

地域共創型モビリティ・マネジメントの提案

—ソーシャルマーケティングを活用した公共交通の利用促進策—

岡田 紗奈

近年の地域公共交通は、公共交通事業者の経営環境が悪化しているほか、2024年問題などの影響によって運転手などの公共交通の担い手不足も大きな課題となっている。こうした課題に対して、各交通モードの再編や連携、さらには MaaS (Mobility as a Service) などの文脈で「共創」をキーワードとしたデジタル技術の活用による解決方策が模索されているが、このようなハード面の取り組みのみならず、地域住民にいかに関公共交通を利用してもらうかというソフト面の施策も重要となってきた。

本稿ではモビリティ・マネジメント (MM) の実践により、地方自治体は公共交通の利用促進が必要であることと、MM に取り組みにくい現状を指摘した上で、「地域共創型 MM」を提案している。本稿における地域共創型 MM とは、行政・地域内団体・地域外団体の連携と協働により、地域内の公共交通利用促進を目指す取り組みを指している。この提案の背景には、先行研究や筆者らの行ってきた地方自治体へのヒアリング調査からは、交通政策の担当者が乗車体験会などの仕掛けに取り組みたいと考えていても、人的・時間的コストがかかることから実際には取り組むことが難しいという現場での課題が挙げられる。一方で、筆者らがフィールドワーク等を重ねる中で、乗車体験会等の利用促進策に関わって、初期段階で生じるさまざまなコストを、地域内外の団体が役割分担して担っていくことで、こうした課題の解決につながるのではないかと考えた。

また MM の取り組みにおいて、参加者の募集や実施地域の選定が重要となるが、これにはソーシャルマーケティングの知見を援用することが有用であると考えられる。加えて、地域共創型 MM における地域外団体の伴走支援から、地域の「自走」に向けた流れに関しても考察している。