

社会実験調査による交通施策 本格実施の要因分析

名取 溪¹・小串 有里加²・小嶋 文³・久保田 尚⁴

¹非会員 埼玉大学大学院理工学研究科（〒338-8570 埼玉県さいたま市桜区下大久保255）

E-mail: natori@dp.civil.saitama-u.ac.jp

²非会員 三井ホーム 株式会社 埼玉支店（〒330-8669 埼玉県さいたま市大宮区桜木町1-7-5）

E-mail: y-ogushi@mitsuihome.co.jp

³正会員 埼玉大学大学院 理工学研究科 助教（〒338-8570 埼玉県さいたま市桜区下大久保255）

E-mail: kojima@dp.civil.saitama-u.ac.jp

⁴正会員 工博 埼玉大学大学院理工学研究科（〒338-8570 埼玉県さいたま市桜区下大久保255）

E-mail: hisashi@dp.civil.saitama-u.ac.jp

自家用車増加による渋滞や路上駐車などの交通問題解決や利便性向上に向け多くの交通社会実験が実施されている。1999年から国土交通省による社会実験の公募や経済的・技術的補助もあって近年社会実験数が増加傾向である。しかし、実験を実施したとしても必ずしも本格実施に至るわけではない。本研究では、社会実験実施団体へのアンケート調査と観光地で実施された過去の社会実験調査を行い、実施団体側と実験結果・課題の両サイドから本格実施においての必要事項を抽出し、今後の社会実験の課題を明らかにする。2つの調査から、地元住民の意見や合意形成が重要であることが明らかとなった。交通施策の本格実施に向けて、実施団体と地元住民が協調性を持つことが今後の課題として挙げられた。

Key Words : social experiment, traffic policy, resident, consensus formation, tourism

1. はじめに

近年、自家用車増加による混雑や渋滞、または路上駐車などの交通問題の解決や利便性向上に向けて多くの交通社会実験が各地で実施されている。ここまで交通社会実験が実施されるようになった1つの要因としては、1999年（平成11年）に国土交通省によって社会実験が初めて公募されたことが考えられる。また、国交省によって社会実験の実施団体に対して経済的・技術的に補助することもあり、社会実験を実施しやすい環境が整い始めたのも増加した主要な要因であろう。しかし、このような社会実験を行っても、必ずしも後に施策内容が本格実施に至るわけではない。実験によっては計画段階で取りやめになってしまった事例も少なくない。

以上のことを踏まえて、本研究では交通社会実験を過去に実施した（あるいは現在実施している）実施団体へアンケート調査を行い、社会実験から本格実施に向けての実施団体の対応や本格実施のために必要な事項等の分

析を行う。また後半では、特に観光地で実施された交通社会実験に注目し、体系化分析を行う。2つの調査・分析から、近年の社会実験にどのような傾向や課題があるのか見出すことを目的とする。

2. 既存研究と本研究の位置付け

(1) 既存研究の整理

過去の社会実験事例の調査を行い、実験結果や実験実施にかけてのプロセスから課題の提起や問題解決等さまざまな研究がおこなわれている。例えば、過去の社会実験を実施した地区に対してフォローアップ調査を実施し、その結果をもとに、社会実験を地域の課題解決につなげるための留意点を提言した研究が行われた¹⁾。結果この研究では、有効性のある実験内容の検討、マイナスとなる問題への対応、関係者などによる地域の課題の共有、継続的な運用体制の確保、実験実施のタイミングの考慮の5つの留意点が提言された（表-1）。また、この研究

表-1 既存研究で挙げられた課題解決に向けた留意点¹⁾

既存研究で挙げられた地域の課題解決に向けた留意点	
a	有効性のある実験内容の検討
b	マイナスとなる問題への対応
c	関係者などによる地域の課題の共有
d	継続的な運用体制の確保
e	実験実施のタイミングの考慮

表-2 アンケート送付部数

送付方法	送付部数(件)		回収票数 (件)	回収率 (%)
	メール送付	郵送送付		
	218	100		
合計	318		118	37.1

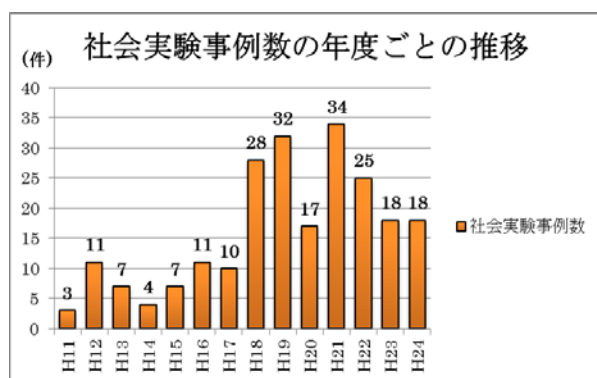


図-1 収集した社会実験数の推移

では、実施団体が実験後も地域の交通問題等まちづくりの検討組織として継続される例も多く、社会実験が新たなまちづくりの機運の創出に寄与していると報告されている。

さらに既存研究として、交通社会実験の課題を行政の視点で考察・検証を試みた研究があ²⁾。この研究で、現行の行政を中心として枠組みには限界があり、交通をより広域的に考えるための広域行政機関やNPOを組織化することが不可欠であることが報告された。また、交通施策により現行社会を望ましい方向に導くためには、行政にとっても交通社会実験はまたとないいい機会を与えてくれると述べられていた。

上記の既存研究からわかるように、交通社会実験は交通問題解決やこれからのまちづくりに向けて、交通施策が実施される地域だけではなく、行政や実施団体側にも利点があり、有効な手段とされている。

(2) 本研究の位置付け

前節を踏まえ本研究では、過去の実験結果・実験実施にかけてのプロセスと実施団体側の意見・見解から、総合的に分析を行い交通社会実験の傾向や課題を抽出することを目的とする。

3. 研究方法

(1) 社会実験実施団体へのアンケート調査

実際に2005年度～2011年度の7年間で実施されている（2012年に継続して実施している事例を含む）交通社会実験について、文献からの情報収集、インターネットによる情報検索、「nifty新聞・雑誌記事横断検索」サービスを用いて収集した。社会実験実施団体先の連絡先（メールアドレス、住所）を調査し、実施団体宛てに実験に関するアンケートを送付する（表-2）。アンケート内容としては、社会実験後に本格実施されたかどうか、または実施に至った理由あるいは至らなかった理由等について問い、分析を行う。

(2) 観光地における交通社会実験の体系化分析

日本国内の観光地で実施された交通社会実験を対象に、国土交通省が社会実験を公募し始めた1999年（平成11年）から2012年（平成24年）の13年間を対象期間として収集した。「社会実験」と「観光」をキーワードとして、インターネットによる「nifty新聞・雑誌記事横断検索」サービスを利用して事例を収集し、不足した情報などについてはWEB検索（YAHOO, Google）を用いて収集した。収集した結果、225件の事例が収集できた（図-1）。収集した225件に対して、2つの体系化分析を行った。1つ目は「事例3形態による体系化」と題して、交通手段転換型、道路の再構築型、情報提供型の3つに体系化した。2つ目は「施策の強制性有無による体系化」と題して、一般車両通行止め等の様な強制的内容をもつ交通社会実験事例のものとそうでないものを体系化した。

4. 社会実験実施団体へのアンケート調査結果

(1) 社会実験後の本格実施について

社会実験を実施した団体に向けたアンケートより、社会実験後に本格実施まで至った、あるいは実施内容などを変更して実施に至ったのが約6割であった（図-2）。

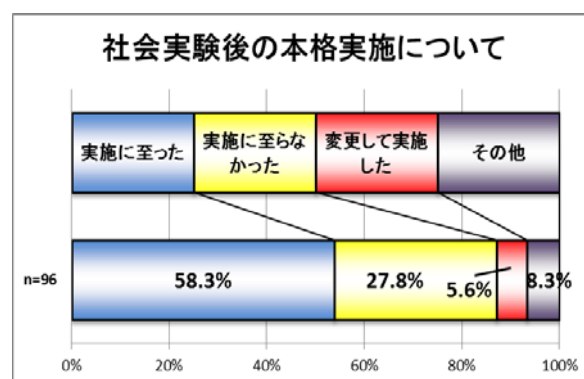


図-2 社会実験後の本格実施について

また、実施に至らなかったのが約3割という結果になった。このことから、高い割合で社会実験実施後に本格実施に至る事例は多いが、一方でまだまだ社会実験を実施しても本格実施までには至らない事例が存在することが分かる。

次に本格実施に至った団体に対して実施に至った理由について聞いてみたところ、7割以上が実験した内容で市民から大半の賛同が得られたと回答した（図-3）。このように、実施に至る理由として「住民の賛同の意見」というのが重要視されていることがわかる。さらに、本格実施に至らなかった団体に対して実施に至らなかった理由について聞いてみたところ、3割以上が「施策が想

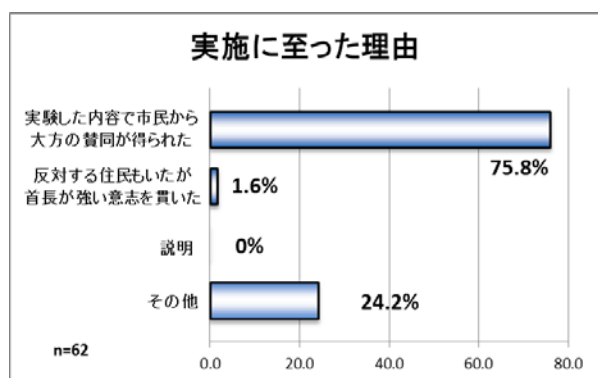


図-3 社会実験が本格実施に至った理由

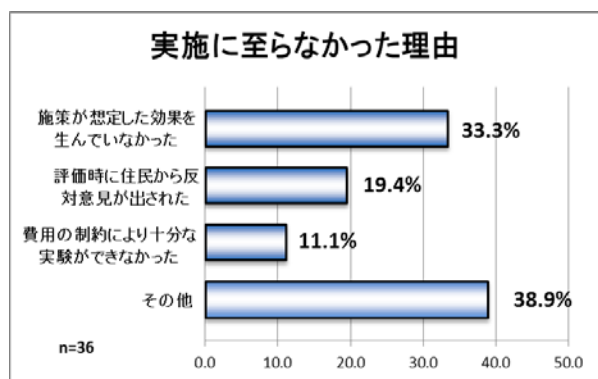


図-4 社会実験が本格実施に至らなかった理由

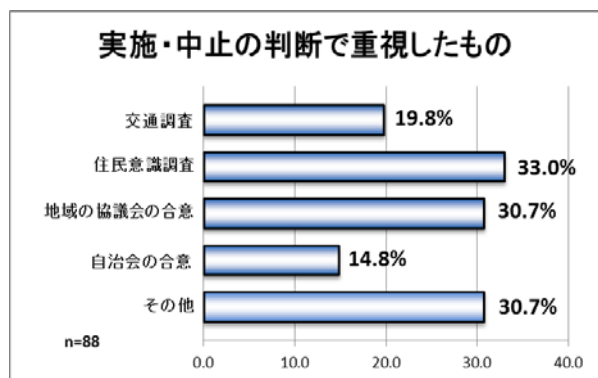


図-5 施策の実施・中止の判断で重視したもの

定した効果を生んでいなかった」と回答した（図-4）。また、「評価時に住民から反対意見を出された」と回答したのが約2割であった。このことから、施策内容自体の十分な効果が得られなければならないのが前提ではあるが、実験の評価を住民に理解してもらわなければ本格実施に至るのは難しいことがわかる。

(2) 実施・中止判断と地元住民の意見

実施団体に「実施・中止の判断で重視したもの」について聞いてみたところ、約2割が交通調査と回答した一方で、7割以上の実施団体が「住民意識調査」や「地域の協議会の合意」、「自治会の合意」を重視したと回答した（図-5）。この結果から、判断基準として重視されているのが地域団体や住民だということがわかる。

次に社会実験実施後の意見について、実施団体に質問を行った。まず、実施後に住民から寄せられる意見の量について聞いてみたところ、約5割が意見の量について「変化なし」と回答した（図-6）。また、増えたと回答したのが約3割であった。また、社会実験実施後に寄せられる意見の質について聞いてみたところ、こちらも約5割が意見の質に対して「変化なし」と回答し、約4割が「具体的になった」と回答した（図-7）。この2つの結果から、社会実験実施によって施策内容や地元の交通問

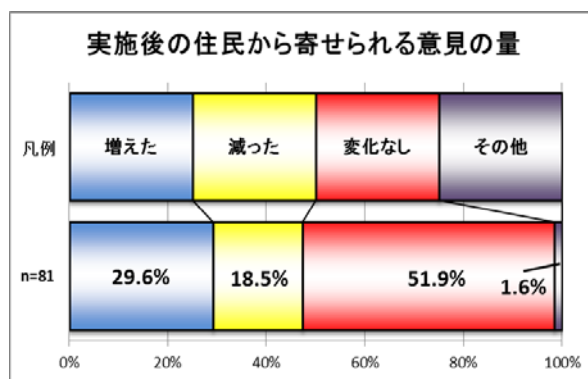


図-6 社会実験実施後の住民から寄せられる意見の量

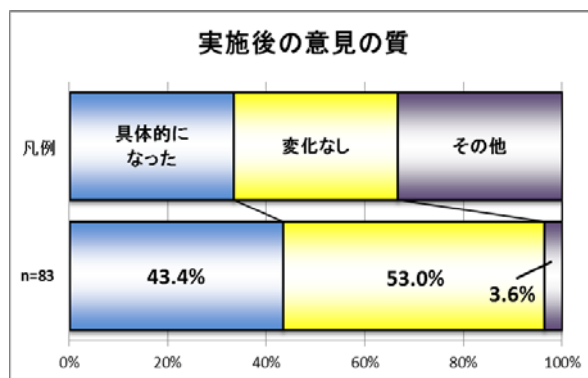


図-7 社会実験実施後の意見の質

題に対して住民の意識が向上した事例もあるが、まだまだ社会実験を実施しても住民の意識が変化しなかった事例が多くあることがわかる。現状として社会実験を実施するだけでは、なかなか住民の意識の転換は見込めないことがわかる。

5. 観光地における社会実験分析結果

(1) 3形態による体系化分析

過去の事例を、観光客の交通手段を自家用車から他のものへ転換を促す交通手段転換型、自動車優先の道路空間から歩行者・自転車利用者優先へと再構築する道路の再構築型、観光客誘致などを目的として行った情報提供型の事例がある（表-3）。この3形態に体系化し、それぞれについて効果や課題をまとめる。

1 つ目に交通手段転換型である。この交通手段転換型とは、近年の観光客の交通手段として、自家用車が主流である。そこで社会実験を通して、自家用車から公共交通機関や自転車などに転換を促す施策を行った実験がある。事例としては、P&R システムやバス運行、レンタサイクルを用いた事例が多い。自家用車から別の交通手段に転換することで、自動車の交通量が減り、結果として渋滞緩和に効果があるとされ、また自家用車削減から排出される排気ガスが削減され環境保全につながったという効果が報告された。課題として、交通手段を自家用車から転換を行うことで「自動車では観光地に行きづらい」という意識を持ってしまうので、この意識をどれだけ変えられるか等が紹介されている。

2 つ目に道路の再構築型である。この道路の再構築型とは、近年の道路は自動車が通行しやすい空間としてありがちだが、この「自動車優先の空間」を「歩行者・自転車利用者優先の空間」に再構築を試みた社会実験のこ

とである。事例としては、トランジットモール等による歩行空間創出や歩行者・自転車利用者の安全確保がある。歩行者や自転車利用者の安全確保はもちろん、観光地の活性化や賑わいの創出効果が報告された。課題として、通行止め等による周辺地域や商店街への影響（交通量の増加等）が紹介されている。

3 つ目に情報提供型である。情報提供型とは、案内板やインターネットなどを用いて観光客に情報を提供し、観光の利便性の向上などを目的とした社会実験がある。事例としては、通り名・位置番号方式による道案内システム事業や渋滞情報などリアルタイムな情報を提供する事例等がある。観光客にスムーズな観光を促し、結果として混雑を解消する効果が報告された。課題として、情報提供のために案内板などを設置する際に観光地の景観を考慮することが紹介されている。

形態によって様々な効果があった。例えば、交通手段転換型では渋滞解消、道路空間再構築型では歩行者空間の創出、そして情報提供型では観光客誘致などが効果として挙げられた。そして、この3形態の関連性は、観光客へおもてなしの空間を作るうえで重要である。例えば、公共交通機関に交通手段の転換を図るべくパークアンドライドを実施したとしても、実施することをチラシやネットなどで観光教区や地元住民に周知や、駐車場の空き情報を観光客につたえたりなどしなければならない。このように、他の施策が補助的な役割を担うことで、より良い観光空間を創出することが出来る。

それに対して、交通量の変化による周辺地域への影響や観光地の景観などの課題が浮き彫りになった。交通施策を実施することで変化してしまうこのような環境を、地元住民がどれくらい理解して受け入れられるかが重要である。

(2) 施策の強制性有無による体系化

観光地における交通社会実験の中には、トランジットモールや一方通行、一般車両通行禁止により自動車の交通量を減らすなど強制的な施策を実施した事例がある。このような強制的な施策を実施した交通社会実験を「強制性ありの事例」とし、またそれ以外の非強制的内容を実施した交通社会実験を「強制性なしの事例」と分類して、実験後の課題や地元住民、観光客の意見の相違について分析を行った。

観光客が肯定的で住民は否定的な事例について見てみると、強制性なしの事例では全体の 3%にも満たないのに対して、強制性ありの事例では5割以上という結果に至った（図-8）。

一方、観光客・住民ともに肯定的な事例を見てみると、強制性なしの事例では7割以上を占めているのに対して、

		事例件数 (件)	総事例数に 占める割合(%)	総計 上:件数(件) 下:割合(%)
交通手段 転換型	P&R を 用いた事例	37	16.4	109
	バス運行を 実施した事例	28	12.4	
	自転車利用を 促進した事例	28	12.4	48.8
	その他	16	7.2	
道路 再構築型	歩行空間創出	41	18.2	71
	歩行者・自転車 利用者の安全確保	30	13.3	31.5
情報 提供型	通り名・位置番号 方式による 道案内システム事業	16	7.2	45
	外国人観光客誘致	3	1.3	
	リアルタイムの 情報提供	13	5.8	20.1
	その他	13	5.8	
総計		225	100	225 100

表-3 形態別の交通社会実験の事例件数

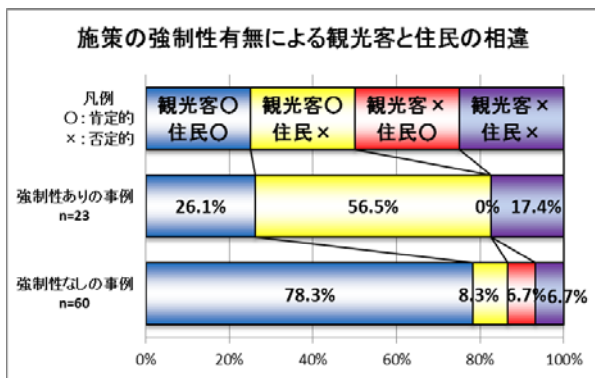


図-8 施策の強制性の有無による観光客と住民の相違

強制性ありの事例では3割にも満たなかった。このように強制性の有無では、観光客と地元住民の意見や反応に相違がみられた。この結果から強制性がある施策を実施した事例は、住民には比較的受け入れられにくいことがわかる。交通施策を本格実施するうえで、観光客と地元住民の間にあるこの差をどれだけなくすことが出来るかが課題である。

6. まとめと今後に向けて

本研究では交通社会実験の実施団体にアンケート調査と、観光地で実施された交通社会実験に注目し分析を行い、社会実験が本格実施に至るまで、あるいは本格実施の有無にはどのような傾向や課題があるのか明らかにした。

近年交通社会実験が増加し、それに伴い各地で本格実施を迎え交通問題解決を果たしている中で、現状として社会実験実施後に本格実施に至らなかった事例はまだ存在することが明らかになった。特に、本格実施に至らない要因として挙げられたのが、住民との合意形成である。観光客にどれだけ受け入れられても、住民の賛同を得られない場合に、なかなか本格実施に至るのは困難である。

今後、社会実験で実施した交通施策を本格的に導入させるためには、観光客だけではなく地元の住民の意見に耳を傾けていくことが重要である。そのためには住民の意見を聞く場として、アンケートやワークショップを実施することで、住民の意見や質が向上し本格実施を視野に入れた意味のある社会実験を行うことができるであろう。

謝辞：本研究の実施にあたり、アンケート調査にご協力いただいた社会実験実施団体の委員会や協議会の方々に深謝します。

参考文献

- 1) 竹本由美, 岸田真, 秋山聡：道路の利活用に向けた社会実験の実施方法, pp.13-18, 第26回技術研究発表会, 2012.
- 2) 本田豊, 北村隆一：行政の実務的立場から見た交通社会実験の現状と課題, 土木計画学研究・講演集・vol.27, 2003.

(?????受付)