

# (参考) これまでの二段階移住プロモーションの展開

## 1年目 (平成30年度)

- オウンドメディア (サイトなど市所有の発信媒体) の拡充
- 市町村との連携体制の構築 → プロモーションの基盤づくり

### 【具体的な内容】

- ロゴマーク, PR動画第1弾の制作
- 「こうち二段階移住」特設サイト開設
- 「TURNS×高知」ハンドブック制作
- インスタグラム, ツイッターのアカウント開設・投稿
- インスタグラムセミナー開催



## 2年目 (令和元年度)

- 問題提起型の差別化戦略 (#田舎暮らしは甘くない) → 二段階移住の有効性を伝える

### 【具体的な内容】

- PR動画第2・3弾の制作
- 「#田舎暮らしは甘くない」キャンペーンサイトの開設
- フェイスブックのアカウント開設・投稿
- TURNSとコラボした移住体験ツアー (9/14・15), 東京でのイベント (12/13) 開催



## 3年目 (令和2年度)

- 情報発信ツールのブラッシュアップ・充実
- SNSを活用し, 継続的・効果的な発信 → コロナ禍での情報発信強化

### 【具体的な内容】

- 既存特設サイトのコンテンツ拡充
- 「KOCHI 7 ARTISANS (7人の職人)」サイト開設
- 「TURNS×高知」ハンドブックのリニューアル
- インスタグラム等のSNSを活用した広告



## 4年目 (令和3年度)

- コンバージョン強化 (新規導線+デジタル機能拡張) → 潜在層へのアプローチ強化

### 【具体的な内容】

- PR動画第4弾の制作
- 戦略PR
- サイト機能拡張
- 県内プロモーション (移住者インタビュー放送)
- 一段階移住者対象の県内移住体験ツアー
- TURNSカフェ開催



## 5年目 (令和4年度)

- 継続したプロモーション
- 既存情報発信ツールの有効活用・分析力の強化
- 次期れんげいこうち広域都市圏を意識した事業の再構築・見直し

### 【具体的な内容】

- SNSで人気の漫画家による高知移住WEB漫画の制作
- コロナ禍を意識したPR動画第5弾の制作
- 継続したWEB広告の実施
- 事業再構築の検討



## 6年目 (令和5年度)

- 継続したプロモーション
- 二段階移住の認知度・理解度を高められるコンテンツの制作

### 【具体的な内容】

- 人気声優を起用した二段階移住シミュレーションゲームの制作
- 継続したWEB広告の実施
- 二段階移住達成者を増やすための移住者マルシェの開催 (オーテピア西敷地)



## 7年目 (令和6年度)

- 継続したプロモーション
- 戦略的な情報発信

### 【具体的な内容】

- WEB広告の配信数拡充による戦略的な情報発信
- 二段階移住の理解度及び認知度の向上を図るための二段階移住漫画の制作
- 二段階移住特設サイトにおける移住者インタビューの拡充 など

