

放置自転車対策

R6年度自転車WG関連スケジュール (案)

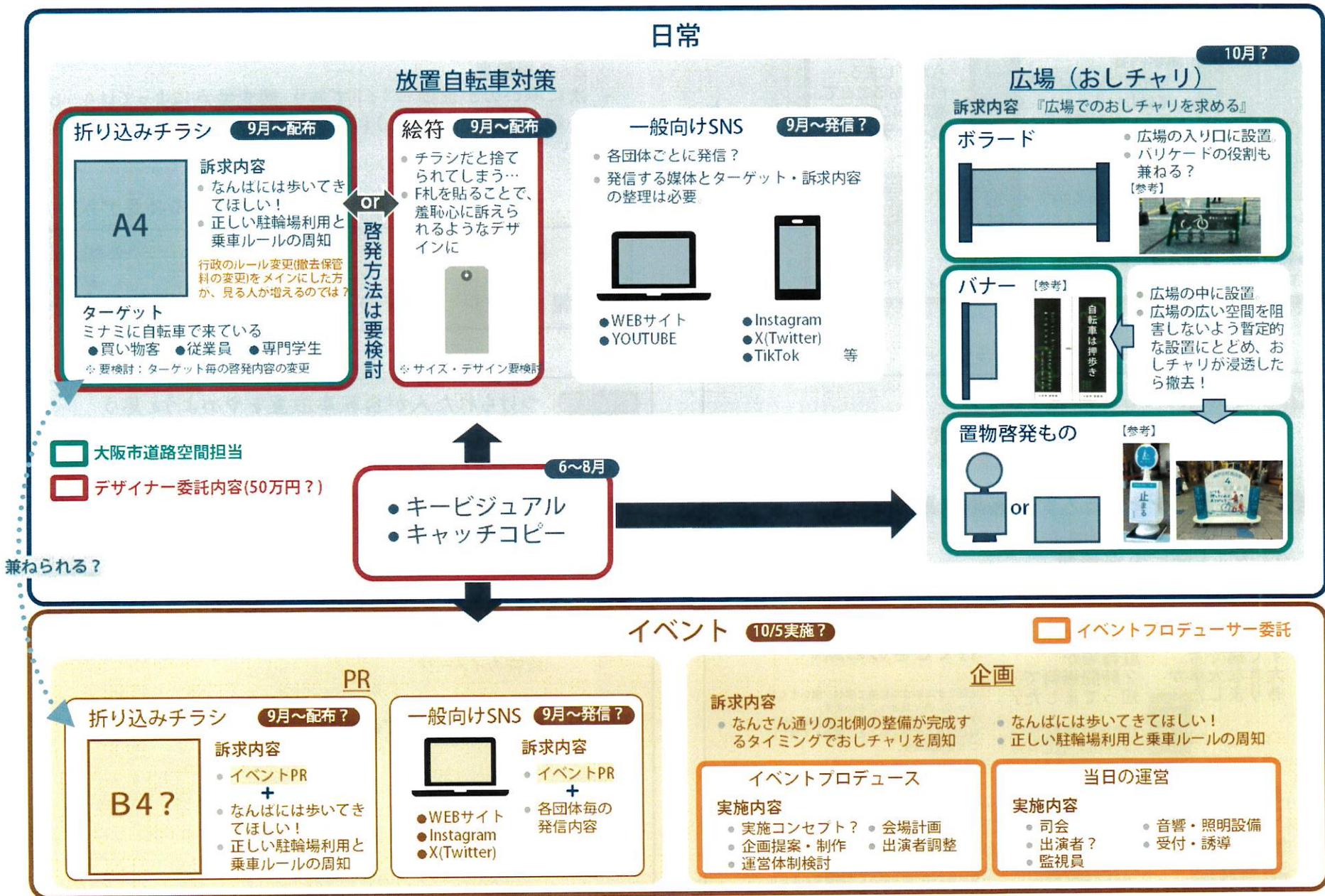
2024.06.13
資料1 中央復建コンサルタンツ

| 年度 | 2024年度 | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|--------------|---|---|--------------------------|---|----------------------|-----------------------|----|----|---|---|---|--|--|--|
| | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 1 | 2 | 3 | | | |
| イベント 工事・規制など | 調整・準備 | | | ●関西道路研究会開催 (7/11) | | ●御堂筋チャレンジ (9/1~9/30) | | | | | | | | | |
| | | | | | | | ●リバーフェスティバル (9/29・29) | | | | | | | | |
| | | | | | | | ●カーフリーデー (9/22) | | | | | | | | |
| | | | | | | | ●なんさん交通規制導入予定 (協議中) | | | | | | | | |
| 啓発 | ツール検討 啓発物の作成 | | | ●大規模啓発 (周辺住民・事業者へのチラシ配布) | | | | | | | | | | | |
| | イベントの企画 | | | イベントの準備・調整 | | | ●自転車交通安全キャンペーン | | | | | | | | |
| 放置自転車撤去 | | | | 周知 | | | ●集中撤去など | | | | | | | | |
| 台数調査 | | | | ●全数調査 (中旬) | | | | | | | | | | | |
| | | | | ●撤去箇所の調査 | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | ●全数調査 (上旬) | | | | | | | | |
| その他 | | | | | | | ●撤去保管料の増額 (10/1~) | | | | | | | | |
| | | | | | | | ●自転車対策月間 (国調査予定) | | | | | | | | |
| | | | | | | | ●プレス発表 (ここ以降) | | | | | | | | |
| | | | | | | | ●ミナミ活性化協議会幹事会 | | | | | | | | |
| | | | | | | | ●協議会 | | | | | | | | |

自転車WG内役割分担表（仮案）

| | 施策・打ち手 | 全体プロデューサー | サポート | プランナー | 予算 |
|---|--|---|-------------------------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 自転車交通安全キャンペーン・イベント対応 | なんば安全安心にぎわいのまちづくり協議会（窓口：戎橋筋商店街振興組合） | ミナミまち育てネットワーク | 外注 | |
| 2 | 事業者向け啓蒙チラシ （放置自転車対策・押しチャリお願い） | 大阪市道路空間担当 | 中央復建 | 地元の デザイン事務所 に一式委託？ | |
| 3 | 住民向け啓蒙チラシ・絵符 （放置自転車対策・押しチャリお願い） | なんば安全安心にぎわいのまちづくり協議会（窓口：戎橋筋商店街振興組合） | ミナミまち育てネットワーク | | |
| 4 | 専門学校向け啓蒙チラシ | 大阪市道路空間担当 | 中央復建 | | |
| 5 | 駅前広場・なんさんボラード（押しチャリお願い） | 大阪市道路空間担当 | 中央復建 | | |
| 6 | 駅前広場・ポールフラッグ（押しチャリお願い） | 大阪市道路空間担当 | 中央復建 | | |
| 7 | 一般向け動画（放置自転車対策・押しチャリお願い） | なんば安全安心にぎわいのまちづくり協議会（窓口：戎橋筋商店街振興組合） | ミナミまち育てネットワーク ミナミ御堂筋の会 | 内作 | |
| 8 | 一般向けSNS（放置自転車対策・押しチャリお願い） | それぞれの主体で展開？ 戎橋商店街振興組合 ミナミまち育てネットワーク ミナミ御堂筋の会 | - | 内作 | |
| 9 | 公共交通利用促進施策 （周辺1～2駅からの利用者へのクーポン発行等） →ノーカードーに合わせる？ | ミナミまち育てネットワーク | なんば安全安心にぎわいのまちづくり協議会（窓口：戎橋筋商店街振興組合） | 内作 | OsakaMetro 相談要 |

媒体戦略シート（仮案）



日常の放置自転車対策

折り込みチラシ 9月～配布

A4

訴求内容

- なんばには歩いてきてほしい!
- 正しい駐輪場利用と乗車ルールの周知

行政のルール変更(撤去保管料の変更)をメインにした方が、見る人が増えるのでは?

ターゲット
 ミナミに自転車で来ている
 ● 買い物客 ● 従業員 ● 専門学生

※ 要検討: ターゲット毎の啓発内容の変更

絵符? 9月～配布

- チラシだと捨てられてしまう...
- F札を貼ることで、羞恥心に訴えられるようなデザインに



※ サイズ・デザイン要検討

OR

啓発方法は要検討

— 折り込みチラシ —

ポイント① 手に取ってもらう・見てもらう

- 行政のルール変更(撤去保管料の変更)をメインに資料の内容を確認する人の数を増やす。

ポイント② メッセージを見た人が自転車放置をやめようと思う

- 見た人の羞恥心に訴えかけるメッセージ
- ターゲット毎に内容検討

まちの人向け

すぐ横で昔大きな火事がありました

駐輪場が2時間無料で知ってました?

自転車を気にせず買物できますよ
エディオン280台、高島屋182台、なんばシティ232台、なんばパークス1600台

まちに協力してください

- 放置自転車をゼロにしたい。なんば安全安心にぎわいのまちづくり協議会
御堂筋沿道整備協議会
ミナミまち育てネットワーク

歩いている人が困っています

- ちょっと置くだけがまちをだめします。
- すぐ近くに駐輪場を使うか徒歩にご協力ください。

専門学生向け

ミナミに自転車で行くときのお願い

大阪ミナミのまちに来て学び、働いてくださって、ありがとうございます。アルバイトや遊びでミナミに自転車で行く時に注意してほしいこと、協力してほしいことを伝えます。

● 私たちは大阪ミナミを、歩いて安全快適で美しいミナミのまちにしたいと心から願っています。

● 自転車を道路上に放置している歩くと人の迷惑になるので、なんば～道頓堀～心斎橋は全域で自転車の放置を禁止しています。

● 自転車を放置していると行政が撤去・保管し保管料3500円が必要となります。

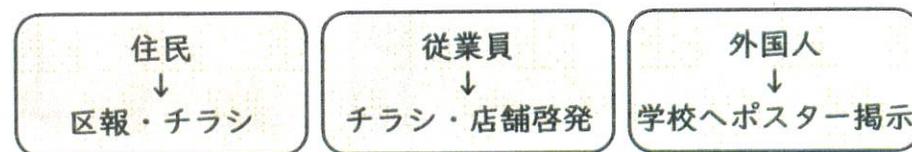
● 地域では行政と協力して駐輪場を4600台もつくってきました。

啓発ターゲット

自転車放置者の目的は、

- 平日は**買い物(遊び、飲食等)**が最も多く、ほとんどの調査地点で**3~8割**程度。
- 次に多いのが**通勤・バイト**であり、調査地点によっては**4~6割**。
- 外国人(従業員・学生)には、ルールの啓発がうまくできていないという課題も。

ターゲット毎に啓発方法・内容を検討する必要がある



— 絵符 —

ポイント① つけられた人が自転車放置をやめようと思う

- 見た人の羞恥心に訴えかけるメッセージ
- 大衆を味方につけるような仕組み

見てるぞ!

+

この自転車が
まちの景観を損ねています



この自転車が
まちの景観を損ねています

絵符のイメージ

まちへの投げかけ

ポイント② 捨てられない、ごみにならない

課題

日常の放置自転車対策

一般向けSNS

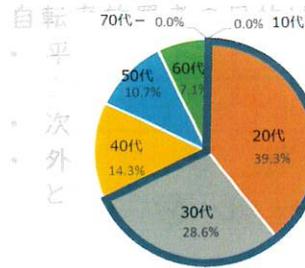
9月～発信?

- 各団体ごとに発信?
- 発信する媒体とターゲット・訴求内容の整理は必要。



- WEBサイト
- YOUTUBE
- Instagram
- X(Twitter)
- TikTok
- 等

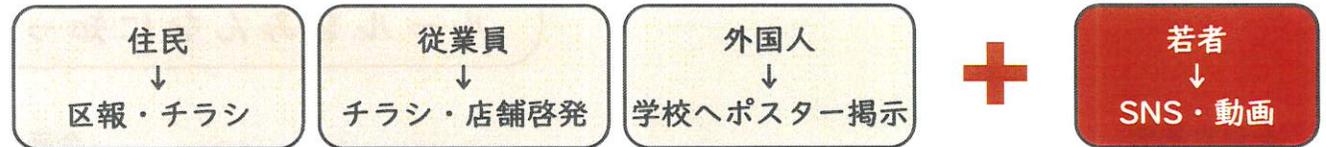
啓発ターゲット



食事が最も多く、ほとんどの調査地点で、**20代、30代の自転車放置が多い**。

街づくり委員会調査(2021/12/13) 南海通り入口の結果

※方法・内容を検討する必要がある



街づくり委員会の予算でコンテンツ制作→発信できないか

媒体検討

| 2000年代 | 2010年代 | 2020年代 |
|---|---|---|
| <p>伝統的メディア</p> | <p>サーチエンジン</p> | <p>SNS</p> |
| <p>特徴</p> <ul style="list-style-type: none"> ●参入障壁と権威性 ●メディアとコンテンツのカップリング | <p>特徴</p> <ul style="list-style-type: none"> ●プラットフォームの確立 ●双方向的なディストリビューション | <p>特徴</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ソーシャルグラフの確立 ●発信者による共感・親密性・ストーリーの醸成といったエンゲージメントが重要 ●「おすすめ・レコメンド」機能により、ディストリビューション/パスが機械化 ●コンテンツがユーザーを発見する ●インフォメーション視聴時間などが重要なポストソーシャル環境へ |

放置自転車対策のキャッチーな啓発動画(インフルエンサー?)

『オススメされた動画を見るときにみる』のが若者とSNSの付き合い方

動画アプリによって、見る目的やタイミングが違う



参考: <https://dentsu-ho.com/articles/8736>

交通安全キャンペーン (2024/10/5開催予定)の企画内容

イベントで伝えたいこと

暗に伝えたいコンセプト

1 なんばに自転車であまり来てほしくない

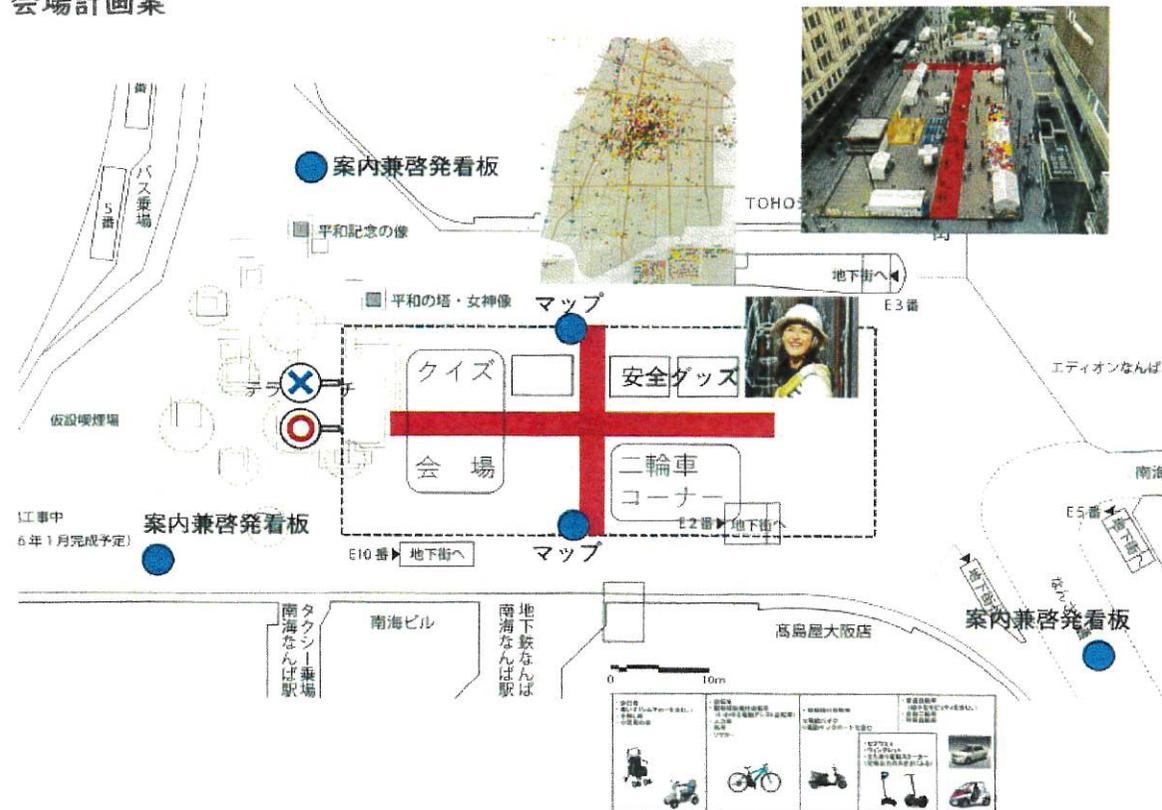
イベントで打ち出すコンセプト

2 自転車に来るならルールを守ってほしい

ルールをみんなに知ってもらう

報道にミナミの自転車対策の取組をまとめて取り上げてもらうきっかけとしての役割

会場計画案



企画案

- ① ○×クイズの作成
- ② 二輪車クイズの企画
- ③ 駐輪場マップの編集
- ④ 安全関連グッズの協力企業探し
- ⑤ その他盛り込める内容

本日議論したいテーマ①

『交通安全キャンペーン』というイベントで放置自転車についての啓発をする意義

- ・ 誰に対して何をどのように伝えるのか

本日議論したいテーマ②

多くの来場者を集めることができ、その上で自転車の啓発もできる企画内容

- ・ 自転車を放置している人々に対して、こちらからのメッセージが届く仕組み