

計画事業に係る事後評価記載様式(最終年度)(素案)

総合評価

地域の主体的な取り組みと創意工夫による公共交通の活性化・再生を通じ、個性豊かで活力に満ちた地域社会実現に寄与するために適切な事業を選び出し、当該事業を本格実施する環境を整備したか。

法定協議会等を適切に開催し、東葉高速線沿線の地域の活性化を図るために、事業計画に位置付けた事業を実施する中で、その問題点の検証、事業の見直しの要否の検討等、目標達成に向けて必要な検討を行った。

計画事業の実施

事業計画に位置づけられた事業が適切に実施されたか。事業計画に位置づけられた事業が事業計画どおりに実施されなかった場合には、適切な理由等が明らかにされているか。

総合連携計画において、「ダイヤ改正に伴う駅時刻表および配布用時刻表の作成事業」、「コンコース行先表示器の設置事業」、「車両基地見学会開催事業」、「東葉サマーコンサート開催事業」、「開業15周年記念事業」、「東葉東京メトロパス販売促進事業」、「企画乗車券の発売事業」、「モビリティマネジメント推進事業」の計8事業を位置づけている。

このうち、「ダイヤ改正に伴う駅時刻表および配布用時刻表の作成事業」は、平成23年度に「ダイヤ改正」が行われないことが明らかとなっていたため、平成22年度の第3回東葉高速鉄道活性化協議会において、実施しない旨了承された。このようなことから、平成23年度は7事業を実施することとなった。

「コンコース行先表示器の設置事業」については、今年度は東海神駅・船橋日大前駅・村上駅の3駅に設置するため現在工事を行っている。これらの駅に設置することで、昨年度設置した八千代緑が丘駅・八千代中央駅・飯山満駅の3駅の行先表示器と合わせ、6駅の改札外に設置されることになり、列車の運行状況及び沿線のイベント情報等をさらに多くの方に周知することが可能となる。

「車両基地見学会開催事業」、「東葉サマーコンサート開催事業」、「開業15周年記念事業」の3イベントは、来場者・参加者の増加を目的に実施した。「車両基地見学会」は、11月6日に開催した。当日は小雨まじりの悪天候であったが、広報活動の成果や活性化事業としてこれまで2回実施したことによる認知度の高まりから前年度と同規模の約4,500人の方が来場した。「東葉サマーコンサート」は、東葉高速線とともに歴史を刻み今年度で15回目を迎えた。今年度は過去最多の11団体が出演する予定であったが、雨天により2日開催(8月25日、26日)予定の1日(26日)を中止せざるを得なくなってしまった。このことから、1日のみの開催となったが、1日あたりでは過去最高の約2,400人の方が来場した。「開業15周年記念事業」という名のもとに、「駅からウォーク」、「駅装飾」、「車両ラッピング」、「PR活動」の4事業を実施した。本来であれば開業月の4月から実施する予定であったが、3月の東日本大震災の影響により半年程度遅れての実施とした。「駅からウォーク」は10月8日に開催し、過去2番目に多い759名の方に参加いただいた。「駅装飾」は、10月8日～11月6日の期間に、開業前の沿線の様子と現在の様子とを比較する写真展を、北習志野駅、八千代緑が丘駅、東葉勝田台駅の3駅の改札外で開催し、来場者に自由にご覧いただいた。「車両ラッピング」は、開業15周年記念事業のロゴを用いたヘッドマーク及び車体シールを東葉高速鉄道の車両に貼り付け、10月8日～11月6日の期間に運行した。「PR活動」は、ポスターや新聞媒体を利用して、「駅からウォーク」、「駅装飾」、「車両ラッピング」等の実施のPRを9月上旬から11月6日にかけて東葉高速線沿線を中心に実施した。

「東葉東京メトロパス販売促進事業」は、11月12日～12月25日の期間に「東葉東京メトロパス」を購入していただいたアンケートに回答された方を対象に食事券が抽選で当たるキャンペーンを実施した。期間中の発売枚数は11,266枚であった。「企画乗車券の発売事業」は、10月8日～11月6日の期間に東葉高速線内1日乗り降り自由の乗車券を発売した。大人2,700枚、小児300枚を用意し、大人券は発売後12日間で完売、小児券は272枚売り上げた。

「モビリティマネジメント推進事業」は、東葉高速線沿線の公共施設や見どころの掲載によって地域の活性化を図ることと、鉄道アクセス情報(乗り継ぎの案内)等の鉄道の利便性を紹介したリーフレットを作成し、自家用車を利用する方を対象に公共交通機関への転換を呼びかける予定である。リーフレットは1月中旬に配布し、アンケートを収集して東葉高速線の課題等の分析を行う予定である。

具体的成果

定められた評価方法・評価基準にしたがって、評価事項について事業を評価したか。
その際、事業の効果・影響とそれ以外の効果・影響を分離して評価したか。

東葉高速線地域公共交通総合連携計画には、「定期外乗車人員の増加」、「企画乗車券の販売増加」、「イベント来場者人員の増加」という3つの目標を設定している。

「定期外乗車人員の増加目標」は、昼間時(10:00～16:00)の定期外乗車人員を平成21年度～23年度の3年間に於いて約7%の増加を目指すというものである。平成23年度の10月の調査日の乗車人員は、平成22年度の同時期と比較して乗車人員が100人増加(1.3%増)しているが、平成20年度の同時期と比較すると226人減少(2.9%減少)となった。乗車人員の約7%の増加という目標が達成できなかった要因としては、リーマンショック後の景気低迷及び東日本大震災による出控え等が考えられ、想定外の事態によるものである。しかしながら、平成22年度を底に増加傾向にあることから、今後も企画乗車券の発売や沿線施設の紹介を行い、東葉高速線の利用促進を図ってまいりたい。

「企画乗車券の販売増加目標」は、企画乗車券の販売枚数を平成21年度～23年度の3年間に於いて7%の増加を目指すというものである。平成23年度は、「東葉東京メトロパス」、「東葉シネマチケット」、「開業15周年記念乗車券」の3種類を販売した。「東葉東京メトロパス」及び「東葉シネマチケット」については通年販売をしており、「開業15周年記念乗車券」については、10月8日～11月6日の30日間で販売を行った。平成20年度上期と平成23年度上期に販売した企画乗車券の合計枚数を比較すると、平成20年度上期は26,522枚に対し、平成23年度上期は11,959枚多い38,481枚(45.1%増)となり、7%の増加という目標を達成できている。

「イベント来場者人員の増加目標」は、既存イベントに加え新たなイベントの開催により、イベント来場者人員を平成21年度～23年度の3年間に於いて20%の増加を目指すものである。平成23年度は「東葉サマーコンサート」、「駅からウォーク(開業15周年記念事業の一環で開催)」、「車両基地見学会(平成21年度から新たに開催したイベント)」を開催した。この3イベントの来場者数は約7,600人となり、平成20年度の「東葉サマーコンサート」及び「駅からウォーク」の来場者数の合計約3,000人と比較すると約150%増であり、20%の増加という目標を達成できている。

実施した事業が地域公共交通に関する目標を達成するために適切な事業であるかどうかを検証したか。

企画乗車券の「東葉東京メトロパス」では、毎年11月中旬から12月下旬にかけてキャンペーンを展開しており、年々同キャンペーン期間中の販売枚数が増加傾向にあることから、継続することが適切であると判断している。

また、昼間時間帯の定期外乗車人員の増加に努めるため、「東葉東京メトロパス」、「東葉シネマチケット」のような企画乗車券を販売し続けることも適切であると判断している。

イベント開催にあたっては、来場者アンケートや参加者の属性等を調査した結果、イベント開催について来場者からも好評をいただいております。沿線地域の活性化及び東葉高速線の利用促進につながることを期待できることから、継続することが適切であると判断している。

* 必要に応じて、参考資料を添付して下さい。

自立性・持続性

1 事業の本格実施に向けての準備

実施した事業を本格実施するにあたって問題点があるかどうかを検証したか。

「コンコースの行先表示器の設置事業」は、現在未設置駅において設置工事を進めている段階である。活性化事業を機として、来年度もコンコースのみならず各駅ホーム上にも設置する予定であり、設置後はより多くの方にイベント等の情報を周知することが可能となる。行先表示器の掲出効果がどの程度あったかを把握するため、情報を掲出したイベント会場において、アンケート調査を実施した。

イベントについては、開催時にアンケート調査を実施して、回答者の意見や属性等を分析することにより、改善点等を把握し、次年度以降の開催の参考にしている。

「東葉東京メトロパス販売促進事業」では購入時にアンケート調査を実施しており、また「モビリティマネジメント推進事業」でも、アンケートの実施を予定しており、それらの結果を分析した上で今後の実施に向けての参考にする。

一昨年度実施した事業のうち、「パーク&ライドの整備(村上駅)事業」は、月ごとに東葉高速線の利用者の割合を算出し、更なる利用率の向上を図るため、「モビリティマネジメント推進事業」のリーフレットを活用してPRを行っている。駐車場の利用状況及び利用環境を把握するため、毎週現地を見回っている。

「公設掲示板の設置事業」については、今年度の4～12月末までの申込件数が57件となっており、昨年度の同期間の46件と比較すると11件多くなっており、公設掲示板の認知度が向上してきていると言える。今年度開催したサマーコンサートのアンケート結果からは、東葉高速線各駅に掲示したポスターを見たことがきっかけで来場した方が多数いたことから、公設掲示板設置の効果はあったと言える。

2 事業の実施環境

当該事業の本格実施のための財源について検討を行い、財源の目処がついたか。

事業主体である東葉高速鉄道(株)が、次年度に予算を計上する予定である。

住民等による自主的な利用促進、啓発等の活動や協賛金拠出への協力等当該事業を本格実施する環境を整備したか。

東葉高速鉄道では、「地域との共生」を第四次経営改善計画の施策体系の中の1つに掲げており、今回の活性化事業を実施していく中においても、「地域との共生」に重点を置いた。

「コンコースの行先表示器の設置事業」は、沿線地域のイベント等の情報を掲出しており、地域団体等の自主的な啓発活動につながっているものと考えられる。さらに、そのような啓発を行うことによって、東葉高速線の利用促進も図っている。

「車両基地見学会」は、車両基地周辺の自治会の協力を得て、会場及び会場周辺の警備・案内を行った。また沿線にある動物専門学校との協力により「動物ふれあい広場」を実施し、集客に寄与した。その他にも、沿線団体による模擬店の出店により、地域の特産品等のPRを行った。

「東葉サマーコンサート開催事業」は、沿線の中学・高校の出演により実施しており、また、スタッフとして地元八千代市内にある大学の学生が運営しているNPO法人とともにいった。

「駅からウォーク」は、地元の船橋市レクリエーション協会の協力を得て、コース上の案内等を行った。

「東葉東京メトロパス販売促進事業」及び「企画乗車券の発売事業」は、割安な乗車券を発売することで住民等へ東葉高速線への利用促進を呼びかけた。

「モビリティマネジメント推進事業」は、地元八千代市内にある大学の学生が運営しているNPO法人の協力を得て、リーフレットの配布を実施する予定である。

以上のように、事業の実施にあたっては地元自治会等の協力を受けるなど、地域とともに実施することによって、実施に向けての環境を整備することができたと考えている。

住民の参加等による地域関係者の実質的な合意形成

協議会における審議事項が明確に定められ、計画事業の進め方、実施状況について審議される体制となっていたか。

協議会規約において、連携計画の実施及びその連絡調整、連携計画に位置づけられた事業の実施にすることが協議会の担任する事務である旨規定している。また、事業実施に当たり、各構成団体からなる調整会議を設置し、計画事業の進め方及び実施状況等の協議案件に係る調整を行っている。

協議会に住民が参加したり、住民の意見が反映される仕組みが設けられていたか（公募制、住民意向調査等の実施が協議会の運営要領において定められていたか。）。

事業計画の作成にあたって、駅圏の住民等に対する利用動向調査を実施し、船橋市及び八千代市の住民に対してパブリックコメントを実施し、計画事業の選定を行っている。
また、協議会運営規程において、必要に応じ委員以外の者に対して会議への出席を依頼し、助言等を求めることができるとしているが、実際に協議会に住民の参加はなかった。

計画事業を実施するにあたって協議会が適切に開催されていたか。

平成22年度第3回法定協議会において、平成22年度に実施した事業の報告を行い、平成23年度事業の実施計画について説明を行った。
また、平成23年度については、実施計画に変更が生じなかったため、詳細事項を決定する際、各委員から意見を求め、その意見に基づき実施した。平成23年度第1回法定協議会においては、計画事業に係る事後評価報告案について審議を行った。

協議会の議事が傍聴、議事録や関係資料の公開等によって適切に開示されていたか。

法定協議会の会議運営規程において、協議会の傍聴は原則として可能としている。また協議会の議事録については協議会開催後に協議会HPにて公開している。また、実施した事業については、協議会HP、及び事業者HPにて公表することにより周知している。以上のことから、適切に開示されている。

地域公共交通に関する目標を達成するために適切な事業を本格実施することについて地域関係者の実質的な合意が形成されたといえるか。

事業主体である東葉高速鉄道(株)が、地域関係者の合意に基づいて3年間実施した事業に係る結果の取りまとめを行い、計画の各目標達成に有効な事業を選定し、本格実施する予定である。

* 必要に応じて、参考資料を添付して下さい。