

平成20年度 JCOMM賞の受賞者発表



JCOMM実行委員会では、平成20年3月末までにご応募・ご推薦をいただいた取り組み・研究の中から、平成20年度JCOMM賞の各賞受賞者を選定いたしました。対象者には、第三回JCOMMにて表彰を行います。

JCOMM AWARD マネジメント賞

■「福山都市圏におけるベスト運動を核としたモビリティ・マネジメント—交通円滑化総合計画を活かした5年間に渡る包括的な取り組み—」

福山都市圏交通円滑化総合計画推進委員会 事務局

(国土交通省中国地方整備局福山河川国道事務所調査設計第二課・広島県福山地域事務所建設局事業調整班・福山市建設局都市部都市交通課・(株)福山コンサルタント西日本事業部)

JCOMM AWARD プロジェクト賞

■「筑波大学新学内バス導入と利用促進MMプロジェクト」

筑波大学

■「別所線の利用促進と沿線の観光振興を目的とした観光型モビリティ・マネジメント」

長野県上田市における観光資源を活用した別所線の活性化方策に関するワーキンググループ

(国土交通省北陸信越運輸局・上田市・エヌシーイー(株)・上田電鉄(株)・別所温泉観光協会・別所温泉旅館組合・別所線の将来を考える会・信州大学高瀬達夫)

■「免許更新時講習等を活用したモビリティ・マネジメントの取組とその効果」

京都都市圏CO2排出削減広報検討会議

(事務局:国土交通省京都国道事務所調査課・京都府建設交通部交通対策課・中央復建コンサルタンツ(株)計画系グループ)

JCOMM AWARD デザイン賞

■「ふくいのりのりマップをはじめとするホジロバ交通情報関連ツール一式」

特定非営利活動法人ふくい路面電車とまちづくりの会(ROBA)

■「茨城県内高校新入生のための公共交通利用促進パンフレット」

茨城県公共交通活性化会議, 斎藤綾

JCOMM AWARD 技術賞

■「WebGISを活用した交通行動自己診断システムの開発とトラベル・フィードバック・プログラムへの適用」

(受賞研究業績=大森宣暁, 中里盛道, 青野貞康, 円山琢也, 原田昇: WebGISを活用した交通行動自己診断システムの開発とトラベル・フィードバック・プログラムへの適用, 土木学会論文集D, Vol.64, No.1, pp.55-64, 2008.)

大森宣暁, 原田昇, 青野貞康, 中里盛道

JCOMM賞についての情報は、HPにも掲載しております。各賞の概要や詳細等はHPをご覧ください。
(<http://www.plan.cv.titech.ac.jp/fujilab/jcomm.html>)

七月四日(金)、五日(土)に京都市国際交流会館で開催される第三回JCOMMまで、あと二週間となります。

また、今回も前回は超える八十三編の発表申し込みをいただいています。



日本モビリティ・マネジメント会議
ニュースレター

Vol.8 ● 2008.6.22

【発行】 JCOMM実行委員会

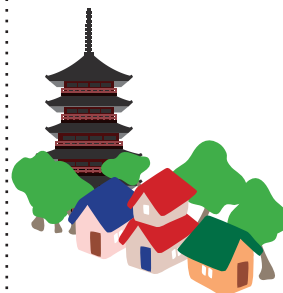
ニュースレター編集部

【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。



下記のとおり、イベント、オープニングセッション、ポスター・口頭発表など多彩なプログラム構成となっております。ぜひご参加の上、MMの情報交換の場としてご利用ください。

第三回 JCOMM in 京都市国際交流会館 プログラム (改訂版)

● 1日目 7月4日(金)

09:00-	レジストレーション
09:50-12:00	開催地企画 かしこいMMの使い方
13:00-14:50	オープニングセッション 開会挨拶・基調講演・JCOMM賞各賞授賞式
15:00-16:00	ポスター発表A(22編)
16:00-17:00	ポスター発表B(20編) ポスター発表A・B時間中、平成20年度JCOMM賞受賞者の展示も同時に行います。
17:00-18:00	口頭発表I(3編)モビリティ・マネジメント行政の展望
18:30-	懇親会

● 2日目 7月5日(土)

09:00-	開場
09:15-10:15	口頭発表II(3編)モビリティ・マネジメントと社会的便益
10:15-11:15	口頭発表III(3編)学校におけるモビリティ・マネジメント
11:25-12:25	口頭発表IV(3編)モビリティ・マネジメントとまちづくり
13:25-14:25	口頭発表V(3編)バスシステム改善としてのモビリティ・マネジメント
14:25-15:25	ポスター発表C(23編)、ブースセッション
15:35-16:35	口頭発表VI(3編)モビリティ・マネジメントの多角的展開に向けて
16:35-16:55	クロージングセッション 開場時間中、平成20年度JCOMM賞受賞者の展示も同時に行います。

ニッポンのMM 第七回 筑波大学 学内バスの 利用促進

我が国のMMはソフト施策に特化したものと受け取られがちですが、欧州や米国ではハードとソフトを組み合わせた総合施策という意味合いでMMという言葉が使われています。このハードとソフトを組み合わせた交通施策を、「大学」という一種の事業所にて実施し、成功を取めたのが筑波大学の取り組みです。

筑波大学では、二〇〇五年八月、つくばエクスプレス(TX)開通を契機に、学内バスシステムを刷新しました。これまでは、学内のみを一時間に二回程度巡回するバスでしたが、新学内バスはTXつくば駅と学内を循環する路線で一時間に少なくとも六本運行されています。また、関東鉄道バスと大学の連携により、日本初の「大型特約一年、教職員八、四〇〇円/年」という安価な料金体系となっていることも特徴の一つです。

バスシステムに加えて、利用促進モバイルティ・マネジメントも継続的に実施されています。利用促進MM

は「動機付け・定期券利用例・購入方法・購入申込書携帯可能なバス時刻表」を一枚にまとめたチラシと、つくば市内のバスマップを組み合わせたキットを、大学組織を介して学生・教職員に配布するというものです。

このバスシステム導入と利用促進MMにより、教職員の通勤におけるバス分担率が二倍に、教職員の自動車分担率が約二割減少する(環境負荷換算で通勤時のCO2が十二%減)という効果が確認されました。今後も、歩行者対策、自転車対策、そして居住地選択等、大学の交通マネジメントを継続していく予定です。

(筑波大学・谷口綾子)

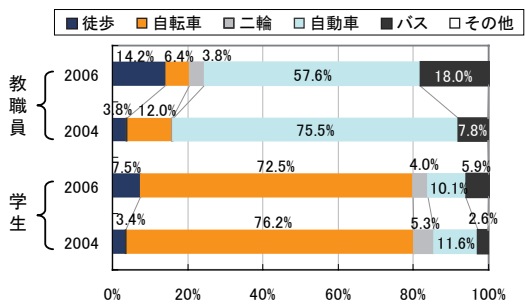


図 新学内バス導入+利用促進MMによる交通機関分担率の変化
2004年:導入前、2006年:導入後

イベント報告 E COM M 2008 i-ロンドン 参加報告

二〇〇八年六月四日(土)六日にかけて、英国ロンドン市にて欧州モビリティ・マネジメント会議(E COM M)が開催されました。以下に概要を報告します。

■オープニング・セッションでの議論
会議はE P O M Mプレジデント、スヴェンソン氏の挨拶から始まりました。氏はその挨拶の中で「地球温暖化問題にモビリティ・マネジメントがどう貢献できるのかが問われている。MMの目標は、新しいモビリティ文化を創っていくことである」と述べていました。



写真1 パネル・ディスカッションの様子

続く、パネルディスカッションでは、会場を交えた活発な議論が行われました。この中で、インフラの重要性や、交通モード間の連携、各種交通施策の連携の重要性が繰り返し指摘されていたほか、「利己的な動機」のみで行動しないよう人々の哲学を変えていく必要があること、そのため

に政治的メッセージが重要であること等が指摘されました。特にロンドンの「混雑税」は、(次の選挙が心配だと

いうコメントもありましたが)市長の思想を市民に伝えるとてもよいメッセージであると評価されていました。また、「昨日までノッティンガムにいたけど、自転車政策をがんばっている割に、自転車分担率は1%。いったいこれは何故なんだ?」というオランダ人からの手厳しい質問もありました。

■各セッションでの議論
セッションの時間帯は全部で四つ、各時間帯に八ないし九の並行セッションがあり、一セッションあたりの発表数は三件とゆつたりとした進行となっていました。筆者は「行動変容 Changing behavior」のセッションを聴講しました。以下に、特に印象的であった事項について報告します。

一つは、行動変容の「動機づけ」についてです。オーストリア人の発表では「地球環境問題だけでなく個人の交通行動を変えることは難しい」、アメリカ人の発表では「アメリカ人に効く動機付けは、金と時間の節約。環境じゃダメ」と報告されていました。欧州や米国でも、環境問題は一般の人々にとっては「遠い将来、自分と関係ない」事柄であることが表れたと感じました。一方で、転居時などタイミングを見計らった「コミュニケーション」の有効性や、公共交通のブランド化の可能性についても報告されていました。特に、自動車企業は地域に根ざしていない一方で、その存在自体が地域に根ざしている「公共交通ブランド」は極めて大きい可能性を持つだろう、と主

張されていたことが印象的でした。もう一つは、スウェーデン、マルモ市のマスメディアを活用した「Ridiculousキャンペーン」です。「Ridiculous」とは愚かな、おバカな、という意味ですが、このキャンペーンは「Ridiculousなクルマ利用をしてる人を教えてください、一番Ridiculousだった人に、自転車をプレゼントします」というユーモアあふれる取り組みです。二〇〇三年から始められ、今では市民の半数がこのキャンペーンを認知し、一割の人が古い習慣を変える効果があつたとのことでした。あらかじめ質問して欲しい文章を紙片に書き(例えば、「そんなことして自動車利用者が怒らなかつた?」等)、特定の聴衆に渡して質問してもらおうという、ショー(?)のような発表でした。

このように、マーケティング・キャンペーンやブランド化等、欧州の取り組みを参考にすべき部分は多々見られました。一方で、E COM Mの基本的な議論の方向や内容は、やはり我が国のそれと共通しているという印象でした。次回二〇〇九年はスペインのサン・セバスチャンという街で開催されるそうです。



写真2(右) 女性二人のかけ合いで進められたマルモ市の発表
写真3(左) マルモ市のキャンペーンパンフレット