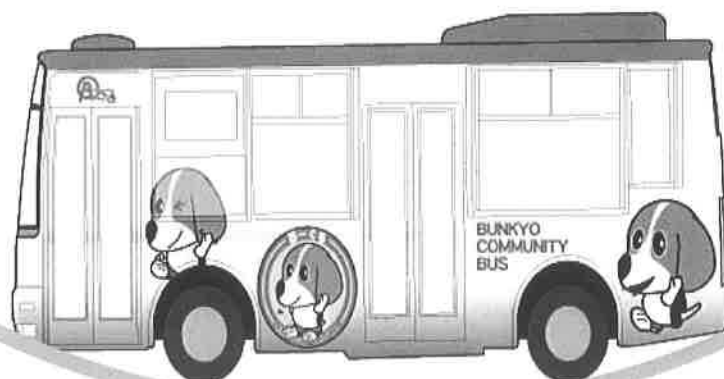


Bーぐるでつながる新しいコミュニティ創出事業 事業の実施内容及び実績に関する報告書



平成25年3月

文京区コミュニティバスBーぐる沿線協議会

目 次

1. 地域の課題	1
2. モデル事業の概要	3
3. マルチステークホルダーの概要（役割分担等）	9
4. 実施事業の詳細な内容	10
5. 事業実施上の課題	23
6. モデルとして他のNPO・行政等に紹介する仕組み	24
7. 平成25年度以降の予定	26

1. 地域の課題

(1) 事業の背景

文京区は区南部の春日地区に商業集積がみられるものの、全体としては住宅地が多く、西片、本郷、小石川、小日向など江戸時代の武家屋敷を発祥とする閑静な住宅街には、一時期森鷗外や夏目漱石らが居を構えた。また区内には六義園や小石川後樂園などの大規模庭園、高校・大学や医療機関などが数多く立地しており、これらを含めて「文の京（ふみのみやこ）」という地域アイデンティティに収れんされている。

こうした恵まれた環境の中、戦後の一時期までは地域住民による古き良きコミュニティが形成されてきたが、近年は住民組織である町会をはじめ地元の商店街や大学など、区内の至るところ様々な局面で、人々の交流機会が失われ、地域コミュニティの空洞化が進行している。

実際、町会では会長の引き受け手がいない、町会神輿の担ぎ手がいないといった問題が深刻になっている。また昔から営業してきた地元商店においても、後継者がいないため自分の代で店を畳むといった話も耳にする。区内の商店街には新たに開業した店舗もあるが、区外に居住する比較的若い経営者が多く、地元商店会に加入しないため、商店どうしの横のつながりが失われているという現実もある。

また、文京区内には17の大学があり地域特性の一つとなっているが、以前は大学の周辺にあった寮や下宿がなくなり、文京区内で生活していない学生が大多数を占めるようになったことで、大学と地域との関係も以前に比べて希薄になってきている。

こうした中、区内のある地域では、大学の研究室が地域コミュニティ形成の研究のフィールドとして地域住民と交流し、その一環として町会のまつりに参加するといった動きもある。地域にとっても、学生の若い発想やエネルギーを地域の活性化に活かすことができるメリットがあり、大学と地域の共存共栄の関係が生まれている。

この事例は、町会長と大学の先生がたまたま顔見知りであり、それが縁で実現したものであるが、こうした「きっかけ」を意図的につくり地域内の多様な主体を連携させることによって、地域の活性化を実現することが可能だと考える。

そのためには新しい交流の「きっかけ」となる情報発信や情報共有が重要であり、それをBーぐるというコミュニティバスを活用して実現することを事業の目的とした。

(2) Bーぐるに期待される役割

前述した地域コミュニティの空洞化の問題は、地縁や血縁、あるいは仕事上のつながりといった従来型のコミュニティが、以前のように地域活性化に対して影響力を持たなくなっており、これに替わる新しいつながりが生まれているという見方も出来る。昨今注目されているSNSをはじめとする新しいコミュニティの隆盛はその現れともいえよう。

このように新しい様々なコミュニケーションツールが生まれている中で、コミュニティバ

スの可能性に注目して行きたい。コミュニティバスは人を運ぶと同時に、沿線の情報や人のつながりを運ぶコミュニケーションツールとしての側面を有していると考える。

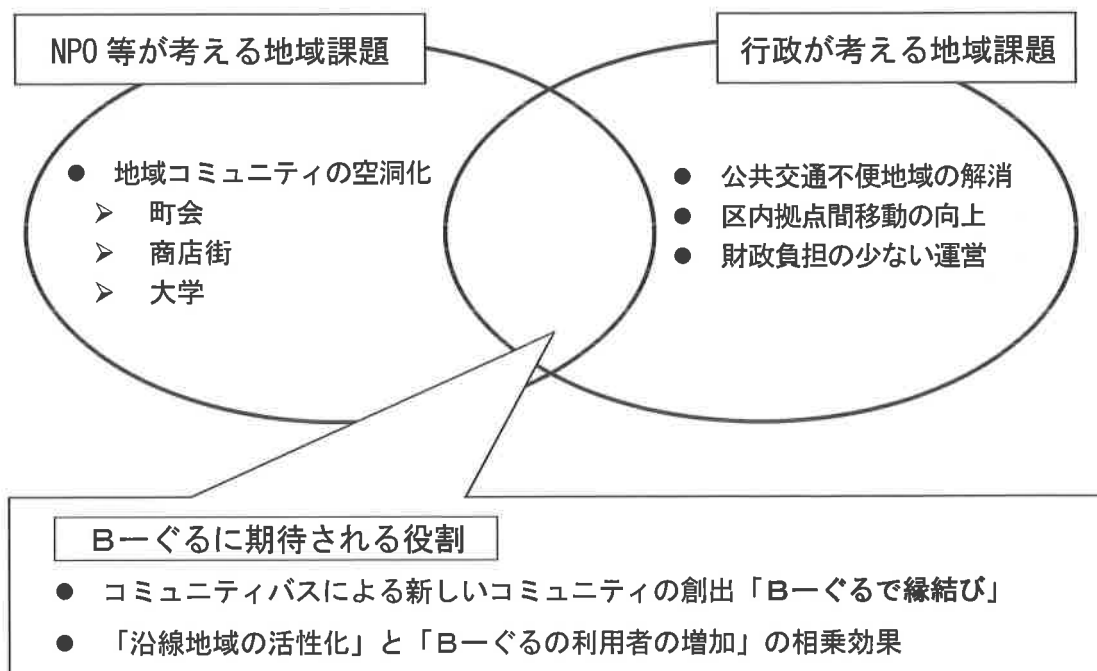
文京区のコミュニティバス運行事業の重点目標は、「公共交通不便地域の解消」、「拠点間の連絡強化」、「経済性の確保」の3点であり、ルートの設定においても重点目標を反映したのになっている。一例をあげれば、都立駒込病院や日本医大病院等の大規模病院や福祉施設を経由するルートであり、これらの施設を利用する人が定期的にBーぐるを利用して乗車の時間帯もだいたい同じ、車内もさほど広くはないので自然と顔なじみになる機会も生まれやすい。

このように、沿線地域の住民が沿線地域の施設への移動手段として利用するケースが多いことがコミュニティバスの利用特性であり、コミュニティバスが縁で新しいコミュニケーションが生まれる可能性が期待できる。

さらに、コミュニティバスを利用する人に対して適切な情報がタイムリーに提供できれば、自分たちの暮らす地域への関心を高め、地域への愛着まで昇華させることも可能と考える。

Bーぐる沿線の町会、商店会をはじめ、区内の高齢者クラブ、区民サークルなど様々な地域団体やその活動内容に関する情報、また図書館や地域活動センターなどの公共施設で開催される大小の催し物等の告知など、現在十分に提供できているとはいえない沿線地域の情報も少なくない。沿線地域の情報をその場（バス車内）で提供することで、実際の需要が生まれる効果についても期待できる。

Bーぐるが沿線地域の多様な主体をつなぐ「縁結び役」となり、沿線地域が活性化することを第一の目標とし、また相乗効果でBーぐるの利用者が増え、区の補助金に依存しない自立したコミュニティバスの運営を実現することも目標の一つとする。



2. モデル事業の概要

(1) 事業目的

平成 23 年度の B-ぐる (現: 千駄木・駒込ルート) の乗車人数は 52 万 3,958 人であり、平成 19 年 4 月の運行開始以来、順調に乗車人数が増え、平成 21 年度以降は年間 50 万人以上を維持するなど、沿線地域住民の日常の移動手段としてすっかり定着している。

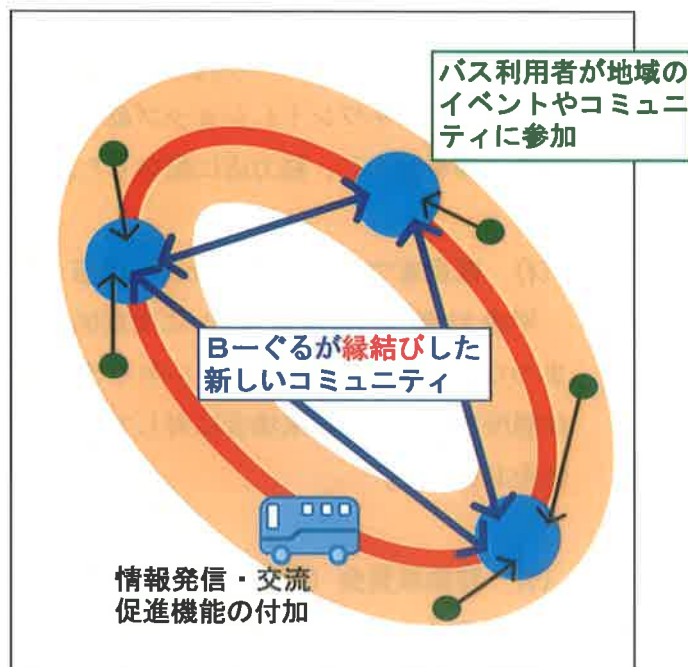
文京区が実施した利用者意向調査の結果からも、B-ぐる利用者の運行やサービス水準に対する満足度は一定の評価を得ている一方、沿線地域への波及効果に結びついていないことが課題として指摘されていた。

そこで本事業は、B-ぐる車内での沿線地域の情報発信や沿線の多様な主体とのタイアップイベントの開催等により、B-ぐるが沿線地域のコミュニティの活性化と新しいコミュニティを創出する「縁結び役」となり、B-ぐるが生み出す人の流れを沿線地域に波及させ沿線地域の活性化を図ることを目的とした事業を実施した。

<これまで>



<これから>



(2) 事業内容

前述した沿線地域の課題の解決に向け、Bーぐるが沿線地域の「縁結び役」となり、新しいコミュニティを創出することを目的として以下の事業を実施した。

①地域情報発信事業（平成23・24年度）

Bーぐるの車内に液晶モニターを設置し、沿線の地域情報を紹介する番組「Bーぐるチャンネル」を制作し放映した。

平成23年度は、Bーぐるの各種乗車券（回数券、一日乗車券、一ヶ月定期券）を見せると沿線の協力店（飲食店等）で様々な特典が受けられる「+ワン！」サービスの紹介と「文京区からのお知らせ」で構成した番組を制作した。

平成24年度は、6月下旬にバス車輛（4台）にDVD再生装置及び液晶モニターを設置するとともに、跡見学園女子大学マネジメント学部芝原脩次ゼミと連携し、学生が企画した内容を番組制作の専門家が助言する形で取材から編集作業までを本協議会と三者協働で進め、放映時間20分の番組を3本制作、放映した。

②イベント事業

(ア) 「+ワン！」サービス利用促進キャンペーン（平成23年度）

「+ワン！」サービスの利用促進を図るため、各協力店のセールスポイントや特典を紹介した小冊子「+ワン！」ショップ&サービスガイド及びキャラクター「びい」のついたステッカー等を制作し、協力店に配布した。

(イ) 区民まつり(Bーぐるcafe)出店（平成23年度）

平成23年11月19日（土）に文京区民センターで開催された文京ボランティア・市民活動まつりに、Bーぐるのイメージキャラクター「びい」を前面に出した「Bーぐるcafe」（無料休憩所）を出店し、来場者に対してパネル掲示やパンフレット配布等により、本協議会の活動をPRした。

(ウ) 移動展覧会（平成24年度）

区民の「心に残るまちの風景」をコミかるた作品にしてBーぐる車内で放映する事業を、文の京生涯学習司の会が東京大学大学院情報学環水越研究室の協力のもと企画した。募集は、区報・チラシ・関連ホームページで行った。

※「コミかるた」は、地域にまつわる「写真」と「句」から、かるたを“つくって”“共有する”ことを通して、地域の記憶や思い出をみんなでつむいでいこうというもの。

(エ) Bーぐる市（平成24年度）

平成24年11月17日（土）に開催された文京ボランティア・市民活動まつりとの同時開催で、真砂市場内商店と「+ワン！」サービス協力店のコラボによる「Bーぐる市」を開催し、

本協議会も「Bーぐる cafe」を出店した。「Bーぐる市」の企画イベントとして、真砂市場内商店と「Bーぐる cafe」を対象としたお買物スタンプラリーを実施した。

③ボランティアとサポート会員の募集（平成 24 年度）

平成 24 年 6 月に沿線協議会のホームページを開設し、本協議会の活動内容を紹介するとともに、協議会事業へのボランティアスタッフ募集を行った。また、Bーぐる市のスタッフを募集するチラシを作成し、Bーぐる車内で配布するとともに、協賛団体等にも送付した。

なお、サポート会員制度については内容を検討するにとどまり、次年度以降の研究課題とした。

④調査事業（平成 24 年度）

本事業を実施したことにより、Bーぐる利用者の沿線地域に対する関心の変化、沿線協議会活動の認知度や参加意向、各事業に対する総合評価、沿線地域への効果等を定量的に計測するための関連調査を実施した。

平成 23 年度の「+ワン！」サービス利用促進キャンペーン、平成 24 年度の地域情報発信（DVD 制作）、Bーぐる市の 3 事業について、サービス協力店、イベント参加者や関係者に事業の評価に関するアンケートやヒアリングを実施し、今後の協議会活動に向けた基礎資料を作成した。

⑤協議会運営（平成 23・24 年度）

各年度 3 回開催される沿線協議会で、新しい公共運営委員会で検討した内容を事業実施前に諮るとともに、事業の実施後報告を行う等、連携を取りながら実施した。

また、地域情報発信事業を強化することを目的として、映像コンテンツを補完し連動する車内情報誌の創刊準備号を作成した。

(3) 事業実施スケジュール (青: 計画、赤: 実績)

	平成 23 年度												平成 24 年度												
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
1. 地域情報発信事業										企画・取材・制作	企画・取材・制作	企画・取材・制作	企画・取材・制作	企画・取材・制作	企画・取材・制作	更新 (夏版)	更新 (秋版)	更新 (冬版)							
										機材購入	機材購入	車内モニター設置	車内モニター設置				1巻	2巻	3巻	4巻					
										更新 (春版)	更新 (春版)	更新 (春版)													
2. イベント事業																									
①プラスワン! 利用促進キャンペーン											のぼり制作	配布	企画・取材・制作												
										案内 MAP 取材・原稿作成	印刷														
②区民まつり (Bーぐる cafe)								出店準備・ 実行委員会																	
									出店																
③移動展覧会													企画	募集チラシ	募集	DVD制作	公開								
													企画	募集チラシ	募集	DVD制作	公開								
④Bーぐる朝市														実行委員会 (企画・調整)		開催									
																	開催								
3. ボランティアとサポート会員の募集													活動案内作成												
													ホームページ 制作	開設	コンサルティング										
4. 調査事業																									
														ヒアリング (協力店)											
5. 協議会運営																									

3. マルチステークホルダーの概要

(1) 概要

文京区コミュニティバスBーぐる沿線協議会は、Bーぐるの利便性の向上と安定的運営等に関する協議の場として沿線の地域団体や協賛企業、バス事業者、文京区等の参画により平成22年8月に発足した。

平成23年5月からは新しい公共支援モデル事業を企画・実行する組織として新しい公共運営委員会を設置し、本事業の企画立案から実施までを行った。

(2) 役割分担

沿線協議会の各構成員は、それぞれ以下の役割を担った。

また新しい公共運営委員会では、沿線協議会の構成員以外でもBーぐるに興味や関心のある人もオープンに参加できる組織形態とし、人的リソースの確保に努めた。

	主たる役割
文京区地区町会連合会	沿線地域の各町会で実施されている祭りやイベントに関する情報を提供し、映像コンテンツの制作等にも協力した。またBーぐる利用者の実態把握に努め、協議会の活動テーマにつなげた。
文京区商店街連合会	地域情報発信事業に参加協力できる店舗に関する情報提供、Bーぐる市等のイベントで出店者のとりまとめと斡旋、「+ワン！」事業ではPRに努め協力店の拡大に努めた。
文京区観光協会	地域情報発信事業で制作する映像コンテンツの企画をプロデュースした。
文京区高齢者クラブ連合会	生涯学習司の会を通じて、移動展覧会において作品応募を働きかけた。同好者の勧誘、知り合いへの広報を行った。
東京商工会議所 文京支部	映像コンテンツと紙媒体の連携等、本事業を効果的に実施するための助言を行った。
㈱東京ドーム	イベント開催の際にノベルティの提供などの協力や広報等に参加した。
(学)日本医科大学	大学病院の利用者に対し協議会で制作したチラシの配布等、沿線協議会活動のPRを行った。
日立自動車交通㈱	コミュニティバスの運行事業者であり、すべての事業に深く関わった。イベント時の応援参加やバス車内の掲示スペースの提供、イメージキャラクターの利用に協力した。
文京区（区民課）	協議会の事業が円滑に執行できるよう、協議会の会計、事務執行を支援した。また、庁内関連部署や東京都との調整役となった。

4. 実施事業の詳細な内容

(1) 地域情報発信事業

Bーぐる（千駄木・駒込ルート）の車内に液晶モニターを設置し、映像コンテンツとして沿線の地域情報を紹介する番組「Bーぐるチャンネル」を制作（DVD）し、放映する事業に平成23年度から2ヶ年で取り組んだ。

平成23年度は、「+ワン！」サービス協力店の紹介と沿線の地域組織や公共施設のイベント情報を紹介する20分間の番組1本を制作した。

平成24年度は、跡見学園女子大学マネジメント学部芝原脩次ゼミと連携し、毎回、学生が企画した内容を番組制作の専門家が助言する形で取材から編集作業まで協働で進め、放映時間20分の番組を3本制作した。企画から取材・編集にかかる期間を3ヶ月として、班体制でローテーションを組んで実施した。

①液晶モニター及びDVD再生装置の設置

平成24年6月下旬 バス車両（4台）にDVD再生装置及び液晶モニターを設置

②映像コンテンツ

通巻	番組内容	放映期間	制作年度
1	+ワンショップを紹介します！	平成24年7月1日～ 平成24年9月30日	23年度
2	AGB隊が行く！ 寺社めぐり編	平成24年10月1日～ 平成24年11月30日	24年度
3	AGB隊が行く！ お祭り・イベント編	平成24年12月1日～ 平成25年1月31日	24年度
4	AGB隊が行く！ 鷗外散歩編+移動展覧会	平成25年2月1日～ 平成25年3月31日	24年度



Bーぐる車内に設置された液晶モニター



AGB隊が行く！シリーズ（DVD）



編集会議（平成 24 年 5 月頃）



編集会議（平成 24 年 8 月頃）

2. イベント事業

(1) 「+ワン！」サービス利用促進キャンペーン（平成 23 年度）

沿線の協力店（飲食店等）でBーぐるの各種乗車券（回数券、一日乗車券、一ヶ月定期券）を見せると様々な特典が受けられる「+ワン！」サービスの利用促進を図るため、各協力店のセールスポイントや特典を紹介した小冊子「+ワン！」ショップ&サービスガイド及びキャラクター「びい」のついたステッカー等を制作し、協力店に配布した。

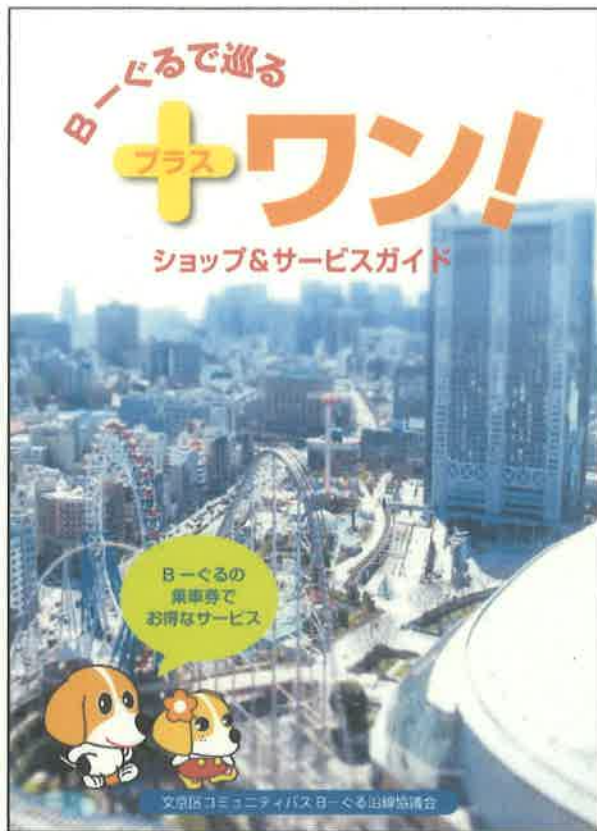
小冊子は「縁結び」の観点から従来の店舗紹介にとどまらず、「+ワン！」サービスの特典や店舗経営者の「素顔」を写真と文章で紹介することに力点を置き、従来の印刷物との差別化を図った。

店舗掲示用ステッカーは各協力店の意向を反映させ、従来計画ののぼり旗を変更したものである。名刺大のカード（ショップカード）は、会計コーナー等に置いてもらうことを想定して制作した。

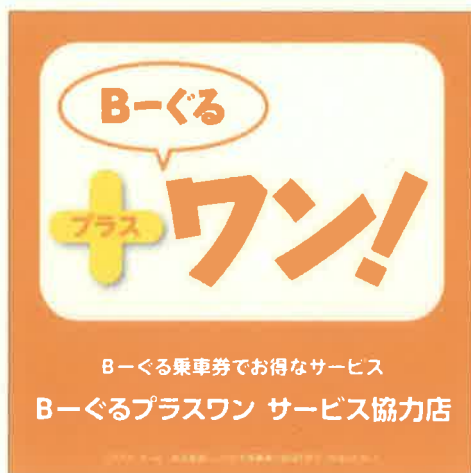
制作物	制作部数
小冊子「Bーぐるで巡るプラスワン!ショップ&サービスガイド」	3,000 部
店舗掲示用ステッカー	300 枚
名刺大のカード（ショップカード）	10,000 枚



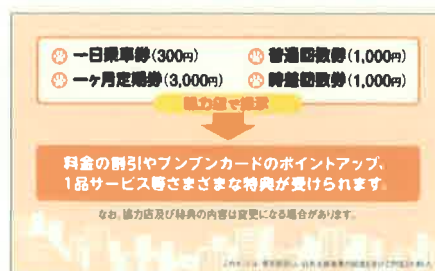
「+ワン！」サービス協力店への取材の様子



小冊子「+ワン！」サービスショップ&サービスガイド



店舗掲示用ステッカーと店舗での活用状況



名刺大のカード (ショップカード)

(2) 区民まつり出店 (平成 23 年度)

平成 23 年 11 月 19 日 (土) に文京区民センターで開催された文京ボランティア・市民活動まつりに、B-ぐるのイメージキャラクター「びい」を前面に出した「B-ぐる cafe」(無料休憩所) を出店し、パネル掲示やパンフレット配布等により、沿線の団体・商店街・協賛企業の紹介、沿線の観光案内と見どころ紹介、沿線協議会の活動紹介、会員 (ボランティア) 募集を行った。

当日はあいにくの雨天であったが 2,000 名の来場者があり、本協議会のブースには大勢の立寄客があった。



お昼時はほぼ満席のにぎわい



協賛企業の情報コーナー



子連れのファミリーの利用が多かった



第二路線(開業前)のルート进行を説明するスタッフ



マルチステークホルダーでの運営



バス模型の展示が子どもたちに人気

(3) 移動展覧会（平成 24 年度）

Bーぐる車内を区民の学習や活動の成果を披露する場として活用し、車内コミュニケーションのきっかけづくりをすることが事業の目的である。

当初、区民サークル、高齢者サークル等から、絵画、写真、生花等を幅広く募集した作品を部門毎にDVDに収録し、車内マルチビジョンで放映・紹介することで関係団体と調整していたが、区の文化展用の制作で手一杯とするサークルが多いことがわかり、募集する作品の変更することとした。

文の京生涯学習司（区内生涯学習の推進者）の会を中心に移動展覧会の企画を練り直した結果、「コミかるた」の作品を募集することとした。「コミかるた」とは、「写真」を絵札にと「句」を読み札としたかるたを“つくって”、“共有する”ことを通して地域の記憶や思い出をみんなでつむいでいこうという、東京大学大学院情報学環水越伸研究室が開発した新しいコミュニケーション手法である。文京区発のオリジナル・コミュニケーションツールということもあり、Bーぐる移動展覧会にふさわしいとして協働で実施ということになった。

募集に際しては、区民の「心に残るまちの風景」を区報・チラシ・関連ホームページ等で作品を公募し、応募全 12 作品を映像化し、Bーぐる車内で発表した。

「コミかるた」
あなたの写真でつくる
みんなのコミュニティかるた

「コミかるた」は地域にまつわる「写真」と「句」から、かるたをつくらせて共有することを通して、地域の記憶や思い出をみんながつむいでいこうというものです。会場に左記テーマの写真を持参してください。

▽写真テーマ 文京にまつわる写真、思い出の写真やお気に入りの写真1枚（人物や風景など自由、データもしくはプリント）
10月13日（土）午後1時～3時 東京大学情報学環 福武ホール会議室 申込先

▽協力 文京区コミュニティバスBーぐる沿線協議会
112-8555 文京区アカデミー推進課
05803-1307

文京区・東京大学連携事業
文の京・大いなる学びシリーズ

ついつい寄り道、路地裏抜け？！

なたでも15人抽選
料回復はがきに「コミかるた」住所・氏名・電話番号と返信用にもあて先を明記し左記へ（区ホームページからも申込可）
10月5日（金）

▽準備 東京ケーブルネットワーク
▽協力 文京区コミュニティバスBーぐる沿線協議会
112-8555 文京区アカデミー推進課
05803-1307

Bーぐる移動展覧会
「コミかるた」作品募集

11月下旬からBーぐる（千駄木・駒込ルート）の車内で上映する「コミかるた」の作品を募集します。

応募方法は④に20字以内のことば（かるたの読み札になります）と写真の説明（年代・場所・思い出など）住所・氏名・ニックネーム可・電話番号を明記し、写真1枚を添えて左記へ写真テーマ 同上
10月25日（木）必着

※写真の返却を希望の方は応募時に「写真返却希望」と明記。

▽準備 文京区コミュニティバスBーぐる沿線協議会
▽協力 文の京生涯学習司の会 東京大学大学院情報学環水越伸研究室
区民課
05803-1387

応募方法

申込先	〒112-8555 文京区区民課内Bーぐる沿線協議会移動展覧会係
郵送	
メール	bus@comikaruta.com

※メールの場合は写真データを添付。

区報ぶんきょう（9/10号）掲載作品募集記事

5月～6月	文の京生涯学習司の会を中心に企画会議
7月上旬	東京大学大学院水越研究室・生涯学習司の会との合同企画会議（～8月）
8月	作品募集チラシの制作・配布（～10月）
9月	区報ぶんきょうによる公募開始（～10月末）
11月末	応募作品総数 12点
1月～2月	DVD制作
3月上旬	Bーぐる車内で放送開始

(4) Bーぐる市（平成 24 年度）

当初計画ではBーぐる朝市の開催を9月に予定していたが、会場確保や夏期の暑さ対策等クリアすべき課題が多いと判断し、昨年の実績を踏まえ、真砂市場で11月の区民まつりと共同開催という形に変更して実施した。これに伴い、イベント名称もBーぐる市に変更した

平成24年11月17日（土）に、真砂市場内店舗と+ワン！サービス協力店のコラボによる「Bーぐる市」を開催し、本協議会も「Bーぐる cafe」を出店した。

「Bーぐる市」の企画イベントとして、真砂市場内商店とBーぐる cafe を対象としたお買物スタンプラリーを実施した。

「Bーぐる cafe」の各コーナーでは、Bーぐるパンケーキの販売、元田会長によるやさしいコミバス講座、区民参加型のBーぐる沿線おすすめ情報マップづくり、子ども向けBーぐるバスの工作を実施した。

Bーぐる市の開催を事前告知するため案内チラシを制作し、Bーぐるの車内や関係機関で配布するとともに、協賛企業に配布を依頼した。

またイベント当日用にのぼり旗を制作した。



Bーぐる市告知チラシ



Bーぐる市のぼり旗



B-くるcafe 全景



大勢の人出でにぎわう



元田会長による「楽しいコミバス講座」



B-くるパンケーキの販売



オススメ情報マップを作ろうコーナー



B-くるバス工作コーナー



協賛企業情報コーナー



コラボ商品の販売（日吉商店+喜三郎農場）

3. ボランティアとサポート会員の募集（平成 24 年度）

平成 24 年 6 月に沿線協議会のホームページを開設し、本協議会の活動内容の紹介や協議会活動へのボランティア参加・イベントスタッフの募集等に活用した。途中、コンサルティング業務を委託した。

また、Bーぐる市の開催に向け、ボランティアスタッフを募集するチラシを作成し、Bーぐる車内や関係団体に配布した。

なお、サポート会員制度については内容を検討した結果、会費の収受等クリアすべき課題も多く、次年度以降の取組とした。

6 月	沿線協議会ホームページの開設（～年度末、適宜更新）
7 月～8 月	ホームページの利用促進に向けたコンサルティング業務委託
10 月	Bーぐる市スタッフ募集チラシの制作・配布（～11 月）

沿線協議会ホームページ

URL <http://www.bunkyo-be.com/>

Bーぐる大好き人間集まれ!

Bーぐる市 イベントスタッフ大募集

Bーぐる沿線沿線協議会では、区民センターで行われる文京ボランティア・市民活動まつり2012に併せ、Bーぐる市を開催します。
Bーぐる市の事前準備や当日会場でお手伝いくださるボランティアスタッフを募集します。

① 運営スタッフ
Bーぐる沿線協議会委員とともに、イベント内容の検討や実施に向けた準備を行います。
※活動は主に平日の午後6時半以降を予定しています。

② 会場スタッフ
イベントの前日と当日のブースの飾りつけ、スタンプラリーの案内、販売などをお願いします。

開催日：2012年11月17日(土) 午前10時～午後3時
開催場所：文京区民センター(文京区本郷4-15-14)
対象：高校生以上

※ご希望の方は、参加申込書にご記入の上、FAXまたは郵送でお申し込みください。
FAX送付先 03-5803-1340
郵送先 〒112-8555 文京区春日1-16-21 Bーぐる沿線協議会事務局(区民部区民課)
問合せ先：文京区Bーぐる沿線協議会事務局(区民部区民課コミュニティ(土)担当) 03-5803-1387

参加申込書 ※切らずにご利用ください。

※希望するものに○印	運営スタッフ	会場スタッフ	両方とも
氏名			
住所			
連絡先(携帯可)			
Eメール(携帯メール可)			

このチラシは、東京都新しい公共支援事業の助成を受けて制作しています。

イベントスタッフ募集チラシ(Bーぐる市)

4. 調査事業(平成24年度)

本事業を実施したことにより、Bーぐる利用者の沿線地域に対する関心の変化、沿線協議会活動の認知度や参加意向、各事業に対する総合評価、沿線地域への効果等を定量的に計測するための関連調査を実施した。

平成23年度の「+ワン!」サービス利用促進キャンペーン、平成24年度の地域情報発信(DVD制作)、Bーぐる市の3事業について、サービス協力店、イベント参加者や関係者に事業の評価に関するアンケートやヒアリングを実施し、今後の協議会活動に向けた基礎資料を作成した。

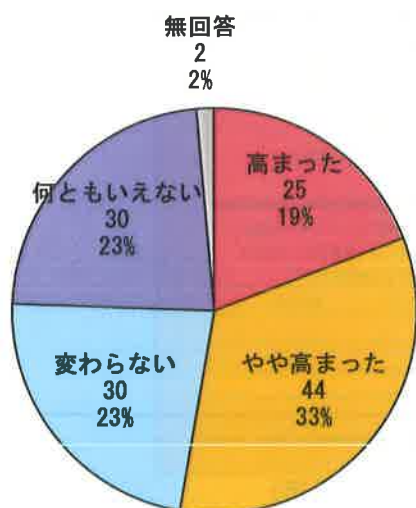
	調査対象	調査時期	回収数
地域情報発信事業(DVD制作)	Bーぐる利用者	平成24年11月	131
Bーぐる市	イベント来場者	平成24年11月	56
	真砂市場出店者	平成24年11月	7
+ワン!サービス利用促進キャンペーン(事後評価)	協力店	平成25年2月	32

このうち地域情報発信事業に関するアンケートでは、Bーぐるの車内で放送している番組を見た人の半数以上にあたる52%の人が、沿線地域の観光資源やお店に対する関心や興味が「高まった」あるいは「やや高まった」と回答している。

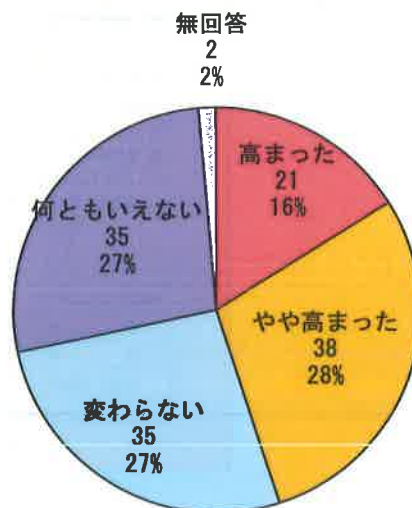
また、本協議会の活動に対する関心や興味についても、全体の44%の人がBーぐる車内で番組を見たことにより協議会への関心や興味が「高まった」あるいは「やや高まった」と回答している。

さらに、Bーぐる市で沿線協議会ブースで実施した来場者アンケートでは、沿線協議会を知っていた人の割合は29%であり、参加意向も約30%あることが確認できた。

番組で紹介された観光資源やお店への関心や興味

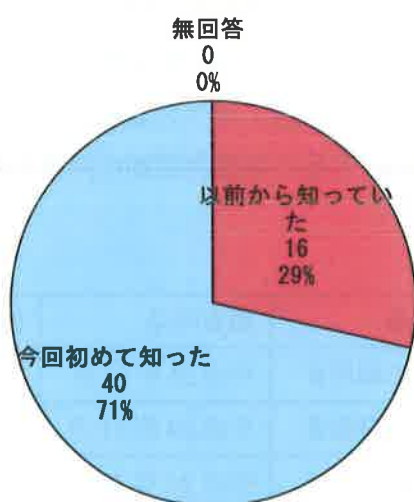


沿線協議会に対する関心や興味

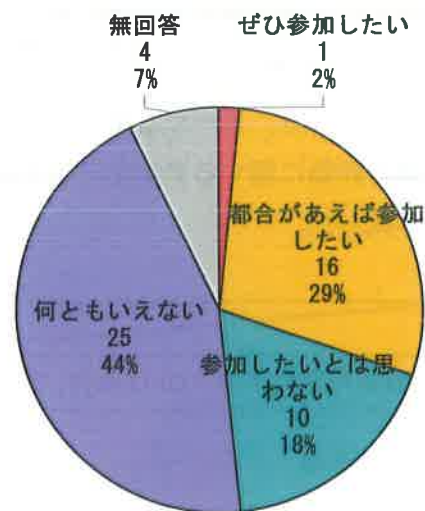


出典：地域情報発信事業（DVD制作）アンケート（N=131）

沿線協議会活動の認知度



沿線協議会活動への参加意向



出典：Bーぐる市来場者アンケート（N=56）

5. 協議会運営（平成 23・24 年度）

各年度3回開催される沿線協議会で、新しい公共運営委員会で検討した内容を事業実施前に諮るとともに、事業の実施後報告を行う等、連携を取りながら実施した。

また沿線協議会の活動内容を一般向けに広報する目的で発行している「沿線協議会ニュース」の作成は文京区の予算で費用負担できることになったので、沿線協議会では、地域情報発信事業を強化することを目的として、次年度以降映像コンテンツを補完し連動する車内情報誌を発行することとし、その創刊準備号を作成した。

開催日	内容	場所
平成 23 年 5 月 24 日	<ul style="list-style-type: none">沿線協議会組織体制に関する提案新しい公共支援事業の応募について	障害者会館
平成 23 年 10 月 13 日	<ul style="list-style-type: none">平成 22 年度 Bーぐる 事業報告新しい公共支援事業への申請提案書（案）	シルバーセンター
平成 24 年 3 月 21 日	<ul style="list-style-type: none">新しい公共事業 23 年度実績報告及び 24 年度活動計画	障害者会館
平成 24 年 7 月 13 日	<ul style="list-style-type: none">コミュニティバス運行事業について新しい公共事業 24 年度進捗報告	地域振興会議室
平成 24 年 12 月 11 日	<ul style="list-style-type: none">コミュニティバス運行事業の概要について新しい公共事業 24 年度中間報告	第 2 委員会室
平成 25 年 3 月 29 日	<ul style="list-style-type: none">新しい公共事業 24 年度実績報告バス利用実態調査報告	区民会議室



第 5 回沿線協議会（平成 24 年 7 月 13 日開催）

5. 事業実施上の課題

(1) マルチステークホルダー間の意思統一

本協議会は文京区が設置要綱に基づき平成22年10月に設置した組織であり、文京区区民課を含む9団体のマルチステークホルダーで構成されている。もともとBーぐるの利便性の向上と安定的な運営に関する協議の場としての性格が強く、区内関係団体と協賛企業、公募区民等という立場の違いもありBーぐるに対する意識の差があったことは否めない。

実質的な事業活動は協議会委員有志と新たにボランティアを募る実施計画としたことから、活動基盤を強化しながらスタートを切らざるを得なかった。

本モデル事業に対しても、事務局はこうしたマルチステークホルダー間の温度差を乗り越えて事業を実施していくことに苦労した。

(2) 事業実施に必要な人的リソースの確保

今回の事業の柱の一つは、Bーぐるの車内に設置した液晶モニターで沿線情報に関する映像コンテンツを制作することであった。

当初計画ではこれを協議会メンバーで実施する予定であったが、協議会のメンバーの中に十分な時間を割ける者がおらず、また番組の制作・編集までには当初の見込以上に人手がかかることが判明し、コンテンツ制作の実施体制づくりに時間を要した。

そこで考えたのが、区内大学の学生に参加協力を呼びかけることであった。文京区内には17の大学が立地しており、大学生が多いことが文京区の特徴の一つになっている。早速メンバーのツテをたどり区内の大学の先生を訪ね歩き、何校目かでようやく現在連携関係にある跡見学園女子大学に辿り着いた。

平成24年度に制作した番組は、企画から撮影・編集までを学生がすべてボランティアで行うことで実現できた。学生の参加協力なくしては、番組制作も危ぶまれるところであった。

また、学生の指導にはゼミの教授と番組制作の専門家が担当した。文京区内には印刷関連の企業が多く、近年では業態を変更してマルチメディアを手がける印刷会社もある。今回の専門家もこうした経歴を持つ。

こうした地域のネットワークにも助けられ、当初計画通りの事業を実施することができた。

6. モデルとして他のNPO・行政等に紹介する仕組み

(1) 行政サービスの幅を広げるNPO等の役割

「新しい公共」では、行政とNPO等の協働により行政サービスの提供や公共的な課題を解決することが基本的精神として掲げられている。

一般的に行政は課や係ごとに事務分掌が定められており、文京区が実施する事業もその枠の中に位置づけられている。本事業に関して言えば、コミュニティバスの担当は区民課であり、行政上の課題は、第一に公共交通不便地域の解消であり、第二に拠点間連絡の強化となっている。

今回私たちが本事業で目指したことは、文京区のコミュニティバス運行事業を「沿線地域の活性化」の視点で見直すことであった。人を運ぶためにコミュニティバスを運行することから一歩進めて、沿線地域との関わりや沿線地域の特性といった視点でコミュニティバスを見直すと、商店街振興であれば経済課、観光利用促進であればアカデミー推進課といったように、複数の課にまたがる事務分掌になってくる。

このように横断的な視点で事業を捉えることで、既存の事業が新しい意味をもってくる可能性がある。従来の公共サービスでは対応しにくかった「すき間」を埋めていくことがNPO等の役割であり、今回私たちが取り組んだ新しい公共モデル支援事業による協働は、区のコミュニティバス運行事業の幅を広げることに繋がったと思う。

(2) 沿線の人や地域を「つなぐ」コミュニティバスへ

コミュニティバスに限らず、公共交通機関は人を「はこぶ」ことを最大の事業目的としているが、今回私たちはコミュニティバスの利用特性を確認するところからスタートした。

文京区の過去の調査資料から、区民の利用が8割以上で、乗車人数の4割が高齢者、沿線は文京区内だけという「地域密着型」の公共交通機関であり、Bーぐるの利用者は不特定多数というよりは、むしろ常連さんや顔なじみが多く利用しているということがわかった。

この結果を踏まえ、Bーぐるの沿線地域の情報を普段Bーぐるを利用している人に直接提供することで、途中下車してみよう、普段の乗車区間とは違う場所まで行ってみようという新しい需要を生み出すことにつなげていくことも可能と考えた。

さらにBーぐるの車内で、利用者に即した沿線地域の情報をタイムリーに提供できれば、Bーぐるが生み出す人の流れを沿線地域に波及させることも出来ると考えた。Bーぐる車内に設置した液晶モニターであれば、情報機器に不慣れな高齢者にも情報を伝えることも可能である。

放映する番組のコンテンツに関しても、地縁のない番組制作のプロに委ねるのではなく地元制作にこだわった。区民や区に関わりの深い人が自ら企画し制作した今回の番組は、洗練されてはいないが、見ている人（不特定多数ではないことに注意）にとって親近感が湧く内容であり、Bーぐるを通して自分たちの地域に対する関心や愛着を深めることに繋がった

と感じている。

こうした取り組みによって、Bーぐるは人を「はこぶ」という交通手段のみならず、沿線の人や地域を「つなぐ」コミュニケーションツールとしての役割を果たしつつある。

(3) 活動に対する「思い」を伝え、ファンを増やす

最後に私たち（NPO等）にとっても、今回の新しい公共支援モデル事業は、改めて自分たちが活動していく上での目的を明確にする上で、よい機会になったと思う。普段おぼろげながら考えていることであっても、いざ具体的な形にしようと思うと、一つひとつ真剣に考えて決めていく作業がある。個人的にはこのことが非常に勉強になった。

一つの活動が周囲の共感を得て、多くの人を巻き込みながら地域のムーブメントとなっていくプロセスには、自分たちの「思い」や「熱」といったものをいかに伝えていくかが、いかに重要かということがわかった。自分たちの組織が何を目的に活動しているのか、自分たちが伝えたいことは何なのか、活動に対する「思い」を自ら問いただすことも必要な作業になる。

私たちにとって、その答えはBーぐるが「縁結び役」となって『Bーぐるでまちとひとをつなぐ』というメッセージであり、この形に集約することが出来たのも、今回の事業をきっかけに自分たちの活動を見つめ直すことが出来たからだと思う。

明確なメッセージさえあれば、その「思い」を伝えるツールはいろいろと考えられる。今回の事業とした液晶モニターによる沿線地域の情報発信や沿線商店を巻き込んだイベントの実施は、一つのモデルに過ぎない。Bーぐるのイメージキャラクター「びい」も、沿線地域を巻き込む上での重要なツールになると考えている。現に私たちの仲間には、「びい」がカワイイからという理由で参加してきたメンバーもいる。

今回の事業で自分たちの活動を応援してくれるファンをつくることの大切さを知り、そのためには自分たちの思いを伝えるメッセージの重要性を知ることが出来た。

未だ道半ばではあるが、今後の活動に活かしていきたい。



7. 平成 25 年度以降の予定

Bーぐる沿線協議会が平成 22 年 10 月に設立された際の目的は、コミュニティバス運行事業の自立的運営と沿線地域の活性化にあった。沿線地域の関係者が一堂に会しBーぐるに関する協議をする場だけでなく、具体的な事業活動を志向していた段階で今回の新しい公共支援モデル事業の採択はとてつもなく挑戦し甲斐のある事業であった。

現在、本事業を実施した 2 年間で得られた有形無形の資産を活用して、平成 25 年度以降の活動をいかに充実したものにしていくか、短期・長期の活動計画を策定中である。

このうち、平成 24 年度に跡見学園女子大学との協働で制作した沿線地域情報番組「Bーぐるチャンネル」は継続が決定しており、これまでの経験を踏まえ、番組を見た人の行動の動機づけにつながるような沿線地域の情報を発信していきたいと考えている。

またこれと平行して「Bーぐるチャンネル」と連動した車内情報誌の企画制作を進めている。車内情報誌はBーぐるの車内で放映された情報を補完し、持ち帰れるようにするとともに、本協議会の活動を広報する役割を担う第 2 の情報媒体として育成していく予定である。

長期的には、本協議会の運営や活動の基盤強化に向けた取り組み（端的に言えば、人材と資金の確保）が必要不可欠だと考えている。この 2 つは、「事業の継続」や「組織の自立」にも大きな影響を与える資源である。

このうち組織運営・活動資金を調達する一つの方策として、車内液晶モニターを活用した沿線企業や商店街等からの広告収入や番組への提供を想定している。幸いにして、Bーぐるのイメージキャラクター「びい」と妹の「るう」は、その親しみやすさから小さな子どもたちを中心に多大な人気があり、今回私たちが実施した調査でも、好ましいイメージが形成されていることが確認できた。これを活用したチョコQ、文房具、ストラップ等のグッズを商品化し、区のイベント等で販売することができれば、収益の一部を活動資金に充当することも可能と考えている。

また今回は本格実施に至らなかったが、「Bーぐる友の会」を組織化し、協議会の活動に賛同してもらえる人材の確保と会員からの会費収入を運営資金とすることも目指していきたい。ホームページ等を通じて、文京区民をはじめ全国のコミバスファンを巻き込むような活動を展開していきたい。

具体的には『地域との共生』を理念とする「サイモンズカード」の導入を検討する予定である。サイモンズカードの特徴の一つは、会員が獲得したポイントの失効ポイントが発行主体である NPO 等に寄付され、NPO 等はそれを活動資金の一部に充てることができるメリットがある。サイモンズカードという共通のカードを通じ、



想定モデル「いすみ鉄道メンバーズカード」。ポイントカードの失効ポイントが、発行主体に寄付され、組織の運営資金となる。

地域社会を構成するいろいろな組織体が地域共生ネットワークに参加することができる。

「Bーぐる友の会」のモデル事例として、千葉県房総半島のローカル線であるいすみ鉄道のケースを研究中である。いすみ鉄道では友の会の会員証（いすみ鉄道メンバーズカード）をサイモンズカードにしたところ、約 1,500 人の会員が全国で獲得したポイントの約半数が失効ポイントとなって寄付されているということである。

具体的には、マルチステークホルダーである文京区商店街連合会を中心に、区内商店が加盟している「ぶんきょう共通ポイントカード：ブンブンカード」をサイモンズカード化することで、文京区内で買い物をしたり、Bーぐるに乗車する等によりサイモンズカードのポイントが地域内で流通することでBーぐるにも沿線地域にとってもよい仕組みが実現できればと考えている。

2 ヶ年にわたり本事業を実施して、Bーぐる利用者も沿線住民も、Bーぐるバスやイメージキャラクターの「びい」に対して親近感を持っている人がとても多く、そのことがコミュニティバス運行事業に対する理解促進にも貢献していることを改めて確認することが出来た。

したがって、Bーぐるが地元から愛されるコミュニティバスとなり、ファンを増やすことが、結果としてBーぐる利用者の沿線地域への関心を高め、さらには「地域愛」を醸成することにつながる。

Bーぐるが「縁結び役」となって新しいコミュニティが創出され、その効果が沿線の多様な主体に波及し活性化していくことが私たちの願いである。Bーぐるがその流れを生み出すパワーの源となることを最大の目標として、今後も活動していきたいと考えている。

