

ドイツ市場 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 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 ための留意事項	BtoBの取組	BtoC/BtoBtoC の取組
A	訪日未経験者 20～30代 世帯可処分所得 下位80% (1,050万円/年 未満) 一人旅行 夫婦・パートナー FIT	豊かな自然 <ul style="list-style-type: none"> ハイキング グランピング 風景 アウトドア・アクティビティ <ul style="list-style-type: none"> スキー・スノボ 食・お酒 <ul style="list-style-type: none"> ローカルフード 暮らし体験・交流 <ul style="list-style-type: none"> 伝統行事・祭体験 	<ul style="list-style-type: none"> 訪問希望エリアとして、東京、大阪・京都が上位にあがっているが、“わからない”との回答が3位となっており、<u>地方の観光情報の発信が必要</u>。 <u>オンライン媒体が情報収集先として1位</u>となっており、動画等を活用した訴求が効果的。 	④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) ⑧人材育成 ⑨旅行博・商談会 ⑩旅行会社招請 ⑬その他 (ニュースレター)	①共同広告 ②インターネット (WEB・SNS) ③PR (広報) ⑤広告 ⑥メディア招請 ⑦インフルエンサー招請 ⑪セミナー・ネットワーキングイベント ⑫旅行博・イベント
B	訪日未経験者 40代以上 世帯可処分所得 下位80% (1,050万円/年 未満) 一人旅行 夫婦・パートナー FIT	豊かな自然 <ul style="list-style-type: none"> ハイキング サイクリング 風景 食・お酒 <ul style="list-style-type: none"> ローカルフード 歴史・遺跡 <ul style="list-style-type: none"> 伝統行事・祭体験 	<ul style="list-style-type: none"> 訪問希望エリアとして、東京に次いで“わからない”との回答が4割を占めており、<u>東京以外の観光情報の発信が必要</u>。 日本を選ばなかった理由として、物価や旅行代金が上位となっており、<u>費用に敏感</u>。 	④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) ⑧人材育成 ⑨旅行博・商談会 ⑩旅行会社招請 ⑬その他 (ニュースレター)	①共同広告 ②インターネット (WEB・SNS) ③PR (広報) ⑤広告 ⑥メディア招請 ⑦インフルエンサー招請 ⑪セミナー・ネットワーキングイベント ⑫旅行博・イベント

ドイツ市場 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 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 ための留意事項	BtoBの取組	BtoC/BtoBtoC の取組
C	訪日未経験者 世帯可処分所得 上位20% (1,050万円/年 以上)	<p>豊かな自然</p> <ul style="list-style-type: none"> ハイキング 風景 エコツアー グランピング <p>アウトドア・アクティビティ</p> <ul style="list-style-type: none"> スキー・スノボ <p>食・お酒</p> <ul style="list-style-type: none"> ローカルフード <p>街並・有名な建築</p> <ul style="list-style-type: none"> ラグジュアリーホテル 遺跡・街並 	<ul style="list-style-type: none"> 訪問希望エリアとして、東京に次いで“わからない”との回答が3割を占めており、<u>東京以外の観光情報の発信が必要</u>。 海外旅行の予約方法について、<u>航空券は航空会社、宿泊はオンライン予約サイトが主流</u>。 	<ul style="list-style-type: none"> ④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) ⑧人材育成 ⑨旅行博・商談会 ⑩旅行会社招請 ⑬その他 (ニュースレター) 	<ul style="list-style-type: none"> ①共同広告 ②インターネット (WEB・SNS) ③PR (広報) ⑤広告 ⑥メディア招請 ⑦インフルエンサー招請 ⑪セミナー・ネットワーキングイベント ⑫旅行博・イベント
D	訪日経験者	<p>食・お酒</p> <ul style="list-style-type: none"> ローカルフード 酒蔵訪問 <p>伝統文化・芸能</p> <ul style="list-style-type: none"> 遺跡・街並 美術館・現代アート 	<ul style="list-style-type: none"> 地方への訪問意欲は他のターゲットに比べて<u>高水準</u>。 訪日旅行に対する意欲が高く、<u>再訪日の可能性が高い</u>。 	<ul style="list-style-type: none"> ④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) ⑧人材育成 ⑨旅行博・商談会 ⑩旅行会社招請 ⑬その他 (ニュースレター) 	<ul style="list-style-type: none"> ①共同広告 ②インターネット (WEB・SNS) ③PR (広報) ⑤広告 ⑥メディア招請 ⑦インフルエンサー招請 ⑪セミナー・ネットワーキングイベント ⑫旅行博・イベント