

会員と共に「お客さまの喜び」追求

市井正之・常務取締役聞く

KNTの今年度の国内旅行分野の方向性、近旅連とのかわり方についてのようなビジョンを持っているのか。旅連担当役員であり、近旅連会員に關係の深い国内旅行部、団体旅行事業本部カンパニー、地域振興事業部などの担当でもある市井正之・常務取締役に話を聞いた（聞き手・小林茉莉）。

——昨年の状況は。

「奈良県で年間を通じて開催された『平城遷都1300年祭』では奈良への送客を大きく拡大することができた。また、NHK大河ドラマ『龍馬伝』や『坂の上の雲』などの人気にも後押しされ、関連地域でのお客さまの動きは活発だった。しかしその他の地域では総じて動きが鈍かった。西日本エリアに好調地域が偏り東日本エリアが苦戦した。航空機利用エリアでは減便や機材の小型化など座席数減少の影響も無視できない。特徴的だったことは首都圏マ

——ケットのお客さまの動きが地域の好不調に直結したと思われることだ」

「団体需要では、第1四半期は一昨年のリーマン・ショックを引きずっている状況で、企業の出張需要などは前年割れとなった。第2四半期から徐々に回復傾向となったが十分な回復というには程遠い状況だった。一方、学生団体は順調であり団体旅行全体のけん引役となった。結果、国内団体、海外団体の合計ではほぼ前年並みだったが、国内団体単独では前年を下回った。積極的に取り組んだ教育

——教育ECCが伸びてきた要因はどこにあるのか。

「当社の教育旅行などを9割以上取り扱っている団体旅行事業本部カンパニーの地域営業本部がうまく機能してきて、連携が取りやすくなった。高校総体などの持ち回りの大会で、先の情報や人脈、運営のノウハウなどをうまくコン

——「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

——「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

——「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

ビジネスパートナーとして

議論し合える関係づくりを

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい



市井正之氏

「仕入の担当社員も販売に積極的にかわらせる」とい



常務取締役
(訪日旅行部、
国際旅行事業本部カンパニー担当)

小川 亘氏

——主に海外営業、法人営業の分野を歩まれてきたわけだが、その立場から訪日ビジネスをどのようにとらえていたか。

「日本国内のマーケティングが成熟し、縮小傾向にある中で、今後は海外からのお客さまを幅広く積極的に取り込んでいかなければならないと感じていた。しかし、当社の訪日旅行事業への取り組みは十分とは言えない状況で、早急に訪日旅行を強化せねばならないという思いがあった。そこで訪日旅行部の創設については積極的に推進していただくとした」

——昨年の訪日旅行の取扱状況は。

「取扱高で国際旅行は対前年36%増と大きく伸びた。この数には訪日旅行を中心に事業を行っている国際旅行事業本部カンパニーだけではなく、ECCO(イベント・コンベンション・ユニークレス)カンパニー、団体旅行事業本部カンパニー、eヒアジヤからの旅行者を取り込むこと、メイトの仕入を新設した。また中国を中心にアジアからの訪日客が増える中、今までおりのビジネスのやり方では通用しないので、昨

「中国は人と人とのつながりを大切にする国であり、新たに人脈を構築していくには時間がかかる。そこでずっと中国からの訪日ビジネスに取組む、実績、顧客を持つ人たちに来てもらって、彼らの入社で直接の数字が伸びるのはもちろん、KNTに定着し現地法人の社員やKNTのスタッフにいい意味での連鎖反応が起るのを期待している」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

インバウンド グローバルビジネス

1月から新体制でのスタートを切った、KNT。今年度の注力分野であるインバウンド、個人旅行分野は、どのような方向性の下、飛躍を目指すのか。今年度の事業展望について、両分野のトップに話を聞いた。聞き手は内井高弘、小林茉莉。

KNT

今年度の事業方針

——1月1日付で個人旅行事業本部カンパニーが発足した。狙いは。

「環境変化の激しい個人旅行事業において、現体制のままでは漸減傾向に歯止めがかけられないと判断、大幅な組織改正に踏み切った。カンパニー創設の狙いは、個人旅行全体の戦略の立案・実行機能とウェブ販売を強化し、製販一体により個人旅行事業全体の利益を最大化することである」

「カンパニーには国内旅行商品事業本部と海外旅行商品事業本部があり、国内旅行商品事業本部の下にメイト事業部と数字は、カンパニーの目標として1千億円」

「中国は人と人とのつながりを大切にする国であり、新たに人脈を構築していくには時間がかかる。そこでずっと中国からの訪日ビジネスに取組む、実績、顧客を持つ人たちに来てもらって、彼らの入社で直接の数字が伸びるのはもちろん、KNTに定着し現地法人の社員やKNTのスタッフにいい意味での連鎖反応が起るのを期待している」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」



取締役兼執行役員
個人旅行事業本部カンパニー一長

野中 雅彦氏

「マルチメディア事業という結果だった。他の部ではEキーポンの飛躍的増売で、施設の皆さまからお預かりしている予約が、中期的にはネット販売は

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

製販一体で利益最大化を

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

対中ビジネスの基礎作る

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」

「問題は、どのようなお客さまをどうやって連れてくるか。施設さまの多くは、大型団体よりも訪日部門も宿泊券の増売に貢献する」