日本旅行と日旅連 新時代の新たな連携を語る

（3面から続く）

桑島　全国の旅館やホテルの若い経営者と幹部社員で構成している営業推進委員会（営推）には特に期待をしている。旅連本部に42人、全国の12支部連合会に合計100人ほどの委員がいる。メンバーは皆、バリバリ、シャキシャキと輝いており、いずれは私たちみたいになるのだろうが（笑い）、若い感覚で日本旅行社員の人たちと宿泊販売の拡大に向けて真剣に議論し実行に移しているのは心強い。

本部の営推は、国内旅行活性化委員会、成長戦略委員会、インバウンド部会の2委員会1部会体制であったが、19年度からインバウンド部会を委員会に昇格させる方針だ。

若手メンバーが参加する勉強会「日旅連塾」は今年で11回目を迎える。堀坂社長をはじめ、会社の方や専門家に観光業界のこと、日々の営業に役立つことを講演していただき、意見交換などを行っている。皆、いい刺激になっているようだ。今年は11月の開催を予定している。この事業はできる限り続けていきたい。

会社との商談会「ワークショップ」も各地で例年通り開催を予定している。

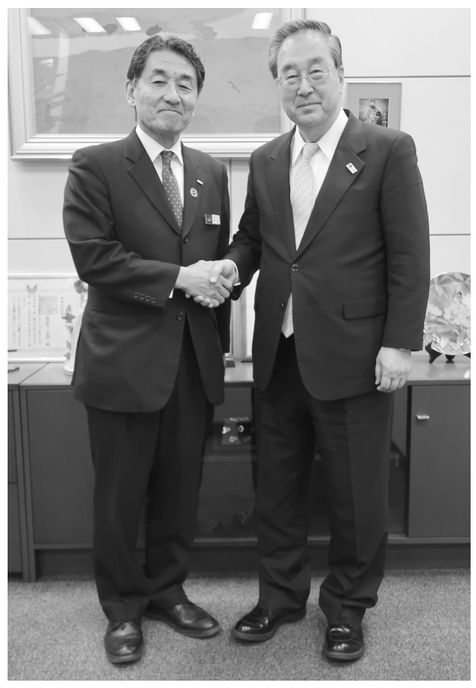
堀坂　日旅連塾は私にとってもいい刺激になっている。講演だけでなく、懇親の場でも若い経営者の方々の話を聞くと、同じ経営者として参考になる話がたくさん出てくる。

営推のメンバーは、次世代の日旅連と業界を背負う人材だ。現在日旅連の各地区連合会長などで活躍されている方々も、かつては営推で活動されていた方が多い。日旅連には、そういう伝統がある。大変心強く思う。

桑島　日本旅行のいいところは、旅連との結び付きが強いところだ。社長をはじめ、一般の社員まで、共にやっていこうという意識が強い。これは110年以上続いている企業文化なのだろう。

堀坂　そこはわれわれが誇れるところだ。

桑島会長には、会長に就任された時に、とにかく本音で意見を言い合いましょうと冒頭おっしゃっていただいた。私もまさに望むところで、さらにその関係を強くしていこうとの思いがある。



握手する堀坂（左）、桑島両氏

旅連とフォローの風を共有
宿泊増売直結の取り組みを

——会社から日旅連、日旅連から会社に求めることは。

堀坂　営推、日旅連塾、ワークショップ、総会と、われわれと交流する多くの場がある。われわれは日旅連の皆さまとの時間を大切にしている。ぜひ、積極的に参加をいただきたい。

来年の五輪・パラリンピックに続き、21年に関西ワールドマスターズゲームズ、25年に大阪万博、26年に愛知・名古屋でのアジア競技大会開催が決まった。私たちにとって、幾重にもフォローの風が吹いている。これらのイベント等を通じて、ウィンウィンの関係をさらに強めていきたい。

桑島　旅連と会社、双方が忌憚なく話ができる関係をこれからも続けていきたい。そして会員の宿泊増売に直結する取り組みを、さらに一緒になって踏み込んでいければいい。

日旅連には旅連政策委員会という諮問委員会がある。これは旅連のこと、会社のことを考えて提言する委員会なのだが、今年度から新たな体制で運営される。新しい委員長と相談して、旅連と会社、双方のためになることを考え、実行してまいりたい。

——最後に、日旅連会員にメッセージを。

堀坂　会社と旅連は車の両輪という考えは今後も変わらない。将来に向けて、共に進化する関係でありたい。

若手、あるいは中堅、重鎮の方々と、多岐にわたる場で、本音で議論をすると同時に懇親を深めたい。

桑島　インバウンドが増えている。国内のお客さまと同じように、喜んでいただけるおもてなしに努めていただきたい。それが日本へのリピーターとして再訪を促し、旅行日数の増加にもつながる。

ワークショップは旅連会員と会社の皆さまの接点として大切な場だ。関東、中部、関西、九州以外にも開催場所を広げているが、さらに全国に拡大したい。会員の皆さまの積極的な参加をお願いしたい。

日本旅行 2019年の経営戦略

「グローバル」を重点テーマに

日本旅行は2017年から4カ年の中期経営計画「VALUE UP 2020」を推進している。インバウンド、インターネット販売など中核分野と位置付ける部門や、新たに柱とする地方創生事業を強化し、計画最終年に総販売高4400億円などの達成を目指す。小谷野悦光専務に計画折り返し地点の現状と今後を聞いた。（聞き手＝本社・森田淳）

代表取締役専務取締役

小谷野　悦光氏

——会社の業績について、昨年の振り返りを。

小谷野　豪雨や地震など、災害が大きく響いた。西日本と北海道の「ふっこう割」商品を販売したが、当社の事業年度は1～12月。今年3月まで延長された北海道商品は今年の分が前年の売り上げにカウントされないため、数字だけ見れば落ち込みをカバーするまでには至らなかった。

国内企画の「赤い風船」は2015年にかなりいい数字を残したものの、その後2年間は前年割れが続いた。昨年は企画や販売面でさまざまな工夫を行い、災害があって売り上げは前年に満たなかったものの、今後に向けて手応えを感じた。

企画についてはネット専用商品や企画性のある商品の開発。販売面ではリアルでの販売がまだ多い中で、店舗においていただくことのメリットをお客さまに認識してもらう取り組みを行った。特に店舗のCSについては毎月チェックをしている。その成果もあって、昨年、日本生産性本部のJCSI（日本版顧客満足度指数）調査で、旅行業部門の顧客満足度1位を獲得できた。これは社員の励みになっている。お客さまの声を聞くと、店舗のたたずまいや社員のきめ細かな接遇、安心・安全のフォロー体制が評価されている。さらに進化をさせたい。

——17年から20年までの4年間の中期経営計画を推進している。2年目を終え、折り返し地点の現在の状況は。

小谷野　来年の最終年度に向けて、個別に強弱はあるが、おおむね順調に進んでいる。

法人営業はわれわれが強みにしているBTM（ビジネス・トラベル・マネジメント）をきっかけにした提案や、イベント運営など地方創生を含めた着目線による取り組み。インバウンドも高い伸びを示している。

個人旅行営業は、ネット販売が堅調だ。リアル販売は先に述べたように店舗ならではの良さをしっかり打ち出すこと。商品面ではお客さまのさまざまな志向に合わせたSIT（スペシャル・インタレスト・ツアー）など世の中の流れに沿った商品や、JRセットプラン、「おとなび」会員向けなど当社の強みを生かした商品を強化している。

——法人営業、個人旅行営業、インバウンドに次ぐ四つ目の柱を目指す地方創生事業について。

小谷野　地方創生は国の政策として推進されている。当社もその流れに沿い、当社ならではの武器を携え、あるいは他企業とのコラボにより、各地方で推進している。

拠点となる各地の支店については、地域から人を外に出すアウトの機能に加え、地域に人を呼ぶ受けの機能を身に付けつつある。地方創生事業の推進は、支店の機能を強化することにもつながる。

国内からの誘客はもちろん、海外からの誘客。さらには名産品のPR、販売という、旅行から少し離れた領域にも入り始めている。

——地方創生の具体例をいくつか。

小谷野　新潟・佐渡観光推進機構には当社が日本政策投資銀行、佐渡汽船とともに出資をしている。スピード感のある取り組みを行い、地元でもかなり認識が高まっている。ほかの地域にも水平展開できる事例が積み重なってきている。

北海道の道南いさりび鉄道では、観光列車「ながまれ海峡号」をプロデュースしている。この取り組みも全国に広げようとしている。

——今年のテーマは。

小谷野　「グローバル」を重点テーマの一つに掲げている。意味するところはインとアウト、両面の強化だ。

在外の拠点は日本からのアウトを扱う現地のオペレーター機能が主だったが、数年前から日本へのインバウンド機能も持たせている。

ただ、在外拠点の管理はグループ事業部、日本からの海外旅行客のお世話は海外旅行事業部、日本へのインバウンド客のサポートは国際旅行事業本部が行うという、分散管理になっていた。

そこをトータル目線で、現地でどんな必要な手を打つべきなのかを考えるのが1月1日付で新設したグローバル戦略推進本部だ。これは堀坂社長肝いりの組織だ。グローバルという名だが、当面は東南アジアを中心とした展開になる。しっかりと戦略を構築したい。

組織改正でいえば、2月1日付で万博推進室を設置した。25年の大阪万博開催が決まり、これから関西がスポットライトを浴びる。さまざまな展開を考えたい。

中計では人材の活性化を経営戦略に掲げている。その意味で女性の活用を会社として非常に大事にしている。子育てなどさまざまなテーマがある中で、在宅での仕事も含めて大きな負荷がかからずに、どううまく仕事を継続できるのかを全社挙げて考えている。

支店については本社と離れているため、会社がどの方向を向いているのか分からなくなることがある。そうならないように、互いのコミュニケーションを密にする場を若手、中堅と、それぞれの層ごとに作る。

——OTAの台頭でリアルエージェントの存在価値が問われている。

小谷野　コンサルタントなどリアル店舗でのきめ細かな対応。ネットではできないことを追求しなければならない。ネットの部分では私ども単体だけでなくOTAとの連携や法人営業部門とも連携しながら、ほかのさまざまな旅行コンテンツをお持ちの企業とのコラボも一つの方法だろう。

——今年の旅行市場をどう見る。

小谷野　1～6月の上期の予約は国内、海外問わずこの10年で最もいい。ゴールデンウイークの10連休が影響している。夏季については昨年、さまざまな自然災害があった。ないに越したことはないが、リスク管理は当然しなければならない。

消費税の引き上げは、国もさまざまな経済対策を講じているので、大きな変動にならないように願いながらも、ご旅行に行っていただくきっかけをわれわれ自身が工夫してつくる必要がある。

——日旅連との関係について。

小谷野　これまでと変わらぬ関係、そしてさらに進化する関係を築いていきたい。

会員の皆さまからの情報や意見は本当に貴重だ。旅連の皆さまとの対話をさらに活発にすることが当社にとっても旅連の皆さまにとっても大事なことだと思う。

会員の皆さまのそれぞれの特性を理解し、ニーズに合わせて個人、法人、インバウンドと多様なお客さまをお送りする。それをワンストップでできるのがわれわれの強みだ。

皆さまの声をしっかりと受け止め、実績を残す。そういうことができる企業だと認知をいただければと思う。

自分らしく生きる女性のための旅「たびーら」、
西日本の魅力を再発見する旅のご提案「JRで行く西への旅」、
子供たちの健やかな成長を願う子供たちだけの自然体験「トムソーヤクラブ」。

日本旅行 NIPPON TRAVEL AGENCY

株式会社日本旅行
宣伝部長ハローキティ
HELLO KITTY
©1976, 2019 SANRIO CO., LTD.
APPROVAL No. G593300

お客様に選んでいただける特徴ある旅をご提供し続ける日本旅行の更なる挑戦です。

女子旅といえば“たびーら”！

旅好きな女の子のための旅特集[たびーら]

女子旅といえば「たびーら」！読者モデルや日本旅行の女子社員がコースを厳選し自信をもっておすすめする「日本全国女子旅モデルコース」、スイーツを楽しみながらゴルフやサイクリングなどを楽しむイベントツアーを開催する「たびーらスポーツ」が人気です。

●女子のストレス解消に効く癒しの旅を「たびーらちゃん（33歳OL）」がご紹介します。Facebookページでも情報発信していますので、ぜひご覧ください！

http://www.nta.co.jp/tavira/
たびーら　検索

岡山・広島・山口など、西日本への旅は見どころが満載です！！
日本旅行では、JRや新幹線を利用した旅行のプランを
多数ご用意しております！

JRで行く西への旅
それは、西にある。DISCOVER WEST

http://www.nta.co.jp/jr/shinkansen/dw2/
JRで行く西日本　検索

子供の健やかな成長を応援する旅

今年で32年目となるトムソーヤクラブは、新しい世代をになう小学生・中学生が、ツアーを通じて、自然に親しみ、自主性のある、健康で、愛情に満ちた人材に育つための活動を推進しています。

●夏休みのサマーキャンプやサマースクール、春休み・冬休みのスキーキャンプなど、小学生・中学生を対象に子供だけで行く季節毎の自然体験旅行を企画しています。

http://www.tomsawyer-club.jp/
トムソーヤクラブ　検索