

## 「地域モビリティ」の確保のための人々の意識変容の不可欠性 ～モビリティ・マネジメントの概要と意義～

東京工業大学大学院・土木工学専攻 藤井 聡

### 1. モビリティ・マネジメント (Mobility Management) の定義

モビリティ・マネジメント(Mobility Management, 略称 MM)とは、次のように定義される、交通政策の考え方である。

ひとり一人のモビリティ（移動）や個々の組織・地域のモビリティ（移動状況）が、社会にも個人にも望ましい方向<sup>注</sup>)に自発的に変化することを促す、コミュニケーションを中心とした多様な交通施策を活用した持続的な一連の取り組み（藤井，2007）。

注：例えば、過度な自動車利用から公共交通・自転車等を適切に利用する方向

すなわち、モビリティ・マネジメントとは、渋滞や環境、あるいは個人の健康等の問題に配慮して、過度に自動車に頼る状態から公共交通や自転車などを『かしこく』使う方向へと自発的に転換することを促す、一般の人々や様々な組織・地域を対象としたコミュニケーションを中心とした持続的な一連の取り組みのことを意味するものである。

具体的には、コミュニケーション施策を中心として、様々な運用施策、システムの導入や改善、それらの実施主体の組織の改変や新たな組織の創出などを実施しつつ、持続的に展開していく一連の取り組みを意味する。

以下、本稿ではモビリティ・マネジメントについて概説する。

### 2. モビリティ・マネジメントの言葉の意味

まず、「モビリティ」とは、一人一人の移動を意味すると共に、地域全体の交通流動を意味するものである。すなわち、モビリティとはあらゆる種類の「移動」を意味するものである。一方、「マネジメント」とは、経営と訳されることが多いが、その元々の意味は「目標にむかって、どうにかこうにかやりくりしていくこと」というものである。

これらの言葉の意味を踏まえるなら、モビリティ・マネジメントという言葉は、「一人一人の移動や地域の交通流動を、“改善”していくために行う一連の取り組み」と言うことを意味する言葉だと言うことができる。

### 3. モビリティ・マネジメントの基本的な考え方

MMの基本的な考え方を、以下に簡潔に記載する。

#### (1) 交通問題を社会問題として捉える。

多くの交通政策は、交通現象を“水の流れ”などの「物理現象」と見なしたり、需要と供給という言葉を使いながら「経済現象」として捉えることが一般的であった。しかし、

交通問題を引き起こしているのは、一人一人顔も違えば性格も違う「人間」である。MMは、この点に着目し、交通問題は一人一人の人間が引き起こした「社会問題」であると考えるところが重要な特徴である。あるいはより理論的、具体的に述べるなら、交通問題を「社会的ジレンマ問題」(藤井, 2003 参照)と捉えるものである。その上で、一人一人の人間や、一つ一つの組織や地域コミュニティの意識と行動が「自発的に変化」することを目途とした様々な働きかけを行う。

具体的には、一人一人が、自らの交通行動を振り返ることによって、例えば、公共的により望ましい「交通手段分担率」の実現を目指す。それを実現する過程において、交通事業者の収益は改善されていく共に、公共交通の改善を求める「世論」が徐々に形成されていくこととなる。そしてそれを通じて、中長期的に公共交通のサービス水準、すなわち地域モビリティの質が、「本質的」に向上することとなる。そうした地域モビリティを改善する際に、交通工学や交通計画についての各種の「技術」が不可欠であることは論を待たないとしても、その技術を求める世論と財源を確保するために不可欠な、より「本質的」な社会的取り組みを行うのが、モビリティ・マネジメントなのである。

## (2) 「かしこいクルマの使い方」を考える。

自動車は非常に便利な乗り物だが、環境や健康、都市郊外化や公共交通の衰退など、様々な問題をもたらすものである。MMは、こうしたクルマを全面的に否定するのでも肯定するのでもなく、「クルマとかしこくつきあっていく社会」を目指すところが重要な特徴である。つまり、人々が過度にクルマを使っているのならクルマ利用の抑制を働きかけるものでもあり、逆に、例えば高速道路やバス・鉄道が十分に利用されていないのならその利用促進を図るための働きかけを行うこともある。こうした考え方に基づいて、日本では、例えば「かしこいクルマの使い方を考えるプロジェクト」というプロジェクト名で、様々なMM施策が展開されることがしばしばである。

## (3) 持続的に展開する。

MMは、上記の様に交通問題を社会問題と捉え、その上で「クルマとかしこくつきあう社会」を目標とした一連の取り組みであるが、その目標を達成することは必ずしも容易ではない。それ故、その取り組みは持続的な「マネジメント」であることが不可欠である。

## 3. 具体的事例

モビリティ・マネジメントは、我が国では1999年頃から始められた、比較的新しい交通政策の考え方である。既にこれまでに様々な取り組みが行われてきたが、以下に、代表的な事例を説明する。なお、以下の事例の詳細は、藤井・谷口(2008)を参照されたい。

### (1) 宇治での職場MM

京都府の宇治地域は、3つの鉄道路線が整備されているとともに、その駅周辺には大規模な事業所が立地している。この地域には上記鉄道に加えて様々なバス路線もあるものの、自動車通勤者が多く、朝夕には道路混雑が生じているのが実情であった。2005年、この地域の商工会議所の参加全企業に協力を依頼して、各企業の全従業員に「ワンショットTFP」を実施した。これは、京都府や宇治市などからなる協議会から環境や健康のためにもクルマ以外の通勤を呼びかける冊子と地域の公共交通マップを、アンケート票と共に配布するというものである。このアンケートは、同封した冊子やマップの感想を尋ねることでそれらに目を通すことを促し、最後に、クルマ以外での通勤の具体的な方法を自由記述してもらい、というもので、「調べる」というよりはむしろ「通勤を考え直すきっかけ作り」のためのものであった。

その結果、宇治地域の鉄道駅の朝の7、8時台の定期外利用者が約5割増加し、一年後でも、ほぼ同水準の需要があることが確認されている。鉄道事業の増収は、年間で2千万円以上であると試算されている。これは、投入した費用の10倍前後の水準である。また、近隣の道路渋滞長も、3割程度削減したことが確認されている。

## (2) 龍ヶ崎のコミュニティ・バス利用促進の居住者対象MM

龍ヶ崎市では、民間のバス事業者では交通サービスが提供できていない地域の公共交通サービスを提供するために、コミュニティ・バスを運用している。導入当初は、周知が進むにつれて需要は徐々に伸びてきたが、その伸びも2、3年程で「頭打ち」となってしまった。こうした背景を受けて、利用促進を図るために、バス利用促進のためのニューズレターを市報と共に全戸配布すると共に、ある特定の路線（循環ルート）の周辺5000戸を対象に、宇治で行ったものと同様のTFPを行った。ただし、この事例では宇治の事例とは異なり、説得メッセージやバス情報を提供する前に、簡単な事前調査を行い、その結果を踏まえて、よりきめ細やかな個別情報を提供した。その結果、他のルートでは需要の伸びが低下しているところを、TFPを行った循環ルートにおいてのみ、需要の伸びが、昨年度よりさらに向上するという結果が得られた。なお、その効果は、一年以上継続していることが確かめられている。

## (3) つくば大学でのMM

つくば市にある筑波大学は、その立地の関係から、教員の通勤自動車の分担率が75%を超え、その一方でバスの分担率は8%弱という水準であった。そんな中、2005年に「つくばエクスプレス」という鉄道が整備されたのをきっかけに、抜本的な大学アクセスバスの改善を行った。最寄り駅（筑波センター）からのバス頻度を約4~5倍程度にあげると共に、つくば大学関係者専用の年間パスを発行した（学生4200円/年、教員8400円/年）。それと共に、利用促進のためのワンショットTFPを実施した。このTFPでは、バス利用を促すメッセージと、マップと時刻表、ならびに、年間パス申し込み票を一枚のリーフレットに収め、これを全学生教職員に配布する、というものである。こうした一連の取り組み

をへて、教職員の自動車分担率は約 2 割減少し、バス利用率は 2 倍以上となった。なお、ワンショット TFP 前後でバス利用者は、約 1.7 倍以上となったことが確認されている。

これらの結果は、適切な公共交通システム改善とコミュニケーション施策で、バス利用促進と、自動車分担率の削減が達成可能であることを意味している。それと共に、システム改善を行った際には、適切なコミュニケーション施策を併用することが、その潜在的有効性を高めるためにも極めて重要であることを意味している。

#### (4) 豪州パースにおける大規模 MM

以上は国内事例であるが、海外のモビリティ・マネジメントでは、より大規模な TFP が、コミュニケーション施策も展開されている。代表的な事例が、オーストラリアのパース都市圏の事例である。パース都市圏では、1999 年から「家庭訪問」を主体とする TFP を始めた。2000 年に、南パース市で、全世帯を対象とした TFP を実施したところ、南パース市全体の自動車分担率が約 1 割弱も低下し、バス利用者も 3~4 割程度増加するという大きな成果が得られた。また、その効果は、4 年後の調査でもほぼ同水準で継続していることも示された。パース都市圏ではこの成功を受け、都市圏全体で数十万世帯を対象に TFP を実施することとなり、豪州全体でも、ひいては、英国をはじめとする欧州諸国の大規模 TFP を実施する機運を作ったのであった。

### 4. 基本的な施策体系

さて、以上モビリティ・マネジメントの事例を概説したが、ここではその具体的な内容を説明する。

まず、既に説明したように、MM は、「自発的な行動の変化」を導くための、「コミュニケーションを中心とした一連の取り組み」である。したがって、モビリティ・マネジメントは、コミュニケーション施策を重視しつつも、それをサポートする下記のような様々な取り組みもあわせて実施し、総合的に展開していくものである。

#### (1) コミュニケーション施策

「自発的な行動変容」を導く最も基本的な方法で、人々の意識や認知にコミュニケーションを通じて直接働きかけ、それを通じて行動の変容を目指す施策である。具体的には、「大規模かつ個別的」にコミュニケーションを実施し、それを通じて一人一人の意識と行動の変容を期するトラベル・フィードバック・プログラム (TFP) が代表的な施策である。それに加えて、「広く薄く」働きかけるニューズレターの全戸配布や、新聞等のマスコミを通じて、一人一人の意識と行動に働きかける施策、「狭く深く」働きかけるワークショップを活用する方法などがある。

#### (2) 交通整備・運用改善施策

「自発的な行動変容」をサポートすることを目的とした、公共交通の利便性の向上や料金施策など（pull 施策）や、自動車の利用規制や課金施策など（push 施策）を意味する。コミュニケーション施策と適切に組み合わせることで、「自発的な行動変容」をより大きく期待できるモビリティ・マネジメントの展開が可能となる。

### （３）“一時的”な交通運用改善施策

財源や合意形成の問題などのために、しばしば、上記の様な「交通運用改善施策」の実施が難しい場合がある。その場合には、それらの施策を「一時的」に実施するだけでも、「自発的な行動変容」をサポートすることができる。

## 5. おわりに

以上、本稿では、モビリティ・マネジメントの概要を簡潔に述べた。以上の考え方に基づく「モビリティの質的改善」を目指した、モビリティ・マネジメントの取り組みは、日本においては 90 年代後半から始められ、約 10 年の時間を経て、ようやく国土交通省をはじめとする各種の行政機関でその重要性が認知され始めたところである。モビリティのさらなる改善を期するためには、モビリティの問題を技術的問題として「のみ」捉えるのではなく、本稿で強調したように社会的問題として捉える姿勢が不可欠であることは間違いなく、そうである以上は、モビリティ・マネジメントの考え方を、交通に携わる一人一人の行政官や専門家が十分に理解していくことが、そして最終的には一人一人の国民が理解していくことが、何よりもまず必要とされているのである。

## 参考文献

- 藤井 聡：社会的ジレンマの処方箋：都市・交通・環境問題のための心理学，ナカニシヤ出版，2003.
- 藤井 聡：総合的交通政策としてのモビリティ・マネジメント：ソフト施策とハード施策の融合による持続的展開，運輸政策研究，10 (1), pp. 2-10, 2007.
- 藤井 聡・谷口綾子：モビリティ・マネジメント，学芸出版，2008.