

この秋行きたい、身近で安全安心な日本の船旅

Quarterly Autumn 2021



[クルーズトラベラー]

CRUISE Traveller

Japanese Cruise Ship Graphics

日本客船の
プライベート空間

New Style Ferry
長距離フェリーの
スイートとは？

国内フェリー各社のスイートを紹介
就航！東京九州フェリー

クルーズライター
上田寿美子が紹介する
日本の新しい
クルーズターミナル

小さな
船旅、
優雅な船旅。

Heartwarming
and
Elegant Cruise Travel



CRUISE Traveller

老舗クルーズライン総代理店が挑む、新たな販売組織づくり

加盟メンバーとともに上質なライフスタイルを提案していきたい。

Q1 新しい組織クルーズギルドジャパン（以下 CGJ）立ち上げの背景は？

当社は30年にわたりシルバーシークルーズなど海外ラグジュアリークルーズラインの総代理店として活動してきた中で、ラグジュアリークラスはマーケット全体の伸びに追いついていないという状況が続いていました。いくつかある中で、ラグジュアリークルーズは参加された消費者の満足度が非常に高く、リピート率が高いにもかかわらず、クルーズ取り扱い店がまだまだ限られているということが要因の一つと分析しています。旅行会社や販売のプロフェッショナルに話を伺うと「ラグジュアリークルーズは特殊な商品でハードルが高い」「ノウハウ不足から二の足を踏んでいる」という声の一方で、「上質な体験を追求される消費者に最適な素材だと思う」という声も多かったのです。顧客にすすめてみたいけど取り扱いに躊躇する、このギャップを埋めることができれば日本のラグジュアリークルーズマーケットはさらに活性化すると感じ、そのための仕組みとして CGJ を立ち上げました。

Q2 CGJ のスキームをお聞かせください。

各社との契約や交渉など専門性が求められる業務は事務局として当社が担い、CGJ 加盟メンバーは複雑な業務に煩わされることなく、それぞれの顧客向けの販売に集中していただく、そのためのコンソーシアムです。具体的には当社が取り扱うクルーズ商品を円滑に販売していただくために販売用ウェブキットを制作、メンバーにご利用いただきます。これにより各社でウェブサイトを作成する手間とコストを削減し、速やかにクルーズ販売に取り掛かることができるようになります。また、専門スタッフがいない加盟メンバーに対しては顧客対応などで高度なコンサルテーションが必要な場合は本部スタッフが代行して対応します。さらに、メンバー向けに各船社や業界オーソリティを招いたウェブセミナーも開催していきます。CGJ とは販売の知識を吸収する機会の構築から、販売、乗船中の顧客ケアに至るまでシームレスでクルーズ販売を各旅行社様と共に実現する、いわば互助会的なクルーズ販売のための組織と考えていただければと思います。

Q3 現状の手ごたえはいかがですか？

今年2月に正式にメンバーを募り、すでに40社ほど加盟申請がありました。コロナ禍で活動が思うようにできない状況の中で、これだけの参加があることは驚きであり、また、クルーズの商品バリューを強く感じていただいている証しだと思います。年内には50社を目標にメンバーを募っていきながら、今ま

でアプローチできなかった顧客群にも、ラグジュアリークルーズの楽しさを伝えていく素地を整えていければと考えているところです。

Q4 CGJの最終のゴール像があればお聞かせください。

仕事柄、豊かな人生を楽しまれている多くのお客様を見てきました。その経験の中で感じたことは、豊かなライフスタイルを送るために衣食住はもとより「旅」も欠かせないアイテムであるということ。そのような上質な旅のアイテム、実はクルーズだけに限りません。上質なホテルの代名詞「ルレ・エ・シャトー」やハリウッド俳優のマーロン・ブランドが所有していた島にある楽園リゾート「ザ・ブランド」、豪華列車の旅やサファリでの滞在など他には無い最上級の体験型旅行を提供する「ベルモンド」など、当社が長年にわたり世界中から選りすぐった旅のアイテムもCGJのメンバーと共有していきたいと考えています。さらに、ゆくゆくは旅のアイテムだけではなく、ラグジュアリーに関心のあるお客様向けにライフスタイルを豊かにするための情報を届けるプラットフォームを目指してみたいと考えています。

Q5 最後に行くならどんな旅が理想ですか？

この仕事をしている以上、一度はワールドクルーズに行ってみたいですね。

船旅の伝道師たち

今回のゲスト

今川聡子

インターナショナル・クルーズ・マーケティング株式会社

代表取締役社長

大学卒業後、金融機関を経てクルーズラインのクルーに転身。4年間の乗船勤務を経験した後、2003年にICM入社。約15年にわたり日本地区販売総代理店としてシルバーシークルーズのセールス&マーケティングに従事。2021年1月より現職。CGJを立ち上げ、新たなアプローチでラグジュアリーマーケットを広げることが目標。埼玉県出身。



左) 国際信号旗のUとWを組み合わせ、Bon Voyage!の意味を盛り込んだブランドロゴ。「メンバー全員とゲストがコンソーシアムを通じて良い旅を」の意味を込めたという。

CRUISE Traveller 2021 秋号 掲載誌面より

<http://www.cruisetraveller.jp/>