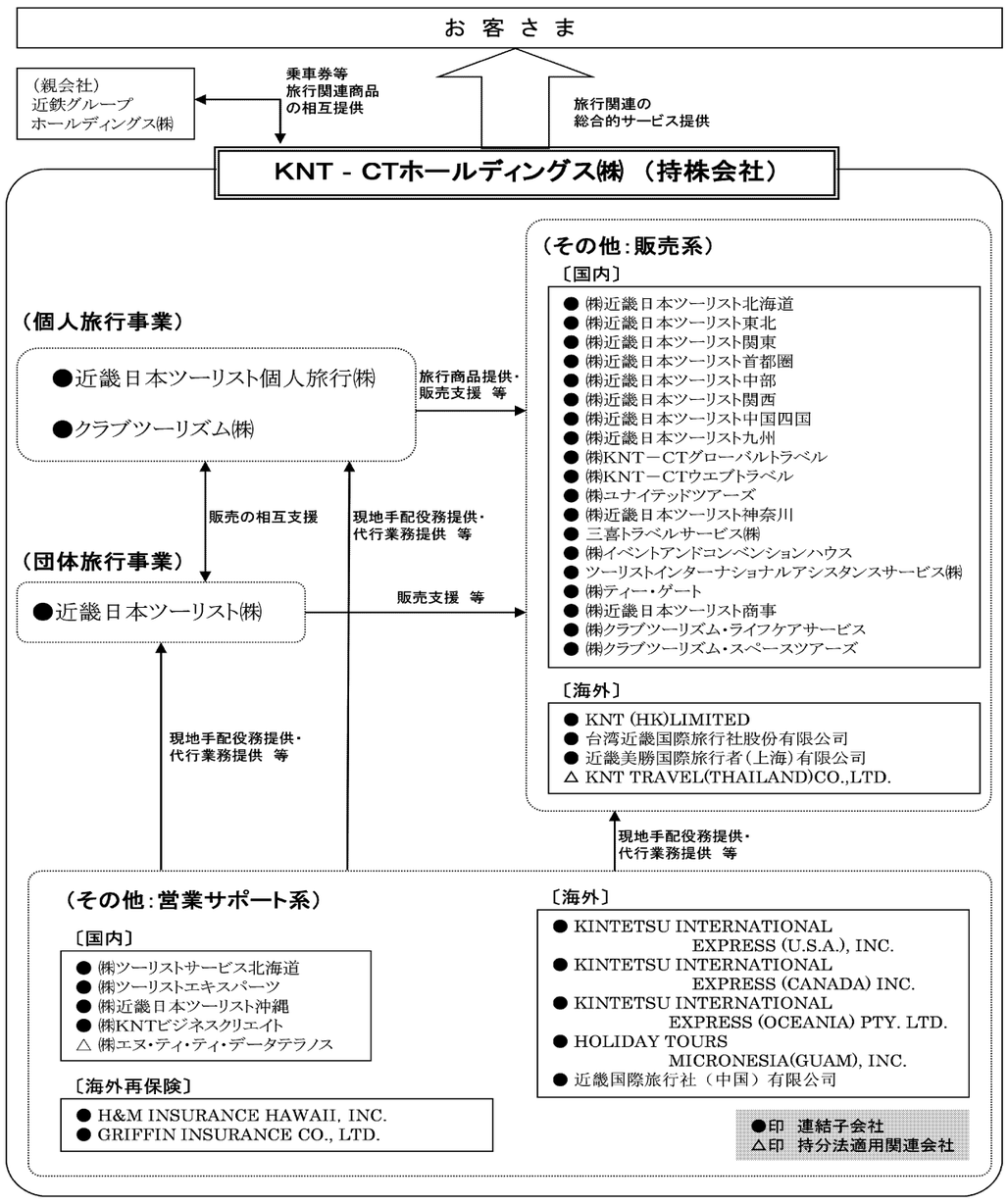
近旅連総会特集

KNT―CTホールディングス　企業集団の状況

KNT―CTホールディングスグループは、同社と同社の連結子会社36社、関連会社２社から構成。



近畿日本ツーリスト中部、近畿日本ツーリスト関西とＫＮＴ―ＣＴグローバルトラベルは、2017年６月１日に新たに設立し、同年10月１日に近畿日本ツーリストと近畿日本ツーリスト個人旅行から各地域における団体旅行事業や個人旅行事業、または専門分野に応じた事業を承継する吸収分割を行った。

近畿日本ツーリスト関東、近畿日本ツーリスト首都圏とＫＮＴ―ＣＴウエブトラベルは、2017年11月１日に新たに設立し、2018年４月１日に近畿日本ツーリストと近畿日本ツーリスト個人旅行から、各地域における団体旅行事業や個人旅行事業、または専門分野に応じた事業を承継する吸収分割を行った。

※図は2018年３月31日までの状況（出典・ＫＮＴ―ＣＴホールディングス平成30年３月期決算短信）

中期経営計画（2018～2020）を策定

ＫＮＴ―ＣＴホールディングス（ＨＤ）は、2016年に策定した中期経営計画を見直し、18年度から20年度までの3カ年計画として策定した中期経営計画を策定した。事業構造改革による売上高と利益の拡大を基本目標に設定。「近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟」「近畿日本ツーリスト全国ひまわり会」「クラブツーリズムパートナーズ会」の3団体の統合による仕入れ強化やウェブ販売の拡大、近畿日本ツーリストとクラブツーリズムの一体化による個人旅行の再構築、東京オリンピック・パラリンピックへの取り組みを柱とする単体旅行事業の拡大などを推進する。

事業構造改革に伴う組織再編を完了し、4月1日からメディア販売中心のクラブツーリズム、近畿日本ツーリストブランドを掲げる八つの地域旅行会社、ウェブ販売ほかの専門会社を核とする新しいグループ体制に移行。中期経営計画では、地域単位の分社体制で、顧客との接点を拡大し、すべての旅行関連の需要の獲得を目指す。ウェブ販売、訪日旅行、東京でのＭＩＣＥを取り扱う三つの専門会社で、専門領域における販売の拡大に取り組む。

連結収支は、2018年度は売上高が4170億円、営業利益が45億円、経常利益が47億円、当期純利益が22億円、2020年度には売上高が4560億円、営業利益55億円、経常利益57億円、当期純利益34億円を目指す。

個人旅行事業では①Ｗｅｂファーストへの転換②近畿日本ツーリストとクラブツーリズムの一体化―を基本方針とする。ウェブ販売に適合した商品の拡充、テーマ性の高い商品の開発、拡充を行う。販売方法もパンフレット販売から「Ｗｅｂファースト」への転換を進める。顧客データベースの充実や個人旅行の再構築、訪日旅行の拡大などを目的としたＩＴシステムの開発には3年間かけて約94億円を投資。スマートフォン対応の強化や近畿日本ツーリストとクラブツーリズムの顧客データベースの統合を行う。現在2社で1千万人弱ある顧客データの統合と会員顧客の拡大でデータ分析に基づく顧客へのアプローチを強化する。訪日ＦＩＴ事業では、国内ツアー、日帰り、宿泊商品の転用による商品の拡充やウェブ販売を拡大する。また、仕入れにおいては、近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟（2300会員）、近畿日本ツーリスト全国ひまわり会（750会員）、クラブツーリズムパートナーズ会（2600会員）を統合。3団体の統合により、約4千会員の団体となる見込み。

団体旅行では、東京オリンピック・パラリンピックのオフィシャルスポンサーの権利を生かした取り扱いの拡大や成長領域と位置付ける訪日旅行、地域交流、スポーツ事業の需要開発を進める。また、教育関連事業の領域の拡大として、修学旅行に加え、海外留学、イベントなどの需要を取り込み、少子化による需要減からの上昇を目指す。

着地型商品を拡充　訪日だけに頼らず

丸山氏　西野目氏

■18年度の取り組み

―18年度のＫＮＴ―ＣＴの事業展開は。

丸山　個人旅行についてはインターネット販売業者ではできない、当社ならではのテーマ性の高い着地型商品の拡充に取り組む。ＫＮＴの支店網を生かして、地域の観光コンテンツの発掘と集約を図り、個人旅行のみならず、訪日旅行、団体旅行などの各事業のツールとしても利用できるよう、コンテンツのデータベース化を図る。同時に、ＫＮＴの商品造成体制については、発地型から着地型への転換を図り、ＣＴではテーマ旅行事業の拡大を一層進めていく。

―旅連の18年の動きは。

西野目　リアルでしかできない事業を再認識しつつ、ウェブへの取り組みも同時に推進し、会員の数字に貢献できる事業展開を進める。また、地域会社と地域連合会・支部との関係を今よりもっと強固なものにし、地域での事業展開に協働で臨んでいく。

企画旅行の販売が難しくなってきている中で、少し考え方を変えなければならないとも思っている。例えば、北海道、東京、大阪、沖縄などで地域性があり、売り方も違うはず。これまでは2泊3日を売る場合でも同じ手法で売っていた。土壌が違う訳だから、地域ごとで販売手法を考えていく必要があるだろう。

いずれにしろ、今はお互いのパイを上げていくことが重要。少子化と共に旅行客が減っていくだろう。そうは言っても、減少分を海外に求めるだけでは危ない。海外だけでは、政治的リスクなどが大きすぎて怖い部分がある。東南アジアや東アジアを中心に訪日客が増えているが、そこに何かあると崩れてしまうだろう。日本には人口が1億2千万人いる。そこを動かしていかなければならないし、動かせるのは旅行会社だ。会社と共に地域のいろいろなものを一緒に協力して動かしていく。われわれは会社と一緒に日本のお客さまをもう一回掘り起こしていくという作業を行っていく。

―旅連からの意見については。

丸山　先ほども述べたが、販売方法について考える時に、各地の旅連の支部の方々と仕入れ、企画から一緒に考え、商品を造り上げることで、ＯＴＡでは簡単に造れないものができる。これまでは全国のデータを十分共有できていなかったが、全部を共有できるようにもする。お客さまがどれだけ商品を購入されたかということがすぐ分かれば、良い商品かどうかの判断もできる。紙媒体ベースだと、パンフレットの散らばり方などバラバラで、いつどの時期にどう売れているかが非常に分かりにくい。そこが、ウェブだとすぐに集計できる。また、仕入れ、企画など造成部門が一生懸命商品を造ったが売り上げについてよく分からない部分なども明確にし、表彰をするなど社員のやりがいの部分も大きく改善していきたい。商品を造った本人がすぐに現状を知ることができれば、やりがいもできるし、もっと違ったことに早く取り掛かることができるようになるだろう。

■　■

―会社に向けてメッセージを。

西野目　全体的な話をすると、「われわれも行く」と言いたい。会社に商品を造ってもらい、売ってもらっているだけという時代ではない。商品も販売もお互いに責任があると思っている。首都圏でもローカルでも、商品のもとを作る責任が私たちにはある。これをスピードを上げて作り続けていかなければならない。いかに情報を早く伝えるかというスピード時代であり、販売もただ任せきりではいけない。ウェブは良いもの、問題のあるものをすぐに簡単に反映し削除できる。そういう時代なので、情報を互いにもっと交わして、良い商品をお客さまに提供していかなければならない。われわれもただ受けてお客さまを満足させるだけでなく、商品にも責任を持つ。そういうことをこれからもやっていきたいと思っている。

―旅連会員に向けてメッセージをいただきたい。

丸山　ごあいさつをさせていただく時に「売り上げを落としているので大変ご迷惑をお掛けしている。せっかく貴重なロットをいただいているのに消化できないというのはわれわれの責任。今度はおわびを帳消しするぐらいの努力をする」といつも申し上げている。旅行会社だけで考えていても限度がある。地域の方々は地元の名士の方々であり知恵や人脈も幅広い。われわれはそれを経営に生かしていかなければならない。期待に添えるように努力していく。

地域の力を生かす　商品にも責任持つ

丸山氏　西野目氏

平成30年度　近旅連通常総会開催おめでとうございます。

全国ひまわり会は、近畿日本ツーリストおよびグループ会社を全力でサポートします。

名誉会長	丸山　隆司	KNT-CT ホールディングス	理事	小野寺邦夫	東北観光施設協力会	理事	松田　健	全国ひまわり会中部地区会
会長	仲地　政英	沖縄ひまわり会	理事	伊藤　一郎	東北運輸ひまわり会	理事	馬場　康行	全国ひまわり会中部地区会
副会長	井上　徹	九州ひまわり会	理事	波多野　淳	首都圏運輸協力会	理事	中村　健治	関西ひまわり会
副会長	渡邊　克仁	北海道ひまわり会	理事	堀内　哲夫	ひまわりしょくみ会	理事	塩川　耕士	関西運輸ひまわり会
副会長	酒井　博	KNT-CT ホールディングス	理事	村松　資夫	山梨ひまわり会	理事	西山　健司	中国四国ひまわり会
			理事	福田　敏幸	新潟ひまわり会	監事	吉田冨士夫	ひまわりしょくみ会
			理事	川原　芳且	長野ひまわり会	監事	日下部彦宏	全国ひまわり会中部地区会

近畿日本ツーリスト全国ひまわり会（事務局）〒101-8641 東京都千代田区東神田1-7-8 ユニゾ東神田一丁目ビル　TEL.03-6891-6829　FAX.03-6891-6875