

AI オンデマンド乗合交通「とりモビ」実証事業 総括

とっとり共創型交通協議会

これは、令和5年度から令和7年度まで取り組んだ「AI オンデマンド乗合交通実証事業」について、3年間の取組成果と課題を検証し、今後の方向性や必要となる取組などについて総括するものです。

第1章 実証事業について

(1) 実施の背景・課題

地域交通の現状として、公共交通利用者の減少によりバス路線等の減便・廃止に歯止めがかからず、このことが公共交通の更なる利便性低下と利用者の減少を招く負のスパイラルに陥っている。マイカーに依存せざるを得ない環境は、高齢者や学生等の交通弱者にとって、移動手段を理由とした外出控えにつながっている可能性がある。

交通が脆弱な地方部でも、自家用車に過度に頼ることなく、住み慣れた地域で安心して暮らせる交通システムの整備が求められており、持続可能な地域交通ネットワークの実現が課題となっている。

(2) 実証の目的

本実証事業は、利便性の高い移動サービスの導入と、多様な関係者の共創により、地域の暮らしと一体となった地域交通ネットワークのリ・デザイン(再構築)に向けた実現可能性について実証を行った。



【具体的な実証事業の目的】

- ① 利便性の高い新たな交通手段の確保による人流の活発化、「公共交通全体の利用者の増加」への効果検証
- ② ①に対して、多様な事業主体が関わる（共創する）ことによる「地域経済の活性化」の効果検証
- ③ 導入した移動手段を新たな交通システムとして定着させること、他エリアへの横展開や地域交通ネットワークの再構築にかかる可能性の検証

（３）実証内容について

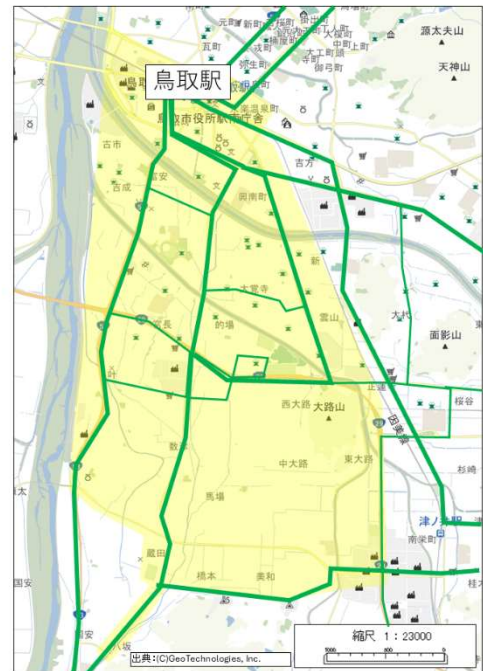
既存の公共交通による実証ではなく、路線バス（定時定路線・廉価）とタクシー（不定期区域運行・高価）の長所を生かした「デマンド型乗合交通」を試験的に導入した。

①取組の概要

ア) 実証エリア

鳥取駅南エリアは、既存の路線バス網が、鳥取バスターミナルを起点として放射線状（主に南北）に延びていることから、バス路線の隙間が隠れた交通不便地域となっており、東西のバス移動も不便である。鳥取駅南エリアは、本市の中でも人口密度が高く、店舗や病院、事業所などが多いことから、潜在的な移動需要があると見込まれるため、実証地域として選定した。

また、同エリアを運行する民間バス路線において利用者が非常に少なく、代替となり得る利便性の高い移動手段の導入に向けて検討した。



▲とりモビ運行エリアとバス路線

イ) 導入システム

実証事業の目的を達成するため、次の特徴をもつ利便性が高い配車アプリ「mobi」を活用して実証事業に取り組んだ。

- ・ 近距離移動に適した乗合型のエリア内定額制
- ・ アプリと電話の両方で即時予約が可能なオンデマンド
- ・ AI が効率的なルート設定・案内を行うことで運送効率の向上を期待
- ・ 乗務員と利用者との意思疎通ができ待ち時間等の確認が可能
- ・ 共創事業者の取組や店舗情報をプッシュ型で発信が可能

ウ) 実施主体

タクシー・バス・カーシェアリングなどの交通事業者、共創主体となる商業事業者・医療事業者・福祉事業者・金融機関と行政・大学等で構成する「**とっとり共創型交通協議会**」の各主体が連携・協働して事業を実施した。

(4) 各年度の特徴的な取組について

3年にわたる実証事業において、主となる乗合交通実証運行は継続して実施したが、並行して関連事業を展開した。以下に特徴的な取組を示す。

①令和5年度の取組

実証初年度は、乗合交通を体験していただくことを重視しながら、主にとっとり共創型交通協議会の構成員による共創事業を展開した。

運行期間：令和5年10月2日～令和6年2月9日

(10月は乗車体験期間と位置付けた無償運行)

ア) 智頭石油株式会社と連携し、乗合交通とカーシェアの相互利用によるマイカーのない暮らしの提案のため、とりモビとカーシェアを期間限定で無料利用できるモニター募集を実施した。

イ) 丸由百貨店は、とりモビを使って丸由百貨店を訪れ、一定金額以上買い物した利用者に特典を贈呈する企画を行った。

ウ) 鳥取銀行は、同銀行勤務の行員向けの限定乗車クーポンを配布し、利用促進を図った。

エ) 徳吉薬局と連携し、運行エリア内へのお薬配達へのとりモビの活用を実証した。また、希望者に対して薬局側が代理でとりモビを予約・手配する「代理予約」の実証を行った。



▲令和5年度お薬配達連携事業

②令和6年度の取組

実証2年目は、利用拡大と地域経済への関わりを主な課題とし、認知度の向上と新規利用拡大のほか、協議会構成員以外との共創企画に取り組んだ。

運行期間：令和6年5月20日～令和7年3月31日

- ア) 視認性を高めるため車体にラッピングを施した。
 イ) 高齢者等の乗降をサポートするための電動の乗降ステップを設置した。
 ウ) 新規利用者の獲得のため、SNS 動画等での広告配信や、塾・飲食店向けの広報強化を行った。
 エ) 共創の取組として、駅前商店街組合や商業店舗の協力のもと、とりモビに乗り来店した人に店舗特典がもらえるコラボキャンペーンを実施し、協賛店舗を拡大させた（計 10 店舗）。

お得なコラボキャンペーン!!				
ビツェリアレオーネ 自家製ジェラート プレゼント  ご注文の際、スタッフにとりモビ 利用履歴のアプリ画面をお見せください。 利用期限：2024年11月30日まで	本家夢屋 原町店 餃子1枚半額  ご注文の際、スタッフにとりモビ 利用履歴のアプリ画面をお見せください。 利用期限：2025年3月末日まで	丸由百貨店 ほっぺ焼き(小豆) 2つプレゼント  ※丸由百貨店で合計3,300円(税込)以上の 購入し、クーポンの提示が必要です。 ご注文の際、後援は「ほっぺ焼き」を注文し、 利用履歴のアプリ画面とクーポンをお見せください。 利用期限：2025年3月末日まで	NEW! 鳥取シネマ ポップコーン プレゼント  ご注文の際、スタッフに 利用履歴のアプリ画面をお見せください。 利用期限：2025年3月末日まで	NEW! S-BODY 24 ビジター利用 通常2,750円→1,100円  ※特典適用可能時間17時～20時まで 入店時にスタッフに 利用履歴のアプリ画面をお見せください。 利用期限：2025年3月末日まで
ESOLA マルゲリタ1枚 プレゼント  ご注文の際、スタッフにとりモビ 利用履歴のアプリ画面をお見せください。 利用期限：2025年3月末日まで	智頭石油CALカーシェア ご利用料金が 10%OFF  ①新車でカーシェアリングの新規会員登録 ②申込フォームの欄を必ず「とりモビ 会員」とご記入ください (ご記入がないと割引が適用されません) 利用期限：2025年3月末日ご利用分まで	NEW! ジューススタンド めじろ とりモビオリジナルジュースを 500円(ワンコイン)に割引!  ※とまと りんご ももぎとみかん びびっ のブレンドジュースです ご注文の際、スタッフに 利用履歴のアプリ画面をお見せください。 利用期限：2025年3月末日まで	NEW! たくみ珈琲店 コーヒー1杯 プレゼント  ※ラテまたはスイーツご注文の方 ご注文の際、スタッフに 利用履歴のアプリ画面をお見せください。 利用期限：2025年3月末日まで	NEW! ホテルRESH 日帰り入浴 えきま湯10%OFF  ※特典適用可能時間17時～21時まで ホテルフロントスタッフに 利用履歴のアプリ画面をお見せください。 利用期限：2025年3月末日まで

▲令和6年度コラボキャンペーン事業

③令和7年度の取組

実証3年目は、事業収支の改善と商業分野以外との共創による地域活性化への寄与を主な課題として取り組むとともに、実証最終年として、地域交通ネットワークのあり方を検証するための各種調査事業を行った。

運行期間：令和7年7月1日～令和8年3月31日

- ア) 運行エリアに新たに倉田・米里地区の一部を追加し検証した。
 イ) 運賃外収入の獲得を目指し、協賛店舗の公募や車内掲出・アプリでの有料広告の募集を実施した。
 ウ) 福祉連携として、鳥取市社会福祉協議会の協力のもと、民間のサービス付き高齢者向け住宅への広報強化や、養護老人ホームなごみ苑と連携しとりモビを利用した買い物ツアーの企画を実施した。
 エ) 既存のタクシー事業への影響を検証するため、夜間の時短運行を導入した。



とりモビ
広告募集について
 1台1,000円(税込)から掲出できる！
 相乗り型公共交通「とりモビ」を広告媒体として
 貴社のPRに活用しませんか？
 詳細は専用チラシを参照

広告掲載のメリット

- 掲載料金 1台1,000円(税込)から掲出できる！
※ 写真・動画・音声 最大200文字以内
※ 写真・動画 1000円(税込)以内
- 掲載期間 1週間～1ヶ月(最短1週間)まで
※ 掲載期間中に掲載料を支払えば、いつでも掲載可能です
- 掲載場所 2台/月 (1台1,000円/月)
- 掲載内容 1台1,000円(税込)から掲出できる！
※ 写真・動画・音声 最大200文字以内
※ 写真・動画 1000円(税込)以内

※ 掲載料金は、1ヶ月単位で支払われます。
 ※ 掲載料金は、1ヶ月単位で支払われます。
 ※ 掲載料金は、1ヶ月単位で支払われます。

◀令和7年度有料広告募集事業

車内広告の掲出▶

4



第2章 事業の総括

(1) 移動サービスについて

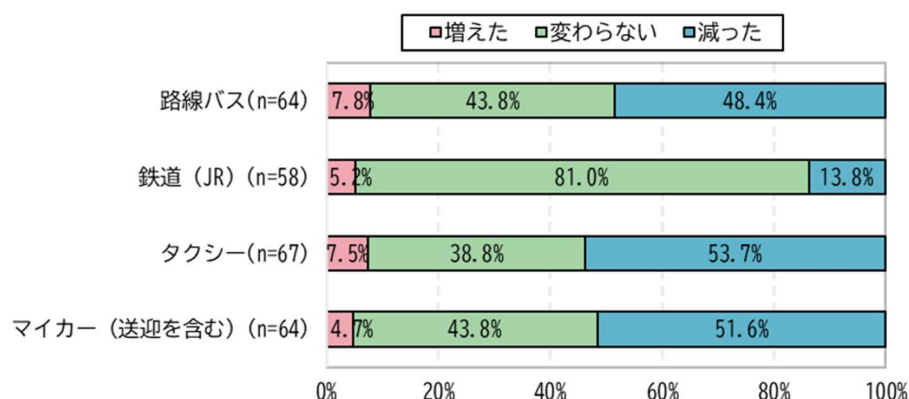
①公共交通全体の利用への影響

ア) 利用者と他の公共交通への影響について

とりモビの令和7年度1日あたり平均利用者数は51.7人であり、令和5年度のおよそ2倍に増加した。併せてアプリアンケートでは、とりモビの運行により外出回数が増えたと回答した人が17.1%¹いることから、とりモビは外出しにくかった方が外出できるようになる一助になったことが読み取れる。

一方で、同アプリアンケートによると、とりモビの利用目的として最も頻度が高いものは「飲み会」利用(41.6%)であるが、利用者ヒアリング調査では、とりモビを利用する前と現在に比べて、路線バスの利用が減った人は48.4%、タクシーの利用が減った人は53.7%おり²、その他調査結果からも³、**これまで路線バスやタクシーを利用して外出・帰宅していた方が、とりモビ利用に移行している実態がある**ことが分かった。

これらのことから、**とりモビ利用者の実数ほど、外出者(人流)は増加しておらず、公共交通利用者の更なる増加にはつながっていない**ことが分かる。また、既存の公共交通利用者がとりモビに流れることは、**民間事業の経営圧迫が懸念されるため、運行エリアや時間帯、運賃設定などにおいて、既存交通との棲み分け、役割分担が必要**といえる。



▲「とりモビ」運行後における他の交通手段利用回数の変化

¹ 令和7年度アプリアンケート調査「とりモビが運行したことによる生活の変化」に関する設問(回答数269人・複数回答あり)移動に関する精神的、身体的負担が減った人43.9%、移動に関する支出が減った人33.1%、移動に関する時間が減った人26.8%、変化はなかった人18.6%、外出回数が増えた人17.1%、移動範囲や外出先が広がった人16.0%、移動先での消費が増えた人7.8%、他の公共交通の利用が増えた人2.6%

² 令和7年度利用者ヒアリング調査「とりモビを利用する前と現在を比べた他の交通手段の利用頻度の変化」に関する設問。詳細は図のとおり。

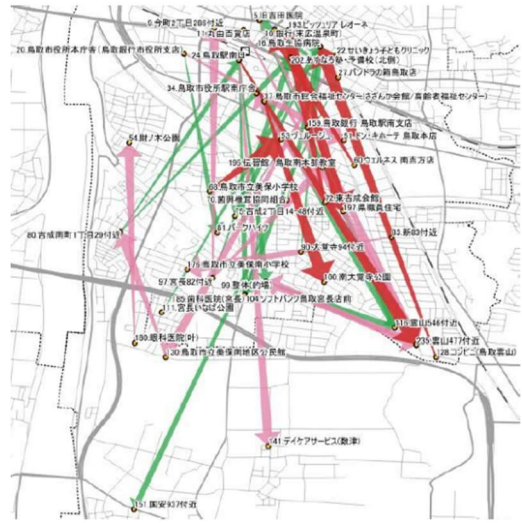
³ 令和7年度郵送アンケート調査「とりモビ以外の交通手段に関する利用頻度の変化」に関する設問(回答者数23人)。路線バスの利用が増えた人は8.7%に対し、減った人は17.4%。タクシーの利用が増えた人は0%に対し、減った人は39.1%。

イ) 移動パターンと乗り継ぎの有無について

とりモビでの移動パターンは、鳥取駅を基点または終点とする動きが大部分を占めた⁴。移動内の回遊は限定的であり、実態としては鳥取駅へのアクセス手段として定着しており、当初想定していたエリア内回遊の促進を促すことはできなかった。

また、移動パターンが既存のバス路線と類似しており、バスととりモビの役割が重複しているといえる。

併せてとりモビと他の公共交通との乗り継ぎによる移動の総量の増加を期待していたが、一定の乗り継ぎ利用が確認された一方で、とりモビだけで移動が完結している人も多く、乗り継ぎの定着までは進まなかった⁵。



▲移動の多い乗降場所の組み合わせ(16～18 時台)

ウ) 相乗り率について

とりモビは利用者の予約状況や移動の方向に応じて、システムによるマッチングで別の予約者と相乗りになる仕組みを取っていた。令和7年度の平均相乗り率は21.3%と令和6年度よりも向上したものの、必ずしも利用者数が増加すれば相乗り率が向上するとは言えず、相関性は見られなかった。運行効率が上がることを目指し相乗り率の向上を目指したが(令和7年度目標相乗り率25%)、運行事業者への聞き取りによると、相乗りになることで利用者にとっては迎車予定の時間に変更となる不便が生じたり、移動の方向がうまく合わず繁忙時間帯は予約不成立となることが増えるということなどがあり、相乗り率の向上による利用者数の増加には頭打ちがあることが分かった。

⁴ 令和7年度第4回とっとり共創型交通協議会「とりモビの実証事業における検証結果」P.7～10「利用の多い乗降場所の組み合わせ」

⁵ ・令和7年度アプリアンケート調査「とりモビの乗車前後に併用した交通手段」に関する設問(回答数269人・複数選択あり)。併用していない人55.8%、路線バス23.4%、タクシー16.4%(上位3項目抜粋)。

・令和7年度郵送アンケート調査「とりモビと併用して利用した交通手段」に関する設問(回答数25人)。併用していない人36.0%、自家用車(乗せてもらう・自分で運転の計)40.0%、路線バス20.0%、タクシー8%(上位5項目抜粋)。

・令和7年度利用者ヒアリング調査「他の交通手段との併用や乗り換えの予定」に関する設問(回答数74人・複数選択あり)。乗り換えや併用する交通手段はない人66.2%、路線バス・くる梨13.5%、鉄道9.5%、タクシーは9.5%(上位4項目抜粋)。

②収支率及び事業採算性について

ア) 収支率について

令和7年度の実証運行では運行経費として年間 23,372,565 円⁶を要しており、利用者1人が乗車するたびに公費で 1,437 円の赤字補填を行っている計算となった。

収支率については、運行時間の短縮前・短縮後ともに運行経費（人件費のみ）に対して 20%を下回っており、目標とした収支率（運行経費の 50%を利用者からの運賃で賄う）に届かなかった。

利用者からの運賃収入では、予約システムを利用するのに必要なランニングコスト（アプリのシステム費用・カスタマーサポート業務委託料）も賄うことができていないことから、運行における費用対効果は高いとはいえない。3年間の実証運行では国等の補助金を活用し事業を実施することができたが、現在の運行計画のまま国の補助金等なしで事業を継続することは、市財政運営上課題があるといえる。

【参考】第2回・第3回実証運行収支率

	第2回実証運行	第3回実証運行	
期間	R6 年度 5/20～3/31	R7 年度 7/1～2/10 (22 時まで運行)	R7 年度 2/11～3/31 (19 時まで運行)
人件費（システム費用等除く）	19,338,934 円	14,848,226 円	2,859,339 円
収入	2,933,000 円	2,840,300 円	471,800 円
収支率(人件費のみ)	15.2%	19.2%	16.5%

イ) 運賃設定について

とりモビの運賃は、路線バスとタクシーの初乗り運賃の間とし 1 回 400 円と設定したが、運行エリアを拡大したこともあり、運行主体が稼ぐ仕組みにはなっていないのが実情である。タクシー運賃も値上げされる中、400 円という運賃設定の妥当性を考える必要がある。

また今回使用した予約システムの特徴である定額乗り放題プランの仕組みは、利用者にとっては非常に安価で利用できる利便性の高いサービスとなっているが、乗り放題利用が増えるほど、運転手は多忙になる一方で収入の増加にはつながらないというジレンマとなっている。

利用者のユーザー属性から見ても、月平均 4 回以上（週 1 回以上）の高頻度で利用しているヘビーユーザーはユーザー全体の 8%程度とわずかである一方、とりモビ全体の利用のうち約 60%はヘビーユーザーの利用が占めている⁷。利用の過半数を定額乗り放題プラン利用者が占めており、延べ利用者数の伸びほどの収

⁶ 令和7年度運行経費・システム費用・カスタマーサポート業務委託料の計

⁷ 令和7年度第4回とっとり共創型交通協議会「とりモビの実証事業における検証結果」P.11「ユニークユーザーに対する分析」

入が得られなかった。

その他、配車が込み合う時間が朝夕に集中していたこと、また配車に時間を要する南北に長い距離の移動でも均一運賃であることから、需要や距離に応じて運賃を変えるなど、運賃設定の制度設計には研究の余地があるといえる。

名古屋など人口密度が高い都市圏においても、デマンド交通の採算性確保は困難であるという結果が出ており⁸、本市において事業を継続させるには、他都市と同様、自治体関与による財政支援が不可欠であるが、**タクシー事業者と利用者の双方が納得し、公費負担を抑えられる運賃設定が必要**と考えられる。

ウ) 運行経費について

運行経費については今後も賃金の底上げや燃料費の高騰等により運行経費は上昇するものと見込まれる。必要なランニングコスト（アプリのシステム費用・カスタマーサポート業務委託料）も導入するシステムにより大きく変わる経費であり、**導入の場合は、導入形態の抜本的な見直し（運賃設定、使用アプリの選択、AI 活用の適否等の検討）が必要**となる。

③配車システムについて

今回使用した、アプリまたはコールセンターによる電話予約が可能な配車システムは、事業者による予約の受付作業が不要であったことから、運行事業者によると、配車の事務負担は少なく通常のタクシー事業との両立を可能にしたとして確認している。一方で、高齢者にはスマートフォンでのアプリのダウンロードや初回登録の操作が難しい場合が多く、電話予約に頼らざるを得ない利用者もいた。3年間の実証でも、電話予約率は下がらなかったことから⁹、アプリを活用した配車システムがなじまない利用者も一定数いたといえる。

④鳥取駅南エリアでのデマンド交通の位置づけについて

鳥取駅南エリアは、本市の中でも人口密度が高いエリアであり、店舗や病院、事業所などが多く、潜在的な移動需要があると見込んだが、結果として**公共交通の利用増や需要の掘り起こしは限定的**であったとみられる。

近距離移動に適した今回の使用システムは、市街地型の移動サービスであるが、移動需要が高い鳥取駅南エリアで定着できなければ、他エリアにおいても事業採算性の確保は困難であり、運行エリアの拡大要望はあるものの、現時点で他地区への横展開することは非常に難しいと言わざるを得ない。

⁸ 令和8年1月25日開催名古屋大学大学院環境学研究科附属持続的共発展教育研究センター主催「大都市都心でAI オンデマンド交通はなぜ継続できなかったか？」シンポジウム

⁹ 令和5～7年度年間電話予約率 令和5年度：6% 令和6年度：9% 令和7年度：12%

(2) 共創の取組について

①多様な関係者との連携の効果

ア) 商業

移動の動機付けを創出するため、多くの協賛店舗とコラボ企画を展開したが、**店舗利用者の増は限定的であり、成果を得づらい取組み**となった。

令和7年度に実施したコラボキャンペーン協賛店舗へのアンケート結果によると、1店舗あたりの令和7年度特典利用者は0名～15名と店舗によりばらつきがあり、とりモビとのコラボジュースの開発など特色のある企画を実施した店舗は利用が伸びたものの、全体としての特典利用者数は伸び悩んだ。併せてアプリでのおでかけ情報の配信（無料）については、事業者からの自発的な配信希望は2件のみであった。

また同アンケートでの連携施策に対する総合的な満足度は41.6点（6店舗平均）と低く、「あまり来店のお客が多くなかった」「数人の利用があったがあまり宣伝効果がなかった」との意見があった。

SNSなど、既存の情報発信ツールが溢れる中、閲覧者がアプリ登録者に限定されることから、店舗側にとって魅力に乏しい結果となったといえる。アプリの登録者層が、まちでの消費活動を行う層とマッチしていなかった可能性もある。特典は店舗負担での実施であったことから、店舗での広告効果が感じられなければ持続可能な取組みとすることも難しい。これらをふまえると、今回の使用アプリを**情報発信ツールとして活用し、広告収入の獲得につなげることは到底困難と思慮**した。



▲アプリでのおでかけ情報の配信

イ) 医療・福祉

令和5年度に薬局と連携しお薬配達連携を実施したが、薬局スタッフによる金銭のやり取りや記載事項の説明対応があることの課題が残った。また患者の帰りの足の移動利便性の向上を狙った予約代行サービスを試験的に行ったが、受付スペースが限られること等の課題があり次年度への継続実証には至らなかった。

令和7年度に養護老人ホームと連携して実施した入居者向け買い物ツアーでは、**「今後外出の機会が増えそう」「フレイル予防につながる」と利用者からは好評の結果を得た**。施設へのヒアリングに



▲養護老人ホームでの買い物ツアー

よると、ツアー終了後にも利用者によるとりモビ利用があったことが確認されており、施設側でも予約代行を行う体制が取られるなど**一定の利用促進効果につながった**とみられる。

一方で、携帯電話の所持率が低く利用者が外出先からとりモビの予約ができないという実態や、タクシーとの差別化、施設側の負担軽減など**事業継続には課題がある**ことが確認できた。

ウ) 教育

子供の塾や習い事への送迎手段として、保護者がとりモビを利用している実態が確認されたことから、**学習塾に対して送迎利用としての活用プランを提案したが、塾側の負担が大きく、塾と連携した送迎サービスの提供には至らなかった。**

提案した塾から「車両を借り上げて運行することができないか」というニーズはあったが、民間スポーツクラブ等では通常のタクシーの借上げによる送迎を行っている事例がある中で、乗合交通を貸切ることの妥当性があるかどうか（利用が少ない時間帯に限定して受託する等）や効果については更なる検討を要する。

なお、令和8年2月よりタクシーとの競争を避けることを目的に**夜間運行を取り止めたため**、利用の中心が夜間に集中する塾利用者を対象とした**事業展開は難しい**と考えられる。

エ) カーシェアリング

マイカーに頼らない新しい生活様式の提案として、近距離移動は乗合交通、エリア外への移動はカーシェアを相互利用できる無料モニターの募集を行い、計10名の参加があった。

しかし、アンケート結果によると「割引が適用されるなら利用したい」という声が多く、結果として次年度以降の有償での利用への定着には至らなかった。



(3) 地域経済の活性化への効果について

①運賃外収入の獲得に向けた取組

アプリによる情報発信機能を用いた広告収入の獲得を目指したが、協議会員以外からの有料での広告申し込みは全くなく、収入増にはつながらなかった。多くの広告媒体が存在する中、とりモビはエリアが限られた運行であることから、広く広報を行いたい事業者にとっては媒体自体がなじまない部分もあり、**店舗側のメリット感も薄く情報発信ツールとしては脆弱**であった。

また運賃収入以外の収入については、当初は広告収入や事業者と連携の上で協賛金を得て事業採算性を高めることを目指し営業活動を行っていたものの、費用なしで参画いただく事業連携にとどまり、**地域（商業店等）を巻き込んで一緒にとりモビを支えていくという体制を構築させるまでに至らなかった。**

②利用者の行動変容と地域経済の活性化

利用者アプリアンケートによると、とりモビの利用目的の上位は「飲み会」「外食」「買い物」¹⁰であった。また、とりモビが運行したことで生じた生活の変化として、移動に関する精神的、身体的負担が減った人は43.9%、外出回数が増えた人は17.1%、移動範囲や外出先が広がった人は16.0%いることが分かっている¹¹。このことから、**とりモビの運行は外出しにくかった人が外出できるようになったり、行動範囲が広がる一助になった**といえる。

一方で、生活に変化がなかった人は18.6%と一定数いることと併せて、移動先での消費が増えたと回答した人(7.8%)でも1か月あたりに増えた消費額としては1,000円～5,000円程度であるとの回答が過半数を占めており¹²、地域経済の活性化としての大きな効果は本調査上では確認できなかった。前述の商業連携の結果からも、実証の中では**人流の活発化やこれに伴う経済効果は限定的であった**といえる。

地域経済の活性化への影響を3年間の実証期間の中で判断することは難しい部分もあるが、長期的な地域経済の活性化には、限られた店舗での単発的な特典付与よりも、まち全体でより幅広い移動の目的や「楽しみ」をどう創出し、そこにどんな交通があるべきかという、**「まちづくり」と「交通」が一体となった広域な設計が必要**であることを再認識する結果となった。

¹⁰ 令和7年度アプリアンケート調査「これまでのとりモビの利用目的」に関する設問（回答数269人・複数回答あり）。飲み会50.6%、外食16.7%、買い物15.2%。（上位3項目抜粋）

¹¹ 令和7年度アプリアンケート調査「とりモビが運行したことによる生活の変化」に関する設問（回答数269人・複数回答あり）移動に関する精神的、身体的負担が減った人43.9%、移動に関する支出が減った人33.1%、移動に関する時間が減った人26.8%、変化はなかった人18.6%、外出回数が増えた人17.1%、移動範囲や外出先が広がった人16.0%、移動先での消費が増えた人7.8%、他の公共交通の利用が増えた人2.6%

¹² 令和7年度アプリアンケート調査「1か月あたりの消費金額の増加」に関する設問。（移動先での消費が増えた人のみ回答。回答数21人）1,000円～5,000円程度61.9%、10,000円以上19.0%、5,000円～10,000円程度14.3%、1,000円未満4.8%

第3章 今後に向けた検討について

AI オンデマンド乗合交通「とりモビ」実証事業における、各検証項目や取り組んだ結果検証については、第2章のとおりであるが、第3章では、今後の方向性や必要となる取組について整理する。

(1) 持続可能な仕組みづくりに向けて

令和7年度に実施したアンケート調査では、とりモビ運行エリアに居住しているがとりモビを利用したことがない人からの意見として、「今は車があるが将来的に免許を返納したら使いたい」「高齢になり運転ができなくなった時には移動手段として活用したい」など、**将来的な利用を望む記述が散見**された¹³。同アンケートでは自動車を保有している世帯は全体の95%を占めることが分かっており¹⁴、**3年間の実証事業を通じて、自家用車から公共交通への転換は、非常に困難であることを再認識する結果となった。**

また、道路運送法21条による試験的な運行により実証を重ねてきたが、本格的に事業を継続するには、第4条での運行となり、既存タクシー事業者等との調整や公費投入の妥当性を改めて検討する必要がある。

さらに、公費を投入して公共交通として事業を継続するにあたっては、**バリアフリーへの配慮や、交通弱者（学生や高齢者等）が安心して暮らすための生活インフラとしての役割を強めることが求められる**と考える。

暮らしと一体になった地域交通ネットワークの構築に向けて検証するには、今回の使用システムを活用した実証事業を継続することも考えられるが、**現在の取組の延長線では持続可能な取組とすることは難しく、実施する場合は大幅な見直しが必要**と考えられる。

(2) 地域交通ネットワークの再構築

①市街地における乗合交通について

とりモビはデマンド交通の中でも、交通空白地等によく導入される「定時定路線型」ではなく、新規需要の掘り起こしによる人流活発化を狙って、**利便性の高い「自由経路型」としたこともあり**、利用者の約9割がサービスに「満足」との回答だったことから¹⁵**高い満足度であった**といえる。

¹³ 令和7年度郵送アンケート調査「とりモビやお住まいの地域の交通についてのご意見」に関する自由記述。とりモビを利用したことがない人からの回答全114件のうち、将来的な利用を望む回答は25件あった。

¹⁴ 令和7年度郵送アンケート調査「自動車保有状況」に関する設問（回答者数340人）。自分で自由に使える自動車がある72.4%、家族と共同で使える自動車がある9.4%、家族が運転し乗せてくれる自動車がある13.5%、世帯で自動車を持っていない4.7%

¹⁵ 令和7年度アプリアンケート調査「とりモビの総合的な満足度」に関する設問（回答数269人）。満足48.3%、やや満足42.8%。（上位2項目抜粋）

【参考】定時定路線型と自由経路型（AI オンデマンド乗合交通）の比較

	定時定路線型	AI オンデマンド乗合交通
用途	通学・通院・買い物	日常の様々な外出・送迎
運行ルート	固定	自由（乗降地点）
ダイヤ	固定	自由（予約・即時性）
支払方法	都度払い	都度払い・サブスク

とりモビはタクシーと比較して「移動時間の増」や「相乗り発生」などの違いはあるが、仕組み上利用条件によってはタクシーと同等のサービスを安価で享受できる。

「呼べばくる、ちょい乗り」と銘を打ち、利用者獲得のため 400 円という運賃設定としたが、利用料金（運賃）と比較して利便性が高すぎたと考えられる。燃料費や人件費等が上昇する中、サービスの提供レベルと運賃価格が合っておらず、タクシーとの差別化にも問題があったと思慮される。

乗合交通の運行（事業継続）にあたっては、利用者の負担とサービス提供レベルのバランスを取る必要があると考えられる。

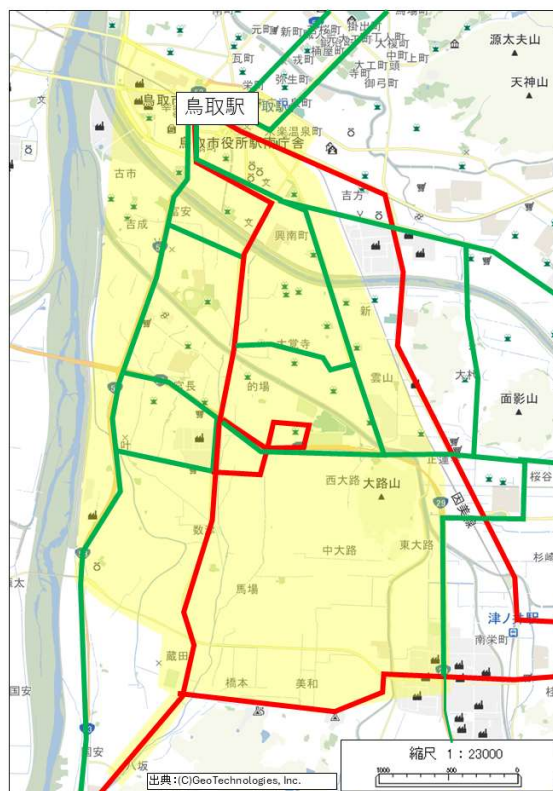
②鳥取駅南エリア（市街地）への新たな移動サービス

中山間地域など交通空白地におけるデマンド交通は、暮らしに必要な最低限の生活インフラとしての役割を担っている。一方、鳥取駅南エリアにおいては、民間路線バス（自治体による補助路線）が運行しており、公費により運行継続するには、相当の投資効果が求められる。

3年間の実証事業では、公共交通全体の利用増や地域経済の活性化を狙ったが、その効果は限定的であり、公費によるバス路線維持と乗合交通の運行継続の二重投資は合理的でないと思慮する。

また鳥取市生活交通創生ビジョンにおいて、鳥取駅南エリアを走るバス路線「八坂線」「津ノ井倉田循環線」は、路線縮小の可能性が高い路線とされており、仮に路線廃止となった場合は、今回の実証をふまえて、新たな移動サービスの確保（提供）を早急に検討する必要がある。

その場合、現在のとりモビ運行計画の踏襲では、通学利用に対応できず、サービスレベルも



▲とりモビ運行エリアとバス路線

黄色:とりモビ運行エリア

赤線:バス路線「八坂線」「津ノ井倉田循環線」

緑線:その他のバス路線

高すぎると考えられる。今回の検証結果をふまえ、**既存の公共交通（バス・タクシー）の役割とすみ分けながら、適切な事業計画（運行エリア・時間帯・運行台数・運賃など）を組み立てる必要がある。**

【参考】とりモビと路線バス（八坂線）への財政負担の比較

	とりモビ	路線バス（八坂線）
市財政負担	人件費・システム費用等 24,404 千円/年 （R6 年 5 月 20 日～R7 年 3 月 31 日）	補助金 5,395 千円/年 （R6 年度）
運行エリア	倉田地区含む鳥取駅南側を広くカバー	倉田地区（八坂線沿線）

（３）事業実施体制等について

とっとり共創型交通協議会は、交通事業者以外の事業者も参画し、地域を元気にする「新しい生活交通ネットワークの構築」をめざしており、多様な主体が関わる新しい「事業主体（運輸連合）」の素地となる組織といえる。

一方、財政的に脆弱である当協議会は、主要な事業が無い限りは、国等からの補助金を受けることができず、主体的な事業展開ができない状態である。

今後の事業展開によって、事業実施体制（組織）の見直しを検討する必要があると考えられる。

（４）これからの地域交通ネットワークのリ・デザイン（再構築）

人口減少による公共交通利用者の減少だけでなく、公共交通の担い手が減少する中、持続可能で合理的な交通ネットワークの再構築は喫緊の課題である。

令和８年３月から、地域公共交通の根幹となる路線バスで交通系 IC カードの利用が可能となった。

早期に交通系 IC カードの普及率を 80%まで高める取組みを展開し、**OD データと、今回のとりモビ実証事業の結果等をふまえて、引き続き持続可能な地域交通ネットワークの再構築に向けて検討を重ねることが必要**である。