

職場モビリティ・マネジメントにおける「交通面談」の取り組み*

Interview for behavior modification in Workplace Mobility Management

宮川愛由**・村尾俊道***・萩原剛****・小西章仁*****・藤井聡*****

By Ayu MIYAKAWA**・Toshimichi MURAO ***・Go HAGIHARA ****・Akihito KONISHI*****・Satoshi FUJII*****

1. はじめに

「職場」を対象としたモビリティ・マネジメント(以下、職場 MM)は、職場あるいは、企業等の法人を対象とした MM であり、職場に関わる交通状況の自発的変容を促すマネジメント施策として、ここ数年、渋滞や環境問題等の緩和を目的として国内のさまざまな地域において実験的取り組みが展開されている¹⁾²⁾³⁾。一般に、職場 MM は、コミュニケーションの対象に応じて、「個人的プログラム」と「組織的プログラム」の二種類に分類される⁴⁾。「個人的プログラム」は、MM の実施主体である行政等が、各職場の職員に直接 TFP 等のコミュニケーションプログラムを実施するものであり、当該職場の経営者・管理者は、コミュニケーションプログラムの円滑な実施を支援することはあっても、主体的な役割は担わない。一方、「組織的プログラム」は、職員ではなく「職場組織そのもの」を対象として実施されるものであり、通勤制度の改変や企業バスの導入を働きかけることを通じて、職場に関わる「モビリティ」そのものを対象に、職場交通の変容を期待するものである⁴⁾。

「組織的プログラム」の代表例として、英国で1990年代半ば、ある地方自治体で実施されたのを皮切りに、現在は交通省の予算を獲得し(2004年

~2カ年)、英国全土で実施されている職場トラベルプランが挙げられる⁵⁾。施策の概要は、トラベルプランと呼ばれる企業や団体が自らの活動から派生する交通において相乗りの奨励や在宅勤務の奨励等の移動ニーズの抑制を達成するための計画書作成の義務づけや、トラベルプランを作成・実施するためのアドバイスや援助を行うコンサルタントへの相談・委託費用の補助施策などである。

このように欧米諸国で「組織的プログラム」の取り組みが進む中、これまで国内で実施された職場 MM は、「個人的プログラム」が主流であった。しかし、通勤手当をはじめとした職場の給与体系等の制度が、必ずしも個人の行動変容を促す仕組みになっておらず、企業が必要性を認め、より抜本的な職場 MM を目指すには、制度の改変を目指す「組織的プログラム」の展開が重要である。

本稿では、上記の認識の下、複数企業による送迎バスの共同化をはじめとする「組織的プログラム」に既に取り組んでいた京都市南区久世地域の複数企業に接触を図り、送迎バスの導入に併せた「組織的プログラム」の取り組みへの参加を呼びかける職場 MM を展開した。その結果、取り分け前向きな参加意向を示した企業 A 社の総務部門と連携を図りつつ、どのような取り組みが可能であるかを検討した結果、職員一人一人に「面談形式」の通勤手段変容プログラムを実施することとなった。この「面談形式」の取り組みは、海外ではいくつか報告されており、通常の紙ベースのコミュニケーション手法よりも、より抜本的な効果をあげる可能性が指摘されているところである⁵⁾。しかし、日本国内では企業側に十分な理解が不在のままではその実施が困難であるといった理由から、その潜在的有効性は認識されながらも、未だ実施されてはいないというのが実情であった。本稿では、以上に述べた背景から実現可能となった、職員を対象とした、行動変容を促すための「面談形式」のコミュニケーションプログラムの実施事例を報告する。また、このプログラムが実施される

*キーワード: 職場交通, 組織的プログラム, 交通面談

**正員, 工修, (社)システム科学研究所 調査研究部
(京都市中京区新町通四条上ル小結棚町 428 新町アイエスビル
TEL 075-221-3022, miyakawa@issr-kyoto.or.jp)

***京都府企画環境部交通対策課
(京都市上京区下立売通新町西入藪の内町
TEL 075-414-5143, t-murao87@pref.kyoto.lg.jp)

****学生員, 工修, 東京工業大学大学院理工学研究科土木工学専攻
(東京都目黒区大岡山 2 丁目 12 番 1 号
TEL&FAX: 03-5734-2590, hagi-hara@plan.cv.titech.ac.jp)

***** (株)地域未来研究所
(滋賀県大津市春日町 5 番 11 号 REC 大津
TEL 077-522-6163, konishi@issr-kyoto.or.jp)

*****正員, 工博, 東京工業大学大学院理工学研究科土木工学専攻
(東京都目黒区大岡山 2 丁目 12 番 1 号
TEL&FAX: 03-5734-2590, fujii@plan.cv.titech.ac.jp)

に至るまでの背景を述べると共に、面談形式のコミュニケーションの概要とその効果を述べることを通じて、今後の職場 MM における「面談形式」のコミュニケーション技術の有効性、ならびに、その実施にあたっての留意点や諸課題などについてとりまとめることとする。

2. 対象企業 A 社の現状と職場交通変容に向けた取組み

(1) 環境問題への取組み

今回報告する職場 MM に取り組んだ企業 A 社は、かねてから ISO14001 を取得するなど環境問題への取組みが進んでいた企業であった。そうしたことから、同社は環境省の 2003 年度「環境報告書ガイドライン」に基づき、環境保護活動(自主行動計画)等の取組みを公表している「環境報告書」へ記載できる新しい取組みを模索していた。今回の職場 MM の呼びかけに対して、同社の総務担当者が前向きな反応を示したのも、こうした背景があったことが大きな原因となっている。なお、こうした取組みを図っている企業は、ごく一部に限られるのではなく、相当程度の企業において環境問題への関心が高まっていることはしばしば指摘されているところである⁶⁾。

(2) 職場交通の概要

さて、企業 A 社が立地する京都市南区の久世工業団地及びその周辺においては、最寄りの鉄道駅への路線バスがなく、公共交通サービスが希薄であることから、A 社を含む 3 企業が単独の送迎バスを運行していた。企業 A 社の自動車分担率は 41.4%と、周辺企業の平均(51.8%)よりも約 1 割低くなっている^{注1)}。

なお、企業 A 社では、事務所から自宅まで 1km 以上の従業員のうち、公共交通利用者には 6 ヶ月定期代を、クルマ・バイク通勤者には事務所からの直線距離帯別単価によりガソリン代を、それぞれ通勤手当として支給している。なお、事務所から 1km 以上であれば、徒歩でも 1,000 円/月、自転車では 1,500 円/月の通勤手当が支給される。

(3) 交通面談実施に至る職場交通 MM の取組み

企業 A 社は、行政主体(京都府)が、当該工業団地周辺において実施していた職場モビリティ・マネジメントに参加し、地元関係機関、周辺企業とともに、自動車通勤から他の手段への転換を促す様々な取組みも実施しているところであった。ここでは、交通面談を実施する以前に、当該企業が実施していた取組み内容を簡潔にとりまとめ

ることとする。

a) 職場 MM による送迎バスの共同化

まず前述のとおり、企業 A 社の立地する久世工業団地周辺は公共交通サービスが希薄であることから、A 社を含め、いくつかの事業所では、独自に送迎バス等の運行を行っていた。しかし、企業が単独で使用している送迎バス車両を複数企業で共同化することで、通勤者の利便性の向上、企業の経費抑制、さらに、地球環境負荷の低減が期待できる。こうした背景から、通勤交通の自動車から公共交通機関への転換を意図して、行政(京都府)が当該地域の関係諸企業に、通勤バスの共同を促す事を意図して、関連企業、および関係機関等が一体となった検討会議を 2005 年度に立ち上げた。なお、その際に採用された手法が送迎バスの共同化というものであったことから、この行政主導の職場 MM は、企業が主体となって職場におけるモビリティの質的向上を図ろうとする“組織的プログラム”であったと位置づけることができる。

さて、この検討会議での具体的な諸議論を経て、2006 年度には 1 ヶ月間共同送迎バスの社会実験を実施する運びとなった。そしてその結果、企業 A 社を含めた 7 社が継続運行への意向を示したことから、中心企業による事務局を立ち上げ、現在は、企業 18 社により「久世共同運行バス」として本格運行に至っている。なお、この共同送迎バスの詳細については、文献 7)を参照されたい。

b) 講習会・ニューズレター・通勤プラン

さて、この職場 MM においては、共同送迎バス社会実験に併せて、企業および従業員の環境意識を高めることを目的とした講習会の開催や、コミュニケーションアンケート、ニューズレターの発行等も実施された。さらに、実験参加者全員に、共同送迎バスを利用した場合の自宅から職場までの乗り換え時刻表情報を掲載した「あなたの共同送迎バス利用プラン」を、個人別に作成して配布する等の取組みもあわせて実施された。

c) 職場交通プランの作成

以上に述べた取組みと並行して、企業 A 社においては「職場交通プラン」の作成を試行していた。ここに「職場交通プラン」とは欧米諸国で作成・実行が法律で義務づけられている職場交通の改善計画を指すものであり、英国交通省は、1998 年 7 月に公表した交通白書の中で、企業や団体が自らの活動から派生する交通において一人乗り自動車交通の削減や在宅勤務の奨励等の移動ニーズの抑制を達成するために作成する計画(トラベルプラン)を企業・団体が作成することを推奨している。

なお、本来、職場交通プランは事業所が主体と

なって作成・実行するものであるが、今回は、国内においても先例が十分あるとは言い難い状況であったことから、行政側から積極的にその作成を促し、それに応える形で職場交通プランが策定された。具体的には、

- 「職場交通プランの実施体制」
- 「国・京都府の取組」
- 「企業A社の現状(通勤実態等)」
- 「職場交通プランの具体的取組」
- 「今後の展開」

の5項目から構成される企業A社の「職場交通プラン(案)」をまず始めに筆者等が作成し、それに、企業A社の総務担当者が修正を加えるという段取りで作成された。

3. 交通面談の実施

(1) 実施内容の決定

さて、こうした背景の下、この企業A社が、具体的に自動車通勤者の転換を促すための「次の一手」として何が必要であるかを検討することとなった。すなわち、職場における通勤に関わる諸体制をどの様に、組織的に変えていくのか、という「組織的プログラム」として検討することとなった。

「組織的プログラム」における具体的な取り組み内容としては、「従業員への情報提供」や「実態調査」のように「すぐ」始められる取り組みから、通勤手当の改変などのような「抜本的」な取り組みまで、様々なものが考えられる。「従業員への呼びかけ」もその一つであり、TFP等の従業員への情報提供との違いは「一人一人に、直接呼びかける(依頼する)」という点にある。具体的には、一人一人の職員の通勤実態を確認し、クルマ以外での通勤への転換ができそうな従業員を特定し、通勤手段の転換を、面談や書面を通じて、直接呼びかけていくものであり、TFPよりもより個別的で、しかも、より大きな効果が期待できる働きかけである。については企業A社では、交通の専門家であるコンサルタントと1対1の面談形式の通勤手段変容プログラムを実施することとした。なお、この企業A社では、4月~9月までの通勤手当の申請を3月に実施している体制となっていることから、申請までに自動車通勤者に呼びかけるために、2月にこの取り組みを実施した。

(2) 交通面談の概要

a) コーディネーター：交通面談のコーディネーターは2名にて述べた企業A社で既に展開していた一連取り組みの窓口となっていた総務担当者が担い、参加者の選定や呼びかけ、面談日時調整

などを行った。

b) 面談者の選定：対象地域の交通事情に明るいコンサルタント2名が面談者の役割を担うこととなった。

c) 募集(呼びかけ文・通勤面談票)：参加者は、自動車通勤者を対象に、企業A社の総務部門から呼びかけ文の配布、ならびに、メール発信により募集した。なお、交通面談は基本的には自由参加形式ではあるが、可能な限りの参加を募ることを意図して、呼びかけ文にはあえて自由参加の旨を強調せず、タイトルを『通勤手段についての個人面談のお知らせ』とすることで、通常ならば参加するものであるという体裁を可能な限り取ることを目指した。

また、呼びかけ文には5分程度で記入できる「通勤面談票」を添付した。設問項目は、名前・性別・年齢・住所、最寄りの鉄道駅・バス停、所要時間、普段の出勤・退社時刻、クルマ以外での通勤手段の有無とその頻度、個人面談の際に聞きたい通勤に関する不満等の自由記述、

面談への参加可否と希望日時である。こうした調査票を添付したのは、面談までに参加者1人1人に対して適切な説得情報を準備しておくことが目的であった。また、気軽に回答可能なアンケートに回答するという行為を誘発することを通じて、面談参加への心理的抵抗感を幾ばくかでも減ずることを目的としたものでもあった。

d) 配布・回収：配布数は自動車通勤者60名であり、23名(回収率38.3%)から面談票の返信があり、そのうち13名(面談希望率56.5%)から交通面談への参加申し込みがあった。

e) 準備物：交通面談は「通勤」という習慣化された個人の行動の変容を目指すものであり、それ故、面談者には高度なコミュニケーション能力が要求されるものと考えられる。またそれと同時に、説得材料の入念な準備が必要であると考えられる。については、交通面談に向けて、以下のものを用意することとした。

通勤診断カルテ：自動車から共同送迎バスへの転換を呼びかけるために、「通勤面談票」で事前に入手した参加者の自宅住所・自宅最寄り駅/バス停・職場到着希望時間に基づき、「共同送迎バスを利用した場合の「通勤プラン」を個別に作成した。この通勤プランには、「共同送迎バス」を私用した場合の乗継経路及び周辺地図・所要時間・運賃の他に、「健康」に関する個別情報(プランに書かれている方法で来れば cal・クルマで来れば cal)等を掲載されている。

啓発冊子：自動車利用抑制のための啓発情報とし

て、「クルマ利用と『環境問題』」、「クルマ利用と『健康』」、「クルマ利用と『事故』」、「クルマの『維持費』」、「通勤時間」の活用法」の5項目が記載されたA6サイズの冊子を用意した。

エコドライブ情報：自宅から最寄り駅が非常に遠いなど、やむを得ない事情で自動車通勤からの転換が困難であると推測される参加者に対しては、「エコドライブ10のすすめ」等の啓発情報が掲載されたリーフレット^{注2)}を用意した。

駐輪場情報：自宅から自転車で通勤可能と思われる参加者に対しては、最寄り駅に近い駐輪場の地図や料金が記載された駐輪場情報を用意した。

自宅から職場までの経路図：自宅から職場までの詳細な経路がわかる地図を用意した。

その他：面談者の手持ち資料：面談者の手持ち資料として、以下の物を用意した。

- 自宅から職場までの経路図
- 共同送迎バス時刻表
- 企業A社周辺地図/最寄りバス停時刻表
- 電卓(カロリー等計算用)
- 面談チェックリスト

ここに、「面談チェックリスト」とは、会話の中で聞き取った「クルマ通勤の理由」及び「公共交通への転換の意向」を表1に示すようなリストにチェックすることで、いかなる情報が参加者の心理により効果的に働きかけるかを面談者が判断し、その後の会話をより効果的に進めるために用意したものである。その他には、参加者の抵抗感や、緊張感を解くために飲み物やお菓子をを用意した。また、今回は用意しなかったが、面談の結果、公共交通への転換の意向を示した際に、その場で通勤届が記入できるように、通勤届および通勤届の記入例を用意することも考えられる。

なお、今回の面談は「共同送迎バス」への転換を目的として実施したものであったが、事前に行行政の担当者1名と面談者2名が集まり、面談のシミュレーションを実施した結果、居住地の地理的条件や「通勤面談票」に記載された自由記述等から「共同送迎バス」の利用を提案することが現実的ではないと判断される参加者の存在が確認されたことから、「エコドライブ情報」ならびに「駐輪場情報」を用意することとなった。

(3)交通面談の実施

以上の事前準備を行った上で交通面談を実施した。ここでは、交通面談の内容の詳細について述べる。

a) 参加者：「通勤面談票」にて面談の参加意向を表明した自動車通勤者13名

b) 日時：2007年2月26日 13:30～16:00

c) 会場配置：交通面談は企業A社の小会議室を借り、業務時間内に実施したため、2ブースに分けて面談者2名が平行して実施することにより効率化を図った(図1参照)。また、オブザーバー参加として、行政1名、企業A社のコーディネーター2名、記録係として2名が同席した。

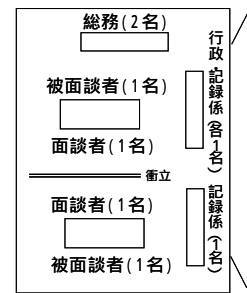


図1 面談会場配置図

表1 面談チェックリストのチェック項目

クルマ通勤の理由	
時間	「通勤診断カルテ」の所要時間
<ul style="list-style-type: none"> ・バスや電車は時間がかかる/クルマは速い ・自転車は時間がかかる ・バスや電車でもクルマと同じ時間で着けるなら、転換してもよい ・その他() 	
コスト	「通勤診断カルテ」の運賃
<ul style="list-style-type: none"> ・バスや電車は高い/クルマの方が安い ・バスや電車でも通勤手当が出ない ・バスや電車の運賃が安くなれば転換してもよい ・その他() 	
利便性	「通勤診断カルテ」の経路
<ul style="list-style-type: none"> ・バスや電車は不便 ・自宅周辺のバスや電車は便数が少ない ・バスや電車は終電が早い ・その他() 	
混雑・乗り継ぎ・肉体的負担	
「通勤診断カルテ」のカロリー	
<ul style="list-style-type: none"> ・バスや電車は疲れる/クルマは楽 ・バスや電車は乗り継ぎが面倒 ・自宅の近くに駅やバス停がない(歩かなくてはいけぬ) ・自転車は疲れる ・バスや電車でも座れるなら転換してもよい ・その他() 	
その他	
<ul style="list-style-type: none"> ・子どもを送り迎えする ・足が不自由なので ・その他() 	
公共交通への転換の意向	
毎日転換してもよい	
週1日くらいなら転換してもよい	
月1・2日くらいなら転換してもよい	
絶対に無理	

d)実施手順：より効果的に、かつ、可能な限り面談者の力量に左右されないように、面談の手順と留意点等を記載した「面談マニュアル」を作成し、以下のような手順で進行することとした。

(手順1)導入・対象者の把握 まず、面談の趣旨を説明した上で、普段の通勤などに関わる雑談を行う。その中で、「クルマ通勤」や「公共交通での通勤」に対する態度を、また、「通勤診断カルテ」の情報をきっかけに、「クルマ通勤の理

由」や「電車・バス通勤をしない理由」を聞き取る。表1に示した「面談チェックリスト」を参照しつつ、できるだけ多くの「クルマ通勤の理由」を話してもらう。

(手順2)クルマ通勤削減方法の相談 次に、「面談チェックリスト」にチェックされた観点に基づいて参加者の自動車利用からの転換を促すための情報提供を行う。具体的には、「クルマ通勤の理由」毎に会話の例示が記載された面談マニュアル(表2)を必要に応じて参照しつつ、手順1にて聞き取った個々人の事情に沿った適切な情報提供を行う。この際、決して無理強いをせず、参加者がクルマ通勤を選択している理由に理解を示しつつ可能な範囲での転換を目指すことに特に留意した(表3参照)。

表2以外の情報提供内容としては、例えば自転車通勤が可能と思われる参加者に対しては、予め用意していた最寄り駅の自転車駐輪場の情報を提示し、自転車通勤を勧めた。ただし、やむを得ない事情で自動車通勤をしている場合や、自動車以外の手段への転換に強い抵抗が見られた場合は、リーフレットを提示しながらエコドライブを勧めるなど、対象者の意向を最大限に尊重し、けっして無理強いをせず、しつこくなりすぎないように留意し、心理的リアクタンス⁸⁾の最小化を目指した。詳細は表2を参照されたい。

なお、面談における最大の特徴は、以上の様な多様な情報を、会話の流れや参加者の興味を面談者が逐次的に把握しつつ、必要に応じてこれらの情報を適切なタイミングで提供できるところにある。こうした臨機応変な対応は、通常の紙やWebなどのコミュニケーションでは実施することができず、それ故、仮に提供した情報についての理解が不十分であったとしても、「繰り返し」たり「言い換え」たりすることができない。また、紙やWebでのコミュニケーションの場合には、あまりに多量な情報を一気に提供しては、それらを全て処理しきれないという事態が容易に生じうるため、代表的な情報やメッセージを数個程度提供するにとどめざるを得ない。その一方で、面談の場合には、参加者の理解の度合いを確認することで、理解が不十分な場合には繰り返し説明することが可能であり、また、参加者の反応に応じて、多量な情報の中から適切なものを一つないし二つ取り出して提供する等、非常にきめ細かな対応が可能となる点が重要な特徴なのである。こうした特徴故に、面談形式のコミュニケーションは、MMにおけるコミュニケーション施策の一技術として大きな役割を担うものと期待される場所なのである。

(手順3)面談の終了 最後に、クルマ以外で通勤する場合、不便なこと、不都合なことがあれば教えてほしい旨を伝える。この際、会社として職員の通勤環境の改善に向けた制度づくり・バス運行への取組を進める旨を伝え「組織的な取組」であることを参加者に示すことで、効果が高まることが期待される。

表2 主たる情報提供メッセージ(面談マニュアルより抜粋)

【時間】(「通勤診断カルテ」の所要時間を示しつつ)

「こちらにありますように、共同運行バスを使ってくると、分かるようですね。自動車を使うと 分ですから、少々時間はかかってしまうかもしれません。しかし、バスや電車だったら本や新聞、雑誌を読んだりしながら来られます。難しいようでしたら、例えば月に1、2回、あるいは週に1、2回でも、日頃読まない本や雑誌を、電車やバスの中で読んでみるのはいかがでしょうか?」
「こちらにありますように、自転車を使うと 分かります。自動車だと 分ですから、 分程度しか変わらないようですね。」

【コスト】(「通勤診断カルテ」の運賃やコスト情報を示しつつ)

「こちらにありますように、共同運行バスを使えば、向日町駅(竹田駅)から会社までのお金がいりませんから、 さんのご自宅の最寄り駅からだと、往復 円で来ることができます。一方、自動車だと燃費だけで 円、これに駐車代とか維持費がかかると、これより高くなりますね。」

「ところでご自宅のクルマは何台お持ちですか?(2台以上持っている対象者に対して・・・)クルマの維持費ってバカになりませんよ。例えばこちらの資料によると、年間42万円。駐車スペースがご自宅にあったとしても、保険と税金、それに車検とでおよそ30万円という計算です。もし2台目をお売りにしたとすれば、これだけで30万円が浮く計算になります。」

「自転車ならば燃費がかかりませんから、タダで通勤することができます。自転車通勤手当も月額1500円支給されるようですね。」

「クルマの場合、ガソリン代が高くなれば足が出るかもしれませんが、公共交通なら実費支給ですから、足が出ることはありませんね。」

【利便性】(「通勤診断カルテ」の経路情報を示しつつ)

「こちらにありますように、公共交通で会社に来るには、 駅で乗り換えて、向日町駅(竹田駅)から共同運行バスを使えばいいわけですね。もし自宅から駅までのバスの便が悪いのであれば、週に1回、自転車や家族の送迎、というのはいかがですか?」

「最終の共同運行バスは 時ですから、ご自宅の最寄り駅の到着は 時分です。難しいようでしたら、例えば月に1、2回、あるいは週に1、2回でも、そこからは自転車や家族の送迎、というのはいかがですか?」

【混雑・乗り継ぎ・肉体的負担】

(「通勤診断カルテ」のカロリー情報を示しつつ)

「こちらにありますように、電車やバスを使って通勤すると、 cal 消費できます。」

一方クルマだと cal です。毎日は難しくても、難しいようでしたら、例えば月に1、2回、あるいは週に1、2回でも、たとえば「休肝日」のように、健康のために電車やバス、というのはいかがですか?」

表3 会話例

「現在 さんはクルマで通勤する、との申請を出されていますが、今年の4月からの申請では、公共交通を使っての通勤に変更する、というのはいかがでしょうか?」

「たしかに、毎日電車やバスで通勤するのは難しくそうですね・・・それに、先ほど さんが仰ったような条件を全て満たすのも、現実的にはちょっと難しくそうですね・・・ですが、・・・」

もし毎日は不可能であるならば、週1日だけ電車やバスに転換する、というのはいかがでしょうか?」

e)参加者の反応

さて、以上の面談を通じて参加者から得られた情報を以下に整理する。まず、手順1の中で参加者から語られたクルマ通勤の理由として多かったものは、

- 「公共交通はクルマの倍時間がかかる」
- 「公共交通は便が少なく、時間の融通が利かない」

といった「所要時間」が6名(46.1%)、「勤務時間上の問題」が5名(38.4%)であった。その他、「子供の送迎に必要」や「自宅で仕事をする際に重い荷物が負担になる」といった個人的な事情も語られた。

手順2にて参加者が特に反応を示した情報は「コスト」情報が4名(30.7%)であった。ただし、その反応は、「維持費等の具体的な数字が知りたい」など、関心を示す参加者が2名存在した一方で、「維持費等のコストは承知の上でクルマを選択している」など、不快感を示す参加者も2名存在した。以上の手順1から手順2の情報提供を通じて、

- 「月1~2回なら変えてみようと思う」
- 「企業の対応次第で転換は可能」

といった前向きな反応を示した参加者が2名(15.4%)存在した。一方で、

- 「運転は趣味でもある」
- 「クルマはプライベートな空間でその時間は貴重」

といった否定的反応を示した参加者は6人(46.1%)存在した。また、

- 「企業が環境問題に取り組む事は良いと思うしコストの話もわかるが、転換できるかと言われるとYesとは言えない」
- 「朝の運行本数が増えれば可能だが、絶対クルマで来られなくなるのは困る」

といった否定的な反応と肯定的な反応の双方を示した参加者は5人(38.5%)存在した。

このように、全般的に心理的な反発を表明したり、意識としては肯定的に捉えているものの、実際に行動を変えることは難しいという反応を示した参加者が多い結果であった。ただし、肯定的な反応を示した2割弱の参加者は、手順1にて尋ねた「クルマ通勤の理由」として「退勤時の公共交通の運行本数が少ない」ことや「乗り継ぎが悪く時間がかかる」といった事情を述べていることから、面談当初から必ずしも肯定的な反応が示されていたわけではないということが分かる。それ故、手順2における会話やその中で提供される情報を通じて普段習慣化されている自動車利用の負の側面に気が付いたことにより意識が変化したものと推測される。

(4)交通面談後のフォローアップ

a)フォローアップ会議

交通面談実施後に、行政、面談者の役割を担ったコンサルタント、面談会場に同席した企業A社の総務によるフォローアップ会議を行った。

参加者と15分間直接コミュニケーションを図った面談者2名からは以下の3点が指摘された。

- 「週に数回、通勤を公共交通に転換することは、比較的执行可能性が高かったものの、全くクルマ通勤を取りやめることについては強い抵抗が見られた。クルマ通勤をとりやめた人が、一時的にクルマ利用する道を残す方がよいのかもしれない。」
- 「提供した情報の中で、特に参加者の反応が分かれたのが「コスト」情報であった。具体的な情報を提供されたことにより前向きな発言に繋がった参加者がいた一方で、心理的リアクタンスが生じたと推察される場面も見られた。」
- 「子供の送迎等で自動車を利用せざるを得ない事情があるといった、個人のバックグラウンドをよく把握している必要があり、事前にそうした情報を提供してもらう工夫が必要である。」

一点目の指摘は「可能な範囲」での転換を促すという交通面談の目標と企業の通勤制度の実態が必ずしも合致しておらず、今後職場交通の改変に向けて組織的なプログラムを展開していくためには、コミュニケーションによる意識啓発と併せて企業側も通勤制度の見直し等、可能な範囲で取組を進める必要性を示している。

二点目の指摘は(3)にて述べた通り、今回の面談のように「会話」によるコミュニケーションは、通常の紙やWebなどでは困難なケースバイケースでの対応が可能であると同時に、それ故、通常のTFP以上に実施者の高いコミュニケーション能力が必要であることを改めて示している。

そして三点目の指摘は、今回の取組のように組織と無関係のコンサルタントが参加者の役割を担う場合においては、企業側から職員の私的な情報を提供してもらうことは難しいものと考えられるが、企業側が主体的に取組に参加し企業側のコーディネーターが面談者としての役割を担うことで、より効果的な個別的コミュニケーションが可能になるものと期待される。

b)事後アンケート調査結果

参加者13名を対象として、面談から4日後に面談の評価や、面談後の行動、意識の変化等について、事後アンケート調査を実施した結果、13名中9名から回答が得られた。

まず、面談の評価としては、図2、図3に示した

通り、「面談者の話」に対して 9 名中 6 名が「わかりやすかった」、「面談の感想」として 9 名中 4 名が「やや良かった」と回答していることから概ね良好な評価が得られたものと考えられる。

しかしながら、「面談後、通勤手段を変えようと思いましたが」という質問に対しては、図4に示した通り、半数以上の人々が「全然そう思わなかった」、「あまりそう思わなかった」と回答していることから、今回の面談が、必ずしも対象者全体の行動変容に結びついている訳ではない様子が示された。

ただし、その一方で、図5に示したように、面談後にどのような行動の変化があったかという質問に対しては、実際にクルマの代わりにバス・電車で通勤するようになった回答者や、エコドライブに取り組んでみた回答者がそれぞれ 1 名ずついたことも示された。特に前者の回答者については、調査票に『40%以上バス or 電車で通勤しています。通勤方法を手帳に記録しています』という自由記述の回答も得られている。その他、「クルマを使わない通勤ができるかどうか具体的に考えた」という回答者も 1 名おり(図5参照)、また図4に示したように、「実際に、通勤手段を変えてみようと思いましたが?」という問いに対してややそう思ったと回答した対象者も 2 名存在する。

もちろん、これらの結果は、少人数の調査結果であり、以上に示した数値の普遍的な傾向についてはここでは論ずることはできないものの、少なくとも、面談によって一部の人々の意識や行動に変化がもたらされる可能性を示唆するものであると解釈することは可能であるものと考えられる。ここで、今回の交通面談が普段完全に自動車に依存して通勤している人を対象としていたことを踏まえると、少なくとも今回の取り組みの様な 15 分程度の「会話」を行えば、完全に自動車に依存する通勤者であってもその少なくとも一部については、意識と行動の変容が実際に生じうる可能性を示唆するものと言うことができよう。

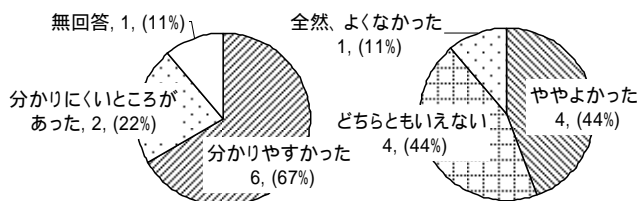


図2 面談者の話に対する評価

図3 面談の感想

面談者(交通専門のコンサルタント)の話は、分りにやすかったですか?

今回の面談を受けて、よかったですか?

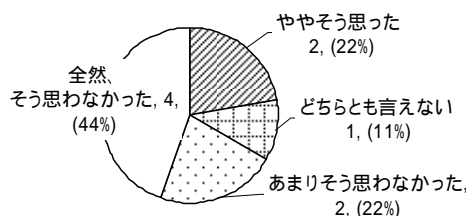


図4 面談後の意識の変化

面談を受けて、実際に、通勤手段を変えてみようと思いましたが?

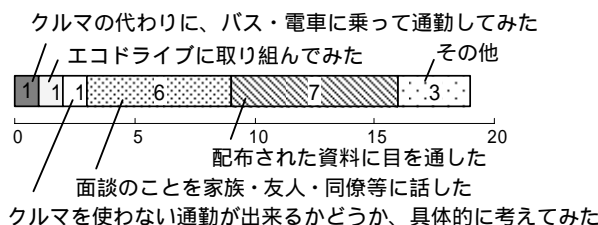


図5 面談後の行動の変化

面談を受けた「後」で、何かご自分でされたことはありますか? (あてはまる全てにチェックしてください)

4. 終わりに

本稿では、職場交通の変容に向けた「組織的プログラム」に参加意向を表明した企業 A 社を対象として実施した「面談形式」の通勤手段変容プログラムについて、プログラムが実施されるに至るまでの背景を述べると共に、面談形式のコミュニケーションの概要と参加者に後日実施したアンケート調査結果からその効果を検証した。

面談者に実施した事後アンケート調査結果からは、面談者との「会話」により 2 割以上の通勤者が通勤行動を変えようという意識を持った様子が示され、そして約 1 割の通勤者の通勤行動に実際に変容が見られたという結果が得られた。既に指摘したように、今回の対象者が少数であったことからこうした数値は必ずしも一般性を持つものであるか否かは不明なところであるが、少なくとも一部の自動車通勤者は、面談によって態度と行動を変容する可能性を秘めているということを示唆するものである。これは自動車利用が習慣化されているが故に日常生活の中で自分の通勤行動を振り返る機会がなかった参加者が、参加者によるカウンセリング的な丁寧なコミュニケーションを通じて自らの行動を振り返り、改善できる点があることに気が付いたことによる変化と考えられる。

言うまでもなく、面談の効果は参加者のコミュニケーション能力に大きく依存するものであり、参加者は「会話」の中で対象者の「表情の変化」や、「語感」を丁寧に汲み取り、その時々に応じて適切なアプローチを図る必要がある。今後はこ

うした高いコミュニケーションスキルを持つ人材を育成していくことが、効果的な組織的プログラムの継続に向けての重要な課題と言えます。

一方で、今回の面談から、通常の TFP ではなかなか把握することができない、「行動を変えない人々」の生の声を拾うことができた。それぞれ、自動車通勤から転換し難い理由を持っている様子が改めて示された。特に、バス利用が極端に不便である、という意見や子供の送迎にはどうしてもクルマが必要である、という意見を持つ人々が存在していることが示されたが、こうした人々の行動の変容を期待することは、必ずしも容易ではないものと考えられる。ただし、「クルマの運転が趣味」、「自動車はプライベートな空間が確保できる貴重な時間」という主観的な理由で自動車通勤からの転換を果たさない人々がいることも示された。これらのことは、意識の変容を期するコミュニケーションの取り組みの「可能性」と「限界」の双方を意味するものと言えよう。それ故、今後は、通勤交通行動の変容をより容易にする通勤環境の実現に向けた「組織的プログラム」のあり方をさらに検討していく必要があるものと考えられる。

謝 辞

今回の取り組みは、NEDO(独立行政法人 新エネルギー・産業技術総合開発機構)による支援を受けて実施しました。ここに記して謝意を表します。

脚 注

- 注 1) 通勤手段分担率は共同送迎バスの試験運行に先駆けて久世工業団地周辺企業を対象に実施されたアンケート調査結果に基づくものである。
- 注 2) 国土交通省道路局などが主催する「エコロード・キャンペーン実行委員会」が作成したリーフレットを提示した。

参考文献

- 1) 藤井聡：モビリティ・マネジメント：道路／運輸／都市／地方行政問題のためのソフト的交通施策，運輸と経済，65(3)，pp. 21-30, 2005.
- 2) 千葉尚，高橋勝美：企業 TDM の推進策に関する考察，土木計画学研究・講演集(CD-ROM)，vol.28, 2003.
- 3) 大藤武彦，松村暢彦，大西孝二：事業所を対象とした自律的交通マネジメントプログラム実践の試み，土木計画学研究・講演集(CD-ROM)，vol.29, 2004.
- 4) 藤井聡，谷口綾子：職場モビリティ・マネジメントの現状と課題：「個人的プログラム」を含めた「組織的プログラム」への本格的展開に向けて，土木計画学研究・講演集(CD-ROM)，vol.32, 2005.
- 5) 谷口 綾子・藤井 聡：英国における自動車利用抑制のためのソフト施策の現状，都市計画論文集，40，(3)，pp.361-366, 2005.
- 6) 谷口綾子・藤井聡：事業所における組織的モビリティ・マネジメントの導入可能性の地域間・業種間比較分析，土木計画学研究発表会・講演集(CD-ROM)，vol.36, 2007
- 7) 酒井弘・藤井聡・村尾俊道：公共交通不便地域における複数企業による共同運行交通システムの導入に向けた取り組み』，土木計画学研究発表会・講演集，(CD-ROM)，vol.36, 2007
- 8) Brehm, J. : *Explorations in cognitive reactance*. Academic Press, New York, 1966

職場モビリティ・マネジメントにおける「交通面談」の取り組み*

宮川愛由**・村尾俊道***・萩原剛****・小西章仁*****・藤井聡*****

本稿は、抜本的な職場交通の変容を目指すには、制度の改変を目指す「組織的プログラム」の展開が重要であるとの認識の下、京都市南区久世地域の企業とともに取り組んだ「面談形式」の通勤手段変容プログラムに至る背景、そのコミュニケーションの概要と効果を検証した。その結果、参加者との「会話」により 2 割以上に意識の変化が見られ、約 1 割の通勤行動に変容が見られた。一方で、会話を通じて明らかとなった「行動を変えない人々」の理由から、心理的リアクタンスにより配慮した「個人的プログラム」の質的改善と同時に、通勤交通行動の変容をより容易にする通勤環境の実現に向けた「組織的プログラム」の検討の必要性が示された。

Interview for behavior modification in Workplace Mobility Management*

By Ayu MIYAKAWA**・Toshimichi MURAO ***・Go HAGIHARA ****・Akihito KONISHI*****・Satoshi FUJII*****

In this study, we implemented an interview targeting at car commuters for behavior modification of commuting in Kyoto Prefecture. This interview was a part of the organizational programs in workplace mobility management. After the interview, we implemented a questionnaire survey for participants of the interview. The result showed that over 20% of participants change their attitudes toward the commute behavior and about 10% of participant change commuting behavior. Through this experience of this interview, it was implied that it is necessary to improve the quality of personalization program of MM to minimize psychological reactance.