

神戸市における公共交通利用転換に関する交通社会実験

神戸市交通局 正会員 ○田中 孝司
流通科学大学 正会員 森津 秀夫

1. はじめに

京都議定書が批准された現在、二酸化炭素の排出量削減は時代の急務である。神戸市における二酸化炭素の排出量は、2003年時点で1990年比4.7%と増えており、総排出量のうち運輸部門が22%（産業部門に次いで第2位）を占め、さらに運輸部門のうち8割は自動車から排出されている。このことから、神戸市においても環境に優しい公共交通への利用転換を目指すことは大きな課題となっている。そこで自動車から公共交通への利用転換を図る交通社会実験を行い、交通事業者の側から二酸化炭素排出量の削減に寄与できる方策を探ることとする。

2. 神戸市における公共交通利用の実態

第4回京阪神PT調査（2000年）により、地下鉄沿線である西神地区から神戸市都心部である三宮地区等への移動交通手段をみると、自動車の割合が平日は約25%であるのに対して休日は50%を占めており、休日では自動車利用の割合がかなり高い。このため休日の地下鉄利用者は平日より約10万人少ないのに対し、休日の都心部ではマイカーによる道路混雑や違法駐車の影響で、バスの定時運行が妨げられるといった問題が生じている。また地下鉄利用者のうち小学生の割合は1%程度と非常に少ない。家族で休日に電車で出かけた経験がないという子供が成長したときには、これまで以上に自家用車の利用が増大すると考えられ、公共交通の将来が危惧される。

3. 公共交通利用転換に関する交通社会実験

1) 神戸市TDM研究会

公共交通利用の実態を踏まえた上で二酸化炭素排出量の削減問題に取り組むため、学識経験者、国土交通省近畿運輸局、商業者、NPOなどにより構成する神戸市TDM研究会が設けられた。この研究会や別途に設けたワーキンググループでの議論の他、募集した市民モニターの意見も参考にして交通社会実験の検討を行った。その結果、社会実験「エコモーション神戸」として「エコファミリー制度」と「エコショッピング制度」を実施することとした。

2) エコファミリー制度

本制度は、地下鉄や市バスの利用が少ない小学生以下の子供をもつ家族層の公共交通利用を促すことをねらいとするものである。「土日祝日において地下鉄・市バス・北神急行などの料金が、大人1人につき小学生以下2人まで無料」とするものである。休日交通の公共交通利用促進は当然であるが、小学生に家族で地下鉄や市バスに乗る経験を積ませることにより、将来の公共交通利用者を育成することをも目的とするものである。小学生は無料とするが、大人が同伴することになり、交通機関にとって大きな減収にはならないと考えられる。実施に際しては神戸市内の小学校を通じてチラシを配るなど積極的に広報し、2003年10月から半年間の予定で実験を行うこととした。

3) エコショッピング制度

商業施設を利用する場合、自家用車利用者には駐車場券などがサービスされるが、公共交通利用者には何のサービスも与えられないのが一般的である。自動車利用を公共交通利用に転換させるには、このような現状を改善する必要がある。そこで公共交通利用者に割引等のサービスを提供することにより、自家用車から公共交通機関への転換を促すことをねらいとしたのがこのエコショッピング制度である。利用者は、地下鉄駅構内にある各提携店舗のチラシに駅窓口でスタンプ（利用証明）をもらい、提携店舗で提示することによってサービスを受けるものである。

キーワード TDM, 交通社会実験, 地球温暖化, 中心市街地活性化

連絡先 〒650-8570 神戸市中央区加納町6丁目5-1 神戸市交通局経営企画調整課 TEL 078-322-5961

これを実施するための費用に関しては、交通事業者が車内吊や駅の広告スペースを無料で提供する代わりに、提携店舗がチラシ・ポスター等の媒体を作成し、かつ本制度利用者に対してサービスを提供するという仕組みである。

4. 交通社会実験の成果

「エコファミリー制度」は利用者に好評であり、実施期間を延長して 2003 年 10 月 11 日から 2005 年 9 月末までの 2 年間にわたる社会実験となった。この間に地下鉄・市バスを合わせて延べ 213 万人の小学生が利用した。これは、神戸市内の小学生約 8 万人が毎月 1 回程度は利用していることに相当する。そして減少を続けていた地下鉄利用者が、適用日だけではあるが 1800 人／日の増加に転じた。

仮に増加人数の半分が、自動車（10km 程度の運転と仮定）からの転換とすると、2 年間で 523 トン（甲子園球場グラウンドの約 14 倍の植林に相当）の二酸化炭素を削減したことになる。また同様の仮定のもとで、自動車走行による道路の混雑・大気汚染・気候変動等の社会的費用の削減を貨幣価値に換算して算定すると、65 百万円の社会的便益があったと試算される。増加人数のうち、地下鉄三宮駅やハーバーランド駅など都心の 5 駅だけを抽出しても利用者が 1200 人／日増えている。その増加した利用者の半分が、外出機会の増加によるものと仮定し、平均消費額（1.1 万円／人【神戸市産業振興局調査より】）を乗じれば、837 百万円の経済効果があったと試算される¹⁾。

「エコファミリー制度」に対する市民の評価を探るために沿線小学校においてアンケート実施した。それによると、①外出機会が増加した、②外出の際にマイカー利用から公共交通へ転換した、③家庭内で地球環境について話をした、④公共交通に乗ることで子供の公共心が育つなどの意見が得られ、社会実験の目的以上の効果がもたらされたと考えられる。

「エコショッピング制度」は 2004 年 3 月 1 日から、大丸神戸店内レストランと南京町商店街飲食店で 10%割引のサービスが受けられるという内容で試験的に実施した。その後も、①50 人に 1 人の買物がタダになる、②ホテルのバイキングが大人 1 人につき小学生以下 1 人まで無料になる、③帰りの地下鉄の切符（1 区間）がもらえる、④バス車内に貼った合言葉を申告して買い物券ゲットなど、様々なサービスを順次展開した。1 年半の実験期間に 5 商店街 396 店舗と提携して実施し、合計 13,000 人の利用があった。

5. おわりに

この実験の特徴は、①長期間に渡る実験の実施、②高い認知度、③多数の実験参加者及び市民の支持が得られたといった点である。また、①環境と交通に関する教育・議論、②市民・商業者と公共交通の相互理解や連携、③環境交通先進地「神戸」のイメージ作りなど、多くの交通課題を解決するきっかけを生むことができた。神戸市 TDM 研究会は両制度の継続実施が望ましいと提言を行ったが、神戸市交通局は交通事業者として将来的なリスクなどを十分検討したうえで、両制度を恒久的制度として継続実施していくことになった。

継続実施後もエコファミリー制度は地下鉄・バスとも実験中と同程度の利用があり、社会実験からスムーズに移行できたと考えられる。一方、エコショッピング制度は、地下鉄においては 2006 年 2 月以降、内部に審査機関を設け、広くエコショッピング提携店舗を募集することになった。また、バスにおいても車内にチラシ入りのポケットティッシュを設置したエコショッピングを実施するなど、様々な施策が試行されている。

エコモーション神戸の取り組みから「神戸市 EST 推進協議会」が生まれ、EST の観点から神戸都心部の交通のあり方についての議論へと発展している。これらのことを考えれば、このエコファミリー制度などの社会実験は大きな成果を得たと評価できるであろう。なお、この社会実験「エコモーション神戸」の実施にあたっては、国土交通省の補助制度である「広域的な公共交通利用転換に関する実証実験」を導入していることと、多くの方々の協働と参画があったことをここに記して感謝の意を表したい。

参考文献

1) 兒山真也、岸本充生：日本における自動車交通の外部費用の概算, 運輸政策研究, Vol. 4 No. 2, pp19-30, 2001 Summer.