

【熊本のバス利用者2倍構想】

発地側・目的地側両面からのアプローチと効果把握の仕組みづくり

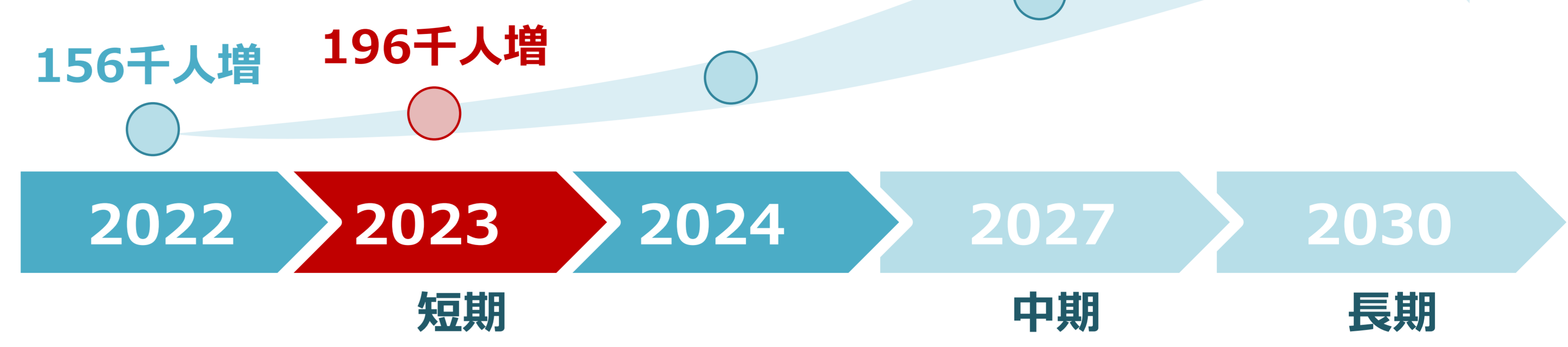
今釜 卓哉（九州産交バス(株)共同経営推進室）、西園 知哉（九州産交バス(株)）、川元 章二郎（熊本バス(株)）
太田 恒平（(株)トラフィックブレイン）、石田 洋平（(株)ケー・シー・エス）、上田 由香（(株)ケー・シー・エス）

背景と目的

合計7,000千人増

熊本のバス事業者5社による共同経営推進室では、「利用者2倍」の大きな目標を掲げて戦略・戦術を立案し、通学・通勤・私用・高齢者の各セグメントでの取組を開始した。
市場規模は大きいもののシェアが低い「私用」では、バス停すら知らない、利用に必要な情報（路線・時刻等）をよく知らない、バスの意外と便利な点やメリットを知らない、過去の経験から負のイメージがあるなど、バスが選択肢に入っていない層の意識を変えるためのアプローチが必要。

長期的な大きな目標達成に向けて、昨年度に引き続き、仮説を立てて、小さな実験・実証やパイロットプロジェクトなどを、低予算・小規模・短期的に実施して、小さな成功や失敗、効果検証を繰り返していく。



2023年度の取組・成果と今後の展望

発地側の情報提供

仮説・ねらい

各住宅地では、地域の実情やバスの運行状況、歴史的経緯などが異なるため、効果的な情報発信が異なる？

御幸木部線の沿線地域

- バス沿線は古い戸建て住宅団地で、年齢層高い。
- 過去市営バスが運行。当時より本数減。

西部車庫の周辺地域

- 比較的若い世代が多く、通勤・通学でのバス利用はある一方、主婦層はマイカーがほとんど。

バスは派生需要であるため、目的地側との異業種連携によるお得なクーポン等を造成し、チラシ・HP・LINE配信等を行うことで、バス利用および施設利用が増える？

ヴォルターズ（スポーツ）

- バスケットチームのファン層に訴えかけるPRを事前、会場内・外で徹底的に

湯らっくす（サウナ）

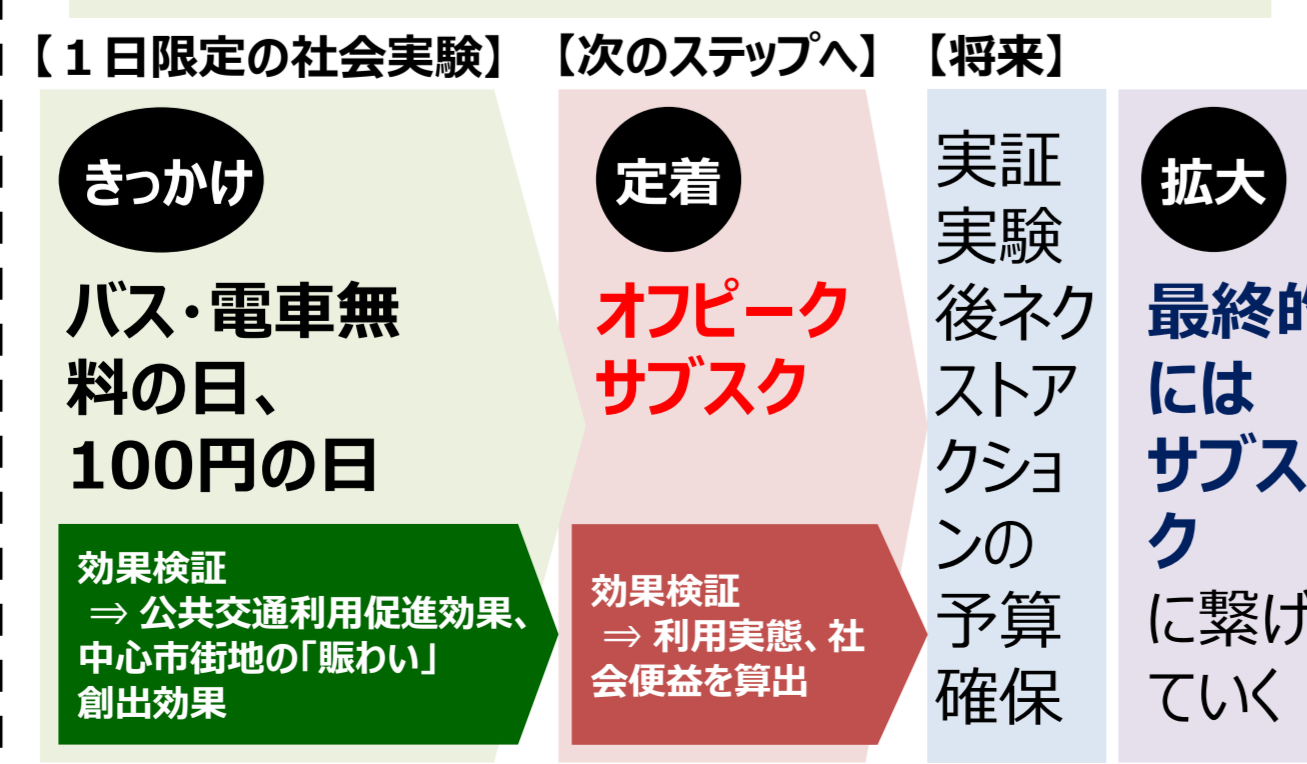
- サウナの常連客をターゲットにバス+お得情報（酒）

イオンモール（商業）

- ファミリー層をターゲットに、店内イベント+お得情報（帰りのバスチケット）

普段バスを利用していない人が、無料の日等に利用体験したタイミングで、お客様の移動パターンに合わせた情報提供を行うことで、日常的に利用してもらえる？

非日常⇒日常の利用転換を、将来的な施策を見据えて実施・効果検証



異業種と連携した情報発信

無料の日・100円の日等

実証

御幸木部線 沿線地域個別訪問



戸別訪問で丁寧に説明

バスのプラスのイメージや、バスが利用しやすくなっていることを情報提供し、**バスでのお出かけを再訴求**

西部車庫 周辺地域戸別訪問



始発バスの快適さや1日乗車券のお得さをアピール

目的地と移動手段（バス）をセットにしたお得な情報を提供し、**新たなお出かけを提案**

ヴォルターズ コラボ企画



車両ラッピングやCM放送も
共同経営推進室のLINEで発信

湯らっくす コラボ企画



店内サイネージで公共交通のリアルタイム情報
湯らっくす、バス共同経営推進室

イオンモール コラボ企画



帰りのバスチケット抽選などイオンと連携

目的施設との深い連携関係を構築し、双方の利用者増を目指して、**様々な媒体で情報提供**
施設利用のお客様には、お得な特典をつけることで、**施設利用×公共交通＝ワクワク感満載**

無料の日/100円の日/100円ウィーク



無料の日等の利用タイミングで、お客様の移動パターンに合わせた情報提供を行うことで、**公共交通を日常利用へと転換**



壁・掲示板・冷蔵庫に貼って下さい！

5社の全路線まとめて表記

Myバス時刻表は、Webでも公開中
<https://mytt.kumamoto-toshibus.co.jp/>

GTFSから紙のMyバス時刻表を作成するシステム構築
イベント日にはサクラマチで配布

効果検証と今後の展望

御幸木部線 沿線地域
個別訪問は、一部エリアに限定した小さな取組であったものの、アプローチできた対象者（15人）のうち、67%の方がその後の利用増につながっていることを確認。
西部車庫 周辺地域
参加方その後の利用状況についてモニタリングを継続。

ターゲットに合った取組を行うことで、小さいながらも確実に効果がでることを確認。今後は費用（手間）対効果をを含めて検討。

ヴォルターズ コラボ企画
試合日バス利用増：104名（試合日4日間）
湯らっくす コラボ企画
参加者数：232名
イオンモールコラボ企画
チケット利用者のバス利用回数：16回（利用者8名）

異業種連携は、どれも効果があったが、特にバスケット試合に合わせた実証運行臨時バス及び情報発信では、大きな利用増効果を確認（26人/日 130%増）。

今後は、利用増効果の大きかったヴォルターズコラボ企画について、継続・改善・深化を図りつつ、獲得したノウハウやツールを活用し、**エリアと連携施設の拡大**を図る。

無料の日は前後週と比較して約1.8倍、**100円の日・100円ウィーク**は約1.2倍と、約18万人の利用増効果を確認。
Myバス時刻表配布者のICカード連携をもとにモニタリング（7.5回/人）、年間アクセス状況から約13千人の利用増効果を確認。

今後は、行政と連携した中長期の取組に向け、100円の日・100円ウィークの**進化系**として、渋滞解消を促す「**オフピークサブスク**」や、中心市街地における「**まちなかフリーパス**」を実施予定。