

事例-11；TFP（トラベルフィードバックプログラム）を用いた事例（パース等）

1) 事例の特徴

バス交通の改善施策を行うだけでなく、人々に情報を提供し、公共交通の意義を説明することにより、行動変更を働きかけることにより効果を高めることができる

2) 調査のねらい

市民の交通行動を詳細に調査し、好ましいと思われる行動への変更（自動車利用からバス利用への転換など）をアドバイスする調査およびその後の働きかけを実施するモビリティを減少させずに自動車利用を減少させるため、自主的かつ継続的な行動変容を促す

3) 調査概要

南パース市での取り組み

交通実態調査 1

全世帯に手紙と電話
でコンタクト

*総世帯（1万5千世帯）の
94%にコンタクト

交通行動の実態を把握
公共交通利用意向を把握

A：興味なし 対象外（35%）
B：興味あり 対象（40%）
C：公共交通利用者 一応対象（15%）

南パース市担当者によるアドバイス・情報提供

B：興味あり 世帯を訪問し、行動をアドバイス、
求める情報を提供（40%）
C：公共交通利用者 求める情報を提供（15%）

1回目：全員対象

・自宅から目的地までの行き方・
時刻表等（個人に合わせて提供）
・バス路線図
・その他要請のあった情報

2回目：脈のありそうな人のみ！

・バスの1ヶ月無料チケット

対象全世帯訪問、個人毎
別々の物件を作成・手渡し、
バス運転手が渡しに行くな
どさまざまな工夫・努力

取り組みの効果

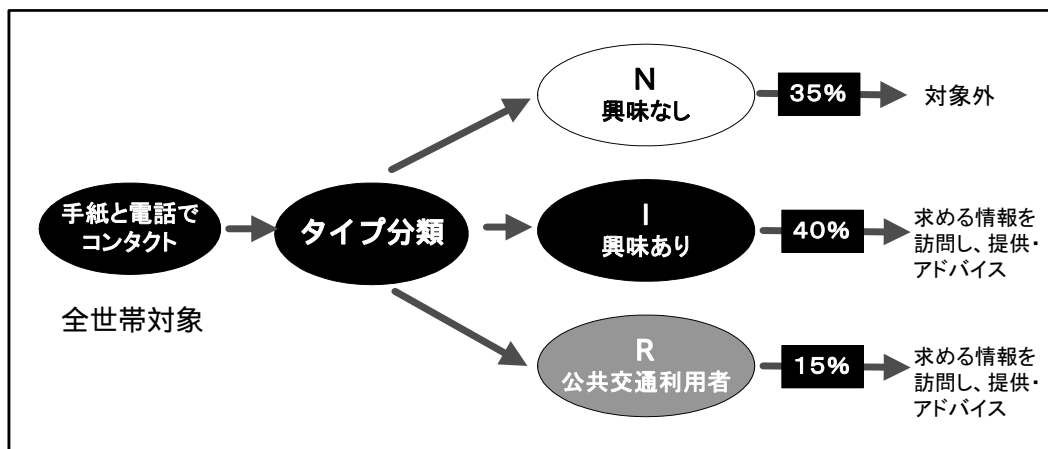
公共交通：17%増加
自転車：61%増加
自動車：14%減少

交通実態調査 2

実施体制・費用負担

- ・ 州整備局が主体
- ・ 州：8割、市：1割、バス事業者：1割
- ・ 実施コスト：100万A\$ / 1万世帯

個別アドバイス法（IM法）



交通行動の把握



図 IM法（Individualised Marketing）の手順

4) 調査項目

情報の提供例（バスに興味あり）

- ・ 1回目
 - 自宅から目的地（復路も含めて）の乗り場案内と時刻表を個人毎に作成
 - 自宅から目的地までの行き案内（例：駅すぱーと）
 - 自宅周辺地域のバス路線図
 - バスの乗り方、運賃、鉄道の時刻表などの各種パンフレット
 - その他要請されたもの
- ・ 2回目（要請がある、興味がありそうな人）
 - バスの1ヶ月無料券（バスの運転手が直接訪問）

5) 調査結果

取り組みの効果

	Change	After (Trips per annum)
Car driver trips	down	14% (3.4 million)
Public transport	up	17% (420,000)
Cycling	up	61% (490,000)
Walking	up	35% (1.7 million)
Car sharing	up	9% (735,000)
Car km travelled	down	17% (36 million)

南パース市（2000）の結果より

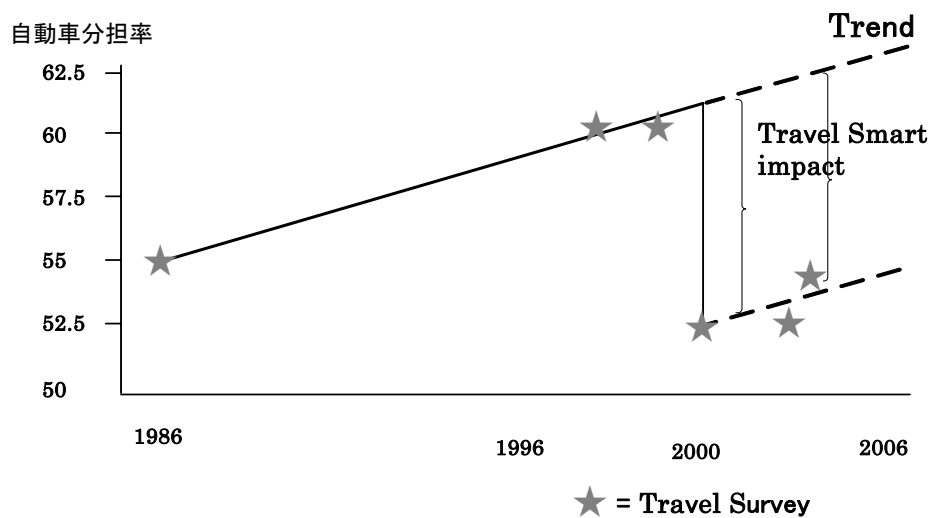


図 自動車分担率の変化

事例のポイント

- ・ 自発的行動変容アプローチ（個別アドバイス法）を用いることにより、個々人がほしい情報のみを与え、決して行政から強制的に情報を与えない
- ・ 「行政が一人一人のことを親身に考えている」という姿勢とプロセスが成功ポイント
- ・ 限られた予算でより大きな効果達成を目指すよう、公共交通に興味を持つ層、公共交通利用者層のみを対象
- ・ コミュニケーションの方法は、「手紙」、「電話」、「バス運転手の訪問」、「担当者の訪問」など、一人一人全て異なる情報をパッケージで提供する
- ・ 社会実験を数年実施した後、実験でのノウハウを蓄積し、本格実施している