

出展者に聞く——②

株式会社SPI 代表取締役

篠塚恭一氏



旅行博で新ブランドを発表 「タオの旅」身も心も健康に

JATA世界旅行博2008の一角を占める「旅のストリート」。毎年定番となった同コーナーには個性派の旅行会社が集い、旅慣れた来場者からも高い評価を受けている。インタビュー2回目は、同コーナーで新ブランドを発表するという、SPIの篠塚恭一代表取締役に話を聞いた。

高齢化の時代に、超高齢者のための旅を提供するのがSPIの旅行商品ブランド「あ・える倶楽部」です。旅好きな方が年を取って介護が必要になったとしても“旅を諦めないで”という願いを込めた「あ・える倶楽部」。JATA世界旅行博(旅行博)のテーマ「旅のチカラ」と重なる部分が大きいと感じ、06年に「旅のストリート」に初出展しました。明確なテーマを持った特徴ある専門の旅行会社が集うため、ピンポイントで来場者にアピールでき、潜在顧客層にアプローチできる貴重な場だと実感しました。

一昨年の出展を通じてそうした手応えがあったので、今回は新ブランド発表の場に旅行博を選びました。旅行博で新ブランドを発表することにより、多くの消費者や旅行業界の皆さんに認知してもらい、同時にビジネスとして連携できるチャンスを広げていければと期待しています。

新ブランドは「タオの旅」。タオ(TAO)とは道教でいう「道

という意味です。国内、外国人の旅行者にも共感してもらいたいという願いから、東洋の懐の深さをベースとした旅づくりをイメージして命名しました。「タオの旅」が目指すのは、“旅で元気(健康)になること”。旅することで心身ともに健康となり、病気を予防してほしいと思っています。さらに、旅行ビジネス版のフェアトレードも目指しています。旅行者、それをつなぐ人(旅行業界)、訪問地のいずれもが潤い、継続できる商品を成立させるには旅の品質を上げることが不可欠です。企画力や現地情報力を強化し、現地との強いパートナーシップが欠かせません。

このため、オリジナリティーの高い旅の企画や観光宣伝などのプロ集団・セレンディップ倶楽部と提携。訪問先は当面、スリランカ、モルディブ、中国といったアジアに絞り込むことで質の高い商品提供を目指します。旅行博では「タオの旅」について、具体的に説明させていただきますので、ご期待ください。

旅行博 ワンポイントガイド

JATA World Tourism Congress & Travel Fair

個性あふれる「旅のストリート」



2007年の旅行博の様子

「旅のストリート」は個性あふれる旅行会社が出展するコーナー。“こだわり”の旅に関する情報を探すのには最適だ。出展している旅行会社は各ジャンルのエキスパートばかり。一般の日本人旅行者にはまだ馴染みが薄いものの豊富な観光資源や魅力を擁し、新たなデスクステーションとして期待される中南米や中央アジア、アフリカ、中近東といった“通”な国・地域に専門特化した旅行会社や、秘境ツアーに独自のノウハウを持つ旅行会社が多数出展。こうした旅

行会社は特定地域の旅行情報に通じており、日本に居ながらにして現地最新情報を収集できる貴重なチャンスとしても活用できるはず。またスポーツ観戦や現地交流体験、語学学習など、テーマに沿ったプログラムを用意し、体験型の旅を提供できる旅行会社も出展している。

出展者：(株)アドベンチャーガイズ、アミューズトラベル(株)、アルバインツアーサービス(株)、イタリアン・地中海センター、ウニツール(株)、(株)エス・ピー・アイ、(株)風の旅行社、西武トラベル(株)、(株)サクシーオ、(株)トライウエルインターナショナル、(株)日本エコプランニングサービス、(財)日本ユースホステル協会、(株)パーフェクトアイズ、(株)ビーエス観光、(株)ファイブ・スター・クラブ、フィンツアー、(株)フェロートラベル、マイバス ヨーロッパ、(株)留学ネット、(株)ロシア旅行社、(株)ワールドナビゲーション、(株)ワイバード
*7月18日現在

JATA世界旅行博2008 9月19日(金)～21日(日) 東京ビッグサイト