

住民参加型自転車対策の効果と課題に関する考察—大阪市北区天神橋地区を事例に—*

Effect and Problem of Bicycle Measures by Community Participation: A Case Study in the Osaka City Kita Ward Tenjin-Bashi District

飯田 克弘**・石塚 裕子***

by Katsuhiro IIDA**, Yuko ISHIZUKA***

1. はじめに

自転車は環境にやさしく、利便性に富んだ身近な交通手段である一方、自転車の放置や通行マナーの改善については全国共通の問題となっている。これらの多くは、他人への影響を考えず自己の利便だけを考えて行動することから生じていると指摘されており、解決にあたっては、地域によって異なる自転車利用の特性を把握し、意識啓発を含めた利用者の意識変化が必要不可欠である。

本研究では、地域に実際に生活している住民が自転車問題の対策に直接参加することで、自転車に対する意識がどのように変化するか、および参加者以外の住民にはどのような効果があるのかを把握する。ケーススタディとして大阪市北区天神橋地区で実施された「北区自転車問題を考える会」の取り組みを報告する。そして、アンケート調査等の結果を用いて、取り組みそのものの効果および取り組みへの参加の効果について考察する。

2. 取り組みの背景と目的

北区自転車問題を考える会（以下、考える会と示す。）は、過去に実施したバリアフリー市民ワークショップや小学生によるまち歩きなどの結果¹⁾²⁾から、人にやさしいまちづくりを実現するためには、放置自転車や自転車通行マナーの改善が必要不可欠であると判断し、大阪市北区が平成18年1月に設置したものである。

考える会は、歩行者と共存できる自転車利用のあり方を、区民、商店街事業主、区役所や警察署を含む行政などの関係者が会し、障害のある方、高齢者、子供など多様な視点から自転車問題について考え、自転車によるバリアをなくす取り組みを実施することを目的としている。

3. 取り組みの概要

(1) 対象地域

*キーワード：住民参加、放置自転車、自転車通行マナー

**正会員、博士(工)、大阪大学大学院工学研究科

***正会員、八千代エンジニアリング株式会社大阪支店

考える会の取り組みは、大阪市北区天神橋1～6丁目に形成されている天神橋商店街（南北方向に約2kmの商店街）を中心とした周辺地域（以下、天神橋地区と示す。）を対象とした。天神橋地区には、JR大阪環状線天満駅、大阪市営地下鉄天神橋六丁目駅、扇町駅、南森町駅、JR東西線大阪天満宮駅がある。

(2) 取り組み内容

考える会は、平成18年1月から平成20年の3月までの約2年間活動した。自転車問題への対策として「環境」、「教育」、「公正性」の3つの視点から、表-1に示す様々な取り組みを実施した。平成18年度は現状の把握を、平成19年度は広報、周知活動に力点を置いている。

表-1 考える会の取り組み内容

	取り組み項目	実施概要及び規模等
平成18年度	①自転車利用実態調査（天神橋地区）	・放置自転車台数調査 ・放置自転車利用者アンケート調査 ・商店街自転車利用者ヒアリング調査
	②啓発指導員による啓発活動	・啓発指導員による約60日間の啓発活動
	③自転車利用啓発キャンペーン	・小学生による声かけウォーキング ・地域ボランティアによる啓発サシンの配布 ・放置自転車撤去活動
平成19年度	④自転車利用啓発キャンペーン	・ちゃりんこマナーDEクイズラリー ・自転車マナー啓発行進 ・放置自転車啓発エフ付けリレー
	⑤事業者アンケート	・沿道の小売・飲食店舗事業者アンケート ・業務・大規模事業者アンケート
	⑥ちゃりんこマナー通信等	・4回発行、1万枚配布 ・区民へのアンケート調査（第3号）
	⑦駐輪場整備空地調査	・住宅地図による空地調査と現地確認

a) 自転車利用実態調査

天神橋地区の自転車利用の状況を把握するため放置自転車台数調査をはじめアンケート、ヒアリング調査等を実施した。その結果、図-1、2に示すように、天神橋地区では多目的に、かつ日常的に自転車が利用され、地域住民の大切な交通手段であることが確認された。また、考える会の参加者は、放置自転車の大半が電車を利用する通勤・通学目的であると考えていたが、実態調査の結果から天神橋地区を目的地とする商店街利用者や事業者の自転車について考えていく必要性が確認された。

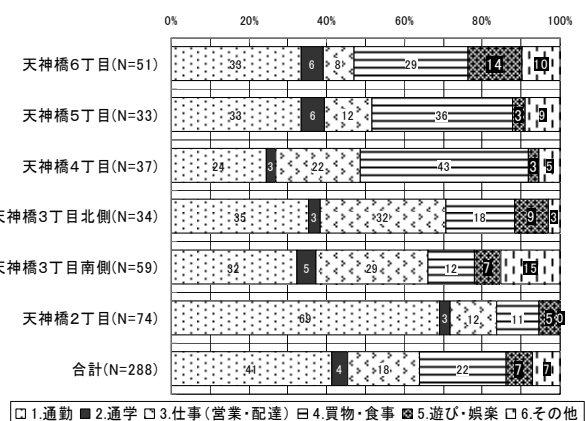


図-1 放置場所別自転車利用目的

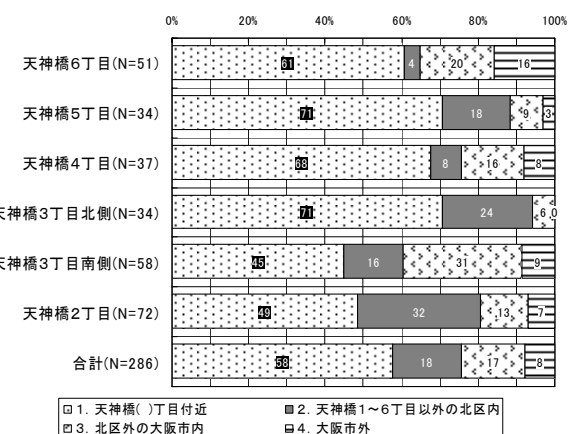


図-2 放置場所別自転車利用目的地

b) 自転車利用啓発キャンペーン

考える会の主目的「多様な関係者が協働で、自転車によるバリアをなくす取り組みを実施する」を具現化するためのキャンペーンを実施した。平成18年度は地区内の小学校に協力いただき、総合的な学習の時間で「福祉」を学んでいる小学生と協働で、自転車利用マナー向上を呼びかける「声かけ」を実施した。平成19年度は「できるだけ多くの多様な住民が参加できること」を目的として自転車マナーを用いたクイズラリーを実施すると同時に、「委員の自主的なアイデアでの実行」を目指し、関係機関の協力による自転車利用マナーの啓發行進と放置自転車の啓発エフ付けを同時に実施した。

c) ちゃりんこマナー通信

考える会の取り組みを広く住民に認知してもらうことと自転車利用マナーの意識啓発を目的に、ミニニュースを4回/年、天神橋筋地区住民に1万枚配布した。また、その他広報誌とも連携し、区役所、商工会議所の広報誌に考える会の取り組み紹介を掲載した。

4. 取り組みおよび取り組みへの参加の効果

先に述べた取り組みに関係した主体を、考える会の参

加者、参加者以外の商店街事業者、一般区民に分類し、会議での発言内容やアンケート結果等から自転車問題に対する意識を分析した。

(1) 考える会の参加者の意識変化

考える会の全体会議は合計10回開催しているが、節目となる初回、第5、6回(初年度の最終会議)、第10回(2年目の最終会議)における発言内容を議事録に基づき分析し、参加者の自転車問題に対する意識変化を確認した。分析は、「発言の主体性」(表-2)、「発言のテーマ」(表-3)に分類して、意見がどのように変化したのかを確認した(図-3、4、5)。

表-2 発言の主体性

現状・問題点の指摘	まちの現状、問題点に関する意見
要望	行政等に対する要望意見
提案	問題を解決するための提案意見
実行	自らの取り組みに対する意見

表-3 発言のテーマ

かたち	ハード整備や行政対応に関する意見
ところ	啓発や市民意識に関する意見
しくみ	制度、取り組み体制、継続性などに関する意見

発言の主体性に関しては、現状・問題点指摘から提案、そして実行へと意見が変化していることが確認できた。

発言のテーマに関しては、初回は「かたち」に関することに意見が集中していたが、最終回では「しくみ」に関する意見が多くなった。具体的には、取り組みの継続性や官民協働の必要性に関する意見が多かった。中間(第5、6回)において「ところ」に関する意見が減少したのは、考える会において啓発に関する取り組みを実行したことが影響していると考えられる。

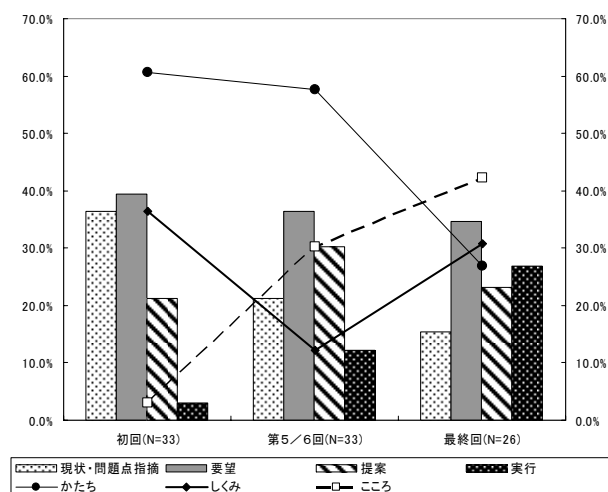


図-3 発言内容の変化

また、発言の主体性とテーマの関係性では、初回では「かたち」に関する要望、問題点の指摘意見が多数を占めているが、最終回では、「こころ」に関する実行、「しくみ」に関する要望、提案、実行の意見へと変化したことが確認できた。これは、2年間の活動を通じて、官民の役割や取り組みの継続性について市民が気づいた結果といえる。また、天神橋6丁目駅周辺では有料の定期利用駐輪場を中心に848台、JR天満駅周辺は633台分が整備されており、都市高速道路高架下ならびに南森町駅周辺の国道1号、天神橋筋の歩道上には約835台分の無料駐輪場が整備されている。合計で2316台分の駐輪場が整備されているが、平日のピークで4129台（15時）、休日のピークで3887台の放置自転車がある現状には対応できないこと、その差分を埋める駐輪場整備をすぐに行うことはかなり困難であることについて、共通の認識が形成されたことも一因であると考えられる。

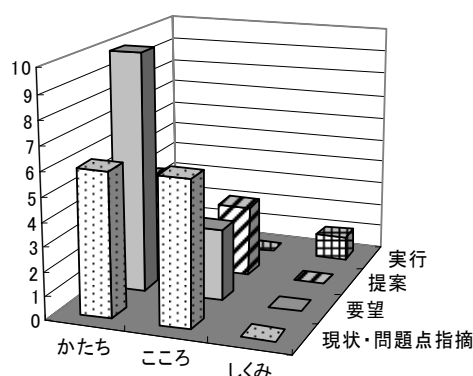


図-4 発言の主体性とテーマの関係（初回）

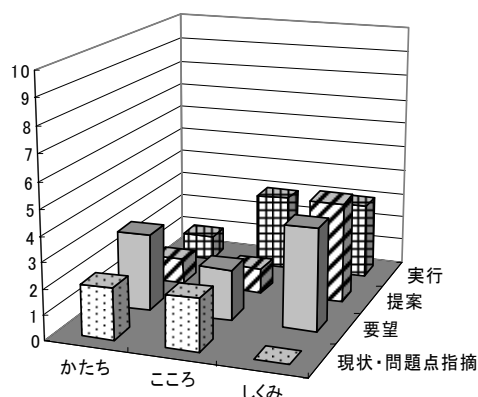


図-5 発言の主体性とテーマの関係（最終回）

(2) 商店街等事業者の意識

天神橋地区では、考える会の設立以前から商店街独自で「商店街では自転車を押して歩く」ことを啓発する活動を実施している。商店街に啓発バナーを掲げ、啓発アナウンスの放送、チラシ配布などを行ってきた。しかし、自転車の利用を制限すると客の減少につながるのではないかといった心配から反対している事業者もある。

平成17年と19年に実施したアンケート結果では、商店街では自転車を押して歩く取り組みに対して、賛成者が約25%増加している。サンプル数および調査主体が異なるため断定はできないが、この2年間で商店街の構成に大きな変化がないことから、考える会の様々な取り組みが商店街事業者の意識を変化させた可能性が伺える。

また、事業者が取り組める自転車対策として、駐輪場の確保や啓発キャンペーンに協力するなど約70%程度の事業者が何らかの取り組みを行う意向を示している。

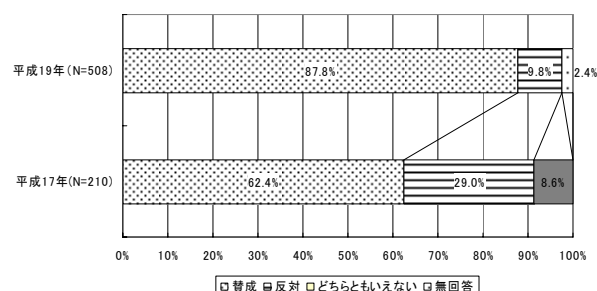


図-6 商店街では自転車を押して歩くことについて

(注) 平成17年は商店会が実施した調査結果

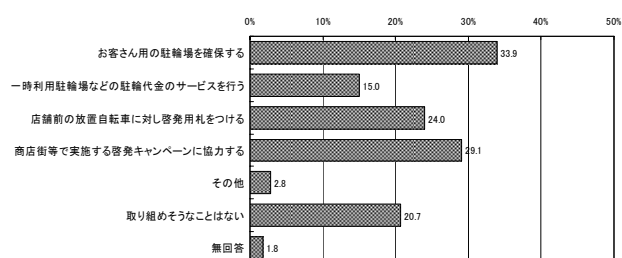


図-7 事業者が取り組めること (N=508 MA)

(3) その他一般市民の意識

a) 商店街で自転車を押して歩くことについて

平成17年のアンケート結果では、商店街で自転車を押して歩くことについて、歩行者は約87%賛成しているのに対して、自転車利用者は約67%が賛成、約29%が反対していた（図-8）。平成19年のアンケート結果では、商店街で自転車を押して歩くことを推奨していることを約81%の人が認知しており（図-9）、約52%の人が押して歩いていると回答している（図-10）。

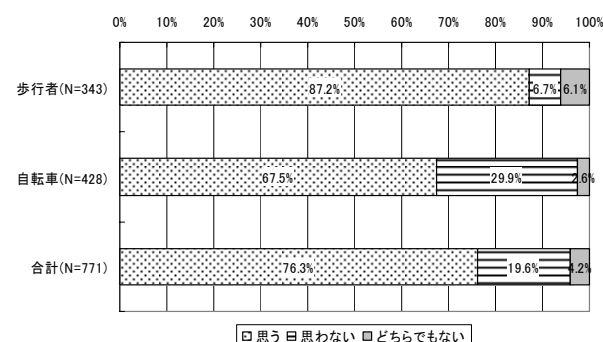


図-8 商店街で自転車を押して歩くことについて (N=771)

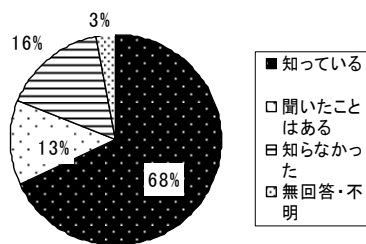


図-9 商店街で自転車押して歩くことの認知度 (N=770)

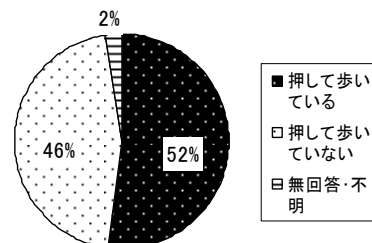


図-10 商店街で自転車押して歩いているか (N=770)

b) これまでの取組みに対する認知度

マナー通信を活用してこれまでの取組みに対する認知度の確認を行った。その結果、取組み期間が長かった（60 日間）啓発指導員による啓発活動を中心に、考える会の取組みが、直接参加していない市民に幅広く認知されている状況を確認した。

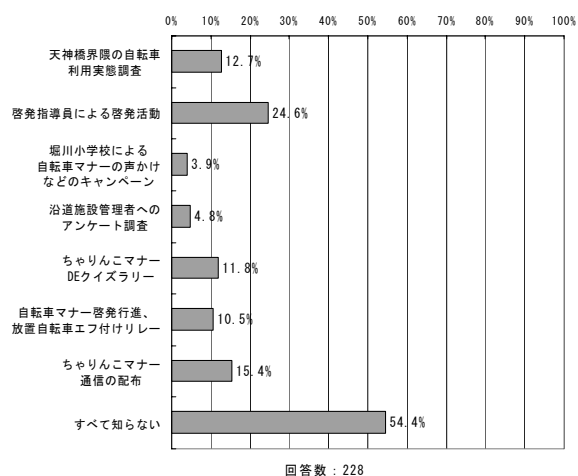


図-11 これまでの取組みに対する認知度 (N=228 MA)

c) 自転車問題に対する意識

回答者の約 64% の 147 名もの住民から自由意見の記入があった。商店街を中心とした「自転車の通行マナー」に関する意見が最も多く、約半数を占めていた。また、考える会の取組みに対する賛同する意見も多く、取組みを継続する場合の改善点についても指摘があった。

ミニニュースをはじめとする広報誌は、現状で多く発行されているが、実際の取組みとタイミングよく組み合わせることで啓発効果が高まること、取組みへのフィードバックが得られることが確認できた。

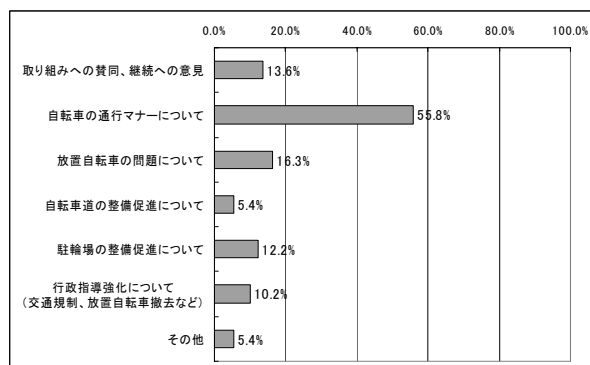


図-12 自転車問題に対する意識 (N=147)

5. おわりに

本稿では、「北区自転車問題を考える会」の取組みに関係した主体を、考える会の参加者、参加者以外の商店街事業者、一般区民に分類し、各主体の意識を分析することで、取組みそのものの効果および取組みへの参加の効果について考察した。得られた知見を整理すると以下の点が挙げられる。

- 様々な主体が参加することで、現状の問題および現時点で実施可能な取組みに関する共通認識が形成されることが確認できた。また成果と課題も共有することができ、継続的な取組みを進める上で有効であった。
- 継続的な取組みを行うことで、考える会の参加者の意識醸成、商店街等事業者および一般区民への啓発の効果があることが確認された。
- 今回、考える会の全体会議、実際の取組みを繋ぐ形でミニニュースを発行したところ、一般市民の啓発効果、取組みへのフィードバックが得られることが確認できた。この事例から、実際の活動をタイミングよく組み合わせることで、相乗的な効果を得られる可能性を確認できた。

最後になりましたが、我々に協力の機会を与えていただいた大阪市北区役所をはじめ、協力いただいた市民の方々に深く感謝いたします。

参考文献

- 1) 石塚 裕子・飯田 克弘：参加型福祉の交通まちづくりに向けた市民ワークショップ活動-大阪市北区におけるケーススタディー、土木計画学研究・講演集、No.31 (on CDROM), 2005.
- 2) 石塚 裕子・藤田 和宏・飯田 克弘：学校教育を通じた交通バリアフリーの理解の深化に関する研究、土木計画学研究・講演集、No.33 (on CDROM), 2006.