株式会社USPジャパン

オフィシャルパートナーとしての企業紹介（参加目的等メッセージ、商材、連絡先など）

【参加にあったってのメッセージ】未来に続く企業、地域となるためには、地球規模・中長期の視点や、パートナーシップによる共創が必要です。“自由と創造の力で、暮らしと社会をしあわせに”することを目的に、あなたの個性やこだわりを永遠に持続可能なものとすべく、私たちも私たちらしく、楽しくお手伝いいたします。
【弊社のサービス】自治体・地域コミュニティ（事業者・住民）の活性化・社会課題解決を伴走支援、自社事業を通じて支援します
担当者(問い合わせ先)：有本（アリモト）、新津（ニイツ） 連絡先：unique@usp.co.jp 03-3235-0029

USP JAPAN
Unique & Inclusion

パートナー参加に関する基本的な姿勢、考え等

＜実現したいこととと当社の強み・考え方＞

①訪日インバウンド旅行者の利用促進
課題：ターゲット国設定などの戦略、多言語対応などの受入環境整備、誘客につなげる情報発信など対応ノウハウが足りません。
強み：10年以上、政府と連携し観光立国に取り組み、免税制度運用・オリパラ対応などを牽引した弊社のノウハウを活かします。

②関係者コミュニティの充実
課題：地域で活動する人も減少し、皆疲れてしまっています。関係者の意見が対立し、課題解決が進みません。
強み：官民連携、異業種連携による関係者コミュニティを創り、育てます。協業が新規取り組みや効率的な役割分担などを生み出します。

③楽しく参加したくなる循環の仕組みづくり
課題：保全のための原資確保がままなりません。協力金だけでは持続可能な循環のレベルには達しそうにありません。
強み：2兆円訪日市場創出実績を活かし、ショッピング、グルメ、体験などで、参加したくなるマーケティング視点の仕組みづくりに取り組みます。

具体的な取組内容

＜本年度の取組＞

・大型イベント、地域観光資源をフックとした国立公園への誘客促進
吉野熊野国立公園内でのロケット打上げや、世界遺産を目当てに来街する国内外観光客に対し、吉野熊野国立公園の見どころを組み込んだツアーを造成。
また、地域内の宿泊施設やロケット打上げ見学場、人気観光地において、PR動画などを用いて国立公園のPRを実施した。

・マーケティング基本計画の策定
吉野熊野国立公園とエリアが重複する南紀熊野ジオパークにおいて地域振興を目的とした観光誘客に関するマーケティング基本計画を県とともに策定。
本契約において、ガイド育成やストーリーの活用などを国立公園管理事務所や地域内事業者と連携することを記載することとなった。

・グッズの開発
吉野熊野国立公園内のサイトをピックアップしポストカードを作成した。
作成したポストカードは、上記南紀熊野ジオパークのマーケティング基本計画の確定に向けた顧客調査アンケートにおいて提供し、計画における顧客セグメンテーションの有効性の確認を行った。

＜次年度取組予定、構想＞

・90周年にちなんだイベントの開催
吉野熊野国立公園周年にちなんだ地域コミュニティ活性化のイベントを開催

・グッズを活用した国立公園の認知拡大と販売による保護循環への活用
本年度作成したグッズの国立公園コラボの実施