

ルックJTB商品体系(2010年度)

JTBワールドバケーションズ資料より

区分	商品内容	コンセプト	パンフレットタイトル	ターゲット	発表期間	概要	ボリューム
ルックJTB	内容重視型	高額付加価値	くつろぎの旅	ゆとり層 パワー層	6ヶ月	最高級の素材と最上級のサービス	80%
			基幹(方面別)	ALL		中高額商品メインパンフレット	
		ターゲット型	心ゆく旅	熟年層		中高額熟年層ターゲットの上質な商品	
			地球の詩	ALL		パッケージとしては比較的珍しい行き先 または自然・歴史・文化を掘り下げた商品	
			世界遺産紀行	ALL		世界遺産に焦点を当てた商品	
			ハイキング	ALL		観光性ハイキング	
			デスティネーション クローズアップ	キューバ、アフリカ		ALL	
	価値価格 バランス型	価格優先型	季刊商品(旧とっておき)	ALL	3ヶ月	中低額商品メインパンフレット	
		ターゲット型	旅と挙式がセットになった 海外ウェディング	新郎新婦 同行者	6ヶ月	海外挙式組み込み型	
			わいわいファミリー	ファミリー	年1回	第2四半期のみ展開	
価格型	マーケット対策	お得だね	ALL	3ヶ月	期中追加		
ノンブランド	価格型	スポット対策	バーゲン	ALL	概ね1ヶ月	販売状況に応じて柔軟に対応	20%
		四半期末対策	SALE	ALL		期末対応商品	
		ターゲット型	ガクタビ	学生		学生ターゲット	
		間際対応	旅のアウトレット	ALL		WEB媒体での訴求を主力とする	