

世田谷区コミュニティサイクル社会実験におけるMM適用に関する研究

国土館大学工学部	学生会員	○田村	耕
国土館大学工学部	非会員	矢吹	公洋
国土館大学工学部	正会員	寺内	義典

1. 研究の背景と目的

駅周辺の通勤通学や買い物などの来街者による放置自転車が問題となっている。そこで世田谷区では、その対策として複数のポートで貸出・返却を可能とするコミュニティサイクル（以下 CS とする）（図-1）の社会実験を実施した。この CS は利用の多様性から、利用者の十分な理解が欠かせない。特に短期間の実施となる社会実験において高い効果を得るためには情報提供と意識変容が必要である。

ここでは、モビリティマネジメント（以下 MM とする）手法を世田谷区 CS 社会実験対象者に適用し、情報提供による意識と行動の変化を観測し、および、MM 手法の改善点を検討することを目的としている。

2. 社会実験の概要とMMの適用

（1）コミュニティサイクル社会実験の概要

東京都世田谷区では平成 17 年 10 月 17 日（月）～10 月 30 日（日）の 14 日間に CS 社会実験を実施した。参加人数は 241 人である。実施地区は世田谷区北東部の京王線、東急田園都市線に囲まれる範囲でポートは下北沢、経堂、三軒茶屋、区役所、桜上水に設置された。

（2）ワークショップによるMMの実施

今回の MM はワークショップ（以下 WS）形式で行った。プログラムを図-2 に示す。参加者、不参加者を比較し、アンケート調査により効果を計る。

利用促進WSでは、まず CS の意義、利用方法や特性について説明した。次に各自ルートを模造紙に書き出し、発表することで、具体的な利用を参加者にイメージさせた。実験後WSでは実際に利用したルートを発表し、意見交換と今後の利用促進策を検討した。また、CS の促進だけでなく、自転車問題全般についても議論した。図-3 は利用促進 WS の様子を示す。

WS への参加グループは 16 人で、また比較のため不参加グループ 11 人にもアンケートを実施した。対象は国土館大学の学生及び職員である。

3. MMの参加者・不参加者の意識

（1）個人属性

事前アンケートより表-1 は参加者の意識を示す。参加者、不参加者ともに自転車保有率、意識は高いといえる。また区外住居者が多い。



図-1 世田谷区 CS 社会実験の概要

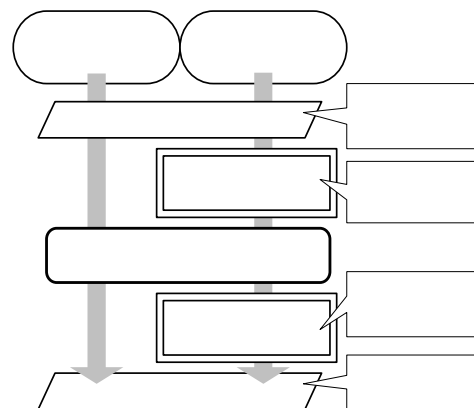


図-2 MMのプログラム



図-3 利用促進 WS の写真

キーワード コミュニティサイクル、モビリティマネジメント、社会実験、自転車、ワークショップ

連絡先 〒154-8515 東京都世田谷区世田谷 4-28-1 国土館大学工学部 E-mail: terauchi@kokushikan.ac.jp

(2) CS の利用状況

表-2 は一人当たりの利用回数を示している。利用回数は参加者のほうが若干多い。

図-4 は立ち寄り場所の分布を示す。参加者の立ち寄り場所は不参加者の3倍以上ある。WSで具体的な利用を参加者にイメージできたため参加者の方が立ち寄り地の種類が増えたと考えられる。

(3) CS に対する意識

図-5 はCS の評価を示している。参加者は「悪かった」「すごく悪かった」、が1/4程度であるのに、不参加者は半数近くを占めている。WSの不参加者の評価が低くなった。これはCSの認知度の低さ（CSの使い方や利用方法がわからなかったこと）に関係していてと考えられる。

図-6 はCSの利用意向を示している。参加者は「乗らない」が15%程だが、不参加者は「乗らない」が3倍以上の50%を越えて高くなっている。また参加者は「週に1,2回」「月に数回」が多い。立ち寄り地も多いことから、CSを買い物やレクリエーションなどに利用していることが予想される。

表-3 は全員の参加者のCSの評価と利用意向を示す。参加、不参加に関わらず評価が高い参加者は利用意向も多いが、評価が低い参加者は利用意向も少ない。CSを利用する人は利用するし、利用しない人は利用しないことがいえる。

WSに参加することでCSの意義、利用方法や特性について説明し、具体的な利用を参加者にイメージさせることで、認知度、満足度が向上し、立ち寄り数も3倍以上多くなった。一方でWSに不参加だった人は認知度が低く、使い方の勉強が不十分だったために、使い方がわからなく満足度が低くなる結果になってしまった。

4. まとめ

CS社会実験にMMを適用し、意識の変容を観測しMMの改善策を検討した。WSの参加者は不参加者に比べCSの評価が高かった。しかし参加、不参加に関わらずCSの評価の高い参加者は利用するし、低いと利用しない。一人あたりの利用回数はあまり変わらないが、WSに参加することで立ち寄り場所の数は3倍以上に増えたこと、「週に1,2回」「月に数回」利用する参加者が多いことから、CSは買い物やレクリエーションをするときに多く利用すると予想される。利用促進していくためにはWSでレクリエーションをするときに使いやすいことを伝えることが重要だと考えられる。

表-1 参加者の意識

		参加	不参加
参加人数		16 人	11 人
自転車保有率		80%	80%
区外居住者率		14 人 90%	7 人 60%
マナー意識 自転車の	駐輪	80%	90%
	速度	95%	90%
	放置	90%	100%
CSは使えるか	使える	4 人	4 人
	少し使える	11 人	6 人
	使えない	1 人	1 人

駐輪：歩道における駐輪はよくない？
 速度：歩道でスピードを出して走るのはいくつか？
 放置：放置自転車は景観によくないと思いますか？
 ＊ 「全く思う」、「どちらかと言えば思う」の割合

表-2 一人当たりの利用回数

	参加	不参加
一人当たりの利用回数	2.8 回	2.5 回

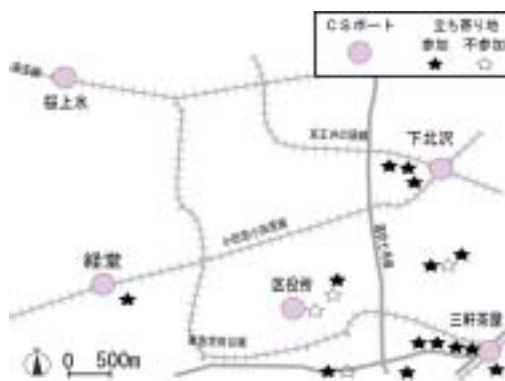


図-4 立ち寄り場所の分布

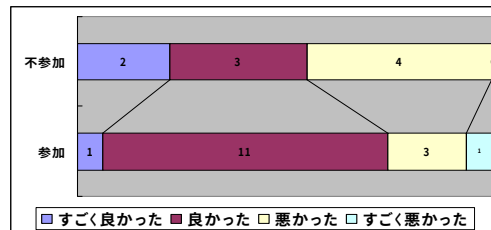


図-5 CSの評価

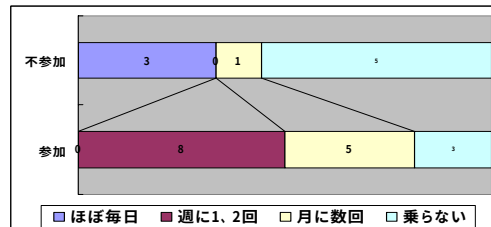


図-6 CSの利用意向

表-3 全員のCSの評価・利用意向

利用意向 \ 評価	良い		悪い	
	参加	不参加	参加	不参加
毎日			3 人	
週に1,2回 月に数回	12 人	2 人	1 人	
乗らない		2 人	1 人	4 人