スマートフォンアプリ「SpotTour」を活用した公共交通スタンプラリーの実施と関係者へのデータ共有

佐々木英穂・阿野いつみ／広島県地域政策局交通対策担当　山岡弘和・中村太覚／（公社）広島県バス協会　宮地岳志・岡田あかね／（株）バイタルリード

背景

広島県では、各種交通事業者と行政からなる「広島県公共交通移動活発化検討会」を設置し、多様な策に取り組んでいる。一方で、交通事業者・観光事業者はコロナ禍で大きな打撃を受けている。

◎県内の観光地にアクセスできる公共交通機関の認知向上、◎コロナ禍で減少した交通事業者・観光事業者等の売上回復、◎企画乗車券・デジタルチケット等の連携による地域全体の魅力アップを目指し、交通事業者や自治体で構成するワーキングを立ち上げ、公共交通で県内の観光地等をめぐる「スマホ de のりものスタンプラリー」を企画・実施した。

2019 年度の取組

期間：2019.9.22 ～ 2019.12.15

- 自治体の協力を得て計 57 スポットを設定（一部はバス車内に設定）
- システム会社にアプリを外注（既存システムのカスタマイズ対応）
- GPS またはビーコンでスタンプを獲得
- 参加者は専用アプリをダウンロードして参加

- 85 日間で 1,057 人が参加し一定の集客効果が確認された
- 継続には周知強化による集客アップ、システムの運用コスト低減が課題
- 協力した施設などからは、「参加者のデータ」への興味関心が高い

※2020 年度はコロナ禍で中止

2021 年度の取組

期間：2021.12.12 ～ 2022.2.13

○「SpotTour」を採用

持続可能な観光整備を目指し、スポットツアー株式会社が無料で提供するプラットフォーム。Web 管理画面でクラウドガイドとしてツアーを作成すると、アプリで無人観光のツアーを配信できる。（プラットフォームは、初期費用 0 円・月額費用 0 円で利用できる。配信できるツアー数も無制限。）利用者は会員登録不要で無料で利用できる。
https://spottour.jp/

○3 回開催したワーキングでは、グループに分かれてワークショップ形式で議論しながらツアー造成、振り返りを実施

第 1 回ワーキング（11 月）

- 趣旨、概要説明
- SpotTour 説明
- ツアー造成ワークショップ（スポットの設定など）
  →コンテンツ作成は持ち帰って継続
  →決まったコンテンツは、事務局やワーキングメンバーがプラットフォームへ登録（GPS 機能でスタンプを獲得するため現地での準備は無し）

第 2 回ワーキング（12 月）

- ツアー、アンケート内容確認
- 賞品（運行事業者・自治体・関連施設等から提供）
- 広報

9 ツアー（計 69 スポット）が完成→

スタンプラリー開催

- 事務局で各種データ、アンケートのとりまとめ

第 3 回ワーキング（3 月）

- 結果概要説明
- 意見交換

各ツアーに参加しスタンプを集める

規定数を集めるとプレゼントに応募可能

アンケート回答で応募完了

※Google フォームへリンク

複数ツアーをクリアすると豪華賞品が当たる総合賞にも自動エントリー

結果

期間の約半分がまん延防止等重点措置の適用となり、積極的な周知活動もできない中、参加者は全ツアーでのべ 521 人に留まった。イベント終了後、アプリで取得したデータ及びアンケート結果をワーキングで共有し、意見交換を行うことができた。

吹き出しは第 3 回ワーキングでの意見

SpotTour で取得できたデータ

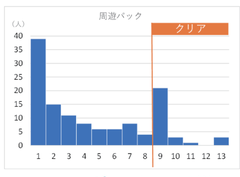
※ユーザ ID で管理され個人属性等は含まれない。Web 管理者画面からダウンロード可能。

▼スタンプ取得数

ツアー名称		スタンプ名称	スタンプ獲得人数
「広島周遊パック」ツアー【9個でクリア】	1	広島城	72
	2	広島県縮景園	19
	3	広島県立美術館	50
	4	ひろしま美術館	60
	5	5-Daysこども文化科学館	49
	6	広島市江波山気象館	22
	7	広島市郷土資料館	28
	8	やまだ屋 宮島本店	30
	9	広島駅 OKOSTA（オコスタ）	53
	10	おりづるタワー HIROSHIMA ORIZURU TOWER	78
	11	マリホ水族館	27
	12	宮島手づくり工房	30
	13	みやじマリン 宮島水族館	18

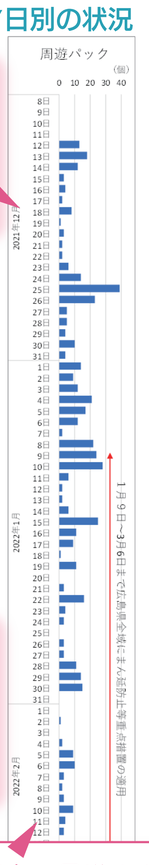
各スポットをバランスよく周っていただけた。

▼スタンプ取得数別のユーザー数

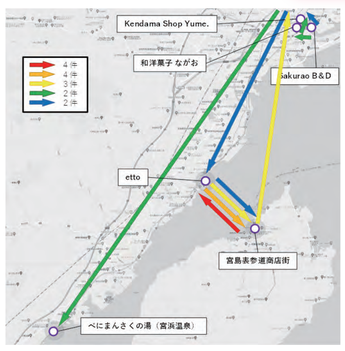


イベントをするなら日曜日より土曜日がいいと感じた。

▼日別の状況



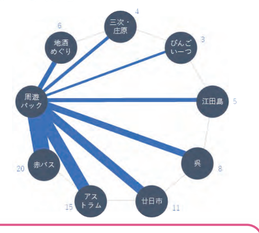
▼スポットの巡回順



アンケートでは公共交通を使ったと回答した人がいるが、経路分析を見ると車で来たように見えて疑問は残る。

▼複数ツアーのクリア状況

クリアしたツアー数	実人数	割合
1 つ	40	57.1%
2 つ	12	17.1%
3 つ	5	7.1%
4 つ	3	4.3%
5 つ	3	4.3%
6 つ	3	4.3%
7 つ	0	0.0%
8 つ	1	1.4%
9 つ	3	4.3%



複数クリアしている人が多く、近接するエリアでまたがって参加されたのだと思う。

２つ以上のツアーをクリアした方もいるので、これくらいの規模感でイベントを実施することで移動が生まれるのだと思う。

シーズンオフの冬にこれだけの方が来て周遊されたことは重要（お得な乗車券も販売できなかった期間であったのに…）。イベント期間を長く設定すれば、季節による行動の違いが見えたかもしれない。

アンケートフォームで取得できたデータ

- ○年代
- ○居住地
- ○同行者
- ○イベントの満足度等
- ○イベントを知った媒体
- ○参加の理由
- ○スポット以外への立ち寄り
- ○スポットへの意見

スポットに設定した観光施設より「子連れの参加が多く、家族連れの満足度が高いという結果が参考になった」というご意見があった。

チラシで知った人が多かったが、コロナの影響で目に触れる機会も少なかったのでは。例えばインスタで、「# 行ってみた」「# カフェ」など少しひねったハッシュタグをつけることで、違う切口からのアプローチもできるのでは。

▼乗換検索の利用状況

Google	54.5%
Yahoo!	18.2%
ナビタイム	0.0%
駅探	0.0%
駅すぱあと	9.1%
乗換案内（ジョルダン）	0.0%
くるけん	0.0%
BUSit	0.0%
乗換検索等は使っていない	27.3%
その他	9.1%
n=11	100.0%

使った乗換検索は半分以上が Google。江田島バスは Google 検索に載せているので良い結果。

▼利用した乗車券等

ひろしまMaaSグルっとライドチケット(デジタルチケット)	3.0%
広島周遊パック(デジタルチケット)	0.0%
広島たびパス1day(紙チケット)	6.1%
広島たびパス(24時間券)(デジタルチケット)	3.0%
一日乗車乗船券（広電電車全線＋宮島松大汽船(宮島口～宮島航路)）	0.0%
広電電車全線一日乗車券(紙チケット)	0.0%
広電電車 乗車券（8時間）（デジタルチケット）	0.0%
広電電車 乗車券（24時間）（デジタルチケット）	0.0%
シェアサイクル「ぴーすくる」1日パス(デジタルチケット)	0.0%
「街へGOGO！おでかけピンポさんPASS」（デジタルチケット）	9.1%
めいぷるーぷ 1日乗車券	3.0%
のれパスて～き	0.0%
いずれも使っていない	78.8%
その他	0.0%
n=33	100.0%

乗車券の購入では、「ピンポさんパス（土日祝のみ利用可）」が最も多かった。土日祝の利用増加が課題なので、参考にしていきたい。

▼公共交通の利用状況

	バス	路面電車	JR	アストラムライン	自家用車	自転車	タクシー	船	その他
使っていない	25.9%	37.0%	44.4%	77.8%	51.9%	77.8%	100.0%	59.3%	96.3%
1 回	48.1%	29.6%	44.4%	18.5%	33.3%	7.4%	0.0%	22.2%	3.7%
2 回	14.8%	18.5%	7.4%	0.0%	11.1%	3.7%	0.0%	18.5%	0.0%
3 回	11.1%	7.4%	3.7%	3.7%	3.7%	7.4%	0.0%	0.0%	0.0%
4 回	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%
5 回以上	0.0%	7.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	n=27	n=27	n=27	n=27	n=27	n=27	n=27	n=27	n=27

総括

コロナ禍の影響があったものの、公共交通の利用、観光施設等への誘客効果が認められた。デジタルスタンプラリーは参加者が個々に活動するため直接的な効果や反応が把握しにくいが、それを補う客観的なデータを提供することで関係者間での意見交換が活発化し、問題や課題の発見、さらには解決策の検討まで議論が深まるなど前向きな姿勢にもつながった。継続的な事業実施には交通事業者・自治体・観光施設等の協力が不可欠であり、そのために客観的なデータによる効果の提示は重要な要素の１つであると示唆される。

※掲載している SpotTour の画面、無料サービスの範囲、取得データ等は運営当時のものです。