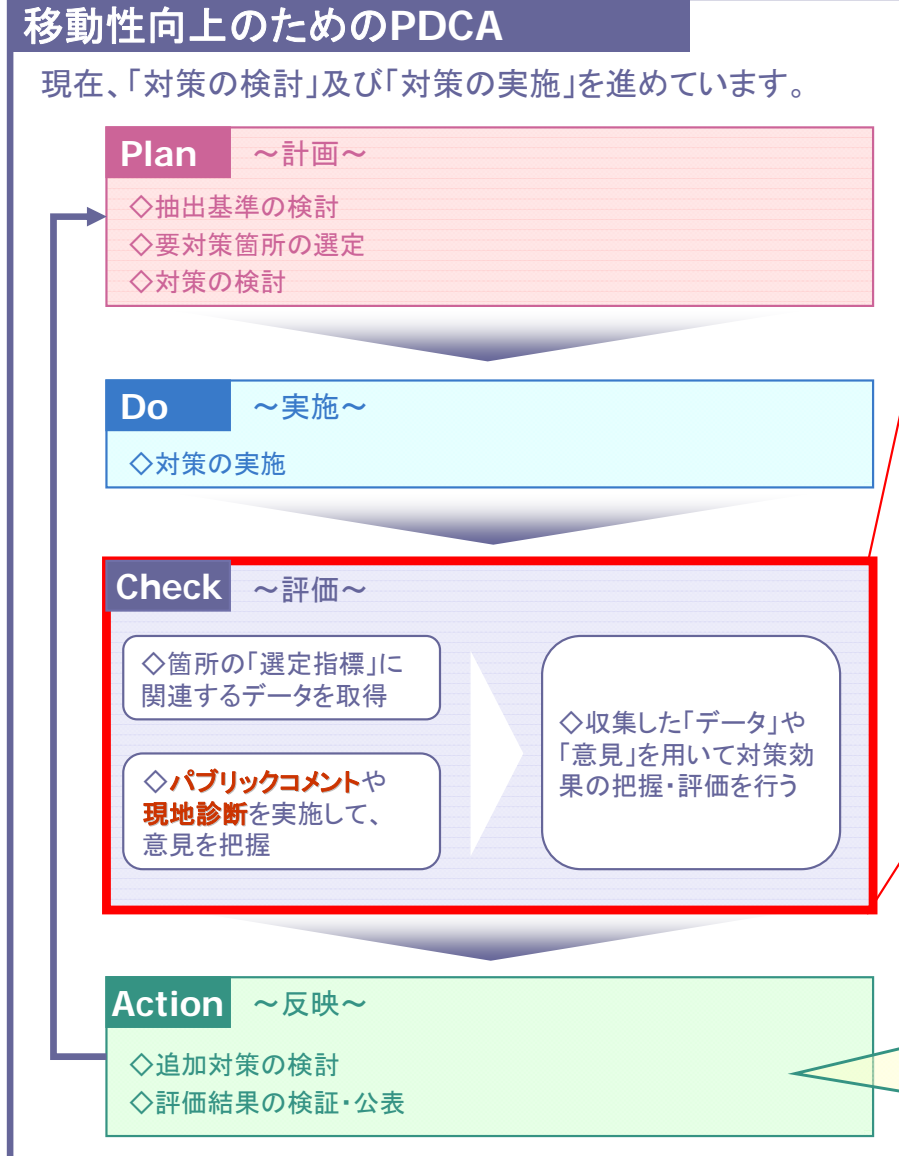


# 今後の進め方について

資料5

- 要対策箇所（13地区34箇所）の事業進捗状況に合わせて、事業の整備後に県民の方々が感じている移動に係わる阻害感の変化を把握して反映するために、**パブリックコメント**や**現地診断**を実施して**評価**を行い、Action(反映)のなかで追加対策の検討を行っていきます。

## <PDCAサイクルに係わる今後の課題>



### Check(評価)の検討

#### 【検討対象】

- ① 箇所の「選定指標」に関連するデータを取得
- ② **パブリックコメント**や**現地診断**を実施し、対策効果に関する意見を把握
- ③ 収集した「データ」や「意見」を用いて対策効果の把握や評価を行う

### Action(評価)の検討

- ① 「**追加対策の必要性**」などを検討する
- ② 「**個別事業で得られた課題、知見**」などを、追加対策を実施する他の箇所に反映する(管理者間での情報共有を図る)
- ③ **新たな指標や基準**を検討する
- ④ **認知度が向上**するような工夫を行う。

## (1) 効果的で効率的なパブリックコメントの実施方法について

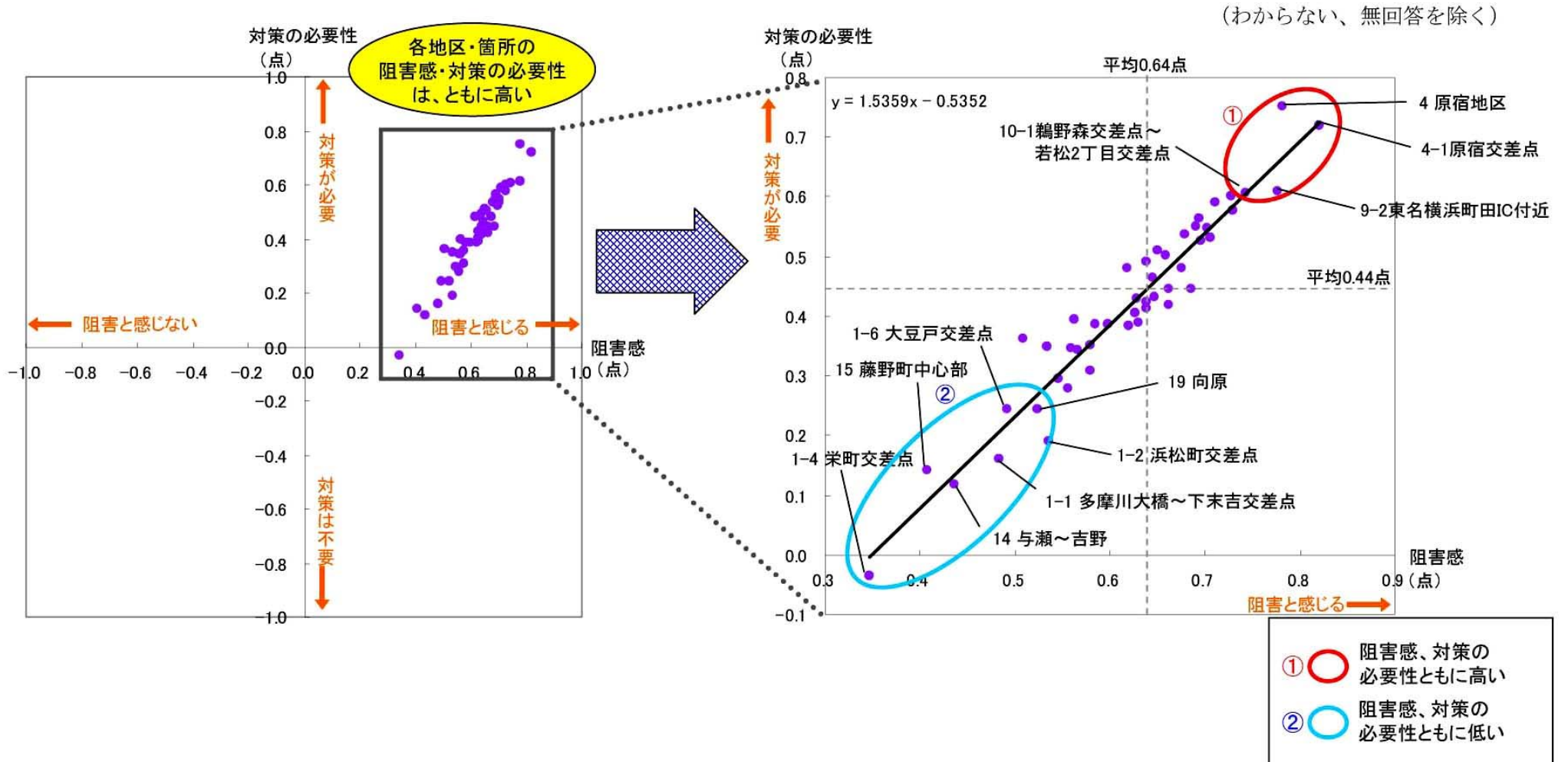
- 事業の優先順位等を決定する際には、中長期的な計画を踏まえて、有識者や首長に対してパブリックコメントを実施する
- PDCAサイクルの節目で県民の方に対して、サイレントマジョリティに対する意見を含めた意見聴取を行う
- 例えば、
  - ・対策効果の進捗状況、対策完了箇所に対する満足度を問い、対策の認知度を問う
  - ・新規対策箇所について意見を問う
  - ・予め集計、解析内容を念頭に置いたアンケート質問内容を決定する（道路利用者が提示された要対策地区・箇所に対して、障害感を感じているかについて、障害感と対策の必要性を点数化して分析する）

### 【点数の算出方法】

(対策箇所が生活実感にあっているのかを科学的に分析する)

- |           |   |
|-----------|---|
| (1)障害感    | $= [ ( \text{'強く感じる'} \text{ 回答数} ) \times (+1) + ( \text{'感じる'} \text{ 回答数} ) \times (+0.5) + ( \text{'あまり感じない'} \text{ 回答数} ) \times (-0.5) + ( \text{'全く感じない'} \text{ 回答数} ) \times (-1) ] \div ( \text{全回答数} )$ |
| (2)対策の必要性 | $= [ ( \text{'対策が必要'} \text{ 回答数} ) \times (+1) + ( \text{'障害とを感じるが対策は不要'} \text{ 回答数} + \text{'障害と感じない'} \text{ 回答数} ) \times (-1) ] \div ( \text{全回答数} )$   |

# 【分析イメージ:要対策地区・箇所に対する疎外感と対策の必要性の評価】



# 【パブリックコメントの実施媒体ごとに実施方法とメリット、デメリット】

媒体	告知方法	実施対象	収集	特徴
パンフレット	聞き取り、返信ハガキ付きのアンケート調査	有識者、行政の首長	返信ハガキ（アンケート形式） 直接収集	●高い回収率で意見を収集できる ▲回答者が限定される
	関係機関・道の駅などに設置	一般県民	返信ハガキ（アンケート形式）	●各地域から幅広く意見を収集できる ▲回収サンプル数の予想が困難
	県政センターへの調査	県政センター メンバー	返信ハガキ（アンケート形式） 直接収集	●高い回収率で各地域から意見を収集できる ▲回答者が限定される
	バス、タクシー会社・NPO、物流企業などへの委託	団体関係者（学会等）	返信ハガキ（アンケート形式）	●道路利用頻度の高い人々から意見を収集できる ▲対象者の属性が偏る
	聞き取りによるアンケート調査	一般県民 関係機関の一般職員	直接収集	●各地域から確実に意見収集が可能 ▲多くの意見を収集するには時間とコストがかかる
ホームページ	他の媒体により、インターネットアンケート実施を告知	インターネット利用者	電子データ	●低コスト・短時間での集計が可能 ▲回収率は見込めない（前回パブコメ時の回収数はパンフレットの10分の1）
雑誌・新聞	返信ハガキ付きの折り込み広告	一般県民	返信ハガキ（アンケート形式）	●各地域から幅広く意見を収集できる ▲コストが高く、回収率は見込めない
	新聞・雑誌に掲載	一般県民	—	●各地域に対して幅広く啓蒙できる ▲コストがかかる
テレビラジオ	CMによる告知	一般県民	—	●幅広い告知が可能である ▲コストや時間がかかる

●：メリット、▲：デメリット

※ 実施対象に応じた媒体のメリットやデメリットを踏まえ、効果的、効率的な実施方法を組み合わせて、効果的、効率的なパブリックコメントを実施します。

## (2) 国民との協働による道路行政の推進 道路行政マネジメントシステム (PDCA) の継続的な取り組み

- 継続的に参加できる団体・個人の側にキーパーソンをつくり協力体制を確立するためのスキームを作成する
- 団体・個人への積極的な呼びかけを行う
- 過年度の適用指標の課題を整理し、住民が実感できる分かりやすい指標を検討する
- 利用者の立場（沿線住民、ドライバー、物流業者等）に応じた工夫を行う
- パブリックコメントを通して道路事業の必要性に対して県民への説明を行う  
(説明責任の向上)
- 事業に着手すべき箇所の優先順位を明らかにする (透明性の確保)
- 県民の道路に対する改善要求を反映する (県民との協働)

