

日本旅行 2012年度の営業戦略

日本旅行は昨年度、「ビジネスモデルの転換」を掛け声に、厳しい時代を勝ち抜くための施策を展開、順調な滑り出しを見せていたが、未曾有の出来事で状況が一変した。様々な緊急対策で苦境を乗り切ったが、事故の影響が未だ残る今年度はどんな施策で販売を伸ばしていくのか。日本旅行協定旅館ホテル連盟（日旅連）の総会を前に、同社営業企画本部副本部長で、日旅連担当役員の木村陽一取締役（日旅連との関係を含めて聞いた）。

——昨年1年間を振り返ることや、震災や原発の影響で、西から東にお客さまの足が向かず、東の人は心配で西にも出かけられないという流れの中で、九州新幹線全線開業をフックとした増売が奏功した。

木村 年初は順調に推し進め、営業的な対策、コスト対策など連日協議した。最悪のシナリオを想定し、相当な危機感のもと、数々の施策を実施した。6月から海外に少し明るい兆しが見え始め、前年をこらえる状況になった。国内は少し遅れて9月ごろから回復し、第4四半期の赤い風船は前年実績を大きく上回ることができた。消費マインドの好転もあったが、間際予約に対応するネット専用商品の拡充を図った。

その結果、昨年1年間の総販売額は、前年を3%ほど割ることになったが、下期だけを見ると前年の2%増となり、対策本部で描いた最悪のシナリオからは大きく改善することができた。震災、原発に振り回された感もあるが、社員一人ひとりが、大きな流れとして回復したことは、大きな自信につながった。

——総販のうち国内は、木村 国内旅行は前年から10%、赤い風船は7%ほどの減少となりそうだ。

海外は逆に6%増となり、全体を底上げした。2012年度に入っている。今年の市場展望は、木村 東京スカイツリー、円高や景気の低迷等で法

海外ではロンドンオリンピック、日中国交正常化40周年もあり、人の往来が多くなるのが想定される。中国からは交流目的のインバウンドも期待できる。円高や景気の低迷等で法

団体がいないためもある。堅い内容は、木村 内容は、

——内容は、木村 内容は、



日本旅行取締役兼常務執行役員
営業企画本部副本部長(統括)

木村 陽一氏

——内容は、木村 内容は、

「社員一丸」が自信に

堅調市場に傾注で販売拡大

。今年日系LCC3社が就航する。我々との関係において、まだ不透明な面もあるが、顧客動向が変わる可能性がある。海外ではロンドンオリンピック、日中国交正常化40周年もあり、人の往来が多くなるのが想定される。中国からは交流目的のインバウンドも期待できる。円高や景気の低迷等で法

団体がいないためもある。堅い内容は、木村 内容は、

——内容は、木村 内容は、

——内容は、木村 内容は、

——内容は、木村 内容は、

——内容は、木村 内容は、

——内容は、木村 内容は、

——内容は、木村 内容は、

——内容は、木村 内容は、

——内容は、木村 内容は、

——内容は、木村 内容は、

——内容は、木村 内容は、

——内容は、木村 内容は、

——内容は、木村 内容は、

——内容は、木村 内容は、

宿泊券増売は我々の使命 日旅連と連携で取り組む

をを行うこととなっている。従前以上に、仕入販売センター、赤い風船事業部、支店、営業本部、本社の担当者、日旅連会員との連携を深め、しっかりとした誘客計画を作り、取り組んでいく。