

V. 標識のマネジメント

1. マネジメント型の標識計画・管理
2. 協働の枠組の構築

1. ユーザー重視・顧客志向
 2. システム・体系性の充実
- の観点から具体的な方向性を検討

取組を確実に
実現する仕組みの構築

「標識のマネジメント」

ルールと手順をガイドライン等で明確化

1. 管理データベースによる現況把握
2. 目標値と達成状況の把握・公表
3. ユーザーとの接点の強化



1. マネジメント型の標識計画・管理

1) データベースによる現況把握

情報提供の状況

- ・どこで(where)
- ・何を(what)
- ・どのように(how)

情報提供しているか

正確な把握

●標識の現況を**管理データベースとして整理**



●**「改善のためのカルテ」**として各道路管理者が共有し活用

2) 目標の設定と達成状況の把握・公表

アクションプログラムの策定

- 「誰が」「何を」「どのように」改善するか
- 目標年次

標識チェックの専門チームを設置

- 管理データベースと照合しつつ、ユーザーの視点で
現地をチェック

2) 目標の設定と達成状況の把握・公表

目標値と達成状況の把握・公表

- 目標値と達成の年限を定め公表
- 目標値は、全国目標値だけでなく、都道府県や国道事務所など整備主体ごとに定め、責任を明確化
- 達成状況はデータとともに公表
(道路行政の業績計画書・達成度報告書にも反映)

3) ユーザーとの接点の強化

「標識BOX」「道の相談室」などユーザーとの接点を強化

寄せられた意見

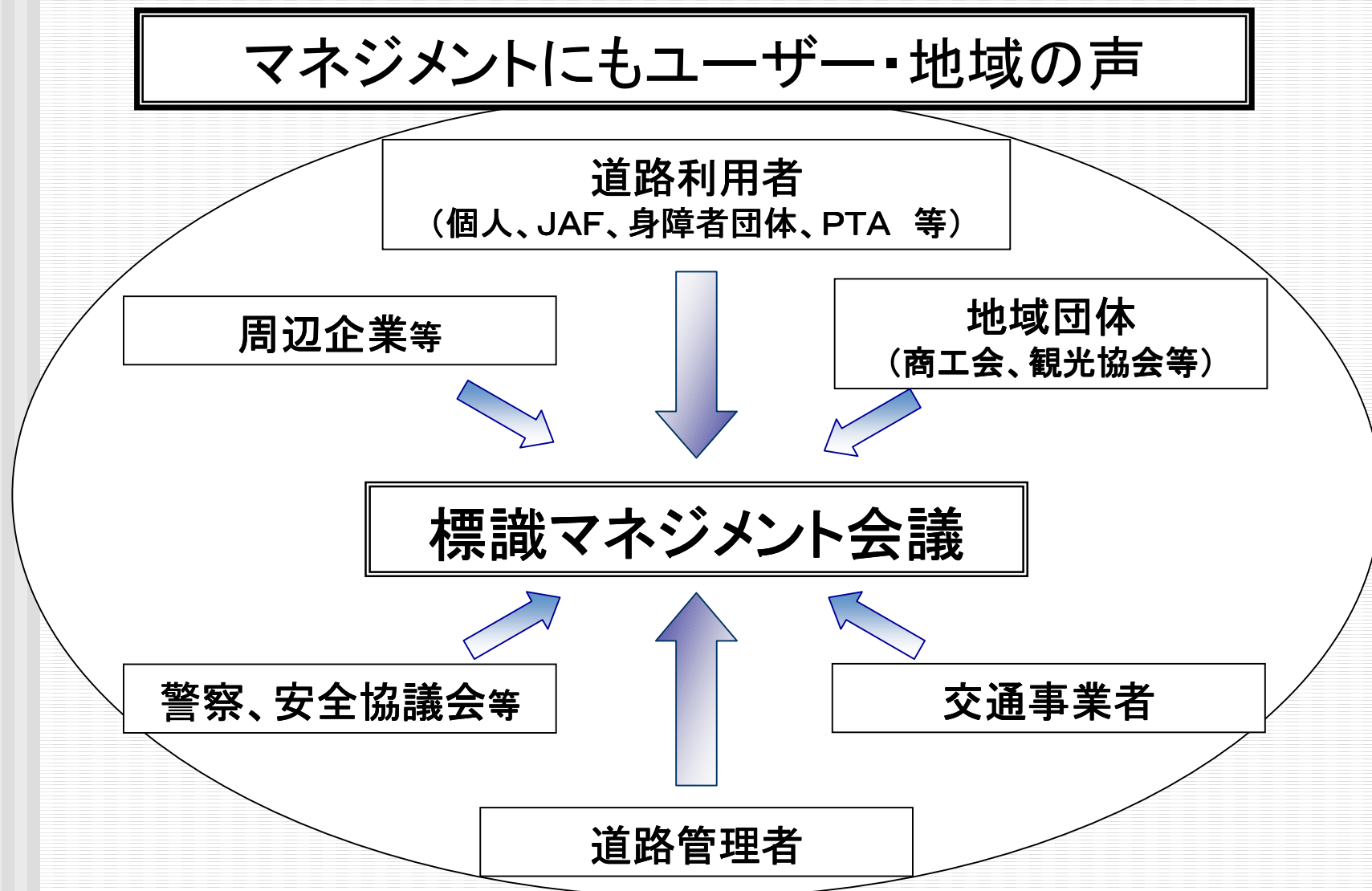
標識ニーズマップの作成

管理データベースと照合しつつマネジメントにフィードバック

意見への対応状況もホームページで公表

情報提供を充実し、双方向のコミュニケーション活動を強化

2. 協働の枠組の構築



マネジメントのプロセス

基本的プロセス

- ①「地域の範囲」と「顧客」を設定
- ②その地域の課題を発見
- ③改善計画の検討・実施
- ④改善結果のモニタリング
- ⑤さらなる課題の発見(②にもどる)

地域等の関係者との協働によるマネジメントの効果

- 例えば、主要地点標識の名称検討など、地域性の濃い計画の検討に有効に機能
- 地域住民やユーザーが自ら道路をつくっていくという意識の醸成につながることの期待

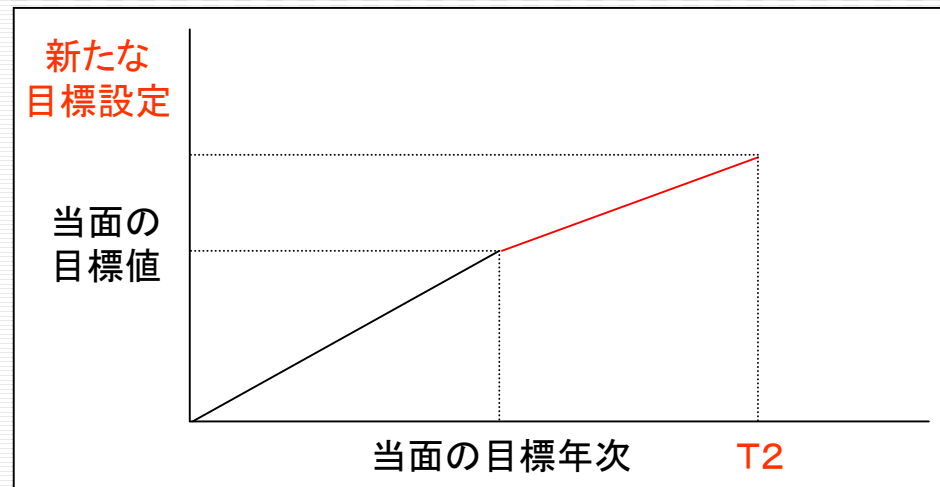
2) 目標やシステムの不断の見直し

ユーザー・ニーズの変化



目標も常に変化

例えば5年ごとなど年限を定め、
設定目標も再検討・更新



社会の変化に伴い、既存の標識体系の中では対応しきれない
課題



体系・システム自体の見直し

各仕組みの相互関係

