

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

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

ひとり旅を始める、国内各地の旅が多いエッセイストの旅行家小実さん。
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！これが旅の醍醐味だ」というテーマがないと、自分自身の旅の目的が定まりません。旅の計画が組み立てられず、途中で断念してしまうことも。まずは、旅行の目的を明確にしましょう。旅行の目的は、旅行の楽しみのポイントになります。旅行の目的は、旅行の楽しみのポイントになります。旅行の目的は、旅行の楽しみのポイントになります。

TIPS.02

目的地で動きやすい服がおすすめ

旅は足を運ぶことが多いので、動きやすい服がおすすめです。また、目的地で動きやすい服がおすすめです。また、目的地で動きやすい服がおすすめです。また、目的地で動きやすい服がおすすめです。

TIPS.03

食事スポットは事前に調べ

旅先で食事をする前に、事前に食事のスポットを調べておくことが大切です。旅先で食事をする前に、事前に食事のスポットを調べておくことが大切です。旅先で食事をする前に、事前に食事のスポットを調べておくことが大切です。

TIPS.04

夜はきちんと休養を取る

旅先では、夜はきちんと休養を取ることが大切です。旅先では、夜はきちんと休養を取ることが大切です。旅先では、夜はきちんと休養を取ることが大切です。

Traveler

旅先で食事をする前に、事前に食事のスポットを調べておくことが大切です。

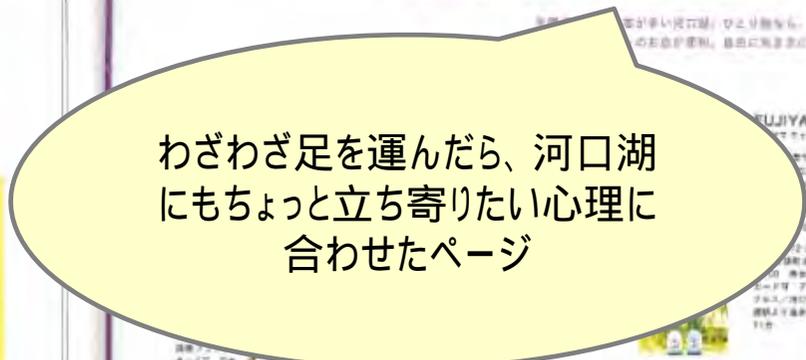
小実さん

旅先で食事をする前に、事前に食事のスポットを調べておくことが大切です。

TIPS.05

他人の邪魔は気にしない

旅先では、他人の邪魔を気にしないことが大切です。旅先では、他人の邪魔を気にしないことが大切です。旅先では、他人の邪魔を気にしないことが大切です。



ひとりでも行きやすい
河口湖で寄るべきひとリスポット

河口湖には、さまざまな観光スポットがあります。ひとりでも行きやすいように、おすすめの観光スポットをご紹介します。

河口湖～富士山パノラマロープウェイ

河口湖から富士山を一望できるパノラマロープウェイ。絶景を堪能できるスポットです。

河口湖～スズキ・ガーデン

河口湖に咲くスズキの花。美しい花を堪能できるスポットです。

河口湖～スズキ・ガーデン

河口湖に咲くスズキの花。美しい花を堪能できるスポットです。

河口湖～スズキ・ガーデン

河口湖に咲くスズキの花。美しい花を堪能できるスポットです。

「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

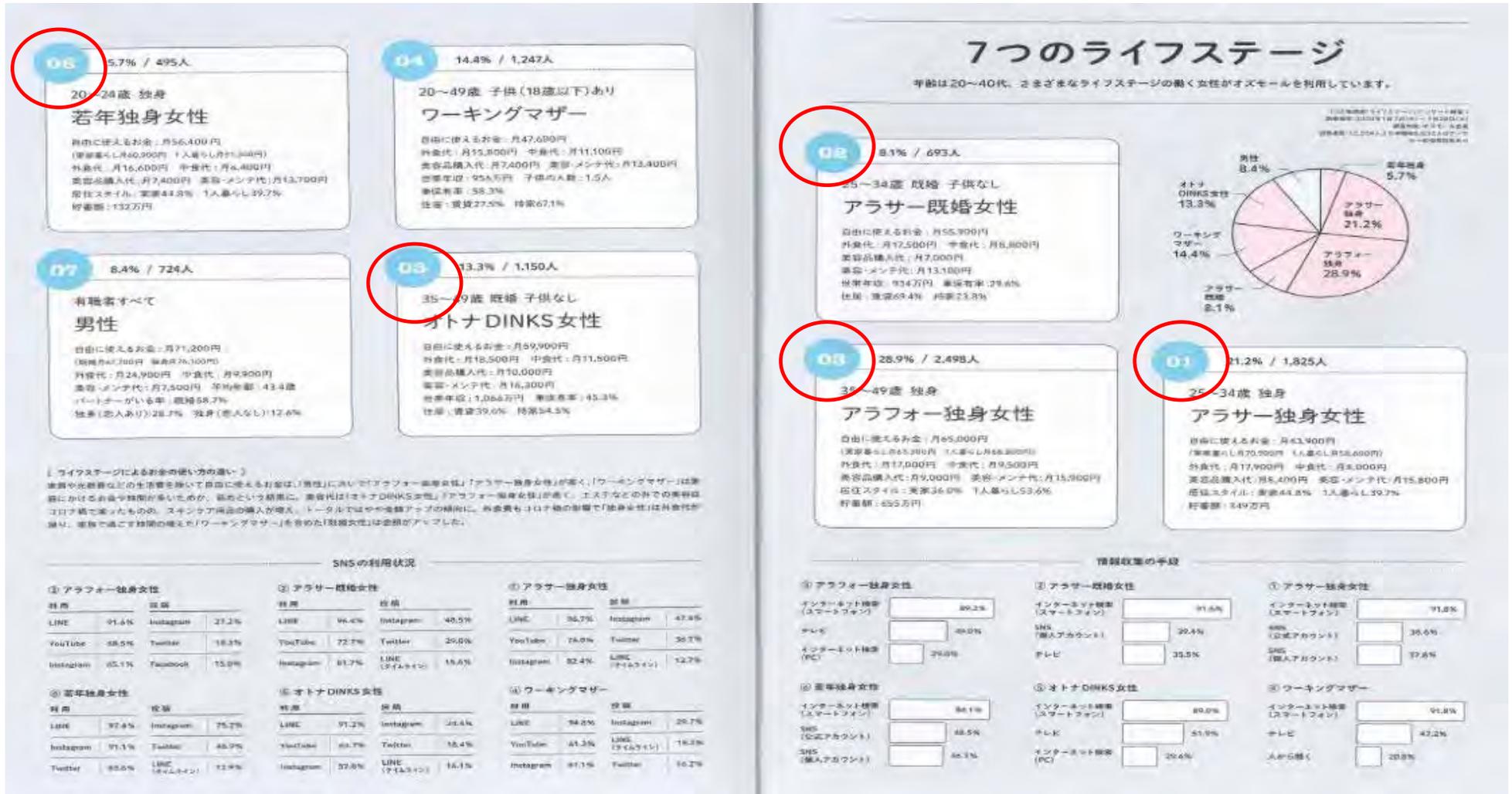
サービス開始：1996年
・会 員 数：350万人
・月間総PV：全体で4100万PV
（内 PC600万/スマホ3500万）
・ユニークブラウザ：全体で560万
（内 PC80万/スマホ480万）
・アプリDL数：80万DL
※2020年9月現在



**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**

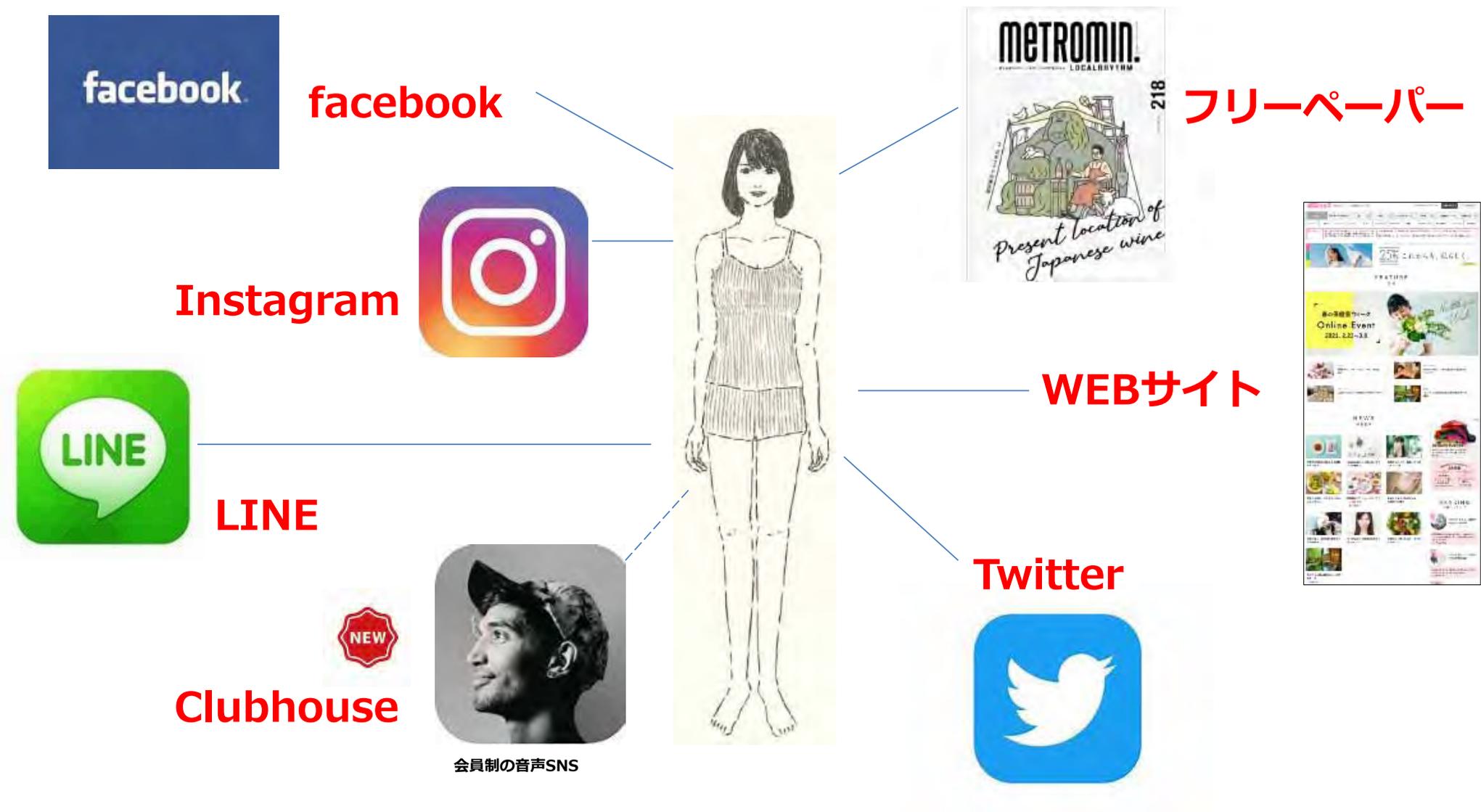
女性の動向について

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



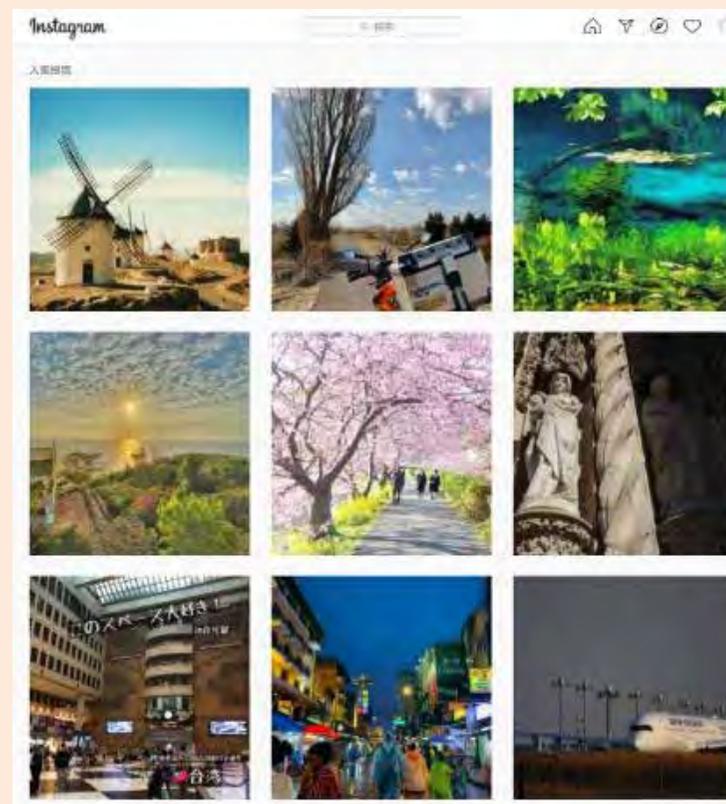
【月間利用者/国内】 3300万
【月間利用者/世界】 10億ユーザー
【メインユーザー】 10-30代女性

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**