

2025年12月3日(水)  
地域公共交通シンポジウム in 中部

# 愛媛県松山市における「おすそわけ交通」に関する取組

ネットヨタ瀬戸内株式会社 大石一浩

n-seto24@netz-setouchi.co.jp

はじめに

# 「持続可能な地域公共交通を構築」

するために…

ポイント1⇒多様なモード

ポイント2⇒多様な関係者

ポイント3⇒多様な手法

# もくじ



第1部) 「おすそわけ交通」として大切にしている考え方

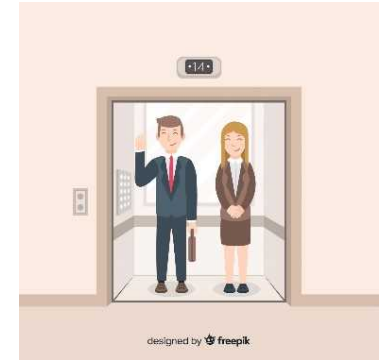
第2部) 「おすそわけ交通」の成り立ちと効果

第3部) 「おすそわけ交通」に登場する人たち

# 第1部) 「おすそわけ交通」として大切にしている考え方

# イメージ

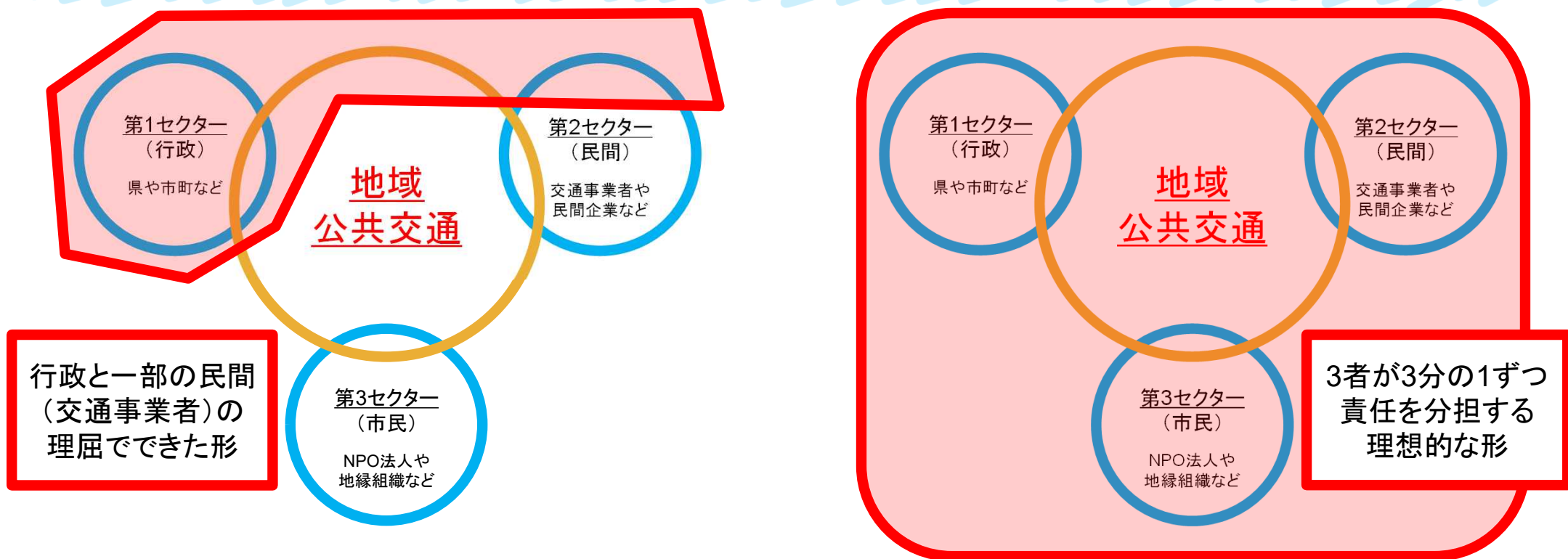
地域にとっての公共交通は  
デパートにとってのエレベーターと同じ。



！ 注意 ！

デパートにエレベーターがなければ8階のレストランに行くでしょうか。  
エレベーターのないデパートの8階にレストランが出店するでしょうか。  
デパートのエレベーターの価値を収支率で測るでしょうか。  
デパートのエレベーターの価値はどのように測るべきなのでしょうか。

# 登場すべき人たちの整理



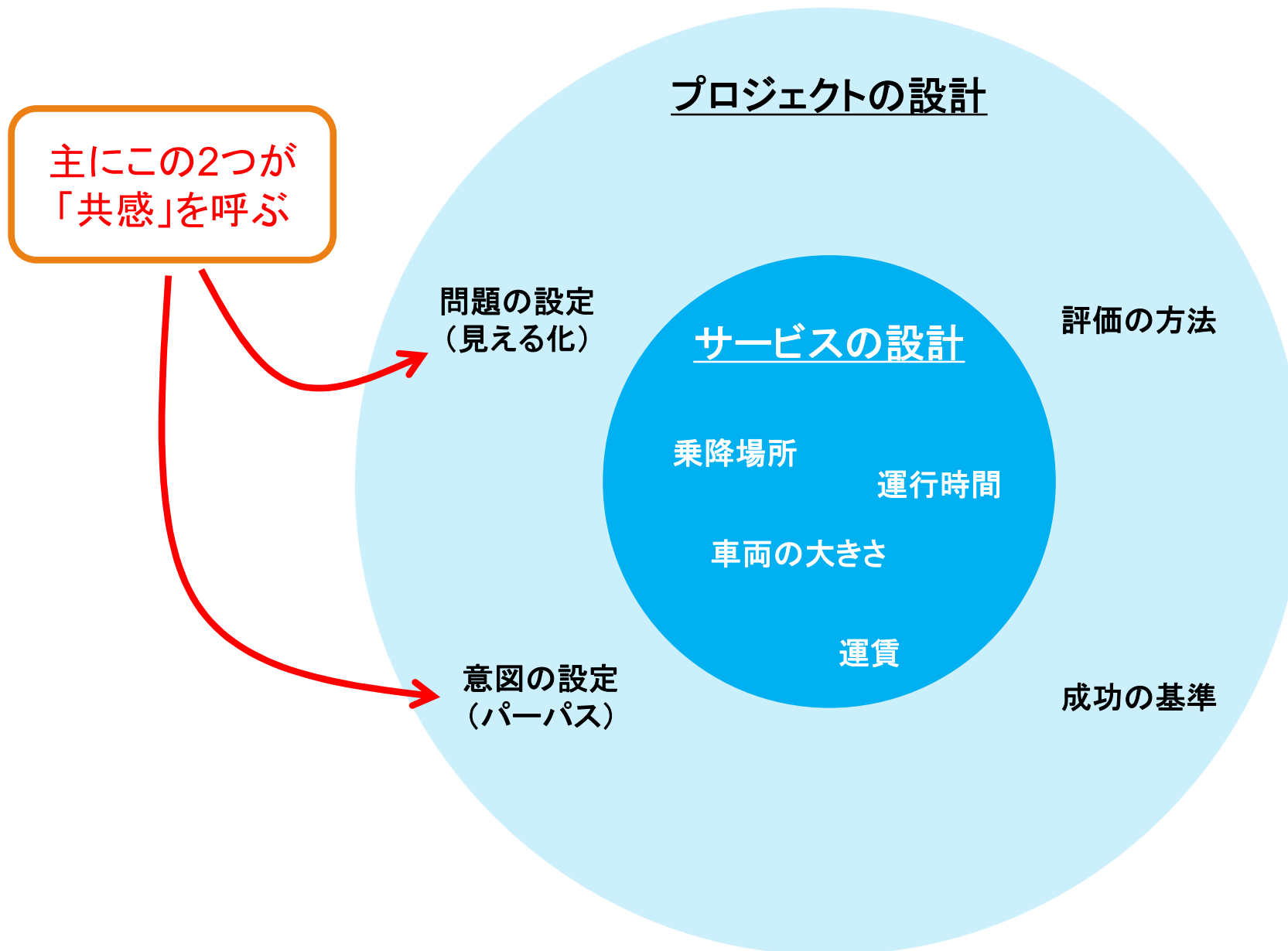
## ！ 注意 ！

長く市民を置き去りにしてきたことが問題の本質なのではないでしょうか。

「民間」も地域であり、交通事業者以外の事業者がたくさんいます。

「リ・デザイン」と言いながら、左の図を再現しようとしていませんか。

# 「プロジェクトを設計する」ということ



# 意図(目的)

収支率UP

?

空白地ゼロ

?

高齢者の  
フレイル予防

○

交通安全性の  
担保

○

利用者数増

?

バス路線維持

?

地産地消の  
促進

○

教育格差の  
是正

○

！ 注意 ！

意図(目的)の設定はできているでしょうか。

その意図(目的)は、手段と混同してしまっていないでしょうか。

意図(目的)がなければ手段を選ぶことができないのではないのでしょうか。



## 第2部)「おすそわけ交通」の成り立ちと効果

# はじめに

チョイソコ  
ひさえだ

チョイソコ  
おのくめ

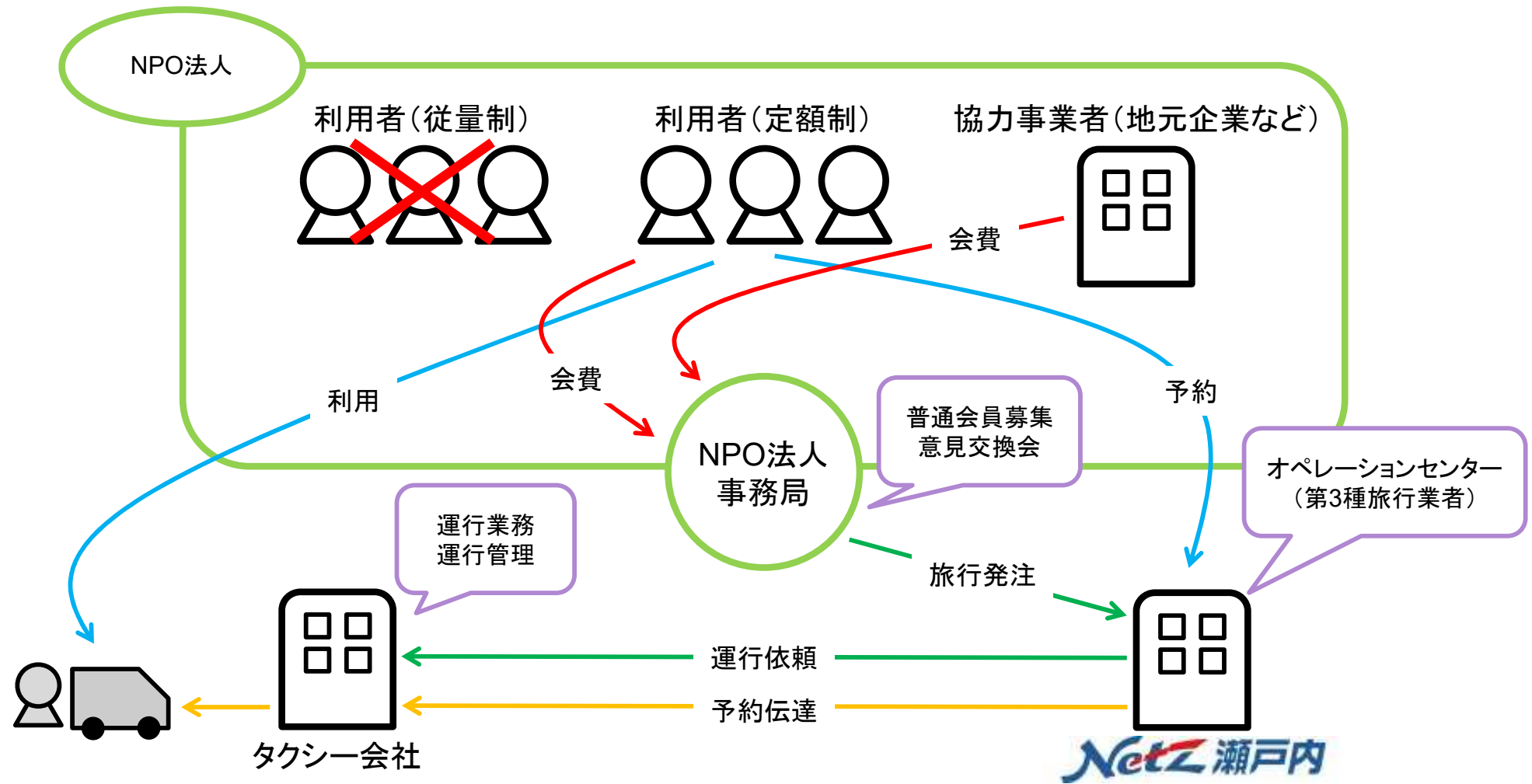
チョイソコ  
いしい

チョイソコ  
よど

愛媛県松山市では、地域が主体となった、  
問題解決型スモールモビリティサービスが広がりをを見せています。

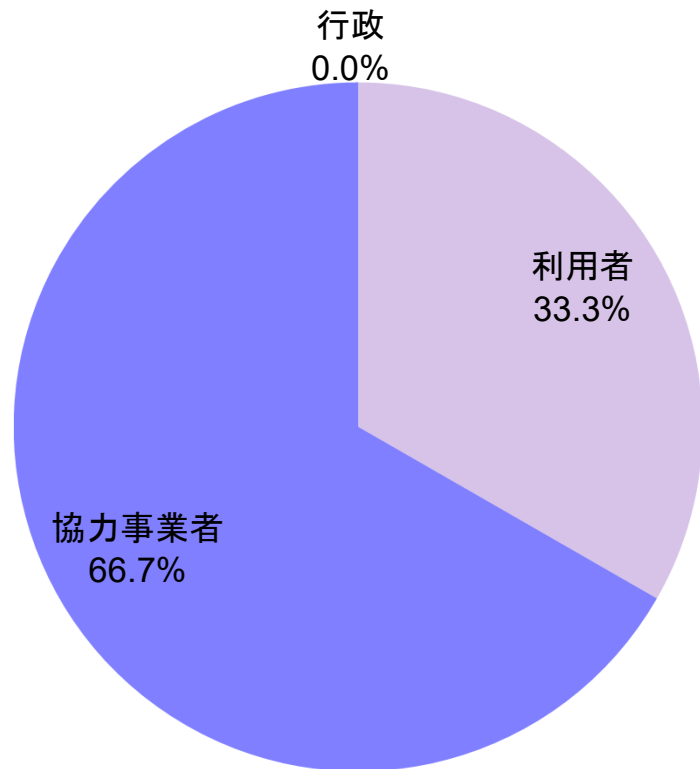


# 運営の体制



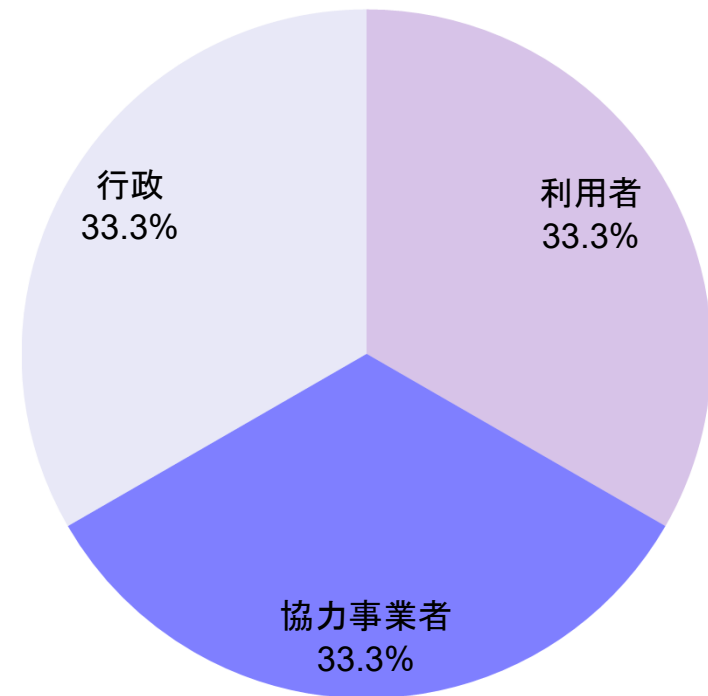
# 収支の様子

## 現実



■ 利用者からの会費 ■ 協力事業者からの会費 ■ 行政の予算

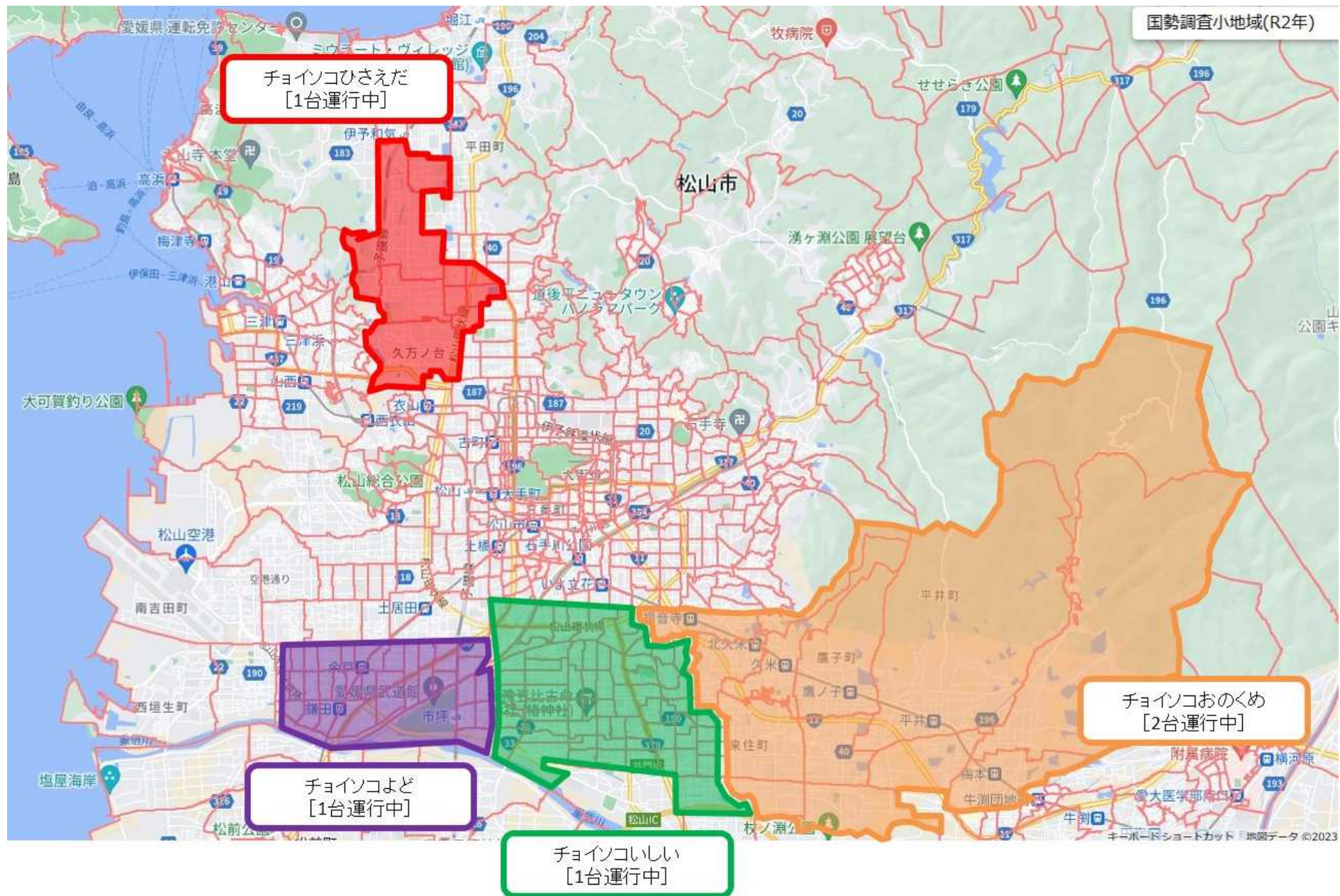
## 理想



■ 利用者からの会費 ■ 協力事業者からの会費 ■ 行政の予算



# 松山市内のチョコインコ分布



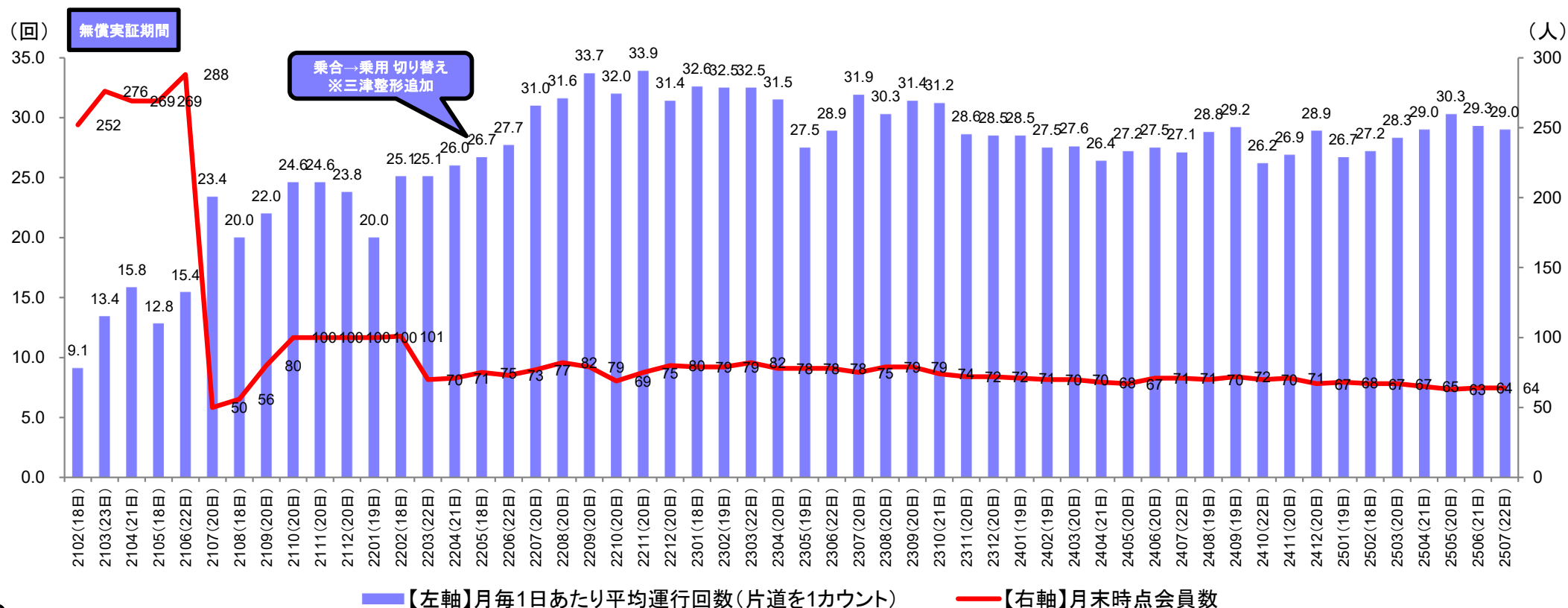
# チョイソコひさえだ 実績など [2021年1月～2025年7月]

人気停留所ランキング TOP5 (2025年7月実績)		
1位	三津整形外科	131回
2位	フジ安城寺店	92回
3位	コープひさえだ	87回
4位	なお鍼灸整骨院前	70回
5位	Aコープ ハトマート山越店	46回

協力事業者数 (2025年7月末時点)	62社(者)
------------------------	--------

停留所数 (2025年7月末時点)	231ヶ所
----------------------	-------

相乗り率 (2025年7月実績)	1.68
---------------------	------



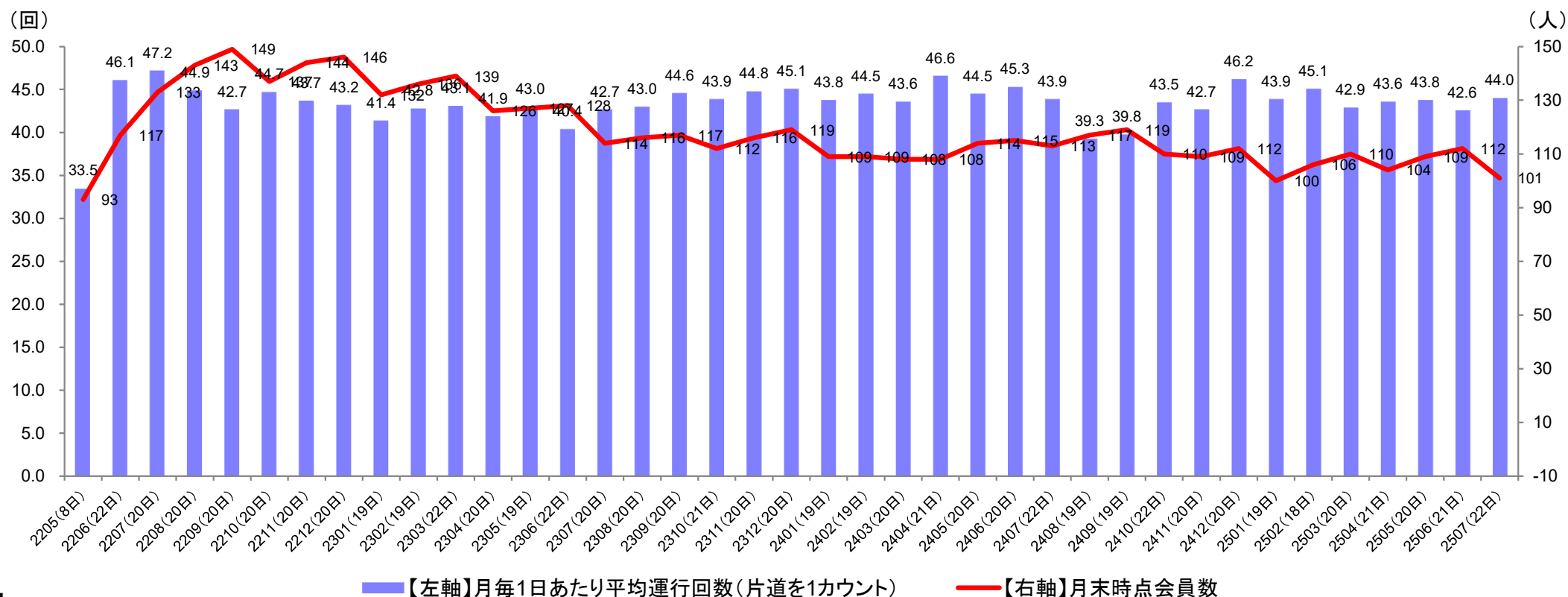
# チョイソコおのくめ 実績など [2022年5月～2025年7月]

人気停留所ランキング TOP5 (2025年7月実績)		
1位	フジグラン重信	162回
2位	コープえひめ 久米店	90回
3位	ヘルストロン 久米店	57回
4位	たかのこの湯	54回
5位	相原整形外科	45回

協力事業者数 (2025年7月末時点)	107社(者)
------------------------	---------

停留所数 (2025年7月末時点)	274ヶ所
----------------------	-------

相乗り率 (2025年7月実績)	1.41
---------------------	------



# 主な特徴

- ◆ 自宅前で乗降可能なドアツードア型である
- ◆ 月額3,500円の乗り放題制(のみ)である
- ◆ 行政の予算は全く付かない独立採算制である

「成り立ち」と「効果」

にもご注目いただきたい！



# 「チョイソコおのくめ」のはじまり



# 活動を始めたきっかけ(成り立ち)

久米地区にお住まいのKさん(75歳／女性)のコメント



出かけたいたい時に出かけられない状況が続くと、  
出かけたいたいこと自体を忘れてしまう。  
出かけることが億劫になる。

出かけず家にこもっていると、  
体だけじゃなく心まで元気がなくなる。  
地域が不健康な高齢者で溢れかえってしまう。

気持ち良くおでかけを続けられると、  
健康維持やフレイル予防に繋がるに違いない。  
私たちの地域は、元気に歳をとれる地域でありたい。



はじまりの人たち

# プロジェクトの意図(Purpose)

最大のテーマを「地域ぐるみのフレイル予防」に設定。  
さらに「フレイル」を3種類に分解して整理。

## (1) 心のフレイル

事前に調査をしてみました。

## (2) 体のフレイル

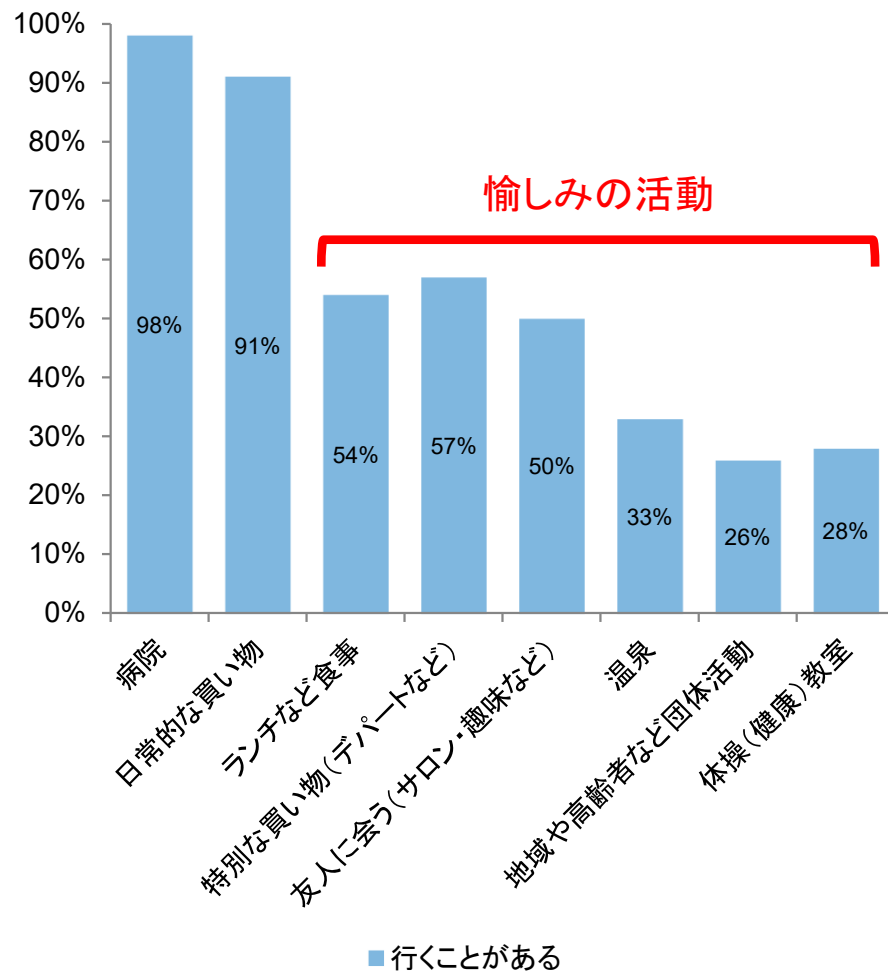
事前に調査をしてみました。

## (3) 社会的なフレイル

(恥ずかしながら)後から気付きました…。

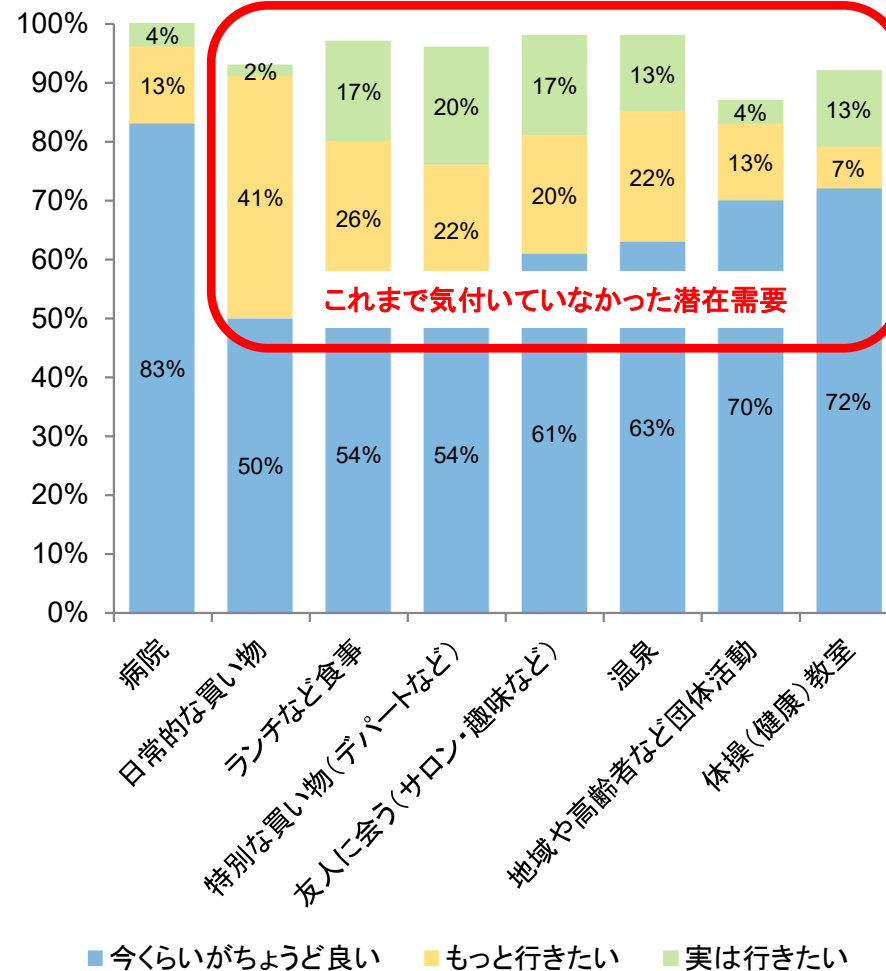
# おでかけ状況(チョイソコが必要な人)

行くことがあるかどうか(チョイソコが必要な人)



N=46

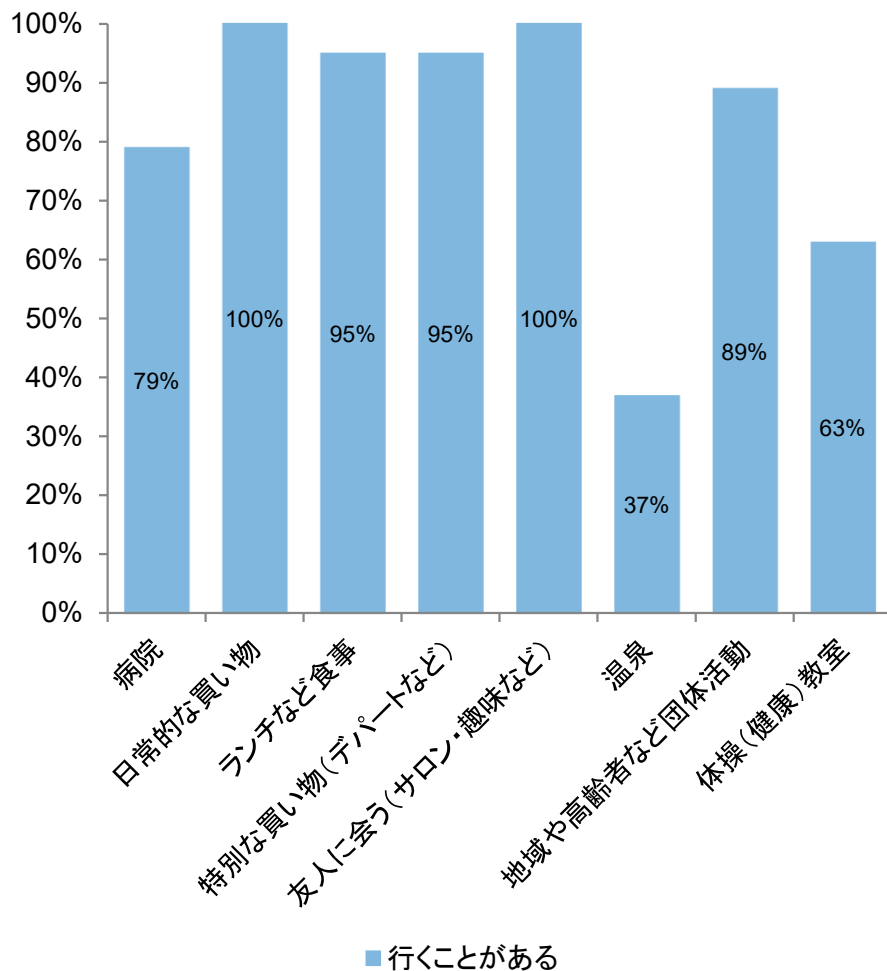
おでかけ頻度の充足度(チョイソコが必要な人)



N=46

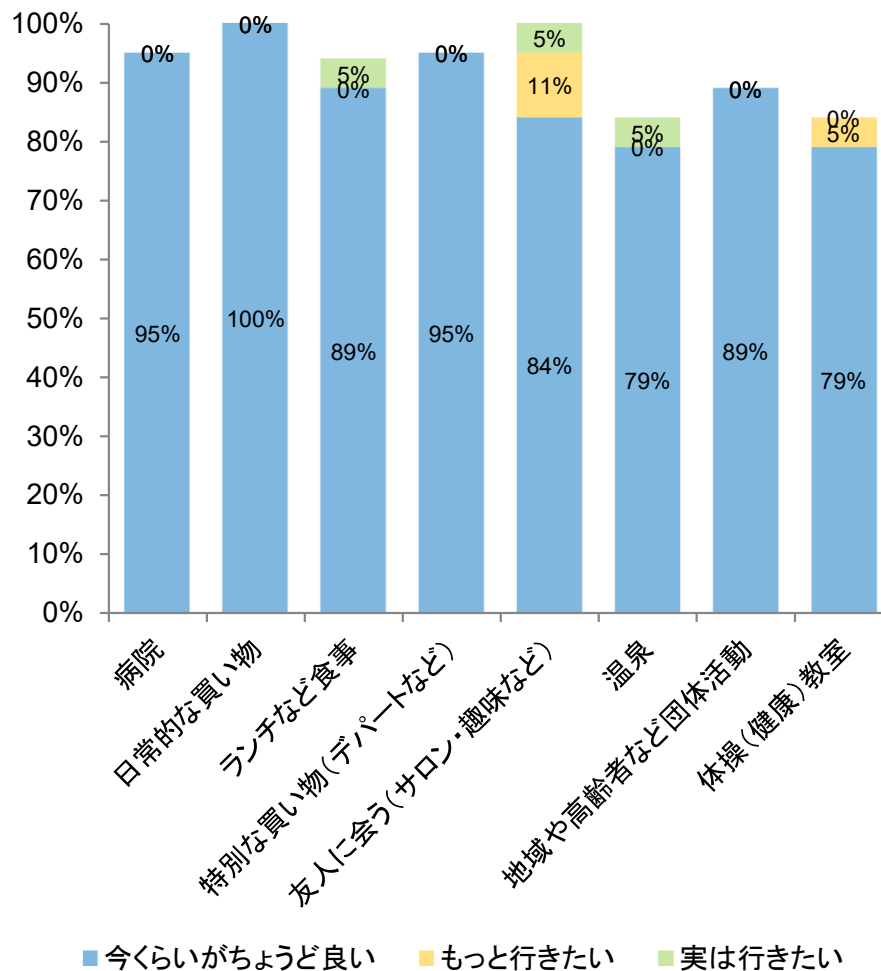
# おでかけ状況(チョイソコが必要ない人)

行くことがあるかどうか(チョイソコが必要ない人)



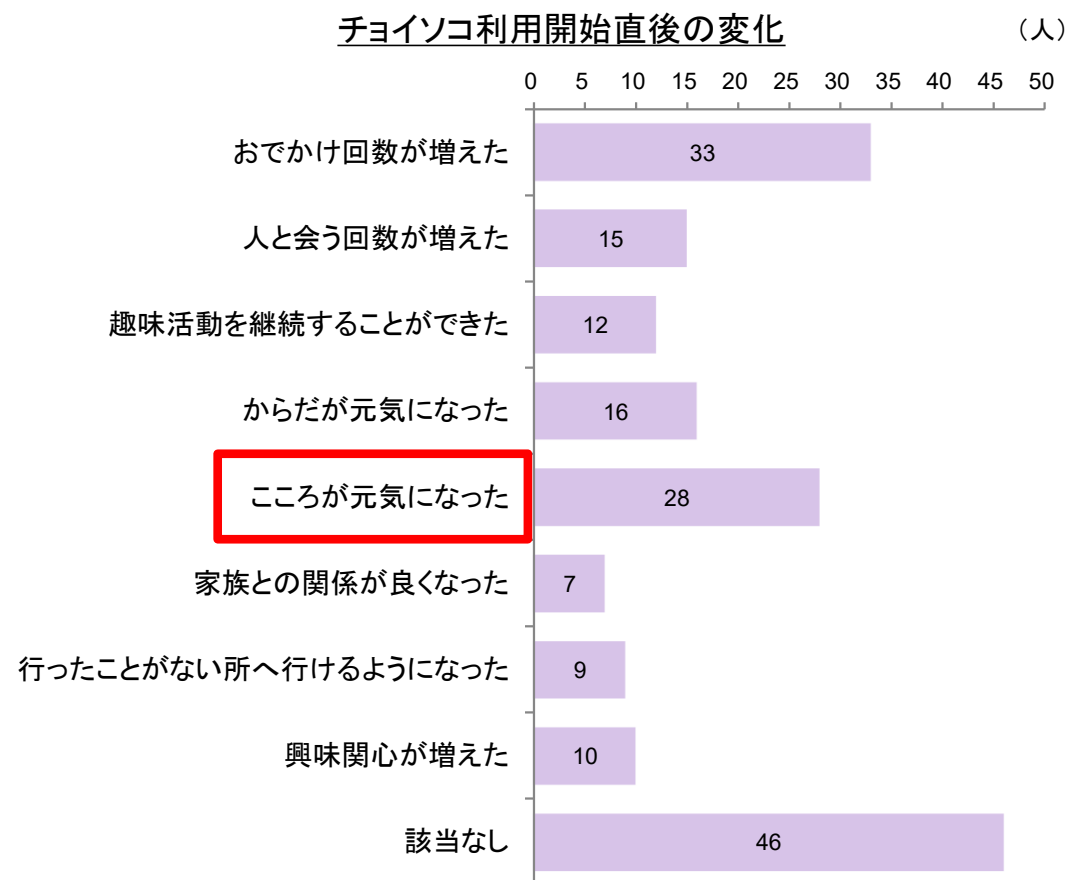
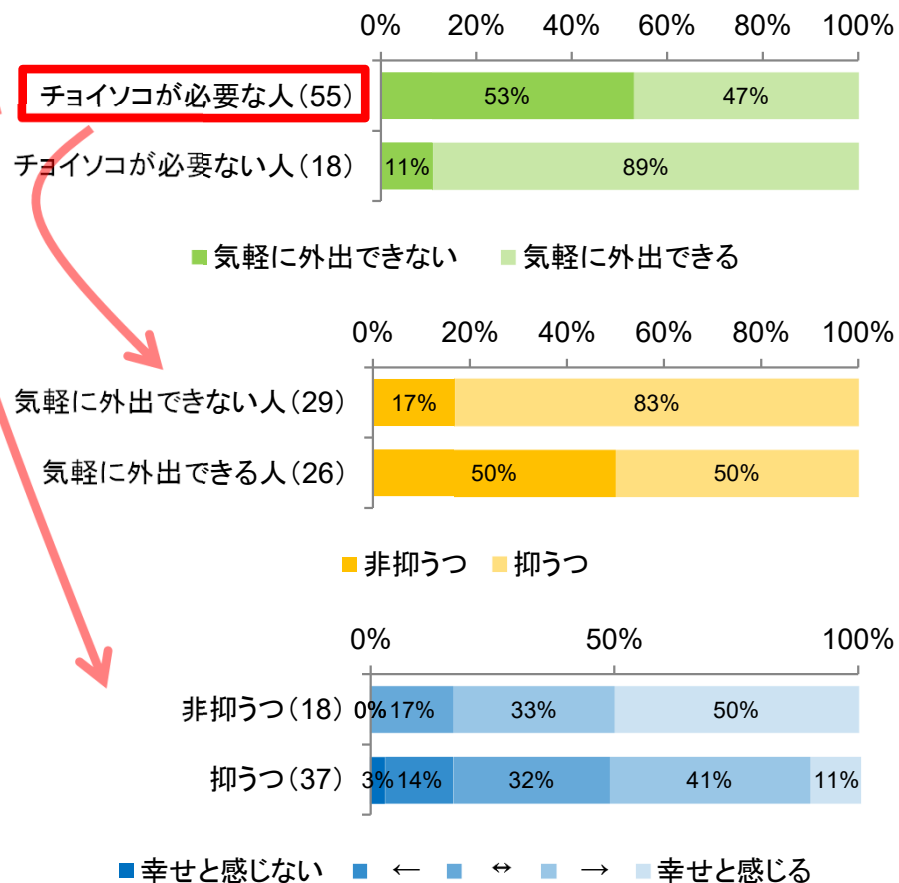
N=19

おでかけ頻度の充足度(チョイソコが必要ない人)



N=19

# (1)心のフレイル関連(効果)



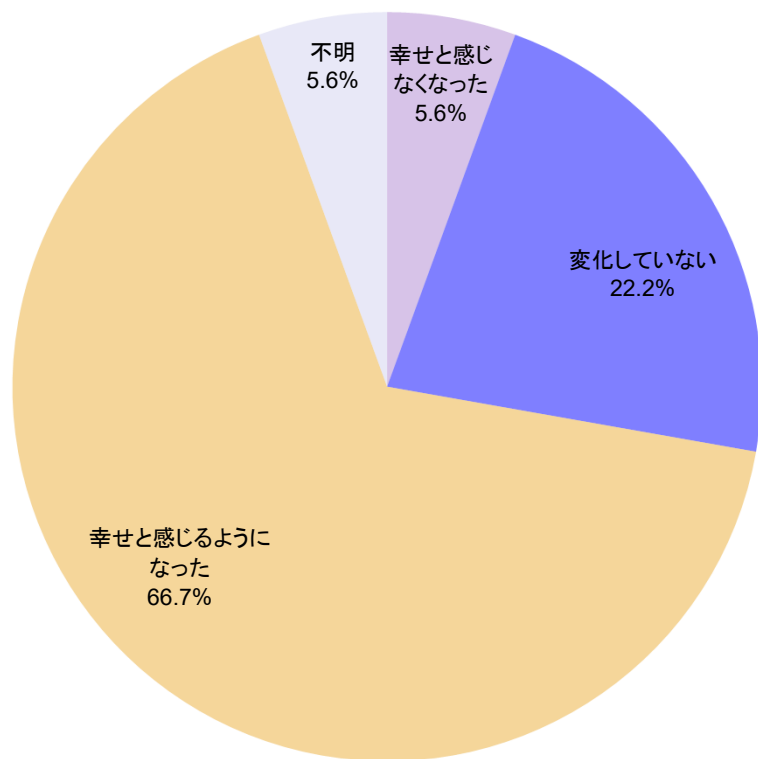
N=97(複数回答可)

Choyoisoを必要としていた人ほど心が元気でない傾向

心が元気だから気軽に外出するのか...  
気軽に外出するから心が元気なのか...

# (1)心のフレイル関連(効果)

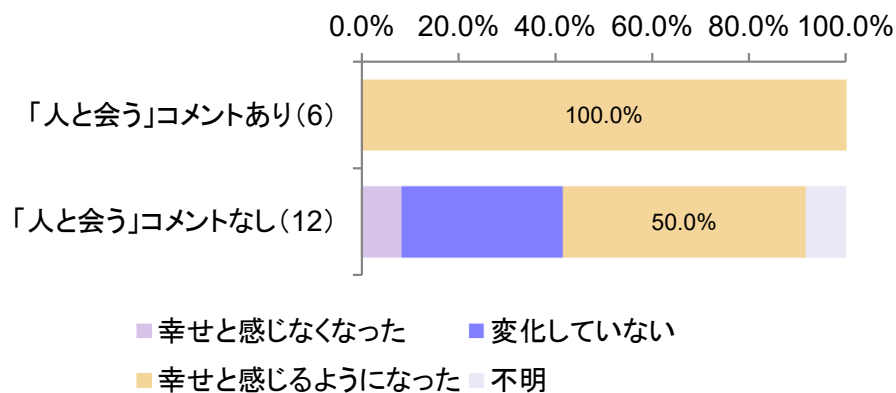
チヨイソコ利用開始から1年半後時点での変化



N=18

13. あなたは今、幸せだと感じますか？5段階からお選びください。

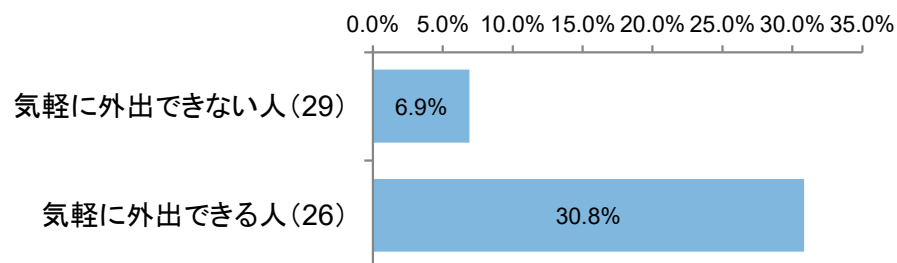
選択肢（あてはまる顔にひとつだけ○）		
幸せと 感じない		幸せと 感じる
チヨイソコおのくめを利用しはじめる前とくらべて、幸せと感じる傾向がどう変化しましたか？	チヨイソコ利用 開始前より 幸せと感じなくなった 変化していない チヨイソコ利用 開始前より 幸せと感じるようになった	
自由回答欄（上のように回答した理由があればお答えください）	天秤(コーヒータイム)と月第3の金曜日 6~10人 チヨイソコに来てお買い得	



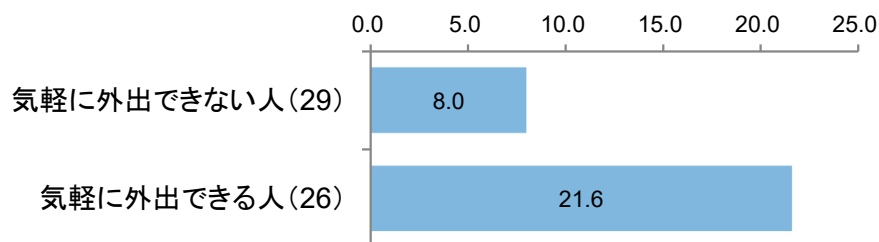
半数以上の方が「幸せと感じるようになった」と回答。  
自由意見に「人と会う」など記載がある人については全員が「幸せと感じるようになった」。

## (2)体のフレイル関連(効果)

片足立ち上がりテスト(立ち上がった人の割合)

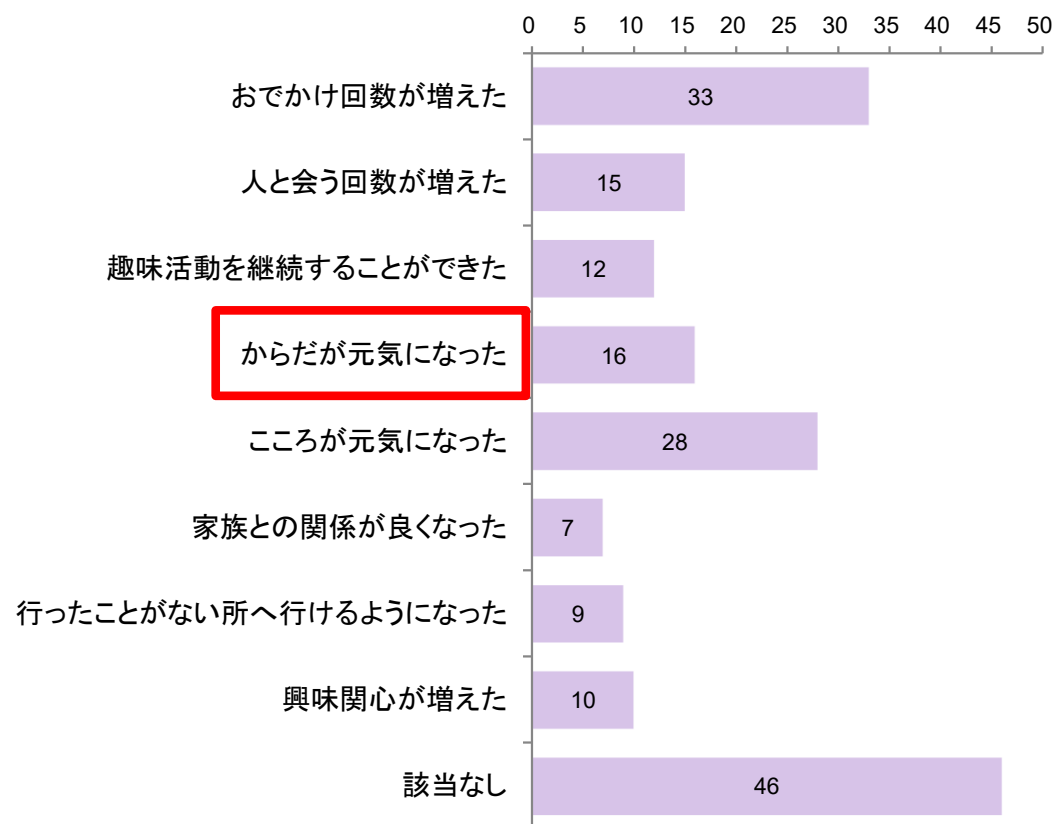


開眼片足立位テスト(立ち続けられた平均秒数)



チョイソコ利用開始直後の変化

(人)



N=97(複数回答可)

チョイソコを必要としていた人ほど体が元気でない傾向

体が元気だから気軽に外出するのか...  
気軽に外出するから体が元気なのか...



# (3) 社会的なフレイル関連(効果)

意気投合しすぎて「日帰りしまなみ旅行」を実現してしまう



車内で出会う

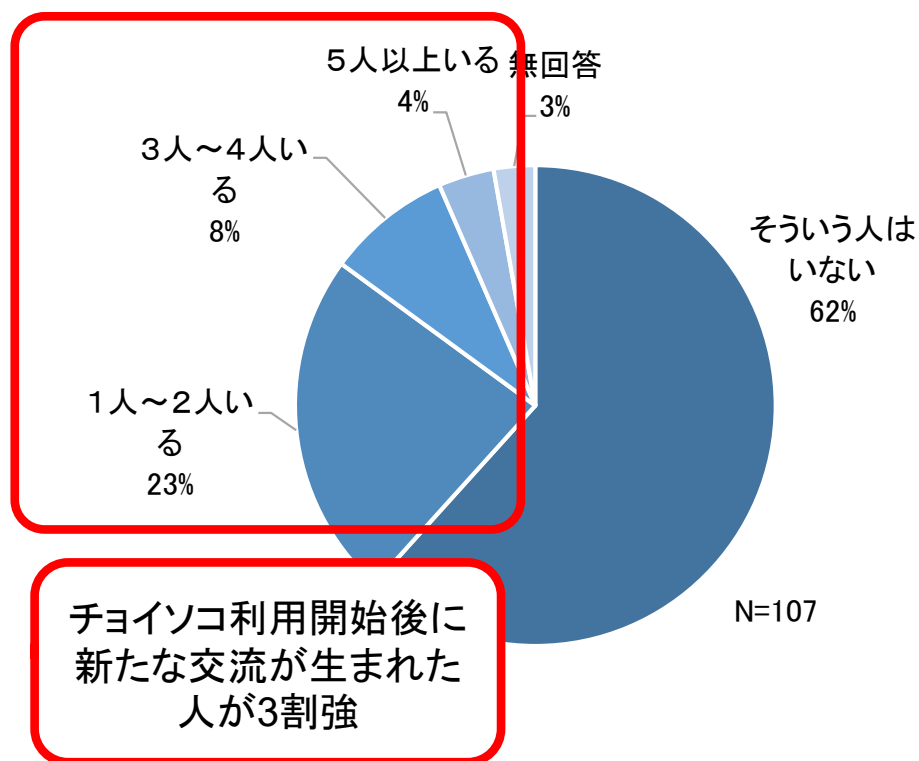


意気投合して月に1回の  
コーヒー飲み友達になる

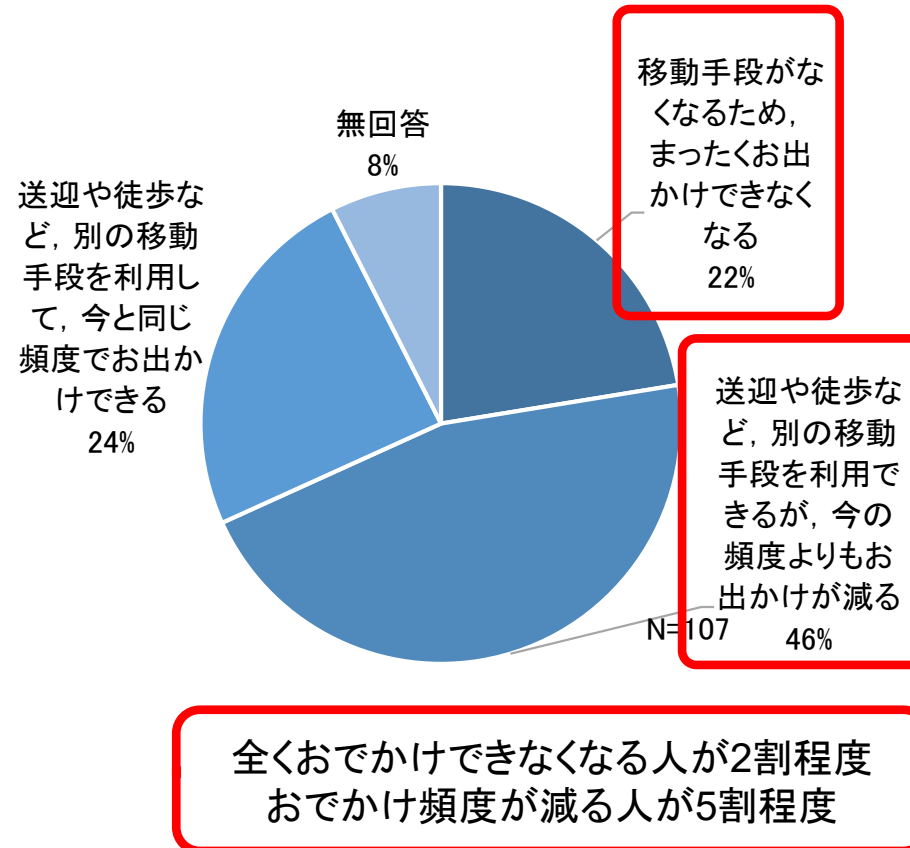


# 「主観的幸福感」関連の効果

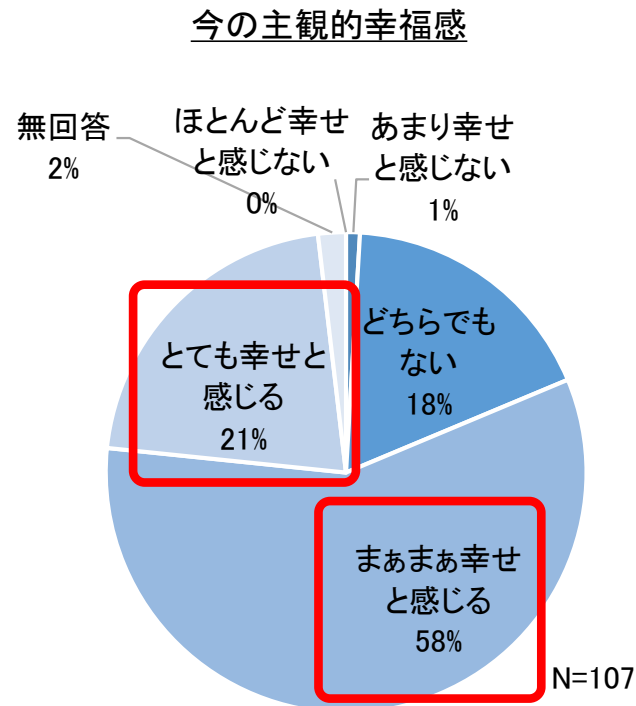
チョイソコ利用開始後に交流が生まれた人があるか



チョイソコが利用できなくなった場合のおでかけの変化



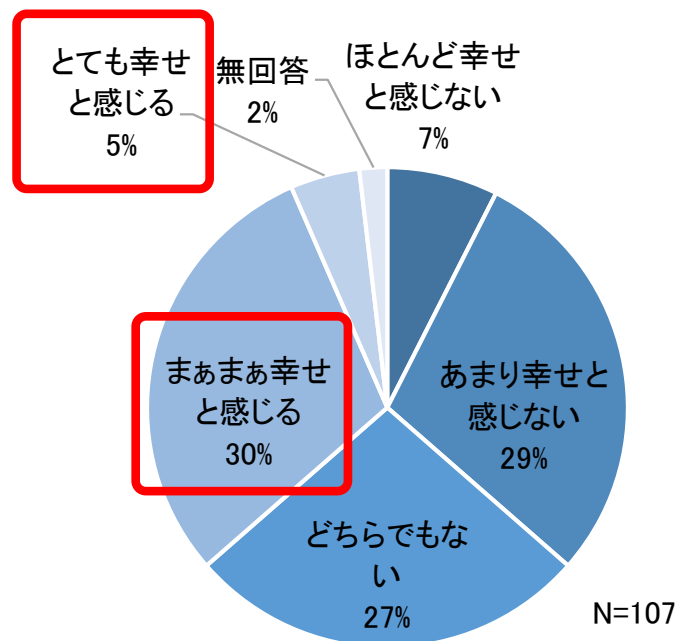
# 「主観的幸福感」関連の効果



8割程度の人が幸せと感じている

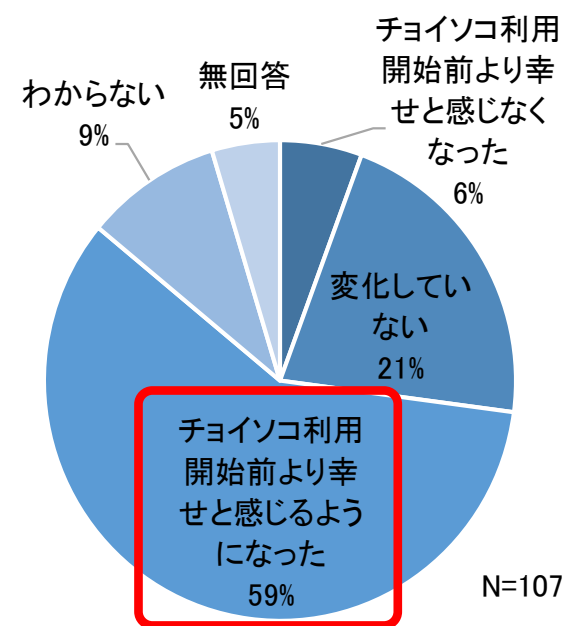
# 「主観的幸福感」関連の効果

チョイソコが利用できなくなった場合の主観的幸福感



幸せを感じる人が半分以下に減少

チョイソコ利用開始前からの主観的幸福感の変化



チョイソコを利用するようになって  
幸せと感じるようになった人が6割程度

## 結論

でかけたい時にでかけられることは、  
幸せなことである。

しかも、  
フレイル予防に繋がる。

# 意図があるから仕組が決まる

最大のテーマである「地域ぐるみのフレイル予防」のために…  
まずは、とにかく誰でもゴキゲンにおでかけできるようにしよう。

## 自宅前で乗降可能な ドアツードア型

100m歩くのが辛くても  
おでかけしたい人はいるのだから。

## 月額3,500円の 乗り放題制(のみ)

「使わないともったいない精神」を煽って  
目いっぱい出かけてもらおう。

## 効果を測定

おでかけによって心や体が元気になっているようだ。  
意図に沿った効果が見えてきて良かった良かった。  
もっと効果を高められるようカイゼンを続けよう。

# まとめ

意図(Purpose/なんのために)を明確に設定する

仕組が決まる

意図が明確であれば  
仕組は自然と決まるはず。

効果を測る

意図に沿った効果の有無を測らないと  
PDCAサイクルを回せるはずがない。

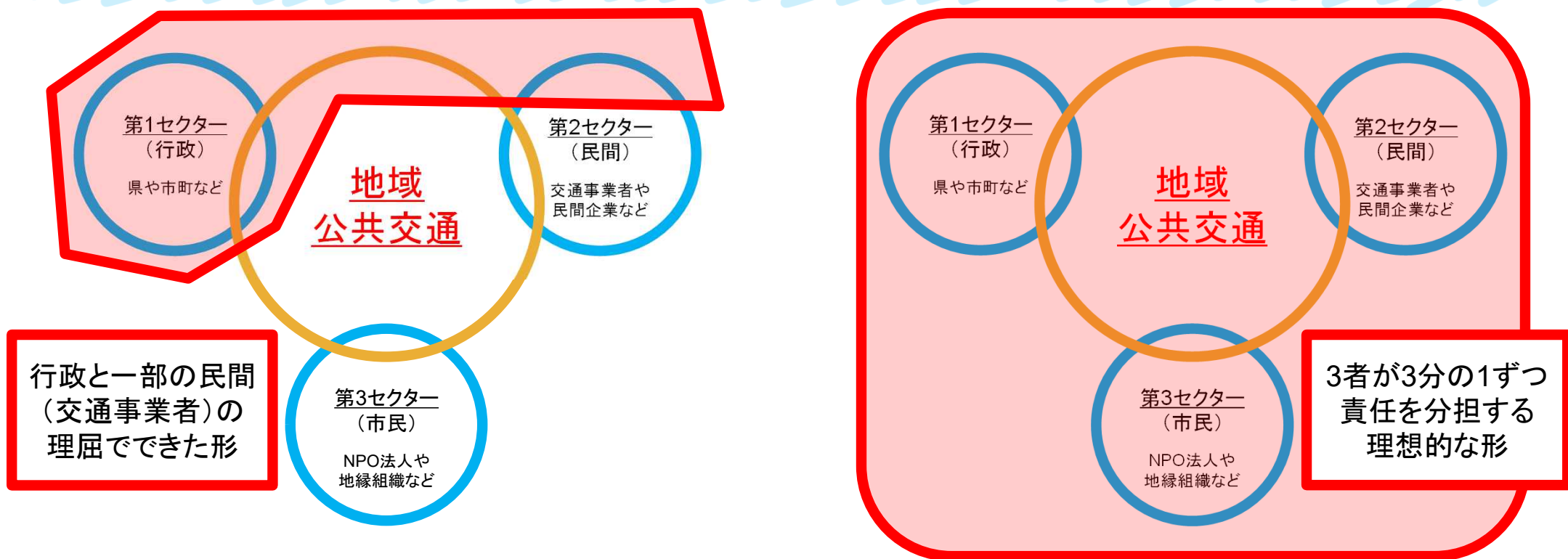
意図はクロスセクター効果などを参考に設定

意図と方法(目的と手段)は全く違うので注意が必要。

## 第3部)「おすそわけ交通」に登場する人たち



# 登場すべき人たちの整理



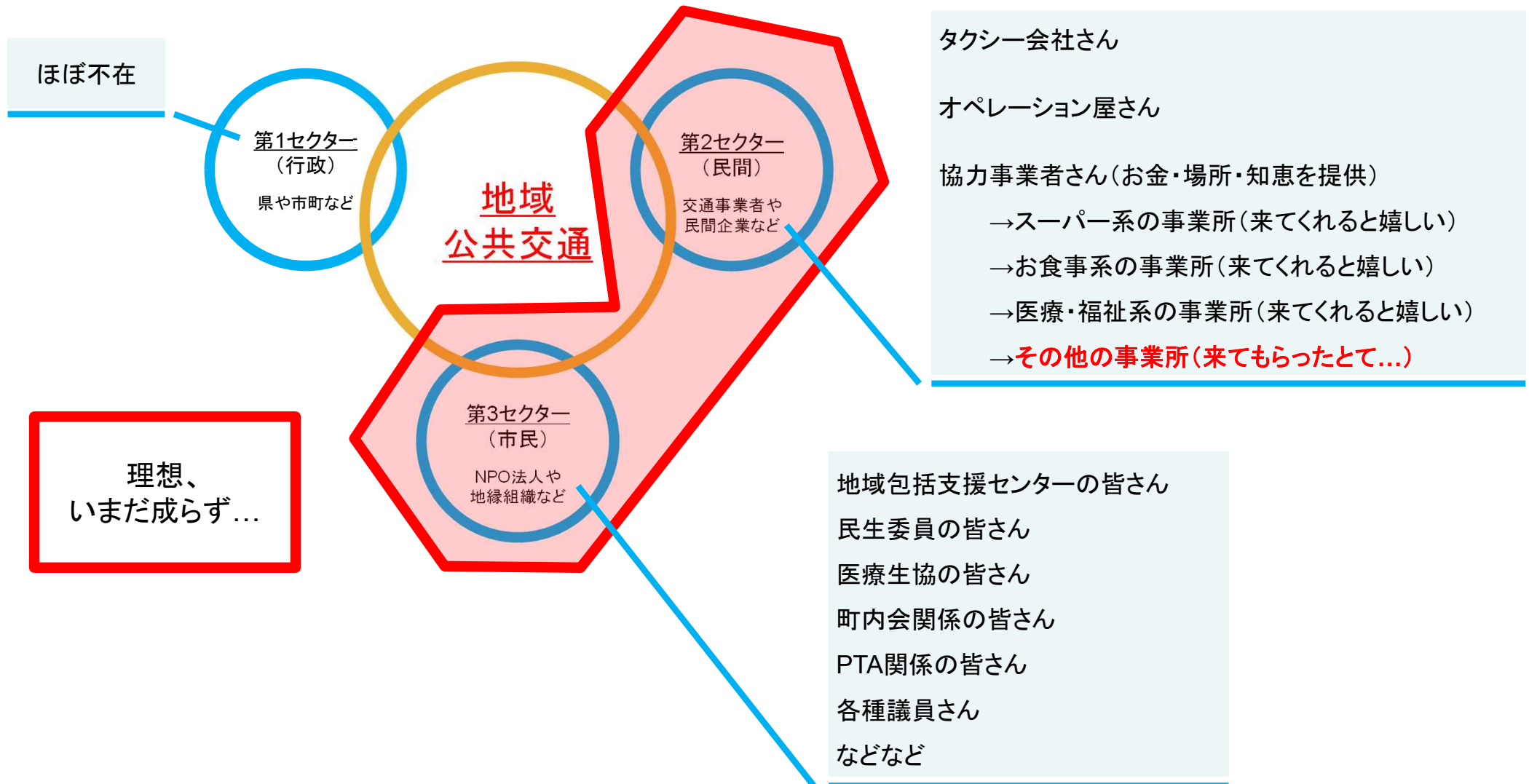
## ！ 注意 ！

長く市民を置き去りにしてきたことが問題の本質なのではないでしょうか。

「民間」も地域であり、交通事業者以外の事業者がたくさんいます。

「リ・デザイン」と言いながら、左の図を再現しようとしていませんか。

# 松山に登場する人たちの属性



松山での  
1社目！

# 不思議な協力事業者さん

チョイソコひさえだ  
協力事業者

## マルマストリグ株式会社（建設業） 代表取締役専務 河野さん



直接的なメリットはないと思いますが、弊社のPRや新卒の採用での学生さんへのPRをしたかったのが一つと、弊社も様々な活動をしている中で「地域の中での活動」がなかなか出来ていませんでしたので、このお話をいただいた時には「すごくいい話だな」と思いました。

地域の問題を地域の皆で解決することについても共感できましたので、そこは大事にしたいところではありました。

（建設会社として参画することに対して）会社として地域の問題解決に携われること、言うなれば  
**目の前におばあちゃんが倒れていた場合、助けますよね？** そういったことと同じ感覚というのは大事にしたいと思っていました。

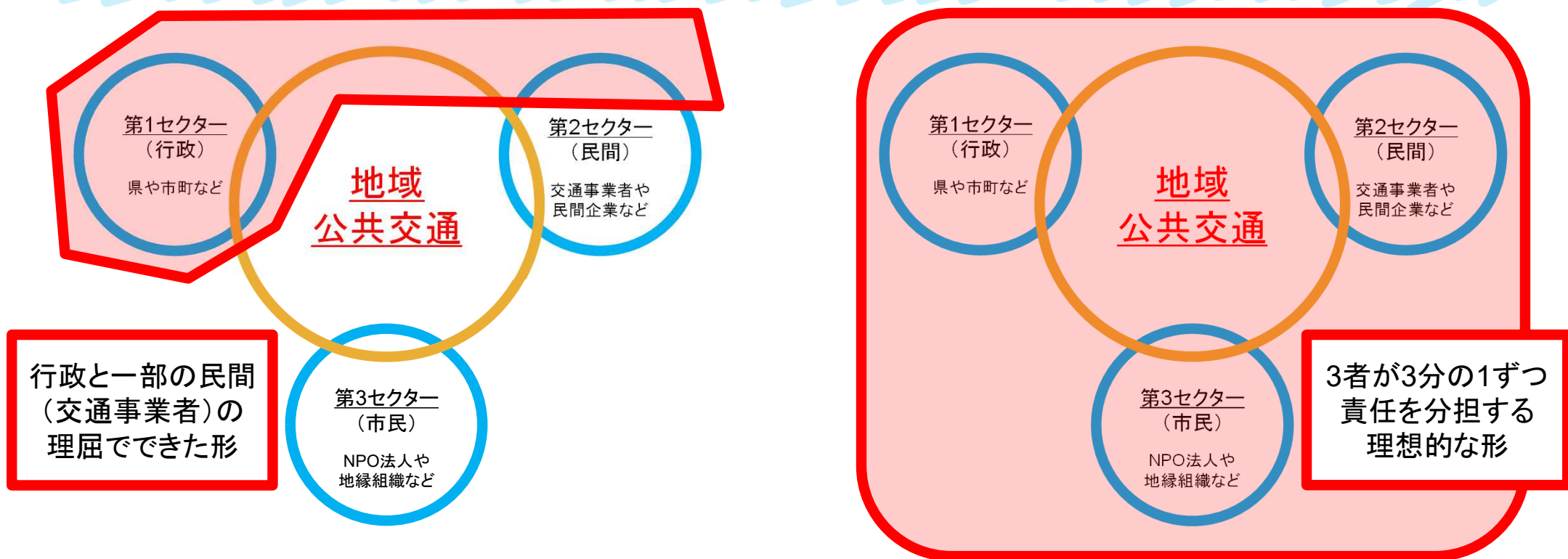
# 結局「おすそわけ」って…

ヨソの地域に**勇気**を「おすそわけ」

**おでかけ機会**を近所の人に「おすそわけ」

それぞれ**得意を持ち寄る**「おすそわけ」

# 登場すべき人たちの整理



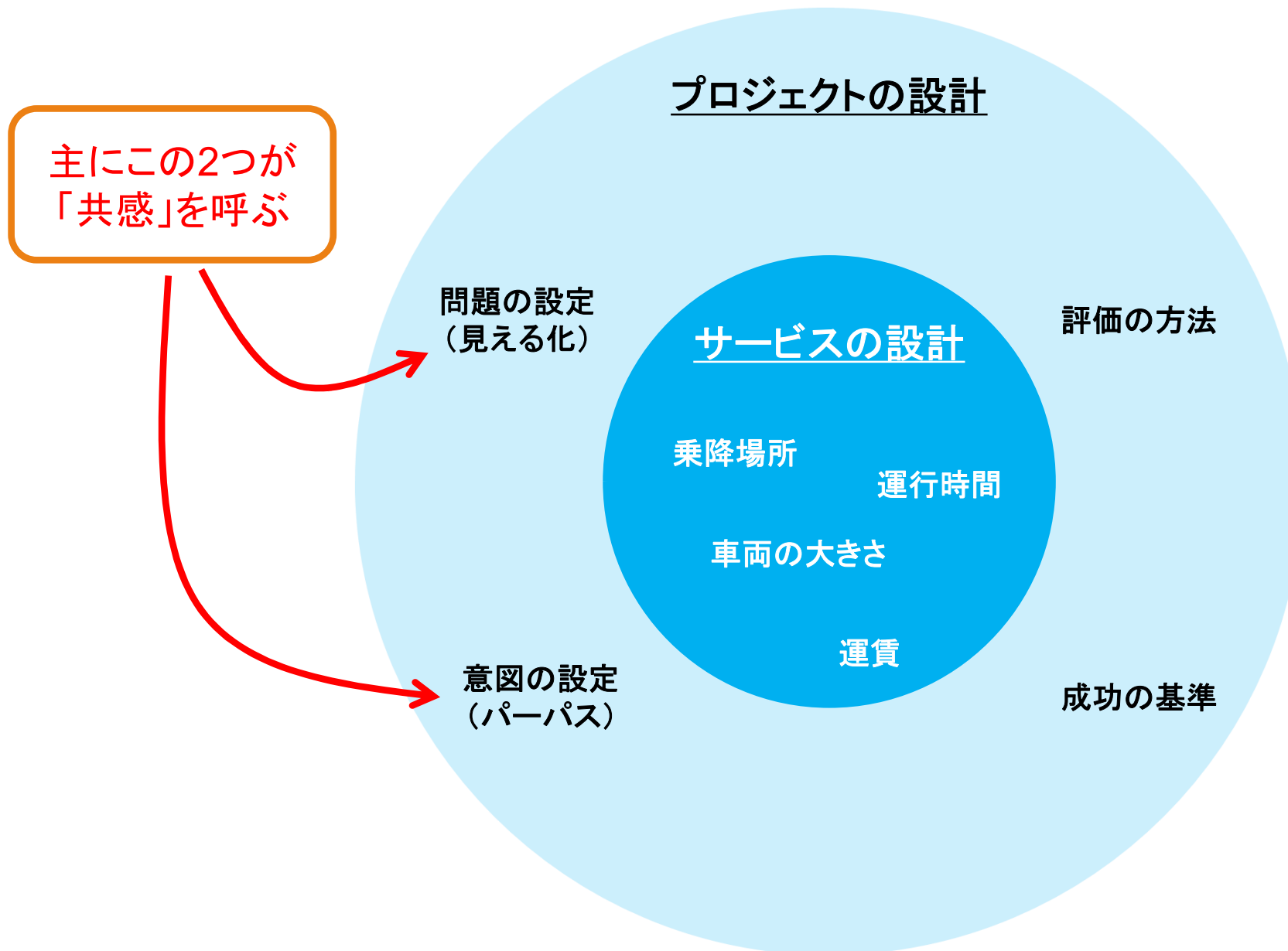
## ！ 注意 ！

長く市民を置き去りにしてきたことが問題の本質なのではないでしょうか。

「民間」も地域であり、交通事業者以外の事業者がたくさんいます。

「リ・デザイン」と言いながら、左の図を再現しようとしていませんか。

# 「プロジェクトを設計する」ということ



ご清聴ありがとうございました。

ネットヨタ瀬戸内株式会社 大石一浩

n-seto24@netz-setouchi.co.jp