

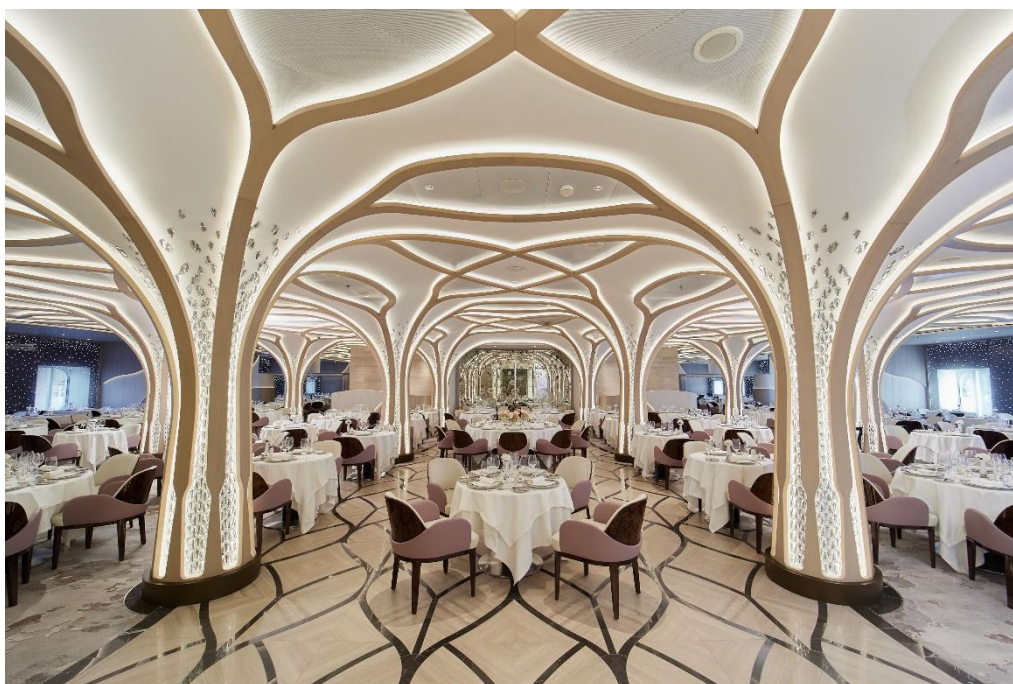


リージェント セブンシーズクルーズが
大胆な新ブランドポジショニング
「Unrivaled at Sea(洋上で唯一無二)」をスタート

往年のヒット曲『アンフォゲッタブル』の特別バージョンと共に展開する
全世界マルチメディアキャンペーン
「Nobody Does It Better (これ以上は誰にもできない)」



東京 2024 年 12 月 24 日 - [リージェント セブンシーズクルーズ](#)が、力強く個性的な視覚表現力と力強く個性的なキャッチフレーズ *Unrivaled at Sea™*が目を引く新ブランドポジショニングを発表しました。これにより世界有数の超豪華クルーズ会社としての地位づけを確固たるものとししました。さらに、内容充実の心に訴えるグローバルブランドキャンペーン *Nobody Does It Better* も発表。「世界で最も豪華なクルーズ船」ならではの特別なバケーション体験が凝縮されています。



リージェントでは継続的な成功を収めるために最適なポジションを確立し、洋上でのラグジュアリーを再定義するという揺るぎない取り組みをしてきましたが、今回の発表は数年にわたるこうした取り組みによるブランド進化の集大成です。2024年12月4日から、印刷およびデジタル広告、ソーシャルメディア、コネクテッド TV などのマーケティングと販売のチャンネル上で、生まれ変わったブランドとして展開しています。

リージェント セブンシーズクルーズ社長アンドレア・デマルコは、「新しいブランドポジショニングと魅力的なグローバルブランドキャンペーンを、世界中の大切なお客様、トラベルパートナー、そしてチームメンバーに誇りをもってご紹介できることを嬉しく思います。世界で最も豪華なクルーズ船にお客様をお迎えする際、私たちが常に目指しているのは、*Unrivaled at Sea*、つまり船上でご提供する他の追随を許さないシームレスで気ままな旅体験であり、これはそれぞれのゲストの個々の期待をあらゆる面で上回るものです」と語っています。私共のブランドを支える4本柱、*Immersive Exploration* (没入型探検)、*Heartfelt Hospitality* (心のこもったおもてなし)、*Luxurious Space* (ラグジュアリーなスペース)、*Epicurean Perfection* (エピキュリアンパーフェクション)を礎に、リージェント以上のものは *Nobody Does It Better* と確信しています」と語っています。



Unrivaled at Sea:大胆な新ブランドポジショニングとクリエイティブ

リージェントのキャッチフレーズ *Unrivaled at Sea* は、新しいロゴと黒白のブランドカラーと共に大胆かつ印象的なもの。新しい創造性を際立たせ、競合他社に差をつけ、同時にリージェントを世界有数の超高級陸上ホテル・リゾートに並ぶ位置づけとするものです。

Unrivaled at Sea という約束は、主要な乗客体験を強調する 4 つのブランドの柱によって支えられています。それらは「没入型探検 -*Immersive Exploration™*」、「心のこもったおもてなし -*Heartfelt Hospitality™*」、「ラグジュアリーなスペース -*Luxurious Space*」、そして「エビキュリアンパーフェクション -*Epicurean Perfection™*」で、この約束の根底には「最もインクルーシブなラグジュアリー体験」という独自の価値提案があります。

「心のこもったおもてなし -*Heartfelt Hospitality*」はリージェントの新しい柱であり、素晴らしい船上チームによって個々の乗客に届けられる温かさ、気配り、個別の配慮を的確に表現するものです。熱い心でサービスにあたる乗員は、想像しうるあらゆる細部にまで気を配り、シームレスな旅行体験を届けるため、

乗客ひとりひとりを家族のように大切にします。数十年にわたる伝統、完璧を求めるあくなき追求、そして最高のホストを目指すリージェントの姿勢は、クルーズ業界においてリージェントを際立たせるものであり、これこそがブランドへの高い信頼度が築かれる要因となっています。

新しいクリエイティブなルック&フィールは、リージェントの主要顧客層がオンラインテクノロジーに精通するようになるにつれ、特にデジタル領域でより威力を発揮するようにデザインされています。またマーケティング活動で使用されるイメージは、顧客をバケーション体験にいざなうことに重点を置いたもので、リージェントのブランドプロミスの中心となる 4 つの柱が紹介されています。

Nobody Does It Better. グローバルブランドキャンペーン

リージェントブランドが全世界で展開するマーケティングキャンペーン *Nobody Does It Better* は、魅力的で感動を呼ぶ動画と共にスタートしています。受賞歴のあるプロデューサー・デヴィッド・コステンが特別にレコーディングしたもので、リージェントブランドの時代を超えた洗練とエレガンスを際立たせています。



カップルは地中海の代表的な場所を訪れ、極上の料理やドリンクで食事をとり、数え切れないほどのウルトララグジュアリーな体験を満喫しながら、広々としたスイートや豪華にデザインされた船内では、リージェントのシグネチャーの一つである「心のこもったおもてなし-Heartfelt Hospitality」を楽しみます。

データ駆動型プロダクト&クリエイティブの進化

リージェントの新しいブランドポジショニングは、世界のトップをいくウルトララグジュアリークルーズラインとしてリージェントを的確にポジショニングするため実施した消費者と旅行業界対象のリサーチに基づく、段階的かつ包括的なブランド進化の完成を意味するものです。

リージェント セブンシーズクルーズのチーフマーケティング & ストラテジーオフィサーのジェシカ・ジョンは、「ウルトララグジュアリークルーズを取り巻く環境は常に進化しており、リーダーであり続けるためには、適応し、革新し、常に目の肥えたウルトララグジュアリートラベラーの期待を先取りし、それを上回らなければならないと認識しています。ここ数年、私たちは製品、マーケティング、メッセージングにおいて大胆な変革の旅に乗り出し、お客様それぞれのラグジュアリーな定義に合うよう、より柔軟な選択とパーソナライゼーションを提供すると同時に、リージェントのポジショニングを大胆に変更し、競争が激化するウルトララグジュアリークルーズの中で際立った存在となることを目指してきました」としています。

新ブランドポジショニングとそれをサポートするブランドキャンペーンに加え、リージェントは広範な調査の結果をもとに、2つの新たな料金を2024年7月にスタートしました。この料金は、乗客に真のパーソナライズされたオールインクルーシブラグジュアリーを提供するもので、乗客が好みに合わせて旅をカスタマイズする可能性を増やすとともに、引き続き「最もインクルーシブなラグジュアリー体験」を提供するものです。

オールインクルーシブクルーズ料金は、無制限の寄港地観光ツアー、スペシャリティダイニング、プレミアムドリンク、バレーランドリー、チップなど、クルーズ中にあらゆるサービスを追加料金なしで楽しみたい場合に最適。

詳細は <https://jp.rssc.com/>



リージェント セブンシーズクルーズについて

ウルトララグジュアリークルーズラインのリージェント セブンシーズクルーズは、30年にわたり最もインクルーシブなラグジュアリー体験を提供しています。乗客数は496名から最大850名、広々としたスタイリッシュなクルーズ船 - セブンシーズ エクスプローラー、セブンシーズ グランデュアー、セブンシーズ マリナー、セブンシーズ ナビゲーター、セブンシーズ スplendor、セブンシーズ ボイジャー、そして2026年就航予定のセブンシーズ プレステージ - が「世界で最も豪華なクルーズ船団」を形成し、地球の隅々にいたる550以上のイマーシブなデスティネーションを巡ります。「洋上最大のゆとり」を誇る豪華なオールスイートの客室はそのほとんどに洋上最大クラスのプライベートバルコニーを備え、贅を尽くしたパブリックエリアや広大なアウトドアスペースも含めて船内では十二分にパーソナライズされたサービスが提供されます。さらにリージェント セブンシーズクルーズならではのサービスとして、すべての寄港地で追加料金なしかつ無制限で地上ツアーに参加できます。オールインクルーシブのクルーズ料金にはその他、スペシャリティレストランや屋外ダイニングを含む様々なレストランでの美食、プレミアムワインとスピリッツ、エンターテイメント、無制限のインターネットアクセス、無料バレーランドリー、チップ、コンシェルジュレベル以上のスイートにはクルーズ前夜1泊の宿泊と港への送迎パッケージ、以上全てが含まれています。リージェント セブンシーズクルーズはノルウェージャンクルーズライン・ホールディングス (NYSE: NCLH)の完全子会社です。詳しくは www.nclh.com

画像提供はリージェント セブンシーズクルーズ

【発行元】リージェント セブンシーズクルーズ PR 株式会社フレア