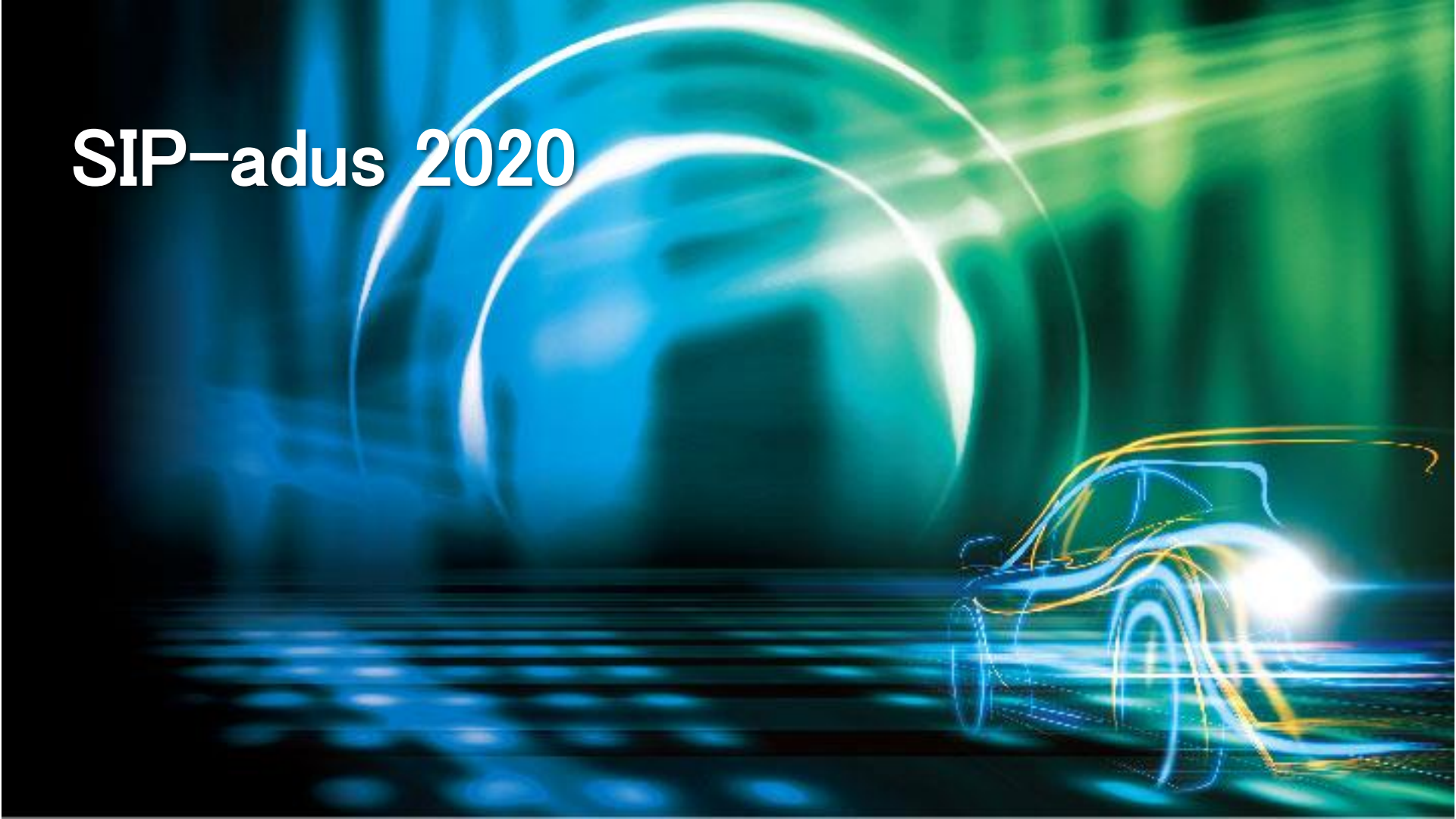


**SIP-adus 2020**



SIP自動運転成果報告会

# Session4 自動運転のある社会



## 社会的受容性の醸成に向けた 評価とアクション

(株)第一生命経済研究所 宮木由貴子 (MIYAKI YUKIKO)  
SIP-adus 自動運転成果報告会

2020年11月10日





# 社会的受容性の醸成に 向けた 評価とアクション

# INDEX



1. 調査研究の概要
2. 期待と不安
3. 関心と体験
4. 認知・利用・理解
5. 消費者における自動運転受容
6. 自動運転の社会的受容性醸成に向けて

1

---

# 調査研究の概要



# 研究の全体構造

## 【定量データ収集】

17  
年  
調  
査

(株)第一生命経済研究所個別研究  
\* 若者調査(全国12,446サンプル)の一部として情報収集

18  
年  
調  
査

(株)第一生命経済研究所個別研究  
自動車・自動運転に関する意識調査 全国3,000サンプル

19  
年  
調  
査

経済産業省・国土交通省委託事業  
第1回自動車・自動運転に関するアンケート調査  
全国12,400サンプル

20  
年  
調  
査

経済産業省・国土交通省委託事業  
第2回自動車・自動運転に関するアンケート調査  
全国12,400サンプル

21  
年  
調  
査

SIP事業：コロナとモビリティ調査  
経済産業省・国土交通省委託事業：  
第3回自動車・自動運転に関するアンケート調査  
全国12,400サンプル(検討中)

第4回(22年)・第5回(23年)調査として継続予定

\* 宮木は2016年より経済産業省・国土交通省委託事業  
「高度な自動走行・MaaS等の社会実装に向けた研究開発・実証事業：自動走行の民事上の責任及び社会受容性の研究事業」に有識者委員として参画

## 【定性データ収集】

・永平寺町：ワールドカフェ実施  
・SIP市民ダイアログ(小豆島)参加

・愛知県日間賀島：ワールドカフェ実施  
・茨城県日立市：ワールドカフェ実施  
・沖縄県北谷町：試乗&ディスカッション実施  
・オーストラリア：試乗&ヒアリング実施  
・SIP市民ダイアログ(伊那市)参加

調査票検討中@経済産業省・国土交通省委託事業

内閣府SIP事業



## ■ 研究内容

全国を対象としたアンケート調査を定期的を実施し、自動運転の社会的受容性醸成に関するKPI/KGIを検討。

消費者意識・行動の時系列変化等を追跡しつつ、自動運転の社会的受容性醸成に必要な対策・行動・対象・方法等を模索。

## ■ 研究プロセス

- (1) 社会的受容性を構成するファクターを設定
- (2) 社会的受容性を構成するファクターごとに調査項目を複数設定しアンケート調査を実施
- (3) アンケート結果を元に、尺度の信頼性分析などを行いながら各ファクターの結果を得点化
- (4) 得点を属性別、特性別などでプロットし、どのような人でどのような特徴があるのかを見える化
- (5) 結果を元に、属性や地域ごとに具体的戦略をたて、同一設問で調査を継続することで経年変化を分析
- (6) 結果を踏まえた行動提案と評価

# 2020年アンケート調査の概要

## 【調査概要】

- 調査対象：全国の18-79歳の男女12,400名
- 調査時期：2020年 1月
- 調査方法：インターネット調査

調査票作成協力：内閣府(SIP-adus),  
警察庁, 消費者庁,  
経済産業省, 国土交通省

## 【調査の内容（調査項目）】

- ◆ FACE
- ◆ 地域特性・モビリティに対する意識・日常生活実態・高齢期移動への意識
- ◆ 移動手段の状況と感覚  
(外出先・手段・時間・負担感等)
- ◆ 事故遭遇・ヒヤリハット経験
- ◆ 高齢期のモビリティと免許返納・サポカーの認知度と利用意向
- ◆ 自動運転についての理解・意識・実態
- ◆ 自動運転の受容要素と総合受容得点
- ◆ 自由回答



# 2

---

期待と不安



# 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

自動運転への期待は約7割、不安感は半数弱  
「期待なし・不安なし」の無関心層は17.7%

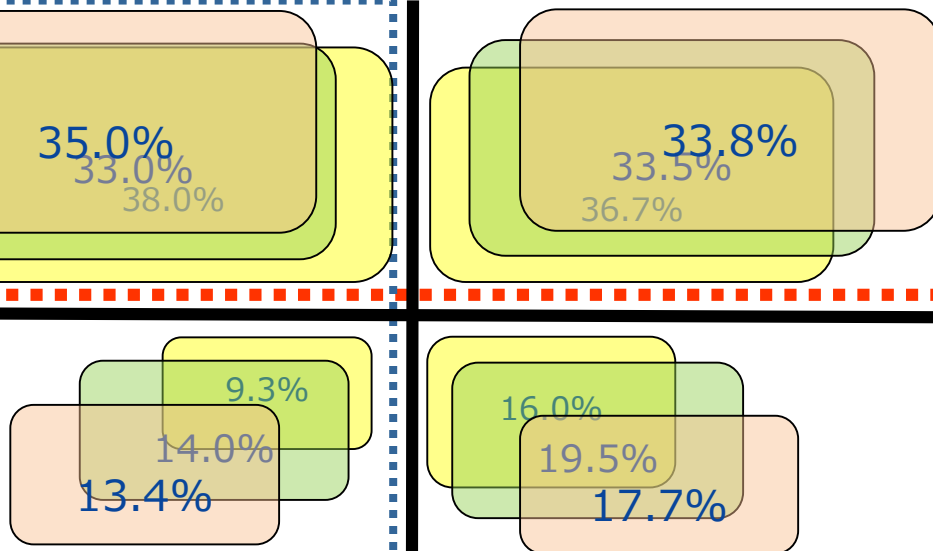
期待あり

経済研調査 第1回調査 第2回調査  
(2018年) (2019年) (2020年)

期待あり 74.7 ⇒ 66.5 ⇒ 68.9%

不安あり

不安なし



不安あり 47.3 ⇒ 47.0 ⇒ 48.5%

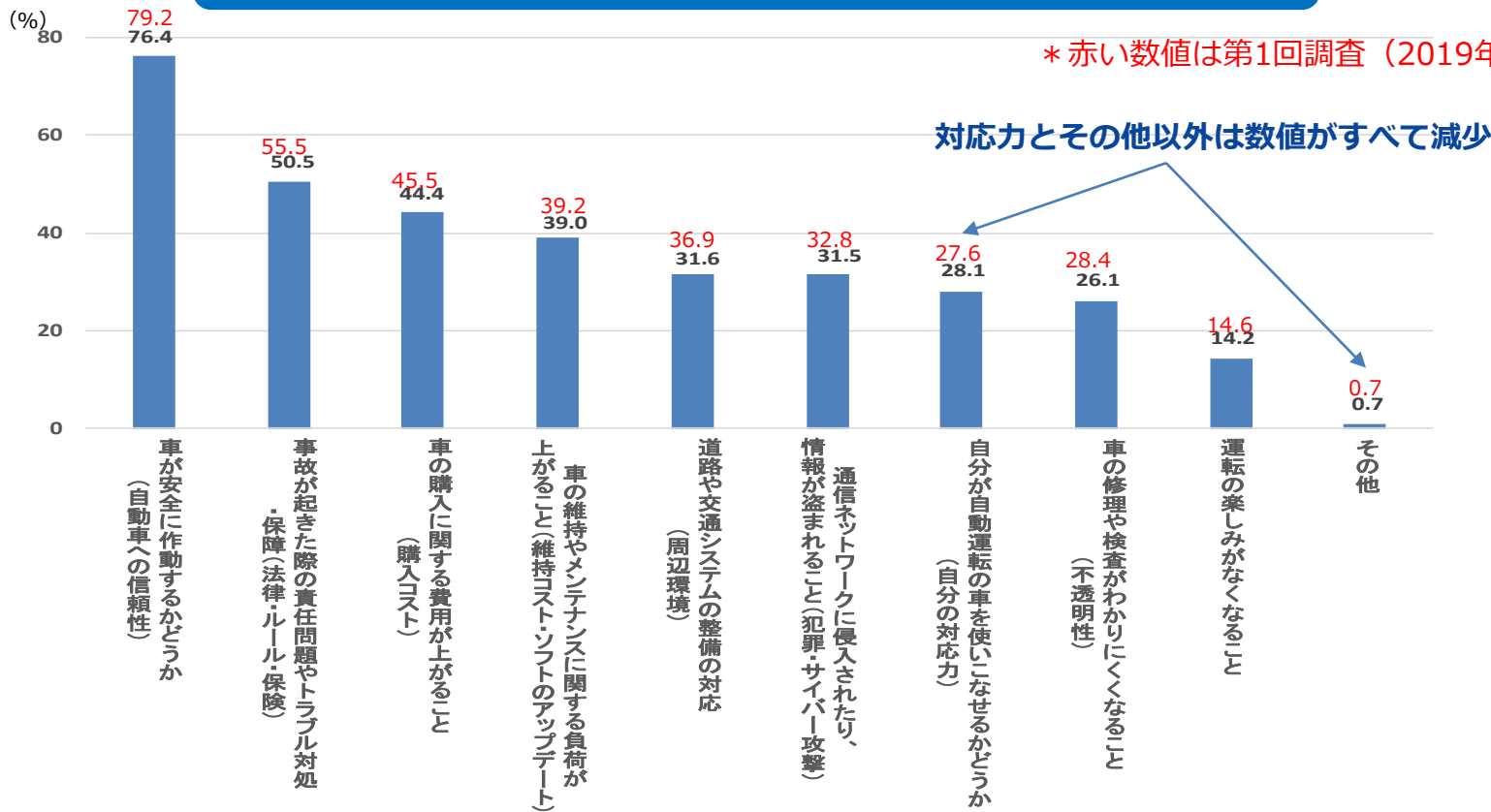
経済研調査 第1回調査 第2回調査  
(2018年) (2019年) (2020年)

期待なし

黄色：2018年データ (株)第一生命経済研究所調査  
緑色：2019年データ 経済産業省・国土交通省委託事業としての調査  
橙色：2020年データ 経済産業省・国土交通省委託事業としての調査  
いずれも初年度の調査対象である20-60代のみを取り出して比較した数値

# 自動運転に対する不安の具体的な内容

自動運転への不安は、安全な作動についてが最多で変化なし  
以下、法的責任、コスト負担と続く点でも変化なし



3

---

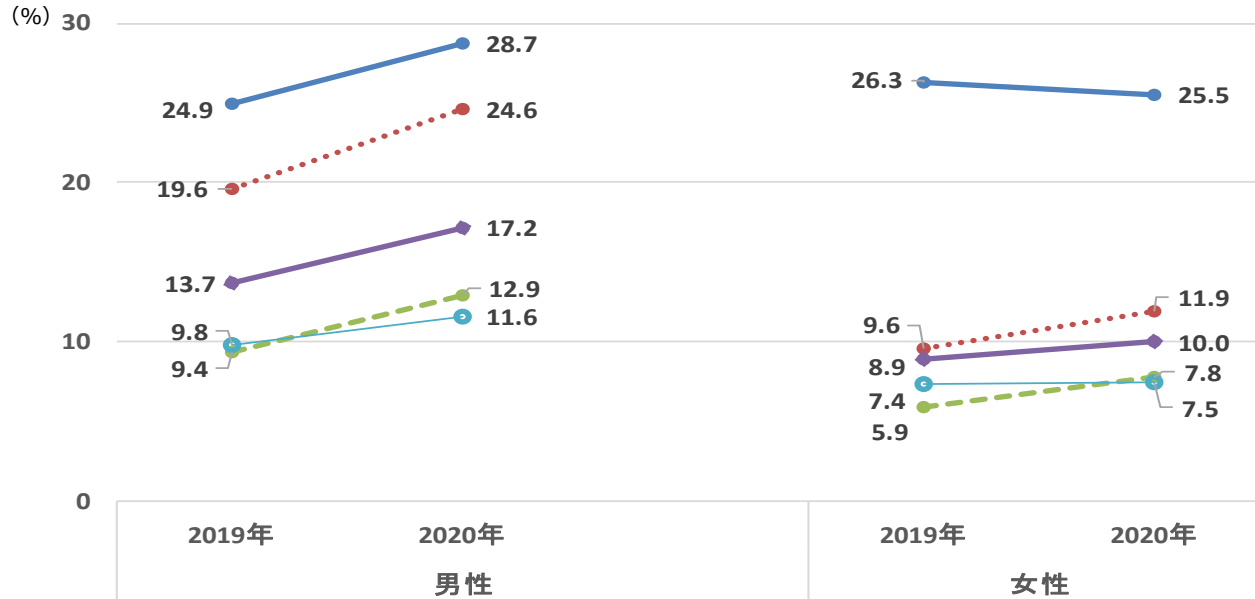
## 関心と体験



**社会的受容性醸成に向けた情報発信においては  
対象の特性・傾向に応じて  
発信すべき情報の内容、情報発信手段を  
効果的に使い分ける必要がある**

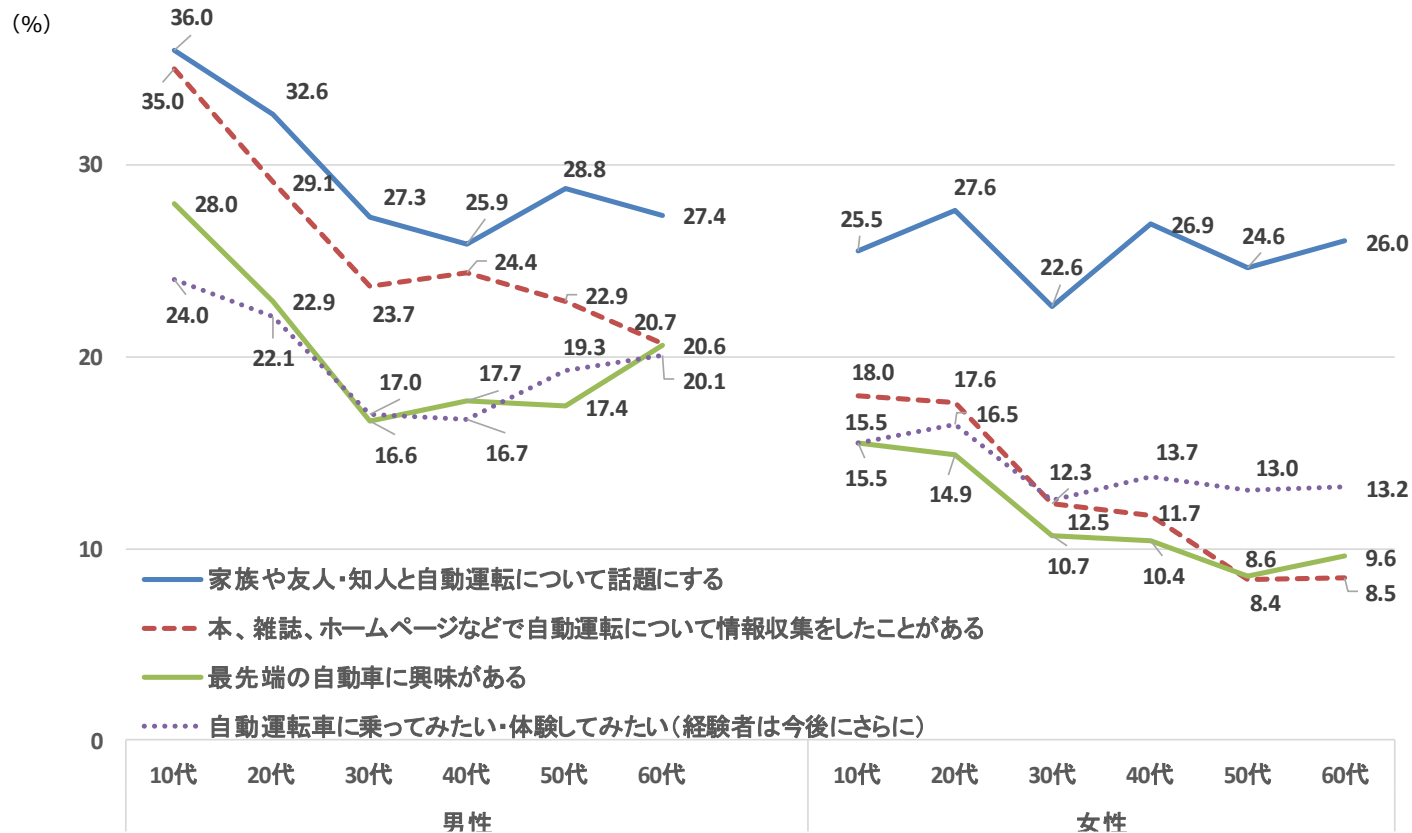
# 自動運転に対する興味・情報収集・体験（性別時系列）

2019年→2020年にかけての伸びは、特に男性がけん引  
女性への情報普及は「話題」としての付加価値がポイント



# 自動運転に対する興味・情報収集(性・年代別)

最も話題にしないのは男性40代と女性の30代  
 情報収集は若いほど実施、情報収集・興味関心は女性で低く、年代が上がるとさらに下がる





# 4

---

認知・利用・理解



自動運転技術の認知度は上がったが  
利用者はそれほど増えていない上に  
機能搭載への意識と理解度は低い

# 運転支援機能の認知度と利用状況

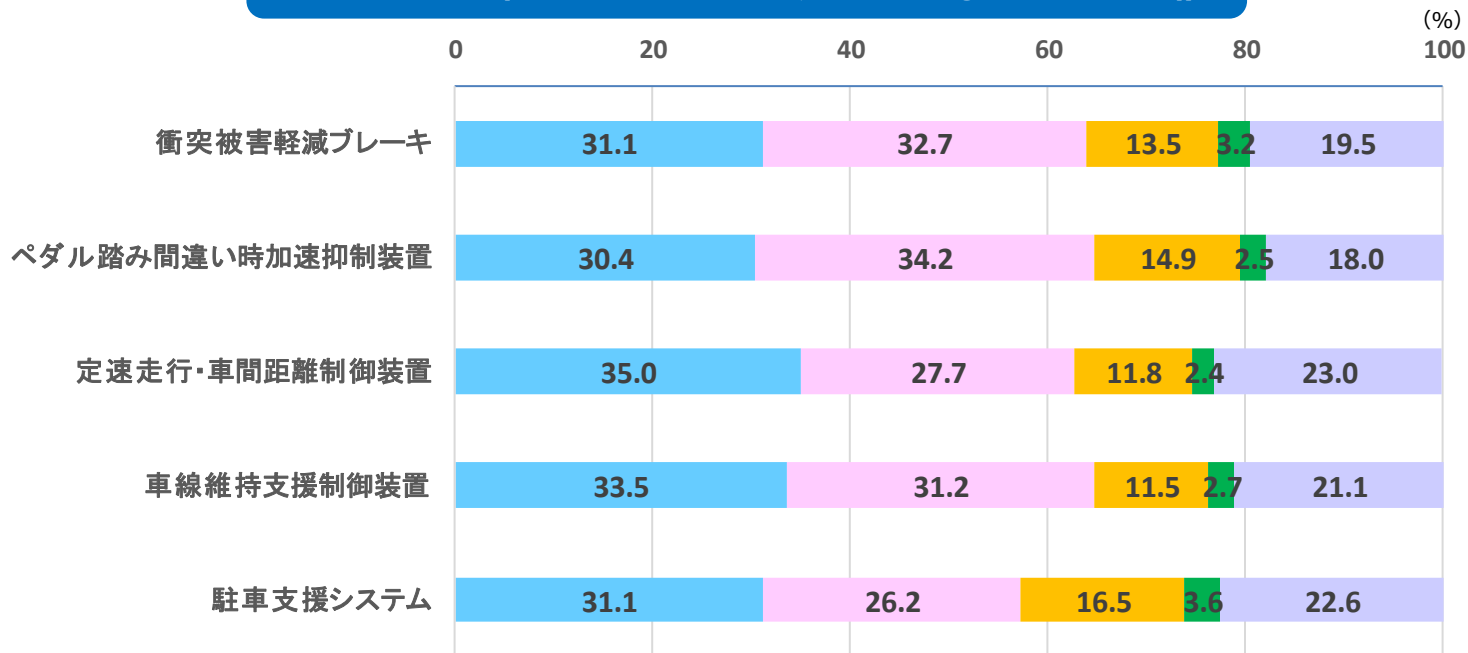
認知度は高くなったが、利用率は大きくは上がっていない  
機能搭載の意識や実際の利用は機能付き車両利用者の半数程度

(単位：%)

	知っている		機能のついた 自動車を利用した		そのうち	
	第1回調査 (2019年)	第2回調査 (2020年)	第1回調査 (2019年)	第2回調査 (2020年)		
衝突被害軽減ブレーキ	68.8	73.8	17.8	18.5	⇒	56.1 ← 機能がついていることを 普段意識
ペダル踏み間違い時加速抑制装置	49.8	61.1	7.9	7.5	⇒	56.7 ← 機能がついていることを 普段意識
定速走行・車間距離制御装置	48.9	54.1	10.5	10.7	⇒	55.2 ← 機能を普段利用
車線維持支援制御装置	44.5	50.6	7.8	9.1	⇒	52.3 ← 機能を普段利用
駐車支援システム	48.2	52.0	3.9	4.8	⇒	42.5 ← 機能を普段利用
どれもない	24.2	20.4	51.7			
機能がついているかどうか不明	-		23.7			

# 運転支援機能利用者の理解度

説明を受けて理解したとする人は3割程度  
35%~40%程度がきちんと理解していないという実情



- 詳しい説明を受け理解した
- 詳しい説明を受けそれなりに理解したがわからない部分もあった
- 詳しい説明を受けたがあまりよくわからなかった
- 詳しい説明を受けたがわからなかった
- 詳しい説明は受けなかった

注：それぞれの機能のついた自動車を利用している人の回答

# 5

---

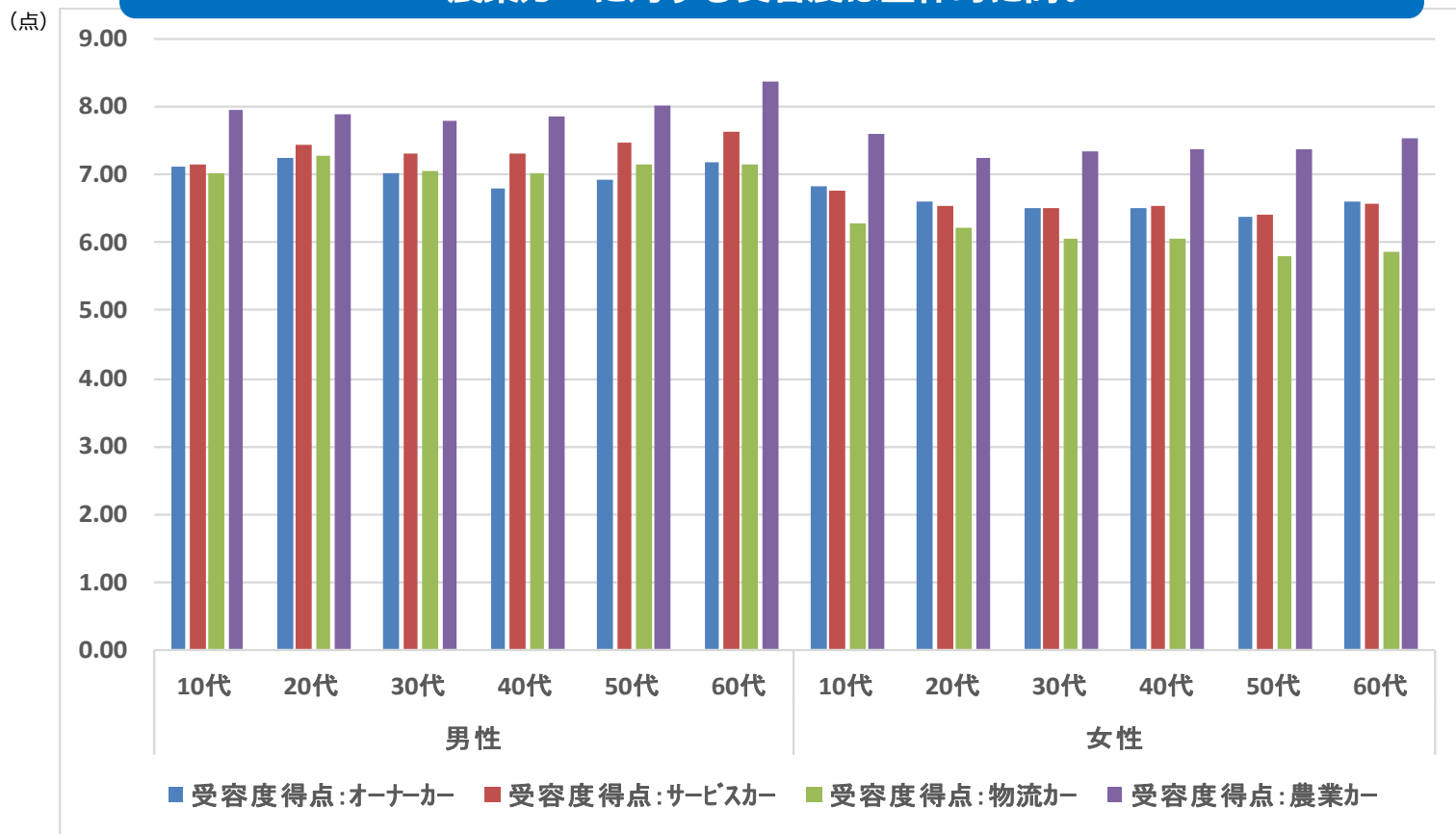
## 消費者における 自動運転受容



**自動運転の種類別に受容度が異なる**  
**自動運転の普及によって生じる変化や状況の**  
**何を受容でき、何を受容できないのかを**  
**属性・特性ごとに検討する必要**

# 総合受容度得点 <性・年代別> (オーナーカー、サービスカー、物流カー、農業カー)

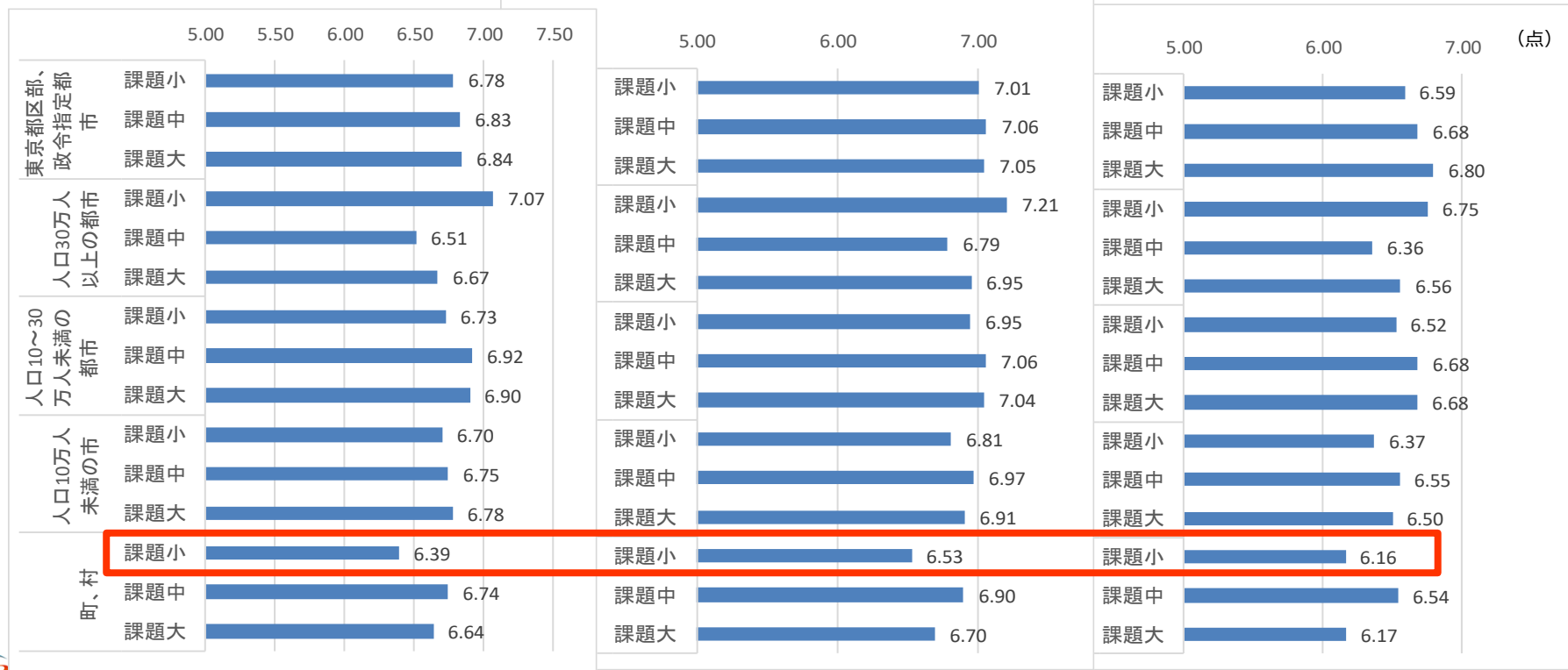
受容度が高いのは、オーナーカーでは20代男性、サービスカーでは60代男性  
農業カーに対する受容度は全体的に高い





# 総合受容度得点<性・年代別>(オーナーカー、サービスカー、物流カー、農業カー)

都市規模の小さい「町、村」にいながらモビリティ課題が小さい人(モビリティに困っていない人)では、2019年調査同様、受容度が低い



【オーナーカー】

【サービスカー】

【物流カー】

# 6

---

## 自動運転の 社会的受容性醸成に 向けて



属性・特性に合わせた効果的な  
自動運転と関連情報への接触機会の創出

既にご利用している人の機能体感と満足感向上による  
消費者体験に基づく内発的動機の喚起

異業種・他領域との連携  
効果的な受容性醸成に向けた戦略設計

# 社会的受容性の醸成に向けた評価とアクション

領域	活動項目	
Performance ①基盤検討	1	全体フレームと個々のプロジェクトにおける戦略作成・連携 ＜Frame & Strategy＞
	2	対象・土壌に関する情報収集・理解＜Target Grasp＞
Performance ②発信	3	発信情報の選定・編集・加工＜Adaptation＞
	4	情報発信手段・メディア・場＜Means＞
	5	体験機会創出・UX＜Experience＞
Performance ③受信・拡散	6	フィードバック・双方向性＜Communication＞
	7	情報拡散・社会的関心＜Expansion＞
Goal	8	消費者における理解＜Understanding＞
	9	消費・利用行動＜Use＞
	10	消費者における社会的受容度＜Acceptance＞

# 自動運転の「受容」形成プロセス

## WHAT

自動運転技術とは何か？  
〈それぞれの対象に応じた可能性として〉

## WHY

なぜ自動運転技術が要るのか？  
〈社会課題へのソリューションとして〉

## HOW

社会実装における課題をどう克服するか？

**Thank you**

