

研究概要書

研究課題: 高速道路の利用による目的地での時間短縮が生み出す地域振興への効果とその測定に関する調査研究

研究代表者: 横浜商科大学 商学部貿易観光学科 教授 小濱 哲
 共同研究者: NPO 法人風土工学デザイン研究所、(株)ジオスケープ 代表取締役社長 須田 清隆
 (株)群設計 主任研究員 大門 達也
 沖縄国際大学 助手 仲村 篤 (経営学博士)
 名桜大学大学院 観光環境領域 講師 大谷 健太郎 (政策科学博士)

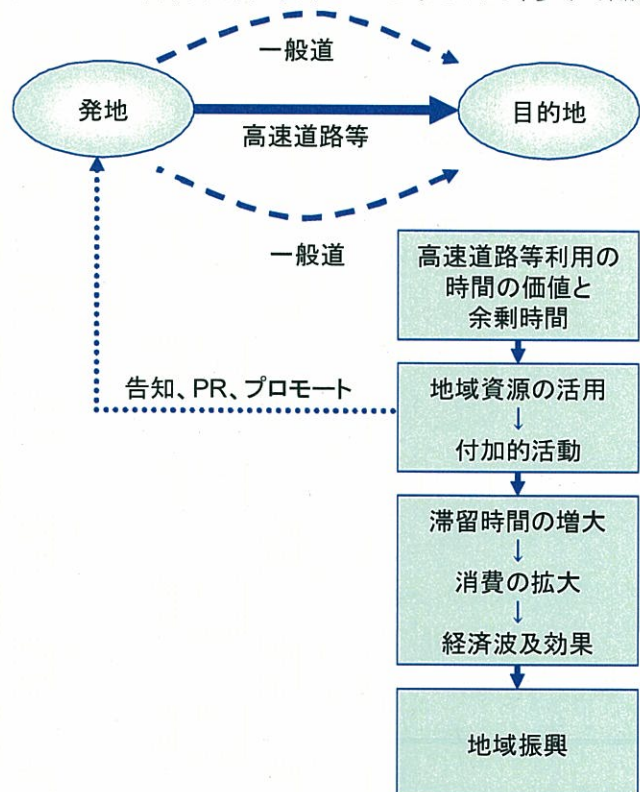
はじめに

高速道路の利用者は、目的地での時間的な余裕を期待して料金を支払い高速道路を利用する。今回は中国自動車道の利用者を対象として、山陰地方、とりわけ島根県西部地域に注目して調査研究を行った。

1. 研究の目的

高速道路等を利用することで利用者は目的地での時間に余裕が生まれ、一般道を利用した場合と比べて多くの活動を行うことができる。受入地域では、来訪者の消費を誘導するために、滞留時間を長くしたいと考えており、多くの来訪者に高速道路等を利用してもらいたいと思うはずである。そこで本調査研究では、高速道路利用と地域振興の関係を数量的・客観的に明らかにすることを目的に、以下のような点について論考する。

1. 発地と目的地を特定した場合、利用者における実際の機会費用と高速道路等の料金の比較検討を行うこと。
2. 特定された目的地における地域資源等を調査し、その利用可能性と魅力について明らかにすること。
3. 目的地における平均的な余剰時間を算出し、その時間で活動可能な行動パターンについて考察すること。
4. 余剰時間の中で、支出が期待できる消費額について推計し、高速道路の来訪者の大きさによって、地域経済に与える影響の大きさをシミュレートすること。
5. 高速道路利用促進のための情報提供やキャンペーンに関する提案を行うと同時に、地域固有の地域資源の活用方法や魅力形成、複合的な行動メニュー、地域特性を活かした振興方針等を提言すること。



2. 調査研究の方法

中国自動車車道の安佐 SA、七塚原 SA、大佐 SA の上下線で利用者に対して、平成 20 年 12 月 12 日(金)から 14 日(日)までの 3 日間、サービスエリアの利用者に対してアンケート調査を行った。

主な調査項目は、利用した IC、高速道路の利用目的、SA のリピート数、旅行目的地、沿線の観光ポイントに対する認知度(知っているか)と関心度(行きたいか)、行ってみたい場合の希望滞在時間(Willingness to Stay)と希望消費額(Willingness to Pay)、食べたいものと購入したいものなどである。

3. 結果の概要

- (1) 中国自動車道を利用する場合、最も多かった経路は広島方面から出雲方面、大阪方面から〇〇であった。一般道を利用する場合と比較して平均で 2.48 時間の時間短縮が期待され、その場合の高速道路利用料金は約 3700円(片道)である。高速道路の利用者は、約 5 時間の余剰時間を期待し、平均で〇〇円の消費をおこなっている。
- (2) 高速道路の「価値感」は、5 時間分の付加価値であるが、これは中国地方の平均労働賃金は〇〇円であるから、総額で〇〇円の付加価値となり、これから高速道路の料金を差し引くと〇〇円となる。しかし、実際には〇〇円の消費を行っていることを考えると、実質的な付加価値以上の消費が誘導されており、その要因は地域や特産品等の魅力であると思われる。
- (3) その地域を、どのくらい理解しているかに関しては、対象地域 50 カ所の観光ポイントについてちよさした結果、知っている観光ポイントでは、出雲大社を筆頭(89.3%)に、鳥取砂丘(88.4%)、大山(77.3%)、しまね海岸(73.4%)、石見銀山(73.0%)が突出しており、以下白兔海岸(57.1%)、しまねお魚センター(56.2%)、出雲ドーム(54.1%)が 50%以上で、後の観光ポイントはそれ以下の認知度であった。
- (4) 関心度(行ってみたい)では、10%以下の観光ポイントはなかったものの、しまねお魚センターと石見銀山が共に 32.2%、因幡万葉歴史館が 30.5%で、後はいずれも 3 割以下のなかった。
- (5) 認知度の点では、地域の情報の作り方や発信の方法に工夫が必要であることを伺わせ、関心度では、観光の目的地が分散しているともいえるが、全体的に関心が低いことはこれからの課題である。
- (6) しかしながら、その少ない需要の中で、関心のある観光ポイントにおいて、どのくらいまで消費を行う意志があるか(Willingness to Pay)と、どのくらいの時間滞在してもいいかを訪ねると(Willingness to Stay)、平均消費額で 6235 円、滞在時間で 5.8 時間であった。滞在時間は多いとはいえないが、日帰り観光地としての消費額としては大きい数値となった。
- (7) そこで消費の対象として、土産品、食事について訪ねると、土産品では特産品、漬物、野菜、菓子類の順に多く、食べたいものでは、地元のものの方が圧倒的で、以下麺類、軽食であった。

4. 地域振興のために

山陰地方の西部地域には、出雲大社や石見銀山他、知名度の高い観光ポイントはあるものの、観光動機を促すような訴求力を持つに至っていないとはいえない。高速道路の利用者は、地元の食材や特産品等に関心を持っており、消費をしてもいいと考えていることを勘案すると、潜在的な需要は大きいと考えられる。利用者の一部は、目的を持たずに高速道路を走っていることも考え合わせると、PA、SA で地域の情報をいかに発信するかが大きな課題となる。