

銘傳大學 100 學年度觀光研究所碩士在職專班(金門班)招生考試

第一節

觀光餐旅個案分析試題

(第 / 頁共 頁) (限用答案本作答)

可使用計算機 不可使用計算機

Case Study of the Market Segmentation of Japan Outbound Tourism

日本出國旅遊市場之個案研究

日本觀光客堪稱觀光市場典型代表，但許多想要吸引日本觀光客的觀光業者卻都不夠瞭解日本觀光客的需求。與西歐與北美國家相比較，日本具有非常不同的文化特性。Dace (1995) 和其他日本的學者將日本觀光客做成以下幾種區隔：

- 上班族: 30-50 歲男性主管，由於對於工作的高度投入，因此少有假期，相較於走馬看花的活動，他們偏好參加富有意義、有深度的旅遊，通常也是購物高手。
- 銀髮族: 50-60 歲的老年人，經歷戰後時期，日常生活非常簡樸，但是一到假期，喜歡“自我放逐一番”，偏好選擇自己熟悉的度假模式，包括日式食物與日文導遊。
- 夫妻檔: 成熟穩定的已婚夫妻，擇一重要假期旅遊，對於旅遊品質有高度的要求。
- 考察團: 日本公司把工作考察做為招募員工的號召或是獎勵員工的酬勞，以男士居多，加入有關休閒的活動項目，例如打高爾夫球。
- 學生族: 學生或是大專生多會利用二月份參加包含機票與住宿的短期套裝行程。
- 富家子: 20-30 歲的年輕人，生長在日本富裕時期，喜歡炫耀財富，獨立性強，很少參加套裝行程，喜歡猜佳短期度假與假日活動。
- 單身貴族: 20 多歲的未婚女性，有較高的可支配所得，與父母同住，偏愛去西方國家或大城市旅遊，例如：巴黎、倫敦，喜愛逛街購物。通常參加旅遊團，也有很多女性喜歡參加自助旅遊。
- 蜜月夫妻: 有 95% 的日本人選擇到國外渡蜜月，包括有亞洲、歐洲或是美國。

銘傳大學 100 學年度觀光研究所碩士在職專班(金門班)招生考試

第一節

觀光餐旅個案分析試題

(第 2 頁共 2 頁) (限用答案本作答)

可使用計算機 不可使用計算機

日本觀光市場有許多受到爭議的問題，就以下兩點來說明之：

- 1) 許多的日本觀光客都會要求旅遊目的地提供日式食物、服務、日文導遊等等。使得日本觀光客常常會失去走訪具有本土特色濃厚地區的機會，例如澳洲昆士蘭海岸區。
- 2) 日本男性觀光客在許多亞洲地區之色情觀光市場中佔有顯著的比例。

Data source: Swarbrooke & Horner, Consumer behavior in Tourism

請您利用上述的資訊回答下面個案研討問題：

1. 請您比較日本觀光市場區隔的分類(Dace 1995)和台灣的觀光市場區隔的分類，兩這有何差異? 30%
2. 討論如何應用 Dace's(1995)的市場區隔，使美國旅館業 (Accommodation industry) 能夠吸引更多的日本觀光客，並說明其行銷策略該如何擬定 (4P or 8P marketing strategy)。50%
3. 討論如何應用 Dace's(1995)的市場區隔，使美國的觀光景點業 (Tourism destination, entertainment or recreation industry) 能夠吸引更多的日本觀光客，並請說明其行銷 4P 中的 Promotion strategy。

本試題係兩面印刷

試題完