

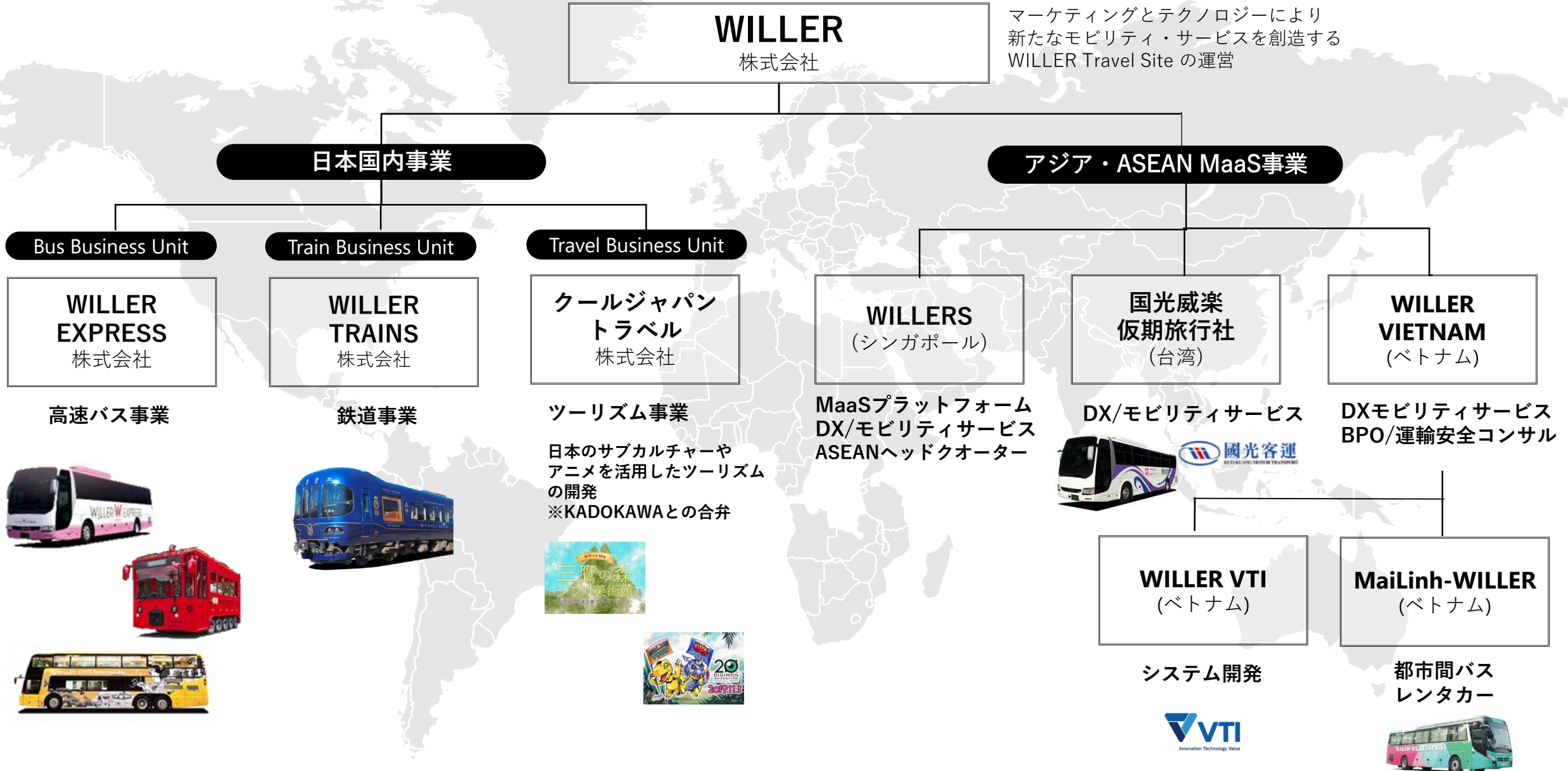
交通ソフトインフラの海外展開に関する取組について

WILLER株式会社



WILLER GROUP

国内6社、海外6社のグループ会社で構成され、移動を通して新たな体験を届けることで、世の中の豊かさを増やしていくことを目指しています。



WLLER MaaSの目標

社会交通システムをつくること

- ・ 持続可能な社会
- ・ カーボンニュートラル
- ・ 移動の格差をなくす

地域ごとに展開、そして全国へMaaSがつながっていく

コミュニティを形成
健康的な暮らし、
人とひと、
人とまちがつながる。

Social
Innovation

持続可能な社会 (SDGs)
移動格差の解消
カーボンニュートラルの実現

まちに新たな移動の目的を提供
行動変容を促し、
移動総量を増やす。

Business Innovation

医療	介護	教育
健康	スポーツ	エンタメ
観光	不動産	金融

マイカーと同等以上の
自由な移動サービス

ベーシックインフラ
Infrastructure Innovation

移動

自動運転

エネルギー

データ

既存交通をシームレスにつなぐ

暮らしの足

市内交通

都市間交通

公共交通

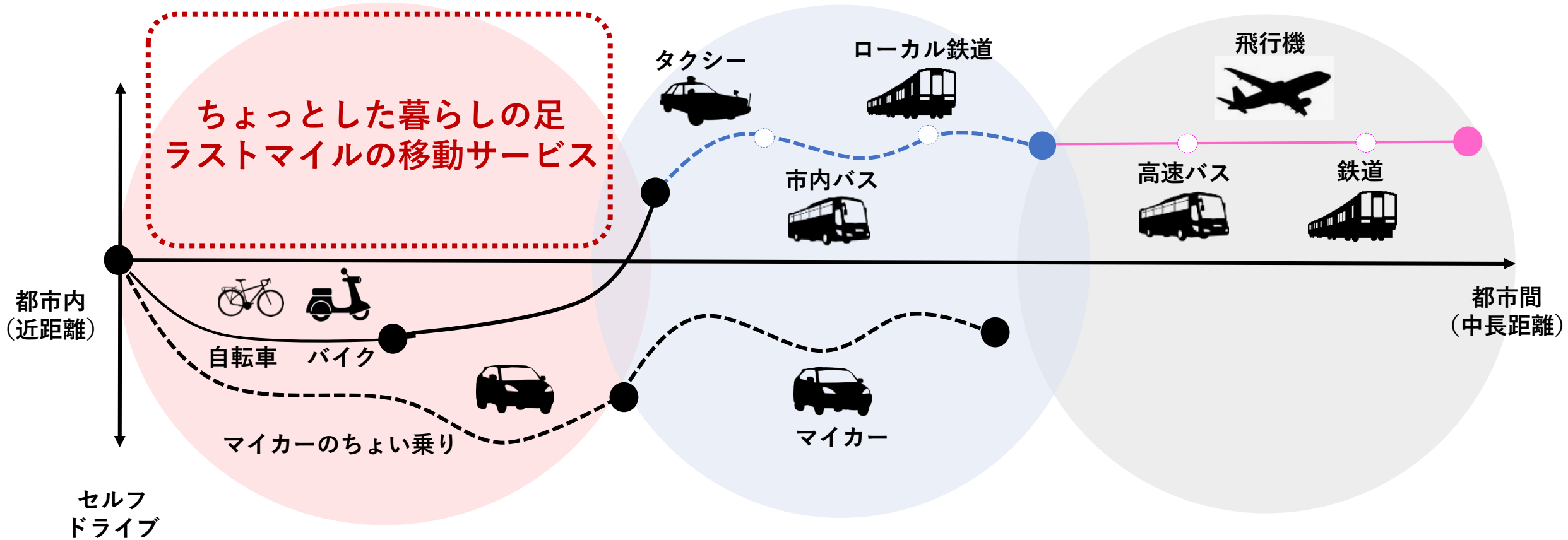
ちょっとした暮らしの足
ラストマイルの移動サービス

都市内
(近距離)

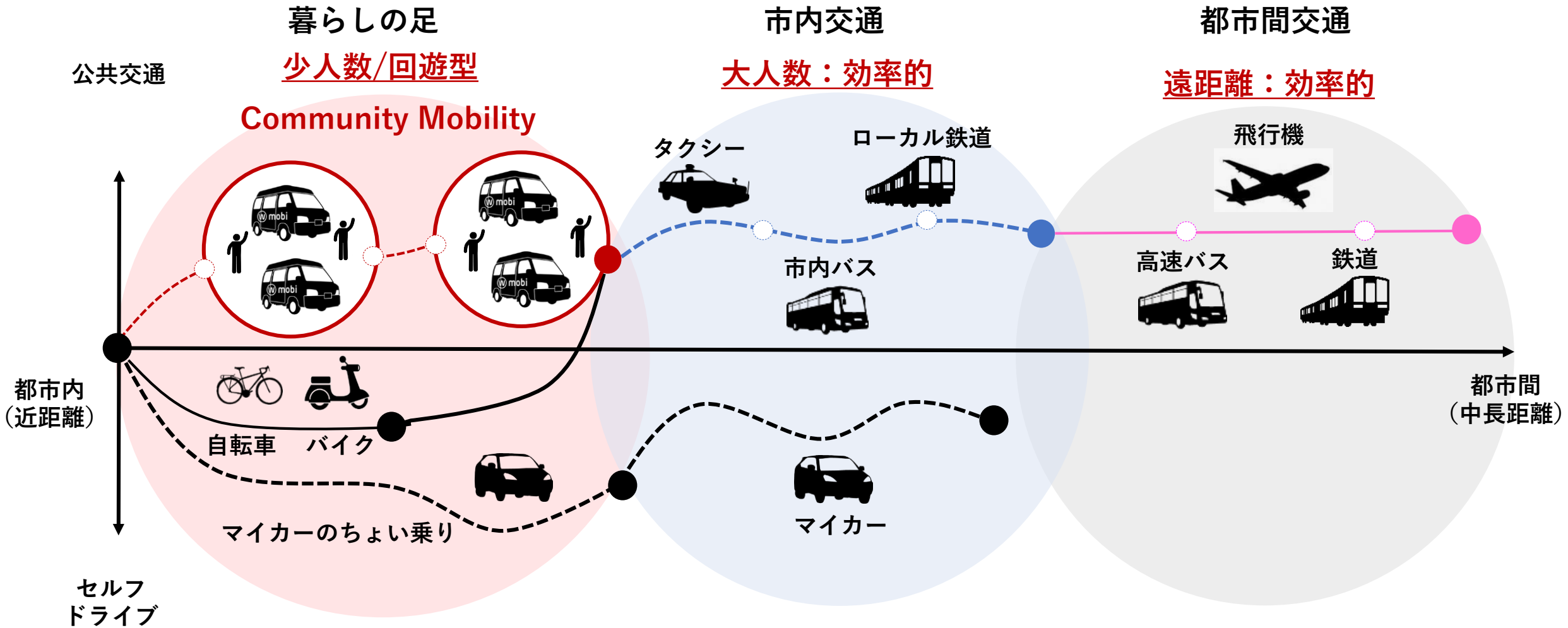
都市間
(中長距離)

セルフ
ドライブ

移動総量が増加の可能性あり



既存交通をシームレスにつなぐ



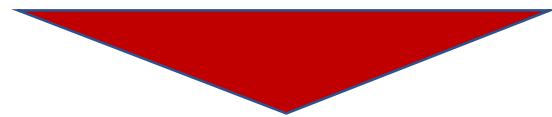
マイカーと同等以上のシームレスな社会交通システムをつくり
すべての人の移動格差をなくす

人とひと、人とまちをつなぐ
Community Mobility



ワンマイルオンデマンドが加わることによる期待効果

- まちに住むひとりひとりのニーズにフィットした移動サービスの提供
- 環境に優しいまち / マイカーやバイクの台数を減らす
- すべての人に優しいまち（子育て / 高齢者）
- 交流を生み出すまち（観光 / ワークেশョン）



行動変容が起き、移動総量が増加しまちが活性化する

ワンマイルオンデマンドとは？

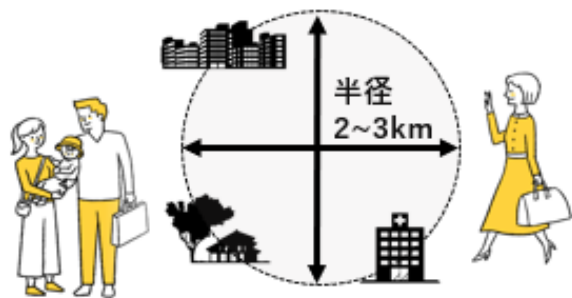
半径約2-3km程度のサービス提供エリア内であれば、
行きたい時に行きたい場所まで自由に移動できる相乗りオンデマンドサービス



mobiのサービスポイント

ポイント#1

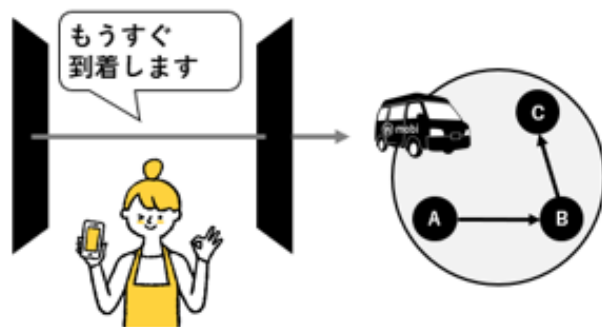
徒歩や自転車に代わる
近距離移動



自宅から約2km圏の
近距離回遊型移動サービス

ポイント#2

アプリでも、電話でも
呼べはすぐ来る



エリア内であれば
どこでも乗降りが可能

ポイント#3

定額乗り放題
面倒な都度払いが不要

家族の一人目の加入者は月5,000円、
二人目からは月500円でmobiを利用できます。

一人目 二人目 三人目
お父さん お母さん お子様

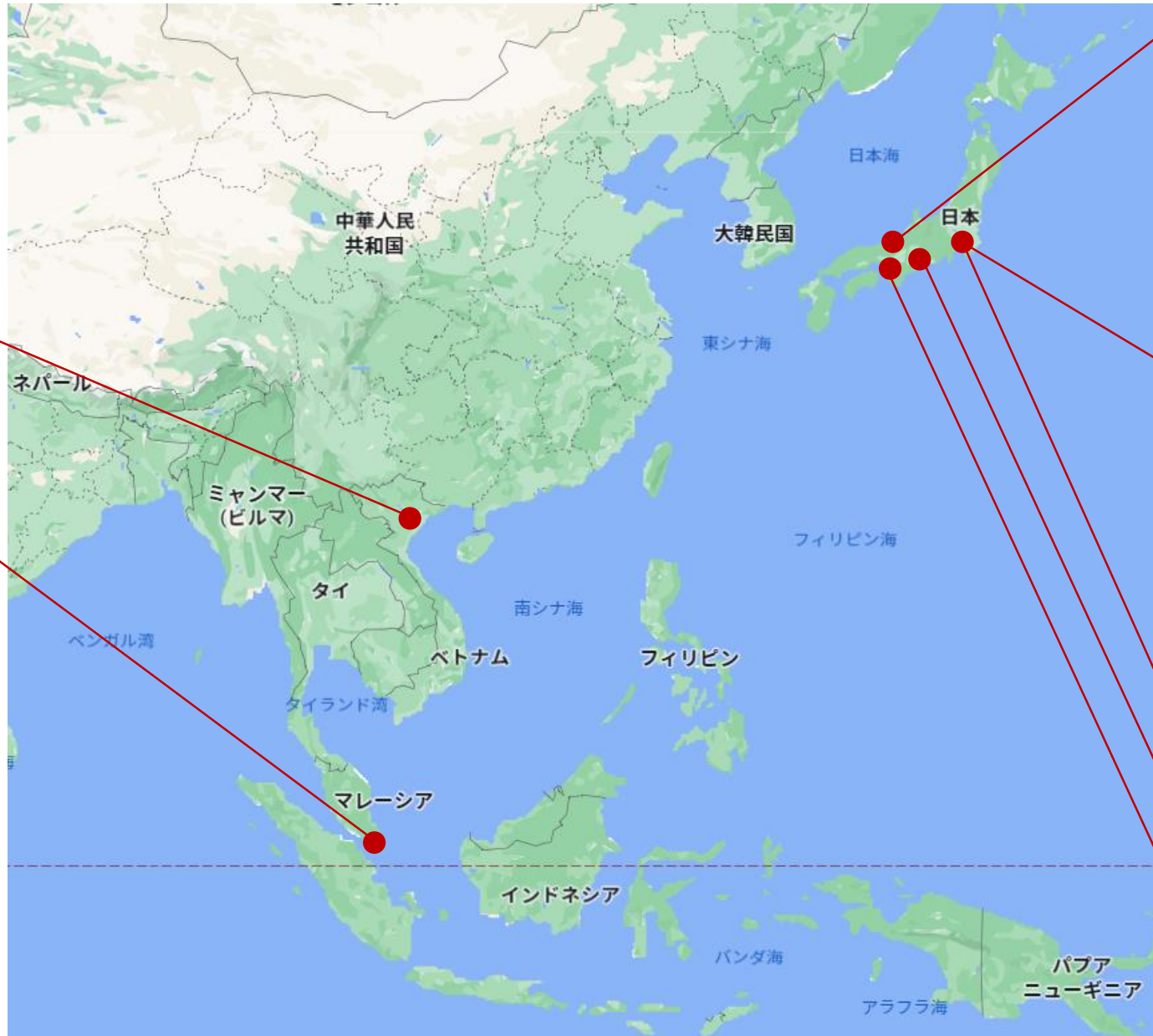
 +  +  =

¥5,000 ¥500 ¥500

ご家族3人で
¥6,000/月
ひとりあたり
¥2,000/月

交通費の心配をすることなく
気軽に外出ができる

mobiの提供エリア



京都府京丹後市



東京都渋谷区



東京都豊島区

愛知県名古屋市

大阪府大阪市

ベトナム, ハノイ

シンガポール

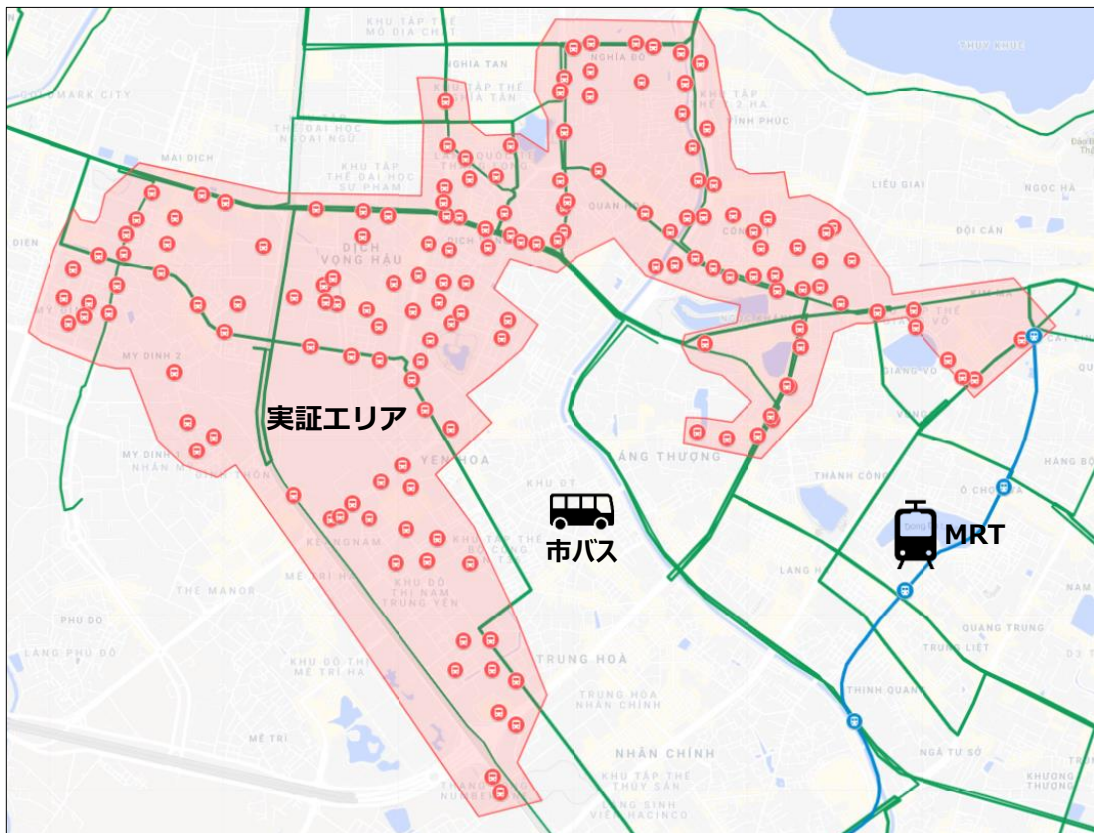


2022年3月17日現在

海外展開をする理由

- 新たなテクノロジーを活用し、生活スタイルが変化するような移動サービスを創造する。
- ASEANは、世界でもこれから10年間でもっとも成長する市場のひとつ。（機会が多い）
- 日本の強みである、世界でも最高水準にある、安全・サービス品質を取り入れたサービスを海外に提供する。
- 今後のデータビジネスを考えると、日本規模でなく、グローバルな市場でのサービスを構築する。

ベトナム,ハノイ：2021年12月15日～2022年1月11日 実証実験実施



mobi事業概況

- ・エリア内に約200m間隔で乗降地点を設置。利用者がアプリから予約し、移動サービスを提供する。
- ・乗降地点は仮想バス停であり、設置場所は利用者の声に基づき最適化される。

実証期間	2021年12月15日～2022年1月11日（26日間） ※1月1日、2日は祝日のため運休
運行時間	朝10:00～夜22:00
運行エリア	左記エリア内 （MRT、市バスの駅 / 停留所あり）
運行車両	9人乗り車両 x 5台
運行会社	MAILINHグループの運行会社 （Mailinh WILLER社）
運行品質	日本の運行管理、安全管理、接客接遇を取り入れたマニュアルを作成し、運行会社へ教育

乗車体験世帯数	*153世帯	評価	シェア
ライド実績	1,628人	5	86%
1世帯平均	10.6ライド	4	9%
運行期間	26日間	3	3%
一日平均	0.4ライド	2	1%
		1	0%

※ 公知の資料から実証エリア内の世帯数は12万5千世帯と想定。
153世帯は全体の約0.12%に相当。

ベトナム、ハノイ実証実験の利用者アンケート結果より

1. ベトナム人は7割近くの方が通勤目的で利用。また、公共交通への接続目的で利用されている方も3割強。
2. 日本人は買い物目的で利用されている方が半数以上。
3. 8割近くの方が希望する乗降地点があればサービス化された後も有償で利用したいと回答。
(とくにベトナム人は9割弱)

①利用目的

目的	ベトナム人	日本人	総数
通勤	67%	20%	51%
通学	14%	0%	9%
ショッピングモール	31%	52%	38%
その他買い物	35%	56%	42%
外食	35%	12%	28%
子供の送迎(通学、習い事)	12%	8%	11%
通院	18%	4%	13%
公共交通機関への接続	33%	4%	24%
美容	0%	4%	1%
友人宅訪問	0%	4%	1%
その他	14%	0%	9%

②乗り心地、ドライバーの対応

感想	ベトナム人	日本人	総数
よかった	73%	88%	78%
どちらとも言えない	27%	12%	22%
悪かった	0%	0%	0%

③サービス化された場合の加入意思

本人の利用 (VND 980K)	ベトナム人	日本人	総数
ぜひ加入したい	12%	8%	11%
会社員	8%	8%	8%
公務員	2%	0%	1%
主婦・主夫	2%	0%	1%
希望の乗降地点があれば加入したい	76%	48%	67%
会社員	53%	12%	39%
公務員	4%	8%	5%
主婦・主夫	10%	4%	8%
自営業	2%	24%	9%
大学生	8%	0%	5%
加入したくない	12%	44%	22%
会社員	10%	36%	18%
公務員	2%	0%	1%
主婦・主夫	0%	8%	3%

※ 日本人の加入したくない方が多いのは、利用用途が買い物がメインであり、利用回数が少なく、一回あたりの単価が高くなってしまったためと思われる。

mobiの海外展開における課題点

【シンガポール】

■事業背景

- 国民の多くがGrabなどのアプリで呼ぶ交通サービスを利用しており、サービスへの抵抗感が少ない。
- ライドシェア事業に対する法的な制約がなく、事業をはじめやすい。

■展開に関する課題

➤ 事業展開における価格設定

タクシーや公共交通などが日本と比べて相対的に安いため、サービスの位置づけと価格設定のバランスを研究する必要がある。

※大手タクシー会社で4.10SGD（約350円）から公共バスやMRTは初乗り0.95SGD（約80円）から

➤ ドライバーの確保

Grabなどのライドヘイリング事業が普及しており、バスドライバーも給与の良いところへ簡単に流れてしまう

また、アプリ操作も単純なODの移動と比べてAIデマンド交通は複雑になり、そちらもバスドライバーの確保を難しくしている

【ベトナム】

■事業背景

- 多くの国民の足であるバイクには、渋滞や事故、環境汚染などの課題がある。
- また、バイクに満足していない層も多いが、利便性や経済面からバイクを利用せざるを得ない状況にある。

■展開に関する課題

➤ 法的整理の必要性

現行法の枠組みのなかでは整理しきれない。ハノイ市側にどれだけ社会的意義やバイクからの行動変容を促す効果を理解してもらい、ハノイ市側に動いてもらうことが必須となる。

➤ 既存公共交通事業者との共存共栄

本事業については、運行事業者1社での展開ではなく、地域自治体をはじめとしてアプリ・サービスなどの開発、マーケティングなどとの連携が必要である。

特に、既存の公共交通事業者と連携することで、より多くの場所を結び、移動することができる。

mobiの海外展開における事業性

■通勤・通学や習慣性のある移動については需要あり

- ・通勤・通学や日々の買物、通院といった習慣性のある移動の需要は大きい。ASEANの主要都市では、今後も都市開発が進み、郊外への移住が増えることも予想される。
- ・市内公共交通の整備拡充と共に、駅やバス停までのワンマイル交通も重要。
- ・また、共稼ぎ文化であり、子供の教育に熱心である。習い事など子供の送迎が親にとり大変な負担となるため、子供だけでも利用できる安心安全なモビリティを作れば、この需要も大きい。

■既存事業者との連携による拡張性

- ・交通事業者としてオペレーションを含めて事業化するのではなく、既存事業社との連携を視野に入れた事業展開により、様々なエリアで共通して利用できる交通ソフトインフラを構築していくことで、各エリアに合わせたカスタマイズを行いながら、スピーディーに事業展開を行うことが可能となる。
- ・地元交通事業者の売上向上、コスト削減、安全品質向上に寄与する

■単なる移動にではない中長期的なインフラ設計

- ・ただ単に交通サービスのオプションが増えるだけでは、必ずしも受け入れられるわけではない。そのためには、移動の目的までを視野に入れ、インフラから社会までを見据えたような中長期的な設計をする必要がある。
- ・それが、ユーザの必要性を高めたり、政府案件への参入の切り口になる。



ご清聴ありがとうございました