

「地域公共交通網形成計画」策定までの流れ(調査の枠組み) 更新版

■地域公共交通網形成計画とは？

平成26年11月20日に施行された、「地域公共交通の活性化及び再生に関する法律」の一部改正に伴い、従来の法定計画であった「地域公共交通総合連携計画」に代わって、新たに定められた法定計画です。

「地域にとって望ましい公共交通網のすがた」を明らかにするマスタープランとして、まちづくりと連携し、かつ地域全体を見渡した面的な公共交通ネットワークを再構築するための基本方針や目標、実施施策などについて記載することとなっています。

なお、従来の地域公共交通総合連携計画は、法改正によって法定計画ではなくなりました。

■なぜ計画策定が必要か？

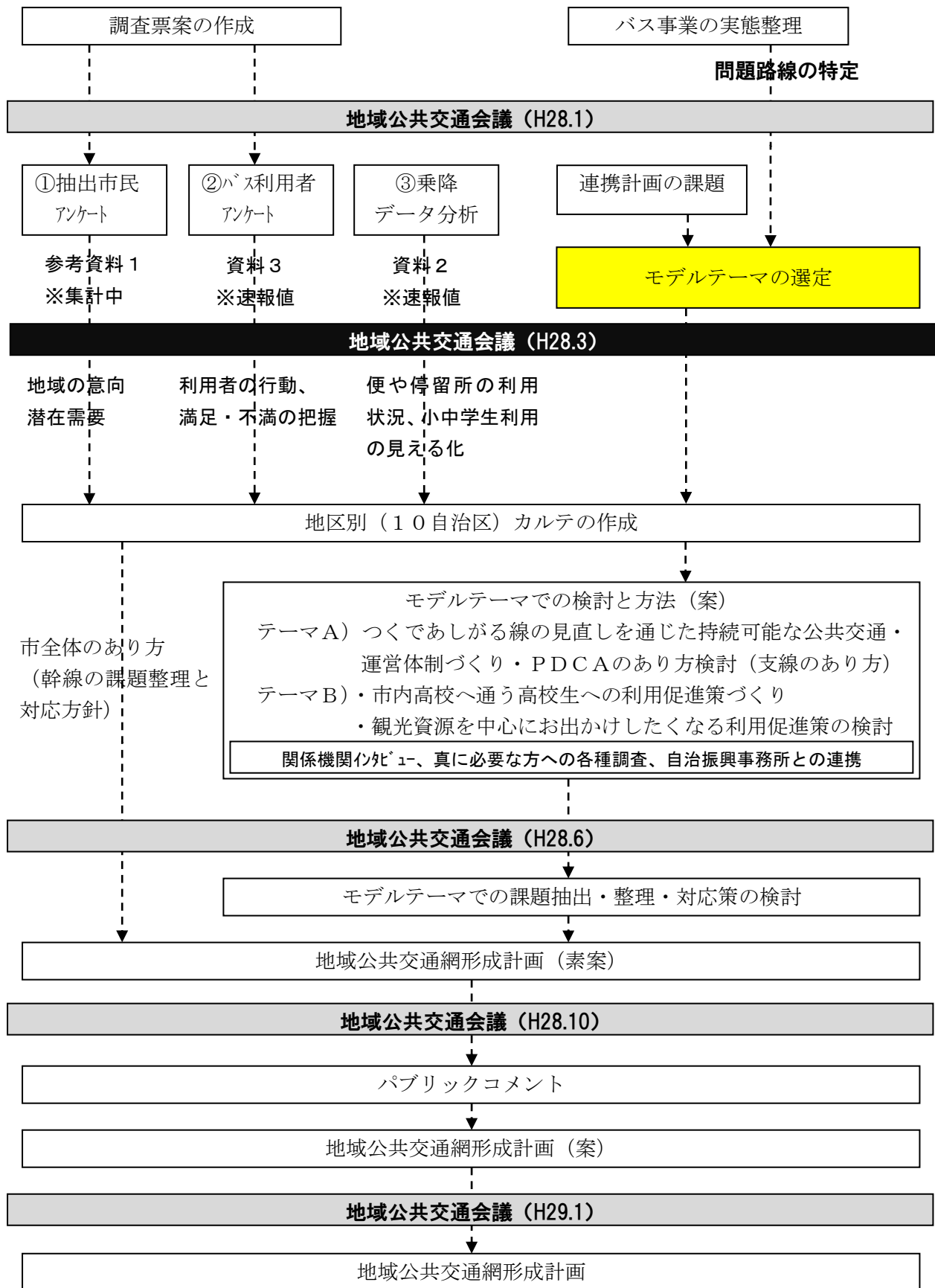
市ではこれまで、「新城市地域公共交通総合連携計画」（計画期間：平成21年～29年度）に基づき、バス路線や鉄道の維持・活性化に向けた施策に取り組んできましたが、人口減少・少子高齢化・モータリゼーションなどにより、公共交通の利用者は減少が続いており、危機的な状況に変わりはありません。

このような地域公共交通の現状や、連携計画策定から7年近くの間様々な状況変化、そして今後の更なる人口減少・高齢化の進展を見据え、「新城市地域公共交通総合連携計画」に代わる新たな地域公共交通の総合的な計画として、「新城市地域公共交通網形成計画」を策定する必要があります。

■計画策定を通じて目指す事（現段階としての事務局の思い）

前計画の課題	⇒	新計画で目指す事	
①地域と行政の関係づくりが不十分 (=やや「行政主導」すぎた)	⇒	○地域の役割を見直し、持続可能な交通づくりを目指します ・前計画では「路線を守り育てる会」を設置したが、持続可能な仕組みとは言えなかった。 ・モデル地区を通じて行政と地域の役割分担を見定め、その地域に適した持続的な交通の設置を目指し、運行形態や地域組織のあり方を検討する。	モデルテーマA
②PDCAが不十分 (=定期的なデータの取得とカイゼン活動を行っていなかった)	⇒	○効果的なPDCAの仕組みを検討します ・学校から定期的に来る要望だけでなく、一般のニーズを把握できる仕組みを作り、定期的なカイゼンにつなげる。 ・ただし「乗らないけどあってほしい」という要望もあるため、本当に乗ってくれるかどうかを見定められるようにする。	
③利用者数の動向分析が不十分(=小学生と一般を分けて考えていなかった)	⇒	○一般と小中学生を分けて分析し、一般利用を増やします ・小中学生の利便は確保しつつ、一般利用を増やす。	モデルテーマB
★新規テーマ		○地域の活力増進に向け、地域資源との連携を図ります ・高校生の通学利便を促進し、高校生の維持増加に寄与する交通を検討する。 ・バスで「お出かけ」したくなる環境づくりを図る。	

■策定までの流れ



■モデルテーマの選定

テーマ	選定の理由	検討する内容
<p>A</p> <p>【地域との連携】 つくであしがる線の見直しを通じた持続可能な公共交通・運営体制づくり・PDCAのあり方検討</p>	<p>○Sバスの中で、「つくであしがる線」の年間利用者が最も少ない。そして利用者数が少なく、補助金の利用者数の要件を一部の曜日や便では満たさなくなっている。</p> <p>○当地区では「路線を守り育てる会」があったが解散してしまったため、それに代わる地域組織を検討する必要がある</p>	<p>○つくであしがる線が、地域にとって真に必要とされ、使いやすい地域公共交通の姿</p> <p>○解散要因を把握し、そうならないための無理のない持続可能な運営体制のあり方</p> <p>○上記をモデルとし、これを他地域へ展開する方策のあり方</p> <p>○自治振興事務所との連携</p>
<p>B</p> <p>【既存資源との連携】 ・市内高校へ通う高校生への利用促進策づくり ・観光資源を中心とした、お出かけしたくなる利用促進策の検討</p>	<p>○潜在的な利用ニーズが十分に把握し切れていない。</p> <p>○高校生は、路線バスの利用者数に大きな影響を与えるとともに、地域の将来の資産でもあるため、利用しやすい環境を整える必要がある。</p> <p>○テストや雨天時など、現状の路線では対応できていない需要があると考えられる</p> <p>○バス利用を「手段」と捉えた場合、利用促進のためにはお出かけしたくなる「目的地」を明確にする必要がある。</p> <p>○バスで出かけ目的地へ誘導するためには、観光部局を始め、商工会や商店街、観光地（湯谷温泉など）などと連携を図る必要がある。</p>	<p>○利便促進に資するダイヤの調整</p> <p>○高校の意見を反映させるPDCAの構築</p> <p>○観光・商業施設等との連携方策</p> <p>○バス車内広告の確保を始めとする利用促進策</p>