

(3) オホーツク海の強み「食」を活かした取組

■計画

項目	内容	実施主体
旅行商品の企画・販売	オホーツク海の「食」を前面に出し、近年、産業遺産として紋別市が整備を進めている鴻之舞金山跡地や紋別を訪れる方に最も人気の高い「とっかりセンター」などを組み合わせた旅行商品を企画・販売。	・紋別市 ・紋別観光協会 ・旅行会社 ・紋別振興公社
関連した地域の PR	上記の旅行商品のコンセプトを踏まえ、オホーツクの「食」を前面に出した首都圏 JR の中吊り広告で PR ANA 機内誌「翼の王国」での PR	・紋別市 ・広告会社
クーポン券の発行	紋別市内の料理店・土産店等で利用できるクーポン券を発行、上記の旅行商品を購入した者に提供（クーポン券は、オホーツク紋別空港到着時に空港ビルにある紋別観光協会案内窓口で配布）するとともに、飲食店・土産物店では料理メニューや土産品の開発を進める。また、他の時期と比べ、目玉となるものが少ないことからインセンティブを増大させるため増額（+1,000 円）を行う。	・紋別市 ・紋別観光協会

① 旅行商品に関連した地域の PR

■平成 26 年度実施状況

○新聞広告等

- ・平成 26 年 12 月に東京新聞で食と流水を絡めた 1 面広告を掲載（広告企画「紋別通」）
- ・都内での PR 活動および事前告知
- ・掲載にあたり、取材施設の選定、調整を行い、紋別市内を 2 日間にわたり取材を行った。取材後、編集は東京新聞が行い、協議会側は記事の校正・追加素材の提供を行う。
- ・平成 26 年 12 月 6 日付東京新聞に掲載した。その後の PR 効果を継続させるため当該広告の増し刷りを行い、市内各施設・取材協力施設・各種 PR 等に活用した。
- ・H27.2.28～3.1 本プロジェクトに協力をいただいている旅行会社の店内で、商品 PR を含めたイベントを実施。試食コーナーや抽選会のプレゼントとして商品を提供し、商品販売と地元特産品の PR を同時に行った。
- ・開催にあたっては、事前に旅行会社の了解を得てイベント実施のプレスリリースやチラシ作成、Facebook 等において周知を行ったほか、旅行会社のメールマガジン・Facebook でも告知を行った。

■平成 27 年度、28 年度実施状況

※実施なし。

② 首都圏での PR 活動

■平成 26 年度実施状況

※実施なし。

■平成 27 年度実施状況

○物産展を活用した PR 活動

事業名 商店街と地方都市との交流物産展（新橋駅 SL 広場）

期 間 平成 27 年 10 月 29 日・30 日

イメージポスター貼付（2 市町）

- ・ 物産展来場者に対する地域や旅行商品 PR、商品購入者にプレゼント提供
- ・ 主催者側に加え、キャンペーン HP・FB でも告知。
- ・ 来場者アンケートの実施
(HP 視認調査も兼ね、閲覧者に対するプレゼントも実施)

■平成 28 年度実施状況

物産展を利用した PR（10 月新橋）

都内飲食店での PR 活動（2 店舗で開催）

モニターツアー 応募者 529 名

- ・ 地元産品に加え路線及び空港の PR の場として都内で開催される物産展とタイアップした取り組みを実施。PR に加えてアンケートを実施。
- ・ 会場が昨年までと変更になったことと、2 日目は終日雨となり集客・アンケート聴取も予定を下回った。
- ・ 今年度は加えて、都内で紋別をはじめとするオホーツクの産品を扱う飲食店の協力を得て、約 1 ヶ月間店内でフェアを実施、そのうち 1 日は店内イベント開催し、誘客を図ったほか飲食店⇄物産展の誘導を図り、イベントの連動性を図った。
- ・ 都内における紋別産品の発信場所を確保することができた。
- ・ モニターツアーの応募者については 2 年前の実績をもとに準備したが、予想に反する件数の申し込みがあり、受付事務を拡大し対応するなどの反響があり、継続した PR の成果が現れた。

③ 旅行商品へのインセンティブの付与

■平成 26 年度実施状況

今回のプロジェクトの趣旨に賛同した旅行会社の対象ツアーを購入した方に、市内で使える 3,500 円分のクーポン券及び、市内観光施設で優待が受けられるオホーツクマジックパスポートを贈呈した。

また、当該商品のモニターをキャンペーンサイトで募集し、旅行後のレポート提出を条件にプレゼントを実施した。提出されたレポートはキャンペーンサイトで紹介をしている。

(参考) <http://www.okhotsk-magic.jp/report/>

■平成 27 年度、平成 28 年度実施状況

※実施なし。

④ トレインチャンネル放映

■平成 26 年度実施状況

○H27.3.2～8 流氷海明け毛ガニをテーマに 15 秒 CM 放映

- ・平成 27 年 3 月 2 日～8 日の間、JR 京浜東北線、京葉線、埼京線の各車両のトレインチャンネルに 15 秒の動画広告を配信した。
- ・オホーツク紋別空港が羽田と 1 時間 50 分程度で結ばれていること、流氷が去った後の毛ガニが一番美味しいこと等を PR。
- ・詳細等はキャンペーンサイトを確認してもらおうよう、サイトのへの誘導も行っている。15 秒間という短い時間で何を訴求し見せていくのかが、難しいところであった。

■平成 27 年度実施状況

平成 27 年度の改善点として、以下を実施した。

- ・掲載路線を H26 の 3 線から 1 線（京浜東北・根岸線）に絞る。
- ・掲載期間を 1 週間から 2 週間に変更（H28.3.7～20）
- ・流氷海明け毛がにを中心にオホーツクで食べるには飛行機があるということを PR
- ・内容は昨年度のものよりも、インパクトを付けることができたので、放映後も活用できるよう、広告会社とも調整をすすめる。

■平成 28 年度実施状況

※実施なし。