JCOMM通信
日本モビリティ・マネジメント会議
ニューズレター
Vol.19 ● 2011.04.30
【発行】　JCOMM実行委員会
ニューズレター編集部
【お問合せ】筑波大学　谷口綾研
大阪大学　松村研
mail: info@ jcomm.or.jp
MMに関連する会告掲載希望やご意見等、随時受け付けております。

東日本大震災に寄せて

MMによる「コミュニティ」の形成支援を

JCOMM実行委員会幹事長
藤井　聡

東日本太平洋岸地域を中心に、激甚な被害をもたらした東日本大震災から一月以上も経過いたしました．第六回JCOMMの予定地でありました仙台市さんをはじめと致しました被災地の皆様方に改めてお見舞い申し上げますと共に，その復旧，復興に向けて，様々な形で日夜ご尽力されておられます関係各位の方々に，改めて感謝申し上げたく存じます．

この度の震災はそのあまりにも巨大な被害のために，それぞれのお立場で，何ができるのかについて，途方に暮れる様な思いでおられる方々も少なくないのかも知れません．しかし，この震災は東日本の被災地を破壊したのみならず，我が国日本全体に巨大な被害をもたらしたものです．したがってこの震災を乗り越えるためには，その傷を癒すための救援，復旧，復興の諸事業に国を挙げて取り組むと共に，可能な限り，この巨大な震災後も平時の諸活動を力強く続けていくこともまた，求められているのではないかと思います．

そんな中でもモビリティ・マネジメントの推進は，巨大地震を含めた様々な国難をも乗り越えられるような「強靭性」（レジリエンス）を，それぞれの地域が，そして我が国が手に入れるために，大きな役割を担うものでもあります．なぜなら，モビリティ・マネジメントは，移動中にも目的地での諸活動でも「孤立化」しがちな自動車依存状況を改善し，それぞれの地域での人々の間の「交流」を促進し，「コミュニティ」の形成を促すことをその究極的な目標としているからです．すなわち，モビリティ・マネジメントの推進は，過度なモータリゼーションの進展によって解体されつつあった「コミュニティ」の形成を促していくこととなるのです．

そして今回の東日本大震災においても実際に，この「コミュニティ」の存在こそが，「防災」「減災」のために極めて重要な意味を持つものであった事が，幾例も伝えられてきています．

例えば，宮古市の姉吉地区では，昭和三陸津波の直後に立てられた「此処より下に家を建てるな」と書かれた，高台にある石碑の言いつけを78年間も守り続け，人々の家も生命も皆，失われずに済んだと伝えられています．もしこの地区に一切のコミュニティが無ければ，この石碑の言いつけを何十年も前に守らなくなってしまい，結果，今回，大きな被害を受けたやも知れぬことは，想像に難くありません．あるいは，石巻市の水浜集落は，約130戸の集落がほぼ壊滅しましたが，住民は380人中，死者1人，行方不明者8人と，全体の2％程度であったと伝えられています．その背景には，多くの人が「どこの家に誰がいるか，頭に入っている」程に，「コミュニティ」が濃厚に形成されていたことが決定的な要因であったといいます．集落には1人暮らしのお年寄りも多かったとのことですが，若い人たちがそうしたお年寄り達を連れだし，高台の避難所に連れて行ったとのことです．この地区でもまた，もし「コミュニティ」無かりせば，その被害が拡大していたことであろうことは想像に難くありません．

この様に震災を含めた種々の天災からも私たちの命を守る重要な役割を担い得る「コミュニティ」でありますが，それは残念ながら「モータリゼーション」の進展に伴って，全国各地でどんどん希薄化してきています．もちろん，モータリゼーションだけがコミュニティの水準を決めている訳ではないですし，上に紹介した2つの地区のモビリティの様子がどうであったのかは現時点でもまた定かではありませんが，しかしそれでもなお，「過剰」なモータリゼーションの進展は，コミュニティの希薄化をもたらす決定的要因の一つであることは，疑う余地はほとんど無きところでありましょう．

そうである以上，MMの持続的かつ大規模な展開は，それぞれの地域のコミュニティの形成を促し，様々な自然災害に対する「強靭性」の向上に資するものでもあるのです．

そしてさらには，コミュニティは津波からの被害を「減らす」だけではありません．

例えば，先に紹介した石巻市の水浜集落から避難所に避難した方が，次のように語っている様子が，報道されています（1）．「われわれに悲壮感はない。支え合ったみんなとなら、またやっていける」――――つまり，コミュニティがそこにあれば，震災の直接被害を小さくできるだけでなく，そこからの「回復」も早期に期待できることとなるのです．

さらには，コミュニティさえあれば，平時においても，孤独死も少なくなるでしょうし，治安も維持されやすくなります．自然災害以外の，例えば，リーマンショックの様な経済ショックが訪れても，色々な形のワークシェアリングによって，皆が支え合うことも可能となるでしょう．そして何より，コミュニティがあれば，「利潤追求を主たる目途とした大資本の商業主義」や「シャッター街化」という「何年も何十年もの年月をかけてとじっくりと押し寄せてくる商業的・経済的な津波」から，それぞれの街や村を守り，歩いて暮らせるような，景観的にも良質な街や地域を守り続けることも可能となるでしょう．

つまり，「コミュニティ」があれば，地域を襲う自然災害的危機や経済的危機，商業的危機といった様々な「危機」から，人々の仕事や暮らし，伝統を守り続けることができるのです．

そして，そのコミュニティの中心にあるものこそ，人々の間の「交流」なのであって，この「交流」を促す事を目的としているのがMMの取り組みなのです．

考えてみれば当たり前ですが，もし人々が一切のモビリティを地域の人々と共有せず，外出先でも一切の交流をしなければ，人々は，コミュニティを築き上げることなどそもそも不可能でしょう．そういう社会で人々は，その「地域」の中で「助け合う」ことが無くなり，色んな危機が訪れた

（裏面に続く）

時に大打撃を受けてしまうような，非常に「脆弱」な存在になってしまうことでしょう．

それを考えますと，MMの推進は，人々の交流を促し，色々な危機に対して脆弱化してしまったこの社会を少しでも強靭なものにしていこうとする取り組みでもあるのです．

もちろん，その取り組みは，地道なものです．

しかし，その地道な取り組みが不在のままでは，私たちの社会は，いつまでも脆弱で，しかも，何の交流もない，味気ないものとなってしまうでしょう．

――この震災の，そのあまりにも巨大なる力を目の当たりにした私たちは今，自分自身の愚かさ故に日常の中ではなかなか気がつかない様な事に一つ一つに気付いているところではないでしょうか．そうであるなら，MMの究極的かつ本質的な意義にも，思いを致すことが必要であるに違いありません．

今私たちはその地平に立ち，こうしたMMの意味を改めて噛みしめると共に，コミュニティの力が求められるこれからの被災地の「復興まちづくり」においてもまた，そのコミュニティの形成を促すMMがどういう役割を担いうるのかを考えることもまた，求められているのではないかと思います．

第六回JCOMMではそうした事を皆様と考えながら，今回の被災地の一つである八戸市(七月十五・十六日，於・八戸グランドホテル)にて，ご一緒ができれば大変うれしく存じます．そしてその中で，東日本と日本の活力をこれから増進していくためにも，是非とも多くの方々と話し合いを重ねる事ができれば，大変有り難いものと考えております．

参考文献（1）『被害を抑えた防災意識の高さ　石巻市水浜集落』(産経ニュース、２０１１．４．２)

エコ通勤推進のための職場ＭＭ技術講習会

現在、国土交通省などにより、「モビリティ・マネジメントによるエコ通勤」の普及・推進が図られています。今後の都市交通計画や交通対策においては、地球温暖化対策の観点から、企業等の通勤・業務交通も含めて、かしこいクルマの使い方を進めていくことが重要となってきています。また企業等では、独自にエコ通勤のための従業員バスを導入するなどの取組みが進められています。企業が、自治体や交通事業者と連携してエコ通勤を推進していくことが重要です。

このような背景から、計量計画研究所の主催により「エコ通勤推進のための職場ＭＭ技術講習会」が、平成に二〇年より開催されています。これは、都市交通や交通対策を担当する自治体の方々などエコ通勤の推進に関わる担当者を対象として、ＭＭに関する技術的知識を効率的に習得してもらうことをねらいとしたものです。

昨年六月に行われた同講習会には、全国の自治体担当者を中心に三〇人を超える参加があり、ＭＭの基礎理論編から、具体的なエコ通勤の技術、そして自治体や企業等が実施している先進事例の発表など、二日間にわたって密度の濃い講義が行われました。講習会の最後に行われた全体討議の場では、『エコ通勤拡大の際に、どの部署がリーダーシップをとるとよいか？』『交通部局と環境部局がある場合、どちらがリーダーシップをとるほうがうまくいくのか？』『エコ通勤の取り組みを小さく始めてみたが、今後どのように拡大していったらよいか？』等の議論が交わされ、今後の課題と解決方法について情報共有がなされました。

平成二三年度はＭＭの取組み全般に対象に、六月上旬に開催を予定しています（会の詳細は後日、計量計画研究所のＨＰに公表予定です）。

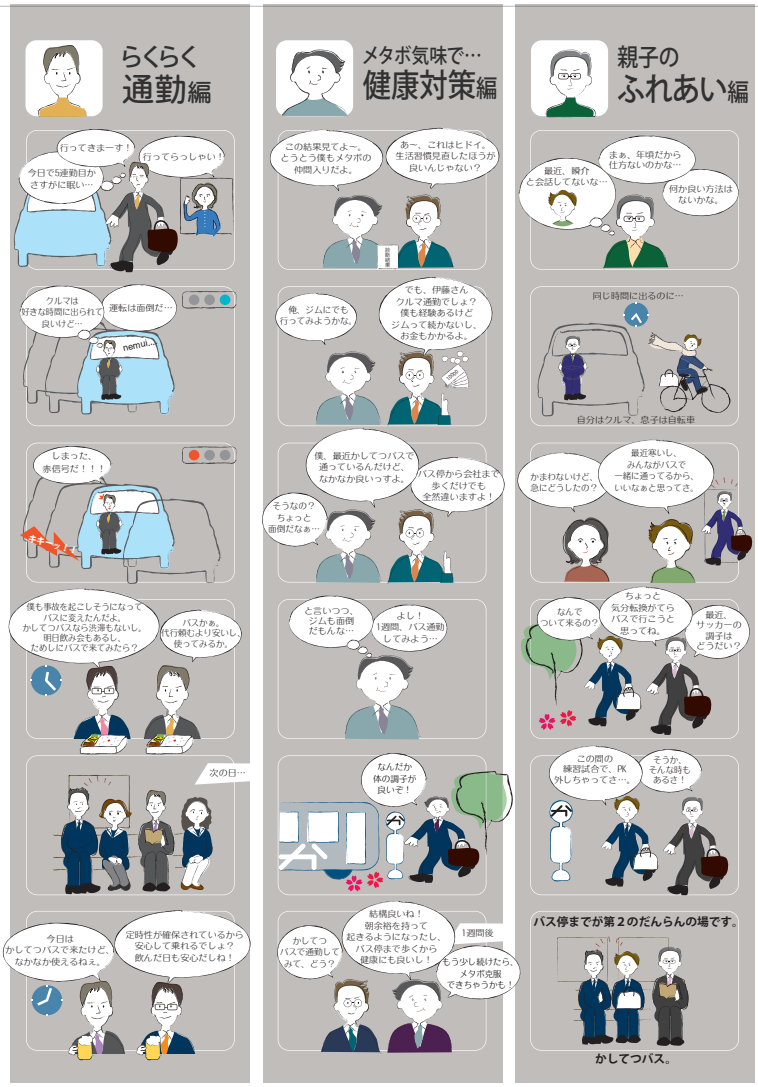
職場MMの取組みについて
第3回：職場MMの普及促進

拝見！動機付け冊子 vol.2

■対象路線：かしてつバス（茨城県）

■ターゲット：沿線企業の従業員（通勤者）

「なぜ、クルマを控えなければならないのか」を人々に理解してもらえなければ、MMの効果は限られたものになります。このコーナーでは、MMの重要なツールである動機付け冊子に着目し、各地の事例を紹介します。



★事例1：　鹿島鉄道跡地のBRT利用促進(沿線企業従業員用)

2010年8月末、鹿島鉄道の廃線後をバス専用道化した「かしてつバス」が運航し始めました。この利用促進のため、沿線企業の従業員をターゲットとしたMMで配布した動機付け冊子です。健康や環境など通常の動機付け(未掲載)に加え、バスの定時性をアピールするとともに、メタボ対策、子どもとのコミュニケーションなど、30代～50代の男性を意識した内容としました。

(素案作成：筑波大学、　デザイン・イラスト：斎藤綾)