

宇都宮市モビリティ・マネジメント実施方針

◎ 趣旨

平成19年度策定の実施方針に基づき実施してきたマイカー利用者意識転換策（モビリティ・マネジメント。以下「MM」と略す。）の重点取組の終了に伴い、新たなMM実施方針を策定するもの

1 MMの目的

利用情報や動機付け情報の提供、アンケート調査、パネル展示、運賃割引など様々な利用促進策・意識啓発活動により、公共交通に対する自発的な意識・利用変化を促し、過度にクルマに依存した社会からクルマと公共交通が共存する社会への転換を目指す。

2 経過

(1) これまでの取組内容及び結果

これまで次のような取組を実施する中、アンケート調査等により、日常生活におけるクルマ利用の減少や公共交通への利用転換、中心市街地イベント来場手段の公共交通への転換などを確認した。

| 取組 | 時期 | 内 容 | 成 果 |
|--------------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 路線MM | H18～ | 一定のサービス水準や人口集積等がある主要バス路線（重点取組路線：田原街道・鹿沼街道ほか）の沿線住民に、アンケート調査及び情報提供による意識転換策を実施 | <ul style="list-style-type: none"> 対象世帯：約 42,074 人（世帯） 情報提供：10,841 人 クルマ利用減少：1,648 人 バスへの利用転換：933 人 |
| | H20～ | 対象を沿線企業に拡充 | |
| 中心市街地商店街との連携 | H20～ | バス事業者や中心市街地商店街との連携により、①バス車内クーポンや②中心市街地イベントチラシ配布による利用促進策の実施 | <ul style="list-style-type: none"> ①配布：38,000 枚/利用 652 件 ②配布：62,900 枚 |
| 学校MM | H23～ | 小学生対象に「バスの乗り方教室」を実施し、バス乗車時のルールやマナーを説明 | <ul style="list-style-type: none"> 対象：小学2年生 125 名 児童の 99%「バスに乗りたい」と回答 |
| 意識啓発 | | <ul style="list-style-type: none"> 公共交通や自転車の広報紙特集 転入時やイベント時のバスマップなどの配布 オープンハウス、フォーラムの開催 市職員によるエコ通勤推進 等 | <ul style="list-style-type: none"> 「フェスタmy宇都宮」バスブース、バリアフリー体験来場：約 400 人 H23 オープンハウス来場：約 4,400 人 H23 エコ通勤実施率：平均 42.3% 等 |

(2) これまでの取組の評価

- これまでのMMは、一定の運行サービスのあるバス路線のうち人口集積地域を対象とする路線MMを中心に実施してきたところであり、クルマ利用の減少・バス利用の転換などについて、継続性も含め一定の効果を確認できた一方で、特定地域に集中した取組であったことから、公共交通への意識・利用転換の可能性があるその他の人に対しては、取組が限定的であった。
- また、MMは、対象者の意識に対して働きかけるものであるため、意識転換と実際の利用の結びつきについて具体的な効果の測定が難しいという課題もある。
- 公共交通利用者数の減少傾向が続く中、クルマと公共交通が共存する社会を目指すためには、バス路線の充実や利用環境整備などのハード施策と連携しながら、より効果的な手法のMMへの転換やMMの機会の充実とともに、これらの継続的、持続的な取組が必要と考えられる。

3 新たなMM実施方針

(1) 基本的な考え方

- MMの実施にあたっては、より効果的・効率的に市民の意識転換を促すため、これまで実施してきた手法を基本としつつも、的確に機会を捉えた多様な取組を実施していく必要がある。
- 今後は、公共交通の利用促進に繋がる更なる市民の意識転換を目指し、一定の効果が確認できたこれまでのMMの継続実施とともに、より効果的に公共交通への利用転換が期待できるライフステージ変化時等の機会を捉えた多様な取組を展開し、広く市民に対して自発的な意識・利用変化を促していく。
- これらMMの実施にあたっては、取組の効果を適切に把握するため、成果を定量的に把握する評価指標の設定も併せて行っていく。

(2) 新たな取組の方向性

| 項目 | これまでの実施内容 | 新たに追加する内容等 (H23業務で整理) |
|------|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 対象 | ・沿線路線の住民・企業の従業員・イベント参加者 ・小学生 | ・幼少期から高齢者まで幅広い世代の市内全域の市民 ・来街者 ・ライフステージの節目の市民 |
| 場所 | ・公共交通が充実している場所 | ・多くの人が集まる場所（イベント会場等） ・居住地や勤務地に関わらず市内全域、ウェブ上 ・公共交通が充実する場所 |
| 実施内容 | ・交通問題や公共交通の必要性などの動機付け情報・時刻表や運賃などの利用情報 | ・インセンティブや体験 |
| 実施手法 | ・個人に対して情報を発信する手法 ・中心市街地商店街やバス車内で配布 ・授業 | ・多くの人にアプローチする様々な手法 ・授業プログラムの充実や学校以外での体験・情報提供 |

(3) 新たな実施内容とスケジュール

- これまでの取組や評価，23年度のMM実行委員会での議論等を踏まえ，おおむね5年間を実施期間とする新たな実施方針を策定する。
- 事業の抽出にあたっては，多様な機会を捉えた幅広い対象者とのコミュニケーションを行うことを主眼としつつ，行政における関連施策の実施状況やバス事業者の主体的な取組の実施状況等を踏まえ，重点的に取り組む事業を選定する。

【平成24年度以降のモビリティ・マネジメント実施方針】

- 1 公共交通環境の変化を捉えた施策を実施する
- 2 ライフステージの変化を捉えた施策を実施する
- 3 公共交通への関心の高まりを捉えた施策を実施する
- 4 継続的な情報提供を実施する

| 実施方針 | MM対象等 | 主な事業内容 | スケジュール・重点 | | |
|----------------------|--------------|--------------------------------------|-----------|----|------|
| | | | 24 | 25 | 26以降 |
| 1 公共交通環境の変化を捉えた施策 | 利用環境整備路線 | 上屋，スポット駐輪場の整備に伴うMM【継続】 | ○ | → | → |
| | 新設，拡充バス路線 | 社会実験による新規バス路線におけるMM【新規】 | ◎ | → | → |
| | 地域内交通 | 地域内交通の利用促進【拡充】 | | ◎ | → |
| 2 ライフステージの変化を捉えた施策 | 小学生，高校・大学進学者 | 学校MM【拡充】 高校・大学進学者に対するMM【新規】 | ◎ | → | → |
| | 居住地検討者，転入者 | 転入者に対するバスマップの配付【継続・拡充】 | | ◎ | → |
| | 運転免許更新時講習 | 運転免許更新時講習での情報提供【新規】 | | | ○ |
| | 運転免許返納検討者 | 運転免許返納検討者に対する情報提供【新規】 | | | ◎ |
| 3 公共交通への関心の高まりを捉えた施策 | 来街者 | 来街者に対する情報提供【継続】 | ○ | → | → |
| | バス事業者イベント時 | バスマップや啓発チラシの配付【継続】 | | ○ | → |
| | 中心市街地イベント時 | 啓発チラシ配付 バリアフリー体験【継続】 | ○ | → | → |
| 4 継続的な情報提供 | 利用情報等の継続的な提供 | MM実施路線への時刻表配付【継続】 | ○ | | |
| | | 事業の実施に併せた路線マップ・運賃・バスロケーション等の情報提供【拡充】 | ◎ | → | → |
| | 中心市街地商店街との連携 | 商店街とバス事業者の連携によるチラシやクーポンの配付等【拡充】 | | ○ | → |

◎：重点的に実施する事業 ○：実施する事業

(4) 評価指標

より効果的・効率的なMMの実施に向けて、施策・事業の効果を的確に把握するため、MMの効果を測定できるよう複数の評価指標を設定し、定期的に指標の推移を調査する。(バス路線新設社会実験を中心に調査を実施)

| 効果を検証する視点 | 評価指標の例 |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| 公共交通の充実 | ○公共交通の利用者数 |
| 市民の利便性 | ○公共交通の満足度 ・公共交通に関する認知度(学校MM) ・運転免許返納者数 ・公共交通に関するイベント等への参加者数 ・スポット駐輪場利用者数 等 |
| 中心市街地活性化 | ○公共交通を利用した中心市街地の来街者の割合 ・クーポン利用枚数 等 |

*アンケート調査ほか、既存調査結果の活用などにより、定量的に効果を把握する。

宇都宮市モビリティ・マネジメント実施方針の経過

参考資料

| 実施方針 | 平成19年度 | 平成20年度 | 平成21年度 | 平成22年度 | 平成23年度 (検討事項) |
|-----------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|---------------------------|------------------------------|
| 1. 新たな路線におけるMM | 重点取組路線における優先実施 | ↑ | ↑ | ↑ | これまでのMM実施効果の継続性の検証 |
| | 新設・拡充路線, 利用環境整備路線等における優先実施 | ↑ | - | - | 重点取組路線以外での公共交通充実策と連携したMMの検討 |
| | - | - | 重点取組路線終了後, 全体的なMM実施方針を検討 | これまでの取組の総括, 次期実施方針の方向性の決定 | - |
| 2. MM実施後の継続的な取組 | MM実施後の継続的なアプローチ | ↑ | - | - | - |
| | バス事業者と連携した時刻表の継続的な提供 | バス事業者と連携したHP以外における情報提供の検討 | - | - | - |
| | - | - | バス停時刻表配布の利用意向喚起の効果を踏まえた取組の検討 | - | - |
| 3. 効果的なMM | MMと連携した利用環境整備の推進 | ↑ | ↑ | ↑ | - |
| | 中心市街地商店街との連携 | ↑ | ↑ | ↑ | - |
| | - | - | - | - | 転入や免許更新などライフステージの変化を捉えたMMの検討 |
| 4. その他 | 学校MMの検討 | MM沿線小学校における「バスの乗り方教室」などの検討 | 小学生対象MMの試験実施に向けた検討 | 小学校対象の出前授業の試験実施 | 学校MMの継続実施に向けた教育委員会等との連携策の検討 |
| | 職場MMの検討 | - | 魅力的な企業MMの検討 | ↑ | 企業の参加意欲喚起など効果的な企業MMの検討 |
| | 重点取組路線等以外の赤字路線などの利用促進策の検討 | - | - | - | - |
| | - | - | - | - | MM実施効果の測定手法の検討 |