

観光元年 観光立国実現への挑戦

「女性の旅」

旅行商品企画ウーマン 特別座談会

景気後退から旅行需要も例外なく揺さぶられている今日だが、旅で女性が男性をリードする傾向は変わらない。旅行需要のカギを握る女性消費者をひきつけるツボを、同性の視点から見つめる大手旅行各社の商品企画担当ウーマンに語ってもらった。

手ごたえ感じた女性向け商品

女性向け旅行商品企画で手ごたえのあった旅行商品は、何となく具体的な方向性から進行している。昨年5月から、「体に優しい宿」という商品を出し始めています。最近、「メタボ」と騒がれていますが、カロリーを控えてもこたわった食事を提供し、メタボが気になるお父さんが娘さんと行けるような商品にしました。「少量高品質」を合言葉に、旅館さんには通常とは違うオリジナルメニューを、カローリ計算もして提供していただいています。



桑澤さん

時間がかかりました。女性向け商品では、社内で研究してもネタ切れになりますので、「美しいモノ」という雑誌さんとコラボレーションして募集型企画旅行をしてみました。お客さまには着物を着て参加していただいて、実際に、金沢の織物工房に見学に行きました。足袋職人も同行して、現地でお客さまの足のサイズを測り、「旅」と「足袋」を付けて、自分だけの思い出に残る、女性向けの商品を作成しました。

高くて価値観合えば買う。女性向けに造った商品で爆発的なヒット商品は少ないのが現状です。女性向けという点にこだわって作

よう商品を立ち上げ、年間で1千人、2年目以降は2千人、3千人と販売を増やそうとできました。女性向けに造ったヒット商品としては代表的なもので、現在女性向けでヒットしている商品です。エスエフ付ブラです。今年は30分程度で試着できる、プチエステを置けるブラを作りました。これらは旅行中のちょっとした時間を有効に活用して、足元のマッサージなども受けていただけます。チェックインしてから履くまで、時間ももたえてしまおうという方もターゲットにしています。

ですが、思ったよりは送客につながりませんでした。私の商品はありますが、当社ブランドの赤い風呂敷で、エスエフ付の商品、女性の旅美チヨルベレ nature a1 があります。この商品は担当者が非常に熱心で、ずっと伸び続けており、半期で7千人ほどの集客があります。写真などをうまく使ったパンフレットは、お客さまに行ってみてほしいですね。エスエフの各プランをそろえて予約に応じて選べます。ホテルのタイプに代わり、こーい、2年ほどは、コリアルを売っています。新しく改装されてリニューアルも良く、エスエフも充実しているという施設が売れるんです。宿泊プランの平均単価が3万4千円と高めなのですが、関西の方は自分も価値がある、と思ったものにはお

ということも意識しながら最近作った企画としては、女性が好きな「特別感」を感じさせるような仕掛け、団体旅行でありながら、自分達だけのメニューを楽しんでいただけるようなサービスを盛り込ませたりしています。団体であっても決まりきった行程ではなく、旅先も自由に選択できるものですね。

昨秋は紅葉の紅葉鑑賞ツアーも、五色沼の散策をしながら近隣の美術館に行く方と選択性にして、最後は美術館にあるミューズを食べてコースにしました。最近では美術館も建物や雰囲気、工芸を凝らしたところがあるので、このプランは非常に好評いただきました。私の思いとしては女性をターゲットにしているのがあったのですが、男性の方にも非常に好評でした。そういった、女性をターゲットにと思って作った企画も、予想外に男性の方にも喜ばれる場合もあるのだと思います。

このほかさまざまな形で特別感というのを織り交ぜています。当社で使っている「ロイヤルクルーズ」四季の華というバスは、バスでの移動時間も旅の重要な一環として、おもてなしを入れていきます。特に女性の目線ならではの非常に細かい気配りがたくさんあって、お客さまがバスに乗った瞬間から優雅な旅が始まるという演出にこだわっています。

女性を意識した商品では、他社さんと同じようなものもあって、もともとある商品の一部に、「女性だっただけ」という視点からのサービスを取り入れるようにしています。ファミリー商品の場合、やはりお子さまメニューなのですが、旅行商品を選ぶのはお母さんであるという点に着目して、お母さんがうれしいサービスを考えて商品に盛り込んでいます。

今年の夏に取り組んだものでは、北海道のリゾートホテルに滞在してホテル内のレンタルレストランでコース料理が食べられる商品企画しました。普通家族旅行の場合にはハイキングが基本の食事が喜ばれるというのが、お母さんだったら旅先で何が食べたいだろうという視点に立ってハイキングをあえて外しました。お母さん方も昔はレンタルレストランで食事をしていただいていた、今も行きたい方がいると思うのですが、小さい子供を連れて行くとなわ



出席者

- JTB 東日本国内商品事業部
 - クラフツリズム 四季の華倶楽部
 - 近畿日本ツーリスト 首都圏仕入メイト事業部
 - トップナー 国内旅行部
 - 日本旅行 赤い風呂敷西日本事業部
 - 石井 寛美さん
 - 大沢 千夏さん
 - 富田 道代さん
 - 桑澤 幸子さん
 - 林 由美子さん
- 司会・本紙編集長 内井 高弘

徳島県の大歩危・祖谷温泉にスポットを当てたプランがあります。「スロライフ」・癒しといった発想で、時間が止まっているような環境で、ゆっくりと過ごしていただけます。女性をターゲットとしたので、食事はカロリーの低いものを用意し、例えば低カロリーの「祖谷豆腐」を使っているようにこだわりました。女性向けの商品にしたいので、女性に合ったサービスも提供したいと考えています。

イ織羅旅・玉造温泉という商品があります。冬の関西商品がカニを味わうプランが非常に多くなります。しかし玉造温泉と関西圏からは距離が遠く、送客力が弱くなってしまうので、そこで04、05年秋に地元の玉造温泉の方の要望もあって、デラックスプランはカニを基本プランでフカヒキとエスエフの多い食材を取り入れたメニューを準備していただけたような商品を作りました。今までのようなパンフレットというところでインパクトがあった

金を出されるので、売れていきます。お客さまはリピーターの方が多いので、新規客場の旅館に一気に入社する傾向があります。中にはプランやオプションメニューの設定の仕方がうまく、美チヨルベレのプランで宿泊される方が9割がた一番高いプランを申し込まれるような施設さんもあります。

日帰りのエスエフプランも人気です。日帰り、昼食付きで1万円以内で行ける気軽さが人気のようです。

大沢 当社は主に熟年層をターゲットとしているので、熟年層メニューとなるので、他社さんと同じく女性向けの商品をつくり込み過ぎてしまおうとかなか集客に結びつかないという現状はあります。温泉ビューティー 研究家の石井さんや、女性限定の旅は販売しておりますが、爆発的なヒットというものは少ないかと思えます。

私が旅行を企画する上で女性

私

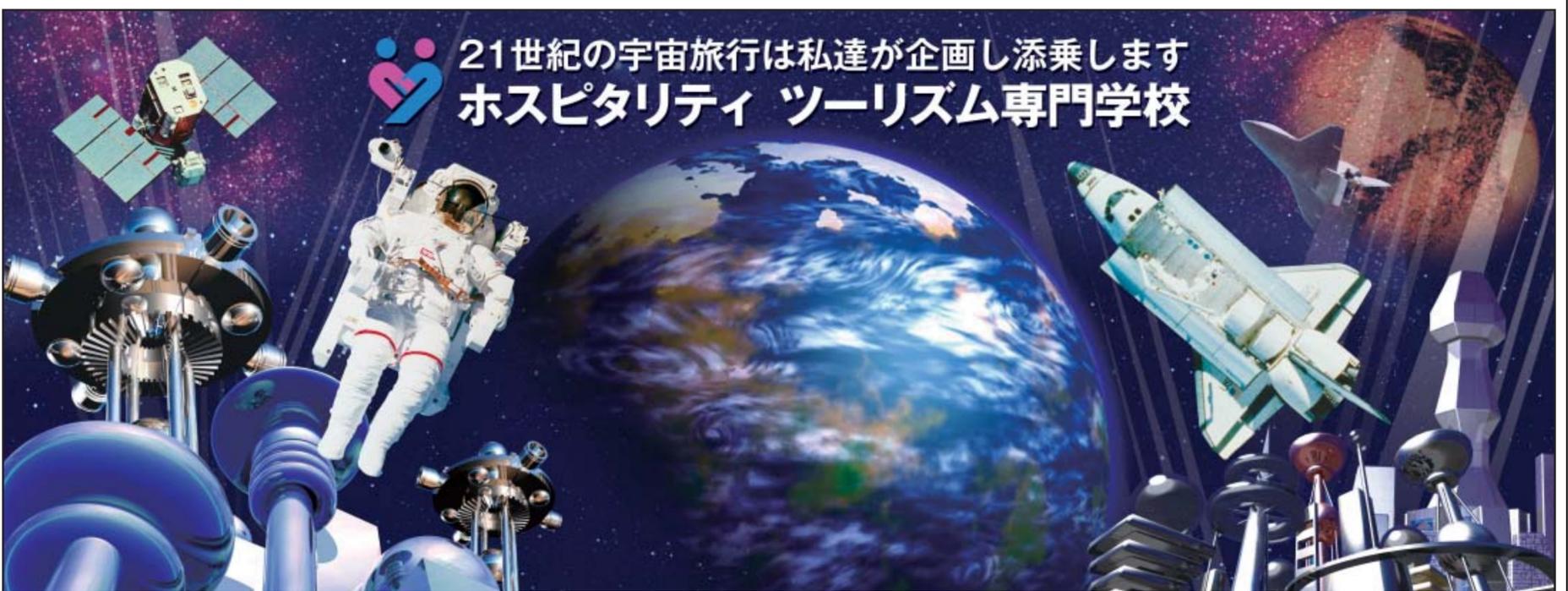
私



林さん



石井さん



21世紀の宇宙旅行は私達が企画し添乗します ホスピタリティ ツーリズム専門学校

学校法人 トラベルジャーナル学園 ホスピタリティ ツーリズム専門学校

(旧校名 トラベルジャーナル旅行専門学校)

- 旅行学科
- エアライン学科
- ホテル学科
- ブライダル学科
- 鉄道学科
- テーマパーク学科
- エアポート・カーゴ学科

〒164-8550 東京都中野区東中野3-18-11 ☎0120-115-784 <http://www.trajal.ac.jp>



ケータイからアクセス!