

利用したくなる鉄道・バス をめざして

—公共交通の構造改革—

みんなの交通、

みんなの街、

みんなの地球

2002. 7

公共交通利用促進懇談会

はじめに

公共交通に対する内外の関心が高まっている。

本来、公共交通は複合的な社会システムであることから、事業者はもちろん、利用者、地域、行政等関係者も多く、そのかわり方も様々である。公共性と採算性、競争とネットワーク効果等々もこの問題を難しくしている要素ではあるが、公共交通を取り巻く環境の変化や、その中での公共交通の位置付けを考えれば、その在り方についてもっともっと議論を深め、戦略的な対応をしていかなければならないのも事実である。

この懇談会は、その思いを共有する憂鉄、憂バスの士の自発的な集まりであり、この冊子はそこでのどうすれば公共交通がもっとよくなるかについての議論を書き留めたものである。事業経営、ファイナンス、シンクタンク、アカデミズム、それに行政の各方面の若手もしくは準若手が都合10回にわたりそれぞれの立場を離れた個人としての思いやアイデアを語ってもらったものであり、出席率は常に9割を超えたことでも分かるとおり毎回熱のこもった議論をいただいた。

タイトルにある「公共交通の利用促進による豊かな社会の実現」は我々の共通の目的ではあるが、提案の細部や方法論等については必ずしも見解の一致を見たものばかりではない。また、公共交通と一言でいってもいささか範囲が広く、モードにより、また、エリアにより抱えている問題点もしたがって対応の仕方も様々である。そこで、ここでは鉄道やバス、とりわけ都市部の鉄道をイメージして議論をしたものである。

もとより正式な審議会でもなく、正に懇談会形式をとったため議論も断片的かつ未整理、荒削りな部分も多々あるが、今後多くの人に公共交通を考えていただくきっかけになれば幸いである。

公共交通利用促進懇談会
一同

目次

1. 新時代の公共交通の姿

- ① 公共交通を取り巻く環境の変化
- ② 公共交通の可能性
- ③ 利用者が利用したくなる鉄道・バスへ

2. 利用促進のターゲット

3. 公共交通の利用促進を図る上での課題

- ① 利用者が納得するサービス（「価値」）が提供できていないのではないか-
7
- ② 様々なバリアの存在
- ③ 弾力的な運賃設定の難しさ

4. 公共交通の利用促進に向けた戦略の基本的方向性

- ① 競争の促進
- ② 連携の促進

5. 新たな公共交通の展開に向けた具体の戦略

- ① 利用者の視点での新たな価値創造
- ② ICカードの導入等による新ネットワークの形成
- ③ 共同化によるコストダウン

6. 国として取り組むべき新たな政策分野

- ① 情報発信等による利用環境の整備
- ② 関係者間の連携・協力を円滑に進めるための場の提供
- ③ 事業者による先駆的な取り組みのバックアップ

7. 新しい公共交通を目指して

1. 新時代の公共交通の姿

①公共交通を取り巻く環境の変化― 衰退か新たな展開か ―

我が国の公共交通は、戦後大都市圏の鉄道を中心に通勤・通学の足として、また、都市の基盤として国民の生活や経済の発展を支えてきた。また、近年においては、都市部の渋滞の解消や地球温暖化防止に資する交通手段として、また、高齢者や障害者などにもやさしい移動手段としてその役割が期待されている。

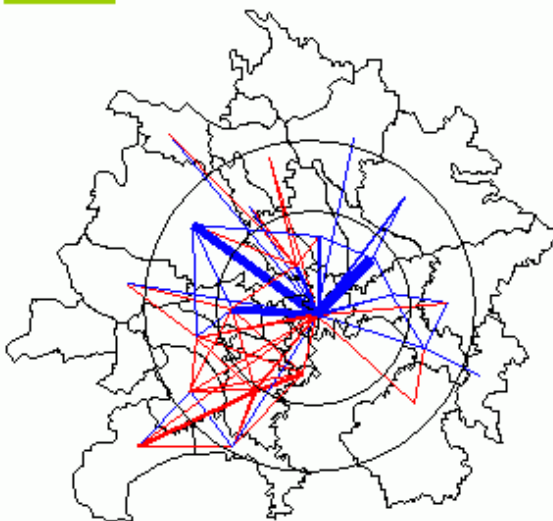
しかしながら、モータリゼーションの進展に加え、人口の減少、本格的高齢社会の到来、ライフスタイルの多様化、ニーズの高度化等により公共交通を取り巻く環境は大きく変化している。これらの環境変化の中で公共交通の利用者は減少傾向にあり、交通事業者や行政等の関係者が対応の方向性を明確に打ち出して、関係者が協力して利用者にとってさらに魅力あるサービスを提供し続けることができなければ、世界に冠たる我が国の公共交通のサービス水準も、ネットワークも維持していくことは困難となり、21世紀の政策課題に適切に対応していくことはできなくなると考えられる。

また、上述の環境変化に対応して、個々の鉄道事業経営においても従来の総括原価主義を前提とした経営や沿線開発一体型のモデルに替わる新たなビジネスモデルの構築が求められており、規制緩和が進む中で、事業者の主体的な取り組み、経営手腕が一層問われるようになってきている。このため、グループ経営そのものやその中での鉄道事業のあり方、さらにはこれまでのフルセット方式による鉄道サービスの提供体制のあり方について思い切った見直しを図っていくのでなければ、都市部の公共交通（都市鉄道）においても独立採算型事業として維持されるという保証はなくなってきている。

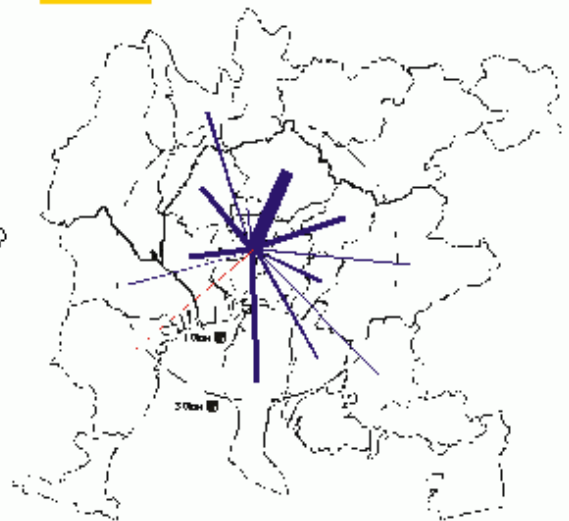
● 地域間交通流動量（H7→H12）

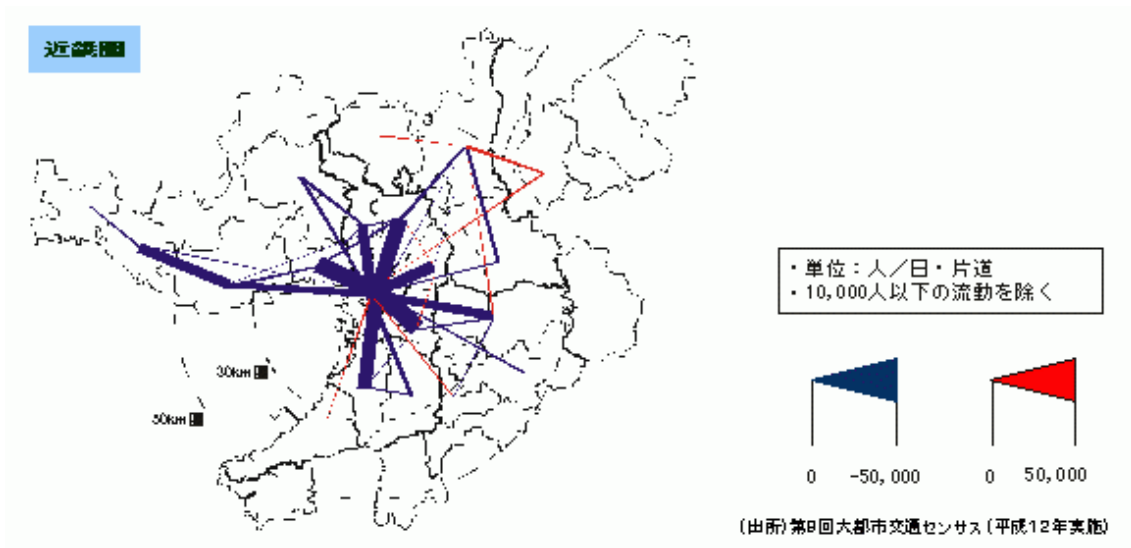
- ・ 東京圏においてもH5年をピークに輸送人員は減少傾向である。

首都圏

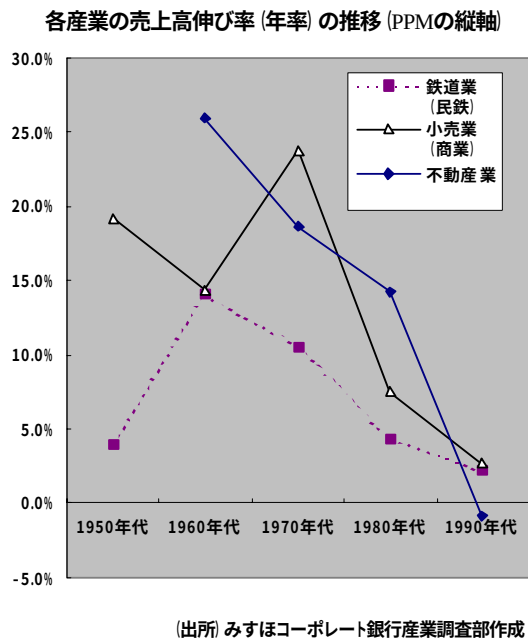


中京圏

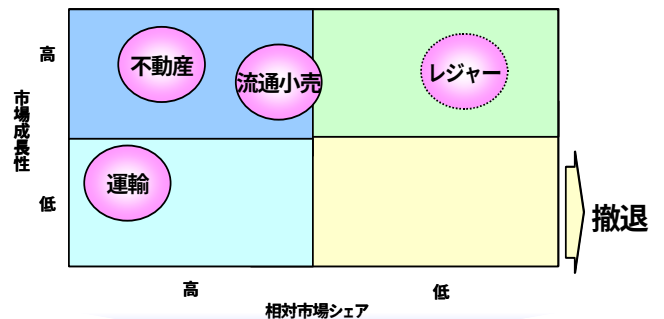




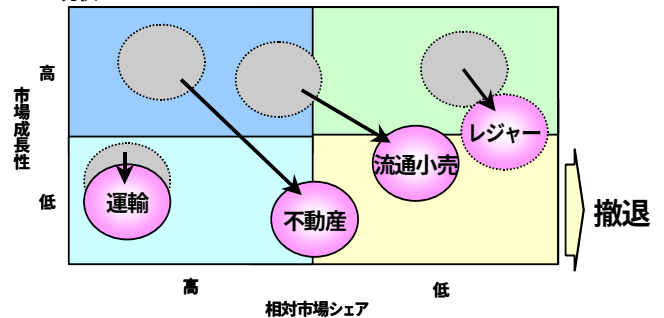
● PPM (Product Portfolio Management) 分析にみる鉄道グループ経営の変遷



<生成・発展期>



<現状>



(出所) みずほコーポレート銀行産業調査部作成

②公共交通の可能性

公共交通利用促進の意義 — 何故公共交通にこだわるのか —

現在の公共交通は、持てる資源、中でもそのネットワーク性がフルに活用されておらず、潜在的、社会的な価値が最大限発揮されていない。そのため、利用者の利益や社会の便益が完全には実現されていないと考えられる。

また、どのような交通手段、交通体系を選好するかは、利用者の自由な選択に委ねられるべきではあるが、一方で公共交通には、

- 自動車に比べてはるかに少ない環境負荷で定時に大量の旅客を輸送することができる。

- 児童・生徒、高齢者等マイカーに頼れない人の足になる。

- 現実の利用者のみならず潜在的、将来的に広く地域にとっての不可欠の生活、社会インフラである。

- 既存のストックを有効活用することによって、土地利用や環境に新たな負荷をかけることなく、生活面及び経済面において多くの人・地域に追加的、持続的な便益をもたらす。

- 長期的には、持続可能でにぎわいのある街の形成に寄与する。

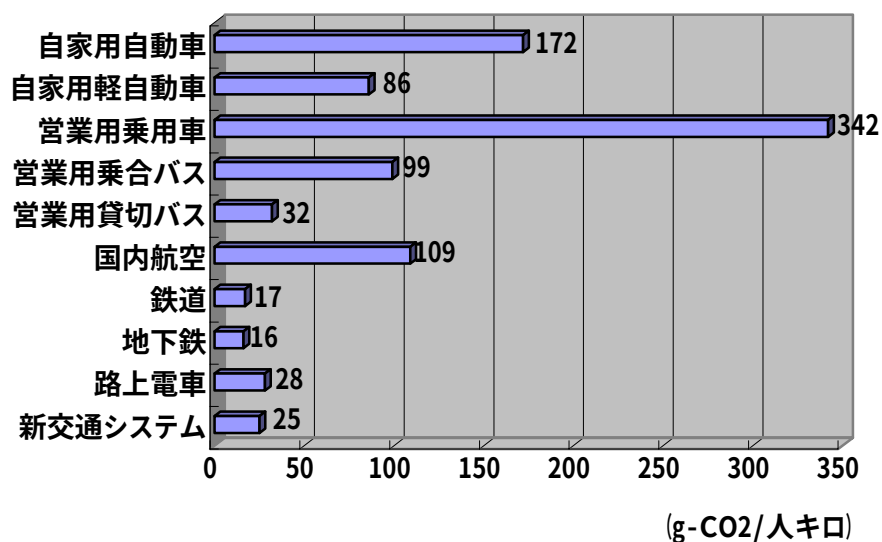
という特性や可能性があり、公共交通をよくすることには、私的なレベルにとどまらず、社会的に大きな意義がある。特に空間制約のある都市部においては、相当程度のストックがあり、高いネットワーク性を有する公共交通は、その利用促進によってこれらの面で高い効果を上げることが期待できる。

しかも、国と地方の厳しい財政状況の下で、民間主体で提供される公共交通サービスは、より費用対効果の大きい政策分野であると考えられる。

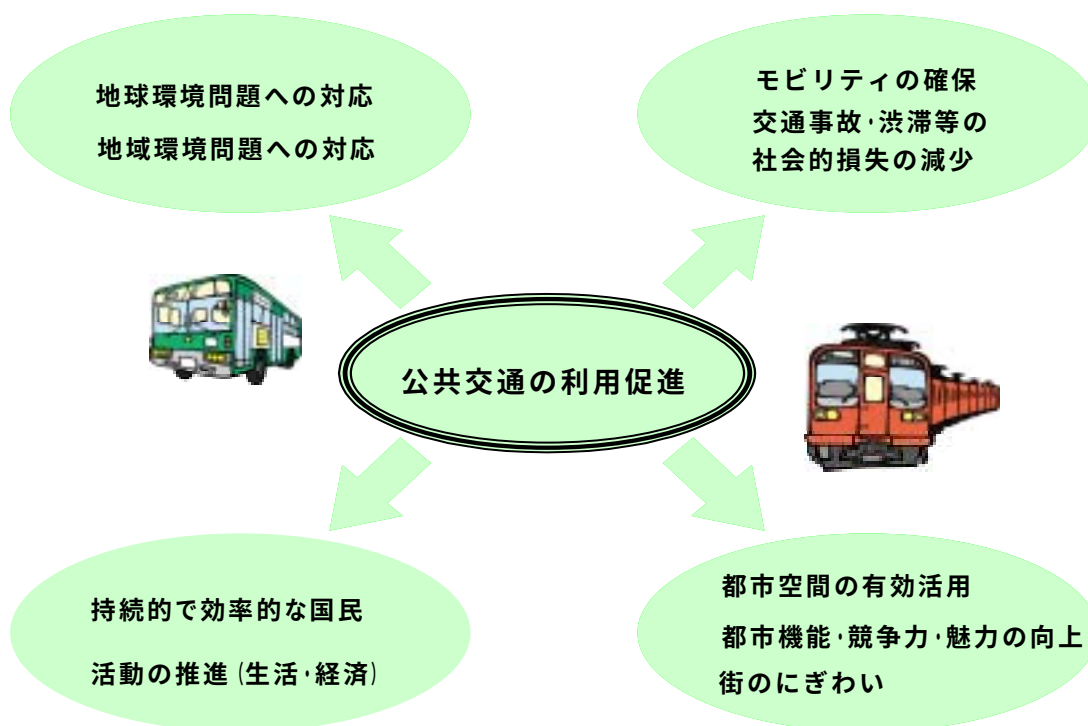
● 公共交通の可能性



旅客輸送機関の二酸化炭素排出原単位 (平成11年度)



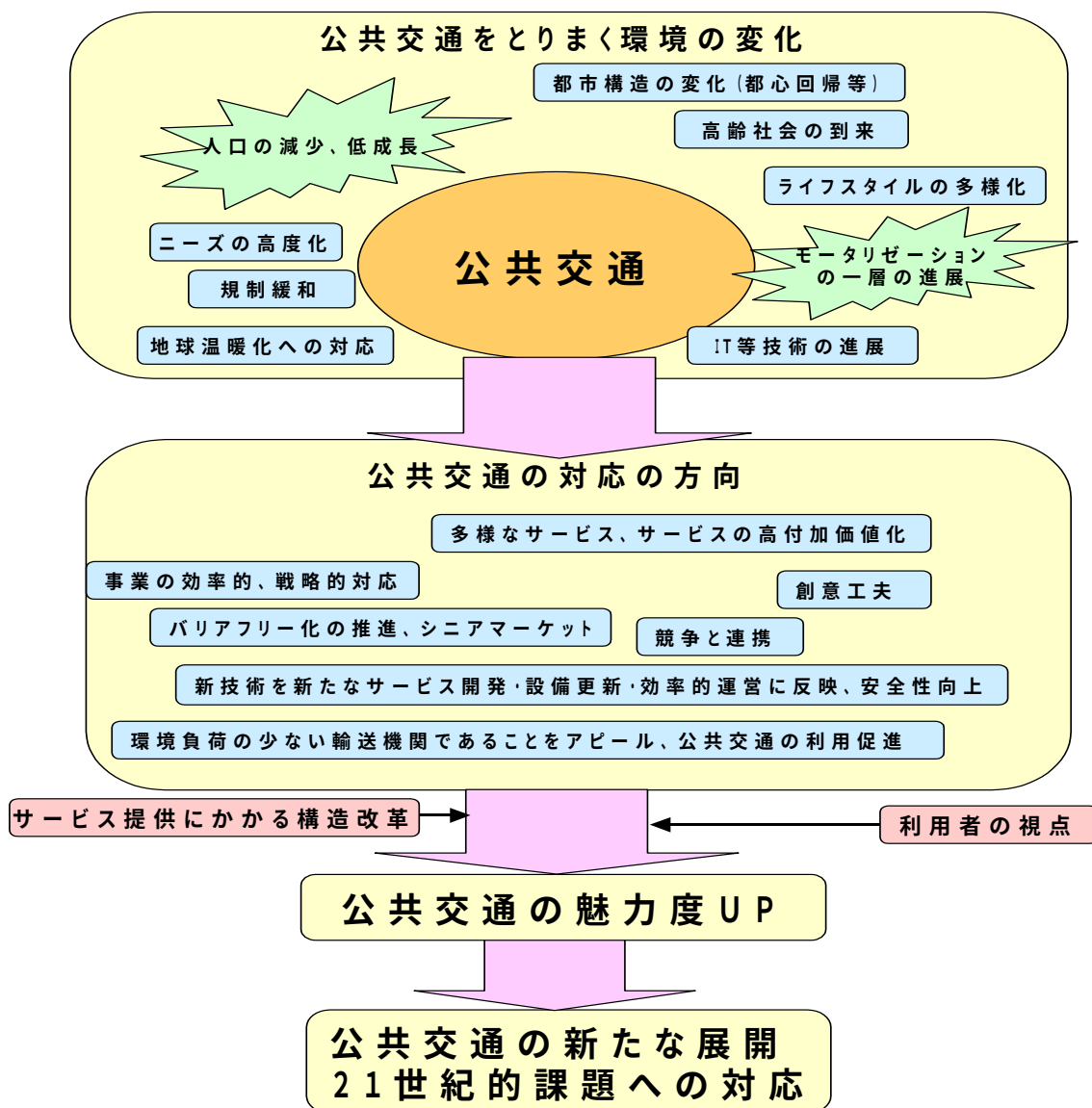
● 公共交通の利用促進による持続的な発展



③利用者が利用したくなる鉄道・バスへ

公共交通を取り巻く様々な環境の変化を利用者の立場から総括すると「マイカーの活用も含め、どの移動手段が自分達のニーズにいかにマッチしているかがよりシビアに問われる時代になった」と言うことができよう。このような状況の下で、公共交通に対する支持を維持・獲得していくためには、利用者にとって「利用可能な鉄道・バス」（乗せてやるは論外）から「利用したくなる鉄道・バス」に変えていく、しかも、価値感（value for money）のあるサービス提供を図っていく必要がある。そして、そのためには、サービスの提供について徹底した利用者本位の取り組みとC S(顧客満足)の追求が従来にも増して重要となっている。

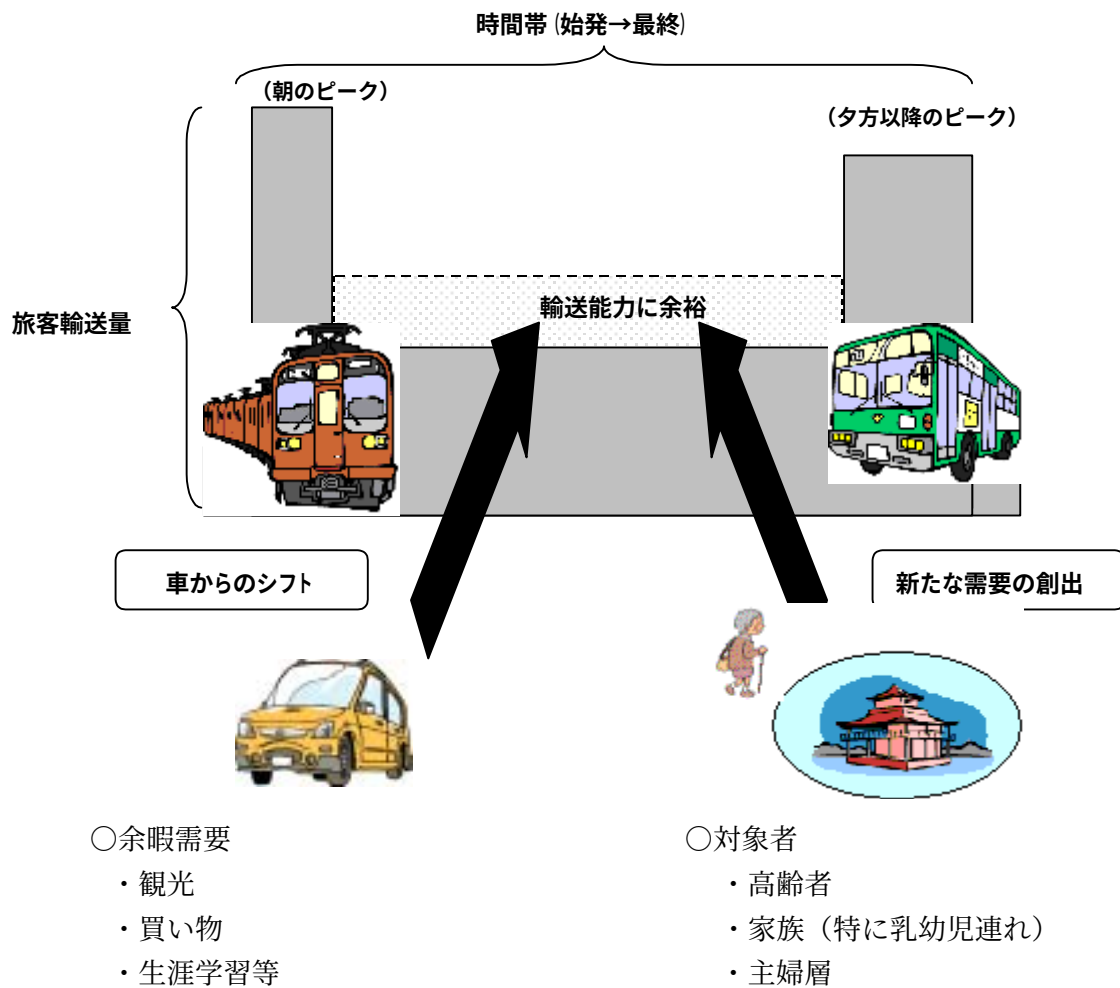
● 新時代の公共交通



2. 利用促進のターゲット

都市圏では通勤・通学時間帯の公共交通利用がすでに飽和状態にあることから、今後利用促進を図っていくべきターゲットとしては、昼間や土日といったオフピークの時間帯、また、利用形態的には、高齢者、家族、主婦層等による観光、買い物、社会参加、生涯学習活動などの需要が考えられる。

● 休日やオフピーク時間帯における車からのシフトと新たな需要の創出



3. 公共交通の利用促進を図る上での課題

公共交通の利用促進を図る上での問題点としては、以下のようなことが考えられる。

①利用者が納得するサービス（「価値」）が提供できていないのではない

公共交通の利用の促進は、車からのシフトによる新たな需要の創出によってもたらされるものであるが、これらの潜在的利用者は、通勤等やむを得ず公共交通を利用している層ではないため、

「車に替えて公共交通を利用したい」

「もっと公共交通を利用したい」

と思わせるだけのサービスを提供することで初めてその利用が現実のものとなる。しかし、現状において、公共交通がそれほどの魅力を持ったサービスを十分に提供できているだろうか。

この意味で、運輸部門における需給調整規制の廃止は、競争を促進し、新たなサービスの提供を目指すものであったが、地域独占的な市場特性や総括原価主義的経営体質から必ずしも競争原理が働かず、公共交通ストックのパフォーマンスの十分高いサービス提供が行われていない面も見られ、規制緩和の趣旨を全うする交通事業者の積極的な取り組みや国等の政策補完が必要である。

②様々なバリアの存在

－真の意味でのシームレスなサービスやネットワークに なっていないのではない－

これまで、乗換え不便の解消やターミナル混雑の緩和のため相互乗り入れや直通運転、また、駅の総合改善事業やバリアフリー補助等による高齢者・障害者等にも配慮した駅の整備等のハード面でのバリアの除却の取り組みが行われ、着実な成果を上げている。しかしながら、現実の利用にあたっては、他線や他モードの乗り継ぎに関し、物理的なバリアに加え、ダイヤ設定や料金面、情報面等のソフト面で事業者間、モード間のバリアが依然存在し、そのことが利用者の利便性を損ねている。公共交通は、施設整備の段階だけではなく、運用段階でその提供するサービス内容により初めて利用者の利便性向上等の整備効果が現れるため、ソフト面も含めた真の意味でのシームレスなサービスやネットワークにしていく不断の取り組みが必要である。

③弾力的な運賃設定の難しさ

鉄道やバスといった公共交通サービスについては、多くの人の日々の生活に密接に関わるとともに、地域独占によって利用者の選択肢が限られているなどの理由により、従来から、一際高い公共性が求められてきた。このため、値上げ方向の運賃改訂を行うことは、社会的な理解を得るのが容易ではないだけでなく、マイカーとの競合関係を考えれば現実的ではない。一方で、交通事業者は、一部の割引運賃の設定等を除いて、利用者サービスとしての弾力的（戦略的）な運賃設定を行うことについても極めて消極的である。

その理由としては、

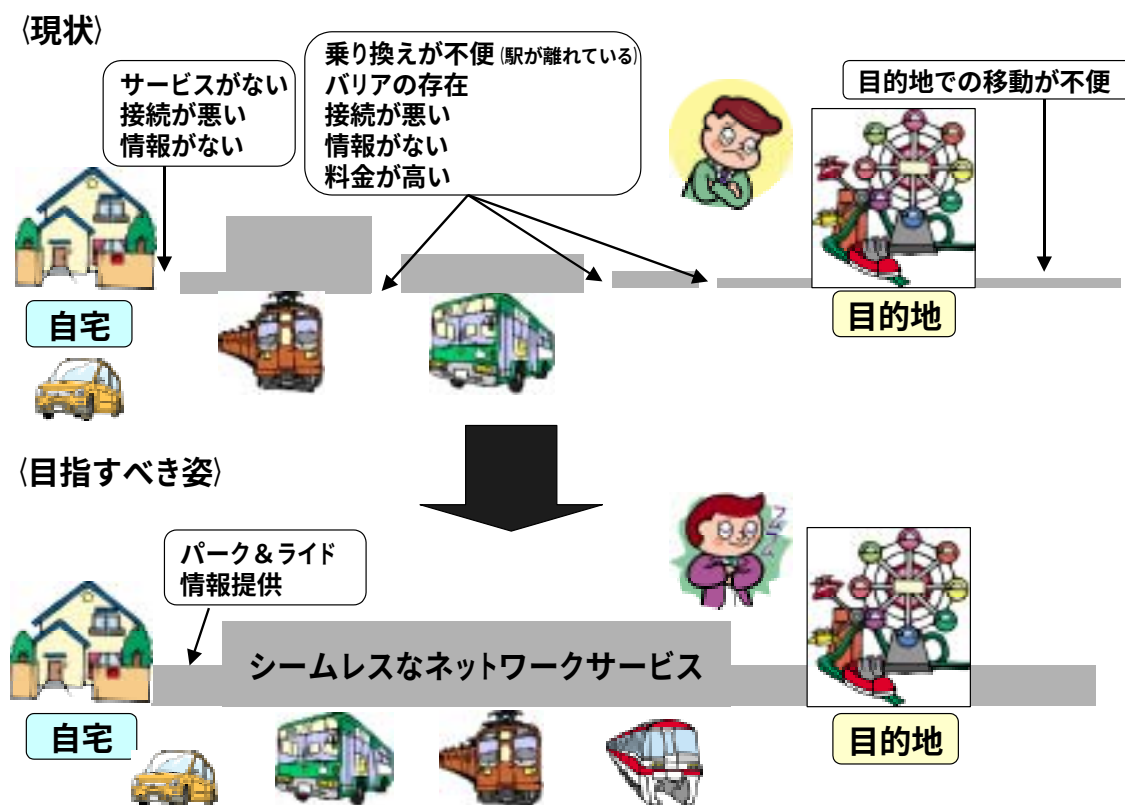
- 総括原価主義の下で一定の利益が確保されており、規制緩和後も弾力的運賃設定を行うことへのインセンティブが働かない。
- 各社ごと、モードごと、営業エリアごとの Monroe 主義の考えが定着している。
- 運賃値下げが利用者数及び収益にもたらす効果を予測することが困難である一方、一度値下げして減収減益となった場合であっても再度値上げすることが社会的に難しいという事情から、独自の経営上の取り組みとして試行的に値下げを行うことにも慎重である。
- 運賃体系の変更やそれに対応するためのシステムの変更には、例えば共通乗車券の導入、社員全員が同歩調をとる必要があり、合意形成には時間がかかるとともに、多額のコストを要する。

といったことが考えられる。

しかし、こうした運賃問題に対するタブー視や弾力的な運賃設定に対する交通事業者の消極的対応や事業者間、モード間の連携の不十分さから利用者から見て合理的な運賃料金が設定されず、そのことが公共交通の利用促進を阻害している面もあるのではないだろうか。

この点、100円バスの導入や近距離区間の運賃値下げ等を試験的に行ったバス事業者の中には、一定の効果をあげているところもある。

● 利用者の視点からは「自宅から目的地までどういったサービスが提供されているか」がポイント



4. 公共交通の利用促進に向けた戦略の基本的方向性

－競争と連携の促進による公共交通のパフォーマンスの向上－

3. の課題に対応し、公共交通の利用を促進していくためには、交通事業者及び国等の行政は以下のような取り組みを行っていく必要がある。また、その際、利用者や沿線地域も巻き込んで、みんなの「公共交通」として連携の和を広げていく工夫も重要である。

① 競争の促進　－前提としての徹底した利用者志向

G to B〔 to C 〕から G to C to B、B to C to B へ　－

(G = Government　C = Consumer　B = Business)

交通事業者は、利用者の満足度を向上させることで初めて公共交通の利用が促進され、公共交通の将来性が確保されるのだという考えを徹底し、利用者ニーズに対応した取り組みを積極的に行っていく必要がある。現状に安住することはもちろん、当面の収益の確保や事業者の面子を優先するあまり、利用者の満足度向上に対する取り組みがおろそかになるようなことがあれば、長期的には利用者離れを招き、公共交通の将来は暗いものとなる。そのため、「利用者の声」が流通・還元さらには関係者間で共有できる仕組みを構築するとともに、各社の切磋琢磨を通じた競争環境の中で、次のような好循環を実現していくことが求められる。

〈競争環境の中での好循環〉

→ 「利用者の満足度の向上」 → 「公共交通の利用促進」 → 「収益の確保」
→ 「サービス向上投資」 → 「利用者の満足度の向上」 → ・ ・ ・ ・

また、行政も、交通事業者の監督を通じて利用者の利益を確保するといった従来型の施策から、利用者が求める情報の提供等の利用者に直接訴えかけるような施策の実施や競争環境の整備へと施策展開の軸を移していく必要がある。

② 連携の促進－従来の発想・枠を超えた取り組み－

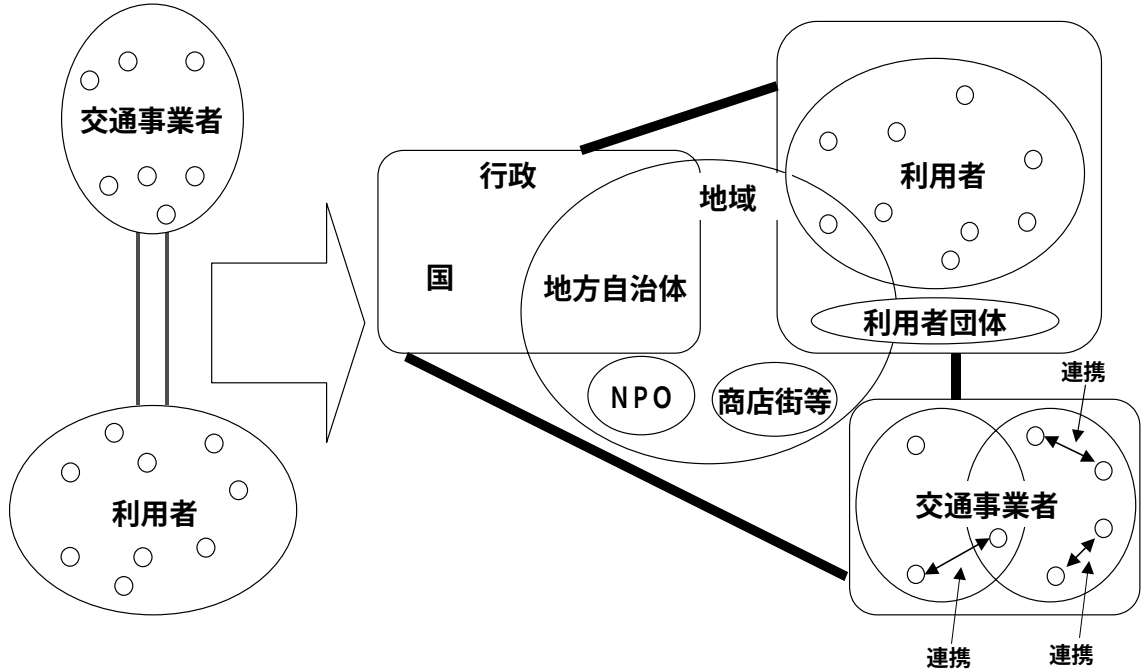
事業の健全な経営と交通事業者間の競争を通じたサービスの飛躍的な向上が両立し、社会的に低いコストで利用者にとって使い勝手のよい公共交通が実現していくことが理想であることは言うまでもない。加えて、規制緩和によって経営の自由度が増す中で、個々の事業者には今まで以上にそれぞれの経営判断に基づいた意欲的な取り組みが求められている。

しかし、他方で共通乗車券やICカード等の広域的なネットワークの中であって初めて本来的な効果を発揮しうるものについては、その導入にあたって

は、資本関係や鉄道・バスといったモードの違いに囚われない事業者間の緊密な連携により、ネットワーク全体として利用者利便の向上が図られる形で進めていく必要がある。

また、公共交通に対して多くの利用者や地域の支持を集め、その価値を高めていくためには、公共交通が都市にとって一体不可分の装置であるとの認識のもと、公共交通と都市が望ましい形で持続的な発展がとげられるよう、まちづくりの面からも交通事業者と地域が連携していくことが必要である。

● 従来の発想・枠を超えた関係づくり



● 公共交通指向型都市づくり（TOD）の事例

事例地区	整備の特徴
ストラスブール（フランス）	・都心のトランジットモール化 ・ノンステップ型LRTの導入 ・バスとLRTの共有プラットフォーム ・パーク＆ライド
クリチバ（ブラジル）	・バス輸送中心による都市づくり ・チューブ式バス停による乗り換え利便性の向上 ・パーク＆バスライド
ポートランド（アメリカ）	・中心部における公共交通の無料化（バス、LRT） ・環境問題からLRT・バスを最優先した都市 ・駐車場の総量規制

5. 新たな公共交通の展開に向けた具体の戦略

— 囲い込みとオープン化のバランス —

交通事業者が、個々の収益の向上を図るため、顧客の囲い込みを行うのは、経営戦略上、当然のことと考えられるが、その一方で、公共交通全体の利便性の向上や経営体制強化を可能とする分野については、お互いが連携・協力ができるとようなオープンなシステムや環境にしておく必要がある。

①利用者の視点での新たな価値創造

— 「コスト主義から価値主義へ」さらには「全体価値」を高める —

利用者は、運賃の水準だけを判断材料にして公共交通を利用するか否かを決めているわけではない。また、交通は移動の手段であって、利用者は目的地での行動も含めた全体としての価値を評価しているとの見方もある。重要なのは、運賃をはじめとするコストと見比べて、利用者に利用したいと思わせるだけの価値（サービス）がトータルとして提供されているかどうかということである。今後ともコスト削減や運賃面から利用を促進することは重要な施策であるが、利用の促進と収益の確保を両立させるためには、運賃のみによって需要を喚起するという発想から、コストに見合うだけの価値があると利用者が感じることでできるサービスを提供していくという発想へとシフトしていく必要がある。

そして、その際のキーワードとしては、

- 徹底した顧客マネジメントによる利用者本位の価値創造
- 「Win-Win」型（利用者にとって使いやすく、それでいて事業者も収益増になる）の新たなサービス内容の開拓
- 公共交通の「私的」交通化（従来は画一的にしか提供できなかった交通サービスを個々人の輸送需要に可能な限り緻密に対応させることによるマイカーと同等の利便性の確保。また、情報化や事業者間連携をより密にすることなどによるドアtoドア性の向上。）
- 移動時間・空間の有効利用、多目的化、快適化（移動そのものを楽しむ、移動時間を有効に過ごす工夫）

等が考えられる。

また、業界内外の様々な主体との連携を通じて、「旅客輸送」の枠内に留まらないサービスを付加することによって、利用者を引きつけることのできる新たなサービス（価値）を創造・提供し、結果として公共交通の利用促進につなげていくことも重要である。

● 全体価値を高める



(具体的方策)

- 交通機関同士、公共交通機関と自動車のサービス面、料金面での連携
 - ・共通定期券制度
 - ・鉄道＋レンタカー、鉄道＋タクシー、鉄道＋バスのセットメニュー（ダイヤ編成、共通乗車券、企画商品等も）
 - ・パーク＆ライド（駅前への駐車場整備、駐車料金設定の工夫等）
- 情報面での連携
 - ・地域の鉄道・バス等の公共交通の情報（ルート・スケジュール・料金等）のHP等による一体的な提供
 - ・リアルタイムでの運行情報の提供
 - ・各種割引運賃、エコ定期券等の総合的な情報提供
- 公共交通機関の利用と組み合わせた複合的商品の開発
 - ・運賃と宿泊費、施設入館料等のパック化及びパック商品の価格低減や内容充実
 - ・グリーン・グリーンツーリズム（公共交通機関を利用して現地で行うグリーンツーリズム）
 - ・観光地の駅でレンタカー・レンタサイクルのサービス、また荷物を宿泊施設まで配達してくれるサービス等、新たなサービスの付加等
- 公共交通機関と地域の連携（公共交通と地域のパートナーシップ）
 - ・沿線地域との連携による公共交通利用促進、公共交通維持・活性化（沿線協議会のようなものを設置し、サービスレベルの設定や自治

- 会、商工会、婦人団体、老人クラブ等を通じた呼びかけ等を検討)
- ・ 公共交通機関と商店街等の連携（電車・バス利用と買い物のセット（割引、地域通貨とのタイアップ））
 - ・ 公共交通機関と観光地の連携（公共交通利用の場合、お土産、入館料等の割引や駐車料金の無料化、電車・バスの利用券の提供）

【Topics】

◇ほくほく線沿線地域振興連絡協議会

ほくほく線の利用促進（沿線地域内・外の住民による利用促進）を図るため、自治体・交通事業者・商工会議所・観光協会等で構成する協議会を設置し、PR誌の発行、イベント開催等を行っている。

- 鉄道事業者、運輸局等による沿線企業への業務車から公共交通機関への転換の呼びかけ運動（沿線協議会のようなものの設置も検討）
- 公共交通を乗り継いだ場合のリーズナブルな運賃の設定
- 週末や休暇期間中に公共交通機関を利用する場合の特典の付与等
 - ・ 週末、休暇期間中の大幅な割引運賃の設定
 - ・ 週末専用の年間定額パス（特定の区間における土日限定の割引パス）
 - ・ 家族割引、高齢者向け割引等
 - ・ 公共交通の利用頻度（曜日、時間帯）に応じてポイントを付与（ボリュームディスカウント、グリーンマイレージ）
 - ・ 回数券の利用期間の制限の撤廃もしくは1年間の延長
 - ・ 経路設定を柔軟化し、回遊性を高めた定期券（交通事業者にとっては減収とならず、むしろ利用者利便の向上を通じてあらたな需要の創出が見込めるような工夫）
 - ・ イベント化（キャンペーン列車・キャラクター列車等）

【Topics】

◇土日きっぷスペシャル「私の家族」 JR東日本

11月24日までの土日の連続する2日間。首都圏から一泊2日エリアで新幹線を含む特急、急行、普通車指定席が大人16000円、中高生4000円、子ども2000円で乗り放題。

- ファミリー向け等の新サービスの提供
 - ・ ファミリーが気兼ねなく公共交通を利用できるサービスの充実（夏休み、休日等のファミリー向け専用車両の設定）
 - ・ 観光地の駅で荷物を宿泊施設まで配達してくれるサービス
 - ・ 女性専用車両の運行

【Topics】

◇乳幼児連れ対応列車等の案内（Die Bahn（DB）のホームページ）

Station/Address

Wien Westbf

Salzburg Hbf

Duration: 3:11; runs daily, not 25., 26. May

Pricing information not available

*Comments:

BRBordRestaurant

KKparent-and-children compartment

ROspace for wheelchairs

02.05.02

dep09:16

arr12:27

7

2a/b



RO

KI

PA

KK

○駅機能の充実（駅の快適性（バリアフリーも含む）、利便性等の向上、生活支援機能）

○利用者に公共交通利用の心理的インセンティブを持たせる

利用者は経済的インセンティブのみによって行動するとは限らない。特に最近では、環境負荷に敏感な消費者（利用者）が増えていることから、環境面での公共交通利用の優位性等を強くアピールすることによって、利用者に移動手段として公共交通を積極的に活用しようという気持ち（←公共交通を利用することによって環境負荷を抑えるという満足感）を抱かせる。

○利用者がストレスを感じずに公共交通を利用できるようにするための工夫（ICカード導入促進、切符購入で並ばないようにする工夫（予約や指定席購入の際の待ち順チケット制の導入等））

②ICカードの導入等による新ネットワークの形成

公共交通機関を真に使いやすいものとしていくためには、利用者の多くが複数の公共交通機関を乗り継いで利用する実態から、乗り継ぎ手間の軽減や乗り継ぎダイヤ面、運賃面、運行情報面等における交通事業者間の「連携」、つまりハード面及びソフト面での「ネットワーク化」の取り組みが極めて重要となる。

そのような中で、共通乗車券、とりわけIC乗車券は、切符購入・清算時の煩わしさから解放されるという利便性の向上やバリアフリー化、公共交通機関内のみの利用に留まらない用途の拡大、多様な運賃体系の設定、割引ポ

イント制等の新たなサービスの付加可能性等の面から、新ネットワークの形成にとって大いに期待されている。そして、これらは広域的なネットワークの中であって初めて本来的な効果を発揮しうるものであるもので、個々の事業者が別々に導入するのではなく、複数の交通機関間で共通してしかも同時に使えるようにするなど、個々の事業者及び利用者の双方にとってメリットがあり、ネットワーク効果が最大限発揮されるような形で導入が図られる必要がある。そして、その効果の大きさはいかに多くの事業者が期を同じくして共通のシステムを導入できるかにかかっている。

さらに、ＩＣカードは乗車券機能として画期的であるだけでなく、顧客マネージメント（ＣＲＭ）の有効なツールとしてきめ細かい利用者ニーズに対応したサービスの提供を可能とする。さらに、電子マネーやクレジット機能等を付加することにより、交通の分野にとどまらず広く生活利便性向上のための基盤的インフラにもなり得るものである。

③共同化の一層の促進によるコストダウン

—新たな展開に向けての体質の強化—

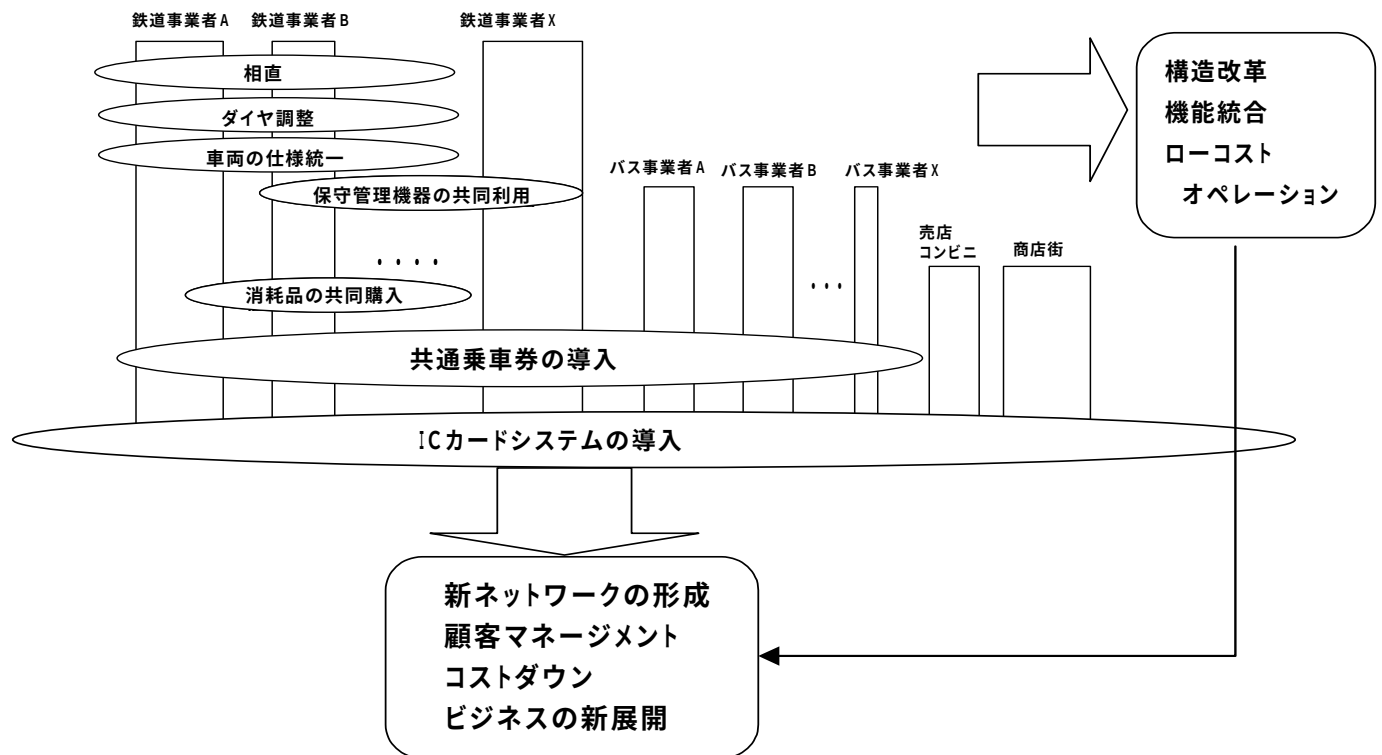
公共交通を取り巻く事業環境を踏まえれば、総括原価主義を前提とする事業者の現在のコスト構造のままでは、その経営はより厳しいものとなることが予想される。

前述のハード、ソフト両面での共通仕様化・共同化を通じたネットワークの高質化は、利用者への新たな価値を創り出すものであるが、これをさらに深化させ、事業の機能を補完、統合する「共同化」を図っていくことは、サービスの一層の向上に加え、各社の企業体質の改善に資するものとして大いに期待されている。

こうした一段進んだ「共同化」は、内外の厳しい経営環境の中で他産業では既に各種アライアンスの進展等多くの事例が見られるところであるが、公共交通産業の分野においてはこの種の取組みが遅れていた面は否めない。

そのため、各社の機能統合を進める「共同化」にあたっては、従来のモノロー主義的発想を脱し、利用者サービスの改善とローコストオペレーションの実現に向けて、不可欠の戦略として確固たる意思をもって取り組んでいく必要があるのではないだろうか。まずは、ＩＣカードの導入やその共通化等のシステムの戦略的共有が課題となるが、これらサービスの実現やその後の新たな事業展開のためにも、事業資産の仕様の統一や購買等各種機能の「共同化」をさらに推進していくことが求められる。

● システム等の戦略的共有



(具体的方策)

○公共交通共通 I C カードシステムの導入

ICカードの利点を活かした高質なサービスの提供を広域的なネットワークの中で行う。

- ・用途について「輸送」のみに限定するのではなく、利用者の行動目的までを対象にした利便性の高いものにすることが可能。
- ・ポイント制等の導入により、公共交通の利用促進につながる形で利用者に対して利益還元を行う。
- ・資本関係を越えた鉄道・バスの乗り継ぎ割引の設定。
- ・ポストペイ方式の採用によりオフピーク割引、家族割引等の柔軟多様な運賃設定が可能。ボリュームディスカウントも可能。
- ・オートチャージ方式の併用による出改札に於けるバリアフリーの実現。

【Topics】

◇JR東日本「Suica」

JR東日本では平成13年11月18日にICカード「Suica」による出改札システムを導入した。Suicaには定期券にイオカード機能を付加したSuica定期券と従来のイオカードをIC化したSuicaイオカードの2種類がある。非接触式で、パスケースに入れたまま改札機にタッチするだけで入出場できるほか、Suica定期券は同一媒体を繰り返し使用できるリライト機能、紛失再発行機能が大きな特徴となっている。

ICカードによる乗車券システムとしては世界最大規模。ご利用者数も平成14年5月末には400万人に到達した。利用エリアは東京近郊区間461駅のほか、平成14年4月21日からはICカードによる他社との相互利用第一号として東京モノレール9駅でも利用できるようになった。JR東日本では、利用者の利便性向上等の観点から今後も他社との相互利用の推進に取り組むこととしている。

◇「スルッとKANSAI」ICカード

関西の私鉄、公営交通が加盟するスルッとKANSAI協議会では、現在使用しているプリペイド方式の共通乗車磁気カードを今後ICカード化することとしている。（ICカードの導入は、準備の整った企業から進めることにしており、2003年度を目途に阪急と京阪が第一号で導入する見通し。）導入にあたっては、利用者の利用実績をホストコンピュータで管理し、後で料金を引き落とすポストペイ方式を採用する。これにより、利用実績に応じて料金を割り引くなど各社ごとの柔軟なサービスが可能になる。

阪急電鉄や京阪電鉄は、2003年度を目途に導入するICカード乗車券の利用者に対し、コンビニや駅売店での買い物金額に応じて乗車料金を割り引くサービスの実施を予定している。

◇世田谷線ICカード乗車券「せたまる」

利用日・利用時間帯に応じてポイントを付与。追加入金（チャージ時）に、累積ポイント10ポイントごとに1乗車分の運賃（大人130円、小児70円、割引大人70円、割引小児40円）を還元する。利用日・時間帯に応じて付与されるポイント数は次のとおり

- ・平日初電～10時、平日16時～終電 1ポイント
- ・平日10時～16時 2ポイント
- ・土休日 4ポイント

◇札幌市「S.M.A.P.カード」

札幌市では、平成11年から非接触式の「S.M.A.P.カード」の実験を進めており、平成14年5月には、国土交通省が2002年FIFAワールドカップ開催時に行った多機能ICカードプロジェクトの一環として3線全線でICカードが利用できる体制が整った。このカードは市営地下鉄のみならず一部の自動販売機や店舗で利用できる「電子財布」としてのビジネスモデルを採用しているところに特徴があり、現在、ポストペイ方式、他の発行主体のICカードの相互利用、商店街での買い物によるポイントやエコマネーとの連携も視野に入れ、本格稼働への準備が行われている。

6. 国として取り組むべき新たな政策分野

より利用しやすい公共交通の実現のためには、以上のような交通事業者を中心とした取り組みを強化していく必要がある。これら公共交通の利用環境の改善については、基本的には個々の利用者便益を追求する利用者や個々の収益性を優先的に考慮する事業者の自発的な取り組みに過度に期待することは困難であり、社会全体の便益向上の観点から、行政がリーダーシップを発揮していくことも求められる。具体的には、徹底した利用者主体の視点での良質な輸送サービスの提供や、公共交通機関単独の対応には限界があること、さらにはドア

t o ドアの観点によるスムーズなネットワークの実現に向けてのシームレス化やボトルネック解消等に向けた情報提供や、各種施策の実施・連携に向けた事業者の意欲的な取り組みを促進する条件整備等である。

①情報発信等による利用環境の整備

利用者に「公共交通を利用したい」と思わせるためには、利用したいと思わせるだけのサービスの提供が前提となるが、同時にそうしたサービスがあるという情報が広く利用者に適時適切に提供されるということが重要である。

このため、行政としても交通事業者の先進事例の紹介や利用者がサービスレベルを判断するのに役立つ情報の提供、事業者による情報公開の促進等を通じて、公共交通全体として利用者に有益な情報が提供され、また利用者の声が事業者のサービスに反映されて利用促進につながるような環境の整備に努める必要がある。また、こうした情報の提供を通じて、交通事業者にサービス向上のための積極的な取り組みを促していくことも必要である。

(具体的方策)

- 利用者、NPO等の「声」(ニーズ)が流通・反映される仕組みの構築
- 利用者がサービスレベルを判断するのを助ける環境整備や情報提供
(快適性、遅延率等のアウトカム指標等の設定、行政による情報提供、事業者の情報公開の指針策定)
- 望ましい取り組み(先進事例)のメニュー提示等による誘導
- 望ましい取り組みが容易に行えるようにするための環境整備(マニュアル作成等)
- 事業者間の壁を越えて、公共交通全体として利用者にとって分かりやすい形で乗り継ぎ、運賃等に関する情報が提供されるよう情報提供のガイドライン等の策定

②関係者間の連携・協力を円滑に進めるための場の提供

交通事業者間や交通事業者と地域との連携・協力を進めるにあたって、事業者等の直接の当事者だけに任せていては、利害関係の隔たりや各々が抱える事情の違いによって、調整が遅々として進まなかったり、真に効果的な連携・協力ができないといったケースが懸念される。その場合には、社会的便益向上の観点から、行政が関係者間の調整のために積極的な役割を果たし、公共交通の利用促進につながる関係者間の連携・協力を早期に実現していく必要がある。

また、情報の非対称性からくる利用者保護的な行政の関与も重要である。

③事業者による先駆的な取り組みのバックアップ

- 需要創出につながる運賃体系の導入

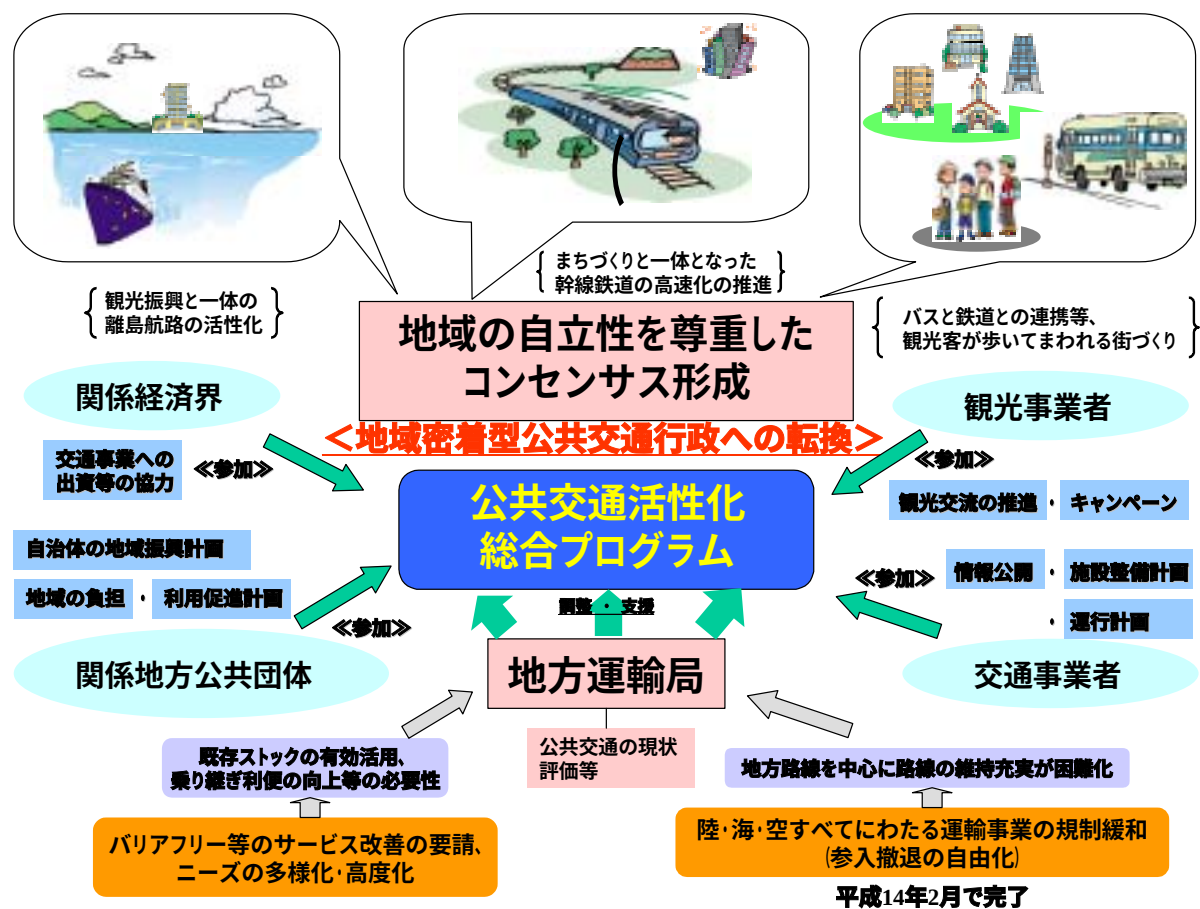
○公共交通の魅力を高めるための多様なサービス提供を可能にする広域的交通ＩＣカードシステムの導入

等の公共交通の利用促進に貢献する先駆的な取り組みを行おうとする事業者に対しては、地球環境対策や渋滞解消などの公的視点に立って、行政がＴＤＭ実証実験や公共交通活性化総合プログラム、政策研究プロジェクト、あるいは新しいスキームの活用によって積極的にバックアップし、成功事例を全国的にアピールすることによって、こうした取り組みの実施を特定地域だけのものに終わらせず、全国に広げていく必要がある。

特に広域的交通ＩＣカードシステムの導入といった複数の関係者間の調整が必要な事案については、行政としても需要創出型運賃体系の導入やその調整が円滑に進むよう積極的な支援を行っていくことが必要である。

また、このような支援にあたっては、併せて、顧客動向トレースを含めたマーケティング研究を行い、その後の展開にフィードバックできるようなフォローアップも必要である。

● 公共交通活性化総合プログラム



7. 新しい公共交通を目指して

— 100の議論より1の実践を —

公共交通を取り巻く環境変化の中、公共交通の意義、社会や地域との係わり、利用者との関係など公共交通そのものと広く公共交通と関係者とのあり方が厳しく問われている。

このことは、鉄道やバスサービスが国民にとっての、地域にとっての、そして我が国にとってのかけがえのない財産であり、生活及び社会インフラであることが改めて認識されてきたことの現れであろう。

ここに盛り込まれた様々な注文や提案は、公共交通に対する国民の期待の大きさを示すものと考えてもらいたい。まずは事業者の対応に依るところが大であるが、大切なことは、広く関係者がマイカーとの競合関係を十分意識した上で、公共交通活性化のビジョンと戦略を共有することであり、方向性としては、1つは徹底した利用者本位のサービス提供に努めること、2つはICカードの早期導入により既存のネットワークを更に進化させ、全体としての公共交通の魅力を高めていけるようバージョンアップを図っていくことである。いずれにしても、事業者、利用者、行政等関係者間の新たな関係づくりが前提となる。

21世紀を生きる我々の使命として、関係者が手を携え、意識的かつチャレンジングな取り組みを行っていけば、必ずや公共交通の良さが再認識され、利用が促進され、そのことを通じてより豊かな社会の実現と地球環境の保全に貢献することができると思う。

まずは、できることから1つ1つ着実に取り組んでいきたいものである。

検討過程

- 第1回(2002.1.10) メンバー紹介
趣旨及び問題意識
次回以降の進め方等
- 第2回(1.19) 鉄道会社におけるグループ経営戦略の課題と展望
鉄道事業のご利用者への利便向上策(JR東日本の取り組み)
営団地下鉄の経営戦略
- 第3回(2.13) 東急の鉄道経営戦略
Developerから見た駅施設整備のあり方
街と一体になった交通ターミナルの整備について
ディスカッション
- 第4回(2.26) 街と一体になった交通ターミナルの整備について
ITを利用したCS向上方策について
スルッとKANSAIの取り組み
- 第5回(3.13) 情報化対応
- 第6回(4.15) 運賃料金問題について
大都市交通センサスについて
- 第7回(5.14) 運賃料金問題について
バス活性化方策について
- 第8回(5.28) 「交通ターミナルのあり方に関する調査」報告書について
議論のとりまとめ
- 第9回(6.18) 議論のとりまとめ
- 第10回(7.2) 議論のとりまとめ

懇談会メンバー

加藤 浩徳	東京大学大学院工学系研究科社会基盤工学専攻専任講師
金山 明煥	東京急行電鉄株式会社流通事業部事業推進部企画担当課長
金山 洋一	日本鉄道建設公団計画部調査課総括補佐
金子 雄一郎	運輸政策研究所研究員
亀井 善太郎	みずほコーポレート銀行産業調査部調査役
島 裕	日本政策投資銀行地方開発部調査役
田邊 勝巳	慶應義塾大学大学院商学研究科
早川 伸二	慶應義塾大学大学院商学研究科
平石 和昭	三菱総合研究所社会システム研究本部交通システム部プロジェクトマネージャー
星野 洋一	帝都高速度交通営団研修所課長
松崎 哲士郎	東日本旅客鉄道株式会社大宮支社総務部長
横江 友則	株式会社スルッとKANSAI専務
田端 浩	国土交通省総合政策局旅行振興課長
佐藤 善信	国土交通省鉄道局鉄道企画室長
石指 雅啓	国土交通省自動車交通局企画室長
濱 勝俊	国土交通省総合政策局交通計画課地域振興企画官
山口 勝弘	国土交通政策研究所総括主任研究官
室谷 正裕	国土交通省総合政策局交通消費者行政課長
太田 秀也	国土交通省総合政策局交通消費者行政課課長補佐
上手 研治	国土交通省総合政策局交通消費者行政課企画第一係長
吉田 誠	国土交通省総合政策局交通消費者行政課