地域公共交通の利用促進のためのハンドブック

～地域ぐるみの取組～

国土交通省

はじめに

近年、急速な少子高齢化の進展や、自動車に頼った生活へのシフトなどの要因もあり、公共交通の利用者が減少し、地域公共交通の維持が困難になってきている。しかし、地域公共交通の必要性が低下しているわけではない。自動車を運転できない方たちをはじめ、誰もが公共交通を利用して外出できるまち、人々が生き生きと活動できるまち、環境にやさしい移動手段が確保されたまちをつくることの重要性は、これまで以上に増している。

地域公共交通を維持・活性化するためには、地域公共交通を地域のニーズに合致したものにしていくことが必要である。そのためには、行政や交通事業者単独による取組だけでは限界があり、利用者をはじめとした地域主体に、これまで以上に大きな役割が期待されている。

本ハンドブックでは、地域公共交通に関わる全ての方を対象に、それぞれの立場から見て、取組の参考となるように、地域協働による地域公共交通の活性化や再生に向けたポイントを整理している。

国土交通省では、地域主体、行政、交通事業者の三者が連携した取組や創意工夫を総合的、一体的かつ効率的に推進することを支援することにより、個性豊かで活力に満ちた地域社会の実現を目指している。

本ハンドブックが、各地での地域協働による地域公共交通の活性化や再生に向けた取組の一助となれば幸いである。

平成25年5月

目　次

1 関係者の役割分担 …… 1

2 地域ぐるみの利用促進策 …… 2

(1) 情報をわかりやすく …… 2

(2) 情報を幅広く伝える …… 3

(3) 観光客の利用を促進 …… 4

(4) マイレール・マイバス意識の醸成 …… 5

(5) 長距離利用者を割引 …… 6

(6) 企業や商業施設との連携 …… 6

(7) 駅・バス停の環境を改善する …… 7

(8) 鉄道やバスそのものを魅力的に …… 7

3 モビリティ・マネジメントによる利用促進策 …… 9

(1) STEP 1 ：事前調査 ……11

(2) STEP 2 ：コミュニケーションアンケート ……12

① 配布するツールの工夫

② コミュニケーション場面の確保

(3) STEP 3 ：事後調査 ……15

(4) STEP 4 ：フィードバック ……16

1　関係者の役割分担

地域の公共交通を確保・維持していくためには、“何のために守るのか”という目的意識と、“自分たちで守る”という主体的な責任感を持って取り組むことが大切となる。また、その実現のためには、関係各者同士で十分に協議を重ねていくことが重要である。

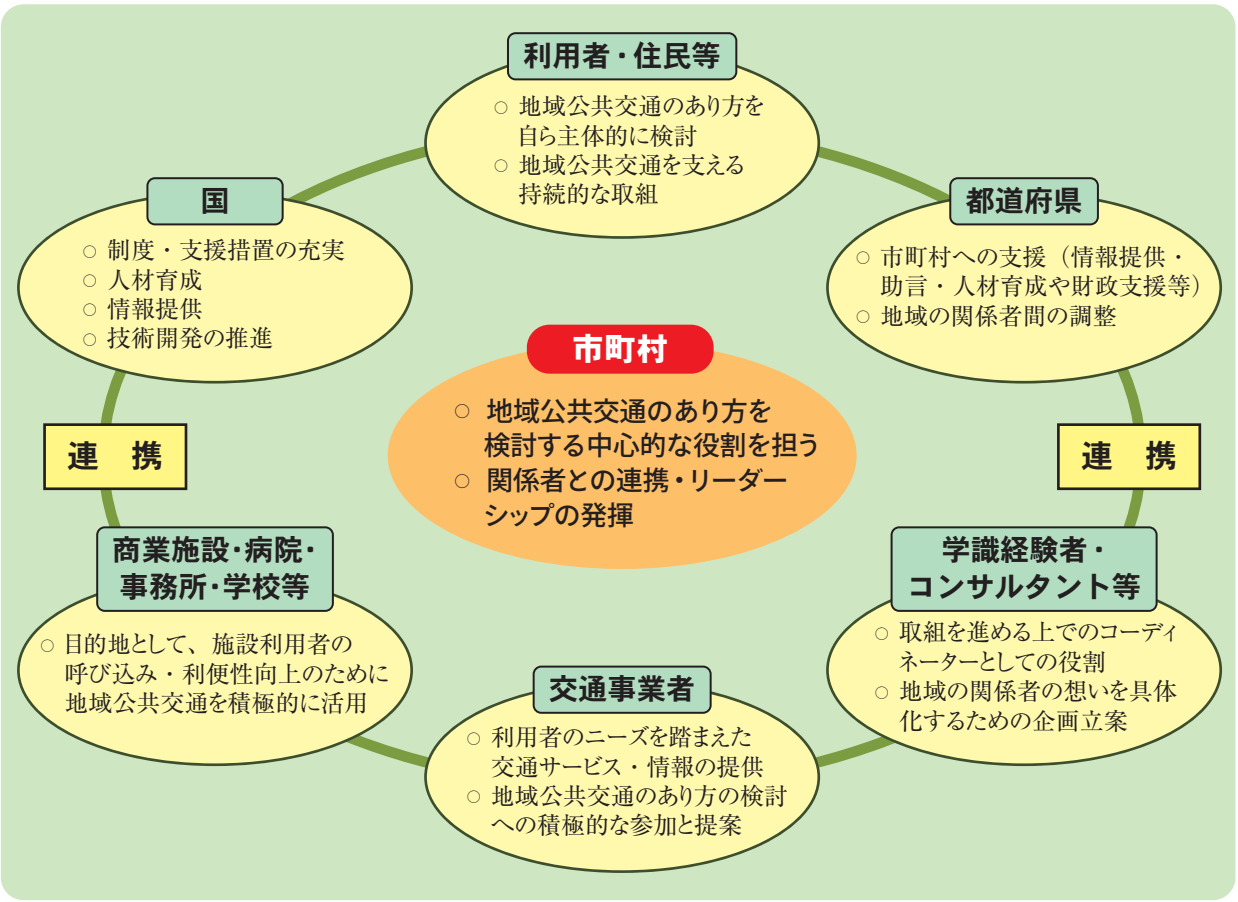


図　役割分担のイメージ

2 地域ぐるみの利用促進策

第2章では、地域公共交通の維持や活性化に関する地域ぐるみの取組について、事例を挙げて紹介する。

現在、様々な地域で、行政や交通事業者だけでなく地域主体も関与した形で、創意工夫を凝らした多様な取組が展開されている。

これらの取組は、決して特定の地域でしかできないものではない。ちょっとした工夫によるものも少なくなく、他地域でも応用可能なものと言える。

一方で、他地域の事例をそのまま真似しただけで同じような成果を得られるとは限らない。地域特性を踏まえ、それぞれの地域に合う形にして取り組む必要がある。

(1)情報をわかりやすく

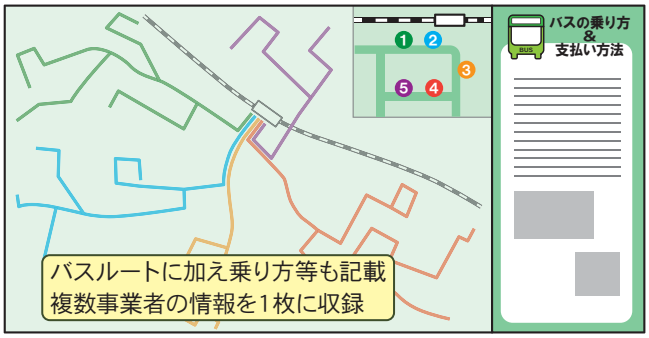
公共交通に乗り慣れていない方にとっては、公共交通はわかりにくくなっているおそれがある。このため、公共交通の利用促進に向けては、公共交通の利用に関する情報を日頃使い慣れていない方にとってもわかりやすい形で提供し、公共交通のサービス内容や乗り方などを理解してもらうことが重要である。

【取組例】

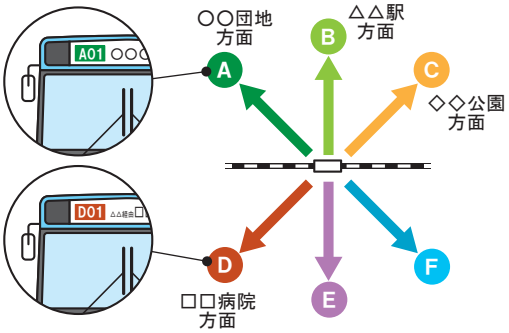
取組	具体例
バスの行き先をわかりやすくする (大分市、京丹後市、 東近江市、久留米市　他)	●県、市、バス協会及び交通事業者が連携し、バス車両前面の行先表示を再編。方面別に区分された記号と番号の組み合わせでの表示を実施し、どのバスに乗ればいいのかをわかりやすくし、利用の抵抗感を軽減する。
バスマップを作る (松江市、大分市、和歌山市、 新潟市、岡山県　他)	●市内のバス路線をわかりやすく1枚にまとめた「どこでもバスマップ」を地元の市民団体が作成、３事業者が運営するすべての路線を網羅し、１日の本数や運賃などもビジュアルに示すことで、利用の抵抗感を軽減する。

POINT

各交通事業者がバス停などに掲示している路線図は、位置関係がわからないなどの理由により、利用者にとってはわかりにくいものになっている可能性があり、そのような場合には路線図のデザインの変更等も必要。



方面別に記号やカラーで分類、
バスの行先表示にも記載して統一的に情報提供



(2)情報を幅広く伝える

公共交通に乗り慣れていない方には、公共交通のサービス内容に関する情報が届いていない可能性がある。このため、公共交通の利用促進に向けては、公共交通に関する情報を様々な手法で市民に伝え、公共交通のサービスを知ってもらうことが重要である。

【取組例】

取組	具体例
市広報紙の活用 (大竹市、京丹後市、 上田市　他)	• 市内の全世帯へ毎月送付される市広報紙を活用して、実証運行開始1年前から現在まで毎月欠かさず情報提供を行うことによって、コストをかけずに定期的なコミュニケーションを実現、多くの市民のバス認知度を向上。
タウン誌の活用 (京都府、松江市　他)	• 地域に多くの読者を有するタウン紙を活用して情報提供を行うことによって、効率的に大規模なコミュニケーションを実施。
Webの活用 (京都市、金沢市、川崎市、 富山県、新潟県　他)	• スマートフォンなどでバスの時刻表や接近情報を伝えることによって、いつバスが来るかわからない、という心理的な抵抗感を軽減、公共交通の利用促進を図る。また、民間の乗換案内検索サービス（NAVITIME・駅すぱあと等）へのデータ提供を行い、全国の公共交通情報が一元的に提供される環境づくりを行う。

POINT

情報を伝える際に、公益的な観点から公共交通の維持が不可欠であることを明示しつつ、情報提供を行うよう、伝える内容や表現に注意。

(3)観光客の利用を促進

これまで主要な利用者として想定されていなかった新たな利用主体に着目することで、公共交通の利用促進を図ることが期待できる。

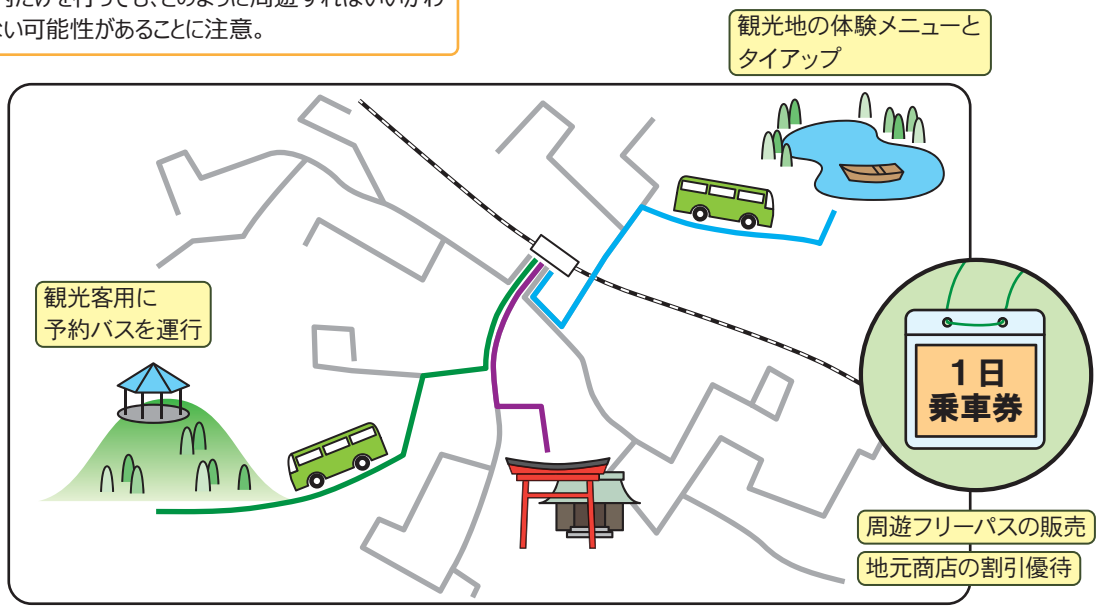
例えば、地域が持つ観光資源に着目して、観光客が利用しやすい運行サービス内容とすることによって、地域公共交通の利用者を拡大することが考えられる。

【取組例】

取組	具体例
観光客の利用を促進 (北海道弟子屈町、 奈良県十津川村、 大分市、京都府、 宮崎県高千穂町　他)	●複数の公共交通手段を１枚のパスで利用可能な、観光客向けの町内周遊フリーパスを販売、運賃支払い方法に不案内な観光客の公共交通利用への抵抗感を軽減。 ●観光地で体験できるさまざまなメニューと公共交通のチケットをセットにした、観光客向けのパスを販売、公共交通利用動機を創出。 ●定期便数が少ない路線バスで、観光客用に予約制のバスを運行、観光客にとって貴重な足を提供している。

POINT

観光客は当該エリアの公共交通情報に不慣れであり、具体的な公共交通サービス内容に関する情報も含めたトータルでの情報提供を行わず、観光ポイントの案内だけを行っても、どのように周遊すればいいかわからない可能性があることに注意。



(4)マイレール・マイバス意識の醸成

地域公共交通そのものが地域の大切な資源の一つであり、地域公共交通に愛着を感じる市民は数多く存在する。また、地域公共交通に特色があり、沿線以外からも注目を集めている場合には、市外の居住者からも、市内の地域公共交通への愛着を集める可能性がある。

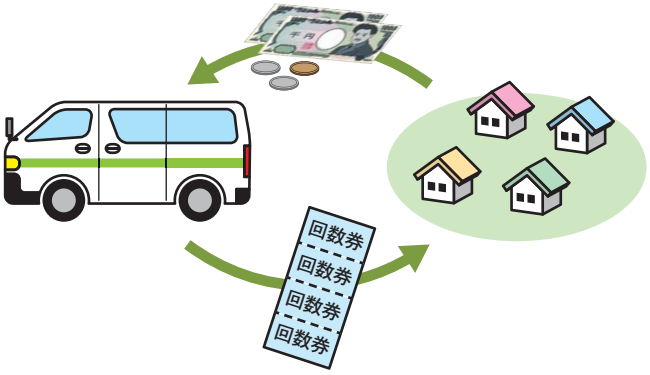
このため、マイレール・マイバス意識の醸成によって、地域公共交通の利用者拡大と利用回数の増大を図ることが考えられる。

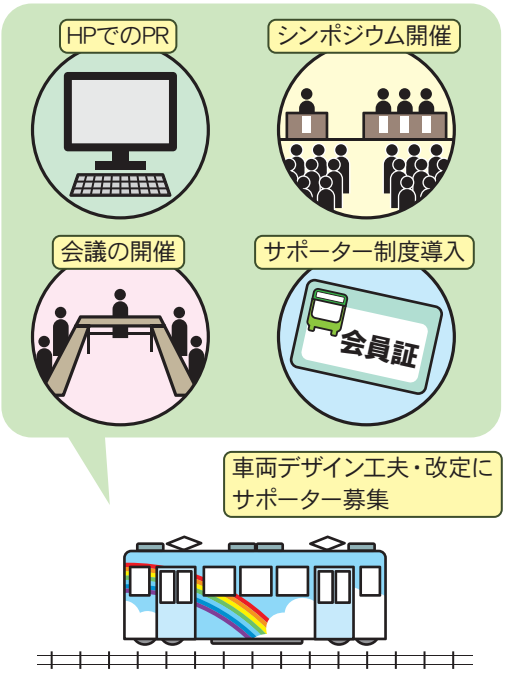
【取組例】

取組	具体例
直接対話による意識向上 (恵那市、長井市、 愛知県豊山町、新城市、 富山市　他)	• シンポジウムを開催して、沿線の市民と地域公共交通に関する現状を共有しつつ、具体的な公共交通の利用方法などを直接提案、マイレール意識の向上と利用促進を図る。 • 沿線地域の関係者や住民が参画する会議を実施。地域で支える鉄道であることを改めて考え、参加者がそれぞれの立場でできることについて意見発表を行うことで、マイレール意識の向上と利用促進を図る。
サポーター制度の導入 (福井市、京都府、京都市、 和歌山市・紀の川市　他)	• 年会費1,000円を支払うことによって、鉄道の乗車券を1割引で利用できる特典があるサポーター会員制度を導入、マイレール意識の向上と利用促進を図る。 • 公共交通の車両デザインをより注目を集めるものに改善、改装にかかる資金の調達のため1口1,000円のサポーターを募集、およそ1,100万円の寄付金を集め、地域支援のもと列車改装を実現。
自治会費を運営費に充当 (川崎市、新潟市、 弘前市　他)	• 利用者を自治会の構成員に限定した上で、運賃ではなく、自治会費によって運営費を賄うことで、利用者以外も含めた地域全体で支え、マイバス意識の向上と利用促進を図る。
住民が回数券購入・協賛金供出　(山口市、長岡市、新潟市、弘前市　他)	• 地域自治会の全世帯が回数券を購入したり住民協賛金を供出して運営費の一部とすることで、利用者以外も含めた地域全体で支え、マイバス意識の向上と利用促進を図る。

POINT

単純に公共交通の利用促進を訴えても、芳しい反応が得られない可能性がある。利用促進を実現するためには、公共交通に関する問題が地域全体の問題であり、それを解決できるのは一人ひとりの市民であるという意識を共有することが重要。





(5)長距離利用者を割引

地域公共交通のユーザー像を把握した上で、利用促進を図りたい層を絞り込み、これらの層に対して運賃の割引を行うことによって、効果的に地域公共交通利用者数の増加が期待できる。

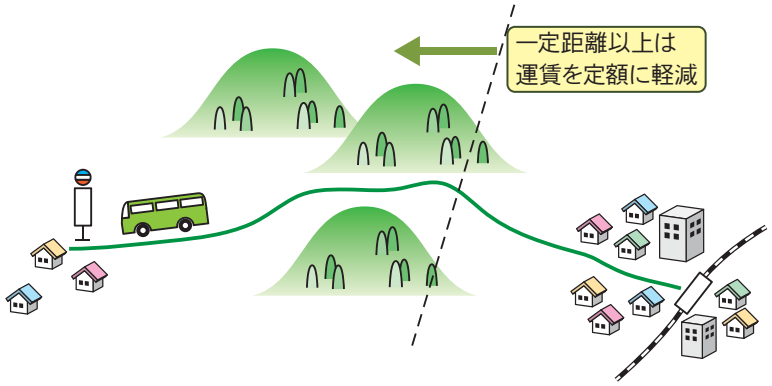
例えば、金銭的な負荷の大きい遠距離利用者の運賃を割り引くなどの工夫を行うことによって、地域公共交通の利用者拡大と利用回数の増大を図ることが考えられる。

【取組例】

取組	具体例
長距離利用者を割引 (京丹後市、 盛岡市・滝沢村　他)	• 上限200円運賃エリアを市内全域の全ての路線に適用し、これまで運賃に抵抗感があった長距離利用者の利用促進を図る。

POINT

学生の長距離利用では通学定期代を家庭が負担する必要があるため、運賃への抵抗感が高く、自動車での送迎が選択されている可能性がある。これらの利用者心理を踏まえず、ターゲットを絞らないで割引を行うと、結果的に減収につながる可能性があることに注意。



(6)企業や商業施設との連携

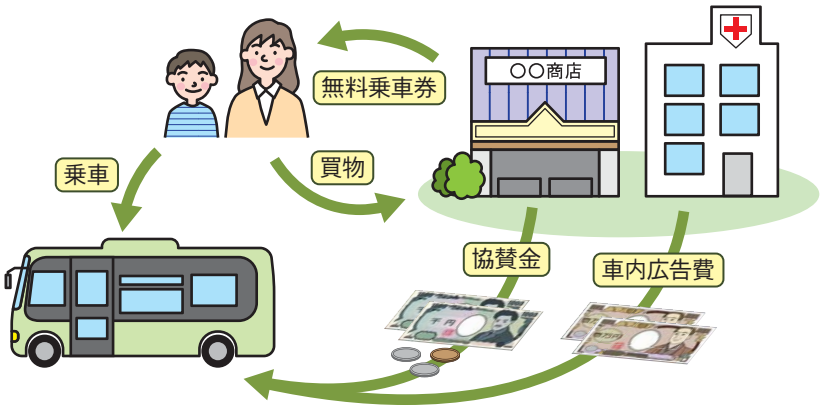
地域の団体や商業施設が買物客に対して公共交通サービスを提供したり、運賃を一部負担することにより、公共交通の利用促進が期待できる。

【取組例】

取組	具体例
商業事業者が無料乗車券を配布　(高松市、土浦市、盛岡市、京都市　他)	• 商店街で買物をした人に対して商業事業者がサービスとして無料乗車券を配布することで、利用促進を図る。
商業事業者がバス運行を補助 (高松市、青森県五戸町、 北海道当別町、鳥栖市　他)	• 中心市街地の活性化を図る目的で、ショッピングに便利な時間帯にバスを運行、利用促進を図る。国や市からの補助だけではなく、商店街振興組合が補助を行うことも考えられる。

POINT

公共交通でアクセスしやすくすることによって来訪者や売り上げ増加に貢献する可能性があることが共有できれば、企業や商業施設との連携を図りやすい。



(7)駅・バス停の環境を改善する

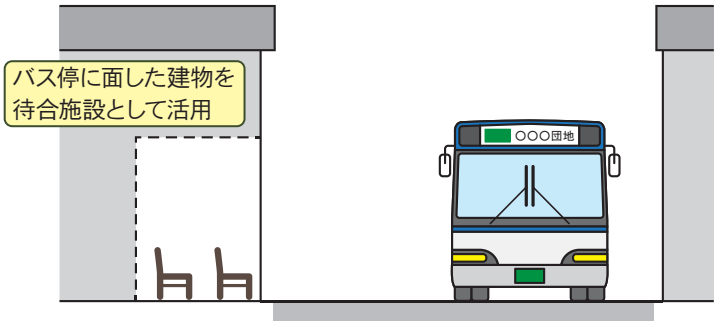
地域公共交通の利用促進のためには、駅・バス停の環境を改善することが効果的である。さらに、これらの取組を地域ぐるみで行うことによって、地域公共交通の利用促進への関心を高めることにも貢献できると考えられる。

【取組例】

取組	具体例
地域住民による バス停の環境改善 (珠洲市、 神戸市東灘区住吉台、 和歌山市・紀の川市　他)	●地域住民が「バス・ボランティア・サポートプログラム」制度を設立。ボランティアが自宅最寄りのバス停留所の除雪や清掃を定期的に実施するなど、地域団体、学校等によるバス支援活動を実施、バス停の環境改善を行っている。
既存施設の 待合施設としての活用 (宮崎県諸塚村、豊田市、 福井市　他)	●中心部のバス停において、商工会館や観光物産館の建物内をバスの待合いスペースとして活用、商工・観光関係者と連携してバス停の環境改善を行っている。

POINT

駅やバス停の環境改善が、公共交通で施設に来訪する利用者を増加させ、間接的に商工・観光関係者の利益にもなるという意識を共有することが必要。



(8)鉄道やバスそのものを魅力的に

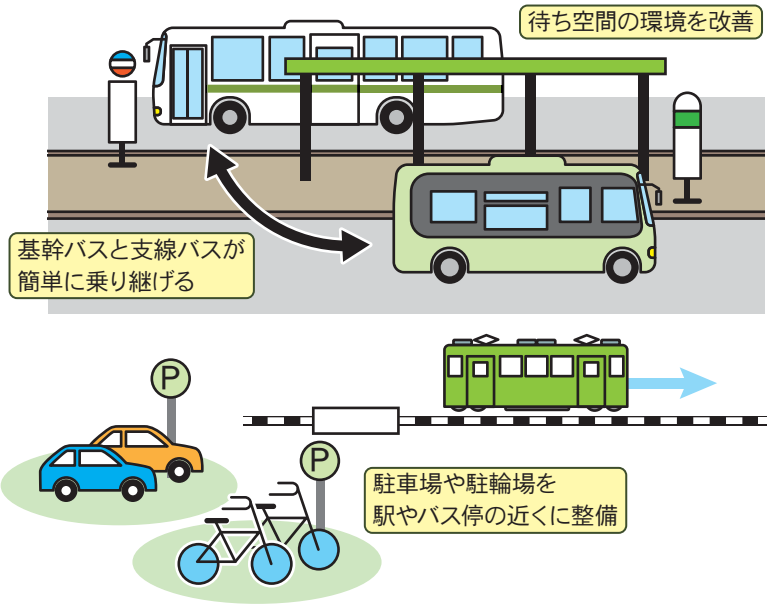
地域公共交通の維持・活性化に向けては、鉄道やバスそのものの魅力を向上させることができれば、最も望ましい。

【取組例】

取組	具体例
駅・バス停を快適にする (盛岡市、富山市、京丹後市、 千曲市、見附市　他)	●バス停に屋根や風よけ、いすなどを整備することで、待ち空間の環境を改善、公共交通利用への抵抗感を軽減する。
物理的な乗り継ぎ抵抗を 軽減する (盛岡市、富山市、 広島市　他)	●鉄道のホームとバス停を近接させ、複数公共交通手段が同じ場所で乗り継ぎができるようにして、乗り継ぎにあたっての物理的抵抗を軽減、公共交通利用への抵抗感を軽減する。
複数路線のダイヤをそろえる (盛岡市、相模原市、 新潟県粟島浦村・村上市、 上越市・十日町市、 藤沢市　他)	●鉄道、バス路線相互の発着時間をそろえ、乗り継ぐ際の待ち時間を短縮、公共交通利用への抵抗感を軽減する。

取組	具体例
駅やバス停への自動車でのアクセス性を向上させる (高松市、仙台市、 和歌山市・紀の川市、 上田市、北九州市　他)	• 周辺から駅やバス停に自動車を利用してアクセスする際に利用できる駐車場を駅・バス停の近くに整備し、駅やバス停から離れた位置からでも公共交通を利用しやすくする。
駅やバス停への自動二輪や自転車でのアクセス性を向上させる (広島市、松山市、京都市、 和歌山市・紀の川市　他)	• 周辺から駅やバス停に自動二輪や自転車を利用してアクセスする際に利用できる駐輪場を駅・バス停の近くに整備し、駅やバス停から離れた位置からでも公共交通を利用しやすくする。また、駅やバス停への主要な走行空間について、優先的に走行環境の改善を図ることも考えられる。

POINT
駅やバス停施設のハード整備を行っても、乗り継ぎ時のダイヤ等のソフト面が工夫されていないと、利用者にとって利便性が低く、トータルとして魅力が向上したとは言いにくいことに注意。



「地域公共交通支援センター」もご活用ください!

本書で紹介した事例の他にも、国土交通省で運営している「地域公共交通支援センター」ウェブサイトにおいて、様々な取組事例を紹介している。

アドレス：http://koutsu-shien-center.jp/index.html

（「国土交通省公共交通政策部」のウェブサイトからもアクセス可能）

3　モビリティ・マネジメントによる利用促進策

第3章では、地域公共交通の利用促進を実現するための取組である、モビリティ・マネジメントについて、事例を交えて紹介する。

モビリティ・マネジメントは、
“多様な交通施策を活用し、個人や組織・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へ自発的に変化することを促す取組。”
と定義される。

モビリティ・マネジメントは比較的新しい交通施策の考え方であり、近年日本各地において展開が進められている。国土交通省が2007年に発行した「モビリティ・マネジメント　交通をとりまく様々な問題の解決に向けて」によると、モビリティ・マネジメントを実施する対象としては、次の4つの対象があるとされている。

■居住地域
居住者を対象にすることで、職業や年齢などに関わらず地域に固有な交通問題の改善が期待できる。

■学校
学校教育等を通じて児童に働きかけることで、将来の交通のあり方の改善可能性が期待できる。

■職場
就労者を対象にすることで、交通に占める割合の高い通勤や業務交通を効率的に行動変容させることが期待できる。

■特定路線（バスや鉄道、あるいは、高速道路の特定路線の利用者や沿線住民など）
バスや鉄道、あるいは、高速道路の特定路線の利用者や沿線住民などを対象にすることで、当該路線の効率的な利用促進を期待することができる。

また、取組としては、「組織的プログラム」と「個人的プログラム」に分類される。「個人的プログラム」とは、職場でのモビリティ・マネジメントを例にすると、モビリティ・マネジメントの実施主体である行政等が、各職場の職員に直接TFP 等のコミュニケーションプログラムを実施するものである。一方、「組織的プログラム」は、職員でなく「職場組織そのもの」を対象として行われるもので、様々な体制や制度等の変更を通じて、職場に関わるモビリティの変容を期待するものである。

資料：「モビリティ・マネジメント」（国土交通省）より一部修正

地域に住む方の属性は様々であり、例えば現在自動車を利用している方であっても、どうしても自動車を利用しなければならない理由を持つ方と、公共交通を使っても移動することが可能な方がいる。モビリティ・マネジメントでは、地域の方とまんべんなくコミュニケーションを行うよりも、公共交通の利用が期待できる方に絞って、コミュニケーションを行う方が、より大きな効果が期待できる。

また、公共交通の利用促進に向けては、地域全般の公共交通に関する一般的な情報ではなく、特定の路線や駅・バス停ごとに即した情報を提供するなどより個別的なコミュニケーションを行う方が、自分自身の問題として認識され、より深く浸透すると考えられる。

このため、モビリティ・マネジメントの取組にあたっては、ターゲットを絞ることが非常に有効である。

◆ ◆ ◆

モビリティ・マネジメントでは、対象者一人ひとりや、対象とする組織の一つ一つに対して働きかけることで、自発的な変容を促すことを目指している。この働きかけを行うためには、対象者や対象組織とのコミュニケーションが、非常に重要になってくる。

モビリティ・マネジメントにおける代表的なコミュニケーション施策としては、トラベル・フィードバック・プログラム（Travel Feedback Program、以下TFP）が挙げられる。TFPでは、対象者や対象組織との複数回にわたる個別のコミュニケーションを通じて、交通行動の自発的な運用を促す。

TFPのプログラム種類としては、フルセットTFP、簡易TFP、ワンショットTFPの3種類が挙げられる。これらは対象者や対象組織とのコミュニケーションの場面に違いがあり、地域の実情に応じて選択することが望まれる。

次ページ以降では、この第1ステップから、第4ステップまでの各段階に分けて、それぞれのステップでの“ちょっとした工夫”を説明する。

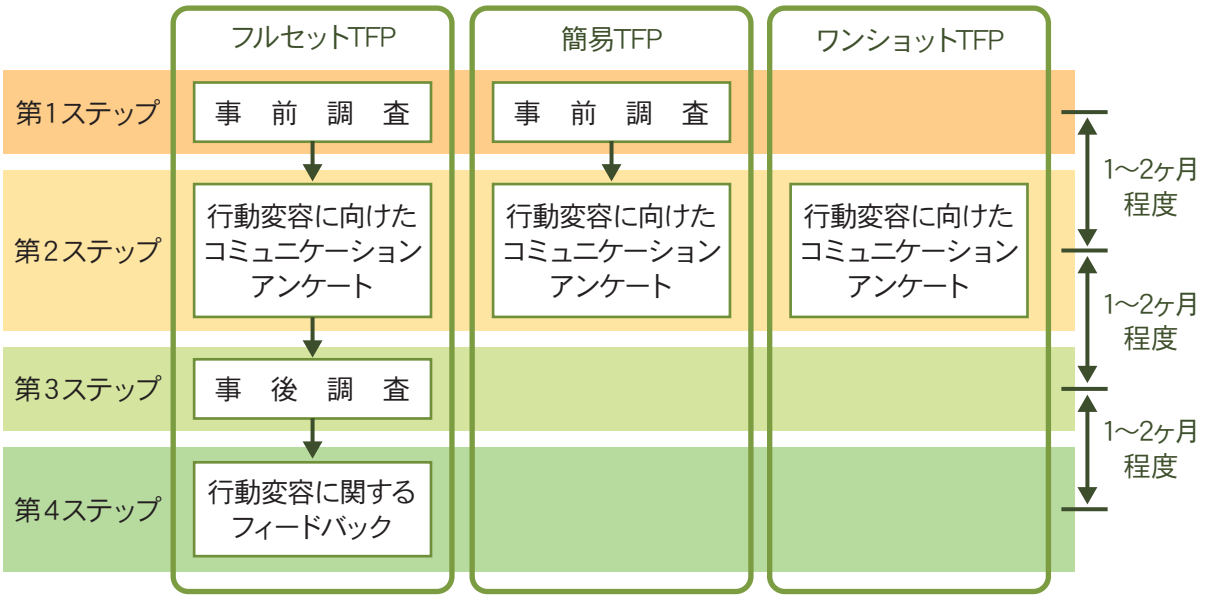


図　各TFPのプログラム構成

資料：「モビリティ・マネジメント」（国土交通省）

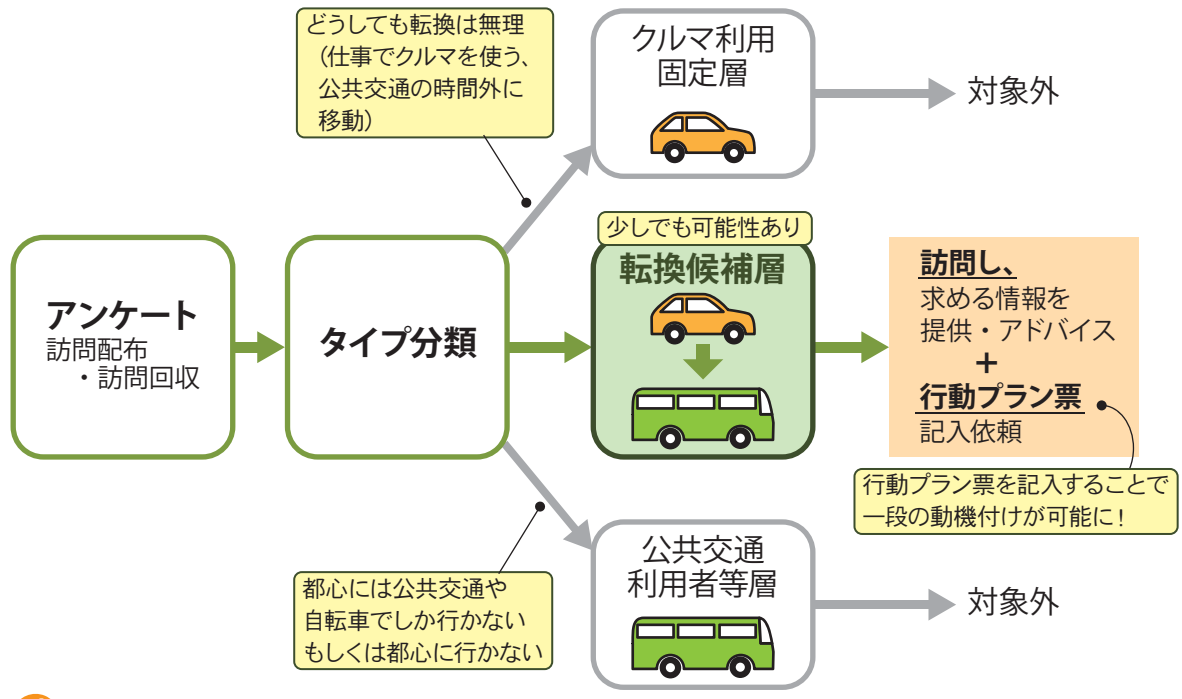
（1）STEP 1：事前調査

STEP1では、事前調査を行い、行動変容を具体的に働きかける前の普段の交通行動状況に関するデータを取得する。

事前調査にあたっては、対象者にアンケート調査を実施し、対象者の性別・年代、自動車保有有無等の個人属性や、自動車や公共交通の利用頻度、自動車や公共交通の利用に対する意識、自動車の利用抑制に対する意識等を把握する。また、STEP2で提供する情報を提供するための材料として、最寄り駅と最寄りバス停や、普段の交通行動での目的地や移動時間帯等についても把握する。

このSTEP1は、ワンショットTFPでは行われないが、実施する場合は、一人ひとりの交通行動や意識に関する実態を把握することができ、STEP2以降で対象者とコミュニケーションを行う際に、より適切なコミュニケーションを実施することが可能となる。

また、この機会を活用して、STEP2以降のプログラムへの協力を依頼することができ、丁寧な依頼を行うことも可能となる。



POINT

事前調査を実施しないと、公共交通をもともと使っている方や自動車を利用せざるを得ない方に対してもコミュニケーションを行うことになり、調査負荷とのバランスで実施有無を検討すべき。

（2）STEP2：コミュニケーションアンケート

STEP2では、対象者が、自分自身の地域公共交通に対する態度や地域公共交通を利用する行動を、自発的に変容するためのきっかけとなる情報提供を行う。また、アンケートを実施することによって、提供した情報を読み、改めて考えてもらえるように後押しを行う。

コミュニケーションアンケートにあたっては、自動車や公共交通利用の個人的・社会的なデメリットをわかりやすく伝える「動機づけ冊子」の配布を行うとともに、行動変容について考えてもらうための情報として、公共交通機関等を利用するために活用できる路線図や時刻表、バスの乗り方ガイドなどを配布する。この際、対象者の利用する駅・バス停に対応して公共交通に関する情報を個別に提供したり、公共交通を利用してアクセスできる施設ガイド等も提供できると、より効果的である。

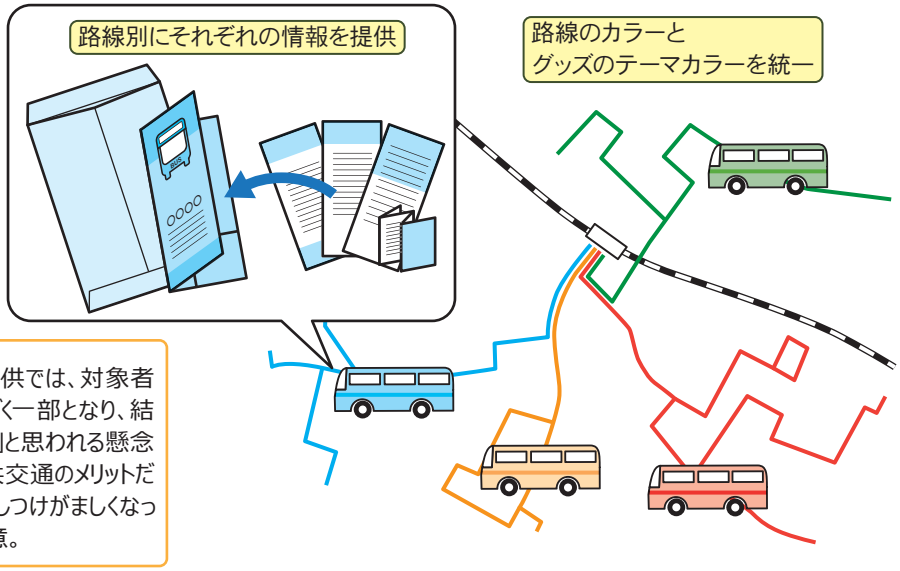
地域公共交通の利用促進を目的としたモビリティ・マネジメントを展開するにあたっては、第1章で紹介した情報に関する工夫を、このSTEP2の中でも活用することが望ましい。

① 配布するツールの工夫

モビリティ・マネジメントを展開し地域公共交通の利用促進を行う上では、対象者にわかりやすくかつ個別にきめ細かな情報を提供することが重要である。

【取組例】

取組	具体例
地域公共交通に関する情報の提供 (八戸市、龍ヶ崎市、高崎市、山口市、京都市　他)	• 地域公共交通の利用促進に向けて作成しているマップや時刻表、運賃、乗降方法等に関する情報と、自動車と地域公共交通の利用に関するメリットとデメリットに関する情報をセットで提供し、公共交通の使い方を改めて考えるきっかけを創出。
個別的な提供 (福岡市、宇都宮市、福岡県、名古屋市　他)	• 対象者ごとに利用が想定される路線を抽出した上で、その路線に関する時刻表を提供することで、対象者が必要な情報のみを提供し、効果の拡大を目指す。
一体的な提供 (つくば市、相模原市、福井県、松江市　他)	• 複数の情報をバラバラに提供するのではなく、１枚に整理したり、複数の冊子を封筒や箱などに入れて一体的に提供する。



POINT

当該市の一般的な情報提供では、対象者にとって参考となる情報がごく一部となり、結果として「自分には関係ない」と思われる懸念があることに注意。また、公共交通のメリットだけを強調すると一方的で押しつけがましくなってしまう側面もあることに注意。

②コミュニケーション場面の確保

モビリティ・マネジメントにおいては、地域住民や職場、学校教育の各場面において、どのようにして対象者とのコミュニケーション機会を確保するかが重要になる。これに対し、全国各地の事例では、様々な工夫がなされている。

【取組例】

＜地域住民向け＞

取組	具体例
免許更新時講習の活用 (京都市　他)	●免許保有者が必ず受講する「免許更新時講習」の機会を活用し、講習資料に「かしこいクルマの使い方」等の情報を追加することによって、すべての免許保有者とのコミュニケーションを実現。
バスの乗り方教室等の開催 (北海道当別町、富山市、 京都市、北九州市　他)	●バスの乗り方教室などを開催して、一般市民に直接体験してもらう機会を創出、コミュニケーションを実現。
ワークショップの開催 (京都市、仙台市、 亀岡市　他)	●地域の子育てサークル等とワークショップを行い、議論を通じて電車バスマップを作成し、自治会を通じ配布することで、コミュニケーションを通じて地域目線の情報を作成するとともに、地域にも情報拡散。

免許更新時講習の活用　　乗り方教室　　ワークショップ

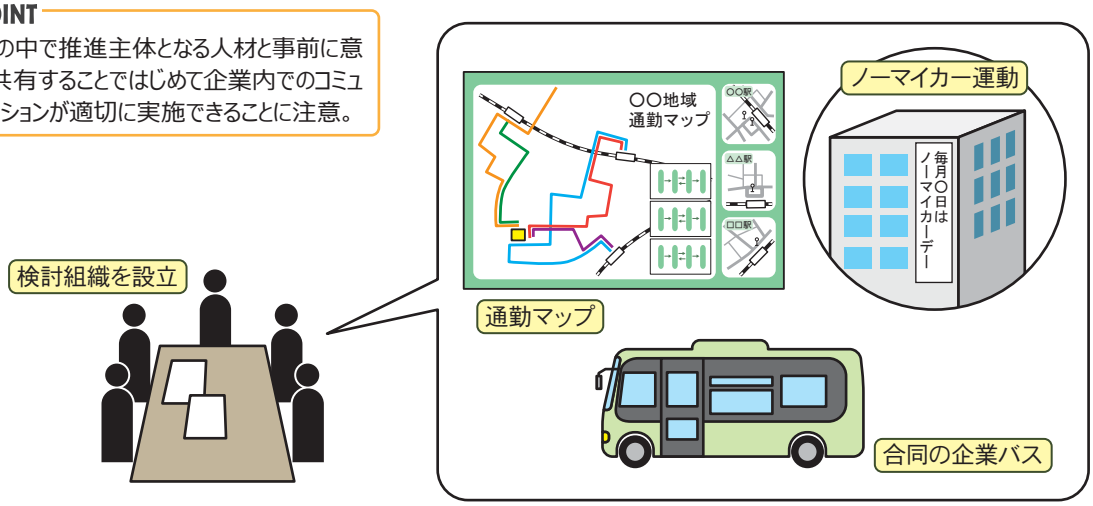
POINT

予め集まる予定がある機会を活用せず、コミュニケーションのためにわざわざ集まってもらおうとしても参加者が少なくなる可能性があることに注意。

＜職場向け＞

取組	具体例
検討組織を設立 (倉敷市、京都市、明石市、 青森県五戸町　他)	●地域の主要企業を含む検討協議会を設立して議論を行うことによって、各企業が目標を共有するとともに、それぞれが可能な範囲で独自に取り組みを展開して従業員を対象に実証実験を実施することで、プログラムの効果を無理のない範囲で拡大。

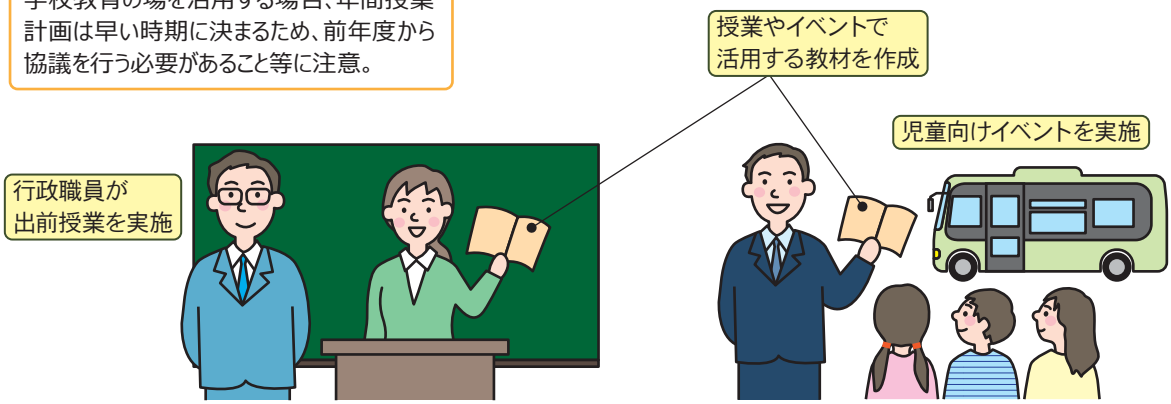
POINT
企業の中で推進主体となる人材と事前に意識を共有することではじめて企業内でのコミュニケーションが適切に実施できることに注意。



＜教育現場向け＞

取組	具体例
行政が出前授業を実施 (金沢市、帯広市、広島市、富山市　他)	• 小学校3年生を対象とした導入版プログラム、小学校４～６年生を対象とした発展型プログラムを行政と学校現場が構築、当面は出前講座の形で実施することによって、段階的な拡大展開を実現。
学習教材を作成 (松江市、京都府、北海道当別町、神戸市　他)	• 地域公共交通の魅力や役割、乗って残すことの大切さ等をわかりやすく紹介した児童向けの学習教材を作成、児童を対象としたプログラム実施時に活用できる素材を作成。
イベントを実施 (松江市、北海道当別町、京都府、北九州市　他)	• 交通事業者が公共交通の利用促進を目的とした児童向けのイベントを実施し、上記の教材を活用することで、児童とのコミュニケーションを実現。
入学時期に冊子配布 (茨城県、和歌山県、豊橋市、甲府市　他)	• 新たな交通行動の習慣をつける絶好の機会である高校入学の時期に公共交通利用促進に向けたリーフレットを配布することで、公共交通利用習慣を形成。

POINT
学校教育の場を活用する場合、年間授業計画は早い時期に決まるため、前年度から協議を行う必要があること等に注意。



（3）STEP３：事後調査

STEP3の事後調査では、STEP2で提供した情報によって、対象者の態度や行動が変容したかどうかを把握するための効果計測を行う。この際には、情報提供を行った群と情報提供を行わなかった群に分離して、それぞれの軍の結果を整理、比較することで、情報提供の効果をより厳密に計測することができる。また、事前調査での結果と比較することで、より直接的に効果計測を行うことができる。

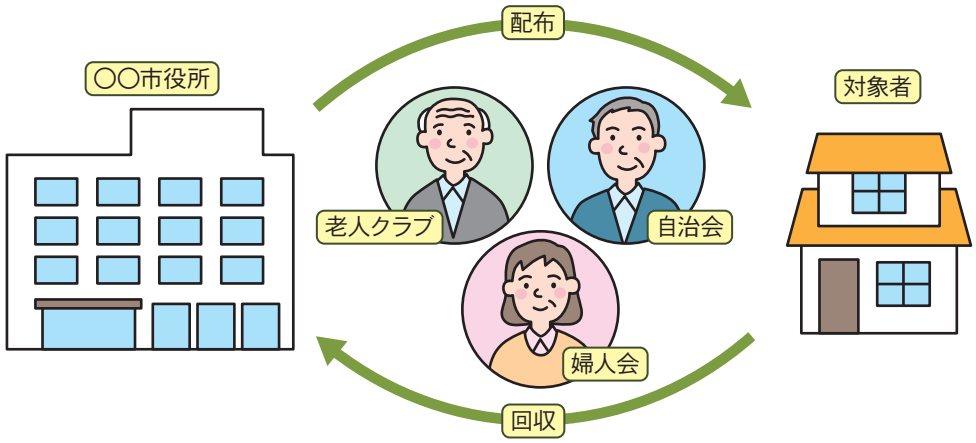
事後調査にあたっても、事前調査と同様にアンケート調査を実施し、自動車や公共交通の利用頻度や利用に対する意識、自動車の利用抑制に対する意識等を把握し、比較する。

事後調査での効果計測の精度を高めるためには、より多くの対象者から回答を得ることが望ましい。この際に、地域組織との連携は大きな力を発揮する。

【取組例】

取組	具体例
地域組織との連携 (豊橋市、市原市、 和歌山市・紀の川市、 宇佐市　他)	• 自治会や老人クラブ、婦人会等の協力を得て、配布回収を行い、配布回収率の向上と、コストの軽減を実現。

POINT
対象者全体の効果を計測すると、ガソリン価格高騰等の外的要因とプログラムの純粋な効果が分離できないため、コミュニケーションを行わない比較対象群を確保し、比較分析できるようにすることが必要。



（4）STEP 4：フィードバック

STEP4のフィードバックでは、モビリティ・マネジメントの展開によってどの程度の行動変容が起こったかに関する情報を対象者に提供する。このことにより、モビリティ・マネジメントの効果を一時的なものとせず、長期的に持続させることが期待できる。

このフィードバックにおいて、例えば対象者別に、自動車や公共交通の利用回数や、移動に起因するCO_2排出量・カロリー消費量の状況を整理した交通診断カルテを作成、提供するなど、個別的な情報提供が理想的である。また、フィードバックを複数回にわたって長期的に実施できると、より一層の効果持続が期待できる。

【取組例】

取組	具体例
診断カルテの作成 (北海道当別町、池田市、 豊田市　他)	• 自分の交通行動を記載してもらい、この情報に基づきCO_2排出量やガソリン消費量、カロリー消費量等の推計値の記載に加え、個人の交通の特性について、アドヴァイスを実施する『診断カルテ』を作成、対象者に配布することで、行動変容を一時的なものとせず、定着させることを目指す。
賞賛を含めたフィードバック (福岡市、広島市、 北海道当別町、豊田市　他)	• 自動車利用の削減量が多い対象者に対して、結果のフィードバックに加えて感謝状を配布、賞賛のプロセスを加えることによって行動変容を一時的なものとせず、定着させることを目指す。
企業別報告書の作成 (福山市、広島市　他)	• 企業別参加状況報告書の作成を行い、毎月の参加人数、参加回数、CO_2削減量を企業単位に集計してフィードバックし、行動変容の定着を目指すとともに、取り組みの社会的貢献性を企業内で説明する資料としてプログラムの継続性も確保。

POINT
個別に結果のフィードバックを行わないと、コミュニケーションの結果生じた態度・行動の変容効果が一時的なものになる可能性があることに注意。

地域協働推進事業について

持続可能な地域公共交通体系を構築するためには、地域の関係者が協働・連携しながら確保・維持に向けた取組を推進する必要がある。特に、地域ぐるみによる利用促進が必要且つ効果的であることから、これに係る取組及び公共交通サービスの情報提供等に要する経費等について、一定の要件の下、国が支援する仕組みとして、平成25年度より地域協働推進事業を創設した。

地域協働推進事業費補助金の創設

概要

持続可能な地域公共交通体系を構築するためには、地域の関係者が協働・連携しながら確保・維持に向けた取組を推進する必要がある。特に、地域ぐるみによる利用促進が必要かつ効果的であることから、これに係る取組及び公共交通サービスの情報提供等に要する経費等について、一定の要件の下、国が補助を行う。

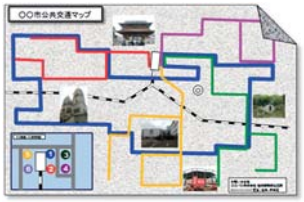
補助対象事業
①モビリティ・マネジメントの実施
②地域ワークショップ、地元検討会等の開催
③公共交通マップ、総合時刻表等の作成
④公共交通、乗継情報等の提供
⑤割引運賃設定、企画切符発行等（注）に要する経費

（注）割引に伴う減収額は補助対象外

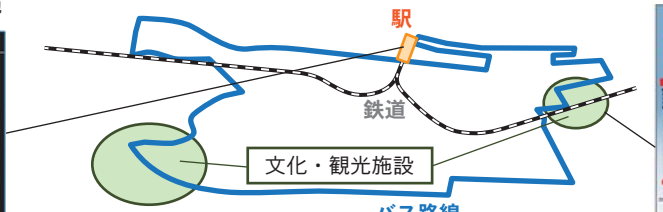
補助対象事業のイメージ

①モビリティ・マネジメント実施

②地域の検討会・説明会開催


③公共交通マップの作成

④乗換情報の提供



⑤企画切符の発行

各地方運輸局等連絡先一覧

- 北海道運輸局 企画観光部 交通企画課 ☎ 011−290−2721
- 東北運輸局 企画観光部 交通企画課 ☎ 022−791−7507
- 関東運輸局 企画観光部 交通企画課 ☎ 045−211−7209
- 北陸信越運輸局 企画観光部 交通企画課 ☎ 025−285−9151
- 中部運輸局 企画観光部 交通企画課 ☎ 052−952−8006
- 近畿運輸局 企画観光部 交通企画課 ☎ 06−6949−6409
- 中国運輸局 企画観光部 交通企画課 ☎ 082−228−8701
- 四国運輸局 企画観光部 交通企画課 ☎ 087−835−6356
- 九州運輸局 企画観光部 交通企画課 ☎ 092−472−2315
- 沖縄総合事務局 運輸部 企画室 ☎ 098−866−1812

国土交通省 総合政策局 公共交通政策部 交通支援課
〒100−8918　東京都千代田区霞が関2-1-3　☎ 03-5253-8396
平成25年5月　発行