

47CLUBがご提供可能な 事業サポートについて

地域産品ブラッシュアップ事業 (商品改良のサポート)

今ある地域事業者様の商品について
パッケージ改良を中心とした
商品改良サポートを行います

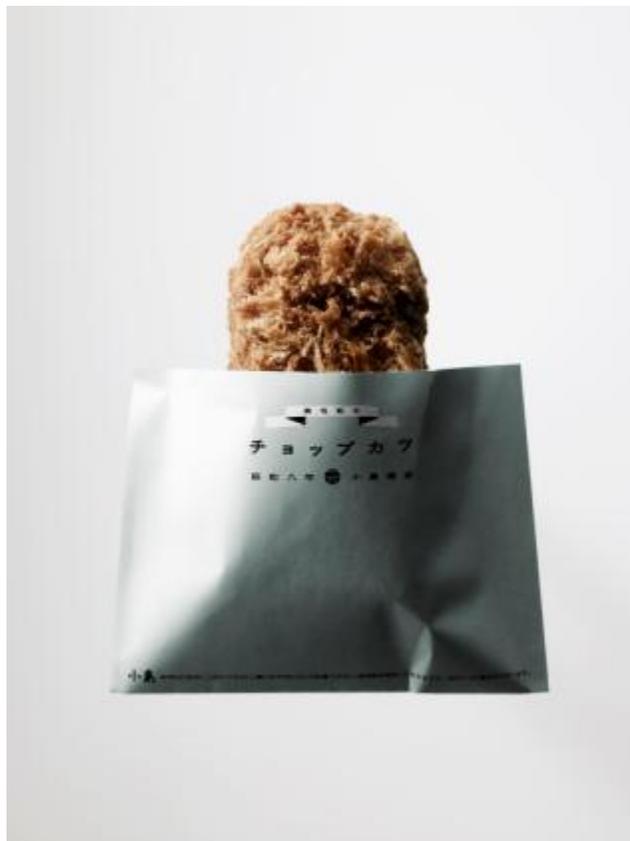
47CLUBの商品開発/改良 事例

◆ 群馬県事業者様 『たぶん世界一濃厚なプリン「天国のぶた」』



47CLUBの商品開発/改良 事例

◆ 東京都事業者様 『黒毛和牛「チョップカツ」』



サポート体制・事例

電通グループの経験豊富なクリエイター集団が 47CLUBとチームで対応いたします。

↓ 大手食品メーカーのパッケージデザイン開発



↓ おもしろアイデアが話題のガチャポン商品開発



事業のステップ（案）

- ① 商品募集
- ② 商品評価・審査会 <試用・試食>
- ③ 対象商品決定
- ④ 事業者様面談 <商品課題、希望販路などについての確認>
- ⑤ マーケティング調査 <市場動向・競合分析>
- ⑥ ブラッシュアップ案の提案 <パッケージデザインの改良提案>
- ⑦ 商品改良 実施・完成
- ⑧ 販売スタート

ご提供可能な事業サポート 基礎プラン

※下記画像は各イメージです。

◆事業者様面談

＜商品課題、希望販路などについての確認＞

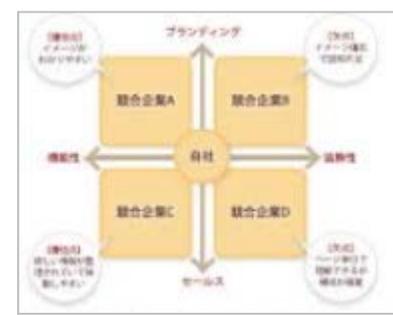
※商品実物の確認、試用・試食も行います。



◆マーケティング調査

＜市場動向・競合分析＞

※商品の市場有効性について考察します。



◆ブラッシュアップ案の提案

＜パッケージデザインの改良提案＞

※改良デザイン案カンパを提出します。



オプション
プラン

ご提供可能な事業サポート オプションプラン

※下記画像は各イメージです。

◆商品募集

地域で圧倒的なシェアを持つ地方新聞社の機能を活用し、地域事業者への幅広い商品募集告知が可能です。



新聞広告



新聞社WEBサイト

◆商品評価・審査会〈試用・試食〉

地域に詳しい地方新聞社、商品改良知見のある(株)47CLUBが商品評価基準の設定や審査会の運営など、商品選定のサポートをいたします。



= 商品評価 観点案 =

地域性

デザイン性

新規性

価格訴求力

安全性

市場適応性

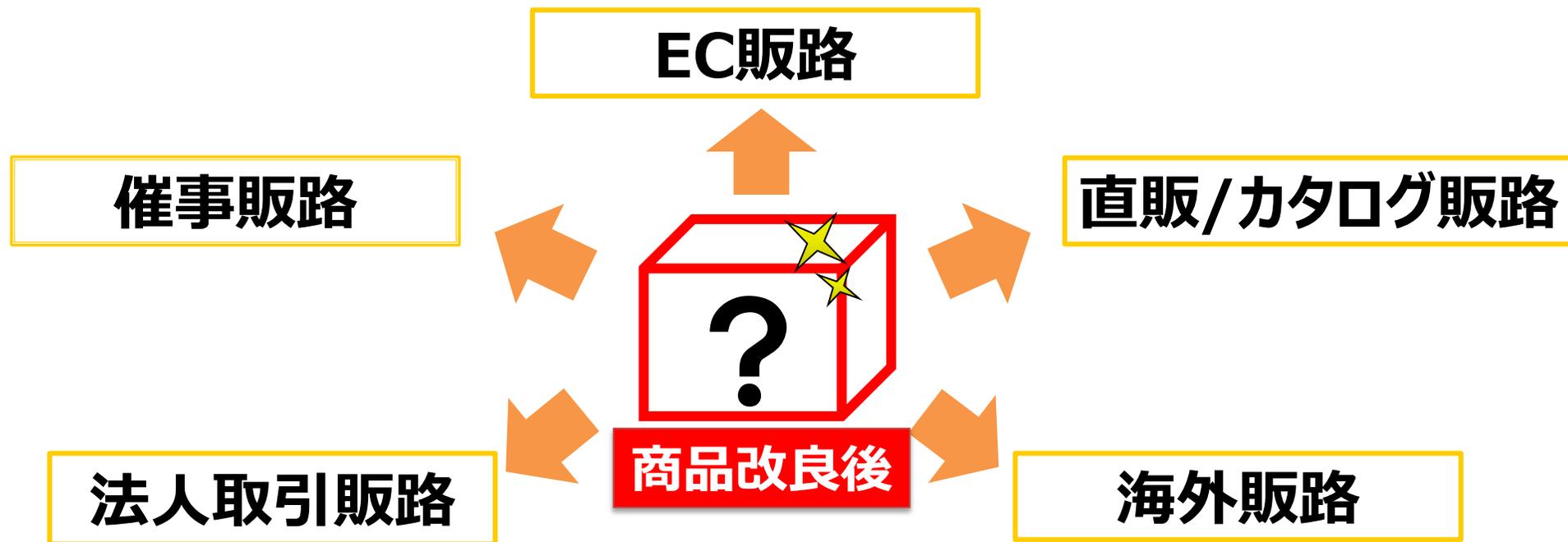
話題性

将来性



ご提供可能な事業サポート オプションプラン

◆商品改良後の販売、販路の拡大



47CLUBに参加いただき、「販路拡大」のための
様々なサポートを受けることができます。

**商品改良をはじめとした、
売りに繋がる施策をご提案します。**

【お問い合わせ先】

株式会社47CLUB 地方創生担当

長倉（ながくら）

松崎（まつざき）

椀沢（かばさわ）

電話：03-6402-4700

企画名：全国ネットのFMラジオ番組で紹介！「ふるさと割！感動物語 ワリカン！」(仮)

提供主体：FMラジオ（JFN全国38局ネットワーク）

概要：

FMラジオを使って全国のリスナーに我が町をPR。毎週全国どこかにラジオ番組が訪問するキャラバン企画です。パーソナリティ、旅行者、シモティーがフラットに、まるで割り勘(ワリカン)する飲み仲間のよう語り合い、その土地の空気や人々の息づかいを感じさせる、リスナーが耳で旅するFMラジオ番組「ワリカン」(仮)。実際にパーソナリティが取材、地元の人々とコミュニケーション(飲みニケーションも含む!)を通じて、方言・祭り囃・自然のおりなす音を使いながら、名産品や観光地をご紹介していきます。番組で名物サイト・旅行サイトページをご紹介することはもちろん、他メディア(雑誌・ウェブ)との連動も可能です。※ご出資いただいた自治体は、必ず訪問致します。

JFN38局ネット 週1 30分番組(仮)

ワリカン
～ふるさと割 感動物語～



番組を軸にSNSでも情報発信し、コンテンツをアーカイブ化、また、番組と地域とリスナーの交流の場を作ります。

JFN
JFNが主体となり、各FM局と取材連携しながら軸となる30分番組を制作します。



放送内で紹介

※放送日数に限りがありますので、決定順とさせていただきます。締め切らせていただく場合があります。また、応募数が満たない場合は、各自治体さまと別途ご相談の上、実施方法を検討させていただきます。

基軸サイトなどとの連動

ふるさと名物サイト

ふるさと旅行サイト



38局一覧と聴取可能人口(万人)



FM北海道	507	FM滋賀	414
FM青森	345	FM OSAKA	2,015
FM岩手	305	KissFM KOBE	1,332
FM仙台	493	FM岡山	598
FM秋田	125	FM山陰	146
FM山形	200	広島FM放送	549
ふくしまFM	305	FM山口	489
TOKYO FM	4,307	FM香川	516
FMぐんま	602	FM愛媛	584
FM栃木	313	FM徳島	584
FM新潟	321	FM高知	85
FM長野	212	FM FUKUOKA	762
K-MIX(静岡)	643	FM佐賀	305
FMとやま	196	FM長崎	352
FM石川	248	FM熊本	390
FM福井	198	FM大分	272
FM岐阜	774	FM宮崎	235
FM AICHI	1,332	FM鹿児島	237
FM三重	961	FM沖縄	126

実施イメージ



全国38局ネット
毎週日曜13:00～
現在放送中
パーソナリティ:
小山薫堂・柴田玲
(一部局放送時間が異なります。)
提供：日本郵政グループ
導入：
日本人でも知っているよう
で知らない「いいモン」を発見する...



「ワリカン」ナビゲーター案
あおい有紀
酒サムライ/フリーアナウンサー
食のなでしこコンテスト 準グランプリ
観光庁主導 酒蔵ツーリズムにて目利き役

全国ネットFMラジオ 生ワイド番組を活用！ 観光ツアーや認定商品を生レポート！

MY HOMETOWN VOICE

全国27局ネット、午前と午後の生ワイド番組の中で、生産者・ご担当者と電話を直接つなぎ、ご紹介。
現地の声でご紹介していただきながら、販売サイトへ問い合わせ先へ誘導いたします。

FMラジオ



番組連動 販売サイト

【放送枠】:毎週 月～金曜 3分20秒 週5回

10:10～



OH! HAPPY MORNING」
ーハッピーモーニング

14:15～



Don't look down,
Face forward

「e」
「ス

face monday - thursday afternoon jfn program

【本編尺】: 3分20秒 (2001年)

【放送局】:27局ネット (右上部地図参照)

FM青森 FM仙台 FM秋田 FM岩手 FM山形 ふくしまFM FM富山 FM石川 FM新潟 FM栃木
FM長野 FM福井 FM岐阜 FM三重 FM滋賀 FM山陰 FM岡山 FM山口 FM香川 FM徳島
FM高知 FM佐賀 FM長崎 FM大分 FM宮崎 FM鹿児島 FM沖縄



face火曜パーソナリティ
杉崎美香



全国ネット 朝のFMラジオを活用！ 「放送」+「Web」+「リアル」 番組連動型イベント

ふるさとバスツアー

全国ネットのワイド番組と連動して、バスツアーやイベントを企画し、そのエリアをご紹介。
3か月に渡り、放送の中で紹介しながら、販売サイトや問い合わせ先へ誘導します。

FMラジオ

ツアー・イベント

番組連動 販売サイト

【実施例】

【実施例】

番組：「OH! HAPPY MORNING」
オーハッピーモーニング
毎週 月～金曜 7:30～10:55

ハピモニバスツアー

実施日：2014年5月10日
場 所：岩手県久慈市にて開催
告知期間：2014年2月中旬～5月中旬
(約3か月間)



OH! HAPPY
OH! morning

地元の名産・特産・ご当地グルメ 「思い込み破壊」調査パッケージ

2015年2月

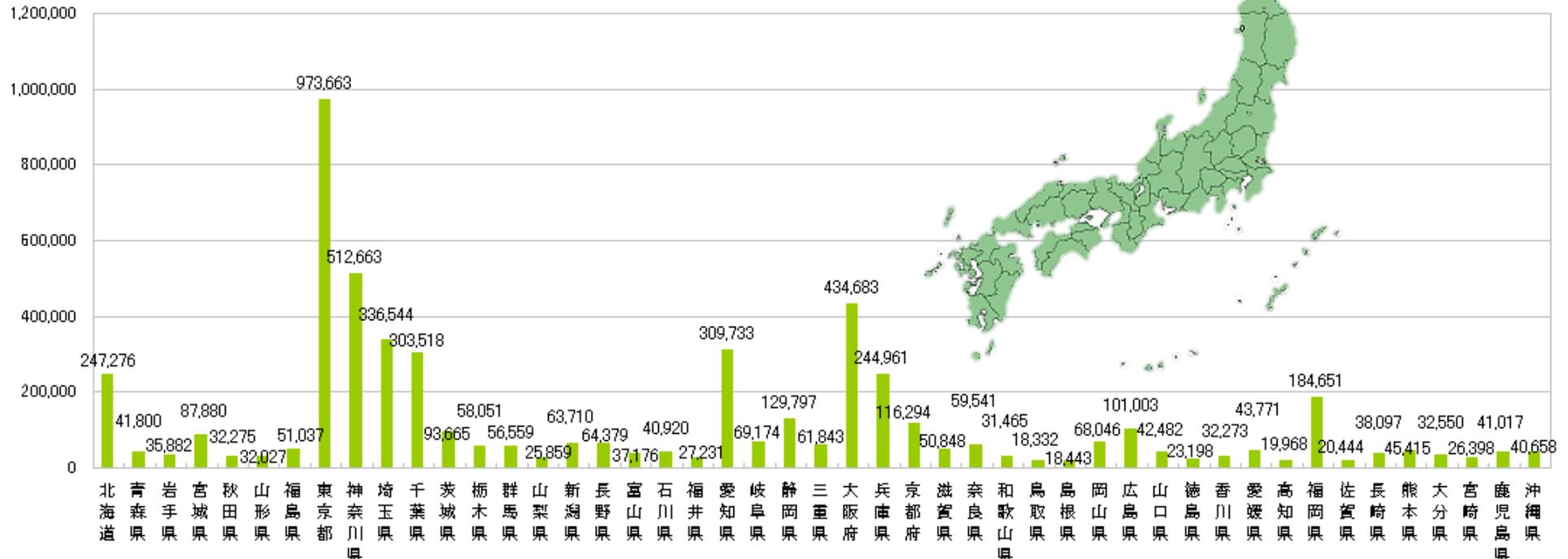
GAIN
人々の思いを解き明かす

株式会社ゲイン (GAIN Inc.)

- 所在地 〒105-0011
東京都港区芝公園1-3-8 苔香園ビル6F
TEL: 03-5776-2821 FAX: 03-5776-2822
- 設立 1991年4月
- 代表 代表取締役会長 広瀬 篁治
代表取締役社長 岡田 隆太郎
社外取締役 川鍋 一郎（日本交通株式会社代表取締役社長）
- 従業員数 20名（グループ総従業員数 150名）
- 事業内容 日本(アジアを中心としたグローバル)マーケティングリサーチ
・企画設計、実施、分析
・インターネットリサーチシステムを活かしたASPの提供
・インターネットリサーチ会員のパネルの提供
・テキスト分析事業
- 所属団体 日本マーケティングリサーチ協会(JMRA)
ヨーロッパ・マーケティング世論調査協会(ESOMAR)
アメリカ・サーベイ・リサーチ機関協議会(CASRO)
- 関連会社 株式会社リゲイン :コールセンター、BPOセンター、WEBチャット
ディグラム・ラボ株式会社 :心理学と統計学で診断する「ディグラム」コンテンツ運営
株式会社NEWSY :調査結果のニュースサイト「しらべえ」運営
株式会社凸 :FGIの新形態「ゴチソー」運営

業界最大の調査パネル保有！

全国**540万人**の日本最大級のリサーチパネルネットワーク
※2015年2月時点:5,427,200人 うち287万人が自社DBパネル



業界最大の調査パネル保有！

全国**540万人**の日本最大級のリサーチパネルネットワーク
※2015年2月時点:5,427,200人 うち287万人が自社DPパネル

日本全国の生活者へ
アクセスが可能！



地元の名産・特産・ご当地グルメ 「思い込み破壊」調査パッケージ

2015年2月



「思い込み破壊」調査でわかること

道外在住者が想起する「いくら・うに・チーズ」を売るべき！
道内在住者の想起する「ラーメン・ジンギスカン」は記事化で魅力を訴求！

北海道編

「●●（都道府県）」の名産・特産品・ご当地グルメと聞いて何を思い浮かべますか？

<北海道に住んでいる人>

順位	名産・特産品・ご当地グルメ
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

<北海道に住んでいない人>

順位	名産・特産品・ご当地グルメ
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

※圏内、圏外各250ss 複数自由回答形式

- 北海道では、「カニ」「白い恋人」は、北海道内外問わず認知が高い。
- 北海道に住んでいる人では、「ジンギスカン」「ラーメン」「スープカレー」は認知が高い。
- 一方で、北海道に住んでいない人からは、「うに」「昆布」「チーズ」の認知が高い傾向がある。
- 北海道以外にお住いの方は、北海道＝スープカレーのイメージは醸成されていないと思われる。

「思い込み破壊」調査でわかること

道外在住者が想起する「いくら・うに・チーズ」を売るべき！
道内在住者の想起する「ラーメン・ジンギスカン」は記事化で魅力を訴求！

北海道編

「●●（都道府県）」の名産・特産品・ご当地グルメと聞いて何を思い浮かべますか？

<北海道に住んでいる人>

順位	名産・特産品・ご当地グルメ
1	カニ（毛蟹／タラバガニ）
2	白い恋人
3	ジンギスカン
4	ラーメン
5	じゃがいも
6	鮭
7	メロン
8	スープカレー

<北海道に住んでいない人>

順位	名産・特産品・ご当地グルメ
1	カニ（毛蟹・タラバガニ）
2	白い恋人
3	じゃがいも
4	メロン（夕張メロン）
5	いくら
6	うに
7	昆布
8	チーズ

※圏内、圏外各250ss 複数自由回答形式

- 北海道では、「カニ」「白い恋人」は、北海道内外問わず認知が高い。
- 北海道に住んでいる人では、「ジンギスカン」「ラーメン」「スープカレー」は認知が高い。
- 一方で、北海道に住んでいない人からは、「うに」「昆布」「チーズ」の認知が高い傾向がある。
- 北海道以外にお住いの方は、北海道＝スープカレーのイメージは醸成されていないと思われる。

「思い込み破壊」調査でわかること

道内外から、今まで気づかない名品があがることも…

北海道番外編

「●●（都道府県）」の名産・特産品・ご当地グルメと聞いて何を思い浮かべますか？

<北海道に住んでいる人>

順位	名産・特産品・ご当地グルメ
-	豚丼
-	わかさいも
-	いかめし
-	ロイズ
-	月寒あんぱん
-	ノースマン

<北海道に住んでいない人>

順位	名産・特産品・ご当地グルメ
-	はさみ漬け
-	アスパラ
-	開拓おかき
-	バターサンド
-	リボンナポリン
-	じゃがポックル

※自由回答形式で取得したため、集計はしていません。

- 少数意見の番外編（ご参考）
- 北海道に住んでいる人は、「豚丼」「いかめし」「ロイズ」などを挙げているが、北海道以外からは想起されなかった。
- 北海道以外に住んでいる人は、「はさみ漬け」「アスパラ」「開拓おかき」などをあげているが、北海道に住んでいる人からは想起されなかった。

「思い込み破壊」調査概要

地元の名産・特産・ご当地グルメの思い込みを破壊するイメージ調査。
地域内外の回答を5問以内で 可能です。

	名産・特産品・ご当地グルメ
目的	地域の名産・特産・ご当地グルメが、地域内外の人にどのように思われているかを明らかにする。
対象者	対象都道府県に住んでいる人／対象都道府県以外に住んでいる人
回答数	最大500ss ※指定エリアにより回収数が少なくなる場合がありますので、事前にご相談ください。
質問数	5問以内 Q1.性別 Q2.年代（10代以下、20代、30代、40代、50代、60代以上） Q3.お住まいの都道府県 Q4.「●●（地域名）」の名産・特産・ご当地グルメと聞いて浮かぶもの （最大5つまでの自由回答形式） Q5.自由に質問を設定いただけます。
価格	
納品物	□ーデータ（エクセル形式） ※自由回答形式でデータ回収を行うため、集計はありません。

「思い込み破壊」調査概要

地元の名産・特産・ご当地グルメの思い込みを破壊するイメージ調査。
地域内外の回答を5問以内で5万円から可能です。

	名産・特産品・ご当地グルメ
目的	地域の名産・特産・ご当地グルメが、 地域内外の人にどのように思われているかを明らかにする。
対象者	対象都道府県に住んでいる人／対象都道府県以外に住んでいる人
回答数	最大500ss ※指定エリアにより回収数が少なくなる場合がありますので、事前にご相談ください。
質問数	5問以内 Q1.性別 Q2.年代（10代以下、20代、30代、40代、50代、60代以上） Q3.お住まいの都道府県 Q4.「●●（地域名）」の名産・特産・ご当地グルメと聞いて浮かぶもの （最大5つまでの自由回答形式） Q5.自由に質問を設定いただけます。
価格	50,000円 （税抜） ※設問追加、設計変更などがありましたら、別途ご相談くださいませ。
納品物	□ーデータ（エクセル形式） ※自由回答形式でデータ回収を行うため、集計はありません。

「思い込み破壊」調査概要

地元の名産・特産・ご当地グルメの思い込みを破壊するイメージ調査。
地域内外の回答を5問以内で5万円から可能です。

	名産・特産・ご当地グルメ
目的	地域の名産・特産・ご当地グルメのイメージを破壊するイメージ調査。 地域内外の人にどのように
対象者	対象地域内外の
回答数	最大50問以内 ※指定あり
質問	Q1～Q5の5問以内（最大5つまでの自由回答形式）
価格	50万円以内 ※お問い合わせください。
納品物	ローデータ（CSV形式） ※自由回答形式でデータ収集を行うため、集計はありません。

たった5万円で、
名産・特産に関するコンテンツを
獲得できます！

調査結果を施策へつなげることが可能です。

県外認知の低い名品は、さらなる認知促進が必要。

調査結果はコンテンツになります。
ニュースサイトで記事化し情報を拡散。

気になるアレを大調査ニュース！
しらべえ

キーワードを入力 ? 検索

RSS Twitter Facebook Google+ Mixi

232 シェア
100 ツイート
7 ブックマーク
14 G+
30 Pocket
イイネ!

【北海道グルメ】なぜ文具店の中に？ 札幌味噌ラーメンの元祖「味の三平」を堪能

2015/01/13/ 17:00 すごい グルメ ラーメン 北海道 味噌ラーメン 札幌

AD

Facebook Twitter はてブ Pocket G+ Mixi

はじめまして。このたび、しらべえコラムニストになりましたフリーアナウンサーの西島まどかです。

日本全国47都道府県、様々なご当地グルメがあります。ご当地グルメ「元祖」の店に行きたいと考えてお店探しをすると、その「元祖」をうたう店の多さにこれまた驚きます。正直どの店が、誰が一番に始めたのかわからん...いつも困るのです。

では、言わずと知れた北海道札幌市のご当地グルメ「味噌ラーメン」は...というと、

人気記事ランキング

日	週	月
	食べるだけじゃない！ 美容にうれしい「バナナ」驚きの使い方	
	夫婦は一緒に寝るべきか？ 別々に寝るべきか？ 睡眠の「質」視点で分析！	



※記事はサンプルです。
※記事化は別途費用が必要です。

調査結果を施策へつなげることが可能です。

県外認知の低い名品は、さらなる認知促進が必要。

調査結果はコンテンツになります。
ニュースサイトで記事化し情報を拡散。



急成長！ 月間PV900万↑
WEBニュースメディア

世界で1000万DLスマニュー&
日本で800万DLグノシーへ
配信されます！

※記事はサンプルです。
※記事化は別途費用が必要です。

調査票サンプル

アンケートタイトル	地元に関するアンケート	
■対象者条件		
項目	対象者条件(文章で記載)	SC条件ロジック
性別	男女	-
年齢	15歳以上	-
未婚	不問	-
職業	不問	-
居住地		-
その他	-	-
割付(GATE)	最大1000ssまで	余剰サンプルは1.1で算出してください。

■スクリーニング

質問番号	回答ベース	質問項目	回答形式	マトリクス項目	選択肢番号	質問文・選択肢	備考
Q1	全数	性別	SA(単一回答)			あなたの性別をお選びください。	
					1 男性		
					2 女性		
Q2	全数	年代	SA(単一回答)			あなたの年代をお選びください。	
					1 19歳以下		
					2 20～29歳		
					3 30～39歳		
					4 40～49歳		
					5 50～59歳		
					6 60～69歳		
					7 70歳以上		
Q3	全数	居住地	SA(単一回答)			あなたが、現在お住まいの都道府県をお知らせください。	※リスト選択
-						ここからは、3つの都道府県の名産・特産品・ご当地グルメについてお伺いします。	
Q4	全員	知っている名産品	FA(自由回答)			あなたは、「●●●(地域)」の名産・特産品・ご当地グルメと聞いて何を思い浮かべますか？最大10個までご記入ください。 ※1つも思う浮かばない場合は、1つ目に「特になし」とご記入ください。	
					1 「FA」		must
					2 「FA」		
					3 「FA」		
					4 「FA」		
					5 「FA」		
Q5	全員					自由設問	
					1		
					2		
					3		
					4		
					5		

**1. 日本最大級フードイベント「肉フェス」を利用した
販売促進について**

**2. 海外見本市、現地プロモーション、現地展開まで
地域特産品の海外展開パッケージサービスについて**

3. テレビショッピング番組を利用した販売促進について

AATJ株式会社概要

AATJ 株式会社 代表取締役社長 杉崎 健二

設 立 : 2010年5月

資本金 : 217百万円

株 主 : 株式会社 電通、株式会社アルム 他

所在地 : 東京都渋谷区渋谷3-27-11 祐真ビル新館2F TEL 03-6418-6969

◆日本コンテンツの海外発信

音楽・ファッション・食・キャラクターなど、日本が世界に誇るコンテンツを海外へ発信し、アーティストや日本企業のアウトバウンド事業を行っています。

実績例) Tokyo Crazy Kawaii Paris, Tokyo Crazy Kawaii Taipei, Food Nations ~肉フェス~等

◆海外コンテンツの日本展開、国内外のイベント制作・運営

国内外を問わず、企画から会場ブッキング、会場運営、ステージ制作・演出、ツアーマネジメント業務、舞台監督、スポンサーの獲得までイベント開催に伴う全ての業務をサポート致します。

実績例) Music Bank, SBS K-POP FESTIVAL 等



1. 日本最大級フードイベント「肉フェス」 を利用した販売促進について

地方ブランド牛を中心に特産品を日本最大級のフードイベント「肉フェス」で提供することで商品や地方の魅力^{を最大限にPRし、通信販売を通じて売上増加に貢献する}

1日最大8万人を集める

肉特化型フードイベントにて
地域ブランド牛のPR

⇒イベントの話題性・集客力

テレビや雑誌特集により
商品の知名度アップ
観光客誘致の促進

⇒広告換算値

2014年春 2.5億円以上

2014年秋 2.8億円以上

全国どこからでも購入
可能なイーコマースで
さらに売上増加

肉フェス

1. 有名肉料理店の出店
2. 大使館の出店
3. 話題性のあるステージパフォーマンス

テレビ番組・ラジオ・
雑誌・新聞等での
イベント告知

固定の「肉フェス」
ファンに対する
ウェブやSNSでの
アプローチ

【出展内容】

- ①肉料理販売ブース
- ②精肉販売ブース
- ③地域物産ブース

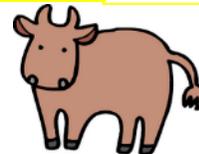
大幅な売上アップ！！
メディア等による
ブランディング効果大！！



イーコマース

肉フェスで人気
沸騰の●●牛

あの肉フェスにも
出店した●●牛





2014年開催実績

Food Nations～肉フェス～

2014年GWに東京都・駒沢オリンピック公園中央広場で第一回Food Nations～肉フェス～を開催し、2回目として2014年10月末に国営昭和記念公園で開催。合計来場者数が合計71万人以上という日本最大級のフードイベント。本イベント以降、日本列島に“肉”ブームを巻き起こした。

【2014年GW@駒沢オリンピック公園】

日時： 2014年5月2日（金）～5月6日（火・祝）
会場： 駒沢オリンピック公園中央広場
料金： 入場料無料、飲食代600円の倍数／食券
出店：29店舗
協力：食べログ、東急電鉄、東急バス、IWCJ、ぼくのレストラン
協賛：サントリー

【2014年秋@国営昭和記念公園】

日時： 2014年10月24日（金）～11月3日（月・祝）
各10:00～21:00（最終日のみ19:00）
会場： 国営昭和記念公園 ゆめひろば（東京都立川市）
料金： 入場料無料、飲食代700円の倍数／食券・電子マネー
出店：55店舗
協力：ヤマトフィナンシャル
協賛：リクルート

当日の様子



【2014年GW@駒沢オリンピック公園】

◆イベント来場者数
5月2日（金）～5月6日（火）計5日間
合計来場者数 **290,000人**

◆メディア 合計広告換算値2.5億円以上

TV番組 全19番組
ラジオ 全11番組
新聞・雑誌他 全13媒体
東急沿線上でのプロモーション 他

【2014年秋@国営昭和記念公園】

◆イベント来場者数
10月24日（金）～11月3日（月）計11日間
合計来場者数 **421,000人**

◆メディア 合計広告換算値2.8億円以上

TV番組 全24番組
ラジオ 全6番組
新聞・雑誌他 全15媒体
JR中央線、渋谷エリア内街頭ビジョンでのプロモーション 他

提供サービス スキーム

◆イベント出展からEC販売までの流れ



WEBSITE

- 2014年秋開催時
平均アクセス数:約10万アクセス/日
- FACEBOOK
- 2015年1月時点 約8,000いいね

◆概算費用

1. イベント(1カ所) 出展料 1,000万円(税別)
 - ・コンテナ・給排水を含む設備費
 - ・保健所申請代行費用 等含む
2. EC
個別相談

◆今後のスケジュール(予定)

4/26(金)～ 駒沢オリンピック公園
5/6(水)

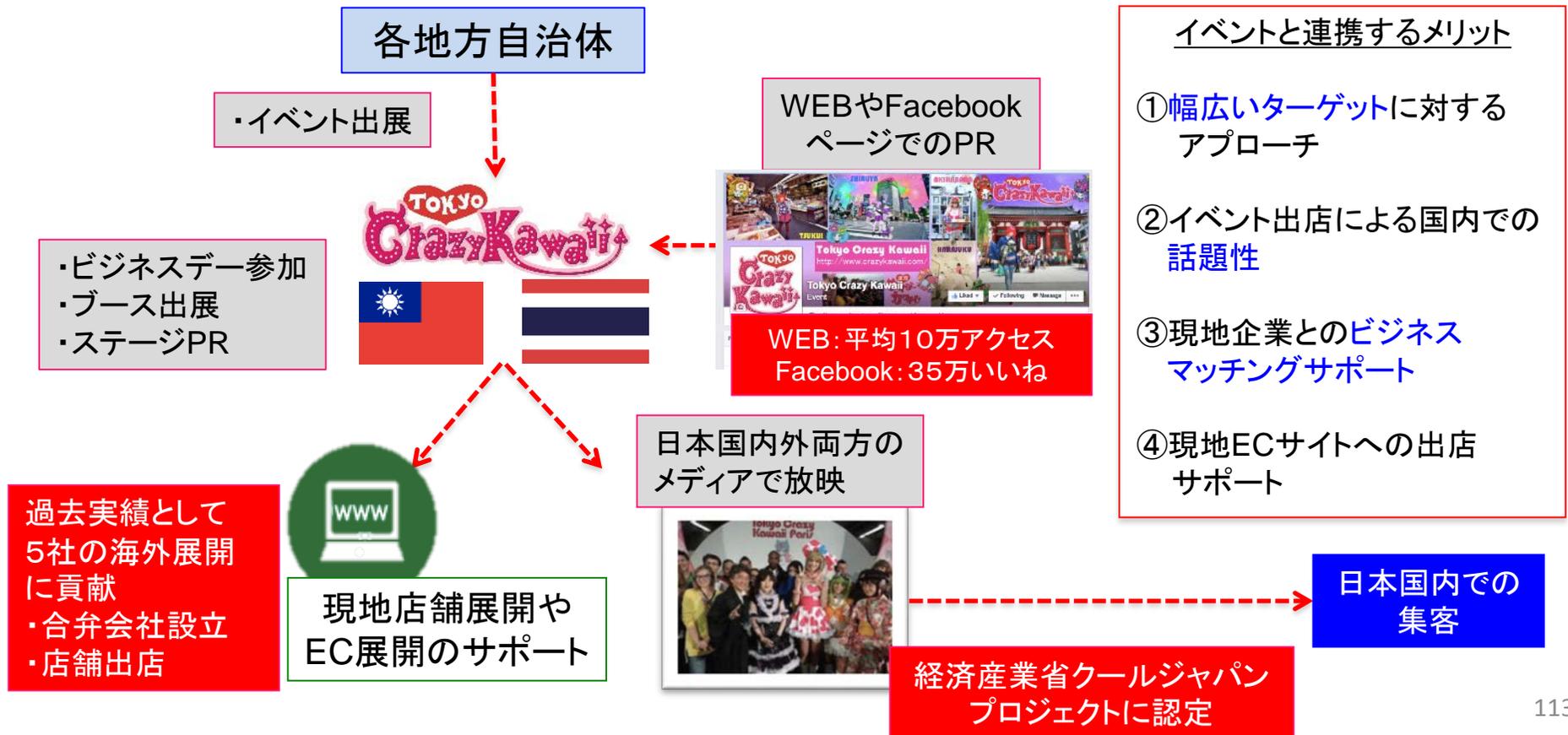
5/1(金)～ イオンモール幕張新都心
5/10(日) 豊砂公園

9月中旬 埼玉スーパーアリーナ

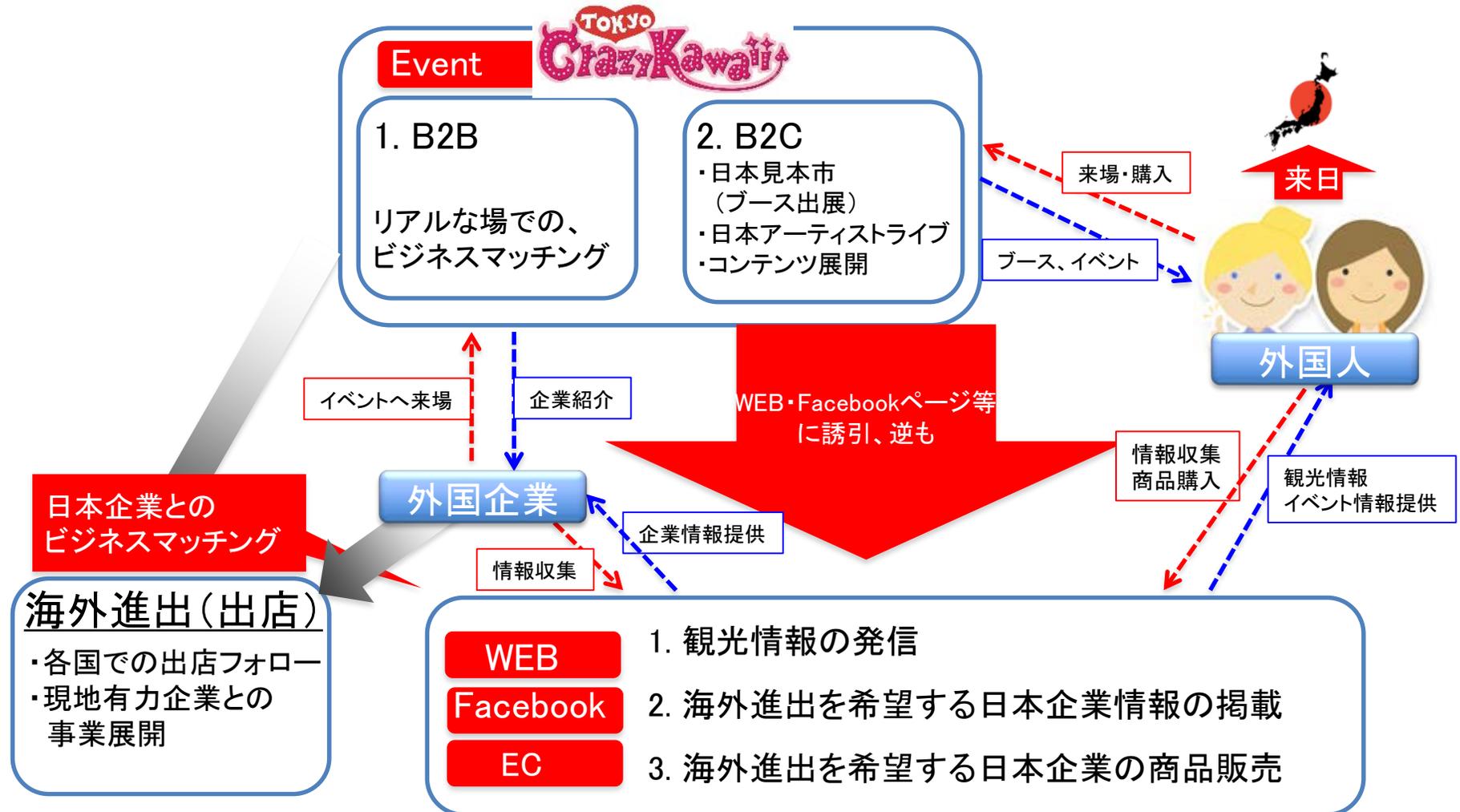
10月下旬 昭和記念公園or横浜

2. 地域特産品の海外展開パッケージサービスについて Tokyo Crazy Kawaii プラットフォーム

地域産品の海外展開を目的に、日本見本市「Tokyo Crazy Kawaii」に出展することで商品や地方の魅力を海外に向けて最大限にPRし、現地での展開に貢献する



2. Tokyo Crazy Kawaii プラットフォームスキーム



今後スケジュール及び概算費用

【イベント予定スケジュール】

2015年8月@タイ バンコク

2015年10月@台湾 台北

【イベント費用概算】

Tokyo Crazy Kawaiiご出店及びEC販売概算コストは以下の通りです。

◆イベント出店料 5,000,000円(税別)

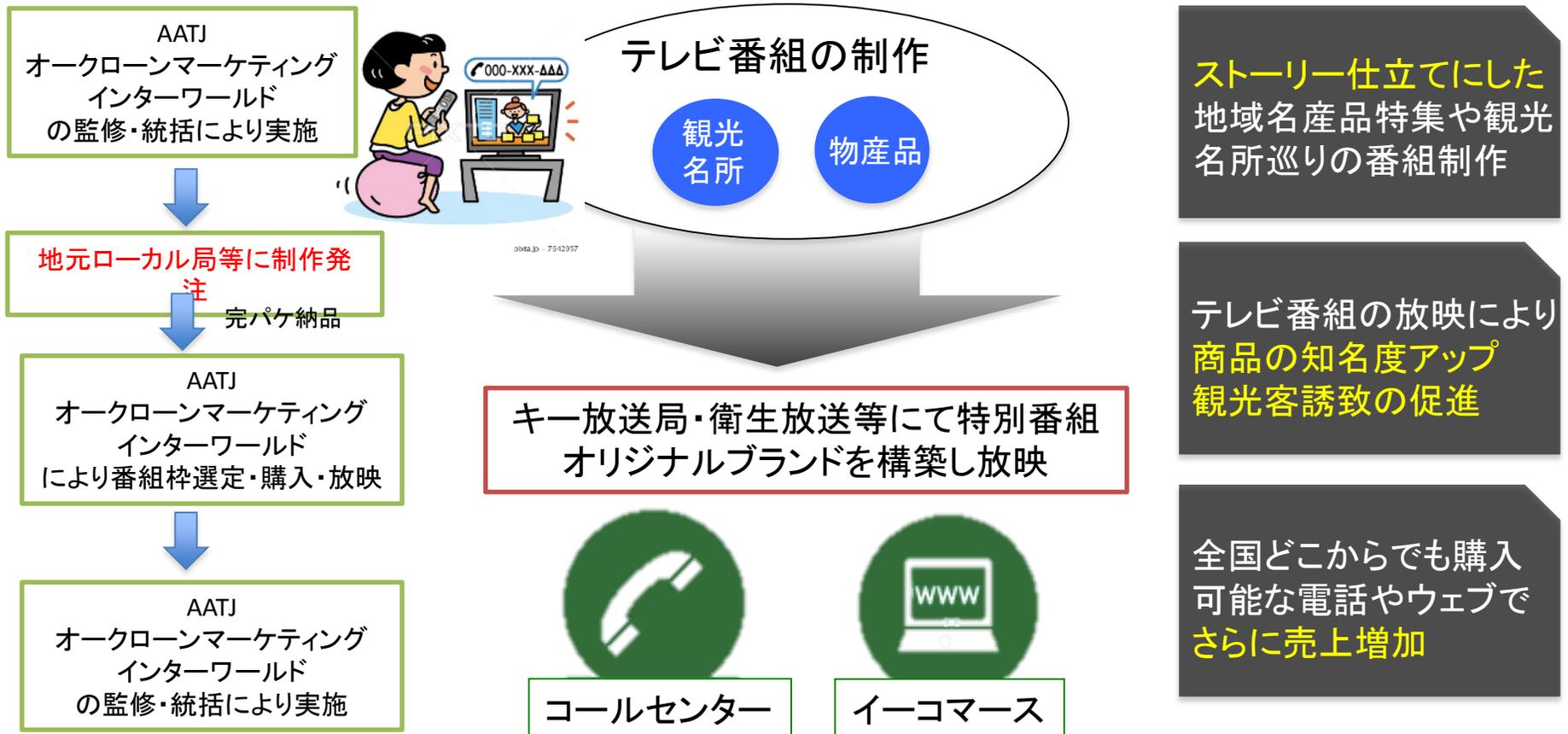
- ・ブース設営費・看板費含む
- ・渡航宿泊費は各自負担

◆eコマース

- ・個別相談

3. テレビショッピング番組を利用した販売促進について

地方物産や特産品を取り上げたテレビショッピング番組を制作・放映することで商品や地方の魅力を最大限にPRし、通信販売を通じて売上増加に貢献する



パートナー会社概要

株式会社オークローンマーケティング

様々なチャンネルを通して、商品やサービスをお客様の元にお届けしているショッピングチャンネル「ショップジャパン」の運営・管理を行っている。

設立 : 1993年5月

資本金 : 14億6753万円

株主 : 株式会社NTTドコモ 他

代表取締役社長 : ハリー・A・ヒル

所在地 : 〒461-0005

愛知県名古屋市東区東桜1-13-3

NHK名古屋放送センタービル14F



株式会社インターワールド

「オークローンマーケティング」グループの一員で、ショップジャパンの運営で蓄積された膨大なデータをもとに消費者が商品購入に至る施策を企画・実行するプロフェッショナルである。

設立 : 1995年9月

資本金 : 1,000万円

代表取締役社長 : 中村 規脩

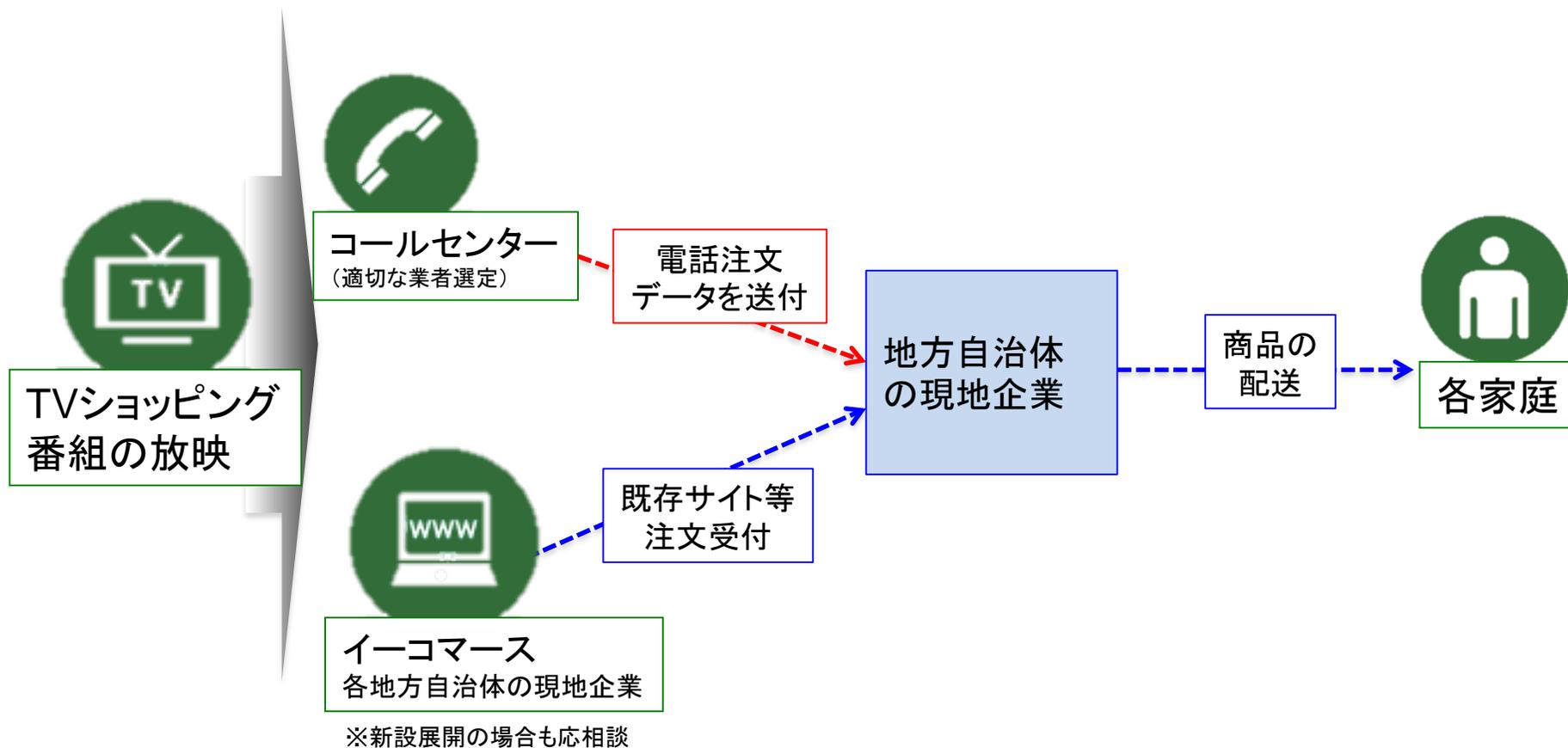
所在地 : 〒105-6321

東京都港区虎ノ門1-23-1

虎ノ門ヒルズ森タワー21F



提供サービス スキーム



概算費用

テレビショッピング番組制作・放送等の概算コストは以下の通りです。

◆番組制作費 1,000～3,000万円程度(内容により変動)

- ・番組撮影費・編集費
- ・ロケ代込み
- ・ナビゲーターギャランティ 等
- ・想定番組内容:ナビゲーターによる地方自治体の観光名所巡り・名産品特集

◆電波代例 @1,000万円～(獲得番組枠により変動)

- ・(BS放送の場合)日曜日(30分番組)1回放送あたり@平均1,000万円程度

◆別途サービス(内容により金額は変動)

- ・コールセンター業務
- ・サイト開設、運営
- ・物流業務

企画名 : 自治体が自走し続ける「自分たちのメディアビジネス」

提供主体 : 各自治体 (メディア事業多数運営のイードがお手伝い)

概要 :

- ① インターネット上で自分たちの地域・物産を発信していくメディアを自ら所有する。自らの場で、ストーリーを発信しながら、地域・物産を紹介、販売していく。
- ② 取り扱うのは、物産・旅行。そして、このメディア自体を広告収益ビジネスとする。
- ③ インターネットをフックに、ストーリーを書籍化、ドラマ化、映画化等、自然にバイラルすることを狙って行きます。

<スキーム図>



<サイトイメージ>



Gunosy

YAHOO! JAPAN

1着15万円のカーディガン
に注文殺到!!

震災からの復興。仕事のあることの喜び。気仙沼は港町で漁師の妻は漁網を補修したりしており、手先が器用。

地域のかくれた美味しい『ふるさと名物商品』を、
食・料理分野のプロと生活者代表・人気ブロガーたちが、
強力な“ロコミ”で広げて販売を支援します！

おとりよせネット

日本最大級の
お取り寄せグルメのロコミサイト



3万人の生活者代表審査員と、
食のプロ『お取り寄せの達人』が集合!

レシピブログ

日本最大級の
料理ブログのポータルサイト



15,000人の料理ブロガーが参加！
料理ブログ発の出版書籍300冊以上

特徴

- ①パソコン＆スマートフォンでの年間来訪者数・約2000万人！
- ②食・料理分野の影響力があるインフルエンサーをネットワーク！
- ③年間メディア取材250件以上、マスコミへの商品PRネットワークも！

基本
プラン

ふるさと名物商品が、「完全無料」でPRできます！

おとりよせネット

地域の自慢の逸品を、
ユーザー代表審査員が実食し、
おとりよせネットに生レポートを掲載！



送客

各自治体ふるさと名品販売サイト

モール出店サイト、自治体サイトなどの
オンライン販売ショップ・サイトに
送客いたします！



ふる
さと

Google「お取り寄せ」検索で1位表示！全国の2500
商品を紹介する日本最大級のお取り寄せメディア

<http://www.otoriyose.net/>

初期費用・手数料一
切なし・完全無料



特
徴

- ①日本最大級のお取り寄せの口コミサイトに、**無料で出稿**いただけます。
- ②必要なのは、ユーザー代表審査員と編集部6名分の**試食用商品**だけ！
- ③他の媒体様、モール様などの実施計画と**ぜひ併用**でご活用ください！

オフショ
ンプラン

ふるさと名物商品を、食の専門家&人気ブロガーがPR!

① 特定地域独占「お取り寄せ特集企画」!



例)お取り寄せの達人が実食!!
●●県のふるさとグルメ特集!

自治体やモールの
販売サイトへ誘導!

食のプロによる現地レポートも可

人気料理家によるレシピ開発も

想定来訪数10,000PV~!

お取り寄せの専門家

人気料理家・料理ブロガー



専門家&人気ブロガーを起用した
特集企画を展開し、
説得力と実感がこもった
ふるさと名物品PRを実施します!

② 表参道で専門家&人気ブロガーパーティ!



例)●●県のおきグルメを
楽しむブロガーパーティ!

表参道のキッチン付イベント
スペースで試食イベント実施

食ジャンルの人気ブロガーや
専門家を招待してPR!

調理実演や商品のアピール
トークタイムを設置!

イベント後ブログで一斉レポート



お取り寄せの専門家

人気料理家・料理ブロガー



ネットやマスコミに波及力が高い、
食ジャンルのプロや人気ブロガーに、
対面でより深く理解・興味を促し
ふるさと名物品PRを実施します!

さらに、WEB上での大々的な「●●地域名産でのレシピコンテスト」も可能!

ご興味をいただいたら、アイランド株式会社
『ふるさと名物商品“ロコミ応援”プロジェクト』事務局へ。

おとりよせネット

日本最大級の
お取り寄せグルメのロコミサイト



3万人の生活者代表審査員と、
食のプロ『お取り寄せの達人』が集合!

レシピブログ

日本最大級の
料理ブログのポータルサイト



15,000人の料理ブロガーが参加!
料理ブログ発の出版書籍300冊以上

ぜひお問い合わせください。アイランド株式会社 おとりよせネット担当 森田・真山
[Tel:03-5413-7077](tel:03-5413-7077) Mail: ad_all@ai-land.co.jp



クックパッド株式会社

2015年2月

レシピを通じたコミュニティの集合体



累計レシピ数196万品*

PC版



Android
iphone版



ipad版

レシピを投稿

利用者

レシピを検索

利用者

つくれぽを
投稿

つくれぽ

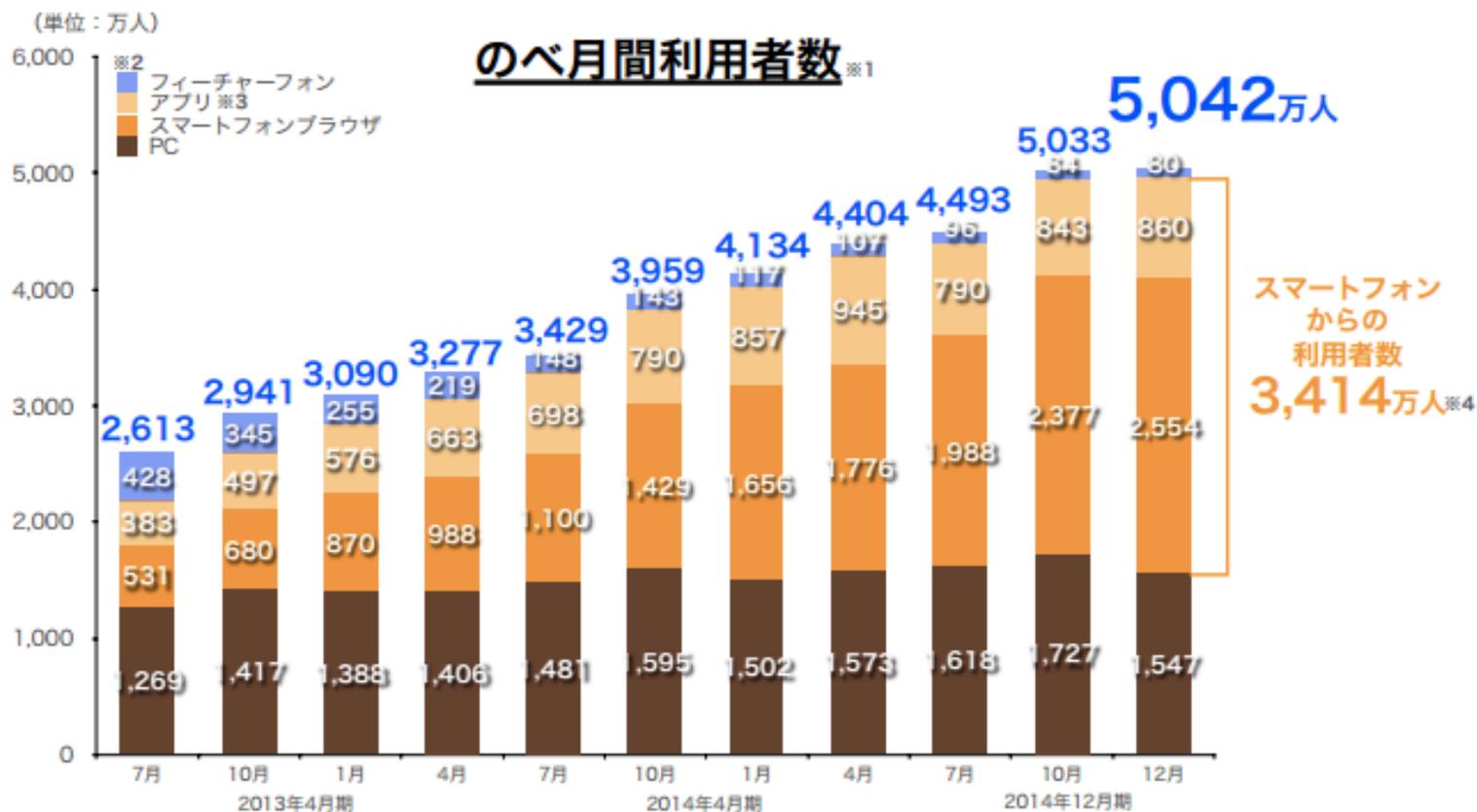
利用者間の”つくったよ” ”美味しい” ”ありがとう”のコミュニケーション

レシピ



- のべ月間利用者数5,042万人以上
- 60%強がスマートフォンからの利用者
- レシピ数196万品超 (2015年2月現在)

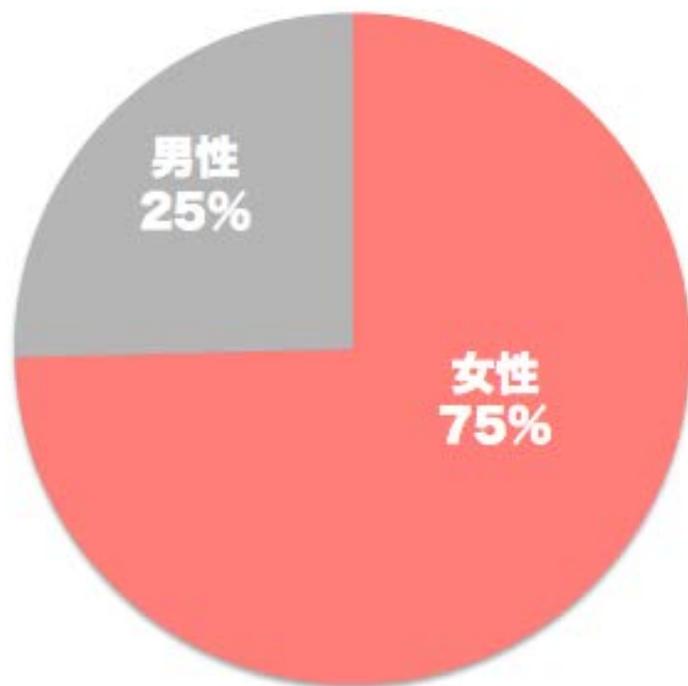
■ のべ月間利用者数、5,000万人突破



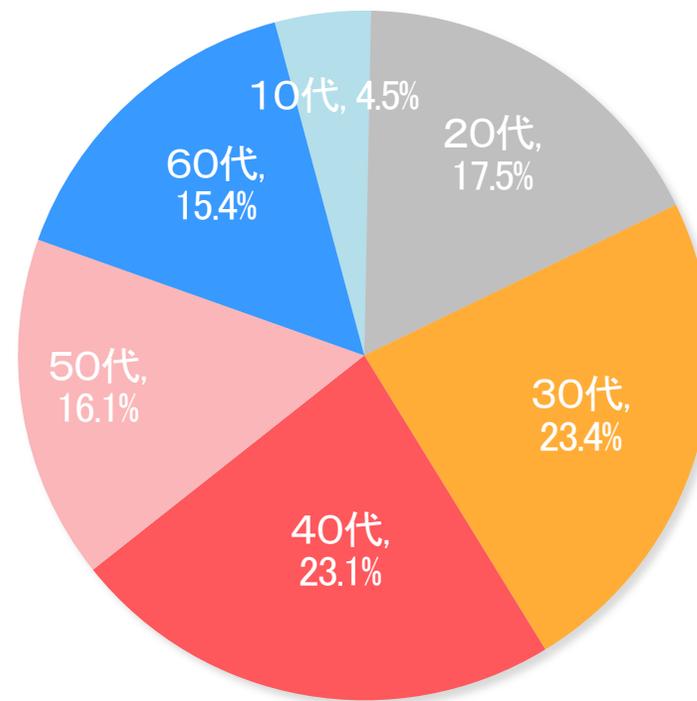
※1 のべ月間利用者数はブラウザベースまたは端末ベースにより集計
 ※2 2014年7月より計測方法を変更
 ※3 従来「その他」に区分していた「iPadアプリ」を2014年10月より「アプリ」に合算
 ※4 タブレットにおけるアプリの利用者を含む
 ※5 2014年12月期は8ヶ月決算のため、2014年12期第3四半期は2ヶ月間。

■「1か月以内のアクセス者数」は20～40代で5割以上
幅広い層に利用されています

性別



1か月以内のアクセスされた方の年代分布



※イメージ調べ(2014年6月)

地方創生キッチン(通称:石破キッチン(仮))を開設(予定)

クックパッド
トップページから誘導

通称
石破キッチン
(仮)

クックパッド
トップページに
「地方創生キッチン」設定。



地方創生キッチン(通称:石破キッチン(仮))

- ふるさと名品を使ったレシピを掲載し、ふるさと名品に興味喚起！販売サイトへクックパッドユーザを誘導します。
- 週代わりで、1自治体様を特集させていただきます。⇒限定 最大50枠。
御採決いただいた都道府県・市区町村様と掲載週につきご相談のうえ、
掲載希望週が重なった場合は、先着決定順とさせていただきます。
- バナー2種類から、ご指定の地方や団体様サイトに誘導します。
- 商品販売はリンク先のご指定サイトで行っていただくため、クックパッドは販売手数料はいただきません。



ご指定
サイト①

ふるさと名品の
販売サイトなど

ご指定
サイト②

自治体広報サイト
ご指定の旅行サイトなど

御採択いただいた各自治体様のキッチンも開設



地方創生キッチンにおいて
1週間、大特集掲載！

掲載レシピが連動します

自治体様のキッチン

ご自由のレシピや“ごはん日記”というミニブログ機能をご利用いただけます。

開設いただいた自治体様キッチンは、年間通じてクックパッド内に掲載されます。

例：福岡県様 キッチン



注：都道府県と市区町村で掲載のルールが一部異なります。



おでかけサービス“Holiday”で
地域の魅力を伝えるタイアップ記事をつくらう！



概要

おでかけや旅行が大好きなユーザーが集まるHolidayで
地元の魅力満載のオリジナル記事を届けませんか？



Holiday内に
オリジナル記事を掲載

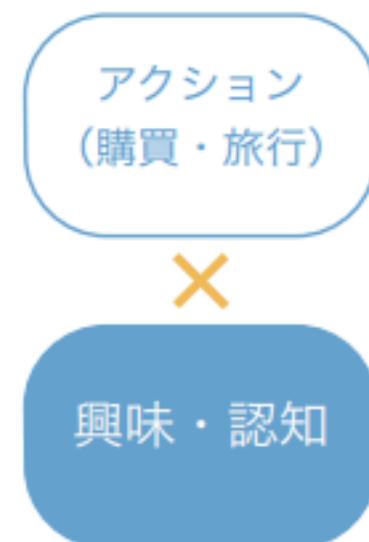
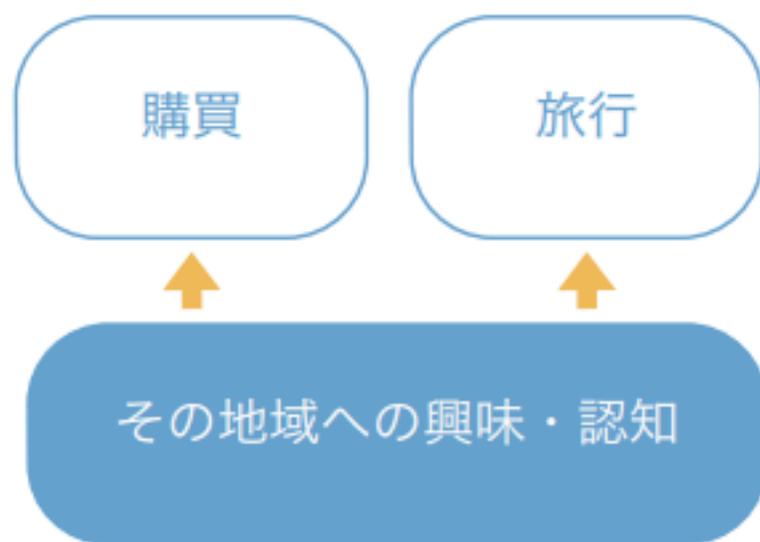


地域の魅力が詰まった
オリジナル記事を作成



地元の魅力を「知ってもらおう」「興味を持ってもらう」

バランス良く取り組み
効果を最大化！



歴史、自然、景色、食べ物、
温泉、体験、レジャー、祭り

3つの魅力！

「どこか行きたい！」そんな人に直接アピールできる！

Holidayは「おでかけプラン共有サービス」です。

「おでかけ、旅行大好き！」「今度の休日どこか行きたい！」そんな人がサイトに訪れています。Holidayに記事を掲載することで、地元の魅力を直接アピールすることが可能です！

“広告”ではなく、見る人に魅力を伝える”コンテンツ”です！

おでかけ先を探している人にとって、地元の魅力が書かれた記事は、“広告”ではなく“コンテンツ”です。魅力が詰まった素敵な記事を届けることで、多くの人に「行ってみたい！」と思わせることができます！

Web、スマートフォン、アプリでの展開により、若年層にもリーチ可能！

スマートフォンやアプリに記事をしっかりと対応させ、発信することで今までなかなかリーチすることができなかった若年層にしっかりと情報を届けることが可能です。

Holidayのスマートフォンサイトやアプリへの展開はもちろん、TwitterやFacebookへの拡散も期待できます！

オリジナル記事について

地元のおすすめスポットや旅行プラン、隠れた魅力などを「こんな所に行ってみたい！」
そう思わせるような内容とデザインにこだわった魅力満載の"オリジナル記事"として作成します。
記事内部から、観光サイト、旅行パッケージ、ECサイトへの誘導も可能です！

*PCイメージ



*スマートフォンイメージ



しっかりと"魅力"を伝えた後に
希望のサイトへ誘導可能！

観光サイト

旅行パッケージ

ECサイト

- ・ 興味、認知に取り組むことで
”アクション”を最大化させましょう！

- ・ おでかけ、旅行が大好きな人へ
”広告”ではなく”コンテンツ”を届けましょう！

- ・ Webやスマートフォンにも対応させ
若年層にもアピールしましょう！

Holidayとは

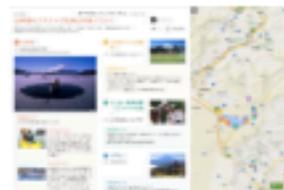
月間5000万人以上に使われているクックパッドが提供する
おでかけプランの投稿・共有サービスです。



おでかけ・旅行が大好きなユーザーが自分のお気に入りの
おでかけプランを共有しています。
2014年9月にスタートし、すでに数千のおでかけプランと
全国1万スポットをカバーし現在急成長を遂げています！



おすすめプランを投稿



Holidayとは

「Holiday×自治体」での取り組みはすでに始まっています！

鳥取県江府町で地元住民を巻き込み、
地元の魅力を紹介するおでかけプラン共有ワークショップを開催！

開催決定地域

- ・新潟県新潟市
- ・鹿児島県鹿児島市
- ・広島県笠岡市
- ・鳥取県日野町

メディアにも掲載！



問い合わせ先

少しでも興味を持っていただけましたらお気軽にお問い合わせ下さい！

電話：080-9398-7656

メール：holiday@haveagood.holiday

サイト：haveagood.holiday

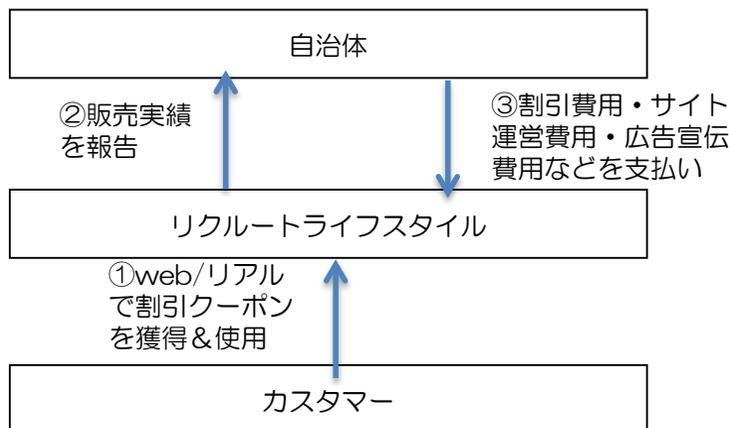
企画名 : ふるさと割引クーポンを使って、お得に旅行&お買い物♪

提供主体 : 株式会社リクルートライフスタイル

概要 :

- ① テーマ : 地域における人の交流と、物の流通を促進する(域外流動)
- ② 取扱物品・旅行 : 旅行プラン(割引クーポン)、ご当地物品(割引クーポン)など
- ③ 活用するサイト等 : じゃらん本誌、じゃらんnet、ポンパレ(割引クーポン販売サイト)、ポンパレモール(物販ECサイト)

〈じゃらんnet スキーム例〉



〈サイト掲載例〉

興味を持つ

旅行月刊誌・別冊 ご当地パンフレット 週間じゃらん

(紙面上で、地域の魅力や割引クーポンを特集として掲載可能)

宿泊施設を予約する

宿泊予約サイトじゃらんnet

(じゃらんnet上で、地域の魅力や割引クーポンを特集として掲載可能)

移動手段を予約する

赤い風船 JAL ANA

(JAL/ANA/JRとのパッケージプランを販売可能)

現地で消費する

割引クーポン販売サイト

ポンパレ

(特定地域で使えるクーポンをwebでお得に販売可能)

地域のお土産を買う

物販ECサイト

ポンパレモール

(地域で生産された物品のみを掲載することが可能)

特定の地域・プラン・物品でしか使えない制御可能

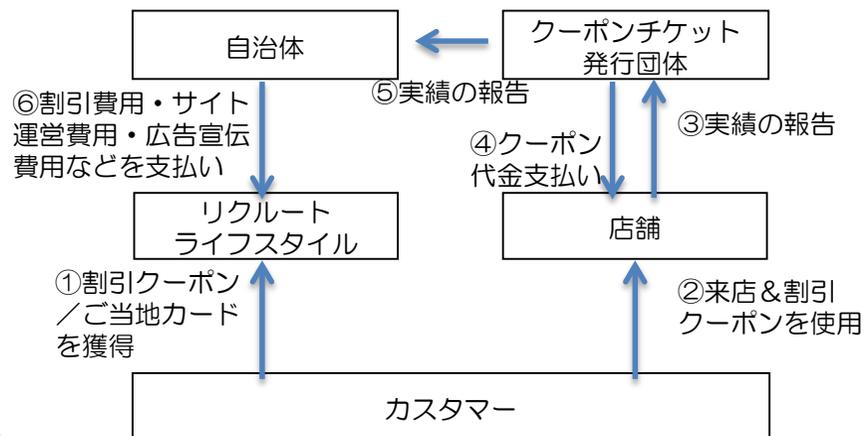
企画名 : ふるさと割引クーポンを使って、お得に地元でお買い物♪

提供主体 : 株式会社リクルートライフスタイル

概要 :

- ① テーマ : 地域における人の交流と、物の流通を促進する(域内流動)
- ② 取扱物品・旅行 : 飲食店(割引クーポン)、ご当地物品(割引クーポン)など
- ③ 活用するサイト等 : ホットペッパー月刊誌・サイト、ポンパレ(割引クーポン販売サイト)、オトクパスなど(割引クーポンアプリ)

〈ポンパレ スキーム例〉



〈サイト掲載例〉

割引クーポン販売サイト



(特定地域で使える既存の割引クーポン／ご当地カードをwebでお得に販売可能・後にカスタマーに郵送)
※新規でクーポン作成も可能です。

飲食店情報月刊誌

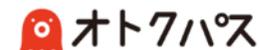


飲食店情報サイト



(ホットペッパー月刊誌&サイト上で、地域の飲食店や割引クーポンを特集として掲載可能)

割引クーポンアプリ(検討中)



POSレジアプリ(検討中)



(特定店舗に来店のタイミングで、当該店舗で使える割引クーポンをカスタマーにアプリ上で発行し、店舗に事前に導入したクーポン読み取り機(ipad)で読み取ることで、クーポンが使用可能)

(特定の地域・プラン・物品でしか使えない制御可能)
ふるさと割引クーポン・ポイント(仮)

じゃらん流 着地型観光サポートパックのご案内

●着地型観光サポートパックとは？

地域の観光振興施策に関する一連のフロー（現状分析・商品開発・PRなど）をサポートするサービスで、「じゃらん」「じゃらんnet」というメディアに加え、調査・ワークショップ・パンフレットを組み合わせさせていただきます。

●着地型観光マーケティングの推進STEP

着地型観光商品を開発する際も、メーカーが商品を開発するように、商品開発のフローにのっとって設計する必要があります。じゃらんでは、それぞれのマーケティングSTEPにおいて、有料・無料の様々な商品・サービス等をご用意しています。

◎魅力ある着地型観光をつくるために 地域の人自らの商品開発力が求められている

今地域に必要な3つのこと

1. 地域自ら、自分たちの住む地域の価値を再発見し、磨き、魅力的な商品を創造すること
2. 消費者にとって時間とお金をかけても行きたくなくなる価値を創造すること
3. 地域の人々が自発的・主体的に関わることにより一過性ではない、持続可能な観光づくりが可能になること

●じゃらんには・・・

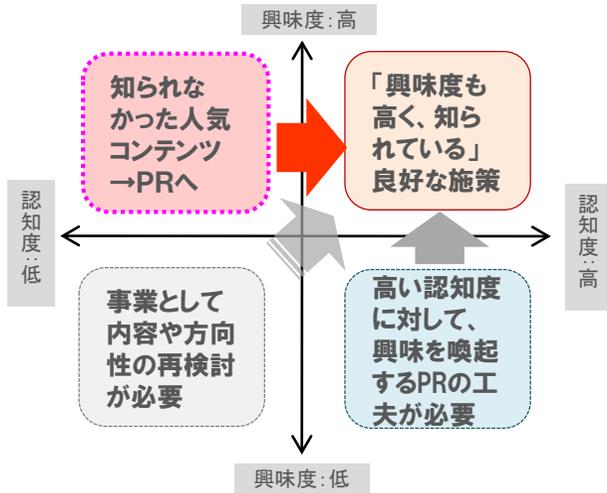
- ・カスタマーニーズを分解し
- ・「カスタマーが動く商品のヒント」（マーケティング・商品開発）
- ・「カスタマーが動く機会」（PR、流通、アクション）
を提供できるノウハウがあります

STEP	マーケティングの流れ(概要)	じゃらんが提供できること
STEP 1 ご当地を知る	<ul style="list-style-type: none"> ●各種調査データから、地域の今をつかむ ・マーケットの現状認知 ・ご当地のポジショニング、強みと弱み（競合優位性）理解 ・ターゲット選定 etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ・じゃらん宿泊旅行調査 ・ご当地調査 ・GAP調査 ・GPS調査 ・じゃらんnet宿泊実績データ etc.
STEP 2 ご当地を育てる	<ul style="list-style-type: none"> ●アイデア出し～商品開発 ・グルメ・産品開発[お土産]・着地型回遊ツアー商品・観光基本計画 	<ul style="list-style-type: none"> ・旅づくり塾（地域主体型ワークショップ） ・GAP調査 ・JRC企画モニターツアーの実施 etc.
STEP 3 ご当地を誇る	<ul style="list-style-type: none"> ●地域の中での合意形成 ・地域の人を巻き込む／モチベーションを高める／事業を振り返り次へ繋げる ●商品開発のマーケティングおよびコンサルティング etc. 	
STEP 4 ご当地に呼ぶ	<ul style="list-style-type: none"> ●販売促進計画・メディア戦略 ・ターゲットに向けたPR戦略/ハッチ・着地での情報発信戦略 	
	<ul style="list-style-type: none"> ●【発地向け】情報発信 ・狙いたい発地ターゲットに向けた、じゃらんメディアを使ったプロモーション施策 	<ul style="list-style-type: none"> ・「じゃらんnet」、「じゃらん本誌」、「ご当地MOOK」（エリア別旅行ガイドブック）を使った旅行メディアPR ・「ゆこゆこ」「ゆこゆこおしゃれ旅」「ゆこゆこnet」を使ったシニア向けPR
	<ul style="list-style-type: none"> ●【着地向け】情報発信 ・地域への来訪が決まった、すでに来訪しているカスタマーに向けた着地型観光商品 	<ul style="list-style-type: none"> ・「じゃらんご当地パンフレット」 ・「じゃらんnet」宿泊施設決定者向けに配信する『いってらっしゃいメール』を活用したPR（着地の県単位で配信）
●販売・流通	<ul style="list-style-type: none"> ・着地型観光商品とカスタマーを、効果的に結び、アクションにつなげる仕掛けの提供 etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ・「じゃらんnet」参画宿泊施設の協力による、宿泊プランとのセット販売 ・「じゃらんnet」参画宿を対象とした特別プラン造成セミナーの実施 ・「ホパレ」（フラッシュマーケティング）での流通販売
呼んだ後 次へのSTEP	<ul style="list-style-type: none"> ●さらに磨き、育てていくための振り返り・改善の機会 ・継続的な運営のために、実施結果を振り返り、成果と課題の棚卸を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・各種PR施策の効果測定結果の報告 ・「じゃらんnet」実績の振り返り ・「じゃらんnet」参画宿を対象とした振り返りセミナーの実施 <p style="text-align: right;">144</p>

● 1. 観光資源発掘 (GAP) 調査

「認知度」と「興味度」を把握しそのギャップを明らかにし、プロモーション展開の方向性を明確化できる調査。

■ 認知度—興味度ギャップのイメージ



● 2. 旅づくり塾

“地域が抱える観光分野の様々な課題”に対し、地域が主体となった“3回のワークショップ”を通じて、“地域資源の観光資源化”を実行するプログラム。

■ 旅づくり塾の流れ



● 3. GPSを活用した観光動態調査

“地域の人の流れ”に対し、事実に基づいた滞在・周遊分析を行う。現状把握→施策実施→施策実施後の結果について、効果検証／振り返り、更なる打ち手発見、また経年調査として活用できる調査。



● 4. 「じゃらん」・「じゃらんnet」

「じゃらん」宿泊情報・日帰り情報などお出かけ情報満載の国内旅行・レジャー誌。1/2 PからPR可能。

全国5版（北海道・関東・東北・東海・関西・中国・四国・九州）

「じゃらんnet」参画宿泊施設：23,861軒、年間予約受付人泊数：7,930万人（2014年1月～2014年12月実績）の国内最大級の旅行サイト。メルマガ配信数：PC版442.8万通

（2014年8月時点の全国版の配信数。テキスト版も含む）



● 5. じゃらんご当地パンフレット

着地エリアでの行動量を増やすこと（≒観光収入UP）を目指したじゃらんご当地パンフレット。じゃらんブランド、編集力を活用し、自治体や観光協会発行のパンフレットを共に制作します。



地方創生の取組みにより、ふるさと商品の良さが再発掘され、多くのお客様の需要が喚起されます
 NTT東日本は、ローコストで商品PR・お得意様化を支援し、持続可能な取組みにつなげます

- ◇良さを伝える特集メルマガ、ターゲット配信、ポイントお試しやアフィリエイトによるECサイトへの送客
- ◇地域の事業者と連携し、自治体単位でのEC立上げ・相互会員化

ふるさと名物商品



物語(歴史性、材料のこだわり等)の再発掘

ショッピングサイト事業者様

●●マルシェ
アンテナショップによる運営

▲▲お祭り市場
第三セクターによる運営

◆◆商店
地元有志による運営

FLET'S 光 メンバーズクラブ



530万世帯

お得意様化

地域連携による相互会員化
セキュリティを強化した仕組み

メルマガ(物語・ターゲット)
ポイント(お試し)・アフィリエイト
商品PR

地域消費喚起策による
サイトアクセス

FLET'S 光

1,000万世帯

NTT西日本エリア：調整中

会員プログラム (フレッツ光メンバーズクラブ)

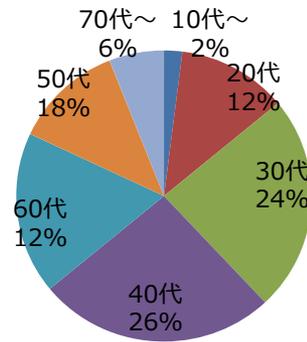
■ フレッツ光のお客様向けの会員制プログラム (完全無料)
お客様とのコミュニケーションの強化・充実を目的として提供

- ◆ 会員の状況 : 約 530 万ユーザ
- ◆ 会員サイト : <https://members-club.flets.com/>
- ◆ 月間PV数 : 約 2,200 万PV
- ◆ 月間UU数 : 約 180 万UU
- ◆ 主な取組み : ポイント、クーポン、懸賞等
- ◆ メールマガジン : 配信単位 : 1 回/週 平均開封率 : 約 20%

フレッツ光メンバーズクラブサイト



年代別構成比



事例 (うつくしま良品本舗)

■ ECサイト立上げの認知向上支援として、フレッツ光メンバーズクラブにて、位置づけや内容紹介を特集、メール配信

■ ユーザ集客の手段として、FLET'S光メンバーズクラブのポイントを利用し、サイト運営基盤を強化。会員化によるユーザ囲い込みを実施

うつくしま良品本舗サイト



2011年11月に東日本大震災復興支援事業の一環として通販カタログを創刊

運営 株式会社スペースワン様

取扱商品数
約100点(メンバーズ出品数)
※良品本舗サイトは約370点出品

取扱商品
: 福島県の食材・加工食品から、
伝統工芸品まで幅広く取り扱い

商品PR企画

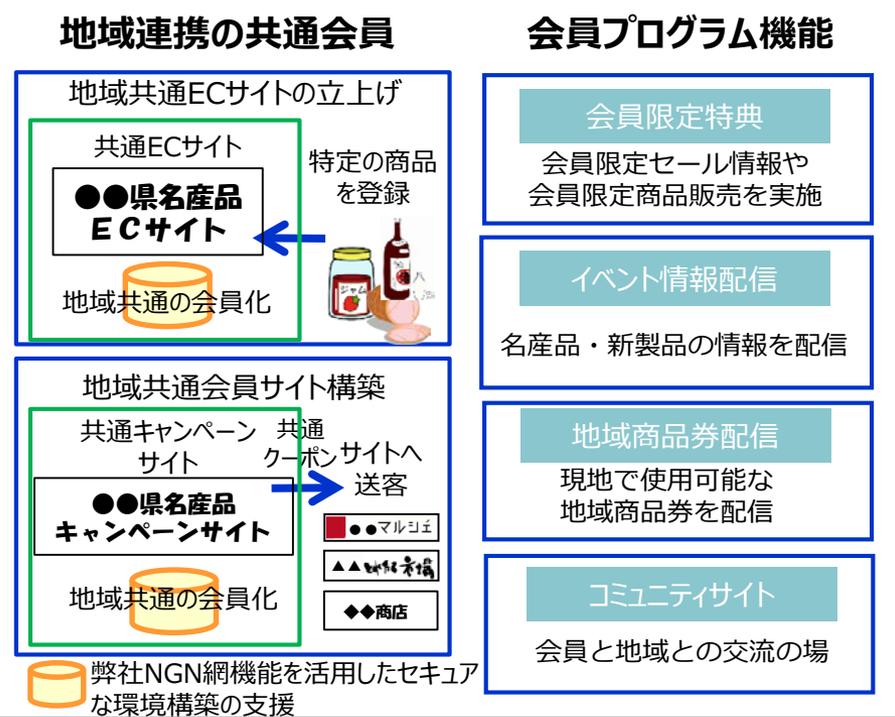
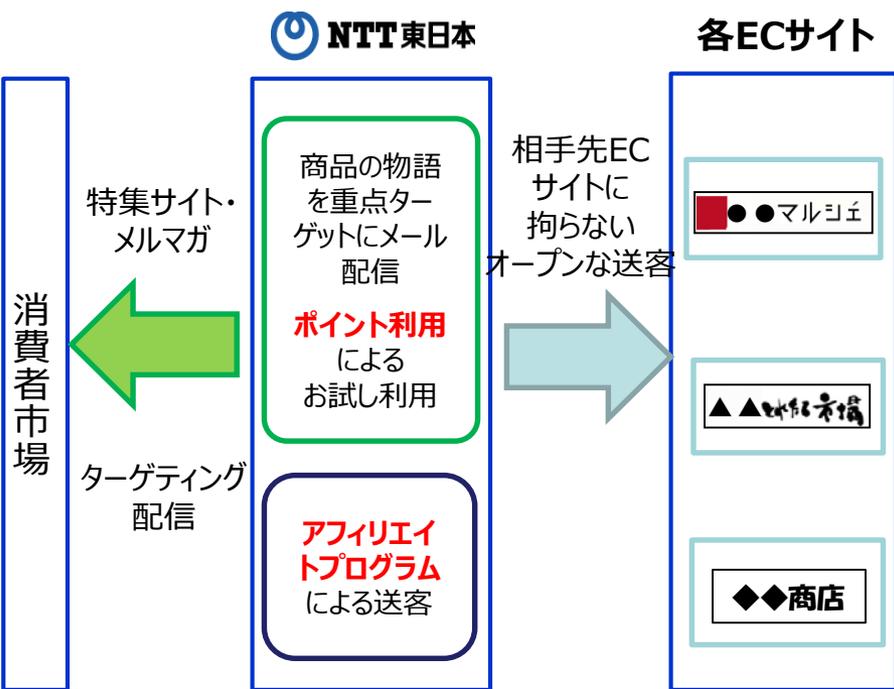
お得意様化企画

◆フレッツ光メンバーズクラブを活用し、認知向上・送客企画。
 交付金対象期間事後を見据え、ローコストでの運営を支援

- ・商品の良さを丁寧に伝える特集メールマガジン
 (高いメール開封率とターゲット配信)
- ・ポイントによるお試し利用の促進
- ・登録料無しのアフィリエイトプログラムによる送客

◆施策効果、継続購入につなげるために、購入顧客の会員
 施策を支援

- ・自治体単位での共通EC・会員サイトの立上げ企画
- ・特典、コミュニティ化など会員プログラム企画
- ・弊社会員運営で培ったノウハウとネットワークで、セキュアな
 環境構築を支援



● お問い合わせ先

東日本電信電話株式会社
ビジネス&オフィス営業推進本部 公共営業部
営業推進部門

担当： 白金、宮田

TEL : 03-6803-9055

E-MAIL: sousei@ml.bch.east.ntt.co.jp

地域住民生活等緊急支援のための交付金
(地域消費喚起・生活支援型)
ふるさと旅行券のご提案

2015年2月
株式会社ジェイティービー

■ ふるさと旅行券を活用した地域プロモーション

■ SYSTEM~仕組み~

「ふるさと旅行券」
ご提供できる販売の仕組み
(詳細は別紙資料)

①コンビニ販売型

・パソコンがなくても
5大コンビニで購入可能
・予約経路を選ばない
公平性があります。



②WEBクーポン型

・オリジナルでプラン作成
・周遊の仕掛けづくりなど
多様性を実現。



■ 地域の特徴を活かした着地型
コンテンツの造成・流通販売

地域の観光開発プロデューサーと
旅行商品造成専門チームとの
地域の宝発見、素材の磨き上げ

商品流通・販売システム構築



+

■ PROMOTION~魅力訴求・告知~

WEB

旅行流通サイト(JTB総合旅行サイト)
を活用したWEBプロモーションと
各行政オフィシャルHPとの連動
WEB広告を活用した効果検証

MEDIA

新聞雑誌などの紙媒体・テレビ等
地域交流事業プロモーション事業・
イベント大会実施業務で培ったノウハウで
クロスメディアなプロモーションを実施可能。

■ コンビニでの「ふるさと旅行券」販売

●販売チャネルの比較

	お客様	宿泊施設	事務局 (観光協会・ 受託会社等)	公平性	実施効果
コンビニ	○ 全国43,600店舗で購入可能	○ 契約の有無に関係なく販売可能	○ 5大コンビニ一括管理が可能	○ 特定のサイト・旅行会社に限らない、幅広い利用者	△ コンビニ専用サイトなし。その他プロモーションが必要
WEB宿泊サイト	○ 慣れている・会員となっている宿泊サイトでの予約が可能	△ 登録サイトによっては未契約のため、販売が限定的	△ 宿泊サイト運営会社ごとに事務局を設置、委託が必要	△ 宿泊サイト利用者に限定	○ 宿泊意欲の高い利用者に対して効率的に販促が可能
旅行会社 (募集型企画旅行)	△ 購入可能な商品に限られる	△ 限られた大型宿泊施設が対象のため、販売が限定的	△ 旅行会社ごとに事務局を設置、委託が必要	△ 旅行会社利用者に限定	△または○ (金券として利用できれば)旅行会社が販促を実施

●コンビニ販売のメリット

▼お近くのコンビニで券を購入
全国5社、43,600店舗が利用可能

- ・セブン-イレブン
- ・ローソン
- ・ファミリーマート
- ・サークルKサンクス
- ・ミニストップ

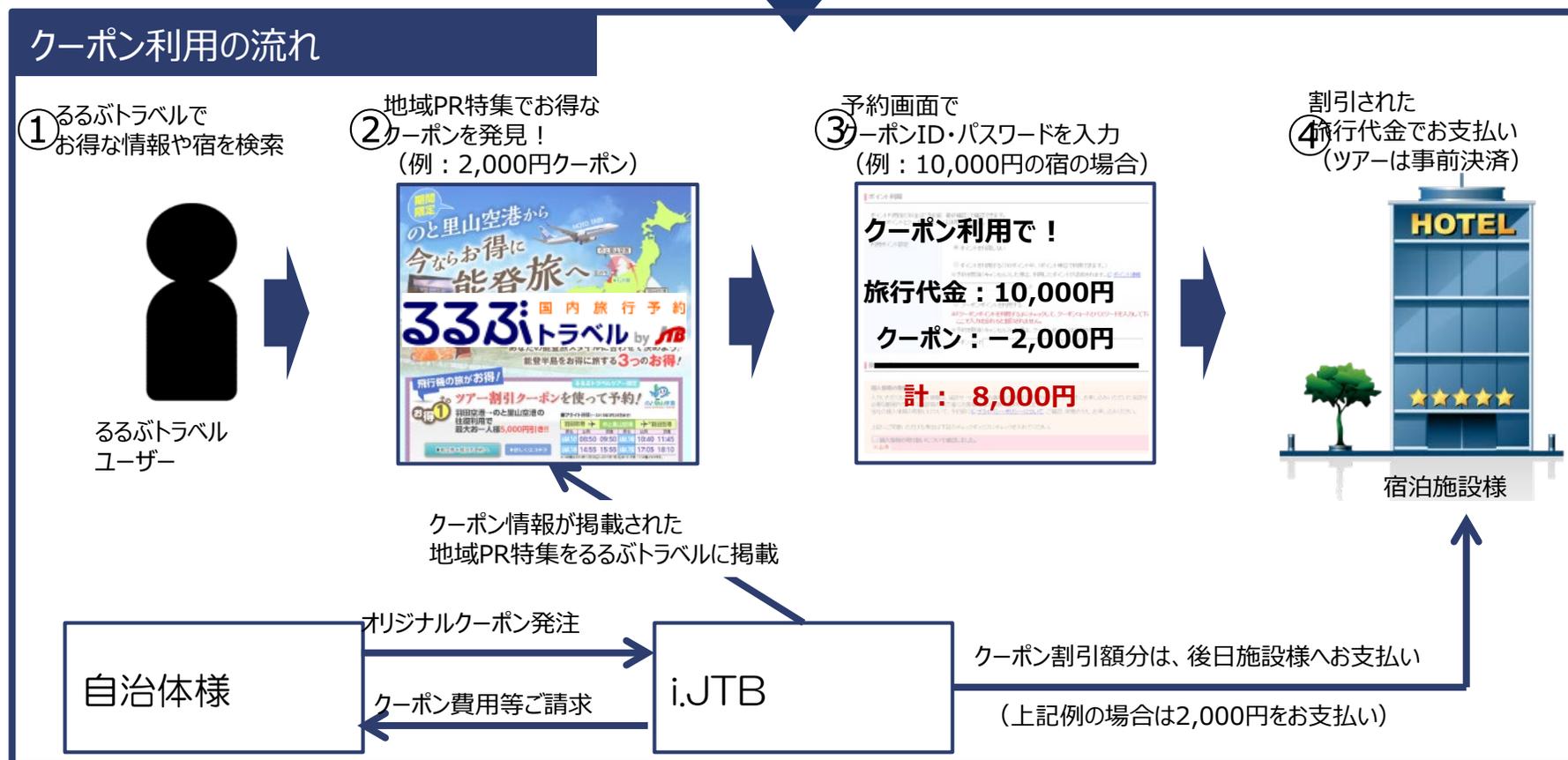
▼選べる3つの予約方法

1. 宿泊施設に直接
電話でもHPでも可能
2. お好みのネット系旅行会社経由
3. 全国のJTB店舗窓口相談

■ るるぶトラベルクーポンの活用

るるぶトラベルクーポンとは？

るるぶトラベルのお客様が、**予約時に、その場で割引を受けられるオンラインクーポン**です！



■ るるぶトラベルクーポンの活用

クーポンの利用促進に「ご当地自慢」を活用！

◆ オリジナルクーポンや観光情報を紹介したページを「ご当地自慢特集」に掲載できます！

「ご当地自慢」 エリア別 おすすめ宿泊・旅行プラン特集

各エリアに住む人おすすめの地域密着型宿泊プランが満載。

ご当地自慢

地域限定！お値打ちプラン！
地域密着、ココが魅力を発信中！

今が旬の！ご当地グルメ！

おすすめ！白馬でポイント大還元!!

新着情報

2016/3/31 名古屋から6.0分の瀬部温泉(柳)で泊まって元気になる♪

ゆた トクトクプラン

限定ゆたトクトクプラン♪

白馬でポイント大還元!!

春だ！五竜だ！4.7だ！白馬でポイントざくざく大還元 特集

クーポンガイドBOOK付!

南紀白浜空港から和歌山を満喫!

「広島かき小屋5.0.0日券付」プラン～広島の味覚を楽しもう～

幕末ISHINやまぐち

歴史の舞台に大集合ー！幕末ISHIN“おいでませ★山口

各地の特集を見る

北海道 東北 北関東 首都圏 甲信越 東海 北陸 近畿 中国 四国 九州 沖縄

「ご当地自慢」は、地域密着情報を発信している「るるぶトラベル」のコンテンツです

※特集ページ制作費など別途費用が係る場合があります

■ ふるさと旅行券を活用した地域プロモーション

WEBを活用したプロモーション例と興味分析

～JTBサイト国内観光ガイド内「ふるさと旅行券」特集

■JTB総合旅行TOP



バナー掲載場所はイメージです。

■JTB総合旅行サイト内にふるさと旅行券キュレーションページを展開。

ふるさと旅行券とは…

わかる！買える！
ふるさと旅行券

地域 アイコン		

旅行券情報を
知りたい！
(プルダウンで選択)

都道府県
 北海道
 青森県
 岩手県
 宮城県
 秋田県
 山形県
 茨城県
 栃木県
 群馬県
 埼玉県
 千葉県
 東京都

ふるさと旅行券特集について

メディア等の発信で「お得な」旅行をイメージしながら「どこに行こうか」をまだ決めていないお客様へおすすめ方面を紹介するページ。
旅行券の手法も各地異なるため、情報をまとめる役割(キュレーター)をも目指します。
☆スマホでの見え方も意識したページデザインとします。

レイアウトはイメージです。

■地域の魅力を訴求し、旅行券購入方法導線を設置します。



地域特集について

単純に「お得額」や「対応方法」ではなく各地展開の中で目的を持って選ばれ・来訪者の期待を高めるため、ご提供いただいたビジュアルを主体に構成。地域の声の反映、来訪者のファン化を目指します。

■るるぶを活用した地域プロモーション

- ▶ 媒体名称
るるぶ.com (<http://rurubu.com/>)
- ▶ 媒体種類
インターネット、スマートフォンサイト、携帯サイト
- ▶ 媒体運営会社
(株)JTBパブリッシング ソリューション事業本部
- ▶ 媒体内容
全国の「るるぶ情報版」等の図書情報がベースとなった観光情報サイト。

地域の観光情報を紙媒体だけでなく
ネットやスマホでもPRが可能。



DB
展開

DB
展開

DB
展開

DB
展開

- ▶ 媒体名称
るるぶ特別編集版
- ▶ 媒体運営会社
(株)JTBパブリッシング ソリューション事業本部



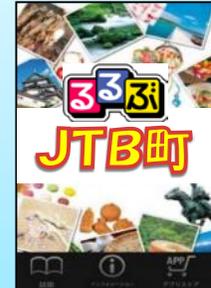
- ▶ 媒体名称
るるぶ情報版
- ▶ 媒体種類
雑誌、紙媒体(広告・記事風タイアップ)
- ▶ 媒体運営会社
(株)JTBパブリッシング 広告部



るるぶ.com

スマホアプリ

オリジナル
スマートフォンアプリ
制作



るるぶ.com

るるぶ.com内
自治体様
専門チャンネル掲載



■首都圏ベッドタウンでの事例

【地域の課題】

- ・ふるさと名物品を売りたいが、名物がそんなに多くない・・・
- ・ふるさと名物品をWEBで売るだけでなく、町に来てほしい・・・



まちのあらゆる資源を活用した「体験プログラム」が解決します

名物品は、品物だけではありません。地域の歴史や文化、住民などすべてが資源であり、名物品になります。そして、プログラム化することで、実際に来訪喚起を起こし、さらには他地域との差別化も実現可能です。



(例) 地元企業での産業体験



(例) 伝統工芸を学ぶ体験



(例) 収穫・作業体験

JTBでは、

- ・プログラム構築のサポート(資源の磨き上げや目利き)を行います。
- ・独自のルートでプログラムの商品化・販売の支援を行います。

■地域資源を活用した商品展開の事例



『JTB旅いく』を活用した体験商品開発について

『JTB旅いく』は旅を通じて子どもの成長を手助けする事業です。お茶の水女子大学などの大学チームとの共同研究結果に基づき、地域の観光資源を活用した付加価値の高い着地型旅行商品をこれまでに100個以上独自開発し、2万人以上のファミリーが参加しています。参加者満足度**90%以上**、リピーター率**30%**の商品開発ノウハウを活用し、地域の魅力をお客様に伝える付加価値の高い体験商品の開発が可能です。開発商品を地域で自走できるよう、リピーターに繋がる満足度の高い体験運営ノウハウをマニュアル化し提供しています。



旅いくで開発する4つの体験テーマ



これまでに100以上のプログラムを開発した実績！

地域の魅力を伝える付加価値の高い体験商品を開発！

産業観光活性化
観光と産業を融合したまちづくりに繋がる体験商品を作りたい！

次世代マーケティング
地域の子ども達に地域の魅力を知ってもらい、郷土愛を育みたい！

教育旅行誘致
生きた地域学習体験、キャリア教育学習に繋がる差別化体験商品を開発したい！

宿泊滞在魅力向上
宿泊滞在を促進させる滞在プログラムを作りたい！

交流人口拡大
交流人口拡大につながる集客力のある体験商品開発をしたい！

※実施例※



奥信越観光協議会

■ 訪日外国人向けサイト「JAPANiCAN」の活用

JAPANiCANでの、訪日外国人向け割引提供の仕組み

JAPANiCANで使える「特典コード」

指定の旅行商品に対し、特典コードを入力し購入すると、旅行代金からクーポンの額に応じて割引を受けることが出来るサービスです。

クーポン利用の流れ

① JJAPANiCANで
宿泊施設・ツアーを検索



② 予約画面で
特典コードを入力

予約画面

特典コードを入力

③ 割引された旅行代金で
事前カード決済
※特典コード適応は事前カード決済の商品のみ



Webの画面上で完結するので発券などの煩雑な作業が必要ありません