



Google 広告活用事例

一般社団法人
草津温泉観光協会

草津温泉の情報を国内外に積極的に PR し、さまざまな観光客集客施策を行う。草津温泉についての情報を集約したポータルサイトを構築し、天気予報や道路情報などの情報発信や多言語化、スマートフォン対応など国内外の観光客の利便性向上を図っている。



会長 中澤 敬 様

本施策の結果

動画の再生回数

約 **160** 万回

動画視聴者の
「Kusatsu」検索数
非視聴者の

79 倍

本施策で活用した
ソリューション

YouTube 動画広告

ユーザーの興味・関心やエリアなどでターゲティングが可能。動画ならではの直感的な訴求で、ブランドの認知向上や理解促進にも有効です。



一般社団法人 草津温泉観光協会

インバウンド客の認知拡大・誘致に YouTube 動画広告を活用 160 万回を超える再生数を実現

草津温泉観光協会では、経験に頼った観光地経営から脱却し、裏付けのあるデータに基づいた経営を模索していました。そこで、インバウンド客への認知拡大、誘致を目的に YouTube 動画広告を採用。再生回数は 160 万回以上に上り、地名での検索数の大幅な向上という成果を実現しました。

?

 課題・背景

将来を見据え、データに裏付けされた経営システムの導入を

国内の人口が減少する中、海外からの観光客を誘致することは喫緊の課題でした。同時に、草津温泉観光協会では、これまでの経験に頼った観光地経営から脱却し「データに裏付けられた経営システム」を取り入れてプロモーションの成果を可視化する必要を感じていました。さまざまなデータを入手してそれをもとに目標設定、検討、効果計測、改善という PDCA サイクルを回すことが今後のプロモーションには重要と考えていたのです。

💡 解決策

草津の魅力が感覚的に伝わる動画を作成し、海外に動画広告として配信

海外に草津の魅力を発信しながら、さまざまなデータを取得できることに魅力を感じ、YouTube 動画広告の活用を決定。草津の魅力が映像で存分に伝わる動画を作成し、オーストラリア、台湾、アメリカをターゲットに配信しました。また、草津温泉観光協会を母体とした DMO 法人を設立し、その中にデジタル マーケティング部会を発足させ、デジタル活用を促進する体制を整えました。



Kusatsu Onsen, JAPAN -
Summer - 4K (ultra HD) / 草津温泉

⤻ 結果

再生回数は160万回を突破、視聴者の「Kusatsu」検索数は 79 倍に

2016 年秋に配信を開始した動画は 2017 年 3 月末時点で 160 万回以上の再生回数を記録。コメント欄には世界各国から賞賛の言葉が書き込まれました。また、動画広告を配信したオーストラリアでは、動画を見た人の「Kusatsu」の検索数は、見ていない人の 79 倍に上りました。草津温泉案内所に来訪した台湾人観光客 136 名を対象に調査を行ったところ「動画を見たことがある」と答えた方が 24%、「動画が草津来訪への決定打となった」と回答した方が 10% と、実際に動画をきっかけにインバウンド客が草津に足を運んでいることがわかりました。

☑ 成功のポイントと今後の展望

「デジタルを活用することで、きちんとした裏付けのあるデータを入手できます。集まったデータやコメントは他所の人からみた草津温泉の現状を私たちが客観的に認識する大きな手掛かりとなりますし、それを KPI の見直しや新しい経営判断に活かせます。今後もデジタル活用によるインバウンド客の誘致を促進したいと考えています」

(草津温泉観光協会 会長 中澤 敬様)