

報道関係各位

2026 年 10 月 13 日
愛媛県伊方町
ジオテクノロジーズ株式会社

ジオテクノロジーズ、人流×アンケートで愛媛県伊方町の観光振興支援調査を実施

九州から伊方町を来訪した人の 43.7%が「伊方町を知らない・場所が分からない」

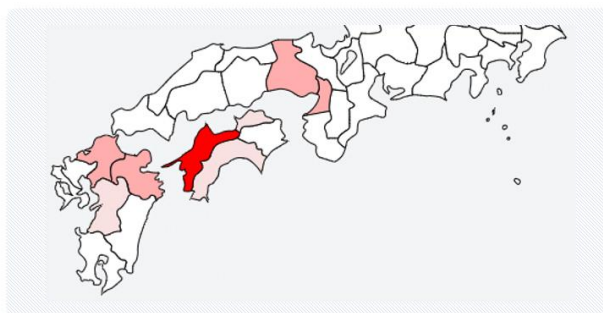
“来ているのに知らない”実態を可視化し、トリマを活用した認知・回遊促進へ

愛媛県伊方町（町長：高門 清彦）とジオテクノロジーズ株式会社（本社：東京都文京区、代表取締役社長：八剣 洋一郎）は、人流データ「Geo-People」と、位置情報に基づきリサーチサービス「Geo-Research」を組み合わせ、愛媛県伊方町を対象とした観光振興支援調査を実施しました。

本調査では、実際に伊方町を訪れた人の来訪実態と、伊方町に対する認知度や来訪意向、「食」に関する興味・購買意向を分析しました。調査の結果、九州方面（福岡・大分・宮崎等）から多くの来訪が確認された一方、「実際に伊方町を訪れているにもかかわらず、そこが伊方町であると認識していない（来ているのに知らない）」という、行動と認知のギャップが明らかになりました。この課題に対し、現在実施しているトリマ広告による「食」の魅力発信に加え、ポイ活アプリ「トリマ」のチェックイン機能を活用した現地での認知・回遊促進施策の実証実験を実施しています。

直近一年間における各都道府県ごとの伊方町来訪者数

居住都道府県	伊方町来訪者数	居住都道府県	伊方町来訪者数
北海道	24	大阪府	362
青森県	8	兵庫県	251
岩手県	9	奈良県	43
宮城県	10	和歌山県	23
秋田県	1	鳥取県	10
山形県	3	島根県	9
福島県	5	岡山県	144
茨城県	17	広島県	167
栃木県	19	山口県	30
群馬県	11	徳島県	82
埼玉県	63	香川県	273
千葉県	100	愛媛県	2,359
東京都	177	高知県	225
神奈川県	135	福岡県	556
新潟県	13	佐賀県	100
富山県	9	長崎県	107
石川県	7	熊本県	216
福井県	5	大分県	462
山梨県	5	宮崎県	179
長野県	16	鹿児島県	99
岐阜県	19	沖縄県	9
静岡県	31	全来訪者数	6,695
愛知県	153		
三重県	35		
滋賀県	32		
京都府	82		

伊方町への来訪者分布
※色が濃いエリアほど来訪者数が多い

地域	伊方町来訪者 アンケート回答数	伊方町来訪者アンケート 非認知割合	伊方町 来訪者数 (伊方町に30分以上滞在)
東日本	112	42.0%	582
中部	41	39.0%	258
関西	134	43.3%	828
中国	46	37.0%	360
四国	372	5.6%	2,939
九州	222	43.7%	1,728

■ 調査実施の背景

伊方町は、佐田岬半島に位置し、海産物や柑橘などの食資源を有する地域です。一方で、町外における認知拡大や、地域外との新たなつながりを創出する関係人口の増大が課題となっています。

伊方町、一般社団法人佐田岬観光公社、ジオテクノロジーズは 2025 年 12 月 19 日に伊方町の「食」の魅力発信と関係人口増大に関する三者連携協定を締結※しており、本調査は同協定に基づく取り組みとして実施しました。

今回の調査では、人流データによる来訪者分析とアンケート調査を組み合わせ、伊方町に来訪圏や来訪者属性、食資源への関心、体験・購買意向を可視化しました。実際の来訪実態と生活者の意識・意向をあわせて分析することで、今後の広告配信や観光施策における重点ターゲット設定に活用できる示唆を得ることを目的としています。

※プレスリリース「伊方町、佐田岬観光公社、ジオテクノロジーズ 伊方町の「食」の魅力発信と関係人口増大に関する三者連携協定を締結」：<https://geot.jp/pressrelease-20251212>

■ 調査結果のポイント（サマリ）

1. 九州からの来訪者の約 4 割が「来ているのに知らない」と回答

位置情報（Geo-People）では伊方町を訪れているにもかかわらず、アンケート（Geo-Research）では伊方町を「知らない・どこにあるか分からない」と回答するユーザーが一定数存在。「佐田岬」や「フェリー」などの目的地・経路は認識されていても、「伊方町」という自治体名に結びついていない課題が浮き彫りとなりました。

2. 県外では九州方面からの来訪が目立つ

来訪者は愛媛県内（2,359 人）が最多ですが、県外では福岡県（556 人）、大分県（462 人）、宮崎県（179 人）など九州方面からの来訪が多く確認されました。特にフェリー等の交通接点がある大分県は、来訪促進における優先検討エリアと考えられます。

3. 来訪者の約半数が 40～50 代、家族単位での来訪が中心

来訪者の年代は 50 代（26.7%）、40 代（23.8%）で約半数を占め、男女比は男性 49.7%、女性 50.3%とほぼ同数でした。同居家族人数は 2～4 人世帯が約 7 割を占めることから、夫婦や家族単位でのドライブ・観光利用が多い傾向が見られます。

4. 来訪意向を動かす理由は「食」がトップ、来訪者の 6 割超が「現地で食べてみたい」

伊方町を訪れてみたい理由のトップは全層で「食への関心」が最も高い結果となりました。「じゃこ天」「じゃこカツ」「刺身・新鮮魚介料理」「しらす丼」などの海産系メニューの評価・期待度が高く、来訪者では 6 割超が今後「現地で食べてみたい」と回答しており、実際の体験・購入意向やふるさと納税等の関心にもつながっています。

■ 全調査結果の無料レポート

本調査の詳細は以下よりご覧いただけます。

<https://business.mapfan.com/blog/detail/8582>

人流データ「Geo-People」と位置情報に基づきリサーチサービス「Geo-Research」を組み合わせることで、「来ているのに知らない」という地域課題が明らかになりました。今回の調査結果から、伊方町では、食や観光資源を訴求するだけでなく、その前段階として、まず来訪者に「ここが伊方町である」と認知してもらうこと、実際の体験と「伊方町」の町名を結び付けることが重要だと考えられます。

■ 課題に対する具体的な取り組み

人流データ Geo-People と Geo-Research を組み合わせた分析で明らかになった「来ているのに伊方町と認識されていない」という課題を解消するため、現在実施しているトリマ広告による「食」の魅力発信に加え、ジオテクノロジーが提供するポイ活アプリ「トリマ」のチェックイン機能を活用した実証実験を開始しました。

マップ上の指定スポットに訪れたユーザーにポイントを付与するとともに、スポットの魅力や情報を表示し、伊方町の名前や「ここが伊方町である」という認知を促します。さらにチェックインを重ねることで、周辺の食店舗・観光施設への回遊および地域内消費（食事・買い物等）へとつなげます。

■ 愛媛県伊方町のコメント

今回の調査により、伊方町には愛媛県内に加え、九州方面からも多くの方にお越しいただいていることが明らかになりました。一方で、町の認知度向上や、来訪者の町内での回遊促進が今後の課題であると認識しています。

今回得られた結果を今後の施策に生かし、「食」を核とした伊方町ならではの魅力を効果的に発信するとともに、認知度向上や町内回遊につながる新たな取り組みを推進し、また、調査結果を一過性のものとせず、さらなる誘客につなげ、より多くの方に伊方町の魅力を知って、訪れて、楽しんでいただけるよう取り組んでまいります。

■ 調査概要

A. Geo-People による人流分析

調査対象：2025 年 3 月 8 日～2026 年 3 月 7 日の期間中に愛媛県伊方町に 30 分以上滞在した方
（伊方町居住者を除く）

対象者数：6,695 人

B. Geo-Research による伊方町来訪者アンケート

調査対象：2025 年 3 月 8 日～2026 年 3 月 7 日の期間中に愛媛県伊方町に 5 分以上滞在した方

実査期間：2026 年 3 月 9 日～2026 年 3 月 31 日

回収数：927 件

※1 伊方町滞在者のうち四国居住者は 372 人、四国外の居住者は 555 人

※2 アンケート対象者 10,697 人

C. Geo-Research による広域居住者アンケート

調査対象：四国・九州・中国・近畿・東京に居住している方

実査期間：2026 年 3 月 15 日 ～ 3 月 31 日

回収数：15,592 件

※3 アンケート対象者 748,377 人

■ 移動するだけでポイントが貯まるアプリ「トリマ」について

ポイ活アプリ「トリマ」は、歩数だけでなく移動距離に応じてマイルが貯まるため、通勤や通学、お仕事など日常的に移動が多い方に最適なアプリです。歩数履歴や消費カロリーなどのヘルスケア機能も搭載しており、ポイ活しながら健康管理もできます。貯まったマイルは現金、PayPay マネーライト、Amazon ギフト券や V ポイントなどに交換できる他、森林保全団体、国境なき医師団、日本赤十字社への寄付が可能です。



■ ジオテクノロジーズ株式会社について

1994 年の創業以来、一貫してデジタル地図を提供しています。自社ブランド「MapFan」をはじめ、カーナビ・法人向けの地図データや、高度な自動運転の実現に不可欠な AD/ADAS 用地図など、幅広い地理空間データを保有しています。

さらに当社は、ポイ活アプリ「トリマ」に代表されるユーザーとの接点によって得られる「ダイナミックデータ」という、もう一つの資産を持っています。位置情報に人の移動や行動を掛け合わせることで、そこにあるストーリーまでを提供することが可能となります。

当社は、地理空間データとダイナミックデータの提供・分析を通じて、より快適でサステナブルな社会の実現を目指します。

本 社 所 在 地： 東京都文京区本駒込 2-28-8 文京グリーンコートセンターオフィス 22F

代 表 者： 代表取締役社長 八 劔 洋一郎

設 立： 1994 年 5 月 1 日

事 業 内 容： オートモーティブビジネス／エンタープライズビジネス／コンシューマービジネス／
マーケティングビジネス

コーポレートサイト： <https://geot.jp/>