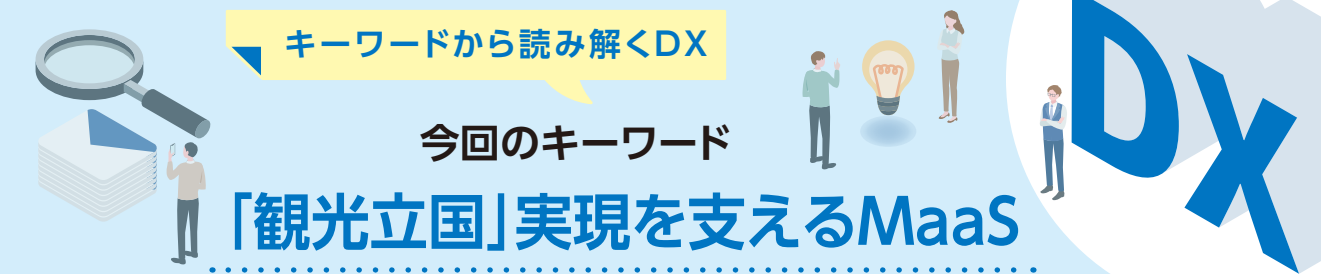


Dx



キーワードから読み解くDX

今回のキーワード 「観光立国」実現を支えるMaaS

「MaaS(マース)」という言葉をご存じでしょうか。「地域の観光活性化のためにMaaSを活用」といった話題で耳にした方もいるのでは。「Mobility as a Service」の略で、直訳すると「サービスとしての移動」。公共交通や様々な移動サービスと、自動運転やAIなどのテクノロジーを掛け合わせた、次世代の交通サービスを表す新概念です。今後私たちの行動や社会を変容させていく可能性のある、「移動のDX」ともいえるMaaSについて解説します。



現代社会の行き詰まりを解く鍵

スマートフォンひとつで、あらゆる交通手段をシームレスにつなぎ、誰もが自由に移動できる社会。それがMaaSの描く未来図です。日本政府は、2018年頃から本格的にMaaSの取り組みを始めています。その背景には、加速する高齢化とマイカー依存社会の行き詰まり、さらに、訪日観光客をさらに増やして「観光立国」を推進したいという思惑があります。

前者の高齢化については、様々な面で、従来の社会のあり方を変えていかなければ近い将来立ち行かなくなる原因となっています。それは、「移動(交通)」についても同様です。日本は長年にわたって、先進国の中でも突出した自動車大国でした。自動車産業は世界における日本のプレゼンスを高め、マイカーは私たちに豊かな生活をもたらしてきました。しかしその反面、渋滞や大気汚染、交通事故の増加、地方の公共交通機関の衰退など様々な問題も招きました。特に、高齢化と人口減少の進む地域では、高齢者が運転免許返納によって移動手段を失い、買い物や通院など生活に支障をきたす問題が深刻化しています。

後者については、政府は2030年までに訪日観光客6000万人という目標を掲げておられる。新旧の様々な移動手段を利用者に提案し、移動サービスをワンストップで提供することで、人々の行動変容を引き起こすことが証明されたのです。

「日本版MaaS」と先進事例

MaaSは、関わる業界が多岐にわたったり、既存の交通システムをはじめ社会や産業構造によって、手段や重視することが変わります。2019年に国土交通省が提唱した「日本版MaaS」は、「移動」そのものを一つのサービスとして捉え、移動の利便性向上だけでなく、地域の社会課題解決や新たな価値創造を目指すものです。フィンランドのMaaSは環境政策と都市政策に力点を置いたものですが、日本版は、健康増進、地域活性化、生活の満足度向上に力点を置いている点の特徴といえます。また、まちづくりやインフラ整備とMaaSの連携も強く意識されていることがうかがえます。

「日本版MaaS」は、現状はまだ部分的なものにとどまっている段階ですが、特定の地域では、先進的な取り組みの成功例も見られます。その一つが、富山市です。目指しているのは、「もっと移動したくなる環境づくり」を通じて、全ての人の移動の自由とずっと賑わうま

り、持続可能な観光や地方誘客促進に取り組んでいます。しかし、その実現のためには、何度も訪日してもらえよう魅力あるまちづくりに加え、「ストレスフリーな交通手段」の整備が必須条件になります。

行動変容を引き起こすMaaS

これら問題を解決する鍵の一つとして注目されているのが、MaaSなのです。

そもそもMaaSは、どのように誕生したのでしょうか。始まりは、2014年頃のフィンランドのヘルシンキ。フィンランドは、通信業界の自由化によって成功した公的サービスの象徴とされるノキアを擁する国です。エネルギー、鉄道、航空と同様、交通業界もノキアのような変革を実現することで利用者が求めるサービスとなり得ると考え、MaaSコンセプトが生まれたといわれています。目指したのは、「様々なモビリティサービス(公共交通機関や自動車・自転車・電動キックボードなどの各種シェアリング、タクシー、レンタカーなどを組み合わせ、クルマを保有する生活よりも、より良い生活を実現するサービスを作り出すこと)」です。

なお、MaaS運営会社によると、ヘルシンキ、ちづくりに貢献すること。マルチモーダルルート検索、交通手段やイベント・店舗の予約・決済、イベント・スポット情報の提供などを、すべて一つのスマホアプリ「my route」内で完結できるようにしています。公共交通機関やシェアサイクルと連動したシェアリングサービスも提供されています。「my route」を通じて移動経路に沿ったお店の情報やクーポンを提供することで集客を促進する施策などを展開。商店街やショッピングモールとの相乗効果が生まれているようです。

人々の移動を変え行動変容を起こすMaaSには、様々なビジネスチャンスが隠れていると思われま。生活者としても経営者としても、今後の展開を注視したいものです。



柴山治(しばやま・おさむ)
デジタル戦略プランナー/
株式会社YOHACK CEO

米国ワシントン大学 経営学修士課程(Global Executive MBA)修了。ITベンチャー、コンサルティングファーム、外資系生命保険会社等を経て、現在は株式会社YOHACK代表。企業の成長フェーズや課題に応じた、テラーメイドの支援を提供している。著書に「日本型デジタル戦略」等がある。



※DXに関するお悩みは、どんなことでもお気軽にご相談ください。

(図) MaaSによる変化のイメージ

