

ひるがの高原招待券プレゼントキャンペーン応募結果及び分析

令和4年9月30日
一般社団法人郡上市観光連盟

ひるがの高原招待券プレゼントキャンペーン応募結果及び分析

概要

・ファンクラブ会員向を対象に、アンケートを答えたユーザーへ抽選で招待券をプレゼント

【招待券内訳】

- ◎ 牧歌の里招待券(25組50名)
- ◎ ひるがのピクニックガーデン招待券(25組50名)

【応募期間】

- ◎ 22年7月15日～22年8月10日

周知方法

- ◎ 既存ファンクラブ会員にメールマガジンを配信
- ◎ Web広告からのランディングページにキャンペーン内容を表示し応募を促進
- ◎ SNSにて発信

応募者数

- ◎ 1,283件

応募時に実施したアンケート

- 【Q1】過去の訪問有無
- 【Q2】過去に訪問した季節
- 【Q3】ひるがの高原でやりたいこと
- 【Q4】TABITABI郡上を知ったきっかけ

キャンペーンイメージ

ひるがのピクニックガーデン・牧歌の里

入園券プレゼントキャンペーン!

抽選で **50** 組 **100** 名様に
合計 **50** 組 **100** 名様に
プレゼント!

ひるがのピクニックガーデン
牧歌の里

応募期間：7/15(金)～8/17(水)まで

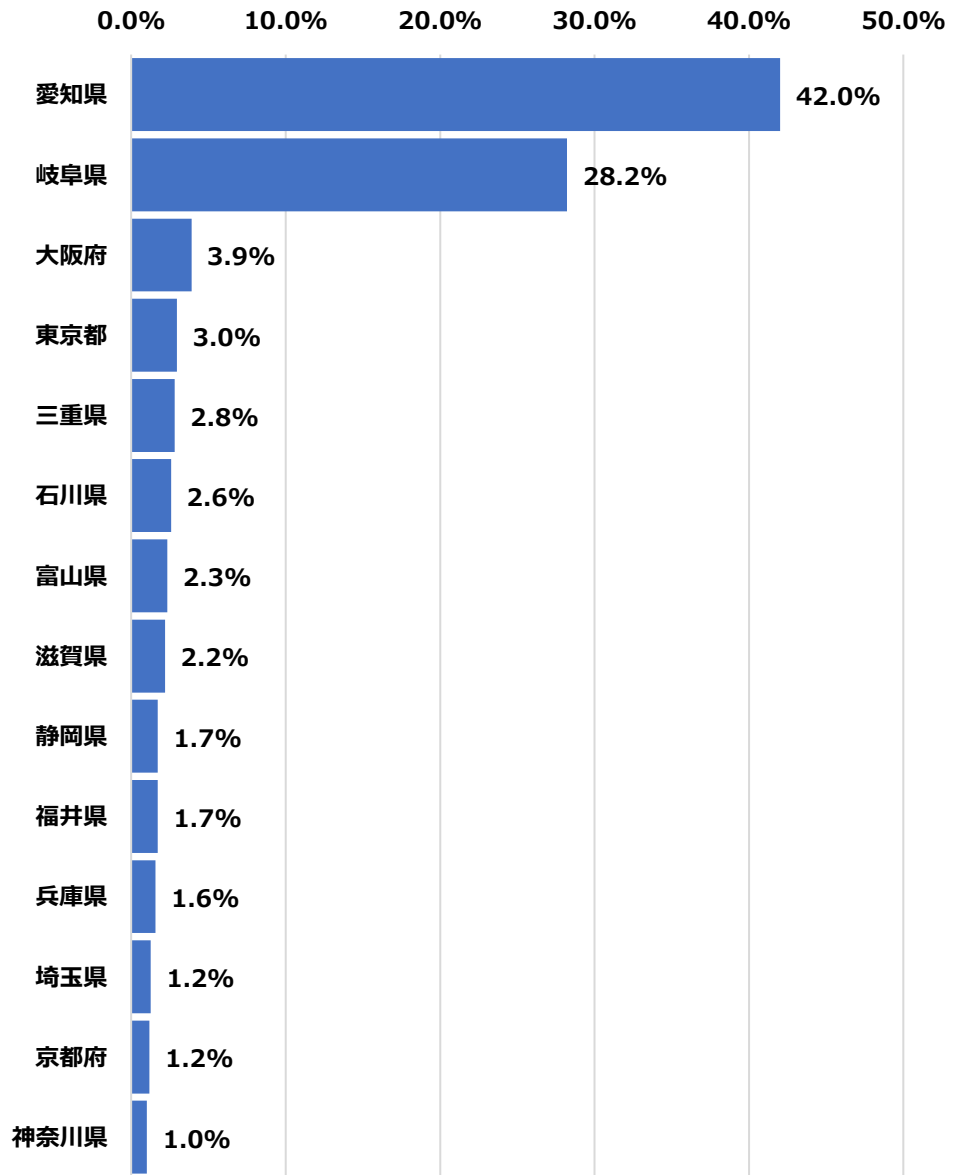
応募方法：会員登録後のマイページより応募

応募はこちら >

ひるがの高原招待券プレゼントキャンペーン応募結果及び分析

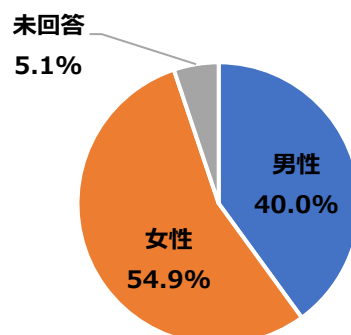
居住地

地域	回答数	割合
愛知県	539	42.0%
岐阜県	362	28.2%
大阪府	50	3.9%
東京都	38	3.0%
三重県	36	2.8%
石川県	33	2.6%
富山県	30	2.3%
滋賀県	28	2.2%
静岡県	22	1.7%
福井県	22	1.7%
兵庫県	20	1.6%
埼玉県	16	1.2%
京都府	15	1.2%
神奈川県	13	1.0%
千葉県	12	0.9%
奈良県	8	0.6%
福岡県	6	0.5%
群馬県	3	0.2%
栃木県	3	0.2%
広島県	2	0.2%
山口県	2	0.2%
長野県	2	0.2%
島根県	2	0.2%
山梨県	1	0.1%
岡山県	1	0.1%
岩手県	1	0.1%
宮城県	1	0.1%
熊本県	1	0.1%
香川県	1	0.1%
山形県	1	0.1%
新潟県	1	0.1%
福島県	1	0.1%
北海道	1	0.1%
和歌山県	1	0.1%
未回答	8	0.6%
合計	1,283	100.0%



性別

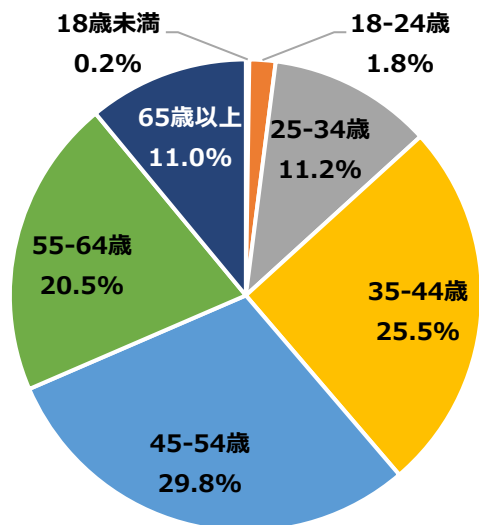
性別	回答数	割合
男性	513	40.0%
女性	704	54.9%
未回答	66	5.1%
合計	1,283	100.0%



ひるがの高原招待券プレゼントキャンペーン応募結果及び分析

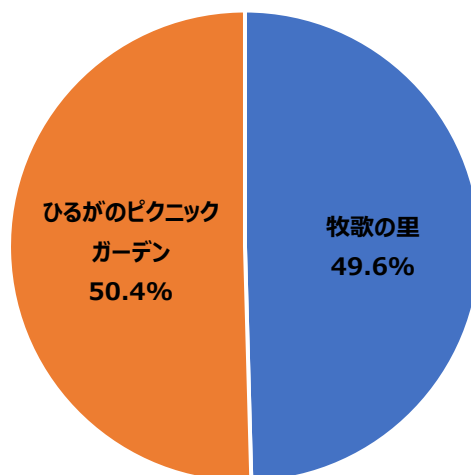
年齢

年齢	回答数	割合
18歳未満	3	0.2%
18-24歳	23	1.8%
25-34歳	144	11.2%
35-44歳	327	25.5%
45-54歳	382	29.8%
55-64歳	263	20.5%
65歳以上	141	11.0%
合計	1,283	100.0%



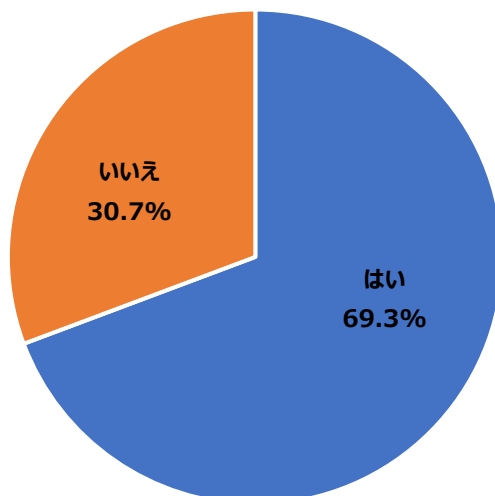
招待券を希望する施設

施設	回答数	割合
牧歌の里	636	49.6%
ひるがのピクニックガーデン	647	50.4%
合計	1,283	100.0%



【Q1】過去の訪問有無

回答	回答数	割合
はい	889	69.3%
いいえ	394	30.7%
合計	1,283	100.0%

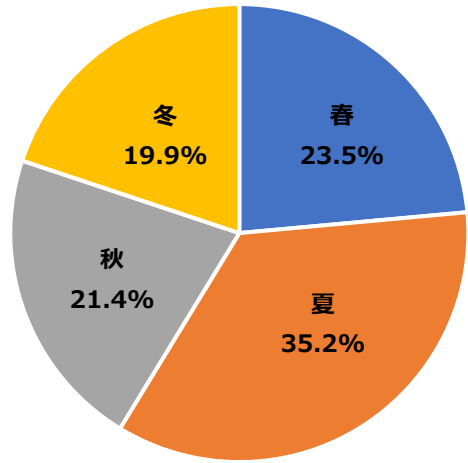


ひるがの高原招待券プレゼントキャンペーン応募結果及び分析

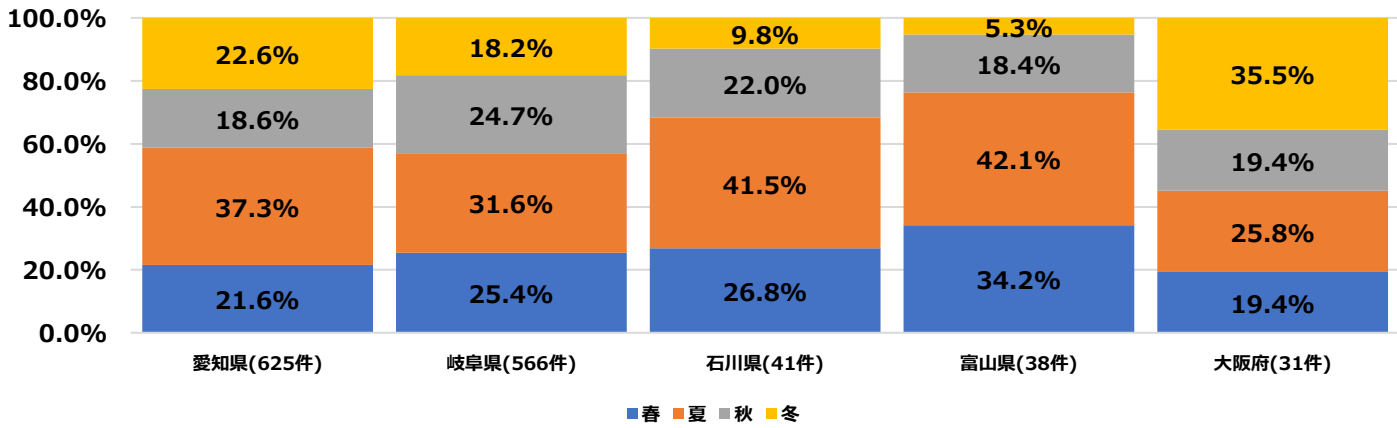
【Q2】過去に訪問した季節

(複数回答あり)

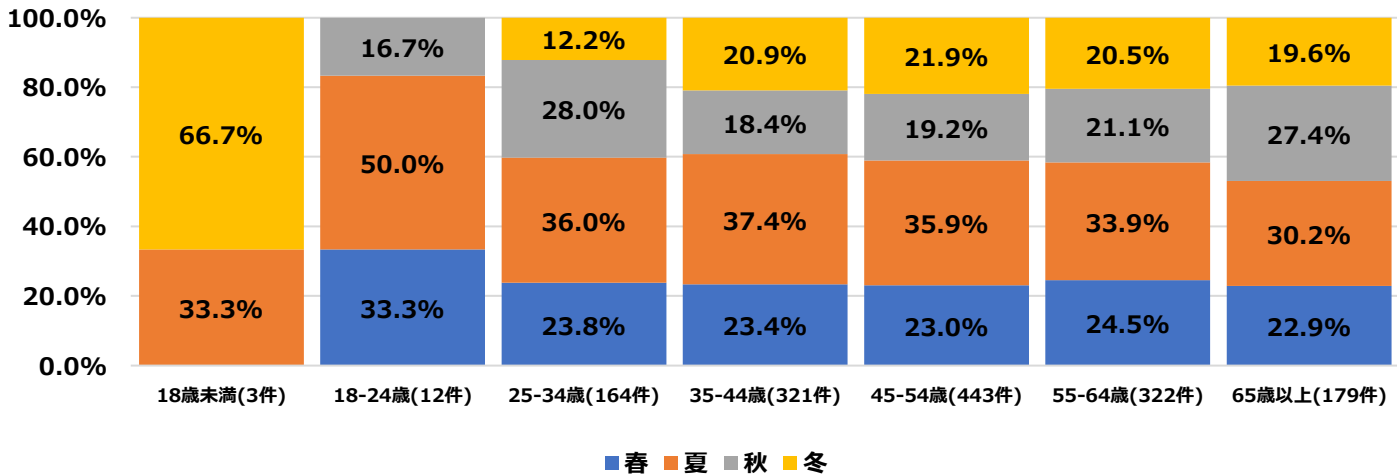
回答	回答数	割合
春	340	23.5%
夏	508	35.2%
秋	309	21.4%
冬	287	19.9%
合計	1,444	100.0%



地域別(回答数上位5地域)



年齢別

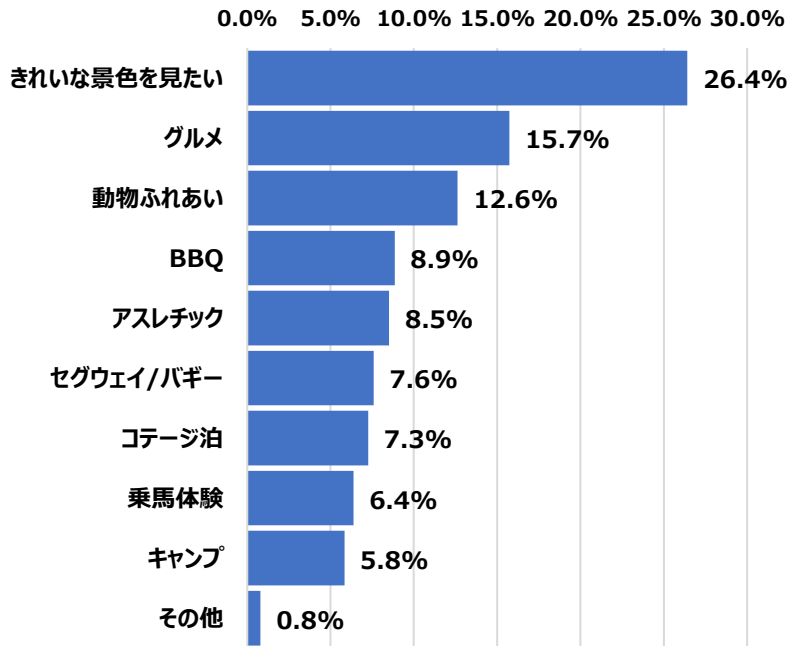


ひるがの高原招待券プレゼントキャンペーン応募結果及び分析

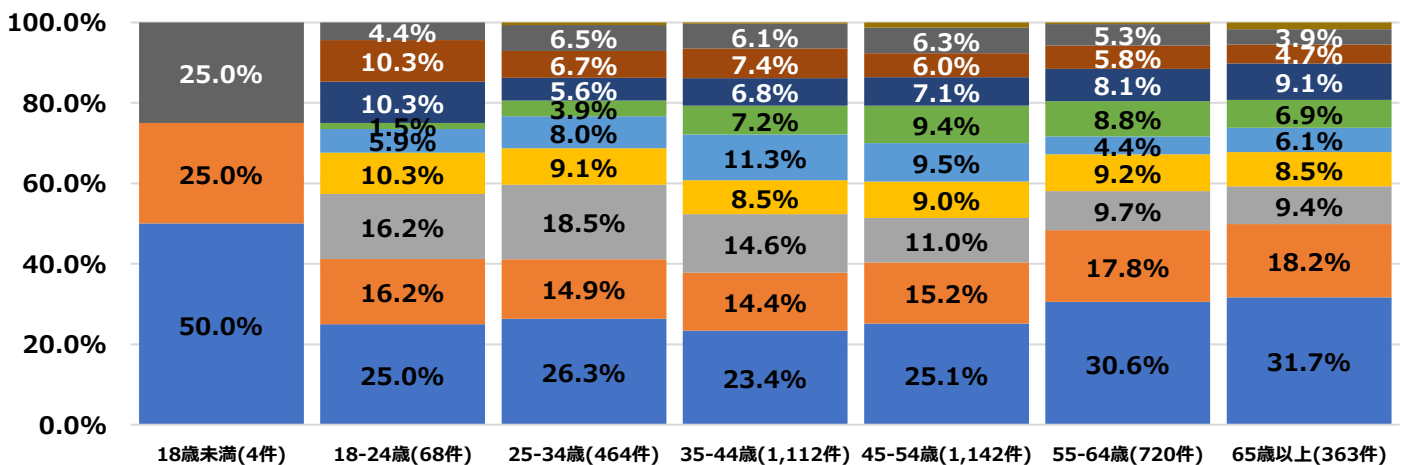
【Q3】ひるがの高原でやりたいこと

(複数回答あり)

回答	回答数	割合
きれいな景色を見たい	1,023	26.4%
グルメ	609	15.7%
動物ふれあい	489	12.6%
BBQ	343	8.9%
アスレチック	330	8.5%
セグウェイ/バギー	294	7.6%
コテージ泊	281	7.3%
乗馬体験	247	6.4%
キャンプ	226	5.8%
その他	31	0.8%
合計	3,873	100.0%



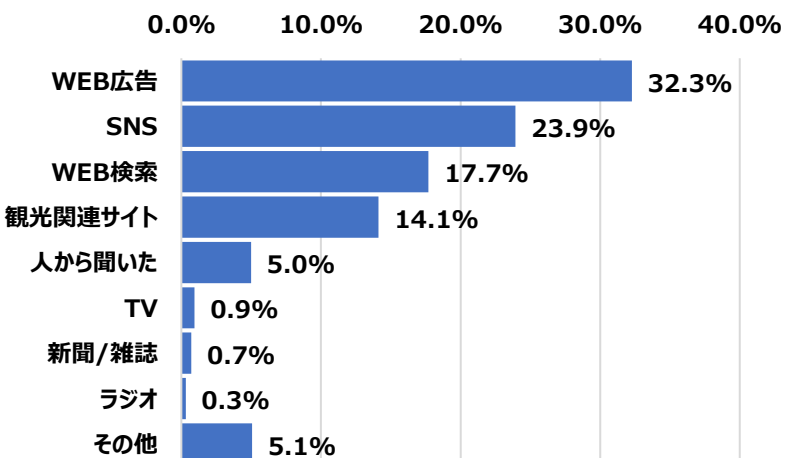
年齢別



■きれいな景色を見たい ■グルメ ■動物ふれあい ■BBQ ■アスレチック ■セグウェイ/バギー ■コテージ泊 ■乗馬体験 ■キャンプ ■その他

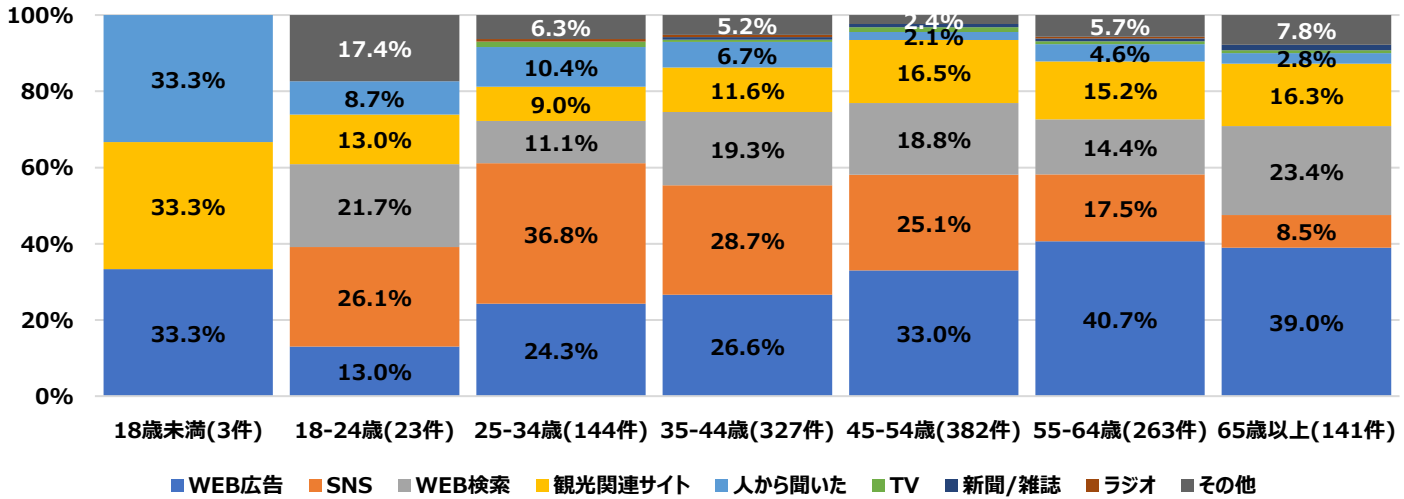
【Q4】何がきっかけでTABITABI郡上を知りましたか？

回答	回答数	割合
WEB広告	414	32.3%
SNS	307	23.9%
WEB検索	227	17.7%
観光関連サイト	181	14.1%
人から聞いた	64	5.0%
TV	12	0.9%
新聞/雑誌	9	0.7%
ラジオ	4	0.3%
その他	65	5.1%
合計	1,283	100.0%

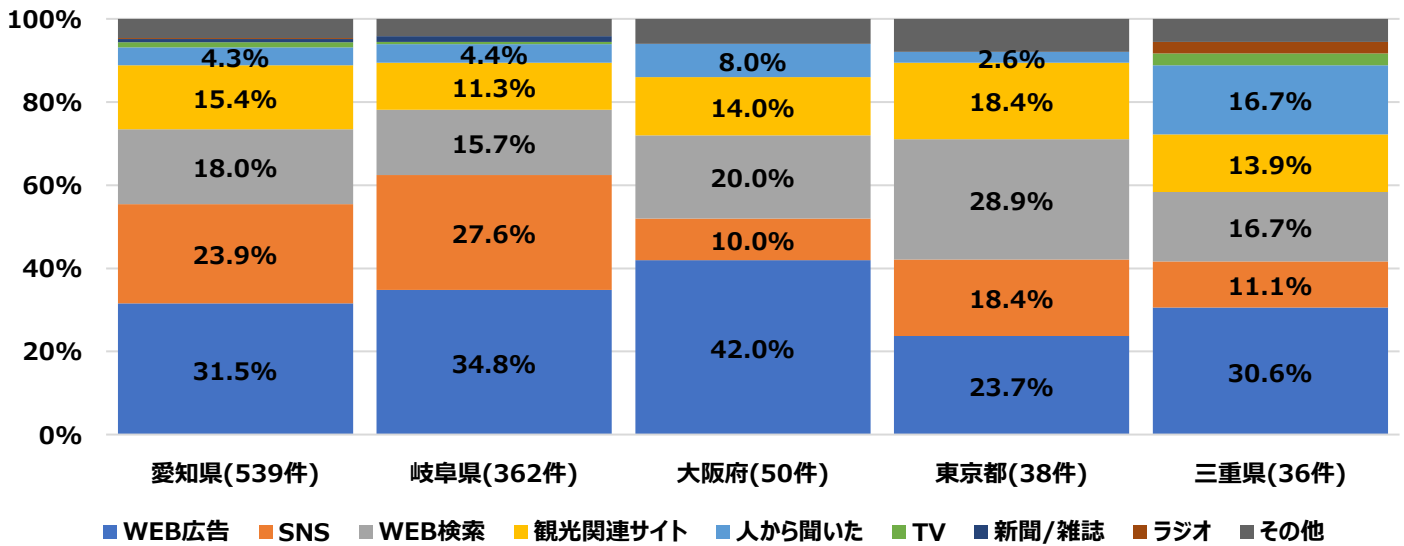


【Q4】TABITABI郡上を知ったきっかけ

年齢別



地域別(回答数上位5地域)



ひるがの高原招待券プレゼントキャンペーン応募結果及び分析

【考察】

(ユーザー属性)

(居住地)

- キャンペーンに応募したユーザーの居住地は「愛知(42.0%)」と「岐阜(28.2%)」が全体の70.2%を占め、近隣地域の応募が大半を占める結果となった。全体のファンクラブ会員属性においても「愛知」「岐阜」が57.8%を占めており、応募ユーザーは全体の会員属性に沿った傾向となっている。

(年齢・性別)

- 女性の反応が54.9%を占めた。
- 35-44歳が25.5%、45-54歳が29.8%、55-64歳が20.5%となり、年齢も全体のファンクラブ会員属性に沿った結果となった。25-34歳の応募は11.2%となったが、同期間に配信していた広告の反応では25-34歳の割合が28.3%を占めており、広告を起因とした若いユーザーの応募に繋がりにくかった傾向が見られる。次回以降のキャンペーン実施の際にはインセンティブの内容などを変更し反応を見ていく。

【招待券を希望する施設 / 訪問有無 / 訪問時期】

(招待券を希望する施設)

- 希望する施設は、ほぼ均等な回答率となっており、過去の訪問有無や、年齢別での違いはみられなかった。

(訪問有無 / 訪問時期)

- 訪問有無については「はい」の割合が69.3%を占める結果となった。地域別では、愛知県が75.7%、岐阜県が86.7%となっており、近隣地域の訪問率の高さが裏付けられる結果となった。
- すでに認知度や訪問実績がある「愛知」「岐阜」に対しては、花の開花状況といったリアルタイムの情報や、新しい企画や商品を紹介することで訴求力が上がり、訪問につなげやすくなるを考える。
- 地域別では、回答数は少ないものの「大阪府」の冬に訪れる割合は、他地域と比べて高い結果となり、スキーを目的とした訪問であると推測。
- スキーを目的とした訪問が多くある「愛知」「岐阜」では「夏」の回答が高い割合となっており、近隣地域であってもウインターとグリーンシーズンの両方で郡上を訪問している観光客が少ない他、「ひるがの高原 = スキーリゾート」という認識が弱い可能性も推測できる。
- ウインターシーズンに郡上を訪問するユーザーに向けて、グリーンシーズンの情報を提供して通年観光をアピールしたり、招待券や割引券を使ったプレゼントキャンペーンを展開して認知度を高めることで実訪問につながりやすくなるを考える。

【ひるがの高原でやりたいこと】

- 「きれいな景色を見たい」が最も多い結果となった。ピクニックガーデンのペチュニアや牧歌の里のチューリップは、これまでのTABITABI郡上におけるページビューや、SNSでも良い反応となっており、ひるがの高原を知らないユーザーに向けても十分に訴求ができる内容だと考える。引き続き、上記コンテンツを積極的に紹介して認知度向上や実訪問に繋げていく。
- ひるがのピクニックガーデンや、牧歌の里を認知し、郡上訪問を検討しているユーザーに対しては、「絶景スポット」と銘打って、夫婦滝や阿弥陀ヶ滝といった近隣スポットを紹介することで、市内周遊につなげられると考える。
- 美しい景色を求めているユーザーに対して、施設内でのオススメフォトポイントや、上手な写真の撮り方を紹介することで、撮った写真をユーザーがSNSに投稿し、情報が拡散されやすくなるを考える。
- 「グルメ」が2番目に高い回答率となった。地元食材を使ったメニューの考案やオススメ店舗の紹介を強化して、消費拡大につなげていくことが必要だと考える。
- 今後アンケート実施の際には、「どんな料理を食べたい」「どんな食材に興味があるか？」など、より細かな内容を聞いてニーズの把握を行っていく。
- 年齢別では、シニア層は「きれいな景色を見たい」や「グルメ」と回答した割合が高く、25-54歳は「動物とのふれあい」や「BBQ」「アスレティック」といった内容の割合が高い結果となっている。ターゲットごとのプロモーション展開の際には、これらの要素を取り入れて紹介することで訴求力が高まると考える。

ひるがの高原招待券プレゼントキャンペーン応募結果及び分析

【TABITABI郡上を知ったきっかけ】

- 「Web広告」の回答が最も多い結果となり、これまで実施してきたキャンペーンの成果が読み取れる結果となった。また「Web広告」に次いで「SNS」が2番目に高い回答率となっているが、SNSにも投稿に似せた形での広告配信を行っており、一部「SNS」の回答の中にも広告が含まれていると推測する。
- 上位4件の回答がWebをきっかけとした認知となっており、様々な媒体とツールを使った認知度向上施策が効果を示していることが読み取れる。今後も取り組みを継続し、更なる認知度向上とサイト流入増に繋げていく。
- 年齢別では、若い層が「SNS」の回答率が高く、シニア層が「Web広告」や「Web検索」の回答率が高い結果となった。SNSについては若い世代を意識した運用、Web検索についてはシニア層を意識したキーワードの選定や、タイトル作成を行うことで効果的にサイト流入へ繋がれると考える。