

現在、MaaS (Mobility as a Service) と呼ばれる新たなモビリティサービスの概念が注目を浴び、実証実験が各地で行われている。一方、現状多くが「乗り換え検索アプリ+α」の状態であったり、オンデマンドバスの運行のみであったりと、革新的なサービスの提供段階まで至っていない。このままブームで終わらせないために、その概念が本来目指す理想を振り返るとともに、課題を取り上げる。

**目指すものと都市空間に与える変化**  
MaaSは、マイカー削減のために、マイ

# 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  
マネジャー 圓角 史人 34



カーを持たなくても「Door to door」での快適な移動を可能にするために提唱された概念だ。IoTを使い、目的地まで、一つのサービスで複数の交通手段(鉄道、バス、自転車等)を組み合わせ、検索、予約、決済ができるようにし、円滑な移動を可能にする。一定区域での複数の交通サービスの定額制の導入や、移動データを蓄積し、交通政策に活かすことも目指されている。MaaSの運営主体はMaaSオペレーターと呼ばれ、各交通事業者と連携し、アプリや各種データを統合させたプラットフォームを使い、サー

MaaSオペレーターには、AIなどを活用した交通の需給調整が求められる。データ連携や都市空間再編の観点から、MaaSはSmart Cityの重要な一要素でもある。理想に立ちはだかる壁  
しかし、MaaSの普及には課題がある。一つは、MaaSオペレーターは誰がなるかだ。現在、Maas Japan、MONETコンソーシアムなどの鉄道系、自動車系を中心とした企業連携が進む。特に、鉄道事業者は、沿線エリアの顔であるという自負もあり、自社と顧客の間に他者が入ることを嫌

## MaaSをブームで終わらせないために MaaSの理想と課題

ビスを提供する。

MaaSは都市空間にも大きな影響を与えている。現在、自動車ではCASE(コネクティッド、自動運転、シェアリング、電気化)が進み、鉄道でも自動運転や需要に応じた運行が提唱されるなど、新たなモビリティサービスの開発が進む。将来は、アプリで目的地を設定すれば、街中を動いている自動運転車が自宅にすべにきて、駅へ移動し、鉄道も待ち時間なくスムーズに乗れるという世界が実現される。マイカー数が減少し、街中の道路の車線数や駐車スペースが縮小

す。ところで、都市空間の再編も期待される。この傾向がある。そこで自社で小ぶりのMaaSの導入を検討するわけだが、一般的に多くのプラットフォームビジネスで寡占化が進むように、MaaSでも将来的には数プラットフォームへと収斂することが予測される。また自動車のCASE化が浸透すると、交通サービスの体系が劇的に変わることがある。そのため将来的には鉄道、自動車の業界を超え、どこを連携していくのかも視野に入れつつ、その中で顧客に何を提供すれば自社サービスが選ばれるか、考えていく必要がある。

次に、MaaSで得られたデータの取り扱いだ。MaaSオペレーターになるメリットの一つにはデータの蓄積があり、交通サービスの需給調整以外に、自社のその他ビジネス(小売等)への活用や、他社への販売の可能性もある。各社がMaaSの取り組みで連携しようとしても、データを誰が持つかが一つの論点となりうる。本来のMaaSの意義を踏まえると、交通サービス提供に資するものはオープンにするなど、どのようなデータをどのような形式で他社と共有するかを、個人情報保護の観点も含めた上で議論していく必要がある。

最後に、マネタイズだ。一つは、手数料ビジネスで、MaaSオペレーターは旅行代理店のように交通サービスを仕入れ、消費者に販売することで、手数料を得ることが考えられる。ただし、これはMaaS事業を立ち上げる努力に比べ、利益は微々たるものだ。そこで、現在、交通事業以外の事業とセットにした定額制サービスの導入が注目される。利益率の高いサービスや必ずしも頻繁には使われないサービスをセットにすることで、グループ全体での事業収益の向上を図るものだ。例えば、東急グループは、沿線の交通・映画・食事をセットにした定額制サービスの実証実験を予定している。次回、MaaSと他事業を組み合わせたマネタイズについて論じる。

\*記事に関するお問い合わせは、redweb@imjri.co.jpまでお願い致します。