



AIオンデマンド交通サービス実証事業（第2期） 「みそのREDタクシー」結果概要

2022年5月
さいたま市スマートシティ推進コンソーシアム
(美園地区プロジェクトチーム)

実証内容

●背景・経緯

交通手段が限られ住民の**自家用車依存が進む郊外住宅地「美園地区」**において、既存交通を補完し、多様な地域ニーズに柔軟に応えながら《**自家用車に頼らずとも快適・便利に過ごせる地域交通環境づくり**》に向けた取組の1つとして、**AIシステムを活用したオンデマンド交通サービス**の導入を目指している。

同サービスの第1期実証運行を2021年3月～4月に実施したが、その第1期の成果・課題を踏まえた第2期実証運行を2021年12月～2022年2月に実施した。

第1期実証運行の成果と課題

- ・〈相乗り輸送〉や〈アプリ予約〉に関する地域受容性が一定程度確認できた。
- ・〈仕事〉よりも〈私事〉での利用が多い様子とともに、自家用車からの手段転換に寄与する可能性がうかがえた。
- ・本格導入に向けては収益向上策が必要。
 - より一層利用シーンを想定したサービス設計による利用者数増加（潜在ニーズへのアプローチ、利用頻度増、行動変容促進等）
 - 新たな収入源の確保 など

第2期実証運行のねらいと改善方針

- ・ **延べ利用者数の増加**
 - ① 地域ニーズに応じた乗降場所・運行時間等の改善
 - ② 利用頻度増に向けた定額制等の試験導入
 - ③ スマートフォン利用不得手層の利用支援
 - ④ 乗車に応じた特典付与による行動変容促進
 - ⑤ 飲食店クーポン配信等による回遊促進
- ・ **本格導入時の事業収支モデル案の構築**
 - ⑥ 運賃収入以外の収入源（協賛サポーター等）の獲得に向けた検証

●第2期実証運行概要

実証名	AIオンデマンド交通サービス実証事業「みそのREDタクシー」～ Ride it, for Everyday life, on Demand ～		
運行期間	2021年12月13日(月)～12月28日(火)、2022年1月6日(水)～2月13日(日) 平日37日／休日(土・日・祝)18日：計55日	運行範囲	浦和美園駅周辺： みそのウイングシティ(MWC)区域を中心とした地域
運行時間	平日 7:00～21:00／土曜・祝日 9:00～21:00／日曜 9:00～18:00	乗降場所	～1月10日：39箇所 / 1月11日～：42箇所 ※次頁図参照
車両	運転手除く6人乗り×平日1台・休日2台 ※感染症対策のため乗車定員4人/台にて運行		
運賃	1回乗車	12月13日～12月28日	大人(中学生以上) 100円 / 子ども(小学生) 無料
	1回乗車	1月 6日～ 2月13日	大人(中学生以上) 300円 / 子ども(小学生) 150円 ※未就学児：大人1人につき1人まで無料(2人目以降は子ども料金を適用)
運賃	定額料金	1月 6日～ 2月13日	<ul style="list-style-type: none"> ・ 30日間乗り放題券：大人2,000円 / 子ども1000円 ・ 15日間乗り放題券：大人1,200円 / 子ども600円 ・ およこ1日周遊券：400円 ※大人1人につき子ども(未就学児含む)2人まで同乗可
予約方法	乗車予約アプリ「MONET」もしくは専用電話にて、会員登録の後、乗降場所・乗車時刻・乗車人数を指定して予約 ※10分後～翌日の乗車予約可能		
支払方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 1回乗車：乗車時に現金支払い ・ 定額券：チケットアプリ「SmartWallet」（電子チケット）もしくはUDCMi窓口（紙チケット）での事前購入のみ ※利用1週間前より購入可 		



乗降場所一覧
(2022年1月11日時点)
※乗降場所は変更となる場合がございます。

注意事項
※相乗りしながら効率的に運行する交通サービスのため、最短ルートで目的地へ向かわない可能性があります。

- | | | |
|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| 1 埼玉スタジアム正面駐車場付近 | 19 美園東1丁目公園前 | 31 大門上中央公園前 |
| 2 セブンイレブン埼玉スタジアム北店 | 20 The oldman's café 浦和美園店前 | 32 JAさいたま大門支店前 |
| 3 中野田自治会館 | 21 イオンモール浦和美園 | 33 ステラさいたま大門保育園前 |
| 4 石窯料理の店 fam 前 | 22 とんかつ かつ散 浦和美園店 | 34 大門幼稚園前 |
| 5 きらりつばさ保育園前 | 23 あいう園美園ウイングシティ保育園前 | 35 駅チカイチゴ園 GREENPEACE |
| 6 サイエスクール浦和美園校前 | 24 丸一塾 浦和美園校前 | 36 大門下自治会館前 |
| 7 ゆうすずこどもクリニック | 25 ほしあい眼科 | 37 JAさいたま野田支店 |
| 8 美園台公園前(線路側) | 26 保育園 大きなぞうさん前 | 38 しらさぎ幼稚園前 |
| 9 美園西口ふれあい公園前 | 27 ファミリーマートTKS東大門店 | 39 美園公民館 |
| 10 旬彩料理 吉軒前 | 28 外町東公園前 | 40 食ばんど 浦和美園店【追加】 |
| 11 浦和美園駅西口駅前 | 29 まるや酒店前 | 41 大門上新設公園整備地前(国道122号歩道橋下)【追加】 |
| 12 浦和美園駅東口駅前 | 30 個別指導塾LEAD・ECCジュニア浦和美園西教室前 | 42 お好み焼き等専門店 KANSAI 緑区大門店【追加】 |
| 13 ファミリーマート浦和美園駅前店(スクールIE前) | | |
| 14 イオンスタイル美園三丁目 | | |
| 15 浦和美園4丁目公園前 | | |
| 16 T.T彩たま卓球ステーション浦和美園店 | | |
| 17 ウニクス浦和美園前 | | |
| 18 ORION GREEN&FLOWER前 | | |



実証実験事務局
Twitterアカウント
@MisoRedTaxi21

乗降場所追加!!



▲みそのREDタクシー運行車両



▲乗車予約アプリ「MONET」

▲図. 乗降場所一覧 (2022年1月11日以降)

●第2期実証運行概要（補足）

改善方針① 地域ニーズに応じた乗降場所・運行時間等の改善

■乗降場所

- ・利用シーンに直結した場所を中心に設定。

第1期実証（前回）

- 前回実証では、目印となるコンビニ等を設定していた。
- アンケートより、追加してほしい乗降場所として、東川口駅方面への拡張の要望が多かった。

施設種別	場所数
店舗	6
保育施設	0
学習塾	1
医療機関	1
公園	12
駅	2
その他	19
合計	41

■運行時間・台数

- ・平日、休日の利用目的に合わせて変更。

第1期実証（前回）

- 前回実証時には、平日・休日ともに、8時から18時で2台運行していた。
- 実施結果からは、平日より休日の利用者数の方が多かった。

第2期実証（今回）

- 今回は利用シーンに直結した場所を中心に設定。
- 東川口駅方面を新たに追加。

施設種別	場所数
店舗	12
保育施設	9
学習塾	3
医療機関	2
公園	6
駅	2
その他	8
合計	42

第2期実証（今回）

- 今回は利用シーンとして、平日は通勤・通学も含めて利用可能な時間として設定。
- また、コスト削減のため、平日は1台、休日は2台運行とした。

改善方針② 利用頻度増に向けた定額制等の試験導入

■継続的な利用を促すためのチケットの導入

- ・15日/30日乗り放題券、および親子で1日乗り放題となるチケットを販売。

券種	値段	購入方法	購入可能日	備考	
30日 乗り放題券	大人(中学生以上)	2000円	チケットアプリもしくは窓口	利用開始日の7日前～	—
	子ども(小学生)	1000円			
15日 乗り放題券	大人(中学生以上)	1200円	チケットアプリもしくは窓口	利用開始日の7日前～	—
	子ども(小学生)	600円			
おやこ 1日周遊券	大人1人+子ども2人※まで 400円 ※未就学児含む	チケットアプリのみ	利用日の7日前～	1日あたり 販売数 上限あり	

■チケットアプリ「SmartWallet」を通じたハンズフリー認証

- ・Bluetooth通信により、車載端末～ユーザ端末(スマホ)間で事前購入チケット認証できるサービスを展開。
- ・定額乗車券等(1/6～2/13対象)での乗車認証に先立って、12月内有効の体験乗車クーポン(6回乗車分)を本アプリを通じて先行配布※し、使用テストを実施。



▲アプリ画面
(ユーザー側)



▲アプリ画面
(車両端末側)

※住民アンケート調査への回答や、個別相談会(後述)等のイベント参加者をクーポン配布対象とした。

改善方針③ スマートフォン利用不得手層の利用支援

■アプリ登録等個別相談会の開催

- ・実証サービス内容やアプリ登録方法についての個別相談会を計4回実施。



▲11月26日@浦和美園駅



▲11月28日@ユニクス浦和美園



▲12月5日@イオンモール浦和美園



▲12月11日@大門南自治会館

■スマホ勉強会での実証内容紹介

- ・別途開催の「スマホ勉強会」にて、実証サービス内容の紹介を実施。



▲1月18日 実証内容紹介

■電話予約

- ・運行期間内に下記予約専用番号を設け、サービスの予約やその他問い合わせに対応。



■窓口での紙カードチケットの販売

- ・下記の窓口にて、紙カードチケットを販売

【みそのREDタクシー実証実験事務局窓口】

アーバンデザインセンターみその:UDCMi内

(火曜～金曜：10時～19時／土曜・祝日：9時～16時／日曜・月曜：定休)

改善方針④ 乗車に応じた特典付与による行動変容促進

■たまぼんアプリを活用した乗車特典ポイント付与

- ・さいたま市地域ポイントの「たまぼんアプリ」の来店ポイント付与機能(QRコード読取)を活用し、車内掲示QRコードを介して乗車特典ポイントを付与*。

※50pt(1日1回まで)を上限に設定。

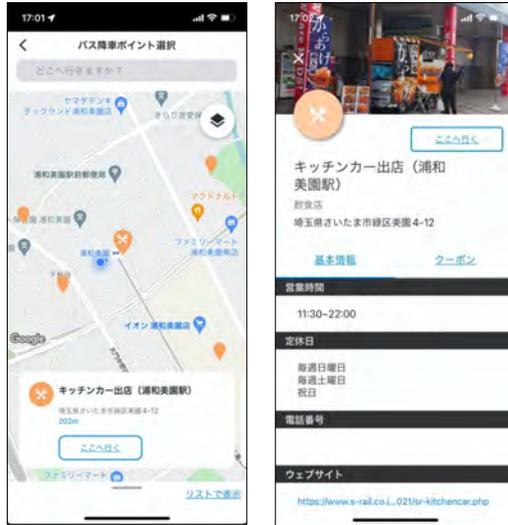


▲車内掲示QRコード

改善方針⑤ 飲食店クーポン配信等による回遊促進

■乗車予約アプリ上でキッチンカー出店情報の発信

- 乗車予約アプリ上で登録可能な「施設情報掲載機能」を活用し、地区内各施設等で実施されているキッチンカー出店情報を試験掲載。



▲ユーザーアプリ画面

■乗車予約アプリ上での地域施設によるクーポン発信

- 乗車予約アプリ内に、周辺地域の施設や事業者の割引クーポンを掲載。



▲ユーザーアプリ画面

その他異なる交通モード間の連携

■シェアサイクルとの連携

- 乗車予約アプリ内に、地区内のシェアサイクルSTを施設情報として掲載。



▲乗車予約アプリ内でのST情報配信

■チケットアプリ「SmartWallet」を通じたハンズフリー認証

- 乗車予約アプリ内に、浦和美園駅および主要バス停の時刻表リンク情報を施設情報として掲載。



▲乗車予約アプリ内でのバス停情報配信

【第2期実証サービスの結果に対する考察】

● 利用実態・特性 ～分析結果参照 (pp.7-11)

- 利用者数は、まん延防止措置により減少した時期もあったが、**継続的な利用を促す定額チケットの仕組み**を取り入れた事で、第1期実証時のようなキャンペーン期間後半減するといった利用者数推移は見られず、**通常料金期間中(1月以降)も一定数の利用者数を維持**できた。
- 利用シーンとしては、**20代・30代の単身・親子世帯が、朝・晩における通学・通勤、および日中における買い物や公園で遊ぶ事等を目的とした移動**にて多く利用されていたため、大型店舗や駅、公園などが発着地となるトリップが多く見られた。
- **全ユーザーのうち2割ほどが何らかの定額チケット等を購入**しており、**一定程度のニーズがうかがえ**、通常料金期間のトリップ総数のうち半数近くが、定額チケットを利用したトリップ数となっている。しかしながら、**子ども用の定額チケットは購入が進まず**、販売・利用方法の改善が必要となっている。

● 地域ニーズとサービス設計の差異 ～分析結果参照 (pp.12-15)

- サービスの設計（車両・運賃・支払い方法等）については、**7～8割のユーザーが満足**と答えている。
- スマートフォン操作に不慣れな人のため、「電話予約」・「紙チケットの窓口販売」を試験導入したが、予約については約98%、チケット購入については約90%のユーザーがアプリで行っていた。したがって、同施策の継続は、事業性の面からは要検討となっている。
- アンケートからは、**今回サービス利用した人は全員、利用しなかった人も9割近くから「今後もサービス利用したい」という回答を得た。**

● 利用者の行動変容への施策影響 ～分析結果参照 (pp.15-17)

- クーポン機能については、クーポン内容がニーズに合っていなかった事や、アプリUIにおいてそもそも存在を知らなかった(気づかなかった)人も多かった事等により、十分な検証に足る実績データが得られなかった。

- **地域ポイント特典**を取得した人は約15%であったが、高特典付与率だった事も起因し、ポイント取得した人のうち約4割に対しては**サービス利用する動機づけとして働いた**。しかしながら、利用者増加に伴い支出項目としてのポイント原資確保が課題となってくるため、ポイント還元率については検討・精査が必要である。

● 継続運行に向けて

- 運行人件費・システム利用料等の支出に対して、ユーザーからのサービス利用料と、協賛事業者からの協賛金（全収入の1～2割程度）が得られれば、**公的補助なしに事業継続する事が可能と試算**した。事業収支モデルについては、今後、利用者増や稼働率向上等の施策に取り組んでいく中で精緻化を進めていく。
- 本事業への協賛について**33団体（地区内施設・事業者向けアンケート調査票配布数の約2割）が何らかの協賛意思を示し**ており、その協賛特典としては、運行車両へのステッカー掲示や車内・アプリ内での広告掲出、乗降場所設置を希望する意見が多かった。今後、協賛内容・金額等については、メニュー化等を検討していく。

【今後の展望・課題】

- サービス実装に向けては、(1)行動分析等によってより一層きめ細かい利用シーンに対応したサービス設計により利用者増加を図るとともに、(2)予約成立条件等の改善により稼働率向上を図っていく。
- また、前述(1)のサービス設計については、他交通手段との連携・接続や、**地域内で行われる各種都市活動＝目的地の事業・活動等との連携・接続について検討を進め**、サービス利用者だけでなく、**地域全体で支える持続可能な事業収支モデルを構築**していく事が必要となる。
- AIオンデマンド交通サービスは、ライフスタイルに合わせた移動手段の充実、自家用車からの行動変容等の地域課題解決への寄与が期待できる事から、**本サービスの民間実装に向けて引き続きフィールド実証に取り組んでいく。**

■お問い合わせ先（みそのREDタクシー実証実験事務局）

一般社団法人美園タウンマネジメント

☎ 048-812-0301（火～金 10:00-19:00／土・祝 9:00-16:00）

✉ red-go@misono-tm.org

さいたま市浦和東部まちづくり事務所

☎ 048-878-5143（平日 8:30-17:15）

✉ urawa-tobu-machidukuri@city.saitama.lg.jp

Walk on Together

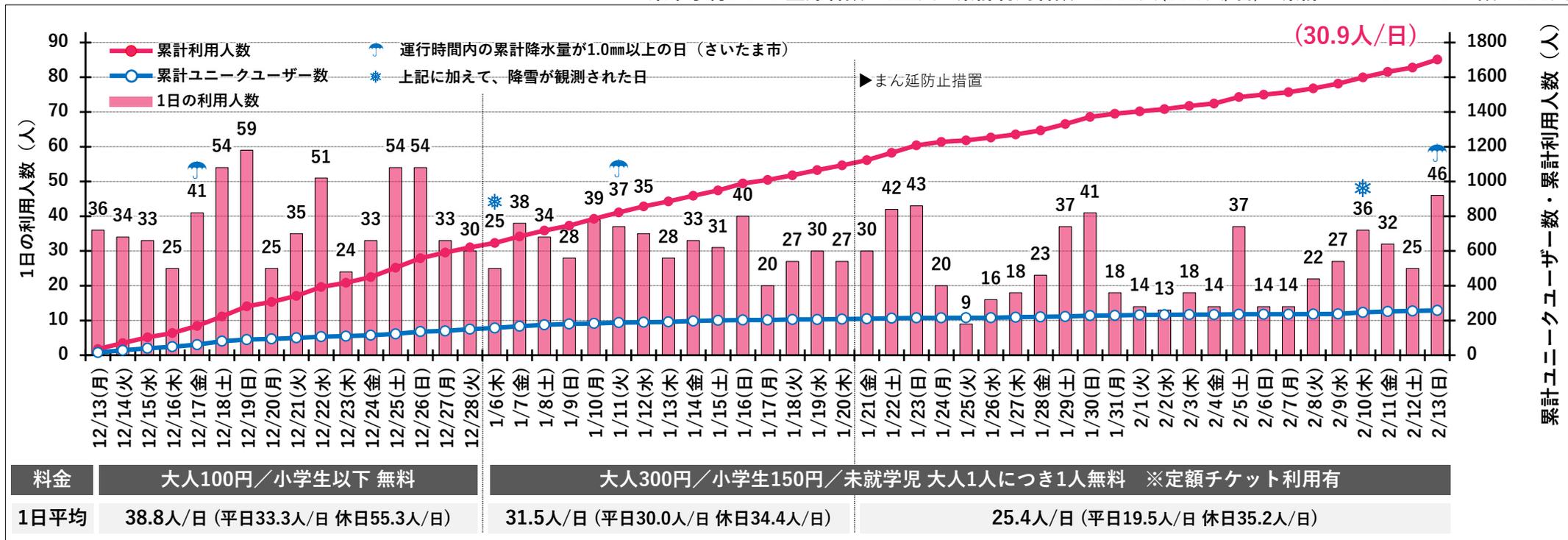
共に乗り越え、新たな日常へ

補：分析結果A 利用実態・特性

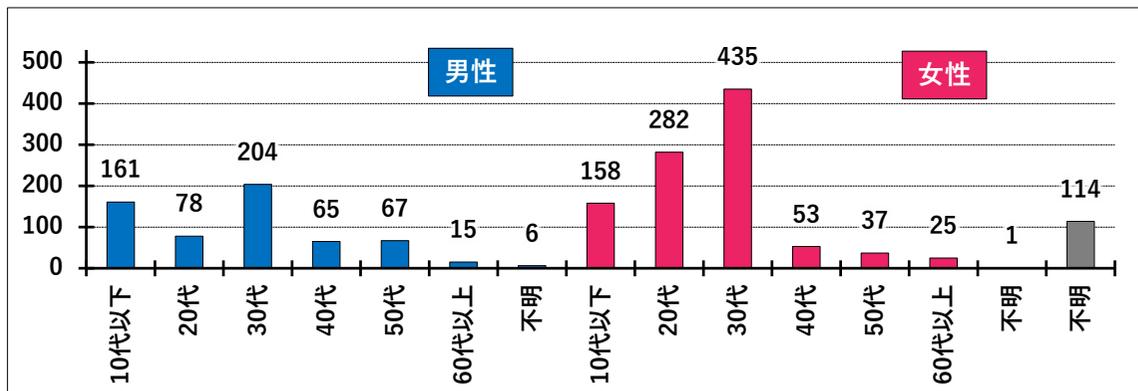
①利用者数・ユニークユーザー数（視察等除く）

- 12月内は、お試し乗車から2回目・3回目へと乗車回数を増やしてもらうため運賃を下げサービス提供した事もあり、1日あたり利用者数は38.8人であった。
- 1月以降は運賃を通常価格に戻しつつ、乗り放題券等各種定額チケットを販売し始めたが、まん延防止等重点措置等に基づく要請の発出前まで（1月6日～20日）は、1日あたり31.5人程度の利用者数を維持する事ができた。（第1段実証時との比較は次頁参照）

乗車予約アプリ登録者数：622人 累計利用者数：1702人(30.9人/日) 累計ユニークユーザー数：258人



②性・年齢階層別利用者数



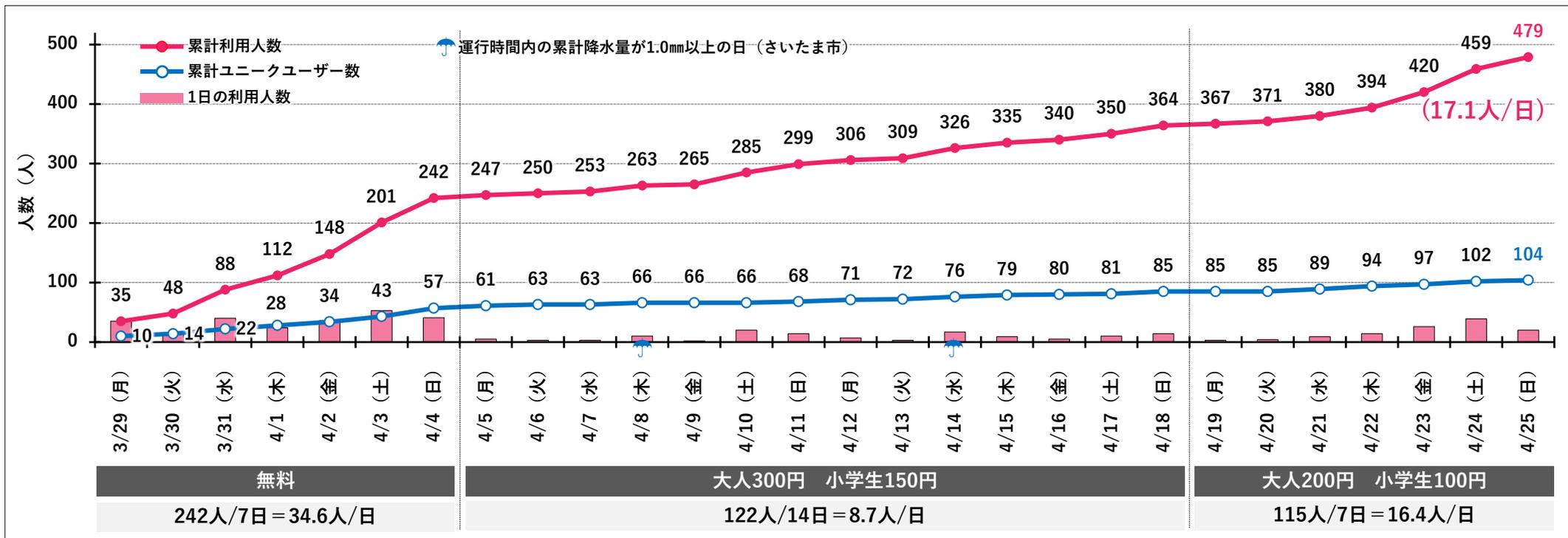
- 利用者の性・年齢階層をみると、比較的広い年齢層に利用されているが、概ねMWC区域内の人口構成に相似したものとなっており、特に多いのは「20代～30代：女性」となっている。
- 第1期実証運行と比較して、主たるターゲットに据えてサービス設計をした「子育て世帯の女性」の利用割合が増加しているが、同じくターゲットに据えた「年配者」の利用割合は増加していない。（第1段実証時との比較は次頁参照）

※性別・年代については、運転手が目視で端末操作時に入力したものであるため、入力漏れや判断できなかったものについては「不明」となっている。

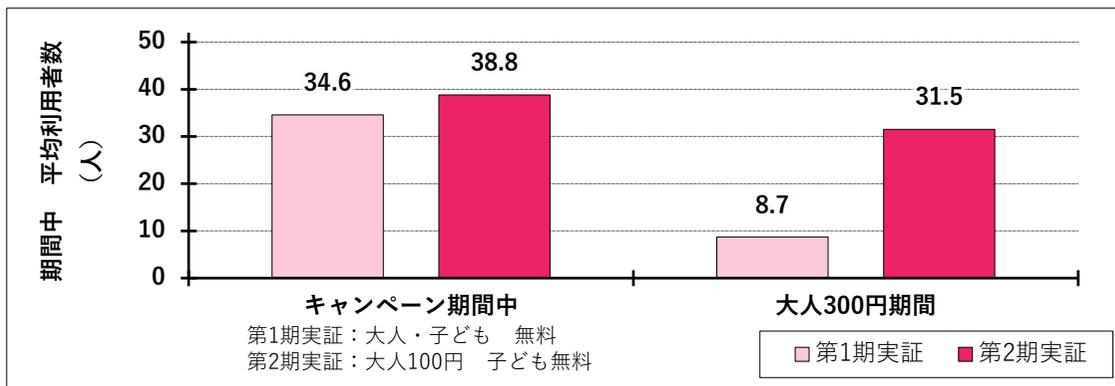
(参考) 昨年度との利用者数比較

- 前回実証時と比較して、キャンペーン期間中（前は無料、本実証は大人100円）の利用者数は同等程度であったが、キャンペーン終了後（通常価格時に戻った際は）、前回実証時は急激に利用者数が減少したのに対し、本実証でもやや減少したものの一定程度の利用者数は維持する事ができた。
- 継続利用ユーザーを増やす事を目的に定額チケットを導入した事が起因していると考えられる。

【視察等含む参考値】 登録者数：465人 累計利用者数：612人(21.9人/日) 累計ユニークユーザー数：137人



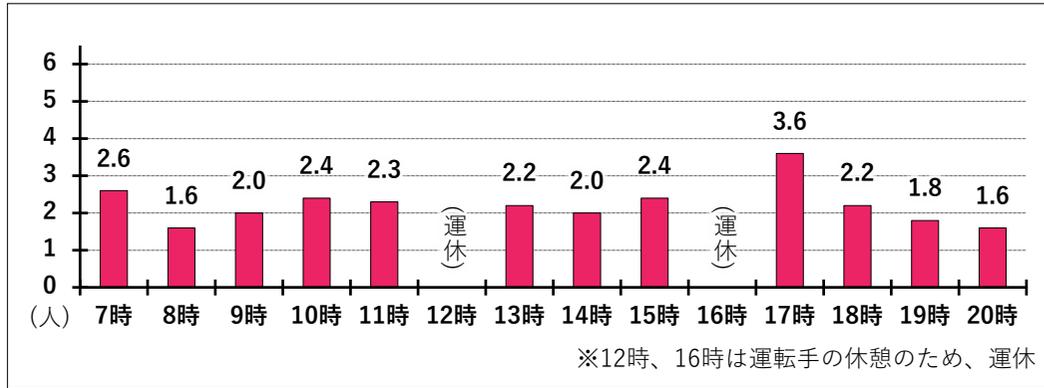
▲参考：2021年3～4月実証時の利用者数・ユニークユーザー数（視察等除く）



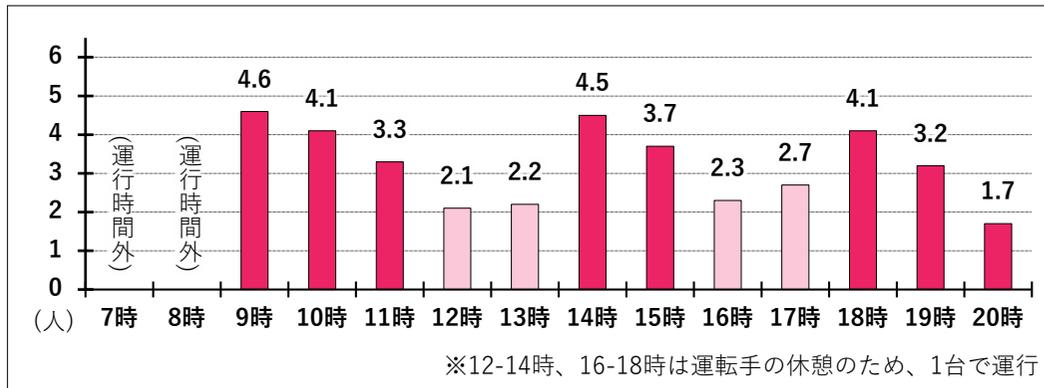
▲第1期実証運行と第2期実証運行の1日あたりの利用者数

③時間帯別平均利用者数および利用目的

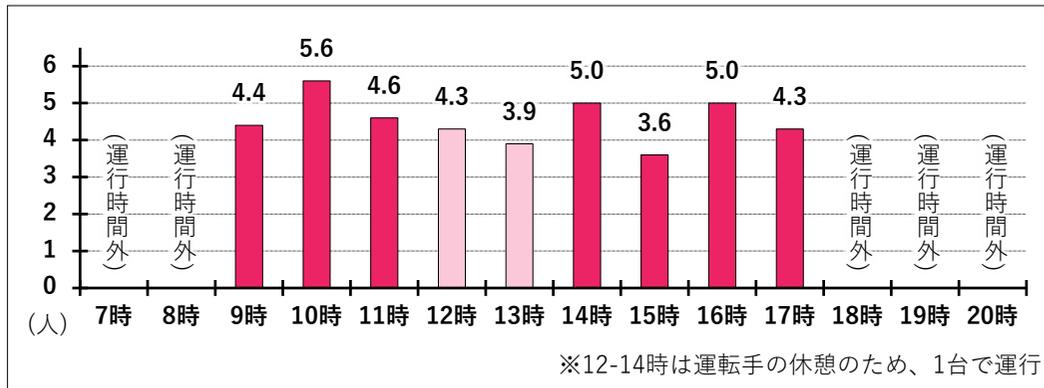
- 平日は1時間あたり2.2人が利用し、特に20～30代の朝7時頃の通勤・通学や、日中の買い物、子育て関連への送迎での利用が多い結果となった。
- また、稼働時間・台数に違いはあるものの休日の方が多く利用され、土曜・祝日は1時間あたり3.2人、日曜は1時間あたり4.5人が利用していた。特に30代による日中10時前後・夕方14時前後の、買い物・家族連れでの公園への移動や外食での利用が多い結果となった。



▲平日 (運行時間：7:00～21:00)

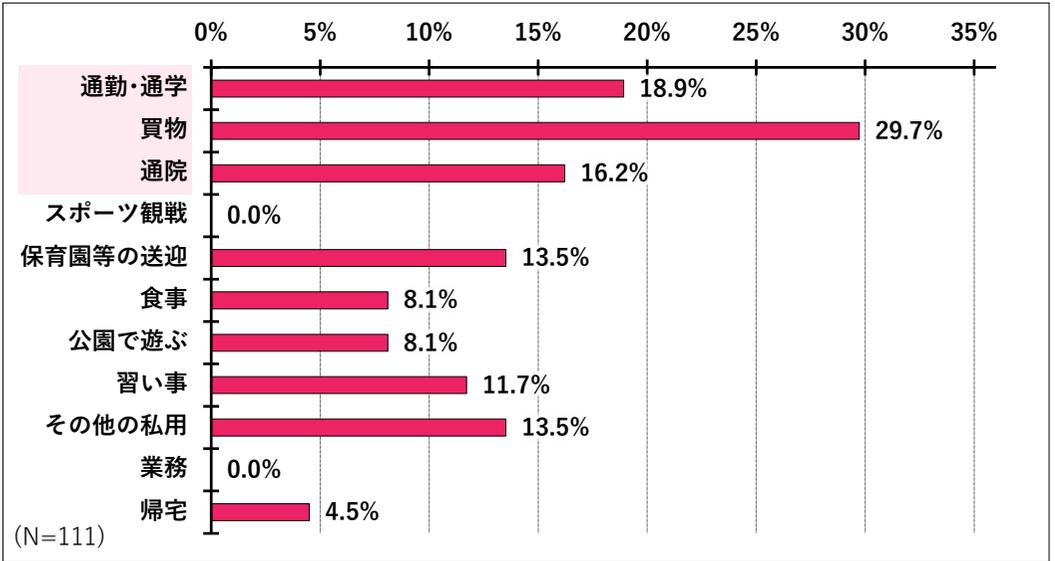


▲土曜・祝日 (運行時間：9:00～21:00)

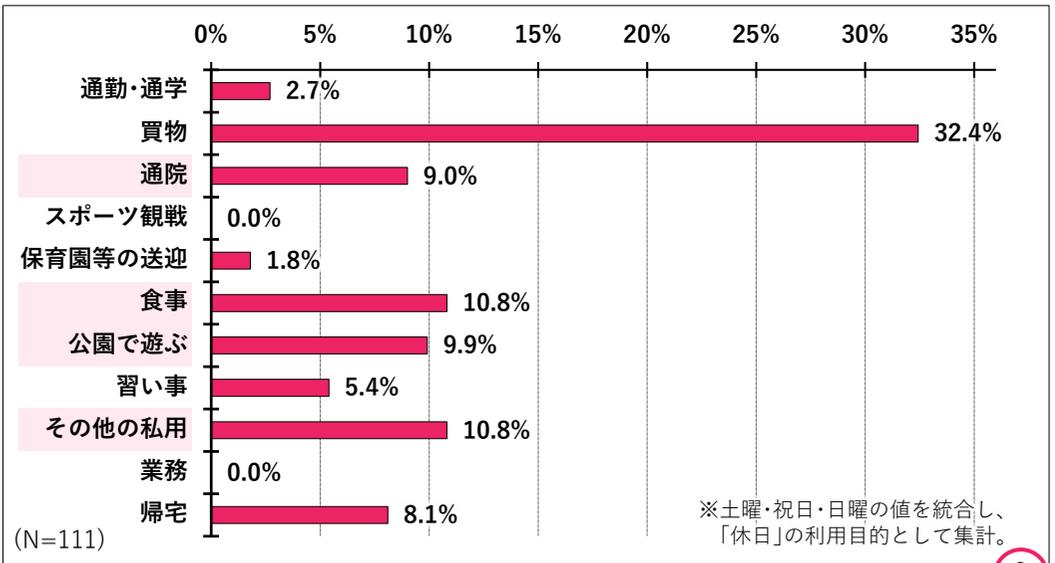


▲日曜 (運行時間：9:00～18:00)

実証実験終了後 利用者アンケート回答分析より



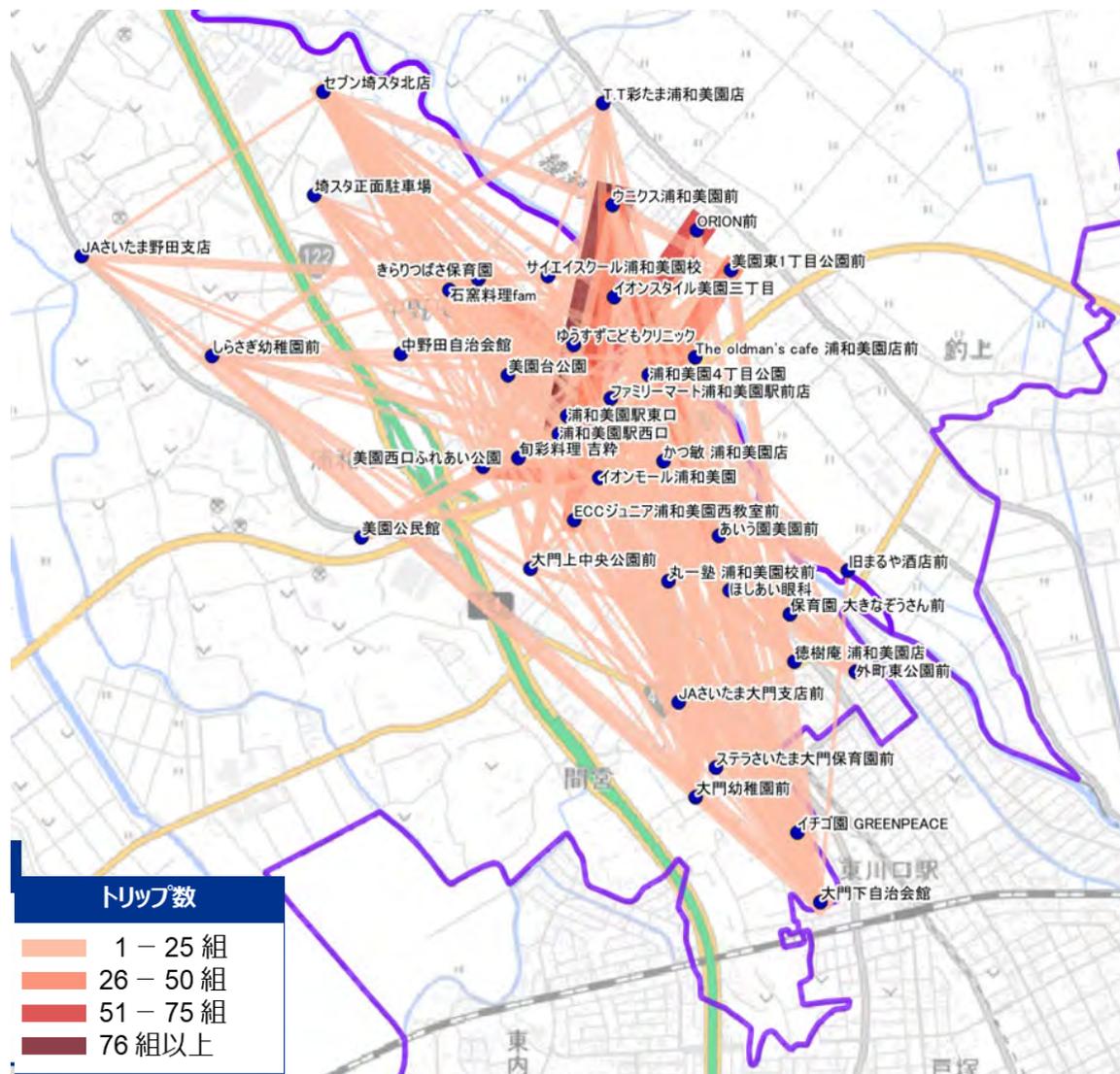
▲利用目的【平日】※複数回答あり



▲利用目的【休日】※複数回答あり

④乗降場所別乗降回数

- 買い物・通勤・通学目的で利用していた人が多い事から、「イオンモール浦和美園」や「ユニクス浦和美園」など核となる複合商業施設や、地区内唯一の鉄道駅である「浦和美園駅」を中心としたトリップが多い結果となったと推測される。
- 発着ともに最も利用された「ユニクス浦和美園」からの移動としては、浦和美園駅（徒歩13分程度）や、駅含め徒歩30～40分圏内の地点へのトリップ数が多い事がわかる。
- また、今回追加した東川口駅周辺の乗降場所である「大門下自治会館」も一定数の利用者が存在した事から、ユーザーの生活圏に即したサービス設計のために、行政区域を越えた調整を図っていく必要性が示唆される。



▲乗降場所別 トリップ数

▼乗降場所：乗降回数上位10ヶ所（実証運行期間全体）

順位	乗車場所	トリップ数	降車場所	トリップ数
1	ユニクス浦和美園前	212	ユニクス浦和美園前	190
2	イオンモール浦和美園	175	浦和美園駅東口駅前	165
3	浦和美園駅東口駅前	149	イオンモール浦和美園	164
4	セブンイレブン 埼玉スタジアム北店	83	大門下自治会館	113
5	浦和美園駅西口駅前	73	セブンイレブン 埼玉スタジアム北店	73
6	ファミリーマート浦和美園駅前店（スクールIE前）	66	ファミリーマート浦和美園駅前店（スクールIE前）	71
7	美園東1丁目公園前	66	きらりつばさ保育園前	57
8	美園西口ふれあい公園前	62	美園西口ふれあい公園前	56
9	きらりつばさ保育園前	57	浦和美園4丁目公園前	47
10	大門下自治会館	51	個別指導塾LEAD・ECCジュニア浦和美園西教室前	46

⑤ チケット種別の利用者数

- 「30日・15日乗り放題券」や「おやこ1日周遊券」は合計84枚販売した。「30日乗り放題券」の購入者は平均週2.9回、「15日乗り放題券」の購入者は、平均週4.3回程度の利用傾向であった。
- 一方で、子どもの「乗り放題券」の販売数は伸び悩んだ。購入・利用には、(1)スマホアプリでの購入・認証、もしくは(2)窓口で購入した紙チケットを提示、の2つの方法を用意していたが、チケット購入の9割がアプリによる購入であった事（後述⑩参照）を踏まえると、スマホを持たない子どもが一人で乗車する事が難しいUXとなっていた事に起因すると考えられる。
- また、各種チケットを利用した人数は、チケットを発売した1月以降のアクティブユーザー数に対してそれぞれ6～9%程度であったが、トリップ数換算では、1月以降のトリップ総数1,081回のうち484回と45%と約半数を占めた。

▼チケット販売状況及び利用実績等

チケット種別		チケット 販売枚数 (視察除く)	返金回数	乗車回数	購入人数 (割合*1)	各チケット 乗車有効期間中の 平均乗車回数*2	利用頻度 (回/週)
大人	30日乗り放題券	21	1	244	18人 (8%)	12.2	2.9
	15日乗り放題券	19	1	164	13人 (6%)	9.1	4.3
子ども	30日乗り放題券	1	1	3	0人 (0%)	0	—
	15日乗り放題券	0	—	—	0人 (0%)	—	—
おやこ1日周遊券		43	6	73	21人 (9%)	2.0	—
総計		84	9	484			

▼まん防前後・平日休日比較

	まん防前後比較		平日・休日比較	
	1/6-20 (まん防前)	1/21-2/13 (まん防後)	平日	休日
30日乗り放題券	4.4	2.6	2.4	0.9
15日乗り放題券	3.5	4.7	2.7	1.5

*1：1月以降アクティブユーザーに対する購入者割合

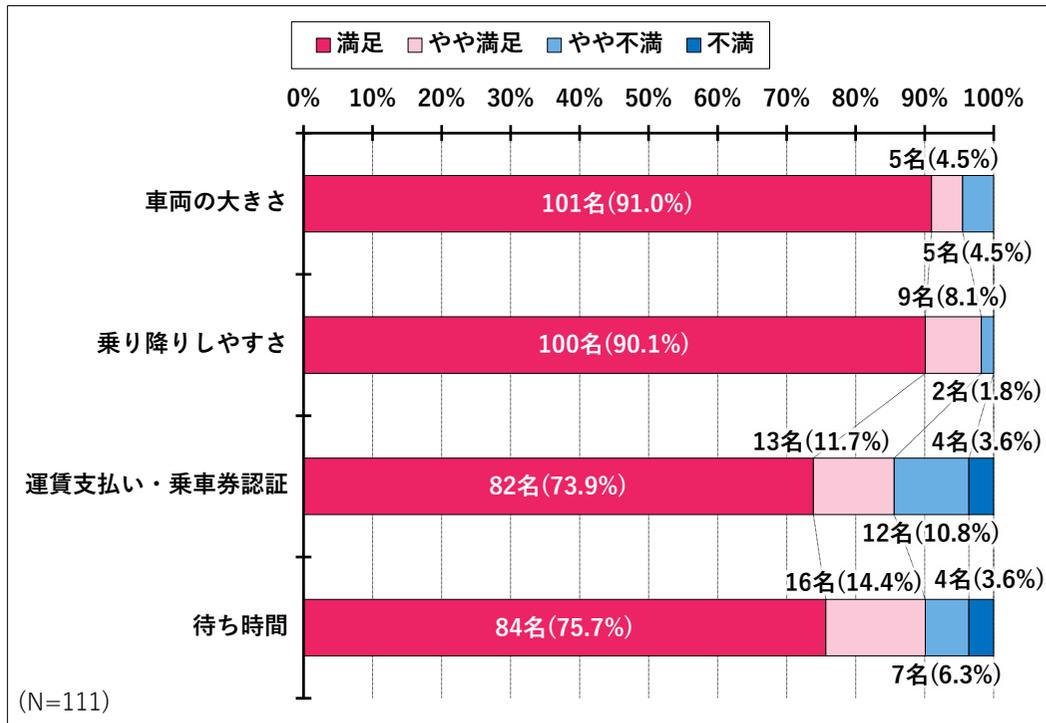
*2：【参考値】1月以降アクティブユーザーのうち、期間中の1回乗車の場合のリピート乗車回数は1.4回程度。

補：分析結果B 地域ニーズとサービス内容の差異

6 乗降

- 各項目において、おおよそ85%~98%の満足度が得られた。
- 「運賃支払い・乗車券認証」の満足度がやや低い点は、アプリを用いた事前決済・乗車認証での検知率の精度が起因したと考えられる。

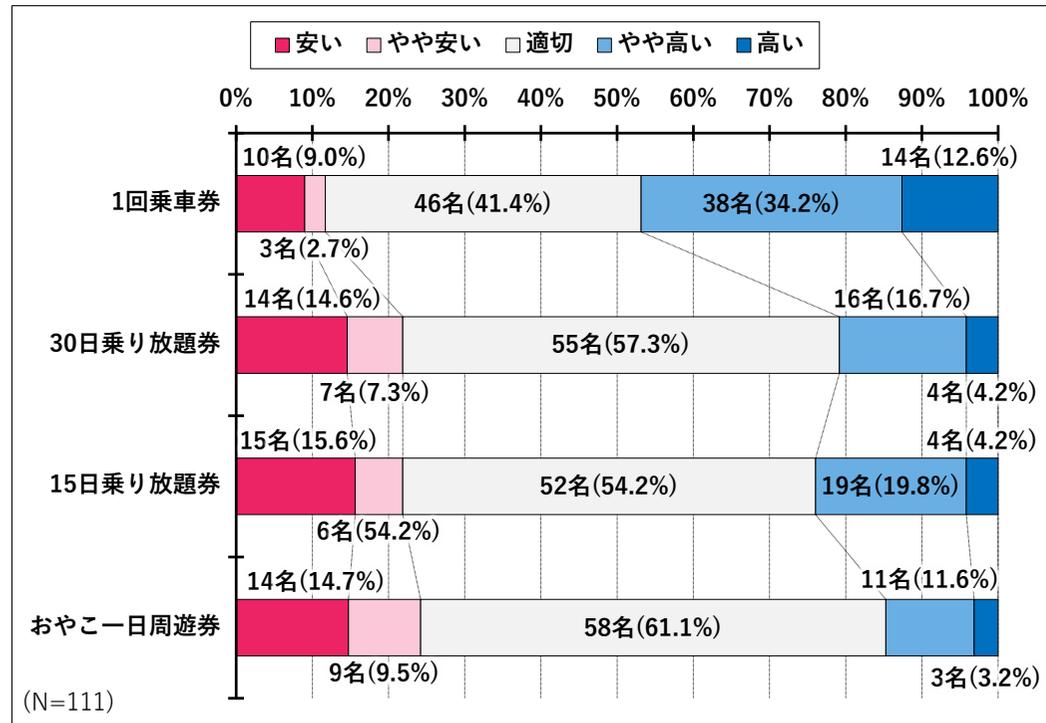
実証実験終了後 利用者アンケート回答分析より



7 価格

- 「やや高い」「高い」という印象を持ったユーザーの合計割合は、1回乗車(300円)に対して47%と多く、乗り放題券については21~24%、おやこ一日乗り放題券については15%の人が高いという結果であった。

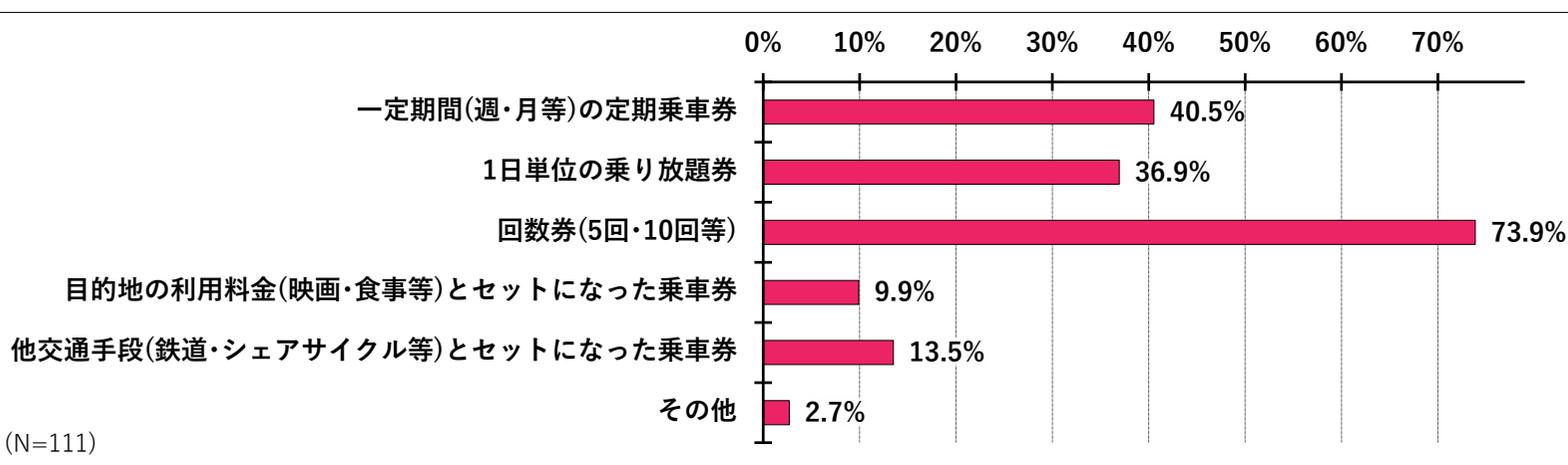
実証実験終了後 利用者アンケート回答分析より



8 希望チケット種別

- 他に欲しいチケット種別として、「回数券」を選択した人が70%以上、次いで一定期間（1日単位含む）の「定額券」が多い結果となった。
- 目的地とのセット券、他交通手段とのセット券が少なかった理由としては、本サービスの利用シーンにおいて、鉄道との接続等が起こり得る通勤・通学目的に利用している人は一定数いたものの、多くは私事のための家から商業施設・公園など、複数の交通手段を乗り換える必要のない移動シーンでの利用が多かった事が一つの理由と想定される。

実証実験終了後 利用者アンケート回答分析より



9 運行時間

- 平日の通学・出勤に合わせて「7時→6時」に早めて欲しい意見や、平日の帰宅に合わせて「21時→22時」に延長して欲しい意見等が挙げられた。
- 休日に関しては、特に「日曜」の終了時間帯を、「平日」や「土曜・祝日」と合わせて欲しい旨などが挙げられた。
- 稼働率向上とともに、利用者の増加見込みによる収支の変化を見ながら時間の延長について検討していく必要がある。

実証実験終了後 利用者アンケート回答分析より

▼運行時間変更希望：平日(N=111) [今回設定] 7:00~21:00

希望運行開始時間	希望者割合	希望運行終了時間	希望者割合
4:00	1%	17:00	0%
5:00	0%	18:00	0%
6:00	8%	19:00	0%
7:00	91%	20:00	0%
8:00	0%	21:00	91%
9:00	0%	22:00	9%
10:00	0%	23:00	4%
11:00	0%	24:00	3%

▼運行時間変更希望：土曜・祝日(N=111) [今回設定] 9:00~21:00

希望運行開始時間	希望者割合	希望運行終了時間	希望者割合
4:00	1%	17:00	0%
5:00	0%	18:00	0%
6:00	2%	19:00	0%
7:00	6%	20:00	0%
8:00	5%	21:00	91%
9:00	86%	22:00	6%
10:00	0%	23:00	1%
11:00	0%	24:00	2%

▼運行時間変更希望：日曜(N=111) [今回設定] 9:00~18:00

希望運行開始時間	希望者割合	希望運行終了時間	希望者割合
4:00	1%	17:00	0%
5:00	0%	18:00	76%
6:00	1%	19:00	1%
7:00	7%	20:00	6%
8:00	5%	21:00	9%
9:00	86%	22:00	5%
10:00	0%	23:00	2%
11:00	0%	24:00	1%

※赤太字：現状設定時間の希望者割合（＝現状設定時間に変更希望のない人の割合）

⑩予約方法・チケット購入方法

- スマートフォン操作に不慣れな人のために、「電話予約受付」・「紙チケット導入」を試みたが、結果としては、それぞれ2%・10%程度の利用率となっていた。
- 今後民事業として実装していく上では、ターゲット層および上記を実施するコストを考慮すると、サービス設計を見直す必要があるだろう。ただし、デジタルデバインド解消のために正味で要する施策の経費に関しては、福祉対応の一環として公的補助を受けて継続していく事も考えられる。

▼予約方法別予約件数

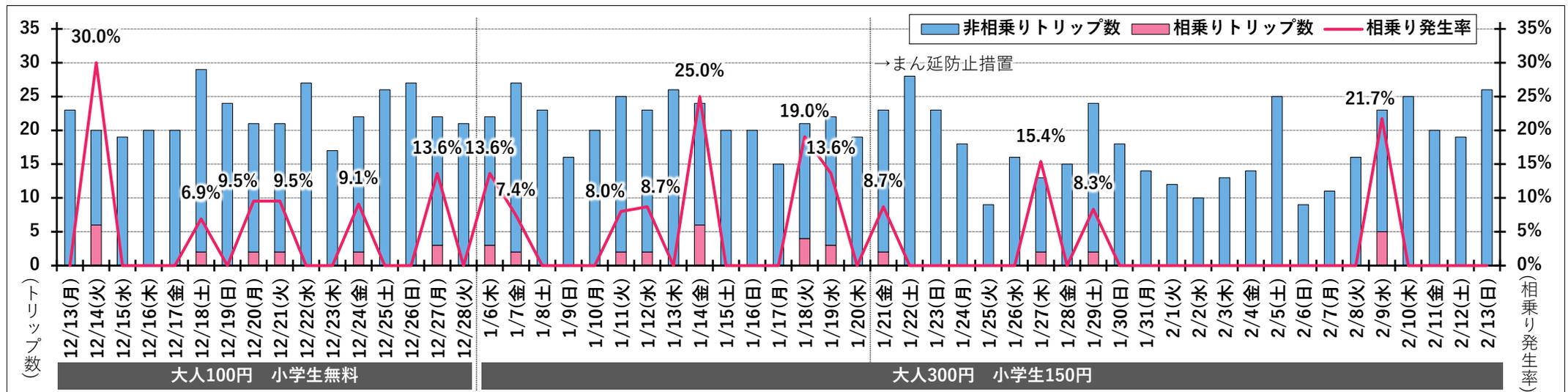
予約方法	予約件数	割合
アプリで予約	1566件	97.6%
電話で予約	38件	2.4%
総計	1604件	100.0%

▼購入方法別チケット販売枚数

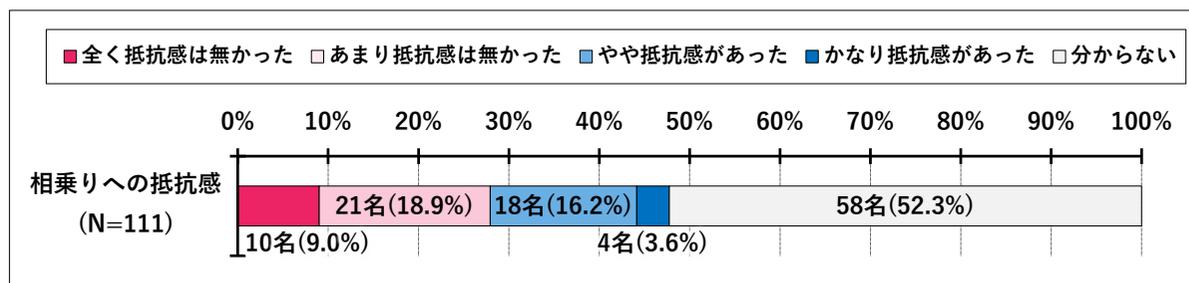
購入方法	販売枚数	割合
アプリで電子チケット購入	76枚	90.5%
窓口で紙チケット購入	8枚	9.5%
総計	84枚	100.0%

⑪相乗り発生率

- 相乗りは、全乗車予約数(トリップ数)のうち平均4.5%程度の発生にとどまった。これは、(1)感染症対策として乗車定員を4人に設定していた(予約1件あたりの平均同乗者人数が平日は1.4人、休日は1.6~2.0人であった)事や、(2)相乗り乗車の発生条件を「乗車場所・降車場所どちらかが一致していないと発生しない」ような設定をしていた事等の諸条件が重なって、相乗り発生数が少なくなったと考えられる。
- アンケート結果からは、相乗り体験の有無にかかわらず、相乗りが発生する事に「抵抗感がある」と答えた人の割合は2割程度であった。
- よって、今後も本サービスは「相乗り」を前提としたサービスである事を周知した上で、サービス展開を図っていく必要がある。



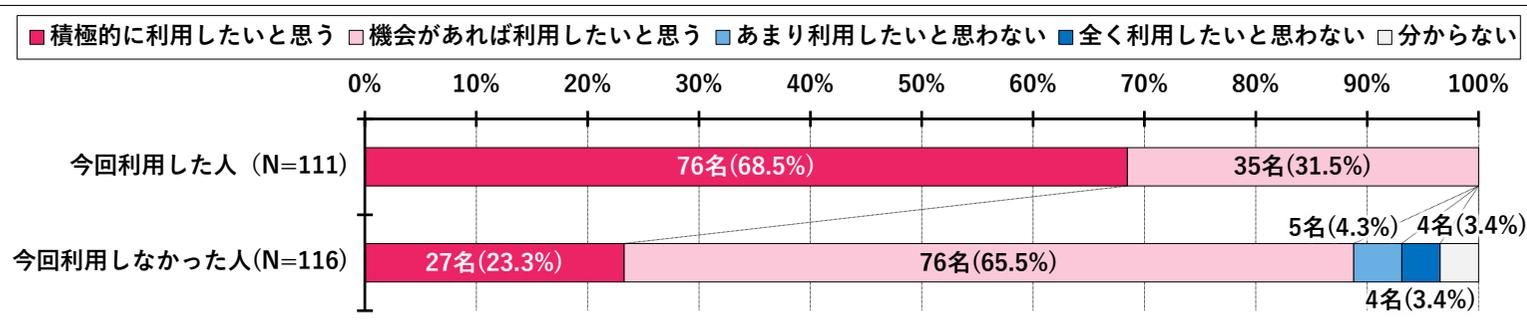
実証実験終了後 利用者アンケート回答分析より



12 今後の利用意向

- アンケート回答からは、今回サービス利用した人については、全員が「積極的に利用したいと思う」または「機会があれば利用したいと思う」と答えている。
- また、今回サービス利用しなかった人についても、約9割が「積極的に利用したいと思う」または「機会があれば利用したいと思う」と答えている。

実証実験終了後 利用者アンケート回答分析より

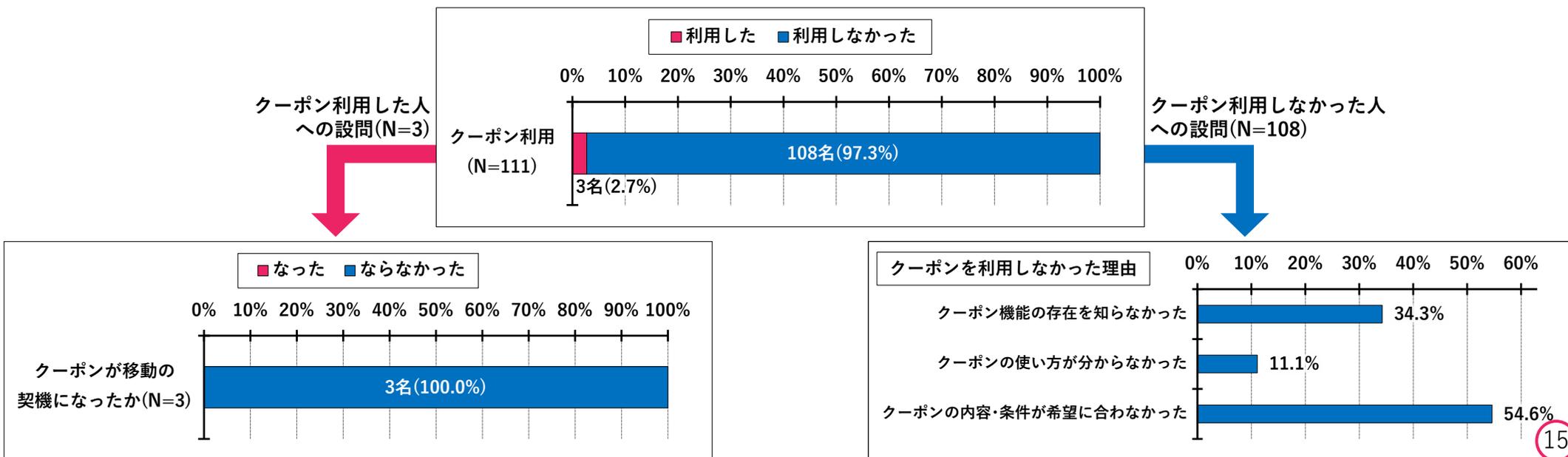


補：分析結果C 利用者の行動変容への施策影響

13 クーポン機能が地域住民等の行動に与えた影響

- クーポンを利用した人が少なく、検証には不十分なデータ量だと言えるが、クーポンを利用した人の中で、クーポンがサービス利用する動機・きっかけになったと回答した人は見られなかった。その理由として、クーポンの内容がニーズに合ったものになっていなかった事や、アプリのUIとしてそもそもクーポンの存在を知らなかった(気づかなかった)人も多かった事等に起因する。
- したがって、コンテンツやUIの改善によっては、クーポンが地区内移動やサービス利用のきっかけになる可能性は無いとは言えない。

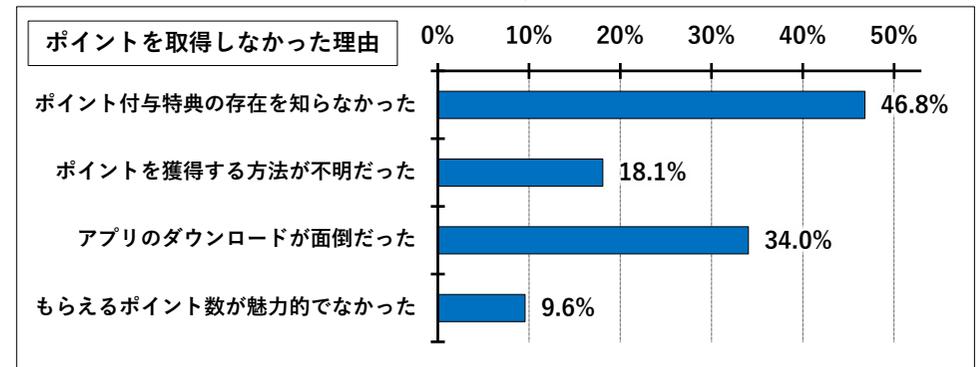
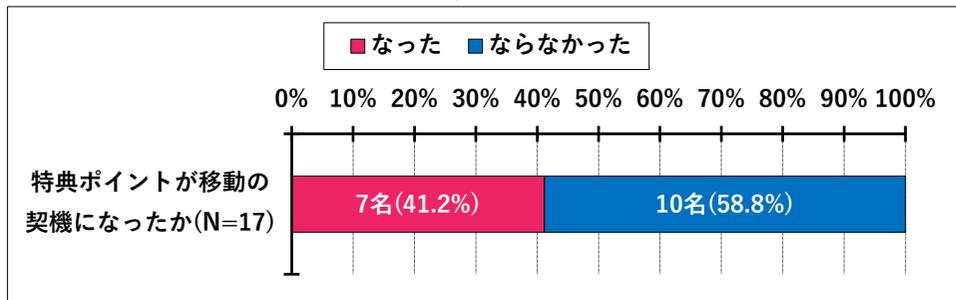
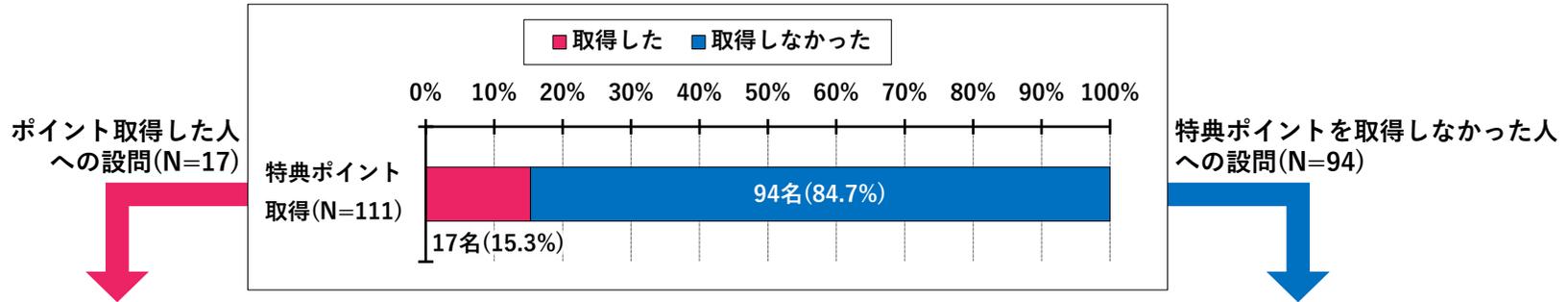
実証実験終了後 利用者アンケート回答分析より



14 地域ポイント特典が地域住民等の行動に与えた影響

- 特典ポイントを取得した人は全体で約15%と少なかったが、特典ポイントを取得した人のうち約4割に対してはサービス利用する動機づけとして働いた。これは、今回の実証運行内では1回乗車300円相当に対して50ポイント（50円相当）と高特典率だった事にも起因すると考えられる。
- また、特典ポイントを取得しなかった理由として、そもそもポイント付与特典について知らなかった人や、地域ポイント専用アプリのダウンロードが面倒という人が多かった。
- したがって、アプリダウンロードのハードルを解消した場合には、ポイント付与が一定程度の行動変容促進につながる可能性が示唆される。しかしながら、利用者増加に伴い、支出項目としてのポイント原資確保が課題となってくるため、ポイント還元率については検討・精査が必要である。

実証実験終了後 利用者アンケート回答分析より



15 みそのREDタクシーを利用した移動の「普段」の移動手段

- 大きな目標としては、公共交通等の利便性向上を通じて自家用車からの交通手段転換を促す事を目指しているが、今回の実証運行においては、15分前後の徒歩移動や自転車移動の置換としてサービス利用した人が多かった。
- 地域での日常生活におけるモビリティサービス選択肢として利用定着し、自家用車からの交通手段転換を促すサービスの1つとなっていくためには、子育て世代等の住民ニーズに合わせて、利便性と経済性の両面においてサービス改善を進めていく必要がある。

実証実験終了後 利用者アンケート回答分析より

