



令和6年度 離島観光活性化促進事業

実績報告



沖縄しまさんぽ

沖縄離島の観光情報サイト



一般財団法人 沖縄観光コンベンションビューロー



目次

○ 事業概要	1p
1. 離島国内線チャーター便支援	2p
2. 航空会社連携プロモーション	5p
3. メディアプロモーション	
(1) メディアプロモーション（委託事業）	29p
(2) WEB/SNSの運用・保守管理	
①Instagram広告配信業務	34p
②デジタル広告配信業務	48p
③Wordpress改修業務	68p
④SNS投稿用 各離島への取材	69p
④WEBおよびSNSの運用・保守管理	71p
4. イベントプロモーション	
出展イベント一覧	83p
出展イベント概要（各イベント詳細）	84p
5. 情報発信ツール制作	116p
6. 旅行会社・メディア等招聘（15離島）	120p
7. 離島観光協会等との連絡会議の開催	128p
8. その他取組について	
(1) 離島観光振興に向けた意見交換の実施	137p
(2) 離島観光プロファイルの作成	138p
○ まとめ	139p



事業概要

- 事業名 令和6年度 離島観光活性化促進事業
- 事業期間 令和6年4月1日～令和7年3月31日
- 事業実施概要

沖縄離島の豊かな自然環境と歴史・文化など多様で魅力ある資源を活用した独自の観光プログラム（高付加価値型観光）を戦略的に展開し、県内離島への誘客強化ひいては沖縄観光の魅力の多様化及び高付加価値化に繋げることを目的に、県外のイベント等への出展と合わせ、メディアやWEBサイト・SNSを活用しながら各種プロモーション展開を図った。また、各離島の受入状況の変化に対応できるよう、各離島観光協会や自治体と連携し離島の状況について正確な情報の把握・発信を行った。

■ スケジュール

事業名	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
①国内離島チャーター便支援事業	支援対象期間：R6/4/15～R7/2/14										
②航空会社連携プロモーション	実施期間：各社との協定締結日～R7/1月										
③メディアプロモーション	※WEB・SNS管理運営については通年で実施										
		Wordpress改修		Instagram広告配信			デジタル広告配信				
				WEB記事制作							
④イベントプロモーション		MRO旅フェスタ		どさんこしまんぢゅフェスティバル		オズの旅EXPO2024 ツーリズムEXPOジャパン	八重山観光感謝のついで ソウル Travel Show 2024 名古屋まつり	台北国際旅行博 えひめ・まつやま産業まつり		沖繩観光感謝の集い 2025 in 大阪	沖繩観光感謝の集い 2025 in 東京
				北海道マラソンEXPO				かがわそら旅博		※詳細はイベント一覧参照	
⑤情報発信ツール	パンフレット更新・増刷、ノベルティ製作										
⑥旅行社・メディア等招聘	取材期間：R6/7/1～12/3										
⑦3圏域会議/15離島連絡会	3圏域会議 5/9～10										3圏域会議 2月
		15離島連絡会 6/10									15離島 連絡会 2月

※詳細は別添年間スケジュール参照



1. 離島国内線チャーター便支援

実施概要

離島への交通アクセスを拡充し、離島航空路線のプログラムチャーター化または定期便化に向けた取組みを支援し、市場における定着化、継続化を図るため、下記の支援メニューを用意し、その公募・審査・精算等の業務を実施した。

実施期間

令和6年6月14日～令和7年2月14日
(支援対象期間)

実施内容・実績

国内チャーター便支援事業

申請受理件数	8件(-12件)
支援件数	7件(-12件)
辞退件数	1件(±0件)
入域者数	373名(-686名)
交付金額	954,000円

() 内はR5年度実績との比較



1. 離島国内線チャーター便支援

支援一覧

No.	企業名	利用空港	航空会社	入域者数 (人)	交付金額 (円)
1	(株)阪急交通社 高松支店	高知-久米島- -石垣島-高知	フジドリームエアライ ンズ(FDA)	59	118,000
2	(株)阪急交通社 山口営業所	山口宇部-久米島- -石垣島-山口宇部	フジドリームエアライ ンズ(FDA)	70	140,000
3	アルピコ長野 トラベル(株)	松本(給油 熊本)- 久米島-石垣島 -松本	フジドリームエアライ ンズ(FDA)	65	260,000
4	アルピコ長野 トラベル(株)	松本(給油 熊本)- 久米島-石垣島 -松本	フジドリームエアライ ンズ(FDA)	39	156,000
5	(株)トラベルビジョン 新居浜支店	高松-久米島- 石垣島-高松	フジドリームエアライ ンズ(FDA)	46	92,000
6	(株)トラベルビジョン 新居浜支店	高松-久米島- 石垣島-高松	フジドリームエアライ ンズ(FDA)	36	72,000
7	(株)阪急交通社 長崎支店	長崎-久米島- 石垣島-徳島	フジドリームエアライ ンズ(FDA)	58	116,000
8	山新観光(株)	山形(給油 熊本)- 石垣島-与那国- 石垣島-山形	フジドリームエアライ ンズ(FDA)	0	0

※No.8については、天候不良のため欠航。辞退申請にて対応



1. 離島国内線チャーター便支援

総括

今年度は航空会社1社、旅行代理店5社のチャーター便に対し支援を行った。

当初予算額2,400,000円に対し、交付金額954,000円、入域客数373名と予算を消化することができなかった。問い合わせも多く、予算を増額し対応した昨年度とは対照的な結果となった。

実施要綱確定後OCVBサイトへ掲載しつつ、昨年度この支援事業を活用いただいた旅行会社8社へ案内メールも行ったが、問い合わせ件数も少なくかつ申請時期は10月から実施間際の1月であった。

申請内容について、出発利用空港が山形～長崎まで計6出発地あり、給油目的利用で他県（熊本）空港を経由する設定は昨年度より増え3本であった。通常は定期便が就航していない路線として、みやこ下地島空港への直行または久米島・みやこ下地島を周遊利用が多数であるが、今年度は実施した7本全て久米島・石垣島を周遊利用する設定であった。

昨年度より件数減および利用空港パターンが変更の理由として、人手不足のためみやこ下地島空港のチャーター便ハンドリング対応可能な時期が今年度は2月中旬以降から3月と短い期間設定かつ当事業の支援対象期間外であったため支援件数減となった。（昨年度は、12月～3月設定）

旅行会社より、2月下旬出発のみやこ下地島行き2件を支援対象にできないか問い合わせを受けたが断ったケースもあった。

今年度の取り組みとして、FDAとミーティングを行いFDAチャーター事業概要の説明や課題など情報交換することができた。

国内チャーター便支援事業については、引き続き需要はあると考えており、次年度以降も多くの案件に対応できるよう支援対象期間、支援額、支援方法など実施要綱を見直す必要があると考える。引き続き各離島地域や県、東京事務所などと連携し本事業の周知を行いながら、チャーター運航実績のある航空会社を中心に定期便誘致を働きかけ、アプローチしていきたい。



2. 航空会社連携プロモーション

実施概要

各離島の魅力を発信し、路線の認知並びに、経由便利用での来訪も含めた離島旅行への興味喚起を図るため、県外から各離島への直行便就航地域を中心に、各航空会社と連携・協力したプロモーションを実施した。

航空会社				
実施内容	広告配信および、インフルエンサーを活用した情報配信	久米島プロモーション動画を作成、キャンペーンによる誘客促進	RAC CAおすすめモデルコースを作成、Wマイルキャンペーンによる誘客促進	テレビメディアでの発信
総経費(税込)	2,795,576円	2,660,144円	1,717,470円	2,794,000円
支援額(OCVB負担額)	1,320,000円	1,320,000円	858,735円	1,320,000円
実 績				
送客実績	351,868人	30,334人	12,059人	26,000人
昨年度送客実績	297,768人	30,396人	15,881人	28,000人

2. 航空会社連携プロモーション

1 全日本空輸株式会社 (ANA)



実施期間

令和6年10月1日～令和7年1月31日

実施内容・実績

- ①離島に興味をもつ方をセグメントし、沖縄に関する情報やキャンペーン情報を配信。
「沖縄の離島へ行きたい！行こう！」を後押しする。
- ②ターゲットに合わせたインフルエンサーを起用して、県外⇒宮古⇔石垣線のアイランドホッピングを体験しながら、離島の魅力、移動の利便性などを発信する。

- 総事業費：2,795,576円
- ANA負担：1,475,576円
- OCVB負担：1,320,000円

①ANA Moment Adsを活用したWEBプロモーション

離島に興味をもつ方をセグメントし、沖縄に関する情報やキャンペーン情報を配信。
「沖縄の離島へ行きたい！行こう！」を後押しする。

- 広告配信期間：令和6年12月20日～令和7年1月31日
- ターゲット：①旅マエ：離島（石垣・宮古）を検索、且つ未予約ユーザー
②旅アト：過去に離島（石垣・宮古）へご搭乗いただいた旅客
- 情報配信プロダクト：ANAオウンドメディア（ANAマイレージクラブアプリ）
- 遷移先：「OKINAWA ISLAND STAY」



上記「OKINAWA ISLAND STAY」ページ内に、OCVBサイト「沖縄しまさんぽ」のバナーを設置し、OCVBサイトとリンクさせた離島訴求を実施。

※「ANA Moment Ads」とは・・・

ANAマイレージクラブ会員ヘーメント（瞬間）にアプローチするデジタル広告配信サービス。
ANAグループがもつ航空予約データ等をもとに、ANAのオウンドメディアやインターネット上の様々なメディアへ広告を配信する。



2. 航空会社連携プロモーション

1 全日本空輸株式会社 (ANA)



① ANA Moment Adsを活用したWEBプロモーション

- 「沖縄しまさんぽ」バナー設置



- バナー掲出



- 配信実績

媒体	表示回数	クリック数	クリック率
ANAオウンドメディア	1,167,211回	6,474回	0.55%



2. 航空会社連携プロモーション

1 全日本空輸株式会社 (ANA)



② インフルエンサーを活用した情報配信

県外⇒宮古⇄石垣線を利用したアイランドホッピングの体験を行いながら、離島の魅力・移動の利便性などをInstagramで発信。

■取材日程：令和6年12月6日～12月8日

■実施内容：①インフルエンサー2名を起用し、宮古-石垣線アイランドホッピング体験及び、離島の文化・自然・食なども体験してもらいInstagramを活用して情報配信をしてもらう。

②配信情報の記事化（アーカイブ）※期限有

③インフルエンサーとOCVBの意見交換会

■ターゲット：若年女子×旅行アクティブ層

■アウトプット：(1)インフルエンサー2名によるInstagram発信

(リール動画1本/ストーリー5本以上)

(2)配信情報の記事化TABIPROメディアとのタイアップ記事1本制作

- 起用インフルエンサー

朝比菜 りおなさん▶



ひとみんさん▶



2. 航空会社連携プロモーション

1 全日本空輸株式会社 (ANA)



②インフルエンサーを活用した情報配信

(1)インフルエンサー 2名によるInstagram発信

【朝比菜りおさん】

-Instagramリール (<https://www.instagram.com/p/DECVcHpBKl0/>)



-Instagramストーリーズ

石垣島編



宮古島編



2. 航空会社連携プロモーション

1 全日本空輸株式会社 (ANA)



② インフルエンサーを活用した情報配信

【ひとみさん】

-Instagramリール (https://www.instagram.com/p/DD__XzAzQW1/)

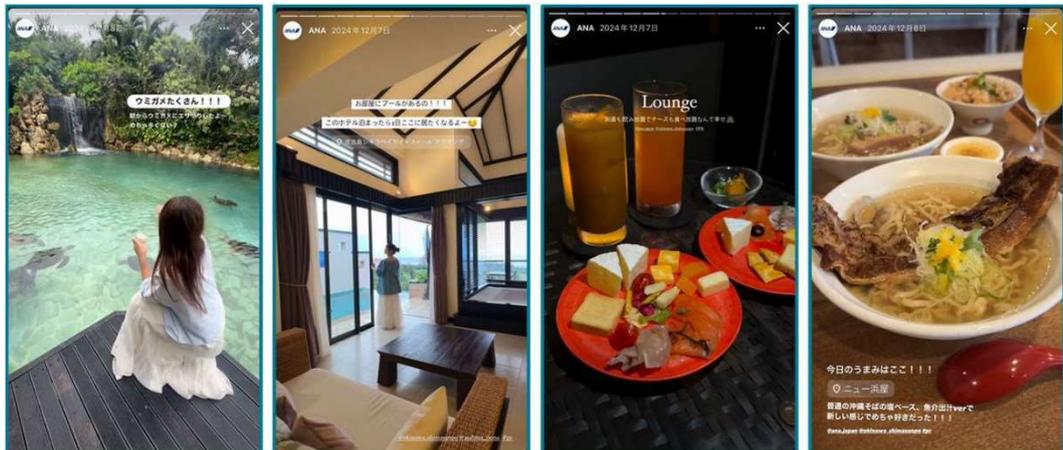


-Instagramストーリーズ

石垣島編



宮古島編



2. 航空会社連携プロモーション

1 全日本空輸株式会社 (ANA)



②インフルエンサーを活用した情報配信

- 計測期間：朝比菜りおなさん 令和6年12月26日～令和7年1月31日
ひとみさん 令和6年12月25日～令和7年1月31日

-配信実績



Instagram平均エンゲージメント率は3%となる。

インフルエンサー	プラットフォーム	本数	インプレッション数	エンゲージメント				
				合計	割合	いいね	コメント	保存数
朝比菜りおな	リール	1	25,278	911	3.6%	797	32	82
	ストーリー	27	62,082	2,571	4.1%	2,571	-	-
小計		28	87,360	3,482	3.87%	3,368	32	82
ひとみん	リール	1	12,118	236	1.9%	168	13	55
	ストーリー	14	26,136	362	1.4%	362	-	-
小計		15	38,254	598	1.67%	530	13	55
総計		43	125,614	4,080	2.77%	3,898	45	137

【インフルエンサーとOCVBの意見交換会】

インフルエンサーの朝比菜りおなさんと、沖縄の離島観光およびSNSを活用した情報発信について、意見交換会を実施。観光に関する情報のみならず、インフルエンサーの発信観点やSNS運用のノウハウまでの話を伺った。

- 日時：令和7年1月8日13:30～14:30
- 場所：OCVB内交流サロン
- 議事（※一部抜粋）



- ・石垣と宮古のアイランドホッピングを知らなかったが、実現可能ということが驚きだった。
- ・距離や料金的にも沖縄離島旅行に対するハードルが高く、海外旅行並みだと思っていたが、実際はそうではないところを伝えたい。
- ・SNSから情報を収集することが多く、気になるスポットを目的に旅に行く。
理由や目的さえあれば離島に足を運ぶのも億劫ではないと思う。

2. 航空会社連携プロモーション

1 全日本空輸株式会社 (ANA)



②インフルエンサーを活用した情報配信

(2)配信情報の記事化TABIPPOメディアとのタイアップ記事1本制作

2人のInstagramでの発信を元に、ANAを活用した石垣・宮古エリアを効率的に巡る旅の魅力を紹介。宮古⇄石垣路線を活用することで各島への移動がスムーズになり、限られた時間の中でも充実した旅行体験が可能であることや、各島の特色や観光スポット、美しい自然や文化体験についても詳細に説明し、参考になる情報をInstagramのリール動画と合わせて紹介。

■公開期間：令和6年12月27日～公開中

(<https://tabippo.net/ana-okinawa-islandhopping/>)

■計測期間：令和6年12月27日～令和7年1月31日



-配信実績

メディア	表示回数	ユーザー数	スクロール	スクロール率	セッション時間	エンゲージメント率
Google/cpc	4,669	4,269	504	11.81%	2秒	98.64%
Instagram/cpc	480	433	1,867	431.18%	3秒	100%
X/cpc	47	45	92	204.44%	19秒	95.83%
Google/organic	32	24	119	495.83%	29秒	96.55%
(direct)/(none)	25	23	117	508.70%	49秒	92.31%
(not set)	33	32	63	196.88%	3秒	0%
その他	14	14	55	392.86%	58秒	100%
合計	5,300	4,840	2,817	320.24%	23秒	97.22%



2. 航空会社連携プロモーション

1 全日本空輸株式会社 (ANA)



送客実績

	11月	12月	1月	2月	3月	計
旅客数(人)	81,020	70,755	69,204	66,776	64,113	351,868

※2/1~3/31送客数 = 2/1付予約数にて計上

〈路線別送客数〉

石垣着	羽田	関西	名古屋	那覇	宮古
送客数(人)	78,686	16,623	19,592	76,115	2,645
搭乗率(%)	79%	74%	78%	44%	11%

宮古着	羽田	関西	名古屋	那覇	石垣
送客数(人)	68,486	16,495	19,709	49,975	3,542
搭乗率(%)	75%	75%	79%	40%	14%

所感

今回の広告配信は初めての施策となる、ANA Moment Adsを活用したターゲティングを実施した。結果として、KPIを超えるクリック率となり、特に「旅マエ」層は高い反応を示した。広告に使用したバナーについても、広い層にクリックしてもらえる興味を惹く内容としたことも理由であると考え。

インフルエンサー活用においては、石垣-宮古路線の認知拡大を図り、拡散能力の高いインフルエンサーを起用して情報発信を行ったことで、2名それぞれの総計エンゲージメント率が2.77%という高い数値に繋がり、ターゲット層へ効果的にリーチが出来たと考える。インフルエンサープロモーションに関するデータや知見の蓄積は今後の施策検討に活用していきたい。

航空実績については昨年を上回る結果となり、沖縄（離島）観光需要増加とプロモーションの相乗効果と推察される。しかしながら、石垣-宮古路線の実績は他路線と比較して、低迷しており、未だ課題が残る結果となっている。就航開始が下期であったため、今後は夏季の実績も踏まえた課題を分析し、認知拡大と同時に、離島旅行におけるハードルを払拭するプロモーションを展開していきたい。また、首都圏からの直行便が増えたことによる、那覇発の送客数低迷も課題となっていることから、那覇経由便に対するプロモーションの展開も検討していきたい。

2. 航空会社連携プロモーション

2 スカイマーク株式会社



実施期間

令和6年11月18日～令和6年12月31日

実施内容・実績

テレビメディアおよびSNSを活用し、首都圏をメインターゲットに幅広い興味関心層を獲得することを目的としたプロモーションを実施。共通テーマである、人とのつながり、屋外アクティビティ等のコンテンツを軸としたモデルプランを作成し、スカイマークの宮古（下地島）空港路線の利活用を訴求した、来島者数増加を目指すプロモーションを行った。

- 総事業費：2,794,000円
- スカイマーク負担：1,474,000円
- OCVB負担：1,320,000円

①テレビメディアを活用したプロモーション

テレビメディアは、羽田空港を利用する人が多く居住するエリアに、幅広く情報発信ができる媒体として、テレビ埼玉の企画を選定。来島検討者に向けて、価値ある情報提供と潜在顧客層拡大を念頭においたモデルプランを策定し、スカイマークの客室乗務員を起用した下地島空港ならではの魅力を発信するプロモーションを制作した。

- 放映媒体：テレビ埼玉「情報番組マチコミ」
- 放映日：令和6年11月18日、11月25日
- 放映エリア：埼玉県・千葉県・神奈川県
- ターゲット層：F3層（50歳以上の女性）

 観光	✓ 下地島空港 	✓ 17エンド 
 体験	✓ モーニングヨガ 	✓ 琉球ガラス体験 
 食	✓ 地元ならではのグルメ 	✓ 絶景を望めるカフェ 



OCVBや関係各所からの情報をもとにスポットを選定

2. 航空会社連携プロモーション

2 スカイマーク株式会社



① テレビメディアを活用したプロモーション

-放送内容



地域事業者にも出演いただくことで、島んちゅとの交流を映像でも体現し、来島者インタビューも取り入れることで、より深度の深い情報を視聴者へ訴求した。

② SNSキャンペーンの実施

放送期間に合わせて、モデルプランを訴求するSNSキャンペーンを実施し、テレビ視聴エリア外への情報拡散を効果的に実行した。「沖縄しまさんぽ」公式SNSアカウントとの合同キャンペーンにて実施したことで、両アカウントから沖縄への興味関心が高いユーザーへのアプローチが可能となった。

※本キャンペーンは、スカイマークとしてのキャンペーンとなり、事業費からの費用の算出は無し。

■実施期間：令和6年11月18日～令和6年12月8日



テレビ放送した素材を使用したリール動画を作成

2. 航空会社連携プロモーション

2 スカイマーク株式会社



② SNSキャンペーンの実施

- 配信実績

媒体	フォロワー 増加数	いいね	インプレッション	コメント	シェア	保存
Instagram	1,601人	3,406	51,744	347	39	197

③ 放送素材の活用したプロモーション動画の制作

テレビ放送した素材に関しては、2次利用可能なショート動画として制作を行い、今後のSNSやオフラインイベントなどにおいて放映し、持続的に訴求を行う。



送客実績

	11月	12月	1月	2月	計
旅客数 (人)	3,700	8,000	7,700	6,600	26,000

〈路線別送客数〉

下地島着	羽田	神戸
送客数(人)	13,900	12,100
搭乗率(%)	78%	69%

2. 航空会社連携プロモーション

2 スカイマーク株式会社



所感

今回、テレビメディアおよびSNSを組み合わせることで、短期間で首都圏をメインターゲットに幅広い興味関心層への訴求を、効率的に実施することが出来た。

モデルプランについては、OCVBをはじめ、宮古島観光協会や現地事業者等と情報交換を行い、スカイマーク路線“ならでは”の魅力を発信できるような下地島エリアを中心としたスポットを選定を行ったことで、下地島空港を利用した旅行を魅力的に発信出来たと考える。更に、スカイマークの客室乗務員を起用したり、現地の事業者に出演してもらったことで、「スカイマークを利用して宮古島へ行きたい」、「島の人と触れ合いながら旅を楽しみたい」といった、新たな側面からの旅行意欲の促進に繋がったと感じる。

また、今回のテレビ放映については、限られたエリアでの放送であったことから、テレビ視聴エリア外への情報拡散を目的としたSNSキャンペーンを連動して企画したことで、一貫したストーリー性のあるプロモーションを展開でき、幅広い層への訴求が可能となった。

今年度は例年が一定的な施策となっていたことと比較して、新たな取り組みに挑戦することが出来たため、次年度も引き続き、効果的な施策を検討していきたい。



2. 航空会社連携プロモーション

3 日本トランスオーシャン航空株式会社 (JTA)



実施期間

令和6年11月1日～令和7年1月31日

実施内容・実績

- ①久米島プロモーション動画制作
- ②プレゼントキャンペーンによる誘客促進
- ③キャンペーンのデジタル広告配信

- 総事業費：2,660,144円
- JTA負担：1,340,144円
- OCVB負担：1,320,000円

①久米島プロモーション動画制作

若年層への「久米島」の認知拡大と興味関心の訴求を目的に、久米島の自然を満喫し、島でしか体験できないモノ・コト消費の内容を盛り込んだ動画にすることで、沖縄の原風景が残る久米島でゆっくりとした時間を過ごすことに価値を見出すような動画を制作することができた。



身も心も癒される極上の楽園 久米島の旅



2. 航空会社連携プロモーション

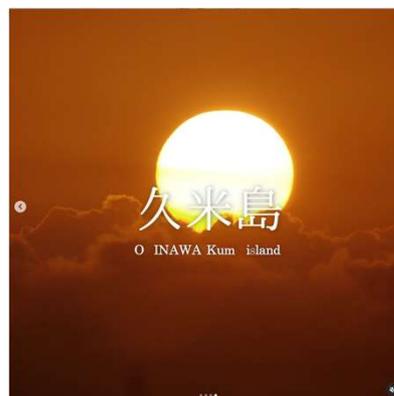
3 日本トランスオーシャン航空株式会社 (JTA)



②プレゼントキャンペーンによる誘客促進

ア. Instagramキャンペーン

JTA×久米島町観光協会と連携し、Instagramダブルフォローキャンペーンを実施。キャンペーン期間中にJTAおよび久米島町観光協会のInstagramをダブルフォロー、キャンペーン投稿に「いいね」、久米島プロモーション動画の感想をコメントすると、抽選で航空券や久米島の特産品が当たるキャンペーンを実施した。



-Instagramキャンペーン投稿の各数値

インプレッション数	いいね数	コメント数	シェア数	保存数
132,067	3,230	1,569	38	211

-Instagramキャンペーンの結果

応募者数	動画再生回数	久米島町観光協会 Instagramフォロワー増加数
1,569人	132,067回	2,229人

2. 航空会社連携プロモーション

3 日本トランスオーシャン航空株式会社 (JTA)



② プレゼントキャンペーンによる誘客促進

イ. 久米島路線購入者限定キャンペーン

対象期間内に那覇-久米島線をご購入いただいたお客様に抽選でホテル宿泊券や人気アクティビティ等が当たるキャンペーンを実施した。

キャンペーン [2]
ホテル宿泊券や人気アクティビティなどが当たる
久米島キャンペーン

キャンペーンは終了いたしました。

キャンペーン期間：2024年12月25日(水)～2025年2月7日(金)

対象期間中に、対象路線・対象運賃の往復航空券を購入すると、抽選でホテル宿泊券やレンタカー利用券、人気アクティビティ、飲食店のクーポンなどがプレゼント!

キャンペーン内容

キャンペーン登録期間中に当選ページからご応募の上、対象期間(対象予約開始および対象運賃開始)中に対象路線・対象運賃の往復航空券をご購入いただいたJALマイレージバンク(JMB)日本地区会員の方の中から、抽選でホテル宿泊券やレンタカー利用券および人気アクティビティ、飲食店のクーポンなどをプレゼントいたします。

キャンペーン登録期間

2024年12月25日(水)～2025年2月7日(金)

対象期間

対象予約期間：2024年12月25日(水)～2025年2月7日(金)
対象運賃期間：2025年1月6日(月)～6月30日(月)
※2025年4月23日～5月6日の期間中は除外

賞品概要

A賞 リゾートホテル久米アイランド ホテル 宿泊券1泊2日 6名様
B賞 久米島牧場 乗馬体験 森と浜散歩 60分 3名様
C賞 YUNAMI FACTORY カフェクーポン 6名様

対象のお客さま

JALマイレージバンク(JMB)日本地区会員で、キャンペーン登録期間中に当選ページからご応募の上、対象期間(対象予約開始および対象運賃期間)中に対象路線・対象運賃の往復航空券をご購入いただいたお客さま。

※まだ対象会員でないお客さまは、ぜひこの機会にご入会ください。

対象路線

JALグループ内線 沖縄県外各地空港を出発し、久米島を最終目的地とする経路

対象運賃

JALグループ内線フライトマイル積立対象全運賃、個人包括割引運賃、包括割引運賃(パッケージツアーなどに適用される包括割引運賃)、団体割引運賃、予約中割引運賃。

※ただし、以下の運賃でのご応募は対象外となります。
離島割引運賃、マイルアッププログラムの特典航空券(マイルで交換した航空券)、および幼児券(3歳未満)、国際線航空券の国内区間のご乗車。

注意事項

- ※エントリーはひとり1回まで、エントリー後の賞品の変更はできません。
- ※キャンペーンのご登録はキャンペーン専用ページのみで取り、空席や機内、影響などのご登録はできません。
- ※抽選結果の参加登録はできません。後続抽選に参加登録された場合は、抽選結果の発表への参加登録とさせていただきます。
- ※抽選された賞品が有効期限内でも有効ではありません。
- ※賞品送付の遅延により、本キャンペーンに当選された方は、当社が期間中に実施する他のキャンペーンに当選できない場合があります。
- ※当選の権利を譲渡・譲受することはできません。
- ※抽選結果について、お電話でのお問い合わせには回答できませんのでご了承ください。
- ※本キャンペーンは、沖縄県外在住の方が対象です。
- ※当選された方のみ、2025年3月31日までにJALマイレージバンク(JMB)に登録されているメールアドレスにメール送付させていただきます。メールアドレス(jta_campaign@jov-jta.co.jp)より登録ができるよう、あらかじめ設定してください。
- ※各賞品についてのご利用条件につきましては、当選通知の際、ご連絡します。ご希望に添えないこともございますのであらかじめご了承ください。

個人情報の取り扱い

ご応募に際してご提供いただいた個人情報は、「JALグループ株式会社 個人情報取り扱いについて」に基づき今回のキャンペーンの運営管理のためにのみ利用いたします。また一定期間保存した後、適切に削除いたします。

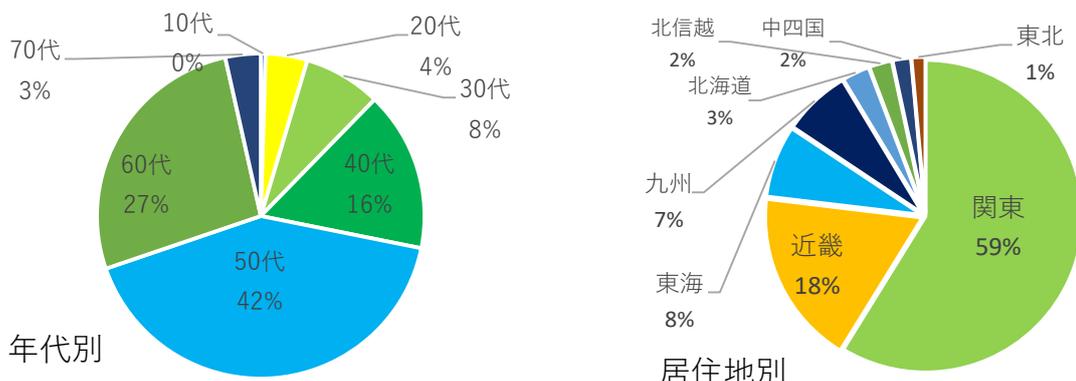
JALグループ株式会社 個人情報の取り扱いについて

Be. Okinawa
協力：沖縄県、(一財)沖縄観光コンベンションビューロー

- 制作したLPの各数値およびキャンペーン応募者数

PV数	UU数	CV	キャンペーン応募者数
25,198	17,958	1,215	628人

- キャンペーン応募者内訳 (年代比、男女比、居住地)



2. 航空会社連携プロモーション

3 日本トランスオーシャン航空株式会社 (JTA)



③キャンペーンのデジタル広告配信

〈Meta広告 配信実績〉

期間：2024/12/1～12/31



表示回数	クリック数	クリック単価	リーチ
1,092,761	18,917	¥ 58	383,768

-送客実績 (往復合計値)

	11月	12月	1月	2月	3月	計
旅客数(人)	10,696	9,330	10,308	11,007	5,087	30,334

※2/8～3/31の送客数は2/7時点の予約数にて計上

久米島着	那覇
送客数 (人)	30,334
搭乗率 (%)	70.8%



2. 航空会社連携プロモーション

3 日本トランスオーシャン航空株式会社 (JTA)



所感

今回、久米島プロモーション動画を制作したが、動画のコンセプト、内容等綿密なすり合わせを行っていなかったため、編集・修正にかなり苦労した。また、動画修正に時間を要したため、キャンペーン開始時期が遅れる結果となった。

しかし、動画を見た方から「久米島の自然が豊かでとても美しいのがよく分かる動画でした」や「星空の綺麗さ、夕陽、朝日、全て見たいので寝る暇がなさそうです！ぜひ長めに滞在したいです」等、星空やハテの浜、特産品や食べ物など久米島ご当地ならではの食、文化に対するコメントが多く、久米島の認知度向上および島での過ごし方や島の魅力について訴求できたと考える。また、配信後の予約数が右肩上がりに推移しており、キャンペーンを契機に久米島線の予約数を順調に伸ばすことができた。

プロモーション動画は、Youtube配信用とInstagram投稿用の2種類制作し、それぞれ配信を行ったが、Youtube動画の視聴回数は3,939回と想定よりも少なく、WEB広告による流入が不足していたことが考えられる。また、本企画のターゲットは10代～40代の学生、カップル、ファミリー層を設定しているが、結果として久米島線購入キャンペーンの内訳は50代～60代が全体の7割を占めた。

次年度も持続可能な久米島観光を支える為に若年層を誘客するプロモーションを継続するのであれば、若年層に訴求できる展開内容や媒体の選定や実際に来ている年代層を起点として、三世代旅行や親子旅行等をテーマにしたストーリー性のある企画を検討し、若年層へ久米島の魅力訴求及び誘客に繋がる企画展開を検討していきたい。

