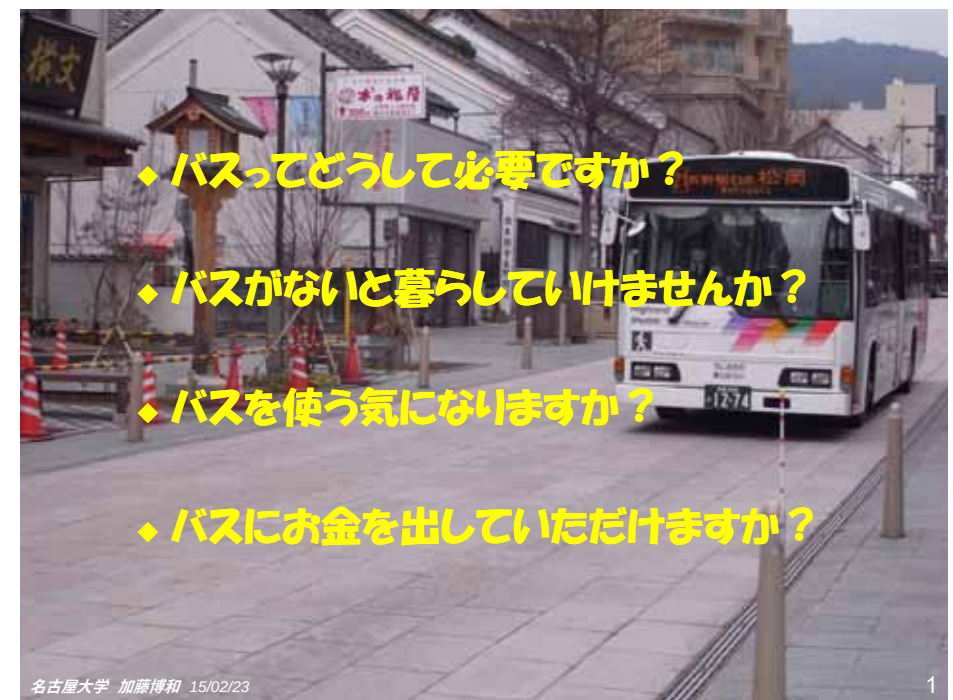
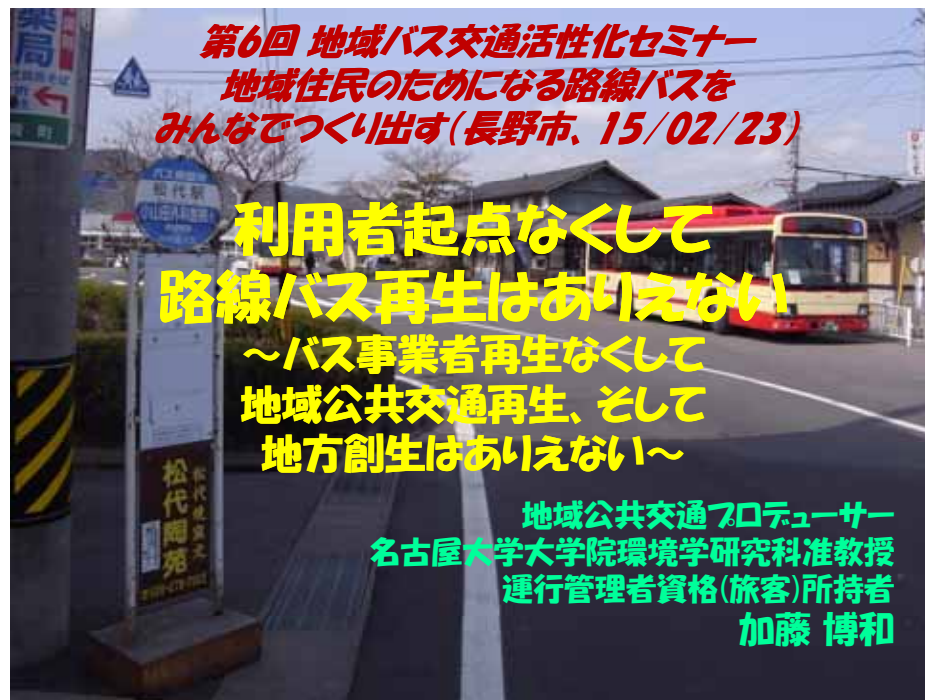




「おでかけ」できることの大切さ

- ◆ だれかに乗せてもらえばいい？
- ◆ モノが来てくれればいい？ (通販、移動販売車など)
- ◆ ITを使えばいい？ (SOHO、テレビ会議、チャットなど)



「おでかけ」しなくても済む、のはいいが、
 「おでかけ」が自由にできない、というのは健全か？

「おでかけ」しやすくすることは、
 地域をいきいきわくわくにするための方法の1つ
 やるなら「乗って楽しい」「降りても楽しい」を目指す必要

- ◆ **乗って楽しい**: 交通手段自体に魅力がある
- ◆ **降りても楽しい**: 必要なところや行きたいところに行ける
 →それを提供することで、QOL(Quality Of Life)を向上し、
 地域の豊かさを増進させるのが公共交通事業

地域公共交通をめぐる状況の変化

- ◆ 地域公共交通を国や鉄道・バス会社が管理運営する時代は、収益性低下に伴い終わった (**規制緩和**)
- ◆ 同時に、法令や補助・支援制度も、「**地方分権**」を前提とするものに変化しつつある (「護送船団」から「選択と集中」へ)
- ◆ ほうっておくとジリ貧 (何でもそうだが)。今や、それが必要だと思う自治体・地域・住民・利用者が主体的に動かないとなくなってしまう (**事業者任せではダメ**)
- ◆ そのためにも、なぜ公共交通が必要か、なぜ維持しなければならないかを真剣に考え、要領よく体现する必要がある (**事業者の対応がカギ**)

地域公共交通はなぜ衰退しているのか？

- ◆ 枕詞：モータリゼーションと少子高齢化
 - 今や公共交通がなくても暮らしていける
 - そもそも公共交通だけに頼ってでは不便
 - なぜそうなったか？（説明がつかない減少）
- ◆ 影の理由：
 - ◆ 公共交通は旧態依然
 - ◆ 一見さんお断り、不便？ 不安？
 - ◆ 十年一日、世の流れについていけない

路線バス事業衰退のスパイラル

- ◆ バスサービスを買ってくれる人がいない
 - ◆ 買ってもらえるようなサービスをつくりだすしくみがない
 - ◆ 買ってもらえないのでやる気も出ない
 - ◆ 結果的に、サービスの劣化が加速する
- このままいけば、お客様も減るが、働いてくれる人もいなくなる？

平成26年度中のダイヤ改正について（お知らせ）

平素は当社事業に格別のご理解とご利用をたまわりまことにありがとうございます。

バス事業を取り巻く環境は愈々厳しさを増しており、少子高齢化・乗用車等個別交通移行等による利用者の減少、燃料費高騰に加えて、運転士のなり手不足・退職による運転士不足ならびに車両老朽化・修繕費高騰に伴う車両調達・更新コスト負担増加による予備車不足などにより、限られた運転士・車両といった経営資源を再配置して持続可能な路線網として路線再編を余儀なくされております。

以上のことから本年度中に以下のダイヤ改定を皮切りに路線再編を実施いたします。詳細については追って順次お知らせいたします。

ご不便をおかけいたしますが、何卒事情ご賢察のうえご理解いただきますよう、また、変わらずご利用いただきますようお願い申し上げます。

少子高齢化・モータリゼーション だけじゃない！

- ◆ 燃料費高騰
- ◆ 運転手不足
- ◆ 車両費増加

顧客がいても供給できない時代に

「人＝コスト」ととらえる発想の行き着く先

✓ 人件費率が高いため「人減らし」「待遇切り下げ」で費用削減

- ◆ とにかく運べればよい（内容は問わない）
- ◆ 車掌・ガイドがいなくなり、内勤がいなくなり、…
 - ※ワンマンという言葉のセンス
 - ※点呼場で定期券・回数券を売る？
 - 従業員のやる気が出ない
 - クルマは古く汚くなる。基本的な安全性や、従業員の技倆確保ができずモラル低下
- ◆ いつしか「いい商品をつくる」力が喪失
 - 事業改善検討要員がカットされ、自社で新規施策や企画・広報ができない（だから自治体・地域の協力が必要）

**「人を人に見ないこと」の結果として
現状の苦境に陥ることは必然**



**これでどのくらい
運転手が集まりますか？**

**告知するなら自社商品の宣伝では？
あるいは「業務拡張のため」とか**

**近年「地域を支える仕事」
という触れ込みが効果的に**

渴望される「成功体験」

- ◆ 暗い話ばかりで待遇も悪い企業に若者が入るわけがない。運転手不足解消は「前を向く業界」にならないとできない
- ◆ 利用が減るほど税金が還付される、補助をたくさんもらえるように路線をいじる、という「負け犬根性」からどう脱却するか？
 - ◆ エコルカードだけで九州全体でのバス利用者数を増加に転じさせた西鉄
 - ◆ 戸別訪問・セグメント別案内パンフ・パック販売で顧客を掘り起こした十勝バス
 - ◆ 企業向け定期券割引で増益しベアを実現した福島交通
 - ◆ 自治体とのコラボで増客を達成し「対前年比プラスという数字を入社以来初めて見た」と素で感動した某社役員

いったい、お客様をどう考えているのか？

－「おもてなし」が全く感じられないサービス－



**まさに「供給者目線」
「不便でなく不安」**

案内が極めて混乱している

◆メディア間の一貫性のなさ

- ◆配布物、掲示、車両LED表示、車内案内、ウェブサイト、案内所
- ◆系統図、時刻表、のりば案内
- ◆系統番号・愛称、経由・行先

◆基本コンテンツに起因する問題

- ◆「系統」「ダイヤ」「乗降施設」「車両」の4大コンテンツが路線の性能を決める
- ◆系統・ダイヤがそもそも複雑で把握しづらい、説明もしづらい
- ◆そのため、一見さん向け系統と、一見さんお断り系統が錯綜せざるを得ない非効率

分かりやすい案内にしないと使ってもらえない
しかし、何を案内すべきか分かっていないのかも？
(言い換えると、商品の意味が分かっていない)

現場で何が起きているか分からない！

◆管理・モニタリングできない

- ◆運転手
- ◆車内
- ◆利用状況・顧客情報
- ◆道路状況

→ 管理者は運賃箱と苦情の電話でしか実感できない
何も考えないで釣り糸を垂らしているようなもの

◆それ以前に、管理・モニタリングする必要を(いまだに)感じていない？

- ◆釣り糸を垂れていれば勝手に釣れる時代があった
- 釣りをしていることが目的で、釣れなくても問題ない？

お客様(利用者+地域)のニーズとかけ離れた公共交通政策は破綻せざるを得ない

・固定観念にしばられた「路線バス」「廃止代替バス」「自主運行バス」「施設巡回バス」の時代は終わった
・これからは、ありきたりのコミバスやデマンドさえも乗り越えた「新しい地域公共交通」につくり変えていかないとけない

意識: 旧来型「公共交通」の硬直的な発想ではもはや生活交通は維持できない
住民の「おでかけ」(外出・移動・生活) 保障への転換が迫られる

目的: なぜ維持しなければならないのか？
なぜ公的補助が正当化されるのか？

方法: より役に立つ公共交通をつくり、守り、育てるためにどのような取組が必要か？

人任せ、独りよがりではダメ！

乗っていただき、あいがたがっていただくためにマーケティング(買っていただける価値の提供)の発想が重要

1. 真の付加価値の認識 (Benefit)

- ・ 何を得たくてバスに乗るのか？

2. 差別化 (Positioning)

- ・ 他の手段と比べて何が強みか？

3. 顧客の特定 (Targeting)

- ・ だれがそれを評価してくれるか？

4. 具体化 (4つのP)

- ・ Product (商品) / Price (価格) / Promotion (販促) / Placement (販路)

どういう路線がよい路線か？

(例1) 総合病院乗り入れは「路線バス勝利の方程式」
しかし、本当にいいことなのか？

→ 高齢者は病院しか行くところがない？(でかける口実がつかれない？)

(例2) 商店街から要望を受けて路線を引いた
これは、本当にいいことなのか？

→ 商店街が何も努力しなければ共倒れに

◆ 公共交通づくりは、集まれる場所づくりとセットであるべき(商店街・産直・ショッピングセンター、図書館・生涯学習施設、温泉、コミュニティカフェなど)。

→ 「おでかけ」は「手段」×「行先」の組み合わせで楽しくなる

※施設最寄停留所：施設との位置関係、名称、ダイヤ

※自宅最寄停留所：位置も大事だが待ち環境も大事

「需要」と「ニーズ」の把握(調査)が重要

◆ 需要：顕在化しているもの(行っているor行いたい)
→ アンケートが有効

◆ ニーズ：潜在的なもの(気づいていない)
→ 膝詰め(グループインタビューやワークショップ)
が有効

調査手順

1. まず現状の移動状況や気持ちをはき出してもらう
2. 情報を提供し、考え、気づいてもらう
3. 関係者で、どうすべきか、何ができるか話し合う
4. 考えをまとめなおしてもらう

→ ニーズとその充足方法が見いだされる

いずれにせよトップダウンやコンサル丸投げではダメ

乗る路線をどうつくり出すか？

—「**一見さんお断り**」から脱却するために—

◆ **ターゲット**を明確化する

- ◆ その人たちにどんな生活をしてほしいか？
- ◆ そのためにどんな「おでかけ」を担保すべきか？

◆ **基本コンテンツ**を磨き上げる

- ◆ **系統、ダイヤ、乗降施設、車両**で決まるサービスレベル
- ◆ それを「**お値打ち**」と思わせる運賃設定

◆ 分かりやすく、おしゃれで、**心に響く**訴えかけをする

- ◆ 利用者の立場に立ったインタフェイス

訴求の考え方(例)

- ◆ **クルマに乗れない人・・・確実に囲い込む**
 - ◆ 通院：病院・処方せん薬局とタイアップ。診療時刻調整
 - ◆ 高校通学：進路決定段階からバス情報を流す。高校別時刻表配布。部活対応。放課後対応
- ◆ **クルマに乗れる人・・・1年に一度でいいから乗ってもらえるようにする**
 - ◆ 通勤：ノー残業デーのまちなかへの便、深夜便
 - ◆ 買物：停留所位置。荷物置場。特典付与
 - ◆ 観光：見て乗って楽しいバスを走らせる

※何十年もバスに乗ったことがない、乗り方を知らない人がたくさんいる

※クルマに乗れなくなるほど体が弱ったときには公共交通にも乗れない

データ収集でPDCAを回す

- ◆ PDCAはデータに裏打ちされた評価と現場の理解が必須
- ◆ したがってIT活用によるデータ収集、解析は急務 (この業界はあまりにもアナログ)
- ◆ 高速ツアーバスはwebマーケティングで、利用者ニーズ把握と運行決定を同時実現 (スピード感あるPDCA)。しかし現場はスルー (だから新高速バス規制が必然)
- ◆ しかし、一般路線では路線企画・改善検討に現場が様々な役割が果たせる (果たさないといけない)
- ◆ お客様と直接接し、経営や行政にもものが言えることを最大限活かす (service & survey & suggestion)
 - 「企画」「運営」と「運行」が一体となった事業者の強みが発揮され、運転手など現場の付加価値も高まる (貢献の自覚)
 - とはいえ運転手はきつい。IT活用で運転手の負担をどの程度減らせるか？ (安全支援、情報収集・分析)

運転手・職員 総「企画営業部員」化の必要性

- ◆ ニッチ: 常に街中を職員が動き回り、お客様と接しているという「他にはない強み」
 - ◆ 真の意味での労働生産性向上、商品の付加価値向上
 - ◆ 駅の無人化・案内所の削減はナンセンス (付加価値を生み出せ、情報収集・情報提供ができる施設としてとらえていない証拠)
- ◆ ソリューション: サービスを提供する人から、サービスをつくり出し改善する人へ (cf. 化粧品会社の対面販売方式)
 - ◆ メーカーのように、社長が新商品をプレゼンしセールスできますか？
 - ◆ 「マニュアル通りやる人」ではだめ。「マニュアルをつくる人」が必要
- ◆ そのためにもやはり「現場起点」
 - ◆ いい商品は運転手・職員にしかつくれないし、PRもできない
 - ◆ そのためにも、お客様や地域とコミュニケーションし、味方につける
 - ◆ バス・電車を動かしながら、よりよいまちや暮らしに役立つ提案を考える

供給者目線から利用者目線へ.. ..といえど見直してみませんか？

1. クルマの窓はきれいか？
2. 停留所看板は朽ちていないか？
3. 運転はよどみないか？
4. 運転手はあいさつしているか？ アナウンスは聞き取れるか？
5. 配布路線図・時刻表は分かりやすいか？ 欠品がないか？
6. 路線網はごちゃごちゃしていないか？
7. 方向幕表示はアピールするか？ 行先・経由は魅力的か？
8. 路線・停留所名称は適切か？ 利用したくなるか？
9. 停留所掲出物は見やすいか？ 配布物やアナウンス、方向幕、案内板等と整合しているか？
10. 系統番号は乗車すべきバスの選択に役立つか？
11. ターミナルののりば割り当ては利用者から見て合理的か？
12. 新路線の出発式で社長が率先して路線の「売り」を説明し、乗客の案内をしているか？ 黒塗りで帰ったりしていないか？

バス事業者に必要な3つの力

企画力

- 「交通事業の常識は世間の非常識」を出発点に根本見直し
- 固定観念を覆す新たな商品開発
- 現場を持つ労働集約型産業の強みを生かしたマーケティング
- 企画実施と安定顧客獲得に必要な、地域とのコラボレーション

提案力

- 「一皮向けた」商品のPR
- 新企画の仕掛け役
- 地域活性化への取り組み
- 「地球にやさしい公共交通が走る」まちやライフスタイル提案

サービス力

- 「心地よい移動」をどう提供するか

交通政策基本法

2013年11月1日閣議決定
11月27日成立、12月4日施行

基本理念(第2～6条)

- ◆ 国民生活の安定向上・国民経済の健全な発展に不可欠。需要の充足が重要
- ◆ 交通の機能確保・向上が必要。災害時への対応にも配慮
- ◆ 環境負荷削減を念頭に
- ◆ 交通手段間の適切な役割分担と、有機的・効率的な連携
- ◆ 関係施策との連携、関係者間の連携による推進

名古屋大学 加藤博和 15/02/23

国際競争の激化・我が国経済の低迷 災害に強い国土・地域づくり 人口減少・少子高齢化

我が国が抱える喫緊の課題に対し、交通政策に求められる役割は極めて大きい

例えば 我が国は

- ＞ 危機的
- ＞ 大規模

これら課題を「国土・地域づくり」の観点から捉え、交通政策を通じて対応する必要がある

・ 長期的視野に立った計画的な整備
・ 多様な主体の連携・協働(関係省庁、交通事業者、自治体、市民等)

**「国の体制づくり」を規定
(現場には直接関係ない)**

**基本理念が一通り整理
必ず1回精読されたし!**

**交通政策基本計画:
交通政策審議会
(計画部会)で
14年8月中間とりまとめ
→2月13日閣議決定**

政府・関係者が一体となり強力に交通政策を推進するための枠組みを構築

24

交通政策基本法第16条

(日常生活等に必要不可欠な交通手段の確保等)

国は、国民が日常生活及び社会生活を営むに当たって必要不可欠な通勤、通学、通院その他の人又は物の移動を円滑に行うことができるようにするため、離島に係る交通事情その他地域における自然的経済的社会的諸条件に配慮しつつ、交通手段の確保その他必要な施策を講ずるものとする。

移動権に代わる規定

「国が…施策を講ずる」

名古屋大学 加藤博和 15/02/23

25

交通政策基本法第10条

(交通関連事業者及び交通施設管理者の責務)

1. 交通関連事業者及び交通施設管理者は、基本理念の実現に重要な役割を有していることに鑑み、その業務を適切に行うよう努めるとともに、国又は地方公共団体が実施する交通に関する施策に協力するよう努めるものとする。
2. 前項に定めるもののほか、交通関連事業者及び交通施設管理者は、基本理念にのっとり、その業務を行うに当たっては、当該業務に係る正確かつ適切な情報の提供に努めるものとする。

地域公共交通に関する諸制度の改革は、現場を担う交通事業者・労働者の活躍(提案と行動)を期待している

名古屋大学 加藤博和 15/02/23

26

交通政策基本法第9条

(地方公共団体の責務)

1. 地方公共団体は、基本理念にのっとり、交通に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の自然的経済的社会的諸条件に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。
2. 地方公共団体は、情報の提供その他の活動を通じて、基本理念に関する住民その他の者の理解を深め、かつ、その協力を得るよう努めなければならない。

主役は自治体!

名古屋大学 加藤博和 15/02/23

27

自治体の皆さん、 なぜ公共交通に取り組むのですか？

- ◆ 市町村が、市町村運営バス（コミュニティバス）路線の役割で重視する項目＜中部運輸局調査、2009＞
 - ◆ 1位：公共交通空白地対応
 - ◆ 2位：廃止代替対応
 - ◆ 3位：移動制約者対応、目的・機会確保対応
- 「公共交通空白地」「廃止代替」・・・お客様を見ない、まさに供給者側の自己満足発想
- 「移動制約者」・・・発想はよいが、コミバス運行で対応できるか？
- 福祉とは、生活交通とは、住民が保証されるべき機会・QOLとはどのようなものかがきちんと考えられていない

「コミュニティバス」は救世主たいたか？



Photo M.Fukumoto

東京都武蔵野市「ムーバス」
(1995.11運行開始)

- しかし、表面的「サルマネ」によって、似て非なる非効率な「巡回バス」が広がる原因に（最近はデマンドでも・・・）
- 市町村が丸抱えすることで住民・事業者がモラルハザードに
- さらに、路線バスとコミュニティバスが全く別の二重体系に

- 「企画・運営」と「運行」の分離
自治体：企画・運営（委託）
交通事業者：運行（受託）
- **公営交通のように事業収支に煩わされない**
- それによって可能となった新しい基本コンテンツ設定
小回り循環、停留所間隔200m、小型バス、100円運賃
- **適材適所：「わかりやすく」「使いやすい」をみんなで話し合っ**
- **コミュニティバスという名の由来**

地域が主役となって 公共交通をつくり直す時代へ

- ◆ 単にコミュニティバスやデマンド交通を走らせたり、運行欠損補助を増額するという意味ではない
- ◆ 公共交通が必要な理由、それを公的に維持する必要性を明らかにする
- ◆ それをどのように具体化するかを考える
- ◆ それを誰がどのように支えるのかを考える

関係者全員が集まって、必要な地域公共交通を
「見つけ」「つくり」「守り」「育てる」ことの重要性
＝「一所懸命」になれる「場」づくり

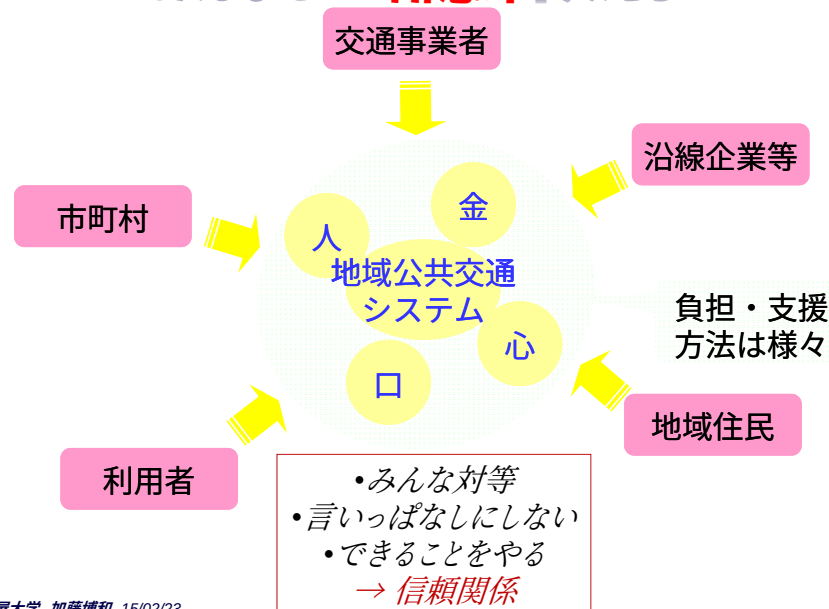
どうすれば事業者のスイッチが入るか？ －全但バス神鍋線（兵庫県豊岡市）の例－

- ◆ 2007年9月：全但バス、路線の大幅撤退意向を表明（経営危機）
- ◆ 2008年10月：予定路線の一部について休止（全運行量の3割）。神鍋線は市単独補助路線として存続したが、朝7時台の便を廃止（低利用率）、乗客減が加速
- ◆ 2011年10月：市補助による、2年半の「上限200円バス」実験開始。通勤通学対応便を増便。住民・沿線施設を巻き込んだ利用促進運動を展開
＜利用者3割増。高校通学：0人→40人
運行補助は年200万円弱増も、小中生への通学定期補助が年300万円弱減となり、市全体で年100万円強支出減＞
- ◆ 2014年7月：市が10月から3年間の実験継続を表明

「バス事業者の心に点火！」

面倒かもしれないけど、儲かるわけでもないけど、
地域や自治体とともに取り組むことで地域をよくできる
これこそ路線バスの醍醐味

みんなで「一所懸命」支える



地域公共交通事業者の方向性

－運送業からコミュニティビジネスへの脱皮－

- ◆ 時代は変わった：「付加価値の変容」への対応
 - ◆ ただ「運ぶ」から、「『運ぶ』ことで地域に安心・利便を提案・提供する」へ（地域も顧客、補助金も営業収入）
 - ◆ お客様・地域の「ニーズ」に応える「コンテンツ」の提供
 - ◆ 見かけでなく本当のニーズとは？
 - ◆ 移動サービスを通じて地域に豊かさをもたらす
 - ◆ お客様・地域に選んでいただける「サービス」の提供
 - ◆ 少し高くても、待っても、「こちらの方がよい」と納得していただける
 - ◆ 利用者は運賃を、自治体・地域は補助金や協賛金を払う気になるには何が必要かを考える
 - ◆ それが収益を、給料を高くすることにつながる
- これができる事業者は残っていけるし、
そんな事業者がある地域も残っていけるはず

交通政策基本法第11条 (国民等の役割)

国民等は、基本理念についての理解を深め、その実現に向けて自ら取り組むことができる活動に主体的に取り組むよう努めるとともに、国又は地方公共団体が実施する交通に関する施策に協力するよう努めることによって、基本理念の実現に積極的な役割を果たすものとする。

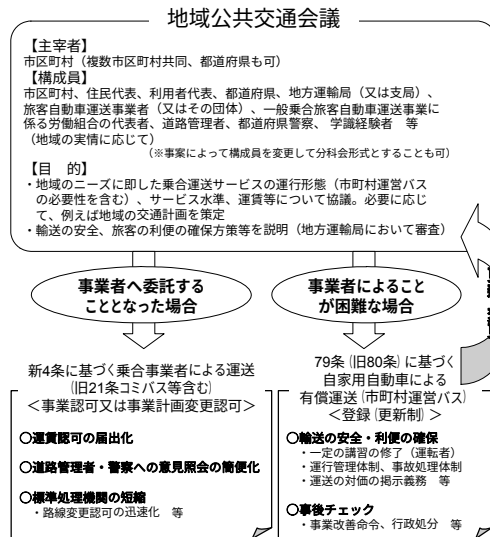
自ら動かないとできない！
しかし、自分だけではできない！

交通政策基本法第6条 (連携等による施策の推進)

交通に関する施策の推進は、まちづくり、観光立国の実現その他の観点を踏まえ、当該施策相互間の連携及びこれと関連する施策との連携を図りながら、国、地方公共団体、運輸事業その他交通に関する事業を行う者（以下「交通関連事業者」という。）、交通施設の管理を行う者（以下「交通施設管理者」という。）、住民その他の関係者が連携し、及び協働しつつ、行われなければならない。

バラバラではできない！

「地域公共交通会議」



「市町村の公共交通を
市町村が自ら決める」
ための場（特区）

- ・地域として必要な路線（乗合バス）を自ら協議し認定することで、各種許可が簡略化・弾力化（運賃・路線設定・使用車両など）
- ・通常の申請はできないデマンド運行（区域運行・路線不定期運行）、タクシー車両利用も可能となる
- ・しかし一番大切なのは…
「一般乗合路線ならなんでも認定できる」こと

地域公共交通会議（および法定協議会）は
法的に必要なセレモニーという
側面もありますが、
一番大事なのは
「ステークホルダー（利害関係者）会議」
だということです

市町村、運輸局、都道府県、住民代表、利用者代表、
運転者代表、道路管理者、交通管理者、その他

- ◆関係者が一堂に会する
- ◆目的を共有する
- ◆どう実現するかを遠慮せず議論する
- ◆決まったらみんなで協力して走る

あてはまらない

「地域公共交通会議」「法定協議会」

1. 年間予定がなく開催が行き当たりばったり
2. 協議事項があるときしか開かない（のでシャンシャンにしたい）
3. 事前に委員への資料配布をしない
4. 開催通知や決定事項を地域住民や利用者に分かる形（広報・webはもとより、停留所や車内など目の届くところ）で提示していない
5. 開催時刻を公共交通の時刻に合わせない（開催通知に書く。駐車場無料券を出すなど論外）
6. 傍聴者がいない（PRしていない）
7. 住民・利用者代表がしゃべらない（しゃべりやすくする工夫をしていない）
8. 現場を知らない委員に見せる、体験させる機会をつくらない（バスは会議室でなく現場を走っている）
9. コミバスやデマンドしか扱わない（事業者路線は話題にもしない）
10. 規定の委員しか集めない

この程度のことをやっていなくて、
「この制度はうまく機能しない」って、当然でしょ！

地域公共交通会議方式の弱点

- ・バス・タクシーしか協議対象にならない（道路運送法の限界）
→それでも大半のことはできる
→ただし、鉄道・航路再生や、それらとバスとの連携には（法的には）無力
- ・公共交通計画・戦略の策定が任意
→場当たりの開催になる懸念
- ・メンバー参加への拒否権がある（特に交通事業者）
→出てきてもらわないと協議にならない

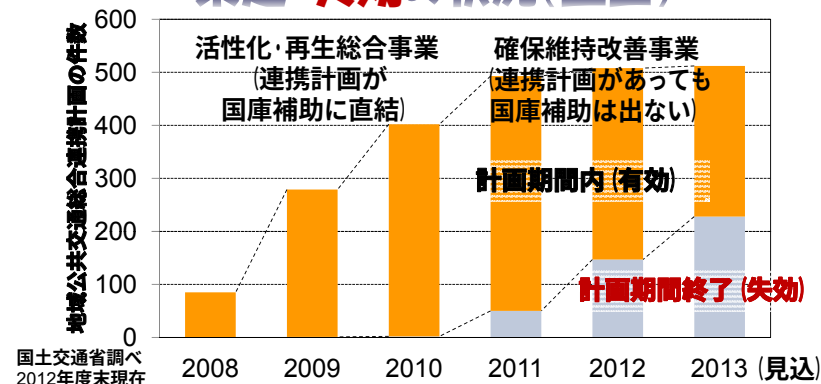
地域公共交通活性化・再生法での改善

- ・バス・タクシーしか協議対象にならない(道路運送法の限界)
 - それでも大半のことはできる
 - ただし、鉄道・航路再生や、それらとバスとの連携には(法的には)無力
 - 「**地域公共交通特定事業**」として多モードに展開
 - 「**新地域旅客運送事業**」による新モード導入の円滑化
- ・公共交通計画・戦略の策定が任意
 - 場当たりの開催になる懸念
 - 「**地域公共交通総合連携計画**」策定を規定
- ・メンバー参加への拒否権がある(特に交通事業者)
 - 出てきてもらわないと協議にならない
 - 公共交通事業者・道路管理者等の参加**応諾義務**
 - ※非常に強い権限が付与(言うまでもなく議会が優越)

名古屋大学 加藤博和 15/02/23

40

地域公共交通総合連携計画の策定・失効の状況(全国)



やる気のあるところはフル活用。しかし...
金(国庫補助)の切れ目が縁の切れ目?
計画の必要性が全然理解されていない証拠。情けない...
14年度から地域協働推進事業によって再び増加(またカネかよ)
結局、自治体・地域の自覚・覚悟がまだ足りない

名古屋大学 加藤博和 15/02/23

41

今こそ必要 自治体の公共交通戦略

- 適材適所と一所懸命をどうコーディネートするか? -

- ◆ (合併とは無関係に) 生活圏(日常交通圏)レベルでのネットワーク検討が必須
- ◆ 狭義の福祉(移動制約者対応)目的にとどまらず、「自治体の魅力」「住民・訪問者の利便性」向上のためのネットワークづくり
 - 福祉交通・公平性確保はSTS込みで考える(福祉交通計画との連携)
 - 自治体の総合計画・基本構想等との連携
- ◆ 自治体や事業者の丸抱えでなく、それが必要と考える地区内・当事者内で担ってもらうシステム(企画／運営／出資)
 - 「同じシステムで全域を埋めることが適当(公平)」ということはありません
 - メリハリがあって当然(例えば、既存の路線バスをどう生かし、つくりかえるかという発想は重要)
 - 各地区の運行形式はバラバラでも、全体としてコーディネートされていることが必要(まるでパッチワーク)

名古屋大学 加藤博和 15/02/23

42

「おでかけ品質」の保証

- 見た目に惑わされず、「地域にとって何が必要か?」を起点とし「何を提供しているか」を明確に示す公共交通デザイン-

- ◆ **定住:**「公共交通空白解消(仕様)から「生活保障(性能)へ
 - ◆ よくあるコミバス・デマンドのような「とにかく各地をカバーしている」「走っていいればよい」から脱却
 - ◆ 「この地域では、クルマがなくても最低限以上の生活はできる」と言える路線網デザイン・サービス水準
(例) 高校通学(部活)が可能、総合病院通院が可能、大規模商業施設・商店街での買物が可能、県庁まで日帰り可能、など
- ◆ **交流:**よく行くところへはだれにとってもスムーズで分かりやすい
 - ◆ 主要区間は早朝から深夜までそれほど待たず乗れ、一見さんでも容易に利用でき、運賃も分かりやすい、意外と速い(看板路線)
 - ◆ バス・電車通りを軸としたまちづくり、交流の促進、低炭素移動の実現
(例) 電車の始発・終電に対応し、7-21時は15分ヘッド運行、など

住民・利用者への「アウトカム」(PRのポイント)を明確・明快にうたえるような公共交通網をつくりだす!

名古屋大学 加藤博和 15/02/23

43

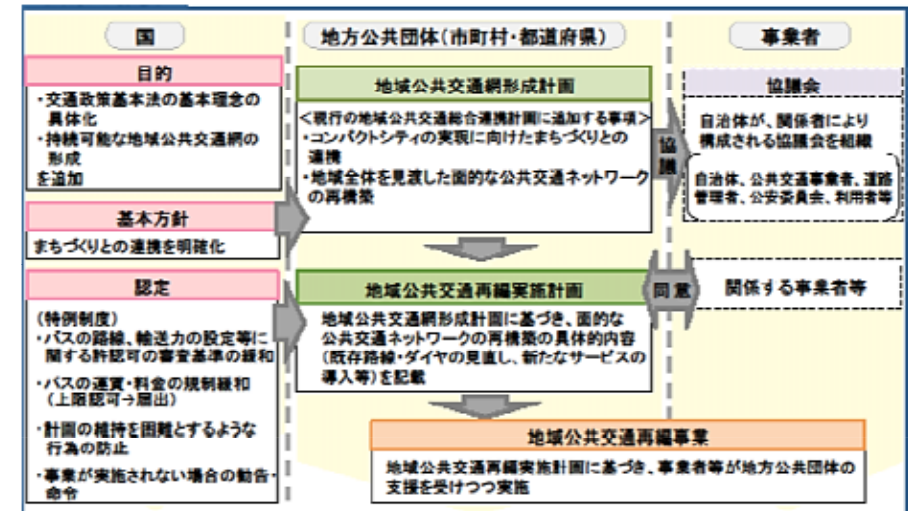
地域公共交通維持は 「健康保険」のしくみと同じ

赤字路線を維持するためには
当然、だれかが尻ぬぐいしなければならない
昔は事業者の内部補助で帳尻が合ったが・・

- ◆ 一般に、コミュニティバス・路線バス運行に、年間数千万円規模の欠損補助＜時には協賛金・負担金＞が必要（住民1人あたり数千円） → **保険料**
 - ◆ コミュニティバスを安い運賃で利用する（ワンコイン＜100円＞運賃など） → **自己負担**
- 保険料と自己負担の割合をどの程度にすべきか（だれがどれだけ出して支えるか？）
これだけの負担をしてバスを運行する意味があるのか
→ 基本は「**保険料・自己負担を払ってもらえるサービス**」をつくり、それをうまく「案内」「PR」し、意識共有を進めること
→ 負担してこそ、責任も参画意識も生まれ、いいものになる
負担割合を決めるのはどこでしょうか？

改正「地域公共交通活性化・再生法」

2014年2月12日閣議決定、5月14日成立、5月21日公布、11月20日施行



地域にとって最適な公共交通ネットワークの実現を強力に推進

連携計画から網形成計画へ

交通「総合」 → 交通「網」(network)

- ◆ 地域全体を見渡した面的な公共交通ネットワークの再構築
 - ◆ 一部でなく全体を考える
(単なるコミバス計画やデマンド交通計画ではダメ)
 - ◆ タクシーや自家用有償運送も対象とすることを推奨
※移動制約者対応、来訪者対応という観点は弱い。自治体としてどう考えるかが問われる
※特に既存路線バスを見直すツールとして「再編事業」新設
※自家用有償運送制度の見直しもよく理解する必要
 - ◆ コンパクトシティの実現に向けたまちづくりとの連携
 - ◆ 都市再生特措法、中心市街地活性化法との連動を推奨
※「コンパクトシティを目指さないと形成計画は出せない」わけではない(非都市部の場合「小さな拠点」)

地域公共交通網形成計画(5条)って いつくるの？ 今でしょ！

- ◆ 地域公共交通政策の「憲法」
 - ◆ これをつくらなくて、場当たり的でない地域公共交通政策ができるのか？
 - ◆ コミバス・デマンドだけでなく、一般路線バス・鉄道・一般タクシーを含めた包括計画として策定すべき
 - ◆ 「戦略」「役割分担」「PDCA」→目的と評価指標を明確に
 - ◆ 生活交通NW計画(国庫補助対象系統リスト)は網計画の詳細計画として位置づけられる
 - ◆ 都市・地域総合交通戦略(整備局マター)との連動も
 - ◆ 担当者の「遺言」(政策の継続性)
- ◆ どう「連携」するかが書かれるべき
 - ◆ 関係者間、モード・路線間、生活圏内の「連携」
→ 要するに「バラバラではダメ」
- ◆ 「協議会」は網計画をつくり実行していく組織(予算が組める)
 - ◆ 取締役会。全参画者が事業に実質的に取り組む必要
 - ◆ 現場委員(住民・利用者・運転者)をできるかぎり活性化する
 - ◆ バス・タクシー事業者や住民からでも網計画の提案ができる(7条2)

改正地域公共交通活性化・再生法の キーワード(活性化・再生の基本方針)

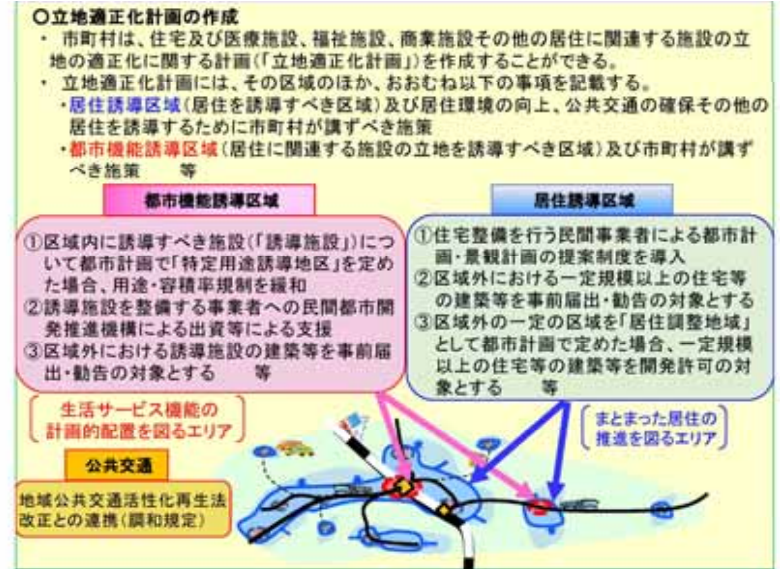
1. 地域戦略との一体性
2. 総合的なネットワーク形成
3. 多様なモードの組み合わせ
4. 広域性
5. 住民等関係者の連携
6. 数値化した目標設定と評価

これらがみたまされている連携計画は網計画に転換可能
→ どんどん進めてください

※コンパクトシティを目指さないと網計画がつかれない
というのは真っ赤なウソ！(そんなに敷居は高くない)

改正「都市再生特別措置法」

2014年2月12日閣議決定、5月14日成立、5月21日公布、8月1日施行



低炭素で暮らしやすく持続可能な 都市・交通システム実現のための長期的な循環

<交通戦略>

コンパクト化を誘導しうる交通ネットワーク
公共交通・非動力交通の充実

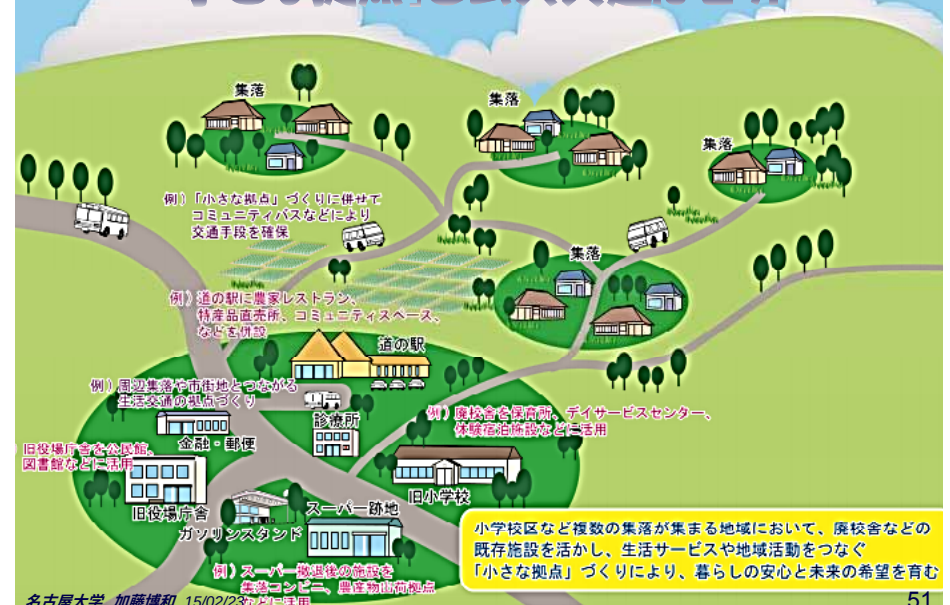
ライフスタイルも変化

<都市計画マスタープラン>

公共交通を有効に機能させるコンパクト化
公共交通指向型ゾーニング・施設再配置

これをやりとげるためには大変なエネルギーが必要だが・・・
40年計画で頑張ればよい！(その間に建物は半分以上建て替わる)
ただし、従来の法律では誘導できない！

「小さな拠点」と公共交通はセット



公共交通確保維持改善 5つの鉄則

～答えは現場にある！現場にしかない！～

1. **目的の明確化**
 - ◆ 公共交通は持続可能なまち・人づくり、地球環境対応の手段
 - ◆ 現場・利用者起点。公共交通担当者は「ライフスタイル・クリエイター」
2. **適材適所**
 - ◆ 固定観念に縛られず、地域の顕在・潜在ニーズを「澄んだ目」で見る
 - ◆ 前例・迷信・外見・他地域の優良事例や自慢話に惑わされない
3. **一所懸命**
 - ◆ 地域の、地域による、地域のための「地産地消」型交通
 - ◆ お願い型・評論型から参画型・自律型へ。担い手を生み出す
4. **組織化**
 - ◆ 場づくり：連携・協働、必要十分な構成、行動が生まれる仕掛け
 - ◆ 方向性：調整（コーディネート）・企画・・・「戦略」確立が必要
 - ◆ バラバラではダメ。ネットワークでないと機能しない
5. **カイゼン**
 - ◆ 目的が明確であれば、評価基準も明確なはず
 - ◆ 徹底して現場・利用者起点に立つことこそよりどころとなる
 - ◆ 失敗を恐れるのではなく、対応を間違えないこと
 - ◆ 国の制度も下から意見を出してアップデートしていくべき

名古屋大学 加藤博和 15/02/23

52

地域公共交通に関する諸制度の改革は 交通事業者・労働組合の活躍を期待している

- ◆ 地域公共交通を役に立つものにするための「適材適所」「一所懸命」「コーディネート」「品質保証」は、現場の参画・協力・誘導あってこそ可能
 - ◆ そして、今でも、公共交通の基幹は鉄道・バス・タクシー事業者が担っている（改正地域公共交通活性化再生法のターゲット）
 - ◆ **そこにこそ、交通事業者の今日的付加価値がある！**
 - ◆ **これに貢献できる活動をしてこそ、組合は職場・雇用を守り、地域を守ることができる！**
- 現場に立脚した企画提案力・サービス力が、運行受託や企画提案が採択されるための源泉（付加価値）に
- **そして、持続可能・魅力ある事業に生まれ変わることができる！**
制度を理解し利用して前向きな提案を恐れずやってください！
実際に使ってもらえありがたかってもらえるかがすべてです！

名古屋大学 加藤博和 15/02/23

53

加藤博和

検索

E-Mail: kato@genv.nagoya-u.ac.jp
facebook: [buskato](https://www.facebook.com/buskato)

公共交通戦略立案やコミバス・DRT導入、路線バス改編などに各地の現場でボランティア参加しています。
意識を共有できる方々とならどこへでも出かけて協力します！ ぜひ一緒に仕事しましょう！

東海3県の路線バス情報のページ

<http://orient.genv.nagoya-u.ac.jp/kato/bus/index.htm>

東海3県（愛知・岐阜・三重）の路線バス情報、特に、山間地域のバス・過疎バス・自治体運営バスなど、メジャーなメディアでは分からない情報を重点に提供

（本資料使用における注意）

※本資料の著作権はすべて制作者に帰属します。ただし、一部、他の機関・個人が作成した図や、撮影した写真があります。

※自治体担当者・地方運輸局・交通事業者・学識経験者等、地域公共交通会議・法定協議会運営に関わる方々におかれましては広くご活用いただけます。ただし、公の講義・講演・研修・書籍・論文等への転載、および他への再配布は、必ず制作者の許可を得て行ってください。

※本資料は、国土交通省の担当部局による監修を受けたものではありません。また、地方運輸局によっては見解や運用方針が異なることもありますので、ご注意ください。

名古屋大学大学院環境学研究科 加藤 博和
kato@genv.nagoya-u.ac.jp
<http://orient.genv.nagoya-u.ac.jp/kato/Jkato.htm>