

施策分類	啓発活動	
代表的な事業	EST 啓発イベントの実施、エコドライブの推進 等	
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> 市民をはじめとする関係主体のEST実現への動機付け。 人々の交通行動変容を促し、公共交通利用やTDMへの取組を促進する。 	
モデル事業を通じて明らかとなった課題(うまくいかなかった例)	●一方通行の情報の流れとなってしまう	
	<ul style="list-style-type: none"> 啓発活動の目的は、公共交通の利用促進等の市民の交通行動変容を促すことである。 しかし、情報提供やPRといった一方向の情報の流れによる啓発では、市民や利用者の行動が変わったのか、どの程度の人が啓発活動により行動を変えたのかといった効果を計り知ることが出来ない。 そのため、啓発活動の効果や市民ニーズ等の課題の抽出、改善点の検討が進まず、取組みの継続性が失われてしまうことになる。 	
	事業例	明らかとなった課題・うまくいかなかった点
	マスメディアを利用したCM番組放送	啓発だけにとどまらず、効果もあわせて測定することが重要であるが、情報の流れが一方向ではそれは困難であった。情報の発信側と受信側の双方向の関係が成り立った啓発となるような工夫が必要であると感じた。
	●継続や事業拡大に向けた財源の確保	
	<ul style="list-style-type: none"> 啓発活動はMMやTFPと同様に継続的な取組みが効果を向上させるが、効果的な啓発活動を行っても、継続するために必要な財源が確保できずに、取組みが終了してしまった事例もある。 啓発活動は、ある程度の規模で実施しなければ効果が見えにくい、財源の制限があって事業が拡大できない例がある。 	
	事業例	明らかとなった課題・うまくいかなかった点
	(環境教育推進事業の実施) 小学校の総合的な学習の時間に、「交通」と「環境」の問題を取り上げることにより、低年齢児から公共交通に興味をもってもらおう	低年齢児から交通に関心を持ってもらうことは公共交通の利用促進を進める上で非常に効果的であると考えますが、モデル事業が終了し、予算確保が難しいため、今後は学校自らが主体となって交通に関する学習を行ってもらえるような働きかけが必要となってくる。
	都心部における EST との連携(シンポジウム、ワークショップの開催等)	EST の普及啓発は、概念的な取組みであるため、実施効果を計測することが難しく、単費で継続することが困難な状況。
	小学校高学年を対象とした「交通・環境学習」の推進	予算・体制的に年間2校程度しか実施できない。事業の開催については学校からの要望待ちであったため、同じ学校での開催になったこともあった。
	交通需要マネジメントの実施	転居をきっかけとして自動車に頼り過ぎないライフスタイルの定着を促すため、転入者に公共交通に関する情報を配布した。ただし、予算が限られるため、郊外の2区に限定せざるを得なかった。
	市民を対象としたMMの実施	予算的に全市的な展開が難しい。
	都心部での回遊性を高めるための実験バスの運行	事業としての採算性の確保が課題。
	●事業の周知、PR	
	<ul style="list-style-type: none"> 啓発活動であるため、事業の周知、PRが十分でないと関心を持ってもらえず参加者が増えない。 アンケート調査自体も、関心を持ってもらう工夫が必要。 アンケートを送りっぱなしではなく、組織を通じて実施したり、督促を行うなどしたりして回答を促す方を講じなければ、回収率が上がらない。 	
	事業例	明らかとなった課題・うまくいかなかった点
	EST 普及啓発	アンケートを市民無作為に何件か抽出し郵送で実施したが関心の低さから回収率が低かった。市民を対象とするよりも例えば学校を通じて環境を学ぶ小学生高学年を対象とする方が、学校を通じて行うということで回収率が高くなり、また親子で一緒に考える機会になるなど、より環境に関心を持っていただけるのではないだろうか。
	●啓発活動は、実施効果を計測することが難しい	
	<ul style="list-style-type: none"> 普及啓発の効果を明示的に表すことの困難さ(CO₂量など)が、予算獲得に影響している事例が見られた。 	
	事業例	明らかとなった課題・うまくいかなかった点
都心部における EST との連携(シンポジウム、ワークショップの開催等)	EST の普及啓発は、概念的な取組みであるため、実施効果を計測することが難しく、単費で継続することが困難な状況。	

施策分類	啓発活動			
取組推進上のポイント	①体験型の取組の実施			
	<ul style="list-style-type: none"> 市民等への情報提供やPRといった啓発活動に留まらず、知ってもらい、体験してもらおうといった市民（利用者）参加型の啓発活動を行うことにより、人々の行動変容を促すことがポイント。 実際に体験することで、関心を高めてもらい、取組に参加してもらおう。 			
	事業概要	事業推進上のポイント	持続性	地域
	EST 市民連続講座の開催	<ul style="list-style-type: none"> クロストークングを実施し、参加者の議論を呼び起こし、主体的に公共交通を利用する動機付けとなるようにした。 バスを実際に利用してお出かけ体験をしてもらうことで、バスに慣れてもらうようにした。 	終了	仙台市
	エコドライブ推進事業	精神的な普及活動に留まらず、実際の運転操作を診断する車載器等を活用し、試乗会やモニターを通して体験してもらうことで、草の根的に展開していった。	単費などで取組み継続	豊田市
	教育的施策の実施（子どもたちにバス利用の必要性、大切さを教え、長期的な視点でバス利用の促進）	バスの楽しさや利用価値を知ってもらうため体験乗車を行ったり、営業所でバスの整備状況などを見学したりする。	単費などで取組継続	静岡市
	②継続的・波及的な効果を目指した取組みの実施			
	<ul style="list-style-type: none"> 啓発効果を継続的かつ波及的なものとするために、教育現場での啓発活動が効果的である。 また、市民へのインセンティブの付与も啓発効果を高める際のポイントとなり得る。 			
	事業概要	事業推進上のポイント	持続性	地域
	環境教育推進事業の実施	小学生を対象とした、バスや電車の乗車体験学習により、児童が体験したことを家庭で保護者に伝えることから、保護者への二次的効果が期待できた。	終了	松山市
	エコドライブ推進事業	インセンティブを付与したエコドライブ宣言制度を構築し、フォローアップを効果的に実施して市民や事業者に対してエコドライブの継続的な実施を呼びかけていく。	単費などで取組み継続	豊田市
	③地域特性に合せた手法の導入			
	<ul style="list-style-type: none"> 地域における自動車利用の特性や、啓発のターゲットとなる市民を定めることにより、それらの特性に応じた情報提供手段等の活動手法を採用することがポイントである。 			
	事業概要	事業推進上のポイント	持続性	地域
	かしこい車の使い方啓発	家庭での自動車利用の増大を受け、クルマのかしこい使い方を啓発する冊子やお出かけマップの作成を、地域の女性会等と連携して進めた。	単費などで取組み継続	京都府
	④既存の事業・仕組みの利用			
<ul style="list-style-type: none"> 類似の事業に便乗したり、既存の仕組みや組織を利用したりすることで効率的かつ円滑に取組を進めることができる。 				
事業概要	事業推進上のポイント	持続性	地域	
ノーカーゲートの推進、意義喚起	取組状況を把握する方法として、従来から取組んでいた「地球温暖化対策地方公共団体実行計画事務事業編」の取りまとめ方に便乗した。既に各課単位に環境推進員が配置されていたことで、円滑に現状把握や取組結果を取りまとめることができた。	単費などで取組継続	八戸市	
エコドライブの推進	環境市民団体の行動ミッションと一致しているため事業化に至った。	単費などで取組継続	豊中市	
⑤取組の市民団体、学校への移行				
<ul style="list-style-type: none"> 市民団体や学校等が主体となるよう転換していくことで、自立し、継続した取組へ変えていく。 学校での取組の場合、家族への波及効果も期待できる。 				
事業概要	事業推進上のポイント	持続性	地域	
エコドライブの推進	今後は、環境市民団体の交通部会が主体となってエコドライブや自転車交通安全の普及啓発を実施する。	単費などで取組継続	豊中市	
小学校での交通環境学習の実施	連携により各主体の特徴を活かして、小学校教育に寄与する授業が可能になった。今後は、小学校の環境教育の一環として実施する。	補助事業、単費による継続	豊中市	
学校（大学等）と連携し、学生対象のMM及び交通行動研究の実施	夏休み前に実施し、次期学期に行動変容へつながるよう実施時期を工夫した。	事業完了	松江市	