とやまレールライフ・プロジェクト
映画・LRT・ラジオなどを活用した
複合的なMM戦略を有機的に連携した展開

富山市都市整備部交通政策課　東福光晴※
京都大学大学院　藤井　聡
㈱新日本コンサルタント　市森友明
㈱新日本コンサルタント　大門健一

※発表者

富山市の概要

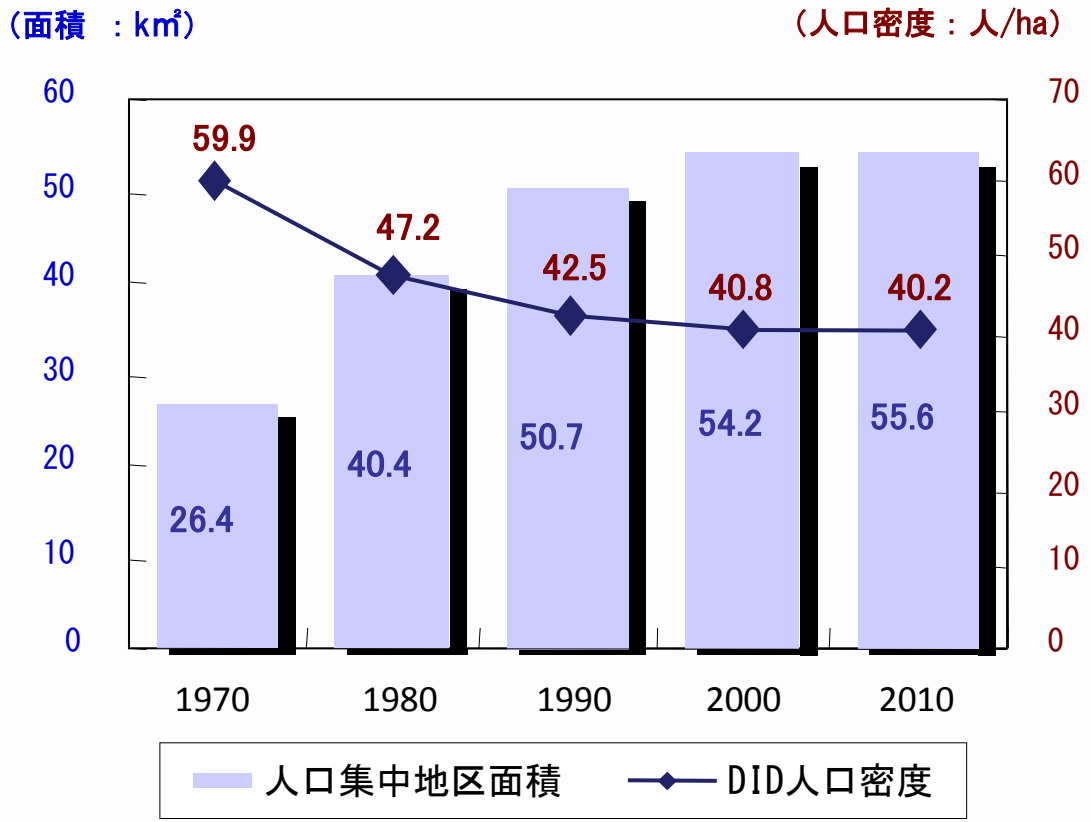
・7市町村の合併により新「富山市」誕生（平成17年4月1日）
・人口は、富山県全体の約4割（421,953人）※H22.4.1
・面積は、富山県全体の約3割（1,241.85k㎡）を占める広大な市域
・海抜0m（富山湾）から2986m（水晶岳▲ ）までの多様な地形

人口：421,953人（H22国勢調査）
面積：1,241.85km

都市の特性　～低密度な市街地～

■ 市街地の面積の拡大と人口密度の推移

過去35年間で　DID面積は、2倍に増え、DID人口密度は、2/3に低下



※DID：一定以上の人口密度地区（4000人/k㎡）

現在のトレンドで人口の減少が進むと、市街地の低密度化はさらに進展

出典

※1総務省統計で見る市町村のすがた2011（大都市を除く県庁所在都市中）、※2道路統計年報2010、※3総務省住宅・土地統計調査H20、 ※4家計調査報告書H22

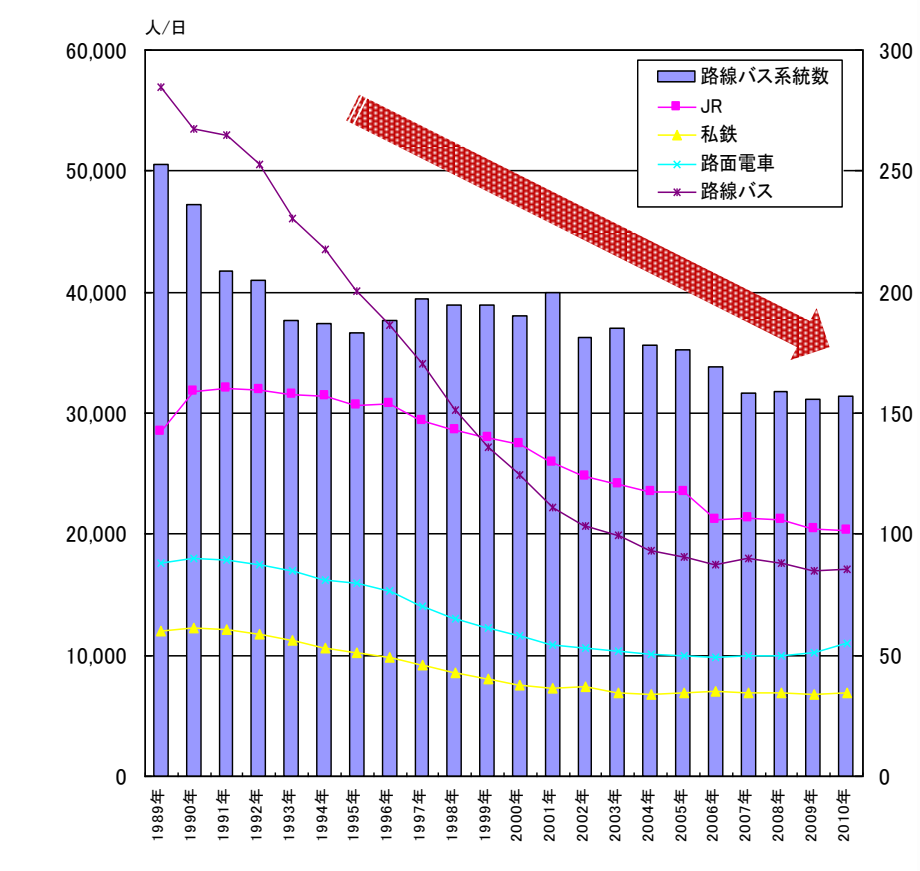
都市の特性　～交通特性～

■ 世帯あたりの自家用車保有台数

1.72（台）／1世帯当たり **全国第2位（富山県）**

（自動車検査登録情報協会［平成23年3月末現在］）

■ 公共交通利用状況



＜利用者の減少率＞

1989年→2010年（22年間）

JR　29％減

（2006年JR富山港線廃止）

私鉄　43％減

路面電車　38％減

路線バス　70％減

路線バスの系統数は過去20年で約4割減少

車が自由に使えない人の実態

■富山市の公共交通（電車やバスなど）に関する市民意識調査結果より

①車が自由に使えない人　の割合　約3割 注）

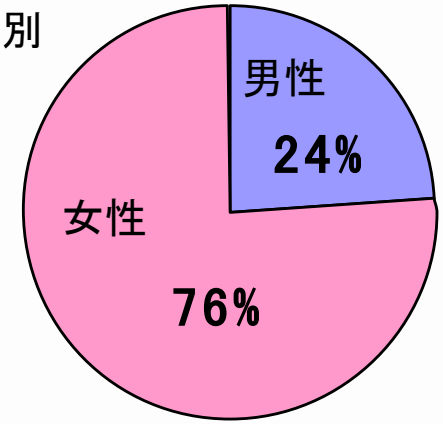
注）車が自由に使えない人＝運転免許証がない人、自分専用の車がない人

○調査の概要

（1）調査時期　平成18年6月実施
（2）配布数　8,887人（市全域の15歳以上の市民を無作為抽出）
（3）回答数　3,514人（回収率39.5%）
（4）結果分析

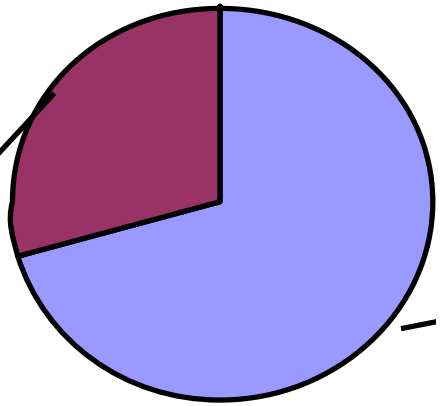
◆車が自由に使えない人の属性

○男女別



自由に使える車がない
29.5%

◆自由に使える車の割合



自由に使える車がある
70.5%

＜課題認識＞

① 車を自由に使えない市民にとって、極めて生活しづらい街

② 割高な都市管理の行政コスト

③ 中心市街地の空洞化による都市全体の活力低下と魅力の喪失

今後の人口減少と超高齢化により、問題はさらに深刻化する恐れ

富山市のまちづくりの基本方針

＜概念図＞

富山市が目指すお団子と串の都市構造

串　：一定水準以上のサービスレベルの公共交通

お団子：串で結ばれた徒歩圏

地域のモビリティ確保とMM

ハード面の整備

モビリティマネジメント

一人ひとりが交通手段をよりかしこく選択できるようなコミュニケーション施策

MMの実施

とやま
レールライフ
プロジェクト
TOYAMA RAIL LIFE PROJECT

多様なモビリティの確保

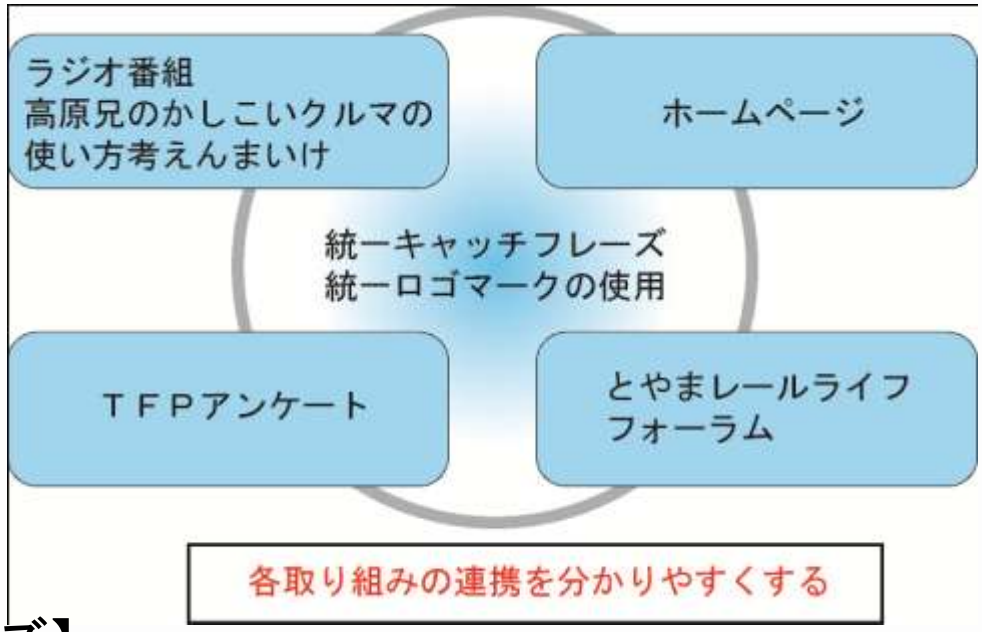
交通施策 ＋ まちづくり施策

交通・まちづくりの観点から施策を実施することで多様なモビリティを確保

交通情報を適切・効果的に伝えること（モビリティ・マネジメント）で
公共交通の利用を促進

MM施策のブランディング

MM施策におけるコミュニケーションにおいて、自動車から公共交通への転換促進を目的とした趣旨を瞬時に伝え、それぞれの取り組みにおける連携が分かりやすいように、統一のキャッチフレーズ、ロゴマークを作成



【キャッチフレーズ】

とやまレールライフ・プロジェクト～かしこいクルマの使い方考えんまいけ～

公共交通など多様な交通手段を適度にかしこく使い分ける生活を「レールライフ」と名づけ、そのようなライフスタイルの転換を促していく取組であるという意味で、プロジェクト名を上記のように設定

MM施策のブランディング

～プロジェクト名称とロゴマークの作成～

《プロジェクト名称》

とやまレールライフ･プロジェクト
～かしこいクルマの使い方考え**んまいけ**～

「～しようか」「～しないかい」と同義。相手に勧誘を促す表現

《ロゴマーク》

ライトレールの車体

課題と問題設定

どれだけブランディングを図っても、市民に浸透しなければ意味がない

↓

これまでも、市広報で施策紹介を行ってきたが、単発的

↓

さまざまなメディアをもっと活用すべきではないか？

テレビ、ラジオ、情報誌、広報、新聞、FP・・・

メディアを活用したMMができないか？

メディア活用の利点

①視覚・聴覚に訴えることで印象度が高まる
②市広報に比べ、親しみがわきやすい
③幅広い層への浸透を図ることが可能
④ターゲットの絞込みが可能

MMを実施するうえでのコミュニケーションツールとして、メディアを活用できないか？

キーワードは「継続」と「連携」

キーワードの意味

「継続」・・・単発的では効果が限定
一定の期間を設定し、継続して実施

→9月～12月期がMMを本格的に実施する時期と定め、継続的にメディアを活用

「連携」・・・MM施策の中にメディアの存在を意識させる

→TFPアンケートやHPと組み合わせて、メディア効果を高める工夫をする

テレビ媒体を活用したMM啓発

とやま情報局

テレビ広報番組「とやま情報局」

放送日　毎月　最終日曜日　午前 11 時 45 分～　（15分間）

「とやま情報局」では、ＫＮＢの平島アナウンサーを進行役に、市長をはじめ市の職員が富山市の事業やイベントについて、映像やグラフなどを織り交ぜながらお話しします。

１０月３１日（日）は、
「使ってみよう！公共交通」
をテーマに放送します。

クルマはとても便利で快適です。
でも時には公共交通機関を使うと、いつもの景色が新鮮に映り、また環境や健康にも良い効果があります。
身近にある公共交通機関を、改めて見直してみませんか？
公共交通とクルマのこれからの使い方を提案する、富山市の取り組みについて紹介します。

１０月５日（火）富山駅北にて収録の様子

テレビ媒体の特性を活かした番組つくり

→一過性の啓発に終わってはもったいない

ケーブルテレビでの情報発信

地元テレビ局を通じてMMの意義について発信

ラジオによるMM啓発の有効性

・電波媒体のメリットは認知獲得
・均質の情報を一度に広範囲に発信
・強力なクチコミ効果を誘引
・テレビ媒体よりもコストが低い

全国的にも高い自動車分担率に着目し、通勤や買い物などの移動手段時のカーユーザーにターゲット

■ 交通手段分担率

中核都市圏では全国で最も高い自動車分担率

（資料：富山高岡広域都市圏第3回PT調査）

全目的の72.2% 通勤目的の83.8%が自動車利用

ラジオ局、ターゲットの設定

地元民放ラジオ局のうち、比較的聴取率が高いと思われる局
（KNBラジオ）・・平日コアタイム時の平均聴取率：5～6%（注）

（注）株式会社ビデオリサーチによるサンプリング調査による

1年目は、平日夕方時間帯
ターゲット：通勤時の移動手段に車を利用する社会人

2年目は、休日昼間時間帯
ターゲット：買物、レジャー等の移動手段に車を利用するファミリー

ラジオ番組に地元で著名なラジオパーソナリティの起用

富山県で著名なラジオパーソナリティである高原兄氏を起用し、かつ冠番組として、富山市民がMMメッセージを受け入れやすくすることを狙った。

富山市在住
富山エリアで番組多数出演
レギュラー番組多数

ラジオ番組概要

番組名	高原兄のかしこいクルマの使い方考えんまいけ
放送日時	平成22年9月～12月の毎週月曜日　18:15～18:20 平成23年10月～12月の毎週土曜日　12:15～12:20
出演者	藤井聡氏（京都大学大学院教授） 高原兄氏（ミュージシャン）
番組形式	出演者2名の対談形式にて、各回テーマを設定し、データ等の動機付け情報を交えながら、「かしこいクルマの使い方」についての話題を提供した。
伝える統一テーマ	普段のクルマの使い方をちょっと見直して、できるだけ電車やバスを使うようにすると、環境にも、健康にも良く、そして家計にとっても得をするようになります。

ラジオ番組においてLRTの話題設定

◆ ライトレールが先進的であることを紹介

テーマ「富山ライトレールは先進的です！！」

≪放送内容≫
・多くの都市でも同じようにしたいと思っていても、実現していない。
・当り前のように見えるかもしれませんが、先進的です。

富山のLRTのことを賞賛するような内容により、
地元への誇りを刺激・調達することを企図

ラジオ番組における地域映画の話題の活用

◆ 富山を舞台とした「RAILWAYS」の先行公開

日に合わせ「駅、電車の情緒」の話題設定

≪放送内容≫
・RAILWAYSの公開
・電車にしかない情緒（電車からの風景、車内での方言など）がある
・ふるさとを思い浮かべる駅の情景がある

心の一番大事なものでもある鉄道を残すためにも、今回映画でも観て、たまには電車をご利用ください

日本人の心の原風景に触れ、シビックプライドを持って、地域に根付いた鉄道を守り育ててほしい

効果検証

TFPアンケート調査にて
ラジオ番組、アンケートに関する効果の検証を実施

【効果検証方法】

アンケート回答前の1ヶ月で「電車・バス」の利用、クルマの利用について変動があったかどうかを質問。
以下のように数値化をしてラジオ聴取の有無、アンケート回答の有無ごとに平均値を比較（平均値が高いほど、公共交通利用度が高くなったこととなる。）

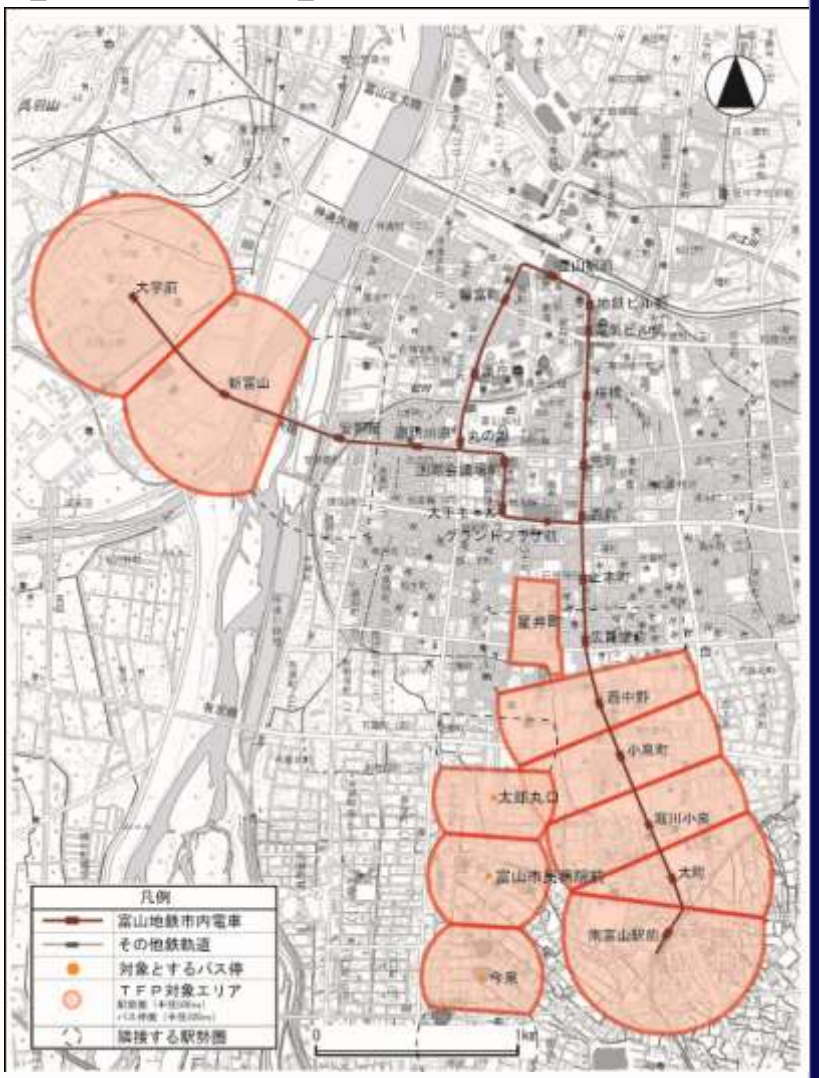
設問	回答	数値化
《公共交通利用増加度》最近、「電車バス」の利用を増やしましたか？	変わらない	1
	ほんの少し増やした	2
	増やした	3
	たくさん増やした	4
《クルマ利用減少度》最近、クルマの利用を減らしましたか？	変わらない	1
	ほんの少し減らした	2
	減らした	3
	たくさん減らした	4

エリアの設定

・市内電車（大学前、新富山、西中野～南富山駅前）の各駅から概ね500m範囲に居住する世帯
・地鉄バス路線（太郎丸口～今泉）の各バス停から概ね300m範囲に居住する世帯
・星井町1～3丁目（まいどはやバスの変更ルート沿線）を対象（概ね6,000世帯）

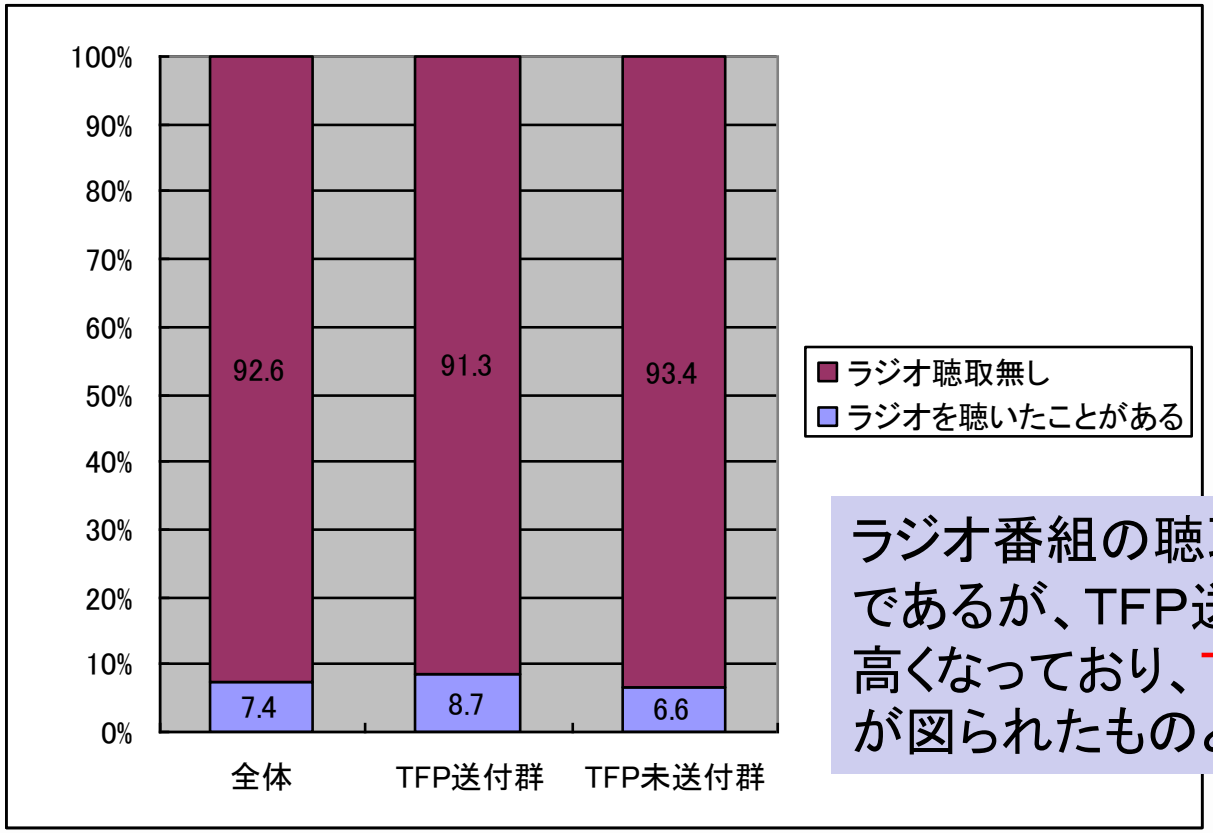
このうち、4,500世帯を抽出して、郵送配布・回収を行った。
（市内電車：3,615世帯、地鉄バス路線：640世帯、星井町：245世帯）

【配布エリア】



ラジオの聴取率への影響　～TFPアンケートから～

	全体		TFP送付群		TFP未送付群	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
ラジオを聴いたことがある	39	7.4	18	8.7	21	6.6
ラジオ聴取無し	485	92.6	190	91.3	295	93.4
合計	524	100.0	208	100.0	316	100.0



ラジオ番組の聴取率は、全体では7.4%であるが、TFP送付した世帯の聴取率が高くなっており、TFPによる聴取率アップが図られたものと考えられる。

TFP回答によるラジオ聴取への影響

	TFPに回答した		TFP配布対象外		χ^2値	有意確率	
	回答数	%	回答数	%			
ラジオを聴いたことがある	17	11.7	21	6.6	3.428	0.064	*
ラジオを聴いたことがない	128	88.3	296	93.4			
合計							

* 10%有意
** 5%有意
*** 1%有意

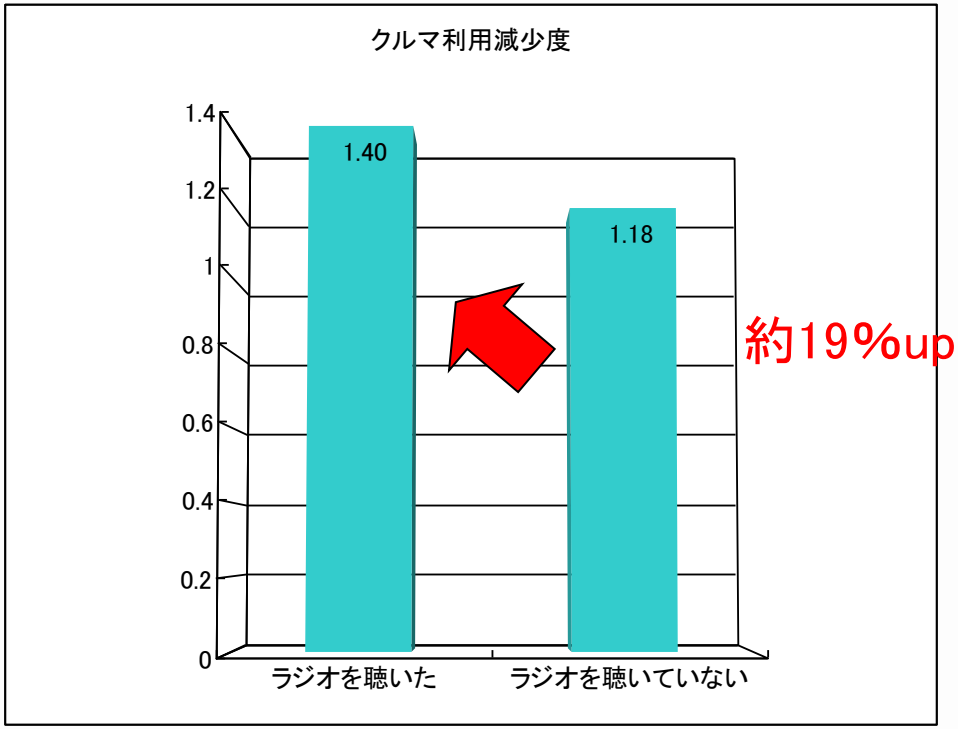
TFPに回答することがラジオ聴取へ連鎖しているかを検証するため、TFP送付対象世帯を対象に、TFPの回答者とTFPを配布していない世帯の人別にラジオ聴取の状況を集計し、それぞれにカイ2乗検定を行い、有意性を検証

TFP回答者のラジオ聴取の割合が約5%高くなっており、TFP回答からラジオ聴取への連鎖が伺える。

ラジオ聴取が交通行動へ与えた影響

交通行動	ラジオを聴いた			ラジオを聴いていない					
	回答数	平均値	標準偏差	回答数	平均値	標準偏差	t値	有意確率	
公共交通利用増加度	20	1.25	0.550	288	1.09	0.348	1.309	0.206	
クルマ利用減少度	20	1.40	0.503	295	1.18	0.526	1.816	0.070	*
自転車移動増加度	20	1.15	0.489	287	1.16	0.475	−0.093	0.926	
徒歩移動増加度	20	1.75	1.070	295	1.37	0.661	1.584	0.129	
年間クルマ利用回数	20	510.75	467.328	296	519.76	484.611	−0.081	0.936	
年間電車・バス利用回数	20	19.05	40.744	289	40.87	123.232	−1.874	0.067	*

＊ 10%有意
＊＊ 5%有意
＊＊＊ 1%有意

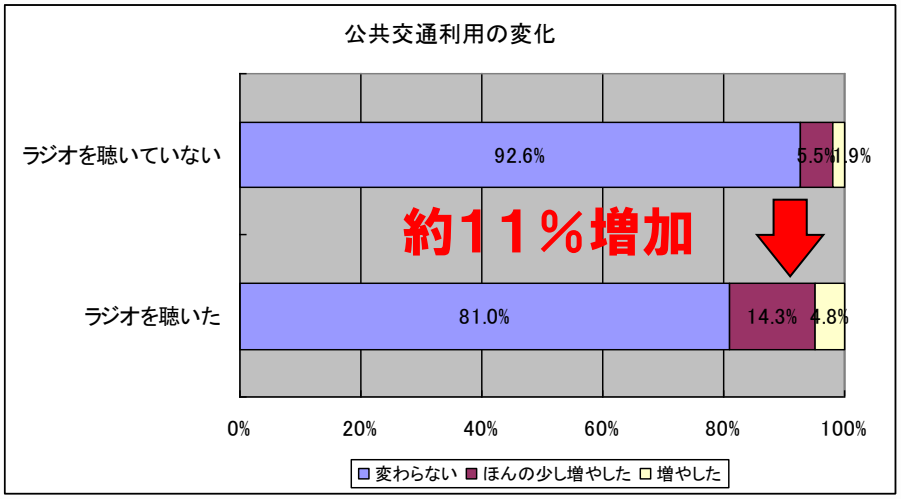


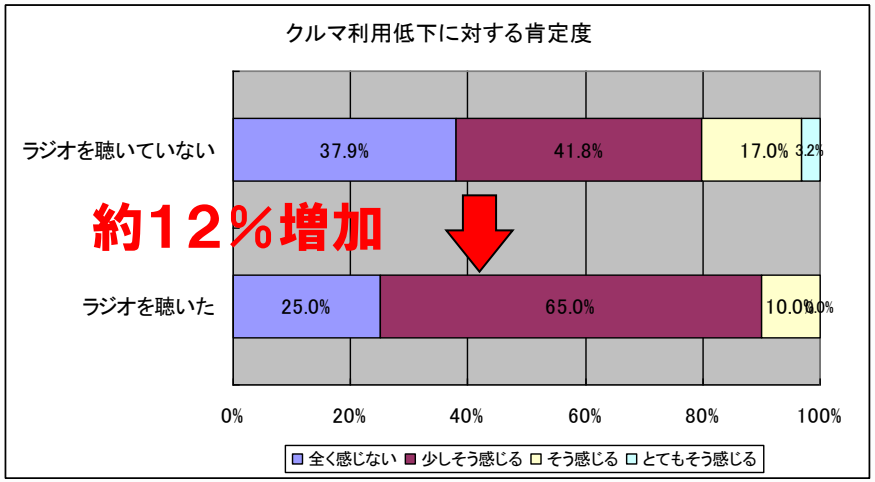
約19%up

「公共交通利用増加度」「クルマ利用減少度」「徒歩移動増加度」がラジオ番組聴取者の平均が高くなっていることから、自覚的な自動車利用から他の交通手段への転換の効果が見られる。

公共交通利用を増やした人の割合がラジオ聴取で
約11％増加

ラジオ放送聴取者のクルマ利用低下への肯定度が
約12％増加





プロジェクトWEBサイトでの情報発信

「かしこいクルマの使い方」に関する情報や過去のラジオ放送を聴くことができるページを設置し、情報発信を実施

http://www.toyama-raillife.jp/

メール配信等による情報発信

メール配信でレールライフ関連情報を提供

公共交通利用者のライフスタイルの紹介

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝
とやまレールライフ・プロジェクトNEWS
～かしこいクルマの使い方考えんまいけ～
No.1　2011年9月29日発行
http://www.toyama-raillife.jp

「とやまレールライフ・プロジェクトNEWS」は
プロジェクトの紹介やホームページの更新情報、
富山市の公共交通関連の情報などをお送りするものです。
＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

日頃から市政の推進に格別のご理解とご協力を賜り、
厚くお礼申し上げます。

このメールは、とやまレールライフプロジェクトの調査やホームページを通じて
メールアドレスをご回答頂きました皆様にお送りしております。
※配信停止、メールアドレスの変更については文末をご覧下さい。

目次－－－－－－－－－－－－－－－－－－－
1．ラジオ放送まもなくスタート！
2．WEBサイトに試算ページが登場！
3．かしこいクルマの使い方ミニコラムvol.1
－－－－－－－－－－－－－－－－－－－－－

■1．ラジオ放送まもなくスタート！■

KNBラジオ「高原兄の五時間耐久ラジオ」の1コーナーとして、
京都大学教授の藤井聡（ふじい　さとし）先生と高原兄さんによる
「高原兄のかしこいクルマの使い方考えんまいけ」がスタートします。
昨年同様、藤井先生と高原兄さんが軽妙なトークの中で

○ レールライフ実践人紹介

レールライフ実践人　vol.3

レールライフ実践人では、公共交通を活用して「かしこいクルマの使い方」を実践している人々をご紹介します。

第三回目は、株式会社まちづくりとやまの小川さんにお話を伺いました。

まちづくりとやまに勤務する小川さんは、
市外から市内中心部への勤務に変わったのをきっかけに
車を使わない通勤に切り替えたそうです。
小川さんのレールライフスタイルを伺いました。

約400人が登録
（H23度末現在）

ラジオ聴取とHP閲覧の連鎖　～TFPアンケートから～

	ラジオを聴いたことがある		ラジオ聴取なし		χ^2値	有意確率	
	回答数	%	回答数	%			
HPを閲覧したことがある	4	19.0	2	0.7	35.643	0.000	***
HPを閲覧したことがない	17	81.0	294	99.3			
合計							

* 10%有意
** 5%有意
*** 1%有意

ラジオ聴取からHP閲覧への連鎖を検証するため、TFPの影響を排除するため、TFPを配布していない世帯を対象に、ラジオ聴取者とラジオを聴いたことがない人別にHP閲覧の状況を集計し、それぞれにカイ2乗検定を行い、有意性を検証

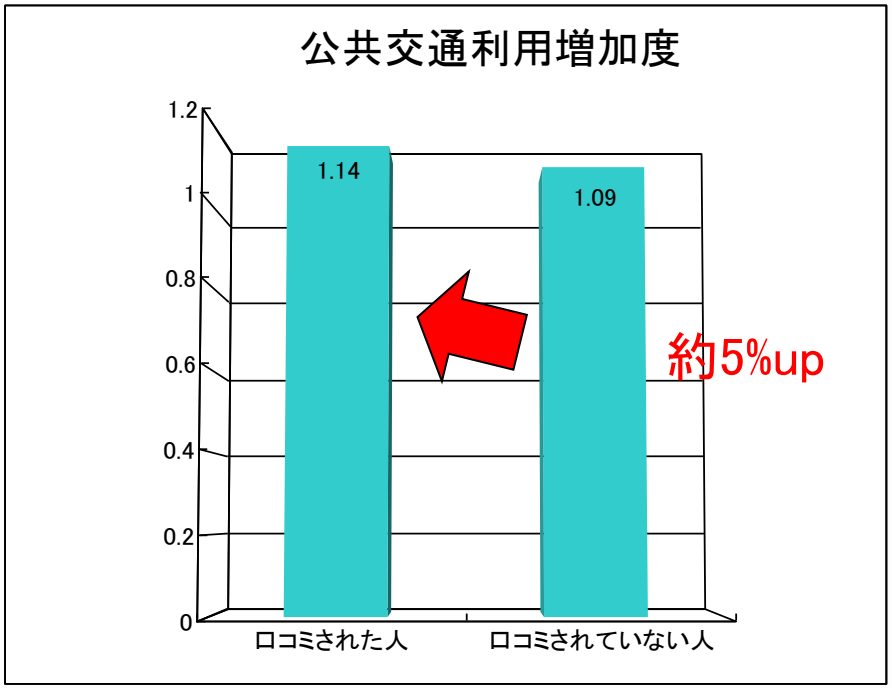
HP閲覧のサンプルが極めて少ないものの、ラジオ聴取者のHP閲覧の割合が18%以上高くなっており、ラジオ聴取からHP閲覧への連鎖が伺える。

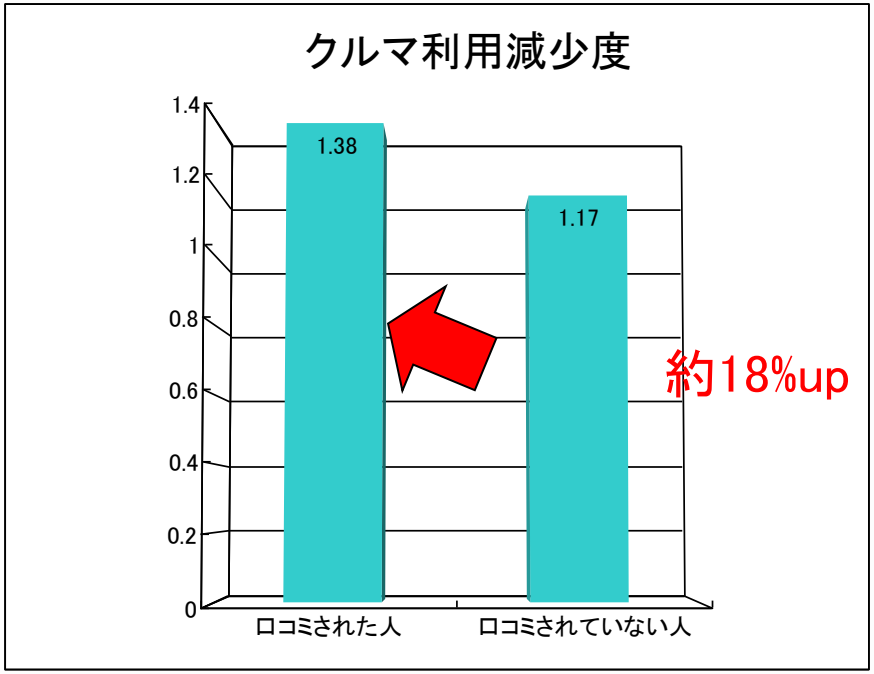
ラジオ聴取→HP閲覧という流れが主であると推察

口コミの効果

「クルマを控えて、公共交通を使った方が、いろいろといいことあるみたいだよ….」という口コミ！

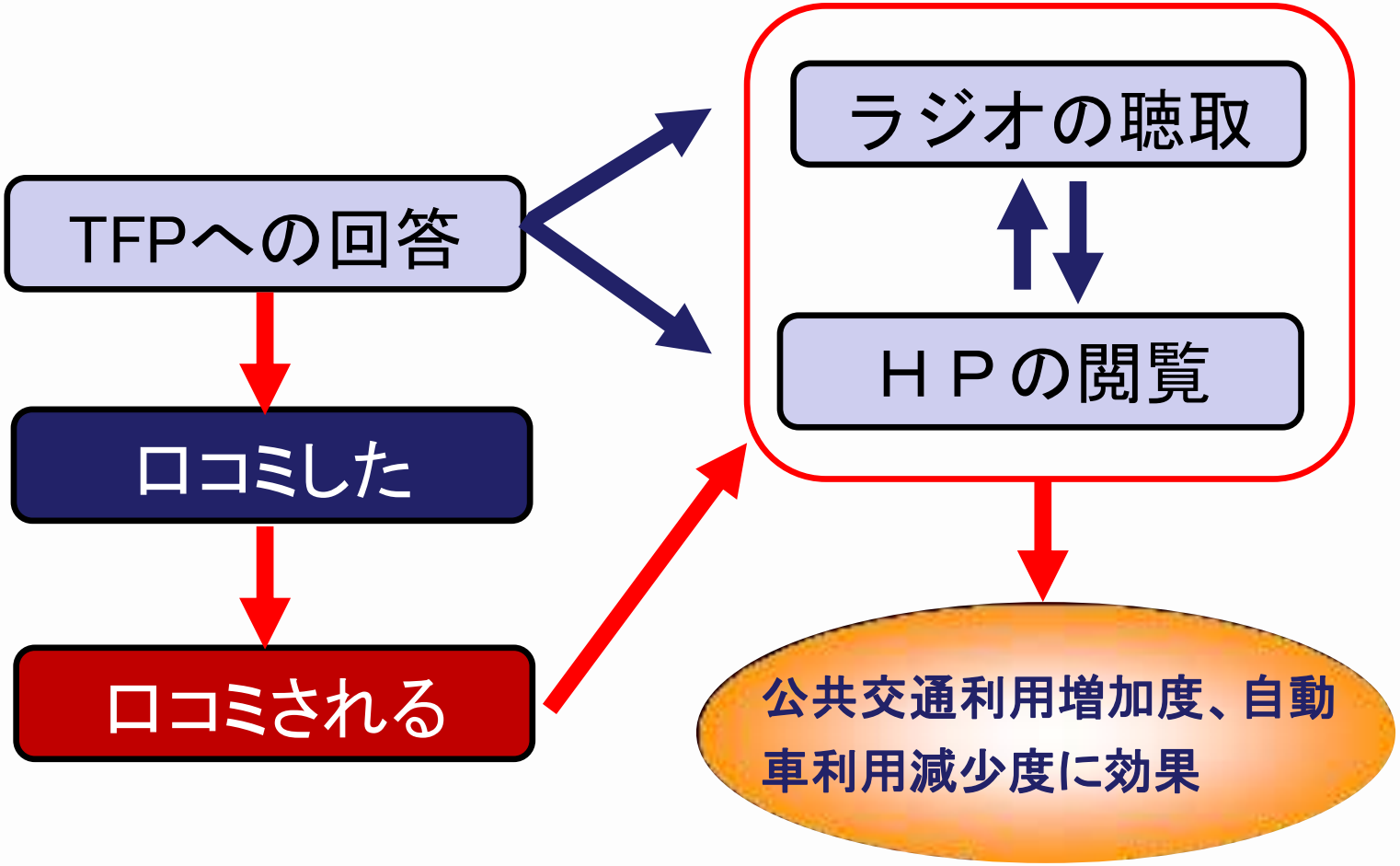
- ラジオを聞いて、「口こみした人」が約10%
- アンケートに回答して、「口コミした人」が約20%！





口コミされることで、
公共交通で出かける頻度が増え、クルマ利用が減少！

各取組と口コミの関連性



アンケート自由意見より

- 車に乗ると、おしゃれや周囲に気を使わなくなるのは、実感します。お酒を飲んで食事を楽しむ場合、バスに乗っていますが、大変文化的にもプラスになると思う（男性、54歳）
- 藤井先生の関西弁丸出しの話し方は説得力がある。今までに聞いたことのない脱クルマ社会の方法が聞けた。（男性、46歳）
- 藤井先生のRailwaysから感じる交通政策、日本人の心が非常に参考になった。また今後も開催して欲しい（男性、51歳）
- 去年から話を聞かせていただいております。急にクルマを使うのはやめられないのですが、八尾の山近くにいますと、どうしても車です。ただ変わったのは、少しのことですが年2回、市内に夫婦で飲みに行くときは電車で行くことにしています（女性、46歳）

メディアを有効に活用することで、レールライフが着実に浸透

とやまレールライフフォーラム　2011

藤井先生基調講演

ラジオ番組番外編

公共交通鼎談

■　実施日：平成23年2月12日（土）15：30～17：45
開催場所：富山国際会議場
参加者:約450人

とやまレールライフフォーラム　2012

基調講演

パネルディスカッション

会場風景

■　実施日：平成24年2月18日（土）
14：00～17：00
開催場所：富山県民会館
参加者:約200人

参加者へのインセンティブ

【来場者プレゼント】

とやまレールライフ・プロジェクトの趣旨を体験していただくことや、参加への動機付けを目的として、来場者プレゼントを企画

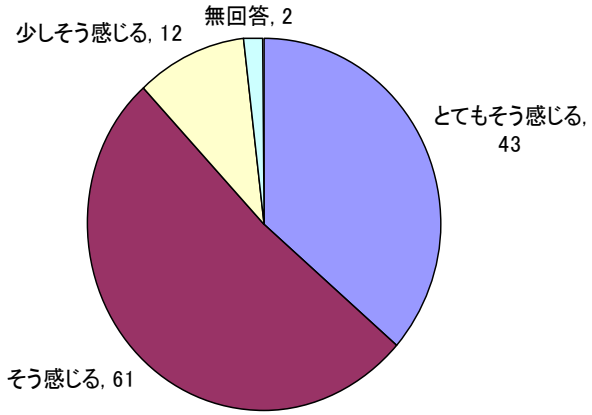
・地鉄電車バス・コミュニティバス共通乗車券（200円分）

・街なかお食事チケット（200円分）

とやまレールライフフォーラムの成果

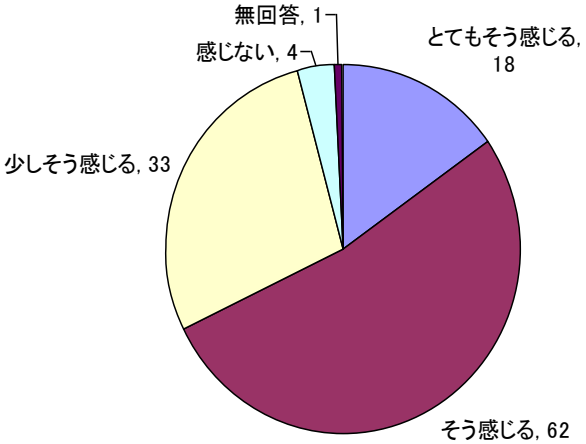
「クルマを控えて、公共交通を使った方が、いろいろといいことあるみたいだよ….」
というメッセージに対して、ほぼ全員が多少なりとも共感した！

「公共交通（バスや電車）を使う暮らしっていうのも、“なかなか、いいもの”なのかもしれないなぁ・・・」と感じますか？



「感じない」は0%

「クルマ利用は、出来るだけ減らして行こう」と思いますか？



「感じない」は4%

メディアの反響

地元新聞において、フォーラムの内容について取り上げた特集記事が掲載

とやまレールライフフォーラム

公共交通で人も街も元気に

富山市 環境未来都市特集

交通環境学習を支援

パネルディスカッション

子どもの文化も復活

県外客にLRT紹介

基調講演

「富山で「レールライフ」～電車とバスを使う豊かな暮らし～」

電車が街のにぎわい創出

平成24年3月4日付　北日本新聞掲載

メディアの反響

公共交通の利用促進について意見が交わされた「とやまレールライフフォーラム」＝富山国際会議場

公共交通の在り方考える

富山でフォーラム

公共交通の在り方を考える「とやまレールライフフォーラム～かしこいクルマの使い方考えんまいけ」が12日、富山国際会議場で開かれ、約450人が路面電車と車の効率的な利用について理解を深めた。北日本新聞社後援。

フォーラムは、路面電車やバスなどを軸としたまちづくりを進めるとやまレールライフプロジェクトの一環。森富山市長、ミュージシャンの高原兄さんがパネリスト、藤井聡京都大大学院教授がコーディネーターを務め、意見交換した。

森市長は「高齢者が増える時代を迎え、質の良い公共交通を整備したい」と述べ、高原さんは利用者の立場から「年をとっても豊かな暮らしがしたい」と話した。藤井教授は「路面電車の利用が習慣になれば、町の中心部に人が集まる」と、データを示しながら説明した。フォーラムに先立ち、藤井教授の基調講演もあった。

平成23年2月13日付　北日本新聞掲載

メディアの反響

クルマを賢く使って 電車バスと共存

快適な暮らし実現へ提案

富山市がフォーラム開く

電車やバスという公共交通を軸に、コンパクトなまちづくりを進める富山市は、その動きを一層加速させようとこのほど「レールライフ・プロジェクト」と銘打ち、クルマに依存し過ぎず、公共交通とバランスとれた快適な暮らしを求め、賢いクルマの使い方について考え合った。富山国際会議場で、一般市民ら大勢が熱心に聴いた。

フォーラムを開催した。

基調講演はこのプロジェクトを提唱する藤井聡京都大学大学院教授が務め、クルマは便利な反面、渋滞を引き起こし維持費は30年で2000万円～3000万円もかかって家計に大打撃などと指摘。また藤井教授は地元ラジオのパーソナリティとともに「そんなクルマも数回に一度は電車バスに乗り換えるなら環境にも健康にも、そして家計にも大変にお徳」な点を、統計数値を用いて分かりやすく説明した。

最後は森雅志富山市長も加わって公共交通を利用した豊かなライフスタイルについて語り合った。市長からは仮にオーバードホールで酒宴に参加しても帰宅は電車（ライトレール）でまったく安心などと「つまり公共交通こそがまちの魅力を向上させ、暮らし方さえ様々に変える可能性がある」と熱く語りかけた。

もその論に裏付けされた一つの具体的な実践といえる。氏は公共事業に厳しい逆風が吹くなかにあって「正々堂々と公共事業の雇用創出効果を論ぜよ」「人のためにこそコンクリートを」（氏の著書タイトル）と主張する貴重な論客で、その正当性の広がりと氏ますますの活躍に大きな期待が寄せられている。

藤井教授に高まる期待

藤井教授は、さきの富山県建設業協会青年部主催の新春講演会でも講師を務めて「公共事業が日本を救う」をテーマに、弁舌さわやか会場を大いに沸かせた。今回のレールライフ・プロジェクト

電車は健康や家計にもやさしいと説く藤井教授

公共交通がまちの魅力を向上させると熱い森富山市長㊨

富山レールライフ・プロジェクトの考え方

例えば…

- 週に一度は電車・バスで通勤
- 健康的に自転車で通勤
- 休日は歩いて行ける公園でゆっくり過ごす
- 「外食」はまちなかで
- 近所で歩いてお買い物

などなど

ふだんの交通の場面を見直せば「心に余裕のある、より豊かな暮らし」になるかもしれません。

平成23年2月17日付　建設工業新聞掲載

電車ライフ始めよう

富山でフォーラム

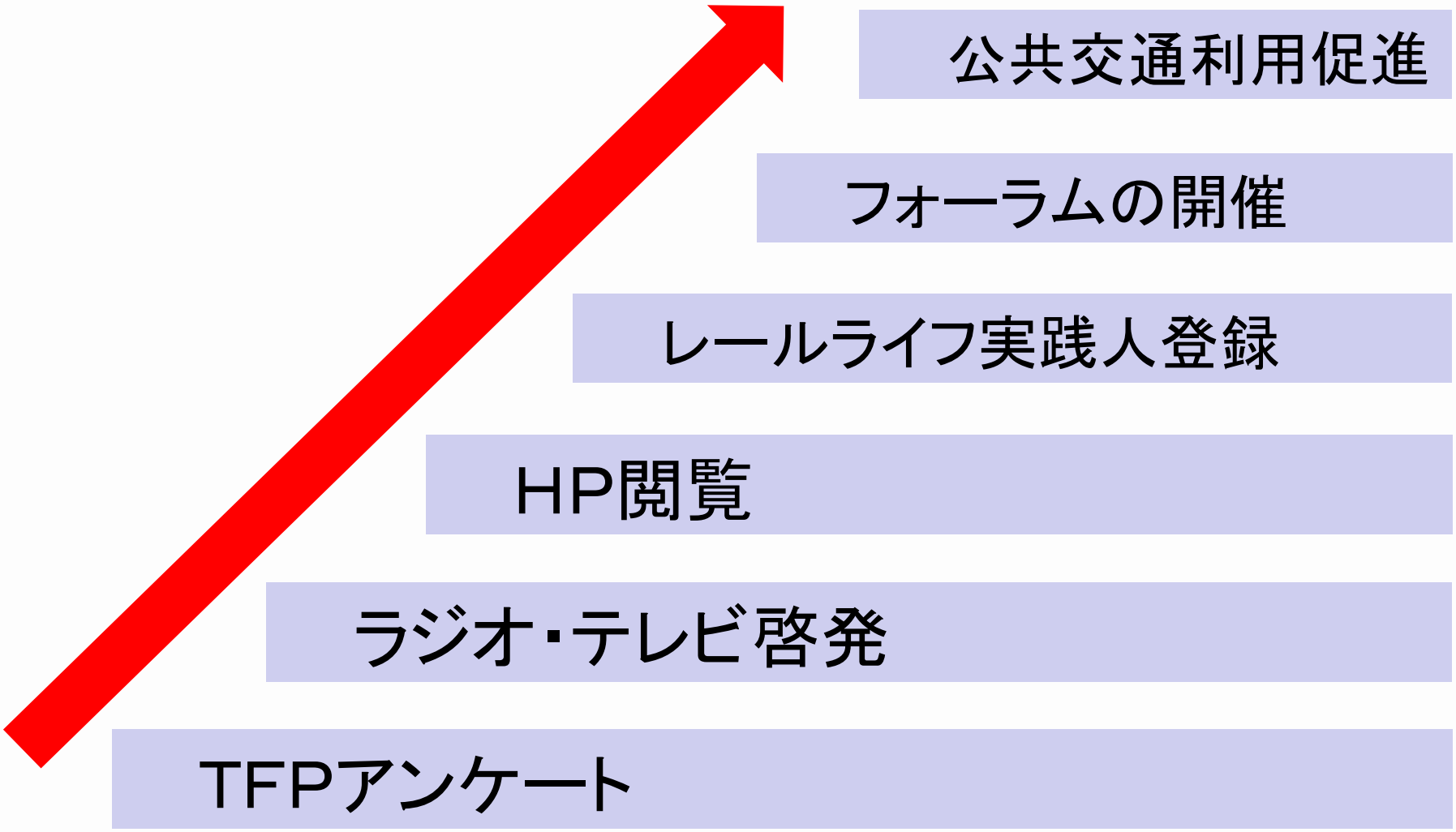
マイカーに依存した生活を見直し、公共交通とバランス良く利用する方法を考える「とやまレールライフフォーラム」が18日、県民会館であり、参加者が電車やバスを使った生活に理解を深めた。北日本新聞社後援。

公共交通を生かしたコンパクトなまちづくりを進める富山市が企画。京都大大学院の藤井聡教授が「富山で『レールライフ』～電車とバスを使う豊かな暮らし～」と題して基調講演した＝写真奥。藤井教授は、「電車が人を集め、街のにぎわいをつくってきた」と公共交通の重要性を指摘。目的地まで歩く距離が少ないことなど車の利点を挙げた上で、「便利すぎる生活を見直し、生活の中で電車にかえられる機会があれば週1回、月1回でも『レールライフ』を実践してほしい」と呼び掛けた。

パネルディスカッションでは、藤井教授やミュージシャンの高原兄さんら4人が意見を交わした。

平成24年2月19日付　北日本新聞掲載

有機的な連携による公共交通利用促進へ



今後の課題

- □視聴者からの反響をいかに取り込むか

→TFPアンケート、QRコード、プレゼント

- □MMを浸透させるための媒体の選定

→情報誌、大学FP、ラジオ、テレビ等

- □一過性に終わらないためのメディア戦略

→民間企業とのタイアップ、ペイパブ

- □MM推進の組織化

→市以外の推進主体を巻き込むことの重要性

- □執念の予算化

→メディアとの連携は必要なコストという共通認識

ご清聴ありがとうございました

とやまレールライフ・プロジェクト
映画・LRT・ラジオなどを活用した
複合的なMM戦略を有機的に連携した展開

富山市都市整備部交通政策課　東福光晴※
京都大学大学院　藤井　聡
㈱新日本コンサルタント　市森友明
㈱新日本コンサルタント　大門健一

※発表者