

自動走行に対する 社会・消費者の期待と懸念

(株)第一生命経済研究所
ライフデザイン研究本部
主席研究員

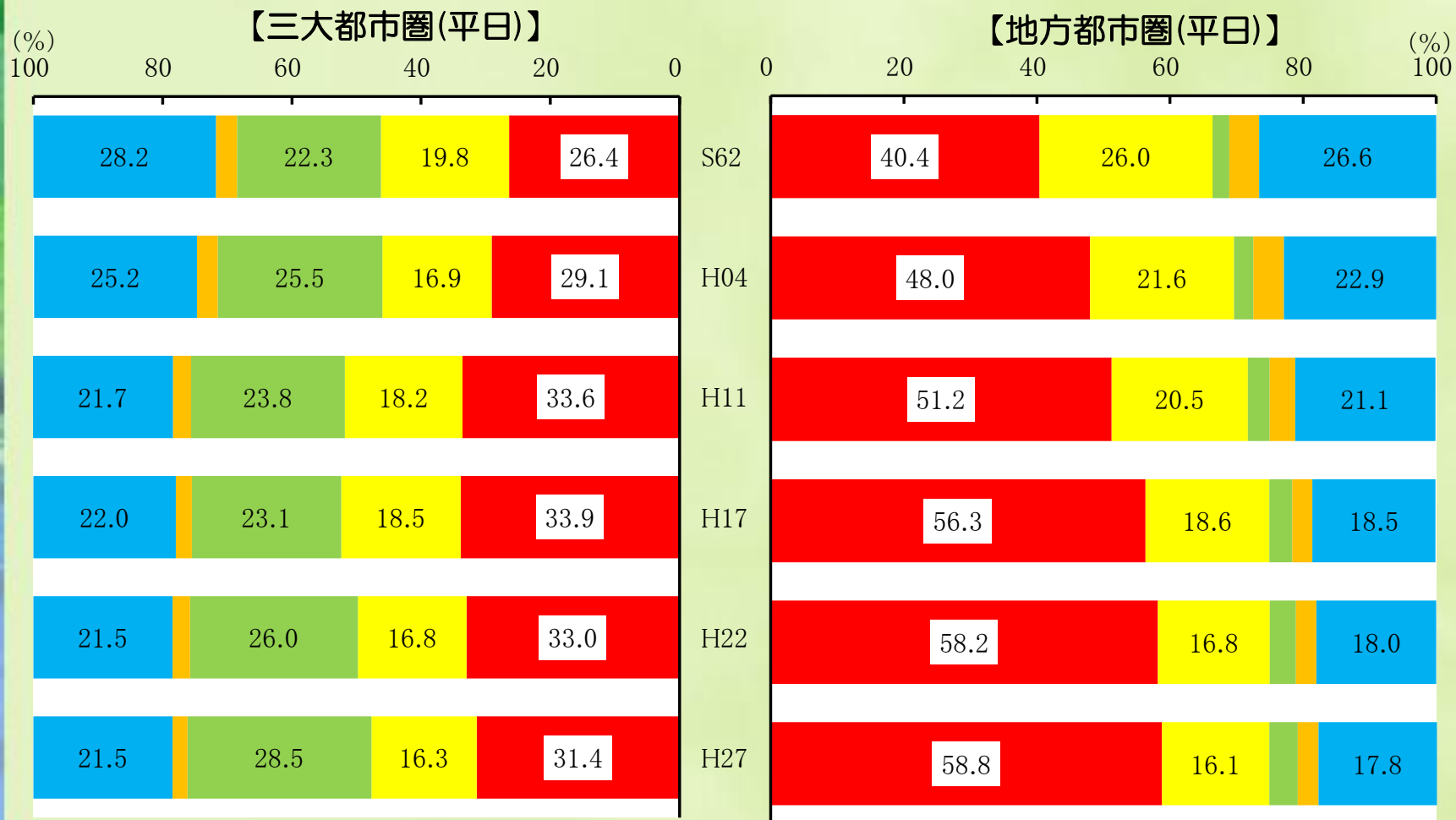
宮木由貴子（みやき・ゆきこ）

消費者における自動走行への期待

- 安全性の向上
- 事故削減
- 渋滞緩和
- 快適性向上・時間の有効活用
(休憩、作業、メディア閲覧、コミュニケーション等)
- 環境負荷低減
- 高齢者等移動弱者の利便性向上

資料：複数の既存調査を元に取りまとめ

代表交通手段利用率の推移

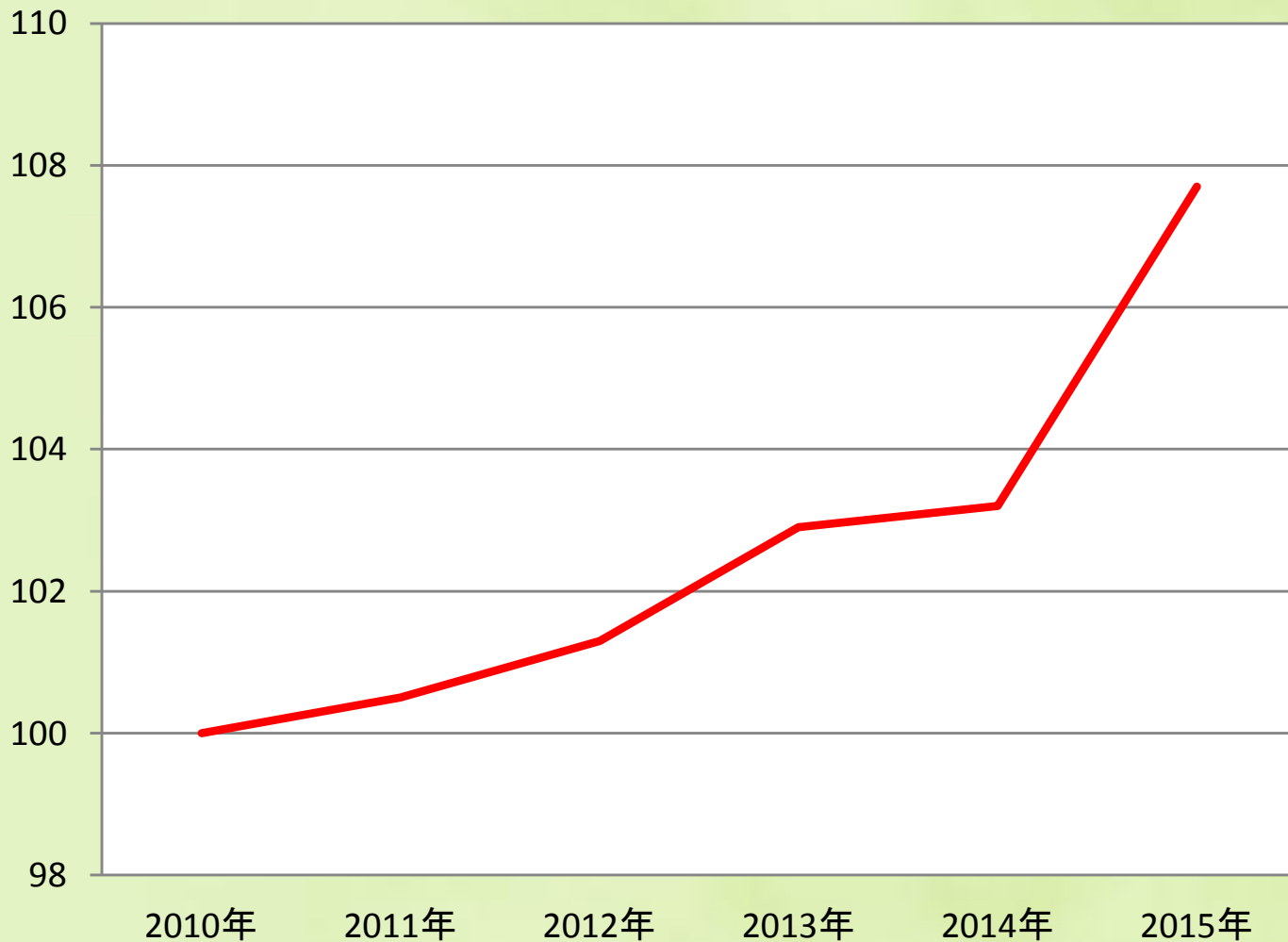


■自動車 ■二輪車 ■鉄道 ■バス ■徒歩・その他

資料：平成27年度全国都市交通特性調査（国土交通省）

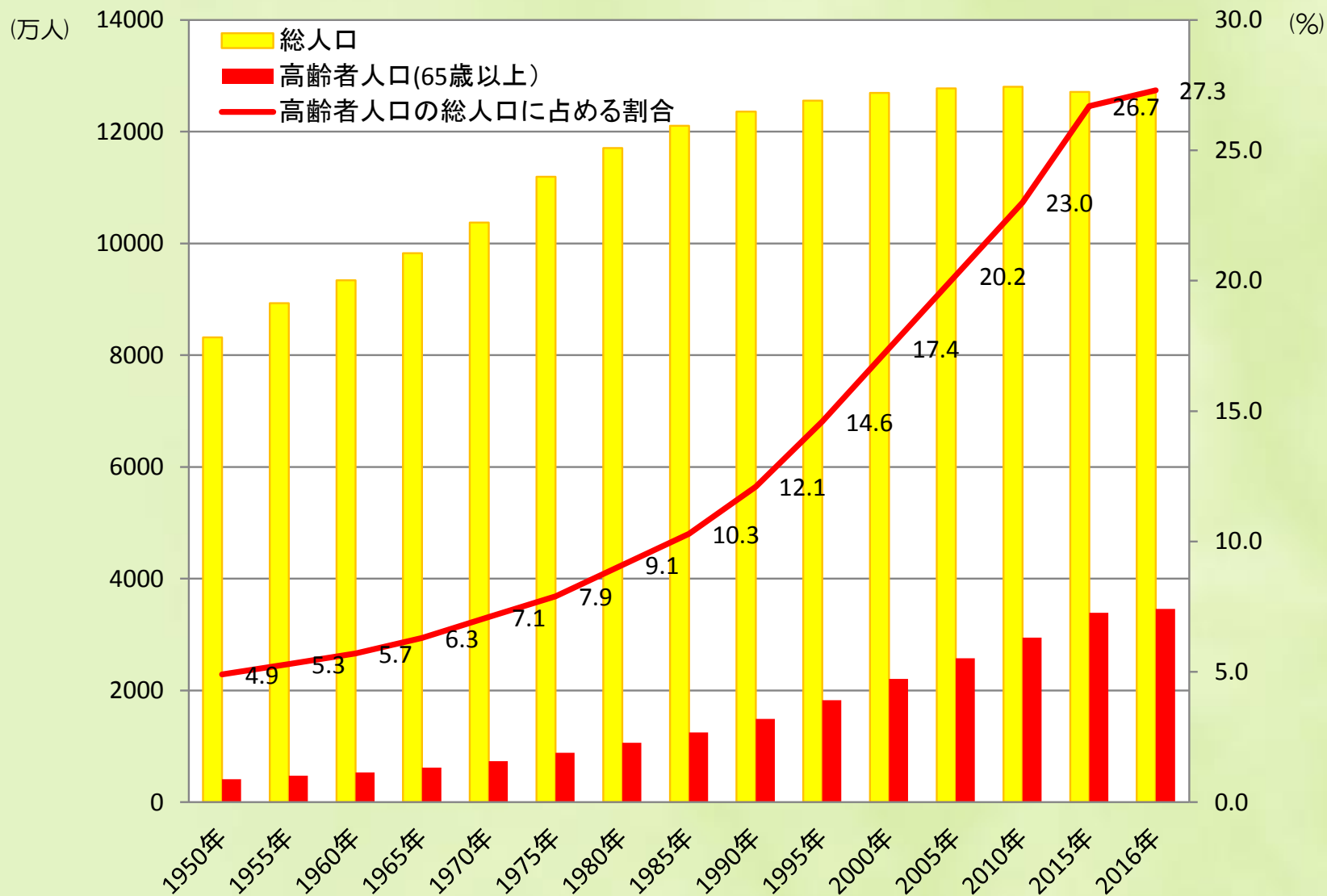
自動車レンタル(個人向け)活動指数の推移

(2000年=100)



資料：第3次産業活動指数（経済産業省）

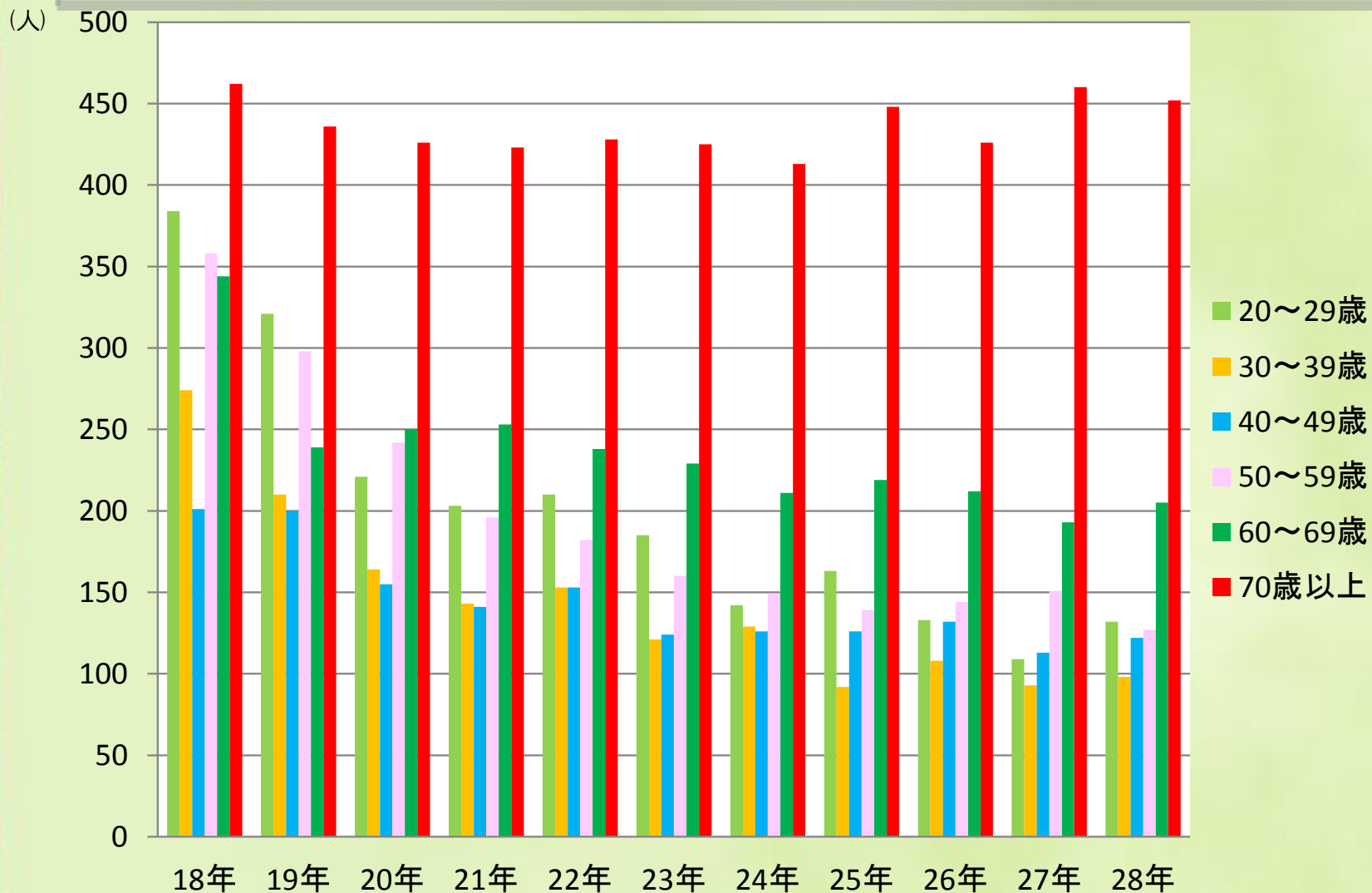
高齢者の増加



資料：総務省統計局

All Rights Reserved, Copyright © 2017, DLRI, Inc.

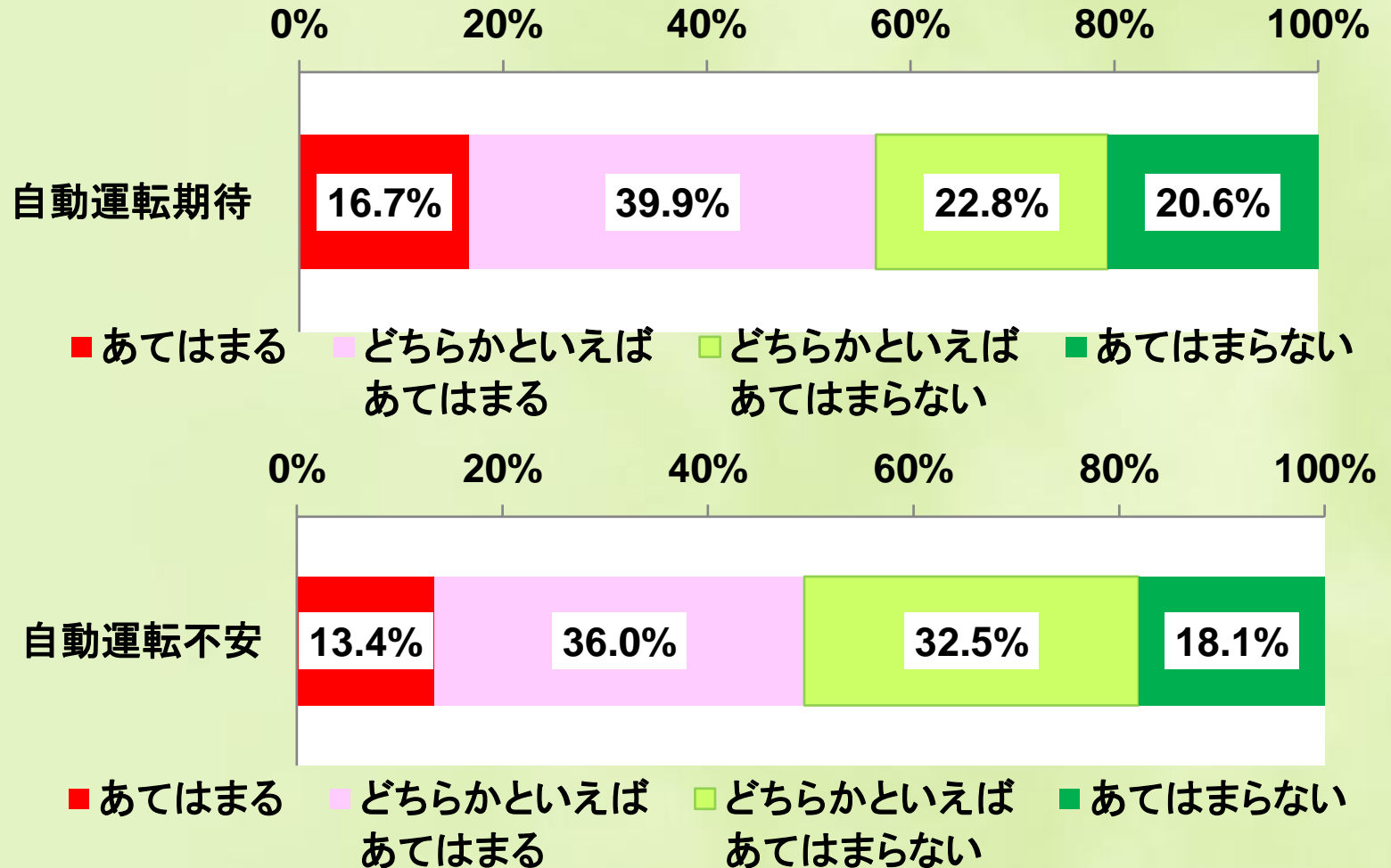
自動車乗車中の年齢層別死者数の推移



資料：交通事故統計(平成28年11月末) (警察庁)

All Rights Reserved, Copyright © 2017, DLRI, Inc.

自動運転の開発・普及による 社会の変化に対する期待と不安



資料：(株)第一生命経済研究所調査 2017年 (n=12,466)

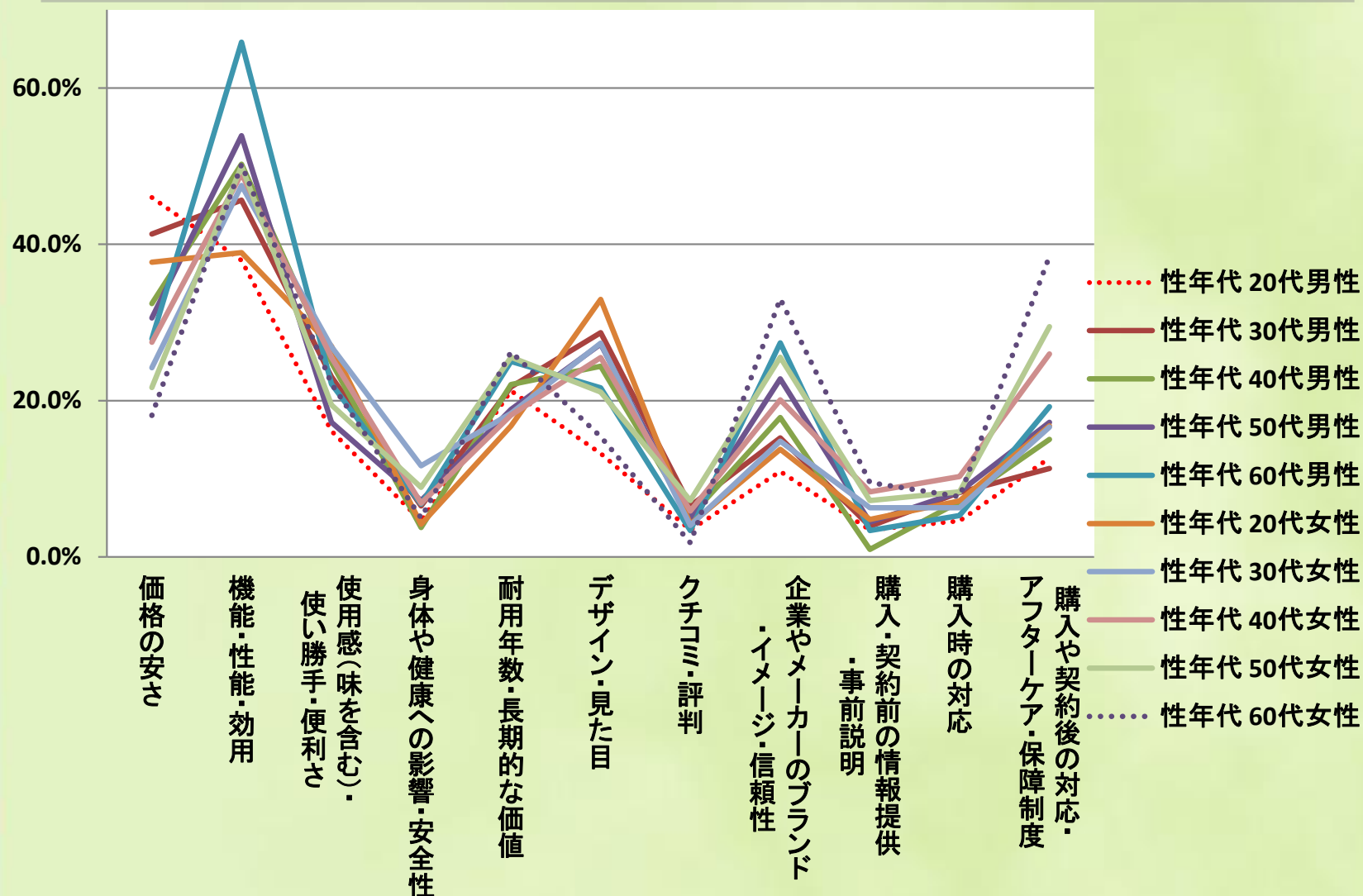
消費者における「自動車」の位置づけ

利用者 — 非利用者

運転者 — 非運転者

移動手段 — 趣味・嗜好物

自動車の選択において重視する点



資料：(株)第一生命経済研究所「企業と消費者のコミュニケーションに関する調査」2015

All Rights Reserved, Copyright © 2017, DLRI, Inc.

自動車の「リスク」の特徴

- リスクが利用者（運転者・非運転者）と非利用者の双方に及び
- 消費や利用を回避することでリスクを逃れることができない
- リスクが身体・生命にかかわる
- 事故やトラブルの原因が多岐に亘り明確にしにくい
- 自助努力によって完全にリスクを回避するということが、非利用者でも困難

① 消費者啓発

■ ドライバーへの運転指導の徹底

- ドライブレコーダ等を利用した運転指導
- できること／できないこと(技術レベル)の認識
- 法令順守と責任意識

■ 消費者への安全教育の徹底

- 非利用者を含めた消費者の認識の統一
- 子ども、高齢者、歩行者、自転車等との共存

② 宣伝・契約時の情報提供と理解促進

■ 過大な期待・誤解を招かない広告表現

- 優良誤認となる表現を避ける
- 技術の限界も含めた正確な情報を提供

■ 消費者視点に立ったわかりやすい情報提供

- 属性によって認識が異なることに鑑みた情報提供
- 具体的事例に基づく情報提供
- 消費者の理解を多角的に確認

③ 事業者間連携・国際協調

■ 企業の枠組みを超えた基準作り

- 仕様の標準化
- 用語や表現の統一
- 説明話法、情報提供の方法の標準化

■ 自動車産業のグローバル展開を見据えた 国際協調

- 長期的にみた効率化とコスト削減



初動が肝心 = 今、考える必要

- 人は「**典型的**」と思うもので判断をする
(代表性ヒューリスティクス)
- 人は**日常接触しやすい情報**で判断する
(利用可能性ヒューリスティクス)
- 人は**最初に示された情報**を基準にしやすい
(固着性ヒューリスティクス)



あとから理解・認識を修正するのは難しい