

Ⅱ WEBサイト企画提案*

簡単で楽しいアクティビティー
“ジップライン”を
紹介するWEBサイト

03: 赤坂 木綿子

① 市場調査

ジップラインとは…？

➡紀元前250年頃、人の移動や物資を運ぶための手段として発祥し、その後中国やインドの山岳地帯や川を横断する手段として利用されていたもの

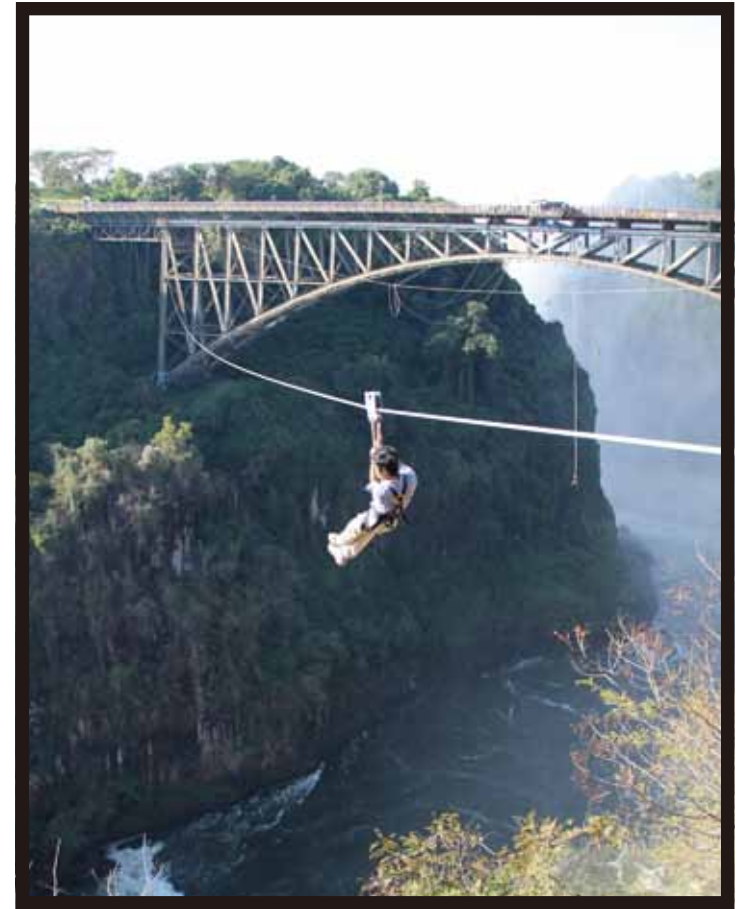
➡アトラクションとしては、“フランスが発祥”とされている

➡ちなみに英語で「Flying Fox(こうもり)」

➡日本ではスキー場のグリーンシーズンを利用し、営業しているところが多い(適した時期:冬以外)

➡安全上の理由から**身長・体重・年齢などの制限**を設けている施設がほとんどだが、ヘルメットやハーネスなどの道具はレンタル出来るので、手ぶらで楽しむことができる。

➡**1本約1,500円** 30~40分で体験出来るものから、複数コースがあり約4,000円前後のものまで幅広く選択することができる



② SWOT 分析

S

- 初心者でも簡単!
- 体験中の景色がすばらしい!
- 開放感が感じられる!

W

- 危険が伴う ...
- 屋外のため**天気に左右される ...**

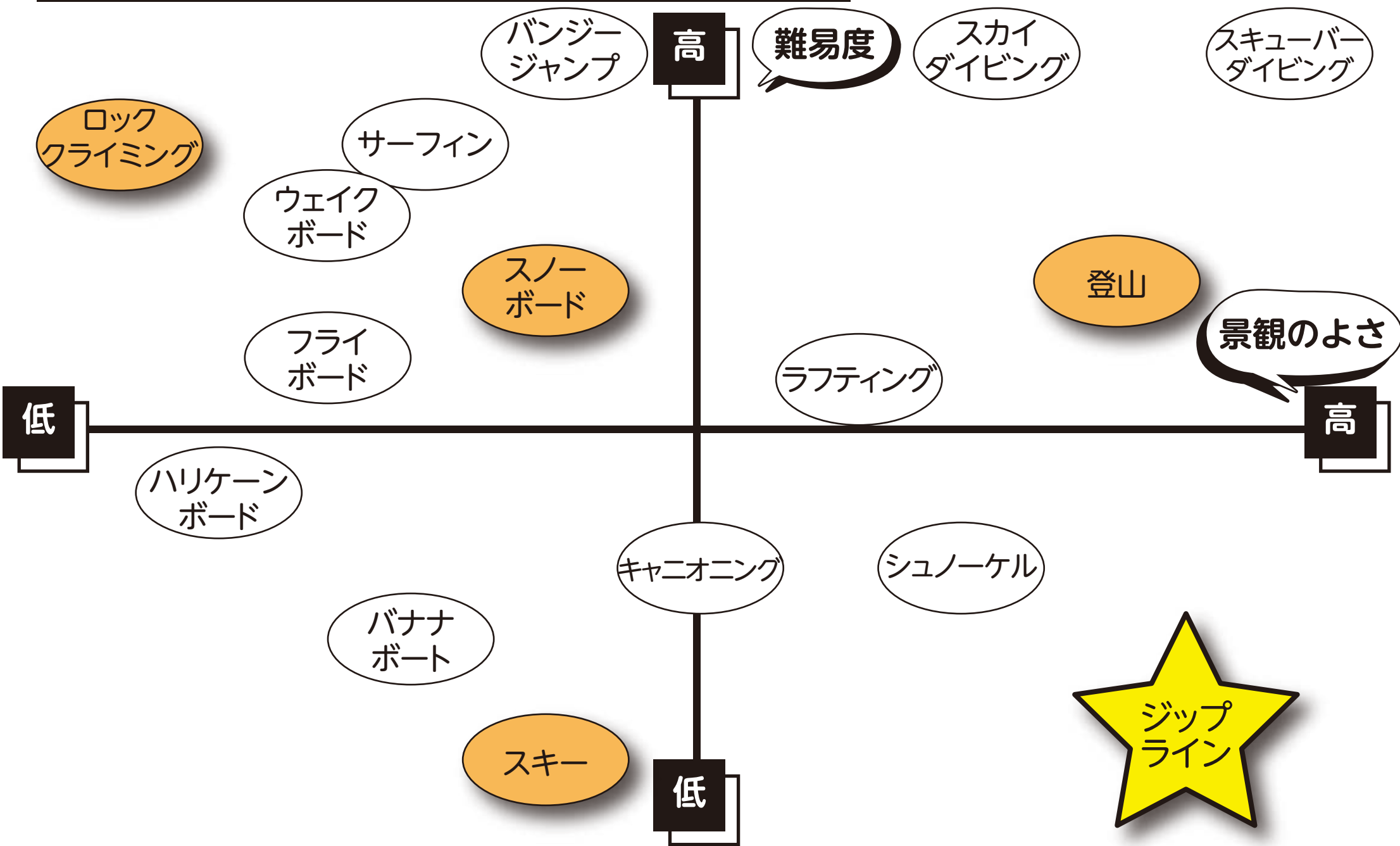
O

- コロナ禍での**大自然体験**
- ひきこもりから解放させたい
- 日常生活からはずれた空間での癒し

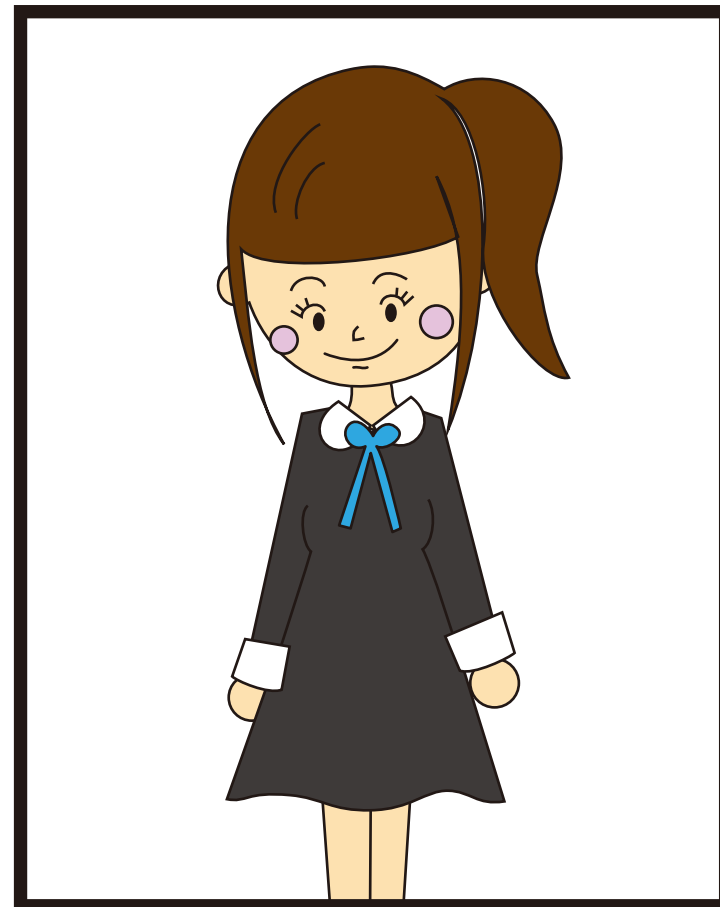
T

- 体験時間に見合わない拘束時間 ...
- **体験場所が山頂付近が多いため、交通の便があまりよくない ...**

③ ポジショニングマップ



④ ペルソナシート



名前

佐藤 海生 (さとう みお)

年齢・性別

28才 女性

居住地

名古屋市東区

家族構成

祖父母・父母・妹・弟
(現在は一人暮らし)

既婚・未婚

未婚
(結婚前提で交際中の恋人がいる。交際歴2年。)

最終学歴

短大卒

職業

営業事務
(仕事は好きだけど、刺激が欲しい)

職業

320万円

インターネット
リテラシー

興味を持った事はすぐに調べるが、普段はあまり使わない。
(よく利用するサイト⇒yahoo!、safari)

性格

好きな事は没頭する。好奇心旺盛。チャレンジ精神強めだが、一人だと躊躇してしまう。

趣味

旅行。ドライブ。カメラ(一眼レフ) 休日の過ごし方

長期休暇は毎回旅行に行く。

ウォーキングや筋トレしたり、岩盤浴に行く。

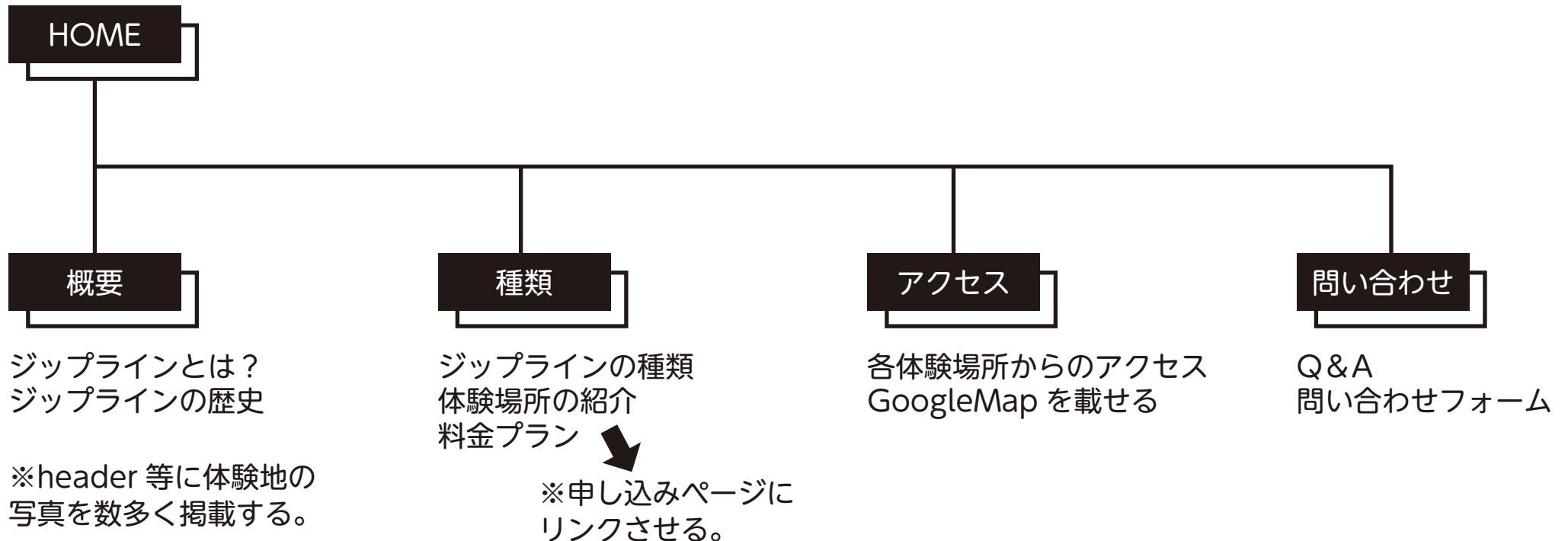
今やりたい事

交際中の恋人とわくわくするような事を一緒に楽しみたいと思っている。

⑤ 要件定義

旅行中に、観光以外に何か体験をしたいと思っている人たちに、日常生活からかけ離れた絶景の写真や、気軽に体験してもらえるとわかるような情報を見せて、興味を持ってもらい体験してもらおう！

⑥ サイトストラクチャー



⑦ ペイドメディアの選択・効果

選択した広告：旅行情報誌内の広告（雑誌広告）

旅行に行く際に、誰しも一度は旅行情報誌を見た事あるはず ...

広告内で「あ！やってみたい！」と思わせ、QRコードからLPへ誘導。



QRコードを体験地域毎に設定し、地域毎のLPへ誘導することによって
利用者の手間や時間が大幅に省け、申込ページへ進んでもらいやすい。

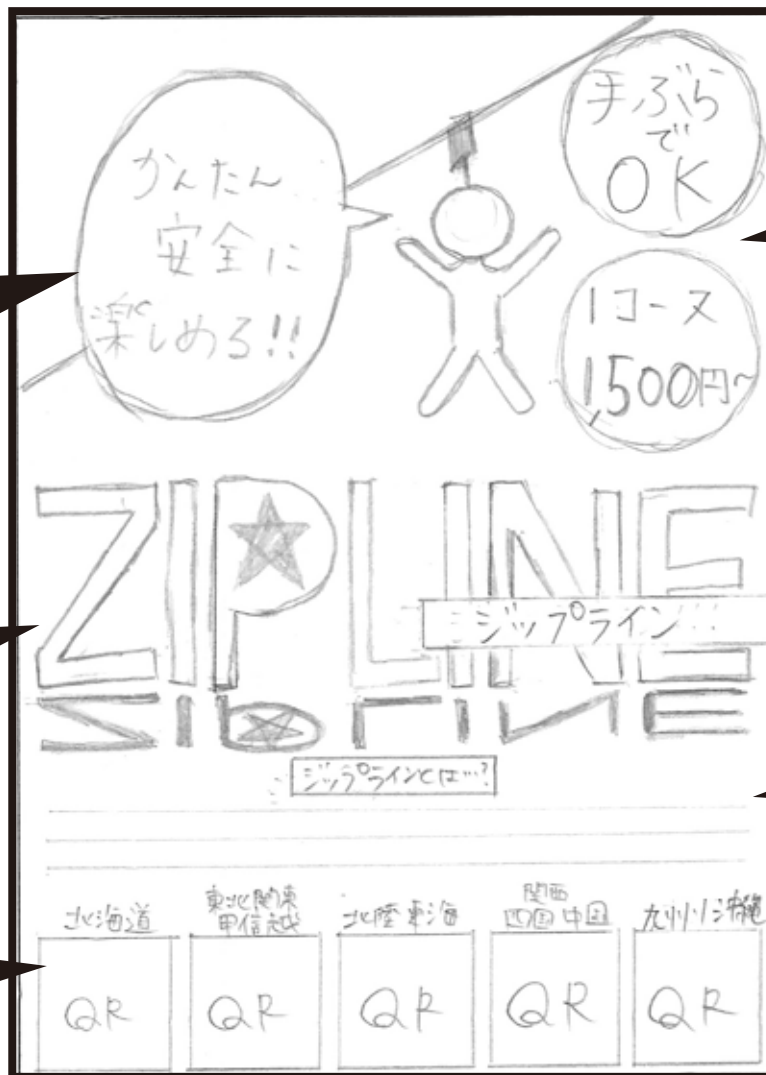
QRコードを広告内に記載することで、気になったその場で調べてもらい
やすく離脱率を下げる事が出来る。

⑧ プロモーションイメージ

簡単！安全！と伝わるように
体験者が伝えている風にする

ジップラインの広告と一目で
認識出来るように真ん中に書く

体験地域毎に
QRコードを用意する



注目ポイントを
わかりやすくアピール

ここにジップラインの
簡単な説明を書く

⑨ KGI・KPIの設定

目標
年商1,200万円

KGI：100万円
平均額：4,000円

