

伊豆ファン倶楽部事業 加盟店向けアンケート結果

■ 調査目的

伊豆ファン倶楽部のサービス向上を目指し、本アンケートでは加盟店の皆様の期待する機能やサポート内容を把握することを目的としています。いただいたご意見をもとに、サービスの改善や新たな施策の検討を行い、魅力的で効果的な会員制度を構築していきたいと考えております。

■ 調査対象

伊豆ファン倶楽部の加盟店の方

■ 集計期間

令和6年2月24日（月）～令和7年3月23日（日）

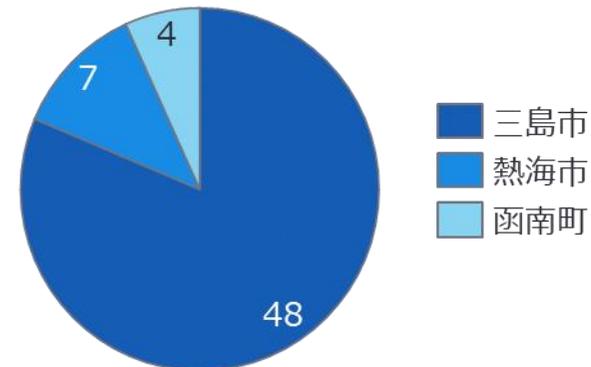
■ 調査方法

加盟店の方に対してメールで依頼、Googleフォームで回答

■ 回収件数

59件（加盟店352店舗のうち17%）

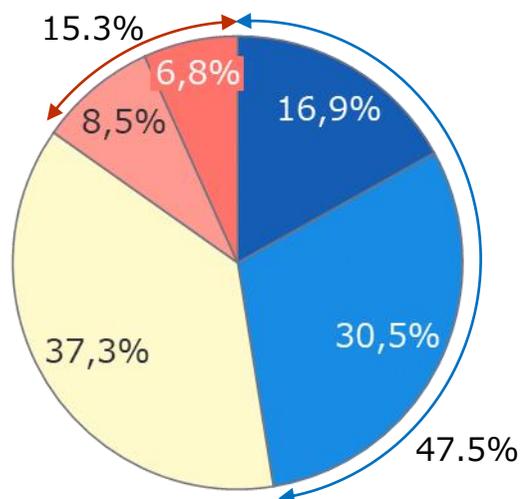
■ 店舗所在地



サービスに対しては47.5%が満足、15.3%が不満。売上拡大への寄与を実感している割合は27.1%、期待する効果は「売上貢献/集客向上」が半数を占め、最も多い。

Q1. 伊豆ファン倶楽部のサービスについて、加盟店として満足していますか？

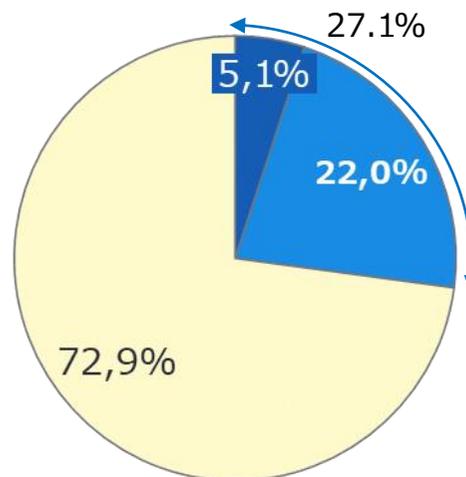
n=59



- 非常に満足
- 満足
- どちらでもない
- 不満
- 非常に不満

Q2. 伊豆ファン倶楽部に加盟したことにより、あなたのお店の売上拡大（来店者増）に寄与していますか？

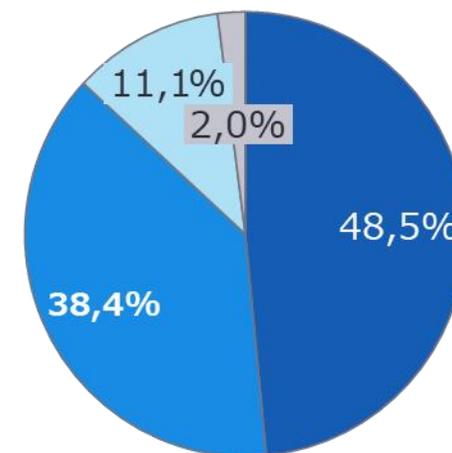
n=59



- 大きく寄与した
- 寄与した
- 変わらない

Q3. ファン倶楽部に期待する効果はどちらになりますか？（複数回答可）

n=59

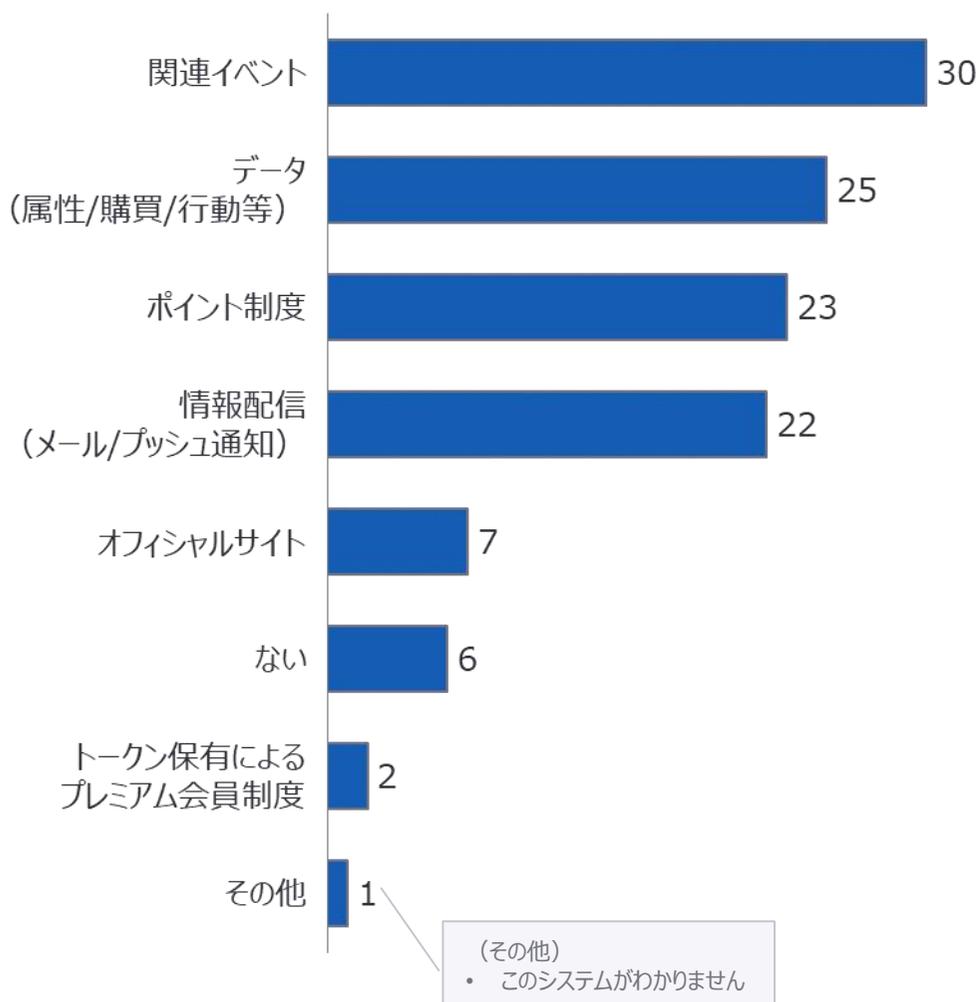


- 売上貢献/集客向上
- 地域活性
- データ利活用
- その他

有効なもの/利活用したいものは「関連イベント」最も回答数が多い。イベント開催回数増加や地域限定メニューイベント、ブランディング強化などが改善ポイントとして挙げられる。

Q4. 伊豆ファン倶楽部の機能や取組で、有効だと思うもの、利活用したいものはどちらになりますか？（複数回答可）

n=59



Q5. 伊豆ファン倶楽部について、今後あったらよいと思う機能や改善ポイントがありますか？

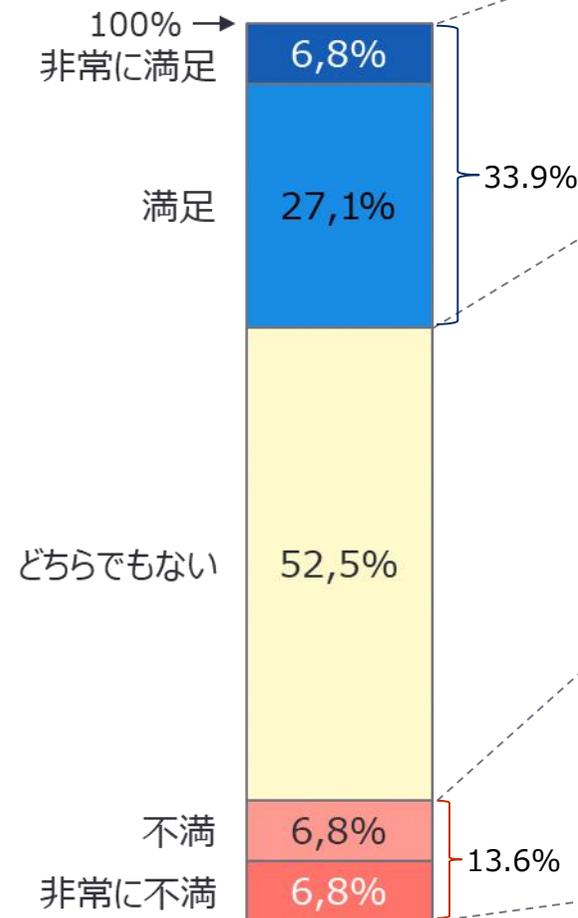
n=17

- ・ (立場上難しいとは思いますが) 人気投票、ランキングなど競い合い、ランキング1位に賞金、**地域特産材料の限定メニューイベント**など、**地域を巻き込んだ体験型のエンタメ要素**がある方が良いと思う
 - ・ 伊豆ファン倶楽部の企画自体は良いが、綺麗にまとまりすぎていて、お客さんとしては情報が多すぎて選びにくい (お店の羅列ではなく、コレが食える店! みたいな特徴がわかればコアな客はそれぞれの店に行くと思う)
 - ・ 利用者目線では他の情報アプリ (ぐるなびなど) で良いのでは? と思う
 - ・ 地方自治体だからこそできる強みを出して
- ・ アピール
- ・ **イベント開催**
- ・ イベント情報などを拡散して欲しい。
- ・ スタンプカード
- ・ その前にわかりやすい説明と認知度
- ・ そもそも現在も機能という機能がありませんが……
- ・ ポイントを貯めるメリットが少ないので、その改善。
- ・ ポイント利用した店舗に対して、メリットを設ける。
- ・ 共有、共通マスコットキャラクターをつくって**この地域を配信**してほしい。
- ・ 市や町などを越える活動をしてほしい。
- ・ 静岡県の東部の沼津、三島、熱海、伊豆、裾野御殿場などを含めた地域の呼び名を作って**ブランディング**してほしい。
- ・ 富士山と箱根と伊豆半島を結ぶ地域の名前がほしいです。
- ・ 傾向が見れる程度のデータ量を集めてからの分析
- ・ 交流会等**加盟店様同士の交流イベントが増えて**いって頂けるとありがたく思います。
- ・ 座席空き情報アプリ
- ・ 全くもってアプリが使えませんので、全面的な改善をお願いします。
- ・ 認知を高めること。
- ・ 熱海の店舗がもう少し増えてもらいたい。
- ・ 利用する方を増やすためにどうすれば良いか、改善していただきたいと思っています。

アプリの運用は33.9%が満足でその理由は店舗の負担の少なさが挙がる。一方、不満足は13.6%であり、そもそも利用者が少ないことが理由とされている。

Q6. 来店客が伊豆ファン倶楽部ポイントをもらう（使う）には、アプリ内のカメラでQRコードを読み取りますが、加盟店にとってこの運用は満足していますか？

n=59



Q7. Q6の理由を教えてください n=23

- お客様がご自身で読み込んで下さるので、こちらの負担にならないから。
- ポイントを取得しやすい層へのアプローチ。それ以外のお客様へのアプローチ法は？
- まだ僅かではありますが、お客様自ら読み取りを積極的に利用してくださっている為
- 手軽に情報をひろえるところ
- 人のいる統計が取れるのが良い施策。
- 負担が全くない

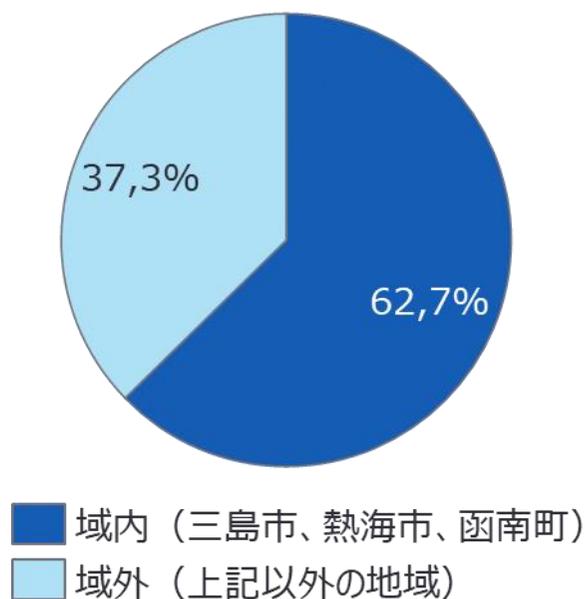
- あまり知られていないので、勧めにくい。
- ポイントが使われたことがない
- まだ、始まっていないので分からない
- まだ加盟して間もなく、わからないため。
- まだ読み取りするお客様が来たことがないです
- まだ利用がない。
- 活用出来てない
- 使用されていないので、わからない。
- 浸透して無さ過ぎて無用の長物
- 読み取りしているお客様を見たことがない
- 未だ絶対数が少ないので

- アプリを使うお客様が来ない
- あまり使用されていない
- たった1年で9,000万円という多額税金を使い込みましたが、そこに対して今この現状に満足が得られるものですか？フィナンシエトークンのようなボラティリティの激しい投機商品のために次年度にも予算がつくとしたら強く反対します。公式HPIには、トークンオーナー参入・トークン購入者へのリスクヘッジの案内もないですし、詐欺じみてます。
- 操作が面倒
- 買い物をしなくても読み込めしまうと聞きましたが、それは微妙だなと思っていますが、そういうものなのでしょうか？
- 来店客でやってる人が全くいません。また、導入事業者も導入時に一度足を以降、再度、店舗にもよらず、無責任すぎます。

62.7%は域内客、37.3%は域外客増加を期待する。インバウンド客の来店は28.8%が積極的に呼び込みたいと期待しており、伊豆ファンからの送客は42.2%が期待している。

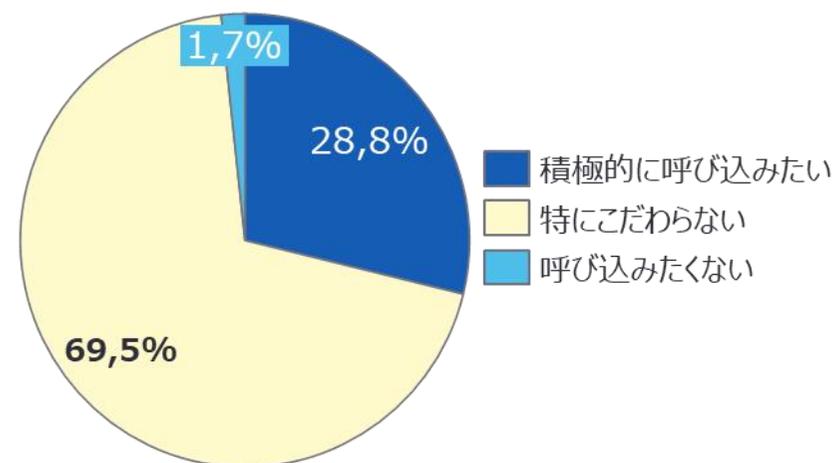
Q8. 増加を期待する来店客はどちらの地域からの客層ですか？

n=59



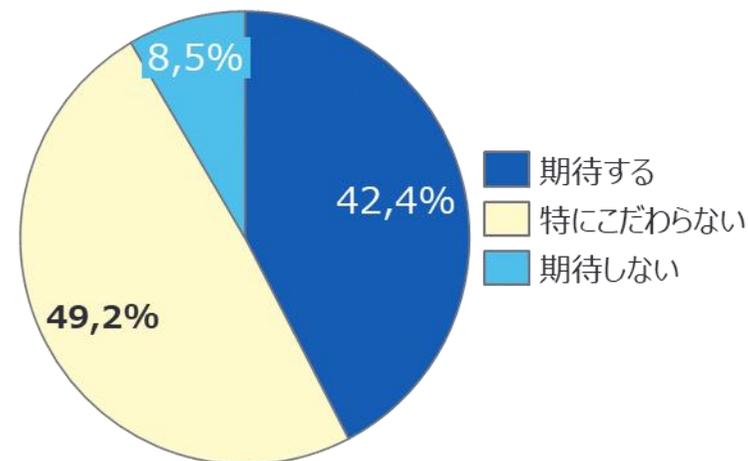
Q9. 来店客としてインバウンド（海外からの観光客）を期待しますか？

n=59



Q10. 今後、伊豆ファン倶楽部からのインバウンド客送客に期待しますか？

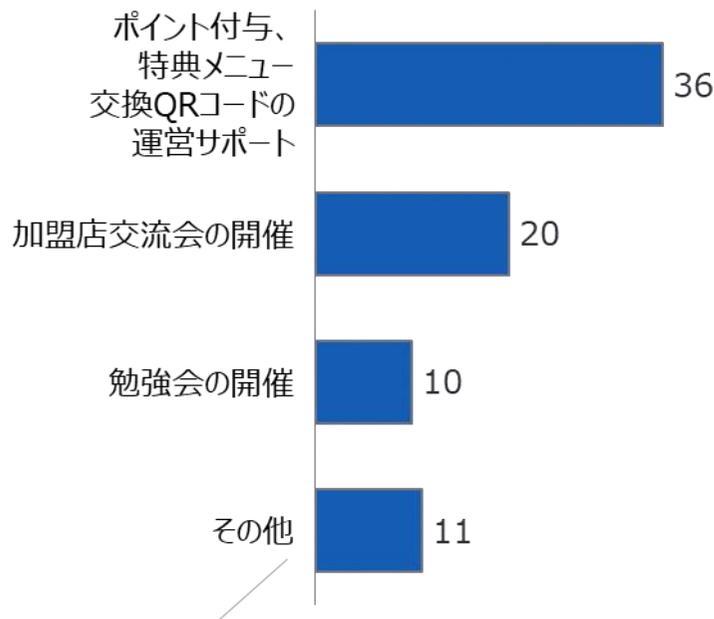
n=59



ご意見は、認知度・サービスの魅力向上、地域活性化、透明な運営への期待、そして税金の有効活用に対する強い要望が挙がる。

Q11. 運営センターに期待することは何ですか？

n=59



- (その他)
- ・ イベント開催
 - ・ データ量の増加と分析
 - ・ 行政とのかけはしになって、個人店の応援、サポートをしていただけると嬉しい。
 - ・ 周知度
 - ・ 地域のブランディング
 - ・ 地域参加型イベントの企画
 - ・ 店舗の認知を高めてくれること
 - ・ 特に無し
 - ・ 費用対効果に見合う結果を出してほしい。の税金を使わず、自走する仕組みを整えるべき。
 - ・ 勉強会・交流会は加盟店の負担が増えるものが多く、内容に共感はあるけれど実行には至らない。

Q12. その他、伊豆ファン倶楽部事業に関してご意見をお聞かせください。

n=17

認知度の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・ とにかく認知度を広めてほしいです。 ・ 今後、認知が広がり、多くの人が活用することを期待します。 ・ 余りにも認知度が低い。勉強会したりデータの数字なんかより、まず先にその部分！独りよがりな組織は不要 ・ 素敵なSNSは拝見しました。取り組みは素敵ですが、認知度がまだ足りないなので、そこに注力してほしい
サービスの魅力向上	<ul style="list-style-type: none"> ・ もっと事業者にとっても、会員にとっても魅力的なサービスになれば良い。 ・ ①周知されること ②顧客にとって、より魅力的な内容に成長すること を期待します。
誘客	<ul style="list-style-type: none"> ・ お客様が来やすい環境づくりに期待します。 ・ 遠方から来る方が、駅前だけでなく、広小路の方までお客様を連れてくる施策を考えて欲しい。
地域活性化・ブランディング	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域活性化に期待したいので、思ったことを書かせていただきましたが、頑張ってください！できる限り協力はします！ ・ 地域のブランディングと集客は行政などと、連携してを進めないといけないと思います。個人店ではなかなか関われないですが、伊豆ファンクラブの強みをいかした地域のブランディングは個人店でも参加できるので、協力して行きたいと思っています。 ・ 地域の方が集まるカフェにしたい。 ・ 三島をもっと盛り上げていただきたいです。 ・ 一緒に盛り上がりましょう
事業の透明性	<ul style="list-style-type: none"> ・ 税金を使っている以上は、納税者である市民に対しても、その経過をきちんと報告してください。加盟店としては、人様の大切なお金（税金）を使って見通しのつかない曖昧な事業に参入していることは、心苦しい状況だということも、強く認識ください！ ・ 全く使えないアプリを放置している現状を改善すべき。本来であれば、事業を即刻を中止すべきで、何が誤っていたのか、その反省点を明確にすべき。アンケート結果は、正直に市民に対して全面公開すべき。 ・ このまま税金を使うだけで、ポイントの利用者が居ないようでしたら、この増税ラッシュで大変なときに、市民は納得しないと思いますよ。大変だとは思いますが、よろしく願いますね。

アンケート結果を踏まえた今年度の総括

アンケート結果のまとめ

- サービスに対しては47.5%が満足、15.3%が不満足。売上拡大への寄与を実感している割合は27.1%、期待する効果は「売上貢献/集客向上」が半数を占め、最も多い。
- 有効なもの/利活用したいものは「関連イベント」最も回答数が多い。イベント開催回数増加や地域限定メニューイベント、ブランディング強化などが改善ポイントとして挙げられる。
- アプリの運用は33.9%が満足でその理由は店舗の負担の少なさが挙がる。一方、不満足は13.6%であり、そもそも利用者が少ないことが理由とされている。
- 62.7%は域内容、37.3%は域外客増加を期待する。インバウンド客の来店は28.8%が積極的に呼び込みたいと期待しており、伊豆ファン倶楽部からの送客は42.2%が期待している。
- ご意見は、認知度・サービスの魅力向上、地域活性化、透明な運営への期待、そして税金の有効活用に対する強い要望が挙がる。

アンケート結果を踏まえた総括

- アンケート結果を踏まえると、一定の満足度が得られたものの、認知度の低さ、サービス内容の改善、集客効果の強化といった点で引き続き課題が残っています。
- まず、認知度が低く、利用者増加のネックになっています。特に、利用者が少ないことがアプリの不満点として指摘されており、「認知度を向上させてほしい」という声が多数寄せられました。SNSなどの発信は行っていますが、ターゲット層に応じた情報発信の工夫が必要であり、観光客向け、地元住民向けと、それぞれに最適なチャネルを設計することが必要と考えています。
- サービス満足度は全体の47.5%が満足と回答し、一定の評価は得られているものの、期待されている「売上・集客向上」に直結していると実感できている加盟店はまだ多くありません。特にイベントに期待が寄せられており、開催回数の増加や、地域限定メニューイベントのような特色のある取り組みが必要と考えています。
- 集客面では、域内容の増加を期待する加盟店が62.7%、域外客の増加を期待する加盟店が37.3%となっており、地元住民と観光客の両方をターゲットにした施策のバランスをどうとるかが問われます。観光客向けの施策がまだ十分に機能しているとは言えず、インバウンド客の呼び込みについても積極的に取り組みたいと考えている加盟店は28.8%に留まります。今後、地元住民向けの特典施策と観光客向けの利用導線を明確に分け、それぞれに適したアプローチを強化する必要があります。また、広域観光との連携を深め、地域を超えた周遊促進を図ることも一つの方向性として考えています。
- 事業の透明性については、税金を活用している事業である以上、市民に対して適切な説明責任を果たすべきという意見が寄せられました。特に、アプリについては「使えないまま放置されている」という厳しい指摘があり、満足度は33.9%と低調です。利用状況や課題の分析を踏まえ、どのように改善していくのかを示すとともに、運営の状況を定期的に公開し、加盟店や市民に対して適切に共有することが必要と考えています。