

交通ルール非関心層等を考慮した 広報効果拡大に向けた調査分析

八幡 善治¹・浪川 和大²・椎名 啓雄³・児玉 一郎⁴

^{1,2,3}非会員 警視庁 交通部交通規制課（〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-8-1）
E-mail:S5000013@section.metro.tokyo.jp

⁴正会員 いであ株式会社（〒154-8585 東京都世田谷区駒沢3-15-1）

自転車の安全な利用環境を構築するためには、自転車通行空間の整備に加えて、道路利用者が交通規制等のルールを遵守することが重要であり、警視庁では、従来からの広報、交通安全教育、指導・取締り等に加えて、自転車の通行すべき位置と進行方向を示す路面表示（自転車ナビマーク等）を活用して自転車の通行位置等を周知すると同時に自動車運転者に自転車保護を訴える取組を推進しているほか、市民の力や繋がりを活かした新たな手法の検討にも取り組んでいる。

本研究では、従来の取組では交通ルールの周知等が図られにくい人（非関心層）に対し、効果的な広報を実現する方法等について分析を行った。具体的には、交通ルールに関する知識や遵守意識のほか、人物属性、物事への考え方、関心事等を尋ねるアンケートを1万人に実施し、ルール認知、遵守意識、発信力を指標として回答者を類型化し、その特徴を整理した。本稿では、今後期待される広報の手法を含め分析結果について報告する。

Key Words : traffic rules, public relation, non-interested group, bicycle

1. 研究の背景と目的

(1) 自転車関与事故の防止に向けた広報の必要性

都内においては、令和2年の自転車関与事故発生件数は10,407件で全事故の41%を占め、全国平均の22%に比べると大幅に高くなっており、安全な自転車通行環境を構築し自転車関与事故を減らしていくことは喫緊の課題となっている。このため、警視庁では、道路管理者と連携して自転車通行空間の整備を積極的に推進しているが、早期に自転車関与事故を減らすためには他の取組も併せて推進していくことが重要と考えられる。

また、平成23年10月に警察庁より発出された「良好な自転車交通秩序の実現のための総合対策の推進について」では、自転車利用者だけでなく、自動車運転者等を含む全ての道路利用者に対し、「自転車は『車両』である」ことの再徹底を図ることが示され、今まで以上に、自転車利用者の規範意識の醸成を強く促すような広報啓発・教育手段の創意工夫が求められている。

(2) 自転車の交通ルール定着に向けた警視庁の取組

このような情勢を踏まえ、警視庁では、従来からの交通安全教育や取締り等に加えて、自転車の交通ルールの定着を図るため、自転車の通行すべき位置と進行方向を

示す路面表示（自転車ナビマーク等）を都内各所に設置する取組を行ってきた。この路面表示は、道路交通法に規定されている自転車の通行方法を自転車利用者及び自動車運転者に対し分かりやすく周知し、実効性を高めることを目的とした法定外表示である。

取組の推進に当たっては、その目的や趣旨を道路利用者に理解してもらうため、これまでにマスメディアやホームページを活用して情報を発信することにより、自転車交通について一定の整序化を図ることができた。しかしながら、路面表示の意味を十分理解していない、もしくは交通ルールに従わない道路利用者も未だに見受けられることから、交通ルール定着に向けたより一層の努力が必要である。

交通ルールの広報については、情報伝達の様相が大きく変化している昨今の社会情勢に適応した効果的な取組を推進するため、その手法や戦略等を模索する必要がある。そこで、前述の路面表示等に関する自転車交通施策の情報を行政側が一方向的に発信するだけでなく、社会課題解決に前向きな市民相互の交流等を通じて、市民自らの行動を交通安全に繋げていくソーシャルデザインを平成29年度に試行したところ、問題意識が高い層に属すると考えられる参加者らの支持を得て、自助・共助による取組の可能性を見出すことができた¹⁾（図1）。

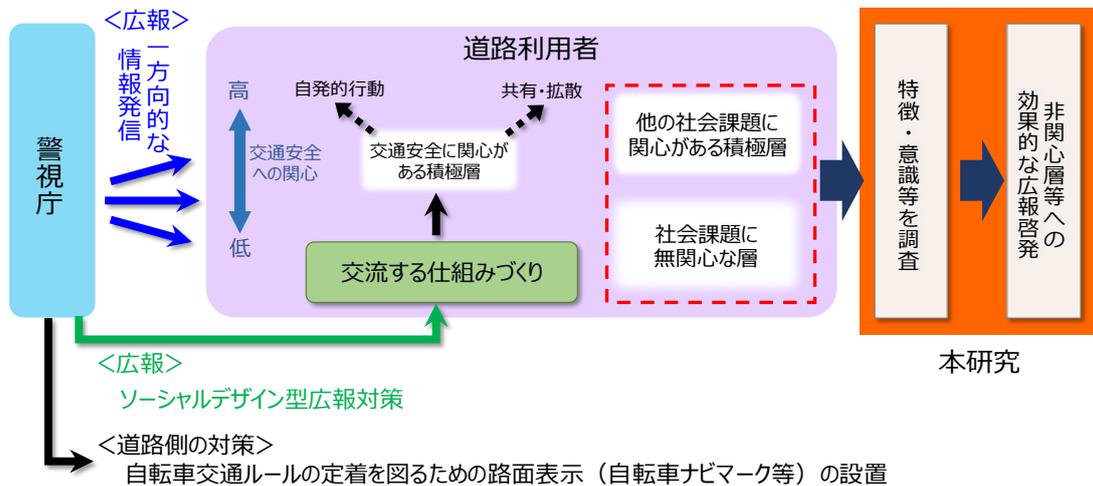


図1 自転車交通ルールの定着を図る警視庁の取組と本研究の位置づけ

(3) 本研究の目的

引き続き、自転車の交通ルール定着に向け、従来からの取組を推進していくことは必要であるものの、昨今の生活様式の変化を踏まえ、対面による交流を伴う活動が制限されることも想定しておかなければならない。

そこで、本研究では、交通安全への関心の低さや情報に触れる機会の乏しさといった理由から、これまでの広報では対象となりにくかった層にも着目し、その層を取り込みながら交通ルールを定着させる方策を見出すための基礎資料を得ることを目的として調査分析を行った(図1)。以下、その結果について述べる。

2. 調査分析の方法と条件設定

研究を進めるに当たっては、市民を対象にアンケートを実施して、回答内容に応じて回答者をグループに類型化し、各グループの特徴を分析することとした。

交通ルールの定着は、市民が交通ルールを知った上で、実際に遵守する行動を取ることによって図られるものと考えられることから、アンケートの設問は、回答者の交通ルールに対する「認知」と「遵守意識」に着目した分析を想定して作成した。

また、広報の効果は、発信された情報が市民に直接認知される場合だけでなく、相互のコミュニケーションにより拡散して発揮される場合もあることから、市民自身が有する「発信力」にも着目することとした。

「認知」と「遵守意識」については、各指標の高低に応じて以下のように類型化した(図2)。

- 【関心層】認知、遵守意識のいずれも高いグループ
- 【認知不足層】遵守意識は高いが、認知は低いグループ
- 【行動不足層】認知は高いが、遵守意識は低いグループ
- 【無関心層】認知、遵守意識のいずれも低いグループ

また、関心層について、「発信力」が高い人を【リーダー】、高いとはいえない人を【フォロワー】とした。

このように類型化した各層の特徴等から、自助・共助による交通ルールの定着に向けて効果的な方策を検討することとする。

3. アンケートの実施方法

(1) 内容と構成

アンケートの設問は全30問で、表1に示すように、主に2つの狙いで設計した。1つは回答者のプロフィールに関するもので、職業や年代といった一般的な個人属性に加えて、日常の移動に関することや交通事故や取締りを受けた経験の有無といった交通との関わり、趣味や社会課題における興味を把握するための設問である。

もう1つは前述で着目するキーワードとした「認知」「遵守意識」「発信力」を把握するための設問である。「認知」については、自転車、歩行者及び自動車の交通ルールに関する設問に加えて、情報入手の方法に関する設問を、「遵守意識」については、意識の高低とその理由等に関する設問を、「発信力」については、地域や趣味の領域における活動状況に関する設問を設定した。

(2) アンケートの種別と対象

アンケートはウェブ方式を用いるものとし、下記の2種類の方法により実施した。実施概要は表2に示す。

a) モニター型アンケート(図3)

東京都民全般の意識等の傾向を探るため、年代別・男女別人口²⁾及び年代別インターネット利用率³⁾を考慮しつつ、年代と性別の分布が都民全体の分布に類似した構成となるようにスクリーニングを行って、都内在住10,000人のサンプルを収集した。

b) ビジター型アンケート (図 4)

都内の各警察署で道路使用許可証を受領するために来署した人に対し、アンケートを案内するチラシ3,000枚を配布し、任意でサイトにアクセスして回答する方式とした。モニター型アンケートは回答の見返りとして報酬(ポイント付与)があるのに対して、ビジター型アンケートでは見返りの報酬がない上に任意でアンケートサイトにアクセスする必要があり、回答者は120人(回収率4.0%)であった。

4. アンケートの結果

(1) 回答者の類型化

ビジター型アンケートの回答者は120人で、モニター型アンケートの回答者数10,000人に比べて差が大きいことを踏まえ、両者を合わせた分析結果を以下に示す。

「認知」「遵守意識」「発信力」について、表3のとおり定めた判定指標に従って、回答者を類型化した。

認知については、設定した10項目の交通ルールのうち半数以上を正確に認知し、かつ認知の経緯が明確である人は「認知度が高い」、それ以外の人を「認知度が低い」とした。

遵守意識については、その有無について肯定的に回答した人は「遵守意識が高い」、否定的に回答した人は「遵守意識が低い」とした。

発信力については、職場や学校以外で何らかの活動をする集団に属し、かつ定期的に活動する人は「発信力がある」、それ以外の人を「発信力がない」とした。

類型化した結果、関心層は38%、認知不足層は53%で、両者を合わせた遵守意識が高い層としては91%であった。一方、行動不足層は1%、無関心層は8%で、両者を合わせた遵守意識が低い層としては9%であった(表4)。

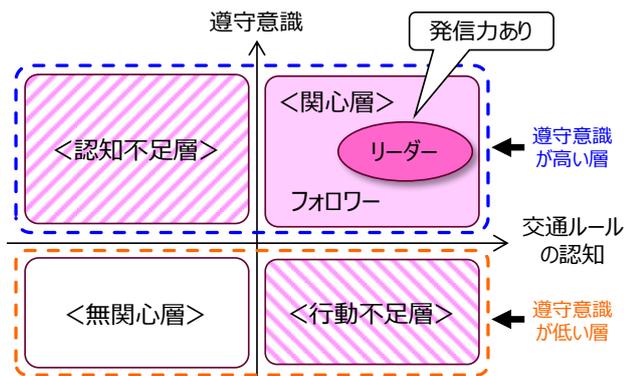


図2 交通ルールの認知と遵守意識による類型化イメージ

表1 アンケートにおける設問の構成

区分		主な設問
プロ ブレ ア	個人属性	居住地、職業、講習等の環境
	交通との関わり	運転免許、日常の交通手段、交通事故等の経験
	嗜好性・興味	余暇、社会課題、ボランティア
キ ー ワ ード	認知	交通ルール(10問)、認知媒体
	遵守意識	意識の程度、他者の遵守状況への意識
	発信力	地域や趣味の活動への参画状況、立場

表2 アンケートの実施概要

	モニター型アンケート	ビジター型アンケート
回答条件	○モニター登録者10,000人 ○都内在住者 ○報酬あり ○インターネット利用率、年代別・性別人口を考慮	○都内各警察署の道路使用許可証受領者等3,000人 ○報酬なし ○任意でアンケートサイトにアクセス
実施時期	2021年3月6日～ 2021年3月10日	2021年3月5日～ 2021年3月23日
回答数	10,000人	120人(回収率4.0%)

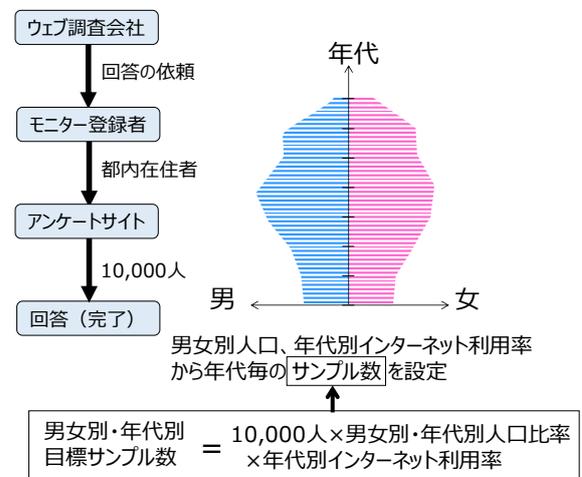


図3 モニター型アンケートの流れ

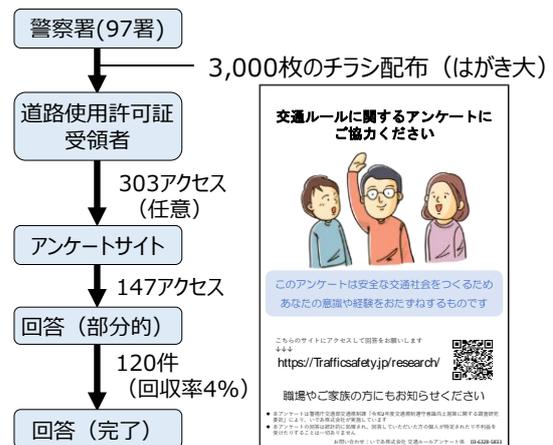


図4 ビジター型アンケートの流れ

表3 回答者を類型化するための判定指標

	設問内容のイメージ	判定	
		○	×
認知	基本的な交通ルールの認知 自動車・自転車・歩行者のルール 認知経緯の意識 場面（免許、学校等） 時期（1か月以内等） 媒体（ネット、TV等）	半数以上を認知、かつ認知経緯が明確	半数未満の認知、又は認知経緯が曖昧
遵守意識	日常における遵守意識 強く意識している 事故を起こさない程度 ほとんど意識しない等	一定以上、明確な遵守意識がある	遵守意識が低い
発信力	仕事・学校以外の集団の所属 地域活動を支える集団（自治会、青年団等） 趣味・嗜好の集団（サークル、SNS等） 所属する集団の活動状況 形態、定期性、頻度	何らかの集団に所属、定期的に活動	集団への所属がない、又は活動が不定期

表4 各層を類型化した結果

	遵守意識が高い層		遵守意識が低い層		
	関心層		認知不足層	行動不足層	無関心層
	リーダー	フォロワー			
認知	○	○	×	○	×
遵守意識	○	○	○	×	×
発信力	○	×	—	—	—
人数 (割合)	700 (7%)	3,150 (31%)	5,321 (53%)	91 (1%)	858 (8%)
	3,850 (38%)		5,321 (53%)	949 (9%)	
	9,171 (91%)		949 (9%)		

(2) 各層の分布

各層における性別の分布をみると、関心層の中ではフォロワー層で男性がやや多く、認知不足層で女性がやや多い傾向にあった（表5）。

年代別にみた各層の分布をみると、リーダーとフォロワーを合わせた関心層では20歳代が最も多かった。また、リーダーで最も多かったのは70歳代、80歳代の高齢者層であった。また、認知不足層、行動不足層、無関心層を合わせた非関心層では、40歳代、50歳代であった（表6）。

職業別に関心層と非関心層の内訳をみると、会社等の組織に属した職業では交通ルールへの関心が高い傾向となり、自営業や専業主婦等、必ずしも社会的集団に属することを要さない職業では関心が低い傾向となった。また、関心層の中では、一般的に高い法令遵守意識が求

められる公務員や、教育プログラムに身を置く学生の交通ルールへの関心が最も高かった（図5）。

(3) 認知に着目した分析

a) 認知向上方策の方向性

認知不足層は、交通ルールを遵守する意識はあるものの、関心の低さや情報に触れる機会の乏しさといった理由から交通ルールを認知できていない層であり、表4のとおり全体の53%を占めている。したがって、交通ルールに対する非関心層等も考慮した市民全体の遵守意識向上を図るためには、認知不足層の認知度向上を図ることが効果的なアプローチの一つと考えられる。

なお、無関心層や行動不足層については、交通ルールの認知を高める取組や行動を促す取組が望まれるものの、全体に占める割合が今回の調査では9%であったことから、認知不足層を中心とした交通ルールの定着が進み、「知って」「守る」ことが常識化することによって転換が図られることも期待される（図6）。

表5 各層における性別分布

	全体	関心層		非関心層		
		リーダー	フォロワー	認知不足層	行動不足層	無関心層
男性	5,043	365	1,813	2,412	53	400
女性	5,074	335	1,335	2,909	38	457
どちらでもない	3	0	2	0	0	1
人数 (割合)	10,120 (100%)	700 (7%)	3,150 (31%)	5,321 (53%)	91 (1%)	858 (8%)

表6 年代別にみた各層の分布

	全体	関心層		非関心層		
		リーダー	フォロワー	認知不足層	行動不足層	無関心層
10歳代	444	40 (9%)	126 (28%)	231 (52%)	3 (1%)	44 (10%)
20歳代	1,976	108 (5%)	738 (37%)	884 (45%)	29 (1%)	217 (11%)
30歳代	1,661	83 (5%)	537 (32%)	850 (51%)	17 (1%)	174 (10%)
40歳代	1,918	75 (4%)	601 (31%)	1,048 (55%)	22 (1%)	172 (9%)
50歳代	1,596	84 (5%)	493 (31%)	870 (55%)	13 (1%)	136 (9%)
60歳代	1,112	97 (9%)	320 (29%)	632 (57%)	4 (0%)	59 (5%)
70歳代	1,110	165 (15%)	272 (25%)	641 (58%)	1 (0%)	31 (3%)
80歳代以上	303	48 (16%)	63 (21%)	165 (54%)	2 (1%)	25 (8%)
全体 (割合)	10,120 (100%)	700 (7%)	3,150 (31%)	5,321 (53%)	91 (1%)	858 (8%)

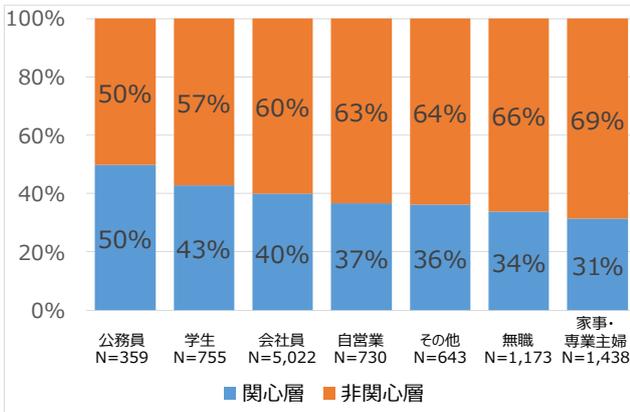


図5 職業別にみた関心層、非関心層の分布

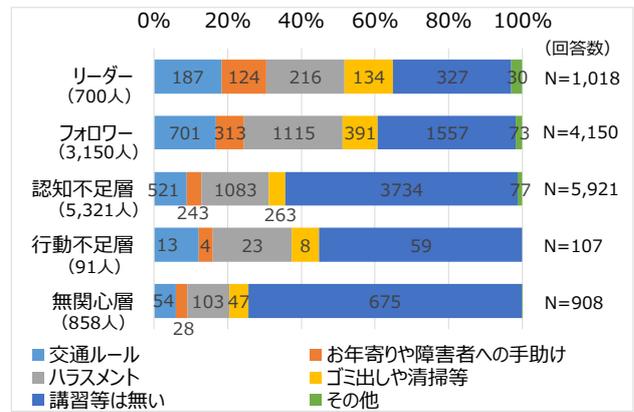


図7 各層における講習等の受講環境 (複数回答)

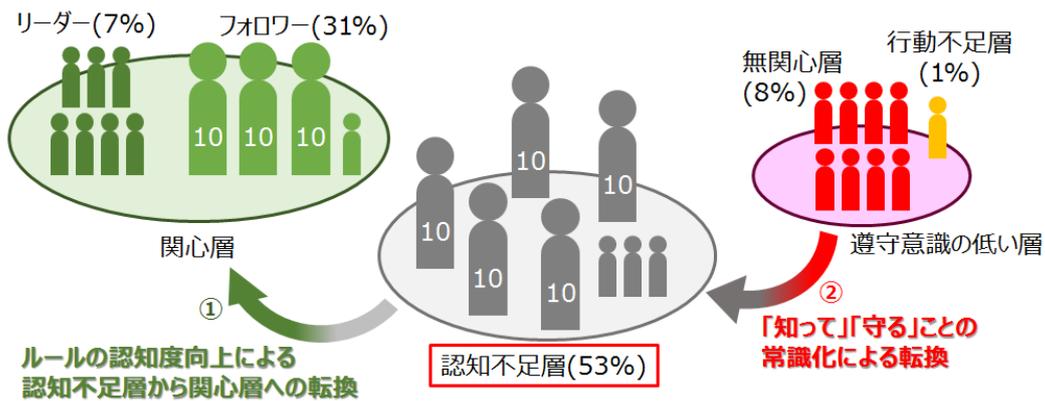


図6 市民全体の交通ルール遵守意識向上のイメージ

b) 認知不足層の講習経験の有無

職場等において講習を受けた経験についてみると、認知不足層で交通ルールの講習を受けたことがあると回答した人は521人 (9%) で、残りの91%は交通ルールの講習を受けた経験がないことが分かった。また、講習自体を受ける機会がないと回答した人は3,734人 (約70%) であった (図7)。

c) 情報提供の希望手段

交通ルールに関して希望する情報提供の手段については、最も上位にあるのはインターネットで、認知不足層においてもその傾向に変わりはなく、半数近くの人インターネットによる情報提供を希望している (図8)。

d) 認知不足層に対する方策

表7のように、認知不足層の80%は情報収集の手段が受動的なことを踏まえると、情報提供の方法に工夫をする余地があるものの、例えば、交通ルールについて楽しく自主学習できるようなデジタルコンテンツは、認知向上に繋がる方策の一つとして考えられる。

なお、インターネット普及率は約90%で、インターネットによる情報提供の必要性は高いものの、70歳代以上の高齢者層のインターネット利用率がそれ以外の年代に比べて低い現状においては、インターネットに依存しな

い取組も引き続き実施する必要があると考えられる。

(4) 遵守意識に着目した分析

a) 取締り・交通事故の経験

過去に取締り、交通事故のいずれも経験がないと回答した人は5,275人で全体の52%を占めていることから、取締り、交通事故のいずれかを経験した人は全体の48%を占めることとなる。また、取締り、交通事故のいずれも、リーダー、フォロワーの順で経験者の割合が高くなっており、無関心層では最も低い結果となった (図9)。

リーダー及びフォロワーの関心層に取締りや交通事故に遭った経験のある人が多いのは、これらの経験が、その後の遵守意識や交通ルールの認知向上に寄与している可能性がある。

b) 遵守意識等の高低に関する理由

遵守意識が高い人の理由については、「交通事故に遭いたくない」が最も多く、「大切な人がいる」や「思いやりを持つと気持ちが良い」といった他者との関係に対する意識も比較的上位に位置する結果となった (図10)。

遵守意識の低い人の理由をみると、「交通事故や危険な場面に遭うと思わない」と回答した人が最も多く、次いで「交通ルールを守っても誰にも感謝されない」と

回答した人が多く、他者との関係に対する意識が上位に位置する結果となった。(図11)

c) 自身の遵守を他者に求める意識

自身が守っている交通ルールの遵守について、他者に求める意識を尋ねたところ、いずれの層においても「守って欲しいと思う」と回答した人が最も多かった。リーダー、フォロワーではそれぞれ98%と97%で、無関心層においては54%という結果であった(表8)。

d) 自助・共助の可能性

交通安全に向けて必要と思う取組について尋ねたところ、行政からの情報発信について期待する人は5,351人で全体の53%、指導取締りについては4,666人で全体の46%を占め、行政による公助的な取組が上位を占めた。一方、家族や知人等と話し合う必要を感じている人は4,255人で全体の42%を占め、認知不足層においても39%の人が必要と回答しており、自助・共助による取組の可能性を示唆するものであった(図12)。

e) リーダー・フォロワーを中心とする方策

以上から、家族など大切な人の存在や、思いやり運転に感謝された体験等、他者との結びつきは、遵守意識の

高低に依らず重要であることを踏まえつつ、リーダー及びフォロワーを中心に、自身の経験等を他の道路利用者と共有し、自助・共助が図られる取組を増やすことは、交通社会全体の遵守意識向上に繋がるものと期待される。

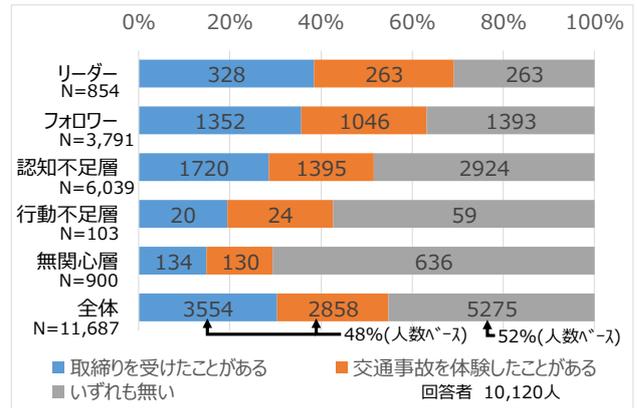


図9 取締りと交通事故の経験 (複数回答)

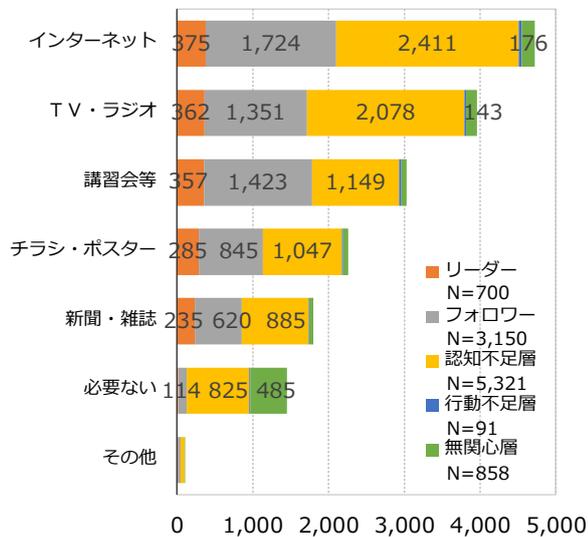


図8 交通ルールに関する情報提供の希望媒体 (複数回答)

表7 各層における交通ルールの認知に関する主体性

	関心層		非関心層		
	リーダー (割合)	フォロワー (割合)	認知不足層 (割合)	行動不足層 (割合)	無関心層 (割合)
能動的 (自分で調べた)	197 (28%)	728 (23%)	165 (20%)	11 (12%)	27 (16%)
受動的 (人に教わった, 偶然目にした)	503 (72%)	2,422 (77%)	643 (80%)	80 (88%)	139 (84%)
人数	700 (100%)	3,150 (100%)	808 (100%)	91 (100%)	166 (100%)

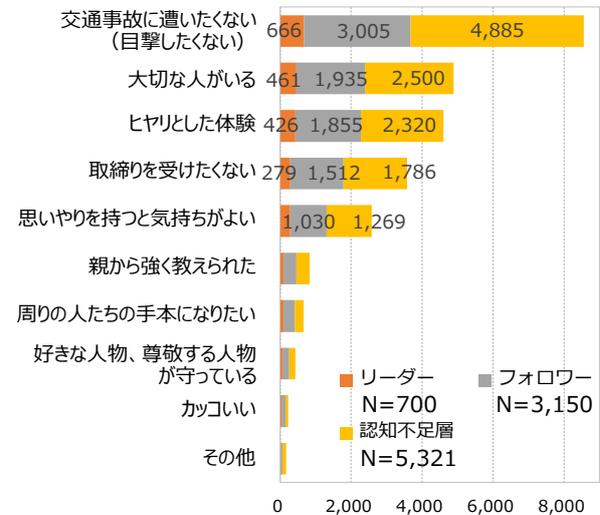


図10 遵守意識が高い層における意識づけの理由 (複数回答)

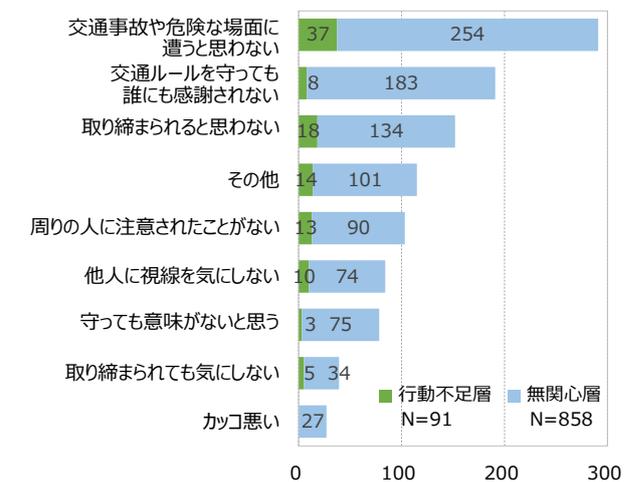


図11 遵守意識が低い層における意識づけの理由 (複数回答)

表8 自分が守る交通ルールに関する他者への意識

	関心層		非関心層		
	リーダー (割合)	フォロワー (割合)	認知 不足層 (割合)	行動 不足層 (割合)	無関 心層 (割合)
守って欲しい と思う	685 (98%)	3,048 (97%)	5,033 (95%)	71 (78%)	463 (54%)
守ってもらう 必要はない	1 (0%)	18 (1%)	42 (1%)	4 (4%)	72 (8%)
気にしない	14 (2%)	84 (3%)	246 (5%)	16 (18%)	323 (38%)
人数 (割合)	700 (100%)	3,150 (100%)	5,321 (100%)	91 (100%)	858 (100%)

※ 割合は、四捨五入した値を用いているため、合計と一致しない箇所がある。

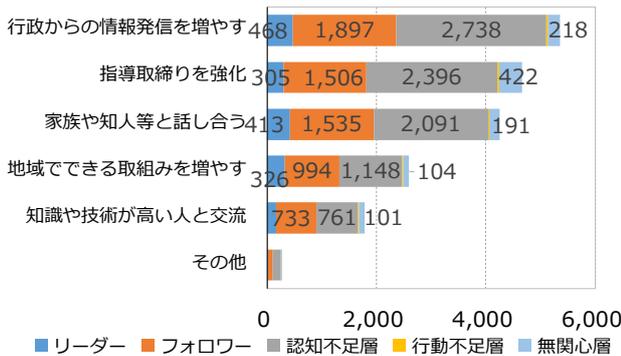


図12 交通安全に向けて必要と思う取組 (複数回答)

5. まとめと今後の対応

本研究では、従来の取組では交通ルールの周知等が図られにくい人（非関心層）の特徴等を把握することにより、交通ルールの定着に寄与する新たな方策等を見出すため、約1万人を対象に実施したアンケートの回答者を3つの指標（認知、遵守意識、発信力）で評価し、5つのタイプ（リーダー、フォロワー、認知不足層、行動不足層、無関心層）に類型化することができた。

(1) 認知不足層に対する方策

- 認知不足層が回答者全体の半数以上を占めることから、認知不足層を対象とした取組が効果的かつ効率的である。
- 認知不足層は、①交通ルールの講習を受けたことがない、②インターネットによる情報発信を希望する人が多い等の傾向が見られる。

これらの結果より、インターネット等を介し学習できるデジタルコンテンツを提供することにより、ルール認知度が向上するものと期待される。

(2) リーダー及びフォロワーを中心とする方策

- リーダー及びフォロワーは、交通事故や取締りに遭った経験のある人が多く、これらの経験が、その後の遵守意識やルール認知度の向上に寄与している可能性がある。
- 個人の遵守意識を高めるためには、家族など大切な人の存在や、思いやり運転に感謝された体験等、他者との結び付きに働き掛けることが有効であると考えられる。

これらの結果より、リーダー及びフォロワーを中心に、自身の経験等を他の道路利用者と共に共有し、自助・共助が図られる取組を増やすことにより、交通社会全体の遵守意識向上が期待される。

(3) 今後の対応

今後は、本研究の結果を踏まえ、非関心層を含めた交通ルールの定着を図る取組について、試行的な方法を取り入れながら推進していくこととしたい。

参考文献

- 1) 浪川和大 他：自転車交通施策の広報を目的としたソーシャルデザインの導入に関する研究、第58回土木計画学研究発表会
- 2) 総務省統計局：都道府県、年齢(5歳階級)、男女別人口—総人口、日本人人口(2019年10月1日現在)、<https://www.e-stat.go.jp/statsearch/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200524&tstat=000000090001&cycle=7&year=20190&month=0&tclass1=000001011679&tclass2val=0> (2021年3月26日閲覧)
- 3) 総務省統計局：属性別インターネット利用率、<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r02/html/nd252120.html>(2021年3月26日閲覧) (2021.10.1受付)

QUESTIONNAIRE FOR EFFECTIVE PUBLIC RELATIONS ON TRAFFIC MEASURES TO INVOLVE NON-INTERESTED GROUP

Yoshiharu YAHATA, Kazuo NAMIKAWA, Hiroo SHIINA and Ichiro KODAMA