

企業の意識から見たカー・セーブデーの今後の展開に関する研究*

A study on the evolution in the future of Car-Save-Day seen from consideration of company*

辻 佑介**・川本義海***

By Yusuke TSUJI**・Yoshimi KAWAMOTO***

1. 背景と目的

従来、交通問題解決のために道路整備など交通供給側からの対応がなされていたが、そのような対応に限界が生じてきている。そこで、現在問題となっている交通問題を交通需要側から対応する必要性が高まってきており、こうした状況から交通需要マネジメント(以下TDM)をとりいれる自治体が増えてきている。しかし、各自治体でTDM施策を取り入れているものの、持続的に取り組める環境づくり、仕掛けづくりまで考えた施策はあまりみられない。

福井県では、TDM施策の1つとして毎週金曜日をカー・セーブデーとし、自動車の利用を控えるよう呼びかけている。その取り組みの中で企業のカー・セーブデー参加促進に力を入れている。しかし、企業への参加を推進しているものの、各企業が通勤環境やカー・セーブデーにどの程度の意識で臨んでいるのかは明らかになっていない。

そこで、本研究では、カー・セーブデー事業に企業の声を反映させ、カー・セーブデーを県全体で持続的に取り組んでいくために各企業の通勤環境や通勤に対する意識調査に基づき今後のカー・セーブデーの仕組みや支援方法を検討することを目的とする。研究内容を以下に示す。

カー・セーブデーに参加している企業(参加企業)の取り組みに対する効果や県からのカー・セーブ促進のための支援・啓発に対する評価を把握し、カー・セーブデーの課題を抽出する。カー・セーブデーに参加していない企業(非参加企業)のカー・セーブデーに対する興味度合いを把握し、非参加企業の参加促進策について検討する。参加企業と非参加企業を参加意識程度別に分類し、分類ごとに企業特性と支援状況を比較、検討する。

*キーワード: TDM、公共交通運用、交通管理、企業

**学生員、福井大学大学院工学研究科

***正員、博(工)、福井大学大学院工学研究科 准教授

2. 参加企業からみた課題の抽出

福井県ではカー・セーブデー参加企業を募集しており、参加した企業にはカー・セーブデー参加証を配布し、カー・セーブデー実施日に公共交通機関の割引が受けられるといった支援を設け、カー・セーブデーを推進している。今後カー・セーブデーの効果をより上げていくためには参加企業のカー・セーブデーに対する負担を軽減し長期的に参加してもらうことや、自動車の利用抑制が日常的な活動として定着させていくことが必要である。そこで、参加企業の通勤環境や意識、カー・セーブデーに対する効果と意識を探るために表-1に示すアンケート調査を行い、カー・セーブデーの今後の課題を抽出した。

その結果、カー・セーブデーが自社のPRに「役立たない」、「変わらない」と感じている企業が83%を占めPR効果が低いと捉えていることが明らかになった(図-1)。カー・セーブデーを取り組むことで企業のPR効果が期待できるにもかかわらず、周囲に知ってもらう機会を設けていないので、PR効果を高めるための仕組みが必要である。

また、公共交通機関の割引支援については、満足と感じている企業は42%となり、それに比べ、不満と感じている企業は58%となった(図-2)。割引支援に不満を感じている企業に対して、不満の原因を詳しく見ると、公共交通の利便性が悪いことや、使いにくい立地条件であることが分かった。このため、県より公共交通の料金割引支援が行われているが支援の活用が難しいため、不満感が高いといえる。これより、一律の支援ではなく企業の状況に応じた、支援をカー・セーブデー参加企業に行っていく必要があると考えられる。

表-1 調査概要

	・調査対象 カー・セーブデー参加企業(121社) ・調査月日 2008年12月上旬 ・回収数/配布数(有効回収率) 77/121(63%)
調査内容	属性(業種・従業員数・始業時間・周辺環境・駐車場など) 通勤に対する企業の対策や意識について カー・セーブデーに対する効果や支援、啓発の評価 他

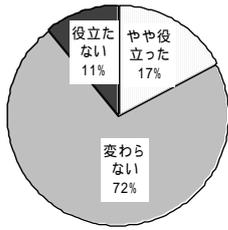


図-1 自社PRへの効果 (N=64)

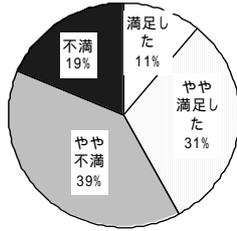


図-2 料金割引に対する企業の評価 (N=64)

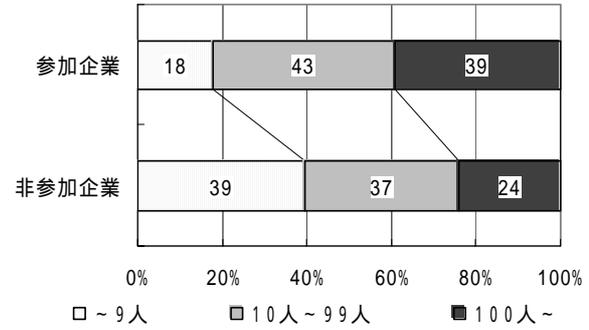


図-5 参加・非参加企業の従業員数の割合

3. 非参加企業に対する意識調査

カー・セーブデーの今後の展開を考察していく上で非参加企業の参加促進をはかりカー・セーブデーの拡大を図っていく必要がある。そこで、非参加企業のカー・セーブに対する意識と、通勤実態を把握するために表-2のような調査を行った。

その結果、福井県でカー・セーブデーを行っていることを59%の企業が認知しておらず(図-4)、カー・セーブデーは知っているが、参加企業の募集を知らない企業も多く見られた(図-5)。このことから、企業に対するカー・セーブデーの宣伝が不十分なために認知に至っていない。さらに、カー・セーブデーを知らなかった企業の51社のうち17社はこの取り組みに「興味がある」「参加してみたい」と回答していることから、宣伝を強化することによりカー・セーブデー参加につながると思われる。

表-2 調査概要

<ul style="list-style-type: none"> 調査対象 エコ宣言登録企業 (2764社のうち無作為抽出により300社を選定) 調査月日 2009年1月上旬 調査方法 郵送調査法 回収数/配布数(有効回答率) 90/300(30%) 	
調査内容	非参加企業の通勤実態調査 カー・セーブデーの関心度の把握 協賛店制度についての興味度の把握

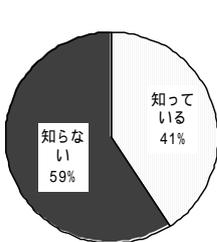


図-3 カー・セーブデーの認知率 (N=87)

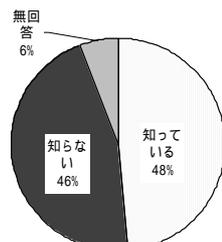


図-4 企業募集の認知率 (N=35)

4. 参加企業と非参加企業のカテゴリ・比較

(1) 従業員数の比較による結果

従業員数(図-5)については、参加企業は9人以下の企業が少なく100人以上の企業が多くなっており非参加企業は9人以下の企業が多く、100人以上の企業が少なくなっていることから従業員数がある程度多いほうがカー・セーブデーに参加しやすい環境であると考えられる。

(2) 参加意識程度による分類

企業により通勤環境が様々であると考えられ、参加意識程度の違いによってどのような企業特性や支援状況が見られるか検討するため、参加意識程度によって分類を行い、比較した。そこで、今回は参加企業の中でもカー・セーブに対して参加意識の高い企業をA・推進グループ(22社)、参加意識がやや高いグループをB・参加グループ(29社)とした。非参加企業の中でもカー・セーブやエコドライブに興味がある企業をC・参加促進グループ(40社)、その他の企業をD・興味・関心グループ(31社)とした。以上4グループ間での通勤環境について比較した。

(3) 通勤支援状況による比較

通勤手当による支援(図-6)に関しては、Dグループがバス・電車・自転車・徒歩いずれも支給している割合が低くなっている。A・Cグループに比べてBグループは自転車・徒歩への支給の割合が低くなっている。啓発の支援に関しては、A・B・Cグループは9割以上の企業が実施しているのに対してDグループは、5割程度しか実施していない。

ここで、Cグループについて見てみると、通勤、時間、啓発等の支援についてA・Bの参加企業グループと特段大きな差が見られない。つまり、Cグループは、参加に至らない要因が存在すると思われる。その理由として、3に述べた結果より、企業募集を知らないことがある。また、自由記述の結果より、カー・セーブデーに参加するメリットが感じられないこと及び業務に支障がでることなどの原因が明らかになった。

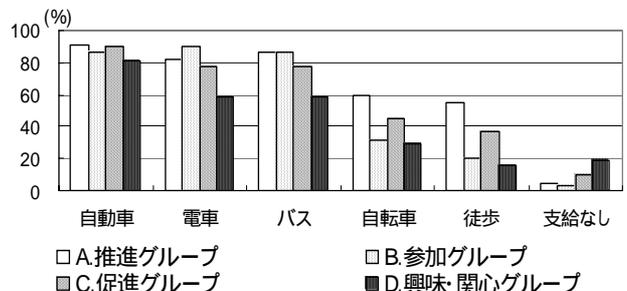


図-6 グループ別通勤手当支給状況

5. 結論

本研究を通して、カー・セーブデーを取り組む上で、PR効果を高め、カー・セーブデーを広く知ってもらうための仕組みや行政が行っている通勤支援策を検討していく必要がある。PR効果を高めるためにはカー・セーブデーの活動実績をHP上で報告・公開し、誰でも活動実績を見られるような仕組みが考えられ、そうすることでカー・セーブデーの宣伝効果も期待できる。また、関心・興味グループについては参加に至らない要因が明らかになったので、企業への宣伝や魅力ある支援体制を行っていく必要がある。

今後の展開として、企業がカー・セーブデーの取り組みを積極的に進めていくように促すことも重要であるが、個人単位でも意識と行動の変容を促していく必要があると考えられるため、モビリティ・マネジメント等の手法を取り入れていくことでより効果的で持続的な取り組みになるのではないかと考えられる。例えば、昼食時間等の間に、学校教育におけるモビリティ・マネジメントの手法を利用した授業を行うことで個人単位での啓発が行えるのではないだろうか。

参考文献

- 1) 土木学会：モビリティ・マネジメントの手引き：第5章 pp.106-122(社)土木学会、2005.
- 2) 吉村充功、亀野辰三：企業による通勤支援が交通需要管理施策に及ぼす影響、都市計画論文集、No.41-3、pp.103-108.2006.
- 3) 千葉尚、高橋勝美：企業TDMの推進策に関する考察、第28回土木計画学研究・講演集、2003.
- 4) 萩原剛、藤井聡：事業所における組織的なモビリティ・マネジメントに関する分析、土木学会論文集 No.63、pp169-181、2007.
- 5) 谷口綾子、藤井聡：事業所における組織的モビリティ・マネジメントの導入可能性の地域間・業種間比較分析、土木計画学研究・論文集 No25、pp.853-858、2008.
- 6) 瀬尾和寛、安藤良輔：企業の通勤渋滞対策について<企業TDMの事例>、土木計画学研究・論文集、No.23、2006.