

Japanticket、SNS インバウンド広告の取扱いを開始 ～「Facebook」や「Instagram」を利用する訪日外国人に効率的にリーチ可能～

インバウンド集客向け e チケット管理システム「Japan ticket」を展開する株式会社 Japanticket（本社：東京都渋谷区、代表取締役：田中宏彰、以下、Japanticket）は、SNS 広告の取扱いを開始しました。世界中で多くのユーザー数を誇る「Facebook」や「Instagram」を活用し、日本旅行に関心の高いターゲットに限定して広告を配信することで、効率的なインバウンド集客が可能となります。



「SNS インバウンド広告」詳細はこちら：japanticket.com/sns-ads-inbound/

■背景

訪日外国人旅行者の情報収集手段に関する観光庁の調査では、「出発前に役に立った旅行情報源」として、ブログや口コミサイトを抑えて「SNS」が最も多く回答されるなど、旅マエの情報収集において SNS の活用は主流となってきています。[※1]

特に Meta 社が提供する「Facebook」は、世界で利用されているさまざまな SNS の中で月間利用者数トップを誇り、実名制で年齢や居住地などの情報が登録されているため、精度の高い広告ターゲティングが可能です。若年層女性を中心に多く利用されている同社の SNS 「Instagram」と合わせると、ユーザー数は 30 億人以上にもなり、これらのプラットフォームは訪日外国人観光客の旅程の決定にも大きな影響力を持つと考えられます。[※2]

こうした背景を受けて Japanticket は、インバウンドプロモーションの促進を目的とした SNS 広告の取扱いを開始しました。日本旅行に関心の高いターゲットや訪日外国人旅行者に限定して「Facebook」や「Instagram」で広告を配信し、予約ページや店舗紹介ページなどに誘導することで、効率的なインバウンド集客を実現します。

※1 観光庁「訪日外国人の消費動向」訪日外国人消費動向調査結果及び分析（2022年 年次報告書）

※2 We are social「Digital 2024 Global Overview Report」

■サービスの特長・活用方法

「Facebook」の設定からユーザーの地域や設定言語を判別し、言語別で広告の配信を行います。

また、さまざまなユーザー情報を利用してターゲットを特定することで、より来店に繋がりやすいアプローチが可能です。

<ターゲティング・特定方法の例>

- ① 興味関心カテゴリーで特定（日本の観光や日本料理など）
- ② ユーザーの行動特性で特定（いいねやコメント、利用エリア）



<広告配信の流れ>

設定したターゲットへ SNS 広告を配信し、ホームページや予約ページなどの URL へ誘導します。

旅マエの段階で SNS 広告から Web ページへ来訪してくれたユーザーに対し、旅ナカで再度広告を配信することも可能です。

Japanticket は、今後もプロモーションや e チケット販売のチャネルを拡大し、全国各地の観光事業者の皆様とのインバウンド集客を総合的にご支援してまいります。

株式会社 Japanticket 会社概要

所在地： 東京都渋谷区恵比寿 1-20-18 三富ビル新館 1F

代表者： 代表取締役 田中 宏彰

設立日： 2021年10月27日

事業内容：

- ・ e チケット管理システム「Japan ticket」の企画・開発・販売
- ・ インバウンド集客支援
- ・ 旅行業法に基づく旅行業

お問合せ：info@japanticket.com

URL：<https://japanticket.com/>