

## ウィズコロナ時代のツアー新ブランド 「クラブツーリズム ニュースタイル」PRを促進 ～東北大学ナレッジキャストと連携、ロゴマークを制定～

クラブツーリズム株式会社(東京都新宿区、代表取締役社長:酒井博、以下クラブツーリズム)は、新型コロナウイルス感染症予防の取り組みにあたり、3密を避け、お客様に安心して参加いただける当社独自のガイドラインに基づいたツアーブランド「クラブツーリズム ニュースタイル」のPRを促進してまいります。その一環として、東北大学ナレッジキャスト株式会社と連携しPRを展開します。また「クラブツーリズム ニュースタイル」のロゴマークを新たに制定しました。



### ◆クラブツーリズムのツアーの強み: 特定少数で健康状態を把握可能

当社の提供している添乗員付きパッケージツアーは「誰と旅行をしているのかが明確であること」。

つまり「特定少数で行動を共にできる」点において、お客様の健康状態を把握しながら旅程を管理できることから安心して旅を楽しんでいただける旅行形態だと捉えています。

### ◆PR促進の施策: 東北大学ナレッジキャスト・村田裕之氏と連携

東北大学ナレッジキャスト(株)(\*)と連携し、「クラブツーリズム ニュースタイル」をウィズコロナ時代にふさわしい旅の形として、広く浸透させていきます。村田裕之氏(東北大学ナレッジキャスト(株)常務取締役、東北大学スマート・エイジング学際重点研究センター特任教授)に賛同いただき、助言を受けながら取り組んでまいります。当社のホームページやカタログを中心に、情報発信やPR活動を積極的に実施いたします。

※東北大学ナレッジキャスト(株)の事業概要…東北大学の独創的な研究結果や広範な専門分野の知見を、産業界で事業化

### ◆ロゴマークに込めた思い

多くの植物は、発芽する際に双葉を出して成長します。双葉の新芽は、生命力と希望、成長の象徴です。空を向いて双葉を広げる小さな新芽のデザインは、限りない可能性と未来への希望を表しています。

クラブツーリズムは、『旅を通して「出会い」「感動」「学び」「健康」「やすらぎ」の種をまき、よるこびに満ちた社会を花開かせていく』という企業理念に基づき、新型コロナウイルス終息後の新しい世界でも、人と人、人と自然、人と地域、人と情報を、新しい旅の形でつなぐ企業であり続けたいという思いから、大地に根付き成長していく新芽をシンボルとしたデザインロゴで「旅の新しい形」を発信していきます。

「クラブツーリズム ニュースタイル」は本年6月より販売開始しており、安全対策に対するお客様の声を多数いただいています。クラブツーリズムでは4つの基本対策(①3密対策、②接触対策、③飛沫対策、④体調管理)をもとに、厳しい独自ガイドラインを制定しツアー企画を行っており、感染予防を徹底している点を今後もしっかりPRしてまいります。