

## 1. 自動運転

自家用車同様のパフォーマンスはまだまだ遠い将来。

## 2. 自動運転に見込まれる「進歩」のプロセス

公共交通などモビリティサービスへの導入が先行するだろう。更に進むためには技術と社会的経済的受容のハードルを越える必要がある。その為にも都市やまちの価値向上につなげることが求められる。三田の場合だと将来ニュータウンの高齢化が進むとどうなるのか移動手段の高度化で克服できないだろうかといったところに取り組むべきテーマがあると思う。

## 3. モビリティを導入したまちづくり

道路空間の使い方と集まって楽しい都市づくりがポイント。前者は歩行者優先の共存公共空間創出や道路の余剰空間を使ったアメニティ創造など。後者は駅周辺への機能集中や楽しい交通結節点など楽しいお出かけ場所の創設。ドイツ・フライブルグの事例：LRT導入で団地の駐車場が要らなくなり楽しい広場(ピザ釜広場)になった話。フランス・ストラスブールの事例：自動車優先から公共交通・歩行者優先への転換→駅(停留所)に人が集う楽しい場が生まれた。こういった事例から自動運転社会になっても、都市や地域の価値向上を図るうえで、路線型の公共交通は引き続き重要。路線型と新たな面的な移動サービスとをどう調和させていくかが新たな課題ではないかと思う。

## 4. 次世代モビリティ実装へのステップアップ

- (1) 長期を見据える。都市の変容。道路空間の配分を変える(歩行者・スローモビリティが優先)。そして、交通結節店周辺/郊外居住地区に蜜をつくる(コンパクト+ネットワーク)まちづくりを目指す。
- (2) ショーケース作りを進める。モデル地区での次世代モビリティの社会実装、郊外団地の再生など。
- (3) 技術を鍛える。次世代モビリティの固有技術と運用の両面からの向上を目指す。
- (4) 足元を強くする。暮らしの足を支えるものであることを忘れてはならない。その上で、データを活用していくためにデータ基盤の構築・運用に力を注ぐ必要がある。

→「足元を強くする」取り組みなくして、次世代モビリティの実装も都市空間の変容もできない。

## 5. モビリティ「だけ」では都市は楽しくならない

移動には目的がある。魅力的な空間やコンテンツがないと人は動かない。新たなモビリティツールには市民の交流を促し暮らしを支援するものが求められている。

## 6. 「保有」から「利用」するモビリティへ

MaaSとは、Mobility-as-a-Service(統合的移動サービス)とされる。車の産業構造が「垂直統合」から「水平分業」に転換するなか、モビリティのメニューを増やし、情報技術を活用して束ねることで「自家用車保有に代わる選択」として登場してきた。低酸素な交通への転換や移

動困難の解消、都市や地域の価値向上を目指している。

M：まちを、a：アトラクティブに（魅力的に）、a：安心して、S：生活できる三田 を目指すととらえて→モビリティ（交通）の視点から、これを目指す取組が MaaS と言える。

MaaS の 1 つの特徴は、モビリティのメニューを増やす、マルチモーダルと言うところ。ここに自動運転が位置付けられる。グリーンスローモビリティや従来の公共交通で定額制とかサブスクリプションとかもここに位置付けられる。もう一つの特徴は、インターモーダル、束ねるところ。ここに、データの基盤、ちゃんと検索できるか、結び付けられるかといったことが位置付けられる。

いずれにしても、MaaS で「何を」解決するのか目指すのが重要であることを忘れてはならない。

#### 7. MaaS 構築の鍵—モビリティの価格戦略—

ヘルシンキ Whim の事例。多様なモビリティサービスの検索や決済がアプリ内で完結できる。なかでも乗り放題の価格戦略が面白い。乗り放題と言いながらタクシーの利用制限が絡んで価格が変動するというもの。タクシーが安いので結構な利用があるらしい。試行錯誤も受け入れられている。

#### 8. デマンド交通の課題と展望

「デマンド交通＝低廉な乗合タクシー」という図式への疑問。従来の乗合型（目安時間の設定、車両を特定した運用等、供給者視点の需給マッチング、価格は一人当たりで設定）に対して、相乗り型（一定エリアの「運転手付きカーシェア」、最短距離・人数に応じた「割り勘」）があっても良いのでは。車両はバスでもタクシーであっても良い。

静岡市中心部の事例：定額相乗りタクシー。1人当りの割安が特徴。鉄道駅・バス路線網の充実地区で新たな選択肢をつくる取り組み。在来の公共交通を選ばれ易くする狙い。効果が挙がっていると聞く。

もう一つの事例。福島県の会津バス：ダイナミックルーティングバス。実証中。路線バスとオンデマンドタクシーをシームレスにつなぐ取組み。複数路線の統合運行を目指している。経路外の停留所をつかう場合は専用アプリ「My Ride」で乗車予約が必要。Via Mobility Japan の AI オンデマンドシステムを活用。

なお、近鉄の「まわりゃんせ」について、もともと日本にあったものだが、MaaS の形態になっており、お出かけ先に行くに当たって近鉄以外の交通も乗り放題になるのが特徴である。これは、日本特有で事業者がお出かけ先と移動手段を合わせて提供しているところから無理なく実現できたものと考えられる。本来の MaaS は、選ばれ易く買いやすくすることを目指している。

#### 9. 日本における MaaS の成長プロセス

複数のモビリティや目的と組合せることが鍵。そのためにも公共交通データのオープン化が不可欠。そして、公共交通もモビリティも「経験財」。使ってみて初めて「良し悪し」が分かる。公共交通サービスや乗り場の「リアル」な改善が不可欠。

福島航空行バスの事例。経路探索しても探索ツールにより微妙に時刻が異なることがあった。データの鮮度が求められていることが分かった。

バスオープンデータ先進都市岡山駅の事例：新幹線の乗場。データ化は進んでいるが、表示は

事業者ごとにばらばら。改善が必要であることが分かった。

八戸中心街ターミナルの事例：街中心の5ヶ所の停留所をまとめて共通呼称で呼ぶようにし行先表示なども共通化。そして、ターミナルビルを造らず、従来のばらばらのままで情報連系するようにした。人が集う場とモビリティの拠点を重ねることにより改善できる可能性のあることが分かった。

#### 10. MaaSの成長プロセスとどう向き合うのか

MaaSを導入するに当たって、コストの高騰要因があることと時間がかかることは避けて通れない。コストの高騰に関しては、モビリティや目的の組合せを考えて移動の価値向上を図り利用者増大につなげると共に統合化や効率化などによるコストの抑制に取り組む必要がある。そして、時間がかかることに関しては、時間がかかることを受け入れて粘り強く取り組んでいくことが求められる。多摩ニュータウンのラストワンマイル問題の事例では、16年前にオンデマンドの実証試験をやったが受け入れられなかった。しかし、今、新たに自動運転の取り組みを始めると期待感が出るようになってきている。

又、MaaSを成長させるには、ビジネス視点が必要であり、且つMaaSをインフラの1つと捉えることが必要と考える。

#### 11. 最後に、次世代モビリティ実装への鍵

- (1) 自動運転・MaaSの導入で何を狙うのか／何を解決するのかを考えましょう！
- (2) ショーケース（小さくても、部分的でも構わない）を実証することで、**三田に馴染むものは何か、勘所をつかみましょう！**
- (3) オープンデータの基盤作りは次世代モビリティ実装に向けての必須事項。「**MaaS サービサー**」と共創できる環境を整えましょう！
- (4) 成果まで時間がかかる可能性があります。ショーケースで**小さな成功体験を積み重ねながら郊外団地や交通結節点など「リアル」の空間再構築や暮らしの足のカイゼン**を忘れずに！