

青森ファンコミュニティ プロモーション企画書

目次

- 1 観光施設を活用した入会促進
- 2 SNSを活用した入会促進
- 3 アンケート型広告を活用した入会促進
- 4 ねぶた祭りを活用した入会促進
- 5 交通拠点を活用した入会促進
- 6 入会促進施策の独自提案・実施

1 観光施設を活用した入会促進

(1) 目的

本県の観光施設、宿泊施設、土産物施設及び飲食施設等（以下「観光施設等」という。）で、青森ファンコミュニティへの認知獲得・入会促進を行う。

(2) 概要

ア 青森ファンコミュニティのリリースを周知するポスター・チラシを印刷し、観光施設等へ発送する。デザインデータは発注者が提供する。観光施設等は、「令和4年 青森県観光入込客統計（青森県観光国際戦略局）」を参考に320施設を選定すること。

イ 上記アとは別に、本県の主要な観光施設等それぞれのビジュアルを用いた青森ファンコミュニティの入会促進ポスター・チラシのデザインデータを制作し、印刷の上、各観光施設等へ発送する。観光施設等は50施設を選定すること。

(3) 成果品

ア リリース周知ポスター 640枚（320施設×2枚）

イ リリース周知チラシ 160,000枚（320施設×500枚）

ウ 観光施設のビジュアルを用いた入会促進ポスター（デザインデータ含む）
100枚（50施設×2枚）

エ 観光施設のビジュアルを用いた入会促進チラシ（デザインデータ含む）
25,000枚（50施設×500枚）

2 SNSを活用した入会促進

(1) 目的

SNSを活用して効率的・効果的に認知獲得・入会促進を行う。

(2) 概要

以下の方に対して、XやInstagramのダイレクトメッセージ機能を用い、青森ファンコミュニティへの入会促進の連絡を行う。7月末～11月末まで実施想定。

ア まるごと青森SNSフォロワー

イ 各種SNSで本県の価値・魅力を積極的に投稿している方

(3) 成果品

X・Instagramにおける招待テンプレート文章

3 アンケート型広告を活用した入会促進

(1) 目的

本県旅行の推奨意向が高い方へ青森ファンコミュニティの認知獲得・入会促進を行う。

(2) 概要

本県旅行に対する推奨度に関するアンケート型広告を行い、一定以上の推奨度の方に青森ファンコミュニティの入会案内を送付する。7月末～8月末に実施予定。

(3) 成果品

- ア 調査票データ
- イ アンケート型広告バナーデータ
- ウ 調査レポート

4 ねぶた祭りを活用した入会促進

- (1) 目的
青森ねぶた祭を活用し青森ファンコミュニティへの認知獲得・入会促進を行う。
- (2) 概要
青森ファンコミュニティのノベルティをデザイン、制作の上、青森ねぶた祭来場者へ配布する。
- (3) 成果品
ノベルティ（デザインデータ含む） 10,000個

5 交通拠点を活用した入会促進

- (1) 目的
本県観光の起点となる場所で青森ファンコミュニティ認知拡大・入会促進を行う。
- (2) 概要
新青森駅に掲載する青森ファンコミュニティの入会促進ポスターをデザインし、印刷の上、掲示する。掲載期間は5か月とする。
- (3) 成果品
ポスター（デザインデータ含む） 1枚

6 入会促進施策の独自提案・実施

(1) 目的

青森ファンコミュニティへの認知獲得・入会促進施策の独自提案・実施をすること。

提案・実施にあたっては、ターゲットセグメント（性別・年代・居住地・嗜好性等）を設定すること。

(2) 成果品

独自提案・実施により生じた制作物