

I. 案内標識の3つの理念 ～標識は道路の発する「声」～

1. ユーザー重視、顧客志向

標識はユーザーと道路のコミュニケーション・メディアのひとつであると言えるが、方式そのものは一方通行であり、ユーザーに情報が届いているのか否か不確実であるという特徴を持つ。

そしていま、この一方通行で固定的な情報が、世の中の変化やそれに伴うニーズの変化を受けて、ユーザーにとって本当に必要なものとなっているかという根本的な問題が問われている。

従って、まず、ユーザーが本当に知りたい情報が何であるかを考え、「ユーザー重視」、「顧客志向」の立場に立って標識のあり方を考えることが必要である。

2. システム・体系性の充実

現在の道路案内標識を考えたとき、最も欠けているのが、その体系・システムであると言える。ユーザーと標識設置者との間に共通のルール、言語が欠けており、どこに(Where)、何を(What)、どのように(How)提供するかについてのルールが確立されていない。

情報提供の基本的手法は「指示(Direction)」と「同定(Identify)」であり、道路案内標識はこの二つの要素を満たした上で、我が国の都市構造や住居表示等の特性を踏まえるとともに、沿道景観や視環境にも配慮し、必要最小限の情報でユーザーの円滑な移動をサポートするシステムであるべきである。

また、多様化するユーザーのニーズに対し、道路案内標識のみでこれらに対応することはもはや不可能であり、カーナビゲーションや道路地図など他メディアとの積極的な役割分担とそのための環境整備も今後不可欠である。

なお、これらの取組の中に、一度に実現することが困難なものがあったとしても、実現可能なところから徐々に取り組んでいく「漸進主義」の発想に立ち、継続的に取り組んでいくことが重要である。

3. 標識のマネジメント

顧客志向の立場に立ち、情報提供のシステム化を図った上で、最も肝心なことは、これらを実際の道路案内標識の中に反映していくことである。

そのためには、一つ一つの取組について、実現するための道筋を具体的に定め、道路管理者が相互に連携を図りながら取組の進行管理と評価を行うことが必要である。さらにユーザーや沿道関係者等とも協働しながら課題や改善策を吸い上げていく、PDCA型の「マネジメント型の標識計画・管理」を導入することが必要である。

なお、社会の変化に伴いユーザー・ニーズも絶えず変化するため、これを的確に把握し、漸進主義にも立脚しつつ、適宜システムの側にも反映させることが必要である。

Ⅱ. 自動車系案内の方向性

1. 路線番号案内の充実

道路案内の方式は、大きく「地名表示方式」と「路線番号方式」とに大別される。

我が国の道路案内は、これまで長く「地名表示方式」に拠ってきており、都道府県ごとに表示すべき地名を定めた上で、それを一定の規則性をもって表示してきた。これは我が国の住居表示が、諸外国のような路線名と地番の組合せによる方式ではなく、地名と地番との組合せによって行われてきたこと、また、道路に対する付番の歴史が非常に浅いことから採用されてきた方式である。

しかしⅠ. で述べた「指示(Direction)」と「同定(Identify)」の基本要素に照らした場合、我が国の住居表示方法は規則性に乏しく、結果として「地名表示方式」による道路案内には一定の限界があると言わざるを得ない。

その点、路線番号による案内は誘導の円滑性に非常に優れており、土地に不案内な訪問者や外国人観光客等に対しても分かりやすい。実質的に昭和の時代に入ってから取組を始めた幹線道路に対する付番が定着を見た今、路線番号方式による案内の充実を図るべきである。

(1) 一般道路

- 全ての主要交差点標識に、交差する道路のルート番号を表示

高速道路を除く、国道から市町村道までの一般道路の総延長は115万キロに上るが、延長比にして概ね15%程度の都道府県道以上の道路に6割以上の自動車交通が集中している現状から、効率性を考慮し、都道府県道以上の道路に対する路線番号表示を強化する。

- ・ 都道府県道以上が相互に交差する主要交差点(全国で約3万9千箇所)のうち、交差する道路のルート番号が認識できるよう表示されている交差点は約6割にとどまっているため、この速やかな概成を図る。その際、以下の点に留意する。

- 一 景観や歩道幅への影響等に配慮し、大型の標識を避け、小型で簡易な標識を積極的に導入

- － 全ての進入方向から路線番号が認識できるよう表示
- － 道路管理者間の連携を強化し、表示内容の整合性を確保

(2) 高速道路

- 高速道路のナンバリングとその表示
 - ・ 高速道路の各路線に規則的で分かりやすいナンバリングを行い、標識により表示する。
 - ・ 各路線のルート番号は、地図やカーナビにも反映し表示する。
- 分岐点における方角表示の検討
 - ・ 上下線への誤進入を防ぎ安心感のある利用をサポートするため、IC 進入口やJCT等の分岐点に、目標地点と共に、東西南北(N,S,E,W)の方角表示を行うことを検討する。
- 有料道路・無料道路の識別性の確保
 - ・ 現在、自動車専用道路の標識は有料・無料の別にかかわらず、同じ緑地・白文字表示となっているため、この識別性を確保する表示について検討する。

(3) 混乱要因の除去

- バイパス及び重複路線の分かりやすい表示
 - ・ 混乱要因として利用者からの不満の高いバイパス路線及び重複路線の表示について、分かりやすい表示の徹底を図る。

2. 地名案内の信頼性向上

上述のとおり、路線番号表示による案内を基本とした場合においても、地名による案内が依然一定の役割を有することに変わりはない。

現在、標識の目標地名については、全国的な統一性が確保されるよう基準を設け選定し、表示の連続性・一貫性が確保されるよう規則性をもって表示するよう定められている。しかし、地域性を強調した独自の表記や、設置者の配慮不足等による乱れ・ノイズが生じ、地名案内の信頼性を妨げている。

地名案内の信頼性を向上させるため、規則性の回復を図るとともに、表示の法則性のユーザーへの周知を図る。

(1)表示ルールの徹底(乱れの点検と是正)

- ・ 表示に用いる目標地(「重要地」「主要地」)の選定ルールの徹底を図り、表示の連続性・一貫性を確保する。
- ・ このため、各地域、各道路管理者毎に表示地名の乱れの点検を行い、早急に是正する。
- ・ なお、市町村合併等の動きを踏まえ、現在の目標地選定の妥当性についても、後述のマネジメントを通じ、常に検証していく。

(2)ユーザーに対する周知

- ・ 表示に用いる「重要地」「主要地」については、それが標識に表示される地名であることをユーザーも認識できるように、道路地図への反映を図る。

(3)色分けによる識別性向上

- ・ 1ヶ所に表示される多くの情報の中から関心のある情報のみを素早くスキャンできるように、都市内案内と都市間案内、あるいは、エリアとポイントとを、異なる色で表示する方法の導入について検討する。

3. 現在位置の同定性の向上

前述の「指示(Direction)」と「同定(Identify)」という基本的手法の中でも、特に「同定性の確保」は現在の道路案内システムの中で最も欠落している要素のひとつであると言える。

このうち、「地点」の同定については、交差点標識やキロポストの活用が考えられ、地図やカーナビへの反映を図ることで、より有効性が増すと考えられる。

また、一定の広さを持った「地域」の同定についてであるが、現在、標識に表示されている「重要地」「主要地」は基本的には市町村単位、即ちある一定の広さを持った「地域」を示しており、当該地域に到着したことは「101・市町村」標識により認識できる仕組みである。しかし、「重要地」「主要地」が市町村単位で定められていない場合(東京都等)の当該地への到着を認識させる手段については特に位置付けられておらず、この場合の同定性確保を図る手段が必要である。

現在の標識は、そこから目標地名が消えたことで当該地域に到着したことを認識

するいわば「引き算」的な仕組みであるが、今後は標識に表示された目標地を積極的に同定することも重要である。

(1) 主要交差点名の表示の充実

- ・ 現位置認識の有効な手段として交差点標識を充実する。
- ・ 標識に掲げる地点名称については、視認性確保の観点から、できる限り短く分かりやすいものが望ましい。その際、英語表記を行った場合の視認性(文字数)にも配慮することが必要である。
- ・ 必要に応じ、交差点の手前に設置する予告標識にも当該交差点の名称表示を行うことを検討する。
- ・ 交差点名称の情報については、道路地図・カーナビへの反映を図る。

(2) 地点標(キロポスト)の活用

- ・ 現位置の確認や、目的地までの距離確認、走行方向の確認等のため、主要な幹線道路に設置されているキロポストを活用するとともに、道路地図・カーナビへの反映を図る。

(3) 「地域」の同定性の確保

- ・ 「市町村」標識(101系)や「著名地点・主要地点」標識(114系)の活用により、目標地の同定性を確保する。

Ⅲ. 歩行者系案内の方向性

我が国では、戦後の高度経済成長とそれを支えて進む自動車利用への対応から自動車中心の社会が形成されてきたが、国民の価値観の多様化とともに、人を中心とした道路づくりへの転換が求められている。

特に、諸外国でも例を見ない急速な高齢化の進展、ノーマライゼーションの理念の浸透、国際化の進展、観光立国への取組などにより、歩行空間の利用者の範囲は今後とも拡がりを見せていくであろう。

また、「散策」という言葉があるとおり、歩行者にとっては、単に主要な目的地に最短距離で到着することだけでなく、エリアの中で多少の寄り道をしたり、時には少し迷ったりすることさえ歩くことの楽しみの一つであるし、地域の側でも、空間的魅力やアイデンティティーを高め、“歩いてもらうため”さらに“止まってもらうため”の空間づくり・まちづくりに取り組んでいる。

歩行者系案内標識の方向性を検討するにあたっては、こうした歩行空間利用者の範囲とそのニーズの多様化を踏まえ、「ユーザー重視」、「顧客志向」の立場に立って考えていくことが必要である。

1. 情報提供の体系化

(1) 情報内容の整理

社会の進展に伴い、街を形成する要素も多様化し、かつては駅や役場程度の施設を中心にシンプルに構成されていた街も、様々な施設や商業地の増加によって複雑化している。

これまで長い間、歩行者に対する案内は、概ね1km範囲内の主要な目標地を示す「著名地点標識」によって行われており、これは当該目標地を直接表すと同時にエリアにおける座標軸的な役割も担ってきたが、上述のような都市化の進展に伴い、歩行者の目標地は、座標内の、民間施設も含むより細かな施設類にまで広がっている。

このような状況の中で重要なことは、多様化する目標地点や施設の中で、何を選んで伝えるか(what)という情報内容の整理であり、歩行者がその地域で何

の案内を求めているかを、後述のマネジメント組織等を活用しながら判断し、表示することが必要である。

また、多様な施設を案内する手段の一つとして、平成12年より取り組んでいる「地図」標識の活用が有効であるが、今後とも歩行者ニーズは一層多様化するものと予想され、きめの細かい案内手法のあり方については常に検討を続けていくことが必要である。

(2)「指示」・「同定」の手段の充実

既に述べたとおり、情報提供の基本的要素は「指示(Direction)」と「同定(Identify)」であるが、現在の「著名地点」標識の持つ機能は「指示」のみであり、歩行者の円滑な移動のためには「同定」手段の充実を図っていく必要がある。

また、限られたスペースの中で複数の案内を行う必要がある場合に「指示」手段を確保するには、著名地点標識を集約したいいわゆる「矢羽式標識」の活用なども誘導効果が高く有効である。

○ 主要交差点名の表示の充実

- ・ 自動車利用者同様、歩行者にとっても交差点名称は重要な位置情報であり、その表示を充実させるとともに、道路地図への反映を図る。

○ その他の著名地点名の表示の充実

- ・ 主要交差点名のほかに、不特定多数の歩行者が方向感覚をつかみやすい著名地点名の情報を適切に整理選択し、その表示の充実を図る。

(3)「図解」の手段の活用

目標地の多様化に伴い、基本的な「指示」と「同定」情報だけでは歩行者一人ひとりの目標地の位置を十分に伝えられなくなっている。また歩行者は、自動車と異なり、目的地に向かって最短距離で移動しようとするばかりでなく、自由気ままで不規則に移動を行う。こうした状況を踏まえると、目標地の「指示」と「同定」に関する情報ばかりでなく、現在地と様々な施設の相対的な位置関係を確認できることが非常に重要となる。

このため、「指示」と「同定」の基本手法に加え、「図解」情報表示によるサポートが有効である。

○ 地図を用いた案内標識

- ・平成12年に新たに標識体系に位置付けられた「地図を用いた道路案内標識」の活用を図る。
- ・表記方法やデザイン等については既に詳細なガイドラインがまとめられており、これに沿った統一的な運用を図る。
- ・なお、情報は常に正確で最新のものでなければ情報としての意味を持たない。都市は非常に早いテンポで変化していくため、この変化に対応して地図中の情報をきめ細かくアップデートすることが必要である。

2. 地域の実態や利用者ニーズへの対応

冒頭に述べたとおり、一口に歩行者と言ってもその範囲は多様であるし、案内すべき地点や施設も地域によって様々であるため、歩行者系案内については、後述のマネジメント組織などを活用して地域の実態や課題をきめ細かく把握しながら考えていくことが必要である。

また、交通バリアフリー法に基づく特定経路が一般に鉄道駅を中心に構成されているとおおり、駅は歩行者の主たる発集点であり、歩行者のスムーズな移動を支援するためには、駅前広場や駅出入口付近の情報提供を充実させるなど、交通事業者との連携も重要である。

さらに、今後の人を中心とする道路づくりに対応して、例えば自動車交通を排除した空間や人の溜まりのための空間など、歩行者の安全・安心のための空間を案内標識によって積極的に示し誘導していくことも重要である。

IV. 新たな課題への対応

1. 国際化・観光客への対応

近年、我が国では観光立国の実現に向けた取組が強化されており、観光客受け入れ環境の一つとしても分かりやすい案内標識の整備が求められている。

観光客が必要としているのは、多量な情報ではなくシステム化されたシンプルな情報であり、この観点からもこれまで述べてきた取組を推進する必要がある。また、観光情報については基本情報と峻別し、道路標識以外のメディアで提供されるべきである。

また、国際化・外国人への対応という点では、道路案内標識については既に標識令においてローマ字併用表記を基本とすることとし、その表記方法も具体的に定められているところである。

しかし、「ローマ字表記」という呼称が日本語の発音に忠実にアルファベットで表記することを想起させ、本来英語で表記すべき普通名詞までも、日本語の発音のままローマ字表記している不自然な事例も少なくないため、表記のルールを再度徹底し、乱れを是正していくことが必要である。

なお、観光客・外国人対応として、3ヶ国語以上の表記を求める声も少なくないが、案内標識はあくまでも道路交通の安全・円滑のための施設である。自動車系案内標識に関しては視認性の確保が最も優先されるべきであり、板面を煩雑にし、視環境を乱す点から見ても、3ヶ国語以上の表記は適切でないと考える。

観光客・外国人への対応という点ではピクトグラムを活用も有効であるが、ローマ字同様、表記のルールが定められているにもかかわらず、地域性を強調した独自表記等が氾濫し、視認性は勿論、景観・視環境をも損ねている。

ピクトグラムは統一的に定められているからこそ、地域や言語の障壁を超えた国際的な視覚言語としての機能を持つのであり、逆にそうでなければそもそもコミュニケーション・コードとならない。基準に基づいた統一的な運用の徹底を図る必要がある。

(1) 英語表記

○ 2ヶ国語による統一性のある表記の徹底

- ・ 日本語と英語による併用表記を徹底する。
- ・ 英語表記については、より具体的な表記ルールを示し、乱れのない統一的な運用を図る。

なお、「ローマ字表記」という呼称自体、日本語の音をそのまま表記するものと誤解を与えている可能性があるため、今後、呼称については「ローマ字表記」から「英語表記」と改めることを提案する。

(2)ピクトグラム

○ ルールに基づいた表示

- ・ 標識や地図に表示する図記号は、国際言語としての役割を持たすため、規格化された標準案内用図記号による全国レベルの統一化を図る。

2. 他メディアとの協力関係の構築

ユーザーは、目的地へ向かう際に、標識は勿論、道路地図やカーナビゲーションといった情報ツールを併用しながら移動を行っている。道路標識で表示している情報をこれらの他メディアに反映し、連動性を高めていくことはユーザーにとっても分かりやすく、円滑な移動をサポートする意味で極めて有効である。

また、標識は公の場に存在する情報板であるため、表示内容は公共性の高い最小限の情報に特化されるべきであり、その他のニーズ、例えば多か国語での案内や観光情報への対応はカーナビゲーションに任せる等、IT化を踏まえた積極的な役割分担も有効である。

このように、道路地図やカーナビゲーションといったツールは道路標識と補完関係にあると言え、こうした他メディアとの連携・協力関係を構築し、必要な情報の共有等を図っていく必要がある。

(1)他メディアとの連携強化と適切な役割分担

- ・ 道路管理者と他メディア管理者(地図・カーナビメーカー等)との情報交換チャンネルを継続的に設置し、連携や役割分担について、可能なものから順次実現を図る。

(2) データベースの構築と共有化

- ・ 標識の設置位置、表示内容等の基礎的情報に関するデータベースを作成して標識のマネジメントに活かすとともに、地図・カーナビメーカー等との共有化を積極的に推進して表示の整合性を確保する。

3. 景観・視環境に対する配慮

標識は公の場に、固定的に存在する施設であり、その存在が沿道環境等に与える影響は少ない。景観法の成立など、景観や環境に対する関心の高まりを受け、標識についても景観・視環境に対する配慮が求められる。

(1) 必要最小限の表示

- ・ 視認性の確保は勿論、大量の情報表示による板面の煩雑化や、標識の乱立による沿道景観の悪化等を防ぐ観点からも、標識の設置とその情報量は必要最小限のものとし、不要な情報があれば除去することも必要である。

(2) デザイン・色彩に対する配慮

- ・ グラフィック表現はコミュニケーションの重要な要素であり、表現コードのプロポーシオンやバランスによって、視認性の良否が左右される。また、景観との調和の観点からも、標識のデザインや色彩を定めるにあたっては十分な配慮が必要である。

(3) 景観・歩行環境への配慮

- ・ 景観に対する配慮の観点から、灰色又は白色が原則となっている標識柱の色彩のあり方について検討する。

V. 標識のマネジメント

以上、「ユーザー重視・顧客志向」の考え方に立った上で、標識のシステム・体系性の充実に関する具体的な取組の方向性を示してきた。

しかし実際には、個々の取組が道路上で実現されてはじめて「標識のわかりやすさ」が達成されるのであって、このいわば「実現編」の部分を欠いては単なる課題認識に留まり実効性を持たない。

本章はこのような問題意識から設けた、本提言の中でも極めて重要な柱であり、個別の取組を実現するためのルールと手順をガイドライン等で明確に定めた上で、進行管理と評価を行い、PDCAサイクルによるチェックを行いながら確実に実行していく「マネジメント型の標識計画・管理」の重要性を述べている。

マネジメントの要素は「理念」、「コンテンツ」と「仕組み(フレームワーク)」である。このうち「理念」と「コンテンツ」については既に述べてきたとおりであり、ここでは特にマネジメントの「仕組み」のあり方について述べる。

1. マネジメント型の標識計画・管理

(1) 管理データベースによる現況把握

標識をマネジメントしていくためには、まず各道路管理者が、どこで(Where)、何を(What)、どのように(How)情報提供しているかを正確に把握することから始まる。このため、標識の現況をデータベースとして整理し、これを「改善のためのカルテ」として各道路管理者が共有し、活用する。

(2) 目標値と達成状況の把握・公表

誰が、何を、どのように改善していくかについてのアクションプログラムを作成し、目標年次とともに明らかにする。また、標識チェックの専門チームを外部に設置し、データベースを活用しながらユーザーの視点で現地のチェックを行い、結果を速やかに反映するスキームを構築する。

各取組については、全国目標値だけでなく、都道府県や国道事務所など整備主体ごとに目標値と達成の年限を定めて責任主体を明らかにし、達成状況をデータとともに定期的に公表する。

また、「道路行政の業績計画書・達成度報告書」の中にも適宜指標として盛り込み、公表する。

(3) ユーザーとの接点の強化

「案内標識の3つの理念」で述べたとおり、標識はユーザーと道路とのコミュニケーション・メディアであり、ユーザーとの協働型コミュニケーションによって常に補完していくことが不可欠である。

このためには、「標識BOX」や「道の相談室」などユーザーとの接点を広くPRするとともに、寄せられた意見は「標識ニーズ・マップ」として管理し、上述の管理データベースと照合してマネジメントにフィードバックする。また意見への対応状況についてもホームページで公表するなど情報提供を充実し、双方向のコミュニケーション活動の強化を図る。

2. 協働の枠組の構築

(1) マネジメントにもユーザー・地域の声～標識マネジメント会議

ユーザーや地域のニーズに応えた標識の計画・管理を行っていくためには、道路管理者だけでなく、多様な関係者が参加できる枠組の構築が必要であり、このため、ある一定のエリアごとに、ユーザー、沿道住民、観光協会、交通事業者、NPO、PTAなどによる「標識マネジメント会議」を設置する。

標識マネジメント会議は、路線ごと・地域ごとといったマネジメントの範囲を設定した上で、当該範囲における課題を発見して「ニーズ・マップ」に整理し、課題の改善方法を上述のアクションプログラムの中に反映する。また、改善結果についても常にモニタリングを行い、さらなる課題の発見につなげていく。

(2) 目標やシステムの不断の見直し

改善ニーズは時点時点で変わるため、目標も常に変化する。常に、より高い目標を追い求めていくことが必要であり、例えば5年ごとなど年限を定め、設定目標の再検討・更新が必要である。

また社会の変化に伴い、標識の体系・システム自体を見直していくことも必要である。