視　察　報　告　書

令和8年11月17日

伊勢市議会議長　様

会派名　みらいをつくる会
議員名　森下　知世．印

視察を実施しましたので、下記のとおり報告します。

記

1　日　　時　　令和8年11月13日（金）10時～16時

2　場　　所　　京都市勧業館　みやこメッセ

3　内　　容　　地域Tec ✖ 関西
全国の地域が抱える課題を解決するためのサービス・テクノロジーを見て、ふれて、体感し、導入に結びつけることを目的とした展示会

AI活用で観光客の動き・属性を見える化！ ～地域の収益増につなげる高山の観光DX
高山市総務部デジタル推進課課長　小坂知典

- **高山市の観光資源と状況**

◦ 高山市は市域面積が東京都と同程度で、山が多く、一日では回りきれないほど広い。山、温泉、飛騨牛などが観光資源であり、古い町並みは特に観光客が多く訪れる場所として紹介された。

◦ 講演では、前年の観光客入込数は約480万人で過去最高となり、外国人観光客も約98万人に達したと説明された。

◦ 高山市は第二期DX推進計画を進め、「人に優しいリーダー都市 飛騨高山」を掲げている。市民サービスの向上、市役所業務の刷新、地域内のDXなどを柱とし、観光DXではAIカメラのデータ活用やデータの地産地消を位置づけている。

- 行政の情報化・DX推進状況に関する民間調査のランキングでは、人口規模5万〜10万人の自治体で1位、全国で22位になったと紹介された。情報セキュリティにも取り組み、講師は2026年11月14日に東京で日本セキュリティ大賞の奨励賞に関する発表を行ったと述べた。また、AIカメラを用いたデータ活用について、前年に東海総合通信局長賞を受賞したと説明された。

AIカメラ導入と人流データの活用

- **導入のきっかけと連携体制**

- AIカメラの取り組みは、AIやDXが広く語られるようになる前の2019年ごろに始まった。宮川周辺では、川の右岸にある朝市と対岸の間を橋から橋まで約350メートル移動する必要があり、新たな橋を架ける案が検討された。架橋前後の効果を測る目的で、人流計測が計画された。

- 情報部門の職員が講師を含めて2人だったため、名古屋大学とNECの協力を得た。2019年10月に建物内で2週間の実証実験を行い、AIカメラを設置した。

- カメラとパソコンで人を検知し、通行状況や居住地などに関する情報を継続的に集計・グラフ化した。データ分析は職員だけで行うことが難しく、名古屋大学が担った。

- 実証後、2020年10月に三者で連携協定を締結した。NECが技術面、名古屋大学が分析、高山市が実証の場を担う体制だったが、NECは組織改正を受けて現在は協定から離脱している。その後は「飛騨高山DX官民連携プラットフォーム」を活用し、行政や民間などが連携して地域課題の解決に取り組んでいる。

- **計測内容、設置、プライバシー**

- AIカメラにより、通行人数、時間帯、移動方向、年齢層などの属性、通行のピーク時間帯を把握できる。機械計測によって、職員が現地で数え続けなくても24時間365日の計測と継続的なデータ蓄積が可能となり、過去の状況との比較にも活用できる。

- カメラは高山駅前や古い町並みなどに設置され、2階に設置した事例もある。初年度費用は初期設置・学習費用を含めて約150万円で、機械、パソコン、ソフトウェアを導入し、NECの「フィールドアナリスト」を利用している。

- 映像を保存せず、数値のみをカウントすることで、個人情報を残さない方式を採用している。計測データは公開可能な形で管理し、高山市のホームページにオープンデータとして掲載している。

- 画角、高さ、向き、日中の光や影などが計測精度に影響するため、設置時の調整には苦労があった。また、24時間365日の連続稼働には、休日や夜間、年始を含む保守対応が必要である。講師は、1月1日にシステムが停止し、対応に戻った経験を挙げ、継続運用の難しさを説明した。
- 当初は2台だったが、計測範囲を広げるため、高山市設置分の4台に名古屋大学が追加した9台を合わせ、計13台で街なかの人流を面的に計測している。

- **人流測定の目的の変化**

- 2020年には、実証実験を踏まえてAIカメラを本格設置する準備を進め、予算も確保していた。しかし、新型コロナウイルス感染症の拡大により、橋の効果測定から、コロナ禍の前後で人流がどの程度変化したかを測る目的に切り替わった。
- 2020年4月7日の緊急事態宣言後、カメラの設置と計測環境の整備を急いだ。職員2人で設置場所の選定、契約、機材の調査・整備、カメラ設置までを短期間で進め、継続的にデータを蓄積する体制を構築した。

- **データの公開と地域内活用**

- 人流データを高山市のホームページに掲載し、Tableau Publicを使って誰でも状況を確認できるようにしている。
- データを地域内で活用する「データの地産地消」を目指し、名古屋大学や地元高校生と活用方法を検討している。ICTを活用したワークショップは6年目を迎え、民間事業者や学生がデータ活用を考えている。飛騨高山高校・飛騨高校とは、地図上でデータを扱う勉強会を実施し、令和7年度にも両校で多くの活動を行った。
- 講演では、約6年間のデータから、観光客数が一度およそ半減した後に回復したこと、月別の人出も増加していることが示された。年間の数値として「420万人94万」、減少前の数値として「大体470万人」との発言があったが、「420万人94万」の内訳は明確ではない。
- 前半講演では、AIカメラ、官民連携、計測範囲を点から面へ広げること、オープンデータ、可視化・予測を一連の取り組みとして説明した。講演中には「ETTM」や「EDDF」といった語も挙げられたが、詳細は明確でない。

人流予測と事業者の意思決定

- **観光地が抱える課題と予測の仕組み**

- コロナ禍以降、インバウンド客の増加に伴う夕食時の混雑や、冬季などの閑散期における人出の変動が課題となっている。需要の変動によって人員配置や仕入れが過剰・不足になり、事業運営が難しくなるため、過去の実績の確認にとどまらず、将来の人出を予測する必要が生じた。

- 名古屋大学との取り組みで得た仕組みを活用し、人流データをもとにAIが将来の人出を予測するダッシュボードを構築した。青色は人が少ない状態、オレンジ色は多い状態を示し、過去のデータに基づいておよそ2週間先までの人出を可視化する。

- 予測情報は民間事業者が利用できるほか、高山市のケーブルテレビでも掲載し、一般の人も確認できるようにしている。

- **DMOアプリと事業者の活用**

- 人流カメラの情報に加え、宿泊、気象、イベントなどの情報も扱い、より細かなデータをもとに将来を予測するDMOアプリが紹介された。

- 30事業者が参加し、飲食店13件のほか、発言では別の区分として8件、4件が挙げられたが、区分名は明確ではない。

- 使いにくい点や分かりにくい点を事業者から聞き取り、改善を重ねている。現在の満足度は4点とされ、高い評価を得ている。

- 事業者からは、予測によって心理的な余裕が生まれたとの評価があった。正月の予測カレンダーを見て営業の追加を見送り、人件費を削減した例や、休日を経験や勘だけでなくデータに基づいて決められた例が紹介された。

- **事業効果の事例**

- 地元バス事業者が2か月間試験導入し、需要予測に基づいて増便した結果、収益が150万円増加したと報告された。運転手の事前確保が必要な一方、実際に運行しなければ他の業務への影響がないという課題もあり、予測を使って運転手や運行の増減を調整した。人件費に関して170万円の効果があったとの説明もあった。

- ほかの事業者では、売上が見込めない日に時短・休業して人件費を15万円削減した例、シフトの見直しで6万円を削減した例が挙げられた。

- 休業予定日に人出が多いとの予測を受けて営業し、20万円の効果があった例や、仕入れ・在庫の調整で10万円を削減した例も紹介された。

- データはコスト削減や収益向上だけでなく、事業者が行動を見直すきっかけや判断材料となり、心理的な安心にもつながっている。

地域事業者支援と高校生の参加

- **Googleビジネスプロフィールの情報更新**

  - Google検索で店舗や施設を調べる利用者の判断材料となるGoogleビジネスプロフィールについて、営業時間や場所などの情報を正確に登録・更新する支援を行っている。

  - 地元高校生が店舗を訪問し、使い方が分からない事業者に登録方法を伝える。高齢の店舗関係者にも一緒に対応し、関係団体と連携してバリアフリーやビーガン対応などの情報発信も支援している。

  - この活動は店舗のデジタル情報に関する課題解決に加え、高校生と地域事業者の世代間交流やコミュニティ形成にもつながっている。

- **関連する観光デジタル施策**

  - 紙の観光マップをデジタル化し、情報やデータを収録した観光デジタルマップを作成している。

  - 観光地にスマートゴミ箱を設置し、データを活用した配置を進める取り組みも始まっている。バスのデータを使い、季節に応じたコンテンツを実験・配信する取り組みも行っている。

800人の村が若者に選ばれる理由 〜関係人口を創出し、移住に繋げた下北山村の戦略〜

奈良県 下北山村 地域振興課長　家郷 亮介

下北山村の概要と講師の背景

- **講師の経歴と村への転職**

  - 家郷亮介氏は大阪出身で、宮崎の大学に進学した。その後、奈良県庁で16年間勤務し、商工、観光、移住政策などを担当した。10年以上にわたり過疎地域の振興に携わり、宮崎県への出向経験もあった。

  - 県庁の立場では現場の地域活性化を十分に動かしにくいと感じ、地域活性化は現場でこそ動くと考え、2021年に退職して下北山村へ転職した。人口約800人の地域で成功モデルをつくり、全国の地域活性化に役立てたいと考えたという。

- 下北山村は奈良県南端の山間部にあり、県庁から車で約3時間かかる。三重県熊野市の方が近く、海まで車で約30〜40分で、買い物などの生活圏も熊野市に結びついている。

- **人口、産業、観光資源**

- 村の人口は講演時点で769人、村域の約9割が森林と説明された。江戸時代から林業が盛んで、現在も小規模林業や地表集材を進めている。村の製材所を開設し、村で伐採した木を村で販売する六次産業化にも取り組んでいる。

- 観光資源として、世界遺産、吉野熊野国立公園、ユネスコエコパーク、日本遺産などが挙げられた。スポーツ公園ではサッカー合宿が盛んで、長期休暇には子どもたちが訪れる。キャンプ場はキャンプサイトのランキングで西日本1位を複数回獲得した施設として紹介された。

- 池原ダムと七色ダムはブラックバス釣りの名所として知られ、年間観光客数は約10万〜12万人。特産品には川魚、村で栽培される大和の伝統野菜「下北春まな」、ジャバラがある。

- 令和5年度から令和7年度までの3年間、社会増となったと説明された。総務省の令和トレンドに関する社会増加率調査で全国7位となり、田舎暮らし関連のランキングでは2025年に上位に入ったとの説明があった。ただし順位は「1006位」と聞き取れる部分があり、明確ではない。今年度の若者世代・単身者部門では1位となったと述べられ、テレビ番組でも若者の移住者が増えている地域として取り上げられた。

関係人口づくりの成果と反省

- **「ムラコトアカデミー」とその成果**

- 雑誌「コトコト」と連携し、2016〜2019年の4年間、「ムラコトアカデミー」を実施した。主に首都圏在住者に村を知ってもらうため、全7〜8回の講座を開き、そのうち1〜2回は現地でフィールドワークを行った。

- 参加者は現地で仕事などに取り組み、地域課題を自分ごととして捉え、解決策を最終提案書にまとめて発表した。毎年約10人が参加し、4年間で約40人が修了した。

- 参加者をきっかけに、東京の株式会社リバーが村にサテライトを設置した事例や、東京在住の村出身者が村で事業を行うためにUターンした事例が紹介された。

- 慶應義塾大学の学生による空き家を滞在施設にする提案をきっかけに、役場、地域住民、大学生、教員が協力し、DIYで移住体験施設を整備した。これらの取り組みはメディアにも取り上げられ、村内でも評価された。

- **交流企画と継続性の課題**

  - その後、関係人口ツアーやイベントを多数実施した。世界遺産の案内、テントサウナを通じて地域住民と参加者が話し合う催し、遊休施設の活用案を考えるアイデアソンなどを行った。

  - 知り合いやSNS上のつながりは増えた一方、村へのアクセスの悪さもあり、参加者の多くは1〜2回来訪した後、継続して関わらなくなった。運営側の負担が大きい割に成果が十分見えず、2年ほど続けた後に事業を見直した。

  - 関係人口を増やせば地域がうまくいくという発想だけでは、何を実現するのかが曖昧になり、活動の目的や成果が見えにくくなると振り返られた。

  - 関係人口に地域の担い手になってもらうことも容易ではない。祭りで神輿を担ぐなどの役割は、住民としての関係性や地域の雰囲気が関わるため、外部の人がそのまま担い手になるとは限らないとの説明があった。

  - 二地域居住の例では、ブラックバス釣りの来訪者が古民家を100万〜200万円ほどで購入しても、数年後に忙しさなどから訪問が途絶えることがある。空き家を活用したつもりが、再び使われない空き家を生む可能性が課題として指摘された。

下北山村の人口維持戦略

- **将来像と数値目標**

  - 子どもたちが将来戻ってきたときにも村が存続している状態を目指し、40〜50年後も村を維持することを戦略の根本に置いている。

  - 人口はすでに700〜800人程度まで減少し、現状の研究では2050年に約200人となる見通しが示された。まず人口減少を食い止め、人口を維持することを優先課題としている。

  - 奈良女子大学と連携して目標を検討し、毎年3人家族4組が定住すれば現在の人口を維持できるという考え方をもとに、年間12人（大人8人、子ども4人）を目標に掲げた。

- **雇用・住宅を基盤にした段階的な施策**

  - 定住の基盤として、まず働く場と住宅を確保し、その後に情報発信や関係人口づくりを進め、最終的に移住・定住につなげる段階を設定している。

  - 雇用と住宅、情報発信、関係人口づくり、定住促進を循環させ、定住者が増えることで生じる雇用や住宅の必要性にも対応することを目指している。

- **雇用創出と地域経済**

  - コワーキングスペースやレンタルオフィスは当初入居が進まなかったが、地域課題の解決を目的とする企業に限定せず、設計会社など村に貢献しながら事業を行える企業も対象に誘致した。施設は当初4部屋すべてが入居し、その後1部屋を増設して計5部屋となり、増設分も入居予定と説明された。

  - 道の駅を主要な誘客施設・雇用の場として、来訪者データや経営状況の分析を進めている。AIカメラによる車両データや電子データなどを組み合わせ、来訪者の居住地などを把握する計画で、オンライン商談会で知り合ったデザイン関連企業とも連携している。分析・活用はまだ十分ではないが、データに基づく運営を目指している。

  - 道の駅は売上が上がっても経費が高く利益が出ていなかったため、外部アドバイザー制度や地域企業からの人材派遣制度を活用し、固定費などの内訳を日々確認して経営改善に取り組んでいる。

  - 総務省の事業を活用し、特定地域づくり事業協同組合によるマルチワークの準備も進めていた。

- **住宅確保と移住希望者への情報提供**

  - 空き家活用のため空き家相談所を開設し、専門知識を持つ専属担当者を配置した。担当者は村出身で地域の高齢者とも関係が深く、空き家対策が進んだことを、移住者増加の要因の一つとして挙げている。

  - ウェブサイトを見直し、風景紹介に加えてインターネット上の移住相談窓口や村内求人情報を掲載した。SNSも、季節の魅力だけでなく、移住希望者に役立つ情報を届ける内容へ整備している。

- **大学連携と関係人口づくり**

  - 個人を対象にした取り組みは継続しにくい面があるため、奈良女子大学や奈良教育大学などとの連携を関係人口づくりの柱としている。育成支援センターのサテライト設置に取り組み、村側では受け入れや世話役を担う人材を雇用している。

  - 「北山学」のオンライン授業を約4年間続け、大学生が村を訪れて特産品を使った土産物の開発に取り組んでいる。地域商社と協力し、地域経済の活性化や雇用創出につなげることを目指す。総務省の「ふるさと未来カレッジ」事業も採択され、土産物開発をより多くの参加者と進めている。

  - 南都銀行の社宅だった建物を改修したシェアハウスを、大学生、特に女子大学生などが村に滞在しやすい拠点として活用している。

- 移住後の暮らしを支えるため、トレイルランニング大会や奈良クラブによるサッカー指導などを実施し、移住者や子どもたちがプロチームやプロの選手と関わる機会を設けている。段階的な施策の結果、社会増が3年連続となったと説明された。

8. 限られた資源を生かす行政運営と今後の課題

- **ビジョンに沿った事業設計**

- 役場の担当者は5人で、人員や予算が限られている。目的や目標が曖昧なまま個々の事業を続けるのではなく、行政の存在意義や将来像を明確にし、各事業をつなげて体系的に進めることが重要とされた。

- 関係人口の創出やデータの可視化自体を目的とせず、地域の収益、暮らしやすさ、人口維持など、実現したい成果に結びつける必要がある。

- **継続的な運用と横展開**

◦高山市では、直営運用による担当者の作業負担が大きく、システムやサービスの運用を担う人材の確保・育成が課題である。近隣地域への展開、予測精度の向上、脱炭素や地域内循環への活用も検討事項となっている。

◦人流予測やDMOアプリは一部の事業者による活用にとどまっており、地域事業者の理解を得て利用を広げ、利用者の意見を取り入れながら改善する必要がある。

- 下北山村では、雇用・住宅・情報発信・関係人口づくり・定住促進を人口維持の目標に沿って連動させ、施策ごとの目的や成果を確認しながら限られた人員と予算を配分することが課題となっている。

交通サービス再編で利用者3倍・満足度約9割！～丹波篠山市のAIデマンドバス～

兵庫県 丹波篠山市 企画総務部 創造都市課 係長　竹内 一真

丹波篠山市は、人口減少・高齢化や公共交通利用者の減少に対応するため、AIデマンドバスを導入した。導入にあたっては、交通事業者や住民との調整を重ね、利用の少ない乗り合いタクシーやコミュニティバスなどをデマンドバスに再編した。予約に応じて運行ルートを決める仕組みや、小型車両を活用した乗降場所の拡充により、交通不便地域の移動を支えている。

利用者数は運行開始後に増加し、講演時点では導入当初の4.6倍、10月の月間利用者数は783人に達した。累計利用者数も1万人を超えている。目指しているのはデマンドバス単独

の利用拡大ではなく、路線バス・タクシー・鉄道を含む公共交通全体の利用を促し、交通事業者と地域が共存できる持続可能な交通ネットワークをつくることである。

1. 丹波篠山市の地域特性と公共交通の課題

市の概要と地域資源

- 丹波篠山市は兵庫県の東端寄りに位置し、京都市に隣接する。神戸・大阪・京都方面へは車でおよそ1時間の距離にあり、人口は約3万8,000人。
- 黒大豆、山の芋、丹波栗、ぼたん鍋などの特産品や丹波焼がある。ぼたん鍋の時期には観光客が多く訪れ、市内で大渋滞が起きることもある。
- 市は以前「篠山市」だったが、2019年に住民投票を経て「丹波篠山市」に改称した。2015年に創造都市ネットワークに加盟し、日本遺産にも選定された地域として紹介された。日本遺産に関連して、デカンショ節にも言及があった。

公共交通の構成と課題

- 市内にはJRが走り、篠山口駅がある。路線バスはウイング神姫のグループ会社、タクシーは日本交通が運行している。また、地域住民が送迎を担う自家用有償運送、いわゆる公共ライドシェアも運行されている。
- 人口減少や高齢化が進み、路線バスの本数が少ない、コミュニティバスが不便、バス停まで遠いといった課題があった。利用者が少ないため便数が減り、さらに利用しにくくなるという悪循環も生じていた。
- 2022年（令和4年）には市の一部が初めて過疎地域に指定された。地域住民への聞き取りやアンケートで公共交通の充実を求める声が多く、既存の交通手段を見直すきっかけとなった。

2. 導入目的とサービス再編の経緯

導入の方向性

市は、デマンドバスの導入にあたり、次の4点を掲げた。

1. デマンドバスをきっかけに、公共交通全体の利用者を増やす。
2. AIシステムで予約に応じた運行ルートや配車を実現し、運行を効率化する。
3. 限られた車両や運行費用を有効活用し、市民のニーズに応じた輸送サービスを導入する。

4. 移動手段の確保にとどまらず、公共交通の充実を人口増加施策の一環として進める。

交通事業者・住民との調整

- 2024年（令和6年）3月、プロポーザルでシステム事業者が決定した。その後、路線バス・タクシー事業者や地域住民に説明したが、当初はいずれからも強い反対を受けた。
- 住民には「デマンド」という言葉や仕組みが分かりにくく、未知の乗り物を導入するより、路線バスやコミュニティバスを増やしてほしいという声があった。交通事業者には、便利なサービスが既存のバスやタクシーの利用者を奪うのではないかという懸念があった。
- 市は既存交通の利用者を奪わず、市民にとって便利なサービスとなる運行方法を検討した。関係者に案を説明して協議・説得を重ね、交通網全体が機能するよう調整した。

東部・西部への展開と既存交通の再編

- 東部エリアでは2024年（令和6年）11月に運行を開始した。それまで別々に運行していた乗り合いタクシー、コミュニティバス、自家用有償運送を廃止し、デマンドバスに再編した。城下町方面にも移動できるようになった。
- 西部エリアでは、駅・病院・店舗が多く人口も多いため、既存交通の利用者を奪うという事業者の懸念が特に強かった。一方、東部の運行を知った住民からは、早期導入を望む声が寄せられた。市が交通事業者を繰り返し訪問して協議・依頼し、2025年（令和7年）10月に運行を開始。従来のコミュニティバス2系統をデマンドバスに置き換えた。
- 従来の路線には路線バスやコミュニティバスと経路が重複し、駅や城下町へ遠回りして時間がかかるものがあった。利用者が1便あたり1〜2人、1日あたり約10人程度にとどまる路線もあり、効率が悪いと判断された。
- 現在は東西それぞれのエリア内で利用でき、東部からは城下町、西部からは駅の中心部にも移動できる。一方、駅と城下町の間など、エリアをまたぐ一部区間ではデマンドバスを運行しない。

3. AIデマンドバスの仕組みと利用条件

路線バス・タクシーとの違い

- 路線バスは時刻表と決められたルートに沿って、利用者の有無にかかわらず運行する。
- タクシーは利用者だけが乗り、自宅などから目的地まで貸し切りで移動する。
- デマンドバスは予約制で、バス停またはミーティングポイント間を、同じ方向へ向かう利用者を乗せながら、予約に応じたルートで運行する。路線バスとタクシーの中間にあたるサービスとして説明された。

利用対象・運行日・予約方法

- 市民に限らず誰でも利用でき、年齢制限もない。
- 月・火・水・金・土曜日の週5日、8時から16時まで運行する。
- 予約は電話、アプリ、LINEで受け付ける。乗車日の6日前から利用直前まで予約できる。
- 予約方法の利用傾向には年齢差があり、70代・80代では電話予約が圧倒的に多い。高齢者にとって電話は重要な予約手段であり、説明会でも「乗りたい場所と時間を電話で伝えるだけなら利用できそう」と感じてもらいやすい。電話予約を確保しつつ、LINEやアプリも幅広い層に活用されている。

運賃と乗り継ぎ割引

- 同じエリア内は200円、城下町など別の目的地へ向かう場合は500円。従来のコミュニティバスや自家用有償運送で用いられていた、近距離200円・東部方面500円という運賃の考え方を引き継いでいる。
- 乗り継ぎ割引があり、たとえばバス営業所から駅へ向かう場合、通常500円のところ200円で利用できる。割引は自動的に適用され、対象区間の利用者増加につながっている。

乗降場所と利用の簡便化

- 乗降場所となるミーティングポイントは410か所あり、2026年度（令和8年度）に8か所増設された。従来のバス停約100か所と比べて約4倍になっている。
- 従来の大型車両は細い路地に入れず、バス停を幹線道路沿いにしか設置できなかった。小型車両を使うデマンドバスは細い路地まで運行できるため、乗降場所を増やして利便性を高められた。

- 利用方法は「予約する」「指定された場所・時刻に待つ」「乗車して運賃を支払う」の3段階。分かりにくい横文字や複雑な手続きを避け、乗車への心理的なハードルを下げている。

4. 車両・乗降場所・運行体制

地域に応じた車両の選択

- 東部エリアでは、定員8人のハイエース・グランドキャビンを使用している。運転などの業務は路線バス事業者に委託している。
- 北エリアでは、日本交通に運行を委託している。タクシー会社が自社のタクシーシェア車両を使うことを希望したため、車体にマグネットを貼り、タブレット端末を搭載してデマンドバスとして運行している。
- 西側では、6人乗りの日産セレナを副車両として使用している。ハイエースより小型で小回りが利き、細い路地に入りやすいため、奥まった地域にも乗降場所を設けられる。ハイエースはエアコン使用時などに燃費が8〜9程度まで悪化することもあり、燃費がより良いセレナを採用している。
- 車内のタブレット端末が、次に向かう場所や乗降する利用者の場所を順に案内し、予約に応じた運行を支援する。

乗降場所のサイン

- 市役所などの公共施設には置き型のサインタワーを設置している。店舗、病院、自治会館などの民間敷地内では、既存のコミュニティバス停留所の標識を活用し、表示部分を付け替えている。
- ゴミステーション、消火栓付近、コンビニなどにも看板やサインを設けている。ゴミ収集車や消防車両が停車する場所には一時的にデマンドバスも停車しやすいため、乗降場所として活用できる。
- 標識の形式に決まりはなく、利用者に場所が分かればよいという考え方で、専用の看板がない場所では道路に貼り付けるなど、現地に応じた方法を採用している。
- 重要伝統的建造物群保存地区では景観上の規制があり、目立つ水色の標識を設置できないため、規制に合わせた別のサインを作成している。地図上では、北エリアや中心部を含め、病院・公共施設・店舗などにきめ細かく乗降場所を設けている。

運行体制

- 市が実施主体となり、関係者との調整、利用促進、乗降場所の設置などを担う。

- 地元のバス事業者や日本交通などのタクシー事業者が運行を受託し、運行管理、ドライバー、車両管理を担当する。
- ネクストモビリティが配車予約システムの管理とコールセンターの運営を担う。市と関係事業者は定期的に会議を行いながら運行している。

5. 既存交通との役割分担と利用実績

既存交通との共存

- デマンドバスは、路線バスやタクシーがほとんど運行していない交通不便地域で走らせることを基本としている。
- 駅と城下町の間など、路線バスやタクシーが多く運行する中心部では、昼間も路線バスが約30分に1本運行しているため、デマンドバスを走らせていない。
- デマンドバスが既存交通の運行区域に自由に入ると、バスやタクシーの利用・収益を奪い、経営悪化や撤退につながるおそれがある。周辺地域から中心部への移動をデマンドバスが担い、中心部内では既存の路線バスやタクシーを利用してもらう役割分担をとっている。

利用者数と利用者層

- 利用者数は運行開始後1年半で導入当初の4.6倍に増加し、講演時点で10月の月間利用者数は783人、過去最高を記録した。累計利用者数も1万人を突破した。
- 講演の前週（2026年11月8日〜14日）には、市長とともにバス停で利用者を迎え、1万人目の利用者に1万円分の回数券を贈呈した。
- 直近の月の利用者は1日平均37人で、コミュニティバスの1日約10人と比べて約3倍。10月には1日60人が利用した日や、1日50人ほどが利用した日も複数あり、従来の4〜5倍程度となる日もあった。
- 年代別では70代・80代の利用が特に多く、60代以上が利用者の78.6％を占める。一方、若年層にも通勤・通学、アルバイト、部活動の試合などでの利用がある。

他の公共交通への乗り継ぎ

- 降車場所のランキングでは店舗や病院だけでなく、バス営業所や駅での降車も多い。営業所や駅周辺には商業施設や病院が少なく、そこから別の場所へ向かう利用者がいるためである。

- バス営業所や駅での降車は年間約1,800回にのぼり、その多くは別のバスや電車に乗り換えて店舗や病院などへ向かう利用とみられる。デマンドバスが公共交通同士の乗り継ぎを支えている。

満足度とサービスの認知経路

- 利用者アンケートを年1回実施している。前年の調査では「満足」「やや満足」の合計が89％で、およそ9割が満足していた。さらにその前の調査の95％から5ポイント低下しており、改善課題となっている。満足していない人は1人だった。

- デマンドバスを知ったきっかけには、市の広報だけでなく、知人・友人からの口コミも多い。身近な人の「便利だ」という勧めや、実際の利用を見聞きしたことが利用につながる例がある。

6. 利用促進と地域への働きかけ

出張サポートと関係者向け説明会

- 口コミを広げるため、参加者が2人以上集まり会場を用意すれば、市職員が出向いて説明する「個別出張サポート」を実施している。スマートフォンの使い方や予約体験など、参加者のニーズに合わせて説明する。

- 社会福祉協議会、民生委員、ケアマネージャーなど、高齢者と接する機会の多い福祉関係者にも繰り返し説明会を行い、高齢者への利用案内や口コミの広がりにつなげている。

- 2年間で説明会などを約70回実施し、新規利用者は毎月約80人増加、登録者は累計約1,800人となっている。

乗車体験会

- 説明だけでは利用方法が伝わりにくい場合があるため、実際に乗車する体験会も実施している。

- 市の公共交通担当職員は、昨年までは2人だったが、現在は掛け持ちを含めて約1.5人分の体制で、イベント時に人手が不足しやすい。このため京都の大谷大学の教員に協力を依頼し、授業の一環として年3回の乗車体験会を行っている。

- チラシで参加者を募集し、学生と参加者が話をしながらデマンドバスに乗車する。昼食や買い物の後、再びデマンドバスで戻り、最後にワークショップを行う。参加者には2,000円分の回数券を渡し、次回は自分で予約して利用することを促している。

7. 持続可能な公共交通ネットワークの目標

- 人口減少時代に公共交通の利用者を増やすには、自家用車の利用者を公共交通へ転換する必要があると考えている。公共交通同士の乗り換えを円滑にし、安く便利だと感じてもらえる仕組みづくりを重視している。

- デマンドバスだけでなく、路線バス、タクシー、鉄道も含めて利用者を増やし、交通手段が共存共栄するネットワークを目指している。

- 導入当初は市民や交通事業者から強い反対があったが、現在は市民から感謝の声が寄せられている。免許を返納できた、デマンドバスができたことで都会の息子のもとへ引っ越さずに住み続けられる、といった声がある。

- 地元の路線バス事業者やタクシー会社に運行を委託し、運賃収入に加えて固定的な委託料を支払うことで、事業者の安定収入や経営・ドライバー確保の安定にもつなげている。

- 今後もデマンドバスのサービスを改善しながら、公共交通全体の利用者と事業者の双方に利点が広がるサービスを増やし、持続可能な交通網の構築を目指す。

課題・今後の取り組み

- 利用者アンケートで満足度が95％から89％に低下したことを踏まえ、サービスを改善する。

- 電話予約を維持しながら、LINEやアプリも含め、利用者の年齢層やニーズに応じた予約手段を提供する。

- 個別出張サポート、福祉関係者向け説明会、乗車体験会を続け、利用促進と口コミの拡大を図る。

- デマンドバスと路線バス・タクシー・鉄道の連携を強化し、公共交通全体の利用増加と持続可能なネットワークの構築を目指す。