

「新モビリティサービス推進事業（MaaS実証事業）」 業務報告書



画像提供：ほの国東三河観光ビューロー

豊橋鉄道株式会社

第一章 本事業の概要

目的、事業概要、スケジュール、実施体

第二章 本事業の実施内容

1 アプリ概要

2 各施策の内容（住民の交流施策/来訪者の周遊施策）

第三章 広報取り組み

第四章 その他実施した内容

第五章 本事業の結果と分析・考察

1. 実施結果

2. アンケート結果と分析

第六章 まとめ

1 事業の効果

2 今後の方向性

事業名：新モビリティサービス推進事業（MaaS実証事業）

<p>目的</p>	<p>複数市町村の連携による周遊、交流の促進及び公共交通における新モビリティサービスの普及や広域連携を促進するため、複数市町村が連携して、地域に根ざしたMaaSプラットフォームを導入する実証実験を行う。</p>
<p>実施地域</p>	<p>東三河地域（豊橋市・豊川市・蒲郡市・新城市・田原市・設楽町・東栄町・豊根村）</p>
<p>実施事業者</p>	<p>豊橋鉄道株式会社</p>
<p>事業方針</p>	<p>東三河地域内の交通・生活・観光情報を繋ぐマイクロMaaSアプリ(WEB版)を構築し、地域住民や来訪者を対象としたスムーズな移動および周遊・交流の促進による地域の活性化を図る。 また、本実証事業にて社会実装に向けたサービスの検証や課題抽出、解決策の検討を行い、次年度以降の社会実装を目指す。</p>
<p>MaaSアプリの開発方針</p>	<p>名古屋鉄道(株)が運営するエリア版MaaSアプリ「CentX」の機能をベースに、機能追加が容易で迅速なカスタマイズが可能となるマイクロMaaSアプリ(WEB版)を構築する。</p>



おでかけ誘発

- ◆ デジタルチケットやクーポンの発行等による **地域住民の交流施策**
- ◆ 観光情報の発信および周遊に最適な交通サービスの実施による **来訪者の周遊促進施策**



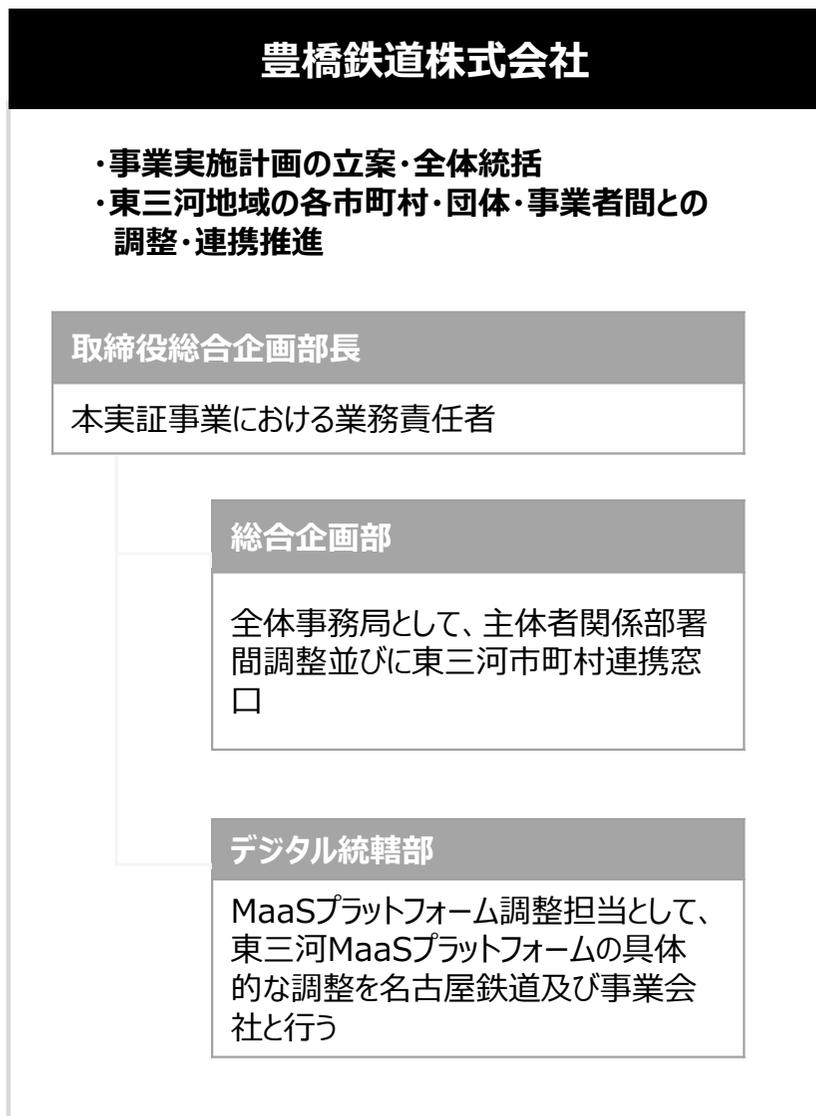
実証スケジュール 期間：令和6年10月15日（火）～令和7年1月31日（金）



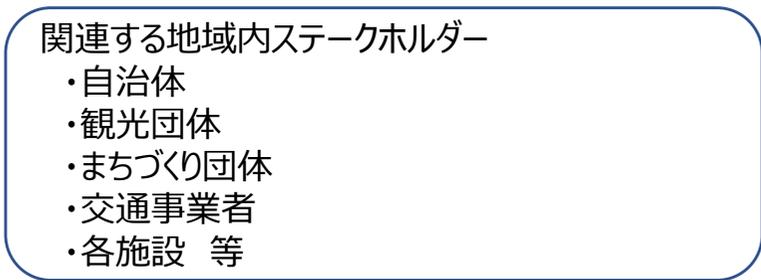
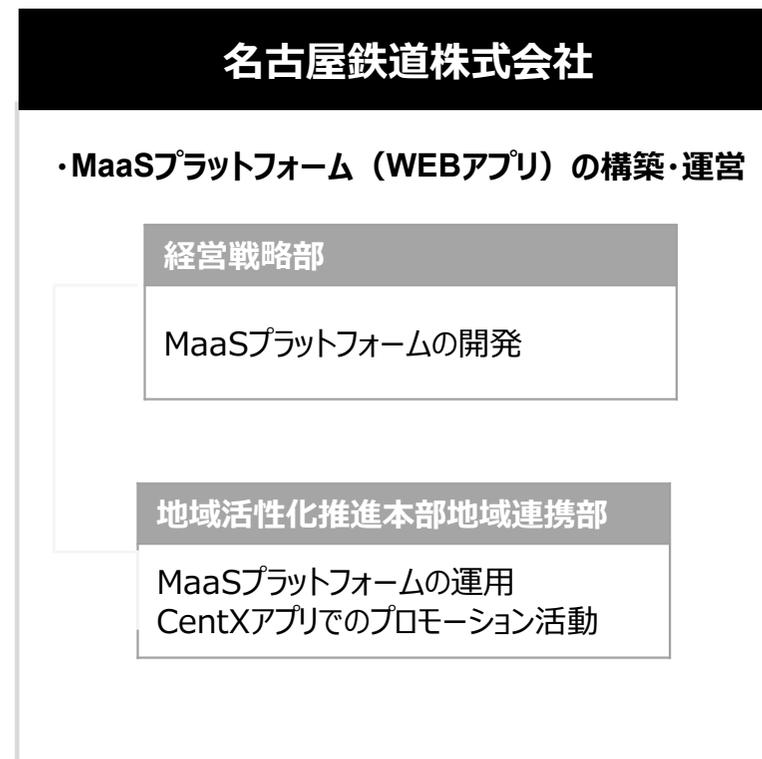
実施体制

■ 事業を実施するための組織体制

【実施事業者】



<再委託事業者>



実施体制

■ 実証実験の実施体制

組織名	東三河MaaS推進連絡会議
目的	行政、交通事業者、経済界など幅広い関係者が協働して、東三河地域におけるMaaSを推進し、地域住民がより便利で快適に移動ができる環境を整えるとともに、豊かな地域特性を活かし、来訪者の周遊促進を図り、地域経済の活性化に繋げる
活動内容	<ul style="list-style-type: none">・東三河MaaSの実証実験の実施及び効果検証に関すること・東三河MaaSの実装に向けた検討に関すること・構成員間の情報共有および連携促進に関すること・その他連絡会議の目的達成に必要な事業に関すること
構成員	愛知県 豊橋市 豊川市 蒲郡市 新城市 田原市 設楽町 東栄町 豊根村 東三河広域経済連合会 一般社団法人ほの国東三河観光ビューロー、 一般社団法人奥三河観光協議会 豊橋鉄道株式会社 名古屋鉄道株式会社 豊鉄バス株式会社
オブザーバー	豊橋技術科学大学

1. アプリ概要

(1) アプリ開発コンセプト

1. 東三河地域における課題認識

人口減少・少子高齢化に対するまちづくり

⇒地域公共交通は必要不可欠な社会インフラ・サービス

2. 公共交通における課題認識

東三河地域が広域で一体となって目的地（おでかけ情報）と公共交通情報を利用者に提供できていない事により、「そこにいけるかどうか」が「正しく伝わらない」、「わからない」ことで、目的地へ行くきっかけが失われている事

- ・地理情報 目的地やバス停の地理がわからないと不安
- ・断片的な情報 目的情報（観光情報・生活情報）、交通情報（事業者・路線・市域内単位） 連携

3. 課題解決に向けたコンセプト

断片的な情報の集約により、移動のハードルを下げる。

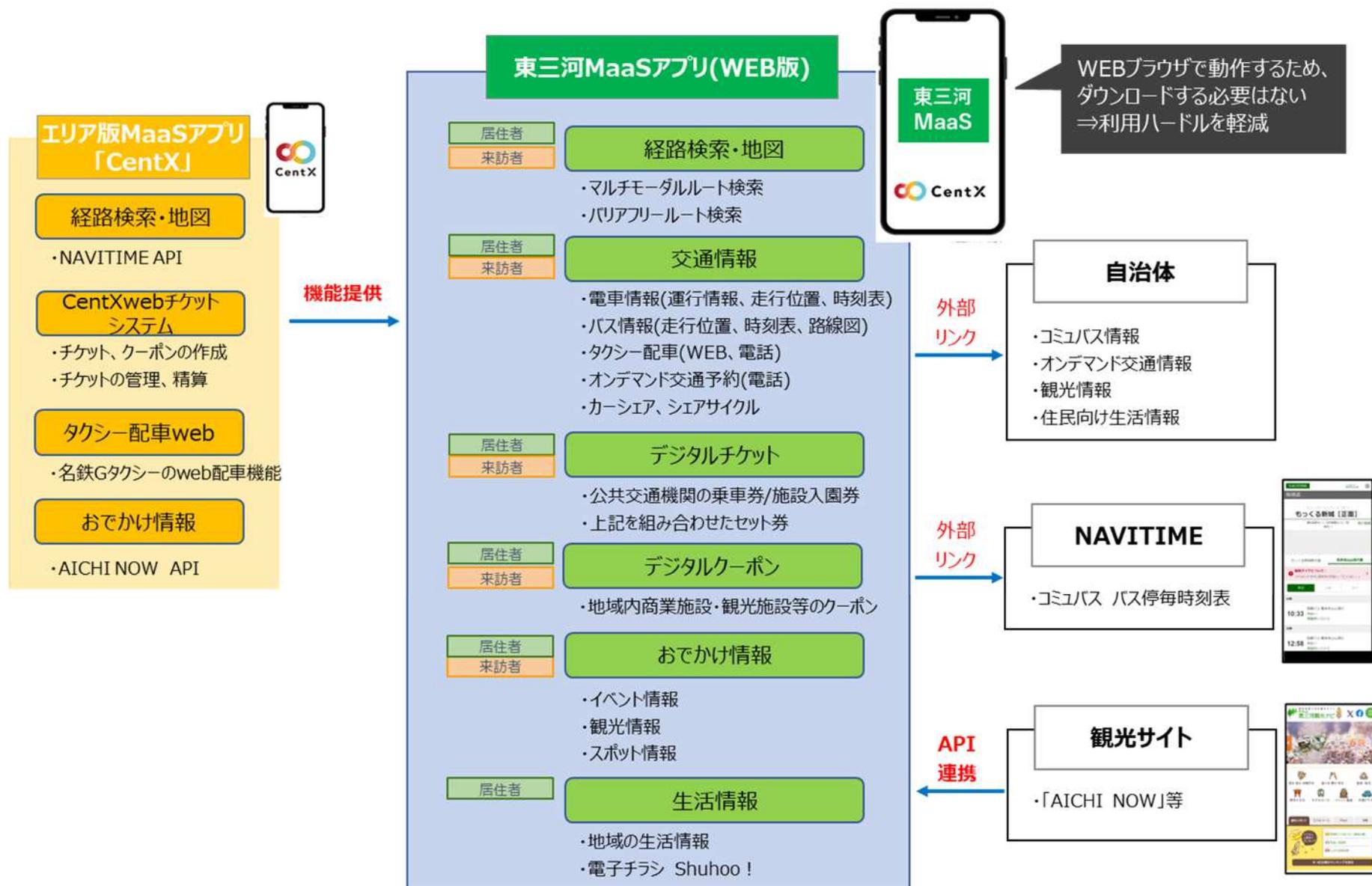
MaaSプラットフォームを活用し、東三河地域内【広域】を移動しようとする誰も（地域住民・国内外の来訪者）が使いやすいシステム（WEBアプリ）を構築・普及させることにより、**スムーズな移動と周遊・交流促進を図り**、地域活性化に寄与する。

【3つの将来像】

- ①誰もが安心して快適に移動できる地域
- ②持続可能な移動手段が確保・充実した地域
- ③観光交流を促進する交通ネットワークのある地域（観光情報と公共交通情報の紐づけによる発信）

1. アプリ概要

(2) サービス内容



1. アプリ概要

(2) サービス内容

① ルート検索

徒歩、鉄道、バス（コミュニティバスを含む）、タクシー、シェアサイクルといったさまざまな移動手段を組み合わせ、複数の移動ルートを提供（一部サービスは、検索画面から予約・決済が可能）



1. アプリ概要

(2) サービス内容

②乗車券・割引券…期間中12券種を販売

いこまい豊橋
1日電車・バスフリー
乗車券



市内線・渥美線
1日フリー乗車券



画像は市内線

伊良湖フリーきっぷ
(1DAY・2DAY)



豊橋・鳥羽
割引きっぷ



田原からおでかけ
おとな・子どもきっぷ



・今回の実証に際し新たに造成したチケット

	豊川市 1日フリー乗車券	Sバス・田口新城線 1日乗車券	田原おでかけきっぷ
1 適用区間	豊川市コミュニティバス全線 豊鉄バス 新豊線・豊川線（豊川市内）	新城市コミュニティバス全線 豊鉄バス 田口新城線（新城市内）	渥美線 +田原市博物館観覧券
2 有効日		利用開始した日当日のみ	
3 発売金額	大人500円 小児250円	大人500円（小児なし）	大人1,660円 小児840円
4 使用方法		有効画面表示	
5 その他	既存券種（紙券）	新規券種 別途紙券も10/1より実施	田原城御城印付

1. アプリ概要

(2) サービス内容

① 乗車券・割引券



◆ 利用手順

<購入枚数入力>



<支払情報入力>



<購入完了>



<利用開始>



<チケット表示>

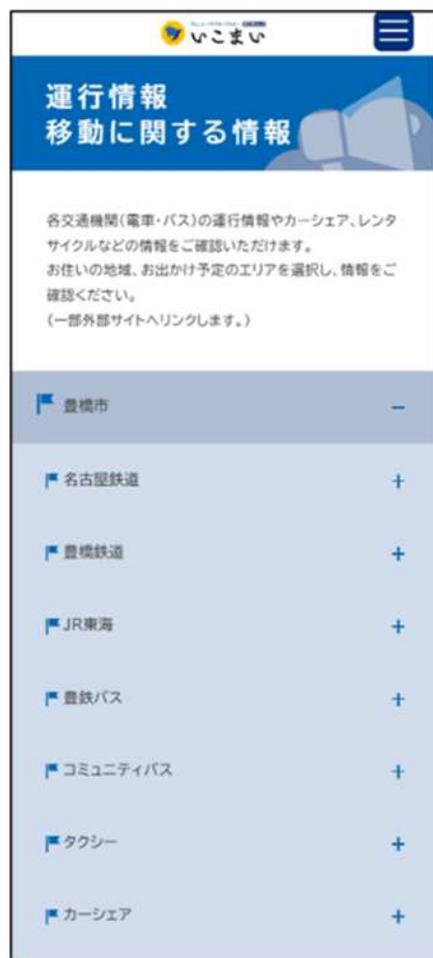


<認証>



1. アプリ概要

(2) サービス内容

③地域の情報提供 **運行情報・移動に関する情報**

豊橋鉄道

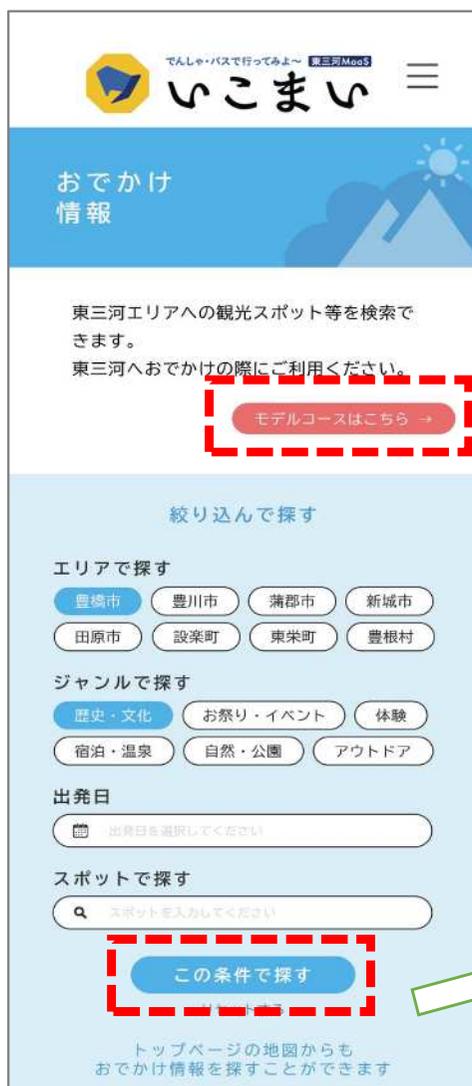


名古屋鉄道

1. アプリ概要

(2) サービス内容

③ 地域の情報提供 おでかけ情報・モデルコース



◆情報元

- ・AICHI NOW（愛知県公式観光ガイド）
- ・各市町村（観光セクション他）からの情報提供

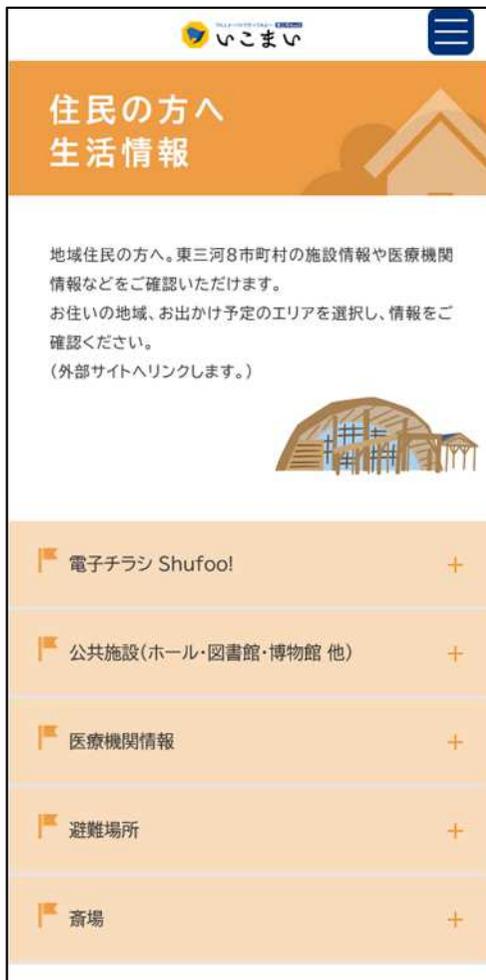


検索にヒットする情報が一覧される

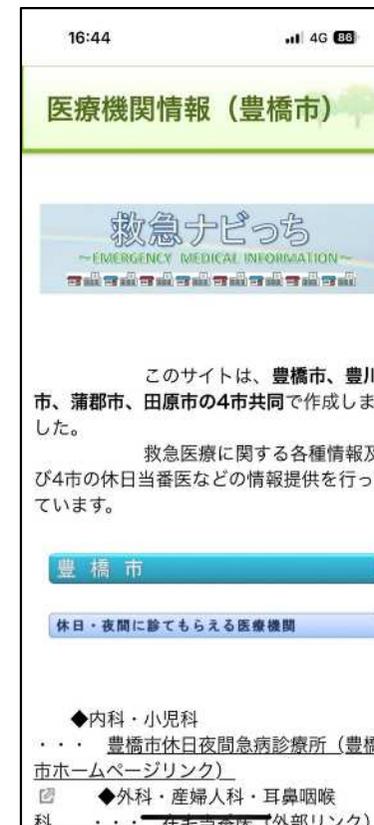
1. アプリ概要

(2) サービス内容

③ 地域の情報提供 **生活情報**



例：豊橋市 公共施設カテゴリ



例：豊橋市 医療機関 (救急ナビっち)

2. 各施策の内容

(1) 住民の交流施策

デジタルチケット・割引券（クーポン）実績枚数

	乗車券名	実績枚数（R6.10/15～R7.1.31）	
		大人	小人
鉄 道	市内線1日フリー乗車券	17	0
	渥美線1日フリー乗車券	0	0
	田原からおでかけ おとな・子どもペアきっぷ（往復乗車券）	0	0
	渥美半島サイクルきっぷ	0	0
	田原おでかけきっぷ	0	0
	バス	豊鉄バス1日フリー乗車券	1
	【新規】豊川市1日フリー乗車券	7	0
	【新規】Sバス・田口新城線1日乗車券	6	0
鉄 道 そ の 他 バ ス	いこまい豊橋 電車・バス1日フリー乗車券	30	11
	伊良湖1DAYフリー乗車券	0	0
	伊良湖2DAYフリー乗車券	0	0
	豊橋・鳥羽割引きっぷ	0	0
	合計	61	11
割 引 券 （ ク ー ポ ン ）	道の駅 めつくんハウス 野菜ドレッシング 10%引		6
	道の駅 赤羽根ロコステーション 鉢花10%引		1
	道の駅 伊良湖クリスタルポルト ミルクまんじゅう 10%引		5
	蒲郡化学館 観覧料割引		3
	caféのつきい ドリンク100円引		1
	合計		16

2. 各施策の内容

(2) 来訪者の周遊施策

豊鉄100周年記念 市内線 Chill out デジタルスタンプラリー

周遊施策および豊橋鉄道創立100周年事業の一環として、地元情報誌「はなまる」掲載の添付と連携しデジタルスタンプラリーを実施。



参加方法



実施期間	令和6年11月1日(金)～令和7年1月31日(金)
参加実績	67名 ※うち東三河在住：約5割、その他地域(名古屋、岐阜、静岡等)：約5割
参加店舗	市内線沿線12店舗
分析と考察	<p>効果</p> <p>豊橋を訪れるきっかけ、市内線乗車のきっかけになったという参加者の声があり、周遊のきっかけ作りに効果</p> <p>今回の課題</p> <p>東三河MaaS「いこまい」と直接連携が難しく、案内が複雑化、参加者のハードルを高めてしまった</p> <p>今後</p> <p>システム連携した企画の検討、地域プレーヤーと連携によるより効果的な取り組みを目指す</p>

2. 各施策の内容

(2) 来訪者の周遊施策

公共交通RUN とよはしロゲイニング (連携実施)

豊橋市地域公共交通活性化推進協議会と連携し、公共交通を使ったフォトロゲイニングイベントを開催。参加者は「いこまい豊橋 電車・バス1日乗車券」を購入し、東三河MaaS「いこまい」を活用して市内のスポットを巡った。



いこまいにロゲイニングスポットを表示



実施期間	令和6年11月17日(日)
参加実績	33名
分析と考察	<p>成果</p> <p>事前周知が奏功し、定員より多くの参加があり、東三河MaaS「いこまい」から乗車券を購入 ※当日売上実績: 大人20枚、小児11枚、計31枚</p> <p>今回の課題</p> <p>東三河MaaS「いこまい」に関して「使い方がわからない」「Webアプリのため動作が重い」といった参加者から意見が寄せられた。使い勝手の向上は更なる普及に向けて課題</p> <p>今後</p> <p>「仕様によっては使いやすいものになると思うので頑張ってもらいたい」といった期待の声を受け止め、UI/UXの改善、動作の軽量化、機能の充実などを検討し、東三河MaaS「いこまい」の改善に努める</p>

アプリの認知向上及び利用促進を目的に、PRポスター4,200枚、チラシ（リーフレット）10,000枚を作成し、CentXアプリの活用や、WEB・SNS発信などを行い、幅広い層の認知拡大、利用促進を図った。



B1.B2ポスター



B3ポスター



A4 (チラシ) リーフレット



<新豊橋駅 コンコース>



<渥美線車両内>



<豊橋駅ビル カルミア>

交通広告や、愛知県、東三河 8 市町村の協力結果、本事業の認知拡大につながった

PR手法	PR先
<p>ポスター掲出/ A4リーフレット設置</p>	<p>交通広告…各種ポスター展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・豊鉄渥美線16駅、市内線14停留場 ・豊鉄渥美線30両（10編成）、市内線16両 ・豊鉄バス車両数：102両 ・名鉄駅数：約100駅 ・名鉄電車車両数：1,064両（期間限定） <p>イベント催事での告知…A4リーフレットの配布</p> <ul style="list-style-type: none"> ・11/23 電車沿線ハイキング（名鉄） ・11/30 豊鉄G感謝祭 ・01/25 さわやかウォーキング（JR）
<p>HPの掲載/ SNSへの投稿</p>	<p>豊鉄HP(トップページ…2.7万PV/月) バナー設置 豊鉄Instagram (2,600フォロワー) での発信</p>
<p>東三河MaaS連絡会によるPR (愛知県・東三河 8 市町村、構成員によるPR)</p>	<p>各種ポスター・リーフレット展開 自治体HP・SNSへの掲載・発信 観光協会HPへの掲載 自治体の広報誌への掲載</p>
<p>CentXアプリを 活用したPR</p>	<p>アプリ内メッセージの配信 おでかけ情報でのリンク掲載 経路検索結果から 東三河MaaS「いこまい」への誘導</p>
<p>他のMaaSとの連携</p>	<p>  </p>



<A4リーフレット>



<新豊橋駅 構内>



<豊鉄HP>



<Instagramでの発信>



<CentXアプリからの誘導>



地域情報誌や、ほの国東三河観光ビューロー発行の季節誌、渥美半島菜の花まつりとも連携し周知や活用の紹介を行った。



地域情報誌「はなまる 11月号」への広告掲載（約10万部）

ほの国東三河観光ビューロー発行
四季彩観光通信「ほの国東三河めぐり」への掲載
（12月1日発行 約4,000部）



菜の花まつりに併せ、
MaaS内へモデルコースを掲載



渥美半島菜の花まつり2025案内パンフレットへの掲載
（12月初旬発行 約40,000部）

1. 本事業運営に関する内容

愛知県 ITS 推進協議会 「MaaS推進会議」への参加

第14回 令和6年11月7日(木)

第15回 令和7年3月 (予定)

東三河MaaS 推進連絡会議の実施 令和6年12月20日(金)

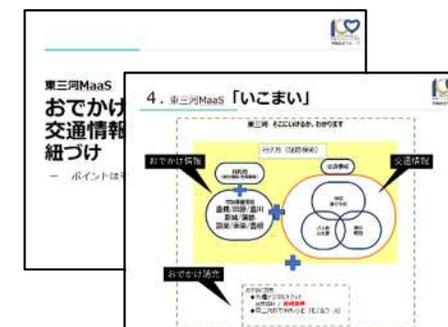


2. 受託者（豊橋鉄道）による講演・ディスカッション（意見交換）を通じたPRや活動

「東三河産学官交流サロン」における講演 令和6年11月19日(火)

「東三河広域経済連合会」全体会議における講演 令和6年11月29日(金)

「豊橋まちなか未来会議 第2回イベント連絡会議」 令和7年1月16日(木)



3. 使いやすい機能とするための取り組み

課題管理表を作成し、プラットフォームシステムの機能改修や不具合を名古屋鉄道（再委託事業者）とも共有し、都度システムの改善を実施。（以下は主な改修）

【デザイン・表示の調整】

地図のピン画像が重なった際にピンをまとめて表示

【機能追加・変更】

地図のカテゴリボタンの位置を利用者で設定

【情報取得・表示の調整】

お知らせ欄へ特定の期間内のイベント情報を「AichiNow」から自動取得し表示



1. アクセス数



表示回数 (ページタイトルとス...)

ページ タイトルとス...	表示回数
東三河MaaS いこまい	8.2万
経路検索結果 東三...	2,692
経路詳細 東三河Ma...	1,263
運行情報 東三河Ma...	723
生活情報 東三河Ma...	588
Error 東三河MaaS ...	229
経路詳細ルート 東...	168

ページとスクリーンを表示 →

イベント数 (イベント名)

イベント名	イベント数
page_view	8.7万
scroll	2.1万
user_engagement	2万
session_start	1.4万
first_visit	8,713
form_start	3,920
form_submit	3,909

イベントを表示 →

【気づき・課題】

- ・イベント時や紙面掲載時に一時的にアクセス数が増加している。
- ・アクティブユーザー※1と新規ユーザー※2の差が小さく継続的な利用に繋がっていない。
- ・平均滞在時間※3が短く、ユーザーが必要な情報にすぐにアクセスできていない可能性がある。
- ・トップページを除けば、経路検索・運行情報の閲覧数が多く、ユーザーの公共交通に係る情報取得ニーズが高い
- ・生活情報の閲覧数は一定数あり、ユーザーが交通情報だけでなく地域情報も求めていると考えられる。

※1：一定期間内にWebサイトにアクセスしたユーザー数
 ※2：Webサイトに初めてアクセスしたユーザー数
 ※3：Webサイトを使用している平均時間

2. アンケート結果と分析

(1) アンケート概要

対象：本アプリへ訪れた人
 目的：アプリの認知度、アプリの使い勝手、今後の利用意向、求める機能・サービスの集約
 期間：令和6年11月29日～令和7年1月31日
 設問数：22問
 回答数：140件
 回答方法：GoogleFormsを利用
 選択式（一部 記述回答あり）

(2) アンケートの告知について

【HPからの募集】

- ・当サービストップ画面へポップアップバナー設置
- ・当社HPへポップアップバナー設置
- ・各自治体HPへ掲載

【イベントを通じた募集】

- ・令和6年11月30日
豊鉄G感謝祭 約800枚
- ・令和7年 1月25日
さわやかウォーキング三河田原駅コース(JR) 約500枚



(3) アンケート分析

① 回答者の属性

■ 性別・年代

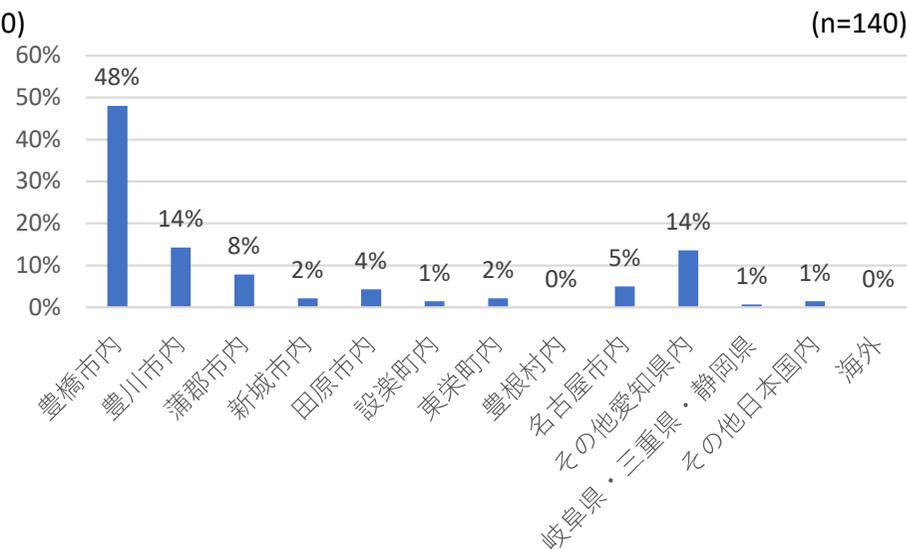
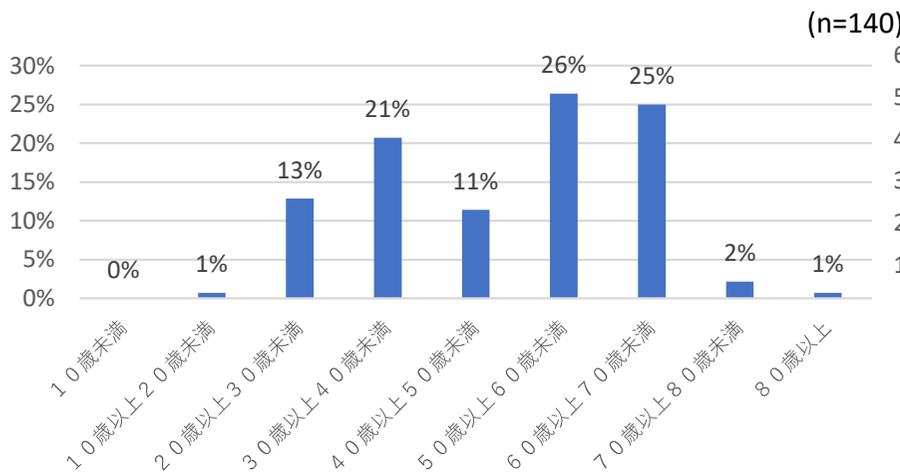
- ・男性の回答が66%と、女性の32%を大きく上回り、男性の利用が多い傾向が見られた
- ・年代は、30代～60代が中心で、特に50代と60代の利用が目立った
- ・10代、20代の利用は少なく**若年層へのアプローチが今後の課題**

■ 職業

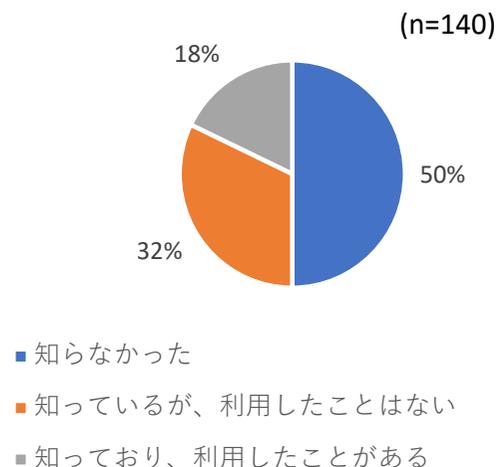
- ・会社員が約半数を占め、次いで公務員が多いという結果になった
- ・専業主婦・夫層の利用も一定数見られ、**日常生活における利用についても期待がある**と考える

■ 居住地

- ・豊橋市が大半。豊川市、蒲郡市からの利用者もいるが、その他の地域からの利用は少ない
- ・**奥三河（町村部）からの利用促進**が今後の課題



②「いこまい」の認知度 (設問内容：「いこまい」を知っていましたか？)



- ・「知っており、利用したことがある」と回答した人は18%
- ・半数の人が「知らなかった」と回答
- ・**認知度向上に向けた取り組み、利用意欲を高めるための施策が必要**
- ・ホームページ、Webサイトでの情報発信が最も効果的に認知に繋がった
- ・ポスター、チラシなどの紙媒体も一定の効果がある

③アプリ自体の評価 (回答対象：25名)

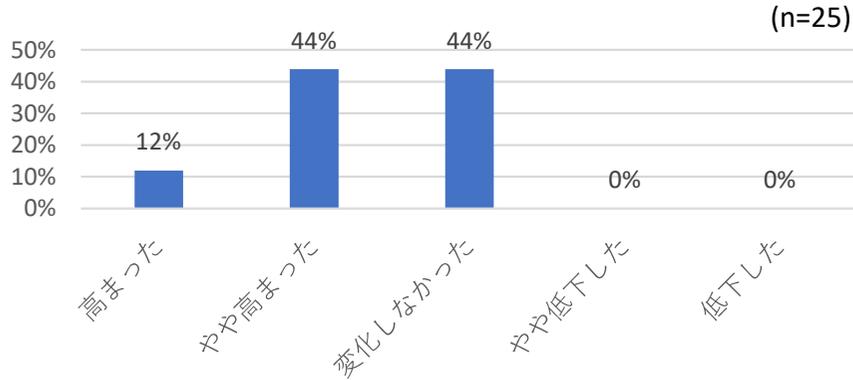
良い点

- ・Webで完結、スマホ対応、情報集約など、手軽にアクセスできる
- ・経路検索、地域の情報が地図上で確認できる
- ・地域に密着した情報が得られる など

改善点

- ・リアルタイムな情報提供
- ・地図表示や文字サイズなどUIに関する意見が多い
- ・その他、マイ駅、マイバス停登録機能など新たな機能を求める声もあった など

④アプリの利用による外出意欲



- アプリの利用によって外出意欲が高まった人が半数以上いる
- 「変化しなかった」という人も44%と一定数いる
- **効果的な利用方法を知ってもらうためのアプローチ強化が必要**

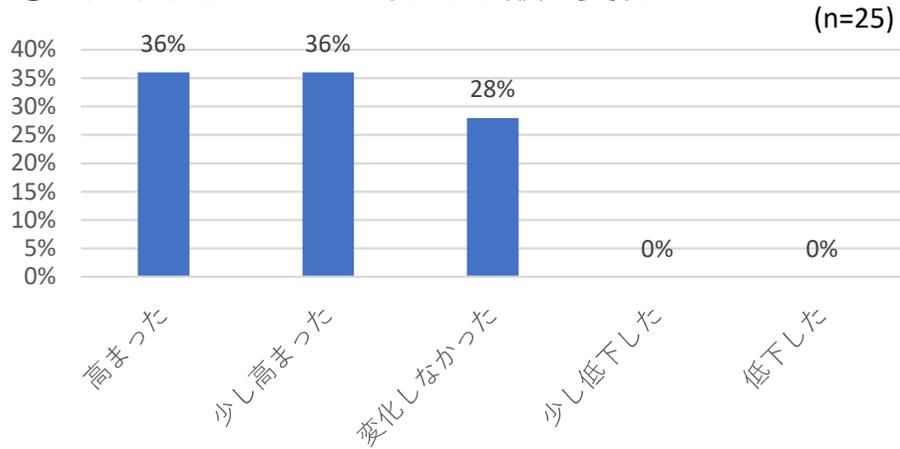
⑤アプリの利用による外出回数の変化

- 外出回数が増加したと回答した人はアプリ利用者の32%であった
- 増加したと回答した人の平均増加数は2.4回、平均増加率は46.4%であった
- **本アプリが新たな外出機会を創出している可能性を示唆**していると推察

(回答対象：7名)

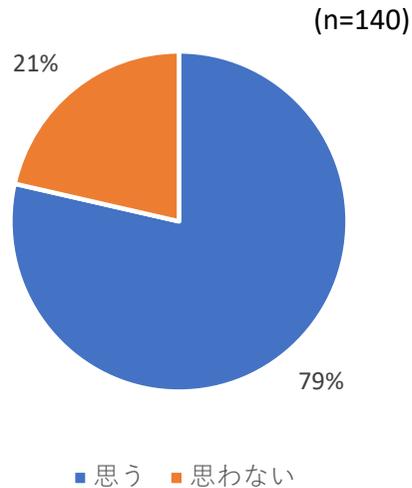
利用前 (回)	利用後 (回)	増加量 (回)	変化率 (%)
1	3	2	200
6	7	1	16.7
25	31	6	24
4	6	2	50
6	8	2	33.3
20	25	5	25
3	4	1	33.3

⑥公共交通サービスの利用意欲の変化



- ・「高まった」「少し高まった」と回答した人を合わせると72%と高い
- ・公共交通の利用意欲を高める効果があると考え

⑦今後の利用意向



今後使いたいと思うと回答した人は79%、思わないと回答した人は21%

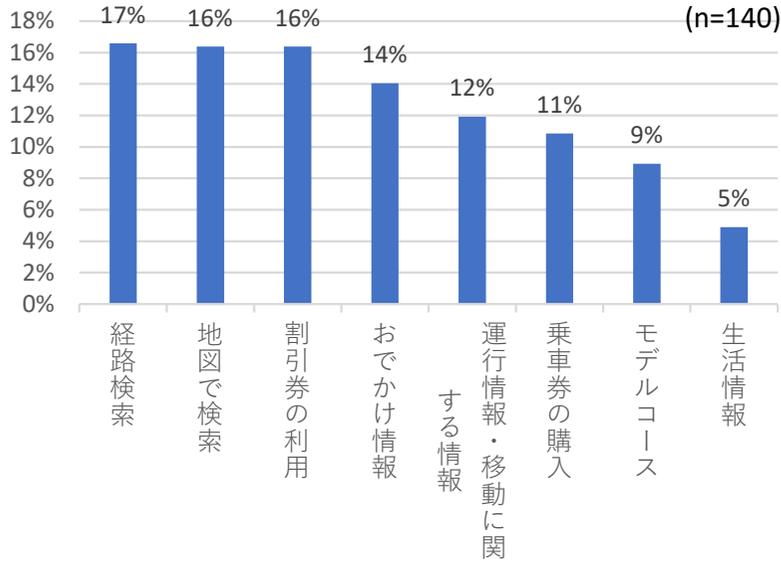
使いたいと思う理由

- ・経路検索が容易、時刻表や運行情報の確認が便利
- ・東三河地域に密着した情報が集約されている
- ・地域イベントや施設と連携したお得な情報に期待する など

使いたいと思わない理由

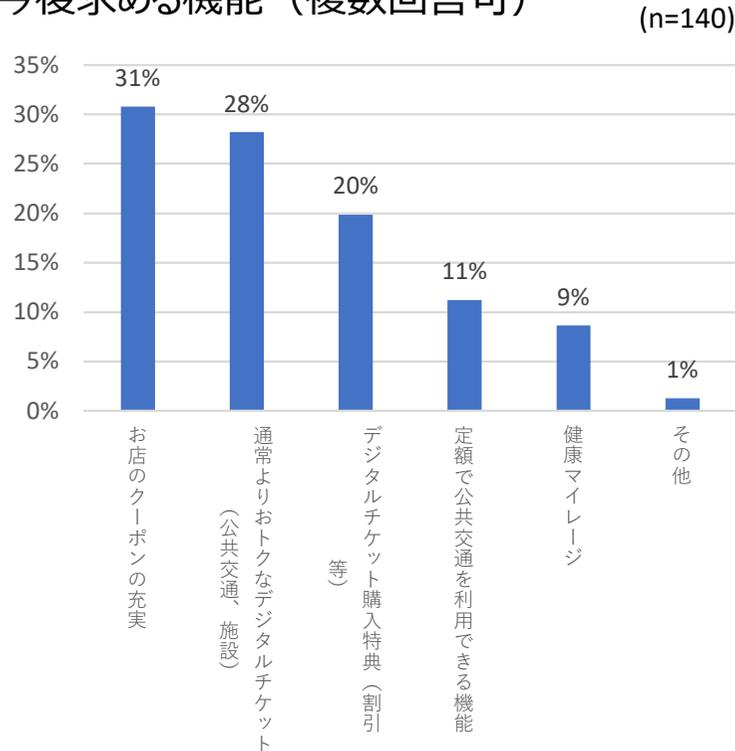
- ・決まった場所へ行くため検索する機会がない
- ・東三河地域へ来る機会が少ない
- ・他のアプリのほうが優れている
- ・始まったばかりのため様子を見たい など

⑧ 今後も使いたい、使ってみたいと思う機能（複数回答可）



- ・「移動手段の検索/確保」「お得なお情報を得ることを目的とした利用
- ・主要機能を補完するものとして「**モデルコース**」「**生活情報**」といった機能を充実させることで利便性向上につなげたい

⑨ 今後求める機能（複数回答可）



- ・「おトク感」「利便性」といった点を重視している傾向がある
- ・**経済的なメリットを求める意見が多い**
- ・健康を意識したサービスへの関心もある

1 事業の効果

(1)東三河MaaS「いこまい」の効果（アプリ自体の結果より）

- ①アプリ利用による公共交通利用促進、公共交通への関心について
- ・東三河広域での移動、生活情報がひとつのアプリにまとめられ、手早く移動に関する求める情報の取得が可能に！
 - ・今後、地域全体で直接の公共交通利用の促進につなげるかが課題

②住民の交流施策、来訪者周遊施策による公共交通利用促進

- ・各施策ともに、一定の利用があり利用促進に寄与
乗車券（デジタルチケット）

Sバス・田口新城線 1日乗車券の新規作成を行い期間中6枚、豊川市 1日フリー乗車券は7枚の利用があった。

割引券（クーポン）

各市町に呼びかけ 5 券種を作成し実施。そのほかにもイオンモール豊川との連携や、地元情報誌「はなまる」掲載店舗の連携したクーポン化を進めていたが、期間内に実施できなかったため今後の継続運用の中で実現へ向け協議を進めたい。

来訪者周遊施策（スタンプラリー・フォトロゲイニング）

デジタルスタンプラリーは、67名の方に周遊頂いた。今回はMaaSと紐づけて実施したこと、参加を促す魅力的なストーリー・スタンプポイントとするため地元情報誌と連携し、市内線沿線の複数のおしゃれなカフェと提携するなど、その後の利用を見越した企画として実施することができた。

また、毎年ハイキングを実施していた豊橋市と連携したフォトロゲイニングでは、マンネリ化の解消のため、フォトロゲイニングという新たなスキームにチャレンジしたこと、そのロゲイニングポイントをまわるのに東三河MaaS「いこまい」を活用したことで、来年にもつながる地域の新たなイベントができたとともに、参加者の周遊時のツールとしてMaaSに触れていただく機会となった。

(2)本事業を東三河広域で実施したことによる効果（本事業の地域に及ぼした効果）

- ・東三河8市町村エリアを対象に利用者（地域住民・来訪者）の方に、移動・観光・生活情報がまとめて届けられた。

2 今後の方向性

課題1 複数市町村の連携について

【得られた課題と、それに対する学び・提案①】

複数市町村（広域）で取り組むことの大切さ

本事業の目的は、MaaSの定義でもある、シームレスな移動による地域活性化を目指すものである。利用者の目的地は単一路線で完結するとは限らず、また移動が複数の市町村にまたがることも考えられ、公共交通の利用者にとって市域は関係ない。

本事業は、愛知県・東三河8市町村が同一の目的のもと「東三河MaaS推進連絡会議」を組織し、東三河MaaS「いこまい」を地域全体で実装できた点で非常に意義がある。利用者が使いやすい案内サービスを展開していくため、引き続き、連携体制を築き、構成員の意見をくみ上げつつ、柔軟な対応ができる運営を行っていく必要がある。

【得られた課題と、それに対する学び・提案②】

東三河山間部における公共交通利用促進

東三河地域の公共交通における課題として、交通情報とおでかけ情報（観光情報・生活情報）が紐づけられていないことにより、目的地へいきつけが失われていることが挙げられる。とりわけ山間地域においては、自分の行きたい場所へ公共交通で行けることを知らない事例が多い状況にある。

また、公共交通網が限定されていることもあり、目的地まで複数路線を乗り継ぐ必要がある・土日で違うダイヤであるなど、利用にあたり、ある程度理解が必要とされる。こうした状況を踏まえ、山間地域では、公共交通の情報と、それと紐づける生活情報への対応が、公共交通の利用を促進していく上でも有効である。

地域住民に対する公共交通利用への呼びかけの継続が大切であるが、今回のMaaSプラットフォームの紹介・使い方を合わせて周知し、公共交通の存在、活用の仕方を知ってもらうきっかけをつくっていく。

2 今後の方向性

課題2 アプリ機能 —誰でも使いやすく—

【得られた課題と、それに対する学び・提案③】

ユーザーの区分けによる使いやすさの追求

本事業アンケート結果から、8割近い回答が「また使いたい」と答えている一方で、利用結果からはリピーターの獲得が課題となっている。また、1月に行った、豊橋まちなか未来会議でのディスカッションでは、主旨は理解できるが、機能としてターゲットが広いのではないかという意見があった。このような傾向、意見より、**利用者が、自分の行動パターンに対し、どの機能を活用すればよいかかわらず、結果的に目的解決のツールとして、利用に至っていないのではないかと考えている。**

事業では、地域住民、来訪者（域外）と分け、その中でも、公共交通での行き方がわからない人、自由に移動できない（車を利用しない）人、普段は車を利用している人に整理し、それぞれのゾーンで活用できるプラットフォームを目指してきたが、実際には、各ゾーンの利用者によって、時刻表が見たい、観光情報が見たいなどニーズが異なるため、それぞれの知りたい情報にすばやくアクセスするのが難しく、その結果上記課題が表面化したと考える。

課題解決のためには、**情報を利用者の特性に合わせ、効率よくマッチングさせる導線をアプリ内で整理する必要がある。**ターゲットを数パターンに分け、トップ画面でターゲットごとに切り替える（必要な機能だけ出てくる）など改修・ブラッシュアップできないか検討していく。

ターゲットに応じた機能のイメージ

No.	範囲	特徴	主な使いたい機能
1	地域内	地域住民 普段使い	在線表示、生活情報 など
2	地域内	地域住民 たまに使う	経路検索、イベント情報、生活情報など
3	地域外	来訪者	経路検索、観光情報 など

2 今後の方向性

課題2 アプリ機能 —誰でも使いやすく—

【得られた課題と、それに対する学び・提案④】

魅力的な付加価値の大切さ（デジタルチケット・クーポン）

本事業ではアプリ機能のほかに、「住民交流施策」「来訪者周遊施策」を実施した。目的地への移動に対し、ツールを活用し、利用者に訴求することは大切だが、プラスして「公共交通に乗ってお出かけするプラスアルファの楽しみ」は欠かせず、お得なデジタルチケットや、おでかけと相乗効果を得られるクーポンの充実はとても重要である。

本事業を通じ、クーポン造成（開拓）には、時間と労力がかかることが分かった。東三河8市町村と連携しながら、**いかに効率的にパートナーを拡大していくかが継続課題**となる。

課題3 アプリ運営について

【得られた課題と、それに対する学び・提案⑤】

情報鮮度の維持、継続したブラッシュアップ

本事業を通じ、**情報の鮮度を上げる**ことに難しさを感じた。本プラットフォームでは、おでかけ情報、特に観光情報の取得は「AichiNow」との紐づけ（API）により、情報が自動で取得できるようにした。また、お買いもの情報（生活情報）として「Shufoo!」とのリンクなども実施したが、現体制では、それ以外の情報は、自ら上げる必要があり、エリア全体の情報を適切に更新・アップが出来ていたかについて課題が残る。

特に、地域が上げたい情報があっても、時間に余裕がなく、利用者が一番知りたい時期を逸してしまうリスクが高い。そのため、**地域から直接、情報を上げるスキーム**とその機能の追加が必要である。MaaSプラットフォーム運営には、情報鮮度の維持や継続したブラッシュアップが求められる。限られた予算の中で、より良いプラットフォームへ育てるためどのように運営していくか、それら議論する場・体制を整備する必要がある。