

●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

高校進学の進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



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

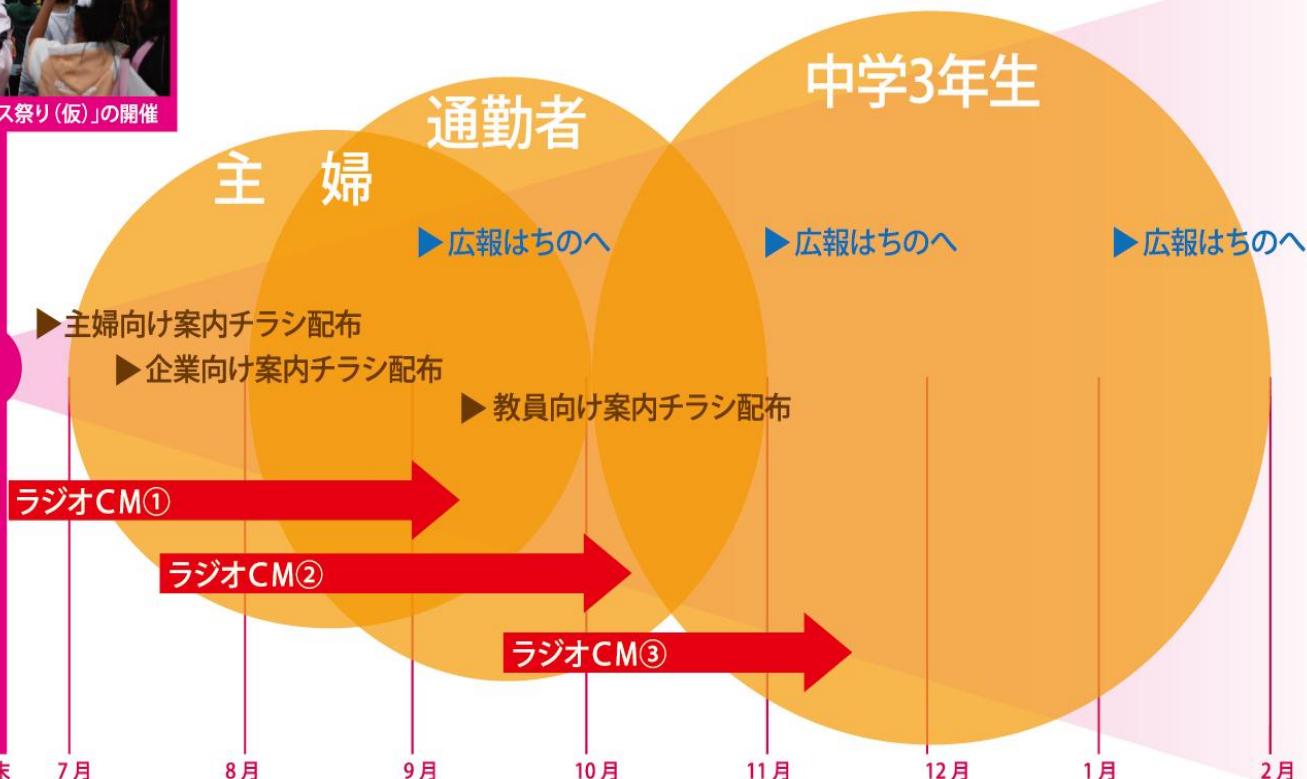
ラジオCM構成

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

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。



業務スケジュール

業務スケジュール

項目	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下
1. 学校向説明会開催業務							●					
①教員向けセミナーの開催												
②中学生向け説明会の開催				●	●		●	●		●	●	●
	教育委員会等との調整			各中学校の調整			説明会の実施			効果計測		
2. 40～60代主婦層獲得業務												
①かっこいいバスの使い方教室の開催	●	●	●	●		●	●		●	●		
	町内会等との調整			説明会の実施			効果計測					
3. 通勤手段転換啓発業務												
①事前説明会の開催		●										
②通勤者向け説明会の開催		●	●	●		●	●		●	●		
	企業等との事前調整			説明会の実施			効果計測					
4. 目的地提案型バス利用促進業務												
①バスによる中心街来訪促進	●		●	●	●	●	●			●	●	●
	関係者との調整			販売開始			効果計測					
②バスによる地域観光促進	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	魅力発掘調査			関係者・対象路線検討			販売開始			効果計測		
5. 周知・広報業務												
①メディア戦略業務												
・キックオフイベントの開催	●	●	●	●	●	●	●					
	企画			周知			開催					
・各業務案内チラシ配布												
・ラジオCM												
・新聞、テレビへの情報提供	●	●	●	●	●	●	●	●	●			
②広報はちのへ原稿作成業務												
	主婦向け・企業向け			教員向け			中学生向け			発行		
	主婦向け・企業向け			発行			発行			発行		