

## 道路標識のマネジメントのあり方について(メモ)

2004年7月16日 家田 仁

### 1. 標識は道路が発する「声」

ユーザーと道路のコミュニケーション・デバイスの一つ

方式そのものは一方通行コミュニケーション

ユーザーとの協働型のコミュニケーションによって常に補完する努力が不可欠

### 2. 予定調和的ハード設計から「マネジメント型の標識計画・管理」へ

ユーザーニーズの変化、地域の経営戦略による違い、地域の問題による違い

**標識体系のガイドライン+マネジメント型の標識計画・管理**

### 3. マネジメント型の標識計画・管理

#### (1) ISO 的マネジメントの発想を道路標識へも適用

顧客指向、漸進主義、PDCA サイクル、など

#### (2) マネジメントプロセス

「地域範囲」の設定、「相手」の設定、「スケジュール」の設定

地域の課題発見 基本方針の設定 コンテンツ計画 標識改善計画

標識改善設計 予算に応じて実施 モニタリング さらに課題発見

#### (3) 「引き算」の標識計画の必要性

標識に限らず、わが国は「足し算」は得意だが「引き算」が苦手

民間の看板の乱立、標識でも余計な情報が多すぎ

景観法などとも関連させ、余計な情報の撤去をも盛り込みたい。

#### (4) 道路現場の総合マネジメントの一環として実施

マネジメントの協働性、体系性、継続性、総合性、具体性

視点の多様性: 安全・安心、環境、利便、美観・風景、地域性...

道路構造、道路管理、道路計画、沿道マネジメント、ユーザーとの協働イベント...