日本旅行と日旅連　連携をより確かなものに

日本旅行協定旅館ホテル連盟（日旅連）の通常総会（2月22日）を前に、連盟の桑島繁行会長（知床グランドホテル北こぶし会長）と日本旅行の堀坂明弘社長に「旅連と会社の連携」をテーマに語っていただいた。全てのステークホルダーの価値実現を目指す新中期経営計画「VALUE UP（バリューアップ）2020」を推進する会社と、それに全面協力する旅連の姿勢を改めて確認した。

誘客へ、プラスアルファの取り組みを

日本旅行協定旅館ホテル連盟会長
桑島　繁行氏

――（司会＝本社・森田淳）旅行業を取り巻く昨今の経済情勢について。

堀坂　景気は緩やかに拡大していると感じている。旅行業界においても、2020年インバウンド4千万人の目標達成をはじめとする観光立国の実現に向けてフォローの風が間違いなく吹いているし、海外情勢などにより不安要素もあるがアウトバウンドも回復するなど、全体を見ると上昇基調にあることは間違いないと。

――昨年1年間を振り返い。

堀坂　国内は目立ったイベントや周年行事もなく、盛り上げ方がなかなか難しい1年だった。

そのような中、JR西日本が「TWILIGHT EXPRESS 瑞風」、JR東日本が「TRAIN SUITE 四季島」という豪華列車を走らせ、本当に価値があると感じるものには高額であってもお申し込みされるという顧客層に向けた新たな旅行コンテンツが誕生した。ほかにも各地でさまざまな観光列車が運行されており、鉄道が単なる移動手段ではなく、乗車を目的とした旅のスタイルが浸透してきた。

一方では、九州北部豪雨など、自然災害が少なからずあった。桑島会長の地元の北海道も一昨年に豪雨災害があり、大変なご苦労をされたことが記憶に残っている。

オンライン・トラベル・エージェントや、民泊などのシェアリングエコノミー、サプライヤーによる直販化などの動きが加速し、業界を取り巻く環境が著しく変化していることを実感した年でもあった。

当社の業績を言うと、昨年は「VALUE UP 2020」という中期経営計画の初年度として、中核分野と位置付けるインバウンド、教育旅行、MICE、BTM、インターネット販売については一定の成果を上げることができた。また、海外も復調したが、販売の動きが加速し、業界を取り巻く環境が著しく変化していることを実感した年でもあった。

当社の業績を言うと、昨年は「VALUE UP 2020」という中期経営計画の初年度として、中核分野と位置付けるインバウンド、教育旅行、MICE、BTM、インターネット販売については一定の成果を上げることができた。また、海外も復調したが、販売の動きが加速し、業界を取り巻く環境が著しく変化していることを実感した年でもあった。

堀坂社長がお話しされたように、全国で地域差があるものの、少しずつ上向いていると実感している。私は日本の端の知床にいるが、全国の同業の方々と話をしてもそのように感じる。

心配なのは、堀坂社長も指摘された自然災害だ。気候変動や地震、噴火と、大きな災害が地球規模で発生している。最近も噴火が起き、温泉地で風評被害が発生している。払拭に向けて力強くがんばっていることに少し救われるが。

――日旅連の事業については。

桑島　総じて順調に推移していかねばならないと改めて感じているところだ。

景況感については、今、堀坂社長がお話しされたように、会員の皆さまからお預かりしている会費が有効に活用されているかどうか、会長としてチェックをするわけだが、会員への直接の誘客につながる事業については、身の丈よりも若干上を向いて、プラスアルファの取り組みをしたいと考えており、今後もその方針でまいりたい。

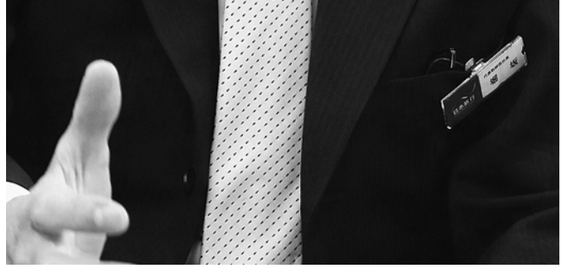
堀坂　桑島会長が就任されて、最初にごあいさつをした時に、お互いの考え方、気付いたことを今までのようにざっくばらんに話しましょうと申し上げた。

歴代の会長は素晴らしい方ばかりで、そのおかげで日旅連と会社はいい関係を築いてこられた。桑島会長ともその関係をさらに深めてまいりたい。

■　■

――2018年、会社はどう動くか。

堀坂　今年は明治維新150年で、各地でさまざまな関連行事がある。国内旅行の拡大に格好の題材で、われわれとしては知恵を出して魅力的な商品を提供していかなければならない。薩長土肥の勝ち組だけでなく、あまり話題になっていない地域にも関連した素材はたくさんある。



日本旅行代表取締役社長
堀坂　明弘氏

変化を起こし、価値を創造する会社に

――日旅連の事業計画について。

堀坂　「第4の柱」と位置付ける地方創生事業について、各地で着実に成果が見られた。佐渡のDMCへの出資や、ポニーキャニオンと連携した映像コンテンツを使った事業、京浜急行と連携した沿線への誘客事業など、さまざまな業態の企業とアライアンスを組んで取り組んでいる。

事業を持続可能にするために、大胆なアライアンスも含めてしっかりと取り組んでいきたい。

インバウンドなど中核分野については、その販売比率を高める努力をする。

いずれにしても2020年の終着点に向けて、今年1年間でしっかりと基盤を固めていく。

――日旅連の事業計画は。

桑島　事業の核は全国の若手会員で組織する営業推進委員会の活動だ。本部に約30人、全国12の支部連合会に合計約200人の委員がおり、自由闊達に議論している。

議論の中心は当然、宿泊券の増売だ。本部の営推には国内旅行活性化、成長戦略の各委員会とインバウンド部会があり、特に成長戦略はインターネット販売、インバウンドは訪日客の地方分散などをテーマに議論し、昨年は九州と中部エリアでも行い、今年は中国エリアでも予定している。各会場で会社側、旅連会員総会員に向けて話をした。旅行会社とはもともと価値をクリエイトする会社だ。さまざまな業態が業界に参入しているが、総合旅行会社、リアルエージェントならではの存在価値が今、問われている。われわれは期待に応えていかねばならない。

――中計の進捗については。

堀坂　「第4の柱」と位置付ける地方創生事業について、各地で着実に成果が見られた。佐渡のDMCへの出資や、ポニーキャニオンと連携した映像コンテンツを使った事業、京浜急行と連携した沿線への誘客事業など、さまざまな業態の企業とアライアンスを組んで取り組んでいる。

事業を持続可能にするために、大胆なアライアンスも含めてしっかりと取り組んでいきたい。

インバウンドなど中核分野については、その販売比率を高める努力をする。

いずれにしても2020年の終着点に向けて、今年1年間でしっかりと基盤を固めていく。

――日旅連の事業計画は。

桑島　事業の核は全国の若手会員で組織する営業推進委員会の活動だ。本部に約30人、全国12の支部連合会に合計約200人の委員がおり、自由闊達に議論している。

議論の中心は当然、宿泊券の増売だ。本部の営推には国内旅行活性化、成長戦略の各委員会とインバウンド部会があり、特に成長戦略はインターネット販売、インバウンドは訪日客の地方分散などをテーマに議論し、昨年は九州と中部エリアでも行い、今年は中国エリアでも予定している。各会場で会社側、旅連会員総会員に向けて話をした。旅行会社とはもともと価値をクリエイトする会社だ。さまざまな業態が業界に参入しているが、総合旅行会社、リアルエージェントならではの存在価値が今、問われている。われわれは期待に応えていかねばならない。

――中計の進捗については。

堀坂　「第4の柱」と位置付ける地方創生事業について、各地で着実に成果が見られた。佐渡のDMCへの出資や、ポニーキャニオンと連携した映像コンテンツを使った事業、京浜急行と連携した沿線への誘客事業など、さまざまな業態の企業とアライアンスを組んで取り組んでいる。

事業を持続可能にするために、大胆なアライアンスも含めてしっかりと取り組んでいきたい。

インバウンドなど中核分野については、その販売比率を高める努力をする。

いずれにしても2020年の終着点に向けて、今年1年間でしっかりと基盤を

東京の日本旅行本社で

アのクアラルンプールへ営業に出掛けた。マレーシアは初めてだったが、現地のエージェントから大変好評で、今年は会場を増やして開催してほしいという要望をいただいている。

――営推の委員らを対象にした「日旅連塾」は。

桑島　今年が10回目の節目になる。毎回さまざまなテーマで勉強をして、会社からは堀坂社長直々に講師を務めていただいている。

全国から若い同業者が集まり、勉強することは大変意義がある。今年は5月に開催の予定だ。ぜひ、多くの方の参加をいただきたい。

堀坂　塾には私の子供より少し上の年代の方が多く参加されている。旅館業界は今、世代交代期のように思う。若い方々と話をすると、本当に刺激になる。耳の痛い話も時にあるが、率直に言ってもらえるのはありがたい。われわれももっと勉強をしなければと思うし、うちの若い社員も同じように感じているはずだ。

（4面に続く）

日旅連総会特集　3～8面

日旅産業は旅館様・ホテル様のお悩みをお客様のニーズに合わせて解決していきます。

硫化対策テレビ

喫煙ブース

訪日外国人用の館内案内表示例

ロビーリフォーム例

【集客力アップと売上アップのためのサポート】
・女性層、シルバー層の集客拡大に向けたご提案
・スマートフォンやタブレットを活用した売上アップのご提案

【インバウンドの集客拡大のためのサポート】
・四カ国語ホームページのご提案
・外国語表記の館内案内版作成のご提案
・Wi-Fiの環境整備のご提案
・見える通訳オペレーターのご提案

【お客様の満足度アップのためのサポート】
・露天風呂の改装や客室リフォームのご提案
・女性をターゲットにした客室デザインのご提案
・分煙化のための喫煙ブースの設置
・トイレの洋式化など

【光熱費や経費削減のためのサポート】
・館内LED化による光熱費の削減
・後付けペアガラスでの光熱費の削減など

【障がい者差別解消のためのサポート】
・段差の解消
・接遇研修の実施
・バリアフリーチェックなど

お問い合わせ・資料のご請求は
日本旅行 NIPPON TRAVEL AGENCY　お客様目線で　お客様のためのソリューションパートナー　日旅産業

■オペレーションセンター
0120-038-900　FAX 0120-035-850
0120-062-720　FAX 0120-066-850（大阪・和歌山地区）

日本旅行と日旅連 連携をより確かなものに

（3面から続く）

ニーズに応え、新たな旅行を創造
旅館・ホテルは地域のリーダーに

桑島　うちは昨年、息子に社長を譲った。私は今67歳だが、社長を譲り受けたのは42歳の時。そして去年、37歳の息子に社長を譲った。周りからはまだ早いとも言われたが、世の大海で早く泳がせるべきだと常に考えており、その信念を貫いた。社員が付いてくるか心配だったが、心配するまでもなく、今では早く代わってよかったと実感している。

堀坂　桑島会長も、小林前会長も素晴らしいご子息をお持ちでうらやましい。会長のホテルに泊めていただいたが、機能面もデザイン面も、若い人ならではの感性が随所に見られた。これは桑島会長のセンスではないなと（笑い）。

桑島　（笑い）。任された方は必死だろう。自分が持っているものを全て出さなければならない。私が今までやってきたことを平気でチャラにしたりするが（笑い）、新しい時代には新しいものを作る、ということが必要なのだろう。

■　■

――会社から旅連に求めることは。

堀坂　お客さまの志向が多様化している。インバウンド拡大は続くだろうし、国内客においても、シニア層、女子旅といったものが今後のターゲットとして有望だが、ニーズに応じた商品提供と新たな旅行の創造が必要だ。

施設側もハード、ソフトを問わず、変革が求められると思う。私どもも一緒になって考えさせていただきたい。営推や日旅連塾、日旅連のさまざまな会合で、議論を深めたい。

そして地方創生。日旅連の皆さまはそれぞれの地域で中心的な役割を果たしている名士ばかりだ。われわれが進める地方創生事業にご協力をいただきたい。皆さまの地域への誘客に必ずつながるはずだ。

――旅連から会社に向けて。

桑島　堀坂社長の話を聞いて、旅連の重要性を改めて感じているところだ。会社に少しでも貢献できるように道筋を付けていきたい。

日旅連の北海道支部連合会長を10年間させていただいた。その話をすると、北海道は支部単位の活動がなかなか難しく、全国の支部連合会に先駆けて支部をなくし、ブロック会という組織をつくった。私たち旅館・ホテルと道内の観光関連施設、運輸機関、合計31会員と、オブザーバーとして行政や観光協会の参加、最近は銀行にも入ってもらい、誘客や品質向上、地方のあり方等について議論をしている。設立後8年たって、だいぶ軌道に乗ってきた。

北海道で行っているように、型にはまらない、異業種も含めた組織が各地にできればと思っている。

新しい形の旅連組織について、会社のご理解をいただければと思うし、知恵もいただきたい。それが会社への貢献につながるはずだ。

――日旅連会員に向けては。

桑島　地域にお客さまを呼び込まなければ、個々の旅館・ホテルの利益もない。地域の発展があって、初めて自分たちの発展もあるのだと思う。

われわれ旅館・ホテルが地域のリーダーにならなければならない。さまざまな旅連活動を通して、その意識を深めていければと思う。

堀坂　エリアごとの課題について、私どもも皆さまと一緒になって考えさせていただきたい。

地方創生、地方への誘客は東京オリンピック・パラリンピック以降も課題になると思う。われわれの目指すところは日旅連の皆さまと同じだ。われわれも勉強をして、皆さまと侃侃諤諤の議論を重ねて、地方への誘客に成果を上げてまいりたい。

日本旅行 中計2年目の取り組み

日本旅行は2020年までの中期経営計画「VALUE UP 2020」を昨年始動させた。インバウンド、インターネット販売など「中核分野」と位置付ける分野や、新たに柱とする地方創生事業の取り組みを強化し、計画最終年に総販売高4400億円などの目標達成を目指す。小谷野悦光専務に中計2年目の取り組みを聞いた。（聞き手＝本社・森田淳）

代表取締役専務取締役
小谷野　悦光氏

異業種コラボでビジネスチャンスを

――まず、昨年の振り返りを。

小谷野　「VALUE UP 2020」の初年度。新たな取り組みを含めて、将来に向けた布石をしっかりと打った。

単年度の業績を見ても、販売額は確実に増えている。ただ、企画商品「赤い風船」など、特に国内旅行の収益面で課題を残した。海外旅行に復活の兆しが見えた分、国内の方が少しおとなしかった。

先のための布石は確実に打ったが、そちらの方にやや比重が掛かったというのが昨年1年間の総括だ。

――新中計では「地方創生」を事業の第4の柱にするとしている。

小谷野　2015年ごろまでは観光プロモーション事業などの、異業種とコラボしたさまざまな取り組みを進めている。まだ課題はあるものの、すそ野の拡大という意味では着実に成果が表れている。

――国内旅行全体を振り返ると。

小谷野　当社の国内企画商品は、イコール赤い風船という認識だったが、一昨年秋にJR西日本の「おとなび」「ジパング倶楽部」をつくった。エスコート型を中心とした商品の造成部隊で、シニア向け商品を一定規模に拡大していくための重要な取り組みとしている。

さらに昨年はインターネット専用の宿泊プラン「My宿オンライン」の提供を始めた。商品の特長、従来商品との違いを日旅連のオフィシャルの場でも説明させていただいた。

国内企画は今まで赤い風船一本だったものを、おとなび・ジパング、My宿オンラインを含めて三本柱と位置付けた。ラインアップを強化したことで、旅連の皆さまからの期待にもお応えできていくと考えている。

――今年1年間、特に傾注する取り組みは。

小谷野　JRのデスティネーションキャンペーン（DC）は当社としても最大の販売チャンスで、最大パワーをもって的確に対応したい。今年は4月から栃木、7月から山陰、10月から愛知で行われる。栃木は首都圏からはもちろん、東北や北陸エリアからの誘客という新たな流れをつくりたい。山陰はJR西日本エリアということもあり、しっかり存在感を示したい。

愛知は本州の真ん中であり、観光地としても大きなポテンシャルがあることから、首都圏・関西圏にとどまらない広域的なアプローチで展開していきたい。

今年はNHK大河ドラマ「西郷どん」や明治維新150年、TDR（東京ディズニーリゾート）35周年という話題もある。お客さまもかなり活発に動かれるのではないか。

――取り組みをさらに挙げると。

小谷野　新しいパートナーとのコラボを昨年、かなり行ったが、今年はさらに広げていく。2月末に京急線は着地として魅力的で、京急電鉄グループや地元の皆さんとともに、関西圏との交流・誘客面での取り組みなども進めていきたい。

また、おとなび・ジパング商品については、これまでのJR西日本エリア内発に加え、首都圏のシニアマーケットに対し、北陸などJR西日本エリアに向けた商品の展開についても新たに取り組んでいく。

――販売の目標数字などは。

小谷野　現時点では相当大きく伸ばすということにとどめるが、赤い風船、おとなび・ジパング、My宿オンラインという国内企画商品で相当大きく伸ばしていきたい。当然、それに連動して宿泊券も伸ばす。旅連の皆さまの協力をいただきながら推進していきたい。

――同業他社で大規模な組織改編を行うが、御社は。

小谷野　経営方針や時代背景を考えてのことだと思う。観光の一部事業を譲り受ける。これは新たなビジネスチャンスとして大いに期待している。首都圏、特に神奈川エリアで当社の店舗網は必ずしも十分ではなかったが、そこをフォローする。さらに三浦半島など京急沿線は着地として魅力的で、皆さんとともに、関西圏との交流・誘客面での取り組みなども進めていきたい。

また、おとなび・ジパング商品については、これまでのJR西日本エリア内発に加え、首都圏のシニアマーケットに対し、北陸などうし、それぞれが意味のあることだと思う。

当社としては、これまでもワンストップ営業を一つのポイントにおいて取り組んできているので、当面はそれを磨き上げることとしていきたい。

――日旅連との今後の連携について。

小谷野　日ごろから本当にお世話になっている。皆さん、世の中の動きに対応して、新しいことに果敢にチャレンジしているなか、われわれも遅れることなく、ともに歩むという姿勢で取り組まなければならない。

特にインバウンドについて、特定のエリアでしか動きが目立たなかったものが、全国的に広がりを見せている。ターゲットも近隣のアジア諸国だけでなく、欧米なども視野に入れ始めている。いずれにしてもニーズが加速度的に増えていく。われわれは会員の皆さまとともに、対応を真剣に考えていきたい。

台湾で毎年行っている「日本の観光・物産博」には日旅連の多くの皆さまに参加をいただいている。今年も引き続き行う予定だ。旅連の皆さまだけでなく、物産のPRという観点から自治体の皆さまの参加もいただければと思う。

欧米で行っている交流イベント「ジャパンウイーク」は、今年は10月にイタリアのトリノで行う。欧米からの誘客に興味を持っている旅連の皆さまにも参加をいただければと思う。

――6月に民泊新法が施行される。

小谷野　訪日外国人旅行者が増える中で、受け入れ側が多様性を持つことは選択肢としてあり得るが、安心安全面で、一定の品質を具備することが必要だ。

お客さまにはさまざまな嗜好がある。民泊に泊まるにしても個人の責任において行えばよいことだ。ただ、事業として取り組むのであれば、一定の品質を担保しなければならない。そういった点をしっかりジャッジする必要がある。

――日旅連会員にメッセージを。

小谷野　約15年前に国内旅行部長を務めた当時から、経営者も世代交代するなど、若手の方がトップを務められている。

会社は創業113年になるが、良き伝統はしっかり継承しながら、若い方からも信頼されるよう進化をし、ビジネスパートナーとして付き合って意味のある会社となることをこれからも目指していく。

自分らしく生きる女性のための旅「たびーら」、
西日本の魅力を再発見する旅のご提案「JRで行く西への旅」、
子供たちの健やかな成長を願う子供たちだけの自然体験「トムソーヤクラブ」。

日本旅行の女子旅 たびーら

日本旅行 NIPPON TRAVEL AGENCY

お客様に選んでいただける特徴ある旅をご提供し続ける日本旅行の更なる挑戦です。

女子旅といえば“たびーら”！

旅好きな女の子のための旅特集[たびーら]

女子旅といえば「たびーら」！読者モデルや日本旅行の女子社員がコースを厳選し自信をもっておすすめする「日本全国女子旅モデルコース」、スイーツを楽しみながらゴルフやサイクリングなどを楽しむイベントツアーを開催する「たびーらスポーツ」が人気です。

●女子のストレス解消に効く癒しの旅を「たびーらちゃん（33歳OL）」がご紹介します。Facebookページでも情報発信していますので、ぜひご覧ください！

http://www.nta.co.jp/tavira/
たびーら　検索

岡山・広島・山口など、西日本への旅は見どころが満載です！！
日本旅行では、JRや新幹線を利用した旅行のプランを
多数ご用意しております！

JRで行く西への旅
それは、西にある。DISCOVER WEST

http://www.nta.co.jp/jr/shinkansen/dw2/
JRで行く西日本　検索

子供の健やかな成長を応援する旅

今年で31年目となるトムソーヤクラブは、新しい世代をになう小学生・中学生が、ツアーを通じて、自然に親しみ、自主性のある、健康で、愛情に満ちた人材に育つための活動を推進しています。

●夏休みのサマーキャンプやサマースクール、春休み・冬休みのスキーキャンプなど、小学生・中学生を対象に子供だけで行く季節毎の自然体験旅行を企画しています。

http://www.tomsawyer-club.jp/
トムソーヤクラブ　検索

新中計「VALUE UP 2020」

中核分野強化、地方創生を第4の柱に

日本旅行は2017年度からの新たな中期経営計画「VALUE UP 2020」を推進している。実施は2020年度までの4カ年。「お客さま」「地域」「社員」「株主」という同社のステークホルダーが求める価値の実現を目指し、「マーケット変化への対応」「事業ごとの価値向上」「人材の活性化」という三つの経営戦略で各種施策を推進する。

法人営業、個人旅行営業で一定の需要拡大が見込まれ、同社の強みを生かせるという五つの中核分野（インバウンド、教育旅行、MICE、BTM、インターネット販売）をさらに強化する。

とりわけ需要の継続的拡大が見込まれるインバウンドの強化をさらに推進。

また地方創生事業を法人営業、個人旅行営業、インバウンドに続く第4の柱とするべく、取り組みを徹底強化する。

法人営業では、本社を含めた組織的営業により、特に首都圏、京阪神を中心とした大都市圏での展開を強化。ほかの各エリアでは地域行政や地域の有力企業などの「エリアネットワーク」の強化に加え、顧客の拡大とリピーター化を強化するため、〝ウェブとリアルの融合〟を推進する。

国内旅行では西日本エリア、北陸エリアを最重点に、JRセットプランへの取り組みを徹底強化する。

また海外旅行ではスペイン、ベトナム、カナダ、オセアニアを「ナンバーワン戦略国」として展開を特に強化する。

計画最終年度の2020年度の数値目標は、同社単体で販売高4400億円、営業収益493億円、営業利益7億円、経常利益11億円。

特に同社が中核分野とする5分野（インバウンド、教育旅行、MICE、BTM、インターネット販売）の合計販売高は、前の中期経営計画「ACTIVE（アクティブ）2016」開始直前の2012年度比較でおよそ倍増の2379億円を目指す。

「宿泊アンケート」優秀施設を発表

日本旅行はこのほど、2017年度宿泊アンケートで評価の高かった優秀施設を部門ごとに発表した。優秀施設は日本旅行協定旅館ホテル連盟（日旅連）の本部総会で表彰される。

日旅連の協力のもと、2016年10月から2017年9月に宿泊施設を利用した顧客へのアンケートを実施。

「実際にご宿泊いただいたお客さまの生の声による評価を参考にさせていただき、宿泊施設の皆さまと共有することにより、より高いレベルのお客さま満足を目指す」（同社）。

部門別ベスト3は次の通り（点数は顧客評価の平均点〈100点満点〉）。

◇　◇

【旅館・入浴設備部門】
1位＝お宿　木の葉（群馬県草津温泉）93・3点▽2位＝第一滝本館（北海道登別温泉）92・6点▽3位＝有馬グランドホテル（兵庫県有馬温泉）92・4点

【旅館・食事部門】
1位＝花紫（石川県山中温泉）94・4点▽2位＝本陣平野屋花兆庵（岐阜県飛騨高山）93・6点▽3位＝昔心の宿　金みどり（群馬県草津温泉）92・6点

【旅館・スタッフ部門】
1位＝金沢茶屋（石川県金沢）94・6点▽2位＝西村屋本館（兵庫県城崎温泉）92・9点▽3位＝別府温泉　竹と椿のお宿　花べっぷ（大分県別府温泉）92・5点

【旅館・客室部門】
1位＝ラビスタ富士河口湖（山梨県河口湖）93・0点▽2位＝京近江（滋賀県おごと温泉）92・6点▽3位＝別府温泉　竹と椿のお宿　花べっぷ（大分県別府温泉）92・5点

【旅館・シニア部門】（60歳以上の顧客のアンケートをもとに集計）
1位＝大谷山荘（山口県長門湯本温泉）93・3点▽2位＝あえの風（石川県和倉温泉）92・0点▽3位＝加賀屋（石川県和倉温泉）90・5点

【旅館・女性部門】
1位＝別府温泉　竹と椿のお宿　花べっぷ（大分県別府温泉）93・7点▽2位＝ホテル木暮（群馬県伊香保温泉）93・4点▽3位＝有馬グランドホテル（兵庫県有馬温泉）93・4点

【ホテル・食事部門】
1位＝ホテル日航熊本（熊本県熊本）94・2点▽2位＝Okinawa Spa Resort EXES（沖縄県恩納村）94・4点▽3位＝JRタワーホテル日航札幌（北海道札幌）93・6点▽3位＝ホテル法華クラブ仙台（宮城県仙台）93・3点

【ホテル・スタッフ部門】
1位＝JRタワーホテル日航札幌（北海道札幌）94・4点▽2位＝ホテルオークラ福岡（福岡県福岡）92・7点▽3位＝Okinawa Spa Resort EXES（沖縄県恩納村）92・8点

【ホテル・シニア部門】
1位＝ホテルリソルトリニティ金沢（石川県金沢）90・5点▽2位＝ホテルグランヴィア京都（京都府京都）90・1点▽3位＝ホテル日航金沢（石川県金沢）89・8点

【ホテル・女性部門】
1位＝ホテル日航アリビラ（沖縄県読谷村）93・3点▽3位＝たちばな四季亭（石川県山代温泉）91・2点

【規模別・31～60室部門】
1位＝欽山（兵庫県有馬温泉）92・0点▽2位＝飲泉、自家源泉かけ流しの秘湯　観音温泉（静岡県下田温泉）90・7点▽3位＝多田屋（石川県和倉温泉）90・4点

【規模別・61～120室部門】
1位＝Okinawa Spa Resort EXES（沖縄県恩納村）94・7点▽2位＝ホテル木暮（群馬県伊香保温泉）92・3点▽3位＝ラビスタ富士河口湖（山梨県河口湖）91・7点

【規模別・121室以上部門】
1位＝JRタワーホテル日航札幌（北海道札幌）93・9点▽2位＝はいむるぶし（沖縄県小浜島）93・5点▽3位＝ホテル日航アリビラ（沖縄県読谷村）93・2点▽3位＝オキナワ　マリオットリゾート&スパ（沖縄県名護）92・3点▽3位＝ザ・ブセナテラス（沖縄県名護）91・8点

【規模（部屋数）別・30室以下部門】
1位＝花紫（石川県山中温泉）95・2点▽2位＝別府温泉　竹と椿のお宿　花べっぷ（大分県別府温泉）93・3点▽3位＝ホテルコンド・ホテル（沖縄県恩納村）94・7点▽3位＝JRタワーホテル日航札幌（北海道札幌）93

日本旅行 2018年主要分野別重点施策

日本旅行が事業の柱と位置付ける「法人営業」「個人旅行営業」「インバウンド」。それぞれの担当役員に昨年の総括と今年の方針を聞いた。（8面に続く。聞き手＝本社・森田淳）

法人営業

優良顧客拡大へ、社内一体で取り組み

常務取締役
法人営業統括本部長
舘　真氏

――団体販売の昨年実績は。

舘　昨年は残念ながら計画数値に到達することができなかった。

国内は前年を維持したが、海外が落ち込んだ。北朝鮮問題等で修学旅行の中止もあったが、大きな要因は周年事業などの大型団体がほとんどなかったことだ。ただ、それは事前に分かっていたことであり、それをカバーしきれなかった。

国内に関しては、慰安・親睦系などは課題を残したものの、日旅連の皆さまの協力をいただいて、われわれが強化すべき中核分野の教育旅行、MICE、さらにBTM（出張手配など）も含めて一定の成果を収めることができた。

――今年の市場環境はどうか。

舘　来年のラグビーワールドカップや2020年の東京オリンピックに向けたインバウンド需要がさらに活発になるだろうし、今年については明治維新150周年、日中平和友好条約締結40周年と、昨年に比べてフックとなる要素が多い。環境としては決して悪くないし、そういった部分をしっかり捉え販売拡大につなげたい。

海外については情勢が不安定であることは相変わらずだが、在外各社との協力体制を強化して拡大に努めていく。

――目標と具体的施策について。

舘　昨年は中期経営計画「VALUE UP 2020」の1年目。団体としては一部課題を残したが、今年で取り戻す。

MICEは大企業、組織団体などを〝優良顧客〟と位置づけている。この部分については現場任せにせず、本社、営業本部一体となって攻めるスタイルをとりたい。表現を変えれば「優良顧客の拡大」だ。

BTMを含めて多くの需要が見込める大企業系は、ターゲット量としても受注の実績としても今後、さらに拡大していかねばならない。

前の中計「ACTIVE 2016」の4年間では、「戦う領域を広げる」ということで、ターゲット総量の拡大に取り組み、一定の成果を得られた。新中計でもターゲット総量の拡大を目指し、既に2020年の目標に近いところまで来ているが、今年は「量から質への転換」と、ターゲットの中身の部分を重視する。多くの需要が見込める大企業など優良顧客の取り込みを図る。昨年から進めているが、今年はさらに注力する。

教育旅行は、特に私学に向けた取り組みを強化する。私学が力を入れるグローバル人材の育成について、当社として寄与できることをアピールする。海外への語学研修など、当社オリジナルのコンテンツをさらに強化し、もう一段上を目指す。

このほか地方創生案件については、日旅連の皆さまの人脈で、各地域の行政や、有力者の方々とより一層の結び付きができればと考えている。

連携を強め、情報やノウハウを水平展開することで、取り扱い案件を増やしたい。

――BTMについてはどうか。

舘　取り扱い額を増やすとともに、企業系のシェアを拡大することが課題だ。今、大学など学校法人では業界の中でかなりのシェアを占めているが、それ以外の部分を強化する。

MICEのところで話した通り、特に大企業へのセールスを強化する。BTMを突破口としてMICEを受注したり、その逆だったりと、企業の総需要獲得を目指す。

――日旅連会員に向けて。

舘　地域の有力者である日旅連の皆さまとの協調体制は極めて重要で、今まで以上に強固なものにしたい。

日旅連の皆さまに多大なご協力をいただいていることを、全セールスマンにしっかりと浸透させて、送客に努めなければならない。

日旅連のワークショップは旅館・ホテルの現場に行く機会が減っている社員にとっては貴重な場だ。積極的に参加をさせるので、日旅連の皆さまからも多くの参加をいただきたい。

私が担当する法人営業だけでなく、個人旅行、インバウンドと、部門を超えて社内が一体で取り組むべき事項がこれから増えると思う。社内が協調体制をとって、日旅連の皆さまへの送客にしっかりと取り組んでまいりたい。

日旅連は
VALUE UP 支援事業を
展開していきます

日本旅行
協定

本部第55回通常総会

第9回日旅連塾

ワークショップ東日本商談会

REN-CUP in 新潟

台湾（高雄）商談会

セミナー＆商談会 inマレーシア

日本旅行協定旅館ホテル連盟
〒103-0027
東京都中央区日本橋1-19-1日本橋ダイヤビルディング10階
TEL（03）6895-4888　FAX（03）6895-4880

今年度事業方針

北海道支部連合会
連携強化で誘客

松岡利幸会長

日頃より会員の皆さまには、当会の運営に多大なるご理解、ご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。連合会長のホテル阿寒湖荘の松岡です。

まずは、一昨年に道東地区を襲った台風被害に対し、全国の日旅連会員の皆さまのご支援をいただき、災害地域支援事業としてインターネット販売でのキャンペーンを昨年展開できました。改めて御礼申し上げます。ありがとうございました。

さて、北海道の観光需要につきましては、引き続きインバウンド需要を背景に、北海道への入り込みは拡大しております。しかしながら、札幌地区への一極集中による地域格差や都市型民泊の拡大、国内外からのお客さま受け入れのための全体的なインフラ整備不足等、さまざまな課題が山積しております。

そんな状況のなかで、観光、運輸の皆さまと共同運営の誘致・誘客団体「北海道赤い風船会」では、2017年も各委員会・部会を中心に、北海道への誘客活動を引き続き積極的に行いました。

主な事業としては、プロモーション委員会を中心に、赤い風船東日本事業部に協力いただき、首都圏の販売店担当者向けに、道東地区の現地研修と観光素材説明会を実施致しました。また、観光部会、運輸部会との共同事業として、東日本営業本部、日本旅行東北、日本旅行北海道にて団体送客キャンペーンを展開いただきました。

また、プロモーション委員会、宿泊ネット販売推進部会、各地区のブロック会共同事業で恒例となった「時計台店プロモーション」については、地域行政の方のご協力もいただき、専用商品、インフォメーションコーナー設置、店頭イベントの3点セットで引き続き実施しました。「日旅連本部成長戦略委員会」「北海道赤い風船会札幌・小樽ブロック定山渓地区会」「小樽観光協会」との連携で、「もっともっと小樽」の設定、販売を致しました。

インバウンド誘致推進部会では、昨年発足の日旅連本部インバウンド部会との共同事業として、6月の「日本の観光・物産博2017」への参加や、7月のマレーシア「セミナー&商談会」および11月「インバウンドワークショップ」への参加を中心に活動しました。

道内各地で開催の各ブロック会でも、日本旅行グループ幹部だけでなく、行政や銀行の観光のご担当者もお招きし、道内8カ所で意見交換を実施致しました。

昨年の主な事業は以上でございますが、激動の観光業界のさまざまな課題解決や、新たな需要喚起を実行するため、日旅連北海道支部連合会、北海道赤い風船会は、今後とも日本旅行グループとの連携をより強化し、一層の誘客拡大に努めてまいりますので、会員の皆さまには引き続き活動へのご協力をお願い致します。

私のおります阿寒湖温泉は、昨年11月に日本版DMOに登録され、今年から「アドベンチャーツーリズム」を展開していく予定です。また本年も3月4日まで「阿寒湖氷上フェスティバルICE・愛す・阿寒～冬華美～」を開催しております。

北海道内にはまだまだたくさんの観光素材があふれております。今後とも日旅連、北海道赤い風船会を通して、宿泊券増売に向けて、日本旅行グループの皆さまと連携をより一層強化していきたいと思います。

全国イベントが新潟で開催され、全国から旅館ホテルの関係者など200名近くご参集いただきました。連合会としても新潟・庄内の魅力を感じていただけるよう連合会全体を挙げて受け入れ、おかげさまで成功裡に終了することができました。参加された皆さまには改めて感謝申し上げます。

連合会としては、昨年より着地の魅力を高めるべく取り組みをスタートさせています。新観光素材の発掘と並行しながらそのような情報を発信することも精力的に進めております。また近年全国各地で受け入れの進むインバウンドについても受け入れを加速していくべく、佐渡汽船様、日本旅行様、DBJ様、地元企業様などを中心に新潟・佐渡観光推進機構株式会社が設立されましたが、当連合会でも関係連絡会の宿泊事業者様の会員拡大などで協力をさせていただきました。

さて今年度は、昨年開催が決定された「2019年新潟・庄内エリアDCキャンペーン」へ向けて情報発信の強化を図ってまいりたいと思います。今回のDCキャンペーンは、10年ぶりに新潟と庄内エリアの広域開催になります。新潟支部連合会は、他の旅連様と異なり、複数県開催にも関わらず一つの連合会で取り組めることから新潟支部連合会として、そのメリットを最大限生かしてまいります。

今年は、新潟観光のゲートウェイである新潟駅の高架化工事がこの4月に一部竣工され、全国でも珍しい同一ホームで新幹線と在来線特急いなほ号への相互乗り換えが実現するほか、新潟空港には3月に初めてのLCCが関空から乗り入れるなど、国内外の新たな需要創出の期待も高まっています。

本年も会員様に日旅連加入のメリットを少しでも多く享受できるよう各種事業に取り組んでまいりますので、関係各位一層のご支援ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

東北支部連合会
「創造的復興」へ

菅野豊会長

日頃より東北支部連合会の活動に対し、皆さまより多大なるご協力を賜り厚く御礼申し上げます。また、東日本大震災から間もなく7年がたとうとしておりますが、心温まる変わらぬご支援につきまして会員一同心より感謝申し上げます。

2017年は伊達政宗公の生誕450周年、東北新幹線開業35周年など東北発展の歴史を物語るイベントが続き、各地でにぎわった1年でした。また、「南東北インターハイ」や「みやぎ総文2017」が開催され、高校生の活躍が私たちに多くの感動と希望を与えてくれました。

さて本年ですが、昨年の各分野における活動実績を踏まえながら、引き続き足元を固めつつ、攻めに転じる重要な1年になると考えております。団体・個人向け商品素材の提案拡大、これまで取り組みが弱かったエリアへの積極的なアプローチ、教育旅行を中心とした誘致活動の強化をしていきます。

また、各エリアに目を移してみますと、福島県では戊辰戦争から150周年を迎える節目の年になり、会津の歴史的意義の再認識を図るさまざまな記念事業が開催されます。

一方、青森県では青函トンネル開業から30周年を迎え、ますます北海道との往来が活性化することが予想されます。

また、宮城県では仙台空港の民営化から間もなく2年になり、国際線運行便数も週20往復となり、インバウンド強化への一歩が踏み出されています。地方創生へ向けインバウンド需要の創出も進めてまいります。

震災前の状態に戻す「復旧」にとどまらない「創造的な復興」をさらに進め、これまでの支援でできた縁を大切に、会員一丸となって事業の発展と拡大に邁進します。

皆さまにとりまして、実り多き飛躍の1年となりますよう祈念申し上げます。

関東支部連合会
魅力さらに磨く

森田繁会長

本年度の関東支部連合会での取り組みの基軸は、日本旅行グループ中期経営計画「VALUE UP 2020」に連動する宿泊券増売に向けた種々事業の実施です。

法人部門では、法人営業担当者との商談会（東日本営業本部の法人営業担当者との商談会や全国4エリアでの商談会など）での団体顧客向け企画の提案を行います。

個人部門ではWebシステム「My宿オンライン」への取り組み参画を強化します。

インバウンドでは、昨年に引き続き国際旅行事業本部のご協力をいただき、誘客のための商談会や海外旅行会社への観光ルート提案や「Red Balloon」への企画提案などを実施します。

さらに、法人、個人、インバウンド全部門の共通取り組みとして「若手社員現地研修」を強化してまいります。やはり百聞は一見にしかず。施設を目で見て、肌で感じていただき、お客さまへご提案いただきたいと思います。

また、4～6月の栃木DCでは日本旅行東日本・ソリューション営業本部と連携キャンペーンを実施し、栃木県内施設の宿泊券増売を図ります。

最後になりますが、関東仕入・誘客推進センター、伊豆箱根仕入・誘客推進センターと連携し、地域の魅力をさらに磨くための取り組みを各地で考えていきたいと思います。

本年も、関係各位のご支援、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

長野支部連合会
DC事業を継続

齊藤茂行会長

平素は長野支部連合会の事業活動に対して日本旅行グループ並びに連盟会員の皆さまからの多大なるご支援、ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

昨年は7～9月において「世界級リゾートへ、ようこそ。山の信州」をキャッチフレーズに信州デスティネーションキャンペーンが展開されました。長野県ではキャンペーン期間中の延べ宿泊者667万人以上（対前年比10％増）の目標を掲げ取り組んでまいりましたが、残念ながら結果は延べ宿泊者605万人（対前年比99・9％）でほぼ前年並みの結果となりました。一昨年NHK大河ドラマ「真田丸」の反動減、山岳や自然環境に頼りすぎたことによる天候不順の影響等が大きな要因と、県では総括をしています。

長野支部連合会はこの信州DCを一過性のイベントとして終わらせることのないよう、長野県を代表する観光素材となりうる「信州ワイントレイン」を長野県、松本市、塩尻市、JR東日本様の協力のもと3日間の運行を成功裡に終了することができました。3日間でトータル240名のお客さまにご乗車いただき、信州のグルメと信州ワイン、信州らしいおもてなしで新たな信州の魅力をアピールすることができたものと自負しております。堀坂社長様はじめ日本旅行役員の皆さま、また観光経済新聞社様にもご支援、ご協力をいただき改めて厚く御礼申し上げます。

今年度も長野支部連合会は引き続き「信州ワイントレイン」運行事業を継続事業として取り組むとともに、日本旅行様が掲げるシニア層へのワンランク上の旅行商品への取り組み、また新たな地域からの誘客事業に取り組みを推進してまいりたいと考えております。

旅連加盟のメリット、存在価値が問われている中で、観光業に携わる私たちは、常に中長期を見据え、地域行政と連携し地域活性化、地域の発展のため夢を語り続けていくことが必要であり、その役割を担い、実現に向け行動していくことが旅連事業の重要な責任と大きなメリットだと捉えております。長野支部連合会は夢の実現に向けさらに取り組みを強化してまいります。

関係各位のより一層のご支援をお願い申し上げます。

新潟支部連合会
情報発信を強化

浅野謙一会長

平素は、新潟支部連合会の事業活動に対し、日本旅行グループ並びに会員各位より多大なご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

昨年は、9月に日旅連のローションキャンペーン（4月～6月静岡プレ、10月～12月愛知）が開催予定で、さらなる集客増が期待できる環境にあります。

そんな中、日本旅行中期経営計画「VALUE UP 2020」の「四つのバリュー」の一つに掲げられている「地域の価値向上」に、特に注力することによりお願い申し上げます。

中部支部連合会
地域の価値向上

金原貴会長

平素は中部支部連合会の事業活動に対し、皆さま方より多大なるご支援、ご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

昨年は、大河ドラマ「おんな城主　直虎」を皮切りに、「レゴランドジャパン」開業「お伊勢さん菓子博」の開催、JR信州デスティネーションキャンペーンの開催など、大きな旅行需要要素があり、多くのお客さまにお越しいただくことができました。

本年は当中部地区において、二つのJRデスティネーションキャンペーンを引き続き国際旅行事業本部のご協力をいただき、誘客のための商談会や海外旅行会社への観光ルート提案や「Red Balloon」への企画提案などを実施します。

さらに、法人、個人、インバウンド全部門の共通取り組みとして「若手社員現地研修」を強化してまいります。やはり百聞は一見にしかず。施設を目で見て、肌で感じていただき、お客さまへご提案いただきたいと思います。

また、4～6月の栃木DCでは日本旅行東日本・ソリューション営業本部と連携キャンペーンを実施し、栃木県内施設の宿泊券増売を図ります。

最後になりますが、関東仕入・誘客推進センター、伊豆箱根仕入・誘客推進センターと連携し、地域の魅力をさらに磨くための取り組みを各地で考えていきたいと思います。

本年も、関係各位のご支援、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

北陸支部連合会
総合力を高める

八木眞一郎会長

平素は日旅連北陸支部連合会の活動に際し格別のご支援ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

さて、昨年は「山・鉾・屋台行事」の日本遺産登録に北陸から富山県で3件、石川県で1件が選ばれました。新しい北陸の魅力が増えたことで、北陸新幹線開業3年目の効果の継続のために大きな力になったと感じております。連合会としては営推委員会を中心に諸事業を積極的に展開しており、リアル商品ではページ買い取りによる「食」の企画商品の設定、Web商品では会員施設の特性を生かした商品展開、そしてこれらの商品を販売していただく社員を対象とした現地研修旅行を実施いたしました。また修学旅行誘致拡大のために北陸日修会の事業として3月に初めて首都圏の学校の先生方を対象とした現地研修を実施し北陸エリアへの誘客拡大に努めてまいりましたが、年間では金沢地区への一極集中が高まり各地区との温度差拡大が課題となりました。

本年は、9月に福井国体、11月に富山県にてねんりんピックと二つの大きなイベントが開催されます。このイベントを通して全国からお越しいただく皆さまに北陸の魅力をPRして誘客拡大に努めてまいりますとともに、個人では赤い風船事業部とより一層の連携を強化し「ならでは」の素材活用商品の設定、Web商品推進部が進めるMy宿商品への積極的な参加、法人では本部事業として取り組んでおります「新観光素材」の磨き上げによる利用しやすい素材へ向けた取り組みを強化してまいります。

北陸支部連合会として諸事業の強化を進めるとともに、より一層の誘客拡大に向けて取り組んでいくには地方に光の当たる努力も大切だと考えております。北陸には、伝統、工芸、産業文化の遺産が多くあり多様性を持ち合わせていることからその光は十分にあると考えております。北陸を旅行される皆さまの期待に応え、満足を感じていただくために会員が一体となっての「北陸の総合力」を高めの誘客に努めてまいりますので、より一層のご支援をお願い申し上げます。

山梨県石和温泉郷のリゾート旅館 華やぎの章 慶山
〒406-0031 山梨県笛吹市石和町市部 822
TEL：055-262-2161　FAX：055-262-4162
山梨県石和温泉　慶山グループ 華やぎの章 甲斐路
〒 406-0024　山梨県笛吹市石和町川中島 1607-40
TEL 055-262-7373　FAX 055-263-5677

日光千姫物語
一般入室が固く禁じられている「徳川将軍着座の間」へご案内致します。
日光東照宮 将軍着座の間での特別祈祷
大好評お手配中

期　間：2017年10月1日～2018年3月31日（除外日あり）
※東照宮の行事等によりお受け不可日がありますので、お問合せください。
集合場所：日光東照宮社務所・客殿前
出発時間：10:00（所要時間：約1時間45分）
※団体様（15名様以上）の場合、ご希望の時間で調整します。
●コース（神職又は巫女さんがご案内します）
社務所前～五重塔～表門～三猿～陽明門～眠り猫～御本社拝殿（将軍着座の間）特別祈祷～客殿・社務所前
日光東照宮将軍着座の間特別祈祷 四つの特典
其の一　東照宮境内を神職又は巫女さんがご案内します。
其の二　将軍着座の間での特別祈祷。
其の三　東照宮より特別記念品を進呈。
①お札　②盃　③葵の御紋入グラス
其の四　千姫物語より陽明門竣工記念【開運カード】
最上級のおもてなしでお殿様・お姫様気分
栃木県日光市安川町 6-48 TEL0288-54-1010 FAX0288-54-0557　URL http://www.senhime.co.jp/

日旅連 全国12支部連合会の

日本旅行協定旅館ホテル連盟の全国12支部連合会長に、各連合会の今年度事業計画をアンケート形式で聞いた（①連合会、支部事業で、今年特に力を入れていること②地域キャンペーンの展開について③連合会、支部の特別企画商品について④連合会、支部の宣伝活動について⑤各種委員会の活動について⑥日本旅行に要望すること⑦傘下の会員に要望すること⑧その他）。

関西支部連合会
会員と情報共有

田岡茂会長

日旅連会員の皆さまには、平素より格別のご支援ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

昨年は、秋の行楽シーズンにおける相次いだ台風上陸を受け、当連合会エリアでも少なからず会員施設への被害や宿泊客への影響もありました。被災された方々には心よりお見舞い申し上げます。

6月からJR西日本による豪華寝台列車「トワイライトエクスプレス瑞風」の運行が開始され、全国から注目の中、エリア内立ち寄り地や沿線の魅力を大いに発信することができました。

また、岡山アフターDCや山陰プレDCの実施、NHK大河ドラマに関連する井伊家ゆかりの国宝・彦根城築城410年祭などのイベントも開催され、訪日旅行客の大幅な増加と相まって、少なからずエリアへの誘客増加につながったものと感じています。

そのような中、日旅連の団体・インバウンド誘客事業として従来の東京、大阪、岡山、福岡での日本旅行セールス担当者との商談会に加え、新たに名古屋でも商談会を実施、また海外でも台湾やマレーシアで現地AGTを対象とした商談会が実施され、多くの会員施設の方が参加しエリアへの誘客拡大にご尽力いただきました。

今年もエリア内での大きなイベントの開催はありませんが、本番の山陰DC（7～9月）、大山開山1300年祭、瀬戸大橋開通30周年、明石海峡大橋開通20周年や京都を中心とした明治維新150年などさまざまなイベントを活用、併せて日本旅行中期経営計画（VALUE UP 2020）と連動した日旅連各事業への積極的な取り組みによって、誘客の拡大を推進し、宿泊販売の拡大につなげてまいります。

団体・インバウンド誘客事業では、各種商談会への積極的な参加を通じて日本旅行や海外AGTに対しエリア内の新しい団体素材、各種イベント情報の提供や行政との連携事業の提案などを推進し、さらなる団体の誘客拡大を図ってまいります。

また個人誘客事業に関しても、赤い風船インターネット商品販売拡大の取り組みとして地域素材のWEB商品化やMy宿オンラインへの参画会員数の拡大を図り、個人旅行者の誘客拡大も推進してまいります。

いよいよ今年6月に民泊新法が施行されますが、あくまで民泊には反対です。しかし、オリンピックイヤーに向け、今後も訪日旅行客の増加により宿泊客の増加が見込まれる中、施行後における民泊への流入増加は避けられない情勢です。

当連合会としても知恵を絞り工夫を凝らした事業展開によって民泊との差別化を図り、会員皆さまの地位を守っていくことはもちろんですが、違法な民泊営業による地域環境の悪化を防ぐため、行政とも連携しつつ会員同士が情報を共有し一致協力してまいりましょう。

最後になりますが、今年も引き続き元気で活気ある連合会を目指してまいります。皆さまのさらなるご支援、ご協力をよろしくお願い申し上げます。

中国支部連合会
強みさらに強化

吉村譲会長

平素は、日旅連中国支部連合会の活動に際し会員の皆さまからの格別なご支援ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

平成29年は平成28年の宮島・原爆ドーム世界遺産登録20周年、オバマ前アメリカ大統領来広、プーチンロシア大統領と安倍首相の長門湯本での日ロ首脳会談や広島東洋カープ25年ぶりセリーグ優勝などの話題性が前半まで続き、好調な滑り出しとなり、後半では、9月からの「維新の風が誘う。おもしろき国 山口へ」のキャッチフレーズのもと、JRグループによる「幕末維新やまぐちデスティネーションキャンペーン」が開催されました。このような背景もあり、私どもの基本命題でもある「宿泊券増売」においては7期連続で前年を上回る過去最高の宿泊券販売額で終わることができました。これもひとえに日本旅行グループ並びに会員の皆さまのご尽力の賜物と存じ上げます。この場をお借りし、御礼申し上げます。

さて、本年の当エリアにおける主な話題としましては、広島県宮島地区を中心とした「平清盛生誕900年祭」、山口県を中心とした「明治維新150年」などの周年行事に加え、10月からの山口アフターDCが実施されます。

しかしながら、私ども以外のエリアに目を転じますと、TDR35周年、瀬戸大橋・青函トンネル開通30周年などの周年行事、明治維新関連でも、大河ドラマ「西郷どん」放映の鹿児島県、佐賀県、高知県など全国でさまざまな明治維新150年に関連したイベントが実施されます。

このような環境の中、当エリアに関連する地域DMO、観光連盟、協議会等の各種観光関連団体や行政との連携をより一層強化し、かつ、日本旅行の中期経営計画「VALUE UP 2020」「2018年度事業計画」で推進、強化する各事業の取り組みと歩調を合わせ、法人営業、個人旅行営業、訪日インバウンド営業の各部門・部署と、より一層連動した取り組みを推進してまいります。また、お客さまのFIT化、SIT化に対応すべく、「お客さまニーズ」をしっかり捉え、「支部連合会の価値の向上」をさらに推進し、誘客拡大、宿泊券販売拡大に向けた事業を会員皆さまとともに進めてまいります。

その主な取り組みとして日本旅行中国・四国営業部社員様、日旅連本部事業の東日本・西日本・九州エリアの社員様との商談会等を通じ、お客さまニーズの把握や、外部講師をお迎えしての「接客サービスマナー研修」による品質のさらなる向上などにより、支部連合会の強みを強化する取り組みを実施してまいります。

本年も会員の皆さまが日旅連に参加して良かったと思っていただけるような各種事業を営業推進委員会中心に計画、実施し、宿泊券の販売拡大に努めてまいりますので、引き続き会員皆さまのご支援ご協力賜りますようよろしくお願いいたします。

九州支部連合会
新中計とリンク

東郷和浩会長

九州支部連合会長という大役を拝命して1年が過ぎました。

昨年は熊本地震からの早期復興を目指した矢先、7月に九州北部豪雨水害が発生し多くの尊い人命が奪われました。被災された地域の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

また、度重なる災害からの復興支援に日本旅行グループの皆さま並びに全国の日旅連会員の皆さまから心温まる励ましやご支援をいただきましたことにつきまして改めて厚く御礼を申し上げます。会員一同心を一つにして、この難局に立ち向かってまいります。

さて、本年度の九州は、①国東半島「六郷満山1300年」②「明治維新150年」③NHK大河ドラマ「西郷どん」④世界遺産候補「キリスト教会群」「奄美大島・徳之島」など例年に比べ話題性の高い素材の豊富な1年と考えております。

日本旅行様の新中期経営計画「VALUE UP 2020」に旅連活動をリンクさせ最大の効果が得られるよう鋭意推進してまいります。

まず、一つ目は「赤い風船各種キャンペーン」への協力です。

45周年を迎えられ新たな飛躍へのスタートを切られる赤い風船商品へ連合会として新素材の提供、商品造成への協力、販促活動の支援等可能な限りの協力をさせていただきます。

また、7月中旬に予定しております九州7県合同「観光誘客宣伝隊 to 西日本2018」をNic九州本部並びに各県観光行政にご協力をいただき、前述しました「明治維新150年」をはじめとした四つの素材を集客拡大につながるよう販促活動を実施致します。

二つ目は、「おとなびジパング倶楽部商品」への協力です。

熟年・シルバー層のマーケットはますます拡大してまいります。日本旅行様では昨年に続き、さらなる強化を図られているとうかがいました。九州支部連合会では上質顧客の拡大を目指して最大限の協力をさせていただこうと考えております。

三つ目は、「教育旅行の拡大」です。

特に阿蘇地区は非常に厳しい状況が続いております。熊本県が取り組んでいる防災教育プログラム開発に日本旅行様が大きくこだわられております。九州の真ん中である熊本県に多くの修学旅行生を取り戻すことが九州全体の元気につながります。各観光行政の対策にも連合会として、しっかりと協力してまいります。

四つ目は、「訪日旅行客拡大への取り組み」です。

本年度は日中平和友好条約締結40周年です。昨年に続き日本旅行様が5月26日に開催される「大連アカシアウォーキング大会」へのツアーにも引き続き協力します。

また、6回目を迎える「日本の観光・物産博2018」が台北で6月22日～24日に開催されます。

九州支部連合会では昨年本部主催の台中、高雄での商談会参加に加え、九州独自で台北市内での商談会を組み込んだ応援ツアーを実施し、現地旅行社44社62名様と商談ができました。訪日客拡大に効果的であり本年度も応援ツアーを予定しております。

また、2019年開催の「ワールドカップ・ラグビー」では、多くの試合が九州各地でも予定されております。私どもができることは「おもてなし」の心を大切にし、九州の素晴らしさを感じていただくことであると考えます。日本旅行国際旅行事業本部の皆さまからもアドバイスを頂戴しながら誘致活動をしてまいります。

以上、本年度も日本旅行各関係部署の皆さまからのご支援をいただきながら、「九州は一つ」となって宿泊増売を図ってまいりますので、会員の皆さまの一層のご協力をよろしくお願い致します。

沖縄支部連合会
国際化を視野に

白石武博会長

平素は、日旅連沖縄支部連合会の活動に対し、皆さまから多大なるご協力を賜り深く感謝申し上げます。

平成29年沖縄観光入域者数は、939万人超に達し、初めてハワイを超えました。外国人観光客も台湾、韓国、中国、香港を中心に250万人を達成する等、過去最高の入域客数を実現いたしました。また、日本最南端の国際空港を持つ石垣島は、人気急上昇中の観光都市で世界1位になり、138万人超えを達成する等、沖縄全県の観光産業において明るい話題の絶えない良き1年でありました。

私たち沖縄支部連合会は、この昨年の成果をステップとして、株式会社日本旅行様の中期経営計画の指針同様「マーケット・インをさらに推進し、中期経営計画達成への道筋を確固たるものとする年度」に向けて本年も邁進してまいります。

さて、本年の沖縄でのトピックスは夏に登録を目指している「奄美・琉球世界自然遺産」でございます。正式に登録されれば地方創生事業、インバウンドの拡大など誘客のチャンスが広がります。また、当連合会の取り組みとしては、法人営業においては昨年一般団体10%増のご送客をいただきました。けん引したのはMICE団体でありました。この分野でのさらなる営業成果に貢献するべく、当連合会は沖縄ならではの素材を利用したMICE向け新素材の強化に取り組んでいます。

また、教育旅行団体の獲得拡大に向けて昨年「教育旅行営業担当者向け沖縄研修」を実施し沖縄への教育旅行がさらに発展するために営業マンが取り組むべき課題や新素材の視察、検討をいたしました。当連合会はこれにお応えするべく本年さらなる「MICE・教旅向け体験メニューの充実」に取り組んでまいります。

インバウンド営業においては昨年大幅拡大のご送客をいただきました。今年は株式会社日本旅行様と連携し、「大連アカシアウォーキング大会」「日本の観光・物産博」「ジャパンウィーク」への協力、参加することで、より多くの地域からの誘客を目指してまいります。

個人旅行営業においては、赤い風船商品を中心に女性、シニアの重点顧客層並びにファミリー層にご満足をいただける魅力をご提供するべく当連合会営推委員を中心にさらに研さんし、より多彩な宿泊企画をパンフレット、インターネット両面で実現し、販売成果貢献に努めます。

本年は本格的に国際化時代を視野に入れた「世界水準の観光リゾート地」を目指し、満足度の高い安心、安全、快適な観光地として受け入れ体制の充実を推進していくとともに株式会社日本旅行様への貢献に会員一同鋭意努めてまいります。何卒よろしくお願い申し上げます。

四国支部連合会
連携深めて誘客

宮村耕資会長

平素より四国支部連合会の運営並びに事業に対し、皆さまの深いご理解と格別のご支援ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

本年は昭和63年4月10日に開通した瀬戸大橋が30周年を迎える年です。

これは即ち、四国が島国から陸続きの新たなデスティネーションへと変貌を遂げ、観光のみならず四国経済の浮揚の礎となりました。

30年の節目の年に際し、お膝元の香川県においては「瀬戸内国際芸術祭」の公開作品を活用し「ART SETOUCHI」にて情報発信と誘客が行われ、小豆島ではオリーブ植栽110周年の催しが予定されております。また徳島県においてはアジアで初めてベートーヴェンの第九交響曲が全楽章演奏されてから100周年を迎え、「にし阿波～剣山・吉野川観光園」の認定に伴う体験・滞在型観光の魅力度アップが期待される坂本龍馬記念館とともに「志国高知幕末維新博・第二幕」が開幕し、県内各地で関連イベントや特別展が開催されます。

また、台風と東日本大震災において二度にわたり順延となりました「第26回REN-CUP四国」は、〝三度目の正直〟を確信いたしまして四国支部連合会の総力を挙げて愛媛県にて開催するべく準備を進めており全国各地からのご参加を心より歓迎申し上げます。

本年も四国四県の独自な取り組みを生かし、会社側の中期経営計画「VALUE UP 2020」をはじめ日旅連本部事業との連携を深め、しっかりと誘客に努めてまいります。

引き続き皆さまのご理解とご協力を賜りますようよろしくお願いいたします。

稲佐山から世界に認められた夜景を望む
2018年4月本館リニューアル完成予定
長崎駅から徒歩5分。
観光やビジネスの拠点に大変便利な立地です。
長崎 稲佐山観光ホテル　長崎市曙町40-23　FAX(095)861-4203　www.inasayama.co.jp　ikh-info@inasayama.co.jp　TEL095-861-4151
稲佐山観光ホテルグループ　長崎I・Kホテル　長崎市恵美須町7-17　TEL095-827-1221 FAX095-827-1241

五感を潤す湖畔の宿で一期一会の心に癒される。
琵琶湖を一望する解放感抜群の展望風呂「三上の湯」
凛とした雰囲気の中、静寂のロビーから望む旅情漂う中庭に心が和む
ワンランク上の空間「京近江」に用意された、風光明媚な露天風呂付客室
湖面を渡る風、心に響く情景。ここは上質な大人の時が流れる
ラウンジ
宴会場「一条の間」
おごと温泉最大の規模を誇る宿。観光の拠点として利用したい
地元の旬食材と厳選された味覚の数々、創意工夫を凝らした会席料理の一例
びわ湖畔 おごと温泉 琵琶湖グランドホテル　Tel077-579-2111（予約専用）077-579-0111
琵琶湖グランドホテル別館 京近江　Tel077-577-2211（予約専用）077-577-2000
〒520-0101 滋賀県大津市雄琴6-5-1　http://www.biwakogh.co.jp

ワンランク上の、温泉と星空の癒やしを
どのお風呂も、至福の解放感に浸れます。
山あいの静かな風情の中で、なにもかも忘れて豊富な湯にどっぷり浸かり、心ゆくまで身を委ねてみませんか。せせらぎの音、葉擦れの音、鳥のさえずり、そして静寂に、……非日常の贅沢なやすらぎから、朝日への新しい力が湧いてくることでしょう。
天文台「そらしるべ」
竹林の湯
お風呂はすべて、源泉100%のかけ流し。
さらに毎日、清掃とお湯の入れ替えをしております。濾過循環をしていない本物の温泉・清潔な温泉を心ゆくまでお楽しみください。
優彩の温泉
敷地内自家源泉/源泉温泉:80度/泉質:ナトリウム-硫酸塩-塩化物温泉
湯峡の響き 優彩
熊本県阿蘇郡南小国町黒川温泉　〒869-2402
TEL.(0967)44-0111　FAX.(0967)44-0115
ホームページアドレス http://yusai.com

渓流のせせらぎに包まれ、
嫋やかに時が流れる静寂と癒しの宿。
RELAIS & CHATEAUX. 明神館 扉
www.tobira-group.com/myojinkan/
政府登録国際観光旅館／ルレ・エ・シャトー
扉温泉 明神館
〒390-0222 長野県松本市入山辺8967
TEL 0263-31-2301　FAX 0263-31-2345

松本を、暮らすように愉しむために…。
松本丸の内ホテル
www.matsumoto-marunouchi.com
松本丸の内ホテル
〒390-0874 長野県松本市大手3-5-15
TEL 0263-35-4500　FAX 0263-35-4505

日本旅行 2018年主要分野別重点施策

日本旅行が事業の柱と位置付ける「法人営業」「個人旅行営業」「インバウンド」。それぞれの担当役員に昨年の総括と今年の方針を聞いた。（5面から続く。聞き手＝本社・森田淳）

インバウンド

欧米MICE、アジアFITを拡大

取締役
法人営業統括本部国際旅行事業本部長
喜田　康之氏

――昨年の回顧を。

喜田　訪日外客数が約2900万人、前年比19％増と大きく伸びた。今後を見据えても、近隣のアジア諸国の経済発展やアジア域内の交流人口の拡大、国内の大型スポーツイベント開催による日本の認知度向上により、右肩上がりの傾向がさらに続くと想定される。

ただ、一昨年あたりからその中身に変化が生じていると感じる。「東アジア」と「ASEAN」の国々から訪れた外国人が、「団体旅行」で、東京―大阪間の「ゴールデンルート」を旅行するのが大方を占めていた時代から、今は「全世界のリピーター」のお客さまが「個人旅行」の形態で、「ゴールデンルート以外の地域」を旅行し始めている。

インバウンドは欧米主体で始まったが、アジアのお客さまも欧米と同じようなスタイルに近づきつつあり、世界のマーケットが均一化しているようにも感じる。

――会社の取り扱い実績は。

喜田　当社の国際旅行事業本部の取扱額は、市場の伸びよりも控えめな動きとなっている。「国内営業」が伸びなかったことが要因だ。

当社のインバウンドの数字は、海外のエージェントから手配の依頼を受ける「海外営業」と、国内の事業者が外国人を招へいする際の手配事業を請け負う「国内営業」の2分野ある。主たる契約者が海外か、国内かで、営業部隊を二つに分けている。

このうち、海外は伸びたが、国内が当初の想定通りではあるものの、もう少し伸ばしたかった。

中身をさらに見ると、市場動向と同様、個人旅行の伸びが団体旅行よりも大きくなっている。

昨年は、団体旅行においては「手配品質の維持向上」、FIT（個人旅行）分野においては「商品ラインアップの拡充と利便性の向上」を目指してきた。

1961年のインバウンド専門組織立ち上げから積み上げてきた歴史と、取引先からの信頼を糧に、昨年は当社の強みである欧米豪の団体旅行を伸ばすことができた。昨年、体制を強化したMICE専任の営業部隊も、大型のMICE団体やスポーツ団体の先行受注を積み上げるなど着実に成果を上げている。

販売活動を行った。

毎年、海外で配布する海外エージェント向けの商品パンフレットに掲載する日旅連推奨のルートも、2018年版では前年より4コース増やした。

これらの事業を通して、日旅連の皆さまとウィン・ウィンの関係を構築することを目指している。

――今年の市場見通しは。

喜田　今年も訪日外客数の伸びは継続するものと想定しており、極端な為替相場の悪化が見受けられない限りは順調に伸びていくと考える。当社の直近の春先の受注も決して悪くない。

アジア市場のFIT化の動きは継続し、成熟した欧米市場に近づいていくものと思われる。

――営業強化策と目標について。

喜田　国内営業では今年も大きな伸びを想定せず、海外営業の、特にFIT分野での大幅な拡大を図る。

海外営業の分野では、欧米市場とMICEを中核とした団体旅行の拡大、アジアを中心としたFIT市場の開拓に取り組む。

団体旅行については、中期的な展開もにらんでこれまで取り組みが希薄だった新興国への営業拡大や、スポーツ関連団体の取り組みを強化する。

個人旅行については、多様化するFIT旅行者のニーズに対応すべく、着地型素材の拡充に努めるとともに、海外エージェント向け販売システムの機能改善を図るなど販売体制を整備する。

またJR西日本グループのネットワークを活用した取り組みも進めていきたい。

国内営業の分野では、地方創生関連の案件において全国の支店や仕入・誘客推進センターと連携をとりながら、インバウンドに関連する事業の取り扱い拡大を目指す。

――日旅連会員へメッセージを。

喜田　今年もインバウンド部会の取り組みを中心に、日旅連の皆さまと連携を深めていきたい。

台湾やASEANなど海外での商談会やワークショップも継続する予定だ。

海外向けパッケージ「Red Balloon（レッドバルーン）」は、日旅連の皆さまの参画協力のおかげで、前年比約150％の受注と好調なスタートとなっている。

インバウンド向け旅館専門サイトもようやく立ち上がった。今後も訪日需要の地域分散と旅館の利用促進に取り組むので引き続きご協力をたまわりたい。

個人旅行営業

三つの商品体系で新たな顧客開拓を

取締役
個人旅行営業統括本部長
大槻　厚氏

――昨年の振り返りを。

大槻　個人旅行は「商品」「流通（販売）」ともに厳しい年で、日旅連の皆さまの期待にしっかりお応えできない部分があった。

国内企画の「赤い風船」は、特に夏場以降、方面別では首都圏、九州が苦戦した。目立ったイベント等がない中、赤い風船45周年記念で、国立公園活性化、着地型旅行の組み込み型などの新商品造成や、販促プロモーションにより新たな需要を創造した。単年度での成果にはつながらなかったものの、今後につながる手応えを感じることはできた。

また、現地払いのウェブ専用宿泊プラン「My宿オンライン」を6月から投入した。全国の日旅連の施設さまを中心に、お預かりしているお部屋を使わせていただき、商品設定を行った。

従来の赤い風船とは異なる新たなお客さまの誘客を目指し、当初はスロースタートだったものの、秋口以降は堅調に推移している。

今年は商品数の拡大と販促策の拡充を図り、さらなる販売拡大を目指したい。

さらに、JR西日本との連携で取り組み強化を図った「おとなび・ジパング商品」は、高級素材や体験志向を捉えた新たな企画開発や、JR東日本、JR東海等との連携を行った。昨年は一部で課題は残したものの、拡大の兆しは見えた。

販売面においては、店頭販売、インターネット販売ともに苦戦した。店舗では、ウェブ技術を活用した営業強化を図った。今年度も来店予約や待ち時間におけるサービス改善などのCS強化を含めた、相談ができる、店頭ならではの強みを生かした営業を推進したい。

ネットは前年を大きく超えたものの、今までの継続的な成長から踊り場に来ていると感じている。海外OTAや他のサービスに負けない、当社の強い分野を生かした〝選択と集中〟の取り組みを進める。

――今年の取り組みについて。

大槻　商品面では、まずは赤い風船の立て直し。価格優先型から、付加価値の高い商品作りにシフトするとともに、商品の仕入れ、造成方法の見直しを行う。

特にJRセット商品における、当社ならではの企画や販促の実施で、これらの素材を生かすとともに、昨年得た課題をもとに、それぞれの商品の強みを強化する。個人型企画旅行の赤い風船、時価型対応が可能なMy宿オンライン、シニアパング商品という三つの特徴ある商品体系をもって新たなお客さまの開拓と日旅ファンの拡大に努めたい。

シニア向けのエスコート商品については、造成セクションを首都圏に移転し、術を使った営業展開を強化する。また、店舗立地周辺の個人や企業へのセールスなど、お客さまとの接点を拡大する。

来店者数の拡大に向け、好立地店舗でのインバウンド向けTIC（ツーリズム・インフォメーション・センター）の設置や、サービスと商品の拡充により、お客さまに喜んでいただける店舗、にぎやかで活気のある店舗づくりを行う。

さらに、お得意さま、おなじみさまなど、より密接な関係の、お互いの顔が見える重要顧客層の拡大を図る。そのために、各店舗の営業行動指標や顧客カルテを見直す。

今年は、グループ会社の日旅サービスが創業50周年を迎え、店頭を中心とした創業キャンペーンを実施するほか、京急観光の店舗網が加わる。日本旅行、日本旅行北海道、日本旅行東北、日本旅行OMCトラベルも加えた、グループの全国店舗ネットワークを生かした販促プロモーションを展開したいし、日旅連の皆さまには、ぜひこれら店舗をご活用いただきたい。

今まで成長分野に比重を置いた取り組みを進めてきたが、これからはお客さまをネットから店舗に誘導する取り組みや、逆に店舗からネットに誘導する取り組みを進める。

ウェブ専用商品については、店舗でも取り扱いができるよう、システムを改修する。ウェブ技術の恩恵を全ての販売チャネルが受けられるようにし、台頭する海外OTAやメタサーチに対抗したい。

また従来の販売チャネルでの取り組みに加え、従来の枠組みではできなかった同業他社や異業種企業・団体との連携、提携を進めたい。

各地域発の商品造成機能、各地域着の仕入れ機能、海外を含めた販売ネットワークと、フル装備した「日本旅行の強み」を生かして、日旅連の皆さまへの送客拡大を図りたい。

今年はTDR（東京ディズニーリゾート）35周年、明治維新150年、京都、栃木、山陰、愛知でのJR DC（デスティネーションキャンペーン）、六郷満山開山1300年祭など、今年ならではのイベントがあるほか、TWILIGHT EXPRESS瑞風などの豪華列車や各地域の特色を出した観光列車の運行など、国内マーケットには十分な素材があり、変革に向けてのチャンスの年と捉えている。

京阪神、中国、北陸発とともに、JR西日本エリア方面に向けた商品造成を加え、当該エリアへの旅行需要拡大を図る。

流通販売面では、既存の販売チャネルの強みを強化するとともに、新たな販路を開拓する。

店頭営業においては、昨年から新中計に掲げ、取り組みを進めているウェブ技

日旅連総会特集

3～8面