



平成 27 年度「空港を活用した国内観光振興プロモーション」

実施団体を募集します！

羽田空港国内線旅客ターミナルにおける国内観光振興プロモーションを平成 27 年度も実施します（公募主体：空港を活用した国内観光振興プロモーション実行委員会）。地方公共団体や観光振興団体を対象に広く募集します。奮って御応募ください。プロモーションスペース利用料、デジタルサイネージ広告掲載料、フリーペーパー特集記事掲載料は日本空港ビルディング(株)の協力により無料です（造作・設営・撤去等の費用は実施団体負担です）。（募集期間 3月9日～3月27日）

国内航空需要の拡大と国内宿泊旅行の拡大を目的として、観光および航空関係者からなる「空港を活用した国内観光振興プロモーション検討会」では、日本空港ビルディング(株)の協力を得て、羽田空港国内線第 1 および第 2 旅客ターミナルにおいて、国内観光振興プロモーションを平成 20 年度から実施しており、平成 27 年度も、ブース出展、デジタルサイネージ等によるプロモーションを計 4 回にわたり行うことといたしました。また今回より、当事業は観光庁に代わり公益社団法人日本観光振興協会と日本空港ビルディング(株)が事務局として運営いたします。

実施主体 空港を活用した国内観光振興プロモーション実行委員会
事務局 (公社)日本観光振興協会、日本空港ビルディング(株)
後援 観光庁(予定)

平成 27 年度においては、下記の 3 つの方針で募集いたします。

- ・国内観光振興（国内航空需要の創出）
- ・東北観光振興
- ・地域における訪日外国人旅行者への対応（地域における取組の紹介）

3 月 9 日から 27 日までの間、地方公共団体および観光振興団体を対象として同プロモーションの実施希望者を募集いたしますので、積極的なご応募をお待ちしております。

- 別紙 1 空港を活用した国内観光振興プロモーションの募集概要について
- *別紙 2 - 1 空港を活用した国内観光振興プロモーションスペース図（第 1 ターミナル）
 - *別紙 2 - 2 空港を活用した国内観光振興プロモーションスペース図（第 2 ターミナル）
 - *別紙 3 デジタルサイネージ 関連資料
 - *別紙 4 空港を活用した国内観光振興プロモーション 企画申請書
 - *別紙 5 空港を活用した国内観光振興プロモーション 効果的な実施のための留意点
- *別紙 2～5 は日本観光振興協会のホームページ等に掲載します

問い合わせ先： 日本空港ビルディング(株)広報部 舟木、平野

代表番号 03-5757-8030, E-mail kouhou@jat-co.com

公益社団法人日本観光振興協会 中村

代表番号 03-6435-8334, E-mail s-nakamura@nihon-kankou.or.jp

平成 27 年 3 月 9 日
空港を活用した国内観光振興
プロモーション検討会

空港を活用した国内観光振興プロモーションの募集概要について

平成 27 年度に羽田空港国内線旅客ターミナルビル内において行うプロモーションの募集についての概要は下記のとおりです。プロモーションの効果を高めるため、ブース出展に加え、デジタルサイネージとフリーペーパーも活用し、多角的・複合的なプロモーションを、平成 27 年度も引き続き行うこととします。

記

1. プロモーションの実施概要

(1) 実施内容

①羽田空港第 1 旅客ターミナル

- ・ブース出展による観光プロモーション（場所：2 階マーケットプレイス 指定範囲）
- ・デジタルサイネージ広告（注）への掲載
（設置場所：第 1 旅客ターミナル内の女性用トイレ 4 2 カ所 2 3 3 ブース）
- ・羽田空港フリーペーパー「ビッグバードプレス」(注) への特集記事掲載

②羽田空港第 2 旅客ターミナル

- ・プロモーション実施場所：2 階 5 番出入口横 指定範囲
- ・デジタルサイネージ広告（注）への掲載
（設置場所：第 2 旅客ターミナルビル地下 1 階口ビー柱 2 0 面、女性用トイレ 2 3 カ所 1 2 2 ブース）
- ・羽田空港フリーペーパー「ビッグバードプレス」(注) への特集記事掲載

※上記①、②のいずれかを選択してください。

※具体的な位置は別紙 1 を参照してください。

(注) ■ デジタルサイネージ広告

第 1 ・第 2 旅客ターミナル・女性用トイレ 6 5 カ所 3 5 5 ブース

- ・画面サイズ 左右152.44mm×上下91.24mm
 - ・放送回数 15秒の動画又は静止画を1日計83,880回（1日360回×233ブース・第1ターミナル）、43,920回（1日360回×122ブース・第2ターミナル）
- 第2旅客ターミナル 地下1階・ロビー柱20面
- ・画面サイズ 60インチ縦型（左右753mm×天地1,334mm）
 - ・放送回数 15秒の動画又は静止画を1日計7600回（1日380回×20面）
- 羽田空港フリーペーパー「ビッグバードプレス」
- ・年5回×15万部発行
 - ・特集記事につきましては、取材する地域を指定させていただく場合がございます。

（2）実施日程、実施時間等

- ・実施日程は次のうちいずれか（連続3日間・金曜日から日曜日）を選択してください。

	平成27年		平成28年	
	①	②	③	④
・観光プロモーション(ブース)	7月3日	10月2日	1月15日	3月4日
・デジタルサイネージ	～5日	～4日	～17日	～6日
・フリーペーパー	7月発行(予定)	10月発行(予定)	12月発行(予定)	3月発行(予定)

- ・ブース出展の実施時間は午前10時から午後6時までの間で実施団体が希望する時間です。
- ・プロモーションの内容は、①の時期は夏期、②の時期は冬期、③の時期は春期、④の時期はGWの観光客をメインターゲットとしたものとします。
- ・デジタルサイネージについては、実施日程を挟んで最大2週間まで掲載が可能です。（要調整）

（3）費用負担

プロモーションスペース利用料、デジタルサイネージ広告掲出料、フリーペーパー特集記事掲載料は、日本空港ビルデング(株)の協力により無料です。

但し、以下に関する費用は、各実施団体側の負担になります。

- ・設営・撤去・立会い等に関する費用（約9万円）

- ・デジタルサイネージ広告データ作成費用（実費）
- ・デジタルサイネージ広告データ編成費用（2万1千円）
※データの形式やサイズについては別紙2を参照してください。
- ・その他プロモーション実施にかかる費用

2. 公募主体

空港を活用した国内観光振興プロモーション実行委員会

- ・ 構成員：(公社)日本観光振興協会、日本航空(株)、全日本空輸(株)、日本空港ビルディング(株)、国土交通省（航空局（航空事業課、首都圏空港課））、東京空港事務所、観光庁（観光地域振興部観光地域振興課）
- ・ 事務局：日本空港ビルディング(株)
(公社)日本観光振興協会

3. 応募条件

- (1) 応募者は、地方公共団体又は地方公共団体が構成員である観光振興団体で、フリーペーパーの特集記事掲載に際して、取材内容・場所の推薦等に協力いただける方々とし（単独又は共同応募が可能）。
- (2) 応募者は、希望する日程・場所について第2希望まで申請できることとします。

4. 応募手続、選定基準等

(1) 募集期間

平成27年3月9日（月）～平成27年3月27日（金）

(2) 申請方法

プロモーション企画申請書（別紙3）に必要書類を添えて、6.に記載の受付窓口（日本空港ビルディング(株)）に（1）の期間内（必着）に郵送にて提出してください。なお、事前に受付窓口までご連絡の上郵送してください。

(3) 選定基準

プロモーション希望日時および場所について、以下の a)～e)に該当した上で、f)または g)に該当する応募を優先します。

- a) 羽田空港就航便の利用促進につながる地域からのもの
- b) 観光圏等、広域連携によって一体的に観光振興に取り組む地域からのもの

- c) プロモーションにより観光客に訴求したい事項や、季節性が明確なもの
- d) 観光客に訴求するために実施する取組と期待される効果が明確なもの
- e) プロモーションの集客効果やPR効果を高めるための工夫が明確なもの
- f) 訪日外国人対策に取り組む地域からのもの
- g) 東北観光振興に資する地域からのもの

なお、内容が一定水準に満たない応募については、希望する枠に他の競合団体がない場合でも、実施団体に選定されない場合があります。

(4) 選定後の通知

(3) の審査の後、実行委員会より各申請者に対して回答を行います。その後、選定された団体は日本空港ビルデング(株)との間で実務的な手続きについて調整してください。

(5) 実施団体の公表

プロモーション実施団体については、実行委員会が公表します。

5. その他留意事項

- ・実施前に、実際に行うプロモーション内容について、確認させていただきます。
- ・実施の際には、プロモーション期間中に、利用者による反響および満足度について所定のアンケート調査（100名以上）を行ってください。
- ・実施の際には、販売行為や金銭授受が伴う営業行為は禁止します。また、その他の禁止行為、遵守規則、運営管理等、必要な事項は日本空港ビルデング(株)の定めによることとします。
- ・これまでの実施結果から、効果的なプロモーション実施のための留意点をまとめましたので参考にしてください（別紙4）。

6. 受付窓口

日本空港ビルデング(株) 広報部（担当：舟木、平野）

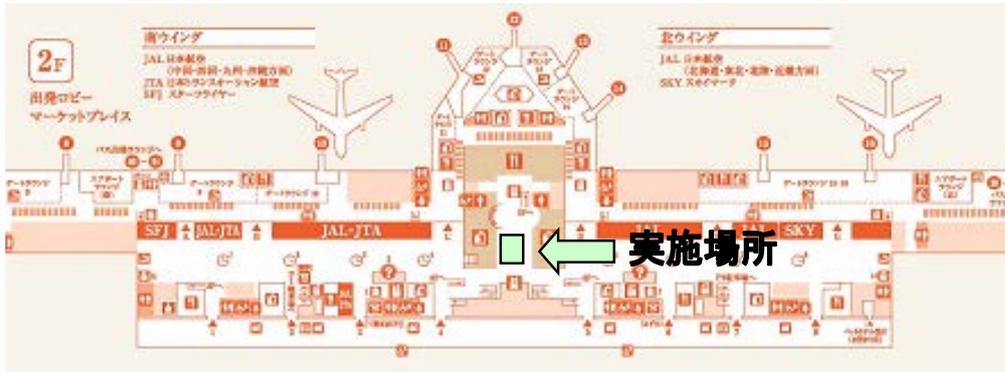
東京都大田区羽田空港3-3-2 第1旅客ターミナルビル

電話 03-5757-8030

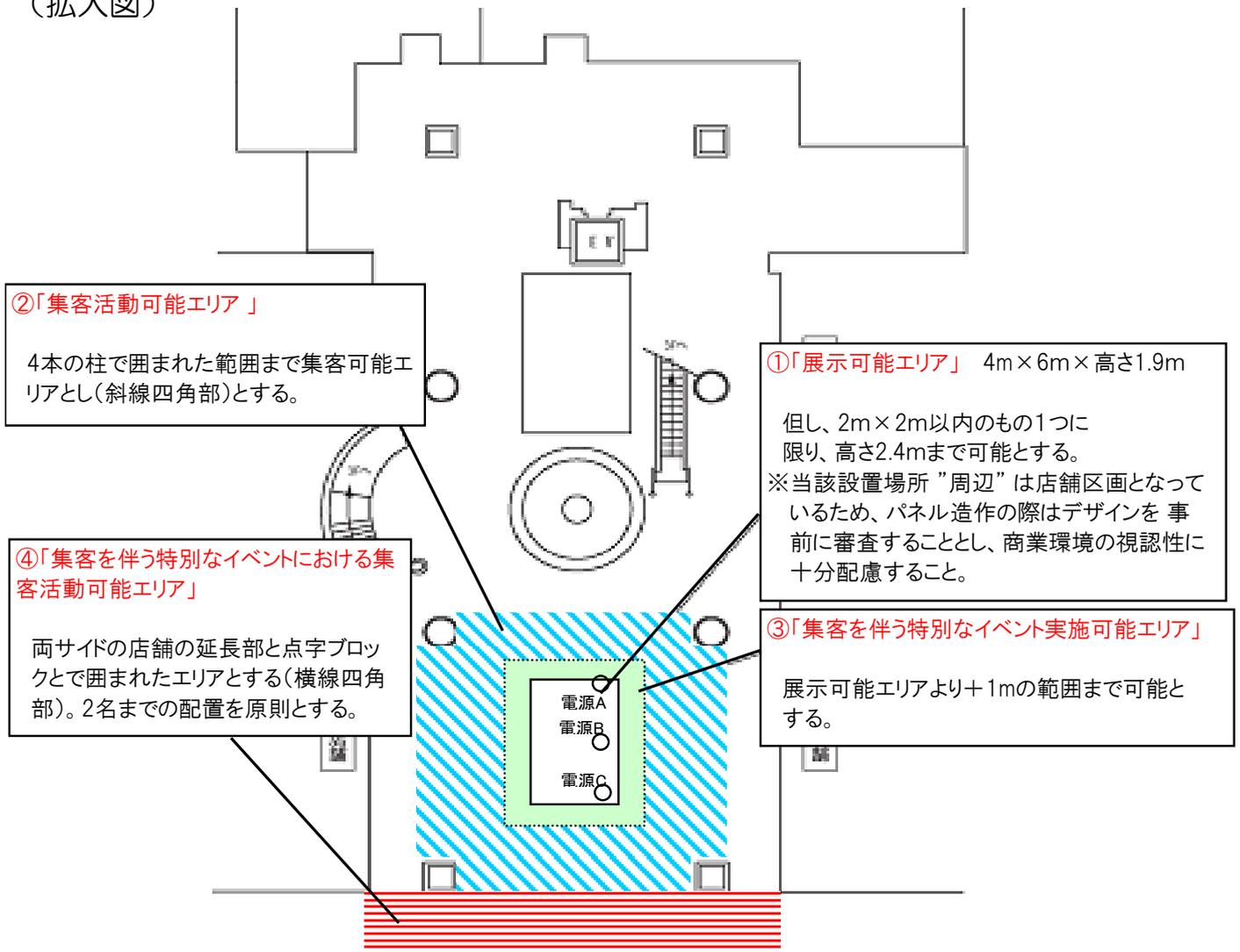
E-mail kouhou@jat-co.com

以 上

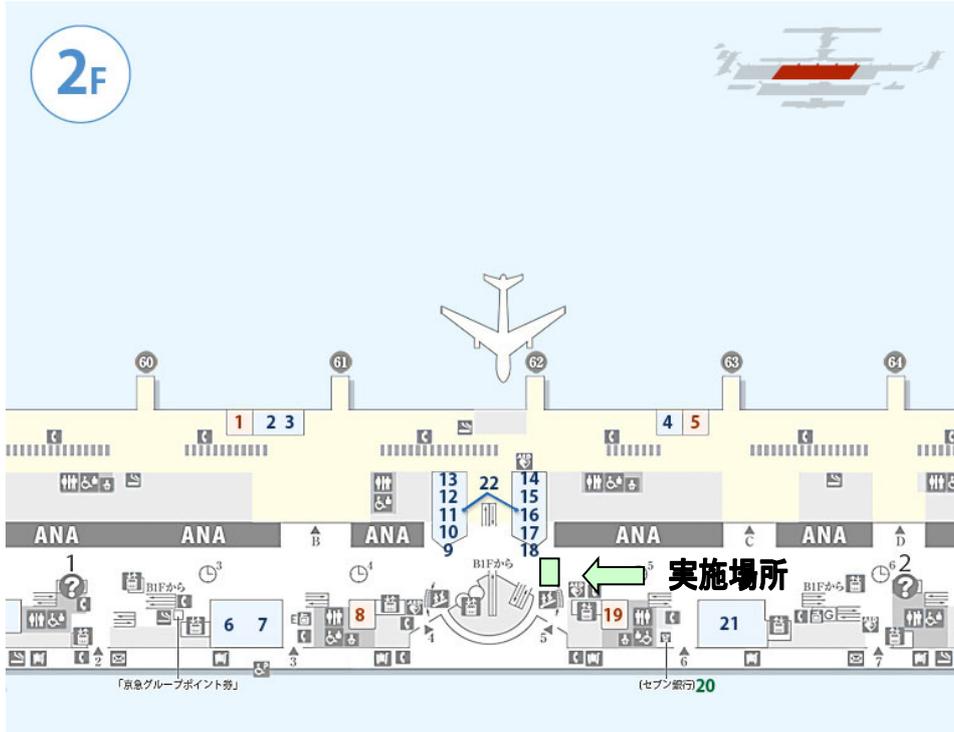
羽田空港 国内観光振興プロモーション スペース図 (第1旅客ターミナル)



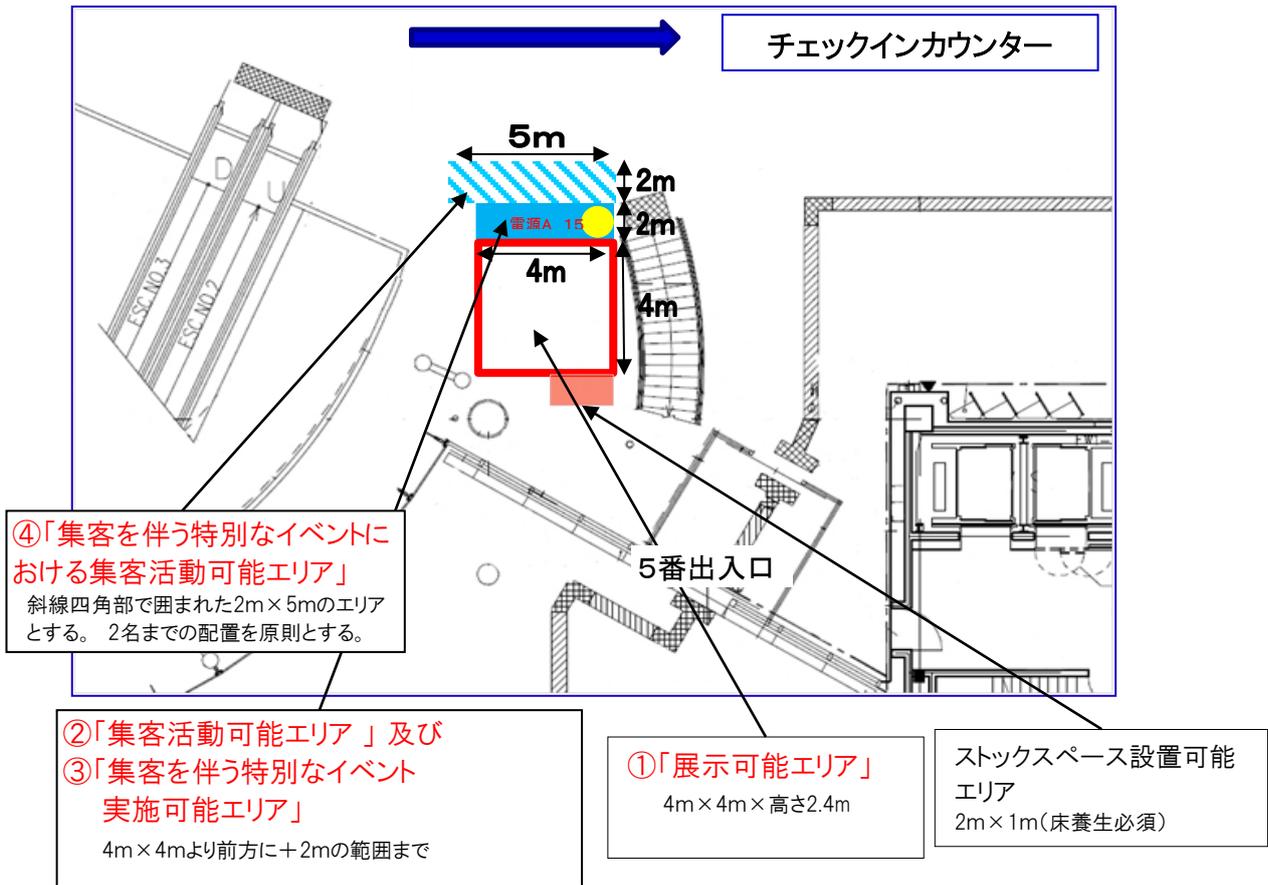
(拡大図)



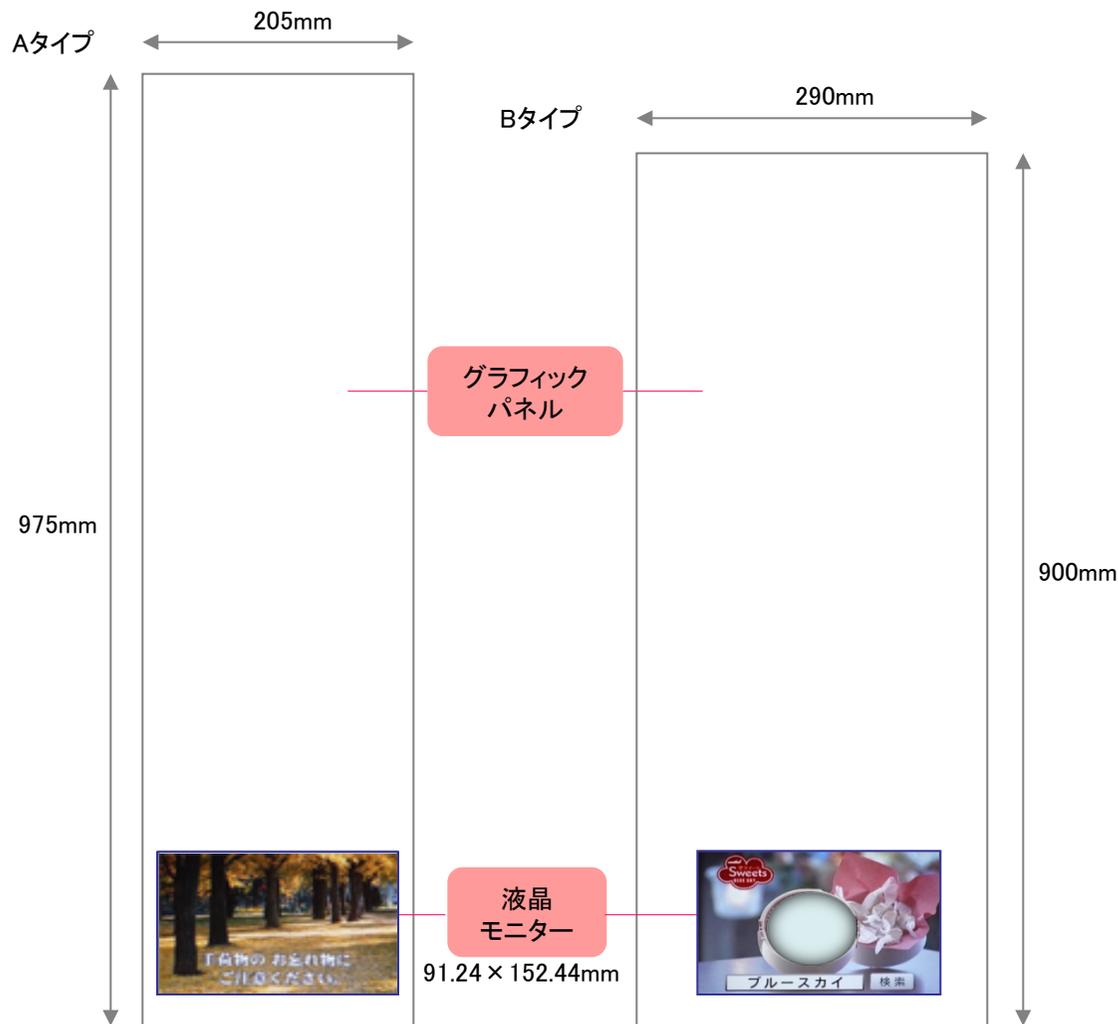
羽田空港 国内観光振興プロモーション スペース図 (第2旅客ターミナル)



(拡大図)



メディア仕様



Aタイプ(コーナー設置)



Bタイプ(側面設置)



液晶モニター(7インチワイド液晶タイプ)



※音声は出ませんので、必要に応じテロップ加工を施してください。

素材納品に関して

素材形態

デジタルベータカム / MPEG 1・2 / JPEG

サイズ

(単位:PIXEL)

静止画編集時  4:3の場合 640×480 (但し、矩形ピクセル機能がある場合720×480)

 16:9の場合 1280×720 もしくは 1920×1080

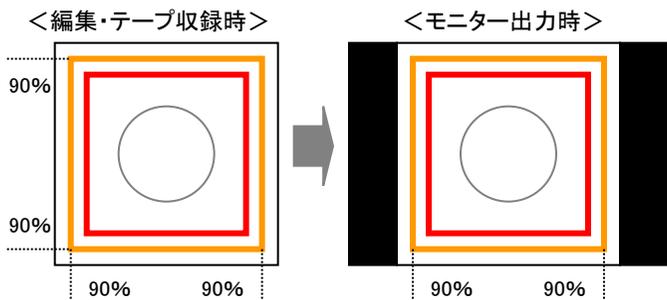
最終出力

 NTSC 720×480 アスペクト比16:9 フレームレート29.97fp

ご留意事項

4:3の場合

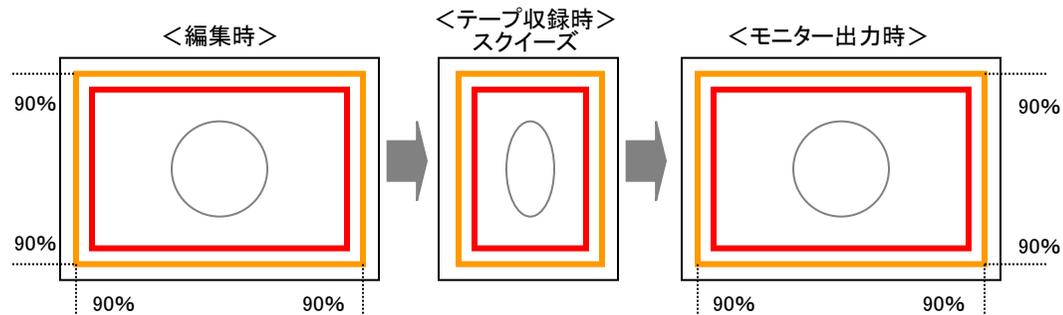
画面の水平方向への伸長を避けるためサイドに黒味が入ります。



※PDP個体により、垂直方向で1～2%増加表示することがあります。

16:9の場合

NTSC(SD)のスクイーズにダウンコンバート後、納品してください。
モニター出力時はフルワイドで表示されます。



※PDP個体により、垂直方向で1～2%増加表示することがあります。



アクションセーフティ(動作範囲)

動くモノを認識させようとするならこの範囲内。
※通常90%くらい内側の領域に設定します。
これより外側は隠れてしまう可能性があります。



タイトルセーフティ(タイトル範囲)

文字等を確実に読ませようとするならこの範囲内。
※通常80%くらい内側の領域に設定します。
表やグラフもこの範囲内で作成します。

※編成費として、21,000円ご負担いただきます。

羽田エアポートアドビジョン(第2旅客ターミナル地下1階)



■設置場所

羽田空港国内線第2旅客ターミナルビル地下1階
北側ロビー

■画面サイズ・面数

60インチ縦型・計20面
左右753mm×天地1,334mm

■仕様・露出時間・露出回数

音声放送 : なし
放送時間 : 5:00~24:00(19時間放送)
放送条件 : 1枠15秒/180秒ロール
放送回数 : 340回/1日1面×10面=3400回
保障回数 : 3060回(90%)

■広告掲出規制

広告主及び意匠審査あり

入稿規定

■「静止画」納品データ仕様について

- [ファイル形式] JPEG (RGB) データは横向き(左側が上)でご入稿ください。
- [原稿サイズ] 1080×1920ピクセル (16:9素材)
- [容量] 1素材 1Mbyte 前後
- [ファイル名称] 「露出開始月日 / 広告主略称 / 素材番号 .jpg」で名称を付けてください。
 例: 7月28日開始で、広告主がビッグウイングの場合「0728BW1.JPG」
 ※素材番号は、露出順序に従って付けてください。 ※ファイル名称は日本語不可
- [エフェクト] ご指定のない場合は1秒のディゾルブとします。
- [入稿日] 放映素材入稿期限は、放映開始日が含まれる週の月曜日より7営業日前までです。
- [納品方法] 1. CD-ROM
 2. インターネットメール (haav.info@futurevision.jp)

1920ピクセル
1080ピクセル

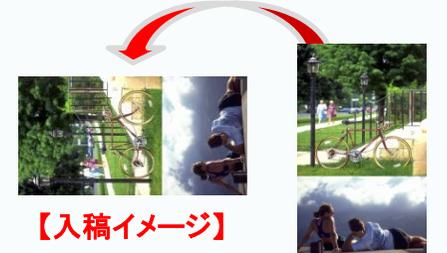


* 制作原稿の向きにご注意ください。
 横向(頭を左)きに直してご入稿ください。

■「動画」納品データ仕様について

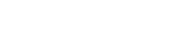
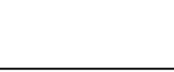
- [ファイル形式] フォーマット: WMV9 (Windows Media Video形式)
 納品素材解像度: 1280×720 (16:9)
 エンコーディングレート: 5Mbps
 ※前後にアクションつながりの画は必要ありません。
 ※音声は必ず切って納品をお願いいたします。
- [納品メディア] フォーマットWMV9で記録したメディア (CD-R、USBメモリ等)
 ※TVCMなど既存の動画素材でのご利用を検討の場合は事前にご相談ください。
- [入稿日] 放映素材入稿期限は、放映開始日が含まれる週の月曜日より7営業日前までです。
- [ファイル名称] 「露出開始月日 / 広告主略称 / 素材番号 .WMV」で名称を付けてください。
 例: 7月1日開始で、広告主がビッグウイングの場合「0701BW1.WMV」
 ※素材番号は、露出順序に従って付けてください。
 ※ファイル名称は半角英数字で、日本語不可です。
- [意匠切替] 静止画と動画を交互に表示することも可能です。その場合は、必ず静止画で終了するように指定をお願いします。
 また、クライアント内の切り替えはCut(瞬間切替)のみとなります。

画像の頭を反時計まわりに90°回転したデータで納品ください。



【入稿イメージ】

【放映イメージ】



空港を活用した国内観光振興
プロモーション検討会 殿

申請日 年 月 日

プロモーション企画申請書

平成27年度「空港を活用した国内観光振興プロモーション」に下記の通り申請致します。

記

主催者：_____

代表者名：_____ (印)

1. 申請期間及びスペース

	申請期間	申請スペース
第1希望	月 日～ 月 日	第__旅客ターミナルビル
第2希望	月 日～ 月 日	第__旅客ターミナルビル

※申請期間について「7月3日～5日」は夏期、「10月2日～4日」は冬期、「1月15日～17日」は春期、「3月4日～6日」はGWの観光客をメインターゲットとしたものとします。

※最大第2希望まで可。

2. 主催者名等

主催者名		
住所	〒	
担当者	(部署名) (氏名)	
連絡先	TEL	FAX
	Eメール	
共同主催者名		

3. 企画概要

※別紙として、企画提案書を必ず添付してください。

- ・企画提案書は次頁の「企画提案書作成に際しての留意事項」を踏まえて作成してください。
- ・企画提案書は、A4サイズを基本とします。

(企画提案書作成に際しての留意事項)

1. 第2希望まで提出される場合で、実施日程の異なるときは、プロモーション対象の季節が異なるため、それぞれ企画提案書を添付してください。
2. 企画提案書には、下記「基本的な事項」に関する内容を必ず盛り込んだ上で、プロモーションの内容がイメージできるようなものとしてください。

【基本的な事項】

- ①プロモーション地域(PR する地域の名称や都道府県・市町村名)
- ②プロモーションにおいて、観光客に最も訴求したい事項
- ③上記②を達成するために実施する主な取組内容と、それにより期待される効果
- ④集客効果やPR効果を高めるための工夫(クイズ、抽選会、キャラクターの登場などのイベントの実施等)
- ⑤プロモーションに参加する予定の団体(民間事業者等)
- ⑥地域におけるインバウンドの取組みの紹介または、東北観光振興策

また、以下の事項についても、現時点で盛り込めるものがありましたらお知らせください。

- ・プロモーション実施に際しての展示予定物の図面やイメージ図
- ・プロモーション実施に際してのスタッフの人数(予定)
- ・配布物(ノベルティ)の有無(有の場合はその内容)
- ・デジタルサイネージ広告へ掲載予定の静止画及び動画イメージ
- ・フリーペーパー特集記事掲載に際して、読者アンケートに提供可能な商品の有無(有の場合はその内容)

空港を活用した国内観光振興プロモーション 効果的な実施のための留意点 (これまでの実施結果から)

これまでの実施結果から、特に以下の点に留意して実施することが、効果的なプロモーションにつながると考えられます。

【会場としての優位性について】

○人通りが多く、かつ首都圏のみならず全国各地の方が羽田空港を利用。

(参考:平成25年度の羽田空港国内線乗降客数 平均値 17.1万人/日)

※日本空港ビルデング㈱決算資料

○飛行機に搭乗する人が主に利用することから、街中等の他会場と比べて、実際に頻繁に旅行している方が多いと考えられ、観光プロモーションの会場として効果的。

【実際にプロモーションに立ち寄った方の特性について】

○金曜日はビジネス客、土・日曜日は家族連れ等の旅行者が多い

○約60%が旅行者(「旅行」「帰省」「出張」)、「お出迎え」「買い物・ショッピング」「飛行機を見るため」に来た人も約30%程度

○年齢層では、30代・40代の方約50%。50代以上は約35%

○居住地は、関東1都6県+山梨県で約70%。残りが他地域の方

【プロモーション内容について】

○単にポスターを展示しパンフレットを配布するだけでは、立ち寄ってくれる方は少ない。

○会場の2階(出発ロビー)はこれから飛行機に乗る人が多く、荷物を増やしたくないことから、袋に詰めたパンフレットの束を配布しても受け取ってもらいにくい。

○プロモーションに立ち寄ってもらうきっかけが重要。そのためには例えば、ノベルティグッズの配布やクイズ、抽選、キャラクターの登場等のイベントで人々の目を引くことが非常に効果的。

○該当地域を旅行することの楽しさを実感を持って語るができる、日々実際に観光客に接している民間事業者等の地域の幅広い関係者等がプロモーションに参加することが効果的。