

地域と連携した「お昼のお出かけ作戦」実証実験の概要

(平成15年10月～16年10月)

背景

- ・千葉都市モノレール線は朝夕に旅客が集中する典型的な通勤通学型鉄道路線となっており、昼間帯は輸送力に余裕がある。
- ・昼間の沿線道路は朝夕に比べては比較的流れがスムーズなことから、買物や観光、業務交通は自動車利用に依存している。



昼間帯に限定した割安感のあるモノレール全線乗り降り自由のフリーきっぷや定期券を発売して旅客利便の向上を図るとともに、沿線地域と連携してモノレール利用への特典を付加することによって、利用交通手段を自動車交通からモノレール利用への転換を促進する。

〔申請者〕千葉都市モノレール株式会社

〔主な実験内容〕

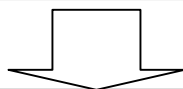
「お昼のお出かけフリーきっぷ」の発売

- ・運賃600円(小児300円)(参考:最長区間運賃490円)
- ・発売当日の10時～16時までの間、全線乗り放題。

「お昼のお出かけ全線定期券」の発売

- ・運賃1ヶ月9,900円(参考:最長区間1ヶ月通勤定期運賃19,080円)
- ・有効期、有効の定期券。10時～16時までの間、1ヶ月間全線乗り放題。
- ・記名人と同居している家族であれば誰でも利用可能。

沿線の地元商店街や飲食店等100余店舗とタイアップして、「お昼のお出かけフリーきっぷ」、「お昼のお出かけ全線定期券」を提示すると、割引サービスが受けられる特典を付加。



実験の成果

実験開始後の昼間時間帯利用客は、実験実施前と比べ平成15年度は3.42%、平成16年度は1.73%の増客効果があった。(効果測定対象駅の千葉駅、千葉みなと駅での実験結果)

15・16年度に実施したアンケート結果から、「お昼のお出かけフリーきっぷ」を販売したことで約5%の利用者がマイカー利用からモノレール利用に転換した。実証実験期間1年間で述べ約1,200人の利用客がマイカーからモノレールに転換したものと推計。

このきっぷや定期券の購入者はリピーターが増えており、「お昼のお出かけ作戦」として定着した。

お昼のお出かけ作戦提携店も101店舗 121店舗と店舗数が増加している。



実験後の状況

地域との連携をさらに深めていながら、継続実施することに決定。