

# HeartY Museum移転セレモニー 実施報告書

---

## 【実施概要】

- 【名称】 HeartY Museum リニューアルセレモニー
- 【趣旨】 TERUMA施設にて新しく生まれ変わったHeartY Museumを祝うと共に、HYファン及び地域の皆さんとの繋がりを深め、うるま市の更なる賑わいを創出する。
- 【日時】 令和6年9月23日（月・祝）  
10:00 受付開始  
11:00 セレモニー開始  
12:00 HeartY Museum オープン
- 【場所】 TERUMA east coast 第1駐車場 住所：うるま市与那城照間1860-1
- 【参加方法】 一般観覧無料  
※一部、HeartY VillageのHPからの応募による優先観覧エリア有り  
※荒天の場合中止
- 【主催】 Handmade Music 株式会社
- 【共催】 うるま市
- 【協力】 株式会社NATION.

## 【式次第】

- 10:00 【優先エリア当選者受付開始】
- 10:30 整理番号順に優先エリアにご案内
- 11:00 【開演】BGM：AM11:00  
HeartY Museum リニューアルの趣旨説明
- 11:05 【挨拶】  
HY  
うるま市長 中村正人  
Handmade Music社長 正岡和寿
- 11:15 【テープカット】9名  
HY4名、中村市長、比嘉議長、嘉手苅教育長、  
正岡社長、ファン代表1名、NATION. 1名
- 11:20 【記念撮影】
- 11:25 【HYライブ】  
①AM11:00  
②君のうた  
③オーシャン
- 11:40 【セレモニー終了】
- 11:40 【当選者館内ツアースタート】  
・メンバー色分け抽選  
・来賓 館内を観覧（アテンド：観光イベント課）
- 12:00 【一般開放】



## 【HeartY Museum館内ツアー】



## 【実施概要】

HeartY Museumの移設セレモニーの様子を、全国のHYファンに向け「ニコニコ生放送」にて放送し、うるま市をアピールした。  
当日はHYの楽曲3曲もライブで放送した。



- 放送日時 2024/9/23 (月) AM11:00～
- 視聴者数 2,521名
- コメント獲得 100件



## 【実施概要】

全国ツアー19会場にて、来場者にHeartY Museumのチラシを配布。計**28,800枚**

HeartY Museumが沖縄県うるま市にあることを、全国のHYファンにアピール。

ライブ会場にあるオブジェが、HeartY Museumに展示されることを周知させ、ミュージアムの来場とうるま市観光を促す。

公演数	開催日	曜日	地域	会場	配布枚数
1公演目	2024/9/22	日	沖縄	那覇文化芸術劇場 なはーと大劇場 open/17:00	1,600枚
2公演目	2024/9/28	土	東京	ひの煉瓦ホール（日野市民会館） open/17:00	1,200枚
3公演目	2024/9/29	日	東京	かつしかシンフォニーヒルズ モーツァルトホール open/17:00	1,400枚
4公演目	2024/10/12	土	愛知	岡谷鋼機 名古屋公会堂 大ホール open/17:00	1,600枚
5公演目	2024/10/13	日	静岡	静焼津市大井川文化会館 ミュージコ open/17:00	2,100枚
6公演目	2024/10/26	土	千葉	印西市文化ホール open/17:00	600枚
7公演目	2024/10/27	日	埼玉	狭山市市民会館 open/17:00	1,400枚
8公演目	2024/11/9	土	兵庫	神戸文化ホール 大ホール open/17:00	2,100枚
9公演目	2024/11/10	日	奈良	なら100年会館 大ホール open/17:00	1,500枚
10公演目	2024/11/23	土	新潟	上越文化会館 大ホール open/17:00	1,600枚
11公演目	2024/11/24	日	福井	敦賀市民文化センター 大ホール open/17:00	1,200枚
12公演目	2024/12/7	土	宮城	仙台電力ホール open/17:00	1,000枚
13公演目	2024/12/8	日	岩手	花巻市文化会館 大ホール open/17:00	1,100枚
14公演目	2024/12/14	土	熊本	熊本城ホール メインホール open/17:00	2,500枚
15公演目	2024/12/15	日	福岡	福岡サンパレス ホテル&ホール open/17:00	2,400枚
16公演目	2025/1/18	土	香川	サンポートホール高松 大ホール open/17:00	1,500枚
17公演目	2025/1/19	日	高知	高知市文化プラザかるぼーと 大ホール open/17:00	1,100枚
18公演目	2025/1/25	土	山口	宇部市渡辺翁記念会館 open/17:00	1,400枚
19公演目	2025/1/26	日	島根	島根県芸術文化センター グラントワ open/17:00	1,500枚

## 【配布チラシ デザイン】

Official web site

Official Instagram

HY

HeartY MUSEUM

移転しました!  
Address Change

沖縄県 TERUMA  
うるま市与那城照間

〒904-0001 沖縄県うるま市与那城照間1860-1

TEL 098-989-5747

表面

TERUMA ー east coast ー とは

沖縄県「うるま市」にある趣々を繋ぐ有名な「海中道路」。その近くにある飲食店を中心とした観光施設、HYメンバーの故郷。うるま市で沖縄観光を満喫するならTERUMAへ是非遊びに来てください。

SHOP LIST

- ・東海岸BBQ TERUMA・島カフェうるたま
- ・うるまおもてなし食堂・うるまジェラート・黄金茶屋

1 パーラー照間  
Parlor Teruma

2 学びの場  
Museum's Open

3 今までなかった展示や新コンテンツも盛りだくさん!

リニューアルした  
ミュージアムの新要素!

うるまの観光情報は「うるま市観光物産協会」  
公式インスタをチェック!

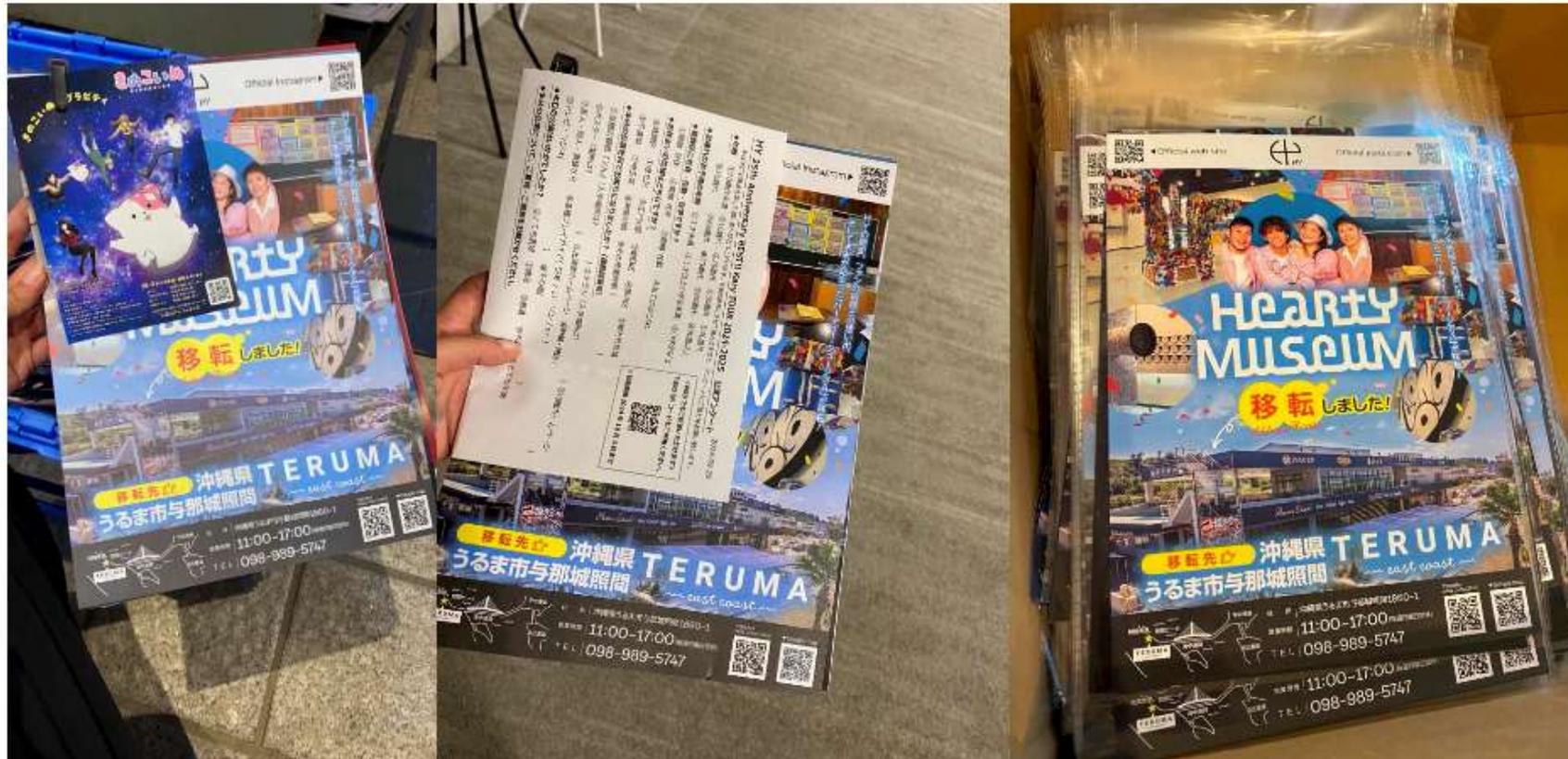
メンバーの故郷「うるま市」で  
ふるさと納税しませんか?

裏面

## 【配布方法】

各会場、開場時に他サンプリングチラシと合わせて手配り。  
※初日の沖縄公演のみ、終演後に手配りでサンプリングを実施。

### チラシお渡し例



## 【会場報告写真】 2024年9月22日（日）会場：沖縄 那覇文化芸術劇場 なはーと大劇場



## 【会場報告写真】



② 9/28 東京都  
ひの煉瓦ホール



③ 9/29 東京都  
かつしかシンフォニーヒルズ  
モーツァルトホール



④ 10/12 愛知県  
岡谷鋼機名古屋公会堂  
大ホール



⑤ 10/13 静岡県  
焼津市大井川文化会館  
ミュージコ



⑥ 10/26 千葉県  
印西市文化ホール



⑦ 10/27 埼玉県  
狭山市市民会館



⑧ 11/9 兵庫県  
神戸文化ホール 大ホール



⑨ 11/10 奈良県  
なら100年会館 大ホール

## 【会場報告写真】



⑩ 11/23 新潟県  
上越文化会館 大ホール



⑪ 11/24 福井県  
敦賀市民文化センター 大ホール



⑫ 12/7 宮城県  
仙台電力ホール



⑬ 12/8 岩手県  
花巻市文化会館 大ホール



⑭ 12/14 熊本県  
焼津市大井川文化会館  
ミュージコ



⑮ 12/15 福岡県  
福岡サンパレス ホテル&ホール



⑯ 1/18 香川県  
サンポートホール高松 大ホール

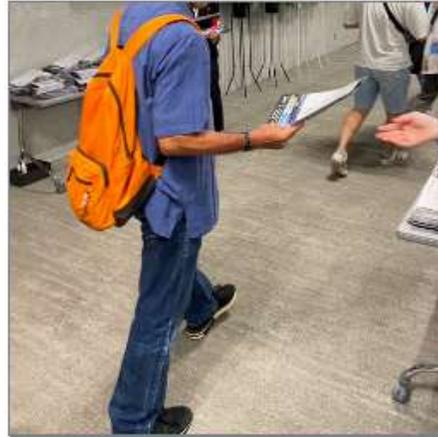


⑰ 1/19 高知県  
高知市文化プラザかるぼーと  
大ホール

## 【会場報告写真】



18 1/25 山口県  
宇部市渡辺翁記念会館

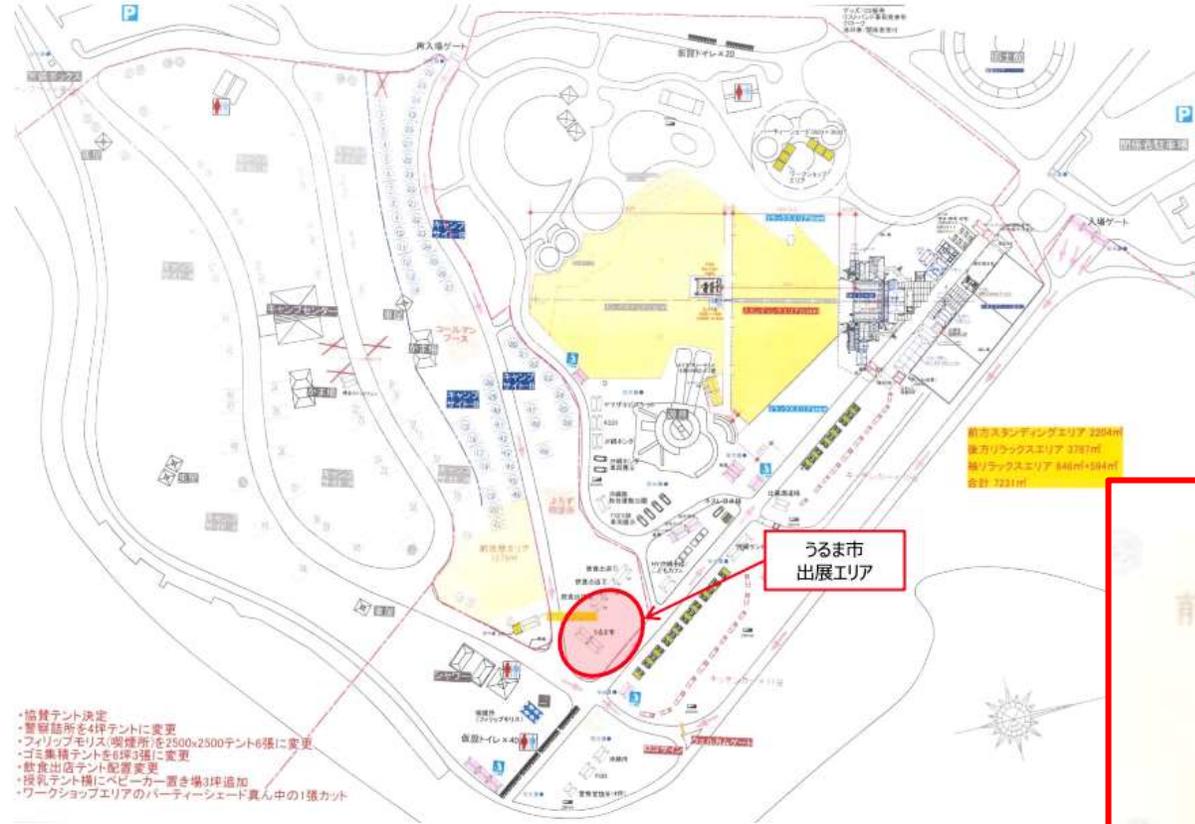


19 1/26 島根県  
島根県芸術文化センター

# HY SKY Fes 実施報告書

---

- ▶実施日時 2025年 3月 14日（金）うるま市ブース 設営日 10：00～17：00  
3月 15日（土）うるま市ブース 運営本番 1日目 10：00～19：00  
3月 16日（日）うるま市ブース 運営本番 2日目 10：00～19：00
- ▶実施内容
- ①うるま市観光PR・ブルーシール創業の地PR（観光イベント課）
  - ②ふるさと納税PR（商工振興課）
  - ③うるま市物産販売（うるマルシェ）
  - ④HY ファームカレー試食&野菜販売（生産振興課）
  - ⑤ツクリバうるま 飲食販売（株式会社トビウ）
  - ⑥HeartY MuseumオリジナルTシャツ販売（NATION.）
- ▶主 管 うるま市 経済産業部 農林水産部
- ▶協 力 Handmade Music（株）、フォーモストブルーシール（株）
- ▶運 営 （株）NATION.



- ・協賛テント決定
- ・登録場所を4坪テントに変更
- ・フリックモリス喫煙所を2500x2500テント6張に変更
- ・ゴミ集積テントを6張3張に変更
- ・飲食出店テント配置変更
- ・授乳テント横にベビーカー置き場3坪追加
- ・ワークショップエリアのパーティーシェード真ん中の1張カット



<うるま市観光PR・ブルーシール創業の地PR/ふるさと納税PRブース>



<うるま市物産販売ブース>



<ツクリバうるま 飲食販売ブース>



<ふるさと納税PRブース>



<うるま市物産販売ブース>



<HY ファームカレー試食&野菜販売ブース>









# HY SKY Fes 2025 うるま市出展 スケジュール : 3/16(日)

時間	全体共通	観光イベント課 観光物産協会	ブルーシール	商工振興課 ふるさと納税	生産振興課 HYカレー	うるマルシェ 物産販売	ツクリバうるま 餃子販売	HeartY Museum Tシャツ販売		
8:00	通電時間 8時~24時									
9:00		会場入り		会場入り	会場入り	搬入	搬入			
10:00	ゴ-ゴ-ゴ-ヤー 収録	ブース運営		ブース運営		ブース運営	ブース運営	OPEN準備		
11:00										
12:00								カレー試食配布 野菜販売		
13:00	中村市長来場 各所挨拶							撤収		
14:00										
15:00										
16:00										
17:00										
18:00					村上社長 HY差し入れ					
19:00										
20:00										
21:00	搬出可能時間									
22:00	↓					撤収				



まんまうるまテントカバー (A) ×1枚  
(H2000×W5400)



まんまうるまテントカバー (B) ×2枚  
(H2000×W5400)



感動産業特区テントカバー (裏面)  
(H2000×W5400)



■株式会社 NATION. 様/HY等身大パネル  
アルミ複合板 厚み3mm/インクジェット印刷

R7.3.7(1)

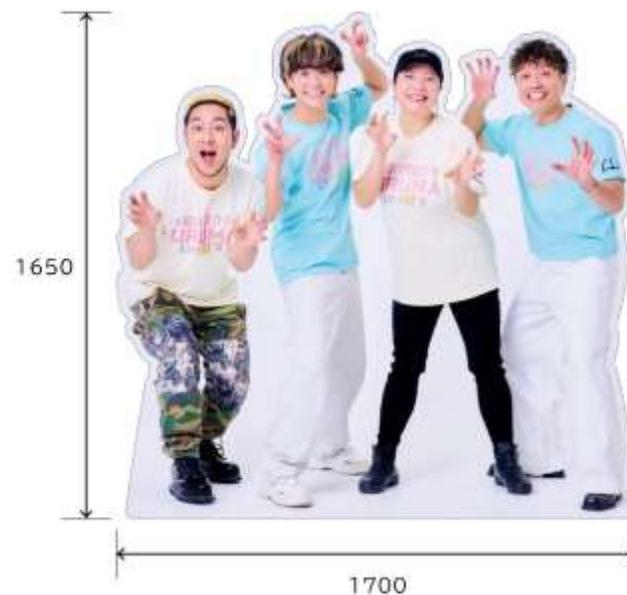
HY等身大パネル (A-1)



HY等身大パネル (A-2)



HY等身大パネル (B)



HY等身大パネル (C)



うるうららブルーシールパネル  
(H1500×W900)



HY HeartY Museum タペストリー  
(H1600×W1000)



うるうららブルーシールパネル  
(H1500×W900)



HY HeartY Museum タペストリー  
(H1600×W1000)



HY等身大パネル (A-1)

HY等身大パネル (A-2)



HY等身大パネル (B)



HY等身大パネル (C)



本年度のプロモーション施策において、うるま市出身アーティスト「HY」との連携により、県内外の幅広い層への効果的なアプローチを実現した。「HeartY Museum 移転セレモニー」と「HY SKY Fes 2025」への出展を通じ、うるま市の魅力を音楽ファンや地元住民に伝える機会を創出し、認知拡大と地域活性化に繋がったと考える。

## (1) HeartY Museum 移転セレモニー

- ・HYメンバーゆかりの施設「HeartY Museum」の移転を記念し、県内外へ情報発信を実施。
- ・ニコニコ生放送での中継を行い、オンラインを通じて広範囲にプロモーションを展開。
- ・館内ツアーやチラシ配布により、音楽ファンを中心に施設の魅力を伝達。
- ・HYの持つ影響力を活かし、地域の文化施設としての認知度向上に成功。

### 成果

- ◎音楽ファン層へのPR強化
- ◎オンライン配信を活用し、県外へもうるま市の魅力を発信
- ◎施設の新たな観光資源としての価値向上

## (2) HY SKY Fes 2025 うるま市出展

- ・HYが主催する音楽フェス「HY SKY Fes」にうるま市が出展し、観光・物産のプロモーションを展開。
- ・観光PRブース、物産販売、ふるさと納税PR、飲食販売などを実施。
- ・HYファームのカレー試食&野菜販売など、HYのブランドと絡めた施策を展開し、訪問者の関心を喚起。

### 成果

- ◎HYの知名度を活用し、大規模イベントでうるま市を効果的にPR
- ◎観光・物産販売の強化：地元産品を直接販売し、地域の魅力を体験として提供
- ◎イベント来場者とのダイレクトな接点を創出し、観光誘客への興味喚起に成功

本プロモーションでは、HYの知名度と影響力を活用し、県内外の音楽ファン層への訴求を強化した。イベントを通じて、「うるま市の魅力」+「HYの音楽・ブランド」を掛け合わせることで、より強いメッセージ性を持ったプロモーションが可能となり、大きな集客効果を生み出したと考える。



## 業務内容（2）SNS等各種メディアやインフルエンサーを活用した情報発信

トレンドや旅行をテーマに投稿を実施しているインフルエンサーをキャスティング、イベント参加やうるま市取材を元にインスタグラム等での発信を実施した。



山賀琴子

モデル/ブランドディレクター

ミス青山コンテスト2015グランプリ、『Oggi』専属モデル

- ・ Instagram : <https://www.instagram.com/kotokoyamaga/?hl=ja>  
フォロワー数43.7万人
- ・ YouTube : <https://www.youtube.com/@kotokoyamaga>  
チャンネル登録者数9.12万人



AYUMI

トラベラー

OLYMPUS PENアンバサダー、Tik Tok厳選クリエイター

- ・ Instagram : <https://www.instagram.com/oooooayumioooooo/>  
フォロワー数13.5万人
- ・ YouTube : <https://www.youtube.com/channel/UCPaIr64vFUZKIrVQGyLAYIQ>  
チャンネル登録者数9090人
- ・ TikTok : <https://www.tiktok.com/@oooooayumioooooo>  
フォロワー数8.41万人

最後の乾杯がたまらない  
**うるま冒険コース**

教えてくれたのは..  
山賀琴子さん  
@kotokoyamaga

**DAY 1**

9:00 那覇空港着

11:00 **ピオスの丘**  
沖縄ならではの植物たち。  
水牛車にも乗れます!

13:00 **CASA TACOS**  
タコライスは辛いソースを  
かけるとさらにおいしい!

14:30 **古謝もち店**  
地元の名店。  
きなこたっぷりかき氷は  
初体験で美味すぎ!

16:00 **世界遺産  
勝連城跡**  
町と海を見渡せて  
すごく気持ち良かった!

**DAY 2**

南国のフルーツに  
ワクワク!

10:00 **うるマルシェ**  
地元の野菜や調味料、  
なんでも売ってるうるマルシェ。

11:30 **宿&喫茶  
アガリメージュ**  
島で栽培された麦を  
こんがり炒って、焼いて、  
ほんのり甘くて歯ごたえ!

13:00 **無化調 沖縄そば  
帆掛きそば (ふーかきそば)**  
今まで食べた沖縄そばで  
一番好きでした。  
魚介出汁っていうのも珍しい!

15:00 **島国ブルワリー沖縄**  
一日動いた後のビールは最高!  
フルーティーで華やか、  
何杯でも飲める。

おしゃべりな景色がたまらない  
**撮れ高満点コース**

教えてくれたのは..  
AYUMIさん  
@ooooooooayumioooooo

**DAY 1**

10:00 那覇空港着

12:00 **沖縄そば  
マルヨ製麺 塩屋店**  
魚×鶏卵の出汁が  
モチモチの自家製生麺に  
からんで絶品。

13:30 **世界遺産 勝連城跡**  
琉球ロマンを感じる城(グスク)。  
頂上からは、コバルトブルーに輝く  
太平洋を一望できちゃう!

15:00 **LITE LYCKA**  
(リテリッカ)  
おすすめは甘辛「島ラテ」。  
コーレーグースと黒糖とエスプレッソ、  
最後にピリっとして美味しい♡

16:30 **ココガーデン  
リゾートオキナワ**  
亜熱帯の花々に囲まれた  
静かなリゾートホテル。

**DAY 2**

9:00 **ピオスの丘**  
亜熱帯の森で自然遊び。  
ジャングルクルーズは  
お子さんにも。

11:00 **うるマルシェ**  
旬なフルーツや名産品、  
おみやげ探しにぴったり。  
名物・イダコ焼きもおすすめ。

12:30 **海中道路**  
全長約5km。  
エメラルドグリーンの  
海の上をドライブするのは爽快!

13:30 **果報パンタ**  
約120mの崖の上からは  
壮大な風景が、  
「からう」は幸せ、「パンタ」は福。

14:30 **本と高い ある日、**  
静かな浜比嘉島にぽつんとある。  
開孔家のような本屋さん。  
カフェもできるよ。

16:00 **神元商店**  
旬のフルーツで絶品かき氷。  
自家製シロップと氷のバランス、  
口の中でスッと溶けていく。

<https://www.instagram.com/p/C6gMPjkPGFa/>

- ・ 投稿日：2024年5月3日
- ・ いいね！：1万件（2025年2月22日時点）



[https://www.instagram.com/p/C\\_Aibqvyrrqa/](https://www.instagram.com/p/C_Aibqvyrrqa/)

- ・ 投稿日：2024年8月23日
- ・ いいね！：4578件（2025年2月22日時点）



<https://www.instagram.com/p/C9HmxHgSi6W/>

- ・ 投稿日：2024年7月7日
- ・ いいね！：3299件（2025年2月22日時点）



<https://www.instagram.com/p/C9K0damynqQ/>

- ・ 投稿日：2024年7月8日
- ・ いいね！：2967件（2025年2月22日時点）



[https://www.instagram.com/p/C9mcOJAy7q6/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C9mcOJAy7q6/?img_index=1)

- ・ 投稿日：2024年7月19日
- ・ いいね！：6254件（2025年2月22日時点）



<https://www.instagram.com/p/DAAuAd6ykbz/>

- ・ 投稿日：2024年9月17日
- ・ いいね！：1562件（2025年2月22日時点）





[https://www.youtube.com/watch?v=FgzA\\_is-vMk](https://www.youtube.com/watch?v=FgzA_is-vMk)

- ・投稿日：2024年8月23日
- ・再生回数：16487回
- ・いいね！：161件（2025年2月22日時点）



[https://www.instagram.com/p/C94pVbVSNz/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C94pVbVSNz/?img_index=1)

- ・ 投稿日 : 2024年7月26日
- ・ いいね ! : 1064件 (2025年2月22日時点)



[https://www.instagram.com/p/C9824dXSV31/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C9824dXSV31/?img_index=1)

- ・ 投稿日 : 2024年7月28日
- ・ いいね ! : 1343件 (2025年2月22日時点)



[https://www.instagram.com/p/C-Ff2mcSG0K/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C-Ff2mcSG0K/?img_index=1)

- ・ 投稿日 : 2024年7月31日
- ・ いいね ! : 1000件 (2025年2月22日時点)



## インフルエンサー施策 総評

©2025 Drill Inc. All Rights Reserved.

本プロモーション企画では、沖縄県うるま市の魅力を発信するため、インフルエンサー2名を起用し、うるま市内ツアーを実施した。その結果、InstagramおよびYouTubeでの投稿を通じて多くのエンゲージメントを獲得し、認知度向上に貢献したと考える。

特に、投稿への「いいね!」やコメント数が一定数以上を記録し、ユーザーからのポジティブな反応が多数寄せられたことは、本企画の成功を示す重要な指標となった。

また、投稿に対する視聴者のリアクションから、うるま市の観光スポットや文化に対する関心の高さがうかがえ、今後の観光プロモーションの可能性をさらに広げる結果となった。

本企画を通じて、インフルエンサーの発信力を活かした地域プロモーションの有効性が改めて確認され、うるま市の魅力を多角的に伝える機会を創出できたと考える。

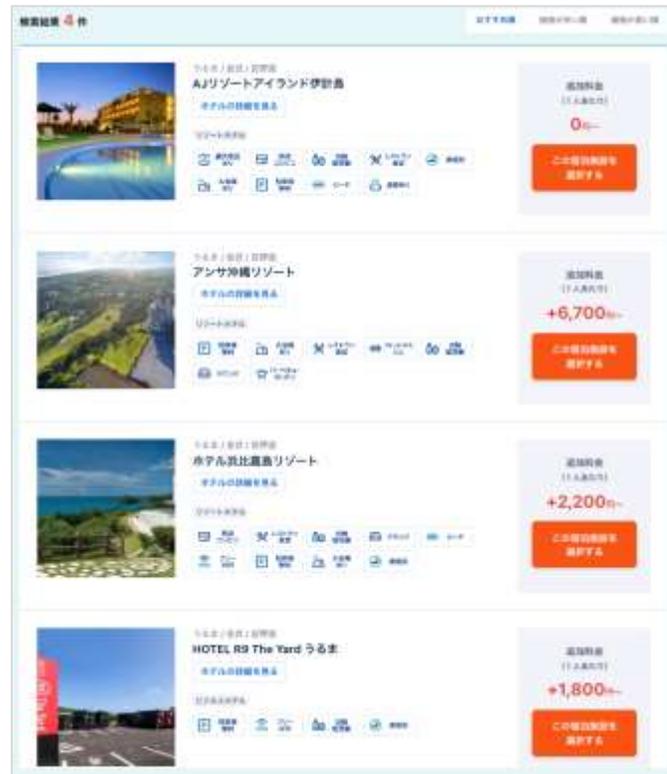
今後は、さらなる拡散力の向上やターゲット層の細分化を図りながら、継続的なPR施策を検討していくことが、うるま市のブランド価値向上につながると考える。



## 業務内容（3）プロモーションからうるま市への誘客手法の検討及び実施

沖縄ツアーリストHPにて、うるま市ツアーを販売  
[https://ots.digitaldmoplatform.com/lp/manma\\_uruma/](https://ots.digitaldmoplatform.com/lp/manma_uruma/)

©2025 Drill Inc. All Rights Reserved.



## ◎ アクセス解析 (山賀琴子)



- ・ 表示回数総数 : 187回
- ・ ユーザー数 : 37人
- ・ ページビュー平均 : 5.05秒
- ・ ページ滞在時間平均 : 2分50秒

## ◎ アクセス解析 (AYUMI)



- ・表示回数総数 : 79回
- ・ユーザー数 : 29人
- ・ページビュー平均 : 2.93秒
- ・ページ滞在時間平均 : 1分17秒

# プロモーションからうるま市への誘客施策 総評

©2025 Drill Inc. All Rights Reserved.

本プロモーション企画では、インフルエンサーの発信力を活かし、うるま市の観光スポットを紹介するだけでなく、沖縄の旅行会社（沖縄ツアーリスト）と連携し、インフルエンサーおすすめのツアーコースを販売する取り組みを実施した。

数量的な成果としては限定的な結果となった、本企画の主目的は、観光誘客の「受け皿」としての機能を持たせることであり、その役割は十分に果たされた。

実際、特設サイトへの流入データからは一定の関心層が訪問していることが確認され、ツアー商品を通じたうるま市の認知拡大につながったことが示唆された。

仮に本施策のKPIを販売数に設定する場合、Web広告を活用した集客施策の展開も有効であったと考えられるが、本プロモーションではあえてその方向には予算を割かず、県内外にうるま市を知ってもらうキッカケ作りの認知拡大の役割を優先し、その結果として、うるま市の魅力を多くの潜在旅行者に伝え、将来的な訪問促進につなげる基盤を築くことができたと考える。

今後の展開としては、今回のデータを活用し、よりターゲット層に適したプロモーション手法の選定や、旅行会社とのさらなる連携強化を図ることで、より効果的な誘客施策へと発展させることが期待できる。

- ・商品購入数：2件
- ・利用客数：4名
- ・旅行代金合計：408,200円
- ・平均単価：102,500円



PRツール関係

## PRツール制作実績

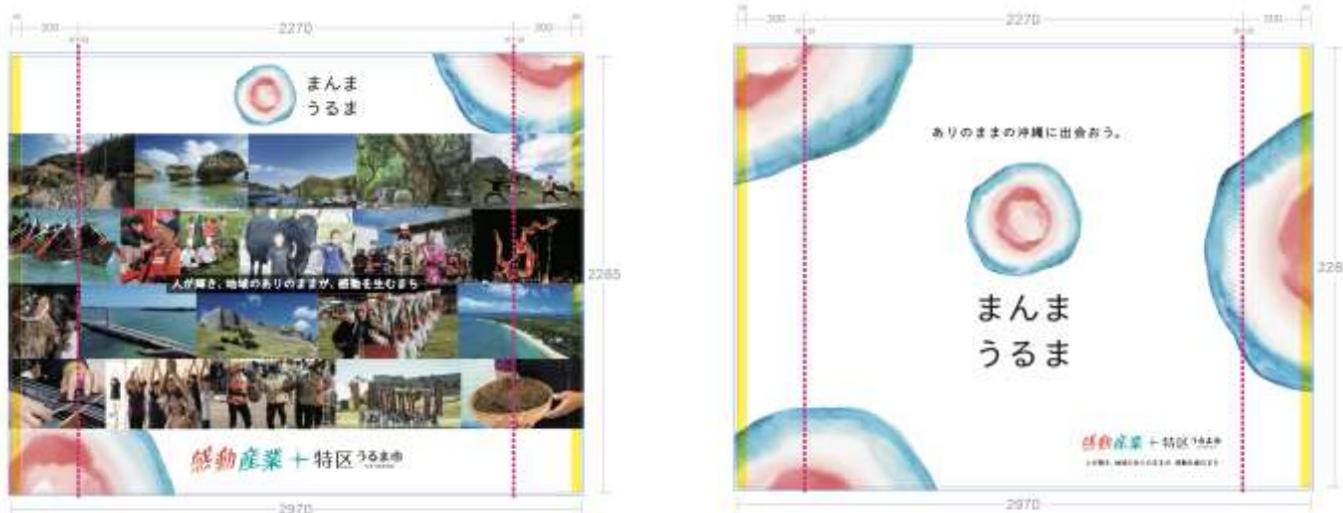
◎ テント幕：デザイン3種（感動産業特区 / まんまうるま / まんまうるま+うるうらら）



◎ のぼり：2種（感動産業特区 / まんまうるま）



◎ 自立式バナー：2種（感動産業特区 / まんまうるま）

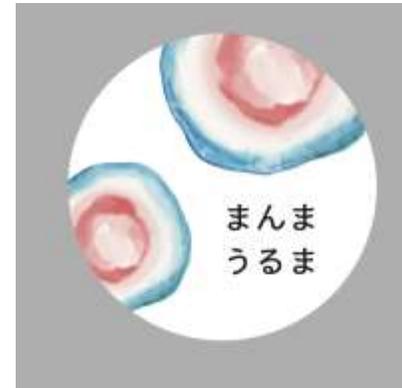


## PRツール制作実績

◎ MAMMA URUMA MAP (リデザイン) : 5,000部



◎まんまうるまステッカー (増刷) : 1,000枚



◎横断幕 : 2種 (感動産業特区 / まんまうるま)





**次年度以降の展開、戦略**

## 成果のまとめ

施策	内容
■ 県外プロモーション	「まるで旅する まんまうるまカフェ」来場者 4,000人超 うるま市の認知度が低かった層（6割）に直接PR
■ メディア露出	105媒体掲載、広告換算額4,400万円超
■ SNS波及効果	インフルエンサー施策により、投稿 累計再生数100万回超
■ うるま市内催事でのプロモーション	HeartY Museum移転セレモニー、HY SKY Fesへの協力、協賛
■ 観光誘客施策	沖縄ツーリストと連携し、インフルエンサーおすすめツアー販売



認知拡大の成果は顕著であり、特に都内での直接PR施策は高評価を得た。  
一方で、実際の訪問やツアー販売への転換は今後の課題として明確になった。

## 次年度以降の課題と展開・事業戦略

本年度の施策では、「うるま市の魅力を伝える」ことに成功しましたが、次年度以降は「認知から実際の訪問・宿泊への誘導」に重点を置く必要と感じた。

### (1) 課題

1. 誘客への転換率向上：興味喚起から実際の訪問・宿泊につなげる仕組みが必要 ⇒ リピート施策・Web広告活用
2. 旅行商品販売の最適化：ターゲット層に刺さるツアー企画と販売戦略の強化 ⇒ 特典付き宿泊プランなど
3. 都内PR拠点の拡充：「まんまうるまMAP」の設置店舗を増やし、持続的な情報発信を実施
4. SNSを主とするメディア戦略の継続強化：ターゲット別の最適な発信・ユーザー参加型キャンペーンの実施
5. テレビを主とするメディアプロモーションの強化：今年度、テレビ露出がうるまの認知拡大にかなり貢献することが判明

### (2) 事業戦略

- 県外プロモーションの強化：東京・大阪・福岡など主要都市での「まんまうるまカフェ」展開
- 旅行商品の強化：旅行代理店との連携強化、特典付き宿泊プランの開発
- デジタルマーケティングの最適化：ターゲティング広告、SNSキャンペーンの活用
- PR拠点の拡大：都内飲食店・物販店・百貨店催事との連携を強化し、継続的な誘客施策を展開
- テレビ番組、旅行雑誌ほかマスメディアとうるま市の双方向にモニター誘客を実施



これらを通じて、「うるま市の感動を体験する」機会を増やし、訪問・宿泊への転換を図る。

## 全体総評

本プロモーション事業は、「うるま市の認知拡大」と「新規顧客の獲得」において、十分な成果を収めたと考える。

都内プロモーションやインフルエンサー施策により、全国的な話題性を生み、メディア露出・SNS波及効果の点で高い評価を得た一方で、テレビを主とするメディアプロモーションがうるまの認知拡大に大きく寄与することも判明した。

さらに実際のうるまへの訪問・宿泊への転換施策の実施が相乗効果を高めることが課題という気付きがあった。



次年度以降は、テレビ番組、旅行雑誌ほかマスメディアでの「認知の拡大」を狙いつつ、「実際の訪問・消費」へと**戦略を進化**させる必要が有ると感じ、具体的な施策としては、メディアをうるまへモニター誘客を実施したり、うるま市が在京マスメディアを訪問・メディアキャラバンすることで、マスメディアを使って感動産業特区ブランディングを発信する施策を強化することが、うるま市の観光振興に効果的だと考える。

**Drill**