

国内旅行事業

2大改革を加速へ



カタチにします。ときめき・キラメキ・おもてなし

仕入の機能強化図る

「発地のニーズ」「着地のニーズ」の融合具現

近畿日本ツーリストKNTが国内旅行事業の強化に向けた取り組みを加速している。全国の仕入販売センターの機能強化を中心としたもの。仕入機能の強化のほか、ティールームやKNT ASI Aなどのグループ会社や地域拠点、近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟(近旅連)、近畿日本ツーリスト全国ひまわり会(KNTひまわり会)などが一体となり地域ランドオペレーターを伴う体制づくりに取り組んでいる。



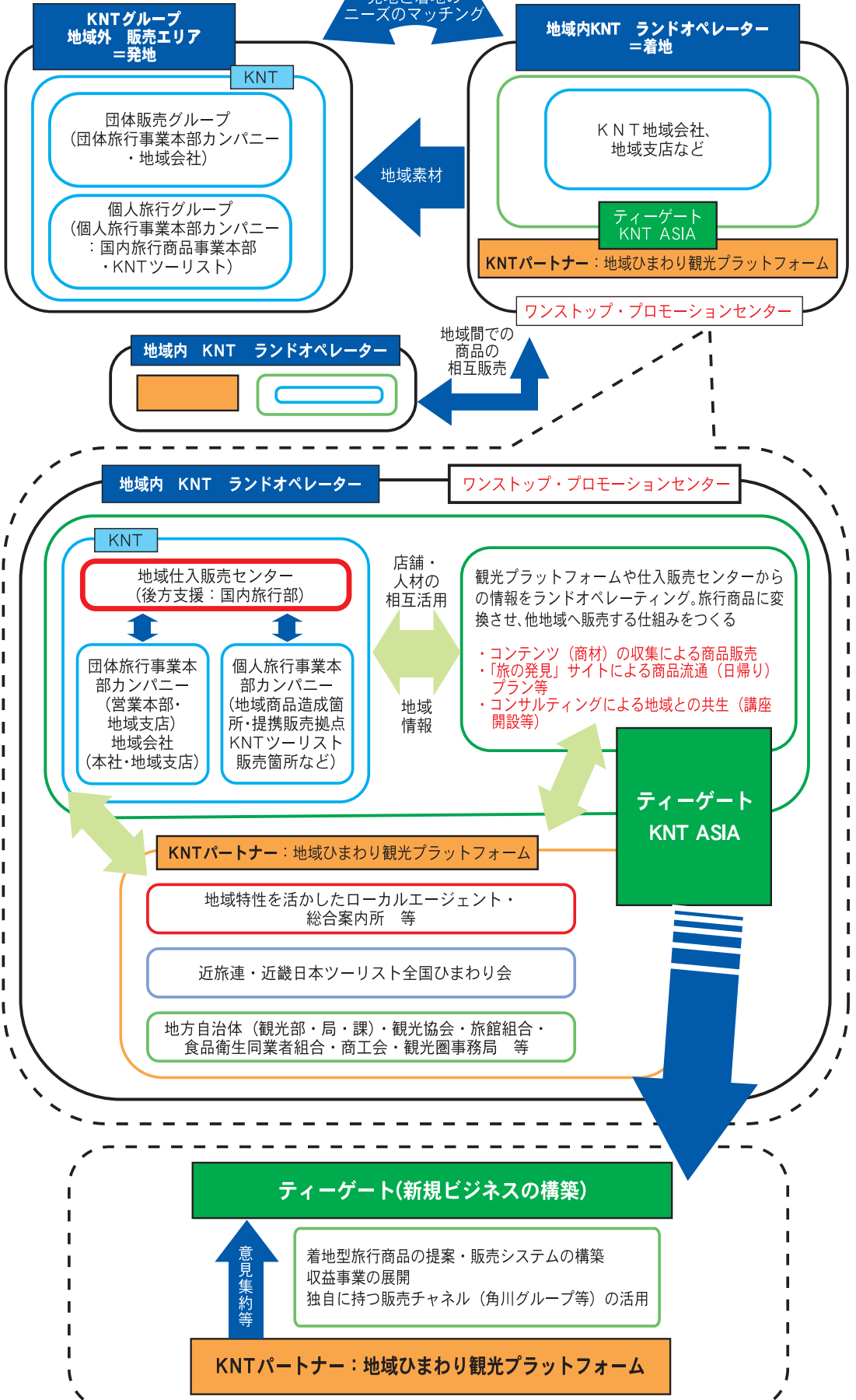
中村修部長

「総合旅行業としての生き残り」の方策を探る。旅行・ホテル。同社国内旅行部門が目指す。レベルのペネトレーションは、旅館・ホテルと。観光、運輸、観光との協力を図る。そのための一つの方策として、一般販売客料金の改革を始めた。これは、過剰な客室数を「売れる値段」である。実勢価格から引き離した価格を修正し、事前に預かっている客室のインディングを、事前の価格で販売するか、旅館・ホテル側の安定的な経営の維持で考えながらKNTの担当者が提案する。また、国内旅行部門の長期的戦略立案、指導する国内旅行部門の改革の一環として仕入販売センターの担当者の考え方を整理し、データ分析、販売の柱ともなっている。データを使って両者「首都圏から2時間以内」

「仕入旅行業としての生き残り」の方策を探る。旅行・ホテル。同社国内旅行部門が目指す。レベルのペネトレーションは、旅館・ホテルと。観光、運輸、観光との協力を図る。そのための一つの方策として、一般販売客料金の改革を始めた。これは、過剰な客室数を「売れる値段」である。実勢価格から引き離した価格を修正し、事前に預かっている客室のインディングを、事前の価格で販売するか、旅館・ホテル側の安定的な経営の維持で考えながらKNTの担当者が提案する。また、国内旅行部門の長期的戦略立案、指導する国内旅行部門の改革の一環として仕入販売センターの担当者の考え方を整理し、データ分析、販売の柱ともなっている。データを使って両者「首都圏から2時間以内」

「仕入旅行業としての生き残り」の方策を探る。旅行・ホテル。同社国内旅行部門が目指す。レベルのペネトレーションは、旅館・ホテルと。観光、運輸、観光との協力を図る。そのための一つの方策として、一般販売客料金の改革を始めた。これは、過剰な客室数を「売れる値段」である。実勢価格から引き離した価格を修正し、事前に預かっている客室のインディングを、事前の価格で販売するか、旅館・ホテル側の安定的な経営の維持で考えながらKNTの担当者が提案する。また、国内旅行部門の長期的戦略立案、指導する国内旅行部門の改革の一環として仕入販売センターの担当者の考え方を整理し、データ分析、販売の柱ともなっている。データを使って両者「首都圏から2時間以内」

地域ランドオペレーティング・ひまわり観光プラットフォームの組織化



「仕入旅行業としての生き残り」の方策を探る。旅行・ホテル。同社国内旅行部門が目指す。レベルのペネトレーションは、旅館・ホテルと。観光、運輸、観光との協力を図る。そのための一つの方策として、一般販売客料金の改革を始めた。これは、過剰な客室数を「売れる値段」である。実勢価格から引き離した価格を修正し、事前に預かっている客室のインディングを、事前の価格で販売するか、旅館・ホテル側の安定的な経営の維持で考えながらKNTの担当者が提案する。また、国内旅行部門の長期的戦略立案、指導する国内旅行部門の改革の一環として仕入販売センターの担当者の考え方を整理し、データ分析、販売の柱ともなっている。データを使って両者「首都圏から2時間以内」

「仕入旅行業としての生き残り」の方策を探る。旅行・ホテル。同社国内旅行部門が目指す。レベルのペネトレーションは、旅館・ホテルと。観光、運輸、観光との協力を図る。そのための一つの方策として、一般販売客料金の改革を始めた。これは、過剰な客室数を「売れる値段」である。実勢価格から引き離した価格を修正し、事前に預かっている客室のインディングを、事前の価格で販売するか、旅館・ホテル側の安定的な経営の維持で考えながらKNTの担当者が提案する。また、国内旅行部門の長期的戦略立案、指導する国内旅行部門の改革の一環として仕入販売センターの担当者の考え方を整理し、データ分析、販売の柱ともなっている。データを使って両者「首都圏から2時間以内」

「仕入旅行業としての生き残り」の方策を探る。旅行・ホテル。同社国内旅行部門が目指す。レベルのペネトレーションは、旅館・ホテルと。観光、運輸、観光との協力を図る。そのための一つの方策として、一般販売客料金の改革を始めた。これは、過剰な客室数を「売れる値段」である。実勢価格から引き離した価格を修正し、事前に預かっている客室のインディングを、事前の価格で販売するか、旅館・ホテル側の安定的な経営の維持で考えながらKNTの担当者が提案する。また、国内旅行部門の長期的戦略立案、指導する国内旅行部門の改革の一環として仕入販売センターの担当者の考え方を整理し、データ分析、販売の柱ともなっている。データを使って両者「首都圏から2時間以内」

ティールーム 地域活性のインフラ支える



福井善明取締役

ティールームはこれまで、地域で着地型旅行にかかわる商品作りや商品流通を行う地域人材の育成やコンサルティング業務、着地型旅行についての子会社や観光プラットフォームの活用や観光協会などとのつながりも数多く持ってきた。KNTの国内旅行の各部署との連携で、地方での新しい旅行ビジネスのあり方を探る。地域での情報の集約とビジネスのノウハウを提供する立場として、現在は期待されているが、現地に事業にかかわる人がいて、地域が活性化することを理解することが重要だ。KNTの支店や現地で育成した人材の活用などが今後本格的に求められるだろう。当社は着地型旅行商品を流通、販売するための「最低限のインフラ」である旅の発見を持っている。実際、ASP(ビジネス用アプリケーション)のレンタル)の形で、地域での旅行販売のシステムとして導入している地域もある。このシステムは着地型旅行商品の販売だけでなく、地域産品の物販などにも利用できるものであり、実現すれば地域支店の新たなビジネスとして伸ばせると考えている。

「仕入旅行業としての生き残り」の方策を探る。旅行・ホテル。同社国内旅行部門が目指す。レベルのペネトレーションは、旅館・ホテルと。観光、運輸、観光との協力を図る。そのための一つの方策として、一般販売客料金の改革を始めた。これは、過剰な客室数を「売れる値段」である。実勢価格から引き離した価格を修正し、事前に預かっている客室のインディングを、事前の価格で販売するか、旅館・ホテル側の安定的な経営の維持で考えながらKNTの担当者が提案する。また、国内旅行部門の長期的戦略立案、指導する国内旅行部門の改革の一環として仕入販売センターの担当者の考え方を整理し、データ分析、販売の柱ともなっている。データを使って両者「首都圏から2時間以内」

「仕入旅行業としての生き残り」の方策を探る。旅行・ホテル。同社国内旅行部門が目指す。レベルのペネトレーションは、旅館・ホテルと。観光、運輸、観光との協力を図る。そのための一つの方策として、一般販売客料金の改革を始めた。これは、過剰な客室数を「売れる値段」である。実勢価格から引き離した価格を修正し、事前に預かっている客室のインディングを、事前の価格で販売するか、旅館・ホテル側の安定的な経営の維持で考えながらKNTの担当者が提案する。また、国内旅行部門の長期的戦略立案、指導する国内旅行部門の改革の一環として仕入販売センターの担当者の考え方を整理し、データ分析、販売の柱ともなっている。データを使って両者「首都圏から2時間以内」

「仕入旅行業としての生き残り」の方策を探る。旅行・ホテル。同社国内旅行部門が目指す。レベルのペネトレーションは、旅館・ホテルと。観光、運輸、観光との協力を図る。そのための一つの方策として、一般販売客料金の改革を始めた。これは、過剰な客室数を「売れる値段」である。実勢価格から引き離した価格を修正し、事前に預かっている客室のインディングを、事前の価格で販売するか、旅館・ホテル側の安定的な経営の維持で考えながらKNTの担当者が提案する。また、国内旅行部門の長期的戦略立案、指導する国内旅行部門の改革の一環として仕入販売センターの担当者の考え方を整理し、データ分析、販売の柱ともなっている。データを使って両者「首都圏から2時間以内」

「仕入旅行業としての生き残り」の方策を探る。旅行・ホテル。同社国内旅行部門が目指す。レベルのペネトレーションは、旅館・ホテルと。観光、運輸、観光との協力を図る。そのための一つの方策として、一般販売客料金の改革を始めた。これは、過剰な客室数を「売れる値段」である。実勢価格から引き離した価格を修正し、事前に預かっている客室のインディングを、事前の価格で販売するか、旅館・ホテル側の安定的な経営の維持で考えながらKNTの担当者が提案する。また、国内旅行部門の長期的戦略立案、指導する国内旅行部門の改革の一環として仕入販売センターの担当者の考え方を整理し、データ分析、販売の柱ともなっている。データを使って両者「首都圏から2時間以内」

「仕入旅行業としての生き残り」の方策を探る。旅行・ホテル。同社国内旅行部門が目指す。レベルのペネトレーションは、旅館・ホテルと。観光、運輸、観光との協力を図る。そのための一つの方策として、一般販売客料金の改革を始めた。これは、過剰な客室数を「売れる値段」である。実勢価格から引き離した価格を修正し、事前に預かっている客室のインディングを、事前の価格で販売するか、旅館・ホテル側の安定的な経営の維持で考えながらKNTの担当者が提案する。また、国内旅行部門の長期的戦略立案、指導する国内旅行部門の改革の一環として仕入販売センターの担当者の考え方を整理し、データ分析、販売の柱ともなっている。データを使って両者「首都圏から2時間以内」

近畿日本ツーリスト **knt!** 近畿日本ツーリスト

カチにします。ときめき・キラメキ・おもてなし

おかげさまで **40周年** 近畿日本ツーリスト

近畿日本ツーリストの国内旅行 **MIT** はおかげさまで2012年、40周年を迎えました。これからは「旬の旅」「地域の魅力をご紹介する旅」などさまざまな旅の魅力をご提案してまいります。

旅行企画・実施

近畿日本ツーリスト株式会社

MIT 事業部 観光庁長官登録旅行業第20号 ©一般社団法人日本旅行業協会正会員 / 〒130-0022 東京都墨田区江東橋3-4-2 錦糸町マークビル

近畿日本ツーリスト

「ひまわり復活」に向け

国内大交流コンベンション、9月に 関係機関らと連携強化

国内大旅行事業「国内大交流コンベンション」(大海外旅行交流コンベンション)だ。同社ではこれまで、海外旅行分野では「シキタ」を毎年開催し、観光プロモーションとKNT各支店、野山規模の個別商談会との連携強化を図る。店が個別商談会などを行



大海外旅行交流コンベンションの商談風景

計画。9月5日に東京ホテルパレット東京(東京都墨田区)で開催予定の第1回は、東北、中部、中国四国の各支店、旅行業者らと連携強化を図る。店が個別商談会などを行



Takahashi Toshiaki (社長)

KNT ASIA

グループ網使い 提案を

仕組みのなかで、当社が力を出せる部分は、この地域を海外に向けて売っていく部分だ。地方自治体は海外の旅行会社に対して自治体は地域素材をパッケージで紹介するだけでなく、インバウンド市場は現在、昨年来の落ち込みからまだ回復しておらず、右肩上がりの成長時と異なり待っている。KNTグループからは支店単位など約60組が参加する。コンベンションは3部構成を予定する。第1部ではKNT側のブースを地域別のチームが回る形で商談を実施。第2部では各支店単位での分科会形式としてKNT側が各会場を訪れ情報交換を行う。第3部では立食形式の懇親会を開き、さつぱらな雰囲気の中で情報交換だけでなく、研修旅行や、北海道で第1、2部の商談をさらに進めてもらう。来年は関東甲信越、関西、中国四国、九州の3連合会に該当する都道府県、再来年は北海道、首都圏、九州の3連合会に該当する都道府県を対象に実施する。

中国四国ひまわり会発足 全国組織と共に誘客推進



日本ツーリスト協定旅館、ホテル連盟(近旅連、西野目信雄会長)と共に重

要な役割を果たす。近畿日本ツーリスト全国ひまわり会(以下「ひまわり会」と呼ぶ)は、近畿、中国四国、中国三都府、中国二都府、中国一都府の各支店、旅行業者らと連携強化を図る。店が個別商談会などを行

仕入強化への考え方

KNTが国内旅行事業の強化に向け取り組んでいる改革の中で、柱の一つとなるのが客室在庫のマネジメントによる利益の最大化だ。仕入を担当する各支店の仕入販売センターがどのような考えを持って仕入に仕入交渉を行っていくのか。仕入についての同社の考え方と共に、昨年からの取り組み改革内容について、藤原正美・国内旅行部長に聞いた。

旅行業のレベルニュー導入し

仕入は「客室の目利き役」に



Fujiwara Masahisa (課長)

「国内旅行部では昨年頃から、旅館・ホテルの皆さまからお預かりしている『一般電算客室在庫』をしっかりとマネジメントして、利益の最大化を図るという課題に取り組んでいます」

「そのために、ホテル・旅館が導入している『レベルニューマネジメント』価格コントロールによる販売

「旅業の目利き役」となるよう取

「旅業の目利き役」となるよう取

「旅業の目利き役」となるよう取

「旅業の目利き役」となるよう取

近畿日本ツーリストの宿泊プラン

「みちしるべ」は地元発信の豊富なとれたてエリア情報と多彩なお宿をご用意した全国宿泊プランです!

地域情報 満載!

ニッポンを満喫しよう

北海道から九州まで

近畿日本ツーリスト株式会社

日本を元気に、旅で笑顔に。