

## 26. 企業参加型ノーマイカーデー運動への取り組みに関するアンケート結果

津田洋子、今川元気、轟圭介、西岡誠、西田由衣、福澤拓馬、松井佑、丸山明子、江口尚、塚原照臣、野見山哲生（信州大学医学部）

要旨：松本市ノーマイカーデー推進市民会議への加盟企業（38社）と非加盟企業（81社）を対象に車通勤とノーマイカーデー運動等の実施状況を自記式調査票を用いて調査した。車通勤は推進市民会議への加盟に関わらず8割以上で認められていたが、ノーマイカーデー運動もしくは非自動車通勤運動は推進市民会議への加盟企業において実施されている割合が多く（加盟企業19/25、非加盟企業7/59）、多くの加盟企業が定期的実施していた。今後はノーマイカーデー推進市民会議の加盟企業を増やし、かつ、公共交通の効果的な整備を模索する事が、企業参加型ノーマイカーデー運動への取り組み増加の一助となると考えられた。

キーワード：企業参加型、ノーマイカーデー運動、環境対策、公共交通

### A. 目的

松本市ノーマイカーデー推進市民会議は（以下、推進市民会議）、「ノーマイカーデー運動」を自家用車を排除する運動ではなく、通勤、買い物等の日常生活において可能な範囲で節約し、徒歩、自転車、公共交通機関の利用などを進める運動としてとらえ、平成15年に企業、大学、各種団体、官公庁の系20団体が参加して発足した。今回、推進市民会議への加盟企業（38社）と松本市内の非加盟企業（81社）を対象に自記式調査票を用いて、ノーマイカーデー運動の実施状況等について調査を行い、企業型ノーマイカーデー運動をより促進するための考察を行ったので報告する。

### B. 方法

#### ①対象

推進市民会議に加盟している企業38社と、非加盟企業81社を対象とした。非加盟企業81社は推進市民会議加盟企業の規模（社員数 $10 \leq < 50$ 、 $50 \leq < 100$ 、 $100 \leq < 200$ 、 $200 \leq < 300$ 、 $300 \leq < 400$ 、 $400 \leq < 500$ 、 $500 \leq$ ）ごとに松本市商工会議所に所属している企業より無作為に抽出した。

#### ②自記式質問票

調査項目は推進市民会議の認知度と加盟理由、企業規模、車通勤の可否等、地域環境およびノーマイカーデー運動等への認識等とし、選択回答とした。更に、自動車通勤を認める基準、ノーマイカーデー運動の実施頻度や未実施の理由、自動車通勤を削減するための弊害となるものについては自由記載による質問を行った。

### C. 結果

調査は2009年11月に実施した。回収率は全体で71.4%（85/119）であり、回収数は加盟企業26社（26/38、68.4%）、非加盟企業59社（59/81、72.8%）であった。加盟企業のうち1社は白紙であったため、有効回答数は加盟企業25社、非加盟企業59社とし、合計84社について

解析を行った。

#### ①推進市民会議の認知度と加盟理由

加盟企業25社は推進市民会議を知っていると全てが回答したが、非加盟企業59社のうち35社（59.3%）が推進市民会議について知らなかった（無回答2社）。推進市民会議への加盟理由を5項目の複数回答可能で質問した結果、「環境問題に関心がある（20社）」「中心市街地の活性化に寄与（7社）」「会社のイメージアップ（1社）」「駐車場のスペースが少ないため（1社）」「その他（0社）」であった。

#### ②通勤手段等

車通勤を許可している企業は、推進市民会議加盟企業21社（21/25、84.0%）、非加盟企業49社（49/59、83.1%）であった。自動車通勤を許可する理由として自由記載解答を下記の4分類した結果（複数に該当する回答あり）、「距離（27社）」「不便さ（12社）」「保険加入（6社）」「その他の理由（7社）」「特に定めていない（19社）」であった（未回答11社）。不便さを挙げた企業12社のうち5社は距離（2 km以上）も許可の基準としており、基準を定めずに不便さのみを理由としていたのは7社であった。また、その他の理由と回答した7社のうち、2社は距離（2 km以上）もあげており、1社は不便さもあげていることから、純粹にその他の理由を自動車通勤を許可する基準としているのは4社のみであった。距離を判断基準としている27社のうち2 km以上と回答した企業は19社であり最も多かった（距離基準未回答1社）。

#### ③地域環境、ノーマイカーデー運動等への認識

地域の環境問題への関心については81社が関心を持っており、関心が無いと回答したのは1社のみであった（未回答2社）。関心のある81社のうち59社（72.8%）は具体的に環境問題への具体的な取り組みを行っており、その内訳は推進市民会議加盟企業22社（22/25、88.0%）、非加盟企業37社（37/59、62.7%）であった。環境問題への関心はあるが具体的な取り組みを行っていない22社

のうち3社は推進市民会議に加盟していたが、19社は未加盟であり、そのうち11社（11/19、57.9%）は推進市民会議を知らなかった。

ノーマイカーデー運動もしくは非自動車通勤実施運動を行っている企業は26社であり（未回答2社：推進市民会議加盟企業1社、未加盟企業1社）、推進市民会議加盟企業76.0%（19/25）、非加盟企業11.9%（7/59）であった。自由記載により得たノーマイカーデー運動もしくは非自動車通勤運動の実施頻度を下記の通り分類した結果、「1回/週 $\leq$ （6社：全て推進市民会議加盟企業）」「1回/月 $\leq$  < 1回/週（3社：推進市民会議加盟企業2社、未加盟企業1社）」「1回/年 $\leq$  < 1回/月（5社：全て推進市民会議加盟企業）」「無回答（12社：推進市民会議加盟企業6者、未加盟企業6社）」であった。

ノーマイカーデー運動もしくは非自動車通勤実施運動を行っていない56社へ未実施の理由を自由記載で質問した結果、33社は公共交通機関の不備を挙げ、10社がイレギュラーな勤務体系を挙げた。公共交通機関の不備を未実施の理由として挙げた33社のうち16社は公共交通機関が整備された場合には非自動車通勤を促進可能と考えており、14社は公共交通機関が整備されても非自動車通勤の促進が可能とは考えていなかった（未回答3社）。

#### D. 考察

回収率は推進市民会議への加盟企業65.7%、未加盟企業72.8%であり、実態を反映していると考えられた。

推進市民会議未加盟企業の59.3%が推進市民会議を知らなかったことから、会議の認知度を上げることが必要であると考えられた。加盟企業の加盟理由のうち「中心市街地の活性化に寄与」を選択した企業が2番目に多く、これはノーマイカーデー運動を官民協働で実施している松本市の特徴であることも考えられた。これは、推進市民会議への加盟促進活動への手がかりになるものと考えられた。

車通勤の許可については、推進市民会議への加盟に関係なく8割以上が認めており、距離（2km以上）を車通勤の許可基準としている企業が多かった。車通勤を許可しているが車通勤者数が駐車場数を上回っている企業が11社あり、駐車場確保の手段は不明であるが、従来より車通勤が一般的であったこともあり、許可基準の設定に環境的側面からの取り組みも必要であると考えられた。

地域環境への関心は96%以上の企業があったが具体的な取り組みを行っている企業は72.8%にとどまり、推進市民会議加盟企業の実施率は非加盟に比して多かった。また、関心はあるが具体的な取り組みを行っていないのは推進市民会議に加盟せず、推進市民会議を知らない企業が多かった。このことから、具体的な取り組みを上げるためには推進市民会議の認知度を上げることが一

つの手段ではないかと考えられた。

ノーマイカーデー運動もしくは非自動車通勤実施運動の実施は推進市民会議加盟企業が多く、更に、定期的の実施していた。推進市民会議に加盟する事がノーマイカーデー運動もしくは非自動車通勤運動の定期的な実施率を上げる手段になると考えられた。しかしながら、公共交通機関の整備が必ずしもノーマイカーデー運動もしくは非自動車通勤運動の実施にはつながりにくいと考えられ、公共交通機関等のハード面以外のソフト面での整備も必要であると考えられた。

#### E. まとめ

本研究では、松本市内の企業119社を対象として、ノーマイカー推進市民会議への加盟の有無と、車通勤、ノーマイカーデー運動等の実施状況について調査を行った。車通勤は推進市民会議への加入に関わらず8割以上の企業で認められ、認可基準は通勤距離とした企業が多かった。地域の環境問題への関心は9割以上の企業が有しており、推進市民会議に加入している企業では具体的な環境問題への取り組みを行なっている割合が多く、ノーマイカーデー運動もしくは非自動車通勤実施運動を定期的に行っている傾向が見られた。しかし、これらの運動をしていない企業の約半数が、公共交通機関が整ったとしても新たに運動を行う意向はないとしており、公共交通の整備のみが運動開始への手助けとなるものではないことが分かった。推進市民会議未加盟企業の約6割が会議の存在を知らなかったことから、今後は、推進市民会議の認知度を上げて加盟企業を増やし、環境問題への定期的な具体的な取り組みを促進し、公共交通機関の効果的な整備を模索することが、企業参加型ノーマイカーデー運動への取り組み増加の一助になると考えられた。