

## (1)メディア個別招聘事業

### ■計画

(大項目)	分類	(小項目)	取組内容	目的	実施主体
PR活動	継続	1.メディア個別招聘事業【実施期間：随時】	天草地域、天草エアラインの認知度向上を図るため、福岡・関東、台湾・韓国等のメディアを対象とした招聘事業を実施し、天草地域、天草エアライン等の情報発信を目指す。	購読者・視聴者の属性や関心テーマに合った情報提供が可能となり、保存率・回読率が高い雑誌メディア等を中心に本施策を展開し、より深い天草地域の認知度、イメージ向上に繋げることで、AMXの利用促進を図る。 <b>〈効果測定〉</b> <項目> ・メディア露出数・認知経路アンケート <方法> ・利用者アンケート	天草市 AMX 地元観光協会 熊本県(海外)

### ■平成 26 年度～平成 28 年度の実施状況

◎平成 26 年度は、10 月 15 日に天草宝島観光協会、天草市観光振興課、天草エアライン、事務局等による打合せを実施し、以下のとおり事業を実施した。

平成 27 年度は、天草四郎観光協会（上天草市）、旅行代理店をメンバーに入れて、天草の魅力をより一層にPRできるような展開を実施した。

平成 28 年度は、2 年間の結果・成果を踏まえ事業の再構築を行い“メディア等を活用したPR事業”へ集約し、以下のとおり実施した。しかし、熊本地震による外的要因もあり、これまでのような取材の問い合わせ等は激減した。

#### ① 国内

- 平成 26 年度…5 社の雑誌社が天草・天草エアラインを取材し、その記事を各媒体に掲載。
- 平成 27 年度…1 社の雑誌社が天草・天草エアラインを取材し、その記事を各媒体に掲載。
- 平成 28 年度…1 社の雑誌社が天草・天草エアラインを取材し、その記事を各媒体に掲載。

【表 メディア個別招聘事業（国内）の実施状況】

年度	取材期日	媒体名	掲載号（ページ数）
平成 26 年度	12 月 18 日～ 12 月 20 日	女性誌 「GLOW」	3 月号(3P)
	1 月 13 日～ 1 月 14 日	福岡シニア向けフリーペーパー 「ぐらんざ」	2 月号(2P)
	1 月 20 日～ 1 月 21 日	総合情報誌 「月刊九州王国」	4 月号(8P)
	2 月 18 日～ 2 月 20 日	日本唯一の島マガジン 「島へ。」	4 月号(21P)
	3 月 13 日～ 3 月 15 日	情報誌 「散歩の達人」	6 月号(6P)
平成 27 年度	9 月 14 日～ 9 月 16 日	WEB 「Travel Latte～旅行コラム」	WEB～旅行コラム
平成 28 年度	1 月 30 日～ 1 月 31 日	福岡シニア向けフリーペーパー 「ぐらんざ」	2 月号(3P)

② 海外

- 平成 26 年度…2 月から 3 月にかけて、各雑誌社が天草・天草エアラインを取材し、今後、その記事を韓国 3 社は掲載する意向、台湾 2 社は掲載可能性を示した。
- 平成 27 年度…3 社〔韓国：1 社、台湾：2 社〕の雑誌社が天草・天草エアラインを取材し、その記事を各媒体に掲載。
- 平成 28 年度…取組実績なし。(2 年間の結果・成果を踏まえ、事業の再構築を行い、本事業については“メディア等を活用した PR 事業”へ集約したため。)

【表 メディア個別招聘事業（海外）の実施状況】

年度	取材期日	対象市場 ターゲット	媒体名	掲載号（ページ数）
平成 26 年度	2 月 25 日～ 2 月 27 日	韓国	NO CUT(CBS)	3 月 10 日(WEB) 3 月 23 日(WEB)
			ソウル新聞	3 月 21 日号 (1P)
			交通観光新聞	3 月 23 日号 (1P)
	3 月 1 日～ 3 月 4 日	台湾	azTravel	
			旅報週刊雑誌社 TTN	
平成 27 年度	9 月 6 日～	韓国	Golf Digest	11 月号 (4P)

	9月8日		韓国観光新聞	9月21日号(1P)
	7月5日～ 7月8日	台湾	美好九州	8月号(6P)
	10月4日～ 10月7日		Facebook/ブ*ログ(943)	10月4日から随時発信(WEB)

③ AMX×Facebook タイアップ番組制作及び情報発信（※④と連携。）

■平成26年度～平成28年度の実施状況

- 平成26年度、27年度…実施なし。
- 平成28年度…有識者からマスコミ等が取り上げてくれる限りは継続できるが長期的には不安であることと指摘があった。以上のことから、協議会としても、招聘するマスコミ等の絞り込みが必要であると判断したため、他事業との連携による効果アップを目指し集約を行った結果、Facebook ユーザーへとターゲットを絞った動画情報発信、広告展開により低予算で最大の効果を得られる SNS を使った広告展開を実施。

【表 太田が喰う！の実施状況】

年度	撮影期日	情報発信日	媒体名	動画再生数
平成 28 年度	5月18日	5月28日	第1弾いけす料理やまもと編	7,430
	6月8日	6月16日	第2弾天草海鮮蔵編	6,828
	6月15日	6月29日	第3弾たなか畜産編	6,411
	7月21日	7月27日	第4弾蛇の目寿司編	4,908
	8月18日	8月22日	第5弾丸健水産編	3,236
	9月14日	9月27日	第6弾奴寿司編	3,531

④ AMX×Facebook タイアップ広告（※③と連携。）

■平成26年度～平成28年度の実施状況

- 平成26年度、27年度…実施なし。
- 平成28年度…有識者からマスコミ等が取り上げてくれる限りは継続できるが長期的には不安であることと指摘があった。以上のことから、協議会としても、招聘するマスコミ等の絞り込みが必要であると判断したため、他事業との連携による効果アップを目指し集約を行った結果、Facebook ユーザーへとターゲットを絞った動画情報発信、広告展開により低予算で最大の効果を得られる SNS を使った広告展開を実施。

【表 AMX×Facebook タイアップ広告の実施状況】

年度	撮影期日	媒体名	費用	エンゲージメント数
平成	11月10日～	キャンペーン1	454,583	12,471

年度	撮影期日	媒体名	費用	エンゲージメント数
28 年度	12月25日	「いるかにのらんと？」	円	
	1月20日～ 2月10日	キャンペーン2 「間もなく終了モニタープラン」	209,999 円	11,441