

伊豆ファン倶楽部事業 会員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すため、本アンケートは会員の皆様の消費行動や訪問頻度、期待するサービス内容を把握することを目的としています。この結果をもとに、会員様のニーズによりマッチしたサービスや特典の提供、会員満足度の向上を図り、魅力的な会員制度を作るための基盤としたいと考えています。

■ 調査対象

伊豆ファン倶楽部会員の方

■ 集計期間

令和6年2月24日（月）～令和7年3月20日（木）

■ 調査方法

会員に対してメールで依頼、Googleフォームで回答

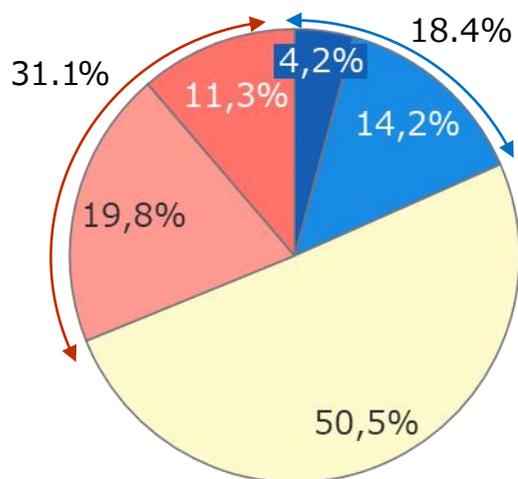
■ 回収件数

212件（会員数1,978名のうち10.7%）

アプリに対しては18.4%が満足、31.1%が不満。ポイントに対しては14.2%が満足、14.6%が不満。ポイントがもらえることでお店で買い物/施設で利用する意向ありは54.2%。

Q1. 伊豆ファン倶楽部パスポートアプリに満足していますか？

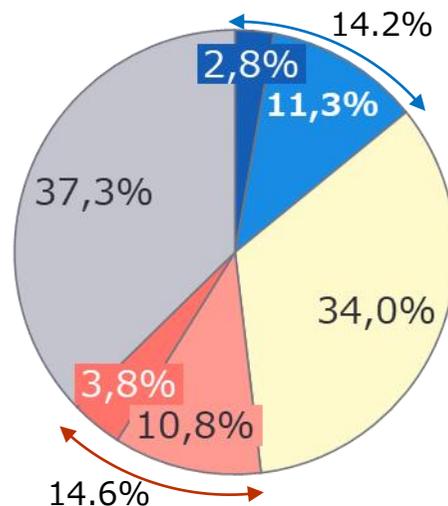
n=212



- 非常に満足
- 満足
- 普通
- 不満
- 非常に不満

Q2. 「伊豆ファン倶楽部ポイント」に満足していますか？

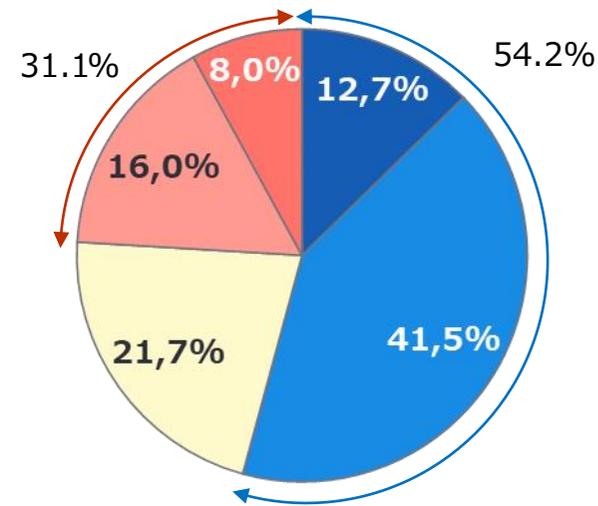
n=212



- 非常に満足
- 満足
- 普通
- 不満
- 非常に不満
- 使ったことがない

Q3. 伊豆ファン倶楽部ポイントがもらえることで、地域のお店で買い物したり、地域の施設を利用しようと思いませんか？

n=212

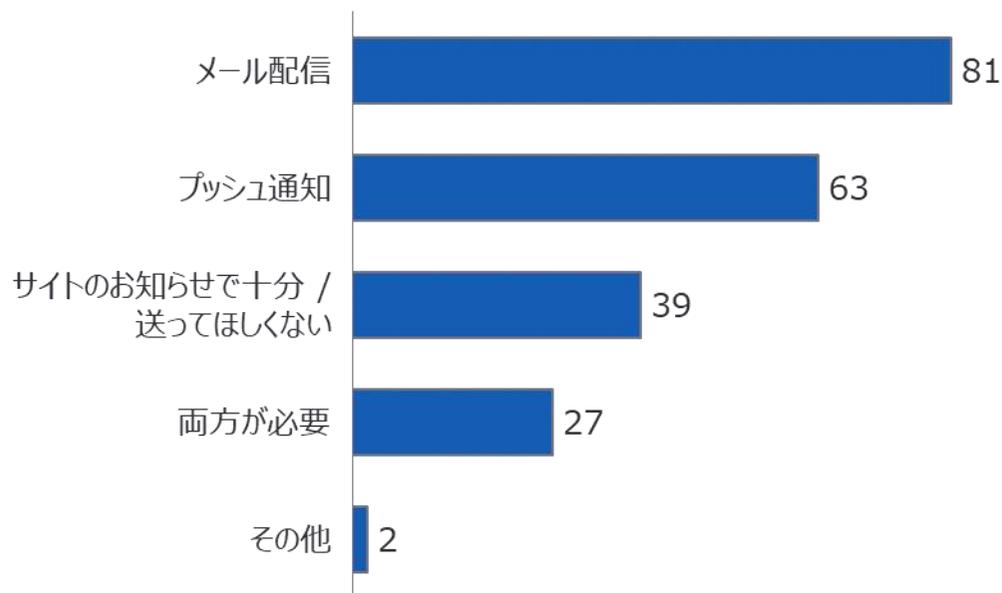


- 非常に思う
- 思う
- どちらでもない
- あまり思わない
- 全く思わない

告知方法はメール配信・プッシュ通知を望む方が多い。配信することでアプリを積極的に開くきっかけとなると思われるのはキャンペーン/イベント情報や加盟店情報、観光情報が多い。

Q4. 会員様への告知についてメールやプッシュ通知でお送りしようと考えておりますが、どちらが受け取りやすいですか？

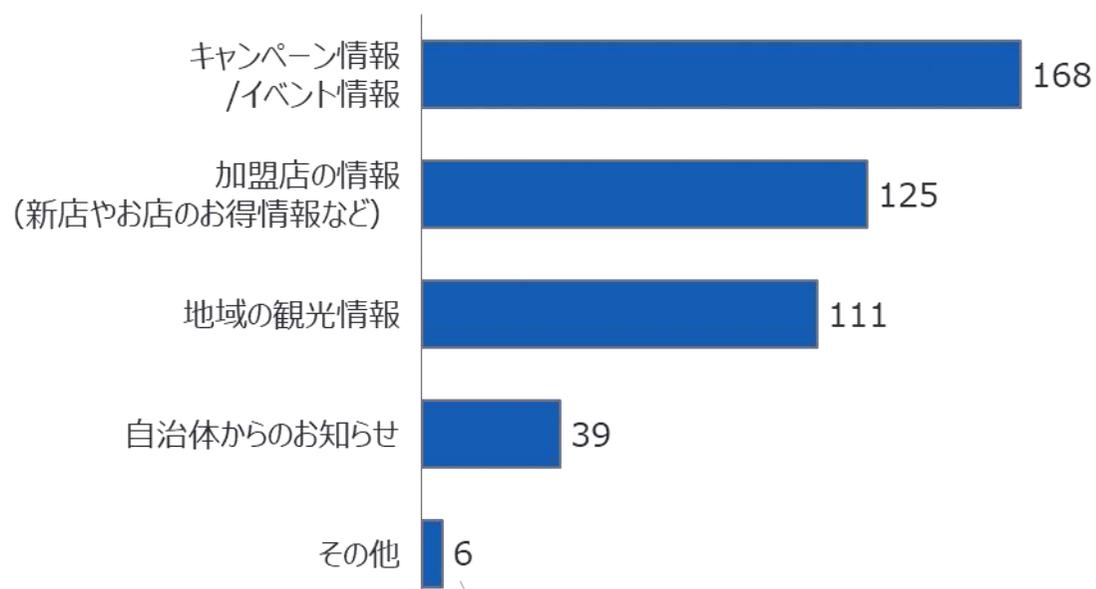
n=212



(その他)
• プッシュ通知とは？
• 現状のサービスレベルならば不要

Q5. どのような情報が配信されるとアプリを積極的に開くと思いますか？ (複数回答可)

n=212

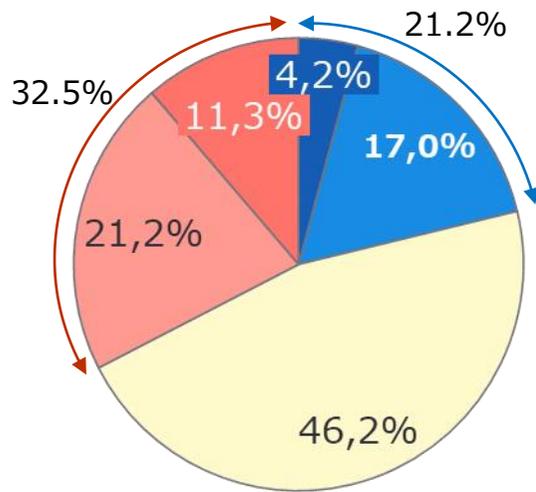


(その他)
• アプリのメリット情報
• "ビジネスや調査研究に使用可能なデータとしての、加盟店、観光スポット、宿泊施設等の利用者状況。"
• ポイントの有効的な活用方法
• 逆に何が目的なのでしょうか
• 近所で使えるお得な情報
• 犬と行ける場所

サービスに対しては21.2%が満足、32.5%が不満足と回答。会員になったきっかけは「伊豆が好きだから」が最も多く、知ったきっかけは観光地や店舗での案内が最も多い。

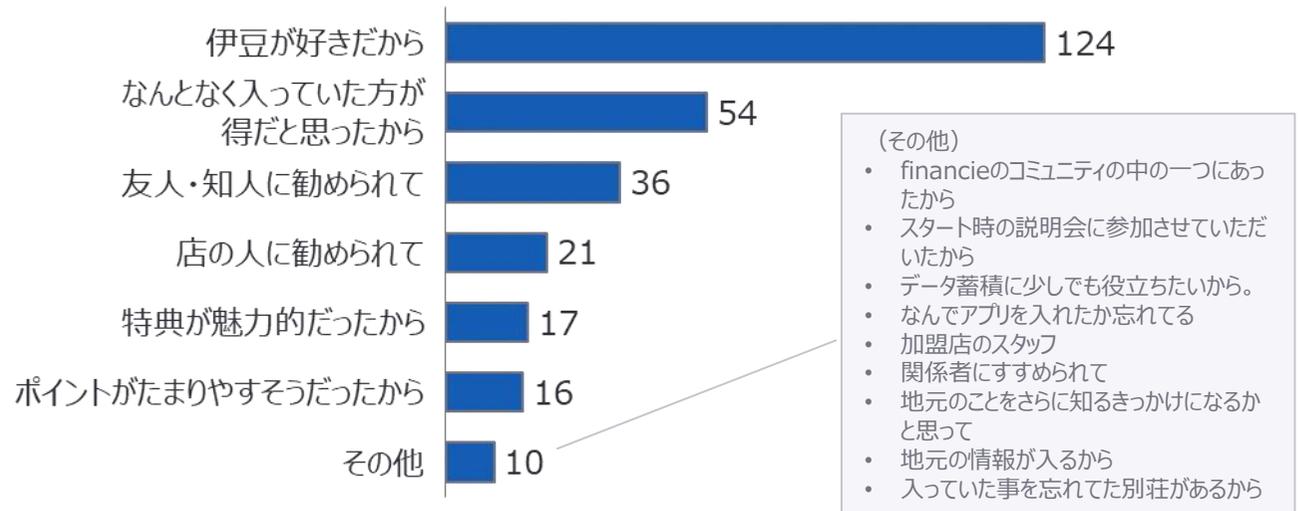
Q6. 伊豆ファン倶楽部のサービスに満足していますか？

n=212

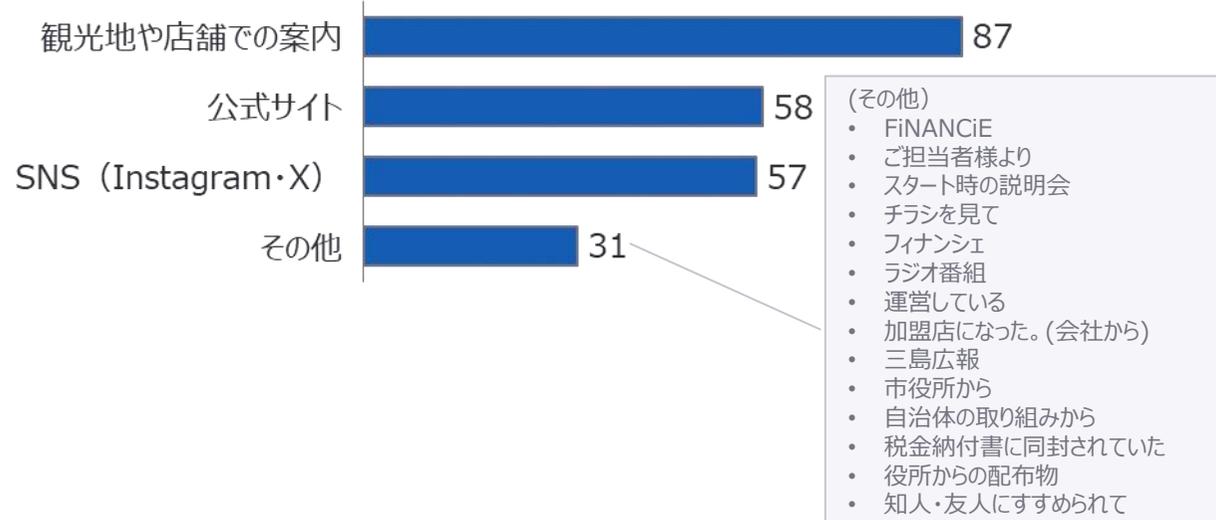


- 非常に満足
- 満足
- 普通
- 不満
- 非常に不満

Q7. あなたが伊豆ファン倶楽部会員になった動機は何ですか？（複数回答可） n=212



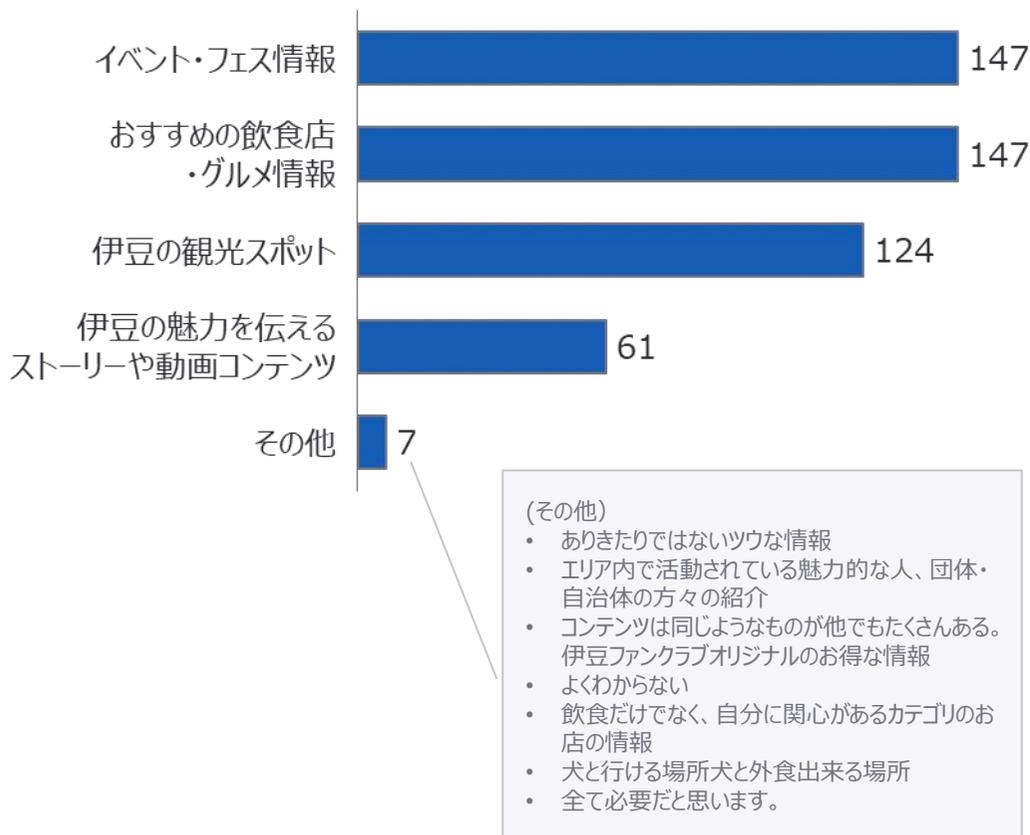
Q8. 伊豆ファン倶楽部をどのように知りましたか？（複数回答可） n=212



配信コンテンツは「イベント・フェス情報」や「飲食店・グルメ情報」が望まれる。会員になったことで行動にポジティブな変化があった割合は30.2%を占める。

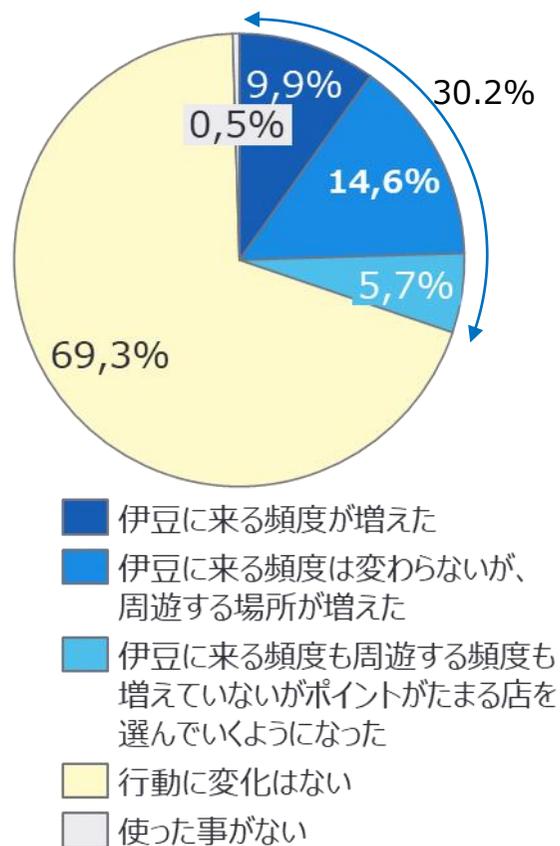
Q9.SNSやアプリでどんなコンテンツがあると嬉しいですか？
(複数回答可)

n=212



Q10. 伊豆ファン倶楽部会員になったことであなたの行動に変化はありましたか？

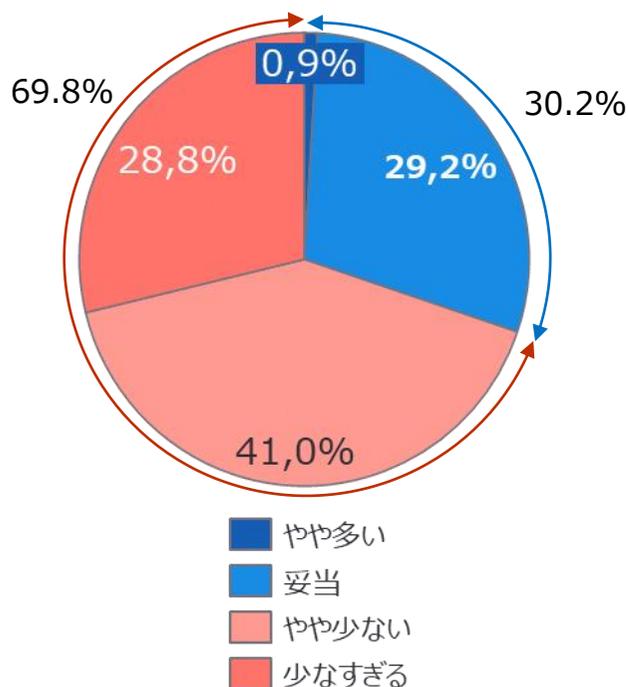
n=212



加盟店の数は69.8%が少ないと感じている。特典内容については一部ポジティブなお声もあるが、75.5%は魅力を感じておらず、加盟店や特典の少なさが理由として挙げられる。

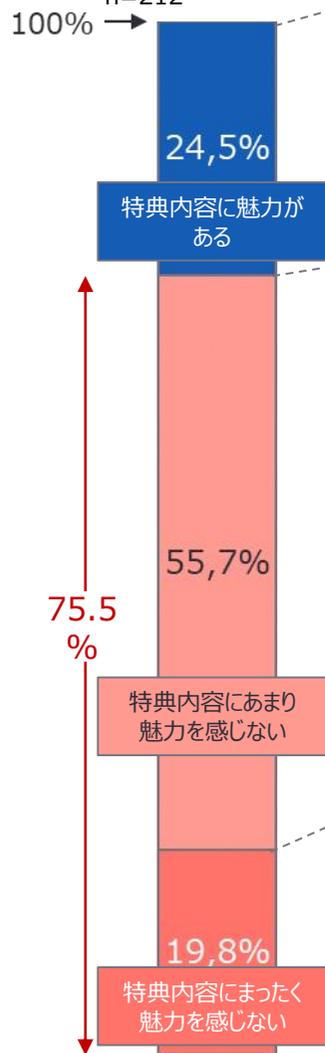
Q11. ポイントがたまる加盟店の数について、どう思いますか？

n=212



Q12. ポイントを貯めて得られる特典内容について、どのように感じますか？

n=212



Q13. Q12の理由を教えてください。(代表的なコメントを抜粋)

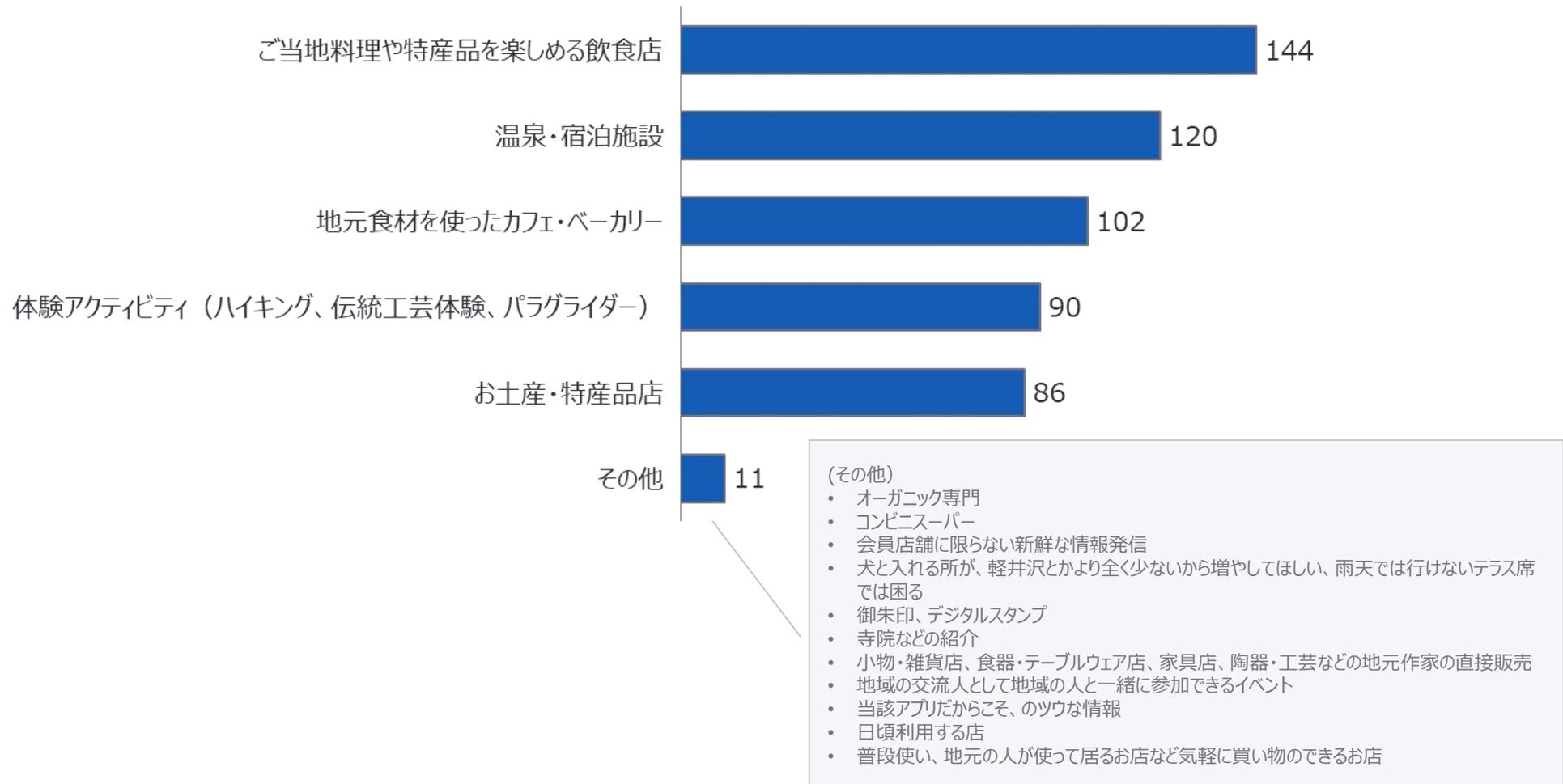
n=99

- いい特典が満載
- ポイントはありがたいです
- ワクワクするものも多くあるから
- 沢山伊豆を知りたい
- ポイントが貯まったほうがお得
- 内容というより、ポイントがある事で知らなかった所をまわる事ができた
- 面白いサービスを提供している店舗をみた
- 特典自体に魅力はあるが、10ポイントも貯めるのが大変なところが残念
- 使えるお店が分かりづらい
- 10箇所回って約500円の特典では寂しい
- アプリ登録しているものの、伊豆にはよく行くのに、使い勝手がわからず使用してない
- どんな特典があるのかわかりづらい
- ポイントたまるお店のアピールが足りない
- ポイントを貯めるのが難しいから
- まだ使った事がないので実感が無い
- もっと豪華に
- 伊豆の全域をカバーして。
- 加盟店が少なく、さらに特典のページを開いても準備中となっていて特典を設定していない加盟店が多い
- 使える店もポイントが貯まる店も少なすぎる
- もっと広告してほしい(レストランのレジ前だけとかだと見つけにくい)
- 情報が限定的で発信頻度も小さいので参考にならない
- 中々ポイントが貯まらないから
- 店舗それぞれの特典のため。共通特典だとわかりやすいと思う
- 特に利用していないから
- 特典について詳しくわからないため
- 年に1回~2回の伊豆旅行だからポイントが貯まるとは思えない
- 10ポイントを貯めるまでに忘れてしまう
- お店側がポイントを勧めてくれないから、QRを読み取りたいと、いいづらい。
- そもそも伊豆ファンが浸透されていない
- 内容が悪すぎると魅力が無さすぎです。
- ポイント集めてまで受けたいと思わない。
- ポイント特典が地味すぎるから
- 加盟店が少なすぎるし、加盟しているかどうか来店してもわからない。
- 開発中ばかり。居酒屋やカフェなどでドリンク一杯もらえるところが多いが、連れがいるのに自分だけドリンクをもらうのは気が引けるので使いづらい。特典の検索がしづらい。
- 特典が不明確、どこに記載してるのかわかりません。

よりリピートしてもらうには、「ご当地料理を楽しめる飲食店」や「温泉・宿泊施設」、「地元食材を使ったカフェ・ベーカリー」との連携が求められる。

Q14.伊豆ファン倶楽部にどんな店舗・サービスがあれば、よりリピートしたいですか？
(複数回答可)

n=212



来訪目的は「観光」や「街歩き」、「海鮮、うなぎなどの食」が多い。 域外客のうち、1年間の来訪回数は5回以上が約半数を占める。

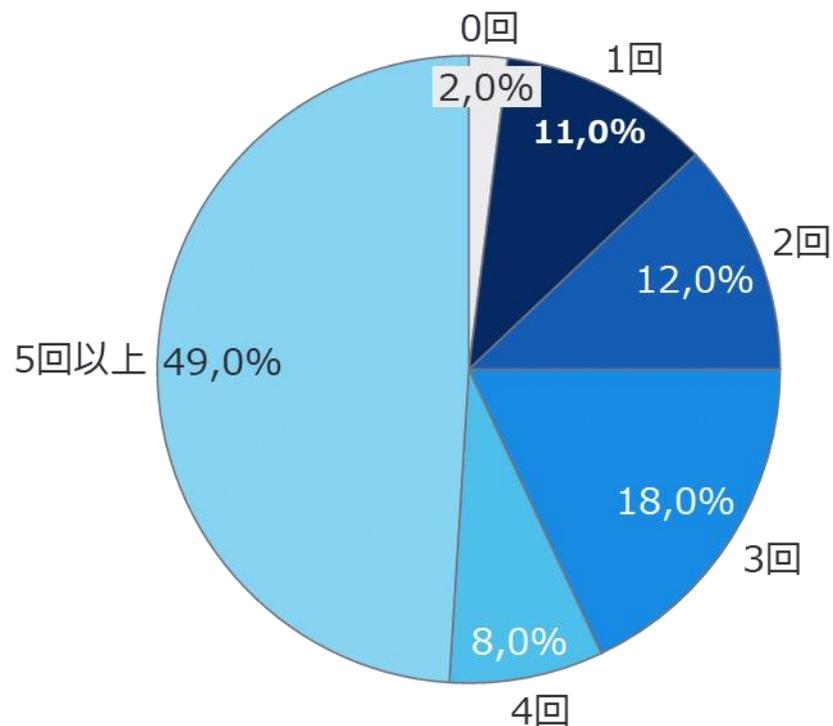
Q15.あなたが伊豆に来る目的は何ですか？
(複数回答可)

n=212



Q16. [三島・熱海・函南以外のエリアにお住まいの方への質問]
直近1年間で何回三島・熱海・函南へ来訪されましたか？

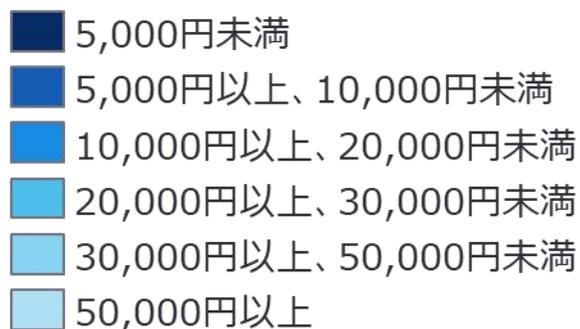
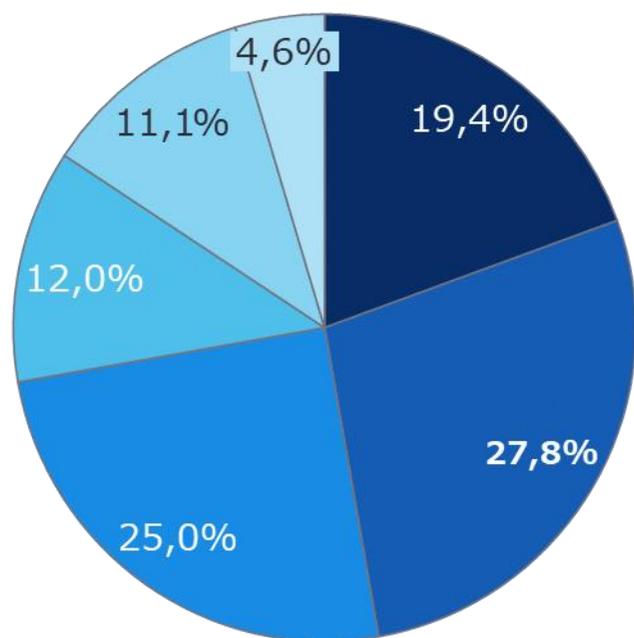
n=100



来訪時の消費金額は5,000円以上～10,000円未満、10,000円以上～20,000円未満の方が多。欲しい情報は「おすすめの飲食店・グルメ情報」や「最新の観光スポット」が多い。

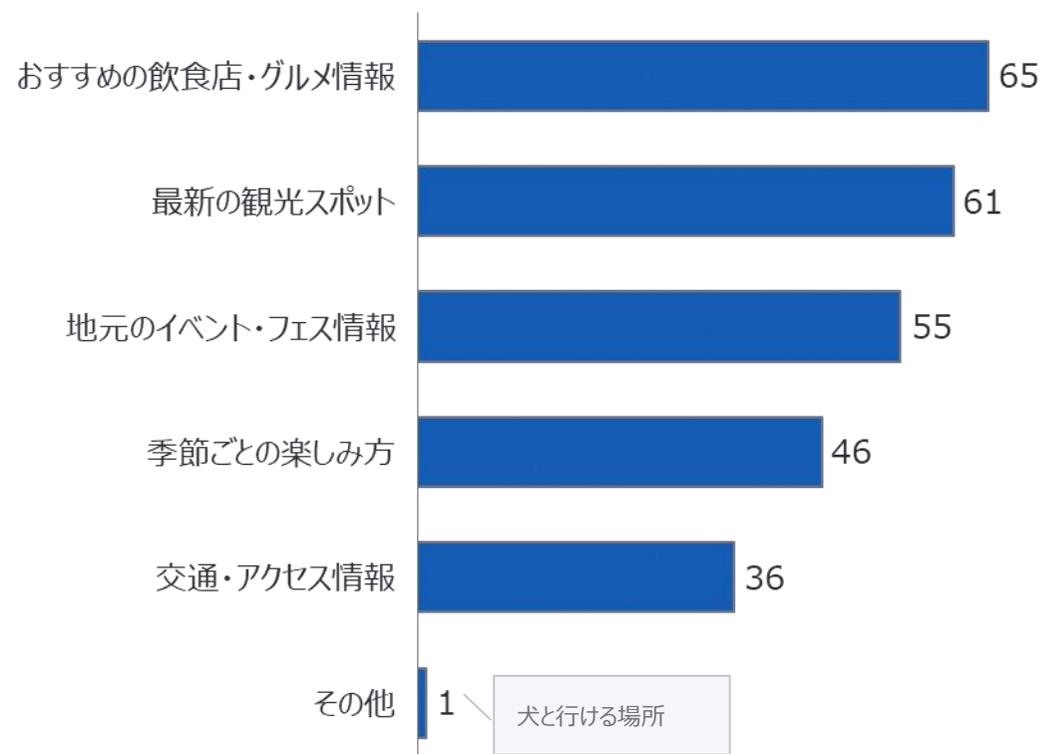
Q17. [三島・熱海・函南以外のエリアにお住まいの方への質問]
一度の三島・熱海・函南への来訪で、ご自身で商品/サービスを幾らぐらい購入されましたか？（宿泊・飲食・アクティビティ・お土産など）

n=108



Q18. [三島・熱海・函南以外のエリアにお住まいの方への質問]
伊豆を訪れる際に、どんな情報がもっと欲しいですか？（複数回答可）

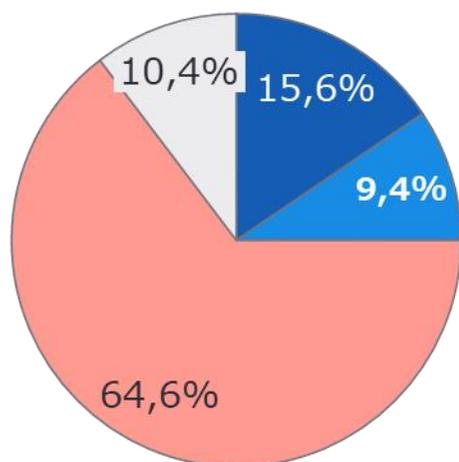
n=111



MNCの連携は64.6%の方が行っていない。メリットが分からないと回答した方が最も多く、課題としては「セキュリティに不安」や「面倒」、「分からない」といったご意見が挙がる。

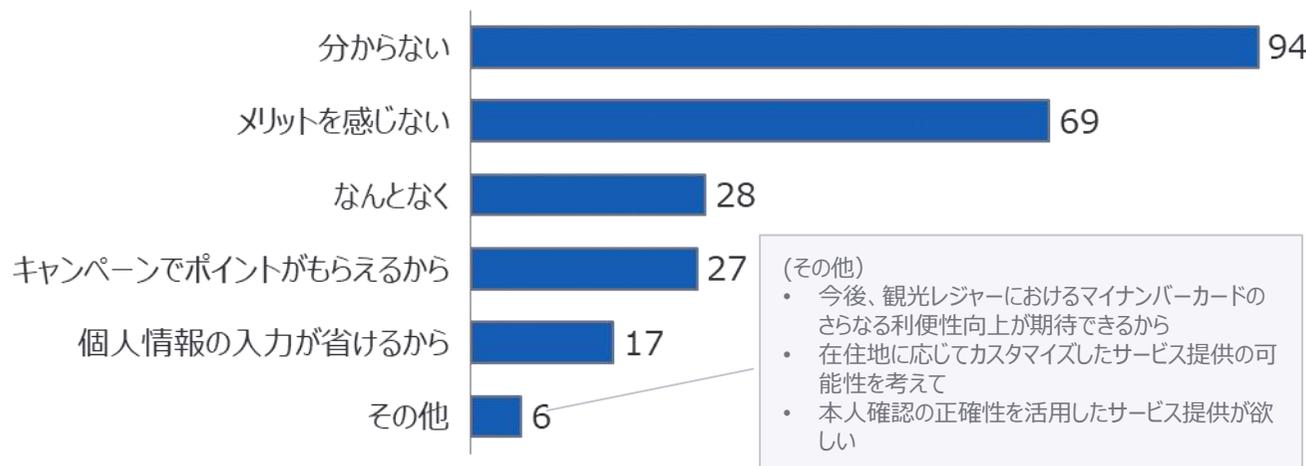
Q19. マイナンバーカードを伊豆ファン倶楽部
パスポートアプリに連携していますか？

n=212

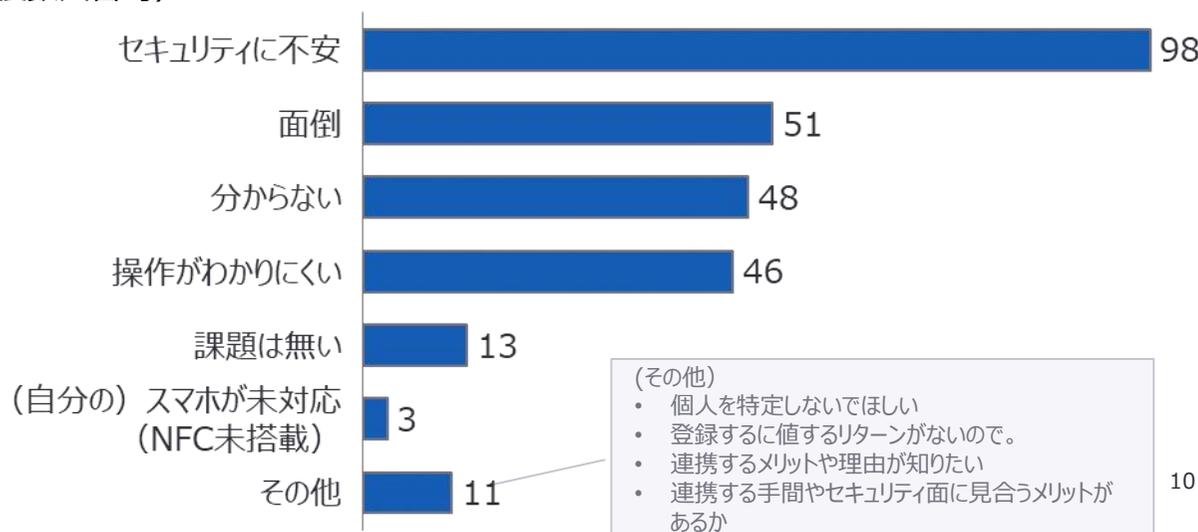


- 連携している
- 近いうちに連携するつもり
- 連携していない
- マイナンバーカードを持っていない

Q20. マイナンバーカードを連携するメリットは何だと思えますか？ n=212
(複数回答可)



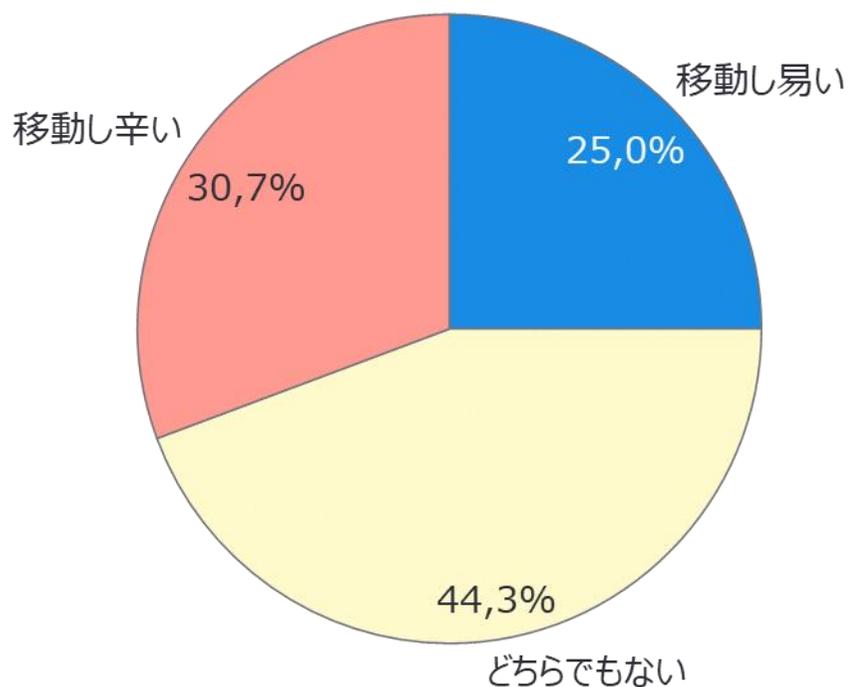
Q21. マイナンバーカード連携機能の課題は何だと思えますか？ n=212
(複数回答可)



三島・熱海・函南のエリア内での移動は25.0%の方が移動しやすい、30.7%の方がし辛いと回答。会員になることでタクシーの利用頻度が増えた割合は5.2%に留まる。

Q22. 三島・熱海・函南のエリア内での移動はし易いと思いますか？

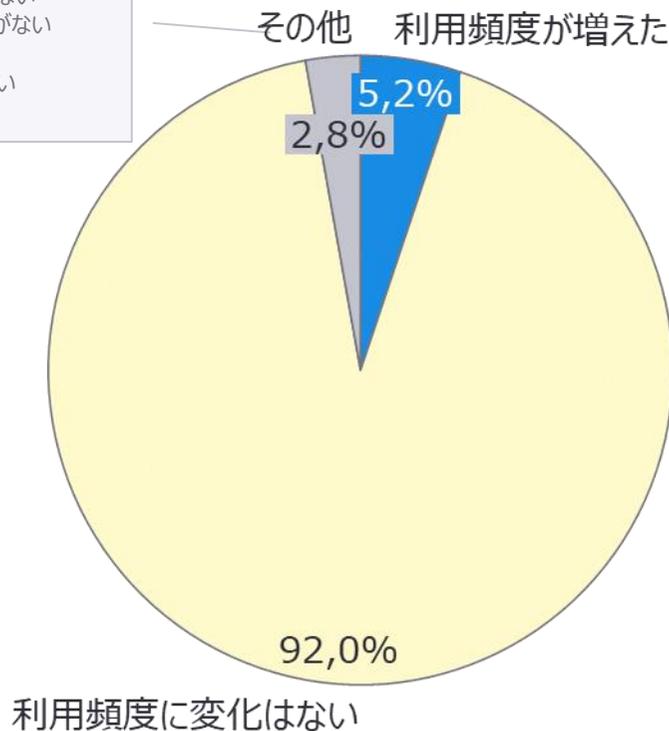
n=212



Q23. 伊豆ファン倶楽部の会員になることでタクシーの利用頻度に変化はありましたか？

n=212

- (その他)
- ・ タクシーが少ない
 - ・ タクシーを使ったことがない
 - ・ 桜木町にもともとバスがない
 - ・ 使わない
 - ・ 使わないのでわからない
 - ・ 自家用車を利用



アプリ認知度や利便性が低く、情報量の少なさが課題として挙がる一方、より使いやすいサービスへの期待も寄せられている。

Q24. 伊豆ファンサポートアプリ（サービス）に対するご意見やご要望がございましたら、ご自由にお書きください n=44

※代表的なコメントを抜粋

アプリについて

- アプリをインストールしたことを忘れるくらい何もなかった
- アプリの存在をもっと周知してもらうこと
- 認知度が低いと感じる。メリットが分かりにくい
- アプリをインストールしたときに、なかなか認証コードがこない
- どう使えばよいのかが分かっていない

インセンティブについて

- 10ポイント集まったら、トークン所有者はオーナーからオリジナル賞品、一般会員は伊豆旅行や豪華賞品の抽選に応募できるほうがポイント集める意欲がわく。
- ポイントの有効期限が短いと思います

掲載情報について

- お店情報や宿、日帰り温泉、イベント情報、観光情報が足りない
- 地域ごとに複数のサイトを使って情報収集をしている。本サービスのように地域を横断した情報サイトがあると便利ですが、情報量が少ないため使っていない

加盟店との連携について

- オフ会などでもっと加盟店を利用しやすくしてほしい
- どこへ行っても、タクシー乗っても加盟店がわからず、ポイントがもらえない
- 加盟店が少なすぎるし、来店しても加盟店か否かわからない

サービス提供エリアについて

- 伊豆 というネーミングなのに、三島 函南 熱海 の情報しかない
- 河津や下田なども増やしてほしい

政策への苦言

- 国の税金投入は、無駄だった。令和7年度の3年目で終了し、令和8年度からは廃止するべき。
- 税金を使って行うものではない。。市の仕事はもっと別にあり、もっと予算をかけなければならない公共的サービスがある

マイナンバーカード連携について

- マイナンバーカードとの連携の仕方をしりたい
- マイナンバーカードとの連携を止めてください

ポジティブなフィードバック

- これからも応援しています！
- ワクワクする情報が欲しいかな

アンケート結果まとめ

- アプリに対しては18.4%が満足、31.1%が不満。ポイントに対しては14.2%が満足、14.6%が不満。ポイントがもらえることでお店で買い物/施設で利用する意向ありは54.2%。
- 告知方法はメール配信・プッシュ通知を望む方が多い。配信することでアプリを積極的に開くきっかけとなると思われるのはキャンペーン/イベント情報や加盟店情報、観光情報が多い。
- サービスに対しては21.2%が満足、32.5%が不満足と回答。
- 会員になったきっかけは「伊豆が好きだから」が最も多く、知ったきっかけは観光地や店舗での案内が最も多い。
- 配信コンテンツは「イベント・フェス情報」や「飲食店・グルメ情報」が望まれる。
- 会員になったことで行動にポジティブな変化があった割合は30.2%を占める。
- 加盟店の数は69.8%が少ないと感じている。
- 特典内容については一部ポジティブなお声もあるが、75.5%は魅力を感じておらず加盟店や特典の少なさが理由として挙げられる。
- よりレポートしてもらうには、「ご当地料理を楽しめる飲食店」や「温泉・宿泊施設」、「地元食材を使ったカフェ・ベーカリー」との連携が求められる。
- 来訪目的は「観光」や「街歩き」、「海鮮、うなぎなどの食」が多い。
- 域外客のうち、1年間の来訪回数は5回以上が約半数を占める。
- 来訪時の消費金額は5,000円以上～10,000円未満、10,000円以上～20,000円未満の方が多い。
- 伊豆を訪れる際に欲しい情報は「おすすめの飲食店・グルメ情報」や「最新の観光スポット」が多い。
- MNCの連携は64.6%の方が行っていない。メリットが分からないと回答した方が最も多く、課題としては「セキュリティに不安」や「面倒」、「分からない」といったご意見が挙がる。
- 三島・熱海・函南のエリア内での移動は25.0%の方が移動しやすい、
- 30.7%の方がし辛いと回答。会員になることでタクシーの利用頻度が増えた割合は5.2%に留まる。
- アプリ認知度や利便性が低く、情報量の少なさが課題として挙がる一方、より使いやすいサービスへの期待も寄せられている。

アンケート結果を踏まえた今年度の総括

- 会員のみなさまから多岐にわたるフィードバックをいただきました。主にアプリの利用状況やポイントシステム、サービス内容や加盟店数や特典の評価についてご意見をいただきました。
- 特に、アプリの満足度は18.4%と低く、使い方が分かりにくい、認知度が低いといった課題が浮き彫りになりました。ポイント制度についても、利用意向は一定数あるものの、特典の魅力に対する改善が必要と考えています。
- 会員のみなさまへの情報発信に関しては、メール配信やプッシュ通知を希望する声が多く、キャンペーンやイベント情報、観光情報などを積極的に発信することで、アプリの利用促進につなげる必要があると考えられます。また、伊豆を訪れる際に求められる情報として、飲食店や観光スポットの最新情報が多く挙げられ、訪問目的としては観光や街歩き、海鮮・うなぎなどの食が中心となっています。こうしたニーズに対応し、会員のみなさまが求める情報をより充実させることが重要と考えています。
- マイナンバーカードの連携については、64.6%が未実施であり、「メリットが分からない」「セキュリティに不安」「手続きが面倒」といった声が挙がりました。安心してご利用いただけるよう、より分かりやすい情報提供や利便性向上に向けた改善を検討していきます。
- 今年度のフィードバックをもとに、今後はアプリの認知度向上、特典の充実、情報発信の強化に取り組み、より使いやすく魅力的なサービスを提供していきます。