

COVID-19の状況下におけるエコ通勤の プロモーションや取組実績に関する分析

井村 祥太郎¹・中道 久美子²・萩原 剛³・中野 光太郎⁴

¹正会員 一般財団法人計量計画研究所 研究本部 交通・社会経済部門（〒162-0845 東京都新宿区市谷本村町2-9）E-mail: simura@ibs.or.jp(Corresponding Author)

²正会員 公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団 交通環境対策部（〒112-0004 東京都文京区後楽1-4-14 後楽森ビル10F）
E-mail: k-nakamichi@ecomoto.or.jp

³正会員 一般財団法人計量計画研究所 研究本部 交通・社会経済部門（〒162-0845 東京都新宿区市谷本村町2-9）
E-mail: ghagihara@ibs.or.jp

⁴非会員 国土交通省 総合政策局 地域交通課（〒100-8918 東京都千代田区霞が関2-1-3）

クルマから環境にやさしいエコな通勤手段に転換する「エコ通勤」に取り組んでいると認められる事業所を公的に認証する「エコ通勤優良事業所認証制度」の認証事業所では、コロナ禍前後でエコ通勤の取組内容等が変化していると想定される。第1回の緊急事態宣言期間以降、感染リスク軽減や外出自粛の機運の高まりから、地域公共交通の利用を控える傾向もみられる。一方で在宅勤務やテレワーク、混雑時を避けた時差出勤を検討した事業所も多くみられ、これは環境負荷軽減の観点から「エコ通勤」と位置づけている。本稿では、1) コロナ禍や炭素中立等の動向を踏まえたプロモーション戦略の実施状況を記述し、2) 認証事業所のコロナ禍前後の取組内容の比較結果を整理することで、今後の普及・促進のために有効な施策を示すことを目的とする。

Key Words : Eco-commuting, Mobility Management, certification, promotional strategy, COVID-19

1. はじめに

(1) 背景

二酸化炭素やメタン等の温室効果ガスによる地球温暖化をはじめとした環境問題は、生活を脅かす現象として問題視されている。それを防ぐべく世界全体で議論がなされ、様々な取組が進められている。2015年に開催されたCOP21で採択されたパリ協定では、「世界の平均気温上昇を産業革命以前に比べて2℃より十分低く保ち、1.5℃に抑える努力をする」、「そのため、できるかぎり早く世界の温室効果ガス排出量をピークアウトし、21世紀後半には、温室効果ガス排出量と（森林などによる）吸収量のバランスをとる」ことが目標として掲げられた¹⁾。

加えてパリ協定では、途上国を含むすべての参加国に排出削減の努力が求められ、各国の自主的な取組によって、目標を達成するボトムアップ・アプローチが採用されている。日本における動向としては、2020年10月26日、第203回臨時国会において、菅総理より「2050年カーボ

ンニュートラル、脱炭素社会の実現を目指す」ことが宣言された。

また、2021年4月22日の地球温暖化対策推進本部及び機構サミットにおいて、我が国は2050年カーボンニュートラルに向け、2030年度において、温室効果ガスを2013年度から46%削減するなど、従来の削減目標より7割以上引き上げた目標を発表している。カーボンニュートラル²⁾とは、温室効果ガスの排出を全体としてゼロにすることであり、「排出を全体としてゼロにする」とは、温室効果ガスの「排出量」から植林等による「吸収量」を差し引いた、合計をゼロにするという考え方である。

この削減目標を達成するにあたっては容易なものではないため、全ての社会経済活動において脱炭素を位置づけ、持続可能で強靱な社会経済システムへの転換を進めることが不可欠であり、脱炭素化を軸とした成長に資する政策を推進していくことが不可欠である。

上述のようなカーボンニュートラルや持続可能な発展(SDGs)等を達成するため、地方公共団体においては、「地球温暖化対策の推進に関する法律」で、対象の区域

内の自然的社会的条件に応じて、温室効果ガスの排出の削減等のための総合的かつ計画的な策定と実施をするよう努めるものとされている。このような制度や社会情勢等から、2050年に二酸化炭素実質排出量ゼロに向けて取組むことを表明した地方公共団体が増えつつあり、2022年9月14日時点で766自治体²⁾となっている。カーボンニュートラル産業への参入、SDGs・ESG経営（Environment Social Governance：環境，社会，ガバナンス要素を考慮した経営）への転換といった視点から地方公共団体以外の事業所においてもこれらの取組を実施するようになってきている。カーボンニュートラルの主な取組事例³⁾としては、太陽光発電を取り入れることや照明のLED化といった省エネ化やEVの活用、リサイクルの推進等といったものが挙げられる。また、今後の取組として出退勤時や業務移動の際の排出量削減を検討していくといった目標を掲げている事業所もあり様々な形での取組が進められている。

特に出退勤や業務移動の際の排出量削減の観点からは、マイカーによる通勤から公共交通を利用した移動に切り替えることによって、大きくCO₂の排出量低減につながる。国土交通省による⁴⁾と、各輸送機関で1人が1kmあたりの移動で排出する二酸化炭素の平均的な排出量は、自家用乗用車が131gに対し、バスが109g、鉄道はわずか28gである。車両1台で複数の人を輸送できる公共交通の利用を促進していくことで、マイカー通勤と比較して、CO₂の排出量を効率良く抑えられる事が見込まれ、カーボンニュートラルやSDGsへの取組にも大きく寄与することが期待される。また、温室効果ガス排出量の算定を進めるにあたり、サプライチェーン排出量⁵⁾という考え方がある。これは、事業者自らの排出だけでなく、事業活動に関係するあらゆる温室効果ガスの排出を合計した排出量を評価することを指している。これは組織のLCA(ライフサイクルアセスメント)とも呼ばれ、これを把握することにより、企業活動全体を管理する事にもつながることから、企業の環境経営指標などとして使用されている。サプライチェーン排出量は、Scope1からScope3まで区分の合計値からなり、特にその中のScope3は、事業者自らで排出している以外の間接排出（事業者の活動に関連する他社の排出）である。Scope3は15カテゴリの排出項目に分類されている。その中の一つに「雇用の通勤」も対象に含まれている。そのため通勤時の排出量の把握を行うことで、CSR（corporate social responsibility：企業の社会的責任）の一環として、自社の環境活動を対外的にアピールしていくことも可能となる。このことから、後述する「エコ通勤」に取組むことは各種環境施策の動向と合致していると言え、また社会貢献の面からも、有意義な取組であると考えられる。

一方、2019年末頃から新型コロナウイルス

「coronavirus disease 2019（以下、COVID-19）」の流行の兆しが見られ、2020年の3月には、第1回の緊急事態宣言が日本政府から発表、全国的に不要不急の外出の抑制や基本的な感染防止策（必要な場面でのマスクの着用、手洗い、「三つの密」の回避、換気等）の徹底が進められた。不特定多数の人が利用する公共交通は外出抑制や「三つの密」の回避が進められた影響やCOVID-19の感染に対する知見の少なさ等もあり、流行当初においては利用が敬遠されていた。特にバス事業者では元々減少傾向であったバス利用者が、COVID-19の影響を受け、さらに減少が加速している状況にあった。

カーボンニュートラルやSDGs等の環境への機運により、マイカーによる移動を控え、公共交通への転換も期待される所であったが、感染症対策の為、事業所からの指示等もあり、公共交通利用者がマイカー通勤に切り替えたり、テレワーク・混雑時を避けた時差出勤にシフトしたこと等が要因となり、減少が続いていると考えられる。

(2) エコ通勤優良事業所認証制度の現状

公共交通機関の利用推進のためには、利用者に一方向的に交通手段の転換を求めたり交通事業者が一方向的に取組を進めるだけでは不十分であり、利用者サイド、交通事業者サイド双方の取組をマッチングさせた実効性のある取組が必要である⁶⁾との考えから、2005年から、交通事業者、経済界、行政等による「公共交通利用推進等マネジメント協議会」（会長：森地茂 政策研究大学院大学特別教授）が開催された。2009年には、職場モビリティ・マネジメント（職場MM）の一環として、この協議会が認証・登録を行う「エコ通勤優良事業所認証制度」が創設された。この制度は、エコ通勤に関する意識が高く、エコ通勤に関する取組を自主的かつ積極的に推進している事業所を「エコ通勤優良事業所」として認証・登録するとともに、その取組事例を広く国民に周知することにより、エコ通勤の普及促進を図ることを目的とする⁷⁾ものである。「エコ通勤」とは、クルマから環境にやさしいエコな通勤手段に転換することを目指す取組のことを指す。国土交通省総合政策局地域交通課（旧：同局公共交通政策部交通計画課）及び公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団（略称：エコモ財団）が事務を所掌し、認証・登録を続けてきた。また、2006年度より、エコ通勤関連で顕著な功績のあった事業者に対しては、国土交通大臣から「交通関係環境保全優良事業者等大臣表彰」が授与されてきた。2006年から毎年開催されている日本モビリティ・マネジメント会議（JCOMM）の場でも、MM全般の発表による情報共有や、JCOMM賞による地域の規範となるような効果的なMMプロジェクトとして、一部でエコ通勤の紹介が進められてきた。

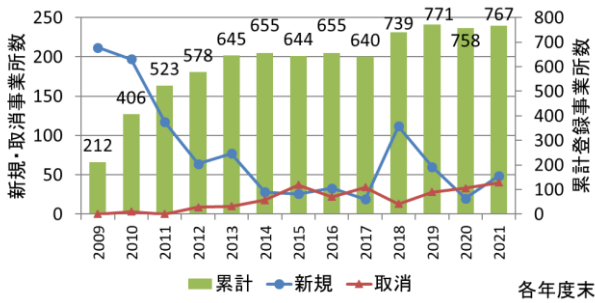


図-1 エコ通勤優良事業所認証の取得事業所推移

エコ通勤優良事業所の認証取得の状況を図-1に示す。制度設立より登録事業所数は増加傾向にあり、登録事業所数は2021年度末時点で767件となっている。一方でコロナ禍の状況もあり、登録の取消数も年間約100件近く出てきているものの、それを上回る新規登録数が見られている。これは前述のSDGsやカーボンニュートラル等の機運から、地方自治体の働きかけで地元の企業などが登録があった事が考えられる。

(3) 本研究の目的

本研究では、前述のような環境へのカーボンニュートラルやSDGsといった「環境施策への対応」や「COVID-19下の状況」という社会情勢の変化等の背景を踏まえ、エコ通勤を推進していくためのプロモーションのあり方についての検討を行う事を目的とする。本稿では、1) コロナ禍やカーボンニュートラルの動向を踏まえたプロモーション戦略の実施状況を記述し、2) 認証事業所のコロナ禍前後の取組内容の比較結果を整理し、今後のプロモーション戦略を有効に進めるための要素等の把握を試みる。

2. プロモーション戦略の概要

(1) 検討の体制と考え方

「エコ通勤認証・普及等委員会」で学識経験者等・業界団体・関係省庁から得た助言を踏まえ、委員会の下に筑波大学谷口綾子教授らとともに検討するワーキング・グループ(WG)を設置した。国の施策であるエコ通勤にプロモーションの観点が必要だという指摘があったことを踏まえ、2017年以降WGでプロモーション戦略を検討している。このWGには、共同事務局である国土交通省総合政策局地域交通課及びエコモ財団の他に、民間企業のブランディング戦略に携わる専門家(クリエイティブ・ディレクター、デザイナー)も参画した。WGは2017年10月から開始しており、2022年9月までに合計12回実施している。各回での検討内容は表-1の通りである。

表-1 エコ通勤WGの検討状況

No.	開催日	主な内容
1	2017年10月23日	ターゲットから見たプロモーションについて
2	2017年11月22日	ツールの現状分析・認証制度のインセンティブについて
3	2017年12月28日	コミュニケーションの場面・認証制度の目標について
4	2018年1月23日	戦略への落とし込みについて
5	2018年2月21日	プロモーションの戦略案について
6	2019年2月5日	エコ通勤のVIの検討について
7	2019年3月7日	エコ通勤のVIとロゴマークの検討について
8	2019年4月23日	エコ通勤のVIの検討について
9	2019年6月4日	エコ通勤のVIと作成する事業所向けツール案
10	2020年11月11日	コロナ禍の影響を考慮したツールの作成について
11	2021年10月27日	紙媒体に限定しない訴求方法
12	2022年8月3日	セカンドパンフレットと認証取得申請書類の検討について

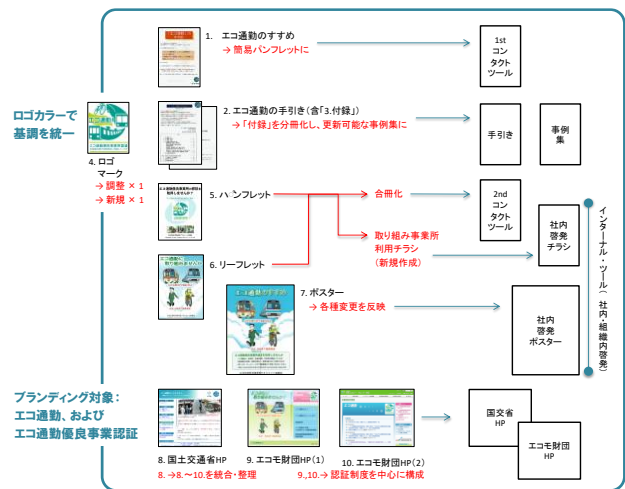


図-2 既存ツールの現状と改訂版ツールの構造

表-2 エコ通勤におけるカスタマー・ジャーニー

段階 (missions)	内容	
認知・検討 (contact/nurturing)	知る, 検討する.	
社内啓発	事業所 [※] 内で啓発する. 上司説得も含む.	
意思決定 (conversion 1.)	エコ通勤優良事業所申請書を提出する.	
啓発・継続 (retention)	事業所内でエコ通勤の取組を行う.	
更新 (conversion 2.)	1年目は報告のみ, 2年目に更新し登録期限を2年間延長する.	2年目以降は要リポート

※ エコ通勤優良事業所認証制度における「事業所」とは、原則、日本標準産業分類一般原則の第2項事業所の定義に準拠する。エコ通勤優良事業所申請書は、事業所ごとに提出することとなっている。

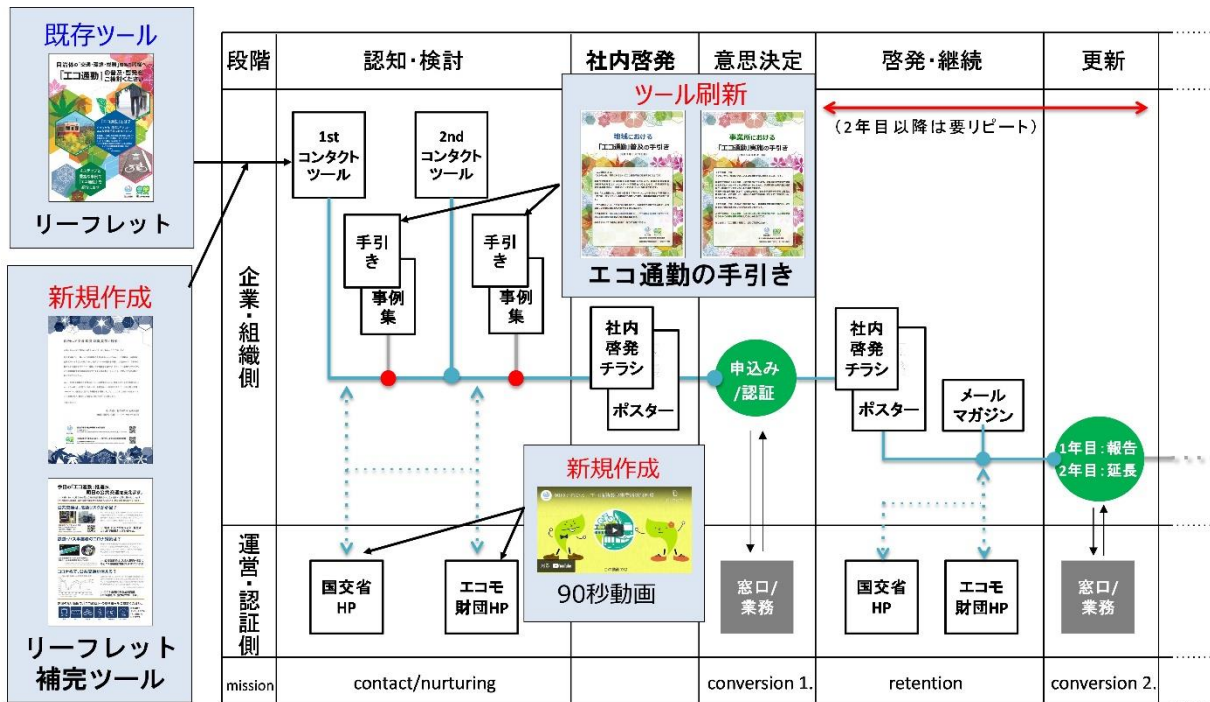


図-3 カスタマー・ジャーニーと改訂版ツールの役割

(2) カスタマー・ジャーニーと刷新したツール

過去に都度作成してきた各種ツールの位置づけや役割を整理した上で、カスタマー・ジャーニーの観点から見直し方針を定め、改訂版ツールの位置づけと役割によってリネームを行った。その結果を図-2に整理した。左側の1~10が既存ツールで、赤文字の通り整理を行い、右側のツールに改訂する方針とした。

さらに、右側の改訂版ツールに登録継続事業所向けのメールマガジンを加え、カスタマー・ジャーニーに沿って整理したものが図-3である。「カスタマー・ジャーニー」とは、ユーザーが成約 (conversion, 一般的には購買) に至るプロセスのことである。例えばBtoCかBtoBか等、何から何へのプロモーションかによって、成約プロセスが異なるため、カスタマー・ジャーニーの考え方も異なる。エコ通勤の場合、成約には、1) エコ通勤に好感を持つ、2) 認証制度の取得に至る、の2パターンが想定される。WGでの議論の結果、2)の場合のエコ通勤のカスタマー・ジャーニーは、表-2となるのが分かった。エコ通勤を認知・検討してもらう段階の、図内の1stコンタクトツールであるエコ通勤のリーフレットは、2018年~2019年にかけて、エコ通勤のビジュアル・アイデンティティ (Visual Identity: VI, 視覚的アイデンティティ) の策定とともに検討を行いリーフレットとロゴマークの更新を行った。VI (Visual Identity=視覚的アイデンティティ) とは、消費者や生活者から、企業や商品・サービスが発する情報を「同一のものである」と認識してもらう

ため、「視覚情報 (色, かたち, パターンなど) を」総合的に設計・コントロールすることを指す。

(3) リーフレット補完ツールの検討

COVID-19下において、三密の回避や不要不急の移動を控えるといったことから、多くの国民が公共交通を敬遠し、マイカー通勤の方が安心感があると認識する傾向が強まっており、過度なクルマ依存の促進が危惧される。そのような状況において公共交通を利用することに対して漠然とした不安がある中、過年度に作成した「リーフレット」のみを単に配布すると、受け手は拒絶反応を示すことが危惧される。そこで、リーフレットを補完するツールとして添え状を追加し、公共交通によるコロナ感染の「正しいリスク認知」を促すとともに、「感染リスクを極小化する公共交通の使い方」に関する情報提供を行うことでエコ通勤を促進することとした。

本リーフレット補完ツールの作成にあたっては、表-1の2020年11月の第10回のWGにおいて、作成方針を協議し、同年12月の「エコ通勤認証・普及等委員会」における委員からの指摘事項等を踏まえて作成を進めた。リーフレット補完ツールは、過年度までに作成済みの1stコンタクトツールに挟み込む形で配布した。そのため、リーフレット補完ツールは、A4用紙の裏表の1枚で作成することとし、表面で挨拶文と依頼の主旨、裏面をコロナ禍における感染症に関するファクトシートとして作成した。また、作成したツールはWEB上でも公開すること

とした。

検討したリーフレット補完ツールの構成を表-3に示す。表面は、挨拶文として、コロナ禍における公共交通利用に関する各種情報を整理していること、エコ通勤の導入を無理のない範囲で依頼するといった内容をまとめた。裏面のファクトシートは、①感染リスクに関する情報、②鉄道・バス事業者の取組み紹介、③鉄道・バス事業者の状況、の3段構成とし、公共交通とコロナに関する事実情報を整理し、コロナ禍の中で、エコ通勤を促進する違和感を消す為、裏面の冒頭にエコ通勤が「公共交通を支える」といったメッセージが伝わる様に、表現を工夫した。

「在宅勤務（テレワーク）」や混雑時を避けて通勤する「時差出勤」は、環境負荷軽減の観点から「エコ通勤」と位置づけることができるため、コロナ禍のリーフレット補完ツールにおいても記載する方針とした。これらは、認証取得の際に必要な取組項目の1つとして、エコ通勤優良事業所認証制度の創設当初（2009年）の時点から先進的な目線から、取組項目として設定されていた経緯がある。

リーフレットの補完ツールは、エコ通勤のVIを適用しツール全体の統一感を取れるようにした。VIについてはコロナ禍の状況における依頼状としての側面も含むため、四季をイメージした本体の色調より落ち着いた色調をベースに作成した。また、リーフレットは自治体版、事業所版の2種類があることから、補完ツールも2種類のツールを準備した。

表-3 リーフレット補完ツールの構成

ツール	内容
表面	<ul style="list-style-type: none"> あいさつ文 リーフレットについて丁寧に説明 裏面にコロナ禍における公共交通利用に関する各種情報を整理している旨記載 エコ通勤の導入を依頼（無理のない範囲で）
裏面	<ul style="list-style-type: none"> ファクトシート（科学的知見に基づく概要書） 漠然とした不安に対して事実情報を提供し、「正しいリスク認知」や「感染リスクを極小化する公共交通の使い方」に関する情報提供

表-4 エコ手引き更新のポイント

手引き更新のポイント	内容
コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> 簡潔にエコ通勤の全体像を把握してもらい、個別の内容は付録等に添付する等、当初版のコンセプトを維持して作成する
社会情勢の変化	<ul style="list-style-type: none"> 「パリ協定」やそれに関連する様々な取組（SDGs, smart move, カーボンニュートラル）等の内容を盛り込む
エコ通勤の取組例	<ul style="list-style-type: none"> 実際の取組内容や効果等、最新の動向を反映する
想定する読者	<ul style="list-style-type: none"> 事業所担当者 自治体担当者
デザイン	<ul style="list-style-type: none"> エコ通勤のVIを反映して作成
当初版からコンテンツ追加事項	<ul style="list-style-type: none"> 当初版になかった「エコ通勤優良事業所認証制度」の紹介や当該制度への登録をアピール

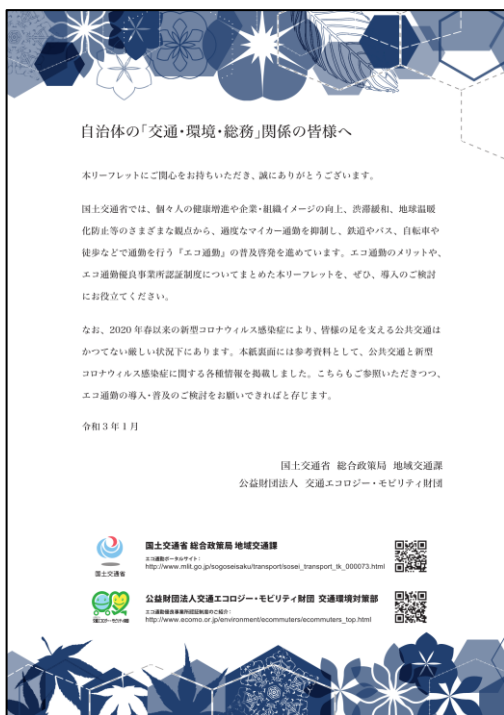


図-4 リーフレット補完ツール（自治体向け）

(4) エコ通勤の手引きの刷新

「エコ通勤の手引き」は当初版（2008年7月）の公開から、10年以上が経過しており、当時の温暖化に対する国際条約であった京都議定書（2005年2月16日発効）の内容等、記載内容が現在の最新の状況に合致しないものとなっていた。そのため、手引きの内容の刷新の検討を行った。

手引き更新のポイントを表-4に示す。当初版の手引きと同様に、16ページ程度の本編の内容で、簡潔にエコ通勤の全体像を把握してもらうようにした。また、環境に関する国際的な枠組みであるパリ協定を踏まえ、関連する施策であるSDGs、カーボンニュートラル等の内容やコロナ禍の動向等も反映した。また、手引き内の補足説明として、実際の取組実施内容や効果等を用いて、エビデンスに基づいた整理を行った。手引きの主な読者として「事業所担当者」「自治体担当者」に対応できるように2種類を作成した。事業所担当者版には、事業所がエコ通勤に取組にあたって参考となるように、全国の好事例を事業所の分類（従業員規模、業種、立地（都市部と地方部）、公共交通の利便性）より、自社の立場を考えた際に「似たような事業所」での取組事例がないかといった視点から確認できるようにした。自治体担当者版には、自治体で取り組むエコ通勤、自治体としての取組み方や、エコ通勤に関わる制度等の紹介や入札時の加点制度の取組を促すための情報、地域公共交通計画への位置づけ等について整理した。手引きのデザインは、エコ通勤のVIを適用して作成した（図-5）。



図-5 VIを適用したエコ通勤の手引き

(5) 「90秒でわかるエコ通勤」動画の作成

図-6にエコ通勤のツール間の動線を示す。1stコンタクトツールであるエコ通勤のリーフレットを見て興味を持ち、ウェブサイトへにユーザが訪れた際に、次にやるべきことのステップが見えづらく、かつ、認証書類に辿り着かない可能性が懸念された。そのため、今後取るべきステップ等や全体像（概要、ステップ、メリット）を短時間で理解することができるよう、ユーザーの取りこぼしを防ぐ為の90秒程度の動画を作成することを検討した（図-7）。動画はユーザーが気軽に働きかけやすい媒体であるため、今回の検討には好適であると考えられる。

表-5に動画のコンテンツを示す。90秒という限られた時間であるため、見る人に伝える内容として、「認証を取得するためのステップ」と「認証を取得したことによるメリット」にポイントを絞り説明する。また、エコ通勤優良事業所認証制度のロゴマークキャラクターを用いた会話形式での説明を行うような形式とした。また、次のステップへの誘導としては、動画の最後に検索方法（URL）を記載し、誘導先で申請～認証・登録までの流れを理解してもらうようにする。

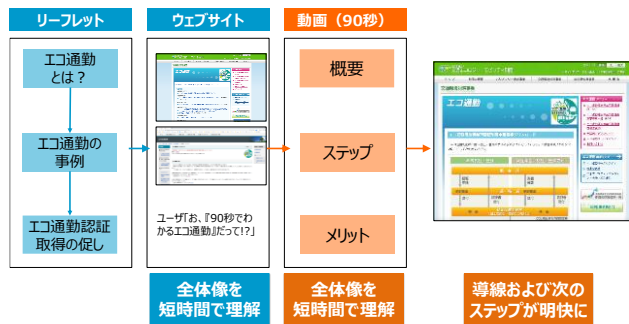


図-6 エコ通勤のツール間の動線

表-5 90秒で分かるエコ通勤動画のコンテンツと内容

動画コンテンツ	内容
タイトル	・90秒でわかるエコ通勤
キャラクターの自己紹介	・認証制度のロゴマークに由来する2人のキャラクターが、「認証制度をとるための4ステップ」と「認証をとるための4つのステップ」の紹介
認証をとるための4つのステップ	・4つのステップで認証を取ることができることを伝える ① エコ通勤を勧める担当者を決める ② 従業員の通勤方法を調べる ③ エコ通勤の目標を立てる ④ 上記を記載し、運輸局へ提出する
認証をとるための4つのステップ	・あなたの事業所が、環境に優しい事業所としてアピールすることができる ・認証を持っていると入札時に評価される ・特に優秀な取組は、国土交通大臣から評価される
次のステップへの誘導	・エコモ財団の「エコ通勤優良事業所申請制度」

(6) プロモーション戦略の結果

一連のプロモーション戦略の結果として、各種ツールの活用状況を把握した。「リーフレット補完ツール」は、2022年3月までに紙媒体で合計4,134部配布している。次に刷新した「エコ通勤の手引き」は、国土交通省ウェブサイトの「エコ通勤ポータルサイト」⁷⁾で公開されている。WEB公開後、アクセス数が増加し、2022年3月までに3,620回ダウンロードされている。最後に、「90秒で分かるエコ通勤」の動画(図-7)は2022年5月にYouTubeで公開⁸⁾した後、7月末までに372回再生されている。これは、リーフレット等からの誘引時に再生されていると考えられる。

図-8に示すように登録事業所数は2021年度末時点で767件となっており、頭打ちが続いていた2017年より137件増加している。これは一連のプロモーション戦略刷新の結果もあると考えられる。コロナ禍の影響もあり、取消数も微増となっているものの、SDGsやカーボンニュートラルの環境への機運から、自治体での認証取得が進み、更に一部自治体では地域内の呼びかけから、取り消しを上回る新規登録があった。



図-7 90秒でわかるエコ通勤」動画

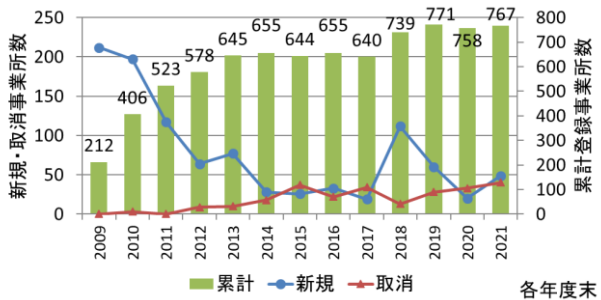


図-8 エコ通勤優良事業所認証の取得事業所推移(再掲)

3. コロナ禍での登録事業所の取組状況の分析

(1) 使用データと分析方法

本節では、エコ通勤優良事業所として登録している事業所の提出書類から、認証を新規登録した際に報告したエコ通勤の取組内容がどのように変化しているかを、緊急事態宣言期間前後で比較する。第1章で示したように、COVID-19の流行で、日本国内でも2020年3月に出された第1回の緊急事態宣言による影響で、ヒトの移動がそれ以前の期間と比較し、異なっていることが想定される。そこで、エコモ財団で保有している表-6に示すデータを対象に、コロナ禍前と緊急事態宣言期間以降に認証を取得した事業所との取組に関する基礎分析を行い、今後のブランディングに向けたプロモーション方策等について検討する。分析対象期間は、コロナ禍前：2020年2月以前までの登録した事業所(942事業所)、緊急事態宣言期間以降：2020年3月以降に登録した事業所(74事業所)と設定する。

本制度では、同一法人であれば共同申請することもでき、取組み項目が同じであれば申請書類を一部簡素化できる。本データを用いた分析を実施するにあたって、登録事業所が代表事業所であるか、共同申請として登録された支店であるかを考慮する必要がある。登録事業所数の考え方として、代表事業所と支店をすべてカウントする「全事業所ベース」と代表事業所のみカウントする「代表事業所ベース」の2種類の方法が考えられる。表-

表-6 緊急事態宣言期間前後で比較分析を実施するデータ

No.	データ
1	エコ通勤の取組内容 エコ通勤優良事業所認証制度の登録事業所情報のデータベース
2	認証取得のきっかけ 登録事業所向けアンケート
3	認証取消の理由 エコ通勤優良事業所認証制度の登録事業所情報のデータベース

表-7 登録事業所の考え方の登録数

事業所集計方法	登録数
全事業所ベース	1,016事業所
代表事業所ベース	493件

※新規登録時の事業所数を対象に集計するため、現在認証を取消した事業所含む件数

表-8 着眼する属性情報と集計意図

属性	集計の意図
新規登録申請のタイミング(年度)	・登録した年次によって、実施している取組内容の傾向が違わないか
都市圏	・3大都市圏と地方都市では等公共交通の利便性違うため、取組内容の傾向が違わないか
従業員規模	・従業員規模によって取組の違いが見られる
業種	・業種によって取組実施の傾向の違いが見られるか

7にそれぞれの考え方における登録数を示す。全事業所ベースでは1,016事業所、代表事業所ベースでは493件の登録がされている。申請書は個別の事務所ごとに取組内容を記載して提出するため、本分析においては「全表事業所ベース」の考え方をういた、1,016事業所を対象とする。

事業所の属性として着目する項目を表-8に示す。「新規登録申請のタイミング(年度)」、「地域」、「従業員規模」、「業種」の視点からも合わせて考察する。

本分析において対象とするエコ通勤の取組を表-9に示す。認証取得のためにはこの表に示した取組のうち、Aから1つ以上、Bから1つ以上取り組む必要がある。本分析での比較にあたっては、特に変化の見込まれる取組項目に着目して整理する。

(2) 緊急事態宣言期間前後の取組み状況の変化

まず属性別の基礎分析の結果を整理する。図-9に新規登録申請のタイミング別の登録事業所数の状況を示す。新規登録申請は、制度開始当初が最も多く231事業所である。2014年以降は年間約20~50事業所で、緊急事態宣言期間以降も同様の登録数である。2018年に大きく増加している要因は、西日本シティ銀行(1件:77事業所)が要因である。

図-10に都市圏別の登録事業所数を示す。東京圏および大阪圏では緊急事態宣言期間以降の登録は約2年間で合計3事業所であり、コロナ禍前登録は1年あたり約10事業所程度あったペースから比較すると、登録数が減少傾向にある。三大都市圏以外はコロナ禍前で60事業所/年あった登録が、三大都市圏以外では14事業所/年で、若干登録数は減少傾向にある。

図-11に従業員規模別の登録事業所数を示す。登録事業所の従業員規模は緊急事態宣言期間前後で共に「10-50人」が最も多い。また従業員規模別の構成比では、緊急事態宣言期間以降は「10人未満」、「500人以上」の規模の事業所の認証取得が増加傾向にある。

図-12に業種別の登録事業所数を示す。非常事態宣言期間以降では、サービス業、建設業、自治体での登録の比率が高くなっている。自治体はSDGsやカーボンニュートラル等の動向から増加傾向にある。建設業は愛知県の入札加点制度の導入により取組数が増加傾向にある。

図-13に公共交通情報を提供する取組を実施している割合を示す。取組実施割合は緊急事態宣言期間以降で増加傾向にある。属性別に集計した結果では、緊急事態前後宣言期間前後で、特徴的に変化しているものは見られなかった。

図-14にマイカー通勤の禁止の取組を実施している割合を示す。コロナ禍前と比較して、緊急事態宣言期間以降のマイカー通勤の禁止の取組割合が減少している。属性

表-9 エコ通勤の取組項目

項目 (表内○は変化が想定されるもの)		想定される 変化の仮説	
A	エコ通勤の呼びかけ	パンフレット・メール配布 ○	・緊急事態宣言期間以降は公共交通情報の利用が低下しているのではないか ・従業員への積極的な公共交通利用の呼びかけは減っているのではないか
		公共交通情報を提供 ○	
		研修会の実施	
		その他	
B	エコ通勤を促す通勤制度の実施	マイカー通勤の禁止 ○	・コロナ禍の影響で、公共交通からマイカー通勤禁止した事業所はないのでは ・コロナ禍前と比較し、三密を避けるため時差出勤の取組は増加したのではないかと
		相乗り制度の導入	
		時差出勤制度の導入 ◎	
		徒歩通勤者への補助制度の導入 ○	
B	自転車通勤の奨励	自転車通勤者への補助制度の導入 ○	・公共交通から自転車通勤へのシフトが考えられ、補助制度等を考えた事業所もあるのではないかと ・設備等の準備がすすんだのではないかと
		駐輪場の設置	
		レンタサイクルの導入	
		更衣室やシャワールームの設置	
		その他	
	駐車場の削減	従業員駐車場の有料化	・コロナ禍での駐車場削減は少ないのではないかと
		その他	
	通勤バスの導入	自社所有バスによる送迎	・コロナ禍の状況で密を避けるため、通勤バス導入等の取組はみられないのではないかと
		バス事業者への運行委託	
		その他	
在宅勤務制度の導入	在宅勤務制度の導入 ◎	・在宅勤務を導入した事業所がふえたのではないかと	
	その他		

◎特に変化があると想定される項目

○変化があると想定される項目

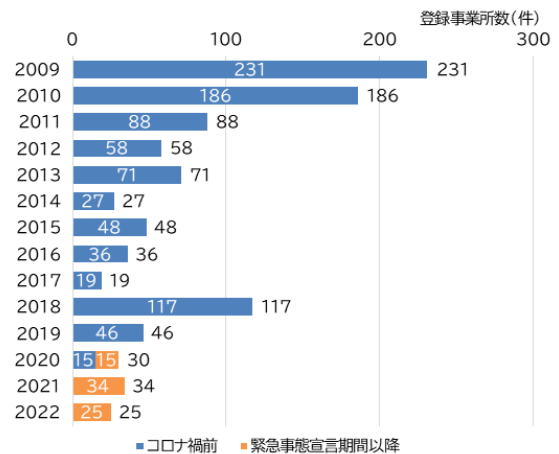


図-9 新規登録申請のタイミング別の登録事業所数

別に集計した結果では、緊急事態前後宣言期間前後で、特徴的に変化しているものは見られなかった。

図-15 に時差出勤の取組を実施している事業所の割合を示す。緊急事態宣言期間以降では、時差出勤の取組が増加傾向にある。業種別（図-16）に確認したところ、「サービス」、「医療」、「自治体」等での増加が多くなっている。

図-17 に徒歩通勤者へ補助制度の導入の取組を実施している事業所割合を示す。緊急事態宣言期間以降では、時差出勤の取組が微増傾向にある。緊急事態前後宣言期間前後で、特徴的に変化しているものは見られなかった。

図-18 に自転車通勤者への補助制度の導入を実施している割合を示す。緊急事態宣言期間以降に取組実施割合が増加している。また都市圏別（図-19）で見ると、三大都市圏以外の地方都市での導入の割合が増加している。

図-20 に在宅勤務制度の導入を実施している割合を示す。緊急事態宣言期間以降に取組実施割合が増加している。また業種別（図-21）では、「サービス」、「学校教育」、「自治体」等での導入が大きくなっている。

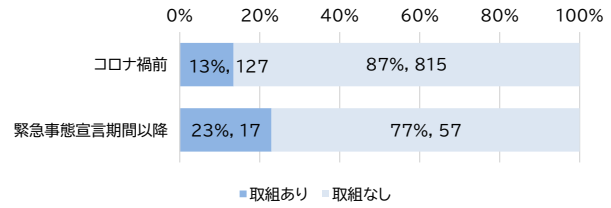


図-13 公共交通情報を提供する取組実施割合

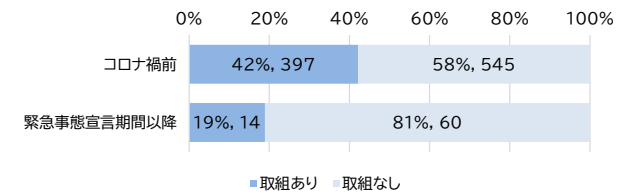


図-14 マイカー通勤の禁止の取組実施割合

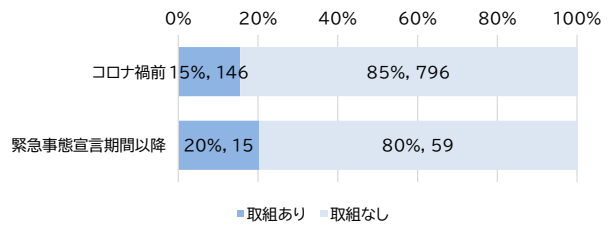


図-15 時差出勤の取組実施割合

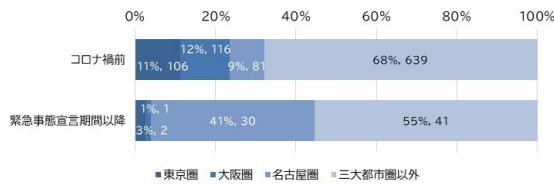


図-10 都市圏別の登録事業所数

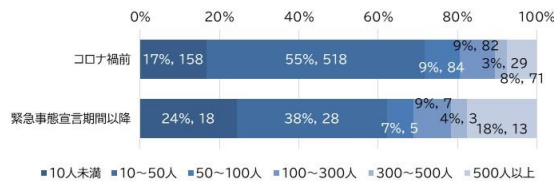


図-11 緊急事態宣言期間前後の認証事業所の従業員数構成比

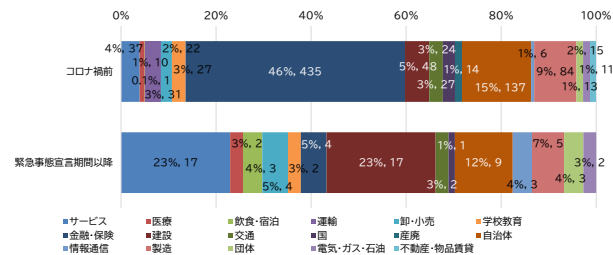


図-12 緊急事態宣言期間前後の業種別構成比

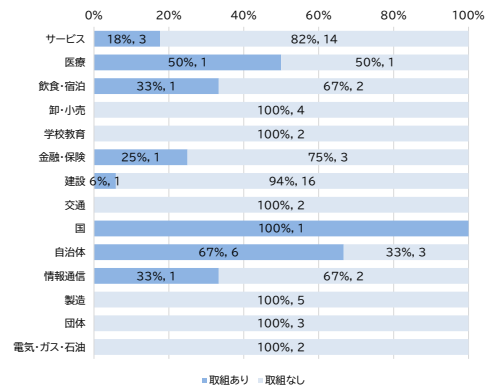
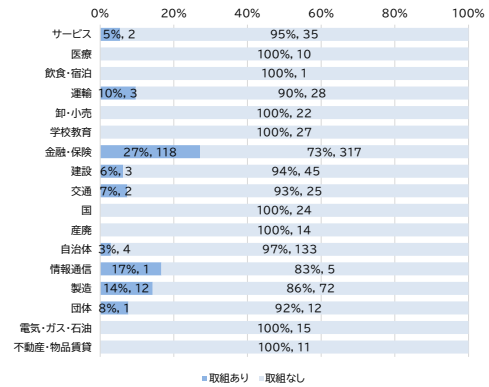


図-16 業種別の時差出勤の取組実施割合
(上図：コロナ禍前，下図：緊急事態宣言期間以降)

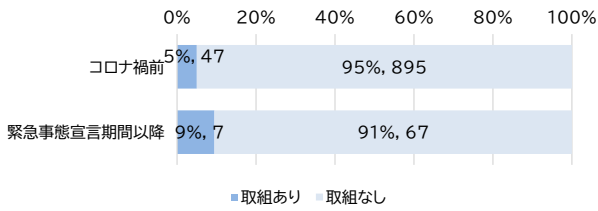


図-17 徒歩通勤者への補助制度の導入

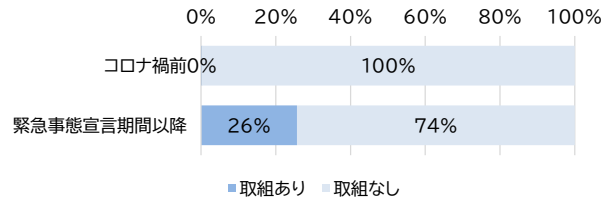


図-20 在宅勤務制度の導入の取組実施割合

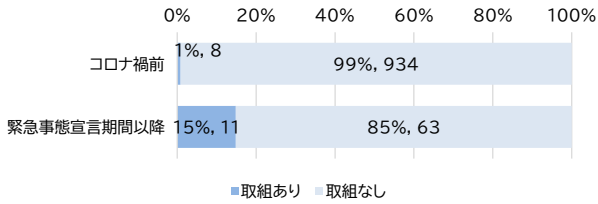


図-18 自転車通勤者への補助制度の導入

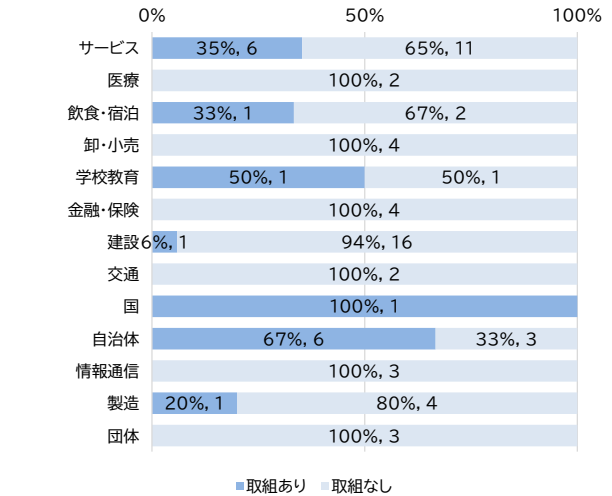
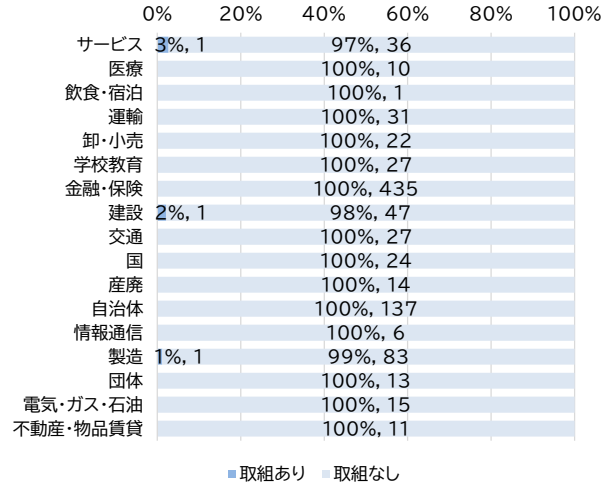


図-21 業種別の在宅勤務制度の導入の取組実施割合
(上図：コロナ禍前，下図：緊急事態宣言期間以降)

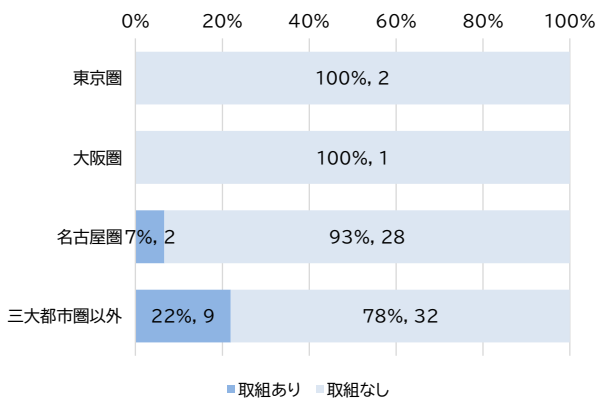
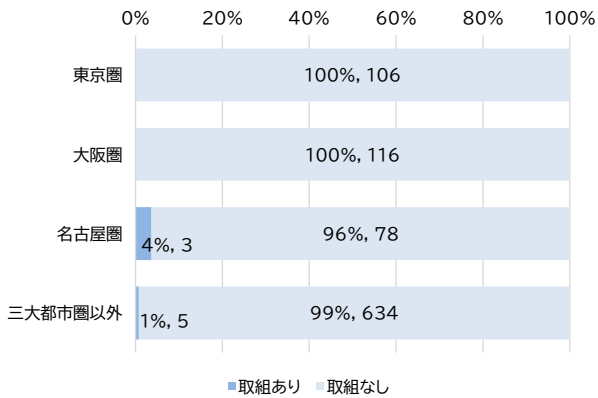


図-19 自転車通勤者への補助制度の導入の取組実施割合
(上図：コロナ禍前，下図：緊急事態宣言期間以降)

3) 登録事業所向けアンケート

本節では、エコ通勤優良事業所認証制度の登録事業所に行ったアンケート調査内容に関する基礎分析を行う。

本分析では、2022年7月31日までに回答のあった199件の事業所からのアンケート回答結果を対象として、認証取得のきっかけやメリット等を把握することで、今後のプロモーション施策の検討の際に有効となる情報が何かを整理する。

認知のきっかけの回答を図-22に示す。コロナ禍前では「本社、他事業所等、企業内から情報を得て」、緊急事態宣言以降では「ウェブサイトの閲覧」、「地方公共団体からのすすめ」の割合が高くなっている。認証取得理由の回答を図-23に示す。理由として、緊急事態宣言期間前後ともに回答の傾向は大きく変わらず、「環境に良い取組だから」の回答が多い。

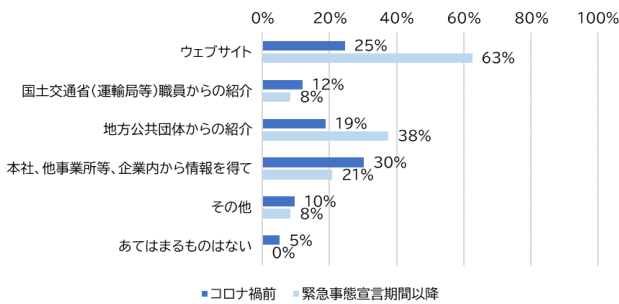


図-22 認証制度の認知のきっかけ

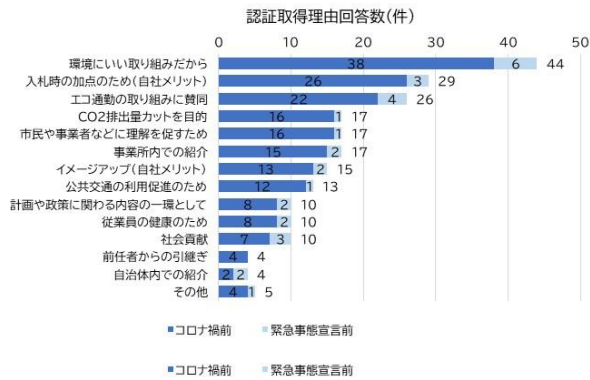


図-23 認証取得の理由

(4) 認証取り消しの理由について

本節では、エコ通勤優良事業所認証制度の登録取り消しの際の理由に関する基礎分析を、緊急事態宣言期間前後の比較分析を行う。2022年7月までに取り消しのあった175事業所(コロナ禍前【2012年~2020年2月】:130件、緊急時対宣言期間以降【2020年3月~2022年7月】:45件)を対象に、自由回答の記述を整理する。図-24に認証取り消しの際の理由を示す。理由としてコロナ前では「継続を希望しない」、「更新タイミングで提出書類なし」、「支店統合のため」といった理由が多くなっている。一方、緊急事態宣言期間以降では、「他の制度・取組に移行」、「支店・部署統合・移動のため」、「支店・事業所廃止のため」といった理由が多くなっている。特に他の制度・取組に移行といった回答が増えており、「SDGs」や「カーボンニュートラル」の取組みに移行したという回答が見られている。また、「新型コロナの影響のため」といった回答も見られている。

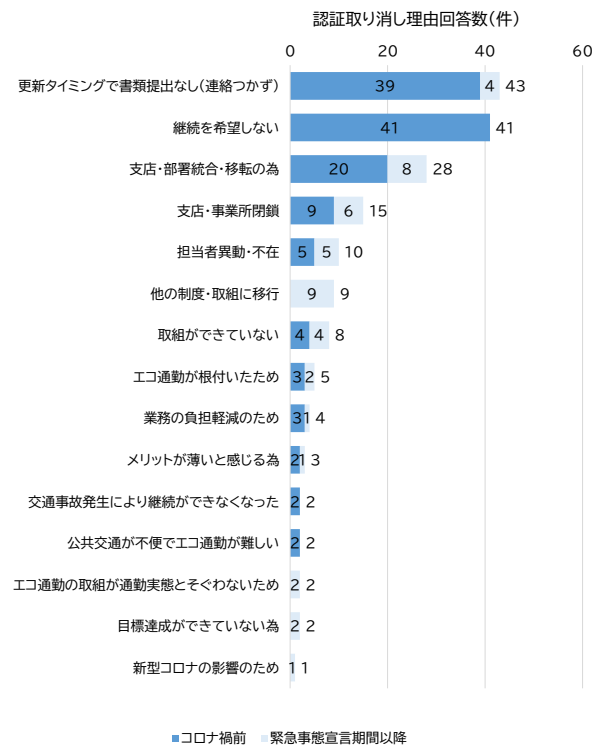


図-24 コロナ禍前の認証取り消し理由

(5) 分析結果の考察

認証取得は、2014年以降ほぼ同じペースで取得されており、緊急事態宣言期間前後で大きく変わっていないことが明らかになった。都市圏別でみると、緊急事態宣言以降では名古屋圏での構成比が高くなっている。これは、愛知県で導入されている入札時の加点制度が要因として考えられる。愛知県では、県が事業者と契約を締結する際の事業者の社会貢献的な取組を評価の一環として、「エコ通勤優良事業所認証を取得」かつ「あいちエコモビリティライブ推進協議会に加入している事業者」を公共調達時に加点している。2020年1月からは建設工事の入札加点も開始したため、緊急事態宣言期間以降での取組数が増加傾向にある。また業種別では、緊急事態宣言期間以降では、「サービス業」、「建設業」が特に構成比が高くなっている。一方、コロナ禍前では、「金融・保険」の構成比が高くなっている。要因として、表7登録事業所の考え方に示す、全事業所ベースのカウントをしているが、銀行では複数支店があり、本店が登録する場合支店も合わせて登録されることが多く、それに伴って事業所数が多くなっている。

コロナ禍の影響から、「マイカー通勤禁止」の取組は、コロナ禍前よりも実施割合が低くなっている。コロナ禍での感染リスクで公共交通を利用した通勤に不安があるといった理由などから、ノーマイカーデーの取組等を自粛した事業所があった事が要因として考えられる。また、「時差出勤」や「在宅勤務の導入」については、コロナ禍前と比較し、多くの事業所で取組まれるようになった。「在宅勤務」に関しては、コロナ禍前ではほとんど取組みとして申請されていなかったものの、緊急事態宣言期間以降では、「サービス業」、「学校教育」、「自治体」といった人と接する業種等で、高い傾向にある。「時差出勤」も同様の業種での取組割合が緊急事態宣言期間以降で増加している。学校や自治体などは、政府からの指示に従っていたことや、サービス業では営業自体を規模を縮小していたことや出勤調整等が他業種と比較してしやすいことが要因として考えられる。

通勤制度の改定に関わる内容では、「徒歩通勤者へ補助制度の導入」、「自転車通勤者へ補助制度の導入」についても、コロナ禍前と比較して、実施率が高くなっている傾向にある。特に「自転車通勤者への補助制度の導入」は以前よりも大きく増加している。また、属性では、3大都市圏以外で増加傾向にあり、コロナ禍の影響だけでなく、SDGsやカーボンニュートラル等の機運も後押ししているものと想定される。一方、「公共交通の情報提供」の取組は、コロナ禍以前よりも実施率が下がっていると想定されたが、緊急事態宣言期間以降で取組み実施割合は増加傾向にあった。ノーマイカーデーやエコ通勤推進日等の事業所での取組内容に合わせた情報提供

を行うこと、SDGsの取組の一環として公共交通利用の向上を図ること、新人採用・人事異動のタイミングでの情報提供を行うといった例が見られている。比較的公共交通の利便性の高い事業所などでは、周辺で実施されている公共交通関連の取組（通勤ライナー、パークアンドライド）との情報提供をしているケースもある。

登録事業所に行ったアンケート結果から、「認証制度認知のきっかけ」と「認証取得理由」を把握した。緊急事態宣言以降では「ウェブサイトの閲覧」、「地方公共団体からのすすめ」が多く見られる。検索サイトや一連のプロモーションの中で更新してきたツール等をきっかけに、WEBサイトを訪問し、具体的認証取得方法を調べて登録に至ったと考えられ、それがコロナ禍でセミナー等のイベントでのツール配布や運輸局・自治体職員の企業訪問による直接説明がしづらい状況を補った可能性がある。また、環境への取組の機運上昇もあり、自治体から促されて認証を取得するケースも増加傾向にある。認証取得理由では、緊急事態宣言期間前後で大きく変わっておらず、「環境に良い取組」、「エコ通勤の取組に賛同」、「CO2排出量カットを目的」といった、回答が多く見られる。また、「入札時の加点のため」といった回答も多く、企業に直接メリットがある項目も重視されている。

認証取消事業所の理由については、コロナ禍前では、「継続を希望しない」、「更新タイミングで提出書類なし」等、事業所側で認証継続する意思がないケースが多く見られる。また、「支店・部署統合・移動のため」といった事業所の展開に合わせた要因での取り消しも多い。一方で、緊急事態宣言期間以降では、「他の制度・取組に移行」、「支店・部署統合・移動のため」、「支店・事業所廃止のため」といった理由が多い。部署統合等の事業所の事情に合わせた取り消しは、コロナ禍前でも同様に、多く回答されている。一方、緊急事態宣言期間以降で最も多く挙げられている回答理由としては、「他の制度・取組に移行」といった内容であり、具体的には、「SDGs」もしくは「カーボンニュートラル」といった施策として取組むことである。エコ通勤の取組自体は、SDGsやカーボンニュートラル等の環境に配慮した取組の中の一つとして考えることができる。エコ通勤を取組むことで、SGDsやカーボンニュートラルにも寄与できるといった情報提供も、認証を継続してもらう上で重要であると言える。またコロナ禍という情勢から、取組継続が困難となり、認証継続に至らないケースや目標達成に届かなかったことを理由として、継続を終了してしまうケースも見られた。

4. おわりに

本研究では、エコ通勤のプロモーション戦略として、カスタマージャーニーに基づいた、既存ツールの更新状況と作成したツールに関して概要を説明し、各ツールの利用状況等を確認した。次に、コロナ禍での事業所のエコ通勤の取組の状況の変化を把握するため、エコ通勤優良事業所認証を取得した事業所について、2020年第1回の緊急事態宣言期間前後で、取り組んでいるエコ通勤の項目に着目した比較や、認証の認知・取得のきっかけ、認証取り消しの理由について把握した。

コロナウイルス感染症による影響は、今後もしばらく続くと考えられ、特にコロナ禍前と比較して取組割合が増加していた「時差出勤」や「在宅勤務」を取組む事業所は今後も多く見られることが想定される。そのため、エコ通勤のプロモーションを行う際に、「時差出勤」や「在宅勤務」といったキーワードでアピールすることは重要な要素であると言える。またコロナ禍の状況ではあるが、公共交通の情報提供を実施している事業所も多く見られ、事業所が一概に公共交通の利用を控える取組をしているだけではないことが明らかになった。このことから、今回作成したリーフレット補完ツールのように、公共交通の感染リスクは低いことや、交通事業者の感染症対策などの事実情報を正しく伝えることで、公共交通を利用する際の懸念を小さくすることができる。

今後は、本分析で得られた知見を活かし、更なるプロモーションを展開していく必要がある。また、リーフレットや手引き、動画などから誘引してきた人を取りこぼさないように、認証申請時の申請様式や関連ツールの見直し等を進める。

謝辞：本研究に記載したプロモーションの検討にあたっては、「エコ通勤認証・普及等委員会」の委員各位から貴重なコメントを頂いた。記して謝意を申し上げる。

参考文献

- 1) 経済産業省 産業技術環境局 産業技術環境分科会: 我が国の地球温暖化対策に関する最近の動向
https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/sangyo_gijutsu/chikyu_kankyo/pdf/2022_001_03_00.pdf
2022.09.23 最終閲覧。
- 2) 環境省: 地方公共団体における 2050 年二酸化炭素排出実質ゼロ表明の状況
<https://www.env.go.jp/policy/zerocarbon.html>
2022.09.23 最終閲覧。
- 3) 経済産業省 関東経済産業局: カーボンニュートラルと地域企業の対応<事業環境の変化と取組の方向性>
https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/ene_koho/ondanka/data/kantocn_guidance.pdf
2022.09.23 最終閲覧。
- 4) 国土交通省: 運輸部門における二酸化炭素排出量
https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/environment/sosei_environment_tk_000007.html 2022.09.23 最終閲覧。
- 5) 環境省: サプライチェーン排出量の算定方法
https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/estimate_tool.html
2022.09.23 最終閲覧。
- 6) 国土交通省総合政策局: 公共交通利用推進等マネジメント協議会, <http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/suishin/suishinindex.html>, 2022.09.23 最終閲覧。
- 7) 公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団: エコ通勤優良事業所認証制度概要説明, <http://www.ecomo.or.jp/environment/ecommuters/certification.html>, 2022.09.23 最終閲覧。
- 8) 国土交通省総合政策局地域交通課: エコ通勤ポータルサイト, https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/transport/sosei_transport_tk_000073.html, 2022.09.23 最終閲覧。
- 9) 国土交通省 90 秒でわかる エコ通勤優良事業所認証制度動画ページ
<https://www.youtube.com/watch?v=MTuz8quQrHY>.
2022.09.23 最終閲覧。

(2022.09.30 受付)

CHANGE IN THE CONTENT OF EFFORT OF ECO-COMMUTING EXCELLENT BUSINESS ESTABLISHMENTS CERTIFIED AND REGISTERED BUSINESS ESTABLISHMENTS IN COVID-19

Shotaro IMURA, Kumiko NAKAMICHI, Go HAGIHARA and Kotaro NAKANO