

# 神鍋線「上限200円バス」社会実験!

次世代にバスを残すために、あなたができることは?

地域・運行事業者・市の協働で取り組む神鍋線「上限200円バス」社会実験の評価に必要な情報を得るため、沿線(清滝・西気地区)の世帯を対象にアンケート調査を行いました。前回の調査(平成24年5月)以降、第二期の社会実験にかけて、意識や行動の変化など、主な内容をお知らせします。

## 《問合せ》都市整備課交通政策係 ☎23-17712

### ① 社会実験の内容をご存じですか?

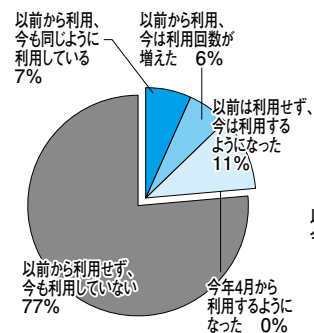
沿線の方々の認知度や意識がどのように変化したかに注目しました。

### 《「上限200円バス」社会実験の認知度》

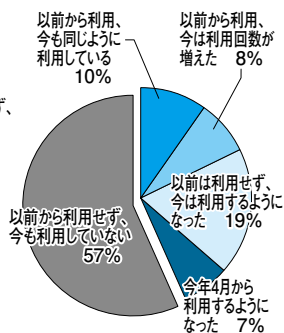
| 項目   | H24.5調査 | H25.7調査 |
|--|---------|---------|
| 神鍋線の運賃の上限は200円である  | 99%     | 100%    |
| 通学定期代は1カ月7,200円である                                       | 32%     | 40%     |
| 朝7時に江原駅に着く便が増便された  | 56%     | 74%     |
| 夜9時に江原駅を出る便が増便された  | 56%     | 71%     |
| 通院・買物に便利「ばちばち便」が増便された                                    | —       | 80%     |
| ほぼ1時間ごとにバスが運行されている                                       | 69%     | 82%     |
| バス利用特典が受けられる店や施設がある                                      | 71%     | 85%     |
| 実験成功には従来の2倍の利用者数が必要                                      | 56%     | 78%     |
| 前回実験は、目標の7割程度にとどまったこと                                    | 53%     | —       |
| 実験の結果、目的に達しないと判断された場合は、従前の運賃体系に戻し、更に路線収支改善のための減便が検討されること | —       | 87%     |

### 《行動の変化》

#### H24.5調査



#### H25.7調査



### ② 神鍋線の利用に変化がありましたか?

前回の調査では、約半分にどまっていた運行ダイヤも、

今回の調査では、70パーセント以上の方がご存じで、中でも「ばちばち便」は80パーセントの方がご存じでした。

### ③ 神鍋線を利用する理由は、何ですか?

前回の調査と比較すると、「神鍋線を残すために積極的に利用している」が伸びており、これは社会実験の意義について理解が深まったものと考えられます。

### ④ 神鍋線利用促進のための取組みに必要なことは?

前回の調査では、「施設や買物の割引制度など、バスを利用した場合の特典を増やす」がトップでした。今回の調査では「区ごとに利用目標を設定するなど区を挙げた乗車運動に取り組む」が最多(43パーセント)でした。

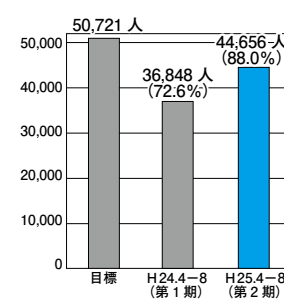
### 《神鍋線を利用する理由》

| 項目                      | H24.5調査 | H25.7調査 |
|-------------------------|---------|---------|
| 運賃が安くなった                | 66%     | 61%     |
| 神鍋線を残すため積極的に利用している      | 55%     | 62%     |
| 利用したい時間に運行されるようになった     | 22%     | 17%     |
| 便数が増えた                  | 17%     | 12%     |
| 自宅や目的地の近くをバスが通るようになったから | —       | 12%     |
| 定期代が安くなった               | 7%      | 8%      |
| その他                     | 6%      | 5%      |

### 《神鍋線利用促進のための取組み》

| 項目                                 | H24.5調査 | H25.7調査 |
|------------------------------------|---------|---------|
| 施設や買物の割引制度など、バスを利用した場合の特典を増やす      | 37%     | 33%     |
| 地区ごとに利用目標を設定するなど地区をあげた乗車運動に取り組む    | 32%     | 43%     |
| 「ノーマイカーデー」など、マイカー利用を自粛する日を定期的に設定する | 31%     | 28%     |
| 特に取り組みは必要はない。個人や世帯の自主性に任せるべき       | 21%     | 17%     |
| 自分に合ったバスの乗り方を具体的にイメージしてもらい取り組みを実施  | 16%     | 18%     |
| 利用促進キャンペーンや地区ごとに市や事業者との対話集会を開催する   | 13%     | 14%     |
| 社会実験を成功させる必要はない。神鍋線は関係ない           | 2%      | 2%      |
| その他                                | 12%     | 12%     |

### 《目標と利用実績の比較(4-8月)》



|        | H25.4月 | H25.5月 | H25.6月 | H25.7月 | H25.8月 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 目標利用者数 | 9,945  | 10,277 | 9,945  | 10,277 | 10,277 |
| 実績     | 7,950  | 8,711  | 8,680  | 8,990  | 10,325 |
| 比較     | △1,995 | △1,566 | △1,265 | △1,287 | 48     |
| 達成率(%) | 79.9%  | 84.8%  | 87.3%  | 87.5%  | 100.5% |
| 運行便数   | 656    | 670    | 650    | 696    | 692    |
| 1便平均   | 12.1   | 13.0   | 13.4   | 12.9   | 14.9   |

社会実験開始以来、初めて月間目標を達成!

社会実験成功のためにできることは?

今年8月には、月間目標に対して100.5パーセントの1万3255人の利用がありました。これは、高校生の通学利用の増加に加え、各区や老人会など各種団体の利用促進、さらには道の駅「神鍋高原」で開催された「神鍋BeerNight」などの取組みによるものです。このことは調査結果でも裏付けられています。

今回の調査で、社会実験に対する沿線の方々の意識や行動がより高まったことが分かります。今後さらには社会実験の必要性を訴え続けるとともに、「区ごとに利用目標を設定するなど、地域全体での取組みを強力に推進します。」



ふるさとづくりのために  
環境経済に取り組んでいます！

人、自然にやさしいお店 **moko** (但馬町奥矢根)

「コウノトリ育む農法の古代米を使用したせっけんの製造」

「環境を良くする事業で経済効果が生まれることにより、環境と経済は互いに発展し合う」。このような環境経済型事業に取り組み企業にインタビューします。

《問合せ》環境経済課経済係 ☎ 23-4480

36



古代米をせっけんに使おう  
と思っただけは？

古代米は生命力が強く、栄養価も高い神秘的な食べ物です。また、ビタミンや鉄分など、女性の体に良い成分が多く含まれています。

米ぬかせっけんは、以前から自宅で作っていました。古代米を使うことで、より良い効果をもたらすのではないかと思います。

市の補助金がきっかけで商品をリニューアルされたそうですね。

これまでも、赤米石鹸として、自宅周辺の温泉施設や口コミなどで販売していたのですが、もっと多くの方に商品を使ってもらいたいという思いからリニューアルに踏み切りました。

具体的に、どのような点をリニューアルしましたか？

これまでも、コウノトリ育



▲古代米から作られたせっけん

む農法で古代米を栽培していましたが、今年、市の「コウノトリの舞」認証を取得しました。

機能面では、泡立ちを良くし、洗浄力を高めつつ、栄養価の高いアボカドオイルを主原料に配合するなどして、優しい泡で、しっとりとした洗い上がりになるように改良しました。

また、「I wish you happiness」(あなたに幸せが訪れますように)をテーマに、コウノトリをシンボルマークとし

たブランド「come savon」を立ち上げました。

さらに、パッケージデザインも透明感のあるものに一新しました。



どういった方に使ってほしいですか？

このせっけんは、女性向けの洗顔用化粧せっけんです。敏感肌や乾燥肌の方は、ぜひ試してみてください。違いを感じられると思います。

美肌成分や天然保湿成分がたっぷり含まれていますので、潤いとハリを与えてくれます。また、赤ちゃんの全身洗にも使用できます。

価格と今後の展開は？

価格は、1個1050円で、約4個分が一本になったお徳用は3千円です。

今後は、但馬の土産物屋や温泉施設での販売を予定しています。また、テーマのおとし、幸せを運ぶせっけんとして、ギフトなどにも利用していただきたいです。

※詳細は、問い合わせください。  
☎ 54-10655

http://www.moko-sekken.com/

事業承継を考える

事業承継と相続

7

日本の中小企業経営者で、自身の親族を後継者に選んだ方は、全体の6割を占めており、その親族の中でも、7割弱の方が自身の子どもを後継者に選んでいます。日本の中小企業では、多くのオーナーが経営者も兼ねています。そのため、相続は、事業承継をスムーズに行うために考えておくべき重要な問題です。

例えば、経営者が自身の子どものうち、一人を後継者に指名して、早くから株式などの資産を授けて(生前贈与)経営を任せていたとします。その後、先代経営者の死亡で相続が開始されると、その遺産の相続権は後継者以外の子どもなどにも及び、遺産には、先代経営者が後継者に移した資産も含まれてしまうことがあります。このことから、早くから自身の資産を後継者に授けて経営させていても、その資産を分割しなければならぬ可能性もあり、業績に悪影響を及ぼすこともあります。



(実際は、個々のケースにより異なります)。  
このような事態にならないためには、生前から家族を含めた関係者と話し合い、後継者以外の相続人にも配慮しながら、遺産の分割をあらかじめ決めておくことが、遺族や会社、ひいては従業員や取引先のためにもなります。

経営者の皆さん、じっくり時間を掛けて誰もが納得できる事業承継を目指しましょう。

《参考文献》  
(株)東京商工リサーチ「後継者教育に関する実態調査」(2003年)、事業承継関連相続法制検討委員会「中間報告」(2006年)

【豊岡市事業承継支援ネットワーク】

後継者問題による廃業を防ぎ、円滑な事業承継を支援することを目的に、平成24年11月に設置しました。

《問合せ》豊岡市事業承継支援ネットワーク事務局  
(環境経済課内)

☎ 23-4480