

都市間旅行におけるレンタカー端末交通利用に関する心理的意思決定要因の分析

名古屋大学大学院 学生員 八木麻未子

名古屋大学大学院 正 員 森川 高行

名古屋大学大学院 学生員 時田 知典

1. はじめに

わが国における中距離（約 100～500km）都市間旅行では、自動車の分担率が 70%以上を占めており、道路交通渋滞やそれに起因する大気汚染問題等が極めて深刻な社会問題となっている。このような分担率の不均衡状態を是正する方策として、これまで、旅行時間の短縮や運行頻度の増加など、主に幹線公共交通のサービスレベルの向上が行なわれてきたが、自動車分担率の増加に歯止めをかけるには至っていない。この原因の一つとして、目的地でのモビリティの確保や交通結節点でのアクセシビリティなど、端末交通の利便性が自動車と比較してはるかに劣ることが挙げられる。目的地における交通利便性という観点から、現時点では需要が低迷しているが、そのポテンシャルが極めて高い交通手段としてレンタカー（以下 RC と略記）が挙げられる。実際、アメリカでは空港ターミナルに RC 会社が軒を並べ、飛行機－レンタカーが一般的な交通手段として広く普及している。そこで本研究では、アンケート調査データを通じて RC 利用の現状及び利用意向を分析し、RC の需要喚起策としてどのような方策が有効であるのか検討することを目的とする。

2. 幹線旅客純流動調査データに基づく都市間交通手段選択分析における知見

以上のような認識のもと、著者らは幹線旅客純流動調査データをもとに、代表交通手段選択を上位レベル、RC を選択肢集合に含む端末交通手段選択を下位レベルとする 2 段階ネスティッドロジットモデルを構築し、レンタカー端末交通が都市間交通手段選択行動に及ぼす影響の分析を行なった¹⁾。その結果、RC の効用関数に含まれる定数項が大きな負の値に推定され、RC 料金の値下げや鉄道－RC 利用者に対する料金の優遇等を行なったとしても、代表交通手段の分担率はほとんど変化しないという結果が得られた。これは、RC の定数項に含まれる所要時間や費用等のサービスレベル変数以外の要因、すなわち、RC サービスの存在自体の認知や、「RC は割高である」、「RC は手続きが面倒だ」といったようなサービスレベルに対する認知の過誤、さらには RC の利用経験が無いことに起因する心理的忌避感、等の心理的・主観的要因が意思決定において支配的な要因となっていることを示唆しているものと考えられる。

3. アンケート調査データに基づく RC 利用の現状及び利用意向の分析

2. で述べた RC 利用に関わる心理的意思決定要因をより詳細に分析するために、(株)JR 東日本企画が実施した「RC 利用に関するアンケート」調査データを用いて分析を行なった。

3. 1 調査の概略

JR 東日本が新幹線駅等の主要幹線駅に持つ駅レンタカー（Rail & Rental Car, R&RC）サービスの利用促進を目的として 2000 年 2 月にアンケート調査を実施した。RC 及び R&RC の利用の如何に関わらず、最終的に 609 人から、過去 1 年間で行った国内旅行のうち「最も最近行った旅行」及び「最も宿泊日数の多かった旅行」それぞれについて、特に以下の項目について回答を得た。

- ・ トリップ属性（出発地／目的地、同伴者数、旅行形態（周遊型、滞在型）、宿泊日数、利用交通手段）
- ・ RC 及び R&RC サービスの認知、利用経験、利用意向、利用する／しない理由など

3. 2 アンケート調査データの集計結果及び RC 利用に関する心理的要因の分析

図 1 及び図 2 は、代表交通手段別の RC サービスの存在自体の認知、及び RC 利用を検討したか否かをそれぞれ表している。交通手段を問わず高い認知度を示しているものの、多くの人にとって選択肢集合には入っておらず、特に道路系交通手段においてその傾向が顕著である。RC を利用しない理由で「割高感」が 2 位である（表 1）一方、RC を検討した人のうち実際に利用した人の割合は、半数以上を占めている（図 6）。

以上のことから、RC サービスの存在自体や周遊性をアピールするような抽象的な情報ではなく、料金や手続き等のサービスレベルについての具体的な情報を提供することが、RC の需要喚起に有効であると考えられる。具体的な施策としては、特に道路交通手段利用者に対して情報提供が必要なことから、インターチェンジや駐車場におけるパンフレットの配布や、RC の無料利用キャンペーンなどが挙げられる。次に、RC の検討及び利用状況を宿泊日数別に見てみると（図3、4参照）、宿泊日数の増加に伴い RC の検討／利用割合は増加するものの、4泊を超えると逆にその割合が低下している。実際の RC の料金体系は長期になるほど割安であることから、料金の利用時間区分の細分化や乗り捨てをしやすいようなシステムの構築、予約手続きの簡便化等の、短期間利用者の優遇措置が必要であろう。一方、表1からもわかるように、長期利用者についてはサービスレベルに対して認知の過誤が発生していると推測され、これを是正するためには、宿泊日数別・利用交通手段別の料金の差異を明示した情報の提供が望まれる。これらの結果をまとめると、RC の需要が低迷している最大の原因は、サービスレベルにあるというより、むしろ RC 利用の習慣がないために RC の料金や手続きについて負のイメージが過大に評価され、それが忌避感となって意思決定者を RC 利用から一層遠ざけるという悪循環が形成されていることにあると考えられる。これを打開するためには、先にも述べたような、具体的な情報の提供や無料キャンペーンなどを実施し、RC への注目や利用習慣を徐々に形成していくことが不可欠である。

表1 RC 非利用者の RC 利用したくない理由（複数回答）

順位	理由	回答数
1	RC 使用の習慣がない	442
2	割高な感じ	272
3	利用時間に制約される	272
4	借りる際の手続き面倒	112
5	運転したくない	90
6	事故への不安	88
7	他交通機関との乗換不便	45
8	借り方分らない	43
9	利用したい所に営業所なし	41
10	整備状態が不安	17

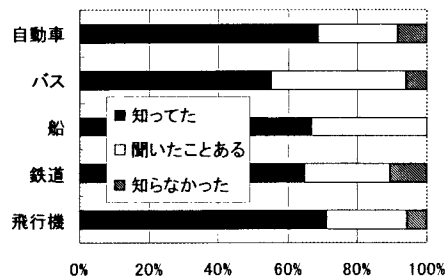


図1 代表交通手段別 RC の認知

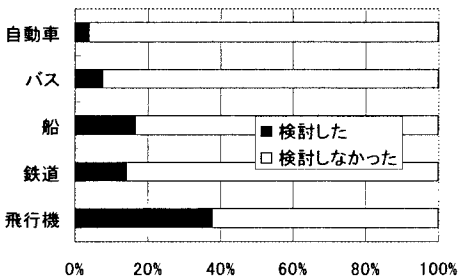


図2 代表交通手段別 RC の検討

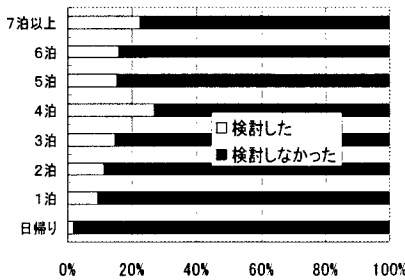


図3 宿泊日数別 RC の検討

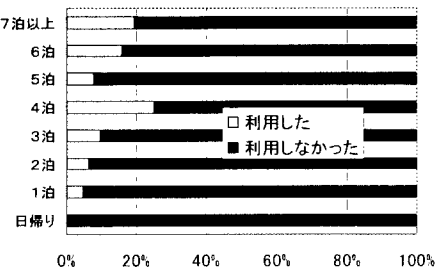


図4 宿泊日数別 RC の利用

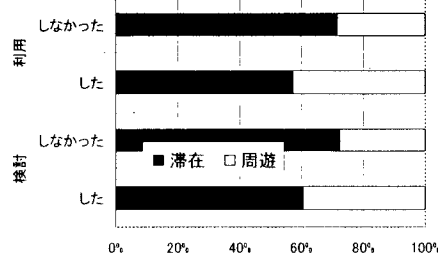


図5 旅行形態別 RC の検討と利用

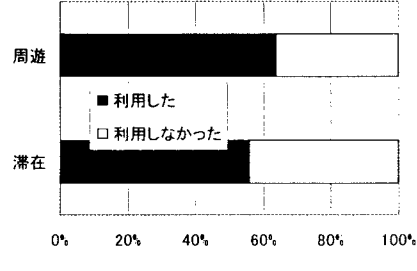


図6 旅行形態別 RC を検討した人のうち実際の利用割合

4. おわりに

交通計画の分野では、所要時間や費用等のサービスレベルが意思決定における支配的な要因として捉えられてきた。しかし、本研究で示されたように、習慣効果やそれに伴う認知の過誤が解凍・是正されなければサービスレベルの向上による需要喚起は望めないであろう。今後、習慣や認知等の心理的要因を明示的に考慮したモデルを構築し、情報提供やキャンペーンの実施が内的心理過程及び交通需要に及ぼす影響を定量的に分析する必要がある。

参考文献
1) 時田知典, 森川高行, 八木麻未子: レンタカー端末交通が都市間交通手段選択行動に及ぼす影響の分析, 第55回年次学術講演会講演概要集 (CD-ROM), 2000.