

加わり高まる「期待感」



トップツアー株式会社
代表取締役社長
坂巻 伸昭氏

トップツアー株式会社 トップツアー協定旅館ホテル連盟 ——特別対談——

野田 報道では、景況感が上向きつつあって明るい材料が出てきた。現状をどう見ているか。

坂巻 確かにアベノミクス効果で景況感は良くなっている感じはしている。ただ、4月に入ると消費税の増税などを政治的にどういった経済政策で進めていくのか、あるいは、消費者が増税をどう捉えているのか。消費は感情、心の部分で左右されることが多いので、その点を見極めたい。

野田 旅行会社としては、個人旅行市場については徐々にではあるが右肩上がりが見える。ただ、当社としては、団体旅行の取り扱いは7割近いので、個人旅行の好調を当社の中で実感するまでには至っていない。

坂巻 まだ団体までは好影響が及んでいないという実感が。研修や慰安などの団体旅行や販売促進の一環としてのMICEに予算を回せるかどうかは業績に左右されるだろう。これからが旅行業にとってのアベノミクス効果本番の時期だ。

野田 野田会長は何かが。野田 報道では、景況感が上向きつつあって明るい材料が出てきた。現状をどう見ているか。

坂巻 確かにアベノミクス効果で景況感は良くなっている感じはしている。ただ、4月に入ると消費税の増税などを政治的にどういった経済政策で進めていくのか、あるいは、消費者が増税をどう捉えているのか。消費は感情、心の部分で左右されることが多いので、その点を見極めたい。

野田 旅行会社としては、個人旅行市場については徐々にではあるが右肩上がりが見える。ただ、当社としては、団体旅行の取り扱いは7割近いので、個人旅行の好調を当社の中で実感するまでには至っていない。

坂巻 まだ団体までは好影響が及んでいないという実感が。研修や慰安などの団体旅行や販売促進の一環としてのMICEに予算を回せるかどうかは業績に左右されるだろう。これからが旅行業にとってのアベノミクス効果本番の時期だ。

野田 野田会長は何かが。野田 報道では、景況感が上向きつつあって明るい材料が出てきた。現状をどう見ているか。

坂巻 確かにアベノミクス効果で景況感は良くなっている感じはしている。ただ、4月に入ると消費税の増税などを政治的にどういった経済政策で進めていくのか、あるいは、消費者が増税をどう捉えているのか。消費は感情、心の部分で左右されることが多いので、その点を見極めたい。

野田 旅行会社としては、個人旅行市場については徐々にではあるが右肩上がりが見える。ただ、当社としては、団体旅行の取り扱いは7割近いので、個人旅行の好調を当社の中で実感するまでには至っていない。

坂巻 まだ団体までは好影響が及んでいないという実感が。研修や慰安などの団体旅行や販売促進の一環としてのMICEに予算を回せるかどうかは業績に左右されるだろう。これからが旅行業にとってのアベノミクス効果本番の時期だ。

野田 野田会長は何かが。野田 報道では、景況感が上向きつつあって明るい材料が出てきた。現状をどう見ているか。

坂巻 確かにアベノミクス効果で景況感は良くなっている感じはしている。ただ、4月に入ると消費税の増税などを政治的にどういった経済政策で進めていくのか、あるいは、消費者が増税をどう捉えているのか。消費は感情、心の部分で左右されることが多いので、その点を見極めたい。

野田 旅行会社としては、個人旅行市場については徐々にではあるが右肩上がりが見える。ただ、当社としては、団体旅行の取り扱いは7割近いので、個人旅行の好調を当社の中で実感するまでには至っていない。

坂巻 まだ団体までは好影響が及んでいないという実感が。研修や慰安などの団体旅行や販売促進の一環としてのMICEに予算を回せるかどうかは業績に左右されるだろう。これからが旅行業にとってのアベノミクス効果本番の時期だ。

野田 野田会長は何かが。野田 報道では、景況感が上向きつつあって明るい材料が出てきた。現状をどう見ているか。

坂巻 確かにアベノミクス効果で景況感は良くなっている感じはしている。ただ、4月に入ると消費税の増税などを政治的にどういった経済政策で進めていくのか、あるいは、消費者が増税をどう捉えているのか。消費は感情、心の部分で左右されることが多いので、その点を見極めたい。

野田 旅行会社としては、個人旅行市場については徐々にではあるが右肩上がりが見える。ただ、当社としては、団体旅行の取り扱いは7割近いので、個人旅行の好調を当社の中で実感するまでには至っていない。

坂巻 まだ団体までは好影響が及んでいないという実感が。研修や慰安などの団体旅行や販売促進の一環としてのMICEに予算を回せるかどうかは業績に左右されるだろう。これからが旅行業にとってのアベノミクス効果本番の時期だ。

消費増税の影響見極め

では1日何人お客さまを乗せたか尋ねると一桁だ。地方都市はお客さまが少ない。東京と地方都市では景況感に差がある。しかしながら宿泊業は、旅行会社から業績の回復した大都市の企業を団体のお客さまとして送客があり、また給料が上り、大都市の個人客が訪れるのが、地方の中では、宿泊業以外と比較すると、好景気の波が来るのが早いと言えるかもしれない。

——ゴルフデジウィークの予約状況はどうか。

坂巻 団体旅行の場合、ゴルフデジウィークはなかなか動かないが、個人旅行を見ると予約状況は上向いている。しかし、野田会長も先ほどおっしゃったように、消費者のマイナスイメージが、どのように動くかに左右されると思う。

「東武グループ」の強み

——トップツアーの強みをどのように認識しているか。

坂巻 仕組みやシステムが確立されている会社であると思う。旅行エージェントとしての機能を存分に発揮できる。また、それを支える社員が優秀であることも財産だと思う。

野田 さらに、旅ホ連とトップツアーというビジネスパートナー組織のメンバーの皆さまで、たいへん良い関係を築けていることも大きな強みだ。

野田 旅ホ連としても、会社と忌憚（きはん）のない意見交換を親密にできるのがトップツアーのいい点だと感じている。私がトップツアー旅ホ連の会長を引き受けたのもそこに魅力を感じたからだ。

坂巻 東武グループに入ったことにより、強みをよりよく生かせるのではないかと考えている。東武グループはいろいろなお客さまを持っており、多種多様な事業をやっている。それをトップツアーと絡めていくこと

「合併」は選択肢の一つ

——東武トラベルの旅ホ連の会長は津島温泉のホテル一井代表取締役社長市川捷次さんだが、野田会長は市川さんとの交流、接点はあるか。

野田 私と東武トラベルさんの旅ホ連の会員の一人だ。そういう意味ではいろいろな会合でお会いしている。

——連盟の統合についてはどう考えているか。

坂巻 それについても統合は選択肢の一つ。無理は禁物だと思う。どのような形がビジネスパートナーおよび会社双方がウィンウィンの関係を損なわず成

長であるか、会員の皆さまにもご意見を頂戴したい。

——今年度の重点施策はどのようなものか。

坂巻 今まではファンド傘下だったのでも、どうしても単年度の数字を追求める傾向が強くなったと思う。今年度は東武グループの一員として、グループ各社同様、2014年から2017年までの3年間の中期経営計画を策定した。目先の利益追求でなく、中長期的に事業経営を見通したい。

重宝施策としては、スポーツ事業、カンファレンス事業、訪

——2013年度のトピックス、象徴的な動きは。

坂巻 国内では伊勢・出雲の遷宮があり、非常に多数の人の流れが起きた。伊勢志摩および周辺の東海各地、また山陰は宿泊客が大きく拡大した。

——昨年の旅館経営はいかがだったか。

野田 非常に良かった。各地の連合総会を回ったが各地域とも会員の旅館は業績が良かったと聞いた。全般に各温泉地は好調であったと思う。特別な需要のあった伊勢や出雲は別格だが。

——昨年は東京、首都圏もデステーションとして、ダイナミックな動きがみられた。

坂巻 30周年だった東京ディズニーリゾートや東武グループの東京スカイツリーが目玉になったと思う。

——昨年は、トップツアーの

の。

坂巻 今、両社交流の場を委員会方式で設け、同じ部署同士の情報交換をしている。例えば、仕入手配のやり方や取り組み、人事制度の課題など。その中でお互いの良いところを見極め、取り入れようとしている。これを積み重ねることにより、総合的にみて一本化しはうが、いいね、という判断ができれば実行する。

お客さまにとってよいのか、ビジネスパートナーにとってよいのか、社員にとってよいのか、会社としてよいのか、この四つの観点から「いいね」という判断がされるのであれば「一本化する必要がある。無理やり一緒にすることが目的ではなく、東武グループにある旅行会社2社が、お互いが良くなるということが前提と考えていきたい。



旅だから味わえる 和の情緒 洋のエスプリ

日本の宿へ出かけよう






新しい感動をあなたに。

トップツアー協定旅館ホテル連盟は、ゆったりとおくつろぎいただける心地よい空間、皆様にご満足いただける良質のサービスをご提供し、お客様一人ひとりのニーズにお応えしてまいります。

TOPTOUR

トップツアー協定旅館ホテル連盟

〒153-8550
東京都目黒区東山3-8-1 東急池尻大橋ビル5F
TEL.03-5704-3190/FAX.03-3791-2609

トップツアー旅ホ連総会特集

東武グループの一員に



トップツアー協定旅館ホテル連盟
本部長 野田 譲二氏
(指宿フェニックスホテル代表取締役会長)

旅ホ連の今年度事業は、野田 一 番は「トッ プネット」 渉外営業向けに特 化した旅ホ連員施設の情報デ ータベースで、トップツアーの インターネット検索・閲覧で きる仕組みだ。情報の入力には 旅ホ連員が自分で行う。例えば、 あるお客さまにMICE案件を ご提案したい時、100人収容 できる宴会場を持っている旅館 はどこか、たちどころに絞り込 める。今年は早めに全施設が情 報を入力し終えるよう働きかけ たい。また、今年は新たに訪日 関連の項目を大幅に増やす計画 だ。対応言語の種類はもろろん のこと、例えば、客室の広さも 畳の枚数でなく、畳込や窓際 の板の間を含めた平方メートル で表示 するなど工夫する。

次は「三者共同事業」だ。昨 年、旅ホ連、トップ会、会社の 三者でやっていたと始めた。 三者共同事業の第一は、目的を 明確にした研修旅行。施設見学 で周遊するのではなく、目的が MICEなのか教育旅行なのか などテーマをはっきりとさせ、 参加者もテーマに合った人選を 行う。見学箇所もテーマに沿っ たところを選び、営業に役立つ モデルコースを事前に作成し、 その行程をそのまま研修する。 三者共同事業の第二は、域内キ ャンペーン展開。例えば九州の 場合、九州内の九つの支店の送 客が普段から一番多い。九州内 で今年はここに集中送客しよう と決め、魅力的なレポートや企画 を充実させてキャンペーンを展開 する。そして三者共同事業の 第三は、競合に勝る新たなデス ティネーションの開発。仕入 で苦労している地域に代わる新 たなエリアを開拓したい。

旅ホ連事業の第三は、日本旅 館の魅力を伝えるプロモーション ツール『学美宿』（まなびじ ゅく）の拡大だ。現在、日本語、 英語、韓国語、中国語簡体字、 繁体字の5版あり、私も海外に 行くときは現地でお会いする方 に手渡している。皆さん「RY OKAN」には興味を持ってい る。畳の部屋のことや大浴場の

入り方など勉強になるようだ。 JNTO(日本政府観光局)か らも『学美宿』のリクエストは 多い。今年は、言語をもっと増 やしたい。

訪日旅行の取り扱いはど のくらいあるのか。

坂巻 45億4千万円。海外旅 行分野では、中国、韓国方面へ の数字が特に厳しい状況が続い ているが、逆に訪日旅行は若干 プラスになった。

成長分野への取り組み

中韓については、政治的 な問題もあり、先行きもそれほ ど改善される感じがしない。

坂巻 旅行会社がどうこうす ればよいというレベルで解決さ れる問題ではない。しかし、国 内においても、中韓に対する希 望というものは根強くあること は間違いない。問題が解決され たら昔のような数字に戻ってく るとは考えている。

45億4千万円は会社の規 模からみてどうか。

坂巻 昨年訪日外国人が1千 万人を超え、一つのハードルと して大きな節目だったと思う。 当社の売り上げ全体に占める割 合は4%とまだ大きなものでは ないが、当社に限らないことが、 訪日旅行に占める日本の旅行会 社の取り扱いは約1割程度にと どまっている。政府は今後20 20年に2千万人、2030年 に3千万人を目標と数値目標 を明確に掲げており、われわれ 日本の旅行会社は費を高めなが ら、この目標に添えるべく取り 組まなくてはならない。「日本 に行けば満足」という段階から、 きちんとした安全管理は前提の うで「行って何ができるか」「 どういう体験ができるか」を 提案していく時代になった。

また、東京と京都にのみ訪日 旅客が集中しても、2千万人、 3千万人を受け入れるキャパシ ティがないのは自明の理。こ れからは地方の時代だ。訪日旅 行によって地域が活性化するム ーメント作りが可能だ。その ためにも旅ホ連の方々と話し合 い、自治体や観光協会なども コラボレーションしながら地域 を掘り起こし、価値のある商品



トップツアー本社での対談の様子

坂巻 台湾やアセアン諸国な ど東南アジアからのお客さまが 増えていることが大きい。いわ ゆる中流層が急速に拡大するア ジアは、今後の大市場を形成し ていく。ひと昔前までは、訪日 旅行は特殊な部署のみが取り扱 っていた。

う領域だったが、今や国内各地 域とアジア各地の交流は本場に 盛んになった。自治体、学校、 企業そして個人と多岐にわた り、訪日旅行が増えている。国 際旅行事業部が全国の営業を推 進した結果が数値にも表れた。

体性に欠けていることも訪日旅 行を妨げているかもしれない。 そつた課題を解決していくた めにも、JNTOの方々と協力 しながら、積極的に情報発信を 行っていく。

坂巻 アメリカとイギリスに 海外に拠点は？

坂巻 今後拠点開設を視野に 入れ検討したい。

坂巻 旅ホ連の訪日旅行の受け 入れはどうか。重要視している か。

野田 間違いなく重要だ。日 本は人口も今後急速に減少し、 国内マーケットは縮小する。従 来のように日本人だけをターゲ ャットにしていたのでは将来が 明るくない。

野田 温度差はある。ある程 度規模の大きい旅館は比較的熱 心だ。また地域差もあるようだ。

野田 昔から積極的に取り組 んでいる。国観連の青年部のと きに、香港、台湾、韓国に旅館 のパンフレットを作って売り込 みに行った。最近では社長就任 前の坂巻さんと一緒に2回 ほど海外の商談会にも出かけた こともある。

野田 会長はどのくらいこのエ リアからの訪日旅客が多いか。

野田 今後は台湾、以前は韓国

が多かった。韓国からは個人客 は今でも来ている。団体は来な いが。

坂巻 中国も団体ではなく個 人レベルでは結構来ている。東 京スカイツリーも年明けから中 国が増え始めた。

2020年東京オリンピ ックの影響は。

坂巻 マインドが明るくなっ たことが一番の好影響。当社は 招致段階から準備委員会に入 り、携わってきた。従って当社 は、オリンピックに対する期待 感が非常に高い。東京だけでなく、 いかかにして面展開を図って いくかが重要だ。スポーツ事業 部を中心に企画提案を大に行い、 新しい形の訪日旅行を創っ ていきたい。オリンピック開催 期間中に限らず、前後期間を含 めてオリンピックというコンテ ンツを活用したい。合宿も大幅 に増えるだろう。

坂巻 地方への波及効果は。 サッカーの時に、出場チームが 地方で合宿をやり、そのことが その地域の知名度を飛躍的に向 上させ観光地になった。

野田 近い将来、トップネッ ツにスポーツ施設情報も加えて いきたい。「この種目ならこの 地域がお薦め」となったら面白 い。スポーツはトップツアーが 特に強い領域なので期待してい る。

坂巻 スポーツは「人を動か す」には非常に大きなコンテン ツだ。旅ホ連の方々と協働しな がら取り組みたい。

野田 鹿児島ではトリアス ロン大会があり、今年からスポ ーツ事業部が公式サポーターに なってくださり、運営を手伝っ てもらっている。例年以上に申 込数が多く、いい動きだ。

野田 最近では旅ホ連の若手経 営者と会社幹部との懇話会を開 催し、坂巻社長にもご出席いた だいた。

坂巻 当社も各種委員会に若 手社員を出席させるなどして、 意見交換を積極的に行ってい る。

野田 旅ホ連から会社への期待 については。

野田 坂巻社長は東武鉄道出 身だし、東武トラベルの社長も 兼務しておられる。旅ホ連とし て期待したいのは、東武鉄道グ ループのブランドと販売力で、 首都圏から全国にお客さまをお 送りいただきたい、ということ だ。そしてこれまで同様、旅ホ 連員とトップ会、会社の皆さ んと分けて隔てなく自由闊達にお 話しができる風土を大切にして ほしい。

旅ホ連との一体感重視

会社から旅ホ連に対する 期待、注文は。

坂巻 東武トラベルの社長時

代から、ビジネスパートナーの 皆さまとワインウィンの関係を いかに築くかを一番の主題とし ている。お互いに同じ目線で話 し合うことが大切だと思ふ。

もう一つは地域の活性化につ いてだ。旅行は発地で営業が全 て行われるという考えが強い が、着地の重要性は大きい。旅 ホ連の方々と商品企画から一緒 にやりたい。例えば食事につい ても、あるホテルでお会いした が、席料理を出していただいたが、 隣の農家のおばちゃんが残っ ているお漬物が、その家代々続い ているお漬物だったというので、 そういったものを食べていた だくことが地域へお越しいた だいた意義であり、貴重な体験

旅ホ連からの情報の吸い 上げはどのようにやっているの か。

坂巻 種々の会合や委員会に 自分も出席し、コミュニケーシ

ョンを深めている。

TOPTOUR
BIRD'S EYE VIEW PROJECT

出会い、発見、そして感動。

TOPTOUR Group

トップツアー株式会社

観光庁長官登録旅行業第38号 JATA正会員・bond保証会員
〒153-8550 東京都目黒区東山3丁目8番1号
<http://www.toptour.co.jp>