

令和2年度マーケティングを活用した事業計画策定支援事業
「東京諸島観光実態ニーズ調査」業務委託 《事業実施報告書概要版》

現状・課題

東京諸島への来島者の実態について、これまで年間を通じた中長期的な調査を十分に実施しておらず、各島において観光客ニーズ等に関する情報が不足している状況であった。そのため、季節に合わせたターゲット層の設定やニーズに即した旅行商品の開発等の新たな観光客誘致の施策立案が難しいという課題があった。

実施内容

上記課題解決のため、以下に示したマーケティング調査・分析を行い東京諸島観光の現状を把握すると共に、今後の観光客数の増加、来島者の満足度向上に向けた実効的な事業計画を策定した。

(1) マーケティング調査・分析

① 乗船券の半券調査	
調査方式	➤ 東海汽船乗船券の半券に記載された情報をデータ化・分析し、来島者（乗船者）の特性を把握する。
調査対象_島	➤ 下記島について調査を実施（②-④調査についても同様） ・東京都大島町、利島村、新島村、神津島村、三宅村、御蔵島村、八丈町
対象者	➤ 東京諸島来島者（東京諸島在住者は除く）
分析対象期間	➤ 平成31年4月～令和2年3月
分析項目	➤ 船名、性別、年齢、住所（市区町村まで）、来島目的、滞在状況（日帰りまたは宿泊）、発行日
有効回収数	➤ 合計約 200,000 枚

② 既存調査結果の整理、集計	
調査方式	➤ しまぼ通貨の利用履歴データ（約36,000件）を分析し、来島者の消費傾向を把握する。 ➤ 過去実施の東京諸島アクセス船におけるモバイルアンケート調査データを活用し、来島者の消費傾向を把握する。
分析対象期間	➤ 平成29年10月～令和2年3月
分析項目	➤ 島別、商業カテゴリー別、各店舗毎の消費額、来島目的、満足度、課題

③ 旅行商品ニーズ調査	
調査方式	➤ インターネットを活用し、東京諸島への来島意向・各島の旅行商品へのニーズ等を把握する。
対象者	➤ 10都府県在住者（東京、埼玉、神奈川、千葉、茨城、栃木、群馬、静岡、愛知、大阪）
調査項目	➤ 東京諸島の認知度、各島旅行商品案別_興味関心度、来島意向度
有効回収数	➤ 合計約 1,100人

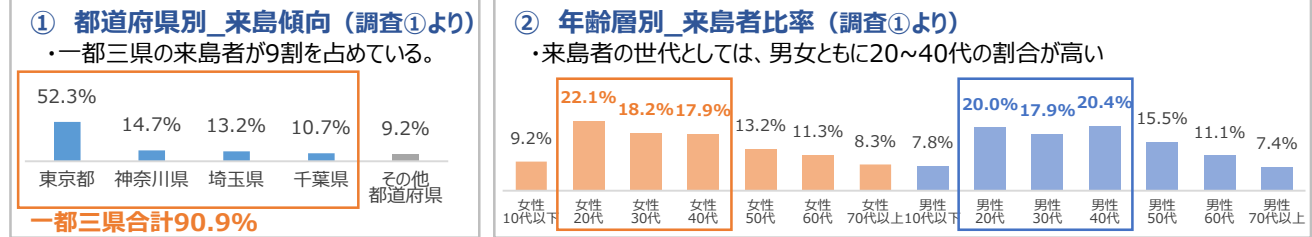
④ 来島者SNSコメント分析	
調査方式	➤ Twitterの投稿内容を確認し、ポジネガ及び旅行商品造成における示唆の高い投稿を定性的に把握する。
投稿抽出方法	➤ 東京諸島来島時のTwitter上での投稿を無作為抽出し、示唆性の高いものを選定。
分析対象期間	➤ 平成31年1月～令和元年12月
有効回収数	➤ 対象期間内に東京諸島観光者が発信した投稿（投稿抽出件数_合計454件）

(2) 事業計画の策定

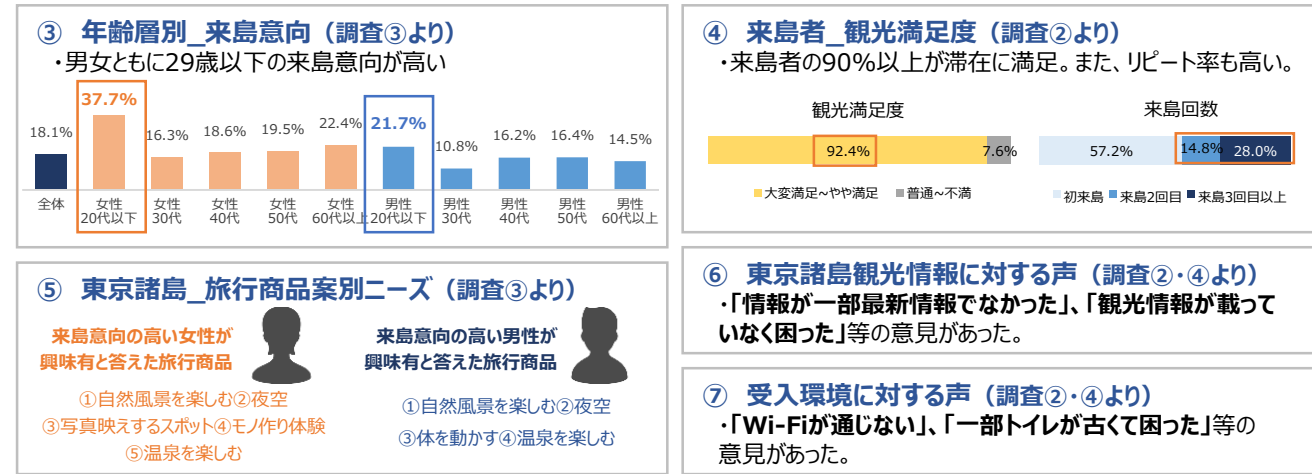
上記（1）の調査結果とその分析を踏まえ、戦略・具体的施策等をまとめた事業計画の策定を、アドバイザーの意見を踏まえながら、東京諸島観光連盟・東京観光財団とともに行った。

事業の成果

＜調査結果＞



事業対象地域	➤ 東京諸島（東京都大島町、利島村、新島村、神津島村、三宅村、御蔵島村、八丈町）
企画提案者	➤ 一般社団法人東京諸島観光連盟
受託事業者	➤ 株式会社サーベイリサーチセンター



＜調査結果の分析＞
調査結果より、今後の事業計画を策定するにあたり、以下のことが必要となることが分かった。

【分析①】全方位的ではなく、ターゲットを絞った施策の設計が必要
【分析②】狙うべきターゲットの特性に合わせた効果的なPRが必要
【分析③】来島者の満足度をさらに高めるべく、観光情報提供方法や受入環境の改善が必要

【分析③】具体的には
⇒ 来島者が必要な観光情報について、視覚的に提供する等の工夫が必要
⇒ 特に初めて島に訪れる方への事前の情報提供の強化が必要
⇒ 設備面については島全体として課題意識を持って対応することが必要

戦略① 調査結果に基づいた効果的なターゲット層の設定	①－1 未来島者（一都三県在住×29歳以下）
	①－2 リピーター
戦略② ターゲット層に対する有効なPRの実施	②－1 未来島者への個人のSNSを生かしたPRを展開 ⇒【具体的施策】SNSを活用した写真投稿キャンペーン
	②－2 コロナの終息を見据え、リピーターの関心をつなぎとめるPRを展開 ⇒【具体的施策】東京諸島の新たな魅力を発信するオンラインツアー
戦略③ 観光情報の提供方法や受入環境の改善による来島者の満足度向上	③－1 観光情報を直感的に見つけられるツールの提供 ⇒【具体的施策】各島の観光情報を掲載したデジタルマップの作成
	③－2 初来島者向けの事前アナウンスの徹底 ⇒【具体的施策】「初心者Q&A」の更なる内容充実
	③－3 島全体としての課題意識の共有 ⇒【具体的施策】島内の事業者向け説明会の実施

今後の課題・展開

今後の長期的スケジュール内容については、「①令和3年度」「②令和4年度以降」に分けて計画した。

