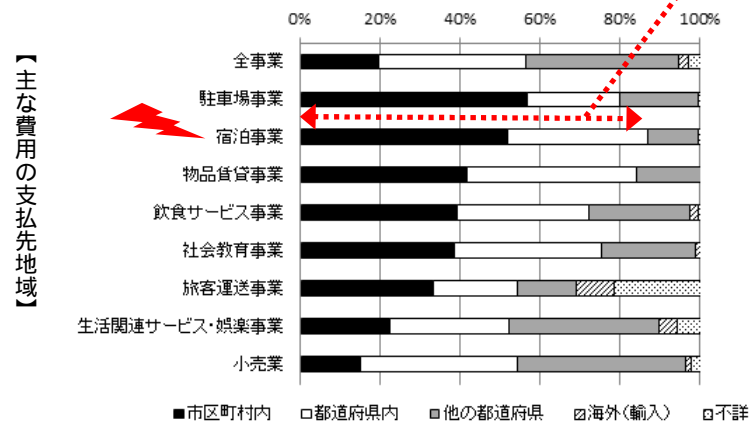


Project 1 県内ホテル・旅館と連携したやまなしブランドのPR

観光庁の観光地域経済調査によると、宿泊サービス業の観光割合は63.8%と観光産業の中では最も高い。また、費用の支払先については、宿泊事業が市区町村内への支払先割合が51.7%、都道府県内までも含めると9割弱と最大。



宿泊業は観光客の売上割合が高く、市区町村内への支払い比率が高いことから、地域経済への影響力が強い

県内ホテル・旅館と連携したやまなしブランドのPR

- ・HPでは、県産食材使用のメニュー等を紹介。
- ・さらに、県産食材と使用ホテルのメニュー等をメディアを活用し積極的にPR【HPやメディアで取り上げるにより、ホテルの県産食材使用を促進】
- ・また、ホテル・旅館で近隣地域のおすすめ情報等を提供できる仕組みを作り、情報発信機能を強化する。

県産食材の利用促進のためのPR (HP)



Project 2 メディアを活用し「食」をテーマにした山梨県のPR

地域ブランド調査

	山梨県			静岡県	長野県
	H26	(H25 H24)	H26	H26	
観光意欲度	24	(23 36)	15	7	
産品購入意欲度	15	(13 20)	6	19	
食品	15	(12 19)	8	18	
居留意欲度	33	(21 33)	10	12	

H25は富士山の世界文化遺産登録の影響で本県の観光意欲度や居留意欲度は上昇したが、隣県の静岡県・長野県に比べると順位は低く、今後も継続してPRを行っていく必要がある。

産品購入意欲度、特に食品については長野県より上位。これは山梨県というフルーツやワインというイメージが定着してきたためと思われる。

PRの方向性としては「食」をテーマにするのが効果的

メディアを活用し食をテーマにした山梨県のPR

- ・Project 1の背景を、企画会社に委託して雑誌等に掲載し、全国にPRする。
- ・ターゲットは食に敏感な30~40代女性
- ・山梨の自然環境などを背景とした食の魅力をもPRすることで観光振興、リピーター、ファンづくりを進め、観光消費の拡大はもとより、移住定住につなげる。

雑誌タイアップで全国に発信

- ・女性誌や旅行雑誌で山梨の食の背景にある魅力発信

ダイナミックやまなしの取組をPR

- ・地域の自然や歴史・文化から誕生した特産品の開発物語
- ・生産者、シェフ等の苦労ばなし

