「節目の年」、目標達成へさらに加速

対談

日本旅行協定旅館ホテル連盟の第53回通常総会が2月18日、東京の浅草ビューホテルで開かれる。会社は今年創業110周年。また2013年度から行っている4カ年の中期経営計画の折り返しとなる。旅連も会社の周年と中計に呼応して、国内旅行と宿泊券販売を拡大する施策を推進するという。総会開催を前に、会社の丸尾和明社長、旅連の小林喜平太会長（長崎県・稲佐山観光ホテル会長）の両トップに今年の方針を、年初に移転した新本社で語っていただいた。

会社と共にウインウインの関係を

日本旅行協定旅館ホテル連盟会長
小林喜平太氏

日本旅行社長
丸尾　和明氏

ビジネスモデル転換の成果表れる

――（司会＝本社・森田淳）新しい本社に1月5日移転した。

丸尾　事業継続の観点から、本社機能をより強固なものにしようと移転に踏み切った。もともと歴史的建造物があったところで、その外観を保存しつつ、しっかりとした防災の機能を持たせた新しい建物だ。古い歴史がありながらも最新の設備を備えているところは、100年を超える歴史がありながらも、これからも新しいことにチャレンジしていくという、わが社にふさわしいのではないか。

小林　きょう初めてうかがったが、重厚な感じがいい。交通も便利だ。うちの家内も日本橋のデパートが近くにあるから来たいと言っていた（笑い）。

丸尾　旅連の事務局も入居していただいた。今後、より緊密な意思の疎通ができるのではないか。

■　■

――現在の経営環境をどう捉えるか。

丸尾　昨年は、景気がある程度回復すると見られていたのだが、消費税引き上げ後、個人消費が厳しかった。大雪、豪雨、台風、噴火と、自然災害も相次いだ。大幅な円安もあった。

2009年以来、5年ぶりにGDPがマイナス成長になるのではという見方もあり、アベノミクスの効果が国内全体に届くまでにはまだ至らなかった、というのが昨年の全体状況ではないか。

総選挙が終わり、自公が継続して政権を担うことになった。政府には引き続き経済対策にしっかり取り組んでもらいたい。これは旅行業界のみならず、全ての産業にとっての要望だと思う。

円安の影響で海外旅行が低迷し、日本からのアウトバウンドは前年比3％減の1690万人だった。半面、インバウンドは対前年29％増の1341万人と過去最高となった。インバウンドの話題がさまざまなメディアでもクローズアップされている。

インバウンドが国内観光の需要底上げに貢献しているが、それだけではなく、「日本にはまだいいところがある」と、日本人にも気付かせるトリガーとなっている。

国内旅行需要は、今言ったように必ずしもいい環境ではなかったのだが、JRのDC（デスティネーション・キャンペーン）や大河ドラマ、USJ（ユニバーサル・スタジオ・ジャパン）の新施設オープンなどの話題もあり、底堅く推移している。

2015年を見通すと、消費税の再増税が先送りされ、安倍政権も成長戦略にしっかり取り組むと明言している。GDPも1・5％、あるいは2％を超える成長率が見込まれている。そういう意味では、今年は明るい年になるだろうし、われわれの努力でそうしなければならない。

小林　丸尾社長が言われた通り、円安も影響していインバウンドがかなり増えた。それに引きずられたわけでもないだろうが、国内のお客さまの動きも、特に九州のテーマパークなどでは好調だ。宿泊施設は、国内のお客さまプラス海外のお客さまということで、大都市を中心に稼働率がいい方向に向かっている。

私の地元の長崎は、昨年は「がんばらんば国体」「がんばらんば大会」があったおかげで10、11月はよかった。ただ、7、8月は台風などの自然災害で大変苦戦した。

インバウンドは、九州に関してはクルーズ船がすごい。長崎にはおよそ100隻が来た。基本的に日帰りなのだが、経済効果がかなりあった。

インバウンドが日本のいいところを日本人に気付かせたというお話があった。われわれとしては、自然、歴史、文化、祭りと、地域のさまざまな魅力をさらに掘り起こしていかなければならないと再認識しているところだ。

■　■

――昨年の会社の業績、また中期経営計画「ACTIVE2016」の進捗状況は。

丸尾　まだ決算は取りまとめ中なので、販売だけを申し上げると、国内の総販売高が前年比で約105％。その中で団体が106％、企画商品の赤い風船が105％、JR券、一般宿泊などの単品が103％。↙

海外は業務渡航は伸びているのだが、企画商品が苦戦し、全体で102％。インバウンドは145％だ。

全社の総販は前年比105％の4160億円。前年から210億円ほど販売を伸ばし、2008年以来、6年ぶりに4千億円の大台に乗った。

2009年、新型インフルエンザが流行した年に、総販が3514億円まで落ちた。昨年はそこからおよそ650億円盛り返した。

中計（中期経営計画）の中でビジネスモデルの転換をしようと、五つの中核分野を決めて重点的に取り組んでいる。

それぞれの販売状況を見ると、国内と海外を含めてだが、教育旅行が前年比103％、MICE（会議、招待旅行など）が104％、BTM（ビジネス・トラベル・マネジメント）が107％、インターネット販売が116％。そして先ほどもお話したインバウンドが145％と、いずれも堅調に伸びている。

ここ2年間で取り組んできたビジネスモデル転換の成果が全体の販売、あるいは中核分野の個別の販売に表れていると言える。われわれの行ってきたことが決して間違いではなかった。今後も方向性に変わりはなく、今年はよりスパートをかけていく。

――赤い風船は過去最高の販売という。

丸尾　一昨年も前年から10％伸びたが、さらに昨年は5％伸び、過去最高を2年連続で更新した。

特にJRセットプランが伸びている。そして女子旅と熟年・シニアの旅。JRはもともと大きな柱としてあったのだが、お客さまの層を広げようと、女性と熟年・シニアを個人旅行部門の重点顧客層として取り組んでいる。

国内の女子旅商品は2012年に3億円だったものが、昨年は9億円。熟年・シニアは4億円から15億円と増えている。ともに3倍以上の伸びだ。

――課題は。

丸尾　お客さまの裾野をさらに広げること。そして、われわれのファン、リピーターをさらに増やすことだ。店頭店舗を中心に、メールマガジンの配信など、いろいろ行っているが、まだまだ十分ではない。さらに力を入れて取り組まなければならない。

小林　昨年は大雪、大雨、台風、竜巻、噴火と自然災害が多く、われわれ旅館・ホテル業界にも大きく影響した。ただ、そんな中でも日本旅行さんはがんばっていただき、先ほど丸尾社長がお話しされた通りの数字を上げ、宿泊券販売も伸ばしていただいた。本当にありがたいと思う。

日本旅行さんが潤うとわれわれも潤うのだ。今年もぜひ、がんばっていただきたい。

丸尾　宿泊券は赤い風船の伸びとほぼ同じぐらいの割合で伸びている。

いずれにせよ、国内旅行がわれわれの主戦場だという意識に今年も変わりはない。得意な分野をさらに伸ばしていく、お客さまのリピーター化を目指す、ということに今年は力を入れていきたい。

■　■

――2015年の方針、具体的目標について。

丸尾　2015年は4年間の中計の3年目。マラソンで言えば30㌔地点。まさに正念場だ。

これを超えればゴールへの道筋が見えてくると思う。遅れている分野はキャッチアップをする必要があるし、進んでいる分野は、より高みを目指して、次なる施策に取り組んでいかねばならない。

このように、今年は中計のゴールに向けて、スパートをかける年だと位置付けている。（4面に続く）

東京・日本橋の日本旅行新本社で

日旅連総会特集
3～8面

日旅産業は旅館様・ホテル様のお悩みをお客様のニーズに合わせて解決していきます。

行燈サイネージ

ウェルカムベビーのお宿
AUTHORIZED BY ©ミキハウス子育て総研

訪日外国人用の館内案内表示例

おてふきにっぽん

iPadを利用したおもてなし

【集客力アップと売上アップのためのサポート】
・女性層、シルバー層の集客拡大に向けたご提案
・スマートフォンやタブレットを活用した売上アップのご提案

【インバウンドの集客拡大のためのサポート】
・四カ国語ホームページのご提案
・外国語表記の館内案内版作成のご提案
・通訳サービスのご提案　など

【お客様の満足度アップのためのサポート】
・露天風呂の改装や客室リフォームのご提案
・女性をターゲットにした客室デザインのご提案
・分煙化のための喫煙ブースの設置など

【光熱費や経費削減のためのサポート】
・館内LED化による光熱費の削減
・タブレットを活用した省力化のご提案

【システム会計構築のためのサポート】
・旅館様の基幹システムとしての会計ソフトのご提案

【耐震診断のサポート】
・耐震診断を安価でご提案

【資金調達や補助金、助成金のサポート】
・分割払いや新リースシステムのご紹介
・申請代行手続きなど

お問い合わせ・資料のご請求は
トータル・ソリューション・パートナーの
日本旅行 NIPPON TRAVEL AGENCY　日旅産業

■オペレーションセンター
0120-038-900　FAX 0120-035-850
0120-062-720　FAX 0120-066-850（大阪・和歌山地区）

「節目の年」、目標達成へさらに加速

創業者の思いと行動をDNA化 会社からの"恩返し"大いに期待

（3面から続く）

――国内旅行は北陸新幹線の開業が3月にある。

丸尾　首都圏と北陸の相互発着はもちろん、大阪や名古屋を含めた国内の大きなトライアングルができる。われわれとしては大きなチャンスだと思っている。関西発長野というようなお客さまの新たな流れができる。われわれは今までにない商品を作っていくし、教育旅行などでも新幹線が開業した北陸方面の素材を発掘し、しっかり売り込んでいきたい。

また今年は山陽新幹線の博多開業40周年でもある。会社全体としてこれらにしっかりと取り組んでいく。

――今年は会社創業110周年の節目の年だ。

丸尾　私が社員に言っているのは、創業者の思いや行動のDNA化だ。

創業者の南新助は、国鉄、当時の鉄道省に働きかけ、無理だと言われた団体臨時列車を走らせた。草津（滋賀県）から鎌倉、東京、日光、善光寺を巡る、今でも難しい行程だが、チャレンジ精神で実現させた。

車内にガリ版を持ち込んで日々の情報や各地の観光情報を刷って配ったり、沿線の名物を事前に仕入れて配ったりと、お客さまのニーズを先取りした、今で言うマーケットインの行動を行った。

このような旅の新しい価値を提供することにより、今の日本旅行の礎を築いたと言える。

110周年を契機に、創業者の理念、行動をしっかりと認識し、われわれの中でDNA化する、ということに今年は取り組みたい。

マーケットインとチャレンジ精神の醸成。これを今年1年かけてしっかり取り組みたい。

――110周年のロゴマークとテーマも発表された。

丸尾　ロゴマークは若手の女性社員が考えたものだ。テーマは「HAPPYがえし」。会社をここまで大きくしていただいたお客さまに対して、いただいたハッピーをお返しするというものだ。

――顧客とともに、旅館・ホテルなど関係機関への恩返しもあると思う。

丸尾　もちろん、全ての関係の皆さまに対して、恩を返していきたい、ということだ。施設の皆さまがあって、われわれが成り立っているわけだから、しっかりと恩返しをしなければならない。

小林　われわれの一番の目標は宿泊券の増売だ。会社からの恩返しに大いに期待している（笑い）。

ただ、サービスのスキル向上や、会社へのさらなる情報提供に努めたりと、われわれも努力をしなければならない。会社との連携もさらに密にしなければならない。

会社の営業マンとわれわれ日旅連の商談会「ワークショップ」は、今まで関東、関西で行ってきた。会社の東日本営業本部と旅連の関東支部連合会、会社の西日本営業本部と旅連の関西支部連合会というふうに、出席メンバーも限られていたのだが、昨年から全国12支部連合会全ての会員が参加できるようになった。

今後は全国各地でワークショップが開催できるよう、会社とご相談をしながら、考えていきたい。

110周年については、昨年、「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録で多くのお客さまが殺到された。今年は北陸新幹線の開業、山陽新幹線の博多開業40周年。また、岩手・静岡・山口・九州と広範囲にわたる「明治日本の産業革命遺産」の登録が期待されている。インバウンドの増加と合わせて、営業推進委員会の国内旅行活性化委員会、成長戦略委員会を中心に各支部連合会と会社の営業本部がタイアップをして、周年らしい事業を考えていきたい。

丸尾　110周年は100周年の時のような大きなイベントは考えていない。記念商品の造成が中心となる。創業期の企画に合わせて団体臨時列車を走らせたり、JRのDCや善光寺の御開帳がらみの商品を考えている。「人生をHAPPYにする110の絶景」というフォトコンテストも行う。

もう一度原点に返り、お客さまに選んでいただける、そして旅連を含めた地域の皆さまにしっかりと恩返しができる、そういういい循環を作っていきたい。

――110周年関連以外の日旅連の事業は。

小林　毎年恒例の若手経営者の講座「日旅連塾」は、今年も開催が決まっている。旅館業界を取り巻くさまざまな課題の解決策を研究している。丸尾社長にも毎回講師としておいでいただき、会社や旅行業界の話をうかがっている。われわれのスキル向上に役立てていきたい。

会社が台湾・台北市で行っている「日本の観光・物産博」は、今年も旅連として参加を予定している。

丸尾　台湾での観光・物産博は今年で3回目。台湾観光協会との共催で行っている。台北駅の構内というロケーションのいい場所をお借りしているせいもあり、昨年は3日間で12万人という多くの来場者でにぎわった。

日本からは行政、観光団体、民間など約70のブース出展があり、日旅連さんからも出展をいただいた。

台湾からの訪日客はリピーターが多く、お客さまの中で日本が初めてという方は30%程度であり、70%程度がリピーターだ。従って、商談会のようなBtoBも大切なのだが、観光・物産博のようなBtoCは非常に有効で、効果的なプロモーションになっている。

小林　日旅連塾も先ほどお話しした通り、丸尾社長にお越しいただき、本当にありがたい。直にトップの話を聞けるわけだから、参加者は大変喜んでいる。

丸尾　その後の懇親会も含めて皆さんとお話できるいい機会になっている。

小林　旅館業界は課題が山積みしている。耐震問題をはじめ人の問題や、最近では食の問題など、勉強することがたくさんある。内向きの問題かもしれないが、非常に大事なことだし、しっかりと学んで、サービスの向上につなげていきたい。

新本社で女子旅イメージキャラクター「たびーらちゃん」とともに

品質の維持・向上が必要 東北へ引き続き支援を

東京・日本橋の新本社

――会社から旅連に求めること、逆に旅連から会社に求めることは。

丸尾　会社の110年間を強く支えていただいたのは日旅連の皆さまだ。改めて感謝申し上げたい。

われわれは列車、飛行機などの交通機関、温泉などの観光資源、そして宿泊をお客さまに提供している。

小林会長も言われているが、宿泊施設についても、お客さまに提供する上で、品質の維持向上が必要だと思う。

もう一つは、宿泊という役割以外のところ。お客さまのさまざまな要求に応えられる、地域のコンシェルジェ的な役割が必要だと思う。インバウンド客への対応も含めて、ぜひお願いしたい。

さらに地域における観光資源の発掘と情報発信。それぞれの地方にある、われわれが知らない情報を発信してほしい。すでに旅連の委員会でも行っていることだが、さらに会員一人ひとりにご協力をいただけるとありがたい。また、旅連の皆さまは地域の名士だ。ぜひ、行政を巻き込んで、われわれとともに地域を挙げての誘致事業に取り組んでいただきたい。

小林　国がデフレ脱却を目指す中で、われわれも単価アップを目指さなければならない。業界全体の問題かもしれないが、会社の皆さまにはぜひ単価アップをお願いしたい。

最近はOTA（オンライン・トラベル・エージェント）が勢力を伸ばしているが、日本旅行さんもすでに色々と手を打っていただいているが、他社に負けないように、ネット販売を伸ばしてほしい。

さらに忘れてはならないのは東北だ。震災から間もなく4年たつが、完全に復旧復興しているとは言い難い。東北への引き続きの支援をお願いしたい。

丸尾　私は国鉄時代、初めて赴任したのが仙台で、その後、古川で駅長を勤めたこともあって、東北には極めて強い思い入れがある。

東北方面は赤い風船で前年比120%以上伸ばしている。引き続き赤い風船を中心に伸ばしていきたい。

――最後に、日旅連会員にメッセージを。

丸尾　われわれは中計で「お客さまを元気に」、旅連を含めた「地域を元気に」、そして「社員を元気に」、ということを目指している。お客さま、旅連、地域、会社、この全てがウインになるように、しっかり取り組んでいく。

旅連の皆さまと私どもは、忌憚なく意見交換ができる極めて良い関係だと、私は理解している。

互いの意思の疎通をさらに密にして、新たな国内旅行のムーブメントを作っていきたいと思う。

小林　われわれ（日旅連と日本旅行）のゴルフの会は「両輪会」という名称だ。会社と旅連はよく車の両輪に例えられるが、片方の車輪だけが強くても駄目。両方が強くならなければならない。

共に、ウインウインになれるように、われわれも品質の向上とともに新しい情報を日本旅行さんに提供できるように努めていきたい。

日本旅行110周年記念
辻口博啓×赤い風船スイーツグランプリ

2015年3月の北陸新幹線開業を記念して、世界的パティシエ、石川県出身の辻口博啓氏とのコラボレーション企画を開催！

「人生をHAPPYにする110の絶景」フォトコンテスト

旅行先の思い出写真を応募頂いた方の中から、入賞作品合計110名の方に、海外旅行、国内旅行、旅行券などの豪華賞品をプレゼント。

日本旅行 創立110周年記念
あなたの旅を盛り上げる、楽しい旅の企画をご提案します！

貸切新幹線で行く 信州善光寺御開帳への旅
七年に一度の盛儀

七年に一度の盛儀「善光寺御開帳」と、信州のこだわり食材を使ったお料理や美味しいワイン、美肌の温泉で皆様をHAPPYに。
「貸切新幹線で行く信州の旅」をお届けします。

お座敷列車「宴」で行く 福島の旅

"女性の皆様"におススメ。"食"と"温泉"と"花の王国ふくしま"で思う存分"美パワー"を吸収していただける旅をご提案!

これ以外にも、もっといろいろ面白プランが進行中。乞うご期待！

日本旅行
NIPPON TRAVEL AGENCY
赤い風船
THANK YOU 110TH ANNIVERSARY

HAPPYがえし。

お客様に愛されて、
110周年を迎えられたHAPPY。
お客様と共に、
次の一歩を踏み出せるHAPPY。
110年の間、皆様から
支えていただきました。

だから、できるだけ、お返ししたい。
たくさんのお客様のハートを
大きなHAPPYで、いっぱいにしたい。
このシンプルな願いこそが、
110周年を迎えた日本旅行の想いです。

HAPPYには、HAPPYでお返しをーー。
日本旅行の新しい挑戦がはじまります。

2015年1月1日より、本社を日本橋に移転いたしました。
新住所　〒103-8266　東京都中央区日本橋1丁目19番1号　日本橋ダイヤビルディング

日本旅行「中計」3年目の取り組み

日本旅行は2016年度までの中期経営計画「ACTIVE2016」を一昨年始動させ、今年がその3年目になる。最終年度の来年までに、「確固たる収益基盤の確立」「一定基準の利益確保」を図り、顧客や地域に信頼される旅行会社を目指すとしている。営業部門の責任者、小谷野悦光常務に中計の進捗状況や日旅連との連携のあり方を聞いた。（聞き手＝本社・森田淳）

日本旅行常務取締役
営業企画本部長
小谷野　悦光氏

赤い風船が過去最高の販売
問題意識共有し、さらに拡販へ

――中期経営計画「ACTIVE2016」が3年目を迎える。現在の進捗状況は。

小谷野　4年計画の2年目を終えたわけだが、個別にはいくつかの課題が残るものの、トータルではおおむね順調だ。計画の3年目に当たり、今年がラストのつもりで、顕在化した課題を克服し、最終年度までうまく流れに乗っていきたい。

2014年は、前年の東京ディズニーリゾートの30周年や、伊勢神宮と出雲大社の式年遷宮のような大きなイベントはなかったものの、国内販売については、中計で想定していた以上の数字を上げることができた。

その象徴が赤い風船で、過去最高の販売実績を残すことができた。昨年のインタビューでもお話ししたが、2013年は国内旅行の風が吹いた。昨年は吹かない中で、いかに自力で風を起こし、風船を飛ばすかがポイントだったのだが、地域の誘客素材をきめ細かく捉えるなどして、うまくお客さまに提供することができた。

特にわれわれの強みであるJRの新幹線や豪華列車を使ったセットプラン、JRのDC（デスティネーションキャンペーン）絡みの商品は、お客さまにかなり受け入れられた。

インバウンド部門も2014年、訪日観光客数が過去最高を記録した中で、わが社としても国の施策と連動して一定の成果を上げた。外国人観光客が東京や関西に集中するとか、宿泊施設がタイトなどの問題もあるが、総じて見れば流れをうまくキャッチアップできている。お客さまが集中する問題については、地方のインフラ整備や、各地にある本物の魅力ある観光素材について、しっかり情報提供することに加え、国ごとの訪日客の志向をきちんと把握することで対処していく。中国などアジアの人は買い物に強い関心があるし、欧米の人には、今年の高野山開創1200年などは受けるだろう。

――今年の新たな取り組みは。

小谷野　中計を作った時に、ポイントに置いたのは、社内のどんなセクションにいる人でも、全ての部署の問題点を知っているということ。全社挙げて取り組めば、問題の解決に近づく。社内広報についてもできるだけ分かりやすく、キーワードで単純明快に伝えることにしている。

営業では、「あれがあったら」「あれができれば」という「たら・れば」のコミュニケーションが大事だと社内で話していたのだが、それに加えて今年は「もったいない」という言葉をキーワードにしている。「せっかくここまできているのにもったいないじゃないか」「あと一歩がんばろう」と部下を鼓舞するように本社や営業本部の幹部には話している。最前線にいる社員が思考停止にならないように、やる気を起こさせることが大事だ。

支店でも、営業本部でも、社員それぞれの行動を把握して、「もったいない」を探して、的確にアドバイスできるようにすることが今年の大きなテーマの一つだ。

中計を推進する中で、丸尾社長いわく、今がマラソンで言う30㌔地点。一番苦しい正念場だ。ただ、今を乗り切れば、目標の最終地点に必ず手が届くはずだ。

――昨年の決算状況は。

小谷野　現在、取りまとめ中だが、社員への還元も含め、計画を上回る状況になる見込みだ。2013年は為替の急激な変化で差損が生じたのだが、昨年はそれも解消されたので、最終利益も一定の水準を超えると見ている。

――今年の見通しは。

小谷野　大きな話題は北陸新幹線の開業。東名大のトライアングルを中心に、旅客の新たな流れができると思う。単に新幹線が開通するというだけではなく、人の流れを大きく変えるトピックスだという認識で、いろいろと創意工夫をして取り組みたい。

さらに2015年度末には新幹線が函館まで開通する。新幹線網がほぼ全国的に構築される。私どもはJRを使った商品を強みとしているので、お客さまに提供する商品のバリエーションがかなり増えると思う。

日旅連と連携密に 地域と同じ目線で

――会社は今年、創業110周年。

小谷野　丸尾社長が年頭の訓示で話したのだが、創業時の原点に返る、原点に学ぶということを大事にしていきたい。

創業者の南新助は当時、絶対に不可能と言われた団体貸し切り列車を当時の政府と粘り強く交渉して仕立てたり、お客さまに喜んでいただくためのさまざまな取り組みを行った。

創業110周年を機に、創業者の思いをしっかりと見据えて、全社員が共有化し、お客さまに喜んでいただくことにチャレンジする、ということをしていきたい。

特に若い社員に、営業的な部分で110周年の取り組みを考えてもらうようにしている。

――今年の販売高の目標について。

小谷野　中計では2016年度の販売目標を4020億円としているが、昨年の段階ですでに超えている。今年は4260億円を目標としている。

――国内旅行は。

小谷野　昨年が2500億円。今年は50億円ほどの上積みを図る。

――日旅連との関係については。

小谷野　旅連とは各地で密接な関係を持って商品造成や誘客活動を行っている。今後もより関係を密にしていきたい。

小回りを利かせて、機動力を持って取り組むことがわれわれにとって必要だと思う。各地域が持つ観光素材を磨き上げるとともに、パッケージの赤い風船や団体、インバウンドなど、それぞれの地域がどんな旅行に適しているのか、旅連の皆さまとともに最適なプランを作っていきたい。

個人的にはアクセスや知名度、入り込み数などの面でご苦労をされている地域について、何かお手伝いができればと考えている。旅行会社としては売れるところと取り組みたいと思うところだが、わが社は性格のよさには定評があるので（笑い）。

地元と一緒に、同じ目線で考える、ということが必要だと思う。

企業ビジョン・目指す姿

企業ビジョン	感動と満足を創出する、活力ある企業グループ	
目指す姿「4つのWIN」	WIN1　お客様を元気に	お客様から信頼され、常に満足を提供する企業グループ
	WIN2　地域を元気に	各地の皆様との緊密な連携のもと、地域を元気にする企業グループ
	WIN3　社員を元気に	意欲と向上心に満ちた活力あふれる人材集団
	WIN4　株主への貢献	JR西日本をはじめとする株主の皆様の発展に寄与する企業グループ

日本旅行グループ中期経営計画 ACTIVE2016

確固たる収益基盤を確立 目指すは「四つのWIN」

日本旅行は2013年度から4カ年の中期経営計画「ACTIVE2016」を進行中で、今年は折り返しの3年目となる。「確固たる収益基盤の確立」「一定水準の利益確保」「社員のモチベーション向上」を経営目標に、また「お客様を元気に」「地域を元気に」「社員を元気に」「株主への貢献」という「四つのWIN」を目指す姿としている。

取り組みの一つは「ビジネスモデルの転換」。同社は教育旅行、MICE、BTM、インバウンド、インターネット販売の五つの部門を「中核分野」として強化を図ってきたが、中計でさらなるシフトを進める。

また、法人営業では地域行政、大学、BTM取り扱い企業など、個人旅行営業では女性と熟年・シニアマーケットを「重点顧客層」と位置付け、社内の各分野が一体となって取り組みを強化するとしている。

計画の最終年度、2016年度の数値目標は、同社単体で販売高4020億円（2013年度計画数字3830億円）、営業収益450億円（同420億円）。収支では営業利益5億円（同3億円）、経常利益10億円（同8億円）。

また販売高のうち中核分野では、インターネット販売で340億円（同210億円）、インバウンドで250億円（同140億円）と、高い伸びを見込む。

計画数値

個別（単体）計画

○収支計画

（単位：億円）	2013年度計画	2016年度計画
販売高	3,830	4,020
営業収益	420	450
営業利益	3	5
経常利益	8	10

○商品別販売計画

（単位：億円）	2013年度計画	2016年度計画
国内旅行	2,360	2,360
うち赤い風船	770	820
海外旅行	1,340	1,440
うちマッハ・ベストツアー	550	580
国際旅行等	110	210
販売高　合計	3,830	4,020

（再掲）中核分野販売計画

（単位：億円）	2013年度計画	2016年度計画
インターネット販売	210	340
教育旅行	360	420
MICE	220	280
BTM	330	500
インバウンド	140	250

※上記インバウンドには、営業本部等の取り扱いを含む。

○設備投資計画
インターネット販売の強化に向けたシステム投資など、各年度で10億円程度を見込んでいる。

連結計画
○収支計画

（単位：億円）	2013年度計画	2016年度計画
営業収益	500	530
営業利益	9	14
経常利益	17	22

日旅連は
地域を元気にする活動を
推進してまいります

本部第52回通常総会

第6回日旅連塾

日本の観光・物産博（台北）

日本旅行
協定

中国支部連合会サービスマナー向上研修会

REN-CUP in 中国

関東ワークショップ

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

日旅連12支部連合会

北海道支部連合会

一体感を高め提案

桑島繁行会長

日頃から日本旅行グループ並びに連盟会員の皆さまからの多大なるご協力に心から感謝申し上げます。

さて昨年度の北海道観光は、LCC利用拡大やインバウンド需要増によって全体の入り込みは増えましたが、航空路線の地方路線の縮小や貸切バスの新運賃制度での料金設定厳格化・供給不足等の2次交通の問題もあり、北海道内地域間の需要格差が以前に増して拡大しております。札幌を中心とする道央圏は需要過多となり、特に道東圏との格差が顕著になっています。

その状況下、北海道支部連合会会員の宿泊施設等、業種を横断的に組織した「北海道赤い風船会」では、引き続き活発に北海道への観光誘致について実施してまいりました。

活動の中心である「プロモーション委員会」では、6月に来道の西日本地区店頭担当者研修団を誘致し、各地で観光素材説明会を実施いたしました。また、継続事業である日本旅行北海道旅プラザ時計台店プロモーションでは、北海道内各地域の行政・観光協会や日本旅行グループ・会員施設の皆さまとタイアップし、月替わりでインフォメーションコーナー設置・専用商品発売・店頭イベントを連動した形で行っております。「宿泊ネット販売推進部会」では、赤い風船事業部と共同運営の赤い風船北海道スペシャルサイト上で、時計台店プロモーションに連動し、地域に特化した商品販売も行いました。また、昨年は品質向上についても議論を行いました。

「観光部会」では、引き続き東日本営業本部団体送客キャンペーンと連動した会員施設立寄促進施策を実施しました。「インバウンド誘致推進部会」では、台北駅での日本の観光・物産博への協力や、現状と今後の展開について情報交換を行い、知識向上にも努めました。昨年創設した「運輸部会」では、オフ時期の団体誘客の施策を実施しました。「ブロック会」では、各地で会議を開催し、会員施設だけでなく、地元行政・観光協会の皆さまや日本旅行北海道地元支店のスタッフにもオブザーバーで参加いただき、意見交換や事業推進を行いました。

今年度においても、これまで以上に北海道赤い風船会を通じて、会員施設の皆さまとの一体感を高め、日本旅行グループへの提案力を高め、連携を図ってまいります。

具体的には、日本旅行創業110周年に連動した事業協力、営業本部と連携した法人誘客のためのキャンペーンの拡大、赤い風船北海道スペシャルサイトのさらなる充実、ブロック会を通じた各地域行政との連携強化等、これまでの活動をより深度化し、日本旅行グループ中期経営計画に連動した事業内容を展開していきます。また、来年3月に開通する北海道新幹線の対策も強化していきます。

今年度も引き続き、会員の皆さまのご協力と日本旅行グループのご支援をお願いいたします。

東北支部連合会

復活への総仕上げ

菅野豊会長

平素は、東北支部連合会の活動に際し、全国の皆さまより多大なるご支援ご協力を賜り誠にありがとうございます。また、震災から4年の月日が流れようとしておりますが、引き続いての心温まるご支援と応援をいただき心より感謝申し上げます。

昨年は、震災から3年目の節目の年として、観光を目的としたお客さまの誘致強化に取り組む1年と位置づけ、宿泊券販売拡大につながる「東北ならでは」の魅力の発信、赤い風船の商品力強化等を中心に、連合会事業に会員一丸となって取り組んでまいりました。お陰を持ちまして、各地区会並びに北東北、南東北ブロックでの取り組みを活発化した結果、一定の宿泊券実績を挙げることができました。これもひとえに日本旅行様のご協力並びに日旅連会員皆さまのご支援の賜物と重ねて御礼申し上げます。

さて本年ですが、昨年の活動実績を踏まえ、取り巻く環境の変化に敏感に対応しながら、引き続き足元を固めつつ攻めに転じる重要な1年になると考えております。

団体・個人向け商品素材の提案拡大、これまで取り組みが薄かったエリアへの積極的なアプローチ、教育旅行を中心とした誘致キャラバンの強化、今後増加していくインバウンドマーケットへの取り組みの深度化等、引き続き東北仕入販売センターと連携を密にし、取り組んでまいります。

また、若い世代が育っている日旅東北とも、管内支店セールスマンを中心に関係強化を進め、域内需要の取り込み強化に再度取り組んでまいります。

そして、本年は日本旅行創業110周年の記念すべき年であり、震災後の、いわゆる「東北DCシリーズ」の最後である福島DCが今春より展開される年でもあります。東北支部連合会としては、福島DCを〝復活への総仕上げ〟と位置づけ、これまでの青森、岩手、仙台・宮城、秋田、山形の各DCで培ったおもてなし力や商品素材力を駆使して、東北の玄関口である福島を盛り上げると同時に、福島から東北全体へ周遊いただけるよう、110周年記念商品や記念事業に協力しながら連合会全体で誘客強化に取り組んでまいります。

引き続きこれまでの支援への感謝の気持ちと、この節目の年にこそ〝東北復活！〟との強い思いを持ち、会員一丸となって宿泊券販売拡大に頑張ってまいりますので、本年もどうぞよろしくお願いいたします。

新潟支部連合会

「自然、食、歴史」

浅野謙一会長

平素は、日旅連事業に対して、日本旅行グループ並びに会員各位より多大なるご尽力を賜り厚く御礼申し上げます。昨年度は4月～6月に新潟デスティネーションキャンペーンおよび6月14日～9月13日に山形デスティネーションキャンペーン（庄内地区）が開催され首都圏・関西圏方面からのご送客を賜り厚く御礼申し上げます。

さて、今年は3月14日の北陸新幹線開業により、新潟県にとっては上越新幹線を含め2本目の新幹線が開通します。開通にあたり首都圏・関西圏からの上越地区への誘客拡大、4月21日には直江津港～小木港にかけ新造船「あかね」が運航され佐渡地区への誘客拡大も期待されます。また、新潟県内では弥彦神社「御遷座百年祭」が4月～12月にイベントの開催、および十日町・津南では3年に1度開催される「大地の芸術祭」が7月26日～9月13日（50日間）に予定されています。

今年も引き続き「うまさぎっしり新潟」のキャッチフレーズのもと魅力がある新潟の「自然、食、歴史、文化、人」にふれあう旅を提供し誘客に努めてまいります。昨年に引き続き新潟県旅館組合青年部による「にいがた朝ごはん」プロジェクトのさらなる深度化、「にいがた地酒の宿」を昨年に引き続き展開しております。

①宿泊券販売の拡大として、北陸新幹線開業に伴う上越地区への誘客、佐渡汽船新造船「あかね」の佐渡地区への誘客、弥彦神社「御遷座百年祭」による新潟地区への誘客、十日町・津南「大地の芸術祭」による中越地区への誘客、加茂水族館（世界初のクラゲ館）リニューアルオープンに伴う庄内地区への誘客、城下町村上町屋地区を中心とした下越地区への誘客、各地区の商品展開・情報収集発信による誘客拡大に努めてまいります。

②団体販売強化施策として、上記、北陸新幹線とは別に「新潟県への入り込み団体支援」として一般団体、教育旅行、MICE、BTM、インバウンド団体獲得支援を行ってまいります。

③宣伝活動として、官民連携による首都圏・関西圏への商談会への協力、主要エリアへの誘客・販売促進活動を行ってまいります。

④新潟県アンテナショップ「東京ネスパス」会員向け企画商品の展開、店頭イベントへの協力体制を強化してまいります。

⑤今年も日本旅行の事業計画と連動した事業を推進します。

これらのさまざまな事業展開は、日旅連のみならずNic新潟地区会と共同で取り組んでまいります。また、県をはじめとした地域行政・観光協会との連携が必要であり、さらなる連携強化をしてまいりたいと考えております。本年も関係各位の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。

関東支部連合会

積極的に素材提供

森田繁会長

昨年度、関東支部連合会では、会社の営業本部（域内支部）送客キャンペーンへの協力、商談会・研修会の開催、日旅連本部営業推進委員会と連動した宿泊券増売事業の実施、台湾での「日本の観光・物産博2014」への参加「REN―CUP in 中国」への参加、会員バスポートの発行―などの事業を行いました。

商談会は草津温泉での「第11回ワークショップ」、東京での「日旅連ワークショップ・東日本エリア商談会」を開催し、東日本営業本部、ソリューション営業本部、国際旅行事業本部の皆さまと実のある商談を行うことができました。

本部営業推進委員会と連動した事業では、「地域を元気」にする誘致事業として、「関東近郊ハブ誘客事業」を実施。台湾での観光・物産博には連合会から23会員が参加して、ブース出展を行いました。

今年度、エリア内では、日光東照宮400年式年大祭、甲斐善光寺の御開帳、東京スカイツリー3周年などのトピックスがあります。また北陸新幹線開業、善光寺の御開帳などのビッグイベントもあります。

本年度の取り組みとしては、会社の営業本部送客キャンペーンへの協力を引き続き進めます。地元観光素材、情報の提供を積極的に行います。

また商談会・研修会として、北陸営業部のセールスマンとの商談会「北陸新幹線開業前・現地キャラバン」を行います。東日本営業本部の全セールスマン、課長リーダーの皆さまとの「第12回ワークショップ（河口湖）」、東日本営業本部、ソリューション営業本部、国際旅行事業本部の皆さまとの商談会「日旅連ワークショップ・東日本エリア商談会」も引き続き行います。

日旅連本部営業推進委員会と連動した宿泊券増売事業（「地域を元気」にする誘致事業、赤い風船WEB商品化本部補助事業）も引き続き行います。「REN―CUP」は、今年は関東支部連合会の主催で9月3日に開催します。多くの皆さまのご参加をお待ちしております。

長野支部連合会

関西、北陸に期待

齊藤茂行会長

創業110周年を謹んでお祝い申しあげます。日本旅行様のこれまでのご功績に敬意を表すとともに、今後のさらなるご発展とご隆盛を祈念いたします。

平素は日旅連長野支部連合会の事業活動に対して日本旅行グループ並びに会員各位より多大なるご尽力を賜り厚く御礼申し上げます。

昨年度を振り返りますと2月の2週続けて週末を襲った雪害に始まり、7月の南木曽の土砂災害、9月の御嶽山噴火、11月の神城断層地震と自然の脅威にさらされ、長野県の観光産業にとって厳しい1年となり、長野支部連合会の宿泊券実績では、一昨年の大型大会の反動により一般団体対前年71%、教育旅行115%、赤い風船96%、全体で対前年95%という結果となりました。

今年度は3月14日北陸新幹線延伸開業、また4月5日から善光寺御開帳を迎えます。長野県にとっては身近になった関西、北陸からの新たなお客さまの動向に大いに期待をしており、1月には関東、新潟、北陸の各連合会、およびNic東日本本部合同での北陸地区のワークショップを開催、北陸営業部社員の皆さまに信州の魅力を発信してまいりました。また長野支部連合会としても北陸、関西発の赤い風船商品に対して二次アクセス強化協力のため協賛し拡大を図ってまいります。

また5月には日本旅行110周年記念事業として「善光寺御開帳団体臨時列車」を設定いただきありがとうございます。日本旅行様の草創当初における一大快挙はなんといっても、明治41年本邦初の国鉄貸切団体臨時列車による滋賀県草津駅から7日間の行程で当地善光寺まで900名を輸送した「善光寺参詣団」でありました。当時としては空前の盛事であり、この一大イベントを今年の110周年記念事業として善光寺御開帳にあわせ実施していただけることに深く感謝申し上げるとともに、長野支部連合会としても信州らしいおもてなしでお迎えしたいと考えております。

2016年にはNHK大河ドラマ「真田丸」、諏訪御柱祭も控えており、長野支部連合会は引き続き観光素材の発掘や信州の魅力の情報発信に努め、北陸新幹線やアルペンルートを利用し隣接する他県との広域観光圏を確立し、年間を通して誘客できる環境の整備を図ってまいります。北陸・中部・関東・新潟の各支部連合会様とはさらなる連携を取らせていただき相互に地域の魅力を発信し、お互いに誘客、送客事業に発展させていきたいと考えておりますので関係各位のより一層のご支援をお願い申し上げます。

中部支部連合会

広域の需要喚起を

金原貴会長

平素は中部支部連合会の活動に対し、皆さまからの多大なるご支援・ご協力を賜わり心より感謝申し上げます。

2014年度は、「浜名湖花博2014」「熊野古道世界遺産登録10周年」等のイベントや、伊勢神宮の遷宮の翌年が「おかげ年」ということもあり、一昨年からさらなる集客拡大を期待しておりましたが、4月の消費税増税に伴う消費の冷え込みに加え、台風や噴火、地震、大雪といった自然災害に見舞われ、非常に厳しい1年となりました。

一方で、リニア中央新幹線の着工や、本美濃紙をはじめとした「和紙　日本の手漉（てすき）和紙技術」の無形文化遺産登録、昇龍道プロジェクトの観光庁長官表彰の受賞など、今後につながる明るい話題もございました。

今年度につきましては、日本旅行様の創業110周年というイベントを最大限活かした事業展開を行ってまいります。赤い風船や団体企画商品での記念プランの設定はもちろんのこと、中部営業本部で企画・実施される周年イベントや、社員の皆さまの勉強会や研修等の受け入れにも積極的に協力してまいります。

また、110周年を機に、会員施設と地元支店様とのコミュニケーションの充実と連携の強化を図り、より強固な協力体制の構築を進め、日本旅行様とともに「地域を元気に」したいと思います。

営業推進委員会を中心とした各地区の誘客支援事業の活性化につきましても、会員施設が協力し、取り組みの強化・深度化を図ってまいります。北陸新幹線の開業や善光寺の御開帳といった周辺エリアでの話題を活用した広域での需要喚起施策や、徳川家康公顕彰400年にちなんだ商品造成にも取り組んでまいります。また、MICE営業部と連携した地域行政への提案や「昇龍道プロジェクト」と連動したインバウンド事業展開も継続して進めてまいります。

日本旅行創業110周年という節目の年に、日本旅行様と日旅連とのより一層の連携の強化を進めつつ、従来からの取り組みに加え、周年を契機とした新しい取り組みにもチャレンジしてまいります。今年度も皆さまの絶大なるご支援・ご協力をよろしくお願い申し上げます。

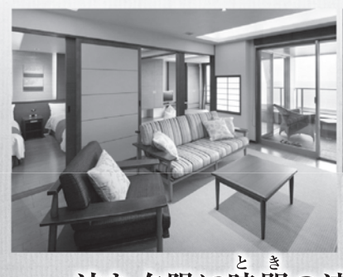
月替わり懐石「千姫御膳」厳選料理
※献立は毎月替わります。
千姫物語では「安心・安全」な厳選された食材、そして、新鮮な野菜、果物、山菜等の農産物をお客様に提供致しております。

奉祝 日光東照宮400年式年大祭
2015年1月1日～12月31日
蘇える日光 光輝く東照宮

日光東照宮400年式年大祭期間中ご宿泊のお客様に
陽明門「逆柱」開運御守ストラップ進呈
（但し、企画商品に進呈が記載されているものに限ります）

月替わり懐石料理の宿　花衣の館 日光 千姫物語
〒321-1432 栃木県日光市安川町6-48　TEL.0288(54)1010　http://www.senhime.co.jp/

“The オーシャン倶楽部”



沈む夕陽に時間の流れを忘れるひととき。
風の音、潮の香り、湯のぬくもり、すべてが最上級。

海を一望できる新ダイニングレストラン。
“源泉蒸し”をはじめ汐美荘の旬が揃う。

新潟県／瀬波温泉　政府登録国際観光旅館（登録1346号）
夕映えの宿 汐美荘
予約専用ダイヤル | 0254(53)5858
〒958-0037　新潟県村上市瀬波温泉2丁目9番36号
http://www.shiomiso.co.jp　夕映えの宿　検索

宿泊券の増売へ会社と連携

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）。

北陸支部連合会
新たな未来を開く

八木眞一郎会長

平素は日旅連北陸支部連合会の活動に際し格別のご支援ご協力を賜り厚く御礼申しあげます。

昨年は4月に消費税が増税され、旅行需要の冷え込みが懸念されましたが、6月には一昨年の富士山に引き続き富岡製糸工場が世界遺産に登録され、国内旅行に対して大きな注目を集めました。また円安によるインバウンド旅行客の拡大が顕著になり、特に4月下旬から6月初めまでは北陸へも多くのお客さまが訪れておりました。

このような中、当支部連合会として北陸新幹線開業を見据え二つの施策を基本に営業推進委員が中心となって誘客活動を展開してまいりました。一つ目は関東エリアからの誘客拡大です。一般団体を対象として北陸の魅力を盛り込んだ団体ツールを新しく用意をしました。教育旅行団体へは新幹線を利用した修学旅行の新規手配が発生している状況から「修学旅行勉強会」を連合会の中に立ち上げその受け入れ準備を実施、個人企画では下期において専用商品の拡充を図りました。二つ目は、送客基盤の大きい西日本エリアに対して重点的に販売施策を展開しました。JR西日本様が展開する「名探偵コナン」にあわせ全事業部様からのご支援にもとに商品展開を行い大きな盛り上がりを見せておりましたし、6月には関西エリアでの店頭装飾CP、販売CPにあわせた社員の皆さまとの意見交換会を開催、そして社員研修やワークショップを5回実施し北陸のファンづくりに努めてまいりました。

さて、本年3月14日にいよいよ北陸新幹線が開業します。連合会としては今年も営業推進委員が中心となりさらに強力に推し進めてまいります。年明け1月は東日本営業本部営業社員とのワークショップに参加、2月には金沢での店頭社員研修、3月には富山県研修等を実施する予定です。開業後は北陸各地でも個性のあるイベントがたくさん計画されており、そして10月からは北陸DCも開催され、地元として大きな期待を寄せております。また、日本旅行創業110年にあわせた事業も北陸で行われます。各旅館が自慢のスイーツを出し合った「スイーツグランプリin北陸」の開催に向け現在鋭意準備をすすめているところでもあります。当連合会といたしましては各地で開催される個性的なイベントや魅力ある観光素材をブラッシュアップして商品化を行い、その魅力を最大限訴求していきたいと考えております。

「北陸新幹線開業の年」、それは北陸の新たな未来を開く第1歩の年です。この開業により北陸を頂点とした、関東、中京あるいは関西からはいずれも2時間30分で結ぶ大きなトライアングルが形成されます。人や物の流れが大きく変わるこの年を北陸のもっとも得意とする自然や歴史、伝統、文化に恵まれた素材を強く発信していくことが重要な要素と考えます。北陸を旅行される観光客の皆さまの期待に応え、満足を感じていただくために会員が一体となっての「北陸の総合力」を高め誘客に努めてまいりますので、より一層のご支援をお願い申し上げます。

四国支部連合会
訪れたい観光地へ

宮村耕資会長

平素は日本旅行グループ並びに連盟会員の皆さまより多大なるご支援ご協力を賜り、心より厚く御礼申し上げます。

昨年の四国は、2月には未だ経験のない豪雪に見舞われ、7月～10月にかけては度重なる想定以上の豪雨と台風の襲来により高速道路や国道の通行が寸断されキャンセルが続発いたし、まさに自然の猛威にさらされた1年でありました。

一方、昨年は幸いにして四国各地においてさまざまな周年の年でもあり、とりわけ四県共通のテーマである四国八十八ヶ所については、開創1200年という大きな節目の年となり、八十八ヶ寺それぞれにおいて秘像等の特別開帳が実施されるなど、年間を通じ各県へ多くの巡礼者をはじめ観光客の皆さまが訪れていただき、道後温泉・本館120周年を迎え道後オンセナートが開催された愛媛県を筆頭に他の3県ともに一定の水準は維持することができたかと思われます。

本年に際しましては、4月から施行されます観光バスの新運賃制度は関西を中心としたコアマーケットから離れた四国にとっては三橋通行料と合わせて大きな負担となり、新たな旅行形態への変換に向けて「わざわざ訪れたい観光地」として確立してゆく重要な初年度になると思われます。

これらの状況を踏まえ、4県においては「ART SETOUCHI」「宇和島伊達400年祭」「大鳴門橋開通30周年」「高知家まるごと東部博」「龍馬生誕180周年」等の関連事業の展開が進められており、当連合会といたしましても会員各位や関連機関の協力を仰ぎながら会社側とも協議のうえ、これらの素材を活用した本年度商品との連動を深め誘客に努めてまいりたく願っております。

創業110周年を迎えられた日本旅行様とともに、新・中期経営計画に織り込まれた新たなビジネスモデルに則った最重点営業戦略に沿い引き続き活動展開をいたしてまいりますので、皆さまからの倍旧なるお力添えを賜りますようよろしくお願い申し上げます。

沖縄支部連合会
「MICE」を充実

照屋修興会長

平成26年沖縄観光入域者数は、県が目標と掲げた690万人を達成し外国人観光客も目標80万人を11月末の段階で達成するなど、過去最高の入域客数を実現いたしました。また、一昨年3月開港の日本最南端の国際空港である新・石垣空港は新たな観光需要を確実に創出し、入域客目標105万人に対し111万人超と大幅超過達成を実現するなど、沖縄全県の観光産業において明るい話題の絶えない良き1年でありました。

私たち沖縄支部連合会は、この昨年の成果をステップとして、株式会社日本旅行様の中期経営計画3カ年目の指針同様「ビジネスモデル転換の実現を期してスパートをかける年」に向けて本年も邁進してまいります。

さて、沖縄における「ビジネスモデルの転換」とはどのようなものであるか。本年の事業指針をお話しします。法人営業においては昨年一般団体20%増の大幅拡大のご送客をいただきました。牽引したのはMICE団体でありました。この分野でのさらなる営業成果に貢献するべく、当連合会は昨年「MICE営業担当者向け沖縄研修」を実施し沖縄MICEがさらに発展するために営業マンが取り組むべき課題や新素材の視察、検討をいたしました。また、教育旅行団体の一昨年、昨年の獲得拡大に向けた営業のご努力は、本年過去最高の取扱人員数をご送客いただける見込みとなりました。当連合会はこれにお応えするべく本年さらなる「MICE教旅向け体験メニューの充実」に取り組んでまいります。インバウンド営業においては一昨年、昨年と大幅拡大のご送客をいただきました。当連合会は国際旅行事業本部、インバウンドMICE営業部様と連携し、昨年海外現地法人沖縄誘致会議を実施し成果の一助となったと自負しております。本年もさらに強固な連携と施策の推進に努めてまいります。個人旅行営業においては、一昨年来「女性・シニア層が楽しむ沖縄とは何か」という新たな課題をご提起いただきました。将来への重点顧客にご満足をいただける魅力をご提供するべく本年当連合会営推委員を中心にさらに研鑽し、より多彩な宿泊企画をパンフレット、インターネット両面で実現し、販売成果貢献に努めます。

本年は宮古島伊良部大橋の開通、世界的スポーツイベントの開催、大型クルーズ船ターミナルビルのボーディングブリッジ供用開始が予定されています。世界を視野に入れた「国際都市」を目指すとともに株式会社日本旅行様への貢献に会員一同鋭意努めてまいります。何卒よろしくお願い申し上げます。

関西支部連合会
商談会を一層充実

田岡茂会長

日旅連会員の皆さまには平素より格別のご支援ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

当関西支部連合会は近畿2府4県と岡山県、鳥取県、島根県を加えた2府7県、11支部で構成されています。

当連合会の大きなイベントとして、今年は弘法大師空海の手で高野山（和歌山県）に密教の道場が開かれてから1200年目を迎えます。

高野山開創1200年を記念して4月2日から5月21日までの50日間大法会が執り行われます。高野山では記念大法会を中心にその歴史、魅力を伝える数々の行事が予定されています。

また「人と自然の共生のステージ」を開催テーマに淡路花博2015「花みどりフェアー」が淡路会場、洲本会場、南あわじ会場の3会場に分かれて3月21日から5月31日まで開催されます。

淡路からそう遠くない姫路では平成の大改修で入場ができなかった姫路城天守閣が3月27日から登城できるようになります。

皆さまのお越しをお待ちしています。

当連合会は本部事業と連動しながら「宿泊販売の拡大」を基本的な命題として中核組織の営業推進委員会を中心として事業活動に取り組んでまいります。

団体顧客拡大策の一環として昨年は他の支部連合会と共同で地区の旬の受け入れ団体情報を提案して団体受注に結びつけるのを目的に1月に岡山市で、7月には東京と大阪でそれぞれ日本旅行のセールス担当者とのマンツーマンの商談会（ワークショップ）を実施しました。

今年も昨年同様日本旅行セールス担当者との商談会（ワークショップ）を計画していますが、施設・地域の企画提案書の一層の充実を図りたいと考えています。

また宿泊販売につながる「地域を元気にする」誘客事業として地域内の着地型素材、イベント、行政との連携事業等を会社側へ提案してまいります。

一方、個人客に適した新観光素材はインターネット販売拡大策の一環として特に女性旅や熟年・シニアといった客層別商品を赤い風船web宿泊商品にて提案していきます。

最後になりますが当連合会への皆さまのさらなるご支援・ご協力をよろしくお願い申し上げます。

中国支部連合会
工夫し努力続ける

梅林保雄会長

本年度の取り巻く環境において国内旅行のトピックスとしては、何といっても北陸新幹線金沢開業が大きな話題であり首都圏発旅行需要の傾斜が予想されます。私どものエリアへの旅行の4割は首都圏からであり、ここへの着地情報発信や企画提案など、より一層注意を引きつける施策が欠かせません。今年のNHK大河ドラマは幕末期の萩を舞台とした「花燃ゆ」です。また6月末にはユネスコの諮問機関イコモスから新たな世界遺産登録のニュースがありそうです。これには萩から五つが構成遺産としてリストに入っています。

さらに今年は山陽新幹線博多駅まで全線開業40周年の節目の年です。新幹線開業により私どものエリアへのアクセスが劇的に改善され大きな旅行需要に沸き立って40年となります。首都圏・関西圏をはじめとした各発地へのプロモーションもさらに工夫を凝らし、より効果のある施策実施が求められます。

今年の訪日旅行者は、いよいよ1500万人超とその需要への期待もさらに高まります。これまで東京～京阪神のゴールデンルートへ徹底的な集中によりすでに飽和状態です。その受け皿として、より日本らしさを求める外国人に対しては二つの世界遺産（今年中に三つに！）を有するこのエリアは、すでに強力な誘客ツールを持っており、この観光資源を生かした情報発信・企画提案が欠かせません。

すべてのお客さまに「おもてなし」の精神に代表されるていねいで質の高いサービスの提供や思いやりの精神を発揮すれば、世界はもとより国内からも評価され、他の地域に先んじて旅行需要の果実を手に入れることができると考えます。今までと同じやり方を漫然と続けていても道は開けません。「ひたすら工夫し、努力を続ける」ことが現状の課題克服の唯一の答えではないでしょうか。これまでのフレーム（既成概念）に捉われない新たな発想により、洗練（デザイン）され創意工夫に富んだサービス（もちろん有償）の提供が必要です。

今年は誘客・販売促進へ一層注力し宿泊券販売拡大を図るとともに、洗練された「おもてなし」スキルの習得事業を強力に推し進めてまいります。引き続き皆さまのご理解とご協力をお願いいたします。

九州支部連合会
〝横軸〟強化に弾み

高島淳一会長

日本旅行創業110周年おめでとうございます。110年分の感謝をこめての「HAPPYがえし」を当連合会も全力で応援しています。

本年度の九州は大分DCが7～9月の3カ月開催されます。また来年は長崎で同キャンペーンが展開されることが決定しており、昨年度より取り組んでいる九州横軸のラインの強化に弾みがついてまいりました。

また、九州新幹線全線開業から5周年の節目の年でもあり、原点にもどり九州の温泉、味覚、人とのふれあいといった各地域ならではの観光素材の創造と「おもてなし」のさらなるスキルアップを行い九州全体の観光活性化を増進させるべき活動をしてまいります。

主な取り組みでは、夏季シーズンに向けて西日本地区へ日旅連、Nic、各地域観光行政と一体となって誘客宣伝キャラバンを計画しています。

また訪日旅行では、昨年6月に「観光立国推進閣僚会議」が開催され「オリンピック・パラリンピック東京大会」が開催される2020年までに訪日外国人旅行者数2千万人達成を目標にスタートが切られ、ますます訪日旅行の拡大が期待されます。日本旅行は台湾での「日本の観光・物産博」が今年で3年目を迎え、当連盟としても昨年に引き続き台湾で九州誘客イベントおよび現地旅行社との商談会等を計画しています。また欧州で日本文化を紹介している「ジャパンウィーク」が本年は10月にフィンランドのヘルシンキで開催されます。ここでも九州の温泉と旅館文化の紹介を行い欧州からの誘客にも取り組んでいく考えです。訪日旅行はこれからの観光業界の成長に大きなファクターになると確信しています。

本年も日本旅行各関係各所の皆さまからのご支援を賜り、会員一丸となって宿泊増売を図ってまいります。今後も会員皆さまの一層のご協力をよろしくお願いいたします。

長崎市は、世界新三大夜景の1つに選ばれました。
長崎へお越しの際は、長崎夜景を見渡せる稲佐山観光ホテルをご利用ください。

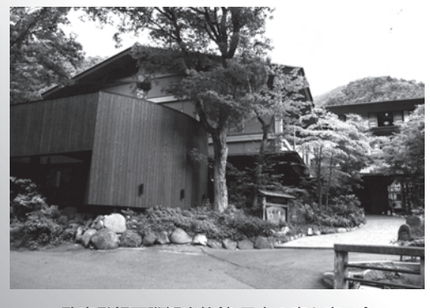
長崎 稲佐山観光ホテル　長崎市曙町40-23　FAX(095)861-4203　www.inasayama.co.jp　TEL095-861-4151　ikh-info@inasayama.co.jp

長崎駅から徒歩5分。
観光やビジネスの拠点に大変便利な立地です。

稲佐山観光ホテルグループ　長崎I・Kホテル　長崎市恵美須町7-17　TEL095-827-1221 FAX095-827-1241

「おもてなし」画・鶴田一郎
福が満開、福のしま。
ふくしまデスティネーションキャンペーン　平成27年4月1日～6月30日開催!!

ふくしま・磐梯熱海温泉
30種類のお風呂で湯舎（ゆや）めぐり
〒963-1387 福島県郡山市熱海町熱海五丁目8-60
024-984-2222
ホテル 華の湯 HANANOYU

渓流のせせらぎに包まれ、
嫋やかに時が流れる静寂と癒しの宿。
明神館 RELAIS & CHATEAUX.
www.tobira-group.com

政府登録国際観光旅館・日本の宿を守る会
〒390-0222 長野県松本市入山辺8967
TEL 0263-31-2301　FAX 0263-31-2345

松本を、暮らすように愉しむために…。
松本丸の内ホテル
http://www.matsumoto-marunouchi.com

〒390-0874 長野県松本市大手3-5-15
TEL 0263-35-4500　FAX 0263-35-4505

五感を潤す湖畔の宿で一期一会の心に癒される。

びわ湖畔　おごと温泉
琵琶湖グランドホテル
Tel077-579-2111（予約専用）077-579-0111
おごと温泉最大の規模を誇る宿。
観光の拠点として利用したい
琵琶湖グランドホテル別館　京近江
Tel077-577-2211（予約専用）077-577-2000
〒520-0101 滋賀県大津市雄琴6-5-1　http://www.biwakogh.co.jp

新・増改築オープンは旅行業者向け告知宣伝のチャンスです。
大手旅行業者（JTB、近畿日本ツーリスト、日本旅行、トップツアー）の全支店、営業所をはじめ中堅旅行業者で有料購読されています。
告知宣伝は広告の他、記事広告（取材）にもお応えします。
お問い合せは本社・支社へ…見本紙を資料として送ります。
㈱観光経済新聞社
企画部　東京03（3827）9800㈹　大阪06（6354）6166

日本旅行 2015年度の部門別販売施策

日本旅行の国内企画商品「赤い風船」やインターネット販売を中心とした個人旅行営業、一般団体、教育旅行団体などの法人営業の各部門について、2015年の取り組みを両部門の責任者（個人旅行営業＝吉金嘉洋取締役、法人営業＝舘真取締役）に聞いた。（聞き手＝本社・森田淳）

法人営業

ターゲット総量4000億円を確保

日本旅行取締役
営業企画本部副本部長
法人営業統括本部長

舘　真氏

――昨年の法人営業を振り返ると。

舘　878億円の目標に対し、882億円の実績。年初は決していいスタートではなかったが、当該年度、以降は順調に推移し、おかげさまで、2年連続で目標を達成することができた。

――ジャンル別では。

舘　当社の中核分野でいくと、MICEが前年比103%の245億円。教育旅行が同104%の40億円。特に強化を目指した両部門で、ほぼ想定通りの伸びとなった。今年度でさらに取り組みを強化し、大きな拡大を目指したい。

――今年の目標は。

舘　団体全体で923億円。前年比105%、41億円の拡大だ。

鍵となるのは教育旅行の中でもわれわれが第2教旅と呼んでいる修学旅行以外の部分だ。遠足や部活の移動以外では、グローバル人材育成の動きに沿った営業に今、力を入れている。

修学旅行については、昨年われわれが開発した「E²ナビ」（いーなび）というシステムを武器として、新規のターゲットも含めて営業をしている。

これは、「学び旅行総合管理ナビゲーションシステム」というもので、生徒たちが事前学習に必要な資料を入手したり、班別行動の行程表を作成したりするもの。先生方は生徒らの事前学習の進捗状況を把握したり、旅行の準備に関わる書面なども簡単に作成できる。さらにGPS機能で生徒らの班別行動の現在位置を確認したり、旅行先の危険情報をハザードマップでキャッチすることもできる。旅の安心、安全に加え、先生方の負担軽減にもつながるものだ。

これを全ての学校に提案することで、2016年度以降の受注拡大につなげていきたい。

MICEを含めた一般団体については、昨年から取り組んでいる「あるべきターゲットモデル」の取り組みをさらに進化させる。現在、47都道府県の県庁所在地全てに支店がある中で、ある支店では攻めているが、ある支店では攻めていないというターゲットが結構ある。それを精査し、全国共通のターゲットを設定し、営業しようということだ。現在、企業系、組織団体系、教育団体系、そして地域人脈形成系と、四つのターゲットを設定している。

地域人脈形成系は、そのターゲット自体で旅行が見込めなくても、地域の有力者である可能性が高いところで、イベントなど、ほかの仕事の受注につながる可能性がある。支店長は継続的に訪問する必要がある。

この考え方では、各支店にアウトとともに、インの機能も持たせることを目指している。地域への誘客事業に、地域の団体や企業とともに積極的に取り組む。それがわれわれの法人旅行、MICEの拡大にもつながるものと考えている。

――ほかの中核分野のインバウンドとBTMは。

舘　インバウンドは現在、アジアをはじめ各地に拠点を置いたり、欧米では新しい提携エージェントを開拓するなどしている。日本のいわゆるゴールデンルートだけでなく、いかに地方にお客さまを呼び込むか、という考えで営業を進めている。

BTMは、いわゆる出張にかかわる仕事を足掛かりとして、企業、組織団体の旅行に関する総需要を取り込むことを目指している。特に都心部の支店では、今まで以上に積極的に行わなければならない。本社としてもしっかりとバックアップしていきたい。

BTMそのものの話では、弊社には「出張なび」という出張の手配や精算を行うためのシステムがある。今年はそれを武器に、企業や大学などで、さらなる受注の拡大を目指したい。

――今年の市場環境は。

舘　北陸新幹線の開業や善光寺の御開帳、高野山の開創1200年など、さまざまなプラス要素がある。消費税の増税が先送りになり、景気の大きな後退もなさそうだ。

半面、発表されている各種の経済指標を見ると、さまざまな不安要素も顕在する。復活の兆しがある慰安・親睦旅行が今年もそのまま継続するかどうかなど総じて見ると、プラスマイナス相殺、あるいはマイナス傾向という感じだ。

――法人営業の今年のキャッチフレーズは。

舘　「ターゲット総量4千億円を確保する」こと。前年は3650億円のターゲット総量を設定した中で、882億円を扱った。

近年は販売実績のおよそ4倍がターゲット総量になっている。今年、923億円の団体販売を確保し、次年度に大きくつなげていくためには、最低でも4千億円ぐらいのターゲット総量、言い換えれば想定顧客を確保しなければならないということだ。

――旅連との関係について。

舘　あるべきターゲットモデル構想の中で、支店がインの事業を行う上で、地域との連携が必要だと先ほど申し上げた。

旅館・ホテルさんは地域の名士が多い。地域にお客さまを呼び込むための施策を、旅連の皆さんと連携をとってしっかりやっていきたい。

旅連さんとは、今まで以上に強固な関係を築ければと思っている。

個人旅行営業

"製販一致連携"で販売拡大を

日本旅行取締役
営業企画本部副本部長
個人旅行営業統括本部長

吉金　嘉洋氏

――2014年の回顧を。

吉金　4月の消費増税を懸念していたのだが、わが社の国内の企画商品販売についてはあまり影響がなかった。海外については高額商品の増税前の駆け込み需要等があり、夏の家族旅行などで影響を受けたのだが、国内に関してはうまく乗り切れた。

それよりこたえたのが天災。台風、豪雨、噴火と立て続けにあり、その方面への出控えがあった。われわれも払拭するのに大変苦労した。

数字で言うと、赤い風船が885億円。これは対前年105%で、過去最高の販売額となった。

そのうち、ネット販売が204億円で、対前年20%の伸び。赤い風船全体に占める割合は約2割だ。当社はインターネット販売を中核分野の一つに位置付けているが、その順調な伸びが赤風全体の伸びを支えたというのが昨年の結果だ。

――特に女性と熟年・シニアに向けた販売に力を入れている。

吉金　女性向けは「たびーら」、熟年・シニア向けは「プレシャス・エイジ」という名称で、専用商品を販売している。お客さまの裾野を拡大し、しっかりとリピーター化に結び付けていきたい。

さらには商品の売り方も工夫をして、ウェブ、リアルともに異業種等との協業をさらに進め、また提携販売でもJR利用商品を中心とした、販売店からのニーズが高い商品をしっかりと提供している。

商品造成と販売手法の製販一致連携がうまく進んでいる点が、このところの好結果につながっている。

――好調の方面は。

吉金　前年を割ったのは、開業30周年の反動があった東京ディズニーリゾートの首都圏方面。それも想定より落ち込みは少なかった。ほかは伸びている。特に関西圏や、関西から九州への新幹線利用商品、首都圏から東北方面等が着実に伸びている。

――今年の見通しを。

吉金　3月の北陸新幹線の開業が大きなムーブメントだ。しっかりと捉えていかねばならない。

金沢、能登、富山の「北陸トライアングル」が言われているが、首都圏、関西圏、北陸という大きなトライアングルもある。今までのような目的地直行・往復型でなく、長野、岐阜なども含めた、今まで想定していなかった人の流れ、観光ルートが間違いなくできる。われわれとしても商品のバリエーションを増やしていきたい。

ほかのトピックスとしては、山陽新幹線の博多開業40周年、山口県などが舞台の大河ドラマ「花燃ゆ」、姫路城のリニューアルと、山陽新幹線沿線で話題が多い。ほかにもJRのDCキャンペーン（デスティネーション・キャンペーン）、高野山の開創1200周年、善光寺の御開帳、徳川家康の没後400年祭がある。商品としてしっかり捉えていきたい。

また、秋の連休「シルバーウイーク」も増売に結び付けたい。

――会社は創業110周年。

吉金　「HAPPYがえし」をテーマに、今までお世話になったお客さまや旅館・ホテルなどサプライヤーの方々に対して感謝の意を表するような企画を出していく。「110」に絡めた商品だったり、当社の強みであるJRを利用した商品。あるいは周年に限らないのだが、CS、おもてなしの心が態度になって表れるように、社員研修をしっかり行っていきたい。

赤い風船に占めるウェブの割合が2割になったと先ほど申し上げたが、逆に言えば8割がリアル店舗での販売だ。店頭店舗で販売を落とさないように、CSにさらに努め、お客さまのリピーター化を目指す。

――ウェブの新たな展開は。

吉金　昨年から取り組んでいるウェブCRMをさらに強化する。お客さまのウェブへの訪問履歴を捉え、次にウェブに訪問されたときに、そのお客さまに最適な商品やキャンペーン情報を提供できるようにする。

システムの面では、当社が商品をサイトへ投入するに当たり、工程上ひと手間かかっていたのだが、その手間をなくしていく。ウェブでは間際需要も高く、サプライヤーさんからも素早く市場に投入することが求められている。よりタイムリーに供給することで、サプライヤーさんにも喜ばれると思う。

さらにスマートフォンでより簡便に予約ができるよう、スマホへの対応を強化する。

――赤い風船の今年の販売目標は。

吉金　917億円。前年比103%を目指している。

――日旅連担当役員として、旅連会員にメッセージを。

吉金　今、お話したように、赤い風船は製販一体で販売を伸ばしているので、ご理解を一層深めていただければ、皆さま方の施設への恩返しもさらにできるのではないかと思う。

北海道から沖縄まで、日旅連の会員は素晴らしい施設ばかりだ。その良さというものにわれわれは着目し、商品化しなければならない。

店頭店舗でも、「このお客さまならこの施設のこのお部屋」というふうに、コンサル機能を高めて、お客さまにうまく提案できるようにしなければならない。

われわれも努力するので、ぜひ、旅連の皆さまも、それぞれの施設の良さに一層磨きをかけるとともに、積極的に情報提供をしていただきたい。今後とも、ますます皆さまとウイン・ウインの関係を築いていきたいと思う。

浅草ビューホテルでは客室やレストラン・宴会場から東京スカイツリー®がご覧になれます。

くつろぎは、まごころから。
ビューホテルズ

TOKYO SKY TREE® Friendship Hotel
浅草ビューホテルは
東京スカイツリー®
フレンドシップホテルです。

浅草ビューホテル（東京都台東区）

ビューホテルズ＆リゾーツは、ただいま18ホテル
ビューホテルズは、国際規模のシティホテルからリゾートホテルまで、国内に18のチェーンホテルを繰り広げています。各地の魅力を活かしたホテルで、ごゆっくりおくつろぎください。

秋田ビューホテル（秋田県秋田市）
郡山ビューホテル（福島県郡山市）
郡山ビューホテルアネックス（福島県郡山市）
福島ビューホテル（福島県福島市）
平ビューホテル（福島県いわき市）
高崎ビューホテル（群馬県高崎市）
那須高原ホテルビューパレス（栃木県那須郡）
ホテルグリーンパール那須（栃木県那須郡）
おくたま路（東京都青梅市）
成田ビューホテル（千葉県成田市）
ホテルプラザ菜の花（千葉市中央区）
ぎょうけい館（千葉県銚子市）
伊良湖ビューホテル（愛知県田原市）
岡山ビューホテル（岡山県岡山市）
ホテルグランビュー沖縄（沖縄県那覇市）
ホテルグランビューガーデン沖縄（沖縄県豊見城市）
ホテルグランビュー石垣（沖縄県石垣市）