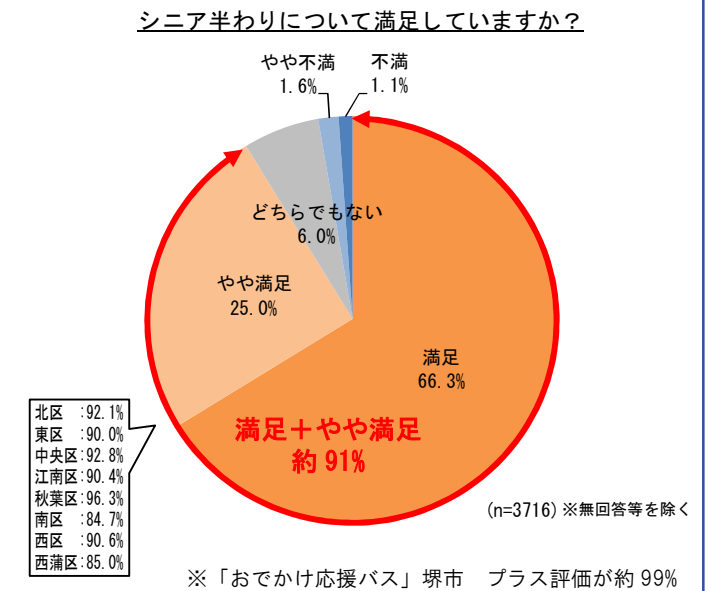
④ ICカードの普及（参加者）

シニア半わりりゅーとは、りゅーとカード全体の18.8%を占めている。そのうち、参加者の**37.0%**がシニア半わりをきっかけでICカード「りゅーと」を保有し、ICカードの普及に寄与している。



⑤ 本事業についての満足度（参加者）

参加者の**約91%**が満足またはやや満足と回答しており、他都市の類似事例*と同様に、本事業への満足度は高い。



非参加者のアンケート結果

⑥ 本事業への参加意向（非参加者）

シニア半わりを利用していない方のうち、シニア半わりを知らない・手続きが面倒そうといった回答が約1割ずつあった。（利用方法等を分かりやすく広報及び周知し、さらなる利用者の拡大を図る。）

シニア半わりを利用しない理由

- ・バスを利用しない（利用が少ない）ため・・・69.3%
 - ・シニア半わりを知らないため・・・**15.2%**
 - ・聞いたことはあるが内容を知らないため・・・**10.6%**
 - ・手続きが面倒そうのため・・・**8.4%**
 - ・おでかけ定期券を利用しているため・・・1.5%
 - ・その他・・・8.9%
- 参加者になりうる層

■まとめ

参加者数、乗車回数ともに増加傾向にあるほか、当該事業の目的である高齢者のバス利用による「おでかけ回数の増加」、「まちなかの活性化に寄与する買い物消費額の増加」、「当該事業の満足度」などの効果が現れつつあることが確認できた。