

## 議題（6）利用促進策（案）について

### 1．利用促進策の考え方

#### （1）意義

利用促進策は、バス利用者の確保や需要の喚起を図り、運行サービスを維持・発展させて、新たなバス交通のテーマ・コンセプト「市民に愛され使いたくなるバス」を実現していくことに意義があり、そのための大きな作戦である。

#### （2）方向性

箕面市であれば効果が期待できる内容、関係者が連携しながら取り組むことができる内容、すなわち、「箕面市らしい利用促進策」となるように検討した。

### 2．市民意向

#### （1）バス利用者意識調査

バス利用時の環境（ハード面）の改善

- ・ 停留所施設の改善

#### （2）非バス利用者意識調査

バスを利用するための情報（ソフト面）の改善

- ・ 路線図がわかりにくい
- ・ 停留所・系統がわかりにくい

#### （3）自治会意向調査

公共交通の利便性の改善（連携）を期待

- ・ バス～バスの乗り継ぎの改善
  - ・ 鉄道に乗り継ぎできるようにする
- バスを利用しやすい環境・情報の改善
- ・ バス停に雨よけ・ベンチの設置
  - ・ 運行ルート、路線図、バス停位置をわかりやすく

#### （4）住民説明会の意見

商業者との連携

バスの運行情報

市民にわかりやすい情報提供

乗り継ぎやバス待ち時に上屋やベンチがあるとバスを利用しやすい

公共交通機関同士の連携

公共交通は地域が支えていくという意識の高揚

### 3. 利用促進策（案）の内容

優先的に取り組むべき内容について、ジャンル別（ハード、ソフト）優先順位、実施内容、実施時期、実施主体を示す。

#### （1）ハード整備による利用促進策

優先 順位	実施内容 (具体策・適用例)	実施時期								実施主体	
		H21 (2009)		H22 (2010)		H23 (2011)		H24 (2011)			
		実証運行開始前				実証運行開始後					
1	交通案内所 ・ 鉄道・バス等の公共交通の結節機能向上を図る ・ バス定期券等の販売・鉄道との乗り継ぎ等を案内する施設兼コミュニティスペースを阪急箕面駅に整備									適宜実施	交通事業者
2	主要なバス停でのベンチ・上屋の設置 ・ 乗り継ぎ拠点や松寿荘の付近等の主要なバス停に上屋・ベンチを設置										行政 交通事業者
3	車両のラッピング、アート塗装 ・ 車両のデザインを公募や近隣の学生・NPOなどのアイデアを活用										行政 市民・NPO 交通事業者
4	運行情報の提供 (バスロケーションシステムの導入) ・ 1時間に1本の運行のため、渋滞による影響も把握できる運行情報をパソコンや、携帯電話で確認										行政 交通事業者
5	自転車駐輪場の整備 ・ 駐輪場の再整備や主要なバス停付近に駐輪場を整備									整備条件が整えば実施	行政 交通事業者

(2) ソフト(情報)による利用促進策

優先 順位	実施内容 (具体策・適用例)	実施時期				実施主体	
		H21 (2009)	H22 (2010)	H23 (2011)	H24 (2011)		
		実証運行開始前		実証運行開始後			
1	バスマップの作成・配布  ・わかりやすいマップ、時刻表 ・ホームページも作成 ・観光用やおでかけスポット用、病院 等も記載		■	■	■		行政 市民・NPO 交通事業者 商業関係者等
2	まちの魅力を発信する情報誌との タイアップ  ・箕面市内に配布しているミニコミ 誌とタイアップ			適宜実施			市民・NPO 商業関係者等
3	モビリティ・マネジメントの実施  ・車からバスに転換してもらえるよ うな情報提供 ・転入者を対象にバス交通の情報提供 ・小中学生に公共交通について情報提供		■	■	■		行政 市民・NPO 交通事業者 商業関係者等
4	住民主体の公共交通への利用啓発 運動  ・自治会やNPOがバスの利用状況を 会員等に情報発信して利用を啓発			適宜実施			市民・NPO
5	商業施設等のチラシにバスの情報 提供  ・商業施設等のチラシにバスのルー トや時刻表等を掲載			適宜実施			商業関係者等

(3) ソフト(連携)による利用促進策

優先 順位	実施内容 (具体策・適用例)	実施時期				実施主体
		H21 (2009)	H22 (2010)	H23 (2011)	H24 (2011)	
		実証運行開始前		実証運行開始後		
1	<p>エコショッピング制度の導入</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・バスを利用して買い物や施設利用した人に帰りの回数券を渡す (駐車場利用者に回数券を渡すのと同様)</li> </ul>			適宜実施		商業関係者等
2	<p>商業施設とタイアップしたクーポン付き乗車券の発売</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商業施設や各種施設とタイアップしたクーポン券付乗車券の発売</li> </ul>			適宜実施		行政 交通事業者 商業関係者等
3	<p>自治会・各種団体等による回数券の購入</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・積極的に利用してもらうために、個人や自治会や各種団体が回数券をあらかじめ購入</li> </ul>			適宜実施		市民・NPO
4	<p>バス車内でのミニパブリックスペースの設置</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・幼稚園児の絵画展示、市民から募集した川柳の作品提示等</li> </ul>			適宜実施		行政 市民・NPO 交通事業者

(4) ソフト(イベント・その他)

優先 順位	実施内容 (具体策・適用例)	実施時期								実施主体
		H21 (2009)		H22 (2010)		H23 (2011)		H24 (2011)		
		実証運行開始前				実証運行開始後				
1	愛称の募集 ・車両のラッピングデザインとあわせて愛称も募集									行政 市民・NPO
2	ノーマイカーデーの実施 ・市内でノーマイカーデーキャンペーンを実施									行政 市民・NPO 交通事業者 商業関係者等
3	運行開始にあたってのセレモニーの開催 ・愛称募集の表彰、バス等車両を集合せ環境にやさしいことをアピール									行政 市民・NPO 交通事業者
4	スタンプラリーなど参加型イベントの開催 ・市内各地を巡るスタンプラリー等の参加型イベントの実施									市民・NPO 交通事業者 商業関係者等
5	利用促進のための無料キャンペーン ・運行開始前後や特定日などにまずはバスを利用してもらうきっかけをつくってもらうために実施									行政 市民・NPO 交通事業者