

# ジャルパック、ソウル“次の一手”は江南エリア 市内バスの運行開始、宿泊分散と単価向上に期待



ジャルパックが韓国・ソウルでツアー参加者向けの新サービス『アンニョン・ソウル・バス』の運行を開始した。ソウル市中心部の「明洞(ミョンドン)エリア」と、市南部の「江南(カンナム)エリア」を結ぶ無料(一部コースは有料)の循環型観光バスで、ソウル滞在の新しいスタイルとして“ソウル江南 Stay”を提案していく。日本の旅行会社がソウルで循環型バスを運行するのはジャルパックが初めて。新興エリアである江南にスポットを当て、宿泊需要が集中する明洞からの分散を図るとともに、韓国旅行の品質向上と単価上昇をねらう。

## 地元も注目の最先端エリア 江南と明洞結ぶ“夢の架け橋”

サービス開始初日の4月1日、バスの起点となる「COEX インターコンチネンタルホテル」前の広場で運行開始セレモニーが行われ、ジャルパック関係者をはじめ、韓国観光公社(KTO)関係者、江南エリアのホテル代表者などが参列してテープカットを執り行った。

セレモニーの冒頭で、ジャルパックを代表して企画・仕入統括役員の中山英樹氏(=写真左)があいさつし、「江南地区は地元ソウルでも人気のエリア。韓国の伝統的な観光とおしゃれが融合した所であるにもかかわらず、これまで旅行会社がその良さを伝えきれていなかった場所でもある。今回の『アンニョン・ソウル・バス』の運行により、この素晴らしい街の魅力を知ってもらえれば」と述べ、江南エリアの認知度拡大に期待を示した。

また、韓国側を代表してあいさつした韓国観光公社の厳敬燮(オム・ギョンソップ)副社長(=写真右)は、「最近の円高で日本人の訪韓は増加傾向にあるが、江南地区にはさらなる観光需要が見込める絶好の環境が整っており、ジャルパックが開始したアンニョン・ソウル・バスが“江南 Stay”の牽引役として活躍すると確信している。韓国観光公社としてもバス運行の活性化に協力を惜しまない」と述べた。KTOとしても今後、ソウル観光において江南エリアのプロモーションを



最優先に進めることを強調した。今回運行を開始した『アンニョン・ソウル・バス』は、江南にある各ホテルと明洞を結ぶ「ルートA」から「ルートD」の4ルートと、明洞を起点にランチまたはディナー付きの観光ルートとして2ルートの、計6ルートを設定。ジャルパックの「I」II(アイル)と「AVA(アヴァ)」参加者は事前予約で利用できる。全コースには日本語ガイドが同乗し、観光案内などを行う。バスはマイクロバスをチャーターし、1ルートあたりの定員は14名で運行する。



運行初便の乗客には中山氏から記念品が贈られた。

## 江南エリアのシェア3割目標 運行本数とコースの拡充検討

ジャルパックでは、4月からの上期韓国商品の全パンフレット巻頭でバス運行をアピール。今後、現地でのPR活動やJAL機内誌などでも告知を行い、利用者の拡大をめざす方針だ。

江南エリアは、ソウル市中心を流れる漢江より南の地域を指し、70年代以降の政府主導による再開発で大きな発展を遂げている。近年ではソウル市における政治、経済、教育、商業の中心となりつつあり、高級住宅街としても人気が高いという。

観光関連施設でも、ビジネス街としての発展とともに外資系高級ホテルの進出が相次ぎ、韓国を代表する大型コンベンション施設「コエックス(COEX)」内のCOEXインターコンチネンタルホテルをはじめ、パーク・ハイアット・ソウル、ザ・リッツ・カールトン・ソウル、JWマリオ

ットなどが近隣に立ち並ぶ。ジャルパックとしても、江南地区からバスを運行することで移動の利便性を高め、高級ホテルの利用を促すのがねらい。ソウル商品の高級感や付加価値を高め、ツアー単価が向上することを期待する。

現在、ジャルパックのソウル滞在コースで江南地区の滞在者は全体の1割強。今回の循環バス運行をきっかけとして、「江南エリアのシェアを3割程度に高めたい」(同社アジア・中国部の松原保典アシスタントマネージャー) 考えだ。

また、江南にある観光素材をパンフレット等で具体的に紹介することで、明洞などソウル市中心部から江南への観光客増加も期待する。

バス運行は、当初はマイクロバス1台、1日6ルートの運行だが、利用状況を見て本数の拡大やコースの拡充を検討していく。今後の展開については、「江南からいかに観光しやすくするかが課題。例えば、ソウル郊外にある観光施設へ行くルートや、夜景が楽しめるルートなど、明洞地区の滞在と同じ条件になるようアップグレードしていく」(松原氏) 方針だ。今年夏の期中商品発表までには実現をめざす考え。

運行開始セレモニーでテープカット。江南エリアの各ホテル代表者も集まった。



## 韓国方面上期予約は2倍以上 新提案でリピートさせる要素に

ジャルパックによると、韓国方面における4月以降の予約状況は好調に推移、とくに燃油サーチャージが引き下げられた4月は前年同月比で300%増と絶好調だ。4~9月の上期累計も現時点で220%増と前年の2倍以上で推移しているという。同社の08年度通期の韓国送客実績は団体客を含めて約5万人。円高ウォン安を追い風に、今年は大幅なジャンプアップを期待する。

江南エリアからのバス運行は、明洞など市の中心部へアクセスしにくかったことを解消するのがねらい。地下鉄はあるものの、乗り換えが必要なことや乗車券の買い方が分かりづらいという問題があったのに加え、明洞からタクシーを利用



『アンニョン・ソウル・バス』の車内。真新しい車両で快適性も高い。



【写真上】マイクロバスをチャーターして運行する『アンニョン・ソウル・バス』。定員は14名、1日6便運行する。  
【写真下】運行初便を見送る関係者。江南地区のホテルなど現地側の期待も高い。

するとおよそ3万ウォン(約2300円)かかることがネックになっていた。

前述の通り、江南地区には高級ホテルが多くあるのに加え、大型複合施設の「COEX」をはじめ、おしゃれなカフェやブティックが並ぶ「カロスギル」通りや「韓国刺繍博物館」など、ショッピング、観光、食事を楽しめる素材が豊富。旅行ガイドなど各種メディアで取り上げられることも頻繁になり、ソウルの新しい魅力として注目が高まりつつある。

ジャルパックでも、「今はウォン安で韓国旅行が爆発的なブームになっているが、次のことを考えることが必要。新しいものを次々と提案し、リピートさせる要素を作る必要がある」(中山氏)として、今後も新しい素材開発やサービス開始に力を入れていく方針だ。

ジャルパックでは、今回の『アンニョン・ソウル・バス』運行開始にあたり新しいマスコット・キャラクター「ムグンファ君&サランちゃん」を作成、とうがらしとにんにくをモチーフに、ビジュアル的にも新しい要素を取り入れた。キャラクターの制作にあたり、デザインは同社社員が担当するなど、「あえて社内で制作することでジャルパックならではの手作り感を出した」(中山役員)という。若手社員の意見や能力を多



↑ にんにくがモチーフの「サランちゃん」  
← メインキャラクターの「ムグンファ君」

## 新キャラクター

### “ムグンファ君&サランちゃん”

デザインは社内で製作、ファミリー層への訴求に期待

く取り入れ、「社員一丸となって送客拡大に取り組む」(同)と意気込みを見せる。

ムグンファ君のデザインを担当した同社オセアニア・マイクロネシア部の石渡英利子氏は、「子供が関心を持ってもらえるようなキャラクターになってもらい、ファミリーで韓国を訪れるモチベーションになれば」と期待を寄せる。

ちなみに、「ムグンファ」とは韓国の国花で「むくげ」のこと。

キャラクターはバス車体や停留所の案内にも使用されており、バスを利用する際の目印になっている。

→ 各停留所にはバス運行の案内を掲示。利用者も分かりやすい。

