

## 住民参加型の交通社会実験実施について ～豊中駅前交通社会実験～

The public participation type social experiment for transportation planning at Toyonaka station area

木内 徹\*、土井 勉\*\*、塚口博司\*\*\*、小谷通泰\*\*\*\*、山中英生\*\*\*\*\*、吉田信博\*\*\*\*\*、高橋多美男\*\*\*\*\*

By Toru Kiuchi, Tsutomu Doi, Hiroshi Tsukaguchi, Michiyasu Odani, Hideo Yamanaka, Nobuhiro Yoshida, and Tamio Takahashi

### 1 はじめに

地元と行政が協働でまちづくりに取り組む先進的な事例として「豊中方式」で知られている豊中市の阪急豊中駅前地区<sup>1)</sup>で、トランジットモール、フルモールを中心として、無料循環バスの運行やパーク&ライドなどさまざまなTDM施策を組み合わせた交通社会実験を実施した。この交通社会実験では、豊中市、建設省とともに、地元の「豊中駅前まちづくり協議会」(以下、まちづくり協議会と省略)も実施主体となっており、まちづくりに直結しているのが特徴である。この実験の概要について報告する。

### 2 実験の目的

豊中市の都心ゾーンと位置づけられる豊中駅前地区は、近年の駅前型商業のポテンシャル低下や阪急宝塚線の高架事業等が契機となって住民主体のまちづくりの先進的取組が見られ、地元の事業者、企業、住民で構成されたまちづくり協議会が結成され、まちの活性化に関するさまざまな検討がなされてきた。

その中で、住民だけでは解決できない問題の一つとして、交通が大きな問題となっている。特に駅の高架化が完了し、駅前広場整備事業が行われようとしている現段階では、交通問題に関する実現化手法の具体化を図る時期にきており、地元の取組みも活発になりつつある。

今回の交通社会実験はこれらの動きを受けて実施したもので、以下の4つをその目的とする。

- A. 中心市街地の活性化
- B. 自動車と他の交通手段との適正な役割分担の推進

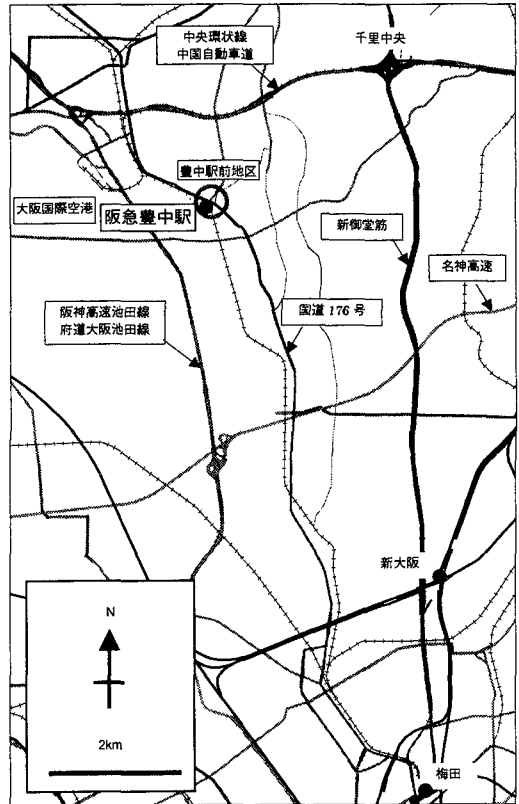


図1 豊中駅前地区周辺の広域道路網

キーワード：市民参加、TDM、地区交通計画

- \*正会員、工修、千里国際情報事業財団（豊中市新千里東町 1-4-2）  
TEL：06-6873-2008、FAX：06-6873-2009
- \*\*正会員、工博、千里国際情報事業財団（豊中市新千里東町 1-4-2）  
TEL：06-6873-2008、FAX：06-6873-2009
- \*\*\*正会員、工博、立命館大学（草津市野路東 1-1-1）  
TEL：077-561-2735、FAX：077-561-2667
- \*\*\*\*正会員、工博、神戸商船大学（神戸市東灘区深江南町 5-1-1）  
TEL：078-431-6260、FAX：078-431-6365
- \*\*\*\*\*正会員、工博、徳島大学（徳島市南常三島町 2-1）  
TEL：088-656-7350、FAX：088-656-7341
- \*\*\*\*\*工修、建設省近畿地方建設局（大阪市中央区大手前 1-5-44）  
TEL：06-6941-1141、FAX：06-6942-7463
- \*\*\*\*\*豊中市政策推進部（豊中市中桜塚 3-1-1）  
TEL：06-6858-2196、FAX：06-6853-1215

- C. 市内都市計画道路網再編の検討促進
- D. 地元参加による交通問題検討の促進

### 3 交通社会実験の企画と実施内容

#### (1) 検討体制

豊中駅前地区交通調査委員会を設置し、交通社会実験の内容についての企画・検討を行った。委員会は、学識経験者、行政、警察、交通事業者、地元商業団体、住民など幅広い関係者 29 人で構成した。

#### (2) 実施内容

交通社会実験は平成 12 年 4 月 27 日（木）から 30 日（日）の 4 日間にわたり実施した。実験時間帯は商店街の出入が多くモール化の効果が大きい正午から午後 7 時とした。具体的なメニューを以下に示す。

##### ① トランジットモール/フルモール

通常は南行一方通行である銀座商店街で、一般車の通行を規制し、バスを対面通行させたトランジットモールとし、一番街商店街をフルモールとした。また、この交通規制実施時の交通処理を円滑化するため、一部区画線と信号制御を変更した。

##### ② 公共交通の利用促進

自動車からの転換の受け皿として、以下の公共交通の利用促進策を実施した。

- ・ 無料循環バスの運行
- ・ 買物客へのバス乗車券交付
- ・ バス・鉄道の乗継ぎ利用者への特典付与
- ・ 環境定期券の試行
- ・ 2 日間バス乗り放題券の発行
- ・ CATV によるバス運行情報の提供

##### ③ パーク&ライド

市立病院の駐車場とモノレールを活用したパーク&ライドを実施した。

##### ④ 自転車利用の促進

臨時駐輪場を 3 箇所設置した。

##### ⑤ 荷捌き空間の確保

### 4 交通社会実験の告知

#### (1) 告知媒体

実験の大まかな方向が定まった 3 月末第 3 回の豊

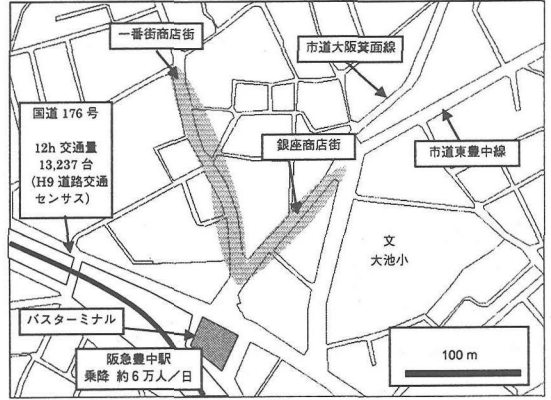


図2 豊中駅前地区周辺の道路



図3 豊中駅前地区の実験実施内容

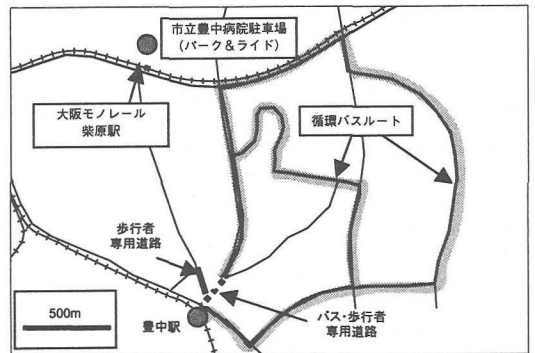


図4 無料循環バスの運行ルートとパーク&ライド駐車場所所在地

中駅前地区交通調査委員会であり、約1ヶ月後の実験までに表1に整理したような各種の媒体を通じた告知に取組んだ。これは実験時の混乱を回避し、実験を成功に導くためには、一般の住民や商業者、来街者に対して、実験目的や期間・内容に関する認知を高めることが重要と考えられたからである。

ここでチラシは単なる配布物として利用されただけでなく、周辺地区では回覧板に挟み込んだり、商工会議所を通じてノーマイカーデーを設定して実験への協力を呼びかける際にも活用された。

また告知については、行政だけでなく、地元商業者による販促チラシを活用した実験の案内や交通事業者も独自の実験に関する告知を行っている。

表1 実験の事前告知媒体

告知媒体	数量	備考
チラシ	100,000	市広報挟み込み62,000、関係機関など配布
商店街共同チラシ	30,000	販促チラシの裏面に交通社会実験の告知
阪急電鉄バスチラシ	30,000	乗換による特典の告知
B2ポスター	550	関係機関などで掲出
阪急電鉄ポスター	100	乗換による特典の告知(B2版)
阪急バスポスター	310	乗換による特典の告知(B3版)
B3ポスター	750	バスなどで掲出
ステッカー	1,000	
捨てる看板	100	主要道路沿道に設置
横断幕	10	実験エリア周辺主要道路に設置
広報看板	3	
洗滞情報など看板	4	
駐車場案内など	15	P&P案内、駐車場案内、バス停、荷捌き、迂回促進
豊中市ホームページ		
循環バス停留面表示	16	阪急のバス停留周辺での路面表示
循環バスルート看板	100	ルート上に掲示

## (2) その他の告知

実験期間中は地元のイベントが取組まれたことをはじめとして、従来バス路線が設定されていなかった

表2 マスコミによる記事・放送

新聞名	掲載日
日経新聞	4/8
産経新聞	4/11,4/28
朝日新聞	4/26
読売新聞	4/26
毎日新聞	4/26
東京交通新聞	5/1
リビング北摂	5/13

放送日	放送局	放送時間
4/27	毎日放送	2分00秒
	朝日放送	1分30秒
	テレビ大阪	3分30秒
	朝日放送	5分00秒
	読売放送	3分00秒
	NHK	1分30秒
	関西テレビ	2分30秒
	毎日放送	3分30秒
4/27~30	豊中CATV	133分

たルートに無料循環バスの運行を実施など、地元を始めとしてマスコミにも多くの話題を提供することとなり、これも結果的には実験の告知につながったものと考えられる。

例えば、フルモールになった一番街商店街では、まちづくり協議会がイベント「豊中駅前ゆっくりホコ天」を開催し、ワゴンセールや大道芸等が多くの人を集めマスコミの取材も多くあった。

## 5 告知媒体のその効果

実験に関する評価や意識を把握するために、実験中の来街者・バス利用者・周辺住民・実験前に来街したドライバーや実験中に自動車で来街したドライバーなどにヒアリング調査やアンケート調査を実施した。

### (1) 実験に関する認知状況

実験の認知は周辺住民で85%と最も高い。また最実験中に自動車で来街したドライバーでも73%が認知していることから、実験に関する認知は、極めて高いと考えられる。

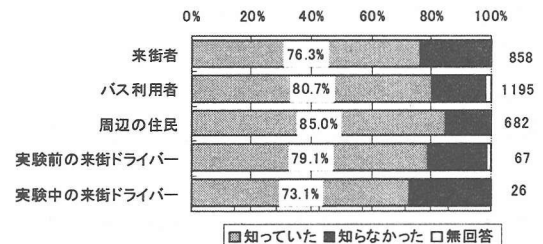


図5 実験の認知状況

### (2) 認知と告知媒体との関係

このように実験に関して高い認知が得られているが、いかなる告知媒体を通して実験を知ったのかについても意識調査を行っている(図6)。

これより、来街者ではチラシ、バス利用者はポスター、周辺の住民では市広報、ドライバーは看板・横断幕を通して実験を知ったという回答が上位を占めている。また上位3位の告知媒体を取り上げると、チラシ、市広報は各属性の人々に共通して認知効果が高いとされ、次いで看板・横断幕によって実験を

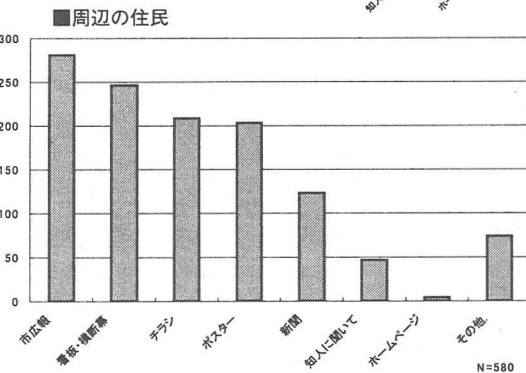
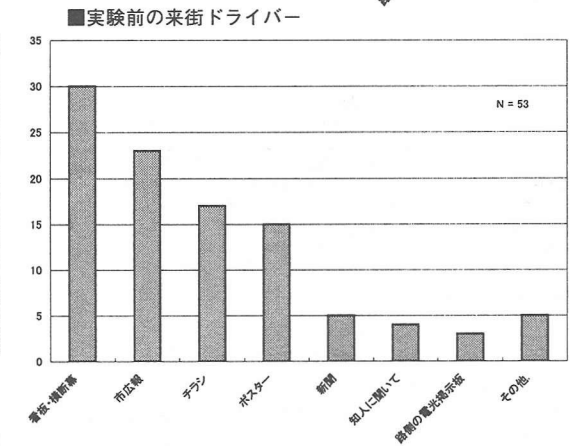
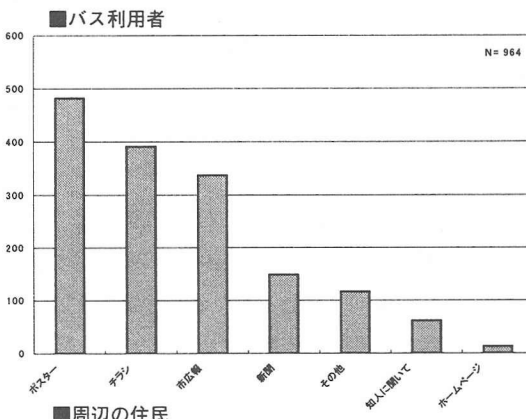
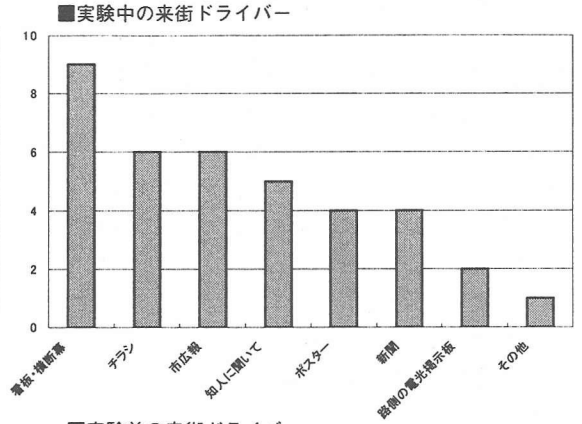
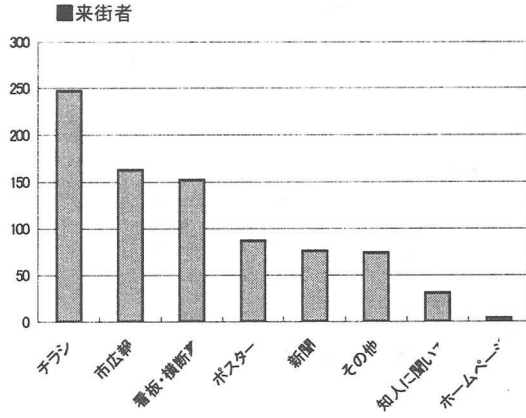


図6 実験を認知した告知媒体

表3 実験の認知に寄与した上位の媒体

順位	1	2	3
来街者	チラシ	市広報	看板・横断幕
バス利用者	ポスター	チラシ	市広報
周辺住民	市広報	看板・横断幕	チラシ
ドライバー(実験前)	看板・横断幕	市広報	チラシ
ドライバー(実験中)	看板・横断幕	チラシ	市広報

知ったという回答が多い。実際にはこれらの告知媒体単独で、こうした認知効果があったというよりも、短期間に集中した複数の告知を行ったことにより、実験そのものの認知が高くなったと考えられる。

## 6 実験を終えて

多くの関係者の協力を得て交通社会実験を無事に終了することができた。実験初日は何カ所かで渋滞

が見られたが、これも翌日には収まり、時間の経過とともに実験の緊張感が日常感覚に変化していくことも理解できた。これらの経験を生かし、まちづくりの次のステップに進むことが期待されている。

### 参考文献

- 1) 芦田英機：参加型まちづくりによる駅周辺におけるモビリティ向上の取組, 都市問題第 90 巻第 11 号, pp.27~41, 1999 年 11 月。