

観光立国の実現は地方(地域)から

「新時代の観光」旅行業の力で活性化をー

旅行業4社トップ座談会(9面から続く)



地方の旅館では後継者がいなくなったり、外資に買われたり、さまざまなきっかけで、文化の最前線「おもてなし」文化そのものであることから、その文化に触れて日本を

お互いのウィン目指す 客室販売へ共に知恵を

堀坂 高橋

「同じ釜の飯を食って」腹を割った意見交換をし、お互いのウィンを目指している。日旅連という若手経営者の勉強会も、私も講師として参加して会社や業界の環境や課題などについて話している。

さらに近年は会員施設と会社の若手セールス担当者との商談会「ワークショップ」も東京、大阪ほか、九州など各地で行っている。

今後、その関係性をさらに深化させていきたい。日旅連との議論の中では、最近「民泊」に関するものが多い。違法なものも外として、私が一貫して話しているのは、地方では大都市圏とは異なる、旅館・ホテルのキャパシティが十分にあるというところ。民泊の普及よりも、お客さまを地方に分散させる方が先だ。日本は公共交通機関が発達している。うまく利用して、地方のキャパを埋められるべきだ。これはオーパーツーリズムの解消にもつながる。

日協定旅館ホテル連盟は今までも今後も、われわれにとって最大にして最重要のパートナーであることは間違いなく。

高橋 O.T.Aがマーケットのニーズを捉え台頭しているというのには動かしがたい事実だ。それはそれで受け止めなければいけない。

われわれは、今までO.T.Aは競合相手という見方をしていたが、今は組むべきところはある。競争すべきところは組む、協業相手であり、競合相手でもあるというスタンスだ。

われわれはリアルエージェンツとして、店頭、渉外、メディア、コールセンターと、多様な販売チャネルをそろえ、お客さまに選択していただくというマルチチャネルの戦略をとっている。ウェブもその中の一つだ。

ただ、世の中は間違いなくF2T化し、ウェブ化している。これに対応する意味で、私どもは大きな商品改革を進めている。一言で言うと「タイプナミックパッケージ化」だ。

従来型のパッケージ商品の販売ウエートが落ちている。コースも固定、価格も固定という固的な商品が通用しなくなっている。ホテルもエリアも需給バランスに応じた価格をその都度設定している。それらを組み合わせて販売するタイプナミックパッケージを弊社においても国内、海外と

も進めている。リアルエージェンツとしての存在価値をどう出すか。価値の一つはコンサルティング力だ。いかにお客さまに寄り添い、かゆいところの手が届くサービスを行うか。

商品面では企画力だ。何の企画性もない、コモディティの商品を売っている限りはO.T.Aには対抗できない。弊社は「E-コース」という国内旅行ブランドがある。一定の企画性を持った商品でなくE-コースにはないという考えのもと、企画商品の強化を図っている。

今回の経営改革でやろうとしているのはソリューションに大きくかじを切ること。決断して脱旅行業ではないが、お

旅行商品を売っている限りは価格競争に必ずさらされる。しかし、ソリューションという観点でいえば、その価値を認めてもらえればそれなりの価格で販売できるし、課題というものは世の中に無限にある。旅行の販売だけにこだわって、人口減少でマーケットがシリンクするの

「同じ釜の飯を食って」腹を割った意見交換をし、お互いのウィンを目指している。日旅連という若手経営者の勉強会も、私も講師として参加して会社や業界の環境や課題などについて話している。

さらに近年は会員施設と会社の若手セールス担当者との商談会「ワークショップ」も東京、大阪ほか、九州など各地で行っている。

今後、その関係性をさらに深化させていきたい。日旅連との議論の中では、最近「民泊」に関するものが多い。違法なものも外として、私が一貫して話しているのは、地方では大都市圏とは異なる、旅館・ホテルのキャパシティが十分にあるというところ。民泊の普及よりも、お客さまを地方に分散させる方が先だ。日本は公共交通機関が発達している。うまく利用して、地方のキャパを埋められるべきだ。これはオーパーツーリズムの解消にもつながる。

設、観光施設、運輸会社が分けて隔てなく加盟した「KNTCTパートナーズ」を新設し、この4月からスタートする。

事業構造改革で近畿日本ツーリストトラファツーツーリズムの一体化を図っているのが、それぞれにある組織も一体化するのにはある意味自然なことだ。

会員の皆さまに趣旨を説明したところ、ご理解をいただいた。

ただ、その関係性を今、見直さなければ、あるいは一定の在庫を確保しなければ、客室が一定程度売れる。もう、そんな時代ではないということだ。客室売断のために、双方が知恵を出さなければならぬ。「ならではの価値」を持った、企画性のある商品と一緒に作りましよう。今、旅館・ホテルさんに申し上げている。

もう一つは、地域にお客さまを呼び込むための、着地型のコンテンツを一緒に考えましようということだ。われわれは地域交流事業と呼んでいるのだが、そのような発想が今までなかった。

今は地域間競争の時代だ。旅館単独にお客さまを呼び込むのはなかなか難しい。旅館にお客さまを呼び込むために、まず、地域にお客さまを呼び込むことを一緒にやりましよう。着地型の営業をしっかりとやっていきたいと思います。

坂巻さんが旅館・ホテル経営者の世代交代の話にふれたが、次世代を担う若手経営者は従来の価値観にこだわらず、合理的な志向が強い。旅業という組織に所属することの意義をしっかりと伝えたいと、離れていってしまう。そういう意味でも、コミュニケーションをしっかりとらなければならぬ。弊社も若手経営者の方々と年に数回、コミュニケーションをとる機会を持つ関係性を構築している。

協定旅館ホテル連盟との関係



客室が抱えるさまざまな課題について、解決する手段の一つが旅行ではあるが、それ以外のこともしっかり提案できる会社になることだ。これは会社100年以上の歴史の中でも大きな転換だ。

は目に見えている。協定旅館ホテル連盟との関係をどう認識し、今後、どのような関係を築いていくか。KNTCTは19年に新体制がスタートする。

丸山 現在、近畿日本ツー

き、スタートに向けて準備が順調に進んでいる。現在、近畿日本ツーリスト側側からクラフツーツーリスト側それぞれ一つの組織に加盟している会員も結構いる。新しい組織は相対的な組織になる。多くの皆さまのアイデアをいただき、O.T.Aに負けない価値ある商品を会

員の皆さまと一緒に作っていきたい。坂巻、以前からお話している通り、協定旅館ホテル連盟、協定運輸観光施設連盟の皆さまは車の両輪であることには間違いなく。どちらかが先に倒れたり、大きくなったりでは車は前に進まない。ともに成長をしていかなければならない。

地域と会社の関係を深めるためにも、連盟の皆さまとの連携が必要だ。

私は毎々、連盟の皆さまとはハードではな、ソフトとしてお付き合いをしたいと考えている。会員がどんな施設かという点ももちろん重要だが、両者が一体となって事業を進めるためには人間関係が何より重要だ。

旅館・ホテル業界で世代交代が進む中で、若手経営者の皆さまとは年に1回、われわれ経営陣とさくばらんな交流会を行っている。会社と個人を繋いでいるのか、きんのない意見を聞いてみる。毎回、あっと気が付かれることがある。

一体化でさらなる価値 ソフトのお付き合いを

丸山 坂巻



謹賀新年