

SENBOKUスマートシティコンソーシアム
堺市泉北ニュータウン地域
南海オンデマンドバス実証事業 概要資料

2024年7月

堺市 泉北ニューデザイン推進室・政策企画部
南海電気鉄道株式会社 まち共創本部 泉北事業部



1. 背景

- 南海電鉄中期経営計画と堺市のスマートシティ戦略
- SENBOKUスマートシティコンソーシアムの設立
- 2049年の泉北ニュータウン
- AIオンデマンドバス 泉北でめざす街の姿

2. 2023年度実証事業の概要・結果

- 事業概要
- 改良点・営業施策①②
- 利用実績①～⑨
- 2年間の実証事業で得られなかったこと／再検証の内容

3. 2024年度実証事業の詳細

- 実証事業のフレーム①②
- 事業案
- 停留所①②
- 停留所位置①～⑫
- 応援制度の導入

1. 背景 南海電鉄中期経営計画と堺市のスマートシティ戦略

背景

- 泉北NTは大阪府・大阪市の「大阪スマートシティ戦略ver.2.0」における府下4つの展開エリアのひとつ
- 2021年に堺市が「堺市スマートシティ戦略」を策定。泉北ニュータウンを重点エリアに位置づける
- 2022年に堺市が環境省の「脱炭素先行地域」に採択され、泉北ニュータウンが対象地域になる

【南海】泉北ニュータウンのサステナブルなまちづくり

- ニュータウン再生のパイロットモデルとして、サステナブルで魅力ある街に
- 「泉ヶ丘駅前活性化計画」と「泉北ニュータウンスマートシティ戦略」を推進

課題

- 人口減少・高齢化と若年世代のエリア外転出
- 建物老朽化
- 公的賃貸住宅と居住者ニーズの乖離

泉北ニュータウンを取り巻く環境

- 近畿大学医学部および付属病院の泉ヶ丘移転
- 働き方の変化による郊外生活の見直し
- UR建替事業による新たな住民の流入
- 大阪府スマートシティの重点エリアに選定

機会

取組み① 泉ヶ丘駅前活性化計画



取組み② 泉北NTスマートシティ戦略



将来像

- 沿線中核都市として、ニュータウン再生のパイロットモデルを実現する

【堺市】SENBOKUスマートシティ構想のコンセプト

- ICTを活用した課題解決、暮らしの質向上（Live Smart）を図り、暮らしを愉しむ（Play SENBOKU）ことのできる価値創造と、地域魅力の向上。
- 暮らしや働き方の利便性を高め、効率化・合理化・省力化によって生まれる“アソビ”（余白の時間、魅力的な都市空間）や、公園・緑道、ゆとりある住環境等の地域特性を活かし、暮らしを彩る“愉しみ”を創造。

Live SMART, Play SENBOKU

～暮らしを愉しむ、アソビのあるまち～

基本方針1

生活・仕事

ヘルスケア リモートワーク

基本方針2

都市環境

モビリティ エネルギー

基本方針3

交流

コミュニティ

愉しみ

1. 背景 SENBOKUスマートシティコンソーシアムの設立

設立：2022年6月27日（月）

運営委員会：南海電気鉄道株式会社、大阪ガス株式会社、西日本電信電話株式会社、堺市

会員数：154団体（2024年5月23日現在）

スマートシティコンソーシアム目的

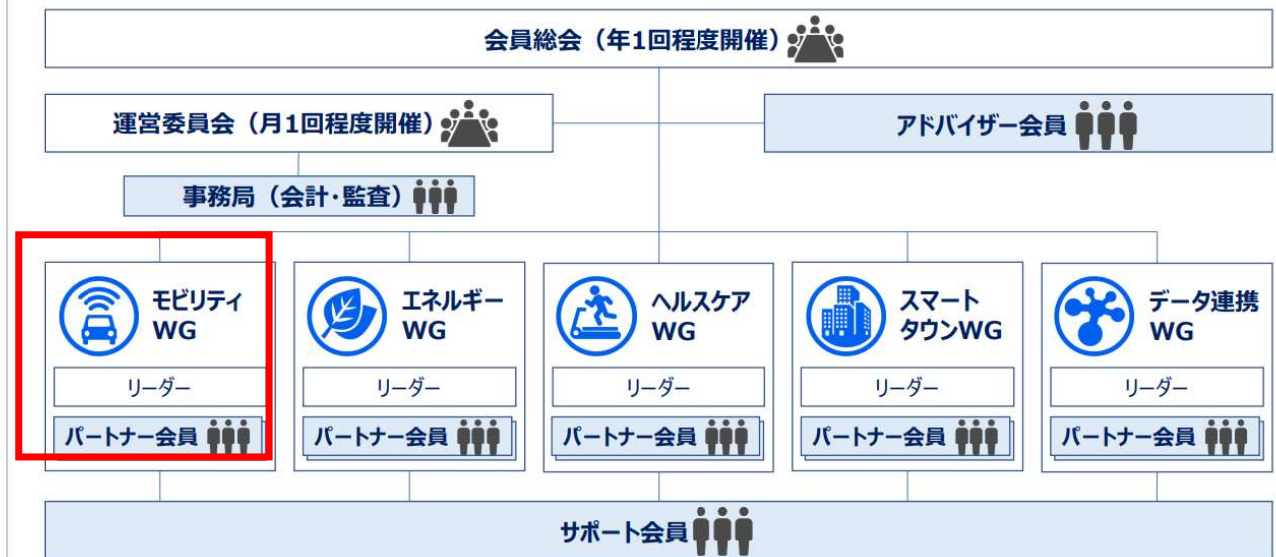
堺スマートシティ戦略の理念に基づき、公民連携でICTを活用しながら、分野横断的に地域課題の解決などに取り組むことにより、住民の暮らしの質の向上（Live SMART）を図るとともに、住民それぞれが暮らしを愉たのしむ（Play SENBOKU）ことのできる新たな価値を創造し、泉北ニュータウン地域ならではの魅力を高め、持続的に発展すること、また、時代に応じた新たな技術や仕組みを導入しスマートシティ化を実現する。

<泉北NTのエリア課題>

- ①起伏があり、幹線道路に背を向ける街区を形成。
- ②高齢化率の上昇とフレイル化による出控えが一部で見られる。

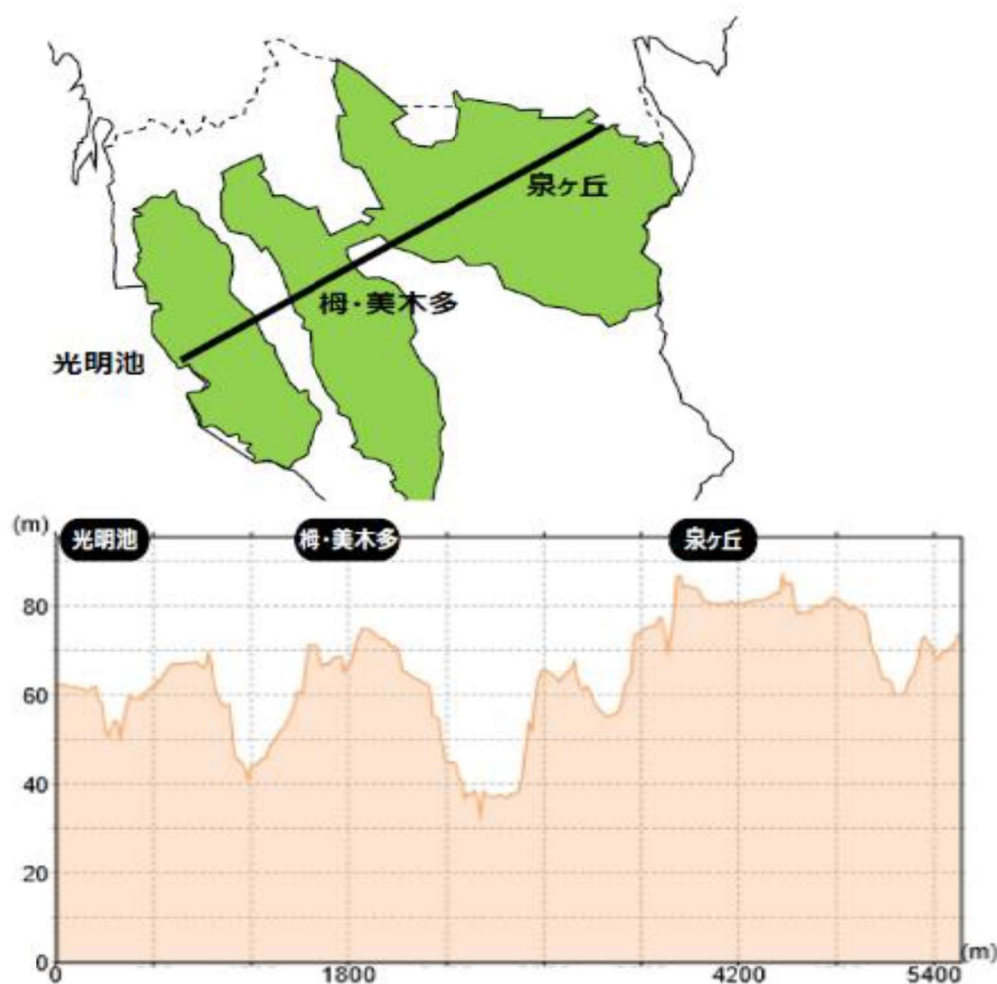
➡オンデマンドバスで実現したい街の姿
既存の移動手段との共存・組み合わせにより、目的地までの移動利便を高める

スマートシティコンソーシアム体制



1. 背景 2049年の泉北ニュータウン

起伏ある地形と止まらない人口減少



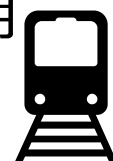
38%減

泉ヶ丘駅前
商業



67%減

鉄道利用



57%減

バス利用



人口57%減



2019年度 泉北ニュータウン再生府市等連携協議会調査資料より
2049年(25年後)の交通機能の将来推計

■最終的にめざす姿

通勤・通学等の大量輸送に必要な路線バスと、ドアtoドアのタクシーと、路線バスやタクシーでは合理的でない移動が可能となる新交通（オンデマンドバス）が共存共栄している状態

【効果】

「住み続けることができる地域」へ

- ・免許返納後も安心して暮らすことができる地域
- ・クルマを持たなくても利便性を損なわず暮らせる地域
⇒自家用車からの転換、移動困難者の減少

「交通便利の高い地域」というブランド化(差別化)

- ・選ばれる地域として「定住・移住・関係人口」の促進
⇒子育て世代の流入、自家用車を持たない世代の流入
- ・地域経済の活性化
⇒高齢者等の外出促進による消費喚起

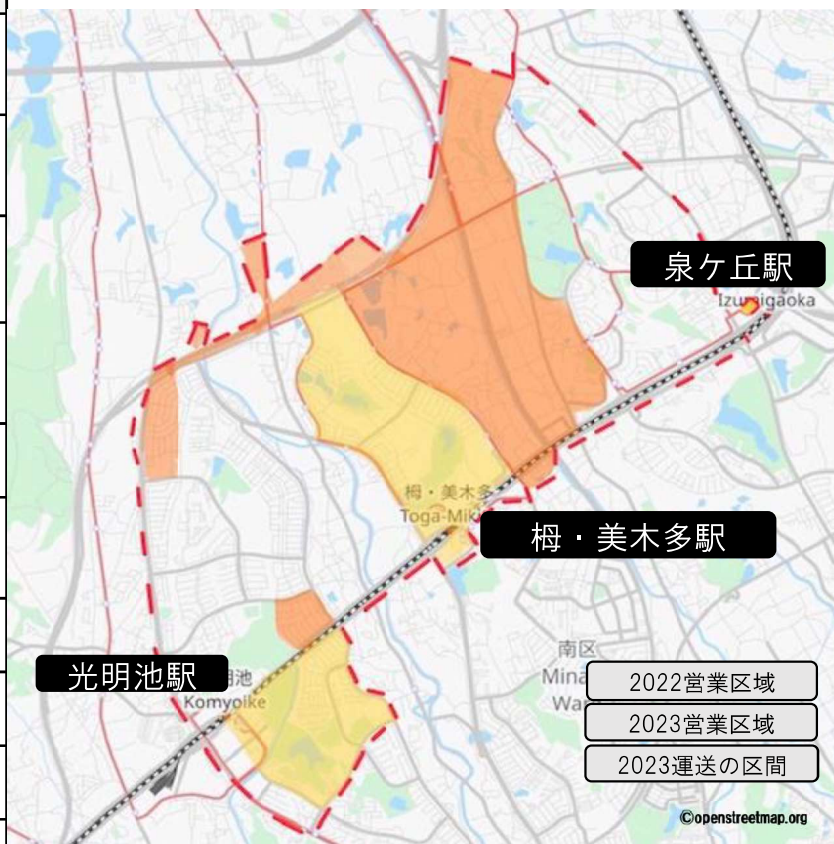


2. 2023年度 実証事業の概要・結果 事業概要

項目	内容
実施期間	2023年10月1日～2024年1月31日（実証：約4ヶ月） 除外日：10月7日、8日、12月31日～1月3日
運行方式	区域運行 ※停留所：エリア内50箇所
運行エリア	鴨谷台・桃山台・新檜尾台・赤坂台・小代・大庭寺・稲葉・三木 閉・梶・豊田・和田＋光明池駅、梶・美木多駅、泉ヶ丘駅
運賃	1乗車300円 ※100円割引券による利用促進施策あり 小児も同額。但し、乳幼児を保護者の膝に乘せる場合は無料
車両	2台（10人乗り） トヨタハイエースワゴン グランドキャビン
予約方法	アプリまたは電話 （アプリ）24時間予約可能 （電話）9:00～18:00
運行時間	9:00～18:00
決済方法	現金のみ
事業主体	南海電鉄（事業検討は、堺市・南海バス・JCOMとの協働）
運行主体	南海バス
システム主体	JCOM（SWAT Mobility）
利用数	3,253回（目標6,000回）※1日28人

【運行エリア】

※エリア人口 21,519人

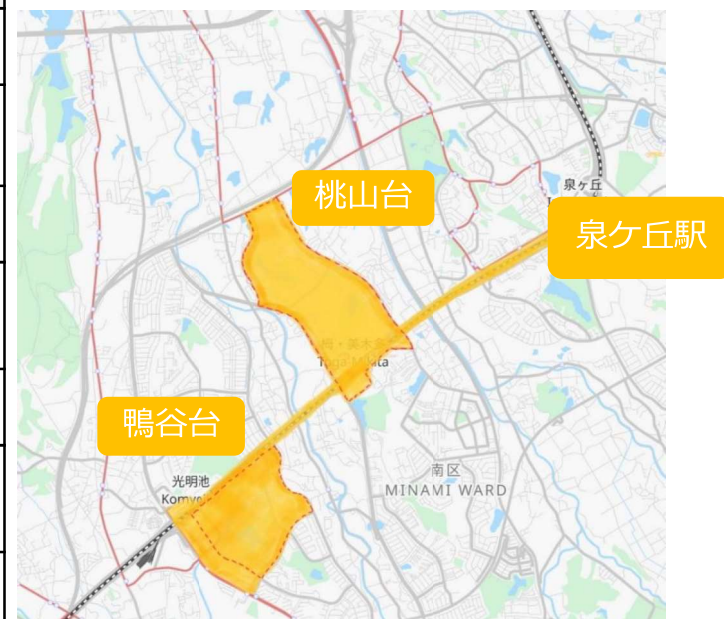


- 2022年度営業区域
- 2023年度営業区域
- 2023年度運送区間

<参考> 2022年度実証事業概要・結果

項目	内容
運行期間	2023年1月10日～2023年3月10日（実証：約2ヶ月）
運行方式	区域運行（道路運送法施行規則第3条の三） 停留所：エリア内29箇所
運行エリア	堺市南区（鴨谷台・桃山台、光明池駅、梅・美木多駅、泉ヶ丘駅）
運賃	通常：1乗車200円 泉ヶ丘駅発着の場合：1乗車300円 決済手段：現金及びクレジットカード
運行車両	ワンボックス車両（乗車定員10名、客席8名）2台
予約方法	（電話）8:30～17:30 （WEB）24時間予約可能 ※乗車の30分前までに予約することで配車をおこなう。
運行時間	9:00～18:00頃
決済方法	現金及びクレジットカード
事業主体	南海電鉄（事業検討は、堺市・南海バスとの協働）
運行主体	南海バス
システム主体	チョイソコ
利用数	861回（目標1,000回） ※1日14.4人

運行エリア



©openstreetmap.org

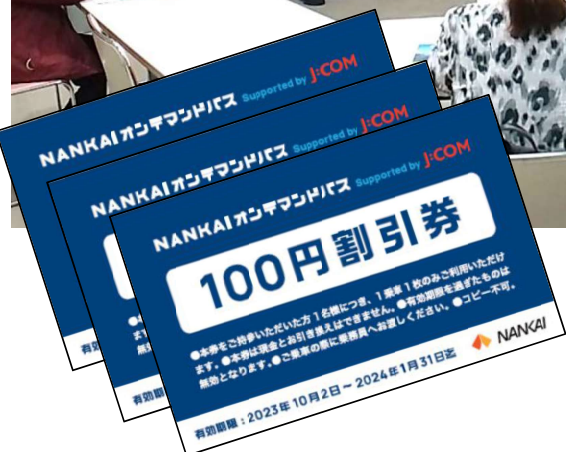
【当該エリアの人口】(2023年2月末)

鴨谷台 6,955人
桃山台 7,510人
合 計 14,465人

2. 2023年度実証事業の概要・結果 改良点・営業施策①

- 地道な地元説明会に勝るものなし！ ➡堺市さんの二人三脚、計47回・635人の方にご説明
- 地域のコミュニティ誌はやはり強い！ ➡好意的な記事＋利用促進広告＋説明会開催案内 三段活用！

説明会に参加すると100円割引券10枚進呈。



回収クーポン
2,124枚
➡利用者の7割が使用

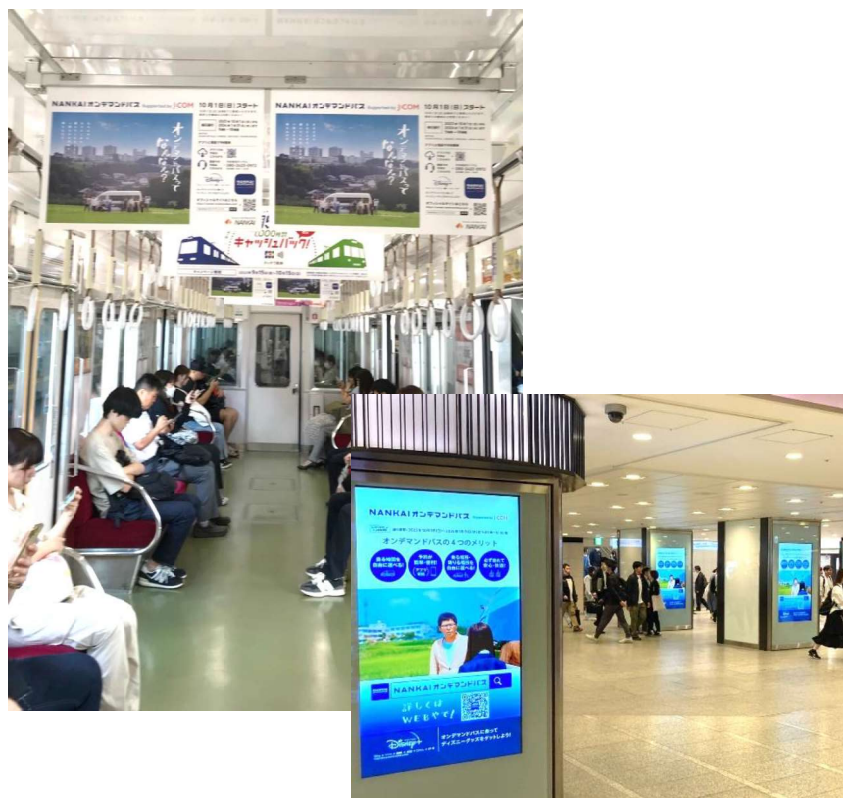
認知UPには地元のコミュニティ誌が大貢献



泉北コミュニティ紙面

2. 2023年度実証事業の概要・結果 改良点・営業施策②

- S E N B O K Uスマートシティフェスタ、南区ふれあいまつりなど地元のイベントに出展
- 車内吊り、なんばガレリアツインビジョン、駅ビジョンでのムービーの放映、O O H広告使用



鉄道媒体を最大限活用。



住民接点を可能な限り多く作るよう努めた。



2. 2023年度実証事業の概要・結果 利用実績①

- 運行期間：10月1日（日）～1月31日（水） 117日間
※前年度は1月10日～3月10日 60日間
- ・ 第1回実験時の総利用者数861人（2カ月）は35日目でクリアしたが、
目標値（1日52人、乗車総数6000人）は未達。

2,556件

総予約件数

前回実績：778件
→約3.3倍

3,253人

総利用者数

前回実績：861人
→運行35日目で超過

1,657人

登録者数

前回実績：444件
→約3.7倍

27.7%

相乗り率

125人(1/26)

71人(1/24)

67人(1/12,31)

50人(1/15)

利用人数ベスト5

※無料の初日を除く

28人

平均利用者数／日

目標達成率55%（1日51人）
前回比2倍（1日14人）

635人／47回

相談会参加数
／開催件数

65%

予約のアプリ率

昨年度実績：59%
前回比6ポイント増

2. 2023年度実証事業の概要・結果 利用実績②

●住民ニーズ、利用者ユーザビリティ、有用性を確認（住民に受け入れられるか？移動利便を向上できるか？）

➡10段階の「人に勧めたいか」の推奨者割合（NPSスコア）が「プラス50」の高い評価を得られた。

[注] NPS(Net Promoter Score)とは顧客推奨度の指標。1～10点で推奨度を質問。9～10点の推奨者数から6点以下の批判者数を減じて算出。

【'23年度利用者アンケート結果】（回答数102件）

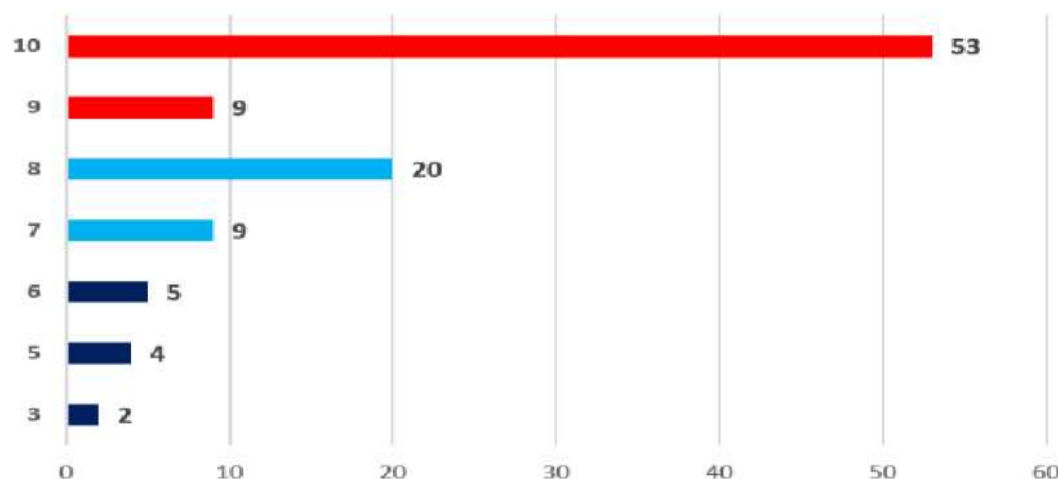
オンデマンドバスサービスを家族や知人にお勧めしたいですか？

= N P Sスコアがプラス50

※0～10の11段階で評価

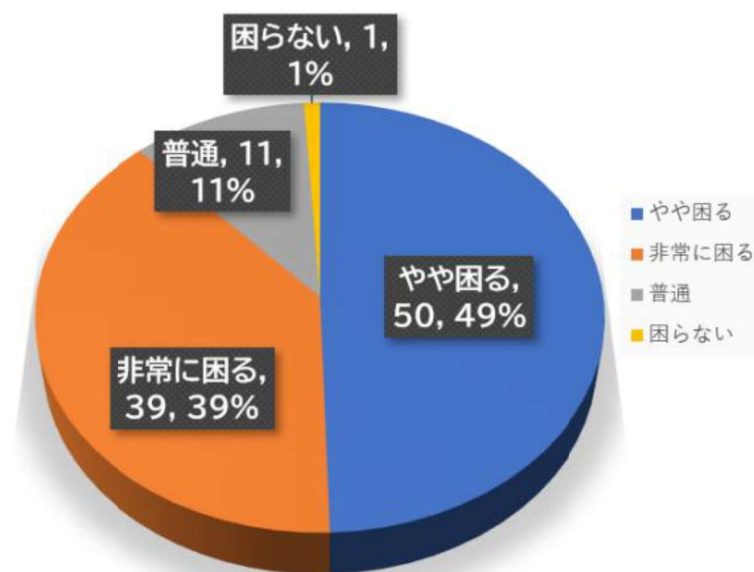
批判者:0～6、中立者:7～8、推奨者:9～10

NPSスコア=推奨者割合-批判者割合



オンデマンドバスサービスが使いなくなるとどう思いますか？

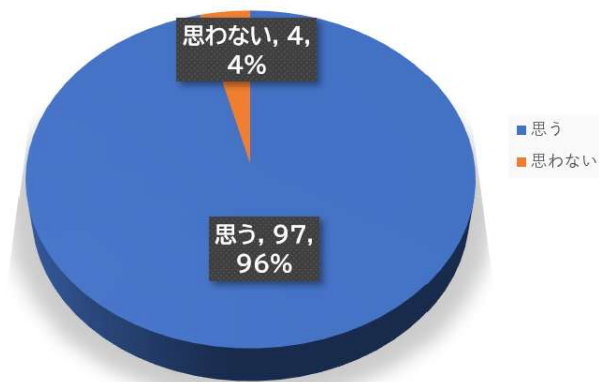
= 88%が「非常に困る」「やや困る」



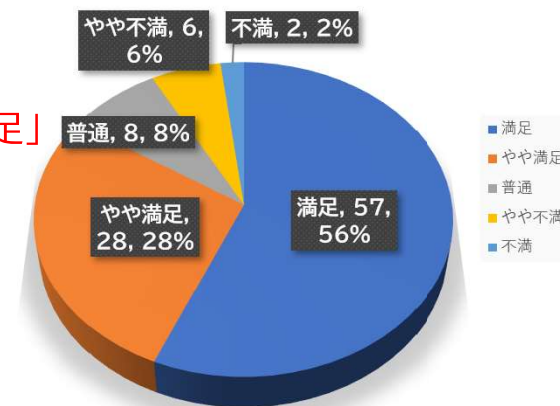
2. 2023年度実証事業の概要・結果 利用実績③

【'23年度利用者アンケート結果】（回答数102件）

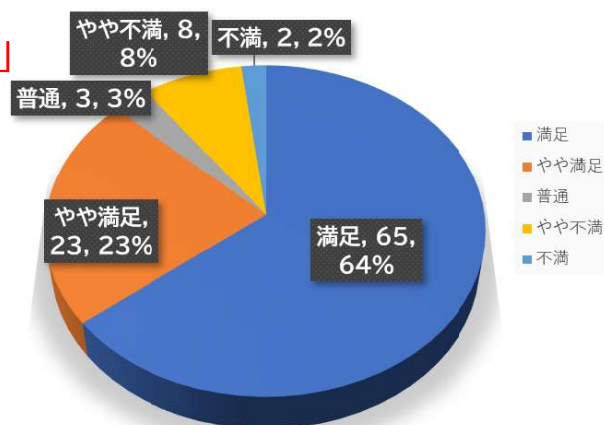
オンデマンドバスによって
外出機会が増えると思う
= 96%が「増える」



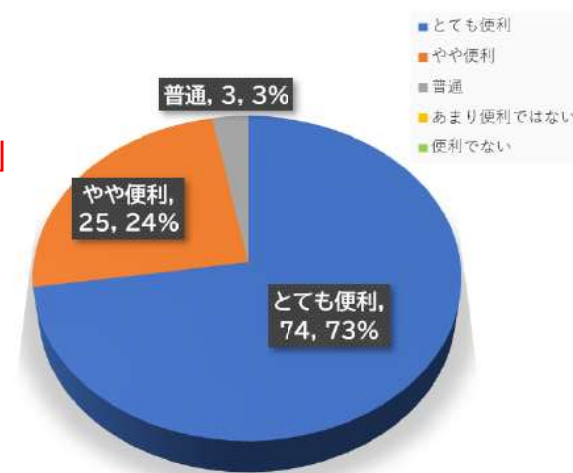
乗り降りのしやすさ
= 84%が「満足」「やや満足」



予約システムの使いやすさ
= 87%が「満足」「やや満足」



日頃の移動手段と比べて
移動が便利か = 97%が
「とても便利」「やや便利」



2. 2023年度実証事業の概要・結果 利用実績④

●徒歩・マイカーなどからの転換等の移動需要創出効果を確認

➡2人に1人が新規需要。5人に2人がマイカー保有者

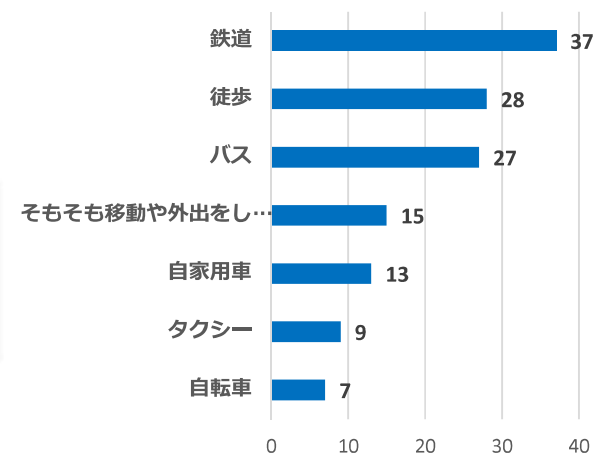
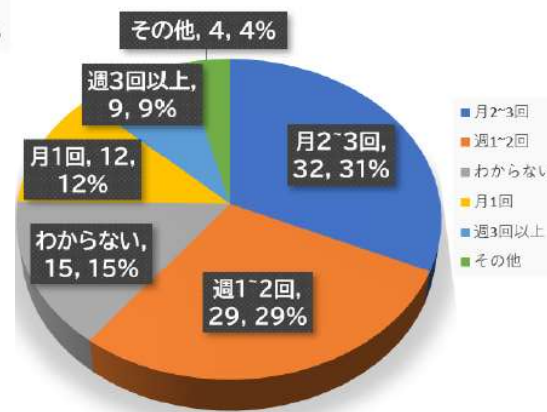
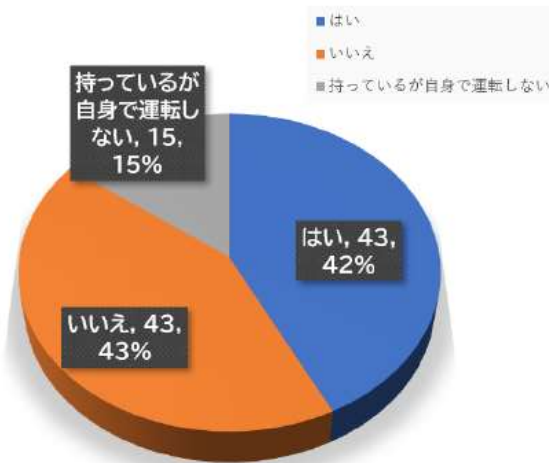
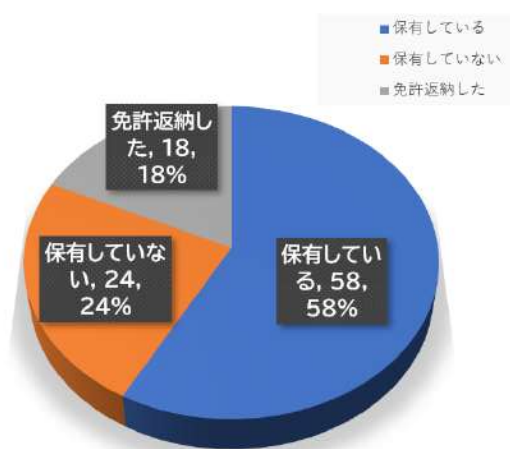
【'23年度利用者アンケート結果】（回答数102件）

自動車運転免許を保有しているか
= 58%が「保有している」

マイカーを保持しているか
= 42%が「保持」

今後どのくらいの頻度で利用するか
= 月2～3、週1～2回がほぼ同数

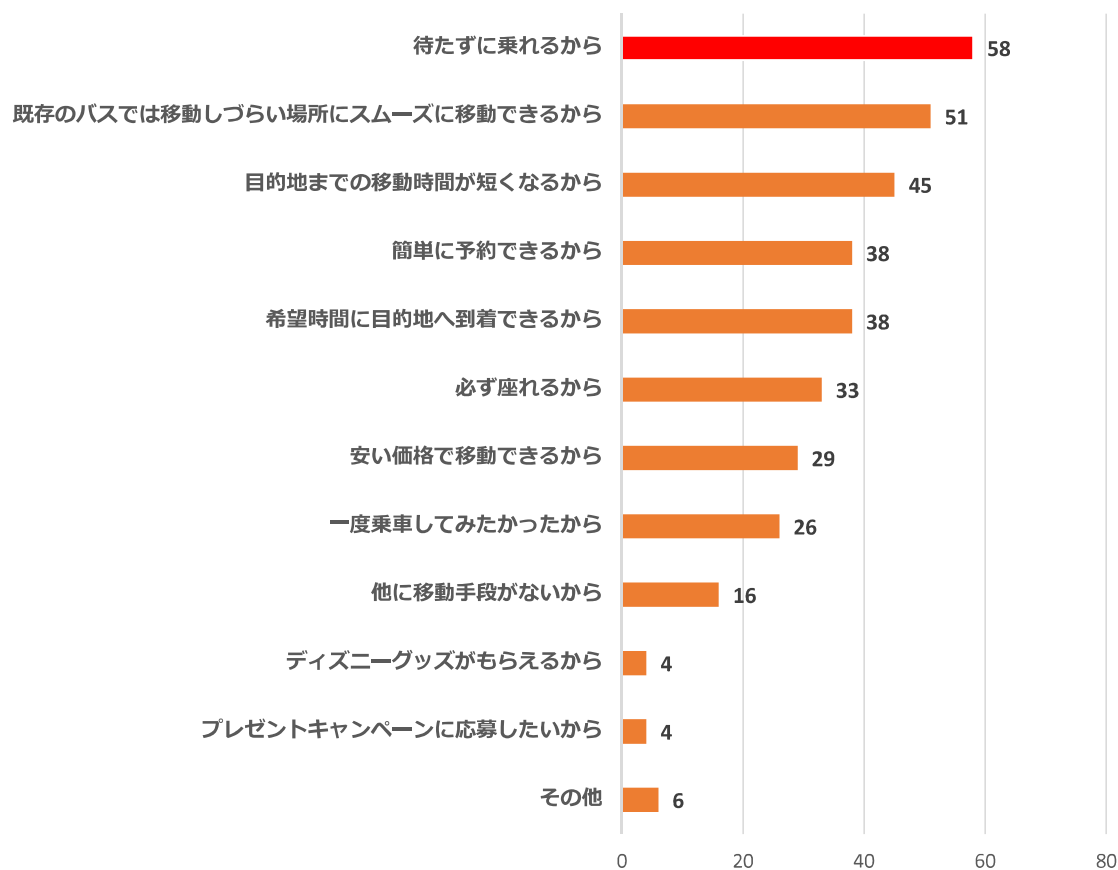
オンデマンドバスがなければ
何で移動したか



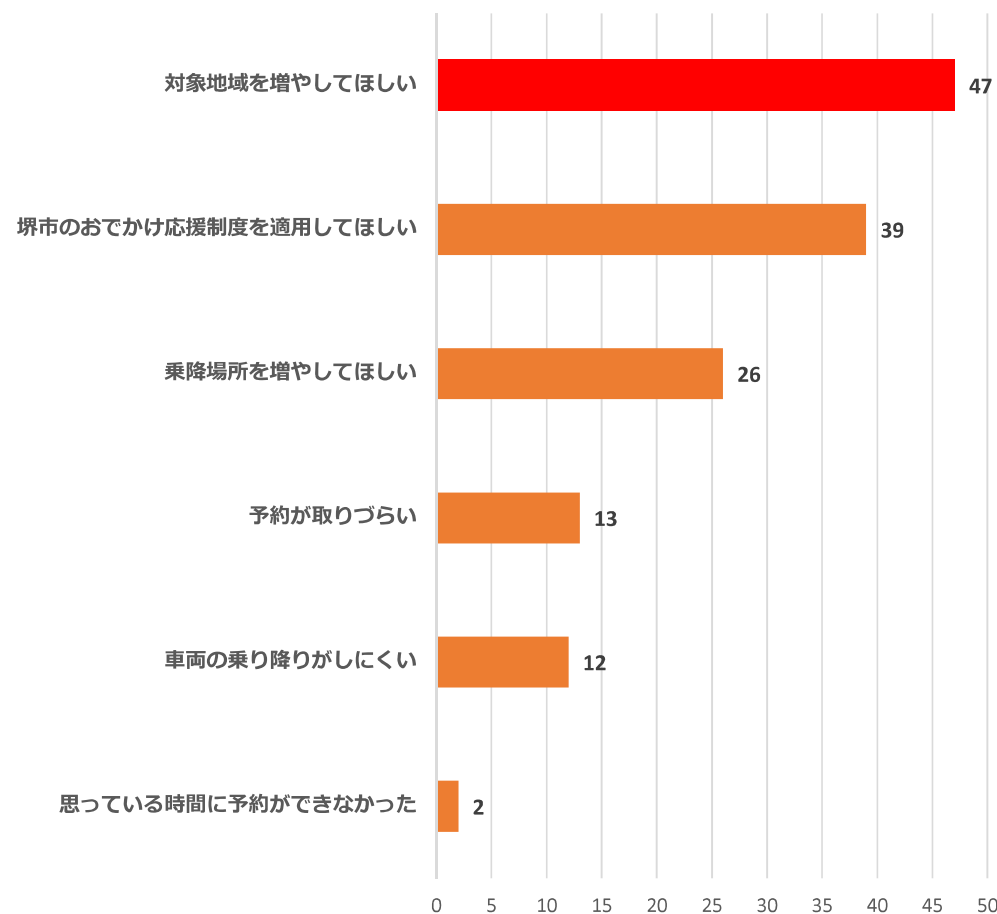
2. 2023年度実証事業の概要・結果 利用実績⑤

【'23年度利用者アンケート結果】（回答数102件）

オンデマンドバスを選んだ理由は？



オンデマンドバスの改善点は？

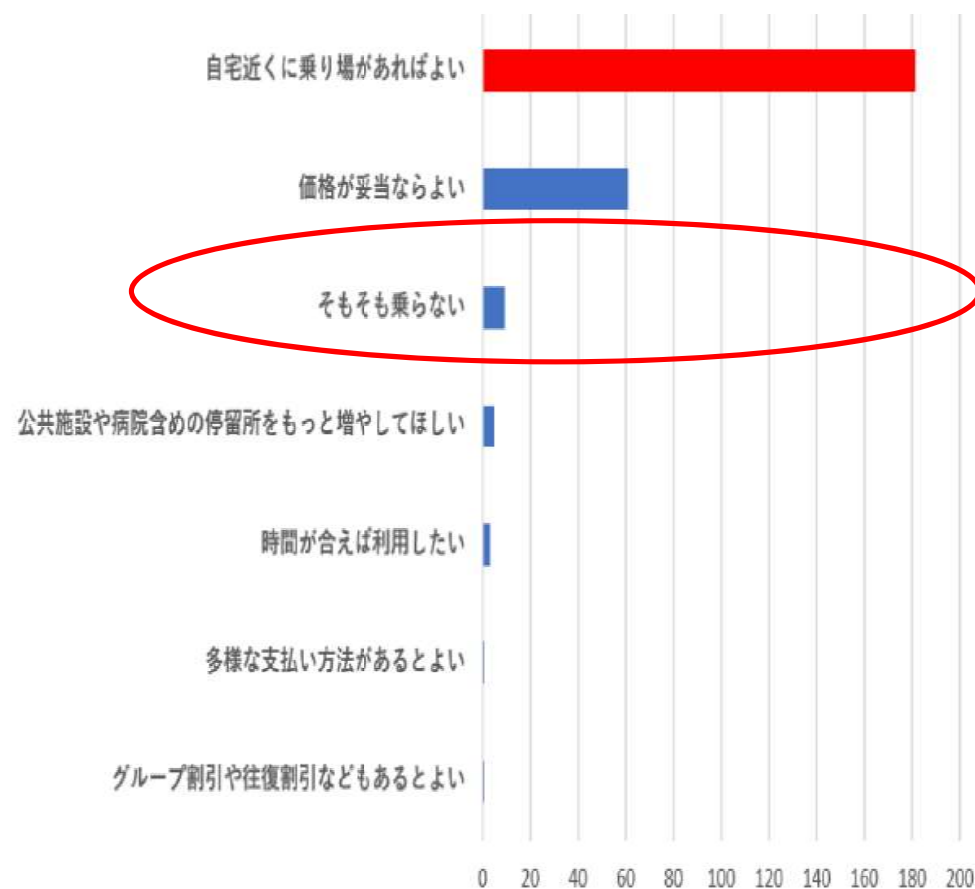
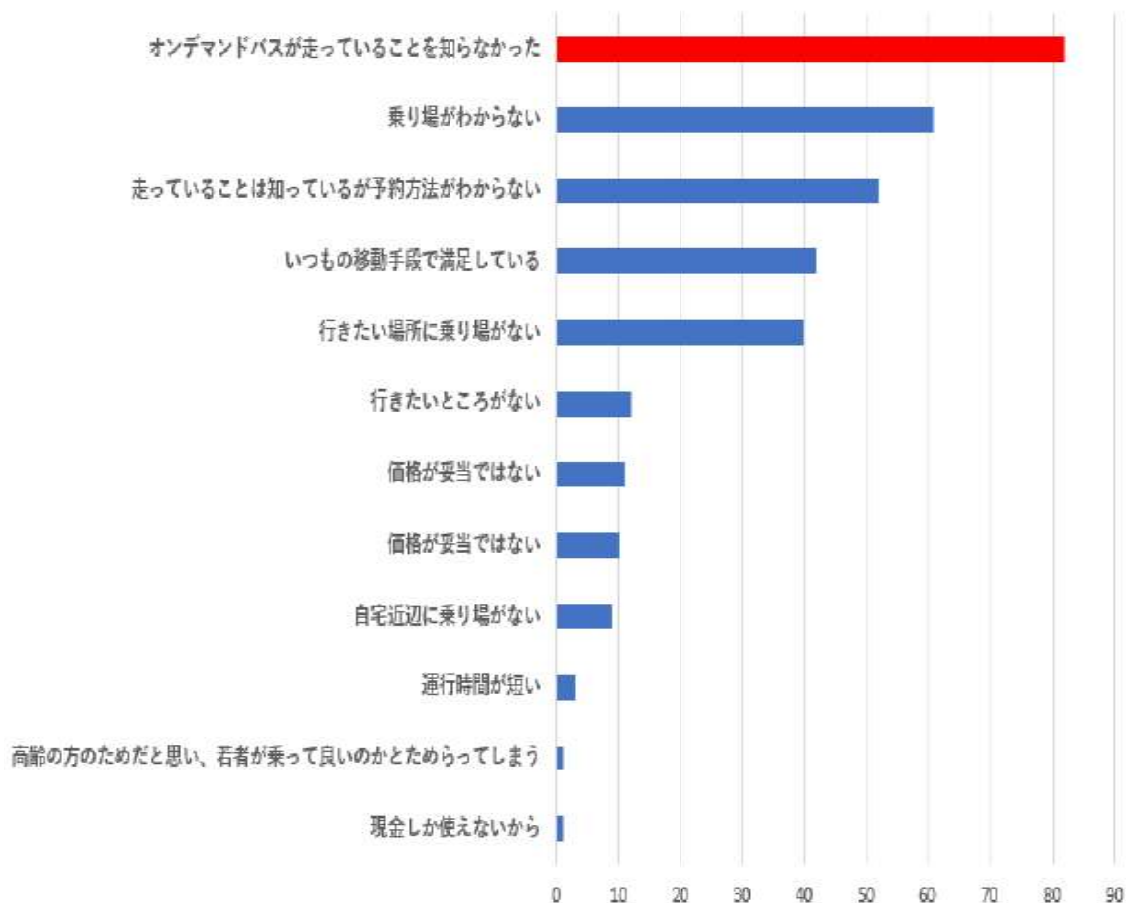


2. 2023年度実証事業の概要・結果 利用実績⑥

【'23年度非利用者アンケート結果】（回答数229件）

利用しない理由は？

どんなサービスがあれば利用するか？



2. 2023年度実証事業の概要・結果 利用実績⑦

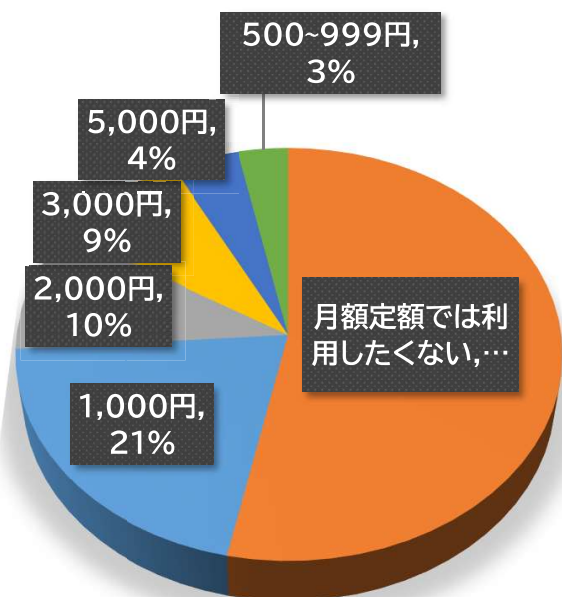
●ニーズはあるけど、お財布の紐は固い。。。。

前回200円（泉ヶ丘発着は300円）

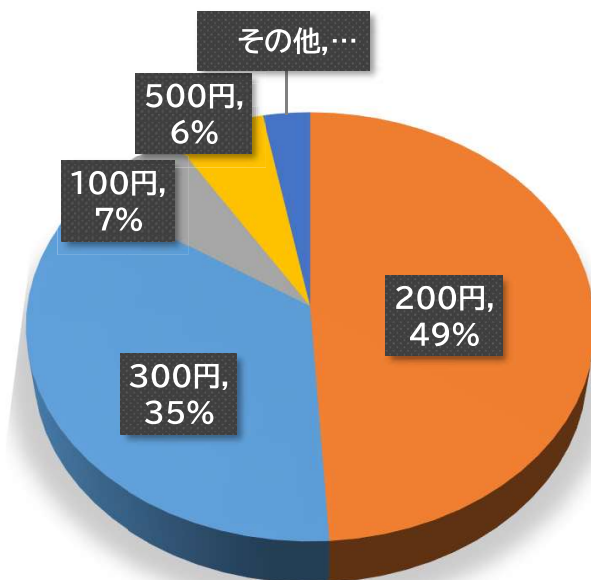
➡今回一律300円 料金改定したものの「100円割引券」の利用が約7割を占める。収益性は最大の課題！

【'23年度利用者アンケート結果】（回答数102件）

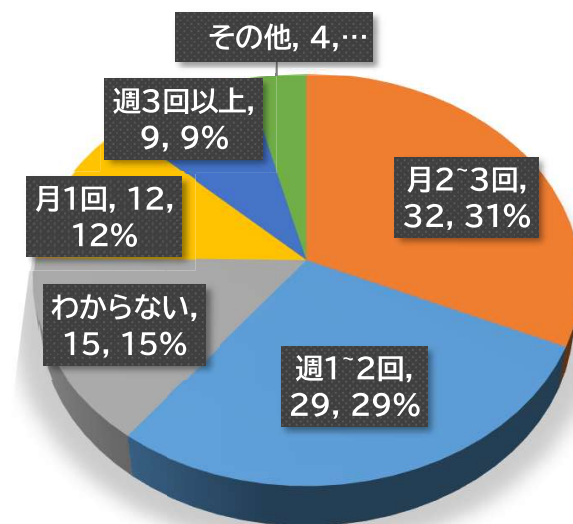
月額定額で利用するか？



1回いくらまでなら利用するか？



利用頻度は？



2. 2023年度実証事業の概要・結果 利用実績（2022年度比）⑧

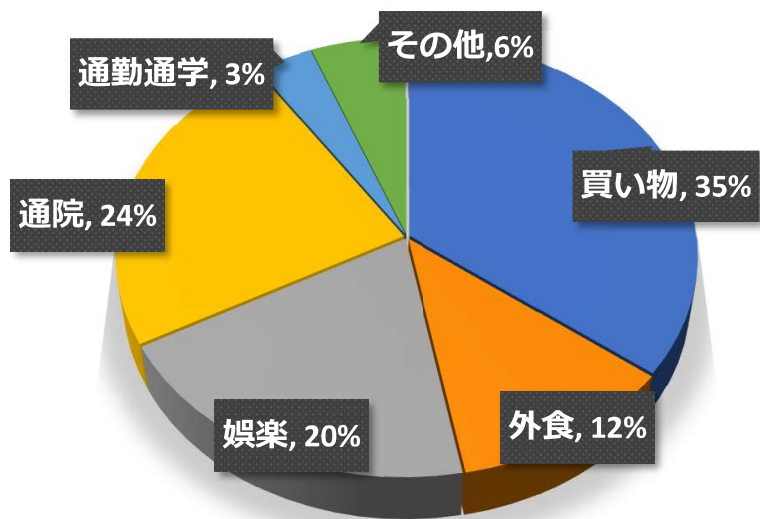
●利用シーンの多様化

➡泉北2号線沿いの商業施設等「目的地」となる停留所を加えることで通院以外の目的が増加。

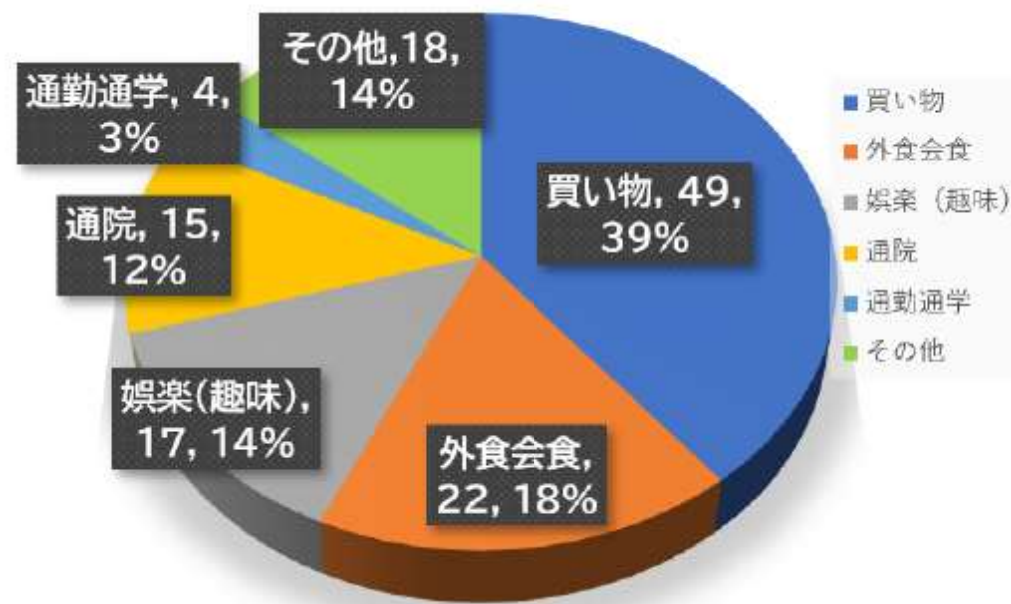
【'23年度利用者アンケート結果】（回答数102件）

オンデマンドバス利用目的

前回



今回

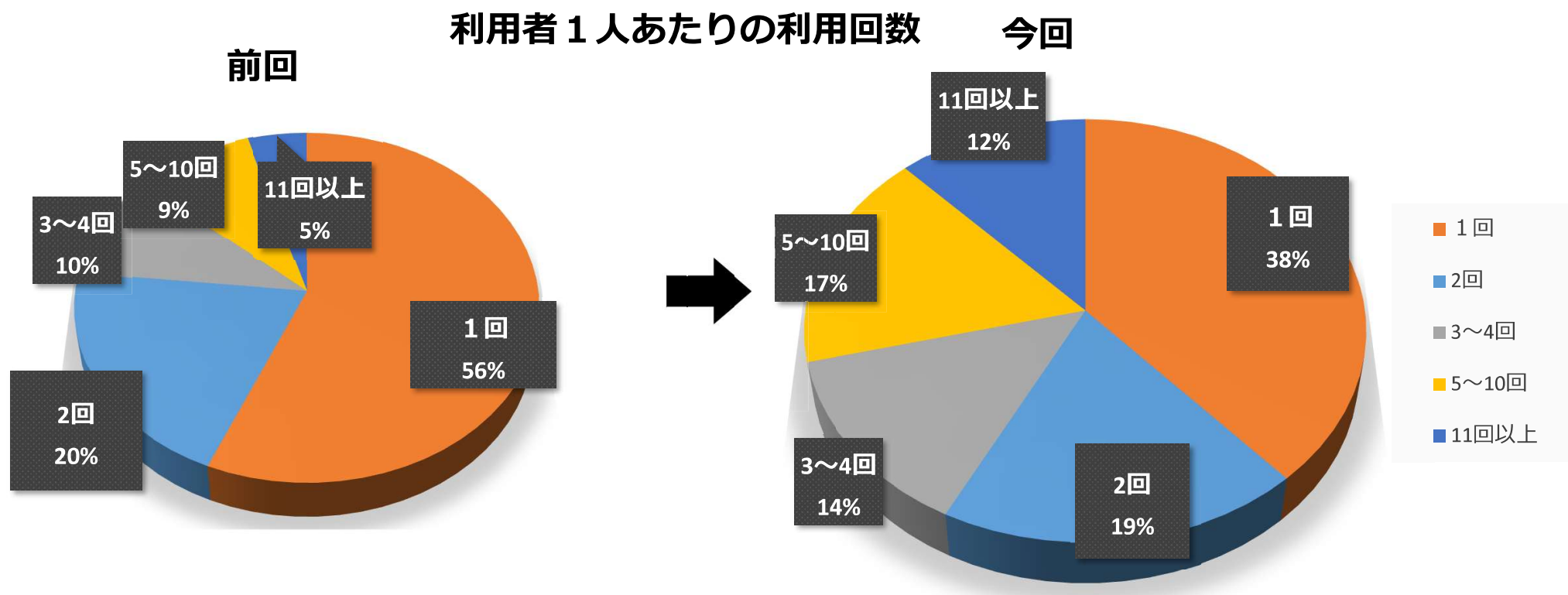


2. 2023年度実証事業の概要・結果 利用実績（2022年度比）⑨

●利用者1人あたりの利用回数

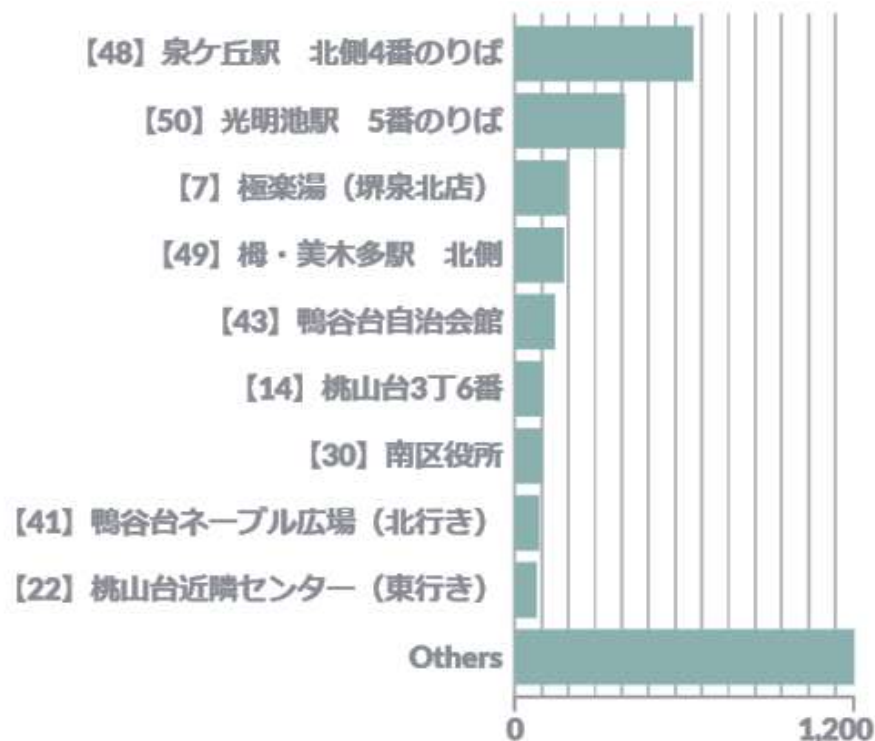
➡ 3回以上の複数回利用が増加。「お試し」利用から「リピーター」へ。

【'23年度利用者アンケート結果】（回答数102件）

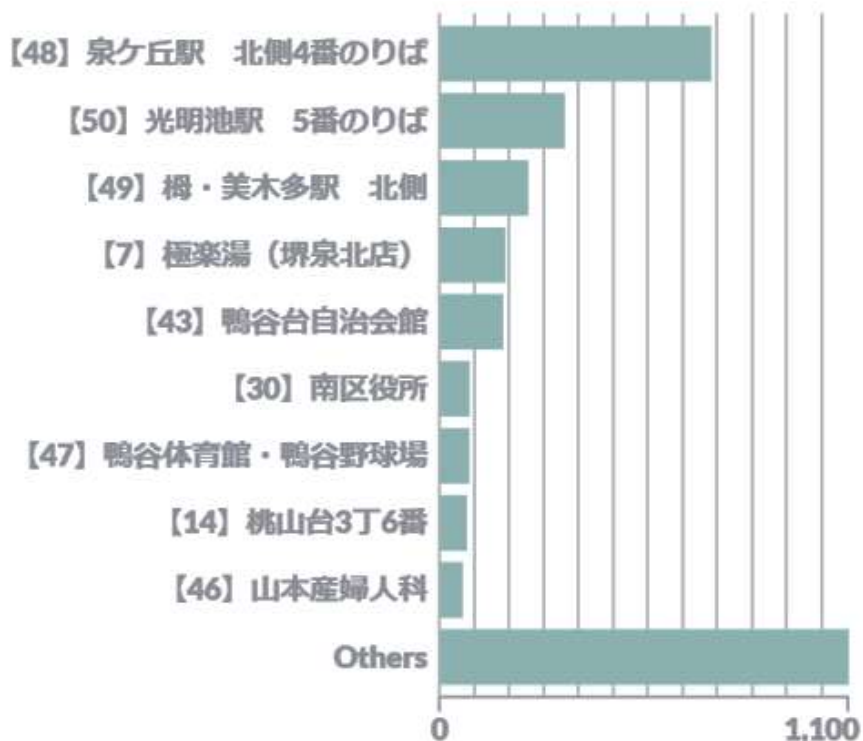


<参考> 2023年度 人気停留所ランキング

人気の乗車地点（人数） - Popular Pickup Location for Comple...



人気の降車地点（人数） - Popular Dropoff Location for Comple...



<参考> 2022年度の人気停留所

- | | | |
|------------|--------------|---------|
| 1位：光明池駅 | 2位：拇・美木多駅 | 3位：泉ヶ丘駅 |
| 4位：桃山台3丁6番 | 5位：府営鴨谷台1丁住宅 | 6位：南区役所 |

2. 2年間の実証事業で得られなかったこと／再検証の内容

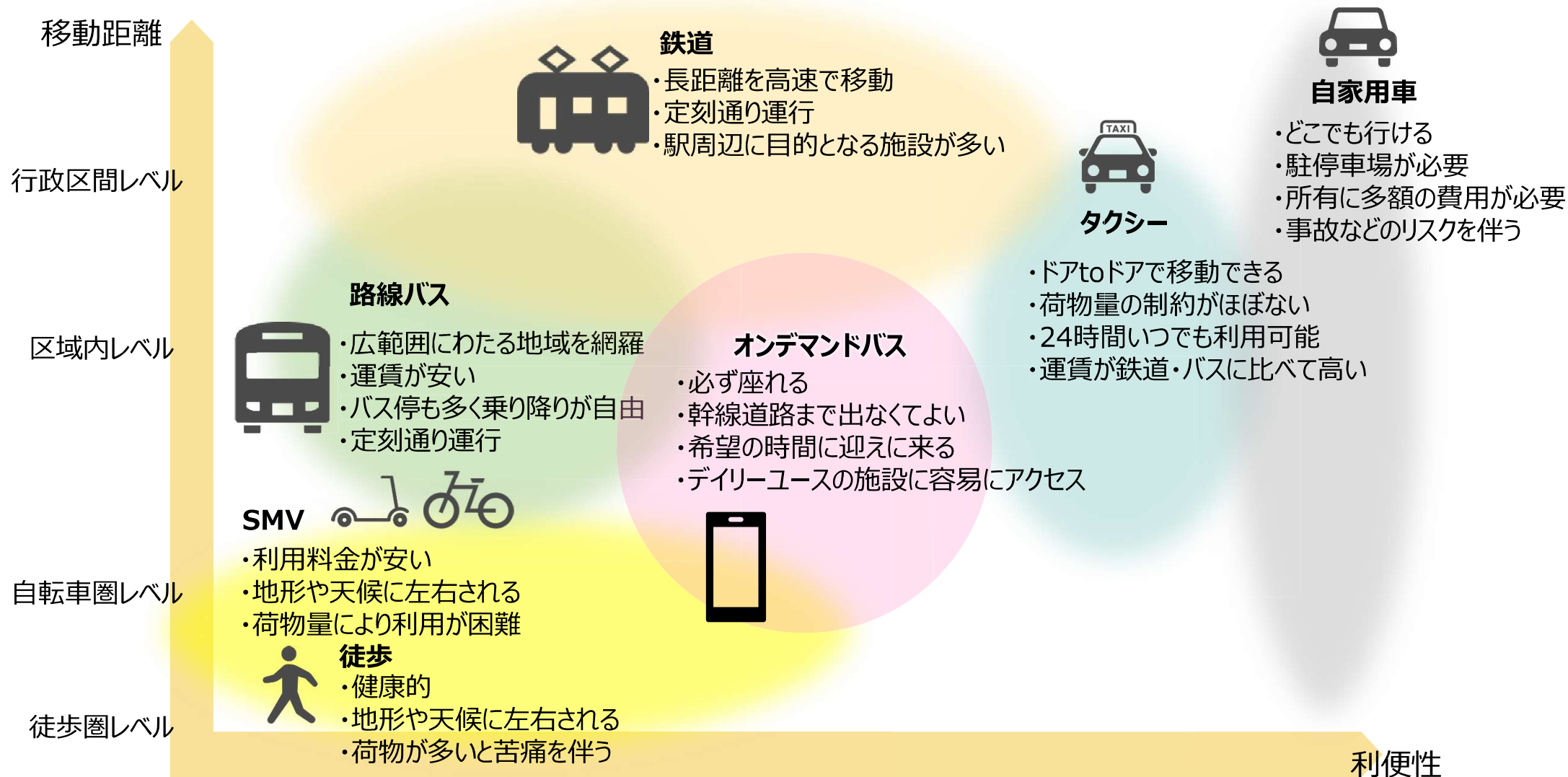
×事業成立面

➡運賃収入での損益分岐点は1台100人/日だが、1台50人/日が泉北NTでの現実的な目標値

2023年度目標	手段	課題
「利用者数・利用率を増やす」	<ul style="list-style-type: none">・停留所の増設・運行エリアの拡大・運行期間の延長・営業施策の多様化・広告宣伝手法の多様化	2023年度1日利用数：28人（前年比2倍） ➡利用増だが、実装時想定 of 1台100人/日 利用は困難。 <u>1台50人/日</u> が泉北NTで の現実的にめざす数値と考える。
「事業可能性を高める」	<ul style="list-style-type: none">・運賃改定・協賛金営業	・2023年度 4カ月間の運賃収入：74万円 ・協賛金獲得件数：なし ➡利用者の運賃許容性と輸送コストの乖離。

- ①目的地(商業施設・病院)の停留所増設や民間施設からの広告宣伝費収受
- ②路線バス停留所まで200m以上距離がある／駅から300m以内の駅チカ団地スポットの一部での需要の創出
- ③ヘルスケア・地域経済循環をカギとする移動需要の創出
なども視野に再検証したい。

3. 2024年度実証事業の詳細 実証事業のフレーム①



3. 2024年度実証事業の詳細 実証事業のフレーム②

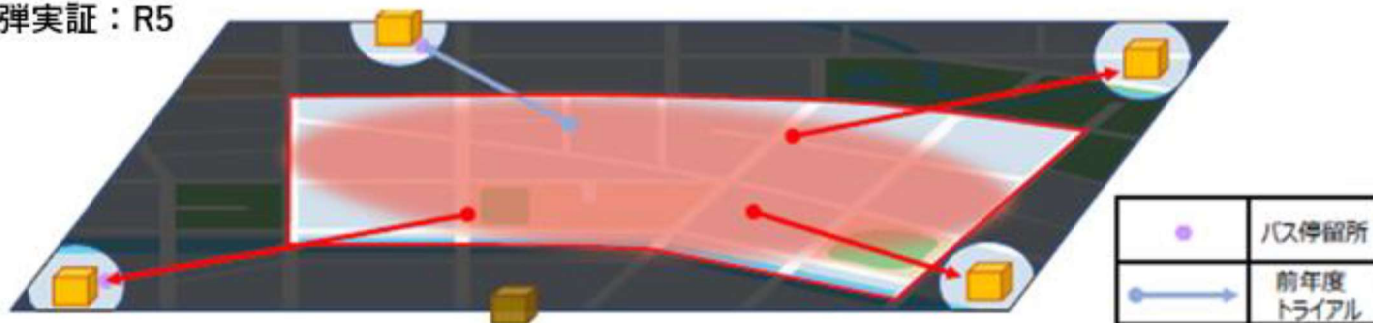
第一弾実証：R4



■路線バスの無いスモールエリアで実証

- ・住民ニーズの検証
- ・運行側の受容性の検証
- ・配車予約システムのUI/UXの検証

第二弾実証：R5



■路線バスの無いエリアで実証

- ・利用促進施策の検証
 - 目的地の増設
 - 利用相談会の継続実施
 - 運賃割引・キャンペーンの実施
 - 広告PRの強化
- ・協賛金、toBモデルの可能性の検証
- ・エリアに対する最適台数の検証
- ・配車予約システムのUI/UXの検証

第三弾実証～実装



■路線バスが薄いエリアで実証

- ・協賛金、toBモデルの検証
- ・公共交通利用の相乗効果の検証
- ・エリアに対する最適台数の検証

3. 2024年度実証事業の詳細 事業案

項目	内容
実施期間	2024年10月1日～2026年10月31日(※2の運休前までをフェーズ1、※2の運休以降をフェーズ2とする) ※1 2024年10月5,6日及び12月28日～2025年1月5日は運休 ※2 2025年3月1日～10月31日は大阪万博対応のため運休
運行方式	区域運行 ※停留所：エリア内 81か所
運行エリア	鴨谷台・桃山台・新檜尾台・赤坂台・原山台・城山台・小代・大庭寺・稲葉・豊田・和田・野々井・美木多上 + 光明池駅、柵・美木多駅、泉ヶ丘駅（フェーズ2は停留所の一部見直しあり）
運賃	1乗車400円（ただしフェーズ1は300円）小児も同額。但し、乳幼児を保護者の膝に乘せる場合は無料
車両	2台（乗車定員10名、客席8名） 日産キャラバン※手すり&ステップ付
予約方法	スマホアプリ、ウェブサイトまたは電話 （アプリ）24時間予約可能 （電話）9:00～17:00 ※6日前から直前まで予約可
運行時間	8:00～18:00
決済方法	現金（乗車時）・クレジットカード（事前決済）・へるすまーとポイント（乗車時）
事業主体	南海電鉄（事業検討は、堺市・南海バスとの協働）
運行主体	南海バス
システム主体	ネクストモビリティ（のるーと・Spare Labos）
目標利用数	フェーズ1 1日50人／2台 フェーズ2 1日100人／2台 フェーズ1で目標利用数未達の場合はフェーズ2の中止を検討する可能性があります。

3. 2024年度実証事業の詳細 停留所①

エリア	内容
駅（6か所）	泉ヶ丘駅(北側4番のりば)、 泉ヶ丘駅(パークヒルズ竹城台) 、 泉ヶ丘駅（パンジョ） 、 泉ヶ丘駅（ビッグバン） 、 榎・美木多駅（北側一般乗降場）、光明池駅（5番のりば）
商業施設（17か所） ※パンジョ除く	（2号線沿い） 鎌倉パスタ 、 焼肉王道・あをによし 、 すしー流 、 ウエルシア（大庭寺2号店） 、 コーナン 、 万代 、 ウエルシア（大庭寺1号店） 、 フラワーショップロベリア 、 極楽湯（堺泉北店） 、 スーパーマーケットバロー 、 寿司・しゃぶしゃぶゆず庵 、 桜珈琲（泉北店） 、 PISOLA 、 シャトレゼ （2号線以外） 大阪いずみ市民生協コープ 、 はや泉北の郷 、 アクロスモール・TOHOシネマズ泉北
和田、豊田（6か所）	和田ムーレイン広場、和田自治会館、豊田アマナ公園、豊田つくばねそう公園、荒山公園、豊田自治会館
区役所・総合病院・葬祭会館・ プール(5か所)	南区役所、泉北陣内病院、 堺咲花病院 、 ティア泉北光明池 、 原山公園（フィットネスジム・プール）
JR津久野行発着バスへの 接続停留所（2か所）	小代バス停留所（北行き） 、 小代バス停留所（南行き） ※接続停留所のため泉ヶ丘駅、榎・美木多駅、光明池駅の発着制限あり
桃山台（18か所）	福泉中央小学校 、 桃山台3丁6番 、 桃山第4公園 、 桃山第5公園 、 府営桃山台3丁西住宅 、 桃山第6公園 、 みきとじ公園 、 ルモンベル泉北桃山公園 、 桃山台医療センター 、 桃山台近隣センター（東行き） 、 桃山台近隣センター（西行き） 、 府営桃山台2丁住宅 、 清水内科 、 桃山台小学校 、 ツインビル桃山 、 府営桃山台1丁住宅 、 桃山第2公園 、 UR桃山台1丁団地ももポート
原山台（2か所）※原山公園、 堺咲花病院、はや泉北の郷除く	UR泉北原山台団地 、 公社原山台集会所
稲葉・赤坂台・新檜尾台 （9か所）	ペガサス福泉中央こども園 、 南消防署福泉出張所 、 稲葉自治会館 、 稲葉レモンバームひろば 、 赤坂台こがも公園 、 赤坂台デイサービス 、 新檜尾第1公園 、 鴨谷橋北詰（北行き） 、 鴨谷橋北詰（南行き）

※赤字は今年度増設予定の停留所

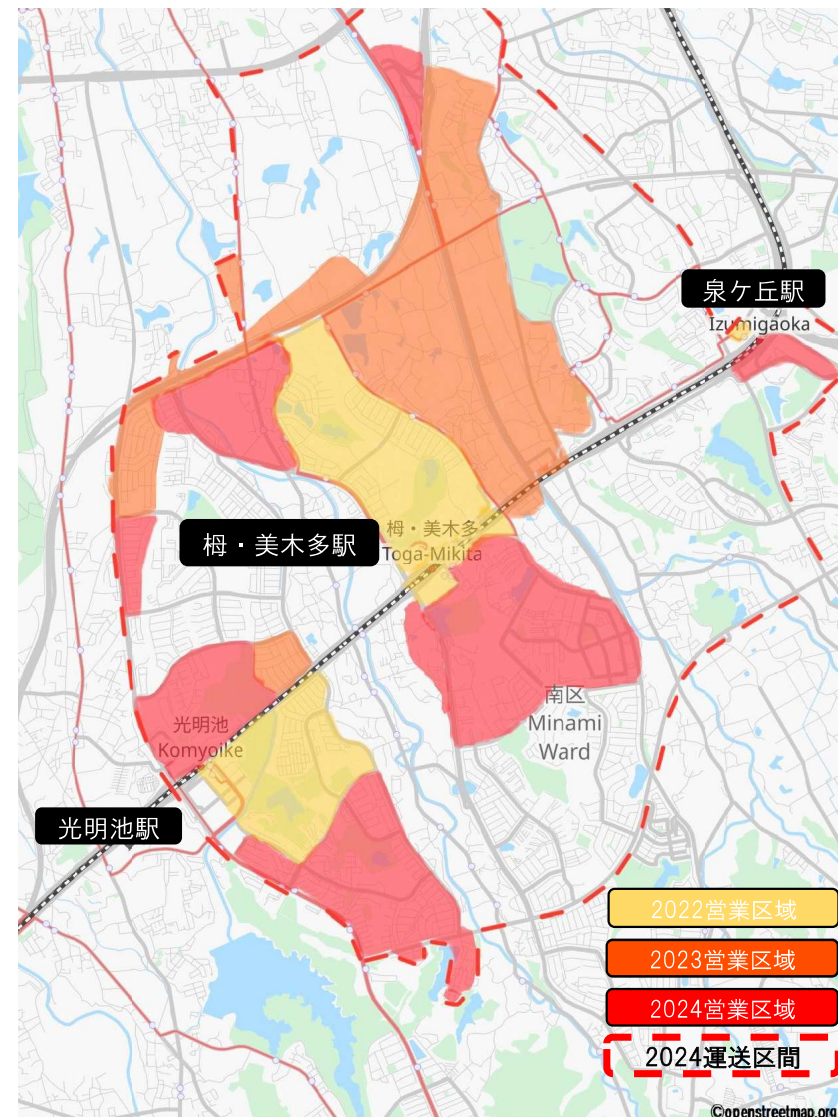
3. 2024年度実証事業の詳細 停留所②

エリア	内容
鴨谷台（12か所）	辻本鍼灸整骨院、鴨谷台1丁北、鴨谷第2公園、鴨谷台ネーブル広場（北行き）、鴨谷台ネーブル広場（南行き）、鴨谷台自治会館、府営鴨谷台1丁住宅、府営鴨谷台1丁住宅南、 美木多小学校 、 山本産婦人科 、 公社鴨谷台集会所 、鴨谷台体育館・鴨谷野球場
城山台・美木多上（4か所）	泉北BASE裏（泉北城山台郵便局） 、 城山台あるめりあ公園 、 ヲギの村（マタハリ） 、 美木多上ワレモコウ公園

※赤字は今年度増設予定の停留所

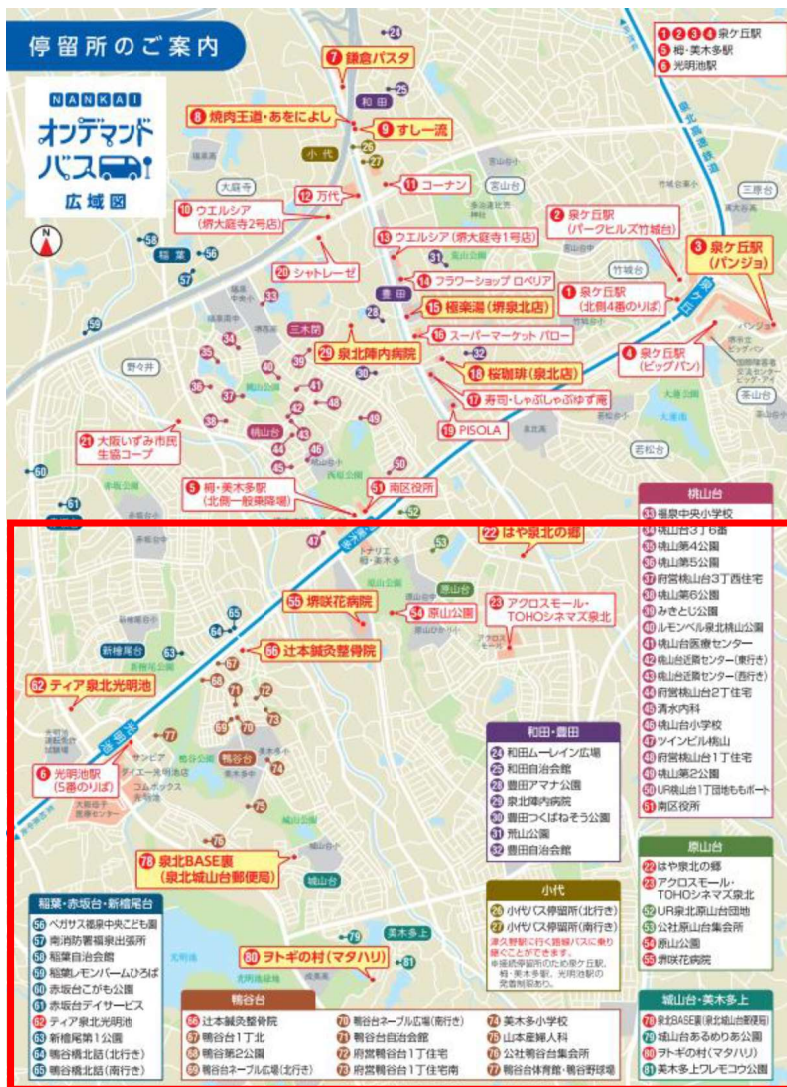
<備考>

- ・ 停留所数50か所⇒81箇所へ拡大（応援制度の商業施設・病院等、原山台・城山台・赤坂台一部エリア）
- ・ 泉ヶ丘駅停留所1か所⇒4か所へ拡大（駅間の利用制限適用）
- ・ 小代での路線バス停との接続、JR津久野駅へのアクセス利便の向上（小代～泉ヶ丘駅、榎・美木多駅、光明池駅間は利用制限適用）



3. 2024年度実証事業の詳細

停留所位置②



3. 2024年度実証事業の詳細 割引券回数券の設定及び利用促進施策

29

1. 運賃100円割引券の配布、販売

(1) 利用説明会での割引券の配布

100円割引券（2枚）を利用説明会参加者に配布します。

(2) 広報さかい、泉北コミュニティ等紙面添付

100円割引券（1枚）を各媒体に添付します。

※割引券は持参人1名につき1乗車のみ有効 ※他の割引との併用不可

2. 100円割引券（1冊15枚綴り）の販売

(1) 利用説明会等で販売

1冊1000円で利用者に販売します。（全券片未使用の場合のみ払い戻しします ※2025/2/28まで）

(2) 商業・医療施設に対して5冊（5000円）で販売

オンデマンドバスを利用して来訪された方の運賃の一部負担分として施設側に販売します。

3. リピーター特典（2024年10月1日～2025年2月28日）

(1) 期間中、50回以上ご乗車の方全員に、泉ヶ丘ひろば専門店街で利用できる3000円分の商品券を進呈します。

(2) 期間中、クレジット払いで20回ご乗車毎に、泉ヶ丘ひろば専門店街で利用できる1000円分の商品券を進呈します。

※（1）（2）ともに複数名分を予約し乗車された場合は、予約者に当該乗車回数が付与されます。

4. ヘルスケアアプリ「へるすまーと泉北」のポイントで乗車可能

歩いて貯めたポイント（300p）を使うと1乗車が無料になります。

※車内に掲出するQRコードを読み取って利用 ※他の割引との併用不可

4. 2024年度実証事業の詳細 応援制度の導入

地域の新しい足を持続可能なものにするために、商業施設・病院等へ①停留所の設置、②OOH広告媒体を組み合わせた利用促進プランを用意。

プラン内容／料金（税別）	プラチナ（50万円/年） →お試し価格 12万円/5ヶ月	ゴールド（30万円/年） →お試し価格 7万円/5ヶ月	シルバー（20万円/年） →お試し価格 5万円/5ヶ月
オンデマンドバス車体ステッカー広告	●（大）	●（小）	
オンデマンドバス車内の動画・静止画放映 （動画は施設側でご用意ください）	●		
泉北コミュニティ 記事広告1回	●		
オンデマンドバスB1ポスター・パンフレットへの ロゴ掲出（泉北線各駅、堺市公共施設、泉ヶ丘駅前商業施設ほか）	●	●	
泉ヶ丘駅前通路自販機デジタルサイネージ掲出 （素材は施設側でご用意ください）	●	●	
ヘルスケアアプリ「へるすまーと泉北」掲載	●	●	●
オンデマンドバス説明会での広告物配布	●	●	●
オンデマンドバスウェブサイト・アプリ掲載 （5000-8000pv/月 割引クーポン等も掲載可能です）	●	●	●
堺市・南海等の報道資料・SNS いずみがおかLOVE インスタグラム（閲覧数約3000回/1投稿）	●	●	●
オンデマンドバスパンフレット内MAP施設名強調	●	●	●