

交通事業経営における安全確保に関する研究

H 2 6 ・ 0 5 ・ 2 7
主任研究員 北河 渉

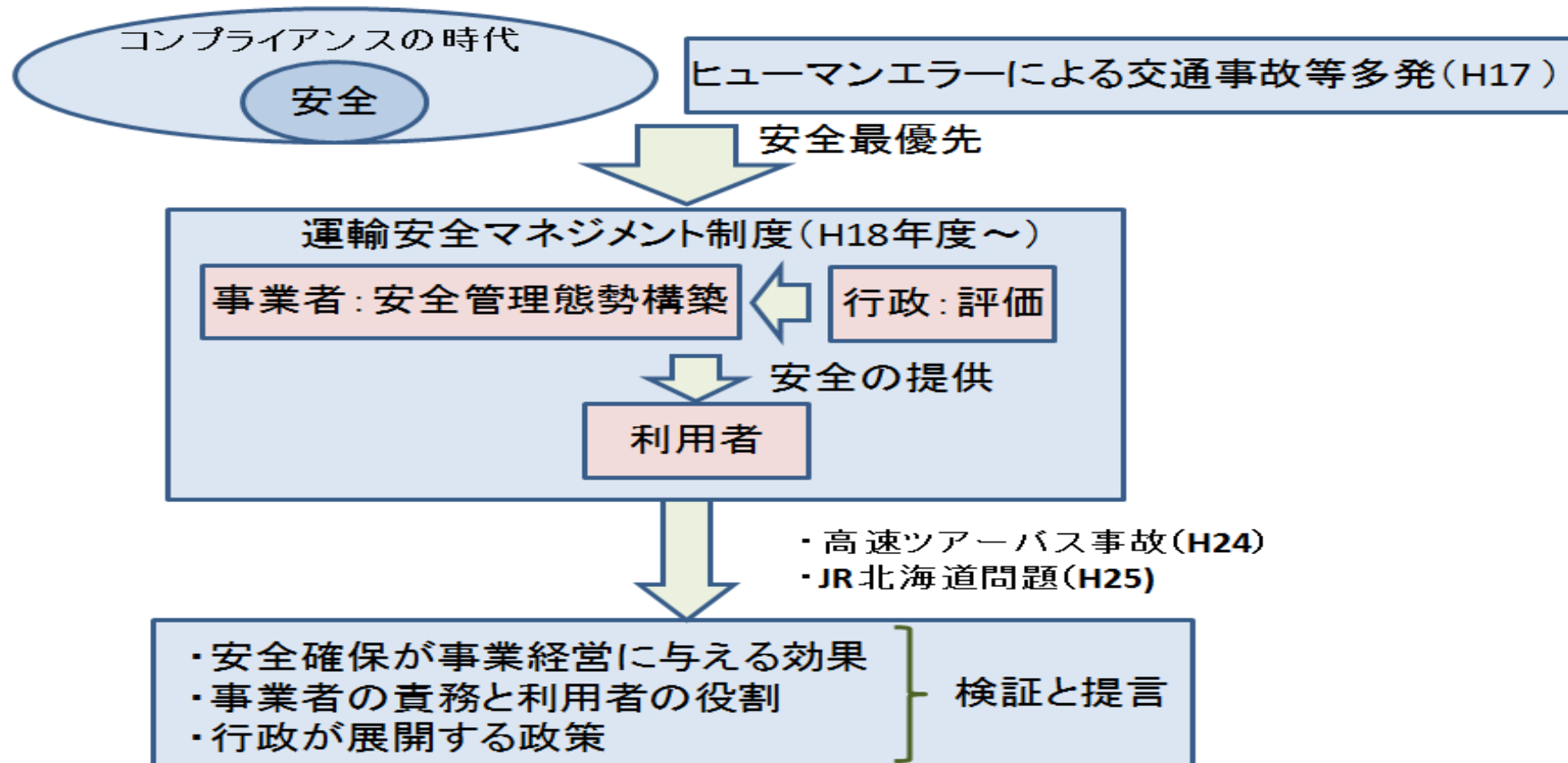
目次

1. 本研究の目的・手法
2. 交通事業者の最適な安全意識
3. 社内における安全意識の伝達・維持
4. 利用者の最適な安全意識
5. 利用者に対する安全情報の提供
6. まとめ

1. 本研究の目的・手法

本研究の目的・手法

○目的



○手法

1. ヒアリング(交通事業者、国土交通省、学識経験者等)
2. 文献調査(安全、経営学、経営システム工学、コンプライアンス等)

主な問題意識

1. 交通事業者

安全最優先⇔「安全を軽視して利益を追求」

↓ 今後も続く厳しい経営環境の中での利益追求

安全と利益とは**両立**すると考えられないか

2. 利用者

安全＝当然⇒ともすれば利用者は受け身に

↓ 日常「一任」・事故時「強い関心」のギャップ

利用者が安全により**積極的**に関与する必要はないか

↓ より一層の安全確保のため

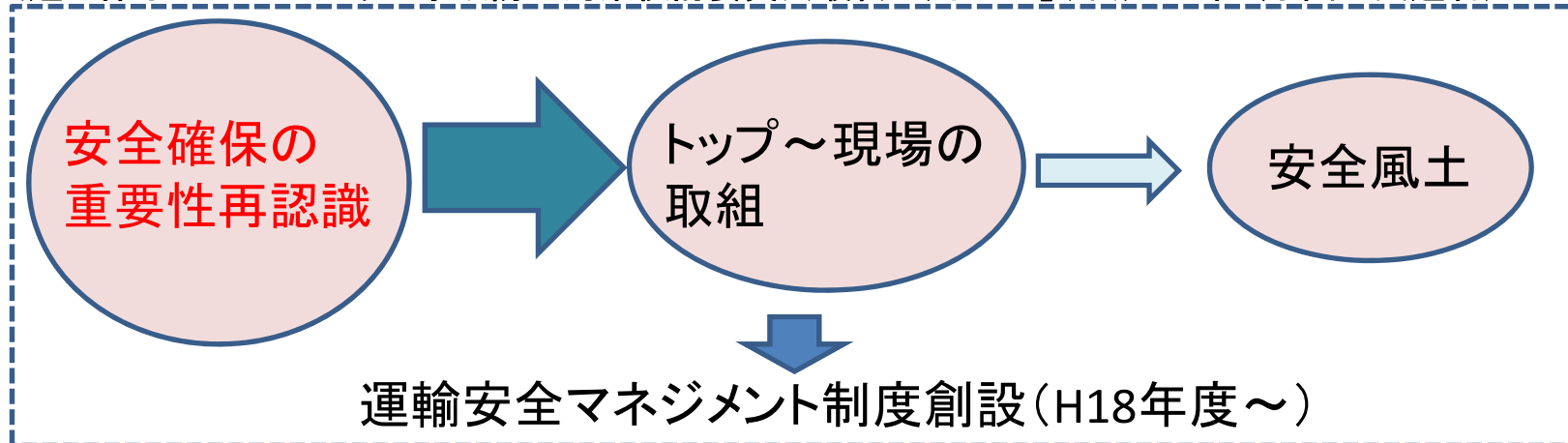
交通事業者・利用者の**安全意識を変える**必要があるのではないか₅

2. 交通事業者の最適な安全意識

安全意識の重要性

- ・平成17年にヒューマンエラーが原因と見られる事故等多発
例：JR西日本福知山線脱線事故（H17年4月：死者107名 負傷者562名）

「公共交通に係るヒューマンエラー事故防止対策検討委員会最終とりまとめ」（平成18年4月 国土交通省）



安全意識（安全に対する考え方）が**取組の効果に影響**する。 7

同委員会とりまとめ、国土交通省運輸安全政策審議官資料（平成22年4月）参照

経営環境が安全意識に与える影響

「安全の確保」=公共交通において**最大、最優先**の使命

(例外:危険物積載船)

事業者:対策

行政:チェック

「一任」

・**便益**(いいものを)
・**価格**(安く)

日常の
関心

利用者

・**総じて安全**≡当然
・安全情報に基づく**選択**の困難性

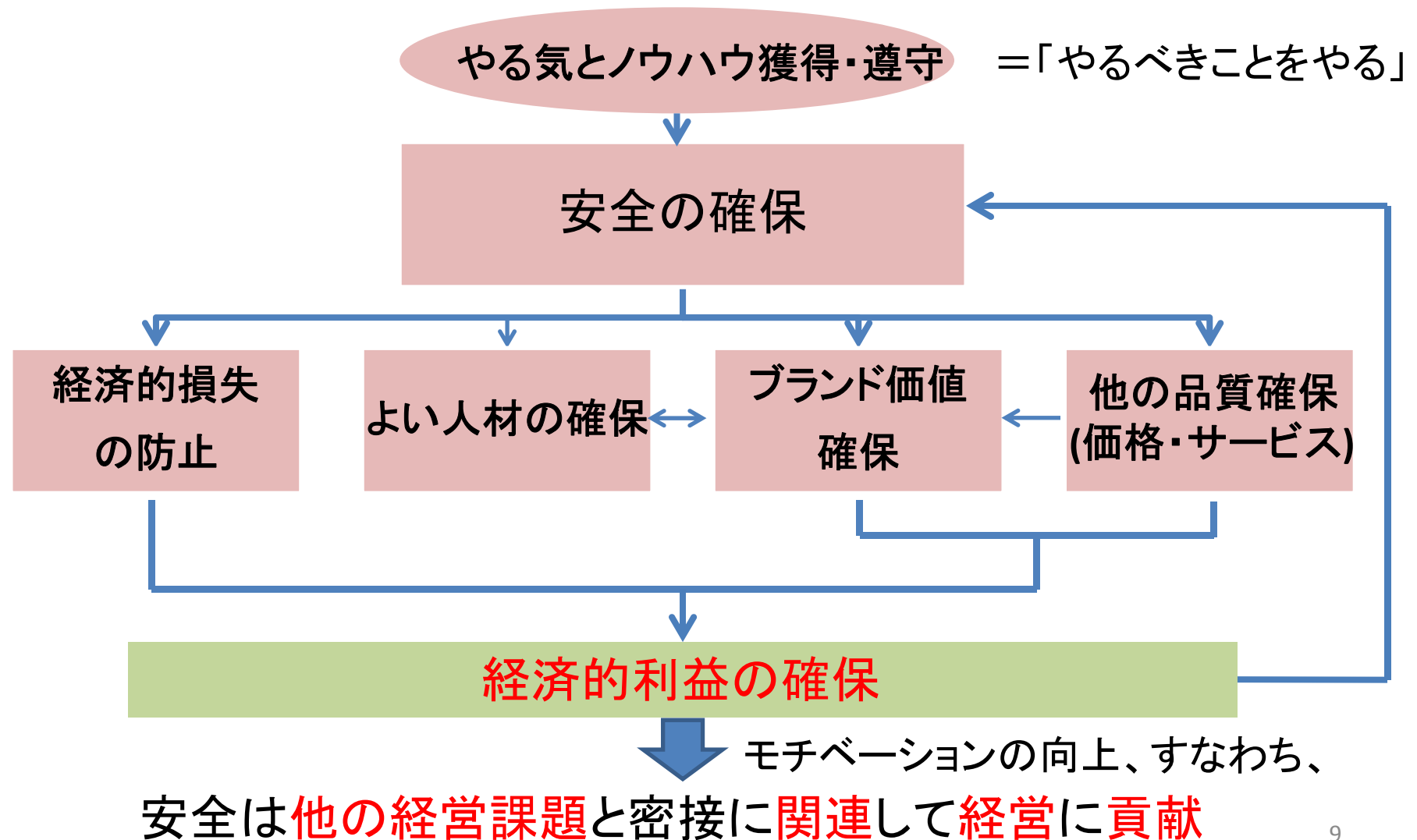
安全に競争性**ほぼ無**

事業者の日常の関心も**便益・価格**における競争へ向く傾向

「安全最優先」を**崩す**おそれ

「需給調整規制廃止後の交通運輸政策の基本的な方向について」(平成10年6月運輸政策審議会総合部会答申)、「公共交通に係るヒューマンエラー事故防止対策検討委員会最終とりまとめ」、
「風評被害 そのメカニズムを考える」(関谷直也 光文社新書 2011年)、インタビュー結果)参照

安全確保が経営に与える影響



「安全と経営」に関する事業者の意見

交通事業者インタビュー中間結果より

- ・安全確保→**経済的損失防止**

共通した認識。経営に関する**最大**の貢献であると考えられている。

- ・安全確保→**ブランド価値向上・よい人材の確保**

概ね肯定的。一方、これらは他の企業との比較上の問題、企業イメージ等他の要因も影響、という意見あり。

- ・安全確保→**他の品質確保**

(1) 安全性向上に向けた具体的施策は乗務員に対する**力強いメッセージ**となる。その結果、乗務員の**協力**を得られやすく、結果として**生産性向上**が期待される(高速バス会社)。

(2) 安全に対する評価の高いグランドハンドリング部署は、**接客**サービス等他の分野でも成績がよい傾向(航空会社)。

(3) 安全確保＝**改善**ということ。この意識があれば、全体としての職員の**レベル**が上がり、**前向き思考**となる(トラック会社)。

という意見があり、概ね因果関係はあると認識。

交通事業者の最適な安全意識

- ・交通事業において、安全の確保は**最大、最優先の使命**である。
- ・また、安全を確保することは、事故による**損失を防止**するうえ、**他の経営品質**や**ブランド価値**の確保につながり、**長期的**に見て、**確実に利益**を産みだすこととなる。
- ・逆に安全をおろそかにすれば、**短期的に利益**を産みだすかもしれないが、**経営品質全般**や**ブランド価値の低下**を招き、**長期的な利益**の確保は**困難**となる。
- ・そして、**事故**が発生した場合、事業に**多大な影響**を与え、最悪の場合、事業を**継続**できなくなる。

3. 社内における安全意識の伝達・維持

意識伝達・持続の留意点

1. 社会的伝染に関する法則

(1) 粘りの要素

一見すると取るに足らない**些細なもの**がメッセージを粘り強いものにする。

(2) 背景の力

外部の環境(背景)の**小さな変化**が内面状態に大きな影響を与える。

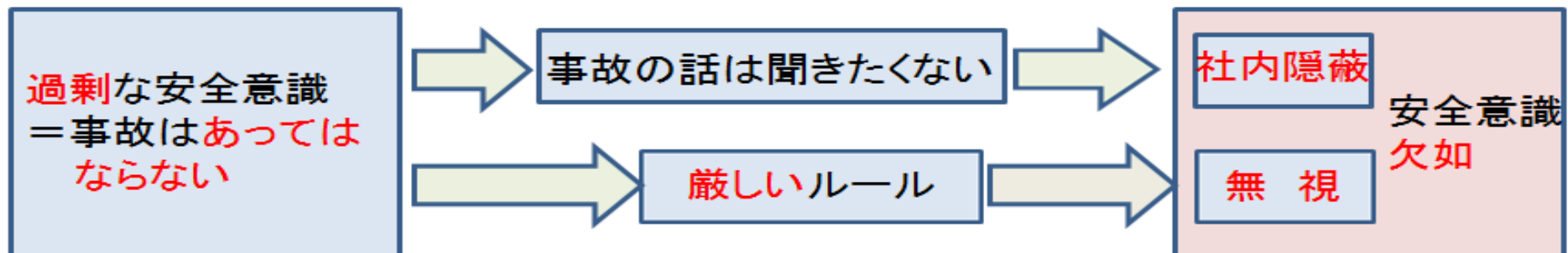
2. 意識持続のための刺激

(1) 適度な間隔の刺激

折に触れ、事故・安全に関する**緊張感**を醸成する。

(2) 適度な水準の刺激

ただし、安全の重要性を**過剰**には**認識しない**。



「なぜあの商品は急に売れ出したのか ロコミ感染の法則」(マルコム・グラッドウェル著高橋啓訳 飛鳥新社 2001年)、インタビュー結果参照

4. 利用者の最適な安全意識

利用者の安全意識に関する問題点

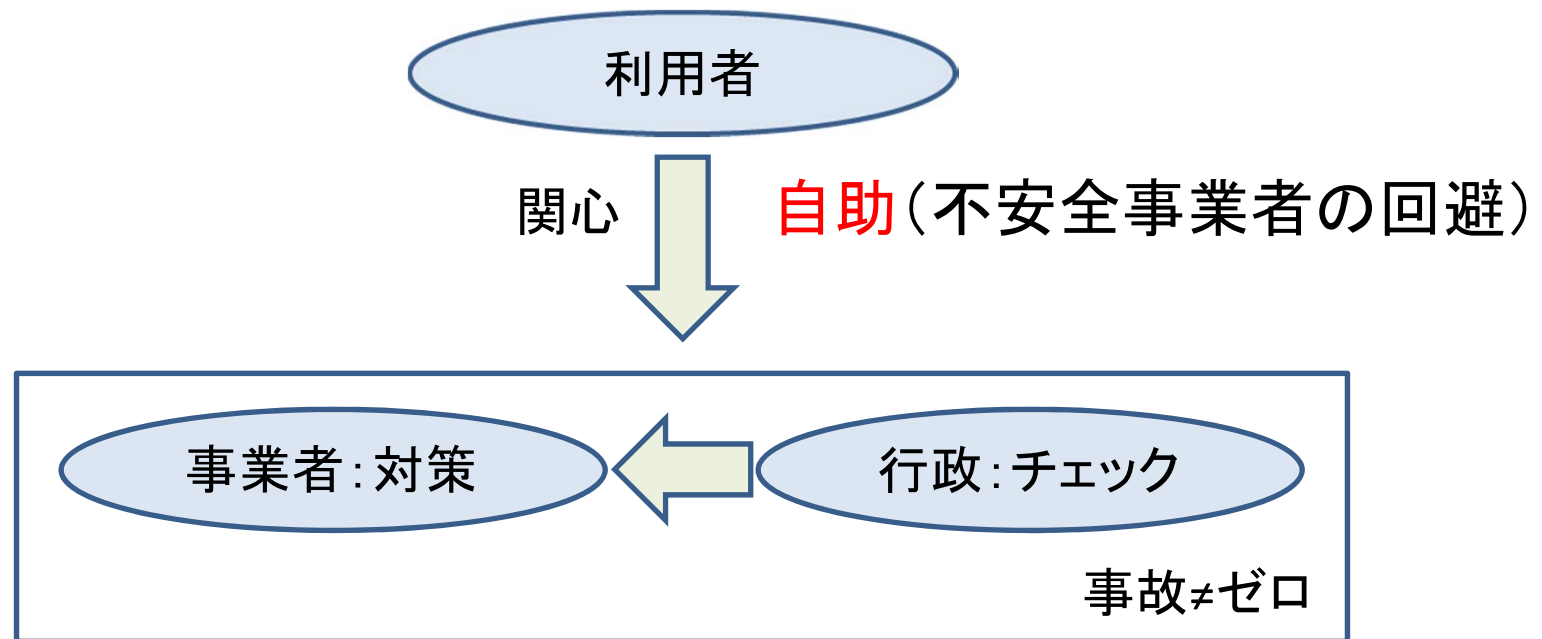
利用者の安全意識	問題点
「便益」「価格」に関心が向く一方、総じて安全が確保されているため、安全は 当然 のことと考え、	事故が発生すると 激しい抵抗感 を示し、その感情が事業者や行政の対応に マイナス の効果を与えるおそれ。
一方で、安全に関する 情報 は事前に完全な情報を 知り得ない か、知り得ても内容が極めて 専門的 であるため、適切な選択が行えない可能性があるため、	安全に関して 関心を持ってない 。 一方、情報の発信元である事業者や行政にも 工夫の余地 があるのではないか。
事業者と行政に対して、安全確保について 一任する	事業者や行政は 完璧 な対応 困難 。 利用者 自らの注意 で防止できる事故を防ぐのが 困難

「需給調整規制廃止後の交通運輸政策の基本的な方向について」(平成10年6月運輸政策審議会総合部会答申)、「風評被害 そのメカニズムを考える」(関谷直也 光文社新書 2011年)、インタビュー結果参照

利用者の最適な安全意識

- ・事故はあってはならないものであるが、**現実**には**発生**している。
- ・交通事業者や行政が安全確保のための取組を行っているが、**完璧**な対応は**困難**である。
- ・よって、利用者も、**日常から**、可能な限り、安全に**関心**を持つことが適切である。
- ・少なくとも、利用者**自らの注意で防止できる事故**については**積極的に関心**を持つべきである。
- ・以上のような利用者の認識・行動は交通事業者や行政の安全や事故への対応にも**よい効果**をもたらす。

「利用者の関心」の効果



- ・緊張 (取組を見られている)
- ・補完 (足らざる部分を見てもらえる)
- ・理解 (安全問題の実態やそれに対する取組が見える)
- ・協力 (自らが安全阻害行為を行わないように自覚)

5. 利用者に対する安全情報の提供

安全情報提供に関する事業者の意見

交通事業者インタビュー中間結果より

・自社の安全に関する情報

(1) 利用者には、安全への取組状況、事故発生に関する他社との比較・経年変化等を見てもらいたい

(2) いくら取組をPRしても**事故**を起こせば**意味がない**

(3) 交通事業者は今以上に**多く、わかりやすく**情報を提供すべき

(4) **技術**的問題を**理解**してもらうのに苦労する

・利用者に伝えたいこと

(1) 安全確保には**時間**と**コスト**がかかる

(2) いかに努力しても、**事故ゼロ**は**困難**である

(3) **業界全体**を安全でないと**イメージ**しないほしい。真面目な事業者もいる

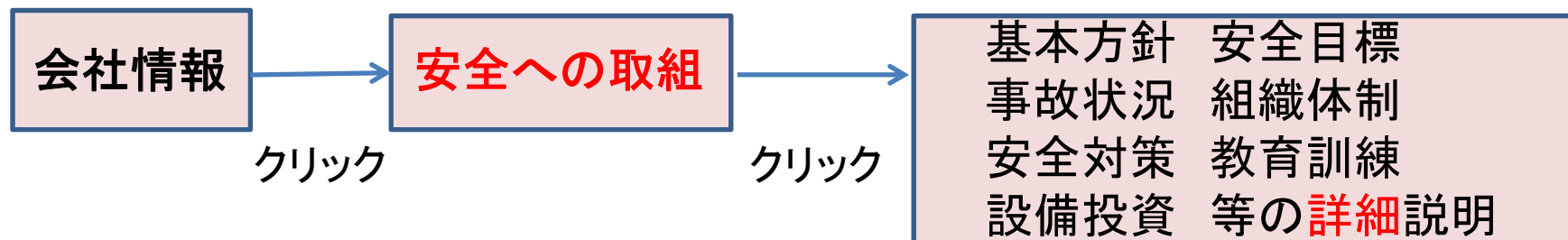
(4) **利用者の注意**によって防ぐことができる事故がある

} 立場上言えないという意見あり

事業者の提供する安全に関する情報

1. 交通事業者(各社の取組)

TOP画面



➡ 利用者は見て、この会社が安全であると判断するか？

2. 事業者団体(安全認証)

Gマーク(H15年度～: (公社)全日本トラック協会)

- ・安全性に関する項目が高評価である事業所を認定。
- ・全体の事業所の23.0%が取得(H26年3月末現在)。
- ・取得後、荷主からの成果が得られたのは取得事業所の17.7%(H20年アンケート)

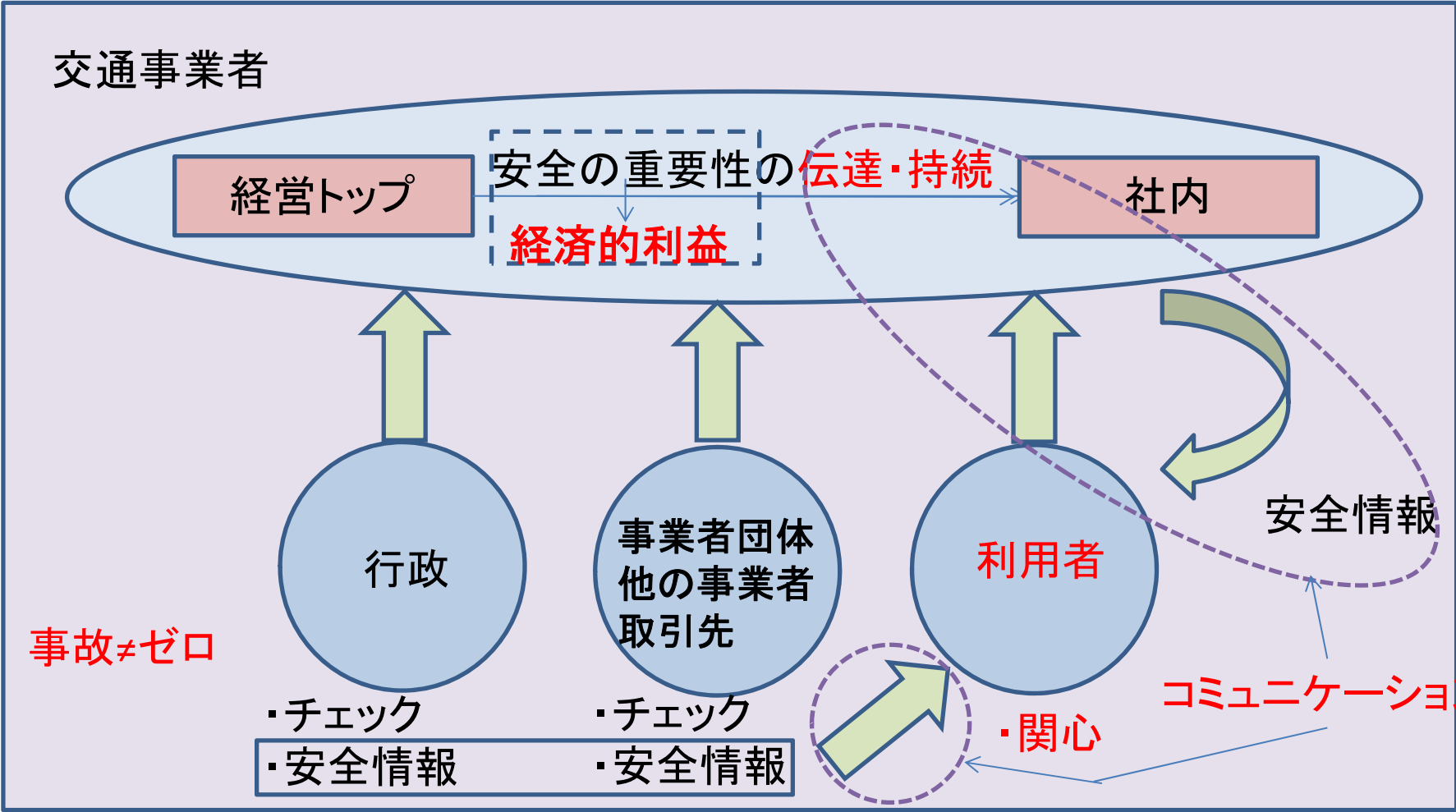


(公社)全日本トラック協会HP参照

➡ 認証制度の周知の余地があるのではないか？

6. まとめ

望ましい安全確保スキーム



今後の研究課題

1. 交通事業者の「安全意識」の精査
 - 「安全」と他の経営課題、経済的利益との関係
2. 利用者の「安全意識」の精査
 - 現状の「安全」の捉え方
 - 具体的に関心を持つべき事項
3. 安全に関するコミュニケーションのあり方
 - (1) 交通事業者内部
 - (2) 交通事業者と利用者
4. 行政の政策
 - 以上を踏まえて行政として展開すべき政策