日旅連12支部連合会 2020年度の事業計画

日本旅行協定旅館ホテル連盟の全国12支部連合会長に、各連合会の今年度事業計画をアンケート形式で聞いた。設問は次の通り。①連合会、支部事業で、今年特に力を入れていること②地域キャンペーンの展開について③連合会、支部の特別企画商品について④連合会、支部の宣伝活動について⑤各種委員会の活動について⑥日本旅行に要望すること⑦傘下の会員に要望すること⑧その他―。

＝6、7面に続く

北海道支部連合会

誘客活動を継続

松岡利幸会長

日頃より会員の皆さまには、当会の運営に多大なるご理解、ご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。連合会長のホテル阿寒湖荘の松岡です。

昨年は、1、2月の「ふっこう割」「GW10連休」「コンサートイベント」等の特需の半面、韓国・香港の情勢悪化による訪日客の減少、11、12月は「ふっこう割」のリバウンドと浮き沈みの激しい1年となりましたが、日本旅行グループの各部署にご協力とご送客をいただき改めて感謝申し上げます。

さて、北海道支部連合会は、観光・運輸の皆さまと共同運営の「北海道赤い風船会」の各委員会・部会を中心に、2019年も北海道への誘客活動を行いました。

主な事業としては、プロモーション委員会を中心に、赤い風船事業部に協力いただき、首都圏、京阪神、九州の販売店担当者向けに、札幌・道央地区を中心とした現地研修と観光素材説明会を実施致しました。また、観光部会、運輸部会との共同事業として、3月～6月日本旅行北海道、9月～12月東日本営業本部にて送客キャンペーンを展開いただきました。

また、プロモーション委員会、宿泊ネット販売推進部会、各地区のブロック会共同事業で恒例となった「時計台店プロモーション」についても、地域行政の方のご協力もいただき、専用商品、インフォメーションコーナー設置、店頭イベントの3点セットで引き続き実施しました。インバウンド誘致推進部会では、日旅連本部インバウンド部会との共同事業として、6月「日本の観光・物産博2019」への参加や、10月には初めてフィリピンにて「商談会とセールスコール」を実施、および12月「インバウンドワークショップ」への参加を中心に活動しました。

道内各地で開催の各ブロック会でも、日本旅行グループ幹部の皆さまだけでなく、行政団体等観光のご担当者もお招きし、道内8カ所で意見交換を実施致しました。

当会としての対策は、日本旅行グループ各部署のご支援もいただき「貸切バス」「観光タクシー」「Nic加盟施設・観光運輸」「観光素材」等各種インセンティブを実施しました。

本年においては、委員会・部会を中心に継続して誘客活動に行います。特に、4月24日開業の北海道初の国立博物館・国立アイヌ民族博物館や国立民族共生公園などで構成される「民族共生象徴空間（ウポポイ）」や、東京オリンピックのマラソン、競歩、サッカー競技の札幌開催、海外からの直行便の拡大、道内7空港の民営化などのキーワードの活用とともに、SDGs、探究型素材開発による教育旅行の誘客にも力を入れていきたいと考えています。

日旅連北海道支部連合会、北海道赤い風船会は、今後とも日本旅行グループとの連携をより強化し、宿泊券はもとより観光券、船車券も合わせた増売に向けて、一層の誘客拡大、課題解決に努めてまいりますので、会員の皆さまには引き続き活動へのご協力をお願い致します。

最後になりますが、会員の皆さま、日本旅行グループにとりまして今年1年が幸多き年になりますよう祈念申し上げます。

新潟支部連合会

選ばれるエリアに

浅野謙一会長

平素は、新潟支部連合会の事業活動に対し、日本旅行グループ並びに会員各位より多大なご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

昨年は、6月に山形県沖地震、10月には台風19号と大きな天災の影響がありました。しかし5月のGW10連休や堅調なMICE需要等にも支えられ、年間でも対前年を上回る実績を残すことができました。また10月から12月に実施の「新潟・庄内DCキャンペーン」も予定していた団体臨時列車が台風で中止になる憂き目に遭ったものの、11月を中心に好調に推移して3カ月間ではわずかながらもプラスになる結果だったことは望外の喜びでした。これらは日本旅行グループ様の懸命な送客努力と連合会会員の受け入れ努力の結果であったと思っております。

そうした中で本年度の当連合会の取り組みとしては、販売担当者の皆さまに「選ばれる新潟・庄内エリア」を意識して今年度の誘客を進めてまいりたいと思います。

近年急速に伸びているインバウンド需要は、さらに確固たる需要にしていくために連合会としてもツールの作成強化などを検討し、ゴールデンルートの次に訪れたいエリアになるべくPRを強化してまいります。

国内需要についても比較的訪問頻度の低い西日本や中部エリアへは、未踏の地だからこそ新潟庄内として積極的にPRし、首都圏エリアからは大口を含むあらゆる需要を受け入れられる条件整備を進めて訪れたい新潟庄内エリアのPRに努めてまいります。

そして今年は世界遺産日本候補地として佐渡の動向に期待も膨らんでおります。いずれにしても取り組みの成果が得られるような誘客活動を地元市町村の皆さまと連携しながら行ってまいりたいと考えております。本年も関係各位一層のご支援ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

日本旅行20年度の主要分野別重点施策

日本旅行が事業の柱と位置付ける「法人営業」「個人旅行営業」「インバウンド」について、それぞれの担当役員から今年度の重点施策を聞いた。（聞き手＝本社・森田淳）

＝8面に続く

法人営業

「量から質へ」転換さらに進める

常務取締役
法人営業統括本部長
舘　真氏

――昨年の振り返りを。

舘　中期経営計画「VALUE UP（バリューアップ）2020」で掲げた「ターゲットの量から質へ」という取り組みを引き続き強化した。一般団体はMICEや大企業、グローバルに事業を行う企業の受注を増やすこと。教育旅行は私学やスポーツ大会、教育関連大会などの「第2教旅」の扱いを増やすことだ。

昨年は法人営業全体で計画した販売額には届かなかったが、そのような中身の変化によって、利益の方は目標の数字を達成する見込みだ。

――利益が増えた理由をさらに詳しく言うと。

舘　取り組むべき顧客層にターゲットを絞ったということだ。単発で、利益が見込めない顧客層の取り扱いを減らしたことで、総販売額は減少したが、利益は前年以上を確保できる見込みだ。

法人営業と個人旅行営業の二つの柱の中で、以前は個人旅行営業の方が利益の中核をなしていた。2013年からの中期経営計画「ACTIVE（アクティブ）2016」以降は教育旅行やMICEを中核分野と位置付けて取り組みを強化し、法人営業も大きな柱になった。

――今年の市場見通しは。

舘　景気の上昇が見られたので十分やっていけるだろうと思っていたが、新型コロナウイルスの発生で見込みが狂ってしまった。日本人の国内団体のキャンセルも一部発生している。いつ収束するか、先が読めない。収束時期によって当社の取り扱い数字も変わってくるだろう。少なくとも上半期は厳しいとみている。

下半期は東京オリンピック・パラリンピックがある。当社は公式スポンサーではないが、海外のエージェントから選手団や観客の取り扱い、各国NOC（五輪委員会）の仕事を請け負っている。主要国はナショナルハウスという自国のPR施設も作る。これらの運営業務を、昨年のラグビーワールドカップ以上に行えるようにしたい。

――法人営業の強化策について。

舘　新中計では法人営業全体の収益を現状から12%ほど増やす必要がある。ただやみくもに増やすのではない。今まで取り組んできた「量から質への転換」に引き続き取り組む。一般団体でいえば大企業、グローバル企業、教育旅行でいえば私学への対応。これらのターゲットは大都市に集中している。そのため、大都市の支店などに要員を集中的に投入する。新卒社員を多く採用し、東京都心部には従来プラス200人規模の人員を配置する。

一方、地方都市の支店では、その土地から外に出ていただくというアウトモデルに終始することなく、旅連の活動と同じように、その土地に来ていただくというインモデルへの取り組みを強化する。

新中計のスタートと同時に行った組織改正では、法人営業統括本部内で教育旅行部、MICE営業部などに旅行形態ごとに切り分けていた部署を、事業戦略推進部、営業開発部、全国営業推進部など、機能別に再編した。

事業戦略推進部では、教育旅行を含めた法人営業全体の戦略を立案するほか、わが社が力を入れているSDGsの取り組みを進める。企業や学校それぞれのSDGsの考え方に沿った団体旅行の企画を提案する。

営業開発部はコンテンツやシステムの開発、企画書の作成などで営業現場を支援する部署。

全国営業推進部は、先ほど述べた地方都市の支店のインモデル推進の支援。各地が開催する大型イベントに関わる仕事を受注するためのサポートなどを本社として行う。

さらに特定の大企業やグローバル企業をターゲットにしたコーポレートセールス部を新たに設けた。コーポレートセールス部はグローバルソリューション営業本部、東日本営業本部、西日本営業本部にも設置し、本社と連携してターゲット企業の総合的な課題解決やBTM（ビジネス・トラベル・マネジメント）も含めた総需要の獲得を目指す。

グローバル企業と取引するために、在外のグループ会社による海外での営業も行う。今までは日本人の海外旅行のさまざまな手配機能を担っていたが、営業の機能も持たせる。

中計の成功は支店長、箇所長の意識にかかっている。目の前の案件にとらわれずに、中計における自らの箇所の役割を意識して、自ら先頭に立って行動することが必要だ。前半のフェーズ1ではハード、ソフトともかなりの投資をし、単年度では痛みを伴うこともあるが、着実に進めなければ次のフェーズ2はない。

――日旅連に対して。

舘　各地域でインモデルを進める上で、会員の皆さまの協力が必要だ。各地の仕入・誘客推進センターとともに、法人営業部隊との連携も深めていただきたい。都市部のコーポレートセールスについても、会員の皆さまに人脈をご紹介いただきたいと考えている。

ご協力をお願いするばかりではなく、送客でしっかりと実績を上げるつもりだ。

日本旅行とともに
「地域の価値向上」に
貢献します

日本旅行
協定

第57回通常総会

第11回日旅連塾

日旅連ワークショップ東日本商談会

台湾（高雄商談会）

インドネシア商談会

REN-CUP in 四国

日本旅行協定旅館ホテル連盟
〒103-0027
東京都中央区日本橋1-19-1日本橋ダイヤビルディング10階
TEL（03）6895-4888　FAX（03）6895-4880