

シリーズ：『挑戦』を支えるもの

～旅行会社のアウトバウンド戦略を支える～

■アウトバウンドを牽引する「挑戦」と「責任」

2018年の日本人の海外渡航者数は累計で約1900万人と統計上過去最高を記録しました。政府観光庁や観光業界全体でインバウンド・アウトバウンド双方のツーウェイツーリズムの促進が唱えられ、2019年も更なるアウトバウンドの旅行者増が期待されています。イン・アウトの交流が増加するこの好機に、旅行会社も自社ならではの品質の高い旅行商品を活かし、海外渡航者増加を是非牽引して頂きたいところです。

旅行会社各社はお客様の満足度が高いツアー商品を造成し、添乗やガイドによりそれをきちんとお届けすることに日々努力されています。旅行のプロが提供する企画旅行商品は楽しく且つ安心・安全なものです。それはとりもなおさず、旅行会社がお客様に対して安全確保や旅程管理、万一の場合の特別補償等の責任を負っていることに他なりません。そして、ツアーの安全確保や旅程管理を適切に行うには旅行会社としての体制が、特別補償責任を担うためには資金的な裏付けが必要です。では、旅行会社として体制や資金面の備えを整えていけば、100%安全で安心な企画旅行を

お客様へ提供し、旅程すべてを不安や不便なく楽しんでもらえるのでしょうか。

■旅程を守る「現場」を支える

たとえば、海外の企画旅行中に思わぬ体調不良やケガで行程から離脱するお客様がいた場合、そのお客様に迅速に十分なケアをしながら、他の参加者には行程通りの旅行を楽しんで頂く必要があります。これを旅行会社の体制や資金だけで全て賄うには限界があります。そんな時、お客様が海外旅行保険に加入していれば、保険会社から海外各地の提携先アシスタンス会社を通じて現地の病院や交通手段などを迅速に手配することが可能です。罹災したお客様や留守宅ご家族の対応を保険に任せ、添乗員や現地ガイドはその後のツアー続行に注力することができます。加えて、ツアーを企画した旅行会社を通じて保険に加入していれば、保険会社やアシスタンス会社とのやり取りを旅行会社が保険代理店として行うことができ、お客様対応が一層スムーズになります。

■競争戦略としての保険販売

旅行中に急なトラブルに巻き込まれるとお客様は動揺し自分自身では適切な対処ができないことが

多いですが、旅行会社にはトラブルに冷静に対処するノウハウがあります。プロである旅行会社が保険をうまく活用することで、万一の時のお客様の安心や満足につながります。これは、OTAや素材のオンライン直販ではできない、日本の旅行会社ならではの大きな強みでもあります。

旅行会社が保険を販売するメリットは、旅行申込と同時に加入できるお客様の利便性や旅行会社にとっての手数料収入などが挙げられますが、旅行会社の営業戦略の観点で考えると、付加価値の高い自社の旅行商品を自信を持って提供し、旅程全体を不安なく楽しんでもらうための「伝家の宝刀」とも言えるのです。

超大型連休もいよいよ目前、夏のツアー商戦も既に始まっています。この好機に、良質なツアー商品をお客様にお届けする一助として、是非旅行保険をご活用ください。東京海上日動では、お客様に保険の重要性や旅行会社で保険に加入するメリットをご説明し保険販売をより効果的に伸ばして頂くためのご支援をしております。

(東京海上日動火災保険株式会社

旅行業営業部)

挑戦の数だけ、 保険がある。

To Be a Good Company



東京海上日動

