

# 地球の歩き方 ホームページ 広告事例集

Advertising Case Study

2021年4月16日更新

CONFIDENTIAL

[www.arukikata.co.jp](http://www.arukikata.co.jp)

〈お問い合わせ〉 株式会社地球の歩き方  
旅行マーケティング部  
TEL: 03-6431-1008  
mail: [contact\\_ad@arukikata.jp](mailto:contact_ad@arukikata.jp)

※当資料は、[www.arukikata.co.jp/ad/](http://www.arukikata.co.jp/ad/) (ID/PASS: arukikata)にてダウンロードいただけます。

## Contents

### ■ 「地球の歩き方ホームページ」 タイアップ広告企画

Case Study	一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー	02
Case Study	エミレーツ航空	03
Case Study	全日本空輸株式会社	04
Case Study	トルコ共和国大使館 文化広報参事官室	05
Case Study	社団法人 函館観光コンベンション協会	06
Case Study	オーストリア航空	07
Case Study	江原道(韓国)観光事務所	08
Case Study	株式会社ソニー・ピクチャーズ エンターテインメント	09
Case Study	株式会社トヨタマーケティングジャパン	10
Case Study	花王株式会社	11
Case Study	ドイツ観光局	12
Case Study	MasterCard	13

### ■ 「地球の歩き方」 ブランド・コンテンツを活用したマーケティング企画

Case Study	株式会社NTTドコモ	14
Case Study	ヤフー株式会社	15
Case Study	韓国観光公社	16
Case Study	ミニストップ株式会社	17
Case Study	森永乳業株式会社	18
Case Study	株式会社丸紅フットウェア (MERRELL)	19
Case Study	株式会社NTTドコモ(Smart TRAVEL CAFE)	20
Case Study	株式会社NTTドコモ(dトラベル)	21
Case Study	Brand USA (Corporation for Travel Promotion)	22

～ガイドブック新創刊 & リアルメディア & 書店イベント & オンライン施策～

**まだまだ知られていない魅力的な離島エリア  
「沖縄本島周辺15離島」を様々なチャンネルでプロモーション**

▼ マーケティングニーズ

- ① まだまだ知られていない沖縄本島周辺15離島の認知拡大 & 旅行者増加
- ② 日本初の当該エリアのガイドブックの創刊をはじめ、複数チャンネルでプロモーション

▼ ソリューション

- ① 「地球の歩き方JAPAN 島旅シリーズ」でガイドブックを創刊  
→旅行時にガイドブックを活用する傾向が強い日本人旅行者のニーズに合わせ、  
情報が少ない当該エリアのガイドブックを創刊、全国書店やオンラインストアで販売

- ② 地球の歩き方ホームページやMOOK「aruco magazine」でタイアップ掲載や  
Book in Book企画を実施  
→インスタグラマーが画像をレタッチし、Instagramの世界観を再現

- ③ SNS(Facebook, Instagram)に広告出稿し、地球の歩き方ホームページの  
タイアップページに誘導。SNS広告にもインスタグラマーが撮影・レタッチした  
画像を使用したため、親和性が高く、誘導効率も良い結果となった。

- ④ インスタグラマーが撮影した画像を一部、クライアントに納品し、  
クライアントサイトなどで使用。  
**地球の歩き方の媒体力とインスタグラマーの世界観の  
相乗効果でドバイ経由ヨーロッパのメリット訴求に成功**

URL	<a href="http://pu.arukikata.co.jp/emirates_campaign/">http://pu.arukikata.co.jp/emirates_campaign/</a>
展開期間	2018年7月19日～2018年9月17日 (2ヶ月)
誘導枠	(1)「最新情報のお知らせ・テキストリンク」 (2) <第1> レクタングル【ダブル】[PC][SP] (3)「地球の歩き方WEB通信(メルマガ)」
作成ページ数等	タイアップ特集4ページ

\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。

ヨーロッパ&ドバイ取材  
クライアントのサービス体験

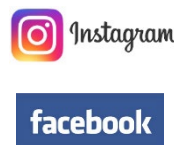


Instagramに投稿



「地球の歩き方」  
各種媒体でタイアップなど制作、掲載

- ①地球の歩き方ホームページでタイアップページ制作・掲載



地球の歩き方のアカウントで  
広告出稿し、メディアプースト

- ②「aruco magazine」で  
8ページ小冊子を制作、綴じ込み



～ インスタグラマー3名起用！メディアミックス企画&SNSブースト～

## ドバイ経由ヨーロッパ プロモーション 「人気インスタグラマー & 地球の歩き方」タイアップ企画

### ▼ マーケティングニーズ

- ① エミレーツ航空ならドバイもヨーロッパも1度の旅行で楽しめることを訴求
- ② インスタグラマーを起用し、ユーザー目線でのプロモーションをしたい

### ▼ ソリューション

- ① インスタグラマーを3名起用し、それぞれが希望するヨーロッパ各地へ取材旅行  
→各自Instagramでクライアントのサービスや旅行地の感想を投稿
- ② インスタグラマーがヨーロッパ・ドバイで撮影した画像を使用し  
地球の歩き方ホームページやMOOK「aruco magazine」でタイアップ掲載や  
Book in Book企画を実施  
→インスタグラマーが画像をレタッチし、Instagramの世界観を再現
- ③ SNS(Facebook、Instagram)に広告出稿し、地球の歩き方ホームページの  
タイアップページに誘導。SNS広告にもインスタグラマーが撮影・レタッチした  
画像を使用したため、親和性が高く、誘導効率も良い結果となった。
- ④ インスタグラマーが撮影した画像を一部、クライアントに納品し、  
クライアントサイトなどで使用。

## 地球の歩き方の媒体力とインスタグラマーの世界観の 相乗効果でドバイ経由ヨーロッパのメリット訴求に成功

URL	http://pu.arukikata.co.jp/emirates_campaign/
展開期間	2018年7月19日～2018年9月17日 (2ヶ月)
誘導枠	(1)「最新情報のお知らせ・テキストリンク」 (2)「第1」レクタングル【ダブル】[PC][SP] (3)「地球の歩き方WEB通信(メルマガ)」
作成ページ数等	タイアップ特集4ページ

\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。

### ヨーロッパ&ドバイ取材 クライアントのサービス体験



### Instagramに投稿



### 「地球の歩き方」 各種媒体でタイアップなど制作、掲載

- ①地球の歩き方ホームページでタイアップページ制作・掲載



地球の歩き方のアカウントで  
広告出稿し、メディアブースト

- ②「aruco magazine」で  
8ページ小冊子を制作、綴じ込み



～ ガイドブック新創刊 + パンフレットを旅行会社配布 + オンライン施策～

## まだまだ知られていない魅力的な離島エリア 「沖縄本島周辺15離島」のガイドブック創刊 &

### ▼ マーケティングニーズ

- ① ハワイ路線のイメージ強化を行いたい
- ② インスタグラマーを起用し、ユーザー目線でプロモーション

### ▼ ソリューション

- ① インスタグラマーのInstagramでクライアントのサービスの感想を投稿
- ② インスタグラマーおすすめのハワイ情報と、クライアントのサービスの感想を地球の歩き方ホームページや「MOOKホノルルショッピング&グルメ」、「今、こんな旅がしてみたい！」でタイアップ掲載やBook in Book企画を実施。



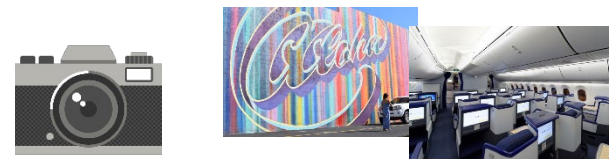
- ① インスタグラマーの投稿に多数の「いいね！」を獲得
- ② タイアップページのPV数、プレゼントキャンペーンの応募者、好調

## ハワイ=ANAのイメージ強化に成功

URL	http://pu.arukikata.co.jp/ana_hawaii/
展開期間	2017年9月8日～2017年10月8日 (1ヶ月) 2018年2月26日～2018年3月28日 (1ヶ月)
誘導枠	(1) 「最新情報のお知らせ・テキストリンク」 ----- (2) 728スーパーバナー ----- (3) Arukikata SP TOP バナー ----- (4) 「地球の歩き方WEB通信(メルマガ)」
作成ページ数等	タイアップ特集1ページ

\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。

### ハワイ取材 & クライアントのサービス体験

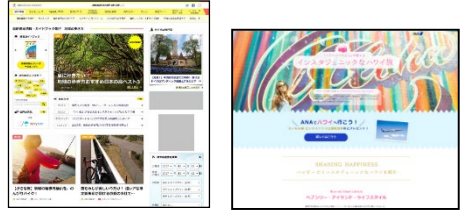


### Instagramに投稿



### 「地球の歩き方」各種媒体でタイアップなど制作、掲載

- ① 地球の歩き方ホームページでタイアップページ制作・掲載  
・ハワイ旅行プレゼントキャンペーン実施



- ② 「MOOKホノルルショッピング&グルメ」で2ページタイアップを制作・掲載
- ③ 「今、こんな旅がしてみたい！」で8ページ小冊子を制作、綴じ込み



～ 3年連続実施！恒例タイアップ特集企画 ～

## 新しいトルコの魅力を訴求 「地球の歩き方」の編集力・素材を活用したタイアップ特集

### ▼ マーケティングニーズ

- ① 旅行シーズン前にトルコの魅力を訴求したい
- ② F1層のニーズに応えられる新しい切り口の特集にしたい

### ▼ ソリューション

- ① 『地球の歩き方ガイドブック』の取材素材を活用し、トルコの魅力を訴求  
⇒取材班の渡航費用を軽減
- ② 「なぜ、今、トルコなのか!？」を「観光スポット」「グルメ」をキーワードで紹介



- ① タイアップページのPV数、好調
- ② 取材班の渡航・取材費用の軽減など効率的なタイアップ記事作成

## 新しいトルコの魅力・認知促進に成功

URL	http://pu.arukikata.co.jp/turkey2013/site/turkey2013.html
展開期間	2013年9月2日～2013年11月2日(2ヶ月)
誘導枠	(1)「最新情報のお知らせ・テキストリンク」(2週間)
	(2) 300エンゲージディスプレイ(2ヶ月)
	(3)「地球の歩き方WEB通信(メルマガ)」
作成ページ数等	タイアップ特集9ページ
	(2012年版)http://pu.arukikata.co.jp/turkey2012/site/top.html
	(2011年版)http://www.arukikata.co.jp/turkey2011/top.html
	(2010年版)http://www.arukikata.co.jp/turkey/site/top.html

\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。



～「北海道・函館開港150周年」記念企画～

## 「函館歴史文化観光検定(はこだて検定)」の問題を活用 クイズ形式で函館の魅力を紹介するタイアップ特集

### ▼ マーケティングニーズ

- ① 過去に函館を訪問した、リピーターに函館の魅力を再発見させたい
- ② ユーザーが飽きないような企画にしたい

### ▼ ソリューション

- ① 「はこだて検定」の過去問題を活用し、「深い」函館の魅力を訴求  
⇒取材費用軽減と「はこだて検定」の認知促進の「一石二鳥」
- ② 「地球の歩き方」オリジナルの簡易なオリジナルクイズも用意、  
函館初心者にも魅力を訴求

- ① タイアップページのPV数が好調。特集滞在時間が拡大
- ② 取材費用の軽減など効率的なタイアップ記事作成

## 北海道・函館の魅力・認知促進に成功

URL	<a href="http://japan.arukikata.co.jp/special/quiz/hakodate/">http://japan.arukikata.co.jp/special/quiz/hakodate/</a>
展開期間	2009年6月29日～2009年9月23日(3ヶ月)
誘導枠	(1)「728スーパーバナーセグメント 北海道」 (2)「地球の歩き方WEB通信(メルマガ)」
作成ページ数等	タイアップ特集11ページ

\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。



## ■ Case Study オーストリア航空

～ ブランディング×集客企画 ～

## ヨーロッパ10エリア買い切り デスティネーションジャック広告タイアップ企画

### ▼ マーケティングニーズ

- ① ウィーンをハブに東欧への路線を網羅する航空会社であることを訴求したい
- ② 単純なバナーだけではない、付加価値のある企画に参画したい

### ▼ ソリューション

- ① ヨーロッパエリアTOPやオーストリアなど欧州10エリア(枠)のページ上部で「728スーパーバナーセグメント」を掲載
- ② コンテンツ直下にオーストリア航空のキャンペーン情報のミニコラムを設置

## ブランディングと認知促進に成功

展開期間	2012年4月2日～2012年11月30日(8ヶ月)
特記事項	「AD MENU 9 728スーパーバナーセグメント」欧州10エリア買い切り。 掲載期間中、1社限定で常に上位にバナーを表示。 「航空券検索モジュール」をキャンペーン告知のミニコラムにアレンジ。

● (エリア名)方面の航空券を探す powered by 

出発地  往路出発   大人

目的地  復路出発

など [詳細な検索法はこちら>>](#)



※航空券検索モジュールの設置も可能です



～ 紙媒体連動タイアップ特集 ～

# WEBと紙媒体「地球の歩き方MOOKソウル」で「読者モデル」タイアップクロスメディア企画を実施 臨場感あふれる「韓国 江原道」の魅力を紹介

## ▼ マーケティングニーズ

- ① ソウルから近い「春川」、「江陵」などの魅力を紹介したい
- ② WEBでの訴求に加え、紙媒体での紹介やパンフレットをつくりたい

## ▼ ソリューション

- ① WEBで「読者モニター」を募集
- ② 紙媒体『地球の歩き方MOOKソウル』の現地取材にあわせ、「読者モニター」と共に江原道取材

- ① 自分の「顔写真」入りモニター応募で10日間で想定以上の応募
- ② 取材班の渡航・取材費用の軽減など効率的にタイアップ記事を作成
- ③ 『地球の歩き方MOOKソウル』内に、「特別付録」として綴じ込み & パンフレットを抜き刷り納品

## 江原道の認知・来訪促進に成功

URL	<a href="http://pu.arukikata.co.jp/gangwon_1301/">http://pu.arukikata.co.jp/gangwon_1301/</a>
展開期間	2014年9月12日～2014年9月22日(10日間)
誘導枠	最新情報のお知らせテキストリンク
作成ページ数等	タイアップ特集1ページ + 応募フォーム

\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。

① LP



② 地球の歩き方MOOKソウル



江原道オリジナル小冊子を作成し、「MOOKソウルの歩き方」巻頭に綴じ込み

～ 書店連動タイアップ特集 ～

## クロスメディアでターゲットに幅広く訴求 WEBとオリジナルツールの書店配布で同時キャンペーン

### ▼ マーケティングニーズ

- ① 『ツーリスト』DVDの販売・認知促進を行いたい
- ② 映画の舞台、ヴェネツィアを絡めたWEBでのタイアップとリアルなイベントを行いたい

### ▼ ソリューション

- ① 「地球の歩き方」のコンテンツとクライアント様ご提供素材でロケ地ガイド特集を制作  
⇒取材班の渡航費用を軽減
- ② 「地球の歩き方」を冠したツール「ツーリストダイアリー」を作成し、  
主要都市の大型書店、空港書店で無料配布・設置(3万部)



- ① タイアップページのPV数、好調
- ② 取材班の渡航・取材費用の軽減など効率的にタイアップ記事を作成
- ③ 実用性の高いツールで、ユーザー・書店からも好評

## 『ツーリスト』DVDの認知促進に成功

URL	http://www.arukikata.co.jp/webmag/2011/rept/rept54_110700.html
展開期間	2011年7月1日～2011年8月31日(2ヶ月)
誘導枠	(1)「最新情報のお知らせ・テキストリンク」 (2)「地球の歩き方WEB通信(メルマガ)」
作成ページ数等	タイアップ特集2ページ

\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。

書店を活用した販促キャンペーンの詳しい企画書がございます。別途、お問い合わせ下さい。



表紙

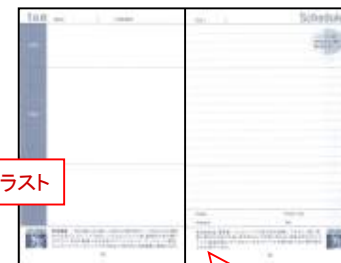


148mm

書き下ろしイラスト

95mm

中面(ツーリストダイアリー)



映画のまめ知識



表4

～ 地球の歩き方「ボランティアツアー」連動タイアップ特集 ～

## 環境への意識の高い大学生に深く訴求 WEBと旅行イベント、オリジナルツアー共同催行でキャンペーン

### ▼ マーケティングニーズ

- ① 燃費の良いハイブリッド・カー「AQUA」に対する中長期のブランディングを行いたい
- ② 「AQUA」の独自キャンペーン「AQUA SOCIAL FES」を絡めて大学生に訴求したい

### ▼ ソリューション

- ① 「地球の歩き方 ボランティアツアー」誌面・WEB・イベントで告知(集客)  
「地球の歩き方×AQUA SOCIAL FES」小笠原・屋久島特別ツアーを催行
- ② ツアー参加者は「AQUA SOCIAL FES」の世界観を体感
- ③ 「地球の歩き方×AQUA SOCIAL FES」の体験記をホームページで公開



- ① 小笠原(1回)、屋久島(2回)のツアーを催行
- ② 『地球の歩き方 ボランティアツアー』誌(13万部発行)にタイアップ記事を作成
- ③ 「地球の歩き方 旅行イベント」(約200人)でブース設置、プレゼンテーション
- ④ 「地球の歩き方ホームページ」でツアー体験記特集を作成

## 「AQUA」のブランディング成功

URL	<a href="http://pu.arukikata.co.jp/aqua/">http://pu.arukikata.co.jp/aqua/</a>
展開期間	2013年4月19日～2013年6月20日(2ヶ月)
誘導枠	(1)「トラベルフォトピックアップバナー」 (2)「日本の歩き方」センターテキスト (3)「地球の歩き方WEB通信(メルマガ)」

\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。



『地球の歩き方  
ボランティアツアー』誌  
(13万部)

集客  
(認知)



イベント



共同  
ツアー



レポート

～ 地球の歩き方ユーザーアンケート&店頭連動タイアップ企画 ～

## 海外旅行での髪に関するトラブル実態調査&共同リリース 旅行会社での「アジエンス」サンプリングキャンペーン



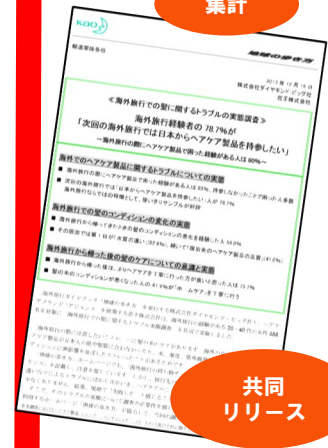
アンケート  
集計

### ▼ マーケティングニーズ

- ① 20～40歳代女性に対し、旅行時のシャンプーの利用状況など実態調査を行いたい
- ② 海外旅行での髪に関するトラブル実態調査に基づき、各媒体へのプレスリリースを行いたい
- ③ 「アジエンス」のターゲット層に、直接手渡してサンプリングを行い、ブランドスイッチを図りたい

### ▼ ソリューション

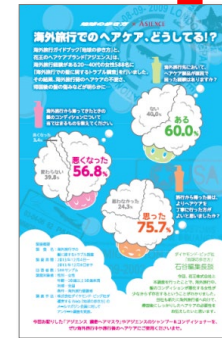
- ① 「地球の歩き方 メルマガ」会員から対象者を抽出し、アンケートを実施
- ② アンケート結果を集計し、両社で共同リリース
- ③ アンケート結果を元に「海外旅行でのヘアケア、どうしてる？」ツールを作成  
「アジエンス」サンプルと共に、旅行会社「エスティーワールド」の10店でターゲット層に手渡し



共同  
リリース

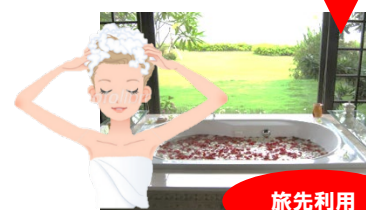
- 各種媒体でリリース内容が露出
- 年末年始の旅行に行く女性への確にリーチ

## ◎ 「海外旅行でヘアケア製品を持参すべき」 & 「アジエンス」のブランディングに成功



サンプリング

URL	<a href="http://www.diamond-big.jp/release/pdf/131216.pdf">http://www.diamond-big.jp/release/pdf/131216.pdf</a>
展開期間	2013年12月4日～2013年12月31日
特記事項	「地球の歩き方WEB通信(メルマガ)」ユーザーの中から20～40歳代女性を抽出 新聞、雑誌、WEBなど各媒体にプレスリリース 旅行会社エスティーワールド10店舗でツール、サンプルなど計3点を配布



旅先利用



\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。

～ドイツ観光局メルマガ会員獲得キャンペーン～

## メルマガ会員獲得だけでなく、 ユーザー旅行記作成サービス「地球の歩き方 旅スケ」も活用 オンシーズンのドイツの魅力进行訴求

### ▼ マーケティングニーズ

- ① メルマガ会員を増やしたい
- ② 夏の旅行シーズン前にドイツ旅行需要の喚起を行いたい

### ▼ ソリューション

- ① 航空券、現地ホテル、鉄道パスが2名様に当たる懸賞を実施  
⇒当選者には、「地球の歩き方 旅スケ」での旅行記作成を義務付け
- ② ドイツの魅力进行記事で紹介(2回に分けて更新)  
⇒当選者の旅行記と合わせ、魅力的な特集ページを作成



- ① (事前の)想定を大幅に上回るメルマガ会員を獲得
- ② タイアップページのPV数も好調

## ドイツ旅行に関する興味喚起に成功

URL	http://pu.arukikata.co.jp/seikan/germany/1204_1.html
展開期間	2013年5月16日～2013年7月16日(2ヶ月)
誘導枠	(1)「最新情報のお知らせ・テキストリンク」 ----- (2)「地球の歩き方WEB通信(メルマガ)」
作成ページ数等	ドイツ特集4ページ ----- 懸賞ページ+応募フォーム

\*上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。



～ MasterCardメルマガ会員獲得&海外利用促進キャンペーン ～

**メルマガ会員獲得やサービス理解の促進、海外店舗でのカード利用促進などクライアントニーズに対してトータルに対応**

▼ マーケティングニーズ

- ① メルマガ会員を増やしたい
- ② SNSを利用してバイラルを生み、カードサービスの認知・加入促進を行いたい
- ③ 海外店舗での旅行者のカード利用促進を行いたい

▼ ソリューション

- ① メルマガ登録で応募完了のハワイモニターキャンペーンを実施
- ② Facebookの旅先診断アプリを開発し、旅先のお金事情を紹介 ⇒ 海外クレジットカード利用事情の理解を、ゲーム感覚で深める
- ③ 各国「通貨ページ」のページ内にタイアップ記事を掲載
- ④ 各都市スポット情報にMasterCardの優待店舗を掲載 ⇒ 地球の歩き方のコンテンツに織り交せることで自然な訴求が可能

- ① (事前の)想定を大幅に上回るメルマガ会員を獲得
- ② コンテンツ連動で自然にブランディングやカードの加入・利用を促進

**メルマガ獲得やサービス理解・利用促進に成功**

URL	<a href="http://pu.arukikata.co.jp/mastercard2013/">http://pu.arukikata.co.jp/mastercard2013/</a>
展開期間	2013年7月29日～2014年1月31日(6ヶ月)
誘導枠	(1) 最新情報のお知らせ・テキストリンク
	(2) トラベルフォト・ピックアップバナー
	(3) 728スーパーバナー
	(4) 728スーパーバナーセグメント(ハワイ)
	(5) 300エンゲージディスプレイ
	(6) 200スクエアバナーセグメント(ハワイ)
	(7) サイドローテーションバナー
	(8) 「地球の歩き方WEB通信(メルマガ)」
作成ページ数等	タイアップ特集9ページ + 応募フォーム2ページ + Facebookアプリ

\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。

TOPページ(LP)



メルマガ登録で応募完了  
ハワイモニターキャンペーンを実施



Facebook旅先診断アプリ



★ 「地球の歩き方」Facebookページ

「通貨ページ」特別誘導枠



「都市スポットページ」特別誘導枠



タイアップページへリンク

～ 海外パケ・ホーダイ利用促進キャンペーン ～

**「地球の歩き方海外特派員」を活用し、  
海外パケ・ホーダイ利用者限定で現地イベント情報を配信**

▼ マーケティングニーズ

- ① 卒業旅行シーズンに海外パケ・ホーダイの利用促進用の特典をつくりたい
- ② 海外パケ・ホーダイの利用者限定で、現地の最新・イベント情報を提供してほしい

▼ ソリューション

- ① 世界70都市以上に展開している「地球の歩き方海外特派員」の中から10数都市の現地最新・イベント情報の素材(テキスト+画像)をご提供
- ② 期間中、1都市あたり4回程度に分けて素材をご提供  
現地在住日本人のディープな視点で記事を作成

▼  
10数都市の素材をワンストップでご提供

**海外パケ・ホーダイ利用者限定の特典づくりに成功**



URL	http://kaipake.com/pc/ (現在は、閲覧不可)
展開期間	2011年2月1日～2011年3月31日(2ヶ月)
特記事項	「海外特派員BLOG」 http://tokuhain.arukikata.co.jp/ 国内外70都市以上の特派員が、現地最新情報やおすすめスポットを紹介。 クライアント様向け、オリジナルコンテンツの制作も可能。

～ 海外旅行ガイドページ ～

## 「地球の歩き方」のデジタルコンテンツを活用し、海外旅行ガイドページを常設

### ▼ マーケティングニーズ

- ① 海外の国・都市の情報をワンストップで提供してほしい
- ② Yahoo! のMAPサービスで、海外スポット情報を表示させたい

### ▼ ソリューション

- ① 世界133カ国の「国別基本情報」、64都市4600件のスポット情報などの素材(テキスト+画像+緯度経度つき)をご提供
- ② 定期的に行われる情報更新でメンテナンスも万全



世界各地の情報素材をワンストップでご提供



## スピーディーにクライアント様ページが充実

URL	<a href="http://abroad.travel.yahoo.co.jp/tif/">http://abroad.travel.yahoo.co.jp/tif/</a> (現在は、閲覧不可)
他社導入事例	<ul style="list-style-type: none"> <li>ぐるなび海外版: <a href="http://www.gnavi.co.jp/world/">http://www.gnavi.co.jp/world/</a></li> <li>ANA国際線都市空港情報: <a href="http://www.ana.co.jp/int/airinfo/guide/">http://www.ana.co.jp/int/airinfo/guide/</a></li> <li>HIS NAVIGATION: <a href="http://www.his-navigation.com/">http://www.his-navigation.com/</a></li> </ul>

詳しい企画書がございます。別途、お問い合わせ下さい。





～ 韓国・釜山「AR(拡張現実)機能つき」i-phone用、無料アプリ ～

## 「地球の歩き方」のデジタルコンテンツを活用した無料アプリ、「釜山・慶州の歩き方」

### ▼ マーケティングニーズ

- ① 釜山・慶州の待ち歩きに役立つアプリを作りたい
- ② 無料アプリとして幅広く配布し、旅行の動機づけをしたい

### ▼ ソリューション

- ① 世界64都市4600件のスポット情報などの素材(テキスト+画像+緯度経度つき)と韓国観光公社保有の素材でアプリの開発までワンストップでご提供
- ② 「地球の歩き方」の既存アプリのシステムを使い、アプリ開発費を抑制
- ③ 「地球の歩き方 旅スケ」のクチコミ情報も付加



## スピーディーにオリジナルアプリをリリース

URL	<a href="http://www.arukikata.co.jp/iphone/PUS/">http://www.arukikata.co.jp/iphone/PUS/</a>
特記事項	「買取企画」とし、無料配布 アプリの制作、コンテンツ、「App Store」への申請までワンストップでご提供



～ コンビニ店頭 × 交通広告 × WEB ～

## 「地球の歩き方」の世界観を使った販促キャンペーン 「おいしい地球の歩き方」

### ▼ マーケティングニーズ

- ① 「ヨーロッパ」「アジア」などのエリアに合わせて新商品を開発し、ミニストップの店頭で販売したい
- ② 新商品のバックグラウンドを訴求する、各国の食文化などの情報がほしい

### ▼ ソリューション

- ① 「地球の歩き方」の世界観を前面に押し出したキャンペーン施策をご提案
- ② 「地球の歩き方」の情報コンテンツを駆使し、キャンペーンサイトを構築
- ③ キャンペーン対象商品購入で当たる海外にちなんだ賞品のセレクト

- ① キャンペーン応募数、好調
- ② タイアップページのPV数も好調

## 新商品の販売促進に成功

URL	<a href="http://www.arukikata.co.jp/ministop/europe/">http://www.arukikata.co.jp/ministop/europe/</a> <a href="http://www.arukikata.co.jp/ministop/">http://www.arukikata.co.jp/ministop/</a>
展開期間	2009年11月1日～2009年12月31日(2ヶ月) 2010年1月1日～2010年2月28日(2ヶ月)
誘導枠	(1) サイドローテーションバナー (2ヶ月×2回) (2) 「地球の歩き方WEB通信(メルマガ)」 (3) 交通広告
作成ページ数等	タイアップ特集3ページ×2回

\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。



交通広告



「キャンペーンサイト」



店内ポスター・POP



「地球の歩き方」ロゴ付商品

700円分商品購入 & 店頭ハガキにレシート添付(応募)

抽選で「地球の歩き方」セレクト賞品が当たる

～ 店頭ポスター × WEB ～

「地球の歩き方」が紹介する世界各地の「チーズ事情」  
「クラフトワールドセレクト × 地球の歩き方」



▼ マーケティングニーズ

- ① 「ヨーロッパ」「アメリカ」など世界各地で「チーズ」がどのように食べられているのか、「クラフト」を使った各国にちなんだ料理やレシピを紹介したい
- ② 店頭ポスターを活用しながらスペシャルサイトへ誘導し、チーズの新しい食べ方を提案したい

▼ ソリューション

- ① 「地球の歩き方」の情報コンテンツを使いながら、キャンペーンサイトを構築
- ② 店頭ポスターで「地球の歩き方」との「コラボ感」を醸成
- ③ 各国の「チーズ事情」を定期的に更新。



店頭ポスター

- ① キャンペーンサイトのPV数、好調
- ② 「地球の歩き方」のコンテンツを利用し、現地取材なしに「早く」ページを作成

商品の販売促進に成功

URL	<a href="http://kraftworldselect.jp/special/index.html">http://kraftworldselect.jp/special/index.html</a>
展開期間	2012年12月3日～2012年12月31日
誘導枠	(1) 200スクエアバナー・アンダー (2) 店頭ポスターなど



「キャンペーンサイト」

# Case Study 株式会社丸紅フットウェア (MERRELL)

～ 店頭POP (マストバイ・キャンペーン) × WEB ～

## 「地球の歩き方」編集部が語る「旅で履くクツ」 旅行券・「地球の歩き方」ガイドブックが当たる販促キャンペーン

### ▼ マーケティングニーズ

- ① トレッキングや街歩きなど海外旅行とMERRELLの親和性の高さを訴求したい
- ② 店頭POPで「地球の歩き方」ブランドを活用しながら、「マストバイ・キャンペーン」を実施したい

### ▼ ソリューション

- ① 「地球の歩き方」編集部員の対談形式をとり、「旅で履くクツ=MERRLL」特集を掲載
- ② 店頭で「地球の歩き方」の表紙をかたどったPOPを設置し、「コラボ感」を醸成
- ③ シューズ購入で、「地球の歩き方」ガイドブックなどをプレゼント

- ① キャンペーンサイトのPV数、好調
- ② 「地球の歩き方」のブランドイメージを活用し、店頭とWEBで立体的なキャンペーン

## 商品の販売促進に成功

URL	http://pu.arukikata.co.jp/merrell2013/
展開期間	2013年10月15日～2013年12月14日
誘導枠	(1) 200スクエアバナー・アンダー (2) 最新情報のお知らせ・テキストリンク (3) 「地球の歩き方WEB通信(メルマガ)」 (4) 店頭POPなど

\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。

### ① 広告枠からタイアップページ(LP)へ誘導



### ② LP



### ③ 店頭POP



～ リアルイベント (Smart TRAVEL CAFE) × WEB ～

## 海外パケット通信サービス「海外1dayパケ」の認知と利用を促進するためのリアルイベント

### ▼ マーケティングニーズ

- ①「海外1dayパケ」の非利用者に対して、広くサービスを認知させたい。
- ②海外に興味がある人とリアルな場で接点を持ち、申し込みを促進したい。

### ▼ ソリューション

- ①「トラベルカフェ 池袋西口店」にて、「地球の歩き方」とコラボした期間限定の「Smart TRAVEL CAFE」をオープンし、「海外1dayパケ」への認知・申込の促進を図る。
- ②地球の歩き方ホームページ(スマホ版含む)を活用してサービスの認知促進、カフェへの集客を図る。

- ①「海外1dayパケ」の申込獲得に成功。
- ②キャンペーンサイトのPV増 「海外1dayパケ」認知の拡大、及びカフェへの集客に成功。

## サービスの認知・利用促進に成功

URL	<a href="http://www.arukikata.co.jp/cafe/">http://www.arukikata.co.jp/cafe/</a>
展開期間	2014年3月3日～2014年3月20日
誘導枠	(1) 300エンゲージディスプレイプレミアム タイプA
	(2) Arukikata SP Top バナー(スマートフォン)
	(3) 「地球の歩き方WEB通信(メルマガ)」
	(4) 「地球の歩き方トラベル(メルマガ)」
	(5) 店頭POPなど

\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。

### ■ キャンペーンサイト



Smart TRAVEL CAFEの認知促進・集客

### ■ 期間限定カフェ外観



「地球の歩き方」が閲覧できる期間限定の「旅の情報集場所」として集客に成功。

### ■ 期間限定カフェ内観



「海外1dayパケ」の申込書やキャンペーンスタッフを配置



～ PC × スマホ 旅をトータルでサポートする「dトラベル」～

## 海外ツアーなど旅行商品を販売する 旅行ポータル。マルチキャリア戦略

### ▼ マーケティングニーズ

- ① 「dトラベル」の海外旅行コーナーオープンに伴い、コンテンツを充実させたい。
- ② 旅行ツアーなど商品販促に役立つ「誘因」コンテンツを作成、コーディングもして欲しい。
- ③ すでに自社保有しているコンテンツをリッチに見せたい(観光地の画像が欲しい)。

### ▼ ソリューション

- ① 「dトラベル(海外旅行)」にて、地球の歩き方MOOK『弾丸トラベル★パーフェクトガイド vol.4』のコンテンツを活用、「世界各国24時間でここまでできる！」特集コーナーを作成(PC+スマホ。コーディングまで)。
- ② 地球の歩き方保有の「画像データベース」を提供各観光スポットの情報コンテンツと紐付け、掲載。

## サービスの認知・利用・販売促進に成功

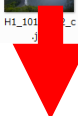
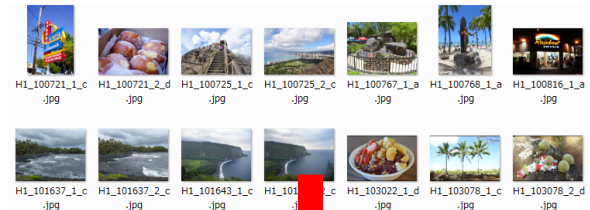
URL	(スマホ) <a href="http://travel.dmkt-sp.jp/info/ovs/ovstabi/index.html">http://travel.dmkt-sp.jp/info/ovs/ovstabi/index.html</a> (PC) <a href="http://travel.dmkt-sp.jp/pc/info/ovs/ovstabi/EUR/">http://travel.dmkt-sp.jp/pc/info/ovs/ovstabi/EUR/</a>
展開期間	2014年12月16日～
誘導枠	最新情報のお知らせ・テキストリンク
作成ページ数等	16都市特集ページ(コーディング含む) 約2,000点の観光地画像データ

\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。

(1)『弾丸トラベル★パーフェクトガイド vol.4』 16都市モデルコース



(2) 地球の歩き方「画像データベース」画像約2,000点



■ dトラベル (PC+スマホ)

観光地情報データに「画像データベース」画像を掲載

紙媒体のコンテンツを活用コーディングで完パケ納品

～ 地球の歩き方ホームページ × BS朝日 × 朝日新聞 ～

『地球の歩き方』創刊35周年記念番組。  
「アメリカ横断！食の大冒険紀行」と題した特別番組を放映。  
番組情報をWEBと朝日新聞に掲載したクロスメディア企画。

▼ マーケティングニーズ

- ① 食を通して「アメリカ」の魅力を広く訴求したい
- ② テレビ、新聞で興味喚起を行い、WEBで深い情報を提供したい

▼ ソリューション

- ① BS朝日で『地球の歩き方』創刊35周年記念番組を制作・放映
- ② 朝日新聞全面に『地球の歩き方』監修のタイアップ記事を掲載



9月15日 19時～21時O.A.  
9月28日 13時～15時再O.A.

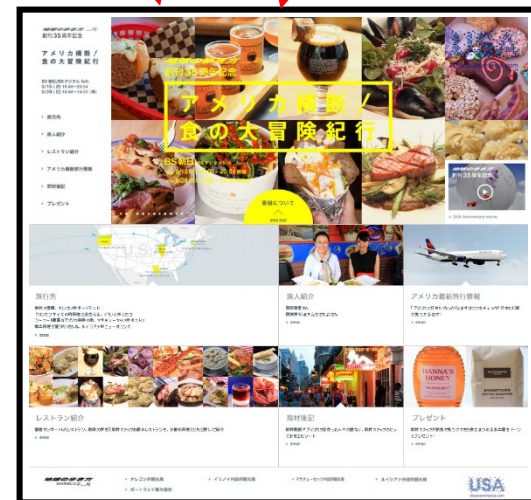


全5段広告スペース

「朝日新聞」紙面9月15日

テレビ番組と新聞誌面から「地球の歩き方ホームページ」タイアップページへ誘導

「アメリカ」の魅力訴求に成功



URL	http://pu.arukikata.co.jp/usa_35th/
展開期間	2014年9月8日～2014年11月8日(2ヶ月)
誘導枠	(1) トラベルフォト・ピックアップバナー (2ヶ月)
	(2) サイドローテーションバナー (2ヶ月)
	(3) 「地球の歩き方WEB通信(メルマガ)」
	(4) BS朝日番組「アメリカ横断！食の大冒険紀行」
	(5) 朝日新聞誌面 1回
作成ページ数等	タイアップ特集ページ

\* 上記URLは、パスワードがかかっている場合があります。その場合は、ID/PASSとも、arukikataと入力してください。