

4

自動車教習所を活用した ETC 普及促進検討

大角 直

OHSUMI Tadashi

株式会社片平エンジニアリング
交通部



1—はじめに

平成13年、有料道路自動料金収受システム (Electronic Toll Collection System ; 以下、ETC) が開始されて以来、ETCは高速道路を頻繁に利用する運送会社・バス会社及び一般利用者等に受け入れられ、その結果、平成19年4月現在、高速道路のETC利用率は約7割に達し、ETC車載器のセットアップ件数も約1,700万件を超えた。

その効果として「利用者の利便性向上」に加え、「料金所渋滞の緩和」「料金所におけるCO2削減」等に寄

与してきた。

しかし、今後の更なるETCの普及促進のためには、高速道路の利用回数が少ない利用者や、まだETCの利便性に触れていない利用者へもETCを普及させていくことが課題となっている。

本稿は、財団法人道路システム高度化推進機構の委託を受け、自動車教習所の教習生に、高速道路教習 (以下、高速教習) においてETCによる料金支払の体験走行を実施し、ETCの普及促進策の検討を行ったものである。

2—自動車教習所における高速教習の状況

全日本指定自動車教習所協会連合会に所属する全国1,388カ所の指定自動車教習所 (以下、教習所) を対象に、実地による高速教習の有無及びETCの導入状況に関するアンケート調査を行い、約2/3にあたる910校から回答を得た。

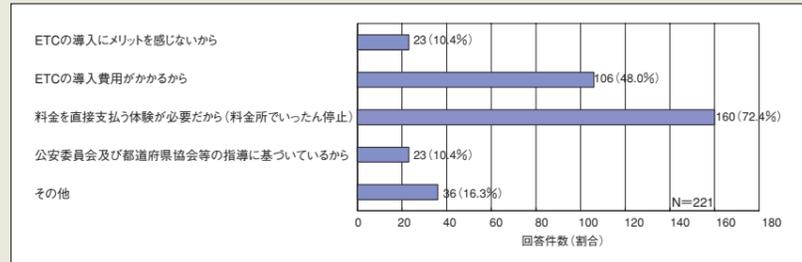
●1 高速教習の状況

910校のうち、約9割の教習所が実地による高速教習を行っている。残る約1割は、シミュレーションにより高速教習を行っている。東京等の大都市圏では高速道路の交通量が多く教習生には危険であり、また地方部では積雪等の気象条件により実地していない。

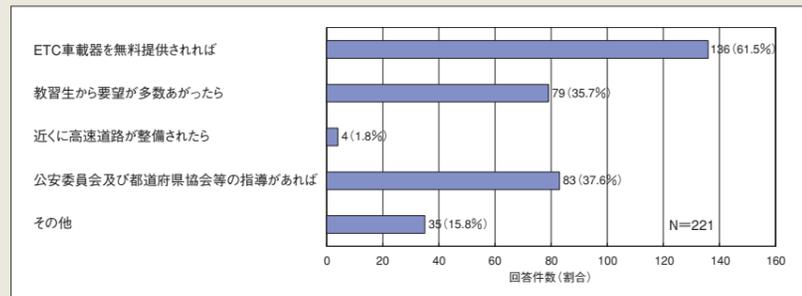
さらに、実地による高速教習を行っている教習所のうち、ETCにより料金支払を行っているのは約7割であり、多くの教習所は、既にETCを導入している。

●2 ETCを導入していない理由

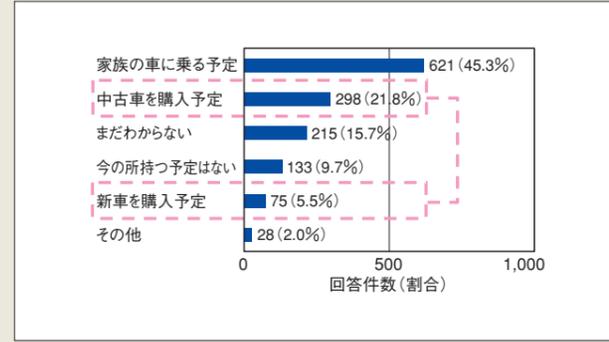
高速教習を行いながらもETCを導入していない教習所221校に、その理由 (複数回答可) を聞いたところ、「料金を直接支払う体験が必要だから (料金所で一旦停止)」が約7割、「ETC導入費用がかかるから」が約5割であった。



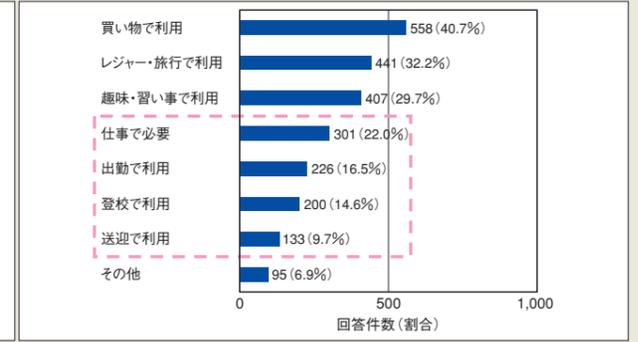
■図1—教習所が高速教習においてETCを導入していない理由 (複数回答)



■図2—どのような変化があれば、ETCを導入するか (複数回答)



■図4—免許取得後の車の保有意向



■図5—免許取得の理由

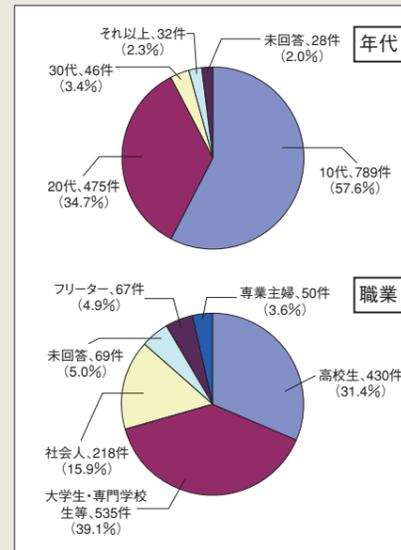
一方、どのような変化があればETCを導入するかについては、「ETC車載器を無料提供されれば」が約8割、「公安委員会及び都道府県協会等の指導があれば」が約4割であった。

したがって、高速教習においてETCを導入していない教習所は、経済的理由により導入を控えているものとみられる。

3—ETC体験走行調査

●1 調査方法

本調査では、ETC未導入教習所であつ「ETC車載器を無料提供されれば」と答えた教習所のうち、9カ所を選定し、教習所の高速教習車 (概ね5台/所) にETC車載器を取付け、高速教習に活用し、教習所の協力



■図3—回答した教習生の属性

のもと実際に体験走行した教習生に対し、アンケート調査を実施した。

アンケートは、概ね教習所の繁忙期にあたる年度末の約1カ月間実施した。

アンケート調査は、高速教習時にETCレーンを通することで料金を支払った教習生に対し、「属性」「ETC体験走行の評価」「ETC車載器の購入意向」等について回答する方法とした。

●2 アンケート結果

a) 属性

アンケート総数は9カ所合計で1,370人分であった。回答者の構成比を見ると、男女比はほぼ半々で、年齢

層は10代が約58%、20代が約35%であり、約70%が学生 (大学生・高校生・専門学校生等) であった。

b) 自動車保有の意向

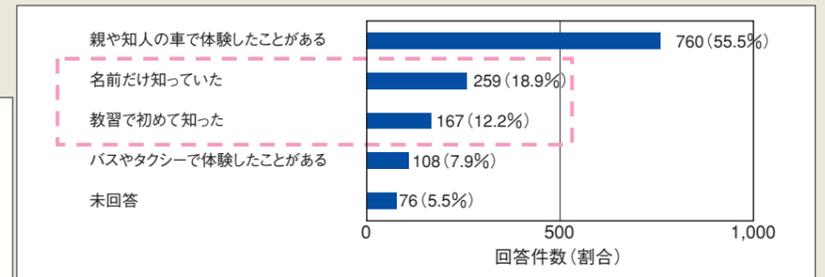
免許取得後の自動車保有については、「家族の車に乗る予定」が約5割、新車・中古車合わせての「車を購入する予定」の教習生が約3割を占めた。

c) 免許取得の理由

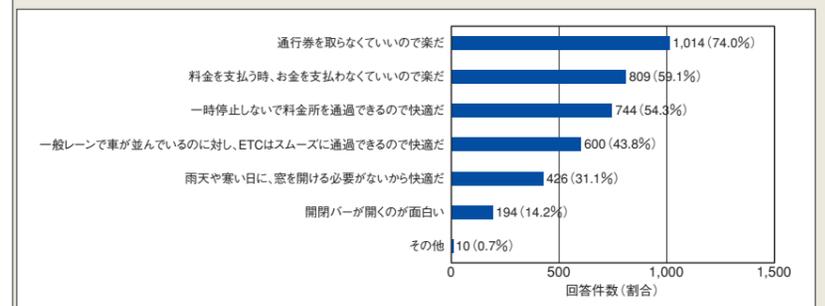
免許取得の目的は、買い物やレジャーが多く、仕事・通勤・通学等が必要とした教習生はそれぞれ約1~2割であった。

d) ETCの認知度

ETCの体験走行を行うまで、ETCがどのようなものであるかを知らな



■図6—ETCの認知度



■図7—ETCを体験して良かった点 (複数回答)

った教習生は、「名前だけは知っていた」「教習で始めて知った」を合わせると約3割であり、今回の体験走行により初めて知ったとしている。

e) ETC体験走行の評価

ETCを体験した教習生の約9割が、「体験して良かった」としており、その良かった点については、「通行券を取らなくていいので楽だ」「一時停止しないで料金所を通過できるので快適だ」等、一般的なETCの利点を多くの教習生が感じている。また、教官からは教習生が収受員のいるブースへの幅寄せをせずに料金を支払えたことは心理的にもメリットであったと答えている。

さらに「一般レーンで車が並んでいるのに対し、ETCはスムーズに通れるので楽だ」といった優越感や、「ETCのバーが開くのが面白い」といったコミカルな意見もあった。

f) ETCの購入意向

今後のETC車載器の購入意向について質問したところ、「高速教習でのETC体験が良かったので買おうと思った」が約1割であり、教習以前から購入意志があった人を含めると約2割の教習生が、購入意向を示している。

●3 アンケート分析

a) 教習所を通じたETC普及の有効性の把握

ETCの体験走行が「良かった」と

回答した教習生のうち、「高速教習でのETC体験が良かったので買おうと思った」のは11.9%の143人である。

b) ETC普及率向上への課題

ETCの体験走行が「良かった」としながらも、購入意向に際し「まだわからない」と答えた人に対して、何が課題なのかを分析した。

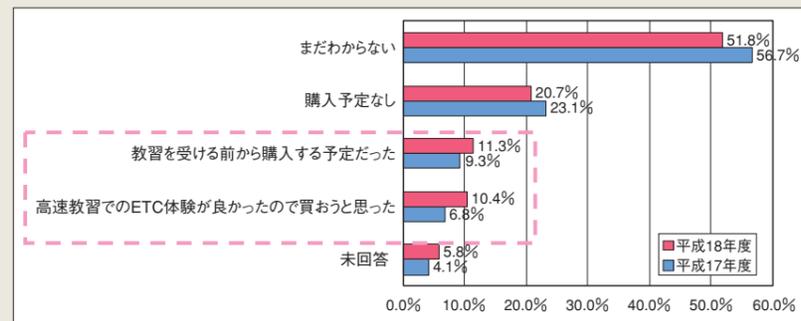
その結果「まだわからない」とした人は、「ETC購入予定」とした人よりも、「何から始めていいかわから

ない」「車載器購入費用等が高い」と回答した割合が高い。

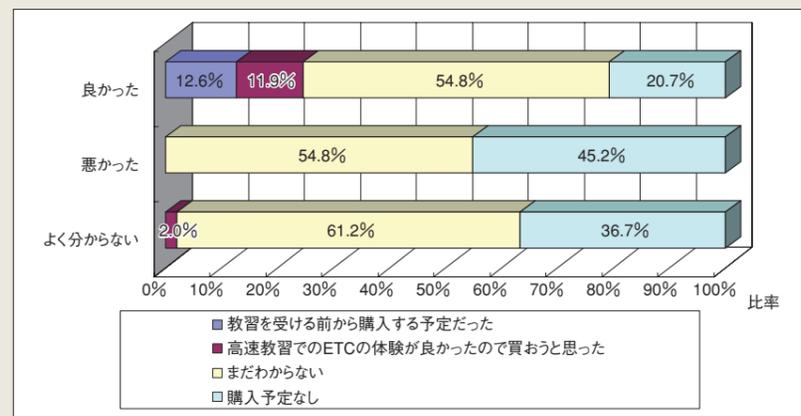
したがって、ETCの認知度が高いことを考慮すると、普及を促進する上での課題は、一歩進んだPRの不足が挙げられる。

- ・ ETC車載器導入の手続き方法
- ・ リース制度やキャンペーンによる助成制度のPR

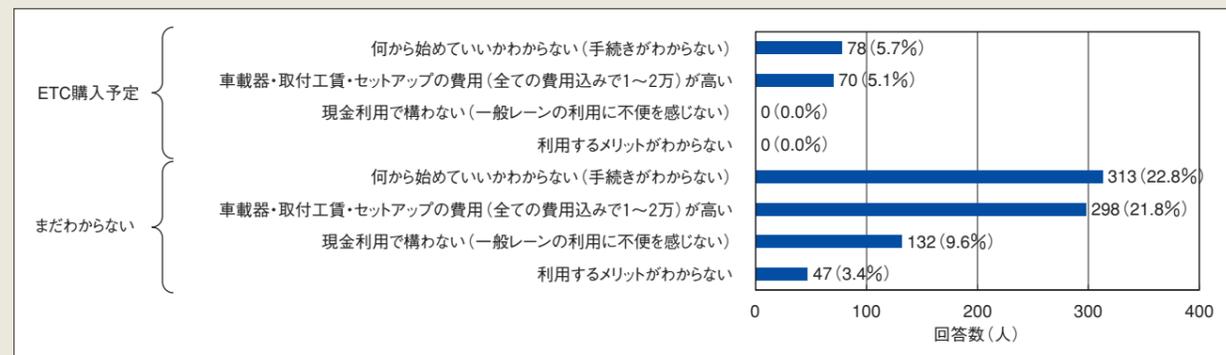
c) ETC購入意向と高速道路の利用頻度の関係



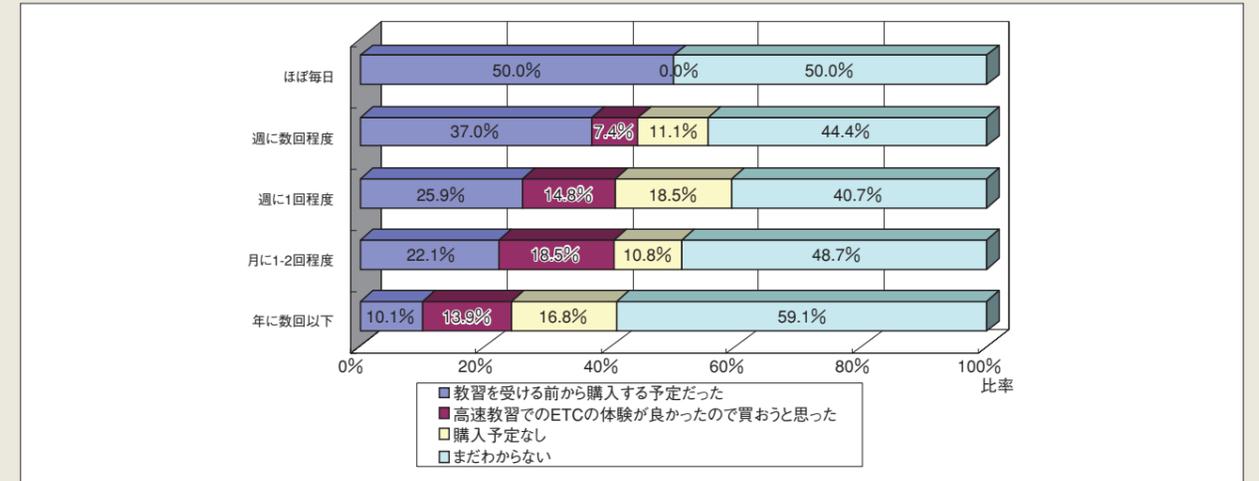
■図8 ETC車載器の購入意向 (平成17年度については、既にETCを導入している教習所10ヶ所において、同様のアンケートを実施した結果)



■図9 ETC車載器の購入意向 (ETC体験走行の感想とクロス集計)



■図10 ETC普及率向上に向けての課題 ("ETC購入予定"と"まだわからない"の比較)



■図11 高速道路の利用頻度とETC購入意向との関係

教習生が免許取得後に想定される高速道路の利用頻度と、ETC購入意向について分析した。

その結果、高速道路の利用頻度が高いほど「教習前から購入する予定だった」とする割合が高く、利用頻度が低くなるにつれて「高速教習でのETCの体験が良かったので買おうと思った」とする割合が増えている。

したがって、低頻度の高速道路利用者に対して、体験走行は一定の普及効果を見せている。

4 考察

●1 教習所へのETC普及

本調査にて、ETCによる体験走行を行った教習生のうち、約1割がETC車載器の購入意向を示し、ETC普及への良いPRができたと言える。

ETCを教習車に導入することは、教習所にとって初期投資がかかるものの、経理処理が一括して行える等のメリットがある。教習生にとってもETC割引により負担する高速料金が削減されるとともに、教育面においても、ETCレーンの正しい走行の仕方が分かる等、教習所へETCを普及させる利点は大きい。

●2 ETCに対する情報不足の低減

ETCの認知度は、各種のアンケートでも約9割の人が認識している。

しかし、「ETCの設置・導入方法が難しい」「車載器等の価格が高額である」という先入観を持っている人もおり、近年行われているリース制度やキャンペーン等の助成制度を知らない人も多い。

教習所において、ETCを体験する際に、このような情報を提供することができれば、更なるETC利用者の増加に繋がるものと思われる。

●3 低頻度利用者へのETC普及

高速道路利用者の約7割はETCを利用しており、利用頻度の高い利用者の多くは既にETC車載器を取り付けていると見られる。本調査のアンケートでも、高速道路の利用頻度が高いとする教習生は、教習前からETCを購入する予定である割合が多い。

一方、教習所で体験走行を行ったことにより、低頻度の利用者ほどETCの購入意向を示す割合が多く見られた。

したがって、実際にETCを体験することが、低頻度利用者の購買意欲を高めていると見られる。

●4 フォロー調査の必要性

本調査において、教習所へのETC提供及び教習生の体験走行は一定の成果を挙げ、ETCの普及促進に少なからず寄与していることがわかった。

しかし、あくまでも「購入意向」を示しているに過ぎず、アンケートの回答者はETCを「良い」と回答してしまう傾向であるため、今後は卒業した教習生がETC車載器を購入したかどうかのフォロー調査を行う必要がある。

5 おわりに

ETCの普及促進策として、道路事業者やカード会社等の関連事業者は、車載器リースや各種キャンペーンを実施しており、年間数十万件のセットアップに寄与している。

一方、本調査の試算結果からは、約16万人がETCを体験することにより購入意向を示すと見られる。

勿論、試算であり実際に購入したかについては立証できないが、今後は若年層や高速道路をあまり利用しないユーザー、女性、軽自動車のユーザー等を如何に取り込めるかが普及促進の鍵であり、実際にETCを体験してもらい、PRすることは地味ながらも、有意義なことであると考えられる。