

# ふるさと名物商品・旅行券事業 全国企画 参考資料

世の中の情報に敏感な人気雑誌の編集部が、ふるさとの逸品や旅行を「目利きして」ターゲットやビークルの特性に合わせ各ECサイトにて販売。  
 A D K が各ECサイトを束ねた情報ポータルサイトや、本誌連動 P R や共同企画等のプロモーションを実施。  
 商品に「お墨付き」や「地域ストーリー」等の付加価値をつけて、販売していきます。

## 目利きジャパン.com (仮)

問合せ先：ADK目利きジャパン事務局  
 電話番号：03-5280-5042



光文社  
 「和食STYLE ECサイト」  
 参考：<http://washoku-style.jp/>  
 ※ECサイト構築中

テーマ(仮)  
 ニッポン和食巡り

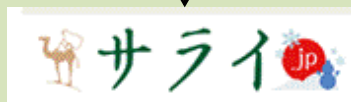
参加予定編集部  
 JJ  
 CLASSY  
 Mart  
 VERY  
 STORY  
 美ST  
 HERS  
 Gainer



KADOKAWA  
 「WALKER ECサイト」  
 参考：<http://www.walker-plus.com/>  
 ※ECサイト構築中

テーマ(仮)  
 地元ディープ情報  
 スポット・フード・グッズ

参加予定編集部  
 WALKER PLUS  
 WALKER 47  
 東京WALKER  
 横浜WALKER  
 関西WALKER  
 東海WALKER  
 福岡WALKER  
 北海道WALKER



小学館  
 「サライECサイト」  
 参考：<http://serai.jp/>

テーマ(仮)  
 伝統と職人の技

参加予定編集部  
 サライ



マガジンハウス  
 「コロカルサイト」  
 参考：<http://colocal.jp/>

テーマ(仮)  
 LOCAL Goo!ds

参加予定編集部  
 コロカル  
 クロワッサン  
 Hanako  
 Anan総研

その他出版社  
 アプローチ中

# アンテナショップ 通販サイト+カフェ

## 基本構造

アンテナショップならぬ、「アンテナショップ」。  
ネット上のECサイトで、地方の知られざる「ひとてま食材」販売。

+

鎌倉でリアルなカフェを展開予定。そこで、地方の「ひとてま食材」を使ったメニューを提供。  
もちろん、そのカフェで、ご当地セレクションのリアル販売も実行。



## 「ひとてま食材」とは

**地方の美味しい原料を使った知られざる「缶詰」「レトルト」など。**

それを使って“ひとてま”かければ、いつもの食卓が、未知の美味しいごちそうに。  
幸せな時間と、との産地への興味を醸成する。

「アンテナショップ」とは、  
「アンテナ」と「棚」をプラスした造語。

榎田竜路代表



経産省地域キーパーソンの榎田竜路代表のアースボイスプロジェクトが展開。

平成22年度経済産業省「キーパーソン研究会」委員、内閣府「地域活性伝導師」等、政府の地域活性化分野のアドバイザーとして全国に幅広いネットワークを持っている。  
特に中小企業や地域に「物語」を見出し、それをコンテンツ化してグローバルに展開する能力は卓越しており、震災後の復興や中小企業の活性化に尽力している。愛でよろしく！

# ターゲット雑誌(女性誌やシニア層)と連携したECサイト

雑誌(出版社)と連携して通信販売のサポートを行います。各々の雑誌と組み合わせることで届けたい顧客へダイレクトにアプローチが可能であり、ただ販売するだけでなく、徹底した取材・編集能力により地域産品の物語を発掘し、より魅力的なブランドづくりを行います。同時に、下記のような、システム、運用、サポートも同時に行うことが可能です。ECサイトの構築に関するご相談ください。

## 雑誌と連携するメリット

- ①ターゲットを明確にしてアプローチ
- ②取材編集による商品の発掘と紹介
- ③書店販売によるプロモーション効果



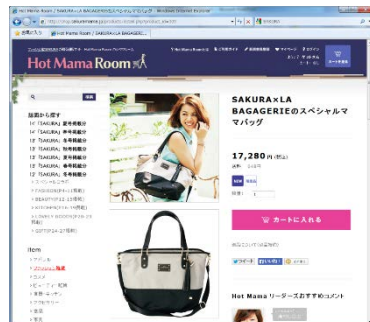
雑誌 (特集連載)



雑誌を活用して送客



ECサイト(販売)



提案媒体(アプローチ可能な雑誌)

女性向け	食通・グルメ	シニア向け	旅行・趣味
 <p>VERY (光文社)</p>	 <p>dancyu (プレジデント)</p>	 <p>サライ (小学館)</p>	 <p>ジュエル (JTBパブリッシング)</p>
 <p>anan (マガジンハウス)</p>	 <p>おとなの週末 (講談社)</p>	 <p>いきいき (いきいき株)</p>	 <p>Pen (阪急コミュニケーションズ)</p>

# マガジンハウス ECサイト「コロカル商店」の企画・販売

マガジンハウスの人気ECサイト「コロカル商店」への出店・出品の仲介と、雑誌連動による販売企画のサポートを行います。

## ①ターゲットの明確さ

雑誌の顧客層が明確なため、届けたいターゲットに細かなアプローチが可能です。今回の「ふるさと商品・旅行券」の目的の一つである「都市生活者」へのアプローチ力も強まります。



## ②物語性の発掘 (+編集というお墨付き)

企画・編集力を持つ出版社によって、地域産品や観光価値の発掘・伝達が可能です。また「雑誌に選ばれる」という他者のお墨付きが働くので、より購入意欲が高まります。



## ③書店におけるリーチ

WEB通販サイトだけでなく、雑誌という形態で書店に並ぶことで格段にリーチ力が高まります。また、自宅など手元においてもらったり、読み返しの効果もあります。

## 例): マガジンハウスの通販サイト「コロカル商店」

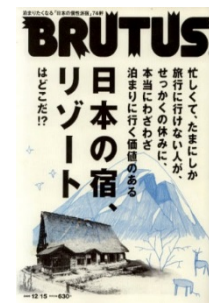


連動



送客

## マガジンハウスの雑誌

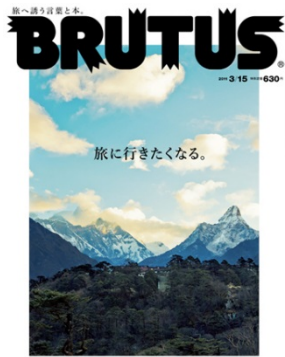


# マガジンハウスによる特集雑誌(別冊)の制作

マガジンハウスの緻密な取材・編集能力を活かした特集雑誌を制作します。雑誌一冊まるごとをその地域(自治体)の特集することで、「ふるさと名物商品・旅行券」の通販カタログとして活用でき、ECサイトへ顧客を誘因します(電話販売や郵送販売も可)。クーポンによるECサイトへの誘因や、プレゼントを同封することで地域の魅力を直接伝えることも可能です。コンテンツを楽しみながら、商品の購入意欲を高めることができます。

※いくつかの地域と連合で作ることも可能

参考例：地域特集(マガジンハウス)



あの人はどんな旅をしたのか。  
\* 1冊1,500円(税別)送料別。送料は別途お見積りいたします。



参考例：佐賀県を特集したMOOK本(宝島社)



誘因  
→

ECサイト  
(販売)

郵送受付

電話対応による販売



# インターネットモール＋百貨店催事を活用した「ふるさと名物商品」販売プラン

## <47CLUB を採択いただくメリット>

- 地方新聞社が連携運営するスキームだからこそ、地元の新聞社が「ふるさと名物商品」の多角的なサポートを行うことが可能。
- 地方産品の専門サイトであることから、ユーザーから見て「ふるさと名物商品」販売の親和性が他サイトより高いこと。
- 多地域へのインターネット販売企画や百貨店催事販売の周知など、幅広い広報展開が可能。
- 交付対象期間後にオプションでの他販路紹介、商品開発サポートなど事業者の自走型販路拡大を総合的に支援することが可能。

## <①インターネットモールでの販売>

「ふるさと割」でお得にゲット！日本全国「ふるさと名物商品」総選挙！ <仮題>

参加自治体自慢の「ふるさと名物商品」が一堂に介して、選べて買えるインターネット販売企画を、地方産品専門インターネットモール **47CLUB（よんななくらぶ）** に開設します。ユーザー（域外消費者）が「ふるさと名物商品」の購入をすることで、「応援の1票」が入る仕組みにし、「ふるさと名物商品」の中のナンバー1を決定します！単に商品販売を行うだけではなく、ユーザーが「ふるさと名物商品」の中から応援したい商品を選ぶ～という企画性で話題づくりを行います。

<実施時期> 2015年7月～2016年6月末の1年間（予定）

## <②百貨店催事での販売>

「ふるさと割」でお得にゲット！日本全国「ふるさと名物商品市」！ <仮題>

モール、上記企画で販売された「ふるさと名物商品」の中でも、人気の商品（※）について、47CLUBが主催する全国の百貨店催事にて販売する機会を提供します。 <開催時期> 未定 ※本企画参加全商品が百貨店で販売できるものではありません。

参考：インターネット販売モデル



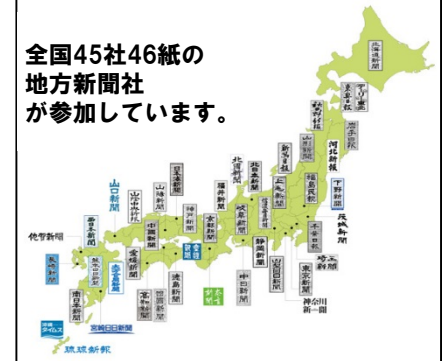
・インターネットでは  
①自治体による販売  
②事業者による販売  
のいずれかを選択いただけます。

・最終的には「事業者自走」を目指すことを念頭に活動していきます。

## 「47CLUB」とは？



全国45社46紙の  
地方新聞社  
が参加しています。



全国の地方新聞社が厳選した地域の逸品を  
買えるインターネットモールが47CLUBです。  
「こんなのあるんだ！」とユーザーに驚いて  
いただけるような知られざる地域の商品を紹介、  
販売しています。  
・会員数：約30万人・PV数：約238万PV  
(2014/12)

（株）47CLUBでは、インターネットモール以外にも  
全国の事業者の販路拡大の課題解決の一助として、  
百貨店催事の開催や、法人購入の斡旋・  
提案、海外販売の支援、また、新商品の開発や  
商品リニューアルなど、総合的に事業者の  
販路拡大を支援しています。

お問合せは（株）47CLUB「地域創生」  
担当まで。電話 03-6402-4700 6

企画名：日本列島出張ラジオキャラバン「ワリカン！～ふるさと割！感動物語～」(仮)

提供主体：FMラジオ（JFN全国38局ネットワーク）

概要：

FMラジオを使って全国のリスナーに我が町をPR。毎週全国どこかにラジオ番組が訪問するキャラバン企画です。パーソナリティ、旅行者、シモティーがフラットに、まるで割り勘(ワリカン)する飲み仲間のように語り合い、その土地の空気や人々の息づかいを感じさせる、リスナーが耳で旅するFMラジオ番組「ワリカン」(仮)。実際にパーソナリティが取材、地元の人々とコミュニケーション(飲みニケーションも含む!)を通じて、方言・祭り囃・自然のおりなす音を使いながら、名産品や観光地をご紹介します。番組で名物サイト・旅行サイトページをご紹介しますことはもちろん、他メディア(雑誌・ウェブ)との連動も可能です。※ご出資いただいた自治体は、必ず訪問致します。

JFN38局ネット 週1 30分番組(仮)

**ワリカン**  
～ふるさと割 感動物語～



番組を軸にSNSでも情報発信し、コンテンツをアーカイブ化、また、番組と地域とリスナーの交流の場を作ります。

JFN

JFNが主体となり、各FM局と取材連携しながら軸となる30分番組を制作します。

派生企画

リスナー参加バスツアー  
お祭りでの公開収録 など



放送内で紹介

※放送日数に限りがありますので、決定順とさせていただきます。締め切らせていただく場合があります。また、応募数が満たない場合は、各自治体さまと別途ご相談の上、実施方法を検討させていただきます。

基軸サイトなどとの連動

ふるさと名物サイト

ふるさと旅行サイト



JFN 80. Love

TOKYO FM 38局一覧と聴取可能人口(万人)



FM北海道	507	FM滋賀	414
FM青森	345	FM OSAKA	2,015
FM岩手	305	KissFM KOBE	1,332
FM仙台	493	FM岡山	598
FM秋田	125	FM山陰	146
FM山形	200	広島FM放送	549
ふくしまFM	305	FM山口	489
TOKYO FM	4,307	FM香川	516
FMぐんま	602	FM愛媛	584
FM栃木	313	FM徳島	584
FM新潟	321	FM高知	85
FM長野	212	FM FUKUOKA	762
K-MIX(静岡)	643	FM佐賀	305
FMとやま	196	FM長崎	352
FM石川	248	FM熊本	390
FM福井	198	FM大分	272
FM岐阜	774	FM宮崎	235
FM AICHI	1,332	FM鹿児島	237
FM三重	961	FM沖縄	126

実施イメージ



全国38局ネット  
毎週日曜13:00～  
現在放送中  
パーソナリティ:  
小山薫堂・柴田玲  
(一部局放送時間が異なります。)  
提供：日本郵政グループ  
導入：  
日本人でも知っているよう  
で知らない「いいモン」を発見する...



「ワリカン」ナビゲーター案  
あおい有紀  
酒サムライ/フリーアナウンサー  
食のなでしこコンテスト 準グランプリ  
観光庁主導 酒蔵ツーリズムにて目利き役



企画名：思い込み破壊 名品調査／本当のふるさと旅行を300人に聞いてみた！ふるさと旅行調査

提供主体：株式会社ゲイン

## 概要：

### ① テーマ

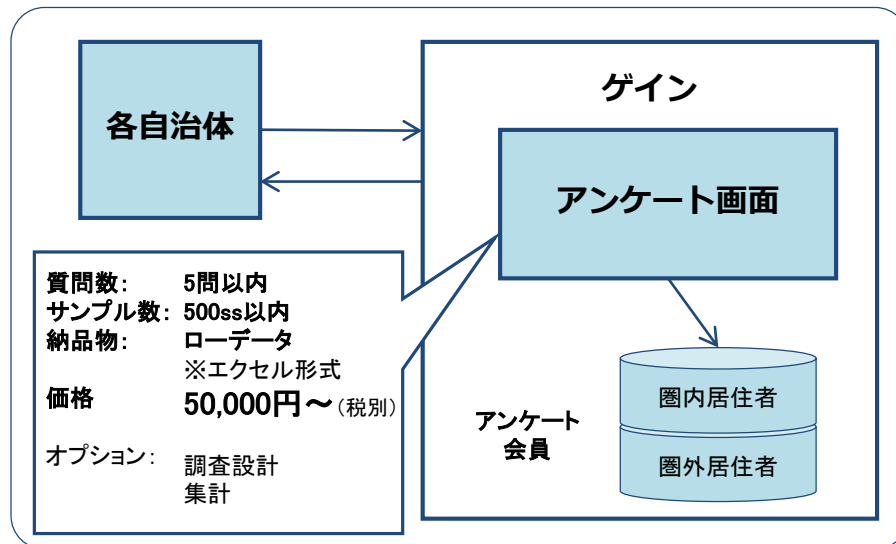
各自治体居住者と都市部居住者の名産・特産品に対するイメージのギャップを約280万人の調査モニターから明らかにする調査パッケージ。

### ② 取扱物品・旅行

名産品・特産品・地元グルメ

### ③ 活用するサイト等

株式会社ゲイン保有のアンケートモニターに対するアンケート調査



## ギャップイメージ調査例(北海道編)

- 道外在住者が想起する「いくら・うに・チーズ」を売るべき！
- 道内在住者の想起する「ラーメン・ジンギスカン」は記事化で魅力を訴求！

Q.「北海道」の名産・特産品・ご当地グルメと聞いて何を思い浮かべますか？

### 北海道在住者のイメージ

順位	名産・特産品・ご当地グルメ
1	カニ (毛蟹/タラバガニ)
2	白い恋人
3	ジンギスカン
4	ラーメン
5	じゃがいも
6	鮭
7	メロン
8	スープカレー

### 北海道外の在住者のイメージ

順位	名産・特産品・ご当地グルメ
1	カニ (毛蟹・タラバガニ)
2	白い恋人
3	じゃがいも
4	メロン (夕張メロン)
5	いくら
6	うに
7	昆布
8	チーズ

企画名 : 県外からふるさと名品への本当の期待はこれ! 「しらべえ」大特集

提供主体: しらべえ

## 概要 :

### ① テーマ

各自治体の名産品・観光地のPR記事作成および  
ニュースサイト「しらべえ」への特集記事PRにて拡  
散

### ② 取扱物品・旅行

名産品・特産品・地元グルメの特集記事

### ③ 活用するサイト等

月間約800万PVのニュースサイト  
「しらべえ」

各自治体

NEWSY

ニュースメディア  
しらべえ

記事掲載費

1品目: 50,000円(税別) ~  
※掲載内容・品目により御見積い  
たします。

ゲイン

アンケート  
画面

アンケート  
会員

## 名産品・観光地特集記事掲載(例)

- 各自治体の名産・観光地などを調査し、記事化。
- バイラルコンテンツとして記事掲載をします。



企画名 : クックパッド5,000万ユーザーに向けた全国レシピ巡りサイト企画 (案)

提供主体 : クックパッド株式会社

## 概要 :

### ① テーマ

日本最大のレシピサイト「クックパッド」上に、毎週1自治体の特集し、名産品をつかったレシピを紹介するページを展開。各自治体と名産品の認知向上と、各自治体・団体の運営する販売サイト・販売冊子などへの誘導

### ② 取扱物品・旅行

レシピで活用した名産品 (遷移先では旅行の販売も可能)

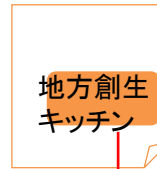
### ③ 活用するサイト等

<http://cookpad.com> 内、企画ページ

毎日の料理を楽しみに **cookpad** 194万レシピ サイト内

通称 : 石破キッチン (仮)

### 弊社トップページ



弊社トップページ上に、「地方創生キッチン」への誘導箇所を設置し、トップページから誘導

誘導

### 『地方創生キッチン』(名称案)

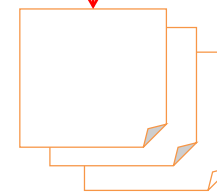


週代わり(案)にて、毎回1つの自治体の名産品をつかったレシピを特集掲載

(案:可能であれば、毎週大臣・副大臣からコメントをいただき、訴求力強化)

誘導

### 各自治体・団体運営の購入サイト

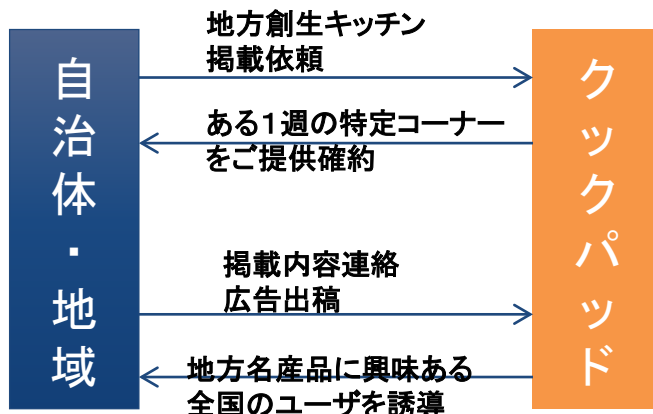


クックパッドでみた欲しい名産品が簡単に買える!!



cookpadとは:

クックパッド株式会社(東証1部上場)の運営する、日本最大の料理レシピサイト。月間ユーザー数5,000万人。20~30代女性では90%が利用している。掲載レシピ総数194万(2015年1月現在)は世界No1。



企画名 : おでかけサイト Holidayを活用した地域旅行促進企画 (案)

提供主体 : クックパッド株式会社 (Holiday事業部)

## 概要 :

### ① テーマ

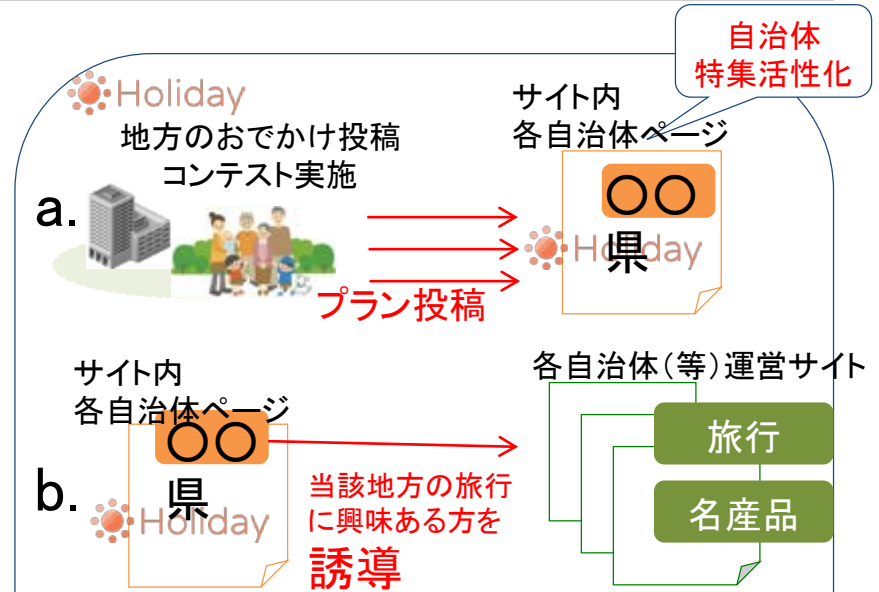
- a. 地域横断にて、Holidayへの地元お出かけプラン投稿イベントを実施いただく。(弊社ブランドをご活用にて、地方ブロックごと時節を決めて開催のイメージ。)
- b. 各都道府県(または自治体)コーナーに、各自治体(および指定団体運営の)旅行販売・名産品販売のページへ誘導するバナー(入り口)設置し、誘導促進。

### ② 取扱物品・旅行

旅行プラン(遷移先では、名産品も販売可能)

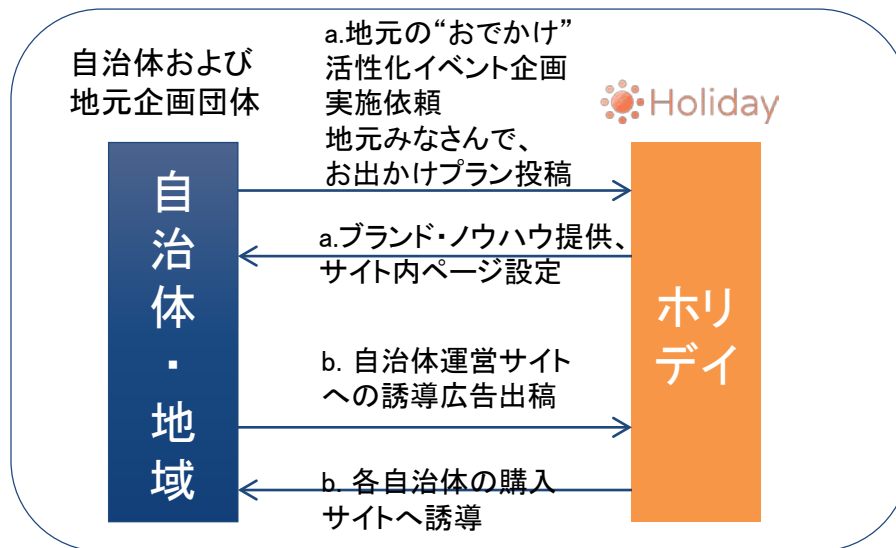
### ③ 活用するサイト等

<https://haveagood.holiday/>



Holidayとは:

ユーザ5,000万人を抱えるクックパッドの新規事業。2014年7月サイト仮オープン。全国の日帰りのお出かけを、ユーザが自由に投稿。地方のおでかけが楽しくなる新サービスです。全国のおでかけプラン急増中です。



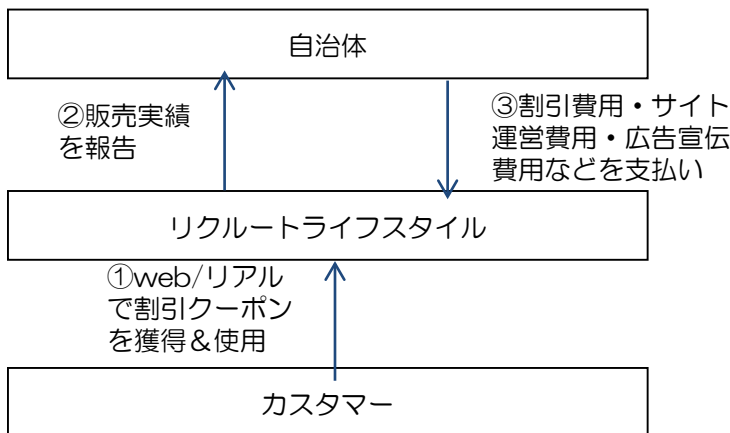
企画名 : ふるさと割引クーポンを使って、お得に旅行&お買い物♪

提供主体 : 株式会社リクルートライフスタイル

### 概要 :

- ① テーマ : 地域における人の交流と、物の流通を促進する(域外流動)
- ② 取扱物品・旅行 : 旅行プラン(割引クーポン)、ご当地物品(割引クーポン)など
- ③ 活用するサイト等 : じゃらん本誌、じゃらんnet、ポンパレ(割引クーポン販売サイト)、ポンパレモール(物販ECサイト)

### 〈じゃらんnet スキーム例〉



### 〈サイト掲載例〉

興味を持つ	旅行月刊誌・別冊 	ご当地パンフレット 	週間じゃらん 	(特定の地域・プラン・物品でしか使えない制御可能) じゃらんnet割引クーポン版
宿泊施設を予約する	(紙面上で、地域の魅力や割引クーポンを特集として掲載可能)			
移動手段を予約する	宿泊予約サイトじゃらんnet  (じゃらんnet上で、地域の魅力や割引クーポンを特集として掲載可能)			
現地で消費する	赤い風船 JRじゃらんパック   (JAL/ANA/JRとのパッケージプランを販売可能)			
地域のお土産を買う	割引クーポン販売サイト  (特定地域で使えるクーポンをwebでお得に販売可能)			
	物販ECサイト  (地域で生産された物品のみを掲載することが可能)			

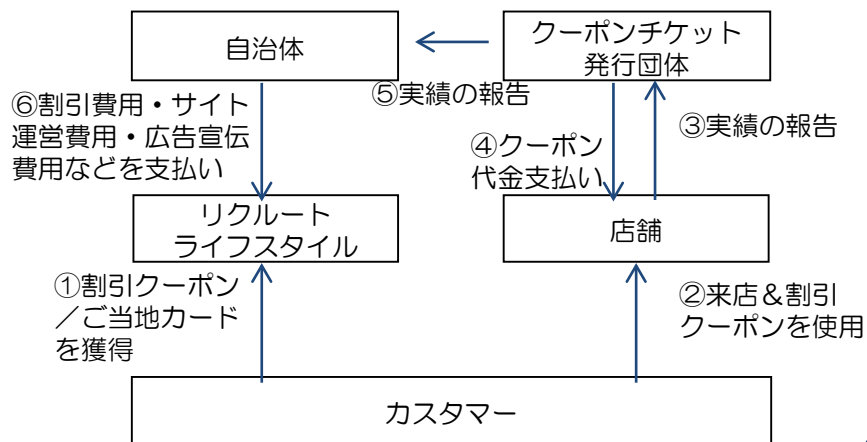
企画名 : ふるさと割引クーポンを使って、お得に地元でお買い物♪

提供主体 : 株式会社リクルートライフスタイル

### 概要 :

- ① テーマ : 地域における人の交流と、物の流通を促進する(域内流動)
- ② 取扱物品・旅行 : 飲食店(割引クーポン)、ご当地物品(割引クーポン)など
- ③ 活用するサイト等 : ホットペッパー月刊誌・サイト、ポンパレ(割引クーポン販売サイト)、オトクパスなど(割引クーポンアプリ)

### 〈ポンパレ スキーム例〉



### 〈サイト掲載例〉

割引クーポン販売サイト



(特定地域で使える既存の割引クーポン/ご当地カードをwebでお得に販売可能・後にカスタマーに郵送)  
※新規でクーポン作成も可能です。

飲食店情報  
月刊誌



飲食店情報サイト



(ホットペッパー月刊誌&サイト上で、地域の飲食店や割引クーポンを特集として掲載可能)

割引クーポンアプリ(検討中)



POSレジアプリ(検討中)



(特定店舗に来店のタイミングで、当該店舗で使える割引クーポンをカスタマーにアプリ上で発行し、店舗に事前に導入したクーポン読み取り機(ipad)で読み取ることで、クーポンが使用可能)

(特定の地域・プラン・物品でしか使えない制御可能)  
ふるさと割引クーポン・ポイント(仮)

# じゃらん流 着地型観光サポートパックのご案内

## ●着地型観光サポートパックとは？

地域の観光振興施策に関する一連のフロー（現状分析・商品開発・PRなど）をサポートするサービスで、「じゃらん」「じゃらんnet」というメディアに加え、調査・ワークショップ・パンフレットを組み合わせさせていただきます。

## ◎魅力ある着地型観光をつくるために 地域の人自らの商品開発力が求められている

### 今地域に必要な3つのこと

1. 地域自ら、自分たちの住む地域の価値を再発見し、磨き、魅力的な商品を創造すること
2. 消費者にとって時間とお金をかけても行きたくなくなる価値を創造すること
3. 地域の人々が自発的・主体的に関わることにより一過性ではない、持続可能な観光づくりが可能になること

## ●じゃらんには・・・

- ・カスタマーニーズを分解し
- ・「カスタマーが動く商品のヒント」（マーケティング・商品開発）
- ・「カスタマーが動く機会」（PR、流通、アクション）を提供できるノウハウがあります

## ●着地型観光マーケティングの推進STEP

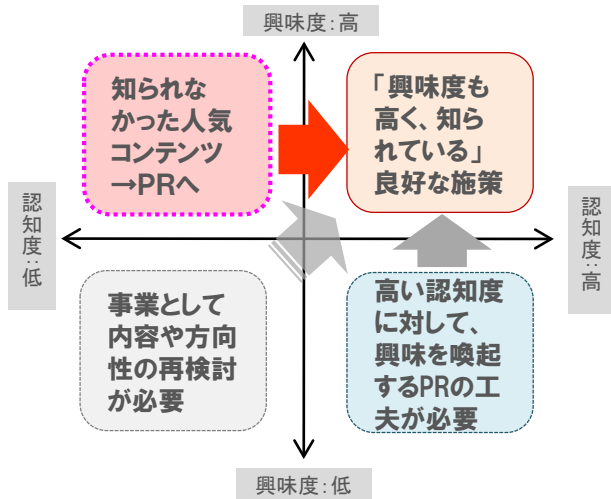
着地型観光商品を設計する際も、メーカーが商品を開発するように、商品開発のフローにのっとって設計する必要があります。じゃらんでは、それぞれのマーケティングSTEPにおいて、有料・無料の様々な商品・サービス等をご用意しています。

STEP	マーケティングの流れ(概要)	じゃらんが提供できること
STEP 1 ご当地を知る	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各種調査データから、地域の今をつかむ</li> <li>・マーケットの現状認知</li> <li>・ご当地のポジショニング、強みと弱み（競合優位性）理解</li> <li>・ターゲット選定 etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・じゃらん宿泊旅行調査</li> <li>・ご当地調査</li> <li>・GAP調査</li> <li>・GPS調査</li> <li>・じゃらんnet宿泊実績データ etc.</li> </ul>
STEP 2 ご当地を育てる	<ul style="list-style-type: none"> <li>●アイデア出し～商品開発</li> <li>・グルメ・産品開発[お土産]・着地型回遊ツアー商品・観光基本計画</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・旅づくり塾（地域主体型ワークショップ）</li> <li>・GAP調査</li> <li>・JRC企画モニターツアーの実施 etc.</li> </ul>
STEP 3 ご当地を誇る	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域の中での合意形成</li> <li>・地域の人を巻き込む／モチベーションを高める／事業を振り返り次へ繋げる</li> <li>●商品開発のマーケティングおよびコンサルティング etc.</li> </ul>	
STEP 4 ご当地に呼ぶ	<ul style="list-style-type: none"> <li>●販売促進計画・メディア戦略</li> <li>・ターゲットに向けたPR戦略／ハッチ・着地での情報発信戦略</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●【発地向け】情報発信</li> <li>・狙いたい発地ターゲットに向けた、じゃらんメディアを使ったプロモーション施策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「じゃらんnet」、「じゃらん本誌」、「ご当地MOOK」（エリア別旅行ガイドブック）を使った旅行メディアPR</li> <li>・「ゆこゆこ」「ゆこゆこおしゃれ旅」「ゆこゆこnet」を使ったシニア向けPR</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●【着地向け】情報発信</li> <li>・地域への来訪が決まった、すでに来訪しているカスタマーに向けた着地型観光商品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「じゃらんご当地パンフレット」</li> <li>・「じゃらんnet」宿泊施設決定者向けに配信する『いってらっしゃいメール』を活用したPR（着地の県単位で配信）</li> </ul>
●販売・流通	<ul style="list-style-type: none"> <li>・着地型観光商品とカスタマーを、効果的に結び、アクションにつなげる仕掛けの提供 etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「じゃらんnet」参画宿泊施設の協力による、宿泊プランとのセット販売</li> <li>・「じゃらんnet」参画宿を対象とした特別プラン造成セミナーの実施</li> <li>・「ホパレ」（フラッシュマーケティング）での流通販売</li> </ul>
呼んだ後 次へのSTEP	<ul style="list-style-type: none"> <li>●さらに磨き、育てていくための振り返り・改善の機会</li> <li>・継続的な運営のために、実施結果を振り返り、成果と課題の棚卸を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各種PR施策の効果測定結果の報告</li> <li>・「じゃらんnet」実績の振り返り</li> <li>・「じゃらんnet」参画宿を対象とした振り返りセミナーの実施</li> <li>・GAP調査 ・GPS調査</li> </ul>

# ● 1. 観光資源発掘 (GAP) 調査

「認知度」と「興味度」を把握しそのギャップを明らかにし、プロモーション展開の方向性を明確化できる調査。

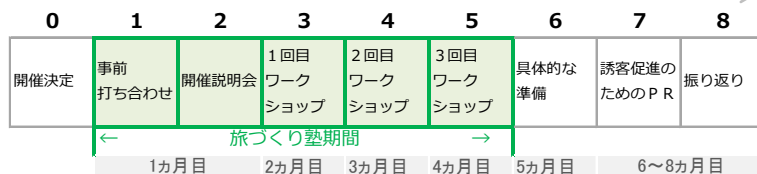
## ■ 認知度—興味度ギャップのイメージ



# ● 2. 旅づくり塾

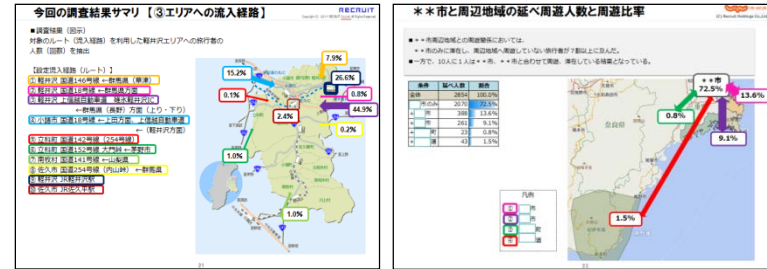
“地域が抱える観光分野の様々な課題”に対し、地域が主体となった“3回のワークショップ”を通じて、“地域資源の観光資源化”を実行するプログラム。

## ■ 旅づくり塾の流れ



# ● 3. GPSを活用した観光動態調査

“地域の人の流れ”に対し、事実に基づいた滞在・周遊分析を行う。現状把握→施策実施→施策実施後の結果について、効果検証/振り返り、更なる打ち手発見、また経年調査として活用できる調査。



※このデータはダミーです

# ● 4. 「じゃらん」・「じゃらんnet」

「じゃらん」宿泊情報・日帰り情報などお出かけ情報満載の国内旅行・レジャー誌。1/2 PからPR可能。  
 全国5版（北海道・関東・東北・東海・関西・中国・四国・九州）  
 「じゃらんnet」参画宿泊施設：23,861軒、年間予約受付人泊数：7,930万人（2014年1月～2014年12月実績）の国内最大級の旅行サイト。  
 メルマガ配信数：PC版442.8万通（2014年8月時点の全国版の配信数。テキスト版も含む）



# ● 5. じゃらんど当地パンフレット

着地エリアでの行動量を増やすこと（≒観光収入UP）を目指したじゃらんど当地パンフレット。じゃらんブランド、編集力を活用し、自治体や観光協会発行のパンフレットを共に制作します。



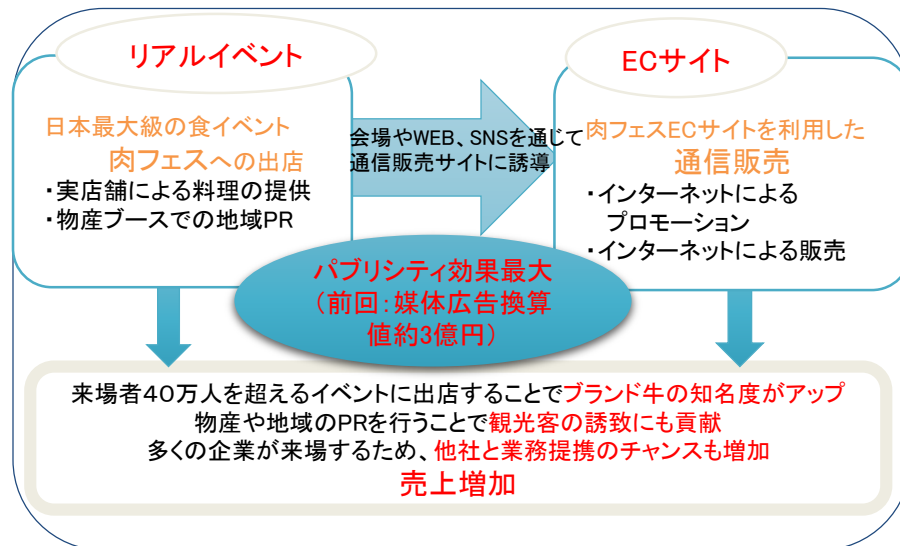


企画名 : 「肉フェス」による地方ブランド牛の販売促進

提供主体 : AATJ株式会社

概要 :

- ① テーマ：地方ブランド牛の全国規模でのアピール及び売上増加。地方ブランドスペシャルメニューを日本最大級の食イベントである[肉フェス]で販売・PR（物産ブース併設）し、イベント後は肉フェスのウェブサイト等を通じてプロモーション・販売し更なる売上増加に貢献
- ② 取扱物品・旅行：地方ブランド牛
- ③ 活用するサイト等：肉フェスオフィシャルサイト、肉フェスFacebook



《肉フェス オフィシャルサイト》



《肉フェス Facebook》



企画名 : 人気テレビショッピング番組を利用した販売促進

提供主体 : AATJ株式会社

## 概要 :

- ① テーマ : 地方物産や特産品を取り上げたテレビショッピング番組を制作・放映することで商品をわかりやすくストーリー仕立てでPRし、インターネット等による販売を通じて売上増加に貢献する
- ② 取扱物品・旅行 : 地方特産品
- ③ 活用するサイト等 : 提携候補  
Shop Japan

地方物産や特産品をメインとした番組を作成し、大手テレビショッピングにて放映  
内容例 : 御年75歳の田中さんがいつまでも元気なのは△△を食べているから！  
というようなストーリー立てたPR番組を作成する

日本全国で電話やインターネットによる販売

キー放送局等にて特別番組を制作・放映することで**商品の知名度がアップ**  
地方物産や特産品をテレビにてストーリー仕立てでPRすることで  
**観光客誘致の促進及び売上増加**

《提携候補 : Shop Japanホームページ》



企画名 : 自治体が自走し続ける「自分たちのメディアビジネス」

提供主体 : 各自治体 (メディア事業多数運営のイードがお手伝い)

### 概要 :

- ① インターネット上で自分たちの地域・物産を発信していくメディアを自ら所有する。自らの場で、ストーリーを発信しながら、地域・物産を紹介、販売していく。
- ② 取り扱うのは、物産・旅行。そして、このメディア自体を広告収益ビジネスとする。
- ③ インターネットをフックに、ストーリーを書籍化、ドラマ化、映画化等、自然にバイラルすることを狙って行きます。

### <スキーム図>



### <サイトイメージ>



Gunosy

YAHOO!  
JAPAN

1着15万円のカーディガン  
に注文殺到!!

震災からの復興。仕事のあることの喜び。気仙沼は港町で漁師の妻は漁網を補修したりしており、手先が器用。

# 企画名： 1-① 『見つける』 ふるさと逸品！ 楽天グルメ甲子園（仮）

提供主体： 楽天市場

## 概要：

- ① テーマ  
地域産品（ふるさと名物商品）をネット上で販売するだけでなく、ユーザー投票により、新たな“県産品”を創出する。
- ② 取扱物品・旅行  
自治体内で生産・製造された食品
- ③ 活用するサイト等 楽天市場

■ 都道府県別予選→地区予選→本戦の計3回実施、掲載期間は各1ヶ月の計3ヶ月間。ユーザー投票が各予選突破の鍵となり、各県選りすぐりの商品から選ばれる全国1位のグルメを発掘するイベント。

■ 販促手段としてクーポンを配布

■ 実施フロー

- ① 各県WEB物産展ページ作成（予選）
- ② ユーザー投票にてエリア予選進出品を決定
- ③ エリア予選特集ページを作成
- ④ ユーザー投票による本選進出商品を決定
- ⑤ 本戦ページを作成
- ⑥ ユーザー投票による1位を決定
- ⑦ 上位産品の表彰及びエンブレム等付与

## ▼企画ページ例



▲ クーポンページ例  
※画像はイメージ

# 企画名： 1-② 『売れる』を実感！ふるさとクーポン

提供主体： 楽天市場

## 概要：

- ① テーマ  
クーポンを販促手段とし、地域産品販売を促進するためにWEBメディアを駆使したPR。
- ② 取扱物品・旅行  
自治体内で生産・製造された物産品
- ③ 活用するサイト等  
楽天市場

### ＜提供メニュー一覧＞

- ① **ふるさとクーポン**（仮）の発行代行  
対象店舗もしくは対象商品で使える割引クーポンを配布、商品の値下げをせずに、ユーザーはお得に商品購入が可能。
- ② **サンキュークーポン**（仮）の発行代行  
ユーザーが事前申請済みの店舗で購入した際に、次回以降使えるクーポンを即時発行することが可能。
- ③ **WEBプロモーション基本パック**の用意  
→月間プロモーション規模に応じた3パターンのプロモーションメニューをパックでご提供。  
露出例：楽天市場TOPページへバナー掲載、企画に沿った商材ジャンル特化ページへ露出、楽天市場会員向けニュースにバナーやページ内容露出等。

## ▼WEBプロモーション掲載先 例：楽天市場TOPページ



## ▼クーポン発行ページ例



# 企画名： 1-③ ECに『出会う』 WEBショップ開設を応援！

提供主体： 楽天市場

## 概要：

- ① テーマ  
アンテナショップ、又は産品取扱い事業者の楽天市場出店をサポートすると共にコンサルタントによる運営サポートを実施。また、出店を検討する事業者向けにECセミナーも開催。
- ② 取扱物品・旅行  
自治体内で生産・製造された物産品
- ③ 活用するサイト等  
楽天市場

内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 楽天市場への出店</li> <li>■ 店舗運営システムの提供</li> <li>■ 産品の楽天市場での販促（広告費用別途）</li> <li>■ 物品のECマース販売でのノウハウ提供</li> <li>■ ECコンサルタントなどによる専門サポート</li> </ul>
条件	自治体による直出店は不可のため、観光協会などの団体や運営代行業者などをたて、そこが出店をする必要がある。また意欲的な事業者には自社出店を支援する。
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 実店舗のアンテナショップと異なり、購入者、訪問者のデータが蓄積していくため、データを使った分析・施策をたてた販促実施が可能</li> <li>■ 購入者や希望者に向け、メール配信も可能</li> <li>■ ポイント付与やクーポン発行が店単独で実施できるため、値段を下げる（商品価値を下げる）ことなくユーザーへ販促が可能</li> <li>■ 出店費用の一部を助成</li> </ul> <p>いただいたご予算を利用し、新規出店事業者の出店費用を楽天側で減額し、参入障壁のひとつを緩和する</p>

## <事例>

### 埼玉県公式アンテナショップ



## ▼2種類の販路拡大方法



# 企画名： 1-④ 『調べる』 ビックデータから見える、意外な地域性

提供主体： 楽天市場

## 概要：

- ① テーマ  
 楽天の市場の購買データを分析。そこから見え隠れする、県民性や地域の魅力などをストーリー仕立てで発信し、ご当地の逸品を紹介するページを作成。
- ② 取扱物品・旅行  
 地域産品の紹介
- ③ 活用するサイト等  
 楽天市場「ご当地総研」ページ

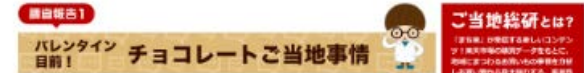
■ 掲載期間： 1ヶ月間を予定  
 ※期間終了後はバックナンバーとして、「まち楽」内ご当地総研コーナーに設置。

■ 条件： ページで紹介する内容、産品、また事業者に関しては、楽天市場出店事業者を対象に、自治体様・楽天との協議で決定する。

## ▼掲載イメージ



今年以降のスイーツアイテムの定番とない定番「スイーツ」。チョコにワッフル、ラスクにパウンド、和洋折衷なデザートや、見た目もかわいらしいお菓子やスイーツという人も多いはず。そこで今回は、今年のこの時期が楽天市場の購買データから、スイーツにまつわるデータやトレンド、今注目されているご当地事情が見えてきました！



**義理チョコにマメな富山 一点豪華主義の奈良**

1人当たりのチョコの消費量は増加を続けています。富山は3県と並ぶトップ、富山は1位は「贈り物から先」の付録品になっています。一方、3位の千葉県はチョコの消費量はトップは16日分の消費、東京は消費量が伸びています。そのほかの上位は女性が多い地域に偏り、義理チョコにまつわる消費を、一度に買ってしまう女性たちの購買力が目撃されているのですね。



今年の子供でスイーツ好きを公表する割合、スイーツ女子が「羨ましい!!」「カワイイ」と感嘆で羨しむのに対し、スイーツ男子は羨望や羨望、コスプレなどの楽しみも感じているのが特徴。そこでチョコ好き男子が多い県を探してみると、ベスト3は滋賀、岐阜、富山という結果に。この3県に共通するのは「スイーツ」「スイーツ」という傾向性。滋賀はスイーツは、たまたまいい感じかなく、何かならぬにわがわがチョコや、楽天市場では贈答用チョコの購入が伸びてきています。

**水ようかんを冬に食べる福井県民**

1位の福井では、水ようかんは夏だけでなく冬に食べるのがお馴染み。その他、おとなりの京都へ丁寧な旅行で行った際（ちなみに福井県民は別々でも食べます）、正月の贈答で持ち込んだのが始まりとか。そのため、この時期の楽天市場のデータでも、水ようかんは上位に絡むランキング、全国一位といえど、産地だけに限られるシェアを取っています。



企画名： 1-⑤ 『集う』 楽フェス

提供主体： 楽天市場

## 概要：

- ① テーマ  
県産品のプロモーション、ならびにWEB上で  
の企画への顧客誘引を目的に、楽天市場主催  
イベントへのブース出展。  
県産品取扱い事業者と共に出店することで効  
果的に訴求が可能。
- ② 取扱物品・旅行  
地域産品や旅行など地域にまつわるもの
- ③ 活用するサイト等  
楽フェス会場およびWEB特設ページ

### ■ 企画について

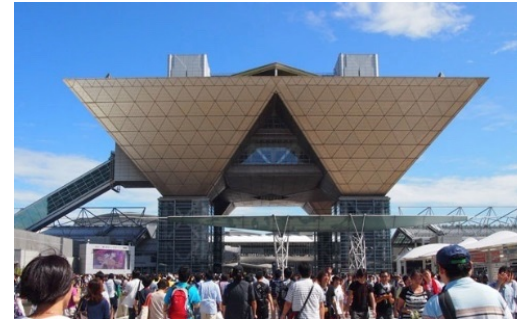
楽天の全てが詰まった、グルメ直売、ファッション  
ショーなどのユーザーイベントを8月に開催予定。県産品  
のPR、また事業者様ブースの出展支援により、楽天コア  
ユーザへのプロモーションが可能。

また、同時にWEB上でのイベントにも参加可能。

### ■ 内容

- ① 県産品のPRブース出展
- ② 県産品取扱い事業者の物産展への出店  
※1・2社を想定
- ③ リアル販売のノウハウサポート
- ④ 楽フェスWEBページへの掲載

## ▼ イベントイメージ



# 楽フェス

### <日程>

2015年8月1-5日

### <開催場所>

東京ビックサイト

※8月1-2日@東4&東2ホール

※8月1-5日@東2ホール



企画名： 1-⑥ 『集う』 楽天うまいもの大会

提供主体： 楽天市場

## 概要：

- ① テーマ  
楽天市場最大のリアルイベントである楽天市場うまいもの大会へのブース出展により、食への興味関心の高いお客様へのプロモーションが可能。
- ② 取扱物品・旅行  
地域産品や旅行など地域にまつわるもの
- ③ 活用するサイト等  
うまいもの大会会場およびWEB特設ページ

### ■ 企画について

県産品のプロモーション、ならびにWEB上での企画への顧客誘引を目的に、楽天市場主催イベントへのブース出展。県産品取扱い事業者と共に出店することで効果的に訴求が可能。

### ■ 内容

- ① 県産品のPRブース出展
- ② 県産品取扱い事業者の物産展への出店  
※1・2社を想定
- ③ リアル販売のノウハウサポート
- ④ 楽フェスWEBページへの掲載

## ▼ 過去実施例



### <うまいもの大会とは>

楽天市場を体験してもらえるシンボルの場として2010年から開催している人気のお取り寄せグルメを実際に見て試食して購入できる催事

### <2015年実施時期>

9月にジェイアール名古屋タカシマヤにて1週間の開催を計画中

### <過去の支援自治体例>

宮崎県、岐阜県

企画名： 1-⑦ 『集う』 楽天カフェ

提供主体： 楽天市場

## 概要：

- ① テーマ  
『楽天カフェ』での自治体×楽天でのメニューのコラボやイベントスペースでのリアルイベント実施を通して、商品販売及びPRを実施。
- ② 取扱物品・旅行  
地域産の食品（調理が必要なものは不可）
- ③ 活用するサイト等  
楽天カフェおよびWEB特設ページ

### <イベントスペースとしての貸出について>

#### ■コラボメニュー

楽天市場で購入できるものが望ましい

#### ■イベントスペース

3階を利用、広さ30坪（立食60名、着席45名）

■活用例：〇〇県WEEK!などといったタイアップ企画  
一日店長（ゆるキャラなど）等



## ▼実施例

みやざき weeek!! 2015 × 楽天Cafe

宮崎を味わう!

渋谷駅から徒歩5分 渋谷公園通りすぐ

宮崎を知る!

楽天Cafe

その場で商品購入・旅の予約!

企画のポイント  
①グルメを体感  
②観光情報の発信  
③Web連携  
④来店客の回遊(コネ×カフェ)  
⑤Webアンケート・客属性の提供

### <楽天カフェとは>

2014年初夏にオープン、渋谷にある楽天市場で人気のお取り寄せグルメを食べられる人気カフェ

■所在地：東京都渋谷区

■スイーツ11種類以上、コーヒー、アルコールや軽食も用意

■ガイドブックなどにも掲載中（国内／海外共に）

# 企画名： 2-① 未来に『繋がる』人材育成と地域コミュニティデザイン

提供主体： 楽天大学

## 概要：

- ① テーマ  
一過性の産品販売にとどまらず、事業者の  
売る力をつけることによる継続的な成長を促  
進。また事業者同士のコミュニティーを形成  
し、地域全体の力の底上げを図る。
- ② 取扱物品・旅行  
支援事業者の取扱商品
- ③ 活用するサイト等  
楽天大学による特別講座

<b>概要</b>	有料の楽天大学講座を自治手向けにカスタマイズし、現 地でのリアル開催を数回実施
<b>内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 楽天大学講座の助成（減額）</li> <li>■ 目標設定・現状分析等を行いマーケティングを実施</li> <li>■ 商品価値の伝え方・ポイント等を学ぶ</li> </ul>
<b>条件</b>	参加は楽天市場に出店していることが条件
<b>その他</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 懇親会等も積極的に開催しコミュニティー形成を行う</li> <li>■ SNS等で参加事業者コミュニティーを作成し 相談し合える環境を構築する</li> </ul>

## ▼参考： 授業の様子とカリキュラム例



	1ヶ月目	2ヶ月目
<b>ゴール</b>	目標を定めてまずは足固め！ 目標達成に向けたページ改善	1ヶ月の振り返りと 日商ギネスを狙うための 企画、集客改善
<b>講座概要</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 目標設定と現状把握 店舗カルテの読み方</li> <li>2) フロント商材を決める</li> <li>3) フロント商材のページ改善 ・買う理由、買えない理由 ・売れるページのレイアウト</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 1ヶ月の振り返り アクセス人数、転換率、客単価 フロント商材の1ヶ月の売れ方</li> <li>2) 日商ギネスを狙うための集客策</li> <li>3) 日商ギネスを狙うための企画立案</li> </ol>
<b>宿題</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎日のKPI定点観測</li> <li>・ページ改善</li> <li>・フロント商材を目標件数売る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎日のKPI定点観測</li> <li>・仕込み企画実行</li> <li>・ページ改善</li> <li>・集客の改善</li> </ul>
	3ヶ月目	4ヶ月目
	仕込み企画のボトルネック発見と改善	総まとめ 6ヵ月後を見据えた仕組みづくり
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 1ヶ月の振り返り アクセス人数、転換率、客単価 フロント商材の1ヶ月の売れ方 仕込み日の施策振り返り</li> <li>2) 回避をあげる対策</li> <li>3) メルマガ改善</li> <li>4) 日商ギネスを狙うための企画立案</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 1ヶ月の振り返り アクセス人数、転換率、客単価 フロント商材の1ヶ月の売れ方 仕込み日の施策振り返り メルマガ効果検証</li> <li>2) スマートフォンページ改善</li> <li>3) 4ヶ月の振り返りと、 半年の目標設定</li> </ol>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎日のKPI定点観測</li> <li>・仕込み企画実行</li> <li>・ページ改善</li> <li>・集客の改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎日のKPI定点観測</li> <li>・仕込み企画実行</li> </ul>

企画名： 3-① 『魅せる』 メディアプロモーション（例 dancyu）

提供主体： 楽天市場、および提携メディア各社

## 概要：

### ① テーマ

自治体内の産品に特化した特集を、各メディアと楽天がタイアップしPR。同時に、楽天内に連動企画ページを製作、メディアPR内容にはURLやQRコードなどWEBページへの導線を入れ、お客様の流し込みも同時に実施。

### ② 取扱物品・旅行 地域産品や旅行など

### ③ 活用するサイト等 提供主体のもつメディア等

## ■内容

- ① **メディア（雑誌・テレビ）での県産品紹介**
- ② **楽天内特設ページでの露出および販売**  
⇒媒体とEコマースの連動
- ③ **産品や旅等、地域にまつわるストーリー紹介**
- ④ **産品の写真や動画撮影を含む、メディア取材**

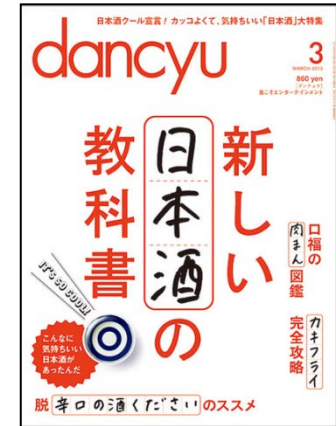
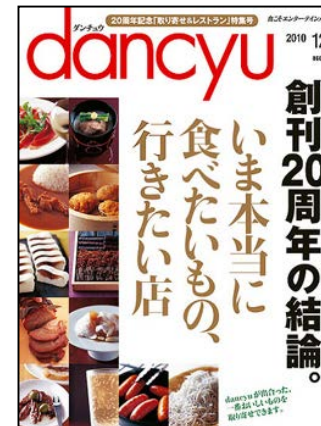
## ■予定媒体：

各出版社、TVメディア、外部WEB媒体および楽天市場上にてWEB連動も同時実施

例：雑誌タイアップ（案）『県の魅力を1冊に！  
県をまるごと本にします』

## ▼掲載例

※画像はイメージです



# 企画名： 4-① 『拡げる』 地域の魅力を海外へ！

提供主体： 楽天市場

## 概要：

### ① テーマ

地域製品の海外展開を目的に、海外販売セミナー、現地プロモーションから販売（WEB、リアル）までのトータルパッケージのご提供。

### ② 取扱物品・旅行

楽天市場に出店もしくは出品している商品

### ③ 活用するサイト等

現地ECもしくは楽天海外販売

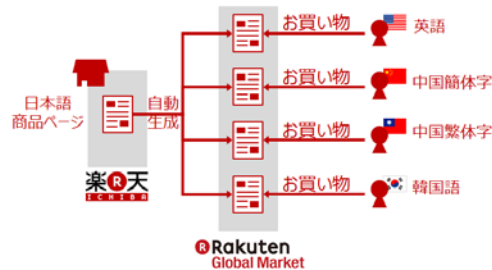
## ■方法

### ① 現地ECサイトへの出店もしくは出店支援

### ② 楽天海外販売にて販売

※楽天市場への出店もしくは出品が必要

商品ページは4言語に機械翻訳のうえ自動生成され、海外販売サイト（Rakuten Global Market）に表示されます。

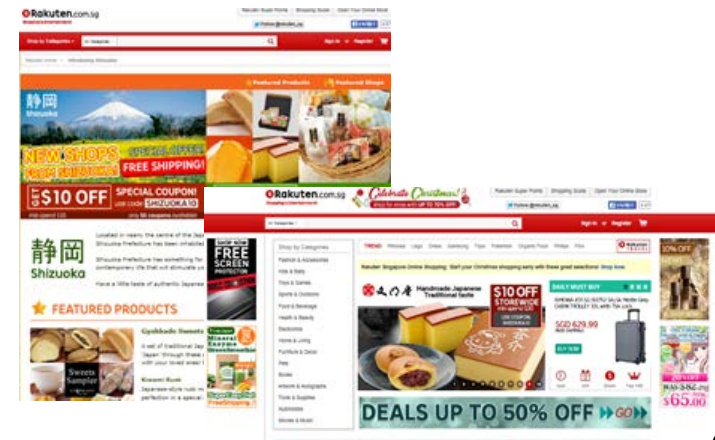


←楽天海外販売型

## ▼掲載例（楽天海外販売）



## ▼掲載例（現地ECサイト）

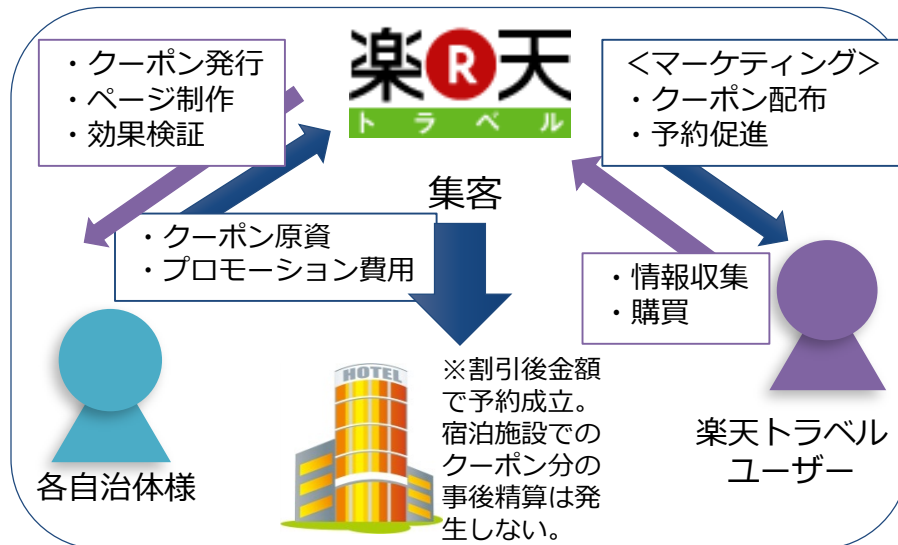


# 企画名： 5-① 『訪れる』旅の魅力を感じるクーポン企画（仮）

提供主体： 楽天トラベル

## 概要：

- ① テーマ  
楽天トラベルで地域の魅力発信とふるさと旅行  
クーポンの発行を行い旅行需要の促進を行う。
- ② 取扱物品・旅行  
国内宿泊、レンタカー、  
ダイナミックパッケージ（航空券+宿泊）
- ③ 活用するサイト等 楽天トラベル  
楽天トラベルTOPページ（<http://travel.rakuten.co.jp/>）  
TOPページ月間PV(PC) 約11,000,000PV



【クーポンストアTOP ページイメージ】



地域から探す



【各自治体 観光情報ページ】



※ページはイメージです。実際の内容とは異なります。

# 企画名： 5-② 『買う』旅先でちょっとお得な商品券（仮）

提供主体： 楽天トラベル（楽天チケット）

## 概要：

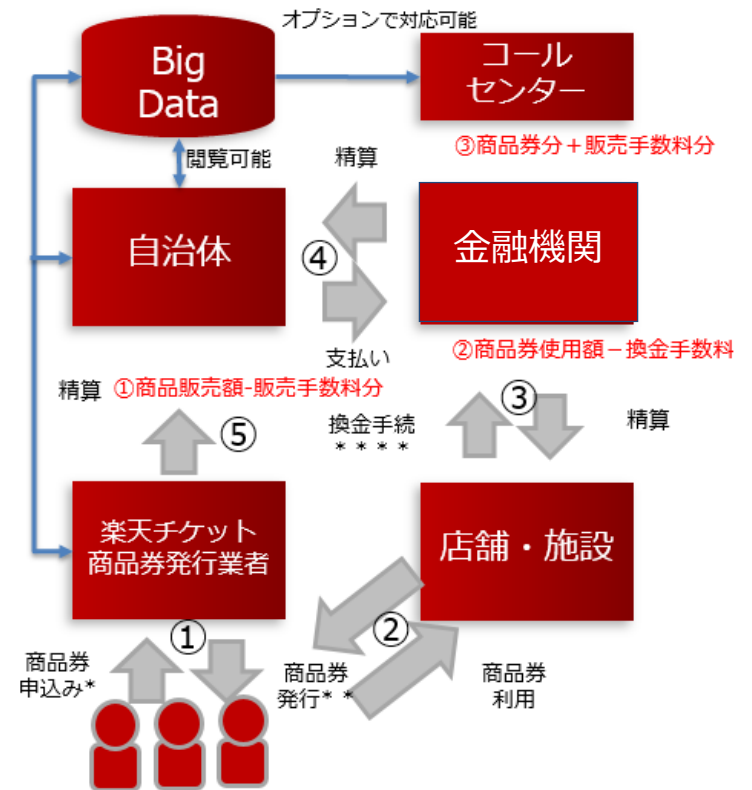
- ① テーマ  
地域産品（ふるさと名物商品券）券もしくは  
観光地で利用できる商品券をネット上販売し、  
現地消費を促進
- ② 取扱物品・旅行  
ふるさと名物商品券、現地利用できる商品券
- ③ 活用するサイト等  
楽天トラベルと楽天チケット

### ■内容

地域を訪れる旅行者へ域内での消費喚起を促す。商品券1枚の発券だけでなく、プレミアム商品券のように1,000円相当を5枚綴りでの発行も可能。

### ■実施フロー

- ✓ チケットの決済はクレジットカードもしくはコンビニ決済
- ✓ チケットは**発券機**からもしくは**電子もぎり**での対応
- ✓ **発券機は販売およびレンタル可能**（ただし、ネットが繋がる環境及びタブレットPCが必要）
- ✓ **セブン-イレブンでの発券可能**（プレミアム商品券についての発券は確認中）
- ✓ **毎日発行部数を確認**することが出来ます。
- ✓ **現地の購入も対応可能**（その場で知って発行するこのとできる）
- ✓ 利用場所と利用者情報から**消費分析レポートの提供**。
- ✓ **不正防止対策可能** 例：ホログラム利用等



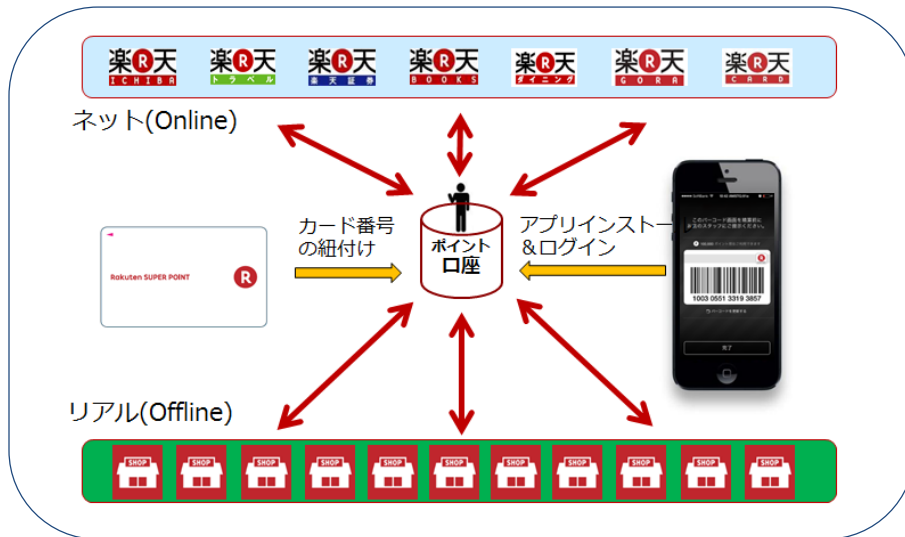
\*当社システムに商品券の申込み、クレジットカードにて事前決済し、QRコードを発行。  
\*\*指定場所（駅構内・観光協会など）に自動発券機を配置。消費者は、発行されたQRコードを指定場所に持参、自動発券機にかざし、商品券を発行する。電子もぎりも可能  
\*\*\*商品券には、申込者情報（=受付番号）が入ったQRコードを記載。使用期間終了後、申込者情報と使用履歴を紐付け、データ分析  
\*\*\*\*当社システムへのアクセス権限を付与し、問い合わせ・トラブル発生時にデータベースを閲覧。  
\*\*\*\*\*換金手続きの際に、商品券を回収し、購買及び利用分析レポートとして提供

# 企画名： 6-① 『貯まる!使える!!』 Rポイント

提供主体： Rポイント



## 概要：

- ① テーマ  
『Rポイントカード』を**地域の商店街や店舗**へ導入。ユーザーがネットやリアル店で貯めたRポイントはその地域の導入店舗で利用が可能になるため、全国に9000万人超の楽天ユーザーの誘致が可能。
- ② 取扱物品・旅行  
地域ポイントカード
- ③ 活用するサイト等  
Rポイント加盟店



### Rポイントカードとは？

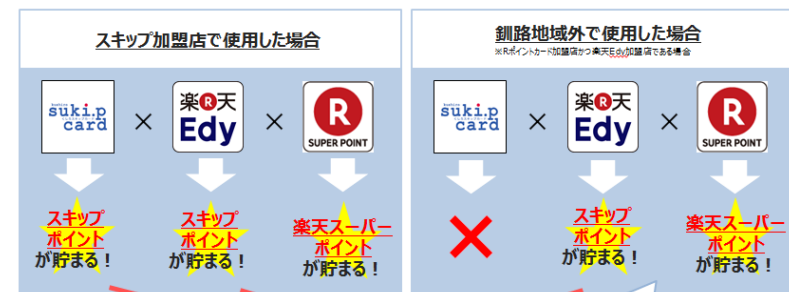
楽天スーパーポイントが、街でも貯まる！使える！！

楽天会員  → Rポイント加盟店 

## ▼導入例 釧路市スキップカード



釧路地域ポイントカード「くしろスキップカード」と、楽天Edy、楽天Rポイントが連携（民と民の連携）



スキップポイントの一部がまちづくり基金へ  
釧路市以外の人もカードホルダーになるメリットあり！

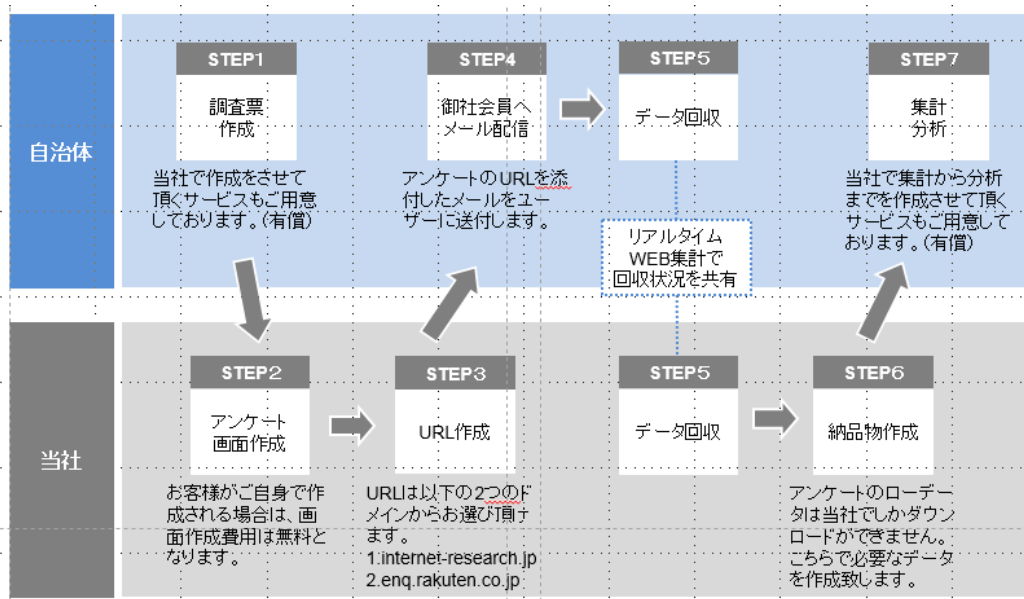


# 企画名： 6-② 『分析する』 事後アンケートで消費行動を分析

提供主体： 楽天リサーチ

## 概要：

- ① **テーマ**  
宿泊した方、購入した方に対して  
**事後調査**を実施し、域内での消費行動の  
実態を把握する。
- ② **取扱物品・旅行**  
アンケートシステム（ASP）を提供
- ③ **活用するサイト等**  
楽天リサーチ アンケートシステム



【参考例】楽天市場の各サービスのデザインにカスタマイズ

画面デザインのカスタマイズが可能になっているため、お客様のコーポレートカラーに合わせたデザイン設定も可能です。ロゴや画像も簡単に挿入できます。

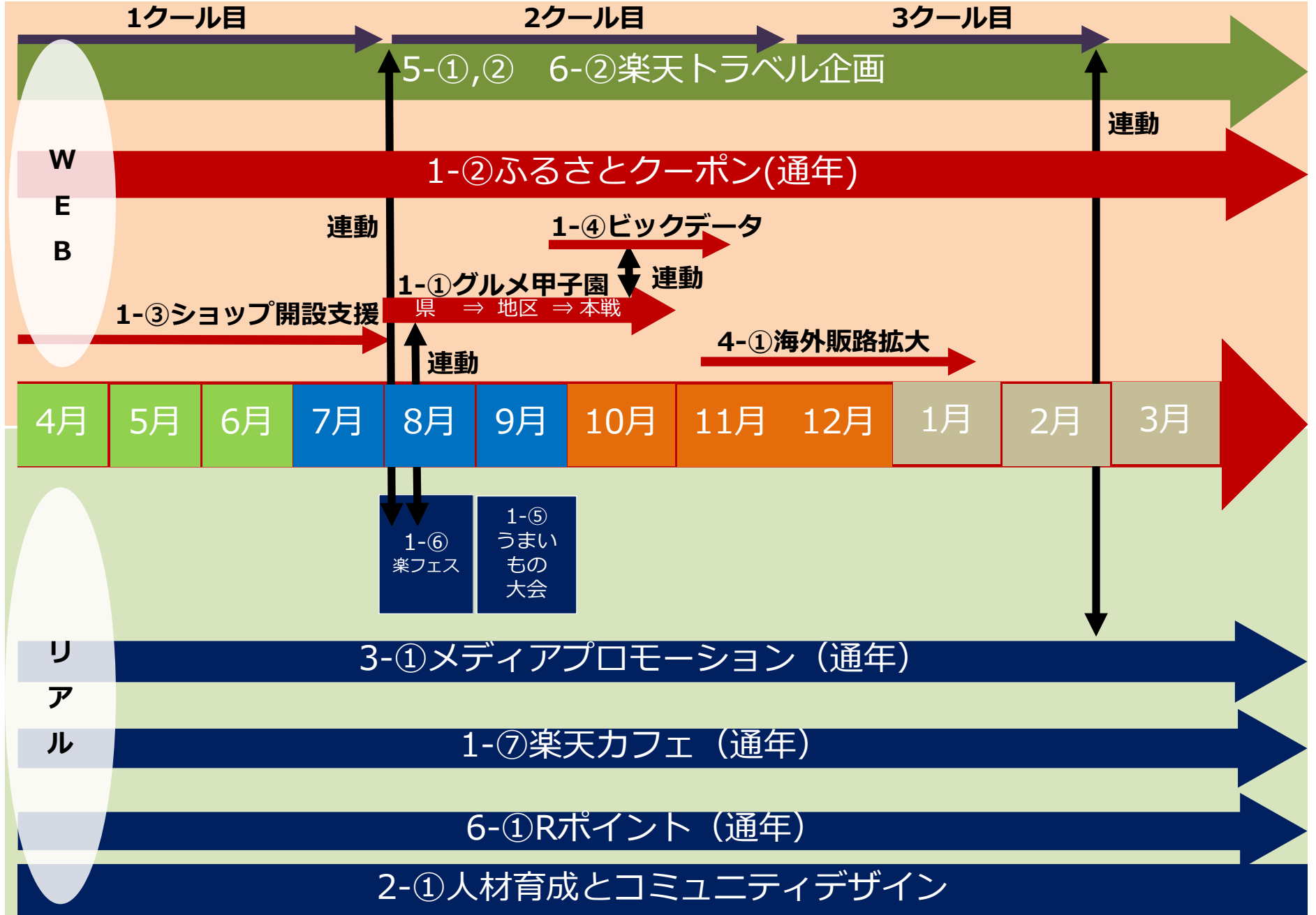
## WEBリアルタイム集計機能



単純集計イメージ クロス集計イメージ

リアルタイムで集計結果を確認できる「WEBリアルタイム集計機能」を搭載。単純集計にはグラフも表示されます。またクロス集計は、性別×年代で新しいアイテムを作った上で各設問と集計する多重クロスも可能です。表のコピーもボタンひとつで簡単にできます。

# 楽天グループ提供メニュー全体構造図



# 【Y!】ヤフートップページを活用！観光ツアーや認定商品を大々的にPRする特集企画

提供主体：ヤフー株式会社

## 概要：

- ① テーマ  
Yahoo! JAPANの圧倒的な知名度を生かした集客力で観光ツアーや名産品を大々的にPR
- ② 取扱物品・旅行  
宿泊施設、グルメ、体験ツアー
- ③ 活用するサイト等  
Yahoo!トラベル、Yahoo!検索、Yahoo! 予約飲食店、Yahoo!ショッピング



地域特集ページへ誘導

クーポン発行ページ

### 自治体

- ・商品認定
- ・商品の割引クーポン設定
- ・広告、マーケティング

### ヤフー株式会社

- ・ヤフーのトップページから誘導
- ・クーポンや自治体特集ページへ誘導

### 宿泊施設

- ・訴求したい写真/紹介文などをYJへ入稿

# 【Y!】おいでよ●●（地域名）！検索クーポン配布企画

提供主体：ヤフー株式会社

## 概要：

- ① テーマ  
検索結果でクーポンや特集誘導バナーを表示してユーザーを誘導
- ② 取扱物品・旅行  
宿泊施設、グルメ、体験ツアー
- ③ 活用するサイト等  
Yahoo!トラベル、Yahoo!検索、  
Yahoo! 予約飲食店、Yahoo!ショッピング

### 自治体

- ・商品の割引クーポン設定
- ・アピール動画や広告でマーケティング

### ヤフー株式会社

- ・検索結果にバナー表示
- ・クーポンや自治体特集ページへ誘導

### 宿泊施設

- ・訴求したい写真/紹介文などをYJへ入稿



# 【Y!】地場もん国民大賞 (全国ご当地グルメコンテスト) で日本全国へPR

提供主体：ヤフー株式会社

## 概要：

- ① テーマ  
全国の地場もんNo.1を決め、大きな話題を作りましょう。部門を分けて、売上高や投票数でグランプリを決定。
- ② 取扱物品・旅行  
グルメ商品、特産品
- ③ 活用するサイト等  
Yahoo!ショッピング

### 自治体

- ・地場もんエントリー
- ・アピール動画や広告で応援

### ヤフー

- ・オンラインモール上に特集ページ作成
- ・投票システム構築
- ・PR施策実施

### 消費者

- ・購入、投票でグランプリを決める

The screenshot displays the 'Y! Local Food National Grand Prix' results page for the Gold Prize (金賞) category. The header features the event logo and the text 'Y! Local Food National Grand Prix' with a prize value of 11,636 yen. The main content area shows a large map of Japan with a red dot indicating the winning location. Below the map, there is a detailed description of the winning product, including a 'Prize Comment' section and a 'Buy Now' button. The page also includes a 'View Details' button and a 'Share' button.

## 【Y!】全国各地のヤフーユーザーに聞く！ みんなで作ろう地元の新名産品

提供主体：ヤフー株式会社

### 概要：

- ① テーマ：ユーザーの声を吸収して、地方名産の商品開発を行う。
- ② 取扱物品・旅行：ショッピング、トラベルなど。
- ③ 活用するサイト等：ヤフーショッピング、トラベルなど。

ヤフーを利用している日本全国のユーザーに、こんな食べ物がほしい、あったらいいなの声を募集します。ヤフーのユーザー、自治体、地元メーカー等が一体となり、ユーザーの声に応えた新しい名産品を開発。その後ヤフーショッピングでの販売、PRを通じ消費につなげます。



# 【Y!】食のプロが厳選、日本酒71選 特別タイアップ企画

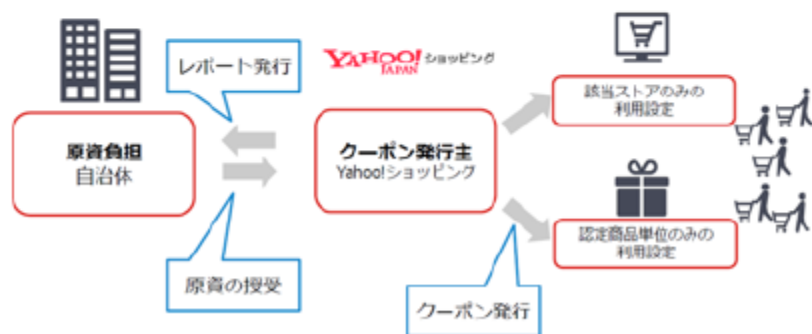
提供主体：ヤフー株式会社

## 概要：

- ① テーマ 日本酒スタイリストや有名料亭の店主、グルメ雑誌の編集長など日本酒好きなら誰でも知っている14人の目利きが採点を行った「日本酒71選」との特別タイアップ企画。
- ② 取扱物品 ご希望の日本酒の商品。ご指定の割引（金額指定もしくは料率指定）でプロモーションすることが可能な企画になります。



## モールクーポンの提供について



ページイメージ  
※日本酒71選の1コンテンツ  
としても提供可

誘導元  
Yahoo! JAPANトップページ  
Yahoo!ショッピング内  
日本酒71選



# 【Y!】厳選！米100選 特別タイアップ企画

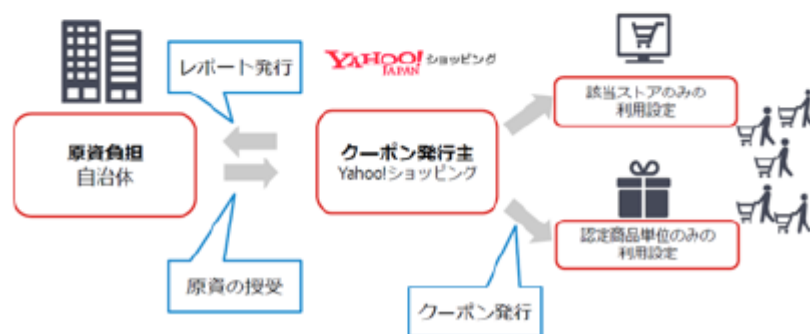
提供主体：ヤフー株式会社

## 概要：

- ① テーマ 料理研究家やごはんソムリエ、有名米店の店主など16人の「お米のプロ」が採点を行った「厳選 米100選」との特別タイアップ企画。
- ② 取扱物品 ご希望の米の商品。ご指定の割引（金額指定もしくは料率指定）でプロモーションすることが可能な企画になります。
- ③ 活用するサイト等 Yahoo!ショッピング



## モールクーポンの提供について



ページイメージ  
※厳選米100選の1コンテンツ  
としても提供可

誘導元  
Yahoo! JAPANトップページ  
Yahoo!ショッピング内  
厳選 米100選





## 【Y!】人気ご当地の名店、宿泊施設を一挙に紹介！

提供主体：ヤフー株式会社

### 概要：

- ① テーマ  
期間限定で地域がアピールするご当地メニューを食べることが出来るお店や宿泊施設で割引チケットを提供。地元出身の著名人にそのメニューを紹介してもらうなど、話題性も提供。
- ② 取扱物品・旅行  
宿泊施設、飲食、体験ツアー、名産品
- ③ 活用するサイト等  
Yahoo!トラベル、その他

#### 自治体

- ・自治体おすすめプランの選定。あるいはYと協力して魅力再発見
- ・認知拡大

#### ヤフー株式会社

- ・自治体の魅力再発見の協力
- ・著名人の選定
- ・プロモーション

#### たびゲーター社

- ・宿泊クーポンの発行



# 【ふるさと割 関連イベントのご提案】

## 企画①

### 日経MJ選定

### ローカル・クールジャパン番付！

#### 内容:

日経MJは年1回「ヒット商品番付」を選定しています。今回、特別版として「ローカル・クールジャパン番付」を選定。

全国の自治体が提供する「ふるさと割」で買えるもののなかで、「①これぞ、地方発のクールジャパンを象徴するもの」「②これはお買い得」という2つの観点から商品を番付します。

成果は日経MJ1面で紹介し、日経電子版にも掲載(電子版から購入サイトにリンクも貼ります)。さらに5月のWoman Expo Tokyo 2015(WET 2015)にて商品展示と講評会を行います。

#### ※日経MJ

1971年創刊 月水金発行 発行部数:約25万部 流通・サービス業の読者が中心

#### 予算:

WET 2015の講評会開催費用 1200万円(シルバー協賛)

※この企画をもとにして、日程や場所、予算などを変更しての再考も可能ですので、ご連絡お待ちしております。

## 【ふるさと割 関連イベントのご提案】

### 企画①を海外へ発信！ 日本の地方はこんなにすごい

#### 内容：

Nikkei Asian Reviewは日本の視点からアジア情報を発信する唯一無二のメディアです。すでにアジア圏の高額所得者を中心に熱視線を集めるこのメディアに、日経MJの記事を英訳転載し、さらに日本の地方を喧伝する記事を掲載します。

#### 予算：

Nikkei Asian Reviewへ広告ご出稿。

※この企画をもとにして、日程や場所、予算などを変更しての再考も可能ですので、ご連絡お待ちしております。

# 【ふるさと割 関連イベントのご提案】

## 企画②

### 女性編集長が選ぶ

### 働く女性のデトックススポット

### ～地方に行けば、キレイになれる～

#### 内容:

5月に六本木で開催されるWoman Expo Tokyo 2015で、「ふるさと割」が適用される地方の観光名所(とくにデトックス&リラックスできそうな温泉など)に焦点を合わせて女性編集長たちが紹介。

登壇者は日経ウーマン編集長、日経ヘルス編集長、日経トレンド編集長、日経新聞女性面編集長など。会場内にはパンフレット置き場を設けて観光地のチラシを配布するほか、当日の様様を日経電子版や日経ウーマンなどのサイトに掲載。記事からリンクで観光地の情報に飛べるようにします。

#### 予算:

WET 2015の講評会開催費用 1200万円(シルバー協賛)。

※この企画をもとにして、日程や場所、予算などを変更しての再考も可能ですので、ご連絡お待ちしております。

# 【ふるさと割 関連イベントのご提案】

## 企画③

### 日経プラス1選定

### ローカル・クールジャパンランキング！

#### 内容:

日経プラス1は毎週土曜日発行の日経朝刊の別刷り。1面では各ジャンルのランキングを発表しています。

全国の自治体が提供する「ふるさと割」で買える「スイーツ」「工芸品」「旅行企画」など、ふるさとを感じる・思い出すという観点で、女性が好むジャンルに絞りランキングをします。

日経電子版にも掲載(電子版から購入サイトにリンクも貼ります)。さらに5月のWoman Expo Tokyo 2015 (WET 2015)にて商品展示と講評会を行います。

※日本経済新聞 発行部数:277万部(2014・6月)

#### 予算:

WET 2015の講評会開催費用 1200万円(シルバー協賛)

※この企画をもとにして、日程や場所、予算などを変更しての再考も可能ですので、ご連絡お待ちしております。

# 【ふるさと割 関連イベントのご提案】

## 企画④

### 東京ミッドタウン・ガレリアアトリウム

5月23、24日に「ふるさと割」展示販売

#### 内容:

5月に六本木で開催されるWoman Expo Tokyo 2015の関連展示として、東京ミッドタウンの中央に位置するオープンスペースで、「ふるさと割」に参加する全国の都道府県に出展いただく。ミッドタウンに訪れる数万人の人に実際に品物を手にとってもらったり通販サイトを体験してまる。

通販サイトは、日経電子版ほか日経の各媒体で告知。詳細はWoman Expo協賛メニュー参照。

※日経電子版 購読者数： 319万

#### 予算:

WET 2015のガレリアアトリウム展示費用 5000万円(特別協賛)

※この企画をもとにして、日程や場所、予算などを変更しての再考も可能ですので、ご連絡お待ちしております。

# 【ふるさと割 関連イベントのご提案】

## 企画⑤

### ～アジアから世界へ～

## 日本の魅力を海外から発信

#### 内容:

日本から海外への情報発信ではリーチに限界があります。そこで、海外から海外へダイレクトに日本の魅力を発信します。

高額所得者・インテリ層が集積し、中国語圏・英語圏という二大言語圏への発信力に優れたシンガポールでイベントを開催。地方のミスコン(例:有馬温泉ゆかたレディ、富士の茶娘、ミスあきたこまち、ミス北海道米、ミスはこだて)の女性たちがシンガポールに大集合し、地方の特産物と観光名所をPRします。

会場にはシンガポールメディアだけではなく、近隣諸国のメディアを招待。また、中国人ブロガーなどをSNS発信力に優れた人物を集めて、ソーシャル対応も図ります。ミスコン当選者が一堂に会するのは日本でも珍しいため、日本のメディアからも高い関心呼びます。

#### 予算:

シンガポール・イベント開催費 3000万円(概算)

※この企画をもとにして、日程や場所、予算などを変更しての再考も可能ですので、ご連絡お待ちしております。

# 【ふるさと割 関連イベントのご提案】

## 企画⑥

### 地方の女性起業家による講演 & イベントブース展示販売会

#### 内容:

5月に六本木で開催されるWoman Expo Tokyo 2015にて、地域産業を活性化する目的で起業した女性たちによる講演会を開催。地方や起業に関心がある女性を集客するとともに、起業家  
在住地域の選れた商品をイベント会場ブース販売する。

#### 登壇者候補:

気仙沼ニッティング代表 御手洗瑞子さん(宮城県)

萩大島船団丸 代表 坪内知佳さん(山口県)

きぼうのためカンパニー 菅野瑞穂さん(福島県)

#### 予算:

WET 2015 ステージ&ブース展示 1200万円(シルバー協賛)

※この企画をもとにして、日程や場所、予算などを変更しての再考も可能ですので、ご連絡お待ちしております。



# 【ふるさと割 関連イベントのご提案】

## 企画⑦

### 日経DUAL

### 親子deもぎたてツアー

#### 内容:

親子で参加する物産展と産地体験ツアーです。自治体が自慢の食材・食品を、5月のWoman Expo Tokyo 2015(WET 2015)にて展示即売します。さらに当日の購入者と、販売サイトの応募者から、産地で収穫したり、食品工場を見学したりできる「もぎたてツアー」を招待、または割安に提供します。子育て世帯向けウェブマガジン「日経DUAL」を中心に、事前告知とイベント実施の広告を採録します。

#### 予算:

WET 2015の展示・広告費用 1700万円(特別協賛)

※この企画をもとにして、日程や場所、予算などを変更しての再考も可能ですので、ご連絡お待ちしております。

# 【ふるさと割 関連イベントのご提案】

## 企画⑧

### 人気シェフと女性編集長による 美容レシピトークショー

#### 内容:

5月に六本木で開催されるWoman Expo Tokyo 2015で、「ふるさと割」が適用される地方の名産品(食材・食品)を使い、鉄人シェフや人気パティシエが美容メニューを紹介するイベント。

日経おとなのOFF編集長、日経ヘルス編集長、日経トレンドィ編集長などを対談相手に、会場内のステージで名産品を使った「家庭でも作れるレシピ」を披露。トークショーとともに、即売PRブースも設けて、来場者に広く周知します。

イベントの様子を日経の関連雑誌や日経MJで採録。

#### 予算:

WET 2015の展示・広告費用 1700万円(特別協賛)

※この企画をもとにして、日程や場所、予算などを変更しての再考も可能ですので、ご連絡お待ちしております。

# 【ふるさと割 関連イベントのご提案】

## 企画⑨

### 地方のフルーツ・お酒で作る 「女性力」をアップさせる“恋するカクテル”

#### 内容:

5月に六本木で開催されるWoman Expo Tokyo 2015で、「ふるさと割」が適用される地方の名産品(食材・食品)を使い、銀座の名店バーテンダーとウーマノミクスサポーターで美のカリスマである野宮真紀さんが女子力アップのカクテルレシピを紹介するイベント。

トークショーとともに、即売PRブースも設けて、来場者に広く周知します。

イベントの様子を日経の関連雑誌や日経MJで採録。

#### 予算:

WET 2015の展示・広告費用 800万～1200万円(概算)

※この企画をもとにして、日程や場所、予算などを変更しての再考も可能ですので、ご連絡お待ちしております。

# 【ふるさと割 関連イベントのご提案】

## 企画⑩

### 女性杜氏が大集合 地元の名産と楽しむ美酒

#### 内容:

5月に六本木で開催されるWoman Expo Tokyo 2015で、「ふるさと割」が適用される女性杜氏がつくる日本酒と地元の名産品(食材・食品)を組み合わせ紹介するイベント。

トークショーとともに、試飲、試食、即売PRブースも設けて、来場者に広く周知します。

イベントの様子を日経の関連雑誌や日経MJで採録。

ウーマノミクスクリスマスパーティーでも司会を担当したあおい有紀さんに、女性ならではの楽しみ方を紹介いただきます。

#### 予算:

WET 2015の展示・広告費用 800万～1200万円(概算)

※この企画をもとにして、日程や場所、予算などを変更しての再考も可能ですので、ご連絡お待ちしております。

# 【ふるさと割 関連イベントのご提案】

## 企画⑪

### 名産品展示×親子クイズ大会

#### 内容:

親子参加のクイズ大会で、地方の名産品や観光地をアピールするイベント。5月に六本木で開催されるWoman Expo Tokyo 2015の関連展示として、東京ミッドタウンの中央に位置するオープンスペースで、「ふるさと割」に参加する全国の都道府県に出展いただく。

その展示にヒントを隠しておき、来場した親子でクイズラリー、またはクイズ大会を開く。イベントの様子や通販サイトは、日経日経電子版ほか日経の各媒体で告知

#### 予算:

WET 2015の展示・広告費用 1700万円(特別協賛)

※この企画をもとにして、日程や場所、予算などを変更しての再考も可能ですので、ご連絡お待ちしております。

# 【ふるさと割 関連イベントのご提案】



## エコプロダクツ2015

12月10日(木)～12日(土) 10:00～18:00、最終12日は17:00(予定)

東京ビッグサイト・東展示場

約17万人来場

ビジネスパーソン、環境意識の高い生活者、NPO、行政・自治体、政官財界VIPまで多様な来場者層



2014年来場者アンケートによると、

・これから始めたい趣味は？ 回答：「旅行／田舎暮らし」が最多

・関心あることは？ 回答：「食と農業」

来場者の3人に1人が地方や食に関心あり！

# 【ふるさと割 関連イベントのご提案】



日本最大級の環境展示会

エコプロダクツ

企画

農林漁業・畜産体験、伝統工芸作品作り体験  
地方の宣伝部長になってみよう！

内容：

体験：「ふるさと割」が適用される地方商品に関する体験を通して実感した商品の良さをウェブサイトやフェイスブックなどで発信

↓

展示：12月のエコプロダクツ展示会場で、その商品の宣伝部長になり、試食販売を実施。会場内の売り上げコンテストなどの企画で盛り上げる。事前のウェブサイトやフェイスブックなどでのアピール合戦や、紙面広告と連動して、結果発表などを日本経済新聞紙上に掲載。

展示会場だけのイベントでも可

予算：旅行体験ツアー： 企画運営費、手数料＋参加者実費

展示： 展示費用＋広告掲載

※この企画をもとにして、日程や場所、予算などを変更しての再考も可能ですので、ご連絡お待ちしております。