JTB旅ホ連特集

JTBグループ 旅行事業会社20社 宿泊販売の方針

昨年創立100周年を迎えたＪＴＢグループ。次の100年に向けて、中期経営計画「2020年ビジョン」を掲げてスタートした2013年はどのような戦略で挑むのか。国内宿泊販売に携わるグループ20社の社長に13年度の宿泊販売の方針や意気込みについて語ってもらった。

ＪＴＢ北海道

古田和吉社長

ＪＴＢ北海道は、「発受ハイブリット型会社への転換」を新中期経営計画のメインテーマに今年度のスタートを切った。

「受け」事業については、今年度上期「日本の旬 北海道」を機会に着実な成長を成し遂げたい。最大の目標は対前年110%の宿泊販売の達成。この数値を最低目標とし、グループ各社へ販売人員増、単価アップを強力に発信し今後の北海道観光に弾みをつけたい。

「日本の旬 北海道」契機に

また、旅ホ連会員の皆さまから頂いた情報を基に実現した「北海道感動の瞬間(とき)100選」を中長期的な集客コンテンツとして育てていく。

この100選の取り組みをスタートとし、①各地域で季節、天候、時間帯に応じた見所、お勧めポイントをデータベース化する②観光に従事する全員がお客さまへの案内、情報発信できるレベルを目指す③案内した客さまがさらに満足し動していただけるような取り組み(アクセス整備、ガイド養成、ホスピタリティー向上など)を地域の皆さまと連携し開始する④リピーター化が加速し、北海道がさらに「強いデスティネーション」に進化する。

16年3月の北海道新幹線開業も視野に入れ、まだ知られていない、たくさんの新しい北海道の魅力を発信し続ける取り組みを旅ホ連会員の皆さまはじめ地域と一体となって進め、観光の発展による地域経済の成長に貢献できるよう社員全員で努力することを約束する。

ＪＴＢ関東

今枝　敦社長

ＪＴＢ関東は「法人事業『教育事業『個人グループ事業」「提携販売事業」という四つの事業を有し、さらに昨年設置した「電話予約販売センター」そして「ＷＥＢ販売」を加えたマルチチャネル販売体制を持つ地域総合事業会社として宿泊券の増売を目指している。

店頭(個人グループ事)においては人材の育成に特に力を入れ「お客さまの満足度向上」と「リピーター顧客の拡大」「専門性の強化」により、宿泊券の増売に努力している。

法人事業においては「温泉ＭＩＣＥ」を推進し、旅と温泉（旅館）の持つ力をお客さまに提案することによって宿泊券販売を強化していく。そのための条件、販売ツール、オペレーションなどの整備が必要だが、同一フロアにある「関東仕入販売部」との連携により、着実に前進させていく。

「着地型コンテンツ」を推進

特に地元の優れた観光素材を企画商品化した「着地型コンテンツ」の開発を推進し、各観光地の魅力をＰＲし、ブランディングとともに県外からの誘客を促進したい。

また、下期に実施される「日本の旬 富士のくに」については、富士山の世界文化遺産登録が実現する運びとなり、域内需要の吸収創出にプラスして、域外からの誘客に向けての各種施策キャンペーンを実施していく。

ＪＴＢ旅ホ連各会員の皆さまとの連携をさらに強化し、より一層地域社会に貢献する会社を目指していく。

ＪＴＢ中部

諸江　寿社長

昨年度、中部では岐阜国体や高校総体をはじめとする大型ＭＩＣＥが集中し、域内宿泊の増売に大きな追い風となった1年であった。ＪＴＢ中部として、すべての案件にかかわることができ、また無事あっせんを終えることができたのも、旅ホ連関係支部の多大なご支援があったからこそと改めて感謝申し上げたい。

引き続き今年度は、伊勢の式年遷宮や世界遺産登録が濃厚な富士山を舞台に「日本の旬 富士のくに」が展開され、人の流れが中部域内に集まってくることが予想される。さらに、富士山は外国人にも知名度が高いこともあり、ここ直近の円安基調を追い風に、インバウンド需要の喚起も期待できると考えている。

この内外需の捕捉率を高めるためには、旅ホ連各支部をはじめ、中部域内の観光事業者、自治体、企業、住民の皆さまと連携、協力しながら、魅力あふれるオンリーワンの着地型商品を造成、提案が必要と考えている。そして、域内にできるだけ長く滞在していただけるよう、その商品をいかに数多く取りそろえられるかが鍵を握る。また、るるぶトラベルやＪＡＰＡＮｉＣＡＮにおける契約数の拡大、および商品自体の競争力向上などを強化していきたい。

域内の長期滞在を目指す

15年春の北陸新幹線金沢延伸に伴う首都圏マーケットからの誘客にも、今の段階から万全の準備を整えるべく、旅ホ連の皆さまとの連携をしっかりとっていきたい。

ＪＴＢ東北

千葉幸洋社長

ＪＴＢ東北は、2013年度からの中期経営計画で「地域からもお客さまからも『東北 ＯＮＬＹ ＯＮＥ』の存在へ！」をテーマに掲げている。これは、地域とお客さまから揺るぎない「信頼」を頂いて、あらゆる地域とチャネルで競争に勝ち、東北になくてはならない企業として存在感を発揮する姿を目指している。

そのためには、観光振興による東北の復興に向けて、東北の魅力である自然、文化、伝統芸能、食、ホスピタリティなどを磨き上げた商品を全国に流通させて、新たな視点で東北の地域づくりに貢献していきたい。

東北の地域づくりに貢献する

宿泊券の販売拡大に向けては、仕入企画担当者を県別に固定して、地域とＪＴＢ旅ホ連の皆さまに正対させて、より強い信頼関係の下にマーケットから必ずファーストチョイスされる商品造成へと進化させていきたい。

さらに、着地型事業を担う観光開発プロデューサーと仕入担当者が強固な連携を図り、宿泊券の販売拡大に向けたアクセルを踏んでいきたい。

地域活性化事業と地域づくりを推進していく。

東日本大震災直後に、震災復興支援プログラムとして造成した「学びのプログラム」は販売人員が1万1千人を超え、東北の復興ツーリズムに貢献している。今年度はプログラムを13コースに拡充し、ＪＴＢ東北が観光振興による東北復興の一助を担っているという自負心を持って、宿泊券の販売拡大に向けたアクセルを踏んでいきたい。

ＪＴＢ首都圏

生田　享社長

新生・ＪＴＢ首都圏の誕生から2年が経過し、今期からいよいよ中期事業運営計画「躍進2015」が始まる。「躍進」とは、この2年間の成果をさらに躍進させる、という意味であり、ＪＴＢ首都圏が名実ともにリテールのリーディングカンパニーとなり、事業パートナーの皆さまとお客さまに信頼され、そして評価される会社となるという意思表示である。

国内宿泊販売において

「躍進2015」スタート

も、事業パートナーの皆さまからお預かりした在庫に付加価値をプラスして商品化し、それをＪＴＢ首都圏の販売力をもって売り切る「製販一体」と「集中販売」のさらなる推進や、今後の成長事業と位置付けている提携販売部門の活用など、我々ＪＴＢ首都圏が果たす役割はまだまだ多い。

1都3県に張り巡らされた店舗ネットワークは大きな強みだが、13年度はこの強みをさらに強固にするために新たなエリアでも付加価値を創造してお客さまに提供することを目指している。

ＪＴＢ首都圏は今後もリテールのリーディングカンパニーとして「攻めの店頭営業」を展開し、国内宿泊の増売にしっかり貢献していく。未来へのステージに向けた皆さまの一層のご協力をお願いしたい。

ＪＴＢ西日本

髙橋広行社長

商品力強化とグループ全体最適を追求する国内商品事業本部体制のもと、ＪＴＢ西日本は、この機会を最大限に生かす。具体的には、国内商品事業本部との緊密な連携を保ちながら、一層商品改革スピードが加速されていくエースＪＴＢ商品の販売拡大を実現することで宿泊販売拡大に取り組む。

推進にあたっては、社員の成長を支援する仕組みとして構築した人財育成プログラムの運用を積極的に進め、人財力を高めていく。特に、営業力そのものであるＣＳや、お客さまのライフスタイルに合わせた旅の過ごし方などの提案力の向上を目指し、社内資格制度の「旅のスタイリスト」の取得を推進していく。

「交流創造企業への成長」

また、リアル店舗、人が介在することの価値についても引き続きこだわっていく。仕入・商品造成部門と販売個所とが一層連携した集中販売の仕組みを構築し、「日本の旬」への取り組みの強化と併せて、新たな製販一体体制を構築していく。

13年度からのＪＴＢ西日本の中期経営計画は「交流創造企業への成長」をビジョンに、中核分野である旅行事業において圧倒的シェアを獲得すべく取り組んでいく。

旅ホ連会員の皆さまとは、宿泊販売拡大に向けて、交流文化事業を加速させ、地域に新しい価値を生み出すことで需要を創造していく取り組みにおいて、ますます一層の連携強化をお願いしたい。