

# コロナ禍での事業再構築

現在の業況は。

「コロナ前は、主にシニア向けに海外旅行のツアーを販売してきた。現在は渡航制限や帰国後に隔離期間があるなど、海外旅行は全て中止を余儀なくされ、厳しい状況にある。一方で、21年秋に発表した22年の『グルーズの旅』（平均価格150万円）は発表からまもなく完売となり、海外への需要の高さを感じている。22年4月からの『ヨーロッパの旅』は、1月から販売する」

「海外旅行が進行できない中、国内旅行での動きは。」

「約15年前から日本の旅行チームを立ち上げ、国内旅行にも注力している。ツアーは旅の案内人が同行する『グローバル雑学（うんちく）観光』や、各地のお祭りなどに合わせた『日本を愉しむ旅』をシリーズ化している。各旅行には古事記や日本書紀などのテーマを設け、歴史の舞台を訪れる他、各地の職人の匠の技を間近で体感するなど、個人の旅では体験が難しい内容を心がけている。コロナで一時的に20年春以降は8月から国内ツアーの開催を始め、音楽家が同行する『音楽のある旅』が特に人気だ。音楽に携わる方たちに演奏する場を提供することにもつながっている。国内旅行の数字は、19年から20年が14%増（20年3〜7

## 焦点 インタビュー 課題



### グローバルユースビューロー 柴崎聡氏に聞く

「海外渡航再開時に向けたインバウンド対策は。コロナ前より、欧州現地のパートナーから、グループを受けてほしいという依頼があり数組の手配を実施してきた。JR九州の豪華列車『なつ星in九州』は毎年2回チャーターを実施しており、今年は24回目を数えた。海外からのお客様にもこの列車のキャビンを提供して、好評をいただいている。課題は。」

「アドベンチャーツアーは歴史と実績がある、アルパインツアーと提携した。ジュアリーコンテンツを組み合わせることで、より多様な旅を提供できるのでは。」

「コロナ前より、欧州現地のパートナーから、グループを受けてほしいという依頼があり数組の手配を実施してきた。JR九州の豪華列車『なつ星in九州』は毎年2回チャーターを実施しており、今年は24回目を数えた。海外からのお客様にもこの列車のキャビンを提供して、好評をいただいている。課題は。」

「観光地や宿泊施設を案内するだけでは満足していない。私たちが提案する旅では、職人、語り部は、オンラインでの情報発信も強化しており、約3千件のツアー参加者限定メールのほか、公式LINEを使った案内もしている。コロナ禍では、海外旅行への熱を冷まさないよう、弊社が実施してきたカルチャーサロンやサロンコンサートなどの動画配信を行った」

「コロナが発生した20年は、8月から年末で約60本を履行した。国内旅行の平均単価は、2泊3日で1人30万円程度だ」

「日本の旅のコンテンツは、海外パートナ一会社と相互送客を図ってゆきたい」

「日本の旅のコンテンツは、海外パートナ一会社と相互送客を図ってゆきたい」

「日本の旅のコンテンツは、海外パートナ一会社と相互送客を図ってゆきたい」

「日本の旅のコンテンツは、海外パートナ一会社と相互送客を図ってゆきたい」

「日本の旅のコンテンツは、海外パートナ一会社と相互送客を図ってゆきたい」

最近、

京都の庭園観賞には、英国音楽の旅で上高地の帝国ホテルを冷まさないよう、弊社から現職。【長木利通】