

広域的放置駐輪問題を対象としたコミュニケーション施策の効果検証

愛媛大学 学生会員 ○佐藤桂子

愛媛大学大学院理工学研究科生産環境工学専攻 正会員 羽鳥剛史

1. 背景・目的

自転車は身近で便利な交通手段である一方で、放置駐輪問題を引き起こすという側面を持ち合わせている。放置駐輪は、沿道の景観を損ねるだけではなく、一般の歩行者や身障者、また車椅子利用者等の安全で円滑な歩行を妨げる危険性等が指摘されている。このような問題に対して、駐輪施設の増設、自転車利用者の指導、放置駐輪車両の撤去等の削減対策が行われてきた。

ここで放置駐輪問題を「社会的ジレンマ」の枠組みで捉えたとき、そのほとんどが構造的方略による取り組みといえる。その一方で、心理的方略に関してはパンフレットや広告等を用いた啓蒙活動は行われているが、その効果は明らかではない。近年では心理的方略によって交通問題の解消を図る「モビリティ・マネジメント」が展開されており、その有効性が指摘されている。そうした知見を踏まえて、心理的方略に着目して放置駐輪削減施策を実施し、その効果を検証する既往研究^{1), 2), 3)}が行われてきた。その中で得られた知見として、小・中規模程度の放置駐輪問題に対しては、心理的方略による放置駐輪削減施策が一定程度効果を持つが、大規模な放置駐輪問題に対しては、放置駐輪削減施策の効果は限定的なものに留まり、地区ごとに効果が異なる可能性があるということが示された。

そこで本研究では、より広域的な対象エリアとして松山市中心部を選定し、心理的方略に基づく放置駐輪削減施策の効果を検証すると共に、放置駐輪削減施策の効果と各地区の特性との関連を探索的に検討し、本施策効果の条件を明らかにすることを目的とした。

2. 実験概要

2.1. 対象地域の概況

本研究の対象地域である松山市中心部は、県内最大の主要交通密集地域であり、観光施設、商業施設、オフィス街等が混在している。近年では、このように様々な用途の施設が中心部に密集していること、地形が平坦であること等から、自転車や徒歩等で移動しやすいコンパクトな街づくりが推進されている⁴⁾。また、2 km

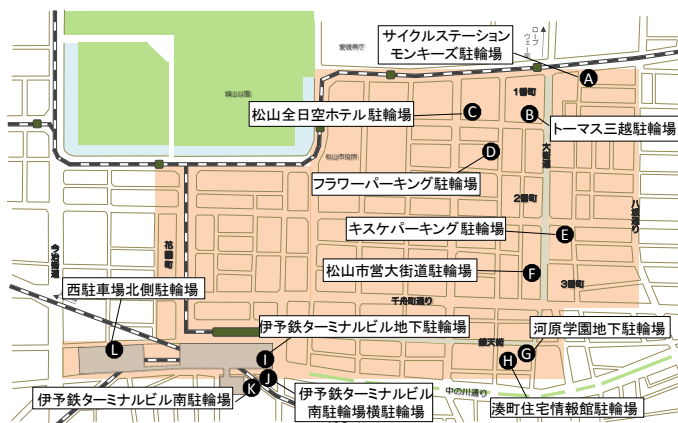


図-1 対象地域と駐輪施設の配置

未満の短距離移動において、市民は4人に1人が自転車を利用しており、中心部での利用割合は2~3割程度で通勤目的の利用が多い⁵⁾。

公的駐輪施設は、図-1に示すように12箇所設置されている。土地が狭く入り組んだ地形のために、地下や2階以上の場所に設置されているものが多く、利用形態は駐輪場ごとで様々である。

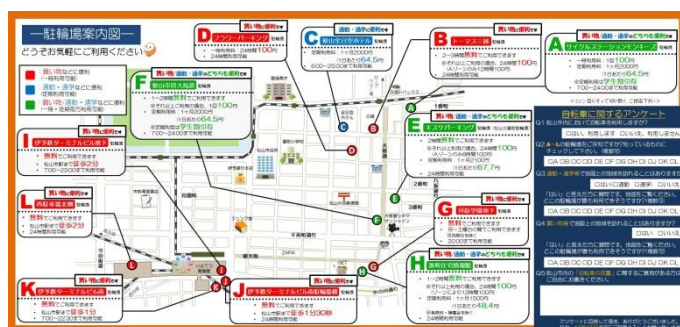
放置自転車は、花園町や裁判所通り等の特定の路線に集中しており、放置駐輪をしたことがある人は4割程度を占めている。また目的としては買い物などの娯楽が多く、短時間の用事であることが理由として挙げられている。

2.2. リーフレットの概要

本研究においては、コミュニケーション施策のツールとして、既往研究を参考に図-2に示すようなリーフレットを作成した。このリーフレットは、厚手の上質紙に6面カラー印刷と巻三つ折り加工を施し、A5サイズとしたものである。表紙に問いかけの文字情報を掲載することで、リーフレットを開くという行為を誘発するよう工夫した。また放置駐輪者の心理的リアクタン스를招かないために、「放置駐輪をやめましょう」といった一面的なメッセージだけを掲載することは避け、行動変容するよう促すための最小限の情報を掲載した。さらに、リーフレットには手で切り離し、そのまま投函することができる、返信用はがきを兼ねた駐輪場利



(三つ折りにした際に外側となる面)



(三つ折りにした際に外内側となる面)

図-2 配布したリーフレット

表-1 リーフレットの配布方法と配布日程

配布方法	配布日程	配布部数
コミュニケーターによる手渡し	2012年11/22・25・29, 12/4・6	2217
大学内配布	2012年12/7	531
授業中の配布	2012年11/27・30, 12/4	210
施設備え置き	2012年11/22～12/15	365
かご投げ込み	2012年12/12	3200
回覧板による配布	2012年11/26	100
ポスティング	2012年11/22日～12/5	22785
合計		29408

用促進のための行動プランアンケートを掲載した。本取り組みでは、このリーフレットを表-1に示すような方法と日程で配布した。

3. 結果と考察

対象地域全体においては、図-3に示すように平日・休日共に午後の放置駐輪台数が著しく減少するという結果になった。また図-4より、駐輪場利用率に関しても平日・休日共に午後に関しては5%程度増加する結果となった。また、対象地域を図-5に示すように17区分すると、駅前や大街道商店街付近には効果が大きく見られたが、オフィス街周辺では効果が見られなかった。したがって、本取り組みの様な心理的方略による放置駐輪削減施策は、平日・休日共に午後において心理的方略の効果がある可能性が有り、特に買い物客に向けて重点的に行うと効果が表れやすいと考えられる。また、松山市で放置駐輪削減施策を、さらに進め

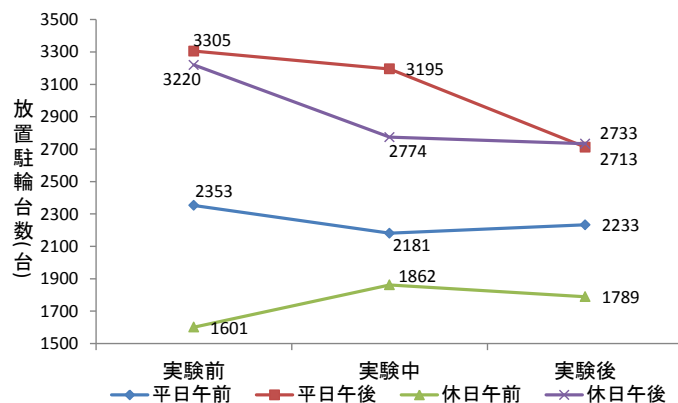


図-3 対象地域全体の放置駐輪台数の推移

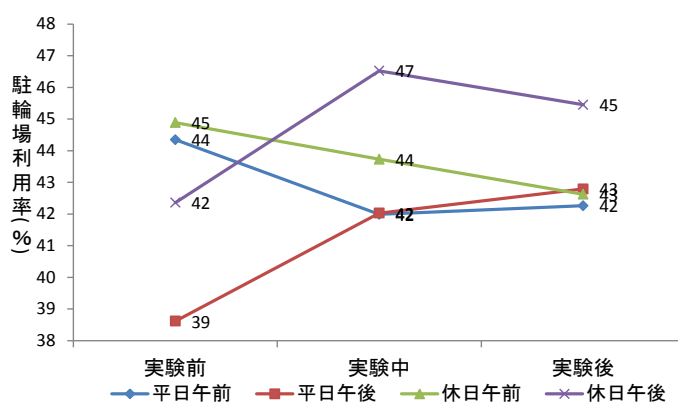


図-4 対象地域全体の駐輪場利用率の推移

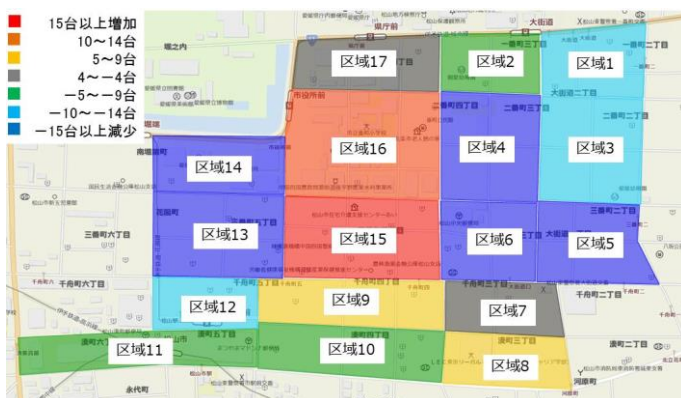


図-5 17区域別の放置駐輪台数の増減

ていく上で、自転車利用者個人だけでなく、会社等の組織全体へ働きかけることが重要になると示唆される。

参考文献

- ①荻原 剛・藤井 聡・池田 匡隆：心理的方略による放置駐輪削減施策の実証的研究：東京メトロ千川駅周辺における実務事例，交通工学，42(4)，pp89-98，2007
- ②羽鳥 剛史・三木谷 智・藤井 聡：心理的方略による放置駐輪削減施策の効果検証：東急電鉄東横線都立大学駅における実施事例，土木計画学研究・論文集，26(4)，pp.797-805，2009
- ③羽鳥 剛史・三木谷 智・藤井 聡・福田 大輔：大規模放置駐輪問題を対象としたコミュニケーション施策の効果検証：JR 東日本赤羽駅での取り組み，交通工学，土木計画学研究・論文集，67(5)，pp.967-977，2011
- ④松山市：松山市総合交通戦略【概要版】，2010
- ⑤松山市：新松山市自転車等利用総合計画，2011