

モビリティ・マネジメント

- 道路 / 運輸 / 都市 / 地方行政問題のためのソフト的交通施策 -

藤井 聡¹

¹正会員 東京工業大学大学院理工学研究科土木工学専攻・助教授 (〒152-8552 東京都目黒区大岡山 2-12-1)

本稿では、人々の「過度」な自動車依存傾向が、道路渋滞や公共交通モビリティの低下・喪失の問題、都市の郊外化、地方の過疎化など行政上の諸問題の共通因であることを指摘する。その上で、自動車交通のメリットを生かしつつそれら諸問題を回避するためには、「適度」に自動車を利用する方向、つまり、「かしこいクルマの使い方」の方向へと人々の行動が“自発的”に変化することが不可欠であることを指摘する。そして、そうした自発的变化を促進するためには、新しいソフト的交通施策の考え方である「モビリティ・マネジメント」(MM)が必要とされていることを主張する。

Key Words: mobility management, attitude modification, behavior modification, travel demand management

1. 自動車利用のメリットとデメリット

(1) 便利な自動車

自動車は便利な乗り物である。バス停も時刻表も要らず、目的地と出発時刻の双方を自由に設定できる。複数で同乗すれば支払い費用を削減することができるし、重い荷物を運ぶことも、暑さ寒さをしのぐこともできる。そしてこれらのメリットはいずれも、バスや電車等の公共交通では享受できないものである。例えば、社会的学習理論に基づく手段選択分析(Everitt & Watson, 1987¹⁾)では、公共交通利用に有利なものとして4項目が挙げられているに過ぎないが、自動車利用に有利なものは実にその6倍の24項目が挙げられている。この多様な自動車固有のメリットがあるからこそ、自動車をもたざる多くの人々は自動車のある暮らしを望み、世界中のいずれの国でも経済の発展と共にモータリゼーションは進行した。そして、モータリゼーションの進行は、自動車産業の活性化を通じてマクロな経済力の増進をもたらすと共に、公共事業としての道路ネットワーク整備の推進を促し、それに伴う様々な経済効果や雇用の創出をもたらした。これらを考えるなら、各国の歴史における一つの段階において、モータリゼーションが人々に様々な豊かさをもたらしたことは間違いない。

しかしながら、モータリゼーションは豊かさだけではなく、様々な“デメリット”を同時にもたらしていることは、社会的に認識されつつあるのではなからうか。

(2) 過度な自動車利用の「社会的」なデメリット

まず、過度な自動車利用の「社会的」なデメリットを考えてみよう(以下の議論においては、図-1を合わせて参

照されたい)。その代表的なものは、これまでも繰り返して指摘されてきたように、交通渋滞の問題であり、それに伴う経済の非効率化や公害問題、環境問題である。

さらに、人々の過度な自動車利用は、公共交通の利用者離れを促進し、特に地方部においてバスや鉄道の経営を圧迫している。その結果、公共交通のサービス水準は低下し、場合によっては事業の廃止に追い込まれ、地域の「公共交通のモビリティ」が失われるに至る。そして、公共交通モビリティの低下や喪失は、さらなる公共交通の利用者離れをもたらし、公共交通を巡る悪循環が加速度的に進行していく。

こうした地方部の公共交通のサービス水準の低下やモビリティの消失は、居住地、あるいは、観光地としての魅力の低減をもたらす一つの原因となる。それ故、特に過疎地においては、過疎化をさらに促進する。過疎化は公共交通の利用者のさらなる減少を導き、公共交通の経営を圧迫、挙げ句にさらなるモビリティの低下をもたらす。過疎化の悪循環はここでも加速する。

一方、都市部居住者の過度な自動車利用は、買い物交通や娯楽やレジャー等の私的な諸活動の形態に大きな変化をもたらす。歩いて訪れることのできる近所の商店やレストラン・食堂に通ったり、近所の公園や鉄道で行ける施設で休日を過ごすよりもむしろ、広大な駐車場のある郊外の大規模なショッピングセンターや娯楽施設に自動車で訪れる傾向が促進される。その結果、客足が遠のいた都心部の商店街は徐々に衰退する共に、郊外型の大規模な商業施設の立地は促進されることとなる。

この現象は商業立地に影響を及ぼすだけではない。自動車利用を前提とした買い物や外食、娯楽、レジャーに馴染

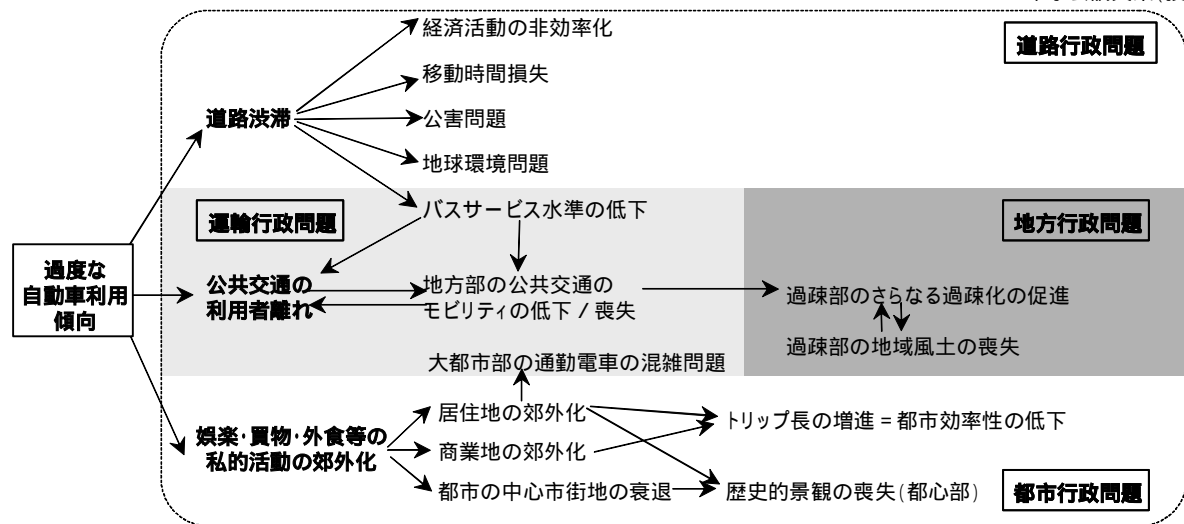


図 - 1 過度な自動車利用傾向がもたらす社会問題の構造

んだ人々は、自動車には不便な都心部よりはむしろ、郊外で居住することを好み、住宅の郊外化は進展していく。

人口と商業施設の双方が郊外化することによって、買い物トリップにおいても、通勤トリップにおいてもトリップ長が増加する。すなわち、都市構造が、効率的な移動を保証することができないような非効率的なものへと変質していく。そして特に三大都市圏を代表とする大都市においては、郊外化によって通勤電車の混雑問題がもたらされることとなる。

かくして、モータリゼーションの進行によって、都心においても、地方においても居住者や商店街が姿を消していく。そして、それぞれの都市や地方に継承されてきた有形無形の様々な歴史的遺産は、その担い手たる住民も商店も失い、一つずつ姿を消していくこととなる。すなわち、都心部からは歴史的な都市景観が駆逐され、地方からはそれぞれの土地固有の「風土」が希薄化する。それとは対称的に、自動車利用に便利な、有る程度の人口密度を持つ都市の“郊外”においてのみ人口が増え、商業も活性化されていくこととなる。しかし残念ながら、新しく造成された画一的な郊外部に、継承すべき歴史的遺産が存在しているとは、必ずしも言えない。

以上を総合的に俯瞰するなら、図 - 1 に示したように、道路混雑や環境問題等の「道路行政問題」、公共交通の衰退、通勤電車の混雑等の「運輸行政問題」、中心市街地の衰退、歴史的景観の消失、居住地と商業地の郊外化等の「都市行政問題」、そして、過疎化や歴史的な風土の消失等の「地方行政問題」といった一見全く異なって見える諸現象は、いずれもモータリゼーションという大きな一つの潮流の影響を受けた個々の支流にしか過ぎない、という問題構造が浮き彫りとなる。

(3) 過度な自動車利用の「利己的」なデメリット

こうした自動車利用の社会的なデメリットは、よくよく考えてみれば、一人一人の利己的なデメリットとなることが分かる。なぜなら、各人の利己的視点から考えても、道路混雑も環境問題も過疎化も通勤電車の混雑も無い方が望ましいからである。

しかし、過度な自動車利用が問題なのは、こうした社会的なデメリット、あるいは、それを通じた間接的な利己的デメリットがあるからだけではない。それは直接的な利己的デメリットをも、もたらしてしまう。

例えば、数百メートル離れたコンビニエンス・ストアへ行く場合、自転車や徒歩で行く方が時間もコストも小さい状況でさえも、自動車を利用する人々は少なくない。また休日には、電車で行ける観光地に行く方が時間の点からも渋滞のストレスの点からも得策であるにも関わらず、高速道路や駐車場での長い待ち時間が必要とされるような観光地に自動車で訪れる人々も少なくない。

こうした自動車利用は、客観的には“不合理”と言えよう。しかし、“自動車利用の習慣”に支配された人々はその不合理に気付かない。なぜなら、習慣とは“深く考えずに意思決定してしまう程度”に他ならないからである(藤井, 2003)³⁾。強固な自動車利用の習慣を持つ人々は、何で行くか決める前に、半ば無意識にクルマのキーを持って駐車場に向かい、ドアをあけエンジンをかけた後に初めて、どこに行くかを考えはじめるのである(藤井, 2003)³⁾。

繰り返すが確かに自動車は便利な乗り物である。しかし、こうした不合理な自動車利用は必ずしもその個人に便益を与えてはいない。近所のコンビニには自転車や徒歩で行く方が、混雑した観光地に自動車で訪れるよりは自転車や鉄道で訪れることができる観光地に行く方が“合理的”であるかもしれない。

さらに、人身事故のリスクが自動車利用には不可避である点、自動車維持費は安価とは言い難い点、そして、徒歩

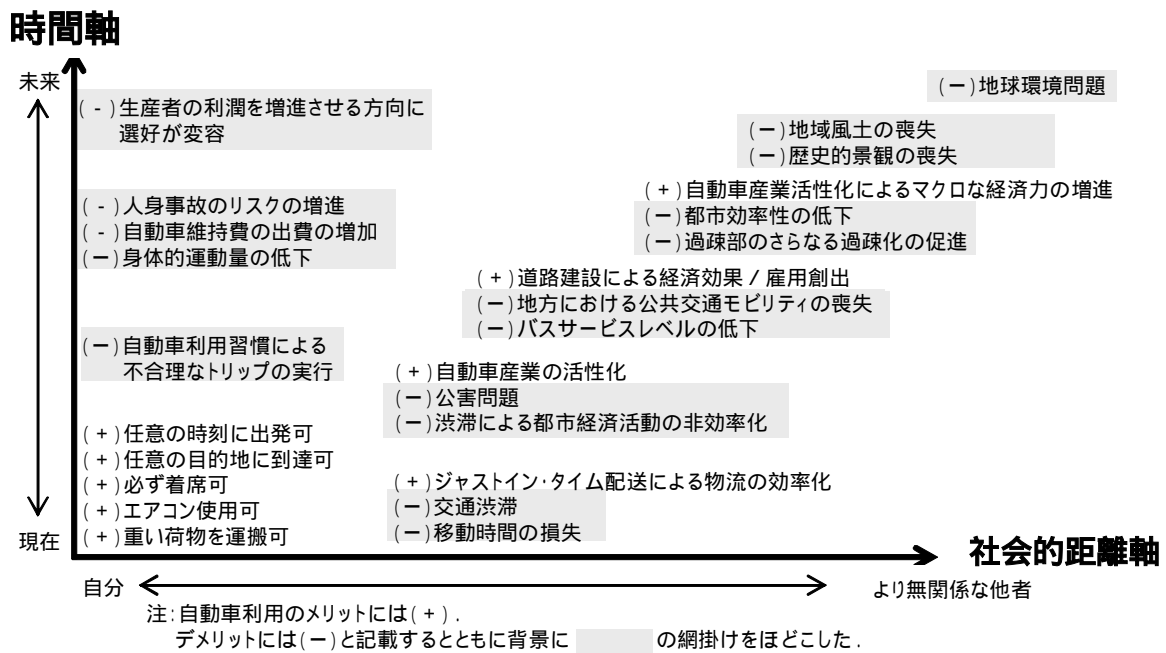


図-2 自動車利用がもたらすメリットとデメリットの影響範囲

や自転車の方がより健康的な移動である点,等を勘案すると,仮に自動車利用が短期的には“合理的”であったとしても,長期的には,利己的な視点からですら“合理的”とは必ずしも言い難い。だからこそ,自動車だけを利用するよりは状況に応じて適切に他の手段も利用する方が,利己的な便益は大きいものと考えられる。すなわち,過度な自動車利用は「合理的な意思決定者」を非合理的な「自動車利用習慣者」(あるいは自動車利用常習者)に変質させているのである。

さらに,郊外に暮らす自動車利用を前提としたライフスタイルを営む家庭では,都心や地域の歴史や伝統に根ざした商業サービスというよりはむしろ,ファミリー・レストランやファースト・フード,コンビニエンス・ストアや大型ショッピングセンターといった大量消費を想定した大量生産サービスしか経験したことのない消費者が育成されることとなる。そうした消費者達は,大量消費大量生産を前提とした諸企業にとってまさに「好都合」な選好を持っている。大衆消費社会について最も影響力のある著書を残した社会学者の一人,ボードリヤールの指摘に基づくなら,生産者の利潤最大化の市場論理は19世紀においては生産過程の効率化という形で進行したが,20世紀においては消費者の選好(あるいは,態度)を生産者の利潤の増進に都合の良い方向に変容させるという形で進行している(Baudrillard, 1970)²⁾。この指摘が妥当であるとするなら,大量消費財を好む方向への人々の選好の変容(あるいは態度変容)は,個々人の幸福や社会の豊かさを求める帰結として得られたのではなく,市場の諸企業の利潤を増進させるためにもたらされたものにしか過ぎないこととなる。そして,モータリゼーションが消費社会の進行を促

進している以上,モータリゼーションが人々の一人一人の「好み」を商業活動にとって都合の良いものに変容させ,一人一人の「個人」を単なる「消費者」に変質させ,それらを通じて一人一人の「豊かさ」を減退させている可能性が浮かび上がってくる。

2. 自動車利用を巡る社会的ジレンマ

図-2は,以上に論じた自動車利用の様々なメリットとデメリットを,時間軸と社会的距離軸に配置した概念図である。この図が示しているのは,原点に近い部分にはメリットが多い一方,原点から離れるほどデメリットが増えていく,という傾向である。また,自動車利用の長期的,広域的な影響に着目すると,そのメリットである経済効果や雇用等は,仮にそれらが喪失しても回復可能性は残されているものである。しかしその一方で,デメリットとして挙げられている都市の効率性,過疎化,地球環境等の諸問題の多くは,一旦その問題が進行してしまえばその回復が必ずしも容易ではない。特に,風土や歴史的景観は,一旦喪失してしまえば回復することが極めて難しい。これらを勘案した場合,自動車利用の長期的,広域的なデメリットは,そのメリットを上回る深刻なものである可能性が高い。

すなわち,自動車利用は「短期的・利己的な利益の増進をもたらすが,長期的・社会的な利益の低下をもたらす」行動と考えられるのである。これはまさに,社会的ジレンマ(social dilemma)と呼ばれる状況に他ならない(藤井, 2003)³⁾。

社会的ジレンマは,万人が短期的・利己的な利益を優先

させれば最終的に一人一人の利己的な利益が低下してしまう、という問題構造を持ち、深刻な社会問題をもたらすものとして知られている。この問題構造は、私的な日常生活から社会問題まで、我々の身の回りの至る所に潜んでいる。例えば、人間は、エネルギー摂取が困難であった太古に形成された生理的機能故に、脂肪分が多かったり甘味の強い食品を本能的に好む性質を持っている。しかし、甘味の強い食品や脂肪の多い食品を過度に摂取することは健康上好ましくない。同様に、短期的な快楽を求める過度な喫煙、あるいは「麻薬」は長期的には健康上好ましくない。これらの例に準えるなら、過度な自動車利用は、脂肪の多い食品の過度な摂取や過度な喫煙や麻薬と類似の問題構造を持っている。さらに、自動車利用は様々な社会的なデメリットをもたらすことを勘案すると、その帰結は喫煙やダイエットの問題などよりさらに深刻である。

3. かしこいクルマの使い方

こうした社会的ジレンマの問題を回避するために必要なことは、いうまでもなく、人々の行動が短期的・利己的な利益のみに配慮したものから長期的・公共的な利益にも配慮したものへと変容することである。一般に、前者は「非協力行動」、後者は「協力行動」と呼ばれており、この用語を用いるなら社会的ジレンマの問題を回避するためには、人々の非協力行動から協力行動への「行動変容」が必要なのである。

ただし、ここで注意しなければならないのは、例えば「過度」な脂肪の摂取は不健康であるとしても、「適度」な脂肪の摂取は健康上望ましいという点である。百害あって一利もないように思われる麻薬ですら、適切に使用すれば手術の「麻酔」として活用できる。だからこそ、適切に、適度に自動車を利用することができるなら、社会はより豊かなものとなることが期待できる。一人一人が個人的にも社会的にも合理的に自動車を利用する、すなわち、いわば「かしこいクルマの使い方」を実行することができるなら、その時はじめて、自動車利用に伴うデメリットを最小限に抑えつつそのメリットを十分に引き出し、自動車交通が節度ある形で社会に根付いていく可能性が開けるのである。

4. モビリティ・マネジメント

以上、交通と都市に関連する様々な行政上の問題に対処するためには、人々が「かしこく」クルマを使いこなすような社会を期待することが必要であることを述べた。しかしながら、仮にその主張が妥当だとしても、たちどころに

次のような実際的な疑問が生ずることとなる。

「人々が「かしこく」クルマを利用する傾向を促進することは、「実務的」に可能なのか？」

人々がクルマを如何に使うかは、ロードプライシングや規制的法律の制定などによって一定の規制を加えることができるものの、基本的には人々の自発的な判断に委ねられている。それ故、人々の「かしこいクルマの使い方」を「期待」するしかない。すなわち、行政としては、人々の自動車利用に対する意識が変わり、それに基づいて、人々の実際の自動車利用が自発的に変化することを期待するしかない。心理学的な用語を用いて換言するなら、行政は、自動車利用に対する人々の態度変容 (attitude modification) とそれに基づく自発的な行動変容 (behavior modification) を期待するしかない。はたして、この様な自発的な態度と行動の変容を期待することは「実務的」に可能なのであるか？

本稿では、この点に関して次のように答えたい。

「それは、モビリティ・マネジメント (Mobility Management: MM; Jones, 2003⁴⁾参照) によって、実務的に可能である」

ここにモビリティ・マネジメント (MM) とはハードな交通インフラを適切に活用していくための「ソフト施策」の総称であり、次のように定義される。

モビリティ・マネジメント (MM)

一人一人の移動が、個人的にも社会的にも望ましい方向^{注)}へ自発的に変化することを促すコミュニケーション施策と、その自発的な変化をサポートする運用施策とを合わせた交通施策の総称。

注：すなわち、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

なお、モビリティ・マネジメント (MM) は、自動車需要を削減するという効果が期待される点、ならびに、ハードというよりむしろソフトな施策である点において、交通需要マネジメント (TDM) と類似している。しかし、交通需要マネジメントが単位時間あたりの交通量や走行台キロといった「交通需要」 (travel demand) を対象としている一方で、モビリティ・マネジメントは「人々の移動そのもの」 (mobility) を対象としている、という点が本質的な相違点である (表-1 参照)。そして TDM が「交通需要の削減」を課金や規制等によって誘導しようとする一方で、MM は人々の意識や習慣といった社会的・心理的要

表-1 交通需要マネジメント(TDM)とモビリティマネジメント(MM)

	モビリティ マネジメント(MM)	交通需要 マネジメント(TDM)
対象	一人ひとりの移動 (モビリティ) および、その背後にある 一人ひとりの暮らしや意識	交通需要 (交通量、旅客数などの集 計量)
目標	渋滞緩和、移動性の確保、適 正な土地利用の誘導、 歴史・風土の保全等	渋滞緩和
施策 概要	自発的な行動変容のためのコ ミュニケーションや、それをサ ポートする運用施策	課金や規制による 行動変容の誘導施策

素に配慮しつつ、“一人ひとりの移動”が社会にも個人にもより望ましい方向へと自発的に変化することを期待するものである。すなわち、TDMは渋滞緩和をほぼ唯一の目標としていた一方で、MMは渋滞緩和に加えて、図-1に示した様々な問題(公共交通の利用促進、地域の移動性の確保、環境問題、あるいは“コンパクトシティ”の形成等)に配慮しつつ、より豊かな社会の実現を目指すものである(なお、モビリティ・マネジメントの和訳には、それが社会的側面を強調することから“社会的交通マネジメント”というものが考えられる)。

具体的には、MMは文末の「付録1」に示した種々の施策群から構成されている(詳細は藤井(2003)³⁾を参照)。これらの諸施策の有効性は1990年代の中盤以降、様々な事例で実証されてきている。例えば、国内外の種々の事例では、TFP(付録1の「住民を対象としたMM」を参照)は自動車走行距離をおおよそ10~30%程度削減する程度の効果を持つことが知られているし、一度限りの利用促進策だけでも10%程度の利用転換が見込めるという結果も報告されている(藤井,2003³⁾参照)。また、ロンドンで

こうした施策を広範に行った場合には、全体で10~30%の自動車利用の削減が見込まれるとの数値計算例も報告されている(Jones,2003)⁴⁾。そして実際の行政的政策としても、オーストラリアのパース都市圏では南パース市周辺の居住世帯の大半である20万世帯を対象として実施されており、集計量として、公共交通利用者数が10~20%程度増加し、自動車分担率が10%程度低下したことがことが報告されている(牧村,2003参照)⁵⁾。なお、パース都市圏では自動車分担率は年々上昇する傾向にあったのだが、上記の10%の削減により、おおよそ20年前の水準に自動車分担率が戻ったという事が報告されている。

こうした結果は一部の読者にとっては、にわかに信じ難いかもかもしれない。なぜなら、物理的・構造的側面を変えずしてコミュニケーションだけで人間の行動は変わるのか、という素朴な疑問は誰もが持つだろうからである。しかしながら、日々の生活をふり返って頂きたい。明らかに我々の行動は、外面的な物理的環境と内面的な意識の両面で決定されている。そして我々の意識は、様々なコミュニケーションによって影響を受けていることも間違いない。この点を踏まえるなら、コミュニケーションによって自発的行動変容がもたらされるのは自明とさえ言えるのではなからうか。だからこそ、社会心理学的には言うまでもなく、欧州やオーストラリア、そして我が国の様々な都市においてその有効性が実証されてきたのである(藤井,2003³⁾; Jones,2003⁴⁾)。

5. おわりに

本稿冒頭では、人々の過度な自動車利用が、道路混雑問題や公共交通のモビリティの喪失や都市部の郊外化、そして、歴史的な景観と風土の喪失の問題等、様々な問題の原

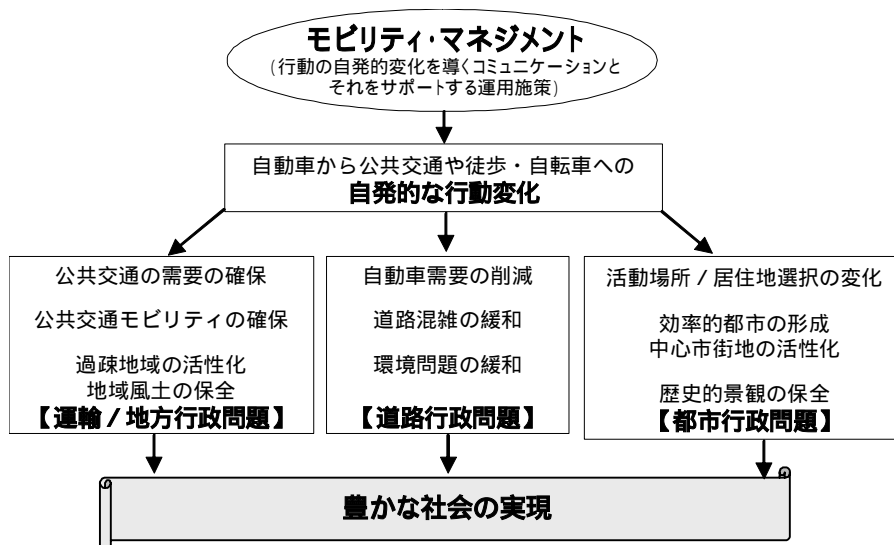


図-3 モビリティ・マネジメント(MM)の目標

因となっている事を指摘した。そしてそれらの諸問題の解決には、“過度”に自動車に依存した行動形態から“適度”に“かしこく”自動車を利用する行動形態への、自発的な行動変容が必要であることを指摘した。そして、そうした自発的な行動変容はモビリティ・マネジメント(MM)と呼ばれる一人ひとりの移動(モビリティ)を対象とする新しいタイプの交通政策で十分に達成可能であることを指摘した(図-3参照)。

以上の議論に一定の正当性があるとするなら、交通行政が目指すべき方向性は、自ずと指し示されるのではないだろうか。すなわち、

「いかにして、モビリティ・マネジメントを具体的に、広範に進めていくことができるのか」

この一点に、交通行政の目標達成の成否がかかっているのではないだろうか。

この結論は、決して驚くに値するものではない。莫大な投資で整備した交通インフラを活かすもころすも、その使い方一点にかかっているからである。そしてその“使い方”を“豊かな社会の実現”という理念の下で考えマネジメントしていく交通政策こそ、モビリティ・マネジメントに他ならないからである。

もちろん、“豊かな社会”を支える交通のあり方を模索することは容易では無い。しかしながら、そのための具体的、実務的な政策ツールは、心理学等、種々の社会科学の知見を援用しつつ徐々に整いつつある。だとするなら、今こそ、様々な組織や地域の間の種々の障害を乗り越え、具体的かつ総合的な交通政策を実現化していく時なのではなかろうか。筆者には、その機が熟しつつあるように思えてならない。

謝辞：本稿は「土木計画のための態度行動変容研究ワークショップ」での議論を基本として筆者がとりまとめたものである。ワークショップメンバー、ならびに、執筆の過程で様々なコメントを頂いた東京工業大学研究員・谷口綾子氏に深謝の意を表したい。

付録1：モビリティマネジメントMMの具体的施策

ここでは、モビリティマネジメントの具体的施策を対象別に掲載する。なお、本付録内で述べている個別技術(一時的構造変化法、行動プラン法、TFP等)の概要、ならびに、それらが及ぼす心理的影響プロセスは、もう一つの配付資料「交通計画のための態度・行動変容研究」、あるいは、藤井(2003)³⁾を参照された。

特定路線の利用促進を目指したMM

特定のバス・鉄道路線、高速道路路線の利用促進のために、その路線の“サービス水準”や“具体的な利用方法”の情報を提供する(実事情報提供法/アドヴァイス法)。具体的な情報を提供

する際には、対象者の自宅や交通行動に対応した具体的な情報を提供するとより効果的である(職場や自宅の場所に対応した時刻表を提示する、等の個別アドヴァイス法)。それと共に、「もし、その路線を利用するとすれば、どの様に利用しますか?」という問いかけで、具体的な利用方法をイメージしてもらったり(行動プラン法)、「ご利用なさる際にお使い下さい」という教示と共に利用無料券を1,2枚程度配布する方法を併用するとより効果的である(一時的構造変化法)。

さらに、これらの利用促進策を、人々の注目が集まる新規供用時、あるいは、サービス水準の向上策等の物理的な構造的方策を行うタイミングで実施すると、さらに効果的である。

住民を対象としたMM

住民を対象として、いわゆる“かしこいクルマの使い方プログラム”を実施する。このプログラムは、過度な自動車利用が個人にとっても社会にとっても望ましくないという旨を説明し、公共交通や自転車、徒歩での移動への転換を促進するコミュニケーション・プログラムである。具体的には、1)アンケート調査形式で、一度限り人々に接触するプログラム、2)複数回、双方向のコミュニケーションを前提として、一人ずつの交通行動を測定し、その情報を加工してフィードバックする“TFP”(トラベル・フィードバック・プログラム)、の2種類がある。なお、これらのプログラムでは、対象者が利用可能な公共交通等の利用を促進するために、先述の“特定路線の利用促進を目指したMM”の各種方法を併用することで、より効果的にすることができる。

これらプログラムを実施する際には、1)郵送配布のアンケート調査の形式を採用する方法、2)自治体や商店街、職場、学校等の組織やコミュニティベースで協力を要請する方法、が考えられる。また、大規模な予算が確保されている場合には、3)国勢調査のように個別訪問によって参加を要請する方法、を採用することで、高い参加率が確保できるものと期待できる。

これら以外にも、当該地域に転居してきた人々を対象に、市役所の住民登録の窓口などで、公共交通の利用案内等を提供するアプローチが考えられる。転居者は未だ交通行動習慣を形成していないため、この方法により、公共交通の利用習慣の“形成”を促す効果が考えられる。

さらに、例えば“カーシェアリングシステム”を導入するとともに、その参加を促す施策も考えられる。カーシェアリングでは、自動車利用が予約制となるため、過度な自動車利用が抑制されると共に、必要性の高い場合においてのみ合理的に自動車を利用する、という“かしこい”クルマの使い方を促す効果が期待できる。

職場を対象としたMM

先にも指摘した“住民を対象としたMM”の種々の方法を職場単位で実施することが考えられる。それに加えて、職員の通勤交通手段にターゲットを絞った種々の施策が考えられる。徒歩や自転車、公共交通を、自動車よりも相対的に優遇する通勤手当を導入したり、自動車通勤を許可制にする等の方法が考えられる。業務交通の際にも過度な自動車利用を削減するように、事業所単位で自動車利用削減のプラン策定を要請する方法も考えられる。いづれにしても、これらの施策を実施するためには、MM実施主体である行政が、事業所や企業をターゲットとしたコミュニケーションを図り、こうした企業MMへの参加を呼びかけることが必須となる。

学校教育における MM

学校教育の一環として公共事業の問題, 環境の問題, 交通の問題を取り上げる学校がある場合, その学校側と協調する形で実施する. 渋滞や環境といった切り口から, 社会的に望ましい交通行動とは何かを教示するとともに, かしこく自動車を利用することの必要性の理解を促進する. その場合, 標準的なテキスト, あるいは, 地域ごとの特性を活かした教材を作成していくことが必要であろう.

なお, その実践を教育プログラムに導入する際は, 住民対象の MM で述べた“かしこいクルマの使い方プログラム”を, 各児童を通じて各世帯で実施する方法がある.

一般公衆を対象とした MM

マスメディアやチラシを用いて, 公共交通利用促進, 過度な自動車利用の抑制等と呼びかけ, 一般の人々の意識の変化を期待する(コミュニケーション法). 上記の特定路線対象の MM をより効果的なものとするための下地的な施策として活用できる. なお, 世界の各都市で“同じ日”“同じ期間”に自動車利用抑制, 公共交通利用促進を図るキャンペーンを実施する“モビリティ・ウィーク”は, 一般公衆を対象とした MM を行う好機と考えられる.

参考文献

- 1) Everitt, P. B. and Watson, B. G.: Psychological contributions to transportation, In D. Stokols & I. Altman (Eds.), Handbook of environmental psychology, Vol. 2. New York: Wiley, pp. 987-1008, 1987.
- 2) Baudrillard, J. (1970) La Société de consommation (今西仁司・塚原史(訳)消費社会の神話と構造, 紀伊国屋書店 1995.)
- 3) 藤井 聡(2003) 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.
- 4) Jones, P. (2003) Encouraging Behavioural Change Through Marketing and Management: What can be achieved? CD-ROM for 10th International Conference on Travel Behavior Research, Lucerne, 2003 (和訳『マーケティングとマネージメントを通じた行動変容の促進』[http:// www.plan.cv.titech.ac.jp/fujiilab/ws/](http://www.plan.cv.titech.ac.jp/fujiilab/ws/)参照).
- 5) 牧村和彦: 地域住民に対する事例(1): パースの Travelsmart, 社会的交通マネージメントによる TDM と公共交通利用促進 ([http:// www.plan.cv.titech.ac.jp/fujiilab/ws/](http://www.plan.cv.titech.ac.jp/fujiilab/ws/)参照)

(2004.XX.XX 受付)

MOBILITY MANAGEMENT:

Soft transportation measures for road, transport, urban and rural administrative problems

Satoshi FUJII

People's heavy car-use habitually causes traffic congestion problems in urban area, problems of unsustainable mobility of public-transportation, suburbanization problems in urban area and problems of underpopulation in rural area. For solving these administrative problems while taking advantages of car use, it is necessary for people to voluntarily modify their travel behavior to the direction where they moderately and wisely use car. It is stressed that *Mobility Management* (MM), that is a new concept of soft measures, can effectively urge people's travel behavior change.