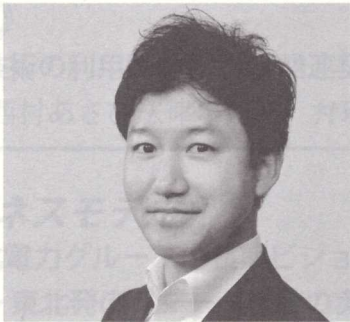


MaaS を取り巻く最新ビジネス動向

～ MaaS 領域で生まれる巨大市場にある収益機会とは～

下山 哲平 (株) ストロボ 代表取締役社長



《PROFILE》

略歴：

大手デジタルマーケティングエージェンシーのアイレップにて取締役 CSO として、SEO・コンテンツマーケティング等の事業開発に従事。
同業上場企業との JV 設立や複数の M & A による新規事業開発をリードし、在任時、年商 100 億円から 700 億円規模への急拡大を果たす。
2016 年、大手企業におけるデジタルトランスフォーメーション支援すべく、(株) ストロボを設立。
設立 3 年で、グループ 5 社へと拡大しデジタル系事業開発に従事している。
2018 年 5 月、自動車産業×デジタルトランスフォーメーションの一手として、自動運転領域最大級メディア「自動運転ラボ」を立ち上げる。
講演実績も多く、早くもあらゆる自動運転系の技術・会社の最新情報が最も集まる存在に。

1 はじめに

日本国内をはじめ、世界各地で MaaS (Mobility as a Service) を推進する取り組みが加速している。従来独立運営していた自動車や鉄道、バス、タクシーといった各交通手段を、地域性を考慮しながら統合していく概念だ。

都市部においては渋滞や混雑が慢性化する移動をスムーズなものに、一方で地方においては赤字前提となっている公共交通の改善策として、移動革命を担う救世主のような存在に位置付けられている。

また、MaaS のインパクトは、交通領域に留まらずさまざまな分野へ波及していく可能性を秘めている。MaaS に秘められた巨大市場とはどのようなものか。その展望を明らかにしていこう。

2 MaaS 関連ビジネスは 2020 ～ 2021 年に一気に拡大へ

2.1 2019 年の国内市場規模は 8000 億円超

MaaS の実用実証はすでに全国各地で始まっており、民間では JR 東日本や小田急電鉄、トヨタ自動車と西日本鉄道など基幹交通事業者らがそれぞれグループを形成し、各地で実証やサービス展開を図っている。

また、自治体の参加意欲も上々だ。国の呼びかけの下、自治体と民間が手を組んでコンソーシアムを形成し、地域の実情に合わせた MaaS の取り組みも全国各地で進め

られている。

国内において MaaS に注目が集まったのはわずか 2、3 年前のことだが、驚異的なスピードで社会への浸透を始めているのだ。こうした動きは今なお加速しており、新たに導入を検討する自治体や交通事業者らは後を絶たない。

富士経済の調査によると、MaaS の国内市場規模は 2019 年の 8673 億円 (見込み) から、2030 年には 2 兆 8658 億円へと右肩上がりの成長を続けるという。

なお、この数字はモビリティ市場と駐車場シェアなど直接関連するサービスに限った数字であり、他分野への波及を含めるとさらに数字が跳ね上がるのは必然だ。

現在は基盤を固めている段階で、まだまだ試行錯誤やチャレンジが続いている状況だ。絶対的な正解が存在しない未知数の領域のため国の支援や企業投資も盛んであることから、2020 年、2021 年も新規参入が相次ぎ、市場が一段と拡大していく可能性が極めて高そうだ。

3 MaaS におけるビジネスチャンスの類型

3.1 移動が最適化されることによるビジネス機会

MaaS の実現により移動の利便性が向上すると、各交通事業者は個々の利益ではなく域内交通全体の最適化を見据えた経営方針にシフトしていくことになる。MaaS 利用者の増加がひいては自社の利益に結びつくからだ。

利便性が進むほど利用者も増加するため、ラストワンマイルを埋める新たなモビリティ参入の余地が生まれるなど、交通分野のビジネス性が向上する。

また、移動の利便性の向上は、各エリアにおける地理的偏在性を平準化していく。移動に対する不自由がなくなれば、駅から多少離れた土地の利便性も増すことになり、費用対効果から遠隔地の需要が喚起される。

不動産の価値が変わることにより、ビジネスチャンスが大きく膨れ上がる可能性を秘めているのだ。

3.2 各種情報との連携が推進されることによるビジネス機会

MaaSは交通関連情報だけでなく、さまざまな情報を追加・連携させることで相乗効果を発揮する。例えば飲食店や観光施設の情報や割引クーポンなどを付加することで、MaaSの利用者を増やすとともに各店舗の集客も増やすことが可能になる。

このほかにも、医療連携を図る動きなどもあり、発想次第でさまざまなビジネスを想起することができそう

4 MaaSを構成する新モビリティサービスもそれぞれが巨大市場に

4.1 カーシェアをはじめとしたシェアサービスが急成長

都市部を中心に高い需要を見せているカーシェアサービスは、市場規模をより大きなものに変えていく。富士経済による調査では、カーシェアの国内市場規模は2019年(見込み)の482億円から2030年には4555億円に拡大する予測を示している。

従来のカーシェアは、借りたステーションに自動車を返却する「ラウンドトリップ方式」が主流となっているが、異なるステーションに返却可能な「ワンウェイ方式(片道片帰方式)」の導入に向けた取り組みが進んでおり、普及が本格化すれば利便性が飛躍的に増す。

超小型モビリティなどカーシェア専用モデルの開発も、個人所有の自動車を貸し出す個人間カーシェア、小規模カーシェア事業の導入を可能にするプラットフォームの展開にも注目だ。

シェアサービスではこのほか、サイクルシェアの展開や、電動キックボードなど新たなパーソナルモビリティの動向にも注視したい。

4.2 需要に応じたサービスが売りのデマンド交通も成長

デマンド交通には、予約に応じて運行する定路線型バスや準自由経路型(マイクロトランジット)、タクシー配車サービスや相乗りタクシー、ライドシェアといった配車プラットフォームサービスなどが含まれる。

タクシー配車サービスはアプリの浸透により右肩上がりの成長を続けており、スマートフォンをベースにさまざまなモビリティの予約や決済を可能にするMaaS導入の試金石となる可能性がある。

ライドシェアは、公共の福祉を確保する目的等以外での導入は規制がかけられており、デマンド型バスとともに公共交通の維持が困難な地方において導入を検討する動きが見られそうだ。

4.3 自動運転技術の導入も各所で進展、一大市場に

自動運転技術を活用したモビリティサービスの実用化にも注目だ。人の移動では、タクシーやバスをはじめパーソナルモビリティへの導入にも期待が寄せられる。モノの移動では、ラストワンマイルを担う宅配ロボットを筆頭に普及が見込まれるところだ。

将来的には、自動運転タクシーを活用してモノを配送する貨客混載の取り組みや、自動運転車を活用した小売りなども登場する可能性が高く、人の移動を超えたMaaSの応用形としてさまざまなサービスが結びつくことも考えられそうだ。

4.4 付随するサービス市場にも注目

駐車場シェアなど、移動やモビリティに直接付随するサービス市場の成長にも期待が持たれる。今後、カーシェアやサイクルシェアなどのワンウェイ化が進むと、各地に設置するステーション需要も増加することから、こうした駐車場シェアサービスなどと連携した柔軟な運営形態などが生まれる可能性もありそうだ。

5 MaaSで激変が起きる業界、チャンスな業界は？

5.1 不動産の価値に変革をもたらす

米国では、MaaSを付加したマンション販売などがすでに始まっている。MaaS物件の住人は、所定のMaaSを無料で利用することができるのだ。

MaaSと不動産を結び付けることで移動の利便性を向上させることができるため、郊外物件でも駅近物件に対し地理的優位性を埋めることが可能になる。商業地においても同様で、新たなビジネスチャンスを生む契機となる。

5.2 MaaS導入で観光地が激変 旅行業も活性化

地方の観光地における重要課題の一つに、交通手段が挙げられる。主要な駅からのアクセスをはじめ、点在する各観光地をどのように周遊してもらうかが鍵を握っているのだ。

こうした地域にMaaSを導入することで柔軟な移動手段を確保するとともに、観光地そのものや周辺の飲食店、宿泊施設、土産物店などの情報や割引サービスなどをMaaSに組み込むことで、経済効果を高めることが可能になる。

旅行者においても、新たなツアーの企画などが盛んになりそうだ。

5.3 決済のキャッシュレス化が進展する

アプリを介して利用するMaaS決済はキャッシュレスが前提となり、キャッシュレス決済がさまざまな移動手段に導入され、一度にまとめて決済することが可能になる。

将来的には各交通事業者の料金体系が統合され、一つの移動サービスを利用するかのようにワンストップで利用可能になる見込みだ。

現在乱立が続く「〇〇Pay」が交通サービスと深く結びつき、社会のキャッシュレス化を加速させる可能性は非常に高く、決済プラットフォームなど関連ビジネスが大きく盛り上がりを見せる可能性が高い。

5.4 新たなメディア・広告媒体としての可能性も

MaaSの普及により各交通機関の利用者が増加することでラッピング広告や車内広告などの価値が高まるほか、MaaSアプリそのものも新たなメディア・広告媒体として機能する可能性がある。

移動を伴う広告は、ローカル広告などの宣伝効果を高めることができる。新たな媒体としても注目だ。

6 おわりに

この記事で書かれた内容はMaaSにおいてすでに想定内のものであり、今後さまざまなアイデアがMaaSと掛け合わせり、未知のポテンシャルをいっそう高めていくことが予想される。

MaaS黎明期を迎えている今、市場が大きく膨れ上がる前に参入を検討する絶好の機会ではないだろうか。

参考文献

- 1) MaaSの国内市場を調査

<https://www.fuji-keizai.co.jp/file.html?dir=press&file=20022.pdf&nocache>

- 2) 『車載電装デバイス&コンポーネンツ総調査 2020 (上巻)』まとまる (2020/3/12 発表 第20023号)

<https://www.fcr.co.jp/pr/20023.htm>