

業務説明書

1 委託業務名

観光系バス路線プロモーション動画制作委託

2 履行期間

契約締結日から令和2年3月31日まで

3 履行場所

横浜市交通局

4 業務目的

連節バス「ベイサイドブルー」(以下、連節バス)、観光スポット周遊バス「あかいくつ」(以下、あかいくつ)をはじめとする都心臨海部バスネットワークの認知獲得、利用促進を目的としたPRを効果的に実施するための動画を制作すること。

5 事業予算

総額 3,000 千円 (消費税及び地方消費税を含む) 以内とする。

6 委託内容

(1) バス路線ネットワークPR動画制作

- ア 動画尺 30 秒
- イ ターゲット 横浜への来街者、および横浜市民
- ウ 狙い 2020年6月の連節バス運行開始にあわせて、あかいくつをはじめとする都心臨海部のバス路線の再編を行い、利便性をより高めます。そのことについて事前に周知し、運行開始に向けて期待感を醸成し、利用促進につなげます。
- エ 必須要素
- ア) 連節バス・あかいくつ・ピアライン・一般バス路線の各車両イメージ (アニメーション、実写映像いずれでも可)、および名称
- イ) バスネットワークの訴求ポイント
- ・連節バスが横浜駅始発～新港エリア～山下エリアの各拠点間を水際線沿いで結ぶことで拠点間移動のアクセス利便性が向上すること。
視認性が高く分かりやすいこと。快適なバス車内、バス待ち環境であること。
 - ・あかいくつは主要な観光スポット間をきめ細かに従来より高頻度で運行すること。
 - ・ピアラインは桜木町駅と港 (新港ふ頭、大さん橋)を縦軸で結ぶこと。
 - ・上記および一般路線を含め、このエリアのバス交通がより便利になること。
- ウ) 横浜の都心臨海部をイメージさせる風景 (アニメーション、実写映像いずれでも可)
- エ) 横浜市交通局ロゴマーク
- オ 支給素材 プロモーション共通キービジュアル・ロゴ等データ、連節バス外観パースデー

- タ、横浜市交通局ロゴマーク
 ※連節バス外観パースデータの使用は必須ではありません。
- カ 撮影 必須ではありません。(すべてアニメーション等で表現する提案も可)
 必要に応じて実施。
- キ 言語 日本語・英語の併記
- ク データ形式 WMV等
 ※契約決定後に別途指示します。
- ケ 放映場所 市営地下鉄車内デジタルサイネージ、市営地下鉄横浜駅デジタルサイネージ、
 JR横浜駅構内デジタルサイネージ、市営バス車内、交通局WEBサイト等
- コ 注意事項 ア) プロモーション全体のトーン&マナーを統一するため、委託者から支給する
 プロモーション共通キービジュアル・ロゴ等を用いながら動画を制作すること。
 ※契約決定後に支給します。
 イ) 連節バスの実車は、令和2年12月頃に納車予定。その後、営業所内では撮影
 可能ですが、実際のルートを走行している風景の撮影はできません。

(2) バス車内デジタルサイネージ用観光紹介動画制作

- ア 動画尺 1 停留所あたり 60 秒～120 秒程度
- イ 停留所数 ア) 連節バス 15 か所 (横浜駅前、パシフィコ横浜、山下ふ頭など)
 イ) あかいくつ 17 か所 (桜木町駅前、赤レンガ倉庫、中華街など)
 ※停留所位置および数量は変更になる場合があります。運行ルート詳細は、契約締結後に受託者に提示します。
- ウ ターゲット 横浜への来街者 (バス乗客)
- エ 狙い 連節バス、あかいくつの車内で、走行位置に応じて、次点停留所案内、次点停留所での鉄道・バス乗換案内、周辺の観光スポット紹介を効果的・魅力的に行うことで、目的地以外の立ち寄り箇所を増やし、乗客の乗降回数増加および沿線への送客を図る。
- オ 必須要素 ア) あかいくつ、連節バスの概要紹介 (コース概要・ルート図、名称由来等)
 イ) 次点停留所案内
 ウ) 次点停留所案内の他バス路線、鉄道への乗換案内
 エ) 各停留所付近の主要観光スポットの紹介素材
 ※紹介スポットは委託者と協議の上決定
 ※あかいくつ停留所、連節バス停留所ではそれぞれで各路線ごとに統一のデザインフォーマットとする
- カ 支給素材 プロモーション共通キービジュアル・ロゴ等、連節バス外観パースデータ、横浜市交通局ロゴマーク、各停留所名称 (日本語、英語、簡体字、繁体字、韓国語)
- キ 撮影 各観光スポットの紹介素材や、あかいくつ素材等について撮影を行う。
 (受託者が保有する素材を流用することも可。ただしその際、最終的な動画の著作権は委託者に帰属させること。)
 各施設やスポットの撮影に際しての先方との日程調整や、許可申請は受託者が行う。

- ク 言語 日本語・英語の併記
※ただし、次点停留所案内は日本語・英語・簡体字・繁体字・韓国語をそれぞれ表記する。
- ケ データ形式 WMV等
※契約決定後に別途指示します。
- コ 放映場所 ア) 連節バス 4両 車内合計4か所のデジタルサイネージ
イ) あかいくつ 9両 車内合計2か所のデジタルサイネージ
- サ 注意事項 ア) プロモーション全体のトーン&マナーを統一するため、委託者から支給するプロモーション共通キービジュアル・ロゴ等を用いながら動画を制作すること。※契約決定後に支給します。
イ) バス車内デジタルサイネージでは、当該制作動画のほか、広告も放映されます。広告素材についても、走行位置に応じて放映切り替えを行います。放映方法詳細は、契約締結後に受託者に提示します。
ウ) 動画音声の出力はバス車内ではできません。観光スポットの名称や見どころなどはテロップでの表記となります。(テロップの文字数は視認性を考慮し、1画面あたり最大でも30字程度とする)
また、バス車内放送で観光スポットの見どころ紹介を自動放送でアナウンスしており、アナウンス内容と動画内容をあわせる必要があります。今回の制作した映像にあわせて、別途委託者でアナウンス内容を改定する予定です。観光スポットの紹介アナウンスが入れられるようなカット構成としてください。

7 その他

業務の遂行に際しては、次の事項に十分配慮すること。

- (1) 提案された内容全てにおいて、実施することを確約するものではなく、内容及び金額については、委託者と調整すること。
- (2) 委託者は、必要に応じて業務内容を変更することができることとし、この場合、委託者、受託者とは協議して定めること。
- (3) 受託者が本業務によって委託者または第三者に損害を与えたときは、受託者が賠償の責任に任ずるものとする。

連節バスを活用した「高度化バスシステム」について

1 趣旨

平成 27 年に策定した「横浜市都心臨海部再生マスタープラン」では、地域全体の回遊性を高めるため、まちの賑わいづくりに寄与する新たな交通を導入することとしています。

中でも、MICE 施設の整備や客船受入れ機能の強化等が進められている水際線沿いでは移動需要の増大が想定されており、交通機関の早期導入による回遊性の確保が求められています。

これらを踏まえ、平成 32 (2020) 年までに連節バスを活用した「高度化バスシステム」を導入することとし、検討を進めてきましたので、ご報告します。

2 連節バスを活用した「高度化バスシステム」の概要

(1) 基本コンセプト

都心臨海部全体の回遊性を高め、市民だけでなく、観光客などの来街者にとっても、わかりやすく、使いやすく、快適に回遊できるバスシステム

表 1 基本コンセプトの具体化に向けた視点と取組内容

視点	取組内容※
わかりやすさ	まちのシンボルとなり、初めて訪れる人でもルートが明確 認識しやすい車両、明確なルート案内、案内システムの充実
使いやすさ	駅や主要な観光施設等を結ぶルート設定・スムーズな乗降や乗継により回遊性を向上 最適なルート設定、スムーズな乗降、利用しやすい乗車券、乗継しやすい環境、観光案内の充実
快適さ	利用者が移動する際に快適に過ごせ、乗ること自体を楽しめる環境の整備 快適な車両、バス待ち空間の充実、定時性の確保

※取組内容については、技術開発の動向などを踏まえ、段階的に検討を進めます。

3 「高度化バスシステム」の事業計画

(1) 平成 32 (2020) 年時点での導入ルート

横浜駅東口を起点とし、水際線沿いを中心に来街者が利用する主要な施設を結び山下ふ頭を終点とするルートとします。

停留所の詳細な位置等については、今後関係者との調整を進めて確定します。

なお、導入時には、同エリアを運行する既存バス路線を再編し、最適なバスネットワークを構築します。

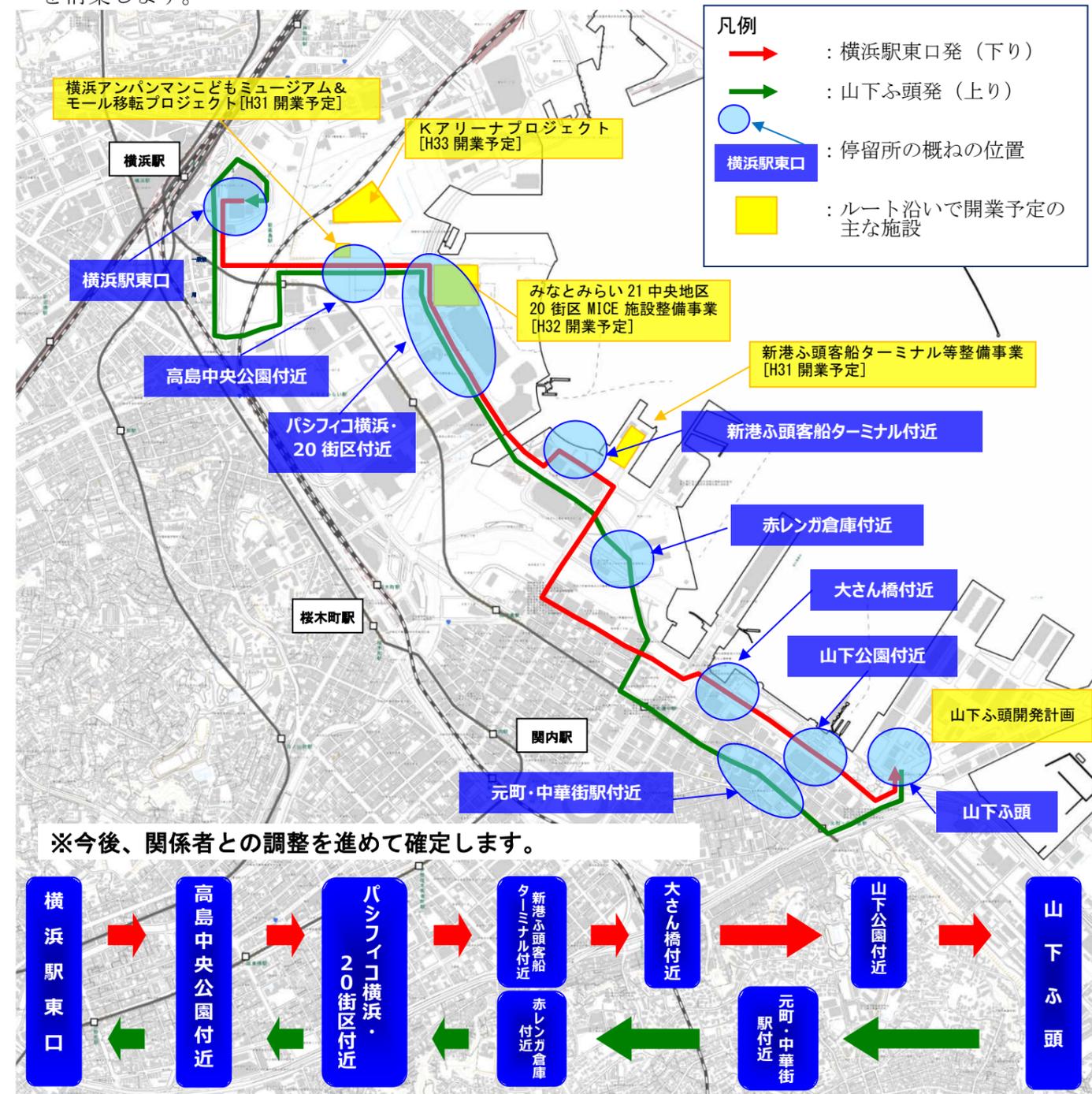


図 2 平成 32 (2020) 年時点での導入ルート

(2) 運行時間帯・運行本数

ア 運行時間帯

都心臨海部での需要が大きいと想定される、概ね10時台から19時台までとします。

イ 運行頻度

平成32(2020)年の導入時には連節バス4台で1時間あたり2~3本とし、導入後の利用状況やまちづくりの状況を踏まえ、見直しをしていきます。また、繁忙期・多客時は一般車を組み合わせたダイヤとするなど、利便性の確保を検討します。

(3) デザイン・名称

ア デザインの基本的な考え方

横浜のシンボリックな色である青に水面のきらめきを表現する光沢を持たせた「マットメタリックブルー」を用い、景観にアクセントとなり路線バスと差別化できる単色づかいのバスとします。また、利用者からの視認性を高めるために車体にシンボルマークを配置します。

イ 名称

水際線沿いを疾走する青い連節バスをイメージさせる「**BAYSIDE BLUE**」とします。

ウ シンボルマーク

移動する「2つの車体(連節バス)」をダイナミックな「2つの波」に見立ててシンボルマークとし、広がりのある空と海をイメージさせるブルーのバスに施します。



図3 シンボルマーク



図4 車両デザインのイメージ

表2 連節バス車両の主な諸元

定員	120~130名程度
座席	50席程度
全長	18.0m程度
全高	3.2m程度
全幅	2.5m程度
車両総重量	25.0t程度

(4) その他の機能 ※写真はイメージです。

交通拠点サイネージ



バスロケーションシステム



車内乗換案内



出典:新潟市BRT第1期導入事業概要(新潟市)

4 事業スケジュール

平成30年度に車両調達や詳細設計等を行い、平成31年度は整備工事等を実施し、平成32(2020)年6月頃に運行を開始する予定です。また、運行開始に向けて周知・PRを図ります。

表5 事業スケジュール

年度	平成30(2018)年度	平成31(2019)年度	平成32(2020)年度
車両調達	車両導入	車両架装・試走	★運行開始 (6月頃を予定)
車両整備機器等	改修工事	洗車機改修	
運行情報システム整備 (バスロケーションシステム等)	基本・詳細設計	整備工事	
停留所整備	デザイン検討	整備工事	

この他、道路インフラ整備を都市整備局・道路局・港湾局で行います。

連節バスを含む都心臨海部バス路線ネットワークの考え方について

1 事業の経緯

都心臨海部では近年開発が進み、大型コンサートホール、企業の進出等が相次ぎ、今後來街者の増加が見込めるエリアです。

当局では、それにあわせて令和元年10月末運行開始のピアライン、令和2年6月運行開始の連節バス、また既存の観光スポット周遊バスあかいくつ、みなとみらい～新港～山下～元町・中華街エリア～山手までの都心臨海部を運行する既存一般バス路線、これらのバス路線ネットワークを再編し、あわせて新しい乗車券制度を構築することで都心臨海部バス路線全体の利便性向上、来街者の回遊性向上を図ることを目的とした再編事業を令和元年度から実施しています。

2 主要なバス路線

種類	ルート概要	台数	運行間隔	運行時間帯	年間乗車人数
連節バス	横浜駅～パシフィコ横浜～山下ふ頭	4両 (4両運行)	概ね 20～30分間隔	10～19時台	58万人 (見込み)
あかいくつ	桜木町駅～赤レンガ倉庫～中華街～港の見える丘公園～山下公園～大さん橋～桜木町駅	9両 (平日5両、土休日8両運行)	平日： 15～20分間隔 土休日： 12～15分間隔	平日： 10～18時台 土休日： 10～19時台	87万人 (30年度実績)
ピアライン	桜木町～新港ふ頭～大さん橋～日本大通り駅～桜木町	5両 (3両運行)	概ね 12～20分間隔	7～23時台	50万人 (見込み)

上記に加え、主要な観光スポットを通る既存一般バス路線「8、58、148系統」(横浜駅～桜木町駅～中華街入口)、「26系統」(横浜駅～桜木町駅～山下公園前)等も含めて、当該エリアの利便性が向上します。

3 当該エリアのバス路線で使用できる主な乗車券

(1) みなとぶらりチケット

価格 大人 500円 小児 250円

適用範囲 市営バス 横浜～元町・港の見える丘公園、三溪園
市営地下鉄