

消える回数券

～後継ポイントサービスとその課題～



わたなべ りょう
渡邊 亮

交通経済研究所主任研究員

■ 厳しい経営環境から 代替サービスがない会社も

回数乗車券（回数券）を廃止する動きが相次いでいる。JR東日本が2021年3月に自由席タイプ、同年6月に指定席タイプの回数券の発売を終了したのに続き、JR東海も主要区間の新幹線回数券の発売を2022年3月に終了する。高速バスでも紙の回数券を廃止する動きが各地で相次いでおり、これらの動きに対し、金券ショップ等が加盟する業界団体が今春、国土交通省や交通事業者へ、販売継続を求め嘆願書を出す事態も起きた。

廃止が相次いでいるのは、長距離向けの回数券ばかりではない。2021年春には首都圏のバス事業者が相次いで「バス利用特典サービス」（バス特）を終了し、さらに鉄道でも2020年以降、大手民鉄16社のうち3社、JRでも西日本と九州が、既に廃止、または廃止することを決めている（表1）。

廃止の理由として、回数券の利用減少や交通系ICカードの利用増、新しい生活様式や多様化する通勤スタイルへの対応を挙げる会社がある一方

で、利用者減少による経営環境悪化を挙げる会社もある。本稿ではその背景や回数券廃止後の各社の動向を紹介する。

■ 従来は紙の廃止後カードタイプへ

大手民鉄では、表1以外にも2012年2月の名古屋鉄道を皮切りに、阪急や阪神、近鉄など主に関西地方の私鉄を中心にこれまでも紙の回数券が廃止されてきた。このうち、名古屋鉄道の廃止はmanaca導入に伴うものだが、それ以外の各社はカードタイプの発売が継続され、実質的にサービスは維持された。このような変更の背景には、特に割引率が高いオフピーク回数券や土休回数券（表2）などの金券ショップ等におけるばら売りが常態化していたことが挙げられる¹⁾。

この対策として、カードタイプを採用することで、持参人以外が使用できないようにすることが主な目的だったと思われる²⁾。小田急が2020年3月の回数券廃止後に導入した「小田急チケット10」も、表紙の持参を求め、複数人での利用は表紙を持参した人と同時に利用する場合に限り有

表1 鉄道会社各社の回数券廃止に関する最近の動き

発売終了日	事業者	代替サービス	回数券廃止や代替サービスの導入理由
2020/12/30	京阪電鉄	京阪電車ポイント還元サービス	回数券の利用率減少と交通系ICカードのご利用増加
2021/6/30	JR九州	なし	コロナ禍を受けた利用者の減少、経営環境の変化
2021/7/31	西日本鉄道	なし	お客さまの減少、中期経営計画の着実な推進、ポストコロナ社会に持続的な公共交通サービスを提供するため
2021/9/30 (予定)	JR西日本	ICOCAポイントサービス(拡充)	新たなライフスタイルにおける鉄道利用の提案、ICOCAを中心とした利便性と快適性の向上
	東武鉄道	トブポマイル(「おでかけマイル」と「リピートマイル」)	新しい生活様式や多様化する通勤スタイルを広くサポート

各社ホームページを参考に著者作成

表2 回数券の標準的な割引率

券種	普通回数券	オフピーク回数券	土休回数券
割引率	9.1%	16.7%	28.6%

各社ホームページを参考に著者作成

表3 回数券に代わって鉄道会社各社が導入するポイントサービス

事業者	サービス名	ポイント付与の条件 (同一月内・同一区間)	ポイント付与率
京阪電鉄	京阪電車ポイント還元サービス ^{*1}	11回以上の利用	11回目以降の運賃の10%
JR西日本	ICOCAポイント(利用回数ポイント) ^{*2}	11回以上の利用	11回目以降の運賃の15%
東武鉄道	リピートマイル	8回以上の利用。 おでかけマイル ^{*3} と併用可。	8回目以降の運賃の4~12%

※1 PiTaPaでは同様のサービスを従前から「利用回数割引」として実施。

※2 ICOCAエリアのみ。

※3 モバイルPASMO・Apple PayのPASMOを使用した場合、運賃の3%を付与。

各社ホームページを参考に著者作成

効としているのも同様の目的と言えるだろう。

■新たなトレンドはポイント還元

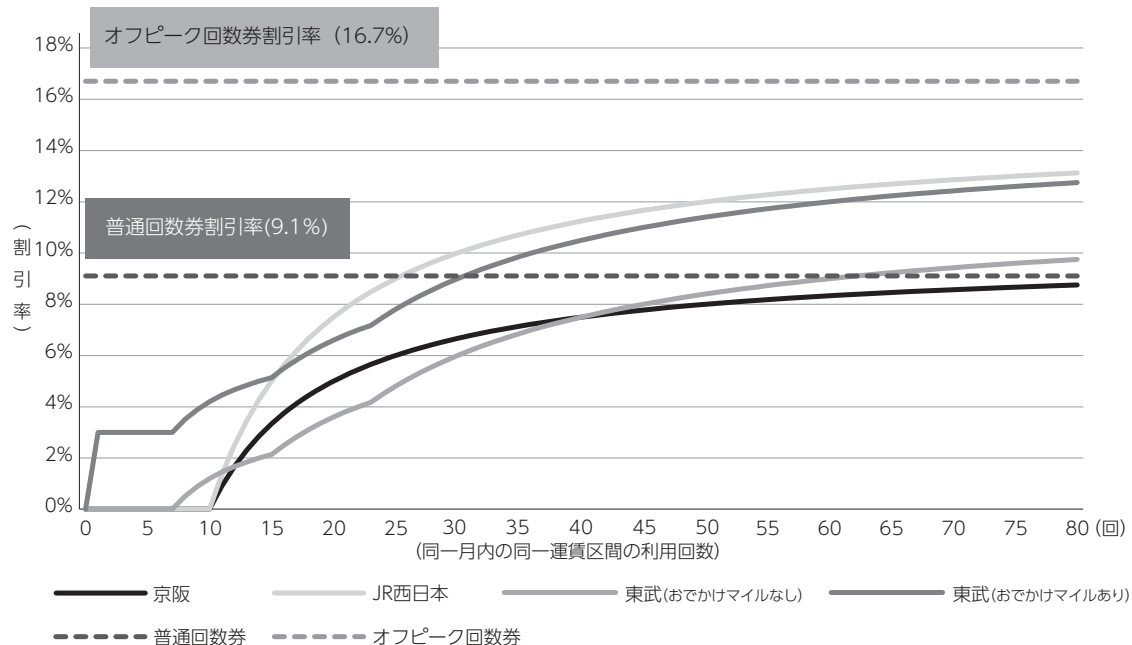
一方、最近の事例ではカードタイプへの移行ではなく、ICカード乗車券の利用者に限ってポイントを還元する動きが多い(表3)³⁾。これらのサービスに共通するのは、同一のICカード乗車

券のチャージ残高で、同一月内に一定回数以上、同一の運賃区間を利用した場合に、ポイントを付与するという点である。

これらのサービスのポイント付与率は概ね普通回数券以上であり、一見するとお得感が強い。しかし、実際には一定回数以上利用した金額に対してのみポイントが付与されるため、総支払額を考

- 1) 関東の大手民鉄で回数券を廃止した、または廃止を予定している小田急や東武は、箱根や江の島、日光・鬼怒川など都心部から比較的距離が離れた(=運賃が高い)沿線に有名観光地があり、割引率が高い土日回数券のばら売りに対するニーズが高いと推察される。
- 2) カードタイプの回数券を複数人で利用する場合、券売機で紙の回数券に交換することで利用できる。
- 3) その一方で、ICカード乗車券向けのポイント付与を終了する事業者もある(西日本鉄道の「電車・バスnimoca乗車ポイントサービス」(2021年3月31日限り)、JR九州・SUGOCAの「乗車ポイントサービス」(2021年6月30日限り))。

図1 鉄道会社各社のポイントサービスの実質割引率



各社ホームページを参考に著者作成

慮した実質割引率は、最も割引率が高い JR 西日本でも月 25 回未満の利用では従来の回数券を下回る。東武鉄道（おでかけマイルなし）や京阪では、月 60 回以上利用しなければ従来の回数券の割引率を上回らない（図 1）。

また、これらのポイントサービスは、利用者にとっては定期券や回数券のように予め乗車回数を見越して購入する必要がなく、実際の利用回数に応じて割引（ポイント）を受けることができるこ

とに加え、運賃が同じであれば区間を問わず乗車回数にカウントされるというメリットがある⁴⁾一方で、回数券の有効期限は通常 3 か月であるのに対し、乗車回数のカウントは 1 か月単位という違いもある。

■今後の展望と課題

IC カードの普及や鉄道会社の経費削減の動きが強まる中、今後も回数券を廃止する会社は増加

4) 大手民鉄では、東急、東京メトロ、近鉄、南海、阪急、阪神が回数券（カードタイプを含む）に金額式を採用しており、必ずしもポイントサービスならではのサービスではない。なお、各社の回数券の発売状況を整理すると以下ようになる。

事業者名		JR					大手民鉄													
		西日本・九州を除く	西日本※	九州	東武※	西武	京成	京王	東急	京急	東京メトロ	小田急	相鉄	名鉄	近鉄	南海	京阪	阪神	阪急	西鉄
回数券	区間式 紙タイプ	○				○	○	○		○			○							
	金額式 紙タイプ								○	○				▲	△		▲	▲		
	金額式 カードタイプ													○	○		○	○		
回数券廃止に替わるサービス	ポイント		○		○								○			○				
	その他										○									

※ JR 西日本（ICOCA エリア）と東武は 2021 年 10 月 1 日以降の予定。

▲は券売機で当日限り有効の紙の回数券に交換可能、△は券売機でカードタイプと同じ有効期限の紙の回数券に交換可能。

するであろう。それは鉄道会社の経営にとって、以下のようなメリットがあると考えられる。

- 金券ショップ等でのばら売りによる収入の逸失防止
- 乗車券原紙や券売機等の削減
- 自動改札機等に対する保守費の節減

また、ポイントサービスで付与したポイントを自社系列の店舗やサービスで利用できるようにすれば、グループ収入の拡大につなげることもできるうえ、紙のきっぷをICカード乗車券に置き換えることは、環境負荷の軽減にもつながる。

その一方で、回数券の廃止に代わるサービスがなかったり、あるいは十分に代替するサービスが提供されなければ、実質的な値上げ、すなわちサービスダウンとみなされ、利用者に不満が残る可能性は否定できない。

加えて、在宅勤務の増加やオフィスのサテライト化など働き方や生活様式が大きく変化し、通勤にかかる交通費を実費精算に切り替える企業も少なくない中、鉄道会社には新たなサービスも求められるようになってきた。

鉄道会社の中には、既に定期券に一定額を追加することで、駅構内の店舗などで特典を受けられるサービスを始めたところもある。しかし、これらのサービスや新たに開始されたポイントサービスは、現在の利用者のニーズに十分に対応しているだろうか。

いうまでもなく、新型コロナウイルスの感染拡大による影響が続く中、落ち込んだ需要をいかに回復させるかは、鉄道会社に共通する課題である。その中で、本稿で紹介したようなポイントサービスは、従来の運賃体系や、そもそも鉄道という枠にとらわれることなく、柔軟かつ多彩な優遇策を可能にし、利用者の満足度を引き上げ、新たな利

用者の開拓にまでつながる可能性を秘めている。鉄道会社がポイントサービスを活用する余地は、紙のきっぷが中心だった時代と比べれば格段に広がっていると言えよう。