

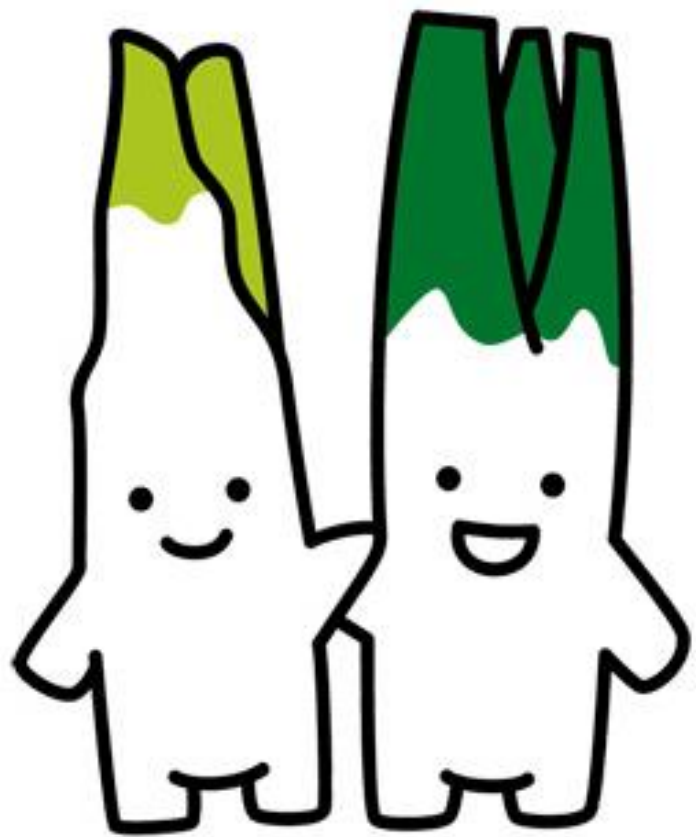
# 岐阜県瑞浪市やお！ キャンプしにおいでよ！

愛知犬

倉本大輝 丹羽亮太  
水野翠 杉浦花歩 平手美帆

# 瑞浪市の現状

---



## アピールポイント

- ・ 特産物（ボーンポーク・ビール）がある
- ・ 体験型施設（ゴルフ・ゴーカート・化石）がある
- ・ 美濃焼(陶磁器)

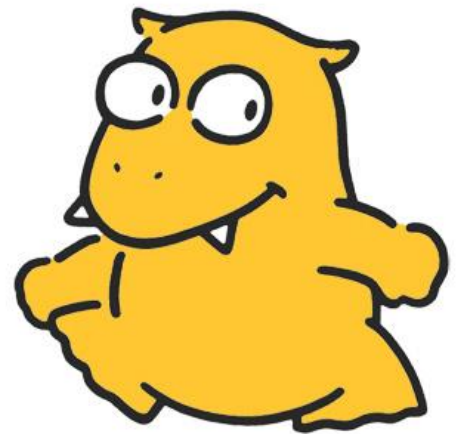
## 課題・改善点

- ・ プロモーション発信力
- ・ アクセスがあまり良好ではない
- ・ 瑞浪の特産物(主に食べ物)には全国にライバルがいる



**岐阜県瑞浪市やお！キャンプしにおいでよ！**

— 瑞浪の自然と特産物があなたを呼んでいる —



# 内容（一人用の場合）

- ・ キャンプ地：フィッシングキャンプエリア瑞浪  
トイの森  
（+きなあた瑞浪に新設）

- ・ 瑞浪市のグルメ

ボーンポーク（2,000円分）

カマドブリュワリーのクラフトビール

定番の味や季節限定の味を2～3本（1,000円分）

瑞浪市の野菜（1,000円分）

キャンプ地代6,000円と合わせて約10,000円の予算



# プロモーションのターゲット

- 東海地方に住む**キャンプ初心者**  
→ **手ぶらで来ても満喫出来る**内容を売りにし、また納税の特典であるため、キャンプへのハードルを下げる
- 各界隈の人達が、新たに**瑞浪市の魅力を知ることが出来る場**にする

例) 醸造長を知っており瑞浪のクラフトビールの存在は知っているがボーンポークを知らなかった人に、魅力を感じてもらおう



# 宣伝の手段

- 「一人用」「二人組用」「ファミリー向け」の参加人数毎のプランや「お酒が飲めない人向け」等の**バリエーションを増やす**事で、目につきやすくする狙い（深山さんの映像参照）
- 各関連企業のアカウントをはじめ、SNSを用いて宣伝例）インスタグラムの**リール動画等、映像を主**とするポータルサイトのURLを**各企業のHPに記載**する



# キャンプに注目した理由

## ① キャンプ需要の高さ

- ・ キャンプに行く頻度は上昇傾向
- ・ キャンピングカーの需要も右肩上がり(表1)

## ② 利用者・形態の多様化

- ・ ソロキャンプに注目が集まる
- ・ コロナ禍においてもソロ・デュオの利用者は増加傾向(表2)
- ・ **ビギナー層・20代**の増加  
= キャンプ利用者層が拡大

## ↳ キャンプには集客力がある

## ③ 差別化要素がある

- ・ 「キャンプ 東海」で検索  
↳ **ヒットする返礼品が少ない**

【図1】 キャンピングカー保有台数

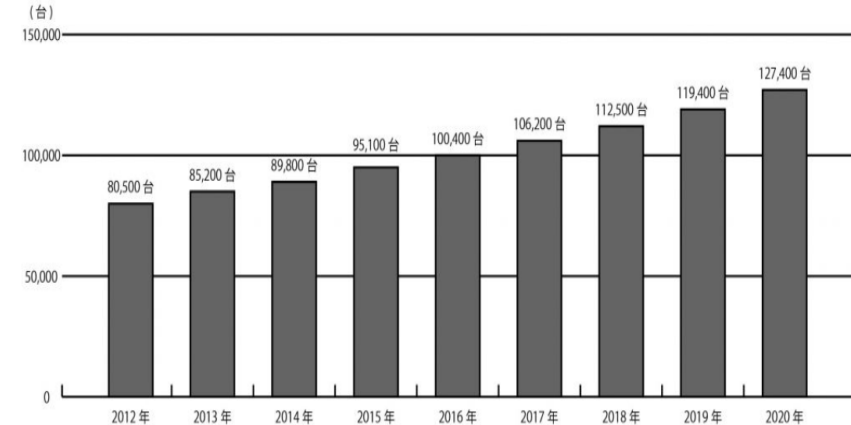


表1 「キャンピングカー保有台数」  
引用：キャンピングカー白書

【利用者傾向】：ソロキャンプとデュオキャンプの増加が顕著に

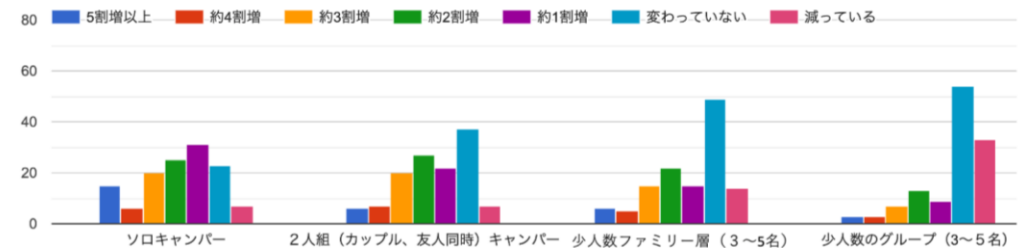


表2 「利用者傾向」  
引用：オートキャンプ白書



# 提案のポイント

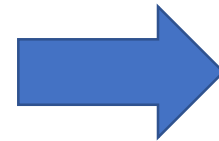
- 一度に瑞浪の良さを堪能することができる



非日常空間「キャンプ」



日常品「豚肉、ビール」



普段の生活でも取り入れることができるため、リピーターに繋がる



# 瑞浪市の課題の改善

- ・「全国に特産物のライバルがある」  
⇒ #キャンプ #豚肉 #ビール…  
    **該当カテゴリ**が多くなることで**検索にヒットしやすくなる**
- ・「アクセス良好ではない」  
⇒ **車**で来ても**泊まる**ため、**ビール**を飲むことができる  
    2日目は車で**自由に瑞浪の魅力に触れる**ことができる  
    例) 1日目はセット商品で食を堪能  
        2日目は体験型施設に行く
- ・「プロモーションが苦手」  
⇒ 今**人気**のインスタグラムのリール投稿 (**動画**) を  
    使用して**映像、音で魅力**を伝える



# 経済効果 — 1人用モデル —

## ふるさと納税セット

キャンプ場



ソーノポーク



地ビール



合計：30,000円

### 【状況想定】

- ①総定数のキャンパー数は(中部人口×総人口に対するキャンパー比率)から125万人程度と想定  
(<http://databasejapan.com/?p=753>)、(<http://www.ryoko-net.co.jp/?p=96353>)
- ②ふるさと納税で肉、飲料、旅行券を選ぶ人の割合=13.5%
- ③ふるさと納税で2万円以上支払う人の割合=12.5%

### 【状況想定】

- ④ふるさと納税利用者数割合 = 10%  
([https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000761685.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000761685.pdf))
- ⑤年収400万以上の世帯割合=43.4%  
(<https://www.nta.go.jp/publication/statistics/kokuzeicho/minkan/top.htm#b-03>)

# 経済効果 — 1人用モデル —

## ふるさと納税セット

キャンプ場

ポーノポーク

地ビール

**2700万円**のふるさと納税が期待できる！！！！

合計：30,000円

### 【状況想定】

- ①総定数のキャンパー数は(中部人口×総人口に対するキャンパー比率)から125万人程度と想定  
(<http://databasejapan.com/?p=753>)、(<http://www.ryoko-net.co.jp/?p=96353>)
- ②ふるさと納税で肉、飲料、旅行券を選ぶ人の割合=13.5%
- ③ふるさと納税で2万円以上支払う人の割合=12.5%

### 【状況想定】

- ④ふるさと納税利用者数割合 = 10%  
([https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000761685.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000761685.pdf))
- ⑤年収400万以上の世帯割合=43.4%  
(<https://www.nta.go.jp/publication/statistics/kokuzeicho/minkan/top.htm#b-03>)

# 経済効果

## 波及効果



キャンプ用品



キャンピングカー



他のふるさと納税

# 経済効果

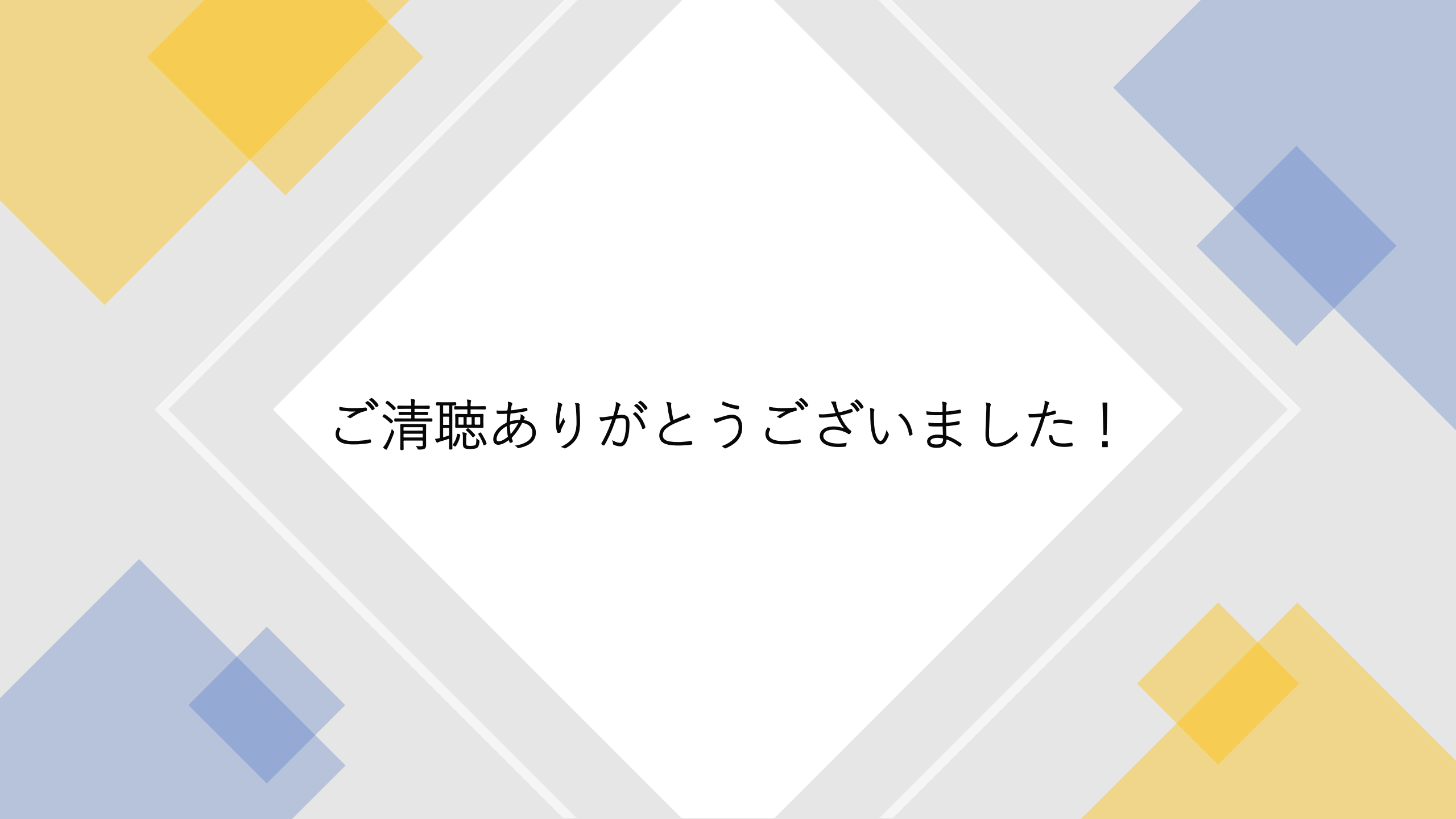
## 波及効果

他分野との結びつきが強い！

キャンプ用品

キャンピングカー

他のふるさと納税



ご清聴ありがとうございました！