



2022年1月21日

東日本旅客鉄道株式会社

株式会社 NTT ドコモ

日本電信電話株式会社

鉄道の混雑解消に向け、行動変容を促す共同実験を実施

- 東日本旅客鉄道株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:深澤 祐二、以下「JR 東日本」)、株式会社 NTT ドコモ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:井伊 基之、以下「ドコモ」)、日本電信電話株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:澤田 純、以下「NTT」)は、鉄道を利用するお客さまに混雑を避ける行動を効果的に促す技術(行動変容促進技術^{※1})の有効性を検証するための共同実験を、2022年1月24日(月)から開始します。
- 本共同実験では、モニターとして募ったお客さまを対象に、行動変容を促すメッセージをスマートフォンに配信することによって、列車や駅の混雑を避ける行動を促すとともに、実際に行動変容につながったか検証します。
- JR 東日本、ドコモ、NTT の三社は、本共同実験で得られる成果を活用して行動変容促進技術のさらなる高度化を図るとともに、多様な個々人のニーズと社会全体の課題(混雑解消、安心・安全、経済成長、脱炭素等)にバランスよく対応する移動環境の実現に資する技術開発を進め、より大規模な実証実験の実施や商用サービス化をめざします。

1. 背景

新型コロナウイルスの感染拡大により、密集や混雑を回避する「新しい生活様式」の実践が求められています。また、多くの企業で働き方を見直す動きが進み、通勤スタイルは多様化しています。これらを踏まえ、JR 東日本、ドコモ、NTT の三社は、混雑解消において、多様化する人々の状況に応じた行動変容促進技術の有効性を検証するための共同実験を実施します。

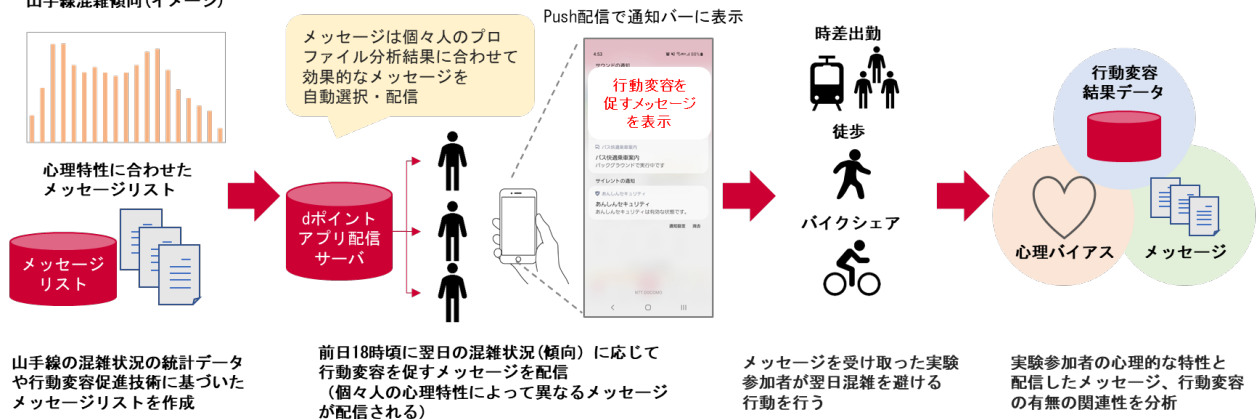
2. 共同実験の概要

本共同実験では、モニターとして募ったJR山手線を利用するお客さまを対象に、それぞれの心理的特性に応じた効果的な働き掛け(ナッジ^{※2})により、人々の行動変容を促進します。具体的には、人々の行動変容を促す行動変容促進技術を活用したスマートフォンへのメッセージ配信によって、列車や駅の混雑時間を避ける行動や、徒歩や自転車(バイクシェア)などの代替移動手段を利用する行動を促します。さらに、このようなお客さまへの働き掛けと実際の行動変容の関連性を分析することで、鉄道の混雑解消における行動変容促進技術の有効性を検証します。

実験場所	JR 山手線沿線
実験参加者	日常的に山手線を利用するお客さま 1,000 人程度 ※募集済み
実験実施時期	2022 年 1 月 24 日(月)～2022 年 3 月 31 日(木)(予定)
実験内容	<p>① 山手線の混雑統計データ※3に基づき、山手線の時間帯ごとの混雑傾向を把握</p> <p>② 実験参加者のプロフィール情報(「損失回避する傾向が強い」などの心理的特性)を分析し、混雑時間帯を避ける行動や代替移動手段の利用を促すための効果的なメッセージ(ナッジ)を複数パターン作成</p> <p>③ ドコモが提供する「d ポイントクラブ」アプリで実験参加者へメッセージを配信</p> <p>④ 実験参加者が「d ポイントクラブ」アプリ上でメッセージ内容を確認し、メッセージに応じた行動変容の有無を回答</p> <p>⑤ 実験参加者ごとの心理的な特性に合わせてメッセージを変えて配信することによる行動変容促進効果を分析</p>

3. 本共同実験のイメージ

山手線混雑傾向(イメージ)



※1 「行動変容促進技術」は行動経済学の知見を生かし、個々人の属性や趣味趣向に応じてパーソナライズした働き掛け(ナッジ)により、人々の行動変容を促す技術です。

※2 「ナッジ(nudge: そっと後押しする)」は人々が自身にとってより良い行動(例:健康促進、疾病予防)を自発的に選択できるよう促す取り組みを指す行動経済学用語であり、人々の行動変容を促す上で費用対効果が高く世界的に注目を集めています。

※3 「山手線の混雑統計データ」は JR 東日本研究開発センター・フロンティアサービス研究所が作成しています。