

バス利用促進の取り組みについて



西日本鉄道株式会社
Nishi-Nippon Railroad Co., Ltd.



乗合バス事業の概要

単体（西日本鉄道のみ）

※H24年度実績

車両保有台数 1,861台（H25.3.31現在）
輸送人員 約1.82億人（1日当たり49.8万人）
実車走行キロ 約97百万^キ（1日当たり266千^キ、地球約6周半分）

連結（西鉄バスグループ）

車両保有台数 2,873台（H25.3.31現在）
輸送人員 約2.67億人（1日当たり73.1万人）
実車走行キロ 約153百万^キ（1日当たり418千^キ、地球約10周半分）

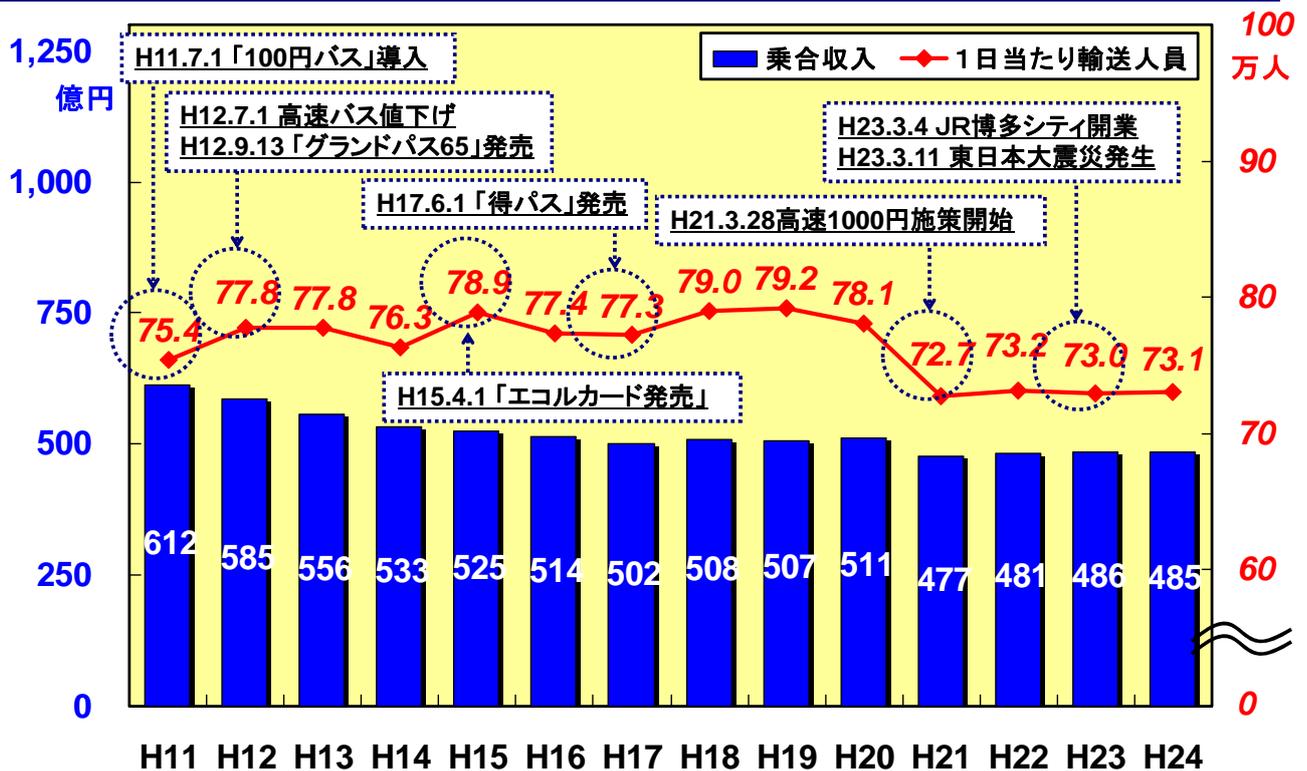
➡ 輸送人員はピーク時（昭和39年度）の5.2億人に比べ半減

- ・モータリゼーションの進展
- ・他交通機関（JR、地下鉄）の発達 等

西鉄バスグループの事業エリア

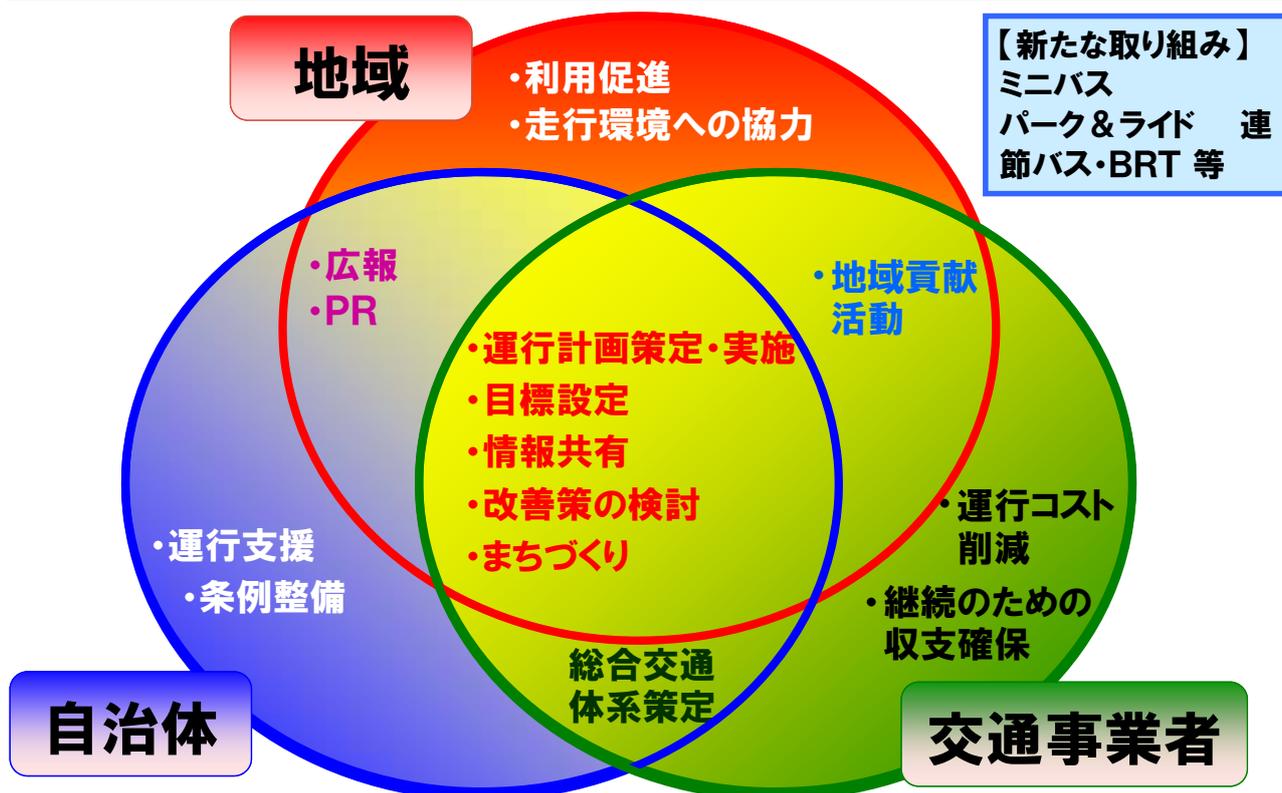


乗合収入・乗合輸送人員の推移(連結)



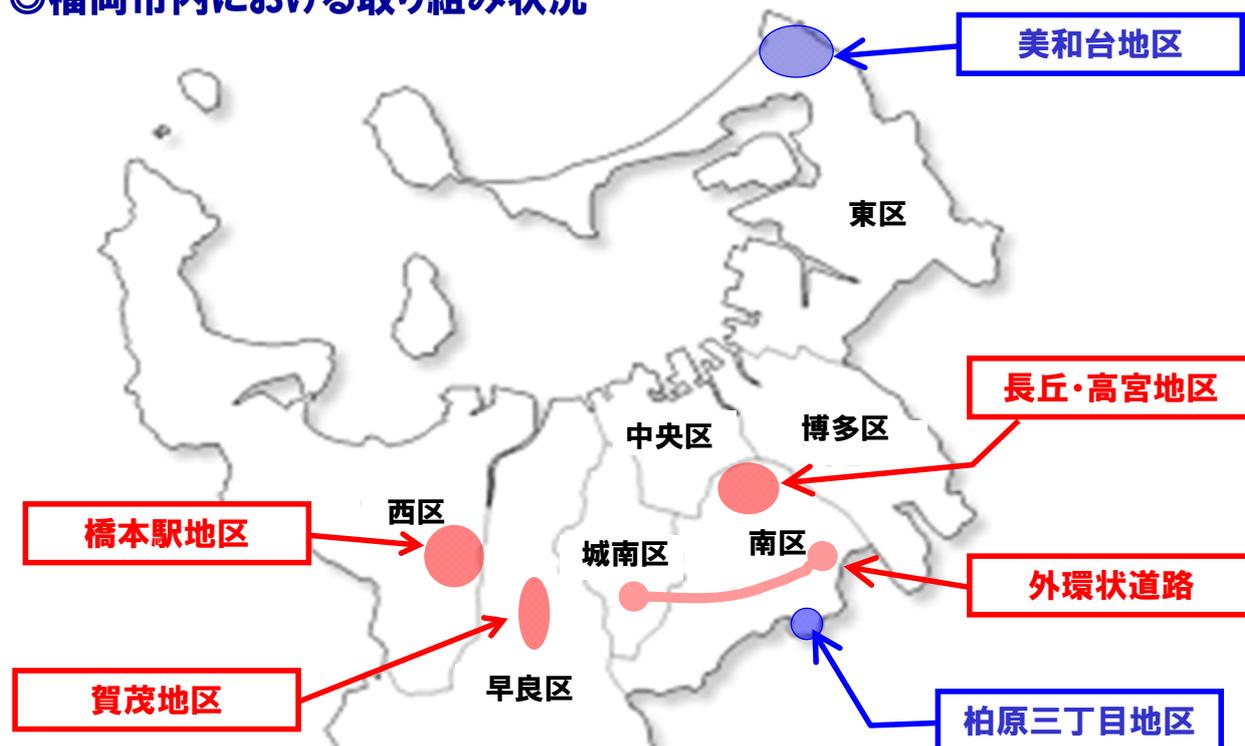
H11 H12 H13 H14 H15 H16 H17 H18 H19 H20 H21 H22 H23 H24
 ※輸送人員のピークは昭和39年度の年間5億21百万人

地域・自治体との連携強化～継続可能モデルの実現へ向けて

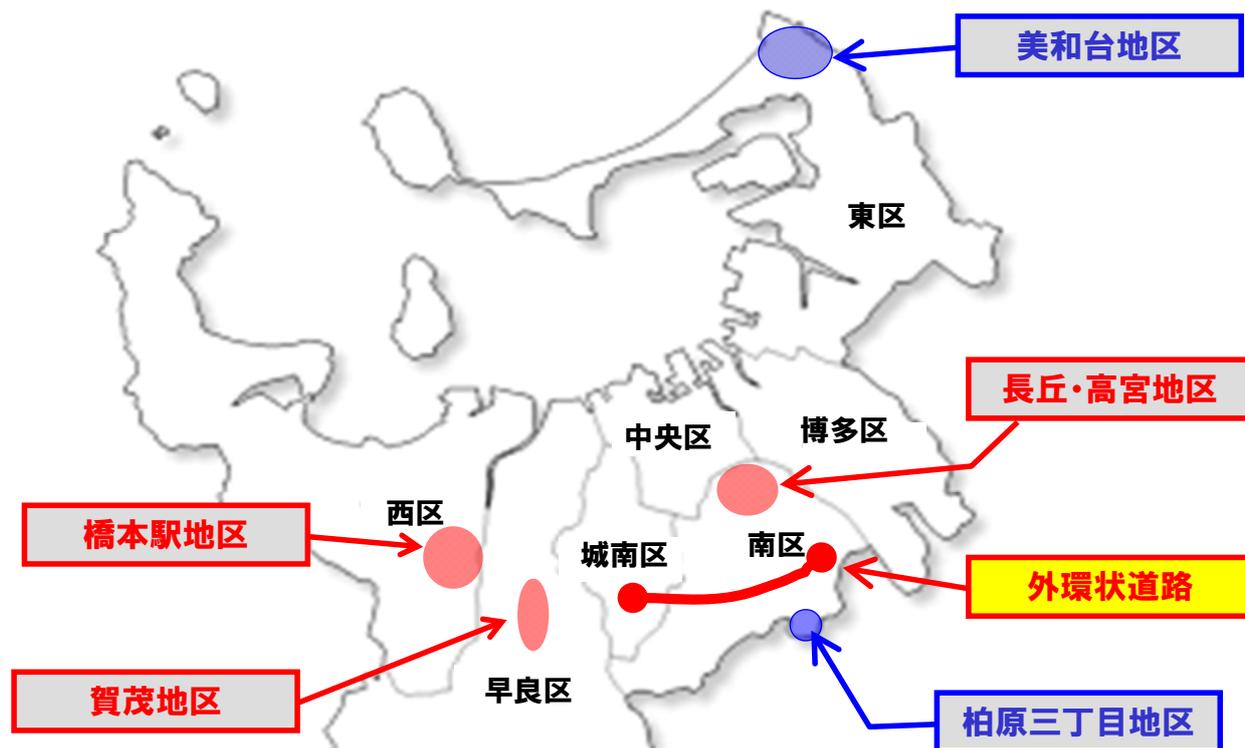


地域・自治体との連携強化

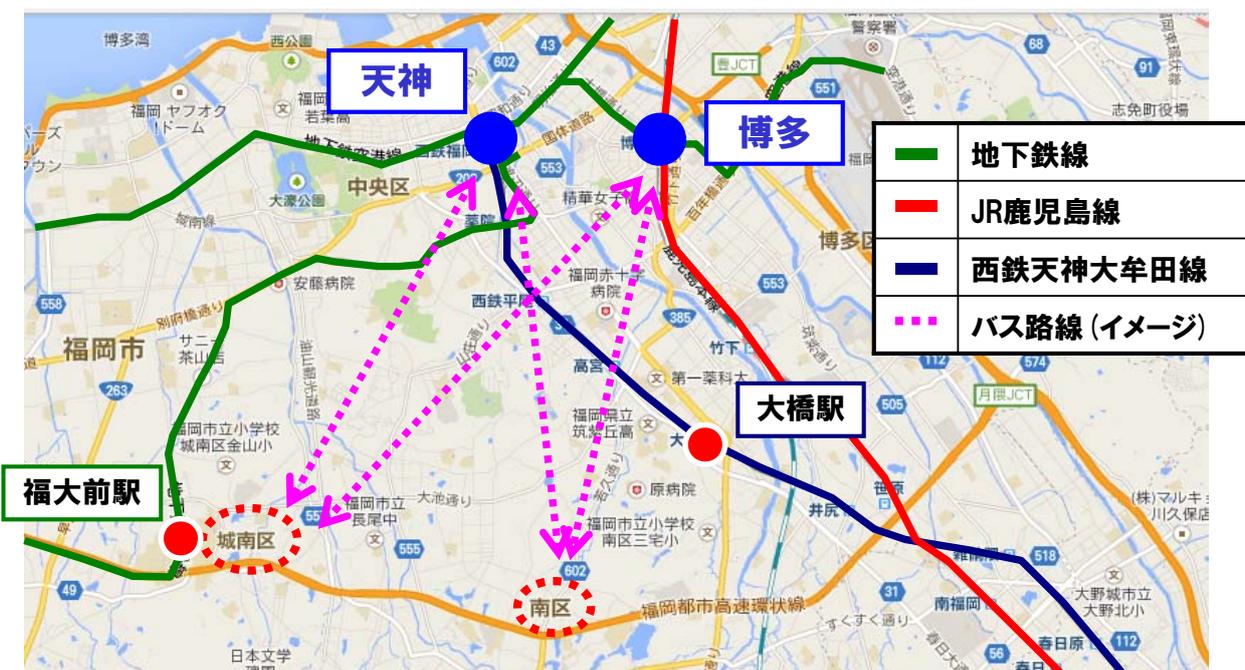
◎福岡市内における取り組み状況



福岡市内における取り組み状況[1]



福岡外環状道路における路線バスの運行①



福岡市西南部に鉄道空白地域が存在
 ⇨バス路線は比較的充実しているが、ほぼすべて天神・博多方面への路線

福岡外環状道路における路線バスの運行②



- ・城南区～南区を東西に横断する「福岡外環状道路」が開通
 - ・沿線には多くの病院や学校があり、バス路線新設のご要望を多数いただく。
- ⇒「福大前駅」(福大病院バス停)と「大橋駅」を結ぶバス路線を、**社会実験として運行**(H23.1.29～4.24)。

福岡外環状道路における路線バスの運行③

社会実験の結果:1日当り約800名のご利用 ←目標値(2,000名)の半分以下

沿線の方々より**運行継続の強いご要望**
⇒次のステップとして「**1年間の試行運行**」を実施(H23.10.31～H24.10.30)

- ・便数は社会実験時の70%程度としたが、お客さまは平日1,100名ほどに増加。
- ・福岡市や沿線の病院、地域の方々と一緒に様々な利用促進策を実施。

H24.11より、正式運行に移行(平日は便数維持。土曜・日祝日は減便)。



「**さくらラッピング**」の実施(期間限定)

沿線に「桜の名所」があることに因み、**認知度向上のために桜をデザインしたフルラッピングを福岡市が実施。**

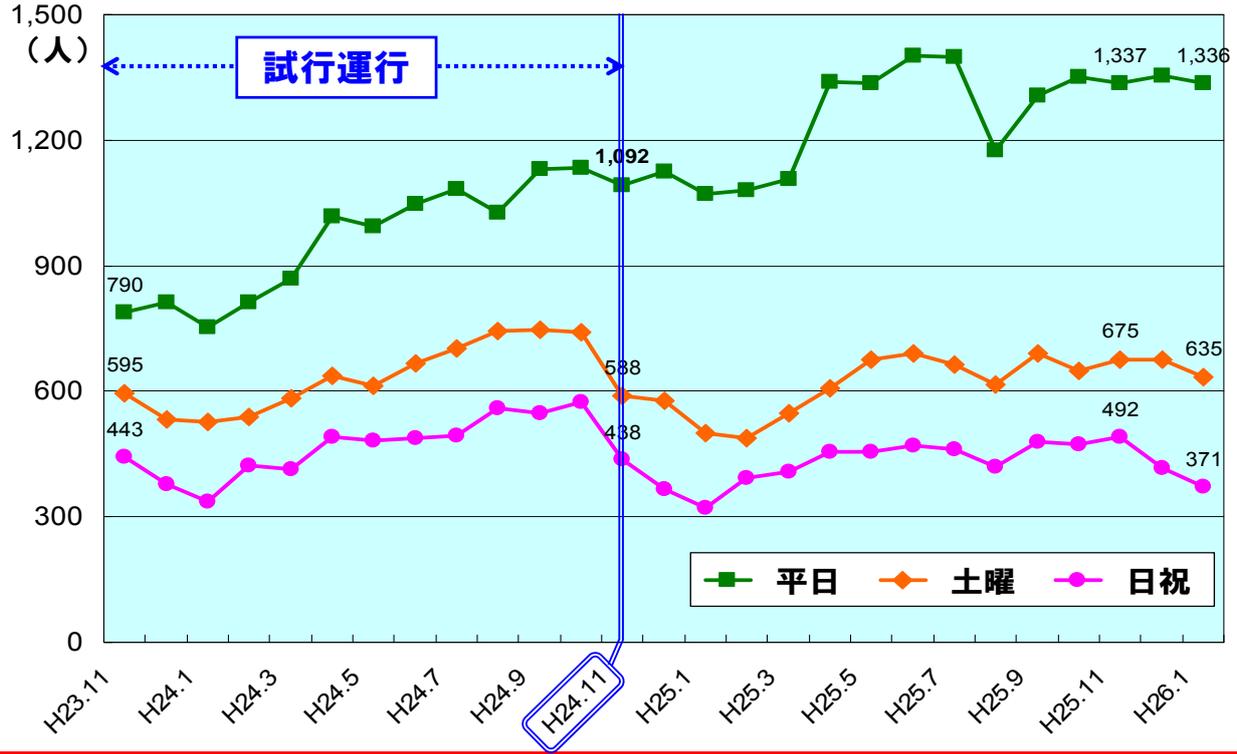
「**平成外環通り**(外環状道路の愛称)**ウォーキング大会**」

より多くの方にこのバスを知っていただき、乗っていただくために、**沿線をスタート地点とする「ウォーキング大会」を開催。**第3回を桜が見ごろの本年3月29日に開催予定。

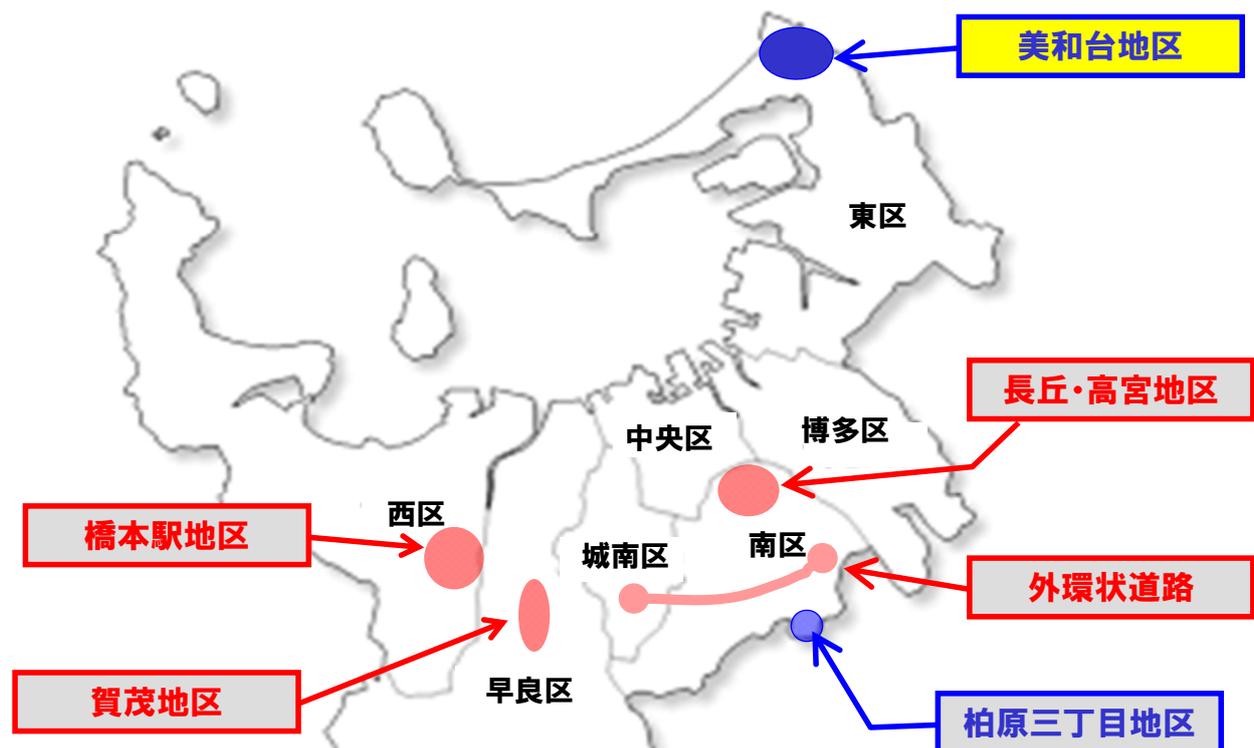


福岡外環状道路における路線バスの運行④

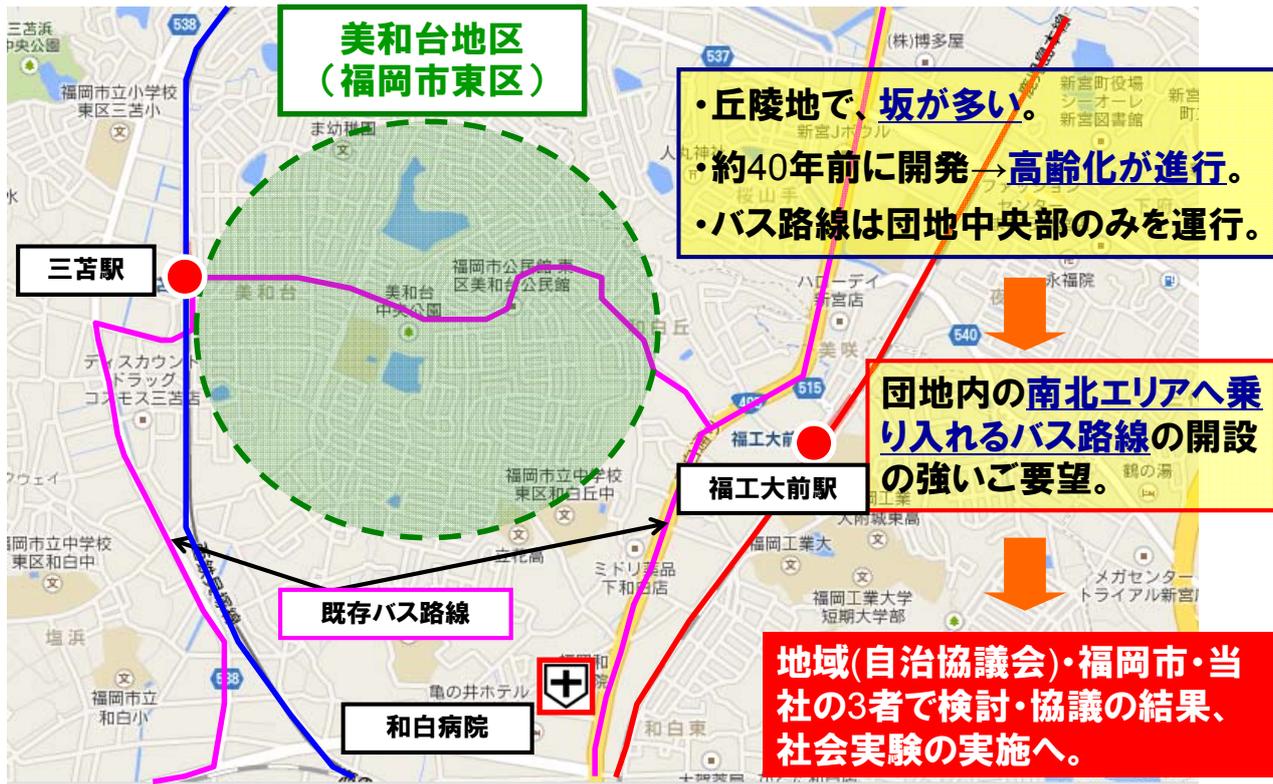
◎利用人員推移(1日あたり)



福岡市内における取り組み状況[2]

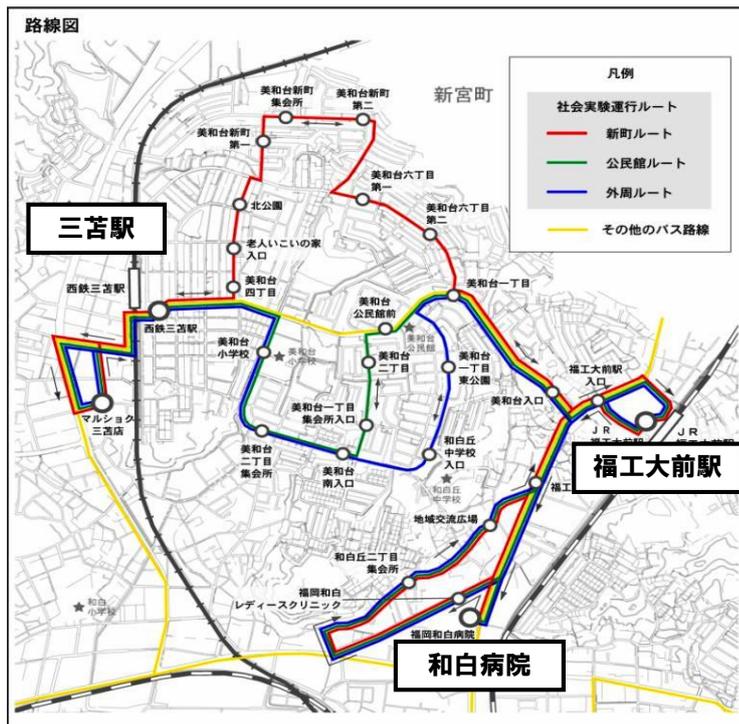


美和台地区での取り組み①



美和台地区での取り組み②

◎社会実験(H24.2.27~5.26の3ヶ月間)



三苦駅・福工大前駅・和白病院とを結ぶ3ルートで運行

- ・平日40往復(3ルート合計)
- ・土曜18.5往復 ※日祝運休

200円均一(現金、ICカードのみ)

【地域のご協力】

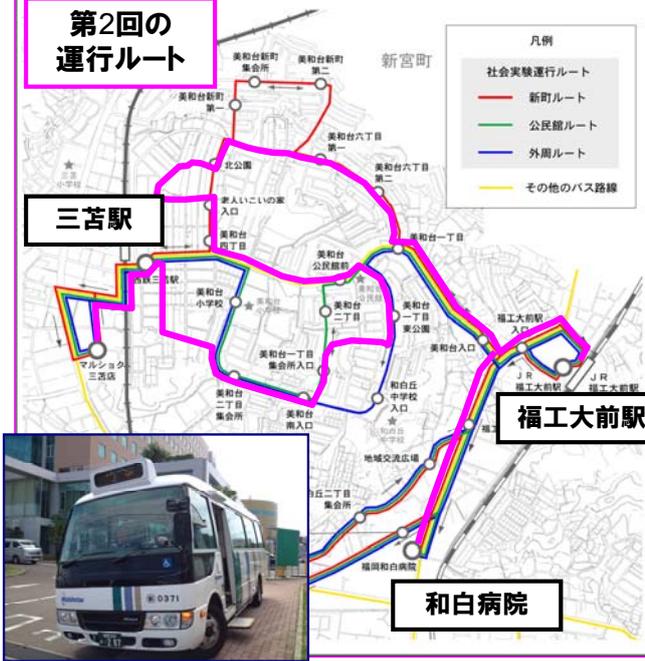
- ・自治会負担で乗車券を作成、配布
- ・「健康教室」参加者へのバス利用呼びかけ(特典つき)

しかし目標の30%程度の利用に留まり、運行をいったん終了。

美和台地区での取り組み③

社会実験の結果および問題点を踏まえ、**ルート・便数・乗車券などを見直し、第2回の試行運行を実施(H25.4.1~9.30の6ヶ月間)**

第2回の
運行ルート



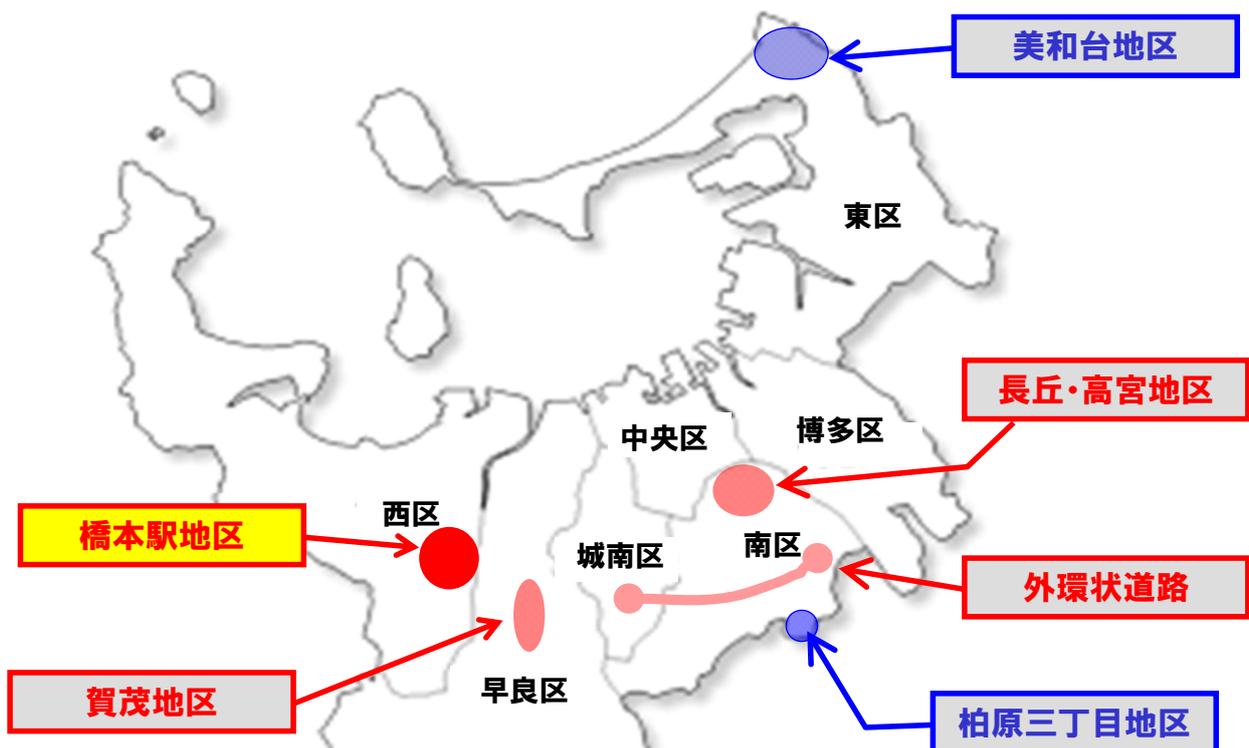
- ・運行ルートの見直し(集約)
- ・利用可能券種的大幅拡大
- ・回数券(100円×22枚)の新設
- ・停車バス停の増設(27→37箇所)

【地域のご協力】

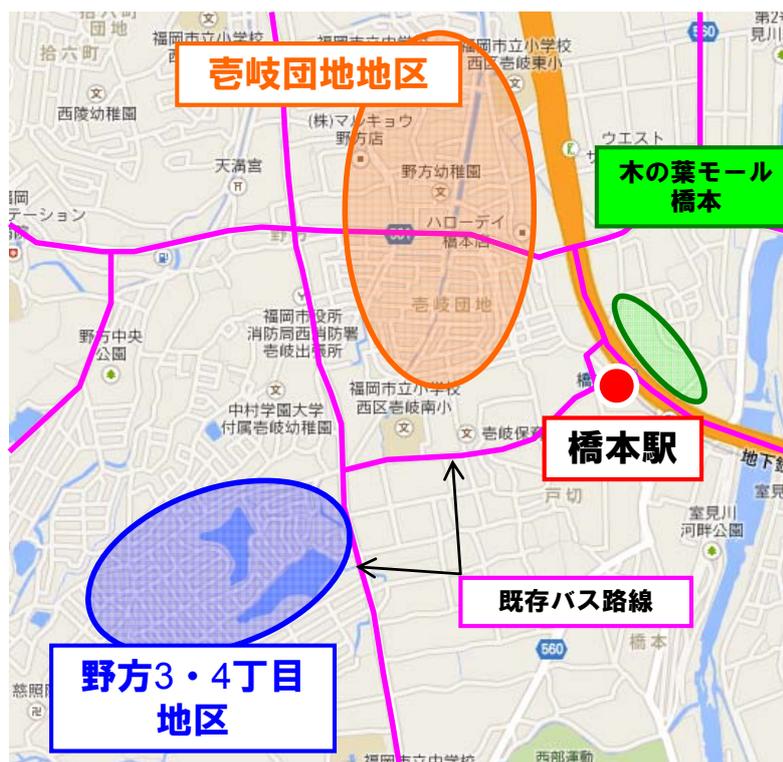
- ・地域イベントに合わせて体験乗車を実施
- ・一般車両の路上駐車対策

利用人員は1回目より増加したものの、**目標には届かず運行終了。今後については3者で継続検討・協議中。**

福岡市内における取り組み状況[3]



地下鉄橋本駅地区での取り組み①



H24.4「木の葉モール橋本」オープン



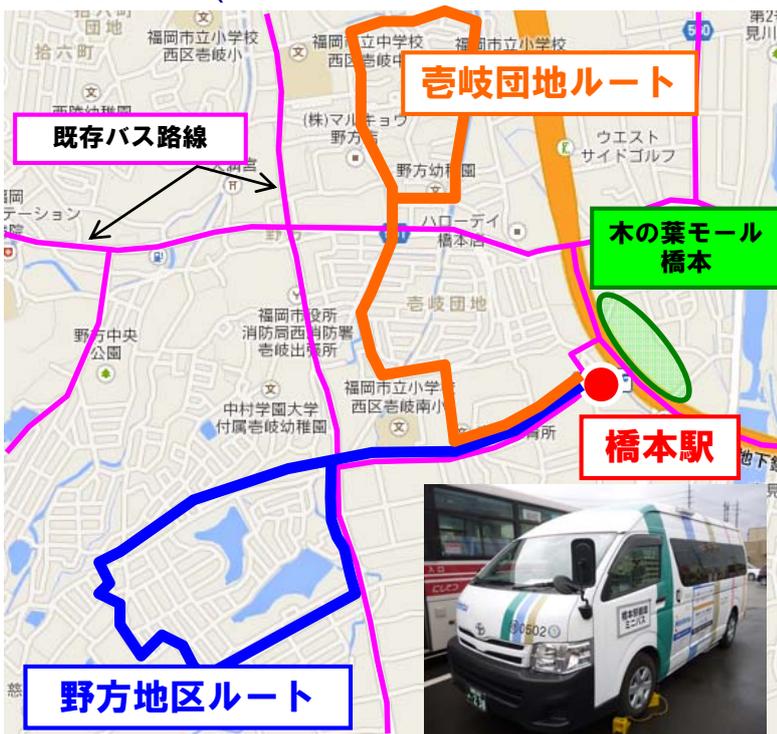
以降、地域(まちづくり協議会)・福岡市・当社の3者で
周辺地域のさらなる活性化と公共交通の利便性向上を検討、協議



駅から離れ、かつバス路線がない地域と橋本駅とを結ぶ「橋本駅循環バス」を社会実験として運行することに

地下鉄橋本駅地区での取り組み②

◎社会実験(H23.10.29~H24.1.28の3ヶ月間)



「橋本駅地区ルート」と
「野方地区ルート」で運行
※いずれも片回り運行

「橋本駅地区ルート」
・平日24便、土日祝13便
・マイクロバスタイプ

「野方地区ルート」
・平日27便、土日祝13便
・ワンボックスバスタイプ

200円均一
(現金、ICカードのみ)



「橋本駅地区ルート」は目標の20%、「野方地区ルート」は40%弱で運行を終了。

地下鉄橋本駅地区での取り組み③

社会実験の結果および問題点を踏まえ、ルート・便数・運賃などを見直し、第2回の試行運行を実施中(H25.12.1～H26.5.31の6ヶ月間(予定))

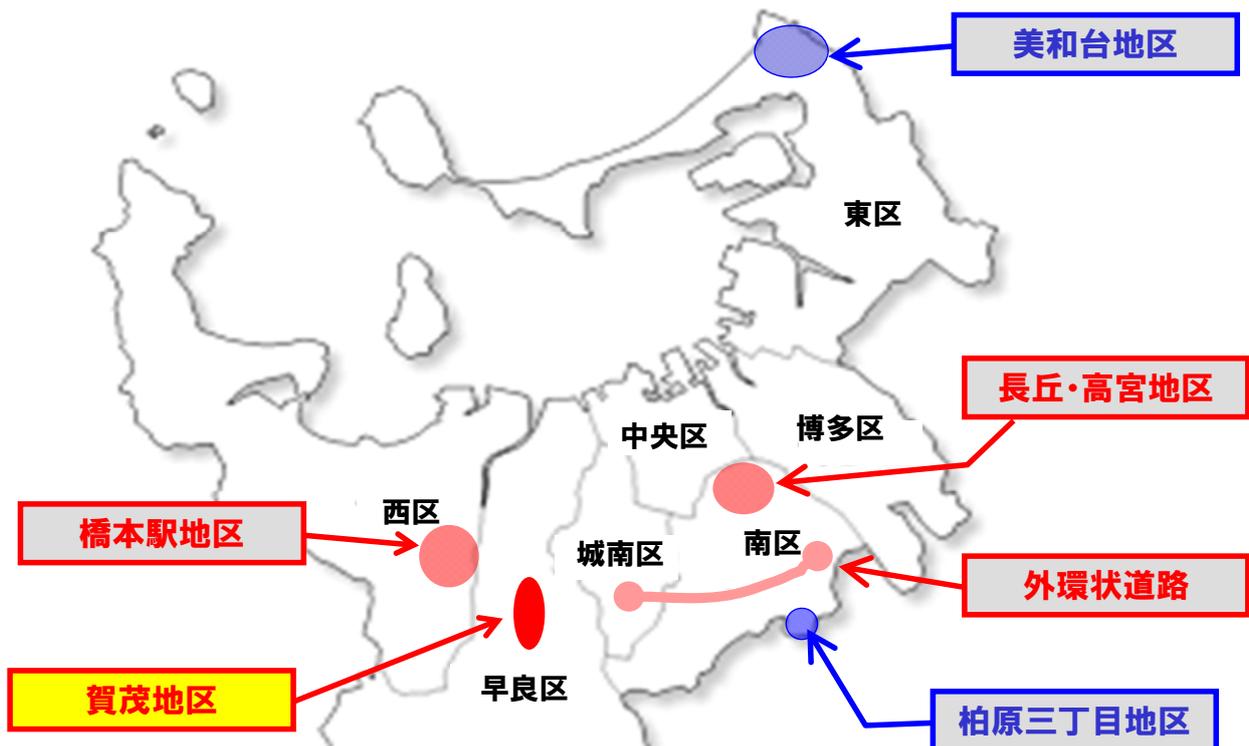


- ・運行ルートの見直し
- ・病院乗り入れ
- ・運賃の見直し

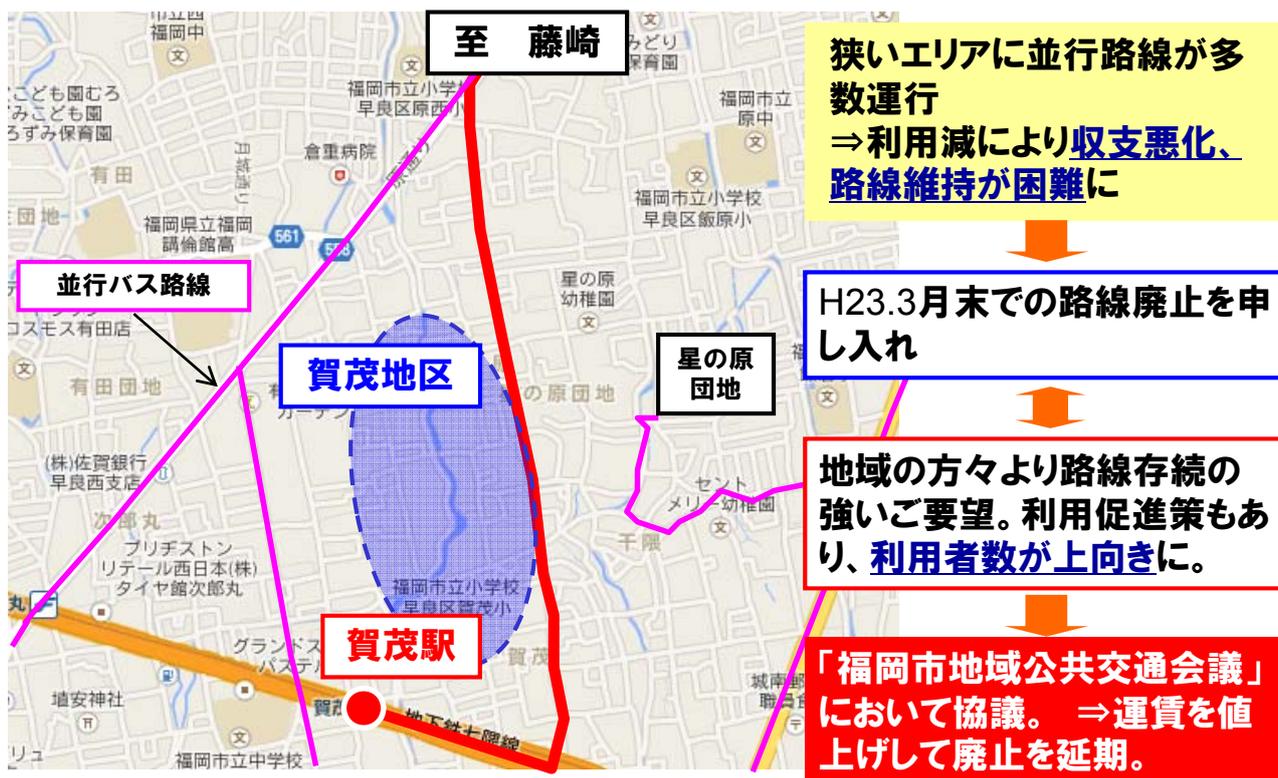
【地域のご協力】
 ・**広告協賛**による支援
 木の葉モール
 沿線3病院
 ・**商店街との連携**(計画中)

↓
**目標の60%ほどの
 利用で推移。**

福岡市内における取り組み状況[4]



賀茂地区での取り組み①



賀茂地区での取り組み②

◎賀茂～藤崎線運行継続のための取り組み

単位:円

(1)固有区間の運賃見直し

沿線の方々から「**値上げしてでも路線存続を**」との声
⇒地域公共交通会議にて協議

収支均衡とするために必要な増加率(+15%)に、値上げによるお客さまの逸走を加味した**改定率23%の運賃見直し**が承認される。H24.9.1実施。

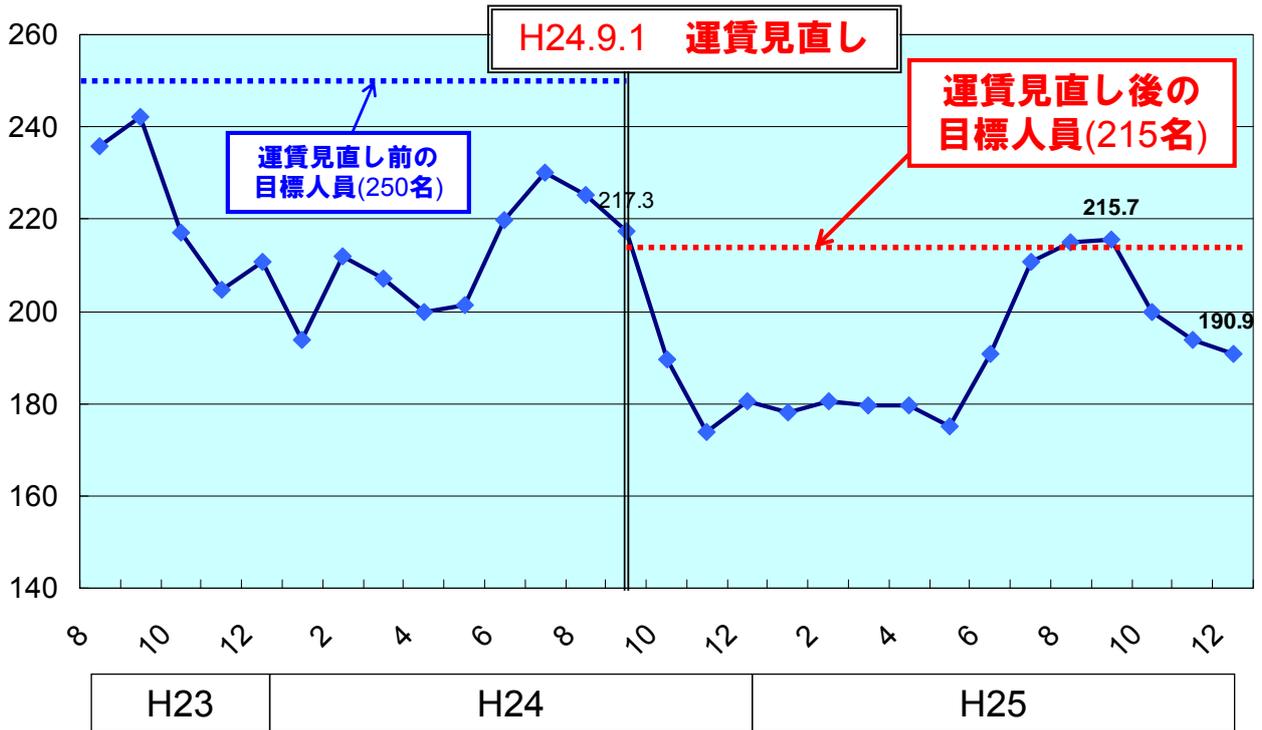
改定前	改定後	差額
160	200	+40
170	210	
200	250	+50
220	280	+60
270	340	+70
320	400	+80

(2)利用促進の取り組み

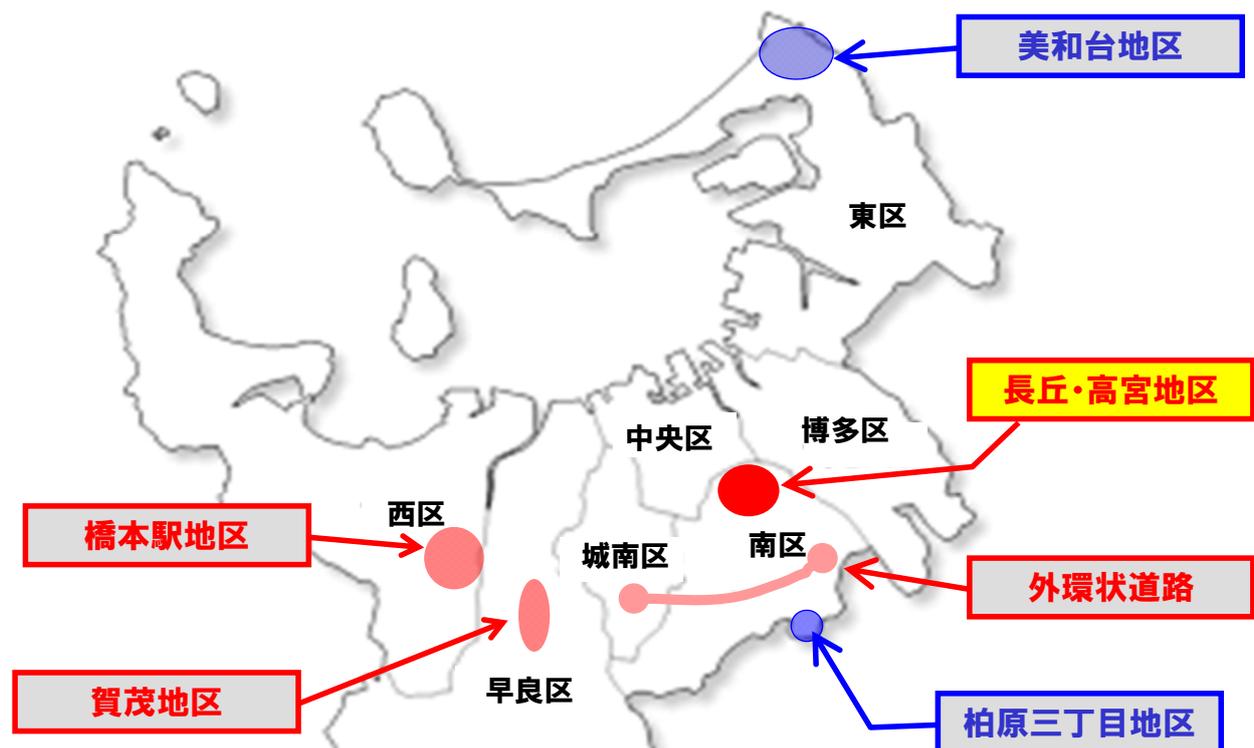
- ・「賀茂～藤崎」線を利用した「**ピクニック**」の開催(2回、各回50名ほど参加)
- ・ICカード**ポイント割り増し**、**定期券購入補助券**プレゼント
- ・地域の方々による**利用促進チラシ**の配布(4,200枚)
- ・賀茂駅周辺の**経路見直し**、**バス停新設**

賀茂地区での取り組み③

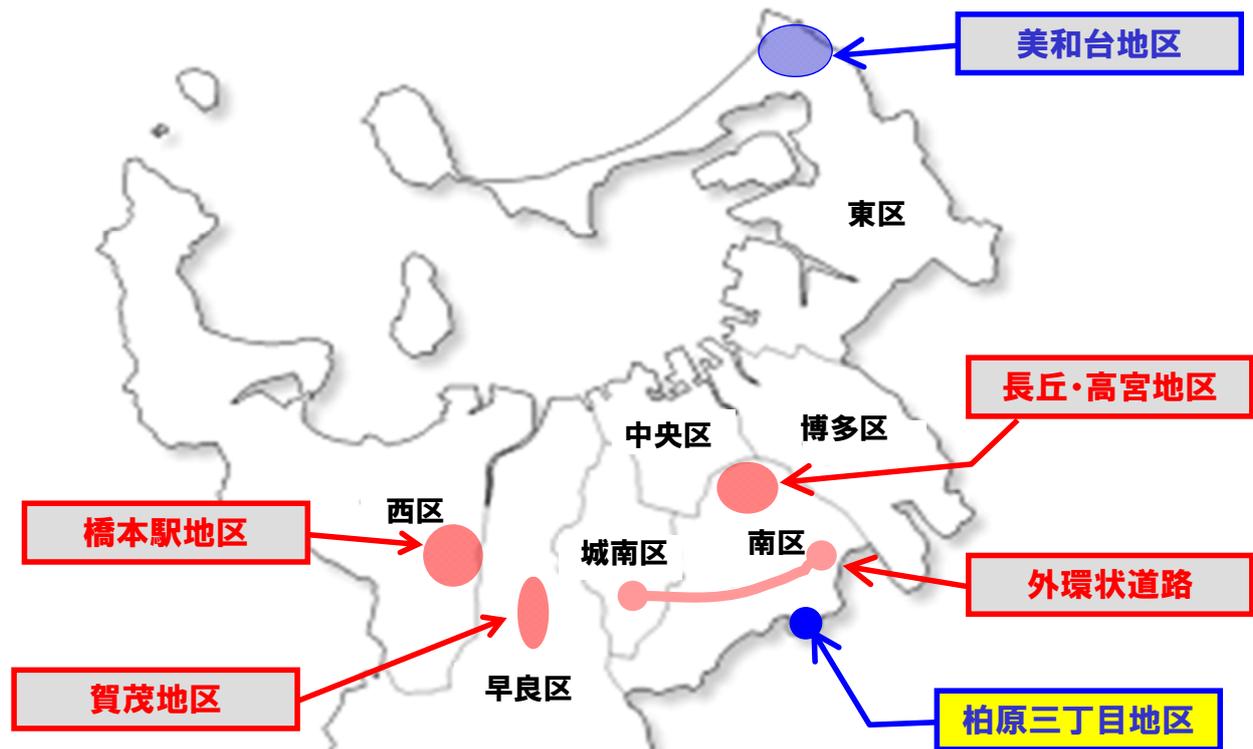
◎賀茂～藤崎線 固有区間利用人員推移(平日)



福岡市内における取り組み状況[5]



福岡市内における取り組み状況[6]



柏原三丁目地区への新規乗り入れ



実施にあたっては、福岡市の「生活交通支援事業」の試行運行に対する補助(6ヶ月間)を活用する予定。

その他の取り組み

乗り継ぎ促進による路線再編①



乗り継ぎ促進による路線再編②

◎路線再編に合わせて実施した施策 ～乗り換えたほうが便利でおトク！～

「分かりやすいバス」の推進

都心部～大橋駅間を運行する「渡辺通幹線」に専用デザインの車両を導入



・乗り継ぎによる割高感の解消

ICカード「ニモカ」限定で一律100ポイントの割引を導入

・スムーズな乗り継ぎ

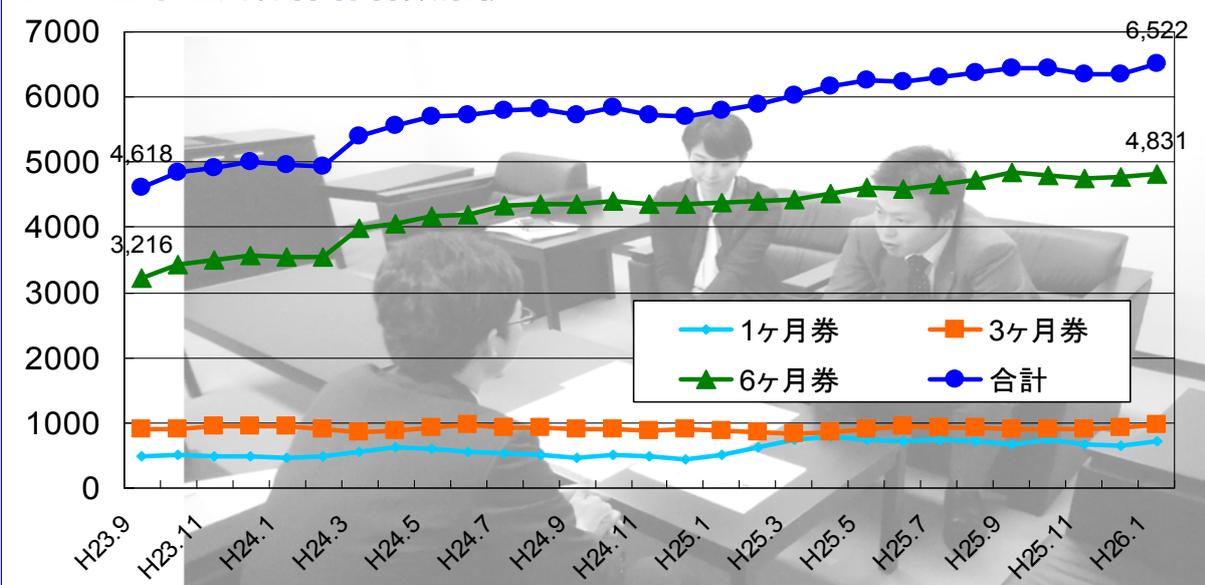
車内液晶運賃表示機でリアルタイムのバス乗り継ぎ情報を提供

「大橋駅」バス停の上屋増設

次は 西鉄大橋駅				西鉄大橋駅 のりかえ案内 10:53 現在の状況					
番号	行先	経由	所定	現在地	番号	行先	経由	所定	現在地
1	250	220	180	160	62	那珂川(営)	老司 片縄	10:54	出発前
5					49	博多南駅	弥永団地	10:58	出発前
9					42	月の浦営業所	大土居	11:02	出発前
13									
14									
15									
16									

「エコ企業定期」の販売強化

◎エコ企業定期券保有者数推移



通勤定期より割安な「エコ企業定期」の販売強化のため、**専属チームを設置**。
企業に直接出向きセールス活動を行った結果、保有者は大幅に増加。

⇒毎月10社以上訪問、成約率約40%(H25実績)

インバウンド需要の取り込み①

◎韓国での「SUNQパス」販売

H17.8～韓国・釜山で「SUNQパス」の販売を開始

- ・旅行会社の開拓やハングル版ガイドブックを作成。
- ・当社バス部門に韓国人社員を配置(H23.4～)。ハングル語版ブログ作成・情報発信などを担当。
- ・定期的な現地訪問を開始(H24～)。
- ・韓国新聞社(東亜日報)を招聘、特集記事を掲載(H25.2)。

ここ数年は年間1万枚前後発売し、定着。リピーターも多数。

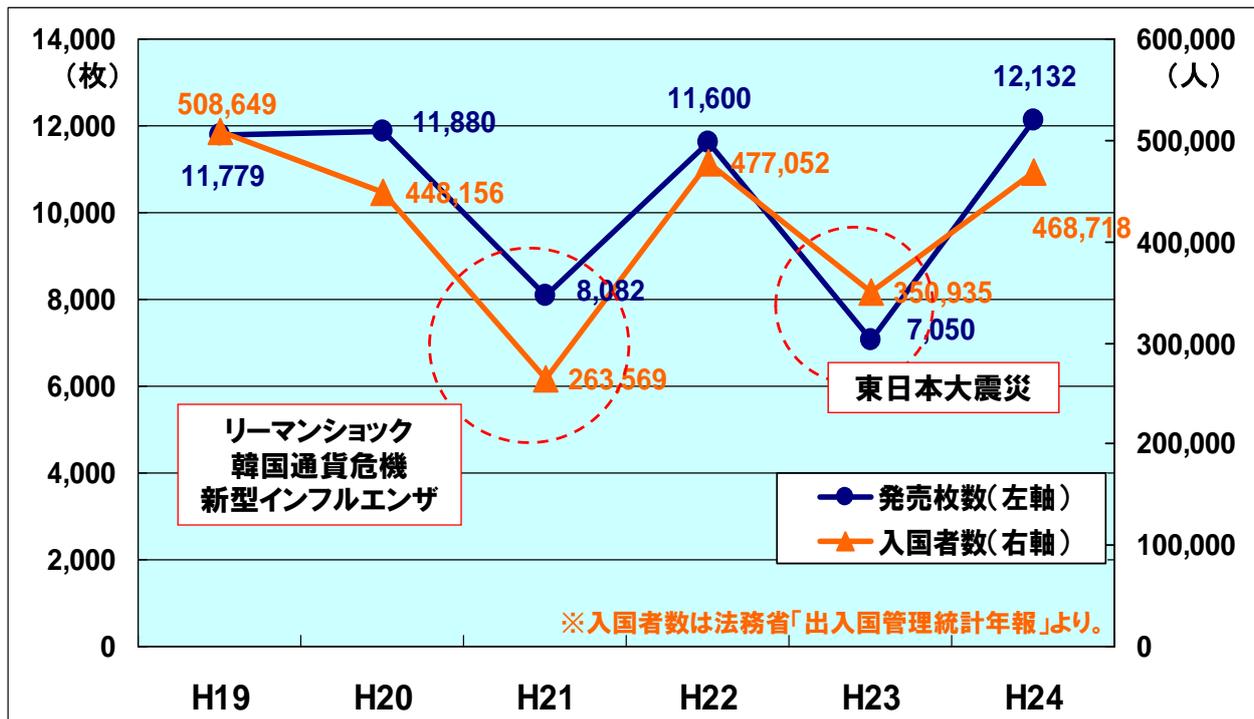
・さらなる販売促進策(最近の取り組み)



- ・南九州エリアの利用喚起のために、韓国人大学生による旅行プランコンテストを実施。
- ・SUNQパス販売に特に意欲的だった旅行会社担当者2名を福岡へお招きし、個人表彰。
- ・韓国テレビ局を招聘し、特集番組を制作。
- ・韓国人大学生のインターンシップ受入れ。

インバウンド需要の取り込み②

◎「SUNQパス」発売実績と福岡空港・博多港韓国人入国者数推移



ご清聴、

ありがとうございます

ございました。

