

マルチモーダルサービス導入実証事業 報告書（要約版）

2022年3月

愛知県

目次

1. 本事業の概要	
1-1. 仕様書記載内容	P3
1-2. 実証スケジュール	P4
1-3. 実施体制	P5
2. 本事業の課題と施策結果・分析	
2-1. 本事業における課題	P6
2-2. アプリ全体総括	P7-9
2-3. KPI設定	P10
2-4. KPI結果分析	P11-15
2-5. 課題解決に向けた取り組み	P16-37
2-6. 課題解決に向けた取り組み（総括）	P38-40
3. 今後の提供サービスについて	P41
Appendix	P42-47

1-1. 仕様書記載内容

【マルチモーダルサービス導入実証事業業務委託仕様書 抜粋（21年5月）】

- ◆ 目的 ①MaaSによって混雑の分散・回避など「新しい生活様式」に対応した地域公共交通の実現
- ②地域住民や来訪者の円滑かつ効率的な移動と地域経済の活性化
- ③令和4（2022）年秋にジブリパークが開業する名古屋東部丘陵地域におけるMaaS実装に必要なサービス内容や採算性を確保する方策の検討

◆ 対象地域 : **名古屋東部丘陵地域**（名古屋市名東区、瀬戸市、豊田市、日進市及び長久手市）
※リニモ沿線を中心としつつ、県内の主要な交通結節点（名古屋駅、金山駅、岡崎駅、高蔵寺駅、中部国際空港など）から名古屋東部丘陵地域への移動ルートを考慮すること。

◆ 対象利用者 : **地域の住民、通勤・通学者や観光客等の来訪者**

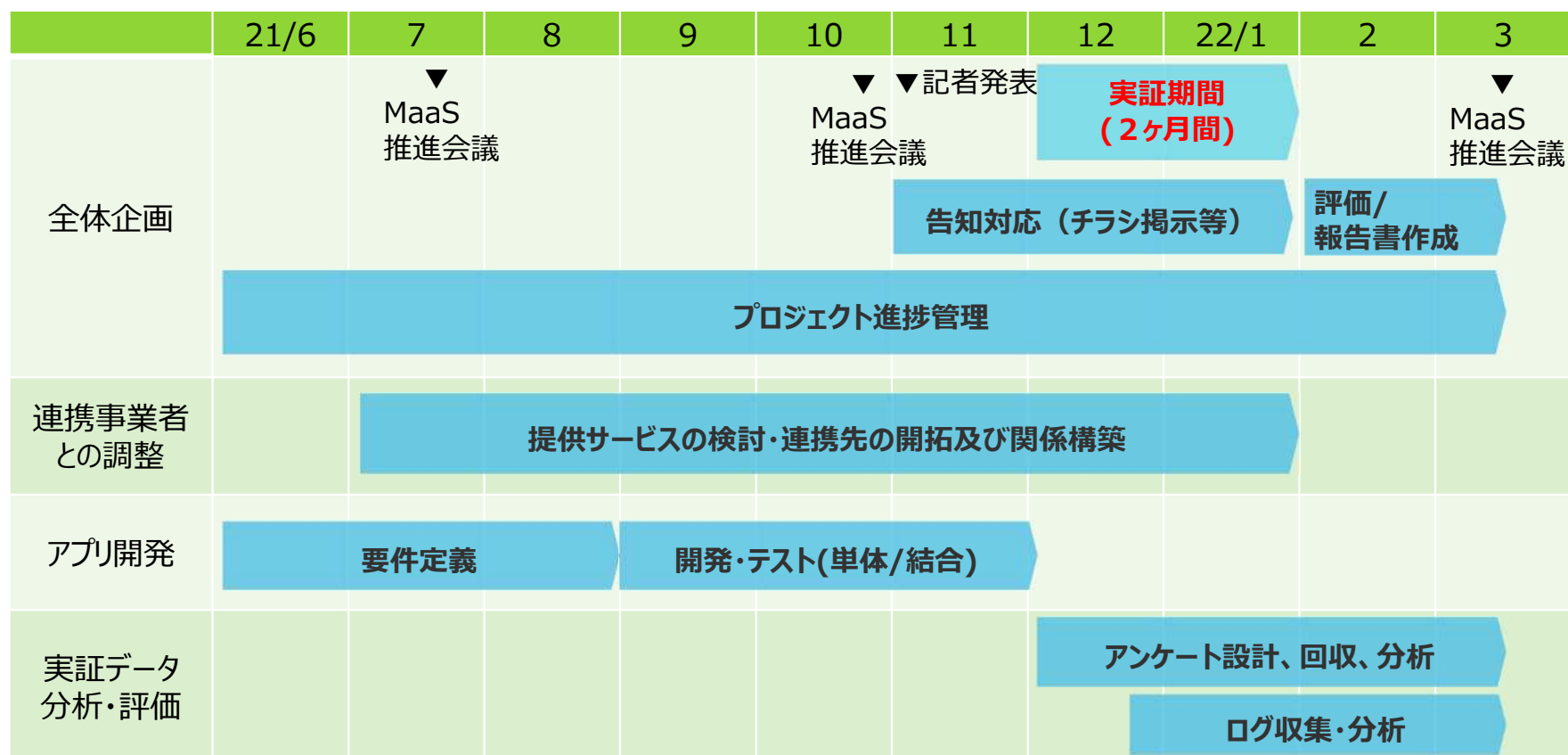
◆ 実証内容 : **ジブリパークの開業を見据え、対象利用者にとって有効と考えられるサービスを検討**

全般	<ul style="list-style-type: none">・ スマートフォンやタブレット端末による利用を前提としたアプリ・ 対象地域において展開されている関連サービスとの連携
マルチモーダルルート検索	<ul style="list-style-type: none">・ 地図上の任意の地点を発着地点として選択できる機能・ 他アプリやウェブサイトとの連携による予約・決済サービス連携・ 対象地域の駐車場に関する情報（利用状況など）を提供機能・ 自動車と公共交通をかしこく使い分けることに資する情報を提供できる機能（パーク&ライドなどを想定）
観光・生活関連サービス	<ul style="list-style-type: none">・ 対象地域における商業施設や観光施設等のスポットや周遊ルートなどの情報を配信・ 対象地域の活性化のため、周遊観光や地元住民の外出を促すようなインセンティブ（クーポンの発券など）付与・ 混雑を回避した移動の検討に資する情報を提供するため、愛知高速交通東部丘陵線における混雑情報を提供

1-2. 実証スケジュール

✓ 2021年12月～2022年1月の実証実験の取り組み及び結果・分析ご報告

✓ 今年度の結果を踏まえた次年度以降の取り組み案を整理



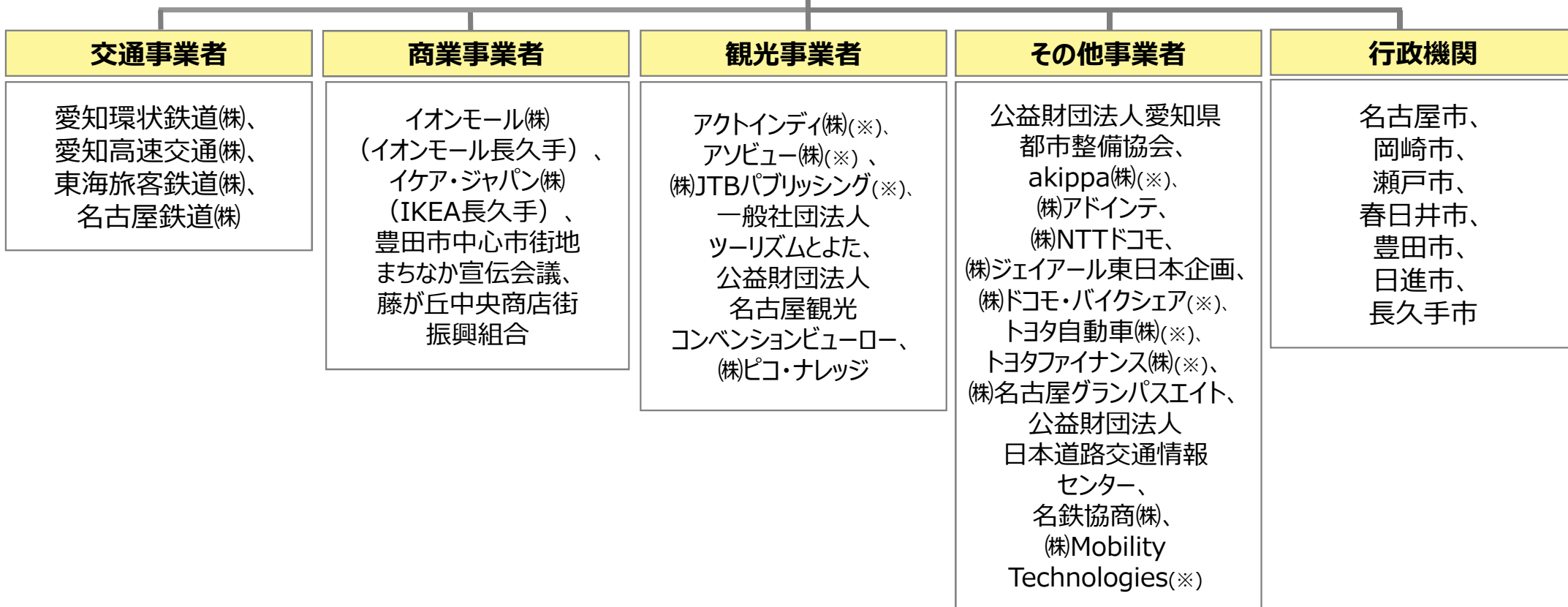
1-3. 実施体制

事業主体

愛知県/トヨタファイナンスサービス(株)



※全国規模で連携しているサービス提供事業者



2-1.本事業における課題

✓ 昨年度のMaaS推進検討調査事業をふまえて、4つの課題を設定

課題①

混雑の分散・回避

アプリを通じて提供する移動ルートや混雑情報により、移動時間の分散・平準化に繋げる

課題②

デジタル化によるシームレスかつ効率的な移動の促進

ストレスの少ないシームレスな移動をサポートする機能を提供

課題③

周遊移動促進による地域経済の活性化

地域の周遊を促し、地域経済の活性化に繋げる

課題④

MaaSアプリの利用者拡大

課題①～③でのサービス提供と並行して利用者拡大に向けた取り組みを実施

2-2.アプリ全体総括（実証期間中評価及びWebアンケート・グループインタビュー）

- ▶ **実証実験期間総括**：アプリ利用時の大きなトラブルは発生せず、
また、利用者・連携事業者からの苦情もなく、**各種サービスは問題なく提供できた**
- ▶ Webアンケートとグループインタビューを実施し、各施策の結果とともに分析・考察

■ Webアンケート実施概要

項目	詳細
期間	2022年2月1日～7日
対象	本アプリダウンロード及びログイン実施者
内容	実施施策評価、アプリの満足点/不満点、 施策利用意向等 ※設問内容はAppendix参照
設問数	36
有効回答	245

■ グループインタビュー実施概要

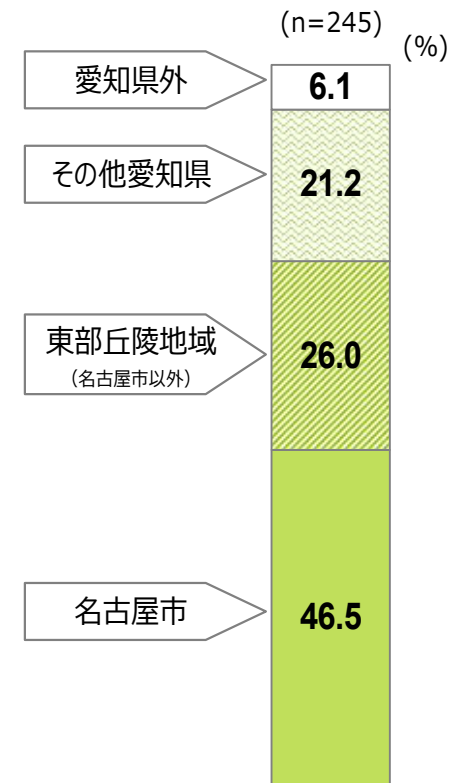
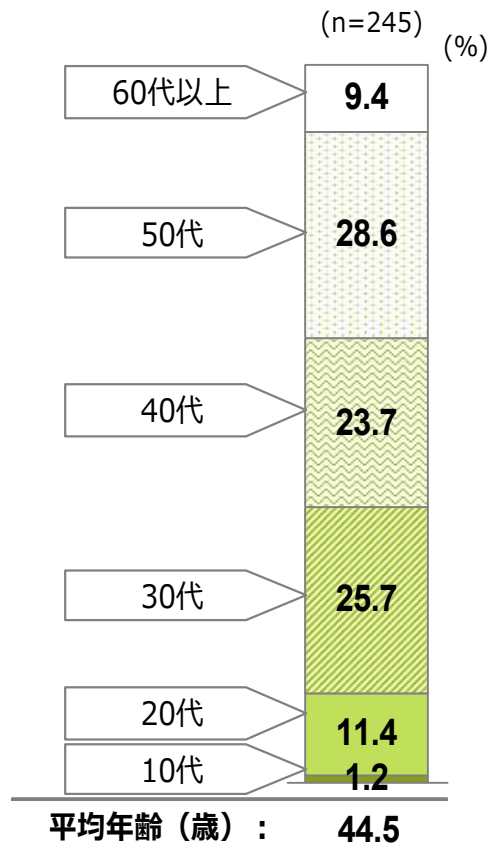
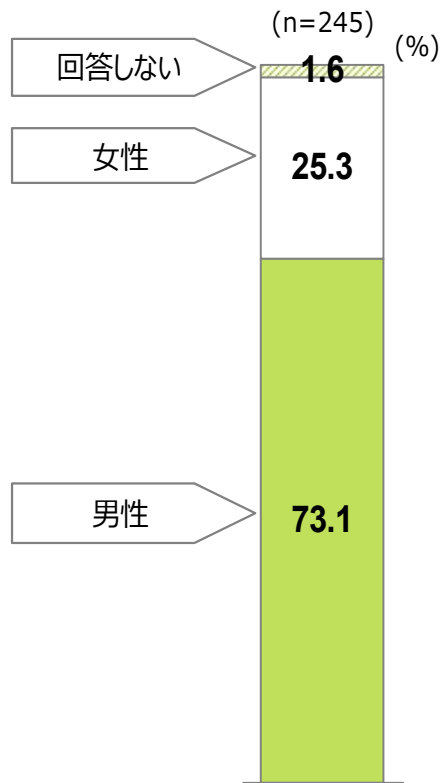
項目	詳細
期間	2022年1月28日～2月3日
対象社・人数	6社18名
内容	属性の確認及び 下記に関する意見の収集 ・本アプリの機能、使い勝手 ・行動変容、パーク&ライド

2-2.アプリ全体総括 (Webアンケート：回答者属性)

アプリのユーザー：男性が約7割、年代は30～50歳代が約8割（他地域での本アプリユーザー属性と同傾向）

居住地は愛知県在住が9割超、そのうち、名古屋東部丘陵地域が7割超

<Webアンケート回答者属性（性別/年齢/居住エリア）>

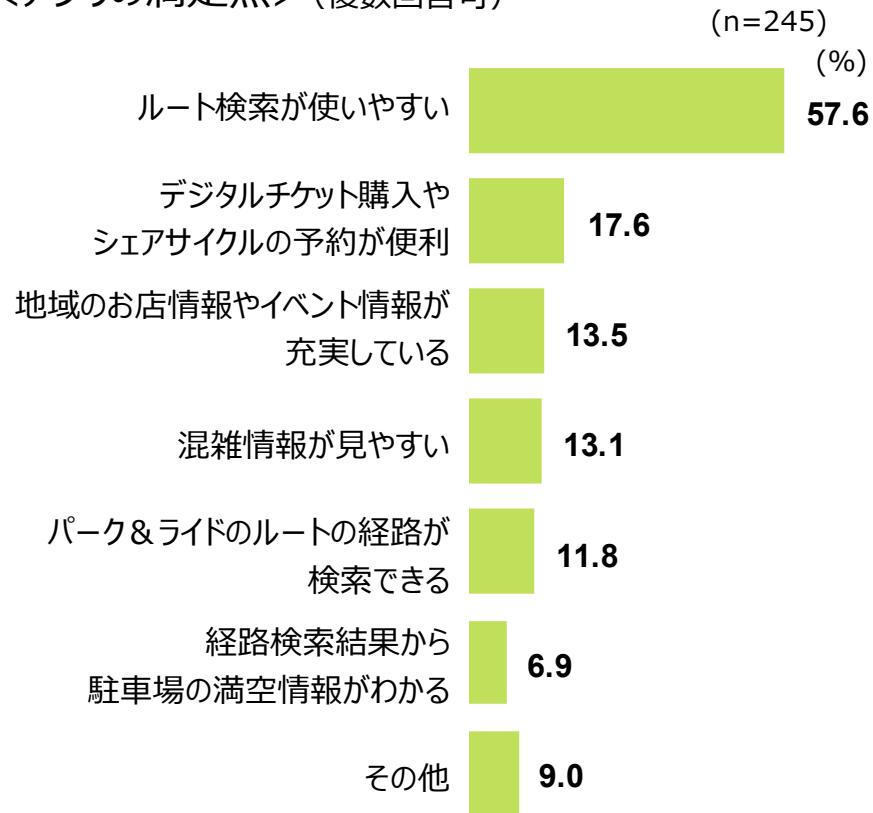


※四捨五入のため合計は100%にならない

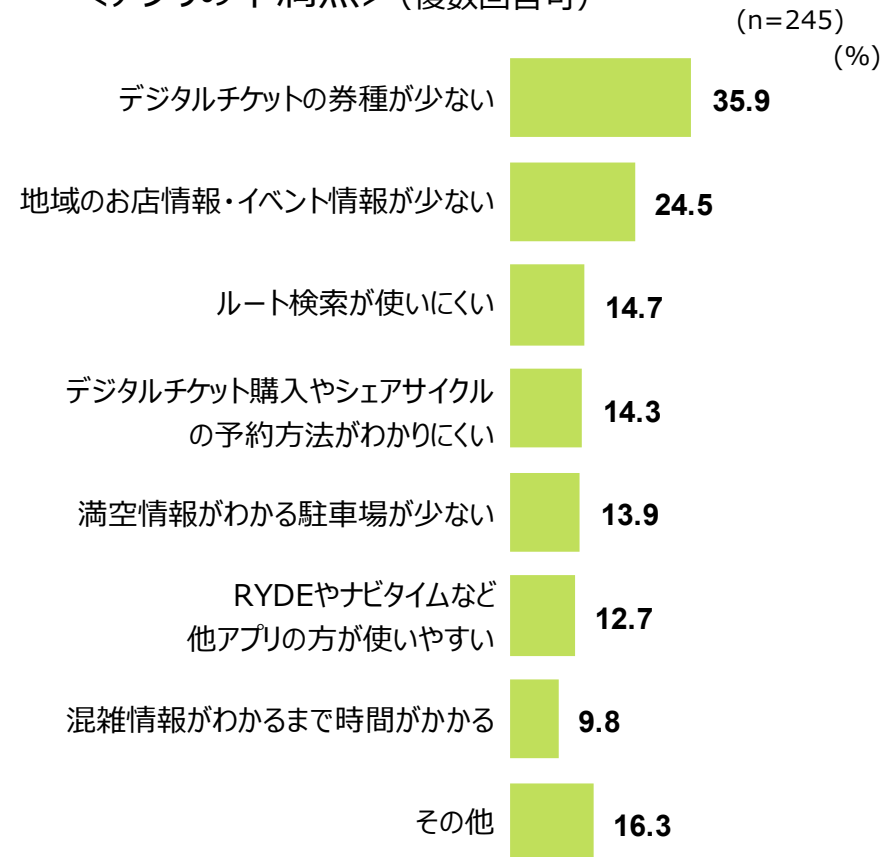
2-2.アプリ全体総括 (Webアンケート：アプリ全体評価)

全体評価：ルート検索機能に対する使いやすさが高評価を得た
一方で、デジタルチケット、地域のお店・イベント情報などへの改善要望が強い

＜アプリの満足点＞ (複数回答可)



＜アプリの不満点＞ (複数回答可)



2-3.KPI設定

- ✓ 他地域（福岡、横浜エリア）、他事業者実績を参考に3つのKPIを設定

項目	KPI	考え方
新規ログイン数	5,000件 (合計)	・アプリダウンロード後、当該エリアの位置情報が取得できた数
		・サービス開始2ヶ月後の福岡、横浜エリアを参考に設定
		・プレスリリースを行った11月から1月までの合計
デイリーアクティブユーザー数 (DAU)	200人/日 (平均)	・1日1回以上アプリを操作したユーザーをアクティブユーザーと定義
		・サービス開始2ヶ月後の福岡、横浜エリアを参考に設定
		・12月から1月までの平均
デジタルチケット販売枚数	40枚 (合計)	・他事業者の販売実績を参考に設定
		・12月から1月までの合計

2-4.KPI結果分析

■ 結果分析・考察

▶ KPI結果：1月以降のコロナの影響を受け、3項目とも未達となった

①新規ログイン数、デイリーアクティブユーザー数：

・12月下旬までは順調に推移したが、1月以降は新型コロナウイルスの影響から伸びが鈍化

②デジタルチケットの販売：非接触で購入・利用できる点が評価され、1月以降も販売数を維持

<KPI達成状況一覧>

		12月		1月		実証実験期間合計	
		実績	達成率	実績	達成率	実績	達成率
新規ログイン数	実績	※ 1,991	79.6%	377	15.1%	2,368	47.4%
	KPI	2,500		2,500		5,000	
デイリーアクティブユーザー数	実績	205	102.5%	132	66.0%	169	84.5%
	KPI	200		200		200	
デジタルチケット販売枚数	実績	16	80.0%	18	90.0%	34	85.0%
	KPI	20		20		40	

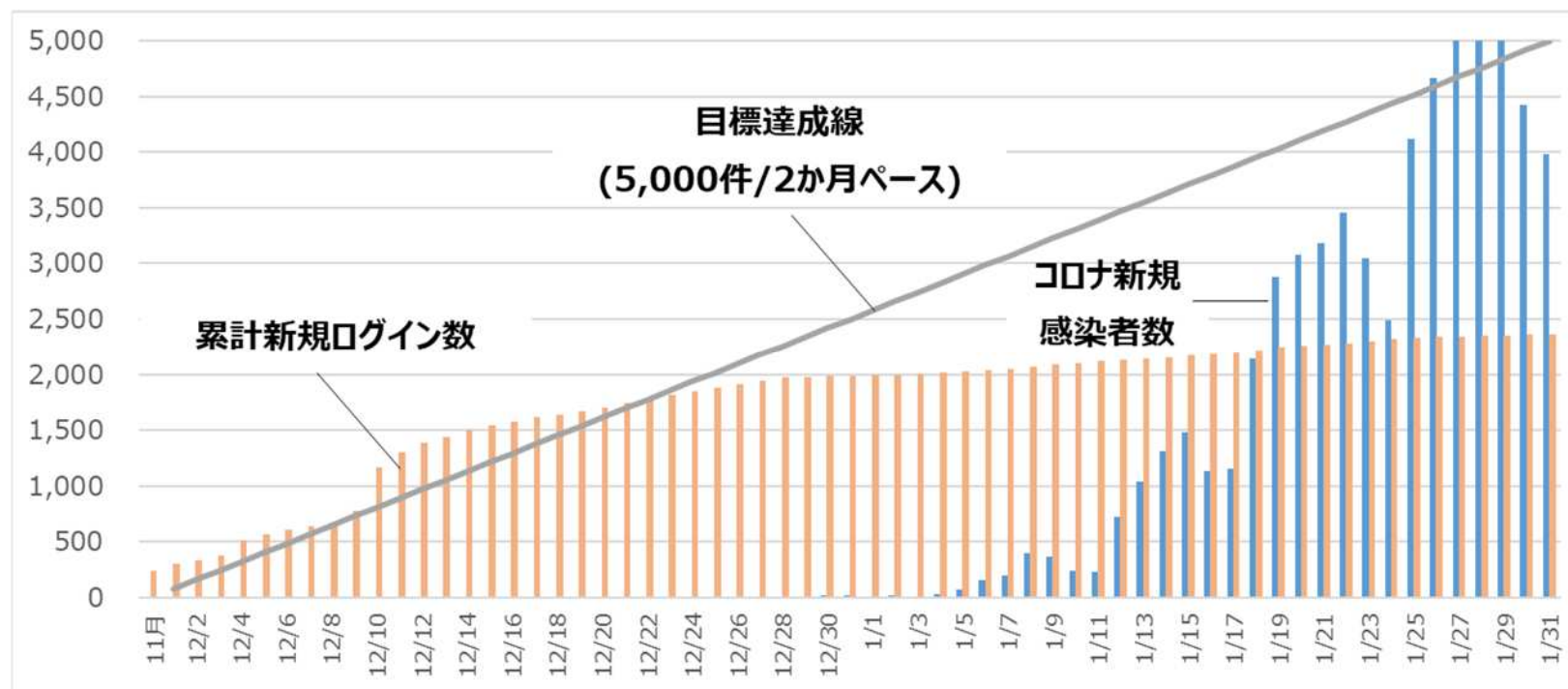
※12月の新規ログイン数：11月分（241）を含む

2-4.KPI結果分析（新規ログイン数）

■結果分析・考察

- ・目標5,000件に対して実績2,368件で、達成率としては47.4%
- ・12月下旬まではPR施策が奏功し、新規ログイン数が伸長（1991件、達成率79.6%）
1月以降はコロナの影響及びイベント中止の影響等により伸び悩んだ（377件、達成率15.1%）

<累計新規ログイン数推移>

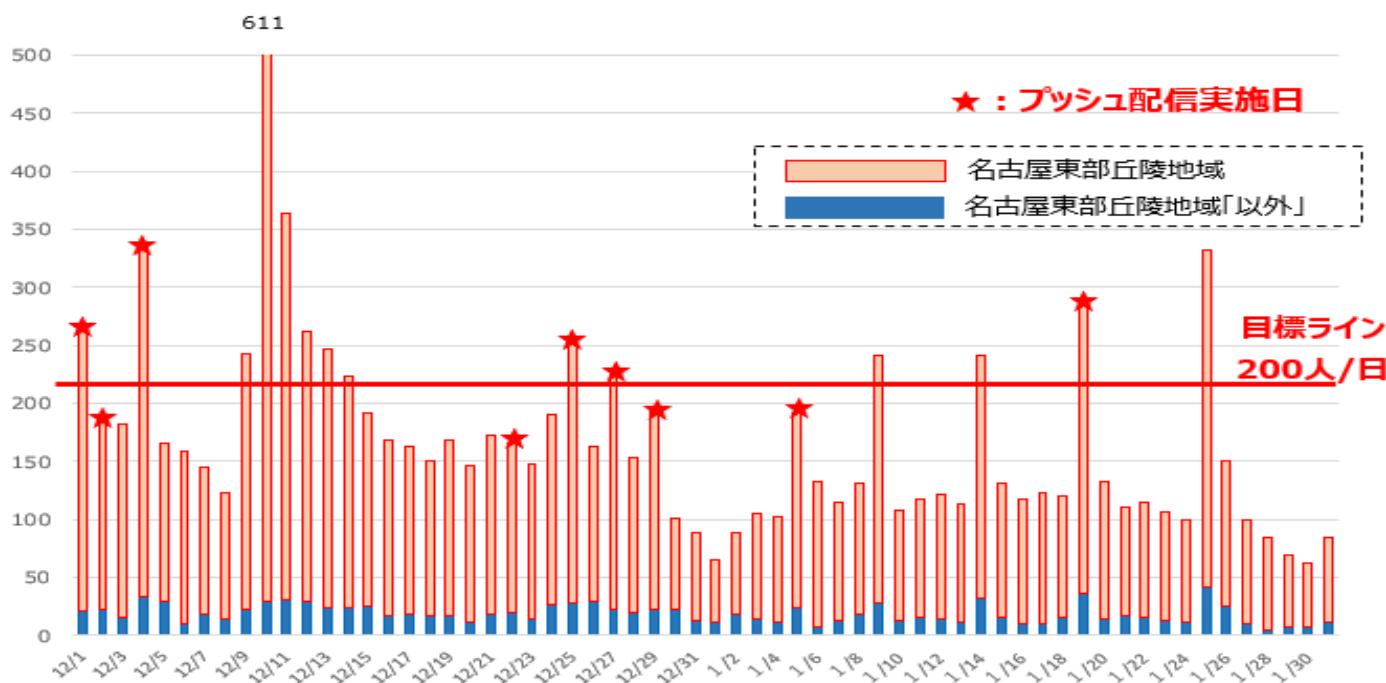


2-4.KPI結果分析（デイリーアクティブユーザー数（DAU））

■結果分析・考察

- ・目標200人/日に対して実績169人/日、達成率としては84.5%
- ・12月：計画通り（205人/日、達成率102.5%）進捗も、
1月：コロナの影響の深刻化を受け（132人/日、達成率66.0%）結果的に未達となった
但し、1月においても、アプリ上のプッシュ配信を実施した日には、利用喚起・促進効果が確認できた

<DAU推移>

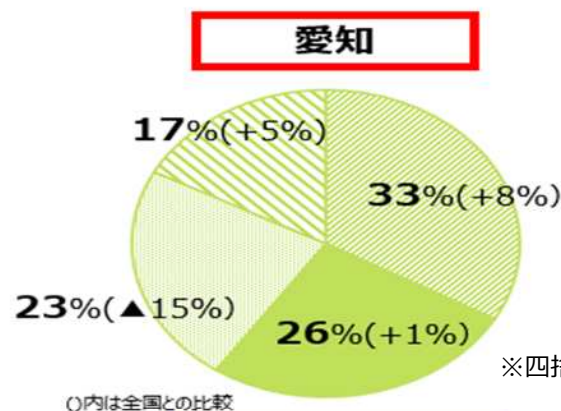
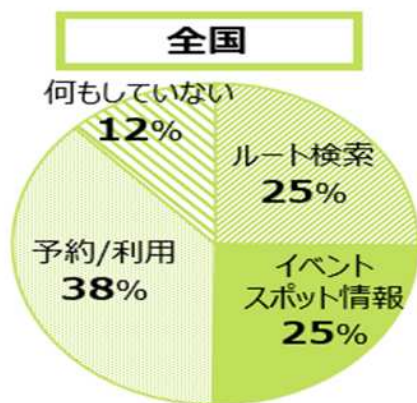


2-4.KPI結果分析（DAUエリア別比較）

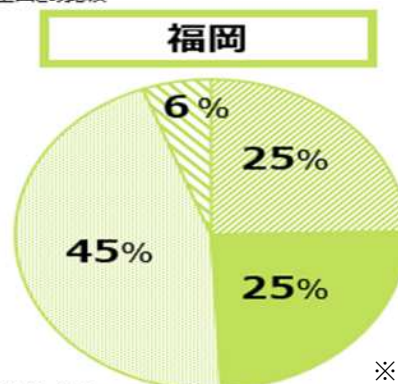
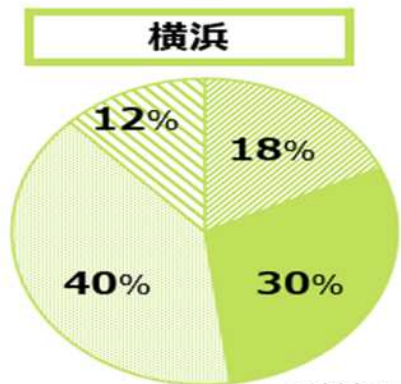
■ 結果分析・考察

- ・パーク&ライド機能の組み込みがルート検索利用率の高さに繋がった
- ・一方、予約/利用率の低さはデジタルチケット券種の少なさ等によるものと考えられる

<DAUエリア別比較>



※四捨五入のため合計は100%にならない



※四捨五入のため合計は100%にならない

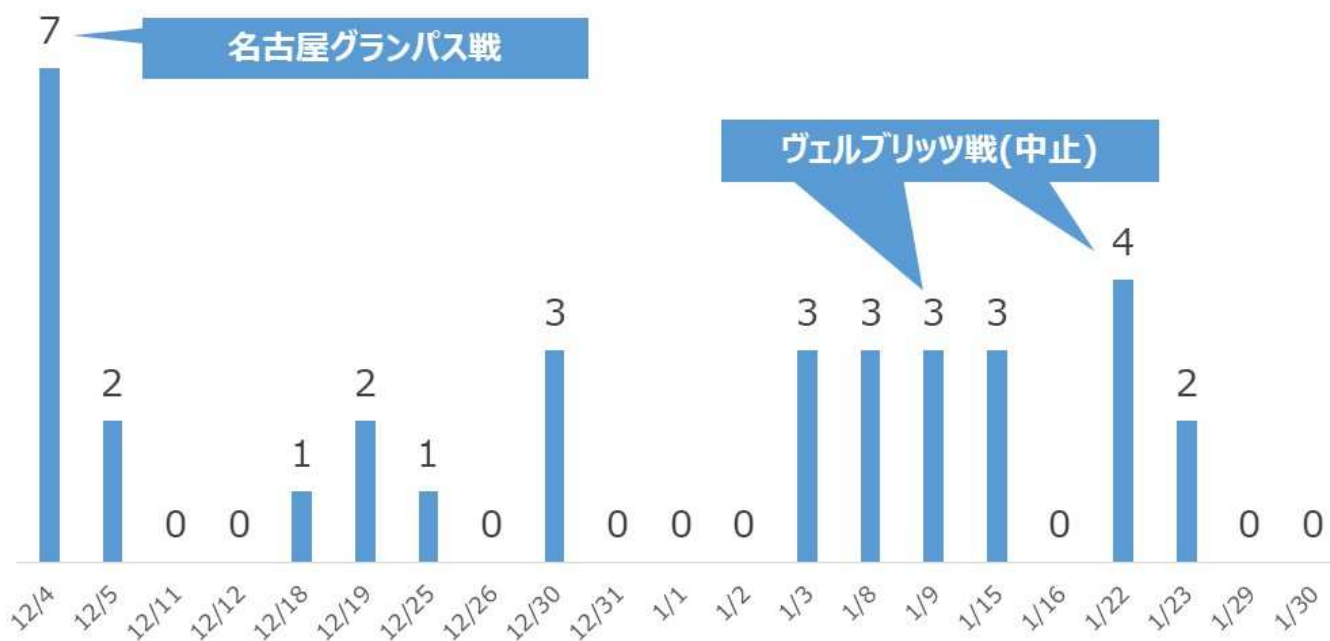
※対象期間：21/12/1～22/1/31

2-4.KPI結果分析（デジタルチケット販売枚数）

■ 結果分析・考察

- ・目標40枚に対して実績34枚、達成率としては85.0%
- ・12月（16枚）：豊田スタジアムでの名古屋グランパス戦開催日が7枚と最も多かった
- ・1月（18枚）：コロナの影響でイベント中止が相次ぐも、**12月と同等規模の販売枚数**
非接触で購入・利用ができるデジタルチケットの特長によるものと考えられる

<my routeでの愛環1dayパス販売枚数>



2-5. 課題解決に向けた取り組み

✓ 各課題に対する具体的な取り組みは以下の通り

	課題	取り組み	
①	混雑の分散・回避	①-A	パーク&ライド利用をサポートする機能提供
		①-B	リコモ駅混雑情報の提供
		①-C	道路混雑情報の提供
		①-D	行動変容を促すインセンティブ付与
②	デジタル化によるシームレスかつ効率的な移動の促進	②-A	デジタル乗車券と体験チケットの組み合わせによる移動促進
		②-B	多様な移動手段に対応したマルチモーダル連携機能の実装
③	周遊移動促進による地域経済の活性化	③	周遊観光を促進するお出かけ情報提供
④	MaaSアプリの利用者拡大	④-A	利用者獲得を目的とした告知活動の実施
		④-B	施策浸透を目的としたアプリ活性化施策の実施

取り組み①-A：パーク&ライド利用をサポートする機能提供

✓ 本アプリでの機能実装（記事掲載、ルート検索）によるパーク&ライド**利用促進の効果検証**及びパーク&ライド自体の**認知度、具体的なサービス内容のニーズ調査**を実施

■パーク&ライド実施概要

■アプリ内導線

項目	詳細
日時	2021年12月4日（土） 9：00～19：00
対象試合	名古屋グランパス対浦和レッズ （豊田スタジアム）
概要	トヨタ自動車本社駐車場 ↓徒歩 愛知環状鉄道「三河豊田駅」 ↓電車 愛知環状鉄道「新豊田駅」 ↓徒歩 豊田スタジアム
駐車料金	無料

The screenshot shows the KINTO app interface for route search. It is divided into four main sections:

- ① ルート検索**: Search for routes between '現在地' (Current location) and '豊田スタジアム' (Toyotsu Stadium) on 12/4 at 10:00. It shows various transport options like walking, car, bus, taxi, and parking & ride.
- ② ルート表示**: Displays search results for 'パーク&ライド' (Parking & Ride) with a cost of ¥810 and a duration of 1 hour 36 minutes. It includes a map view and a list of other route options.
- ③ 詳細ルート表示**: Shows detailed route information for the selected 'パーク&ライド' option, including a 40-minute car ride (37.7km) for ¥2,480, followed by a 6-minute walk (321m) to Toyotsu Station. A red box highlights the '詳細' (Details) button.
- ④ 詳細内容表示**: Displays the full details of the parking and ride service, including a promotional banner for 'パーク&トレイン' (Park & Train) and text explaining the service: '自家車で来場予定の方で「交通費を抑えて、グルメやグッズを楽しみたい!」という方や、「帰りのスタジアム周辺の渋滞を避けたい!」という方はぜひお試しください!'. It also mentions a WEB survey reward and a free bus ticket for the event.

※1月9日ヴェルブリッツ戦でもパーク&ライドの実施が予定され、ルート表示に対応していたが、新型コロナウイルスの影響により試合中止

取り組み①-A：パーク&ライド利用をサポートする機能提供

■結果分析・考察

<パーク&ライドの認知度及び利用可能性について>

- ▶他地域と比較し、パーク&ライドの設定割合が高いことからニーズあり
- ▶認知度は85%と高い一方で、利用は22%でありサービス内容に課題

<利用促進に必要なサービス内容について>

- ▶駐車場や周辺道路の混雑回避を目的とした利用意向の割合が高い
- ▶駐車料金や移動全体のコストなどの料金面も利用意向に影響



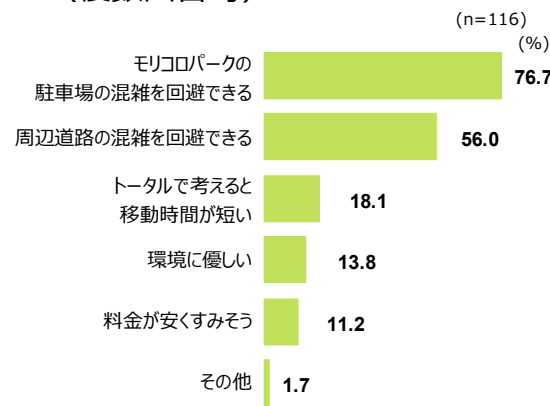
<来期以降の取り組み・課題>

- ◇ 利便性の高い駐車場が整備された施設との連携
- ◇ 利用インセンティブの付与
- ◇ 混雑情報を含む一元的な関連情報の発信

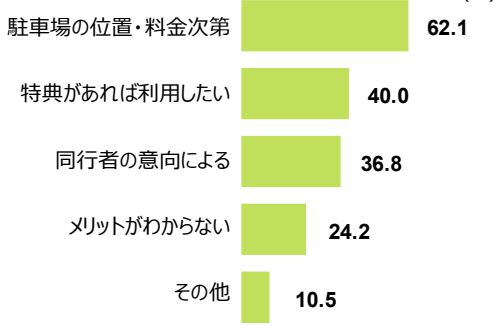
<ルート検索時の移動手段設定割合>

	自動車	パーク&ライド
my route全体	71.6%	57.4%
愛知エリア	86.5%	74.7%
横浜エリア	76.5%	64.8%
福岡エリア	68.7%	49.3%

<パーク&ライドの意向理由>
(複数回答可)



<パーク&ライドの利用意向が「わからない」理由>
(複数回答可)



取り組み①-B：リニモ駅混雑情報の提供

- ✓ リニモ駅構内のリアルタイム混雑情報を「スポット」内の特集記事に掲載
- ✓ 「混雑情報のニーズ」及び「配信内容・方法」、また行動変容への影響を検証

■ Wi-Fiパケットセンサーを活用したリニモ駅混雑情報の配信



- 利用者の多い下記駅構内の混雑情報
 - ① 藤が丘駅
 - ② 愛・地球博記念公園駅
 - ③ 八草駅
- 10分単位の混雑情報を表示
- 過去の状況を基に混雑目安を赤線で表示

取り組み①-B：リコモ駅混雑情報の提供

■ 結果分析・考察

<混雑情報のニーズと行動変容への影響について>

▶ **リアルタイムの混雑情報ニーズはあり**、行動変容に資する情報である

- ・閲覧数：545件（特集記事内で**最も閲覧されたコンテンツ**）
- ・行動変容：混雑情報を見た利用者（21.6%）のうち、**約3割**が行動変化

<認知状況、配信内容について>

▶ **認知改善と配信内容の精度向上により、混雑分散・回避に繋がる**

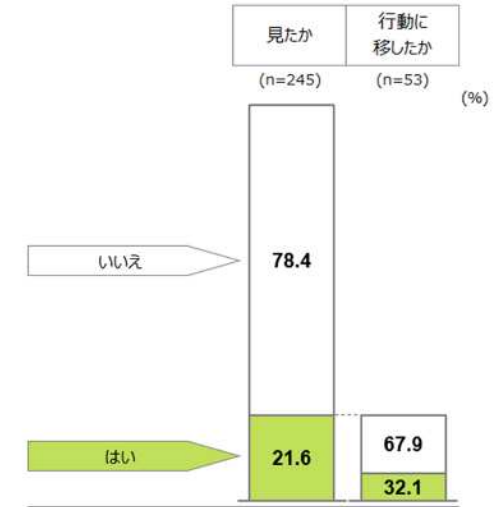
- ・認知課題：閲覧していない利用者のうち、**約4割が「掲載場所が分からない」と回答**
- ・配信内容：「**リアルタイムの情報**（66.1%）」、「**将来の予測**（40.8%）」、「**駅構内の状況**（31.8%）」の情報を利用者が求めている。



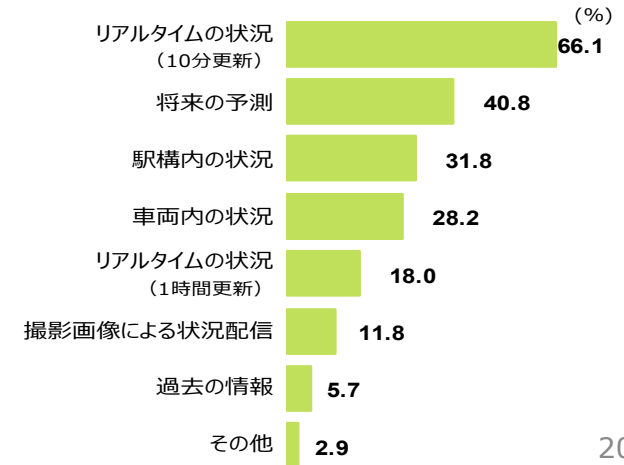
<来期以降の取り組み・課題>

- ◇ **混雑情報のコンテンツ掲載場所とプッシュ配信等を活用した周知方法の検討**
- ◇ **配信内容の精度、表示方法などのUI改善による更なる利便性向上**

<リコモ・道路の混雑情報による外出行動の変化>



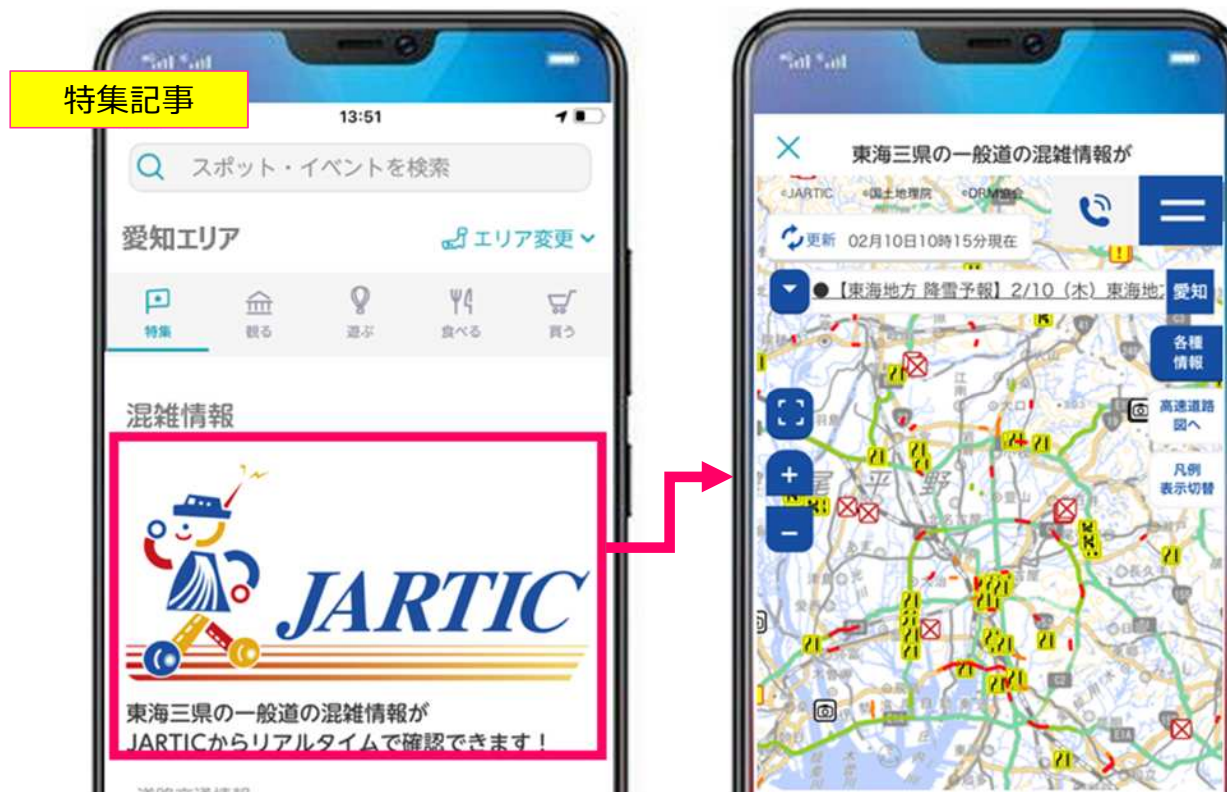
<リコモで知りたい情報> (複数回答可) (n=245)



取り組み①-C：道路混雑情報の提供

- ✓ 道路混雑情報（高速道路、一般道）を「スポット」内の特集記事に掲載
- ✓ 「道路混雑情報のニーズ」及び「行動変容への影響」を検証

■ 渋滞情報サイト連携



取り組み①-C：道路混雑情報の提供

■結果分析・考察

<混雑情報のニーズと行動変容への影響について>

▶リコモ駅混雑情報同様に**道路混雑情報もニーズがある**

- ・閲覧数：258件（特集記事内で**4番目に閲覧されたコンテンツ**）
- ・行動変容：**30代以下の若い世代**（26.6%）の閲覧率が高く、また**行動変化割合も高い**
※リコモ駅混雑情報の閲覧者の回答を含む

<利用者の声>

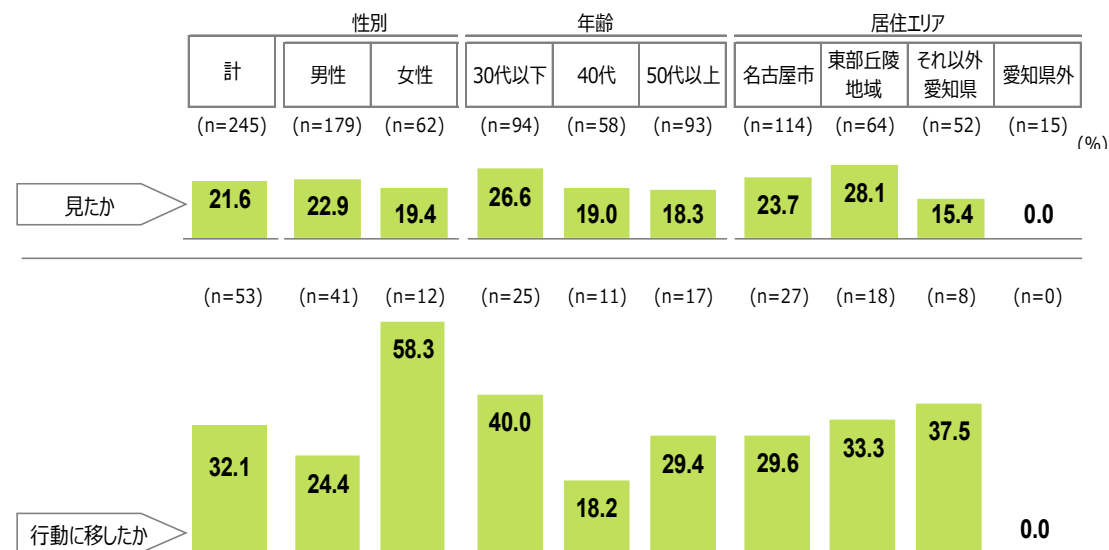
- ・車移動の際は、ルート検索に加えてリアルタイムの渋滞情報やお店情報・口コミなどがまとめて確認できる他アプリを利用している。



<来期以降の取り組み・課題>

- ◇**本県の特性を踏まえた車移動に役立つ情報提供**
 - ・ナビ機能
 - ・渋滞情報
 - ・駐車場満空情報

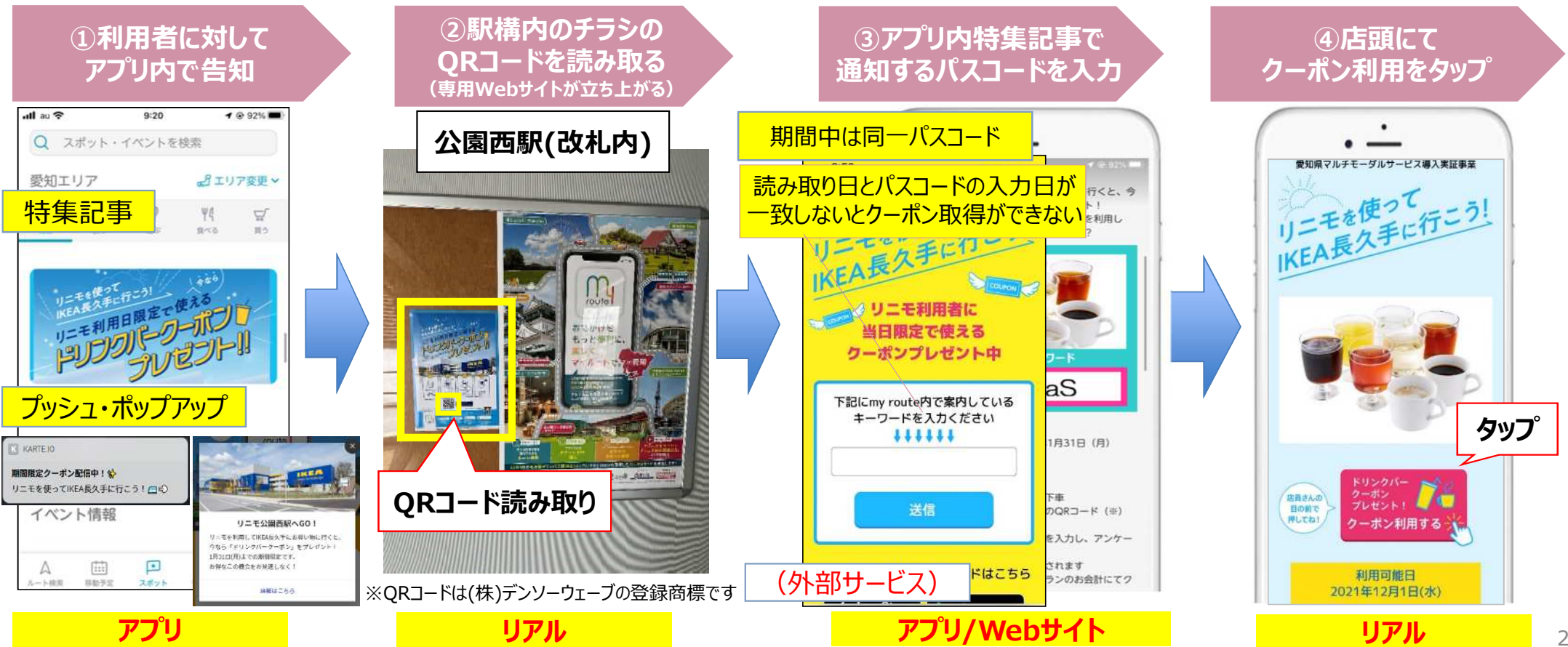
<リコモ・道路の混雑情報による外出行動の変化（属性別）>



取り組み①-D：行動変容を促すインセンティブ付与

- ✓ 渋滞問題の解決には自動車から公共交通機関への切り替えが重要
- ✓ リニモ駅構内でのみ取得できるクーポンを配信し、**行動変容への影響**を検証

■ IKEA長久手と連携したクーポン配信



取り組み①-D：行動変容を促すインセンティブ付与

■ 結果分析・考察 <リニモの駅でのみ取得出来るクーポン配信による行動変容への影響調査>

- ▶ 利用件数は24件と、**目的であるマイカーからリニモへの行動変容は進まなかった**
 - ▶ 要因として以下が考えられる
 - ・アプリ内掲載場所がわからない等**アプリの操作性の課題**
 - ・利用者や利用シーンなど、**ターゲット・ユーザー動線の明確化**
- ※マイカーで来訪する場合と比較して、**お得感や割安感の訴求が必要**

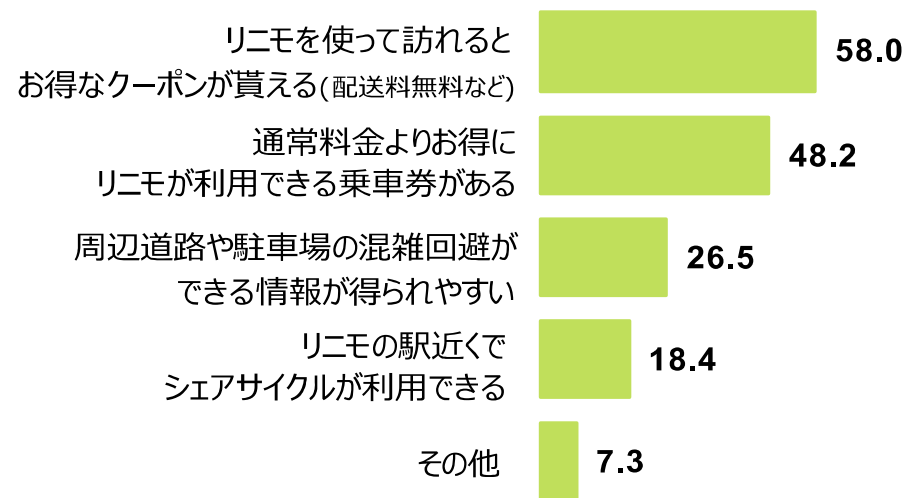


<来期以降の取り組み・課題>

- ◇ターゲットの明確化・ユーザー動線を踏まえた提案
- ◇配信クーポンの魅力向上
- ◇お得感や訴求方法の改善

<リニモで外出のきっかけになるもの>
(複数回答可)

(n=245)



取り組み②-A：デジタル乗車券と体験チケットの組み合わせによる移動促進

- ✓ 「デジタルチケット販売時のオペレーション」及び「デジタルチケットのニーズ」を検証
- ✓ 定性調査を通して観光客及び地域住民にとってニーズの高いチケットを考察

■ 愛知環状鉄道のデジタルチケットの販売

	詳細
チケット名	土日に乗ろう 愛環1dayパス
販売主体	愛知環状鉄道株式会社
販売期間	21年12月4日～22年1月30日
販売条件	土日限定販売 * 年末年始などの一部指定日も対象 販売日限定利用 * 始発～当日終電まで
販売価格	大人：1,000円/人 小人：500円/人
改札対応	有人改札または車掌への提示
その他	デジタルチケット購入者限定の割引クーポンも発券（沿線の6施設） * クーポン利用はQRコードの読み取り方式



■ QRコードクーポン提供

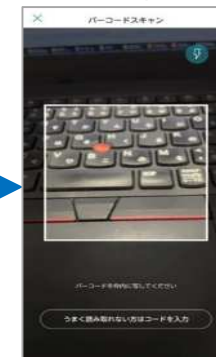
保有チケットを確認



クーポン画面の提示



施設のQRコード読み取り



読み取り完了後、画面にスタンプが押される



取り組み②-A：デジタル乗車券と体験チケットの組み合わせによる移動促進

■結果分析・考察 <デジタルチケットのニーズとオペレーションについて>

▶コロナ禍でデジタルチケット比率は増加傾向、ニーズがある

- ・販売枚数：12月/16枚、1月/18枚の**合計34枚**（my routeのみ）
- ・デジタル比率：**非接触や購入場所の制限がない利便性**の観点からもデジタルチケットの販売枚数が伸長した想定。1月は**2割**を超えた。
- ・オペレーション：my route独自のQRクーポン読み取り機能も含め、**運用の問題なし**（特典施設の利用実績：8名/4施設）

<利用者の声>

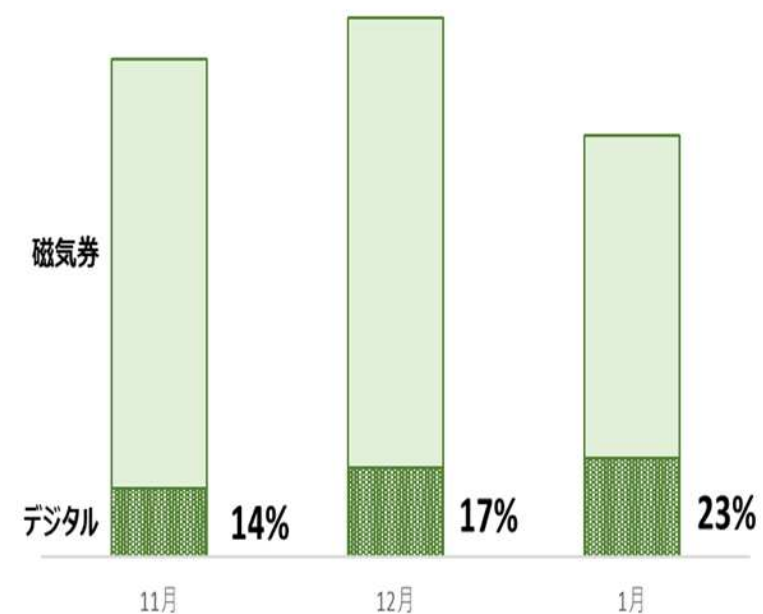
- ・リコモ乗車券 + ジブリパークチケットなど移動の目的と乗車券がセットのもの、施設とのセット割があると嬉しい。



<来期以降の取り組み・課題>

- ◇券種拡大によるユーザーの更なる利便性向上
- ◇目的・利用シーンのイメージの沸きやすい効果的な訴求・認知

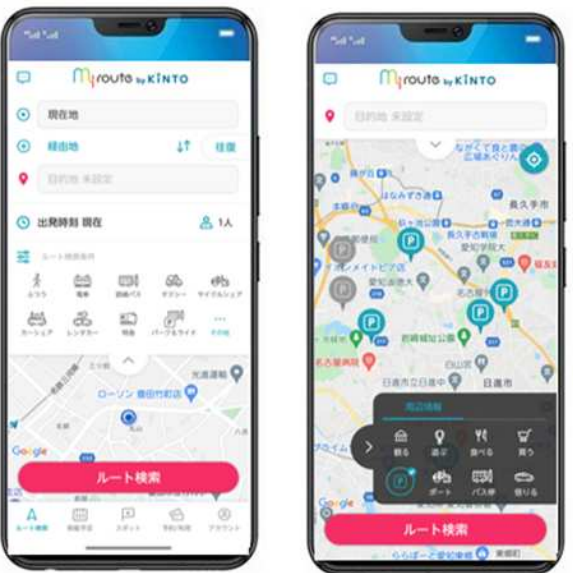
<愛環1dayパスのデジタル比率>



取り組み②-B. 多様な移動手段に対応したマルチモーダル連携機能の実装

- ✓ カーシェア、シェアサイクルを対応した**マルチモーダルルート検索のニーズ**と使いやすさを検証
- ✓ シェアサイクルは予約・決済まで連携することで、**シームレスな連携サービスのニーズ**を検証

■ マルチモーダルルート検索対応



・様々な移動手段を組み合わせると最適なルート検索が可能
 ・akippaと連携して駐車場満空情報の確認も可能

■ シェアサイクル（カリテコバイク）との連携



・ルート検索結果から予約・決済までシームレスに連携
 ・アプリ上の地図からポート情報の詳細も確認可能

■ カーシェア(TOYOTA SHARE)アプリとの連携



・ルート検索結果の予約ボタンからTOYOTA SHAREアプリに遷移
 ・C+podの予約も可能

取り組み②-B. 多様な移動手段に対応したマルチモーダル連携機能の実装

■ 結果分析・考察 <①マルチモーダルルート検索のニーズとアプリの操作性>

- ▶ 横浜・福岡との比較では、本県ならではの「自動車」「パーク&ライド」の検索設定しているユーザーが多い
- ▶ 予約～決済までシームレスに対応したシェアサイクルや愛環デジタルチケットはオペレーション上問題なく提供できている
- ▶ 公共交通機関・マイカーに加え、カーシェア及びシェアサイクルまで対応したマルチモーダルルート検索機能は高評価
- ▶ 48%のユーザーが、「移動手段の選択肢が増え、効率的に移動できた」と回答

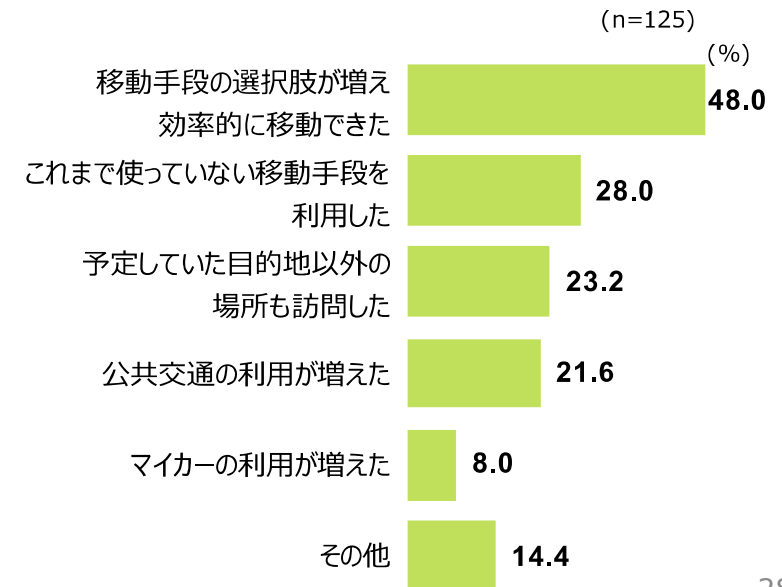
<利用者の声>

- ・日常利用しないシェアサイクルやカーシェアなどが my route では検索提示されるので、可能性を感じる

< (再掲) ルート検索時の移動手段設定割合 >

	電車	路線バス	船・水上バス	特急	新幹線	高速バス	飛行機	タクシー
my route全体	75.1%	87.0%	69.7%	54.6%	72.7%	76.9%	66.9%	38.7%
愛知エリア	81.3%	82.5%	83.7%	74.8%	81.5%	87.3%	79.1%	63.6%
横浜エリア	80.3%	85.4%	71.9%	58.5%	76.7%	72.7%	69.9%	46.5%
福岡エリア	68.8%	88.7%	63.7%	44.7%	68.0%	72.7%	61.7%	28.2%
	自動車	パーク&ライド	カーシェア	レンタカー	有料道路優先	サイクルシェア	自転車	
my route全体	71.6%	57.4%	39.2%	40.4%	75.7%	45.7%	71.9%	
愛知エリア	86.5%	74.7%	65.9%	68.2%	89.8%	72.7%	80.0%	
横浜エリア	76.5%	64.8%	45.4%	44.6%	74.7%	51.6%	74.5%	
福岡エリア	68.7%	49.3%	28.1%	29.3%	72.7%	36.5%	67.5%	

<検索利用による外出行動の変化>



取り組み②-B. 多様な移動手段に対応したマルチモーダル連携機能の実装

■ 結果分析・考察 <②シェアサイクル>

- ▶ 予約利用実績は、12月:21件、1月:ゼロとなった。曜日別では、平日:16件、休日:5件と全体の76.2%が平日利用
利用時間は30分以内が17件（81.3%）と、**短距離移動が多い結果**となった
- ▶ アンケート結果では56.7%のユーザーが「今後利用したい」と回答、**移動手段としての潜在的なニーズは高いと思われる**



<来期以降の取り組み・課題>

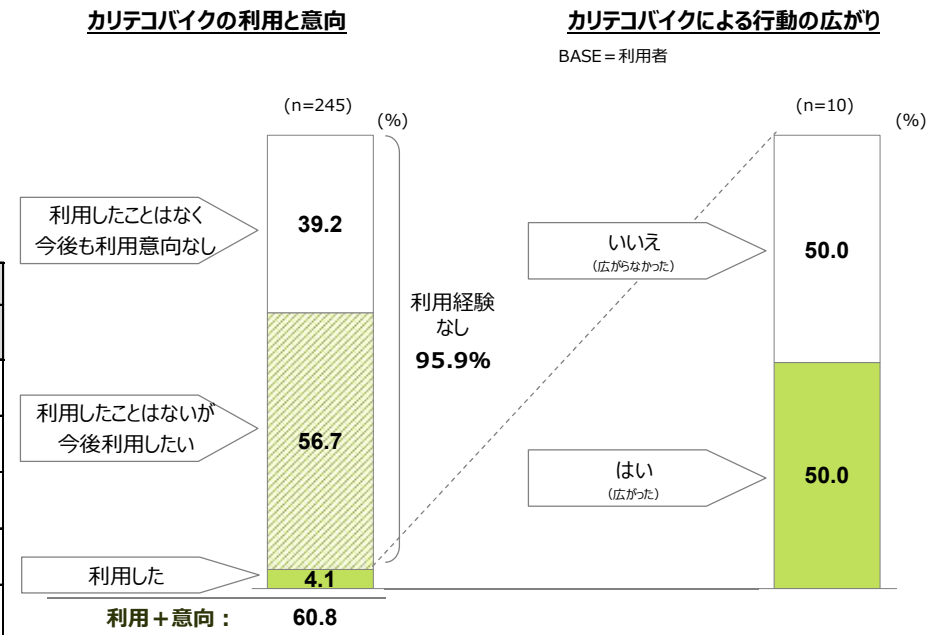
- ◇アプリ内でシェアサイクルを活用した「**観光周遊ルート**」の訴求
- ◇シェアサイクルの**認知向上策**の検討

<利用時間の全体俯瞰（12月・1月の合算）>

全体	件数	利用時間							
		割合	~30分	割合	31~60分	割合	61~120分	割合	121分~
合計	24,461	65.4%	15,988	10.3%	2,519	7.4%	1,798	17.0%	4,156
平日	15,628	68.1%	10,644	9.6%	1,495	6.8%	1,056	15.6%	2,433
my route	16	81.3%	13	12.5%	2	6.3%	1	0.0%	0
休日	8,833	60.5%	5,344	11.6%	1,024	8.4%	742	19.5%	1,723
my route	5	80.0%	4	0.0%	0	0.0%	0	20.0%	1

※四捨五入のため合計は100%にならない

<カリテコバイクの利用意向と行動の広がり>



取り組み②-B. 多様な移動手段に対応したマルチモーダル連携機能の実装

■ 結果分析・考察 <③カーシェア (TOYOTA SHARE・C+pod) >

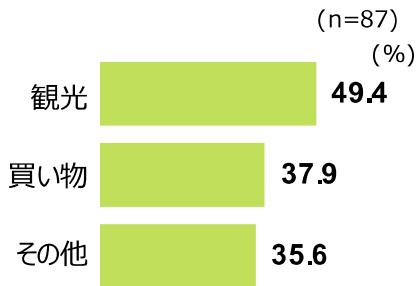
- ▶ C+podの利用件数は、12月:11件、1月:15件となった (TOYOTA SHARE 豊田市駅前ステーション)
- ▶ アンケート回答者の33.5%が、「**今後利用したい**」と回答、用途は「観光:49.4%」、「買い物:37.9%」である
- ▶ 「TOYOTA SHAREを知らない」や「航続距離が不安」と回答されるユーザーが多く、**認知や不安払拭など訴求に課題あり**



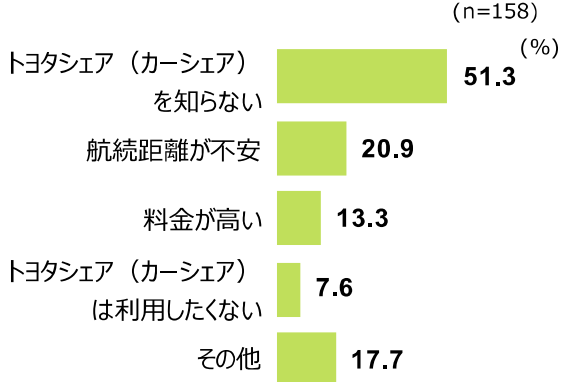
<来期以降の取り組み・課題>

- ◇アプリ内でカーシェアを活用した「**観光周遊ルート**」の訴求
- ◇カーシェアの**認知向上策**の検討

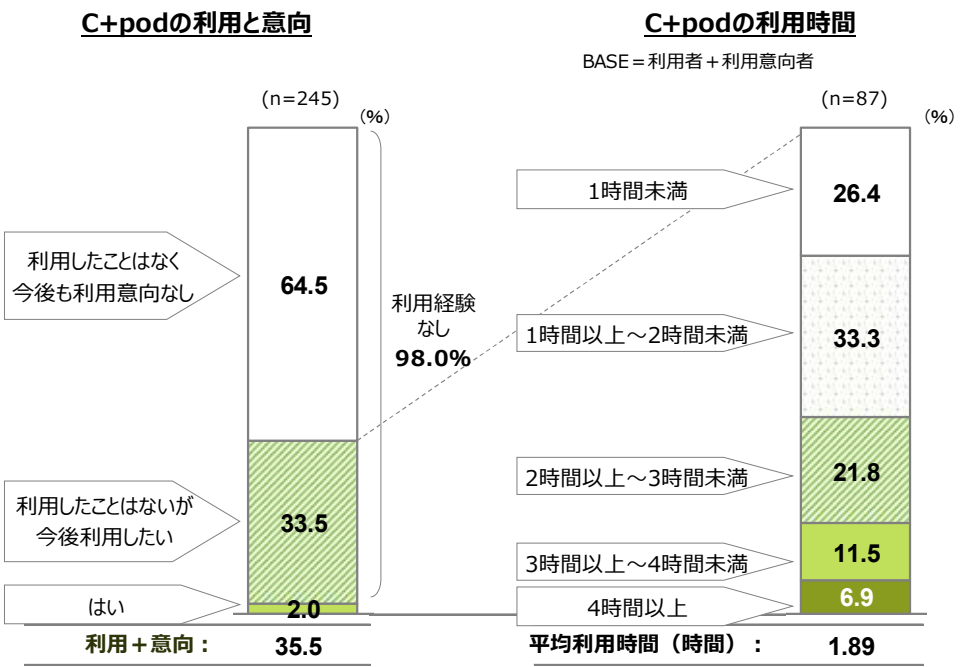
<C+podの利用目的>
(複数回答可)



<C+podを利用しない理由>
(複数回答可)



<C+podの利用・意向と利用時間>



※四捨五入のため合計は100%にならない 30

取り組み③：周遊観光を促進するお出かけ情報提供

- ✓ 全国対応している本県の飲食店や観光施設などのスポット情報に加えて、より地域に根差した特集記事を作成し掲載することで**行動変容への影響**を検証

■ 特集記事配信

特集カテゴリ	記事内容
混雑情報	リコモ駅構内の混雑情報
	道路混雑情報
パーク&ライドの紹介	名古屋グランパス戦
	トヨタヴェルブリッツ戦
デジタルチケット・クーポンの紹介	愛知環状鉄道デジタルチケット、優待施設の案内
	IKEA長久手で使えるクーポンの紹介
イベント情報	愛知県の他事業の紹介
	交通事業者のウォーキングイベント
地域のお店情報	IKEA長久手・イオンモール長久手のお店情報、駐車場の混雑情報
	商店街（藤が丘・豊田市）のお店情報
地域情報	愛知県及び名古屋東部丘陵地域の地域情報
モビリティサービスの紹介	交通事業者及び名古屋市内のモビリティサービス

■ スポット情報配信

- ・「観る」「遊ぶ」「食べる」「買う」の4つのカテゴリ別にスポット情報を掲載
- ・スポット詳細ページからのルート検索も可能

スポット情報から目的地設定



ルート検索画面に遷移



取り組み③：周遊観光を促進するお出かけ情報提供

■ 結果分析・考察 <お出かけ情報の閲覧と行動変容について>

- ▶ 情報を見て行きたい場所があった人のうち、**行動変容に繋がったのは10.7%**
- ▶ 約4割が「掲載されていることを知らなかった」と回答があることから
お出かけ情報の**認知及び掲載内容に改善の余地**あり

<閲覧内容の詳細について>

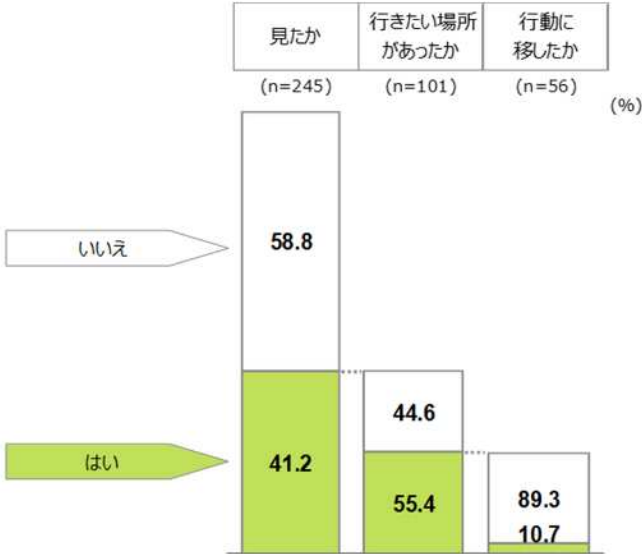
- ▶ 午前中及び朝夕の通学・通勤時間帯に閲覧している傾向あり
- ▶ 「混雑の分散・回避」に関連した記事及びプッシュ配信をしたものは閲覧数が多い
- ▶ グループインタビューの意見から、**タイムリーな記事**や**地元のイベント情報・お店紹介**などの情報を求める声を得られた



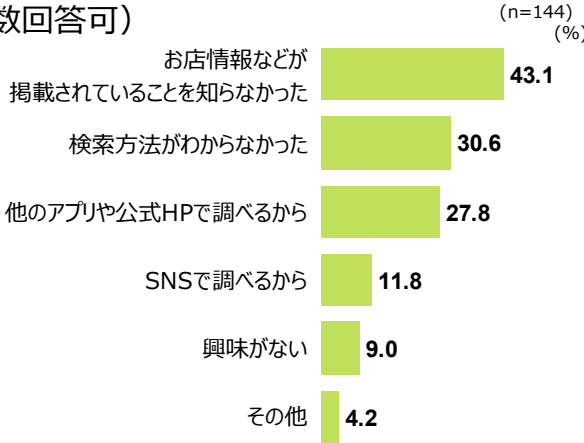
<来期以降の取り組み・課題>

- ◇ スポットページの認知向上を目的とした告知の実施
- ◇ お出かけ情報の検索方法、掲載内容の検討

<アプリ内のお出かけ情報の閲覧と行動変容>



<アプリ内のお出かけ情報を見なかった理由> (複数回答可)



取り組み④-A：利用者獲得を目的とした告知活動の実施

✓ 県内の主要駅でのサイネージ、大規模イベント会場でのPRブース出展等の告知活動を実施し
新規利用者の獲得に効果的な告知について検証

■ 対面でのPR

実施日	実施場所	実施内容
11月3日(水)	藤が丘大文化祭	ブース出展
12月4日(土)	名古屋グランパス戦	ブース出展
1月13日(木)	藤が丘駅前	チラシ配布
1月19日(水)	三河豊田駅前	チラシ配布

■ チラシ・ポスター

チラシ(表面)/ポスター



チラシ(裏面)



■ 交通広告

	11月		12月				1月			
	29~5	6~12	13~19	20~26	27~2	3~9	10~16	17~23	24~31	
JR東海	サイネージ(名駅)									
	ツインビジョン新幹線口						12/1~1/31			
	JADビジョンCentral 名古屋駅地下通路						12/1~1/31			
	桜通口デジタルフラッグ		12/6~12/12		12/20~12/26					
	名古屋デジタルスクエア								1/17~1/30	
	名古屋エクスプレスビジョン								1/17~1/23	
名古屋市交通局	サイネージ									
	栄駅スクエアビジョン							1/10~1/23		
	イーストスクエアビジョン 本山/星ヶ丘/藤が丘						12/1~1/31			
名古屋鉄道	中吊り									
	電									
	豊田線						12/1~7			1/16~22
	瀬戸線						12/1~7			1/16~22
	カリテコバイク(ステッカー)						12/1から2ヶ月(約60台)			
愛知環状鉄道	ポビスタテッカー									
							12/1~1/31			
	ポスター(駅構内) ※主要8駅						12/1~1/31			
	中吊り						12/1~7	12/14~20		1/16~22
リニモ	ポスター(駅構内) ※全駅									
							11/30~1/31			
	中吊り						11/30~1/25			

取り組み④-A：利用者獲得を目的とした告知活動の実施

■ 特設ページ (<https://www.myroute.fun/aichimaas/>)



■ 映画館広告上映

上映期間：2021年12月24日～2022年1月6日

上映映画館：ミッドランドスクエアシネマ、109シネマズ名古屋、イオンシネマ大高、イオンシネマ名古屋茶屋、ミッドランドスクエアシネマ名古屋空港、小牧コロナシネマワールド、MOVIX三好、イオンシネマ長久手、TOHOシネマズ赤池、イオンシネマ豊田KITARA、ユナイテッド・シネマ岡崎、イオンシネマ岡崎

■ デジタル広告

配信先	配信内容	配信期間
Google広告	バナー、テキスト	12月18日～1月25日
Youtube広告	動画広告	12月18日～1月11日
AppleSearchAds	App Store内広告	12月18日～1月19日

■ 中日新聞折り込み・ポスティング

配布日：2021年12月10日

配布数：約650,000戸

配布エリア：名古屋市名東区、岡崎市、瀬戸市、春日井市、豊田市、日進市、長久手市、一社・本郷・藤が丘周辺の単身者向け集合住宅

取り組み④-A：利用者獲得を目的とした告知活動の実施

■結果分析・考察

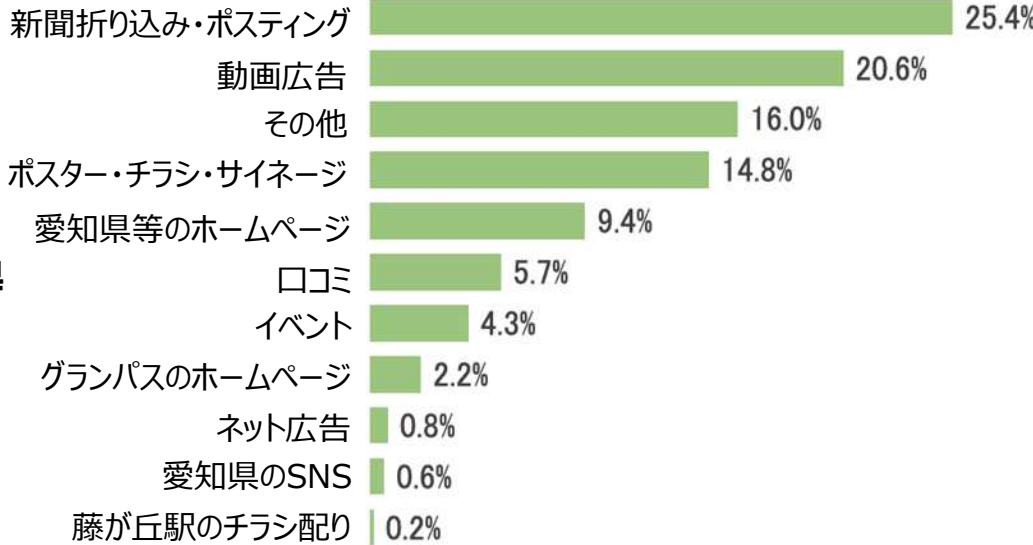
- ▶ 初回ログインユーザー対象のアプリ内アンケートにおける認知経路は **新聞折り込み・ポスティングが最多の25.4%**
- ① ポスター・チラシ・デジタルサイネージ
 - ▶ 2022年1月以降、**露出効果が薄れた可能性あり**
- ② イベント(12/4、豊田スタジアム)
 - ▶ 名古屋グランパスの告知もあり、**約250件の新規ログインを獲得**
- ③ 動画広告
 - ▶ 1月の認知経路トップ(30.6%)と**スマホアプリには必要不可欠**
- ④ 新聞折り込み・ポスティング(12/10)
 - ▶ 568件のダウンロードを獲得し、最大の認知経路だったが今後実施する際は、**配布エリア等の見極めも必要**



<来期以降の取り組み・課題>

- 認知経路のベストミックスを構築し効率的な認知拡大を狙う
- ◇デジタルサイネージ掲出先の費用対効果判断
- ◇動画広告に加え、検索サイトへのバナー広告追加の検討
- ◇「口コミ」を増やすため、アプリ自体の魅力を高めること
- ◇ジブリパーク開園を想定した全国規模のプロモーション

<アプリ内アンケート認知経路> (複数回答可) n=630



<アプリ内アンケート月別認知経路比較>

経路	12月(n=519)	1月(n=111)
新聞折り込み・ポスティング	30.6%	0.9%
動画広告	18.5%	↗ 30.6%
ポスター・チラシ・サイネージ	15.4%	11.7%
愛知県等のホームページ	6.9%	↗ 20.7%
イベント	4.6%	2.7%
口コミ	4.0%	↗ 13.5%

取り組み④-B : 施策浸透を目的としたアプリ活性化施策の実施

✓ 各取り組みの情報が行き届いていない利用者や、アプリ利用が一定期間ない利用者の掘り起こし対策として
アプリ内でのプッシュ・ポップアップ配信の有効性を検証

■プッシュ・ポップアップ配信

配信内容	配信期間	配信エリア	配信方法
サービス提供開始案内	12月1日	全国	プッシュ
パーク&ライド告知 (名古屋グランパス戦)	12月2日~12月4日	愛知県全域	プッシュ ポップアップ
デジタルチケット紹介 ^(1回目) (愛知環状鉄道)	12月4日~12月5日	名古屋東部丘陵地域 を中心とするエリア	プッシュ ポップアップ
デジタルクーポン紹介 (IKEA長久手)	12月22日~12月24日	名古屋東部丘陵地域 を中心とするエリア	プッシュ ポップアップ
モビリティサービス紹介 (C+pod)	12月25日~12月26日	愛知県全域	プッシュ ポップアップ
モビリティサービス紹介 (カリテコバイク)	12月27日~12月28日	愛知県全域	プッシュ ポップアップ
デジタルチケット紹介 ^(2回目) (愛知環状鉄道)	12月29日~1月3日	愛知県全域	プッシュ ポップアップ
パーク&ライド告知 (トヨタヴェルブリッツ戦)	1月5日~1月9日	愛知県全域	プッシュ ポップアップ
リニモ駅混雑情報配信 紹介	1月19日~1月21日	名古屋東部丘陵地域 を中心とするエリア	プッシュ ポップアップ

<プッシュ>

- ・アプリを起動していない状態で配信されるお知らせ機能
- ・主に利用が一定期間ない利用者の掘り起こしを目的とする

<ポップアップ>

- ・アプリを起動した状態で配信されるお知らせ機能
- ・主に該当ページへの誘導を目的とする



プッシュ配信画面例



ポップアップ配信画面例

取り組み④-B : 施策浸透を目的としたアプリ活性化施策の実施

■ 結果分析・考察 <プッシュ、ポップアップ配信の有効性について>

▶ プッシュ、ポップアップ配信を活用することで**アプリの利用継続、利用促進**に繋がる

<プッシュ配信>

- ・配信日は、**デイリーアクティブユーザー数が増加**し、アプリ起動の促進に寄与できている
- ・名古屋グランパス戦のイベント情報（8.3%）、IKEA長久手のデジタルクーポン（13.2%）の開封率が高かった
- ・**「クーポン情報」や「イベント情報」などのお得感や期間限定の情報**を配信することで

利用が一定期間ない利用者への**復帰施策**として効果が期待できる

<ポップアップ配信>

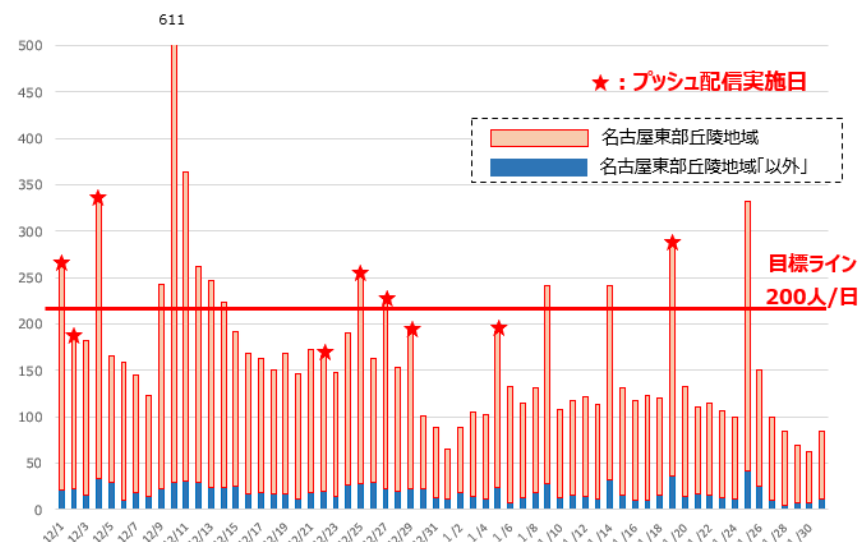
- ・配信内容に関連する特集記事の閲覧数に繋がっており、
- アプリ起動後の**誘導、利用促進施策**として効果が期待できる



<来期以降の取り組み・課題>

- ◇ クーポンやイベント情報などの利用者の関心のある配信継続
- ◇ 興味を惹く配信内容（文章、サムネイル画像等）の比較検討

<（再掲）DAU推移>



2-6.課題解決に向けた取り組み（総括）

✓ 各取り組み事項を以下で総括する

取り組み		総括
KPIの結果分析	① 新規ログイン数	<ul style="list-style-type: none"> ・12月下旬までは各種PRが奏功し順調に伸長 ・1月はコロナ変異株の流行、PRイベント中止の影響等により伸び悩んだ
	② デイリーアクティブユーザー数	<ul style="list-style-type: none"> ・12月は平均205人/日とKPI達成するも1月はコロナの影響で減少 ・12月1月共に本県での機能別の利用比率に変更なく、最多利用機能はルート検索であった
	③ デジタルチケット販売枚数	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍ではあったが、非接触で購入、利用できるデジタルチケットの販売比率は増加傾向
①-A	パーク&ライド利用をサポートする機能提供	<ul style="list-style-type: none"> ・ルート検索時の車及びパーク&ライドの設定割合は他地域より高いことから、パーク&ライドのニーズは高いと推定 ・利用促進には、「利便性の高い駐車場が整備された施設との連携」「利用インセンティブの付与」「混雑情報を含む一元的な関連情報の発信」が効果的と推定

2-6.課題解決に向けた取り組み（総括）

取り組み		総括
①-B	リコモ駅混雑情報の提供	・特集記事の中で最も（545件）閲覧されたコンテンツ
		・混雑情報を見た人の32.1%が自身の行動変容に繋がっている
		・表示方法の改善や混雑精度の向上により混雑分散・回避に繋がる可能性
①-C	道路混雑情報の提供	・特集記事の中で4番目（258件）に閲覧されたコンテンツ
		・MaaSアプリとして、車移動も考慮したナビ機能や渋滞情報、駐車場の満空情報を提供することで、更なる利便性の向上が見込まれる
①-D	行動変容を促す インセンティブ付与	・IKEA長久手及び愛知高速交通と連携しクーポン配信(利用実績は24件)
		・インセンティブを行動変容につなげるためには、認知度の向上施策に加え、利用者や利用シーンなどターゲット・ユーザー動線の明確化が必要
②-A	デジタル乗車券と体験チケットの 組み合わせによる移動促進	・「券種拡大」によるユーザーの利便性向上が必要
		・長期的な目線では、無人改札でのオペレーションの検討が必要
②-B	多様な移動手段に対応した マルチモーダル連携機能の実装	・他地域と比較すると「自動車」「パーク&ライド」をルート検索の際に対象移動手段設定しているユーザーが多く、本県の移動特性を表している
		・シェアサイクルやC+pod利用件数は少ないものの、利用意向のあるユーザーも一定数存在。利用促進のためには周遊の魅力を感じられる「特集記事」等での訴求が必要

2-6.課題解決に向けた取り組み（総括）

取り組み		総括
③	周遊観光を促進する お出かけ情報提供	・混雑の分散/回避に役立つ情報やプッシュ配信した記事の閲覧数が多い
		・午前中や朝夕の通学・通勤時間帯に多く閲覧されている
		・周遊観光に繋げるためには、情報の検索のしやすさ改善や、タイムリーな記事などの掲載が必要
④-A	利用者獲得を目的とした 告知活動の実施	・ポスター/チラシ/サイネージ/中吊り広告/動画広告/イベント新聞折り込み/ ポスティング等、期間中途切れなくPRを実施。 認知経路トップは「新聞折り込み/ポスティングチラシ」
		・PRにあたっては費用対効果を踏まえて継続実施が必要
		・口コミ（知人の紹介など）を増やすことも重要であり、アプリ自体の魅力向上が必要
④-B	施策浸透を目的とした アプリ利用活性化施策の実施	・プッシュ配信は、一定期間利用のないユーザーの復帰施策として有効であり、 デイリーアクティブユーザー数も増加した
		・プッシュ・ポップアップ配信の開封率が高い内容は、期間限定イベント情報、 クーポン等お得情報

3. 今後の提供サービスについて

- ✓ 今年度の検証・分析や本県の移動における独自性を踏まえ、MaaSの実装に向けた2022年度・2023年度の取り組みについて、MaaSアプリとして考慮すべき視点及び施策の深化・改善が必要と思われるサービスは以下の通り。

1. 2022年度以降も継続していくことが必要と考えられるサービス

<課題1 ジブリパーク開園を踏まえた本県ならではの混雑の分散・回避施策の必要性>

- 解決策1-1：自動車と公共交通機関の効果的な連携施策の提供（パーク&ライド）
- 解決策1-2：リコモ3駅の混雑情報の提供
- 解決策1-3：道路混雑情報及び愛・地球博記念公園周辺の駐車場の満空情報の提供
- 解決策1-4：行動変容を促すためのリコモ沿線のインセンティブ付与施設・事業者の開拓・拡充

<課題2 MaaSアプリの機能充実・強化>

- 解決策2-1：魅力あるMaaSアプリへの改善
- 解決策2-2：デジタルチケット券種の拡大によるユーザーの利便性向上

<課題3 様々な事業者/団体との連携強化とPR活動>

- 解決策3-1：自治体及び交通事業者、ジブリパーク関係事業者等との連携
- 解決策3-2：広域MaaSと地域MaaSの連携
- 解決策3-3：シェアサイクルや超小型モビリティの利用向上施策
- 解決策3-4：自動運転車両運行サービスとの連携
- 解決策3-5：全国及び愛知での認知向上施策

2. MaaSアプリのプラットフォーマーとしての事業採算性の向上

- UI/UXの改善や多様な事業者との連携等により、ニーズ/独自性のある高付加価値なサービスを提供し、ユーザー確保に努めることが重要

Appendix

Webアンケート設問内容②

8 my routeアプリの満足しているところを教えてください（複数回答可）

- ①ルート検索が使いやすい
- ②デジタルチケット購入やシェアサイクルの予約が便利
- ③混雑情報が見やすい
- ④地域のお店情報やイベント情報が充実している
- ⑤パーク&ライドのルートの経路が検索できる
- ⑥経路検索結果から駐車場の満空情報がわかる
- ⑦その他（ ）

9 my routeアプリの満足していないところを教えてください（複数回答可）

- ①ルート検索が使いにくい
- ②デジタルチケット購入やシェアサイクルの予約方法がわかりにくい
- ③混雑情報がわかるまで時間がかかる
- ④地域のお店情報・イベント情報が少ない
- ⑤RYDEやナビタイムなど他アプリの方が使いやすい
- ⑥満空情報がわかる駐車場が少ない
- ⑦デジタルチケットの種類が少ない
- ⑧その他（ ）

10 my routeアプリのルート検索を利用し、実際に移動しましたか？

- ①した
- ②していない

11 <Q10②と回答された方> 移動しなかった理由を教えてください（複数回答可）

- ①予定が変わった
- ②検索に時間がかかる
- ③検索結果の表示がわかりにくい
- ④目的地の設定がしづらい
- ⑤理想のルートが表示されない
- ⑥その他（ ）

12 my routeアプリで予約および決済ができるカリテコバイク（シェアサイクル）は利用しましたか？

- ①利用した
- ②利用したことはないが今後利用したい
- ③利用したことはなく、今後も利用意向なし

13-1 <Q12①と回答された方> カリテコバイク（シェアサイクル）を利用したことにより行動範囲は広がりましたか？

- ①はい
- ②いいえ

13-2 <Q12①②と回答された方> カリテコバイク（シェアサイクル）を利用したもしくは利用したい理由を教えてください（複数回答可）

- ①混雑を回避したい
- ②健康によさそう
- ③鉄道やバスよりも早く着く
- ④その他（ ）

13-3 <Q12①②と回答された方> カリテコバイク（シェアサイクル）を利用して行った場所または行きたい場所を教えてください

（ ）

13-4 <Q12②と回答された方> カリテコバイク（シェアサイクル）をこれまで利用していなかった理由を教えてください（複数回答可）

- ①自転車専用道路が少なく危険
- ②近くにポートがない
- ③鉄道やバスの方が楽
- ④予約方法がわからない
- ⑤天候に左右される（暑い・寒い、雨・雪）
- ⑥目的地に到着する時間が読めない
- ⑦存在を知らなかった
- ⑧その他（ ）

Webアンケート設問内容③

13-5 <Q12③と回答された方> カリテコバイク（シェアサイクル）の利用意向がない理由を教えてください（複数回答可）

- ①自転車専用道路が少なく危険
- ②近くにポートがない
- ③鉄道やバスの方が楽
- ④予約方法がわからない
- ⑤天候に左右される（暑い・寒い、雨・雪）
- ⑥目的地に到着する時間が読めない
- ⑦その他（ ）

14 my routeアプリ内の地域のお店情報や地域情報は見ましたか？

- ①見た
- ②見ていない

15-1 <Q14①と回答した方> 行きたい場所や観光スポットはありましたか？

- ①はい
- ②いいえ

15-2 <Q15-1①と回答した方> 実際に行きましたか？行った方は場所を教えてください

- ①行った（場所： ）
- ②行かなかった

15-3 <Q14②と回答された方> 見なかった理由を教えてください（複数回答可）

- ①お店情報などが掲載されていることを知らなかった
- ②検索方法がわからなかった
- ③興味がない
- ④他のアプリや公式HPで調べるから
- ⑤SNSで調べるから
- ⑥その他（ ）

16 my routeアプリでリコモや道路の混雑情報を見ましたか？

- ①見た
- ②見ていない

17-1 <Q16①と回答した方> リコモや道路の混雑情報を見て、混んでいるから外出を控える・出発日時を変えるなど、行動に変化はありましたか？

- ①はい
- ②いいえ（予定通り外出する）

17-2 <Q16②と回答された方> リコモや道路の混雑情報を見なかった理由を教えてください（複数回答可）

- ①リコモまたは車を利用していない
- ②別の混雑情報を利用
- ③アプリのどこに掲載されているのかわからなかった
- ④その他（ ）

18 リコモの混雑情報として、知りたい情報を3つまで教えてください

- ①リアルタイムの状況（10分更新）
- ②リアルタイムの状況（1時間更新）
- ③過去の情報
- ④将来の予測
- ⑤駅構内の状況
- ⑥車両内の状況
- ⑦撮影画像による状況配信
- ⑧その他（ ）

19 リコモ沿線に商業施設や観光施設、公園があります。マイカーではなく、リコモを利用して外出するきっかけとして考えられるものを教えてください

- ①リコモを使って訪れるとお得なクーポンが貰える（配送料無料など）
- ②通常料金よりもお得にリコモが利用できる乗車券がある
- ③リコモの駅近くでシェアサイクルが利用できる
- ④目的地の周辺道路や駐車場の混雑回避ができる情報が得られやすい
- ⑤その他（ ）

Webアンケート設問内容④

20 my routeアプリにどのようなサービスが追加されれば、アプリの利用回数を増やしますか？

()

21 これまで、リニモ沿線の大型商業施設やモリコロパークに行ったことがありますか？ある場合は主な移動手段を教えてください。

①ある（主な移動手段： ） ②ない

22 2022年秋、長久手市の愛・地球博記念公園（モリコロパーク）にジブリパークが開園します。ご自宅から行くことを想定した場合の移動手段を教えてください

①公共交通機関 ②マイカー ③その他（ ）

23-1 <Q22①と回答された方> 公共交通機関を利用する理由を教えてください（複数回答可）

①マイカーを保有していない ②道路や駐車場の混雑回避 ③環境に優しい（CO2排出量が少ない） ④他の移動手段よりも所要時間が短い ⑤その他（ ）

23-2 <Q22②と回答された方> マイカーを利用する理由を教えてください（複数回答可）

①気軽に移動できる ②公共交通機関の乗り換えが多い ③自宅から最寄り駅まで遠い ④駅や車内の混雑を避けたい ⑤他の移動手段の運賃など費用が高額
⑥他の移動手段よりも所要時間が短い ⑦その他（ ）

24 ジブリパーク開園後、パーク＆ライドが実施されると仮定する場合、利用する意向はありますか？（駐車場からモリコロパークへの移動はリニモを利用することを前提とします）

①ある ②ない ③わからない

25-1 <Q24①と回答された方> パーク＆ライドを利用したい理由を教えてください（複数回答可）

①モリコロパークの駐車場の混雑を回避できる ②周辺道路の混雑を回避できる ③トータルで考えると移動時間が短い ④環境に優しい（CO2排出量が少ない）
⑤料金が安くすみそう ⑥その他（ ）

25-2 <Q24②と回答された方> パーク＆ライドを利用したくない理由を教えてください（複数回答可）

①リニモが混みそう ②ルート検索方法がわかりにくい ③駐車場に確実に止められるか不安 ④同行者を含めたりニモの運賃が高額になる
⑤自宅からモリコロパークに直接移動できるほうが楽 ⑥その他（ ）

25-3 <Q24③と回答された方> パーク＆ライドを利用するかわからない理由を教えてください（複数回答可）

①駐車場の位置・料金次第 ②特典があれば利用したい ③メリットがわからない ④同行者の意向による ⑤その他（ ）

26 豊田スタジアムで開催される名古屋グランパス戦において今後パーク＆トレイン（ライド）が実施される場合、パーク＆トレインを利用する意向はありますか？

①利用したことがあり、今後も利用したい ②利用したことはないが、今後利用したい ③利用したことがあるが、今後は利用したくない ④利用したことはなく、今後も利用意向なし

Webアンケート設問内容⑤

27-1 <Q26①②と回答された方> パーク&トレインを今後利用したい理由を教えてください（複数回答可）

- ①豊田市駅またはスタジアム周辺の駐車場の混雑を回避できる
- ②道路の混雑を回避できる
- ③駐車場の収容台数が多い
- ④駐車場が無料で使える
- ⑤ノベルティが貰える
- ⑥その他（ ）

27-2 <Q26③④と回答された方> パーク&トレインの利用意向がない理由を教えてください（複数回答可）

- ①豊田市駅またはスタジアム近くに駐車するよりも、スタジアムまでの移動に時間がかかる
- ②同行者を含めた愛知環状鉄道の運賃が高額になる
- ③マイカーで行ったことがない
- ④スタジアム以外で観戦する
- ⑤サッカーに興味がない
- ⑥その他（ ）

28 休日に愛知環状鉄道を利用されたことはありますか？

- ①ある
- ②ない

29 <Q28①と回答された方> 利用した乗車券を教えてください

- ①駅で買える1dayパス
- ②RYDEのデジタルチケット（1dayパス）
- ③my routeのデジタルチケット（1dayパス）
- ④券売機で買える通常の乗車券
- ⑤ICカード
- ⑥その他企画切符（岡崎無双きっぷ等）

30 愛知環状鉄道が発売している愛環1dayパスの購入特典として、沿線施設の入場券が割引で買えることを知っていますか？

- ①はい
- ②いいえ

31 トヨタの超小型モビリティC+pod（シーポッド）※をトヨタシェアで利用したことはありますか？ ※C+podについてはこちら→<https://Toyota.jp/cpod/index.html>

- ①利用したことがある
- ②利用したことはないが、今後利用したい
- ③利用したことはなく、今後も利用意向なし

32-1 <Q31①②と回答された方> C+podを使って実際に行ったもしくは行きたい目的や場所を教えてください

- ①観光（目的地： ）
- ②買い物（施設名： ）
- ③その他（ ）

32-2 <Q31①②と回答された方> 実際の利用時間もしくは想定する利用時間を教えてください（複数回答可）

- ①1時間以内
- ②1時間～2時間
- ③2時間～3時間
- ④3時間～4時間
- ⑤4時間以上

32-3 <Q31②と回答された方> 今後利用したいと思う理由を教えてください（複数回答可）

- ①C+podを知らなかった
- ②トヨタシェア（カーシェア）で利用できることを知らなかった
- ③その他（ ）

32-4 <Q31③と回答された方> 今後も利用意向がない理由を教えてください（複数回答可）

- ①トヨタシェア（カーシェア）は利用したくない
- ②料金が安い
- ③航続距離が不安
- ④トヨタシェア（カーシェア）を知らない
- ⑤その他（ ）