

英国における個人対象モビリティ・マネジメントの現状と我が国への政策的含意*
The current situation of Personalized Travel Planning for car use reduction in United Kingdom
and implications toward Japanese transportation policies*

谷口綾子**・藤井聡***

By Ayako TANIGUCHI**・Satoshi FUJII***

1. はじめに

1990年代半ばより、欧州諸国を中心に世界各都市で実施されている交通施策モビリティ・マネジメントは、我が国においてもここ数年で実験的取り組みが急速に増えつつあり、都市交通問題緩和のための様々な局面で注目されつつある^{1) 2)}。ここに、モビリティ・マネジメント(以下MMと略称)とは、自動車のみならず、公共交通や自転車・徒歩等の持続可能な交通手段を組み合わせた交通行動への自発的転換を目的としたコミュニケーションを中心としたマネジメント施策の総称である。

こうしたマネジメント施策は、国土計画や都市・地域計画等の上位計画のもとでハード整備と共に戦略的に実施されることでより効果を発揮する施策群であると考えられる。しかし、これまで我が国では実験的なMMプロジェクトのみが実施されており、総合計画のもとで他施策と組み合わせて戦略的に実施された事例は、本稿執筆時点では報告されていないのが現状である。ある程度事例と効果分析結果が蓄積されつつある現時点において、我が国のMM施策の重要な課題は、実験的・研究的な段階から実務的・政策的な段階への移行であろう。実験プロジェクトから体系的な施策としての地位を獲得するためには、さらなる事例の積み重ねと施策効果の包括的な分析が必須となることは論を待たないが、それとともに、諸外国の先進的な事例をレビューし、そのアプローチと課題を整理し、我が国の施策に活かすための努力をすることも必要となろう。

本研究ではこうした認識の下、2003年～2004年の2年にわたり、国・州・県・市町村とNPO、民間コンサルタント、交通事業者がそれぞれの立場からMM施策を推進している英国の国家プロジェクトSmarter Choices - Changing the Way We Travel - を取り上げ、その中でも特に、MMにおける中心的な施策として位置づけられる

個人を対象としたコミュニケーション施策Personalized Travel Planning(以下、PTPと略記)に関わる概要とその政策的背景をヒアリング調査と文献調査結果に基づいてとりまとめることを、第一の目的とする。その上で、英国と我が国のPTPを中心とするMMの展開経緯をとりまとめ、我が国において本格的かつ多面的にMMを展開するにあたって今後留意すべき諸点について示唆を得ることを第二の目的とするものである。

2. Personalized Travel Planningの位置づけ

(1) Smarter Choicesの概要

Smarter Choices プロジェクトは、2003-2004年にかけて、英国交通省(Department for Transport: DfT)の予算で実施された実験的プロジェクトである。これはソフトな自動車交通量の削減施策の英国における“プロジェクト名”である。なお、そうした施策自体は、日本国内では、「モビリティ・マネジメント施策」と定義される¹⁾が、英国では「ソフト施策(soft measures)」と呼称されることが多い。このソフト施策は、交通渋滞や健康、環境など様々な文脈において、広義の「ソフト的な手法」で自動車交通を削減することを目的としている。Smarter Choices は、それらのソフト施策の効果を計測し、分析し、確証を得るための実験的プロジェクトとして実施された。

このプロジェクトで試行されたソフト施策は、以下の10タイプの施策で構成されている^{3) 4)}。すなわち、職場トラベルプラン、学校トラベルプラン、個人対象トラベルプラン、公共交通情報提供とマーケティング、交通意識の向上キャンペーン、カークラブ、カーシェアリングの仕組み作り、在宅勤務、テレビ会議、ホーム・ショッピング、である。本研究で詳述する個人対象トラベルプラン(以下、本稿ではPTPと呼称)は、これら十施策の中の一つとして、位置づけられている。

(2) PTPの定義

文献³⁾において、PTPは次のように定義されている。

個人または世帯を対象に、彼らが現時点と異なるもっとメリットのある交通行動を選択できるよう(例えば自動車利用の削減、バス、電車、自転車等の利用の増加など)、情報提供等による直接的なテ

*キーワード: モビリティ・マネジメント, 英国, PTP

**正員, 工博, 筑波大学大学院システム情報工学研究科
(つくば市天王台1-1-1, TEL029-853-5754)

***正員, 工博, 東京工業大学大学院理工学研究科
(東京都目黒区大岡山2-12-1, TEL03-5734-2590)

クニックを用いた手法.

PTPの起源は、公共交通機関の利用促進のための商業マーケティング・テクニクと、交通機関による環境負荷への関心や自覚を促す公的機関によるキャンペーンの二つにあると考えられる。

ここで、我が国では、こうしたコミュニケーション施策は一般にトラベル・フィードバック・プログラム (TFP: Travel Feedback Program) と呼称されている。すなわち、日本のTFPに対応する名称として、英国ではPTPが使用されているという次第である。本稿では、英国の施策状況をとりまとめることを一つの重要な目的としていることから、ここでは、TFPという用語を用いず、英国のPTPを用いることとする。なお、TFPとPTPの類似点、相違点等の詳細については、最後にも再び触れることとする。

なお、Smarter Choicesプロジェクトでは、PTPを実施する「場」を、居住者、職場、学校の3つに分類しているが、これは上記(1)に述べた□職場トラベルプラン、□学校トラベルプランには必ずしも対応していないことに注意が必要である。これらトラベルプランは、PTPが対象とする「個人」ではなく、職場や学校といった「組織」を対象とし、通勤通学等の交通の変容のための「組織的対応」を促す英国の制度である。

(3) PTPの二大潮流

現在、英国のこの分野は、二つの民間企業に先導されており、二つの大きな潮流となっている。一社は、ドイツのSocialdata、もう一社は英国のSteer Davies Gleaveである。現時点において、世界で最も大きなPTPの取り組みは、この二社によってそれぞれ別々に実施されたオーストラリアのプロジェクトである。それぞれの車抑制効果や優劣については、これまでさまざまな場で討議されているが、決着はついていない。英国交通省はSmarter Choicesプロジェクトにおいて、両社の良い点をミックスした手法を模索しているところである¹³⁾。この二社に追随して、現在では多くの民間企業がPTPのサービスを提供しているが、これら二社の自動車抑制に向けた思想の差を明確にするため、以下にそれぞれについて述べる。

Individualized Marketing (Socialdata)

Socialdata社の製品プロジェクトは、Individualized Marketing (IM法) と呼称されている。IM法については、これまでもさまざまな文献で紹介されている^{1) 2) 3) 8) 9)}ので、本稿での記述は最小限に留めるが、この手法の特徴は、効率的に、個別的な情報提供を行うことにより、公共交通利用を促進することにある。IM法の効率性は、対象者を事前調査によりセグメントし、車抑制意図をまったく持たない群には接触しない、あるいは、もっとも丁寧なツール提供を受け取るのは、公共交通をそれほど

利用して居らず、かつ、情報提供に興味があるとした人々である等、セグメントされた群毎に接触方法を変えることにより達成されている。IM法の前提は、「人々は正確な情報を持っていない。よって、もし、情報提供により、彼らが考えるよりも公共交通のサービスが良いものであることが明らかになれば、もっと公共交通を使ってもらえるだろう」というものである。

もう一つのIM法の特徴は、行動変容の動機付けを必要としない点にある。通常、自動車から公共交通の転換を促すとき、環境、健康、交通事故の問題を提示するなど、対象者への動機付けは、容易に想起される事柄であろう。しかしながら、IM法のもっとも典型的な例では、この動機付けを必要としない。環境や健康は、交通手段選択においては補足的な事項であり、完全な情報を得ることができれば、自分自身で行動パターンを選択し、決定する方が効果的であるというのである。

また、IM法では、対象者の車からその他の交通機関へのモーダルシフトに着目しているが、それが個々人のライフスタイルにどのような影響を及ぼすか等にはほとんど言及されない。IM法では、モーダルシフトが最終目標であり、交通行動の頻度自体を減らそうという意図は無いが、頻度の減少は文脈によっては起こりうるとしている。よって、メインターゲットは、人々が「転換しやすいトリップ」であり、転換しやすい人々(転換候補層)を特定することがキーポイントとなる。

IM法は、英国や豪州ではTravel Smartというブランドでこの思想を拡張して実施されており、この事例を3.(1)で詳述する。

Travel Blending (Steer Davies Gleave)

Steer Davies Gleave社の製品プロジェクトは、かつてはTravel Blending、現在はLiving NeighbourhoodsあるいはLiving Changeと呼ばれている。現在の呼称のいずれも、Travel Blendingをツールとして包含するプロジェクト名であるが、本研究ではIM法との対比を明らかにすることからも、TB法と呼称する。

TB法がIM法ともっとも異なる点は、TB法の最終目的をコミュニティ・デベロップメント(地域社会の発展)としていることである¹¹⁾。TB法では、各世帯の一人と“会話”をすることに始まり、移動について各世帯が直面している欲求不満を解消するために、要望のあった様々なツール(表1参照)の提供を行うことで、車利用の抑制を図っている。

TB法では、モーダルシフトのみならず、活動や目的地を“ブレンド”したり、組み合わせたりしながら、移動の必要性を減らせないかどうかを考えることに主眼が置かれている。なお、TB法の具体例については、既往文献¹¹⁾¹²⁾を参照されたい。

(4) PTPのプロジェクト対象地域

Smarter Choices では、居住者、職場、学校のそれぞれ7地区、6地区、2地区を対象としたパイロットテストを行っている³⁾⁴⁾。表2に、2004年9月の報告会⁵⁾にて報告された地区名と対象者数、プロジェクト費用、効果等の一覧を示す。以下、この表に示した居住者と職場におけるプロジェクトの具体的な事例をいくつか取り上げ、文献調査とヒアリング調査をもとに、次章において述べる。

表1 TB法で配布するツールの例

- ・アイデアツール(Ideas Tool)：現在の移動、活動、または活動のタイミングを変えるためのアイデア集
- ・トラベルブレンディング(Travel Blending)：交通日記をつけること、車抑制のためのアドバイス等
- ・個人の移動プラン(Personalised journey plans)
- ・パンフレット(Brochures)：コスト削減、環境負荷低減、ストレスの少ない移動方法、より独り立ちした移動方法(若年者・高齢者に対して)等に関する内容
- ・地域の活動ガイド・子ども向け活動ガイド：Local activity guides and Kids activity guides
- ・自転車ローン：Loan-a-bike

英国における居住者・職場PTPのMM事例は、いくつか報告されているが³⁾、本研究では、その中でも代表的な例として文献⁵⁾などの報告会で取り上げられているブリストル市(居住者)とオールダム市(職場)の事例について詳述する。

(1) 居住者対象Personalized Travel Planning

居住者対象 PTP の事例として、ブリストル(Bristol)市の取り組み⁶⁾の詳細を述べる。この取り組みは、ブリストル市役所と、持続可能な交通モードへの転換を目指すさまざまな活動を行っている NPO 団体、Sustrans が主体となり、英国交通省の補助金を得て実施している。Sustrans は、英国における MM の黎明期より独自の活動を展開していた団体で、現在は主に Individualized Marketing⁷⁾ (IM 法)を用いた PTP を様々な地区を対象に実施しており、IM 法を開発した民間コンサルタント Socialdata 社とのつながりも深い。本事例においても、Sustrans と Socialdata 社が共同開発した、IM 法を主体と

表2 英国交通省によるPersonalized Travel Planning実験プロジェクト (2003-2004)の概要

	プロジェクト名	対象母集団	プロジェクト費用(英ポンド)	対象母集団一人当たりのコスト(英ポンド)	参加者数	対象母集団一人当たり費用	効果計測と評価の費用	全プロジェクト費用に占める効果計測と評価費用の割合	効果注)				
									クルマ運転	徒歩	自転車	バス	
居住者	Bracknell	2,758	4,445	1.6	18	246.9							
	Bristol	5,000	104,000	20.8			44,000	42.3%	-4	2	1	2	
	Cramlington	2,000	68,628	34.3			31,500	45.9%	-5	4	1	1	
	Nottingham	1,900	101,911	53.6			41,000	40.2%					
	-Lady Bay								-5	4	0	1	
	-The Meadows								-5	5	1	1	
	Quedgeley	10,000	160,360	16.0			37,000	23.1%	-5	4	1	1	
	Sheffield	3,210	91,121	28.4					-5	4	0	2	
York	5,100	100,000	19.6	167	598.8			-16	10	1	5		
職場	Bracknell	8,000	12,807	1.6	34	376.7							
	Cambridge	713	71,453	100.2	713	100.2	14,345	20.1%					
	-Addenbrooke NHS								no evidence of modal shift				
	-Combined council								-18				
	Durham	5,000	12,419	2.5	97	128.0	3925	31.6%	-27				
	Oldham	22,500	101,000	4.5	1149	87.9			5				
	Winchester	5,470	100,000	18.3	132	757.6			-22				
Worcester	2,500												
学校	Knaresborough	373	35,000	93.8	397	88.2							
	-Aspin								-3	3	0	0	
	-St mary's								-2	-1	4	-1	
	-Meadowside								-1	4	-2	-2	
	West Sussex	1,355	50,000	36.9	1355	36.9	8000	16.0%					
	-Chatsmore								-11				
	-Davison High								increased constant				
	-Forest School								-1				
	-Inkerbourne								-8				
	-Millais								-20				
	-Our Lady of Sion								-5				
-Sackville Community								-10					
-St Andrews]													

注) 「効果」の数値について：トリップ数の変化率(%)

「居住者」については、今回の取り組みが対象地域全体に及ぼしたであろう集計的效果の(制御群を基準とした)推計値ただし、Yorkのみ、実験参加者のみの変化率。

「職場」については、実験参加者が達成したモダリティ・シフトを意味する。

表3 ブリストル市 Bishopston 地区の事後調査結果
交通機関分担率の群間比較 (% / 人 / 年)

	制御群	実験群
徒歩	37	39
自転車	4	6
公共交通	6	7
バイク	1	0
自動車(同乗)	15	14
自動車(運転)	37	34
合計	100	100

した MM(プロジェクト名: TravelSmart)を展開している。また、プロジェクトで使用したバス情報やお試しチケットは、バス事業者である First より提供されている。

TravelSmart プロジェクトは、自動車利用を削減したい、あるいは削減できる人々を対象に、個別的な情報やアドバイスを提供し、交通機関選択に関する意識向上や自動車以外の交通モードの使いやすさの認識向上を図ることを目的としている。プロジェクト手順は以下の通りである(図 1: 文献 5)より筆者が作成)。まず、世帯にコンタクトし、そこで得られた世帯の交通行動情報と自動車以外の交通モードへの興味の如何により、グループ分けする。次に、その中で公共交通や自転車等をもっと使いたいと考えているグループの人々に、それらに関する個別的な情報(例えば、特定の駅・停留所の時刻表、自転車店情報など、各々の要望に添った情報)を提供するのである。その上で、最後の一押しが必要な世帯には、公共交通や自転車、徒歩利用促進のための支援を行うこともある。ちなみに、今回のブリストル市の事例での、被験者の分類は、R without = 9%、R with = 17%、I = 40%、NI = 34% の割合であった。

市役所の役割は、第一に交通情報の提供、第二に公共交通事業者(First バス)に協力してもらうための交渉、であった。交通情報の提供には、情報提供のための材料(時刻表など)の収集、新しい材料(地域の交通マップ、自転車パンフ等)の制作依頼、などが含まれている。Sustrans は、自転車店への割引依頼の交渉をすることと、現場担当の Socialdata の諸活動のマネジメントを担当した。Socialdata は、プロジェクトの現場を担当し、これまでも数多く実施され、実績の蓄積もある IM 法を実施した。

この結果、自動車の交通機関分担率(運転・同乗含む)が IM を実施していない地域(制御地域)と比較して集計的に 4% 減少したという成果が報告されている(表 3)。さて、Sustrans の担当者によると、TravelSmart では、動機付けとして環境や健康に言及しておらず、情報提供のみで自発的に交通行動について考えてもらうことを重視しており、そのため交通行動変容が本当に起こるまでには時間がかかることもあるが、結果的にはその方が効果があると認識している、とのことであった。

(2) 職場対象 Personalized Travel Planning

職場対象 PTP の情報収集として、文献 5) に述べた報告会において、職場対象 PTP の代表プレゼンを実施していた担当者にヒアリング調査を実施した。その担当者の主な担当地区はオールダム Oldham であったことから、ここではオールダム市の取り組みを紹介することとする。

このプロジェクトでは、Oldham County が主体となり、実行組織をつくっており、その中に、プロジェクトコー

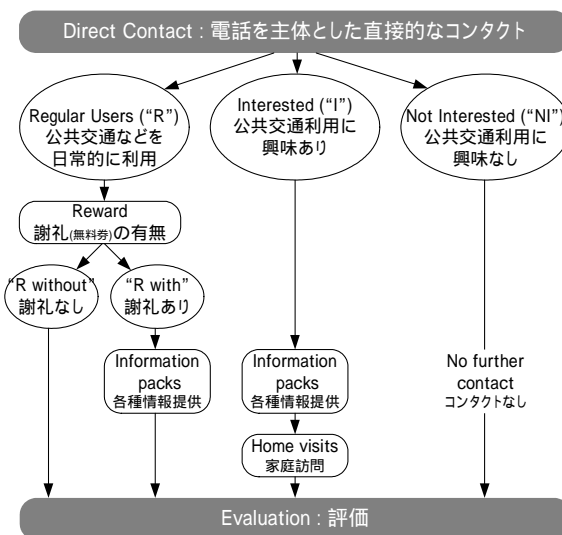


図1 ブリストル市の IM 法の実験群分類と手続き

ディネータとして英国最大の交通事業者 First の担当者と、PTP 対象企業のコンタクトパーソンが参加している。参加企業は、国の Travel Plan⁴⁾を既に策定している企業の中から選定したため、このようなプロジェクトへの意識が高く、かつ、公共交通の便の良い場所に立地している 7 つの企業²⁾であった。

企業が参加する動機は、第一に、参加会社を新聞で紹介すること等が、企業の参加意欲を高めるために一役買っているため、第二に、Travel Plan 策定が政府の方針で義務づけられていることであろう、とのことであった。なお、最初に企業にコンタクトして協力依頼をするものの、実際のプロジェクトは、個々の職員とプロジェクトコーディネータが直接やりとりし、企業は関与しない。なお、プロジェクトコーディネータは交通事業者 First の顧客対応部署における専門職員一名であった。

プロジェクトの手順は、以下の通りである。

ターゲット：企業の通勤交通における自動車利用を減らすこと。参加者は、企業の職員のみを対象としているが、家族割引チケットの紹介などは行っている。対象者は計 22,500 人(全人口の 4.2%)で、参加者は 1149 人、約 15%であった(オールダムの人口は約 25 万人)。

リクルート：ポスター、e-mail、社内ニューズレター、インターネット、新聞、リーフレット、車内広告等を用いて、2,000 人を目標に、対象組織の従業員の参加を呼

4. 我が国のMM施策の現状との比較

びかけた。最も効果のあったリクルート方法は、プロジェクトコーディネータ自身がそれぞれの会社に出向いて説明する計 20 回開催したミーティングであった(ミーティング前に、その会社の役員等よりトップダウンで参加募集中の旨を伝達済み)。参加のインセンティブとして、公共交通無料券/自転車と関連部品のディスカウント/その人用にカスタマイズした個別的経路情報(personalized journey plan: PJP)/自転車とヘルメットが抽選で当たる申込用紙/自転車利用者のための無料の朝食、の5つを提示している。

事前調査: 参加表明した人に、電話または直接会いに行き、交通行動調査アンケート票を郵送か手渡しして、記入してもらう。事前調査は、交通行動調査(目的別代表トリップの代表交通手段、クルマ利用実態と理由、バス・電車とクルマの週毎コスト)と公共交通に関する意識調査、リクエスト調査が含まれている。

情報提供: バスマップ、無料チケット、ジャーニーズ・パッケージ(紙製の専用フォルダに、公共交通無料お試し券、個別的経路情報、プロジェクト名を記したペン、その他をその人の希望に添って提供)。

事後調査: 全ての参加者に対し、2004年2月に事後アンケート調査票を送付した。回収率は27%であった。制御群は設定していない。

効果: この事例では制御群を設定しておらず、自動車利用等の増減については客観的評価が難しいが、47%の参加者が公共交通を利用するようになったと回答しており、97%の参加者が自動車交通を削減するような施策が必要だと言うことに同意しているとの結果であった。

ここで、個別的経路情報とは、この取り組みで唯一、被験者毎にカスタマイズされた情報提供であり、事前調査でリクエストのあったトリップ、または、事前調査での代表トリップを持続可能な交通モードで行う際の経路、時刻、地図等を紙媒体で作成し、提供するものである。個別的経路情報作成システムは、GMPTEが整備したシステムを使用しており、バス、トラム、電車、徒歩をシームレスに組み合わせた行動プランを提供可能なシステムである。WEBでも閲覧可能であるが、自動車ユーザーにその労をとってもらうことは困難であるため、紙媒体の方が見てもらえる、とのことであった。

また、配布物のデザインは、全てオールダム市のデザイン部門がデザインしたものを使用しており、デザイン部門が3種類作ってくれたデザインの中から、1つをプロジェクトコーディネータが選んだとのことであった。プロジェクトのコストは、トータルで4万2千ポンド(約900万円)であり、約7割が人件費とのことであった。

2章と3章において、英国のMM施策のうち、個人を対象としたPTPについて概観した。これらの事例に示されるように、英国では、PTP(すなわち、日本におけるTFP)が、中央政府や交通事業者との関連の下、地方自治体が主体となって展開されている様子が見えてくる。日本国内でも、いくつかの自治体においてこうしたMMが行政的に展開されつつあるが¹⁾、いち早くMMの取り組みを始めた英国の方が、より豊富な経験に基づいて展開しているものとも考えられる。については、英国のMMの経験を取りまとめ、その上で我が国のMMの展開をその比較のもとで振り返ることで、我が国のMM施策の、より効果的、適切な展開を考える上で有益となる何らかの実務的示唆が浮かび上がる可能性が考えられる。

こうした認識の下、本稿では、既往文献、ならびに、ヒアリング調査に基づいて、英国のPTP施策の経緯と我が国のMM施策の現状と経緯を図2に整理した。なお、英国における政策はEUの動きと連動している面も多々あると考えられるため、EUにおけるMMの大きなトピックも併せて図2に記載した。以下、この図に基づいて、英国、EUそして日本のMMの展開経緯について述べる。

まず、英国について述べる¹³⁾。英国では、1990年代初頭に、主要な道路ネットワークの整備が概ね終了していた。それにもかかわらず、交通需要は増加を続け、道路容量を増やす施策だけでなく、交通需要をマネジメントする施策(TDM)の重要性が認識されつつあった。1995年～1996年にかけて、最初のMM的なキャンペーン施策が地方自治体や州で実施され、その概要と成功が報告されているが、ローカルな取り組みの一つに過ぎなかった。転機となったのは、1997年の労働党政権の誕生である。労働党政権は、より包括的かつ総合的なアプローチによる交通施策を志向し、これはMMの概念と合致するものであった。1998年より、英国交通省が本格的に関与を開始し、ノッティンガム市やブリストル市など比較的大規模な都市においても実験的事例が蓄積され始めた。個別事例において、交通省からの補助金で実施された事例もあるが、この時期のMMプロジェクトの財源の多くは地方公共団体やEUに依存していた。2000年、2章(1)に述べた職場トラベルプランが制度化された^{4) 14) 15)}。2002年には、交通省が主催するMM的な施策の有効性を検討するための「Smarter Choices」プロジェクトが開始され、14プロジェクトが交通省の資金によって進められた。2003年秋、交通省と教育省が連携し、イングランド全土の小中学校にTravel Plan策定を支援するための資金を提供する「学校トラベルプラン」(2章(1)参照)が開始された⁴⁾。2004年11月、先に述べた「Smarter Choices」プロジェクトの最終報告書が交通省から発行され、これらの

MM的なプロジェクトの効果の程度が実証されたと報告されている。同年、英国のMM的施策群「Smarter Choices」の年次報告会が初めて開催され、2005年にも第二回が開催されている。現在(2005-2006年)は、「Smarter Choices」プロジェクトで検討された諸手法を一つの都市にパッケージとして適用した場合の効果を検証するため、Sustainable Travel Townプロジェクトが進行中である。

EUにおいては、1994-1998年にCAMPARIEというキャンペーン施策の促進プロジェクトが実施されており、前述の英国のキャンペーン施策もこの流れを受けたものとも捉えることができる。1997年には第一回European Conference of Mobility Management(ECOMM)がアムステルダムで開催され、その際の討議を経て、欧州共通のMMを語る場としてEuropean Platform of Mobility Management(EPOMM)が設置されている。EPOMMの主催国は、オーストリア、フランドル(Flemish national government)、フランス、イタリア、スウェーデン、オランダであり、英国は主体的には関与していないが^[3]、実質的には、EUのこの大きな潮流に沿ったものといえよう。実際、2002年よりEU主催で実施されているCIVITASという補助施策では、英国の自治体もいくつか応募し、資金を獲得している。

一方、我が国で最初にPTPが紹介されたのは、筆者らの知る限り、1998年原田・牧村によって報告された文献⁸⁾と思われる。この文献ではオーストラリア・アデレード市で実施されたTravel Blendingの概要が述べられていた。当時、長引く不況と公共投資の抑制政策を背景に、交通容量の拡大施策の限界が指摘され、交通需要を抑制するTDM施策が目玉されていた。このことは、1999年、

国土交通省(旧建設省)による「社会実験」プロジェクトが開始されたことからも伺える。同年、北海道開発局の支援を受けて、札幌市において初めて実験的なMMプロジェクトがパイロットテストとして実施され、2000年には本格実施されている。同時期に、阪神高速の湾岸線利用促進MMにおいて、我が国初の行動プラン法が試行され、成功を収めている。2001年、国際交通安全学会(IATSS)の研究会の一つとして、我が国で初めて研究者と実務者による研究会が組織された。このときのメンバーにより、2003年土木学会土木計画学研究委員会の下部組織として、WSが立ち上げられ、2005年には小委員会に昇格した。国土交通省(本省)のこれらの組織・施策への積極的関与は2004年初頭に始まり、それと同時に各自治体において、より実務的なレベルでの実験的事例の蓄積が始まっている。2005年、MM施策の実務的な手引き書としてまとめられた「モビリティ・マネジメントの手引き」が土木学会より刊行されている。なお、図2に示したように、我が国におけるMM施策事例は年々増加傾向にあり、特に、2005年に大幅に増加している様子がわかる。

5. おわりに

(1)まとめ

本稿では、英国のPTP施策の現状を、交通省のSmarter Choicesプロジェクトを紹介することで概観した。居住者対象・職場対象のいずれの事例も、行政や民間コンサルタント、NPO、交通事業者が連携し、よく練られた手順で実施されていることが伺えた。

なお、これら英国における事例では、概ね交通省の期

	1990年以前	1991~1994	1995~1996	1997~1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	
英国		主要な道路整備がほぼ終了	TRAVELWISE 車抑制キャンペーン Hertfordshire County Council	The HeadsStart 車抑制キャンペーン ハンプシャー州	交通省の関与開始	実験的事例の蓄積	Workplace Travel Plan制度化	DfT: Smarter Choices 14プロジェクト(2002-2003)	DfT: Smarter Choices Final Report刊行	DfT: Smarter Choices School Travel Plan開始 DfT(交通省)と教育省の連携	DfT: Sustainable Travel Town プロジェクト開始(2005-2006)	第一回 Smarter Choices 年次報告会	
EU		CAMPARIE		1997年第一回ECOMM(アムステルダム)開催	開催後EPOMM設置					CIVITAS (2002-2006)	CIVITAS (2005-2009)		
日本				札幌TFP パイロットテスト	MM的施策の紹介(文献 ⁸⁾)	札幌TFP 日本初の本格実施	国土交通省(旧建設省) 社会実験プロジェクト開始	阪神高速湾岸線のMM実験	国土交通省(旧建設省) 社会実験プロジェクト開始	国土交通省(旧建設省) 社会実験プロジェクト開始	国土交通省(旧建設省) 社会実験プロジェクト開始	国土交通省(旧建設省) 社会実験プロジェクト開始	国土交通省(旧建設省) 社会実験プロジェクト開始
事例数					1	2	3	6	10	14	35		

図2 英国と日本のMM的施策の経緯

待通りの結果が得られており、これらを受けて 2-3 年以内に、MM により大きな予算を割くべきか否かの政治的判断が下されようとしているところである。

(2)我が国の都市交通政策への示唆

実務的な面で、我が国の MM 施策の展開が英国のそれと異なる一つの点は、英国では主として中央政府が主導的な役割を担ってきた一方で、我が国では学会等が海外からの技術や理論の導入と適用を行い、それを一つ軸とした MM 施策展開が行われた、という点である。英国では、大学は施策のモニタリング(評価)に参与するのみであることが多く、プロジェクト自体の企画・実行は行政または民間コンサルタントが担当している。この相違にはそれぞれ長所と短所の両面があると考えられる。

冒頭でも指摘したように、我が国では英国の PTP に類似した手法は一般に TFP(Travel Feedback Program)と呼称されており、TFP の定義上¹⁾、PTP は TFP に分類される。英国の TFP(すなわち、PTP)と日本の TFP¹⁾は、基本的なプログラム構成は同様であるが、日本の TFP は”「行動プラン」を被験者自身が策定するプロセスを導入”している点に大きな特徴がある。行動プラン策定の意義は文献 2)に詳しいが、社会心理学の知見を援用した効果的な新しい手法であり、英国での取り組みに行動プランを組み合わせることで、より効果的な施策となることが期待されるであろう。これは、我が国では、学会等における、社会心理学等の学術的知見を行政に適用することを意図した諸研究と連動する形で MM 施策が展開されたことによるものと考えられる。

また、MM 施策の一般化のためには、波及効果や、ソフト施策の組み合わせの相乗・相殺効果、誘発交通の効果等を、「集計的」な観点から計測することが必要である。本稿で報告した英国の各事例は、表-1 に示したように的確な評価のために多くの予算を使用している。我が国においても、これと類似した総合的かつ大規模な実験プロジェクトを、英国の事例と同様に、例えば中央政府の主導の下で展開していくことが必要となる。この点は、学会等ではなく、行政・民間コンサルタント主導の英国の組織の方が有効に機能すると考えられる。

ここで、そうした政府主導の大規模な実験プロジェクトを実施する際の最大の留意点の一つは、効果計測手法の共通化であろう。英国の PTP は、様々な地域で異なる効果計測を行っており、それ故に、いくつかのプロジェクトにおいて他の事例との比較が困難となったという問題点があった。制御群を必ず設定し、調査票を共通化し、サンプルは無作為抽出とする、等の基本的な効果計測手法を共通化すれば、このような問題を回避可能である。このような厳密な効果計測には大学の研究者が関与することが望ましい。実際、英国でもモニタリングは大

学が関与しているが、必ずしも成功しているとは言いがたく、MM 施策の広範な実施のためには、今後特に留意しなければならない点であろう。

このように、英国や EU との対比から、我が国における MM の包括的モニタリングの重要性が示唆されたが、それ以外にも、次のような課題点が、英国や EU との対比から示唆されるものと考えられる。

・交通情報基盤の整備

PTP あるは TFP において重要な要素は、公共交通や自転車、徒歩等についての具体的な情報である。英国におけるヒアリング調査等からは、「交通情報インフラ(基盤)」とでも呼ぶべき様々な交通情報資料(公共交通路線図、自転車・徒歩専用道地図、時刻表、地域情報、そして個別的経路情報)が、それぞれの地域に存在している様子が示されている。一方で、我が国における各都市におけるこれらの交通情報基盤の整備水準は十分に高いものとは言いがたく考えられる。今後は、効果的な PTP あるいは TFP を展開していくためにも、地図や時刻情報等の交通情報整備の整備と維持管理を組織的に進めていくことが重要であろう。

・実務的情報交換の場

図 2 にて示したように、欧州では、MM に関する会議である ECOMM が毎年開催されており、実務的な情報交換が盛んに行われている。その一方で、上述のように、我が国では MM が種々の「学会」において議論されることが多く、実務者間の情報交換が不十分であるという難点がある。こうした課題点に対処するためにも、日本においても、ECOMM と同様の、実務的情報交換を主たる目的とする会議を開催することが急務である。

・政府主導プロジェクトの展開

再び図 2 にて示したように、欧州では CAMPARIE や CIVITAS、英国では、交通省による PTP の 14 プロジェクトの実施など、政府主導の直接的あるいは間接的支援プロジェクトが進められている一方、日本ではそうしたプロジェクトが十分に実施されているとは言いがたい状況にある。無論、MM は、「各地域の主体的な MM の自発的展開」が不可欠であるとしても、そうした自発的展開を支援する、政府プロジェクトの推進も重要な課題となるものと考えられる。

このように、英国や EU との対比から、我が国における MM の方向性についてのいくつかの示唆が得られた。無論、これら以外にも、PTP に関する「心理学的理論」の探求や、「技術的課題」の研究などが求められていることは論をまたない。しかし、本稿で述べたような実務的な視点からの事例のとりまとめと、そこから得られる実務的含意を議論していくこともまた、土木計画学研究的な重要な役割の一つであると考えられることから、今後

も、こうした視点からの研究を進めていくことが、重要であるものと考えられる。

注[1]実際にはクライアントが交通部署や環境対策部署であることが多いため、コミュニティ・デベロップメントよりも自動車分担率の削減やCO2排出量削減効果を求められることが多く、この理念を解するクライアントがいると良いなあと思っているとのことであった¹⁷⁾。

注[2]Oldham metropolitan Borough Council : オールダム市政府 / First : 交通事業者 / Greater Manchester Passenger Transport Executive : 略称GMPTE州政府の組織 / Oldham Primary Care Trust / Oldham NHS Trust / The Oldham College / SSL - International : 民間企業

注[3]本原稿修正時(2006年6月時点)、英国もEPOMM主催国に仲間入りしたとの報があった。

謝辞: 本研究を遂行するにあたり、文献提供ならびに、ヒアリング調査にご協力いただいた英国交通省のJacqui Wilkinson氏, SustransのJames Ryle氏, FirstのGed Ward氏に深謝の意を表します。

参考文献

- 1) モビリティ・マネジメントの手引き: (社)土木学会, 2005.
- 2) 藤井聡: 社会的ジレンマの処方箋, ナカニシヤ出版, 2003
- 3) Department For Transport: Smarter Choices – Changing the Way We Travel final report, Volume 1, 2004.
- 4) 谷口綾子, 藤井聡: 英国における自動車利用抑制のためのソフト施策の現状と我が国の都市交通施策への示唆, 第40回都市計画論文集(DVD), 2005.
- 5) Department for Transport: Personalized travel planning demonstration programme, End of Programme Conference配

- 付資料, 2004.
- 6) Department For Transport: Smarter Choices – Changing the Way We Travel final report, Volume 2, pp.40-48, 2004.
- 7) Brög: Individualised Marketing: Implications for TDM, CD-ROM of Proceedings of 77th Annual Meeting of Transportation Research Board, 1998.
- 8) 原田昇, 牧村和彦: 欧米の交通円滑化の取組み - 持続可能なモビリティ戦略 -, 道路交通経済'98-4, pp.35-47, 1998.
- 9) 藤井聡: 社会的心理と交通問題: 欧州でのキャンペーン施策の試みと日本での可能性, 交通工学, Vol.36 No.2 pp.71-75, 2001.
- 10) 谷口綾子, 藤井聡, 原文宏, 高野伸栄, 加賀屋誠一: TDMの心理的方略としてのTFP (トラベル・フィードバック・プログラム) - 実務的課題と展望 -, 土木学会論文集, No. 737/IV-60, pp. 27-38, 2003.
- 11) 谷口, 原, 村上, 高野: トラベルブレンディングプログラムに関する事例研究, 土木学会北海道支部論文報告集第57号pp.770-773, 2001
- 12) 谷口綾子, 原文宏, 高野伸栄, 加賀屋誠一: 交通行動記録フィードバックプログラムと海外事例の比較研究, 土木学会北海道支部論文報告集, 第58号, pp. 594-597, 2002.
- 13) DfT Jacqui Wilkinson氏へのヒアリング調査(2004年9月)
- 14) Steer Davies Gleave: Workplace Travel Planning Resource Book
- 15) 高橋勝美, 千葉尚: 英国イングランド地方のトラベルプランの動向 —英国イングランド地方におけるモビリティ・マネジメントの取り組み—, I B S Annual Report 研究活動報告2004, 2005
- 16) 藤井聡: 第一回福岡都市圏モビリティ・マネジメント講習会発表資料, 2006
- 17) Liz Ampt氏(Steer Davies Gleave社)ヒアリング調査(2006年7月7日)

英国における個人対象モビリティ・マネジメントの現状と我が国への政策的含意*

谷口綾子**・藤井聡***

欧州諸国を中心に世界各都市で実施されている交通施策モビリティ・マネジメントは、我が国においてもここ数年で実験的取り組みが急速に増えつつあり、都市交通問題緩和のための様々な局面で注目されつつある。

本研究では、MM施策を推進している英国の国家プロジェクトSmarter Choices – Changing the Way We Travel - を取り上げ、その中でも個人を対象とした施策Personalized Travel Planning (PTP)をヒアリング調査と文献調査結果より紹介し、考察した上で、英国と我が国のMM的施策の経緯をまとめ、我が国に同様の施策を導入する際の留意点について示唆した。

The current situation of Personalized Travel Planning for car use reduction in UK and implication toward Japanese transportation policies *

By Ayako TANIGUCHI**・Satoshi FUJII***

Since middle of 90's, Mobility Management (MM) has been implemented as a transport measure in western countries such as Europe and Australia. Also in Japan, MM is focused on many cases to ease problems concerning urban transportation such as traffic congestion, air pollution and promotion of public transport.

In this Paper, we introduced the experience of MM project called "Personalized Travel Planning" in UK, as one of the most progressive country of MM policy by interview survey and documents review. We compared background of MM between UK and Japan, and indicated the suggestions toward Japanese transportation policies.