

集客施設における地球温暖化対策を目的としたモビリティ・マネジメント実施手法の比較

国土交通省 四国地方整備局 香川河川国道事務所 正会員 ○松田 和香
株式会社建設技術研究所 正会員 竹林 弘晃、砂川 尊範
香川大学 工学部 安全システム建設工学科 教授 正会員 土井 健司

1. はじめに

国土交通省香川河川国道事務所では、自動車からの二酸化炭素排出量削減のため、交差点改良による渋滞解消策などハード面だけでなく、道路空間におけるサービスの質を高め、環境を重視した道づくりおよびそのソフト的な取り組みを推進している。今回、そのソフト面における中核的な取り組みとして、「モビリティ・マネジメント（以下、MM）」による一人ひとりの交通行動の変容を促す地球温暖化防止対策を検討した。

公共交通機関が比較的脆弱で自動車への依存度が高い地方都市における市民のライフスタイルを勘案すると、通常の大都市周辺部で推進されているMMのように公共交通への転換を促す行動変容を主目的とした手法では行動変容の訴求力が弱いと考えられる。このため、今回は、地球温暖化対策を主目的として、公共交通への行動変容だけでなく、エコドライブやクルマの利用方法に関する診断を含めたMM手法「エコカーライフ度診断」を考案し、集客施設において、異なる3つの質問方法によってその効果の違いを比較した。

2. 実施手法

今回の取り組みでは、香川県の主に高松市民を対象として、表1に示す3つのMM手法を実施した。内容については、香川県の市民のライフスタイルを考慮し、主にクルマの利用方法に関する項目を設定している。具体的には、高速道路の利用や低燃費車、エコドライブの実施等の項目について回答（診断）をしてもらうことで一人ひとりの普段の交通行動を確認し、それぞれの結果に合わせて個別に情報提供やアドバイスを行い、行動変容を促すものとした。各実施手法のメリット・デメリットを表2に整理する。

表1 実施したMM手法の内容

手法	公開討論式MM	質問式MM	会話重視式MM
実施概要	平成18年8月20日 シンポジウム会場で実施	平成18年11月23日～26日 ショッピングセンターで実施	平成19年1月13日、14日 ショッピングセンターで実施
対象	シンポジウム参加者  参加者：200名	集客施設の買い物客  参加者：1014名	集客施設の買い物客  参加者：165名
実施手順	1.ホールにて参加者全員に質問用紙の記入方法を司会者が説明。 2.各自が普段の交通行動や環境意識についての質問に回答。 3.後日行動変容を促す情報とともに診断結果を郵送。	1.買い物客一人ひとりに質問内容を説明。 2.質問形式で、普段の交通行動や環境意識についての質問に回答。 3.後日行動変容を促す情報とともに診断結果を郵送。	1.買い物客一人ひとりに質問内容を説明。 2.エコドライブやクルマの利用方法に関する情報を提供しつつ、聞き取り形式で、普段の交通行動や環境意識についての質問に回答。 3.交通行動診断エキスパートシステムにおいて、即時に診断結果を提示。

キーワード モビリティ・マネジメント、地球温暖化防止対策、エコドライブ、集客施設、地方中核都市

連絡先 〒761-0104 香川県高松市高松町 2422-1 香川河川国道事務所 道路調査課 TEL:087-844-4316

表2 実施したMM手法のメリット・デメリット

手法	公開討論式MM	質問式MM	会話重視式MM
メリット	・ホール等で一度に多くの市民を対象に交通行動に関する情報提供やアドバイスが可能 ・専門家による質の高い情報提供が可能。	・幅広い市民に情報提供が可能。 ・費用が比較的安価。 ・高い頻度で実施が可能。	・個別に質問を実施する際に、参加者からの疑問点や交通行動に関する情報提供をその場ですぐに回答可能。 ・幅広い市民に情報提供が可能。 ・費用が比較的安価。 ・システムを用いることで、即時に診断結果のフィードバックが可能。
デメリット	・多くの費用を要する。 ・集客のための様々な工夫が必要。 ・準備に時間を要する。	・診断結果後の行動変容確認のためのアンケート回収率が9%と低く、効率性は低い。	・対象者一人あたり比較的多くの時間を要するため、実施人数に限りがある。 ・対象者に対して的確な情報の提供ができるスタッフが必要。

3. 効果比較

3つの各手法を実施した約1ヶ月後に対象者にアンケートを実施し、交通行動に関する意識変化の効果を比較した（会話重視式MMのみ即日診断）。

表3 より詳しい診断への欲求意識

実施場所	より詳しい診断への欲求意識	
	もっと知りたい	知りたい
公開討論式MM (後日診断 回収数 36/配布数 200 18%)	9% <47%>	38%
質問式MM (後日診断 90/1014 9%)	13% <39%>	26%
会話重視式MM (即日診断 165/165 100%)	29% <66%>	37%

交通行動に関する情報提供やアドバイスに関する「より詳しい診断への欲求意識」については、会話重視式MMが66%と最も高く、次いで公開討論式MMの47%であり、アンケートの回収率や意識向上効果が最も低いのは質問式であった（表3）。会話重視式MMでは、エコドライブやクルマの利用方法に関する情報について十分にコミュニケーションを図り、即時に診断結果を提示したことで、参加者の普段の交通行動を見直すとする意識がより高まった結果と考えられる。

また、「クルマの利用を変えようとする意識」については、公開討論式MMが91%と最も高かったが、質問式MM及び会話重視式MMでは、公開討論式MMよりも強い意識変化があった人の割合が高かった点が特徴的であった（表4）。

表4 クルマの利用を変えようとする意識

実施場所	クルマの利用を変えようとする意識	
	そう思う	ややそう思う
公開討論式MM (後日診断 36/200 18%)	15% <91%>	76%
質問式MM (後日診断 90/1014 9%)	36% <76%>	40%
会話重視式MM (即日診断 165/165 100%)	23% <68%>	45%

※<>は合計を示す

なお、アンケート回収率100%である会話重視式MMについては、公開討論式MM及び質問式MMと比較して対象者全員の効果を確実に把握することができるが、即日診断のみのため、1ヶ月後の効果（持続性）については同様の条件で比較できていない点を言及しておく。

4. まとめ

今回実施したMMの各手法は、時間、費用等の効率性や効果の側面から一長一短があるものの、それぞれの特徴を活かし、実施時の制約条件等を勘案しつつ適宜活用していきたいと考えている。特に、行動変容のためにはより幅広い市民層の関心向上を図ることが最初のステップと考えるが、これには会話重視式MM手法が非常に有効であることが確認でき、実施上一度に多くの人数を対象と出来ないといった難しさはあるものの、今後とも草の根的な活動として取り組んでいきたい。その一方で、実際の行動変容に結びつくための、より効果の高いMM手法についても引き続き検討していく必要がある。

参考文献

1)モビリティ・マネジメントの手引き 自動車と公共交通の「かしこい」使い方を考えるための交通施策、社団法人土木学会、