JCOMM通信

日本モビリティ・マネジメント会議
ニューズレター

Vol.2 ● 2006.12.25

【発行】　JCOMM実行委員会
ニューズレター編集部
【お問合せ】東京工業大学　藤井研
筑波大学　都市交通研
mail: jcomm@plan.cv.titech.ac.jp

MMに関連する会告掲載希望やご意見等、随時受け付けております。

年の瀬が迫って参りましたが、いかがお過ごしですか？

今年はモビリティ・マネジメント施策にとって非常に重要な意味を持つ年でした。一番のトピックスは、やはり、第一回ＪＣＯＭＭが皆様のご協力により成功に終わったことだと思います。来年度以降も、ＪＣＯＭＭで形作られた人的ネットワークを活かし、ＭＭ施策のますますの発展を祈念したいと思います。

ＪＣＯＭＭ通信は、ＭＭ施策に関わる方々の情報交換の場として設置されました。事務局からの連絡事項以外にも、皆様の取り組み紹介やイベント会告等の記事を随時募集しています。掲載希望の方は、事務局までご連絡いただけると幸いです。

イベント案内

第二回ＪＣＯＭＭ開催案内

第二回ＪＣＯＭＭが、二〇〇七年七月二十七日(金)-二十八日(土)に札幌市の札幌コンベンションセンターにて開催されます。第二回も基調講演、口頭発表、ポスター発表など様々なプログラムを予定しています。発表申し込み手続き等につきましては、一月下旬-二月上旬にＪＣＯＭＭメーリングリスト等で告知いたします。

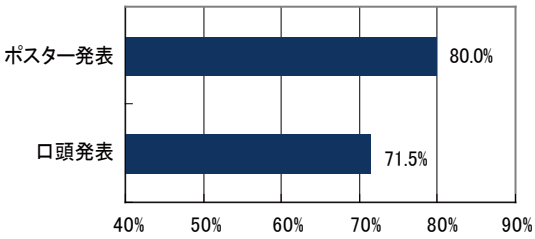
札幌は、これまでにも居住者対象ＭＭ、学校ＭＭ、職場におけるＷＥＢを用いたＭＭなど、様々な取り組みが行われているＭＭ先進地域の一つです。さわやかな夏の北海道での開催です。ぜひ多数のご参加をお待ちしています。

【人気のポスターセッション】

第一回ＪＣＯＭＭで実施した参加者アンケート結果によると、口頭発表は7割の方が有意義だったと回答し、ポスターセッションでもそれを上回る方が有意義だったと回答していました(グラフ参照)。ポスターセッションでは、発表者と参加者が和気藹々と情報交換したり、実際に使われたＭＭツールを手にとってみることができることが人気の理由と考えられます。

ＪＣＯＭＭ実行委員会では、この結果を参考に、第二回ＪＣＯＭＭではポスターセッションを拡充することを検討しています。

■ 第一回JCOMMプログラムにおいて有意義であったと回答した割合



イベント案内

第一回ＪＣＯＭＭ賞の候補募集

ＪＣＯＭＭ実行委員会では、ＭＭ施策の広範な実施を期待し、これまで我が国で実施された先進的かつ効果的なＭＭ事例を対象とした、表彰制度を設けることといたしました。この表彰制度では、対象となる事例を他薦、あるいは自薦していただき、実行委員会が審査して受賞者を決定し、二〇〇七年七月末開催の第二回ＪＣＯＭＭにて表彰を行う予定です。

詳細は、二〇〇七年一月にＪＣＯＭＭメーリングリスト等で告知いたします。

【ＪＣＯＭＭ賞の部門（予定）】

■ マネジメント部門

モビリティ・マネジメントにおける実務的なプロジェクトや一連の行政マネジメントの中でも、とりわけ実務的に優れたものについて表彰します。

■ 技術部門

モビリティ・マネジメント実務に資する技術の発展に、顕著な貢献をなした「研究業績」について表彰します。

■ デザイン部門

モビリティ・マネジメントにおいて実際に使用された公共交通マップやリーフレット等の一個あるいは一群のツールの中で、とりわけデザインの観点から秀逸なものについて、表彰します。

2007年度　ＭＭ関連　会　告

● 第二回日本モビリティ・マネジメント会議 (JCOMM)

2007年7月27日(金)-28日(土)　開催地：札幌市

発表募集等の告知は、1月末-2月にJCOMMメーリングリストなどで実施予定です。

● 第十一回　欧州モビリティ・マネジメント会議 (ECOMM)

2007年5月9日(水)-11日(金)　開催地：スウェーデン ルンド市

ECOMMは、欧州の行政、コンサルタントなどの実務者、研究者、学生などが一堂に会し、最新のアイデアや研究成果を持ち寄って発表・議論する場です。欧州のMMの最新動向がわかります。

詳しくはWEBへ：http://www.lund.se/templates/Page___33823.aspx

● バスマップサミット　2007年3月3日(土)-4日(日)　開催地：仙台市

全国で、公共交通の利便性向上、活性化を目的に、バスマップの制作、発行をしている市民団体が一同に会する場が全国バスマップサミットです。

岡山で第1回が開催されてから、1年に1回のペースで開催されており、第2回が福井、第3回が松江、そして第4回は仙台で開催されます。各地の市民団体の発意と運営によるお手製サミットです。

詳細情報は、2006年12月22日現在公表されていないため、確認次第、JCOMMメーリングリストにてお知らせします。

MM用語解説

【「制御群」を用いたMM施策の評価】

TFP等のMM施策の「評価」は、モビリティ〝マネジメント〟を続けていくために極めて重要です。しかしMM施策の前後で行動等の変化を測定しても、それは単に季節や天気の違いに依るのかもしれません。そんな時、あえてMM施策を実施しない人々（＝制御群）を設けておくと、MM施策の効果をハッキリと測定できます。「事前事後の変化」を制御群の人々とMM施策を実施した人々との間で比べ、その差をMM施策の効果と見なすのです。この方法は、実験的な取り組みだけでなく、豪州や英国の大規模MMの際にも採用されています。

このコーナーでは、世界の「まちと交通」の様子を紹介いたします。第二回は、アメリカ合衆国のワシントンD．C．です。

ワシントンD．C．は、人口約六十万人、アメリカ合衆国の首都であり、ホワイトハウスや国会議事堂、スミソニアン博物館で有名なまちである。東部に位置するが、南北戦争では「南部」として戦ったそうである。

この街で、ガイドブックで目星をつけた店に行こうと地下鉄駅に向かった。

切符の自動販売機

切符を買おうとして、自動販売機（写真1）の前で戸惑った。一応使い方が書いてあるのだが、何度トライしても紙幣が戻ってきてしまう。結局、買い方は、(1)行きたい地下鉄駅までの料金を近くにある料金表で調べ、(2)その料金額になるまで＋あるいは－ボタンを押して料金を設定し、(3)お金をいれて支払う、という初心者には煩雑なものであった。筆者が購入できなかったのは、(3)のステップで、一ドル強の切符を買うのに十ドル紙幣を挿入していたからであった。よく見ると、「お釣りは五ドルまで」と書いてあるのだが（写真1右上）、それに気付かずに、余計な十分程の時間を費やしてしまったのである。初めての地で初めて公共交通を使った人がこんな目にあえば、それだけでもう二度とその地で公共交通を利用しようとは思わなくなるかもしれない。

写真1　地下鉄の切符自動販売機

ところで、最近、東京都内の主要JR駅では、切符売り場の前に職員が一人いて、切符購入に手間取っていそうな人に声をかけ、手取り足取り教えている光景をよく見かける。自動販売機は確かに便利で効率的なものであるが、そこに「わからないことを聞けそうな人」が一人いるだけで、利用者としては随分安心できるものである。そういえば、昔のバスには車掌さんが乗っていた。ひょっとすると、機械やITが発達していないその頃のバスの方が、今よりもずっと便利だったのかもしれない。

まちと交通 vol.2
ワシントンD.C.　U.S.A

観光案内をどこで行うか？

地下鉄を降りて地上に出、どちらの方向に行けばよいのか地図を見ながら思案していると、防寒具を着込んだ女性に声をかけられた。「何かお困りですか？」。DOWNTOWNと書いた上着を着てワシントンD．C．のIDカードをぶら下げたその女性は、観光客対応の職員であった。とある店に行きたい旨を伝えると、その女性は無線で本部に連絡を取って住所を調べ（写真2、3）、目当ての店への行き方を丁寧に教えてくれた。

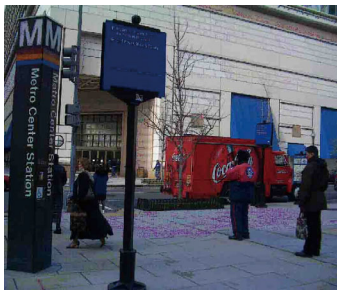


写真2　地下鉄出入り口での観光案内

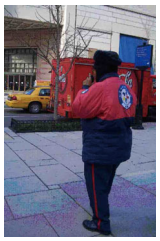


写真3
無線で問い合わせ中の担当者

ワシントンD．C．中心部には観光案内所が二カ所あるが、個別の店舗を探すために行くと言うよりは、公共交通の地図をもらったり、代表的な観光名所情報を得たりするために行くことが多いようである。観光案内所が観光客にとって必要であることはまちがいないが、それだけでは不十分なのかもしれない。

地下鉄の地上出入り口の前の路上で観光案内を行うというアイデアは、「観光」だけが産業だと言われるこの街の苦肉の策なのかもしれない。しかし、交通結節点におけるこのような観光情報提供は、観光客の立場からしてみると非常に便利でかゆいところに手が届くものであった。加えて、例え簡単な観光情報についてであっても、現地の人とコミュニケーションするというのは観光の醍醐味の一つであろう。

我が国では、IT技術を駆使し、観光情報を携帯電話やPDA等の情報端末に配信する実験が行われている都市もある。このような情報源の整備はもちろん有意義ではあるのだが、生身の人間とのコミュニケーションが、最良の情報提供策であるという事実を忘れてはならないのではないか。ワシントンD．C．は、モビリティを考える上での「ヒト」の意義を改めて考えさせられたまちであった。