熊野町地域交通共創事業実行委員会（広島県熊野町）

商業施設との連携による買い物支援で生活路線を維持する

INTERVIEW

廃止路線を引き継いでスーパーに直接乗り入れ

筆の全国一のシェアを占める「熊野筆」の産地として知られる広島県熊野町。四方を山々に囲まれた盆地に立地しながらも広島市と呉市に隣接することから、町の西部ではベッドタウンとして住宅団地の開発が進んでいる。これに対して町の東部は農業地域が広がっており、少子高齢化が進みつつある。

東部地区では従来西部の熊野営業所と広島市の阿戸町の間を結ぶ広電バス「阿戸線」が住民の足として移動を担っていたが、乗客の減少により維持が難しくなり、2007（平成19）年から廃止の議論がなされていた。一旦は運行費補助の対象として存続したものの、その後の協議で2022（令和4）年10月から朝日交通が運行を引き継ぐこととなった。

「朝夕は広電バスの車両提供の協力を受けて、従来どおり大型バスを阿戸と熊野営業所の間で運行します。日中については、便数は確保するものの、大型バスでなく8人乗りのワゴン車で阿戸と商業施設や病院のある萩原地区の間で運行する形となります」（熊野町住民生活部生活環境課 荻野孝雄氏）。

そして、今回プロジェクトにおいては、この日中便が共創パートナーであるフジ・リテイリングが運営するスーパーマーケット「フジ熊野店」に乗り入れる点が特徴的だ。

「ワゴン車で運行することで、フジの駐車場に直接入れるメリットを生かしたものです。フジ側の協力で空き店舗のスペースを待合室として使わせてもらえることになり、利用者は雨の日でも寒い日でも、屋内で椅子に座ってバスを待つことができるようになりました」（荻野氏）。

実証で集客効果を示して広告収入につなげる

車両運用や運行系統こそ変更したものの、「広電でさえできなかったのだから無理」（荻

野氏）というように、人を運ぶ収益だけで運行を維持することは難しいことも事実だ。今後を見据えれば、利用者を増やすことはもちろん、ファイナンスの確保も重要になる。その方法のひとつとして挙げられるのが「広告収入」だが、まだスポンサーの理解が得られていない現状にある。

「行政として十分なインセンティブを示せなかったということです。共創パートナーには熊野町商工会も入っているので、この実証で集客効果を示すことで理解を促したい」（荻野氏）。

集客アップに向けて、実行委員会ではさまざまな取り組みを実施している。町役場の各部署と連携しながら、待合スペースを活用したマイナンバーカードの申請や健康推進のためのベジチェック（推定野菜摂取量の可視化）といったイベントの開催、地元高校生のデザインによる車両ラッピング、広報誌の配布などに加えて、今後は待合スペースへのデジタルサイネージの設置も検討している。

「高齢者の買い物支援にも力を入れたいと考えています。買い物カートの貸出も行っていますが、一番いいのは買い物をしても手ぶらで帰れることです。買い物した荷物をバスで配送できないか検討していますが、貨物自動車運送事業法など制度上の問題もあり、有償での配送が難しいのが現状です」（荻野氏）。

買い物支援の充実により、高齢者に移動目的ができれば、バスの利用者も増え、広告のインセンティブも高まるはずだ。商業施設がにぎわいの場となることで地域コミュニティも活性化される。（１月２９日・２月２６日にあとせんマルシェとしてフジ待合所でコーヒーショップ、ワークショップやキッチンカーによるイベントを開催。300～400人ほどの集客があり待合場所の活用を図っています。）

「まちづくりの中で公共交通をどう生かせるかが重要だと思います。その意味では、萩原地区と熊野営業所がある町の西部を結ぶ県道の渋滞解消も今後の課題のひとつになります」（荻野氏）。