

ジェロントロジー対談

MaaS は超高齢社会の移動問題を 解決するか

~パス会社「みちのりホールディングス」の取り組みから考える~

生活研究部 ジェロントロジー推進室 准主任研究員 坊 美生子

e-mail: mioko bo@nli-research.co.jp

MaaS (Mobility as a Service、マース)

国土交通省は「スマホアプリ又は web サービスにより、地域住民や旅行者一人一人のトリップ単位での移動 ニーズに応じて、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括 で行うサービス」と定義している。2016年にフィンランドで始まったサービスが、先進例とされている。国内では 2018 年頃から注目が集まり、政府の成長戦略「未来投資戦略 2018」の中に、変革をけん引力する「フラッグ シップ・プロジェクト」として盛り込まれた。国土交通省と経済産業省は、同年度以降、全国 80 地域の実証実 験を支援対象とし、取り組みを推進している。

老後も住み慣れた地域で安心して生活していくためには、マイカーを運転できず、送り迎えしてくれる家族がいなくて も、自由に移動できる交通手段が必要不可欠である。しかし現状では、都市部を除いて、各地域の鉄道やバスは 廃止・縮小されるなど、公共交通は衰退している。そのため、高齢者が運転免許を自主返納すると、とたんに外出機 会が減ってしまうケースが多く、身体機能や認知機能の低下が懸念される。交通手段をどのように活性化し、持続さ せていくかは、どの地域にとっても最重要課題と言える。

今後、地域交通を活性化していくために、AI など先端技術の活用にも注目が集まっている。その一つが、複数の交 通サービスをデジタル化して統合する「MaaS」である。利用者が、スマートフォンのアプリに目的地を入力すれば、様々 な交通サービスの中から、最適な組み合わせが表示され、アプリで予約から決済まで一括して行えるというものである。 既に、鉄道事業者やバス会社、航空会社などが各地で取り組みを始めている。乗車券に百貨店や観光施設のクー ポン券などを組み合わせて相乗効果を狙うケースもある。IT 企業や不動産会社など、異業種も続々と参戦している。

新たなビジネスチャンスを掴もうと、急速に MaaS への注目が高まる一方で、実際に MaaS を事業化できるのか、 地域の高齢者等の移動手段確保につながるのか、という点については、まだ検証が進んでいない。

東北や関東で、経営難に陥ったバス会社などを子会社化して規模を拡大してきた「みちのりホールディングス」(東 京、松本順代表)グループは、自動運転や、AI を利用して、予約状況に合わせて最も効率的なバスの運行経路と ダイヤを決める「ダイナミックルーティング」など、新しいサービスに次々取り組んでいる。MaaS にも 2018 年から取り組 んでおり、本稿では、同社で IT 分野を担当する浅井康太氏と対談を行うことによって、これまでの蓄積から見えてき た、MaaSの成果と課題について検証する。

地方では交通手段が不足。MaaS で交通サービスを「増や す」と「つなぐ」の両方が必要

坊准主任研究員 (以下、坊):スマートフォンのアプリから、複数の交通モードを一括して検索・予 約・決済できる「MaaS(マース)」は、交通サービスの利便性を向上し、異業種連携による新たな市場 開拓、需要喚起につながるものとして期待されています。2018年に国内で注目が急上昇すると、異 業種から交通分野への新規参入も相次ぎ、AI など先端技術を用いた移動関連サービスが次々開発さ れています。一方で、これらのサービスが本当に実用化され、地域の移動課題解決につながるのかは、 まだ見えてきません。今日は、みちのりホールディングスさんが 2019 年度から茨城県日立市で実施 している MaaS の取り組みを題材として、MaaS の課題について議論したいと思います(1)。まず、みち のりホールディングスさんの具体的な取り組み内容について教えてください。

浅井康太氏 (株式会社みちのりホールデ イングスディレクター、以下、浅井氏):私た

ちは、「地方版 MaaS」を創ろうとしてい ます。MaaS は、複数の交通モードをつ なげて使いやすくするサービスですが、 地方ではそもそも交通手段がかなり少な いので、まず交通手段を増やし、それを つなげていこうという発想です。「増や す」と「つなぐ」を両方やるのが地方版 MaaS の特徴です。

日立市では 2019 年度から実証実験に 取り組んでいますが、1年目はまず、交 通手段をつなぐためのアプリを作りまし た (図表 1)。増やす方では、AI デマン ド交通⁽²⁾ を始めました。2 年目はアプ

図表 1 2020 年度の実証実験の主な内容と実績

	2020年度	(一部は2021年度に実施)	
アプリ (対象)	MaaSアプリ (茨城交通、高速バス、デマンドサービス、自動運転バス等)		
交通サービス	デマンド① 大沼地区	セダン型	
		400円 (2km~ 600円)	
		住民対象	
	デマンド② 宮田・助川・ 成沢地区	ジャンボタクシー	
		400円 (2km~ 600円)	
		住民対象	
	BRTで中型バスの自動運転		
異業種連携	小売(300店)の商品とバス券のセット販売		

(資料) 筆者作成

リをバージョンアップし、乗換検索からも使えるようにし、さらに AI デマンド交通を拡大しました (写真1)。

長期的には、自動運転を取り入れて、運転手不足の状況でもサービスの質を維持していけるように

^{(1) 2019}年度は、茨城交通、電鉄タクシー、みちのりホールディングス、日立製作所、茨城県、日立市、常陽銀行、茨城 大学により構成する「日立市新モビリティ協議会」が実施主体となって実証実験を実施。2020 年度は日立市、ひたちなか市、 高萩市、東海村、茨城県、関東運輸局、日立製作所、ひたちなか海浜鉄道、常陽銀行、茨城大学、茨城交通、電鉄タクシー、 みちのりホールディングスで構成する「ひたち圏域新モビリティサービス推進協議会」が実施主体となって実証実験を実施。 いずれも、国土交通省と経済産業省の共同プロジェクト「スマートモビリティチャレンジ」で支援対象に選定されている。

⁽²⁾ あらかじめ決めたダイヤや路線通りに運行する定時定路線バスとは違い、予約があったタイミングで、乗客の乗車場 所や目的地等に合わせたルートを走行する交通サービス。「AI オンデマンド」は、AI によって最適ルートを選択する。使用 する車両の種類には、バス型やワゴン型、セダン型などがある。尚、みちのりホールディングスは直近では、サービス態 様・機能から「呼出型最適経路バス」という呼称を用いている。

しようと考えており、別の実証実験の中で、旧日立電鉄線跡地を運行する「ひたち BRT」⁽³⁾ の自動運転にも取り組んでいます(写真 2)。



写真 1 宮田・助川・成沢エリアを走行中の AI デマンドサービス

(写真) 筆者撮影



写真 2 自動運転の実験が行われた「ひたちBRT」

(写真) 筆者撮影

地域の移動課題から出発する

坊: MaaS によって、具体的に、地域のどのような移動課題の解決を目指しているのですか。

浅井氏:日立市の交通状況は、海沿いを南北に主要道路が2本走っていて、その西側は山になっています。人が住めるエリアが狭いので、高度成長期に、山側にニュータウンがいくつも開発されました。

⁽³⁾ BRT (Bus Rapid Transit=バス高速輸送システム) は、専用レーンを整備するなどして遅滞を防ぐ新しい形のバス輸送のこと。鉄道よりも導入コストを抑えられる他、再開発やインバウンドによる乗客増加や、ドライバー不足に対応する手段としても期待されている。

ところが、ニュータウン造成から40年以上経ち、そこに住んでいる人は退職世代になった。みちの りグループの茨城交通がバスを運行していますが、本数は1日5~6本しかない。ニュータウンに住 む人が、より自由に、地域を移動できるようにしたい、というのが我々の構想です。そこで、2020 年度の実証実験として「宮田・助川・成沢」と「大沼」という二つのエリアで、ジャンボタクシーを 用いて AI デマンドサービスを運行することにしました。本当は 2020 年度中に実施する予定でしたが、 新型コロナウイルスの影響で、今年6月から実施しています。

坊: 同じようなオールドニュータウンは全国にたくさんあります。現役世代の時にはマイカー運転が できるので自由な生活ができるが、運転をやめた途端に移動手段に困る。団地は坂の上に造成される ケースが多く、距離が短いように見えても、年を取ってから歩いて生活するのは大変です。

浅井氏: 高齢になり、運転免許を返した途端に、外出が減って生活の質が急に下がるというパターン が多いのが現状です。年を取ると重い荷物を持って歩くのも大変ので、バス停まで歩くのも困難にな る。今は、買い物へ行くにも、行きは頑張ってバスに乗り、帰りは料金が高いけど我慢してタクシー で帰るという人もいる。また、実際に団地を歩いて住民の方に話を聴いたところ、「用事がある時は 息子や嫁に乗せてもらうけど、すごく気を遣う」と言う方もいた。そういう人たちに、マイカーを運

転していた時と同じぐらい、もしくはそれに近い ぐらい便利な移動サービスを提供したい。

坊: 全国各地で同じ問題が発生していますが、バ ス事業者の中には、バス利用が難しくなってきた 高齢者が増加していることを課題認識し、自ら対 応に取り組んでいるところは必ずしも多くないの ではないでしょうか。

浅井氏: 我々はバス事業をやっていますが、バス だけでは全てのお客さんの移動ニーズを満たせな い、という認識をもともと持っていました。バス は運行ダイヤが決まっていて、「何時にこの駅を 出て、このルートを走ります」という乗り物。そ うすると、お客さんが本当に行きたいところへ行 けるかというと、バス停を降りてからちょっと歩 かないといけない。バスがそのお客さんの本当の 目的地まで行こうとすると、より複雑な運行ルー トになり、まっすぐ行きたいお客さんからいうと 遠回りになる。そのバランスを取ると、無難なル



(写真)みちのりホールディングスの浅井康太氏

ートが出来上がるので、みんなちょっとずつ、自分のニーズと合っていないことになる。それでも安 いから我慢して乗っている。一方でタクシーはと言うと、完全に自由に、行きたいところまで行ける。 でも高いねと。じゃあバスとタクシーの間ぐらいで、「乗車まで少し待つけど目的地のすぐ近くまで行 ける」という移動サービスを創ろうと。それが「呼出型最適経路バス」(デマンドサービス)です。 我々のグループは、バス事業もタクシー事業も両方持っているので、その中間というコンセプトを考

えやすかったのかもしれない。

坊: みちのりホールディングスさんでは、MaaS をやろうという機運はどのように形成されたのですか? **浅井氏**: みちのりホールディングスは持ち株会社で、グループには東北、北関東の五つのバス会社が あります。従業員は全部で 5,000 人ぐらいです。ホールディングスで IT 分野を担当する私と、代表 の松本の二人で MaaS の取り組みを考えています。具体的な取り組みを始めたのは 2018 年ですが、 2016 年頃から「マルチモーダル」というコンセプトをどう我々のビジネスに取り込んでいくかにつ いて検討していました。要は、複数の交通手段を選択しやすくする「乗換検索」をキーテクノロジー にして、利便性を向上する方法を考えていた。それが MaaS につながったということです。

高齢者にはハードルが高いアプリを用いたサービス

坊: AI デマンドサービスには 2019 年 度から取り組んでいますが、成果はど うだったのでしょうか。

浅井氏: 2019 年度は大沼エリアと、日立 製作所関連の従業員を対象にした通勤型 という、2 種類の AI デマンドサービス を実施しました (図表 2)。大沼エリア の方は、ひたち BRT の停留所で降りたお 客さんに対して、MaaS アプリで予約し たデマンドサービスにさっと乗り換えて もらうというもの。最初のバスと、次の 乗り物をスムーズに乗れるという、MaaS のコンセプト自体を体験してもらうこと

図表 2 2019 年度の実証実験の主な内容と実績

	2019年度		実績
アプリ (対象)	MaaSアプリ (茨城交通、高速バス、デマンドサービス、 JR東日本、椎名観光バス等)		ダウンロード数 約700件
交通 サービス	デマンド① 大沼地区	セダン型	利用者数非公表
		無料	
		住民対象	
	デマンド② 通勤型	大型バス	利用者数 110人
		500円	
		日立製作所関連	
異業種 連携	小売(10店)の商品とバス券 のセット販売		_

(資料) 筆者作成

が主な目的でした。そのため、運賃も無料としました。しかし、結果的には、アプリから事前予約し た人は少なく、デマンドサービスの運転手が通行人に声をかけて送迎したパターンがほとんどでした。 高齢者が多かったので、「こういうサービスがあったら便利だけど、スマホで予約するのはハードル が高いね」と言われました。

坊: 統計だけ見ると、高齢者のインターネット利用率は上がっていますが、実際に日ごろ利用してい るサービスは限られていると思います。特に、クレジットカード決済を伴うものには心理的な抵抗や 不安感が強い。全国で新しいモビリティサービスを実施しているところでも、アプリでは高齢者には 使いづらいということで、結局、後で電話受付も始めた、というケースが多いです。

浅井氏: 我々がアプリを利用しない層にアクセスするためには、昔ながらのコールセンターを設置し て、電話で受け付けをしないといけない。その分のコストを負担することができれば高齢者が利用し やすいサービスを提供できるが、維持コストは高くなります。

実装では、技術的課題よりも、企業の社内ルールなど制 度的課題が大きい

浅井氏: 2019 年度に行ったもう 1 件のデマンドサービスは、日立製作所の工場や研究所に通勤してい る従業員を対象にしたものです。日立市と近郊エリアでは、市民の多くが日立製作所関連です。通勤 時間帯にはJR常磐線の電車が1時間に4~5本走っていましたが、見ていると山手線並みにぎゅう ぎゅう詰め。自宅から乗る駅までは離れていて、降りた駅から職場も離れている。だったら直接自宅 から職場まで行けるようになれば便利ではないか、というシンプルな発想です。大型バスを朝夕に1 本ずつ運行し、事前に予約があった乗降所に立ち寄って、最短ルートで運行しました。運賃は500円 に設定しました。

坊: 地方だとマイカー利用率が高いので、マイカー通勤をしていたのかと思いました。

浅井氏:この地域は南北に走る主要道路が 2 本しかなく、渋滞しやすい。従業員が一斉にマイカー通 勤をすると渋滞が発生し、地域に迷惑をかけてしまうし、職場でも駐車場を確保できないので、電車 通勤をしているのです。案外、地方の企業でも通勤は公共交通を使うように勧めているというところ が多いんですよ。

坊: 想定通りの実績が得られたのでしょうか。

浅井氏: 1日平均6.5人、最も多い日で23人が利用しましたが、数字は想定を下回りました。理由は はっきりしていて、職場から支給されている通勤費用は電車の定期代で支給されているので、従業員



(写真)坊准主任研究員

が電車の定期券を購入した上で、さらにデマンドサービスを利 用すると、個人の持ち出しになる。ここは企業側と連携が必要 なところで、企業が通勤費としてデマンドサービスの定期代も 電車の定期代のように選択できるようにしてくれれば、我々も 本格運行できるようになるのではないかと思っています。案外、 デマンドサービスの技術的な問題よりも、地域の企業側のルー ルという、制度的な課題が大きいことが分かりました。一方、 気付きもありました。我々は、JR東海道線を走っているグリ ーン車のイメージで、「いつものしんどい通勤が、プラス数百 円払うとデマンドサービスで快適に通勤できる」というコンセ プトで実施しましたが、実際に運行してみると、足が悪い社員 の方が何度も利用してくれた。普段の満員電車では通勤に苦労 されていたようです。通勤でも、移動困難な方の、デマンドサ ービスへのニーズがあることが分かりました。

高齢者への説明、説得に、地域の小売店に協力してもらう

坊:日本では、MaaSが先行している欧州と違って、もともと交通事業者が小売も展開しているケース が多いこともあり、交通と小売が連携した MaaS の取り組みが期待されています。みちのりホールデ ィングスさんの実証実験でも、地域の店舗と連携し、店舗の商品と交通のチケットをセットにした販 売を2019年度から開始されました。成果はどうでしたか。

浅井氏:これを企画した理由は二つあります。第一は、移動は手段であって、買物や通院など、必ず その目的があります。我々は交通事業者ですが、交通サービスのチケットだけをどんどん作っても、 移動の目的が無ければ売れません。逆に、お客さんから見ても、目的と手段のチケットをセットで買 えれば、買いやすいのではないかと。だから、交通とお店の商品をセットにして販売しました。第二 の理由は、デマンドサービスなどの新しい取り組みをしても、利用者に認知してもらうのがすごく難 しい。だから、地域のお店からお客さんに「バスのチケットとお店の商品を一緒に買える」と周知し てもらったり、お客さんがお店の HP を見てバスチケットとのセット商品があると知ったりすれば、 購入するきっかけになるので、ちょうど良いだろうと。

坊: 高齢者に新しいサービスを利用してもらうには、最初のきっかけが難しい。80 歳近くなってく ると、普段使い慣れている交通手段を変更することは、若い人が想像する以上に大変です。他の自治 体で、新しい交通サービスが高齢者の移動手段として定着している成功事例をみると、導入する際に、 役場の職員さんたちがすべての自治会を回って、直接高齢者に利用方法を説明し、登録を呼びかける など、大変地道な努力をされてている。しかし、民間の交通事業者が単独でそれをするのは難しいの で、地域に密着した小売に協力してもらう、というアイディアは面白いですね。

浅井氏: おっしゃる通り。おじいさん、おばあさんになると、一歩を踏み出すことが大変で、イノベ ーター理論で言うと「ラガード」、最も保守的で行動パターンを変えることが難しい、または行動を 変えない層だと考えられます。本当は、我々の社員が現地のお宅を一軒一軒回って、「おじいちゃん、 おばあちゃん、これを使うと便利ですよ、使ってみると簡単ですよ」と説明する作業が必要なんでし ょう。でもそれをするには人手が要るし、我々だけではできないので、小売店の方々にその部分を協 力して頂ければ、双方のメリットになると考えたのです。

坊:実際にセット商品を販売した店では、売り上げも増えたのですか。

浅井氏: 正確な推計は出していませんが、店舗側にとってもプラスにはなりました。 1 年目は約 10 店に協力してもらい、一緒に消費を販売する仕組み作りができたので、今年度は協力店を300店に増 やしたいと思っています。仕組みとしては、ナビタイムジャパン(以下、ナビタイム)が作る MaaS アプリの中に、店舗の情報を掲載する。そこに店舗の情報を登録すると、交通チケットと一緒に買え る。登録システムの利用は有料ですが、参加する店舗が多ければ多いほど、一店当たりの費用をすご く低く抑えられるという訳です。

乗客からはいずれ、既存交通と競合するサービスへの要望 が出てくる。事業者はコストバランスで判断する

坊: デマンドサービスが本格運行されるようになったら、乗客から、現在の限定された運行範囲ではなく、 例えば「JRの次の駅まで行ってほしい」など、広域移動のリクエストも出てくるかもしれない。そう すると、鉄道や路線バスなど、既存の幹線交通と競合する恐れが出てくるのではないでしょうか。

浅井氏: そういうリクエストも出てくると思います。それに対する我々の考え方はシンプルで、コス トバランスが成り立つかどうかです。例えば、ある地点から「JR水戸駅まで行きたい」というニー ズがたくさんあるなら、水戸行きのシャトルバスを多頻度で運行すれば良い。ところが、「あの山の 向こうにお墓詣りに行きたい」というように少数で特殊なニーズであれば、「そのルートでは乗合の サービスは行っていないので、タクシーを利用してください」となる。ただ、現在のタクシー料金の ままで今後もサービス提供するかどうかというのは、検討の余地があるでしょう。もしかしたら、サ ブスクリプションで「月に一度だけ、希望の目的地までタクシーで行ける」という内容の定額サービ スを用意する方法もあるでしょう。基本的には、お客さんがある程度リーズナブルに移動したいとな ると、複数で移動する乗合サービスが前提になると思います。「乗合は嫌だ、パーソナルな移動が良 い」と言う人には、そこは付加的なサービスになるので、プレミアムを払ってもらうことになるとい う整理です。

坊: 新しい交通サービスを導入しようとすると、どの地域でも問題になるのが、既存の公共交通と の関係です。既存の鉄道や路線バスを、地域の幹線を運行する「基幹交通」と位置付けた上で、それ らと各地区を結ぶ支線の運行をデマンドサービスが行うなど、交通手段ごとの役割分担を明確にして、 共存を図る自治体もあります。みちのりホールディングスさんの公表資料では、デマンドサービスに ついて「地域の移動の基幹となるバスなどの公共交通サービスを補完する末端交通」という表現もあ りました。浅井さんは、公共交通とデマンドサービスとの役割分担をどう考えていますか。

浅井氏: 我々交通事業者にとってのサービス区分は、末端部分の移動は、より自由で移動できる乗り 物にし、基幹部分の移動は、一定程度乗る人を集めてまとめて効率的に運ぶ、ということです。でも 使う人から見ると、乗り物ごとの役割の違いなんて無い。乗り物に関係なく、自分が乗りたいタイミ ングで快適に移動できれば良い。でも、自分で行きたいところに自由に行ける乗り物って結局、自家 用車なんですよね。その世界観を交通システムで実現しようとすると、将来、自動運転が可能になっ たとしても、一人用の自動運転の乗り物がそこら中をたくさん走っている社会になる。それって変じ やないですか。やっぱり、複数の人が乗り合せるサービスと、小回りが利くデマンドサービスを組み 合わせた交通システムの方が、効率が良い。それが MaaS です。MaaS の考え方は、いろんな交通手段 をシームレスにつなぐもの。一つの乗り物だけ見ると、移動範囲が限定されて、一見不便かもしれな いが、いろんな乗り物と組み合わせて自由に使えれば、便利になる。そのためにも、我々が今やって いる実証実験で言えば、将来的には乗り継ぎの待ち時間をなくしたり、乗り継ぎのたびにお金を払っ ていくのは面倒だから定額制に変えていったり、といったことを実現するのが次のステップだと思い ます。

MaaS 実現に、他社のオープンデータ化の壁。将来のため に、交通事業者自身が I T投資をして公開すべき

坊:次に、MaaS の肝である、複数の交通サービスを東ねて提供するアプリについてお聞きしたい。 みちのりホールディングスさんが 1 年目の実証実験で作ったナビタイムの MaaS アプリでは、JR 東日 本の運行情報も検索できたが、2年目に作ったアプリは、みちのりホールディングスグループ内の事 業者の運行情報のみになっていました。JRの情報が一緒に検索できないと、地域を移動したい人に は使いづらいのではないですか。

浅井氏: 1 年目は、我々以外の運行データを買ってアプリを作ったが、結構高額なんです。だから、 費用の問題で、2 年目には買わなかったという訳です。バス業界ではこれまでデータ化が遅れていま したが、各社が次々と、国土交通省が標準フォーマットと定めた「GTFS」という形式でデータを作っ て、オープンにしています。それに比べて、鉄道業界は従来から先行して、一定のお金を掛けて運行 情報などをデータ化し、販売してきました。彼らのフォーマットの方が、バスの GTFS よりもデータ の量が充実しているので、わざわざバス業界に揃えてグレードの低いデータを生成する必要が無い。 それよりも、彼らの既存のデータを購入して使用してほしい、という訳です。

坊: MaaS の先進事例であるフィンランドでは、行政主導で MaaS を一気に実現しましたが、日本では 民間が MaaS の実施主体になっているので、どうやって他の交通事業者の協力を得るかはネックにな りますね。まずは各交通サービスの運行情報等が公開されないと MaaS ができないので、国土交通省 でも、ガイドラインを策定してオープンデータ化を推奨していますが、現実に、大手鉄道事業者がデ ータを公開して他社に無償提供するのではなく、一定の金額で販売するとなると、各地域で行われて いる MaaS の取り組みにとって、大きな壁になるのではないでしょうか。

浅井氏: おっしゃる通りだと思います。オープンデータ化とは具体的に何をするのかというと、自社 のソフトで作ったり、手書きしたりしていたデータを、他の人にも読み取れる標準的なフォーマット に変換し、提供するということです。もともと IT リテラシーが高く、データを所有している会社で あれば、変換作業自体はそんなに難しいことではありません。MaaS に取り組めば、お客さんを増や せる可能性があるのですから、基本的には交通事業者自身が、人手やお金をつけて、オープンデータ 化すべきだと思います。もしも「資金に余裕が無いので、IT 化にはびた一文出せない」と言うなら、 その経営体質や状況が問題なのであって、まずは収益力を強化しないといけないでしょう。そうでな ければ、オープンデータ化を見送ったとしても、また別の問題が生じるのではないでしょうか。みち のりホールディングスではそこを意識していて、個々の事業者が行ったベストプラクティスをグルー プ内で共有したり、グループ全体で車両を調達してコスト削減したりと、筋肉質で、収益を上げられ る会社を目指しています。

坊: 一方で、地域で運行されている自家用有償旅客運送 ⁽⁴⁾ などは、1 年目のアプリでも検索対象にも 入っていません。高齢者等が自由に移動できるようにするには、将来的には、地域のすべての交通サ

⁽⁴⁾ 白ナンバーのマイカーを用いて、他人を有償で輸送することを、公共交通の利用が困難な過疎地等において、例外的 に認める制度。全国で、自治体やNPO、社会福祉協議会などが実施主体となって運行している。



ービスが MaaS アプリに入っていることが望ましいと思いますが、自家用有償旅客運送を運行してい るのは地域の団体などで、それこそ人手や資金に余裕はありません。そのような交通サービスについ ては、行政がオープンデータ化を支援するということが考えられるのではないでしょうか。

浅井氏: そうですね。原理的には自家用有償旅客運送のデータもアプリに入れることができるので、 検索用のデータをどう作るかですね。

観光客やインバウンドも取り入れて、数年のうちに MaaS の取り組みで黒字化を目指す

坊:最後に MaaS の収益性についてです。MaaS に取り組むには、アプリのシステム利用料など、短期 的には費用がかかり、いまチャレンジする事業者にとっては持ち出しになる。また、MaaS アプリが 定着し、MaaS を使って交通サービスの利用が増えた、という点まで到達するには、時間がかかる。 何をクリアすれば、中長期的に黒字転換していけると思われますか。

浅井: 実は、そんなに時間がかかると思っている訳ではなく、数年のうちに黒字化したいと考えてい ます。交通事業者の立場で言うと、MaaS アプリでチケットを販売し、かつデジタル決済に代わると、 システム利用料や手数料の負担が増えるので、収益が 10%ぐらい目減りします。それを上回ろうとす ると、単純な話で、利用者を 10%増やせば良いので、いかに今公共交通を使っていない人に使っても らい、こういう便利なサービスがあるという認識が浸透するかだと思います。地方ではバスを毎日利 用している人は3%ぐらいなので、逆に、新規獲得のパイは大きい。今、自家用車で移動している人 も、別に皆が好きで運転している訳ではないと思うので、一人でも公共交通に移行してもらうことが 大事だと思います。また、インバウンドや観光客もいずれ戻ってきます。当面、スマホの壁によって、 高齢者の利用が増えなかったとしても、観光客に使ってもらえれば黒字にはできる。地域住民だけに 依存するとなかなか収益化は難しいですが、例えば会津若松市でいうと、人口は約 12 万人ですが、 観光客は年間約300万人以上が訪れるので、その人たちに使ってもらうだけでも効果があります。

坊:しかし、現在のマイカー利用者や観光客に使ってもらうためは、リアルの交通サービス自体がし っかりと提供されていないといけない。MaaS が始まった時に、スマホで一括検索・予約・決済でき たとしても、交通サービスが少なかったり、乗り継ぎが不便だったりすると、結局、「公共交通は使 いづらいからタクシーで」になってしまいます。新しい交通サービスに取り組むと同時に、既存の交 通サービスを見直して、利便性を向上することも重要ではないでしょうか。

浅井氏: 我々は、路線バスの再編にも取り組んでいます。私が描く将来の移動は、ブドウの房のイメ ージです。一粒のブドウの実が地域交通です。一粒ずつ、地域交通のクラスターがあり、それが連な ることで、広域の移動ができるようになる。粒の内側である地域内は、デマンドサービス等によって 細かく移動できる。粒と粒の間は、路線バスや鉄道、BRT などの基幹交通で結ぶ。しかし現状はどう かと言うと、これまでの長い時間の中でバス停が増えすぎたために、バスの運行ルートが冗長、複雑 で、地域内の移動が不便になってしまった。その結果、待ち時間が長くなったり、本数が少なくなっ たりしているんです。今後はバス停の数を減らして運行頻度を上げ、その代わり、バス停にデマンド サービスを接続させてその先も移動できるようにしていきたいと思っています。

MaaS の成果と課題

浅井氏との対談を通じて、MaaS について、以下の成果と課題が見えてきた。今後、他の事業者の事例もみなが ら、これらへの対応について検討していきたい。

- ① 地方では、MaaSによって交通手段をつなぐ前に、増やすことが前提。
- ② 高齢者にとっては、MaaSの土台であるアプリを使用することはハードルが高く、工夫が必要。
- ③ 新たな交通サービスを事業として成立させるためには、従業員の通勤で大きな移動ニーズを持つ地元企業との連 携が必要。
- ④ 地域住民と顔馴染みである商店等と連携すれば、双方にメリットがあり、地域活性化につながる。
- ⑤ 他の交通事業者のオープンデータ化やデータ提供には壁がある。