

# 行動経済学を用いた路線バスの利用促進策\*

## 損失回避効果を取り入れた広告の効果検証

山下冬馬

指導教員 草川孝夫

### 研究背景

公共交通の存続が危ぶまれている昨今であるが、中でも深刻なのが路線バスであろう。日本各地の多くのバス事業者は、利用客減少と乗務員不足に悩まされ、減便や路線廃止を余儀なくされることとなっている。その結果、さらに乗客減少が進み、再び減便や路線廃止が行われるという悪循環に陥っている。路線バスは地域公共交通の要であり、このような状況を一刻も早く打破することが求められている。

### 研究目的

本研究では、路線バスの利用促進策の一つとして行動経済学の理論を用いた広告に注目し、中でも「損失回避効果」を用いた広告の効果を検証することを目的とする。

### 研究方法

本研究では、qualtrics を用いたアンケート調査と R を用いた統計解析を利用する。

### 分析結果

損失回避効果を用いた広告に路線バスの利用意識を大きく変化させる効果は見られず、また、広告タイプの違いによる結果の差に有意差も認められなかった。

### 考察・結論

行動経済学を用いた広告では路線バスの利用促進は望めないということが分かった。しかし、本研究で用いた理論は損失回避効果のみであるため、そのほかの理論の効果や広告のデザインによる効果についてはまだ研究の余地がある。

---

\* 指導教員の草川孝夫先生、そしてアンケート調査にご協力いただいた学生の皆様に心より感謝を申し上げます。