

モビリティ・マネジメント について

2023年3月24日

目次

- 1. これまでの振り返り：①取り組みの目標とMMプラン(仮)の作成… P.2
：②MMプラン(仮)作成の目的 … P.3
- 2. MMプラン(仮)とMMの具体的な取組の関係 … P.4
- 3. 議論いただきたいポイント … P.5
- 4. 今後の取り組みの進め方 … P.5
- 参考. R4年度に実施した公共交通利用促進に関する取組一覧(報告) … P.6
- 参考. R4年度に実施した公共交通利用促進に関する取組詳細(報告) … P.7・8

- 別紙. さいたま市MMプラン(仮)の全体構成

1. これまでの振り返り：①取り組みの目標とMMプラン(仮)の作成

- 取組全体の目標として『公共交通の維持確保に向けた利用促進』を掲げる

- 目標のもと、効率的・効果的に施策実施することで公共交通を維持し、サービスの停滞・廃止を招かないことを目指す

- MMは公共性・公益性の高い取組が多いため、協議会での合意形成を図りながら、取組全体を整理し、共有する

- 目標達成のために、MMプラン(仮)を活用し、民間事業者や地域・市民とも協働して施策に取り組み、さらなる推進・発展を図る

✓ 公共交通の現状・地域公共交通計画の主旨からも、維持確保が最優先であり、利用者数のベースアップが必要

MMプラン(仮)の作成

1. これまでの振り返り：②MMプラン(仮)作成の目的

- MMプラン(仮)は、以下を目的・意義として作成する

目的

日常的な移動を少しずつ変えていくために

コミュニケーションを中心とした働きかけを行ううえで前提となる

めざす目標

実施対象に関する分析

施策実施のヒント

プランのスケジュール

を

行政と関係者で共有し、連携を図ることで

公共交通の維持確保に向けた利用促進に向け、一体的な取り組みの実施を目的とします

意義

✓ 公共交通の維持確保に向けた利用促進へ、関係主体で一丸となって取り組むための目標を共有します

✓ 実施主体や関係主体がMMに組みやすくなるように、効果が大きいエリアや取組、地域の特徴、ターゲット、解決すべき課題などをデータ分析を踏まえて整理します

✓ 取組が効率的・効果的に実施しやすくなるように施策実施のヒントとなる施策カルテを作成します

✓ 効果発揮に向け取組が継続的に実施し、関係主体間で取組を横並びで知り連携を図れるように

スケジュールを共有します

✓ 上記により、行政や民間事業者、市民が意識共有・連携するための指針となるようなプランとします

- 上記の踏まえ、前回協議会にて、MMプラン(仮)の構成案・ロードマップイメージ・記載イメージ(①分析・②施策カルテ・③スケジュール)を示した

2. MMプラン(仮)と今後のMM全体構成

- 前回協議会でいただいたご意見を踏まえ、
- **プラン** (MMプラン(仮)の構成) と **アクション** (MMの具体的な取組) と **PR** (知ってもらおう取組) と、それに対する **スタンス** (各主体との関係性) を別紙 **全体像** (さいたま市MMプラン(仮)の全体構成) として整理した
- そのなかで、MMプラン(仮)作成にあたって、
 - 【ポイント(①～⑤)】として、その章で記すべき内容と意図を示すとともに、
 - 【MM推進の工夫(①～④)】として、各対象に情報を届ける際に意識すべき視点を示した
- 作成にむけた今後の検討においては、『さいたま市MMプラン(仮)の全体構成』を踏まえ、
伝える対象に応じた言葉遣い・説明・示し方などを意識した検討を進めるとともに、
行政、事業者等、市民がそれぞれどのような役割を担い、どう連携するかを明確なものとする

3. 議論いただきたいポイント

- MMプラン(仮)を関係主体に有効に活用していただくために記載すべき内容や、今後のMM全体構成の考え方について、ご意見いただきたい
- MMの取り組みを市民にご理解いただくために、内容の表現方法の工夫について、ご意見をいただきたい

4. 今後の取り組みの進め方

- 本日意見交換させていただいた内容を踏まえて、次年度以降に、**めざす目標** **実施対象に関する分析** **施策実施のヒント** **スケジュール** の検討を進め、**MMプラン(仮)** を作成します

(上記、MMプラン(仮)の作成と並行して)

- 既存施策を**継続し、改善・拡大**するとともに、**積極的に新たな施策に取り組みます**

参考. R4年度に実施した公共交通利用促進に関する取組一覧（報告）

- 大規模なイベントでの対面でのコミュニケーションや紙面資料等を用いた定常的な利用促進のための周知・啓発に取り組んでいる。

施策種類	施策名	対象	時期	関係主体	内容
対面による コミュニ ケーション	市内大規模イベント での来場者との コミュニケーション	来場者	R4.9	交通政策課	<ul style="list-style-type: none"> Jリーグ試合当日の会場でのブース出展し利用促進のチラシ配布、ポスターを用いたコミュニケーション（1試合） アンケート調査の実施（1試合） 自動車来訪者の交通手段転換効果の試算（1試合） 大型映像装置への公共交通利用促進情報の投影（1試合）
		来場者	R4.11	交通政策課	<ul style="list-style-type: none"> 2022サイクルフェスタ（さいたま新都心公園周辺）へのブース出展 公共交通利用啓発のチラシ配布、ポスターを用いたコミュニケーション アンケート調査の実施
紙面資料等 を用いた周 知・啓発	「移動」を「エコ」 にする取組	転入者	通年	環境対策課	<ul style="list-style-type: none"> 転入届出時の「クルマから公共交通機関等への転換」の声掛け、チラシ等の情報提供
	エコ通勤の推進	市内事業所 市役所職員	通年	環境対策課	<ul style="list-style-type: none"> 市内事業者や市役所職員への呼びかけ
	バス路線マップ の配布	市民等	通年	交通政策課	<ul style="list-style-type: none"> 市内各所でのバス路線マップの配布 従来の冊子形式からマップ折りに変更することでの携帯性の向上
	こども向け公共交通 マップの配布	新入生	R5.4	交通政策課	<ul style="list-style-type: none"> 市内小学校の新入生にこども向け公共交通マップの配布
アプリ・ WEB等を用 いた周知・ 啓発	さいたま市健康 マイレージ	市民	通年	健康増進課	<ul style="list-style-type: none"> 市民と運お健康づくりへの寄与を目的とした、スマートフォンアプリ等を利用して計測した歩数や、各種健(検)診の受診に応じたポイントの付与
	デジタルサイネージ での情報提供	来訪者等	R4.9～ 10	交通政策課	<ul style="list-style-type: none"> 市内4か所でのデジタルサイネージを利用した公共交通利用促進情報の提供（さいたま新都心駅前、大宮駅西口、土呂駅東口、大宮公園駅前）

太字：R4新規施策/改善施策 黒字：既存施策

参考. R4年度に実施した公共交通利用促進に関する取組詳細 (報告)

浦和レッズ観戦者へのMM※について R4実施

※モビリティ・マネジメント:一人一人のモビリティ(移動)が社会的にも個人的にも望ましい方向に自発的に変化することを促すマネジメント施策のこと

目的

- サッカーイベント観戦者に対して、公共交通利用のメリットや乗り方を伝えるポスター掲示、バスマップやアクセスマップ・プランによる新たな移動手段の提案から、日常的な移動やスタジアムへの来訪手段を考え直す機会を創出を図る

施策の内容

①対象


- ホーム席(浦和レッズ側)利用者【入場者数 28,635人】

②日時

- 令和4年9月10日(土)16時~19時【対戦カード 浦和レッズvs相レイソル】

③内容

- ポスター(公共交通のメリット、乗り方、スタジアムへのアクセスマップ・プラン)の展示、啓発グッズの配布、アンケートの実施




結果・効果

①効果確認

- アンケート調査(調査項目 性別/年齢/住所/応援しているチーム/サポーター歴/来訪手段/同行者の属性・人数/自動車からの転換可能性)から、自動車来訪者の交通手段転換効果を試算するとともに、自動車での来訪者の主な特徴から具体的なターゲットイメージを想定した

②実施結果

- アンケート回収数 178票
- ブース来訪者 約350人



サイクルフェスタ来訪者へのMM※について R4実施

※モビリティ・マネジメント:一人一人のモビリティ(移動)が社会的にも個人的にも望ましい方向に自発的に変化することを促すマネジメント施策のこと

目的

- サイクルフェスタ来訪者に対して、公共交通利用のメリットや乗り方を伝えるポスター掲示、バスマップや高速バスマップによる新たな移動手段の提案から、日常的な移動を考え直す機会を創出を図るとともに、こども向け公共交通マップの提示とめいえ缶バッジ体験による子供の交通への親近感・興味の成熟を図る

施策の内容

①対象


- イベント来訪者【イベント入場者数 ●人】 自まち確認

②日時

- 令和4年11月5日(土)13時~17時 / 6日(日)10時~17時

③内容

- ポスター(公共交通のメリット、乗り方、こども向け公共交通マップ、高速バスマップ)の展示、啓発グッズの配布、アンケートの実施



結果・効果

①実施結果

- アンケート回収数 230票
- ブース来訪者 約670人

②効果確認

- アンケート調査(調査項目 性別/年齢/住所/同行者の属性・人数/来訪手段/自動車からの転換可能性/直近1年間のバス利用頻度/最寄りバス停の認知度/距離評価)から、●●を試算するとともに、●●を想定した

検討・調整中

参考. R4年度に実施した公共交通利用促進に関する取組詳細（報告）

新小学1年生へのMM※について R4実施

※モビリティ・マネジメント：一人一人のモビリティ(移動)が社会的にも個人的にも望ましい方向に自発的に変化することを促すマネジメント施策のこと

目的

- 新たな「習慣」をつける機会である入学の時期に、新1年生にバスの乗り方と市内公共交通を示したマップ(以下、こどもマップ)を配布し、公共交通への興味と公共交通利用の意識醸成を図る

施策の内容

- 1 マップの配布対象**
 - 市内小学校 新1年生 全児童 (11,555人 予定推計値)
- 2 マップの配布時期**
 - 令和5年4月
- 3 マップの内容**

【表面】バスの乗り方、降り方

 - 初めてバスに乗るお子様向けに、バス利用の不安解消のため、バスの行き先確認からバス降車までの一連の流れをイラスト付きで説明

【裏面】さいたま市内を走る公共交通

 - 公共交通へ興味・関心を持ってもらい、身近な公共交通を知ってもらうため、市内を走っている鉄道、路線バス、コミュニティバスの写真と路線図(鉄道のみ)を掲載



結果・効果

- 1 実施結果**
 - 市内小学校に通う新1年生 児童●●●人(R5.5児童数)に実施
- 2 効果確認**
 - 配布した概ね3ヶ月後に、公共交通に関する意識変化や行動変化があったかを、配布対象とした市内小学校へ任意のアンケートを送付し、確認した

検討・調整中

大型映像装置放映によるMM※について R4実施

※モビリティ・マネジメント：一人一人のモビリティ(移動)が社会的にも個人的にも望ましい方向に自発的に変化することを促すマネジメント施策のこと

目的

- 市民や市内来訪者に対して、駅周辺やイベント時の大型映像装置で公共交通利用のメリットを示した映像を放映することで日常的な移動手段を考え直す機会を創出を図る

施策の内容

- 1 実施場所**
 - 大宮駅西口デッキ、土呂駅東口、大宮公園駅前
 - さいたま新都心駅前
 - NACK5スタジアム大宮
- 2 日時**
 - モビリティウィーク(9月16日～22日)、バスの日(9月20日)に合わせて9月を中心に実施
 - ① 令和4年9月1日 ~ 令和4年9月30日
 - ② 令和4年9月1日 ~ 令和4年10月31日
 - ③ 令和4年9月14日【J2リーグ 大宮アルディージャvs大分トリニータ】
令和4年11月20日【さいたまサイクルフェスタ2022】
- 3 内容**
 - 映像(公共交通のメリット、あなたの移動を考えることへの呼びかけ)の放映



結果・効果

- 1 実施結果(推定)**
 - さいたま新都心駅前大型映像装置における放映により期待できる接触可能人数等は、以下のとおり

放映枚数	15枚/日(最大放映枚数102枚/日)
放映時間	7:00~24:00(17時間)

※さいたま新都心駅前、1日平均約13万人の接触可能人数、観望可能な映像視聴者数(推定)です。さいたま新都心駅前には約100mの長さ、幅約10mの大型映像装置があり、観望可能です。

※観望可能な接触可能人数は、観望可能な映像視聴者数(推定)と、観望可能な映像視聴者数(推定)の積算値です。



【さいたま新都心1地区の商業開発事業の概要】

- 所在地：埼玉県さいたま市新都心地区、大宮駅西口
- 敷地面積：約474,000㎡(47.4ha)
- 開発規模：約1,800,000㎡
- 総人口：約27,000人

【さいたま新都心1地区の商業開発事業の概要】

- 所在地：埼玉県さいたま市新都心地区、大宮駅西口
- 敷地面積：約474,000㎡(47.4ha)
- 開発規模：約1,800,000㎡
- 総人口：約27,000人

出典：さいたま新都心駅エリアマネジメント さいたま新都心メディアガイド(2022年11月7日)

MMプラン(仮)の構成

1 めざす目標

：公共交通の維持確保に向けた利用促進

- 市の状況
- 他都市比較
- 目指す行動変容

2 MM実施対象に関する分析

- 地域特徴
- 人(属性)特徴
- 施策の実施対象
- 実施対象の具体化(ペルソナ)

3 施策カルテ

- 施策の概要
- 実施主体
- 実施対象
- 期待される効果
- 取組のヒント

4 実施スケジュール

- 取組の実施スケジュール

5 モニタリング・改善

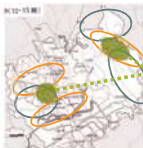
- モニタリング・改善の実施

【ポイント①】

- さいたま市が目指す目標や行動変容後イメージを記載

【ポイント②-1】

- MM実施の効果が大きいと想定される地域と人を整理



【ポイント②-2】

- 地域ごとの具体的なターゲット層の整理

エリアA	エリアB	エリアC	市内全域
高齢者	子育て世代	高校生	小学生
想定される施策 施策A	想定される施策 施策B	想定される施策 施策C	想定される施策 施策D

【ポイント③】

- 実施にあたって参考となる施策をカルテ形式で整理

施策名 ○バス利用促進
 主体 ○交通政策課・○〇バス
 対象 ○〇地区の高齢者
 内容
 住民への戸別訪問
 バスマップの作成・配布
 利用啓発品の配布
 期待される効果
 バスを身近に感じること
 で日常的な利用が増加

【ポイント④】・関係主体間でスケジュール、実施状況を共有

施策種類	実施対象	関係主体	R5	R6	...
対面	エリアA 高齢者	交通政策課 ○〇自治体	企画	実施	企画
	エリアB 子育て世代	交通政策課	企画	実施	
WEB	エリアC 高校生	交通政策課 ○〇バス	企画	実施	
学校教育	〇〇小学校 小学生	交通政策課		実施	

【ポイント⑤】・全体の取組のモニタリングと改善・見直しへのフィードバックを実施

MMの具体的な取組

分析結果等を
新規施策の検討の
 基礎資料として活用

分析結果等を踏まえて
既存施策の強化、
 もしくは他地域への横展開を検討

施策カルテを参考に、
新規施策への着手を検討

【ポイント】

- 関係主体の取組結果を簡易に整理(p.7-8参照)
- 毎年実績の更新を想定

実施施策

- 施策の概要
- 実施主体
- 実施対象
- 実施スケジュール
- 実施期間(継続判断)
- 関係主体

既存施策

の実施結果を
 踏まえた
 見直し・改善

新規施策

に着手した結果を
 踏まえた
 見直し・改善

各主体との関係性

行政
 目標等を
発信する
 ・伝える

地域の特徴等を
示す

取組のヒントや
 効果等を
示す

地域公共交通の
 利用促進に
取り組む

実施状況や
 評価結果を
示す

事業者等
 目標等を
 多様な主体で
共有する

地域の特徴等を
知る

取組のヒントや
 効果等を
知る

取組に
参加する

課題整理等を行
 い、取組内容を
見直す

知ってもらおう取組

【だれに】
 なにを
 どのように

【MM推進の工夫①】
 ・市民に浸透する言葉遣いと簡潔な説明

【市民・事業者向け】
 目標・コンセプト
 市HPに掲載

【関係主体向け】
 地域・人の特徴、ペルソナ
 直接の情報提供

【MM推進の工夫②】

- 取組立案の根拠となる専門的な内容の提示
- 取組検討の際、行政・協議会等と連携、サポート

【関係主体向け】
 施策カルテ
 直接の情報提供

【MM推進の工夫③】
 ・市民に浸透する言葉遣いと簡潔な説明

【市民向け】
 施策種類別の実施結果、取組案内
 市HPに掲載

【関係主体向け】
 各主体の取組内容
 市HPに掲載

【MM推進の工夫④】

- 取組を横並びで提示し、多様な主体が関わっていることを共有、一体感の醸成