

自動二輪駐車違反者を対象とした 駐車場ニーズの把握と利用促進に関する実証的研究〈概要版〉

株式会社浜銀総合研究所 情報戦略コンサルティング部 ○遠藤 彰
株式会社浜銀総合研究所 経営コンサルティング部 大橋 歩
株式会社浜銀総合研究所 経営コンサルティング部 石井 真澄

1. はじめに

2006年6月の改正道路交通法の施行により、民間による違法駐車取締りの強化が始まったことを受け、自動二輪車の駐車場に対する需要が増加している。

一方、①自動二輪車の駐車場は採算が見込めないこと、②既存の駐車場に機械式・ラック式がある場合、自動二輪車は転倒する恐れがあるため使用できないことなど、採算性や駐車場構造上の問題から駐車場の整備が遅れているのが現状であり、結果として違法駐車が増えない状況が続いている。

駐車場に関するニーズ調査について、様々な研究がなされているが、違反者を分析対象とした調査はほとんど行われていない。違法駐車を減らすためには、従来のニーズ調査に関する研究だけでは不十分であり、「どのような手段を用いれば、違反者が駐車場を利用するようになるのか」について、実証的な研究を併せて行う必要がある。

以上の背景から、本研究では、自動二輪車の違反者を対象にして、具体的な駐車場ニーズの把握と利用促進の具体策を実証的に明らかにする。

2. 調査概要

本調査は、自動二輪車の駐車違反者を対象とするため、匿名性に配慮したインターネットアンケート調査を用いた。調査は2回行い、1回目と2回目の調査の間に、PDFタイプのリーフレットを用いた情報提供を行っている(図-1)。

第1回目調査は、駐車違反者の駐車実態や駐車に対する意識など、基礎的な情報を把握するため、795人の分析対象者(以下、被験者)を抽出し、違法駐車実態、具体的な駐車場ニーズ、駐車場利用実態、駐車意識や法制度に関する意識などを調査した。

第2回目調査に先立って実施した情報提供は、被験者を何も情報を与えないグループである「統制群」、被験者各々の目的地付近の駐車場情報(場所や料金)を与えるグループである「駐車場情報提供群」、違法駐車が他人にどのような迷惑を及ぼしているのかといった規範・道徳意識を喚起する情報を与えるグループである「規範・道徳情報提供群」、違法駐車を行うと罰則金がどの程度掛かるかなど脅威の情報を与えるグループである「法律・罰則情報提供群」の4グループに分けて実施した。

第2回目調査では、提供した情報を閲覧し

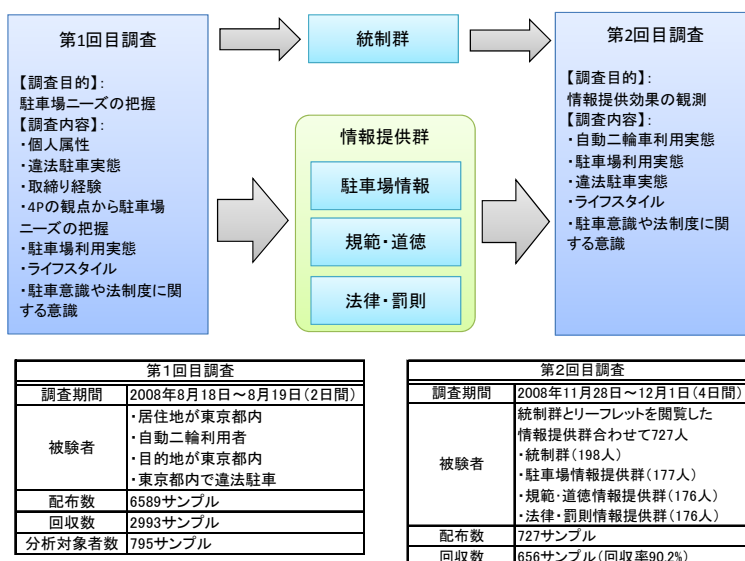


図-1 調査概要

た被験者に対し、第1回目の調査と同じく駐車意識や法制度に関する意識や違法駐車実態・駐車場利用実態などを調査した。この調査結果を第1回目調査の結果と比較し、意識や行動の変化が見られたかをグループ毎に分析することで、駐車場利用促進に効果的な情報内容は何かについて検証を行った。

3. 調査結果と考察

3-1 第1回目調査

第1回目調査において得られた結果及び考察を以下に示す。なお、この調査で行ったライフスタイル、駐車意識や法制度に関する意識に関する項目については、第2回目調査の項目で記述する。

(1) 違法駐車実態

- 違法駐車場所の上位5地域は、新宿区、千代田区、渋谷区、港区、豊島区
- 移動目的は、買物が最も多く、全体の39.4%
- 違法駐車時間について、通勤・通学は長時間であるが、買物や食事、娯楽、観光・ツーリング等では、3時間以内の駐車時間が約80%
- 違法駐車理由は、「目的地に近い駐車場がない」が7割を占めた。(図-2)
- 駐車場の違法駐車場所と既存の自動二輪車駐車場の位置関係を分析すると、新宿区、千代田区、港区では、駐車場の存在しないエリアに比較的多く違法駐車場所が点在しているのに対し、豊島区、渋谷区では、比較的駐車場の存在するエリアに違法駐車場所が収まっているなど、地域により違法駐車の実態が異なることがわかった。以上のことから、新宿区、千代田区、港区のような地域では駐車場の未設置が、豊島区、渋谷区のような地域では駐車場の容量不足やモラルの欠如などが違法駐車の原因となっている可能性があるかと推測できる。

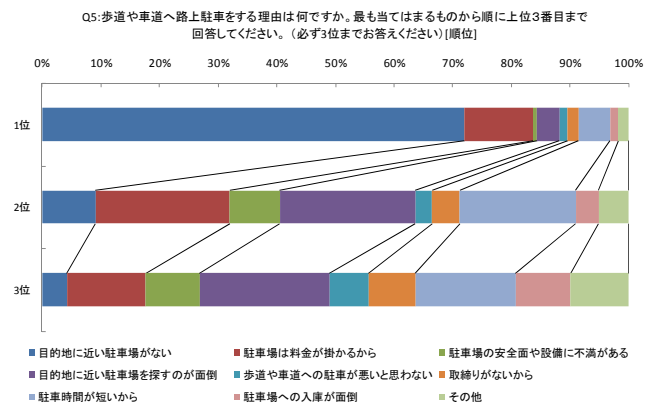


図-2 違法駐車理由

(2) 具体的な駐車場ニーズ

- 駐車場利用のための重要属性として、「目的地付近の駐車場設置」、「駐車場料金の安さ」、「駐車場施設の安全・機能の向上」などが挙げられた。
- 駐車場に対して重視する機能は、「防犯性」が44.9%で「料金支払い等の利便性」が34.2%を占めた。(図-3)
- 情報収集媒体は、「PCのWebサイト」と回答した被験者が最も多く、次に「道路上に設置されている案内」であった。
- 情報収集媒体への要望については、駐車場の詳細情報を検索できること、駐車場案内板の充実、検索用の専用サイトの開発などがあり、自動二輪車駐車場を検索する場合にどういったサイトがあるか被験者が認知していない様子がわかった。
- s-park for riders のサイトに関する意見からは、地図のスクロール機能やリアルタイムな駐車場情報、駅名での検索機能等を望んでいるものと考えられる

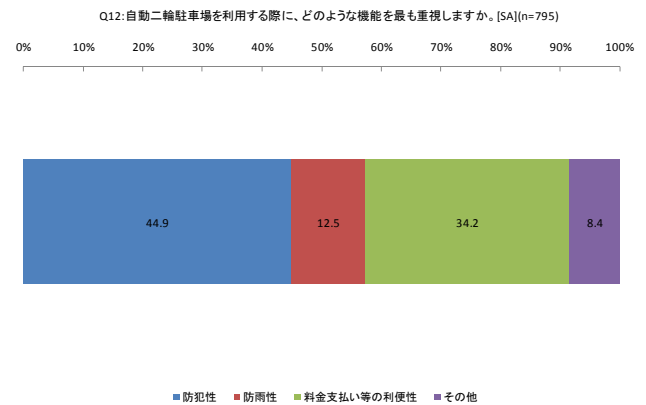


図-3 重視する機能

(3) 駐車場利用実態

- 駐車場利用頻度は、1ヶ月に10回未満と回答した被験者が半数以上を占め、全く利用しないと回答

した被験者も 29.2%を占めた

- ・ 利用する駐車場種類は、「目的地に設置されている無料の駐車場」と回答した割合が最も高く、41.3%を占めた
- ・ 駐車場利用理由では、「目的地に近い場所にあるから」と回答した被験者が最も多く、35.5%を占めたが、「取締りが厳しいため」や「路上駐車は迷惑になるから」と回答した被験者も多く、罰則に対する意識や規範の意識から駐車場を利用する被験者も少なくない
- ・ 駐車場利用時の移動目的や駐車場時間は、違法駐車時の移動目的や違法駐車時間と大きな差異はなく、駐車場選択においては、目的地近隣の駐車場設置有無が大きな影響を与えていると考えられる

3-2 第2回目調査

第2回目調査では、心理面の変化を把握する目的で表-1に示す駐車意識や法制度に関する意識の調査を、行動面の変化を把握する目的で、都内の移動頻度、違法駐車頻度、駐車場利用頻度の調査を行った。この結果と第1回目調査の結果を比較することで、情報提供前後に差がみられたか、すなわち情報提供により意識や行動の変化が見られたかを4つのグループ毎に分析した。分析にあたっては、統計的検定手法であるt検定を用いた。

表-1 駐車意識や法制度に関する意識の調査内容

駐車場利便性	駐車場の料金を高いと思う
	駐車場の機能(セキュリティ含む)は十分だと思う
道徳意識	他の人が違法駐車することに対してやめて欲しいと思う
	私たち一人一人が違法駐車をやめることが重要だと思う
法令遵守	道路交通法等のルールは守るべきだと思う
	少くくらい法制度等のルールを破っても問題ないと思う
重要性認知	違法駐車は災害時等が起こっても緊急車両の妨げにはならないと思う
	違法駐車は街並みの景観を乱したり、付近の住民の迷惑になると思う
目標意図	違法駐車をやめようと思う
実行意図	今後1ヶ月の間に違法駐車をしない
	今後1ヶ月の間に違法駐車をやめる努力をする
	今後1ヶ月の間に違法駐車をやめるためにはどうしたらよいか考える
法制度に関する知識	2006年6月から施行された改正道路交通法で、駐車違反の取締りが大きく変わったことを知っていますか
	駐車場以外の場所では、短時間の駐車でも違反となることを知っていますか
	自動二輪の「放置駐車違反」及び「駐停車違反」の罰則金額をどの程度知っていますが

(1) 心理指標による分析

- ・ 駐車場情報提供群では、「違法駐車をやめようと思う」という意識が高まったという結果が得られた。これは、目的地付近の駐車場情報を提供したことにより、新たな駐車場を知ることができたことと具体的な料金を知ることができたためだと考えられる。更に、駐車場の料金については、高いと思わない方向へ意識が変化することが確認できる。
- ・ 規範・道徳情報提供群では、「私たち一人一人が違法駐車をやめることが重要」や「違法駐車は町並みの景観を乱したり、付近の住民の迷惑になる」という意識が高まったという結果が得られている。規範・道徳情報提供群の特徴は、重要性認知や道徳意識に対する意識が高まったことにある。
- ・ 法律・罰則情報提供群では、「今後1ヶ月の間に違法駐車をしない」や「今後1ヶ月の間に違法駐車をやめる努力をする」という意識が高まったほか、駐停車違反等の罰則金額についても認識が高まった。法律・罰則情報提供群の特徴としては、道徳意識や目標意図（違法駐車行為を抑制しようという目標状態の態度）を喚起することなく、直接、実行意図（違法駐車行為抑制のために方略的な努力を行う程度の態度）に影響を与えた点が挙げられる。

(2) 行動指標による分析

- ・ 各グループともに自動二輪車を使用した都内の移動頻度が減少し、それに伴い違法駐車頻度も減少している結果となった。ただし、情報提供を行っていない統制群においても違法駐車頻度が減少していることから、情報提供の影響ではなく、季節変動などの外的な要因により減少したものと考えられる。このため、駐車場情報提供群や規範・道徳情報提供群では、行動指標に関連した明確な結論を導き出すことが出来なかった。しかし、法律・罰則情報提供群については、同様に都内の移動頻度及び違法駐車頻度が減少しているが、駐車場利用頻度は増加していることが確認

できた。これは、他の情報提供群と比較しても変化の方向が明らかに異なっていることから、駐車場を利用するという望ましい方向に行動変容があったと考えられる。

(3) まとめ

- ・ 法律・罰則に関する情報（道路交通法と罰則，駐車違反の反則金と駐車場料金の関係など）を提供することが、直接実行意図へ影響を与え、駐車場利用頻度が増加したという結果から、法律・罰則に関するネガティブ・アピール（しないことによる不便さやデメリットをアピールすること）を行うことが最も利用促進に向けて効果的であることがわかった。
- ・ 駐車場情報提供群は駐車場利便性に関する意識と目標意図の向上に影響を与えたものの、実際の行動への影響はほとんどないという結果が得られたことから、意識と行動との間に乖離があるものと考えられる。
- ・ 規範・道徳情報提供群は、重要性認知や道徳意識の向上に影響を与えたものの、実際の行動への影響は小さい結果となった。

4. おわりに

本研究では、自動二輪車の違反者を対象にして、具体的な駐車場ニーズの把握と利用促進の具体策を検証した。

具体的な駐車場ニーズの把握において得られた結果をもとに、今後違法駐車が多く駐車場が存在しないエリアでの駐車場設置拡大や駐車場検索サイトの充実などを積極的に推進していくことが望まれる。

また、駐車場利用促進の具体策として、インターネットサイトへの掲載やリーフレットの配布など各種広報手法を活用し法律・罰則に関するネガティブ・アピールによるPRを促進することが重要と考えられる。