

年間輸送人員 1 千万人以上確保に向けた増客作戦

しなの鉄道増客推進チーム

【戦略】しなの鉄道の魅力をブラッシュアップするとともに利便性を高めることによって、お客様の更なる増加を目指します。

【戦術】(1) 鉄道利用に当たってのハンディ・制約をできるだけ排除し、ユニバーサル化を進めた上で、鉄道の持つ優位性を強調していきます。

(2) 地域や関係団体等との連携を強化しながら、お客様が求めるサービス、お客様に満足していただけるサービスを、明確な営業戦略のもとに効果的に提供していきます。

(3) しなの鉄道の情報発信力を強化し、存在感を高めた上で、お客様の利用の増加につなげていきます。

【主な増客作戦事業】

① 鉄道利用のユニバーサル化

『鉄道を利用する際の障壁を排除し、自動車から鉄道への転換を促進します。』

- ◆ 二次交通を含めた総合路線図を作成します。
- ◆ 二次交通を含めた駅からのプチツアーなど、お客様への旅行モデルプランを提案します。その際、プロのライター等を活用した効果的な周知方法も検討します。
- ◆ 通勤定期利用者に対する駐車場料金の割引について検討します。
- ◆ 無料パークアンドライドの拡充について、地域と連携しながら検討を進めます。

② 乗車券、企画商品類の魅力向上

『ターゲット、テーマ性を意識した商品企画を行います。』

- ◆ シルバーパスの発行など高齢者向け商品の強化について検討します。
- ◆ 1年定期乗車券の発行について検討します。
- ◆ 沿線地域を舞台としたアニメとの連携商品を開発します。(小諸市周辺を舞台とした『あの夏で待ってる』のアニメ画像を利用した記念きっぷなど)

③ まちのステーションとしての駅の活性化

『会社の顔、地域の玄関口としての駅の環境整備、活性化を進めます。』

- ◆ 地産地消の「市」や駅構内を利用した絵画展等、地域と連携した駅主体のイベントを強化します。
- ◆ 地域イベント会場としての駅の無料開放等、駅を地域の交流の場として活用していただくための施策について検討します。

④ 鉄道利用のサービス向上

『鉄道を利用する上での快適性やサービスの向上を図り、お客様のリピーター化や新規顧客の獲得を目指します。』

- ◆ 115系車両の一部について座席の転換クロスシート化を行い、車両の居住空間の快適化を進めます。
- ◆ ICカード乗車券の導入について検討を進めます。

⑤ 沿線地域等との連携

『沿線の自治体や団体、地域プロスポーツ等との連携による相乗的な活性化を図ります。』

- ◆ 沿線市町等との連携による沿線の隠れた観光スポットの掘り起こしとブラッシュアップを行い、旅行エージェントに着地型観光商品として売り込んだ上で、関係者とタイアップして首都圏等からの誘客を強力に展開します。
- ◆ 『しなの鉄道に乗って「AC長野パルセイロ」と「信州ブレイブウォリアーズ」を応援に行こう』をキャッチフレーズに、車内や駅でのホームゲーム開催日時の告知や車内モニターを使っでの選手紹介等を行います。なお、チームのヘッドマーク装着やラッピング車両の運行等についても検討します。

⑥ 広告宣伝力の強化

『広告宣伝等による情報発信力を強化し、しなの鉄道をより強力にアピールします。』

- ◆ しなの鉄道をより戦略的にアピールするために、ホームページを全面リニューアルします。
- ◆ 各種メディアを使った宣伝広告を大幅に拡充強化します。
- ◆ お客様に親しまれる新キャラクターを作成し、これを使った効果的なプロモーションを展開します。