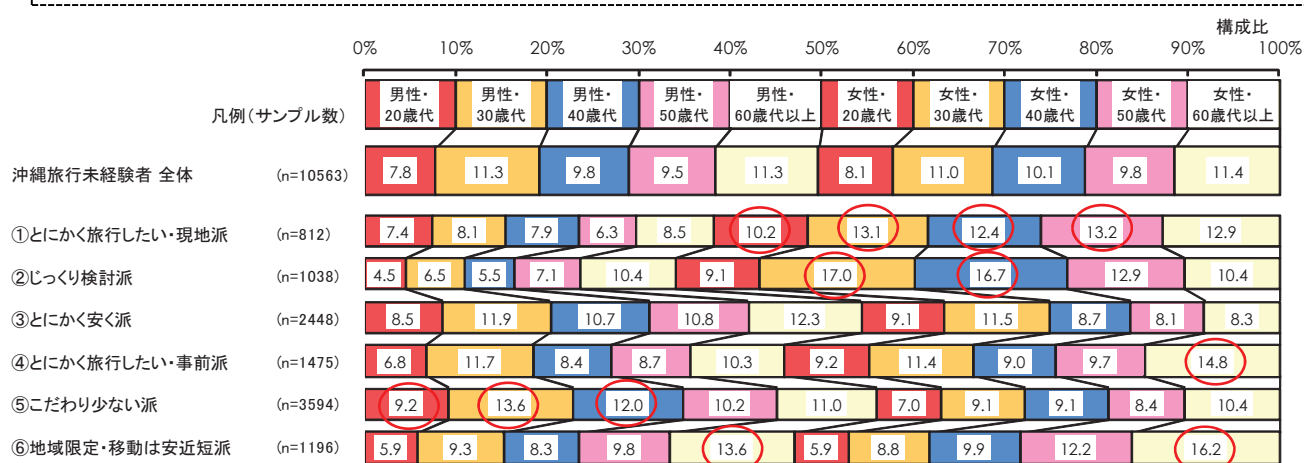


(3) 分析結果の詳細

① ターゲット別の属性構成

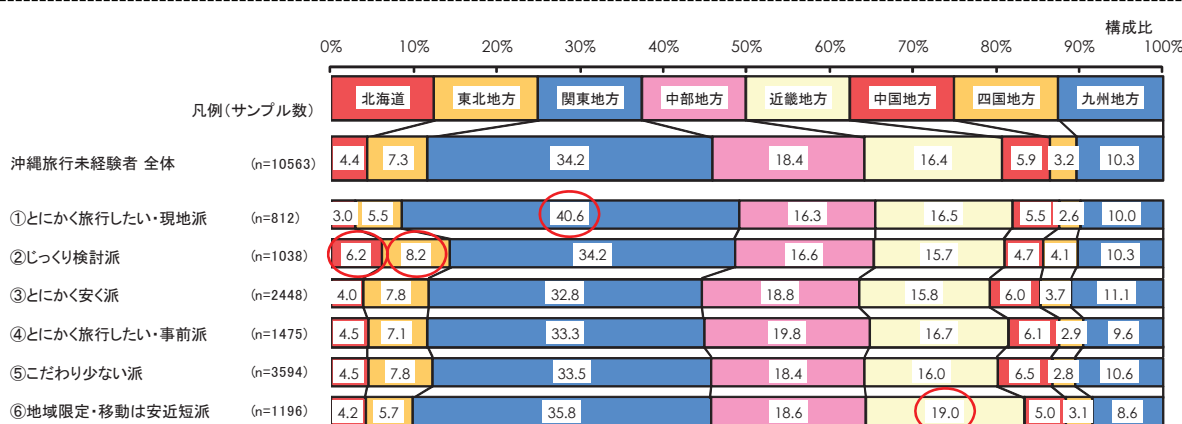
■ 性年齢

- ・「①とにかく旅行したい・現地派」は、女性20・30・40代・50代の占める割合が他より高い。
- ・「②じっくり検討派」は、女性30代・40代の占める割合が他より高い。
- ・「③とにかく安く派」は、男性の各年代において、ほぼ未経験者の全体構成と同様の構成になっている。
- ・「④とにかく旅行したい・事前派」は、女性60代以上の占める割合が高い。
- ・「⑤こだわり少ない派」は、男性20・30・40代の占める割合が高い。
- ・「⑥地域限定・移動は安近短派」は、男女ともに60代以上の占める割合が高い。



■ 居住地

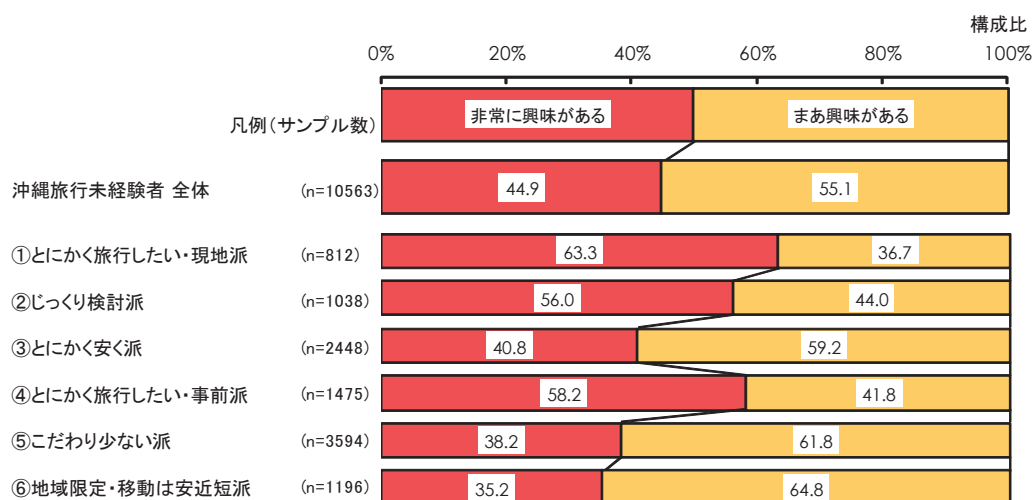
- ・「①とにかく旅行したい・現地派」は、関東地方の居住者の割合が高い。
- ・「②じっくり検討派」は、北海道、東北地方の居住者の割合がやや高い。
- ・「⑥地域限定・移動は安近短派」は、近畿地方の居住者の割合がやや高い。



② ターゲット別の旅行特性

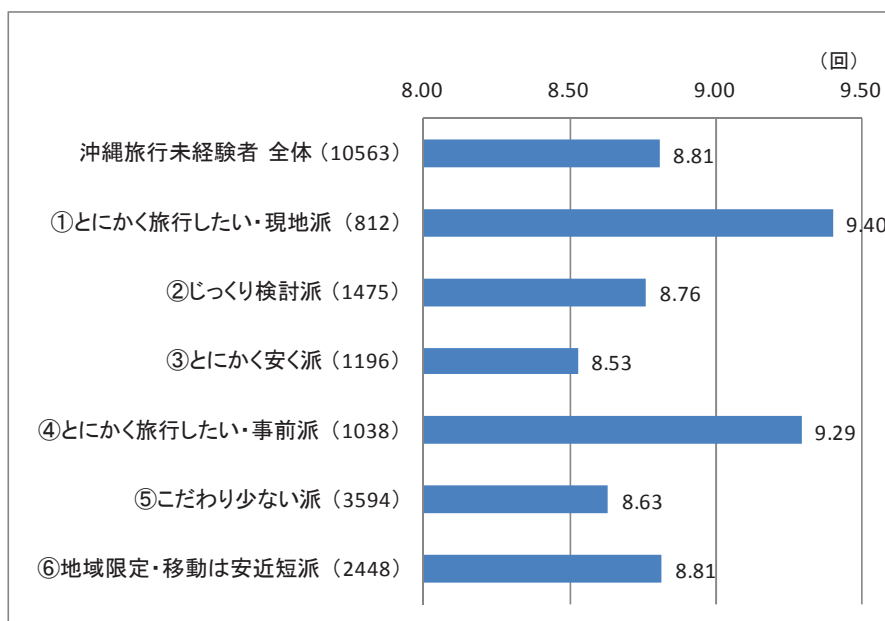
■旅行への興味【回答割合】 ※本調査は、「旅行への興味がある」人を対象としている。

・「①とにかく旅行したい・現地派」「④とにかく旅行したい・事前派」「②じっくり検討派」は旅行への興味が非常に高い。
 ・それに比べると、「③とにかく安く派」「⑤こだわり少ない派」「⑥地域限定・移動は安近短派」の旅行への興味はやや低い。



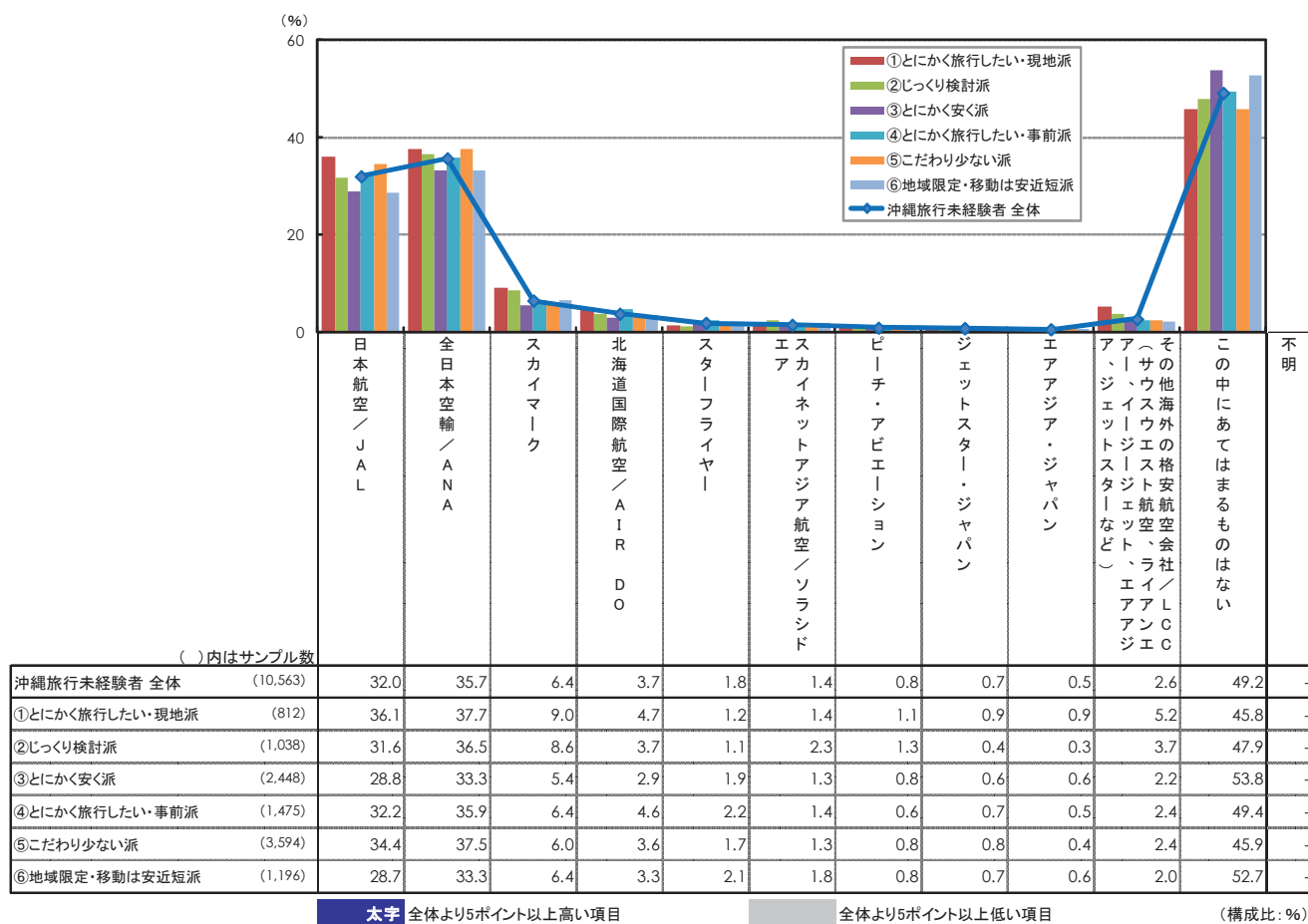
■2009年度から2012年度の4年間における旅行回数

・「①とにかく旅行したい・現地派」と「④とにかく旅行したい・事前派」の旅行回数が多い。
 ・次いで、「⑥地域限定・移動は安近短派」と「②じっくり検討派」の旅行回数が多い。
 ・「③とにかく安く派」と「⑤こだわり少ない派」の旅行回数は、他に比べるとやや少ない。



・「①とにかく旅行したい・現地派」「②じっくり検討派」「④とにかく旅行したい・事前派」において、航空機を利用した国内旅行経験が高い。
 ・また、「⑤こだわり少ない派」も、航空機を利用した国内旅行経験が高い。
 ・それに比べると、「③とにかく安く派」「⑥地域限定・移動は安近短派」の航空機を利用した国内旅行経験はやや低い。

■3年以内に利用したことがある航空会社【回答割合】



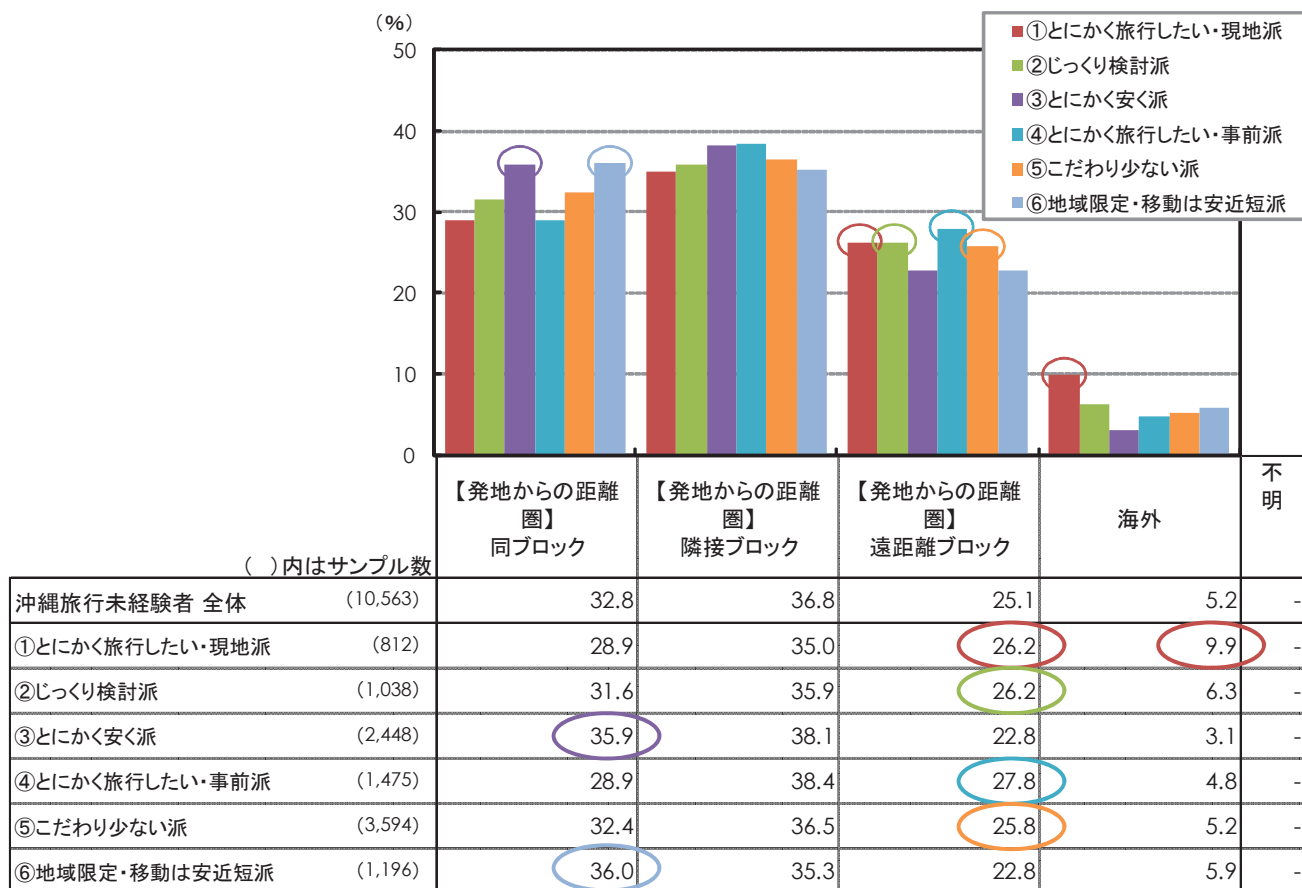
- ・遠距離旅行への抵抗感が比較的低いのは、「①とにかく旅行したい・現地派」「②じっくり検討派」「④とにかく旅行したい・事前派」「⑤こだわり少ない派」。
- ・一方、「③とにかく安く派」「⑥地域限定・移動は安近短派」は、同ブロック内の旅行の割合が高く、遠距離旅行は選びにくいと思われる。
- ・「①とにかく旅行したい・現地派」は、海外旅行を選んでいる割合も高い。

■最も多く訪問している旅行先の距離圏【回答割合】

★距離圏の定義

・居住ブロックと旅行先のブロックの関係が、同じブロックの場合「同ブロック」、隣り合っている場合「隣接ブロック」、離れている場合「遠距離ブロック」として定義した。

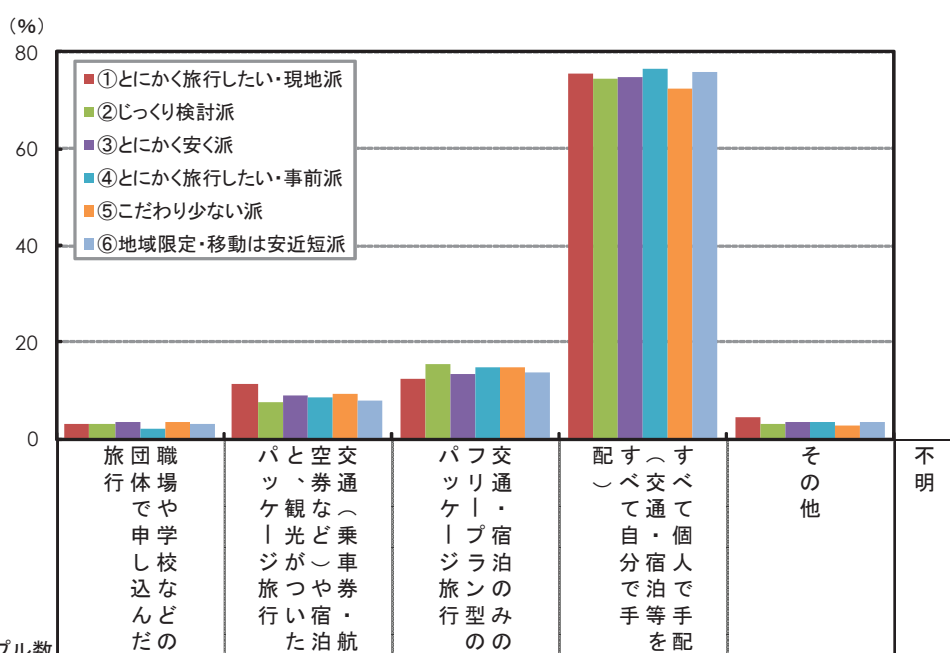
	北海道	東北	関東	甲信越・北陸	東海	関西	中四国	九州	沖縄
北海道	同	隣	遠	遠	遠	遠	遠	遠	遠
東北	隣	同	隣	隣	遠	遠	遠	遠	遠
関東	遠	隣	同	隣	隣	遠	遠	遠	遠
甲信越・北陸	遠	隣	隣	同	隣	隣	遠	遠	遠
東海	遠	遠	隣	隣	同	隣	遠	遠	遠
関西	遠	遠	遠	隣	隣	同	隣	遠	遠
中四国	遠	遠	遠	遠	隣	同	隣	遠	遠
九州	遠	遠	遠	遠	遠	遠	同	隣	隣
沖縄	遠	遠	遠	遠	遠	遠	遠	隣	同



(構成比: %)

- ・最も多く訪問している旅行先への旅行の手配方法は、どのターゲットにおいても「個人手配」が70%以上となっている。
- ・「①とにかく旅行したい・現地派」において、「観光型パッケージ旅行」の割合がやや高く、パック旅行の多い沖縄旅行への親和性が比較的高いといえる。
- ・「②じっくり検討派」は、「フリープラン型パッケージ旅行」の割合がやや高く、このターゲットも、パック旅行の多い沖縄旅行への親和性が比較的高いといえる。

■最も多く訪問している旅行先への手配方法【回答割合】

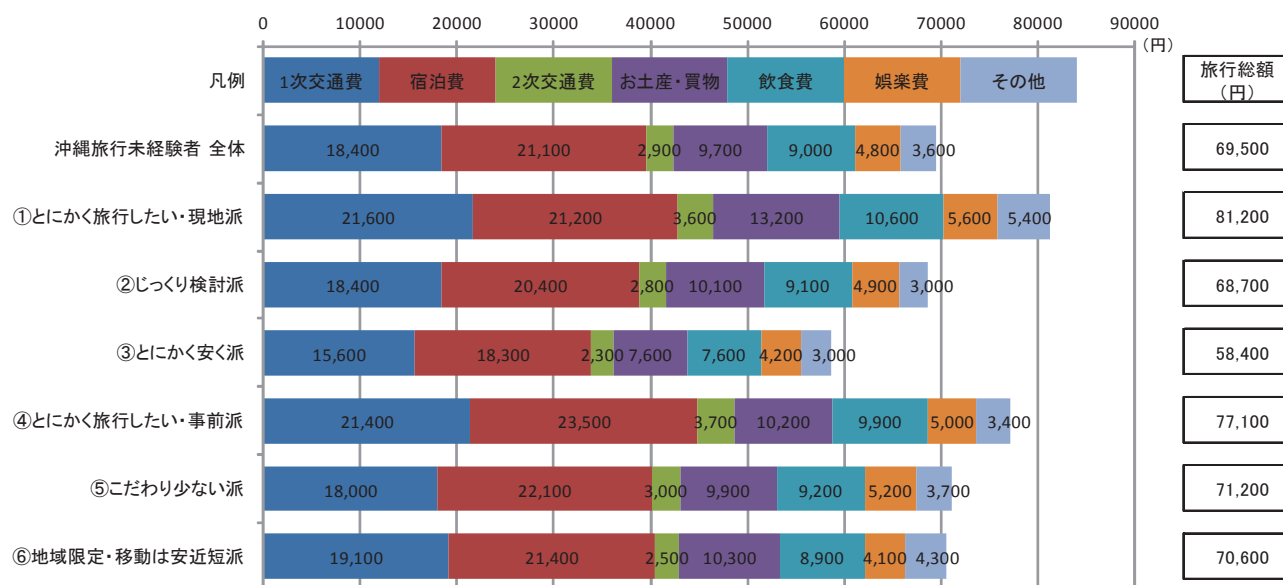


	()内はサンプル数	旅行団体や申し込などの	パト空交	パフ交	配す (配)	その他	不明
沖縄旅行未経験者 全体	(10,563)	3.1	9.0	14.2	74.4	3.3	-
①とにかく旅行したい・現地派	(812)	3.2	11.2	12.4	75.6	4.6	-
②じっくり検討派	(1,038)	3.1	7.5	15.5	74.5	3.1	-
③とにかく安く派	(2,448)	3.4	8.9	13.5	74.9	3.4	-
④とにかく旅行したい・事前派	(1,475)	2.0	8.5	14.6	76.6	3.5	-
⑤こだわり少ない派	(3,594)	3.3	9.4	14.8	72.3	2.9	-
⑥地域限定・移動は安近短派	(1,196)	3.2	8.0	13.8	75.9	3.3	-

(構成比: %)

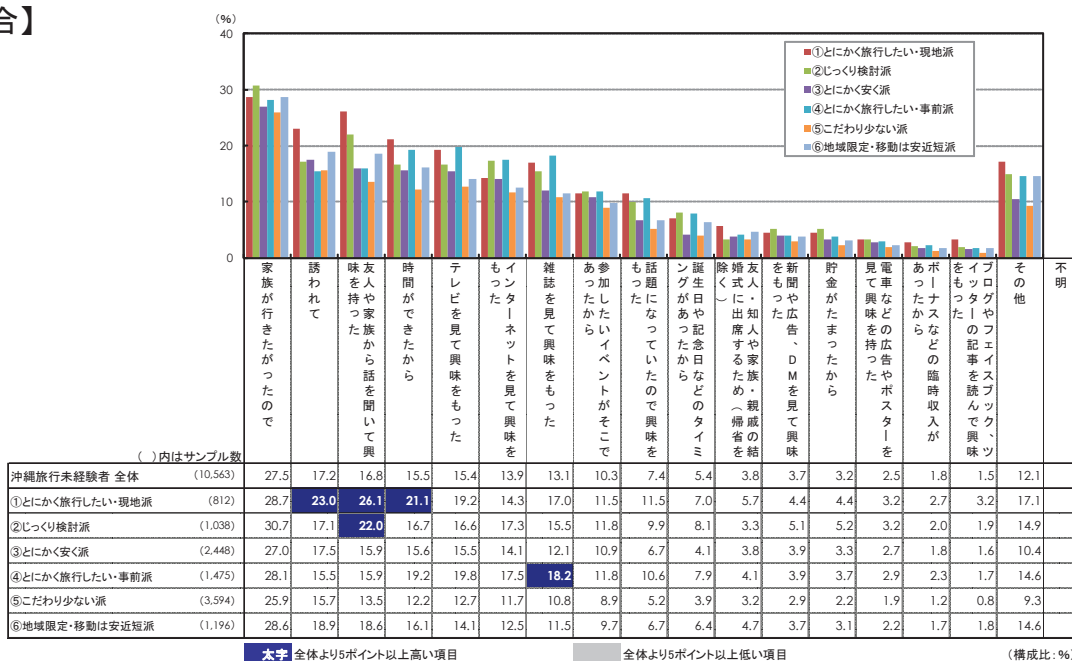
- ・最も多く訪問している旅行先への旅行費用は、「①とにかく旅行したい・現地派」が最も高く81,200円、次いで「④とにかく旅行したい・事前派」が77,100円と高く、この2つのターゲットは、費用の高い沖縄旅行を受け入れられる可能性が高いと考えられる。
- ・次に、「⑤こだわり少ない派」の旅行費用が71,200円と高く、こだわり少ない派は沖縄旅行の費用の高さに比較的受容性が高そうである。
- ・「②じっくり検討派」の旅行費用は68,700円で、6つのターゲットの中では下から2番目となっており、沖縄旅行の費用の高さがネックになる可能性がある。
- ・「⑥地域限定・移動は安近短派」は70,600円で、じっくり検討派とこだわり少ない派の間であり、費用面はネックにならないとも考えられる。
- ・「③とにかく安く派」は58,400円とターゲットの中で最も安く、費用面で沖縄旅行の可能性が低いと考えられる。

■最も多く訪問している旅行先への旅行費用

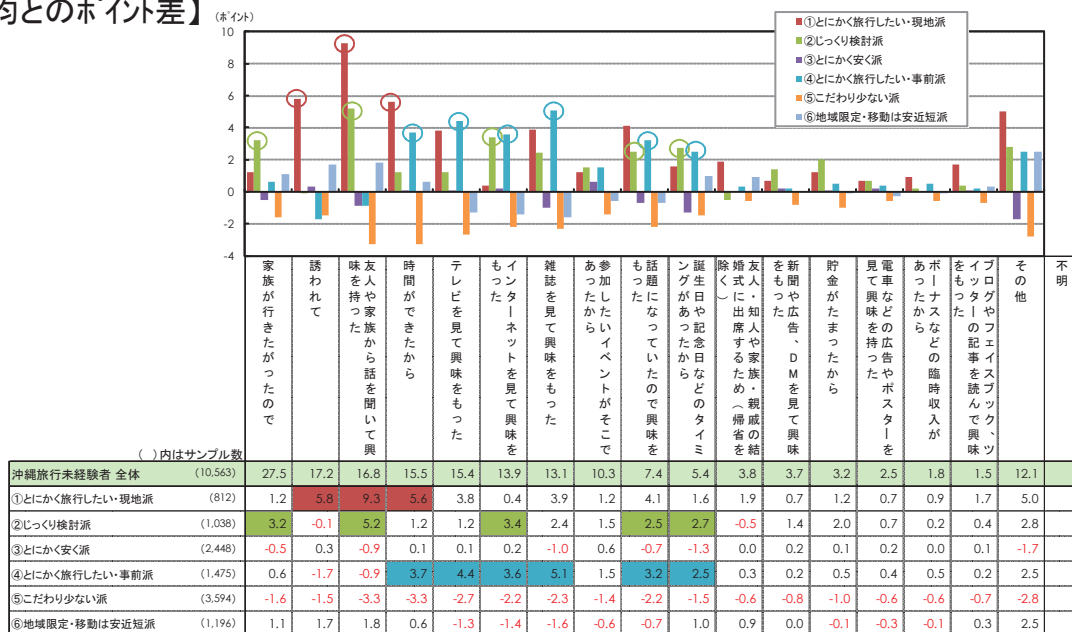


- ・「①とにかく旅行したい・現地派」は、友人家族の話で興味をもった、誘われた、時間ができたことがきっかけになることが、他のターゲットより高い。
- ・「②じっくり検討派」は、友人家族の話で興味をもった、家族が行きたがった、ネットや話題で興味をもったほか、誕生日などのタイミングもきっかけになりやすい。
- ・「④とにかく旅行したい・事前派」は、時間ができたことのほか、テレビ・雑誌・ネット・話題がきっかけとなり、誕生日などのタイミングもきっかけになりやすい。
- ・一方、「③とにかく安く派」と「⑤こだわり少ない派」「⑥地域限定・移動は安近短派」は、旅行のきっかけが全般的に低く、旅行意欲を刺激するワードが見えにくい。

■最も多く訪問している旅行先に初めて旅行した時のきっかけ
【回答割合】

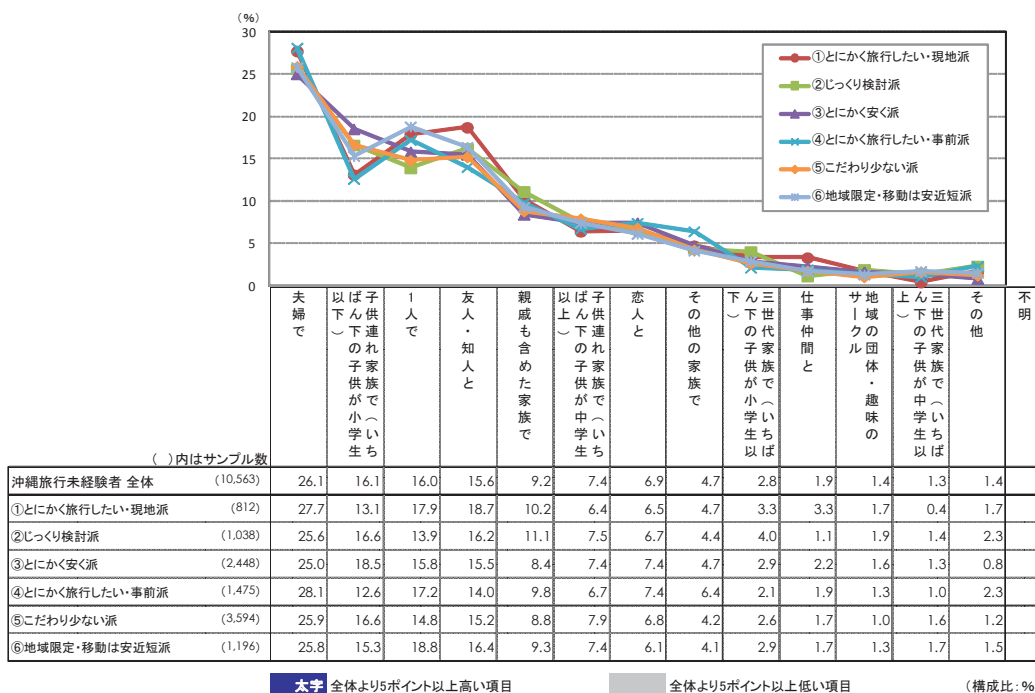


【全体平均とのポイント差】

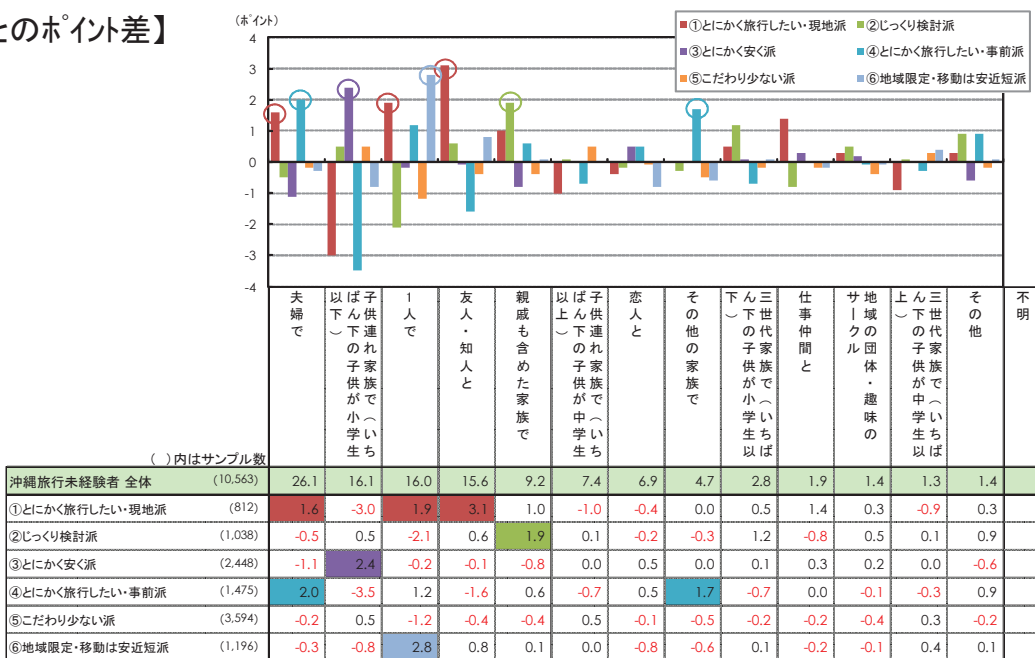


- ・「①とにかく旅行したい・現地派」は、「夫婦」に次いで「友人・知人」や「1人」の割合が高く、それぞれ他のターゲットより高い。
- ・「④とにかく旅行したい・事前派」は「①現地派」と似て「夫婦」や「1人」の割合が高いが、「友人・知人」は①よりは低く、「その他の家族」の割合が高い。
- ・「②じっくり検討派」と「③とにかく安く派」は、「夫婦」に次いで「小学生以下の子供連れ」の割合が高い。
- ・「⑥地域限定・移動は安近短派」は、「1人」の割合が、他のターゲットより高い。

■最も多く訪問している旅行先への同行者
【回答割合】

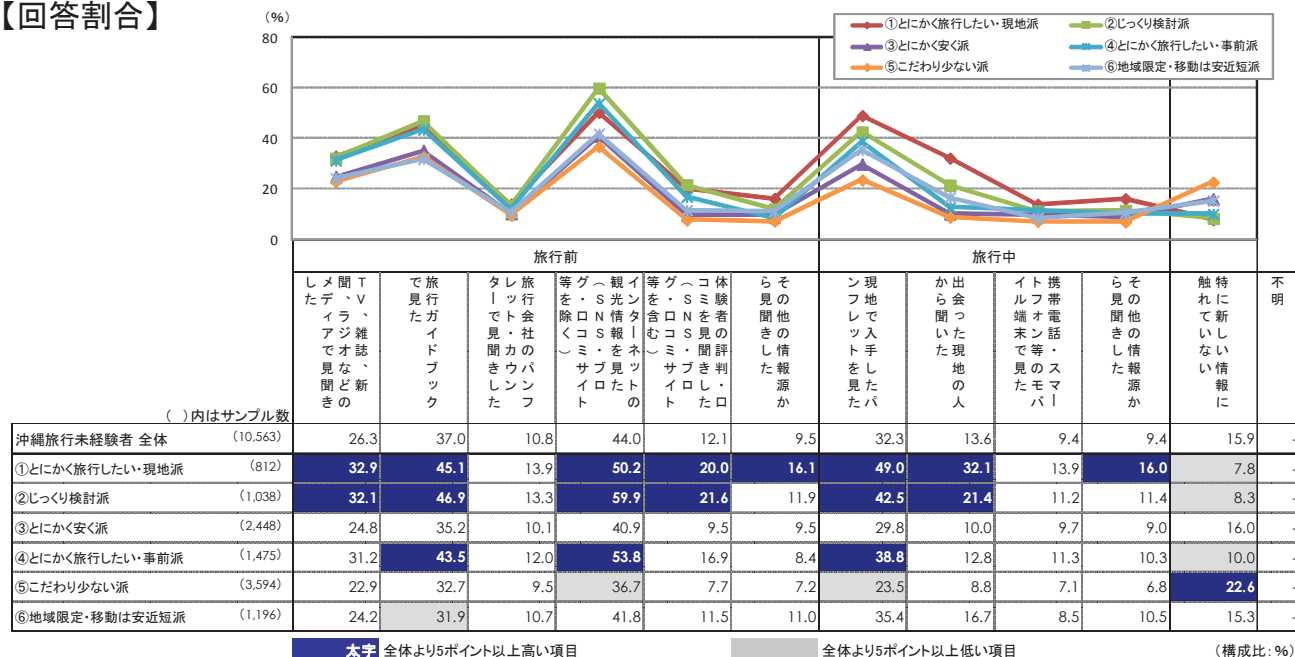


【全体平均とのポイント差】

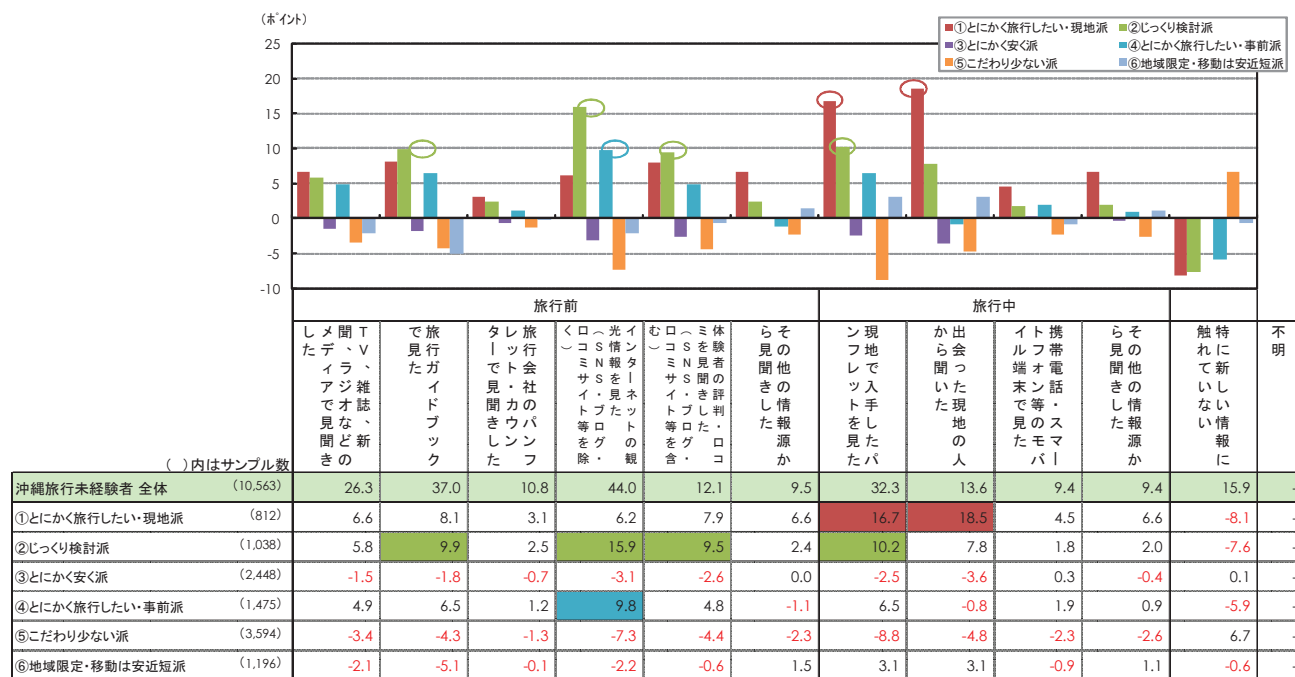


- ・一般的に「②じっくり検討派」の情報接触割合が高い。
- ・次いで、「①とにかく旅行したい・現地派」の接触割合が高く、特に現地パンフレットや現地の人からの情報収集を積極的におこなっている。
- ・「④とにかく旅行したい・事前派」は、旅行前の情報収集に関しては①や②と並んで高いが、旅行中の情報収集はパンフレット程度にとどまる。
- ・「③とにかく安く派」「⑤こだわり少ない派」「⑥地域限定・移動は安近短派」の情報接触は他のターゲットに比べて総じて低め。

■旅行前・旅行中の情報接触手段 【回答割合】

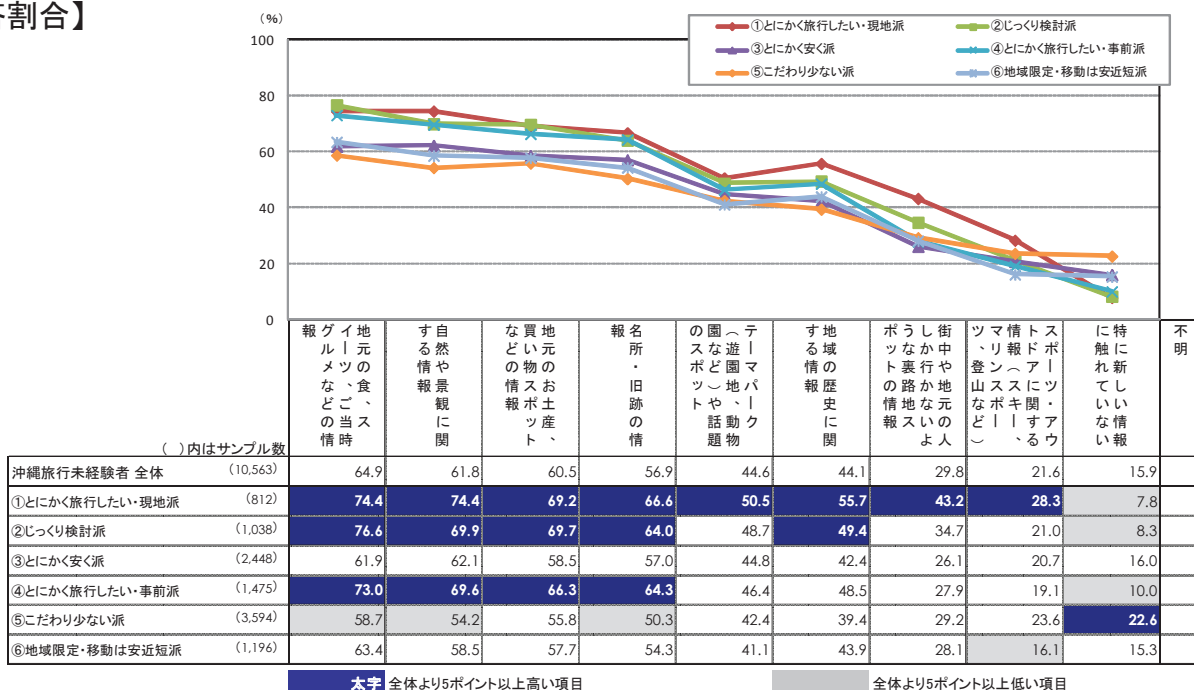


【全体平均とのポイント差】

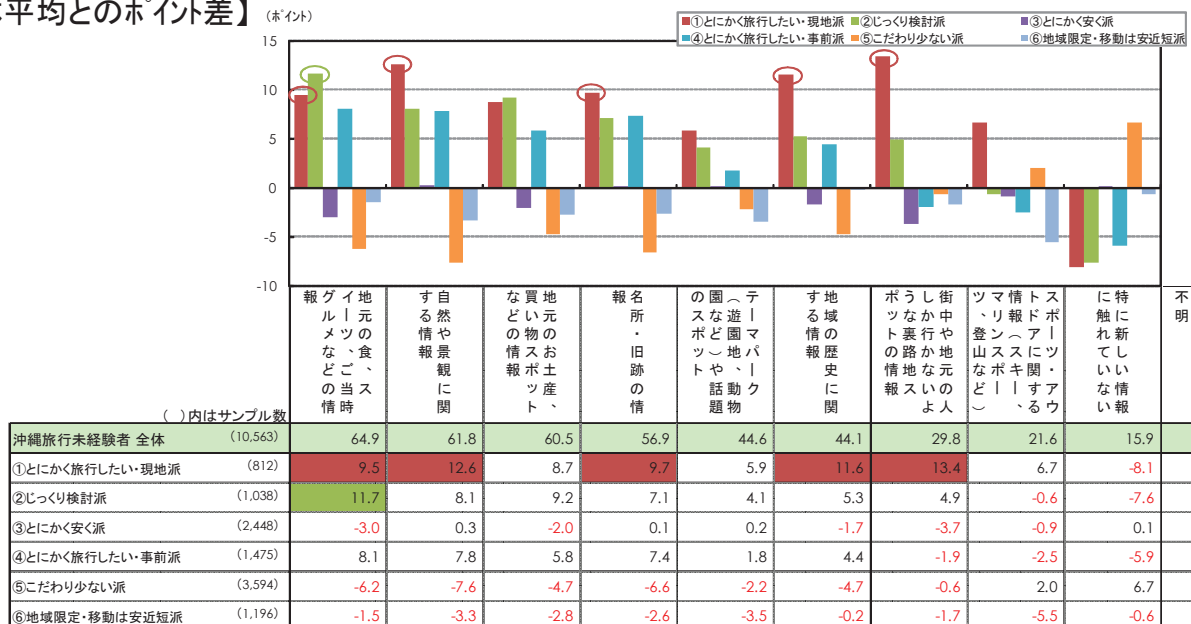


- ・全般的に「①とにかく旅行したい・現地派」「②じっくり検討派」「④とにかく旅行したい・事前派」の接触割合が高い。
- ・「③とにかく安く派」「⑤こだわり少ない派」「⑥地域限定・移動は安近短派」の情報接触は他のターゲットに比べて総じて低め。
- ・「①とにかく旅行したい・現地派」は、テーマパークや話題のスポット以上に、地域の歴史に関する情報を得ており、街中や裏路地スポットの情報の収集割合も高い。

■旅行前・旅行中に接触した情報の種類【回答割合】



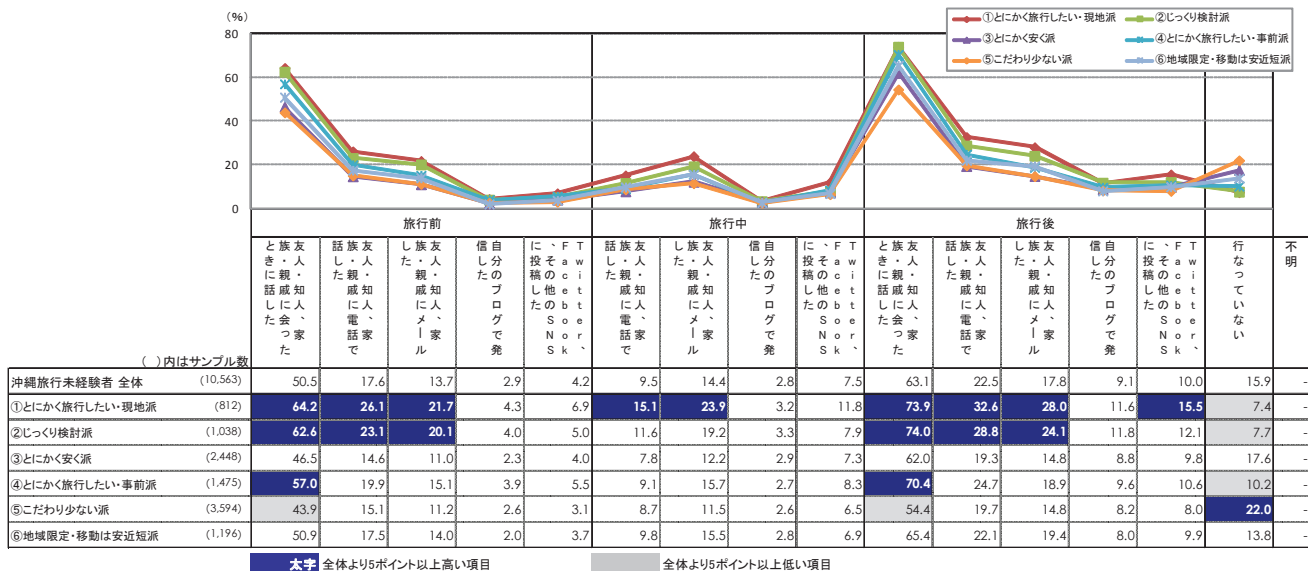
【全体平均とのポイント差】



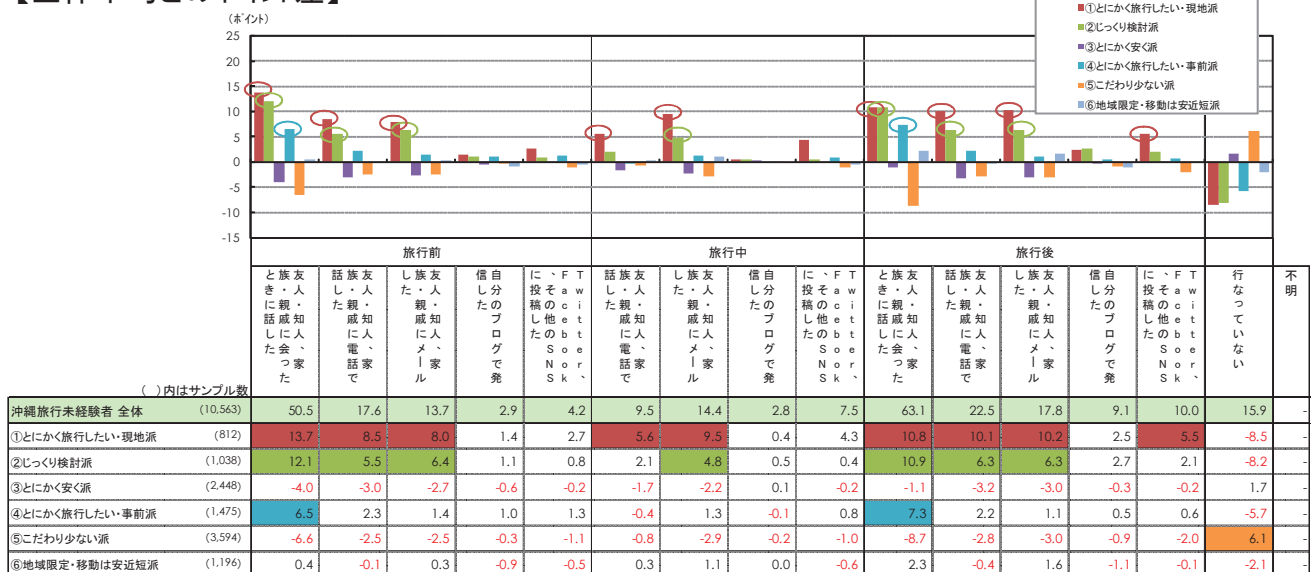
※「沖縄旅行未経験者 全体」のみ、回答割合(%)を示す。その他の行は、「沖縄旅行未経験者 全体」との差(ポイント)を示す。
※沖縄旅行未経験者全体とのポイント差を四捨五入し、+10ポイント以上の差がある項目に網がけした。

- ・一般的に「①とにかく旅行したい・現地派」と「②じっくり検討派」の発信割合が高い。
- ・特に「①とにかく旅行したい・現地派」は、旅行後のSNSによる発信が他のターゲットより高く、旅行中の発信率も高い。
- ・「④とにかく旅行したい・事前派」は、旅行の前や後に会って話すケースが①や②と同程度に高いが、それ以外の発信方法・タイミングはそれほど高くない。
- ・「③とにかく安く派」「⑤こだわり少ない派」「⑥地域限定・移動は安近短派」の発信割合は、他のターゲットに比べて総じて低い。

■情報発信のタイミングと方法 【回答割合】

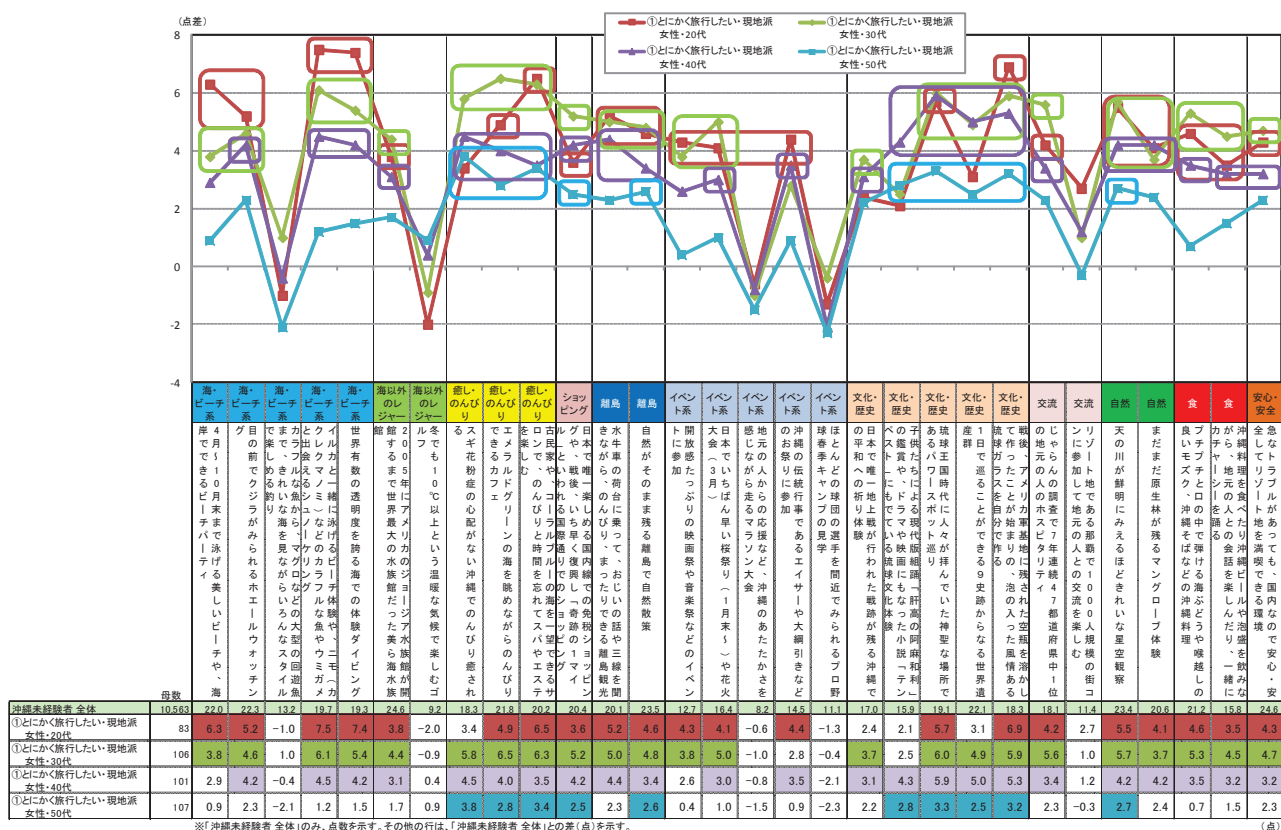


【全体平均とのポイント差】



- ・「①とにかく旅行したい・現地派」について女性年代別に見ると、「海・ビーチ系」は20代女性>30代女性>40代女性の順に関心が高く、50代女性では関心が低い。「イベント」系も同様。
- ・「癒し・のんびり」系は、30代女性の関心が高く、次いで20代女性>40代女性=50代女性の順。
- ・「ショッピング」系、「離島」系、「文化・歴史」系、「自然」系は、比較的年代間の差が小さく、共通コンテンツといえる。

■【①とにかく旅行したい・現地派-女性年代別】沖縄の観光スポットの興味・関心度【全体平均との点差】

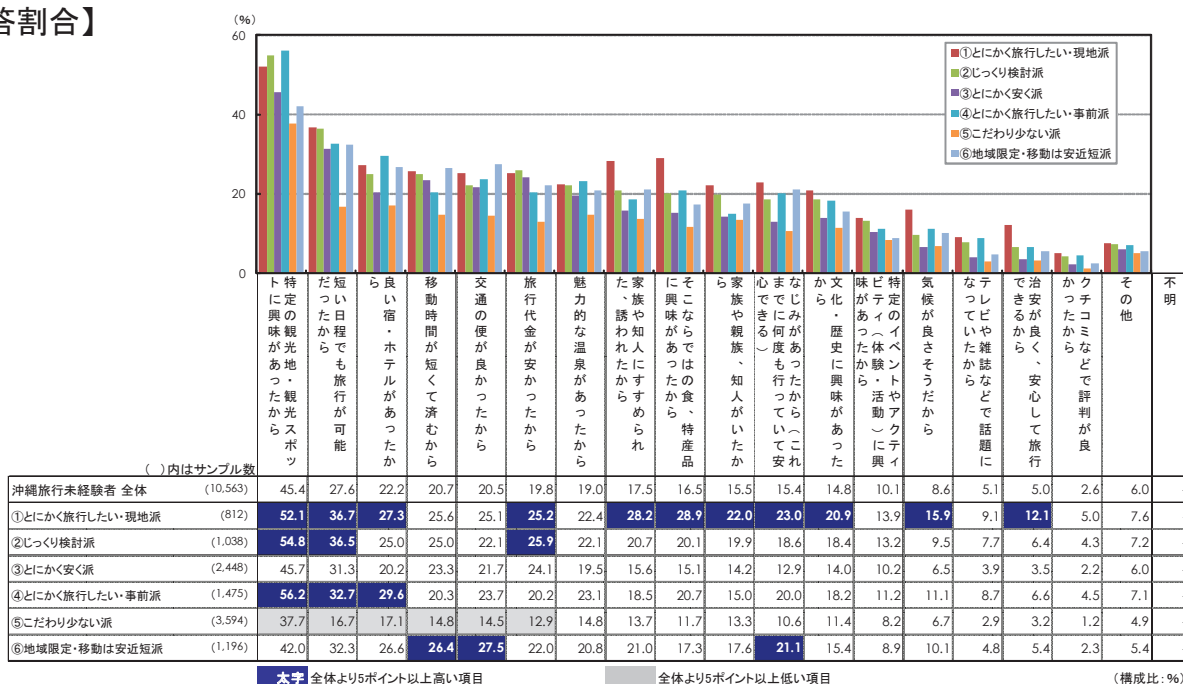


※「沖縄未経験者全体」のみ、点数を示す。その他の行は、「沖縄未経験者全体」との差(点)を示す。

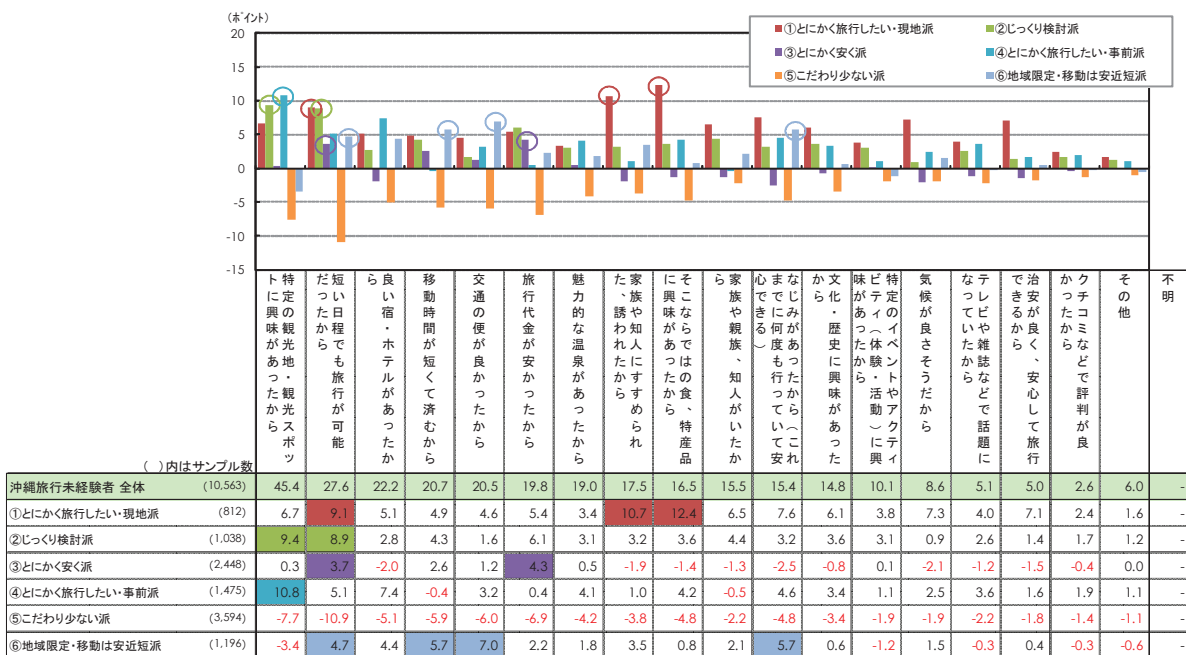
(点)

- ・「①とにかく旅行したい・現地派」は、「家族や知人のすすめ・誘い」で選んでいるほか、「そこならではの食、特産品に興味」など、旅行先の地域性に反応している。
- ・「②じっくり検討派」と「④とにかく旅行したい・事前派」は、「特定の観光地・スポットへの興味」で選んでおり、旅行先を決めてから、旅行している様子が伺える。
- ・「③とにかく安く派」は、「短い日程」「旅行代金が安い」など、条件重視で選んでいる。
- ・さらに「⑥地域限定・移動は安近短派」は、「短い日程」「移動時間が短い」「交通の便が良い」「なじみ」で選ぶ傾向が強い。

最も多く訪問している旅行先を選んだ理由 【回答割合】



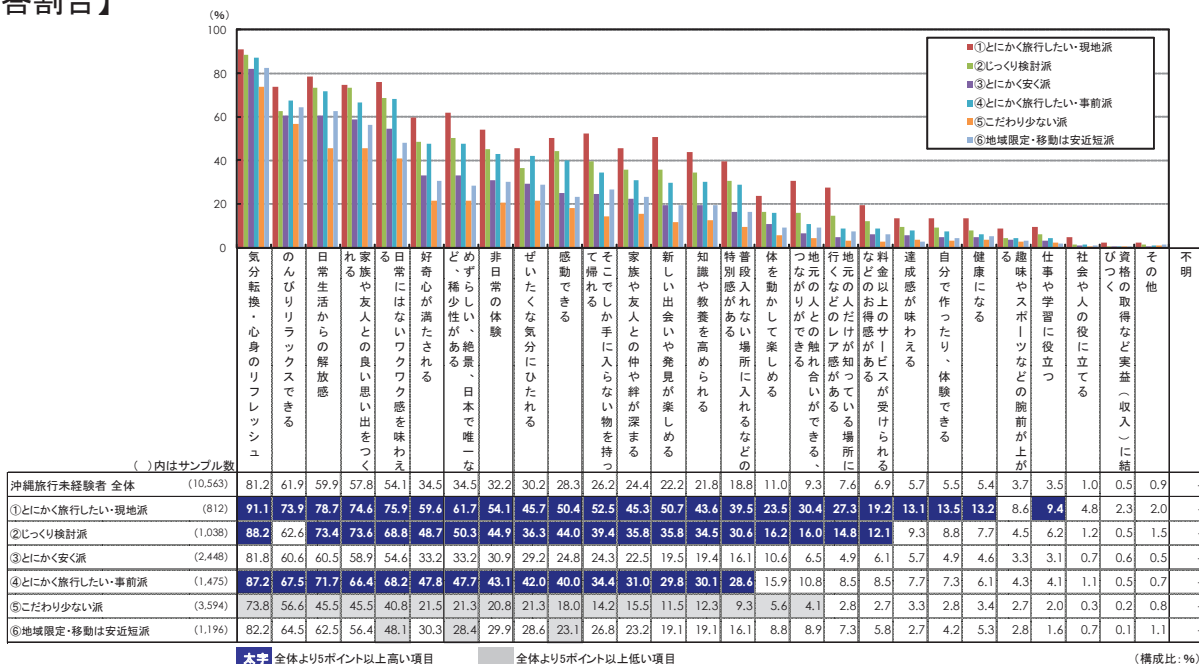
【全体平均とのポイント差】



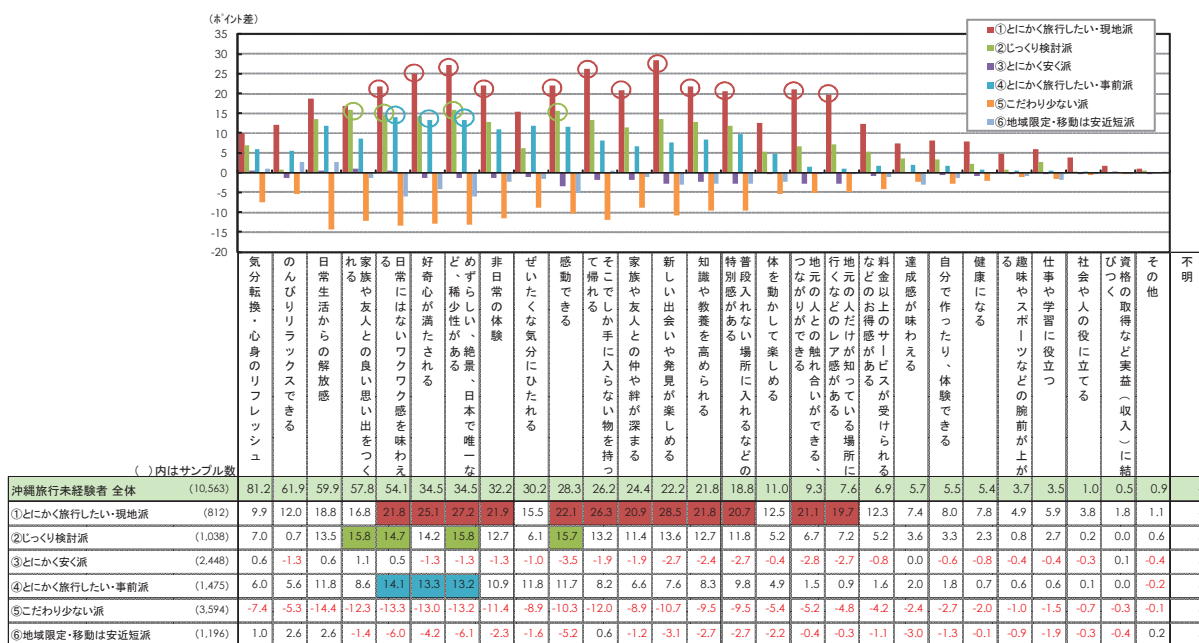
- ・「①とにかく旅行したい・現地派」は、旅行に対し多くの期待があり、「ワクワク感・好奇心・めずらしい・感動」などのワードに惹かれるほか、「現地ならではの感・新しい出会いや発見・特別感・地元の人との触れ合い・地元の人だけが知っているレア感」などに反応している。
- ・次いで期待が高いのは「②じっくり検討派」で、「ワクワク感・めずらしい・感動」などのワードのほか、「家族や友人との思い出づくり」に期待が高い。
- ・「④とにかく旅行したい・事前派」は、「ワクワク感・好奇心・めずらしい」など、一般的なワードに反応している。
- ・一方、「③とにかく安く派」と「⑤こだわり少ない派」「⑥地域限定・移動は安近短派」は、旅行に対する期待が全般的に低く、旅行意欲を刺激するワードが見えにくい。

■旅行に対する目的や期待すること

【回答割合】



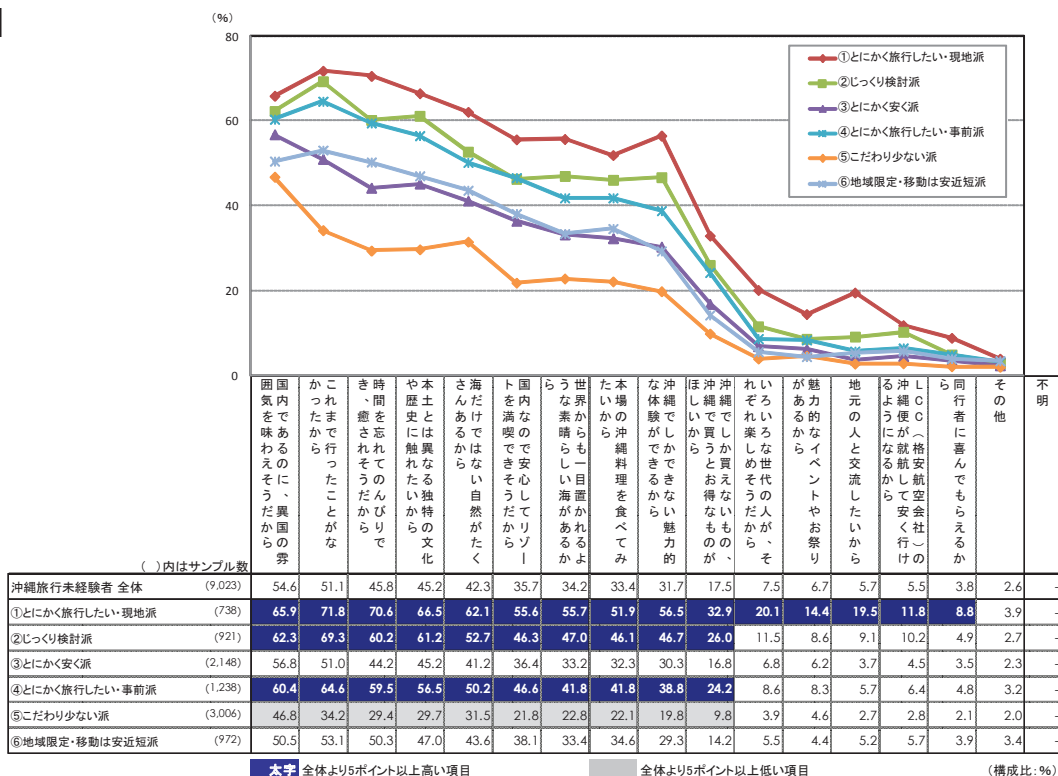
【全体平均とのポイント差】



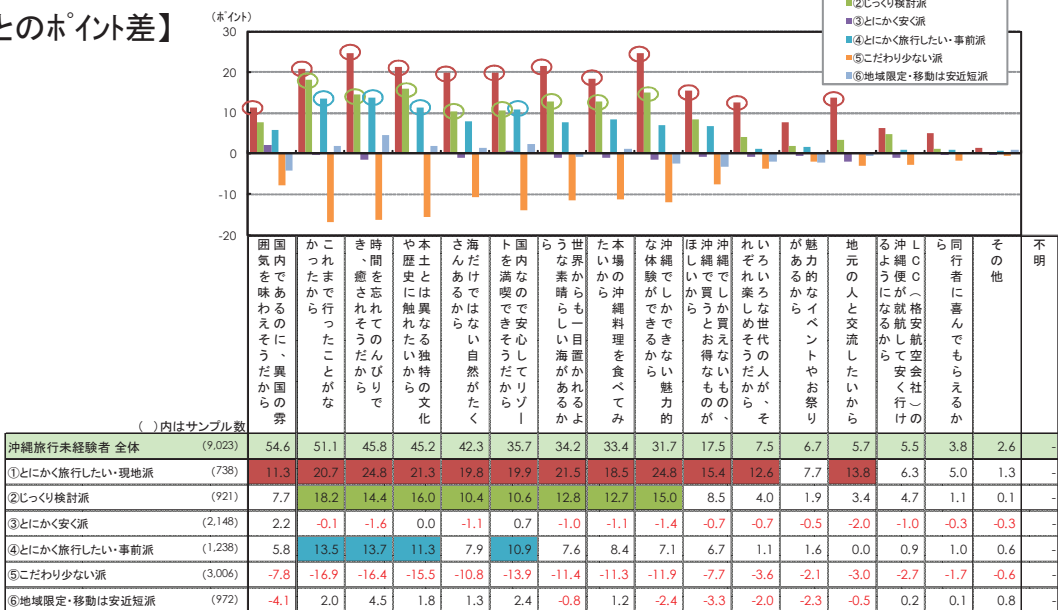
※「沖縄旅行未経験者全体」のみ、回答割合(%)を示す。その他の行は、「沖縄旅行未経験者全体」との差(ポイント)を示す。
 ※沖縄旅行未経験者全体とのポイント差を四捨五入し、「①とにかく旅行したい・現地派」は+20ポイント以上の差、「②じっくり検討派」は+15ポイント以上の差、「④とにかく旅行したい・事前派」は+13ポイント以上の差がある項目に網がけした。

- ・総じて「①とにかく旅行したい・現地派」は、沖縄へ行ってみたい理由の回答割合が全体的に高い。
- ・次いで「②じっくり検討派」「④とにかく旅行したい・事前派」の回答割合が高い。
- ・一方、「⑤こだわり少ない派」は、沖縄へ行ってみたい理由の回答割合が全般的に低い。

■沖縄への旅行に行ってみたく思う理由【回答割合】



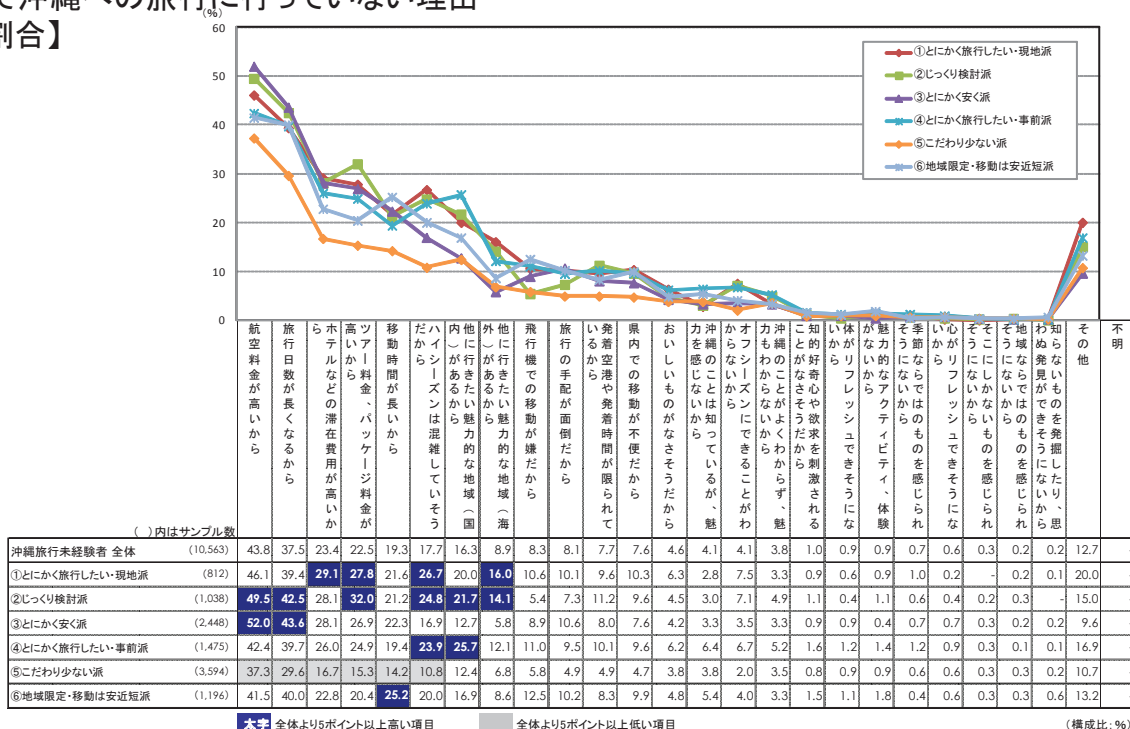
【全体平均とのポイント差】



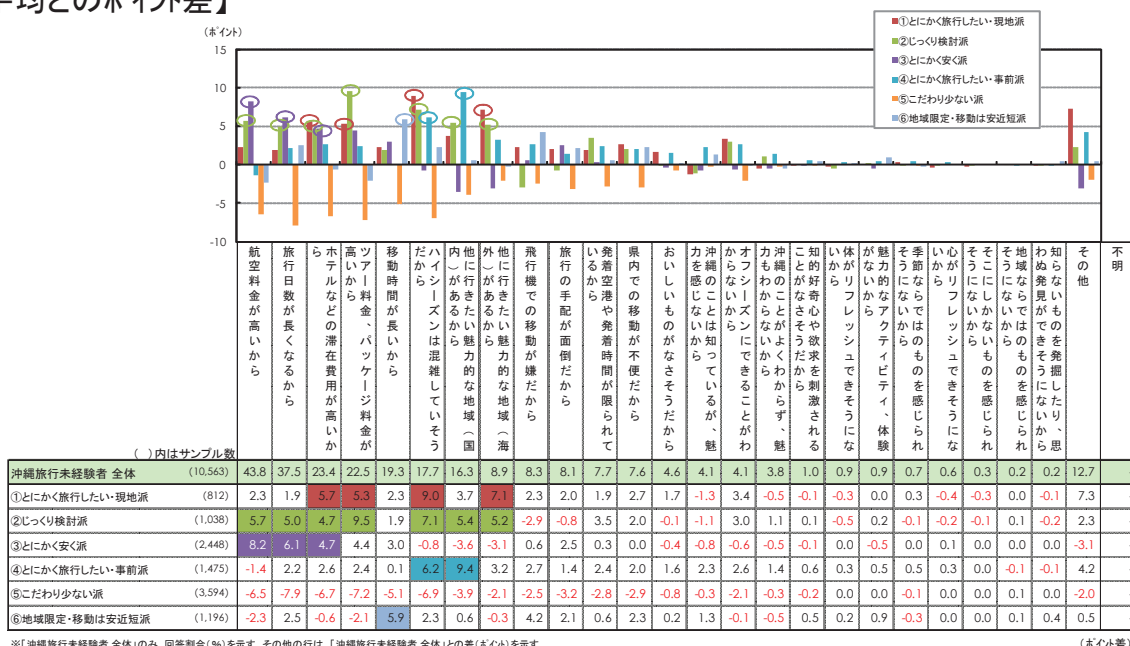
※「沖縄旅行未経験者全体」のみ、回答割合(%)を示す。その他の行は、「沖縄旅行未経験者全体」との差(ポイント)を示す。
 ※沖縄旅行未経験者全体とのポイント差を四捨五入し、「①とにかく旅行したい・現地派」「②じっくり検討派」「④とにかく旅行したい・事前派」は+10ポイント以上の差がある項目に網がけした。(ポイント差)

- ・「①とにかく旅行したい・現地派」は、ハイシーズンの混雑に抵抗感があり、海外旅行に取られている可能性がある。
- ・「②じっくり検討派」は、パック料金の高さや航空料金の高さ、滞在費の高さなどコスト面やハイシーズンの混雑、旅行日数が長くなることに抵抗感がある。
- ・「③とにかく安く派」は、航空料金の高さ、滞在費の高さなどコスト面や、旅行日数が長くなることに抵抗感がある。
- ・「④とにかく旅行したい・事前派」は、ハイシーズンの混雑に抵抗感があり、国内の他の旅行先にと取られている可能性がある。
- ・「⑥地域限定・移動は安近短派」は、移動時間が長いことに抵抗感がある。

これまで沖縄への旅行に行っていない理由 【回答割合】



【全体平均とのポイント差】

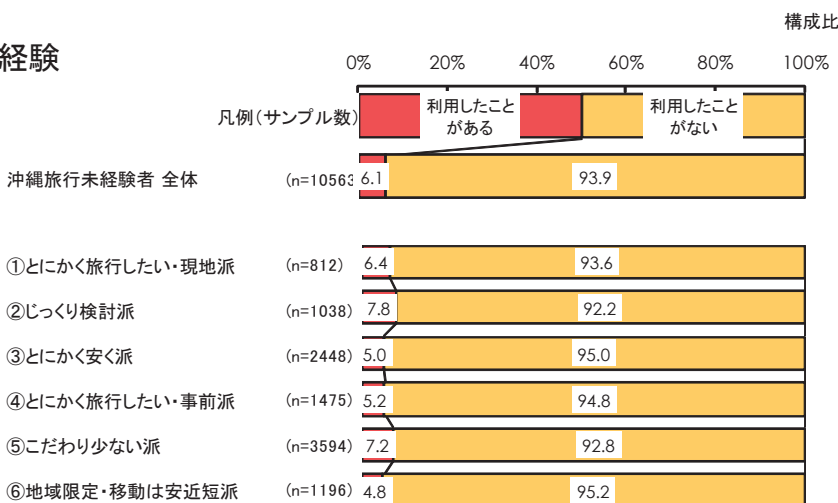


※「沖縄旅行未経験者全体」のみ、回答割合(%)を示す。その他の行は、「沖縄旅行未経験者全体」との差(ポイント)を示す。
 ※沖縄旅行未経験者全体のポイント差を四捨五入し、+5ポイント以上の差がある項目に網がけした。(ポイント差)

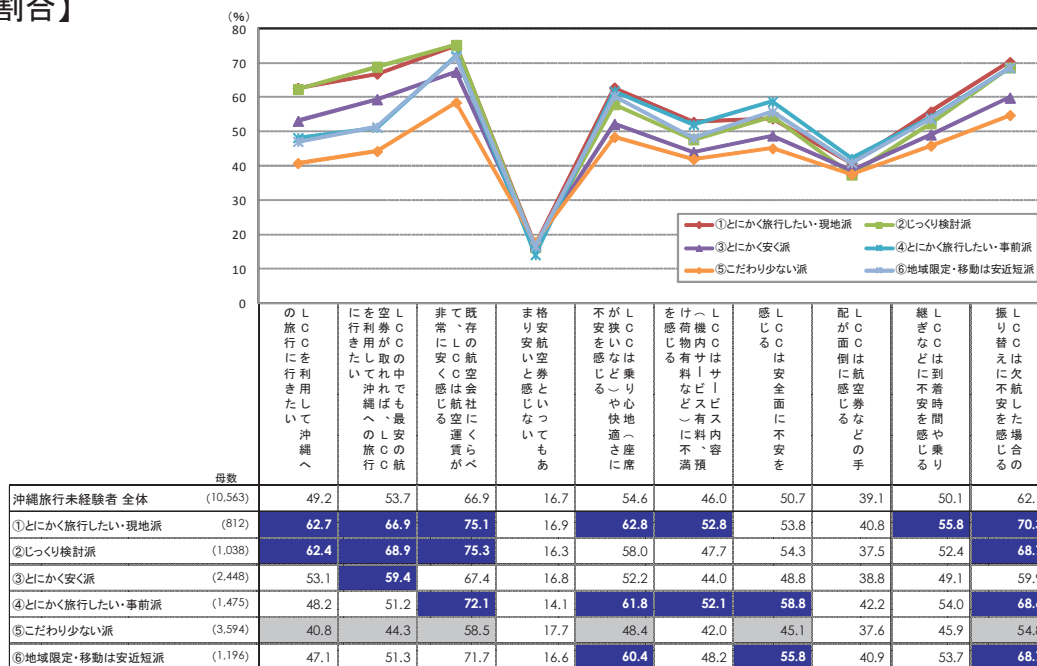
④ LCCに対する意向

- ・LCCの利用経験は、どのターゲットも10%に満たない。
- ・LCCを利用しての沖縄旅行意向が高いのは「①とにかく旅行したい・現地派」と「②じっくり検討派」で、次に「③とにかく安く派」、「④とにかく旅行したい・事前派」と「⑥地域限定・移動は安近短派」が同程度、最も低いのは「⑤こだわり少ない派」となっている。
- ・LCCの中でも最安の航空券が取れば沖縄へ行きたいという割合は、ただのLCCを利用した旅行意向より5ポイント程度高くなるが、ターゲット別の順位は変わらない。
- ・LCCの航空運賃が非常に安く感じているのは、「⑤こだわり少ない派」以外のターゲットは同程度に感じている。
- ・LCCへの不安については、安全面の不安を「④とにかく旅行したい・事前派」や「⑥地域限定・移動は安近短派」が感じている割合が高い。
- ・その他、快適さ、サービス内容、到着時間や乗り継ぎ、欠航した場合の振り替えについて、「③とにかく安く派」と「⑤こだわり少ない派」以外のターゲットは同程度に不安に感じている。

■これまでの旅行でのLCC利用経験【回答割合】



■LCCを利用した沖縄旅行意向とLCCのイメージ【回答割合】



※数字は、各項目について「非常にそう思う」「まあそう思う」と答えた人の割合。
 太字 全体より5ポイント以上高い項目
 全体より5ポイント以上低い項目

4) プロモーションの実施内容

(1) 沖縄の魅力情報・お得情報の発信および沖縄ファンの囲い込み

① 沖縄の「魅力情報」「お得情報」発信サイトの作成

「沖縄はじめてさん」の沖縄来訪動機を刺激し誘客することを目的とし、「沖縄旅行のお得な情報」と「沖縄の魅力的な情報」を発信するWebサイト「沖縄にメチャメチャお得に行かせ隊」を作成した。

Webサイト作成にあたっては、沖縄旅行未経験者実態調査およびLCC利用者実態調査から明らかにしたターゲット「沖縄はじめてさん」に対し、同じく実態調査から明らかにしたターゲットに訴求するコンテンツや訴求方法を用いた。

【サイトのポイント】

- 沖縄旅行の最大の障害要因である費用に対し、お得に旅行できる情報を伝える
- LCCのCAと沖縄じゃらんがコラボした『沖縄にメチャメチャお得に行かせ隊』により、1～3月ならではの沖縄の魅力的かつお得な情報をナビゲートすることにより、ロコミ感や沖縄旅行へ「誘う」雰囲気をもたせる

「いいね！」を押して参加するFacebookキャンペーンページ(無料宿泊券プレゼントキャンペーン)へ誘導

The image displays a collection of promotional materials for the 'Okinawa to Mecha-Mecha Cheap Travel Team' (沖縄にメチャメチャお得に行かせ隊) campaign. At the top right is a Facebook campaign page for a 'Free Hotel Stay Campaign' (豪華ホテルが当たる無料宿泊券キャンペーン) with a deadline of February 28th. Below this is a team introduction page (お得意隊員を紹介) featuring three staff members in red and pink uniforms. The main part of the image shows a grid of hotel listings, including 'ESORT EXES', 'ANAインターコンチネンタル 万世ビーチリゾート', '那覇島ホテル', and 'はいむるふし'. Each listing provides details such as room types, prices, and contact information. The overall design is colorful and uses a mix of text and images to attract attention.

② 「いいね！」を押して参加する無料宿泊券プレゼントキャンペーンの実施内容

Facebookキャンペーンページの「いいね！」を押して参加する無料宿泊券プレゼントキャンペーンを実施した。

また、クイズ画面に加え、クイズに参加した人全員にキャンペーンの効果を測るためのアンケート調査を行った。

<Facebookページ内のクイズキャンペーンTOPページ>



<クイズ画面>



<クイズ答え合わせ画面>



(2) 沖縄情報の拡散および無料宿泊券プレゼントキャンペーン告知

① 旅行情報誌『じゃらん』本誌でのプロモーション

旅行情報誌『じゃらん』関東・東北版2月1日発売号内に沖縄別冊を添付し、キャンペーンの告知を行った。加えて、沖縄へ誘因する魅力的な情報として、魅力コンテンツの周遊プランの記事を展開した。

<旅行情報誌『じゃらん』関東・東北版2月1日発売号 沖縄別冊>

今がお得!

Book in Book
取り外しOK
関東・東北じゃらん
3月号 とじ込み付録

沖縄まるごと満喫BOOK

ご当地グルメに絶景のカフェ、
沖縄美ら海水族館に星空体験まで。
沖縄旅行デビューなら今がチャンス!

LCCの登場で、憧れの沖縄も今やグッと身近な存在に。
そこでお届け! 「初めて」なあなたに贈る、豪華ドライブ
コースからお得なホテルまで、使える情報満載の沖縄大特集!
さあ、さ〜いニッポンを抜け出して、あったかニッポン、沖縄へ。
構成/小宮女子 取材・文/宮城山由子 デザイン/KANAKO マップ/スタジオオキナ

今行きたいポイント1
ナント! 成田発で片道6590円〜
今話題のLCCを利用して
お得に沖縄へ!
LCCで、格安航空券。沖縄空海へ飛来しているのは、出発地で価格が変わるもの。成田発で片道6590円〜1席空席で片道4590円〜とお得! 昨年10月に複数空港に専用ターミナルが完成し快適なフライト。

今行きたいポイント2
グルメにレジャー体験まで
沖縄の盛りヨクが満載!
沖縄では、冬一帯に様々なイベントやレジャーが楽しめるんです! 新グルメの発表会、スポーツイベント、お得なホテルやレジャー情報まで次のページからご紹介。お楽しみ盛りだくさんでお届けします!

今行きたいポイント3
Facebookにアクセス!
ホテル無料キャンペーン開催中。
LCC社とじゃらんが協賛して新たに、「沖縄にホテル予約おまかせ」がプロデュース。おまかせキャンペーンを開催中! Facebookにアクセスしてライブ! 見えると、沖縄の豪華ホテルの宿泊券が当たるチャンス! 沖縄のお得情報も満載。キャンペーンの開催は次のページをチェック!
お得がいっぱいの沖縄! 行くを今ですよ!

※ 旅行情報誌『じゃらん』関東・東北版は、東京・神奈川・千葉・埼玉・栃木・群馬・茨城の1都6県を中心に福島・山梨・長野の各県及び新潟・静岡の一部地域に対し、141,000部を発刊している

＜旅行情報誌『じゃらん』関東・東北版2月1日発売号 沖縄別冊の掲載内容＞

エリア別 沖縄の魅力をギュッと詰め込んだ エリア別のドライブコース

沖縄ベストドライブコース

あれこれ楽しみがいっぱいの3つのドライブコース。 沖縄エリアで遊ぶベストコースを内蔵。 もちろん、2023年最新コースも収録。 沖縄ならではの感動体験がお待ち。

北風エリア

はずせない! 人気スポット充実コース

「沖縄の魅力をギュッと詰め込んだ」

1. 沖縄そばの発祥地! 新道が盛りだくさん! 新道のそば屋が人気。 定番のそば屋から、こだわりのそば屋まで。 2023年最新コースも収録。

2. さしものと食堂 コココ、海苔のドライブコース。 さしもの食堂、海苔のドライブコース。 さしもの食堂、海苔のドライブコース。

3. 沖縄の観光名所が盛りだくさん! 日本最大級の観光名所が盛りだくさん! 日本最大級の観光名所が盛りだくさん!

4. 沖縄の観光名所が盛りだくさん! 日本最大級の観光名所が盛りだくさん! 日本最大級の観光名所が盛りだくさん!

無料宿泊券プレゼントキャンペーン開催中! LCCがお得に!

沖縄満喫プラン

「沖縄に行きたい!けど高いよなー」と思っている、そのアナタ! 今ならお得なキャンペーンが開催中なんです! 一度は体験してみたい 沖縄の魅力も、ドライブコースでご紹介。 さあ、沖縄へはじめて行くならいま!

1. 沖縄にイチャイチャお出かけ! 沖縄にイチャイチャお出かけ! 沖縄にイチャイチャお出かけ!

2. クイズに答えて さらにお出かけ! クイズに答えて さらにお出かけ! クイズに答えて さらにお出かけ!

沖縄の豪華ホテルに泊まれる! 無料宿泊券プレゼントキャンペーン

＜応募期間＞掲載中～2月15日(金)まで

1. 沖縄にイチャイチャお出かけ! 沖縄にイチャイチャお出かけ! 沖縄にイチャイチャお出かけ!

2. クイズに答えて さらにお出かけ! クイズに答えて さらにお出かけ! クイズに答えて さらにお出かけ!

3. 沖縄の豪華ホテルに泊まれる! 無料宿泊券プレゼントキャンペーン

日本屈指の晴天屋が待つ 雨の島でロマンチック観光

離島で感動体験!

1. 石垣島で星空観察 日本屈指の晴天屋が待つ 雨の島でロマンチック観光。 日本屈指の晴天屋が待つ 雨の島でロマンチック観光。

2. ケラマ諸島でホエールウォッチング 日本屈指の晴天屋が待つ 雨の島でロマンチック観光。 日本屈指の晴天屋が待つ 雨の島でロマンチック観光。

3. 小浜島で体験ダイビング 日本屈指の晴天屋が待つ 雨の島でロマンチック観光。 日本屈指の晴天屋が待つ 雨の島でロマンチック観光。

4. 由布島で水牛さんぽ 日本屈指の晴天屋が待つ 雨の島でロマンチック観光。 日本屈指の晴天屋が待つ 雨の島でロマンチック観光。

沖縄の海と伝統のアクティブコース

神秘的な自然と世界遺産の癒しコース

1. アクティブコース 沖縄の海と伝統のアクティブコース。 沖縄の海と伝統のアクティブコース。

2. 神秘的な自然と世界遺産の癒しコース 沖縄の海と伝統のアクティブコース。 沖縄の海と伝統のアクティブコース。

3. アクティブコース 沖縄の海と伝統のアクティブコース。 沖縄の海と伝統のアクティブコース。

4. 神秘的な自然と世界遺産の癒しコース 沖縄の海と伝統のアクティブコース。 沖縄の海と伝統のアクティブコース。

② 旅行情報サイト『じゃらんnet』会員メールマガジンでのプロモーション

旅行情報サイト『じゃらんnet』の会員(約400万人)に対してメールマガジンを配信し、Webサイト「沖縄にメチャメチャお得に行かせ隊」へ誘導した。

<配信メールマガジン>



③ Facebookアド広告でのプロモーション

LCCおよびそれに準ずる航空会社の発着空港のある東京周辺および関西周辺エリアを中心として、そこに居住する20～30代女性のFacebook「ニュースフィールド」に対して、Facebookアド広告を表示し、無料宿泊券プレゼントキャンペーンの申込みページへ誘導した。

The screenshot shows a Facebook News Feed interface. On the left, a post from a user discusses a Chinese assignment about the difficulty of life for men and women. On the right, a sponsored advertisement is highlighted with a red border. The ad is for 'Okinawa to Mecha Metcha' and promotes a contest where users can win hotel stay vouchers by answering a quiz. Below the ad, there are buttons for 'Like this page' and 'Like this page'.

There is also a post from 'Tohoku Soft Piano Japan' about a performance, and a post about a smartphone app contest from 'www.tohoku-gifu.com'.

(2) Facebookファンページでの継続的な沖縄情報の拡散

Facebookファンページに対し、「いいね！」を押したカスタマーに向けて、沖縄の魅力情報およびお得情報を継続的に発信し、情報を拡散することを目的として、Facebookファンページ「沖縄にメチャメチャお得に行かせ隊news」を作成した。

Facebookファンページでは、沖縄へ誘客するための魅力情報、およびお得情報をリアルタイムに発信した。

<Facebookページ「沖縄にメチャメチャお得に行かせ隊news」>

左:トップページ

右上:沖縄のお得情報(投稿)
右下:沖縄の魅力情報(投稿)



(3) 敗者復活キャンペーンの実施

クイズキャンペーンの懸賞抽選に落選した人を対象に、再度、メールマガジンを配信し、懸賞付きアンケートを実施した。

<敗者復活キャンペーン メルマガ配信>



<敗者復活キャンペーン 懸賞付きアンケート>

「沖縄にメチャお得に行かせ隊」とは？
格安航空会社(LCC)のジェットスター・ジャパン、エアアジア・ジャパン、ピーチ・エアラインの3社と沖縄じゃらん編集部がタッグを組み、沖縄へお得に行くためのデクニックを競える部隊を結成しました!

「沖縄にメチャお得に行かせ隊」 presents

いいね! 押した人限定★

敗者復活キャンペーン

豪華ホテルの無料宿泊券が当たる、新たなチャンス到来!
さらに、Wチャンスで「じゃらん沖縄ガイド」も当たる!

応募期間 2013年2月20日～3月7日

以下のアンケートに答えて、敗者復活キャンペーンに応募してください。

- ご希望のホテルをお選びください。
 - カナチャホテル&ヴィラズ SPA RESORT EXES(スパ リゾート エグゼス)
 - ANAインターコンチネンタル万座ビーチリゾート ホテル日航アリビラ
 - 琉球温泉 瀬長島ホテル はいわるぶし
- 沖縄に過去に行ったことはありますか? また行ったらとすれば直近でいつになりますか?
 - ない 2012年以降 2011年 2010年 2009年 2008年 2007年以前
- 今回、沖縄に来てもらうために、「沖縄にメチャメチャお得に行かせ隊」を結成し、沖縄の魅力についてのクイズに答えて無料宿泊券が当たるキャンペーン、WEBでの魅力情報掲載、じゃらん2月1日発売号での魅力情報の掲載、Facebookページによる魅力発信を行っております。このキャンペーンをご存知でしたか?
 - 旅行サイトじゃらんネット
 - 旅行情報誌じゃらん
 - Facebook
 - その他
- 今回のキャンペーンに参加して沖縄への旅行の検討に変化がありましたか?
 - すでに沖縄旅行の予約をしていたので特に変化なし。
 - 今回のキャンペーンがきっかけで沖縄旅行の予約をした。
 - 今回のキャンペーンがきっかけで沖縄旅行の具体的な検討をしている。
 - 今回のキャンペーンがきっかけで沖縄旅行に行きたくなったが、まだ具体的な検討には至っていない。
 - 検討状況に変化なし
- 沖縄旅行の検討に変化があった方にお聞きします。どんな魅力が影響しましたか? (複数回答)
 - 航空運賃が予想以上に安かったこと 天の川がくっきりと見える星空
 - きれいな海を見ながらのんびりできるカフェ 離島での遊び方
 - タジラをまじかに見れるホエールウォッチング ガンガラーの谷など海以外の自然
 - 世界遺産とパワースポット 沖縄料理
 - ジンベエザメと一緒に泳げる体験 その他
 - 美ら海水族館 特になし
- 沖縄旅行の検討に変化があった方にお聞きします。どんな情報発信が影響しましたか? (複数回答)
 - 沖縄の魅力についてのクイズに答えて無料宿泊券が当たるキャンペーン
 - 旅行サイトじゃらんネットおよびメルマガでの魅力情報掲載
 - じゃらん2月1日発売号での魅力情報の掲載
 - Facebookページによる魅力発信
7. 名前
8. 年齢
 - 10歳以下 11～19歳 20～24歳 25～29歳 30～34歳 35～39歳
 - 40～44歳 45～49歳 50～59歳 60歳以上～
9. 性別
 - 男性 女性
10. 住所

郵便番号

住所
11. 電話番号