

## 日本における「モビリティ・マネジメント」の展開について

藤井 聡\*

本稿では近年さまざまな地域で展開されるようになった「モビリティ・マネジメント(MM)」の基本的な考え方とその内容、ならびに、これまでのMMの日本における展開経緯を紹介する。ここに、モビリティ・マネジメントとは、渋滞解消や地域モビリティの質的向上、環境改善などのさまざまな公共的目的の下で展開されるものであり、一人ひとりのモビリティ(移動)や個々の組織・地域のモビリティ(移動状況)が、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多様な交通施策を活用した持続的な一連の取り組みを意味する。

### Development of Mobility Management in Japan

Satoshi FUJII\*

In this manuscript, I will describe a basic concept and transport measures of mobility management, abbreviated to MM, and the short history of MM in Japan. In mobility management, transport policy makers continuously implement various types of transportation measures, including communicative measures to lead voluntarily personal and organizational mobility behavior change as the most important measures, for the public purpose of mitigating traffic congestion, qualitative improvement of regional mobility, and improvement of local and global environment.

#### 1. モビリティ・マネジメントとは

2006年7月8日と9日の両日にわたって、「第一回日本モビリティ・マネジメント会議」(<http://www.plan.cv.titech.ac.jp/fujilab/jcomm/>)が東京にて開催された。この会議は、国土交通省と(社)土木学会の共同の主催の形で、2006年度より毎年開催の予定で開催されたものであり、そこでは全国各地からの「モビリティ・マネジメント」についての62の事例報告・発表がなされた。そして、「モビリテ

ィ・マネジメント」を渋滞対策や地球温暖化対策のための道路行政施策と位置づけることが可能であるという趣旨についての政策基調講演が国土交通省道路局から、そして運輸行政の視点から公共交通利用促進施策としてモビリティ・マネジメントを位置づけることが重要であるという視点からの政策基調講演が、国土交通省総合政策局から、それぞれなされた。

さて、このような形で政策基調講演がなされたということは、「モビリティ・マネジメント」なるものは交通行政に関連するマネジメント施策であり、かつ、渋滞対策、地球温暖化対策、公共交通利用促進といったいくつかの行政上の目的を達成するための施策として、一定程度、期待されている施策であるようだとのことを示唆していると言えよう。しかしながら、その言葉は、交通に関わる関係者に十分

\* 東京工業大学大学院理工学研究科教授  
Professor, Dept. of Civil Engineering,  
Graduate School of Science and Technology,  
Tokyo Institute of Technology  
原稿受理 2006年8月21日

に認知されているとは言い難いとも考えられる。実際、後述するように、日本国内において「モビリティ・マネジメント」という用語が公の場で使用されたのは2004年の1月であり、その歴史はまだ浅く、十分に社会的に認知されていないとしても不思議なことではない。

では具体的には先の会議で議論された(そして今回のIATSS Reviewの特集テーマである)「モビリティ・マネジメント」とは一体どのような施策なのであろうか。本稿は想定され得るそうした疑問に対して適宜、解説を加えることを目的としたものである。ついては以下、その基本的な考え方を述べるとともに、その具体的な施策内容ならびに日本におけるその展開について述べることにしたい。

## 2. モビリティ・マネジメントの考え方

### 2-1 交通問題の解決と行動変容

「交通」は、一人ひとりの行動の集積である。一人ひとりが公共交通を使うという行動があるからこそ、鉄道やバスの需要が発生するのであり、一人ひとりが自動車を利用するという行動があるからこそ、自動車需要が発生する。

このように考えれば、もしも「一人ひとりの行動が変わる」ことがあるのなら、地域全体の交通の状況が大きく変化することが期待されることとなる。例えば、一人ひとりの自家用車を「過度」に利用する傾向が低減すれば、自動車需要は減少し、それを通じて道路混雑が大きく緩和されることが期待される。そして、そうした道路混雑緩和は、地域的な環境問題や地球環境問題にとって望ましい影響を及ぼすであろうことが期待される。

一方、一人ひとりにおける自家用車を「過度」に利用する傾向の低減は、自動車需要の低減ばかりではなく、公共交通需要の増加をもたらすこととなる。こうした公共交通需要の増加は、交通事業における増収を意味するのであり、そうした増収は、中長期的には当該地域のモビリティの質的向上につながるものと期待される。具体的には、公共交通需要が少なければ、公共交通サービス頻度の低下や路線の廃止がもたらされる一方で、公共交通需要の増加は、公共交通の路線廃止を食い止めるばかりではなく、当該路線のサービス頻度の向上や路線の拡充につながるものと期待される。

さらには、一人ひとりの住民の自家用車を利用する傾向が低減するなら、郊外型の「ロードサイド」

の大規模小売店舗などで買い物をする地域的傾向が低下する一方、「中心市街地」にて買い物をする地域的傾向が向上することも期待される。なぜなら、公共交通でのアクセシビリティは、郊外型店舗よりも「中心市街地」の方が高いからである。そして自動車でのアクセシビリティは、中心市街地よりも「郊外型店舗」の方が高いからである。

このように考えると、一人ひとりが「過度」に自動車に依存したライフスタイルから、公共交通や自転車や徒歩等を適切に併用するライフスタイルへと「変容」することがあれば、交通渋滞や地域モビリティの低下、中心市街地の衰退や都市スプロール化の問題等のさまざまな都市問題が、いずれも大きく改善するものと期待されるのである( Fig.1 )。

さらに、地域の交通状況は、上記のような「個人」の交通に関わる選択のみによって規定されているものではなく、企業やさまざまな組織といった「法人」の交通に関わる選択にも依存している。例えば、ある企業の工場立地場所を駅前にするか駅から離れた郊外地域に立地するかで、当該地域の自動車分担率は大きく変わることとなる。また、たとえ郊外に立地したとしても、企業バスを積極的に導入することを当該の「法人」が決定すれば、当該地域の自動車分担率は大きく抑えられることとなる。

このように交通状況は、さまざまな人々(個人)や組織(法人)の、交通に関わる自由な選択行動に大きく依存して変化するのである。

なお、このような交通問題は、社会心理学や社会

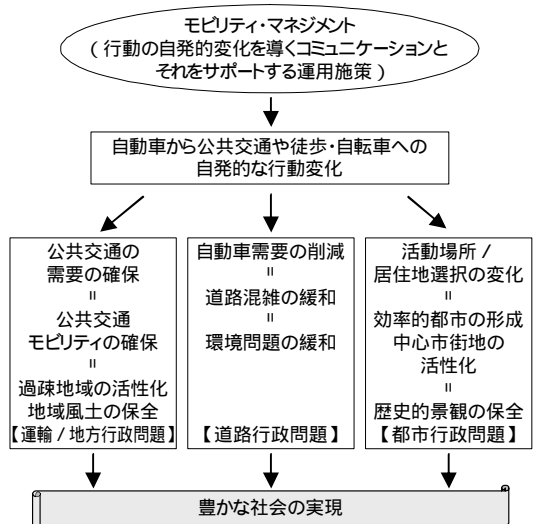


Fig. 1 モビリティ・マネジメント (MM) の目標<sup>2)</sup>

学などで一般に「社会的ジレンマ」(social dilemmas)と言われる問題の典型事例であると言うことができる。ここに社会的ジレンマとは、私益 (self interest) と公益 (public interest) とが乖離する社会状況と定義されるものであり、一人ひとりが私益のみを追求すれば、結果的に全員の利益 (公益) が低下してしまう、という状況を意味している。こうした社会的ジレンマに対処するためには、さまざまな「処方箋」が存在することが従来の研究より明らかにされているが、本質的・抜本的な解決のためには、人々が「私益」だけではなく「公益」にも配慮し、「協力的」にふるまうようになることが不可欠であることが、理論的・実証的に明らかにされている<sup>5)</sup>。例えば自動車利用問題について言うならば、「過度な利便性を追求した、過剰に自動車に依存するライフスタイル」から、一人ひとりが社会的な費用 (あるいは自動車利用者外部不経済) にも配慮しつつ「適度に自動車を利用するライフスタイル」へと変容することが、自動車の社会的ジレンマを解消するために不可欠となるのである。詳しくは参考文献5)を参照されたい。

## 2-2 行動変容を導くためのモビリティ・マネジメント

「モビリティ・マネジメント」とは、まさにこうした現状認識に基づいて、2000年前後から日本国内において提唱されてきた新しい交通マネジメント政策の考え方である。すなわち、モビリティ・マネジメントとは、一人ひとりの行動、あるいは一つひとつの組織的な行動が変化することを通じて、さまざまな交通問題の解消を期待する交通マネジメントを意味するものである。

ここに、土木学会から出版されている『モビリティ・マネジメントの手引き』<sup>1)</sup>によれば、モビリティ・マネジメントは、

「一人ひとりのモビリティ(移動)が、社会にも個人にも望ましい方向<sup>\*1)</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」と定義されている。

この定義に見られるように、モビリティ・マネジメントが「コミュニケーションを中心」としている

ところに、その大きな特徴がある。すなわち、モビリティ・マネジメントは、設備投資やサービス改善、あるいは公共交通の値下げや、ロードプライシング流入規制などの方法を中心に据えず、あくまでも「コミュニケーション」を中心に据えた施策展開によって、人々の「自発的」な行動の変化を期待するものなのである。

また、モビリティ・マネジメントがあくまでもコミュニケーションを主体として一人ひとりの行動が変化することを期待するものである以上、モビリティ・マネジメントでは、必然的に、一人ひとりの「意識」さらに言うならば「心理的側面」が視野に納められることとなる。一人ひとりがなぜ自動車を利用し公共交通を利用しないのか、いかにすれば人々の内面に「行動を変えてみよう」という「動機」が芽生えるのか、さらにはその「動機」がどのようにすれば実際の「行動」に結びつくのか、といった心理的な基礎知識を踏まえることが重要となってくるのである(参考文献3)参照)。

さらには、コミュニケーションによって交通における行政上の問題を解消するためには、そのコミュニケーションの規模が小さなものであってはならない。あくまでも、そのコミュニケーションは「大規模」でなければならない。一方で、そのコミュニケーションが人々の自発的な行動の変化をもたらすほど、十分に効果的なものであるためには、マス・コミュニケーションのように画一的なものであってはならない。あくまでもそのコミュニケーションは、一人ひとりの居住地や通勤の状況、あるいは意識などを勘案した「個別的」なものでなければならない。すなわち、コミュニケーションが実際に行政的に意味を持つものたり得るには、「大規模かつ個別的」なものでなければならないのである。

以上に述べたモビリティ・マネジメントの重要な特徴は、Table 1に示した三つの特徴として、『MMの手引き』<sup>1)</sup>の中に取りまとめられているので、併せてそちらも参照されたい。

なお、先の定義における「一人ひとり」の「人」という概念であるが、厳密な法的定義によれば、「自然人」と「法人」の双方を含むものである<sup>\*2)</sup>。実際、既に述べたようにMMは個人だけではなく、法人の行動の自発的な変化も期待するものでもある。また、「マネジメント」という言葉は、さまざまな取り組みを持続的に継続していくことを意味する言葉であることもふまえると、先に述べた「一人ひとりのモビ

\* 1 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。

\* 2 広辞苑によれば、「法律上、単に人といえは、普通、自然人と法人の両方が含まれる」と記述されている。

リティ(移動)が社会にも個人にも望ましい方向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」というMMの定義は、「一人ひとりのモビリティ(移動)や個々の組織・地域のモビリティ(移動状況)が、社会にも個人にも望ましい方向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多様な交通施策を活用した持続的な一連の取り組み」と、より具体的に言い換えることも可能である<sup>2)</sup>。

### 3. モビリティ・マネジメントの具体的内容

ここでは、モビリティ・マネジメントの具体的な内容について紹介することとしたい。

#### 3-1 モビリティ・マネジメントの三区区分

上記のように、モビリティ・マネジメントは、自発的な組織的・個人的な行動変容を促すための、コミュニケーションを中心としたマネジメント施策を意味するものである。その分類には、多様な軸が考えられるが、コミュニケーションの対象に応じて、次の三つに区分されることが一般的である<sup>1)</sup>。

##### (1) 居住者MM

特定の地域の居住者を対象に展開するMM。一人ひとりの日常生活における種々の交通行動の自発的な変容を促すマネジメント施策。役所の窓口などにて「転入者」を対象とするものもある。

##### (2) 職場MM

職場あるいは企業等の法人を対象としたMMであり、職場に関わる交通状況の自発的な変容を促すマネジメント施策。一般に、一人ひとりの職員を対象に、個々人の交通行動の変容を促す「個人的プログラム」

と、「職場」そのものを対象に、通勤制度の改変や企業バスの導入を働きかける「組織的プログラム」の二種類がある。

##### (3) 学校教育MM

小学校や中学校などの児童・生徒を対象に展開するMM。公共的に望ましい交通のあり方や個々人の交通行動の意識についての教育を重視する場合と、それに加えて児童の世帯の交通行動に働きかけることを目的とした場合とにさらに分類できる。

#### 3-2 トラベル・フィードバック・プログラム

さて、以上の区分はMMの対象者に基づく分類であったが、それぞれにおいて実施するプログラムには、さまざまなものがある。なかでも最も代表的な施策として、トラベル・フィードバック・プログラム(Travel Feedback Program: 以下TFPと略称)<sup>1)</sup>と呼ばれるコミュニケーション・プログラムが挙げられる。TFPとは、「大規模、かつ個別的」なコミュニケーション施策の一種であり、複数回の個別的なやりとりを通じて、対象者の交通行動の変容を期待するものである。

TFPのプログラム形態としてはさまざまなものが考えられるが、例えば代表的なものとして以下のような「二回のアンケート調査」から構成されるプログラムが挙げられる<sup>1)</sup>。

##### [step 1] 事前調査

- ・ 普段の交通行動についての簡単な調査
- ・ 第二回調査(コミュニケーションアンケート)への参加依頼

##### [step 2] コミュニケーション・アンケート

- ・ 「かしこいクルマの使い方」をするように呼びかける冊子(動機づけ冊子)の配布
- ・ 事前調査の回答に基づく個別的な情報提供(例えば最寄りバス停の時刻表等)
- ・ 行動プラン調査項目(「もし交通行動を変えたら、どうしますか」という趣旨の内容を尋ねるアンケート調査)

TFPにおけるこのような二段階の調査の狙いは、「交通実態を調べる」ということよりは、むしろ人々の意識と行動の自発的な変容を期待する、という点にある。すなわち、[step 2]のコミュニケーション・アンケートによって、交通行動の変容を期待するというのがTFPの直接的な狙いである。ただし[step 1]において事前調査を実施するのは、コミュニケーション・アンケートにおいて適切な「個別的情報」を提供するためであり、かつ、コミュニケーション・

Table 1 MMの三つの特徴<sup>1)</sup>

#### (1) 自発的な行動変化を期待する

規制や課金などによって、自動車利用の抑制を強制したり誘導したりするのはなく、一人ひとりが各人の事情を考慮しつつ、無理のない範囲で自発的に交通行動を変えるようになることを期待する

#### (2) 意識や習慣等の社会的・心理的要素に配慮する

自発的な行動変化を期待するために、人々の意識や社会的な心理的側面に配慮する。そしてそのために、社会心理学等の理論を援用する

#### (3) 大規模かつ個別的なコミュニケーションを主体とした施策である

人々の意識や行動の変化を期待するアプローチとして、「コミュニケーション」を採用する。ただし、MMにおけるコミュニケーションは、「大規模、かつ個別的」なものである点が特徴的である。すなわち、テレビや新聞などマス・コミュニケーションよりも、より個別的で、また、数人を対象とした会話よりもより大規模なものである



アンケートをいきなり実施することによる被験者側の「違和感」を軽減するところにある。

さて、このようなTFPIは、MMの重要な施策ツールとして、英国、オーストラリア、ドイツ、スウェーデンなどの各国で、実際の交通施策として「大規模」に実施されてきており、着実な成果を上げつつある。例えばオーストラリアのパース都市圏では、一世帯あたり約8,000円の予算の下で、17万世帯を対象にTFPを実施している(2005年度時点)<sup>1)</sup>。そして、南パース市においては、自動車分担率が1割削減される一方、バス利用客数も実際に数割増加したという結果が報告されている。また英国のロンドンでも、2004年度からパース以上の規模でTFPを実施することが予定されている。なお英国では、居住世帯だけではなく、イングランドとウェールズの小学校、中学校全てを対象にして、交通問題の社会的側面を授業で教えるとともに、それを通じて通学交通の変容を中心とした交通行動の変容を目指した試みが、2004年度から始められている。英国交通省におけるヒアリングによれば、その際の予算は、教育省と交通省とが共同出資する形で捻出されているとのことである。

こうした大規模な取り組みが海外でなされている一方で、国内においても、札幌市、川西市・猪名川町(兵庫県)、金沢市、大阪府内の各市などでTFPを中心としたMMが実施されてきている。2005年の時点で論文や報告書などで報告されている日本国内で実施されたTFP事例は、31事例となっている。TFPIは、居住者を対象とするもの、職場における通勤者を対象とするもの、学校教育において実施するものの三つが挙げられるが、その中でも、これまでは居住者を対象としたTFPが最も多く実施されてきている。それらの包括的に分析した結果によれば、その推計値平均は、自動車利用が約15%削減、公共交通利用が約30%増加というものであった<sup>4)</sup>。

なお、2005年の時点で報告されていない2005年度において実施されているTFP事例数は、2004年度までに毎年実施されてきた事例数よりも大きく増加しており、今後、職場でのTFPや学校でのTFPの事例が増えることで、その平均的な効果の分析も可能となってくるものと期待される。

### 3-3 ニュースレター、ポスター、講習会、ワークショップ、マスメディア

さて、TFPはMMの代表的なコミュニケーション手法であるが、それ以外にもさまざまなコミュニケ

ーション手法がある。

ニュースレターは、当該地域の交通問題や、交通に関わる一般的な問題についてのコラムなどから構成されており、過度な自動車利用からの行動変容についての基本的な意識に働きかけるものである。新聞やラジオ、雑誌などのマスメディアも、同様のアプローチとしてあげることができる。また駅などの公共空間にポスターを掲示することは、当該地域においてMMを展開している雰囲気醸成するのに一定の効果が期待できる。特に当該MMにおいてロゴを使用している場合には、そのロゴのアピールする一手法としてポスターは活用できる。

講習会は参加できる人数が限られたものとなる傾向があるが、ニュースレターやマスメディアよりも、より説得的に、多面的な情報、メッセージを提供することができる。さらには、ワークショップもまた、参加人数が限られたものとなる傾向にあるが、上述の講習会の様な形でメッセージを直接口頭にて伝えることが可能であるとともに、上述のTFPのような個別なコミュニケーションを効果的に実施することも可能であるものと考えられる。繰り返しとなるが、こうした講習会やワークショップは、参加者が限られる傾向にはあるものの、地域社会や当該組織における、社会学で言われるいわゆる「オピニオンリーダー」の方達の参加が期待できるのなら、「口コミ」による情報伝達が行なわれる可能性があり、集計的なレベルにおいても影響が生ずる可能性は大いに期待できる。

### 3-4 職場トラベルプラン

TFPが個人を対象としたコミュニケーション・プログラムの代表例であったが、職場トラベルプランは職場組織(法人)を対象としたコミュニケーション・プログラムの代表例である。

職場トラベルプランは、職場を対象としたプログラムであるという点においてTFPと基本的に異なるものであるが、その手順はTFPとほぼ同様のものである。すなわち、まず、(1)MM実施者から各職場に接触を図り、(2)そこで得られた情報に基づいて、各組織の自発的な組織的行動変容(例えば職員対象のTFPの実施、企業バスの導入、通勤手当の改変、等)を促すためのコミュニケーションを図るものである。特にそのコミュニケーションでは、さまざまな技術的情報を提供した上で、自動車通勤の取り扱いを見直すプラン(例えば自動車削減計画)を自主的に検討してもらうことが一般的である。

なお、個人の行動が変わるには、その個人一人の意識が変容することで十分であるが、組織の行動が変わるには、多種多様な人々の意識、ならびに組織全体の「雰囲気」が変容することが必要となる。したがって、職場トラベルプランはじっくりと進めていくことが肝要となる。具体的には、「実行可能性の高い施策」に手始めに取り組み、その様子を見ながら、少しずつ展開していくことが得策となるケースが多い。また組織の意思決定の場合には、多くのケースにおいて「経営者判断」が重要な役割を担うことから、経営者の理解を得ることが重要な条件となることが一般的である。

### 3-5 交通サービス改善や料金施策

モビリティ・マネジメントは、上述の定義で述べたようにコミュニケーションを「中心」とした交通施策であることは間違いないが、コミュニケーション「のみ」で構成される施策だけを言うのではない。あくまでも、人々の自発的な行動変容を期待して、コミュニケーションを中心としてさまざまな施策を展開していくのがモビリティ・マネジメントである。したがって、必然的に、交通サービス改善や料金施策等とも組み合わせた施策展開が重要となる。

例えば公共交通の交通サービス改善がなされた場合に、その機会を捉えてコミュニケーション施策をモビリティ・マネジメントとして多面的に展開することで、公共交通の利用促進が大きく進展するということも考えられる。あるいは上述のようなTFPを継続的に進めつつ、人々からのさまざまな意見を積み、それらに基づいて交通サービス水準のあり方を見直していく、という形のモビリティ・マネジメントも考えられる。

### 3-6 モビリティ・マネジメントの展開

モビリティ・マネジメントにおいては、渋滞緩和や公共交通の利用促進といった目標のもと、上記のような多様な施策を総合的に展開していくものである。

その一般的な形は、TFP等の「大規模かつ個別的」なコミュニケーション施策を軸として、その側面的援助としてニューズレターや講習会、ワークショップなどを多面的に展開していくというものである。そして上述のように、交通サービス改善や料金施策を効果的に組み合わせていくことが必要となる。

こうした多面的な努力を、単年度ではなく経年的にねばり強く持続させていき、公共交通の利用促進や渋滞緩和を通じて地域社会全体の“豊かさ”の向上を逐次的に目指していくものが、「モビリティ・

マネジメント」なのである。

## 4. 日本におけるモビリティ・マネジメントの展開

さて、以上に述べたモビリティ・マネジメントは、現在ではさまざまな局面で実施されているところであるが、日本におけるその歴史は長いものではない。ここではその経緯をFig.2にとりまとめるとともに、それについて簡単に紹介することとしたい。

谷口・藤井によれば、モビリティ・マネジメントの基本的な技術の一つであるTFPが我が国で最初に紹介されたのは、1998年の原田・牧村によって報告された参考文献<sup>4)</sup>と思われる<sup>3)</sup>。この文献ではオーストラリア・アデレード市で実施されたTravel BlendingというTFPを広範に実施し、一人ひとりの交通行動の変容を促すことを通じて、地域の交通問題の改善を図るプロジェクトが紹介された。なお当時は、渋滞対策としての交通需要マネジメント(TDM)が重要な道路行政施策の一つとして認識されており、当初はTFPはTDMの一つの技術として認識されることが多かった。

それと並行して、北海道開発局の支援を受けて札幌市において初めて実験的なMMがパイロットテストとして実施され、2000年には本格実施されている。また同時期に、阪神高速の湾岸線利用促進MMにおいて、我が国初の「行動プラン法」による行動変容

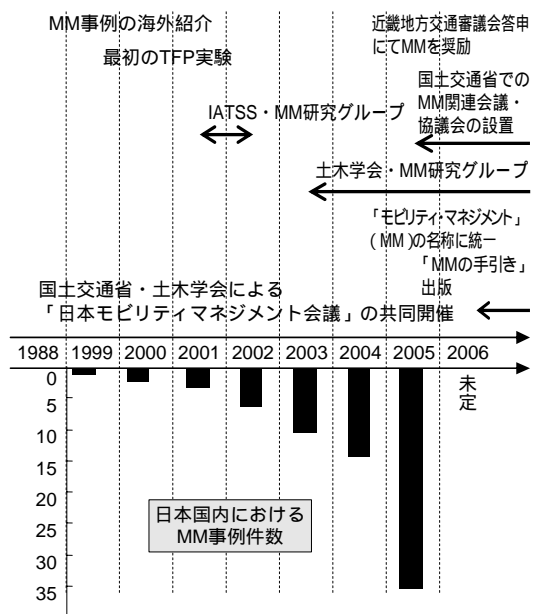


Fig. 2 日本におけるモビリティ・マネジメント展開の経緯と事例数

プログラムが試行され、成功を収めている。

これらの初期的な「交通行動変容施策」のいくつかの実験的取り組みを受けて、その基礎的な政策研究を検討する我が国最初の研究グループが、2001年、国際交通安全学会(IATSS)内に設置された。この研究グループは一年の活動期間であったが、交通行政における「社会心理学」<sup>5)</sup>の有効性を検討することを通じて、人々の態度と行動がいかにすればより社会的に望ましい方向へと変容しうるかの基礎研究とさらなる事例研究が蓄積された。そしてその研究活動は、2003年からは土木学会内部に設置された研究グループに引き継がれた。そしてそれらの研究活動の推進等を通じて、Fig.2に示したように事例数が年々増加していくこととなっている次第である。

さて現在MMと呼ばれている「人々や組織の自発的な行動の変容を導くマネジメント」は、当初、コミュニケーションTDM、社会的交通マネジメント、社会心理学的アプローチなど、さまざまな呼称で呼ばれていたが、土木学会内に設置された研究グループの中で「モビリティ・マネジメント(略称、MM)」という呼称を統一的に使用することが議論された。この名称は2004年1月に土木学会主催で開催されたセミナーにて、初めて公の場で使用されている。また土木学会の研究グループではその後、2005年に「手引き書」を出版し、さらに2006年には、本稿冒頭で述べた「日本モビリティ・マネジメント会議」を立ち上げている。

以上はMMに関わる「研究活動」の経緯であるが、それと連動する形で、MMがさまざまな形で行政的に展開されてきた。

まず、2000年前後の初期的なMMの事例は、いずれも札幌市や金沢市、阪神高速道路公団や北海道開発局などの行政組織が独自に取り組む施策であった。ただし、それらの事例が上記の学会等の場を通じて公表され、情報が共有化されるに従い、国土交通省の方でも組織的に支援することが模索され始めた。その皮切りが、2004年に出された『近畿地方交通審議会答申』<sup>6)</sup>であった。この審議会では、MMを検討するためのサブ・ワーキング・グループが設置され、その中で、運輸行政の中でMMをどのように位置づけていくべきであるかが集中的に議論された。そしてその結果出された答申において、

交通行動の自発的な展開を促す交通施策「モビリティ・マネジメント」の広範な展開を図るべ

きである<sup>\*3</sup>

という文言が盛り込まれた。

この答申は近畿地方の地方審議会の一答申であったが、その後、国土交通省の中でもこの答申を一つの契機として、MMが交通施策の一オプションとして認知されることとなった。特に2005年の2月に発効した「京都議定書」以降、政府の方で地球温暖化ガスを削減する取り組みが重視され、その一環としてMMの検討が加速されていくこととなった。

まず2005年3月には、国土交通省と経済産業省の共同事務局にて「公共交通利用推進等マネジメント協議会」(委員長・森地茂運輸政策研究所所長)が設置された。この協議会は公共交通の利用推進を図るMM施策のあり方を包括的に協議するものであり、全体的な方針を協議する全国協議会と、具体的な協議を行う各地域の地方協議会とから構成されている。特に、朝夕の混雑の主要な原因である通勤自動車に的を絞り、通勤自動車の公共交通への転換を大きな目標の一つに掲げている。すなわち、MMの中でもとりわけ「職場MM」が主要な施策として位置づけられている。

一方、同マネジメント協議会が設置された翌月、2005年4月には、「地球温暖化防止のための道路政策会議」(委員長・石田東生筑波大学教授)が開催され、道路交通からの二酸化炭素排出量を削減するためのさまざまな対策が包括的に検討された。その中で、幹線道路ネットワークの整備や交差点の立体化等の交通容量の拡大とともに、自動車交通需要の調整や高度道路交通システムの推進等の具体的な道路政策が検討された。その中の主要な施策の一つとして、MMが位置づけられることとなった。道路政策においては、主として交通流円滑化を目的として、混雑地域の居住世帯を対象としたMMが検討されているところである。

さて、以上に述べた二つの行政的な動きは、地球温暖化対策の一環として進められている取り組みであるが、MMを「都市行政」の文脈の中へも取り入れていく動きが始められている。都市行政においては、スプロール化、都市郊外化や中心市街地の衰退等が重大な問題として認識されており、それらの主要因である人々の過度な自動車依存傾向の低減が政策目的の一つとして認識されている。具体的な取り組みとしては、都市圏の交通の流動を調査し、それに基づいて総合的な都市交通政策を検討するために実施される都市圏パーソントリップ調査において、

\*3 参考文献3)P.22参照。



MMの推進を図る試みが始められている。例えば2005年度に実施された福井都市圏のパーソントリップ調査では、福井都市圏におけるMMを総合的に進めていくための基礎的データ収集を目的として、パーソントリップ調査の一つの項目として、人々の自動車利用の見直しを促す調査項目が導入されている。また、その「付帯調査」として、TFPを実施するという取り組みも行われている。

このように、MMを巡り、2004年度の近畿地方交通審議会の答申を皮切りに、2005年以降、さまざまな行政的取り組みが広範に進められることとなっている次第である。

### 5. おわりに

以上、本稿では、「モビリティ・マネジメント」の考え方とその概要、ならびに日本国内におけるその展開の経緯を述べた。本稿冒頭で述べた「日本モビリティ・マネジメント会議」は、こうした経緯を経て、2006年7月に開催されるに至った次第である。今後はこの「日本モビリティ・マネジメント会議」等における学術と実務の双方を含めた包括的議論を一つの軸としつつ、運輸、道路、都市、環境といったさまざまな行政的文脈の中で、どのように展開していくべきかを具体的に検討していくことが、より一層重要なものとなるものと考えられる。

さて、本稿を終えるにあたり、今後のさらなるMMの展開の可能性について述べることにしたい。

まず、MMが以上のような展開を見せたのは、社会心理学の特定の理論を現実問題に単純に当てはめようとしたからでも、海外の「新技術」を単純に輸入し適用しようとしたからでもないと言えるであろう。無論、MM展開において社会心理学や海外の事例が大いに重要な役割を担ったことは間違いない。しかしながら、そうした特定の技術や理論といった（空理空論と揶揄されても致し方ないような）コンセプトを主軸とした施策展開では、実際に、広範かつ持続的に適用されていくとは考えがたいであろう。なぜなら、現実はそのような理論だけで捉えきることができるほどに単純で貧相なものでは、断じてないからである。それをふまえるのなら、おそらくは、MMが一定の施策展開を見せてきた最も本質的な理由は、環境、道路混雑、モビリティ確保、郊外化と中心市街地の衰退、といったさまざまな現代の問題が複雑に絡み合う「交通問題」を、必ずや解決してみせようとする「意志」が、さまざまな行政機

関、研究機関の中に明確に存在していたからに他ならないと言えるであろう。そして、そうした意志のもと、現代の種々の交通問題を見つめ直した時、現代の交通問題が「技術的問題」という側面を持つばかりなのではなく、「社会的問題」の側面も同時にはらんでいるという事実、多くの人々が思い至ったことが、MMのこれまでの展開の本質的原因となっていると言えるのであろう。

もしも仮に、交通システムの整備や運用を任せられた人々が本気で交通問題の解消を目指していないのなら、自らが関与している交通問題に社会的側面が存在することなどに気づきもしないだろうし、もし仮に気がついたとしても、それをふまえた施策展開を検討してみようなどとは思いつきもしないであろう。ところが、交通問題の解消に向けた「意志」が明確に存在する以上は、多様な施策展開の可能性が自ずと検討されることとなるであろう。それ故、仮にMMのような新しい施策であっても、具体的な実務的検討が進められることは大いに考えられることとなる。そう考えるなら、今後、MMがさらなる展開を見せるのか、それとも一時のわずかな流行として、将来時点でとりまとめられる交通政策史の中の一つの遺物と化すのかは、我々の社会が、交通問題の真の解消を目指す「意志」をどの程度もつのかという点にかかっていると言うことができるのではなかろうか。

### 参考文献

- 1) 土木学会『モビリティ・マネジメントの手引き』土木学会、2005年
- 2) 藤井聡「総合的交通政策としてのモビリティ・マネジメント：ソフト施策とハード施策の融合による永続的展開」『運輸政策研究』2006年(投稿中)
- 3) 谷口綾子、藤井聡「英国における個人対象モビリティ・マネジメントの現状と我が国への政策的含意」『土木計画学研究・論文集』2006年
- 4) 原田昇、牧村和彦「欧米の交通円滑化の取組み - 持続可能なモビリティ戦略 - 」『道路交通経済』98 4, pp 35 47, 1998年
- 5) 藤井聡『社会的ジレンマの処方箋：都市・交通・環境問題の心理学』ナカニシヤ出版、2003年
- 6) 近畿運輸局「近畿圏における望ましい交通のあり方」『近畿地方交通審議会答申』2004年