

優等列車の割引商品選択に関する実態および要因分析

中川伸吾 鈴木崇正 尾崎尚也 深澤紀子

鉄道事業者における収入の確保・拡大策の1つとして、優等列車などの指定席がある列車を対象として商品（きっぷ）の価格と販売量を変化させることにより収益最大化を図る手法（イールドマネジメント手法）の導入が挙げられます。この手法を導入したり、手法の効果を評価したりするためには、商品ごとの需要を適正に把握する必要があります。需要を把握する際には、商品の価格や利用制約条件等に応じた商品選択行動を推定する必要があります。そこで、商品選択の実態や要因を把握するために、需要分析とWebアンケート調査を実施しました。その結果、商品選択に際して利用制約条件よりも価格を重視する旅客が多いこと（図）、旅程が不確実な場合には変更や払い戻しのしやすさを重視する旅客がある

程度いることを確認しました。この調査結果に基づいて、商品選択モデルを構築し、変更のしやすさに対する価値の感じ方と商品選択が関連することを明らかにしました。

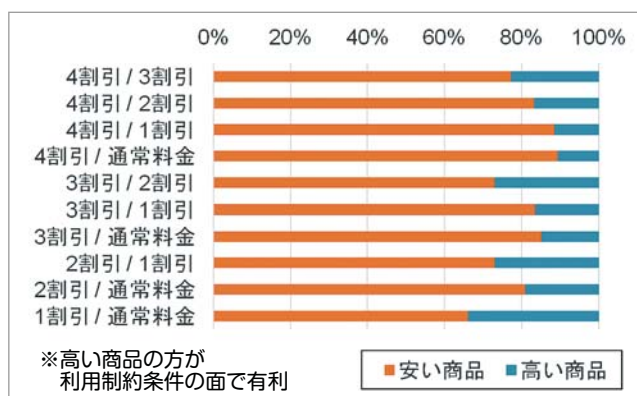


図 価格（割引率）が異なる2商品の選択割合（Webアンケート調査での仮想選択調査の結果）