



柏倉社長（中央）とスタッフのお2人



送客会員紹介

file.11

(株)ジャパトラ

(東京都新宿区)

柏倉 幸彦 社長

全旅クーポンの加盟施設数、クーポンのみならず「マルっとベイ」など全旅が提供している様々なシステムを使用するのはたいへんありがたい。中小企業に寄り添ってくれる全旅として、さらに期待しています。

クルーズ事業に参入し、リアル旅行会社の光明

創業以来、法人のインセンティブ旅行やスポーツイベントなどMICE関連の取り扱いで業績を伸ばしてきましたが、コロナ禍が大きな転換期になりました。その一つが3年前から新たに進出したクルーズ事業です。

最後発でもできるF-I-T事業

柏倉社長は以前から、旅行の多様化や個人化の進展でF-I-T、個人旅行への進出を模索していました。ただ「これまで法人に特化してきて、他社と同じことをやっても勝てるわけはありません」。そんな中コロナ禍で、クルーズ取り扱いのエキスパート資格「クルーズマスター」などを持つ経験豊富な人材達と出会いました。当時はまだ、日本に寄港していたクルーズ船で最初のパンデミックが起きた記憶も鮮明でしたが、柏倉社長は「F-I-T市場で最後発の我々にとって特徴のある旅行しか進出の余地はない」と、そのスタッフの助言もあり、クルーズ市場への参入を決断します。

「クルーズのイメージがコロナで悪かったのは確かですが、クルーズ人口は今後増えることはあっても減ることはないという確信もありました。なにより、我々が従来お付き合いしていただいていた法人や外資系企業との親和性が高いという見通しを持っていました」。最初の1年は国内外のクルーズ船社との契約を地道に増やし、自社で直販するだけでなく出発港などへの移動、前後泊もパッケージ化し外販にも力を入れます。「直販が理想ですが、そこまでの力はまだ我々にはありません。そこで期待する

のは全旅のネットワークです。クルーズ客船の客室を買い上げたり、海外の港に発着するクルーズにエアリーをつけてパッケージにしてホールセラーとして卸しています。弊社のクルーズ専門スタッフが同行する商品も設定しています」。

ロイヤルカスタマー獲得の手段

クルーズ事業部を立ち上げて「発想が変わった」と柏倉社長は言います。「クルーズに参加いただいたお客様はロイヤリティーが非常に高いのが特徴です。一度参加していただき関係性ができるトリピートしてくれずし、クルーズをきっかけに通常の国内外旅行の申し込みなどへ派生していきます」。単品販売の市場はOTAが席巻する中、リアルエージェントの方向性がクルーズを通して見えてきたとも。社交ダンスのサークルをはじめクルーズ客船だからこそ付加価値の高い旅行を提案し実現するなど「ロイヤルカスタマーの獲得ツールとしてクルーズは非常に有効です」と手応えを得ています。

「メンタルをやられそうになり、正直ダメだと思った」と柏倉社長が振り返るコロナ禍という大波を乗り越え、ジャパトラは未来に向け再出航しました。

【会員データ】

株式会社ジャパトラ

観光庁長官登録第1種1807号

2006年4月創立

社員数：18名

東京都新宿区下落合3-21-1 NKフジビル8F

一般社団法人日本旅行業協会 会員