

2023年3月29日

政務活動費研修報告

当別町議会
議員 佐藤 立

1. 目的

地域公共交通の持続可能なあり方について研修するため、北海道若手議員の会「北海道オホーツク研修会(遠軽・網走)」に参加した。

2. 研修先

- a. 『地域公共交通の持続的な在り方についての 実例』遠軽町地域公共交通アドバイザー 為国孝敏様(遠軽町 2022年4月11日)
- b. 『AIによるデマンド運行バス 実証実験レポートと体験乗車』網走バス株式会社、網走市(網走市 2022年4月12日)
- c. 『観光 DX~位置情報ゲーム「テクテクライフ」と網走市が仕掛ける EBP根拠に基づく政 策構築~』テクテクライフ株式会社(網走市 2022年4月12日)

3. 同行者

北海道若手議員の会会員6名

4. 『地域公共交通の持続的な在り方についての 実例』報告

- a. 地域の公共交通が本当に必要な方がどれくらいいるのかを調べる必要がある。18-69歳では約90%が運転免許を所持している。女性は70歳くらい、男性は85歳くらいで免許返納が増えてくる。
- b. 免許返納をした高齢者は、福祉の問題となる。
- c. 18-69歳で免許を持たない10%が地域公共交通の主な対象である。対象が限定されていることから、公平性の観点で対立が生まれるこをはやむを得ない。
- d. 公共交通の利便性を自家用車と比較してはいけない。個人交通と公共交通は根本的に異なるものであるという理解が必要
- e. 全国でスクールバスが増加傾向にある。路線バスとスクールバスの適切な組み合わせが必要。
- f. 鉄道代替バスは利用者減少により、国の補助金を受けられる地域幹線系統から外れるところが出てきている。天北線代替バスはすでにはずれ、松前線代替バスも外れる危険がある。
- g. 地域公共交通の計画策定にあたっては、交通担当部署だけでなく、他部署と連携して、誰が公共交通を必要としているのかを吟味する必要がある。
- h. 生活圏が複数自治体にまたがっている場合は、広域地域公共交通計画を策定することが必要。遠軽町は3町で策定予定。

- i. 地域公共交通のポイントは、誰が乗るのか、だれが払うのか。
- j. 計画策定にあたっては、アンケート調査よりも、直接のヒアリングやグループインタビューが望ましい。民生委員の協力を得ることがポイント。
- k. デマンドバスは、常時運転士の確保が必要で根本的な解決策にはならない。
- l. 研修の様子

	
<p>研修の様子</p>	

5. 『AIによるデマンド運行バス 実証実験レポートと体験乗車』報告

- a. 網走バスの利用者数は年間76万人
- b. 市街地は複数のバス路線が重複している。デマンドバスの導入でこれを整理し、運行経費削減をすすめたい。
- c. 令和2年度に1エリアで運行を開始した。運賃300円、運行時間10-16時。
- d. 令和3年度はエリアと運行時間を拡大(9-16時)し、運賃は400-700円とした。バス停は227か所。
- e. 令和4年度は、運賃を500-700円とした。バス停を285か所に増やした。
- f. バス停は必要に応じて随時追加している。
- g. 車両はワンボックスタイプで5台。
- h. 網走バスの定期券所持者は100円で乗車可能。農大生が多く利用している。
- i. 利用実績
 - i. 令和3年度7,083人(1日平均23人)、平均待ち時間7分。乗合は0.2件/日とほぼ無く、通院や買い物利用が多い。配車アプリ利用20%。
 - ii. 令和4年度(4月1日～11日まで)は694人、1日平均63人で最大は89人。農大生の利用で増えている。配車アプリ利用30%。
- j. 令和3年度事業費は5600万円。網走市から網走バスへの補助が3000万円で、そのうち500万円は市町村振興協会の助成金を受けている。
- k. 令和4年度事業費は5200万円で網走市からの補助が3000万円。
- l. 網走バス全体では、年間4000万円の赤字である。都市間バス、貸切バスは黒字だが、路線バスは赤字。今後の公共交通の持続性確保が大きな課題

- m. デマンドバスの配車受付コールセンターに2名を配置。電話での予約が70%あり、コールセンターは外せない。
- n. 研修の様子

	
<p>網走市役所での研修の様子</p>	<p>デマンドバス体験乗車</p>

6. 『観光 DX~位置情報ゲーム「テクテクライフ」と網走市が仕掛ける EBP根拠に基づく政策構築)~』報告

- a. テクテクライフは、GPSを用いて地図を塗りつぶしていくゲーム。
- b. 1分毎にGPSログを取得するので、観光動線のデータを取得できる。
- c. 網走市では、コロナ交付金を用いて消費喚起事業として実施。令和3年度はまちづくり会社が実施し、令和4年度から市が実施している。
- d. SNSで発信したくなる仕掛け→集客効果
- e. 研修の様子

	
<p>研修の様子</p>	<p></p>