

# MaaS(Mobility as a service)時代のためのデータベース構築と分析 京都観光におけるspontaneousな移動式 コミュニティのデザイン

林 ジュンタク (経営管理大学院), 奥 拓郎 (工学研究科), 高比良 健太郎 (情報学研究科),  
李 慧勇(情報学研究科), 河盛 亮介 (情報学研究科)

実施責任者:

情報学研究科数理工学専攻 特定准教授 佐藤彰洋  
デザイン学リーディング大学院 特定教授 川上浩司

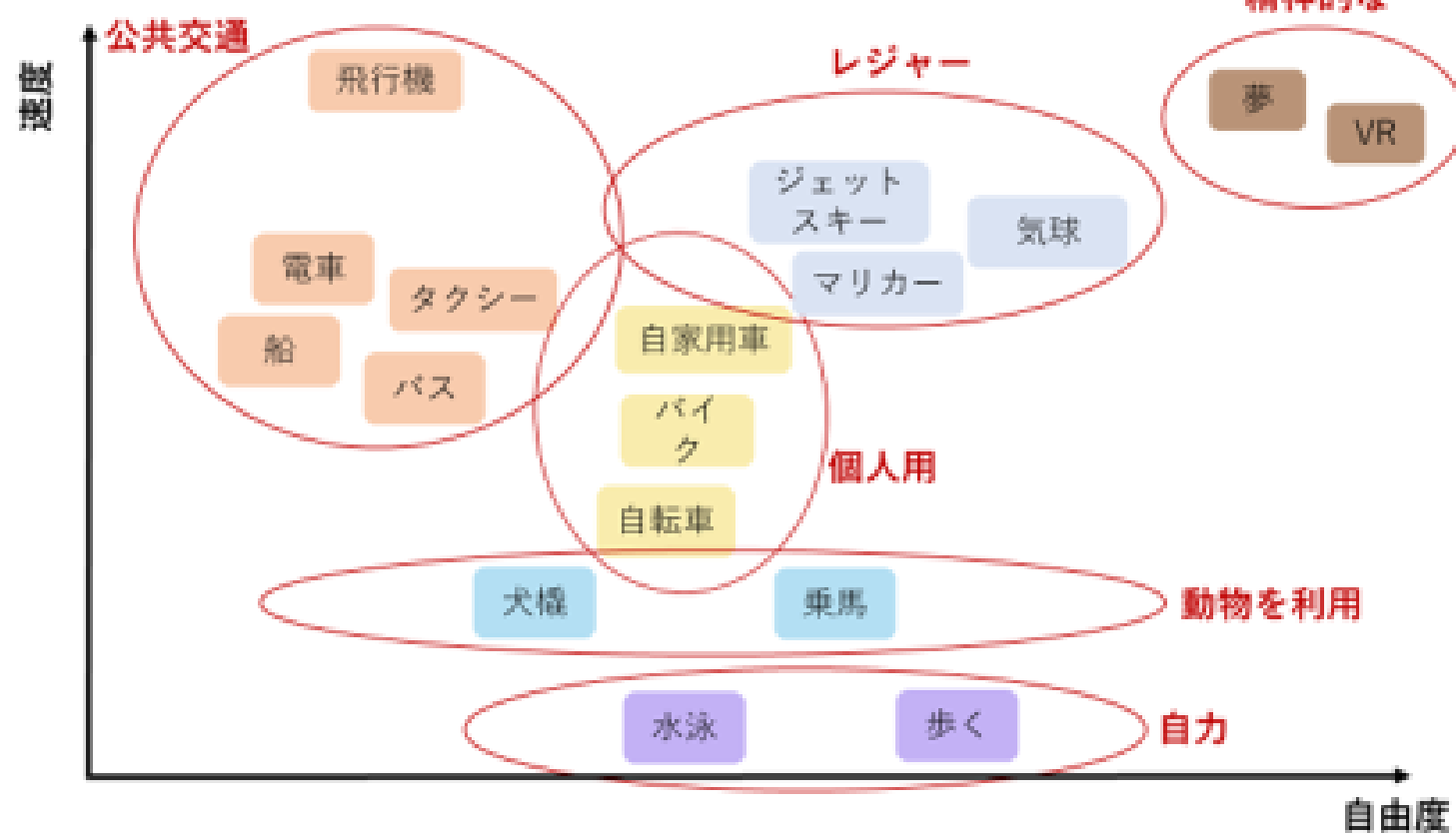
実施協力者:

株式会社Andeco 代表取締役 早川 慶朗、鈴木 健之  
株式会社V フォース 代表取締役 佐藤光一、阿良田遼

## モビリティの分類

来るべきMaaS時代に、「どこに行くのか?何をしに行くのか?」という「行き先や行動の目的」がより重要となってくる。そのためには、デジタル化された目的地情報がMaaSと連携し、ユーザーニーズや、サービスと組合せてユーザーへ届ける仕組みまで、トータルデザインされる必要がある。  
MaaS時代に合わせてフィールド調査とデータ分析を併用することにより探索的に調査し、要求および設計仕様の特定を行った。

### モビリティの手段



### 交通の分類

	方法	速度	自由度	コスト
公共交通	航空機	最高	低	高
	鉄道	高	低	最高
	バス	中	中	低
レンタル・シェア	レンタカー	中	高	中
	レンタサイクル	低	高	低
	自転車	中	高	低
自家用	航空機	最高	中	最高
	自動車	中	高	中
	徒歩	低	高	低

## フィールド調査



## フィールド調査の様子



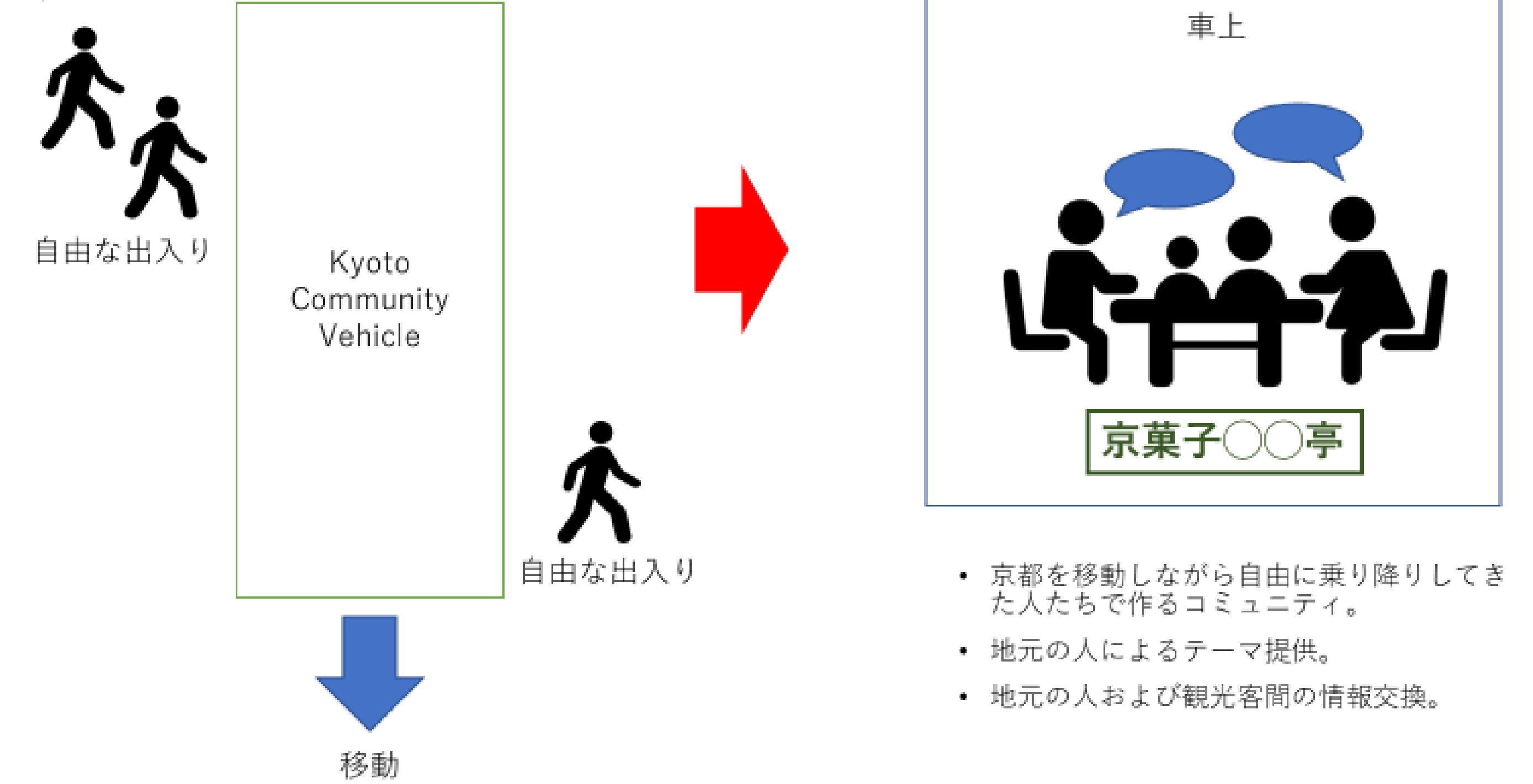
## フィールド調査~気づきのまとめ~

- 情報共有の問題
  - QRコードが見つけにくい場所に
  - 蹴上インクラインはオフシーズン、ホームページも日本語のみ
- 小さな観光スポットの存在
  - 錦市場は混雑、一本道を外れると閑散
  - 道を歩いて見てこそみつかると小さいお店
- 観光エリアの偏在性
- 観光のための交通手段の問題
  - バスが分かりにくい・混雑・本数
  - 観光に使える手段が少ない

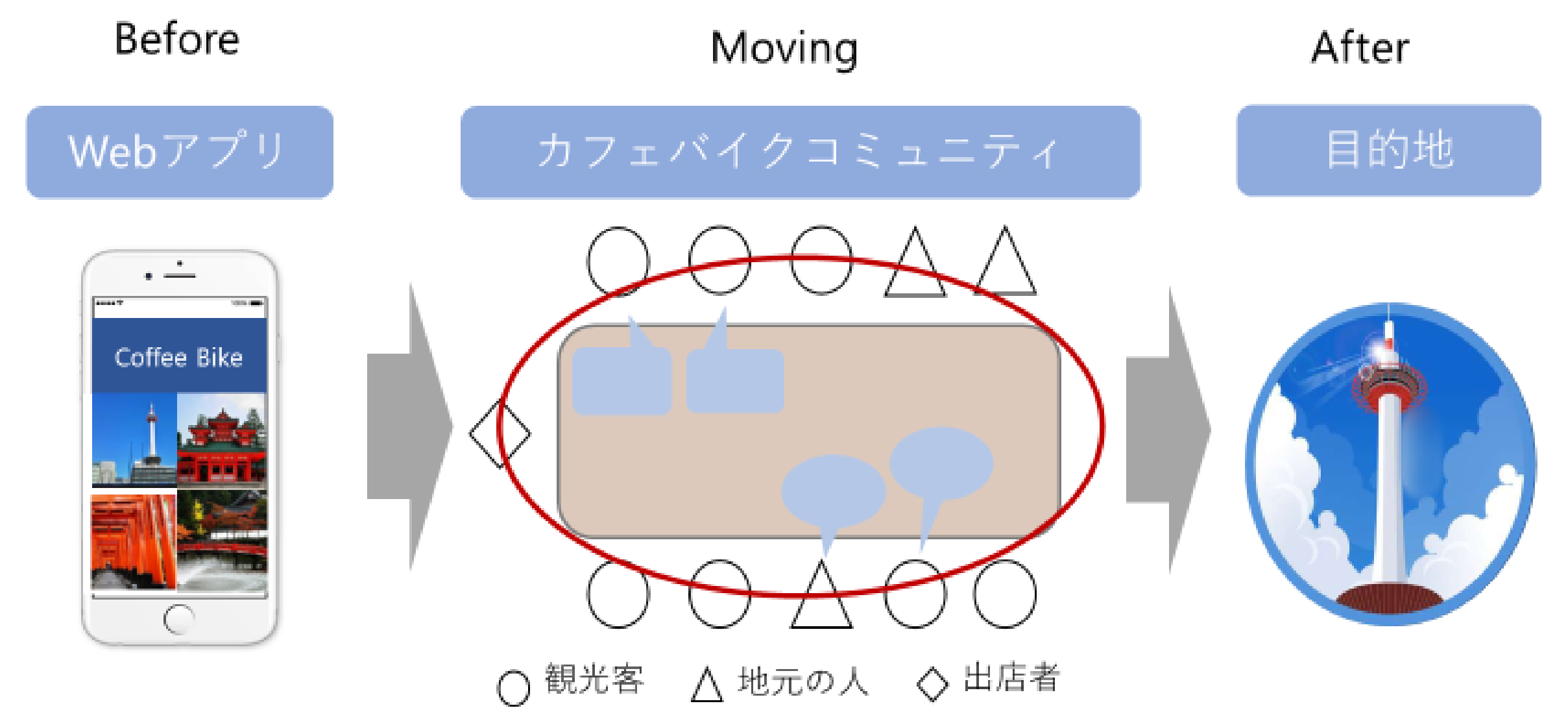
### 目標 GOAL

滞在中の観光情報の入手経路への課題発見/課題解決のためのサービス提案

## サービスモデル



## サービスプロセス



## カスタマージャーニーマップ

	Doing	Thinking	Feeling	Problem
河原町から南禅寺への移動手段を探す	カフェバイク乗車、漕ぐ	風景が綺麗	嫌だなあ	見慣れないものに乗るのは抵抗感
カフェバイクを見つける	古都らしい風景の写真を撮影	どれくらいで到着するんだろう	やっぱり面白そう	公道上の走行
カフェバイクを乗る	同乗者と会話	隣の人は京都大学観光に行くらしい	Blue bottleが京都にはあるんだ	さらなる渋滞を誘発
カフェバイクを降りる	同乗者の話から、新しい観光地を知る	自分も京都大学観光に行こう	風が気持ち良い	
カフェバイクを降りる	出店者の飲み物を飲む	明日は京都大学に観光行こうかな	Blue bottleのコーヒー美味しい	
目的地に到着	目的地南禅寺に到着	帰りはバスかな	少し疲れた	疲労
Instagramにupload	Instagramにupload		Instagramでいいねもらえて嬉しい	帰りはバスに乗らないといけな
観光を始める				

## ステークホルダー

