

クルマ中心の山梨県における“エコ通勤”への挑戦

～Eco-friendly Commuting Challenge in Yamanashi～

山梨県 県土整備部 都市計画課
八千代エンジニアリング (株)

1 背景

山梨県の紹介

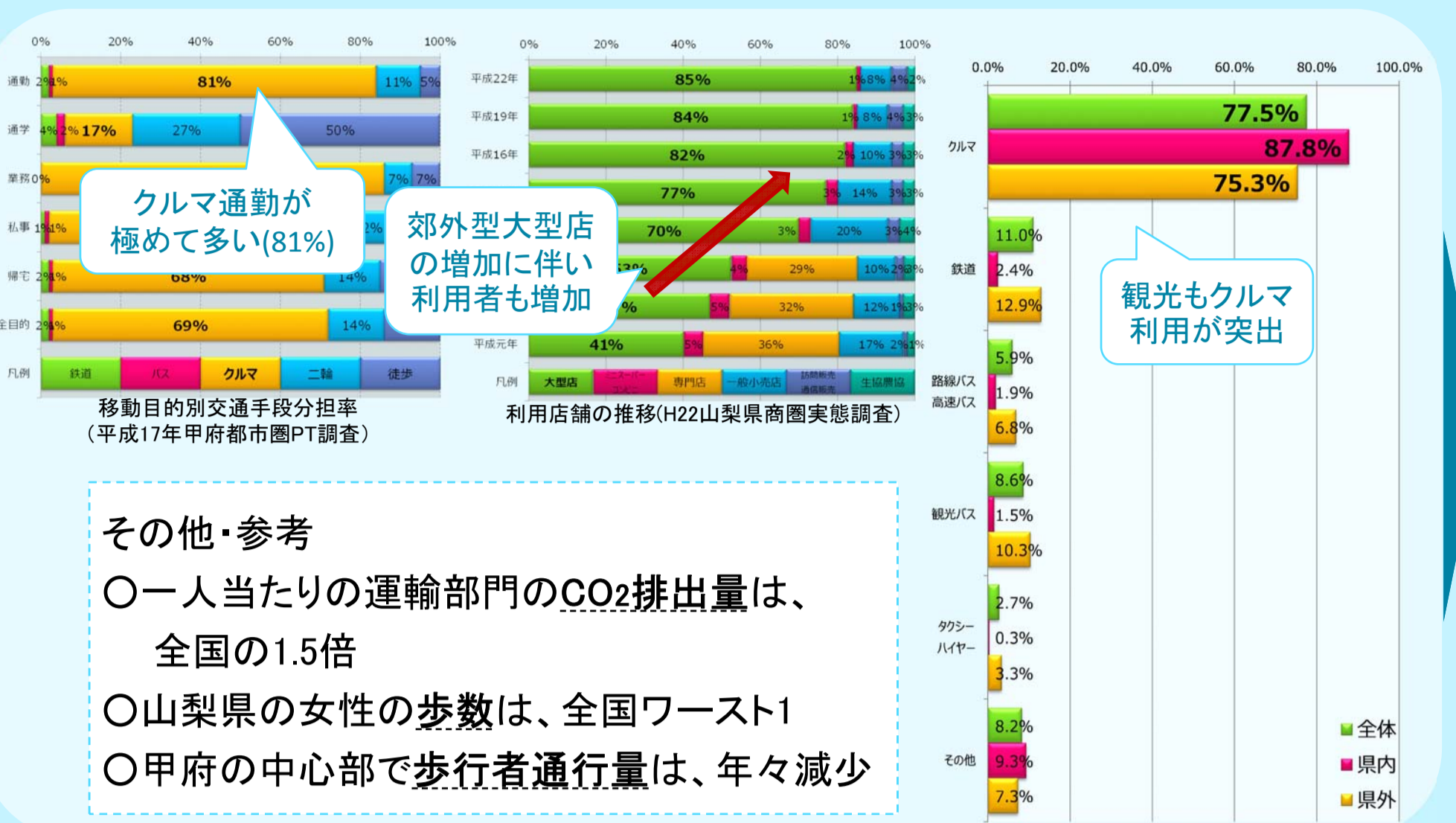
山梨県の概要
人口 835,274人
(平成27年6月)

位置

甲府都市圏等の概要
人口 601,592人
通勤者数 239,812人
(平成22年国勢調査より算出)

山梨県のクルマ利用の特徴

●山梨県では、いずれの行動もクルマ利用が大半を占める。



過度なクルマ利用による危惧

- ▼地球温暖化への悪影響、エネルギー問題
- ▼歩かないことによる健康問題
- ▼道路交通渋滞の悪化
- ▼公共交通の負のスパイラル
- ▼まちなかの賑わいへの悪影響、人の郊外への分散等
- ▼クルマ中心でマナーの悪いドライバー(歩行者の不安等)

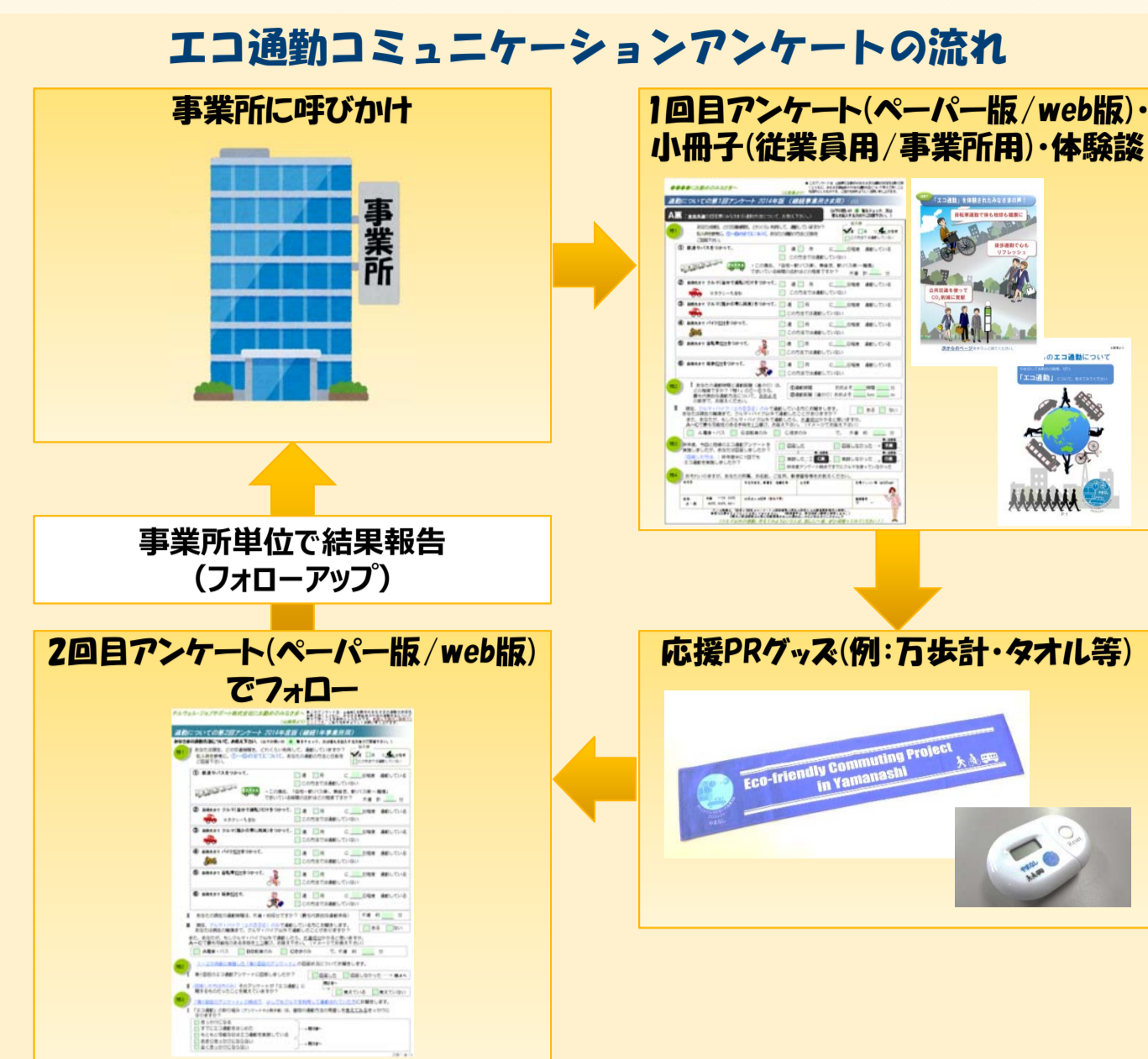
2 MMへの取り組み

山梨県におけるMMへの取り組みの経緯

●MMの取り組みは、対象も方法も多様。まずは“通勤”に着目、「事業所従業員のエコ通勤」の試行・調査を開始。
●小冊子・体験談による動機づけと、エコ通勤アンケートを実施。

●現状・意向等を把握。方向性・可能性を模索することが目的の一つ。
●主なねらいは、回答を通じた従業員の皆さま一人一人への考える機会の提供。
●継続して取り組み、徐々に定着していくことを目指す。

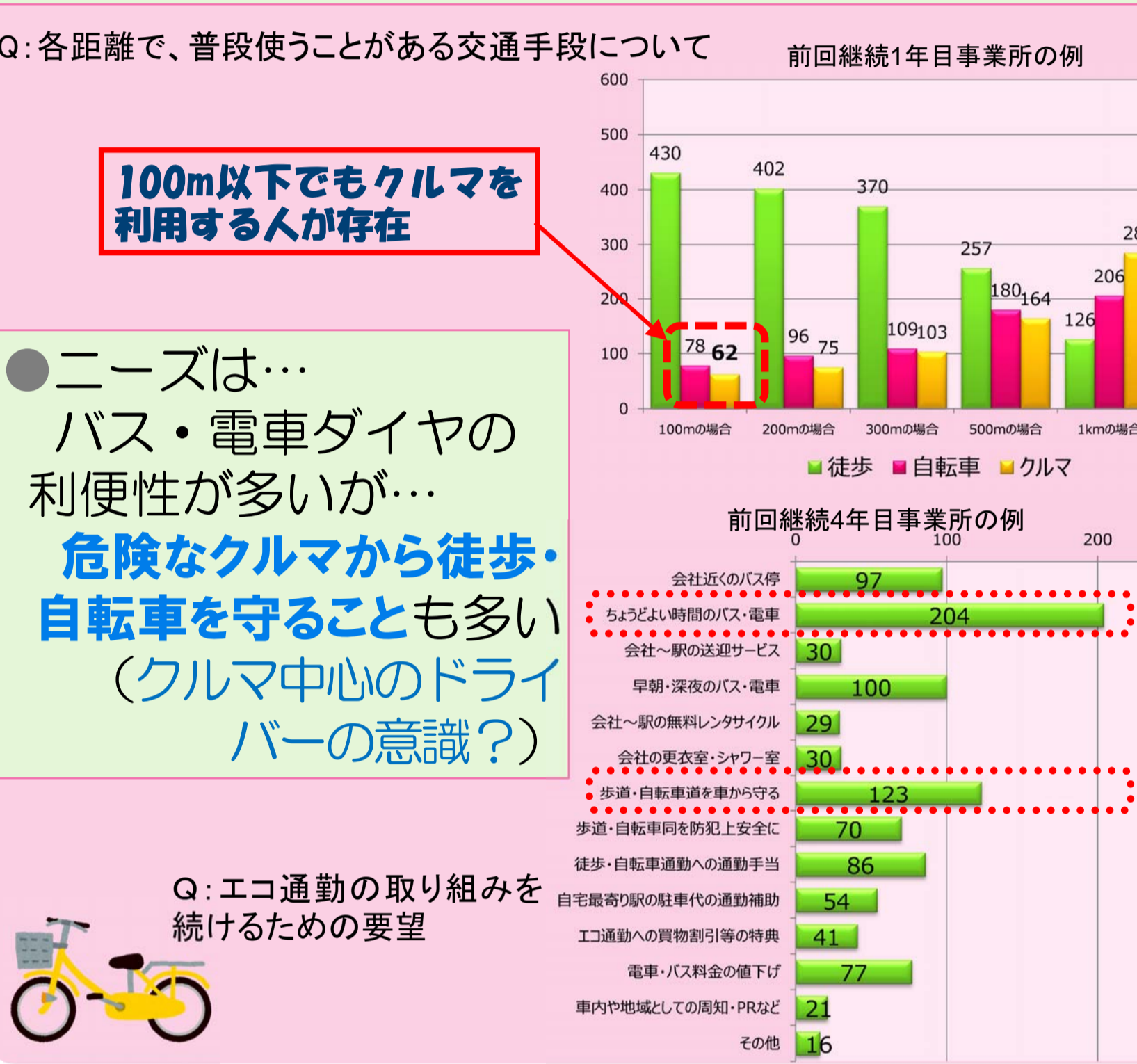
●別途、買い物など通勤以外の日常の移動にも着目した基礎調査も開始。



3 事業所の従業員を対象としたエコ通勤アンケート

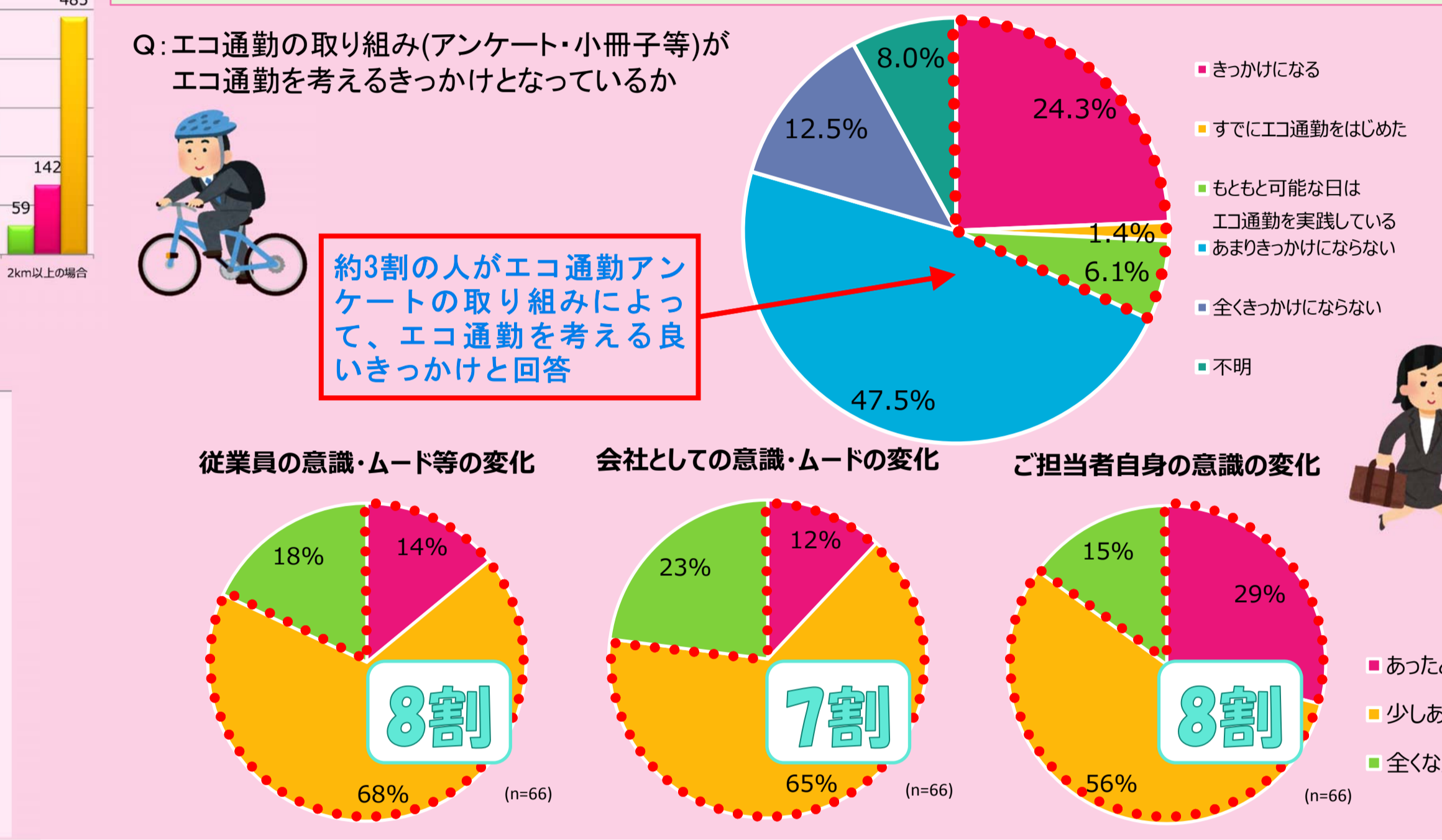
新たに確認されたクルマ利用の現状

●移動距離と交通手段の関係で、約15%が300m程度の距離でもクルマ利用。
●超近距離(100m)でもクルマ利用者が存在。



考える機会の効果:エコ通勤に対する意識等が変化

●アンケートが、通勤方法を考え直すきっかけになるとの実感。
●継続した取り組みにより、事業所内で徐々に定着。
●特に担当者自身の意識の変化が大きい。
●…エコ通勤アンケートの実施の過程で、各事業所の担当者とは何回もやり取り。これが特に重要。



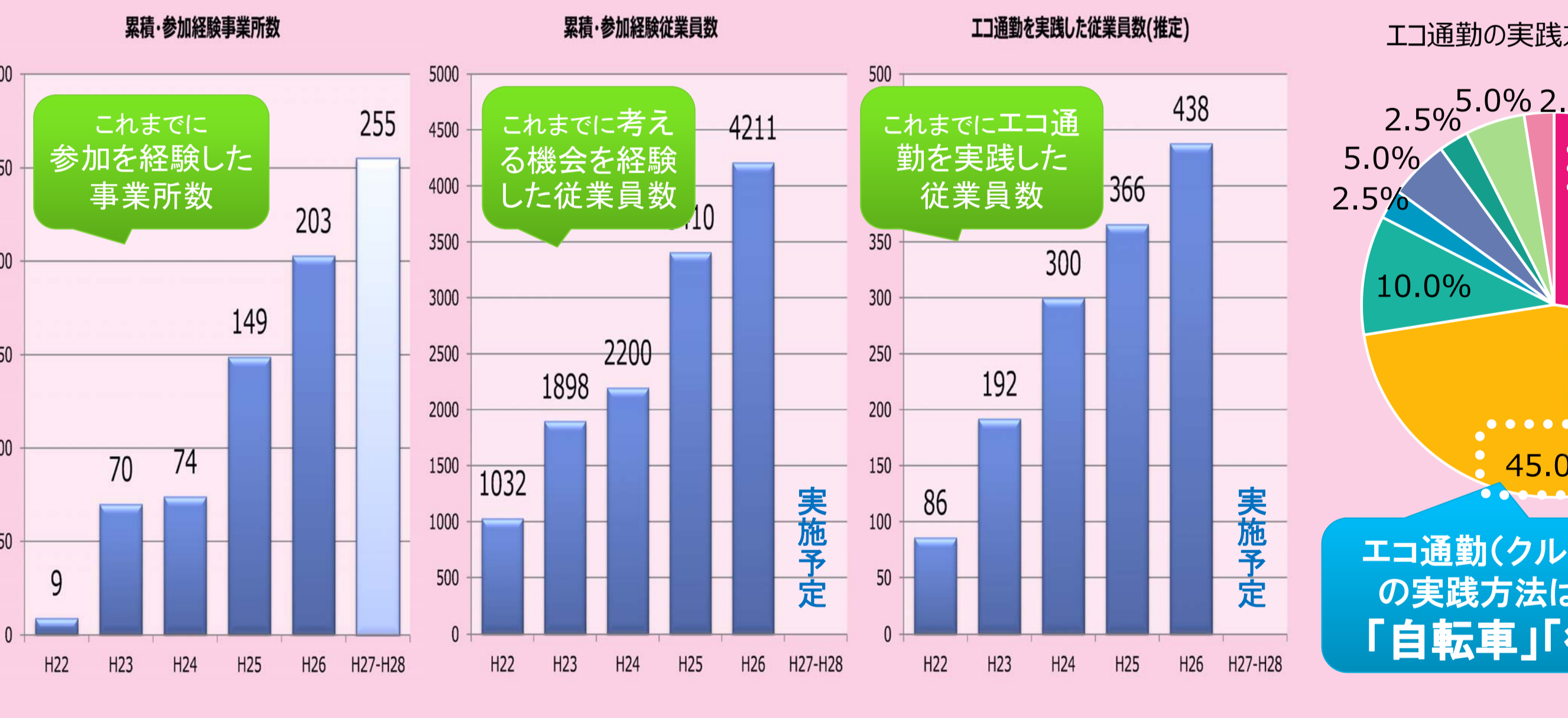
事業所自体の参加を増やすための工夫・模索

(問題は事業所自体の参加の割合…
事業所が参加すれば、従業員の参加・実践が得られる。そこで…)
●参加呼びかけの際、小冊子・体験談・ポスター等を活用。
●工夫して呼びかけることで、参加事業所が増加する可能性。



3 エコ通勤アンケートへの取り組みの経過等

これまでの取り組みの実績:参加事業所・エコ通勤実践者



エコ通勤の試行・調査から得られた着眼点・ヒント

●エコ通勤アンケートで考えることが、意識の変容につながる。
●事業所として取り組むことで、一定のエコ通勤実践者(3~5%程度)。
●継続的に取り組むことで、事業所内で取り組みが拡がり定着。
●事業所の参加率が低い、呼びかけの工夫で事業所(担当者)の意識・認知が変わり、向上できる可能性。

今後のテーマ(試行・調査を継続しながら、方策メニューや工夫を模索)

- 事業所で定着・継続するためのアンケート等の新たな工夫は?
- 担当者(キーパーソン)への動機づけやモチベーションを持続する方策は?
- エコ通勤を考える機会が通勤以外のライフスタイルでのクルマ見直しにつながるか? まちなかの賑わいの創出に寄与するか?

4 参考:新たな対象に関する基礎調査の経過等

『買い物等“通勤以外の行動”についても行動変容の可能性はあるか』『事業所以外に呼びかける取り組みの可能性はあるか』等を把握し着眼点を模索するための基礎調査。

転入者に関する基礎調査

●転入者は、すでに転入前の時点で、『甲府はクルマがないと不便なまち』とのイメージ。
(転入時点では手遅れの面も…異動先の職場?住宅業者?)

●想定通り「クルマがないと不便なまち」
●ただし、「周囲の人が近距離でクルマを利用する」が、本人は、「転入後も自分の近距離のクルマ利用が増えていない」と回答。
つまり…周囲に流されなかった!
●以後もクルマ以外の利用を実践していこうとの意向も。

転入時の、転入者から見た周囲の人のクルマ利用のイメージ(周りの人が、近くの場所でもクルマを利用しているように感じられる)

転入1年以上経過後、自分のクルマ利用(自分は、離れた場所へのクルマ利用は増えていない、という人が多い)

転入して、周囲の人達のクルマ利用は多く感じられているが、本人(転入者アンケート及び追跡調査に回答した人)はそれに染まらず、クルマ利用が増えていない。

居住者に関する基礎調査

●長い間住む高齢者が多く、駅・バス停が近い立地でも不便と認識。『バスに馴染みがない』という人も。
●徒歩・自転車圏のお店へ、高齢者でも、クルマ利用。ただし…
●クルマが運転できない将来の不安
●健康志向等からクルマを控えたい

●クルマ中心のライフスタイル。
●郊外の大型店へ行く人が多い。
●ごく近くのコンビニにもクルマ。
●まちなかへクルマ以外で来訪するメリット…駐車場少や時間が気にならない、あちこち回れる、お酒を飲める等

その他の調査から得られた着眼点・ヒント

●「クルマでなければ不便なまち」というイメージが定着。クルマ中心のライフスタイル。
●徒歩圏など超近距離のクルマ利用も。クルマ利用が過度になっている。

●呼びかけ方法を工夫し、きっかけを提供できれば、意識・ライフスタイルを変容できる可能性がある。
●今後、調査しながら継続的に取り組む予定。

(着眼点)
●転入者への呼びかけを継続できれば効果がある。より効率的に転入者に呼びかけるアイデアは?
●長く住んでいる人(高齢者等)が関心のある事項とあわせて呼びかけるアイデアは?
●まちなか等へのクルマ以外での来訪を促せるなら、回遊や滞在時間の増加につながる。ただし店舗・商店街の魅力向上との連携も必要。