

5

第五章 地域の魅力発信

各地域が多くの旅行者からデスティネーションとして選択され、再訪したくなる地へと飛躍するためには、地域資源の磨き上げやインフラ整備とあわせて、マーケティングが必要不可欠な要素である。戦略的なデータ分析・プロモーションによる地域の認知度向上及び来訪者獲得に取り組む事例を紹介する。

CONTENTS

5-1 マーケティング

- 5-1-1 デジタルマーケティング活用事業 P204

5-2 プロモーション

- 5-2-1 海をつなぐ寄り道旅 マグ女のセイカン博覧会 P206
- 5-2-2 秋田犬を活用した観光地域振興 P208
- 5-2-3 広域観光ルートの構築による杉原千畝氏の人道功績の情報発信 P210



マーケティング

実施主体

せとうちDMO
(一般社団法人 せとうち観光推進機構・
㈱瀬戸内ブランドコーポレーション)

一般社団法人 せとうち観光推進機構
広島市中区基町十番三号
TEL : 082-836-3217
URL : <http://setouchitourism.or.jp/ja/>

瀬戸内7県
兵庫・岡山・広島・
山口・徳島・香川・
愛媛



海上のホテル「guntu (ガンツウ)」／Tetsuya Ito Courtesy of Setouchi Cruise

デジタルマーケティング
活用事業

訪日プロモーションの戦略的高度化

ポイント

- 海外市場を対象にデジタルマーケティング技術を駆使し、プロモーションとデータ分析を一体的に実施
- プロモーション成果を把握できる情報発信基盤サイト「SETOUCHI REFLECTION TRIP」を構築
- マーケティング・プロモーション機能とプロダクト開発支援機能を有するせとうちDMOと、域内の多様な関係者が連携した観光地域づくり体制の推進

取組の概要

旅先の選定、情報収集、予約手配等においてインターネットを活用することは、もはや必要不可欠である。このためせとうちDMOでは、クルーズ・サイクリング・アート・食・宿・地域産品といった多様な資産を海外に効果的に発信するため、海外DMOでマーケティング・プロモーションの主流となりつつあるインターネットを使ったデジタルマーケティングを

活用しながら、プロモーションとデータ分析を一体的に行っている。情報発信基盤サイト「SETOUCHI REFLECTION TRIP」を構築し、訴求力の高い記事や映像配信とともに宿等の予約機能を付加するなど、旅行計画づくりを支援する仕掛けを組み込み、認知度、来訪意向の向上はもとより、誘客も視野に入れた情報発信に着手している。

課題とマネジメント体制

瀬戸内が多く外国人観光客が訪れる新たなディスティネーションエリアとなるためには、周遊の仕方や楽しみ方が十分に認知される必要がある。人がその地を知り、旅行するまでのフェーズを5段階で整理し、それぞれにあった情報発信となるよう、動画の制作や情報発信基盤サイト「SETOUCHI REFLECTION TRIP」の構築等、様々な取組を実施した。せと

うちDMOは、マーケティング・プロモーションを策定実行する一般社団法人せとうち観光推進機構と、「せとうち観光活性化ファンド」を活用してプロダクト開発支援を行う㈱瀬戸内ブランドコーポレーションが、多様な関係者とともに、瀬戸内らしさをコンセプトにした6つのテーマを設け、エリアを横断したマーケティングやプロダクト開発ができるよう体制を整えている。



情報発信基盤サイト
「SETOUCHI
REFLECTION TRIP」



海上のホテル
「guntu(ガンツウ)」/
Tetsuya Ito Courtesy
of Setouchi Cruise



亀老山の夕日/
瀬戸内 Finder



「SETOUCHI
REFLECTION TRIP」
ロゴ

成功要因

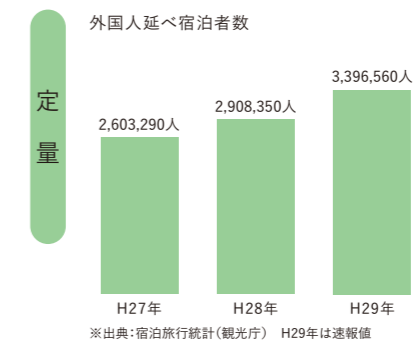
近年訪日外国人旅行者は増加傾向にあるが、市場ごとに特性を分析し、それぞれの市場ごとに対策を行うことで、より効果的に来訪につなげることが可能になる。また、デジタルマーケティングは、インターネットを活用した動画再生等によるプロ

モーションと、その視聴回数や情報発信基盤サイトへの流入状況といったマーケティング(データ分析)を並行して実施することが可能であるため、親和性の高い事業が実施できている。

取組の成果

せとうちDMOの対象市場である北米・欧州では、動画配信において約690万視聴を獲得しており、プロモーションとして相当の効果を得ている。また、インターネット広告等を活用した情報発信基盤サイトへの流入策も実施。流入や回遊の状況等を分析し、プロモーション効果を検証している。

さらに、デジタルマーケティングで得られたデータを基に様々な事業を実施しているが、訪日外国人旅行者も増加していることから瀬戸内の認知・ブランド化が進んでおり、せとうちDMOのミッションである「瀬戸内ブランドの確立による地方創生(地域再生と成長循環)の実現」につながっている。



活用した支援策や資金調達方法

平成29年度

- 瀬戸内7県からの負担金
- 観光庁の広域観光周遊ルート形成促進事業
- 自主事業等
- 社員企業からの負担金
- 企業版ふるさと納税による企業寄附金

外国人観光客への対応

瀬戸内における外国人旅行者の周遊促進を図るため、瀬戸内の航路等の情報を一括収集し、定期航路及び路線バスの運行情報について多言語発信(英語・繁体字)を行っている。また、Googleマップにて瀬戸内を発着する一般旅客定期航路(143航路)と、鉄道及びバスを絡めた検索サービスを実施している。

今後の展望

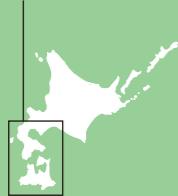
インバウンド市場は国内外で激しい競争となっているが、2019年ラグビーW杯、2020年東京オリンピック・パラリンピック、2021年ワールドマスターズと世界のトップイベントの開催が予定されており、大きな転換期を迎えている。瀬戸内における外国人延べ宿泊者数は全国平均を上回る伸び率で増加しているが、引き続きプロモーションや滞在コンテンツの開発、受入環境整備等を戦略的に行うことにより、瀬戸内における更なる認知度の向上とブランド化を進め、「瀬戸内ブランドの確立による地方創生(地域再生と成長循環)の実現」につなげていく。

プロモーション

実施主体

津軽海峡マグロ女子会

Yプロジェクト株式会社
 下北郡大間町大字大間字蛇浦道十一一七
 TEL : 0175-37-5073
 URL : <http://magujoyo.link/>

津軽海峡圏
(青森県及び北海道南部)

平成29年3月、北海道新幹線開業1周年のイベントで、セイカン博をPR

ポイント

- 北海道道南及び青森県を海でつなぐ1つのエリアと見立て、同エリアの観光資源を活用したプログラムを取りそろえる
- その地で暮らすマグ女ならではのおもてなしと楽しみ方を提供し、津軽海峡圏の観光商品としての魅力を発信

海をつなぐ寄り道旅

マグ女のセイカン博覧会

広域観光周遊ルートの世界水準への改善

取組の概要

マグ女のセイカン博覧会は、マグ女一人ひとりをパビリオンに見立て、その地で暮らすマグ女ならではのおもてなしと楽しみ方を提供。津軽海峡圏の観光商品としての魅力を発信するとともに、圏域内を周遊する旅行者の増加を図ることを目的として、平成28年度から開催している。平成29年度は、5つのカテゴリー「暮らしまるごとディープ

体験!」「ローカル線・沿線をめぐる旅」「マグ女と乾杯 ほろ酔い散歩」「海、山、温泉でパワーチャージ」「北前文化と祭り」で歴女な体験」に、計34のプログラムを準備した。なお、平成28、29年度とも、敢えてJRの大規模キャンペーン終了後の10～11月半ばに開催し、津軽海峡圏の継続的な魅力発信に努めた。

課題とマネジメント体制

青森県と道南地域は、縄文時代から交流があったと言われており、移住者や血縁者も多く、歴史的・文化的なつながりが深い。青函トンネルが開通した昭和63年以降も、文化交流から経済交流へは発展しなかった。平成28年3月の北海道新幹線開業という好機を捉え、かねてから自分達が暮らす地域の存続に危機感を持ち、地

域を未来に残していきたいという切実な思いを持った女性達が一斉発起し、「津軽海峡マグロ女子会」を結成。多種多様な職業人の集団であり、総勢80名を超えているが、敢えてリーダーは作らず、まずは行動を起こし議論を交わしながら、会のミッションや価値を見出し、活動に反映させている。

お客様への
ウェルカム機能を
意識したポスター花しるべな会・
藤島さんと歩く
函館山さんぽ

中核人材

島 康子
(青森側とりまとめ)
杉本 夏子
(北海道側とりまとめ)

総勢80名を超えるマグ女の取りまとめ役は、青森県大間町のカラ元気女島康子と、北海道松前町の温泉旅館矢野の若女将・杉本夏子。津軽海峡をたくましく、しなやかに、華やかに泳ぎ続けるマグロのように、観光まちづくりにチャレンジし続けます。エイエイオー!

成功要因

自発的に活動したい人のアライアンスであること、自分達の活動を通して地元で頑張っている人達が輝くことを基本としていること、そして活動している自分達自身が楽しんでいることに、地元の住民が共感してくれた。また、北海道新幹線開業によって、青函(青森・函館)エリアに注目が集まる絶好のタイミングを生かし、女性たちが束になって本気の観光まちづくりに立ち上がったことを、地域内外に向けて積極的にメディア発信した。常にメディアへ話題を提供し露出を図るよう努めたことで、地元の人たちにも認知されて、賛同者・応援者を増やしてきた。

取組の成果

津軽海峡を挟んだエリアが一体となって事業展開することで、津軽海峡圏内の心的距離が近くっており、当会のセイカン博覧会も貢献していると考えられる。さらに、セイカン博覧会開催をきっかけに、プログラムの新たな展開や地域の人たちの独自の工夫など、目に見えた動きが出てきている。例えば、五所川原市のほろ酔い散歩が旅行商品のオプショ

活用した支援策や資金調達方法

【平成28年度開催に関して】

- 青森県東青地域県民局において、パンフレット及びチラシを制作
- 民間企業からのセイカン博覧会協賛金

※基本的には、お客様からのプログラム参加費で賄っている。

今後の展望

北海道新幹線の開業で、津軽海峡圏に動脈が通ったが、さらに小さなまちむらにまで毛細血管を通そうとしている。セイカン博の取組を積み重ね磨き上げることで、その目的を実現していきたい。津軽海峡エリアに着地型の体験プログラムが集積するこ

失敗談とその対応

平成28年度のセイカン博覧会前は、複数プログラム参加による「周遊」をイメージしていたが、実際は単発でのプログラム参加が多かったことから、平成29年度は、まずは人気の観光地から「寄り道」してもらうことを目指し、その次のステップとして周遊を目指すよう方針に軌道修正した。また、プログラムのパンフレットへの掲載方法について、平成28年度のエリア毎から、平成29年度はカテゴリー別に改善し、プログラムの魅力を端的に伝えられるようにした。

ンとして採用されたり、プログラムがきっかけとなり、海外からの視察や、モニターツアーが実施された。また、プログラム協力店が、独自にサービス提供の仕方を工夫することにより、おもてなし度の向上や、プログラムの充実が図られ、セイカン博覧会終了後も年間を通して展開されるプログラムができるなどの成果が見られた。

とは、外国人観光客を誘客する上での魅力にもなると考える。また、会としての自立的な活動を継続させるため、収益を確保できる事業を模索したい。

プロモーション

実施主体

一般社団法人 秋田犬ツーリズム

一般社団法人 秋田犬ツーリズム
秋田県大館市上代野字稲荷台一、二
ニプロハチ公ドームパークセンター
TEL : 070-2020-3085
URL : <http://letsfufufuakita.jp/>



外務省と連携して駐日外交官らに地域の魅力を発信するツアーを実施

秋田犬を活用した 観光地域振興

訪日プロモーションの戦略的高度化

取組の概要

世界的に認知度の高い「秋田犬」をキーワードに、このエリアならではの自然、産業遺産、食や文化を国内外にアピールしている。観光客の来訪や滞在促進を目指すエリアブランドを確立し、函館と仙台をつなぐ広域周遊ルートでの存在感を高めるため、秋田県北部4市町村が(一社)秋田犬ツーリズムを組織し、活動している。観光地としては認知度が低

かった当エリアだが、デジタルマーケティングを積極的に活用し、秋田犬を使ったYouTube動画は125万再生を超えた。この観光キャンペーンが地域の観光振興、インバウンド増加に大きな影響を与えたとして、世界的な広告の業界賞を3つ受賞した。さらに、地域の枝豆を活用した商品開発・ブランド化にも取り組んでおり、海外輸出も実現している。

課題とマネジメント体制

この地域は、全国よりも早く少子高齢化が進んでいることから、交流人口増加による地域経済の活性化と地域での仕事づくりが急務となっている。そのための方策として、観光による交流人口を拡大するための取組に着手している。行政、観光協会、民間事業者それぞれが観光振興に取り組むことによって施策の漏れや重複が起こるなど、効果

的な取組ができておらず、また、地域経済の活性化に直結する観光消費額に目を向けてこなかった。こういった課題を解決するため、行政のノウハウやネットワークを持ちつつ、民間のスピードで観光地域づくりをマネジメントする「秋田犬ツーリズム」を設立。独立した組織として、様々なデータに基づく取組に着手している。

ポイント

- 世界的に有名な「秋田犬」をキラーコンテンツとした情報発信
- 観光・物産での相乗効果を高めるため、地域の枝豆を活用した商品開発や輸出
- デジタルマーケティングの積極的な活用



大人気の秋田犬ポスター。関連グッズも販売中



秋田犬ツーリズムが公開したweb動画の一角



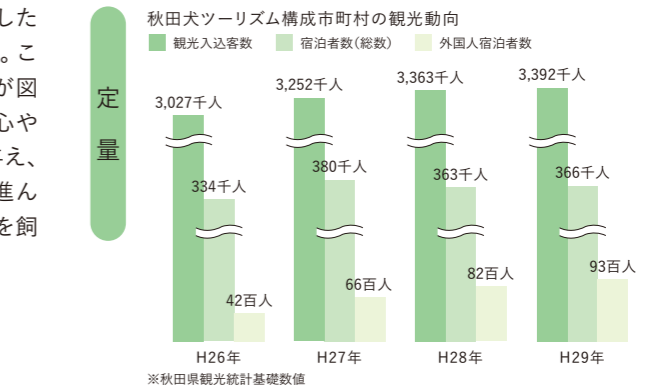
Healthy/Veganでブランド化している枝豆・大豆加工品

成功要因

秋田犬・ハチ公は世界的に有名だが、そのふるさとである秋田県北部の知名度は低い。このことを克服するために、地域の素晴らしい資源を発信しようと多くの地域住民が参加しキャンペーンを行った。思い切ったPR動画を制作しYouTubeでの発信をした。この動画によって国内外に向けて地域の観光資源の知名度向上が図られるとともに、秋田犬を活用した観光への取組について住民の関心や理解が大きく高まった。

取組の成果

インバウンドのターゲットである台湾を想定して動画を制作した結果、台湾での再生数が7割を超えた(総再生数125万回)。このおかげで、国内外に向けて地域の観光資源の知名度向上が図られ、秋田犬を活用した観光への取組について、住民の関心や理解が大きく高まった。この動きは県や市にも波及効果を与え、秋田犬を活用した観光振興やプロモーションなどで連携が進んでいる。また観光施設や宿泊施設では誘客のために秋田犬を飼育する所が増えている。



活用した支援策や資金調達方法

- 地方創生加速化交付金
- 地方創生推進交付金

外国人観光客への対応

- 訪日観光の現状などについて学ぶセミナーや語学が堪能でなくてもできるインバウンドおもてなし研修等の開催
- 地域の事業者が参加したワークショップにより、地域版「指差し会話帳」を作成
- 平成30年「やさしい日本語」による外国人旅行者受入プログラムを進める予定
- 2020年東京オリパラのタイ王国のホストタウン登録されたことから、異文化教室などを開催

今後の展望

秋田犬ツーリズムに与えられた役割

- ・住む人口は減っても、来る人口を増やす
- ・地域の価値向上による観光の産業化
- ・広域連携の強みを生かす
- ・稼ぐ仕組みづくり

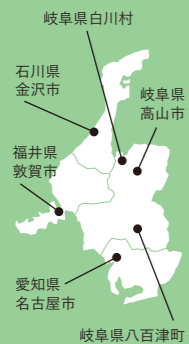
これらを達成するため、広域連携によりお互いの地域の強みを伸ばし、周遊性を高めていく。函館と仙台を結ぶ周遊ルートのひとつに当地域をしっかりと位置づけるため、キラーコンテンツとして「秋田犬」を活用した取組を進めていく。

プロモーション

実施主体

杉原千畝ルート推進協議会

杉原千畝ルート推進協議会
(事務局) 高山市花岡町二・十八
高山市海外戦略部海外戦略課
TEL: 0577-35-3346



IMTM2017 出展の様子

広域観光ルートの構築による杉原千畝氏の人道的功績の情報発信

インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化

ポイント

- 約1,400万人のユダヤ系民族という新しいセグメントを対象
- 杉原千畝氏に縁のある地域と、その周辺の外国人観光客の訪問特性に着目
- 県域を越えた自治体の連携

取組の概要

杉原千畝氏に縁のある岐阜県八百津町、福井県敦賀市、愛知県名古屋市の3地域及び、外国人観光客が多く訪れる岐阜県高山市、白川村、石川県金沢市の3地域の計6自治体で協議会を構成。約1,400万人のユダヤ系民族という新しいセグメントを対象とした、杉原千畝氏の功績の認知度向上及び誘客活動を展開している。

これまでもイスラエルとアメリカから旅行代理店を招聘したファミトリップを実施したり、イスラエル国際旅行博(テルアビブ)や「JAPAN WEEK2017(ニューヨーク)」に出展。また、杉原千畝ルートのPRパンフレットをヘブライ語、英語で作成、配布するなど、様々な取組を行っている。

課題とマネジメント体制

高山市が市内におけるイスラエル人宿泊者数の増加に着目し、八百津町や敦賀市へのヒアリング調査の結果、その要因として「杉原千畝氏に縁のある地域とその周辺の外国人観光客が多く訪れる地域」の関係性を見出したことが最初のきっかけである。その後、高山市から関係自治体(岐阜県

八百津町、白川村、福井県敦賀市、石川県金沢市)へ呼びかけ、平成28年7月に「杉原千畝ルート推進協議会」を設立。平成29年4月には愛知県名古屋市が加盟した。事務局は呼びかけを行った高山市が担当している。



Japan Week2017の様子



旅行代理店招聘の様子

成功要因

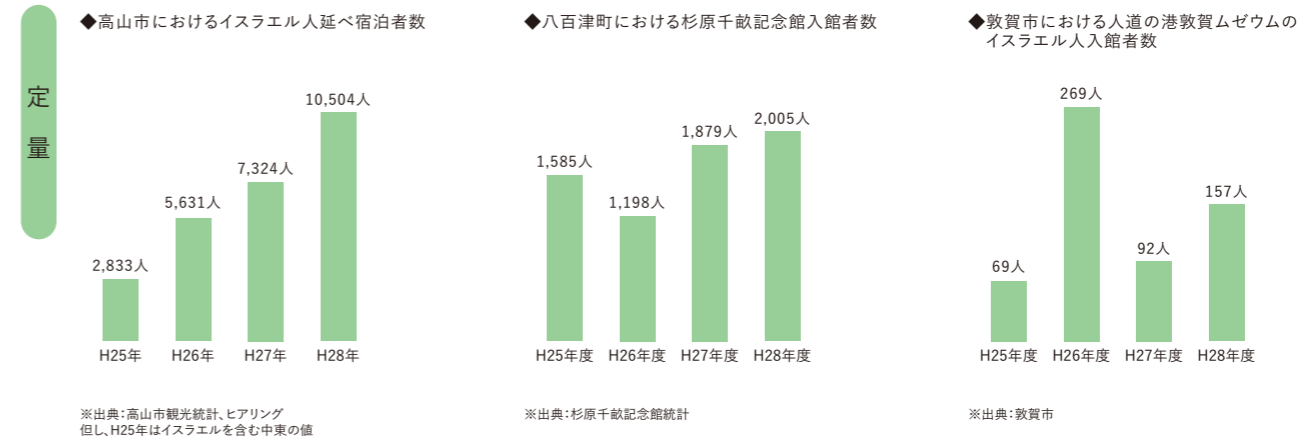
約1,400万人のユダヤ系民族という新しいセグメントを対象とし、県域を越えた自治体連携により事業を実施していることが挙げられる。また、イスラエルの旅行博の際には、在イスラエル日本国大使館と連携をした出展をするなど、在外公館や関係機関との協力体制により、イスラエル人を含むユダヤ系民族の誘客に成功しつつある。

失敗談とその対応

県域を越えた自治体で構成されている協議会のため、頻りに集まって協議をすることが難しい状況である。対応としては、事務局を中心に、協議会事業の相談等はもちろんのこと、各自治体単独で杉原千畝氏に関連する事業がある場合は積極的にメールを活用して情報(事業内容、写真、映像など)や意見を交換するようにしている。

取組の成果

これまで多くのメディアや関係機関から取材を受けるなど、日本国内外において協議会の取組が目目されている。これらのメディア等に、県域を越えた自治体の広域連携のインバウンド先進事例として紹介されることにより、他自治体等のお手本となりつつある。



活用した支援策や資金調達方法

- 訪日プロモーション地方連携事業

外国人観光客への対応

協議会としては、各自治体及びモデルルートの紹介を掲載しているパンフレットをヘブライ語、英語で作成し、配布している。また、自治体によっては独自にヘブライ語の地図やパンフレットを作成、配布しているところもある。

今後の展望

旅行会社等プロフェッショナル向けの旅行博や商談会、ファミトリップを実施してきた中で、徐々に協議会構成自治体の地域(一部も含む)をツアー行程内に含めて販売する旅行会社も出てきている。今後は、現地メディアへのアプローチを進め、イスラエル、北米において、杉原千畝氏の功績の認知度向上及び誘客活動を推進していく。