

SRC 自主調査の調査結果について

大雪による予防的通行止めに関する調査

趣旨

- 2024年2月5日(月)、関東地方の天気が大雪になる予報がされたことを受けて、国土交通省関東地方整備局・NEXCO東日本関東支社・首都高速道路管轄において大規模な予防的通行止めが実施されました。大雪による予防的通行止めは、首都圏では初の試みとなりました。
- そこで株式会社サーベイリサーチセンターは、予防的通行止めの認知経路やそれを受けての行動変容、施策に対する評価を調べるため、インターネットパネルを用いて自主調査を実施いたしました。

調査結果のポイント

①予防的通行止めの認知経路

(年代別認知経路)

- ✓ 全年代通じて**テレビが73.7%**、次いでWebニュースが37.8%であった。
- ✓ 年代別に比べてみるとテレビが優勢であるものの、20-30代は40代以上の年代と比較し、SNSの割合が大きい。

(メディア別認知タイミング)

- ✓ 認知タイミングが「前日まで」か「当日」かで比較すると、「前日まで」に知った層のほうが、テレビ・Webニュース・天気予報アプリを見た割合が**10%以上**高かった。

(日常的に利用している情報サービス)

- ✓ 全年代を通じて「ほぼ毎日利用している」もので**テレビが76.8%**、次いでWebニュースが69.4%、天気予報アプリが50.6%、**SNSが47.3%**であった。
- ✓ 年代別にみると**20-30代はテレビが64.5%**、Webニュースも54.5%と低い**SNSは63.7%**と高かった。**40代以上はテレビが87.2%**、Webニュースが79.2%と高い**SNSは33.1%**と低かった。

②予防的通行止めを受けての行動変容

- ✓ 行動時間を**変更していない割合は31.8%**、少し早くした割合が29.5%、**在宅勤務にした割合が18.4%**であった。
- ✓ 行動経路を**変更していない割合は83.9%**、変更した割合は13.7%であった。
- ✓ これが予防的通行止めがなく**積雪のみだった場合**でも結果に大差はなかった。

③予防的通行止めに対する評価

- ✓ 予防的通行止めを行うことを評価できる・納得できると回答したのは**89.8%**であり理解は得られていた。

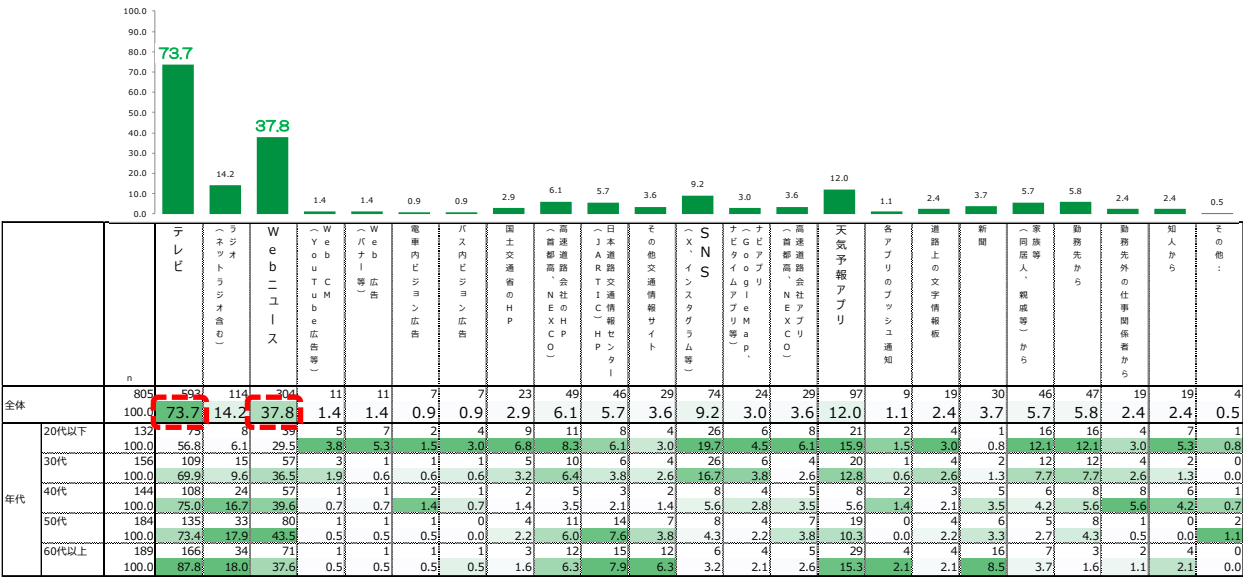
調査概要

調査方法	インターネット調査パネルによるWEB調査
調査対象者	1都8県(東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・栃木県・群馬県・茨城県・山梨県・長野県)在住 18-85歳 男女 日常的に車を運転される方
サンプルサイズ	1,200件
調査実施期間	2024年3月6日(水)～2024年3月7日(木)

■ ■ 1. 予防的通行止めの認知経路

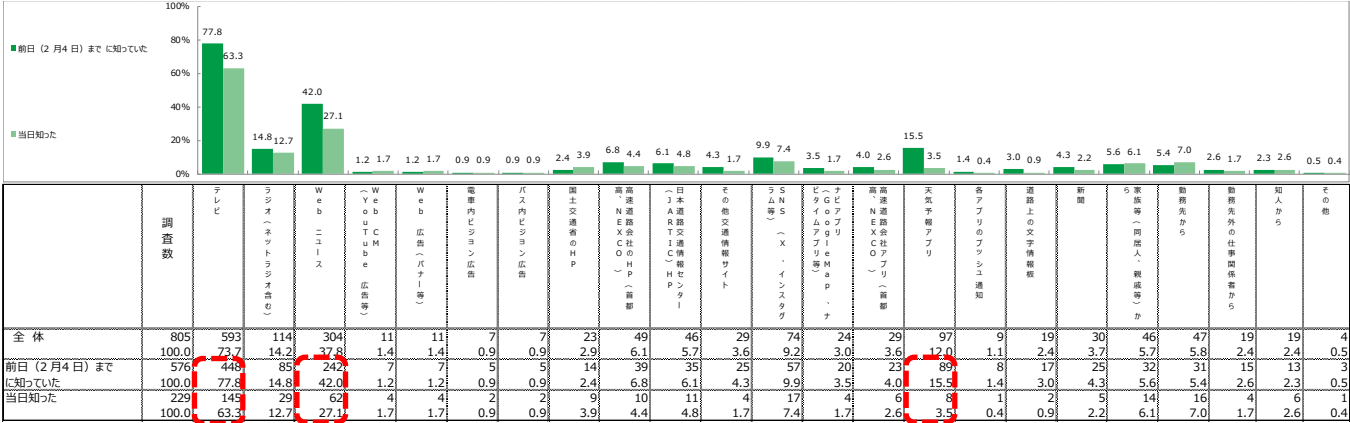
- 全年代通じてテレビが73.7%、次いでWebニュースが37.8%であった。
- 年代別に比べてみるとテレビが優勢であるものの、20-30代は40代以上の年代と比較し、SNSの割合が大きい。

Q 『予防的通行止め』について、何で知ったか教えてください。 MA



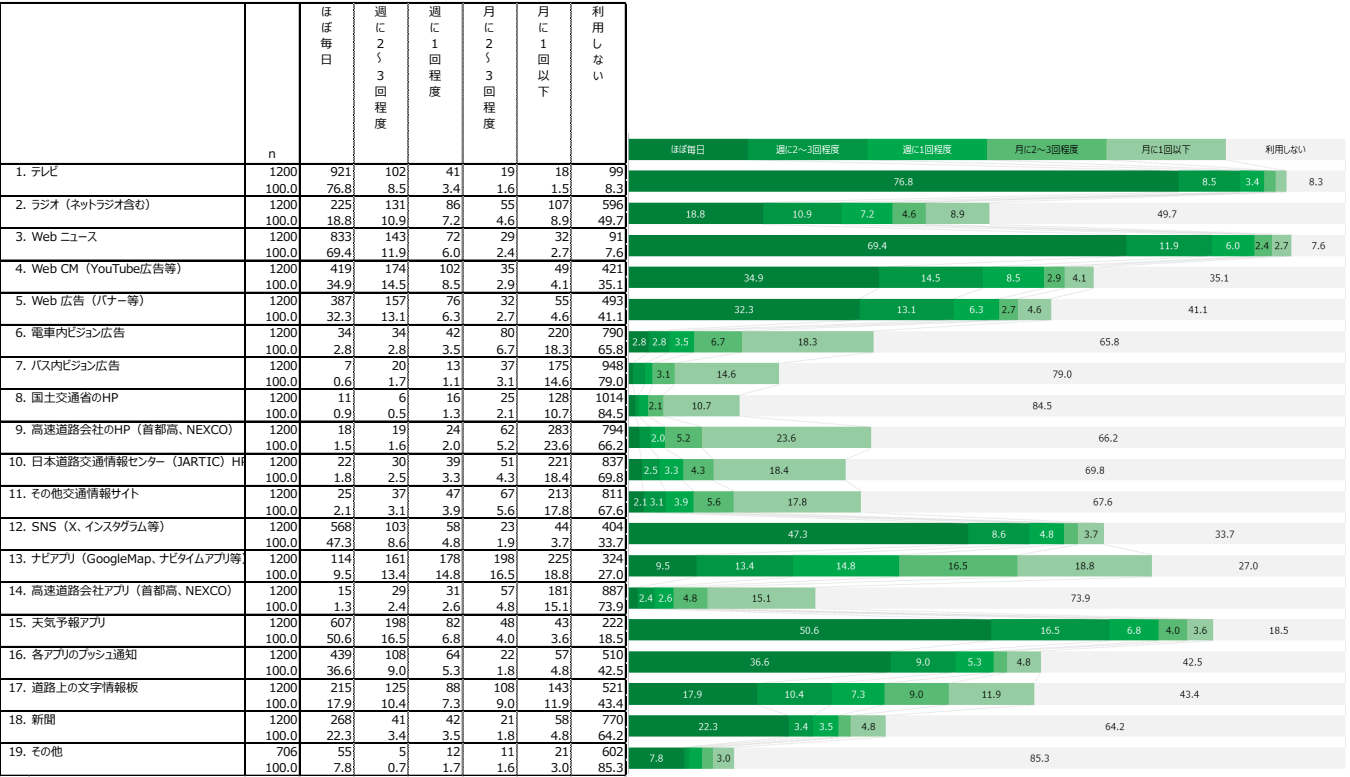
●認知タイミングが前日までか当日かで比較すると、テレビ・Webニュース・天気予報アプリで認知した割合の差が10%以上、前日までに知った層のほうが高かった。

Q『予防的通行止め』について何で知りましたか。 MA
また、知ったタイミングはいつですか。 SA



●全年代を通じてほぼ毎日利用しているものでテレビが76.8%、次いでWebニュースが69.4%、天気予報アプリが50.6%、SNSが47.3%であった。

Q 日常生活について、下記に示すサービスの利用頻度を教えてください。 SA



●年代別にみると20-30代はテレビが64.5%、Webニュースも54.5%と低いがSNSは63.7%と高かった。40代以上はテレビが87.2%、Webニュースが79.2%と高いが、SNSは33.1%と低かった。

Q 日常生活について、下記に示すサービスの利用頻度を教えてください。SA（年代別）

1 日常生活におけるテレビの利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	921 76.8	102 8.5	41 3.4	19 1.6	18 1.5	99 8.3
20～30代	479 100.0	309 64.5	66 13.8	22 4.6	14 2.9	10 2.1	58 12.1
40～50代	480 100.0	387 80.6	30 6.3	15 3.1	4 0.8	6 1.3	38 7.9
60歳以上	240 100.0	225 93.8	5 2.1	4 1.7	1 0.4	2 0.8	3 1.3

2 日常生活におけるラジオの利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	225 18.8	131 10.9	86 7.2	55 4.6	107 8.9	596 49.7
20～30代	479 100.0	52 10.9	39 8.1	37 7.7	25 5.2	30 6.3	296 61.8
40～50代	480 100.0	109 22.7	59 12.3	33 6.9	21 4.4	47 9.8	211 44.0
60歳以上	240 100.0	64 26.7	33 13.8	16 6.7	9 3.8	29 12.1	89 37.1

3 日常生活におけるWeb ニュースの利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	833 69.4	143 11.9	72 6.0	29 2.4	32 2.7	91 7.6
20～30代	479 100.0	261 54.5	80 16.7	44 9.2	20 4.2	22 4.6	52 10.9
40～50代	480 100.0	382 79.6	41 8.5	17 3.5	6 1.3	7 1.5	27 5.6
60歳以上	240 100.0	189 78.8	22 9.2	11 4.6	3 1.3	3 1.3	12 5.0

4 日常生活におけるWeb CM（YouTube 広告等）の利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	419 34.9	174 14.5	102 8.5	35 2.9	49 4.1	421 35.1
20～30代	479 100.0	170 35.5	73 15.2	38 7.9	15 3.1	10 2.1	173 36.1
40～50代	480 100.0	180 37.5	69 14.4	39 8.1	11 2.3	21 4.4	160 33.3
60歳以上	240 100.0	68 28.3	32 13.3	25 10.4	9 3.8	18 7.5	88 36.7

5 日常生活におけるWeb 広告（バナー等）の利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	387 32.3	157 13.1	76 6.3	32 2.7	55 4.6	493 41.1
20～30代	479 100.0	158 33.0	67 14.0	30 6.3	15 3.1	12 2.5	197 41.1
40～50代	480 100.0	161 33.5	59 12.3	28 5.8	11 2.3	21 4.4	200 41.7
60歳以上	240 100.0	67 27.9	31 12.9	18 7.5	6 2.5	22 9.2	96 40.0

6 日常生活における電車内ビジョン広告の利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	34 2.8	34 2.8	42 3.5	80 6.7	220 18.3	790 65.8
20～30代	479 100.0	15 3.1	16 3.3	25 5.2	32 6.7	82 17.1	309 64.5
40～50代	480 100.0	18 3.8	12 2.5	11 2.3	30 6.3	100 20.8	309 64.4
60歳以上	240 100.0	1 0.4	6 2.5	6 2.5	17 7.1	38 15.8	172 71.7

7 日常生活におけるバス内ビジョン広告の利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	7 0.6	20 1.7	13 1.1	37 3.1	175 14.6	948 79.0
20～30代	479 100.0	3 0.6	14 2.9	8 1.7	21 4.4	62 12.9	371 77.5
40～50代	480 100.0	3 0.6	3 0.6	3 0.6	10 2.1	74 15.4	388 80.8
60歳以上	240 100.0	1 0.4	3 1.3	3 1.3	6 2.5	38 15.8	189 78.8

8 日常生活における国土交通省のHPの利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	11 0.9	6 0.5	16 1.3	25 2.1	128 10.7	1014 84.5
20～30代	479 100.0	7 1.5	3 0.6	11 2.3	15 3.1	39 8.1	404 84.3
40～50代	480 100.0	2 0.4	3 0.6	4 0.8	8 1.7	58 12.1	405 84.4
60歳以上	240 100.0	0 0.8	-	1 0.4	2 0.8	31 12.9	204 85.0

9 日常生活における高速道路会社のHP（首都高、NEXCO）の利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	18 1.5	19 1.6	24 2.0	62 5.2	283 23.6	794 66.2
20～30代	479 100.0	10 2.1	9 1.9	8 1.7	54 11.5	74 15.4	354 73.9
40～50代	480 100.0	6 1.3	8 1.7	8 1.7	27 5.6	128 26.7	303 63.1
60歳以上	240 100.0	2 0.8	2 0.8	8 3.3	11 4.6	81 33.8	136 56.7

10 日常生活における日本道路交通情報センター（JARTIC）HPの利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	22 1.8	30 2.5	39 3.3	51 4.3	221 18.4	837 69.8
20～30代	479 100.0	9 1.9	11 2.3	12 2.5	15 3.1	58 12.1	374 78.1
40～50代	480 100.0	9 1.9	15 3.1	15 3.1	21 4.4	100 20.8	320 66.7
60歳以上	240 100.0	4 1.7	4 1.7	12 5.0	15 6.3	63 26.3	142 59.2

11 日常生活におけるその他交通情報サイトの利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	25 2.1	37 3.1	47 3.9	67 5.6	213 17.8	811 67.6
20～30代	479 100.0	6 1.3	15 3.1	17 3.5	31 6.5	63 13.2	347 72.4
40～50代	480 100.0	11 2.3	16 3.3	16 3.3	21 4.4	102 21.3	314 65.4
60歳以上	240 100.0	8 3.3	6 2.5	13 5.4	15 6.3	48 20.0	150 62.5

12 日常生活におけるSNS（X、Instagram等）の利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	568 47.3	103 8.6	58 4.8	23 1.9	37 3.1	404 33.7
20～30代	479 100.0	305 63.7	41 8.6	26 5.4	9 1.9	11 2.3	87 18.2
40～50代	480 100.0	206 42.9	45 9.4	23 4.8	12 2.5	19 4.0	175 36.5
60歳以上	240 100.0	56 23.3	17 7.1	9 3.8	2 0.8	14 5.8	142 59.2

13 日常生活におけるナビアプリ（GoogleMap、ナビタイムアプリ等）の利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	114 9.5	161 13.4	178 14.8	198 16.5	225 18.8	324 27.0
20～30代	479 100.0	44 9.2	86 18.0	95 19.8	87 18.2	65 13.6	102 21.3
40～50代	480 100.0	56 11.7	55 11.5	57 11.9	70 14.6	106 22.1	136 28.3
60歳以上	240 100.0	14 5.8	19 7.9	26 10.8	41 17.1	54 22.5	86 35.8

14 日常生活における高速道路会社アプリ（首都高、NEXCO）の利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	15 1.3	29 2.4	31 2.6	57 4.8	181 15.1	887 73.9
20～30代	479 100.0	9 1.9	14 2.9	7 1.5	26 5.4	44 9.2	379 79.1
40～50代	480 100.0	5 1.0	8 1.7	16 3.3	16 3.3	35 7.5	360 75.0
60歳以上	240 100.0	1 0.4	7 2.9	8 3.3	15 6.3	62 25.8	147 61.3

15 日常生活における天気予報アプリの利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	607 50.6	198 16.5	82 6.8	48 4.0	58 4.8	770 64.2
20～30代	479 100.0	217 45.3	91 19.0	39 8.1	18 3.8	12 2.5	102 21.3
40～50代	480 100.0	252 52.5	70 14.6	24 5.0	26 5.4	17 3.5	91 19.0
60歳以上	240 100.0	137 57.1	37 15.4	19 7.9	4 1.7	14 5.8	29 12.1

16 日常生活における各アプリのプッシュ通知の利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	439 36.6	108 9.0	64 5.3	22 1.8	57 4.8	510 42.5
20～30代	479 100.0	167 34.9	39 8.1	30 6.3	11 2.3	19 4.0	213 44.5
40～50代	480 100.0	192 40.0	46 9.6	20 4.2	10 2.1	26 5.4	186 38.8
60歳以上	240 100.0	80 33.3	23 9.6	14 5.8	1 0.4	12 5.0	110 45.8

17 日常生活における道路上の文字情報板の利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	215 17.9	125 10.4	88 7.3	108 9.0	143 11.9	521 43.4
20～30代	479 100.0	92 19.2	45 9.4	35 7.3	43 9.0	35 7.3	229 47.8
40～50代	480 100.0	96 20.0	56 11.7	37 7.7	38 7.9	59 12.3	194 40.4
60歳以上	240 100.0	27 11.3	23 9.6	16 6.7	27 11.3	49 20.4	98 40.8

18 日常生活における新聞の利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	268 22.3	41 3.4	42 3.5	21 1.8	58 4.8	770 64.2
20～30代	479 100.0	36 7.5	22 4.6	23 4.8	8 1.7	27 5.6	363 75.8
40～50代	480 100.0	109 22.7	12 2.5	13 2.7	11 2.3	23 4.8	312 65.0
60歳以上	240 100.0	123 51.3	7 2.9	5 2.1	2 0.8	8 3.3	95 39.6

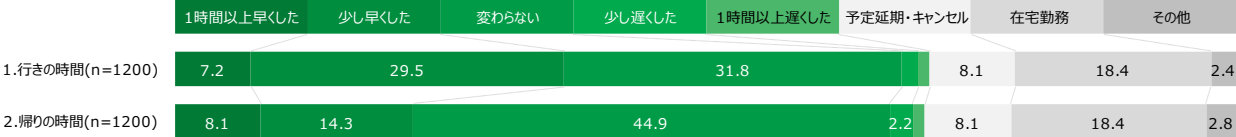
19 日常生活におけるその他のサービスの利用頻度

	調査数	ほぼ毎日 3 回程度	週に2 3 回程度	週に1 回程度	月に2 3 回程度	月に1 回以下	利用しない
全体	1200 100.0	55 4.6	5 0.4	12 1.0	11 0.9	21 1.8	602 50.2
20～30代	479 100.0	22 4.6	1 0.2	4 0.8	3 0.6	5 1.0	248 51.8
40～50代	480 100.0	20 4.2	2 0.4	4 0.8	3 0.6	5 1.0	247 51.5
60歳以上	240 100.0	13 5.4	2 0.8	3 1.3	5 2.1	11 4.6	107 44.6

2. 予防的通行止めを受けての行動変容

- 行動時間を変更していない割合は31.8%、少し早くした割合が29.5%、在宅勤務にした割合が18.4%であった。
- 行動経路を変更していない割合は83.9%、変更した割合は13.7%であった。
- 行動変更の理由は積雪だからが34.8%で、通行止めを理由としたのは10.1%であった。

Q いつもと比較した行動の変化を教えてください。【通勤・通学、その他外出時の“時間”についてお答えください】 SA



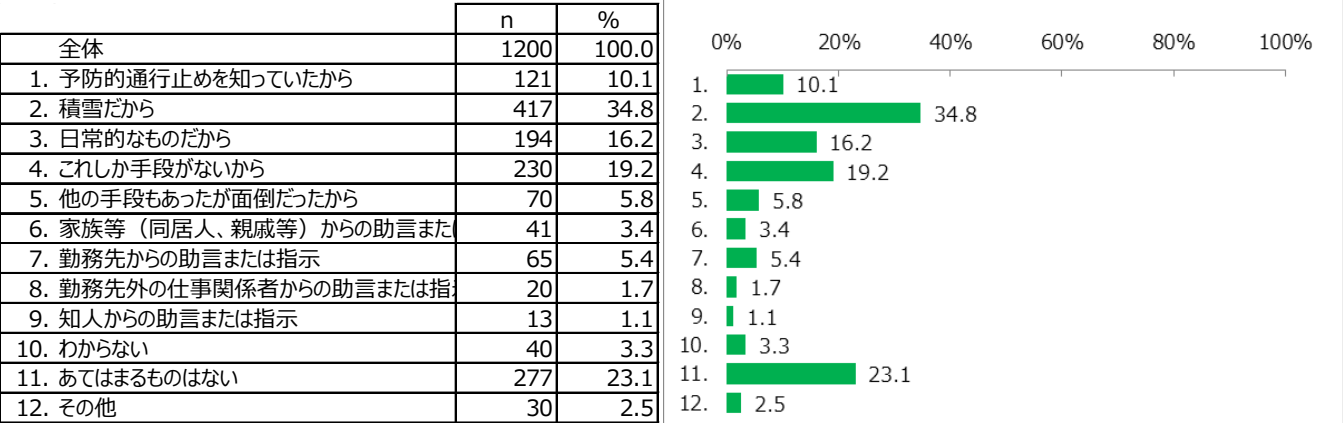
	n	1時間以上早くした	少し早くした	変わらない	少し遅くした	1時間以上遅くした	予定延期・キャンセル	在宅勤務	その他
1. 行きの時間	1200	86	354	382	18	13	97	221	29
	100.0	7.2	29.5	31.8	1.5	1.1	8.1	18.4	2.4
2. 帰りの時間	1200	97	172	539	26	14	97	221	34
	100.0	8.1	14.3	44.9	2.2	1.2	8.1	18.4	2.8

Q いつもと比較した行動の変化を教えてください。【通勤・通学、その他外出時の“経路”についてお答えください】 SA



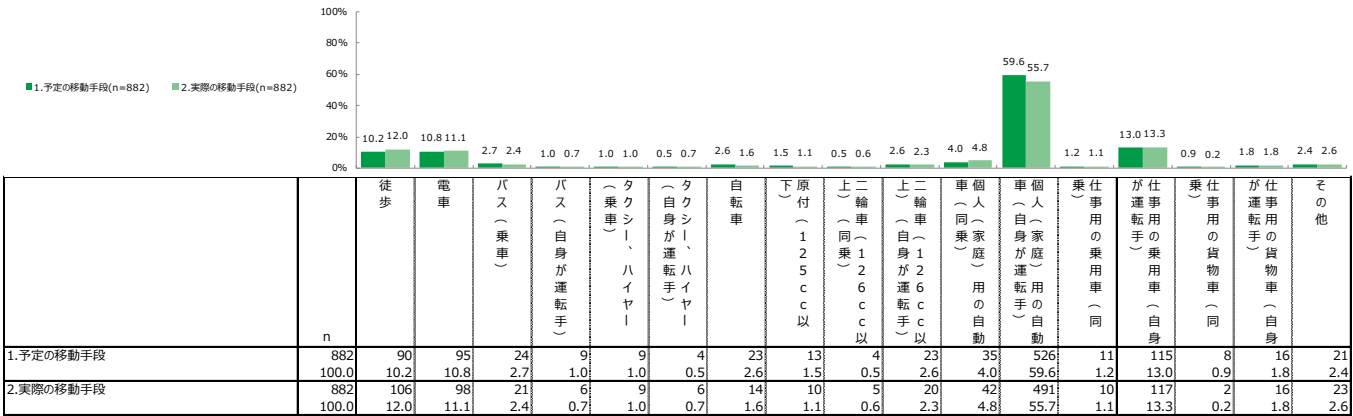
	n	移動経路を変更した	移動経路を変更していない	その他
1. 行きの時間	882	121	740	21
	100.0	13.7	83.9	2.4
2. 帰りの時間	882	144	714	24
	100.0	16.3	81.0	2.7

Q 行動の変化について、その理由を教えてください。 MA



- 移動手段を比較してみると自家用車のみ少し変動があるが、ほとんど変えていない。
- 通行止めがなく積雪のみだった場合でも行動変容の結果はほぼ同じであった。

Q いつもと比較した行動の変化を教えてください。
【通勤・通学、その他外出(勤務時含む)時の“予定→実際の移動手段”についてお答えください】 SA



Q 積雪でも予防的通行止めが無かった場合、どのような行動をとっていたと思いますか。【移動開始時間について】 SA



	n	1時間以上早くした	少し早くした	変わらない	少し遅くした	1時間以上遅くした	予定延期・キャンセル	在宅勤務	その他
1. 行きの時間	1200	122	330	399	11	11	94	218	15
	100.0	10.2	27.5	33.3	0.9	0.9	7.8	18.2	1.3
2. 帰りの時間	1200	104	185	553	17	12	94	218	17
	100.0	8.7	15.4	46.1	1.4	1.0	7.8	18.2	1.4

Q 積雪でも予防的通行止めが無かった場合、どのような行動をとっていたと思いますか。【移動経路について】 SA



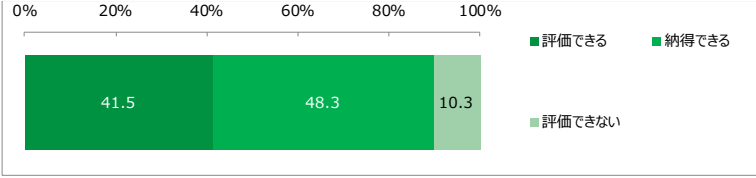
	n	移動経路を変更した	移動経路を変更しなかった	その他
1. 行きの経路	888	154	716	18
	100.0	17.3	80.6	2.0
2. 帰りの経路	888	160	710	18
	100.0	18.0	80.0	2.0

3. 予防的通行止めに対する評価

- 予防的通行止めを行うことを評価できる・納得できると回答したのは89.8%であり理解は得られていた。
- 案内の早さ等も理解を得られているのが半数以上であるが、いずれもどちらともいえない票が3割近くあり、一度だけでは判断しきれない部分もうかがえる。
- 希望周知方法としても、概ね日常利用している媒体と比例している。

Q 『予防的通行止め』について、あなたの評価をお聞かせください。 SA

	n	%
全体	1200	100.0
評価できる	498	41.5
納得できる	579	48.3
評価できない	123	10.3



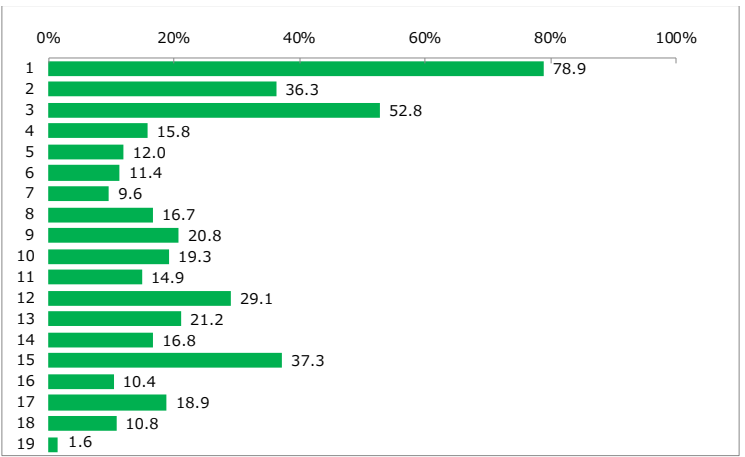
Q 『予防的通行止め』について、評価できた点・評価できなかった点をお聞かせください。 SA

	十分だと思う	妥当だと思う	どちらともいえない	やや不適切だと思う	不適切だと思う
1.周知方法の分かりやすさ（放送や掲載内容等）（n=1200）	13.8	46.2	30.3	6.4	3.3
2.周知期間（告知・案内の早さ）（n=1200）	13.9	45.8	32.1	5.6	2.6
3.通行止め範囲（n=1200）	12.8	43.5	34.8	5.7	3.2
4.予防的に通行止めすること（n=1200）	17.5	51.0	25.7	3.1	2.8
5.その他（n=372）	21.2	19.9	46.8	5.1	7.0

	n	十分だと思う	妥当だと思う	どちらともいえない	やや不適切だと思う	不適切だと思う
1.周知方法の分かりやすさ（放送や掲載内容等）	1200	166	554	364	77	39
	100.0	13.8	46.2	30.3	6.4	3.3
2.周知期間（告知・案内の早さ）	1200	167	550	385	67	31
	100.0	13.9	45.8	32.1	5.6	2.6
3.通行止め範囲	1200	154	522	418	68	38
	100.0	12.8	43.5	34.8	5.7	3.2
4.予防的に通行止めすること	1200	210	612	308	37	33
	100.0	17.5	51.0	25.7	3.1	2.8
5.その他	372	79	74	174	19	26
	100.0	21.2	19.9	46.8	5.1	7.0

Q 『予防的通行止め』について、どのような事前案内方法であれば良かったと思いますか。 MA

	n	%
1 全体	1200	100.0
2 テレビ	947	78.9
3 ラジオ（ネットラジオ含む）	436	36.3
4 Web ニュース	634	52.8
5 Web CM（YouTube広告等）	190	15.8
6 Web 広告（バナー等）	144	12.0
7 電車内ビジョン広告	137	11.4
8 バス内ビジョン広告	115	9.6
9 国土交通省のHP	200	16.7
10 高速道路会社のHP（首都高、NEXCO）	250	20.8
11 日本道路交通情報センター（JARTIC）HP	231	19.3
12 その他交通情報サイト	179	14.9
13 SNS（X、Instagram等）	349	29.1
14 ナビアプリ（GoogleMap、ナビタイムアプリ等）	254	21.2
15 高速道路会社アプリ（首都高、NEXCO）	201	16.8
16 天気予報アプリ	447	37.3
17 各アプリのプッシュ通知	125	10.4
18 道路上の文字情報板	227	18.9
19 新聞	130	10.8
20 その他	19	1.6



4. その他

●本調査モニターの主な移動手段と自動車の必要性に関しては下記のとおりである。

Q 日常生活(通勤・通学含め)について、主な移動手段を教えてください。 SA

		n	徒歩	電車	バス (乗車)	バス (自身が運転手)	タクシー、 ハイヤー (乗車)	タクシー、 ハイヤー (自身が運転手)	自転車	原付 (125cc以下)	上 (125cc以上)	二輪車 (自身が運転手)	二輪車 (自身が運転手)	個人 (家庭)用の自動 車(同乗)	個人 (家庭)用の自動 車(自身が運転手)	個人 (家庭)用の自動 車(自身が運転手)	仕事用の乗用車 (同乗)	仕事用の乗用車 (自身が運転手)	仕事用の貨物車 (同乗)	仕事用の貨物車 (自身が運転手)	移動しない	その他
全体			1200 100.0	13 1.1	42 3.5	4 0.3	2 0.2	1 0.1	3 0.3	20 1.7	9 0.8	2 0.2	12 1.0	25 2.1	961 80.1	2 0.2	84 7.0	0 0.0	15 1.3	3 0.3	2 0.2	
年代	20代以下	240 100.0	4 1.7	8 3.3	2 0.8	2 0.8	0 0.0	0 0.0	4 1.7	1 0.4	2 0.8	3 1.3	10 4.2	192 80.0	0 0.0	10 4.2	0 0.0	2 0.8	0 0.0	0 0.0		
	30代	240 100.0	1 0.4	14 5.8	1 0.4	0 0.0	1 0.4	1 0.4	2 0.8	1 0.4	0 0.0	3 1.3	7 2.9	197 82.1	1 0.4	8 3.3	0 0.0	1 0.4	1 0.4	0 0.4		
	40代	240 100.0	2 0.8	8 3.3	1 0.4	0 0.0	0 0.0	0 0.0	6 2.5	3 1.3	0 0.0	3 1.3	3 79.6	1 4.2	16 6.7	0 0.0	6 2.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0		
	50代	240 100.0	3 1.3	10 4.2	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.4	6 2.5	4 1.7	0 0.0	3 1.3	4 74.6	179 74.6	0 0.0	25 10.4	0 0.0	4 1.7	1 0.4	0 0.0		
	60代以上	240 100.0	3 1.3	2 0.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.4	2 0.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.4	202 84.2	0 0.0	25 10.4	0 0.0	2 0.8	1 0.4	1 0.4		

Q お仕事(パート・アルバイト含む)をされているかたは、勤務時間内での主な移動手段を教えてください。 SA

		n	徒歩	電車	バス (乗車)	バス (自身が運転手)	タクシー、 ハイヤー (乗車)	タクシー、 ハイヤー (自身が運転手)	自転車	原付 (125cc以下)	上 (125cc以上)	二輪車 (自身が運転手)	二輪車 (自身が運転手)	個人 (家庭)用の自動 車(同乗)	個人 (家庭)用の自動 車(自身が運転手)	仕事用の乗用車 (同乗)	仕事用の乗用車 (自身が運転手)	仕事用の貨物車 (同乗)	仕事用の貨物車 (自身が運転手)	移動しない	その他
全体		968 100.0	63 6.5	42 4.3	2 0.2	5 0.5	0 0.0	9 0.9	7 0.7	2 0.2	0 0.0	9 0.9	10 1.0	372 38.4	15 1.5	228 23.6	5 0.5	52 5.4	141 14.6	6 0.6	
年代	20代以下	210 100.0	17 8.1	4 1.9	1 0.5	3 1.4	0 0.0	2 1.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 1.0	2 1.0	92 43.8	4 1.9	39 18.6	1 0.5	8 3.8	34 16.2	1 0.5	
	30代	205 100.0	9 4.4	7 3.4	0 0.0	1 0.5	0 0.0	2 1.0	1 0.5	1 0.5	0 0.0	2 1.0	5 40.0	82 40.0	2 1.0	57 27.8	0 0.0	5 2.4	31 15.1	0 0.0	
	40代	213 100.0	15 7.0	12 5.6	0 0.0	1 0.5	0 0.0	1 0.5	2 0.9	0 0.0	0 0.0	3 1.4	1 37.1	79 37.1	5 2.3	47 22.1	1 0.5	16 7.5	28 13.1	2 0.9	
	50代	207 100.0	12 5.8	11 5.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 1.4	2 1.0	1 0.5	0 0.0	2 1.0	1 35.7	74 35.7	3 1.4	53 25.6	2 1.0	12 5.8	30 14.5	1 0.5	
	60代以上	133 100.0	10 7.5	8 6.0	1 0.8	0 0.0	0 0.0	0 0.8	2 1.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.8	45 33.8	1 0.8	32 24.1	1 0.8	11 8.3	18 13.5	2 1.5	

Q 日常生活やお仕事において、自動車必要性を教えてください。 SA

日常生活		n	が自動車 を利用する 必要	良い自動 車を利用 した方が 必要	が自動 車を利用 する必要 はない
全体		1200 100.0	847 70.6	288 24.0	65 5.4
年代	20代以下	240 100.0	184 76.7	38 15.8	18 7.5
	30代	240 100.0	177 73.8	50 20.8	13 5.4
	40代	240 100.0	171 71.3	55 22.9	14 5.8
	50代	240 100.0	156 65.0	68 28.3	16 6.7
	60代以上	240 100.0	159 66.3	77 32.1	4 1.7

通勤・通学		n	が自動車 を利用する 必要	良い自動 車を利用 した方が 必要	が自動 車を利用 する必要 はない
全体		1200 100.0	687 57.3	191 15.9	322 26.8
年代	20代以下	240 100.0	169 70.4	36 15.0	35 14.6
	30代	240 100.0	155 64.6	36 15.0	49 20.4
	40代	240 100.0	154 64.2	33 13.8	53 22.1
	50代	240 100.0	125 52.1	53 22.1	62 25.8
	60代以上	240 100.0	84 35.0	33 13.8	123 51.3

勤務中		n	が自動車 を利用する 必要	良い自動 車を利用 した方が 必要	が自動 車を利用 する必要 はない
全体		1200 100.0	501 41.8	115 9.6	584 48.7
年代	20代以下	240 100.0	103 42.9	21 8.8	116 48.3
	30代	240 100.0	107 44.6	24 10.0	109 45.4
	40代	240 100.0	117 48.8	18 7.5	105 43.8
	50代	240 100.0	106 44.2	28 11.7	106 44.2
	60代以上	240 100.0	68 28.3	24 10.0	148 61.7

● 会社名	株式会社サーベイリサーチセンター
● 所在地	東京都荒川区西日暮里2丁目40番10号
● 設立	1975(昭和50)年2月
● 資本金	6,000万円
● 年商	106億円(2022年度)
● 代表者	代表取締役 藤澤 士朗、長尾 健、石川 俊之
● 社員数	社員:317名 契約スタッフ:484名(2023年3月1日現在)
● 事業所	東京(本社)、札幌、盛岡、仙台、北陸、静岡、名古屋、大阪、岡山、広島、高松、福岡、熊本、那覇
● 主要事業	世論調査・行政計画策定支援、都市・交通計画調査、マーケティング・リサーチ
● 所属団体	公益財団法人 日本世論調査協会 一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA) 日本災害情報学会 一般社団法人 交通工学研究会 他
● その他	ISO9001認証取得(2000年6月) プライバシーマーク付与認定(2000年12月) ISO20252認証取得(2010年10月) ISO27001認証取得(2015年11月)※ ※認証区分及び認証範囲: ・MR部及びGMR部が実施するインターネットリサーチサービスの企画及び提供 ・全国ネットワーク部及び沖縄事務所が実施する世論・市場調査サービスの企画及び提供

本件に関するお問い合わせ先

株式会社サーベイリサーチセンター

<https://www.surece.co.jp/>

- 広報担当:品質部 松下 正人 E-mail:src_support@surece.co.jp
TEL:03-3802-6779 FAX:03-3802-6729
- 調査担当:都市・交通分野長 岡本 俊哉
調査部長 高野 精久
調査部 IR課長 阿部 司
調査部 IR課 小菅 正輝
調査部 IR課 田村 賢治 E-mail:tamura_ke@surece.co.jp
TEL:03-3802-6715 FAX:03-3802-6734
- 調査結果の引用にあたっては、調査主体名として「株式会社サーベイリサーチセンター(東京都)」を必ず明記して利用してください。
- 調査結果の無断転載・複製を禁じます。
- 本紙に記載している情報は、発表日時点のものです。