

第2節 広報施策の施策別実績

第1項 予約サイトによる販売促進施策

1. 目的

国内オンラインツアー市場の最大手旅行会社及び予約サイトへ掲載し、販売実績の積み上げと販路拡大を目指す。

2. 内容

国内オンラインツアー取扱サイト大手 3 社(アクティビティジャパン、エイチ・アイ・エス、クラブツーリズム)にて、沖縄離島のオンラインツアー商品の取扱に向けたマッチングと、各サイトによる販売促進施策を行った。

各サイトの強みを活かした販促として、アクティビティジャパンにおいてはオンラインツアー催行後の口コミ依頼機能を活かして、離島事業者のオンラインツアーや体験アクティビティに対する口コミ件数の獲得に繋がった。またエイチ・アイ・エスにおいては法人営業チームにより、オンラインツアーの団体貸切予約の問合せに対して、沖縄離島のオンラインツアーの予約・催行に繋がった。クラブツーリズムでは、一部の現地体験ツアーの団体受け入れができる事業者との、旅行契約を結び、誘客及び来島促進に繋がった。

3. 総括

本年度は 3 社を中心に沖縄離島のオンラインツアーを販売し、各社ごとの強みや特色を活かした展開がみられた。特にオンラインツアーの団体貸切の需要について、沖縄離島のオンラインツアーが年度末のタイミング的にも、特産品付や体験型の商品としてもマッチしたことで催行に繋がり経済波及効果に寄与した。

また、上記に述べた 3 社以外では、琴平バスとの定期的なオンラインツアー催行や団体貸切による沖縄離島のオンラインツアーを実施する事が出来た。併せて、一部の事業者では自ら旅行会社への営業活動や SNS による情報発信等の工夫を行い、販売件数獲得に繋がっている。

以上のことから、今後は国内オンラインツアー取扱サイトに掲載して予約獲得を待つだけでなく、自ら営業を仕掛けていき販売件数を伸ばして行く必要があると考える。また戦略的にオンラインツアー参加後に、SNS 等で繋がりを持ち、継続的なコミュニケーションを取り続けることで、新型コロナウイルスによる行動制限が解除されたタイミングの実誘客に繋がっていきたい。

(1) アクティビティジャパン

1. 目的

国内最大手アクティビティ予約サイトで、オンラインツアー商品の販売催行を図りつつ、現地観光体験の予約に繋げる。

2. 内容

<施策①>

内容：サイト内に沖縄離島エリアのオンライン体験商品特集ページを作成し、多くの露出を図る。

期間：令和3年4月1日～令和4年3月31日

実績：特集ページセッション数：25,347

アクティビティジャパン合計予約数：418

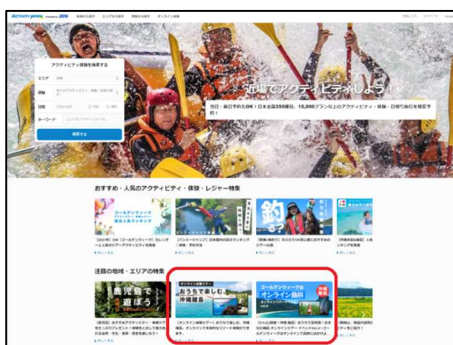
URL：https://activityjapan.com/feature/okinawa_online_campaign/

成果物：

サイトトップ



PC 版トップページバナー



SP 版トップページバナー



＜施策②＞

内容：サイト会員に向けて本事業で造成したオンライン体験商品の告知をメルマガにて配信。

期間：令和3年4月～令和4年3月

実績：

No	配信内容	配信日	配信数	開封数	開封率
1	沖縄離島のオンラインツアー紹介	4月23日	44,789	8,823	20%
2	沖縄離島のオンラインツアー紹介	5月26日	45,872	9,220	20%
3	沖縄離島のオンラインツアー紹介	6月26日	46,093	8,803	19%
4	沖縄離島のオンラインツアー紹介	7月30日	46,782	9,805	21%
5	沖縄離島のオンラインツアー紹介	8月27日	48,954	10,329	21%
6	沖縄離島のオンラインツアー紹介	9月24日	50,786	9,852	19%
7	沖縄離島のオンラインツアー紹介	10月29日	52,121	10,789	21%
8	沖縄離島のオンラインツアー紹介	11月26日	53,011	12,564	24%
9	沖縄離島のオンラインツアー紹介	12月17日	53,862	13,089	24%
10	沖縄離島のオンラインツアー紹介	1月15日	54,339	14,649	27%
11	沖縄離島のオンラインツアー紹介	2月16日	55,216	16,566	30%

成果物：一例

4月23日配信



5月26日配信



<施策③>

内容：本事業で造成したオンライン体験商品の告知を Facebook にて配信。

期間：令和3年4月～令和4年3月

実績：配信回数 19 回

成果物：

5月21日配信

6月22日配信



<施策④>

内容：本事業で造成したオンライン体験商品の告知を Twitter 配信。

期間：令和3年4月～令和4年3月

実績：配信回数 21 回

成果物：

5月31日配信

11月25日配信



3. 総括

商品掲載の状況については、昨年度から継続して参画した事業者の他、新規で参画した事業者も増え、本サイト利用の事業者数、商品数は令和3年度事業スタート時に45社53プランだった所が、88社102プランと約2倍の増加となった。

有料ツアーの予約数を見ても令和2年度は164人、本年度は620人と約3.78倍の伸び率となり、続くコロナ禍において、沖縄離島のオンラインツアーの参加者が大幅に増加した。

平均単価においては、令和2年度は1件当たり2,673円、今年度は平均して、3,425円となり、モノが自宅に届く内容のツアーの販売が多く128%向上した。年齢層の内訳としてはとりわけ40代、50代の女性の参加者の比率が最も多い結果となった。

また、新たな試みとして、沖縄離島でのオンライン体験ツアーの認知度拡充と、持続的な資産化、オンラインツアーの予約への導線として、通常のPUSH型のプロモーションにとどまらず、事業者自体のブランディングの一環として記事コンテンツを合計19本取材し作成した。そのうち、4つの記事については短期間で予約に繋がっており、予約ページへの流入増など、着実に認知度の向上に寄与している。

今後も、オンラインツアーを一過性のコンテンツではなく、関係人口を増やすことを目的とし、非認知層、潜在層、顕在層への、中長期的なアプローチを継続し、収益化につながるような座組が築けていけるようサポートを行っていきたい。

(2) HIS

1. 目的

旅行会社でオンラインツアー市場最大のシェアを持つ HIS のオンラインツアーサイトに掲載することで、販路の拡大と、その後のリアル旅行に繋げる広告としての役割も担う。

2. 内容

<施策①>

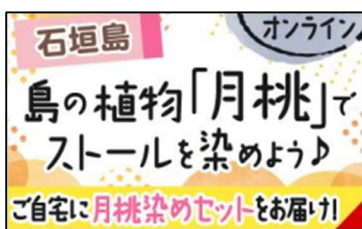
内容：HIS ムルマガ（フォロー50万人）

期間：令和3年6月14日～令和4年2月12日（3月も掲載予定）

実績：配信回数13回

成果物：

6月14日配信 9月6日配信



<施策②>

内容：HIS サイトバナー広告（バナークリックでアクティビティジャパンサイトへ遷移）

https://activityjapan.com/feature/okinawa_online_campaign/?utm_source=his-oe&utm_medium=banner&utm_campaign=okinawa_online_campaign

期間：令和3年5月20日～令和4年1月4日

実績：179

成果物



3. 総括

令和3年3月に本格的に国内オンラインツアーに参画し、海外と併せて業界でのオンラインツアーのシェアを伸ばすタイミングで販売促進をかけ、沖縄離島のコンテンツ拡充を図る事ができた。

特に沖縄はリアル旅行も含め、全国的にも注目されている観光地であり、オンラインツアーの商品の幅、商品数、及び取扱い人数も大きく伸ばす事が出来た。

また近年、オンラインツアー参加者が個人客から自治体や企業にシフトする中で、小人数から大人数まで多岐に渡り人気のある沖縄は、予約の約7割が団体となるなど、コロナ禍の日本でも大きな利用実績を獲得した。

今後も継続して沖縄の文化や歴史、広大な自然、特色のある動植物、人の優しさをオンラインツアーという形で触れる事で、リアルな旅行の喚起となるよう展開を図る。

(3) クラブツーリズム

1. 目的

沖縄離島のオンラインツアーをアクティブシニア向け旅行予約サイトで掲載及び販売に繋げる。

2. 内容

<施策①>

内容：多くのアクティブシニア会員を持つ「クラブツーリズム」でコロナ禍に沖縄離島へ行けな、または行きたいけど現地はどんな状況なのか知りたい、行ったことがないから参考にしたい、という方向けの団体のオンラインツアー予約に繋げる。また、販売している沖縄離島のリアルツアーへの販売促進にもつなげていくため、沖縄離島オンラインツアーの造成とホームページでの掲載及びメルマガ等による販促を実施した。

期間：令和3年6月1日～令和4年3月31日

【掲載及び予約実績】

No	地域	事業者名	コース名	予約件数
1	宮古島	さとみガイド	現地ガイドが案内する！ 伊良部大橋・宮古島オンラインツアー	17
2	宮古島	オルタナティブファーム	沖縄の名産品「サトウキビ」栽培を現地スタッフと一緒に体験！体験キット付きオンラインツアー	2
3	座間味島	カラフルウェーブ	座間味のクジラ・野鳥・花をネイチャーガイドの案内で巡る 座間味島オンラインツアー	27
4	宮古島	星空ナビすばる	宮古島の星空をライブで生中継 宮古島からの贈り物 満天の星に瞬く星座をご鑑賞 星空ガイドの星座案内付き	79
5	石垣島	big beach 石垣島	島人にいにいが語る 石垣島の神聖な場所「御嶽」の魅力 オンラインツアー	0
6	石垣島	ハワイアングロット	石垣島の自然の恵みを感じる お手製島ハーブでジンジャーハーブティー作り体験	0
7	座間味島 & 宮古島	カラフルウェーブ & 星空ナビすばる	ご自宅で沖縄を体感！！座間味のクジラ！宮古島のサトウキビ・星空をお届け！イベントオンラインツアー	308
合計				433

【掲載及び予約実績】

No	配信内容	配信日	配信数	開封数	開封率
1	沖縄離島紹介記事メルマガ配信	8月1日	673,479	73,274	11%
2	沖縄離島紹介記事メルマガ配信	8月13日	177,338	20,124	11%
3	沖縄離島紹介記事メルマガ配信	9月17日	670,888	68,273	10%
4	沖縄離島紹介記事メルマガ配信	10月24日	670,130	74,463	11%
5	沖縄離島紹介記事メルマガ配信	11月21日	669,523	82,464	12%
6	沖縄離島紹介記事メルマガ配信	12月19日	668,432	91,736	14%
7	沖縄離島紹介記事メルマガ配信	1月23日	666,525	95,800	14%

成果物：

11月21日配信



11月21日配信



3. 総括

令和2年度からコロナ禍での旅行客のつなぎ止めや新たな販売チャネルの一環として、趣味を持つ方々への講座（写真撮影や絵画）や海外オンラインツアー等の販売を開始した。本予約サイトでは、国内旅行のオンラインツアーはほとんど実績がなかったため、今回の沖縄離島オンラインツアーは新たな取り組みとなり、団体予約につながった。

販売タイミングがコロナ禍と重なったため沖縄へ旅行したくても旅行出来ない層に一定程度アプローチが出来たのではないかと考えるが、当初の集客目標からは大きく乖離し課題が山積していることを痛感した。広報施策については、集客のほとんどが自社のメルマガ頼みとなり、新たな一手を打ち出すことが出来なかった。

またスタッフを絡めたツアー運営を行っていたため、ラインナップを大きく広げることが出来なかった部分にも課題がある。当社は添乗員が同行する募集型ツアーを主に取り扱っているため、オンラインツアーに参加いただいた方をリアルツアーへ繋げることが出来る点に強みがあると考えているが、旅行代金の違いや気軽さといった面でハードルが高く、すぐにはリアルツアーへの申し込みに繋げることが出来なかった。

オンラインツアーは利益を確保するためではなくリアルツアーへの導線の一部ととらえ、今後の展開を模索していく。