

# 有料道路の社会実験について

～四国の広域交流拡大に向けて～

四国地方整備局 道路部道路計画課 たなかもとゆき 田中元幸

## 1. はじめに

四国の高速道路網の整備は、わずか20年足らずで全国水準に追いつくなど、大きな進展を遂げてきた。しかし、ネットワークが不完全であることや、利用料金の割高感などの課題から、利用交通量が伸びない等、本来の効果を十分に引き出せていないのが現状である。

こうした背景のもと、国土交通省の平成15年度の重点施策である「多様で弾力的な料金施策に向けた社会実験」の一環として、料金割引による広域交流の拡大や一般道路から交通の転換を促進する社会実験を実施し、地域への効果や一般道路への影響等を検証した。本稿では、実験の概要とその結果について報告する。

## 2. 実験の概要

### 2.1 四国の現状と課題

四国の高速道路網の整備は、昭和60年3月の松山自動車道三島川之江～土居間の開通を皮切りに、平成12年3月には四国の県都間を結ぶエクスハイウェイが開通するなど、わずか20年足らずで高速道路の計画延長に対する開通延長は60%を超え、全国並の水準まで整備が進んだ。また、本四三架橋の開通により、本州との結びつきも更に強化されるなど、基礎的交通条件は大きな変貌を遂げてきた。こうした、高速道路網の整備が進む一方で、ネットワークが不完全であることや、都市交通との連携、空港・港湾との連結、利用料金の割高感などの課題から、並行する一般道路に比べ高速道路を利用する交通量は低く、依然として一般道路には渋滞や沿道環境悪化等の課題を抱えている。加えて、過疎化、高齢化が深刻化している四国において、高速道路の未整備地域では都市からの時間的遠隔性から、豊かな自然、多様な地域資源が活かされず、産業の不振、過疎化の進行など、他地域との格差はますます拡大している。



図2. 四国の高速道路網(H15.4月現在)

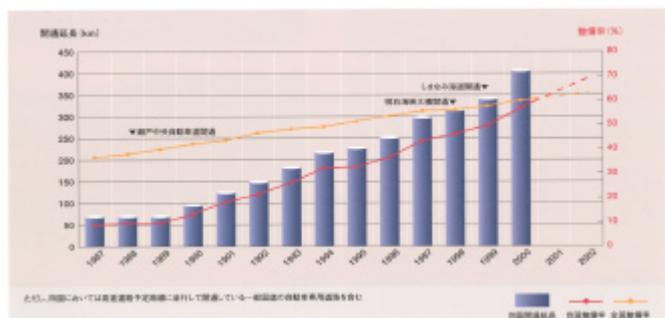


図1. 四国の高速道路の延長及び整備率の推移と全国比

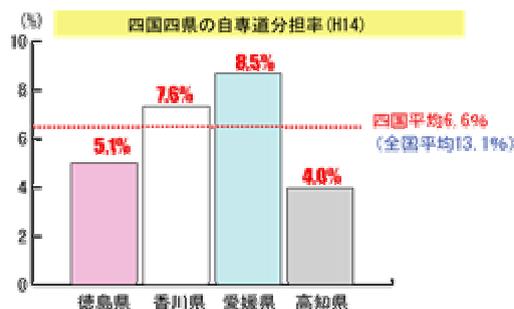


図3. 四国の規格の高い道路を使う割合(H14年度値)

## 2.2 実験の概要

こうした中、国土交通省では、平成15年度に一般道路から交通の転換等を促進することにより道路の有効利用を図るとともに、沿道環境改善や渋滞緩和、交通安全対策などを推進するための料金に係る社会実験を創設、地方の提案を公募・選定し、全国各地で展開することとなり、四国では、高速道路網の有効活用と、四国の「活力」を十分に引き出すために、「四国内外の広域交流拡大を促進」「一般道路から高速道路への交通の転換」「一般道路の渋滞や沿道環境の改善」を目的とした社会実験を実施した。

### <実験概要>

JH 四国支社が販売する四国島内週末限定、3日間乗り放題となる、「四国スーパー割引週末3DAYSチケット」(3DAYSチケットと呼称)の更なる割引を実施。(四国特割社会実験チケットと呼称)

普通車 8,000円 ? 割引後 6,000円 (25%割引)

利用期間内で、金・土・日・月曜日のうち連続する3日間について利用可能。

四国特割社会実験チケットの販売にあわせて、利用者アンケートを依頼。

地元観光施設等の協力により、優待施設券をパッケージし、付加価値を向上

	販売元	利用期間	チケット料金
四国スーパー割引週末3DAYSチケット	JH四国支社	平成15年9月5日 ~12月22日	軽自動車等 : 6,500円 普通車 : 8,000円 中型車 : 9,500円
四国特割社会実験チケット	四国地方幹線道路協議会	平成15年10月31日 ~12月1日	軽自動車等 : 4,500円 普通車 : 6,000円 中型車 : 7,500円

### <実験対象道路>

高速道路：四国縦貫自動車道、四国横断自動車道

一般有料道路：高松東道路、今治小松自動車道

### <実施体制>

四国地方幹線道路協議会(国土交通省四国地方整備局、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、日本道路公団四国支社、本州四国連絡橋公団)が実験主体として実施。



図4. 実験対象道路

## 2.3 広報活動

この取り組みは「広域交流の拡大」が主たる目的であり、多くの誘発が期待される観光交通をターゲットにした社会実験であることから、四国内外に広報を展開し、この社会実験に参加を促すことが最も重要なポイントであった。特に本四架橋により、四国との結びつきが強化された京阪神・中国地方への広報を中心に取り組み、FMラジオとタイアップした企画番組の放送など、チラシやポスターだけでは伝わらない「四国の魅力」をアピールし、潜在層を掘り起こすための戦略的な広報計画を展開した。

## 2.4 効果計測

今回の実験は、周遊型の実験であり、全国各地で展開されている社会実験と異なることから、利用者アンケートを実施し、誘発や転換、再来性など利用者特性の把握に努めた。また、利用者以外の意向も把握するため、京阪神・中国地方在住者に対し、Webによる意向アンケートを実施した。

## 3. 実験の効果

### 3.1 実験チケットの利用者数

四国特割社会実験チケットは、普通車を中心に 23,669 冊の販売冊数となり、3 DAY S チケットの 7,183 冊と比較し、週平均で 10 倍の販売冊数となった。

### 3.2 アンケート結果の分析

併せて実施したアンケートの分析結果では、

新規誘発約 18.7%、一般道路等からの転換 11.6%と約 3 割近くの交通が高速道路へ転換した結果となった。

#### < アンケート結果の分析 >

アンケートの有効回答数は 7,091。

販売冊数に対し 30%の回答率

この社会実験をきっかけに旅行をした人（新規誘発）は、約 19%

一般道、バス、鉄道等から高速道路に転換した人（転換交通）は、約 12%

一台当たり平均同乗者数は、2.87 人

四国外在住の利用者は、約 15%。

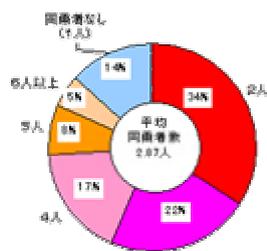
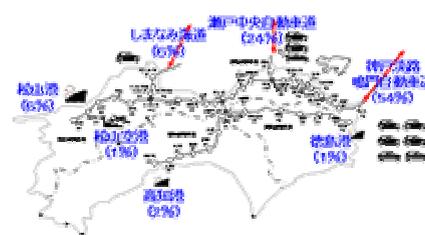


図7. 同乗者数



図8. 四国内外比と四国外からの交通手段



### 3.3 交通量

四国では、供用効果などにより高速道路の交通量は、年々、増加傾向にあることから、交通量の伸率を比較することで、実験の効果を抽出した。実験実施月である 11 月の交通量は、対前年同月比で約 11%の伸びを示し、前後の月では、約 6%から 8%伸びであることから、3ポイント~5ポイントが実

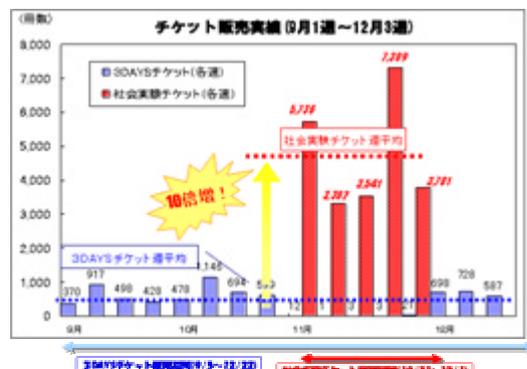


図5. チケット販売実績

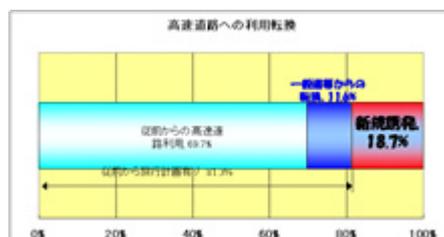


図6. 高速道路への利用転換

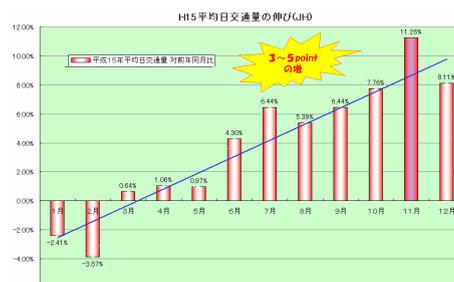


図9. 交通量対前年同月比 (高速道路)

験効果による増加といえる。また、一般道路の交通量については、対前年同月比を平日、休日(実験対象)で比較。国道11号香川県国分寺では、平日と比較して約3ポイントの減少が見られたが、四国管内全域では、増加傾向を示す地点もあり、大きな変動は見られなかった。

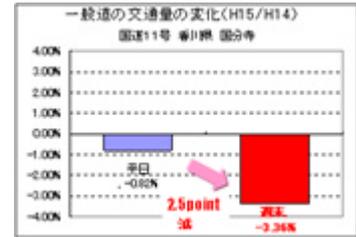
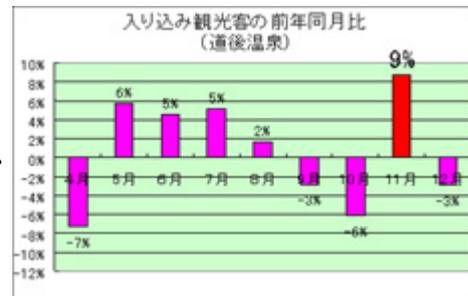


図10. 交通量対前年同月比(一般道路)

### 3.4 地域への影響

アンケート結果より、一台当たり平均乗車数 2.87 人、四国外利用者 15% から、約 1 万人の来訪者があったと推計される。(四国外からの誘発利用者 23,669 台 × 2.87 人/台 × 15%) 同様に、一台当たりの平均旅行消費額は 38,300 円/台から、新規誘発による旅行消費額は、1.7 億円、全体消費額は約 9 億円と推定される。また、アンケートで人気の高い道後温泉の入り込み客数は前年同月比で約 9% 増加し月々、減少傾向であった入り込み客数が実験期間中は増加傾向に転じるなど、多方面での効果が発現された。



愛媛県経済労働部観光推進局観光課調べ

図11. 利用者アンケートによる人気立ち寄りスポットと入り込み客数対前年同月比

## 4. 今後の課題

前述のように、多方面での効果が推測されるが、この実験の相乗効果を見いだすためには、地域のイベントとの連携や旅行関連業とのパッケージ化などが考えられ、平成15年度の結果を基とした連携強化が大きな課題と考えられる。また、アンケート結果では、約8割が本四架橋を含むエリアの拡大を希望している点など、利用者の意向を踏まえた施策展開が望まれている。

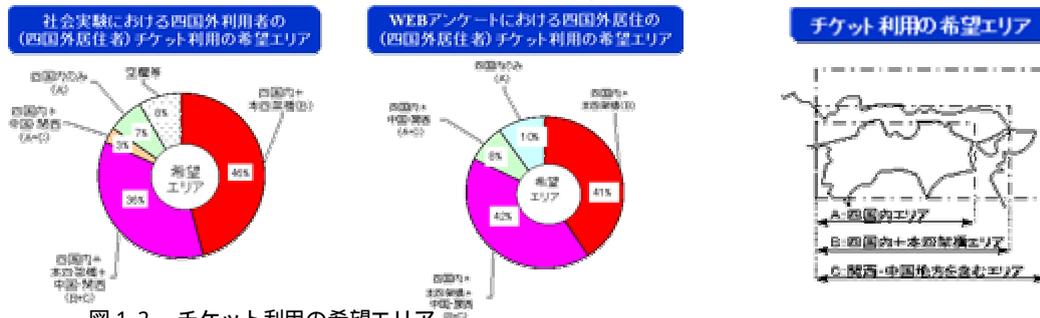


図12. チケット利用の希望エリア

## 5. おわりに

今回の社会実験は、海に囲まれた四国ならではの実験であり、従来のハンディキャップを特徴として実現できた取り組みである。今後は、本四架橋との連携や地域との協働など、四国の長を活かした施策により、「自立する四国」の実現に向けた取り組みを進めていきたい。