

報告案件（3）1日共通乗車券の実績報告について

1 目的

2019年9月・10月に開催されるラグビーワールドカップ2019™に合わせ、豊田市内を運行するバスの1日共通乗車券を設定し、国内外からの観光利用の促進を目指す。

（豊田スタジアムでの試合開催日は、9/23(祝・月)、9/28(土)、10/5(土)、10/12(土)の4日間。）

2 事業概要

(1)事業期間 令和元年9月・10月の土日祝 計21日

(2)対象路線 とよたおいでんバス全12路線、名鉄バス株の自主路線全6路線（豊田営業所管轄の路線）

(3)乗車券の種類 紙券面と電子券面（スマートフォン）

(4)販売金額

乗車券の種類	販売価格(税込)	バス	食事・入浴券など	優待
とよた1DAYバス	1,000円	●		●
ENJOYとよたバス	2,500円	●	●	●

(5)販売所 コンテナー ニシマチ6(N6)、稲武どんぐり工房

3 販売実績

販売期間	とよた1DAYバス (1,000円)			ENJOYとよたバス (2,500円)	販売枚数
	電子券面	紙券面		電子券面	
		N6	稲武		
8/28～9/1	4	10	0	4	18
9/2～9/8	4	9	6	2	21
9/9～9/16	8	13	0	1	22
9/17～9/23	3	5	1	2	11
9/24～9/29	6	5	0	0	11
9/30～10/6	4	9	6	1	20
10/7～10/14	1	6	2	0	9
10/15～10/22	5	10	0	0	15
10/23～10/27	1	4	1	2	8
合計	36	71	16	12	135
		87			

4 購入者傾向（紙券面購入者アンケートと電子券面購入者登録情報から）

Q1	性別	紙(枚)	電子(枚)	割合(%)	Q2	年齢	紙(枚)	電子(枚)	割合(%)
1	男性	14	24	50.7	1	20歳未満	4	3	9.3
2	女性	15	15	40.0	2	20歳代	3	7	13.3
3	不明	7		9.3	3	30歳代	6	8	18.7
合計		36	39	100	4	40歳代	10	12	29.4
		75			5	50歳代	3	7	13.3
Q4	お住まい	紙(枚)	電子(枚)	割合(%)	6	60歳代	3	0	4.0
1	豊田市内	20		52.6	7	70歳代	5	2	9.3
2	愛知県内	11		28.9	8	80歳以上	2	0	2.7
3	愛知県外	5	2	18.5	合計		36	39	100
4	海外	0		0.0			75		
合計		36	2	100					
		38							

注) 紙券面購入者87名のうち、36名が回答。

注) 電子券面の複数購入者は、利用者数を1人と数えている。電子券面の購入者住まいは、任意登録のため、2人までの把握となった。

Q8	誰と利用するか	件(紙)	割合(%)	Q12	販売期間は	件(紙)	割合(%)
1	1人	18	50.0	1	1年 毎日(平日)	23	63.9
2	友人	5	13.9	2	1年 土日祝日	10	27.8
3	夫婦	0	0.0	3	イベント開催時	3	8.3
4	家族	13	36.1	4	その他	0	0.0
合計		36	100	合計		36	100

Q9	どこへ行くか	件(紙)	割合(%)	Q9	どこへ行くか	件(紙)	割合(%)
1	足助地区	14	35.9	6	下山地区	1	2.6
2	稲武地区	12	30.8	7	松平地区	3	7.7
3	旭地区	3	7.7	8	美術館	0	0.0
4	小原地区	2	5.1	9	その他	2	5.1
5	藤岡地区	2	5.1	合計(複数回答可)		39	100

5 評価と今後に向けて

(1) アンケート結果から

- ア 1年を通じた販売の希望をする人が多い(Q12から)。【毎日：63.9%、1年中の土日祝27.8%】
- イ 1人【50.0%】か2人【41.7%】の利用が多い(別の設問から)。
- ウ 家族との利用者が36.1%、友人との利用者13.9%（夫婦は0%）(Q8から)。
- エ 30歳代【18.7%】、40歳代【29.4%】、60歳以上【16.0%】の利用が多い(Q2から)。
- オ 足助地区【35.9%】、稲武地区【30.8%】の利用が多い(Q9から)。

(2) 評価

- ア 販売期間及び利用日について
一定の利用があったが、9月、10月の2か月間の土日休日のみで実証期間が短かった。(天候の影響もあった。)
- イ 販売箇所について
紙券面の販売箇所が2か所のみであり、足助や車内などでの販売を検討する必要あり。
- ウ 乗車券の金額について
利用しやすい設定か、他の事例も調査していく必要あり。
- エ 観光利用について
足助、稲武に限られていたため、他の観光地（小原、旭、下山、松平など）やまちなか（KITARA、美術館など）へも展開できる内容を検討する必要がある。
- オ 優待特典の提携店舗やENJOYとよたバスの企画きっぷについて
提携する店舗の拡大や魅力ある企画きっぷにしていく工夫が必要。
- カ インバウンド対応について
外国人の利用が少なく、PRや企画など工夫が必要。

(3) 今後に向けて

上記評価内容やアンケート結果などを検証し、来年度の本導入に向けて、関係者と調整を行っていく。