JTB旅ホ連

6支部連合会、沖縄支部、ホテル部会

宿泊販売4000億円を目指すＪＴＢにＪＴＢ旅ホ連の６支部連合会はどう連携していくのか。各会長、および沖縄支部長、ホテル部会部会長に14年度の取り組みなどを語ってもらった。

14年度の取り組み方針

今年もわくわくと活動
北海道支部連合会

大西雅之会長

今年度は、いよいよ宿泊券販売額4千億円の高みを目指すことになった。「プロジェクト4000」が貫徹されることに感無量の思いだ。

その目標達成に向け、支部活動の活発化を基軸としつつ、北海道支部連合会としては今年度新しく下記の事業を展開していく。

一つは地域づくりを目指して、会員と地域のコラボレーションによる着地型商品開発の具体的な事業に対して連合会として支援していく、というもの。より地域と一体となって活動をしていくシーンを創出したい。

二つ目は、訪日外国人のＦＩＴ化対策が叫ばれて久しい中、ＪＴＢ北海道がアジア全域を対象として進める「アジア最強クイズ王決定戦（仮称）」テレビ企画を通してその具体化を加速させること。北海道の体験型観光を始めとする数々の魅力あふれる素材を各国のテレビ媒体を通して、アジアの数億人の市民に直接訴えかけていくという、オール北海道の壮大な企画に協力し、ジャパニカンの力も借りながら、ＦＩＴ化対策の一つの起爆剤として今後につなげていきたい。

三つ目として「食材ピクトグラム普及への取り組み」。お客さまの体質や宗教上の理由などから食材そのものに対するお客さまの関心がこれまでになく高まる中、特に食と観光を標榜する北海道でこそお客さまに安心感を持ってご旅行いただくことを目指して、この運動を広げていきたい。

以上、関係の皆さまのご協力も頂戴しながら今年も北海道支部連合会一丸となって頑張って参る所存です。どうぞ引き続きご支援をよろしくお願いいたします。

魅力ある東北に変化を
東北支部連合会

久保田浩基会長

大きなイベントは「山形ＤＣ」のみである。お客さまにいかに東北の地に来ていただき、かつリピーターとなって訪れたくなる魅力ある地域に変わることができるか、真価を問われる年だ。

15年上期には「日本の旬　東北」の開催が予定されており、東北には、四季折々の自然の美しさ、温泉、食材が豊富（海、山）にそろい、これら観光素材に、「テーマ」「ストーリー」性を持たせ、「東北ブランド」として立ち上げ、ＪＴＢ東北、地域行政と一体になったプレ誘客活動を展開し、宿泊増売につなげていく。

また、これからの旅ホ連活動の基本は、「地域つくり」であり、主役は支部であるとの本部方針に則り、連合会としても支部が行う「地域つくり」を支援するとともに、「地域魅力発信」を地域行政と一緒になって取り組んでいく。

以上のことから、14年度も「宿泊増売」「人財育成」「組織強化」を3本柱として、ＪＴＢ東北、ＪＴＢ国内旅行企画東北事業部、旅ホ連事務局とより強固な連携を図り、三位一体となった事業を実施し、会員一丸となって、宿泊券予算を達成する決意で臨む。

エース赤パンフに注目を
中部支部連合会

渡邉幸一会長

「宿泊券増売」について、念願の4千億円の達成が目前に迫り、中部支部連合会としても全力を傾注して取り組んでいきたい。

ただ、メディア商品や団体商品、さらにはウェブ商品までが価格訴求に流れ、旅館の経営に変化を与えていることは注意すべきである。

特に大型館においては、損益分岐点の下支えには止むを得ないことではあるが、それだけでは分岐点のバーを越えられないことは知るべきである。

そのために長い検討を重ねて、エースの赤パンフがスタートしたわけであり、このことに会員はもっと注目してほしい。

受け地型の商品造成が叫ばれて久しいが、中部支部連合会は、中部圏誘致協議会と一体となって、日観協や中部広域誘致協とも連携を図りながら、中部8県の県観光協会・連盟と「魅力ある地域づくり」に邁進しなければならない。

幸いにもＪＴＢ出向者やＯＢの方がたくさんこういった組織に在籍してみえるから、我々と一緒に「地域の魅力づくり」とは何なのか、もっともっと掘り下げてほしい。

そうした中で「受け地型の商品造成」なり、「魅力ある観光地」が生まれてくるはずである。

インバウンド事業においても、量の必要性（格安ツアー）を否定はしないが、早い時点でのＦＩＴ取り込みのシステムを作り上げないと、宿泊施設のメリットは生まれてこない。

若い人たちは、自館を磨く方法論と、地域を魅力的にする手法を、「旅館経営人財育成アカデミー」でもっと学んでほしい。

ことは間違いないと考えている。

連合会としてはそのお客さまを大阪だけにとどまらず、関西、中国、四国へと周遊していただけるよう、地域の観光素材や魅力あるモデルコースを国内外へ発信と宣伝に取り組む。また、上期に実施されているＪＴＢグループ全社キャンペーンの「日本の旬　四国」、西日本の各地が舞台となっているＮＨＫの大河ドラマ「軍師官兵衛」など、今年度は誘客につながる素材が数多くあり、それらを最大限活用して宿泊が増大するよう、ＪＴＢグループと連携を図っていく。

また、地域への誘致宣伝事業や東南アジア地域のインバウンド誘致、47ＤＭＣと連動した地域交流事業、着地型ビジネスの開発を、宿泊増売委員会を中心に実施していく。

二つ目は「組織の安定・強化」である。連合会の会員数もここ十年間は漸減傾向にあり、昨年設立した「ホテル部会」を軸に、未加盟ホテルの加盟促進をすることより、会員の拡大と財政基盤の強化を図っていく。また、次世代を担う方々に旅ホ連活動にいっそうの理解を深めてもらうための、意見交換の場を設定し、ＪＴＢ旅ホ連活動のＰＲとともにシンパサイザーを増やしたいと考えている。

これらのことを着実に実行するには、ＪＴＢグループ各事業会社の強固な連携が不可欠であり、関係各位のご協力をお願いしたい。

増売と組織強化に重点
西日本支部連合会

藤本正孝会長

「宿泊増売」である。7月15日にオープンが決定したＵＳＪのアトラクション「ハリーポッターの魔法の世界」、これはＵＳＪに多くのお客さまを誘引するインパクトの強い要素となる。また、3月にグランドオープンしたあべのハルカスもあり、大阪への国内外のお客さまが大幅に増加する2014年度、西日本支部連合会では大きく次の2点に重点を置いた事業活動に取り組んでいく。

一つは、旅ホ連として継続したミッションの併せて、次年度につながる組織改変も見据え、連合会の各種委員会活動とＪＴＢ九州観光ネットワーク推進協議会（通称：観ネット）との活動もさらに連携強化させて、九州の誘客活動に全力で取り組んでいく。

また、9回目を迎えたＪＴＢ九州の地域活性化プロジェクト「新九州物語」。今年は、世界遺産登録候補のキリスト教会群を保有する「長崎・天草」で上期に実施している。

陸でつながる長崎・雲仙・平戸と海を隔ててつながる天草・長崎の離島を「空の下の屋根のない博物館」に見立て、この地区ならではの地域資源、着地型商品による両地域への旅行需要喚起と、旅行商品を通じた両地区のプロモーション、九州での異国情緒を感じる体験・交流の創出を目指して取り組んでいる。

関係諸機関の皆さまと協力させていただき、「観光立国」の実現に向けた取り組みを推進していきたい。

国内旅行企画と連携
九州支部連合会

豊田康裕会長

14年度は、今年4月に新会社として設立された「ＪＴＢ国内旅行企画」と支部・幹事支店およびＪＴＢ九州との三位一体の連携を一層強化し、次世代経営者育成と事業主体および地域の活性化につながる「人財育成」事業の支援強化、2年目を迎えるホテル部会の充実した活動による「組織の安定・強化」、そして「宿泊増売」に資する各種連絡会議の充実を3本柱として「活発な支部活動、元気な地域づくりによる宿泊増売」を基本方針として進めていく。

日本の旬で新たな財産を
沖縄支部

平良朝敬支部長

ＪＴＢの今年度は沖縄の年である。上期は「エースＪＴＢ重点販売地区」、そして下期は「日本の旬」。これら二つの施策をバネに入域観光客125万人、宿泊券販売総額251億円を目指す。

特に日本の旬は沖縄における今や大きなＤＣ（デスティネーションキャンペーン）である。「感動カラフル！あったか美ら彩の沖縄」をキャッチフレーズに展開する。内地ではＪＲグループが間断なくＤＣを行い、行政も含めて地域観光の底上げを行っている。ＪＲのない沖縄ではＪＴＢの日本の旬を使って地域の観光振興を行う必要がある。旅ホ連としては地域の着地型観光コンテンツ提供の協力や「感動の瞬間（とき）100選」「感動魅力人」の選定などをサポートしていく。

ＪＴＢは今や旅行業だけがドメイン（事業領域）ではないと公言している。交流文化産業を標榜する以上、日本の旬も一過性のものではなく、後世に財産となるものでなければならない。そして旅ホ連には、その財産をＪＴＢと共に継承していくことが求められている。例えば、感動の瞬間100選、感動魅力人である。例えば、沖縄に今までになかった「島鍋」である。これらが沖縄の新しいコンテンツ＝財産となり、定着すれば、沖縄新規客や沖縄リバイバル客の獲得につながる。

ＪＴＢグループ各社の総力を挙げた沖縄販売の協力をお願いする。

経済団体の活動、着実に
関東支部連合会

小林庄一会長

2013年度は、東京ディズニーリゾート30周年、富士山の世界遺産登録の決定、2020年オリンピック、パラリンピックの東京開催の決定など、首都圏、関東に注目が集まるイベント、ニュースが多く、また、和食が無形文化遺産に登録されるなど、国内の話題の多い一年となった。

14年度は、イベントの少ない年となるが、レジャー、旅行への意欲は持続され、国内旅行は堅調に推移するとの見通しである。このような環境下において、関東支部連合会では、今年度も各種委員会、部会活動をベースに、経済団体としての活動を着実に継続していく。

さらに、中期課題検討推進プロジェクトからの改革を結実し、活発な支部活動、元気な地域づくりのため、支部・地域主体の「宿泊増売」「新たな価値創造」の実現に向けた支援を強化していく。また、宿泊増売連絡会議の内容充実に向けた側面支援や、人材育成に向けた特別事業への取り組みも重要だと考えている。

今後、東京を中心に本格的な訪日インバウンド需要が見込まれるが、関東域内への拡大のため、新たな本部支援事業を推進し、旅行博への出展など、積極的な誘致活動も継続していきたい。

14年度、新たに「ＪＴＢ国内旅行企画」が立ち上がった。強力なパワーを発揮することに期待しつつ、各事業会社との連携を強化していく。関係各位のご協力を切にお願い申し上げる。

できるところから活動
ホテル部会

小田修部会長

昨年、立ち上げたホテル部会だが、次の事業を達する目的で設立されている。

①ホテル会員ニーズの旅ホ連事業への反映②ＪＴＢと会員ホテル、会員ホテル間等の情報共有とコミュニケーション③旅ホ連未加盟の加入促進

ホテル会員の加入状況は地域によって著しく異なり、増売ニーズも千差万別である。14年度は地域においては、ＪＴＢのホテル販売戦略に連動して「できるところからできる活動を行う」を推進していく。先行した成功事例を共有して、地域事情に合ったかたちで導入し、活動を展開していく。地域統括部長を窓口にＪＴＢ国内旅行企画と連携しながら、具体的な活動に移行する。

本部では、「価値を明示したホテルライフの提案」「ホテル自体の価値向上」などをめざし、ＪＴＢのホテル販売戦略、宿泊増売についての議論、提言を行う。

今年度から「ホテルビジネス実務検定」の受験支援をしている。旅館の「おもてなし検定」に替わるホテルバージョンである。受験場所も会員施設内でできるので、多くの方に受験してほしい。目標受験者数は1千人である。

ホテル会員については、今まで以上に積極的に支部の宿泊増売連絡会議や地域の活動に参加するよう呼び掛ける。特に経営層の方にはぜひそうした場に出て、地域の人脈を構築して、旅館会員と一緒に地域誘客、地域づくりに参画してほしい。ホテル間、ＪＴＢとの関係もこうした場面に参画することにより深化し、貴重な営業に関する情報も入手でき経営に生かせる。

最後に、加入促進についてだが、昨年の8月に第1回ホテル部会を開催以降、14年4月1日までの間に、46軒のホテル会員が加入した。その間の全体の加入件数67軒の68・7％を占めることになる。皆さんの勧誘努力に感謝する。引き続き多くの仲間を作りたい。

JTB旅ホ連特集

浅草ビューホテルでは客室やレストラン・宴会場から東京スカイツリー®がご覧になれます。

祝 東京スカイツリー®
開業二周年

TOKYO SKY TREE® Friendship Hotel
浅草ビューホテルは
東京スカイツリー®
フレンドシップホテルです。

くつろぎは、まごころから。
ビューホテルズ

浅草ビューホテル（東京都台東区）

ビューホテルズ＆リゾーツは、ただいま17ホテル
ビューホテルズは、国際規模のシティホテルからリゾートホテルまで、国内に17のチェーンホテルを繰り広げています。各地の魅力を活かしたホテルで、ごゆっくりおくつろぎください。

秋田ビューホテル（秋田県秋田市）
郡山ビューホテル（福島県郡山市）
郡山ビューホテルアネックス（福島県郡山市）
福島ビューホテル（福島県福島市）
平ビューホテル（福島県いわき市）
高崎ビューホテル（群馬県高崎市）
那須高原ホテルビューパレス（栃木県那須郡）
グリーンパール那須（栃木県那須郡）
成田ビューホテル（千葉県成田市）
ホテルプラザ菜の花（千葉市中央区）
ぎょうけい館（千葉県銚子市）
伊良湖ビューホテル（愛知県田原市）
岡山ビューホテル（岡山県岡山市）
ホテルグランビュー沖縄（沖縄県那覇市）
ホテルグランビューガーデン沖縄（沖縄県豊見城市）
ホテルグランビュー石垣（沖縄県石垣市）