



2019年7月25日
東日本旅客鉄道株式会社
横浜支社

日帰り・宿泊共に増加！「静岡デスティネーションキャンペーン」の一環で開催した「伊豆・箱根・湯河原」春の観光キャンペーンの実績について

本年4～6月に開催した「静岡デスティネーションキャンペーン(以下 静岡 DC)」の一環で開催した「伊豆・箱根・湯河原 温泉いっぱい 美・味いっぱいキャンペーン」では、地域の方々との様々な取り組みの相乗効果と、GW10 連休の後押しなどにより、伊豆半島を中心とした地域に多くのお客さまに訪れていただくことが出来ました。

びゅう旅行商品の販売人員、熱海・伊東両駅の降車人員、伊豆方面の特急列車・普通列車グリーン車の乗車人員、全てで前年を上回る実績となりました。

1 実施概要

観光データに基づき「(一社)美しい伊豆創造センター」を中心とした地域の関係者と共に検証・議論を重ね、20～30代女性を主なターゲットに「夜」「絶景」「食」の観光素材の掘り起し・磨き上げ・集中宣伝を行いました。

2 各種実績

(1) びゅう旅行商品

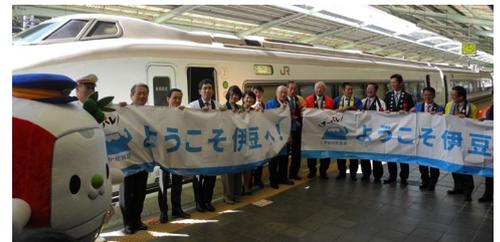
「大人の休日倶楽部」CMでも紹介した龍宮窟^{りゅうぐうくつ}など世界が認めた伊豆の絶景・秘境ジオを巡るバスツアー、下田海中水族館アメージングシート体験、稲取細野高原星空観賞会、スカイランタンナイト in 南伊豆等が実績を伸ばしました。

販売実績:約 30,000名(前年比 109% 内訳:日帰り 152%、宿泊 103%)



(2) 団体専用列車(当社設定分のみ)

地域の皆さまと共に考えた列車を伊豆地域に向けて8種 12本設定し、合計約 1,500名のお客さまにご乗車いただきました。



(3) 駅からハイキング

JR東海、伊豆急行、伊豆箱根鉄道、東海自動車等と共同開催し、7コース合計約 3,700名のお客さまにご参加いただきました。

(4) 「モバイル空間統計[®]」^{※1}を活用した検証

キャンペーン期間中に伊豆地域を訪れた方は、前年比で観光 111%、宿泊 109%という集計結果となり、前年実績を上回ったことが確認されました。

※1 株式会社ドコモ・インサイトマーケティングが提供する、株式会社 NTTドコモの携帯電話ネットワークの仕組みを使用して作成される人口統計情報です。

3 地域との連携

- ・伊豆地域の SNS 地元自慢企画「#いいね伊豆」 Instagram 投稿数 10,215 件(目標比 102%)
- ・宿や目的地に到着後の情報発信企画「このあと何する？」チラシを宿や、観光案内所等での配布
- ・全国主要駅での PR キャラバンや、駅などでの団体専用列車のお出迎え・お見送り等



4 今後の取り組み

今回のキャンペーンを一過性にしないよう、伊豆半島で実証実験中の「観光型 MaaS」や、来春デビューする新たな観光特急「サフィール踊り子」などを活用し、引き続き地域の皆さまとともに「伊豆・箱根・湯河原」を盛り上げてまいります。

◆画像はすべてイメージです。記載情報は、2019年7月25日現在のものです。