

20-30代女性の心のつかみ方

OZmagazineTRIP編集長 岩下 綾



OZmagazine TRIPとは？

スターツ出版の雑誌。OZmagazineの姉妹誌として誕生した、女性向けの旅の情報誌です

月刊誌／毎月12日発売



日々の楽しみを提案する
「よりみち」案内

姉妹誌

季刊誌／年4回発売



春夏秋冬にあわせた
旅を提案する旅の情報誌

■ 媒体データ

創刊：1987年6月創刊

発行日：毎月12日発売（月刊）

発行部数：79,495部

※2018年10月1日～2019年9月30日平均部数 マガジンデータ

税込定価：700円

配本エリア：1都3県、その他

WEB：<https://www.ozmall.co.jp/ozmagazine/>

OZmagazineTRIPの変遷

2013年 OZmagazine Travelとして発刊



2014年 OZmagazine TRIPに名称変更



2018年夏号に大幅リニューアル



昨年対比150%の売れ

■ 媒体データ

発行日：毎月7日発売（季刊誌）
 発行部数：49,248部
 税込定価：800円
 配本エリア：全国
 WEB：
<https://www.ozmall.co.jp/ozmagazine/trip/>



雑誌作りから見えてくる**女性の興味を引くポイント**

リニューアルを機に、なにを変えたのか？

今まで以上に、読者に寄り添った

寄り添う過程 1 ～発売時期の読者を徹底的に想像する～

発売日は6月7日

<読者のインサイトを考える>



世の中

- ・はしゃごう
- ・騒ごう



読者心理

- ・のんびりしたい
- ・癒やされたい

だから
ひとり旅

特集のテーマ

<読者の（ひとり）旅の経験値を考える>



- ・日帰りひとり旅は経験済み
 - ・遠出かつ2泊3日のひとり旅は未経験
 - ・「ひとり」に限らず、メジャーな観光地（沖縄など）は経験済
- ★「ひとりぼっち感」を感じさせない場所を設定するのが重要

【読者インサイト】夏まで頑張ってきたから、夏休みくらいなのんびりしたい

→メジャーな観光地は混雑しているので「ひとりぼっち感」を感じやすい

だが、そのトナリ町はのんびりしているので、「あえてひとり」と感じやすいと想定

寄り添う過程 2 ～訪れることを想定した誌面作り～

山梨県富士吉田 → 山梨県 富士吉田



山梨県富士吉田の山梨県産産物販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。山梨県産産物販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。山梨県産産物販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。

お隣にはアンティーク家具のお店も



山梨県富士吉田のアンティーク家具販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。山梨県産産物販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。

長く使って飽きがこない
普段使いの家具がずらり

山梨県産産物販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。山梨県産産物販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。

LONGTEMPS
山梨県産

山梨県産産物販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。山梨県産産物販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。



河口湖のトナリ 山梨県・富士吉田
一生モノの布モノ探し

ひとりだから可能な
好きを極める
旅の目的を設定

の。進むにつれて、ますます面白くなる。山梨県産産物販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。山梨県産産物販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。



山梨県産産物販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。山梨県産産物販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。

暮らしに長く寄り添う
テキスタイルを探して

山梨県産産物販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。山梨県産産物販売店「山梨県産産物販売店」の店内の様子。



寄り添う過程 2 ～訪れることを想定した誌面作り～

毎日更新 山梨県 富士吉野

ひとりでも入りやすいごはんスポット

富士吉野の中でもメタルジャッキーの街には、古商家を活用したカフェや
営業する吉田うどんの店が点在。のんびりとひとり時間を費やして

NICE TOWN BURGER

ナイスタウンバーガー

1991年一軒家を活用した店舗、2017年
山梨へ移転。顧客が来店してからの振
動を感知し、2020年一軒家の一角
100㎡以上、古家を改装してフードホ
ステルにリノベーションした店舗

山梨県富士吉野市1-10-30
10:00-18:00 10:00-18:00
11:00-15:00 10:00-18:00
19時以降は、各種メニューが
楽しめる



Transparent full moon

トランSPARENT フルムーン

富士吉野の中心部に位置する、山梨
県産の食材を使った、山梨県産
の食材を使った、山梨県産の
食材を使った、山梨県産の

山梨県富士吉野市1-10-30
10:00-18:00 10:00-18:00
11:00-15:00 10:00-18:00
19時以降は、各種メニューが
楽しめる



でんせいや

でんせい

富士吉野の中心部に位置する、山梨
県産の食材を使った、山梨県産
の食材を使った、山梨県産の

山梨県富士吉野市1-10-30
10:00-18:00 10:00-18:00
11:00-15:00 10:00-18:00
19時以降は、各種メニューが
楽しめる



LITTLE ROBOT

リトルロボット

富士吉野の中心部に位置する、山梨
県産の食材を使った、山梨県産
の食材を使った、山梨県産の

山梨県富士吉野市1-10-30
10:00-18:00 10:00-18:00
11:00-15:00 10:00-18:00
19時以降は、各種メニューが
楽しめる



寝食うどん

ねしょうどん

富士吉野の中心部に位置する、山梨
県産の食材を使った、山梨県産
の食材を使った、山梨県産の

山梨県富士吉野市1-10-30
10:00-18:00 10:00-18:00
11:00-15:00 10:00-18:00
19時以降は、各種メニューが
楽しめる



HOSTEL SARUYA

ホステル サリヤ

富士吉野の中心部に位置する、山梨
県産の食材を使った、山梨県産
の食材を使った、山梨県産の



nitsuki guesthouse & cafe

ニツキ ゲストハウス & カフェ

富士吉野の中心部に位置する、山梨
県産の食材を使った、山梨県産
の食材を使った、山梨県産の



中心部は
徒歩でまわれる
のもポイント

プチ情報も入れる



山梨県富士吉野市1-10-30
10:00-18:00 10:00-18:00
11:00-15:00 10:00-18:00
19時以降は、各種メニューが
楽しめる



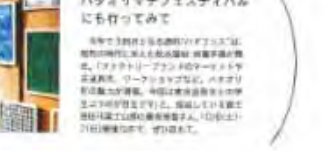
山梨県富士吉野市1-10-30
10:00-18:00 10:00-18:00
11:00-15:00 10:00-18:00
19時以降は、各種メニューが
楽しめる

ヤマナシ・ハタオリトラベル MILL SHOP

ヤマナシ・ハタオリトラベル

富士吉野の中心部に位置する、山梨
県産の食材を使った、山梨県産
の食材を使った、山梨県産の

山梨県富士吉野市1-10-30
10:00-18:00 10:00-18:00
11:00-15:00 10:00-18:00
19時以降は、各種メニューが
楽しめる



山梨県富士吉野市1-10-30
10:00-18:00 10:00-18:00
11:00-15:00 10:00-18:00
19時以降は、各種メニューが
楽しめる

Column.01

旅の達人に教えてもらいました！
ひとり旅がもっと楽しくなるヒント

ひとり旅を含め、国内赤での旅が多いエッセイの著者小沢さん、
ご自身が実践していることなど、ひとり旅のヒントを伺いました

TIPS.01

テーマがあると計画が立てやすい

「これぞ旅したい！」これが旅の醍醐味。自分なりのテーマがあると、自分なりの計画が立てやすい。旅の計画が立てやすいと、旅が楽しくなる。テーマがあると、旅の計画が立てやすい。旅の計画が立てやすいと、旅が楽しくなる。

TIPS.02

目的地で動きやすい旅がおススメ

私は車を運転しないので、旅行で移動は電車。電車だと目的地まで移動が楽。目的地まで移動が楽だと、目的地で動きやすい。目的地で動きやすいと、目的地が楽しくなる。

TIPS.03

食事スポットは事前に下調べ

旅先で食事をする前に、事前に下調べをしておく。事前に下調べをしておくことで、食事の楽しみが増える。事前に下調べをしておくことで、食事の楽しみが増える。

TIPS.04

夜はきちんと休養を取る

旅行中は夜もきちんと休養を取る。夜もきちんと休養を取ると、旅行が楽しくなる。夜もきちんと休養を取ると、旅行が楽しくなる。

Teacher

旅の達人に教えてもらいました！
ひとり旅の達人 小沢小実さん

「ひとり旅は、旅の醍醐味。自分なりの計画を立て、目的地まで移動が楽。目的地まで移動が楽だと、目的地で動きやすい。目的地で動きやすいと、目的地が楽しくなる。」

TIPS.05

他人の邪魔は気にしない

旅行中は他人の邪魔は気にしない。他人の邪魔を気にしないことで、旅行が楽しくなる。他人の邪魔を気にしないことで、旅行が楽しくなる。

わざわざ足を運んだら、河口湖にもちょっと立ち寄りしたい心理に合わせたページ

ひとりでも行きやすい
河口湖で寄るべきひとりスポット

河口湖には多くの観光スポットがあり、ひとりでも行きやすい。河口湖で寄るべきひとりスポットをいくつか紹介します。

河口湖で寄るべきひとりスポット

河口湖には多くの観光スポットがあり、ひとりでも行きやすい。河口湖で寄るべきひとりスポットをいくつか紹介します。

河口湖パノラマロープウェイ

河口湖パノラマロープウェイは、河口湖の美しい景色を一望できる。パノラマロープウェイは、河口湖の美しい景色を一望できる。

河口湖アイスケーキガーデン

河口湖アイスケーキガーデンは、アイスケーキを楽しむことができる。河口湖アイスケーキガーデンは、アイスケーキを楽しむことができる。

「寄り添う」の具体策

- ・ **「ひとりぼっち感」を感じさせないエリアの設定**

>> メジャーな観光地はアクセスがいい。ゆえに、そのトナリ町は、のんびりしているのに行きやすい

- ・ **各エリア、ひとりで行く想定だからこそその「趣味性」が強いテーマに**

>> 一生モノの布ものを探す、スイーツ三昧、酒蔵をめぐる。

- ・ **メジャーなエリアの情報も入れる**

>> せっかく旅に出たのだから、ちょっと立ち寄りたいという心理もフォロー

- ・ **使える地図**

>> 地図の最大手に依頼し、実際に使える地図に。目印のスポットも多く入れている
また、目印は道を歩いていて目にする看板の表記に準じている

- ・ **友達になら教えるレベルのプチ情報も入れる**

>> 靴などの服装のこと、単発的なイベントのことなど、「あなたのことを考えている」という編集部的心が見える化

その手があったか！ + この雑誌使えそうの合わせ技が決定打

雑誌作りから見てくる、選ばれる旅先

発信者側が読者に寄り添うのは大前提ですが、読者アンケートから見てくる人気旅先の傾向はこれ！

行きやすい

運転免許は持っているが
運転は苦手なのが東京女子

あれもこれも叶う

年に1-2回旅をするとしたら？
絶景も、グルメも、ショッピングも
なんなら温泉も楽しみたい

絵になる

今や国民すべてが発信者の時代
写真を撮りたい！自慢したい！

女性の動向をちゃんと把握

女性の動向について

OZmall



■ ユーザー像

20代~40代女性/DINKS/ママ/シングル/男性
※コアターゲットは30代の東京で働く行動確度の高い女性。
月々に使える金額が平均8万円と多く（2016年アンケート実績）
よいものには高単価消費を惜しまないのが特徴

■ 媒体データ

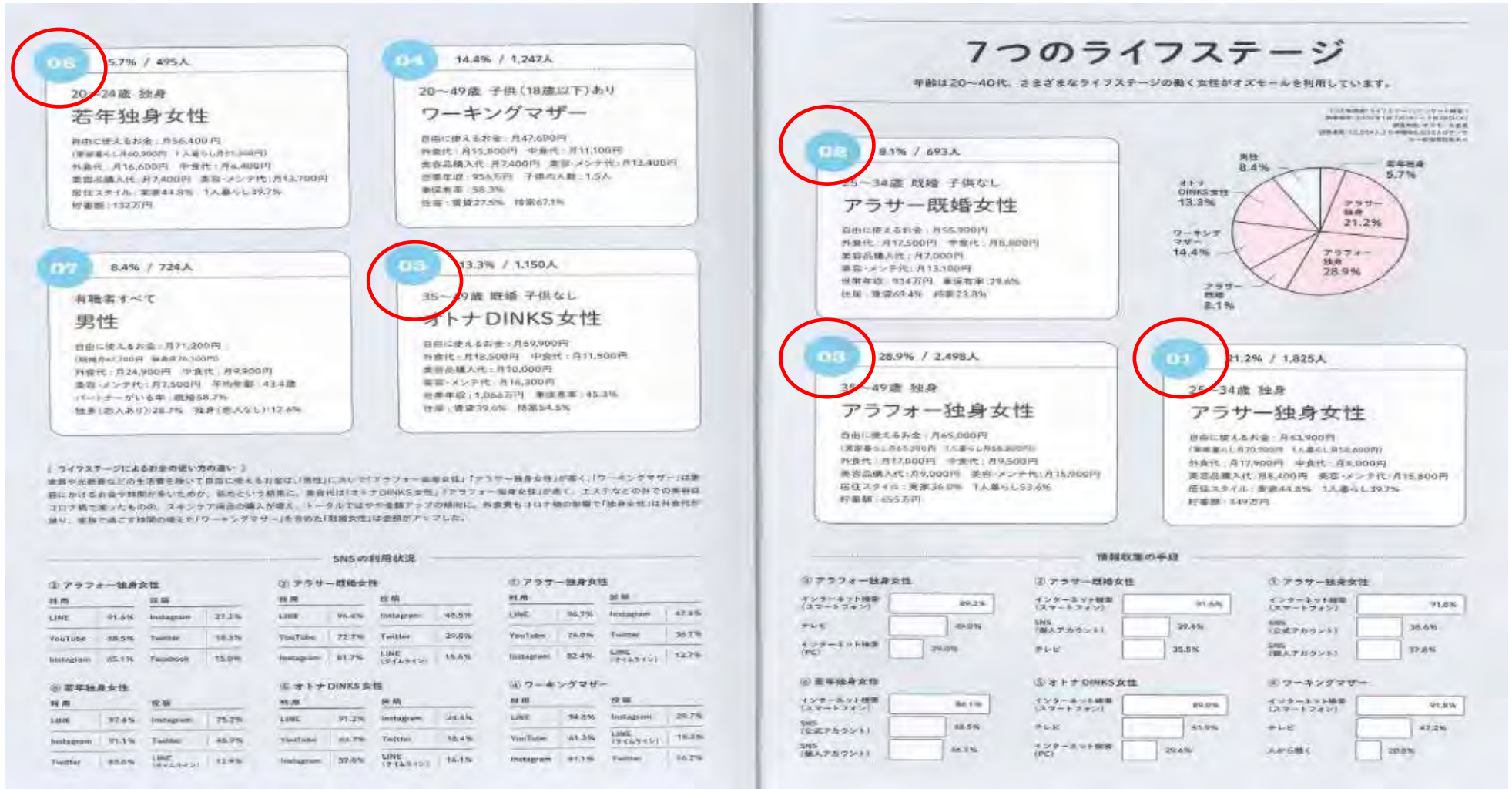
サービス開始：1996年
・会員数：350万人
・月間総PV：全体で4100万PV
（内 PC600万/スマホ3500万）
・ユニークブラウザ：全体で560万
（内 PC80万/スマホ480万）
・アプリDL数：80万DL
※2020年9月現在



**毎年1回、会員に向けてアンケートを実施。
変化の多い女性の動向を把握**

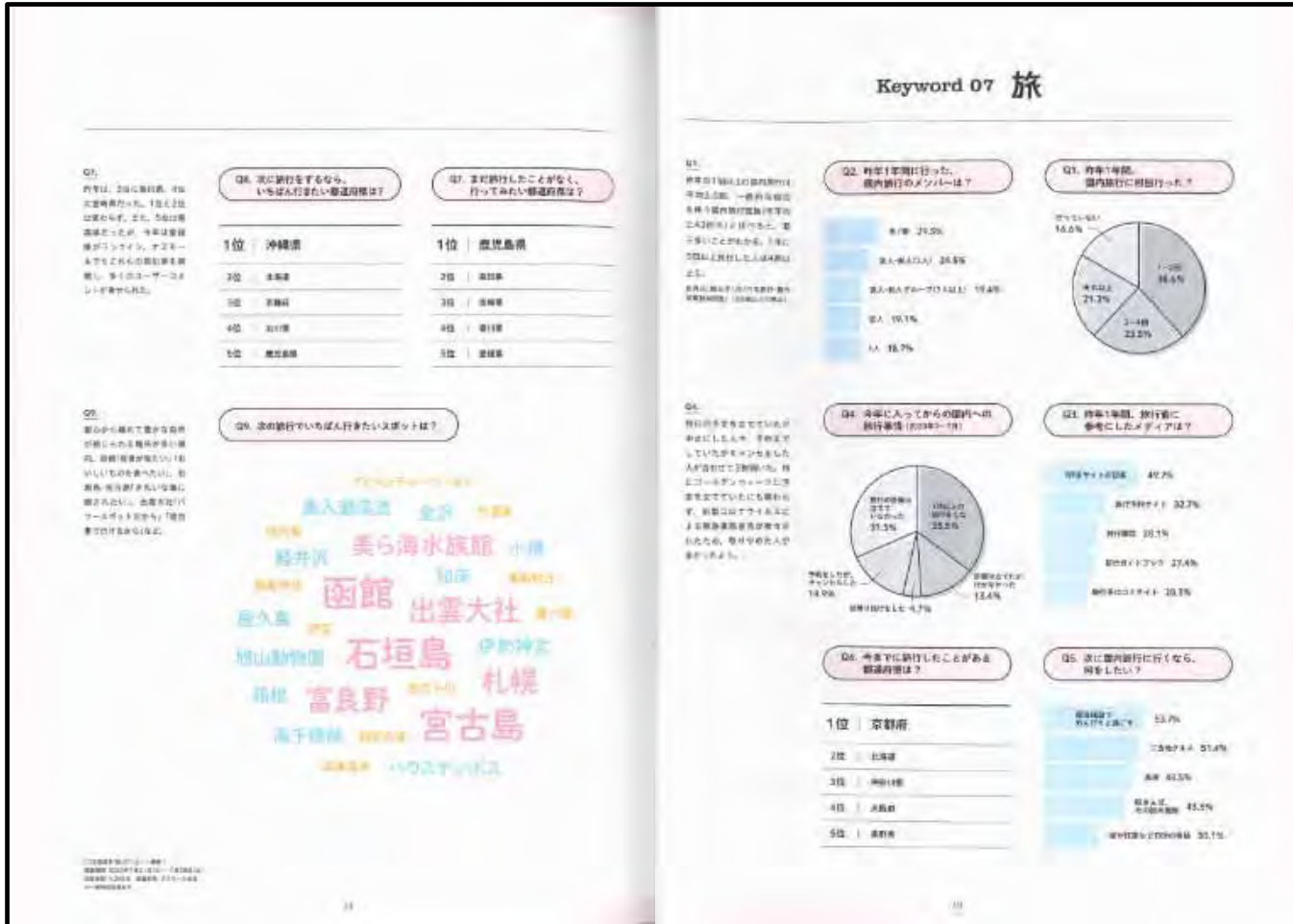
女性の動向について

ひとことで、「女性」といっても、ライフステージがこれだけ違う



旅に頻繁に出かけているのは、○を付けている人たち

女性の動向について



昨年1年間に国内旅行に行った数

- 1-2回 38.6%
- 3-4回 23.5%
- それ以上 21.3%
- 行ってない 16.6%

行ってない+1-2回
55.2%

昨年1年間、旅行前に参考にしたメディア

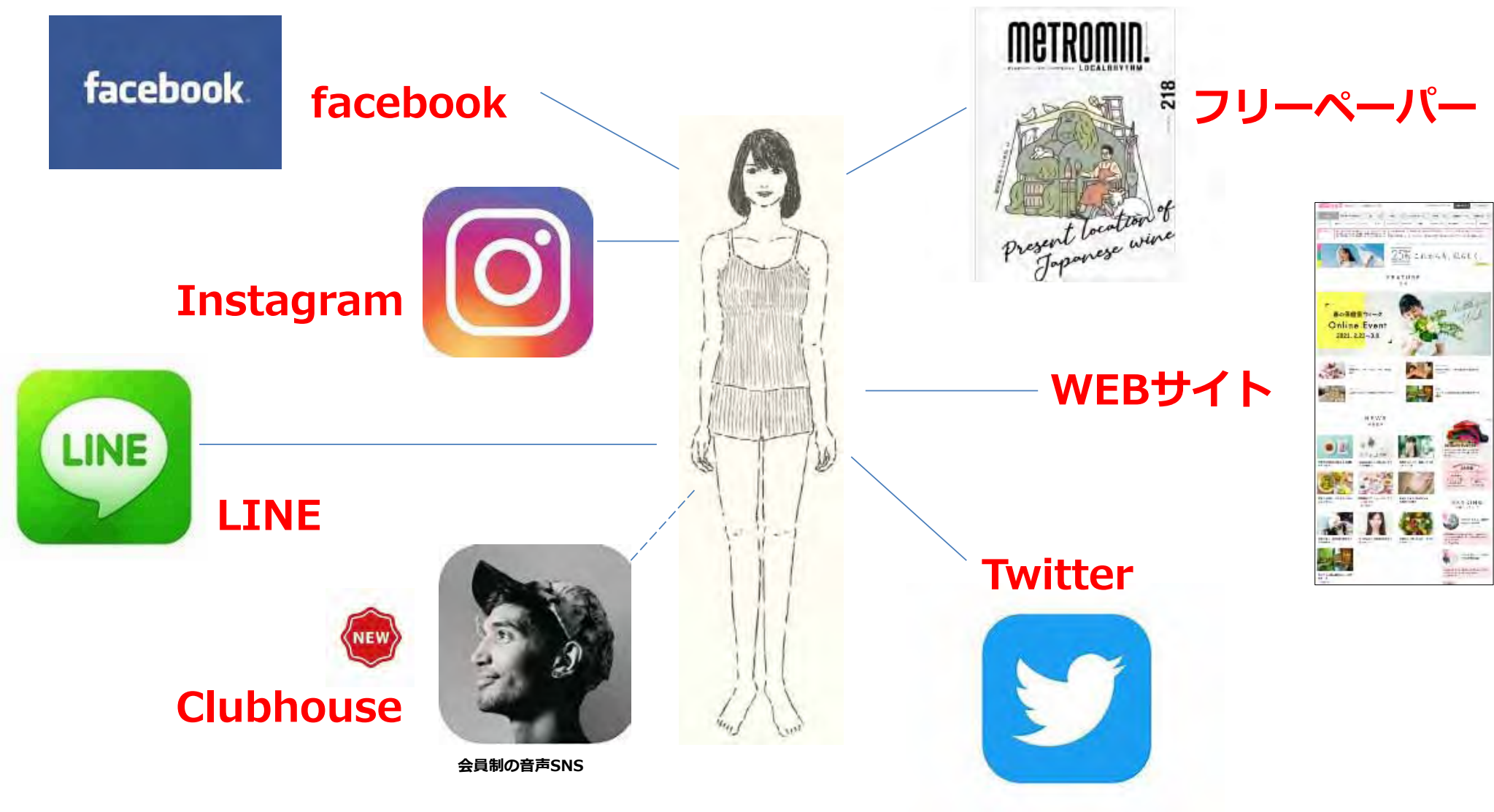
- WEB記事 49.7%
- 旅行予約サイト 32.7%
- 旅行雑誌 28.1%
- ガイドブック 27.4%
- 口コミサイト 20.3%

まずは
無料記事で
リサーチ

【OZ勢調査「旅」アンケート概要】
調査期間 2020年7月21日～7月28日 回答者数 4268名 調査対象 オズモール会員

だからこそ、雑誌は
実際使える内容でないと
手にとってもらえないという仮説が立つ

女性を取り巻く無料情報



旅好き女性と相性がよいのは、Instagram



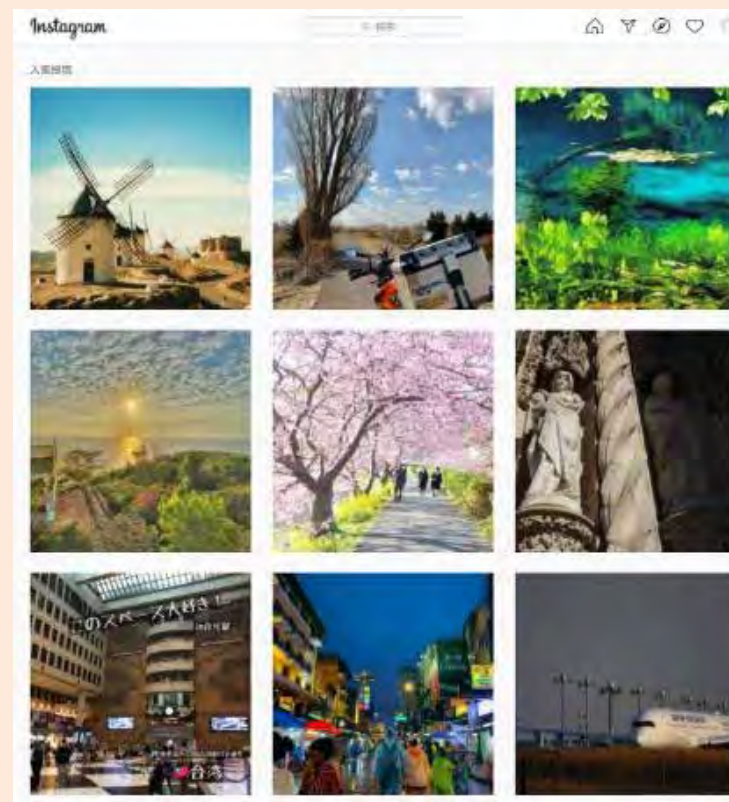
【月間利用者/国内】 3300万
【月間利用者/世界】 10億ユーザー
【メインユーザー】 10-30代女性

写真と世界観

- ◆ビジュアルコミュニケーション
写真メインの投稿なので、直接感性に訴えかけられる
ブランディングに最適
- ◆同じ世界観の繋がり、共感
〇〇好きな集まりがしやすい = #ハッシュタグ
自分も体験したい！という欲求の連鎖
- ◆映えが命

#旅好きな人とつながりたい

投稿**195.1**万件 2021.2.26現在



**勝手ながら、
ジャパングーデンツリズムを
女性にPRする方法を考察します**

「ジャパングーデンツリズム」に興味を持ってもらうには

1 知ってもらおう

>>> SNS、WEB、雑誌。女性が多く集まるところにPR

2 映えで認知拡大 (手軽なのはSNS)

>>> 前述の通り、今は写真の力が絶大。1枚の写真から人気観光地になれる

3 あれもこれも整える

>>> 年に1-2回の国内旅行をする人に対して、旅先として選んでもらうということは、沖縄・北海道などと競うということと同義。
花・お庭+交通面のフォロー、ガイドツアー、食、物販、宿連携

**本日は、
ご清聴ありがとうございました**