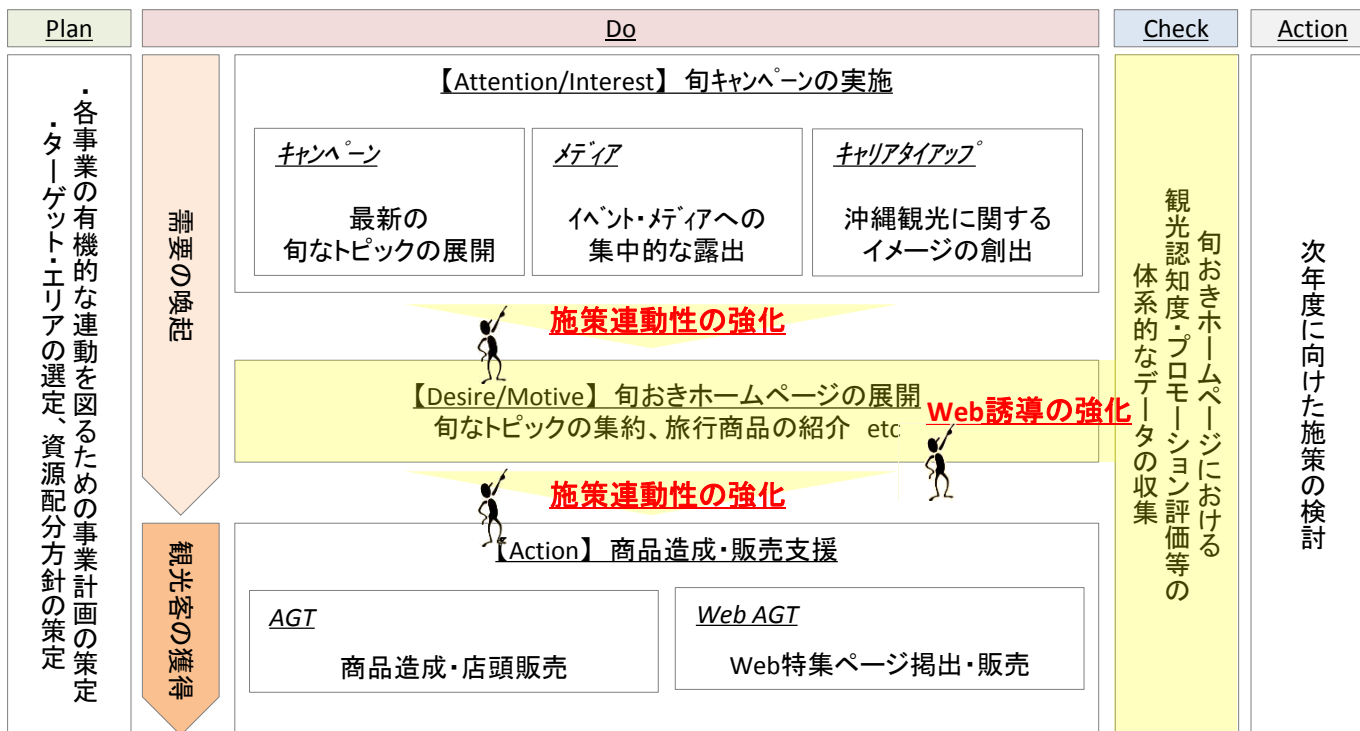


# 「旬香周島おきなわ」キャンペーン 展開イメージ



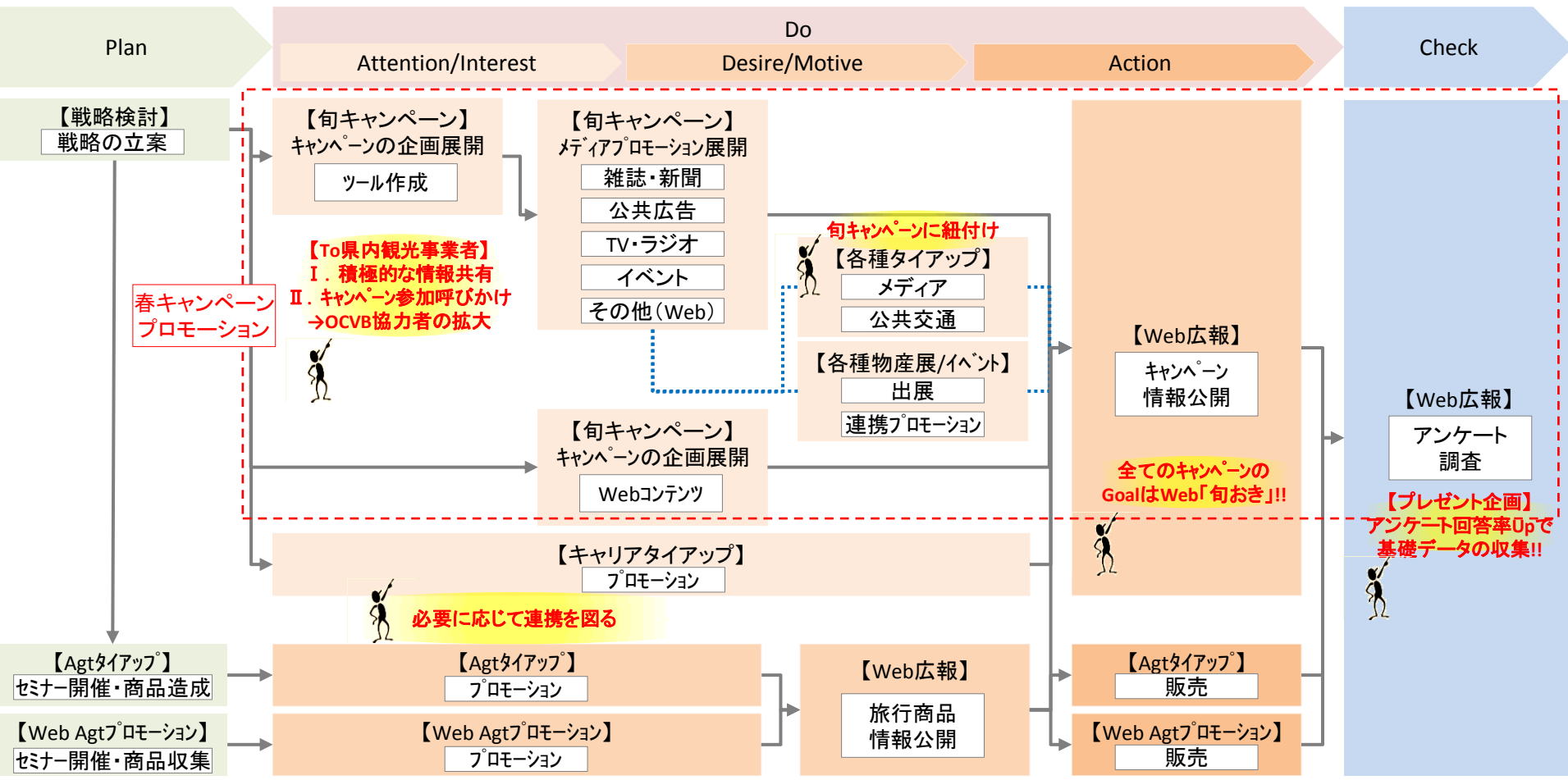
ターゲット	・旬毎に決定
エリア	・旬毎のターゲットに即し、適切なエリア・プロモーション方法を選択、決定(旬キャンペーンコンペ提案時要求事項)
コンセプト	・従来より展開している大規模なプロモーションにより、沖縄観光に関する基本的なイメージが定着している層に対し、より目新しい、最新の旬なトピックを提供していくことで新規顧客の開拓を推進する。
施策ポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・【施策連動性の強化】需要の喚起から観光客獲得まで、各施策の連動性を高め、施策効果を高める。</li> <li>・【Web誘導の強化】旬おきHPの「需要喚起機能」、「データ収集機能」を高めるため、各施策からの積極的なWeb誘導を図る。</li> </ul>



## 【参考】昨年度ターゲット・キャッチコピー

	夏	秋	冬	春
Main	<p>ターゲット</p> <p>ファミリー :子供の夏休み期間を中心に、家族旅行で初めて沖縄を訪れる層</p>	<p>女子旅</p> <p>:20代後半~30代の女性のグループ旅行や一人旅</p>	<p>アクティブシニア層</p> <p>:夫婦旅行で沖縄を訪れる50代~60代を中心とした層</p>	<p>3世代旅行</p> <p>:孫(未就学児)、親(20代~40代)、祖父(50代~70代)の層</p>
	<p>キャッチコピー</p> <p>夏族(カゾク)</p>	<p>恋の島、沖縄。</p>	<p>大人のふたり旅</p>	<p>(みんなで行くこうありがたいの島 沖縄) 春のおきなわ 親子孫たび</p>
Sub	<p>ターゲット</p> <p>学生旅行 :ピーク期を避けて8月下旬~9月に3名以上の団体で訪れる学生層</p>	-	<p>シニア層</p> <p>:団体旅行や家族旅行など多様な形態で沖縄を訪れる60代以上の層</p>	<p>卒業旅行</p>
	<p>キャッチコピー</p> <p>夏の思い出は、お金で買えない。</p>	-	<p>大人のふたり旅</p>	<p>(みんなで行くこうありがたいの島 沖縄) 撮ろうぜ!サイコーの卒業写真</p>

# 「旬香周島おきなわ」キャンペーン 事業展開の流れ

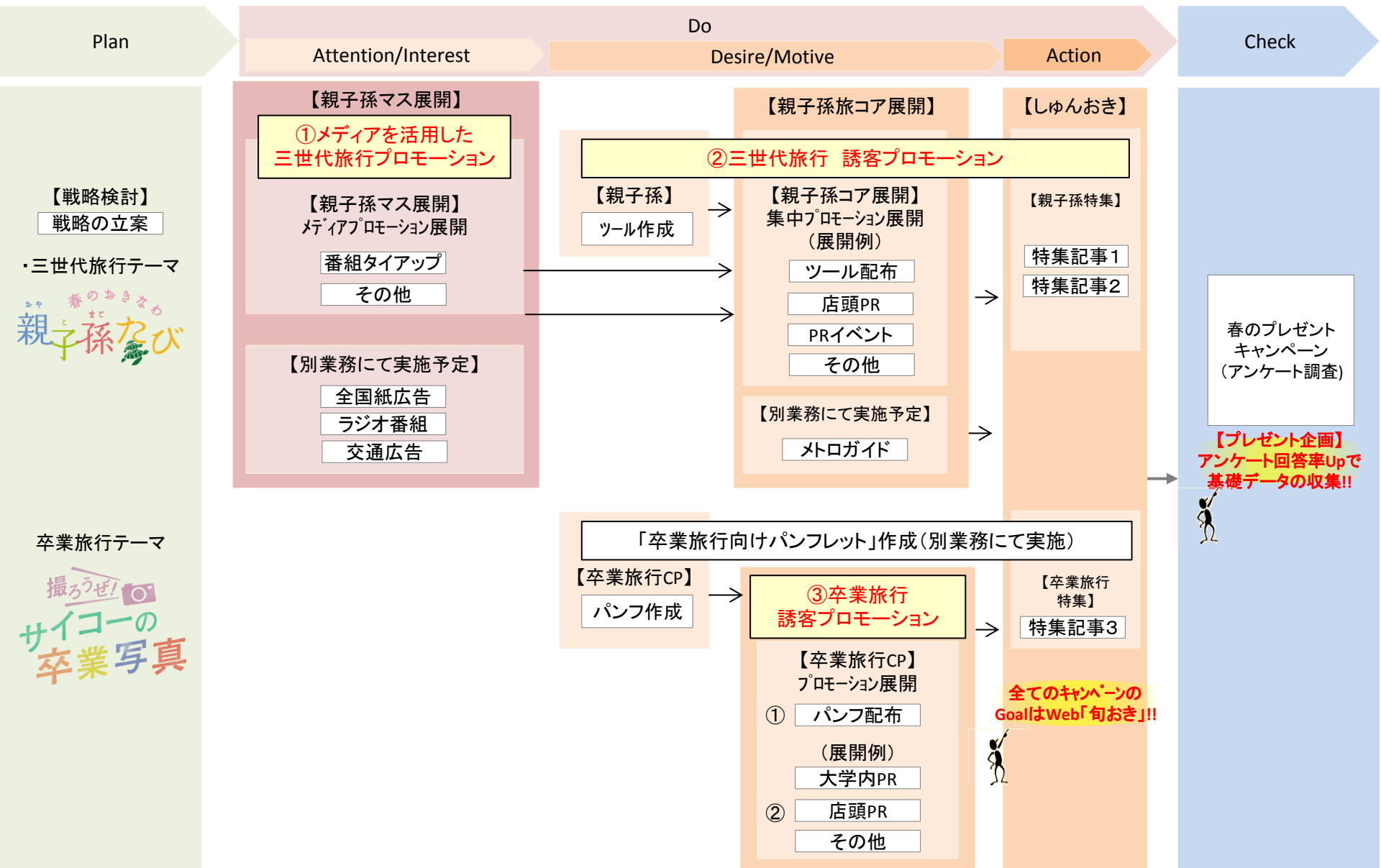


## 【事業展開にあたってのKey Point】



- ①【旬キャンペーン】メディアプロモーション展開における企画を中軸に据えたプロモーション展開。
- ②全てのキャンペーンにおける、Web「しゅんおき」のPR・誘導。※「しゅんおき」でアンケートに答えるとプレゼント提供有であることも同時周知。
- ③AGTが造成した商品をPRできる機会(イベントや公共交通等でのチラシ配布等)があれば、出来る限り協力をする。
- ④県内観光事業者を積極的に巻き込む。  
(昨年のインセンティブの結果を関係機関・事業者に公開する等、キャンペーンにかかわりの深い観光事業者とパイプを太くしていく事が肝。)

# 「旬香周島おきなわ」春キャンペーンプロモーションの流れ



ホーム ▶ トピック 夏のおきなわ ▶ 旬香周島おきなわ ▶ 夏のプレゼント ▶ ツアー&ステイ

旬香周島おきなわ

夏のプレゼント ▶ ツアー&ステイ

トモタビ vol.3 特集  
俺たちの明日はどっちだ？

ENTER vol.3

vol.1 はじめてのおきなわ夏族旅

vol.2 行くたび深まる夏族旅

new vol.3 トモタビ 俺たちの明日はどっちだ？

【特集コンテンツ3件】  
卒業旅行 1件  
親子孫たび 2件

夏のおきなわ特集

プレゼントキャンペーン

Topics

2013.08.08 OKINAWA 離島コンテンツフェア in 東京開催のお知らせ

2013.08. 特集記事 vol.3 を公開!

2013.08.08 外部リンク番号を更新しました!

夏のプレゼントキャンペーン  
アンケートに答えて抽選で「豪華賞品が当たる!!」

「リトハク」  
沖縄県民の力があまることを目撃した「離島博覧会」リトハク

ツアー&ステイ  
研修・学生旅行プラン  
お好きな情報をGET!!

事業者の方へ  
各種の申込み・お問い合わせ

2013年度 夏のおきなわ特集

2013年度 9月公開予定 秋のおきなわ特集

2013年度 10月公開予定 冬のおきなわ特集

2013年度 11月公開予定 春のおきなわ特集

過去の毎季キャンペーン

## 【プレゼントキャンペーン】



### ■ 実施方法

- ① Web「しゅんおき」上に、旬毎にアンケートページを用意 ※インセンティブを別途用意し、回答率の向上を目指す
- ② 旬プロモーション・路線別プロモーションにおけるプロモーション上で、「しゅんおき」統一アンケートの周知を図る
- ③ Web「しゅんおき」の旬Topに誘導、アンケートへ速やかに誘導を図り、回答を促す

### ■ アンケートによって得たい情報

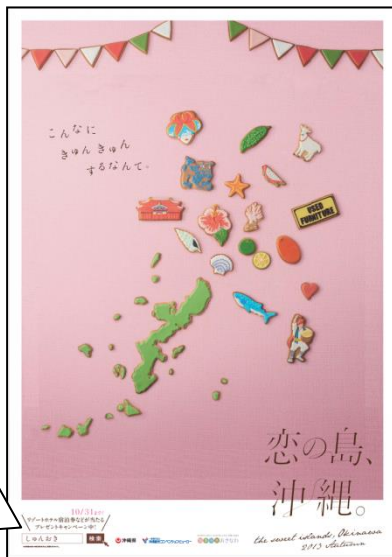
- ① プロモーション毎のアンケートへの誘導数 → 各プロモーション接触者のプロモーションによる興味喚起率を把握
- ② 旬プロモーションに関する基礎的な評価の獲得 → 属性情報に紐付いた旬プロモーションへの興味度を把握
- ③ 地域別・世代別の旅行意識・沖縄観光に対するイメージの取得 → 次年度プロモーション計画に向けたデータ取得

### ■ 賞品例

- ・ホテル宿泊券
- ・レストラン食事県
- ・食品(お菓子、泡盛、ビールなど)
- ・施設入場券、体験プログラム など

## 【キャンペーン告知例】

### ■ 秋キャンペーンポスター (キャンペーンプロモーションにて作成)



### ■ イベント配布用 誘導チラシ (OCVB作成)



**10/31まで!**  
リゾートホテル宿泊券などが当たる  
プレゼントキャンペーン中!

しゅんおき  **検索**

\*沖縄県の島々の配置と縮尺は、実際と異なります。