

ETC会員カードシステムを活用したETC普及促進への取り組みの現状と展望*

The Present Condition and Possibilities of the ETC Card Membership System, for Spreading ETC Car Instruments*

浅尾啓明**・西田純二***・藤原要二****・角藤善貴*****・吉田龍一*****

By HiroakiASAO**・JunjiNISHIDA***・YoujiFUJIWARA****・YoshitakaKAKUTOU*****・RyuichiYOSHIDA*****

1. はじめに

ETCカードは高速道路利用者の80%に至るまで普及が進み、いまや有料道路事業を支えるインフラとして大きな価値を持つに至った。阪神高速サービス株式会社では、ETCの普及促進に資するとともに、ETC会員データを各種調査に活用する目的で、阪神高速グループの独自ETCカードであるスルーウェイカードを発行し、3年が経過した。この間、ETC車載器の廉価・無償頒布と組み合わせたETC普及促進と会員登録のための取り組みは順調に推移し、現在では会員数は20万人を超え、阪神高速グループにとって大きな無形資産となった。

本論では、スルーウェイカードの発行開始から現在に至るまでの経過、現在の会員の内訳などの現状を報告する。そして本事業を基盤とした、高速道路事業における利用者とのコミュニケーション強化や各種調査への活用の可能性などを示し、交通事業のコーディネーションという視点から、カード会員事業の活用と将来展望について概観する。

2. 道路事業の計画目標の変遷とコーディネーション

過去に於いて道路交通事業のコーディネーションの目的は、モータリゼーションの進展により増加し続ける道路交通量に対応して、如何にそのインフラを整備し円滑に運用するかにあった。すなわち交通需要を満たす為に道路網を拡大・維持し、目的地まで円滑に移動できる経路を確保することが第一義であった。道路利用者とのコミュニケーションについても渋滞状況や道路状況、安全走行に係る情報や料金施策に係る情報提供等が主体となり、主に走行中の車両への一方方向の情報提供で必要十分なサービスが提供できていた。

しかしその後、有料道路事業が民営化されたことを契機に、道路事業においても他の民間事業と同様、利用促進による収益性の向上がより強く求められるようになった。また、高速道路の交通量が建設開始から初めて減少カーブを描き始めるなどを背景に、必要な交通需要を満たすだけでなく、利用者の顧客満足度が評価指標として重要視されるところとなりつつある。

ミッシングリンク等一部の路線を除き、今後は新規路線の開設が期待できない中で、高速道路利用を促進するには、利用者への付加サービスの充実や沿線地域に立地する施設との連携強化など、地域活性化と道路利用拡大を同時に展開する施策が重要となろう。

すなわち今後の有料道路事業の発展のためには、①道路事業者、②沿線施設、③道路利用者 という3者の関係性を基本モデルとする事業コーディネーションが重要になるものと考えている。

さらに昨今は燃料価格の乱高下や景気対策としての割引制度の導入等、社会・経済環境の急激な変化が道路事業の経営構造に大きな影響を与えており、これら社会・経済情勢の変化や、環境問題等の価値意識の変化にとともに、利用者の道路料金に対する価格弾力性も短期間で急変している可能性がある。このため高速道路選好特性や価格弾力性値等を短期間で調査し分析することの重要性が増している。

これらを踏まえ、阪神高速グループの会員事業として開始されたスルーウェイカード事業を紹介する。

*キーワード：交通行動調査、

**非会員、(株)社会システム総合研究所

(大阪府大阪市西区江戸堀1丁目10-27、
TEL06-6441-1732、FAX06-6441-1734)

***正会員、(株)社会システム総合研究所

(大阪府大阪市西区江戸堀1丁目10-27、
TEL06-6441-1732、FAX06-6441-1734)

****非会員、阪神高速サービス株式会社

(大阪市西区西本町1丁目3番15号、
TEL06-6543-2127、FAX06-6543-2522)

*****非会員、阪神高速サービス株式会社

(大阪市西区西本町1丁目3番15号、
TEL06-6543-2127、FAX06-6543-2522)

*****非会員、(株)社会システム総合研究所

(大阪府大阪市西区江戸堀1丁目10-27、
TEL06-6441-1732、FAX06-6441-1734)

3. 阪神高速が発行するスルーウェイカード

(1) 発行の経緯

阪神高速グループでは2005年8月に、①ETCの普及促進、②道路利用者と直接的な繋がりを持つ会員事業の展開を目的に、当時の社団法人阪神有料道路サービス協会（2007年4月、阪神高速サービス株式会社に事業譲渡された）が発行母体となり、「THRU WAY（スルーウェイ）カード」を発行した。これは道路事業者として初めてのカード会員事業であった。

a) ETCの普及促進

当時のETC車載器の市場価格と一般利用者の認識には大きな差異があり、これがETCの普及促進を図る上で最大の障壁となっていた。

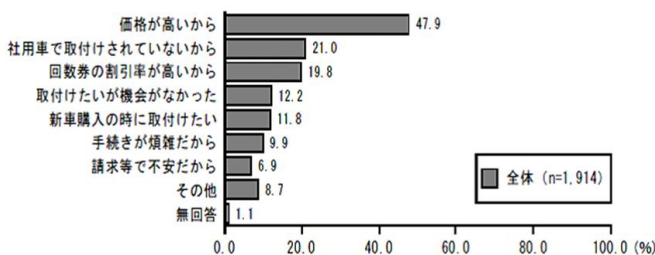


図-1 ETC車載器を取付けていない理由

このため、スルーウェイカード事業では会員募集の開始にあたりETCカードとETC車載器とを同時に頒布するというスキームを構築。ETC車載器の一括発注と直接販売方式による価格引き下げ、更に車載器購入助成とを組み合わせることで、ETC車載器の廉価・無償提供を実現させた。

b) 道路利用者との直接的な繋がり

カード事業開始の2005年には、個人情報保護法が施行され、個人情報の利用にあたっては本人の同意が必要となった。このため入会時に承認を必要としているTHRU WAY会員規約には「お客様の個人情報の取得と利用に関する同意」の項目を設け、「郵便、電話、電子メールその他の方法で情報の通知、及び調査の実施を行うこと」の同意を得ている。スルーウェイ事務局ではDMやメールマガジン、ホームページ等の媒体整備を行い、併せて意見聴取を迅速かつ効率良く実施する為、WEBによるアンケートシステム等を整備・開発した。

2006年11月より開始したスルーウェイメールマガジンサービスは、月に1回以上の配信ペースを維持している。ユーザー数は2009年4月時点で約18,000名、スルーウェイの全会員に対し一割程度の配信率となっており、年代・地域などの属性に対しほぼ一律に分布している。電子メールは会員とのダイレクトコミュニケーションの媒体として今後ますます重要になると考え、今後はメール会員拡大に注力する計画である。

c) 沿線施設・提携店舗の開拓

沿線の店舗や施設等と提携した割引サービスや、利用還元サービスを実施することで、阪神高速道路の利用促進及び沿線地域の活性化を目指すことが本事業の狙いのひとつである。そこでスルーウェイカードを利用することで、割引等のサービス提供が受けられる提携店舗を阪神高速沿線を中心に開拓した。大阪湾から発着するフェリーや沿線のレジャー施設等、自動車利用と関連した施設と提携し、阪神高速を利用すると沿線施設で割引等のサービスを受けることができる事業スキームを構築している。

(2) 事業の特徴

本事業の特徴は、カード会員から個人情報の利用に関する同意を得て、様々な情報の分析を可能とし、DMや電子メール等を使った直接的な情報提供・意見聴取が可能となっている点である。

a) カード利用データの取得

阪神高速道路でのETC利用履歴等の分析に加えて、沿線施設でのクレジット利用状況などについても分析を行っており、これらのデータは充実した道路サービスの提供、効果的な利用促進施策等の検討に活用されている。

b) ETC車載器に係わる情報の取得

ETC車載器の廉価・無償頒布と組み合わせた会員獲得を行ってきたことから、加入者の90%以上がETC車載器のセットアップを行っている。これにより車載器情報や車両情報等も会員情報として取得でき、データ活用が可能となっている。

c) 利用者への情報提供及び意見聴取

会員には定期的に沿線地域の提携店舗及び加盟店からの情報が配信される。阪神高速グループの各種の取り組みについても継続的に情報提供が行われる為、阪神高速グループとの関係強化に繋がり、道路事業者が直接、利用者へ広報・告知を行うためのツールとして有効である。また会員には適時、利用者アンケートやCS調査等をお願いし、道路利用に関する各種の意見聴取に協力いただいている。後述するアンケート調査では、メール調査時の回答率が50%を超える例もあり、会員との良好な関係構築に成功していることがわかる。

(3) 会員数の推移と会員属性

2009年4月時点のスルーウェイ会員数は、個人法人を合わせて約22万人となっている。入会時にETC車載器を同時に申込んでいる方がほとんどで、ETC普及促進に係る貢献度は非常に高い。

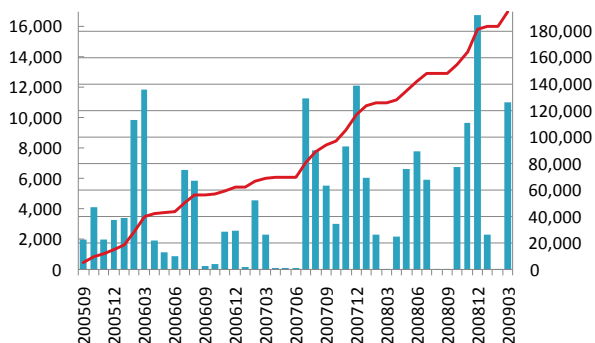


図-2 スルーウェイカード入会者推移

加入がETC車載器普及促進キャンペーンの実施月に集中する為、月ごとの入会者数の変動は大きい、順調に会員は増加しつつある。

ETCの本格運用開始が2001年3月であり、スルーウェイカード発行開始当時のETC車載器セットアップ台数は全国で約700万台、ETC利用率は約40%となっていた。新しいシステムに対し意識の高い層及び法人顧客などの多頻度利用層には既に普及が進んでいたことから、会員はライトユーザーが中心となり、個人をターゲットに会員獲得を進めていくこととなった。

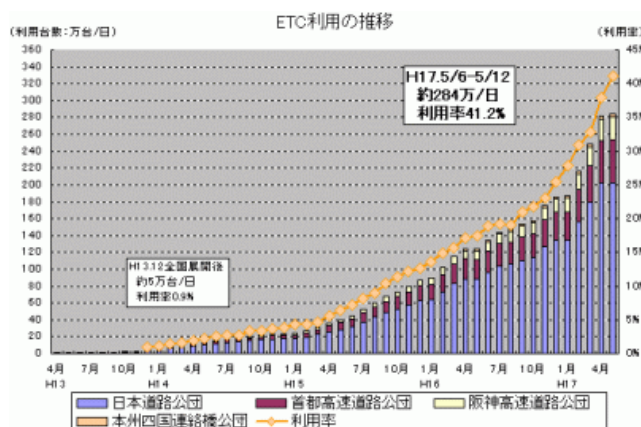


図-3 2005年5月時点のETC利用状況¹⁾

この傾向は現在も変わらず、各種調査から見た利用実態でも「レジャー・ショッピングで利用」という休日利用の多さがスルーウェイ会員の特徴となっている。

その他の属性（性別・年代・地域）分布に関しては阪神高速利用者全体の傾向に近く、性年齢別の構成比で見ると40代男性の比率が高い。

(4) 各種調査への活用

一般のアンケートや自動車起終点調査のオーナーインタビュー調査と比較し、スルーウェイ会員へのアンケートは、①対象が確実にETC搭載の車両保有者である ②会員の個人情報から予め居住地域や利用地域を特定することができる ③高速道路利用頻度に応じたサンプリング・拡大係数の付与が可能である といった特徴を有し、有料道路事業に関する各種調査での活

用例が多い。

加えて会員へ定期的に情報を提供していることから、アンケートの質問内容に対する理解度が高く、品質の高い回答が期待できる点、一般調査よりも回収率が高い点も大きな特徴である。道路利用に関する各種調査の実施にあたり、迅速かつ効率的に実態調査が実施できることの効果は大きい。

以下、スルーウェイ会員組織を活用した調査の事例を報告する。

a) 案内標識に関するアンケート

阪神高速道路上の看板や路面にある路線案内などについて利用者の視点から分かりやすく、やさしい改善方針をアンケートにより調査した。調査対象者としては、阪神高速道路を走行したことがあり、且つ案内標識について一定の理解のある利用者でなければならない為、一般のアンケート調査では有効調査票の回収率はかなり低くなるものと考えられる。

スルーウェイ会員の中で調査対象地域に居住する会員を抽出した上で、数回のアンケートを実施した。その結果をもとに、走行路線や性別・年代のバランスを考慮した20名程度を選定し、グループ・インタビュー方式で調査を実施した。

表-1 案内標識検討業務での配布実績

期 間	配布／回収	備 考
H18年8月29日 ～9月7日	配布：1,994 回収：974	先着1,000名 500円ギフト券
H19年10月19日 ～11月12日	応募数：40	グループ・インタビューを実施

b) 料金設定に関するアンケート

神戸大学への委託研究として、高速道路の料金制度を携帯電話のように基本料金と従量料金を組み合わせた数パターンの中から選択性とした場合の利用者意識を調査²⁾した。

まず料金設定に対し一次アンケートをとった後、モニターを募り、実際に料金パターンを選択しての走行変化を捉えた上で、その結果から料金弾力性のシミュレーションや意識調査を実施した。2年にわたる調査となり調査内容も複雑なものであったが、会員組織の活用により円滑な調査・研究が実施できた。

表-2 選択制料金モニター調査での配布実績

期 間	配布／回収	備 考
H18年10月13日 ～10月31日	配布：4,000 回収：1,843	ギフト券500円
H19年6月1日 ～8月末日	モニター参加 数：225	プログラム適用に応じ謝礼1,000～4,000円

c) 顧客満足度に関するアンケート

阪神高速道路の各種サービスに対する利用者の満足度・重要度および総合満足度に関して経年的にアンケート調査を実施している。

本調査ではスルーウェイ会員以外にもアンケートを行っているが、顧客満足度に対してはスルーウェイ会員と一般利用者との間で若干の差が見られ、一般利用者よりもスルーウェイ会員の方がサービスに対して厳しい意見が寄せられることが多い。これは一般利用者よりもスルーウェイ会員には多くの情報が提供されていることから、的確な批判となって調査結果に反映されているためと考えられる。

表－3 顧客満足度調査での配布実績

期 間	配布／回収	備 考
H18年12月8日 ～12月18日	配布：2,000 回収：959	先着1,000名 500円QUOカード
H19年11月22日 ～12月10日	配布：2,200 回収：1,000	先着1,000名 500円分QUOカード
2009-01-16～ 2009-01-31	配布：17,595 回収：3,732	抽選で計65名 3万円ギフト券等

4. 今後の展開

これまでスルーウェイカード事業はETC普及促進を第一の目標として、ETC車載器の頒布、及びETCカード会員の拡大を目指してきた。しかしETC普及も今後徐々に飽和期に向かうと考えられる。また、企画当初の獲得会員数の目標は25万人であり、現在の累積獲得会員数は22万人を突破したことから、事業としてはほぼ十分に第一目標を達成したことになる。そこで今後は第二の目標として、沿線地域との連携強化により、カードの利用促進を通じた地域活性化と高速道路の利用促進へと事業の段階を進めていくこととしている。

(1) 沿線地域との連携強化

沿線地域の店舗・施設の加盟店化・連携強化は、高速道路の利用促進に不可欠であり、地域の活性化にも繋がる重要な取組みとなる。会員にとって加盟店の多いカードは魅力であり、加盟店にとって会員の多い組織は魅力的であることから、「会員組織」と「加盟店組織」を事業の両輪として、様々なサービスを今後提案し実現させていく方針である。

(2) 道路事業と会員事業

今後の道路事業においては、渋滞対策から利用促進に計画目的が変わっていくことに応じて、交通「量」として利用者をマスで捉える時代から、個々の利用者の多様なニーズに対応したきめ細かな料金施策、サー

ビスの提供が求められることになる。

例えば多頻度利用者へのポイント還元、夜間や休日等の交通量の少なくなる経路で、利用者に利用回数に応じた割引をするなど、スルーウェイカード会員事業が持つ情報を最大限に活用した施策を実施し、道路事業の観点から必要となるサービスの拡大に努める。

(3) 会員との更なるコミュニケーションの強化

会員とのコミュニケーションが今後の会員事業の要になると考え、恒常的に情報を相互連携していく手段として、携帯電話、携帯情報端末の更なる活用等、コミュニケーション充実に向けてのシステム整備を進めていく。

5. おわりに

従来の有料道路事業において道路事業者が取り得る戦略は、料金施策、道路施設・道路ネットワークの整備、道路に付帯するサービス改善等、道路事業者の管理範囲での施策が中心であった。

ところが道路事業の軸足は建設から、より効率的な道路施設の活用に移行し、さらには交通量の減少局面を迎えて、利用促進・収益拡大に向けられつつある。

しかし道路事業者単体による過度な利用促進策の展開は、不要不急のクルマ利用の拡大といった社会的な不経済を生む可能性がある。

すなわちこれらを前提に、従来型の自動車交通需要を与件とする道路計画から、交通需要をその発生メカニズムに戻って制御しつつ、利用者の利便性向上と沿線地域の発展に貢献できる需要制御型の道路計画への移行が必要である。

スルーウェイカード事業は、道路事業者が初めて発行するETCカードとして、事業開始から4年を経ずして22万人を突破し、阪神高速グループと利用者を結ぶ会員組織として成長した。また沿線施設等との提携も進み、地域の活性化に取り組むための基盤となりつつある。今後はETC普及促進という第一段階の目標達成に続き、構築した会員組織が有料道路事業を支える新たなインフラとして機能することを目指して事業の高度化を進めていくこととしたい。

参考文献

- 1) 国土交通省ホームページ；2005年5月17日公表資料 (<http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha05/06/060517.html>)
- 2) 日下部貴彦，渡雅信，大西隆太，藤原友；都市高速道路における選択制料金設定に関する調査研究，第28回交通工学研究発表会論文報告集，2008.10