

マルチモーダルサービス導入実証事業 報告書（要約版）

2024年3月

愛知県

トヨタファイナンシャルサービス株式会社

目次

1. 本事業の概要	
1-1. 仕様書記載内容	P3
1-2. 実証スケジュール	P4
1-3. 実施体制	P5
2. 本事業の取り組み課題・実施内容、施策結果及び分析・考察	
2-1. 本事業における取り組み課題	P7
2-2. KPI設定	P8
2-3. KPI結果分析	P9-11
2-4. 分析のための情報収集	P12
2-5. 課題解決に向けた実施内容	P13-43
2-6. ユーザー評価	P44-47
3. 3年間の実証実験を通じて得られた学びと自立的な運営に向けた方策	
3-1. 実証実験を通じて得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）	P49
3-2. 自立的な運営に向けた課題と対応方策	P56
Appendix	P58-71

1. 本事業の概要

1-1. 仕様書記載内容

【マルチモーダルサービス導入実証事業業務委託仕様書 抜粋】

- ◇ 目的
 - ① MaaSによって混雑の分散・回避など「新しい生活様式」に対応した地域公共交通の実現
 - ② 地域住民や来訪者の円滑かつ効率的な移動と地域経済の活性化
 - ③ MaaSの普及促進に向けたサービスの改善及び他に社会実装が可能と考えられる地域、サービス内容の検討
- ◇ 対象地域 : 名古屋東部丘陵地域を中心とする地域 (名古屋市、岡崎市、瀬戸市、春日井市、豊田市、日進市及び長久手市)
セントレアを中心とする知多地域 (半田市、常滑市、東海市、大府市、知多市、阿久比町、東浦町、南知多町、美浜町、武豊町)
※県内の主要な交通結節点 (名古屋駅、金山駅、岡崎駅、高蔵寺駅、中部国際空港など) や両地域間の移動を考慮すること。
- ◇ 対象利用者 : 地域の住民、通勤・通学者や観光客等の来訪者
- ◇ 実証内容 : 2021年度から実施した実証実験の結果を踏まえ、対象利用者にとって有効と考えられるサービスを検討

全般	<ul style="list-style-type: none">・ スマートフォンやタブレット端末による利用を前提としたアプリ・ 言語は日本語及び永劫に対応 (機械翻訳の利用も可)・ 他のMaaSアプリやウェブサイトなど、地域展開されている関連サービスとの連携
マルチモーダル ルート検索	<ul style="list-style-type: none">・ 地図上の任意の地点を発着地点として選択できる機能・ 他アプリやウェブサイトとの連携による予約・決済サービス連携・ 鉄軌道路線の運行状況を表示できる機能・ 対象地域の駐車場に関する情報 (利用状況など) を提供できる機能・ 自動車と公共交通をかしこく使い分けることに資する情報を提供できる機能 (パーク&ライドを活用した経路検索への対応など)
観光・生活関連 サービス	<ul style="list-style-type: none">・ 対象地域における商業施設や観光施設等のスポットや周遊ルートなどの情報を配信・ 効率的な移動の促進を図るため、1種類以上の複数事業者によるセット券を提供・ 対象地域の活性化のため、周遊観光や地元住民の外出を促すようなインセンティブ (クーポンの発券など) 付与・ 混雑を回避した移動の検討に資する情報を提供するため、リコモにおける混雑情報を提供

1-2. 実証スケジュール

◇ 実証期間：令和5年9月15日～令和6年2月15日



1-3. 実施体制

事業主体

愛知県/トヨタファイナンシャルサービス(株)



※全国規模で連携しているサービス提供事業者

交通事業者	商業事業者	観光事業者	その他事業者	行政機関
<p>愛知環状鉄道(株)、 愛知高速交通(株)、 東海旅客鉄道(株)、 名古屋市交通局、 名古屋鉄道(株)、 名鉄バス(株)、 名古屋臨海高速鉄道(株)</p>	<p>トヨタ博物館、 (株)LIXIL INAXライブミュージアム</p>	<p>アクトインディ(株)(※)、 アソビュー(株)(※)、 (株)JTBパブリッシング(※)、 一般社団法人 ツーリズムとよた、 インターナショナル、 公益財団法人 名古屋観光 コンベンションビューロー、 (株)ピコ・ナレッジ</p>	<p>公益財団法人愛知県 都市整備協会、 akippa(株)(※)、 (株)アドインテ、 (株)アトコ、 NTTコミュニケーションズ、 Crystal(株)、 (株)ゲイン、 (株)ジェイアール東日本企画、 スターツ出版(株)、 中部国際空港(株)、 (株)ドコモ・バイクシェア(※)、 (株)トヨタエンタプライズ、 トヨタ自動車(株)(※)、 (株)トヨタツーリスト インターナショナル、 トヨタファイナンス(株)(※)、 (株)名古屋グランパスエイト、 (株)NearMe 公益財団法人日本道路 交通情報センター、 名鉄協商(株)、 (株)Mobility Technologies(※)</p>	<p>名古屋市、 岡崎市、 瀬戸市、 半田市、 春日井市、 豊田市、 常滑市、 東海市、 大府市、 知多市、 日進市、 長久手市、 阿久比町、 東浦町、 南知多町、 美浜町、 武豊町</p>

2. 本事業の取り組み課題・実施内容 施策結果及び分析・考察

2-1. 本事業における取り組み課題

◇ 昨年度の実証実験事業の結果を踏まえて、3つの取り組み課題を設定

課題①

シームレスかつ効率的な移動の促進、混雑の分散・回避

交通系・施設系デジタルチケットの拡充（含む、セットチケットの販売）、混雑情報の提供

課題②

周遊移動促進による地域経済の活性化

地域の周遊を促す多様な情報提供、訴求力あるインセンティブ付与で地域経済活性化に繋げる

課題③

アプリの利便性向上による日常利用ユーザーの拡大

他MaaSとの連携、県他事業との連携、中部国際空港との連携、認知向上プロモーション

2-2. KPI設定

◇ 実証実験期間中、以下の3つのKPIを設定し、各課題に対する施策と共に効果測定を実施

項目	KPI	考え方
新規ログイン数	4,000件 (合計)	・アプリダウンロード後、当該エリアの位置情報が取得できた数
		・サービス開始2年後の横浜/富山エリアを参考に設定
デイリーアクティブユーザー数 (DAU)	200人/日 (平均)	・1日1回以上アプリを操作したユーザーをアクティブユーザーと定義
		・サービス開始2年後の横浜/富山エリアを参考に設定
デジタルチケット販売枚数	600枚 (合計)	・2022年度の本県の実証実験の販売枚数を参考に設定

2-3. KPI結果分析

- ◇ KPIの実績：**全項目で目標を達成**
- ◇ 次頁以降で各KPIについて考察（デジタルチケットについては2-5の各取り組みの中で考察）

<KPI達成状況一覧>

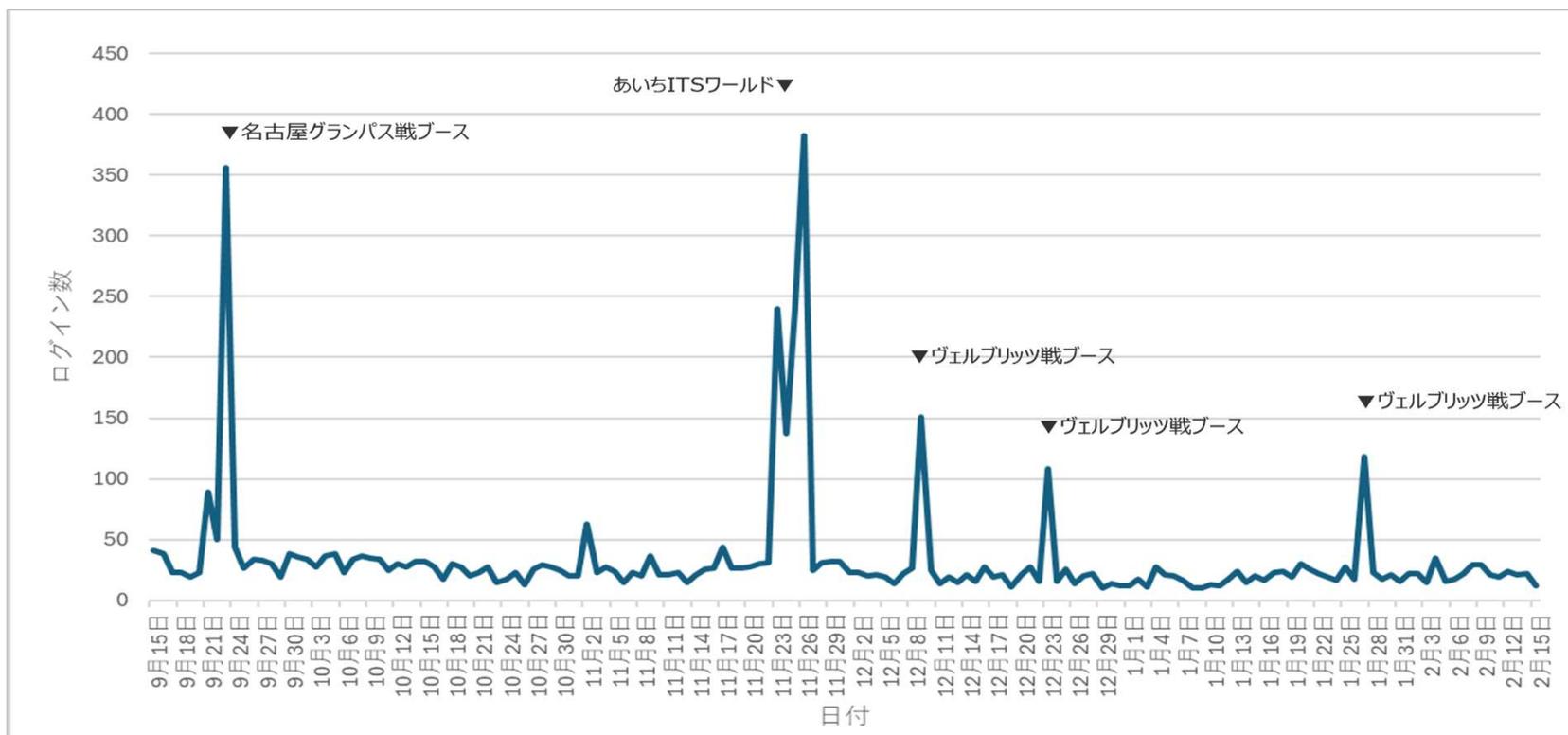
項目	KPI目標値	結果
新規ログイン数	4,000件	5,288件
デイリーアクティブユーザー数 (DAU)	200人/日	239人/日
デジタルチケット販売枚数	600枚	1,394枚

2-3. KPI結果分析（新規ログイン数）

◇ 結果分析・考察

- ・ 目標4,000件に対して**実績5,288件、目標達成**
- ・ 傾向として、**イベント・施策の実施時にはログイン数が顕著に増加**
※**あいちITSワールド**でのブース出展期間中の**11/26**が**382件**と**最多**

<新規ログイン数推移>

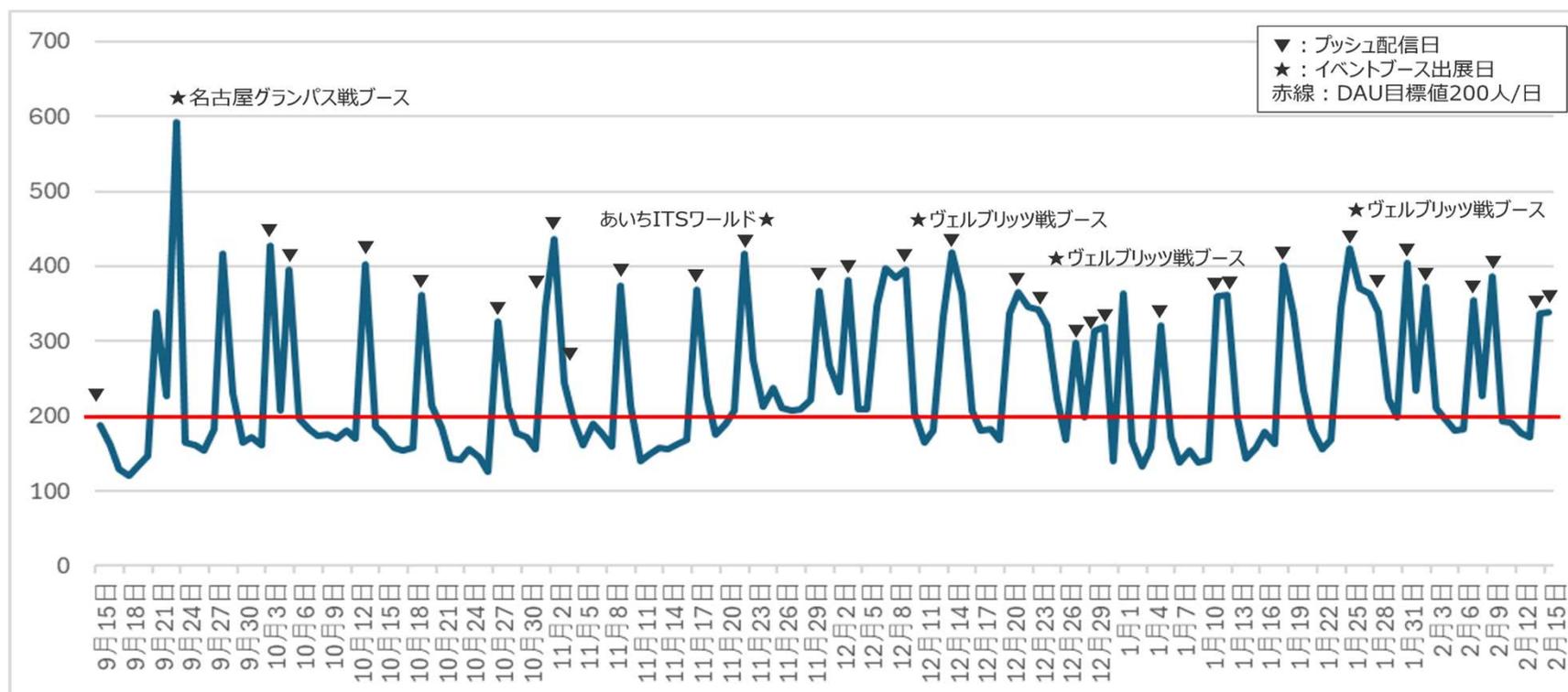


2-3. KPI結果分析（デイリーアクティブユーザー数（DAU））

◇ 結果分析・考察

- ・ 目標200人/日に対して**実績239人/日**、**目標達成**
- ・ イベントでの**ブース出展日**や**プッシュ配信日**には**DAUが増加**、**効果を確認**

<DAU推移>



2-4. 分析のための情報収集 (Webアンケート・事業者・グループインタビュー)

- ◇ 実証実験における各施策の効果を把握し分析・考察に活かすべく
アプリデータの分析に加えて、**Webアンケートと事業者/グループインタビュー**を実施

Webアンケート実施概要

項目	詳細
期間	2024年1月18日~28日
対象	本アプリダウンロード及び ログイン実施者
内容	実施施策評価、 アプリの満足点/不満点、 施策利用意向等の確認 ※設問内容はAppendix参照
設問数	21 (選択分岐を含めた総数31)
有効回答	298

事業者インタビュー実施概要

項目	詳細
期間	2024年1月23日~2月21日
対象	デジタルチケット組成頂いた 事業者
対象 事業者	名古屋市交通局、 名古屋市観光文化交流局、 愛知高速交通、名古屋城、 名古屋臨海高速交通
内容	・デジタルチケット導入した結果の 率直な意見 ・現場の運営面での課題の有無 ・お客様の反応 ・今後の展望や改善点 他

グループインタビュー実施概要

項目	詳細
期間	2024年2月1日~2月14日
対象	本アプリの利用者
人数	14名
目的	本アプリ及び実証に関する 生声・意見の収集
内容	・本アプリの機能・使い勝手、 改善要望 ・希望するデジタルチケット、 行動変容に関する内容 ・属性の確認 他

2-5. 課題解決に向けた実施内容

◇ 各課題に対する具体的な実施内容は以下の通り

	課題		実施内容	
①	シームレスかつ効率的な移動の促進、混雑の分散・回避	①-A	交通券・施設券のデジタルチケット券種の拡充	
		①-B	混雑情報の提供	駐車場の満空情報の提供
				リコモ駅混雑情報・道路混雑情報の提供
②	周遊促進による地域経済の活性化	②-A	交通系、施設系を組み合わせたセット券の提供	
		②-B	行動変容を促すインセンティブクーポンの拡充	
③	アプリの利便性向上による日常利用ユーザーの拡大	③-A	他MaaSアプリとの連携	
		③-B	中部国際空港との連携	
		③-C	県のおもてなし事業・新事業スタートアップとの連携	
		③-D	利用者獲得を目的とした告知活動の実施・旬な情報発信の充実	
		③-E	アプリの日常利用ユーザー拡大に向けたトライアル企画の実施	

取り組み①-A：交通券・施設券のデジタルチケット券種の拡充

◇ デジタルチケットの概要

- ・ 利便性向上/利用者拡大のため、**交通系、施設系を組み合わせたセット券**含め、**券種を拡充**
 ※名古屋水族館など9券種の入場チケットはアソビューへの遷移として連携
- ・ **事業者ホームページにおける広告バナー掲出によるプロモーション**も実施

販売チケットデザインと発売開始時期

実証実験前	9/15～（実証実験開始）		12/15～
<p>愛知環状鉄道 のりのりdayパス 1日・片道有り有効 下車前迄有効</p>	<p>Linimo リニモ 片道乗車券 1日・片道有り有効 下車前迄有効</p>	<p>なごや観光ルートバス メーグル 1DAY チケット 1日・片道有り有効 下車前迄有効</p>	<p>なごや観光ルートバス メーグル 堀川クルーズ 1日・片道有り有効 下車前迄有効</p>
<p>名鉄バス 豊田-中部国際空港 片道乗車券 1日・片道有り有効 下車前迄有効</p>	<p>Linimo リニモ 片道乗車券 1日・片道有り有効 下車前迄有効</p>	<p>バス全線一日乗車券 Nagoya City Bus 1-Day Ticket 1日・片道有り有効 下車前迄有効</p>	<p>アソビュー連携 INAXライブミュージアム 入館チケット なごや観光ルートバス「メーグル」名古屋城セット券</p>
<p>名鉄バス 藤が丘-中部国際空港 片道乗車券 1日・片道有り有効 下車前迄有効</p>	<p>あおなみバス 名古屋-金城ふ頭 片道乗車券 1日・片道有り有効 下車前迄有効</p>	<p>トヨタグループ トヨタ博物館入場券 チケット購入日から3日間有効です</p>	<p>トヨタグループ トヨタ博物館-富士モーター-ミュージアム 共通入場券 期間限定 チケット購入日から3日間有効です</p>

メーグル/名古屋市交通局ホームページ

新着情報（メーグルバスの運行・沿線情報）

2023年9月11日(月) 更新

1 DAYチケットに係るデジタルチケットの販売について

愛知県のマルチモーターサービス導入実証事業の一環として、令和5年9月15日（金）から令和6年2月15日（水）までの期間、なごや観光ルートバス「メーグル」の1日乗車券「1 DAYチケット」を、スマートフォン・タブレット端末向けアプリ「my(マイ)no utel(ルート)」内で、デジタルチケットとして購入・利用することが可能となります。

>> アプリのダウンロードはこちら

名古屋市交通局

バス全線一日乗車券デジタルチケットの試行導入について

バス全線一日乗車券デジタルチケットの特徴

取り組み①-A : 交通券・施設券のデジタルチケット券種の拡充

<販売チケット一覧>

事業者名	券種名	my route上での販売	
		昨年度	今年度
愛知環状鉄道	土日に乗ろう のりのり1dayパス	○	○
名鉄バス	藤が丘-中部国際空港 片道乗車券	○	○
	豊田-中部国際空港 片道乗車券	○	○
	愛・地球博記念公園 - 中部国際空港片道乗車券	○	○
愛知高速交通	リコモ片道乗車券 藤が丘駅-愛・地球博記念公園駅	○	○
	リコモ片道乗車券 八草駅-愛・地球博記念公園駅	○	○
名古屋市 (2023/9/15~2024/2/15)	なごや観光ルートバス「メーグル」1 DAYチケット	○	○
	なごや観光ルートバス「メーグル」1DAYチケット なごや堀川クルーズセット券 (運航期間: 2023/9/15~11/26)	—	○
	なごや観光ルートバス「メーグル」1DAYチケット 名古屋城セット券 (販売開始: 2023/12/15~)	—	○
名古屋市交通局 (2023/9/15~2024/2/15)	バス全線一日乗車券	—	○
名古屋臨海高速鉄道	名古屋-金城ふ頭片道乗車券	—	○
	金城ふ頭-名古屋片道乗車券	—	○
INAXライブミュージアム	入場券	—	○
トヨタ博物館	入場券	—	○
トヨタ博物館 + 富士モータースポーツミュージアム	共通入場券	—	○
どうする家康大河ドラマ館	入場券	—	○
アソビュー連携	入場券 (名古屋港水族館、レゴランド®ジャパン、南知多ビーチランド、かりせーさ、ガラス工房ガラスパレ、リトルワールド、日本モンキーパーク、明治村、テンパーク)	—	○

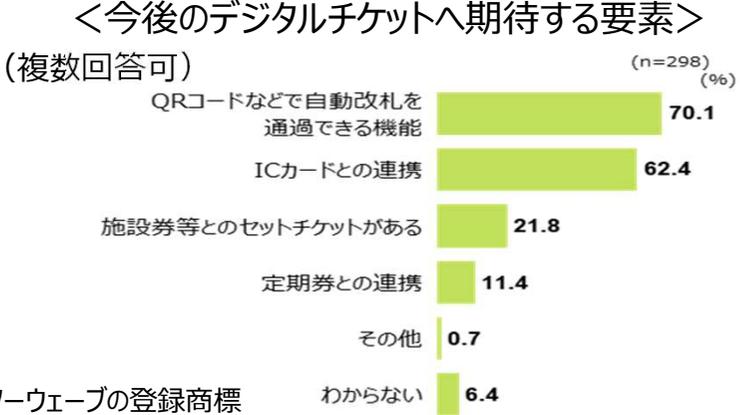
取り組み①-A：交通券・施設券のデジタルチケット券種の拡充

◇ チケット販売利用実績：目標600枚に対して**実績1,394枚**で、**目標達成**

事業者名	券種名	実証期間内販売枚数（枚）
名古屋市交通局	バス全線一日乗車券	888
名古屋市	なごや観光ルートバス「メーグル」 1 DAYチケット 単独券	213
	なごや観光ルートバス「メーグル」 1 DAYチケット セット券 (w/堀川クルーズ または w/名古屋城)	61
愛知環状鉄道・あおなみ線・名鉄バス・リニモ		174
施設券		58
合計		1,394

◇ ユーザーの声（Webアンケート・グループインタビュー）

- 本アプリでのデジタルチケット**購入利用者の割合は着実に伸びている**
（昨年度：21.9% ⇒ 今年度：33.9%）
- デジタルチケット利用を検討する理由としては
“窓口には並ばずに購入できる”が圧倒的に多い
- デジタルチケットには、**ICカードや磁気券にはない“お得感”**を求める



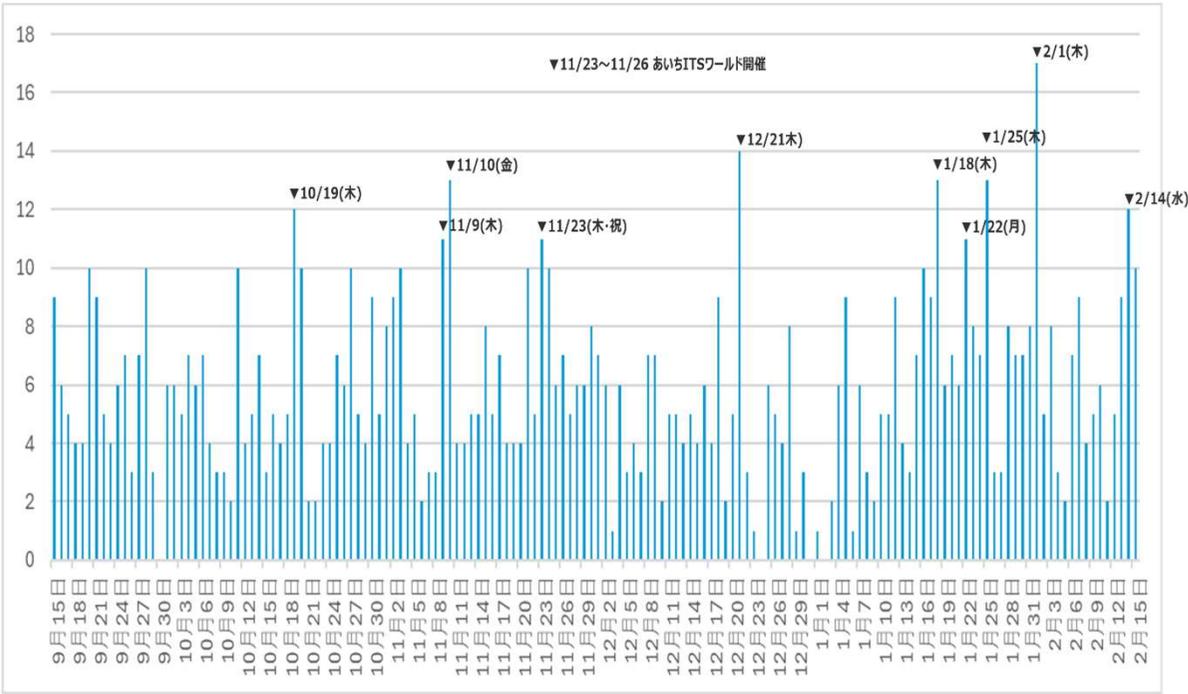
*QRコード：株式会社デンソーウェーブの登録商標

取り組み①-A : 交通券・施設券のデジタルチケット券種の拡充

◇ 販売利用の動向

- ・ **名古屋市営バス全線一日乗車券の販売枚数が最多** (888枚、占有率63.7%)
 そのうち**8割強が平日利用**
- ・ 「メーグル」の**平日利用者が増加** (昨年度「メーグル」では、土日祝利用が多かった)

<実証期間内のチケット販売枚数推移>



<名古屋市営バス全線一日乗車券と「メーグル」の利用日>

利用日	名古屋市営バス全線一日乗車券	「メーグル」1DAYチケット
平日	551 (83%)	69 (41%)
土日祝	113 (17%)	100 (59%)
合計	664	169

<参考：2022年度「メーグル」の利用日>

利用日	「メーグル」1DAYチケット
平日	74 (34%)
土日祝	146 (66%)
合計	220

※今年度・昨年度とも位置情報許可ユーザーでの実績分析

取り組み①-A : 交通券・施設券のデジタルチケット券種の拡充

<名古屋市営バス全線一日乗車券購入者の推定居住地>
※上位5都道府県

県名	人数
愛知県	591 (89%)
大阪府	12
沖縄県	11
神奈川県	8
東京都	7
その他都道府県	35
総数	664

<メーグルチケット購入者の推定居住地>
※上位5都道府県

県名	人数
愛知県	76 (45%)
東京都	14
神奈川県	11
大阪府	8
福岡県	6
その他都道府県	54
総数	169

◇ 分析・考察

- ・ **バス全線一日乗車券は平日利用が多く**、通勤・通学・買い物などの**日常生活での利用と推定**
- ・ 観光目的でのユーザーが、メーグルにも乗車出来るバス全線一日乗車券に移行したものと推察
- ・ 大半のユーザーが購入から1時間以内に利用を開始、利用直前または当日購入されている傾向がみられた
- ・ 予め割引価格の**「メーグル」+名古屋城のセット券の販売が好調**であり、**ユーザーの利便性向上に寄与**
- ・ **日常利用出来るチケット、利便性向上を期待出来るセット券**の販売が**デジタルチケット販売増の鍵**

取り組み①-B：混雑情報の提供（駐車場の満空情報の提供）

◆ 駐車場の満空情報提供の概要

- ・ **新たに連携する中部国際空港の駐車場満空情報**を、確認し易い様に「セントレア関連情報」のカテゴリへ掲載
- ・ 愛・地球博記念公園ホームページの駐車場満空情報を、特集記事「ジブリパーク特集」に掲載継続
(連携済みのその他駐車場満空情報は、ひとつのカテゴリに束ねて検索し易い様にして掲載継続)

＜特集記事内の駐車場満空情報＞



◆ 閲覧実績

- ・ 愛・地球博記念公園駐車場
閲覧数：106件
ユーザー数：87名
- ・ 中部国際空港
閲覧数：103件
ユーザー数：93名
- ・ その他駐車場
閲覧数：20件
ユーザー数：17名

◆ 分析・考察

- ・ **愛・地球博記念公園の駐車場満空情報の閲覧数激減**。昨年度の実証期間中に**混雑していない**事実がユーザーに周知され、**閲覧ニーズは既に希薄化しているものと推察**
- ・ 中部国際空港の駐車場満空情報の閲覧実績は、中部国際空港駐車場予約機能の閲覧数とほぼ同数
- ・ その他の駐車場満空情報は掲載順が下段であったこともあり、閲覧数が伸びなかった

取り組み①-B：混雑情報の提供（リニモ駅混雑情報の提供）

◇ リニモ駅混雑情報提供の概要

- ・昨年度に引き続き、**リニモ3駅（藤が丘、愛・地球博記念公園、八草）の混雑情報**を特集記事上に掲載
- ・愛知高速交通株式会社のホームページからも駅混雑情報の提供を実施

- ・利用者の多い下記駅構内の混雑情報
- ①藤が丘駅
- ②愛・地球博記念公園駅
- ③八草駅

<愛知高速交通HP（バナー）>



◇ 閲覧実績

- ・閲覧数：**45件**、ジブリパーク開園前後の2022年度における閲覧実績1,265件から大幅減少

◇ ユーザーの声、及び分析・考察

- ・ユーザーにとっての**目新しさが希薄化**したことなどによって、**閲覧ユーザー数が落ち込んだと推察**
 - ・来年度以降の実施有無は愛知高速交通(株)の判断に委ねるが、費用対効果の観点から導入は難しいと推察
- (参考：グループインタビューでの意見) **行くことを決めているため混雑については気にしない、積極的に混雑情報を入手しない**

取り組み①-B：混雑情報の提供（道路混雑情報の提供）

◇ 道路混雑情報提供の概要

- ・昨年度に引き続き、継続実装
- ・公益財団法人日本道路交通情報センター（JARTIC）のWebサイトで提供されている情報をアプリ内の特集記事に掲載

<特集記事内のJARTIC道路混雑情報>



◇ 閲覧実績
閲覧数：**69件**

◇ 分析・考察
・グループインタビューでも意見が出た通り、
普段使い慣れたGoogle Mapで確認する
ユーザーが多いことが、閲覧数が低い要因と推察

取り組み②-A : 交通系、施設系を組み合わせたセット券の提供

◇ セット券の概要・販売実績

- ・ なごや観光ルートバス「メーグル」1DAYチケットとなごや堀川クルーズのセット券
- ・ なごや観光ルートバス「メーグル」1DAYチケットと名古屋城のセット券



- ◇ 販売期間 : 2023/9/15～11/26 (土日祝のみ)
- ◇ 販売実績 : 5枚

- ◇ 販売期間 : 2023/12/15～2024/2/15
- ◇ 販売実績 : 56枚

◇ 分析・考察

- ・ 名古屋城とのセット券の販売枚数は、**メーグル単独チケットの同一時期の販売枚数とほぼ同数**
- ・ 名古屋城とのセット券は**予め割引価格で販売したことが、ユーザーの利便性向上に貢献**出来たと考える
- ・ チケット付帯の割引クーポン含め、**「お得感」「手間が省ける」セット券の企画検討**が重要

取り組み②-B：行動変容を促すインセンティブクーポン配信

◇ クーポン配信の概要

- ・名古屋東部丘陵地域：**「リコモおでかけキャンペーン」**（愛知県）との連携
- ・常滑エリア：**「とこNAVI」**（常滑市）との連携
- ・半田エリア：**「半田めぐりんMAP」**（半田市）との連携

	概要		
イベント受託者	「リコモでおでかけキャンペーン」 株式会社ピコ・ナレッジ	「とこNAVI」 NTTコミュニケーションズ、名古屋鉄道株式会社	「半田めぐりんMAP」 半田市観光協会
取得条件	my routeアプリ特集記事より キャンペーンページへ遷移しメールアドレスを登録	my routeアプリ特集記事より キャンペーンページへ遷移	my routeアプリ特集記事より 半田めぐりんMAPサイトへ遷移
掲載期間	11/1-1/31	12/1~3/15	12/19~3/31
提供クーポン	飲食代金5%OFF、その他各種割引、 各種サービス提供、ノベルティプレゼント等	飲食代金割引、各種サービス提供、 ノベルティプレゼント等	飲食代金割引、各種サービス提供、 ノベルティプレゼント等
取得方法	①my routeアプリ、愛知エリア情報、 「リコモでおでかけキャンペーン」ページにアクセス ②「クーポン取得はこちら」をタップ ③メールアドレスを入力し、アンケートに回答して送信 ④配信されたメールのURLにアクセスして クーポン取得（当日のみ有効）	①my routeアプリ、愛知エリア情報、 お得なクーポン情報「とこNAVI」 ページにアクセス ②「詳細はこちら」をタップ ③遷移先のサイトにてクーポン取得	①my routeアプリ、愛知エリア 情報、お得なクーポン情報 「半田めぐりんMAP」サイトへ アクセス ②遷移先のサイトにてクーポン取得

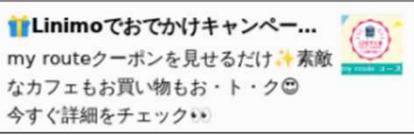
取り組み②-B：行動変容を促すインセンティブクーポン配信

<クーポン取得方法(イオンモール長久手の場合)>

ユーザーへアプリ内で告知



プッシュ通知



特集記事からクーポンサイトへ遷移



メールアドレスを入力



アンケート入力



取り組み②-B：行動変容を促すインセンティブクーポン配信

<クーポン取得方法(イオンモール長久手の場合)> つづき

メール内のURLより
クーポンサイトへアクセス



スクロールで
店舗・施設検索



利用する店舗・施設をタップ



利用店舗にて
「クーポンを利用する」をタップ



取り組み②-B：行動変容を促すインセンティブクーポン配信

＜常滑MaaS「とこNAVI」との連携によるクーポン配信＞



＜半田市「めぐりんMAP」との連携によるクーポン配信＞



取り組み②-B：行動変容を促すインセンティブクーポン配信

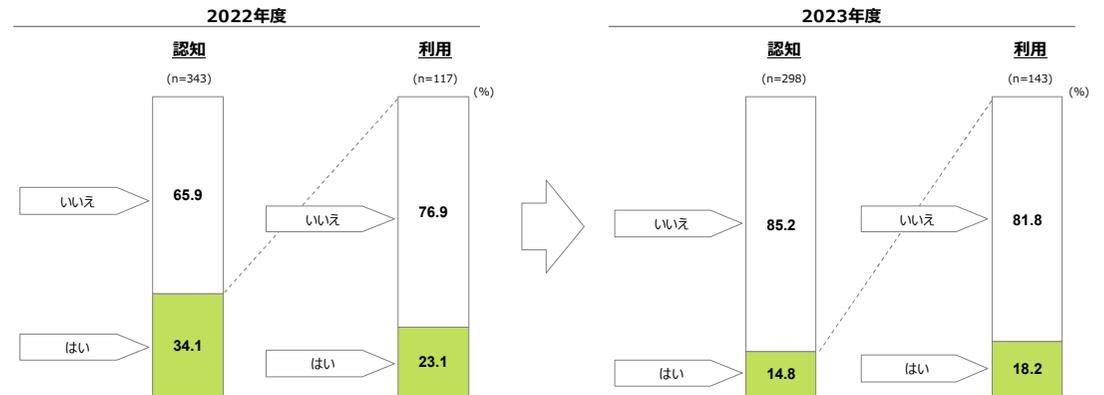
◇ 利用実績

- ・クーポン利用：**187件**、3エリアでの実施にしたことから、**総利用件数は昨年度の167件から増加**
- ・**名古屋東部丘陵地域の本アプリ経由は47件**の実績結果となり、**昨年度の167件から著しく減少**
磁気券1DAYフリーきっぷでのクーポン施策の実績は約380件となり、同地域での総数は約430件で増加している結果

月	名古屋東部丘陵地域	常滑エリア	半田エリア
	「リニモでおでかけキャンペーン」 (期間：11/1～1/31)	「とこNAVI」 (期間：12/15～2/15)	「半田めぐりんMAP」 (期間：12/19～2/15)
11月	38	—	—
12月	8	16	22
1月	1	14	51
2月	0	6	31
合計	47	36	104

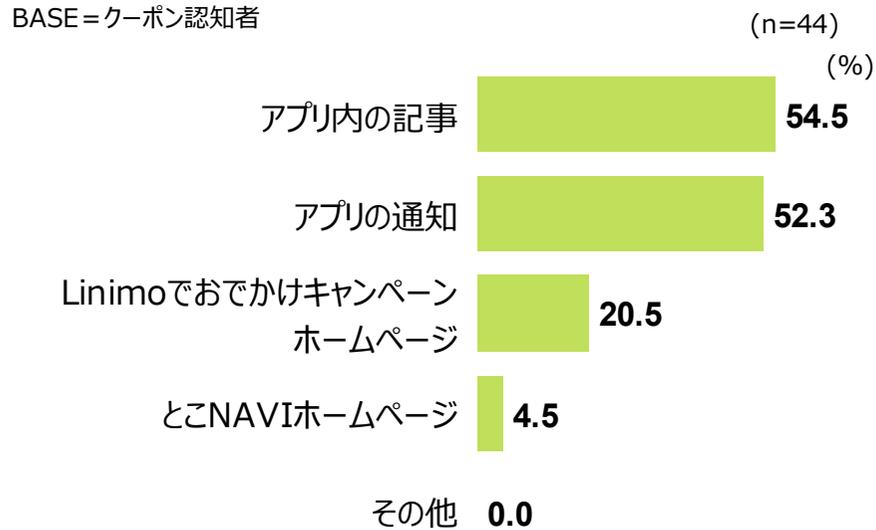
<Webアンケート結果>

- ・アプリ内で情報配信されたお得なクーポンを認知している人は14.8%
そのうち2割弱がクーポンを利用
- ・昨年度実績から、認知・利用共に大きく下回る結果となった

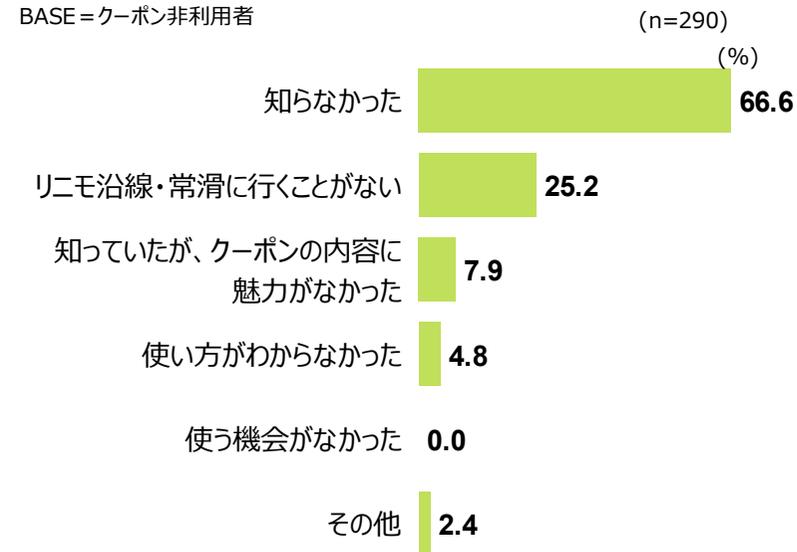


取り組み②-B：行動変容を促すインセンティブクーポン配信

<クーポン認知のきっかけ>



<クーポンを利用しない理由>



◇ 分析・考察

- ・ 名古屋東部丘陵地域の本アプリ経由は、クーポン情報の**プッシュ通知等で利用促進を図ったものの著しく減少**実施期間の短かった半田エリアでは、本アプリ経由でも多くのユーザーにご利用頂けている
- ・ クーポン施策を「知らなかった」ユーザーが多いことから、本アプリユーザーへの**プッシュ配信の更なる強化****本アプリ特有のインセンティブクーポン追加付与の検討**に加えて、**非アプリユーザーへの周知の工夫**など今後インセンティブクーポン施策を実施する際には検討課題となる

取り組み③-A : 他MaaSアプリとの連携

◇ 他MaaSアプリとの連携概要

- ・ユーザーの利便性向上のため、連携関係にある名古屋鉄道株式会社との連携を強化
 - 「名鉄ネット予約サービス」： 特集記事でのアイコン設置のみならず、ルート検索からの遷移連携も実装
 - 「CentX」： 双方のアプリに連携事業者のアイコンを実装し、相互送客を図る

<「名鉄ネット予約サービス」と「CentX」との連携強化>



<「CentX」との相互連携>



・双方のアプリ内に各アプリへの遷移アイコン追加

取り組み③-A : 他MaaSアプリとの連携

◇ 閲覧実績

<「CentX」アプリへの遷移>

お得におでかけ「交通予約」	閲覧数	ユーザー数	1人あたりの閲覧回数
「CentX」アプリ	73	52	1.4
特集記事「名鉄関連情報」	閲覧数	ユーザー数	1人あたりの閲覧回数
「CentX」アプリ	47	20	2.3

<名鉄ネット予約サービスへの遷移>

お得におでかけ「交通予約」 およびルート検索からの遷移	閲覧数	ユーザー数	1人あたりの閲覧回数
名鉄ネット予約サービス	167	110	1.5
特集記事「名鉄関連情報」	閲覧数	ユーザー数	1人あたりの閲覧回数
名鉄ネット予約サービス	6	6	1.0

◇ 分析・考察

- ・ 「CentX」、名鉄ネット予約サービス共に「お得におでかけ」の交通予約タブ内のアイコンを閲覧したユーザー数の方が多い
- ・ **相互掲出により、ユーザーにとっての利便性が高まった**と推察
- ・ ルート検索からの予約サービスへの遷移は、痒い所に手が届く施策として有効な施策と考える

取り組み③-B：中部国際空港との連携

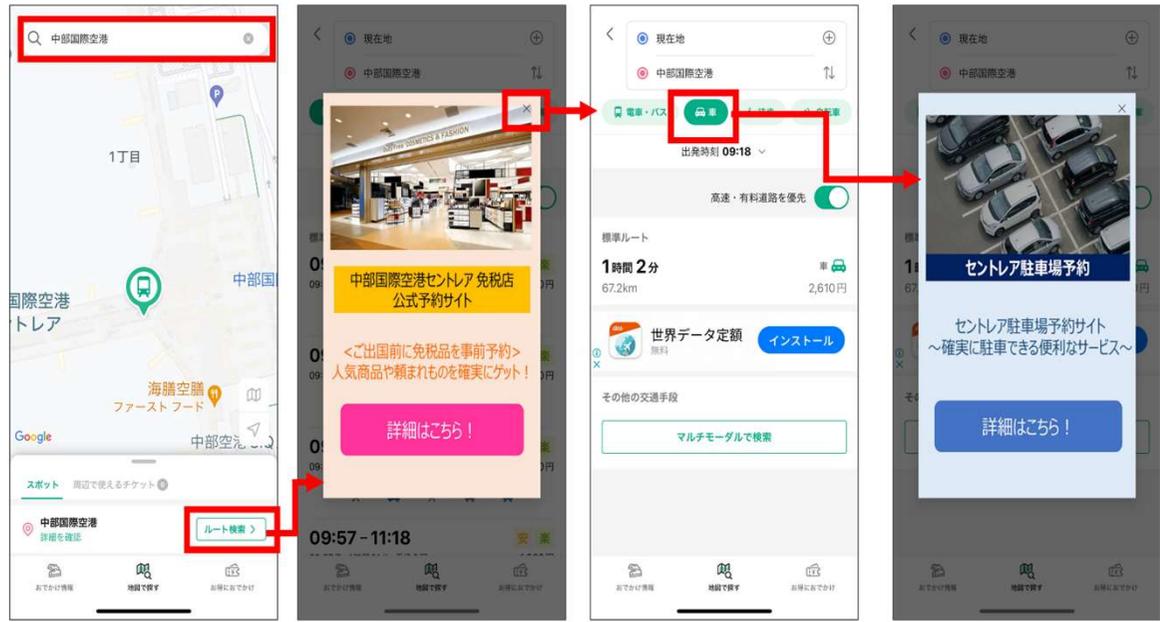
◇ 中部国際空港との連携概要

- ・ ユーザーの利便性向上のため、**中部国際空港のサービス情報**（駐車場予約サイトや免税店公式予約サイト）を提供
- ・ 中部国際空港を目的地としたルート検索では、**上記サービス情報のポップアップを表示し移動前・検討時のユーザーの利便性向上を図る**

<お得におでかけ交通予約、店舗・施設タブ>



<中部国際空港を目的地としたルート検索>



取り組み③-B：中部国際空港との連携

◇ 遷移実績

お得にお出かけ 「交通予約」「店舗・施設」	閲覧数	ユーザー数	1人あたりの閲覧回数
セントレア駐車場予約サイト	35	32	1.1
セントレア免税店公式予約サイト	65	49	1.3
特集記事 「セントレア関連情報」	閲覧数	ユーザー数	1人あたりの閲覧回数
セントレア駐車場予約サイト	68	45	1.5
セントレア免税店公式予約サイト	11	8	1.4
ルート検索からの遷移	ポップアップ閲覧数	ポップアップ クリックユーザー数	外部URL遷移 ユーザー数
セントレア駐車場予約サイト	22	5	4
セントレア免税店公式予約サイト	130	34	18

◇ 分析・考察

- ・ 閲覧数はさほど伸びなかったものの、**県内外への観光客に対するPR**ができる意味ある取組みとなった
- ・ **ルート検索時のポップアップ機能**（例、免税店予約サイト）については、他施策・他施設・他地域でも活用出来る仕組みであり、**周遊促進に貢献出来る**ものと推察

取り組み③-C : 県の他事業・新事業スタートアップとの連携

◆ 新事業スタートアップとの連携概要

- 新たなモビリティサービスを提供するスタートアップ企業と連携し、本アプリで情報を提供
 - 1) ホテル・自宅と空港を結ぶ定額相乗りシャトルサービスを提供する**株式会社NearMe**
 - 2) 電動キックボードシェアリングサービスを提供する**Crystal株式会社**

お得におでかけ・交通予約



<株式会社NearMeへの遷移>



<Crystal株式会社への遷移>



取り組み③-C : 県の他事業・新事業スタートアップとの連携

◇ 遷移実績

NearMe.	閲覧数	ユーザー数	1人あたりの閲覧回数
お得におでかけ「交通予約」	50	38	1.3
特集記事「セントレア関連情報」	49	35	1.4

Su__i	閲覧数	ユーザー数	1人あたりの閲覧回数
お得におでかけ「交通予約」	22	15	1.5
特集記事「シェアリング情報」	13	10	1.3

◇ 分析・考察

- ・ 閲覧数は少ないが、NearMe.、Su__i共に、**お得におでかけ「交通予約」からの閲覧数が多い結果**となった
- ・ 愛知の特集記事閲覧には、第二階層まで進める必要があり、「交通予約」タブからの閲覧が多いと推察
- ・ 新たなモビリティサービスとの情報連携であり、実証終了後も**ユーザー利便性のために情報掲載を継続**

取り組み③-D : 利用者獲得を目的とした告知活動の実施

◆ 告知活動の概要

- ・ アプリの認知向上及びダウンロード促進を目的にPRを実施し、**効果的な告知について検証**

ポスター・チラシ

ポスター/チラシ(表面)

このアプリ1つで
愛知のおでかけを
もっと便利に楽しく

チラシ(裏面)

my route **できること!**
2023/9/15〇～2024/2/15〇

- 色々な移動手段を組み合わせたルートがわかる!**
電車だけでなく、コミュニティバスを含む路線バスやタクシー、カーシェア、シェアサイクルを組み合わせた最適な経路を提案! 思いがけない経路がわかるかも!?
- デジタル交通券・デジタル施設券が購入できる!**
リニモ、愛知環状鉄道、あおなみ線、名古屋市バス、なごや観光ルートバス(メーグル)、名鉄バス(セントレア行)等の乗車券や各種施設券がアプリ内で購入できます!
- my routeアプリからリニモ沿線の店舗で使える特典クーポンをゲットしよう!**
- おでかけスポットが検索できる!**
ジブリパークを始め「行ってみたい場所」を調べよう!
- いまの混雑状況がわかる!**
「リニモ駅の混雑状況」や「セントレア駐車場の満席情報」、「愛知県の道路交通情報」が確認できます!

交通広告の掲出

交通事業者	内容	掲出駅	期間
愛知環状鉄道	ポスター掲出 (駅構内)	主要7駅	9/12-2/15
愛知高速交通		全駅	9/12-2/15
名古屋臨海鉄道		名古屋	9/15-2/12
名古屋市交通局	デジタル サイネージ	栄(栄森の地下街)	10/1-10/31
中部国際空港		アクセスプラザ	12/1-12/31
名古屋鉄道	オリジナル ポスター	名鉄中部国際空港駅	12/1-12/31
名古屋市交通局		市バス全線車内	10/30-2/15

取り組み③-D : 利用者獲得を目的とした告知活動の実施

イベント

実施日	実施場所	実施内容
9/23(土)	名古屋グランパス戦	ブース出展
11/23(木)-26(日)	あいちITSワールド	ブース出展
12/9(土)・23(土)	トヨタヴェルブリッツ戦	ブース出展
1/27(土)	トヨタヴェルブリッツ戦	ブース出展

ラジオ番組(10/2放送)



SNS



取り組み③-D : 利用者獲得を目的とした告知活動の実施

◇ 認知獲得の実績

- ・ 新規ログインユーザーの流入経路は**イベントブースが33.5%でトップ**
- ・ 連携する企業のホームページ 25.8%、SNS等 25.2%となり
昨年度からは**イベントとSNS等からの流入が増加**

◇ 分析・考察

① ポスター・チラシ掲出

ポスター・チラシの認知経路は、昨年度と比較して多少の減少はあれど**有力な認知経路のひとつ**

② 交通事業者等の企業ホームページへの広告バナー掲載

昨年度同様に、認知・獲得経路の上位に位置する広告手法
実際に利用検討されているユーザーが閲覧するため非常に効率的で効果的

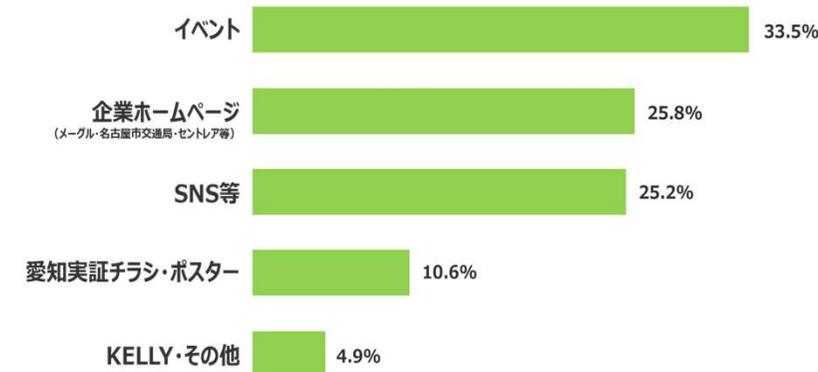
③ イベントでのアプリダウンロード訴求

イベント時の流入が全体首位であり、**非常に有効な手段のひとつ**

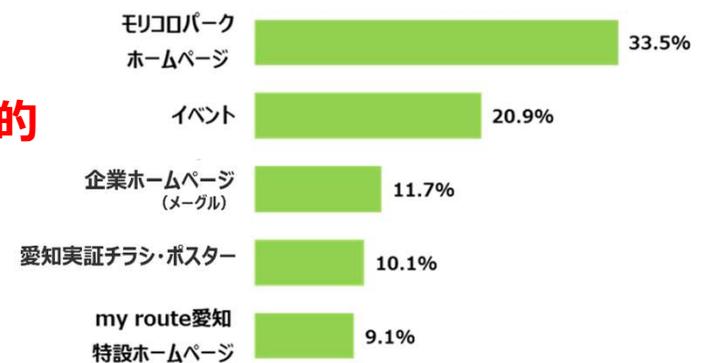
④ デジタル広告

SNS発信で広告を強化した結果、認知・獲得経路として**大幅に伸張**
特に**若年層へは効果的な広告施策**で、**今後も継続実施が有効**

＜2023年度AppsFlyerによる新規ログイン実績＞
n=5,288



＜2022年度AppsFlyerによる新規ログイン実績＞
n=2,468



※AppsFlyer : 認知流入経路を層別出来るQRコードを各種ポスター/チラシ別に作成、認知・流入経路を掌握できる

取り組み③-D : 旬なおでかけ情報発信の充実

◇ お出かけ情報提供の概要

- ・ 東海エリアで知名度の高い情報誌「**日刊KELLY**」の**記事**や**デジタルチケット**を利用した「**おでかけレポ**」**イベント情報**など移動のきっかけとなる旬でお得な情報を定期的に配信して、**行動変容への影響**を調査

日刊KELLY

最新のグルメ情報やお出かけスポットを掲載



おでかけレポ

デジタルチケットを利用したおでかけ情報を掲載



地域のイベント情報連携

地域イベント情報を掲載



取り組み③-D : 旬なおでかけ情報発信の充実

◇ 閲覧実績

- ・ **インセンティブを付与**した「アンケート実施のご案内」が、掲載期間わずかにもかかわらず一番閲覧数が多かった
- ・ 新規に、アプリTopに**記事固定化**を試みた結果、多くのユーザーの**目に留まりやすく閲覧数が多い**
- ・ **プッシュ配信で訴求**を行った記事、**キャンペーン、イベント情報の閲覧数が多い傾向**

<特集記事閲覧数ランキング>

※集計期間：2023年9月15日～2024年2月15日

順位	記事タイトル	プッシュ告知	TOP固定	閲覧数	閲覧ユーザー数
1	アンケート実施のご案内	○	○	1,299	551
2	旬のおでかけ情報	×	○	1,036	586
3	Linimoでおでかけキャンペーン	○	○	545	263
4	どえりゃ～ええがね！楽しいスポット満載！名古屋観光してみやあ～！！	○	○	463	309
5	ジブリパーク公式サイトはこちら！	×	×	342	263
6	バス全線一日乗車券でお得にGO！	○	○	300	132
7	トヨタ博物館イベント情報	○	×	295	204
8	1/27（土）おでかけメモリー開催	○	×	260	132
9	知ってた？街も食べ物も映え尽くし！常滑市へGO！	×	○	241	120
10	どうする家康 岡崎 大河ドラマ館デジタルチケット販売中！	×	×	217	94

取り組み③-D : 旬なおでかけ情報発信の充実

◇ 閲覧実績

- 記事をカテゴリー別に層別した場合の閲覧実績では、**イベント関連**・具体的な旅程のイメージが沸きやすい**おでかけレポ**・「お得感」の情報を入手出来る**クーポン関連の記事閲覧が多い**結果となった

<特集記事カテゴリー別閲覧数の層別>

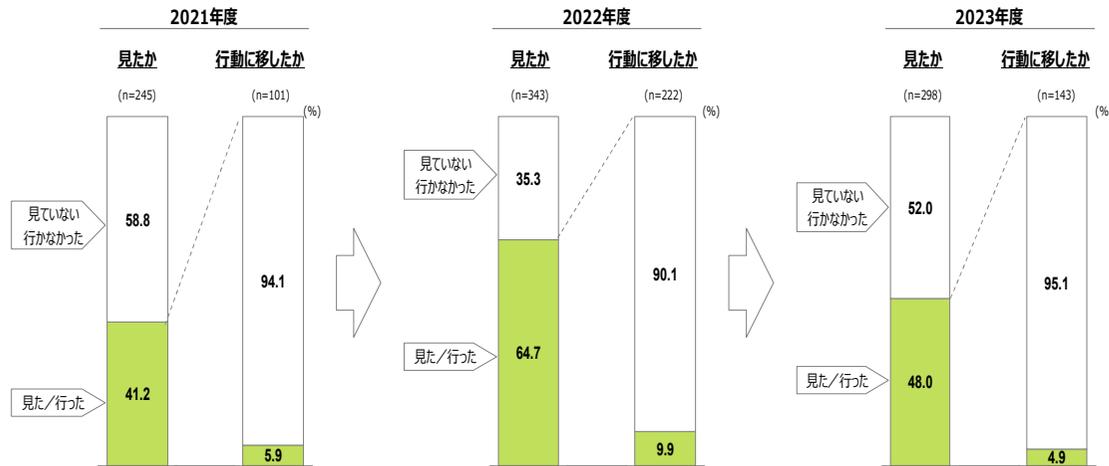
順位	記事のカテゴリー	記事数	総閲覧数	総閲覧ユーザー数
1	イベント告知関連	10	2,428	1,271
2	旅好き女子が行く！ my routeおでかけレポ	8	1,328	714
3	クーポン関連施策	32	1,118	651
4	その他	191	3,371	2,168

<アプリTopへの記事固定化の検証結果>

	アプリTopへの記事固定化の有無	記事数	総閲覧数	総閲覧ユーザー数
1	アプリTOP固定記事	10	4,672	2,518
2	固定記事以外	231	3,573	2,286

取り組み③-D：旬なおでかけ情報発信の充実

＜アプリ内のお店情報の閲覧と行動変容＞

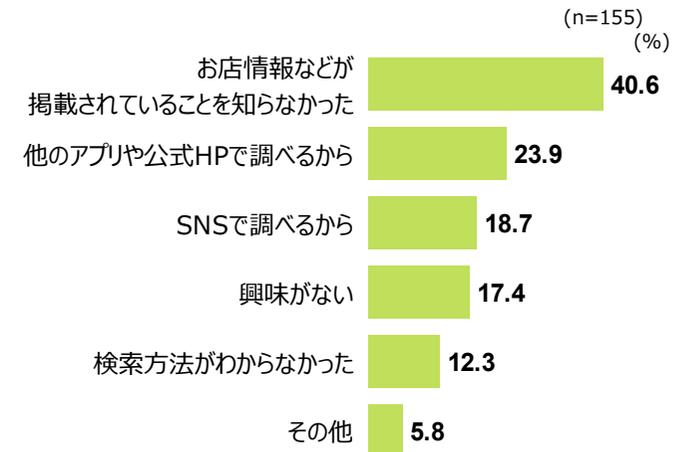


◇ 分析・考察

- **押し記事を固定記事に掲載**することにより、ユーザーに認知されやすくなり閲覧数が多くなったと考える
- **プッシュ・ポップアップ配信の定期的な実施**は閲覧数向上に効果的
- 情報を見て行きたい場所があった人のうち**行動変容に繋がったのは4.9%**
- 情報を見なかった理由として、「お店情報などが掲載されていることを知らなかった」という声が多いのも事実であり**どのような情報が掲載されているかの認知度を上げる施策が重要**

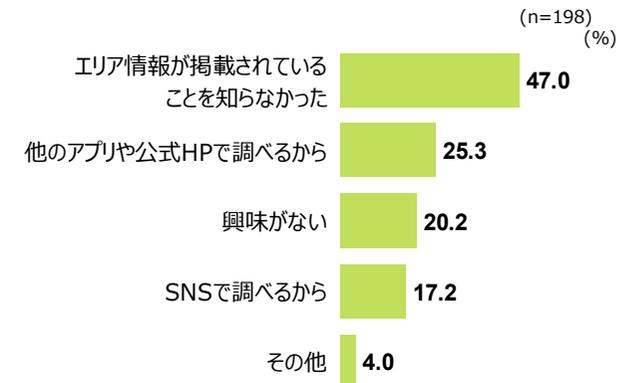
＜店舗・地域情報を見なかった理由＞

BASE = 「おでかけ情報」非閲覧者



＜エリア情報を見なかった理由＞

BASE = 「my route厳選」非閲覧者



取り組み③-E : アプリの日常利用ユーザー拡大に向けたトライアル企画の実施

◇ トヨタヴェルブリッツ戦「おでかけメモラリー」の実施

- ・ アプリの日常利用を最終目的として、**遊び心を盛り込んだ**トライアル企画として「おでかけメモラリー」を実施
- ・ アプリの**「おでかけメモ」機能を活用**し、豊田スタジアム周辺および広場の周遊を促す
- ・ 有益で興味を持てる取り組みかどうか、企画の有効性・受容性・今後の発展性を検証

<実施概要>

- ① my routeアプリをダウンロード
- ② イベント広場に設置した15カ所のQRコードを探し、スマートフォン内蔵カメラでQRコードを読み取り、おでかけメモに追加（QRコード：株式会社デンソーウェブの登録商標）
- ③ 3個以上おでかけメモを集め、my routeブースで画面提示
- ④ ヴェルブリッツチームグッズが当たる抽選に参加

my route トップ画面



おでかけメモラリー素材



QRコード設置マップ° (赤印でガイド)



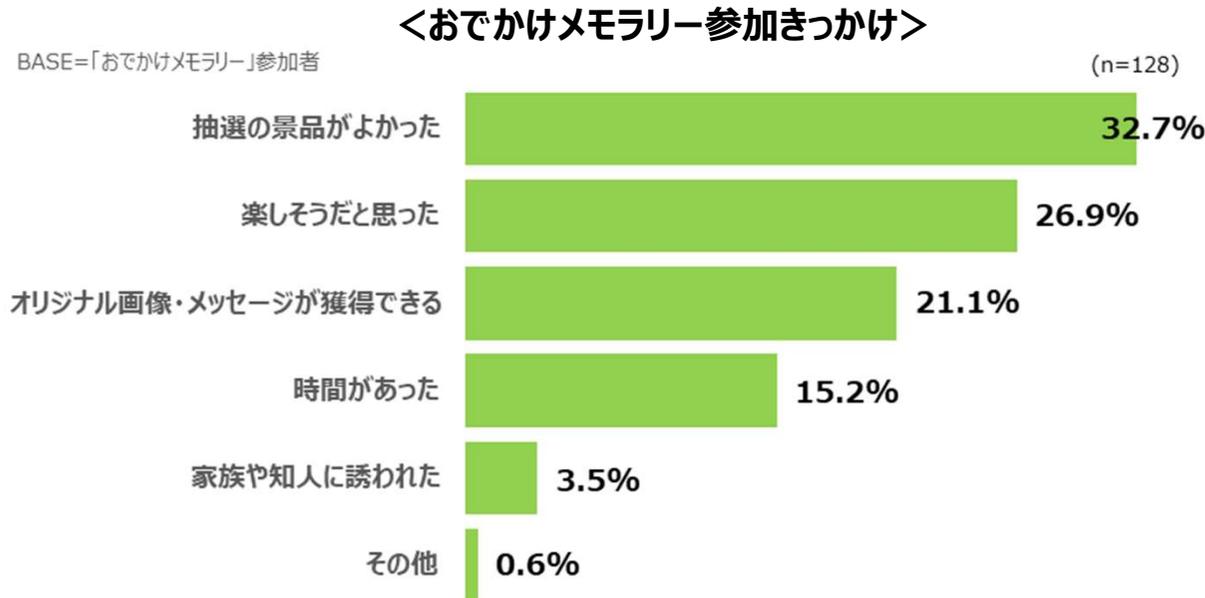
設置QRコード



取り組み③-E : アプリの日常利用ユーザー拡大に向けたトライアル企画の実施

◇ 実施結果

- ・ 新規ダウンロード118名に寄与、既存ユーザーも含めた**128名のユーザーが参加**
- ・ **約半数の参加者が15カ所全て周り完遂賞を取得**、おでかけメモ機能について**遊びながら認知頂くことが出来た**



◇ 分析・考察

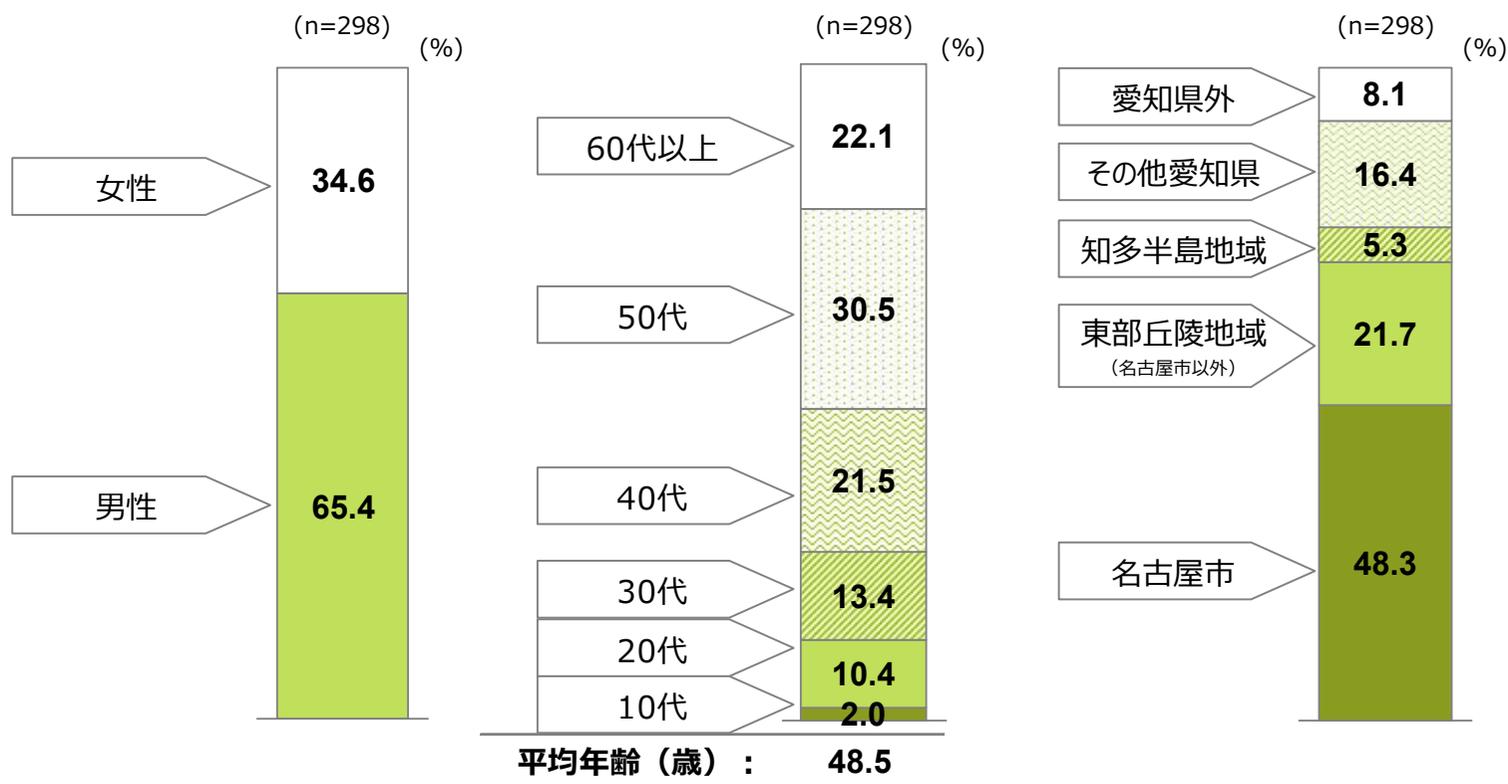
- ・ QRコードを読み込み登録するという**簡単な動作**にしたことで、参加しやすく新規ダウンロード増およびアプリ認知向上に繋がった
- ・ 実施後のアンケートから、抽選やオリジナル画像付与など、**付加価値の提供が参加するきっかけとして重要**
- ・ **広域でのスタンプラリー企画にも応用可能**、様々なイベントで**周遊促進・地域経済の活性化**に活かせる施策となり得る

2-6. ユーザー評価 (Webアンケート: 回答者属性)

◇ アプリのユーザー：男性が約65%、年代は30～50歳代が約88%

居住地は愛知県在住が約92%、そのうち、名古屋・東部丘陵地域が約76%

<Webアンケート回答者属性 (性別/年齢/居住エリア)>

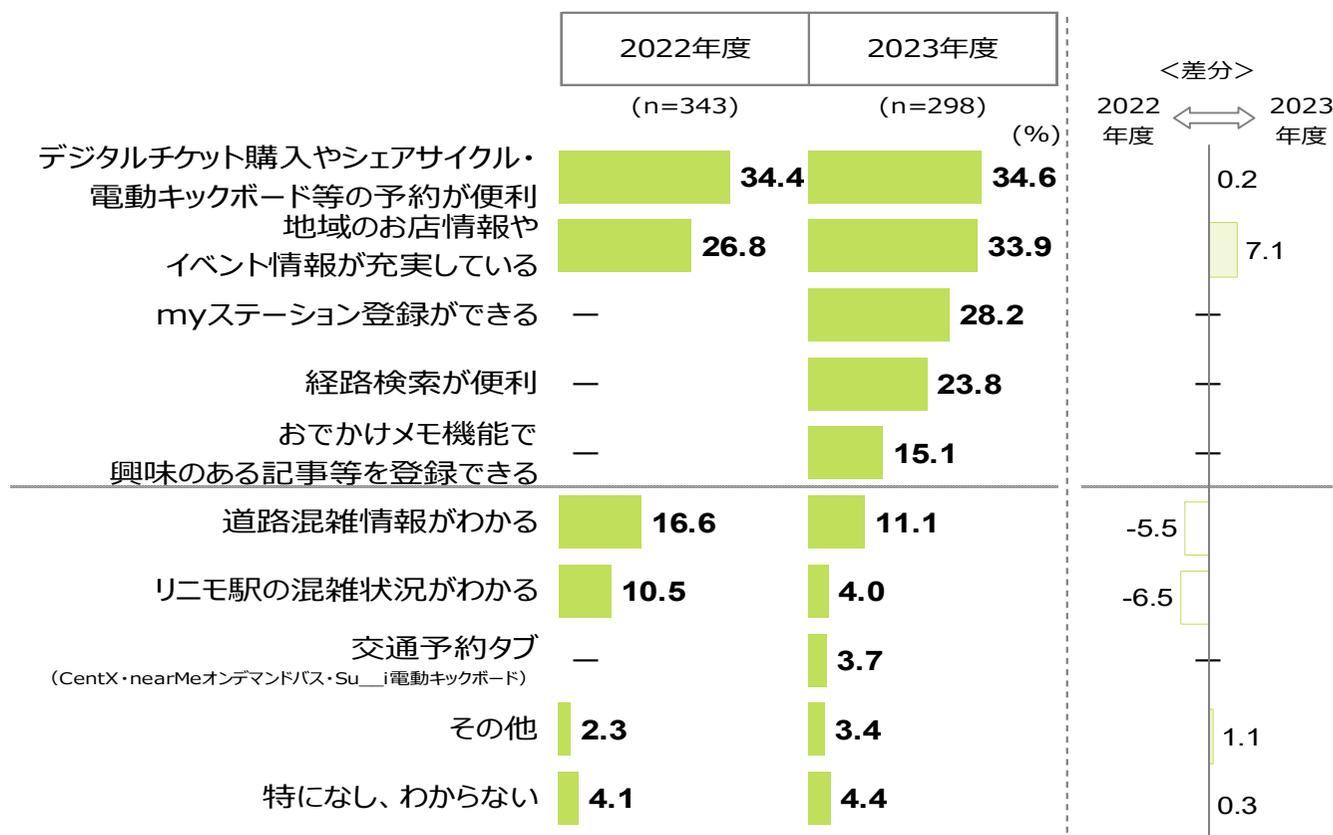


※四捨五入のため合計は100%にならない

2-6. ユーザー評価 (Webアンケート: アプリ全体評価)

- ◇ **デジタルチケット・地域のお店・イベント情報**への評価が昨年から向上
- ◇ 2023/1末に追加した新機能**「myステーション登録」「おでかけメモ」**への評価も頂けている

＜アプリの満足点＞ (複数回答可)

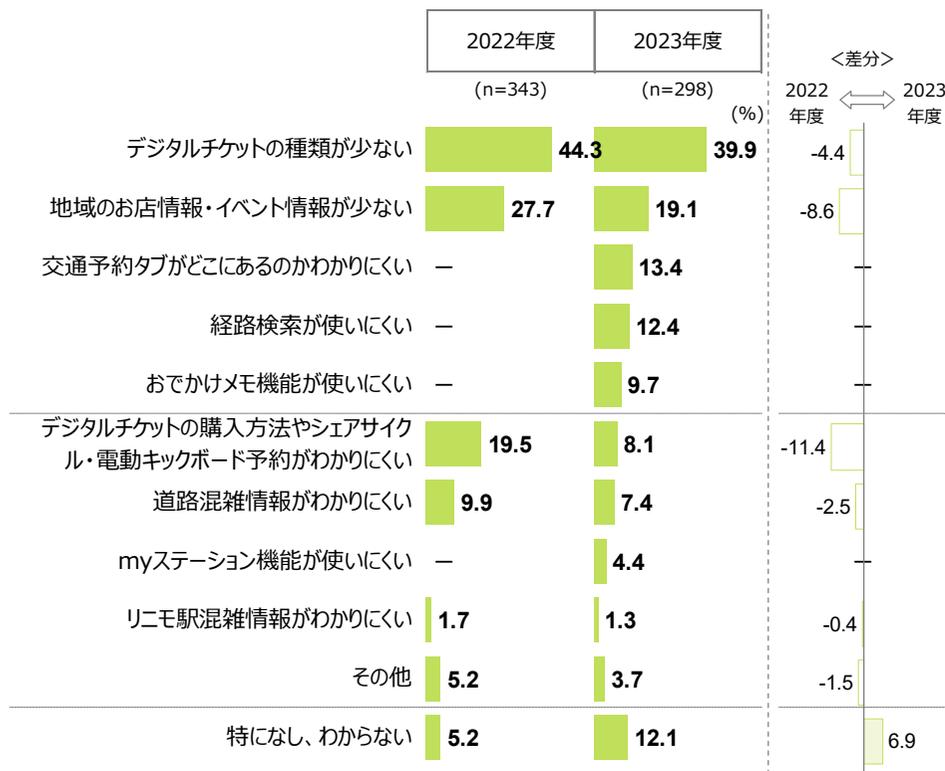


2-6. ユーザー評価 (Webアンケート: アプリ全体評価)

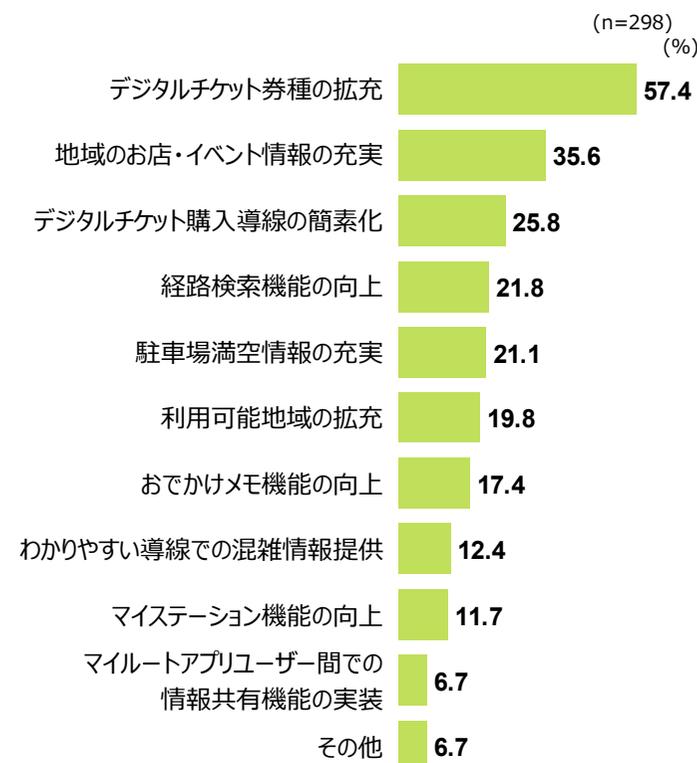
◇ **デジタルチケット、地域のお店・イベント情報**は、昨年度から評価向上の一方で不満点でも上位にあり改善を求める声も大きいことから、**ユーザーの関心の高さが伺える**

<アプリの不満点/改善・強化を望むこと> (複数回答可)

不満点



改善・強化を望むこと



2-7. 言語別利用状況（新規ログイン・デジタルチケット購入者数）

実証期間中の新規ログイン・デジタルチケット購入を、ユーザーの携帯電話言語設定で層別・分析

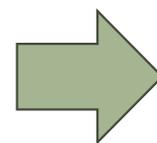
<新規ログイン>

- ◇ **日本語設定が5,151件（97.4%）**で大半を占め
次点は英語の66件（1.2%）

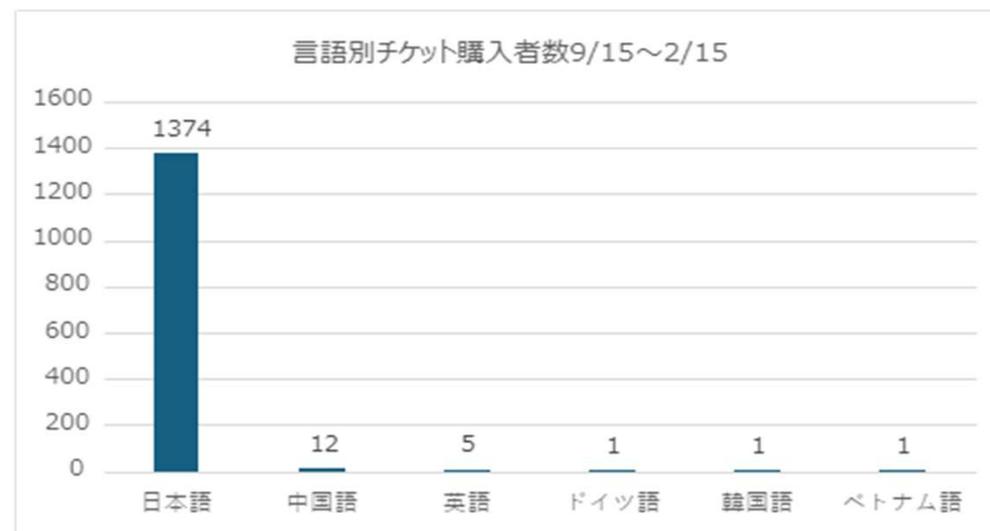
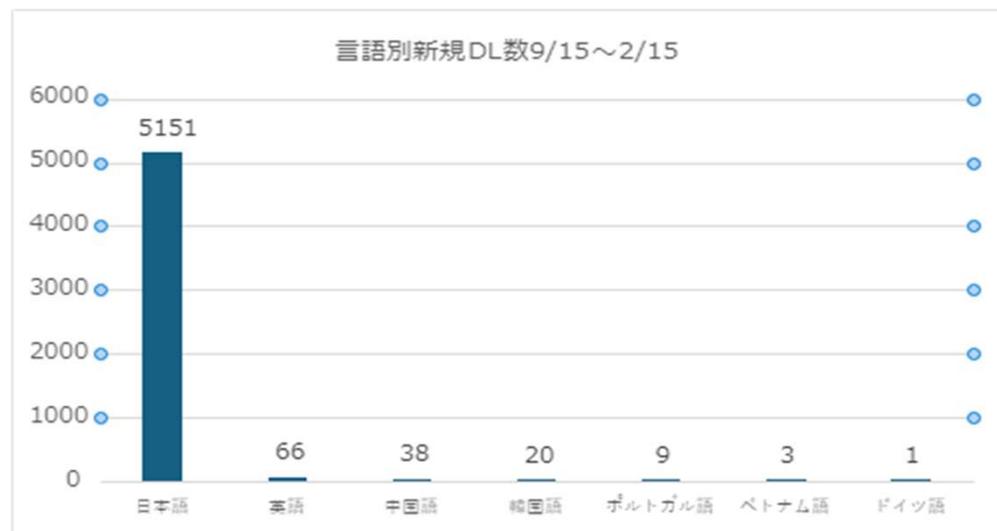
<デジタルチケット購入者数>

- ◇ **日本語設定が1,374件（98.6%）**で大半を占め
次点は中国語の12件（0.9%）
- ◇ 日本語以外の17名が、**市バス全線一日乗車券の購入者**

※DAUは、日当たり2～3人が日本語設定以外のユーザー



インバウンド対応が課題



3. 3年間の実証を通じて得られた学びと 自立的な運営に向けた方策

3-1. 実証実験を通じて得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）

- ◇ MaaSアプリの基盤を提供するプラットフォームが、自立的な運営を行うには、**魅力あるアプリを目指して進化し続け、日常利用ユーザーを増やすことが最大の課題**
- ◇ 3年間の実証実験を通じて、下記の3つの観点を軸に得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）を取りまとめる

◇ **観点①： 魅力あるデジタルチケットとは**

◇ **観点②： 混雑の分散・回避の施策、混雑情報の提供**

◇ **観点③： アプリの日常利用ユーザーの獲得・拡大**

3-1. 実証実験を通じて得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）

◇ 観点①： 魅力あるデジタルチケットとは

得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）

◇ デジタルチケット 企画で重要なこと

- **日常利用出来る/利用客がそもそも多い**チケットのデジタルチケット化が非常に重要（例：地下鉄・市バス）
- ユーザーの利便性向上および周遊促進を促す意味では、**セット券販売は有効**な施策（例：メーグル＋名古屋城）
- チケット発売元の**企業HPでのバナー広告が非常に効果的**
- 磁気券/ICカードには無いデジタルチケットならではの**「お得感」**が重要（**クーポン付帯チケットも有効**）
- クーポン施策では、ユーザーの認知向上・利用意欲の刺激が鍵であり告知活動は非常に重要
- **他MaaSアプリとの連携は、相互送客の観点で有効**な手段

3-1. 実証実験を通じて得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）

◇ 観点①： 魅力あるデジタルチケットとは

得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）

◇ デジタルチケット 組成での難しさ

- 普及拡大には、鉄道駅における**自動改札機への対応が必要不可欠**※
- 一方、交通事業者側では、**自動改札機の改修のみならず料金收受システム改修に多大な費用を要する**。QR改札やVisaタッチなどへの一般ユーザーの**受容性**の見定めも必要で、**時間を要す中長期課題**
- 他方、**ICカード連携**をMaaSアプリ側で対応することは技術的には可能
ただし、ICカードの**代替だけでは多くのユーザーにとって利便性向上とはならず**、その他の**付加価値の提供が非常に重要な検討要素**

※バスに関しては、運転士の目視確認が可能、且つ運賃收受の手間が省けることから、デジタルチケット導入へのハードルは比較的低い

3-1. 実証実験を通じて得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）

◇ 観点①： 魅力あるデジタルチケットとは

得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）

◇ インバウンド対応

- ・ **本県での**設定言語別のユーザー属性を確認した結果
日本語以外でのアプリ利用者は僅少
（対照的な**福岡**：販売金額で**約3割が日本語以外のユーザー**）
- ・ 海外アップストアで「my route」アプリをダウンロード出来る国が
韓国/タイ/台湾と限定的な点と、インバウンド客が日本でのみ利用
予定のアプリを、自国で訪日前に**事前ダウンロードすることに**
煩わしさを感じるユーザーも一定数いると推察されることから
インバウンド対応の促進には、**Web対応の検討も重要**

3-1. 実証実験を通じて得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）

◇ 観点②： 混雑の分散・回避のための施策・混雑情報の提供

得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）

◇ パーク&ライド機能

・ジブリパーク向けに昨年度実施したAkippa連携による**事前予約制専用臨時駐車場**を使ったパーク&ライド施策は、**利用者の満足度と再度利用の意向は高く、有効な施策**

・ただし、目的地**周辺道路の渋滞が顕著**で、目的地に近い**駐車場の混雑が明らかな場合または予見される場合に限り有効な施策**であり施策の対象は限定的と言える。このため、公共交通機関の利用促進にはインセンティブ付与などの**付加価値提供の検討も重要**

3-1. 実証実験を通じて得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）

◇ 観点②： 混雑の分散・回避のための施策・混雑情報の提供

得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）

◇ 混雑情報の提供

- ・駐車場満空：ジブリパーク来訪者と思われる愛・地球博記念公園駐車場の閲覧が昨年度は多かったが、混雑していないことが周知され、**ニーズは希薄化**
- ・リニモ3駅：昨年度、ジブリパーク開園の11月までは高かったが、開園後に漸減
2023年度の閲覧数は更に減少
ユーザーにとっての目新しさやニーズが薄れたものと考えられる
- ・アンケート調査でも、混雑情報を気にされるユーザーは少なく、混雑情報を見ても行動変容した方が少ないことなどから、**今後飛躍的にリニモ利用者数が増えない限り、駅の混雑情報の提供は不要と考えられる**
- ・道路： 昨年度試験的に情報提供した**渋滞予測**は、愛・地球博記念公園周辺へ移動されるユーザーには**有益な情報と評価を受け、ニーズは存在**
- ・事業化に対しては、収益確保策の検討が一番の課題

3-1. 実証実験を通じて得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）

◇ 観点③： アプリの日常利用ユーザーの獲得・拡大

得られた学び（ノウハウ・知見・難しさ）

◇ 効率的なPR

- ・ **交通事業者等のホームページでの広告バナー掲載**がユーザーの認知獲得に、**費用対効果で一番の方策**
- ・ **SNS等からの認知・獲得PR効果は大**

◇ エンタメ要素

- ・ **「おでかけメモ」機能を活用したスタンプラリー企画**は広域および地域での様々なイベントで、**多用途に活用が可能**遊び心を盛り込んだ企画で、**街の周遊促進**に貢献出来ると共に**インセンティブ付与等の施策と組み合わせれば、地域経済の活性化**にも寄与できる

3-2. 自立的な運営に向けた課題と対応方策

◇ MaaSアプリのプラットフォームとしての事業採算性の向上が最大の課題

＜収入増への対応方策＞ アプリユーザー数の拡大が一番重要な鍵

施策	狙い
ユーザー基盤の確保・拡大 (サービス展開地域の拡大)	・ユーザー基盤の拡大による収入機会の増加
交通事業者以外の多様なサービスと連携 (他社Webとの連携による インバウンド対応)	・ユーザー基盤の拡大による収入機会の増加
サービス水準の向上による高付加価値化や 独自性のあるサービスの提供 (デジタルチケットなど周遊に便利な商品の 取扱数増加、周遊に適した商品の提供など)	・他サービスとの差別化で魅力向上 ・1ユーザーあたりの送客手数料収入の増加 (高付加価値化に伴う商品単価向上、 利便性向上による利用増) ・ユーザーニーズに対応し周遊促進、地域活性化
送客手数料の適正化、広告スペースの設置	・収益源の多様化

3-2. 自立的な運営に向けた課題と対応方策

＜支出減への対応方策＞ アプリユーザー数拡大による研究開発費の希釈化が一番大きい

施策	狙い
ユーザー基盤の拡大 (サービス展開地域の拡大)	・ユーザー基盤の拡大によるプラットフォームとしての 研究開発投資分の希釈化
自社単独でのサービス構築・提供の見直し/見極め、他事業者との連携	・初期投資の抑制 ・開発期間の短縮による機会損失の削除/減少
ユーザーのニーズの低いサービスの見極め	・投資の効率化
費用対効果を踏まえた効果的なPRの実施	・投資の効率化 ・認知度向上によるユーザー増加 ・一定期間利用のないユーザーの掘り起こし



Appendix

Appendix- 1 . (参考) 過去実証事業の総括/2021年度

◇ KPIの達成状況

KPI		結果と総括	
KPIの結果分析	新規ログイン数	目標 : 5,000	<ul style="list-style-type: none"> ・12月下旬までは各種PRが奏功し順調に伸長 ・1月は新型コロナウイルスの変異株の急拡大、PRイベント中止の影響等により伸び悩んだ
		実績 : 2,368	
	デイリーアクティブユーザー数	目標 : 200	<ul style="list-style-type: none"> ・12月は平均205人/日とKPI達成するも1月は新型コロナウイルス変異株の急拡大の影響で減少 ・12月、1月共に本県での機能別の利用割合に変更はなく、最多利用機能はルート検索であった
		実績 : 169	
	デジタルチケット販売枚数	目標 : 40	<ul style="list-style-type: none"> ・1月は新型コロナウイルス変異株が急拡大する状況であったが、非接触で購入、利用ができるデジタルチケットの販売比率は減少しなかった
		実績 : 34	

Appendix- 1. (参考) 過去実証事業の総括/2021年度

◇ 各取り組み事項を以下に総括する

	取組施策・実施内容	結果と総括
① 混 雑 の 分 散 ・ 回 避	A: パーク&ライド利用をサポートする機能提供 ・豊田スタジアム大規模イベント開催時イベント主催者が実施するパーク&ライドサービスとの連携（ルート検索対応）	<ul style="list-style-type: none"> ・ルート検索時の自動車及びパーク&ライドの設定割合は他地域より高い状況を踏まえると、パーク&ライドのニーズは高いと考えられる ・利用促進には、「利便性の高い駐車場が整備された施設との連携」、「パーク&ライド利用者へのインセンティブの付与」、「混雑情報を加えた一元的な関連情報の発信」が効果的と考えられる
	B: リリモ駅混雑情報の提供 ・Wi-Fiパケットセンサを活用し、リリモ駅構内のリアルタイム混雑情報を特集記事に掲載	<ul style="list-style-type: none"> ・特集記事の中で最も（545件）閲覧されたコンテンツ ・混雑情報を見た人の32.1%が自身の行動変容に繋がっている ・表示方法の改善や混雑精度の向上により混雑分散・回避に繋がる可能性がある
	C: 道路混雑情報の提供 ・JARTICと連携し、Webサイトで提供されている情報を特集記事に掲載	<ul style="list-style-type: none"> ・特集記事の中で4番目（258件）に閲覧されたコンテンツ ・車移動も考慮したナビ機能や渋滞情報、駐車場の満空情報を提供することで更なる利便性の向上が見込まれる
	D: 行動変容を促すインセンティブ付与 ・IKEA長久手と連携し、リリモ利用客に対し同店舗で利用可能なクーポンを配信	<ul style="list-style-type: none"> ・IKEA長久手及び愛知高速交通と連携しクーポン配信(利用実績は24件) ・インセンティブを行動変容につなげるためには、認知度の向上施策に加え利用者や利用シーンなどターゲット・ユーザー動線の明確化が必要

Appendix- 1. (参考) 過去実証事業の総括/2021年度

	取組施策・実施内容	結果と総括
② 効率的な移動の促進	A: デジタル乗車券と体験チケットの組み合わせによる移動促進	<ul style="list-style-type: none"> ・目的地などの観光施設の割引特典を訴求したうえで、購入動線や、利用シーンのイメージが湧きやすい訴求が効果的 ・長期的な課題としては、無人改札でのオペレーションの検討が必要
	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知環状鉄道「土日に乗ろう愛環1dayパス」デジタルチケットの販売 沿線の6施設の割引クーポンも発券 	
	B: 多様な移動手段に対応したマルチモーダル連携機能の実装	<ul style="list-style-type: none"> ・他地域と比較すると「自動車」「パーク&ライド」をルート検索の際に対象移動手段設定しているユーザーが多く、本県の移動特性を表している
	<ul style="list-style-type: none"> ・シェアサイクル、カーシェアとの連携(マルチモーダル検索対応) 	<ul style="list-style-type: none"> ・シェアサイクルの潜在的な利用意向は高いと思われるが、アプリで予約～決済ができることを知らない利用者も多いと思われる

Appendix- 1. (参考) 過去実証事業の総括/2021年度

	取組施策・実施内容	結果と総括
③ 地域経済の 活性化	A: 周遊観光を促進する 「おでかけ情報」の提供	<ul style="list-style-type: none"> ・混雑の分散/回避に役立つ情報やプッシュ配信した記事の閲覧数が多かった ・リアルタイムの情報は、通勤・通学などの移動中に収集したりするなどの利用が比較的多いのではないかと考えられる ・行動変容に繋げるためには、タイムリーな記事や地元のイベント情報・お店の紹介などの情報を充実させることが有効と考えられる
	・イベント・地域情報等の記事を作成し 特集記事に掲載	
④ アプリ利用者の 拡大	A: 利用者獲得を目的とした 告知活動の実施	<ul style="list-style-type: none"> ・ポスター/チラシ/中吊り広告の掲出・配布は認知獲得に有効なツール ・口コミ(知人の紹介など)を増やすことも重要であり、アプリ自体の魅力向上が必要
	・ポスター・デジタルサイネージ等の掲出 特設ページ開設、イベントブース出展 新聞折り込みチラシ等	
	B: 施策浸透を目的とした アプリ利用活性化施策の実施	<ul style="list-style-type: none"> ・プッシュ配信は、一定期間利用のないユーザーにイベント情報やクーポン情報など興味を示しそうな内容を配信することで、利用復帰へもつなげる可能性がある ・期間限定イベント情報、クーポン等のお得感のある情報配信に利用者は関心が高かった
・プッシュ配信		

Appendix- 1 . (参考) 過去実証事業の総括/2022年度

◇ KPIの達成状況

KPI		結果と総括	
KPIの結果分析	新規ログイン数	目標 : 2,000	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍を考慮し目標を下げたこともあり達成 ・ジブリ開園にあわせて中日新聞で実証事業の記事掲載があった10/27の新規ログイン数が最多日
		実績 : 3,805	
	デイリーアクティブユーザー数	目標 : 170	<ul style="list-style-type: none"> ・ジブリパーク観光客等の愛知県でのアプリ継続利用が見込めないユーザーが一定数存在、DAU獲得が出来なかった ・イベントブース出展やプッシュ/ポップアップ実施日はDAUが増加、効果を確認
		実績 : 150	
	デジタルチケット販売枚数	目標 : 200	<ul style="list-style-type: none"> ・なごや観光ルートバス「メーグル」が、全体の8割以上で、目標達成に寄与 ・Webアンケートの結果、デジタルチケットの利用促進にはQRコード等で自動改札機を通過出来る事が重要な要素であることを再確認
		実績 : 487	

Appendix- 1. (参考) 過去実証事業の総括/2022年度

◇ 各取り組み事項を以下に総括する

	取組施策・実施内容	結果と総括
① 混 雑 の 分 散 ・ 回 避	A: パーク&ライド利用をサポートする機能提供	<ul style="list-style-type: none"> ・ジブリパーク目的地としたパーク&ライド機能にAkippaの日時指定の事前予約機能も新規実装し臨んだが、実施日21日間の総利用台数131台、利用者は少なかった。愛・地球博記念公園の駐車場整備や交差点改良等で、周辺道路で目立った渋滞が無かったことが利用者伸び悩みの理由と考えられる ・利用者は愛知県が6割、次は愛知を除く東海地方
	<ul style="list-style-type: none"> ・ジブリパーク来訪者向けにパーク&ライド用の駐車場を設定（ルート検索対応） 	<ul style="list-style-type: none"> ・Webアンケートで、パーク&ライド利用者の96%が今後も利用意向があり、ニーズはあると思われる ・「目的地周辺は混雑が予想される」、「自動車のみで目的地まで直接行くよりも早く到着できる」「利便性の高いパーク&ライド駐車場」等、利用者にとってパーク&ライドを利用する明確なメリット訴求が施策定着のうえで必要と考えられる
	B: リリモ駅混雑情報の提供	<ul style="list-style-type: none"> ・特集記事の中で三番目に閲覧（1,265件）されたコンテンツ
	<ul style="list-style-type: none"> ・Wi-Fiパケットセンサを活用し、リリモ駅構内のリアルタイム混雑情報を特集記事に掲載 	<ul style="list-style-type: none"> ・昨年度は「掲載場所が分からない」との回答が4割あったが、掲示画像の向上により認知向上が見られた ・日常的にリリモを利用しているユーザーが繰り返し閲覧されている傾向がみられる

Appendix- 1 . (参考) 過去実証事業の総括/2022年度

	取組施策・実施内容	結果と総括
① 混 雑 の 分 散 ・ 回 避	C: 道路混雑情報の提供と 駐車場の満空情報の提供	<ul style="list-style-type: none"> ・JARTICのリアルタイムの渋滞情報の提供に加えトヨタ自動車株式会社が開発中の将来の渋滞予測技術を活用し、愛・地球博記念公園界隈の渋滞予測を提供 ・新規追加の渋滞予測は、特集記事の中で5番目(936件)に閲覧されたコンテンツ
	<ul style="list-style-type: none"> ・JARTICと連携に加え、トヨタ自動車と連携リアルタイムの混雑情報や将来の渋滞予測周辺施設の駐車場満空情報を特集記事に掲載 	<ul style="list-style-type: none"> ・車移動も考慮し、愛・地球博記念公園駐車場の満空情報を提供。閲覧数は613件と多く、ユーザーのニーズは高いと考えられる。他方、駐車場が混雑していないことも分かるため、パーク&ライドの予約者のキャンセルにも繋がった
	D: 行動変容を促すインセンティブ 付与	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知高速交通と連携し、昨年度実施のIKEA長久手に加えて、イオンモール長久手、あいち市町村フェア、長久手温泉ござらっせ、藤が丘中央商店街振興組合と連携しての、クーポン配信の利用実績は167件で、前年度の3倍に増加
	<ul style="list-style-type: none"> ・リニモ駅構内で取得できるクーポンの他アプリ利用者が利用できるクーポンを配信 	<ul style="list-style-type: none"> ・インセンティブを行動変容につなげるためには、SNS利用含めた認知度の更なる向上施策が必要

Appendix- 1 . (参考) 過去実証事業の総括/2022年度

取組施策・実施内容		結果と総括
② 効率的な移動	A: デジタル乗車券と体験チケットの組み合わせによる移動促進	<ul style="list-style-type: none"> ・なごや観光ルートバス「メーグル」、リコモ、名鉄バスのデジタルチケットを新規に追加 487枚の販売実績で目標を達成 ・長期的な目線の課題としては、無人改札でのオペレーションの検討が必要
	・3事業者6券種のデジタルチケットを追加	
	B: 多様な移動手段に対応したマルチモーダル連携機能の実装	<ul style="list-style-type: none"> ・他地域と比較すると「自動車」「パーク&ライド」をルート検索の際に対象移動手段設定しているユーザーが多く、本県の移動特性を表している ・カリテコバイクのシェアサイクル臨時ポートは5ヶ月で600件以上の利用があったことから、実証実験後も継続設置されることになった
	・カリテコバイクの臨時ポートを名古屋東部丘陵地域に実証期間限定で設置(ルート検索、予約・決済対応)	

Appendix- 1. (参考) 過去実証事業の総括/2022年度

取組施策・実施内容		結果と総括
③ 地域経済の 活性化	A: 周遊観光を促進する おでかけ情報の提供	<ul style="list-style-type: none"> • KELLYの記事連携やジブリパーク特集を新規掲載 • 混雑の分散/回避に役立つ情報やクーポン関連などプッシュ配信で訴求した記事の閲覧数が多かった
	<ul style="list-style-type: none"> • 日刊KELLYと連携、旬な情報を毎月掲載併せて、ジブリパーク特集や地域で実施しているイベント情報を特集記事内に掲載 	<ul style="list-style-type: none"> • 前年対比で、情報を見た/行きたい場所があった/行動に移した全ての指標で約1.5倍に増加しておりアクセス数/質が向上されたと考えられる • 行動変容に繋げるためには、タイムリーな記事や地元のイベント情報・お店の紹介などの情報の更新頻度を高めて充実させることが有効と考えられる
④ アプリ 利用者の 拡大	A: 利用者獲得を目的とした 告知活動の実施	<ul style="list-style-type: none"> • 認知経路は、新規に追加した協賛企業HPでの告知が2割強で一番次点がイベントでの新規ユーザー獲得
	<ul style="list-style-type: none"> • ポスター・デジタルサイネージ等の掲出、特設ページ開設、イベントブース出展、新聞折込チラシ等 	<ul style="list-style-type: none"> • ポスター/チラシの掲出・配布は認知獲得に有効 • 更なる認知獲得にはSNS等の活用検討が必要
	B: 施策浸透を目的としたアプリ 活性化施策の実施	<ul style="list-style-type: none"> • プッシュ配信を実施した日は、DAUが向上が顕著 • ユーザーにイベント情報やクーポン情報など興味を示しそうな内容を配信することが利用率向上に貢献
	<ul style="list-style-type: none"> • プッシュ配信 	<ul style="list-style-type: none"> • 昨年度同様に、期間限定イベント情報、クーポン等のお得感のある情報配信に利用者は関心が高かった

Appendix-2. Webアンケート設問内容①

- ★1 my routeに登録しているメールアドレスを入力してください
()
- ★2 あなたの性別を教えてください
①男性 ②女性 ③回答しない
- ★3 あなたの年代を教えてください
①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代以上
- ★4 あなたの居住地を教えてください
①名古屋市 ②岡崎市 ③瀬戸市 ④春日井市 ⑤豊田市 ⑥日進市 ⑦長久手市 ⑧半田市 ⑨常滑市
⑩⑧⑨以外の知多半島市町（東海市、大府市、知多市、阿久比町、東浦町、南知多町、美浜町、武豊町）
⑪その他愛知県内 ⑫愛知県外
- ★5-1 ジブリパーク（または愛・地球博記念公園）へ行きましたか？
①行った ②これから行く ③全エリアがオープンしたら行く ④行く予定はない
- ☆5-2 <Q5-1で①②③と回答した方> ジブリパークへ行く際、my route アプリを活用しましたか（しますか？）（複数回答可）
①リニモのデジタルチケットで活用 ②リニモ駅の混雑情報で活用 ③Linimo おでかけキャンペーンで活用 ④その他（ ） ⑤活用していない
- ☆5-3 <Q5-1で①②③と回答した方> 愛・地球博記念公園またはジブリパークへの移動手段は何でしたか？（何を利用予定ですか？）
①リニモ ②バス ③車 ④その他（ ）
- ☆5-4 <Q5-1で①②③と回答した方> 愛・地球博記念公園またはジブリパークへ行った（行く）際、他に立ち寄った（立ち寄りたい）場所がありますか？
①ある（場所： ） ②ない
- ★6 あなたが「MaaSアプリ（my route）利用のきっかけになると思うもの」について、該当するものを教えてください（複数回答可）
①お得なクーポン（飲食、レジャー施設（美術館、博物館、動物園など）割引入場など）がある
②お得に買い物・食事ができるクーポンがセットになった乗車券がある
③複数の公共交通機関（鉄道・バス・タクシー）が利用できる乗車券が発売されている
④複数の公共交通機関が利用でき、お得に買い物・食事・レジャー施設の利用ができる周遊チケットがある
⑤公共交通機関や道路の混雑情報がわかる
⑥色々な移動手段がルート検索でわかる
⑦アプリで予約～決済までできる
⑧飲食施設やレジャー施設の混雑情報がわかる
⑨その他（ ）

Appendix-2. Webアンケート設問内容②

★7 いつmy route をダウンロードしましたか？

- ①2021 年度以前（～2022/3/31） ②2022 年度（2022/4/1～9/14：愛知県実証実験以前）
- ③2022 年度（2022/9/15～2023/3/31：愛知県実証実験以降） ④2023 年度（2023/4/1～9/14：愛知県実証実験以前）
- ⑤2023 年度（2023/9/15～：愛知県実証実験以降） ⑥わからない

★8 my route アプリを知ったきっかけを教えてください（複数回答可）

- ①愛知県実証実験ポスター（含む、セントレア空港デジタルサイネージ・駅での掲出ポスター） ②イベント（あいちITS ワールド・名古屋グランパス戦・ヴェルブリッツ戦等）
- ③my route のSNS（Instagram・X（旧Twitter）） ④愛知県ホームページ ⑤交通事業者等その他のホームページ（名古屋市交通局・セントレア・モリコロパーク等）
- ⑥ネット広告（google 等） ⑦KELLY（雑誌、Web 等） ⑧トヨタ販売店 ⑨口コミ・その他（ ）

★9 my route アプリの満足しているところを教えてください（複数回答可）

- ①地域のお店情報やイベント情報が充実している ②デジタルチケット購入やシェアサイクル・電動キックボード等の予約が便利 ③my ステーション登録ができる
- ④おでかけメモ機能で興味のある記事等を登録できる ⑤経路検索が便利 ⑥リコモ駅の混雑状況がわかる ⑦道路混雑情報がわかる
- ⑧交通予約タブ（新規追加：CentX・nearMe オンデマンドバス・Su__i 電動キックボード） ⑨その他（ ）

★10 my route アプリの満足していないところを教えてください（複数回答可）

- ①地域のお店情報・イベント情報が少ない ②デジタルチケットの購入方法やシェアサイクル・電動キックボード予約がわかりにくい ③デジタルチケットの種類が少ない
- ④my ステーション機能が使いにくい ⑤おでかけメモ機能が使いにくい ⑥経路検索が使いにくい ⑦リコモ駅混雑情報がわかりにくい ⑧道路混雑情報がわかりにくい
- ⑨交通予約タブがどこにあるのかわかりにくい ⑩その他（ ）

★11 my route アプリのどのような点を改善・機能強化したら、もっと利用したいと思いますか？（複数回答可）

- ①地域のお店・イベント情報の充実 ②デジタルチケット券種の拡充 ③デジタルチケット購入導線の簡素化 ④マイステーション機能の向上 ⑤おでかけメモ機能の向上
- ⑥経路検索機能の向上 ⑦わかりやすい導線での混雑情報提供 ⑧駐車場満空情報の充実 ⑨マイルートアプリユーザー間での情報共有機能の実装
- ⑩利用可能地域の拡充 ⑪その他（ ）

★12 my route でデジタルチケットを購入・利用されたことはありますか？（複数回答可）

- ①愛知エリアのデジタルチケットを購入・利用したことがある ②他エリアのデジタルチケットを購入・利用したことがある ③利用したことがない

★13 my route 以外のアプリでデジタルチケットを購入・利用されたことはありますか？（複数回答可）

- ①CentX（名鉄） ②RYDE PASS（RYDE 社） ③乗換案内（ジョルダン） ④その他のアプリ（ ） ⑤利用したことがない

★14 デジタルチケットの購入・利用を検討する理由を教えてください（複数回答可）

- ①窓口には並ばずに購入できる ②IC カードの残高を気にせずいられる ③施設券等とのセットチケットがある ④自動改札をIC カードのように通れる
- ⑤子どもの分など複数枚購入できる ⑥その他（ ）

Appendix-2. Webアンケート設問内容③

- ★15 現在、my routeのデジタルチケットは、係員に提示して利用いただく仕様になっていますが、今後どうしたらデジタルチケット利用が促進されると思いますか？（複数回答可）
①QRコードなどで自動改札を通過できる機能 ②ICカードとの連携 ③定期券との連携 ④施設券等とのセットチケットがある ⑤その他（ ） ⑥わからない
- ★16 今後どのようなデジタルチケット発売を希望しますか？（複数回答可）
①名古屋市営地下鉄 ②名古屋市営バス ③名古屋市営地下鉄とバスのセット券 ④名鉄電車/バス ⑤コミュニティバス
⑥その他交通事業者のチケット（交通事業者名： ） ⑦施設券（美術館、水族館、テーマパーク等） ⑧その他（ ） ⑨特にない
- ★17-1 my route アプリトップ「おでかけ情報」内の地域のお店情報やイベント情報は見ましたか？
①見た ②見ていない
- ☆17-2 <Q17-1で①と回答した方> ページで興味があった、または役に立った記事はどちらですか？（複数回答可）
①my route 厳選 ②国内旅行 ③休日お散歩プラン ④毎日グルメ ⑤今月のイベント ⑥アクティビティ ⑦子どもと一緒におでかけ ⑧あなたへのおすすめサロン情報
⑨お得な交通チケット ⑩今すぐ行ける近場のグルメ ⑪my ステーション沿線寄り道グルメ ⑫レンタサイクルで気軽におでかけ ⑬車を借りて遠くまでおでかけ
- ☆17-3 <Q17-1で①と回答した方> 実際に行きましたか？行った方は場所を教えてください
①行った（場所： ） ②行かなかった
- ☆17-4 <Q17-1で②と回答された方> 見なかった理由を教えてください（複数回答可）
①お店情報などが掲載されていることを知らなかった ②検索方法がわからなかった ③興味がない ④他のアプリや公式HPで調べるから ⑤SNSで調べるから
⑥その他（ ）
- ★18-1 my route アプリトップ「my route 厳選」愛知旬のおでかけ<エリア情報>ページは見ましたか？
①見た ②見ていない
- ☆18-2 <Q18-1で①と回答した方> アプリトップ「my route 厳選」愛知旬のおでかけ<エリア情報>ページで興味があった、または役に立った記事はどちらですか？（複数回答可）
①キャンペーン・クーポン情報 ②日刊KELLY ③ジブリパーク特集 ④おでかけ体験レポート ⑤愛知の新モビリティ情報 ⑥リコモ駅混雑情報 ⑦道路混雑情報 ⑧三英傑特集
⑨イベント情報 ⑩【地域情報】愛知県他13市 ⑪地域MaaS情報 ⑫地域のお店情報 ⑬駐車場満空情報
- ☆18-3 <Q18-1で②と回答された方> 見なかった理由を教えてください（複数回答可）
①エリア情報が掲載されていることを知らなかった ②興味がない ③他のアプリや公式HPで調べるから ④SNSで調べるから ⑤その他（ ）
- ★19 今後アプリトップ「my route 厳選」愛知旬のおでかけ<エリア情報>ページでどのような記事が見たいですか？（複数回答可）
①話題のスポット ②イベント情報 ③グルメ ④クーポン（お得）情報 ⑤観光情報 ⑥愛知のスポーツチームの情報（名古屋グランパス、トヨタヴェルブリッツ等）
⑦その他（ ） ⑧特にない

Appendix-2. Webアンケート設問内容④

★20-1 アプリ内で配信した/している、リニモ沿線の商業施設等で使えるお得なクーポンを知っていますか？ ※お得なクーポン情報

①はい ②いいえ

☆20-2 <Q20-1 で①と回答された方> 知ったきっかけを教えてください（複数回答可）

①アプリの通知 ②アプリ内の記事 ③Linimo でおでかけキャンペーンホームページ ④とこNAVI ホームページ ⑤その他（ ）

★21-1 クーポンは利用しましたか？

①はい ②いいえ

☆21-2 <Q21-1 で②と回答された方> 利用しなかった理由を教えてください（複数回答可）

①知らなかった ②知っていたが、クーポンの内容に魅力がなかった ③リニモ沿線・常滑に行くことがない ④使い方がわからなかった ⑤その他（ ）