

## (1) 全体方針

- 海外旅行が旺盛な地域特性があることから**新規訪日層の獲得**を図るため、伝統文化や都市の魅力、食などを中心に訴求する。
- 特に、20～40代に対しては主にオンライン媒体を通じて、50代以上に対しては旅行会社や業界ネットワークを通じて、高品質な訪日旅行に資する地方の観光情報を提供することにより、**地方誘客の促進や消費額拡大**を図る。
- SDGs、サステナブル・ツーリズムへの意識の高まり**を踏まえたプロモーションを展開する。

## (2) ターゲット

A	20～30代、FIT	C	50代以上
B	30～40代、家族		

## (3) サブターゲット

a	文化的アドベンチャー関心層
---	---------------

# 北欧地域市場 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	20～30代 FIT	<p><b>伝統文化・芸能</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 伝統行事・祭り体験</li> <li>・ お茶・お花など室内体験</li> <li>・ 歴史的な宿</li> </ul> <p><b>大都市</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ナイトライフ</li> <li>・ アニメ聖地</li> <li>・ 美術館・現代アート</li> </ul> <p><b>食・お酒</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ローカルフード</li> <li>・ 料理体験</li> <li>・ ミシュラン店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>オンライン媒体での情報発信、および比較・予約サイト・旅行会社との連携による予約促進が有効。</u></li> </ul>	<p>②レップ</p> <p>⑤旅行博・商談会</p> <p>⑦旅行会社招請</p> <p>⑧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)</p> <p>⑩人材育成</p> <p>⑪その他(ニュースレター)</p>	<p>①PR (広報)</p> <p>③広告</p> <p>④共同広告</p> <p>⑥旅行博・イベント</p> <p>⑨メディア招請</p> <p>⑫セミナー・ネットワーキングイベント</p> <p>⑬インターネット(WEB・SNS)</p> <p>⑭インフルエンサー招請</p> <p>⑮その他(ニュースレター)</p>
B	30～40代 家族	<p><b>歴史・遺跡</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 遺跡・街並</li> <li>・ 温泉・湯治</li> <li>・ 伝統行事・祭り体験</li> </ul> <p><b>大都市</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ テーマパーク</li> <li>・ 高速列車・ローカル線</li> <li>・ ラグジュアリーホテル</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> <li>・ スキー・スノボ</li> <li>・ サイクリング</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 家族層は、<u>オンライン媒体での情報収集に積極的。</u></li> <li>・ 旅行先の暮らしぶりに触れたり、自国で見られない景色を見たり体感したりしたい、といった需要が高く、<u>特性を踏まえた情報発信が重要。</u></li> </ul>	<p>②レップ</p> <p>⑤旅行博・商談会</p> <p>⑦旅行会社招請</p> <p>⑧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)</p> <p>⑩人材育成</p> <p>⑪その他(ニュースレター)</p>	<p>①PR (広報)</p> <p>③広告</p> <p>④共同広告</p> <p>⑥旅行博・イベント</p> <p>⑨メディア招請</p> <p>⑫セミナー・ネットワーキングイベント</p> <p>⑬インターネット(WEB・SNS)</p> <p>⑭インフルエンサー招請</p> <p>⑮その他(ニュースレター)</p>

# 北欧地域市場 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	50代以上	<p><b>伝統文化・芸能</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 伝統芸能</li> <li>・ 伝統工芸品</li> <li>・ 歴史的な宿</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> <li>・ ハイキング</li> </ul> <p><b>街並・有名な建築</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現代建築</li> <li>・ 美術館・現代アート</li> <li>・ 遺跡・街並</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 年齢層が上がるほど、旅行会社を通じた予約割合が高まるため、<u>旅行会社への情報提供と連携が重要。</u></li> <li>・ オンライン利用率が高水準な一方、旅行の決め手は親族・家族・知人からの口コミ影響が一定数あることに留意。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>②レップ</li> <li>⑤旅行博・商談会</li> <li>⑦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(メディア・旅行関係者)</li> <li>⑩人材育成</li> <li>⑪その他(ニュースレター)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①PR (広報)</li> <li>③広告</li> <li>④共同広告</li> <li>⑥旅行博・イベント</li> <li>⑨メディア招請</li> <li>⑫セミナー・ネットワーキングイベント</li> <li>⑬インターネット(WEB・SNS)</li> <li>⑭インフルエンサー招請</li> <li>⑮その他(ニュースレター)</li> </ul>

※「BtoBの取組」及び「BtoC/BtoBtoCの取組」は、優先順位の高い取組から順に①→②→…と記載