

休日の車利用に関する意識調査

The analysis of car user's travel behavior on holiday

岩崎 雅彦* 原 加代子** 笠井 純一***

By Masahiko IWASAKI, Kayoko HARA and Junichi KASAI

1. はじめに

休日の買物やレジャーなどの行動は、通勤のような目的地や時間に制約がある行動と異なり、利用者がかなり自由に行動を決定できる。そのため、移動時に利用者の持つ様々な欲求がより顕在化し、そのようなニーズに対応できる自家用車の利用が多いと考えられる。

弊社社宅で1994年9月に行なった調査の結果でも、平日よりも休日のほうが外出時の車の利用率が高いことがわかっている(図-1)。

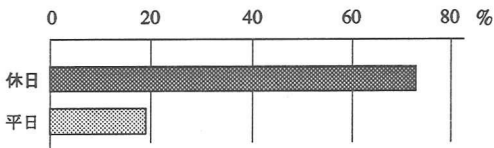


図-1 外出時の車利用率('94年9月日産社宅での調査例)

本研究の目的は、休日の車利用者がどのような判断で車を利用することを決定しているのか、利用時にどのような期待をし、どのような不満を感じているのかを調査し、さらにその結果をもとに、休日の交通混雑の改善方策について検討することである。

2. 調査概要

本研究では、休日の移動目的の中でその頻度が高い「買物」を対象とし、プライベートな車の利用に

ついでの利用者意識を調べるためのアンケートを行った。調査対象は、公共交通と車の両方が比較的便利な東京通勤圏の地域で、自家用車を所有している世帯を対象とした(表-1)。

表-1 調査概要

調査日	1995年10月16日～25日
調査地域	東京通勤圏（自家用車保有世帯）
調査方法	アンケート郵送回収方式（モニター利用）
回収状況	配布280通、回収231通（回収率83%）

アンケートの内容は表-2のとおりである。

表-2 アンケート質問内容の概要

1.個人属性 家族構成、年齢、性別、職業、住所(町名まで)、 所有車種、用途、使用頻度
2.買物の内容 頻度、店の種類、購入品、移動・買物所要時間
3.交通手段に対する評価 利用した交通手段とそのメリット／デメリット
4.車利用環境変化に対する反応 渋滞、駐車場混雑、駐車場と店までの距離、駐車料金
5.各種交通サービスに対する反応 宅配、公共交通負担減／頻度増、パーク&ライド(P&R)

3. 休日の車利用目的

休日に車を使う目的としては、買物の頻度が他の目的に比べて圧倒的に高い(図-2)。

キーワード： 自動車利用、利用者均衡、交通渋滞対策

* 工修 日産自動車(株)社会・商品研究所

** 正会員 日産自動車(株)社会・商品研究所

*** 工修 日産自動車(株)社会・商品研究所 主任研究員
(〒104-23中央区銀座6-17-1)

TEL.03-5565-2133 FAX.03-5565-2134)

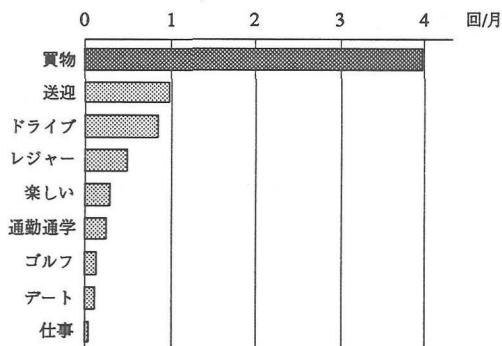


図-2 目的別移動回数 (1カ月あたり)

4. 車選択時の意識調査

車で買物に出かけた人に、“車選択の決定要因”とそのときの“主要なデメリット”をそれぞれ最大3項目まで複数回答してもらった。

(1)車選択の決定要因

車選択の決定要因としては、「荷物を持たなくてすむ」「老人や子供と一緒に」「歩かなくてすむ」が上位であった(図-3)。これらは人・モノを楽に運ぶという利便性という点で共通している。

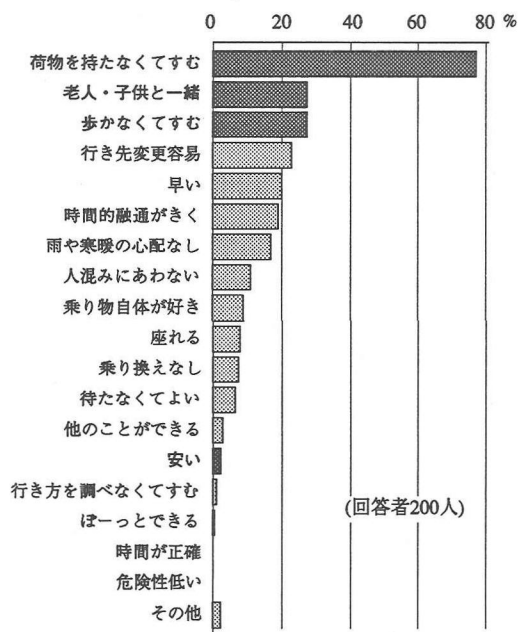


図-3 車選択決定要因 (最大3項目まで複数回答)

(2)車選択での主要なデメリット

車のデメリットを評価した結果では、上位に「渋滞」「駐車場待ち」「駐車場探し」「事故に遭う可能性がある」「時間が不正確」が挙げられている(図-4)。「事故」以外は、時間の損失や時間の不測性に対する車利用者の不満が現れている。

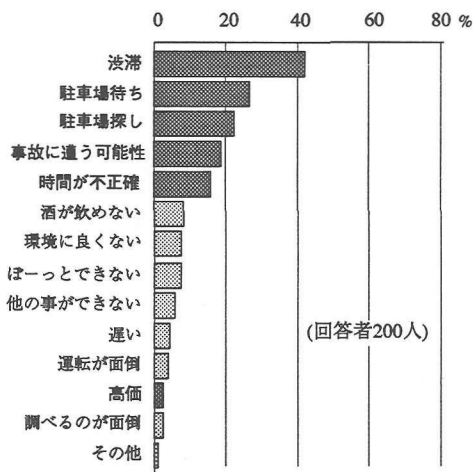


図-4 車選択での主要なデメリット (最大3項目まで複数回答)

このことから、「渋滞」「駐車場待ち」「時間が不正確」などの時間的なデメリットを感じつつも、「荷物を持たなくてすむ」「老人や子供と一緒に」などの楽に運ぶという利便性がそれに優って、車を選択しているということがわかる。

一方、決定要因・デメリット共、「安い」「高価」というコストについては、あまり気にされていなかった。

5. 行動変更を促す要因に対する反応

(1)渋滞や駐車場待ちなどの許容限度

買物の場合、車を利用するときのデメリットや負担について許容限度を調査した。対象としたのは、「渋滞」「駐車場待ち」「駐車場から店までの徒歩時間」「駐車料金」である。

30分以上の渋滞では、67.5%の人がなんらかの変更を考えるとわかる(図-5)。

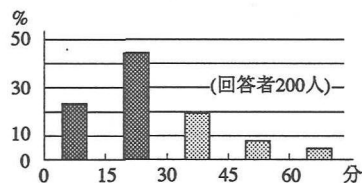


図-5 渋滞の許容限度

駐車場待ちでは、渋滞と同じ30分以上の待ち時間でも83.5%の人が行動変更を考える(図-6)。

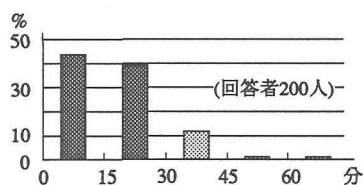


図-6 駐車場待ちの許容限度

駐車場から店までの徒歩時間が、6分以上になると62.0%の人が行動変更を考える(図-7)。

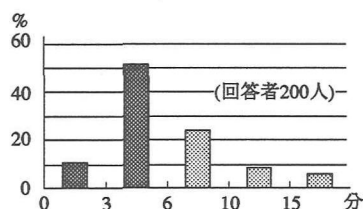


図-7 駐車場から店までの徒歩時間の許容限度

買物での駐車料金は、200円を超えると67.0%の人が行動変更を考える(図-8)。

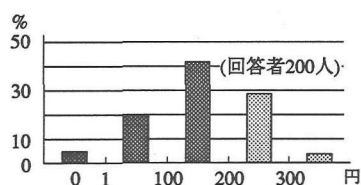


図-8 駐車料金の許容限度

「駐車場から店までの徒歩時間」の許容限度は、「渋滞」や「駐車場待ち」の時間と比較して、かなり短い値となっており、「駐車場は店の近くに」という欲求が示されている。また、ここでも「歩く」という行為を避けているとみてもよいだろう。

(2) 許容限度を越えたときの行動変更

上記の許容範囲を越えたときの行動変更の内容について調査した(図-9)。

どの場合でも「車を用いたまま行き先を変える」という人が最も多く、次に「買物中止(延期)」, 続いて「交通手段の変更」が選択された。

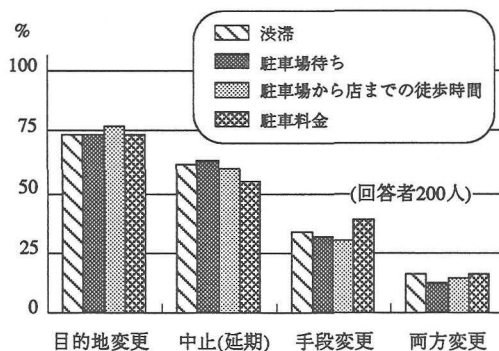


図-9 許容限度を越えたときの反応
(最大2項目まで複数回答)

6. 各種サービス方策による公共交通利用の可能性

(1) サービス方策効果

図-10は、各方策が実施された場合には、車利用を控えても良いと考えている人の割合を表したものである。

「公共交通の料金」や「パーク＆ライド」が効果がありそうである。また、車選択時には意識されていなかったコストが、手段変更を考える上では重要視されるような結果となった。

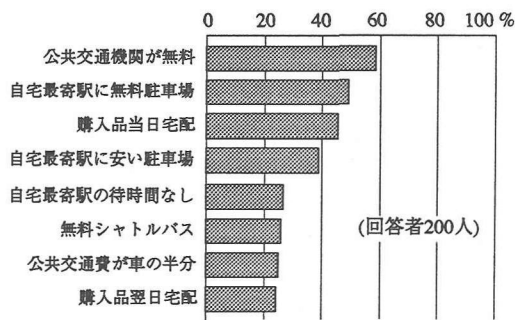


図-10 公共交通への乗り換え促進方策

(2) サービス方策に対する主婦の意識

上記のサービス方策について、男女差などの個人属性による意識の違いを分析した。分析は、専業主婦、専業主婦以外の女性、男性の3層に分けて行なった(図-11)。

その結果、公共交通利用の可能性については、男性と専業主婦以外の女性との間に有為な差は見られなかったのに対して、専業主婦とその他の層とでは有為な違いが見られた。

全体的に専業主婦は、公共交通への乗換に積極的であり、なかでも「公共交通機関無料」「パーク&ライド」「宅配」「待ち時間なし」は、専業主婦の支持が高い。

このことから、主婦をターゲットにした宅配やパーク&ライド用の駐車場の提供などの方策で、買物交通による渋滞を抑制できる可能性がある。

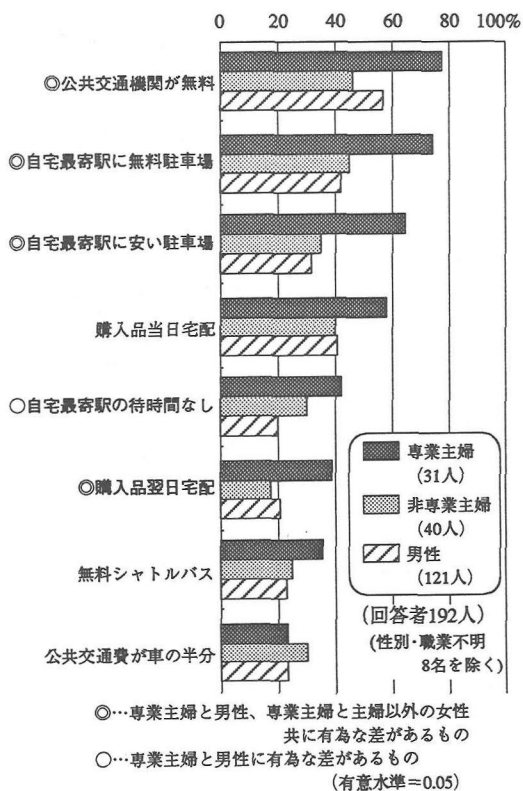


図-11 サービス方策効果
(専業主婦/専業主婦以外)

7. まとめ

利用者が期待する車への要求は、利用者の負担を軽減する「人やモノを楽に運ぶ」という最も基本的なところから「行き先や時間の融通がきく」など多岐にわたり、公共交通では十分に答えられない内容となっている。

しかし、車の気軽な利用は、ともすると、休日の行楽地などで交通集中や、思わぬ場所での渋滞を生じさせることがある。この渋滞による時間の損失や時間の不測性は、車利用者が最も不快に思うところである。

今回の買物交通に関する調査では、利用者側としても、渋滞や駐車場待ちなどがひどい場合、目的地を変更したり、出発を延期する考えがあることがわかった。

つまり、出発前に渋滞や駐車場情報が得られるような情報提供が実現されると、渋滞が緩和される方向に行動が変更される可能性が高いといえる。

また、代替手段への変更については、公共交通の運賃割引やパーク&ライドなどの各種サービス方策の実施などが有効であることがわかった。特に専業主婦の場合は、宅配やパーク&ライド用の駐車場が提供されると利用したいと考えている人が多い。

8. 今後の課題

今後の課題として、レジャーなど買物以外の休日での交通手段選択の意識や交通混雑の解消方策などの検討が挙げられる。

参考文献

- 1) 木戸、原、笠井：自動車通勤における需要マネジメント施策の影響、学術講演会前刷集955、(社)自動車技術会、1995-9