

今回は、MaaS(Mobility as a Service)の概念について、現状と課題を整理した。現在、各地域で実証段階にあるMaaS関連の取り組みは、マネタイズという意味では現実的ではないものが大半である。MaaSを単なる手数料ビジネスとして展開する限りは、この問題が解決することはないだろう。

筆者は、MaaSが普及するための鍵は、MaaSその先にある革新的なビジネスをいかに一体的に展開し魅力を高めるか。この点に尽きると考えている。

明日への力

日本総合研究所

リサーチ・コンサルティング部門
シニアマネジャー 高野 寛之

35



今回は、MaaSが国で普及するためのビジネス展開について、その考え方を言及する。

MaaSの普及により変わるもの

はじめに、MaaSが普及することによって、我々の生活がどう変わるのかを整理したい。筆者は次の3点がポイントとなると考えている。

①個人の生活様式が変わる

例えば、都市部の会社員は、自宅から駅まで徒歩で移動、勤務先の最寄駅まで電車で移動し、徒歩で勤務先に到達する、という生活様式であった。MaaSの普及により、モ

③場所の価値が変わる

これらの結果として、都市における場所の価値が変わっていくことが想定される。例えば郊外の土地の価値が利便性の観点と自然環境とのバランスなどから再評価される可能性があるだろう。

不動産×MaaS分野の可能性

ビジネスモデルという観点で、特に注目されているのが不動産事業との連携だ。MaaSと親和性は非常に高く、世界的にも検討が進められている分野である。

先進的な取り組みとして、アメリカでは、「ライドシェア付賃貸住宅」がサービス展開

MaaSをブームで終わらせないために MaaSの先にあるビジネス展開

ビリティが個人々のニーズにあわせ小回りがきくようになる。例えばスマートフォンやライドシェアを活用して、別の方法で出勤するなど、個人々人によって生活様式が変わる可能性がある。

②サービスのあり方が変わる

移動が柔軟にできるようになると、それにあわせてサービスを柔軟に選択しなくなっていく。例えば、同等の水準のサービスがあるとする、ある特定の場所でしか受けられないサービスよりも、「移動とセットになったサービス」が選ばれるようになっていくだろう。

観光×MaaS分野の可能性

観光分野のMaaSは、わが国においても既に様々な地域で始まっており、観光と移動が一度に予約・決済できるなどの仕組みは構築されている。一方、これは手数料ビジネスの枠の範囲内であることが大半であり、持続可能なビジネスとしては、疑問が残る。

解決策のひとつの参考となるのは、MaaSとは無縁の事例ではあるが、イタリアの地域活性化事例として近年注目されている「アルベルゴ・ディフーズ」の考え方があろう。アルベルゴは宿、ディフーズは分散を指すイタリア語であり、地域全体を宿機能の一部として考えた上で、飲食・体験・宿泊などのサービスを地域全体で提案・提供するという取り組みであり、日本でも類似の事例が出始めているところである。これは、複数の主体が運命共同体として、リスクを取り一体的なサービス提供を行っていることが成功要因のひとつであり、今後の取り組みにも参考になる。これは観光に限らず、様々な分野に当てはまるだろう。

MaaSの先にあるビジネスは開発途上にある。現在は産業のビジネス構造が根本的に変わる可能性も見据えながら、世界的に模索している状況である。引き続き注視していきたい。

不動産関係の取り組みは、費用負担の枠組みが既に地域で整備されているところもある。例えば、地域のエリアマネジメントの仕組みの中で、まちの地価向上を念頭に置いた取り組みの一環として、ライドシェアとエリアマネジメント事業を共同展開してこよう可能性もある。

*記事に関するお問い合わせは、prdweb@m-jri.co.jpまでお願い致します。