

資料No.3

江田島市公共交通協議会
令和3年3月18日

『乗って江田島航路』スタンプラリー2020について

1 概要

市内の航路事業者と連携して行った『乗って江田島航路』スタンプラリー2020の実施期間（R2.11.1～R3.2.28）が終了したので、イベントに係る実績を報告します。

2 スタンプラリーの概要

(1) 対象航路

広島市と呉市を結ぶ市内7航路

（※秋月航路は、令和2年11月16日～令和3年5月31日まで期間運休）

(2) 実施期間

令和2年11月1日（日）～令和3年2月28日（日）

(3) 賞品（スタンプ数に応じて、抽選で賞品をプレゼント。）

<p>パーフェクト賞 5名</p> <p>銀河ランチ付き ペア乗船券 (5組10名)</p>		<p>対象航路すべてに乗船し、スタンプを7個集めて応募しよう！抽選で広島ベイクルーズ『銀河』ランチ付きペア乗船券を5組(10名)様にプレゼント。船上での贅沢なランチタイムをお楽しみください。</p> <p>※秋月～呉航路の運休にあたり、その他の航路6個のスタンプを集めればパーフェクト賞とします。</p>
<p>がんばった賞 10名</p> <p>江田島市の特産品 オリーブオイルセット</p>		<p>スタンプを4個集めて応募しよう！抽選で10名様に江田島市が誇る特産品のオリーブオイルのセットをプレゼント。海外のコンテストでも絶賛されたオリーブオイルを味わってみてください。</p>
<p>また乗ってね賞 20名</p> <p>江田島市公共交通協議会 クリアホルダー</p>		<p>スタンプを2個集めて応募しよう！抽選で江田島市公共交通協議会の特製クリアホルダーを20名様にプレゼント。</p>

抽選にハズレても **Wチャンス!**

抽選にハズレてしまった方の中から、Wチャンス賞として **江田島市広報大使・STU48 矢野帆夏サイン入りTシャツ** を **10名様** にプレゼント!

《Wチャンス賞 応募方法》

- ①応募用紙の【Wチャンス賞】欄にもチェックを入れて提出
- ②インスタグラムで江田島市企画振興課 (@etajima_city_kikaku) のアカウントをフォロー
- ③ハッシュタグ「#乗ってえたじま」をつけて、イベント風景の写真を投稿する

※当選者には、ダイレクトメッセージで当選連絡をします。
※Tシャツのサイズは、希望に添えない場合があります。



(4) 市広報大使 STU48 矢野帆夏さんの全面協力

- リーフレットやPR 動画に登場してもらいました。
- Wチャンス賞で、市広報大使サイン入りのオリジナルTシャツをプレゼントします。
- 期間中、市広報大使の船内アナウンスやSTU48 5th シングル「思い出せる恋をしよう」をBGMとして放送しました。

4 費用

- イベントに係る費用は、約60万円となる見込みです。
- 今後も同様のスタンプラリーを実施する場合は、ゴム印や備品は再利用ができるため、40万円程度の費用で行うことができます。

項目	金額	備考
オリジナルTシャツ	34,100	20枚
銀河ランチ付きペア乗船券	75,000	5組10名 (単価7,500円)
オリーブオイルセット	58,160	10セット (単価5,816円)
リーフレット	116,050	8,000部 (A3両面)
ポスター	33,000	20部 (A2表面)
広報費	88,000	市広報大使への協力費等
ゴム印	161,700	30個 (予備を含む)
備品	46,944	・スタンプ台 (16個) ・デスクトレイ (8個) ・ブリックスホワイト (16個) ・チェーン (16個)
合計	612,954	

5 実績

○応募者総数

また乗ってね賞 (スタンプ2個以上)	がんばった賞 (スタンプ4個以上)	パーフェクト賞 (スタンプ6個以上)	Wチャンス賞 (応募者総数の内)	合計
46名	48名	61名	77名	155名

○居住地別応募者 (割合)

江田島市内	江田島市外 (広島県内)	広島県外	合計
28名 (18%)	88名 (56.8%)	39名 (25.2%)	155名

○イベントによる市内航路への乗船回数等

乗船回数：678回 (応募者の普段利用する航路等を除く。)

運賃金額：447,740円 (各航路の大人運賃で試算。)

○SNS への投稿数（#乗ってえたじま）

- ・インスタグラム：194件

※ツイッターでも、イベント情報が拡散されました。



6 考察

○イベントに協力して頂いた航路事業者からは、次のとおりの意見がありました。

- ・イベント開始直後は、船内 BGM に対する苦情があったが、R2. 12 月以降は苦情がなくなった。
- ・船員にあまり負担をかけない取組だったので、良かった。
- ・SNS の発信力の強さを改めて感じた。

○イベントのプレスリリースを配信した「PR Times」の閲覧者は2,572人であり、イベント記事が SNS で拡散されたため、スマートファンからの閲覧割合が15%と高くなっています。

○「PR Times」の記事を転載したマスコミが27媒体あり、TSS のテレビ番組でもイベントが紹介されるなど、「江田島市」を知ってもらう機会の創出と公共交通の利用促進につながったと思われます。

7 今後の対応

令和3年度以降も、新型コロナウイルス感染症の影響を鑑みながら、今回の反省を踏まえた上で、公共交通事業者と連携した利用者増加に向けた取組を推進していきます。