

JTB創立100周年特集号 JTBグループの未来ビジョン



New Departure

2012年3月12日 創立100周年

「新たな世紀」に向かって

週刊



日本専門新聞協会加盟 紙 国土交通省交通運輸記者会所属 発行所 東京都台東区池之端2-7-17 井門町之端ビル2F 110-0008 観光経済新聞社 電話 03(3827)9800 (FAX) 03(3827)9730

宿泊・旅行業・運輸・自治体(観光全般)



JTB 田川博己社長

地域と生きるJTB

旅行業から交流を創造し促進する「交流文化事業」へと事業ドメインの舵を切ったJTBは、3月12日に創立100周年を迎えた。常に旅行会社として先頭に立ち、旅行産業の発展に大きな役割を果たしてきたその歴史は、日本のツーリズムの歴史とも言える。JTBが考えるこれからの100年は「交流文化事業が社会に貢献する世紀」だ。その未来の実現には旅館・ホテルなどの事業パートナーや地域行政機関との協働が不可欠である。「地域と生きる」を宣言する田川博己社長に話を聞いた。

2012年(平成24年)3月12日、JTBは100周年を迎えた。創立100周年を迎えた。明治から大正に元号が変わる1912年、木下淑夫(よしお)の掲げた「外客誘致論」の精神、つまり外国からのお客さまを誘致し外貨の獲得を図ることを目的として、ジャパン・ツーリスト・ビューローが設立された。順みると、この1世紀の間、JTBは明治、大正、昭和、平成の四代にわたって、幾多の試練を乗り越えてきた。ツーリズム産業はもともと、社会環境が大きく変化するなかで、JTBグループは常にお客さまの感

動と喜びのために、当社ならではの新たなマーケティングと需要の創出に努めてきた。その結果、今日では世界のツーリズム産業に影響を及ぼすことのできる企業グループへと成長することができた。これほどに長年にわたるお客さまのご愛顧はもとより、関係省庁、事業パートナーや地域社会など関係各位のご指導、ご支援の賜にばかりではありません。深く感謝の意を表したいと思います。併せてJTBのDNAを脈々と受け継いでくれた諸先輩ならびに現在の社員の尽力が、JTBグループの成長の基盤となっていることも忘れてはなりません。

「新たな世紀」へ向けて JTBグループは、この3月12日を未来に向けて「新たな世紀」を切り拓いていくスタートの日、つまり第2の創立の日と位置づけています。その新たな世紀とは「交流文化事業が社会に貢献する世紀」です。ツーリズム産業の1翼を担うJTBグループが、交流を創造し促進することで広く社会にその存在意義を認められ、世界中の人々から必要とされる企業グループとして永続していく世紀です。遠大な理想ではありませんが、新たな世紀を築いていくその一歩一歩が、JTBグループの成長の礎であり、同時に日本のツーリズム産業の新しい形を築いていくことでもあります。

JTBグループの経営理念は、「地球を舞台に、人々の交流を創造し、平和で心豊かな社会の実現に貢献する」です。私は、経営理念とは「ひとつの企業として社会における存在意義を常に問い続けるための社内に対する誓い」であり、一貫してその根幹部分は堅持し続けていると考えています。時代の変遷とともに多少の変更はありましたが、「社会貢献の精神」「お客さま満足の追求」「事業パートナーとのウィンウィンの精神」などの理念や精神は、創立以来変わらず受け継がれて社員の拠りどころとなり、すべての行動につながっています。

「長期」に守り続けるもの 「新たな世紀」に向かうには、過去から学び、そして守り続けるものがあります。私は、「The JTB Way」こそが、学び続けるものであると考えています。なぜなら、先輩諸氏から脈々と受け継がれたプロフェッショナルのDNAを形にし、JTBがJTBであり続けるための経営行動の指針を表したものが「The JTB Way」だからです。「The JTB Way」は、事業ドメインである交流文化事業を土台に「グループ経営理念」「お客さまに約束すること」「私たちが大切にすること」「行動規範」から成り立ち、そのすべての根幹にグループ経営理念が位置づけられています。

JTBグループの経営理念は、「地球を舞台に、人々の交流を創造し、平和で心豊かな社会の実現に貢献する」です。交流を創造し、促進することで、新しい文化や動きが生まれます。そこには無限の可能性が広がります。その可能性を形にし、人、自然、文化あらゆる交流を生み出す変革を続けることが、JTBグループの使命であり、ツーリズム産業の発展に寄与するものと確信しています。

「新たな世紀」へスタートの年 2012年は、日本のツーリズム産業にとって飛躍の年としなければなりません。なぜなら、今年が新たな世紀に向けての仕掛けをする絶好の「機」だからです。東京スカイツリーの開業やロンドンオリピック、日中友好40周年など交流を促進する一連のイベントがあることだけでなく、観光自体の日本の産業における位置づけが間違いなく変わってきています。

この特集号の基本テーマは、「地域と生きる」です。続く紙面でも一貫して地域とのさまざまな取り組みを紹介していきます。繰り返しますが、新たな世紀とは「交流文化事業が社会に貢献する世紀」です。交流文化事業の基盤を固め「価値ある出会いを創造し続けるには、事業パートナーや地域行政機関との協働が不可欠です。」

2006年4月、旅行業単一の力ではなく、グループ企業がさまざまな業種で力を発揮するべくグループ経営体制に移行しました。この新体制の意図は、第1が従来以上に地域に軸足を移す「地域密着

とを約束したいと思っています。そして、地域との絆を強く持ちながら、皆さまと一緒に仕掛けに注力していくことを約束したいと思っています。

未曽有の大震災から1年が経過しましたが、ツーリズム産業にも大きな影響があった一方で、日本人および観光人財の「強さ」を改めて再認識し、ツーリズム産業に携わって生きていく「誇り」と明日への「希望」が見出されました。

観光立国推進基本計画が今春を目処に改定される見通しとなり、観光が震災復興に貢献する「基幹産業」と位置づけられる方針が示されました。また、官民有識者会議が立ち上げた「クールジャパン戦略」では、観光や地域産品が「コアエッセンス産業」と位置づけられ、経済産業省を中心に育成が始まっています。ほかにもスポーツツーリズムやメディアカルツーリズムなど、今までの枠組みを越えた省庁横断的な取り組みが動き出しています。JTBグループとしても、能動的に自ら「仕掛け」と「仕組み」を展開し、着実に時流の一步先を進んでいきたいと考えています。



社員の生の声を聞き語り合う田川社長

- JTB創立100周年特集号 他面の主な記事内容**
- 2面 **事業ドメイン「交流文化事業」とは**
交流を創造し、促進することで、地域経済に貢献し、「地域と共に生きる」
 - 3面 **DMCへの進化を加速**
地域マーケティングと地域マネジメントにより交流人口を増大するDMCの取り組み
 - 4面 **より魅力ある商品作りへ改革**
宿泊施設やプランの持つ価値をパンフレットにはっきり明示。旅行先での「新たな楽しみ方」も提案
 - 5面 **世界の旅人を日本に**
世界各地の日本行きアウトバウンド担当者と国内の訪日インバウンド担当者から訪日旅行の拡大策を聞く
 - 6面 **ウェブ販売で攻勢かける**
宿泊販売の拡大に向け、客層別に「JTBホームページ」と「るぶらべら」の2サイトを展開。その戦略を探る
 - 8面 **宿泊施設を支える充実メニュー**
クレジットカード予約決済サービス、宿泊施設向け基幹システムなどJTBグループの各種ソリューション・サービスを解説
 - 9面 **旅行周辺事業会社の新展開**
JTBパブリッシング、JTBコミュニケーションズ、JTB商事、JTBフォト、ICSコンベンションデザインの地域活性化事業を紹介
 - 10-11面 **営業現場の社員による座談会**
店頭営業、一般法人営業、教育旅行営業それぞれ5人の社員が集まり、テーマごとに座談会を開催。営業現場での「私の実践」とは
 - 12面 **JTB100年の歩み**
1912年のジャパン・ツーリスト・ビューロー創立から2012年の今日まで、JTBが歩んできた100年を年表と写真で振り返る