

JAL AGENT INFORMATION

■ 社内のみなさままでご覧ください

'88/7

● 日本航空株式会社文化事業部
● 昭和63年7月1日発行 ● 毎月1日発行 ● 通巻287号



特集
ブームのオーストラリア



日本航空

特集

ブームのオーストラリア

◆代理店のみなさまにきく

株式会社JTBワールド

お客さまのニーズにあわせた デスティネーションの開発

現在ブームのオーストラリアですが、客層は今までのハネムーン中心型から熟年、ヤング、OL層と急速な多様化傾向にあります。企画商品として最も大切な品質の均一性と魅力的な企画内容を更におし進め、お客さまとの信頼関係を築き、お客さまの満足を得ていきたいと考えています。Lookでは、短期的販売よりもむしろ長期的戦略で地道な努力を積み重ね、お応えしていくつもりです。

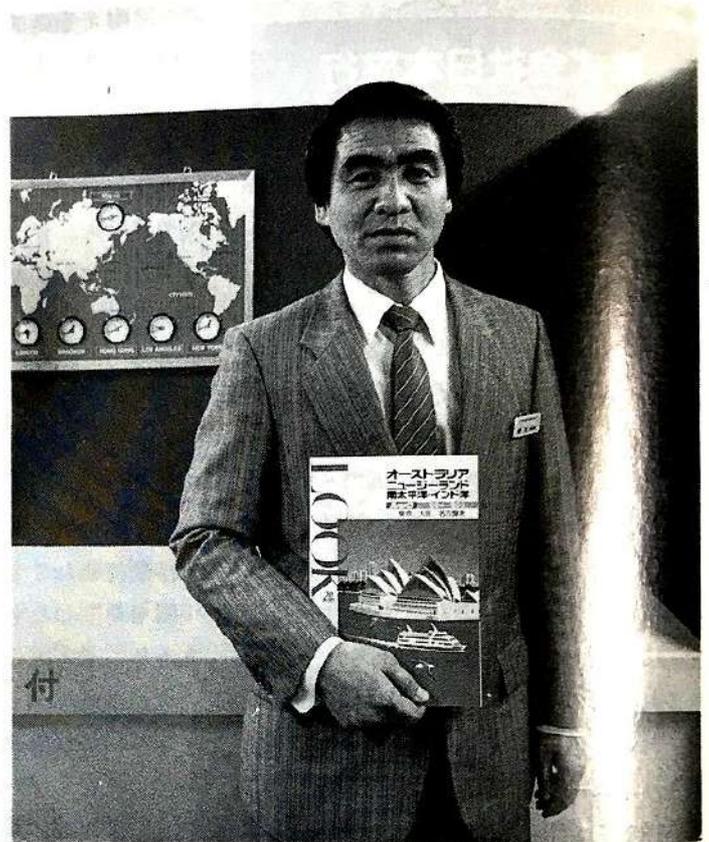
過去オーストラリアは上期：下期が3：7の割合で下期偏重型のデスティネーションでした。それが'88年は上期が快進撃といってよいほどの伸びをみせました。弊社でもルック、パレットでは大きな伸びを見せました。この背景には Expo、200年祭などのビッグ・イベントとともに、“南半球”への理解が進み4月～9月が温暖であり、シーズン性を意識しなくなったこと、また I'm Aussie! キャンペーン等が、相乗的に効果を表したものと思われる。

'88年は好調に推移しそうで、'89年の上期が正念場になりそうです。乗入れ航空会社が増え、座席、便数、ゲイトウェイの数が増加し、旅行会社としては、それだけ商品企画に幅と奥行きをもたせられます。これまでのビーチリゾート・プラス・シドニー観光の定食コースから一歩踏みこんだ内陸部（アウトバック）の大自然やオーストラリア南部諸州を含む新コースの開発を積極的に進めます。特にエアーズロック、ヴィクトリア州等の内陸を組んだアウトバック商品に期待し

ています。

いま発展するための課題は現地のホテルの拡大や日本語ガイド等の受入れ体制です。解決策としては出発日をはじめ、現地での移動パターンをイーストコーストからアデレード、パース、エアーズロックというように集中型から分散型へ転換していく必要性を感じています。Lookではホテルの等級をドラスからスーパーリアクラスとし、お客さまに納得していただく方法を取って

います。パレットでは価格志向以外のお客さまをターゲットに添乗員付きや宿泊ホテルをワイドにしてシリーズ数を大幅に増やしています。これからの展開としては多様な現地のデスティネーションを、いかに魅力的に露出していくかが最大のテーマとなります。JTBではメルボルン、ゴールドコースト、ブリスベン（臨時）、オークランド、クライストチャーチと支店網を拡充して情報の収集とともに、現地のオペレーションの整備を行っています。特にガイドは現地で生活している日本人と契約する等、なによりもお客さまのニーズに合った現地の受け入れ態勢の整備に努力していきます。これらのネットワークやサービスを有効に利用してツアー企画と同様、徹底した品質管理を行っていきます。



●株式会社JTBワールド オセアニア部
オペレーション課長 ◆鈴木勝さん

集中型から分散型へ 内陸の商品化