



# 軽自動車・コンパクトカーの走行距離

軽自動車やコンパクトカーの1日の走行距離は30～50km以下が大半を占めている。

このような「セカンドカー」をターゲットとして、2021年より自動車メーカーが航続距離の短いEVを販売開始している。



「日産調べによると、軽自動車の1日の走行距離は30km以下のユーザーが5割を閉め、30～100kmのユーザーが約3割を占めるとされている。」

## 【三菱 eKクロスEV】「ターゲットは地方のセカンドカー市場」なぜベース車が『eKクロス』だったのか

5/23(月) 17:00 配信 30 30 30



三菱 eKクロスEV (右) とeKクロス (左)

三菱自動車は軽自動車のBEV（軽EV）、『eKクロスEV』を発表した。同時に発表された日産『サクラ』とは違い、既存車種をEV化するという手法を取った三菱。そのねらいとは。車種選定や販売関連に関して、開発責任者とマーケティング担当者に話を聞いた。

[関連画像を見る](#)

### 『i-MiEV』でも提案した選択肢

『eKクロス』をベースにしているとはいえ、軽乗用のフルEVは『i-MiEV（アイミーブ）』以来だ。そこで開発にあたってはアイミーブの経験などが活かされたという。三菱自動車 国内商品販促部シニアスタッフの森木茂さんによると、「アイミーブは1万台ほどを販売しましたので、そこでの販売の苦労や、ユーザーの意見などを吸い上げていました。そして、次につなげるならこの吸い上げた内容を活かしていきたいと常に言い続けていたのです」と話し始める。さらに、「我々は最初に軽のカテゴリーで（EVを）出したので、今回も軽のカテゴリーで出したい」との思いもあったそうだ。

「調査結果では、軽やコンパクトカーユーザーの8割以上が1日50km未満の走行距離です。今回の開発ではこれがひとつの契機になりました。そのぐらいであれば週1回か2回充電すればよいので、受け入れてもらえるのではないかと。」



# セカンドカーとしてのEV需要

2022年に発表された軽EVである「日産サクラ／eKクロス EV」は、発売から4カ月で前年の1.7倍の台数を受注している。

航続距離が短くとも初期費用が安ければ需要があることがうかがえる。



2022年5月20日に発表した「日産サクラ」（日産自動車）と「eKクロスEV」（三菱自動車工業）が好調で、4カ月で計3万6600台超を受注。補助金の適用で“200万円の壁”を突破し、圧倒的な安さで快走する。

（中略）

21年に日本で販売されたEVの合計は2万1139台。その約1.7倍の台数を僅か約4カ月で受注したことになる。

注）既存EVの1年目や、最も売れた年の登録台数との比較。右2つは三菱自動車工業

（出所）日経クロストレンド 2022年ヒット商品ベスト30 第9回／全34回 日産・三菱の軽EVが計3万6600台を受注 “200万円の壁”突破 <https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/18/00732/00009/>



# 次世代自動車への切換えの調査結果から得られた示唆

## 1. 北海道でのEV購入意向者は1割強

- 現状、北海道でのEVの使用割合は低いが、EVの**購入意向者は1割強(14%)**いる。
- **次世代自動車との接触経験がある人の方が購入意向が高い。**

## 2. 戸建に居住するEV興味有り層がターゲットセグメント

- 充電設備を設置できない住居ではEV購入意向が低く、**北海道においても充電設備を整えられる戸建居住者が主なターゲット**になる。
- EV興味有り層には、**乗り心地やメンテナンスの楽しさ、トータルコストによる価格優位性などのメリット認知・体験向上**といった**情報発信が有効**と考えられる。購入意向が低い層は、技術開発やインフラ整備を伴う課題が多く、情報発信では対策が難しい。

## 3. 走行距離の短い自家用車が有望な転換対象

- 2022年から初期費用を抑えて航続距離が短い軽EVが国内販売されている。
- 札幌市以外では2台目以降、札幌市は1台目でも年間走行距離は短いことから、**EVへの転換余地がある**と考えられる。
- ただし、北海道では暖房使用や低温時のバッテリー性能低下による航続距離低下が想定されることには留意が必要である。

## 2.2 省エネにつながる運転方法の実践



# 代表的なエコドライブの対策行動

燃料消費量やCO<sub>2</sub>排出量を減らし、交通事故の削減につながる対策としてエコドライブ10が国民運動の一環として、全国で普及啓発されている。  
北海道においてもエコ&セーフティドライブとして普及啓発が行われている。

## エコセフ10 ドライブのための10のすすめ

### 1 燃費を把握してエコを実感

自分の車の燃費を把握することを習慣にしましょう。日々の燃費を把握すると、自分のエコセフドライブ効果を実感できます。車の燃費計、インターネットでの燃費管理などを活用と便利です。

**燃費** 100kmあたり 18.57L (軽自動車) | 燃費計 | 100kmあたり 18.57L (軽自動車)

### 2 ふ〜んわりアクセル

発進時は、緩やかにアクセルを踏んで発進を。安全運転にもつながる。やさしいアクセル操作心がけましょう。冬道のふんわりスタートは、タイヤのスリップを減らし、発進をスムーズにします。

**発進** 100kmあたり 20km/hに5秒以上かかる | 燃費 | 100kmあたり 18.57L (軽自動車)

### 3 加速・減速を少なく

速くゆっくり速くゆっくり。速度にふらふらある運転は燃費が悪化します。走行中は車間距離に余裕をもち、一定の速度で走ることを心がけましょう。

**巡航** 100kmあたり 29.29L (普通車) | 燃費 | 100kmあたり 29.29L (普通車)

### 4 早めにアクセルOFF

停止や減速、下り坂では、早めにアクセルを戻しエンジンブレーキを活用しましょう。冬道のエンジンブレーキは、タイヤのスリップを防ぎ、安全運転につながります。

**エンジンブレーキ** | 燃費 | 100kmあたり 18.09L (軽自動車)

### 5 エアコンの使用は控えめに

こまめに室温・風量を調整し、車内を涼やしやすいようにしましょう。暖房だけが必要なのは、エアコンスイッチ(A/C)をOFFにしましょう。

**暖房** 100kmあたり 2.5L (軽自動車) | 燃費 | 100kmあたり 21.07L (軽自動車)

### 6 駐車時はアイドリング・ストップ

待ち合わせや荷物の積みおろしなどの時は、アイドリング・ストップを。\*1現在の乗用車では、寒いときも基本的に燃費効果は不確かです。\*2エンジンがかけたらすぐに出発しましょう。

**アイドリング・ストップ** | 燃費 | 100kmあたり 1.00L (軽自動車)

### 7 お出かけ前に道路交通情報をチェック

お出かけ前に地図やカーナビを活用して走行ルートを確認・準備しましょう。渋滞・交通規制などの道路交通情報をチェックして渋滞を避け、燃料と時間を節約しましょう。

**渋滞** | 燃費 | 100kmあたり 1.00L (軽自動車)

### 8 タイヤの空気圧はこまめにチェック

タイヤの空気圧が規定値より不足すると燃費が悪化するだけでなく、走行性能が低下したり、タイヤの寿命を縮めるなどの悪影響も。エンジンオイル、オイルフィルター、エアフィルターエレメントなどの定期的な交換によっても燃費が改善します。こまめにチェック心がけましょう。

**空気圧** | 燃費 | 100kmあたり 0.5L (軽自動車)

### 9 不要な荷物はおろしましょう

車に積み込む荷物の重さは、燃費に影響します。車に必要な荷物は車から取り除きましょう。また、車の燃費は、空気抵抗にも影響。スキーキャリアなどの外装品は、使用しないときは外しましょう。

**荷物** | 燃費 | 100kgの荷物も積りて走ると、3%前後燃費が変化します。

### 10 駐車する場所に注意

交通の妨げになる場所での駐車は、交通渋滞をもたらすし、他の車の燃費を悪化させます。渋滞や交通事故の原因にもなる逆走駐車はやめましょう。

### エコカーも、もっとエコセフ!

エコカーも油断しないで! エコセフドライブで低燃費を実現。

エコカーも、ガソリン車と同様のエコセフドライブが大事。エコセフの燃費改善効果は、ガソリン車よりも、さらに効果的です。また、ガソリン車よりも、エコセフポイントに集めて旅行しましょう。

**ハイブリッド車・電気自動車**は走行音が静か。歩行者にはさらに注意を!

走行音が静かなハイブリッド車や電気自動車は、歩行者から気づかれにくいことがありますが、特に高速走行時や、低速走行時には歩行者の安全確保に十分な注意を払ってください。

(出所) 北海道のエコ&セーフティドライブ  
北海道のエコ&セーフティドライブ - 環境生活部ゼロカーボン推進局ゼロカーボン戦略課 (hokkaido.lg.jp)



# エコドライブの認知・実践状況

日本全国を対象にしたアンケート調査結果から、エコドライブの認知・実践状況や阻害要因等を整理する。

エコドライブの認知率は9割と高いが、**認知者のうち3割は現状実践していない。**

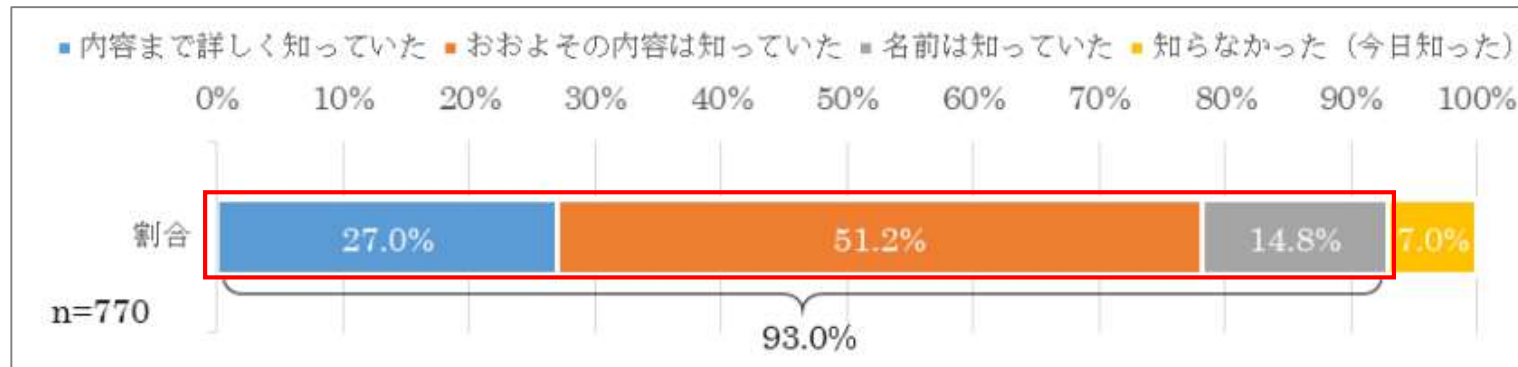


図.エコドライブの認知



図.エコドライブの実践状況

(出所) 一般社団法人 地球温暖化防止全国ネット (全国地球温暖化防止活動推進センター), 平成29年度全国地球温暖化防止活動推進センター 調査・情報収集等委託業務「地域におけるCOOL CHOICE国民運動の認知・実践状況に関する調査」年次レポート 平成30年3月 [https://www.jccca.org/\\_bosys/wp-content/uploads/2020/12/index\\_data01\\_H29\\_cc.pdf](https://www.jccca.org/_bosys/wp-content/uploads/2020/12/index_data01_H29_cc.pdf)



# エコドライブを実践しない理由

エコドライブを実践していない理由で最も多いのは「何をしたいかわからない」、次いで「効果が実感できない」であった。

具体的な対策とともに定量的な効果伝えることが有効と考えられる。

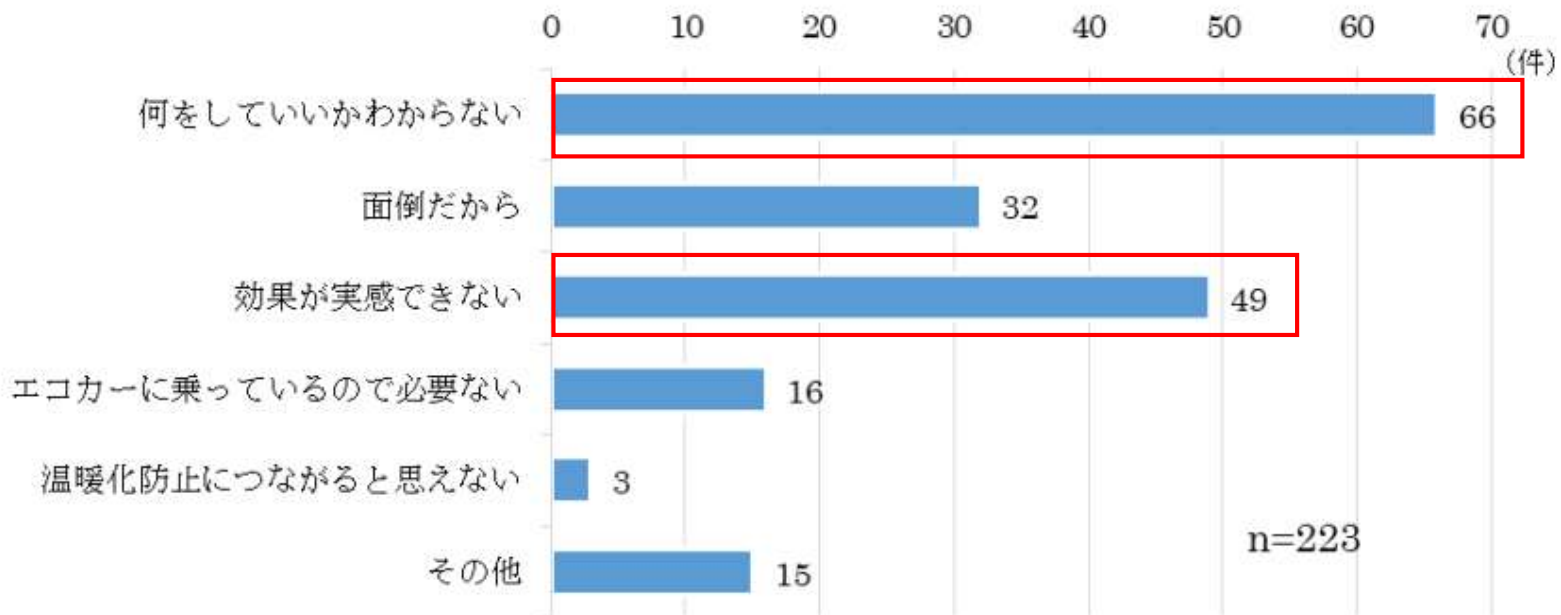


図.エコドライブを実践していない理由（複数回答）

（出所）一般社団法人 地球温暖化防止全国ネット（全国地球温暖化防止活動推進センター）、平成29年度全国地球温暖化防止活動推進センター 調査・情報収集等委託業務「地域におけるCOOL CHOICE国民運動の認知・実践状況に関する調査」年次レポート 平成30年3月 [https://www.jccca.org/\\_bosys/wp-content/uploads/2020/12/index\\_data01\\_H29\\_cc.pdf](https://www.jccca.org/_bosys/wp-content/uploads/2020/12/index_data01_H29_cc.pdf)



# エコドライブ10の実践状況

エコドライブのうち、運転中に実施する対策は比較的实践度が高いのに対して、**運転前に実施する対策は実践度が低い**傾向。

**運転中と運転前の対策で、適した情報発信媒体、タイミングは異なる**と考えられる。

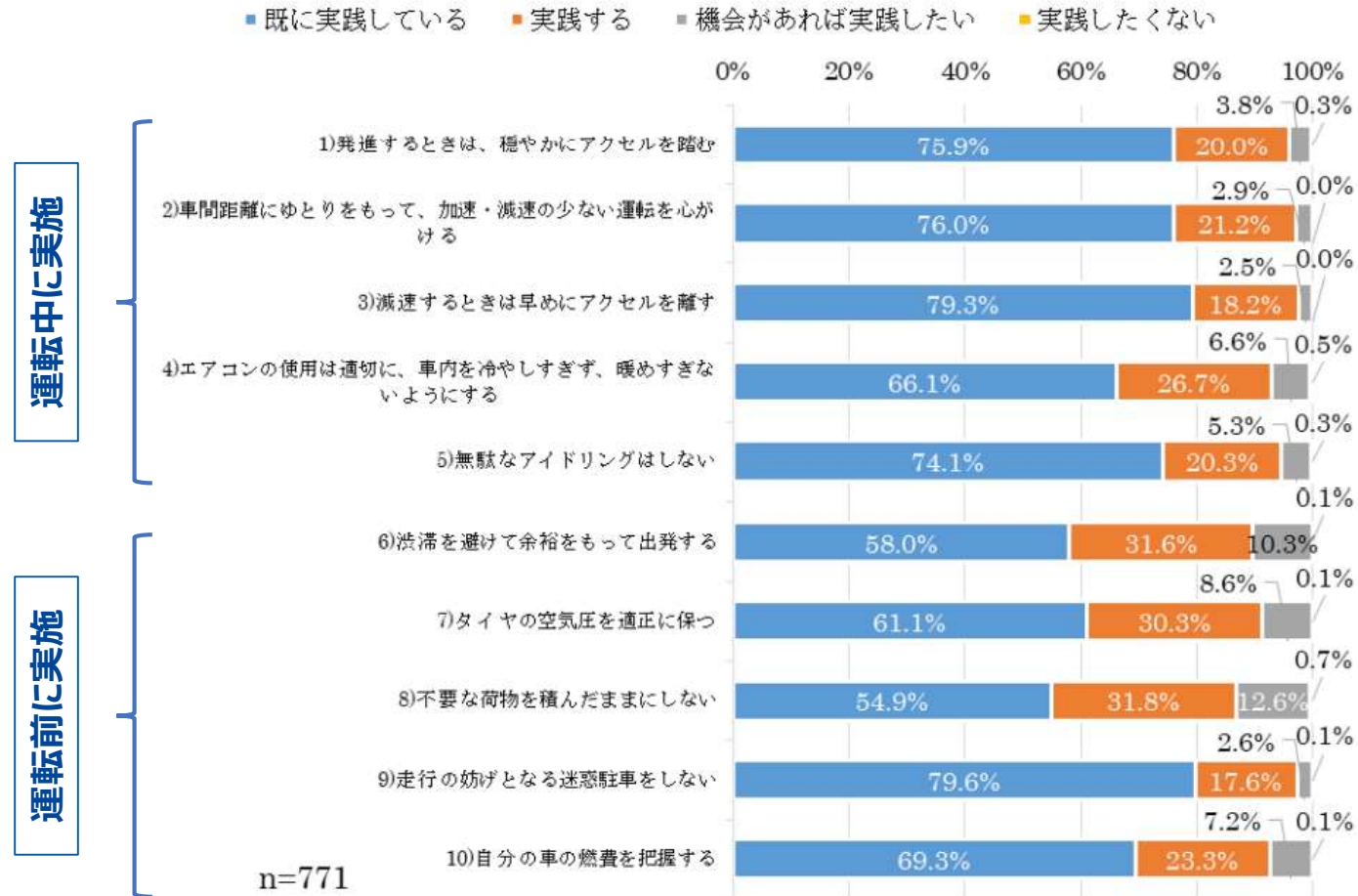


図.エコドライブ推奨取組み実践状況

(出所) 一般社団法人 地球温暖化防止全国ネット (全国地球温暖化防止活動推進センター), 平成29年度全国地球温暖化防止活動推進センター 調査・情報収集等委託業務「地域におけるCOOL CHOICE国民運動の認知・実践状況に関する調査」年次レポート 平成30年3月 [https://www.jccca.org/\\_bosys/wp-content/uploads/2020/12/index\\_data01\\_H29\\_cc.pdf](https://www.jccca.org/_bosys/wp-content/uploads/2020/12/index_data01_H29_cc.pdf)





# エコドライブの普及啓発対象・ボトルネック

環境省はエコドライブの普及啓発対象を「既に行ったが継続意欲がない」「行っていない」の2区分と整理しており、その割合は**全国で23%程度**と推定している。

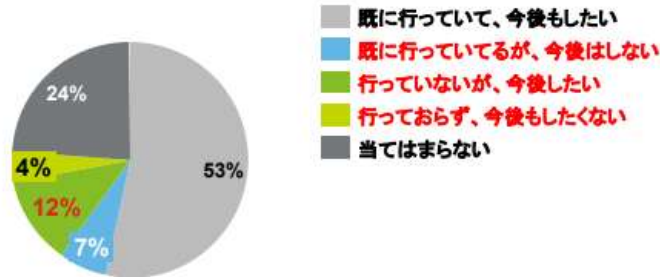
**未継続層にはリマインド、未実施層にはエコドライブのメリット訴求が有効**と考えられる。

## 全体像の把握 / ボトルネックの把握

### 事業対象者全体像の把握

- エコドライブの普及啓発対象となるのは、「既に行ったが継続意欲がない」「行っていない」の大きく2区分で全国民の23%程度となる

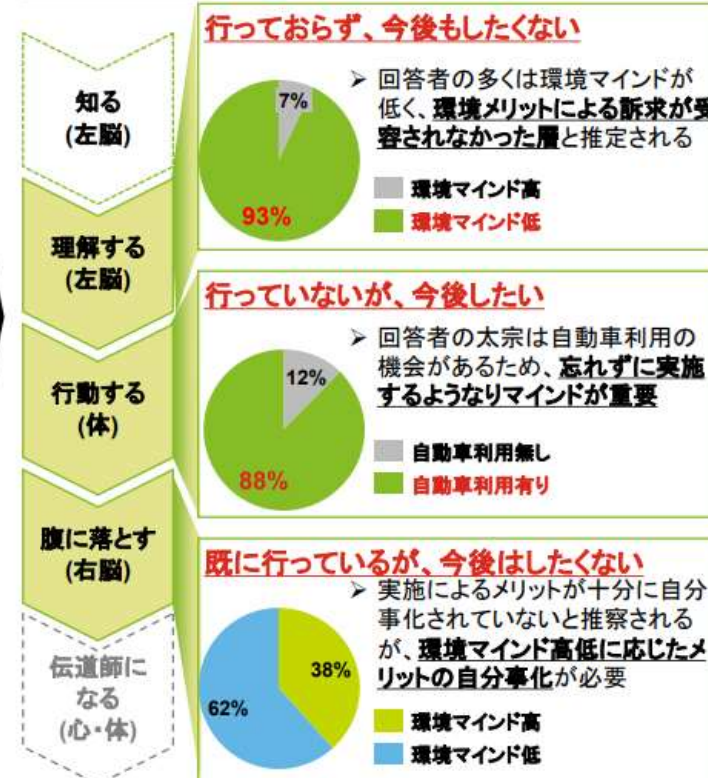
### 【エコドライブの実施状況・意向】



出所：「H27年環境にやさしいライフスタイル実態調査」より弊社作成

注)ここで言うエコドライブは、 unnecessaryなアイドリングや空ふかし、急発進等をしていないことを指す

### ボトルネックの把握



出所：「H27年環境にやさしいライフスタイル実態調査」より弊社作成



# 地域別 エコドライブの実施状況

北海道・東北地域では、「既に行ったが継続意欲がない」「行っていない」と回答している約25%が普及啓発対象と考えられる。

年代別には、若年層ほどエコドライブを実施していない割合が高い。

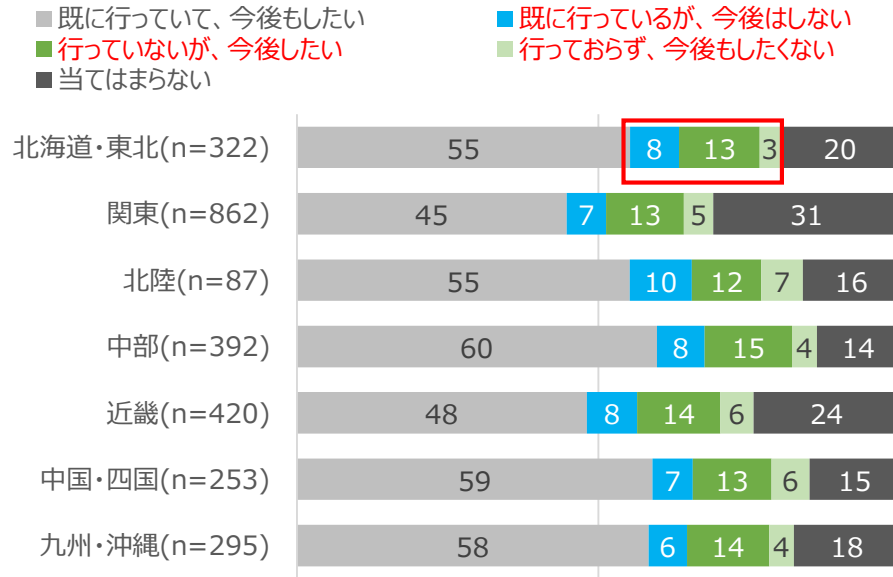


図.地域別 エコドライブの実施状況

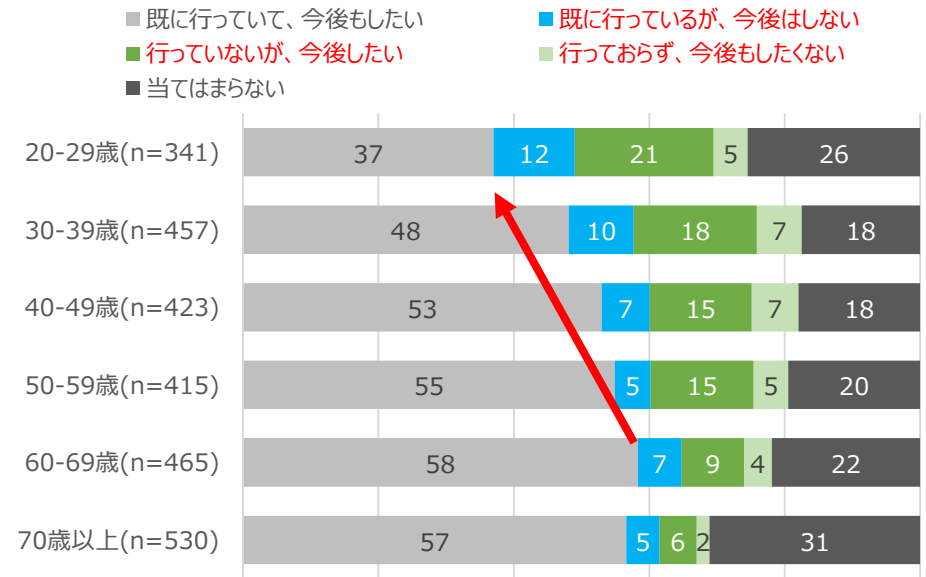


図.年代別 エコドライブの実施状況 (全国)

(出所) 環境省「環境にやさしいライフスタイル実態調査 国民調査の結果 平成28年度調査」  
[https://www.env.go.jp/policy/kihon\\_keikaku/lifestyle/h2904\\_01.html](https://www.env.go.jp/policy/kihon_keikaku/lifestyle/h2904_01.html)



# エコドライブの付随的メリットの訴求事例

エコドライブには**燃料費削減メリット**に加えて、**保険料の低減**や**事故・渋滞の回避**といった付随的**メリット**がある。

走行距離や加速・ブレーキの仕方により保険料が変わるテレマティクス保険では、安全運転になるエコドライブが保険料低減につながる。また急ブレーキが多い箇所の通過時に注意喚起することで、エコドライブとともに安全運転にもつながる。

## 保険料の低減

### ■ 事例：ソニー損保

- ドライブカウンタで被保険者の「急発進・急加速」を計測し、優良被保険者には、保険料がキャッシュバックされる
- このことで、ドライバーは急発進・急加速しないように普段より留意する

### ソニー損保の自動車保険



出所：ソニー損害保険株式会社HPから弊社抜粋

## 安全運転の促進

### ■ 事例：国土交通省

- 急ブレーキ等が頻繁に行われるような危険な箇所を通行する際に、音声で注意喚起が行われる
- 今後、急加速や定速走行をしにくい箇所でも同様な取り組みを行い、エコドライブ推進への応用も可能



出所：国土交通省HPから弊社抜粋

優良運転の場合、保険料の約20%がキャッシュバック  
⇒¥8,260/年 程度のキャッシュバック\*

エコドライブを意識することで、  
安全運転にもつながる

\*金額算定時の条件

車：新車のプリウス

運転者範囲：主な運転者と配偶者のみ（26歳以上の保証適用）

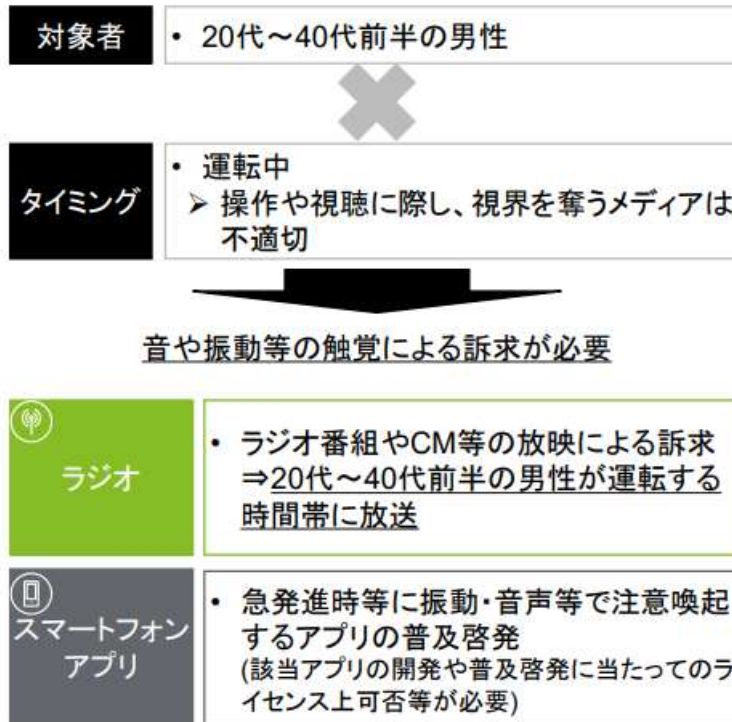
契約距離区分：5,000 km以下



# 運転中の情報提供の施策事例

運転中のエコドライブの情報提供では、**音声や振動等の触覚による情報提供が有効**である。  
環境省は、ラジオを通じた啓発や加速度センサーを利用してエコドライブを診断するアプリを事例として紹介している。

## 訴求メディア



➡ 既存事業での実施があるラジオから検討を開始\*

\*スマートフォンアプリについては、ナッジ事業での検討等も踏まえ、活用の可能性を検討

## メディア事例

ラジオ	<p>■ TBSラジオ ➢ 全国のJRN(ジャパンラジオネットワーク)加盟33局が一丸となって、エコドライブ推進を放送の中で訴えた</p>  <p>視聴者プレゼントをしたステッカー</p>
スマートフォンアプリ	<p>■ ヨコハマタイヤ ➢ エコドライブ診断: 運転中、加速度センサーを利用して、発進・加速・ブレーキなどのペダルワークを3段階で診断</p> 





## 1. エコドライブを実施していない2～3割が普及啓発対象

- 北海道・東北では25%が、年代別には若年層がエコドライブを実施していない。
- 啓発時には**具体的な対策とともに定量的な効果を伝えることが有効**と考えられる。
- 運転中の対策は比較的实践度が高いが、**運転前の対策は実践度が低く**、向上させる余地があると考えられる。

## 2. 未実施層にはエコドライブのメリット訴求、未継続層にはリマインドが有効

- 燃料費削減に加えて**保険料低減や事故・渋滞回避がメリット**として訴求できる。

## 3. 運転中の対策と運転前の対策では情報発信の媒体やタイミングが異なる

- 運転中のエコドライブの情報提供では、**音声や振動等の触覚による情報提供が有効**（ラジオ、スマートフォンアプリ等）。
- 燃費管理は、車載燃費計がある場合は手軽に把握が可能。車載燃費計がない場合は、WEBサイトや手書きで燃費の推移を管理する手法がある。

## 2.3 自動車を所有しないライフスタイルへの転換



# 都市規模別の通勤・通学先の移動手段（2020年）

各種統計から道内における通勤・通学、買い物、旅行といった目的別の移動手段を整理する。

札幌以外の市町村では自市町村内で通勤・通学をしている割合が高い。

自家用車で通勤・通学する割合は全道で5割強で、都市規模が小さい市町村ほど割合が高い。

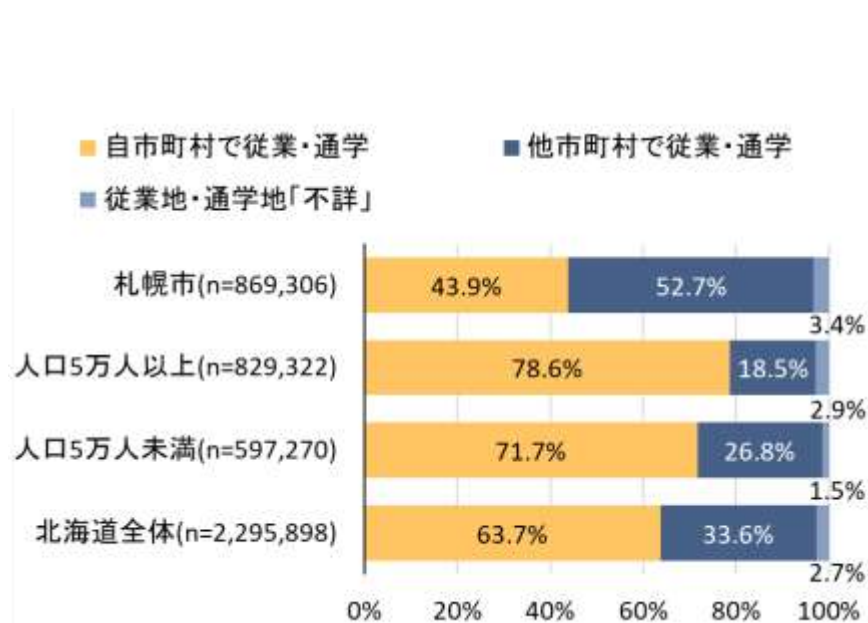


図. 都市規模別通勤・通学先の分布

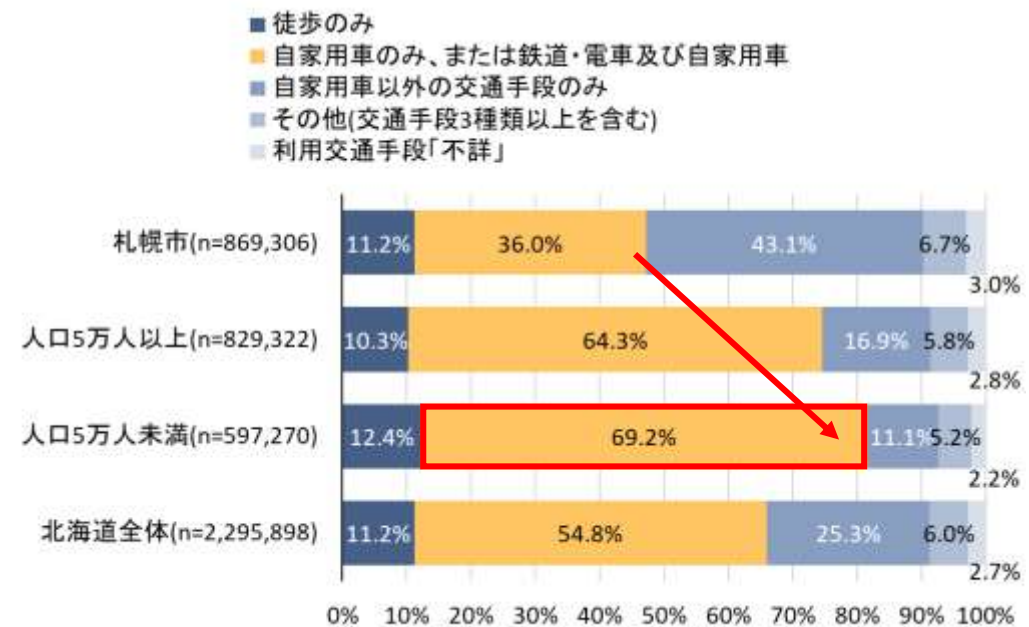


図. 都市規模別通勤・通学時の利用交通手段

図注：利用交通手段「その他（交通手段3種類以上含む）」にも自家用車を利用した移動手段が含まれる

(出所) 総務省「令和2年国勢調査 従業地・通学地による人口・就業状態等集計（主な内容：従業地・通学地による人口、昼夜間人口など）」

表2-17 利用交通手段の種類数・利用交通手段、常住地又は従業地・通学地別通勤者・通学者数（15歳以上）－全国、都道府県、市区町村」（令和4年7月）



# 地域別の通勤・通学時の移動手段（2020年）



札幌市内でも、中央区民は自家用車での通勤通学の割合が低く、南区・手稲区・清田区からの移動では自家用車を含む移動が4割を超える。

振興局別にみると、石狩（札幌を含む）で自家用車の移動の割合が最も低く、根室で最も高い。

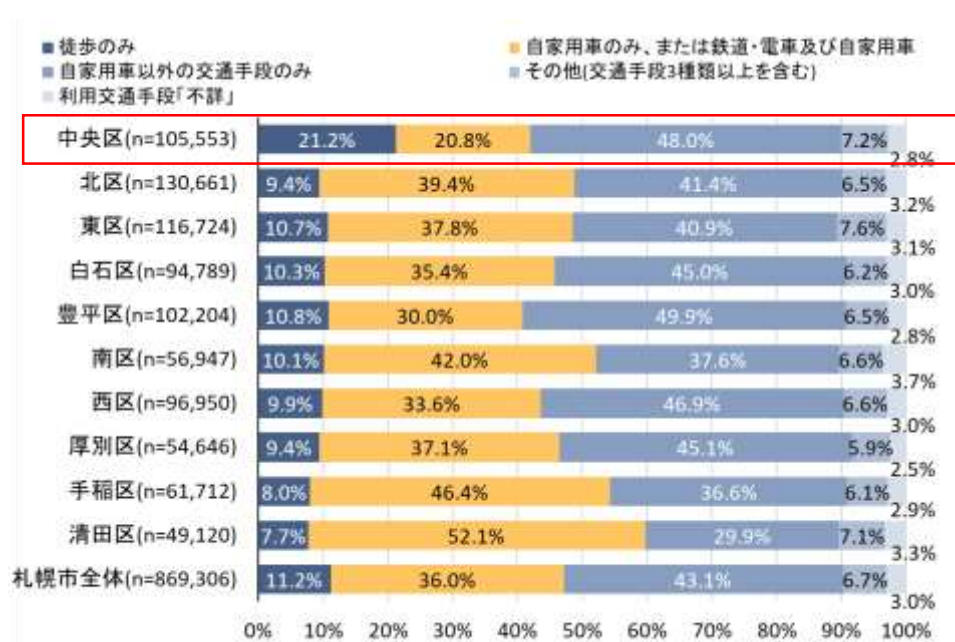


図. 区別通勤・通学時の利用交通手段（札幌市）

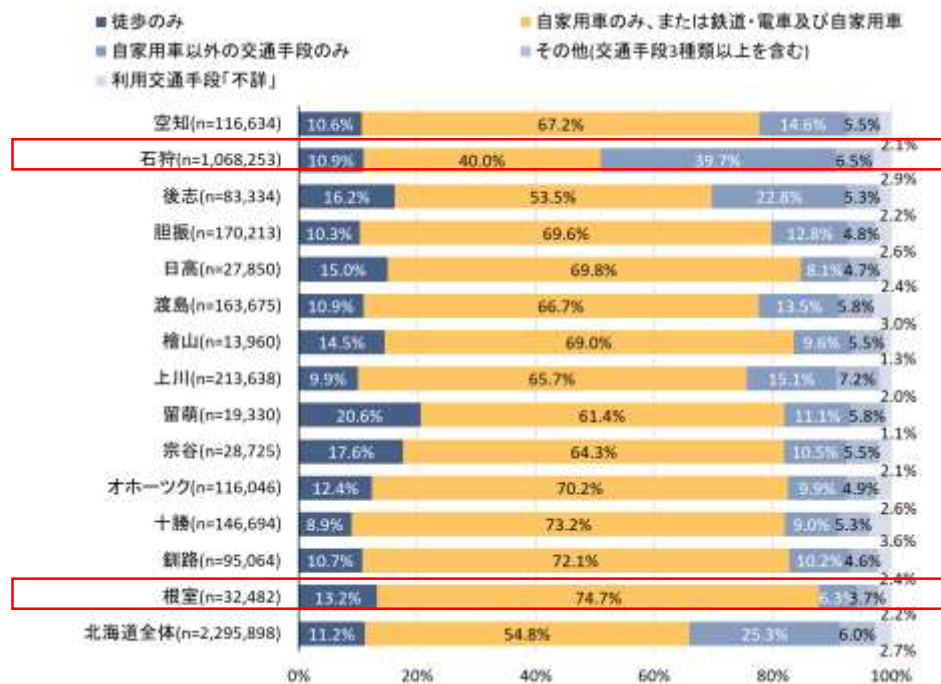


図. 通勤・通学時の利用交通手段（振興局別）

図注：利用交通手段「その他（交通手段3種類以上含む）」にも自家用車を利用した移動手段が含まれる

（出所）総務省「令和2年国勢調査 従業地・通学地による人口・就業状態等集計（主な内容：従業地・通学地による人口、昼夜間人口など）」

表2-17 利用交通手段の種類数・利用交通手段、常住地又は従業地・通学地別通勤者・通学者数（15歳以上）-全国、都道府県、市区町村（令和4年7月）



# 通勤・通学時の移動手段（2020年と2010年の比較）

前回調査（2010年）と比較して自家用車を使用している割合は増えているが大きな変化ではなく、新型コロナウイルスの影響は限定的と考えられる。

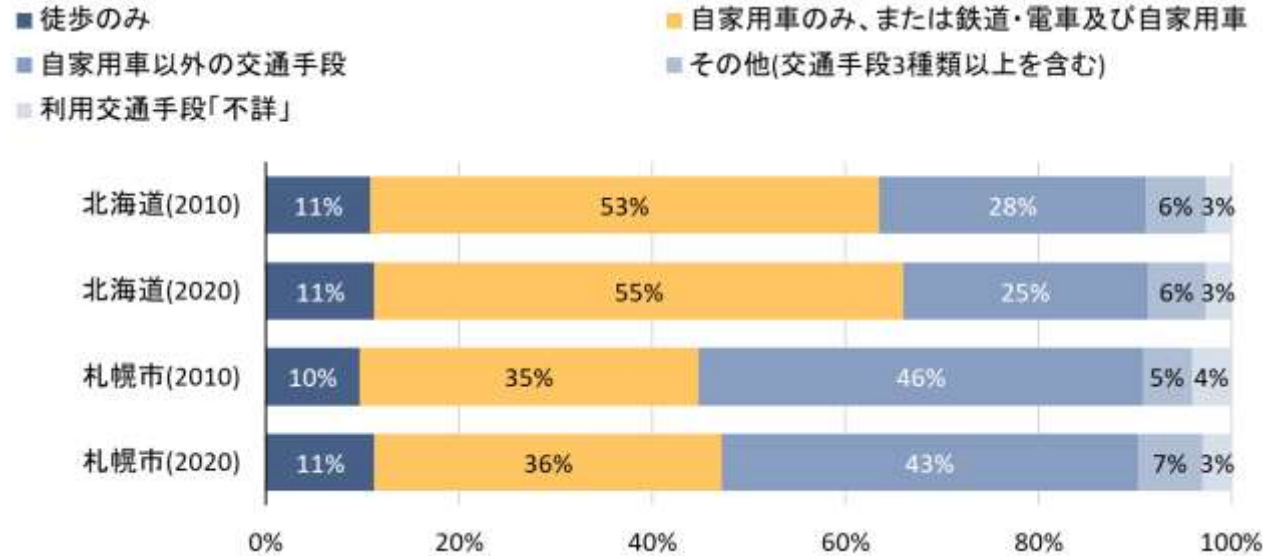


図. 区別通勤・通学時の利用交通手段（北海道・札幌市）

図注：利用交通手段「その他（交通手段3種類以上含む）」にも自家用車を利用した移動手段が含まれる

（出所）総務省「令和2年国勢調査 従業地・通学地による人口・就業状態等集計（主な内容：従業地・通学地による人口、昼夜間人口など）  
表2-17 利用交通手段の種類数・利用交通手段、常住地又は従業地・通学地別通勤者・通学者数（15歳以上）－全国，都道府県，市区町村」（令和4年7月）



# 買い物目的の交通手段別移動手段

自家用車を利用した買い物目的の移動手段は札幌市では徒歩のみと同程度だが、中核都市では徒歩のみの約4倍、「その他」の市町村では徒歩のみの約5倍となっている。

自家用車を利用した買い物目的の移動手段は「その他」の市町村で多く、コロナ前の水準に戻る、またはコロナ前より増えるの見込まれている。

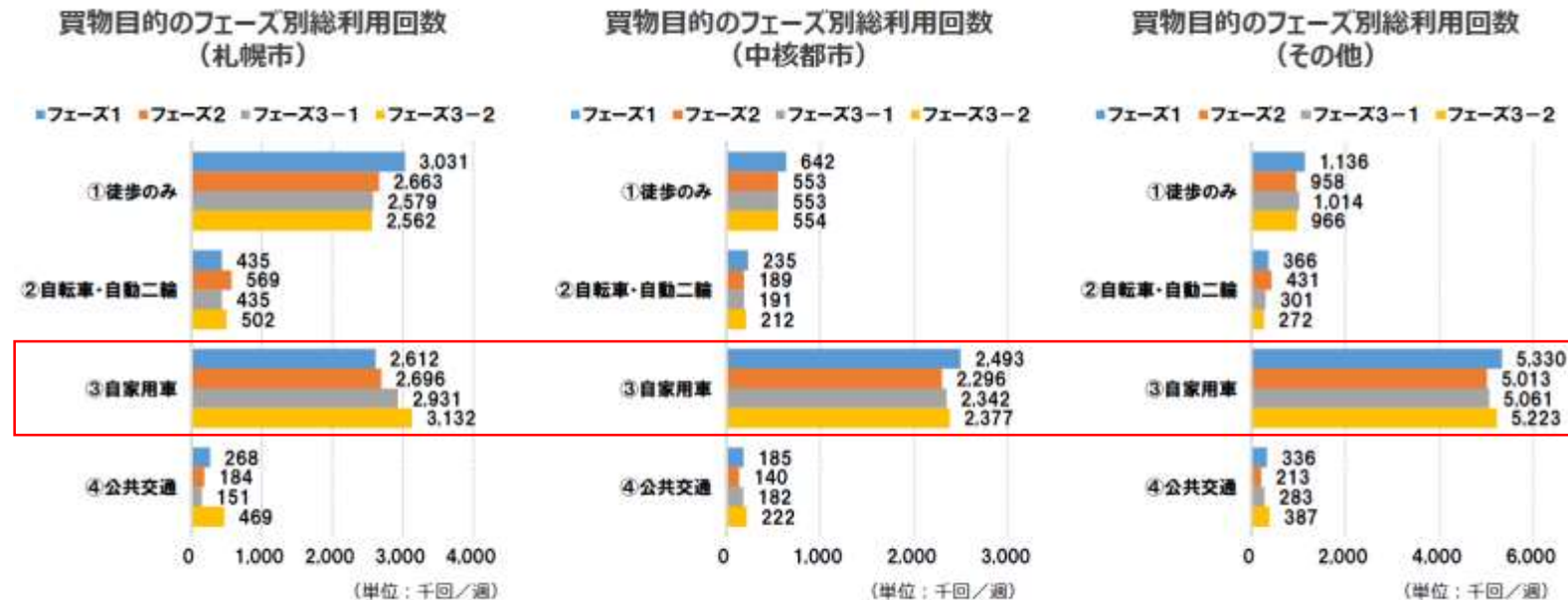


図. 地域別・移動手段別の買い物目的のフェーズ別総利用回数

※図注：フェーズ1はコロナウイルス感染拡大前（令和2年1月以前を想定）、フェーズ2は感染拡大が続く状況（現在）、フェーズ3-1は今後も感染対策を継続している状況での将来の予定（令和4年4月以降）、フェーズ3-2は感染対策を行う必要がなくなった状況での将来の予定（令和4年4月以降）

※図注：移動回数はアンケート回答を各地域の人口に基づき拡大推計を行っている。

※図注：中核都市は函館市、旭川市、北見市、帯広市、釧路市を指す

※調査の概要：北海道民のWEBモニター1,504名に実施したWEBアンケート

（出所）北海道運輸局「北海道運輸局管内における新型コロナウイルスによる公共交通への影響調査 報告資料」（令和3年4月）



# 道内外・旅程別 旅行時の移動手段（2021年）

道内観光客の移動手段は8割弱が自家用車であり、日帰り・宿泊問わず高い水準である。

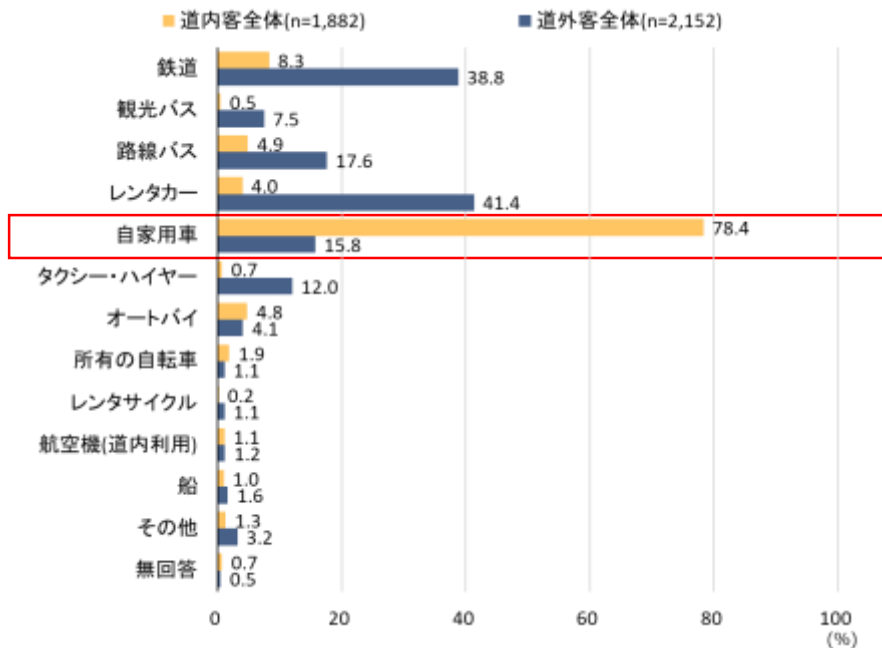


図. 観光時の利用交通手段（道内客・道外客別）  
※複数回答

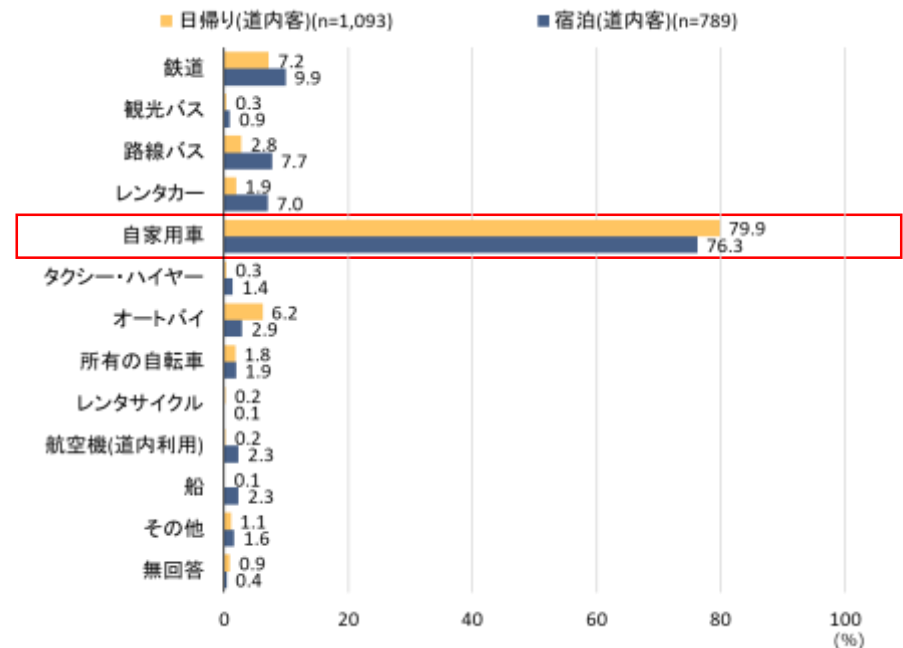


図. 道内客の観光時の利用交通手段（旅程別）  
※複数回答

※調査の概要：道内主要観光地及び交通拠点から103の調査地点を設定し、令和3年6月から令和4年2月にかけて4回の期間に分けて旅行者（道内客1,882名、道外客2,152名）に対して実施

（出所）北海道観光振興機構「2021（令和3年度）北海道来訪者満足度調査 報告書」（令和4年3月）



# 年齢・同伴者別 旅行時の移動手段（2021年）

10代・20代や一人旅、友人・知人との旅行では鉄道や路線バスを使用する割合が高い。  
30代以上や家族旅行の場合は自家用車の利用割合が高い。

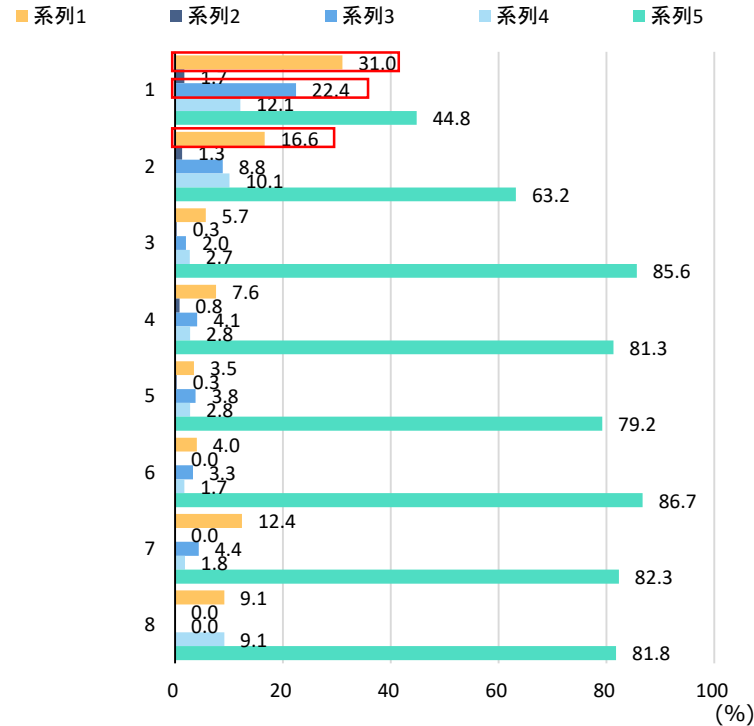


図. 道内客の観光時の利用交通手段（年齢別）  
※複数回答・一部選択肢抜粋

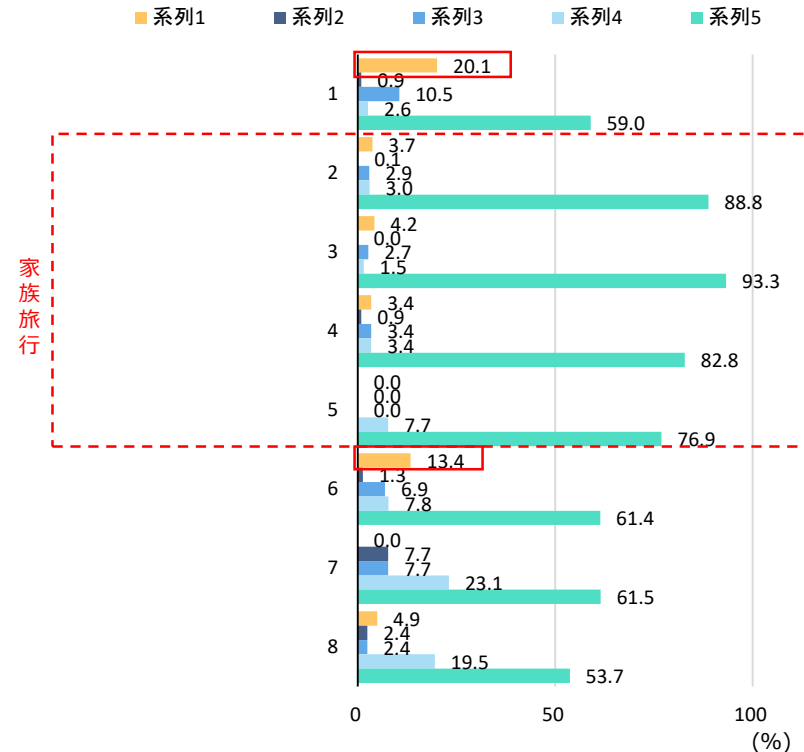


図. 道内客の観光時の利用交通手段（同伴者別）  
※複数回答・一部選択肢抜粋

※調査の概要：道内主要観光地及び交通拠点から103の調査地点を設定し、令和3年6月から令和4年2月にかけて4回の期間に分けて旅行者（道内客1,882名、道外客2,152名）に対して実施

（出所）北海道観光振興機構「2021（令和3年度）北海道来訪者満足度調査 報告書」（令和4年3月）



# EASTフレームワークに基づく施策例の整理

目的別の移動手段の実態から、北海道では日常・非日常によらず自家用車移動が習慣化していると考えられる。

他方で交通行動変容のための情報発信事例は国内外で多数提案されている。そこで、既存の施策事例をEASTフレームワークに沿って整理し、北海道での活用可能性を検討する。

図. EASTフレームワーク

観点	要素	例
Easy (簡単に)	デフォルト機能の活用	行動を起こしやすい、デフォルト状態にする
	面倒な要因の減少 (増加)	行動に必要な労力を極力減らす (逆に増やして行動しづらくする)
	メッセージの単純化	単純で明確な動作指示にする (行動してほしい内容を簡潔に伝える)
Attractive (印象的に)	関心を引く	デザイン良く、利益・コストを際立て、感情・人間関係に訴える
	インセンティブ設計	金銭、心理、目標等のインセンティブ設計を行う
Social (社会的に)	社会規範の提示	社会的規範 (価値観、行動、期待等) に訴えかける
	ネットワークの力の活用	個人だけでなく、ネットワークへの介入を検討する
	周囲へ公言させる	公言できるような仕組みを検討する
Timely (タイムリーに)	介入のタイミング	ライフイベントや条件・状況が行動に与えるタイミングを検討する
	現在バイアスを考慮	すぐに結果のみえる費用・便益に影響されやすい習性を考慮する
	対処方針を事前に計画	特定のイベントに直面した際の対応方針を計画するよう促す

(出所) 横浜市行動デザインチームYBiT「EASTチェックリスト・活用ガイド」を参考に作成



# 公共交通を使う前提にして選択を促す（デフォルト機能の活用）

デフォルト機能の活用は推奨する行動をデフォルトにすることで選択を促す手法である。道内でも通勤等に比べて転換余地があると思われる旅行等のポスターで、**公共交通利用を前提としたプランを提示**することは、公共交通移動を促すことに有効と考えられる。



図. デフォルトを用いた旅行に対する移動方法の選択肢の提示

(出所) 国土交通省中国運輸局『令和2年度実施【「ナッジ」を活用した効果的な公共交通の利用促進手法に関する調査・検討業務】』に関する実証調査、効果検証、周知・啓発業務報告書(令和4年3月)  
<https://www.twb.mlit.go.jp/chugoku/content/000237613.pdf>



図. 鉄道を使用したモデルコースの提示

(出所) 北海道鉄道活性化協議会「観光利用フリーペーパー『北海道みんなでかけれーる』」



# 健康増進を訴求して公共交通利用を促す（インセンティブ設計）

金銭的インセンティブは非常に効果的だが、金銭以外のインセンティブも動機付けになる。大阪府の事例では、**電車通勤にすることの効果**を健康増進効果として提示することで、自家用車通勤からの転換促進を図っている。

札幌市や中核市など公共交通機関のある地域であれば同様の情報発信が可能と考えられる。

電車移動にすることと健康増進をむずびつけることで、利便性以外の魅力を提供する

（出所）大阪府「引越しのタイミングにおすすめしたいおトクなアクション」  
[https://www.pref.osaka.lg.jp/eneseisaku/nudge/nudge\\_action.html](https://www.pref.osaka.lg.jp/eneseisaku/nudge/nudge_action.html)





# 多くの他者が公共交通を利用していることを伝える（社会規範の提示）

人は多くの他者が実施している行動（社会規範）に同調する修正を持ち、すでに複数の公共施策（納税、健康診断の呼びかけ等）に応用されている。

事業所や自治体で公共交通の利用促進を行う場合も、**利用状況の把握・発信は、比較的取り組みやすい内容**であると考えられる。



（出所）国土交通省中国運輸局 『令和2年度実施【「ナッジ」を活用した効果的な公共交通の利用促進手法に関する調査・検討業務】』に関する実証調査、効果検証、周知・啓発業務報告書(令和4年3月)』  
<https://www.tb.mlit.go.jp/chugoku/content/000237613.pdf>



# 時期に合わせた情報提供(介入のタイミング)

情報発信では条件や状況が与える影響を踏まえタイミングを選択する必要がある。

国土交通省中国運輸局は、外を歩きやすくなる秋期と、寒くなり外出を控える冬期に着目し、メッセージを発信する手法を提案している。

「**新しい生活様式**」の観点からも密閉空間を避けた屋外でのリフレッシュは推奨されており、合わせて**徒歩・自転車移動を促進**できる可能性がある。

## <秋期>

外を歩きやすい季節になりました。  
お散歩気分バスや電車に乗ってみませんか？



## <冬期>

寒くて体を動かすのはちょっと…



でもこの季節、ごちそうのカロリーが気になる

公共交通を使えば、毎日自然と“ウォーキング”できます！！



# SNSで公共交通利用を発信してもらおう（ネットワークの力の活用）

個人の行動は周囲の人間に影響されるため、ネットワークに働きかけることも有効な情報発信手法になる。

JR四国はフォトコンテストを開催し、SNSで乗車した際の景色などをハッシュタグ（#）で募集するキャンペーンを開催している。本コンテストは車窓、風景、駅、列車などの写真を対象としており、乗車した際の景色などを拡散することで鉄道利用の促進が図られる。

**SNSは多くの人に情報が拡散されやすい**ため、定期的な発信に加えてイベント活用やハッシュタグを設定する等、検索しやすいようにすることで、より効果的になると考えられる。



（出所）四国鉄道フォトコンテスト  
<https://response.jp/article/2018/04/24/308957.html>



# 公共交通利用を表明してもらおう（周囲へ公言させる）

人は周囲に公言することで将来必ず行動するように自らを仕向けることができる。  
道内の個人や法人に公共交通利用を宣言してもらおうことで、目的行動の実施率を高められると考えられる。

## 信州スマートムーブ通勤ウィーク

smart move シン **【信スマ】** にご参加ください！ 実施結果の報告は必要ありません

**参加対象** 長野県内に所在する事業所（営業所、支店、出張所等の単位でご参加ください）

**取組内容** 実施期間中に1日以上、**ア**か**イ** または **ロ**と**ハ**両方を実施  
**ア** ノーマイカー通勤（公共交通機関の利用・徒歩・自転車・在宅勤務等）  
**イ** エコドライブ通勤（「エコドライブ10のすすめ」\*から1つ以上実践）

**申込方法** FAXまたはメールで長野県地球温暖化防止活動推進センターへお申し込みください。

**\*エコドライブ10のすすめ**

- ①自分の燃費を把握しよう
- ②ふんわりアクセル「eスタート」 やさしい発進を心がけましょう
- ③車間距離にゆとりをもち、加速・減速の少ない運転
- ④減速時は早めにアクセルを離そう
- ⑤エアコンの使用は適切に
- ⑥ムダなアイドリングはやめよう
- ⑦送迎を避け、余裕をもちて出発しよう
- ⑧タイヤの空気圧から始める点検・整備
- ⑨不要な荷物はおろそう
- ⑩走行の妨げとなる駐車はやめよう（出典：エコドライブ普及連絡会）

環境にいい 13 COOL CHOICE

体にもいい 3

スマートムーブはSDGs（持続可能な開発目標）の⑨につながっています。

### 参加申込書

切り取りすこのまま長野県地球温暖化防止活動推進センターへ FAX 026-238-9780 nccca@dia.jnris.or.jp

事業所名					
住所	〒				
従業員数	人	※ 両面印刷の場合 （両面印刷を カウントを）	→	アノーマイカー通勤予定者数	人
うちマイカー通勤者数	人			イエコドライブ通勤予定者数	人
担当者	TEL:		職・氏名		
連絡先	E-mail:		FAX:		
事業所の公表	可	否	（いずれかに○をしてください）		

宣言を行った事業者はHP上で公表される（任意）

## 「北海道公共交通利用促進運動」 パートナー事業者としてご参加ください！

- 道内に事業所を有する企業・団体・行政機関等は、どなたでも参加できます。（法人様の有無を問いません）
- 各団体の状況に応じて、できることから取り組む形での活動です。
- 参加頂いた団体名や取組内容は、協議会のウェブサイトなどを通し、広く道民の皆様と共有させていただきます。

## 参加方法

**Step.1 エントリーする！**

「参加宣言書」に記入して、FAX又は郵送で事務局に送付してください。（ウェブサイトからもエントリーできます。）

**Step.2 活動に取り組む！**

各団体の特性を活かしつつ、皆さんのアイデアで、公共交通の利用促進に向けた取組を実施してください。

**Step.3 みんなで共有する！**

取り組みは、ウェブサイトから事務局に報告（任意）してください。道民みんなで共有し、活動の進展に活かしていきます。

（出所）信州スマートムーブ通勤ウィーク2022募集 | 長野県地球温暖化防止活動推進センター  
[https://nccca.or.jp/challenge/shinsma/smartmove\\_bosyuu2022/](https://nccca.or.jp/challenge/shinsma/smartmove_bosyuu2022/)

（出所）北海道公共交通利用促進運動  
<https://www.hokkaido-rail-k.jp/promotion/>



# 進学時の情報発信(介入のタイミング)

同じ内容でもタイミング次第で効果が変わり、特に**ライフイベント**（就職、結婚、新居、出産、還暦等）の際は、行政との接点もあり、行動を比較的変えやすい。

瀬戸内市は、進学時に公共交通の時刻表やルート、乗り方などを整理して配布することで、公共交通を用いた移動を選ぶよう促す路線図を作製した。

「中学校3年生の皆さんへ」  
「高校進学用」:  
進学を検討するタイミングに  
卒業生をターゲットとして  
配布

公共交通通学の  
ポイント

公共交通便利にするまでに取り組むべきこと（ルートの検討や実際に通学を体験することなど）を整理することで行動計画を立てることを促す

岡山県瀬戸内市  
岡山県立瀬戸内高等学校

経験が少ないことによるバス通学へのハードルに対して、バスの乗り方を図解で示すことで解消する (Easy)

路線図上に地域の高校の場所を強調して記載し、最寄りの駅や停留所が一目でわかるようにしている

図. 中学卒業生向けの高校通学マップ（岡山県瀬戸内市）



人は目前の費用・便益に影響されやすく、初期費用の高い商品等は利用されにくい。沖縄県等で行われている公用車EVシェアリングでは、安価な料金で市民にEV利用を可能にしている。

## EVのカーシェアで みんなの移動をスマートに



＼気軽に乗れる／

時間料金

15分 **200**円～



- ・平日は沖縄県の公用車として利用。休日は一般の方もご利用いただけます。
- ・一般の方のご利用は、事前に「NISSAN e-シェアモビ」の会員登録が必要です。

### EVカーシェアとは

先進技術の電気自動車をオンラインで利用できるサービスです。  
事前に会員登録が必要です。

### EVカーシェア おすすめポイント

- ① 気軽に使える
- ② 先進技術で安心
- ③ 環境にやさしい (SDGsに貢献)
- ④ 全国の「e-シェアモビ」を利用できる



## 1. 北海道では通勤・通学、買い物、旅行などいずれも自家用車の利用が中心

- 自家用車で通勤・通学する割合は全道で5割強で、都市規模が小さいほど割合が高い。
- 自家用車で買い物する割合は札幌市では徒歩と同程度だが、中核市では徒歩の4倍、その他の市町村では5倍。
- 道内観光客の移動は8割弱が自家用車だが、20代以下や一人旅、友人・知人との旅行では鉄道や路線バス利用の割合が比較的高い。

## 2. ナッジ等を活用した交通行動変容手法は北海道でも活用可能

- 交通行動変容のための情報発信事例は国内外で多数提案されている。
- 既存事例で使われているナッジ要素は、都市部では通勤・通学、買い物などの日常の移動、地方部では日常の移動に加えて旅行等の移動を、自家用車から公共交通やカーシェアリング、徒歩、自転車、行政の運用によるコミュニティバスに切り替える情報発信にも応用可能と考えられる。