

TRAVEL JOURNAL

Japan's No.1 Travel & Tourism Business Magazine
観光立国を支えるすべての人々に向けて

2019
10/28

わが社の売れ筋

時代が求める企画を読み解く



論文

苦情対応に関する
意識の日米比較 前編

岩井千春 (大阪府立大学教授)

誌上セミナー

今日からできる120%予算達成術
その旅はドライバーで変わる

好評連載

視座

荒木篤実(バクサヴィア創業パートナー)

SCRAP

レビューをどこまで信頼するか

黒須靖史のミステリーショッパー

線路は続くよどこまでも

ビジネスパーソンの日々雑感

津田佳明

(ANAホールディングス

デジタル・デザイン・ラボ チーフ・ディレクター)

顧客に届いた 寄り添う体験への想い

萬年良子 ベルトラ取締役

ベルトラは世界各地の体験型オプションツアーの予約専門サイトとして今年15年を迎えた。今でこそ「体験」という言葉が普通に使われるが、「そんな商売やるの?」と受けとめられた時代も経て今日に至る。最大の強みは人を大切に扱う企業文化。旅行者、現地サプライヤー（パートナーと呼ぶ）、社員はもとより、「関わるすべての人達とともに持続的に成長していく」。この企業理念を心に刻み、「そんな商売?」と言われたこの稼業が世界のトラベル業界の激戦地になった今でもひたむきに精進していく。

わが社の売れ筋は人との接点が多い商品ばかり。新星の如く浮上した企画、人気急上昇の企画など。社員が直接交渉に出向き、同じ熱い想いをもつ現地のパートナーと開発した企画ばかりだ。

伸び率1位は「美術ガイドのチツさんとめぐるウフィツィ美術館プライベートツアー@フィレンツェ」。「友人や家族にベルトラを薦めますか?」という質問（NPS）を通して旅行者の満足度を測り、サービスの質の向上に取り組み3年が経つ。NPSを全社員の指標に採り入れたこともユニークで大胆と自負するが、「現地ガイドやドライバーに大満足」という声から、ガイドを指名し旅に出るコロリエ・プロジェクトにつながった。

裏方的なガイドに光を当てたいとの想いで始まった。また、ベルトラを支えてくれる現地催行会社、パートナーの利益を少しでも安定させたいと社員から上がった企画だ。登録ガイド数は200人を超える。

大事なことは質と量のバランスだ。

イタリア・フィレンツェの公認美術ガイドのチツさんもその1人。現地公認ガイドで日本人ならではの細やかな気配り、ヨーロッパ美術史の専門知識も生かし、お客さまからのレベルの高い質問にも答えられる。プライベートツアーでゆっくりと圧巻のウフィツィ美術館訪問をするぜいたく。ご家族やお子さんと学びの場にもなる。

粘り強く交渉の甲斐あって

伸び率2位は「ペトラ遺跡、ワディラム砂漠と死海1泊2日ヨルダン弾丸周遊ツアー」。個人で予約して世界中を飛び回るニッチな旅行者も増えている。そのようなニーズに応えるため、フロンティアチームを18年に発足。世界150カ国をカバー、OTAならではの幅広いバリエーションを提供する。

ツアーの販売にあたり催行会社を厳選。担当が現地に足を運び粘り強く交渉した。その甲斐あって、ペトラ遺跡や死海、砂漠を1泊2日でまわる、これ以上ないほど凝縮した商品になった。このように宿泊やガイドツアーが含まれたランドパッケージを提供することで、個人旅行の自由度を保ちつつ旅先のさまざまな不安を解消でき、女性や一人旅でも安全・安心に旅行できることを目指した。ペトラ遺跡の前に佇むと映画のシーンが思い出される。

伸び率3位は「ジンベイザメと泳げる! オスロブ・スミロン島殿様姫様ダイビング@セブ島」。地球の

お客さまに楽しんでいただくことをモットーにしたフィレンツェ公認ガイドのチツさん。ウフィツイ美術館を効率よくわかりやすく解説



70%は海。陸だけでなく海も含めた地球上すべてを旅のフィールドとすることで体験の幅はぐっと広がる。ベルトラはダイビングライセンス取得を後押しし、より安全に多くのお客さまが世界中の海を楽しめるよう、ダイビングプロジェクトチームがさまざまな施策を行う。

現在、世界20カ国、275のダイビング商品を販売。インストラクター歴25年のケアンズ在住ガイドもメンバーで、取引先ダイビングショップに専門性の高いアドバイスを行うなど活動を続ける。ベルトラは独自の安全基準を設け、ダイビングショップと共に最もリスクの低い運営を行っている。ライセンスを取得したばかりでも「ジンベイザメと泳ぐ」という一生ものの体験が可能で、多くの初心者ダイバーの夢を後押しする。

伸び率4位は「マノア滝ハイキングツアーで大自然のエネルギーを感じよう！@オアフ島」。42万件を超える体験談はベルトラの財産だ。お客さまから日々寄せられるフィードバックをもとに、現地パートナー企業と商品改善のサイクルを常に回している。カスタマーサポート、セールスチームが密に連携し「またベルトラを使いたい」と思っていただけの商品づくりやサービス改善に努める。

オアフ島は人気No.1エリアだが、このハイキングツアーはリピーターの支持が高い。大きな木を抱きしめ大自然がもたらすエネルギーを全身で感じ、最終地点の虹の谷マノアの滝ではマイナスイオンを浴び幸せな気持ちで違うオアフを体験できる。ツアー最後はオーガニックランチ、午後も有効に使えることも人気の秘密。

伸び率5位は「世界で最も美しい街『パース』に飛びませんか？@オーストラリア西海岸」。9月から成田／パース直行便が毎日就航するというニュースが舞い込んだ。いまだファンの多い「兼高かおる世界の旅」で「世界で最も美しい街」といわせたその素晴らしさに触れる機会が増えた。まち歩き食べ歩きも楽しいが、パースならではのワイルドフラワーを観る期間限定企画が人気急上昇。ワイルドフラワー図鑑の著者オークリー今日子さんがガイドを務める最高のツアーを創りあげた。

●売れ筋ベスト5

1位	美術ガイドのチツさんとめぐる ウフィツイ美術館 プライベートツアー@フィレンツェ
2位	ペトラ遺跡、ワディラム砂漠と死海 1泊2日 ヨルダン弾丸周遊ツアー
3位	ジンベイザメと泳げる！オスロブ・スミロン島 殿様姫様ダイビング@セブ島
4位	マノア滝ハイキングツアーで大自然のエネルギーを感じよう！@オアフ島
5位	世界で最も美しい街『パース』に飛びませんか？@オーストラリア西海岸

※前年からの伸び率が高い企画

「一生ものの商品」を創れば

一方、予想外に振るわなかった企画には、「フィンランドに学ぶエコな暮らし体験ツアー@ヘルシンキ」がある。フィンランド人のライフスタイルや環境問題に対する考えを知り、持続可能な観光（サステナブルツーリズム）を実践するツアーとした。地球温暖化などにどのように向き合い、どのように未来を持続させようとしているのかを見てみようという企画は素晴らしいと思ったが、残念ながらその時を待つことにした。

最近、SDGs(持続可能な開発目標)をよく耳にする。流行りにのることや数値目標だけでなく本質的な向き合い方をすることが大事だ。地域社会や関連企業と共生し、市場そのものの規模を広げることが重要となる。ベルトラは企業理念のとおり率先して社会と共生・貢献していける企業でありたい。安価で大量な商品をさばき、自社の利益だけ追求することは旅行産業の衰退につながる。これからも社員とともに、人に寄り添い、大切に「一生ものの商品」を創り上げる努力を続けたい。



Profile

まんねん・りょうこ ●元アメリカン・エクスプレス副社長。顧客サービス部門の統括、IT協会ホスピタリティ委員長を3期務めた後、16年6月にベルトラ入社。カスタマーサポート部門の統括、副社長を経て17年より現職。海外事業部ディレクターを兼任。