自治体名：岐阜県下呂市

自動運転社会実装推進事業

最終報告書（公開版）

**【事業背景・目的】**

運転手不足等により地域の「移動の足」確保が困難な中、東濃地域を１つの大きなフィールドと捉え、自動運転レベル4に向けた複数の取り組みを同時多発的に進めることが知見を深めるうえで有用と考え、この取り組みを後押しするため、進捗レベルの合う、多治見市、瑞浪市、恵那市、土岐市及び下呂市と共同で調査事業を行うこととした。

**【事業内容】**

実施した事業内容は以下のとおりである。

（１）先行事例の収集整理

（２）自動運転実装に向けた課題の検討

（３）リスクアセスメント実施/検証

（４）利用者・住民アンケート

（５）自動運転実装に向けた体制構築

（６）ロードマップの作成

（７）検討結果の取りまとめ、報告書の作成

**【検証項目・検証方法】**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 項目 | 検証項目 | 検証方法 |
| 経営面 | 価格受容性 | 利用意向調査  ※実施方法：地域住民、観光客へのアンケート |
| 協賛金・広告料金 | 利用意向調査  ※実施方法：地元企業等へのアンケート |
| 技術面 | 危険回避 | 危険回避調査  ※実施方法：シミュレーション |
| 通信環境 | 通信環境の検証  ※実施方法：対象ルートを網羅する通信環境状態の調査 |
| 社会受容性面 | 自動運転サービスの利用意向 | 自動運転技術の信頼性調査  ※実施方法：地域住民、観光客へのアンケート |
| 自動運転サービスへの期待・不安事項 | 自動運転への期待調査  ※実施方法：地域住民、観光客へのアンケート |

**【検証・分析結果】**　（※前章【検証項目・検証方法】と連動した報告内容を記載ください）

■経営面

自動運転サービスが実装された場合に利用者に受容される価格帯は、地域住民アンケート調査結果では144円～206円、観光客アンケート調査結果では158円～266円であった。これらの価格帯は、現状の導入予定ルートの公共交通における移動手段の運賃よりも高いものとなっている。

地元企業アンケートの結果より、協賛の可能性については、協賛する意向は約20％程度となった。協賛金の獲得可能性について、前向きな回答をした企業については月額10,000円～月額30,000円の支援が可能であった。

その他、広告料金による支援が収入源として挙げられた。地元企業へのアンケートの結果より、広告料金支援について、地元企業の約半数が協力的な回答であった。前向きな回答をした企業が選択する広告形態については、月当たり数千円～数万円/枚の車内広告と月当たり数万円～数十万円の車体広告が半数ずつの回答であった。協賛についても、企業側にメリットを提示することで、今後協力を得られる可能性があると考えられる。

■技術面

危険回避については、検証の結果、すべてのルートで想定される危険の回避が可能であることが分かった。今後、さらに安全性を高める為に周知喚起を行うなどの対策が推奨される。

通信環境については、検証の結果、電波強度はすべてのルートにおいて概ね良好と判断された一方で、一部地形要因により見通しが悪いため弱電となっている箇所が確認された。実証実験で現場検証をした上で、適宜短期および中長期対策を行う必要がある。

リスクアセスメントの総括的な評価として、データ結果は概ね良好であり、自動走行を行う分には影響はないと判断できる。また、走行経路上では交通事故が2件発生しているため、対策が必要である。事業の周知徹底や運転マナー向上を行うことを検討する等で対策を行う。

■社会受容性面

地域住民アンケート調査結果によると、自動運転実装時の想定利用頻度は月に1～3回以下の回答が最も多く、利用頻度としては少ない。一方で、地域課題として挙げられている利用可能な公共交通の不足等の解決に向け、既存の公共交通との連携や機能の補完を図ることで、公共交通のサービス性が向上し、利用頻度が増加するものと考えられる。また、自動運転技術の導入により、公共交通のサービス性を向上することで、高齢者等の自家用車から公共交通への利用転換の促進が期待される。

観光客アンケートでは、地域住民アンケートと比較して自動運転サービスの利用意向が高く、自動運転サービスの利用に対して積極的な回答が90％を占めた。また、対象エリアにおける移動手段や観光施設へのアクセス性については、利用できる公共交通の本数が少ない点、徒歩では大変である点が課題として挙げられており、観光を目的とした移動手段の拡充に対するニーズは高いといえる。本事業で検討した自動運転車両の走行ルート案は、宿泊施設や商業施設が集積するエリアを経由するルートであることから、観光と組み合わせた観光客向けの料金設定や、自動運転での移動自体を観光コンテンツとした施策の実施等が利用機会の創出につながると考えられる。