

池袋副都心移動システム推進事業に関する事業者の 事業実績及び事業計画概要書

実施期間：令和元年度～令和4年度末
計画期間：令和5年度～令和11年度末

事業実績及び事業計画の概要

指標

1

池袋副都心におけるLRT構想、ルートを見据えた移動システム

	評価値	実績値	事業者	要因・実績	今後の計画
1	利用者数	平均利用者数 (平日) 169人 (休日) 384人 延べ利用者数320,781人 1便あたりの利用人数9人 (令和4年度平均)	WILLER (株)	<ul style="list-style-type: none"> 乗車券販売拡大 (ホテル等) PR施策 (公式SNS運用・イベント・取材・フリーペーパー「IKENAVI」の発行。 QRコードを活用した決済機能を導入 期間限定運賃 コロナ感染拡大による運休、減便 車両改修による減便 	<ul style="list-style-type: none"> ルート・ダイヤの最適化に向けた検証及び実行・運行本数・時間帯の拡充 多様な利用客を取り込む方策
2	事業収支	収支率 23.2% (令和元年度～令和4年度)	WILLER (株)	<ul style="list-style-type: none"> 期間限定運賃 広告収入 	<ul style="list-style-type: none"> Webマーケティング 高速バスとの連携 (セット券) SNSでのPR・アプリ機能の拡充・活用 広告事業拡充 車両管理体制・人員体制の適正化
3	ルート	運行ルートの満足度・ 58.7%が「満足」	WILLER (株)	<ul style="list-style-type: none"> 交通量や施設の利用状況によりルートを検証・設定 運行開始後、ルート簡略化による業務効率化を実現。 	<ul style="list-style-type: none"> 西口エリア停留所の拡充 運行本数・時間帯の拡充
4	安定した運行及び安全性	<ul style="list-style-type: none"> 重大事故 0件 有責事故 8件 被害事故 5件 	WILLER (株)	<ul style="list-style-type: none"> 車両整備の徹底 社員研修 (IKEBUS座談会・全体講習会・貸切研修) 健康管理 (健康診断・健康相談) 災害・緊急時対策の徹底 (マニュアル策定・地震対応訓練・テロ対策訓練) 	<ul style="list-style-type: none"> 車両整備体制の強化 社員研修の充実 健康管理 (健康診断・健康相談) 災害・緊急時対策の徹底 (マニュアル策定・地震対応訓練・テロ対策訓練)

事業実績及び事業計画の概要

指標
2

単なる移動手段でなく、まちの魅力や価値を高める装置

	評価値	実績値	事業者	要因・実績	今後の計画
1	知名度	<ul style="list-style-type: none"> ・広告換算費 約7億5千万円 ・Webアンケート アクセス数4995件 ↳アンケート回答数1672件 ↳IKEBUSの認知 (P9) 1,512件 (90.5%) どこで知ったか (P10) (N=1,512) 「SNS・テレビ・ネットニュース」29.9% 	WILLER (株)	<ul style="list-style-type: none"> ・TV番組での取材協力 ・まちの魅力伝える情報発信 ・成田空港線との取組み 	<ul style="list-style-type: none"> ・SNS戦略強化 ・メディア露出につなげる広報活動
			アトカル協議会	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントアトラクションとして区内の各イベントへ出展 ・知名度があることで、アンケート調査で多くの回答が得られた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・豊島区の国際アート・カルチャー都市、SDGsモデル都市施策を発信するための企画旅行
2	魅力度	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケート (P12) 利用目的 (N=811) 「IKEBUSに乗ること自体が目的」55.8% ・アンケート (P29) 池袋のイメージの変化 (N=1512) 「池袋のイメージが上がったように感じる」47.3% 	WILLER (株)	<ul style="list-style-type: none"> ・まちの魅力をつなげるルート設定 ・IKEBUSのブランドイメージの維持 (車両清掃・乗務員研修) ・情報誌発行/SNS運用 ・イベントへの参加 ・多言語化 	<ul style="list-style-type: none"> ・クールジャパン拠点として世界へ発信
			アトカル協議会	<ul style="list-style-type: none"> 貸切ツアー実績 438件 ・IKEBUSアトカルツアー (定期) ・企画観光ツアー ・保育園児の体験ツアー 	<ul style="list-style-type: none"> ・区民が豊島区の魅力を知るための「ガイドバス」活用 (学校SDGsツアー等)
3	協働のまちづくり	<ul style="list-style-type: none"> サポーター企業 26社 グッズ販売総数 10310個 	WILLER (株)	<ul style="list-style-type: none"> ・サポーター企業と連携し記念乗車券を作成・販売 ・IKEBUS防災協定 ・テロ対策パートナーシップ ・区内外のイベントに貸切車両で出展・PR 	<ul style="list-style-type: none"> ・サポーター企業とともに取り組む街の価値向上 ・乗務員インバウンド対応強化 ・まちの見守り機能の強化
			アトカル協議会	<ul style="list-style-type: none"> ・販売開始から1万点以上のグッズを区内外7箇所販売 	<ul style="list-style-type: none"> ・IKEBUSのデザイン性をシティプロモーションにつなげる為の企業連携によるグッズ事業

事業実績及び事業計画の概要

指標
3

インバウンドなどの観光客の回遊をサポート、促進

	評価値	実績値	事業者	要因・実績	今後の計画
1	回遊サポート・促進	<ul style="list-style-type: none"> アンケート (P28) IKEBUSの運行による行動の変化 (N=1512) 「池袋の街中を移動しやすくなった」 19.7% 	WILLER (株)	<ul style="list-style-type: none"> 乗務員研修によるインバウンド対策 乗車サポーターによる誘客及び回遊サポート (アトカル協議会委託) 	<ul style="list-style-type: none"> インバウンド需要の獲得 (多言語化・企業連携)
			アトカル協議会	<ul style="list-style-type: none"> 一般貸切オリジナル企画として池袋エリアの回遊・研修ツアーを複数回実施。 	<ul style="list-style-type: none"> シティプロモーション担当課・区内企業との連携
2	満足度	<ul style="list-style-type: none"> アンケート (P16-22) 満足度 (N=811) 「満足」以上の回答割合 運行ルート：58.7% 運行ダイヤ：34.8% バス停留所：58.1% 運行時間帯：43.8% 運賃：63.7% 車両・車内設備：61% ドライバー対応：79.9% アンケート (P23-27) オススメ度 IKEBUS (N=811) 「おすすめしたい」 73.7% アトカルツアー (N=203) 「おすすめしたい」 64.5% 一般貸切満足度 (N=174) 「おすすめしたい」 59.2% 	WILLER (株)	<ul style="list-style-type: none"> 車両管理・整備体制の実施 まちの変化に合わせたルート変更 乗務員への各種研修 車内環境整備 	<ul style="list-style-type: none"> 車両整備体制の強化 乗務員研修の更なる充実 車と人の課題を解決するため、自動運転化を見据えた車両の検討を進め、需要に応じたタイヤ拡充を実現
			アトカル協議会	<ul style="list-style-type: none"> IKEBUSの一般貸切ツアーによりお客様の要望に沿ったツアーを実現 ツアー参加者からのお礼の手紙等 	<ul style="list-style-type: none"> IKEBUSを活用する利用者の希望用途が叶うよう最善の努力でお応えする。

事業実績及び事業計画を踏まえた今後の方針等

指標
1

池袋副都心におけるLRT構想、ルートを見据えた移動システム

【WILLER】池袋の交通課題である東西をつなぎ、既存の公共交通ではできない回遊を実現、重大事故もなく、ルート・ダイヤの最適化を重ねながら高い満足度で運行した。今後、多様な利用客を取り組む方策や、コロナ禍・減便等の不測の状況で実現できなかった運営施策、バス事業に限らない旅行会社ならではの新しい取り組みにより収支の改善を図っていく。

指標
2

単なる移動手段でなく、まちの魅力や価値を高める装置

【WILLER】地道な車両環境の整備や乗務員の高い意識醸成によるブランドイメージの維持が広告換算費7億超を誇るまちの魅力のシンボルとしての機能を支えている。本来は「移動」が目的となるところ、利用者の過半数がIKEBUS自体を目的として乗車していること、池袋のイメージ向上の寄与を実感している割合も約50%と、まちの価値を高めるモビリティであると言える。今後、沿線企業とのつながりによるまちの価値向上など取組みで、まち自体の活性化・収益化につなげていく。

【アトカル】区の魅力をエンターテイメントとして発信する企画観光ツアーの人気は高く、区全体で開催する保育園児の遠足ツアーは区の未来を担う子どもの一生涯の思い出になり、地元への愛着を高めるきっかけとなっている。IKEBUSの集客・反響力は前例にない程であり、区の魅力をIKEBUSを通して地元から発信する取組みは当該協議会でしかなしえない実績である。

指標
3

インバウンドなどの観光客の回遊をサポート、促進

【WILLER】IKEBUSの運行により認知者の20%が街中の移動のしやすさを実感している。インバウンド需要の高まりから、まちに不慣れな来街者を支えるモビリティとしての機能がさらに期待できる。

【アトカル】観光企画ツアーは観光客にとって深く地元の魅力を知れるツアーとなっている。今後、シティプロモーション担当課・区内企業との連携により、唯一無二の「観光まちづくり事業」の推進が期待できる。

これまでの事業実績と今後の5年間の事業提案の内容を踏まえ、「池袋副都心移動システムの運営に関する基本協定」及び「電気バスを用いたまちの活性化に資する事業に関する基本協定」について、更新を行いたい。