

西日本インカレ（合同研究会）2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報に記載しないでください。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ）キュウシュウサンギョウダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）マツカサ ゼミナール
九州産業大学	商学部	松笠 ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）ダイソonz	フリガナ）カサノ アヤカ	5 人	無
ダイソonz	笠野綾香		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール（具体的に使用するツールを明記してください）

クリッカー、指示棒

研究テーマ（発表タイトル）

大学生のカーライフ～福岡におけるカーシェアの現状と課題～

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

近年、若者の車離れが社会問題として取り上げられている。若年層(18歳～29歳)の自動車所有率が7年で約25%減少傾向にある。松木 室町(2013)は、経済的な問題・公共交通機関の発達・消費行動の変化・保有の手間の4つの要因が自動車所有率低下を引き起こしていると記載している。また、免許取得率を見ると6年で約20%上昇傾向にあり、自動車に対する「興味関心」がないわけではない。所有率の低下の要因と免許取得率の上昇から、若者は車を持っていない状況にあるが、車を運転できる状態にあり、これらが、車に接する機会の減少に影響を与えているのではないかと考えた。どうすれば車に接する機会を増やすことができるのかについて考察を行う。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

車に接する機会を増加させる手段として、車のレンタルサービスに着目した。既存の車レンタルサービスとしてレンタカーが挙げられるが、レンタカーとは別の新たなレンタルサービスとして、カーシェアという新たなサービスがあることを知った。レンタカーとカーシェア市場を見ると、年々盛り上がりを見せており、車のレンタルサービス需要は増加していることが分かる。車のレンタルサービスであるレンタカーとカーシェアの違いはなにか、比較分析を行った。比較分析から、レンタカーは「計画性のある長距離・長時間などの移動手段として有効」で、カーシェアは「短時間で貸し出しが可能、日常生活の中で気軽に使える機動性」カーシェアは「短時間からの利

用が可能な為、日常的な用途に利用しやすい]と言える。

カーシェアリングの「機動性」が若者の車に接する機会を増やすことができるのではないか。

3. 研究テーマの課題

地域を福岡県に絞り、若者の中の「大学生」という身分からカーシェアリングがどういったものなのか大学生の視点で調査を行う。

[調査 1] カーシェアの認知度はどれぐらいなのか、福岡県にある大学に在学中の学生 249 人に対し、カーシェアに関するアンケート調査を行った。カーシェアを知っているかという問いに対し、7 割の学生が「知らない」と回答、②今後カーシェアを利用したいかという問いに対し、約 7 割の学生が「利用したい」と回答だった。アンケート調査から、カーシェアのニーズは高いが、認知度が低いことがわかった。

[調査 2] カーシェアは大学生にとって利用しやすいのか、また、大学生がカーシェアを利用する際のメリットとデメリットを知るために、実車体験を行った。実車体験から、私たちなりのメリット・デメリットを挙げた。

◇メリット…自分なりの利用時間に合わせて利用できる、学生は月額料金無料、予約取り消しが簡単、予約から乗車までがスムーズ、短時間利用が可能で使い勝手が良い

◇デメリット…ステーションの数、会員登録が面倒、クレジットカード決済(現金での精算が不可)

実車調査から、①時間と料金の柔軟な設定が可能で、15 分単位で自分に合った時間設定での利用が可能②予約してから乗車までの手続きがスムーズで気軽に使え、利用する際のハードルが低い。このことから、大学生にとってカーシェアは身近で、生活の一部として取り入れることができる。

[調査 3] 他の大学生はカーシェアをどのように利用しているのか、普段からカーシェアを利用している大学生 3 人の 2 カ月の利用データの分析を行った。利用者分析から、ショートランの利用・夕方以降の利用が多いことがわかった。カーシェアは夜間、並びに短時間利用は料金が安く設定されている為、大学生の夜間や突然の行動に適している。また、一人ではなく友人等との利用が多いことがわかった。内閣府のデータから、若者は友人や恋人との時間に充実感を感じているというデータがあり、カーシェアを使う動機に人が関係しているといえる。利用者の声で「何度も使っているうちに新しい交通手段になった」「予約してから乗るまでがスムーズでレンタカーよりもカーシェアの方が便利」「夜でもすぐ利用できるので急な用事や暇つぶしに対応できる」という声から、このような無計画な行動や夜間の利用などいわゆる大学生のノリのことを指す。

[調査 4] カーシェアの利点を感じたにも関わらず、大学生のカーシェア認知度が低いのはなぜか、タイムズ側にヒアリング調査を行った。調査の結果「大学生をターゲットとして捉えていない」「ステーション数を今後増やしていくことが課題」という回答だった。

4 つの調査の結果から、①カーシェアと大学生のライフスタイルやノリはマッチしていて、利用しやすいサービスであり、車に接する機会の増加させるための一つのきっかけになる。②大学生にニーズがあるにも関わらず、知名度が低く、タイムズ側も大学生をターゲットとしていない。③単にステーション数を増やすだけでなく、大学生に目を向け、ターゲットにすることで、車に接する機会の提供と企業の発展につながる

4. 課題解決策 (新たなビジネスモデル・理論など)

大学生のニーズがある中で、認知度の低さを「ウケル宣伝方法」で解決できないだろうか。私達はネット社会での大学生の拡散力に着目した。

① SNS を活用した宣伝 大学生は、スマートフォンの使用用途として SNS や LINE・動画閲覧が約 8 割と最も多い。大学生の SNS の影響力に注目した。方法として、カーシェアの乗車方法などを撮影⇒SNS へ投稿(shuttlerock 機能を用いて投稿を収集)⇒カーシェアを知らない学生の認知度 UP につながるのではないかと。また、ゲーム的要素、優秀な投稿には特典を設けたりすることで大学生の投稿意欲を高めることが可能。

② 大学との連携 大学内にある電光掲示板や大学の WEB サイトにカーシェアの情報を掲載し情報発信を行う。また、大学内に無人カード発行機の設置を行うことで、カーシェアがより身近なものになるのではないかと。

5. 研究・活動内容 (アンケート調査、商品開発など)

① カーシェアリングが繁栄をみせる中で、福岡の大学生のカーシェアリング事情はどのようなものか、2017 年 7 月 4 日から 6 日の期間に、九州産業大学、九州大学、福岡大学、福岡工業大学、久留米大学、西南学院大学、北九州市立大学の学生 249 人に対し、大学生のカーシェアリング事情・現状を把握するためのアンケート調査を実施。

- ② 大学生が利用する際のメリット・デメリット、大学生にとってカーシェアは利用しやすいのを知るため2017年7月29日～10月24日の期間に実車調査を実施。
- ③ 普段からカーシェアを利用している大学生3人の7月1日～8月31日の期間の利用者分析を実施。
- ④ タイムズに対して大学生マーケットをどう捉えているのか、10月27日にヒアリング調査を実施。

6. 結果や今後の取り組み

自動車所有率の低下の4つの要因と免許取得率の上昇が、若者の車に接する機会の減少に影響を与えていたが、大学生にとって利用しやすいサービスであるカーシェアを活用することにより、車に接する機会の減少の抑止に繋がる。しかし、大学生のニーズが高いにもかかわらずタイムズ側が大学生をターゲットとしていなかったため、インターネット社会において拡散力のある大学生に目を向け、ターゲットにすることで、若者に対する車に接する機会の提供、企業の発展に繋がるのではないかと。

[今後の課題]

今回は、福岡県の大学生、タイムズカープラスに絞ってカーシェアの実態を研究したため、今後はより幅広い視野で調査研究をしていきたい。

7. 参考文献

松木智洋 室町泰徳(2013)「交通手段利用履歴が大学生の将来の車購入に対する意識に与える影響に関する研究」

<参考 URL>

Times Car PLUS <https://plus.timescar.jp/> (5/25)

公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団 <http://www.ecomo.or.jp/index.html> (5/26)

内閣府 消費動向調査 http://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/shouhi/menu_shouhi.html (6/26)

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、翌年3月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限り、ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合は、必ず著作権・版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず使用するツール名をご記入ください。企画シートにご記入が無い場合は、発表当日の使用はできません。あらかじめご了承ください。

↑ここまでを4ページ以内に収めて、提出してください↑