

地方自治体による駐車場税導入に対する受容意識

都市交通研究室 折田 宏平
指導教員 松本 昌二
佐野 可寸志

1. はじめに

我が国では、1970年代の高度経済成長に伴いモータリゼーションが進み、自動車利用が増加してきた。自動車利用が増加してきたことで駐車需要も増加し、自治体では駐車場不足による路上駐車等の政策として、民間企業では社員の確保や集客等の経営戦略として駐車場の整備（供給量の増加）を進めてきた、このように数多く駐車場が整備されたことで、自動車利用者のほとんどが駐車場を利用しており自動車の発着点となっている。このことから、駐車場が自動車利用を発生・集中させる要因の1つとなっている。よって、都市の交通問題の解消や環境保全を考える場合、駐車場に着目した自動車利用の減少を考えていく必要がある。

そこで、交通需要マネジメント（TDM）の基本施策である、駐車マネジメントのひとつに、駐車プライシングがある。しかし、施策の実施により費用等で不利益を被る自動車利用者の合意を得ることが難しく、導入が困難となっているのが現状である。このような状況で施策の導入を実現するためには、施策に対する受容意識にどのような事が影響するのかを把握し、そこから効果がある心理的方策をとり、受容意識を高めることが必要であると考えられる。

本研究では、駐車プライシングの国内と海外の導入事例の整理を行い、知見を得る。この知見を踏まえ、長岡市をケーススタディとして現状に即した駐車プライシングを構築する。そして、構築した駐車プライシングの受容意識がどのような意識構造によって決定されるのかを把握し、受容意識を高めるための要因を探る。

2. 駐車プライシング

2-1 駐車プライシングの事例

駐車プライシングは国内では地方環境税として太宰府市が導入しており、海外ではオーストラリア等で導入している。表-1は各都市の駐車場税の内容を示したものである。

オーストラリアの事例では、税収を公共交通に使用すると明確にし、導入目的に沿った使用方法にしている。税収の使途に関して明確にしていなかった太宰府市では、このことに関して住民の間から批判が出たため、使途を4つの分野に限定し導入した経緯がある。これらや、オーストラリアの事例が約10年も続いていることから、税収を目的に沿ったものに使用すると明確にすることで、導入の目的が明確になり、住民側から理解を得やすい施策になると考えられる。

本研究では、太宰府市の導入背景が特殊な事や、海外の事例が約10年間つづいていることから、オーストラリア等の海外事例を参考に駐車プライシングの構築をすることとした。

表-1 駐車プライシング事例

太宰府市(福岡県)

導入背景	中心部の交通量の増加
導入目的	市民の交通手段変換を促進させる
内容	・オフィスの無料駐車場に課税 ・税収は公共交通に限定して使用

シドニー・パース(オーストラリア)

導入背景	観光名所への市外からの交通量の増加
導入目的	来訪者の交通手段変換を促進させる
内容	・観光名所周辺にある有料駐車場利用者に課税 ・税収は観光・交通・環境・文化保全の4分野に限定して使用

2-2 駐車プライシングの構築

長岡市では、郊外に会社や店舗等の無料駐車場が整備されていることで、自動車を利用している通勤者や買物客の多くは無料駐車場を利用して。また、店舗が郊外に無料の大型駐車場を整備していることで、休日では郊外に買物客が集中している。そのため、公共交通の衰退化・都市の郊外化・中心部の衰退化のスパイラルが発生している。そこで、駐車プライシングの事例から得た知見を参考に、これらのスパイラル構造を打開する駐車プライシングのシステムとシナリオを構築した。図-1は駐車プライシングのシステムの概

略であり、表-2 は構築したシステムにおけるシナリオである。これを導入例とし、アンケート調査を行った。

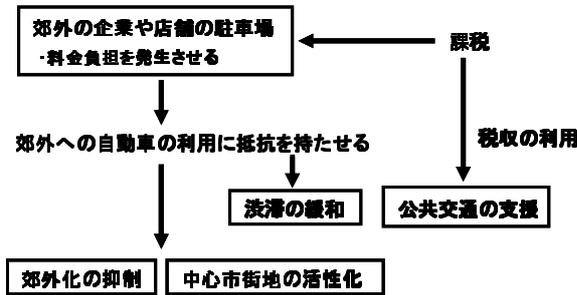


図-1 駐車プライシングのシステム概略

表-2 駐車プライシングのシナリオ

①税金をかける駐車場
・市街地外にある駐車場にのみ税金を課し、中心部は免除とします。
・例えば、オフィス、工場など事業所の従業員用駐車場(業務用は除く) 大型店、専門店、飲食店、パチンコ店等の駐車場
②納税者
・駐車場の所有者(会社等)が納めます。
・会社が駐車場利用者から税金を徴収するかどうかは、会社の判断とします。
③税額
・駐車スペース1台につき 20000円/年(約1700円/月)
④税収の使用用途
・バス等の公共交通のサービスレベル向上、運賃値下げのための補助金として使用

構築した駐車プライシングの導入例の受容意識に影響を及ぼす要因とその因果関係として、図-2 に示す関係を仮定した。車利用の増加の原因といった現状に関する認識や、公共交通に関する意識から影響を受けた補助金の妥当性が施策の公正感に影響を与え、施策の公正感が受容意識に影響を与える。また、補助金の妥当性は間接的に手段の変更に影響を与える。このような因果関係を仮定し、アンケート調査項目を設計した。

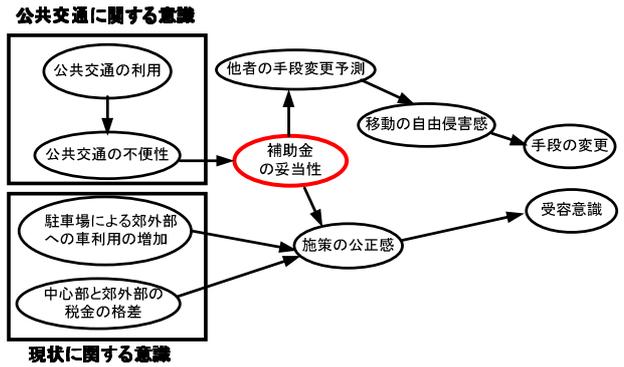


図-2 駐車プライシングに受容に影響を及ぼす要因と因果構造(仮説)

2-3 アンケート調査の概要

対象は長岡市に在住、または長岡市に通勤・買物に来ている人とした。アンケート配布地域は、図-3 に示す。アンケート調査概要については表-3 に示す。配布数 1000 票で回収数 316 票、有効回答数 276 票である。質問項目の意識調査項目は表-4 に公共交通や現状に対する意識調査項目、表-5 に駐車プライシングに関する意識調査項目を示している。

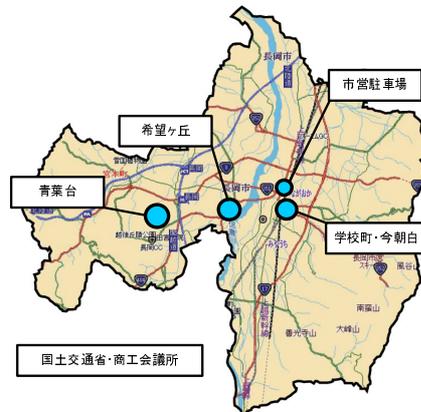


図-3 アンケート配布地域

表-4 公共交通や現状に対する意識調査項目

①運賃	公共交通は料金(運賃)が高いため利用者が減少している
②サービスレベル	公共交通は運行本数等のサービスレベルが悪いので利用者が減少している
③固定資産税	都心部と郊外部の固定資産税に格差があることを知っていますか
④都心の駐車場	都心部の駐車場の利便性が低いため、郊外部への自動車利用が増加している
⑤郊外の駐車場	郊外部の駐車場の利便性が高いため、郊外部への自動車利用が増加している
⑥利用気持ち	公共交通をできるだけ利用しようとする気持ちがある
⑦利用努力	公共交通をできるだけ利用しようと努力していますか

表-5 駐車プライシングに関する意識調査項目

①公正な施策	駐車プライシングは、社会にとって「公正な施策」である
②従業員が負担	施策の導入後、会社が従業員から駐車場代を徴収する
③買物客が負担	施策の導入後、店舗が買物客から駐車場代を徴収する
④運転の妨げ	施策の導入後、クルマの運転の自由が妨げられる
⑤バス補助金	税収の使途を公共交通への補助金とするのは、社会にとって公正である
⑥通勤変更	導入されたならば、通勤時の手段を公共交通に変更する
⑦買物変更	導入されたならば、買物時の手段を公共交通に変更する
⑧他者の車利用削減予想	あなたの周囲の人は、導入後、車利用を何%減少すると思うか
⑨他者の手段転換予想	あなたの周囲の人は、導入後、公共交通へ手段転換を何%させると思うか
⑩施策賛否	駐車プライシングの導入に賛成である

表-3 アンケート調査概要

対象	長岡市民
調査項目	個人属性・買物・通勤状況 駐車場等の現状に対する意識 駐車プライシングに対する意識
配布日	2005年12月に配布
配布方法	調査員（研究室学生）が配布地区の家を回り、調査票を配布した。市営駐車場では、駐車場利用者に配布を行った。
回収方法	郵送回収
回収数	1000票を配布し、回収数は316票
回収率	31.6%

3. アンケート調査分析

3-1 個人属性

図-4 はアンケート調査結果の性別、年齢を表し、図-5 は就業の有無を表したものである。性別では、60.3%と男性が半数以上を占め、年齢では60代～と50代で半数以上占めており60代～が31.2%と多い。就業の有無では、就業者が59.8%と半数以上を占めている。性別・年齢・就業の有無それぞれ長岡市の現状とさほどかわらない構成となっている。

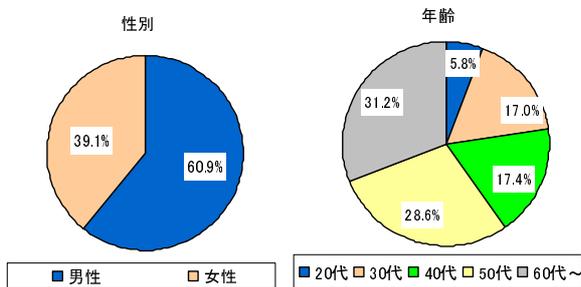


図-4 個人属性（性別、年齢）

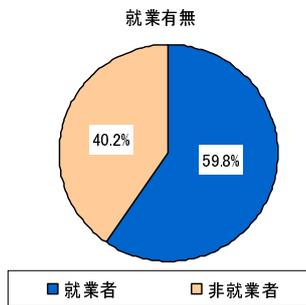


図-5 就業の有無

図-6 は全体の買物交通手段と就業者の通勤交通手段を示している、共に自動車利用者が80%を超え大半を占めている。図-7 は年齢別の就業有無別

年齢わり合いを示している。非就業者では、女性は高年代が多いがちゃんと各年代に占めている。しかし、男性では、40代以上しかおらずまた60代以上が大半をしめている。これから非就業者は高年代層が主体を占める男女の割合がほぼ等しい構成となっていることがわかる。逆に就業者では、40代以下が半数以上をしめており、男女の割合は男性の方が高い状態になっている。

図-8 は年齢別通勤手段割合を示している。全ての年代で自動車利用がかなり多く占めており、就業者では年代に関係なく自動車に依存していることがわかる。非就業者では、図-9 をみてわかるように、20～40代まで自動車しか利用していないが、50代で50%以上、60代以上では40%以上が自動車以外を利用しており、高年代が非就業者の主体を占めているため、非就業者全体の40%以上が自動車以外を利用していることとなる。

3-2 意識調査集計結果

意識調査では、1（反対）～7（賛成）の7段階評価で賛成意向を尋ねている。色の濃さで賛成・反対の程度を表している。

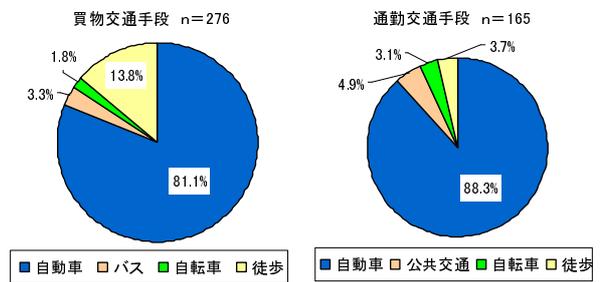


図-6 利用交通手段（買物、通勤）

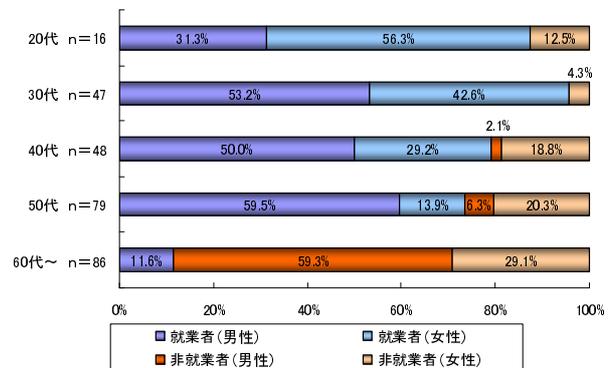


図-7 年齢別の就業有無別男女割合

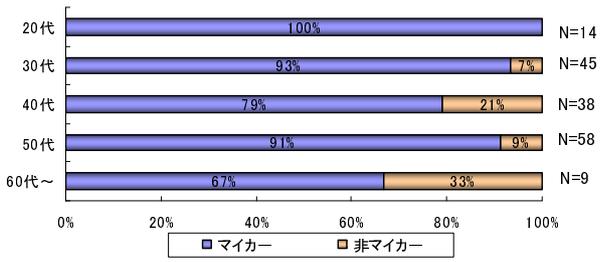


図-8 年齢別通勤手段割合

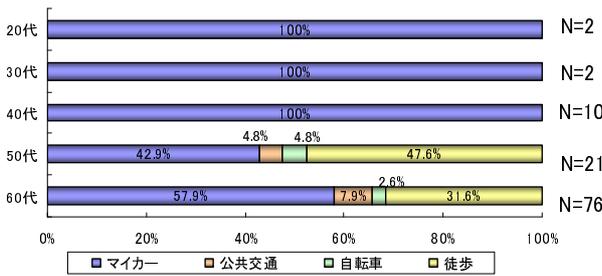


図-9 非就業者の年齢別買物交通手段割合

3-2 現状に対する意識調査

図-10 は回答者の各質問に対する評価の割合を示したものである。①バス等公共交通の利用者減少の原因が料金（運賃）であるという質問に対する賛成者（賛成意向が5～7の人）は35%に対して、②運行本数などのサービスレベル等が原因であるという質問では、賛成者が62%と半数以上の人が賛成している。このことから、料金（運賃）よりも運行本数などのサービスレベルの悪さでバス等公共交通を利用していない人が多いことがわかった。③固定資産税は都心部より郊外部の方が低いことを知っていますかという質問に対しては賛成者が80%と高く多くの人を知っていることがわかった。「④都心部が原因」「⑤郊外部が原因」の郊外部への車利用の増加の原因は駐車場のサービスレベルにあるかという質問に対して賛成者が85～88%と高いことから、自動車の利用や目的地の決定の際には、駐車場のサービスレベルが影響していると考えていることがわかった。⑥のバスを利用しようという気持ちがあるかに対する質問に42%の人があると答えたが、⑦の実際に努力をしているかという質問では、努力していると答えた人は21%と半減しており、バスを利用しようという気持ちがあるが、実際には行動していない人が21%いることがわかった。

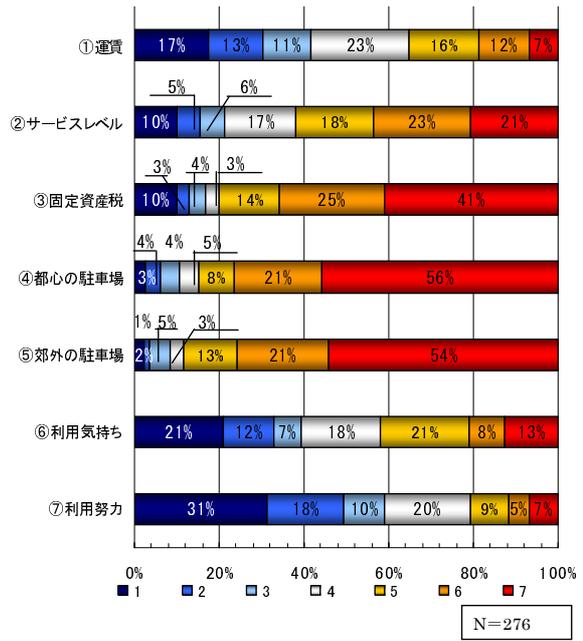


図-10 現状に対する意識調査集計結果

3-3 駐車プライシングに関する意識調査

図-11 は回答者の駐車プライシングに対する意識調査の各質問に対する評価の割合を示したものである。施策の導入後の負担予想に関する質問の「②従業員が負担」、「④運転の妨げ」共に賛成者（賛成意向が5～7の人）50%程度いる。そのため、施策に関する意識の質問の「①施策の公正」では賛成32.6%と低い割合となっている。しかし、「⑤バス補助金」、「⑩施策賛否」では共に45%程度と「①施策の公正」より多い結果となっている。以上より、個人の負担が増加するので、施策のシステムは公正と思わないが、税収を公共交通の補助金として使用することは賛成するという状況になっている。施策の導入に対して賛成意向が多かったことから、税収を補助金として使用することで導入の賛成意向を増加させていると十分に考えられる。施策の導入後の手段変更では通勤手段が45%程度にたいして買物手段変更では30%程度にとどまっている。

3-4 就業者と非就業者の駐車プライシングに関する意識の違い

就業者と非就業者では、年齢の構成や利用交通手段の割合が違うことから、駐車プライシングに対する意識も違ってくのではないかと考え、就業者と非就業者にわけ意識調査結果を集計した。表-6 に就業者、表-7 に非就業者の意識集計結果を示す。負担に関する質問や施策に関する質問で

特に差がみられ、施策導入に対する賛成者が、就業者では 39%、非就業者では 51%と差が大きい。これより、就業者より非就業者から施策の導入に対する支持を得やすいことがわかった。

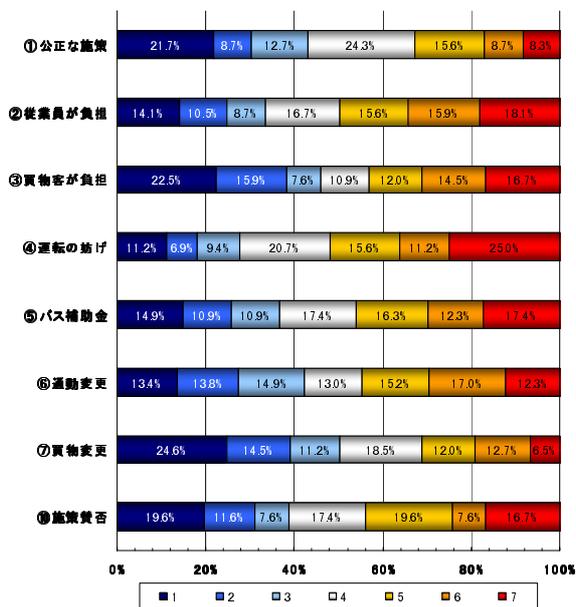


図-11 駐車プライシングに関する意識調査集計結果

表-6 就業者の駐車プライシングに関する意識集計結果

	反対	どちらでもない	賛成
①公正な施策	50.3%	15.8%	33.9%
②従業員が負担	26.1%	17.6%	56.4%
③買物客が負担	41.2%	11.5%	47.3%
④運転の妨げ	27.9%	18.2%	53.9%
⑤バス補助金	45.5%	13.3%	41.2%
⑥通勤変更	44.8%	14.5%	40.6%
⑦買物変更	57.0%	18.8%	24.2%
⑩施策賛否	46.7%	13.9%	39.4%

表-7 非就業者の駐車プライシングに関する意識集計結果

	反対	どちらでもない	賛成
①公正な施策	32.4%	36.9%	30.6%
②従業員が負担	44.1%	15.3%	40.5%
③買物客が負担	53.2%	9.9%	36.9%
④運転の妨げ	27.0%	24.3%	48.6%
⑤バス補助金	23.4%	23.4%	53.2%
⑥通勤変更	38.2%	10.9%	50.9%
⑦買物変更	40.5%	18.0%	41.4%
⑩施策賛否	27.0%	22.5%	50.5%

4. 駐車プライシング施策受容モデル

4-1 分析の概要

就業者と非就業者の施策に対して大きく意識の差があることや、施策から受ける影響が就業者は企業と店舗の課税両方で影響を受けるが、非就業者は店舗の場合のみから影響を受けるので受容意識にあたる要因が違ってくると考え、就業者・非就業者別に受容モデルを構築した。

分析にあたって、現状に対する意識調査項目①～⑦、駐車プライシングに関する意識調査項目①～⑩の計 17 について因子分析を行った。就業者では 6 つの因子が、非就業者では 5 つの因子が抽出された。そこで、就業者は⑥⑩を非就業者⑦⑩を施策に対する「賛同意識」とし、これに影響を及ぼす要因とその因果関係について探る。

分析手法として、共分散構造分析^{3) 4)}を用い、施策の受容を除く各要因が互いに影響を及ぼし、また、それらの要因が「賛同意識」に影響しているというパスを想定し、最も t 値の低いパスから順に削除を繰り返して解析を行い、適合度が最も高くなるモデルを構築する。

4-2 駐車プライシング受容モデル推定結果

図-12 に就業者の、図-13 に非就業者の、推定結果から得られた施策受容に影響を及ぼす要因とその因果構造を示す。モデルの適合度を示す GFI はともに、基準とされる 0.9 を上回った。

就業者の推定結果から、「公共交通利用の選好」が高いほど「公共交通の不便性」の認識を高める。そのため、施策の導入後、補助金により公共交通の不便性が解消されると予想し、「他者の行動変更予想」が増加する。公共交通の不便性が解消されると考えるために「他者の行動変更予想」が増加するので、「他者の行動変更予想」が高いということは、税金を補助金として使用することを妥当と考えていることから「施策の公正」の認識を高める。そして、「施策の公正」、「他者の行動変更予想」が高まることで「賛同意識」も高まる。また、「受容意識」を高める阻害要因になっている潜在変数が存在する。それは、施策の導入後に発生する負担予想に関する意識の潜在変数である。この潜在変数「従業員の負担」が高まると、施策を否定し「施策の公正」に負の影響を与え「賛同意識」が下げる。

