

自動車利用抑制コミュニケーションに対する心理的リアクタンスについての理論実証研究*

A theoretical and empirical research on psychological reactance against
the car-use-prohibition communication*

藤井 聡**

By Satoshi FUJII**

1. はじめに

(1) 都心部への自動車乗り入れと社会的ジレンマ

自動車は、多様な活動が高密度になされる都心部において必ずしも有効な移動手段ではない。なぜなら、一人あたりの移動に必要とされる占有面積が、バスや徒歩に比べて自動車は格段に大きいからである。それ故、高密度に諸施設が配置された都心部においては、自動車よりもより小さな面積しか占有しないバスや徒歩、あるいは、自転車等でなければ、都心部で発生する様々な交通需要を効率的に処理することが出来ない。

しかしながら、こうした論理はあくまでも、全体の効率性の議論である。一人一人の意思決定に着目すれば、“自分一人だけ”が、自動車を利用して都心部に行き、買い物をして、食事をして、好きなところに移動して、好きな時間に家に帰る、ということが出来るのなら、それにこしたことはないだろう。誰しもが、そのように考えるのならば、結局は、誰しもが自動車ですぐ訪れるようになる。かくして、都心部における自動車混雑は激しくなり、バスのサービス利便性は格段に低下し、全体の効率性は誰も自動車に乗っていない状況よりも低下してしまうこととなる。

こうした状況は、いわゆる“社会的ジレンマ”と言われる社会状況に他ならない¹⁾。社会的ジレンマとは、

「個人利益の最大化行動と公共利益の最大化行動のいずれかを選択しなければならぬ社会状況（藤井，2001, p. 42）」

と定義される。そして、個人利益の最大化行動は逃避行動（defection）、公共利益の最大化行動は協力行動（cooperation）とそれぞれ呼称される。以上に論じた都心部への自動車流入問題については、個々人にとって便利な自動車を利用するか（逃避行動）、社会的な全体の都市の効率性に配慮して、自動車を使わずに公共交通手段等を利用するか（協力行動）のいずれかを選択しなければならない社会状況である。

(2) 心理的方略と構造的方略

さて、社会的ジレンマの解消を目指す方法として、様々なものがこれまでも提案されている。協力行動をより魅力的なものにしたり（例えば、都心への公共交通アクセスをより便利なものにする）、逃避行動を禁じたり（例えば、都心部への自動車流入を規制する）、逃避行動に対してなにがしかのペナルティを課したり（例えば、都心部への流入車両を対象としたロードプライシングを導入する）、等が考えられる。これらの方法はいずれも、社会的ジレンマを創出している環境構造に働きかけることによって社会的ジレンマの解消を目指す方法であることから、“構造的方略”と一般によばれている。こうした構造的方略には様々な問題が指摘されている¹⁾のだが、最も現実的な問題は、その実現が財源制約や政治的な問題から通常難しい、という点である。例えば、上記に例示した方策のうち、都心への公共交通アクセスをより便利なものにするためには、莫大な予算が必要であり、“誰が利用しても最高に便利な公共交通システム”を創出することは現実的に難しい。流入規制やロードプライシングなどの規制的な政策にしても、社会的になかなか受容されないという問題がある。

このように、例えば社会的ジレンマ解消のために有効であったとしても、それを実施することが極めて難しい、という現実的な問題が、構造的方略には存在している。

こうした認識から、近年では、社会的ジレンマを解消するもう一つの考え方である“心理的方略”への期待が高まっている^{1), 2), 3)}。心理的方略とは、「個人の行動を規定している、信念（belief）、態度（attitude）、責任感（ascribed responsibility）、信頼（trust）、道徳心（moral obligation）等の心理要因に働きかけることで、社会構造を変革しないままに、自発的な協力行動を誘発する（藤井，2001¹⁾, p. 43）」方法であり、具体的な施策としては、事実情報を提供することで人々の信念や認知に働きかけ、それを通じて協力行動を誘発する方法（事実情報提供法）、協力行動の経験を1回から数回誘発することを通じて、協力行動に対する態度の肯定的な変容を期待するとともに、非協力行動の習慣が解凍し、その一方で、協力行動についての習慣強度の向上を目指す方法（経験誘発法）、そして、言語的なコミュニケーションによって、協力行動を依頼したり、協力行動の実行の仕方をアドバイスしたり、あるいは、協力行動実行の

*キーワード：TDM, 意識調査分析, 心理的方略

**博士(工学), 東京工業大学大学院理工学研究科土木工学専攻
(〒152-8552 東京都目黒区大岡山2-12-1, Tel & Fax : 03-5734-2590
e-mail: fujii@plan.cv.titech.ac.jp)

予定を立てることを要請したり等によって、協力行動への行動変容を期待する方法（コミュニケーション法）等が提案されている。なお、これらの詳細については、誌面の都合上、文献3）、あるいは書籍4）を参照されたい。

(3) 心理的リアクタンス

このような心理的方略によって社会的ジレンマの解消を目指す場合、最も注意しなければならないものの一つに、“心理的リアクタンス”（Brehm, 1966）⁵⁾の問題がある。心理的リアクタンスとは、ある行動を推奨したり、ある行動を抑制したりするコミュニケーションに接触した個人が、そのコミュニケーションに対して反発する傾向を意味する。ブレイムによれば、人々は自由の感覚を守ろうとする動機を持っており、それ故に、コミュニケーションによって自らの自由が侵害されたと認識すれば、人々は自らの自由の感覚を取り戻すために、あえてそのコミュニケーションの内容とは逆の行為を行ってしまうように動機づけられる可能性がある、と論じている⁵⁾。例えば、選挙の時には投票に行こう、と曲がりなりに多少は考えている人であっても、「選挙に行きなさい」と他者から命令されてしまえば、自らの自由を回復するためにわざわざ選挙に行くのをやめてしまうかもしれない。

この理論に基づけば、心理的方略、とりわけ、コミュニケーション法によって人々の協力行動への変容を期待する場合に注意すべき点は、どのような時に、人々は自らの自由を侵害されたと認識するのか、という点である。もちろん、コミュニケーションの内容が命令的なものであればあるほど、人々は自分の自由を侵害されたと解釈する可能性が増大するであろうが、同一のコミュニケーションであっても、自由を侵害されたと認識する程度が人によって異なる可能性も考えられる。例えば、あるコミュニケーションによって推奨される行動を、既に行っている場合には、自由を侵害されたと考える傾向は低いであろうが、推奨される行動をほとんど行っていない場合には、そのコミュニケーションは自らの行為を禁止する方向にあるものと認識され、自由を侵害されたと解釈され、心理的リアクタンスを形成する可能性が高くなるものと予想される。例えば、自動車での都心部乗り入れ抑制のコミュニケーションの場合には、自動車で都心部にあまり乗り入れしていない人々は心理的リアクタンスをほとんど形成しない一方で、自動車で都心部に乗り入れする頻度が高い人ほど、より強く心理的リアクタンスを形成するものと予想される。

(4) 認知的不協和

以上の理論的予測、すなわち、都心部への自動車乗り入れを頻繁に行う人ほど、強い反発を感じるであろう、

という予測は、フェスティンガーの認知的不協和理論（Festinger, 1957）からも演繹することができる⁶⁾。

フェスティンガーによれば、認知的不協和とは、二つの認知が存在している場合に、それらが協和していない、という事態を意味しており、例えば、「自動車利用を控えよう」という認知と「自分は普段自動車を利用している」という認知は互いに協和しておらず、認知的な不協和を生み出すものと考えられている。そして、こうした場合、人々は認知的不協和を低減しようとする動機が生じる、というのが認知的不協和理論である。この理論によれば、「行動」と「認知」との間の認知的不協和の低減を図る場合、人々は次の対応のいずれかの動機が生じることが予想されている。

1) 行動を認知に一致させようとする動機が生じる

2) 認知を行動に一致させようとする動機が生じる

例えば、「自動車利用を控えよう」とのコミュニケーションに触れ、そのコミュニケーションと「自らが自動車を利用している」という行動との間に認知的不協和がある場合を考えてみよう。この場合、前者の認知に合致する様に自動車利用を控えるのが1)であり、行動に認知が合致するように、「自動車利用を控えよう」という説得文には根拠も信憑性も無い、と信じる様になってしまうのが2)である。

さて、これらの対応のいずれを選択するかは、不協和の大きさに依存する⁶⁾。あまりにも大きな不協和が存在する場合には、自らの行動変容を達成することは容易ではない。しかし、説得情報として提供された内容についての認知を変化させる、すなわち、その情報には信憑性はない、あるいは、その情報は間違っている、という方向に認知を変更することはそれほど困難ではない。それ故、大きな不協和が存在する場合には、自らの行動に認知を変化させるように、説得情報を無視、あるいは、無化する傾向が増進することが理論的に予想される。

逆に、不協和の程度が小さい場合、自らの行動を提供された情報内容に一致させることは、それ程大きな困難さを伴わない。それ故、推奨される行動と自らの行動との乖離が小さく、不協和の小さい場合には、少なからずの人々は、提供された情報を無視、あるいは、無化するのではなく、自らの行動を提供された情報内容に一致するように変容しようとする動機を持つことが理論的に予想される。

(5) 理論仮説

さて、以上の心理的リアクタンスの理論、ならびに、認知的不協和理論に基づいた議論より、都心部への自動車での乗り入れを抑制するコミュニケーションに対する人々の反応として、以下の仮説が理論的に想定されうることとなる。すなわち、

「本研究の理論的仮説 = 自動車で都心来訪をするかわりに公共交通で都心来訪をしている傾向が強い人々は、自動車乗り入れの抑制を呼びかけるコミュニケーションに触れることで、自動車乗り入れを抑制する方向に態度と行動が変容する傾向が高い。その一方で、自動車で都心来訪をしている傾向が強い人々に対しては、そうしたコミュニケーションは十分な効果を持たないばかりか、場合によっては、心理的なりアクタンスを生じさせ、自動車乗り入れをさらに助長する方向に態度と行動を変容させるという逆効果をもたらす可能性がある。」

2. 実験の概要

本研究では、冒頭で論じた、都心部への来訪交通手段として自動車を用いることを逃避行動、それ以外の交通手段を用いることを協力行動とする社会的ジレンマ状況を対象として、上記の理論仮説の検定を行うこととした。検定にあたっては、(社)システム科学研究所が京都市都心部で実施したアンケート調査結果の一部を用いることとした⁷⁾。

システム科学研究所は、都心部への来訪行動についての意識等について調査するためのアンケート調査を平成13年11月18日(日)に行った。調査票は、自動車を用いて京都都心に来訪している人々を対象に、都心部の大規模駐車場三カ所で手渡しで直接配布した。2400枚配布して、郵送にて回収したところ、539枚(回収率22.5%)が回収された。続いて、この調査に回答した539名の内、さらなるアンケート調査に協力することに同意した369名に、平成13年12月中旬に再度、アンケート調査票を郵送配布した。その結果、245票(回収率66.4%)が回収された。

以上の調査の内、第二回の調査では、被験者を無作為に、同数ずつ2つのグループに分類した。一方のグループには調査票のみを郵送した。そして、もう一方のグループには、調査票に加えて、京都市への自動車乗り入れを抑制することが必要とされている趣旨を掲載したコミュニケーション文書を同封した。

被験者の半分に配布したコミュニケーション文書は、新聞記事⁸⁾の縮小コピーとその記事内容の要約から構成される。この新聞記事は、京都都心部への乗り入れ自動車が削減すれば、景観は保存され、歩きやすくなり、かつ、都心はにぎわうであろう、との可能性が統計的データとシミュレーション分析で示唆された、と述べた後に、こうした客観的な分析結果を踏まえれば、一人一人が京都の街並みに配慮する意識と具体的行動が求められている、ということをも主張するものである。新聞記事の縮小

コピーは、見出しの文字程度しか認識出来ないほどに縮小されたものであり、実際に被験者が触れる文書コミュニケーションは、その内容要約の文章のみである。なお、本稿文末の付録1には、被験者に提示した新聞記事の内容要約を掲載した。

さて、調査票には、都心部への来訪行動に加えて、都心部の交通問題についての心理指標を測定する質問項目が掲載されていたが、それとともに、上に説明した新聞記事の要約を読むことを要請し、その後、「前ページの新聞記事をお読みになって、あなたが感じたこと、思われたこと、気づかれたことを以下の欄にご自由にお書き下さい。」と記載して、10行強程度の空白をその下に設けた。こうした自由記述を要請したのは、コミュニケーション文を読了し、その内容について認知的な処理を行う動機が活性化されることを期待したためである。

また、本研究では、調査で得られているデータの内、京都市の都心部への自動車流入についての以下の三つの文言に対する合意の程度を9段階の尺度(1が「全然そう思わない」、5が「どちらとも言えない」、9が「全くそう思う」)で測定したものを分析の対象とした。

「私は、京都市都心のまちなかにクルマで乗り入れる行為はしない」

「私は、京都市都心のまちなかに行くときは、バスや地下鉄などの公共交通機関を利用する」

「私は、京都市都心での「自家用車の通行規制(物流車両は除く)」に賛成である」

これらの内、最初のものと二つ目のものは、自らの都心来訪行動についての行動意図(behavioral intention)であり、最後のものは、自動車流入規制についての受容意識(acceptance)である。以下、それぞれ、「自動車での乗り入れ自主規制意図」「公共交通での乗り入れ意図」「自動車規制の受容意識」と呼称する。なお、この3つの質問項目は、最初の11月の調査と12月の第二回調査の双方で測定されている。

また、第二回調査では、過去一ヶ月間に京都市都心部に公共交通で訪れた回数と、自動車で訪れた回数を尋ねており、本研究では、このデータもあわせて用いることで、前節で述べた心理的リアクタンスについての理論仮説の検定を行う。

3. 分析結果

表1, 2, 3にそれぞれ、調査で測定した2つの行動意図と受容意識を従属変数とする、重回帰分析結果を示す。説明要因としては、

第一回調査で測定したそれぞれの心理指標、

第二回調査で文書コミュニケーションを受け取ったか否かのダミー変数(以下、コミュニケーションダ

表1 「自動車での乗り入れ自主規制意図」(第二回調査)を従属変数とする重回帰分析

	標準化係数	t	p
コミュニケーションダミー	0.01	0.07	.95
コミュニケーションダミー×公共交通での都心来訪回数	0.14	2.08	.04
コミュニケーションダミー×自動車での都心来訪回数	-0.10	-1.40	.16
自動車での乗り入れ自主規制意図(第一回調査)	0.46	7.44	.00

sample size = 209, R² = .229, 自由度調整済みR² = .213

なお, 従属変数の平均は3.98, 標準偏差は2.249

表2 「公共交通での乗り入れ意図」(第二回調査)を従属変数とする重回帰

	標準化係数	t	p
コミュニケーションダミー	0.07	0.94	.35
コミュニケーションダミー×公共交通での都心来訪回数	0.17	2.66	.01
コミュニケーションダミー×自動車での都心来訪回数	-0.12	-1.86	.07
公共交通での乗り入れ意図(第一回調査)	0.53	9.32	.00

sample size = 210, R² = .345, 自由度調整済みR² = .332

なお, 従属変数の平均は5.02, 標準偏差は2.29

表3 「自動車規制の受容意識」(第二回調査)を従属変数とする重回帰

	標準化係数	t	p
コミュニケーションダミー	-0.07	-0.91	.37
コミュニケーションダミー×公共交通での都心来訪回数	0.16	2.26	.02
コミュニケーションダミー×自動車での都心来訪回数	-0.02	-0.25	.81
自動車規制の受容意識(第一回調査)	0.47	7.71	.00

sample size = 211, R² = .239, 自由度調整済みR² = .224

なお, 従属変数の平均は5.89, 標準偏差は2.38

ミー),

公共交通での都心来訪回数(回/月)とコミュニケーションダミーの積,

自動車での都心来訪回数(回/月)とコミュニケーションダミーの積,

の計4つを用いた.

まず, いずれの表を見ても, 説得後のそれぞれの心理要因は, 説得前のそれぞれの心理要因に有意な影響を受けていることがわかる. これは, 状態依存の効果を意味しており, 分析を行うにあたって当初から想定されていたものである. こうした状態依存効果をモデルに導入す

ることで, コミュニケーションへの接触が, 各心理指標の変化に対して及ぼした影響を, 統計的に分析することが出来ることとなる.

さて, ついで, いずれの表からも「コミュニケーションダミー×公共交通での都心来訪回数」が有意に正の効果を持っている事が分かる. これは, 本研究の理論仮説通り, 公共交通で都心を来訪する頻度が高い個人ほどコミュニケーションの効果が大きいことを統計的に裏付ける結果である.

さらに, 表2に着目すると, 「コミュニケーションダミー×自動車での都心来訪回数」が公共交通での乗り入れ意図に対して負の効果を持つ傾向が示されている. また, 表1や表3より, 一般的に用いられる有意水準には届いていないものの, 「コミュニケーションダミー×自動車での都心来訪回数」の係数が負となっていることが示されている. これらの結果も, 本研究の仮説通り, 自動車で都心を来訪する頻度が高い個人ほど, 説得効果が小さいことを意味している.

ここで, 心理的リアクタンスの存在をより容易に理解するために,

- ・公共交通で週に2回都心に来訪している個人,
- ・公共交通と自動車でも週に1回ずつ都心に来訪している個人,
- ・自動車でも週に2回来訪している個人,

の3者を想定し, それぞれの来訪行動に関する行動意図である自動車での乗り入れ抑制意図と公共交通での乗り入れ意図が, コミュニケーションに触れることでどの程度変化するのかを, 表1と表2の係数推定結果から推計したものを図1に示す^[1].

この図に示すように, 公共交通で2回来訪している個人は, 自動車乗り入れ抑制意図も公共交通乗り入れ意図も, 文書コミュニケーションに触れることによって向上する傾向が示されている. しかしながら, 公共交通と自動車それぞれ1回ずつ都心来訪している個人に対しては, 小さな効果しか存在しないことがわかる. そして, 公共交通では来訪せずに, 自動車だけで週に2回ずつ来訪している個人においては, 文書コミュニケーションに触れることで, かえって, 自動車乗り入れ抑制意図も, 公共交通乗り入れ意図も, 低減してしまうことが示されている.

4. 考察

以上の分析結果は, 都心への自動車乗り入れの抑制の必要性を主張するコミュニケーション文書を読了することで, 自動車での乗り入れを自主的に抑制し, 公共交通機関で乗り入れするような行動意図を形成し, そして, 自動車乗り入れの規制的施策に賛成する様になるのは,

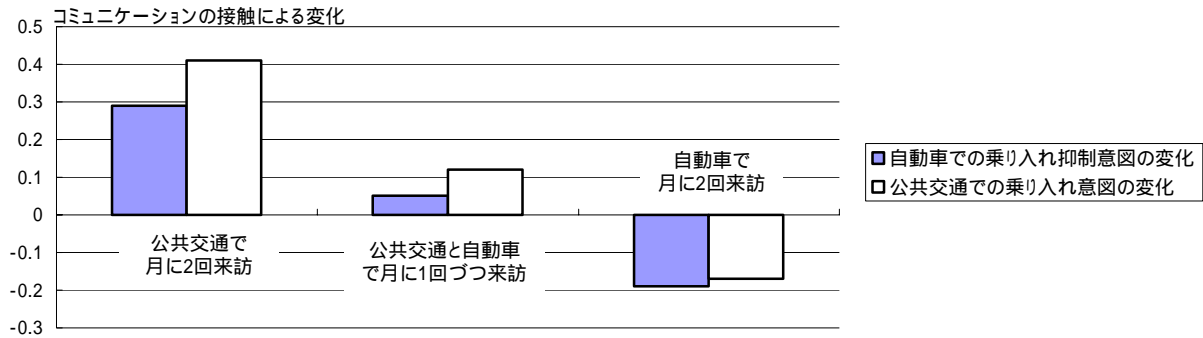


図1 都心への来訪における交通手段別来訪頻度別の、コミュニケーション文書の接触による自動車乗り入れ抑制意図と公共交通での乗り入れ意図の変化の推定値

既にある程度、都心部へ公共交通機関で乗り入れている人々に限られることを示している。逆に、現状において自動車での乗り入れを習慣的に行っている人々に対しては、説得的なコミュニケーションの効果は大きくないばかりか、逆効果ですらある可能性が示唆された。たとえば、図1に示したように、自動車で週に2回訪れる個人の場合、都心部流入の抑制を推奨するコミュニケーションに触れることで、公共交通ではなく自動車で訪れよう、という行動意図をかえって強固なものにしてしまう可能性が示されている。これは、協力行動を要請するコミュニケーションによって、場合によっては心理的リアクタンスが生じうることを示唆している。

このように、何らかの協力行動を要請するコミュニケーションを行った場合、当初からその協力行動をある程度実行していた人々に対しては、彼らの協力行動をより促進する効果がある一方で、当初からほとんど協力行動を行っていない人々に対しては、効果がないばかりか、かえって逆効果を招く可能性があるものと考えられる。これは、本研究において理論的に予想した様に、当初から協力行動を行っていない人々にとっては、いかにコミュニケーションの内容が合理的に思えたとしても、それを認めれば自らの行動を自己正当化することができなくなり、それ故に認知的な不協和を感じてしまうからである。そうした人々は、自らの行動を自己正当化するために、そのコミュニケーション内容をうち消す様に動機付けられ、その内容の信憑性を疑ってしまう。そしてさらには、コミュニケーションに対して心理的に反発し、自らが自動車を利用するという行為の自由を回復するように動機づけられ、その結果、自動車で来訪しようという意図をより強固なものとしてしまうかもしれないのである。

以上が、心理学的な本実験結果の理論的解釈であるが、実務的にも、この実験結果の示唆する所は大きい。それは、何らかのキャンペーンやコミュニケーションによって人々の行動変容を期待する場合、人々がどのような意見

や態度、行動を行っているかを十分に見極めなければ、そうしたキャンペーンは効果が得られないばかりか、かえって逆効果となってしまうかも知れないからである。この点に対処するためには、例えば Individualized Marketing法 (IM法) に見られるように²⁾、人々の行動と意識を調査した上で、それに応じたコミュニケーションを図る等の方法が有効となるであろう。具体的には、IM法では、自動車利用者に、公共交通手段への転換意向を事前に調査し、転換意向を持つ被験者をコミュニケーションの対象とするものの、転換意向を持たない被験者はコミュニケーションの対象とはしない、という方法を採用している。すなわち、IM法では、コミュニケーションによって心理的リアクタンスが生じかねない人々を避ける形でコミュニケーションを行う。ただし、心理的リアクタンスが生じかねない対象者においても、「一方的な説得」を避けて、被験者の立場を尊重しつつも、被験者の立場と相反する立場の情報を提供する「二面提示」のコミュニケーションを行うことによって、心理的リアクタンスは緩和できることが知られている。詳細は、書籍4)を参照されたい。今後は、これらの諸点を勘案しつつ、心理的リアクタンスを回避する具体的な方法を探る必要がある。

ただし、最後に付記しておくべきことは、今回分析に用いた調査は、自動車で都心部を訪れている人々を対象として行われたものである、という点である。すなわち、今回のサンプルは、京都市を訪れる人々の中でも、都心部に自動車で来訪する傾向がそもそも高いサンプルなのである。それを考えた場合、本研究のデータは、そうした人達ですら、自動車での来訪の抑制を呼びかけるコミュニケーションに触れるだけで、公共交通手段を利用し、自動車を抑制し、さらには、自動車の流入規制に賛成する、という傾向が向上しうる、とも解釈できる。本稿の主要なテーマは心理的リアクタンスの存在を実証することであったが、そうしたテーマを設定したのは、あくまでも、言語的なコミュニケーションのみで人々の意識は

変わりうる, ということを基本的な前提としているが故であり, 実際に, 本データはその前提を確認する実証的知見であるとも読み取れるのである.

以上まとめるなら, 本研究で示した分析は, 心理的方略は現実の交通問題, 都市問題を解消しうること, ならびに, その際には, 人々の心理的リアクタンスの存在に十分に配慮すべきである, ということの双方を示唆しているものと言えよう. それ故, より効果的な心理的方略に基づくコミュニケーション施策を今後開発していくためにも, これまでに指摘されてきたいくつかの点(例えば, できるだけ具体的, かつ個別的な情報を提供することにより実行意図の形成の促進を図る, あるいは, 調査形式のコミュニケーションを図る, 双方向コミュニケーションを実施する等, 対象者がコミュニケーションに十分な注意を払うような仕掛けを設けること, 等. 詳細は書籍4)の7章, 8章を参照されたい)に加えて, 心理的リアクタンスについての理論的な理解を深める一方で, それを回避するための技術的な検討を進めていくことが必要であろう.

謝辞: 本研究の分析を行うにあたり, (社)システム科学研究所よりデータをご提供頂いた. ここに記して, 深謝に意を表します.

注

[1] 具体的には, まず最初に, 表1, 表2に示した回帰モデルに基づいて, 本文で示した3種類の個人がコミュニケーションに触れていない(すなわち, コミュニケーションダミーが0)という条件の下での「自動車乗り入れ抑制意図」と「公共交通での乗り入れ意図」を求めた. ついで, 同様の前提に, 本文で示した3種類の個人がコミュニケーションに触れている(すなわち, コミュニケーションダミーが1)という条件の下での「自動車乗り入れ抑制意図」と「公共交通での乗り入れ意図」を求めた. そして, その両者の差を求め, その差を図1に表示した.

付録1: 被験者に配布したコミュニケーション文面(強調文字は原文のまま)

京都新聞平成12年11月30日(木) 第18面
「景勝地・観光地の交通(京都大学工学部・助教授・藤井聡)」より抜粋

.....長い自動車渋滞がある街角に「たたずまいはあるだろうか? 自動車が行きかう京都の道路に歴史性が培われるだろうか? こう考えるだけでも, 自動車が京都の魅力を奪い得ることは想像に難くない. もしこの想像が正しいなら, 自動車が減れば京都の魅力はより向上し, 京都を訪れる人々は増えることになる.自動車の削減は, 歴史性の復活を通じて来訪客を増進させ街を活性化させるための切

り札になるかも知れない.例えば, ドイツのミュンヘンへの.自動車社会の到来は大混雑をもたらした. その問題もほぼ限界に達した1960年代.ミュンヘンは自動車を規制する方針を選んだ. すると, どうなったか. 街への観光客, 買い物客の減少を懸念する声とは裏腹に, 人々が街で過ごす時間が2倍程度に長くなり, 訪れる人が増加した.同様の現象は, ドイツのフライブルグでも, イタリアのレージョ・エミリアでも見られた. つまり, 自動車の都心への流入を規制することで, 街の中をゆっくりと歩きながら楽しむことができ, それが街の魅力の向上につながり, 街がより活性化されたのである.

.....京都での可能性を考える一つの参考として, 次の様な分析がある. 御池・四条・烏丸・寺町に囲まれる都心部の道路を対象に得られたデータに基づいて, 歩行者と自動車との関係を.統計分析したところ.自動車が100台減れば立ち寄り客は20人以上増える(ことが示された.)..... (さらに)京都市民と京都を訪れる人の一人一人の一日の動きを再現するシミュレーションを行った.得られた結果は, ヨーロッパで起こった事に一致するものだった. すなわち, 自動車規制で, 自動車で訪れる人は減るものの, 訪れる人の総数は増加するというものであった.

京都での自動車削減の影響, それは誰にも分からない. しかし, それが京都をより京都らしくさせ, 街を活性化し, 安全で快適な「あるく街」に変えるのではないかと, ヨーロッパの事例やデータ分析, シミュレーション分析が語りかけている. それらは, 行政政策としての自動車の規制を具体的に考え始める必要があることを意味している. しかし, 強制的な規制だけが, あるく街を実現化する方法ではない. 我々一人一人は, 強制されるまでもなく, 私的な自由の一部を節制する程度の公共心を少なからず持っている筈である. だとするなら, 自動車規制の導入を叫ぶのと同時に(あるいはそれ以上に), 京都のために一人一人が自動車の利用を自主的に控え, もっともっと「あるく」事を忘れてはならない. 一人一人の意識こそが, 「あるく街, 京都」をつくる本質的な原動力なのである.

参考文献

- 1) 藤井 聡: TDMと社会的ジレンマ: 交通問題解消における公共心の役割, 土木学会論文集, No. 667/IV-50, pp. 41-58, 2001.
- 2) 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, 36 (2), pp. 71-75, 2001.
- 3) 藤井 聡: 交通計画のための態度・行動変容研究 - 基礎的技術と実務的展望 -, 土木学会論文集, 土木学会論文集, No. 737/IV-60, 2003. .
- 4) 藤井 聡: 社会的ジレンマの処方箋: 都市・交通・環境

- 問題の心理学, ナカニシヤ出版, 2003 .
- 5) Brehm, J. (1966) Explorations in cognitive reactance. Academic Press, New York. 7) システム科学研究所: 魅力ある都心づくりを実現するための心理学的アプローチに関する研究, 2002.
- 6) Festinger, L. (1957) A theory of cognitive dissonance. Evanston, IL: Row, Peterson. (未永俊郎(監訳): 認知的不協和の理論, 誠信書房, 1965.) 8) 藤井 聡: 景勝地・観光地の交通, 京都新聞平成12年11月30日(木)第18面.

自動車利用抑制コミュニケーションに対する心理的リアクタンスについての理論実証研究*

藤井聡**

本研究では, 都心部への自動車乗り入れの抑制の必要性を主張するコミュニケーションに触れることで生じるであろう心理的な反発, すなわち, 心理的リアクタンスについて理論仮説を立て, それを実証する実験分析を行った. 心理的リアクタンスと認知的不協和理論の双方から, 都心部に自動車で訪れる傾向が高いほど, また, 都心部で公共交通手段で来訪する傾向が低い程, 乗り入れ抑制のコミュニケーションに対する心理的リアクタンスが大きなものとなるとの理論仮説をたて, 検定を行った結果, その仮説を支持する結果が得られた.

A theoretical and empirical research on psychological reactance against the car-use-prohibition communication *

By Satoshi FUJII **

In this paper, it was hypothesized that a psychological reactance against the communication to promote car use prohibition to visit city central would be larger when the individual who received the communication used car frequently and did not use public transport frequently to visit city central. The hypothesis was tested by the data and the data was supported by the data.
