

# 【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、東京でのイベント開催



## 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（ポップアップ・フォームメーカー）
- 県内プロモーション（ローカル局での移住者インタビュー放送）
- 一段階目移住者対象の県内移住体験ツアー（2か所）
- 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）

- 二段階移住の認知度・理解度を高められるデジタルコンテンツの制作
- 継続したプロモーション（既存コンテンツを活用）

### 【具体的な内容】

- 二段階移住シミュレーションゲーム制作
- WEB広告配信
- 移住者マルシェ等の実施
- 二段階移住者のレポート作成等



## 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・ポータルサイト誘導
- 二段階移住新規相談件数を増やすための取組

### 【具体的な内容】

- 高知県在住インフルエンサー（漫画家）による二段階移住コンテンツ制作
- WEB広告配信



## 8年目（令和7年度）

- ポータルサイトの滞在率向上を図るためのコンテンツ拡充及び戦略的な情報発信
- 二段階移住新規相談件数増加を図るための取組

### 【具体的な内容】

- 二段階移住者のインタビュー等コンテンツ制作及びWEB広告配信
- 移住検討者向けリーフレット及びグッズ制作

