

## 論文要旨

近年、交通情報の提供による道路混雑解消施策に期待が寄せられている。この施策は、情報提供によりドライバーの自主的な判断に影響を及ぼすことで、自動車交通を時間的・空間的に分散し道路混雑を解消する、ということを目指している。これまで、情報提供がドライバーの行動に及ぼす影響に関して多数の研究が行われてきたが、情報の「見せ方」が行動に及ぼす影響は考慮されてこなかった。しかし、ドライバーが「生身」の人間であることを考えれば、同一の情報でもその「見せ方」により、ドライバーの行動に与える影響が異なる可能性が考えられる。また、従来多くの実務や研究では、ドライバーを分散誘導するための交通情報として、ドライバーの私的な利益に合致した情報、すなわち、ドライバーの利便性を高めることも可能な情報が扱われてきた。それは、交通情報提供施策の効果がドライバーの「自主的」な判断に依存していることに因ると考えられるが、人間は完全に合理的なわけではなく、利他的な動機も持つことから、「社会を望ましい状態に導くことを目的とするがドライバーの私益には合致していない情報」（本研究では以下、「公益情報」と呼称する）に従うドライバーも少なからず存在する可能性があると考えられる。このような公益情報の提供により、交通状況が社会にとってより望ましい状態に近づく可能性があると考えられる。

そこで本研究では、公益情報の提供と、その情報の表現の仕方や強調方法が、ドライバーの経路選択行動と交通状況に与える影響を把握することを目的として、経路選択に関する室内実験を実施した。

その結果、従来実務や研究で扱われてこなかった「公益情報」の提供により、交通状況が社会的に望ましい状態に近づく可能性が示唆された。そして、公益情報の表現の違いにより、ドライバーの情報の参照の仕方に差異が生じる傾向が示された。さらに、同一の内容の情報を提供する場合でも、被験者属性によっては、情報を表示する際に文字を強調して提供しただけで、被験者の経路選択行動に差異が生じる可能性が示唆された。