

「沖縄はじめてさん」はここ！

メインターゲット「沖縄はじめてさん」は

20～30代の女性

特に、**とにかく旅行したい**
現地情報を重視したい

という志向をもつ人

まず優先するターゲットエリアは、

北海道 茨城 埼玉 千葉 東京 神奈川 静岡 愛知 大阪 兵庫 福岡

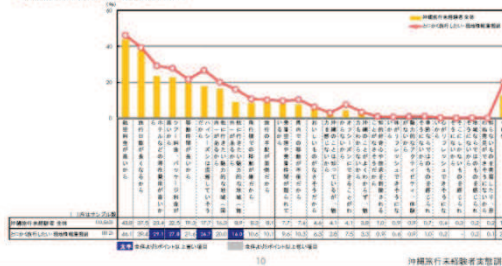
実態調査を読み解く

「沖縄はじめてさん」に訴求する プロモーションのコンテンツ

なぜ、これまで沖縄に来ていないのか

これまで沖縄に来ていない理由上位は「航空料金が高い」「旅行日数が長い」「滞在費用が高い」「ツアー・パッケージ料金が高い」
⇒最もネックは「航空料金が高いから」

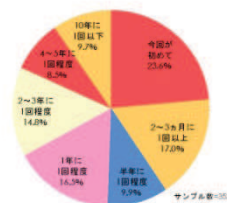
■これまで沖縄に行っていない理由



一方、LCC調査結果をみると

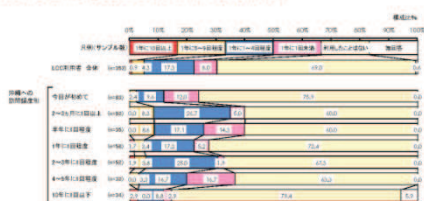
LCC利用者のうち、沖縄旅行は「今回が初めて」という人が約4分の1

■[LCC利用者に聞いた]沖縄旅行の頻度



沖縄旅行が「今回が初めて」や「10年に1回以下」の人のうち、これまでLCCを「利用したことがない」人が8割程度

■[LCC利用者に聞いた]これまでの国内旅行でのLCC利用状況



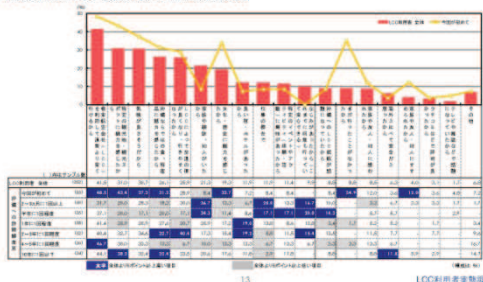
沖縄へのLCCの航空料金は「非常に安く感じる」人が9割弱

■[LCC利用者に聞いた]沖縄旅行で利用したLCCの航空料金について



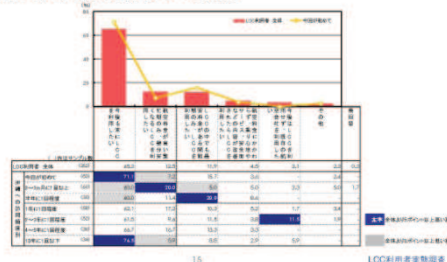
LCCを利用した沖縄への来訪者は「LCCを利用して通常より安く行けるから」

■[LCC利用者に聞いた]旅行先に沖縄を選んだ理由



沖縄旅行が「今回が初めて」や「10年に1回以下」の人は、「常にLCCを利用したい」割合が比較的高い

■[LCC利用者に聞いた]今後の沖縄旅行でのLCC利用意向



訴求するメインコンテンツはこれだ！

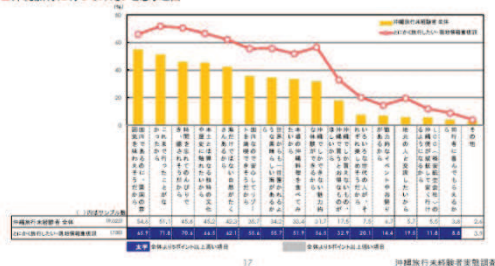
「沖縄はじめてさん」を訴求するメインコンテンツは

**LCCを使って
お得に沖縄に行く！**

沖縄に魅力を感じるポイント

沖縄の雰囲気や文化のほか、
「海以外の豊富な自然」「沖縄料理」「沖縄でしかできない体験」が魅力

■沖縄旅行に行きたいと思う理由

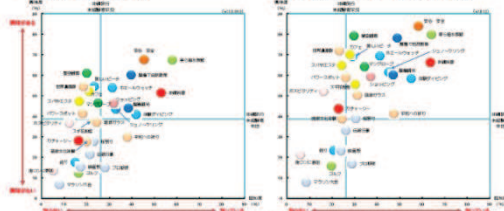


沖縄の魅力コンテンツ

魅力コンテンツは「美ら海水族館」「離島での自然散策」「星空観察」
認知低×興味高は「ホエールウォッチング」「世界遺産」「美しいビーチ」
「カフェ」「パワースポット」

■沖縄のコンテンツに対する認知度×興味度

<沖縄旅行未経験者 全体>



魅力度の高いコンテンツはこれだ！

沖縄の魅力的なコンテンツ

**美ら海水族館 美しいビーチ カフェ
離島での自然散策 星空観察 世界遺産
ホエールウォッチング パワースポット**

沖縄で体験したいこと

**そこならではの食・特産品
海以外の豊富な自然 沖縄料理
沖縄でしかできない魅力的な体験**

具体的に例をあげると

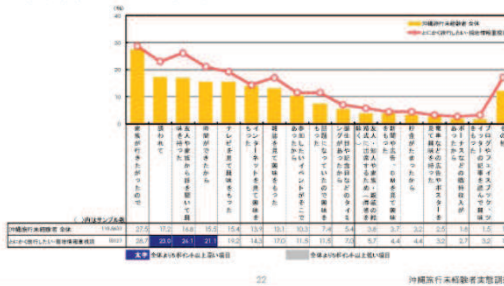
※本事業プロモーションで取り上げた事例の一部

- 「美ら海水族館」
- 「離島での自然散策」⇨ 由布島で水牛さんぽ など
- 「海の見えるカフェ」⇨ 北部の「カフェチャハヤプラン」、南部の「くるくま」など
- 「星空観察」⇨ 石垣島で星空観察 など
- 「ホエールウォッチング」⇨ 慶良間諸島でのホエールウォッチング など
- 「世界遺産めぐり」×「パワースポット」⇨ 斎場御嶽、首里城 など
- 「沖縄料理」⇨ きしもと食堂、新垣せんざい屋 など
- 「沖縄ならではのお土産」⇨ やちむんの里、おんなの駅 など
- 「沖縄での初めて体験」⇨ トップマリンのジンベイサメショーケリング など
- 「海以外の豊富な自然」⇨ ガンガラーの谷 など

旅行をするきっかけ

「沖縄はじめてさん」の旅行のきっかけは受動的

■最も多く訪問している旅行先に初めて旅行したきっかけ



沖縄情報キャッチの状況

沖縄の情報をきちんと受信できていない可能性がある

■これまで沖縄に行っていない理由(再掲)

理由	割合
1泊2日から可能!	15.2%
お土産も楽しめる!	14.8%
片道1万円以下で泊れる!	14.5%
その他	55.5%

■沖縄に行きたいと思う理由(再掲)

理由	割合
LCCの価格をキャッチしていない?	15.2%
その他	84.8%

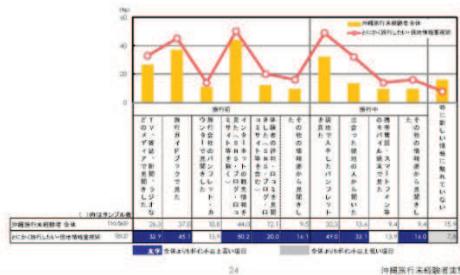
実態調査を読み解く

「沖縄はじめてさん」の訴求方法

旅行の情報収集の方法

旅行前、「旅行ガイドブック」「インターネットの観光情報」で情報収集

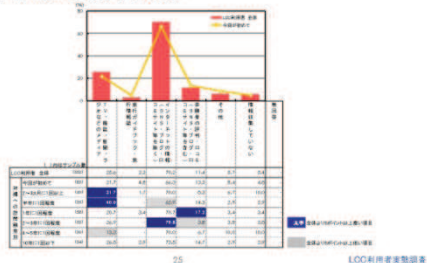
■旅行前・旅行中の情報収集の方法



LCCの情報収集の方法

LCCの情報源は「TV、雑誌、新聞、ラジオなどのメディア」「インターネット」
⇒「旅行ガイドブック・情報誌」への露出が少ない

■LCC利用者に聞いたLCCを利用する際の情報源



訴求方法はこれだ！

情報発信ツールは

旅行ガイドブックとインターネット

きちんと情報をキャッチできていない
「沖縄はじめてさん」に対して

沖縄の魅力をクイズ形式で伝え
自ら調べる工程を加えることで
より情報をキャッチしやすくする

プロモーションを展開する

プロモーションの展開方法

プロモーション展開のポイント

【しっかりと伝えられる仕組み】

懸賞応募のついたクイズキャンペーンをWEB上で実施することで沖縄の魅力情報を伝える！

読み込ませる強制力のある観光情報誌を利用しアンケートより明らかになった未経験者にとって魅力的なコンテンツをわかりやすく記事風に展開！

【展開メディア】

旅行情報検討の際に利用する旅行情報サイト「じゃらんネット」と、旅行情報雑誌「じゃらん」にてプロモーション展開を行う。

さらに、情報拡散を見込んでFacebookを利用。

Webサイトでのプロモーション展開

Webサイトでのプロモーション展開

じゃらんネットメルマガにて約400万人の会員にクイズキャンペーンについて訴求

Webサイトでのプロモーション展開

Webサイトでのプロモーション展開



29-4

Webサイトでのプロモーション展開



29-5

クイズとしてみんなの
 ・LCCの料金
 ・世界遺産
 ・ホテルウォッチング
 の出題。
 正しく理解して
 もらうことで
 沖縄誘客を狙う!

Webサイトでのプロモーション展開



「じゃらん本誌」でのプロモーション展開

旅行情報誌じゃらん関東・東北版2月1日発売号の沖縄別冊にてクイズキャンペーンの告知とアンケートより抽出された沖縄の魅力コンテンツの周遊プランの記事を展開!



30



31

<プロモーションを展開する>

プロモーション展開の効果

プロモーション展開の効果(途中経過)

2月4日時点でのクイズキャンペーンの応募総数は**530件**。

10歳以下	11~18歳	19~24歳	25~29歳	30~34歳	35~39歳	40~44歳	45~49歳	50~54歳	55歳以上	合計
男	0.0%	0.0%	4.0%	2.0%	4.0%	0.0%	4.0%	7.0%	5.0%	42.0%
女	0.0%	1.0%	10.0%	10.0%	10.0%	0.0%	5.0%	5.0%	3.0%	57.0%
合計	0.0%	2.5%	14.0%	12.0%	12.0%	0.0%	11.0%	10.0%	6.8%	100.0%

20代30代の女性が約40%

性別	沖縄に行くこと自体が目的で、旅行先が沖縄に決まっていた	沖縄に行くつもりだったが、具体的な旅行先がまだ決まっていなかった	沖縄に行くつもりだったが、具体的な旅行先がまだ決まっていなかったが、具体的な旅行先が決まってきた	既に沖縄に行くつもりがあったが、具体的な旅行先がまだ決まっていなかった	既に沖縄に行くつもりがあったが、具体的な旅行先がまだ決まっていなかったが、具体的な旅行先が決まってきた	既に沖縄に行くつもりがあったが、具体的な旅行先がまだ決まっていなかったが、具体的な旅行先が決まってきたが、具体的な旅行先がまだ決まっていなかった	既に沖縄に行くつもりがあったが、具体的な旅行先がまだ決まっていなかったが、具体的な旅行先が決まってきたが、具体的な旅行先がまだ決まっていなかったが、具体的な旅行先がまだ決まっていなかった	合計
2007年以前	15.4%	19.1%	8.1%	17.6%	17.6%	17.6%	17.6%	100.0%
2008年	11.8%	9.9%	17.6%	17.6%	17.6%	17.6%	17.6%	100.0%
2009年	3.8%	15.4%	7.7%	17.6%	17.6%	17.6%	17.6%	100.0%
2010年	10.8%	18.9%	8.1%	17.6%	17.6%	17.6%	17.6%	100.0%
2011年	16.4%	9.9%	8.1%	17.6%	17.6%	17.6%	17.6%	100.0%
2012年以降	34.3%	7.7%	4.9%	17.6%	17.6%	17.6%	17.6%	100.0%
合計	17.6%	13.1%	6.2%	17.6%	17.6%	17.6%	17.6%	100.0%

沖縄旅行未経験者のうち
 動機づけになった方が
 89.1%!
 動機づけされた方のうち
 24.5%が沖縄未経験者!

Facebookページでの展開



32

1月24日からスタートし
 2月11日段階で14,147件の
 「いいね!」を獲得。
 沖縄魅力情報を定期発信し
 て、沖縄誘客のきっかけ
 づくりを行っています。