

■ きよす あしがるバスの利用促進策の取りまとめ結果

区分	番号	提案	方法	メリット	デメリット	その他ご意見	備考
路線・運行	1	「急行」の運行	・各ルート一つ飛ばしで運行する便をつくる	・利便性の向上	・車両の増台 ・利用者の混乱	寿会会員に聞き取りをしたところ、バスの存在自体は知っているが、時間がかかりすぎるので乗らないという方が多い。 100人中10人程度しか利用したことがないと言っていたので、早い便があるとよい。	
	2	きよ丸、うるるんの乗車	・不定期、不作為にきよ丸、うるるんを乗車させる ・乗り合わせた方に無料券を配布	・認知度向上 ・PR効果あり ・話題作り ・イメージキャラクターも同時にPR可能	・運賃収入減少 ・職員の乗車	いつ乗るか分からないというサプライズ効果により、PRできる。	
	3	ふれあい座談会バス	・市長がバスに乗り込み、市民と対談	・経費負担なし ・話題作り ・行政に親しみ	・市長の同意	サプライズ効果により、PRできる。	
料金制度	4	回数券の発行	・回数券を11枚綴り1,000円で販売 ⇒使用期間3か月とする ・バス停近くの商業施設等が購入し配布	・お得感あり ・事前購入で運賃収入確保 ・印刷コストのみで可 ・裏面に広告掲載可 ・運賃収入時期の前倒し ・有効期限超過、購入後紛失等の場合は過剰収入 ・選挙の期日前投票者に当日のみ利用できるチケットを配布することで、選挙の啓発	・販売時に有効期限のスタンプ押しが必要 ・ドライバーの負担	料金100円は決して高くはないので、料金据え置きで良い。 使用期限が近づいた場合、積極的に利用するようになり、乗車回数が増加する。	
	5	感謝デー（無料乗車）	・利用者30万人又は40万人で区切り、「感謝デー」を設定 ・「感謝デー」には無料乗車を実施	・PR効果あり ・試乗等が増え、利用者増加につながる	・運賃収入減少	利用者20万人達成時は、市民に何のアピールもしなかった。	
	6	運賃無料日をつくる	・月に1日又は2日ほど無料乗車できる日を設定	・PR効果あり ・周知度向上	・運賃収入減少	あしがるバスの存在を未だに知らない人がいるため、良いPRになる。	
	7	一日券の発行	・1枚200円又は300円で販売 ⇒1回の外出で往復200円とすると、2往復すれば元が取れるようにする	・気軽に利用できる感覚が芽生える ・利便性向上 ・印刷コストのみで可 ・お得感あり	・販売時に発効日のスタンプ押しが必要 ・ドライバーの負担	バスの運行本数を考えると、時間間隔があり、乗りたい放題とまではいかないため、運賃収入減少も大きくはないと言える。 「何かのついでにバスに乗ろう」という利用が見込める。	

区分	番号	提案	方法	メリット	デメリット	その他ご意見	備考
料金制度	8	家族割の実施	・お連れ様2人目以降を50円とする	・お得感あり	・運賃収入減少	楽しく利用していただくということで、同乗者を割引できたら良いと思う。	
	9	小学新1年生に無料券	・毎年、小学校に入学する新1年生に無料券を5枚配布	・PR効果あり ・親子での利用者数増加	・運賃収入減少 ・事務負担	子どもが乗りたいと言うと、親子での利用が増えるのではないか。	
情報提供	10	広報に利用者数の掲載	・広報清須に毎月「前年同月比の利用者数」を掲載(ルート別)	・利用促進策の効果測定	・毎月の掲載スペースの確保		
	11	チラシの作成A	・「サクラルートに乗ればオレンジルートやグリーンルートより早い」といったチラシの作成	・PR効果あり	・事務負担	短時間で買物に行けるということを周知し、バスの利用者増加を図るべき。	
	12	チラシの作成B	・左側に乗り方、右側におすすめスポットを掲載したチラシの作成	・PR効果あり ・利用者増加	・事務負担	「自分で時刻表を解読して乗ってください」というのは、今では通用しない。チラシの作成は、お金をかけなくてもできるので、できるものはすべてやるべき。	
	13	モデルコースの作成	・高齢者向け、家族向け、観光者向けなどのモデルコースを地区ごとに作成	・PR効果あり ・利用者増加	・事務負担	特に乗り継ぎが必要な場合、利用者が考えるのは面倒だと思うので、こちらから提示すると、利用者も増える。	
	14	検索サイトに掲載	・ダイヤ検索サイトの運営会社にデータの提供 ・中部運輸局の支援制度活用	・PR効果あり ・経費不要	・事務負担	情報提供会社は、コミュニティバスについて積極的に情報がほしいと言っているので、ぜひ活用するべき。	
	15	Twitterやブログなどでの宣伝	・10人程度の高校生や大学生を雇い、実際に検索してバスを利用してもらう ・良い所のみをTwitterやブログで紹介	・PR効果あり		スマートフォンが普及し、ショートメッセージサービスが発達している世の中で、Twitterやブログによる情報の拡散は重要である。	
	16	乗り換え案内サイトへの情報提供と掲載依頼	・サイト運営会社にデータ提供	・認知度向上 ・市外在住者の利用者増加 ・若者、ビジネスマンの利用者増加	・経費不明 ・データ提供方法不明	あしがるバスを全く知らない人でも手軽に検索可能である。	
17	路線図ドットコムへの掲載依頼	・東海地方のバス情報サイトへの掲載を依頼	・認知度向上 ・市外在住者の利用者増加 ・若者、ビジネスマンの利用者増加	・経費不明 ・データ提供方法不明	あしがるバスを全く知らない人でも手軽に検索可能である。		

区分	番号	提案	方法	メリット	デメリット	その他ご意見	備考
商業施設とのタイアップ	18	麒麟ビール名古屋工場に協力を求める	<ul style="list-style-type: none"> <li>麒麟ビール名古屋工場のホームページにあしがるバスを掲載</li> <li>あしがるバスでの来場者にビール、ソフトドリンク 1 杯無料等の特典</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>認知度向上</li> <li>利用者数増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>麒麟ビール工場との調整（ドリンク無料等）</li> </ul>	あしがるバスの利用者はもとより、麒麟ビール工場の来場者数の増加も期待できる。	
	19	はるひ美術館特別展の入場料割引	<ul style="list-style-type: none"> <li>夢広場はるひで降車する方に乗車証明書を交付</li> <li>入場料を 50 円割り引く</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>認知度向上</li> <li>利用者数増加</li> <li>はるひ美術館来場者数増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>はるひ美術館入場料減少</li> </ul>	美術館で行ったインターネット入館割引券と同様のため、混乱はないと思われる。	
市民団体等とのタイアップ	20	各種団体の試乗会	<ul style="list-style-type: none"> <li>市内の団体に順番に試乗の機会を与える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PR 効果あり</li> </ul>		各種団体に活躍されている方々はほとんどが自動車利用者で、バスの必要性を感じていないので、試乗の機会を作り PR する。	
	21	ガイドボランティアの導入	<ul style="list-style-type: none"> <li>ガイドボランティアを募集</li> <li>バスに同乗し清須市の歴史、史跡等を案内</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PR 効果あり</li> <li>バスだけでなく清須市全体のアピールになる</li> </ul>			
	22	委員の各種関連行事への参加	<ul style="list-style-type: none"> <li>さくらまつりや信長まつり等、市開催のイベントに委員が参加し、アンケート調査や周知度を高める活動を行う。</li> <li>各ルートからのアクセス方法等パンフレットの作成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>特に、図書館は絶えず人の往来があるため、周知度向上につながる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域公共交通会議委員の了解</li> </ul>	図書館にも年に数回出向くことにより、市民の要望を聞くことができるし、何故バスを利用しないのかということも分かってくる。	
施設機能	23	バス停の裏に広告掲載	<ul style="list-style-type: none"> <li>「バスを利用して桜を見に行こう」といった広告を掲載</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PR 効果あり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事務負担</li> </ul>	とにかく乗ってもらうことが先決なので、「便利だ」というイメージを与えるべきである。	
その他	24	羊の絵とバスの PR 文を粗品とともに配布	<ul style="list-style-type: none"> <li>2015 年はひつじ年なので、羊の絵とバスの PR を粗品とともに配布</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PR 効果あり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>経費負担</li> </ul>		
	25	写真コンテスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>バス停をテーマとした写真コンテストを実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PR 効果あり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事務負担</li> </ul>		