

# 事業者ヒアリング資料

令和4年1月17日

観光庁 参事官（旅行振興） 付

## 【オンラインツアー】

- 株式会社ブルーム・アンド・グロウ
- 株式会社HIS

## 【マイクロツーリズム】

- クラブツーリズム株式会社
- 株式会社三浦観光バス



【設立年月】 平成13年2月

【担当者数】 5名(令和3年11月現在)

【旅行業登録】 第三種

- 旅行会社は、一般人では思いつかないもの、手配できないものを提供してこそ存在価値があると考え、コンサルティングを通して様々な提案をしてきた。  
例: 小さなまちの小さなコンサートチケットの手配、ヨーロッパウェディング、旅行者の身体状況に応じたバリアフリー手配、現地の「コノ人」が案内するツアー(元芸妓さんが案内する祇園散歩等)、バスから芦屋豪邸巡り、プライベートジェット、秘境リゾート
- コロナ禍以降、これまでのような旅行の取り扱いは非常に厳しくなったことから、オンラインツアーにも力を入れている。
- オンラインツアーの造成・販売においては、工夫次第で顧客一人当たり5,000円以上の利益を得られることもある。  
例: シャンパーニュ地方とリアルタイムでつなぎ、事前に顧客に送付しておいたシャンパンとお菓子を飲食してもらいながら現地を案内するなど。ご当地の産品と組み合わせることで消費単価を上げ、顧客のツアーへの没入感も増すことができる。
- これにより、既存の旅行商品とは別に一定の収益確保につながる上、「コロナ明けには是非現地に行きたい」という顧客獲得につながっている。





【設立年月】 昭和55年12月

【従業員数】 16,323人(令和3年10月現在)

【旅行業登録】 第一種



- HISのオンラインツアーは、コロナ禍でも旅行に行きたい人のニーズと旅行会社として抱える顧客をどうしていくかというバランスをとることを意識して2020年4月から(4月当初は無料、人気が出てきたので6月から有料化)始めた。以後、2021年11月末までで15万人が利用。
- HISのオンラインツアーでは基本的に、トラベル+体験コンテンツ(スキルシェア)+ライブコマースを組み合わせている。
- 海外拠点を生かして地域と密度の高い関係性を築いて作り込んだものは、他社にはなかなか真似されにくく、国内に言い換えると、地域に根差している事業者こそ独自のオンラインツアーを作りこむことで、観光産業の裾野を広げビジネスチャンスを拡大できる可能性を秘めている。
- 顧客との繋がりや市場を喪失しないためにもオンラインツアーは重要。そして、コロナ明けにはパンフレットや店頭で代わる旅行先選定手段になっていく可能性は大きい。
- 現時点で、オンラインツアーを「やっても無駄だ」という事業者は、そもそもの集客力がないところだろう。それは、大手とかブランド力という問題ではない。
- 日本国民のパスポート保有率は25%程度であり、コロナに関係なく、まだまだ海外に行けない、行かない人が多い。そのような人を動かすためにもオンラインツアーはまだまだ伸びしろがある。
- 小規模旅行業者が作り込んだオンラインツアーをHISを媒体としてBtoBtoC販売してもらうことは歓迎である。

仲間が広がる、旅が深まる



クラブツーリズム

【設立年月】 平成5年7月  
【従業員数】 2,095名(令和3年3月現在)  
【旅行業登録】 第一種



- マイクロツーリズムでは、非日常だけではない、そとあるき・現地集合解散の旅を展開。居住地周辺の散歩や、近所での外食も「旅」だと考えられる柔軟性を持ちながら、新たな発想で企画。
- クラブ1,000構想として、趣味趣向に沿ったニッチなテーマ型商品で、従来のシニア世代だけでなく、若年層を含む趣味意欲を掻き立て顧客拡大を図るという手法を展開。鉄道やサイクリング・ひとり旅など、気軽に近場旅行をする傾向や、幅広い年齢層のニーズがある。より個人の自由度を向上させた企画に工夫を凝らしている。
- 地域共創事業として、自治体との共創により、地域の魅力を引き出すコンテンツ開拓を実施。クラブツーリズムは地域と共に地域の観光を創る、誘客活動に取り組む、地域のファンを作ることが活動指針。地域発展の源は旅行にある、という考え方を持っている。
- Z世代の意識も高いSDGsへの取り組み。健康・フレイル・働き方・社会貢献など全社を挙げ推進。
- 終日、観光バスで周遊する行程から、歴史ガイド付テーマ旅行や高級素材をゆっくり時間をかけて堪能できるような商品帯が増えている。
- ハイヤーや私鉄やメロを使い、3時間ほどで完結するデラックスマイクロツアーも展開しているが、旅行会社を介さなくても個人がスマホで手配できる内容では価値が薄いので、限定公開やガイド付きなど付加価値の開発を大切に考えている。

## MK (株)三浦観光バス

【設立年月】平成10年1月

【旅行業登録】第二種

- 三浦観光バスは地域に密着したバス会社であり、貸切バス、マイクロバスは神奈川県全域が営業エリア。特に、三浦半島、横須賀市、葉山町、逗子市、鎌倉市のお客様と、横浜市の皆様に多くのご利用をいただいている。
- 三浦観光バスでは、地域貢献の一環として、葉山町の私設図書館と「“え”ほんふれあいていりゅうじょ」を合同で運営している。これは、図書館の少ない町の子どもたちに絵本を届けようと、月に1度、観光バスを読書スペースとして開放し、読み聞かせを行うなど子育て支援に寄与している。
- このような取組は、事業者が地元地域を意識してこそ、サステナビリティを意識してこそのものであり、取組において観光バスを活用しているという点で、子供たちやその親御さんに観光バスに興味を持っていただくきっかけにもなる上、利用者からは観光バスについての質疑応答もなされ、自然と地元の子供たちへの観光教育が実施されている。
- さらに、このような取組によって、地域住民の当社への愛着も増し、顧客の獲得にもつながっている。

