公共交通マーケティング研究会

2018年12月10日

みちのりホールディングス
浅井　康太

MICHINORI HOLDINGS

Michinori Holdings All Rights Reserved

みちのりグループ

経営共創基盤

100%出資

みちのり ホールディングス

100%出資

岩手県北バスグループ	福島交通グループ	会津バスグループ	関東自動車グループ	茨城交通グループ	日立電鉄交通サービスグループ	湘南モノレール	みちのりトラベルジャパン
・岩手県北自動車 ・東日本交通 ・岩手県北観光 ・南部バス観光 ・浄土ヶ浜パークホテル ・宮古エコカーシェアリング	・福島交通 ・福交整備 ・福島交通観光 ・フクコーアド ・福交保険サービス	・会津乗合自動車 ・会津トラベル ・ATS保険サービス ・あいづスタッフ	・関東自動車 ・関東自動車整備 ・関東ツアーサービス ・やしお観光バス ・那須交通	・茨城交通 ・ひたちなか海浜鉄道（49%出資）	・日立電鉄交通サービス ・日立電鉄タクシー		

	岩手県北バスグループ	福島交通グループ	会津バスグループ	関東自動車グループ	茨城交通グループ	日立電鉄交通サービスグループ	湘南モノレール	みちのりトラベルジャパン	計
従業員	853人	898人	472人	1,132人	781人	629人	122人	4人	4,891人
車両（バス）	419台	549台	203台	580台	465台	161台			2,377台
車両（その他）	1隻（遊覧船）	6編成14両（鉄道）	110台（タクシー）		7台（タクシー）	100台（タクシー） 196台（レンタカー）	7編成21両（鉄道）		

※2018年10月3日時点

Michinori Holdings All Rights Reserved

みちのりグループ各社の事業内容

みちのり ホールディングス

100%出資

社員　約4,900人
バス　約2,400台

		岩手県北バスグループ	福島交通グループ	会津バスグループ	関東自動車グループ	茨城交通グループ	日立電鉄交通サービスグループ	湘南モノレール
交通事業	乗合バス	乗	乗	乗	乗	乗	乗	
	高速バス	高	高	高	高	高	高	
	鉄道		鉄		鉄	鉄		鉄
	タクシー			タク		タク	タク	
観光事業	貸切バス	貸	貸	貸	貸	貸	貸	
	観光船	船						
	ホテル	JPH						
	旅行	旅	旅	旅	旅	旅	旅	
その他	整備		整	整	整	整		
	不動産					不	不	不
	車両管理			車	車		車	

Michinori Holdings All Rights Reserved

タテ・ヨコのグループ経営とベストプラクティスの横展開

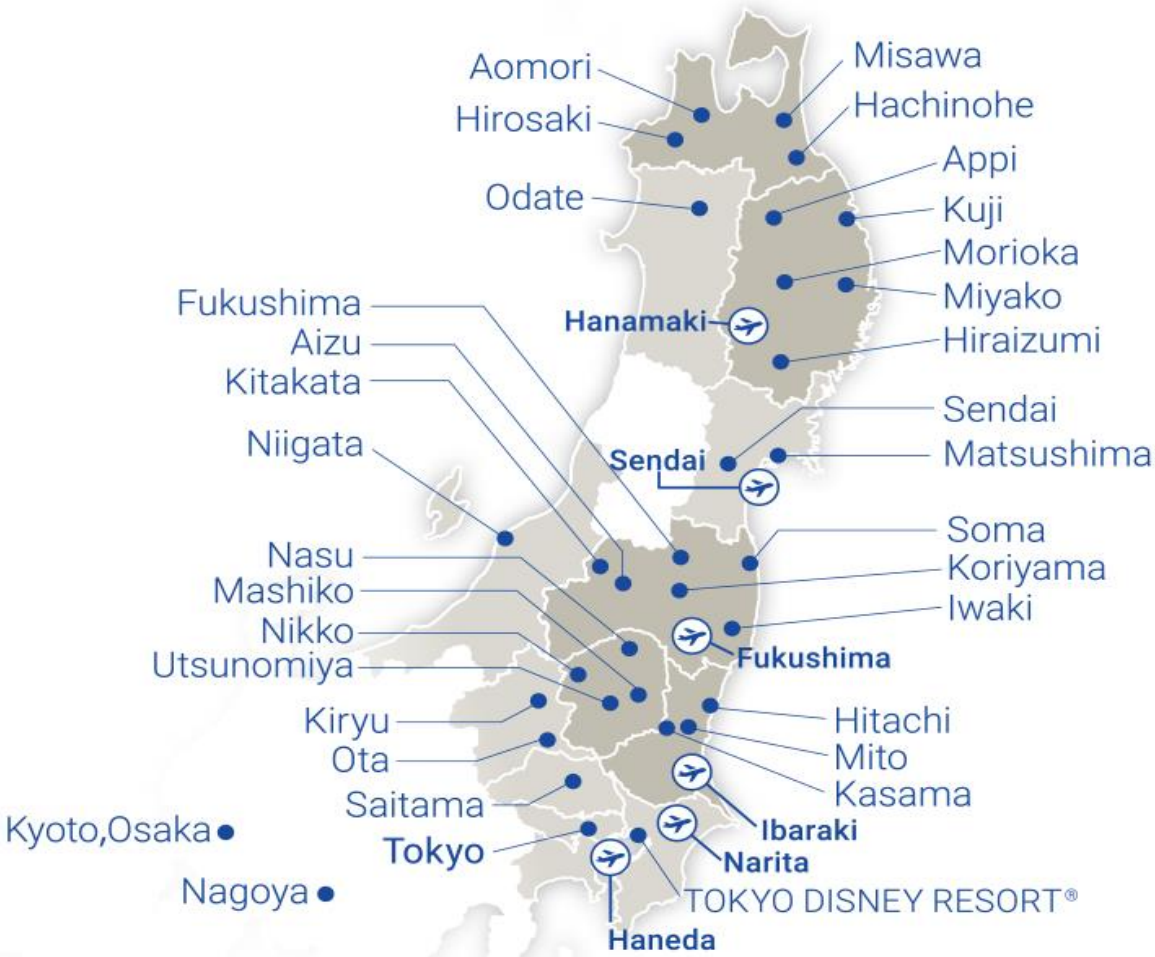
※人数はイメージ

Michinori Holdings All Rights Reserved

みちのりグループの高速バス運行路線

◆ 東日本エリアを中心に58路線を運行し、年間400万人以上のお客さまにご利用頂いています。

◆ 全車両のFree WiFi完備など、快適に愉しくご利用頂く環境づくりに努めています。



高速バス運行路線一覧

• 東北⇔首都圏	8路線
• 東北⇔東北	20路線
• 東北⇔中部・関西	4路線
• 北関東⇔首都圏	7路線
• 北関東⇔東北	1路線
• 北関東⇔中部・関西	3路線
• 東北空港路線	7路線
• 首都圏空港路線	8路線

合計：58路線

Michinori Holdings All Rights Reserved

自己紹介

浅井 康太

株式会社日本総合研究所創発戦略センターにて、環境・エネルギー、自動車分野における新規事業の立ち上げ支援業務に従事。

その後、WILLER ALLIANCEにてグループ全体の新規事業の立ち上げ、およびグループ各社の安全推進業務を担当。

みちのりホールディングス参画後は、自動運転やICTの導入、新規事業開発、WEBマーケティングや、グループの事業価値の向上に資する業務を担当。

Michinori Holdings All Rights Reserved

今日の話題提供のお題

この場に参加する公共交通事業者が、

マーケティングの発想を取り入れて、

公共交通をより良くするための方法を考える、

「きっかけ（≠答え）」となる話題を提供する。

Michinori Holdings All Rights Reserved

みちのりHDのマーケティング事例

Michinori Holdings All Rights Reserved

担当する取組　New Technology！

自動運転

MaaS

スマートバス停

決済・チケッティング
モバイル対応
エネルギー　etc…

バスサービスの高度化

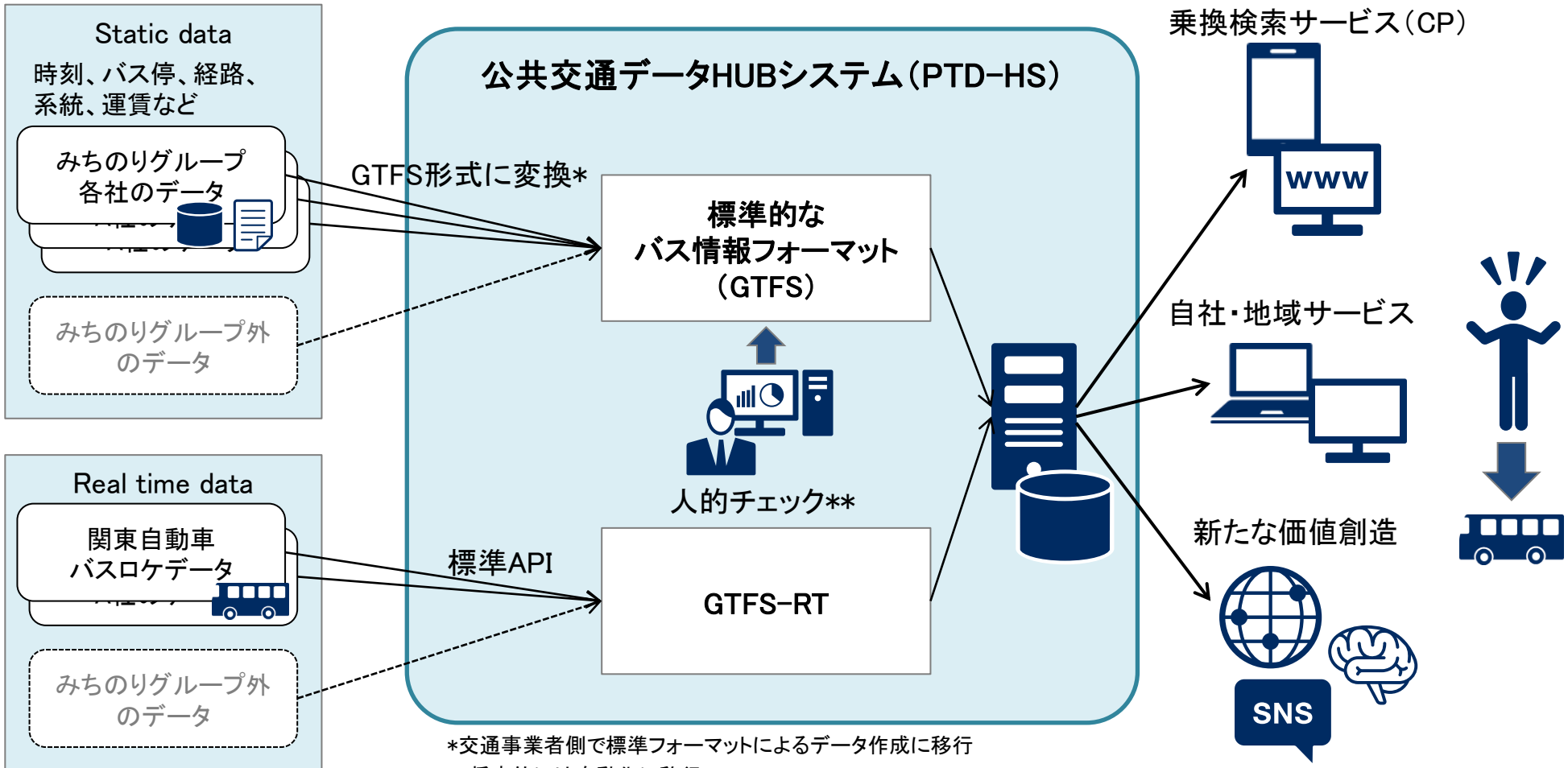
オープンデータ（GTFS）

Michinori Holdings All Rights Reserved

PTD-HSによるオープンデータ対応

◆ ジョルダン提供のPTD-HSに第一弾としてグループ全社対応し、オープンデータ化を完了。

◆ オープンデータとして公開することでサービス向上を図り、利用者増につなげる。



*交通事業者側で標準フォーマットによるデータ作成に移行

**将来的には自動化に移行

Michinori Holdings All Rights Reserved

スマートバス停の導入

◆ 2018年2月より会津バスの1路線2か所で実証実験を開始。設置場所は今後拡大予定。

◆ 2018年11月より運行情報の配信を開始。

実証実験の様子
（鶴ヶ城入口バス停）

スマートバス停の機能

自律的な稼働

- 太陽光発電と蓄電池を組合せ、電力を確保

WEBとの連携強化

- バス停ごとにWEBページを準備、検索性を高め、来訪者の利用を促進

バリアフリーデザイン

- 高齢者でも見やすい文字の大きな時刻表
- 音声対応や多言語案内

運行情報の配信

- 時刻表
- バスロケ情報と連携し、バスの接近情報を表示

お知らせ情報の配信

- 周辺店舗情報などを提供　※広告面として販売
- 悪天候による急な運休や大幅な遅延などをバス停で通知
- 緊急時における近隣の避難場所情報の提供

Michinori Holdings All Rights Reserved

自動運転バスへの取組み

◆ 自動運転バスの社会実装は専用走行空間とラストワンマイルの二軸で捉え、まずはBRTおよびラストワンマイルでの取組みに注力。

歩車分離環境

高規格道路での走行

都市間移動
⇒高速バス／貸切バス

NEDOサイトから引用

BRT

都市内移動

Daimler社サイトから引用

ラストワンマイル

小型モビリティの運行

多様なモビリティの登場

Navya社サイトから引用

Michinori Holdings All Rights Reserved

ひたちBRTの自動運転実証のポイント

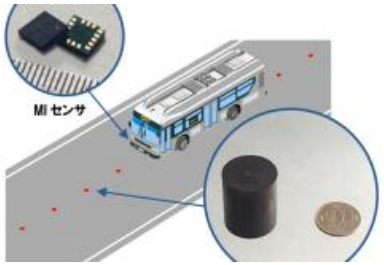
◆ 自動運転バスの試乗体験と自動運転バスのサービスコンセプト体験の二つが実証のポイント。

自動運転バスの試乗体験

改造ポンチョを使った自動運転バス
:先進モビリティ提供

信号協調システム:日本信号提供

埋め込み式ガイド磁石:愛知製鋼提供



歩行者の検知センサー
:コイト電工

遠隔型監視システム
(Dispatcher):SBD提供

自動運転バスのサービスコンセプト体験

自動運転向けのアプリサービス:ジョルダン社提供

スマートバス停(決済体験):凸版社提供

Michinori Holdings All Rights Reserved

観光型MaaSアプリのリリース

◆ 観光客をターゲットに、アプリ一つで周辺地域を周遊できるサービスを提供予定（12月中旬）

ひとつのアプリで旅行の計画立て～予約・決済・発券まで行うことが可能

- ネットの事前購入
- QR決済
- スマホのチケット利用
- 乗換検索／周辺施設検索

乗換検索（交通手段の検索） → 接続交通（バス）の購入 → 周辺施設の検索 → 三次交通（自転車・観光タクシー）の購入 → 体験・アクティビティ・施設チケットの購入

Michinori Holdings All Rights Reserved

なぜマーケティングで新しいテクノロジーに注目するか？

新しい技術を使えば難しかったアイデアも実現できる

（より広く実装するチャンスが生まれる）

技術の進歩そのものがサービス改善を促す

（新たな技術は抜本的なサービス改善を生み出す）

Michinori Holdings All Rights Reserved

マーケティングに技術って必須？

マーケティングって…

ICTを使うこと？GTFSに対応すること？乗換検索に乗せること？

Yes.....but .....

それは本質ではなく、結果の一側面。本質はやっぱり違うのでは？

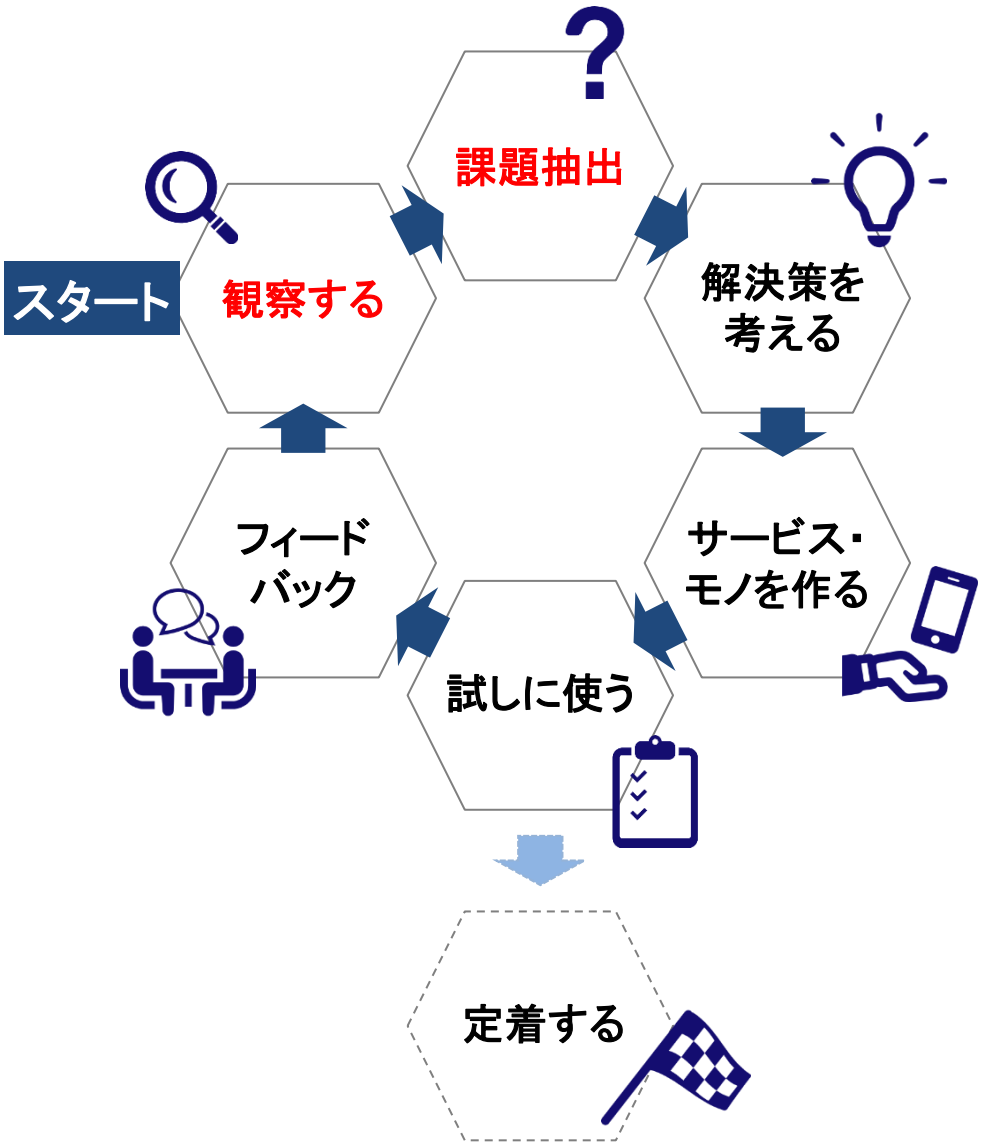
じゃあ何が必要なのか？

マーケティングとしてみなが何をやっているのか知ることよりも

「なぜ、どのように」やっているのかが、最も重要だと思う。

Michinori Holdings All Rights Reserved

Marketing?　＝　人に喜んでもらうための創意工夫



個人の活動で考えると、
難しい言葉を使わなくても単純明快

一番はICTを理解してることよりも、
観察から来る課題の発見
（≒想いを持つ人がやりたいこと）

サービスを作り込むことは重要ではない

Michinori Holdings All Rights Reserved

アイデアがあればなんとかなる （日立市の自動運転実証）

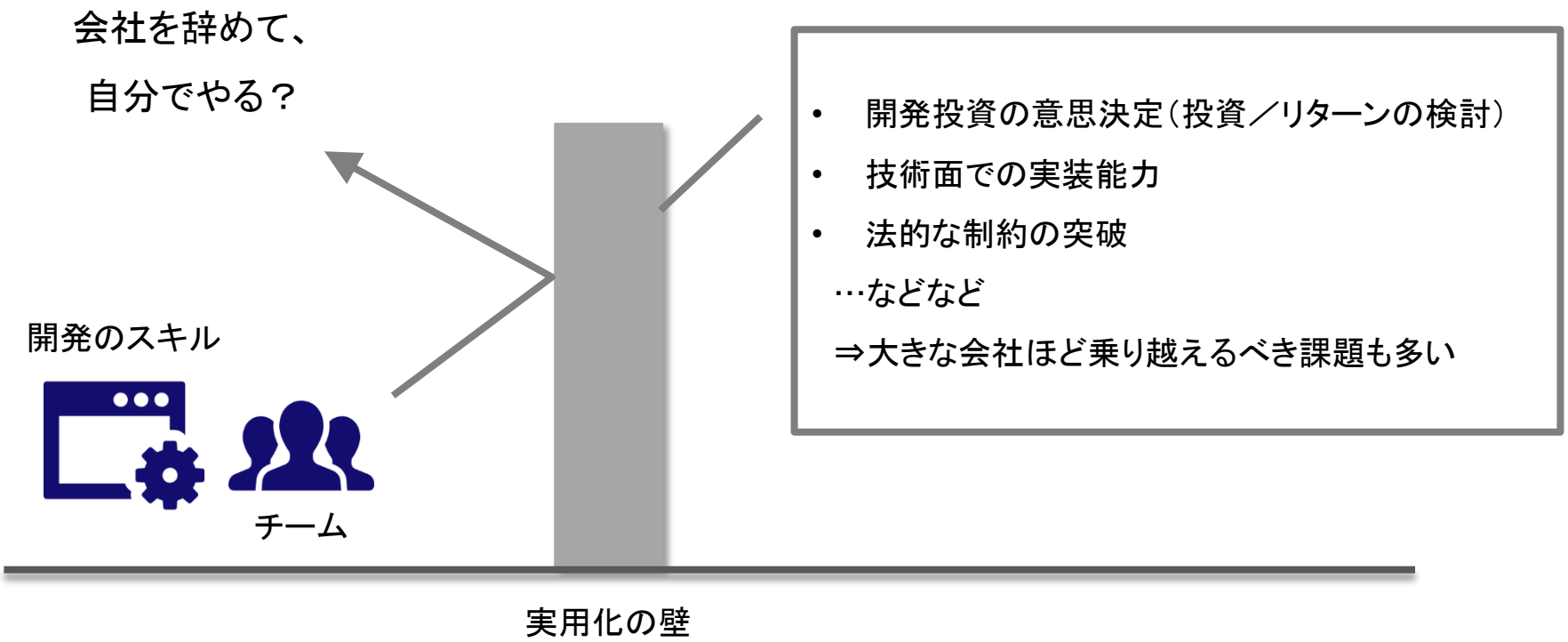
「こんなことが出来たらいいな」をさっさとやってしまう方が大事。

半分人力でいいので、ハリボテを作って、実際に体験してもらう。
その中でフィードバックをもらえれば、前に進むかどうか決められる。

「<u>リーンスタートアップ</u>」な取り組み。

Michinori Holdings All Rights Reserved

だけど新しいアイデアを形にするだけでは変わらない



Michinori Holdings All Rights Reserved

会社と個人は何が違う？

会社として取り組むことは、

「人が代わっても、誰がやっても継続し続ける活動＝マーケティング（企業活動）」

そのためには、
手順の標準化／継続的に収益を生む仕組み（投資／リターンの明確化）…

組織活動に昇華させるためのツール・スキル（＝マーケティングスキル）がないと、熱心な個人の活動や想いが形にできない。

Michinori Holdings All Rights Reserved

検索用にデータをなぜ提供する？　オープンデータの取組

グループ全体の取り組みとして（一過性の取組ではなく）なぜ進めているのか？

Pros（コスト）	Cons（収益）
• 公開サーバの費用負担 • 組織のオペレーション変更コスト • データ過誤によるリスク　…	• 検索による利用者発掘 • 自社サイトの維持費削減 • 利用者属性の把握（リサーチ効果）　…

＜

- 投資計画の作成スキル　（事業計画つくり）
- リーガル面での検討（オープンデータのリスク評価）
- マーケティング施策面での検討　…

⇒将来の高度なバスサービスの実現のためには、データのデジタル化は必須。

Michinori Holdings All Rights Reserved

自分だけでできないものをどの形にする？　スマートバス停

<u>スタートはシンプルなアイデア</u>

「すべてのバス停をネットワークにつなげば、利用者はもっと便利になる」

技術が多岐に渡るので、自社や単独ではできない。

MICHINORI HOLDINGS

アイデアを共有

→

NAVITIME　weathernews　TOPPAN　KDDI

一緒に動くチームを作る
≠　一社に任せない

「オープンイノベーション」で人の力を借りる

Michinori Holdings All Rights Reserved

結局何が問題なのか？

アイデア（＝事例）を知るよりも、組織に定着、大きな活動に育てる術を持たないことが課題ではないか？　⇒何が必要なスキルなのか理解すれば、みなできる。

チームメンバー（≠気の合う仲間）を見つける

同じ分野の人は単なる友達、異なる分野の人に想いを共有、強みを持ち寄るチームアップ。
（マーケティングに必要なスキルは、自分以外が持っている。総務や経理を仲間に入れてる？）

小さくスタート、成功体験を重ねる

お金を投資して大きく張って、一か八かで勝負するのではビジネスではなく博打。
マーケティングは、小さくテスト、検証の繰り返しで成立するもの。

会社（組織）を最大限に使う

組織は大きければ大きいほど、想いだけでは動かない。だが動き出せばそのパワーが大きい。
一人できる変革を大きなうねりにするためには、諦めずにトライ（その武器がマーケティング）

Michinori Holdings All Rights Reserved

Fin

Michinori Holdings All Rights Reserved