

WEBサイト提案

ペンションのサイトリニューアル キャンペーンについて

- 基本情報

長野県白馬村のペンション

グリーンシーズン（4～11月）の観光客に向けて

隣のサウナ施設とセットのプランを作る

市場調査

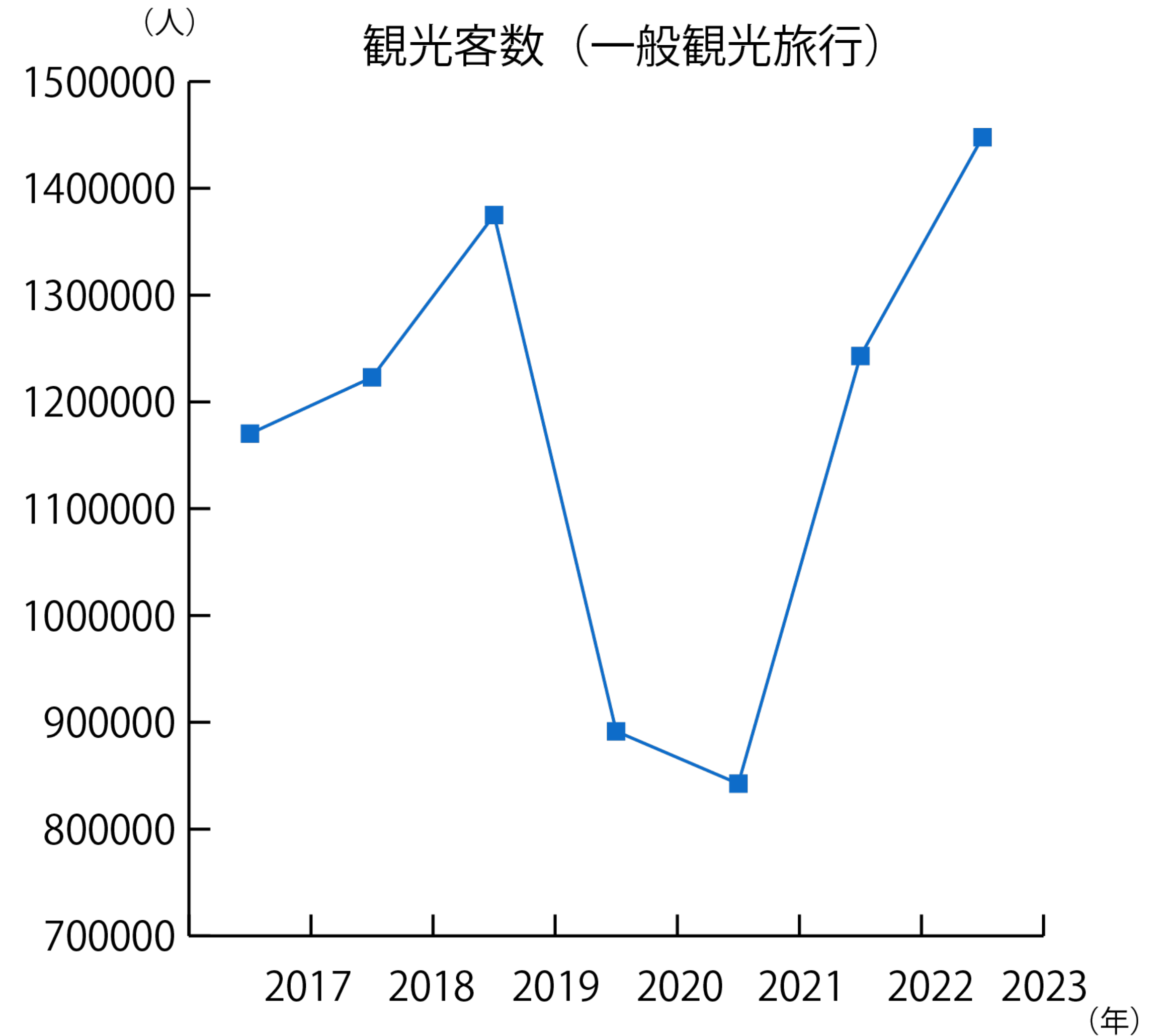
●白馬村の観光客数推移

(グリーンシーズン 4～11月)

グリーンシーズンの一般観光旅行の
観光客数は増加している

コロナ以前よりも増加の傾向

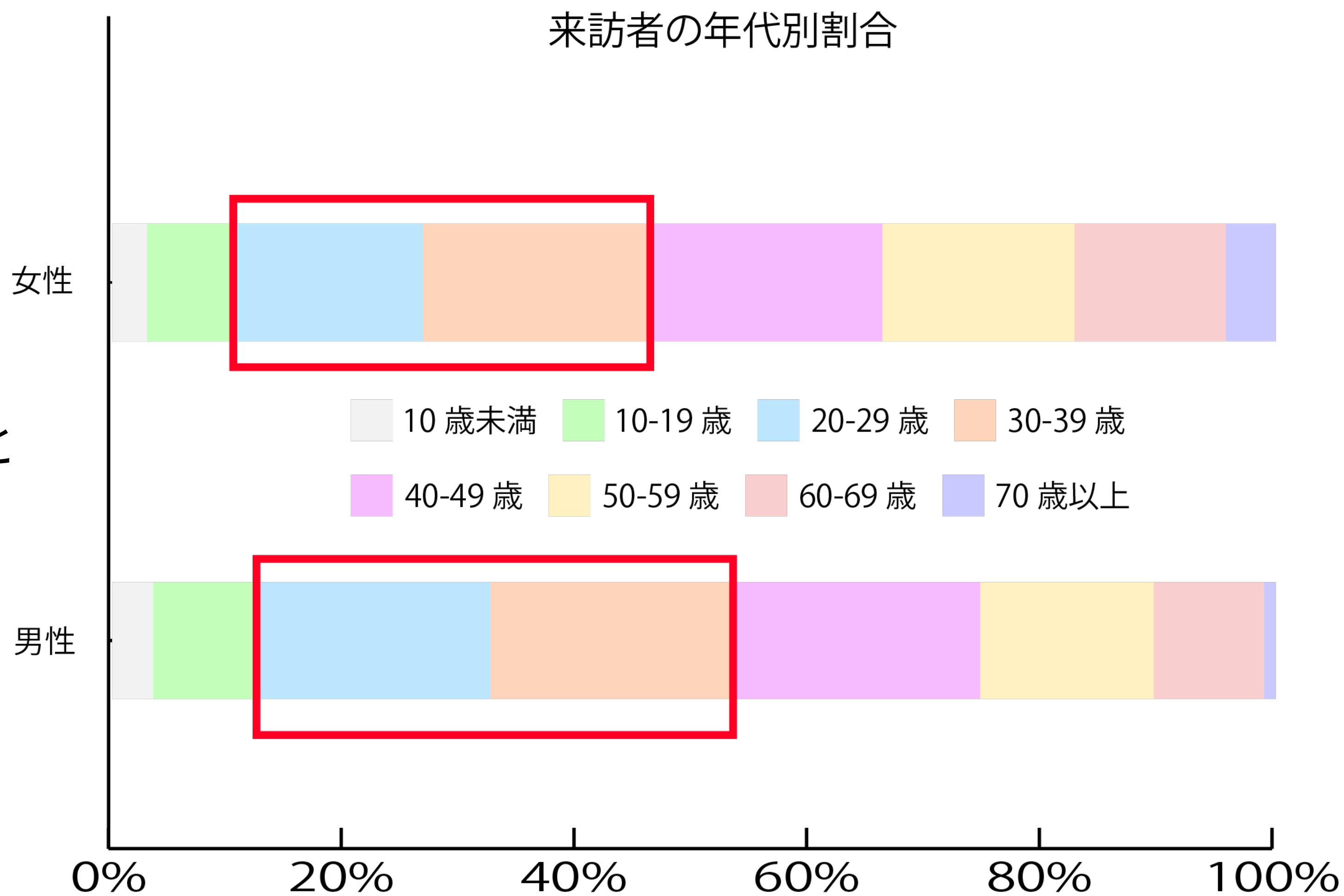
(コロナ禍2020年、2021年は減少)



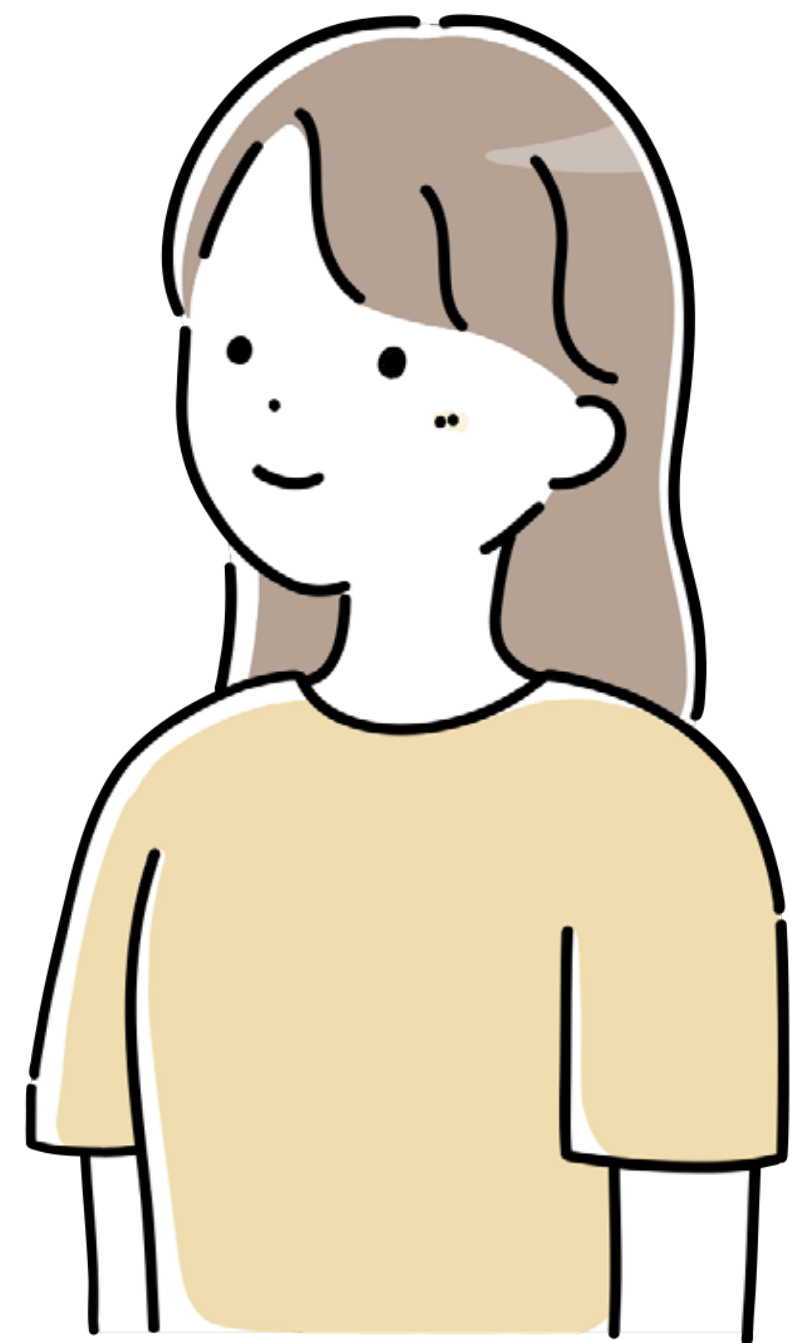
市場調査

●白馬村の年代別来訪者
(2017年8月から10月)

観光客の性別と年代 を見てみると
20代、30代が多くを占めている



ペルソナ



■基本情報

渡辺 美彩 (ワタナベ ミサ)

30代 女性 独身

会社員 事務職

東京都在住

年収400万円

■趣味

カフェ巡り、SNSを見る。ショッピング
年に数回国内旅行をする。

■ライフスタイル

- ・健康志向で、リラックスやストレス解消を求めている。ヘルシーな食事と適度な運動を心がける。
- ・カフェや健康に関する情報をSNSで収集することが多い。
- ・仕事も大切だが、プライベートの充実も重視
- ・人間関係を大切にし、信頼できる友人や同僚を持つ

■SNS

Instagram、X、YouTube

SWOT

S 強み

- ペンションならではの温かみ
- ペットOK
- 昔からの歴史があり、地元での評判も良い
- 新感覚フィンランドサウナ「廃屋風サウナ」
- サウナは手ぶらでもOK

O 機会

- グリーンシーズンの観光客増加
- 観光地増加
- サウナブーム

W 弱み

- HPが古くわかりにくい
- 部屋、設備が古め
- ペンションとサウナが独立しており、セットプランなし

T 脅威

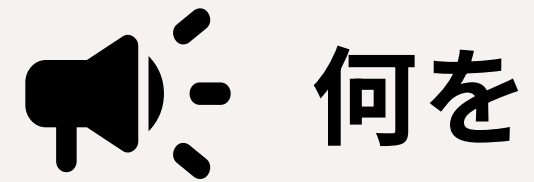
- 周辺のホテルの数が多い
- グランピングなど新しい施設も増加

要件定義



誰に

避暑地、白馬に来る観光客
グリーンシーズン
サウナ好き
若い人（20代、30代）



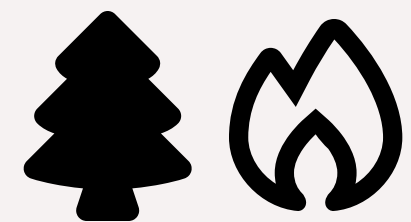
何を

ペンションとサウナの
セットプランの
キャンペーンサイトを見せて



どうしてもらおう

クーポンの取得
プランを予約してもらおう



目的

ここでしかできない体験

→ サウナセットプラン、ペットOK、温かみのある

グリーンシーズン限定のキャンペーン情報から、クーポンの取得をして予約をしてもらおう

戦術（サイトリニューアル）

【現在】

シンプルで情報が少ない。情報の更新頻度も低い。
ネット予約は仲介サイトからのみ、直接予約は電話のみ

【リニューアル案】

写真を増やし、情報がぱっと見てもわかりやすくする
サイトから直接ネット予約ができるようにする
情報の更新の頻度が高いSNSと連携する

戦術（キャンペーン）

【キャンペーン内容】

- サウナ+宿泊のセットプラン
チェックイン前にサウナ可能
夕食後利用可能など
- セットプランの期間限定でクーポンを出す

【ペイドメディア】

Web広告（Instagram、X）

選んだ理由

- ターゲット層（性別、年代）に的確に広告を出せる
- 認知されていない「低関心層」へのアプローチに有効
- 視覚的にわかりやすく、サイトへの誘導がしやすい

KGI、KPIフロー

