

1 取り組みの経緯

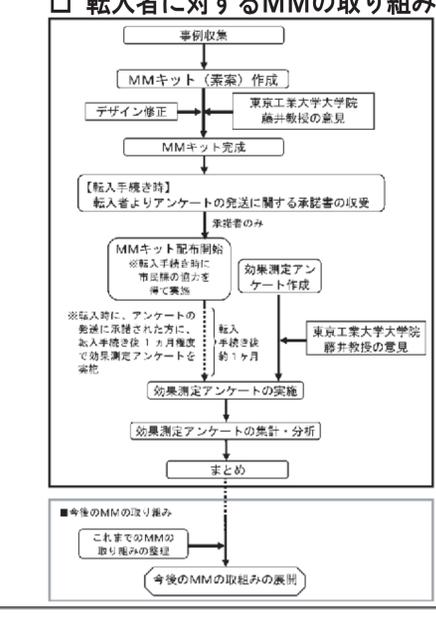
豊橋市では、過度な自動車利用に起因する道路渋滞などといった都市問題が発生しており、その改善策の1つとして、モビリティ・マネジメント（MM）の取り組みを平成18年度から継続して実施しています。

今回の取り組みは、転入者を対象として、転入手続き時に公共交通マップなどの情報を提供することによって、転入後の日常生活における自動車利用の抑制と路面電車や路線バスなど、公共交通の利用促進を効果的に行うことを目的に実施しました。

□ 年度別のMMの取り組み内容

事業年度	対象	目的
平成18年度	公共交通 学校教育	路線バス(特定路線)の利用促進(以後継続事業化) 小学生への出前講座を活用した意識形成(以後継続事業化)
平成19年度	事業所 一般市民	就業者を対象に通勤時などにおける交通行動を変革 公共交通マップの配布、ホームページ活用による意識啓発
平成20年度	転入者	新規転入者への情報提供、交通意識形成

2 取り組みの実施手順



3 取り組みの実施方法

【期間】：平成20年10月1日～平成21年1月30日(122日間)
 【実施場所】：豊橋市役所(全期間)
 :市民窓口センター9箇所(平成20年11月10日～12月19日の期間のみ)
 【対象者】：転入手続きをした人の中で、効果測定アンケートへの協力を承諾された方(市民課の協力を得て実施しました)
 【効果把握】：転入手続き後1ヵ月後にワンショットTFPIによる効果測定

- 配布グループ分け(各グループの一部に粗品を付けて配布)
- 配布したMMキットの違いによる、クルマや公共交通機関の利用頻度の違いなどを計測するため、グループ分けを行いました。また、各グループにおいて、粗品によるアンケート回収率の変化の検証を行いました。
- ①『フルセット配布グループ：G1』
転入手続き時に、公共交通マップや動機付けチラシなどMMキットをフルセットで配布したグループ
 - ②『マップのみ配布グループ：G2』
転入手続き時に、公共交通マップのみ配布したグループ
 - ③『配布物無しグループ：G3』
転入手続き時に、何も配布しなかったグループ

4 取り組みで作成したMMキット



- ① 動機付けチラシ
自動車利用から公共交通などに転換を促す動機付けのために、自動車利用のマイナス面や公共交通利用の利点という情報を提供するために作成しました。
- ② 公共交通マップ
鉄道やバスがどこを運行しているかといった公共交通の情報を地図と合わせて提供するもので、転入後間もない時期は、地図を使う機会が多くなるため、公共交通に関する情報を見る機会も増加し、転入者に対して、自動車利用から公共交通などに転換を促すツールとして作成しました。
- ③ バスの乗り方説明のチラシ
地域によって異なるバスの乗り方についての案内を提供することで、公共交通の利用促進を促すツールとして作成しました。
- ④ コミュニティバス東部東山線のチラシ
コミュニティバス東部東山線(やまびこ号)の宣伝と、利用を促すツールとして作成しました。

□ MMキット配布時の外観

□ グループ毎の配布物概要表

グループ	MMキットの内容			
	①動機付け チラシ	②豊橋市公共 交通マップ	③バスの乗り方 の説明チラシ	④東部東山線の チラシ
フルセット配布(G1)	○	○	○	○
マップのみ配布(G2)	—	○	—	—
配布物なし(G3)	—	—	—	—

□ グループ毎のMMキット配布状況等概要表

項目	フルセット配布グループ(G1)	マップのみ配布グループ(G2)	配布物なしグループ(G3)
実施期間	平成20年11月10日～12月19日	平成20年12月22日～平成21年1月30日	平成20年10月1日～11月7日
実施場所	豊橋市役所・市民窓口センター(9箇所)	豊橋市役所	豊橋市役所
対象転入者数と承諾者数	(対象転入者数)：1,068人 (届出件数)：819件 『承諾者数』：155人 【対象転入者の14.5%】 【届出件数の18.9%】	(対象転入者数)：881人 (届出件数)：693件 『承諾者数』：141人 【対象転入者の16.0%】 【届出件数の20.3%】	(対象転入者数)：948人 (届出件数)：714件 『承諾者数』：159人 【対象転入者の16.8%】 【届出件数の22.3%】
配布方法	窓口での転入手続き時に、効果測定アンケート承諾者に対して、手渡し配布		
配布物及び配布状況	①～④、155セット配布	②のみ、141セット配布	配布物なし

5 効果測定アンケートの配布回収状況

□ グループ別の配布・回収状況表

項目	内容																
配布数	455票																
配布・回収方法	郵送配布、郵送回収方式																
配布回収状況	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>フルセット配布グループ(G1)</th> <th>マップのみ配布グループ(G2)</th> <th>配布物なしグループ(G3)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>配布数</td> <td>155票(粗品あり：51票)</td> <td>141票(粗品あり：46票)</td> <td>159票(粗品あり：52票)</td> </tr> <tr> <td>回収数</td> <td>63票(粗品あり：23票)</td> <td>60票(粗品あり：19票)</td> <td>69票(粗品あり：25票)</td> </tr> <tr> <td>回収率</td> <td>47.7%(粗品あり：45.1%) (粗品なし：38.5%)</td> <td>44.1%(粗品あり：41.3%) (粗品なし：43.2%)</td> <td>51.5%(粗品あり：48.0%) (粗品なし：38.9%)</td> </tr> </tbody> </table>	項目	フルセット配布グループ(G1)	マップのみ配布グループ(G2)	配布物なしグループ(G3)	配布数	155票(粗品あり：51票)	141票(粗品あり：46票)	159票(粗品あり：52票)	回収数	63票(粗品あり：23票)	60票(粗品あり：19票)	69票(粗品あり：25票)	回収率	47.7%(粗品あり：45.1%) (粗品なし：38.5%)	44.1%(粗品あり：41.3%) (粗品なし：43.2%)	51.5%(粗品あり：48.0%) (粗品なし：38.9%)
	項目	フルセット配布グループ(G1)	マップのみ配布グループ(G2)	配布物なしグループ(G3)													
	配布数	155票(粗品あり：51票)	141票(粗品あり：46票)	159票(粗品あり：52票)													
	回収数	63票(粗品あり：23票)	60票(粗品あり：19票)	69票(粗品あり：25票)													
回収率	47.7%(粗品あり：45.1%) (粗品なし：38.5%)	44.1%(粗品あり：41.3%) (粗品なし：43.2%)	51.5%(粗品あり：48.0%) (粗品なし：38.9%)														

□ グループ別の配布・回収スケジュール表

配布グループ	MMキット配布・アンケート配布・回収期間
フルセット配布グループ(G1)	【MMキット配布期間】11月10日～12月19日 【効果測定アンケート】発送：1月14日頃 回収期限：1月30日
マップのみ配布グループ(G2)	【MMキット配布期間】12月22日～1月30日 発送：2月16日頃 回収期限：3月2日
配布物無しグループ(G3)	【MMキット配布期間】10月1日～11月7日 【効果測定アンケート】発送：12月8日頃 回収期限：12月26日

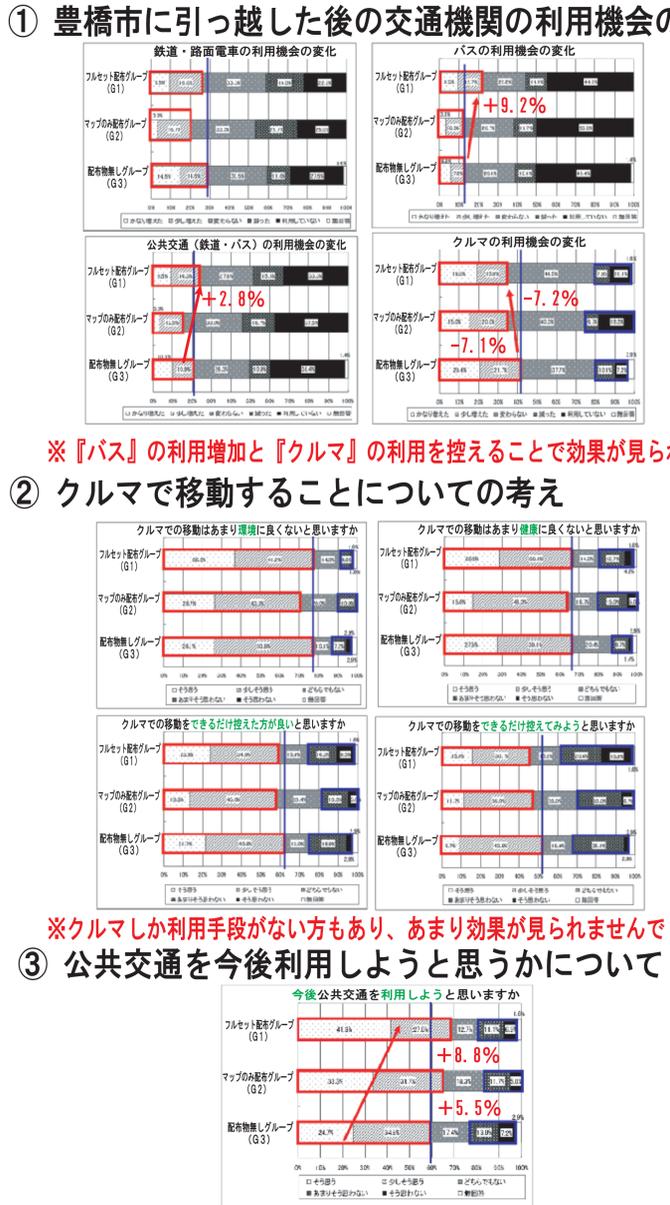
□ 粗品の有無による回収率の比較

項目	フルセット配布グループ(G1)(%)	マップのみ配布グループ(G2)(%)	配布物なしグループ(G3)(%)
粗品あり回収率	45.1	41.3	48.0
粗品なし回収率	38.5	43.2	38.9
粗品による差	6.6	△1.9	9.1
全体回収率	47.7	44.1	51.5

※グループによって、多少差があるものの、全体的に粗品があることによってアンケートの回収率が向上していると考えられます。

※グループ別の粗品の同封数は、配布グループ別にバイアス補正をした本数配分を行っています。

6 主な効果測定アンケートの結果



④ MMキットの評価

項目	フルセット配布グループ(G1)	マップのみ配布グループ(G2)	MM配布物の効果
引越後の鉄道・路面電車の利用機会の変化	○	○	○
引越後のバスの利用機会の変化	○	○	○
引越後のクルマの利用機会の変化	○	○	○
クルマでの移動は、あまり環境に良くないと思いませんか	○	○	○
クルマでの移動は、あまり健康に良くないと思いませんか	○	○	○
クルマでの移動をできるだけ控えたいと思いませんか	○	○	○
豊橋市の公共交通を今後利用しようと思いませんか	○	○	○

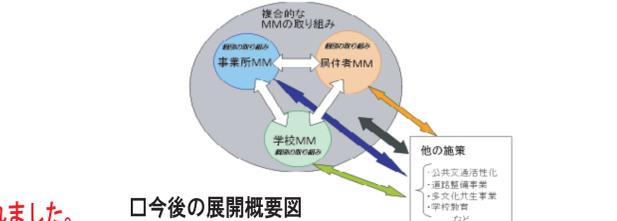
※○：効果あり、◎：フルセット配布、マップのみ配布の両グループで効果あり、—：配布物の有無による効果が見られない

⑤ まとめと課題

1. 効果測定アンケートの継続的な実施
転入後6ヶ月程度経過した時点など、幾つかのタイミングで効果測定を行う必要があると考えられます。
2. 同一条件における、MMキットのグループ別配布の実施
今回の取り組みでは、グループ別に配布期間が変わったため、回答者の居住地にバラツキが生じ、必ずしもMMキットの効果が確かめられない事が考えられます。そのため、正確なMMキット別の効果を検証するため、同一の配布条件下における実施が必要と考えられます。
3. 居住地に応じたMMキットの開発
居住地によって、公共交通機関の利用可能性に差が生じていると考えられますので、居住地の状況にあわせたMMキットの開発が必要と考えられます。
4. 取り組みの時期の拡大を図る
取り組みの通年実施や、転入者の多い4月を中心とした時期に行うといった、取り組みの時期の拡大を図る必要が考えられます。
5. 他のMMの取り組みと連携を図る
複数の取り組みと連携を取ることで、効果的な実施を図る必要があると考えられます。

7 今後の取り組みについて

1. これまで3カ年の試行で得た結果を活かし、「居住者」「事業所」「学校」のそれぞれの対象で、効果的かつ効果的に変えていくための取り組みを継続します。
2. 「居住者」と「事業所」を組み合わせた取り組みといったMMの対象が複数連携して行われる取り組みについて、その検討を行います。



※配布物を充実させることにより今後の公共交通利用意思に影響を及ぼすという効果が見られました。 □今後の展開概要図