

# 第15回大阪地区渋滞対策協議会

## 【主要渋滞箇所の解消に向けたTDM施策】

---

令和6年7月24日

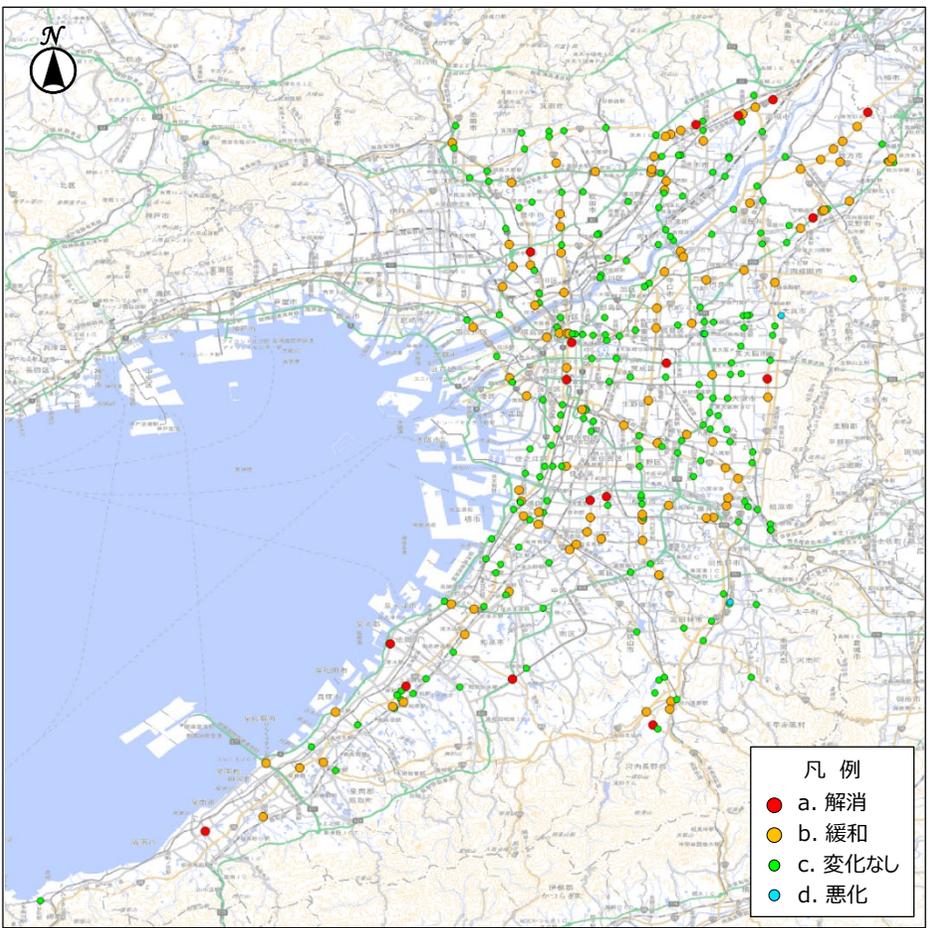
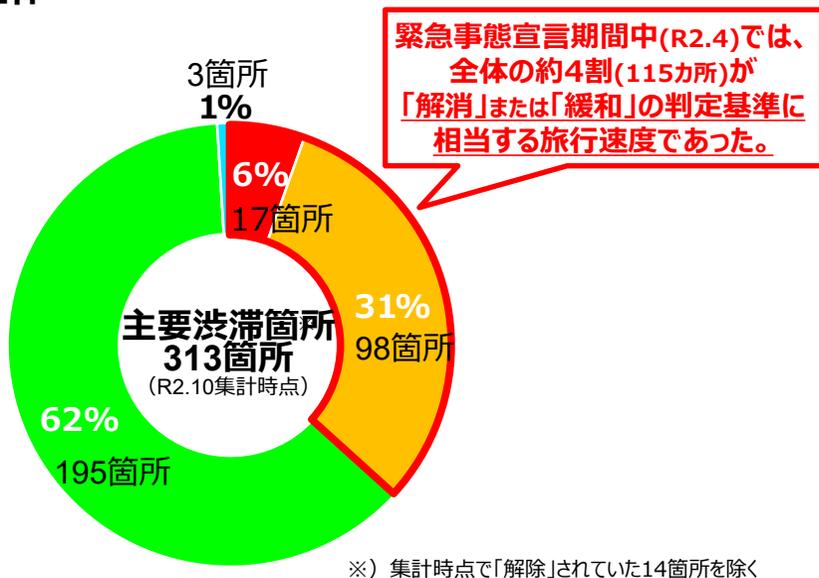
# 1. 背景・目的

- コロナ禍（R2.4の緊急事態宣言期間中）における交通状況を分析したところ、外出自粛や在宅勤務等に伴う交通量減少により、**主要渋滞箇所の約4割にあたる115箇所**で緊急事態宣言中に**渋滞解消・緩和**が見られたことで、**TDM（交通需要マネジメント）** 施策の有効性が想定される。
- 令和5年度は、ドライブアプリ（スマホ・PC）を用いて、渋滞箇所の情報提供及び迂回ルートの案内を行い、行動変容を促す施策を試行的に実施した。

※） TDMとは、Transportation Demand Managementの略で、道路利用者に時間、経路、交通手段や自動車の利用法の変更を促し、交通混雑の緩和を図る方法。

## ■コロナ禍（緊急事態宣言期間中（R2.4））における主要渋滞箇所の交通状況の変化【大阪地区】

### ○大阪地区全体



【大阪地区における判定基準】

- a. 解消 : 「緊急事態宣言中」に全流入方向が20km/h以上の箇所
- b. 緩和 : 「緊急事態宣言中」に20km/h以上の流入方向数が増加した箇所
- c. 変化無 : 「緊急事態宣言中」に20km/h以上の流入方向数に変化が無い箇所
- d. 悪化 : 「緊急事態宣言中」に20km/h以上の流入方向数が減少した箇所

※） 通常期 : R1.9~11（平日）、コロナ禍 : R2.4/20~4/26（平日）

# 2. これまでの経緯 ①令和4年度の取り組み

- 令和4年度は、(株)ナビタイムジャパンが提供するドライブアプリを活用したTDM施策として、4箇所の主要渋滞箇所を対象に、**渋滞方向の時間帯別旅行速度に関する情報提供を行い、渋滞箇所の迂回や渋滞時間を避けた移動を促す取り組みを実施。**
- 情報を受け取ったアプリユーザーの行動を分析した結果、車ルート検索時に表示されるバナー通知、現地でのPUSH通知ともに、**クリック率、開封率が一般的な平均値よりも高い結果となり、渋滞に対する関心が高い傾向にあることが分かった。**

## ■ 令和4年度に実施したTDM施策の概要

### ▼ 対象交差点（4箇所）

地域	交差点名
三島地域	下穂積1丁目交差点（大阪高槻京都線）
中河内地域	名称なし（大阪府水道部藤井寺ポンプ場） （国道170号）
大阪市	難波交差点（国道25号）
泉南地域	臨海北交差点（国道481号）

代替経路の有無、  
コロナ禍における  
渋滞量の変化、  
地域特性を踏まえて  
選定

### ▼ TDM施策の実施内容

#### ① 車ルート検索時のバナー通知

- 検索したルートが対象とする渋滞箇所周辺を通過する場合、バナーを表示
- バナーをクリックすると、対象箇所の交通情報が表示される



PCでのルート検索画面（イメージ）

#### ② 現地配信（PUSH通知）

- アプリの位置情報をもとに、主要渋滞箇所周辺を通行するアプリユーザーに情報を自動配信
- バナーをタップすると、対象箇所の交通情報が表示される



情報提供の内容



PUSH通知の表示例

## ■ 効果検証結果

### ① 車ルート検索時に表示されるバナーのクリック率

区間名 or 交差点名	PC			スマートフォンアプリ			合計		
	表示回数	クリック回数	クリック率	表示回数	クリック回数	クリック率	表示回数	クリック回数	クリック率
下穂積1丁目	998	17	1.7%	325	26	8.0%	1,323	43	3.3%
名称なし（大阪府水道部藤井寺ポンプ場）	607	25	4.1%	177	15	8.5%	784	40	5.1%
難波	13,671	453	3.3%	11,487	1,913	16.7%	25,158	2,366	9.4%
臨海北	17,858	764	4.3%	11,681	806	6.9%	29,539	1,570	5.3%
4箇所計	33,134	1,259	3.8%	23,670	2,760	11.7%	56,804	4,019	7.1%

➡ 全体の表示回数は56,804回、クリック回数は4,019回、**クリック率：7.1%**

➡ バナー広告に対するクリック率は一般的な平均が0.2%、ナビタイム社の交通対策案件の平均が2%であることから、**渋滞に対する関心が高い**ことを示す結果となった

※) 車ルート検索時におけるバナー通知期間：令和5年2月1日～2月28日  
 ※) 2/25～26は難波交差点付近で大阪マラソンがあったため、その影響によりクリック回数が増加したことが想定される。

### ② 現地配信（PUSH通知）の開封率

➡ 配信数：33,042、開封数：2,960、**開封率：9.0%**

➡ 開封率は平均の5%よりも高い結果となり、バナーと同様に、**渋滞に対する関心が高い**ことを示す結果となった

※) 現地配信（PUSH通知）期間：令和5年2月1日～3月14日

# 2. これまでの経緯 ②令和5年度の取り組み(選定について)

- 令和5年度も引き続き、(株)ナビタイムジャパンが提供するドライブアプリを活用したTDM施策を実施。
- 令和5年度は渋滞箇所に関する情報に加え、渋滞箇所を迂回させるルート案内を追加。**
- アプリ(カーナビ)の利用特性を踏まえ、通勤等の日常的な移動ではなく、ルート検索を行う可能性がある**大規模集客施設への移動(買い物、観光目的等)**を想定し、**万博公園エリア(府道大阪中央環状線)**を選定した。

## ■令和5年度の対象エリアの選定



### ▼STEP1,2: 主要渋滞箇所の評価 (31箇所・10エリア)

- 各施設から  
1km未満 : 3点  
1~2km : 2点  
2~3km : 1点  
それ以上 : 0点
- いずれかの流入方向で  
平日・休日ともに20km/h未満 : 3点  
休日のみ20km/h未満 : 2点  
平日のみ20km/h未満 : 1点  
どの方向も20km/h以上 : 0点
- いずれかの流入方向で  
平日・休日ともに9時間以上 : 3点  
休日のみ9時間以上 : 2点  
平日のみ9時間以上 : 1点  
どの方向も9時間未満 : 0点

1次選定では評価値が9以上の箇所・エリアを選定

交差点名	STEP1: 店舗・施設の評価			STEP2: ターゲットとなる交差点の評価		1次選定
	大規模商業施設	主要観光施設	主な競技場	①平均旅行速度(平日・休日昼間12時間)による評価点	②20km/h未満時間帯数(平日・休日昼間12時間)による評価点	
山田北	2	2	2	3	3	12
宇野辺北	3	1	2	3	3	12
下穂積1丁目	3	1	2	3	3	12
中穂積	3	1	1	3	3	11
西駅前	3	1	1	3	3	11
奈良	3	1	1	3	3	11
名称なし(JR茨木駅北側)	3	0	1	3	3	10
千里丘7丁目	1	1	2	3	3	10
佐竹台2丁目	1	1	1	3	3	9
沢良宜浜南	2	0	1	3	3	9
阿倍野	3	0	0	3	3	9
名称なし(近鉄前西)	3	0	0	3	3	9

: 解除箇所を除く296箇所を対象に評価

### ▼STEP3: 対象エリアの選定 (3箇所・1エリア)

エリア名	対象施設	代替経路有無	迂回の可能性
万博公園	ららぽーとEXPOCITY	○	○
	パナソニックスタジアム吹田		
	イオンモール茨木		
阿倍野	あべのキューズタウン	×	-
梅田	ヨドバシカメラマルチメディア梅田	×	-
大日	イオンモール大日	×	-
鶴見	イオンモール鶴見緑地	×	-
門真	ららぽーと門真	○	×
ららぽーと堺	ららぽーと堺	×	-
住之江	イオンモール堺鉄炮町	×	-
イオン堺北花田	イオンモール堺北花田	×	-
りんくう	りんくうプレミアムアウトレット	○	×

2次選定では代替経路の有無、迂回の可能性の観点から対象エリアを選定

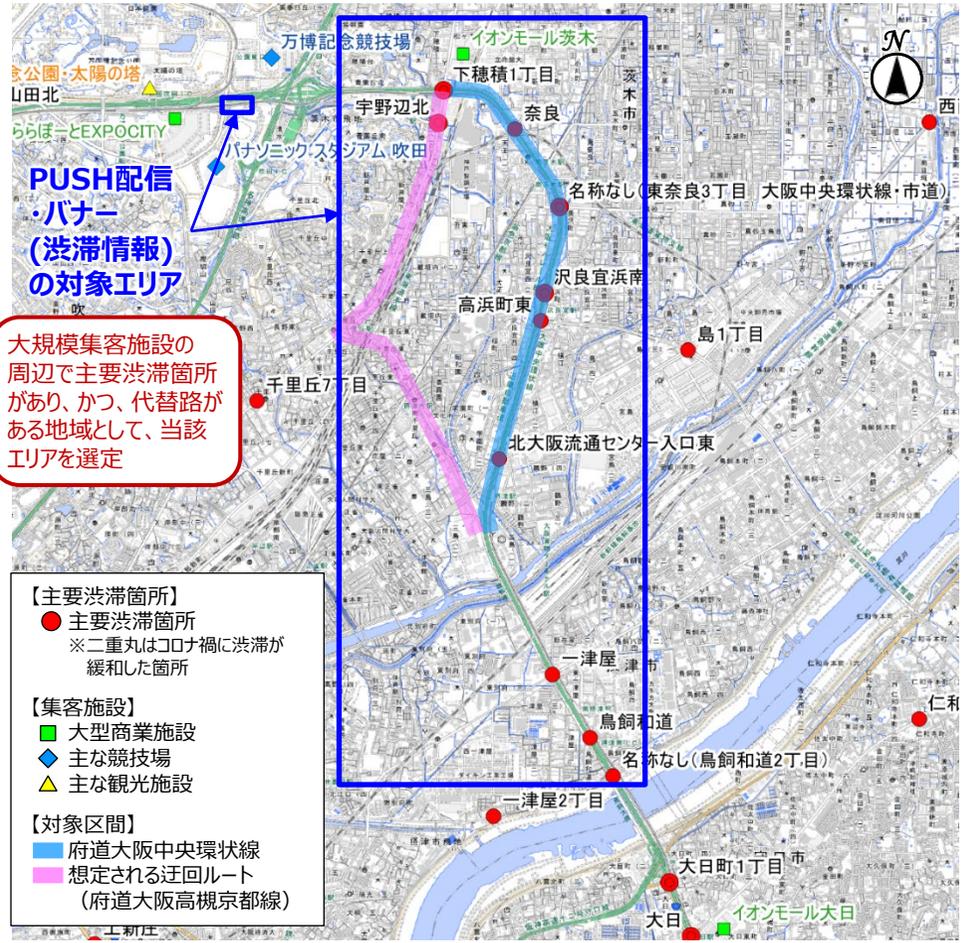
➡令和5年度は万博公園エリアを対象にTDM施策を実施

# 2. これまでの経緯 ②令和5年度の取り組み

- 選定した万博公園エリアへのアクセスルートとして、**主要渋滞箇所が連担する府道大阪中央環状線（千里丘行き分岐から下穂積2丁目交差点までの北行き）**を対象に、アプリで検索したルート上に対象区間が含まれる場合に**迂回ルートを案内**するとともに、アプリユーザーに対して**渋滞情報を提供**。
- 期間については、**令和6年1月15日から令和6年2月15日の1ヶ月間**で実施

## ■ 令和5年度に実施したTDM施策の概要

- ▼ 対象箇所
  - 万博公園エリア（ららぽーとEXPOCITY、イオンモール茨木等）



## ▼ TDM施策の実施内容

### ① 迂回ルート案内 (ルート検索時、ナビ中に通知)

ルート上に注意区間があります 回避ルートを確認 >

迂回ルートバナーをタップ

通常の推奨ルート

迂回ルート案内

25分 (回避) 6.9km 0円

### ② 渋滞情報の提供 (ルート検索時、PUSH配信エリア進入時に通知)

注意アイコン

バナー

PUSH通知をタップ

画像をタップ

詳細パネル

チラシ

渋滞情報を提供

# 2. これまでの経緯 ②令和5年度の取り組み(効果検証結果)

- ルート検索時に迂回ルートを確認したドライバーの13%、走行中（ナビ中）に迂回ルートを確認したドライバーの6%が迂回ルートを選択しており、**情報提供による一定程度の行動変容**が確認できた。
- Webサイトで車ルート検索時に表示される「**渋滞情報バナー**」の**クリック率は約7%**、アプリ利用者への**リアルタイムPUSH配信の開封率は約10%**であり、令和4年度に続き、**渋滞情報に対する関心度は高い**ことが分かった。
- 情報提供前・提供中の期間における大阪中央環状線千里丘行き分岐から下穂積2丁目交差点までの旅行速度については、**迂回ルートを選択した人が400人程度と全体の交通量に対して少なかったこともあり、大きな変化は見られなかった。**

## ■効果検証結果

### ①迂回ルート案内

▼迂回ルート案内に対する反応

表示内容	表示回数	①クリック回数 ②③迂回人数	割合
①迂回ルートバナー	37,257	881	2.4%
②迂回ルート (ルート検索時)	864	111	12.8%
③迂回ルート (ナビ中)	4,882	297	6.1%
②+③ 迂回ルート	5,746	408	7.1%

アプリでルート検索をした際にバナーが表示された37,257回の内、バナーをクリックして迂回ルートを確認した方が881人

アプリによるルート検索時、ナビ中（走行中）に迂回ルートを確認した5,746人の中、408人が迂回ルートに変更

▼情報提供前・提供中期間における大阪中央環状線の旅行速度の変化

千里丘行き分岐から下穂積2丁目交差点間  
(6時～20時の平均値) [km/h]

①情報提供前	②情報提供中	差 (②-①)
24.8	26.5	1.7

情報提供前・提供中で大きな変化は見られない

※) ETC2.0プローブデータ (実験前: R6.6~8 (平日)、実験中: R6.1.15~2.15 (平日))



### ②渋滞情報の提供

▼渋滞情報バナーに対する反応

媒体	表示回数	クリック回数	クリック率
PC	13,584	745	5.5%
スマートフォン	5,737	539	9.4%
計	19,321	1,284	6.6%

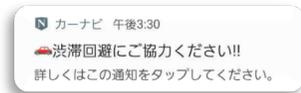


▼リアルタイムPUSH配信に対する反応

配信数	開封数	開封率
2,178	211	9.7%

ナビタイム社のPUSH通知の平均開封率5%を大きく上回る水準

PUSH通知



ナビタイム社の交通対策案件に関するWebバナー広告の平均クリック率2%を大きく上回る水準

令和5年度の取り組みでは、**情報提供を行うことで渋滞箇所を迂回する行動変容を促すことが可能である**など、情報提供を行うことに対する一定の効果を確認することができた。一方で、特定のアプリユーザーのみを対象にした情報提供であるため、さらなる交通状況の改善を図っていくためには、**より多くのドライバーに情報提供、施策を周知する必要がある。**

# 3. 令和6年度の取り組み(案)

- 令和4年度、令和5年度は、情報提供によるドライバーの関心度や行動変容の確認に主眼を置いた検証を行い、閲覧状況や経路変更などの面で一定の効果があることが確認できた。
- 一方で、特定のアプリユーザーのみを対象にした情報提供であったため、令和6年度は次のステップとして、**より多くのドライバーに情報提供を行うため、Web広告を活用した広報を行い、施策を周知する取り組み**を行う。
- 令和6年度の取り組みについては、大阪地区渋滞対策協議会のクレジットで行う**こととし、情報提供を行う際は、WEB公告や大阪国道事務所のホームページへの掲載とあわせて、協議会メンバーのホームページやXの掲載も活用した情報の拡散を図る。

## ■ 令和6年度の取り組み (案)

### ▼ 対象箇所

- 令和5年度に引き続き、**万博公園エリア（府道大阪中央環状線）**を対象とする。

### ▼ TDM施策の内容

- 対象箇所周辺について、**速度が著しく低下する時間帯や交通量が多い時間帯などの情報提供**を行い、**渋滞箇所の迂回や出発時間の調整を促す**。
- 情報提供の方法については、情報収集の多くがスマートフォンで行われている現状を踏まえ、スマートフォンでの受信を念頭に置いた手法として「Google広告」や「Yahoo!広告」、「LINE広告」、「YouTube広告」など、**閲覧する機会が高いと思われる大手インターネット広告の活用**を検討。



Google広告

Yahoo!広告

LINE広告

Youtube広告

一般道路利用者が行政情報を能動的に収集する機会は少ないと思われるため、**受動的に情報が入るインターネット広告を活用**。上記のような**大手広告を比較・検討し、最適なものを選定**。広告をタップしたら広報資料（大阪国道事務所HP内に配置）に遷移させる。



広報資料のイメージ (図は令和5年度のチラシ)

本施策の内容や対象エリアの渋滞情報を掲載した広報資料を作成。

**大阪地区渋滞対策協議会としてチラシを作成し掲載**

### ▼ 実施時期・効果検証

- 令和6年12月頃の実施を想定。
- 効果検証については、情報提供前後における旅行速度等の変化を整理（予定）