

# 豪州市場 ターゲット別の戦略・戦術①

|   | ターゲット                     | 主な訴求パッション<br>観光コンテンツ・アクティビティ  | その他、ターゲット攻略の<br>ための留意事項  | BtoBの取組   | BtoC/BtoBtoC<br>の取組   |
|---|---------------------------|---|--|---|---|
| A | 20～40代<br>夫婦・パートナー<br>FIT | <p><b>食・お酒</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ローカルフード</li> </ul> <p><b>豊かな自然</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>風景</li> <li>ハイキング</li> </ul> <p><b>アウトドア・アクティビティ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ハイキング</li> <li>スキー・スノボ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>文化・歴史的な体験の消費単価が高いため、自然や食と組み合わせた新たな魅力を発信。</li> <li>地方の人気の高いため、<u>地方の魅力を発信</u>。</li> <li>旅行会社を通じた情報収集の割合が多いため、BtoBの取組として<u>商談会を重視</u>。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>②旅行博・商談会</li> <li>⑨セミナー・ネットワーキングイベント<br/>(メディア・旅行関係者)</li> <li>⑩人材育成</li> <li>⑪旅行会社招請</li> <li>⑬その他 (ニュースレター)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>①インターネット (WEB・SNS)</li> <li>③広告</li> <li>④旅行博・イベント</li> <li>⑤PR (広報)</li> <li>⑥メディア招請</li> <li>⑦共同広告</li> <li>⑧インフルエンサー招請</li> <li>⑫その他 (ニュースレター)</li> </ul> |

# 豪州市場 ターゲット別の戦略・戦術②

|   | ターゲット             | 主な訴求パッション<br>観光コンテンツ・アクティビティ  | その他、ターゲット攻略の<br>ための留意事項  | BtoBの取組   | BtoC／BtoBtoC<br>の取組  |
|---|-------------------|---|--|---|--|
| B | 30～40代<br>家族（子連れ） | <p><b>テーマパーク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ テーマパーク</li> </ul> <p><b>伝統文化・芸能</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 伝統行事・祭体験</li> </ul> <p><b>豊かな自然</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 風景</li> <li>・ 庭園・花</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「暮らし体験・交流」の消費単価が高いため、強みである自然と組み合わせで発信。</li> <li>・ 地方の人気が高いため、地方の魅力を発信。</li> <li>・ 旅行会社を通じた情報収集の割合が多いため、BtoBの取組として商談会を重視。</li> <li>・ 初等・中等教育での日本語学習者が多いため、訪日教育旅行にも留意。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>②旅行博・商談会</li> <li>⑨セミナー・ネットワーキングイベント（メディア・旅行関係者）</li> <li>⑩人材育成</li> <li>⑪旅行会社招請</li> <li>⑬その他（ニュースレター）</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>①インターネット（WEB・SNS）</li> <li>③広告</li> <li>④旅行博・イベント</li> <li>⑤PR（広報）</li> <li>⑥メディア招請</li> <li>⑦共同広告</li> <li>⑧インフルエンサー招請</li> <li>⑫その他（ニュースレター）</li> </ul> |

# 豪州市場 ターゲット別の戦略・戦術③

|   | ターゲット                 | 主な訴求パッション<br>観光コンテンツ・アクティビティ  | その他、ターゲット攻略の<br>ための留意事項   | BtoBの取組   | BtoC／BtoBtoC<br>の取組  |
|---|-----------------------|---|---|---|--|
| C | 20～30代<br>一人旅行<br>FIT | <p><b>食・お酒</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ローカルフード</li> </ul> <p><b>豊かな自然</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>風景</li> <li>ハイキング</li> </ul> <p><b>暮らし体験・交流</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>修行・宿坊体験</li> <li>伝統行事・祭体験</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>地方の人気が高いため、<u>地方の魅力を発信</u>。</li> <li>一方で「大都市」、「サブカルチャー」も人気のパッション。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>②旅行博・商談会</li> <li>⑨セミナー・ネットワーキングイベント（メディア・旅行関係者）</li> <li>⑩人材育成</li> <li>⑪旅行会社招請</li> <li>⑬その他（ニュースレター）</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>①インターネット（WEB・SNS）</li> <li>③広告</li> <li>④旅行博・イベント</li> <li>⑤PR（広報）</li> <li>⑥メディア招請</li> <li>⑦共同広告</li> <li>⑧インフルエンサー招請</li> <li>⑫その他（ニュースレター）</li> </ul> |

# 豪州市場 ターゲット別の戦略・戦術④

|   | ターゲット  | 主な訴求パッション<br>観光コンテンツ・アクティビティ   | その他、ターゲット攻略の<br>ための留意事項  | BtoBの取組   | BtoC/BtoBtoC<br>の取組  |
|---|--|--|--|---|--|
| D | 50代以上<br>世帯可処分所得<br>上位40%<br>(1,000万円/年<br>以上) | <p><b>食・お酒</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ローカルフード</li> <li>ミシュラン店</li> </ul> <p><b>歴史・遺跡</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>遺跡・街並</li> </ul> <p><b>豊かな自然</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>エコツアー</li> <li>ラグジュアリーホテル</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>旅行会社を通じた情報収集と旅行予約の割合が多く、BtoBの取組として<u>商談会及び旅行会社招請を重視</u>。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>①旅行博・商談会</li> <li>③旅行会社招請</li> <li>⑧セミナー・ネットワーキングイベント<br/>(メディア・旅行関係者)</li> <li>⑩人材育成</li> <li>⑫その他 (ニュースレター)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>②インターネット (WEB・SNS)</li> <li>④PR (広報)</li> <li>⑤メディア招請</li> <li>⑥共同広告</li> <li>⑦広告</li> <li>⑨インフルエンサー招請</li> <li>⑪その他 (ニュースレター)</li> </ul> |