近旅連総会特集

ウィンウィンの関係さらに

近旅連創立60周年記念総会特別対談

近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟
西野目　信雄会長

KNT―CTホールディングス
戸川　和良社長

近旅連創立60周年記念総会特別対談

近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟（2530会員）。19日には東京・白金台のシェラトン都ホテル東京で、創立60周年記念総会を開く。近旅連と近ツーは車の両輪に例えられるが、旅行環境が変わる中、これからどんな関係を構築していくのか。総会を前に、近旅連の西野目信雄会長（ホテル大雪社長）とKNT―CTホールディングス（HD）の戸川和良社長に互いの思いを語っていただいた。（東神田のKNT―CTHD本社で。司会は編集長内井高弘）

北海道への外客は増加
e宿評価も改善の余地
HD化で〝冠〟が統一
▼14年の手応えと施策

――2014年はどんな年だったか。

戸川　前半は景気も緩やかながら回復基調にあった。消費増税以降、足並みがやや重くなってきたのは確かだが、観光業界への影響はそれほどでもなかったと思う。総選挙で安倍首相が再び選出され、これからさまざまな経済対策が打ち出されると思うので、期待したい。

国内旅行の取扱額実績は前年並みの3333億円だった。異常気象などがあった割にはまずまずであったと思う。一方、海外旅行は厳しい1年だった。円安の問題に加え、中国、韓国から観光客は来るが日本からは行かないという状況が続いている。エボラ出血熱などもマイナス要因だ。そんな中で訪日旅行は絶好調だ。

近畿日本ツーリスト個人旅行が構造改革中であり、主力商品のメイトが苦戦した。商品改革や店舗改革、人材育成などに時間がかかるため、上向くにはもう少し時間がかかりそうだ。

西野目　12年12月に民主党から自民党に政権が代わり、経済指標を見るといい数字が出てきている。全体的には良くなってきているのだろう。1部上場企業を中心に給料が上がったということもあるが、地方では給料も上がっていないし、アベノミクスのいい影響を受けてない。消費増税の影響は全くないとはいえないが、客足はそれほど減少していない。

それよりもロングの北海道、九州、沖縄は機材の小型化などもあり、影響を受けている。また、貸切バス料金の大きな値上げがあり、団体旅行やバスを利用するお客さまの減少が秋以降大きくなった。

■　■

――お膝元の北海道の旅館の状況は。

西野目　全体的に北海道の入り込みは増えているが、一極集中だ。例えば札幌。格安航空会社（LCC）の就航もあり、多くの人が訪れている。ただ、そこから先、地方に回ってこない。昔はシャワー効果があって、札幌から各地に人が来たものだが…。一方、インバウンドは非常に増えており、14年は約130万人に迫る勢いという。北海道全体の観光活性化につながっていくるが、e宿はそうではない。お客さまが増えていかない一因ではないか。まだまだ改善すべき点がある。

戸川　これもまだ途上にあり、付加的機能を順次整備していく。皆さんの意見もお聞きしながら、レベルアップを図っていきたい。

西野目　会社も各地に営業社員を多く配置し始めている。それが機能し始めると理解度も深まっていくと感じている。

■　■

――HD化をどう評価しているか。

西野目　近畿日本ツーリストという冠がお客さまに復活、浸透しはじめたなと感じる。一時、「KNT」が前面に出てお客さまが混乱したようだが、今は冠が統一している。2年の効果はあったと思う。組織がいろいろと変わったりしているので、われわれもユーザーも、また社員も含めて、戸惑いがあったことは否めない。企業が変革し、新たな形態に脱皮する際の産みの苦しみと理解している。旅連は一心同体、痛みを感じながら、将来に向けた構築を一緒にやっていきたい。

戸川　大変ありがたいお言葉をいただいた。確かに、統合してからも揺れ動きながら前を目指してきた。特に個人旅行会社は度重なる組織改正を行い、試行錯誤を繰り返しているが、完成すれば旅連さんにもそれなりのメリットを享受していただけると思う。得て、宿泊予約サイト「e宿」を始めた。この二つが14年に始めた新しい事業だ。一方、HDがスタートした時から、個人旅行部門は大きな課題だった。現在、道半ばだが、改革に努めている。

――旅連の立場からすると、e宿は大きな出来事だったと思うが。

西野目　個人旅行のいろいろな取り組みの中で、大きな割合を占めているのが宿泊予約サイトの構築であり、e宿は時代の流れとして合っていると思う。旅連としても期待している。ただ、宿泊予約サイトはたくさんあり、その中で新規で入っていくのは、もっと名前の浸透を高めるための施策があってもよかった。e宿はお金をかけるのがいいのか、知恵を絞るのがいいのか、もっと工夫する必要がある。

スマートフォン（スマホ）からは直接e宿には入れない。近畿日本ツーリストのホームページから入るしかないのが現状だ。スマホで楽天トラベルを検索するとすぐ出てくるが、e宿はそうではない。お客さまが増えていかない一因ではないか。まだまだ改善すべき点がある。

戸川　これもまだ途上にあり、付加的機能を順次整備していく。皆さんの意見もお聞きしながら、レベルアップを図っていきたい。

西野目　会社も各地に営業社員を多く配置し始めている。それが機能し始めると理解度も深まっていくと感じている。

■　■

――HD化をどう評価しているか。

西野目　近畿日本ツーリストという冠がお客さまに復活、浸透しはじめたなと感じる。一時、「KNT」が前面に出てお客さまが混乱したようだが、今は冠が統一している。2年の効果はあったと思う。組織がいろいろと変わったりしているので、われわれもユーザーも、また社員も含めて、戸惑いがあったことは否めない。企業が変革し、新たな形態に脱皮する際の産みの苦しみと理解している。旅連は一心同体、痛みを感じながら、将来に向けた構築を一緒にやっていきたい。

戸川　大変ありがたいお言葉をいただいた。確かに、統合してからも揺れ動きながら前を目指してきた。特に個人旅行会社は度重なる組織改正を行い、試行錯誤を繰り返しているが、完成すれば旅連さんにもそれなりのメリットを享受していただけると思う。

14年の国内は3333億円
e宿、ウェブで新展開を
個人旅行会社を改革
▼15年の旅行業界

――15年の旅行業界をどう見るか。

戸川　3月の北陸新幹線金沢延伸のインパクトが大きく、国内旅行の需要喚起の一番大きな起爆剤になる。ただ、15年はほかに大きなイベントが見当たらない。13年の国内が良かったのは、円安による海外から国内へのシフトによるところもあった。円安傾向はまだ続くと思われるだけに、こと国内旅行に関して言えば堅調に推移するのではないか。消費税再増税が延期されたこともプラス要因になるかもしれない。政府の経済対策と相まって、旅行機運はそこそこ盛り上がるのではないかと見ている。

西野目　戸川社長同様、悪くなる要素は見えない。13年の伊勢、出雲の遷宮のようなダイナミックな動きはないが、北陸新幹線開業などで旅行機運は衰えることはないだろう。消費税が1年半先送りされ、少し消費者に余裕が出てくるのかなとも思う。

■　■

――訪日外国人旅行者は1300万人を超え、14年は1341万人になった。すこぶる好調だ。15年のインバウンドの手応えはどうだろう。

戸川　当社ではまだ取り扱いが少なく、グループ全体でも100億円強の規模だが、ものすごい数の人たちが押し寄せて来ているという実感はある。それをどう取り込むか、旅行会社共通の課題でもある。いずれにしろ最大の成長分野だ。インバウンドはある意味国内旅行でもある。国内の市場拡大という点からもここが稼ぎどころになっていかなくてはならない。↙

夢と感動の旅、私たちとともに…。

全国2530会員の近旅連は、そんな「夢と感動の旅」を創造すべく、今後も近畿日本ツーリストとの協力関係を一層深めて参ります。

メイト「華の宿日本の宿」パンフレット

メイト「温泉自慢風呂自慢」パンフレット

メイト「ホテルプラン」パンフレット

近畿日本ツーリスト
近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟
〒101−8641
東京都千代田区東神田1−7−8東神田フコク生命ビル　TEL. 03−6891−6829　FAX. 03−6891−6875

近旅連総会特集

「創立60周年」の節目機に

▼60周年を迎えて

ブランドの浸透に全力
9連合会で事業を展開

西野目氏

戸川氏

――あとは地方にどう足を運んでもらうかだろう。

西野目　北海道は非常に大きな恩恵を受けている。約130万人という経済効果も大きい。中国人観光客も復活してきた。14年11月に安倍首相と中国の習近平国家主席が会談するなど、政治面でも歩み寄りが見られる。予断を許さないが。台湾はいつバブルが弾けるか不安があったがその懸念も今はない。インセンティブを中心に、かなり入ってくるのではないか。

――15年は近ツー、近旅連とも60周年という大きな節目の年だ。

戸川　60周年を機にもっと近ツーブランドを浸透させたいと思っている。記念商品、記念イベント、記念キャンペーンの展開などを検討している。社会貢献活動を含めて、60周年という冠のもとにいろいろなことをやりたい。商品は1月後半から出していく。

西野目　旅連も「未来創造委員会」で何をやるべきか討議してきた。全国統一でやるというのはなかなか難しい面もあり、9連合会でそれぞれ60周年にまつわる事業を考えてほしいと各連合会の会長にはお願いしている。地域の特性に合わせた事業が出てくると思う。

■　■

――2月19日の総会では何か記念事業をやるのか。

西野目　60周年の記念総会として、橋本聖子参院議員の記念講演を行う。2020年の東京五輪・パラリンピック開催をにらみ、オリンピック委員としてもご活躍の橋本議員に20年に向けた講演をお願いしている。

戸川　東京五輪・パラリンピックは、当社にとっても大きなビジネスチャンスであり、15年はそのスタートライン に立つ年だと認識している。

スポーツ関連事業には今後力を入れていく。近ツーはそれに関しては他に負けない強みを持っている。陸上、水泳、卓球などの世界大会が日本で開催されているが、それは当社で運営をさせていただいており、ノウハウを持っている。また、パラリンピックについては、クラブツーリズムがバリアフリー旅行の実績も経験も非常に豊富だ。

スポーツ以外でも文化イベントなどがいろいろあるが、地方自治体と共同してやっていく必要がある。そのためには、地域に密着した旅連さんの力が必要だ。ぜひ力をお借りしたい

西野目　20年に向けて、プレオリンピックや事前合宿などが各地でたくさん実施されるだろう。スポーツ事業部や自治体としっかり連携して、いち早く取り込めればと考えている。例えば、18年には韓国・平昌で冬季オリンピックが開催される。事前合宿の地として東北や北海道はピッタリの場所なので、スポーツ事業部としっかり連携して売り込んでいく。日本と韓国は距離も近く、事前合宿はかなりの確率で取れると思う。いや取らなければならない。

――19年にはラグビーW杯が日本である。スポーツによる国内旅行活性化が期待される。

戸川　東京などでは宿泊施設が不足するなど、いろいろな懸念材料がある。地方に流していかないと収まりきらない。それも近旅連さんと検討していかなければいけないと考えている。インバウンドと地域活性化は非常に近い話。インバウンドをいかに地域に持っていくかは業界全体の問題だ。また、インバウンドを含めて、地域誘客交流事業を根付かせていくことにも力を入れたい。最上川でのイベントのように、統合シナジーの中でいろいろな地域でのイベントができると思っている。これらをこれからも力を入れてやっていく。

――近旅連は15年にどのような活動を？

西野目　次の世代、次の時代に向けて、いろいろな政策や会社とのコラボレーションを含めて、未来創造委員会でしっかり協議している。会社にも「未来創造室」ができた。奇しくもわれわれの委員会と同じような名前だ。同じテーブルで未来に向けた話をしっかりやりたいと思う。

戸川　未来創造室は東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年に向けた具体的事業を創り出すとともに、20年以降の新しい事業を考えていくというのがテーマの部署だ。

■　■

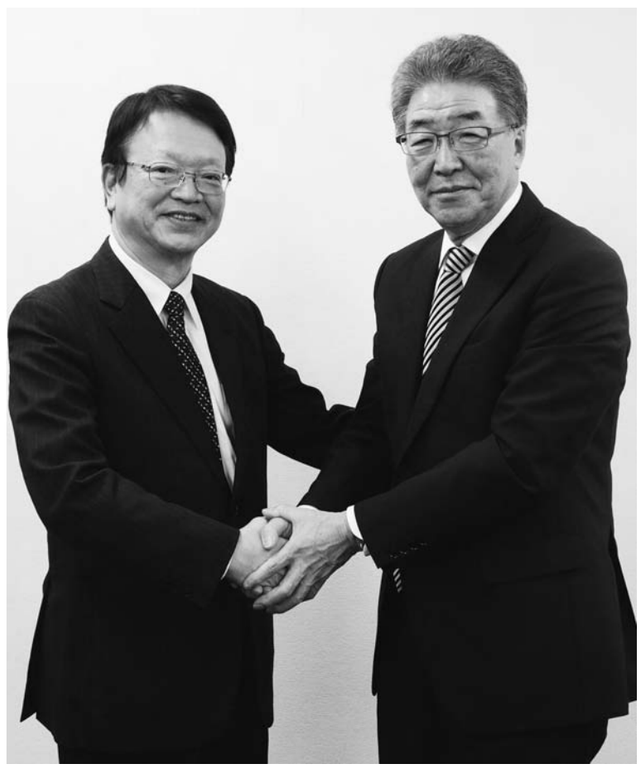
――旅連に新しい委員会を作る考えは。15年は改選期でもある。

西野目　新設は考えていないが、適時に委員の構成を少しずつ変えていきたい。今総会で連合会会長の交代もある。若い人も出てくるだろう。今平均年齢が60歳を超えているので、少しずつ若くしなくてはいけない。

――ひまわり会やティーゲートなど、関連団体やグループ会社などに対する期待については。

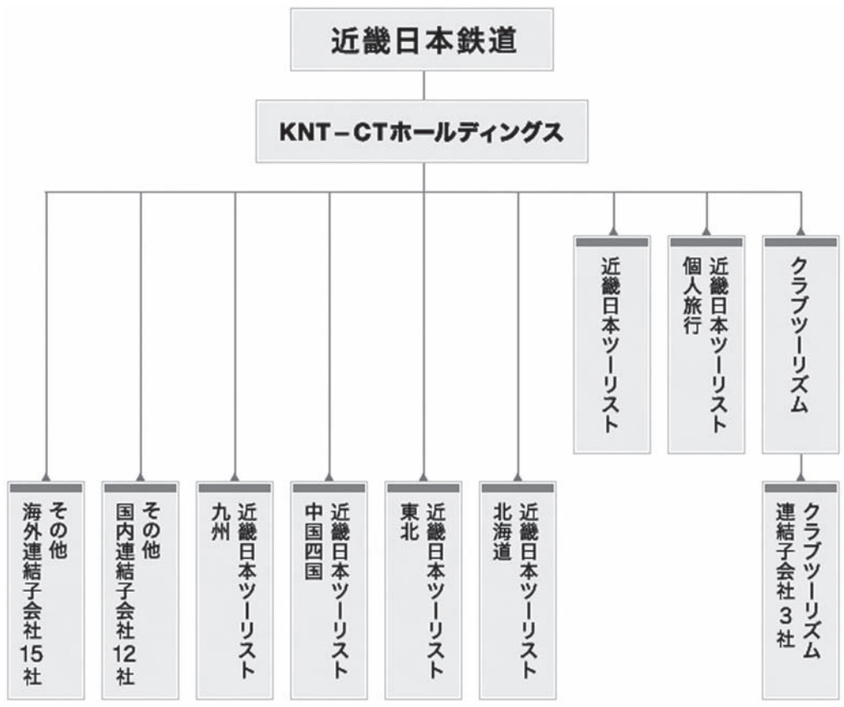
戸川　総合旅行業として、地域そのものを売るという視点が何より求められている。それは旅行会社1社ではできない。地域会社、旅連も含めた関連団体の総合力を発揮しないと地域は売れない。ティーゲートのような地域素材を持っている会社などをトータルで活用できる仕組みを構築するとともに、旅連さんやひまわり会の力を最大限生かすことのできる体制づくりを今以上に進めていく。

西野目　旅連と会社は一心同体でお互い信頼関係を持ちながら進んでいく。いろいろな販売ツールや、全国ひまわり会、ティーゲート、HDの一員であるクラブツーリズムのパートナーズ会という大きな組織を含めて、15年はいろいろな形での連携を深める時期だと思う。強固な協力体制をつくりしっかりと連携していきたい。私自身もクラツーの会社のメンバーになっている。同じグループ会社という傘のもと、連携をしながらともに下支えできるような組織になっていこうと思っている。



がっちり握手をかわす両トップ

＜KNT―CTホールディングス事業構造図＞



（2015年1月1日現在）

60周年のロゴマーク

▼旅連、HDへの期待

本当の意味での関係を
「お客さまのために」を実践

西野目氏

戸川氏

――旅連に対する期待を込めたメッセージをいただきたい。

戸川　心底思っているのは近旅連さんのご支援のもとに60年間やってこれた。車の両輪に例えられるが、これからはもっと本当の意味での関係が問われてくると思う。重点事業である地域誘客事業を進める上で、もっと近旅連さんとがっちり手を組んでいかないと前に進まないと思っている。これまでよりも旅連さんに頼るところが大きくなると思う。日本の旅館文化は独自のものだし、インバウンドでも大きな存在を発揮する業態だ。旅館文化を守りつつ、進化させていただきたいと思う。

■　■

本当の意味で「お客さまのために」を実践

――旅館は日本の全てを集約している。外国人にとっては日本を理解する上で、また観光立国を実現する中で大きなウエートを占めている。

西野目　われわれの役目として、お引き受けをしたお客さまにいかに満足いただけるサービスをするか、これは忘れてはいけないこと。15年のキーワードは「お客さまのために」。いろんな国・地域のお客さまがいらっしゃる。目的、期待するものも違う。そうした中で目的に合わせた良質なサービスをどう提供していくか。非常に大きな仕事だ。日本の文化を守り、日本人の気質を生かした、おもてなしをしっかりしていきたい。

――多くの旅館は1泊2食がメーンだが、今のままでいいのかという議論もある。

戸川　あまり窮屈に考える必要はなくて、あれもあり、これもありでいいと思う。ホスピタリティとはそういうことだと思う。こちらが決めることではなく、柔軟に対応できるかだと思う。

西野目　ご指摘の通りだ。いかに多様に対応できるかだと思っている。お客さんの要望で1泊2食だったらそうするだけ、昔ほどではなくなっている。外国人客というのではなくて、ゲストというくくりだ。海外のお客さまはさらに増える。当館も10年ほど前は数%だったが、今では30%ぐらいにまで増えている。だから外国人という感覚はない。日本人客も外国人客も同じゲストとして迎える。商品構成を含めて分け隔てのないようにしっかりやっていかなければならない。中には外国人を受け入れないというところもあるが、これだけ海外のお客さまが増えてくると、そうはいっていられない。ますます国内では少子・高齢化が進んで人口、国内旅行者が減っていく。どのようにカバーしていくのかが重要になってくる。特に地方では外国からのお客さまも大事なゲストと位置づけしなければならない時代になっている。

平成27年度　近旅連通常総会開催おめでとうございます。

全国ひまわり会は、近畿日本ツーリストおよびグループ会社を全力でサポートします。

全国ひまわり会 近畿日本ツーリスト 会員

名誉会長	戸川　和良	KNT-CT ホールディングス	
会　長	仲地　政英	沖縄ひまわり会	
副会長	井上　徹	九州ひまわり会	
副会長	渡邊　克仁	北海道ひまわり会運輸部会	
副会長	斉藤　篤史	KNT-CT ホールディングス	
理　事	小野寺邦夫	東北観光施設協力会	
理　事	伊藤　一郎	東北運輸ひまわり会	
理　事	鯨岡　正春	首都圏運輸協力会	
理　事	中里　功	ひまわりしょくみ会	
理　事	村松　資夫	山梨ひまわり会	
理　事	福田　敏幸	新潟ひまわり会	
理　事	原　庸生	長野ひまわり会	
理　事	西村　昌之	全国ひまわり会中部地区会	
理　事	馬場　康行	全国ひまわり会中部地区会	
理　事	中村　健治	関西ひまわり会	
理　事	池田　和弘	関西運輸ひまわり会	
理　事	西山　健司	中国四国ひまわり会	
監　事	吉田冨士夫	ひまわりしょくみ会	
監　事	日下部彦宏	全国ひまわり会中部地区会	

近畿日本ツーリスト全国ひまわり会（事務局）〒101-8641 東京都千代田区東神田1-7-8東神田フコク生命ビル　TEL.03-6891-6829　FAX.03-6891-6875

近旅連総会特集

各事業の動向と今年の戦略

近畿日本ツーリスト、近旅連は今年で60周年を迎えた。ＫＮＴ―ＣＴホールディングスの中核事業である団体、個人、ウェブ宿泊販売の現場で先頭に立つ担当役員に、国内旅行の今年の活動方針と次の60年に向けた展望について話をうかがった。聞き手は編集長、内井高弘。

団体旅行部門

近畿日本ツーリスト 代表取締役専務 田ヶ原聡氏

——昨年はどんな年だったか。

「営業統括本部の数字で言うと、全体で前年比104・4％。4月の消費増税、燃油サーチャージの値上げなどを考えると実質的には微増だ。自然災害などもあったので悪くはないが、手放しで喜べる数字でもない。弊社の売上高の約4割は教育旅行で占めているので、少子化の影響は引き続き出ている」

——未来創造室長を兼務している。

「昨年10月に室長に就いた。活動内容は大きく分けると二つある。一つは『Beyond2020』というプロジェクト活動だ。学生数の減少、超高齢化社会、都市の集中化、国内産業の空洞化がある一方、この5年、10年のうちに訪日客は3千万人も視野に入ってくるだろう。その中で旅行業界は20年の東京五輪で活況を呈すが、25年にはまた別の環境に置かれるだろう。それを今のうちから読み解いて、弊社が10年後の25年にどういう立ち位置でどんな事業を展開するか、予測して準備を進める」

「もう一つはブランディング。Beyond2020にも通じるが、ソーシャルソリューションに旅行会社も取り組んでいかなければいけない。発表しているものでは農業の第6次産業化に携わるため、生産農園『和郷』と提携を行っている。また環境に配慮した都市交通を目指し、NTTドコモと提携して次世代サイクルシェアリングの拡充を図っている」

「女性支援では産後ケア&レスパイトという事業がある。韓国では8割の人が産後ケアの処置を受けている。われわれはそれを旅連さんとの協業で行っていきたい。出産後の母親はメンタル、フィジカルともにダメージを受けるので、温泉地も含むホテルや旅館に滞在してもらい、トレーニングを積んだ助産師を派遣する。女性支援を掲げる企業の福利厚生のアイテムとして使ってもらうことが決まっている」

——今年は近ツーにとってどんな年になるか。

「昨年はソチ冬季五輪とワールドカップがあったが、今年は大きなイベントがない。全体では昨年を維持できればいいという感覚だ。昨年が1280億円で、今年は1290億円を目指している。ただ海外では原油安の問題があり、燃油サーチャージが夏くらいにはなくなるかもしれない。すると数字も変わってくる。国内は北陸新幹線開業を除くと大きなイベントがない。高野山開創1200年、終戦70周年に当たるので靖国参拝が増えるだろう。イベントに頼らずわれわれの主力であるMICE事業、教育旅行を中心に、地域誘客、武器の一つであるスポーツコンテンツの営業をしていく」

MICE、教育旅行拡充　地域誘客に双方で取り組む

「今年は業界全体の大きな課題として貸切バス料金新制度がある。昨年は原価が上がっても、その分をお客さまからいただくことができずに非常に苦しい1年を送った。営業はどうやって正当に原価上昇分をいただくかを考えないといけない」

——1290億円の内訳は。

「国内が655億、海外が350億、インバウンドが110億、そのほかが個人旅行だ。昨年の実績で言うと1280億円の中で国内が630億、海外が350億、インバウンドが100億、そのほかが個人旅行だった。今年は、国内で稼がないといけない」

——国内の重点事業は。

「弊社は、これまで方面キャンペーンは、個人旅行のメイトが主体で取り組んでいたため、団体部門は積極的に関与してこなかったが、昨年ホールディングスのオリジナルイベントとして、JRの山形デスティネーションキャンペーン（DC）の最終日に最上川でミュージック花火大会を主催した。クラブツーリズムも含めグループ全体で送客したことはJRをはじめ、自治体にも大きな評価をいただいた。今後もJRのDCには関与していく。今年は4月から福島DCがあるので、5月にミュージック花火大会を福島で実施する。また近鉄グループのシナジーを生かすため、昨年12月に初めてサイクリングイベントを伊勢志摩で開催し、約千人集客した。近畿日本鉄道にサイクルトレインを運行してもらい、数百人が利用した。地元自治体、親会社も続けていきたいということなので、地域の方々のご理解もいただきながらゆくゆくは国際的なイベントに育てあげたい。今年も開催する」

——インバウンドの取り組みは。

「MICE事業に特化をしていく。20年までの間にMICEの仕向け地としての日本は注目を浴びるし、スポーツ大会や学術会議も増える。そのときに海外のどの企業とアライアンス、JV(共同企業体)を組んで提携関係作りを行っていくかが鍵になる」

——近旅連との関係強化に何が求められているか。

「われわれは宿に送客するという意識から、地域を販売するという意識に変えていかなくてはならない。宿の方たちにも同様の気持ちを持っていただきたいし、地域への誘客事業を双方で取り組んでいきたい。地域行政なども相互的な取り組みをしないと互いの繁栄はないのではないか」

——単に、近ツーと施設の関係ではなく地域を含めてやっていく、と。

「泊まる、食べるだけではなく、体験を含めて、見る、する、乗るなどを複合的に考え協業していく。現在日本に自治体は1800ある。2040年には半分が消滅の危機にあるとの観測も出ている。あと25年後だ。観光経済に大きな変化をもたらすだろう。そのときにどの宿に送るだとか論じても崩壊してしまう」

「また国内大交流コンベンションをこれまで3回開催し、支部連合会単位で出展してもらった。今年は支部＝県単位で出展してもらう。県単位にした方がお互い情報を発信する機会も増えてくる。旅行業界と地域の関係を考えるきっかけになればいいと思う」

——今年は近ツー、近旅連とも60周年だ。

「今までの60年より、今後の10年、20年のほうが、加速度的にいろいろなことが変わっていくので、われわれも変わらなければいけない。いろいろな取り組みを旅連さんと作っていくきっかけの年にしたい」

個人旅行部門

近畿日本ツーリスト個人旅行 代表取締役専務 山本龍二氏

——2014年10月に近畿日本ツーリスト個人旅行販売と統合したが、どんな年だったか。

「商品改革、販売改革、コスト改革、そして社員の意識改革という"四位一体"の改革を同時並行でスタートした、極めて重要な年となった。これまでの事業モデルは崩壊しているという前提で新たなものを作りあげていく。簡単ではないが、いま改革しないと将来はない」

「これまでのやりかたに従ってやってきた社員にとってみれば、意識を変えろといわれてもなかなか難しいだろうが、危機意識を持って努力していると思う。また、経営側としてもどこに問題があるのか、なぜこうなっているのかを"見える化"した1年だった。これまでの改革を踏まえ、今年4月以降は攻めの経営でいく」

——国内旅行の手応えはどうか。

「東名阪ともに近郊の宿泊企画商品が好調だったが、ロングは思った以上に伸びなかった。ファミリー層への働きかけが十分でなかった。今年はアプローチの仕方を変えていく」

——個人旅行の新しい動きは。

「コモディティー化を打破するため、旅のプロがおすすめする旅、という『メイトセレクト』を商品化した。夫婦、女性グループ、母娘などを対象にした旬のこだわり旅で、パンフレットのなかに企画担当者の顔写真を載せ、おすすめポイントを紹介している。お客さまの心に届くような商品造りを目指した。また、『おすすめの宿』では折りたたみのパンフレットにするなど新しい試みも行っている。自信を持ってすすめられる商品を造っていく。それをできるだけ現場に近い感覚で造る、製販一体の考えを推し進めていく」

「店舗についてもお客さまに近づくという意味で新しい展開が求められており、クラブツーリズム（クラツー）との共同運営なども始めた。カウンター営業にしてもお客さまとの距離を縮めるため、『マイ顧客200人』運動を提唱している」

——15年の旅行市場をどうみるか。

「円安や原油価格の下落などもあり、国内についてはフォローの風が吹いている。1～3月は消費増税の駆け込み需要があった昨年と比べると反動も出ているが、決して低調ではない。3月の北陸新幹線開業などは話題性もあり、新しいルートを開発して需要を喚起する。総合旅行業としての在庫を持っており、宿泊企画を充実させていけば取り扱いも増えるだろう」

地域単位で商品造成を　「マイ顧客200人」運動を展開

——目標数字は。

「メイトで640億円、対前年112％と設定した。メイトセレクトのような価値訴求型商品と廉価型商品の売上高の割合を14年の1・5対8・5だったのを3対7にまで持っていきたい。価値訴求型商品といってもただ単に値段が高ければいいというものではない。お客さまにいかに満足していただくかが大事だ」

——商品造成スタッフの企画力が問われる。

「『現地に行く、現物を見る、現実を知る』という三現主義を引き続き徹底していく。机の上で仕事をせず、現地に足を運び、旬な情報をつかむということ。また、クラツーには約300万人の会員がいるが、個人旅行会社としてあまりアプローチをしてこなかった。グループ力を生かすという意味で、クラツー会員の取り込み、つまり個人旅行の販売チャネルを強化することも課題のひとつである」

——旬な情報といえば、近旅連会員が持っている。どう生かすかだろう。

「国内旅行部にいたので旅連さんの大切さは分かっているつもりだ。地域密着型宿泊企画商品『みちしるべ』は旅連さんの協力なくしてはできない商品であり、もっと地域色を出すべく地域単位で造るようにした。旅館さんと日々接点のあるところで造るのが一番いい。また、意思疎通を図るため、副専任幹事も当社で出している。ウィン・ウィンになる商品造成に努めたい」

——旅連に言いたいことは。

「われわれの意見にも耳を傾けていただきたい。『何をしているのか』というご意見もあるが、変革の途中であることを理解してほしい。将来、必ずや皆さんの経営にプラスになって跳ね返ってくると思う」

——宿泊券については。14年は未達だったと聞いている。

「1100億円にほんのわずか届かなかった。今年も1100億円を目標に掲げているが、うち650億円を個人旅行会社が占めている。達成に向け全力で取り組む」

——昨年7月に宿泊予約サービスの「e宿（いーやど）」をスタートさせた。目標は。

「宿泊予約サイトについては過去に失敗しているので、これは必ず成功させなければならない。今年は1万軒、売上高260億円を目標に掲げている」

——インバウンドについては。

「ホールディングスに訪日旅行事業部があるが、この中の個人旅行の部分については当社の社員が出向してやっている。伸びしろの大きい分野であり、積極的に関わり、成果を上げていきたい」

——今年は60周年の節目だが、個人旅行会社としてイベントは何か考えているのか。

「近旅連各支部の皆さまと連携し、47都道府県別ご当地キャラをイメージキャラクターとして60周年記念プランを充実させ、インターネット宿泊販売を強化する」

——先ほどグループ力ということを強調されたが、近鉄グループとの連携は。

「近鉄の持つホテルやレジャー施設、運輸機関などを有効に使うことで他社にはない優位性を発揮できる」

「15年は一連の改革に取り組み、会社の方向性を示す大事な年になる。旅連さんの協力を仰ぎ、強い会社になるよう努力する」

滝を愛でる露天風呂◉ 太子の湯

湯づくしの宿

福島県土湯温泉 風望天流 太子の湯 山水荘

〒960-2157福島県福島市土湯温泉町字油畑55

TEL(024)595-2141(代) FAX(024)595-2731

E-メール●sansuiso@cocoa.ocn.ne.jp　政府登録(第824号)　国際観光旅館連盟・日本観光旅館連盟会員

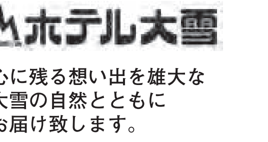
ホームページ●http://www.sansuiso.jp　土湯温泉 山水荘 検索

NEWS 桃源郷として有名な福島市の花見山公園が2月1日より園内開放されます。

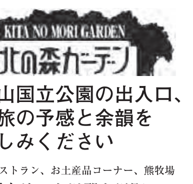
温もりと、おいしさ、つぎつぎと

西野目産業株式会社 ホテル大雪グループ

2015年5月30日～ 北海道ガーデンショー開催



ホテル大雪
心に残る想い出を雄大な大雪の自然とともにお届け致します。
◎大浴場３湯完備
○所在地：上川町層雲峡
○TEL：01658－5－3211
○FAX：01658－5－3420



KITA NO MORI GARDEN 北の森ガーデン
大雪山国立公園の出入口、北の旅の予感と余韻をお楽しみください
◎レストラン、お土産品コーナー、熊牧場
○所在地：上川郡上川町
○TEL：01658－2－2133
○FAX：01658－2－1981

HOTEL CRESCENT ASAHIKAWA
北海道の旅の拠点として、心に残る心地よさをご提供致します。
◎展望大浴場を完備
○所在地：旭川市５条８丁目
○TEL：01666－27－1111
○FAX：01666－29－2222

近旅連総会特集

近畿日本ツーリスト 近畿日本ツーリスト個人旅行 e宿泊事業部

ウェブ宿泊部門

近畿日本ツーリスト個人旅行 取締役 **田中雅彦氏**

――2014年のウェブ販売の実績は。

「ウェブ限定商品のEクーポンは上期が前年比約150%、下期は約120%。年間では130%くらい。夏が大苦戦となったものの、年間では20億円近く増加した。Eクーポンは過去5年連続で130～150%伸ばしており順調に推移している。目標値は倍増なので、プラン数、プラン内容をさらに充実し、貴重な在庫の消化率を高めていく」

「管理画面型宿泊予約サービスのe宿（いーやど）は14年7月1日に販売を開始した。契約軒数もここにきて順調に増加し、6千軒に到達しつつある。年度内までに1万軒を目指して営業強化を図る。昨年8月からは地域会社に管理職を配置し、地域ウェブプランナーを雇用するなど地元のネットワークを生かした営業を展開している。また、役員同行セールスをはじめ会社を挙げてできることをすべてやっていく。e宿の課題としては、プラン公開していただける施設を増やしていくこと。プラン公開はともすればストレスのかかる作業となるため、代行入力などサポート体制の充実を図っている。一方でe宿の管理画面は非常に使いやすいと評判がいい」

――e宿は販売開始から半年経った。

「e宿の平均予約単価は、3万円台を維持している。平均リードタイムは1カ月以上先が約50%、当日から7日前が約20%となっている。1予約当たりの人数は、2人以上が圧倒的に多く約8割に上っている。これは1人利用が多いビジネスホテルの設定がまだ少ないことも影響している。ビジネスホテルのプラン公開が進めばデータは一気に変わっていく」

「宿泊曜日で一番売れているのは月曜日で約18%。次が日曜日の約17%と続き、土曜日は約13%となっている。これは平日対応のプランが充実していることとクラブツーリズム（クラブツー）を中心としたシニア層へのプランが行きわたっているためと考えている。将来的にはシニアに強いサイトにしていきたいと思っている。それと平行しインバウンドも強化していく。インバウンドについては、ノウハウのある訪日FITセンターと協力しながら、スピード感を持って進めていく。契約軒数が増加する中インバウンドにも大きな可能性が出てくる」

クラツー会員に「e宿」別冊 シニア層の強化を目指す

――施設側のe宿に対する率直な反応は。

「一生懸命応援しようというムード。e宿のサービス開始発表直後は施設さまから厳しいご意見、ご指摘を多数いただいた。そこから地道に営業を重ね、少しずつe宿を理解していただけるようになった。近旅連、全旅連、各仕入センター、支店には契約外の施設さまも紹介してもらったりと、全面的に協力していただいている。近旅連の契約も最終段階を迎え、スタート段階では全体の約50%だったものが、今では80%に達した。100%を目指してやっていく」

――今年のe宿増売に向けた計画は。

「e宿は昨年7月に無料宿泊キャンペーンを行った。全国版の朝日新聞、読売新聞にカラー見開きで広告を展開したところ、10万件以上のメールアドレスを獲得することができた。今年は1周年を迎えることになるので、それに合わせてプロモーションをかけていく。また、e宿のサービ開始と同時に、クラツー会員誌『旅の友』東名阪版に各2ページの広告を入れている。これは反応がいい。クラツー会員専用コールセンターを設けて、インターネットを使わないお客さまの予約にも対応している」

「2月から毎月クラツー会員向けにe宿専用の別冊を出す。会員誌と同梱（どうこん）して全国に送る計画だ。別冊には億単位の投資を行うので相当期待している。4ページカラーで展開し、100プラン掲載する」

――宣伝に力が入っている。

「今年は宣伝費を2・5～3倍かける。成功報酬型広告のアフィリエイト、検索連動型広告のリスティングにも昨年よりさらに積極的に投資をする。細かい数字の管理とKPI（重要業績評価指標）の管理をしっかり行い、論理付けをして結果を導き、施設の皆さまにお返しをしていく」

――プラン公開以外の課題は。

「まずはクレジット事前決済機能の早期導入。インバウンドの対応にも不可欠となるし、外資系ホテルとの契約推進につながる。同時に『小グループ団体マッチング機能』のシステム構築も最重要と考えているので、早い段階でリリースしたい。ほかにも機能の追加は三つ、四つ予定している」

――近旅連60周年記念特集の計画は。

「近旅連60周年特集は積極的に展開していく。e宿ではなくメイトクーポンでやっていただく地域もあるが、旅連と相談しながら3月にサイトの公開を目指す。60周年特集は成功させたいのでぜひご協力賜りたい。e宿は今年が勝負の年であるのは言うまでもないが、近畿日本ツーリストらしい、またシニアに強いサイトを目指していく。必ず成功させておひとりでも多く送客できるよう頑張ってまいりますので応援していただきたい」

60TH Anniversary 2015 近畿日本ツーリスト

近旅連 委員会活動 今年の展望

未来創造委員会 風間秀一委員長

将来を見据えた方針を討議

近旅連未来創造委員会は、近旅連の委員会としては一番新しい委員会である。「連盟の将来を見据えた方針、活動内容を討議、決定していく」「中期的な計画の立案」そして「連盟が会社の最高のパートナーとしてのあるべき姿を構築する事」などを目的に各連合会から1～2名の委員を選出し、2012年2月に設立された。

委員会の名称の通り、「できない、ぜったい無理、難しい」などの否定的な考えは行わず、自由な発想で前向きな意見を交わし、未来を創造する可能性を求めて、活発な討議を行っている。

委員は17人。年に4回程度の委員会を開催しており、そのうちの1回は連盟の活動の大きな柱である情報連絡員活動のまとめ役である「全国ブロック座長」との合同会議として実施し、決定した事業活動をよりスムーズに連合会、支部活動につなげるようにしている。

活動を開始してからの3年間の実績としては、「より地元に密着した誘客活動を行うために連合会、支部単位での【地域キャンペーン】の実施」「会社の主力商品である【メイト商品における他社にない宿泊評価システム】の構築」などを具現化してきた。単年度で解決できる課題と継続的に続けていく課題と分けて討議している。

昨年は、今年の近旅連創立60周年に向けて、記念事業の活動内容の原案を作り、各連合会や各支部でさらに内容を検討し、今年の記念事業の実施となっている。

急速に変化を遂げる旅行業界中で未来創造委員の役割はさらに重要なものになると考えている。将来を正確に予測し、売り上げの増進にまい進していきたい。

Web委員会 大木正治担当副会長

FITの取り込みに注力

当初の当委員会の発足の目的は、近旅連会員にインターネットについての知識の普及を図ることとして、1996年「インターネット活用研究委員会」の名称でスタートした。

それ以降、毎年インターネットの活用範囲が大きく拡がるのに併せて現在の「Web委員会」に名称を変更し、活動内容もインターネットによる取引など発足当時と大きく変わってきている。全国から10人の委員の方に就任いただき、会社と共同して、インターネットの有効活用についての研究を行っている。

「Web上」でいかにして会社の商品を販売するか、「Web上」で会社の商品の情報などを提供するにはどんな手法がいいのかなどを、会社の担当部署と受け手の立場を説明しながら研究を行い、具体的な方策を立てて議論している。

昨年7月に、近畿日本ツーリスト個人旅行が新たなサービスとして開始した管理画面型宿泊予約サービス「e宿」については、企画への参加、プランの投入を積極的に推進し、会社との協力体制の構築を進めている。おかげさまで近旅連会員のプラン公開も徐々に進んできている。会社には「e宿」だけではなく、以前からのウェブ商品である「Eクーポン」もあるが、「e宿」と同様、連盟として最大の協力を推進していく。

今後の大きな課題は海外からのFIT需要の取り込みだ。ウェブを通して世界各地から訪日FITが訪れることが期待される。連盟の別の委員会である「インバウンド委員会」と会社の訪日旅行部と連携し、ウェブを活用した訪日客の取り込み、誘致活動にも積極的に取り組んでいきたい。会員みなさんの力を借りて、ウェブ販売の増売を目指したいと考えている。

インバウンド委員会 堀 粂則担当副会長

各委員と協力し誘客を強化

これからは間違いなく国内旅行活性化の柱になるであろう「訪日客の拡大」を図るため、2005年に委員会を設立した。

1年目は「欧米部会」と「アジア部会」に分けて活動したが、翌年からは「インバウンド委員会」に一本化して活動している。

当委員会は全国の各連合会から選出された委員10人で構成され、いかにして会社のインバウンドの取り扱いを増やすか、また各会員の館に送客できるかなどの議論を重ねている。

会社側からは「訪日旅行部」、グループ会社である「ユナイテッドツアー」、また、インバウンド客用のWebシステムである「JTO（ジャパン・トラベラー・オンライン）」の各セクションからそれぞれ担当役員、担当者に出席いただき、会議を開いている。

会社側から各国のマーケット（団体、FIT）の説明、インバウンドの現状分析などを聞き、各委員からは全国各地域の受け入れ状況、問題点などを提示し、討議を行い、送客に結びつけている。

今年は1500万人強、5年後の2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催時には2千万人のインバウンド客が日本を訪れると予測される。

また、東京オリンピック・パラリンピックについては開催前の事前合宿、各種の文化交流などの多くのイベントが全国各地で開催されると考えられる。

積極的に誘客活動を行い、各地域でのそれらの受け入れ態勢を盤石なものにするため、各支部の情報連絡員やWeb委員会と共同して推進を強化していく。

伊豆の旅…東も西も銀水荘

稲取 銀水荘
〒413-0411 静岡県賀茂郡東伊豆町稲取1624-1
TEL0557・95・2211（代）

堂ヶ島 NEW 銀水
〒410-3514 静岡県賀茂郡西伊豆町仁科2977-1
TEL0558・52・2211（代）

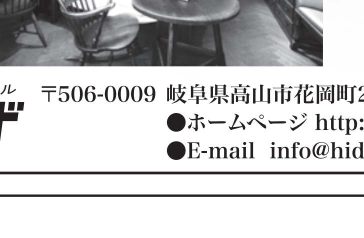
集中予約センター
TEL0557-95-2215
http://www.ginsuiso.co.jp/

稲取「雛のつるし飾りまつり」期間／1月20日～3月31日

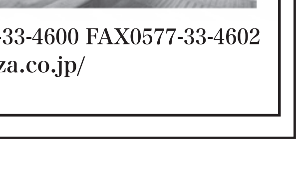
飛騨高山のランドマークホテル
〈高山駅・バスセンターより歴史散歩（徒歩5分）〉
〈古い町並・朝市へもゆったり散策できます〉
～自家源泉「飛天の湯」と広々とした和室、多彩な洋室、旬の料理で温かいおもてなし～

全景

屋上壷風呂



露天風呂


天望風呂

飛騨高山温泉
政府登録国際観光ホテル ひだホテルプラザ
〒506-0009 岐阜県高山市花岡町2丁目60番地 TEL0577-33-4600 FAX0577-33-4602
●ホームページ http://www.hida-hotelplaza.co.jp/
●E-mail info@hida-hotelplaza.co.jp

近旅連総会特集

9連合会が15年度方針表明

各連合会長あいさつ

近畿日本ツーリスト創業60周年、近旅連発足60周年の節目の年になる2015年を迎えた。今年も世界遺産登録や訪日外国人客の急増など、国内宿泊施設には追い風が続いている。この風を生かし、さらなる発展を目指すべく、近旅連の各地域連合会長が昨年を振り返るとともに、今年の重点方針を表明する。

北海道連合会

多彩な催しで集客増

——鐵　顯彦

近旅連会員の皆さま、本年もよろしくお願い申し上げます。

昨年を振り返りますと、宿泊券の年間目標には残念ながら届きませんでした。消費税増税後の国内需要の落ち込みが見られました。その中にあって、域内宿泊企画の20周年を中心とした商品とインターネット販売は前年を大きく超える結果となり健闘しました。

北海道内の地域で見ますと、国内のお客さまの動きも札幌周辺や道南地域の入り込みが目立ち、それ以外の地域は苦戦をした一年でした。一方で外国人観光客は、円安や新規路線就航、定期便の運航やチャーター便の増加などの要因もあり、過去最高の入国者数となり、各ホテルとも取り扱いが着々と伸びていると思います。

本年の北海道でのイベントを紹介します。7月4日まで開催されます。知床、ガーデンともに北海道の大自然を満喫できるはずです。

また、来年度になりますが、北海道新幹線の開業が予定されており、函館を中心とした道南地域も注目されてきます。本年は近旅連、近畿日本ツーリストともに創立60周年を迎え、北海道へのお客さまを増やす絶好の機会と捉えております。宿泊商品販売の強化、国内外へのプロモーション活動を柱に活動したいと考えております。

宿泊券の増売に向けて、会社には宿泊商品の強化、インバウンド取り扱いの拡充、クラブツーリズムとの連携を引き続きお願いし、目標の達成を期待します。近畿日本ツーリスト個人旅行は、北海道を重点仕向地としたキャンペーンを展開すると聞いております。

北海道では、昨年4月から導入された貸切バス関連の新制度により料金が大きく変わりました。新制度導入後の諸課題についても、60周年をフックにさまざまな角度からご自宅でパンフレットの閲覧ご予約が可能になる予定です。

共同事業として、東日本大震災後6旅連および東北観光推進機構「スマイル東北キャンペーン」を継続実施してまいります。

最後に、東日本大震災の発生から5年目を迎えますが、未だ復興・復活道半ばであります東北に、引き続き全国の社内外の皆さまのご支援・ご協力をいただきますようよろしくお願い申し上げます。

東北連合会

首都圏狙い商品展開

——渡邉　和裕

近旅連会員の皆さま、本年もよろしくお願い申し上げます。

昨年を振り返りますと、4月からの消費税の増税により、特に第2四半期（4～6月）の需要が低迷しましたが、東北連合会とKNT東北のタイアップ事業として、音楽のある東北・山形デスティネーションキャンペーンの最終日に開催された最上川ミュージック花火などのイベントを中心に宿泊券増売対策を図った結果、速報値ではありますが、ほぼ前年並みになる見込みまで回復ができました。

本年は、近旅連60周年記念事業の年でもあり、東北連合会とKNT東北「店づくり・周年キャンペーン専用コーナー」および「人づくり・社員研修」などを目標に掲げ、特に域内の販売に直結する情報およびお客さまの目線に合わせた店づくり・人づくりを目指してまいります。

また、仙台支店は市中店舗の旗艦店として、東北6県の県別の専門知識を持った社員を育成および配置をし、お客さまをはじめ関係機関へのアピール（存在）をすることによって誘客を図ってまいります。

商品造成については、60周年という節目の年でもありますので、各県別の商品展開を予定しております。また、60周年記念商品として、地域に関係なくコンセプトを明確にした目的別商品の造成も予定しており、従来の定番全商品も継続設定してまいります。

新商品については、首都圏をターゲットとした「周遊型商品」「子供をテーマにした家族商品および体験型の周遊型商品」の投入を図り、福島デスティネーションキャンペーン（DC）専用商品「周遊型と宿泊型」の2商品の展開を予定しております。

近旅連60周年記念事業ネット関連については、昨年7月に発足したe宿泊事業部の商品「e宿」を中心に事業展開を図ってまいります。事業内容は、東北6県を月別に設定した対象期間内に、会員さまよりお得なプランを設定していただき、合わせて東北連合会からも助成し、お客さまによりお値打ちなネット商品を提供して造成増売を図る予定です。

その他、記念事業商品についても、全商品をデジタルパンフレットで作成し、ホームページで公開し、北海道から沖縄までの全店舗やお客さまのご自宅でパンフレットの閲覧ご予約が可能になる予定です。

首都圏連合会

団体プラン造成販売

——榎本　孝弘

デフレ脱却を目指す日本経済は、明るい兆しを少し見せつつ新年を迎えました。急速な円安や消費増税の影響が残る個人消費など、先行きが不透明な中で、首都圏連合会管内の昨年の傾向としては、概して「個人旅行低調」「団体旅行好調」であったといえます。

個人旅行においてWEB販売は伸びましたが、首都圏連合会管内の宿泊券実績は2013年比105%と、一昨年に続き前年実績を超える結果が残せました。

本年は、デフレ脱却を目指す政府の経済対策や地域活性化に向けた「地方創生」が本格化し、観光業界にも追い風が吹くと予想しております。シニア層は生活の中で旅行意欲が、若年層においても旅行に対する新たな価値観創出により、旅行需要回帰が高まっております。

しかしながら、依然として「割安感」「お得感」は消費に敏感に反応するため、宿泊単価の上昇は一定に抑えられる状況でもあると考えております。

本年は近旅連、会社ともに創立60周年を迎え、各連合会は地域に密着した記念事業に取り組むこととなっております。首都圏連合会としては、即効性のある販売拡大につながる事業をテーマに支部、地域を中心として取り組んでまいります。

静岡支部、神奈川支部においては、圏央道や新東名高速道路によるアクセス整備を軸として二つの記念事業を展開しまいりますが、会員の皆さまのご協力とはご理解、ご協力を賜りますよう何とぞよろしくお願いいたします。

関東甲信越連合会

需要喚起の一役担う

——春原　良裕

近旅連会員の皆さま、本年もよろしくお願い申し上げます。

昨年を顧みますと、景気については、安倍政権のいわゆるアベノミクスの効果により回復基調にあり、観光業においても旅行需要の回復傾向が見られました。

しかし、昨年4月の消費税8%への引き上げにより経済成長の伸びが鈍化したため、今年10月の消費税引き上げが見送られました。その信を問うべく昨年末に総選挙が実施され、政権与党が絶対安定多数を得て信任を得ました。

今後、景気浮揚のための種々の対策が実施されると予想されますので、大いに期待したいと思います。観光業界においても昨年は、平成25年の伊勢神宮、出雲大社遷宮の反動減があったものの、6月の富岡製糸場の世界遺産登録や圏央道の開通などの明るいニュースがあり、旅行需要は堅調に推移し、訪日旅行者も1300万人を超えて旅行消費額も拡大しております。

しかしながら連合会会員の皆さまにおいては、まだまだ厳しい状況の年も働きかけていきたいと考えております。

また、団体旅行においては、従来会社が力を入れているスポーツビジネスや地域誘客ビジネス事業の情報を、行政や自治体との連携を図りながら提供してまいります。

連合会の管内には、以前よりスポーツ合宿・イベント・大会などを手掛けている会員も多く、自治体と会社のパイプ役になり、需要喚起の一役を担っていきたいと考えております。

本年も、連合会各支部の特性を生かした販促キャンペーンや企画商品造成のための素材提供を各支部情報連絡委員会の中で提案し、それを連合会が支援する取り組みで宿泊券の増売を進めていきたいと考えております。

業界を取り巻く環境は回復傾向にありますが、連合会はKNTグループとのより密接な関係を構築して連携を強めていくために事業活動を推進してまいります。

最後になりましたが、会員の皆さまのご協力とKNTグループのご支援、ご鞭撻を心よりお願い申し上げます。

一つは7月にメイト・サマーダッシュキャンペーンを実施し、首都圏・関東・中部圏内からの販売拡大を図り、最繁忙期につなげていきます。二つめは、第31回を迎える「伊豆箱根キャンペーン」に地域の施設特典の付与を検討しております。

千葉支部、東京・埼玉支部では、当該エリアのベースとなる旅行商品でありますおよび「パーソナリップ」に対する「販売コンテスト」を計画し、都内や房総地区への販売意識を高め宿泊券増売に取り組んでまいります。

また全般として、団体旅行需要の高まりに対応した「団体宿泊プラン」の造成と販売への協力および個人型商品のEクーポンなどWEB事業への協力も行います。

今後も会社と連携をとりながら、販売箇所、仕入販売センター、旅連が三位一体となるよう、連合会の事業活動を展開してまいりますので、会員の皆さまのご協力とご理解、ご協力を賜りますよう何とぞよろしくお願いいたします。

宿泊客の満足度を向上させるお手伝い

アメニティからリノベーションまで

企画提案

時代の流れを読み、ホテル・旅館のニーズを見極めながら
国内外に広がる調達ネットワークを活用し、衣・食・住
すべてにわたり宿泊客の「心に残る宿」を施設様と共に
作りあげます。近畿日本ツーリスト商事ならではの
オリジナル商品や圧倒的な差別化商品で**付加価値の向上、コスト削減、お客様の満足度アップ**につなげます。

近畿日本ツーリスト商事　WEBSHOP

宿泊・観光施設様向けの通販サイトがオープンしました。
完全メンバー制・一部商品小ロット、ピッキング対応
http://shop.knts-webshop.com

女性目線

ミキモト・グループが贈る、真珠から生まれた、うるおいのヘア＆スキンケア

「世界中の女性を真珠で美しく飾りたい」そう願ってきたミキモト・グループが、真珠の中に肌の乾燥を改善する稀少な成分があることを発見したのは、およそ40年前のこと。以降、真珠を徹底した科学の目で見つめ続けてきました。

類い稀な美しさと、生命力を秘めている「真珠」。その神秘的なパワーが注ぎ込まれた真珠の美力がつややかで、しっとり潤う髪と素肌へ導きます。

ホテル・旅館限定商品

バスルームに広がる、
「フローラルフルーティマリン」の
みずみずしくナチュラルな香り。
贅と気品にあふれた至福の時を
お楽しみください。

・シャンプー・コンディショナー・ボディソープ

乾燥した肌も、深く、
濃密にうるおう。
はずむようなハリと弾力、
透明感のある肌へ。

独自成分　真珠コラーゲン®を使用した保湿力が高いと評判の化粧水をラインアップ。

※真珠コラーゲン（パールコラーゲン／サクシニルアテロコラーゲン）

差別化

全く新しいおもてなしのご提案
お洒落エコ箸

「おしゃれ・かわいい・種類豊富・丈夫」の4つを
兼ね備えた新しいエコ箸。食事の際には食卓を彩り、
お帰りの際には旅の思い出としてお土産にもピッタリです◎

話題商品

エコロジー志向の高い
E&Sバスアメニティシリーズ

シャンプー、コンディショナーは
昨今注目されております、
ノンシリコンを採用。
植物性洗浄料をベースにした、
人にも環境にも優しい
高品質・安心・安全の
オリジナルバスアメニティです。

備え

目指します!!
身近な保険の相談窓口

当社では、旅館・ホテルの「あんしん」をサポートするため、三井住友海上火災保険と提携し、「旅館総合保険」の販売を推進しております。保険は万が一のときの安心料ではありますが、必要な補償をよく検討し、リーズナブルな価格で購入することがポイントです。
これからも、皆様のお役に立てる「身近な保険の窓口」を目指してまいりますので、旅館賠償責任保険のみならず、自動車保険や火災保険など、お気軽に声をおかけください。

近畿日本ツーリスト
株式会社近畿日本ツーリスト商事
〒101−8641　東京都千代田区東神田1−7−8　東神田フコク生命ビル3F
TEL03-6891-9660 FAX03-6682-6608
（協賛：近畿日本ツーリスト商事　販売協力会）

営業所一覧

札幌商事営業所……011-241-9001
仙台商事営業所……022-263-7915
北関東商事営業所…027-367-9731
東京商事営業所……03-6891-9661
熱海商事営業所……0557-85-5327
信越商事営業所……025-245-5252
名古屋商事営業所……052-561-8743
金沢商事営業所……076-224-6624
大阪商事営業所……06-6649-0521
福岡商事営業所……092-282-5307
保険センター……03-6891-9662
㈱近畿日本ツーリスト沖縄…098-864-1166

近旅連総会特集

記念の年にさらなる高みへ

中部連合会
記念の年に限定商品造成
――堀 恭則

近旅連会員の皆さま、本年もどうぞよろしくお願い申し上げます。

昨年を振り返りますと、われわれ受け入れ側から見ますと、消費税増税から始まり、耐震化問題への取り組み、自然災害、円安で終わるといった外的環境の変化に追われる一年でした。10月の御嶽山の噴火では、飛騨高山・下呂地区を中心にキャンセルが相次ぎ、一・美濃、各地の地酒をはじめ、北陸で採れたこしひかりなど、それぞれの地域の特性、素材を生かし先着順に申し込みされた5千名さまに対し「60周年記念特典付き商品」として、お客さまへの感謝を込めて還元をしてまいります。

年明け早々に起きました城崎温泉街の火災でお亡くなりになられた方々へお悔やみを申し上げると共に、一日でも早い城崎温泉の街並みの復興をお祈り申しあげます。

さて、昨年関西では近鉄グループの総力を結集させた「あべのハルカス」がグランドオープンとなりホテルや展望台は大変な賑わいをみせ、夏にはUSJの新エリア「ハリーポッター」が開業して大幅に入場者数を更新しました。さらに円安やLCCの後押しがあって訪日のお客さまが爆発的に増え、大阪地区においては客室稼働率、平均客室料金ともに予想をはるかに超える上昇となりました。他にも兵庫ではNHK大河ドラマ「軍師官兵衛」や宝塚100周年で盛り上がりを見せ、和歌山ではJRグループのDCキャンペーンが秋に実施されました。

そして、私のいる奈良県の吉野山でも「吉野大峯世界遺産登録10周年」ということでさまざまなイベントが開催されるなど、話題が尽きない一年となりました。

本年も引き続きフォローの風にうまく乗って、さらなる宿泊券増売に向けて地域の特性をいかしながら事業展開をしてまいります。

その中心となるのが、近畿日本ツーリスト創立60周年記念事業です。関西連合会では、各支部単位で独自性を持った域内行（メイト、e宿泊）の方々に参加をいただくことになったのは有意義であると思います。

昔から言われているように「近旅連と会社は車の両輪」であり、今こそこれまで以上にともに汗をかきながら、お客さまが喜んでいただける笑顔を思い浮かべ目標に突き進んでまいります。

本年も、会員の皆さまの方のご支援、ご協力を賜りますよう何とぞよろしくお願い申し上げます。

今年は、2月6日岐阜長良川河畔での合同研修を皮切りに、7月13日名古屋市内において中部圏のKNTグループ会社の社員の方々をはじめ、各自治体関係者も招き、商談会のほか、各県自慢の食材を使い試食会を兼ねた懇談会を開催する予定です。

4月には、海外誘致活動としてインドネシア、マレーシア訪問を計画しております。現地では、マレーシア主要旅行会社へのプロモーション、「インドネシア旅行博」行かなければなりません。既に、仕入販売センター（北陸）専用ページで社内イントラを通じ、最新のイベント、自治体情報、情報連絡員からのトピックス情報を年間通じ発信をしていただいております。

最後になりましたが、創立60周年を転機に、近旅連と会社のますますの繁栄をご祈念申し上げるとともに、当連合会へのご支援、ご協力を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

関西連合会
支部単位の商品促進
――増田 明平

近旅連の皆さま、本年もどうぞよろしくお願い申し上げます。

昨年関西では近畿日本ツーリスト中国四国との連携を一層強化し、さらなる飛躍の一年にしたいと考えております。団体旅行、個人旅行ともに、域内および隣接圏需要の一層の拡大を図るため、顧客誘致活動を強化し実施してまいります。

幸いにして本年は、山口県萩市をメーン舞台としたNHK大河ドラマ「花燃ゆ」や中国横断自動車道（尾道松江道）の全線開通など、域内および隣接圏からの誘客には大きな追い風になることは前年を大幅に割り込む結果となりました。

このような中、本年度を展望しますと、1月末には宮古島と伊良部島を結ぶ「伊良部大橋」開通、那覇市内では海外ブランドの大型ホテルのオープン計画と、那覇とアジアを結ぶ複数の海外航空路線拡充計画があります。

また、2020年の東京オリンピックに向けた冬季スポーツ合宿などが徐々に始動してきており、さらには、昨年よりインバウンド客の本格的な取り組みも成熟期を迎え、大型クルーズ船受け入れ環境整備が想定されます。個人旅行においては、従来からの会社の強みである域内対面販売店を最大限に活用し、各店舗主催のイベントへの参加により誘客を図ります。加えて最大の隣接圏である関西方面にキャラバンを実施し、会社の方針であるWeb販売の拡大との相乗効果により目標達成に向け取り組んでまいります。

団体旅行におきましては、継続事業である域内双方向キャンペーンに加え、教育旅行・MICE需要の受け入れ体制の一層の強化を図ってまいります。また、引き続き「e宿」を中心とするWeb宿泊販売拡大につきましても、重要事業の一つとして取り組んでまいります。

最後になりましたが、近旅連会員の皆さまと近畿日本ツーリストグループ各社の皆さまの繁栄をご祈念申し上げますとともに、当連合会への一層のご支援とご協力をよろしくお願い申し上げます。

九州連合会
「ザ・シリーズ」に注力
――宮原 知司

近旅連会員の皆さま、本年もどうぞよろしくお願い致します。

昨年はアベノミクス効果で景気は回復基調にあり、国内観光業においても回復傾向が見られました。九州内で見ますと、「ハウステンボス」や「世界新三大夜景」で好調な長崎県、「おんせん県おおいた」の大分県、大型イベントなどの開催により福岡県の伸びが目立ちました。また、アジア流コンベンションでは、メーン連合会として参加し、近旅連・ひまわり会・自治体の方、総勢100人にて参加させていただき、九州を大きくアピールすることができました。

近旅連九州連合会全体としては年間目標に届きませんでしたが、前年比102%の宿泊実績で終了できました。九州連合会の活動では、4月より関西からの九州へのメイト送客キャンペーン、6月の「第35回まつりインハワイ」の参加および関西での店頭イベント実施、7月の近畿日本ツーリスト中国四国との商談会、9月の「第3回国内大交流コンベンション」、10月にはメイト九州現地研修で96人の店頭社員の皆さまを受け入れ、各宿泊地で勉強会・意見交換会を実施して、年間を通して充実した活動を行うことができました。

特に、第3回国内大交流コンベンションでは、メーン連合会として参加し、近旅連・ひまわり会、九州への誘致商談会を本年も実施させていただきます。個人旅行では「メイト九州社員現地研修」に本年もタイアップさせていただき、店頭現場の社員の皆さまのスキルアップに寄与致します。

今年度は、大分デスティネーションキャンペーン（7～9月）、鹿児島県国民文化祭・かごしま2015（10～11月）が実施されます。また、「明治日本の産業革命遺産　九州・山口と関連地域」が世界遺産委員会（6～7月）で登録審査が行われ、認定されれば、福岡・佐賀・長崎・熊本・鹿児島に新しい世界遺産が誕生致します。このような地域イベントなどを最大限に活用し、宿泊券の増売に向けて取り組んでまいります。

1月、近畿日本ツーリスト九州に中津新社長が就任されました。「チーム九州　夢への挑戦」のスローガンのもと力強いあいさつをされました。近畿日本ツーリスト九州はもとより近畿日本ツーリストグループ全社員の皆さまと連携を図り、実りある年にしてまいります。皆さまのご支援・ご協力を賜りますよう心よりお願い申し上げます。

中国四国連合会
「大河」と高速道期待
――大木 正治

近旅連会員の皆さま、本年もどうぞよろしくお願い申し上げます。本年は近旅連、近畿日本ツーリストとも創立60周年を迎えることとなりました。この輝かしい年を迎え、昨年を簡単に振りかえるとともに、本年度の方針について申し述べさせていただきます。

昨年の中国四国エリアを振り返ってみますと、中国地区では、8月に広島市において未曽有の災害が発生しました。全国の皆さまから温かいお見舞いのメッセージを頂戴し、この場をお借りましてあらためて深く御礼申し上げます。

このような災害にもかかわらず、出雲大社遷宮効果の持続や広島県・愛媛県の島しょ部・臨海部を舞台に開催しました瀬戸内しまのわ2014、岡山県の黒田官兵衛ゆかりの地を訪れる観光客の平成26年度の沖縄県入域観光客数は700万人を突破し、過去最高を記録致しました。その増加要因となったのは、一昨年の新石垣空港開港によって本土直行便が運航し、その好景気が継続したことで、八重山地区では110万人を超える入域観光客数を迎え入れることができたこと、加えて、昨年の本紙の主題に「インバウンド跳躍の年」とうたいましたとおり、アジア諸国からの訪沖観光客数が跳躍的に伸びたことです。もちろん、国内旅行でも「教育旅行団体」や「一般団体」も好調な年となりました。

しかし、個人型企画商品である「メイト商品」ではEクーポンは好調でしたが、リアル販売商品は前年を大幅に割り込む結果となりました。

このような中、本年度を展望しますと、1月末には宮古島と伊良部島を結ぶ「伊良部大橋」開通、那覇市内では海外ブランドの大型ホテルのオープン計画と、那覇とアジアを結ぶ複数の海外航空路線拡充計画があります。

また、2020年の東京オリンピックに向けた冬季スポーツ合宿などが徐々に始動してきており、さらには、昨年よりインバウンド客の本格的な取り組みも成熟期を迎え、大型クルーズ船受け入れ環境整備が想定されます。個人旅行においては、従来からの会社の強みである域内対面販売店を最大限に活用し、各店舗主催のイベントへの参加により誘客を図ります。加えて最大の隣接圏である関西方面にキャラバンを実施し、会社の方針であるWeb販売の拡大との相乗効果により目標達成に向け取り組んでまいります。

団体旅行におきましては、継続事業である域内双方向キャンペーンに加え、教育旅行・MICE需要の受け入れ体制の一層の強化を図ってまいります。また、引き続き「e宿」を中心とするWeb宿泊販売拡大につきましても、重要事業の一つとして取り組んでまいります。

最後になりましたが、近旅連会員の皆さまと近畿日本ツーリストの強みであるMICEや教育旅行の販売強化のため、部門別社員の沖縄現地研修旅行や「メイト沖縄商品」の復活に向け、会員と個人旅行企画担当者との合同企画会議などを実施してまいります。

今年は、北陸新幹線開通による沖縄旅行への影響がどの程度か予想できませんが、一昨年の消費税率の引き上げによる消費生活への影響の心配もないことから、国内外での沖縄人気はまだまだ続くことを期待し、会員の皆さまと各協力会協働のもとで、近畿日本ツーリストの団体個人旅行並びにクラブツーリズムのご送客が続伸できるよう、幅広く誘客事業に一年間取り組んでまいりますので、本年度も会員各位のご支援・ご協力を何とぞよろしくお願い申し上げます。

沖縄連合会
協働で誘客活動推進
――宮里 一郎

近旅連会員の皆さま、本年もよろしくお願い致します。

さて、昨年の報告からさせていただきますと、平成26年度の沖縄県入域観光客数は700万人をうたいましたとおり、アジア諸国からの訪沖観光客数が跳躍的に伸びたことです。もちろん、国内旅行でも「教育旅行団体」や「一般団体」も好調な年となりました。

しかし、個人型企画商品である「メイト商品」ではEクーポンは好調でしたが、リアル販売商品は前年を大幅に割り込む結果となりました。

このような中、本年度を展望しますと、1月末には宮古島と伊良部島を結ぶ「伊良部大橋」開通、那覇市内では海外ブランドの大型ホテルのオープン計画と、那覇とアジアを結ぶ複数の海外航空路線拡充計画があります。

また、2020年の東京オリンピックに向けた冬季スポーツ合宿などが徐々に始動してきており、さらには、昨年よりインバウンド客の本格的な取り組みも成熟期を迎え、大型クルーズ船受け入れ環境整備が想定されます。個人旅行においては、従来からの会社の強みである域内対面販売店を最大限に活用し、各店舗主催のイベントへの参加により誘客を図ります。加えて最大の隣接圏である関西方面にキャラバンを実施し、会社の方針であるWeb販売の拡大との相乗効果により目標達成に向け取り組んでまいります。

団体旅行におきましては、継続事業である域内双方向キャンペーンに加え、教育旅行・MICE需要の受け入れ体制の一層の強化を図ってまいります。また、引き続き「e宿」を中心とするWeb宿泊販売拡大につきましても、重要事業の一つとして取り組んでまいります。

最後になりましたが、近旅連会員の皆さまと近畿日本ツーリストの強みであるMICEや教育旅行の販売強化のため、部門別社員の沖縄現地研修旅行や「メイト沖縄商品」の復活に向け、会員と個人旅行企画担当者との合同企画会議などを実施してまいります。

今年は、北陸新幹線開通による沖縄旅行への影響がどの程度か予想できませんが、一昨年の消費税率の引き上げによる消費生活への影響の心配もないことから、国内外での沖縄人気はまだまだ続くことを期待し、会員の皆さまと各協力会協働のもとで、近畿日本ツーリストの団体個人旅行並びにクラブツーリズムのご送客が続伸できるよう、幅広く誘客事業に一年間取り組んでまいりますので、本年度も会員各位のご支援・ご協力を何とぞよろしくお願い申し上げます。

本ツーリストグループの社員さまと会員施設の皆さまがコミュニケーションを深め、より旅連と会社とが一丸となれる絆を強めていただければと願っております。

ここ数年、会社は事業再編を繰り返し、どこにものを申していいのか私ですら分からない状況でした。そういう意味では、今年からさまざまな旅連の会議において、会社側からは団体旅行、個人旅行（メイト、e宿泊）の方々に参加をいただくことになったのは有意義であると思います。

昔から言われているように「近旅連と会社は車の両輪」であり、今こそこれまで以上にともに汗をかきながら、お客さまが喜んでいただける笑顔を思い浮かべ目標に突き進んでまいります。

本年も、会員の皆さまの方のご支援、ご協力を賜りますよう何とぞよろしくお願い申し上げます。

今年度連合会総会日程

北海道	3月12日	札幌　札幌プリンスホテル
東北	4月3日	仙台　仙台国際ホテル
関東甲信越	4月2日	水戸　三の丸ホテル
首都圏	4月8日	東京　新宿ニューシティホテル
中部	3月30日	名古屋　名古屋観光ホテル
関西	4月6日	大阪　シェラトン都ホテル大阪
中国四国	4月10日	鳥取　ブランナールみさき
九州	3月25日	唐津　唐津シーサイドホテル
沖縄	4月15日	那覇　ロワジールホテル那覇

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(代)
大阪06(6354)6166