

# モビリティ・マネジメント（MM）の手引き

～自動車と公共交通の「かしこい」使い方を考えるための交通施策～

（社）土木学会

# 目次

はじめに ..... 1

1章 モビリティ・マネジメントの  
「考え方」 ..... 4

1.1 モビリティ・マネジメントの目指すもの ..... 5

1.1.1 “モビリティ”のマネジメント ..... 5

1.1.2 自動車利用のメリットとデメリット ..... 5

1.1.3 かしこいクルマの使い方 ..... 7

1.1.4 MMの定量的効果の概要 ..... 8

1.1.5 TDMとMM ..... 9

1.2 “行動変容”についての基礎知識 ..... 10

1.2.1 行動変容の心理プロセス ..... 10

1.2.2 カネ・チカラとコトバ ..... 11

1.2.3 MMの基礎的技術 ..... 12

1.3 MMの成功を導く6つの基本的条件 ..... 15

1.3.1 丁重さ ..... 15

1.3.2 分かりやすさ ..... 17

1.3.3 担当者の重要性 ..... 18

1.3.4 個別性 ..... 18

1.3.5 二面性 ..... 20

1.3.6 具体性 ..... 20

1.3.7 留意事項のまとめ ..... 22

2章 モビリティ・マネジメントの  
「実務的な基礎知識」 ..... 23

2.1 MM実施における基本検討事項 ..... 24

2.1.1 「マネジメント」と「マネジメント施策」 ..... 24

2.1.2 場所：どこで？ ..... 24

2.1.3 実施主体：誰が？ ..... 26

2.1.4 形式（どのような形式で？） ..... 29

2.1.5 内容（何を伝える？） ..... 31

2.1.6 補注：無料チケット等の取り扱い方 ..... 34

2.2 MM実務の進め方 ..... 36

2.2.1 実施主体の検討 ..... 36

2.2.2 MMの戦略的な取り組み ..... 36

2.2.3 財源の確保 ..... 36

2.2.4 MM効果の測定 ..... 37

3章 住民を対象とした  
モビリティ・マネジメント ..... 40

3.1 住民を対象としたMMの構成要素 ..... 41

3.2 世帯を対象としたTFP  
(トラベル・フィードバック・プログラム) ..... 43

3.2.1 既存事例 ..... 43

3.2.2 基本的な検討事項 ..... 43

3.2.3 簡易TFP ..... 46

3.2.4 標準TFP ..... 55

3.2.5 ワンショットTFP ..... 57

3.3 転入者を対象としたMM  
(モビリティ・マネジメント) ..... 59

3.3.1 既存事例 ..... 59

3.3.2 実施目的と実施形式 ..... 59

3.3.3 コミュニケーション方法 ..... 61

3.4 ワークショップを活用したMM(モビリティ・マネジメント) ..... 65

3.4.1 既存事例 ..... 65

3.4.2 ワークショップにおける一般注意 ..... 66

3.4.3 事前検討事項 ..... 67

3.4.4 ワークショップを活用したMMの例 ..... 68

4章 学校教育における モビリティ・マネジメント .....	72	5.4 職場における MM 成功のための一工夫 .....	114
4.1 学校教育の現状とモビリティ・ マネジメントの可能性 .....	73	5.4.1 鍵をにぎるコーディネータ .....	114
4.1.1 学校教育と MM の親和性 .....	73	5.4.2 フィードバックの持つ大きな意味.....	115
4.1.2 学校教育の現状 .....	74	5.4.3 社会的な組織としての特徴を活かす .....	117
4.1.3 学校教育における MM の課題.....	75	5.4.4 社会の中での新たな仕組みの育成.....	118
4.2 学校教育における MM の 基本的検討事項 .....	77	6章 特定路線の “ 利用促進 ” のための MM.....	119
4.3 学校教育における TFP .....	81	6.1 利用促進策の現状と MM の必要性.....	120
4.3.1 事前の検討事項 .....	81	6.1.1 利用促進策の現状 .....	120
4.3.2 カリキュラム .....	82	6.1.2 利用促進の可能性:潜在的利用者 .....	120
4.3.3 学校教育における TFP の応用.....	93	6.1.3 サービス改善努力と MM.....	121
4.4 学校教育における MM のテーマ事例....	95	6.1.4 既存事例 .....	122
4.4.1 学校教育における MM の定義と分類 .....	95	6.2 基本的な検討事項 .....	124
4.4.2 学校教育における MM の実践例.....	96	6.2.1 実施主体と財源 .....	124
4.4.3 道路・交通に関連した授業の実践例 .....	96	6.2.2 実施タイミング .....	125
5章 職場における モビリティ・マネジメント .....	101	6.2.3 コミュニケーション内容.....	126
5.1 職場における MM の意義と構成 .....	102	6.2.4 実施対象 .....	127
5.2 職場における MM の事例と枠組み.....	103	6.3 利用促進 MM のプログラム概要 .....	128
5.2.1 既存事例.....	103	6.3.1 住民（居住世帯）を対象とする場合 .....	128
5.2.2 事前の検討事項 .....	107	6.3.2 沿線の事業所・学校を対象とする場合 .....	134
5.3 通勤を対象とした代表的な MM の内容 .....	109	6.3.3 沿線の施設（病院・役所・商業施設等） 利用者を対象とする場合 .....	135
5.3.1 南岸大気保全局のケースにみる通勤を 対象とした標準的な MM の特徴 .....	109	6.3.4 利用促進プログラムについて：おわりに .....	136
5.3.2 改善必要度の算出方法.....	109	7章 MM で使用する メディアとツール .....	137
5.3.3 改善計画への展開 .....	111	7.1 モビリティ・マネジメントの支援 メディアの種類と概要 .....	138
5.3.4 各種改善計画の導入状況とペナルティ の考え方.....	112	7.1.1 行政がつくるメディア広告の問題点 .....	138
5.3.5 職場における MM 施策の バリエーション .....	113	7.1.2 メディア広告の種類と概要 .....	139
		7.2 チラシ .....	141

7.2.1	一般的な留意点 .....	141
7.2.2	事例1：特定地域の公共交通利用シート .....	142
7.2.3	事例2：高速道路における大体路線の広 報チラシ.....	143
7.2.4	事例3：過疎地のSTS 利用促進チラシ	144
7.3	パンフレット .....	146
7.3.1	一般的な留意点 .....	146
7.3.2	事例1：特定路線の利用促進を目的とし た動機付けパンフレット .....	146
7.3.3	事例2：交通問題に関する動機付けパン フレット.....	147
7.4	ニュースレター .....	150
7.4.1	一般的な留意点 .....	150
7.4.2	事例1：特定路線の利用促進をテーマと したニュースレター.....	150
7.4.3	事例2：MM プロジェクトの広報のため のニュースレター .....	152
7.5	ポスター .....	154
7.5.1	一般的な留意点 .....	154
7.5.2	ポスターの事例 .....	154
7.6	コミュニケーションツールとしての WEB .....	157
7.6.1	WEB を用いた TFP の事例.....	157
7.6.2	WEB 導入に際しての留意点.....	158
7.7	個別アドバイス作成のためのエキス パートシステム.....	159
7.7.1	ダイアリー調査 .....	159
7.7.2	診断カルテの例 .....	159
7.7.3	エキスパートシステム.....	160
付録 .....		162
参考文献 .....		205
索引 .....		207

## モビリティ・マネジメント

(mobility management ; 略称, MM)

です。「モビリティ・マネジメント」という用語は主に欧州で使用されてきましたが(付録1参照),次のように一般的に定義することができます(藤井, 2005)。

## はじめに

「交通」を巡る問題は,実に多岐にわたります。道路混雑や公共交通の利用者離れをはじめとして,環境問題や土地利用問題や過疎化問題にも大きな影響を及ぼしています。

それら諸問題は実に多くの要素が絡み合う複雑な問題であり,一朝一夕に解消することは難しいと言わざるを得ません。実際,これまでも,交通施設整備や交通需要マネジメント(TDM)をはじめとして,様々な試みがなされてきましたが,諸問題を快方に導く“処方箋”はなかなか見いだされていないのが現状と言えるでしょう。

しかし,もしもひとり一人の“移動”(モビリティ)が変わるのなら,つまり,交通行動における**行動変容**が生じるのなら,それら諸問題は,抜本的に解消されることとなるのではないのでしょうか。

道路交通混雑は,人々の自動車利用の合計が,一定の道路容量を超過するために生じます。したがって,ひとり一人の行動が少しずつ自動車利用を控える方向に変容するなら,渋滞は緩和,解消されることでしょう。そしてそれに伴って,都市の効率性は向上し,環境問題は緩和されることでしょう。一方,一定数以上の人々が公共交通を利用するようになれば,交通事業者の収入は増え,交通サービスの改善が可能となり,それを通じてさらに利用者は増えることとなるでしょう。そして,駅周辺の市街地の活性化や,過疎地における過疎化に歯止めがかかることも期待できることでしょう。

この様な人々の移動(モビリティ)に関する“行動変容”を促すマネジメント施策,それが,本手引き書のテーマである,

**(MMの定義) ひとり一人のモビリティ(移動)が,社会的にも個人的にも望ましい方向<sup>※</sup>に自発的に変化することを促す,コミュニケーションを中心とした交通政策**

注:例えば,過度な自動車利用から公共交通・自転車等を適切に利用する方向

本書は,このモビリティ・マネジメント(MM)に関する,実務のための手引き書です。この手引き書は,

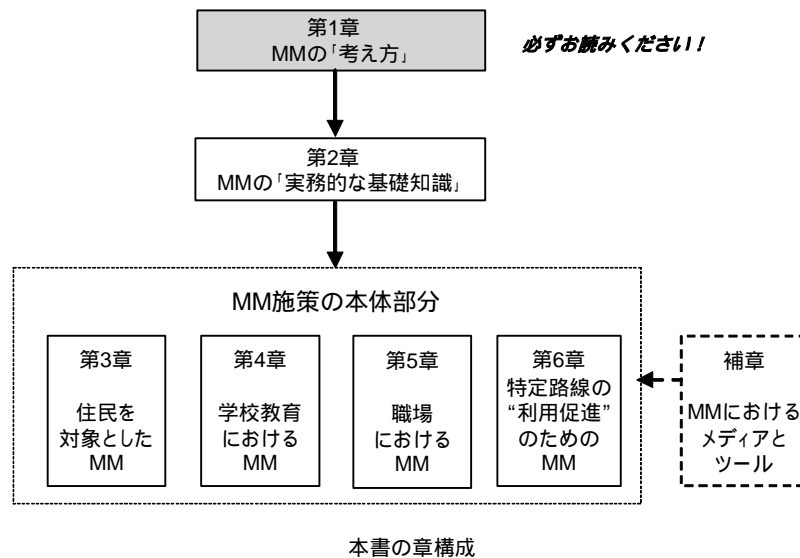
- ・国や地方自治体の行政,
- ・コンサルタントやシンクタンク,
- ・鉄道会社やバス会社等の交通事業者,
- ・大学や研究機関の研究者や学生,そして,
- ・その他,交通問題に関心を持つ種々の立場(NPO等)

で,実際に交通問題に関わる様々な方々を対象として,書かれたものです。その内容は,MMを,種々の交通問題の“処方箋”の一つとして活用する局面において必要となるであろう知識と情報を,とりまとめたものです。

なお,本手引きが,通常の実務のための「マニュアル」とは次の点で少々異なる点については,ここで記しておきたいと思います。すなわち,MMは,需要予測や費用便益分析などとは異なり,概ね成功を保証するような実務の手順をマニュアル的にとりまとめることは基本的に難しい,という点です。

これは,MMが**人と人との「コミュニケーション」を基本としたもの**だからです。

については,本書を実務に活用頂くにあたっては,最初に第1章の「MMの考え方」をご理解頂くことが重要な



入り口になるのではないかと考えております。第1章では、なぜ人々の交通行動の変容が求められているのか、そして、モビリティ・マネジメントはどのようにして人々の行動変容を導き得るのか、について簡潔に論じます。こうした基本的な理解は、MMを成功に導く鍵となります。その上で、第2章の「実務的な基礎知識」を参照しつつ、具体的な行政や実務の状況に応じて、

- ・住民（居住世帯）を対象とするMMを検討する場合には第3章、
- ・学校でのMMを検討する場合には第4章、
- ・職場でのMMを検討する場合には第5章、
- ・特定の路線の利用促進を検討する場合には第6章、
- ・ポスターやニューズレター等MM施策上の補足的な支援策を検討する場合には補章、

をそれぞれ適宜参照する、という形で、本手引き書を活用頂ければ幸いです（上記の本書の構成図をご参照下さい）。なお、本書の付録や図のカラーイメージは、<http://www.plan.cv.titech.ac.jp/fujiilab/ws/>（2005年2月時点）にpdf形式で掲載しておりますので適宜ご参照下さい。

最後に、ここで記載致しましたMMの各種技術は、未だ発展途上のものであることも申し添えておきたいと思

います。もちろん、本手引き書は、執筆時点において、実務的に最適であろうと考えられる各種技術を取りまとめたものです。しかし、厳密な意味において、すなわち心理学的・行動科学的に、その最適性が立証されていない点も残されています。その意味でも、よりよいMM技術を探るための学術的な研究を進める際にも、本書を参照頂ければ幸いです。

以上の留意事項を踏まえつつ、現実の交通行政や実務におけるMMの適切、かつ、効果的な実施の手助けに、本手引き書を活用頂ければ、そしてそれによって、現実の交通問題やモビリティ確保などの諸目的の達成の一助となれば、望外の幸せであります。

2005年2月20日

土木学会計画学研究委員会  
「土木計画のための態度・行動変容研究小委員会」  
委員長・藤井 聡