

海外ホテルのネット予約を手掛けるアップルワールド(東京・豊島)は、ブログによる口コミを活用して旅行需要を喚起する。〇八年五月にブログ「トラベラーズメッセージ」を開設。十二月末までに現地の情報などの投稿が七百件以上集まった。

武原等取締役は「ブログは写真付きで簡単に書き込める上に、多くの人に見てもらえる。若い人たちにとっては抵抗がなく使いやすいツール」と説明する。

同社の顧客は二十〜三十歳代が中心。ブログで得た口コミ情報を元に旅行者が旅行者を呼び狙いで、〇八年の二十一〜二十四歳の取扱人数は前年比で一割以上増えた。

卒業旅行シーズンを迎えて学生向けキャンペーンも始めた。同社を通じて海外ホテルを手配した学生を対象に、ブログで旅行記を四月三十日まで募集する。大学四年生のカリスマプロガー「はあちゅう」さんが選考、優秀作品には旅行代金十万円を返す。武原取締役は「学生同士のコミュニケーション

若者の旅行離れ防止策

「シヨンの場になる」と期待する。消費者にとって旅行の検討は情報収集から始まる。提供方法は企業からだけでなく消費者間の口コミも重要といえそうだ。

太田真規男部長は「地図を片手に電車とバスを乗り継いでホテルを目指すことが新鮮に映るようだ」と話す。飛行機も経由が多いが、時間に余裕がある学生は、

。ブログによる口コミ効果を活用 。不便さで逆に好奇心あおる 。ボランティアの参加体験を提供

JTBはツアーの移動をあえて不便にして、若者の好奇心をくすぐる戦略を取る。〇五年一月から展開する学生向け旅行プラン「ガクタビ」だ。ガクタビで宿泊するホテルは、従来の海外旅行ツアー「ルックJTB」では絶対に使わない立地が悪く築年数が古いものばかりだ。

もちろん、高級ホテルに宿泊するプランに比べると料金が安くなるメリットがあるが、JTBワールドバケーションズ商品計画部の



族の村に泊まり、現地の非政府組織(NGO)が手掛けるコミュニティホールの建設を手伝う内容だ。山岳民族の生活や伝統、人身売買など現地の子供が抱える問題なども学べ、従来のツアー旅行とは一線を画している。今年で四年目を迎え、二月〜三月の旅行分には百件以上の資料請求を受けている。

参加者は学生

が中心だが会社員も目立つ。参加動機は国際協力や現地の文化に関心がある人から自分探しをしたい人など様々で、村の子供たちと一緒に遊んだり、畑で野菜の収穫をしたりするなどテレビ番組のような非日常の体験ができることが受けている。ツアーの後半には市内観光やタイマッサージなど通常の観光も含めて、手軽に参加できるようにしたのも魅力のようだ。

旅行各社が打ち出した若年層向けサービスは、割安な旅行プランの発売など価格訴求がほとんどだった。将来の市場を支える彼らに向けた対応は不十分だったといえる。景気後退で低迷が続く旅行業界にとって、若年層を取り込む創意工夫はこれまで以上に求められそうだ。(阿曾村雄太)

ため合宿のような雰囲気になるという。太田部長は「旅の最後で感動で泣く人もいる」と話す。友人を見つめるために申し込む人もいて、ガクタビ参加者は三年間で三倍に増えた。「体験」と「連帯」が若者を旅行に呼び込むキーワードといえそうだ。

エイチ・アイ・エス(HIS)はボランティア旅行を展開する。タイの山岳民