

昨年3月にKNTと角川グループが出資し生まれたティールゲート。2年目を迎えようとする今、「小ロット・多品種」の着地型旅行市場でどのような事業展開を図っていくのか。同社が運営する旅行情報総合サイト「旅の発見」の動向も含め、岩橋伸行社長に話を聞いた。

2万件超の体験プログラム掲載

旅の発見の現状は。

「登録プログラムは2月時点の掲載分が1万7400件、季節ものも合わせると2万2千件を数える。約1650事業者が登録している。毎月約20万人がサイトを訪れ、約1000万ページビューある。機能面では、GPSを使い、周辺で遊べるプログラムを現地で検索、予約できるよう、昨年11月からモバイル版の提供を始めた。1月末からはクチコミ投稿機能も追加した。リンク先を増

ティールゲート 着型旅行事業2年目の展望

ティールゲート
代表取締役社長

岩橋伸行氏



やすことも重視している。KNT公式ページはもちろん、角川クロスメディアの「ウォーカープラス」、中日本高速道路

静岡県の研修で受講者が企画した商品を持設ページ上で試験販売



力の下、各地域自治体の観光関係の二ユースやイ

知してもらおうルートを作ること、地域の事業者

「今年には北海道、沖縄、

を知ってほしい」

人材育成から商品流通まで支援

の「高速日和」、ダイヤモンドビックの「日本の歩き方」とリンクを張った

「今年11月のPC版のリニューアルで作った、カテゴリ別、都道府県別ページを生かし、カテゴリ別に『の達人』といった形のページを立て、その魅力を語る人

「昨年11月のPC版のリニューアルで作った、カテゴリ別、都道府県別ページを生かし、カテゴリ別に『の達人』と

「今年11月のPC版のリニューアルで作った、カテゴリ別、都道府県別ページを生かし、カテゴリ別に『の達人』と

「今年11月のPC版のリニューアルで作った、カテゴリ別、都道府県別ページを生かし、カテゴリ別に『の達人』と