

「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」の取り組み状況



<p>キャンペーンのねらい</p> <p>高知観光の強みである「歴史」「食」に次ぐ柱として自然・体験型の観光資源を磨き上げ、効果的なプロモーションによって中山間地域の振興とインバウンドの誘致拡大につなげる</p>	<p>【県内の主な観光施設(66施設)への入込客数】</p> <p>これまでの実績 2/1～7/31</p> <p>1,546,830人(前年同期比102.4%)</p>	<p>【観光施設(11施設)、体験プログラム(11事業者)の利用状況】</p> <p>2/1～7/31</p> <p>観光施設 234,725人(対前年比119.3%)</p> <p>体験プログラム 32,219人(対前年比130.0%)</p>	<p>【特設サイトの利用状況】 8/22現在</p> <p>体験プログラム登録数 580件</p> <p>サイトPV数 700,047PV (対維新博第一幕比181%)</p>	<p>【GW主要観光施設(44施設)の利用状況】</p> <p>4/27～5/6(10日間)</p> <p>349,571人 (対前年比130%/昨年9日間)</p>
--	---	---	--	---

これまでの取り組み

つくる	<p>自然景観やビュースポット、体験・滞在型観光施設の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○アウトドア拠点など核となる観光地づくり <ul style="list-style-type: none"> ⇒「スノーピーク土佐清水キャンプフィールド」オープン (4/28) ⇒「モンベルアウトドアヴィレッジ本山」オープン (7/7) ⇒「東洋町海上アスレチック」オープン (7/13) ⇒龍河洞のリニューアル(プロジェクションマッピングの導入) など ○市町村と連携した観光地づくり <ul style="list-style-type: none"> ⇒伊尾木洞観光案内施設オープン(2/1～6/30 利用者数1,822人) ⇒安居渓谷・中津渓谷観光ガイド(2/1～6/30 利用者数1,446人) など
	<p>土佐の観光創生塾による旅行商品づくり支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○参加者の活躍の場にあわせた講座を県内各エリアでそれぞれ開催 <ul style="list-style-type: none"> ⇒6/11～14 県内3ブロックの「全体導入編」に計186名参加 ○山、川、海を生かしたさまざまな体験プログラムの造成、磨き上げを支援 <ul style="list-style-type: none"> ⇒「室戸ホールインセンター」とむろと廃校水族館とのコラボ「シャット」「仁淀川で和船船頭体験」など69プログラムが商品化(うち63商品がOTAサイト上で販売)
	<p>周遊促進や二次交通の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○周遊キャンペーン等の実施 <ul style="list-style-type: none"> ⇒「リョーマの休日」スクラッチキャンペーン(～9/30 県内38会場で実施中) ⇒クーポン城めぐり 土佐の城 御城印ラリー(～R.2.2月 県内7箇所で開催中) ⇒レンタカーキャンペーン(～R.2.3月 県内6社参加でレンタル料割引など実施中) ○広域での周遊バス運行や企画切符の造成 <ul style="list-style-type: none"> ⇒バス・電車一日乗車券や中村・宿毛線、安芸・室戸フリーきっぷの造成など

うる	<p>認知度向上と全国での話題化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○特設WEBサイトを活用した情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ⇒サイトに掲載する体験プログラムの登録促進、販売先OTAサイトへの誘導 ⇒著名人を活用した写真・動画でのPR、イベント情報やモデルコースの掲載 ○全国メディア等を活用した広報 <ul style="list-style-type: none"> ⇒キャンペーン情報などの露出(テレビ東京「昼めし旅」、雑誌「CREA」など)
	<p>ターゲットに応じた情報発信</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○近畿、中四国のローカルメディアを活用した広報 <ul style="list-style-type: none"> ⇒イベント・トピックスなどの着地情報を露出(岡山・香川・愛媛でのTVCMなど) ○キャンペーン公式SNS(ツイッター・インスタグラム)で旬のトピックスなどを発信 ○インバウンド向けの情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ⇒「VISIT KOCHI JAPAN」WEBサイト、Facebookを活用した情報発信 ⇒海外旅行会社に対するセールス活動(2月台湾,4月中国,5月香港) ○交通拠点や集客イベントなどでのキャンペーンPR <ul style="list-style-type: none"> ⇒空港、SA等でのガイドブック配架、ロハスフェア(4/27・28)への出展 など
もてなす	<p>キャンペーンの開催を広く周知</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○旅行会社向けの商談会・セールス活動 <ul style="list-style-type: none"> ⇒高知(5/16:19社),大阪(5/27:15社),名古屋(6/6:12社),福岡(6/10:13社) ○PRツールによる広報 <ul style="list-style-type: none"> ⇒公式ガイドブック計28万部、のぼり、ポスター など
	<p>きめ細かな観光情報の提供</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○プッシュ型の情報提供に向けた観光案内所の機能強化 <ul style="list-style-type: none"> ⇒特設WEBサイト活用研修会の開催(3ブロックで55名参加) ○観光人材・ガイド団体の育成 <ul style="list-style-type: none"> ⇒観光ガイド連絡協議会との意見交換(5月)

<p>観光客の満足度向上</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○観光客アンケートの実施と観光施設等へのフィードバック <ul style="list-style-type: none"> ⇒「お客様の声アンケート結果」を観光関係事業所へフィードバック
------------------	--

今後の取り組み予定

<p>1. 観光商品を「つくる」</p>	<ol style="list-style-type: none"> ①自然景観やビュースポットの磨き上げを継続して支援 <ul style="list-style-type: none"> ⇒安居渓谷・中津渓谷(物販施設のリニューアル等)、梶原町セラピーロードの歩道整備 など ②体験・滞在型観光施設の整備を継続して支援 <ul style="list-style-type: none"> ⇒体験型: モネの庭(光の庭等)リニューアル、仁淀川にここご館リニューアル 四万十川アドベンチャーパーク(ジップラインの整備) など 滞在型: Muroto Base 55(室戸ライダーズインのリニューアル)、津野町天狗荘 など ③民間活力を積極的に導入した観光地づくり <ul style="list-style-type: none"> ⇒市町村や民間企業によるプレゼン(観光資源アイデアの開催/年2回)、現地視察の実施 など ④体験プログラムの造成・磨き上げ <ul style="list-style-type: none"> ⇒土佐の観光創生塾の開催(「全体導入編」含めて、全体で251名が参加予定) 「地域づくり編」…実践事例の紹介や事業者間連携に関する講習(全4回) 「情報発信編」…実際の集客につなげるための情報発信スキル講習(全4回) 「実践編」…キャンペーン等と連動した売れる商品づくり講習(全4回)、地域コーディネーターが個別訪問により支援 ⑤周遊促進や二次交通の整備 <ul style="list-style-type: none"> ⇒これまでの取り組みの継続と、SNSを活用したフォトラリーなどによる周遊促進の拡大
<p>2. 観光商品を「うる」(別添)</p>	<ol style="list-style-type: none"> ①特設WEBサイトによる情報発信の強化 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ターゲットやテーマ別に、本県オリジナルの旅の過ごし方の提案を特設サイトで発信 ⇒著名人等による高知体験動画を複数本制作し、特設サイトで継続的に情報発信 ⇒「キャンプ場情報」などの新たなコンテンツの追加、アクセス向上策の実施 ②全国的な盛り上がりを創出 <ul style="list-style-type: none"> ⇒「モンベルアウトドアヴィレッジ本山」「新・龍河洞」など、新たな観光情報を全国メディアで発信 ⇒企業とのタイアップによる企画を展開し、話題性を創出 ③さらなる周知や地域周遊を促すためのきめ細かな情報発信の継続 <ul style="list-style-type: none"> ⇒土佐れいほく博、各地域イベントなどのタイムリーな情報を効果的に情報発信 ⇒時事や季節に応じたSNSでの効果的な投稿、フォロー増加キャンペーンの実施 ④キャンペーンの機会を生かしたインバウンド観光の誘致 <ul style="list-style-type: none"> ⇒インバウンドプロモーターによる体験型旅行商品の造成・販売 ⇒台湾・香港での商談会の開催、VISIT KOCHI JAPANやSNSでの情報発信 ⑤効果的な旅行会社向け商談会の開催・個別セールスの実施 <ul style="list-style-type: none"> ⇒商談会:大阪(9,10月),東京(9,10月) 個別セールス:東京・大阪・福岡・広島(9月),名古屋・静岡・京都(10月) など ⇒旅行会社に対する来年少上期向けの旅行商品の提案
<p>3. 観光客を「もてなす」</p>	<ol style="list-style-type: none"> ①プッシュ型の観光情報提供 <ul style="list-style-type: none"> ⇒観光案内所職員向け研修およびアドバイザー派遣 ②観光客の満足度向上の取り組み <ul style="list-style-type: none"> ⇒OTAサイトの評価状況、体験プログラム利用者アンケートの事業者へのフィードバック ⇒観光ガイド団体向け研修会(全県・地域別)の開催とアドバイザーの派遣(9月～)



「リョーマの休日～自然&体験キャンペーン～」今後のプロモーション展開



夏休みの誘客に向けたプロモーション

キャンプ場情報、地域イベント、キャンペーンの新しい観光事業

紅葉・温泉情報、地域イベント、キャンペーンの新しい観光事業

草花・桜情報、地域イベント、キャンペーンの新しい観光事業

オフシーズンの誘客に向けたプロモーションの強化

土佐れいほく博のスタートなどを強力に露出

おいでよ！四国のまんなかへ

土佐れいほく博

福北地域観光キャンペーン

秋以降の話題づくりを狙い、高知ならではの、新しい旅の過ごし方を提案

テーマ展開第1弾

- 山・川・海をテーマにしたPR動画
- ターゲットごとのモデルコース提案
- 季節に応じたお勧め体験プログラム
- 山、川、海それぞれのグルメ紹介

テーマ展開第2弾

ナイトタイムエコノミー

- 高知城光の祭り2019
- 五位山イルミネーション
- すさきX'masイルミネーション など

歴史観光

- 龍馬生誕祭、各施設企画展 など

テーマ展開第3弾

- 新たなテーマに応じたPR動画
- ターゲットに応じたモデルコース提案
- 旬のお勧めグルメの紹介 など

これまで築き上げてきた「食」「歴史」観光

著名人等を活用したWEB動画

コンテンツの追加 (6/7)

声優・小野大輔氏がナビするweb動画の公開

佐藤健寿氏写真展示
まるごと高知(6/8～30)

コンテンツの追加(7月～)

県内キャンプ場の紹介ページ

SNS

ツイッター情報発信

●インスタントウィンキャンペーン(年2回)

Instagram情報発信

●フォトコンテスト(通年)スタート

フォロワー増キャンペーン

時事や季節に応じたSNSでの効果的な投稿やキャンペーンの実施

参加型キャンペーン

プロモーション

◆6/7,14テレビ東京「昼めし旅」

◆6/7女性誌「CREA」

◆6/23グルメ誌「あまから手帖」

◆6/30アウトドア誌「フィールドライフ」

◆小野氏Yon Tube動画 など

◆7月中旬全国ネット旅番組(30分)

◆7月下旬BS放送旅番組(50分)

◆8月上旬全国ネット情報番組(2週連続)

◆7月上旬雑誌(男性誌・アウトドア系)2誌掲載

◆7月中旬女性誌掲載 など

◆近畿圏TV放送3本

◆中国地方TV放送3本

◆四国地方TV放送3本

◆関西地区テレビCM5日間(10本以上)

◆7/4～中四国テレビCM1ヶ月間60本以上×3種類

◆7月上旬 読売新聞各エリア版3段広告

◆7月上旬 愛媛新聞1面広告

企業とのタイアップによる話題性のある企画展開

全国ネットのテレビ・ラジオ

新聞・一般誌・webマガジン

アウトドア・歴史など専門誌

ヤマを創り出す計画的な露出

ポスター・のぼり・がけ看板製作・配布

近畿・中四国のローカル番組

地方新聞、タウン誌

ヤマを創り出す計画的な露出