KNT―CTパートナーズ会総会特集

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、KNT―CTホールディングスと同社の連結子会社33社、関連会社2社から構成。（4月1日現在）

お客さま

（親会社）近鉄グループホールディングス㈱

乗車券等旅行関連商品の相互提供

旅行関連の総合的サービス提供

KNT - CTホールディングス㈱（持株会社）

（販売系）

〔国内〕
- クラブツーリズム㈱
- ㈱近畿日本ツーリスト北海道
- ㈱近畿日本ツーリスト東北
- ㈱近畿日本ツーリスト関東
- ㈱近畿日本ツーリスト首都圏
- ㈱近畿日本ツーリスト中部
- ㈱近畿日本ツーリスト関西
- ㈱近畿日本ツーリスト中国四国
- ㈱近畿日本ツーリスト九州
- ㈱近畿日本ツーリストコーポレートビジネス
- ㈱KNT－CTグローバルトラベル
- ㈱KNT－CTウエブトラベル
- ㈱ユナイテッドツアーズ
- 三喜トラベルサービス㈱
- ㈱イベントアンドコンベンションハウス
- ツーリストインターナショナルアシスタンスサービス㈱
- ㈱近畿日本ツーリスト商事
- ㈱クラブツーリズム・ライフケアサービス
- ㈱クラブツーリズム・スペースツアーズ

〔海外〕
- KNT (HK)LIMITED
- 台湾近畿国際旅行社股份有限公司
- 近畿美勝国際旅行社（上海）有限公司
- △ KNT TRAVEL(THAILAND)CO.,LTD.

●印　連結子会社
△印　持分法適用関連会社

現地手配役務提供・代行業務提供　等

（営業サポート系）

〔国内〕
- ㈱ツーリストサービス北海道
- ㈱ツーリストエキスパーツ
- ㈱近畿日本ツーリスト沖縄
- ㈱KNTビジネスクリエイト
- △ ㈱エヌ・ティ・ティ・データテラノス

〔海外再保険〕
- H&M INSURANCE HAWAII, INC.
- GRIFFIN INSURANCE CO., LTD.

〔海外〕
- KINTETSU INTERNATIONAL EXPRESS (U.S.A.), INC.
- KINTETSU INTERNATIONAL EXPRESS (CANADA) INC.
- KINTETSU INTERNATIONAL EXPRESS (OCEANIA) PTY. LTD.
- HOLIDAY TOURS MICRONESIA(GUAM), INC.
- 近畿国際旅行社（中国）有限公司

新社長に米田昭正氏（近鉄グループHD取締役）

KNT―CTHD　丸山社長は会長就任

KNT―CTホールディングス（HD）は10日、現近鉄グループホールディングス取締役常務執行役員の米田昭正氏がKNT―CTホールディングスの代表取締役社長に就任し、現代表取締役社長を務める丸山隆司氏が、代表取締役会長に就くと発表した。6月19日付の定時株主総会とその後の取締役会で正式決定する。

同社は、異動の理由について、グループの事業構造改革のさらなる推進を図り、新たな経営体制で社業の発展を目指すとしている。

丸山、米田両氏は同日、東京・白金台のシェラトン都ホテル東京で記者会見した。会見で米田氏は、①丸山社長のもと進めてきたウェブを中心としたITの活用②OTAにはない中身の濃い高付加価値商品の追求③海外経験を生かしたグローバル戦略の推進―の三つの方針を掲げた。

代表権を持つ二人の役割については、丸山氏がCEO（最高経営責任者）、米田氏がCOO（最高執行責任者）をそれぞれ担う。丸山氏は「社員が7千人いる中、私だけでは十分にリーダーシップを発揮できないこともあった。二人三脚で中期経営計画を全うし、難関を突破したい」と述べた。

このほか、会見での一問一答は次の通り。（敬称略）

――近畿日本ツーリスト（KNT）とクラブツーリズム（CT）の融合について、この先どう一体化を進めるのか。

丸山「目に見える形としては、ウェブサイトの連携だと思っている。統合とはいえ、KNTとCTが一つとなるアイコンは作らない。商品そのものは相互連携し、どちらでも買える形を考えている。今後は、それぞれブランド力があるので、二つ合わせた格好でブランド力をアップしていく。顧客データベースについては、旅の友などカタログから商品を買っていただいているが、データベースを統合しながら、『One to One マーケティング』を20年に向けて進めていく」

――KNT―CTHDとOTAとの違いは。

丸山「OTAとは違い店舗がある。約50の団体支店があるなど、全部で200の接点を持っている。また、店舗ではタブレットでウェブ商品を買ってもらえるようにしている。今後は、ダイナミックパッケージ（DP）もタブレットで買ってもらえるようにしていく。われわれの店舗には、人と人の『Face to Face』で買いたい人、ブランドを愛して来店する人はたくさんいる。また、バーチャルとリアルの融合を進め、商品を店舗でもウェブでも商品が買えるようにしていく」

――米田氏から見たKNT―CTHDのイメージは。

米田「長くホテル産業にいたが、KNTとCTで違うイメージがある。私はKNTはスマートで営業力が強いイメージ、CTはお客さまと添乗員が食事や観光地を巡りながら、一緒に旅を楽しんでいる明るいイメージがある。この2社がHDで1社になることで、他社のエージェントにはない強さを発揮していくと感じている」

――米田氏ご自身の趣味について。

米田「旅行は好きで、ドライブもよくする。ホテルは、幅広く訪れている。ホテルに長年経験していたこともあり、施設の設計など、設計者の思いがどこにあるかなどをよく見てしまう。アメリカ滞在が長く、ワインが好きだ。特にLAVA（ラーヴァ）のワインを愛飲している。3年前の伊勢志摩サミットではサーブをしたが、使用したワインは日本のワインだった。味もよく、ここまでだせるワインが日本でもできたんだと感じた。あとは、ゴルフや植物も好きなものの一つだ」

新社長に就任する米田氏（右）と会長に就く丸山氏

米田　昭正氏（よねだ・あきまさ）鳥取県出身。1982年4月近畿日本鉄道（現近鉄グループホールディングス）入社。アメリカ近鉄興業社長、近畿日本鉄道ホテル事業部長、近鉄ホテルシステムズ常務取締役伊勢志摩サミット対策室長などを歴任。18年6月から近鉄グループホールディングス取締役常務執行役員事業開発部（海外事業）、東京支社、名古屋支社および台北支社担当に就任。59歳。

KNT―CTパートナーズ会　事業内容

1、地域の活性化を図るため、会社と協力し、新規顧客の開発、誘客を推進する。
2、インバウンド・WEBを成長領域と捉え、会社と共に相互の発展に努める。
3、お客さまへのサービス向上に向けて会社と連携をし、お客さまのリピート化を図る。
4、会員施設への誘客強化を図るために、現地研修、キャラバンをサポートする。
5、会員施設への誘客を目的とした国内キャンペーンを会社と共に実施する。

総会記念特別対談

中計の重点項目
オリ・パラ対応
インバウンド

ガッチリと握手をする両氏

――中期経営計画（18～20年度）ではウェブ販売の拡大やKNTとCTの一体化による個人旅行の再構築、東京五輪・パラリンピックの取り組みを柱とする団体旅行事業の拡大、強化を推進することなどを盛り込んでいる。特に、個人旅行事業では「ウェブファースト」を強調しているが。

丸山　IT化はますます加速する。そうした中で、ウェブ販売に適合した商品の拡充は喫緊の課題となっている。販売方法も見直し、まずウェブに商品を載せることを重視する。パンフレット販売ももちろん行うが、まずウェブを優先するということ。鮮度面や、タイムリーな商品提供という点を考えるとウェブ販売は欠かせない。

堀　実際、ウェブ商品は伸びており、紙媒体商品と比べるとその差は広がっている感じがする。事業構造改革によって各事業会社に仕入企画センターが置かれ、地域のニーズをきちっと捉えていただけるようになってきた。

――ウェブ販売においてはOTAが先行している。リアルがそこに並び、追い抜くことは容易ではないと思う。

丸山　確かに強敵だ。システム投資をみても考えられない額だ。OTAと同じことをやっていても勝てるとは思わない。

■　■

――中計でのIT投資額は。

丸山　3年間で94億円を投資する計画だが、19年度からその効果が出てくるのではないか。スマートフォン対応の強化や、KNTとCTの顧客データベースの統合も行う。

ウェブファーストで市場に対応　丸山氏

施設の在庫の有効活用を強みに　堀氏

――リアルの強みの一つが店頭販売といわれるが、いま全国にどのくらいあるのか。

丸山　現在、全国に150ほどの店舗を構えている。足を運んでいただくお客さまはわれわれのブランドを信頼して来ていただいており、安心・安全を買いたいという意識が強い。われわれはそうした思いに応えることができる。パンフレットで案内するのはもちろん、最近ではタブレットで商品を説明し、ぜひウェブでも買ってください と勧めている。リアルとバーチャルの融合とでもいうのか、OTAが持っていないところで勝負をしていく。

堀　会社が持っているポテンシャルはウェブ以外にも、団体、MICEなど高いものがある。それらをどう地域の視点から生かすかも考えていく。どう外国人を取り込むか、会社と一体となって対応する。

――インバウンドについて、丸山社長はどう考えているか。

丸山　訪日旅行はほとんどがウェブを通してのもの。当社でもサイトを開設しているが、なかなか入ってこない。言語対応も難しく、十分に対応できていないのが実情だ。当社としてはBtoB、BtoBtoCということを基本に据え、海外のウェブサイト、エージェントと組んで対応していくのが現実的だと考えている。

堀　おっしゃる通りだ。インバウンド対応は海外のサイトと連携して売っていく形が効率的だと思う。新組織になって在庫量が大きく増えた。これは会社にとっても大きな財産ではないか。この在庫量をうまく使っていただきたい。

――在庫量の多さはOTAにはない、リアルエージェントの強みだと思う。これを生かさない手はない。

丸山　その点は力不足を感じている。営業力の問題もあり、十分に生かし切れているとはいえない。今後は、ウェブ販売はもちろん、日本人、外国人のお客さま両方に対してBtoBという形で在庫をより有効に活用させていただくように努めていく。われわれは皆さんに対して「積極的に販売する」ということを約束している。先ほども申し上げたが、有効的に活用させていただくに当たって、宿泊施設だけの単体の部分ではなかなか売れないのも実情であり、総合旅行会社ならではの観光コンテンツを盛り込んだ、付加価値の高い旅行商品として販売する取り組みに注力していることを理解していただきたい。

19年度の新しい動き　メッセージ

――19年度も始まっているが、新しい動きという。

丸山　修学旅行ではまだ紙の資料が幅をきかせているが、教育旅行支援システムによる効率化を提案する。旅の行程、生徒の名簿、生徒がいまどこにいるか、食べ物のアレルギーはあるか、パンフレットで買ってもらえるようにしていく。われわれの店舗には、人と人の『Face to Face』で買いたい人、ブランドを愛して来店する人はたくさんいる。また、バーチャルとリアルの融合を進め、商品を店舗でもウェブでも商品が買えるようにしていく」

――米田氏から見たKNT―CTHDのイメージは。

米田「長くホテル産業にいたが、KNTとCTで違うイメージがある。私はKNTはスマートで営業力が強いイメージ、CTはお客さまと添乗員が食事や観光地を巡りながら、一緒に旅を楽しんでいる明るいイメージがある。この2社がHDで1社になることで、他社のエージェントにはない強さを発揮していくと感じている」

――米田氏ご自身の趣味について。

米田「旅行は好きで、ドライブもよくする。ホテルは、幅広く訪れている。ホテルに長年経験していたこともあり、施設の設計など、設計者の思いがどこにあるかなどをよく見てしまう。アメリカ滞在が長く、ワインが好きだ。特にLAVA（ラーヴァ）のワインを愛飲している。3年前の伊勢志摩サミットではサーブをしたが、使用したワインは日本のワインだった。味もよく、ここまでだせるワインが日本でもできたんだと感じた。あとは、ゴルフや植物も好きなものの一つだ」

米田　昭正氏（よねだ・あきまさ）鳥取県出身。1982年4月近畿日本鉄道（現近鉄グループホールディングス）入社。アメリカ近鉄興業社長、近畿日本鉄道ホテル事業部長、近鉄ホテルシステムズ常務取締役伊勢志摩サミット対策室長などを歴任。18年6月から近鉄グループホールディングス取締役常務執行役員事業開発部（海外事業）、東京支社、名古屋支社および台北支社担当に就任。59歳。

地域での情報交換密に　丸山氏
活動の中心は地方組織　堀氏

――新組織になって、互いの意思疎通はどう図っていくのか。

丸山　堀さんは地域の自主性をいわれたが、それに沿えば、地域での情報交換をもっと密にしなければいけない。会社と各連合会との会合を頻繁に行い、テーマ性のある着地型商品造成に向け力を合わせる。

堀　一つの在り方として、ターゲットや目的を明確にした話し合いの場を設けるのもいい。修旅が多いマーケットではそこに焦点を合わせた商談会をやるといった具合だ。これからは宿泊施設だけでなく、運輸会社、観光施設が、三位一体となった形でプロモーションができるので、会社にとっても造成のヒントがたくさん出てくるのではないか。

――堀さんは今度の役員改選で非常勤取締役に就任する。経営に関与できるわけだが。

堀　それもプレッシャーだね（笑い）。会社にプラスになるよう、4千会員の総意をしっかりと伝えていきたい。会社にとって地域との一体感が何より重要であることを社員の方々も分かっていただきたい。

――最後に、KNT―CTパートナーズ会会員にメッセージを。

丸山　思うような成果を出せずご迷惑をおかけしてきた。今までの分を取り戻すため精一杯努力する。会員の協力なくしては会社は立ち行かない。今後ともご協力をお願いしたい。

堀　新しい組織として全社キャンペーンを展開していただいていることに対して、この場をお借りして御礼を申し上げたい。これからの新しい時代に向かって、ガバナンスとコンプライアンスがしっかりした組織を作っていく。地域の皆さんと一体感を持たないと観光は成り立たない。個人のお客さまだけでなく、教育旅行、団体、スポーツ事業を含めて、いろいろなテーマ性のものを会社と一体となって作り上げていく。新組織の成功は皆さんにかかっている。

――新組織になって、互いの意思疎通はどう図っていくのか。

丸山　堀さんは地域の自主性をいわれたが、それに沿えば、地域での情報交換をもっと密にしなければいけない。会社と各連合会との会合を頻繁に行い、テーマ性のある着地型商品造成に向け力を合わせる。

堀　一つの在り方として、ターゲットや目的を明確にした話し合いの場を設けるのもいい。修旅が多いマーケットではそこに焦点を合わせた商談会をやるといった具合だ。これからは宿泊施設だけでなく、運輸会社、観光施設が、三位一体となった形でプロモーションができるので、会社にとっても造成のヒントがたくさん出てくるのではないか。

――堀さんは今度の役員改選で非常勤取締役に就任する。経営に関与できるわけだが。

堀　それもプレッシャーだね（笑い）。会社にプラスになるよう、4千会員の総意をしっかりと伝えていきたい。会社にとって地域との一体感が何より重要であることを社員の方々も分かっていただきたい。

――最後に、KNT―CTパートナーズ会会員にメッセージを。

丸山　思うような成果を出せずご迷惑をおかけしてきた。今までの分を取り戻すため精一杯努力する。会員の協力なくしては会社は立ち行かない。今後ともご協力をお願いしたい。

堀　新しい組織として全社キャンペーンを展開していただいていることに対して、この場をお借りして御礼を申し上げたい。これからの新しい時代に向かって、ガバナンスとコンプライアンスがしっかりした組織を作っていく。地域の皆さんと一体感を持たないと観光は成り立たない。個人のお客さまだけでなく、教育旅行、団体、スポーツ事業を含めて、いろいろなテーマ性のものを会社と一体となって作り上げていく。新組織の成功は皆さんにかかっている。