

日本旅行20年度の主要分野別重点施策



取締役
個人旅行営業統括本部長
大槻 厚氏

個人旅行営業

総合力を生かし、しっかりと送客

船の造成の取り返りを2年ぶりに担うことになった。大きく収益性を落とした価格重視の「レッドオーシャン市場」における商品などを改めて企画重視、当社ならではの強みを生かして、利益を改善する大きなチャンスだ。

また改元に伴うゴールデンウィーク(GW)10連休、年間獲得してきた「赤い風」という、需要創出の最大のチャンスに対応すること意識した。

一昨年の北海道胆振東部地震と西日本豪雨、昨年の「シャム市場」における商品などを改めて企画重視、当社ならではの強みを生かして、利益を改善する大きなチャンスだ。

また改元に伴うゴールデンウィーク(GW)10連休、年間獲得してきた「赤い風」という、需要創出の最大のチャンスに対応すること意識した。

一昨年の北海道胆振東部地震と西日本豪雨、昨年の「シャム市場」における商品などを改めて企画重視、当社ならではの強みを生かして、利益を改善する大きなチャンスだ。

また改元に伴うゴールデンウィーク(GW)10連休、年間獲得してきた「赤い風」という、需要創出の最大のチャンスに対応すること意識した。

日本旅行が事業の柱と位置付ける「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：日本社・森田淳)

インバウンド

訪日の地方分散、旅館の利用促進

昨年の振り返りから、大にブレイクをかける一方で、中国が959万人と初めて900万人を突破し、英国もラグビーワールドカップ(W杯)などによる訪日需要の高まりで初めて40万人を突破するなど、各市場が活発化した。

短期的にはさまざまな影響を受ける可能性はあるものの、長期的に見れば、昨年同様大型イベント開催によるF1T化がますます拡大し、日本の認知度向上、羽田空



執行役員
グローバルソリューション営業本部
訪日旅行営業部長
緒方 葉子氏

港発着便の増便や各地での新規路線就航など、これからは右肩上がりの傾向は続く想定される。

訪日需要創造委員会の皆さまの協力を得ながら、インバウンド向けパッケージ「RedBallon」は、日旅連の皆さまの参画協力をいただいたおかげで、昨年の取り扱いは前年比約1.7倍と大きく拡大できた。

今年度の市場見直しは、海外からの訪問客が年間を通じて減少するといわれるが、開催日程が訪日のピーク時期とは重複しないことや、直近の春先の受注動向も堅調なことから、今年も訪日客数の伸びは継続すると想定している。

日旅連 総会特集
3~8面

Shiretoko

次の60年をつくるのは私たち。

この世界が動き続ける限り、私たちは止まるわけにはいかない。

ひとりひとりが、一途に、真摯に、ひたむきに、自分のできることを、全力で行う。

時代がどんなに変わっても、世界自然遺産 知床を支えたい。

という思いは、60年間変わらずに続いています。

知床から、世界に誇る北のリゾートへ。

知床北こぶしグループは、おかげさまで創業60周年を迎えました。

KITAKOBUSHI SHIRETOKO Hotel & Resort
KIKI SHIRETOKO NATURAL RESORT
YUHI NO ATARUIE HOTEL

Photograph by Naoki ISHKAWA

