

エリアアクティビティ			
広告主名	ジャパンパーク&リゾート	期間	2019年4月1日 ~ 2020年2月28日
商品(サービス)名	姫路セントラルパーク	地域	近畿
施策名	地域密着遊園地のV字回復：姫路セントラルパーク	使用媒体	テレビ/WEB/SNS/園内ポスター

### 1. 施策を行った背景や課題

■兵庫県姫路市にある姫路セントラルパークは、関西最大級のサファリパーク。西日本最大のプールや遊園地もあり、来園者の満足度は非常に高い。

しかし、**場所と中の施設の認知が低く、集客は長期間低迷**していた。

<課題>

姫センの**場所と中の施設の認知をあげ、集客増も実現**すること。

### 2. 解決方法 (SOLUTION)

#### 来園インサイトを発見：自慢を自虐で包む

ただの自虐は、継続的な効果がない。それは、プラスのアピールができていないから。そこで、来園行動を作るために、プラスのファクトを自慢しつつ、自虐で包み込んだ。

- ①大阪からクルマで55分なのに、3時間かかると思われています
- ②西日本最大のプールが、まったく知られていません
- ③32年やっているスケートリンクが、知らないゆるキャラに認知で負ける

#### 『日本一心の距離が遠いサファリパーク』

としてTVCM・WEBサイト・SNS・園内ポスターを年間展開した

### 3. 結果

#### ■PR露出10億円

ヤフートップや、「月曜から夜ふかし」でもとりあげられ、関西を中心として100以上のTV番組やWEBニュースに露出した。

#### ■ツイッタートレンド2位。SNSでも話題に

■年間通して話題化し、自慢のファクトが届くことで集客に。

#### 年間で10万人増加。奇跡のV字回復

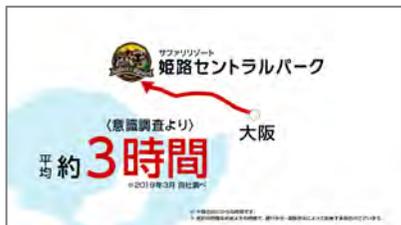
### 4. 企画のポイント

- ①ただの自虐ではダメ。  
自虐しながら自慢する、  
という人々を来園させるインサイトを発見したこと。
- ②TVCMだけでなく、グランプリを受賞した自虐WEBサイトやSNS、拡散した園内ポスターなど  
立体的なキャンペーンで、徹底的に話題化したこと

■春TVCM：自虐しながら自慢



大阪から55分なのに（自慢）

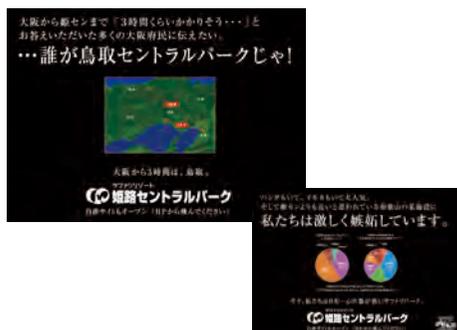


3時間かかると思われている（自虐）



日本一、心の距離が遠いサファリパーク

■自虐ポスター（10種類）も話題



■自虐サイト

大阪からの距離を間違えると怒られる自虐サイトが話題に



■夏TVCM：自慢しながら自虐

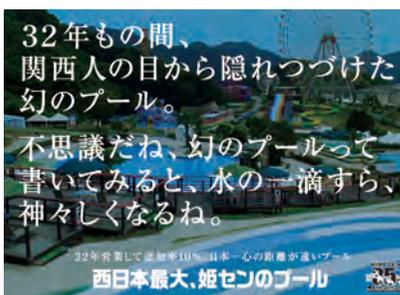


西日本最大なのに誰も知らない



日本一心の距離が遠いプール

■夏の園内自虐ポスターも話題に



■冬TVCM①：知らないキャラに認知で負けるスケートリンク



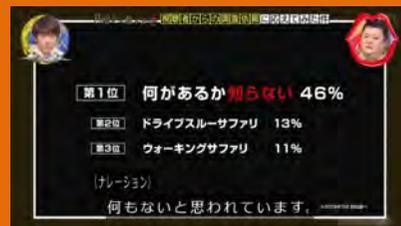
■冬TVCM②：知らないキャラに認知で負けるスケートリンク



■ツイッタートレンド2位に



■月曜から夜ふかしなど、100のTV・WEBに露出



年間来場者数はなんと20% 10万人増加。V字回復を達成。



