

海事観光の今後の取組の方向性について

海事観光の総合的プロモーションの必要性

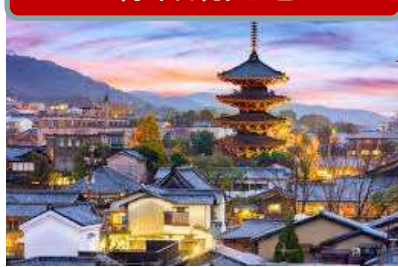
背景・現状

- ・新型コロナウイルス感染症の影響は深刻であり、まずは官民一丸でこの厳しい状況をしのいでいくことが最優先課題
- ・他方、事態終息後には、国内外の観光客を呼び戻し、さらなる観光産業の発展を推進していかねばならない
- ・終息後に期待される政府・関係機関等による観光推進施策も見据え、V字回復に備えた基盤整備を図る必要がある
- ・その際、観光客を海洋周辺地域にも積極的に誘導するためには、海事観光の魅力を認知してもらう取組が望まれる

都市部観光地



有名観光地



トレンド
(社会的風潮)
の形成

観光需要をシフト

総合的プロモーションの実施

海事観光地



総合的プロモーション

海事観光地は、大自然の風景や希少な動物など、都市や内陸部にはないダイナミックで魅力あるスポットが多くあるが、関連事業者が少数かつ零細であることが多く、PR活動の不足等により、観光資源を十分に生かし切れていない。個々の観光地のPR活動だけでは限界があるため、海事観光施策としての総合的プロモーションを実施する必要性あり。

STEP1: 広報素材の作成



- ・広報ビデオ
- ・WEBページ
- ・冊子
- ・チラシ

個々の観光地情報ではなく、「**驚きと新発見**」をコンセプトとして、海事観光全般が印象に残る広報素材を作成

STEP2: 効果的な広報活動

多様な手法で幅広い広報活動

- 【国内向け】
 - ・観光イベント出展
 - ・YouTube、インスタ広告
 - ・C to Seaプロジェクト連携 等
- 【国外向け】
 - ・JNTOとの連携
 - ・YouTube、インスタ広告 等

STEP3: 旅行計画に誘導

- 旅行業界と連携して、海事観光ツアー商品の開発や、ツアー予約サイト等に誘導する仕組みを検討
 - ・じゃらんネット
 - ・アソビュー 等



海事観光の今後の取組の方向性について

新型コロナウイルス感染症の影響は先が見えない状況であり、まずは官民一丸となってこの厳しい状況をしのいでいくことが最優先課題であるが、事態終息後には、国内外の観光客を呼び戻し、さらなる観光産業の発展を推進していかねばならない。このため、現時点において取り組むべき方向性として、例えば以下のような取組を進めつつ、来たるべき新たな海事観光の姿を作り上げるための環境を準備する。

1. 海事観光の総合的プロモーション ～「海事観光」のトレンド(社会的風潮)の形成～

ダイナミックで魅力ある観光要素を有しているが、現時点では観光地として認知度や集客力の低い「海事観光」を「地域の新しい観光コンテンツ」として国内外の観光者に広く認知してもらうために、旅客船やプレジャーボートの活用を含めた「海事観光の総合的プロモーション」を推進し、旅行者の好奇心の喚起や海事観光のトレンドの形成を図ることにより、事態終息後の海事観光振興の流れへ繋げていく。

- 旅行者の好奇心を喚起する海事観光の広報アイテムの検討・作成
 - ✓ 日本の海事観光プロモーションビデオ、広報パンプの作成
 - ✓ 海事観光プロモーション（ポータル）サイトの作成
- 海事観光のトレンド形成に向けた計画的かつ効果的な広報活動の実施
 - ✓ ツーリズム EXPO への出展
 - ✓ YouTube を活用した広報活動（動画及び広告の掲載）
 - ✓ インスタグラムを活用したフォトコンテストの実施 等

2. 地域活性化に寄与する地方拠点のクルーズ促進

地域活性化にも寄与するクルーズ振興の流れを継続し、事態終息後に迅速に反転攻勢へ向かうため、以下のような取組を進めていく。

- 情報発信の強化：世界中で無数に発信される投稿の中から潜在的な観光客にリーチするために効果的なハッシュタグについて、テーマ毎に検討し、効果的な発信方法を検証する。
 - ✓ 来訪者の SNS による情報発信促進策の検討、実施（例：「インスタ映え」スポット作りやその紹介、来訪者への「お願い」キャンペーンやコンテストの実施）
 - ✓ SNS による情報発信の効果をより高めるため、訪日外国人の関心が高いキーワードを用い、世界中の潜在的関心層へ情報をリーチするためのハッシュタグの検討
 - ✓ 発信した写真や動画を閲覧し、関心を抱いた人がさらに公式サイトに誘導できるよう WEB サイトの充実化
- インターポーティングの実現に向けた商品造成支援：クルーズ利用者の 65%はクルーズ乗下船前後に 2～3 泊追加で滞在するというトレンドを踏まえ、地元経済に対し経済効果が高い乗下船前後の宿泊や観光をパッケージ化した商品の具体化を目指す。