

豊島区の現状分析（来街者動向調査）の方法について

1. モニター（インターネットアンケート）調査

- ・ 「**豊島区の新たな観光の芽**」を探ることができるのではないか。
- ・ コロナ禍前の状況の方が現実在即している面があるので、**2019 年以降に豊島区を訪問した方を条件に、全 47 都道府県のモニターを対象（豊島区民を除く）**とする。
- ・ 調査項目については、今後、精査し、**実際に豊島区を訪問した方、及び、今後、豊島区を訪問しようとしている方**が何を考えているのかもあぶり出せるような項目に精査していく。
- ・ **豊島区民**については、**地域住民として観光振興をどう考えるか**の視点も重要な観点となってくるため、**別の調査票**により調査を実施。
- ・ サンプル数は **2,000** ほどを予定。
- ・ 回収の構成について、**男女や年代の比率**については、**人口構成比**に沿わせる。
- ・ 年度内で調査項目を精査し、**4 月～5 月初旬を調査期間**とし、**6 月中旬の第 3 回策定委員会にて、速報値を報告**する。

2. SNS 分析

- ・ 立教大学学生を活用したデータ調査を実施。
- ・ **Twitter** のデータを収集。
- ・ 予算との関係で、サンプリング調査にする可能性あり。
- ・ 荒めの調査では、「**食**」に関する情報が多かったが、情報を精査していった場合に、**新たな興味関心が浮き彫りになる可能性**あり。

3. 令和 3 年度マーケティングを活用した事業計画策定支援事業

- ・ 令和 3 年度、豊島区観光協会が東京観光財団の補助金を活用して実施した調査。
- ・ 豊島区は全国で 3 番目に多い乗降客数を誇る「池袋駅」を有するものの区外観光地の「宿泊場所」に留まっており、区内広域の観光・消費につながっていないという前提に基づき、web サイトの情報、事業者及び住民への調査、SNS 等でのモニタリング調査等により、事業計画の検討を行った。調査及び分析結果について、成果物より引用する。