

パネルディスカッション 議論のまとめ

令和4年度公共交通シンポジウムin九州

2023.02.17

於:アクロス福岡円形ホール

コーディネーター: 大井 尚司(大分大学経済学部門)

(連絡先: ooi-hisashi@oita-u.ac.jp)



「共創」の要素(ツボ)とは

- 目的の明確化と共有

「危機感の共有」の『先にある目的』共有: 持続可能な交通網構築
息長く続ける必要性: 俗人化させない(熱い人だけでは持たない)

- 「現実をしっかりと見る、逃げない」

「率直な意見」を出し合う「協議」: 切磋琢磨を避けない
誠実さ、バランス、現実を直視して動く

- ステークホルダーとの情報交換・コミュニケーションと実践

成功しているところは長期間やってPDCAを回す
何かあってからでは遅い: 地域と接点(遠くなった窓口を近くに、御用聞き)

- 自分でできることから実行する(泥臭いことを)

利用者・事業者・行政の三位一体がないと動けない



「共創」の要素(ツボ)とは

- 「共創」の実践は意外と大変

持ち味をいかに出すか

海外では「競争」担保が先(健全でないと非効率) = 枠組みの支援

- 「競争」を乗り越える

健全な競争後厳しい状況になった→腹割って話す、トップの理解

やるべき競争は継続すべき→移動のパイを増やし地域活性化に

日本の交通事業のビジネスモデルの特殊性: 成立しない市場での競争は×

労務負担のバランスとベネフィットのバランス: 両方の適切な相互依存

単独では難しいと思っても・・・: 財産と名前 ← 持ち寄り型 + 未来志向

自己を向くのか公共を向くのか



「共創」の要素(ツボ)とは

•「説得」

業界を残す・恩返しを考える＝同意共感する人がいた

個別輸送は重要になるのは間違いない

⇔ 業界としてはじり貧になっている

市場の5割超の仲間とやりたかった⇔衰退スピード早かった



「共創」の要素(ツボ)とは

- その実は「競争」ののちの「共瘦」か？【私見】

企業の、モード内の、「競合」から「疲弊」へ

～ (経営的に見れば)倒れないようにする苦肉の策

(地域的に見れば)移動不能・不便の回避には不可避

☞ 後者が優先だったら素晴らしいこと:この視点がほしい

*メモ:「自分の利益は優先、他社は潰せ」と言ったどこかは良い反面教師

(表向き路線維持といっているが、日を見るより明らかな方便＝政治力つかってあの手この手
なくなると選択肢がないから仕方なく地域は黙認しただけ)

☞ そんな会社はいつか愛想をつかさされる 気づかずに客が離れている



「共創」の先に描く地域公共交通の未来とは (課題・必要な取り組み)

• 利用者・事業者の意識変革

積極的な利用者(利用＋フィードバックするところまで)の存在
「自分たちのことだけしか考えない事業者」から脱却:点を線、面に

• 行政の機能強化

連携窓口化、議論の土台作り、プラットフォームへの取り組み、「地域の足をこうする」という内容をきちんと組めて審査できる人材(コンセプション導入などに備え)

• 建設的議論と方向性を示すリーダーシップをとれる人の存在

事業者がイニシアティブ取りにくい
地域のことを真剣に考えている人(若い世代) の活用



「共創」の先に描く地域公共交通の未来とは (課題・必要な取り組み)

• 交通まちづくりの視点(交通以外との共創)

移動サービスがないので楽しく生活できない、を避ける

→ 民民の連携+官民・政策連携(都市政策の観点)

• 地域公共交通の厳しい環境にどう向き合うか

『持続可能』なものを創っていく必要性:マイカーも含めた役割分担: 競合ではなく共存
利用者も「担い手」になる仕組み: 覚悟を求めてともに支える

担い手(運転手、経営者)不足問題:想像より速いペースに危機

→これへの対処が思っているよりも大きなウェイトになる

モード間の連携:共創を根付かせていくための課題

入口が難しい=共創を理解してもらえるか:情報周知、選択しやすくする敷居下げ

継続するときも課題:内容によっては常識を覆す必要も→チャレンジするメリット・実感を



「共創」の先に描く地域公共交通の未来とは (課題・必要な取り組み)

・公共交通に対する理解と支援の強化

これまでのような負担を強いる仕組みの脱却
危機感の共有化

コロナの時の支援(アメリカはあって日本はない)

* 実は公共交通事業者(とその従業員)も地域住民、納税者、労働者、地域経済の担い手(これを無視するこわさ)

財源確保 + 真剣に動ける人材の育成・確保



そもそも「共創」「リデザイン」とは

- 「共創」とは

2004年に米国ミシガン大学ビジネススクール教授のC.K.プラハラードとベンカト・ラマスワミが共著『価値共創の未来へー顧客と企業のCo-Creation』の中で述べた概念が始まり

企業がそれまで自社内だけで行ってきた企画・開発・事業化活動などを消費者、協力企業、教育機関、研究機関、自治体など、さまざまなステークホルダーと対話・協業しながら進め、既存商品の改善や新しい商品・サービスの開発、さらには新しいビジネスモデルを生み出していくこと

- 「デザイン」自体も「創り出す」の意味

→「リ」=「再び」：もともとあるような需要の「掘り起こし」ではないはずだが・・・

☞ 既存サービスの改善はもちろん必要でも、そうではないところに目を向けるべく「協業」する必要がある



「ニーズに合わせる」<「経営」「メンツ」の末路

- 経営: 会社の事情 → コスト + 資源 → 「あれ×、これ×」 → 「切る」 → 末路は・・・
- メンツ: 「残す」ありき → 乗らない → 収入×、補填財源× → 陳情 → 末路は・・・

☞ 収入を上げないと、乗らないと、いけないはずが、

わざわざ逆行するほうに行っている？(典型:現状維持、内部補助)

- 「ニーズ」の範囲

☞ 「利用しない利用者」は「ニーズ」ではないのでは

・・・よくて「潜在需要」のレベル: この余裕がない以上対応不可

☞ 「ニーズ」が把握できているようでできてない

・・・だから取りこぼす: それは避けるべき = そこに協業等心血注ぐ

= > 経営・地域を考えたはずが、実は経営・地域にダメージ与えてないか？



共創の2要素 ①既存サービスの改善

「リデザイン」の部分

- 単独から共同へ(情報提供～宣伝～・・・いろいろなレベルあり)
- 事業規模・経営形態の改善(ダラダラ漫然→ガバナンスきっちり、適正規模へ)
- 地域の声を聴いて・実態を見てのサービス改善

(注)減便・再編するとしてもただの減便・再編とは意味が違うので注意
＝データ依拠、行動把握、地域に下りる、結果の減便(会社事情は後回し)

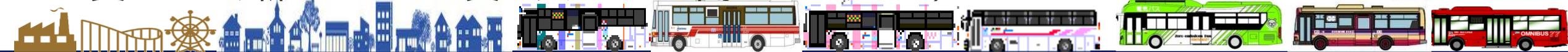
- 需要を見た本数・路線・サービス(モード)の適正化

*コロナの影響で前倒し対応を不可避に *オープンデータ化、DXによる検証の容易化

*バス会社+子会社タク→経営悪化でタク分離→バス需要減→タクの再度系列化(身内化で協業)

- 今後
事業者や行政の「思考」のリデザインを期待したい

(仕方ないとしてもそろそろ:話したくても門を閉ざされる、過去の思考・行動様式・先例を変えない、新たなものを受け入れない・聞かない、など)



共創の2要素 ②共同で新たなビジネスモデル

これは「リデザイン」ではなく「デザイン」する部分

- 「一人で」「競争」から「合併」「協働」へ

- ☞ 新たな会社(行動体)の形をデザインすることで動きやすく

- 「事業者だけ」「単独事業者で」「単独モードの枠内で」からの脱皮

- ☞ 「MaaS」のような新モデルを契機に「つなぐ・まとめる」

- * MaaSの本質は交通ではない: 「目的から移動」を一発対応

- (契機は置いておいて)あえてモードの転換(BRT)

- ☞ 地方鉄道(交通)で難しかったバリアフリー・機動性の確保

- 今後

- 新たな主体を巻き込んだモデル(例えば大学・地域団体など)への期待

- 担い手確保(若年マルチタスク(現場+管理)、頭脳部隊、複数所属(クロスアポイントメント))

