



全3回まとめ

まきのえらぶ
しまたび
マーケティング
研究会

©Okinoerabu Island

研究会の全体像

沖永良部の観光マーケティングをみんなで考える全3回の研究会を実施しました！

第1回



マーケティングの
考え方を知る

データマーケティングの
基本的な考え方や、
人流データの見方を学習



第2回



データを実践的に
分析してみる

来島者アンケートを使い、
属性・目的・情報源を
グループで分析



第3回



PRへ活かす！

ターゲットの整理、
AI時代の情報発信、
GBPの活用法を実践

データマーケティングとは？



お客様が残してくれたヒント（データ）を拾い集め、
次の“喜ばれる工夫”に繋げること

データマーケティングに必要な4ステップ



来島者アンケート × 人流データから見える全体像

来島者アンケート（2,622名）と人流データから見えてきた沖永良部の観光客像



幅広い年代が来島

45～49歳が最多（11.4%）、次いで50～54歳（11.2%）。

20代～70代まで幅広く来島しています。

男女比は男性50.7%・女性48.7%。



約3人に1人がリピーター

初めての来島が64.5%と最多。

リピーターは35.5%で、

「また来たい」と思わせる島の魅力が伺えます。



リピーター率は上昇傾向

2020年度30.5%から2025年度40.5%へと

リピーター率は着実に上昇。

固定ファンが着実に増えています。（年度集計）



近隣＋首都圏が中心※

鹿児島が最多。沖縄は2024年に2位へ躍進。

福岡・東京・神奈川も上位で安定。

近隣＋首都圏＋沖縄が中心です。

ターゲット別の来島目的

アンケート分析から、主に6つのターゲット像が浮かび上がりました！

ターゲット	主な来島目的	
男性 一人旅（40～50代）	仕事＋自然のワーケーション型滞在が特徴的（来島目的の約15～25%が仕事関連）。ビジネス出張の延長で自然を楽しむスタイル	ワーケーション
男性 一人旅（20～30代）	自然（54%）やグルメ（43%）が中心。ケイピング実施率19%で体験志向も	冒険・探索
男性 夫婦旅（60～70代）	史跡・文化訪問が上位（47%）。ツアー経由が約47%と他層より高い	文化・夫婦旅
女性 一人旅（20～50代）	まち歩き（48%）・グルメ（43%）が中心。リピーター率31.4%と高い	癒やし・リピート
女性 家族連れ（30～40代）	海水浴（45%）と帰省・親族訪問（44%）が二大動機	帰省・子ども体験
女性 友人旅（20～30代）	ケイピング・グルメ・自然が同率1位（各56%）。口コミ経由59%と突出	映え・アクティビティ

※アンケートデータの傾向を基にした分類です。個別の数値は集計条件により変動する場合があります。

ターゲット別の情報源と来島理由

「何を見て来たか」「なぜ来たか」を知ることで、効果的なPR方法が見えてきます。



口コミの力が絶大

「知人の紹介」が全体1位（29.9%）。
上位にランクイン。
女性の友人旅では59%が口コミ経由。



公式サイトも重要

若い世代を中心にWebサイトでの
情報収集が活発（21.1%が参考に）。
SNS・ブログ（13.4%）も3番目に多い情報源。



リピーターは体験で決める

「以前来て良かった」が情報源2位（21.4%）。
一度来た人の満足度を高めることが
リピーター獲得の鍵。



自然・ケイビングが二大動機

「自然・景勝地」（48.7%）と「ケイビング」（
22.4%）が
活動の1位・6位を占める二大動機。
沖永良部ならではの体験が選ばれる理由。

ここからは実践編

データを活かして、 どう届けるか？

AI時代の情報発信とGoogleビジネスプロフィール活用

旅行計画は、もうAIの時代



67%

3人に2人が旅行でAIを活用

Source: Booking.com Global AI Sentiment Report 2025

新しいキーワード

AIO (AI Overview)

Google検索のトップに表示される
AIによる概要まとめ

LLMO (LLM最適化)

ChatGPTやGeminiなどのAIに
自分のお店を選んでもらうための工夫

AIに選ばれる情報発信の3つのコツ



構造化して書く

見出し・箇条書きで整理



情報を網羅する

ユーザーの疑問に全て答える



信頼性を高める

正確な情報、出典を明記

Googleビジネスプロフィール（GBP）を活用しよう

InstagramよりもAI対策に効果的な、無料で始められるツールです。

なぜGBPが重要？

- ✓ AIに直接引用される確率が非常に高い
- ✓ 情報が構造化されているためAIが理解しやすい
- ✓ Google認証で信頼性が高い
- ✓ フォロワー不要で無料で始められる

GBPでできる5つのこと

- ✓ 基本情報（住所・電話・営業時間）の管理
- ✓ 最新情報やイベントの投稿
- ✓ 口コミへの返信・Q&A対応
- ✓ 検索キーワード・行動分析の確認
- ✓ Googleマップでの上位表示（MEO対策）

⚠️ まずはオーナー登録を！

GBPはオーナー登録しないと誰でも編集できてしまいます。正しい情報を守るために、まずはオーナー確認を済ませましょう。

確認チェックリスト

☐ 写真は最新？ ☐ 営業時間は正確？ ☐ 口コミに返信してる？ ☐ Q&Aはある？ ☐ ターゲットに刺さる内容？

口コミがとにかく大事！

口コミへの返信は、未来のお客さまへのメッセージ。



予約の後押し

口コミは「行こうかな？」と迷っている人の背中を押す、最も強力な判断材料です。
良い口コミが多いほど予約につながります。



AIの評価が上がる

口コミの数と質は、Googleマップの順位やAIが参照する情報に直結します。
返信もAIは見ています。



無料の宣伝効果

お客さまの声は、どんな広告よりも信頼されます。
良い体験を届ければ、お客さまが宣伝してくれます。

AIを活用して口コミ返信のアイデアを考えるのもおすすめです！

今日からできること

1

ターゲットを再確認

「誰に」「何を」伝えるか。
アンケートデータを参考に、
自分のお店のターゲットを
明確にしましょう。

2

AIに選ばれる発信を

構造化・網羅性・信頼性
を意識した
情報発信で、検索やAIに
選ばれるコンテンツを
作りましょう。

3

まずはGBPから始めよう

オーナー登録・情報更新
・口コミ返信。
無料で今すぐ始められる
最も効果的な一歩です。

データに基づいた効果的なプロモーションを実践していきましょう！