

●概要

「路線バス上限運賃化実証実験」に伴う事業者の減収分を確保するために必要な路線バス一便あたり、一人の乗車人数増加を達成するため、被災者の雇用を図りながら、ターゲットを絞って、路線バス1便1人乗客UP!運動の趣旨やバス交通のコスト的なメリットなどを訴えながら、総合的に路線バスの新規利用者を獲得するモビリティ・マネジメントを実施する。

●業務内容(ターゲット)

①学校説明会開催業務

高校進学の見路決定に際し通学手段を検討する**中学3年生**をターゲットに、市内の中学校において路線バスによる通学の経済的メリットと安全性を訴える説明会を各校で開催し、新規顧客の獲得へつなげる。

②40～60代主婦層獲得業務

自動車免許を持たず、比較的日中時間的な融通のきく**40～60代主婦層**をターゲットに、路線バスによる移動の有用性と経済的メリットを市内の公民館や集会所で開催し、新規顧客獲得へつなげる。

③通勤手段転換啓発業務

中心市街地の企業で働く人々をターゲットに、新規雇用者が企業を訪問して、通勤手段を自家用車から路線バスへの転換する経済的メリットを訴えるセミナー等を開催し、新規顧客獲得へつなげる。

④目的地提案型バス利用促進業務

バスは移動の「目的」ではなく「手段」であるという前提を踏まえ、中心市街地の店舗・施設やバス路線沿線の施設などの**目的地と連携した企画乗車券**を企画し、効果的にバス利用を促進する。

⑤周知・広報業務

路線バス1便1人乗客UP!運動、その他バスの新規顧客獲得に繋がる情報等について、**メディアを活用したPR**を行い、一便一人乗車UP!運動の一大ムーブメント巻き起こす。

路線バス 1便1人乗客UP!運動推進イメージ

推進イメージ



キックオフイベント「バス祭り(仮)」の開催

参加者の興味を引くスパイス:「お笑い芸人」

・バスに関する“ネタ”を仕込んだ「バスクイズ」や「バスあるある・バス大喜利」など

→バスへの関心、イベントの盛り上がりを高める

※写真は当別バス祭りでのクイズ大会(福祉系職業案内イベントなどでも活躍:起用実績あり)

イベント企画立案

イベント周知

キックオフイベント開催

4月

5月

6月末

7月

8月

9月

10月

11月

12月

1月

2月

主婦

通勤者

中学3年生

▶ 広報はちのへ

▶ 広報はちのへ

▶ 広報はちのへ

▶ 主婦向け案内チラシ配布

▶ 企業向け案内チラシ配布

▶ 教員向け案内チラシ配布

ラジオCM①

ラジオCM②

ラジオCM③

新聞やテレビへの投げ込み(情報提供)、取材依頼なども適宜行う。

ラジオCM構成

①:「主婦」の方々は「買い物に便利なバスのお話が聞けるらしい」...といった内容

②:「通勤者」の方々は「クルマの概念が変わるらしいorバス利用のアドバイスもらえるらしい」...といった内容

③:「今度は中学生も働きかけるらしい。どんどん取り組みが広がっている」...といった内容

↑ムーブメントの広がりに↓

