

施 策 分 類	TDM（交通需要マネジメント）、MM（モビリティマネジメント）	
代表的な事業	TDM、MM、TFP（トラベルフィードバックプログラム）の実施 等	
期待される効果	・自動車から公共交通への利用交通手段の転換によるCO₂削減。 ・公共交通利用促進、自動車交通渋滞の緩和。	
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)	●継続や事業拡大に向けた財源の確保	
	・TDM や MM の取組は、市民などの行動変容を促すものであり、継続的で粘り強い実施が求められる。そのため取組期間が長期間に及び、その間の財源確保が指摘されている。 ・TDM や MM の取組は、ある程度の規模で実施しなければ効果が見えにくい、財源の制限があつて事業が拡大できない例がある。	
	事業例	事業例
	コミュニティバスの利用促進を図るため沿線住民を対象としたワンショットTFP	コミュニティバスの利用促進を図るため沿線住民を対象としたワンショットTFP
	ドライバーを対象とした MM の実施	ドライバーを対象とした MM の実施
	交通需要マネジメント	交通需要マネジメント
	市民を対象とした MM の実施	市民を対象とした MM の実施
	●市民ニーズに合わないMM実施手法を採用してしまった	
	・MMやTFPでの効果を向上させるためには、一人でも多くの市民に参加してもらうことが望まれる。 ・また、MMやTFPは、上記のように実施者及び被験者に多くの手間暇がかかる。 ・そこで、なるべく負担が少ない手法での実施が望まれるが、被験者の属性（年齢層、男女別等）を踏まえた実施手法を選択しなければ、幅広い市民に参加してもらうことができない可能性がある。	
	事業例	事業例
	住民へのMMとして、GPS機能付携帯電話を用いた自動フィードバック形式のTFPを実施。	GPS携帯の使い方が分からない高齢者の参加が見込めないことが課題として挙げられた。
	●TDM 推進への取組みへの参加者が少なく効果が発現しない	
	・TDMへの取組みでは、MMと同様に幅広く、多数の市民が参加し、継続的に実施することで、その効果が向上する。 ・しかし、参加者が少ない状況では効果が発現せず、費用対効果が低い取組みとなつてしまい、結果、事業が継続されなくなってしまうことがある。	
	事業例	明らかとなった課題・うまくいかなかった点
	（都心事業者カーシェアリング）市内一部地域でカーシェアリング事業を実施している民間事業者へのヒアリングを実施	会員数が少ないため、環境改善効果には結びついておらず、継続課題となっている。
	●継続に向けた実施主体の確立	
	・TDM や MM は、継続的に事業を実施する必要があるが、それを担う組織の確立が課題となっている例がある。	
	事業例	明らかとなった課題・うまくいかなかった点
	ドライバーを対象とした MM の実施	地元団体と協働により TFP を実施したが、継続に向けた実施主体となりうる組織の確立が課題となっている。
	●効果が分かり難い	
	・当初の目的である走行速度の改善は達成できたものの、それが利用者増につながっているか確認できていない事例が見られた。 ・ICカードの導入など同様に利便性が向上しても、その効果は確認しづらい。	
	事業例	明らかとなった課題・うまくいかなかった点
	PTPSによる路線バスの走行速度の改善	既に本格導入され、バスの走行速度の改善が確認されているものの、それがバスの利用者増加につながっているか確認できていない。
	●効果の発現に時間が掛かる	
	・設備の入れ替えや更新等を伴う場合、その更新時期までなかなか取組の効果が出てこない事例がある。 ・入れ替えや更新が進むまで、取組を継続する必要がある。	
	事業例	明らかとなった課題・うまくいかなかった点
	カーシェアリング	車の買換え時など、長期的な家庭計画でゆっくり転換が進むことが考えられ、即効性がある施策ではない。

施 策 分 類	TDM（交通需要マネジメント）、MM（モビリティマネジメント）			
取組推進上のポイント	①市民・地元企業を巻き込んだ MM の取組み、関係主体間の連携			
	・市民や地元企業を巻き込み、環境にやさしい交通行動への変容を促すことで、CO₂ 削減効果等の効果を早期に、広範囲に発現できるようになる。 ・その際には、市民や企業従業員等のそれぞれの特性にあったメニューの提示・情報提供を実施することがポイントである。 ・また、そのためには TDM による行動変化の効果を見える化し、市民等に明らかにすることで、参加への動機付けとすることが重要である。 ・継続に向けた実施主体を確立することが重要となるが、組織化された団体である企業と連携することで実施できた例がある。 ・事業を進める上での利害関係者等との調整、情報交換を十分に行うことで、円滑に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
	MM・TFP の実施	・地域、学校、企業等と会議やWSを通じ、丁寧なコミュニケーションを取った。 ・地元商工会議所の協力を得た。 ・特定事業所にカスタマイズした情報提供を行った。	補助事業及び単費を活用して取組みを継続	京都府
	通勤時の TDM	市民、企業のTDMへの巻き込みを進めていくとともに、社会実験参加前後の行動変化による社会的な効果・環境への影響等を自覚してもらうため、TFPを実施した。	単費などで取組み継続	豊田市
	事業所従業員等を対象とした TFP	継続に向けた実施主体となりうる組織の確立及びその財源確保に課題があったが、企業との連携により実施できた。	行政補助なしで自立して取組継続	大阪市
	TDM（路上荷捌きの自粛）	地域団体や商業界、商工会、運輸業界、行政等で構成する実行委員会において、議論しながら事業を推進した。	補助事業を活用して取組継続	広島市
	小学校での福祉・環境体験授業	教育委員会の方や、学識経験者等と連携を図り、事業を推進した。	単費などで取組継続	神戸市
	バス交通充実に向けた社会実験の実施	バス停の選定等についての道路管理者やバス事業者等との調整を行った。	社会実験完了	兵庫県
	マイカー利用率が高い工業団地での MM の実施	地元住民の意見を聞く、協議会メンバーを幅広く招集すること等、連携を図った。	補助事業を活用して取組継続	神戸市
	②取組みの継続とそのための仕組みづくり			
	・人々の行動変容の促進では、取組みを継続することで、その効果がより顕著に現れる。 ・取組みを継続するには、市民や通勤者が自主的に TDM 等に取り組むことが出来るような仕組み（TFP の実施やインセンティブの付与）の導入が重要である。			
	事業概要	事業推進上のポイント	持続性	地域
	通勤時の TDM	実験終了後も継続的に通勤手段の転換を促すため、TFPを実施。	単費などで取組み継続	豊田市
	インターネットを活用した TFP	従来の紙ベースに比べ診断者が様々なモードに対応したフィードバックを行う時間と手間を削減することができ、また参加者の1日の移動経路がWEB上で表示される行動診断により意識が変化した参加者も多く、効果的であった。	—	松山市
	③代替交通手段の用意			
	・TDM を促すためには、自動車に代わる交通手段を用意することが取組み推進の鍵となる。			
	事業概要	事業推進上のポイント	持続性	地域
	企業向け MM	最寄り駅まで路線バスがない工業団地において、企業が送迎バスを共同運行する社会実験と職場 MM を実施した。	行政補助なしで自立して取組みを継続	京都府
	④働きかけ先の意向把握			
	・事業を効果的なものにする上で、働きかけ先の意向を上手く把握した上で事業を実施することが重要である。			
	事業概要	事業推進上のポイント	持続性	地域
	カーシェアリング重点推進地区選定調査	カーシェアリングの重点推進地区を抽出するにあたり、郵送による企業へのアンケートのみならず、ヒアリングを実施することで、企業の意向をできるだけ正確に把握するように努めた。	民間のカーシェアリングが進んできたため普及啓発へ移行（選定事業は完了）。	神奈川県
	⑤上位計画等への位置づけ			
	・上位計画や関連計画等への位置づけがなされることで、安定して事業を継続することが可能となる。			
	事業概要	事業推進上のポイント	持続性	地域
	交通システムの構築	平成 21 年度に「豊中市地域公共交通総合連携計画」を策定したことに伴い位置付けた事業計画を順次実施する。	補助事業、単費による継続、商業ベースで自立して継続	豊中市