

平成22年度 政策レビュー結果（評価書）

運輸安全マネジメント評価

平成23年3月

国土交通省

(評価書の要旨)

テーマ名	運輸安全マネジメント評価	担当課 (担当課長名)	大臣官房運輸安全監理官(最勝寺 潔)
評価の目的 必要性	<p>輸送の安全の確保は、運輸事業の根幹であり、不断の改善・向上の取組が不可欠な重要な課題である。</p> <p>国土交通省では、平成17年に運輸事業における事故・トラブルが多発したことを契機として制定された「運輸の安全性の向上のための鉄道事業法等の一部を改正する法律」(平成18年法律第19号。以下「運輸安全一括法」という。)により、平成18年10月から、陸・海・空の運輸事業者がトップから現場まで一丸となった安全管理体制を構築し、その運輸事業者の取組状況に関して国が評価する「運輸安全マネジメント評価」を実施しているところである。</p> <p>平成22年10月をもって「運輸安全マネジメント評価」実施から4年が経過することを機に、本政策レビューを実施し、本政策評価結果を基に、「運輸安全マネジメント評価」の質の向上等へと繋げていくものである。</p>		
対象政策	運輸安全マネジメント評価		
政策の目的	<p>本政策では、「運輸安全一括法」により改正された鉄道事業法、航空法、道路運送法、海上運送法等の関係法令に基づき、運輸事業者に安全管理規程の作成及び安全統括管理者の選任を義務付けるなど、安全管理体制の構築を求めている。そして、運輸事業者自らが経営トップのコミットメントの下、安全管理体制の構築を目指し、本制度の意義・内容を十分に理解し、さらに輸送の安全性の向上について高い意識を持って積極的に安全管理体制の更なる向上に向けた取組を行うこと、また、構築された安全管理体制を運輸事業者自らが内部監査等の手法によりチェックを行い、運輸事業者内部に安全風土・安全文化が構築され、安全管理体制のスパイラルアップが図られ、改善されていくことを目的している。</p>		
評価の視点	<p>「運輸安全マネジメント評価」が運輸事業者の自主的な安全管理体制の確立に貢献しているかどうかという視点から政策評価を行う。</p>		
評価手法	<p>平成18年10月以降の4年間に国土交通省運輸安全調査官が行った「運輸安全マネジメント評価」の結果(評価報告書)をもとに、運輸事業者の安全管理体制の確立に向けた取組(以下、「運輸安全取組」という。)の進展状況を分析するほか、平成21年度に国土交通省大臣官房運輸安全監理官室にて実施した「運輸安全マネジメント評価」に関する運輸事業者に対するアンケート調査の結果等を分析し、それらを踏まえて、「運輸安全マネジメント評価」に関する課題を抽出し、今後の取組を検討するという手法をとる。</p>		
評価結果	<p>○評価を受けた回数別の運輸安全取組実施の傾向・特徴(大手事業者)</p> <p>大手事業者については、平成18年からほぼ毎年1回、「運輸安全マネジメント評価」を実施しているところであるが、評価の回数を重ねるごとに全ての項目について運輸安全取組の実施率が上昇しており、安全管理のための仕組みが段階的に構築・運用・改善されてきていることが見て取れる。</p>		

	<p>○大手以外の事業者における運輸安全取組実施の傾向・特徴</p> <p>大手以外の事業者は、大手事業者に比べて全般的に運輸安全取組の実施率が低いことが見て取れる(なお、多くの大手以外の事業者は、未だ複数回の運輸安全マネジメント評価を受けていないところ。)</p> <p>○「運輸安全マネジメント評価」に関する運輸事業者に対するアンケート調査</p> <p>運輸事業者の意識アンケート結果からは、運輸事業者は、「運輸安全マネジメント評価」によってより安全を意識するようになるとともに、評価は安全確保のために有効と捉えていることが見て取れる。</p>
<p>政策への 反映の方向</p>	<p>○全般的な方向性</p> <p>次の事項に取り組み、運輸安全マネジメントの一層の浸透・定着を図っていく。</p> <p>(1) 施策ツールを総動員した運輸事業者の支援</p> <p>「運輸安全マネジメント評価」の重点化を図るとともに、運輸安全セミナーの開催、運輸安全取組事例の収集・公表等を行うことにより、運輸安全取組を支援していく。</p> <p>(2) より適切な「運輸安全マネジメント評価」を行う体制の充実・整備</p> <p>「運輸安全マネジメント評価」の適切さや公正さは、評価担当職員の本制度に関する知識、技能、知見等の力量に委ねられるところが多いことから、評価担当職員の力量の充実・強化を図っていく。</p> <p>(3) 関係部局等との連携の強化の推進</p> <p>関係部局等との連絡や情報交換を密にし、計画的に「運輸安全マネジメント評価」を実施するとともに、「運輸安全マネジメント評価」と保安監査を運輸事業者に対する安全政策における車の両輪として有機的に機能させていく。</p> <p>○事業規模に応じた方向性</p> <p>(1) 大手事業者の「運輸安全マネジメント評価」の実施方針</p> <p>運輸安全取組の更なるレベルアップを図るため、次の事項に取り組んでいく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・運輸事業者の特徴や性質を踏まえた「運輸安全マネジメント評価」の実施 ・安全管理の取組が進んでいる運輸事業者については、「運輸安全マネジメント評価」実施間隔の延長 ・現場において確認した安全方針の浸透状況、社内コミュニケーションの状況等を参考にした経営管理部門に対するインタビューの実施 <p>(2) 大手以外の事業者の「運輸安全マネジメント評価」の実施方針</p> <p>運輸安全取組の実施率の向上を図るため、次の事項に取り組んでいく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「運輸安全マネジメント評価」を未実施の事業者に対して、計画的に評価を実施 ・事業規模・実態に鑑み、小規模事業者用ガイドラインを活用した、より実効的な「運輸安全マネジメント評価」を実施
<p>第三者の 知見の活用</p>	<p>学識経験者等からなる「国土交通省政策評価会」に、本政策評価の経過報告等を行って助言を頂くとともに、評価会座長より担当に指名された加藤浩徳委員より、個別指導を受けながら進めることとする。また、「運輸審議会運輸安全確保部会」に属する委員より、運輸安全に関する専門的見地から意見を聴くこととする。</p>
<p>実施時期</p>	<p>平成22年度</p>

目次

<u>I. 政策評価の目的、視点等</u>	
1. 政策レビューとは	・・・ 1
2. 政策評価の目的	・・・ 1
3. 政策評価の対象	・・・ 2
4. 政策評価の視点・手法	・・・ 2
5. 政策評価の実施体制	・・・ 4
<u>II. 「運輸安全マネジメント評価」の概要</u>	
1. 「運輸安全マネジメント評価」の導入等の経緯	・・・ 5
2. 「運輸安全マネジメント評価」の目的	・・・ 10
3. 「運輸安全マネジメント評価」の実施体制	・・・ 11
4. 「運輸安全マネジメント評価」の対象事業者	・・・ 11
5. 「運輸安全マネジメント評価」の手法	・・・ 13
<u>III. 「運輸安全マネジメント評価」の実施状況</u>	
1. 「運輸安全マネジメント評価」の実施回数	・・・ 15
2. 「運輸安全マネジメント評価」を通じて確認された 運輸事業者の運輸安全マネジメントに係る取組	・・・ 15
3. 「運輸安全マネジメント評価」に関する運輸事業者 へのアンケート結果	・・・ 21
<u>IV. 「運輸安全マネジメント評価」の評価</u>	
1. 運輸事業者の安全管理体制確立への貢献	・・・ 29
2. 運輸事業者の「運輸安全マネジメント評価」の捉え方	・・・ 29
<u>V. 今後の取組</u>	
1. 全般的な方向性	・・・ 30
2. 事業規模等に応じた方向性	・・・ 33
<u>VI. まとめ</u>	・・・ 35

I. 政策評価の目的、視点等

1. 政策レビューとは

政策レビューとは、国土交通省が行う政策評価の方式の一つであり、「国土交通省事後評価実施計画」（平成22年8月27日最終変更）に基づき実施するものである。具体的には、政策課題として重要なもの、国民の評価に対するニーズが特に高いもの等、目的や政策課題に応じて一括して対象とし、それが目的に照らして所期の効果をあげているかどうかを検証するとともに、結果と施策等の因果関係等について分析し、課題とその改善方策等を発見することとなる。特定のテーマについて掘り下げた政策レビューを実施することにより、関連する政策の企画立案や改善に必要な情報を得ることを目指すものである。

2. 政策評価の目的

輸送の安全の確保は、運輸事業の根幹であり、不断の改善・向上の取組が不可欠な最重要課題である。

国土交通省では、平成17年に運輸事業における事故・トラブルが多発したことを契機として制定された「運輸の安全性の向上のための鉄道事業法等の一部を改正する法律」（平成18年法律第19号。以下「運輸安全一括法」という。）により、平成18年10月から、陸・海・空の運輸事業者がトップから現場まで一丸となった安全管理体制を構築・運用及び改善し、その運輸事業者の取組状況に関して国が評価する「運輸安全マネジメント評価」を実施しているところである。

運輸安全一括法附則第8条の見直し規定（注）を踏まえ、平成22年10月をもって「運輸安全マネジメント評価」実施から4年が経過することを機に、本政策レビューを実施し、本政策評価結果を基に、「運輸安全マネジメント評価」の質の向上等へと繋げていくものである。

※本政策レビューにおいて、運輸事業者が安全管理体制を構築・運用及び改善ことを「運輸安全マネジメント」という。

（注）運輸安全一括法附則第8条

「政府は、この法律の施行後五年を目途として、この法律による改正後の規定の実施状況を勘案し、必要があると認めるときは、当該規定について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。」

3. 政策評価の対象

国土交通省大臣官房運輸安全監理官付運輸安全調査官（以下「運輸安全調査官」という。）が担当している社会的影響の大きい136運輸事業者（以下「大手事業者」という。）に対して行う「運輸安全マネジメント評価」及び地方運輸局等の評価担当官が担当している大手事業者以外の5,171運輸事業者（以下「大手以外の事業者」という。）に対して行う「運輸安全マネジメント評価」を政策評価の対象とする。

4. 政策評価の視点・手法

「運輸安全マネジメント評価」は、従来から行われている安全基準の策定・遵守や保安監査の実施とあいまって、国が「運輸安全マネジメント評価」を行うことにより、運輸事業者に自主的に安全管理体制を確立（安全重点施策の策定・見直し、コミュニケーションの充実、安全教育・訓練の実施・充実、内部監査の実施・充実等）させ、もって、運輸事業者の輸送の安全性の向上を図ろうとするものである。

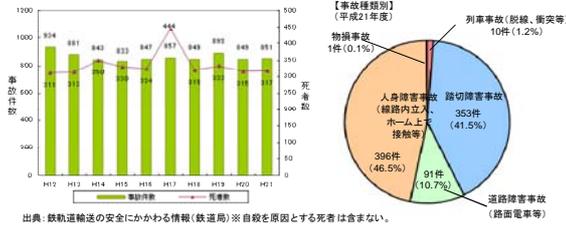
「運輸安全マネジメント評価」を政策評価するに当たっては、輸送の安全性の向上を図る施策であることに鑑み、運輸事業者による事故の件数との関係を見ることが考えられる。

そこで、平成11年度以降の各モードの事故件数を見ると、次の図のとおり、「運輸安全マネジメント評価」が導入された平成18年10月以降については、事業用自動車の事故件数等に減少が見られるものの、それ以外の交通モードではあまり大きな傾向の変化は見られない。

運輸安全の現況

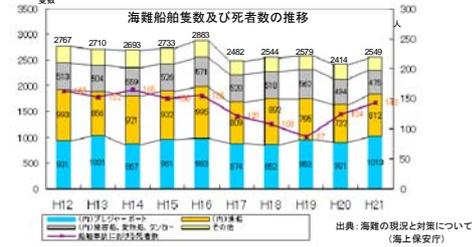
鉄道

事故件数は、長期的に減少傾向にあるが、近年ほぼ横ばい。人身障害事故と踏切障害事故で約9割。一度事故が起きると社会的影響大。



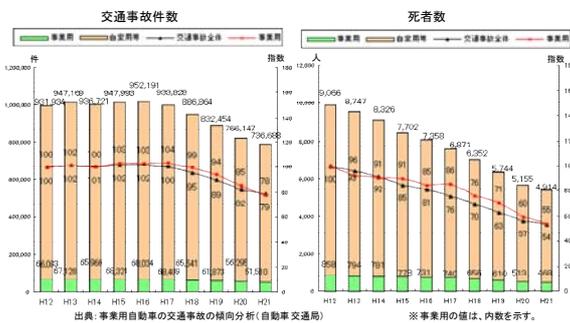
船舶

事故件数は微減傾向にあるが、依然、漁船・プレジャーボートの事故が多発。また高齢になるほど船員の被災が増加傾向。



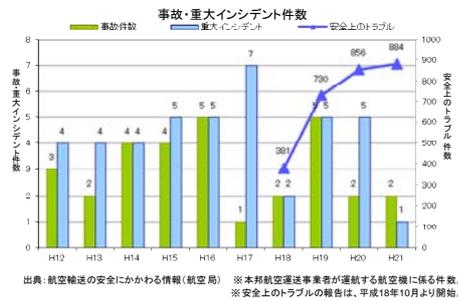
事業用自動車

事故件数・死者数は、高止まり傾向から減少に転じているが、交通事故全体と比べると減り方が鈍い。



航空

国内航空会社による乗客の死亡事故は、昭和60年の日航ジャンボ機墜落事故以来発生していないが、事故は年間1~4件程度で推移。一度事故が起きると社会的影響大。最近では、管制トラブルやハードストライクへの対応も課題。



「運輸安全マネジメント評価」は、繰り返し実施することにより個々の運輸事業者に段階的に安全性向上の取組を進めることを促すものであること、「運輸安全マネジメント評価」の実施体制の制約等のため全ての運輸事業者に対して十分な回数の評価が実施できていないこと等を踏まえると、「運輸安全マネジメント評価」により事故件数が減少したかどうかについて政策評価できるようになるまでには、まだしばらく時間を要すると考えられる。

また、現在のところ、「運輸安全マネジメント評価」と事故件数及び運輸事業者の安全管理体制の確立と事故件数との間にどのような関係があるかについて説明するためのデータの整備等の環境も整っていない。

以上のとおり、現段階では、「運輸安全マネジメント評価」を事故件数との関係で政策評価を行うことが適当な環境にあるとは言えず、今後、それらの関係を説明していくことが課題となっている。

このため、「運輸安全マネジメント評価」について、事故件数との関係で政策評価を行うのではなく、「運輸安全マネジメント評価」が運輸事業者の自主的な安全管理体制の確立に貢献しているかどうかという視点から政策評価を行うこととする。

そのような視点から、平成18年10月以降の4年間に運輸安全調査官が行った「運輸安全マネジメント評価」の結果（評価報告書）をもとに、運輸事業者の安全管理体制の確立に向けた取組の進展状況を分析するほか、平成21年度に国土交通省大臣官房運輸安全監理官室にて実施した「運輸安全マネジメント評価」に関する運輸事業者に対するアンケート調査の結果等を分析し、それらを踏まえて、「運輸安全マネジメント評価」に関する課題を抽出し、今後の取組を検討するという手法をとることとする。

5. 政策評価の実施体制

大臣官房運輸安全監理官室にて本政策評価を実施する。実施に当たっては、学識経験者等からなる「国土交通省政策評価会」（注1）に、本政策評価の経過報告等を行って助言を頂くとともに、評価会座長より担当に指名された加藤浩徳委員より、個別指導を受けながら進めることとする。また、「運輸審議会運輸安全確保部会」に属する委員より、運輸安全に関する専門的見地から意見を聴くこととする。

（注1）国土交通省政策評価会委員（五十音順：平成22年2月10日現在）

上山 信一	慶應義塾大学総合政策学部教授 ※座長
加藤 浩徳	東京大学大学院工学系研究科社会基盤学専攻准教授
工藤 裕子	中央大学法学部教授
佐藤 主光	一橋大学大学院経済学研究科・政策大学院教授
田辺 国昭	東京大学大学院法学政治学研究科・公共政策大学院教授
村木 美貴	千葉大学大学院工学研究科建築・都市科学専攻准教授
森田 祐司	有限責任監査法人トーマツ パートナー（公認会計士）
山本 清	東京大学大学院教育学研究科教授

Ⅱ. 「運輸安全マネジメント評価」の概要

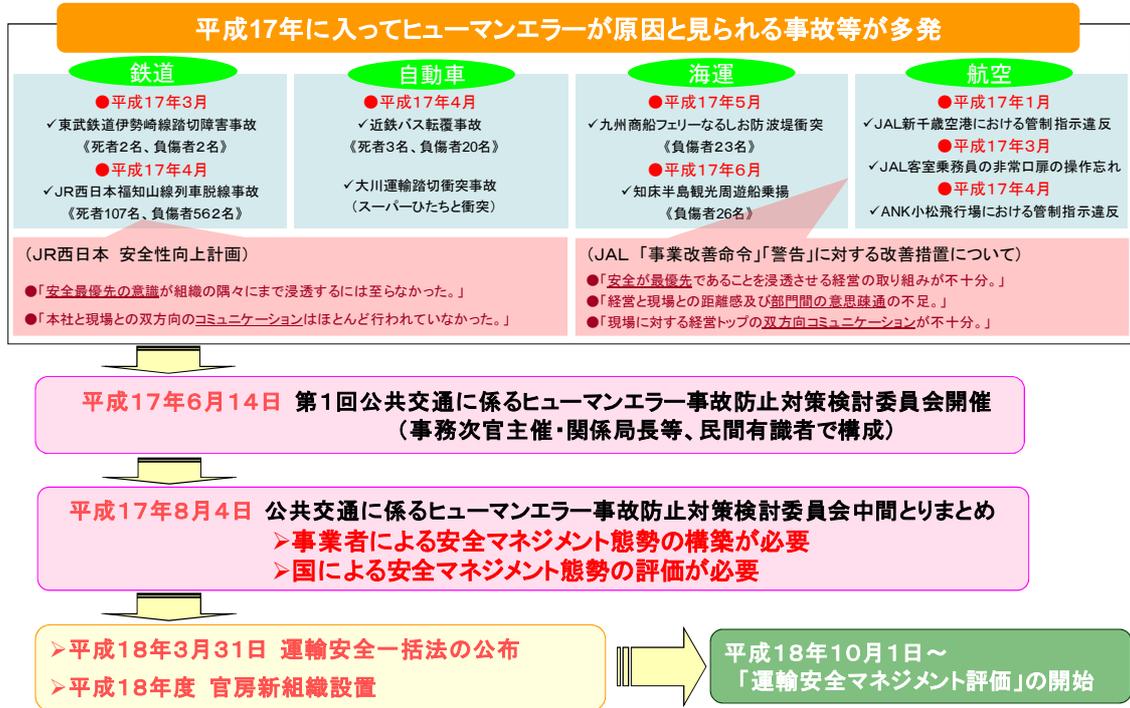
1. 「運輸安全マネジメント評価」の導入等の経緯

運輸事業にとって輸送の安全の確保は最も基本的なサービスであり、利用者たる国民の信頼の根幹を成すものであるが、平成17年4月西日本旅客鉄道株式会社福知山線における列車脱線事故（死者107名、負傷者562名）、同年3月の東武鉄道株式会社伊勢崎線竹ノ塚駅構内における踏切事故（死者2名、負傷者2名）、また、我が国航空運送事業者における管制指示違反等の安全上のトラブル等、ヒューマンエラーが事故原因の1つと考えられる事故・トラブルが連続して発生した。



これらの事故等により、国民の安全を求める声が非常に高まったことを受けて、国民の運輸事業に対する信頼を回復させるために、迅速かつ確実に対応すべき重要な課題と位置づけ、運輸事業の安全性向上のための施策を総合的かつ強力に進める必要があった。

「運輸安全マネジメント評価」の導入に至る経緯



そこで国土交通省では、運輸事業者に対する新たな安全確保のための手法、行政側の組織・体制のあり方についての検討を行うため、平成17年6月に国土交通事務次官を委員長とする「公共交通に係るヒューマンエラー事故防止対策検討委員会」（注2）を設置し、有識者の御意見を伺いながら検討を進めた。

この委員会が平成17年8月に行った中間とりまとめにおいて、ヒューマンエラーによる事故等の防止のためには、「事業者による安全マネジメント態勢の構築が必要」であり、運輸事業者において経営トップから現場まで一丸となった安全管理体制の構築を図るとともに、「国による安全マネジメント態勢の評価が必要」であり、その安全管理体制の確認を国が行う「運輸安全マネジメント評価」の仕組みを導入することなど、安全確保のための新たな方向性が示された。

これを受けて国土交通省は、運輸事業者の安全管理体制の構築等を内容とする運輸安全一括法案を平成18年の通常国会に提出、同年3月に成立・公布されたほか、同年4月に国土交通省大臣官房に各交通モード横断的に輸送の安全を確保するための新組織が設置された。

(注2) 公共交通に係るヒューマンエラー事故防止対策検討委員会委員

(委員長)

佐藤 信秋 国土交通事務次官 (H17.8.15～)
岩村 敬 同 上 (～H17.8.15)

(委員長代理)

清治 真人 技監 (H17.8.15～)
佐藤 信秋 同 上 (～H17.8.15)
安富 正文 国土交通審議官

(委員)

春田 謙 官房長 (H17.8.15～)
峰久 幸義 同 上 (～H17.8.15)
矢部 哲 技術総括審議官 (H17.8.2～)
金澤 寛 同 上 (～H17.8.2)
竹歳 誠 総合政策局長 (H17.8.2～)
丸山 博 同 上 (～H17.8.2)
梅田 春実 鉄道局長
宿利 正史 自動車交通局長 (H17.8.2～)
金澤 悟 同 上 (～H17.8.2)
星野 茂夫 海事局長 (H17.8.2～)
矢部 哲 同 上 (～H17.8.2)
岩崎 貞二 航空局長
杉山 篤史 政策統括官 (H17.8.15～)
春田 謙 同 上 (～H17.8.15)

(事務局担当) 総合政策局 総務課、技術安全課、参事官 (交通安全)

(アドバイザーグループ委員)

稲垣 敏之 筑波大学大学院教授 システム情報工学研究科リスク工学専攻長

岡本 浩一 東洋英和女学院大学人間科学部教授

河内 啓二 東京大学大学院工学系研究科教授

高 巖 麗澤大学国際経済学部教授兼企業倫理研究センター長

芳賀 繁 立教大学文学部心理学科教授

堀野 定雄 神奈川大学工学部経営工学科助教授

村山 義夫 (財)海上労働科学研究所主任研究員

(ヒアリング企業)

全日本空輸株式会社

日本通運株式会社

日本ハム株式会社

日本郵船株式会社

東日本旅客鉄道株式会社

(委員会開催日)

第1回 平成17年 6月14日 (火)

第2回 平成17年 6月21日 (火)

第3回 平成17年 7月 4日 (月)

第4回 平成17年 7月12日 (火)

第5回 平成17年 7月22日 (金)

第6回 平成17年 8月 4日 (木)

第7回 平成17年12月 6日 (火)

第8回 平成18年 3月29日 (水) 【最終回】

運輸安全マネジメント制度の概要

1. 関係法令(※)に基づき運輸事業者には、

- ①安全管理規程の作成、
 - ②安全統括管理者の選任 等
- を義務付け。

※鉄道事業法、軌道法、航空法、道路運送法、貨物自動車運送事業法、海上運送法及び内航海運業法

2. 経営トップのコミットメントの下、 全社的な**運輸安全マネジメント**の 推進を求める。

- ① 安全方針の策定・見直し
- ② 安全重点施策の策定・見直し
- ③ コミュニケーションの充実
- ④ 事故、ヒヤリ・ハット情報の収集・活用
- ⑤ 教育・訓練
- ⑥ 内部監査
- ⑦ マネジメントレビュー・継続的改善 等

運輸安全マネジメント評価

1. 運輸安全監理官を中心とする国土交通省の評価チームが事業者に赴き、評価を実施。

・本省評価対象事業者 136社(平成18年10月以降、2回目の評価を完了。現在3回目又は4回目評価を実施中。)

・地方運輸局等対象事業者 5,171社(現在1回目を実施中。)

・全評価対象事業者 5,307社

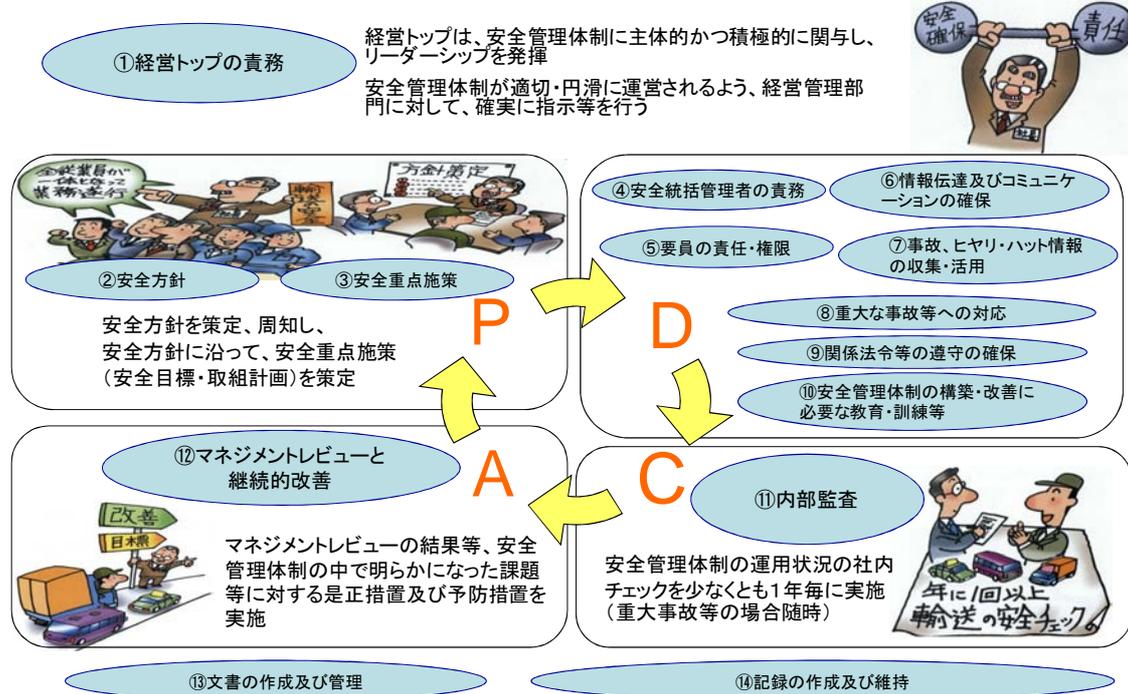
2. 輸送の安全に関する各種取組を評価し、継続的改善へのアドバイスを実施。

これにより、関係法令に基づき、運輸事業者においては、安全管理規程の作成、安全統括管理者の選任等が義務付けられ、自主的に安全管理体制を構築することとなった。また、運輸事業者の安全管理体制については、国土交通省が「運輸安全マネジメント評価」を実施し、継続的改善へのアドバイスを行うこととなった。

平成21年6月には、小規模事業者の安全管理体制の構築・改善を促すために、運輸審議会運輸安全確保部会の議論を経て、「鋼索鉄道・索道事業者等における安全管理の進め方」及び「小規模海運事業者における安全管理の進め方」(以下、これらを総称して「小規模事業者用ガイドライン」という。)を策定・公表した。

平成22年3月には、それまでの「運輸安全マネジメント評価」や各種の調査研究を通じて得た運輸事業者における安全管理体制の構築・改善に関する情報や知見を踏まえ、運輸審議会運輸安全確保部会の審議を経て、鉄道事業法第五十六条の二等の規定に基づく安全管理規程に係る報告徴収及び立入検査に係る基本方針(以下「運輸安全マネジメント評価の基本方針」という。)の内容の見直しを実施し、加えて、平成18年4月に策定した「安全管理規程に係るガイドライン」を見直し、あらたに「運輸事業者における安全管理の進め方に関するガイドライン」(以下「運輸安全ガイドライン」という。)を策定した。

『運輸事業者における安全管理の進め方に関するガイドライン』のポイント



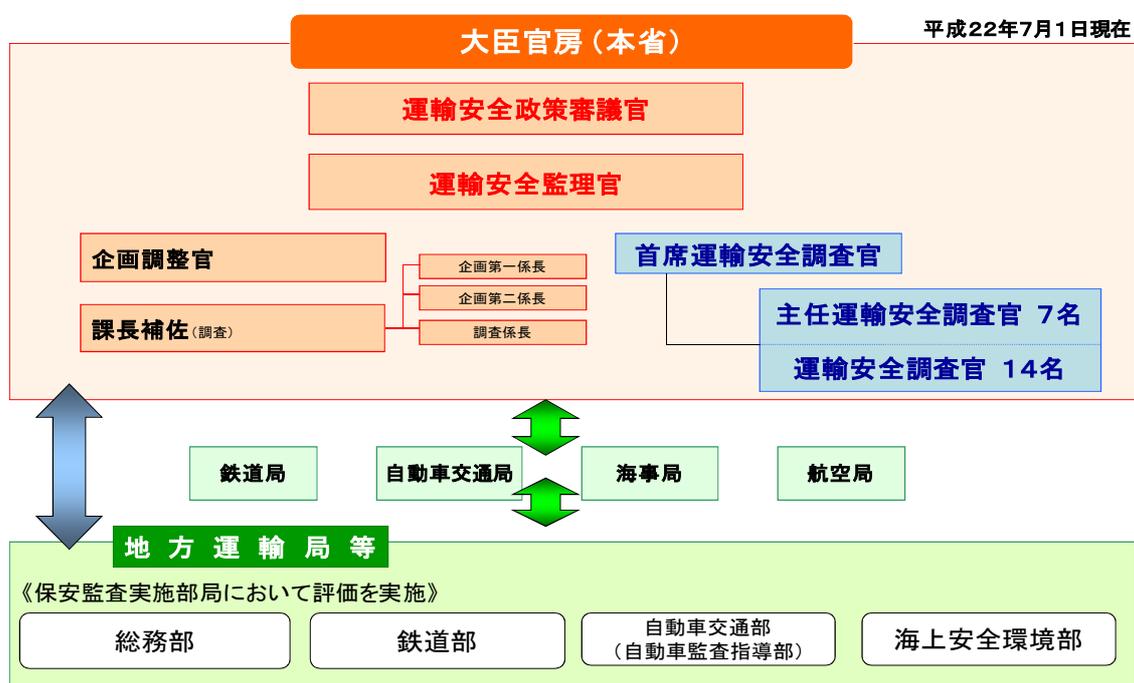
2. 「運輸安全マネジメント評価」の目的

運輸安全マネジメント制度では、鉄道事業法、航空法、道路運送法、海上運送法等の関係法令に基づき、運輸事業者が安全管理規程の作成及び安全統括管理者の選任を義務付けるなど、安全管理体制の構築を求めている。そして、運輸事業者自らが経営トップのコミットメントの下、経営トップから現場まで一丸となった安全管理体制の構築を目指し、本制度の意義・内容を十分に理解し、さらに輸送の安全性の向上について高い意識を持って積極的に安全管理体制の更なる向上に向けた取組を行うこと、また、構築された安全管理体制を運輸事業者自らが内部監査等の手法によりチェックを行い、運輸事業者内部に安全風土・安全文化が構築され、安全管理体制のスパイラルアップが図られ、改善されていくことを目的としている。

「運輸安全マネジメント評価」は、運輸事業者が自主的に構築する安全管理体制について、経営トップが主体的に関与しているか、安全管理体制がPDCAサイクルを組み込んだものになっているか等について、国が評価して所要のアドバイスをを行い、もって、運輸事業者の運輸安全に関する取組の継続的改善を促すことを目的としている。

3. 「運輸安全マネジメント評価」の実施体制

「運輸安全マネジメント評価」の実施体制は、国土交通省大臣官房に、各交通モード横断的に輸送の安全を確保するための組織として、「運輸安全政策審議官」、「運輸安全監理官」を設置し、その下に、「運輸安全マネジメント評価」の実施担当者として、首席運輸安全調査官を1名、運輸安全調査官21名（うち、主任運輸安全調査官7名）を設置している。また、地方運輸局、沖縄総合事務局及び地方航空局（以下、「地方運輸局等」という。）においては、主に保安監査を専門に実施していた職員が、保安監査と併せて「運輸安全マネジメント評価」を実施している。



4. 「運輸安全マネジメント評価」の対象事業者

「運輸安全マネジメント評価」の対象事業者は、安全管理規程の作成等が義務付けられている全ての運輸事業者であり、平成22年4月時点において、5,307社、交通モード別には、鉄道事業者781社、自動車運送事業者313社、海運事業者4,189社、航空事業者24社となっている。そのうち本省の評価対象となっている大手事業者数は136社、交通モード別には、鉄道事業者32社、自動車運送事業者44社、海運事業者36社、航空事業者24社となっており、地方運輸局等の評価対象となっている大手以外の事業者数は5,171事業者、交通モード別には、鉄道事業者（索道事業者含む）749社、自動車運送事業者269社、海運事業者4,153社となっている。

「運輸安全マネジメント評価」対象事業者数

鉄道		自動車				海運	航空	
鉄軌道	評価対象事業者	バス	タクシー	トラック	合計	評価対象事業者	特定本邦航空運送事業者(注1)	
JR7社 大手民鉄16社 準大手民鉄5社 公営地下鉄9社 計37社		保有車輛 200両以上 102社	保有車輛300 両以上 57社	保有車輛 300両以上 154社	313社		大手・中堅事業者 約500社 (うち、ISM取得事 業者約80社)	14社
その他の鉄軌道 事業者 168社		100～200両 約160社	100～300両 約350社	100～300両 約800社	約1310社		小規模事業者 約3500社	特定本邦航空運送 事業者以外の安全 管理規程義務付対 象事業者(注2)
索道		100両未満 約5100社	100両未満 約56200社 (うち、 個人タク ー約44300 社)	100両未満 約61900社 (軽貨物運送 事業者を除 く)	約123200社		安全管理規程義務 付対象外事業者 65社	
		努力義務のみ					努力義務のみ	

※「評価対象事業者」とは、関係法令に基づき安全管理規程の作成、安全統括管理者の選任等が義務付けられている事業者である

(注1) 許可を受けた本邦航空運送事業者のうち、運航する航空機の客席数が100席以上又は最大離陸重量50,000キログラム以上である事業者。
(注2) 許可を受けた本邦航空運送事業者のうち、運航する航空機の客席数が30以上100席未満又は最大離陸重量15,000以上50,000キログラム未満である事業者。

○ 「運輸安全マネジメント評価」対象事業者数（細別）

（平成22年4月 5, 307社）

		鉄道	自動車	海運	航空	合計(A)
本省の対象事業者数 (大手事業者)		32	44	36	24	136
地方運輸局等の 対象事業者数 (大手以外の事業者)	北海道	92	10	162	—	264
	東北	132	17	250	—	399
	北陸信越	175	11	205	—	391
	関東	90	98	594	—	782
	中部	77	41	297	—	415
	近畿	76	35	240	—	351
	神戸	—	—	193	—	193
	中国	51	17	361	—	429
	四国	20	8	360	—	388
	九州	35	29	1, 246	—	1, 310
	沖縄	1	3	245	—	249
小計	749	269	4, 153	—	5, 171	
合計		781	313	4, 189	24	5, 307

5. 「運輸安全マネジメント評価」の手法

「運輸安全マネジメント評価」は、従前からの保安監査とは異なり、運輸安全調査官や地方運輸局等の評価担当官が、運輸事業者の本社に出向き、経営トップや安全統括管理者、運輸部長等の経営管理部門へ直接インタビューを行い、関係内部書類を現認して裏付けを取り、これらに基づき、安全管理体制が適切に構築され、それがシステムとして適切に機能しているかどうかについて評価を行い、必要に応じて助言等を行う。

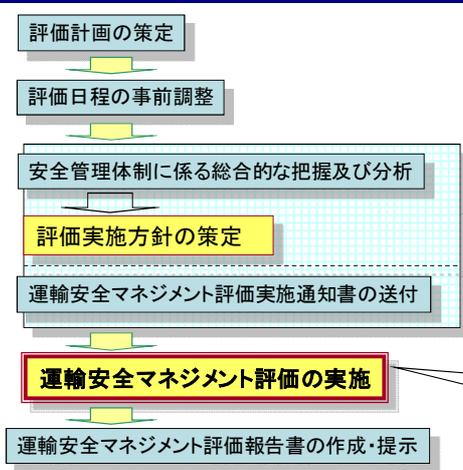
従前からの保安監査は、①航空機・鉄道車両、諸施設が所要の基準を満たしているか、②的確な資格を有する運転・操縦者による運行がなされているか、③現場における運行の責任者（運行管理者）が選任されているか等、輸送行為の個別要素（輸送施設、運転手等）の基準等の遵守状況等を中心にチェックするものであり、交通モード（鉄道、航空、自動車、海運）の特性に応じた手法により実施している。

一方、「運輸安全マネジメント評価」は、経営トップが安全管理体制を具体的に把握し、現場の情報、課題等がフィードバックされる仕組み、いわゆるPDCAサイクルに基づく安全管理体制が適切に構築されているかという視点から、次に掲げる項目についてチェックするものであり、交通モード間に共通した手法により実施している。なお、これらの項目は、運輸安全ガイドラインにまとめられている。

- ① 経営トップの責務
- ② 安全方針
- ③ 安全重点施策
- ④ 安全統括管理者の責務
- ⑤ 要員の責任・権限
- ⑥ 情報伝達及びコミュニケーションの確保
- ⑦ 事故、ヒヤリ・ハット情報等の収集・活用
- ⑧ 重大な事故等への対応
- ⑨ 関係法令等の遵守の確保
- ⑩ 安全管理体制の構築・改善に必要な教育・訓練等
- ⑪ 内部監査
- ⑫ マネジメントレビューと継続的改善
- ⑬ 文書の作成及び管理
- ⑭ 記録の作成及び維持

この評価手法は、安全基準への適合性の確認を行う従来からの保安監査とは異なり、各運輸事業者が、PDC Aサイクルの仕組みを導入・活用することにより、それぞれの事業者の実情にあった方法で輸送の安全性を自主的に向上していけるように一緒になって考えるというやり方で運輸事業者を支援するものである。このため、「運輸安全マネジメント評価」を行う評価担当官は、運輸事業者の取組の向上に比例して、常に最新のマネジメントシステム、人間工学、運輸業界等に対する幅広い知識を習得し、適切な評価を行う技量を維持・向上させていくことが必要となる。

「運輸安全マネジメント評価」の全体の流れ



運輸安全マネジメント評価の実施の様子

- 実施期間：1～2日間で実施
- 場 所：事業者の本社等
- 作業内容：経営トップほか経営管理部門へのインタビューと書類の確認
- 評価指針：安全管理規程に係るガイドライン

＜運輸安全マネジメント評価日程例＞
～ 2日間の場合 ～

1 日 目	13:00	オープニングミーティング
	13:30	トップインタビュー
	14:50	安全統括管理者インタビュー
	16:20	安全推進室長インタビュー
	17:30	諸連絡
	17:40	初日終了

2 日 目	9:40	営業部長インタビュー
	10:30	運輸部長インタビュー
	11:20	工務部長インタビュー
	13:10	総務部長インタビュー
	14:00	文書・記録類確認
	15:00	評価担当者打合せ
	16:30	クロージングミーティング
	17:00	評価終了

Ⅲ. 「運輸安全マネジメント評価」の実施状況

1. 「運輸安全マネジメント評価」の実施回数

本省は、大手事業者に対して、その社会的影響の大きさに鑑み1事業者につき毎年1回を目途に評価を実施してきており、平成22年8月時点で1事業者につき合計3～4回の評価を実施したところである。他方、地方運輸局等は、大手以外の事業者に対して、ようやく約半数の事業者に1回目の評価を行ったところであり、未だ全ての事業者に1回目の評価を実施できていない。

○「運輸安全マネジメント評価」実施回数
(平成18年10月～平成22年8月末、計2,882回実施)

		鉄道	自動車	海運	航空	合計(B)	実施回数 合計(B) 対象事業者 合計(A)
本省の実施回数 (大手事業者)		155	143	94	69	461	3.39
地方運輸局等 の実施回数 (大手以外 の事業者)	北海道	58	13	60	—	131	0.50
	東北	48	25	47	—	120	0.30
	北陸信越	94	13	42	—	149	0.38
	関東	68	101	340	—	509	0.65
	中部	50	49	146	—	245	0.59
	近畿	42	43	129	—	214	0.61
	神戸	—	—	97	—	97	0.50
	中国	37	21	93	—	151	0.35
	四国	17	10	178	—	205	0.53
	九州	28	29	472	—	529	0.40
	沖縄	1	3	67	—	71	0.29
小計		443	307	1,671	—	2,421	0.47
合計		598	450	1,765	69	2,882	0.54

※対象事業者合計(A)は、P.12[「運輸安全マネジメント評価」対象事業者数(細別)]の表中に記載されているものである。

2. 「運輸安全マネジメント評価」を通じて確認された運輸事業者の運輸安全マネジメントに係る取組状況

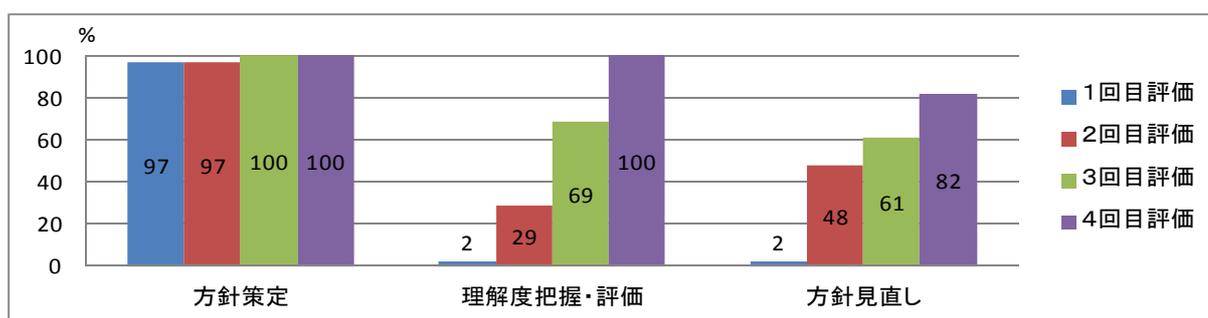
この4年間で実施した「運輸安全マネジメント評価」を通じて確認された、運輸安全ガイドラインが掲げる各項目に関する運輸事業者の運輸安全マネジメントに係る取組(以下、「運輸安全取組」という。)の傾向・特徴を示すと、次のとおりである。

(1) 評価を受けた回数別の運輸安全取組実施の傾向・特徴（大手事業者）

次のとおり、運輸安全マネジメント評価の回数を重ねるごとに全ての項目について運輸安全取組の実施率が上昇しており、安全管理のための仕組みが段階的に構築・運用・改善されてきていることが見て取れる。

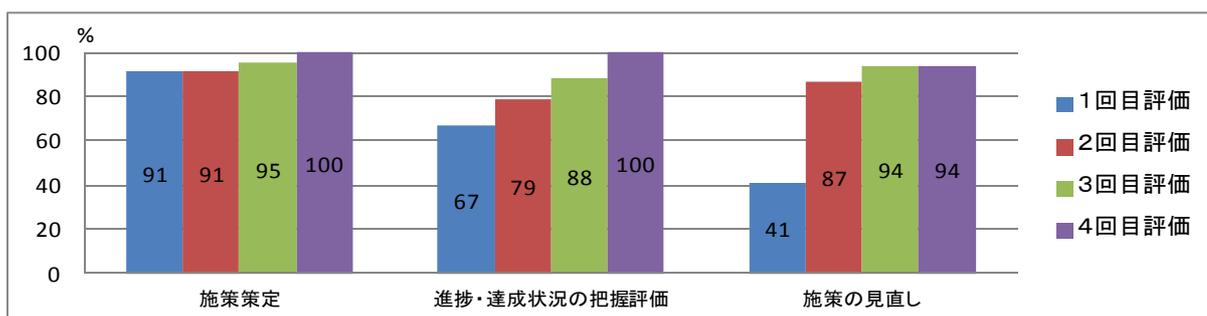
① 安全方針

安全に係る方針は、ほとんどの運輸事業者において制度導入以前より作成されているが、制度導入以降では、社員の安全方針に関する理解度の把握・評価、定期的な内容の見直し等、安全方針の実効性を高めるための取組が行われてきている。



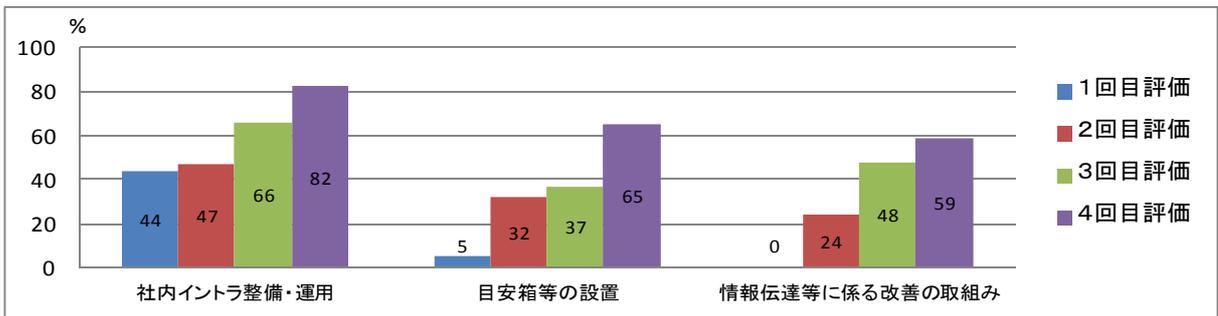
② 安全重点施策

安全重点施策（目標・取組計画等）は、ほとんどの運輸事業者において制度導入以前から作成されているが、制度導入以降では、施策の進捗・達成状況の把握・評価、定期的な施策の見直し等、安全重点施策の実効性を高めるための取組が行われてきている。



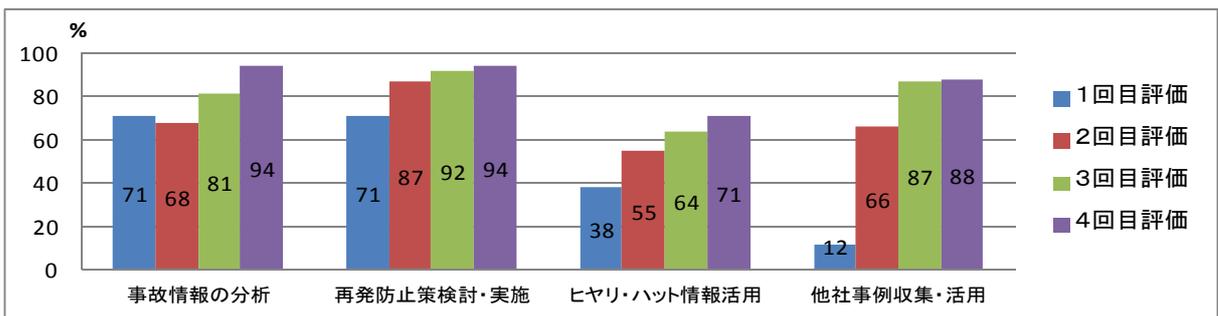
③ 情報伝達・コミュニケーション

制度導入後、組織内の横断的・縦断的な輸送の安全に係る情報伝達・コミュニケーションの充実化に向けた取組が行われてきている。ただ、情報伝達等に係る改善の取組等の実施率は、他の項目よりはやや低い。



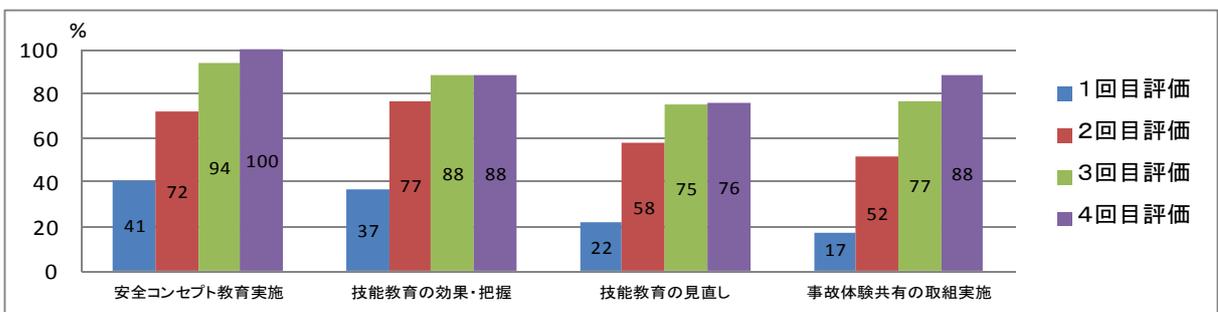
④ 事故、ヒヤリ・ハット情報の収集・活用

事故情報の収集・分析は、制度導入以前から行われてきているが、制度導入後では、それを再発防止に活用する取組が進んでいる。また、ヒヤリ・ハット情報を収集し、それを未然防止に活用する取組、他社事例を自社の安全対策に活用する取組も進んできている。ただ、ヒヤリ・ハット情報の活用の取組の実施率は、他の項目よりはやや低い。



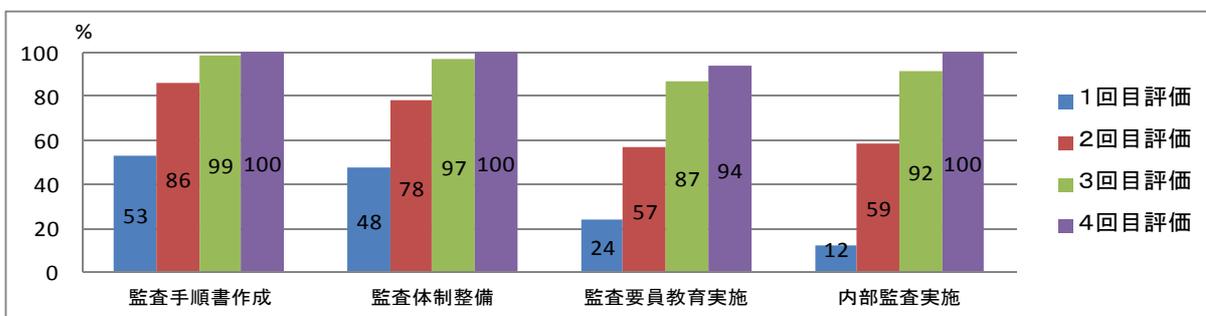
⑤ 教育・訓練

制度導入後、制度のコンセプトの理解を深めるための教育・訓練が実施されてきており、技能教育の効果・把握や見直しの取組が進んできている。また、過去発生した事故体験共有の取組も進んできている。ただ、技能教育の見直しの取組は、他の項目よりはやや低い。



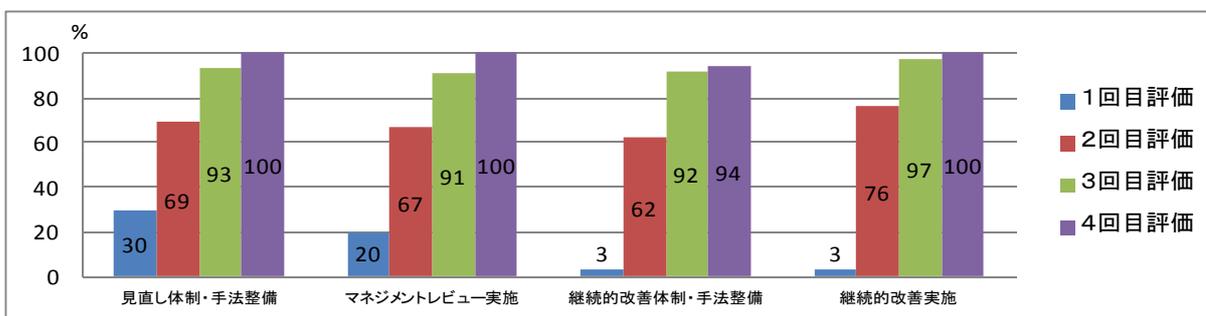
⑥ 内部監査

安全管理体制に係る内部監査は、制度導入当初、ほとんどの運輸事業者が実施されていなかったが、手順書の作成、監査体制整備、監査要員に対する教育等が実施されるようになり、内部監査に関する取組が進んできている。



⑦ マネジメントレビュー・継続的改善

マネジメントレビュー（安全管理体制全般の見直し）・継続的改善については、制度導入当初、ほとんどの運輸事業者で取組が実施されていなかったが、制度導入以降は、実施体制・手法が確立され、マネジメントレビュー・継続的改善に関する取組が進んできている。

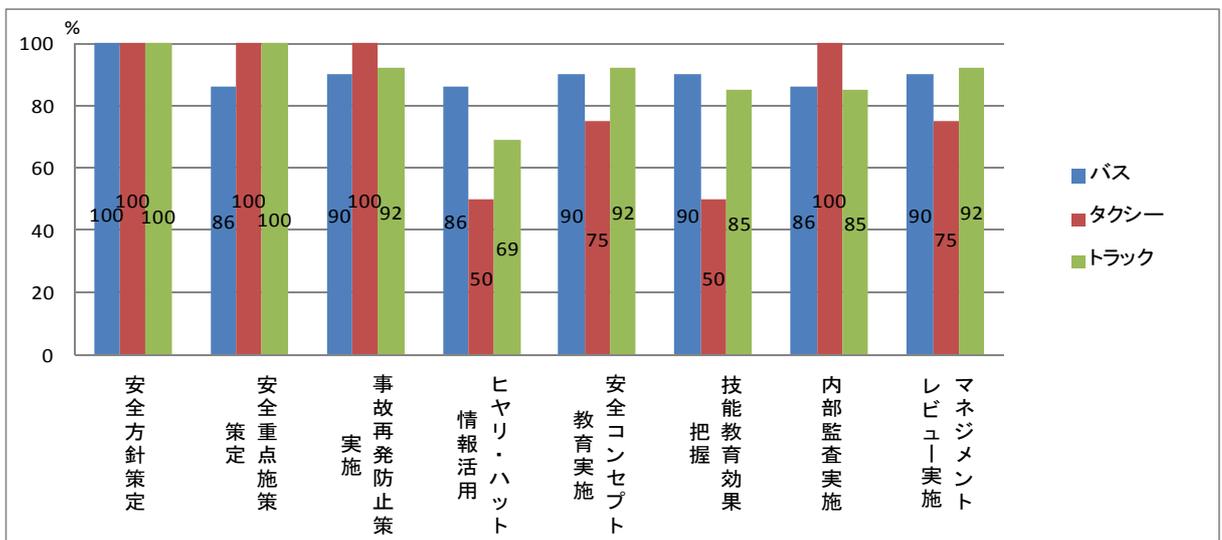


(2) 自動車、海運分野における運輸安全取組実施の傾向・特徴（大手事業者）

自動車、海運分野では、モード内で事業別に分類でき、事業により運輸安全取組の実施状況に特有の傾向・特徴がみられるため、以下の通り示す。なお、集計で示す数値は、大手事業者の3回目の評価（ただし、内航貨物事業者は2回目の評価）の実績である。

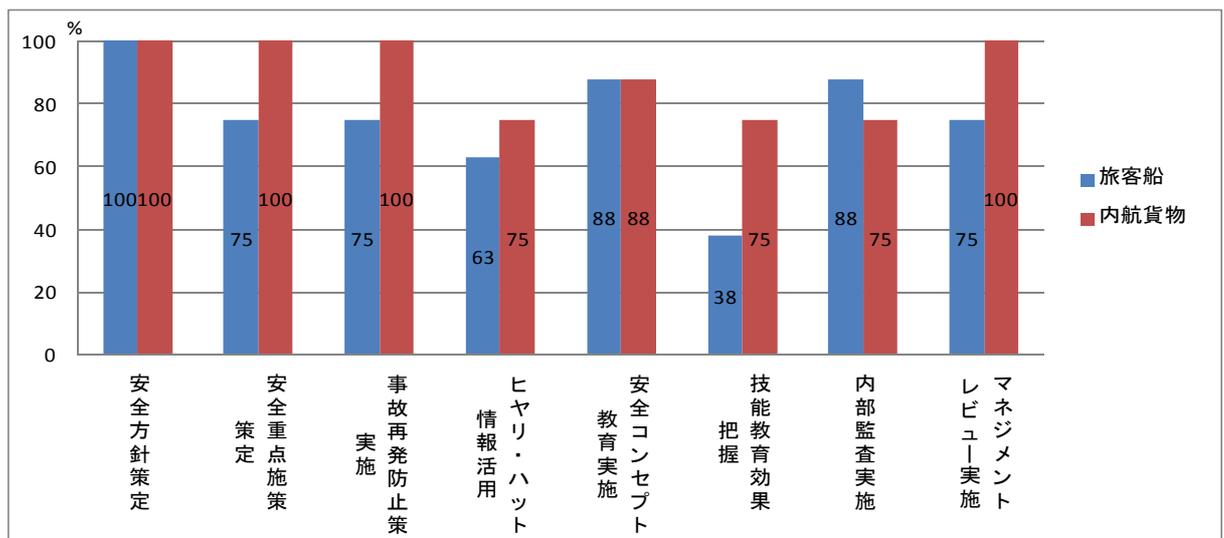
① 自動車分野

自動車分野の運輸安全取組の実施率は、バス、タクシー、トラックともに、運輸事業者全体と概ね同じ傾向を示しているが、ヒヤリ・ハット情報の活用及び技能教育の効果の把握に関する取組について、タクシー事業者の実施率の低さが目立っている。



② 海運分野

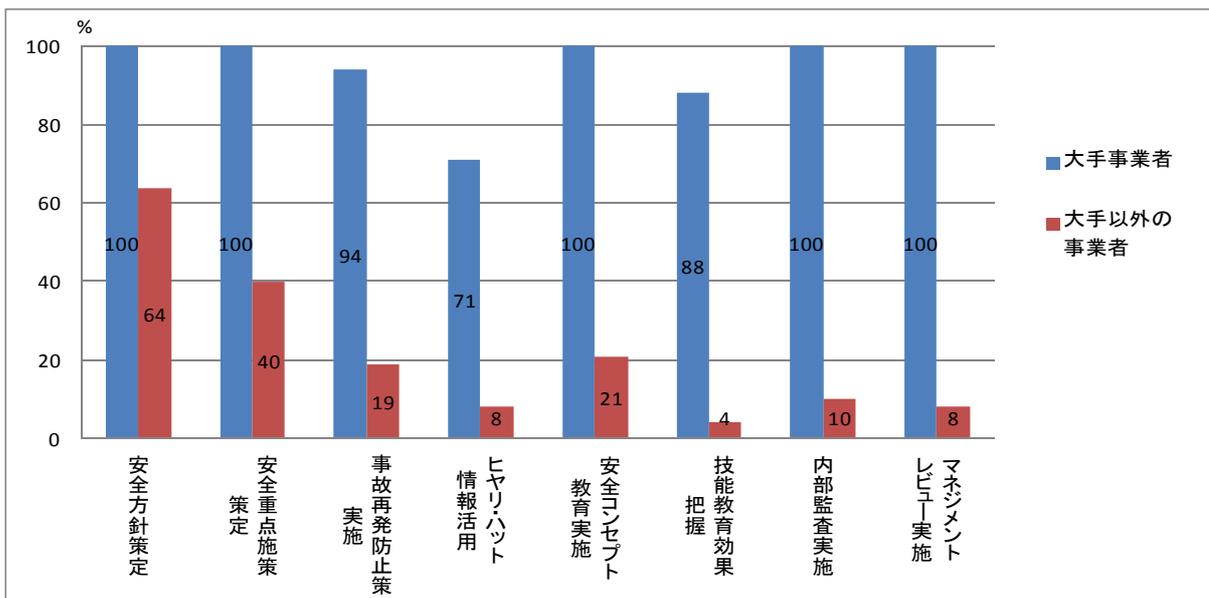
海運分野の運輸安全取組の実施率は、旅客船、内航貨物ともに、運輸事業者全体と似た傾向を示しているが、内航貨物事業者は、2回目の評価を受けた段階にしては一般的に実施率が高めなのに対し、旅客船事業者は、技能教育の効果の把握に関する取組の実施率の低さが目立っている。



(3) 大手以外の事業者における運輸安全取組実施の傾向・特徴

大手以外の事業者の運輸安全取組の傾向・特徴を大手事業者と比較してみると、大手以外の事業者は、全般的に運輸安全取組の実施率が低いことが見て取れる。

なお、大手事業者は、4回目の評価実績、大手以外の事業者は、1回目の評価実績を集計している。



3. 「運輸安全マネジメント評価」に関する運輸事業者へのアンケート結果

(1) 「運輸安全マネジメント評価」の導入効果に関するアンケート

「運輸安全マネジメント評価」の導入効果の把握のため、「運輸安全マネジメント評価」を実施した運輸事業者（平成21年6月時点、個人事業者を除く）986社に対しアンケート調査（必要に応じて追加ヒアリング）を行い、運輸事業者が安全管理体制を構築・維持・改善に関する意識調査を実施した結果を以下に示す。

このアンケートは、回答の送付先を外部コンサルタント会社とし、アンケート結果の集計・分析も当該外部コンサルタント会社が実施した。

運輸事業者の意識アンケート結果からは、運輸事業者は、「運輸安全マネジメント評価」によって、より安全を意識するようになるとともに、「運輸安全マネジメント評価」は安全確保のために有効と捉えていることが見て取れる。

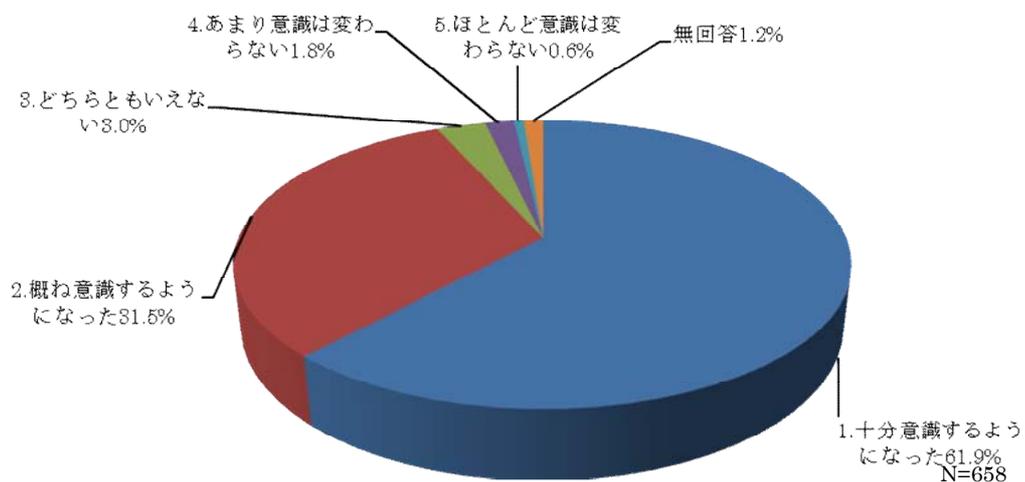
- ① 調査対象 安全管理規程の届け出義務事業者986社
- ② 調査期間 8月18日（火）～9月4日（金）
- ③ 調査方法 アンケート等の郵送
- ④ アンケートの回収状況は、下記の通り

調査先	発送数	回収数	回収率
鉄道・軌道	117	103	88.0%
無軌条電車・鋼索鉄道・索道	195	118	60.5%
バス	271	67	69.0%
タクシー		37	
トラック		83	
海運（旅客）	396	137	57.5%
海運（貨物）		91	
航空運送	24	22	91.6%
合計	1,003	658	65.6%

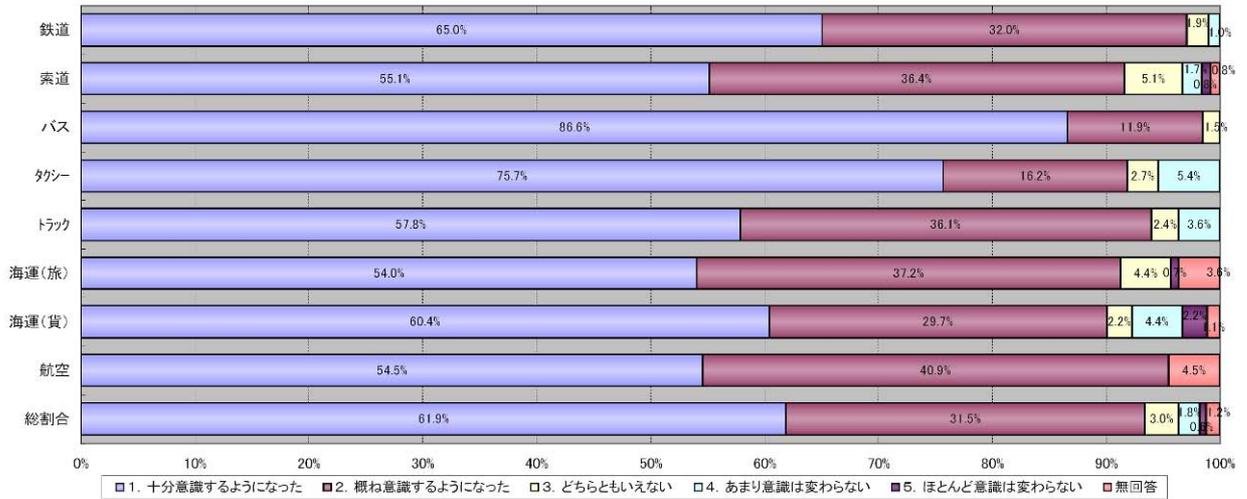
①安全意識の変化

「運輸安全マネジメント評価」の開始以降、会社として意思決定や業務運営を行う際、導入前と比べ、より安全を意識するようになりましたか」との質問について、下記のような結果となった。

- 「運輸安全マネジメント評価」の開始後、運輸事業者の約 93%が安全を意識するようになった(「十分意識するようになった」、「概ね意識するようになった」と回答しており、一定の効果が確認された。
- 「バス」・「タクシー」などの旅客自動車運送事業者は、「十分意識するようになった」との回答が平均値よりも 10%以上高い割合となっており、安全に対する意識の変化が他の輸送モードと比べると高い傾向にあった。
- 「無軌条電車・鋼索鉄道・索道」、「タクシー」、「トラック」、「海運(貨物)」の各運輸事業者に関しては、少数ではあるが意識が変わらないとの回答も存在しており、特に「海運(貨物)」では意識が変わらないと回答した運輸事業者の割合が 6.6%と他の輸送モードと比べると最も高かった。そのような運輸事業者については、「運輸安全マネジメント評価」実施時に、適切に助言をする必要がある。
- 概ね「運輸安全マネジメント評価」によって、安全に関する意識が高まったとの結果が得られた。



回答結果 (項目毎の回答数を総回答事業者数で除した割合)



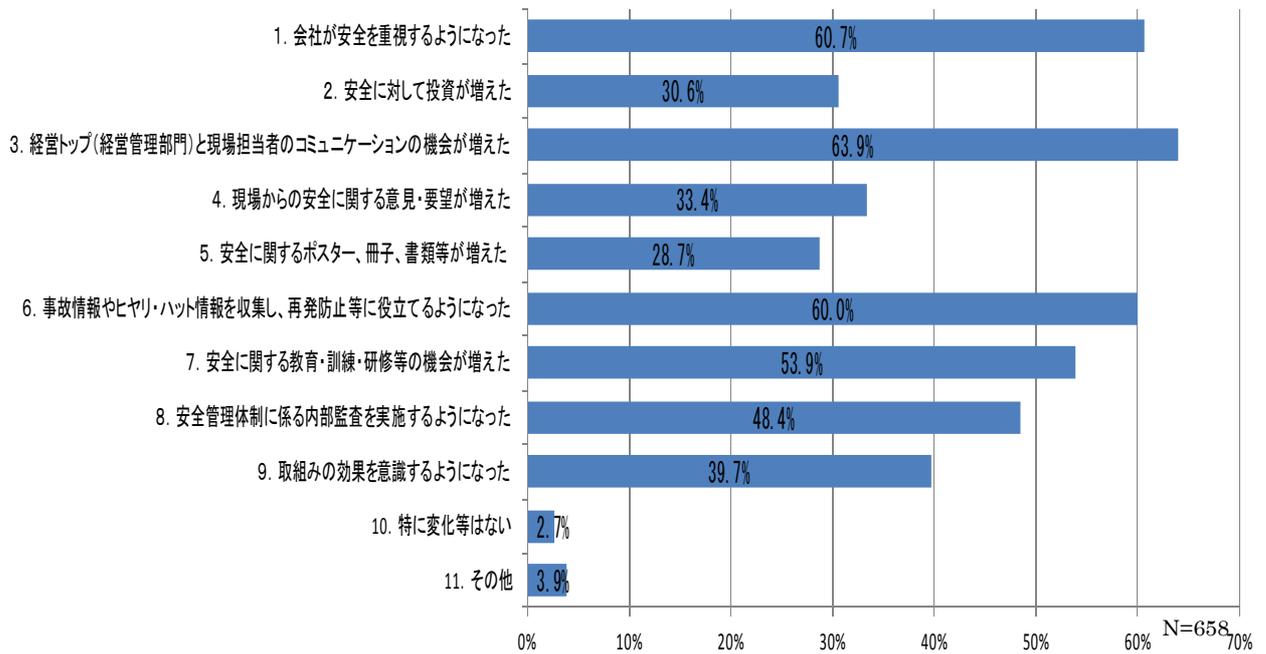
事業分野毎のアンケート回答結果
 (事業分野における項目毎の回答数を同モードの総回答数で除した割合)

②安全の取組の変化、改善

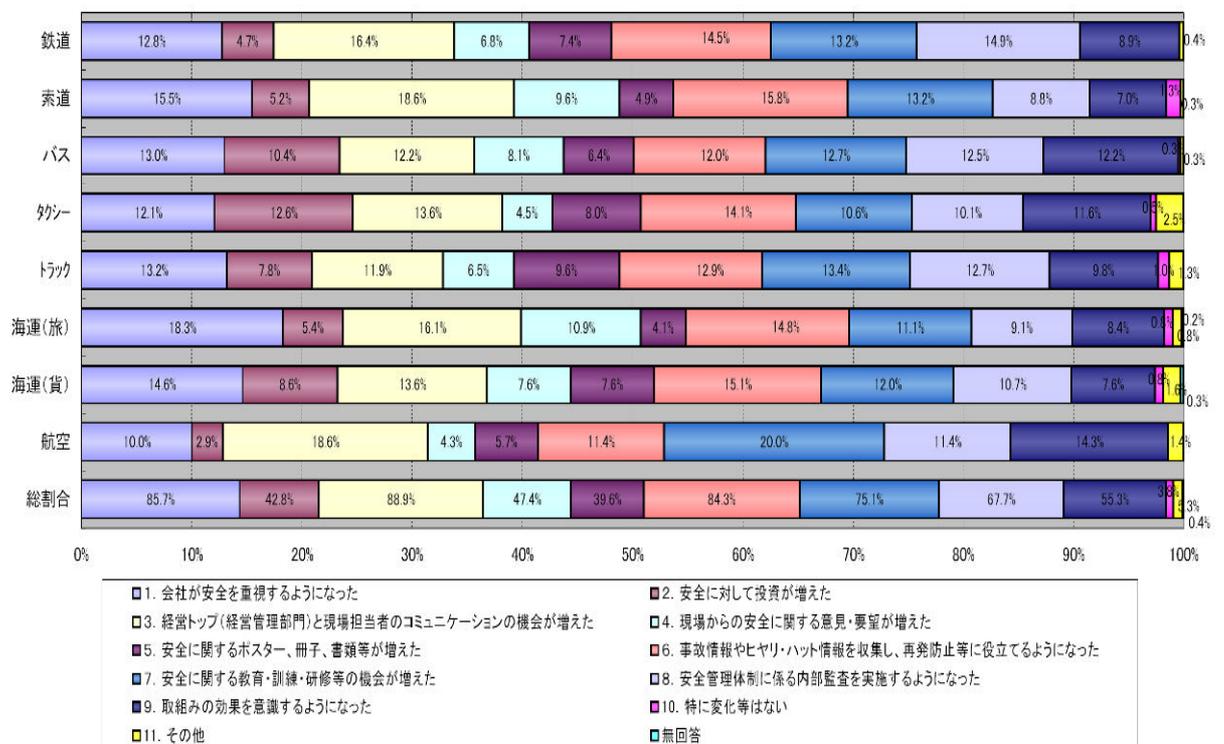
「運輸安全マネジメント評価」の開始以降、貴社の輸送の安全に係る取組において、変化、改善又は充実した事項について教えてください」との質問について、下記のような結果となった。(複数回答)

ほとんどの運輸事業者は、何らかの取組について、変化、改善又は充実したと回答している。

特に、「会社が安全を重視するようになった」、「経営トップと現場担当者のコミュニケーションの機会が増えた」「事故情報やヒヤリ・ハット情報を収集し、再発防止等に役立てるようになった」と回答している者が多くみられた。



項目選択割合（項目毎の回答数を総回答事業者数で除した割合）



事業分野毎のアンケート回答結果

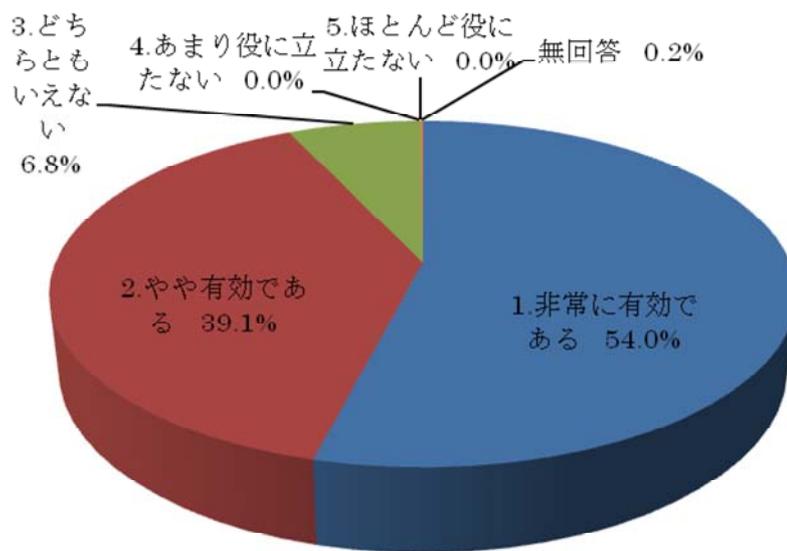
(事業分野における項目毎の回答数を同モードの総回答数で除した割合)

N=2803

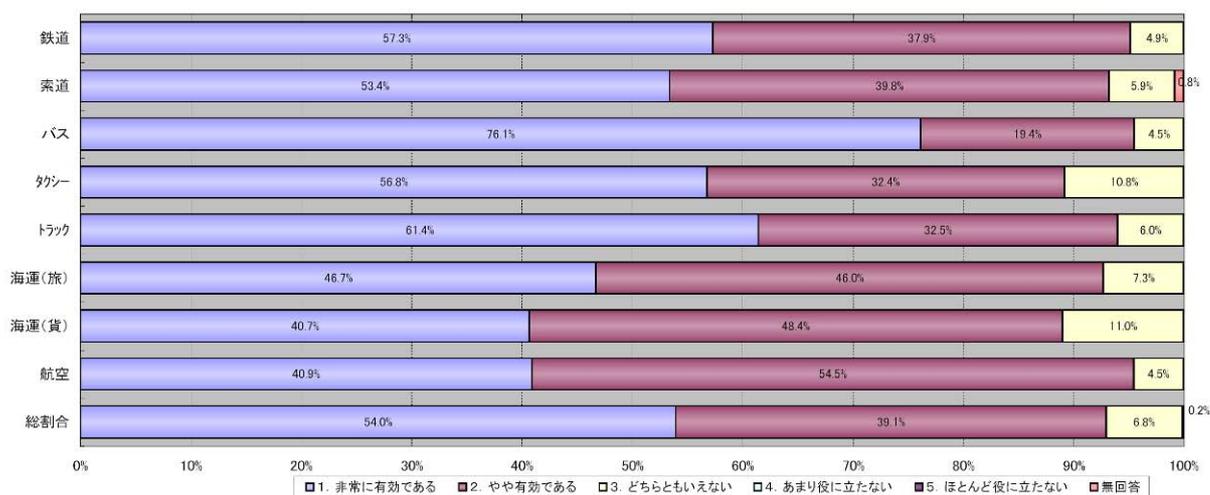
③「運輸安全マネジメント評価」の有効性

「運輸安全マネジメント評価」は、貴社の輸送の安全確保のために有効だと思いますか」との質問について、下記のような結果となった。

□運輸事業者の93.1%が「運輸安全マネジメント評価」は有効であると回答しており、「運輸安全マネジメント評価」に対する有効性を認識している割合は比較的高かった。



回答結果（項目毎の回答数を総回答数で除した割合）



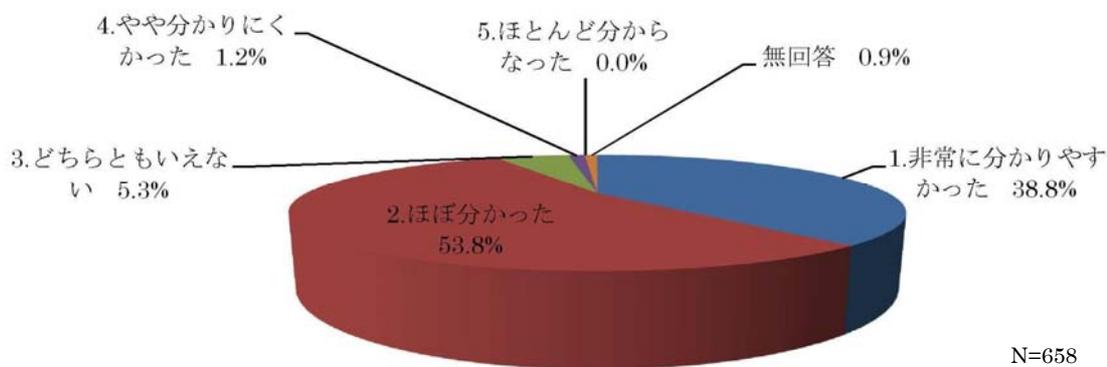
事業分野毎のアンケート回答結果

（事業分野における項目毎の回答数を同モードの総回答数で除した割合）

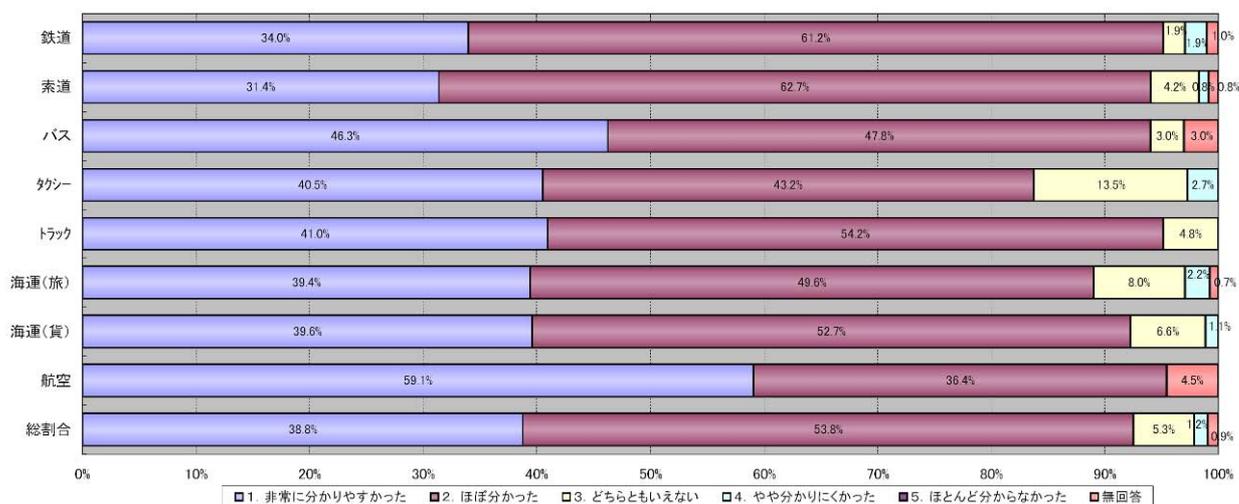
④「運輸安全マネジメント評価」の結果の分かりやすさ

「運輸安全マネジメント評価」の結果はわかりやすいものでしたか。」との質問について、下記のような結果となった。

□評価結果についても運輸事業者の92.6%が評価結果は「分かった」と回答しており、ほとんどの運輸事業者が理解していることがうかがえる一方、「非常に分かりやすかった」と回答している運輸事業者は38.8%であり、50%以上の運輸事業者が、「ある程度分かった」との回答にとどまっている。他の項目のアンケート結果をふまえると、より具体的で（改善例・提案・実例などを添えた）分かりやすい評価結果が求められていると考えられる。



回答結果（項目毎の回答数を総回答数で除した割合）



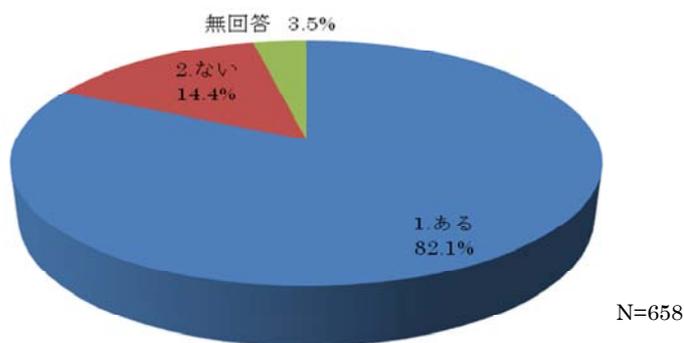
事業分野毎のアンケート回答結果

（事業分野における項目毎の回答数を同モードの総回答数で除した割合）

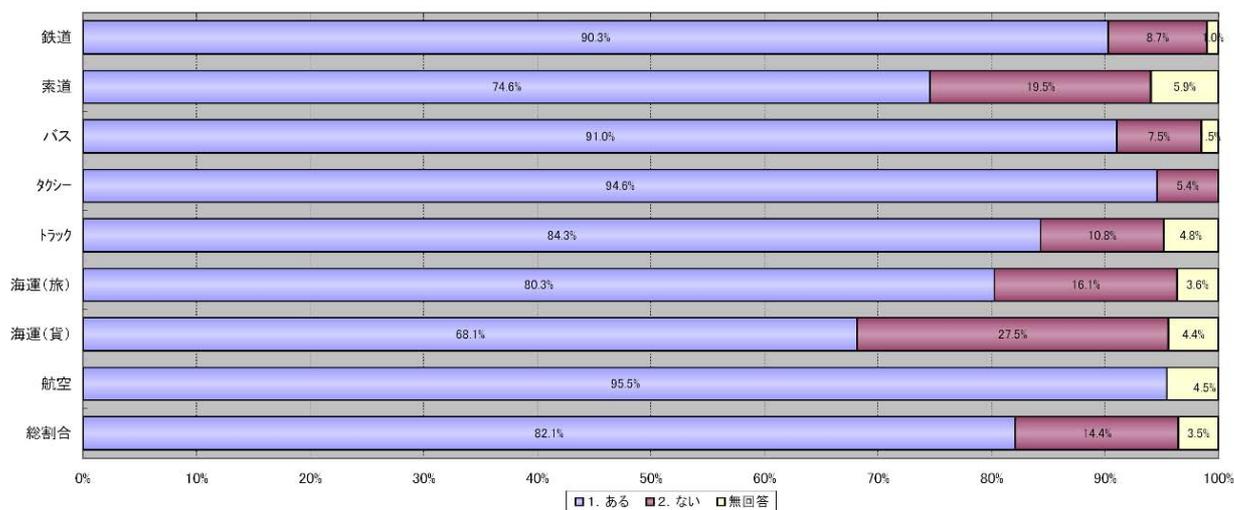
⑤ 「運輸安全マネジメント評価」後の施策

「運輸安全マネジメント評価」の結果を受け、具体的に実施した施策はありますか。」との質問について

- 「運輸安全マネジメント評価」の有効性及び評価結果として、ある程度有効で理解できるとのアンケート結果が得られたが、約 15%の運輸事業者では「運輸安全マネジメント評価」の結果を受けても何の施策も行っていないとの回答であり、実施していない運輸事業者については、「運輸安全マネジメント評価」実施時に、適切に助言をする必要がある。
- 「無軌条電車・鋼索鉄道・索道」、「海運（旅客）」、「海運（貨物）」の各運輸事業者においては、「何ら施策を実施していない」と回答する割合が他の業種と比べて比較的高い傾向にあった。



回答結果 (項目毎の回答数を総回答数で除した割合)



事業分野毎のアンケート回答結果

(事業分野における項目毎の回答数を同モードの総回答数で除した割合)

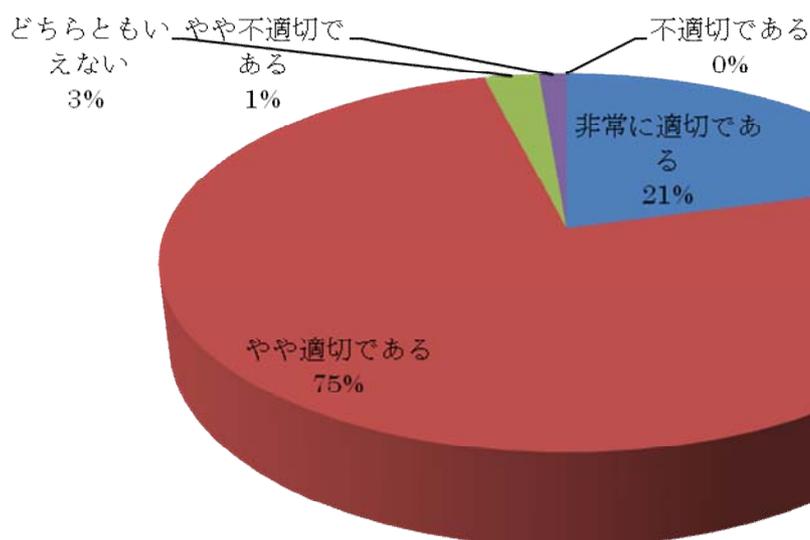
(2) 「運輸安全マネジメント評価」に対する負担に関するアンケート

「運輸安全マネジメント評価」を実施した大手事業者（平成21年10月～平成22年9月の間）77社に対し、運輸事業者の「運輸安全マネジメント評価」に対する負担に関するアンケート調査を実施した結果を以下に示す。

このアンケートは、「運輸安全マネジメント評価」の手法等について継続的に改善していくために、事業者に対して「運輸安全マネジメント評価」を行った運輸安全調査官に対してではなく、その上司である運輸安全政策審議官に対して直接郵送していただくとともに、無記名での提出を認めることで、より事業者の本音を得ることが出来るよう工夫した上で実施している。

① 「運輸安全マネジメント評価」の実施時間帯及び所要時間について

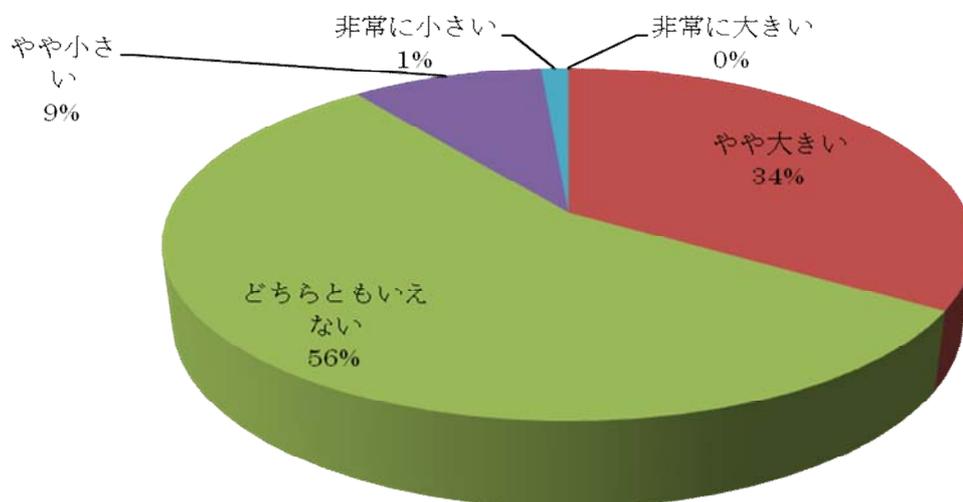
実施時間帯及び所要時間について、非常に適切である21%、やや適切である75%と、9割を超える運輸事業者には実施時間等について理解が得られていると考えられる。



回答結果（項目毎の回答数を総回答数で除した割合）

②インタビュー対象者に対する聞取調査が与える通常業務への負担について

「運輸安全マネジメント評価」が与える通常業務への負担については、やや大きいと回答している運輸事業者が34%あった。



回答結果（項目毎の回答数を総回答数で除した割合）

IV. 「運輸安全マネジメント評価」の評価

1. 運輸事業者の安全管理体制の確立への貢献

大手事業者については、その社会的影響の大きさに鑑み、1事業者につき毎年1回程度、これまでの合計で3～4回にわたって評価を実施してきたところであるが、その実施回数を重ねるごとに、事業者の運輸安全取組の実施率は着実に上昇しており、「運輸安全マネジメント評価」が、事業者の安全管理体制の構築・改善に貢献していることが確認された。

一方、大手以外の事業者については、約半数の事業者に対して1回目の評価が行われたところであり、未だ1回目の評価が実施されていない事業者も多数残っているところであるが、大手事業者に比べると全般的に運輸安全取組の実施率は低くなっているため、運輸安全マネジメント制度のより一層の浸透・定着を行う必要がある。

2. 運輸事業者の「運輸安全マネジメント評価」の捉え方

「運輸安全マネジメント評価」に関する運輸事業者へのアンケートの結果によると、多くの運輸事業者において、「運輸安全マネジメント評価」の導入前よりも安全を意識し、経営トップと現場担当者のコミュニケーションをとり、事故等の情報を収集し再発防止等に役

立てるようになってきている等の変化があり、「運輸安全マネジメント評価」が輸送の安全の確保のために有効であって、評価結果も分かりやすいと捉えていることが確認された。

IV. 今後の取組

1. 全般的な方向性

実施が遅れている運輸安全取組項目への評価の重点化を図るとともに、実施が進んでいる項目に関する取組のさらなる充実を図ることにより、運輸安全マネジメント制度の一層の浸透・定着等に努めることが必要である。

このため、関係部局等との連携を強化し、運輸安全マネジメント評価を行う体制を充実・整備しつつ、施策ツールを総動員して運輸事業者支援を実施することとする。

(1) 施策ツールを総動員した運輸事業者の支援

「運輸安全マネジメント」のより一層の浸透・定着を図るため、運輸事業者の安全管理体制の構築に関する支援を実施するとともに、安全管理体制の構築の進んでいる者に対しては、運輸事業者自らによる改善活動を一層促進・支援するあらたな施策を模索・検討する。そのため、以下の措置を実施する。

- ・ 運輸事業の安全に関するシンポジウムの開催
- ・ 運輸安全セミナーの定期的開催（運輸安全監理官室及び地方運輸局等にて）
- ・ 運輸事業者、関係団体等の要望に応じて、運輸安全セミナーを随時開催
- ・ 運輸事業者の協力を得て、運輸安全取組事例等を収集するとともに、ホームページでの公表等を通じて、効果的に提供・発信
- ・ 自動車分野及び海運分野用のリスク管理（ヒヤリ・ハット情報の収集・活用）テキストの周知
- ・ 運輸事業者における安全への取組に参考となる周知資料等の作成・配布
- ・ 引き続き、国土交通政策研究所との連携により、「運輸安全マネジメント評価」自体の効果・有効性を検証・把握する仕組み・ツール開発の調査を実施

以上のような取組を進める中で、運輸事業者への「運輸安全マネジメント」の浸透・定着の状況等を踏まえ、必要に応じ、重要な事項については運輸審議会運輸安全確保部会での審議を経て、「運輸安全マネジメント評価の基本方針」、運輸安全ガイドライン等の見直しを行い、輸送の安全性の向上に努めていく。

(2) より適切な「運輸安全マネジメント評価」を行う体制の充実・整備

「運輸安全マネジメント評価」の適切さや公正さは、評価担当職員の本制度に関する知識、技能、知見等の力量に委ねられるところが多いことから、評価担当職員に対して実施している研修等の内容の見直し・改善、新規の教育・訓練の導入、「運輸安全マネジメント評価」を効果的に行うための参考事例等の情報の収集・共有の促進等、評価担当職員の「運輸安全マネジメント評価」に関する力量の充実・強化を引き続き図っていく。また、「運輸安全マネジメント評価」においては、取組の進んでいる運輸事業者の具体的な各種取組の成功要因を検証し、他の運輸事業者に横断的に展開できるようにという視点からも運輸安全調査官、地方運輸局等の評価担当官の「運輸安全マネジメント評価」の力量向上を目指す必要がある。そのため、以下の措置を実施又は検討する。

- ・ 運輸安全調査官の力量向上のための評価、試験、追加研修及び輸送現場見学
- ・ 「運輸安全マネジメント評価」への幹部職員の立会による運輸安全調査官に対するオンサイトモニター地方運輸局等の評価担当官の力量向上のための研修、OJT(合同評価)及び再教育
- ・ 運輸安全調査官OBの力量の維持・向上と当該OBの活用
- ・ 運輸事業者毎のデータと運輸安全取組事例に関する評価担当職員間での情報共有
- ・ 「運輸安全マネジメント評価」を実施するに当たり、なるべく運輸事業者の負担が軽減されるよう運輸事業者との事前調整

(3) 関係部局等との連携の強化の推進

「運輸安全マネジメント評価」の更なる浸透・定着・深度化に向けた関係部局間の連携強化の推進のため、特に、運輸安全監理官室と鉄道局、自動車交通局、海事局、航空局、地方運輸局等の保安監査実施部局との連絡や情報交換を密にし、綿密に実施方針を固めて計画的に「運輸安全マネジメント評価」を実施するとともに、「運輸安全マネジメント評価」と保安監査を運輸事業者に対する安全政策における車の両輪として、有機的に機能させるよう、運輸安全調査官と地方運輸局等の評価担当官との実務レベルでの意見交換打合せを引き続き実施する。

また、各交通モードの業界団体に対し、「運輸安全マネジメント評価」の浸透・定着に向けた活動について、協力、指導等をしていくとともに、引き続き、関係団体と連携を図り、以下の措置を実施する。

①鉄道分野

- ア 事業者団体の主催による運輸安全マネジメントの実施体制の強化に資する研修の実施を促すとともに、地方運輸局等においても各種会議等の機会を捉え、「運輸安全マネジメント評価」の浸透・定着を促進する。
- イ 各地区の鋼索交通協会等の協力を得て、鋼索鉄道・索道事業者に対する制度の理解を促進する。

②自動車分野

- ア 事業者団体主催の「運輸安全マネジメント評価」の実施体制の強化に資する取組、研修等に対し、必要に応じて協力するとともに、地方運輸局等でも、各種会議等の機会を捉え、「運輸安全マネジメント評価」の浸透・定着を促進させるよう努める。
- イ 制度の一層の徹底・定着を図るため、独立行政法人自動車事故対策機構（以下「NASVA」という。）が実施する運輸安全マネジメントセミナーへの支援・協力を行うとともに、NASVA 主催の運行管理者講習会（平成22年度実績約14万人）の場を活用し、引き続き、機会を捉えて同制度の説明を行う。
- ウ NASVA 等が主に安全管理規程義務付け対象外事業者に実施している「運輸安全マネジメント評価」業務に対して、必要に応じて支援・協力するとともに、試行的に実施されている当該制度の充実化に向けた見直しを行う。
- エ 各都道府県のバス、タクシー、トラック協会が主催する事故防止委員会等の場を活用し、「運輸安全マネジメント評価」の一層の徹底・定着を図る。

③海運分野

- ア (財)海技振興センターが実施するヒューマンエラー対策に関する調査研究等と連携し、小規模海運事業者を含む海運事業者全般に対し、「運輸安全マネジメント評価」の浸透・定着を促進する。
- イ (社)日本旅客船協会等事業者団体が実施する研修、会議等において、必要に応じて、講師派遣等による協力により、事業者の制度の理解を促進する。

④航空分野

以下のような機会を捉えて、航空運送事業者に対し、運輸安全取組の一層の向上を図るための支援を行う。

- ・東京航空局及び大阪航空局主催の安全推進連絡会議
- ・(社)全日本航空事業連合会主催の飛行機部会及びヘリコプター部会
- ・(財)航空輸送技術研究センター主催の安全フォーラム
- ・(社)日本航空技術協会主催の航空安全シンポジウム

2. 事業規模等に応じた方向性

(1) 大手事業者の「運輸安全マネジメント評価」の実施方針

今後の「運輸安全マネジメント評価」にあたっては、輸送の安全に係る取組が進んでいる大手事業者において、更なるレベルアップを図るため、評価の重点化・効率化が必要であるため、あらたに、以下の内容を含め、実施方針等を検討した上で実施する。

①運輸事業者の特徴等を踏まえた「運輸安全マネジメント評価」の実施

過去に実施した「運輸安全マネジメント評価」の経緯を振り返り、運輸事業者の特徴、性質を踏まえた上で、「運輸安全マネジメント評価」の重点項目を決定する。また、改善を行った取組とともに、運輸事業者が特に重要と判断している安全対策への取組について、引き続き積極的に聴取し、「運輸安全マネジメント評価」の対象とする。

②安全管理の取組が進んでいる運輸事業者の取り扱い

3回目の評価以降の結果等をもとに、安全管理の取組が進んでいる運輸事業者については、「運輸安全マネジメント評価」実施間隔を延長する措置を講じる。

ただし、安全に関する意識の低下が起こらないようにするため、当該措置が講じられる場合であっても、延長期間中の中間的な取組状況の把握、経営トップが交代した場合の延長措置の解除、延長期間の長さ等あらたな条件を設定する。

③現場の取組状況の調査

航空事業者を除く4回目の評価以降では、原則として、「運輸安全マネジメント評価」に先駆けて現場調査を実施し、現場における安全方針の浸透状況、社内コミュニケーションの状況、職員の安全意識等確認した内容を経営管理部門に対するインタビューの際の参考にする。

(2) 大手以外の事業者の「運輸安全マネジメント評価」の実施方針

今後の「運輸安全マネジメント評価」にあたっては、輸送の安全に係る取組の遅れている大手以外の事業者において、取組実施率の向上が必要であるため、あらたに、以下の内容を含め、実施方針等を検討した上で実施する。

①「運輸安全マネジメント評価」の計画的実施

大手以外の事業者においては、未だ多くの事業者に対する1回目の評価が未実施であり、安全管理のための仕組み自体ができていない運輸事業者が依然見受けられる。今後、当該事業者に対しては、運輸安全マネジメント制度の一層の普及・啓発を念頭

に、関係部局等との連携を強化し、「運輸安全マネジメント評価」を計画的に実施する必要がある。

②小規模事業者用ガイドラインの活用

大手以外の事業者に対する1回目の評価は、平成21年6月には、小規模事業者の安全管理体制の構築・改善を促すために、運輸審議会運輸安全確保部会の議論を経て策定・公表した小規模事業者用ガイドラインの活用等を通じて、計画的に実施する。

小規模事業者用ガイドラインで示されている対象事業者に対して、規模・実態に鑑み、より実効的な「運輸安全マネジメント評価」を実施するため、当該事業者の了解のもと、運輸安全ガイドライン若しくは小規模事業者用ガイドラインどちらも使用できることとする。

自動車分野における安全管理規程作成等義務付け対象外事業者に対する「運輸安全マネジメント評価」については、別途、通達で定める方針等に基づき実施する。

(3) 各交通モード別における「運輸安全マネジメント評価」の実施方針

今後の「運輸安全マネジメント評価」にあたっては、各交通モードに対し、以下の内容を含め、実施方針等を検討した上で実施する。

①鉄道分野

全交通モード共通して取組の実施率が低いヒヤリ・ハット情報活用について、リスク管理に関する有効な事例を収集し、運輸事業者に提供していく必要があり、現在、2年計画で、運輸安全監理官室で実施している「運輸安全取組事例」の紹介において、その内容や方法をさらに具体的に紹介する調査研究を実施しており、その成果を冊子としてまとめ運輸事業者に広く周知していく。

②自動車分野

全交通モード共通して取組の実施率が低いヒヤリ・ハット情報活用に関する取組の実施率向上を目指して、平成21年3月に運輸安全監理官室にて運輸事業者の能力レベルに応じて対応できるよう作成した「事故、ヒヤリ・ハット情報の収集・活用の進め方～事故の再発防止・予防に向けて～（自動車モード編）」を再度周知する等により、運輸事業者における当該取組の向上を図る。特に、技能教育効果把握の取組の進んでいないタクシー事業者においては、技能教育に係るPDCAサイクルが機能するよう重点的に取り組む。

③海運分野

安全管理におけるPDCAサイクルが機能するように、CAの部分について積極的かつ重点的に助言を実施する。また、実施率が低いヒヤリ・ハット情報活用の取組の実施率向上を目指して、平成22年4月に運輸安全監理官室にて作成した「事故、ヒヤリ・ハット情報の収集・活用の進め方～事故の再発防止・予防に向けて～（海運モード編）」を周知・活用するとともに、技能教育訓練効果把握の取組の進んでいない旅客船事業者については、技能教育効果把握に係るPDCAサイクルが有効に機能するよう促す。

④航空分野

制度導入以前からSMS（セイフティー・マネジメント・システム）の取組が自主的に行われてきたこともあり、他分野に比べ、運輸安全取組の質が高いが、全交通モード共通して取組の実施率が低いヒヤリ・ハット情報活用について、現在、国土交通省航空局にて検討を進めている航空事業者のヒヤリ・ハット情報を収集し、分析・対応策を講じる仕組みの有効な運用に協力する。

V. まとめ

究極の目標である輸送における事故件数ゼロを目指し、運輸事業の安全確保に係る様々な政策を展開している。その一翼を担う「運輸安全マネジメント評価」は、今までにない行政手法として、試行錯誤を続けながらも、一定の効果を上げてきた。今後は、政策評価に記載した「運輸安全マネジメント評価」の課題について着実に対応し、運輸事業の更なる安全確保に向け努力してまいりたい。

平成22年度 政策レビュー結果（評価書）

道路交通の安全施策

平成23年3月

国土交通省

(評価書の要旨)

テーマ名	道路交通の安全施策	担当課 (担当課長名)	総合政策局総務課交通安全対策室長 石原弘一 道路局環境安全課道路交通安全対策室長 加藤恒太郎 自動車交通局安全政策課長 渡辺秀樹 自動車交通局技術安全部技術企画課長 和辻健二
評価の目的、必要性	<p>我が国における総合的な交通安全施策は、平成18年度を初年度に平成22年度までを計画期間とする第8次交通安全基本計画（平成18年3月中央交通安全対策会議決定）によって取り組まれている。</p> <p>この基本計画における「道路交通の安全施策」の目標としては、平成22年までに年間の24時間死者数を5,500人以下、死傷者数を100万人以下とすることになっている。</p> <p>そのためこの基本計画に掲げられた、内閣府や警察庁ほか各省庁が一体となって行う交通事故の未然防止・被害削減を図る諸施策のうち、例えば交通規制や運転者教育に関する施策は警察庁が、また交通安全思想の普及啓発等に関する施策は内閣府が中心となって実施している中、国土交通省が重要な役割を果たす次の3施策</p> <ul style="list-style-type: none">①道路交通環境の整備事業②事業用自動車の安全対策事業③車両の安全対策事業 <p>を対象として、目標の達成状況や施策の実施状況について評価を実施し、これらの結果を今後の交通安全施策に反映させ、効果的かつ効率的な交通安全施策を推進させる。</p> <p>なお、平成22年の死者数は4,863人、死傷者数は901,071人となり、上記目標は既に達成しているが、引き続き交通安全施策の推進は不可欠であることから、これまでの対策の効果や課題を分析し、今後の交通安全施策に反映させる必要がある。</p>		
対象政策	<ul style="list-style-type: none">①道路交通環境の整備事業②事業用自動車の安全対策事業③車両の安全対策事業		
政策の目的	<ul style="list-style-type: none">①道路交通環境の整備事業 <p>道路交通環境の整備事業では、幹線道路の「事故危険箇所」における対策、生活道路の「あんしん歩行エリア」における対策、「自転車通行環境整備モデル地区」（以下、「モデル地区」と呼ぶ）における取組を対象として評価を実施。</p> <p>「事故危険箇所」における対策は、全国の国道・都道府県道における交通事故が特定の箇所に集中して発生しているという特徴を踏まえ、幹線道路において集中的な交通事故対策を実施することを目的としている。「あんしん歩行エリア」における対策は、生活道路において、面的かつ総合的な交通事故対策を集中的に実施することを目的としている。また、「モデル地区」における取組は、今後の自転車通行環境整備の模範となる事業を実施するとともに、整備上の課題と対策を検証することを目的としている。</p>		

	<p>②事業用自動車の安全対策事業</p> <p>事業用自動車は、1台あたりの走行距離が長く、また一旦事故が発生すると大きな社会的影響を及ぼすことから、事業用自動車の事故防止を図ることは交通事故による被害全体を削減するうえで重要な課題である。</p> <p>このため、事業用自動車の安全対策として、事業用自動車の運行管理及び事業用自動車運送事業者に対する監査・処分等の施策を実施することにより、事故の未然防止、再発防止を図ることを目的とする。</p> <p>③車両の安全対策事業</p> <p>平成18年度交通政策審議会報告書において車両の安全対策による交通事故削減目標を設定（平成22年までに死者数を年間2,000人、負傷者数を25,000人削減。）しており、かかる目標を達成すべく、以下の施策について有機的な連携を図りながら実施している。</p> <p>i) 安全基準の整備</p> <p>ii) A S V技術（予防安全技術）の普及促進</p> <p>iii) 自動車アセスメントによる安全な自動車の普及</p> <p>それぞれの施策の目的と内容は下記のとおり。</p> <p>i) 安全基準の整備</p> <p>運輸技術審議会答申（平成11年6月）に基づき、「事故実態の把握・分析」→「安全対策の実施」→「対策の効果評価」からなる自動車安全対策のサイクルを総合的かつ分野毎に実施している。</p> <p>具体的な実施体制として安全基準検討会及び事故分析部会を設けて、自動車安全対策のサイクルを推進している。</p> <p>ii) A S V技術（予防安全技術）の普及促進</p> <p>先進技術を利用してドライバーの安全運転を支援するシステムを搭載した先進安全自動車（A S V）について、産官学の協力によるA S V推進検討会の下、車両の開発・普及の促進することとしている。</p> <p>具体的には、A S V技術のうち衝突被害軽減ブレーキ等の実用化段階にある自律型のA S V技術については、補助制度の創設、技術指針の策定、A S V技術の効果評価の実施等により普及促進を推進している。</p> <p>iii) 自動車アセスメントによる安全な自動車の普及</p> <p>安全な自動車の普及の促進、自動車ユーザー等の安全意識の向上及び自動車メーカーのより安全な自動車の開発の促進を図るため、自動車の車種毎の安全性能等を取りまとめ、ユーザー等への情報提供を実施している。</p>
<p>評価の視点</p>	<p>交通安全基本計画に掲げる交通事故の未然防止・被害軽減を図る諸施策のうち、国土交通省が重要な役割を果たす道路交通の安全施策について、その必要性と有効性を検証した。</p> <p>①道路交通環境の整備事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「事故危険箇所」及び「あんしん歩行エリア」において、着実な取組がなされたか、事故対策の実施により、死傷事故件数を抑止できたかの2項目を評価の視点とした。

	<p>・「モデル地区」において、着実な取組がなされたか、全国展開のために有益な課題等の知見が得られたかの2項目を評価の視点とした。</p> <p>②事業用自動車の安全対策事業 現行の事業用自動車の安全対策の中核となる施策（1）事業用自動車における運行管理制度の充実、（2）事業用自動車における監査・処分制度の強化について政策の評価を行うとともに、共通事項として、事業用自動車の交通事故等の削減状況について評価する。</p> <p>③車両の安全対策事業 共通の評価の視点としては、各施策の有機的な連携により削減する交通事故死者数及び負傷者数とする。 また各施策の個別の評価の視点は、それぞれ下記のとおりとする。</p> <p>i) 安全基準の整備 安全基準の整備（検討・導入）を進めているか。</p> <p>ii) A S V技術（予防安全技術）の普及促進 A S V技術（予防安全技術）の普及促進について着実な取組がなされたか。</p> <p>iii) 自動車アセスメントによる安全な自動車の普及 安全な自動車が普及しているか。</p>
<p>評価手法</p>	<p>①道路交通環境の整備事業 ・「事故危険箇所」及び「あんしん歩行エリア」の着実な取組がなされたかについて、対策の着手箇所の割合及び完了箇所の割合を評価する。また、死傷事故件数を抑止できたかについて、対策完了箇所における死傷事故の抑止率を評価する。 ・「モデル地区」における自転車走行空間の整備に着手した地区数およびその割合を算出する。また、「モデル地区」における取組を通じて得られた課題や解決策等、自転車利用環境整備の全国展開のために有益な知見を把握する。</p> <p>②事業用自動車の安全対策事業 事業用自動車の交通事故を削減できたかについて、交通統計（警察庁）より、交通事故死者数、人身事故件数、飲酒運転件数を評価する。 （1）運行管理制度について着実な取り組みがなされたかについて、事業用自動車の運行の安全を確保するために選任されている運行管理者数について評価する。 （2）監査処分制度について着実な取り組みがなされたかについて、これまでに実施した自動車運送事業者に対する監査件数及び監査結果に基づき実施した行政処分件数について評価する。</p> <p>③車両の安全対策事業 共通の評価手法としては、導入した安全基準、A S V技術及びアセスメントについて、事後評価を行い（※）、平成18年度交通政策審議会報告書における目標の達成状況について評価する。</p>

(※) 事後評価の対象とする対策

被害低減対策	予防安全対策
フルラップ前面衝突基準	中型トラクタ ABS
オフセット前面衝突基準	大型後部反射器
側面衝突基準	ハイマウントストップランプ
歩行者頭部保護基準	
大型後部突入防止装置	

また、各施策の個別の評価手法は、それぞれ下記のとおり。

i) 安全基準の整備

安全基準検討会において基準化の検討が着実になされていること（検討すべき基準化項目として選定されたものと実際に基準化された項目の状況）を確認する。

ii) A S V 技術（予防安全技術）の普及促進

A S V 推進検討会における検討や産官学の連携等により実用化された A S V 技術の状況を調査する。

iii) 自動車アセスメントによる安全な自動車の普及

過去に自動車アセスメントを実施した車種の後継車種（現行モデル）の評価指標の平均値と、旧車種（前モデル）の評価指標の平均値を比較する。評価指標として衝突安全性能総合評価及び歩行者頭部保護性能試験の評価結果を用いる。なお、自動車アセスメントの対象車種は、原則として、販売実績の多いものを選定している。

評価結果

① 道路交通環境の整備事業

- ・「事故危険箇所」について、対策完了箇所割合は 83% であり着実な取組がなされた。また、対策完了箇所における死傷事故の抑止率は 31% であり目標を達成した。
- ・「あんしん歩行エリア」について、対策完了エリアの割合は 24%、対策が概ね実施できたエリアを含めると 61% となっている。エリア全体の対策が進まない理由としては、予算上の課題の他、地域住民の理解・協力を得ながら進める事が出来なかったことが考えられる。また、対策完了箇所における死傷事故の抑止率は 17% で目標は概ね達成しているものの、歩行者・自転車関連の死傷事故の抑止率は 8% となり、目標を達成しなかった。その理由としては事故の発生状況や特徴に応じた事故対策の立案が十分に実施されていない場合などが考えられる。
- ・「モデル地区」について、98 地区のうち、平成 21 年度末までに自転車走行空間の整備に着手した地区は 89 地区（着手率 91%）であり、着実な取組がなされた。また、各地区での取組において、いくつかの課題が収集され、一部の課題については解決策の検討に着手するなど一定の知見が得られつつある。

②事業用自動車の安全対策事業

①交通事故死者数、②人身事故件数、③飲酒運転件数の各実績値は、着実に減少している。

(1) 自動車運送事業者において選任されている運行管理者数は、自動車運送事業者数の推移に応じて着実に増加している。

(2) 自動車運送事業の運行の安全を確保するため、監査 担当要員を増員することにより、自動車運送事業者に対する監査件数は着実に増加している。また、監査の結果に基づき着実に行政処分を行っている。

③車両の安全対策事業

共通の評価結果について、被害軽減対策及び予防安全対策の効果の計算結果次表のとおり。

表 死者数低減結果と目標の比較 (30日以内死者数)

	結果 (2009年時点)	目標 (2010年)
フルラップ前面衝突	1,428人	約1,150人
側面衝突	364人	約600人
オフセット前面衝突及び歩行者頭部保護	179人	約50人
その他の対策	6人	約200人
合計	1,977人	約2,000人

※大型後部突入防止装置の適用拡大はその他の対策に算入。

表 負傷者数低減結果と目標の比較

事故形態	対策項目	結果 (人)	目標 (人)	
		2009年時	2010年	2015年
追突	・ハイマウントストップランプの導入等被視認性の向上対策 ・シート・ヘッドレストの改善、ブレーキアシスト・衝突被害軽減ブレーキ導入等予防安全対策	3,488 —	約20,000	約40,000
歩行者	・高輝度ヘッドランプの導入等視認性の向上対策 ・ブレーキアシスト ・歩行者脚部保護(基準化及び基準化以外による普及策)	— — —	約3,000	約5,000
その他の対策(タイヤ、ブレーキ性能の向上等)		2	約2,000	約5,000
合計		3,490	約25,000	約50,000

※大型後部反射器は、ハイマウントストップランプの導入等被視認性の向上対策に算入。

※中型トラクタABSは、シート・ヘッドレストの改善、ブレーキアシスト・衝突被害軽減ブレーキ導入等予防安全対策に算入。

また、各施策の個別の評価について、評価結果は、それぞれ下記のとおり。

i) 安全基準の整備

基準化項目については、以下のとおり選定し、検討を行ってきている。

平成 12 年) ハイマウントストップランプ等 6 項目

平成 13 年) -

平成 14 年) ブレーキアシスト等 13 項目

平成 15 年) コンパティビリティ対応ボディ 1 項目

平成 16 年) -

平成 17 年) 追突防止対策 1 項目

平成 18 年) -

平成 19 年) 電気自動車の衝突安全性等 8 項目

平成 20 年) リチウムイオン蓄電池の安全性等 4 項目

平成 21 年) 幼児専用車の安全対策 1 項目

これら 34 項目のうち、ハイマウントストップランプ、オフセット前面衝突基準等の 14 項目が実際に基準化された。

ii) ASV 技術（予防安全技術）の普及促進

以下のとおり、予防安全技術の普及が図られている。

ASV 技術名	ASV 技術数	
	平成 19 年	平成 21 年
乗用車	24	27
大型車	12	12

iii) 自動車アセスメントによる安全な自動車の普及

平成 21 年度に実施した自動車アセスメントの結果では、いずれの評価指標においても現行モデルの平均値は前モデルの平均値より高く、安全な自動車の普及が図られている。

		前モデル	現行モデル
乗員保護性能評価結果	運転席	5.57	5.86
	助手席	5.43	5.86
歩行者頭部保護性能評価結果		3.00	4.17

政策への反映の方向

①道路交通環境の整備事業

- ・「事故危険箇所」について、事故データ等の分析や市民との協働を通じて、集中的に対策を講じるべき事故発生の危険性が高い特定の区間（事故危険区間）を選定し、重点的に事業を実施するとともに、事故危険区間であることの認識を市民と共有することにより事故対策効果の向上を図る「事故ゼロプラン（事故危険区間重点解消作戦）」を関係機関とも連携しながら推進する。また、これまでの「事故危険箇所」における取組において蓄積した対策効果データ等を活用し、事故要因に即した特に効果の高い事故対策を選択し実施する。
- ・「あんしん歩行エリア」について、人優先の安全・安心な歩行空間の整備を目指すという視点に立ち、地域住民と一体となった検討体制づくりや合意形成に関するノウハウの収集・提供、学識経験者・専門家との連携体制の構築支援、好事例箇所における知見の収集・提供、物理対策の効果など技術的知見の分析・提供等を実施することにより各地域の取組を支援する。
- ・「モデル地区」について、今後、「モデル地区」のフォローアップを引き続き行い、知見の収集を更に進め、当該知見を技術資料としてとりまとめ、地方公共団体に情報発信し、自転車利用環境の整備を支援する。

②事業用自動車の安全対策事業

- （１）飲酒運転事故の削減に向け、平成23年4月より運転者の点呼時のアルコール検知器の使用を義務付けるとともに、運転者の過労運転の防止に向け、事業用自動車に対して運行記録計の義務付けの拡大を検討。
- （２）事故削減、事後チェック機能の強化のため、監査要員を増員するとともに、必要に応じて監査方針、行政処分基準の強化等を検討。

③車両の安全対策事業

30日以内死者数については、平成21年の段階での効果は1,977人となっており、目標である2,000人にはわずかに届いていないものの、平成22年の段階では、オフセット前面衝突及び歩行者頭部保護基準に適合した車両の普及がより進んでいることや、今回効果分析を行った対策以外の対策の効果もあると考えられることから、概ね目標は達成しているものと考えられる。

一方で、負傷者数の低減目標については、目標値を大きく下回っている。その理由としては、平成18年時点で効果を推定する際に対象としていた対策のうち、シート・ヘッドレストの改善、ブレーキアシスト・衝突被害軽減ブレーキの導入、歩行者脚部保護基準の導入といった対策の実施が現時点では十分ではないことが挙げられ、今後、これらの対策を早急に進める必要がある。

個別の取組については、30日以内死者数について、設定していた削減目標を概ね達成する見込みであることから、これまでの取組については引き続き進めていくとともに、今後更に以下の事項についても取り組んでいく予定である。

	<p>i) 安全基準の整備 安全対策サイクルを通じて、引き続き安全基準の整備を行うとともに、現在開催中の交通政策審議会の結果を踏まえて、少子高齢化等に対応するための安全基準等の検討・導入のあり方について検討していく。</p> <p>ii) A S V 技術（予防安全技術）の普及促進 衝突被害軽減ブレーキについて、平成 19 年度より装置の装着に対して補助を実施しているところであり、平成 22 年度からは補助対象装置にふらつき警報、横滑り防止装置等を追加したところである。今後も実用化されている A S V 技術の一層の普及促進を進めていくことを検討する。</p> <p>iii) 自動車アセスメントによる安全な自動車の普及 歩行者保護の重要性の高まりをふまえ、平成 23 年度から歩行者脚部保護性能試験を導入するとともに評価試験項目の充実に伴いユーザーへより分かりやすい公表を行うために新たな衝突安全性能総合評価を導入する予定である。また、事故そのものの低減を図るため、先進安全自動車（A S V）関連技術の普及に対応した予防安全に関する評価の導入について検討を行う。</p>
<p>第三者 の知見 の活用</p>	<p>○各政策共通 評価書の作成にあたり、国土交通省政策評価会から意見を聴取（議事概要及び議事録は国土交通省ホームページに掲載）。</p>
<p>実施時 期</p>	<p>平成 21 年度～平成 22 年度</p>

目 次

第 1 章	評価の目的・必要性	1
第 2 章	道路交通環境の整備事業	2
第 1 節	事故危険箇所における対策	2
1.	施策の背景	2
2.	事故危険箇所の指定	3
3.	事故危険箇所における対策の概要	5
4.	評価の視点・評価指標及び評価方法	6
5.	評価結果	6
6.	今後の施策への反映	9
第 2 節	あんしん歩行エリアにおける対策	10
1.	施策の背景	10
2.	あんしん歩行エリアの指定	11
3.	あんしん歩行エリアにおける対策の概要	13
4.	評価の視点・評価指標及び評価方法	15
5.	評価結果	16
6.	今後の施策への反映	18
第 3 節	自転車通行環境モデル地区における取組	19
1.	施策の背景	19
2.	自転車通行環境整備モデル地区の指定	21
3.	自転車通行環境整備モデル地区の取組の概要	22
4.	評価の視点・評価指標及び評価方法	23
5.	評価結果	24
6.	今後の施策への反映	24
第 3 章	事業用自動車の安全対策事業	25
1.	対象政策の範囲	25
2.	政策の目的	25
3.	評価の視点	26
4.	評価手法	28
5.	評価結果	29
6.	評価結果のアウトライン	34
7.	政策への反映の方向性	35

第4章	車両の安全対策事業	36
1.	対象政策の範囲	36
2.	政策の目的	36
3.	評価の視点	38
4.	評価手法	38
5.	評価結果	42
6.	施策・政策への反映方法	45
別紙1	安全基準検討会 委員名簿	49
別紙2	ASV検討会 委員名簿	50
別紙3	自動車アセスメント評価検討会 委員名簿	51

第1章 評価の目的・必要性

我が国における総合的な交通安全施策は、平成18年度を初年度に平成22年度までを計画期間とする第8次交通安全基本計画（平成18年3月中央交通安全対策会議決定）によって取り組まれている。

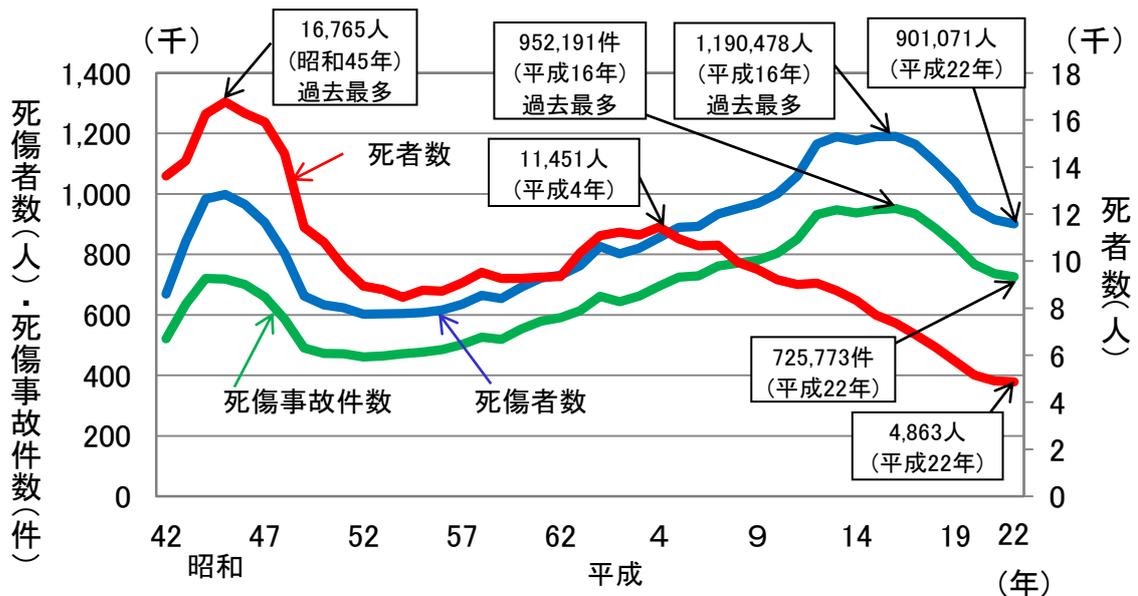
この基本計画における「道路交通の安全施策」の目標としては、平成22年までに年間の24時間死者数を5,500人以下、死傷者数を100万人以下とすることになっている。

そのためこの基本計画に掲げられた、内閣府や警察庁ほか各省庁が一体となって行う交通事故の未然防止・被害削減を図る諸施策のうち、例えば交通規制や運転者教育に関する施策は警察庁が、また交通安全思想の普及啓発等に関する施策は内閣府が中心となって実施している中、国土交通省が重要な役割を果たす次の3施策

- ① 道路交通環境の整備事業
- ② 事業用自動車の安全対策事業
- ③ 車両の安全対策事業

を対象として、目標の達成状況や施策の実施状況について評価を実施し、これらの結果を今後の交通安全施策に反映させ、効果的かつ効率的な交通安全施策を推進させる。

なお、平成22年の死者数は4,863人、死傷者数は901,071人となり、上記目標は既に達成しているが、引き続き交通安全施策の推進は不可欠であることから、これまでの対策の効果や課題を分析し、今後の交通安全施策に反映させる必要がある。（図1-1）



出典) 警察庁資料

図1-1 道路交通事故による交通事故発生件数、死者数及び負傷者数の推移

第2章 道路交通環境の整備事業

道路交通環境の整備事業については、交通事故の発生件数等が依然として厳しい状況にあることを受け、その主要な取組である、幹線道路の「事故危険箇所」における対策、生活道路の「あんしん歩行エリア」における対策、「自転車通行環境整備モデル地区（以下、「モデル地区」と呼ぶ）」における取組を対象として、それぞれの施策の実施状況や目標の達成状況について評価を実施した。

「事故危険箇所」における対策は、全国の国道・都道府県道における交通事故が特定の箇所に集中して発生しているという特徴を踏まえ、幹線道路において集中的な交通事故対策を実施することを目的としている。「あんしん歩行エリア」における対策は、生活道路において、面的かつ総合的な交通事故対策を集中的に実施することを目的としている。また、「モデル地区」における取組は、今後の自転車通行環境整備の模範となる事業を実施するとともに、整備上の課題と対策を検証することを目的としている。

第1節 事故危険箇所における対策

1. 施策の背景

全国の国道・都道府県道においては、死傷事故の発生状況と発生箇所の交通量を統合したデータベースが整理されている。このデータベースを用いて、平成15年～平成18年のデータを基に全国の国道・都道府県道を約71万の区間に分割し、各区間の死傷事故率(区間内で発生した死傷事故件数を区間の走行台キロで除した値)を算出した結果、図2-1に示すように死傷事故の71%が全体の22%の区間に集中していることが分かった。

このように幹線道路における交通事故は特定の箇所に集中して発生しており、データに基づく対策箇所の選定が重要である。

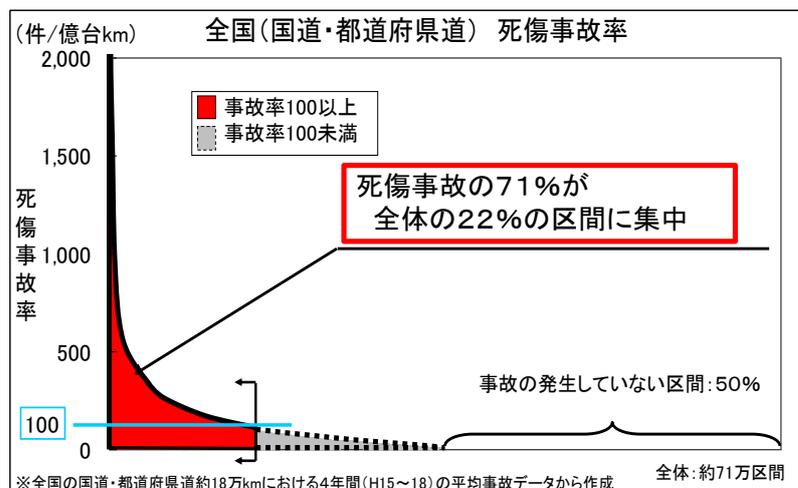


図2-1 全国の国道・都道府県道における死傷事故率

2. 事故危険箇所の指定

全国の国道・都道府県道における交通事故が特定の箇所に集中して発生しているという特徴を踏まえ、幹線道路において集中的な交通事故対策を実施することを目的に、警察庁と国土交通省が合同で、死傷事故率が高く、又は死傷事故が多発している交差点や単路部を「事故危険箇所」として指定（平成 15 年 7 月）し、都道府県公安委員会と道路管理者が連携した対策を実施した。

「事故危険箇所」は、平成 8 年から平成 11 年に発生した事故データを基に、表 2-1 に示す基準で箇所を抽出し、その中から平成 15 年度から平成 19 年度までに対策を実施する箇所を全国で 3,956 箇所指定した。（表 2-2）

表 2-1 事故危険箇所の抽出基準

基準分類	内容
A	10年に1度の死亡事故が再起する可能性がある箇所 <ul style="list-style-type: none"> ・死傷事故件数：28件／4年以上 ・死亡換算件数：0.4件／4年以上
B	当該箇所の事故率が幹線道路の平均均事故率の5倍以上の箇所 <ul style="list-style-type: none"> ・単路部：325件／億台km以上 ・交差点部：500件／億台km以上
C	上記基準に準ずる箇所のうち、交通事故が多発するおそれ大きいと認められ、緊急的、集中的な対策が必要な箇所

表 2-2 基準別の抽出箇所数

基準	箇所数
A基準のみでの抽出箇所数	810
B基準のみでの抽出箇所数	2,341
A基準かつB基準での抽出箇所数	553
C基準での抽出箇所数	252
合計	3,956

なお、「事故危険箇所」における交通事故対策は、第8次交通安全基本計画及び社会資本整備重点計画に位置付けられている。

<第8次交通安全基本計画（18年度～平成22年度）（平成18年3月14日）（抜粋）>

事故危険箇所対策の推進

死傷事故率が高く、又は死傷事故が多発している交差点・単路を指定した「事故危険箇所」について、都道府県公安委員会及び道路管理者が連携して、歩道整備を始めとした集中的な事故抑止対策を推進する。

事故危険箇所においては、信号機の新設・高度化、歩車分離式信号の運用、道路標識の高輝度化等、歩道等の整備、交差点改良、視距の改良、付加車線等の整備、中央帯の設置、バス路線等における停車帯の設置及び防護さく、区画線等の整備、道路照明・視線誘導標等の設置等の対策を推進する。

このような対策を推進することにより、平成15年度策定の社会資本整備重点計画において定められた数値目標（平成19年度までに対策実施箇所の死傷事故を約3割抑止）の達成を目指す。

<社会資本整備重点計画（平成15年度～平成19年度）（平成15年10月10日）（抜粋）>

<交通安全施設等整備事業>

1. 重点的、効果的かつ効率的な実施に向けた取組み

特に交通の安全を確保する必要がある道路について、都道府県公安委員会及び道路管理者が連携し、事故実態の調査・分析を行いつつ、計画的かつ重点的に交通安全施設等整備事業を推進することにより、交通環境を改善し、交通事故の防止と交通の円滑化を図る。

2. 事業の概要

(2) 幹線道路における交通の安全と円滑の確保

①事故危険箇所対策の推進

○対策実施箇所の死傷事故の抑止 【平成19までに約3割抑止】

・死傷事故発生率が高く、又は死傷事故が多発している交差点・単路約4,000箇所を選定の上、集中的に交通安全施設等を整備

3. 事故危険箇所における対策の概要

「事故危険箇所」においては、死傷事故を約3割抑止することを目指し、都道府県公安委員会と道路管理者が連携して、(1)道路改良、(2)安全施設の設置、(3)信号機の設置・改良等の集中的な死傷事故抑止対策を講じた。

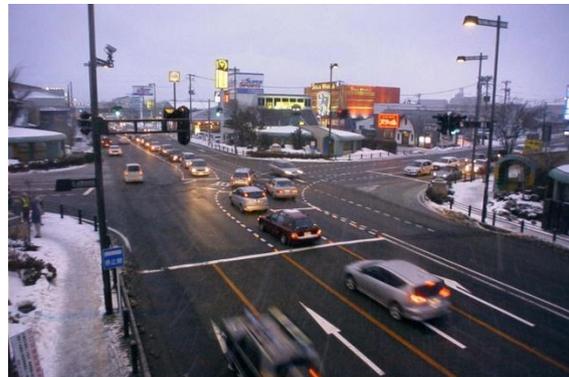
主な対策事例は以下のとおりである。

(1) 道路改良(交差点改良、線形改良、右左折レーンの設置)

直進車と右折車の錯綜や右折車による直進車阻害を防止するための右折レーンの設置(延伸)や、交差点内の走行位置を明確化するための導流標示といった道路改良を実施した。



右折レーンの設置(延伸)



導流標示の設置

(2) 安全施設の設置(中央帯、防護柵、視線誘導標の設置)

対向車線への逸脱を防止し正面衝突事故を回避するための中央帯、路外への逸脱を防止し乗員及び第三者への被害を防止する防護柵、路面凍結の危険性をドライバーへ知らせる注意喚起看板等の安全施設の設置を実施した。



中央帯(ポストコーン)の設置



防護柵の設置

4. 評価の視点・評価指標及び評価方法

評価の視点としては、①着実な取組がなされたか、②事故対策の実施により死傷事故件数を抑止できたかの2項目とし、評価指標は、それぞれ対策の実施状況、死傷事故件数の抑止状況とした。

まず対策の実施状況についての評価方法は、「事故危険箇所」は平成15年度から平成19年度において対策を実施する箇所として指定していることから、平成19年度までに着手・完了した箇所、計画期間後（平成20年度～平成21年度）に着手・完了した箇所に分けて評価した。

次に、死傷事故件数の抑止状況については、対策が完了していない箇所においては、対策効果が発現していないと考えられることから、対策完了箇所における対策前と対策完了後の平均事故件数の増減を評価した。

評価の視点・評価指標及び評価方法をまとめると表2-3のとおりとなる。

表 2-3 事故危険箇所対策の評価の視点

	評価の視点	評価指標	評価方法
I	着実な取組がなされたか	対策の実施状況	「事故危険箇所」において、計画期間内に事故対策に着手した箇所数、対策が完了した箇所数を調査し、その割合を算出
II	事故対策の実施により、死傷事故件数を抑止できたか	死傷事故件数の抑止状況	対策が完了した「事故危険箇所」において、対策完了後の平均事故件数と対策前の平均事故件数を比較し、死傷事故の抑止率を算出 【目標：「事故危険箇所」における死傷事故を約3割抑止】

5. 評価結果

(1) 対策の実施状況

全国3,956箇所の「事故危険箇所」について、計画期間内に対策に着手した箇所は約97%、対策完了箇所数は約83%であった。未着手箇所が全体の3%、未完了箇所が全体の17%あるものの、着実な取組がなされたと評価できる。

また、計画期間内には着手・完了することが出来なかったが、平成21年度末時点で着手・完了している箇所はそれぞれ2%、11%あり、合計すると平成21年度末時点では、全体の99%の箇所で着手、93%の箇所で対策が完了している。(表2-4)

表 2-4 対策実施状況

	対策着手箇所数	対策完了箇所数
計画期間内 (～H19)	(97%) 3,837	(83%) 3,271
計画期間後 (H20～H21)	(2%) 86	(11%) 421
合 計	(99%) 3,923	(93%) 3,692

※上段括弧書きは、「事故危険箇所」に指定した 3,956 箇所に対する割合

※着手箇所とは期間中に何らかの対策が開始された箇所。期間中に完了箇所とは計画された対策が全て完成した箇所。(ここでいう期間中とは、“～H19”もしくは“H20～H21”のこと)

ここで、平成 21 年度末時点で対策に着手出来ていない箇所 33 箇所の理由を調査すると、約半数の 16 箇所ではバイパスの開通など周辺の交通状況が変化し、交通事故の発生件数が減少したため、現在では対策の実施を見送っている状況となっている。(図 2-2)

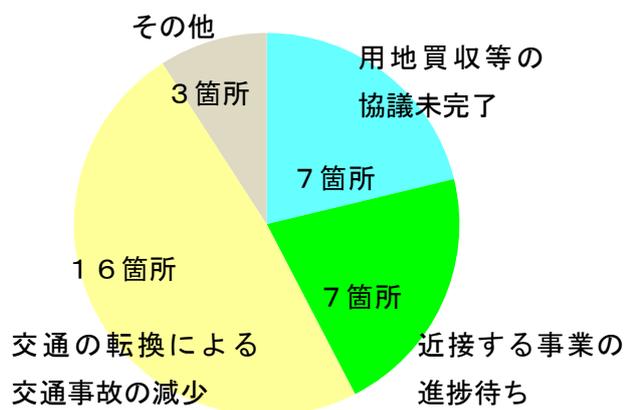


図 2-2 未着手の理由(33 箇所)

(2) 死傷事故件数の抑止状況

評価対象は、計画期間内に対策が完了した 3,271 箇所とした。評価については以下の方法で実施した。

- ① 対策完了箇所毎に、目標設定時に使用した死傷事故件数 (H8～H11 の年平均) を算出し合計
- ② 対策前の全国の死傷事故件数 (H8～H11 の年平均) と対策後の全国の死傷事故件数 (H16～H20 の年平均) から全国の死傷事故件数の増減率を算出し、① に乗じる (全国と同じ傾向で推移したと仮定)
- ③ 対策完了箇所毎に、対策完了年の翌年から H20 年までの年平均死傷事故件数を算出し合計
- ④ ②と③を比較

上記の方法で評価した結果、「事故危険箇所」の対策完了箇所における死傷事故件数の抑止率は 31%であり、死傷事故を約 3 割抑止するという目標を達成した。(図 2-3)

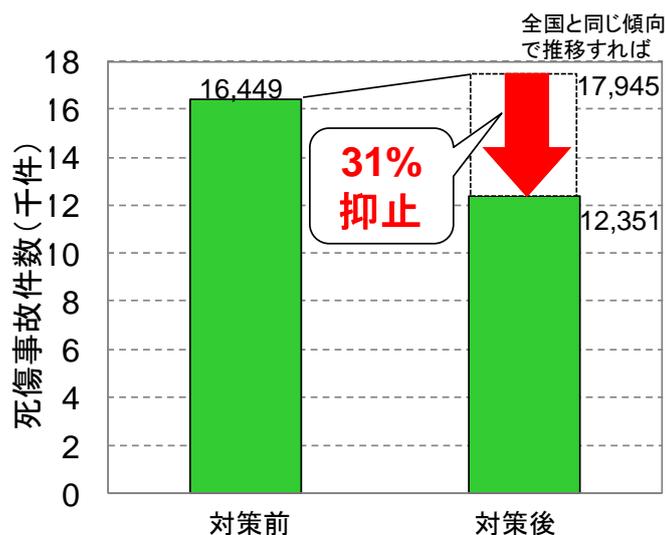


図 2-3 対策完了箇所における死傷事故件数及び抑止率

(3) 評価結果のまとめ概要

(1)、(2) の評価結果をまとめると表 2-5 のとおりである。

表 2-5 事故危険箇所対策の効果のまとめ

評価指標		評価結果
I	対策の実施状況	全国 3,956 箇所の「事故危険箇所」について、計画期間内（平成 19 年度末）に対策に着手した箇所は 3,837 箇所（着手率：97%）、対策完了箇所数は 3,271 箇所（完了率：83%）であった。未着手箇所が全体の 3%、未完了箇所が全体の 17%あるものの、着実な取組がなされた。
II	死傷事故件数の抑止状況	計画期間内に対策が完了した箇所における死傷事故の抑止率は 31%であり、死傷事故を約 3 割抑止するという目標を達成した。

6. 今後の施策への反映

今回の「事故危険箇所」における対策の結果、当初の目標である 3 割の死傷事故件数の抑止を達成することが出来た。しかしながら、幹線道路では交通事故死者数の 3 分の 2 が発生している状況であり、「事故危険箇所」のような事故発生の危険性が高い区間を中心として、引き続き同様の交通安全対策を進めていく必要がある。その際、厳しい予算状況を踏まえ、交通安全対策の投資効率をさらに高めていくことが求められており、より効果の高い対策を実施していくことが重要である。

このため、事故データ等の分析や市民との協働を通じて、集中的に対策を講じるべき事故発生の危険性が高い特定の区間（事故危険区間）を選定し、重点的に事業を実施するとともに、事故危険区間であることの認識を市民と共有することにより事故対策効果の向上を図る「事故ゼロプラン（事故危険区間重点解消作戦）」を関係機関とも連携しながら推進していくこととする。

また、これまでの「事故危険箇所」における取組において蓄積した対策効果データ等を活用し、事故要因に即した特に効果の高い事故対策を選択し、実施する。

第2節 あんしん歩行エリアにおける対策

1. 施策の背景

死傷事故件数の約半分が生活道路で発生し、さらに自転車及び歩行者関連だけの事故件数で見ると、その約2/3が生活道路で発生している(図3-1)。また、これまで一定の成果をあげてきた交通安全対策は、主として「車中心」の対策であり、歩行者の視点からの道路整備等は依然として十分とはいえず、生活道路への通過交通の流入等の問題も依然として深刻である。

このようなことから、生活道路において自動車の速度抑制を図るための道路交通環境の整備、交通指導取締りの強化、安全な走行の普及等の対策を講じるとともに、幹線道路を走行すべき自動車が生活道路へ流入することを防止するための幹線道路における交通安全対策及び交通流の円滑化を推進するなど、生活道路における交通の安全を確保するための総合的な対策を一層推進する必要がある。

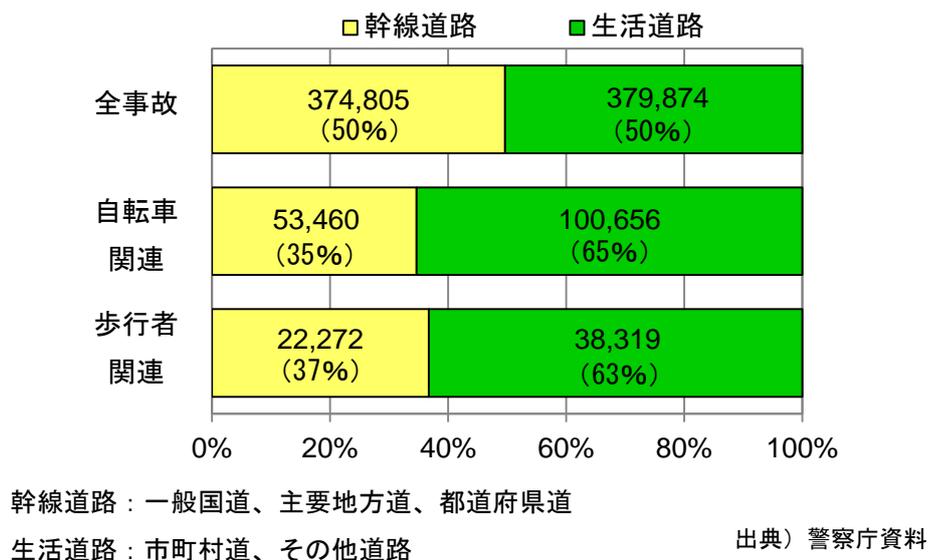


図3-1 事故の発生状況 (平成20年)

2. あんしん歩行エリアの指定

生活道路において集中的な交通事故対策を実施することを目的に、警察庁と国土交通省が合同で、交通事故の死傷事故の発生割合が高く、緊急に歩行者・自転車の安全対策が必要な地区を「あんしん歩行エリア」として指定し（平成 15 年 7 月）、都道府県公安委員会と道路管理者が連携して、面的かつ総合的な事故対策を実施した。

「あんしん歩行エリア」は、平成 11 年から平成 13 年に発生した事故データを基に、表 3-1 に示す基準を全て満たすエリアのうち、都道府県公安委員会又は道路管理者から申請があったエリアを全国で 796 エリア指定した。

表 3-1 あんしん歩行エリア（平成 15 年度～平成 19 年度）の選定要件等

- | |
|--|
| A 全死傷事故件数が 42 件/km ² ※年以上
※D I D地区における同平均事故件数の 1.2 倍 |
| B 幹線道路が原則として当該地区の外縁を構成すること |
| C 当該地区の面積が概ね 1 ～ 2 km ² 程度であること |

なお、「あんしん歩行エリア」における対策についても、「事故危険箇所」における対策と同様、第 8 次交通安全基本計画及び社会資本整備重点計画において位置付け、取組を行っている。

<第 8 次交通安全基本計画（18 年度～平成 22 年度）（平成 18 年 3 月 14 日）（抜粋）>

イ 生活道路における交通安全対策の推進

死傷事故発生割合が高い住居系地区又は商業系地区で、その外縁を幹線道路が構成する「あんしん歩行エリア」について、都道府県公安委員会及び道路管理者が連携して、歩道整備を始めとした面的かつ総合的な事故抑止対策を実施する。

～略～

道路管理者においては、歩道の整備、歩行空間のバリアフリー化等により、安心して移動できる歩行空間ネットワークを整備する経路対策、ハンプ、クランク等車両速度を抑制する道路構造等により、歩行者や自転車の通行を優先するゾーンを形成するゾーン対策、外周幹線道路の通行を円滑化し、エリア内への通過車両を抑制するため、交差点の改良等の外周道路対策を推進する。

このような対策を推進することにより、平成15 年度策定の社会資本整備重点計画において定められた数値目標（平成19 年度までにエリア内の死傷事故を約 2 割抑止し、うち歩行者・自転車事故は約 3 割抑止）の達成を目指す。

<社会資本整備重点計画（平成15年度～平成19年度）（平成15年10月10日）（抜粋）>

<交通安全施設等整備事業>

1. 重点的、効果的かつ効率的な実施に向けた取組み

特に交通の安全を確保する必要がある道路について、都道府県公安委員会及び道路管理者が連携し、事故実態の調査・分析を行いつつ、計画的かつ重点的に交通安全施設等整備事業を推進することにより、交通環境を改善し、交通事故の防止と交通の円滑化を図る。

2. 事業の概要

(1) 歩行者等の安全通行の確保

① あんしん歩行エリアの整備

○ エリア内の死傷事故の抑止 【平成19までに約2割抑止
(歩行者・自転車事故については約3割抑止)】

・ 死傷事故発生割合の高い地区約1,000箇所を指定の上、面的かつ総合的な事故抑止対策を実施

3. あんしん歩行エリアにおける対策の概要

「あんしん歩行エリア」では、死傷事故を約2割抑止するとともに、そのうち歩行者又は自転車利用者に係る死傷事故を約3割抑止することを目指し、都道府県公安委員会と道路管理者が連携して面的かつ総合的な死傷事故抑止対策を講じた。

具体的な対策としては、(1)ハンプ、クランク等車両速度を抑制する道路構造等により、歩行者や自転車の通行を優先するゾーンを形成するゾーン対策、(2)歩道の整備、歩行空間のバリアフリー化等により、安心して移動できる歩行空間ネットワークを整備する経路対策、(3)外周幹線道路の通行を円滑化し、エリア内への通過車両を抑制するため、交差点の改良等の外周道路対策等を推進した。

主な対策事例は以下のとおりである。

(1) 歩行者・自転車を優先するゾーンの形成

住宅地、商業地等の生活道路において、歩行者や自転車の安全・快適な利用を特に優先するため、住宅地区内の速度規制、クランクやハンプ等の車両速度を抑制する構造を有する道路整備を面的に実施し、歩行者や自転車優先のゾーンを形成する。



(2) 歩行空間ネットワークの整備

歩行者や自転車の安全を確保するためには、歩行者・自転車・自動車の適切な分離を図ることが必要であり、歩道等の整備により、ネットワークとしての歩行空間を確保する。



(3) 外周道路対策の円滑化（交差点の改良、信号機等の整備）

交差点の改良、信号機の高度化・改良（公安委員会）等の外周幹線道路対策により、外周幹線道路の交通円滑化を図り、エリア内への通過車両を抑制する。



4. 評価の視点・評価指標及び評価方法

評価の視点としては、「事故危険箇所」と同様に、①着実な取組がなされたか、②事故対策の実施により死傷事故件数を抑止できたかの2項目とし、評価指標は、それぞれ対策の実施状況、死傷事故件数の抑止状況とした。

まず対策の実施状況の評価方法は、計画期間内（平成15年度～平成19年度）、計画期間後（平成20年度～平成21年度）のそれぞれについて、着手した箇所、対策が概成した箇所、対策が完了した箇所に分けて評価した。

次に、死傷事故件数の抑止状況については、対策が完了していない箇所においては、対策効果が発現していないと考えられることから、対策完了箇所における対策前と対策完了後の平均事故件数の増減を評価した。

評価の視点・評価指標及び評価方法をまとめると表3-2のとおりとなる。

表3-2 あんしん歩行エリアにおける対策の評価の視点

評価の視点		評価指標	評価方法
I	着実な取組がなされたか	対策の実施状況	「あんしん歩行エリア」において、計画期間内に事故対策に着手したエリア数、対策が完了したエリア数を調査し、その割合を算出
II	事故対策の実施により、死傷事故件数を抑止できたか	死傷事故件数の抑止状況	対策が完了した「あんしん歩行エリア」において、対策完了後の平均事故件数と対策前の平均事故件数を比較し、死傷事故の抑止率を算出 【目標：「あんしん歩行エリア」における死傷事故を約2割抑止（歩行者・自転車関係は約3割抑止）】

5. 評価結果

(1) 対策の実施状況

全国 796 の「あんしん歩行エリア」について、計画期間内に対策に着手したエリアは約 99%であり、概ね全ての箇所において着手されている。しかし、対策が完了したエリアは約 24%であり、対策が概ね実施できたエリアを含めても約 61%となっており、完了していないエリアが数多く残っている状況である。

表 3-3 対策実施状況

	対策着手エリア	対策概成エリア	対策完了エリア
計画期間内 【～H19】	(99%) 792	(61%) 486	(24%) 190
計画期間後 【H20～H21】	(1%) 4	(21%) 165	(22%) 175
合計	(100%) 796	(82%) 651	(46%) 365

※対策概成エリア: エリア内で計画している対策が80%実施されたエリア

※上段括弧書きは、「あんしん歩行エリア」に指定した796箇所に対する割合

エリア全体の対策が進まない理由について、「あんしん歩行エリア」に係る地方公共団体にアンケート調査を行った所、主な回答は以下のとおりであり、予算上の課題のほか、住民との合意形成不足、技術的な知見の不足等の課題が明らかとなった。

- 市の財政が厳しく、事業の実施は困難
- 住民の意識が受け身的であり、どう巻き込むかが課題と認識している。コンセンサスを得るためのワークショップ等の活用についても開催回数が多くなるなど、市町村の体力では限界がある。そのため、住民との合意形成を図る体制への支援が必要。
- 事業を推進する上で、行政側に交通事故削減に効果のある対策や対策による効果などの知見が不足しているため、住民の理解を得ることが困難になっている。そのため、これらに関する技術的な知見を提供してもらいたい。

(2) 死傷事故件数の抑止状況

評価対象は、計画期間内に対策が完了した 190 エリアとした。評価については以下の方法で実施した。

- ① 対策完了箇所毎に、目標設定時に使用した死傷事故件数 (H11～H13 の年平均) を算出し合計
- ② 対策前の全国の死傷事故件数 (H11～H13 の年平均) と対策後の全国の死傷事故件数 (H16～H20 の年平均) から全国の死傷事故件数の増減率を算出し、①に乗じる (全国と同じ傾向で推移したと仮定)
- ③ 対策完了箇所毎に、対策完了年の翌年から H21 年までの年平均死傷事故件数を算出し合計
- ④ ②と③を比較

上記の方法で評価した結果、対策完了箇所における死傷事故の抑止率は 17%と、約 2 割抑止という目標は概ね達成しているものの、歩行者・自転車関連の死傷事故の抑止率は 8%となり、約 3 割抑止という目標を達成しなかった。(図 3-2)

その理由としては、「あんしん歩行エリア」内での事故の発生状況や特徴に応じた事故対策の立案が十分に実施されていないことなどが考えられる。

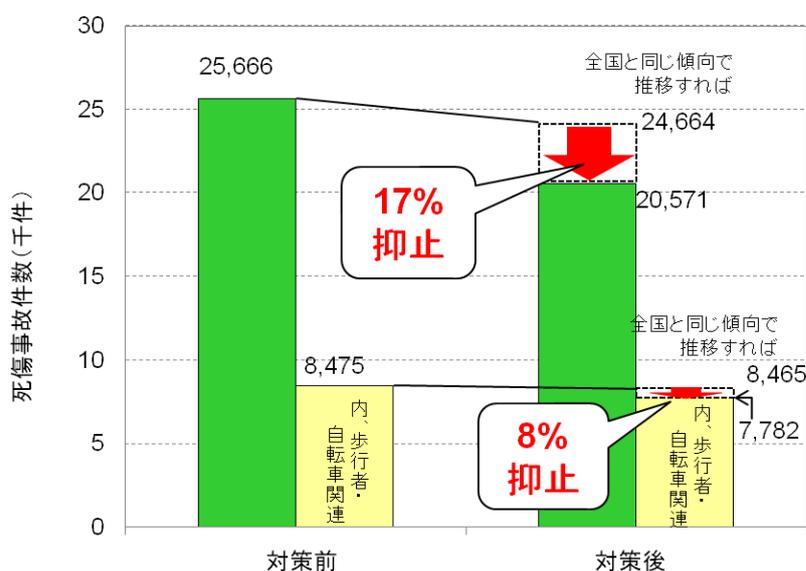


図 3-2 対策完了エリアにおける死傷事故件数及び抑止率

(3) 評価結果のまとめ概要

(1)、(2) の評価結果をまとめると表 2-4 のとおりである。

表 2-4 あんしん歩行エリアにおける対策の効果のまとめ

評価指標		評価結果
I	対策の実施状況	全国 796 の「あんしん歩行エリア」について、計画期間内（平成 19 年度末）に対策に着手したエリアは 792 エリア（着手率：99%）、対策が完了したエリアは 190 エリア（完了率：24%）、対策が概ね実施できたエリアを含めると 486 エリア（概成率：61%）となっている。 エリア全体の対策が進まない理由としては、予算上の課題の他、地域住民の理解・協力を得ながら進める事が出来なかったことが考えられる。
II	死傷事故件数の抑止状況	対策完了箇所における死傷事故の抑止率は 17%と、約 2 割抑止という目標は概ね達成しているものの、歩行者・自転車関連の死傷事故の抑止率は 8%となり、約 3 割抑止という目標を達成しなかった。 その理由としては、「あんしん歩行エリア」内での事故の発生状況や特徴に応じた事故対策の立案が十分に実施されていない場合などが考えられる。

6. 今後の施策への反映

今回の「あんしん歩行エリア」については、対策を進める上で予算面や地域住民との合意形成等の課題が明らかとなった。また対策完了箇所の整備効果についても、歩行者・自転車関連の死傷事故抑止率が目標を下回るなど、効果的な事故対策が行われていない可能性があることがわかった。

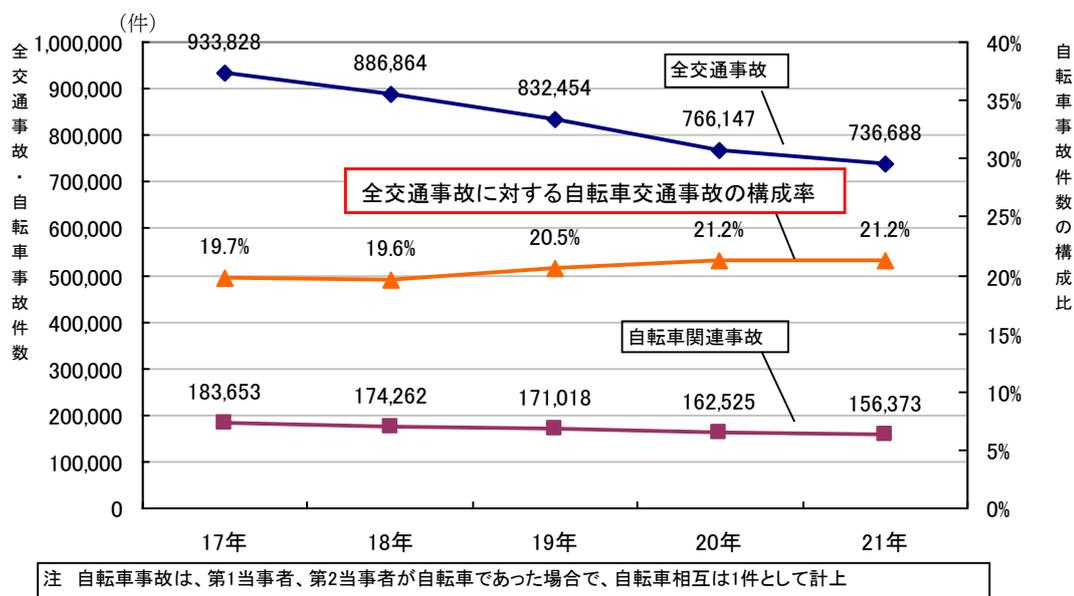
今後、「あんしん歩行エリア」を中心とする生活道路対策を効果的・効率的に進めていくためには、計画段階からワークショップなどを通じて、地域住民が主体的に対策の必要性や効果を理解し、関係者間の合意形成を図っていくことが必要である。また、対策を実施する際には、事故に関するデータを科学的に分析すること等により、事故の発生状況や特徴に応じた的確な事故対策の立案が必要である。

このため、人優先の安全・安心な歩行空間の整備を目指すという視点に立ち、地域住民と一体となった検討体制づくりや合意形成に関するノウハウの収集・提供、学識経験者・専門家との連携体制の構築支援、好事例箇所における知見の収集・提供、物理対策の効果など技術的知見の分析・提供等を実施することにより各地域の取組を支援していく。

第3節 自転車通行環境モデル地区における取組

1. 施策の背景

交通事故全体が減少傾向にある中、自転車関連の事故の割合は増大している。(図4-1)



【出典：警察庁資料】

図4-1 全事故件数と自転車関連事故件数の比較

また、地球温暖化対策やエネルギーの安定利用のため、クリーンかつエネルギー効率の高い持続可能な都市内交通体系を実現することが必要である。

このことから、安全で快適な自転車利用環境を早急に創出する必要がある。具体的には、歩行者・自転車・自動車の交通量に応じて、歩行者・自転車・自動車の適切な分離を図るため、自転車道や自転車専用通行帯、歩道上で自転車が通行する部分を指定するなど、自転車走行空間の整備を進めている。

しかしながら、全国の道路延長約 120 万 km に対し、自動車から分離された自転車走行空間は約 8.2 万 km と約 6.8%、そのうち歩行者とも分離された自転車走行空間は約 2,900km とわずか 0.2%を占めているに過ぎない（図 4-2）。



図 4-2 自転車走行空間の整備状況

※延長は道路延長、平成 21 年 4 月 1 日現在
 【出典：国土交通省資料、警察庁資料】

2. 自転車通行環境整備モデル地区の指定

こうした背景を踏まえ、自転車通行環境整備の戦略的展開を図るため、国土交通省と警察庁が合同で、平成20年1月に「モデル地区」を指定し、今後の自転車通行環境整備の模範となる事業を実施するとともに、整備上の課題と対策を検証しているところである(図4-3)。

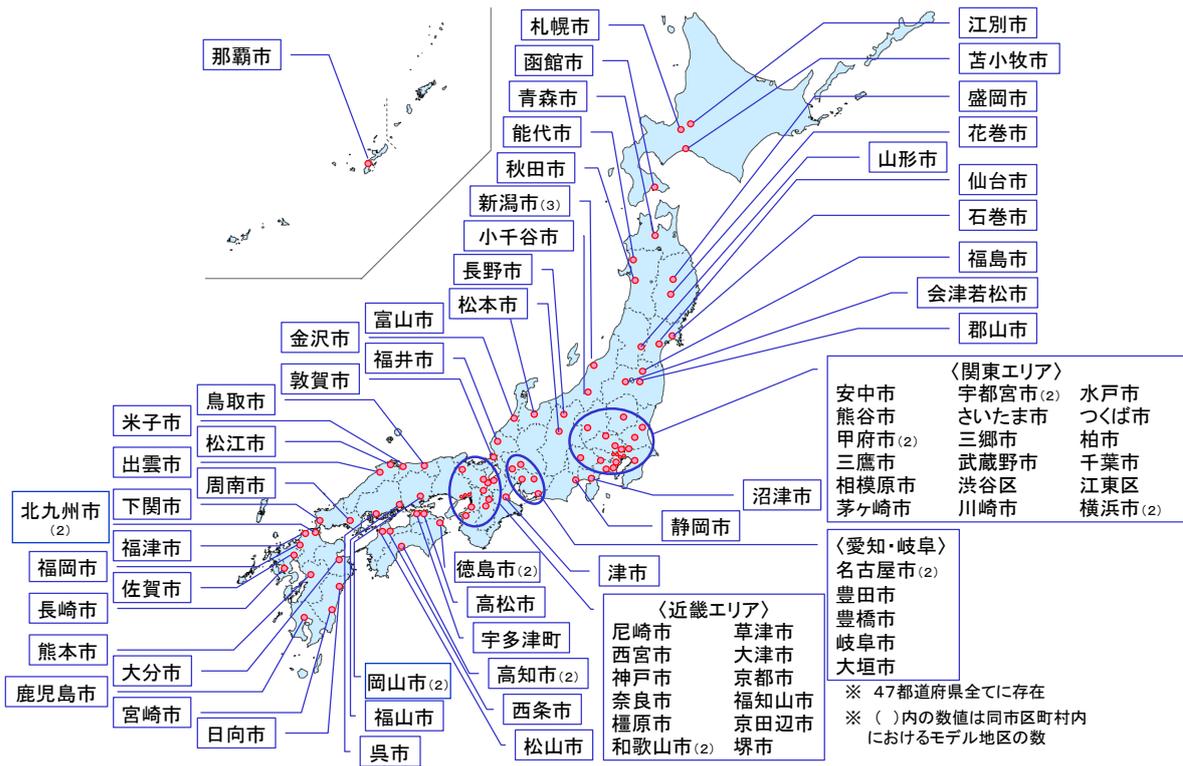


図4-3 自転車通行環境整備モデル地区の位置

3. 自転車通行環境整備モデル地区の取組の概要

各「モデル地区」では、自転車道の整備、自転車専用通行帯（自転車レーン）の設置、自転車歩行者道の整備、歩道上の自転車通行位置の明示により、自転車走行空間の整備を図るとともに、ルール・マナーの啓発活動等のソフト対策についても行っているところである。

(1) 自転車道

縁石線や柵等の工作物によって分離された自転車専用の走行空間を整備



亀戸地区 国道14号
(東京都江東区)

(2) 自転車専用通行帯（自転車レーン）

交通規制により、自転車が専用で通行する車両通行帯を指定



県道尼崎地区 県道西宮豊中線
(兵庫県尼崎市)

(3) 普通自転車歩道通行可 (自転車歩行者道)

交通規制により、自転車が通行することができる歩道を指定



奈良市地区 国道308号
(奈良県奈良市)

(4) 普通自転車の歩道通行部分 (自転車通行位置の明示)

交通規制により、自転車が歩道上で通行する部分を指定



菜園場～知寄町地区 国道32号
(高知県高知市)

4. 評価の視点・評価指標及び評価方法

「モデル地区」の効果については、下表の評価方法に基づき検証を行った。

表 4-1 自転車通行環境整備モデル地区における取組の評価の視点

評価の視点		評価指標	評価方法
I	着実な取組がなされたか	「モデル地区」における自転車走行空間整備の着手状況	「モデル地区」における自転車走行空間の整備に着手した地区数およびその割合を算出
II	全国展開のために有益な課題等の知見が得られたか	「モデル地区」における取組を通じて得られた自転車利用環境の整備上の課題や解決策等の知見の取得状況	「モデル地区」における取組を通じて得られた課題や解決策等、自転車利用環境整備の全国展開のために有益な知見を把握

5. 評価結果

(1) 「モデル地区」における自転車走行空間整備の着手状況

「モデル地区」98地区のうち、平成21年度末までに自転車走行空間の整備に着手した地区は89地区（着手率91%）であり、着実な取組がなされた。

(2) 「モデル地区」の取組を通じて得られた自転車利用環境の整備上における課題や解決策等の知見

「モデル地区」での自転車走行空間の整備率は7割程度（延長ベース）であるが、各地区での取組において、いくつかの課題が収集され、一部の課題については解決策の検討に着手するなど一定の知見が得られつつある。

**「モデル地区」での取組で課題として挙げられたもの
（道路管理者に対するアンケート調査結果）**

○整備方法に関する事項
【交差点部、特殊部】 ・ 交差点処理方法 ・ 特殊部（バス停、歩道橋）における処理方法 ・ 標識・標示の設置方法 等
【単路部】 ・ 限られた幅員の中での整備方法 ・ 沿道の家屋・店舗等への影響 等
○走行ルール・啓発方法等に関する事項
・ 自転車利用者へのルールとマナー周知 等
○他事業との調整・他計画との連携
・ 区画整理事業や駅前再開発事業との調整 等
○その他
・ 駐車車両の対策 等

表 4-2 自転車通行環境整備モデル地区の道路管理者から挙げられた課題

6. 今後の施策への反映

各地区での取組において、いくつかの課題の収集や一部の課題に対する解決策の検討に着手するなど一定の知見が得られつつあるものの、引き続き課題や解決策の検討を進める必要がある。

従って、今後、「モデル地区」のフォローアップを引き続き行い、知見の収集を更に進め、当該知見を技術資料としてとりまとめ、地方公共団体に情報発信し、自転車利用環境の整備を支援する。

第3章 事業用自動車の安全対策事業

1. 対象政策の範囲

国土交通省では、道路交通の安全施策として様々な施策を実施しているが、今回、これらの安全施策のうち、バス・タクシー・トラック等の事業用自動車の安全施策について評価を行う。事業用自動車は、1台あたりの走行距離が長く、また一旦事故が発生すると大きな社会的影響を及ぼすことから、その事故防止を図ることは道路交通の安全を確保するうえで重要な課題である。今回の政策レビューでは、特に事業用自動車の安全施策のうち、代表的な施策として、事業用自動車の運行管理制度、自動車運送事業者に対する監査・処分制度について評価を行う。

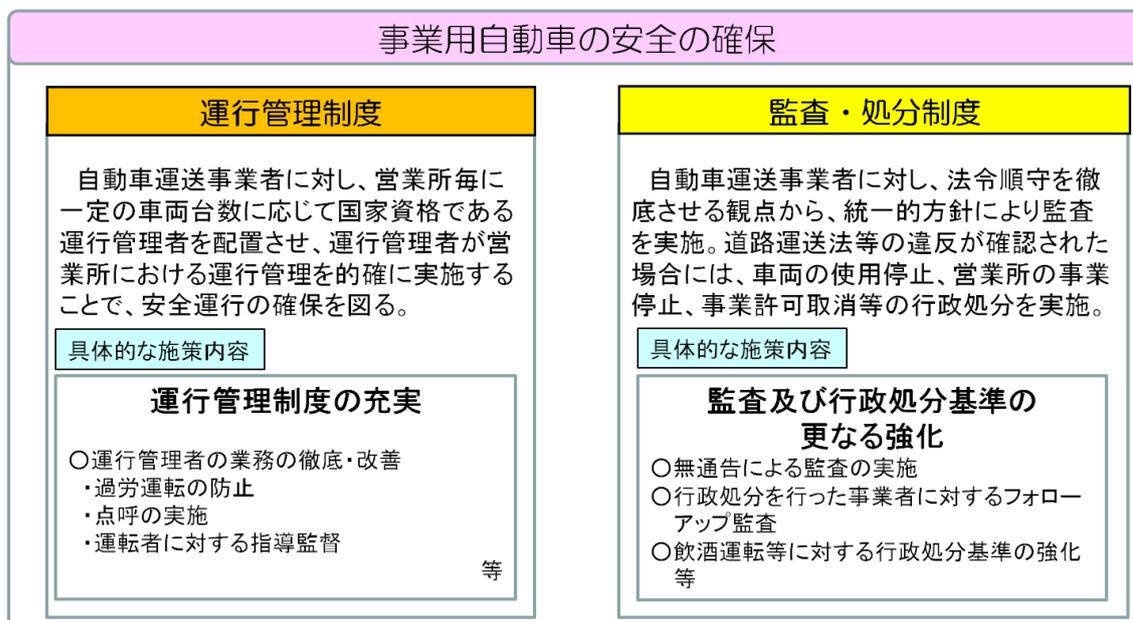


図 1 事業用自動車における安全対策の概要

2. 政策の目的

バス・タクシー・トラック等の事業用自動車は、旅客を輸送する公共交通としての役割及び貨物を運送する物流の中心的役割を担っている。事業用自動車は、1台あたりの走行距離が長く、また一旦事故が発生すると大きな社会的影響を及ぼすことから、事業用自動車の事故防止を図ることは、道路交通の安全を確保する上で大変重要である。このため、事業用自動車の安全対策として、事業用自動車の運行管理及び事業用自動車運送事業者に対する監査・処分等の安全施策を行うことにより、事故の未然防止・再発防止に資することを目的とする。

3. 評価の視点

事業用自動車の安全対策として、現行の事業用自動車の安全対策の中核となる以下の施策について評価を行うとともに、共通の評価項目として、事業用自動車の交通事故等の削減状況について評価を行う。

- (1) 事業用自動車における運行管理制度の充実
- (2) 事業用自動車における監査・処分制度の強化

(1) 事業用自動車における運行管理制度の充実

運行管理制度においては、事業用自動車の運行の安全を確保するため、営業所ごとに車両数に応じて一定人数以上の運行管理者を選任しなければならないこととしている。運行管理者は、運転者の過労運転の防止、運転者に対する乗務前・乗務後点呼の実施、運転者に対する適切な指導監督の実施等の業務を確実に実行し、事業用自動車の運行の安全を確保している。

自動車運送事業者は、事業用自動車の運行の安全の確保に関する業務を行わせるため、営業所ごとに車両数に応じて一定人数以上の運行管理者を選任しなければならない。

運行管理者の主な業務

- (1) 運転者の過労運転の防止…乗務記録や運行記録計により乗務時間を把握し、運転者の勤務時間や乗務時間を設定するとともに、必要に応じて交替運転者を配置し、乗務員の勤務体制を確立する。
- (2) 運転者に対する点呼の実施…運転者に対して、乗務前、乗務後に点呼を実施し、運転者の疲労や健康状態の確認を行い、運行可否の決定を行うとともに、悪天候時の運行経路の変更等安全な走行を確保するために具体的な指示を行う。
- (3) 運転者に対する指導・監督…運行の安全を確保するため、運転者に対して適性診断(※)の結果を踏まえた指導・監督を実施する。

※ 自動車運送事業者は、初任運転者、65才以上の運転者及び重大事故惹起運転者に対して、それぞれに応じた適性診断を受診させなければならない。

運行管理者の資格要件及び配置基準

	◆ バス・タクシー関係	◆ トラック関係
運行管理者の 資格要件	<ul style="list-style-type: none"> ・5年以上の実務経験、かつ、所定の講習(基礎講習又は一般講習)を5回以上受講(少なくとも一回は「基礎講習」) ・運行管理者試験に合格 なお受験資格として1年以上の実務経験又は「基礎講習」の受講が必要	
営業所毎の 配置基準	<ul style="list-style-type: none"> ・貸切: 保有車両29両まで1名 以降30両ごとに1名追加 ・乗合、乗用: 保有車両39両まで1名 以降40両ごとに1名追加 	<ul style="list-style-type: none"> ・保有車両29両まで1名 以降30両ごとに1名追加

図 2 (1) 運行管理制度の概要

(2) 事業用自動車における監査・処分制度の強化

監査・処分制度においては、自動車運送事業者における道路運送事業法等の法令遵守状況の確認を行うとともに、道路運送事業等の安全を確保するため、監査の結果に基づき、必要な行政処分等を行っている。

道路運送事業の安全の確保に関し、監査端緒に基づき、監査及び指導を実施する。また監査の結果に基づき、必要な行政処分を行う。

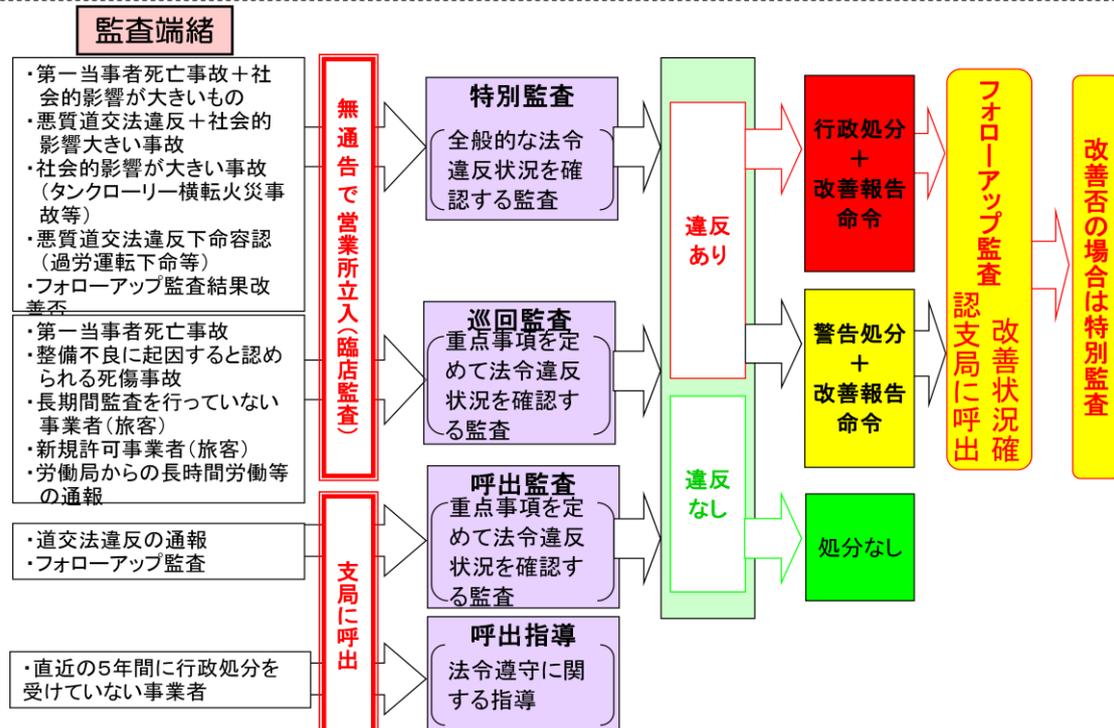


図 3 (2) 監査・処分制度の概要

4. 評価手法

事業用自動車の安全施策に関し、まず共通事項として事業用自動車の交通事故の削減状況について評価を行う。具体的には、交通統計（警察庁）より、交通事故死者数、人身事故件数、飲酒運転件数について評価を行う。

また対象施策（１）、（２）について以下の評価を行う。

（１）事業用自動車における運行管理の充実

運行管理制度について着実な取り組みがなされたかについて、事業用自動車の運行の安全を確保するために選任されている運行管理者数について評価する。

（２）事業用自動車における監査処分制度の強化

監査処分制度について着実な取り組みがなされたかについて、これまでに実施した自動車運送事業者に対する監査件数及び監査結果に基づき実施した行政処分件数について評価する。

表 1 評価の視点と評価指標

評価の視点	評価指標	評価方法
（１）事業用自動車における運行管理の充実		
着実な取り組みがなされたか	1. 運行管理者数	自動車運送事業者は事業用自動車の運行の安全を確保するため、運行管理資格者証を有する者の中から運行管理者を選任しなければならないとされているところ、各事業者において選任されている運行管理者数について評価する。
（２）事業用自動車における監査・処分制度の強化		
着実な取り組みがなされたか	1. 監査件数 2. 監査に基づく行政処分件数	事業用自動車の運行の安全を確保するため、これまでに実施した自動車運送事業者に対する監査件数及び監査結果に基づき実施した行政処分件数について評価する。
（共通）交通事故の削減		
事業用自動車の交通事故を削減できたか	事業用自動車の 1. 交通事故死者数 2. 人身事故件数 3. 飲酒運転件数を評価指標とする。	交通統計（警察庁）より、交通事故死者数、人身事故件数、飲酒運転件数を評価する。

5. 評価結果

事業用自動車における事故発生状況について以下のとおり評価を行った。事故件数は平成17年以降減少してきており、また事故死者数についても平成12年以降減少傾向にある。

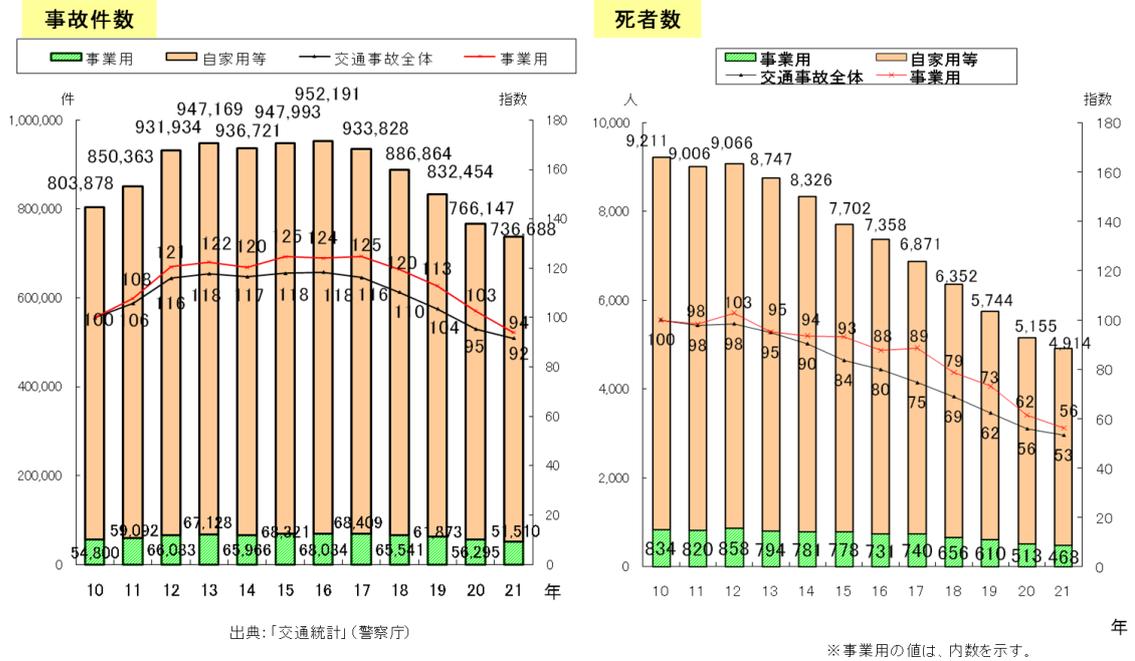


図 4 事業用自動車における事故発生状況 (事故件数及び死者数)

事業用自動車の業態別交通事故件数の推移(走行距離1億キロあたり)

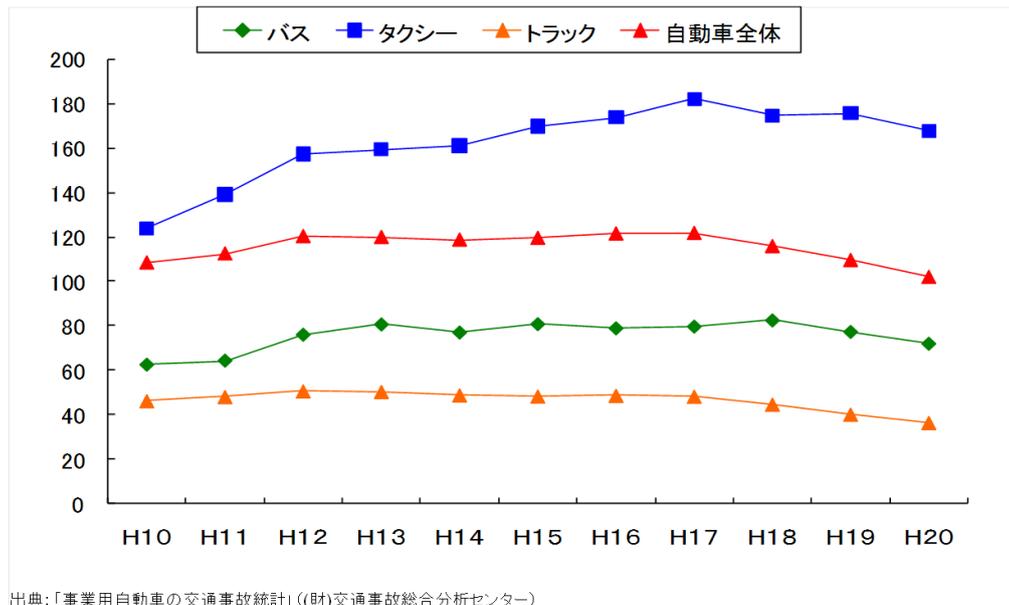


図 5 事業用自動車の業態別交通事故件数の推移

業態別事故件数

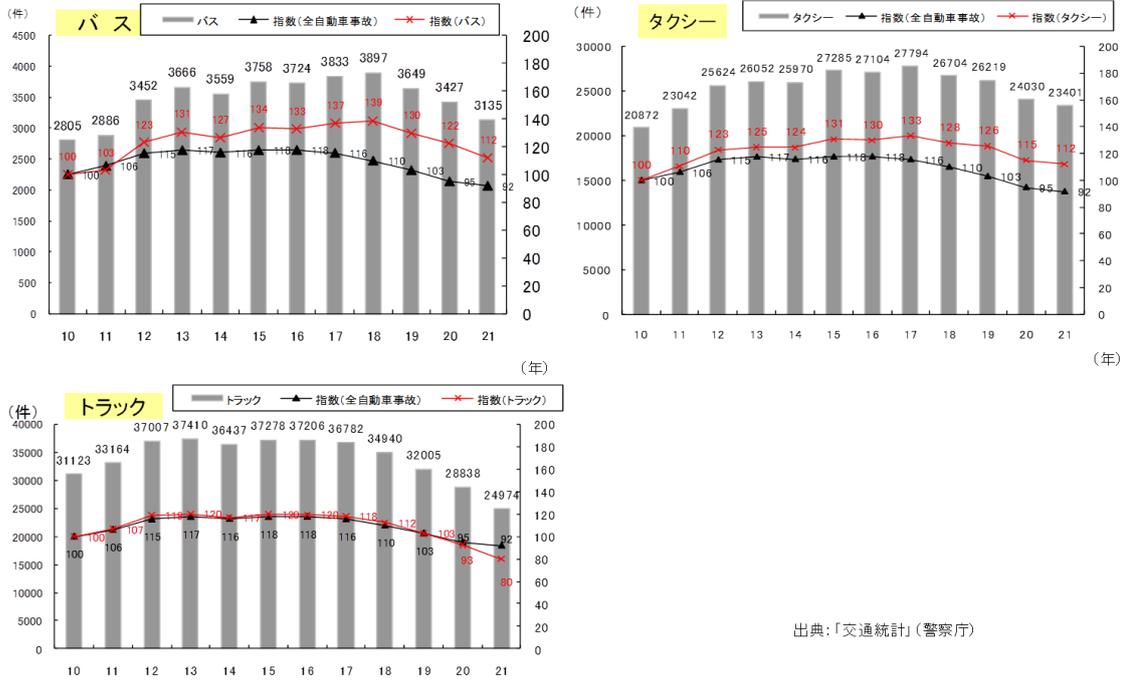


図 6 業態別事故件数 (バス、タクシー、トラック)

業態別事故死者数

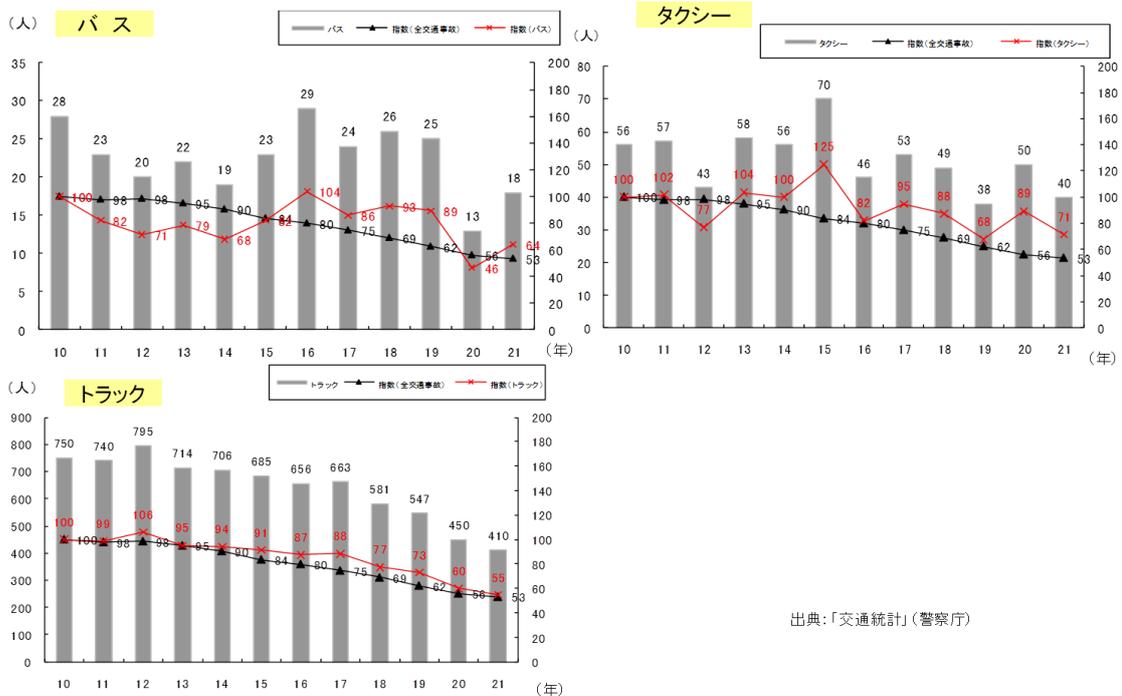
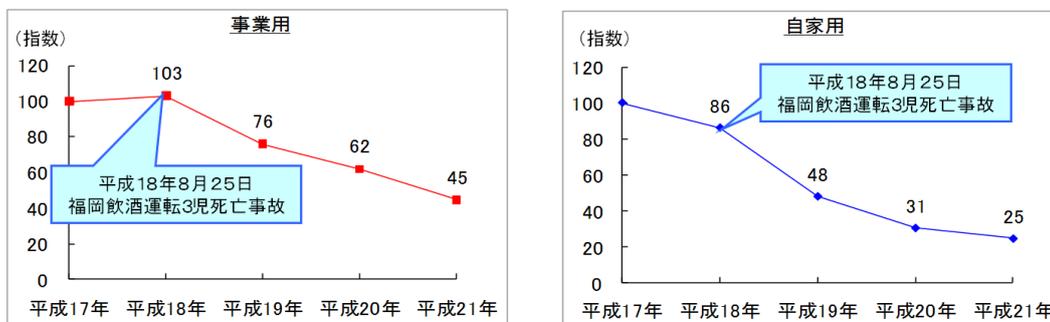


図 7 業態別事故死者数 (バス、タクシー、トラック)

飲酒運転に係る道路交通法違反取締件数は着実に減少しているが、未だ発生している状況にある。

飲酒運転に係る道路交通法違反取締件数

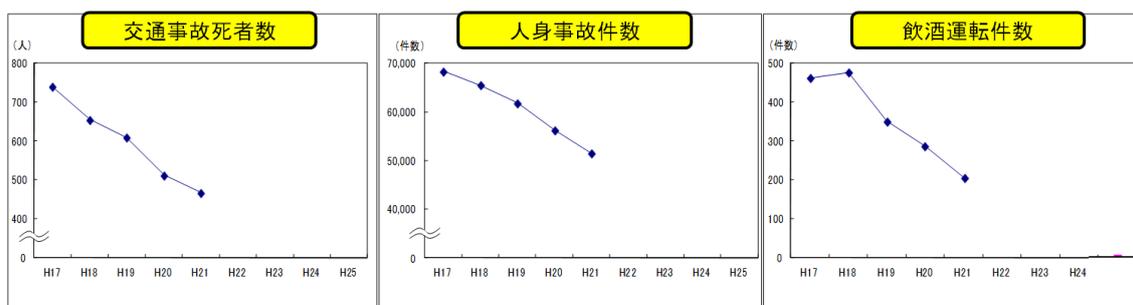


		平成17年			平成18年			平成19年			平成20年			平成21年							
		バス	乗用	貨物	計	バス	乗用	貨物	計	バス	乗用	貨物	計	バス	乗用	貨物	計				
酒酔い	自家用	-	828	116	944	-	716	103	819	-	528	66	594	-	452	59	511	-	412	44	456
	事業用	-	4	6	10	-	4	5	9	-	3	4	7	-	2	4	6	-	3	2	5
	計	0	832	122	954	0	720	108	828	0	531	70	601	0	454	63	517	0	415	46	461
酒気帯び	自家用	8	75,879	7,684	83,571	10	65,068	6,902	71,980	12	35,816	4,224	40,052	5	22,653	2,672	25,330	7	18,395	2,010	20,412
	事業用	3	55	395	453	1	62	405	468	0	45	300	345	1	34	246	281	1	36	165	202
	計	11	75,934	8,079	84,024	11	65,130	7,307	72,448	12	35,861	4,524	40,397	6	22,687	2,918	25,611	8	18,431	2,175	20,614
酒酔い・酒気帯び	自家用	8	76,707	7,800	84,515	10	65,784	7,005	72,799	12	36,344	4,290	40,646	5	23,105	2,731	25,841	7	18,807	2,054	20,868
	事業用	3	59	401	463	1	66	410	477	0	48	304	352	1	36	250	287	1	39	167	207
	計	11	76,766	8,201	84,978	11	65,850	7,415	73,276	12	36,392	4,594	40,998	6	23,141	2,981	26,128	8	18,846	2,221	21,075

※ バスについては自家用、事業用の別が集計されていないため、国土交通省で把握している件数を記載した。
 出典:「交通統計」(警察庁、国土交通省資料)

図 8 飲酒運転に係る道路交通法違反取締件数

事業用自動車の事故発生状況の分析を行ったところ、①交通事故死者数、②人身事故件数、③飲酒運転件数の各実績値は、着実に減少していることが確認された。



①交通事故死者数、②人身事故件数、③飲酒運転件数の各実績値は、着実に減少している。

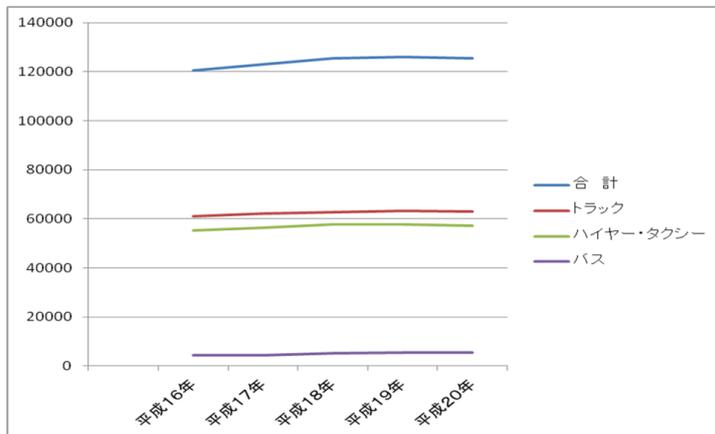
(参考)

過去の実績値					(年)
H17	H18	H19	H20	H21	
①740人	①656人	①610人	①513人	①468人	
②68,409人	②65,541人	②61,873人	②56,295人	②51,510人	
③463人	③477人	③352人	③287人	③207人	

図 9 事業用自動車の事故発生状況 (死者数、事故件数、飲酒運転件数)

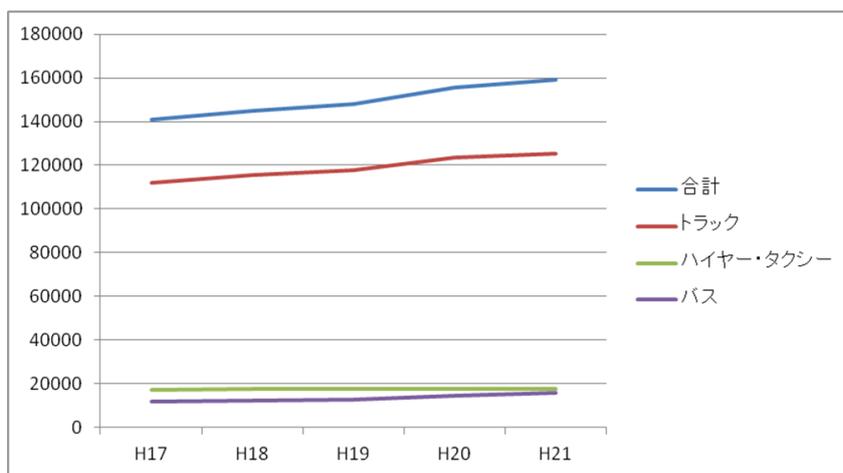
(1) 事業用自動車における運行管理制度の充実

自動車運送事業者において選任されている運行管理者数は、自動車運送事業者数の推移に応じて着実に増加している。



(年)	合計(者)	バス	ハイヤー・タクシー	トラック
H16	120,426	4,259	55,126	61,041
H17	122,866	4,436	56,374	62,056
H18	125,504	5,197	57,740	62,567
H19	126,079	5,344	57,613	63,122
H20	125,490	5,543	57,055	62,892

図 10 道路運送事業者数の推移

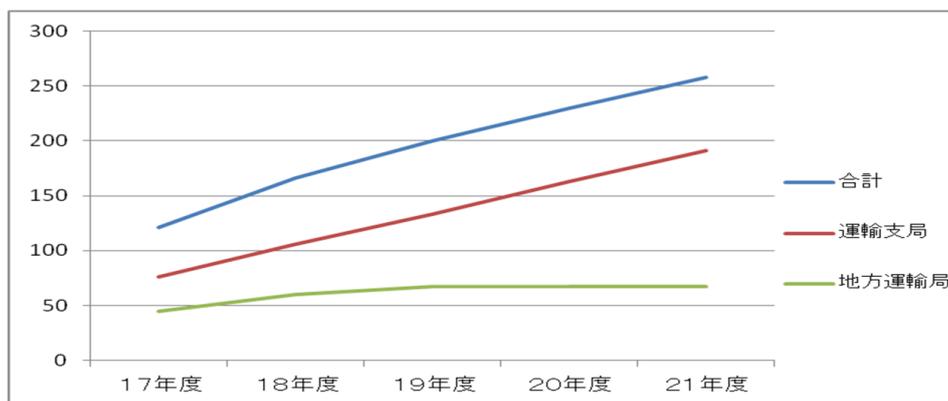


(年)	合計(人)	バス	ハイヤー・タクシー	トラック
H17	140,805	11,856	17,021	111,928
H18	144,901	12,146	17,431	115,324
H19	148,114	12,774	17,478	117,862
H20	155,794	14,411	17,692	123,691
H21	159,018	16,038	17,549	125,431

図 11 運行管理者数の推移

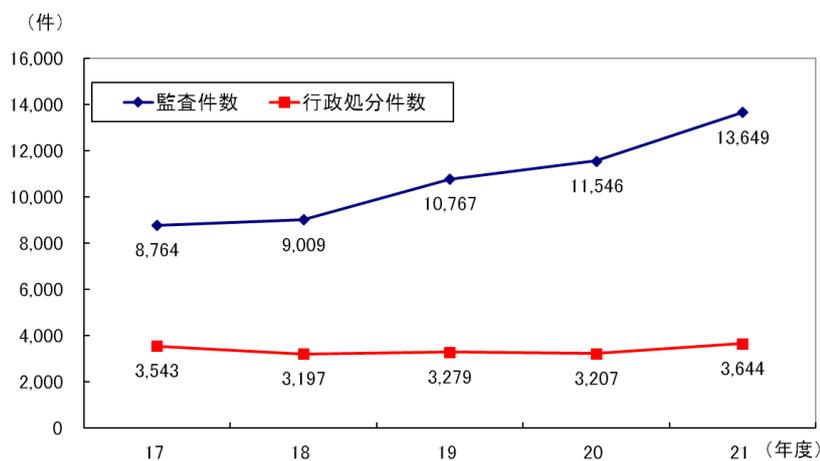
(2) 事業用自動車における監査・処分制度の強化

自動車運送事業の運行の安全を確保するため、監査担当要員を増員することにより、自動車運送事業者に対する監査件数は着実に増加している。また、監査の結果に基づき着実に行政処分を行っている。



(年度)	合計(人)	地方運輸局	運輸支局
平成17	121	45	76
平成18	166	60	106
平成19	200	67	133
平成20	230	67	163
平成21	258	67	191

図 12 監査担当要員の推移



年度	乗合旅客		貸切旅客		乗用旅客		貨物		合計	
	監査事業者数	行政処分件数	監査事業者数	行政処分件数	監査事業者数	行政処分件数	監査事業者数	行政処分件数	監査件数	行政処分件数
平成17	173	78	494	137	2,958	969	5,139	2,359	8,764	3,543
平成18	217	69	719	237	3,321	1,016	4,752	1,875	9,009	3,197
平成19	275	71	1,787	583	3,459	1,013	5,246	1,612	10,767	3,279
平成20	316	57	1,250	370	4,449	1,095	5,531	1,685	11,546	3,207
平成21	603	89	1,280	265	4,818	987	6,948	2,303	13,649	3,644

図 13 監査件数及び行政処分件数の推移

6. 評価結果のアウトライン

事業用自動車における安全施策に関し、共通事項として、①交通事故死者数、②人身事故件数、③飲酒運転件数の各実績値は着実に減少しており、また対象施策「(1) 事業用自動車における運行管理の充実」及び「(2) 事業用自動車における監査・処分制度の強化」についても着実な取り組みがなされていると評価できる。

表 2 評価結果のアウトライン

評価の視点	評価結果																																	
(1) 事業用自動車における運行管理の充実																																		
着実な取組がなされたか	自動車運送事業者において選任されている運行管理者数は、自動車運送事業者数の推移に応じて着実に増加している。	(年)	合計	バス	ハイヤー・タクシー トラック																													
		H17	140805	11856	17021 111928																													
		H18	144901	12146	17431 115324																													
		H19	148114	12774	17478 117862																													
		H20	155794	14411	17692 123691																													
		H21	159018	16038	17549 125431																													
(2) 事業用自動車における監査・処分制度の強化																																		
着実な取組がなされたか	自動車運送事業の運行の安全を確保するため、監査担当要員を増員することにより、自動車運送事業者に対する監査件数は着実に増加している。 また、監査の結果に基づき着実に行政処分を行っている。		<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">年度</th> <th colspan="2">合計 (バス・ハイヤー・タクシー・トラック)</th> </tr> <tr> <th>監査件数</th> <th>行政処分件数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>平成17</td> <td>8,764</td> <td>3,543</td> </tr> <tr> <td>平成18</td> <td>9,009</td> <td>3,197</td> </tr> <tr> <td>平成19</td> <td>10,767</td> <td>3,279</td> </tr> <tr> <td>平成20</td> <td>11,546</td> <td>3,207</td> </tr> <tr> <td>平成21</td> <td>13,649</td> <td>3,644</td> </tr> </tbody> </table>			年度	合計 (バス・ハイヤー・タクシー・トラック)		監査件数	行政処分件数	平成17	8,764	3,543	平成18	9,009	3,197	平成19	10,767	3,279	平成20	11,546	3,207	平成21	13,649	3,644									
年度	合計 (バス・ハイヤー・タクシー・トラック)																																	
	監査件数	行政処分件数																																
平成17	8,764	3,543																																
平成18	9,009	3,197																																
平成19	10,767	3,279																																
平成20	11,546	3,207																																
平成21	13,649	3,644																																
(共通) 交通事故の削減																																		
交通事故死者数を削減できたか	①交通事故死者数、②人身事故件数、③飲酒運転件数の各実績値は、着実に減少している。																																	
	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">過去の実績値</th> <th colspan="5">(年)</th> </tr> <tr> <th>H17</th> <th>H18</th> <th>H19</th> <th>H20</th> <th>H21</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>①交通事故死者数</td> <td>①740人</td> <td>①656人</td> <td>①610人</td> <td>①513人</td> <td>①468人</td> </tr> <tr> <td>②人身事故件数</td> <td>②68,409人</td> <td>②65,541人</td> <td>②61,873人</td> <td>②56,295人</td> <td>②51,510人</td> </tr> <tr> <td>③飲酒運転件数</td> <td>③463人</td> <td>③477人</td> <td>③352人</td> <td>③287人</td> <td>③207人</td> </tr> </tbody> </table>					過去の実績値	(年)					H17	H18	H19	H20	H21	①交通事故死者数	①740人	①656人	①610人	①513人	①468人	②人身事故件数	②68,409人	②65,541人	②61,873人	②56,295人	②51,510人	③飲酒運転件数	③463人	③477人	③352人	③287人	③207人
過去の実績値	(年)																																	
	H17	H18	H19	H20	H21																													
①交通事故死者数	①740人	①656人	①610人	①513人	①468人																													
②人身事故件数	②68,409人	②65,541人	②61,873人	②56,295人	②51,510人																													
③飲酒運転件数	③463人	③477人	③352人	③287人	③207人																													

7. 政策への反映の方向性

事業用自動車における安全施策に関し、共通事項として、①交通事故死者数、②人身事故件数、③飲酒運転件数の各実績値は着実に減少しており、また対象施策「(1) 事業用自動車における運行管理の充実」及び「(2) 事業用自動車における監査・処分制度の強化」についても着実な取り組みがなされていると評価できることから、各施策について、これまでの取り組みについては引き続き進めていくとともに、今後更に以下の事項についても取り組んで行くこととする。

(1) 事業用自動車における運行管理制度の充実

事業用自動車は、乗客の生命、顧客の財産を預かっていることから、運行管理者を中心として飲酒運転につながる意識や行動を確実に防止することが必要であることから、飲酒運転の防止に向け、平成23年4月より運転者の点呼時のアルコール検知器の使用を義務付けるとともに、事業用自動車の運転者の過労運転を防止するため、事業用自動車の運行記録計の義務付け対象の拡大を検討。

(2) 事業用自動車における監査・処分制度の強化

事業用自動車の事故防止のためには、各事業者における安全体質を確立する必要がある。法令遵守状況等の事後チェック機能の強化のため、監査担当要員の増員や、必要に応じて、自動車運送事業の監査方針、行政処分基準の強化等を検討。

表 3 今後の施策への反映の方向

交通事故死者数、人身事故件数、飲酒運転件数の各実績値は、順調に減少している。このことから、これまでの取組については引き続き進めていくとともに、今後更に以下の事項についても取り組んでいく予定である。

(1) 運行管理制度の充実

- 飲酒運転事故の削減に向け、平成23年4月より運転者の点呼時のアルコール検知器の使用を義務付け
- 運転者の過労運転の防止に向け、事業用自動車の運行記録計の義務付けの拡大を検討 等

(2) 監査・処分の強化

- 事故防止を図るため、事業者における法令遵守等のチェック機能の強化のため、監査要員を増員し、必要に応じて、自動車運送事業の監査方針、行政処分基準の強化等を検討

第4章 車両の安全対策事業

1 対象施策の範囲

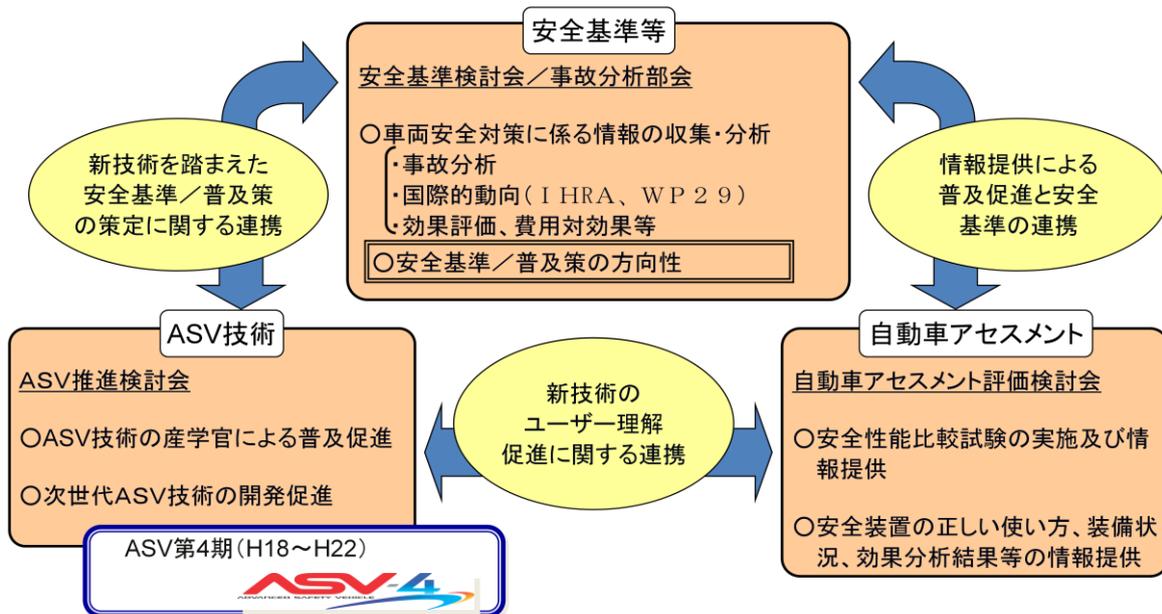
国土交通省では、道路交通の安全施策の中の自動車の安全対策、特に車両の安全対策について、車両の安全基準の拡充・強化、先進安全自動車（ASV）の開発・普及、自動車アセスメント事業、自動車リコール制度、自動車点検整備の充実等様々な施策を総合的に行っているところである。

今回の政策レビューにおいては、これらの施策の個別の取組状況について評価するとともに、車両の安全対策による総合的な効果について評価することとする。

2 政策の目的

平成 18 年度交通政策審議会報告書において車両の安全対策による交通事故削減目標を設定（平成 22 年までに死者数を年間 2,000 人、負傷者数を 25,000 人削減。）しており、かかる目標を達成すべく、以下の施策について有機的な連携を図りながら実施している。

- i) 安全基準の整備
- ii) ASV 技術（予防安全技術）の普及促進
- iii) 自動車アセスメントによる安全な自動車の普及

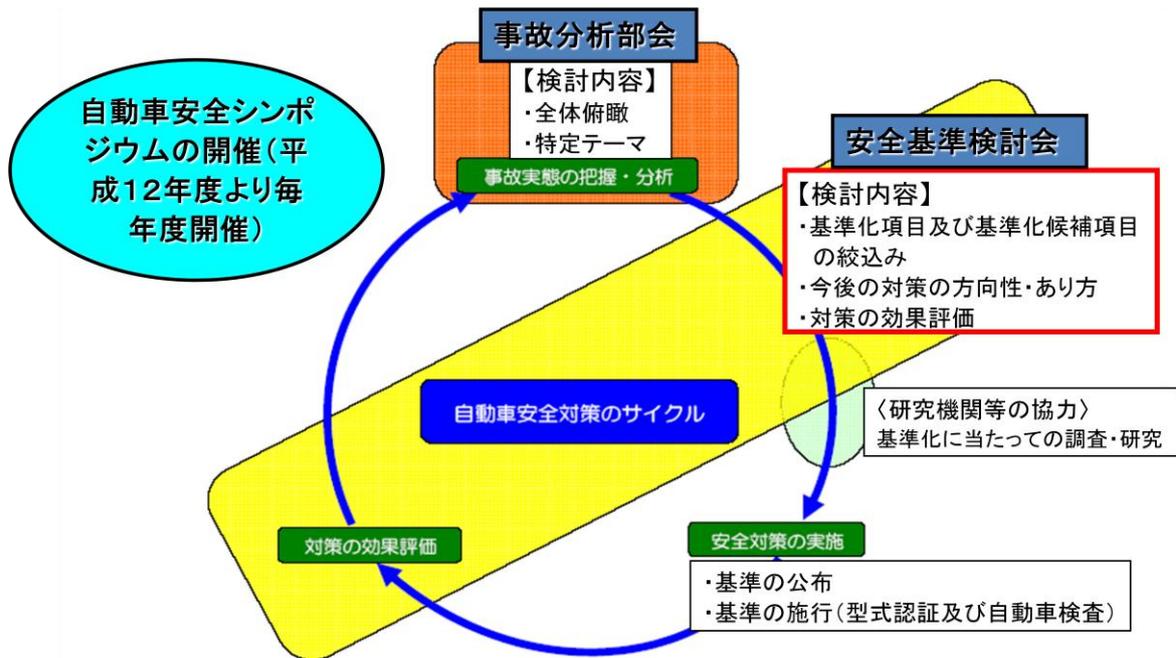


それぞれの施策の目的と内容は下記のとおり。

- i) 安全基準の整備（平成 22 年度の事業費：95 百万円）

運輸技術審議会答申（平成 11 年 6 月）に基づき、「事故実態の把握・分析」→「安全対策の実施」→「対策の効果評価」からなる自動車安全対策のサイクルを総合的かつ分野毎に実施している。

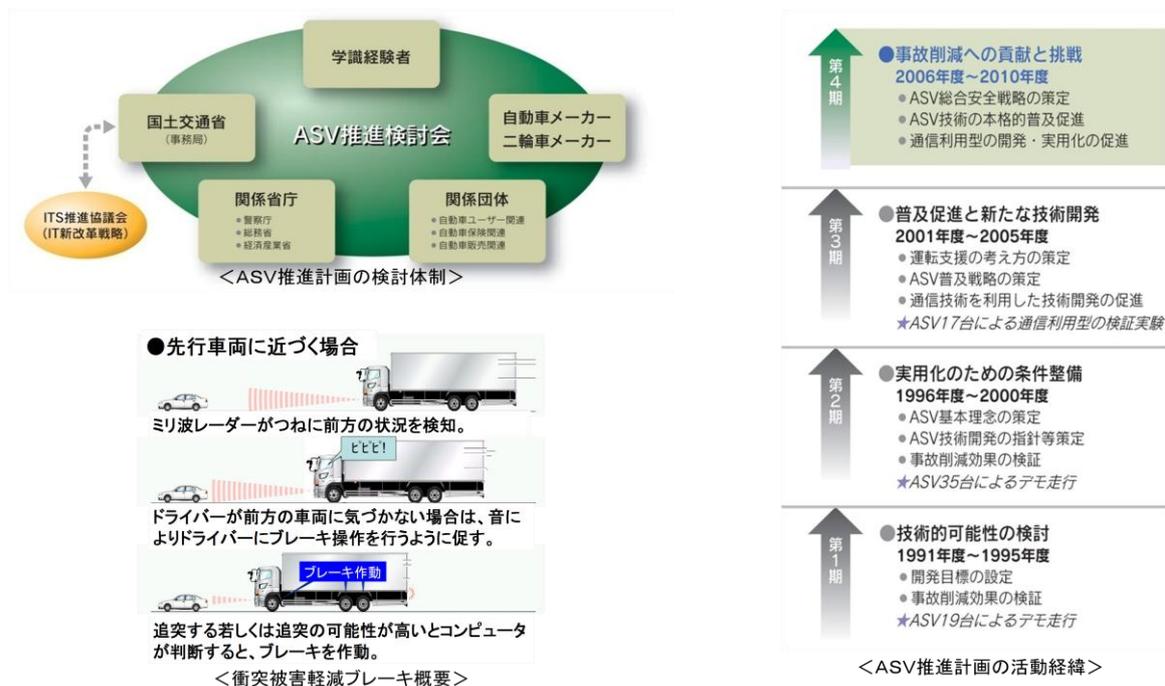
具体的な実施体制として安全基準検討会及び事故分析部会を設けて、自動車安全対策のサイクルを推進している。



ii) A S V 技術（予防安全技術）の普及促進（平成 22 年度の事業費：143 百万円）

先進技術を利用してドライバーの安全運転を支援するシステムを搭載した先進安全自動車（A S V）について、産官学の協力による A S V 推進検討会の下、車両の開発・普及の促進することとしている。

具体的には、A S V 技術のうち衝突被害軽減ブレーキ等の実用化段階にある自律型の A S V 技術については、補助制度の創設、技術指針の策定、A S V 技術の効果評価の実施等により普及促進を推進している。



iii) 自動車アセスメントによる安全な自動車の普及（平成 22 年度の事業費：513 百万円（（独）自動車事故対策機構の運営費交付金の一部））

安全な自動車の普及の促進、自動車ユーザー等の安全意識の向上及び自動車メーカーのより安全な自動車の開発の促進を図るため、自動車の車種毎の安全性能等を取りまとめ、ユーザー等への情報提供を実施している。

◎衝突安全性能 自動車アセスメント



○フルラップ前面衝突試験



○オフセット前面衝突試験

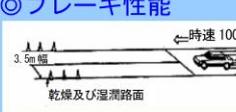


○側面衝突試験



○歩行者頭部保護性能試験

◎ブレーキ性能



○高速ブレーキ試験



自動車アセスメント **チャイルドシートアセスメント**



安全性能の比較情報を★の数等にて分かりやすく提供（平成 21 年度は、17 車種評価）

自動車アセスメントの充実

平成 19 年度：ESC（横すべり防止装置）及び被害軽減ブレーキの装備状況の特記
 平成 20 年度：カーテンエアバッグの保護性能評価及び装備状況の特記
 平成 21 年度：後席シートベルトの使用性等評価、後席乗員の保護性能評価、衝突時の乗員頸部の保護性能評価

ESC



後席シートベルト



頸部保護性能



3 評価の視点

共通の評価の視点としては、各施策の有機的な連携により削減する交通事故死者数及び負傷者数とする。

また各施策の個別の評価の視点は、それぞれ下記のとおりとする。

i) 安全基準の整備

安全基準の整備（検討・導入）を進めているか。

ii) ASV技術（予防安全技術）の普及促進

ASV技術（予防安全技術）の普及促進について、着実な取り組みがなされているか。

iii) 自動車アセスメントによる安全な自動車の普及

安全な自動車が普及しているか。

4 評価手法

4.1 共通の評価関係

共通の評価に係る評価手法としては、導入した安全基準、ASV技術及びアセスメントについて、事後評価を行い、平成 18 年度交通政策審議会報告書における目標の達成状況について評価する。

1) 目標について

平成 11 年、運輸技術審議会答申において、2010 年までに 1999 年比で 30 日死者数を 1,200 人削減するとの目標が設定された。また、平成 18 年の交通政策審議会報告書においては、平成 15 年に死者数が年間約 1000 人削減されたことを受けて、2010 年までの 30 日死者数の削減目標を 2,000 人削減（1999 年比）に上方修正するとともに、負傷者数の削減目標として、2010 年までに 25,000 人削減（2005 年比）及び 2015 年までに 50,000 人削減（2005 年比）を新たに設定した。

なお、平成 18 年の交通政策審議会報告書において示された死者数及び負傷者数の削減目標の試算の内訳は、下表のとおり。

表 車両安全対策による死者数低減効果(推計値) (30 日以内死者数)

	2003 年	2010 年
フルラップ前面衝突	715 人	約 1,150 人
側面衝突	288 人	約 600 人
オフセット前面衝突及び歩行者頭部保護	—	約 50 人
今後の対策	—	約 200 人
合 計	1,003 人	約 2,000 人

※2003 年の数値は実績。

表 負傷者数低減目標の設定にあたって用いた効果試算の例

事故形態	対策項目	効果 (人)	
		2010 年	2015 年
追突	<ul style="list-style-type: none"> ハイマウントストップランプの導入等被視認性の向上対策 シート・ヘッドレストの改善、ブレーキアシスト・衝突被害軽減ブレーキ導入等予防安全対策 	約 20,000	約 40,000
歩行者	<ul style="list-style-type: none"> 高輝度ヘッドランプの導入等視認性の向上対策 ブレーキアシスト 歩行者脚部保護（基準化及び基準化以外による普及策） 	約 3,000	約 5,000
その他の対策（タイヤ、ブレーキ性能の向上等）		約 2,000	約 5,000
合 計		約 25,000	約 50,000

注 1. 試算に関し、頸部損傷対策が進んでも負傷が軽度になるだけであり、無傷とはなり難いため、指標として適当でないとの考えもある。また、予防安全技術の効果には定量的試算が困難との考えもある。

注 2. このため、灯火器等の視認性・被視認性向上対策が効果を発揮するほか、負傷者の割合の高い頸部損傷の低減、追突事故対策、歩行者保護対策等に着目し、これら技術が普及策等により最大限普及すること、負傷者数低減対策全体の効果として負傷者の 0~10%程度が無傷となる（上記試算では 5%）、という仮定を置くことにより試算を行った。今後、具体的な対策実施にあたっては、個別に必要な評価を行う。

注 3. ここで、「基準化以外の普及策」とは、安全基準が未導入の段階で、対象技術の効果評価を周知し、前倒しでの普及を促進する等の普及策を指す。

2) 評価手法について

近年の交通事故による死者や負傷者の低減については、車両の安全対策のみではなく、道路交通環境の整備、交通安全思想の普及徹底、安全運転の確保、車両の安全対策、道路交通秩序の維持、救助・救急活動の充実等の対策が複合的に影響を与えているものであり、個々の対策の効果を純粹に抽出することは非常に難しいところである。

そのような中で、平成 21 年中の事故データを基に、平成 11 年以降の車両の安全対策の効果について、以下の手法によって推定する。

①対象とする安全対策

対象とする安全対策は、平成 11 年運輸技術審議会答申以降に車両への規制の適用が進んだ、または開始されたものとする。被害軽減対策としてはフルラップ前面衝突基準、オフセット前面衝突基準、側面衝突基準、大型後部突入防止装置の適用拡大、歩行者頭部保護、の 5 つを、予防安全対策としては、大型後部反射器の適用拡大、中型トラクタの ABS、ハイマウントストップランプの 3 つを対象とする。

②算出方法

対策の効果としては、被害軽減対策については死者数および重傷者数を評価基準とし、予防安全対策については事故件数および負傷者数（＝重傷者数＋軽傷者数）を評価基準とし、対策が実施されていなかった場合の死者数および事故件数との差を効果として算出する。

この算出には、被害軽減対策については、それぞれの対象事故の基準非適合車の致死率^{注1}および重傷率^{注2}を用い、予防安全対策については、事故率^{注3}および負傷率^{注4}を用いる。

注 1 致死率＝死者数/(死者数+重傷者数+軽傷者数+無傷者数)

注 2 重傷率＝重傷者数/(死者数+重傷者数+軽傷者数+無傷者数)

注 3 事故率＝事故件数/車両保有台数

注 4 負傷率＝負傷者数/車両保有台数

対象としているそれぞれの安全対策の効果は、適合車群が対策を実施しなかった場合の安全性（死者数等の推計値）と実際の安全性（死者数等の実績値）の差として定義し、算出している。

また、目標の達成状況の評価する指標としては、基準化の効果から比較年時点ですでに出ている効果を引いたものを「増分」として定義し、算出している。

なお、フルラップ前面衝突基準、側面衝突基準、および大型後部突入防止装置については、運転手の効果を推計した後に、その効果を全席に拡大している。

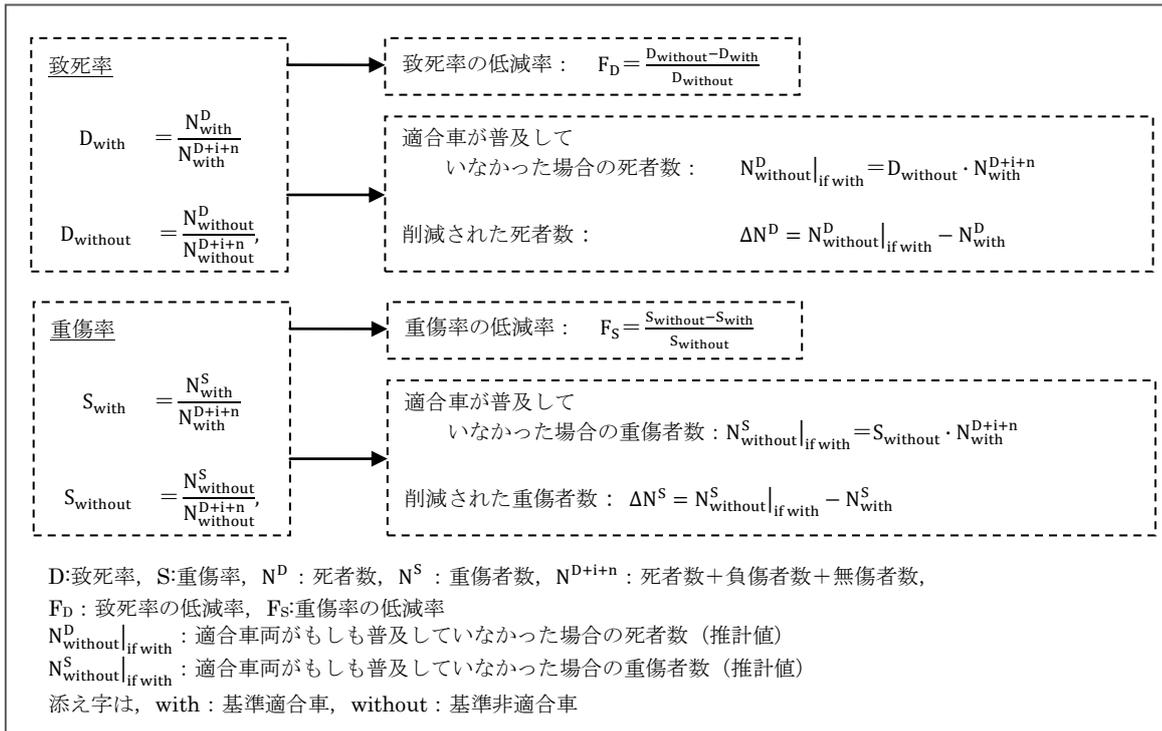


図 被害軽減対策の効果の推計フロー

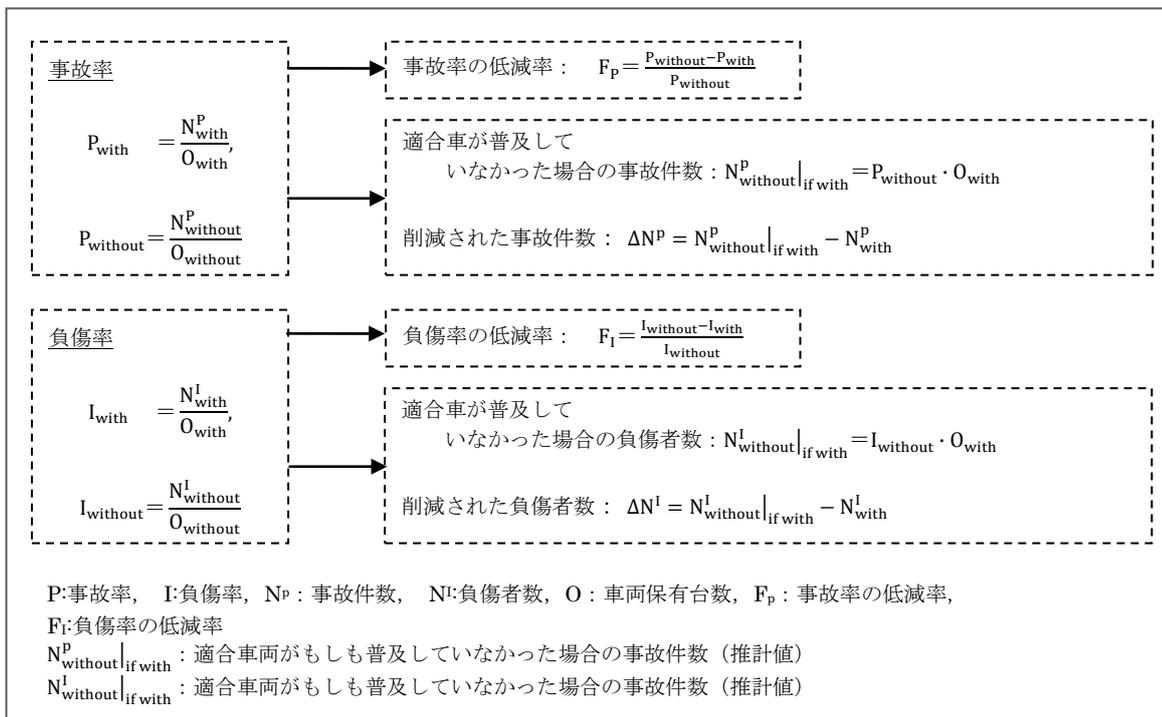


図 予防安全対策の効果の推計フロー

4.2 個別の評価関係

各施策の個別の評価手法は、それぞれ下記のとおり。

i) 安全基準の整備

安全基準検討会において基準化の検討が着実になされていること（検討すべき基準化項目として選定されたものと実際に基準化された項目の状況）を確認する。

ii) ASV 技術（予防安全技術）の普及促進

A S V 推進検討会における検討や産官学の連携等により実用化された A S V 技術の状況を調査する。

iii) 自動車アセスメントによる安全な自動車の普及

過去に自動車アセスメントを実施した車種の後継車種（現行モデル）の評価指標の平均値と、旧車種（前モデル）の評価指標の平均値を比較する。評価指標として衝突安全性能総合評価及び歩行者頭部保護性能試験の評価結果を用いる。なお、自動車アセスメントの対象車種は、原則として、販売実績の多いものを選定している。

5 評価結果

5.1 共通の評価関係

共通の評価結果について、被害軽減対策及び予防安全対策の効果の計算結果については次表のとおり（詳細は別表 1 及び 2 に記載）。

表 死者数低減結果と目標の比較（30 日以内死者数）

	結果（2009 年時点）	目標（2010 年）
フルラップ前面衝突	1,428 人	約 1,150 人
側面衝突	364 人	約 600 人
オフセット前面衝突及び歩行者頭部保護	179 人	約 50 人
その他の対策	6 人	約 200 人
合計	1,977 人	約 2,000 人

※大型後部突入防止装置の適用拡大はその他の対策に算入。

表 負傷者数低減結果と目標の比較

事故 形態	対策項目	結果（人）	目標（人）	
		2009年時点	2010年	2015年
追突	<ul style="list-style-type: none"> ・ハイマウントストップランプの導入等被視認性の向上対策 ・シート・ヘッドレストの改善、ブレーキアシスト・衝突被害軽減ブレーキ導入等予防安全対策 	3,488	約 20,000	約 40,000
		—		
歩行者	<ul style="list-style-type: none"> ・高輝度ヘッドランプの導入等視認性の向上対策 ・ブレーキアシスト ・歩行者脚部保護（基準化及び基準化以外による普及策） 	—	約 3,000	約 5,000
		—		
		—		
その他の対策（タイヤ、ブレーキ性能の向上等）		2	約 2,000	約 5,000
合 計		3,490	約 25,000	約 50,000

※大型後部反射器は、ハイマウントストップランプの導入等被視認性の向上対策に算入。

※中型トラックABSは、シート・ヘッドレストの改善、ブレーキアシスト・衝突被害軽減ブレーキ導入等予防安全対策に算入。

5.2 個別の評価関係

各施策の個別の評価結果は、それぞれ下記のとおり。

i) 安全基準の整備

基準化項目については、以下のとおり選定し、検討を行ってきている。

平成 12 年) ハイマウントストップランプ等 6 項目

平成 13 年) —

平成 14 年) ブレーキアシスト等 13 項目

平成 15 年) コンパティビリティ対応ボディ 1 項目

平成 16 年) —

平成 17 年) 追突防止対策 1 項目

平成 18 年) —

平成 19 年) 電気自動車の衝突安全性等 8 項目

平成 20 年) リチウムイオン蓄電池の安全性等 4 項目

平成 21 年) 幼児専用車の安全対策 1 項目

これら 34 項目のうち、下表のとおりハイマウントストップランプ、オフセット前面衝突基準等の 14 項目が実際に基準化されており、安全基準の整備（検討・導入）を着実に進めてきていることが確認できる。

基準項目	安全基準検討会での 検討開始年度	基準化等 (公布年月)
運転視界基準の規定（乗用車・中 小型トラック）	平成 13 年度	平成 15 年 7 月
ハイマウントストップランプ義 務付け（乗用車・小型トラック）	平成 13 年度	平成 14 年 7 月
大型後部突入防止装置義務付け 拡大（中型トラック）	平成 13 年度	平成 14 年 7 月
スピードリミッターの義務付け （大型トラック）	平成 13 年度	平成 13 年 8 月
歩行者頭部保護基準の規定（乗用 車・小型トラック）	平成 13 年度	平成 16 年 4 月
オフセット前面衝突基準の規定 （乗用車・小型トラック）	平成 13 年度	平成 17 年 12 月
固定機能付きチャイルドシート	平成 14 年度	平成 18 年 3 月
シートベルト非着用警報	平成 14 年度	平成 17 年 3 月
後席 3 点式シートベルト	平成 14 年度	平成 18 年 3 月
フロントアンダーランププロテク タ	平成 14 年度	平成 19 年 1 月
横滑り防止措置（ESC）の義務 付け（乗用車）	平成 14 年度	平成 22 年 12 月
ブレーキアシストシステム（BAS S）の義務付け（乗用車）	平成 14 年度	平成 22 年 12 月
ハイブリット自動車・電気自動車 の衝突安全性、感電防止、電解液 漏れ 等	平成 19 年度	平成 19 年 11 月
ハイブリット自動車等の静音性 対策（ハイブリット自動車・電気 自動車の車両接近警告装置）	平成 19 年度	平成 22 年 1 月 (ガイドライン策定)

ii) ASV 技術（予防安全技術）の普及促進

レーダーやカメラなどを用いた ASV 技術については、ASV 推進計画の普及促進に係る目標の達成を図るため、以下のとおり実用化されてきている。

平成 12 年) 高速 ACC

平成 13 年) レーンキープアシスト

平成 14 年) ー

平成 15 年) 衝突被害軽減ブレーキ（乗用車用）、AFS

- 平成 16 年) 低速ACC、夜間歩行者警報
- 平成 17 年) —
- 平成 18 年) 衝突被害軽減ブレーキ (大型車)
- 平成 19 年) —
- 平成 20 年) ナビブレーキアシスト、リアビークルモニタリングシステム
- 平成 21 年) 緊急制動表示灯

等

これら、世界初の技術を含む30以上のASV技術が既に実用化されているところ。

iii) 自動車アセスメントによる安全な自動車の普及

平成21年度に実施した自動車アセスメントの結果では、いずれの評価指標においても現行モデルの平均値は前モデルの平均値より高く、安全な自動車の普及が図られている。

		前モデル	現行モデル
乗員保護性能評価結果	運転席	5.57	5.86
	助手席	5.43	5.86
歩行者頭部保護性能評価結果		3.00	4.17

6 施策・政策への反映方法

6.1 共通関係

30日以内死者数については、平成21年の段階での効果は1,977人となっており、目標である2,000人にはわずかに届いていないものの、平成22年の段階では、オフセット前面衝突及び歩行者頭部保護基準に適合した車両の普及がより進んでいることや、今回効果分析を行った対策以外の対策の効果もあると考えられることから、概ね目標は達成しているものと考えられる。

一方で、負傷者数の低減目標については、目標値を大きく下回っている。その理由としては、平成18年時点で効果を推定する際に対象としていた対策のうち、シート・ヘッドレストの改善、ブレーキアシスト・衝突被害軽減ブレーキの導入、歩行者脚部保護基準の導入といった対策の実施が現時点では十分ではないことが挙げられ、今後、これらの対策を早急に進める必要がある。

6.2 個別関係

個別の取組については、30日以内死者数について、設定していた削減目標を概ね達成する見込みであることから、これまでの取組については引き続き進めていくとともに、今後更に以下の事項についても取り組んでいく予定である。

i) 安全基準の整備

安全対策サイクルを通じて、引き続き安全基準の整備を行うとともに、現在開催中の交通政策審議会の結果を踏まえて、電気自動車等の新技術の導入や少子高齢化等に対応するための安全基準等の検討・導入のあり方について検討していく。

ii) ASV 技術（予防安全技術）の普及促進

衝突被害軽減ブレーキについて、平成19年度より装置の装着に対して補助を実施しているところであり、平成22年度からは補助対象装置にふらつき警報、横滑り防止装置等を追加したところである。今後も実用化されているASV技術の一層の普及促進を進めていくことを検討する。

iii) 自動車アセスメントによる安全な自動車の普及

歩行者保護の重要性の高まりをふまえ、平成23年度から歩行者脚部保護性能試験を導入するとともに評価試験項目の充実に伴いユーザーへより分かりやすい公表を行うために新たな衝突安全性総合評価を導入する予定である。また、事故そのものの低減を図るため、先進安全自動車（ASV）関連技術の普及に対応した予防安全に関する評価の導入について検討を行う。

別表 1 被害軽減対策の事後評価の結果一覧

項目	規制対象車数 [千台]	効果											
		致死率		重傷率		死者数[人] (運転席のみ)		重傷者数[人] (運転席のみ)		死者数[人] (全席) *1,*2		重傷者数[人] (全席) *1	
		非適合	適合	非適合	適合	効果	増分	効果	増分	効果	増分	効果	増分
前面衝突基準 *1,*3	70,410	—	—	—	—	1,286	898	6,268	4,354	2,123	1,428	9,023	6,095
乗用車(軽・多目的車以外)	30,008	0.38	0.20	2.09	1.38	405	186	1,775	797	729	335	2,804	1,259
乗用(多目的車等)	11,542	0.36	0.00	1.93	0.71	130	101	597	462	234	182	943	730
普通・小型貨物	2,222	0.42	0.09	2.34	0.92	35	17	164	93	55	27	224	127
軽乗用車	17,473	0.63	0.33	4.38	0.99	505	382	2,888	2,259	814	616	3,951	3,091
軽貨物	9,165	1.26	0.50	6.36	3.15	219	202	890	718	292	269	1,101	888
側面衝突基準 *1	71,504	—	—	—	—	260	222	1,021	846	428	364	1,474	1,218
乗用車(軽以外)	41,399	0.60	0.16	2.86	1.35	137	113	479	389	247	203	757	615
普通・小型貨物	3,467	0.30	0.11	2.35	1.07	5	5	34	18	8	8	46	25
軽自動車	26,638	0.69	0.17	4.75	2.40	118	104	508	439	173	153	670	579
歩行者頭部保護基準	70,410	3.53	2.26	17.07	14.48	—	—	—	—	179	179	418	418
大型後部突入防止装置 *1	904	0.79	0.42	3.98	2.36	4	4	15	13	6	6	20	18
合計(30日死者数に換算)*2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2,736	1,977	10,934	7,748

図中の略号：規制対象車数；規制対象車両の規模の目安として平成21年の保有台数を表示。なお、歩行者頭部基準は貨物車車両総重量が2.5トン未満が対象であるが、2.8トン未満の車両数を記載（2.5～2.8トンの車両の数はそれほど多くないと思われる）、非適合；非適合車群、適合；適合車群、効果；平成21年の基準化の効果、増分；平成11年から平成21年までの効果の増分

補注：

*1；運転席の死傷者数を全席に拡大するための係数は付録別表を参照

*2；死者数の推計値について、24時間死者数から30日死者数を予測するための換算係数は付録別表を参照

*3；平成23年時点では、乗用車にはフルラップ前面衝突基準とオフセット前面衝突基準が適用されており、貨物車にはフルラップ前面衝突基準のみが適用されている

別表2 予防安全対策の事後評価の結果一覧

項目	規制対象車数 [千台]	効果								
		事故率 (1,000台あたり)		負傷率 (1,000台あたり)		事故件数[件]		負傷者数[人] (運転席のみ)		
		非適合	適合	非適合	適合	効果	増分	効果	増分	
予防安全対策	中型トラクタ ABS		22.2	13.5	21.1	12.4	2	2	2	2
	大型後部反射器	904	—	—	—	—	668	0	234	0
	昼		1.43	1.07	0.36	0.27	325	0	81	0
	夜		0.79	0.41	0.29	0.12	343	0	153	0
	ハイマウントストップランプ	58,875	—	—	—	—	4,085	4,085	3,488	3,488
	昼		2.44	2.20	2.28	2.06	1,923	1,923	1,639	1,639
	夜		0.97	0.81	0.90	0.76	2,162	2,162	1,849	1,849
	合計	—	—	—	—	—	4,755	4,087	3,724	3,490

図中の略号：規制対象車数；規制対象車両の規模の目安として平成21年の保有台数を表示。なお、歩行者頭部基準は貨物車車両総重量が2.5トン未満が対象であるが、2.8トン未満の車両数を記載（2.5～2.8トンの車両の数はそれほど多くないと思われる）、非適合；非適合車群、適合；適合車群、効果；平成21年の基準化の効果、増分；平成11年から平成21年までの効果の増分

別紙1 安全基準検討会 委員名簿

座長 吉本 堅一 東京大学 名誉教授
景山 一郎 日本大学 生産工学部 機械工学科 教授
岸本 喜久雄 東京工業大学大学院 理工学研究科 機械物理工学専攻 教授
岩貞 るみこ モータージャーナリスト
岡崎 宏司 モータージャーナリスト
岩越 和紀 (株) J A F メイト社 代表取締役社長
金澤 啓隆 (社) 自動車技術会 規格担当理事
高橋 信彦 (社) 日本自動車工業会 安全・環境技術委員会安全部会長
杉浦 秀明 (社) 日本自動車工業会 安全・環境技術委員会大型車部会長
香村 浩司 (社) 日本自動車車体工業会 事務局次長・環境担当部長
兵藤 公則 (社) 日本自動車部品工業会 基準認証部会部会長
菊地 憲一郎 日本自動車輸入組合 基準・認証委員会委員長
杉田 純一 (社) 日本損害保険協会 業務企画部長
岡本 八重子 (社) 全国乗用自動車連合会 理事・業務部長
山下 博 (社) 日本バス協会 技術部長
井出 廣久 (社) 全日本トラック協会 交通・環境部長
桜井 実 (財) 日本自動車研究所 安全研究部長
宇野 宏 (財) 日本自動車研究所 安全研究部次長
安藤 憲一 (独) 交通安全環境研究所 自動車安全研究領域研究領域長
米澤 英樹 (独) 交通安全環境研究所 自動車安全研究領域上席研究員
堀込 徳年 自動車基準認証国際化研究センター 所長

別紙2 A S V検討会 委員名簿

座長	井口 雅一	東京大学名誉教授
	青木 正喜	成蹊大学名誉教授
	稲垣 敏之	筑波大学大学院システム情報工学研究科リスク工学専攻教授
	川嶋 弘尚	慶應義塾大学名誉教授
	杉山 雅洋	早稲田大学商学大学院教授
	鳥井 弘之	科学技術振興機構 J S T事業主幹
	古川 修	芝浦工業大学システム理工学部機械制御システム学科教授
	室山 哲也	日本放送協会解説主幹
	吉本 堅一	埼玉工業大学工学部ヒューマン・ロボット学科教授
	只木可弘	いすゞ自動車(株) 代表取締役副社長
	山田 浩平	川崎重工業(株) 理事モーターサイクル&エンジンカンパニー 技術本部長
	青山 市三	スズキ(株) 常務役員
	福塚 政廣	ダイハツ工業(株) 上級執行役員
	吉田 守孝	トヨタ自動車(株) 常務役員
	豊増 俊一	日産自動車(株) 執行役員
	前田 義秀	日野自動車(株) 専務取締役
	宮脇 基寿	富士重工業(株) 常務執行役員
	福尾 幸一	本田技研工業(株) 常務執行役員
	金澤 啓隆	マツダ(株) 常務執行役員
	福田 滝太郎	三菱自動車工業(株) 執行役員 開発本部 本部長
	竹島 茂和	三菱ふそうトラック・バス(株) ライフサイクルマネージメント本部 本部長商品戦略・技術渉外担当常務
	古沢 政生	ヤマハ発動機(株) 執行役員技術本部 技術基盤統括部長
	平本 幸一	UDトラックス(株) バイスプレジデント
	半田 勝男	(社) 日本損害保険協会 専務理事
	西澤 敬二	(社) 日本損害保険協会 業務委員会 委員長
	久米 正一	(社) 日本自動車連盟 専務理事
	細野 高弘	(社) 全日本トラック協会 専務理事
	永井 和夫	(社) 日本バス協会 常務理事
	加藤 晃久	警察庁長官官房参事官
	辻本 圭助	経済産業省製造産業局自動車課 I T S 推進室長
	越後 和徳	総務省総合通信基盤局電波部新世代移動通信システム推進室長
	白石 暢彦	総務省消防庁国民保護・防災部防災課防災情報室長
	安藤 憲一	(独) 交通安全環境研究所 自動車安全研究領域長
	杉浦 精一	(財) 日本自動車研究所 専務理事
オブザーバ	岩田 悟志	(社) 日本自動車部品工業会
オブザーバ	和田 政信	日本自動車輸入組合 常務理事
事務局		国土交通省自動車交通局技術安全部技術企画課
		国土交通省道路局道路交通管理課 I T S 推進室

別紙3 自動車アセスメント評価検討会 委員名簿

座長 近森 順 元芝浦工業大学工学部機械系教授
岩越 和紀 (株)JAFMATE社 代表取締役社長
安藤 憲一 独立行政法人交通安全環境研究所自動車安全研究領域 領域長
桜井 実 (財)日本自動車研究所 安全研究部部長
高橋 信彦 (社)日本自動車工業会 安全対策部会部会長
益子 邦洋 日本医科大学千葉北総病院救急救命センター長
水野 幸治 名古屋大学大学院工学研究科准教授
澤田 東一 芝浦工業大学工学部機械機能工学科教授
森山 みずほ モータージャーナリスト
佐藤 泉 (社)日本自動車工業会 安全対策部会副部会長
吉川 暢宏 東京大学生産技術研究所教授
宇治橋 貞幸 東京工業大学大学院情報理工学研究科教授
四倉 清裕 (財)交通事故総合分析センター 常務理事
和田 政信 日本自動車輸入組合 常務理事

平成22年度 政策レビュー結果(評価書)

観光立国の推進

平成23年3月

観 光 庁

(評価書の要旨)

テーマ名	観光立国の推進	担当課 (担当課長名)	観光庁国際交流推進 課 (瓦林康人)
評価の目的、 必要性	<p>平成 19 年に閣議決定された観光立国推進計画は、平成 22 年度を目標年次に訪日外国人旅行者数 1,000 万人等の目標値を掲げているが、策定後おおむね 3 年後を目途に見直すとされており、観光庁が見直し作業に着手している。</p> <p>上記の訪日外国人旅行者数目標の実現に向け、平成 15 年から実施する訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）は、一貫して国民の関心が高い観光庁の中心施策であり、かつ、内外の情勢変化が大きいことから、これまで実施した施策を詳細に検証し、目標値と施策の見直しに反映する。</p>		
対象政策	<p>外国人旅行者の来訪を促進するために実施した、海外の旅行会社による日本向け旅行商品の造成・販売の促進に係る事業（誘客事業）、及び、海外の消費者における旅行目的としての日本の認知度の向上に係る事業（認知度向上事業）。</p>		
政策の目的	<p>① 訪日旅行商品の情報を消費者に的確に伝達し、購買意欲を高める。</p> <p>② 消費者と企業の両方にとって魅力ある旅行商品の造成・販売を支援する。</p> <p>③ 満足される訪日旅行を提供し、次の来訪に繋げる。</p>		
評価の視点	<p>政策の目的に沿って、以下の通り設定した。</p> <p>① について、</p> <p>(1) 各市場の消費者の日本に対する認知度は向上したか</p> <p>(2) 訪日旅行の潜在顧客は増加したか</p> <p>② について、</p> <p>(1) 海外の旅行会社にとって訪日旅行商品造成・販売の魅力度は向上したか。</p> <p>(2) 訪日旅行商品の造成・販売実績は向上したか</p> <p>③ について、</p> <p>(1) 訪日旅行を終えた旅行者の満足度は向上したか</p> <p>(2) 満足の結果として需要喚起につながったか</p>		
評価手法	<p>各種調査や事業実施に係るデータ等を用いて、適切な指標を設定することにより、目的の達成状況の分析・評価を実施。</p>		
評価結果	<p>① (1) 各市場の消費者の日本に対する認知度は向上したか</p> <p>【評価結果】アンケート調査等を実施したが、経年比較や市場間・地方間の比較等が困難であり、認知度の変化と VJ 事業の関連が検証できない。</p> <p>(2) 訪日旅行の潜在顧客は増加したか</p> <p>【評価結果】潜在顧客は増加しているとみられるが、個々の事業について詳</p>		

	<p>細な追跡調査が実施されておらず、また、VJ 事業が関連しない場合とのデータ比較が困難であり、潜在顧客の動向と VJ 事業の関連は検証できない。</p> <p>② (1) 海外の旅行会社にとって訪日旅行商品造成・販売の魅力度は向上したか。</p> <p>【評価結果】 ある商談会の対象調査では、訪日旅行商品の魅力度が増したと考察されたが、VJ 事業と同商品の魅力度との関連が広く検証できない。</p> <p>(2) 訪日旅行商品の造成・販売実績は向上したか。</p> <p>【評価結果】 当該商品による訪日外客数は一定値で推移し、誘客事業への参加旅行会社数も増えているが、既存／新規ツアーとの区分、VJ 事業以外の造成・販売実績との比較等が調査されていない。</p> <p>③ (1) 訪日旅行を終えた旅行者の満足度は向上したか</p> <p>【評価結果】 一部の調査を除き満足度に関する調査が実施されていないため、VJ 事業との関係は実証できない。</p> <p>③ (2) 満足の結果として需要喚起につながったか</p> <p>【評価結果】 訪日旅行の満足度と需要喚起との関係を調査したデータは存在しないため、実証が困難。</p>
<p>政策への 反映の方向</p>	<p>これまで専ら訪日外国人旅行者数の目標達成を目的として展開されてきたが、市場の消費者の認知度、訪日旅行商品の造成・販売の拡大、訪日外国人旅行者の満足度の3つの観点を加え、指標をきめ細かに設定し、その向上のための取組みを進めることが必要である。</p> <p>消費者の認知度向上については、最大シェア額が充当されており、費用対効果の一層の向上のため、きめ細かな指標に基づく調査と施策への反映が必要である。</p> <p>訪日旅行商品の造成・販売については、市場別の個人旅行比率等も踏まえつつ、VJ 事業の支援対象となった旅行会社の造成・販売実績を把握し、次年度以降の事業に反映することが必要である。</p> <p>訪日外国人旅行者の満足度については、VJ 事業よりもむしろ受入環境整備事業等の他施策の取組みで向上が可能であるため、VJ 事業を通じて満足度に係るデータを入手し、これら他施策の展開に活用する必要がある。</p>
<p>第三者の 知見の活用</p>	<p>交通政策審議会の観光分科会等を活用。</p> <p>また、評価にあたり、国土交通省政策評価会から意見を聴取。</p>
<p>実施時期</p>	<p>平成22年度</p>

政策レビュー「観光立国の推進」の目次

第1章 政策レビューの趣旨と対象	1
1. 1 観光立国の推進に向けた政策	1
・観光立国の推進に向けた施策	
1. 2 ビジット・ジャパン事業(VJ事業)の概要	3
(1) VJ事業の位置づけ	
(2) VJ事業の構成	
(3) VJ事業の体制	
(4) VJ事業の内容	
(5) VJ事業のこれまでの指標に基づく成果	
第2章 本政策評価の基本的な考え方	16
2. 1 VJ事業の評価のスタンス	16
(1) 訪日旅行促進の観点	
(2) VJ事業の特殊性：成果と因果関係の直接的測定が困難	
(3) 今回の事業評価のスタンス：今後の適切な事業評価の契機に	
2. 2 評価の3つの基本指標と個別指標	18
(1) 市場の消費者の認知度	
(2) 訪日旅行商品の造成・販売状況	
(3) 訪日外国人の満足度	
2. 3 VJ事業に関連する二次指標	20
2. 4 本評価の進め方	20
第3章 VJ事業の評価	22
3. 1 市場の消費者の認知度に関する評価	22
(1) 市場の消費者の認知度向上のためのVJ事業の内容と推移	
(2) 市場の消費者の認知度に関するVJ事業の評価	
3. 2 訪日旅行商品の造成・販売状況に関する評価	28
(1) 訪日旅行商品造成・販売のためのVJ事業の内容と推移	
(2) 訪日旅行造成・販売の状況とVJ事業の評価	
3. 3 訪日外国人の満足度に関する評価	34
(1) 訪日外国人の満足度向上のVJ事業の内容と推移	
(2) 訪日外国人の満足度とVJ事業の評価	
3. 4 評価のまとめ	37
第4章 今後の施策への反映の方向性	38

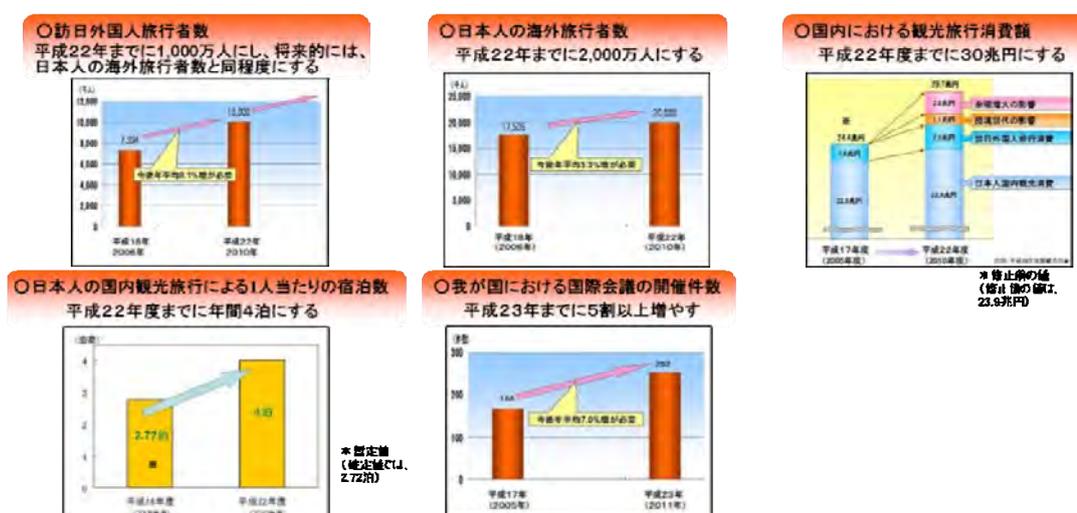
政策レビューの趣旨と対象

1. 1 観光立国の推進に向けた政策

観光立国に向けた諸政策を、政府一体となって総合的に推進するため、平成18年12月に観光立国推進基本法が公布された。同法は、観光立国の実現に関する基本的な計画（観光立国推進基本計画）を策定することを政府に義務付けており、交通政策審議会観光分科会における審議等を経て、平成19年6月29日に閣議決定された。

観光立国推進基本計画は、平成22年度を目標年次として、以下の5つを観光立国の実現のための基本的な目標として定めている。同計画が策定からおおむね3年後を目途に見直すものとされていることを踏まえ、観光庁は、これらの目標値を見直す作業に着手している。

図1.1 観光立国推進基本計画に掲げる基本的な目標



これらの目標値のうち、平成22年までに訪日外国人旅行者数を1,000万人とする目標の実現を目指し、平成15年から実施している訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）については、開始以来一貫して国民各層の関心の高い観光庁の中心施策である一方、経済社会情勢や事件、自然災害等の影響を受けやすく、かつ諸外国との国際競争が激しいなど、内外の情勢変化が大きい分野であるため、これまで実施した施策を詳細に検証の上、目標値と施策の見直しを図る観点から、今回の政策レビューの評価対象とした。一方、集中した分析を行うために、受入体制整備の状況やMICE誘致施策については評価の対象外とした。

なお、平成15年以来の訪日外国人旅行者数の推移は以下のとおりである。

図1.2 訪日外国人旅行者数の推移



注) 2010年1~10月の値は暫定値、11、12月の値は推計値、%は対前年同月比

1.2 ビジット・ジャパン事業(VJ事業)の概要

(1) VJ事業の位置づけ

「観光立国の推進」の中心施策である「国際観光の振興」は、外国人旅行者の来訪を促進するビジット・ジャパン・キャンペーンの実施、国際会議をはじめとする MICE¹の誘致の促進、及び国内における外国人旅行者の受入環境の整備（通訳案内のサービスの向上等を含む）の3つの柱により構成される。ビジット・ジャパン・キャンペーンに係る事業（以下、「VJ事業」という）は、観光関連予算の過半数を占める。

図1.3 観光立国の推進に向けた政策とVJ事業の位置づけ

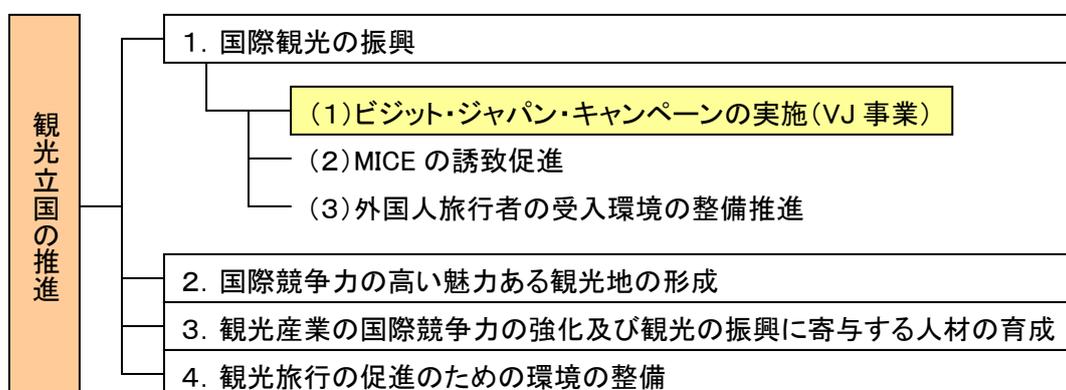
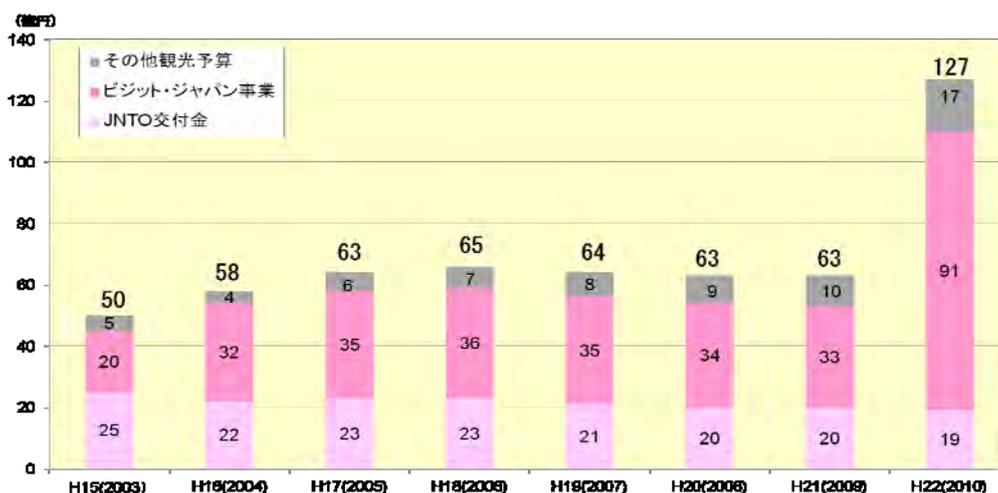


図1.4 観光関連予算の推移



¹ MICE : M(Meeting), I(Incentive), C(Convention), E(Event)の略称で、広義の国際会議の概念。

(2) VJ 事業の構成 : 誘客事業と認知度向上事業

VJ 事業は、平成15年より、国、地方公共団体及び民間が共同して取り組む戦略的訪日促進キャンペーンとして展開しており、訪日旅行を促進する重点国・地域を絞り、各々の国・地域毎に市場の特性に応じたプロモーションを実施してきた。その内容は、訪日旅行商品の造成・販売促進を直接の目的とした誘客事業と、旅行目的地としての認知度の向上を図る認知度向上事業に大別される。

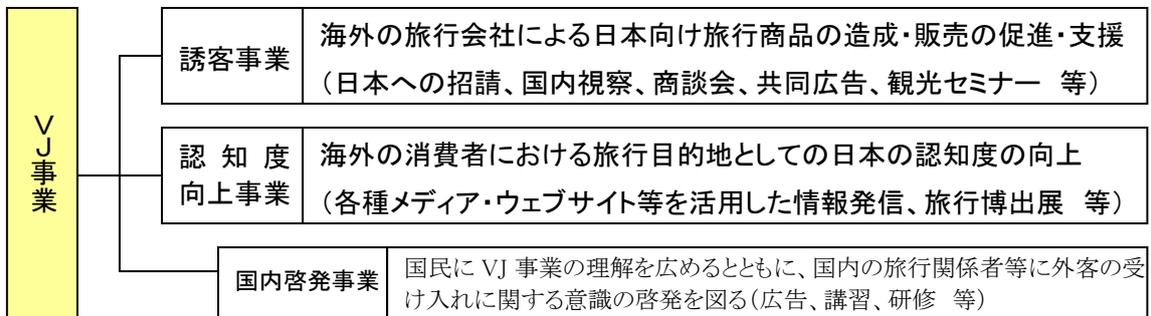
誘客事業は、海外の旅行会社による日本向け旅行商品の造成・販売の促進・支援を行うことを目的とし、旅行会社等の日本への招請、国内視察、国内外での商談会、海外での観光セミナー、旅行会社との共同広告等を実施している。

認知度向上事業は、海外の消費者における旅行目的地としての日本の認知度の向上を図ることを目的とし、各種メディア（新聞、雑誌、テレビ、屋外広告等）やウェブサイト等を活用した情報発信（日本や特定地域のイメージPR、日本旅行の広告宣伝等）、海外の旅行博出展（一般消費者対象BtoC）等を実施している。

（旅行会社を対象とする旅行博出展（BtoB）は、誘客事業となる。）

なお、全体事業費に占める割合は僅かであるが、誘客事業・認知度向上事業の補完として、国民及び国内旅行関係者向けの国内啓発事業も行っている。

図1.5 VJ 事業の内容の構成



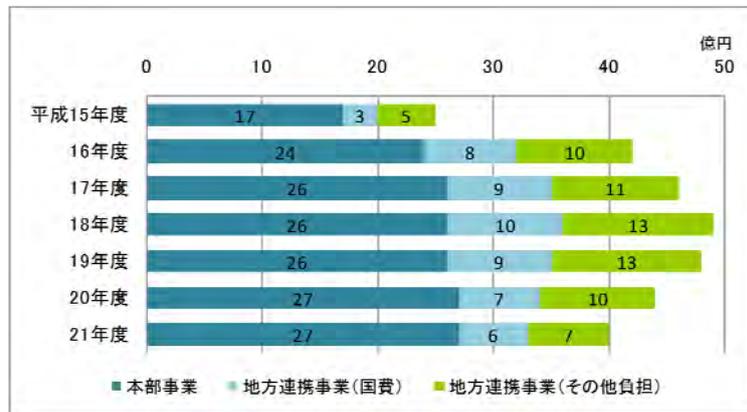
(3) VJ 事業の体制：国と地方の一体的推進

① 本部事業と地方連携事業

VJ 事業には、国（観光庁）が主体的に実施する本部事業と、国と地方自治体・民間等が連携して実施する地方連携事業がある。地方連携事業の事業費は国の負担を 50%以内としており、地方自治体・民間等の負担分を合わせた一体的な事業を実施している。

地方自治体・民間等の負担する事業費を合計した VJ 事業の総事業費は、平成 16 年度（2004）以降毎年 40 億円を超える。本部事業は平成 17 年度以降、約 26 億円から 27 億円と横ばいで推移している。地方連携事業は、平成 18 年の約 23 億円（国 10 億円、その他 13 億円）をピークに、21 年度は約 13 億円と減少している。

図1.6 本部事業と地方連携事業の事業費の推移



② VJ事業の実施体制

VJ 事業がスタートした平成 15 年度から 19 年度までは、本部事業を推進するため独立した組織として「ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部」が置かれた。この組織は、独立行政法人国際観光振興機構（以下「JNTO」という）、観光関連公益法人、民間企業等から派遣されたスタッフにより事務局が構成された。VJ 事業の初期の時期であったことから、本部事業の推進とともに、地方連絡事業の調整機能も担っていた。この実施本部機能は、平成 20・21 年は JNTO 内に置かれ、22 年度から観光庁内に置かれることとなった。

地方連携事業は、北海道から沖縄までの地方運輸局及び沖縄総合事務局が国負担分の事業の実施主体となるとともに、連携先の事業分も含めた一体的な事業の推進を図っている。連携先の事業分は、複数の地方自治体、観光関連公益法人、広域組織、民間企業等が実施主体となって、地方運輸局等と調整を図りながら連携事業を実施している。

表1.1 VJ事業の区分と実施体制

事業の区分	予算措置	事業の管理、実施体制
本部事業 ＊国が主体的に実施する事業	国（100％）	実施本部 ・H15～19年度までは独立組織 ・H20・21年度はJNTO内 ・H22年度は観光庁内 ◇観光庁担当は、国際交流推進課
地方連携事業 ＊国と地方自治体等が連携して実施する事業	国（50％以下） 地方自治体等 （50％以上）	◇国負担分 地方運輸局及び沖縄総合事務局 担当課は企画観光部国際観光課及び運輸部企画室 ◇地方負担分 地方自治体、観光関連組織、民間企業等が構成員となる複合的な広域組織／個々の事業により異なる

③ VJ事業以外を含めたインバウンドへの取組

VJ事業以外の公的なインバウンド事業は、JNTOが独自に進める事業と、全国の都道府県あるいは主要都市が独自に行う国際観光関連の事業がある。

民間調査機関の調査によると、平成21・22年度の都道府県の観光関連部局の予算額は約310億円で、うち観光事業関連が80％程度、さらにそのうち10％強が国際観光関連とされる。これより、平成21年度の国際観光関連予算は約27億円、22年度で32億円と試算され、平成21年度については、国のVJ事業予算と同程度の規模である。

表1.2 都道府県の国際観光関連予算額(比率より試算)

	観光部課 担当予算額	観光事業費 の割合	左のうち 国際観光割合	国際観光予算 の試算額
平成21年度	309.0億円	79.0%	10.9%	26.6億円
平成22年度	310.2億円	80.9%	12.8%	32.1億円

(資料)「地方自治体観光予算レポート2010」(2010.4 (株)ツーリズム・マーケティング研究所)による調査結果をもとに試算

さらに、航空各社、JR等主要鉄道各社、主要観光地の宿泊施設、観光施設など、観光関連民間企業も積極的にインバウンド事業を展開しており、独自の活動を行うとともに、地方連携事業の連携先の一員ともなっている。

(4) VJ 事業の内容： 事業内容と事業費等の推移

① 事業内容の種別と事業費

VJ 事業のうち誘客事業は、対象とする市場の旅行会社等（教育旅行の場合は学校関係者も対象となる）の旅行関係機関を対象とした事業で、国内への招請や商談会により訪日旅行商品の造成・販売を働きかける「ツアー造成」、造成された訪日旅行商品の販売促進を共同宣伝等により支援する「商品広告」、近い将来の商品造成を期待して旅行会社等にセミナー（情報提供と造成に向けた依頼）を行う「代理店教育（旅行セミナー）」の3種類の事業を実施している。

これら誘客事業の事業費の割合は、VJ 事業スタート時は1/4程度であったが、平成18年度に4割まで増加し、平成21年度は約1/3となっている。種別別では、「ツアー造成」の割合が高く、平成18年度の約3割を最高に、2割台で推移している。代理店教育（セミナー）が近年増加し、平成21年度には全体の1割を占めている。

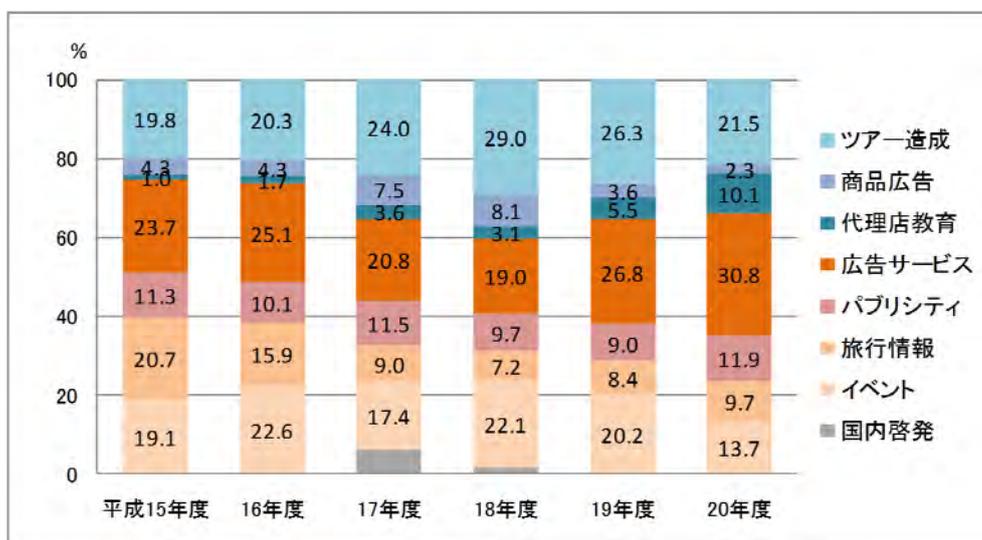
表1.3 VJ 事業の内容

区分	種別	内容
誘客事業	ツアー造成 (旅行会社等招請) (商談会)	<ul style="list-style-type: none"> 海外の旅行会社等(教育旅行の場合は教育機関も含む)を日本へ招請して、観光地視察、商談会等を実施し、訪日旅行商品の造成・販売を働きかける。 海外で商談会を実施して、訪日旅行商品の造成・販売を促す。
	商品広告 (共同広告等販売支援)	<ul style="list-style-type: none"> 海外の旅行会社と共同広告等を実施して、訪日旅行商品の販売を支援する。
	代理店教育 (訪日旅行セミナー)	<ul style="list-style-type: none"> 海外の旅行会社等を対象に、日本あるいは特定地域、訪日旅行等に関するセミナーを開催して、近い将来の訪日旅行商品の造成を働きかける。
認知度向上事業	広告宣伝	<ul style="list-style-type: none"> 海外のメディア(新聞、雑誌、テレビ等)等を用いて(費用の支出)、日本あるいは特定の地域、訪日旅行等をPRするための広告宣伝を実施する。 (Web 広告、屋外広告、移動広告等を含む)
	パブリシティ (メディア招請) (メディア・コンファレンス)	<ul style="list-style-type: none"> 海外のメディアを日本へ招請して、観光地視察等の取材支援を行って、海外での報道を依頼する。 (テレビ・映画のロケ支援等を含む) 海外のメディアを対象にセミナーを開催し、日本あるいは特定地域、訪日旅行等に関連する報道を促す。
	旅行情報提供 (Web サイト製作) (ツール作成)	<ul style="list-style-type: none"> 日本あるいは特定地域、訪日旅行等に関連する情報を提供するために Web サイトを構築し、運営する。 海外の消費者、旅行会社等への情報提供のため、パンフレット、ガイドブック、映像等のツールを作成・配付する。
	イベント (旅行博出展、開催)	<ul style="list-style-type: none"> 海外で開催される旅行博等のイベントに出展、または、独自にイベントを開催し、消費者への訪日旅行のPRと各種情報提供を行う。

認知度向上事業は、対象とする市場の消費者を対象とする事業で、各種メディアやイベント等を活用して、日本や特定地域のPR、訪日旅行商品に関する情報提供等を行っている。事業の種別では、費用を支出して宣伝を実施する「広告宣伝」、メディアの招請、取材支援、コンファレンス等により報道を依頼する「パブリシティ（メディア活用）」、Webサイトの製作・運営やパンフレット等の情報ツールを作成する「旅行情報提供」、市場の旅行博等への出展や独自開催を行う「イベント」の4種類の事業を実施している。

これら認知度向上事業の事業費の割合は、平成18年度に約6割と減少したが、平成21年度には全体の2/3まで増加している。種別別では「広告宣伝」の割合が高く、平成21年度には全体の約3割を占めている。「パブリシティ」は各年度1割強と横ばいで推移している。

図1.7 事業内容別の事業費構成比の推移(地方等負担分を含む総事業費に占める割合)



② 対象市場と事業費

VJ事業は、平成15年度のスタート時には、韓国、台湾、中国、香港、米国の5市場を重点市場とし、以後、16年度に欧州（英国、仏国、独国）を追加し、平成17年度にシンガポール、タイ、カナダ、豪州を加えた10市場とした。平成21年度は、欧州の3カ国を個別に扱うこととして12市場とした。

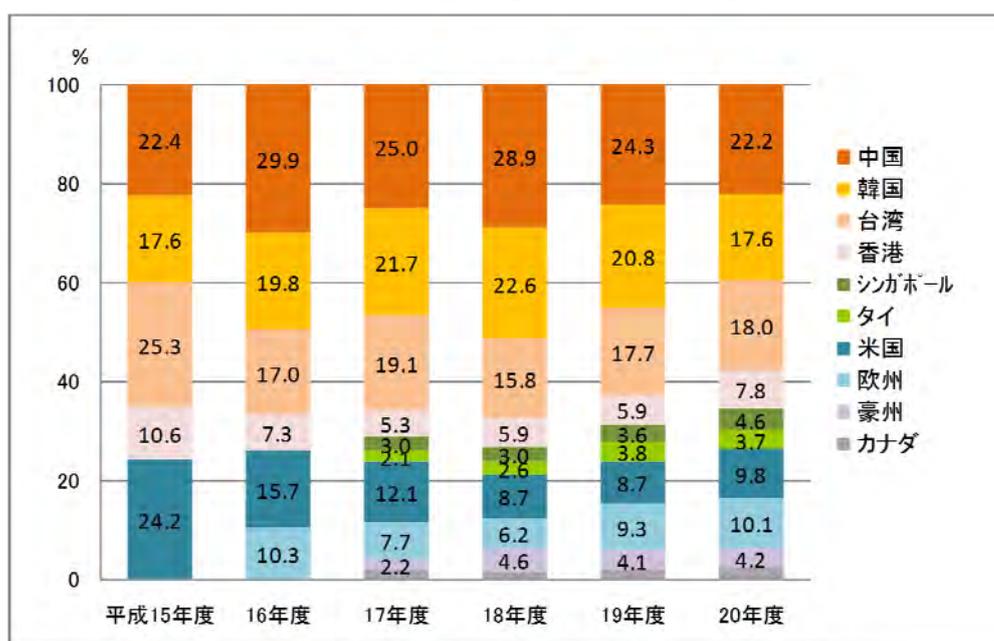
事業費の割合が高い市場は中国で、平成21年度は2割強であるが、平成16年度と18年度には3割近くに達した。次いで韓国と台湾が同程度の割合であるが、平成16年度から20年度までは韓国が2～5%程度韓国が上回っていたものが21年度に台湾が上回った。香港を含めた東アジア4市場で約2/3を占める。

その他の市場は、シンガポール・タイが合わせて7～8%、北米（米国、カナダ）と欧州は1割程度、豪州が4%程度である。

表1.4 VJ事業の重点市場

年度	重点市場		
平成15年度	韓国 台湾 中国 香港 米国	欧州 (英・仏・独)	シンガポール タイ カナダ 豪州
平成16年度			
平成17年度			
平成18年度			
平成19年度			
平成20年度			
平成21年度	英国、仏国、独国		

図1.8 市場別の事業費構成比の推移(地方等負担分を含む総事業費に占める割合)



(5) VJ 事業のこれまでの指標に基づく成果

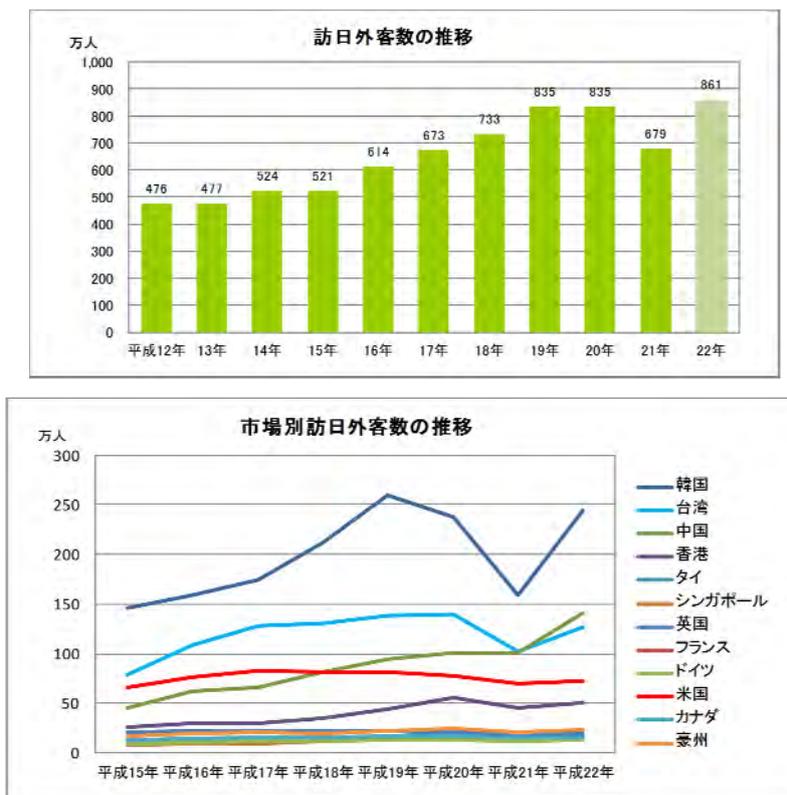
① 訪日外客数

平成15年度にVJ事業がスタートして以降、訪日外客数は順調に増加し、平成18年には800万人を超えた。しかし、平成20年9月のリーマン・ショックを引き金とした世界金融危機とその後の経済不況等により、20年10月以降の訪日外客数は激減し、平成21年は2005年並みの679万人まで減少した。ただし、平成22年は回復に転じ、訪日外客数は861万人となった。

このように、訪日外客数は一時的に大きく減少し、平成22年においては、900万人を下回る状況ではあるが、90年代以来の円高水準をはじめとする世界的な経済情勢が大きく影響していることを勘案すれば、「平成22年(2010年)1,000万人」の目標についても単純に数字の大小で達成できなかったとみなすべきではなく、十分に評価しうる一定の成果があったものと考えられる。

VJ事業の重点市場ではアジアからの訪日客が順調に増加し、平成15年と20年の比では中国が2.2倍、タイが2.4倍など大幅な増加となった。欧米市場についても、仏国が1.7倍であるなど、海外プロモーションの成果があったものと考えられる。

図1.9 訪日外客数の推移

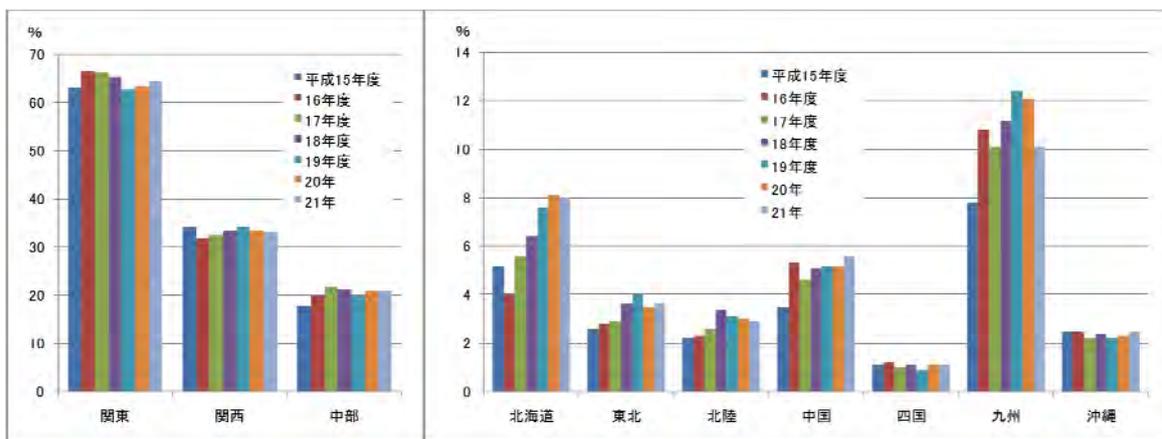


(出典)「訪日外客統計」(JNTO)

② 訪問地

訪日外国人旅行者の日本での訪問地は、東京、大阪、京都といった大都市圏が中心であるが、近年は、北海道が4～5%から8%、九州が8%から10～12%などと、各地方の訪問率が増加している。これらの増加は、ゴールデンルートと呼ばれる従来の訪日旅行ルートとともに、全国の観光地等がPRされ、新たな周遊ルートや、スキー、教育旅行等の特定の目的でのツアーが数多く造成された結果であり、国と地方が一体となって展開してきたVJ事業の成果が現れたものと考えられる。

図1.10 訪日外国人の訪問地(地域別)



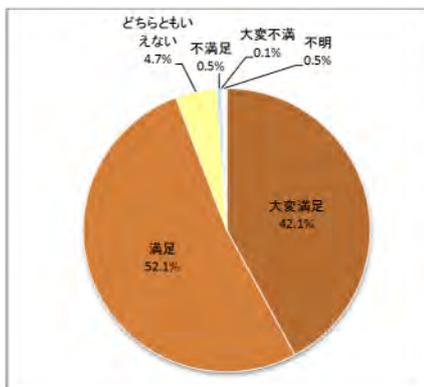
(出典)『JNTO 訪日外客訪問地調査 2005-2006、2007、2008、2009』 (注)2007までは年度集計、2008からは暦年集計

③ 外国人旅行者の満足度と再訪意向

平成21年の訪日旅行の満足度に関する調査結果では、「大変満足」が42%、「満足」が52%で、9割を超える訪日外国人が満足だったとしている。これに対応して、再訪意向では、「ぜひ来たい」が54%、「来たい」が39%で、9割以上が再訪を希望している。

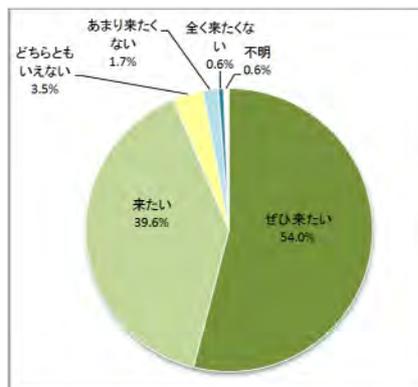
この満足度と再訪意向は、訪日旅行が満足のゆくものと評価されている結果であり、VJ事業により造成される訪日旅行についても一定の評価が得られていると考えられる。

図1.11 訪日外国人の満足度



(出典)『JNTO 訪日外客訪問地調査 2009』

図1.12 訪日外国人の再訪意向



④ 訪問回数(リピート)、旅行形態

訪日外国人の訪問回数は、40%強が初めてで、60%近くが2回目以上であり、リピート率は少しずつ上昇している。旅行形態は、団体が1/3、個人が2/3の比率で、個人の比率が増加している。リピート客と個人客への対応はVJ事業の中で重視してきたポイントの一つであり、これらも事業の成果と考えられる。

図1.13 外国人旅行者の訪問回数

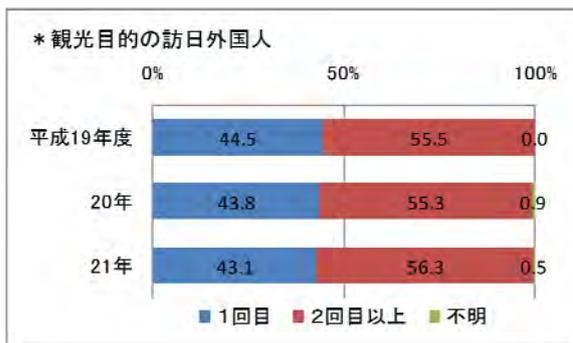
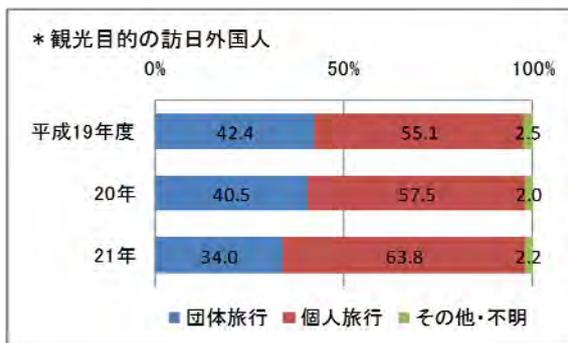


図1.14 外国人旅行者の旅行形態



(出典)『JNTO 訪日外客訪問地調査 2007、2008、2009』(注)2007は年度集計、2008からは暦年集計

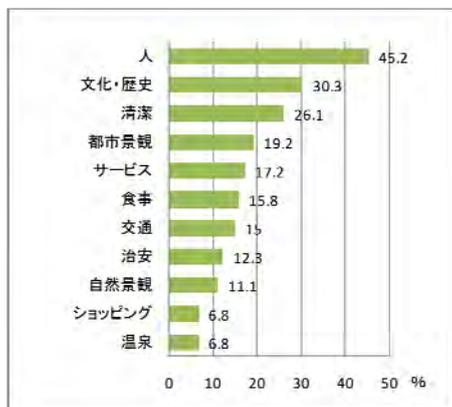
⑤ 外国人にとっての日本の魅力

外国人が感じる魅力では下位に挙げられた「温泉」「ショッピング」が、日本を訪れたい目的では上位にある。“温泉でくつろいで買い物をする”ことは日本での旅行の定番であるが、外国人にとっては、魅力度が高いもの、日本固有のものとは評価されていない。

一方、魅力の上位にある「人」「清潔」「サービス」といった項目は、目的には直接的な項目がなく、「温泉」から「日本の食事」までの環境要素に含まれていると考えられる。

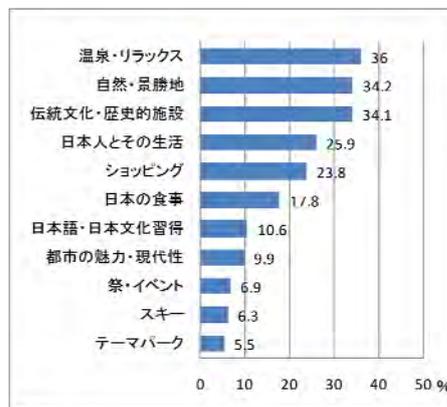
いずれの場合も、日本の魅力としてPRしている事項が概ね浸透していると評価できるが、外国人が魅力と感ずることと訪日の目的に若干のズレがあると考えられ、今後の認知度向上の課題と考えられる。

図1.15 外国人が感じる日本の魅力



(出典)『JNTO 訪日外客訪問地調査 2009』

図1.16 観光で日本を訪れたい理由



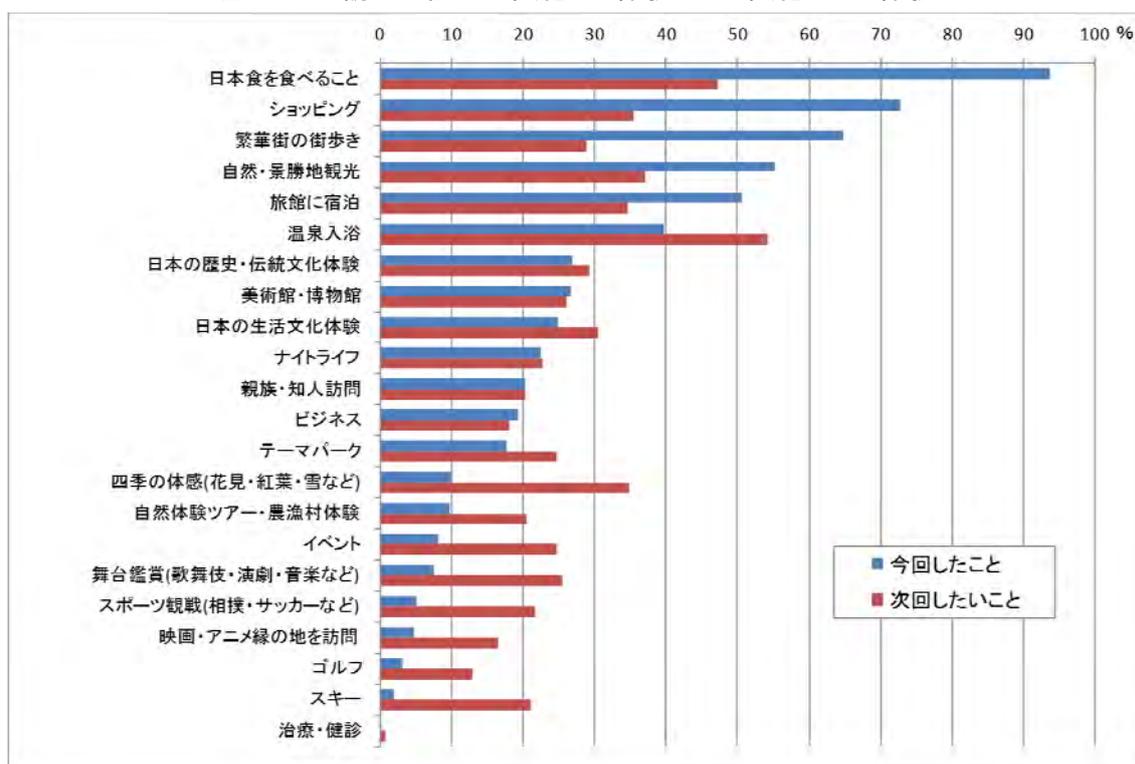
(出典)『JNTO 訪日外客訪問地調査 2009』

⑥ 実施した体験と次回の希望

訪日外国人の日本国内で実施した体験は、日本食、ショッピング、街歩き、景勝地観光、旅館宿泊などが上位であるが、次回に体験したい活動との差をみると、温泉入浴、四季の体験、イベント、舞台観賞、スキーなどが、体験した活動を大きく上回る率で次回の体験希望が挙げられている。

これら次回に希望する体験は、温泉、四季の自然、伝統文化といった我が国特殊の自然・文化の体験である。このことは、今回の訪日で一般的なツアーを体験し、次回にさらに日本を深く体験したとする興味が深まった結果であり、VJ 事業が全国的な取組として多様な訪日旅行を PR している成果の一つと考えられる。

図1.17 訪日外国人の実施した体験と次に実施したい体験



(出典)『訪日外国人消費動向調査 2010 第1回』(観光庁)

⑦ 訪日外国人の消費

訪日外国人の日本国内での消費（パックスツアー等の旅行代金を除く）は、平均で約10万円、韓国人の約8万円からフランス・ドイツの約15万円、ロシアの17万円と幅がある。支出したとする費目は、「買物代」が90%近くを占め、飲食費、交通費、宿泊費と続く。買い物の場所は、「空港の免税店」が最も多く、「ショッピングセンター」「デパート」も50%台で、次に「コンビニエンスストア」が続く。「観光地の土産店」は約3割であり、訪日外国人の買物場所の中心は、空港または都市的商業施設である。

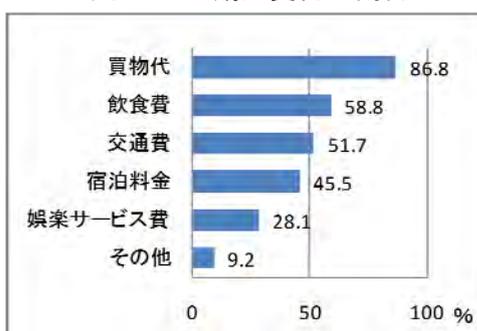
このような消費動向により、国内観光には重きを置かない小売業においてインバンドへの関心が高まる状況にあり、今後のVJ事業において対処すべき課題と考えられる。

図1.18 1人当たり旅行支出



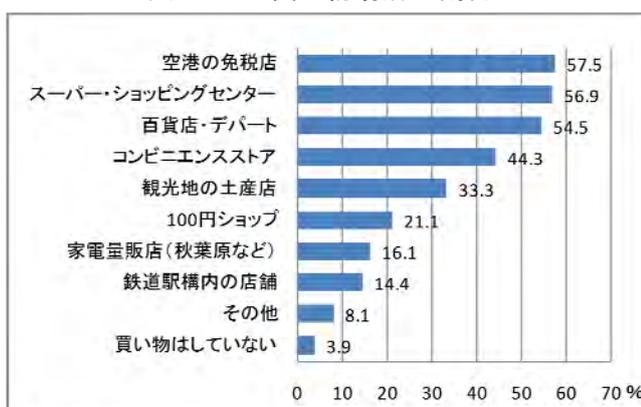
(出典)『訪日外国人消費動向調査2010 第1回』(観光庁)

図1.19 購入費目の割合



(出典)『訪日外国人消費動向調査2010 第1回』(観光庁)

図1.20 買い物場所の割合



(出典)『訪日外国人消費動向調査2010 第1回』(観光庁)

〔まとめ〕

VJ 事業は訪日外客数について「2010 年 1,000 万人」を目標にスタートしたが、外客数の増減はあるもののその目標は実質的に相当程度達成されつつあり、また、全国各地への外客の訪問が広がりを見せている。地方自治体等においては、VJ 地方連携事業は海外プロモーションの中心に位置づけられており、財政的支援とともに、技術的・人的等の連携が不可欠の要件になっている。また、民間においては、インバウンドによる新たなビジネスチャンスへの期待が高まり、VJ 事業への参加や独自の活動が増加している。

これらは、国と地方及び官民一体の協力体制で推進してきた V J 事業の成果であると考えられる。

第2章 本政策評価の基本的考え方

2.1 VJ事業の評価のスタンス

(1) 訪日旅行促進の観点

VJ事業の中で、ツアー造成による送客実績等の有効な成果が確認された成功事例の一例は下表のように示される。これらの共通要素をみると、訪日旅行の促進について、以下の観点が重要であることが示される。

①消費者への対応：訪日旅行商品の情報を消費者に的確に伝達し、購買意欲を高める。

- ・そもそもの日本の認知から、旅行目的地として必要な各種情報を提供する。
- ・分かりやすく、受け入れやすい情報を提供し、日本への関心を高める。
- ・市場、購買層に応じた多様な訪日旅行の魅力を伝え、購買意欲を高める。 等

②海外旅行会社への対応：消費者と企業の両方に魅力ある旅行商品の造成・販売を支援する。

- ・消費者の購買意欲に応じた魅力的な商品造成を支援する。
- ・旅行会社のビジネスとして魅力がある商品造成・販売の条件を支援する。 等

③上質な訪日体験の提供：満足される訪日旅行を提供し、次の来訪につなげる。

- ・訪日した外国人が旅行に満足し、次の来訪を希望し、また、口コミによる評判が広がる等により新たな来訪者につながるといった好循環を生み出す。

(2) VJ事業の特殊性：成果と因果関係の直接的測定が困難

VJ事業は、旅行商品の造成・販売を促進する誘客事業と旅行目的地としての認知を高める認知度向上事業を組み合わせ実施しており、市場の消費者の購買意欲を高め、かつ、海外の旅行会社の訪日旅行商品の造成意欲を高めている。また、VJ事業で造成・販売してきた訪日旅行商品に関しては、周遊ルートや観光資源を工夫した新たな商品企画や、VJ事業に参加する受入施設等関係者の意識向上等があり、概ね良好な評価を得ている。

VJ事業がスタートした平成15年から20年まで訪日外客数は増加しており、VJ事業の効果が現れた結果であると評価される。しかし、平成21年の減少にみられるように、訪日外客数の増減には、為替の変動、経済情勢など様々な要因があり、VJ事業の成否との正確な因果関係の説明は極めて困難である。

(3) 今回の事業評価のスタンス：今後の適切な事業評価の契機に

VJ事業の評価は、一般論として、前述の3つの観点から個々の事業の実施状況と成果を観測し、VJ事業全体の評価へと結びつけることが基本であると考えられ、現状のように、為替変動などの国際経済情勢、二国間・多国間国際関係の動向、疫病の流行やテロの危険などのリスク要因による各国消費者への心理的な影響など、純粹に外的な社会経済的要因に

よって左右されるにもかかわらず、訪日旅行者数のみをもって事業実績の成否などを評価する仕組みは極めて不十分である。しかし、そのようなより適切な評価を行うためには具体的な事業と関連づけられた客観的な指標が必要であるが、現在のところ、そのような指標は収集・整理されていない。

そこで、今回の評価において、関連する指標を整理・検討するとともに、今後のVJ事業の評価方法のあり方、及びVJ事業の実施から評価までの体制についても検討を行い、今後、きめ細かな観点で費用対効果を測定していく契機となることが期待される。

表2.1 VJ事業の個別事業の成功例

タイプ	概要
代表的観光資源を核にした商品の造成・販売	世界遺産クラスの我が国を代表する観光資源を核に、温泉、和食、伝統文化、あるいは大都市の新しい文化等を組み合わせた訪日旅行商品を造成・販売した事業 【事業例】 ・日韓友情年 2005 に係る「日韓交流おまつり」参加事業（H17、東北運輸局）
市場で人気のある目的地を核に連続的にツアーを造成・販売	市場で人気のある観光地（例えば、台湾では黒部アルペンルート）を核に、四季の変化、周遊先の組合せの変化などにより、連続的に旅行商品を提案して造成・販売した事業（数年の継続） 【事業例】 ・台湾誘客推進事業（北陸信越運輸局）
テーマを絞り広域が一体となったルート形成と売り込み	雪と温泉、産業観光、レンタカー・ドライブなど、旅行の目的地、体験、移動等にテーマを設定して地方ブロック全体でまとまったルートを形成し、広域で一体となった売り込みを進めた事業
現地プロモーションの継続と時期を得た造成・販売	一般消費者への宣伝を中心に、旅行会社への情報提供等から始まり、市場で訪日意識の向上が見られた段階で、旅行会社へ訪日ツアーの造成・販売を働きかけた事業（2～3カ年の継続） 【事業例】 ・メディアミックス（ビザ免除関連等）（H17、本部韓国市場）
メディア活用とツアー造成の組合せ	メディアを招請して観光地のPRを実現した後に、旅行会社の招請、商談会、共同広告等により旅行商品の造成・販売を促進した事業 【事業例】 ・香港メディア・エージェント招請事業（H15、関東運輸局）

2.2 評価の3つの基本指標と個別指標

前項で示した訪日旅行を促進するための観点は、以下の3つの基本指標により測定されるものと考えられる。この「基本指標」は1つのデータによる指標ではなく、複数のデータによる複合的な指標である。

- (1) 市場の消費者の認知度（旅行目的地としての日本の認知度をどの程度高めたか）
- (2) 訪日旅行商品の造成・販売状況（旅行商品の造成・販売支援の結果、どの程度の商品が造成・販売され送客されたか）
- (3) 訪日外国人の満足度（訪日した外国人の満足度をどの程度高めたか）

3つの基本指標ごとの個別指標、データ等は、以下のようなものが想定される。

(1) 市場の消費者の認知度

市場の消費者の認知度については、消費者の意識を直接に測定して得られる指標と、認知度が反映された結果の指標が想定される。

後者は、訪日旅行の潜在的な顧客数の増減を示す指標が考えられる。

①市場の消費者個人の認知度(意識調査による)

消費者個人の認知度は、1)日本の認知・理解はどの程度か、2)日本への興味・関心はどの程度か、3)旅行の目的地として日本を選択する意識はどの程度か、という3つの段階の指標が想定される。それぞれについて、個人を対象とした意識調査が必要である。

- 1) 日本の認知・理解はどの程度か
例) 日本に関する意識調査（親近感等）、訪日前のイメージ調査
- 2) 日本への興味・関心はどの程度か
例) 日本の魅力に関する調査、日本の観光地の認知度調査
- 3) 旅行の目的地として日本を選択する意識はどの程度か
例) 旅行目的地としての日本の順位、訪日旅行の希望割合

②認知度が反映され訪日旅行の潜在顧客の増減を示す指標

認知度が向上することで増加し、訪日旅行の潜在顧客の増加を表す指標として、1)訪日旅行の情報源の発信状況と2)それらの利用状況が想定される。

- 1) 訪日旅行に関連する情報の発信状況
例) 新聞・雑誌・ガイドブック等の発行部数、TV放送回数、イベント開催数 等
- 2) 訪日旅行関連情報の利用数
例) Webコンテンツのアクセス数、特集雑誌の購買数、TV番組視聴率、イベント等の来場者数 等

(2) 訪日旅行商品の造成・販売状況

海外の旅行会社における訪日旅行の造成・販売に関する指標として、今後の造成・販売の可能性を示す指標と、造成・販売の結果（実績）を示す指標が想定される。前者は、海外の旅行会社にとっての訪日旅行の魅力度と言える。

①訪日旅行商品造成・販売の魅力度

海外の旅行会社が、どの程度のビジネスとして訪日旅行商品を扱っているか、訪日旅行の拡大をどの程度のビジネスチャンスとして期待しているか、といった旅行会社の意識あるいはビジネス戦略に関する調査結果が想定される。

例) 旅行目的地としての日本の魅力度（旅行会社調査による）

訪日旅行商品のビジネスとしての魅力度（旅行会社調査による） 等

②訪日旅行商品の造成・販売実績

海外の旅行会社による訪日旅行商品の造成・販売及び送客の実績に関するデータが直接的な指標となる。造成・販売数、送客数といった数量のデータとともに、旅行商品の販売促進策（販売宣伝等）あるいは価格や品質に関する指標が想定される。

例) 市場ごとの造成・販売件数、送客実績

訪日旅行商品に関する販売促進宣伝の実施状況

訪日旅行商品の価格、品質 等

(3) 訪日外国人の満足度

訪日した外国人が日本での滞在を終えてどの程度満足したかであり、訪日旅行を経験した個人の満足度と、満足の結果として現れる事象に関する指標が想定される。

①訪日旅行を終えた個人の満足度(意識調査による)

個人の満足度は、訪日旅行を経験して期待どおりの満足が得られたか、どのような対象に満足したか等の調査結果が想定される。

例) 訪日外国人の満足度調査（期待との差、満足した対象 等）

②満足の結果として現れる事象に関する指標・・・需要喚起につながるもの

満足度の高い訪日旅行を経験したことで、本人は再度の訪日を希望する、周囲に口コミで訪日を薦める、その結果、訪日旅行の需要喚起につながることを期待され、これらの状況に関する指標が想定される。

例) リピーターの増加（リピート率）（訪日外国人への調査）

情報源としての口コミの比率、重要度（消費者等への調査）

旅行先の人気度ランキング（旅行会社調査等） 等

2.3 VJ 事業に関連する二次指標

訪日旅行の動向に関しては、漫画文化などが世界に広がり、国内外で関連イベントが開催され、愛好者が集う、あるいは、TVドラマや映画のヒットにより、撮影場所へ来訪するといった、海外でのブームや趣味の増加等が訪日につながる例が見られる。

これら事象に関する指標は、今後の増加を期待させる指標、いわば二次指標と言え（次ページ参照）、VJ 事業を評価する指標として取り込みを検討していく必要がある。

2.4 本評価の進め方 :VJ 事業との関連性把握の困難さ／限界の中で詳細に分析

以上の指標について、VJ 事業との関連性を明確にしたうえで測定可能な指標を設定し、データを分析する必要がある。しかし、VJ 事業はその成果が社会・経済的な要因に大きく左右される分野であり、現時点では施策と指標の因果関係を明確にすることは困難である。よって、精緻な評価には限界があるという前提の中で、可能な限り詳細に分析することとした。

表2.2 訪日旅行の増加を期待させる関連指標

指標	内容
1. 訪日旅行に直接結びついた事象と指標	
日本を舞台にしたテレビドラマの放映	2009年、韓国で秋田県を舞台にしたテレビドラマ「アイリス」が放映され、韓国人個人旅行者や団体ツアーが多数訪問
日本を舞台にした映画の公開	2008年12月、中国で北海道（道東）を舞台にした映画「非誠勿擾」が公開され、中国のメディアで北海道の話題が多く取りあげられ、中国人旅行者が多数訪問
日本におけるスポーツ国際試合・大会の開催	2009年、豪州とニュージーランドの国会代表チームのラグビー対抗戦（ブレディスロー・カップ）が初めて日本で開催され、豪州などから選手団・チーム関係者が訪れたほか、豪州の複数のスポーツ専門旅行会社が観戦ツアーを実施した
海外における訪日旅行ガイドブックの発行	フランスでは2006年から2009年にかけて6社から訪日旅行ガイドブックが発行され、フランス全国の書店やネット書店に広く流通
2. 今後の訪日旅行に関係すると思われる事象と指標	
海外における日本アニメの放送状況（番組数、放送時間等）	◇公開データ：海外テレビ局が放送する日本アニメタイトル数（フランス）、海外で公開されたアニメの観客数（韓国）、日本製アニメの推定市場規模（米国）、アニメファンイベント参加者数（米国）等 ◇訪日旅行との関連：日本のアニメのメッカ（秋葉原など）やアニメの舞台となった場所への訪日旅行につながるものが想定される。
海外における日本映画の公開状況（上映映画数、常時上映映画館数等）	◇公開データ：日本映画の海外への輸出実績、公開された日本映画の本数（韓国）、公開された日本映画の観客動員数（フランス）、商業公開された日本映画の興行収入（米国）、リメイクされた日本映画作品の興行収入（米国）等 ◇訪日旅行との関連：映画ロケ地への訪日旅行につながるものが想定される。
海外における日本のマンガの販売状況（部数、エリア等）	◇公開データ：マンガ売上（仏）、キャラクター知名度（中国）等 ◇訪日旅行との関連：日本のマンガを通じて日本への関心が大きく高まり、訪日旅行につながるものが想定される。
海外における日本文学の販売状況（部数、エリア等）	◇公開データ：日本の現代文学作品の売り上げ（米国）等 ◇訪日旅行との関連：日本文学の舞台となった場所への訪日旅行につながるものが想定される。
海外における日本のテレビ番組の放送状況（番組数、放送時間、視聴率等）	◇公開データ：日本のテレビ番組の輸入割合 等 ◇訪日旅行との関連：日本のテレビ番組（旅番組等）で紹介された場所への訪日旅行につながるものが想定される。
海外における日本のテレビゲームの販売（種別、本数等）	◇公開データ：国外ゲーム出荷金額 等 ◇訪日旅行との関連：日本のテレビゲームを通じて日本への関心が大きく高まり、訪日旅行につながるものが想定される。
海外における日本食の人気（種別、数量、店舗数等）	◇公開データ：日本酒の輸入量 等 ◇訪日旅行との関連：海外で食べた日本食を通じて日本への関心が大きく高まり、訪日旅行につながるものが想定される。
海外における日本語の学習者、講師	◇公開データ：海外で日本語を教える教師の数 等 ◇訪日旅行との関連：マンガやアニメなどの日本文化への関心から日本語を学ぶ外国人が増え、訪日旅行につながるものが想定される。
海外における日本伝統文化の愛好者（茶道、華道など）	◇公開データ：裏千家による海外登録会員数、生け花人口（米国、カナダ）など。 ◇訪日旅行との関連：茶道や華道などの日本伝統文化への関心から日本への理解を深める外国人が増え、訪日旅行につながるものが想定される。
海外における日本武道の愛好者（柔道、空手など）	◇公開データ：柔道の登録競技人口、空手の競技人口など。 ◇訪日旅行との関連：日本武道への関心から日本への理解を深める外国人が増え、訪日旅行につながるものが想定される。

第3章 VJ 事業の評価

3.1 市場の消費者の認知度の観点からの評価

(1) 市場の消費者の認知度向上のための VJ 事業の内容と推移

① 認知度向上のための VJ 事業の種別と概要

VJ 事業では、対象とする市場の消費者の認知度向上を図るため、広告宣伝、パブリシティ（メディア招請、コンファレンス）、旅行情報提供、イベント（出展・開催／BtoC）の4種類の認知度向上事業を展開している。

〔広告宣伝〕

広告宣伝は、一般新聞、旅行専門雑誌、テレビ、ラジオ等のマスメディアのほか、ビルの壁面等の屋外広告、鉄道駅等のポスター、列車・バス等の移動広告など多様で、近年は Web 広告や公共施設等のモニター広告など、情報ツールの進歩により広告媒体も多種・多様である。このため、提供する情報とターゲットを考慮して、効率的な手段が選択されるようになってきている。

〔パブリシティ〕

メディアを活用したパブリシティは、メディアを招請して取材支援、ロケ支援等を行うメディア招請と、現地でメディアを招集して説明会等を開催するコンファレンスが行われている。招請するメディアの多くは、旅行関連の報道を行っている新聞、雑誌、テレビ番組等である。これらの事業は、特徴ある観光資源を幅広く紹介し、かつ高い費用対効果が期待できるとして、地方において多く取り入れられている。例えば、テレビ番組や映画のロケ支援は、テレビCMの制作費と比較して大幅に少ない費用で大きな効果が期待され、かつ特定の顧客層へアピール度高く伝達することも期待して実施される。

メディアを活用するもう一つの事業であるコンファレンスは、事業規模としては僅かである。ただし、イベントの出展・開催や旅行セミナー開催時にメディアへも参加を呼びかけることも多く行われている。

〔旅行情報提供〕

旅行情報提供には、インターネットの Web ページ制作・運営と、印刷物や映像等のツール作成がある。Web ページ制作・運営はサイトを構築して詳細な情報を掲載するとともに、他の訪日旅行関連サイトとリンクした総合的な情報提供を行っている。本部事業において市場ごとのサイトを充実しているほか、地方連携事業でも主要言語に対応した Web ページの制作が進められている。

印刷物・映像等のツール作成では、一般消費者に提供するパンフレット、ガイドブック、映像素材等を作成し、多くは他の VJ 事業と組み合わせて配付されている。

〔イベント〕

イベント関連では、海外の旅行博等へのブース出展、文化イベント等への参加、日本本文化や訪日旅行等を紹介する独自イベントの開催の 3 種類がある。ブース出展で旅行会社との商談を伴う場合（BtoB）は、誘客事業との複合となる。

本部事業では比較的規模の大きな旅行博へ出展し、全国の自治体等とも協力して、日本ブースとしてまとまった数のブースを出展する。これに対し、地方連携事業では、特定地域の少数組織の出展が多いが、中には、オール九州、オール北海道のように地方ブロックの全域がまとまった比較的規模の大きな出展事業もみられる。

② 事業の重点の推移

平成15・16年頃は、誘客の中心が東アジアの団体客であったこともあり、認知度向上事業の重点は、主要な旅行関連メディアを活用して“日本や訪日旅行の認知を広める”ことであった。その後、平成17年頃から、欧米市場でのVJ事業が本格化したこともあり、個人旅行や特定の年齢層などターゲットに絞った情報提供が増加し、メディア、情報ツールの活用が多様化していった。Web ページの本格活用もこの頃からである。

近年は、東アジア市場においても個人旅行が重要になってきており、特定のターゲットへの情報提供が増加する傾向にある。インターネット環境が整備された韓国や欧米市場等では、VJ 専用 Web サイト、Web 広告、ブログといったインターネットの活用が中心的役割を担うようになってきている。提供する情報も、個人の趣向に訴えかけるよう、日本特有の自然や文化の資源をもとに多様な魅力の表現を工夫している。

一方で、地方では、通常の広告宣伝では十分な効果が見込めない場合に、メディア招請による効率的報道を期待する傾向にあり、初期の旅行関連メディアの招請から、テレビドラマ、映画等のロケ支援、ブロガーの招請といった多様化がみられる。

表3.1 認知度向上事業の重点の推移

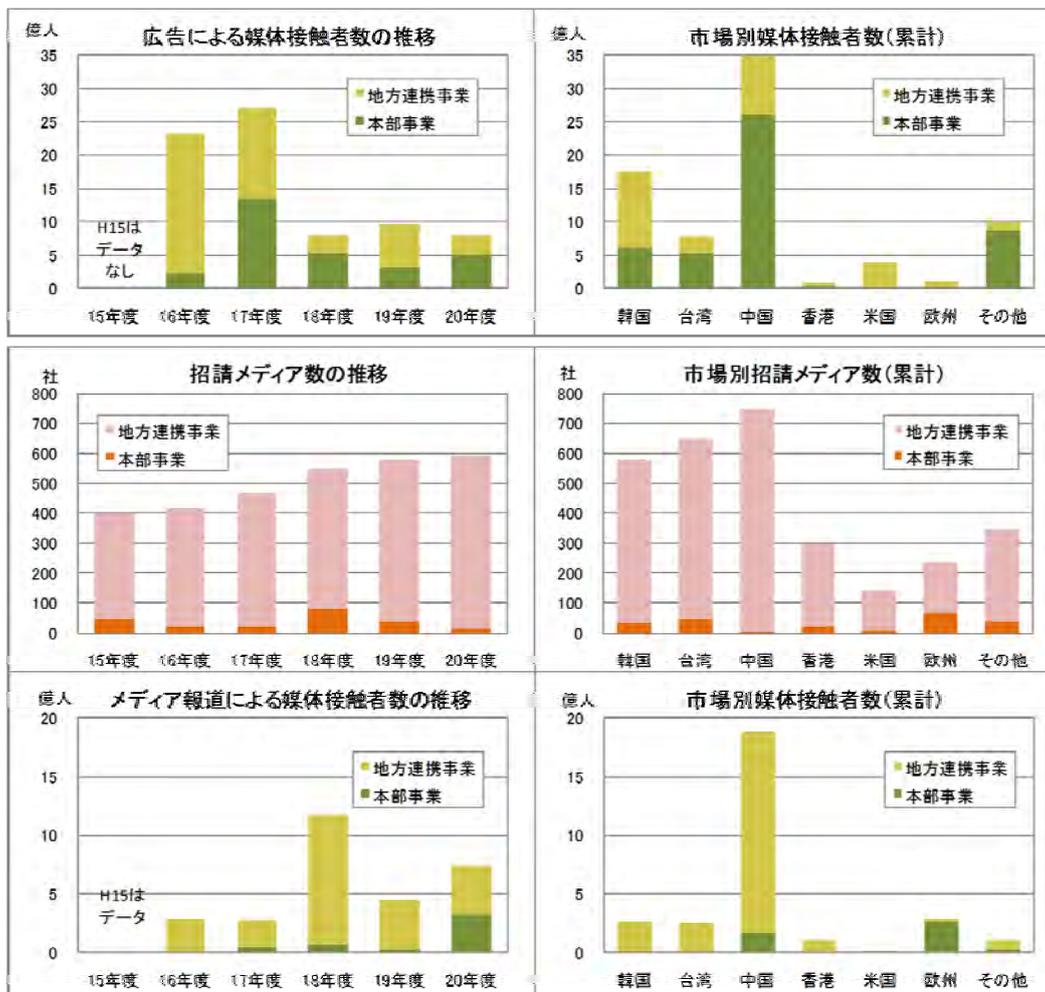
年度	事業の重点
平成15年度 ～16年度	<ul style="list-style-type: none">・日本または特定地域のイメージを PR する。・訪日旅行そのものの認知を広める。・東アジアの団体客を主な対象とした旅行商品を紹介 等
平成17年度 ～19年度	<ul style="list-style-type: none">・日本または特定地域のイメージ及び主要観光資源を PR する。・各地の資源、季節等を活かした訪日旅行商品への関心を高める。・団体客を中心としつつ、個人客にも目を向けて多様化を図る。 等
平成20年度 ～21年度	<ul style="list-style-type: none">・個人の趣向に対応した日本特有の魅力を PR する。・各地の資源と日本文化を体験する訪日旅行商品への関心を高める。・個人客への情報提供を強化し、多様な旅行商品を紹介する。 等

③ 実施規模

認知度向上のための事業での情報提供の規模をみると、広告宣伝の媒体接触者数（各メディアの合計）は、平成16・17年度は20億人台、18年度以降は5から10億人で推移している。市場別の累計では、テレビCM等を展開してきた東アジアが多くを占め、中国が35億人、韓国が18億人、台湾が8億人を数える。欧米市場は、個人旅行が中心で、ターゲットを絞った選択的な情報伝達を行っており、相対的に人数は少ない。

メディアを招請して取材支援を行う事業は年々増加しており、招請しているメディア数は、平成20年度は600社に近づいている。累計では、中国が750社を数える。招請したメディアによる報道の媒体接触者数は、平成18年度に10億人を超え、19年度に減少したが、20年度は7億人となっている。市場別の累計では、中国が19億人と全体の2/3を占める。中国への情報提供は、広告宣伝と合わせて約55億人規模となる。

図3.1 消費者の認知度向上のためのVJ事業の実施状況(1)

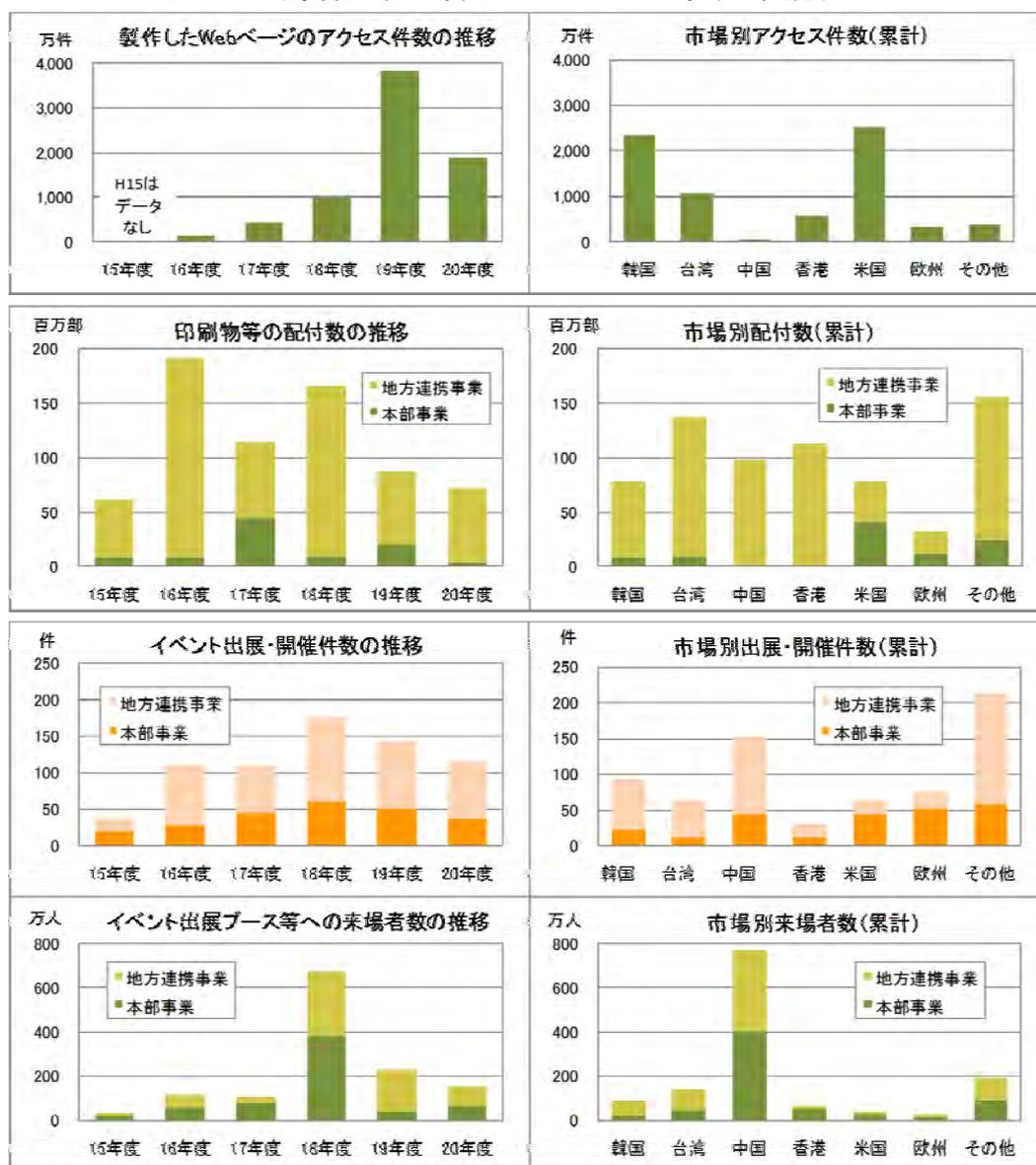


旅行情報提供のうち Web ページ制作は平成 17 年度から本格的な取組が始まり、平成 19 年度のアクセス件数は延 3800 万件を超える。Web ページによる情報提供は、市場側のネット普及に関係し、韓国と米国でのアクセス件数が多い。これに対して、中国ではネット利用が限定的であったため、これまでの規模は小さい。

旅行情報提供のうち印刷物等の作成・配付は、毎年、100 万部前後の規模で実施されてきている。一部の市場に偏ることなく、各市場に分散して配付されている。

イベントの出展・開催は、年間 100 から 150 件程度であり、来場者数（出展したブースへの来場、独自開催の参加者等）は、平成 18 年度に 600 万人を超えたが、他は 150 万人程度の規模である。

図3.2 消費者の認知度向上のための VJ 事業の実施状況(2)



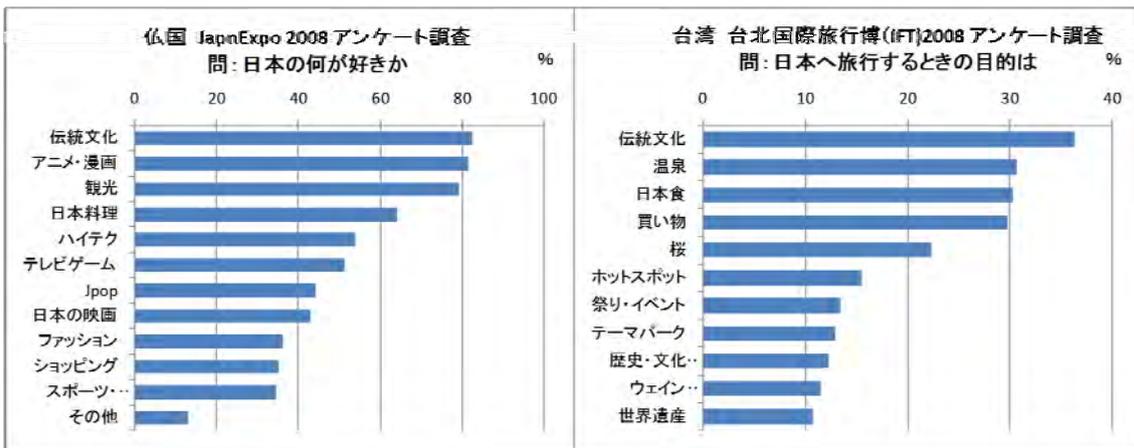
(2) 市場の消費者の認知度に関する VJ 事業の評価

① 消費者個人の認知度は向上したか

VJ 事業では、毎年度、事業費の 6 割以上を認知度向上事業に充当し、本部事業においては主に日本全体あるいは訪日旅行全体の PR・宣伝を行い、また、地方連携事業によって個別の地方や具体的な訪日旅行の PR・宣伝を行うなど、各市場で幅広い認知度の向上に努めている。

このとき、市場の消費者の認知度については、VJ 事業の一環として新規市場に対して行う基礎調査、あるいはプロモーションと一体で行うアンケート調査等によって、一定程度の把握を行っている。例えば、本部事業では、各市場で毎年度実施される主要旅行博には継続的に出展し、その際に来場する一般消費者へのアンケート調査を実施している。地方連携事業においても、主要旅行博への出展に際して同様のアンケート調査を実施している。各年度の結果を比較することによって、認識の変化をみることもできる。

図3.3 認知度把握のためのアンケート調査の例(イベント出展)



これらのアンケート調査により部分的な認知度は測定されるが、実施されるアンケート調査は VJ 事業との関連が判断できる内容にはなっておらず、認知度の変化と VJ 事業との関連は検証できない。

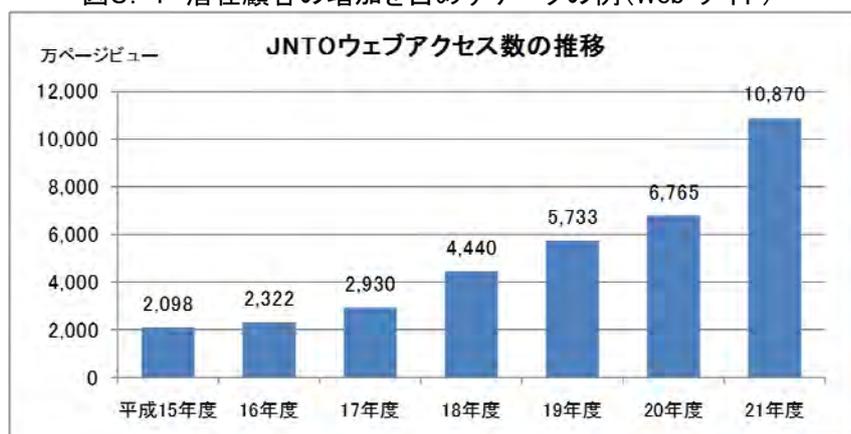
また、主要旅行博で毎年度実施されるアンケート調査の結果についても、その都度、分析が行われるものの、各種 VJ 事業への反映が不十分である。また、調査データや分析結果がデータベース化されておらず、経年比較等の分析が困難な状況にある。

さらに、VJ 事業に関連して実施されるアンケート調査は、市場ごと、実施主体ごとに別々の調査設計がなされており、継続事業であっても調査項目が変更される場合もある。このため、経年比較が困難であるほか、市場間、地方間の比較等も困難となっており、有益なデータが十分に活用できない状況にある。

② 訪日旅行の潜在顧客は増加したか

認知度の向上による潜在顧客の増加に関しては、VJ 事業で製作した Web ページへのアクセス数が一つのデータと考えられる。一例として、JNTO の Web サイトのアクセス数は次図のように示され、毎年、増加を続けている。この結果から、日本または訪日旅行に関心がある外国人は増加しており、潜在顧客は増加していると考えられる。

図3.4 潜在顧客の増加を占めずデータの例(Web サイト)



地方連携事業で製作した Web サイトについてもアクセス数が測定されており、個別サイトの状況も把握される。しかし、現在のところ、製作した年度内の Web サイトへのアクセス総数が把握されるのみで、その後に継続運営される場合のアクセス数の把握は不十分であり、また、VJ 事業との関連が分析できるデータにはなっておらず、潜在顧客の動向と VJ 事業との関連は検証できない。また、アクセス数のデータ管理は個々の管理者に委ねられており、VJ 事業全体として分析できる状態ではなく、有益なデータが十分に活用できない状況にある。

その他、潜在顧客の動向を示すデータとしては、雑誌広告を掲載した場合の販売数、テレビ番組の視聴率、イベント出展の来場者数など、VJ 事業のアウトプットとなる幾つものデータが挙げられる。現在もこれらの概数は把握されているが、VJ 事業が関連しない場合の販売数や視聴率等のデータが収集されておらず、情報への関心度を比較することができない。また、経年的に比較できるデータも測定されていないため、潜在顧客の増加を判断することができない。さらに、個々の事業について詳細な追跡調査は実施されておらず、現在把握されているデータでは活用に耐える分析は困難である。

3.2 訪日旅行商品造成・販売の観点からの評価

(1) 訪日旅行商品造成・販売のための VJ 事業の内容と推移

① 訪日旅行商品造成・販売促進のための VJ 事業の種別と概要

VJ 事業では、海外の旅行会社に対して訪日旅行の造成・販売を促進・支援するために、ツアー造成（旅行会社の招請、商談会）、商品広告（共同広告等販売促進支援）、代理店教育（訪日旅行セミナー）という3種類の誘客事業を展開している。

これら事業の対象者の中心は旅行会社であるが、旅行内容が教育旅行の場合は教育関連機関（学校、教育機関政府機関等）が含まれ、また、インセンティブツアーの場合は関連企業が含まれる。

〔ツアー造成(旅行会社招請・商談会)〕

ツアー造成のうち旅行会社招請は、海外の旅行会社等（教育機関を含む）を国内に招いて、訪日ツアーのルート候補地となる現場（立ち寄り先観光地、宿泊施設等）を視察し、受入関係者を交えた商談を行うことで、訪日旅行商品の造成・販売を促進する事業である。招いた旅行会社が訪日旅行を造成・販売することを前提とした事業であり、送客までの確実な成果が期待される事業として全国で実施されており、特に、地方連携事業では中心的な事業に位置づけられている。

招請・視察を伴わない商談会だけの事業もあり、海外の旅行博への出展に際して旅行会社との商談の場を設けるものや、単独で商談会を開催する場合がある。一般的な商談会は、市場の主要都市で開催し、近隣の旅行会社等（バイヤー）を招いて国内関係者（セラー）と商談を行う。商談に参加した一部の旅行会社等との商談成立を期待し、他の旅行会社等にも各種情報提供により今後の造成を働きかけるもので、後述の代理店教育（旅行セミナー）と実質的に同等の事業内容となる場合がある。

招請・商談会によるツアー造成は、的確な旅行会社及び担当者を選定し訪日旅行商品の造成・販売を支援することで確実な成果（送客）が得られるため、全国で数多く実施されており、予算的に小規模な事業も多い。

〔商品広告(共同宣伝等)〕

商品広告は、旅行会社が造成・販売する訪日旅行商品について、販売促進を支援する事業である。主に訪日旅行商品の広告宣伝を共同で実施するもので、販売増を期待する既存旅行商品や新規商品の販売等において、確実な送客の成果を期待して実施する。

商品広告は販売促進する訪日旅行商品を限定し、宣伝のターゲットについてもある程度特定することから、個人旅行を中心とする欧米、香港等で多く実施されている。

〔代理店教育(訪日旅行セミナー)〕

代理店教育は、旅行会社等に対して訪日旅行に関する各種情報を提供し、今後の造成を働きかけるためのコネクションづくりを主目的に実施される。商談会と同様に、原則として市場の主要都市で開催して近隣の旅行会社等を招くが、日本側関係者はセラーが多く参加することはなく説明者等の少人数となる。

代理店教育は、大規模なプロモーションを展開してない新規市場・新規地域等で開催されるほか、招請事業を実施する前段の説明会（訪日を希望する旅行会社を募る）として実施される場合もある。

② 事業内容の推移

VJ事業スタート時の平成15・16年頃は、東アジア市場を中心に訪日旅行の認知度向上を図ることがVJ事業全体の重点で、広告宣伝の事業費比率が最も高いが、17年度からはツアー造成の事業費比率が第一位となり、誘客事業が本格化した。その中心は、東アジア4市場からの誘客で、それまでの広告宣伝等の成果を活かして、団体客を中心とした訪日旅行商品の造成・販売が進められた。平成20年度以降は、東アジア市場も含めた個人旅行マーケットへの対応が重視され、従来型の団体向けツアーから個人・小グループ向けの商品の造成・販売が重視されるようになった。

この傾向の現れとして、地方においても積極的に海外の旅行会社へアプローチする動きがみられるようになり、平成18年度までは代理店教育は本部事業が中心であったものが、19年度以降の代理店教育は地方連携事業が大幅に増加している。

市場の特徴として、招請費が比較的少額となるアジア市場からの招請が多い。個人旅行が中心で1人当たりの招請費用が高額となる欧米市場に関しては、旅行会社招請は相対的に少なく、商品広告または代理店教育の割合が相対的に高い。

表3.2 誘客事業の重点の推移

年度	事業の重点
平成15年度 ～16年度	・東アジア4市場の団体旅行の誘致が中心 ・各国の代表的な大手旅行会社を対象に ・旅行会社主導のゴールデンルート等基幹ルートを中心とした商品 等
平成17年度 ～19年度	・東アジアの団体旅行を中心としつつ、欧米等の個人旅行へも対応 ・実績ある旅行会社を活用しつつ、新規旅行会社へもアプローチ ・代表的観光資源、食、文化等の特徴ある旅行商品を提案 等
平成20年度 ～21年度	・欧米とともにアジア市場も個人旅行を重視 ・これまでの実績を踏まえて、旅行会社を戦略的に選定して活用 ・着地型旅行商品等の旅行会社とタイアップした商品企画 等

③ 実施規模

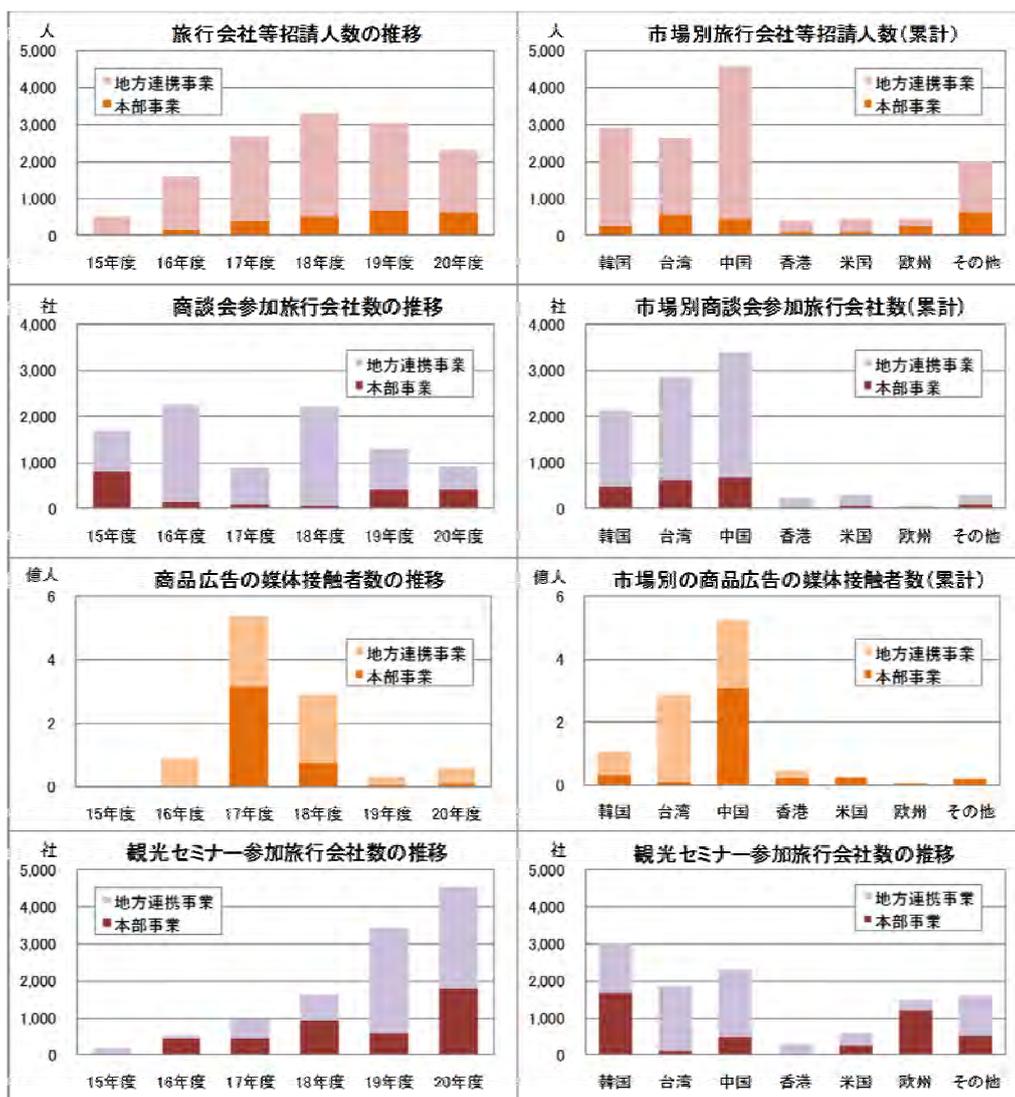
誘客事業の実施規模として、旅行会社招請の招請人数をみると、平成18・19年度は3,000人を超える旅行会社等関係者を招請している。累計では、中国が約4,500人と最も多く、韓国が約3,000人、台湾が約2,600人で、3市場で75%を占める。

商談会みの事業に参加した旅行会社は、平成15年度が約1,700社、16・18年度は2,000社を超える。他の年度は1,000社前後である。累計では、中国が約3,400社、台湾が2,900社、韓国が2,100社で、この3市場で90%を占める。

商品広告（共同広告）による広告宣伝の媒体接触者数は、平成17年度に5億人を超える。これは、中国での共同宣伝による。

代理店教育（訪日旅行セミナー）への参加旅行会社数は年々増加し、平成20年度には4,500社を超え、累計では1万社、参加人数では2万人を超えた。累計の市場別では、韓国が3,000社と最も多く、次いで中国が2,300社と多い。

図3.5 旅行商品の造成・販売促進のためのVJ事業の実施状況



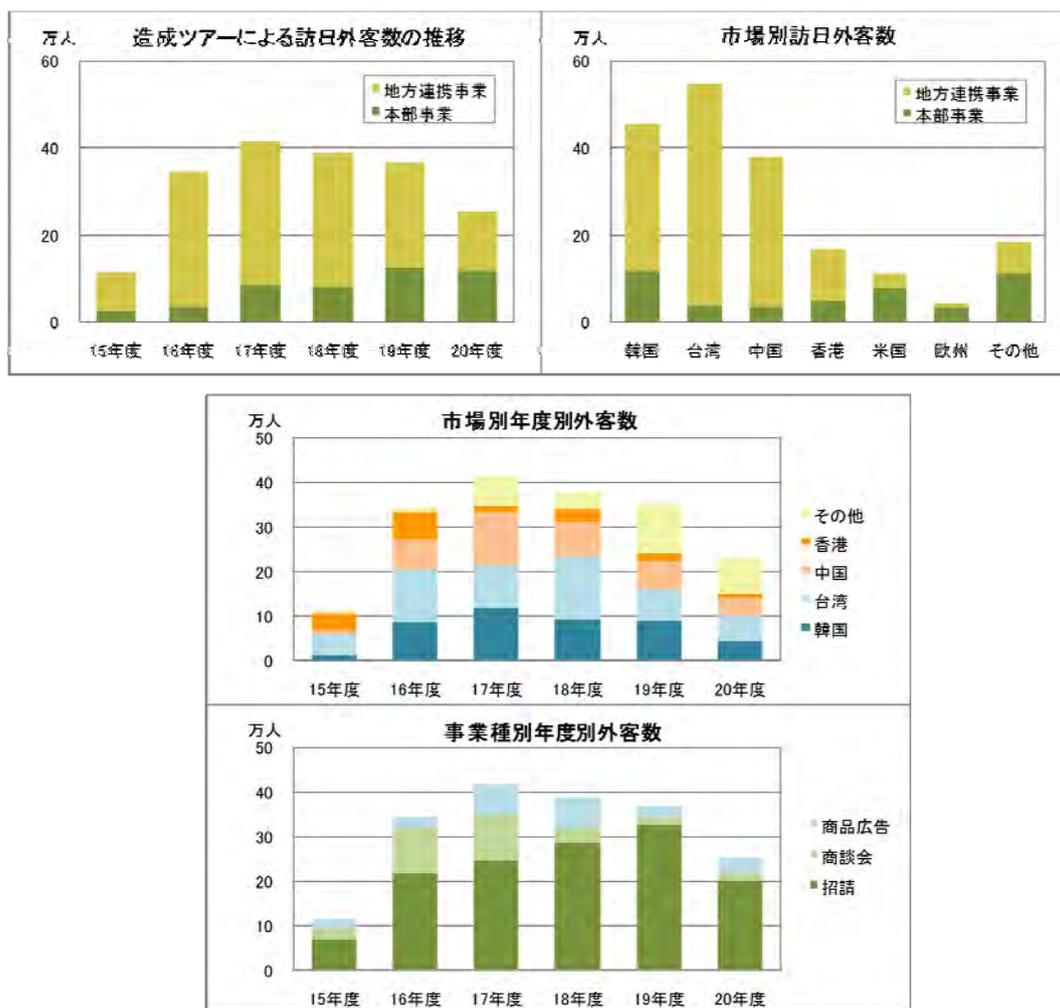
④ 訪日外客数の成果

誘客事業のツアー造成により造成・販売された訪日旅行商品により訪日した外国人は平成20年度事業までで約190万人を数える。平成16年度から19年度までは35万人から40万人近くを数える（（実際の訪日は翌年度にわたる）。平成20年度については、世界的経済不況の影響があつて21年中の訪日外客数が大きく落ち込み、その結果、VJ事業による訪日外客数も前年の7割程度となった。

累計外客数を市場別にみると、台湾が55万人で最も多く、韓国が45万人、中国が38万人、香港が17万人で、東アジア4市場で8割を占める。韓国と中国は平成17年度が最も多くて10万人を超え、台湾は18年度に14万人を数える。

事業の種類別では、旅行会社招請は平成19年度まで事業費の増加とともに訪日外客数も増加して30万人を超えた。商談会による外客数は平成16・17年度に10万人を超えたが、以後は減少している（18年度以降は商談会のみが減少している）。商品広告による外客数は18年度に6万人を超えたが、以後は2～3万人である。

図3.6 ツアー造成による商品により訪日した外客数の推移



※グラフ中の人数は各年度の事業による成果を示し、実際の訪日は翌年度にわたる人数を含む。

(2) 訪日旅行造成・販売の状況とVJ事業の評価

①海外の旅行会社にとって訪日旅行商品造成・販売の魅力度は向上したか

旅行会社にとっての魅力度に関して、VJ事業で実施される「トラベルマート」（日本国内で開催される大規模な商談会／平成18年度から実施、18から20年度は春・秋2回、21年度は春1回）の旅行会社の参加及びツアー造成状況に関するデータ、及び旅行会社へのアンケート調査結果がある。

参加・造成の成果は、下図のように、毎年度、200から300社を超える参加があり、7万人から10万人を超える送客がある。参加会社数はある程度制限されていることから、参加した会社がツアーを造成する割合（造成率）と1社当たりの造成件数をみるとともに増加傾向にあり、訪日ツアーの造成意欲が高まっていると考えられる。

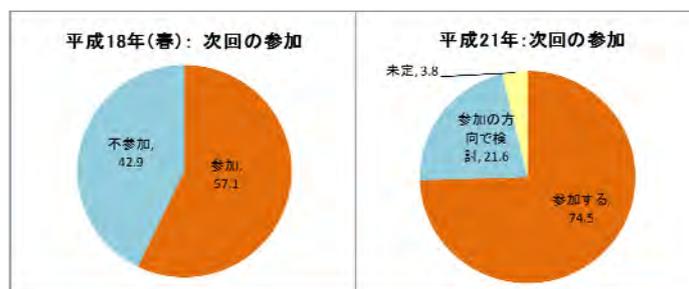
アンケート調査のうち、「次回のトラベルマートへの参加希望」について平成18年度（2006）春と21年度（2009）を比較すると、参加条件や商談会等の内容が異なるため単純には比較できないが、参加の希望が増加していると考えられ、造成の実績と合わせて、旅行会社にとって訪日旅行の魅力度が増していると考えられる。

図3.7 トラベルマートの造成実績(平成18年度～21年度)



*平成18年度～20年度は春・秋2回、21年度は春1回のみ

図3.8 トラベルマートでのアンケート調査例

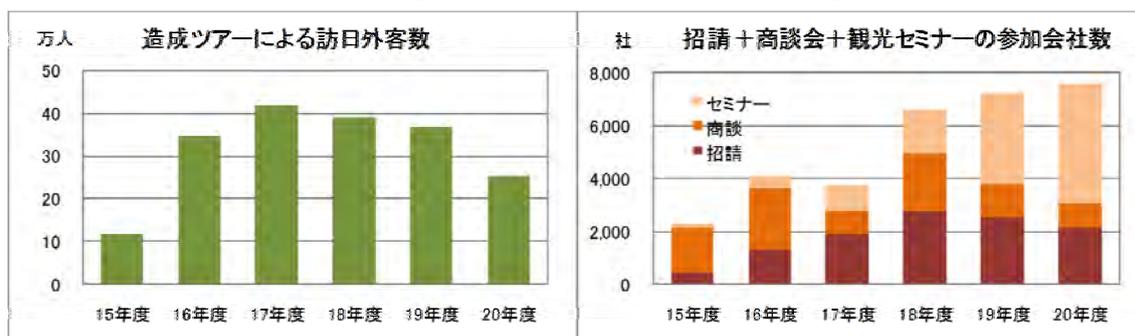


以上のデータは、1つのVJ事業の成果、アンケート調査であり、広くVJ事業との関連が測定できていないものではない。同様の商談会やアンケート調査が地方連携事業でも実施されているが、それらデータについても有効に活用できる状況にはなく、訪日旅行の魅力度とVJ事業との関連は検証できない。

②訪日旅行商品の造成・販売実績は向上したか

VJ 事業では、訪日旅行の造成・販売を支援する誘客事業を行っており、その成果である訪日外客数は、平成20年度事業の成果が減少したものの、毎年40万人程度で推移し、一定の成果をあげている。また、誘客事業に参加した海外の旅行会社数（招請＋商談会＋セミナー）は年々増加しており、造成の可能性が増していると考えられる。

図3.9 誘客事業の参加旅行会社数と訪日外客数



上記の訪日外客数はVJ事業により造成・販売したものであるが、既存ツアーと新規ツアーの区分、関係した旅行会社のVJ事業以外での造成・販売実績などについては調査されておらず、これらが訪日外客数の増加にどの程度寄与しているかが検証できない。

一方、誘客事業によらない商品造成・販売の状況に関しては、旅行セミナーの後の造成状況や、旅行会社の独自宣伝など状況把握があるが、これらについては把握されておらず、全体として旅行会社の造成・販売状況の把握は不十分である。

3.3 訪日外国人の満足度の観点からの評価

(1) 訪日外国人の満足度を高めるための VJ 事業の内容と推移

① 満足度向上のための VJ 事業の概要

1) 国内啓発事業

VJ 事業での訪日外国人の満足度を高めるため対策として、受入体制の充実を図るための「国内啓発事業」があり、国民への VJ 事業の認知・PR、国内旅行関係者の啓発等の事業が位置づけられている。ただし、この事業は平成17年度から19年度まで3カ年間実施されたが、20年度以降は実施されていない。実施された事業の多くは、VJ 事業の PR・広報のためのイベント、旅行関係者への講習等で、具体的な受入体制の充実に至る事業は実施されていない。

VJ 事業の趣旨から、個々の観光地等での受入体制の充実は VJ 事業の間接的な役割に止まり、地元自治体等の事業に委ねる部分が多い。

2) VJ 事業の中での間接的な取組

国内啓発事業以外の VJ 事業（認知度向上事業、誘客事業）において、訪日外国人の満足度を高めるための対策として、以下のような内容を実施してきている。

◇海外での消費者ニーズの把握

- ・ VJ 事業で実施するイベント出展あるいは Web サイト制作等では、関連事業として消費者アンケート調査を実施しており、これらの結果より消費者ニーズを把握し、VJ 事業に参画した自治体・観光関連団体等により受入体制へ反映する。

◇誘客事業における満足度の高い旅行商品の設計

- ・ 旅行会社等を招請して現地視察を行うことで、旅行会社の意見に基づいて目的地を選定するとともに、施設、食事、サービス等に市場の消費者の好みを反映する。
- ・ 一部の事業では、実際の消費者がツアーに参加するモニターツアーを実施しており、消費者の意見を直接的に反映した旅行商品を造成している。

◇受入側関係者の VJ 事業への参画による受入施設・サービスの水準の向上

- ・ 旅行会社招請の現地視察の際に、受入側関係者が旅行会社から直接に要望を聞き、自らの施設、サービス等に反映する。
- ・ 海外で開催される商談会、イベント等に受入施設関係者が参加して、旅行会社あるいは消費者から直接にニーズを聞き、自らの施設、サービス等に反映する。

② 事業内容の推移

VJ 事業における満足度を高める対策に関しては量的な整理は行っておらず、実施内容からの概略的な把握に止まるが、概ね、以下のような傾向が整理される。

VJ 事業がスタートして間もない時期は、実施部署における経験も少なく、また、東アジア市場の既存の団体旅行が誘致の主な対象であったことから、訪日旅行の質的向上を意識した事業内容は少なく、訪日旅行経験者の意識、ニーズを把握する段階であった。また、受入側の地域についても、外国人の受け入れの経験が浅い地域が多く、外国人のために必要な施設、サービスへの配慮は十分ではなく、満足が得られる旅行商品ばかりではなかったと思われる。

このような経験と反省から、平成17年度からはVJ 事業においても国内啓発事業が実施され、また、一般の事業においても、訪日旅行商品の質を高め、また、プロモーションと同時に受入体制も充実していく取組が行われるようになった。その要因として、平成17年度から重点市場が新たに追加されより多くの市場へ対応することが求められたことや、国内のインバウンドに対する気運の高まりなどが挙げられる。

平成20年度頃からは、中国市場の個人旅行の解禁への対応が重要課題となり、また、地方においても欧米等東アジア4市場以外を対象とした事業に本格的に取り組むようになり、全国的に個人・小グループを対象とした旅行商品が増加している。その際、国や年齢の違い、個人の趣味等に対応することが求められ、旅行商品を企画する段階で訪日客の満足度を考慮する必要性が高まっていることから、内容的に質的にも様々な配慮を行った旅行商品の充実が行われていると考えられる。

表3.3 VJ事業と関連した満足度を高める対策の推移

年度	VJ事業に関連した満足度を高める対策
平成15年度 ～16年度	<ul style="list-style-type: none">・従来型の旅行商品を前提とし、商品造成では特に配慮せず。・各市場の消費者、旅行会社のニーズの把握を開始
平成17年度 ～19年度	<ul style="list-style-type: none">・国内啓発事業の実施（住民へのPR、受入地域の旅行関係者の啓発）・それまでの実績を踏まえた訪日旅行の内容の充実・受地側の関係者の気運が高まり、受入体制の充実が進む。
平成20年度 ～21年度	<ul style="list-style-type: none">・中国の個人旅行や新規市場への対応による訪日力商品の新たな工夫・個人・小グループを意識して満足度を高める旅行商品の開発・受地側関係者の積極的な参加、VJ 事業と連動した地元の動向 等

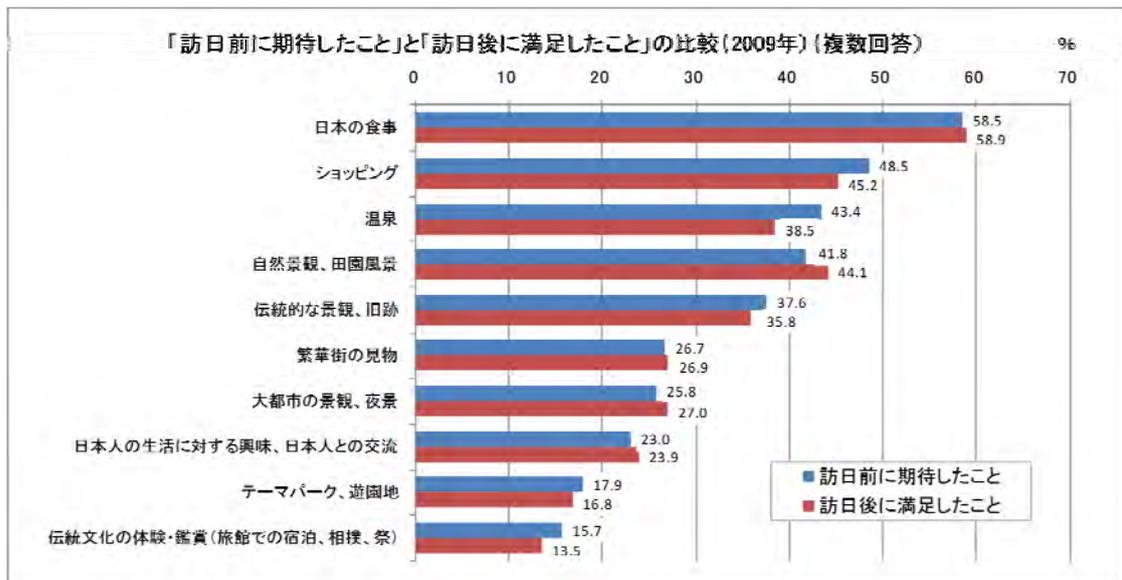
(2) 訪日外国人の満足度とVJ事業の評価

① 訪日旅行を終えた旅行者の満足度は向上したか

VJ事業では訪日外国人へ十分な満足を提供できるよう様々な努力を行っているが、一部のモニター調査を除いて満足度に関する調査は実施しておらず、VJ事業と満足度の関係は実証できない。

訪日旅行で満足したことに関する下図の調査結果では、「日本の食事」「ショッピング」「温泉」など日本特有の「もてなし」に関連する事項が上位にあり、満足度を高めるためには受入側の対応が重要であることが示唆される。現在のVJ事業は受入側との関連を直接に把握できる調査が行われていない状況にあり、これも満足度との関係が実証できない一因と考えられる。

図3.10 訪日旅行での満足に関する調査結果



(出典)『JNTO 訪日外客訪問地調査 2009』

② 満足の結果として需要喚起につながったか

全般的な満足度の向上と訪日外客数の増加から、訪日旅行の満足度は需要喚起につながっていると推測されるが、この点に関してのデータはなく実証できない。

個々の事業の中では、イベント出展後に旅行会社への問い合わせが増加した、テレビ放映の後に訪日関連雑誌の販売が増加した、などの定性的な事象は観測されているが、まとまった情報として整理されておらず、また、定量データの追跡も行われていないため、需要喚起を実証するデータになっていない。

3.4 評価のまとめ

VJ 事業では、各市場の消費者個人の認知度を高める事業、海外の旅行会社の訪日旅行商品の造成・販売を支援・促進する事業、満足度の高い訪日旅行を提供する努力を複合的に実施し、全体としては一定の成果が得られていると考えられる。

しかし、実施した広告宣伝等がどの程度認知度を高めたかという効果の測定は行われておらず、個々の事業についての費用対効果については検証できていない。

また、誘客事業による直接的な造成・販売支援については送客実績まで把握されているが、その他の様々なプロモーションがどの程度の造成・販売につながっているかの検証はできていない。

一方、VJ 事業では、アウトプットに関する実績測定、消費者と旅行会社へのアンケート調査を個々の事業において実施しており、効果についての一定の評価は可能であるが、本評価に示す3つの観点からのデータが測定されておらず、的確な分析はできない。また、測定・調査されたデータは、事業ごとにまとめられているに止まり、VJ 事業全体で有効活用できる状況になっていない。

以上の状況から、今後は、統一的な評価指標となるデータの充実が求められ、個々の事業において有効なデータを測定し VJ 事業全体で活用するという事業評価そのものの体制の充実が求められる。

第4章 今後の施策への反映の方向性

4.1 全般的方向性

これまで専ら訪日外国人旅行者の人数に係る目標の達成を目的として展開されてきたVJ事業については、今後は、引き続き人数による目標自体は維持しつつも、これに加えて、市場の消費者の認知度、訪日旅行商品の造成・販売の拡大及び訪日外国人旅行者の満足度の3つの観点を踏まえた指標をきめ細かく設定し、これらの指標を向上するための以下のような取り組みも進めながら、その成果としての訪日外国人旅行者の拡大の実現を目指していくべきである。

なお、いずれの取り組みについても、常に費用対効果を検証しながらその改善を図っていくべきである。

4.2 市場の消費者の認知度の向上を図るための施策

様々なメディアを活用した情報発信による訪日旅行に対する現地消費者の認知度の向上は、VJ事業予算の中で最も大きなシェアの金額が充当されている事業であり、費用対効果の一層の向上が特に重要な分野である。このため、市場毎に認知度の向上状況についてきめ細かな指標を設定した上で、訪日した者及び他国を旅行先として選択した者の双方を対象として調査を行い、その結果を次年度以降の使用メディアの選択や広告宣伝のコンセプトに反映させること等により、一層の事業効果の向上を図っていくべきである。

4.3 訪日旅行商品の造成・販売を促進するための施策

訪日旅行者の増加において訪日旅行商品の造成・販売の充実が寄与する度合いは、国・地域毎にその海外旅行市場におけるFIT（個人自由旅行）比率に応じて異なることから、FIT比率を十分に踏まえつつ、VJ事業により支援等の対象とする現地旅行会社が当該事業により具体的にどの程度造成・販売を拡大したかをフォローアップしながら、その結果を次年度以降の対象会社の選択や支援手法の決定等に反映させること等により、一層の事業効果の向上を図っていくべきである。また、訪日旅行商品の造成・販売を一層促進する観点からは、外国人の視点に立って、日本国内で十分認知されていないものも含め幅広く観光資源を取り上げ、各地の関係者との緊密な連携の下、これらを十分に活用して効果的な需要の掘り起こしに繋げていくことも重要である。

4.4 訪日外国人旅行者の満足度の向上を図るための施策

訪日外国人旅行者の満足度は、観光庁のVJ事業によるプロモーションよりも、むしろ観光庁の受入環境整備事業と連動した地方公共団体や民間企業の取り組みの成果により向上が可能となるものであることから、観光庁においては、VJ事業を通じて収集・把握した訪日外国人の満足度を関係者に広く提供するとともに、外国語での案内表示の充実など受入環境の展開等に十分に活用すべきである。