

総合交通部会サブWG2での検討状況について

1. WGにおける検討の経緯

- 第1回 7月28日 ・サブWG2の進め方、検討の視点について整理
・市民への訴えかけ、コミュニケーションの国内外の事例の整理
- 第2回 10月23日 ・市民への訴えかけ、コミュニケーションの国内外の事例の検証
・市民への訴えかけ、コミュニケーション方策の方向性について検討
- 第3回 11月17日 ・事例検証の再整理、我が国での実施可能性の検討
・市民への訴えかけ、コミュニケーション方策の具体案について検討

2. WGでの主な議論

サブWG2においては、「公共交通機関への利用転換のための効果的な市民への訴えかけ、コミュニケーション方策」について検討を行っている。

まず、マイカーから公共交通機関への利用転換（交通行動変容）のための市民への訴えかけ、コミュニケーションの必要性・意義についてWGメンバー相互の理解を深め、その上で、具体的な訴えかけ、コミュニケーション方策の検討の参考とすべく、一般市民、特定グループ、各個人を対象とした訴えかけ、コミュニケーションの国内外の事例及びその実施効果等について整理を行った。

さらに、これらの事例の我が国での実施可能性について検討を行った上で、我が国及び京阪神圏において取り組むべき、市民への訴えかけやコミュニケーションの方向性、具体的方策について検討を行った。

主な議論の内容は以下のとおりである。

○市民への訴えかけ、コミュニケーションの必要性、意義について

公共交通の利用促進のためには、サービス・利便性向上、運賃低廉化や交通規制等の手法は、財政事情、事業採算性、市民の受容性等から自ずと限界があることから、今後は、需要サイドへの働きかけとして、一般市民、特定グループ、各個人それぞれに効果的なキャンペーン、情報提供、動機付け等の市民への訴えかけ、コミュニケーションの手法の検討を行うことが重要である。

○国内外の事例整理・検証について

市民への訴えかけ、コミュニケーションの効果的手法については、ヨーロッパでは既に意識的に取り組まれており、我が国でも近畿圏を中心に学識経験者等により実験ベースでは行われており、一定の効果があることが証明されている。

そこで、市民への訴えかけ、コミュニケーションについて国内外の事例を

整理し、実施主体、実施対象、当該事例がもたらした効果や実施に当たっての問題点等の検証を行った。(具体的事例については別添資料参照)

これらの各事例を具体的施策に結び付けるためには、我が国で実施する場合に費用対効果や推進体制の側面でフィージブルであるか否かの検証とともに、実験事例については、その結果をフィードバックすることによる効果的手法の検討が必要である。

○市民への訴えかけ、コミュニケーションの方向性、具体策について

事例検証を踏まえ、市民への訴えかけ、コミュニケーションの方向性、具体策の検討を行った。

市民一般を対象とした方策については、効果的な啓発や情報提供を充実させるため、「モビリティウィーク」等の世界的キャンペーンへの自治体等の参画、従来のノーマイカーデー等のキャンペーンのより効果的な実施、公共交通の情報提供を行うための既存情報センターの拡充や新たな施設の設置、市役所等における情報提供の充実等が必要である。

特定グループを対象とした方策については、一部企業等で採用されている交通行動転換プログラムの実施の拡充、ワークショップ等による地域ベースでの啓発活動、環境意識の高い主婦層等の啓発、地域への新規転入者に対する公共交通の情報提供の充実等が必要である。

各個人を対象とした方策については、昨今の国内外での社会心理学的アプローチ (IM 法、TB 法、TFP、総合学習等) の実験的取り組みの評価、フィードバックによる効果的手法の確立とともに、各個人へのきめ細かなアプローチを効果的に実施できる人材育成が必要である。

これらの施策の実施に当たり、国、自治体によるマニュアル作成等の支援や補助制度等の充実を図るとともに、自治体、特に密接に住民と接する市町村レベルでの取り組み意識の醸成、コミュニケーション施策を担当する部局の設置等を図り、市民に対しては、まちづくりの中で交通問題を考えるという視点からの理解、協力を求めることが必要である。

さらに、このような市民への訴えかけ、コミュニケーション方策を「モビリティ・マネジメント **MM**」(社会的交通マネジメント) というコンセプトのもとに一体的に実施するため、国、自治体、NPO、交通事業者、学識経験者等との連携体制、協議の場の確立、施策効果のフォローアップや評価を適切に行うモデル手法の構築等が必要である。

3 . 今後の予定

今後は、これまでの国内外の事例検証の精査、現在進行中の京阪神圏における交通行動変容に関する取り組みの成果等を踏まえつつ、我が国及び京阪神圏における市民への訴えかけ、コミュニケーションの具体的方策とともに、各主体の連携による実施体制等について検討を進め、来春に向けとりまとめる予定である。

モビリティ・マネジメント(社会的交通マネジメント)の分類

不特定多数の市民 を対象

キャンペーン・PR

- 一般市民対象の公共交通に関する認識向上キャンペーン

マドリード(スペイン)、カッセル(ドイツ)
西オーストラリア州(オーストラリア)
ハートフォードシャー州(イギリス)

- 転入者対象
大阪府美原町

- 若者対象
エッセン(ドイツ)

- 小学校対象
世界21カ国(2001年)
iwalk(TravelWise)

- 企業対象
イギリス Business
Travelwise Initiative

■交通システム改善のタイミングにあわせたもの

・世界の各都市:モビリティ・ウィーク(短期間の交通規制やパークアンドライド等を同時に実施。日本は不参加)

・京都市:100円バス運行にあわせた市民応援運動

ノーマイカーデー

日本の各都市で月1回実施

モビリティセンター(公共交通の総合的な情報提供機関)

ボローニャ(イタリア)、ツーク(スイス)、グラーツ(オーストリア)等

特定グループ を対象

職場

(通勤アドバイス、インセンティブ付与等により公共交通の利用を促進)

- ・アーネム(オランダ)一病院の従業者
- ・ポツダム(ドイツ)一企業の従業者
- ・名古屋市役所(通勤手当支給方法の工夫)

学校

(教育の場で交通・環境問題を取り上げることにより公共交通への意識醸成)

- ・イギリスの各都市
- ・札幌都市圏TFP(2000年)
- ・札幌市TFP(2002年)
- ・和泉市TFP(2002)

地域の特定グループ(教会、クラブなど)

(ワークショップ等を通じた啓発)

ハンプシャー州(イギリス) the Head Start
アデレード(オーストラリア):Living Neighborhoods

個人 を対象

TFP(トラベルフィードバックプログラム)

(交通ダイアリー調査を踏まえた個別アドバイス、情報提供、行動プラン作成等、複数回の接触により、各個人の交通行動にきめ細かに対応するアプローチ)

- 個別アドバイスを中心とするもの
アデレード(オーストラリア):
Travel Blending(TB法)
札幌都市圏 TFP(2000年)
吹田市 TFP
金沢市TFP
- 個別情報提供を中心とするもの(IM法)
(Individualised Marketing)
バウナタル市等(ドイツ)
パース都市圏(オーストラリア)
(TravelSmart)
- 行動プラン策定を中心とするもの
札幌市 TFP(2002年)
川西・猪名川TFP(2003年)

個別の利用促進策

(特定の路線の利用促進のためのコミュニケーション(必ずしも複数回の接触を行う必要はない。))

- ・バスの利用促進コミュニケーション(帯広)
- ・公共交通利用促進コミュニケーション(金沢)