

第5回「高速バス・マネジメント・フォーラム」を開催しました

高速バスマーケティング研究所株式会社（横浜市。代表取締役：成定竜一。以下、当社）は、12月5日（火）、東京・新宿エルタワー30階「サンスカイルーム」にて、第5回「高速バス・マネジメント・フォーラム」を開催いたしました。



バス事業者ら145人が参加

本フォーラムは、全国の高速バス、路線バス事業者、車両メーカーや予約サイトなど関連業種を対象に、業界が直面する課題やその解決法を専門家が解説するとともに、事業者の取り組み事例を紹介する大型の有料セミナーです。

2015年以来2年ぶり5回目の開催となる今回は、バス事業者の役員、管理職を中心に145人が参加しました。

セミナー終了後は懇親会が行われ、全国の同業者どうしで親交を深め、情報交換が行われました。

6人の講師が代わる代わる登壇

本年は3つのテーマを設定し、当社代表、成定による開会挨拶の後、それぞれ分野の専門家や、興味深い取り組みを行っている事業者ら6人の講師が講座を担当しました。

開会挨拶

成定竜一（当社代表）

高速ツアーバス問題や貸切バス単価下落の問題が制度改正によりひと段落した。だが、＜地方の人の大都市への足＞として成長した我が国の高速バス事業に取って、地方部の人口減少は市場縮小に直結する。旅行形態が団体から個人へシフトが進み、貸切バス市場も縮小する。長いスパンで事業のあり様を考えないといけない。

既に「地方→大都市（主に既存事業者）」「大都市⇄大

市（JRバスや高速ツアーバスからの移回事業者）」市場を握る高速バスにとって、次の成長分野は「大都市・海外→全国津々浦々への個人観光客」市場である。

だが、この市場は多くの競合が狙っている。既存旅行会社やOTAのほか、グローバルなプラットフォーマーが乗り出すかもしれない。宅配便業界がそうなりかけたようにグローバル企業の下請けで苦勞することなどないよう、地元根付いた強みを活かし、既存事業者自らの手でその市場を開拓してほしい。

本年度のテーマ

- 「自動運転バス」がもたらす未来
- 個人旅行化が進む観光とバス事業
- バス事業者の「広報」のあり方

テーマ① 「自動運転バス」がもたらす未来

大澤定夫氏 ソフトバンクグループ SBドライブ(株)シニア・プロジェクト・マネージャー



日本テレコム（現・ソフトバンク）に入社以来、IoTエンジニアとして活躍する大澤氏は、自動運転バスのプロジェクトを統括するにあたり、大型二種免許を取得して自ら実験車両を運転する。

同社は、内閣府による実証実験を受託し、既に沖縄で公道での走行実験を実施中だ。当初は中古の日野「リエッセ」改造車だったが、本年11月の実験より「ポンチョ」新車に代替わりした。GPSやセンサー、道路側のビーコンなどを活用し、既に実験車両が公道上でハンドル、ブレーキなどを自動操作している。バス停では、歩道までわずか4cmの距離に正確に正着している。大小さまざまな課題があるが、技術と事業者をつなぐサービスを提供し、人手不足解消や過疎地での公共交通網維持などに貢献したい。

当社代表：成定の所感 運転席のない「無人運転」を想像し現実感に乏しい人が多かったようで、よく知る「リエッセ」「ポンチョ」が公道上で乗客を乗せ自動運転する動画を見て参加者は驚いていました。

テーマ② 個人化する観光とバス事業

S・キャメロン氏 南薩観光(株)
グローバルチーム リーダー

現地集合の着地型ツアーを開始。九州内を3泊で回る。多数の国からの訪日客の混乗で地元を案内するので、訪日客が多くなく発地型ツアーが設定されない欧米豪などからの訪日客増に期待。全国の貸切バス事業者と連携し、各社のツアーを乗り継げば全国を周遊できるよう「Japan Coastline Alliance」を結成。



阪田悦規氏 神姫バスツアーズ(株)取締役部長

京阪神での着地型ツアーや高速バス連動型ツアーの好調を受け「東京～富士山～高山～金沢～京阪」のホップオン・ホップオフ型着地型ツアーを開始。同区間をバスは毎日1往復(車両は片道当たり2台必要)し、立ち寄り観光や昼食も組み込まれるほか、乗客は途中で降りて自由に観光・宿泊し、翌日以降の便で次の地点に移動可能。「バスツアーと高速バスの中間」商品(募集型企画旅行)。



成定竜一 (当社代表)

日本のツーリズムは、旅行会社主導により「団体」「有名観光地」「大型旅館」の総花的旅行が中心だったが、旅行者が成熟し、パーソナルな「体験」「交流」を求める個人自由旅行にシフトしている。バス業界は、この変化に対応せねばならない。

一方、現在の高速バスのあり方では、旅行者の認知不足、乗換や手荷物の手間など個人観光客が利用するには課題が多い。「移動+観光」型の商品作りや、国交省が促進する手荷物託送(手ぶら観光)サービスを通し、公共交通を乗り継いで旅行しやすい「コリドー(観光回廊)」作りが重要だ。



テーマ③ バス事業者の「広報」のあり方

林田広司氏 西日本ジェイアールバス(株)
取締役営業部長

軽井沢スキーバス事故で「ドリーム号」の集客が打撃を受けた。「プレミアムドリーム」の後継車導入に際し「ドリーム号」のブランド確立のため、有名タレントを起用したうえで名称公募、発表会など断続的に話題を創出し、芸能系や女性誌系のメディアにも情報提供した。SNS活用によりお客様の生の声を届き、仕事の進め方が「世の中」を意識するようになった。

矢嶋敏朗氏
(一社)日本旅行業協会 広報室長

<静岡県警から第一報。「深夜の新東名でバス横転、転落。貴社の高速バスと思われる。運転手死亡、床下仮眠室の交替運転手心肺停止。乗客にも死傷者多数」>から始まるクライシス時のシミュレーション。報道対応の姿勢から警察への情報提供、緊急記者会見の段取りまでを説明した。

成定竜一 (当社代表)

マスメディアやウェブメディアを上手に活用することは、ブランド価値向上にも、クライシス時の信頼回復にも有効だ。前者では、「メディア受けする商品」と「儲かる商品」は異なるので戦略的な情報発信が必要。後者では、バスの専門家ではない社会部の記者らにどう情報を伝えるかが重要だ。

ブースコーナー&懇親会も

セミナー会場内にはブースコーナーも設置し、長めにとった休憩時間に多くの参加者が訪問していました。特に、機器メーカーや乗務員求人サービスの会社は、本フォーラムの参加者の多くを占める営業部門の管理職とふだん交流することが少ないため、営業サイドの生の声を聴けたと好評でした。



ブースコーナー

(株)オージ様。
最新のLED行先表示器などを展示

リッツMC(株)様。バス乗務員専門の求人サイト「バスドライバーnavi(どらなび)」を訴求

他に、(株)サポートエクスプレス(乗務員向け研修・教育)、(株)OH(ツーリズム産業向けFIT集客支援、ウェブサイト制作)が出席

当社代表・成定竜一



1972年兵庫県生まれ。早稲田大学商学部卒。楽天バスサービス(株)取締役などを経て2011年より現職。国土交通省「バス事業のあり方検討会」委員など。主に「既存」高速乗合バス事業者を対象にコンサルティングを提供

セミナー終了後は別室で懇親会を開催。全国のバス事業者らが交流を重ねました。セミナーから懇親会まで通して、バス乗務員専門の求人サイト「バスドライバーnavi(どらなび)」を運営するリッツMC(株)



の中嶋美恵社長が司会進行を担当。懇親会の乾杯発声は、高速バス座席管理システム「発車オーライネット」を運営する(株)工房の成田明正社長にお願いしました。

翌日には「FIT対策セミナー」を開催

遠方からご参加で都内泊のお客様も多いことから、翌6日(水)には(株)OH主催により無料セミナー「高速・乗合バス事業者のFIT対策～先人に学ぶ「集客から現場まで5つの法則～」が開催され45人が参加しました。

2004年の設立以来、ツーリズム産業、主に宿泊施設向けにインバウンド対策を支援してきた同社の高橋英知社長が、FIT化が進むインバウンド市場の環境変化について講演し、当社代表・成定が、バス事業者が対応すべき具体的な取り組みを提言しました。

高速バスマーケティング研究所株式会社

横浜市港北区大倉山 1-25-2-401

Phone/fax 045-513-8504

e-mail info@buskenkyujo.co.jp

