



おでかけ
ネットワーク

萩市観光協会様 事例

SHOWCASE

国内旅行おでかけネットワーク動画プロモーション事例

Vpon JAPAN

2021年9月

戦略的ターゲットへのリーチに成功！ 萩市への興味度、訪問意向は約10%の大幅上昇

クライアント課題

国内向けに戦略変更を余儀なくされ、落ち込む県外観光客に対し、効率的にアプローチする必要があった

Vponの解決策

国内旅行特化のおでかけネットワークを活用し、効率的な動画配信と効果検証を実施

成果

ターゲットに効率的に配信が行え、態度変容調査により、認知・興味・訪問意向のすべてでポイントが上昇

事例：クライアント団体

萩市観光協会

一般社団法人萩市観光協会

Hagi Tourism Association



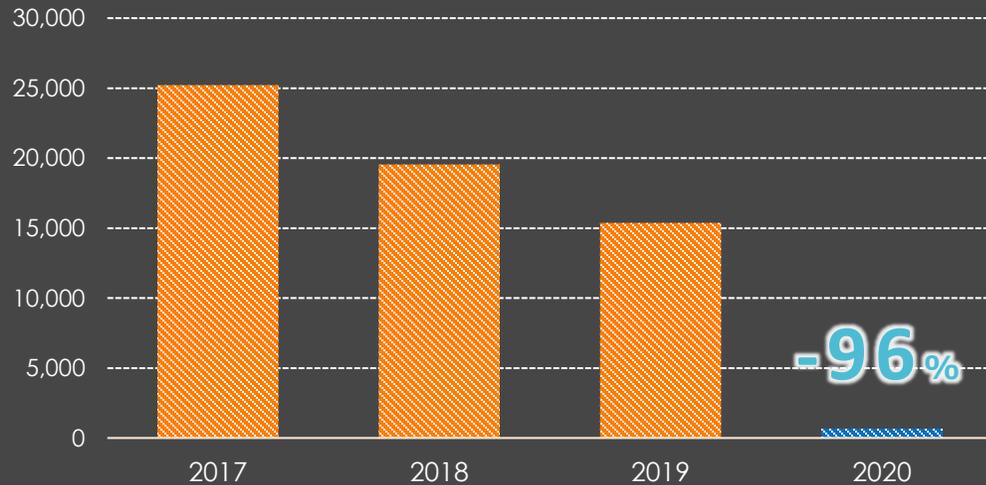
萩市は中国地方西部、山口県の北部に位置する日本海に面した市。

約400年前に形成された城下町のたたずまいが今日まで継承されており、いまも「江戸時代の古地図がそのまま使えるまち」となっている。また、幕末には吉田松陰、木戸孝允、高杉晋作、伊藤博文など維新の志士たちを数多く輩出し、生誕地や旧宅などの史跡が各所に残っている。

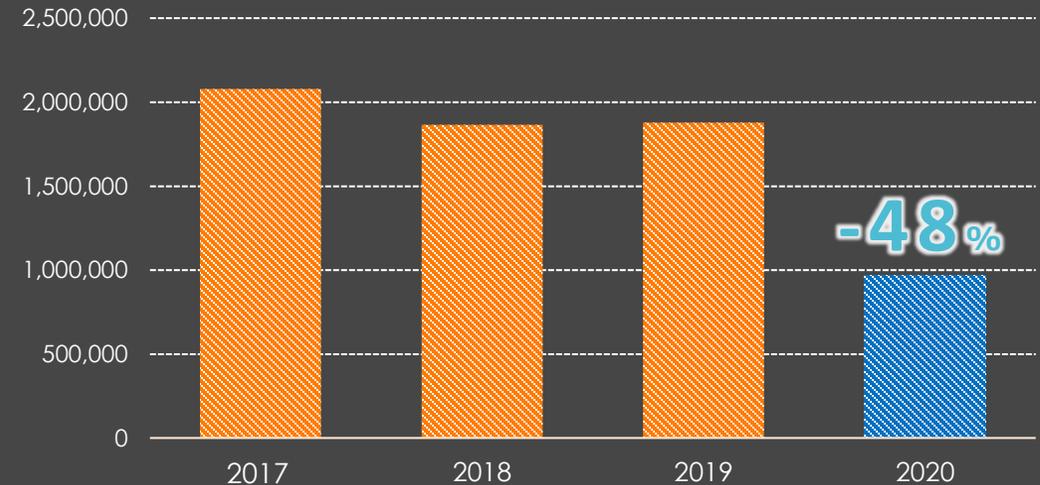
観光としては松陰神社・松下村塾など幕末から明治維新にかけて活躍した長州藩の志士たちの史跡萩焼松陰神社窯元など伝統工芸に関する施設などが多くある。その多くが江戸時代から幕末にかけてのものであるが、旧郡部は自然を生かした観光地が多い。また古い町並みの保存・活用が盛んで、重要伝統的建造物群保護地区(重伝建)に選定された地区が市内に4箇所あり、これは京都市・金沢市とともに全国最多である。

BACKGROUND / 背景

萩市の訪日観光客数の推移



萩市の県外観光客数の推移



背景： 昨年、新型コロナウイルス感染症に伴う渡航制限により、訪日観光客数は前年比で**96%減**の大幅減、国内旅行者についても4月から5月にかけて緊急事態宣言に伴う旅行控えや、施設の臨時休館やイベント開催の中止等の措置が講じられたことにより、大きく減少。特に県外観光者数は前年比で**48%減**となった。

CHALLENGE / 課題

新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、観光戦略もインバウンドから国内向けへの大きく変更を余儀なくされるなか、特に落ち込んでいる県外観光客に対し、限られた予算で効果的にアプローチをする必要があった

課題1



課題2



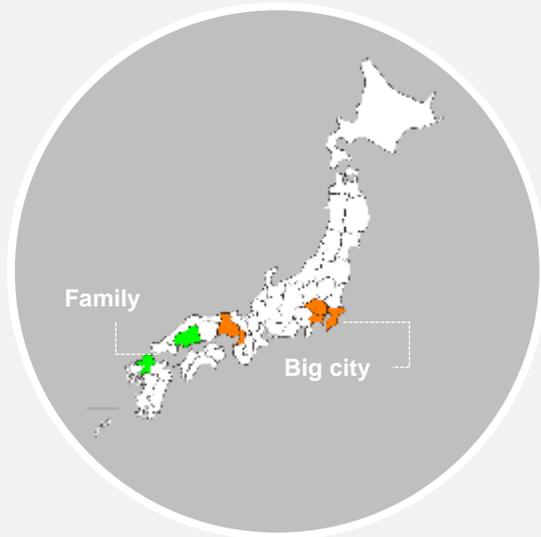
HOW

Vponの解決に向けた取り組みとは



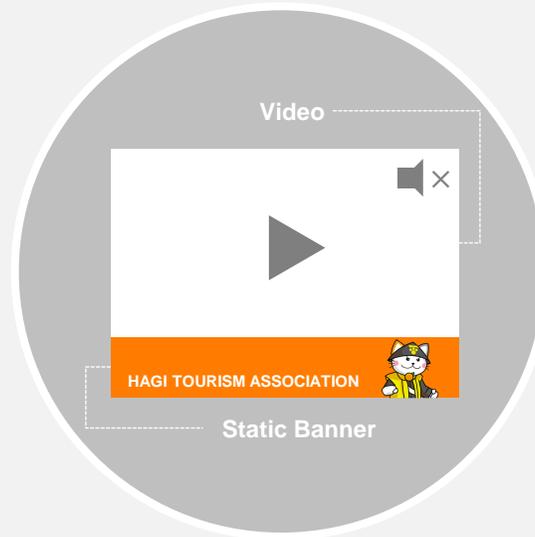
HOW / 施策

Area



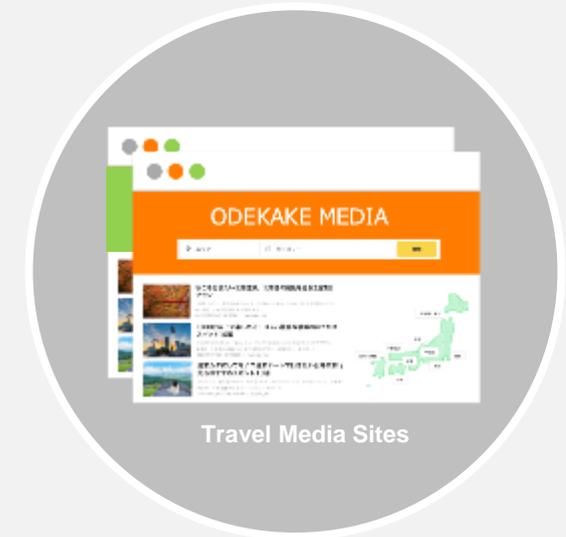
大都市圏旅行者層と
近隣ファミリー層

Creative



動画 + 静止画の
コンビネーションバナー

Media



旅行・おでかけに
特化したWebメディア

HOW / 配信エリア

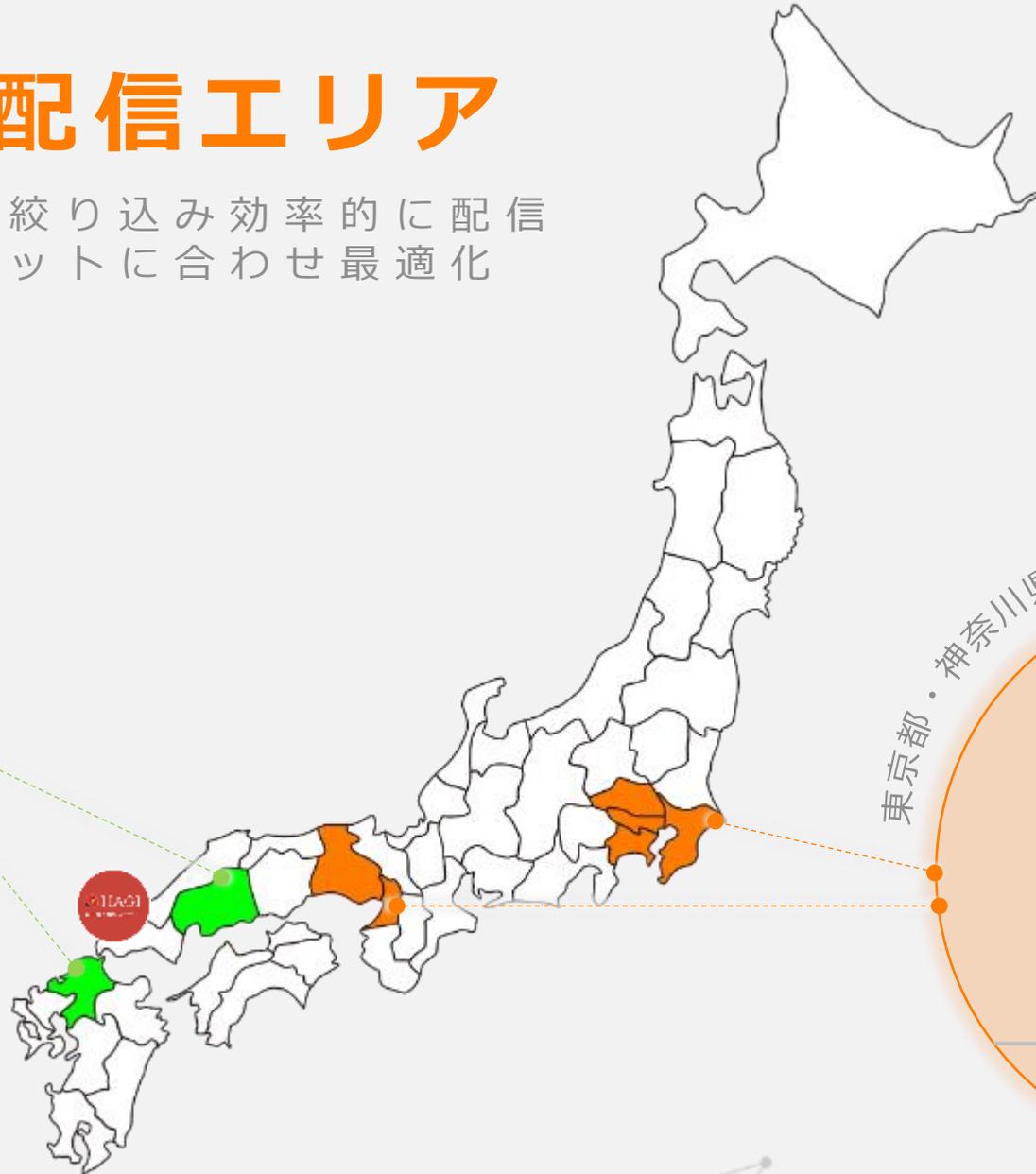
大都市圏と近隣のみ絞り込み効率的に配信
配信メディアもターゲットに合わせ最適化

福岡県・広島県



ファミリー層

子供向けおでかけメディア



東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・大阪府・兵庫県



大都市圏旅行者

おでかけメディア
乗り換え関連メディア

HOW / 広告クリエイティブ



動画

静止画

動画 + 静止画バナー

動画の強い訴求力とバナーの分かりやすさを組み合わせた広告クリエイティブ

1



2



3



4



5



6



30秒で萩の魅力を訴求

HOW / 配信媒体



Vpon 広告ソリューション

国内旅行おでかけネットワーク

動画フォーマットを中心として観光プロモーションに特化した国内の旅行掲載面へ配信を行う広告配信ネットワーク

- 今、旅行感度の高いユーザーを捉える掲載メディア
- ユーザーの態度変容を把握するブランドリフト検証

RESULT / 完全視聴率

動画の完全視聴率

単位：%

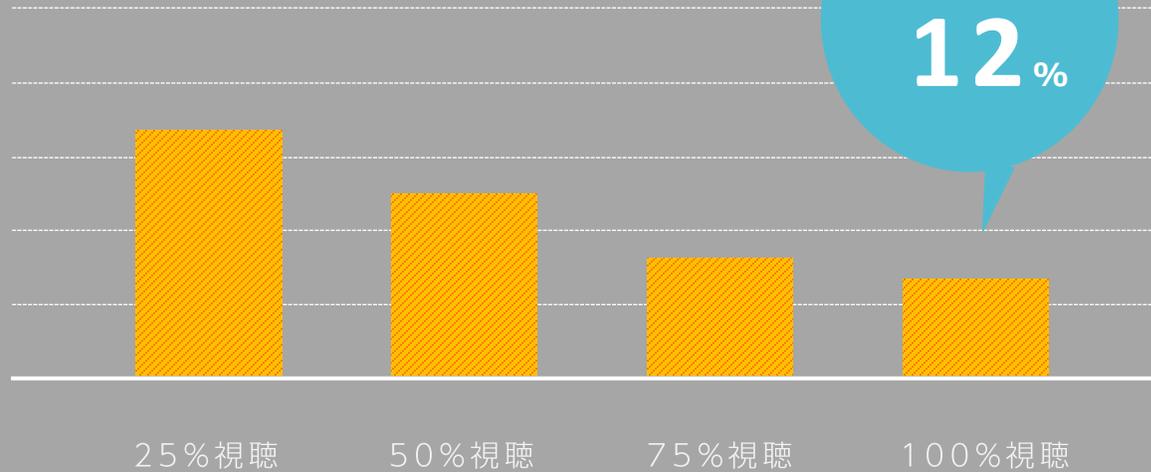
40

30

20

10

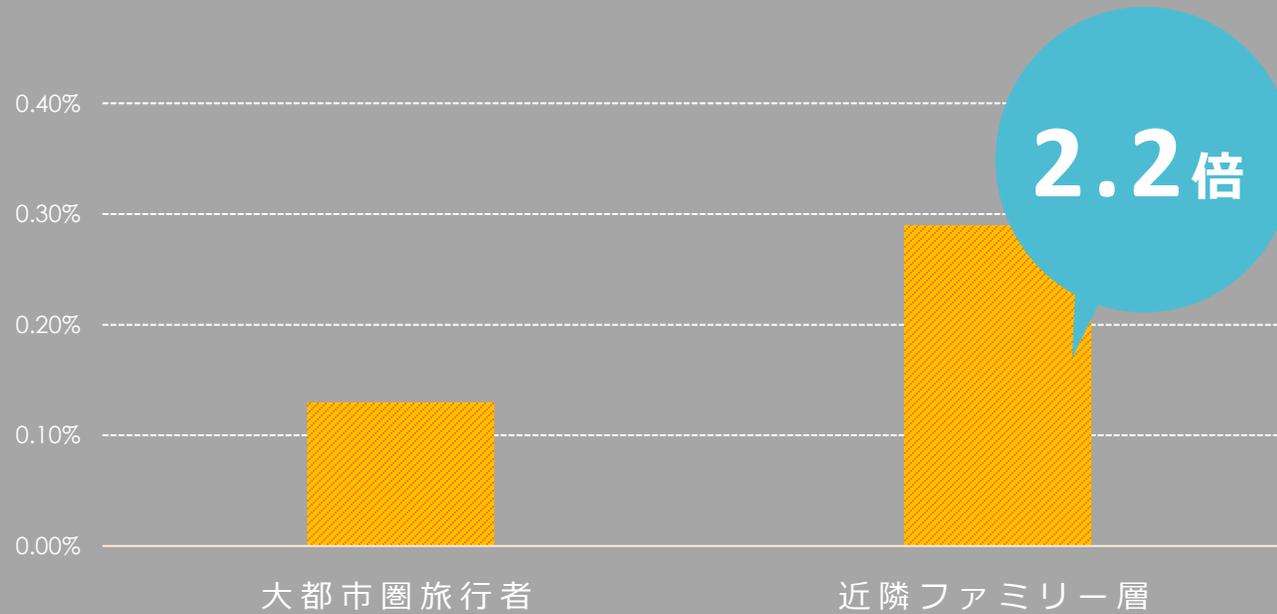
0



動画の完全視聴率は12%

RESULT / クリック率

ターゲット別のクリック率比較



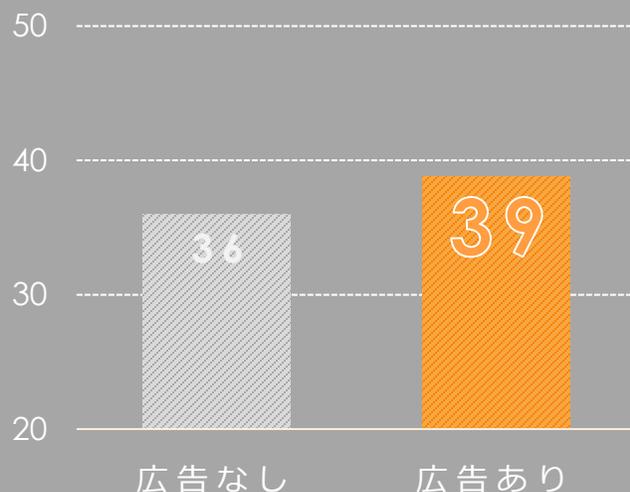
近隣ファミリーが2.2倍高い

RESULT / ユーザー態度変容

1 萩市認知度

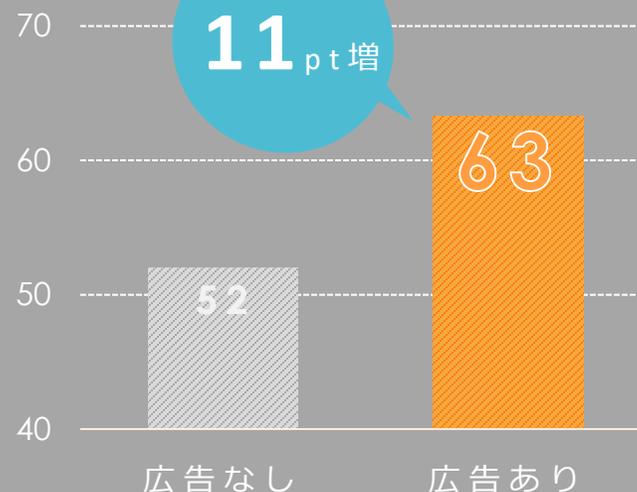
萩市を知っていますか？

「YESの回答割合」



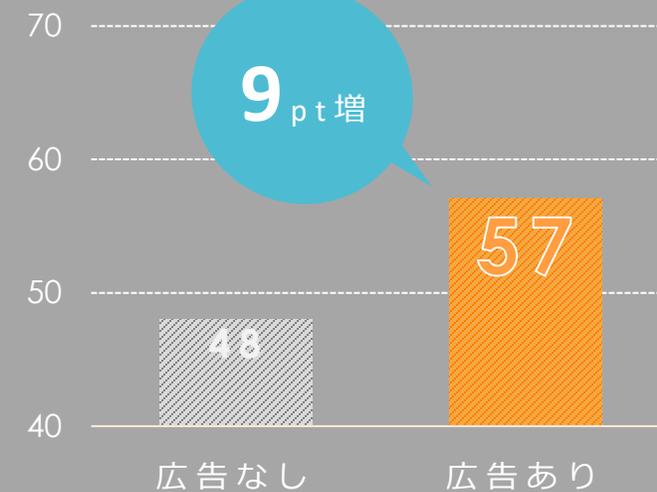
2 興味度

萩市に興味がありますか？



3 利用意向

萩市を訪れたいと思いますか？



興味度は**11%**、利用意向は**9%**と大きくポイント増加

OUTCOME / 成果

1

戦略的ターゲットへのアプローチの実現

ターゲットエリアを絞り込み、おでかけネットワークの旅行特化掲載面への動画配信の結果、完全視聴率12%と良好な数値が見られた。来訪を期待している近隣ファミリーユーザーは首都圏旅行者に比べ2.2倍のクリック率となった。

2

ユーザー態度変容の各種ポイントの上昇

広告効果測定のための態度変容調査により、広告を見ない場合との比較で認知項目で3ポイント、興味度、訪問意向項目で10pt近い上昇が見られ、動画での広告効果が明確となった。

お客様の声

一般社団法人 萩市観光協会 中村 浩二 様



一般社団法人 萩市観光協会
中村 浩二 様

新型コロナウイルスの拡大に伴い、観光戦略の大幅な変更を余儀なくされ、インバウンドから国内向けプロモーションにシフトする方針決定の際、おでかけネットワークをご提案いただき、作成したばかりの動画コンテンツを上手く活用することができました。

広告掲載するエリアやメディアも最適化いただき、戦略的ターゲットに上手くリーチできたと感じています。バナーデザインのサポートやクリック数の向上に向けた分析、工夫など親身になってご対応いただきました。通常のレポートのみならず、視聴者の態度変容調査があるのも適切な効果測定ができ良いですね。比較的低予算から広告が打てるので、決断も早くでき、効率的でスピーディーな点もメリットとして感じました。

コロナ収束が見えてきたときに、Go to トラベル等を利用した国内旅行の選択肢に「萩」をイメージしていただけることを期待しています。

アジアビッグデータカンパニー

Vpon

E-mail : sales.jp@vpon.com

TEL 東京 : 03-6361-0252

TEL 大阪 : 090-6754-2296



メルマガSNSで最新情報を更新中

<https://www.vpon.com/jp/subscription/>

Copyright (C) Vpon JAPAN K.K. All Rights Reserved.