

# 福山路線の利用促進に係る取組例

<p><b>①リアルタイム情報の提供</b> スマホアプリや電子掲示板を活用し、バスのリアルタイム運行情報や到着予想時刻を提供することで、利用者の待ち時間を削減する。</p>	<p><b>②運行頻度・エリアの拡大</b> 利用者の待ち時間を削減し、移動の自由を向上させるとともに、多くの地域からのアクセスを可能とし、新たな需要を取り込む。</p>	<p><b>③パーク&amp;ライド</b> バス停付近の駐車場整備や近隣コインパーキングの割引券等を提供し、自動車による3次アクセスの向上を図る。</p>	<p><b>①特定層への割引(階層的価格設定)</b> 学生・高齢者などボリュームゾーンとなる特定のターゲット層への割引を行う。</p>	<p><b>②市場調査と成功事例の分析</b> 他の交通手段や、同様の路線の成功事例の料金体系等を調査し、適正な価格帯を把握する。</p>	<p><b>③グループ割引</b> 家族や友人など、グループでの共同利用を促進するために、複数人での利用に対して割引を提供する。</p>	<p><b>①空港周辺施設との連携</b> 空港周辺施設(フォレストヒルズゴルフ&amp;リゾート、中央森林公園、三景園、八天堂カフェリエ、動物愛護センターなど)と連携したパッケージツアーを造成し、航空機利用以外の目的を創出する。</p>	<p><b>②空港との連携</b> 空港内イベントとの連携や空港内店舗で利用できるクーポン券とのセット販売などにより、利用目的を創出する。</p>	<p><b>③特別イベント等とのコラボ</b> 地元の特別イベントやフェスティバルとコラボレーションし、バスの利用を奨励するキャンペーンを実施する。</p>
<p><b>⑧他交通モードとの連携</b> MaaSの導入等を含め、鉄道やタクシーなど複数の交通機関との連携を強化し、よりスムーズな乗換を実現させる。</p>	<p><b>1. 利便性の向上</b></p>	<p><b>④専用レーンや優先交通信号、特別座</b> バス専用レーンや信号優先権を設け、移動時間の短縮を図るとともに、車内にビジネスやファミリー専用など、用途に応じた特別座を用意し、利便性の向上を図る。</p>	<p><b>⑧フィードバックの収集</b> 利用者からのフィードバックを収集し、料金設定に関する意見や提案を反映させる。</p>	<p><b>2. 料金の適正化</b></p>	<p><b>④ダイナミックプライシングや距離ベースの料金設定</b> 需要の高い時間帯・季節に応じて料金を調整し、需給のバランスを図るとともに、移動距離に応じて異なる料金を設定し、公平な料金を提供する。</p>	<p><b>3. 利用目的の創出</b></p>	<p><b>④バスラッピング・車内装飾</b> ポケモンなど人気キャラクター等のラッピングや車内装飾により付加価値を高め、「移動としての利用」から「乗車自体の目的化」へと誘導する。</p>	
<p><b>⑦デマンド型運行・乗降場所の多様化</b> 定時・定路線から、複数のミーティングポイントを経由するデマンド型運行に移行することで、移動の自由度を向上させる。</p>		<p><b>⑥到着航空機との接続円滑化</b> 航空機の到着後15分後に出発するなど、バス出発時刻を航空機の動きと連動させることで、利用者の待機時間を縮減し、スムーズな移動を図る。</p>	<p><b>⑤支払いオプションの多様化</b> スマートカード、モバイルアプリ、電子チケット、サブスクリプションなど、利用者のニーズに合わせた多様な支払方法の選択肢を提供する。</p>		<p><b>⑦利用頻度に応じた価格設定</b> 利用頻度が高い利用者に対し、割引料金や定期券を提供するとともに、特典マイルやポイント獲得できるプログラムを導入し、長期的な利用を奨励する。</p>		<p><b>⑥バンドルサービス</b> バスの利用と他のサービス(鉄道、トラム、駐車場など)をバンドルして、総合的な割引を提供する。</p>	<p><b>⑤プリペイドカードや定期券</b> 利用者が事前にカードや定期券を購入することで割引を受けられる仕組みを導入する。</p>
<p><b>①グリーン広告キャンペーン</b> 自家用車等と比べ、バスの運行が環境に与えるプラス面を強調する広告キャンペーンを展開する。</p>	<p><b>②他交通手段との比較</b> バスの利用を他の交通手段と比較し、燃費効率や二酸化炭素排出量の低さなどを示す情報を提供する。</p>	<p><b>③環境にやさしい車両</b> 電動バスやエコタイヤなど、エコフレンドリーな車両を導入し、燃料効率の高い点をアピールポイントとして強調する。</p>	<p><b>1. 利便性の向上</b></p>	<p><b>2. 料金の適正化</b></p>	<p><b>3. 利用目的の創出</b></p>	<p><b>①リアルタイム情報の提供</b> バスの運行時刻表やリアルタイム運行情報を提供し、利用者がバスの到着時間を正確に把握できるようにする。</p>	<p><b>②分かりやすいインフォメーションの提供</b> バスの運行ルートや停留所情報を視覚的に示す地図や案内版を設置し、利用者が迷わず利用できるようにする。</p>	<p><b>③安全性の確保</b> 無理のない安全な運転、監視カメラやドライブレコーダーの設置、車両の保守、乗務員の健康管理の徹底など安全対策を実施する。</p>
<p><b>⑧パーク&amp;ライド</b> 環境貢献のほか、自動車のガソリン代や空港での駐車場代の削減など経済的メリット等もアピールする。</p>	<p><b>8. 環境への配慮</b></p>	<p><b>④カープールプログラム</b> バスをカープール(複数人で共有しての利用)に適した手段として宣伝し、個人の自家用車利用を削減する。</p>				<p><b>8. 環境への配慮</b></p>	<p><b>利用促進</b></p>	<p><b>4. 利用体験の向上</b></p>
<p><b>⑦環境教育プログラム</b> 学校や地域団体と協力して、環境への意識を高めるプログラムを実施し、バス利用を促進する。</p>		<p><b>⑥環境認証と証明書</b> 環境への配慮を示すために、バス会社が特定の環境認証や証明書を取得することを検討する。</p>	<p><b>⑤環境プロジェクト</b> バスの運賃に含まれる一部を環境保護プロジェクトへの投資として説明し、乗客が環境への貢献を意識できるようにする。</p>	<p><b>7. マーケティングと宣伝</b></p>	<p><b>6. 情報提供の改善</b></p>	<p><b>5. 連携と提携</b></p>	<p><b>⑦フィードバック収集</b> 利用者からのフィードバックを積極的に収集し、サービスの改善に役立てる。</p>	<p><b>⑥バス停の改善</b> シェルターやベンチ、情報掲示板、視覚的な案内表示、アクセシブルな歩道などを整備する。</p>
<p><b>①ターゲット市場の特定</b> どのような利用者がバスを利用する可能性が高いか特定し、ターゲット市場を明確にする。</p>	<p><b>②魅力的な広告キャンペーン</b> 魅力的な広告キャンペーンを展開し、バスの利点や特典を強調する。価格、便益、環境への貢献などの利点をアピールする。</p>	<p><b>③季節やイベントに合わせたプロモーション</b> 季節や特定のイベントに合わせてプロモーションを展開し、需要を刺激する。</p>	<p><b>①リアルタイム情報の提供</b> 利用者に対して、バスの運行遅延、位置情報、到着予想時刻などをスマートフォンアプリや電光掲示板で提供する。</p>	<p><b>②インタラクティブなアプリケーション</b> 利用者がバスのスケジュールやルート情報に簡単にアクセスできるモバイルアプリを提供する。</p>	<p><b>③Webサイトの改善</b> バス会社のWebサイトを使いやすく改善し、スケジュール、運賃、バス停留所の位置情報などが簡単に見つかるようにする。</p>	<p><b>①交通機関との連携や共同運行</b> 鉄道、地下鉄、トラムなどの交通機関と連携し、スムーズな乗り継ぎを実現する。また、路線を共同運行し、便数を増やすなど利便性を向上させる。</p>	<p><b>②マルチモーダルアプリケーション</b> スマートフォンアプリケーションを通じて、利用者異なる交通機関の情報や予約、支払いを一元化したサービスを提供する。</p>	<p><b>③地元企業や大学等との協力</b> 地元企業や大学等と提携し、提携先企業の従業員にバスバスを提供する取り決めや、大学等に対して学生バスや割引制度を導入するなど、特典やキャンペーンを提供する。</p>
<p><b>⑧評価とフィードバック</b> 利用者からの評価とフィードバックを収集し、サービスの改善に活用し、顧客志向のアプローチを重視する。</p>	<p><b>7. マーケティングと宣伝</b></p>	<p><b>④パートナーシップと提携</b> 地元の企業や観光団体、大学等と連携し、共同プロモーションや割引キャンペーンを実施する。</p>	<p><b>⑧乗車体験レビューと評価</b> 乗客がバスの乗車体験をレビューし、評価するプラットフォームを提供することで、バス情報を拡散するとともに、改善のための貴重なフィードバックを得る。</p>	<p><b>6. 情報提供の改善</b></p>	<p><b>④ソーシャルメディア活用</b> ソーシャルメディアプラットフォームを活用し、利用者とのコミュニケーションを図る。</p>	<p><b>⑧シェアサービス</b> ライドシェアサービス(Uber、Lyftなど)や、自動車・自転車シェアサービス等と連携し、バス路線がカバーしづらい地域からの3次アクセス等の改善を図る。</p>	<p><b>5. 連携と提携</b></p>	<p><b>④データプラットフォーム</b> 交通機関間でデータを共有し、運行状況のリアルタイムモニタリングやデータ解析によるサービスの品質向上に繋げる。</p>
<p><b>⑦無料サンプルや試乗キャンペーン</b> 新規利用者を引き付けるために、一定期間の無料サンプルチケットや試乗キャンペーンを実施する。</p>		<p><b>⑥持続可能性へのアピール</b> バスのエコフレンドリーな側面を強調し、環境への配慮をアピールポイントとして活用する。</p>	<p><b>⑤ロコミマーケティング</b> インフルエンサーや地元の有名人を活用して、バスの利用を広めるキャンペーンを実施し、新たな顧客を獲得する。</p>		<p><b>⑦QRコードやNFCタグ</b> バス停や車内にQRコードやNFCタグを設置し、乗客がスマートフォンでバス情報等を簡単にアクセスできるようにする。</p>	<p><b>⑥オープンデータの提供</b> バス運行データをオープンデータとしてアプリ開発者や研究者へ提供し、サービス向上を図る。</p>		<p><b>⑤バス停情報の改善</b> バス停留所に案内版やシェルターを設置し、利用者に適切な情報を提供する。</p>