魅力ある地域づくり

JTB旅ホ連 2015年度事業

JTB協定旅館ホテル連盟（JTB旅ホ連、福田朋英会長）は、2015年度の事業推進の基本テーマを「活発な支部活動、魅力ある地域づくり」として、旅ホ連の大命題である「宿泊増売」を真正面に据えた施策を展開する。事業活動では、従来の「宿泊増売」「組織強化」「人財育成」のほか、新たに魅力ある地域づくりと直結する「地域振興・観光振興」を加えた4本柱とし、その深耕を図る。創設から4半世紀を越えた「JTB旅ホ連共済」については、加入促進につながる施策を展開し、加入人数や加入率の維持、拡大を図っていく。

JTB旅ホ連特集

宿泊増売

「宿泊増売」では、15年度目標4200億円の達成に向け、JTB国内旅行企画の仕入・商品戦略に協力し、店頭販売、法人営業、ウェブ販売、海外ネットワークなどJTBの総合的な販売力を最大限活用する。

また、これまでに引き続き「JTBからの3つのお願い」や「お客様紹介運動」などでJTBグループに協力するとともに、三位一体（支部・幹事支店／地域事業会社、JTB国内旅行企画）の連携を一層密にし、支部主体の宿泊増売を推進する。

これらに加えて、研修やセミナー、MICE需要のユニット商品の開発支援を通した法人需要の拡大、宿泊アンケート評価点の向上、宿泊増売連絡会議の充実、あるいはJTB社員「旅館・ホテル社員研修プラン」の参画など、JTBとの協力体制の下で広角的に取り組んでいく。

3つのお願い

JTBからの「3つのお願い」は、①JTB国内旅行企画との協業によるJTBセレクト参画率②オンライントラベルエージェントに対して同額含む最安値率③JAPANiCAN（ジャパニカン）へのるるぶトラベルプラン登録率、に関するものだ。JTBが成長戦力に位置付けているウェブ事業、インバウンド事業への旅ホ連会員の参画を依頼するものだ。

JTBは、09年度に休前日の手数料（除く企画旅行）を13%へと2%下げた。当時の小田禎彦会長らが「窮地に立たされている宿泊業界に活性化の糸口を与えてほしい」と懇願したことから、それまで上がることしかなかった手数料がこの時、初めて下がった。JTBと旅館ホテルがウィン・ウィンの関係を築くために断行し、宿泊業界にとっても衝撃的な出来事だった。

「3つのお願い」は、JTBの英断に応え、JTBが進める販売施策に協力していこうとして始まった経緯がある。

以来6年が経過するなかで、当初の認識が薄れてきた感も否めない。JTB旅ホ連本部では「JTBからの『3つのお願い』への協力の意味を今一度考えてほしい」と呼び掛けている。

宿泊増売連絡会議

宿泊増売連絡会議は、旅ホ連会員とJTBとの情報の共有化、販売促進を主目的に、宿泊増売に向けた各種の連携策に関する重要な会議だ。JTBと旅ホ連会員の最大の目的である宿泊増売をさらに深化させるためにJTB国内旅行企画、支部・幹事支店、地域事業会社との連携でより一層内容の充実を図る。これに伴い全地域共通のJTB全般の宿泊販売政策に加えて、一部は地域事情を勘案した内容にアレンジし、理解促進に努めることにした。

宿泊増売連絡会議の開催は、14年度同様に年2回とし、そのうち1回は9月初旬から中旬の同一時期の開催とした。

会議では、総論として施設MD戦略を示し、各論でエースや手配旅行、るるぶトラベルとオンライン販売、インバウンド、Aユニット、地域MDや着地型旅行などを戦略面で捉える。

インバウンド・タイアップ作戦

インバウンド獲得の拡大は、JTBの成長戦略でもっとも大きな柱と位置付けられる。国土交通省・観光庁によると、14年に日本を訪れた外国人旅行者は1300万人超で、前年比29・4%増加。2年連続で過去最高を更新している。一方、少子高齢化が進展する環境下で、国内宿泊客数は減少傾向にあり、厳しい状況が続くと想定されている。現況を打破して将来へつなぐにはインバウンド対応が不可欠だ。

そうした中で旅ホ連は、JTBと連携した「インバウンド・タイアップ作戦」に取り組んでいる。同作戦の最大の特色は、地域事業に合わせたインバウンド施策を独自の展開としていくために主体をこれまでの本部から各支部連合会単位とし、柔軟な事業体制に変えたことだ。

また、実施への事業組織を新しく立ち上げるのではなく、「タイアップ」を前提とした。JTBグループ各社（JTBグローバルマーケティング&トラベルなど）、自治体、地域の交通機関、観光に携わる多様な関係個所とタイアップし、インバウンド誘客を実践する。

さらに、海外系サイトと競合が激しいJAPANiCANは、視点を換えると大きな伸びしろを内包していることになる。旅ホ連会員の積極的な参画によって、訪日インバウンドの最強サイトへの発展が期待されるところだ。

お客さま紹介運動

「お客さま紹介運動」は、JTBと旅ホ連の互恵に裏打ちされた取り組みの一つ。14年度は紹介件数が4158件だった。

現地受け入れ研修

「現地受け入れ研修」は、JTBグループ各社や提携販売店の担当者を対象に、支部連合会や支部単位で研修旅行の受け入れを行うもの。最新の現地情報の把握や会員施設との情報交換による販売力の向上を通じて、宿泊の増売につなげるのが目的だ。

14年度は、支部連合会や支部単独などで合計2426人（うち日帰り24人）を受け入れた。

本部の4委員会

JTBとJTB旅ホ連本部では「企画委員会」「情報委員会」「インバウンド委員会」「ホテル部会」の4委員会を設け、各テーマ別に宿泊増売に向けた協議を行っている。

①企画委員会

JTBの宿泊販売戦略に関連する政策議論の場で、JTBの当該部門責任者と忌憚のない意見交換を行う。

店舗販売政策、仕入・商品企画政策、ウェブ販売政策などの重要テーマについて、JTBの政策決定に際し参考となるよう提言を行う諮問機関であり、議事録を残さない議論が特徴。インバウンド、ウェブ販売の拡大にともなう仕入、商品企画の在り方などが、今後の重要な議論テーマとなってくる。

②情報委員会

情報発信の好事例、るるぶトラベルの関連情報についての意見交換を行い、宿泊増売につながる情報のあり方について検討、推進する。

旅ホ連ネットの新「やどこむ」の機能改善に向けた検証と提言、活用の周知が今年度の大きなテーマだ。

③インバウンド委員会

外国人客を誘致するための地域のインバウンド誘致の支援を行う。昨年度からスタートしたJTBと連携した「インバウンド・タイアップ作戦」の誘致活動の推進支援が大きなテーマだ。

インバンド受け入れの環境整備ための免税制度の紹介、温泉MICEの取り組み、JAPANiCANへのるるぶトラベルプラン登録の推奨などを図る。

④ホテル部会

ホテル会員ニーズの旅ホ連事業への反映、JTBと会員ホテル、会員ホテル間の情報共有とコミュニケーション、ホテル会員の加入促進が事業の目的だ。宿泊販売とともにホテル施設の増売を図り、ホテル滞在の楽しみを提言し新たな需要の創造を模索する。

JTBと連動した商品開発やホテルの経営課題の解決に取り組む。

JTBの宿泊販売目標4200億円を支援

アンケート向上やインバウンド拡大

連携で達成を目指す

宿泊アンケート評価点の向上

JTBが販売戦略で重視しているのは、旅行商品の品質保証による差別化。その中で旅館・ホテルの品質は、「宿泊アンケート」（お客さまアンケート）の評価点が基本となる。お客さまアンケートは、宿泊客の満足や不満の声を吸引する上で有効なツールだ。

JTBでは「パンフレット改革をはじめとした商品改革を継続し、魅力ある企画商品を造成するとともに、販売店におけるコンサルティングに活用し宿泊増売につなげるためには、宿泊アンケートによる評価が、より一層重要」と説明している。

一般的にアンケートによる回答では、CS面での不満や苦情が出やすいのに対して、賛辞や好評は表に出にくい傾向が指摘されている。不満や苦情は改善点として品質保証の維持に寄与するが、品質保証のより高次化には賛辞や好評を反映させることが大きな要素の一つになっている。

JTBと旅ホ連が掲げる「宿泊アンケート評価点の向上」は、回収率を高めることで「品質保証どおりの満足」を得てサイレントマジョリティ化している宿泊客の声を改めて表面化させることにある。宿泊客に「いい評価点をつけてもらう」ための誘導ではなく、JTBの旅行商品と旅ホ連会員の施設が共にクオリティ向上、競争力アップにつながるデータを得るのが、回収率アップの狙いだ。

昨年度に実施した「ひと声かけキャンペーン」の運動を徹底し、宿泊アンケート回収率の向上を進める。具体的には、宿泊アンケートを宿泊購入客に店頭で渡す時と投宿した宿泊客のチェックアウト時に回答を促す「ひと声」をかける。

実施概要は利用客へ「宿泊アンケートで宿泊・地域名産品が当たる」と訴求。期間は15年度（16年3月31日宿泊分まで）、内容は宿泊やエース商品を購入した個人・グループの代表者に1施設に1枚の「宿泊アンケート」（ウェブアンケート含む）を渡し、回答者に抽選で景品を提供する。告知はエースJTBパンフレットの裏面に掲載する。

カギは回収率アップに

今年度もエース商品カタログで訴求（15年版）

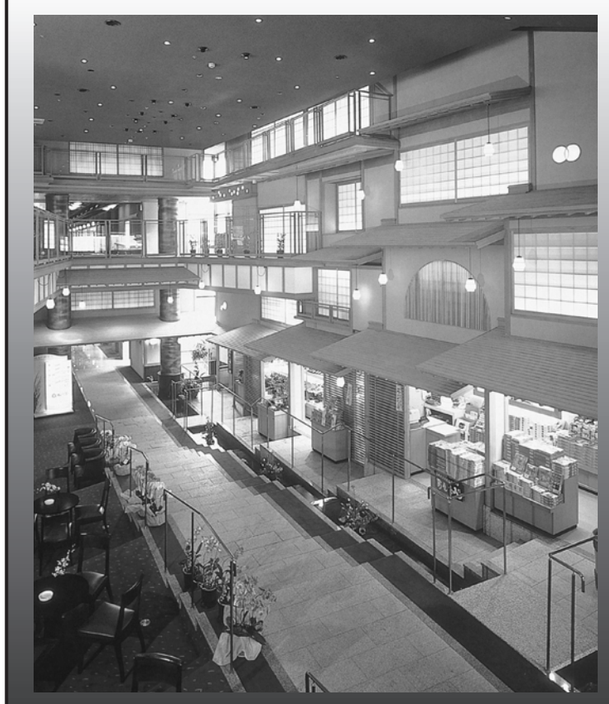
旅ホ連ニュースリニューアル

旅ホ連会員の情報誌「JTB旅ホ連ニュース」は、内容の充実へ向けて4月からリニューアル。紙面刷新の大きなテーマは、「支部活動と地域の活性化」の情報発信に置かれている。新企画の連載シリーズ第1回は、①支部だより＝愛知支部「インバウンド事業」実行チーム②ここが知りたい！＝JTBの国内旅行商品と仕組み「JTBセレクト」③インバウンド・タイアップ作戦レポート＝東北オンリーワンSITプロジェクト―など3本。

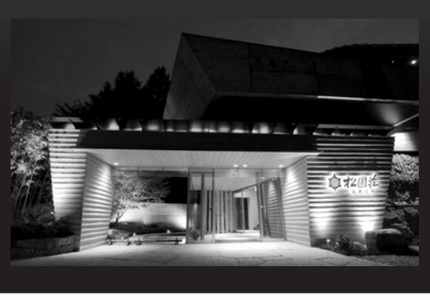
好評連載中の「地域の魅力を創る！」「旅館・ホテル探訪」、JTBグループや旅ホ連の情報「Win&Win」や「お知らせ」なども満載している。

旅ホ連ニュース（4月号）

JAPANiCANのトップページ



豊富で良質な泉質を誇る京都の天然温泉「湯の花温泉」のぬくもりを多彩な湯殿にてお楽しみください。



京都・湯の花温泉
政府登録国際観光旅館
松園荘
保津川亭

〒621-0034
京都府亀岡市湯の花温泉
TEL.0771-22-0903（代）
FAX.0771-23-6572

URL　http://www.syoenso.com
E-mail　info@syoenso.com