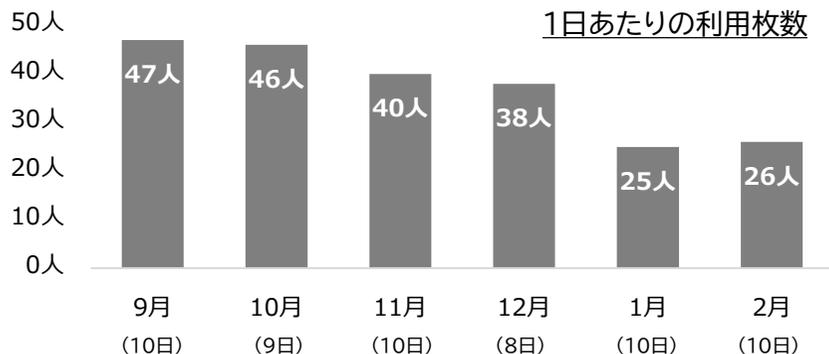


## 1. 利用実績等 (R7年2月末時点)

### 利用枚数

- ✓ まちなかフリーパス(以下、フリーパス)のリピーター率は30%を超えているが、販売当初月から利用枚数は減少傾向にある。



2,070 枚  
利用枚数合計

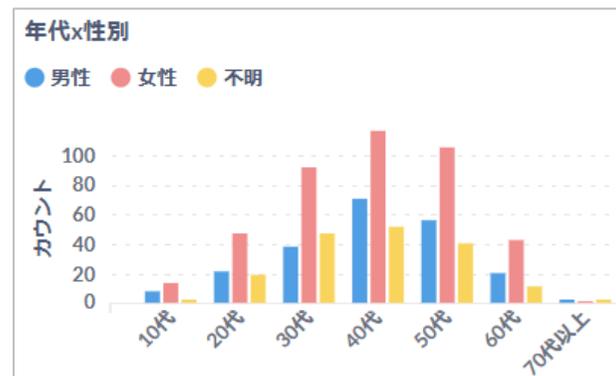
284 人  
リピーター数

843 人  
ユニークユーザー数(※)

※これまで購入した人数。1人が何回購入していてもカウントは1人

### 利用者属性

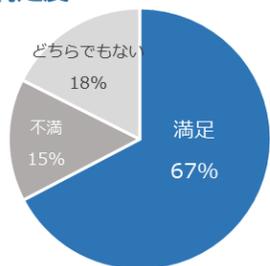
- ✓ フリーパスのメインユーザーは、30～50代で特に、女性の利用者が多い。



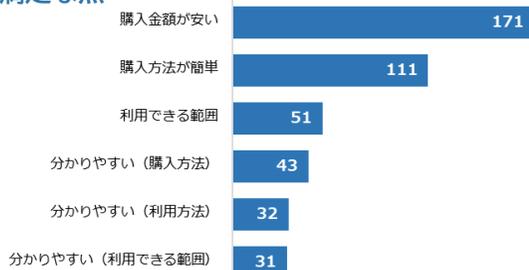
### 利用者の声

- ✓ 市ホームページ上に作成したアンケート調査のリンクを添付したメールを、フリーパスの購入者に対して、購入した翌月上旬に送付
- ✓ フリーパスを利用した方の約7割が満足されている。その要因としては、安さや購入方法が簡単であることが評価されている。
- ✓ 一方で、利用できる範囲の狭さや利用方法が難しい、手間がかかることが不満な点として挙げられている。

#### 満足度



#### 満足な点



#### 不満な点



➢R6年10月から実施

➢回答205人  
(2/19時点)

## 2. R6年度の利用促進の取組

### 市民(全世代)向けの情報発信

- 市政だより10月号への記事掲載
- 市長定例記者会見での公表
- ポスター掲示  
(庁舎、市関連施設、バス車内等)
- 市HP、SNS等での周知

### 子育て世代向け

- 小学生のタブレットへのチラシ掲載及び保護者へのメール配信
- 熊本市結婚・子育て応援サイトへの掲載
- 子育て関係のイベントでのチラシの配布

### (来熊者にも訴求) イベントやバス停等での情報発信

- 桜町BTの乗り場へのポスター掲示
- 熊本駅デジタルサイネージへの掲出
- クリスマスマーケットのパンフレットへの掲載

## 3. 課題や来年度の見通し

### 販売を開始して見えた課題

#### 利用方法

- 現在の利用方法に対して、利用者からは「手間がかかる」「利用方法が分かりにくい」といった意見が寄せられているだけでなく、**運転士にも手間が発生している。**

#### 周知広報

- 様々な媒体を活用し周知広報を実施しているものの、**周知&販売を開始してまだ日が浅く、認知度が低い状況。**
- 今後も、あらゆる手段を講じて認知度向上に向けた取組が必須。

### イベントや商業施設等での情報発信

#### 利用方法

バス事業者における決済機器の更新により利用可能となる新機能(QR認証)を活用し、利用方法を変更する。

- これまで訴求してこなかった層やメインの利用層への周知を強化し、認知度向上

#### 周知広報

今年度実施した取組は継続しつつ、現状利用が少ない10～20代の層への訴求や、メインの利用層である「30～50代の女性」に対する更なるアプローチを行う。

- これまで訴求してこなかった層やメインの利用層への周知を強化し、認知度向上&新規利用獲得を目指す。

#### その他

市関連施設(熊本城など)の入場料割引の特典を付与。

- フリーパスの価値を高め、販促につなげる。

## 5. 令和7年度の具体的な取組案

### (1) 利用方法のアップデート(QR認証への切替)

- ✓ アプリを開く必要があるものの、交通系ICカードと同じような方法で乗車が可能となり、さらには運転士の対応も不要となる。
- ✓ 利用方法のみならず運用側の対応の改善も目指す。



### (2) 周知広報

- 利用方法の変更や市関連施設の入場料割引等、サービスの改善内容を踏まえたチラシ・ポスターの作成
- 転入者を対象としたチラシの配布
- ファミリー向け集合住宅へのチラシのポスティング
- 主要バス停(熊本駅等)での街頭周知活動
- 認知度調査の結果を踏まえた周知広報

### (3) その他

#### 市関連施設の入場料割引特典の付与

購入者を対象にしたアンケート調査から、要望のあった「市関連施設(熊本城など)の入場料割引の特典付与」について、R7年度から実施し、商品としての価値を高め、販売促進につなげる。

#### その他サービス改善など

利用できるエリアやモードの拡大を要望する意見もあることから、交通事業者と協議し、サービスのアップデートに関する検討は常に行っていく。