

## 令和元年度デジタルマーケティング事業の成果と今後の取組みについて

## 【取組みのポイント】

- ◆本県の認知度・関心を向上させ、実需を創出（売上増）
- ◆今後の事業展開に活用できる国別趣向データの取得
- ◆データ解析など職員の知見や全庁的なデジタルに対する取組意識の向上

## (1) インバウンド誘客促進事業

## ① 事業概要

- ・昨年度の事業実績を踏まえ、動画の拡充（「サイクリング」「お遍路」の改善、「フィッシング」「祭り」の新規制作）やウェブサイトの改良により、視聴数の増加とサイトへの誘導を図るとともに、サイト内での閲覧状況の把握・分析、インターネットアンケート（ブランドリフト調査）による認知度の測定により、成果の把握と、今後の事業展開に活用できるデータの取得（国別のターゲット層や趣向等）に努めた。

## ② 対象国・地域（7か国・地域）

アメリカ、イギリス、フランス、オーストラリア、シンガポール、韓国、台湾

## ③ 成果

- ・動画再生数の倍増 ⇒ 本県認知度の更なる向上
- ・ページ滞在時間が平均2分24秒と長く（昨年比+35秒）、サイト内での回遊性（複数のページや動画を閲覧、視聴などの行動）も向上 ⇒ 来訪意欲の醸成
- ・国によって興味行動を喚起する内容が異なるというデータを取得  
（例）アメリカは祭り、台湾はお遍路を好む傾向  
⇒ 取得したデータを、本県への来訪に向けた取組に活用することが可能

動画再生 : 約4,000万回（目標750万回） 《昨年度2,000万回》

ウェブ閲覧 : 約52万人（目標20万人） 《昨年度27万人》

認知度向上 : キャンペーン後、約120万人が確実に認知を向上  
（動画が認知度に与えた影響が見える化できたのは本県初）

## ④ 今後の取組み

- ・動画視聴、ウェブ閲覧による関心の高まりや国別の傾向に関するデータを本県への来訪につなげられるよう、OTA（ネットによる旅行予約サイト）等を活用したスキームの構築を図る。
- ・海外での認知度は向上しつつあるが、市場規模に鑑みて対策を継続する。

## (2) サイクリスト誘客促進事業

## ① 事業概要

- ・動画広告配信による本県サイクリングの認知度向上とともに、しまなみ海道を核としたウェブサイトの構築とサイト誘導を行い、来訪意欲の向上を図るとともに、今後の事業展開に活用できるデータの取得（国別のターゲット層や趣向等）に努めた。

## ② 対象国・地域（8か国・地域）

日本、アメリカ、イギリス、フランス、オーストラリア、シンガポール、韓国、台湾

### ③ 成 果

- ・良好な動画視聴率（平均 37%）に加え、ウェブサイト誘導数（58 万人）で、ページ滞在時間が平均 2 分 31 秒と長く、サイト内での回遊性（初級・中級・上級別ルートや記事等の閲覧）が高い  
⇒ 来訪意欲の醸成
- ・好まれるサイクリングの傾向が国によって異なるというデータを取得  
（例）アメリカ・フランス・シンガポールは、サイクリングにスポーツを求め、  
日本・台湾・韓国は、レジャーを求める傾向  
⇒ 取得したデータを、本県への来訪に向けた取組に活用することが可能

動画再生 : 約 1,400 万回 (目標 200 万回)  
ウェブ閲覧 : 約 58 万人 (目標 20 万人)  
来訪意欲向上 : キャンペーン後、日本の約 13 万人が確実に来訪意向を向上  
(動画が来訪意向度に与えた影響が見える化できたのは本県初)

### ④ 今後の取組み

- ・動画視聴、ウェブ閲覧による関心の高まりや国別のサイクリング趣向に関するデータを本県への来訪につなげられるよう、体験型旅行商品の拡充、OTA(ネットによる旅行予約サイト)等を活用したスキーム構築を図る。
- ・国別の趣向に対応した一層の認知度向上施策を展開する。

## (3) 県産品販売促進事業

### ① 事業概要

- ・EC サイト「愛媛百貨店」を設置してウェブでの販売への誘導と県産品の販売促進を支援するとともに、動画制作と配信により、県産品の認知を高め商談機会の創出等を図った。

### ② 対象国・地域 (2 か国・地域) 日本、台湾

### ③ 成 果

- ・「愛媛百貨店」において約 4 億円の売上げ、多数の新規購入者を獲得  
⇒ ECビジネス機会の創出及び販路拡大
- ・「すごモノ」データベースサイト等からの商品問い合わせが昨年度比 2.3 倍  
⇒ ビジネス機会の提供

愛媛百貨店売上 (BtoC) : 約 4 億円 (目標 3 億円)  
愛媛百貨選問合せ (BtoB) : 56 件  
動画再生 : 約 690 万回 (目標 200 万回)  
ウェブ閲覧 : 約 26 万人 (目標 20 万人)

### ④ 今後の取組み

- ・EC ビジネスへの参画事業者数を拡大するとともに、売れ筋商品の多様化、県内事業者の EC ノウハウの習得・向上を図る。