

首都圏の鉄道でオフピーク定期券の導入が検討されている。通勤ラッシュ時の時間帯以外でしか利用できる定期券をオフピーク定期券と呼ぶが、この価格を通常の定期券よりも安くして、利用客をラッシュ時から他の時間に誘導しようというものだ。オフピークの定期券を安くする分だけ、ピーク時でも利用できる通常の定期券は少し高くなるようだ。

ラッシュ時の料金を引き上げ、それ以外の時間帯の料金を下げるという料金体系を、ピークロードプライスと呼ぶ。それによってピークの混雑を避け、利用時間帯の均等化を進めようというものだ。合理的な制度であるので、鉄道以外の分野では当たり前のように進められてきた。例えば観光地のホテルの料金は、ハイシーズンとオフシーズンでは大きく異なる。航空機の料金も時期によっ

東京大名誉教授(国際経済学)

伊藤 元重

## 論壇

て価格差がついており、早朝の時間帯やオフシーズンでの利用では料金は安くなっている。

鉄道だけは、こうしたピークロードプライスが適用されてこなかった。鉄道料金が厳しい規制の対象であったこともあるだろう。また、ただでさえ朝晩のラッシュで大変な思いをしているのに、料金まで引き上げられてはたまらないという利用者

インツールなどを利用して在宅勤務が可能になる。オンラインツールは遠隔での会議や打ち合わせにも使える。

通勤時間を柔軟にできれば、育児への対応でもいろいろなことが可能になる。例えば、朝保育園に子供を送るのはお父さん、そして早朝から出勤したお母さんが子供を夕方迎えに行く、ということも可能になる。

### 働き方改革とオフピーク料金

の反応もあった。

ただ、コロナ禍をきっかけに状況が少し変わってきた。多くの人が過度な混雑を避けようとしている。ラッシュ時を避けて他の時間帯で鉄道利用をする人も増えている。そしてそうした変化をさらに促進させているのが、働き方の変化である。毎日、定時に出勤しなくても、オンラ

企業の方でも、こうした多様な働き方を進めることが、従業員の生活の満足度を高めるために重要であると考えようになっている。

鉄道料金でのオフピーク料金の導入の試みは、たんに鉄道会社の収益改善のための手法であるというだけでなく、働き方の改革と密接な関係にあることがわかる。混雑解消への

要求が高まり、在宅勤務が広がったことは、感染症の広がりという緊急事態への一時的な対応にとどまるものではなく、私たちの生活や社会のあり方を大きく見直すきっかけにもなっているのだ。

ところで、経済学的にはピークロードプライスにはもう一つ意義がある。鉄道などの公共交通機関は膨大な額の固定費を抱えている。鉄道サービスを維持する費用だ。この費用の大きさはピーク時のサービスによって決まる分が大きい。オフピーク時には、これらの固定費用の多くは利用されていないからだ。もしピーク時の利用頻度を少し下げたその需要をオフピークに移すことができれば、公共交通の固定費を大幅に下げることができる。時間差調整によるこのような費用削減の社会的な意義も大きい。

\*この記事は静岡新聞社編集局調査部の許諾を得て転載しています。無断転載、複製を禁じます。