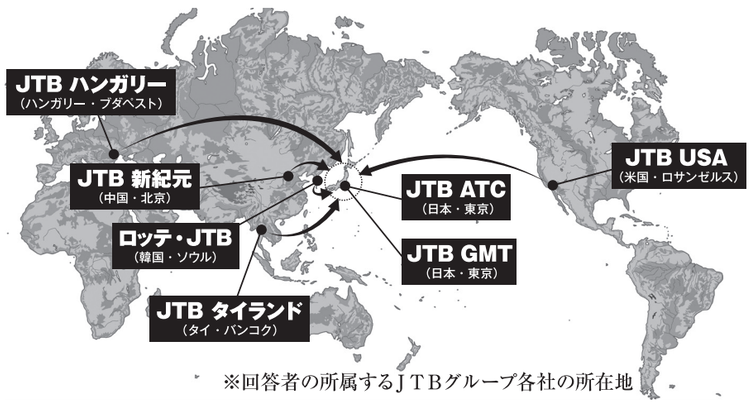
ＪＴＢ創立100周年特集号　ＪＴＢグループのグローバル事業



※回答者の所属するＪＴＢグループ各社の所在地

世界の旅人を日本に

ＪＴＢのグローバルネットワークは、世界33カ国に広がり、86都市に136拠点を置く。グループ全体の従業員は約２万6000人に及ぶ。ここでは各地域の日本行きアウトバウンド担当者、国内の訪日インバウンド担当者に登場してもらい、他の国・地域と比較して、訪日旅行を拡大、活性化するにはどうしたらいいのか、その課題や対応策、日本側受け地への希望などを聞いた。

JTB GMT

—入社のきっかけ。

「学生時代、さまざまな国の生活、習慣に興味があり、人々の交流を実現する旅の企画をしたいという思いがありました。カナダ留学中はホームステイをし、他国の文化、風習を知り、自国の良さも分かるようになってきました。同じような経験を多くの人に味わってもらいたいからです」

—日本の魅力は。

「47都道府県すべてに個性があり、それぞれ特有の文化、風習を持つことが最大の魅力だと思います」

—日本行きを勧める最大のセールストークは。

「日本での国際交流は『絶対に感動する』と伝えます。学生旅行は自分探しの旅です。日本人は話を聞くから学生も心を開きやすく、日本人のホスピタリティは海外の学生には想像以上に温かいものに感じるようです。特有の生活・文化体験の中で、学生は自分が受け入れられることを知ったり、自分自身の中に何かを発見したり、一回り大きくなるようです」

絶対に感動する日本での国際交流

ＪＴＢグローバルマーケティング＆トラベル
坂井 弘美さん

北米・オセアニア市場で主に訪日学生向けの国際交流ツアーを担当

—訪日旅行を増やすための会社の取り組みは。

「12年度はＦＩＴ、ウェブ、アジア、ＭＩＣＥを成長マーケットとして認識し、集中的にターゲット営業拡大を行います」

—どういう条件が整えば日本行きが増えるか。

「集中的なイメージ戦略を外国人の目線で行うこと。遺跡の国などの具体的なイメージがある国と異なり、日本のイメージは抽象的です。『もったいない』精神など海外の方が着眼して取り上げられた日本の文化、習慣などにヒントがあるように思います」

JTB ATC

—入社のきっかけ。

「旅行業界に勤める大学院の先輩の話を聞いたことがきっかけです」

—日本の魅力は。

「日本での生活はまもなく10年になりますが、外国人として日本の魅力を感じるところはたくさんあります。最も魅力を感じるのは、秩序ある社会とそれを支える文化です。人々が自ら規則やマナーを遵守する態度は、我々外国人が見習わなければいけません」

—日本行きを勧める最大のセールストークは。

「『日本は素敵なところですから、足を運んで、自ら体験しに来てください。日本には四季があり、各季節の魅力が溢れています。春はさくら、夏はみどり、秋はもみじ、冬は雪、それぞれ各名所で違う美しさがあるところが日本の魅力です』ということをよく話します」

秩序ある社会と文化が魅力です

ＪＴＢエイティーシー
李 娟さん

中国全土にわたる数多くの現地旅行社への見積り作成、旅行手配と精算など

—訪日旅行を増やすための会社の取り組みは。

「定期的に部内でディスカッションを行っています。直近のツアーで問題点があれば反省し、予定しているツアーの課題についてみんなで解決方を探ります。また、中国の観光客の習慣に合わせ、常に事業パートナーの皆さまに相談しています。食事などを手配する際、レストランに中国人観光客の飲食習慣を伝え、なるべくお客さまが気持ちよく食事できるように努めています」

—どういう条件が整えば日本行きが増えるか。

「両替が不便。日本で中国元を日本円に両替できる施設を増やす。また、ホテルや旅館などの施設に中国語を話せるスタッフをもっと配置することも重要です」

JTB ハンガリー

—入社のきっかけ。

「イギリス留学の際、ＪＴＢロンドンで主にイギリス人の日本行き個人旅行の手配をパートタイムでしていたのが始まりです」

—日本の魅力は。

「タイ人のインセンティブ旅行を手配するにあたり最も重要なポイントは、食事、買い物とサービス・安全です。『微笑みの国』と言われるタイですが、食や慣習に関しては多くの人が保守的です。例えば、京の雅な懐石料理について『味が薄かった』『ちょこちょこ運ばず、いっぺんに出してほしい』といった感想を持ちます。日本ではどこのホテル、レストランも事前に説明をすると、タイの調味料をテーブルに並べるなど特別な対応をしてくれます。客人をもてなすという昔からの『おもてなし』の心が大変強いように思います。食事内容もバラエティに富んでいて、そのお客さまに合ったものを準備できます。買い物も本当に多くの物に溢れ、『何度来ても飽きない』『楽しい』と言われることが多いです。サービスの良さには、交通機関、オペレーションに関する時間や内容の正確さ、そして安全、衛生面も含まれます。日本のサービスと安全は、お客さまを満足させるだけでなく、お客さまを日本へ招待するオーガナイザーにも大変安心感を与えるのではないでしょうか」

—訪日旅行を増やすための会社の取り組みは。

「どの旅行も日本人とタイ人のスタッフがかかわっています。これはとても重要です。日本人スタッフが良かれと思うことが、タイのお客さまには『ノー』ということも多いのです（特に食べ物）。また、タイ人スタッフが設定したコースが時間的に窮屈でインセンティブには向かないといったミスを事前に防ぐだけでなく、この季節はこの道が混む、この花が見られるなどアイデアを豊富に出すこともできます。これはタイのローカルエージェントでは難しいでしょう。最近では、日本へ行くタイ人も増え、『まだ見ぬ日本を見てみたい』というニーズが出てきました。そのニーズにこたえるため、今年から新しいデスティネーションの知識を習得する勉強会を始めるので、これも今後強みになると思います」

日タイのスタッフ協力して企画作り

ＪＴＢタイランド
小澤 恵南さん

自動車業界を中心に数多くの訪日インセンティブ旅行を手掛ける。バンコク支店のトップセールスの１人

—どういう条件が整えば日本行きが増えるか。

「簡単に言えば、価格でしょうか。他のアジアに比べ、やはり日本は『高額』というイメージがあります。ビザ申請に関しても、もう少し緩和すると良いと思います。また、私の今年の獲得団体の大きな目標の一つ、タイのインターナショナルスクールの日本への研修旅行にかかわることですが、日本だけでなく、海外からの学生団体グループにも行政などによるバスや拝観料などの割引や無償サービスがあると、日本をよりお勧めできます」

JTB 新紀元

—入社のきっかけ。

「中国で初めての中外合弁会社として、ＪＴＢ新紀元が２０００年５月に設立され、中国の旅行業界で注目されました。入社前には合弁の中国側の旅行社、中信旅遊総公司でずっとＪＴＢのインバウンド専門担当をしておりました。ＪＴＢの創造力、営業力、市場開発力、企業の文化が気に入って、ＪＴＢの一員として働きたいと思いました」

—日本の魅力は。

「日本は中国に一番近く、古代の中国文化の影響が大きいけれども、近代に入って西洋文化の影響と現代化が進み、それが中国人にとっては独特の文化的な魅力です。日本人の大自然への尊敬と保護、また温泉文化、美食文化なども非常に魅力的です」

—日本行きを勧める最大のセールストークは。

「訪日旅行を勧めるときは、緑、大自然、きれいな空気と水、温泉と健康美食をポイントにしています」

—訪日旅行を増やすための会社の取り組みは。

「ＪＴＢの日本で培った企画力とネットワークを生かし、中国の旅行社で進めているゴールデンルートなどとは違った地域、季節別、テーマ別で、日本を深く掘り下げた周遊型商品や、歴史、文化、風俗、美食を体験できる商品、大自然の魅力に触れられる商品の造成が重要です。もう１つは、ＳＩＴ市場に『日本行きなら』ＪＴＢ新紀元』というイメージを認知させるため、ＪＴＢ独自の商品と営業展開とともに、唯一の発受付一体の旅行会社であることの宣伝も重要です。中国のメディアを通じた宣伝と販促、旅行会社への商品推薦、ウェブでの会社イメージと商品の宣伝、セールスマンによる企業へのセールスなどで日本の魅力を十分に知らせることです」

ＪＴＢの企画力で魅力ある商品開発を

交通公社新紀元国際旅行社有限公司
李 善子さん

中国（北京）におけるアウトバウンドレジャー事業担当部長

—どういう条件が整えば日本行きが増えるか。

「現在の訪日中国人は団体旅行が多いのですが、フリーで日本へ行きたいという要望もだんだん増えてきました。団体行動の理由は、言葉が通じない、安心感がないことが主なものです。もっと多くのお客さまを日本へ誘致するにはフリーのお客さまに安心感を持たせる対応サポートセンターの設立が必要です。そして、ＪＴＢの１００年の歴史で構築した宿泊施設、運輸機関との関係、およびＪＴＢグループの資源を生かして、付加価値の高いサービスを提供し、弊社と一緒に中国マーケットで宣伝と販促、営業を展開すれば、団体旅行はもちろん、フリーで日本を訪問したいお客さまも獲得でき、その数を著しく伸ばせると思います。中国で唯一のアウトバウンドライセンスを持っている日系旅行社のＪＴＢ新紀元を、ＪＴＢ全社の力で訪日中国人拡大のために政策面で支持することも非常に重要です」

ロッテ・JTB

—入社のきっかけ。

「ロッテグループとＪＴＢのグローバルネットワークを活用したブランドネームバリューで、お客さまに一次元高いサービスを提供したくて入社しました」

—日本の魅力は。

「距離が近い、温泉が豊富、食べ物が新鮮、自然のさまざまな景観、いろいろなテーマの祭が催されている、親切な国のイメージがある、などです」

—日本行きを勧める最大のセールストークは。

「最近のお客さまは個性を求めています。特別待偶を受けたと一人ひとりが感じられるよう、性別、年齢別性向を考え、お客さまのニーズに合わせて日本の魅力を紹介しています」

—訪日旅行を増やすための会社の取り組みは。

「市場の多様なニーズに合わせて商品を造成するため、日本からいろいろな情報を集めて、造成担当者の知識向上を図っています。また、販売担当者を対象に教育セミナーを行い、お客さまが安心して旅行できるよう専門性とコンサルティング力も高めています。最近、お客さまの希望が増えているＦＩＴ商品に関しても強化を図っています」

多様なニーズに合わせ日本の魅力を紹介

ロッテ・ＪＴＢ
カン ミンソクさん

日本向けツアーパッケージ造成担当

—どういう条件が整えば日本行きが増えるか。

「最近増加しているＦＩＴの訪日客を対象にした観光案内施設の常設が必須です。ＦＩＴのお客さまはいざという時に助けとなる施設があることで、安心して旅行に出かけられます。また、日本の魅力を取り入れた、定番コースに留まらない商品を作っていきたいので、ＪＴＢグループの関係部署とさらなる連携をとっていきたいと思います」

JTB USA

—入社のきっかけ。

「北米にある中華系の訪日旅行専門会社で勤務していましたが、ＪＴＢ ＵＳＡの支店長と出会い、新しいマーケット（中華系の訪日旅行）を一緒に開拓しないかと誘われました。個人的にＪＴＢのブランドに憧れていたこともあり、訪日旅行のシェア拡大に期待を膨らませて入社しました」

—日本の魅力は。

「世界に誇れる伝統文化や風習、世界遺産などが数多く存在し、一方で自動車、情報家電などの最先端技術を持ち合わせている点。交通は旅行客にも非常に便利に整備され、公共施設や機関などでの治安や衛生面も良好です。食べ物は世界一おいしいと言いたい。そして、何と言っても外国人旅行者の心を動かすのは、日本人の礼儀正しさ、謙虚さです。日本人のこの行動性は東日本大震災で世界中に報道されました」

日本の礼儀正しさは外国人の心を動かす

ＪＴＢ ＵＳＡ
フイ リャンさん

在米の白人系主流市場と中華系市場に向けた訪日・訪アジア商品の造成企画、手配を担当

—訪日旅行を増やすための会社の取り組みは。

「在米の訪日旅行客により興味をもってもらう商品の造成のために販売担当者の訪日旅行に関する専門知識を向上させること。分かりやすく興味をそそられるような充実したウェブサイトの構築も必要です」

—どういう条件が整えば日本行きが増えるか。

「お客さまとの円滑なコミュニケーションが重要です。特に公共交通機関や旅館スタッフの英会話力の向上が必須。また、充実したウェブサイトの作成にもっと注力すべきです。顧客が必要とする情報を的確かつ豊富に取り入れ、動画などを交えた分かりやすく楽しい表現や伝達手法を用いることも大切でしょう」

JTB ハンガリー

—入社のきっかけ。

「旅行業界で働いている知り合いから業界の面白さを聞きました。高校卒業時に進路として旅行業界を希望し、大学に通いました」

—日本の魅力は。

「独特の文化が最大の魅力です。芸者、茶会や、忍者、武士の文化など日本でしか味わえない物がたくさんあります。私もスタディーツアーで2回日本へ行き、日本の風景、文化を自分の目で見ました。お客さまのほとんどは日本に行く目的を持って問い合わせをしてくる人です。日本に行くことができたおかげで、そのような人たちにも自分の経験を基に自信を持って日本を語り、お勧めしています」

—日本旅行を増やすための会社の取り組みは。

「ブダペストにある日本食レストランで懐石料理を食べる夕食会を定期的に開いています。日本に詳しいハンガリー人を招いて、日本に関する話をしてもらうなどしています。また、個人客にニュースレターを送り、ホームページでは日本情報も掲載するほか、ハンガリーで開かれる旅行博や日本イベントに出展し、日本に興味を持ってもらえるよう働きかけています」

懐石料理の夕食会定期的に開催

ＪＴＢハンガリー
ミンコー ユディットさん

主に日本、アジア行きのＦＩＴ、グループ客の旅行手配を担当

—どういう条件が整えば日本行きが増えるか。

「旅行手配をする中での問題は、旅館などで英語が通じないところが多い、ホームページに英語版がないことが多い点です。また、ハンガリー人の多くが日本へ行きたいと思っていますが、物価が高い壁となっています。航空券、宿泊料のディスカウントや安いパッケージツアーがあれば、より多くのお客さまが日本へ行けるでしょう」

感動のそばに、いつも。JTB

中国市場向けの
新しいプロモーションスタイルを
ご提案いたします。

日系では唯一の、中国における海外旅行取扱い認可を得たJTBと一緒に
新しい訪日誘客プロモーションを展開しませんか！？

※写真はイメージです。

JTB チャイナマーケティング事業推進室

これまで、中国からの訪日誘客を目指した様々なプロモーション活動が行われましたが、残念ながら現状はゴールデンルートを中心とした、偏った地域のみにデスティネーションが限られています。
現地旅行社へのアプローチだけでは商品は作られませんでした。またウェブによる情報発信もそれ単体では効果が限定され、知名度向上にもなかなか繋がらないのが現状です。

これからは地域の魅力を直接市場に訴求し、市場の認知や興味喚起を起点に、商品戦略、販売戦略を効果的に連動させた取り組みが必要であると思われます。

JTBチャイナマーケティング事業推進室では、上海の人気テレビ番組とのタイアップを起点に、商品開発から販売戦略の実施まで共同して行うプログラムをご用意しています。

番組撮影（野外ロケ）の様子

お問い合わせは、JTBチャイナマーケティング事業推進室　TEL：03-5796-5810　http://www.jtb-jbi.co.jp/jcm/

JTBのMoney Tラインナップ
海外専用キャッシュカード＆海外送金サービス

感動のそばに、いつも。JTB

専用口座に振込むだけで、海外滞在先のATMで現地通貨を引き出せる、
簡単便利なサービスです。

海外専用キャッシュカードなら　海外送金なら

Money T

海外へ行く機会が多いあなたの便利ツール
MoneyT Global
渡航前にお申し込み・お振込み
カードを持って海外へ
カード1枚で滞在先の現地通貨の引き出しや、ショッピングのお支払いにも使えます。

from Japan to the world

海外にいる大切な方への送金に
MoneyT
お申し込み・お振込み
海外にいる方がカードで引き出し
日本のATM　海外のATM
申込人が指定したカード利用者が海外ATMからカードを使って現地通貨を引き出せます。

世界200以上の国や地域で現地通貨を引き出せます。

株式会社 ジェイティービー　資金移動業登録 関東財務局長 第00003号

お申し込み・詳しい情報はWebサイトへ
http://www.jtbmoneyt.com
JTB　MoneyT　検索
facebook : JTB MoneyT