富山県地域交通戦略会議 第5回サービス連携高度化部会 議 事 録

日時 令和6年12月5日(木) 10時00分～11時30分

場所 富山県民会館 701号室

1 開会

2 挨拶

●田中局長

おはようございます。

今日、第5回目になりますけどもサービス連携高度化部会を開催しましたところ、委員の皆様方には大変お忙しい中、お集まりいただきまして本当にありがとうございます。オンラインで参加の楠田様にもご対応のところ、よろしくお願ひしたいと思ひます。

ご案内のとおり県ではこれまで委員の皆様方にも協力いただきまして、議論を重ねて今年2月に地域交通戦略を策定したということになっております。戦略の中では、地域交通サービスを地域の活力、魅力に結ぶ公共サービスというふうに位置付けまして、自らの地域をより良くするため、「投資」・「参画」というキーワードで戦略を取りまとめたところでございます。

今日の部会では、戦略の策定した考え方に基きまして、今ほど申し上げました「投資」・「参画」に向けた新たな取り組みをいろいろ行っておりますので、ご紹介させていただくとともに、今日品川委員にもご参加いただいておりますけども、戦略の施策の1つになっておりますMaaSアプリの取り組みについてもご説明をいただきたいと思っております。

戦略は策定したのですが、策定して終わりではありませんので、いい取り組みがどんどん進んで、好循環で地域公共交通の利用が増えていくと、そんな形になるように本日はいろいろとそれぞれの立場から、忌憚のないご意見をいただければと思っておりますので、よろしくお願ひいたします。

3 議事

●長尾部会長

皆様おはようございます。

かなり期間が開いて今日を迎えたわけですが、今、田中局長からもご挨拶の中にありましたように、交通戦略の策定後、いろんな取り組みとか、また目標値に

向かってどの程度進捗しているか、事務局から報告いただくとともに、品川委員からは MaaS アプリの取組みについてご説明いただきます。

その報告を踏まえて、今後、乗降客数を増やしていくためには本当にどうしたらいいか、さらに PR の仕方とか成果をどのように盛り上げていくか、忌憚のないご意見を各委員の立場からいただきたいと思っております。

時間も限られていますので、要領よくご発言いただき、これからの取組みに参考になるようなご意見を出していただきたいと思っております。

それでは議事に入ります。本日の参考資料にもついておりますけど、富山県地域交通戦略を策定してから約 9 ヶ月経過しているわけですが、本日の部会では戦略策定後の取組み状況や戦略目標の進捗状況について、事務局から初めに報告してもらいます。また MaaS アプリ「my route」の最新の状況についても品川委員からご報告していただきます。

これらのご報告を受けた後、本日は委員の皆様は戦略に基づく自治体と県民による「投資」と「参画」を促すさらなる取組みについて、積極的な議論をいただきたいと考えております。

では事務局から議事 3 の (1) と (2) について資料に沿って説明をお願いいたします。

●事務局

(資料 1～2 に沿って説明)

●長尾部会長

はい、ありがとうございます。

では続きまして品川委員から富山の my route の利用拡大に向けて、ご説明をいただきたいと思っております。よろしく願いいたします。

●品川委員

富山 my route 推進協議会で会長を務めております、品川と申します。

本日お時間をいただきまして、my route のデジタルチケットの利用促進であるとか、様々な新しい企画についてご説明を申し上げたいと思っております。

今年、my route の県内ダウンロード目標は 3 万件、それから日当たりの DAU (Daily Active User)、日当たりのアクセス数は 450 件を目標に取り組んでおりまして、10 月 31 日現在のダウンロード数は 2 万 9669 件、11 月になって目標の 3 万件を超えております。一方、日当たりアクセス数は 450 の目標に対して 298、約 300 ということでまだ届いておりません。昨年よりは順調に右肩上がりが増えてはいますが、ダウンロード数は 100 万県民に対して 3 万件、日当たり

アクセス数は300件という現状だということでご理解いただければと思います。

またデジタルチケットの月当たり販売枚数は924枚、月あたり約1000枚ということでございまして、昨年度は年間で約1万枚販売できましたが、今年度は月当たり約1000枚で推移しておりますので、順調にいけば1万2000枚ということ、昨年よりも販売増で右肩上がりです。

去年より2割弱販売枚数が増えておりますこのデジタルチケットですが、売れ筋は複数の路線を跨いだチケットの販売が好調になっている、伸びているという状況が見て取れます。また、富山県だけではなく石川県、福井県を跨いだチケットについても、順調に販売が伸びております。

また先ほどもご紹介がありましたが、この1日乗り放題切符を少しでも利用促進しようということで、もともとこの1日乗り放題切符は2016年から県庁様の方で音頭を取られて、紙ベースのチケットを発売されてきたわけですが、2022年、一昨年からこのmy route上でデジタルチケット化をいたしまして、11月の富山マラソンに合わせて県庁や事業者の皆様と企画をしたところ、この期間限定の半額チケットは好調な販売に繋がっているということでございます。昨年度が2000枚、今年も曜日回りの問題もあったのですが1500枚の販売になっております。

複数路線を跨いだチケットがどういった方に販売できているかというデータですが、約8割が県内の方で2割が県外の方という販売になっております。県内のユーザーの方が、県内で公共交通を使って移動されるための利用が8割、また県外からの方ということは、基本的には観光目的の方が多いと思われまじけれども、約2割の販売実績になっています。

ちなみに県外はどちらから来られているかという点、一番多いのが関東、次に中部、そして北陸というような、北陸新幹線で来県される方々を中心でないと考えます。近隣地域の方々が多く富山で利用いただいている、全国の方も富山に来てご利用いただいている、富山マラソンの参加者の方も含まれていると思っております。

この複数路線を跨いだチケットを、今後もどんどん増やしていきたいのですが、1つネックがございます。各交通事業者の間の料金の精算業務というのがございまして、現状は販売事業者がその会社以外の事業者への清算を月次で手作業で行ってらっしゃるのですが、来年度からmy route側で、ある一定のロジックで行い事業者へ一括清算という形に移すべく、現在システム開発を進めていただいております。

それから、将来的には②にありますように乗車実績に応じて配分という、よりデジタル化した運営を、作業負担がかからない形を目指して進めたいと思っております。複数路線を跨いだチケットの組成を、運用を含めて用意していきたい

ということです。

また、交通事業者と我々my route 関係者以外の方々とが連携した取り組みということで、今週末もJ2昇格プレーオフの決勝がありますが、カターレ富山と連携したデジタルチケットの販売も行っております。枚数的にはまだまだでございますけれども、割引と500円のスタジアムグルメのクーポンつきということで、今後もPRしていきたいと思っております。こういったような形で、いろんな第三者の方と連携したチケット企画というものを進めていきたいと思っております。

また、これも先ほどご紹介ありましたが「はっぴーママ」という雑誌とタイアップしまして、ファミリー向けのデジタルチケットのアイデアを、パパ・ママから募集するというような企画もしております。ここで出てきたアイデアを1つ1つ検討して、実装していきたいと思っております。

もう1つ考えているのが、最近流行りの温浴施設・サウナです。駅前や街中にもできてきておりますけれども、そういった事業者の方々とタイアップすることも考えております。

そのタイアップの前提として、公共交通を利用するメリットというのものも、より地域でPRしてまいりたいと考えます。公共交通を利用すると、車屋が言うのも変ですけど、運転の緊張感がありませんので気楽に乗れるとか、何よりもアルコールを楽しめる。それから先ほどの目標、ガソリン車の販売減少ってありましたけど、環境への配慮ということも、私ども車事業をやりながらMaaS事業に新規参入してきたつもりでおりますので、こういったこともPRしながら、my route やデジタルチケットの利用促進につなげていきたいなと思っております。

そういう意味で、新たなデジタルチケットの検討、それからいろんな方とタイアップしたプロモーションの検討、いろんな仲間を増やして、プロモーションの幅を広げていく。また現在もやっておりますが、様々なイベントに取り組むということも考えていきたいなと。そして、公共交通機関を使ったウェルビーイングにつなげていきたいなというふうに考えています。

1つの例として、高校生や専門学校の学生とさまざまな企画を考えております。富山北部高校とは2年連続で富山マラソン前後に企画をしまして、昨年度はスタンプラリーで、今年度は「謎解き・クイズの旅」ということで、これも高校生の皆さんのアイデアなのですが、こういった企画も実施をいたしました。

まとめになりますけれども、今後の方向性としては、複数路線乗り換え可能なチケットを今後も企画ないし増販・拡販していきたいなと思っております。また、富山地方鉄道、あいの風とやま鉄道、JRはじめ、各交通事業者の皆様の事務負担軽減も含めて、ご協力を得られるような運営をしていかなければならないと

思っています。

また、いろんな目的地の魅力的なチケットをどんどん増やしていく必要があるとも考えておりました、そういう意味では地域の商工業、観光業を取り組んでいращやる事業者の皆様とのタイアップ、協力関係というものも必要かなと。

あくまでも目線としては利用者目線、子育て世代の方、また産学連携等で、仲間を増やして、関係者を増やして取り組んで参りたいなというふうに考えております。

●長尾部会長

はい。ありがとうございました。

my route のチケット販売も順調に伸びてきているという、ご説明をいただきましたと思います。

それでは意見交換に入りたいと思うのですが、その前に本日、各委員の皆様には議論いただきたいことについて、事務局から説明をお願いいたします。

●事務局

(資料4に沿って説明)

●長尾部会長

はい。ありがとうございました。

ただいま事務局から説明のあったとおり、戦略策定後に県が進めていっております取り組み、また品川委員からご説明をいただきましたmy route の取り組み状況について、これらを踏まえて事務局から議論いただきたい点3点、説明をいただきましたが、今後の改善点などないか、各委員の皆様の具体的なご意見を活発にいただきたいと思います。

特に、事務局から説明のありました資料4の①と②に書いてある点。戦略でも指摘しています、県民や沿線店舗・企業等の参画を促すため、キャンペーンの内容や周知・PR方法について、よりよいアイデアがあるか、自由にご意見をいただきたいと思います。

また、資料4の③にありますmy route については、品川委員からご説明の内容も踏まえまして、さらなる利用拡大に繋がるアイデアについて、今回の狙いでもある、各種サービスの連携高度化や、地域の関係者の参加を促す観点から、ご意見をいただきたいと思います。

それでは私の方から示した順に発言をお願いいたします。では、最初に武内委員からお願いいたしたいと思います。

●武内委員

はい。ありがとうございます。

今、部会長の方から言われました、この議論についてのポイントに沿って、考えを述べさせていただければというふうに思っております。

まず、参画という部分でご発表あった、いろいろな取り組みについては、少しずつ前進しているなど。私は委員として参加させていただいているので、こういう事業の取り組みの向かうところといいですか、そういうことを理解しているつもりですが、ここに挙げられましたように、県民によりその方向性を知っていただくということが、どのようにしてあるのかというところが 1 つのポイントではないかなというふうに思っています。

そういう意味では、私は今日の資料の中にはありませんでしたけれども、先日の地域交通利用促進キャンペーンの室井滋さんの広告が素晴らしかったなとか、すてきだったなというふうに思っています。特にコピーにありますように「電車で行って、ビール飲んで、バスで帰る（私の場合）」。何で公共交通を利用するのかという目的がすごく明確で、富山の場合、普段公共交通を使ってらっしゃらない方が公共交通を使う理由の 1 つは、こういうことなのだろうなと思います。要するに車で帰れない理由がある。飲んだり食べたりということで、そういうものがあるので公共交通に切り換えて、その日は過ごすというのが、一番私の周りでは一番大きいかなというふうに思います。

それから第 2 弾にあったキャッチコピーも素晴らしいなと思ったのですが、「思い出も、人生も乗せて、走った。」っていう、そういう公共交通を体験することの 1 つの感性的な、なんていうか情緒的な部分っていうか、そういうものが公共交通の中には、例えば集団で移動してその中でいろいろ話をしたとか、あるいはその学生時代がどうだったとか、公共交通に関する思い出、情緒的な思い出とかそういうものっていうのも 1 つ。そういうものを利用するのも、使う人にとっての 1 つの経験にはなるような気がしています。是非とも今後のキャンペーンにおいても、これまでこのような形で第 1 弾・第 2 弾のキャンペーンということでされてきたこういう方向性や、それに対する反応とといいますか、何か公共交通を使うことって 1 つのストーリーなんだみたいなところが、すごく大事かなというふうに、公共交通を利用される人に対する 1 つの打ち出し方の 1 つとしては、とてもよかったのではないかなと私は思っています。

ですので、その地域交通を中心としたライフスタイルへの転換というのが、先ほどの資料 1 の中に赤字としてありましたけど、このライフスタイルっていうものをストーリーとしてどう捉えていただくかっていうことが、ただ単純に移動の手段ということだけでなく、あるいはその手段自身が、この事業の目的化してしまわないように、そういうことを利用する。その目的とか、そのライフ

マイルみたいなものについて、しっかりと訴えるときに、くっつけて、そういうものがあつた方がいいのじゃないかなというふうには思っております。

商店街、商業者の立場から言いますと、以前に来街者を増やすために、いわゆる中心市街地の駐車場無料化っていうのを一定期間、何ヶ月かに1回という形で何回かやったような覚えがあるのですが、その時の反省点、すごく大きいものがありまして、ともかく来街してもらうことが大きなもちろん目的だったのですが、結果的に駐車場を無料にしたことで利用をされた大半は、普段は公共交通で来ていらっしゃる働き手の方達が無料になったことで自家用車で来た。

実際来街していただきたいお客様の利用ということに関しては、そういう従業員の方の利用が増えたことで、逆に駐車スペースが少なくなつて、当初の目的が果たせたかどうかと言いますと、結果的にその手段としては、無料化ということをしたわけなのですが、結果目的として果たされたかどうかというのは非常に疑問だったというところがありました。

ですので、公共交通を利用するというのも、もちろん1つの手段として捉えたその先に、公共交通を利用することによって何が得られるのかということが、その利用者それぞれに明確になることが重要なことというふうに思っています。

そうすると、結果的にはその目的地の先にある、先ほども挙げられておりましたが、いわゆる商業者だとか、その先にあるもの、先に展開されていることとの連携というのは非常に重要になってくるというふうに思いますので、先ほど事例として挙げられた my route のデジタルチケットの、カターレとの連携だとか、高校との連携だとか、事業者と広く、あるいはユニークなそういう企画というものが重要になってくるかなというふうに思います。

ですので、例えばそういう行った先の余韻も楽しんでいただくとすると、自分のライフスタイルの中からいけば、文化施設、例えばライブとかコンサート、あるいは観劇等々があると思うんですけど、周りでもそういうときに公共交通を使われる方が多い。理由は自家用車で行くと駐車場が混み合うということも1つですけど、行った後に食事でも楽しんで帰るかとなると、公共交通がいいというようなことで、そうすると例えば文化施設のプログラム、あるいはいわゆるコンサートとかライブとかと連携したようなデジタルチケット、要するに公共交通で行って公共交通で帰る、それで行った先で得られるそのプログラムみたいなものと連携したデジタルチケットみたいなものもあつてもいいのかな。

それは何となく行くときに、公共交通使おうかなっていうことの1つの契機にもなるような気もいたしますので、今まではどちらかというところクーポン、我々も商業者として割と何かするときにはクーポンとか、商品の値引きだとか、何かプレゼントだとかっていうことが多いわけなんですけど、そればかりではなく

て、値引きとか云々とかってということよりも、何かしら行った先のプログラムの行き帰りの道中も1つの冒険というか、1つのストーリーになるようなチケットっていうのもあったらいいのかなというふうに思っております。

もう1つは、公共交通を使う際の1つのハードルとして、私前回は待ち時間ということの中で、いろいろ取り組みいただいて、ファミリーマートで、こういう待ち時間、待つ場所ということを提供していただいたり、もちろんこれはコンビニエンスストアだけじゃなくて先ほどもお話があったように、いろいろな事業者の参画が必要だというふうに思っていますけど、もう1つはどうしても自宅からバス停までは1つのハードルになる。ハードルというか、公共交通を利用する際の1つの、何となく心理的負担だったりとか、特に天候のすぐれないときなんかは、そういう部分があるというふうに思うので、もちろん間をどういうふうにカバーするかは非常に難しいのですが、この待ち場所といいますか、そういうものの充実っていうのは、公共交通を利用する1つのきっかけになると思いますので、ファミリーマート24店舗ご協力ということですけど、それ以外のコンビニエンスストアであるとか、バス停そのものの立地自身が何か待つ方にとって利便性の高い、地元の企業とか商業施設等々との連携もあったりするのかなと思っています。

また、今日の発表の中でのデジタルサイネージは、待ち場所で公共交通の状況が把握できるという意味については、もっと進んでいけばいいなというふうに思いました。

●長尾部会長

はい。ありがとうございます。

特に今のご意見の中で、行き帰りのプロセスにおけるストーリーってというのは今までほとんど注目されてなかったのが、公共施設あるいはコンサートに行く途中あるいは帰り、どんな行動が期待されるかというようなこともしっかり考えて公共交通のよさをアピールするという視点ってというのは、本当にもっと積極的に考える必要があるんじゃないかなと思いました。どうも、ありがとうございました。

では、酒井委員、よろしく願いいたします。

●酒井委員

私は年齢とともにですが、公共交通機関への利用意欲が高まっているのですが、同年代に目を回すと、普段から電車やバスに乗らない人にとっての利用ってというのは、想像以上にハードルが高いのだなというのは感じます。

例えばそこで一緒に乗ろうよと誘っても、時間を調べたりするのが面倒だっ

たり、そういう行為自体が億劫だという人もいたりする。パターンダイヤですとか、アプリの乗り換え機能だといった、そういう頭ではわかっているけど、そういったものの機会の下地になるPRっていうか、本当に気軽に使えるよっていうこと自体のPRもまだまだあっても良いのかなというふうには思っておりました。

今日、発表にあったカターレの試合でのグルメセットクーポンですとか、マラソン大会に使うランナーへの乗り放題のような、目的とか利用シーンの具体的な例示が、そういった方々にはより効いてくるのじゃないかなというふうには思っております。議論の①に当たるところなのですけども、よりターゲットを明確にした具体例の提示、こういうふうに使えるのだからよっていうようなことで、例えば、おじさん世代への昼飲みですとか、若年層への食べ歩きですとか、女子会を企画している人へのちょい飲み企画、あとは通学・通勤で普段使ってらっしゃる方には途中下車というか、魅力的なスポットなどを紹介して、寄り道を提案するようなものがあると、今までの利用とは違った利用の仕方をしてもらえるのじゃないかなと思います。また、発表にありましたスタンプラリー的なもの、今はロゲイニングのようなものも流行っていますし、謎解きゲームも随分全国的には人気があるという気がするので、そういうものがあれば友達同士やファミリーでも参加したいって人が出てくるかなというふうには思いました。

2番については、ターゲットにあたる方に共感できるような形であると、広がりが出ると出てくるのかなというふうには思っています。それとともに、車を利用している方へのPRっていうのはなかなか難しいと思うので、実際利用している方を目にする機会をもっと増やしたら良いかなと思います。例えば、(公共交通を)利用している方が手首にライブの腕章のような形のものをして、(車を利用している方が)「あの人たちはそうやって楽しんでいるんだな」っていうようなものが、ストラップであったり、シールだったり、缶バッジだったり、それがノベルティ的なものになるのか、当日の利用パスみたいなものになるのか。そういったものがあると「結構(公共交通を)利用しているんだね」という意識が少しずつ浸透してくるのじゃないかなというふうには思います。

my route について言いますと、1番と重複するといいたいまいしょうか、イベント性の高いものだと利用したくなるなというのが実感としてございまして、マニアックになるかもしれませんが、ランナーの人達は氷見のラーメン屋まで富山から走って行って、帰りに公共交通機関で帰ってくるっていう人もいらっしゃるようです。ただ、グルメランナーですとかウォーカーの方々に「片道でも利用できるんだよ」っていうようなことも、言わないと想像しないかなと。これはお酒を飲む人にとってみれば、車で送ってもらって帰りは公共交通機関で帰ってくればそんなに遅くもならないし、安全だしっていうような、そういうPRの仕

方もあるかなというふうに思っています。

あとはこれも資料にありましたが、サウナはもちろんですし、温浴施設。グルメ関係のものとの組み合わせは、相性が良いのではないかなというふうに思います。これが目的となる場所とか、利用シーンがよりイメージできるものであれば、どんどん利用・活用が増えていくかなというふうに思いました。

●長尾部会長

はい。ありがとうございました。

また同じように、いろんなご意見を今いただきました。武内委員（の意見）とも関連してくると思うのですが、先ほど行き帰りのストーリー化っていうことで、寄り道の紹介という視点を行き帰りのストーリー化の中で考えていけば、さらに利用客も増えるのじゃないかなと思います。

私ども大学の職員が実際にやっていることなのですが、大学までバスで来てしまうのじゃなくて、1つ手前のバス停で降りて、そこから大学まで歩いてくると。いわゆる健康維持っていうことで、それをバスに乗る度に、繰り返している職員の方もいますので、1歩手前で楽しむ場所がこういうところありますよっていうような紹介で健康も兼ねて、またグルメも兼ねてっていうような連携の仕方が、2人の委員からのご指摘で企画等が考えられるのではないかなと思いました。

では、続きまして吉川委員、よろしく願いいたします。

●吉川委員

富山地方鉄道でございます。本日、新庄が所用で、代理として出ておりますので、意見を少しお話させていただければと思います。

まず先ほど、事務局の方からご説明いただきましたとおり、本年2月に富山県の地域交通戦略、それが取りまとめられまして、その大きなキーワードとして「投資」と「参画」ということで掲げられておるわけでございます。私ども公共交通事業者といたしましても、非常に画期的で、また非常に心強く思っておりますので、様々なこういった分科会等でいろんな議論を重ねていただきまして、少しずつ形になっていくっていうのも、今日お話をお伺いしまして、非常に感じておるところでございます。

さて本日の議論でございますけれども、県民の参画に向けた意見ということでございますが、この「電車・バスで行こう！」キャンペーン、①番のこちらでございますが、以前は県下統一のノーマイカーデー、そういった形だったかと記憶しております。これは、富山県に音頭をとっていただいて、県下の全市町村、あるいは私ども交通事業者、企業も参加していただいた。企業の参画というような

キーワードが、改めて確認されているんですけども、このノーマイカーデーというキーワードで、非常に古くからそういった視点というのがあったのじゃないかなと思っております。

ただ、当時の資料を見ますと、このキャンペーン、富山温暖化ストップ計画というものが、当時叫ばれておりましたCO₂の削減、マイカーの使用を自粛して公共交通を利用しようということと呼びかけたキャンペーンであったかなというふうに記録が残っておりました。当時、地球温暖化ということで、環境問題というのは非常に大きな社会問題として取り上げられておりました、ただそれを改善するには、市民一人一人の協力、そういったものが必要であって、大きな問題ではありますけども、個人個人の力、意識っていうのは微力かもしれませんが、それぞれがそういう意識を持って取り組めば、こういった大きな社会問題に自分自身が寄与できると思いますか、まさに参加できると思いますか、そういった社会風潮もあったのじゃないかなと思っております。

一方、公共交通というのは、そういった取り巻く環境っていうのは非常に変化しているところも事実でございます、今ほどいいましたカーボンニュートラルという部分っていうのはもちろんでございますけども、交通戦略で掲げられたとおり、まちづくりですとか、地域づくりに非常に公共交通っていうのは大きく寄与するというところも確認されたところでございます。

武内委員や酒井委員と少し重なると思うんですけども、私どもも交通事業者でも利用者に公共交通便利だから使ってくださいよというふうにいろいろなキャンペーンをさせていただいたりします。この交通戦略の中でも掲げられているのですが、「利用者としての参画」として地域交通を中心としたライフスタイルへの転換、これは先の委員の皆様からお話しいただいたとおりでございます、重なる部分も非常にあります。今、環境問題とかいろんなことがあるんですけども、自分ごととしてどういうふうに捉えていただくかということを考える中で、いろんな社会問題的な部分よりも、自分自身を磨いてライフスタイルの価値を高めていきたいっていう方もきっと一定数いるのじゃないかなと思っております。

武内委員にご紹介いただいたのですが、この北日本新聞社の広告賞をいただきました、室井滋さんをキャラクターに使わせていただいたこのキャンペーン。これは「公共交通、便利だから乗ろうよ」から新しいライフスタイルを提案させていただいた、新しい着眼点でのキャッチコピーだったのじゃないかなと思っておりました、弊社も非常に喜んでおります。賞までいただきまして、私も交通事業を長くやっておりますけども、地鉄サービス広告部が、新しい切り口を知らないから、ライフスタイルの提案ってきっとあるのだろうなっていうのを、社内の方から提案されて、はっと気づかされた企画だったのじゃないかなと思ってお

ります。

また公共交通、いろんなキーワードあると思いますけども、先ほどご意見もいただきましたが、もう 1 つは健康面への配慮。健康に気を使ってらっしゃる方も多いと思います。早起きして歩かれたり、少し走られたり、そういったご意見も先ほどあったと思います。バス停や駅まで一定度歩いたりすると、遠いなっていう方や、天気が悪いと億劫だなっていう、そういったお話もよく聞くのですが、これ my route アプリもこの 3 番のところにもぜひ結びつけていたらなあという思いで考えたのですが、よく万歩計じゃないのですが、例えばアプリ上で公共交通を使うことによってどれだけ歩いたか、それが健康にどうやって寄与してくか、アプリ上でどういった形でできるかっていうのは、満足度的なものをアプリに盛り込んだりとか、自分自身で評価してもいいと思うのですよね。ご意見いただいたとおり、公共交通を使って出かけたら、いつもはノンアルで済ましていたのが今日はアルコール飲めたから自分で 1 ポイントみたいな。これだけ公共交通を使って移動したので、地球環境だったり、そういったものに少し寄与できたよ、これ自分で評価して今日はこれぐらいやったから 3 点ぐらいつけておこうかなとか。そういったものがアプリ上で確認できたりしたら、非常に面白いのかなって思ったりしております。

世の中といいますか、社会的にはより豊かなライフスタイルを目指される方が一定数いるとすれば、そういったところに訴求できるような、また目的をどういうふうに紐づけしていくかは非常に大事なのですが、多種多様な方がいる中で、1 つに絞った目的ではなくて、今ほど言ったように、それをやることによって自分自身の価値観を考えられるような仕組み、公共交通を使って少しでも自分のライフスタイルを豊かなものにしていくにはどうすればいいんだろうかと。そういった切り口で皆様に訴求・PR していけばどうかなと。

すいません。とりとめのない意見かもしれませんが、私の方からはそういったことを少し述べさせていただきました。

●長尾部会長

はい。ありがとうございました。

最後の方に、ご意見出していただいた個々人の満足度的なアプリの開発、これはいろんな指標が考えられるかと思うのですが、個人から言えば達成感とか、また自分の生き方とか、そのように繋がっていくと思うので、このようなアプリが開発されれば、かなり利用客も増えるのじゃないかなっていうふうに、聞いていて思いました。どうも、ありがとうございます。

では楠田委員、よろしく願いいたします。

●楠田委員

「投資」と「参画」という観点でお話をしたいと思います。他にたくさんアイデアも出ているので1つに絞ってお話をします。

一番大事なのは県民を育てるためにはどうしたらいいかっていうことだと思います。その中で、車社会の中で公共交通に乗るというのは、かなりハードルが高いと思うので、一番乗っている人は誰かということを見ると、おそらく高校・大学生の方、車に乗れない10代・20代前半の方がたくさん乗られているかと思います。そのデータをまず調べていただいて、さらに県立高校とか高校のリストを作っていて、その中で公共交通を使って通学されている高校はどこかを調べていただきたい。(将来的に)もし定期券をmy routeで買っていなければ、それを促進するように、定期券をmy routeで買っただけのようにする。

さらに、SNSとかデジタルの時代ですので、学生とか生徒と双方向にコミュニケーションをしたり、こんなふうに使ったよとか、改善して欲しいこと。(例えば)今すごく寒くなってきたと思うので、とにかく待合室には暖房が欲しいとか、時刻・乗り継ぎ(に関する情報)。「何とかここだけ何かして欲しい」とか、「いや自分たちも何かできることあったらやります」とか、双方向にコミュニケーションをとりながら、より良くしていくっていうことができないかなど。自分の意見で地域が変わったとか、公共交通が変わるっていうことが体験できたら、すごい大きな喜びになったり、次への参画にもなりますし、そういった場をたく広げていくことで変わっていけないかなど。

今は一方的にできることをやっているけれども、SNSとかデジタルを使って、ファンが勝手に宣伝してくれたり、インフルエンサーを作ってくれたり、そういった(公共交通の)仲間を高校とか大学の学生で作れないかなどいうことをやって、小力ながらかなりの効果を持たせられないかなど。それが高校3年間続き、大学にも続き、そのまま社会人になっても公共交通に乗り続けるっていう体質ができたならば、車依存が少し弱まるかもしれない。そういう「参画」と「投資」っていう戦略的な発想でやっていった方がいいのではないかなど思っております。

もし私にできることありましたら、お手伝いさせてもいただきたいなと思いますし、ここにいらっしゃる皆様でも、いろんなことできるんじゃないかなど思っております。

●長尾部会長

はい。ありがとうございました。

実際に利用している高校生・大学生、学生の公共交通の利用の仕方。どの様な

機会に利用しているとか、また休日あたりの公共交通の利用の仕方等、詳細に調べて戦略につなげていくっていうことも重要な視点だと思います。

拡大の仕方として、今若い人たちが使っている SNS。これを学生たち、生徒たちが仲間同士でコミュニケーションをしていくその時に、公共交通の良さとかそういうものも同時に語って PR してもらえれば、学生自身の見方もかなり変わってくるのではないかなというようなご意見をいただけたかと思います。どうもありがとうございました。

では手崎委員よろしく願いいたします。

●手崎委員

高岡交通の手崎でございます。

他の委員の意見も出たところで重なる部分もあるかと思いますが、タクシー事業者の観点でお話をさせていただきたいと思います。

まず 1 番目の参画を進める取り組みの改善点というところで、まずは外出する機会を増やすことが大切かなと思います。県民の皆様に興味・関心を持っていただくことが大事だと思いますので、たくさんの方が集まるイベントでの周知というのが効果的だと思います。先ほどからのご紹介もありました富山マラソンですとか、今頑張っているカターレ富山とイベントなどで連携をする、そして周知をしていくっていうことが非常に良いかと思います。県内にはその他、富山サンダーバーズとか、富山グラウジーズとか地元のチーム、こういったものの試合・イベントがあるとたくさんの方が賑わうということですから、今実施されているカターレ富山とのイベントでの連携、非常にいいなと思います。

それから、そういったイベントの中で飲食ですとか、アルコールの提供がされるようなこともだんだん増えておりますので、そこは公共交通の出番であるなと思います。

それから、各地域で開催されているお祭り。山王まつり、高岡御車山、日本海鍋まつりとか、よさこい（富山まつり）、それから八尾のおわら。たくさんの方が集まると、こういったときにはタクシーの方はそれに対する需要といますか、タクシー使っていただく機会が非常に増えるわけなのですが、そういったところで連携して PR をするっていうことが、参画を増やすなというふうに思っております。

それから取り組み内容などは、タクシー各 1 台ずつに広告チラシやその内容の QR コードなんかを車載して、乗られた方に対してアピールできるということがありますので、そういったところが良いかなと思います。

2 つ目、周知・PR の方法ですが、これもご紹介ありましたサイネージの広告は非常にいいなと。美術館の設置も検討ということなのですが、サイネージの

場合は動的コンテンツ、チラシとかではなくて動画とか音声もそこに付けるということで、目で見て、あとは耳で聞いてというようなアプローチが可能ということでありますので、設置場所によって異なるターゲットに合わせたテキストメッセージがそこで配信できますし、内容も柔軟に更新が可能ということで、非常に良い取り組み、周知方法だと思っております。

今はバスの時刻の状況ですとか出ておりますが、ぜひタクシーの情報も載せていただきたいなと思ひまして、その場合は拠点になるバス停、駅なんかだとタクシーは駅なんか待機しておりますので、各拠点、バス停、電停などでサインメッセージがもしありますと、そこで例えば富山駅の駅構内には何台タクシーが今止まっているので、今この時刻で駅に向かえば、そのあとタクシーでまた別の場所へ移動できるということがわかれば、そういう目途が立てられるといえますか、そこで情報を得られるということがあったらいいなと思ひます。

それからお話もありました「でんしゃ・バスまち店舗」、これは以前のこの部会でもお話が出て、まず公共交通を待っている間の時間、有効に使いたいとこれが実施されているということで、非常にいいなと。お話をしてきたことが実際にこうやって展開をされてこれからも拡大していくということはもう非常に期待を持てるなというふうに思ひます。

それから3番目、my routeの利用拡大ということですが、一番初め品川さんの方から利用が右肩上がりということですので、ぜひタクシーの情報も、そこに今まだ掲載がなされていませぬので、先ほどありましたけども、前回私が少しお話ししたタクシー、ここから乗って行き先、目的地までの料金であったり、待ち時間であったりっていうのは、なかなか開発とか技術のコストっていうところもありますので、ある程度、拠点、駅ですとか乗られる箇所の拠点からの観光地ですとか、市民の方が市役所とか空港とか次の駅、そういったところまでの目安の料金の表示とか、そういったものがあると、どういうふうに今日は毎日違ったようなプランで行動できるっていう情報、それから各社の時期に合わせた、季節に合わせた観光プランなんかも出してありますので、例えばmy routeから予約、問い合わせをすると、少し特典がありますよとか、ということで、ぜひタクシーの方もそこに参加させていただければなと思ひます。

●長尾部会長

はい。ありがとうございました。

PRについて、ご意見を最初の方にいただきました。多くの方が集まるイベントの機会を、うまく使って、公共交通のPR促進を図るっていうのは、絶対必要な部分ではないかなと思ひます。

またお話の中にありましたように、アルコールを飲む機会も増えてきていま

すので、このアルコールの機会、飲んだときと公共交通との関わり、こういうような手段がありますとか、こういうような方法がありますと、こういうようなPRの戦略を考えていくのも、今後のあり方ではないかなと思います。どうもありがとうございました。

では最後に、先ほどからも my route についてご説明をいただいてきておりますが、ご意見として品川委員よろしくお願いたします。

●品川委員

それでは、もう一度発言の機会をいただきましたので、各委員の皆様から my route に関するご意見も頂戴しましたので、参考にさせていただきたいと思ます。

コメントをいくつかさせていただくと、吉川委員のおっしゃった利用満足度についてですが、おっしゃるとおりかと思まして、今ユーザーアンケートという機能があるのですが、こちらでアンケートを発信するという形ですので、デジタルチケットをご利用いただくごとに5点満点で評価してもらおうとか、そういった機能はお金かければ実装できるのではないかと思いますので、またトヨタファイナンシャルサービスに相談してみたいと思ます。

また、楠田委員おっしゃった、まさに高校生・大学生のところは実は my route の弱みの1つでございまして、というのもクレジットカード、あと今年からなんですけど PayPay のアカウントをお持ちの方しか使えないということで、クレジットカードを持ってない、ないしは PayPay にお金入れてもらうことを保護者の方から認めてもらっていない高校生の方は、実は my route では検索しかできないということになっておりまして、そこが決済まで含んだ MaaS っていう仕組みなものですから、やっぱり高校生・大学生に十分訴求できてないということがございます。それで北部高校ですとか、富山情報ビジネス専門学校ですとか、富山大学でもいくつかの研究室とタイアップさせていただいているのですが、マス・マーケティング対象としての高校生・大学生が弱みでありまして、1つ取っ掛かりとして定期券機能を開発中でございます。今年の春の富山 my route 推進協議会の総会で、トヨタファイナンシャルサービスから発表があったかと思ますが、その定期券機能について期待したいなというふうに思っている状況でございます。

あと手崎委員がおっしゃったイベントについてですが、今年の実績としては、まず春の富山駅南北開通3周年イベントでは、各イベントの主催団体とSNSで連携して、そのデジタルチケットをチラシやWeb上のランディングページにQRコードにてつけさせていただいたり、春の「つながるWeekend」と富山市の夏休みの「レールライフフェスタ」、また直近でいえば「マンホールサミット」

とか、あと各地のイベントとしては「春の四重奏」、「小矢部火牛まつり」、「高岡鍋祭り」、「入善ラーメンまつり」、あと先ほどご紹介した富山マラソンの「まぢめぐりとやま」であるとか、あと富大祭ですとかKNBのサマーフェスティバルですとか、タイアップをして販売いたしました。

また、先ほどご紹介した以外にも、今年度新たに発行したデジタルチケットとしては、地鉄さんとの「年末年始ふりーきっぷ」であるとか、とやまノーマイカーウィークのデジタルチケットでは、ノーマイカーというと「ノー」っていうネガティブワードが入っていることから、今年から「電車・バスで行こう！」に名称を変えていただいたのですが、そういった「電車・バスで行こう！キャンペーン」を年2回に増やすというようなことも行って参りました。その結果、先ほど言いましたように、ダウンロードも3万件に達し、日当たりアクセスも300に達し、デジタルチケット販売枚数も昨年間で1万弱のところ、こちら月当たり1000枚ペースで推移しておりますので2割ぐらいいは増え、1万2千まで増えるだろうという見込みでございます。

タクシーの話もありました。私、タクシー会社も経営しているのですが、現状、my route の中ではタクシーアプリ『GO (ゴー)』しか使えなくなっています。おっしゃるとおり、『GO (ゴー)』を使ってらっしゃらないグループのタクシー会社、また『GO (ゴー)』をダウンロードされてないユーザーの方には、タクシーは見えない形になっておりまして、こちらについてもトヨタファイナンスサービスに検討依頼したいというふうに思います。

私の資料の5ページ目の円グラフにありますように、デジタルチケットの購入者、ざっくりですけど県内の方が8割、県外の方が2割いいということで、県外からの観光客の方が結構my routeのデジタルチケットを購入いただいています。そこ向けのマーケティングが必要だと思っております。また8割は県民の方がご購入いただいていますので、県民の皆様へのPRをどう進めるかということも重要になります。さっき言いました3万件のダウンロードがありますので、もうすでにダウンロードいただいた方で、私どもの分析では基本的に日々公共交通を通勤・通学等にご利用いただいている方には、ほぼほぼ行き渡ったというかダウンロードしていただけたのではないかという認識を実は持っておりまして、既存客にさらに普段と違う公共交通の路線にも乗っていただくというようなリピーター向けの利用促進策と、新規客、まだ公共交通をあんまり使っていない、使ったことがない、意識がない、ないしはmy route 自体を必要と思わなかった、知らない方々へのマーケティングと、この2つに分けて考えなければならないのではないかと思います。さっき言った県外客、それから県内客のリピーターの人、それから新規客、それぞれに対策を打っていく必要があるのではないかと、今後は戦略を組み立てたいなと思っております。

先ほどお話しした皆様がおっしゃっているとおり、仲間づくりであるとか、イベント等とのタイアップであるとか、そのターゲット毎、学生なのか、マイカー通勤客なのか、そういった視点で、それぞれターゲットに合わせた打ち手を取っていきたいと考えます。

私どもも引き続き my route の普及拡大と利用促進、ダウンロード数と日当りアクセス（DAU）を K P I に、公共交通の利用促進を県外客、県内客のリピーター客、新規客というターゲット毎に様々な打ち手を、県庁、行政とも連携しながら進めていきたいなと思っております。

例えばクーポンとか利用ポイントみたいなものを活用して、その他のいろんなプラットフォーム、例えば地域通貨を発行されているような主体の皆様と連携するというような、次の打ち手もあるのかなと思っています。

このデジタルチケットのいいところはクーポンを付けることができますので、そのクーポンを発行される事業者さんを通して、SNS や媒体等を通じて発信して拡散していただくことにより、さっきの吉川委員からポイントの話もありましたが、そのクーポンなりポイントが他の場所でも使えると、地域通貨的なものになっていくというような広め方もあるのかなと思った次第でございます。

いずれにしろ、1つ1つ地道に my route としては取り組んで参りたいと思っておりますのでよろしくお願いいたします。

●長尾部会長

はい。ありがとうございました。全委員からご意見をいただきました。

予定の時間もありますので、そろそろ今日の、まとめのポイントさせていただきます。

品川委員から説明がありました my route を含めまして、戦略の目標達成に向けて各取り組みが好調にスタートして前年度よりも進捗しているという報告があったかと思えます。それから今日の焦点であります、資料 4 の①から③に基づいて、各委員からご意見をいただきました。

その中で共通しているのは、ターゲットを明確にして、戦略・戦術を考えていくということが、各委員の共通していた部分ではないかなと思えます。詳細にあたりましては、事務局の方で整理していただいて、今後の取り組み等に繋いでいただければと思えます。

十分なまとめができませんでしたが、大まかなポイントがそのようなところに集約されるのではないかなと思えます。

では本日の議題に関しましては、以上でございます。今日の報告に関しましては全体会議でも報告したいと思えます。その分も了解の上、よろしくお願いいたします。

慌ただしく時間が過ぎましたが、各委員の皆様のご協力のもとで、本日の議題が終了しましたことを感謝したいと思います。この後は事務局の方へお返ししたいと思います。

●事務局

長尾部会長どうもありがとうございました。また委員の皆様方におかれましては、多数のご意見、熱心なご議論どうもありがとうございます。

閉会にあたりまして、田中より一言ご挨拶申し上げます。

●田中局長

はい。どうも本当にいろいろと貴重なご意見、今日いただきまして、ありがとうございました。

改めて、我々も今回ライフスタイルの転換みたいなことをテーマに「電車・バスで行こう！」ということで、ネーミングも変えて新たにチャレンジしたのですが、今日お聞きすると、その公共交通を利用する理由っていうのは本当に大事だなと思ひまして。なかなかライフスタイル変えろ、変えろといってもなかなか難しいので、やっぱりそういうストーリー性みたいなものもすごく大事だと思ひましたし、ターゲットの話もありましたので、どこにうまく情報届けるかみたいなことも、我々もっと考えていかなきゃいけないなということも改めて思ひました。

また、高校・大学生のアプローチの話もあったり、健康面とか地球温暖化、今までのカーボンニュートラルなのですが、公共交通のように幅広く、いろんな方に関わったり、いろんな関連分野との連携っていうのも改めて感じました。

イベントとの連携とか、いろんな話もあって、品川委員からはmy routeについてもご意見も参考に、さらに取り組んでいただけるようなお話もありましたので、県としましても、このいただいたご意見・ご提案を参考に、さらに少しでも利用が増えるように、取り組みを進めていきたいと思ひますので、引き続きよろしくお願ひいたします。

本日はありがとうございました。

●事務局

それではこれもちまして、富山県地域交通戦略会議第5回サービス連携高度化部会を終了させていただきます。

本日はご多用のところ、ありがとうございました。