



日本モビリティ・マネジメント会議
ニューズレター

Vol.3 ● 2007.3.16

【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

MMI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。

桜前線も徐々に北上し、春色のなごやかな季節となつてまいりました。さて、今号は、第二回目の日本モビリティ・マネジメント会議の情報を中心とした記事をお届けしたいと思います。

イベント案内 第二回JCOMM開催

■二〇〇七年七月二十七日(金)
二十八日(土)

札幌市札幌コンベンションセンター
JCOMMは、日本国内のモビリティ・マネジメント(MM)についての行政や実務支援、ならびに技術発展を目指した会議です。MMに関心のある行政やコンサルタント、研究者、交通事業者、市民団体など、皆様のご発表・ご参加をお待ちしています。どうぞ、お気軽にお申し込み下さい。



2007年度 MM関連 会告

● 第二回 JCOMM 開催のご案内

発表申し込み 2007年3月31日(Sat)締切

- ①発表者・連名者の氏名・所属/勤務先、②連絡先(住所、tel、e-mail)、③MMで使用したツール展示の可否、④発表タイトル、⑤発表概要(300字程度)を明記の上、事務局(jcomm@plan.cv.titech.ac.jp)まで。

※ 発表形式には、ポスター発表(ポスター掲示と説明)、口頭発表(スクリーン形式での口頭発表)の2通りありますが、個々の発表の形式については、プログラムの編集上の都合から、JCOMM実行委員会にて検討させていただきます。
※ 発表申し込みは無料です。

参加申し込み 2007年7月6日(Fri)締切

- ①氏名、②所属/勤務先、③連絡先(住所、tel、e-mail)を明記の上、事務局(jcomm@plan.cv.titech.ac.jp)まで。

※ 参加費は無料です(テキストを当日に発売:土木学会より見積・納品・請求書発行可能)。

● 平成 19 年度 JCOMM 賞候補募集

国内の様々なモビリティ・マネジメントについての様々な取り組み・研究の中から、その実現に貢献した個人(複数可)あるいは団体(複数可)を表彰いたします。そして、本賞を通じて、モビリティ・マネジメントの「実務発展」と「技術発展」を期待しています。

皆様のご応募・ご推薦をお待ちしております。

候補対象

- ◇ JCOMMマネジメント賞 ◇ JCOMMデザイン賞 ◇ JCOMM技術賞

募集期間 2007年3月1日(Thu) ~ 3月31日(Sat)必着

推薦(応募)の方法

- 1) 推薦者 他薦あるいは自薦とする
- 2) 応募書類 別に定める推薦書1部に、当該業績の関連資料1部(論文報告書[複数可]、ツール一式等)を添付
なお、JCOMMデザイン賞については、可能な限り、ツールの現物を添付して下さい。推薦書はJCOMMのHPより、ダウンロードできます。
- 3) 提出方法 郵送、e-mailのいずれも可
- 4) 提出先 JCOMM実行委員会事務局

詳細は、<http://www.plan.cv.titech.ac.jp/fujilab/jcomm.html> をご覧下さい。

ニッポンのMM

第二回 札幌都市圏に おけるMM

定の効果(〇五年度の実験により自動車の手段分担率が5%減)が確認されていることから、今後は、参加事業所数及び参加者数の拡大が目的の一つです。

これまで、札幌都市圏においては、二〇〇〇年度に地域住民、二〇〇〇年度と二〇〇六年度に小学校(児童・保護者)、さらに、〇五年度、〇六年度には事業所(公共団体・民間企業)を対象に『かしくいクルマの使い方プログラム』を実施してきました。また、この取り組みを広げるために、〇五年度には環境省・北海道運輸局・北海道・札幌市及び隣接市町等による『札幌圏モビリティ・マネジメント検討会』を開催し、実務的な議論を繰り広げています。

〇七年度は、第二回日本モビリティ・マネジメント会議の開催地でもありますので、開催地として恥ずかしくないMMを実施していきたいと考えており、今後は、札幌市及び隣接市町と連携し、事業所・学校・M・転入者Mに取り組みでいくことを検討しています。さらに、現在の検討会メンバーに加え、交通事業者や民間企業も参加しての協議会の設立も予定しており、効率的で持続可能なMM施策の実施を目指しています。

札幌圏におけるMMの特徴を挙げれば、一つはトラベル・フィードバック・プログラムを先駆的に実施してきたエリアであること、最近では、フィードバックとアドヴァイス法を軸とした

(札幌圏モビリティ・マネジメント検討会 座長 北海道大学大学院・高野伸栄 国土交通省北海道開発局札幌開発建設部 北海道開発技術センター)

WEBシステム(図参照)を構築し、事業所MMを実施しているところ。後者については、これまでの取り組みより、一



イベント案内

ECOMMプログラム 決定のお知らせ

二〇〇七年五月十日、十一日にスウェーデン、ルンド市で開催される欧州モビリティ・マネジメント会議では、健康や、ステイタスシンボルとしての持続可能な交通、まちづくり、職場MM、意思決定と交通施策、あたらしいMM施策等のセッションが設けられており、様々な発表が行われる予定です。

詳しくは、HPをご参照ください。
<http://www.ecomm2007.se/>



第三十五回土木計画学 研究発表会(春大会) MMセッション

(社)土木学会 土木計画学研究発表会(以下、春大会)の企画論文部門において、MMセッションが開設されます。詳しくは、HPをご参照ください。

<http://www.jsce.or.jp/committee/jip35/index.html>

●開催時期

二〇〇七年六月九日(土)・十日(日)

●開催場所

九州大学 箱崎キャンパス

●論文応募期限

二〇〇七年三月十六日(金)



MM用語解説

【TFP(トラベル・フィード バック・プログラム)】

ひとり一人に日常のクルマ利用や公共交通利用を振り返ってもらう機会を提供し、それを通じて意識と行動の自発的な変化を期待するコミュニケーション施策。個別のかつ大規模に行うことで、自動車分担率や公共交

通利用者数などの「改善」が期待されます。様々なものが開発されていますが、「参加率」を重視したワンショットTFPや簡易TFPが最近の実務では頻繁に使用される傾向があります。ただし、TFPには多くのヴァリエーションがあり、その状況々に応じてやり方そのものを適切にカスタマイズしていくことが、成功の鍵となります。

世界のMM

第一回 アデレード市の トラベルスマート

コミュニケーションの極意

一九九八年、わが国に最初に紹介されたMMは、アデレード市における取り組みでした(原田&牧村一九九八)。世界のMM第一回は、このアデレード市のMMを紹介します。



写真1 作業事務所入り口とプロジェクトロゴ

アデレード市は人口約百七万人、豪州南オーストラリア州の州都です。二〇〇六年十月、筆者が当地を訪れた際、州政府がステイア・デバイス・グループ社(SDG社)に委託し、約二万二千世帯を対象としたMMプロジェクト「トラベルスマート」が進行中でした(写真1:作業事務所とロゴ)。委託費は二〇〇五年五月(二〇〇七年六月までの二年)で約二億円(一世帯あたり百豪州ドル:約一万円)とのことでした。SDG社のMMの特徴は、丁寧な個別コミュニケーションです。このコミュニケーションが、実際にどのような点に留意して実施されているのでしょ

表1 アデレードでのプログラム手順

- ① 対象世帯に、TravelSmartの趣旨と今度連絡します、という内容の書状を郵送する。
- ② ①の対象世帯に電話をかける。電話で通じない場合、直接訪問する(全体の三分の二は訪問)。電話あるいは訪問での十分程度の「会話」を通して、対象者が何に興味があるかを把握し、どのツールを配布するかを提案し、提供ツールを確定する。
- ③ ②の会話に基づいて確定した提供ツールを郵送で提供する。

表2 会話例

- 会話例1)
対象者: 子供の送り迎えにはクルマが絶対必要なんです。
コミュニケーター: なるほど。例えば、近所の方と相談して調整できれば、必ずしもあなたのクルマを出す必要はないかもしれませんか?
- 会話例2)
対象者: 僕は音楽をやっていて、チェロを毎日運ばないといけないのでクルマは絶対必要なんです。
コミュニケーター: なるほど。ところで、チェロは、必ず毎日家に持って帰る必要があるのでしょうか?

うか。

アデレードでのトラベルスマートの手順は表1のとおりですが、このうち、②「会話」がこのプログラムの核となる重要なコミュニケーションとなっています。

「会話」は、「先日お手紙をお送りした南豪州政府のもですが、ご覧になりましたか?」という一言に始まり、交通に関して何か困っていることがないかを聞きだすために行われます。困っていることが特に無かったとしても「例えばこうすると、あなたの生活がもっと良くなるのでは?」等、いわゆるカウンセリング的な会話をを行います(会話例参照)。

これらの「会話」で重要なのは、興味や困っていること、事情などは人によつて全く違うため、ケース・バイ・ケースでの対応が必要になるといえます。この取り組みの成果はひとえにコミュニケーターのコミュニケーション

ョン能力に依存しているようです。

ところで、SDG社がこのプロジェクトのために雇用しているコミュニケータは、電話担当と訪問担当とに分けられています。電話担当者はマーケティング会社出身の人が多いのですが、訪問担当者は医療カウンセラーなど会話能力が求められる職業出身の人が多いとのこと。筆者の訪問時に紹介されたジルさん(写真は、優秀な訪問コミュニケーターだそうで、きちんと相手の話を聞き、相手に警戒心を抱かせないタイプの方でした)。



写真 ジルさん

コミュニケーションを主体としたMM施策を効果的に機能させるには、このような人材の育成もまた、大切な要素と言えます。