

ジェットスター公式 Instagram にて“e 旅ブック”キャンペーンをスタート 国内外就航地を巡り「コト・モノ・ヒトとの素敵な出会い」を伝える

ジェットスター・ジャパン株式会社(本社:千葉県成田市、代表取締役社長:片岡優)は、LCC の主要顧客層である 20 代、30 代に広く使われている Instagram のジェットスター公式アカウント(@jetstar_japan)を今後のジェットスターのブランドコミュニケーションの軸メディアと捉え、ブランド訴求を基本戦略においたキャンペーンを展開していきます。キャンペーンでは各就航地を巡り、単なる「フォトジェニック」に留まらず、「それがあるから、その人がいるから、ふらっとそこへ行ってみたい」と感じさせる「コト・モノ・ヒトジェニック」な魅力を伝えていきたいと考えています。日頃よりお客様から、「ジェットスターで航空券を安く買ったから、それをきっかけにして旅の計画を立てる」というお言葉をよくいただきます。その土地ならではの魅力、そこで出会う人々、その土地に住んでいるような日常の風景や生活のシーンを、Instagram で伝えることで、旅のプランに少しでも役立つ、「コト・モノ・ヒトとの素敵な出会い“e 旅ブック”キャンペーン」をスタートいたします。

まず第一弾としては、今年 12 月に新規就航する宮崎での「コト・モノ・ヒトとの素敵な出会い」です。最初の投稿の 3 枚は、代表的な県民食であるうどんがテーマの写真で、だしの味はもちろんのこと、お店で出会った家族や子供など、その場で触れることができた旅の瞬間そのものを、自然に収めた風景として発信します。「日本のひなた」と銘打つ宮崎に流れる、ゆったりとした時間そのものを自然に感じ取っていただけるようなシーンをお届けしていきます。



ジェットスター公式アカウントでは今後ほぼ毎日のペースで、ハッシュタグ「#e 旅ブック」とともに「コト・モノ・ヒトとの素敵な出会い“e 旅ブック”キャンペーン」を展開していきます。その風景に出会えば、すぐにもその場の「コト・モノ・ヒト」に会いたくなるような、旅への衝動とも言えるべき気持ちを掻き立て、その場にお連れする、ジェットスターだからこそできるコミュニケーションであると考えます。

また、将来的には、収集された各就航地の写真素材及び情報が、これまでの旅行ガイドブックのように機能し、旅行者にとっての旅のガイドコンテンツとして活用されることを願い、内容を充実させてまいります。

【ジェットスター・ジャパンについて】

「日本の空、世界の空を、もっと身近に。」をビジョンとして掲げ、2012年7月より東京(成田)、大阪(関西)、札幌(新千歳)、福岡、沖縄(那覇)に就航し日本国内線の運航を開始しました。その後、名古屋(中部)、大分、鹿児島、松山、高松、熊本へと国内の就航地を広げたのち、2015年2月の香港線の開設を皮切りに同年11月の台北線、2016年3月のマニラ線、2017年6月の上海線と国際路線網を拡充しています。また、2017年12月に初の成田と宮崎を結ぶ定期運航便を就航します。現在、国内最大のLCCとして国内16路線、国際9路線を21機のエアバスA320型機(180人)で1日約100便を運航しており、就航から5年で2,100万人以上のお客様にご利用いただいています。なお、ジェットスター・ジャパンには豪カンタスグループ、日本航空株式会社、三菱商事株式会社、東京センチュリー株式会社が出資しています。<http://www.jetstar.com>

