

PA-20「バス旅ひょうご」キャンペーンにおける販売プロモーションとモデルルート提案による観光利用者の特性

井上学(平安女学院大学国際観光学部)・前田昌宏(バス旅ひょうご事務局)・水田節男(公益社団法人兵庫県バス協会)

キーワード:バス利用促進・地域公共交通活性化・事業者間連携

2016年度社会実験 9月1日~11月30日



既存の路線バス・コミバスへ 観光客を呼び込みたい!

▶▶▶ 路線バスとコミバスが連携、高速バスも
4つのバス会社と11市町が参画

珍しい
ケース!



県内では
初めて

▶▶▶ 県内4エリアに「フリーきっぷ」を設定
既存のダイヤで「おすすめスポット」「モデルルート」も提案



あるもの
を活用

但馬・奥播磨



25枚販売

2日間乗り放題で
¥3,000

西播磨



101枚販売

2日間乗り放題で
¥2,300

丹波篠山



130枚販売

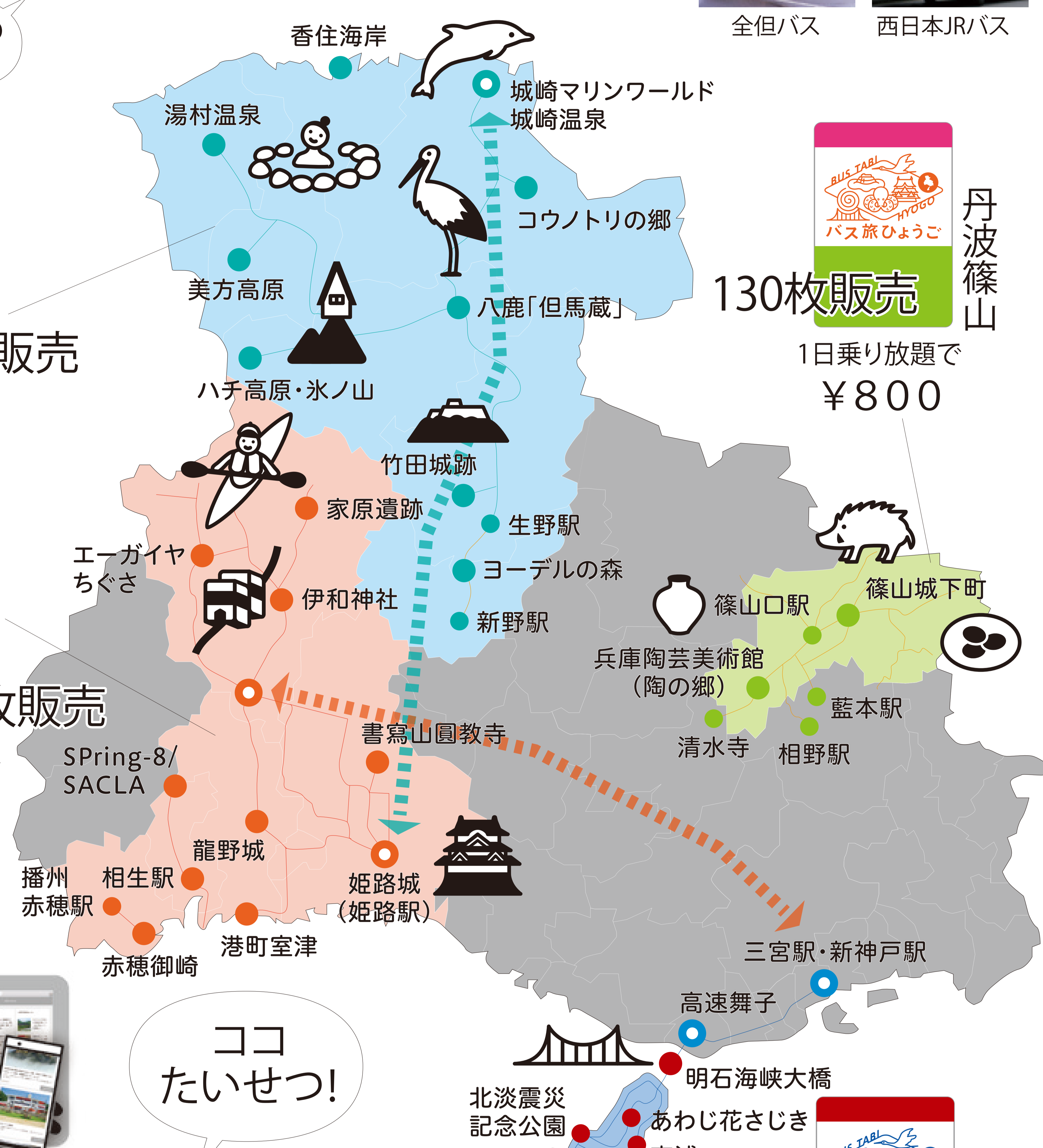
1日乗り放題で
¥800

北淡路



206枚販売

1日乗り放題で
¥1,500



ココ
たいせつ!

WEBサイトとSNSを 「戦略的に運営」

・「作った」ところで満足せず「運営」に注力
攻めのPRでファンを増やす!

・専従のWEB担当者を配置
・WEB担当者へ情報を集約させる仕組みを構築
バス会社が不得手な広報をサポート!

・スマホユーザーをメインに捉えたサイトデザイン
・フリーきっぷに関連する情報を毎日配信
・提供する情報は「イベント」「グルメ」がメイン
WEBサイトを「ニュースメディア」に!

・SNSをフル活用しWEBサイトの存在をアピール
・毎週のアクセス解析で、問題点の洗い出し
WEBならではのメリット!
PDCAサイクルを低コストで構築!

期間中は12,092人が訪問

▶▶▶ グラフィックにも注力



2017年度の挑戦!

- ・キャンペーン限定の企画乗車券「フリーきっぷ」が10種類!
- ・期間を拡大! 8月1日~12月17日 (夢但馬エリアは11月30日)
- ・エリアも拡大! 明石地域が参加 山陽電車も参加

