

エコなおでかけプロジェクト「バス de エコ」の実施について

エコファミリーキャンペーン連絡協議会事務局

福永 良一（大阪府都市整備部交通道路室都市交通課）

山口 百合子（NPO 法人大阪府民環境会議）

1 バスを利用する「気づき」を府民に提供

大阪府、NPO 法人大阪府民環境会議が事務局を務める「エコファミリーキャンペーン連絡協議会」では、公共交通利用促進施策の一環として、公共交通（バス）をご利用いただくきっかけづくりを目的として、バスに関するキャンペーンを実施しています。これは、自動車から公共交通の利用転換を促すための施策の一環として、平成 17 年度から毎年実施しています。これまでのキャンペーンの実施状況についてご紹介します。

2 7 回目を迎えるバスのキャンペーン

キャンペーンを始めたきっかけは「こどもたちの声」。小学校での出前講座「交通環境学習」で、児童たちから「バスに乗ったことがない」という声があったのを受け、『このままでは将来この子たちは決してバスに乗ることはない』と感じ、大阪府がバス事業者等に呼びかけ、平成 17 年度からキャンペーンをスタートさせました。

キャンペーンは、当初、『降車時にバス運転士に「エコファミリー！」と言うと大人 1 人につき同伴の小学生以下のこども 2 人まで無料』という内容で実施しました。その後、対象をこども以外にも広げ、さらにバスでのおでかけを提案するキャンペーンにするため、平成 21 年度からは、バス利用でおトクなサービスが受けられる（バス車内で入手した「おでかけパス」を連携施設で提示）スタイルに。平成 23 年度は、行政、環境市民団体、バス事業者で構成される協議会の強みを活かすため、バス利用は環境に配慮した交通行動である旨の啓発を主眼としたキャンペーンとし、啓発資料の配布、掲示いたしました。これまでのキャンペーンの内容等変遷を表 1 に示します。

表 1 キャンペーンの変遷

年度	キャンペーン名	実施期間	キャンペーン内容	参画事業者数
H17	バスエコファミリーキャンペーン	12/3(土)・4(日)・10(土)・11(日)	大人 1 人運賃につき同伴の小学生以下 2 人まで無料	7 事業者
H18	OSAKA バスエコファミリーキャンペーン	11 月の日・祝日	同上	8 事業者
H19	OSAKA バスエコファミリーキャンペーン	11 月の土・日	同上	8 事業者
H20	OSAKA バスエコファミリーキャンペーン	11/1(土)・2(日)・3(祝)	同上	9 事業者
H21	OSAKA バスエコキャンペーン 2009	11/1~11/30	バス利用で、府内施設で入場料割引、景品進呈等の特典	9 事業者
H22	エコなおでかけプロジェクト「バス de おトクなキャンペーン」	11/1~11/30	同上	9 事業者
H23	エコなおでかけプロジェクト「バス de エコ」	12/1~1/31	バス利用は環境に配慮した交通行動である旨の啓発	9 事業者

3 平成 23 年度エコなおでかけプロジェクト「バス de エコ」について

平成 23 年度は「バス de エコ」という名称で、バスが環境にやさしい乗り物であることを記載したリーフレットやポスターを、12 月 1 日から翌年 1 月 31 日まで、配布や掲示を行いました。また、本府 Web ページに設けた専用サイトにアクセスし、アンケートにお答えいただいた方から抽選でプレゼントの進呈も行いました。

3-1 キャンペーンの実施主体

「バス de エコ」を主催する「エコファミリーキャンペーン連絡協議会」は、マイカー利用からバス利用への転換を促す施策であるキャンペーンの推進を基本としつつ、今後、鉄道との連携も見据え、公共交通全般の利用促進に寄与することを目的に設置され、日ごろどのようにすればバス利用に気づいてくれるか、そしてバスを利用してくれるか、議論をしています。構成員は表 2 のとおりです。

表 2 エコファミリーキャンペーン連絡協議会構成員

分類	構成メンバー
会員	近鉄バス株式会社、京阪バス株式会社、南海バス株式会社、南海ウイングバス金岡株式会社、南海ウイングバス南部株式会社、阪急バス株式会社、水間鉄道株式会社、大阪水上バス株式会社
監事	社団法人大阪バス協会
事務局	大阪府、NPO 法人大阪府民環境会議
オブザーバー等	株式会社スルッと KANSAI、近畿運輸局、大阪市交通局、高槻市交通部

この協議会は大阪府と NPO 法人大阪府民環境会議が事務局を務めていますが、大阪府は企画全体のコーディネートや教育委員会との調整等に、NPO 法人は府民目線での情報発信、広報ツールの制作と、役割分担を行い、それぞれの立場を活かした役割を努めました。

3-2 広報について

このキャンペーンのターゲットは、バスを利用する「気づき」を提供することから、日ごろ路線バスにあまり乗られていない方が対象になります。その中でも特に重要な世代と位置付けているのは「小学生」。自家用車での移動に慣れていると思われるこどもたちに、バスの乗り方や、公共交通は地球環境にも良い乗り物だということを知ってもらい、将来のバスユーザーになってもらいたい、また、小学生を通じてご家族の方にもバスに気づいてもらいたいと考えています。より多くのこどもたちにキャンペーンのことを知ってもらうために、大阪府教育委員会、府内市町村教育委員会のご協力をいただき、府内全小学校の全児童（約 49 万人）に一人 1 枚ずつ A4 リーフレットを配布しました。こどもたちがこのリーフレットを各家庭に持って帰り、ご家族の方に「バス乗りたい！」と言ってもらえれば、大変ありがたいことです。

広報では、さまざま団体、施設等にご協力いただき、リーフレット設置、ポスターの掲出等を行っています。作成枚数としては、A4 リーフレットを 69 万枚、B3 ポスターを 1 万 3 千枚作成しました。府内の全小中学校、全高等学校のほか、大阪府内市町村およびその関連施設、路線バスの車内や営業所、大阪府内に鉄道路線のある鉄道事業者にも可能な範囲で駅構内にリーフレット、ポスターを掲出していただきました。特に大阪市営地下鉄では、車内吊り掲出までご協力いただきました。

キャンペーンで作成したリーフレット(図 1)とポスター(図 2)です。特に、リーフレットは府内小学校で児童全員に配布するものであるため、子供が読みやすいような表現やルビを施し、また教員が「教材」としても

地下鉄車内でのポスター掲出状況(写真 1)です。述べ 1 か月以上掲出されました。また、リーフレットは、小学校での出前講座「交通環境学習」で自らも「教材」としても活用しました(写真 2)。



写真 1 車内吊りポスター掲示



写真 2 出前講座でのリーフレット活用

3-3 企業からの協賛

このキャンペーンを実施に必要な費用(制作費、印刷費、発送費)は、民間企業からの協賛により賄いました。今年度は、民間企業 1 社から協賛をいただくとともに、アンケート回答者への景品は、参画バス事業者からのグッズ提供をいただきました。府内全小学校の全児童へのリーフレット配布やバス車内吊り、大阪市営地下鉄でのポスター車内吊りは 1 民間企業では不可能もしくは、膨大な費用が必要となります。このことが協賛側の企業にとって非常に魅力的であり、協賛を得られた理由であると考えています。

4 キャンペーンを魅力的なものにするために ～キャンペーンブログ～

このキャンペーンを広く知っていただくために、大阪府で公式ホームページを開設し情報発信をしています(<http://www.pref.osaka.jp/toshikotsu/buseco/index.html>)が、行政のホームページだけでは、利用者目線からの魅力が伝えにくくなってしまいます。当協議会事務局である NPO 法人大阪府民環境会議においてブログを立ち上げ(<http://busecofamily.blog75.fc2.com/>)、キャンペーンの魅力を伝えるツールとして活用しています。実際にキャンペーンに参加される府民(利用者)に公共交通利用行動を促すためには、公共交通(バス)の魅力を伝え、バスを好きになってもらうことが大切だと考えています。このようなことから、事務局ではブログを作成し、バス魅力を伝えることにより、府民のみなさまがバスに乗ってみようと思う「きっかけ」「気づき」を提供しています。

図 3 エコなおでかけプロジェクトブログ



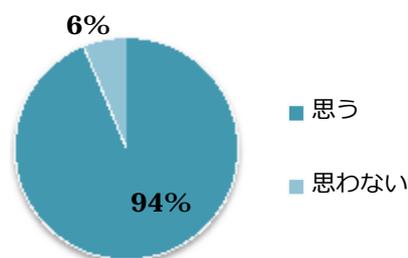
5 キャンペーンの効果は？

今年度は、昨年度とキャンペーンの仕組みが異なるため、本府アンケート回答者数で比較しました。前年度は **182** 件であったのが今年度 **155** 件と若干減少していましたが、これは、昨年度はバスに乗るきっかけとして入館料割引や景品進呈等バス乗車特典が明確にありましたが、今年度は環境に関する啓発が中心でしたので、キャンペーン自体の魅力の変化によるものと考えます。アンケートにお答えいただいた方のほとんどが、『マイカー（自家用車）利用を制限し、バス・鉄道・自転車等の利用を今より増やす』と回答いただいております（図 4 参照）、啓発の効果はあったと考えています。

実施効果の検証は、キャンペーンの継続やさらなる改善の力になるだけでなく、民間企業にとっても、協賛の判断材料になり得るので、毎年把握しておくべき必要がありますが、我々の訴えが本当に府民に浸透し、交通行動の変化に結びついているかどうかを把握することは難しいものです。

図4 アンケート結果

Q. 環境のことを考えて、マイカー（自動車）利用を制限し、バス・鉄道・自転車等の利用を今より増やそうと思いませんか？



6 さらに公共交通利用が促進されるために

平成 17 年度からこのキャンペーンを始めて、今回で 7 回目になりました。キャンペーン手法は、当初のことも二人まで無料から、バス利用での施設等での特典、アンケート回答方式とさまざまな形態に変化してきました。具体的に目に見える効果を把握することに苦慮しておりますが、大阪府のような広域自治体が、行政という強みを活かすとともに、市民団体が市民目線での情報発信を行う等により、バス事業者の垣根にかかわらず、公共交通利用の重要性を訴えることは重要であり、継続の必要はあると考えております。

今後は、公共交通全般の施策として考えるとバス以外にも鉄道、自転車等についても利用促進策を検討していく必要があると考えています。現在は大阪府内だけでキャンペーンを実施していますが、府県を跨るような公共交通もあるので、他府県とも連携したキャンペーンを実施できないか模索しているところです。

これからも、府民のみなさまの心に届き、公共交通の利用促進につながるような魅力ある取り組みを行っていきたいと考えています。