会社と旅連の連携強化でミッション完遂を

対談

日本旅行協定旅館ホテル連盟（日旅連）の通常総会が2月17日、東京の浅草ビューホテルで開かれる。総会開催を前に、日本旅行の丸尾和明社長と日旅連の小林喜平太会長（長崎県・稲佐山観光ホテル会長）に、「会社と連盟の連携」をテーマに語っていただいた。会社の中期経営計画「ACTIVE 2016」が最終年を迎え、目標達成に向けて両者が連携を強化する姿勢が改めて確認された。

日本旅行協定旅館ホテル連盟会長
小林喜平太氏

日本旅行代表取締役社長
丸尾　和明氏

宿泊増売へ地域情報を積極発信

「中計」最終年、確実にゴールを

――（司会＝本社・森田淳）昨今の経済情勢、観光業界を取り巻く動きについて、どう捉えるか。

丸尾　まず昨年を全体として見ると、景気は緩やかに回復し、企業業績も堅調に推移した。アベノミクス効果により、株価も昨年、2万円超えが数カ月間続いた。

景気の底上げが図れたことにより、旅行の需要も法人、個人とも堅調に伸びた。

ただ、去年のマイナス要因として海外旅行の落ち込みがあげられる。円安基調に加え、1月にフランスの新聞社への襲撃事件があり、ヨーロッパ方面を中心に需要の減退がかなり見られた。その後回復してきたところで11月に再度フランスでの大規模な同時多発テロが発生し、大きな落ち込みとなった。この状況は少し長引くかもしれないと危惧している。

一方、国内旅行に目を向けると、大きなインパクトを残したのが3月に開業した北陸新幹線だ。北陸の観光地にスポットが当たり、旅客の流動も大きく変えた。

私どもの企画商品「赤い風船」の送客実績を見ると、首都圏から北陸へは対前年約500％、関西から北陸へも約120％と大きく数字を伸ばした。

北陸新幹線が東の横綱とすれば、西の横綱はインバウンドだ。訪日客数は2014年の1341万人から、昨年は1974万人。1年で633万人増という、画期的な伸びがあった。

円安に加え、LCCをはじめとする航空路線の拡大、査証（ビザ）の段階的な緩和、クルーズ船の寄港増加など、日本への旅行が来やすい環境となってきた。

総じて言うと、昨年は国内が堅調、海外がマイナス、インバウンドが大幅増という結果だった。インバウンドも内容としては国内旅行といえるから、そういう意味では国内旅行の需要が大幅に増えたというのが昨年の状況だ。

今年の見通しについて、日本経済は緩やかな回復基調といわれているが、一方ではリスクもある。海外、特に中国経済の減速。あるいは原油安による世界経済の減速。イランとサウジアラビアの問題も含めて、海外情勢が日本にも相当影響を与えるのではないかと昨年から見られていたが、年初からそれが顕在化してきている。具体的には株価が年初から6営業日連続で下落したことなどはその表れだ。海外情勢には今後も注視する必要がある。

今年の旅行需要だが、旅行というのは安心、安全がベースにあるから、為替が少しぐらい円高にふれたからといって、それがトリガーとなって海外旅行が大幅に増えるとは考えにくい。昨年、大幅に減少したことから、今年は期待できるともいえるが、それにしても飛躍的な伸びは期待できない。

やはり、国内の需要がしっかり底支えをして、全体を伸ばしていく、ということになると考えている。

大きな話題の一つは、3月26日の北海道新幹線開業だ。5年前に九州新幹線が全線開業し、昨年は北陸新幹線が開業した。その5周年、1周年と併せての新たな開業ということになる。

北海道から九州まで新幹線でつながるのは画期的なことであるし、北海道の南部や東北がスポットを浴びて、地方への流動も期待ができる。

旅連の皆さまは地域の中心的な存在として、自治体や観光協会・連盟と連携を深めて、誘客事業にさらに力を入れて取り組まれると思う。

われわれ旅行会社とすれば、観光コンテンツの磨き上げ、発地目線でのプロモーションなど、地域への誘客事業のお手伝いができると思う。

これらのノウハウを持っていると自負している。ぜひ、私どもを利用いただき、それぞれの地域の活性化に結び付けていただきたい。

小林　長崎でも地方創生や日本版DMOの議論がされているが、誰がリーダーになるのか、事業をどこまで行うのか、まだ模索中の感じだ。

人口減少、高齢者社会の中では、交流人口の拡大で、観光産業だけでなく、第1次産業、第2次産業を含めた地域の全ての産業が潤う。多くの人を巻き込んで、相互に潤うために、広く議論することが必要だ。

（4面に続く）

東京・日本橋の日本旅行本社で

↙北陸についても、まだ行っていない方が相当いらっしゃるし、修学旅行にしても本格的に動くのが1、2年先だ。まだ、伸びる要素がある。

ほかの話題としては、東京ディズニーシー（TDS）およびユニバーサルスタジオジャパン（USJ）の15周年、京都鉄道博物館のオープン。JRのDC（デスティネーション・キャンペーン）は、今年は岡山、青函、長崎だ。会長、長崎ですよ（笑い）。

私どもとすれば、国内旅行をしっかりと、これまで以上に伸ばすということに全力を注ぎたい。

――丸尾社長から国内堅調、インバウンド絶好調という話があった。小林会長の実感は。

小林　インバウンドは、地域によって温度差はあるだろうが、前年から633万人増えたということで、各地で相当潤ったと思う。

私の地元長崎も、ハウステンボスに相当お客さまが入っているし、宿泊にはつながらないが、クルーズ船も昨年は130隻、今年は200隻以上来る予定だ。地元への経済効果は相当大きいと思っている。

中国、韓国、台湾、タイなど、アジアの方が特に増えている。中国も、まだ一部の人しか来ていないので、今後さらに期待できる。昨今の中国経済が少々不安だが。

国内旅行については、震災から5年目を迎える東北や、関東、九州での噴火など自然災害があり、風評被害でお困りになった観光地があった。しかし、先ほど丸尾社長がお話しされた通り、国内旅行の需要が大幅に増えたということは非常に喜ばしいことだと思う。

去年、長崎では「明治日本の産業革命遺産」がユネスコの世界文化遺産に登録された。岩手、静岡、山口と、8県にまたがる遺産群だが、長崎でももちろん、登録の効果が見られた。

今年も北海道新幹線、TDS・USJの15周年、伊勢志摩サミット、訪日旅行の増加等、話題が豊富にあり、国内旅行需要には引き続き期待が持てる。

丸尾　安心、安全という言葉が、今年の大きなキーワードになると思う。先日のバス事故のようなことは、二度と繰り返してはいけない。バス業界だけでなく、旅行業界も含めて、行程の管理など、しっかりと取り組まなければならない。

さらにもう一つのキーワードは地方創生。昨年も自治体がプレミアム商品券などを発行したが、あくまでも先行事業であり、今年は3月31日までに各自治体が地方人口ビジョンと地方版総合戦略を策定することになっている。さらに日本版DMOも各地で作られ、本格的な誘客事業に取り組むことになる。

今年は地方創生の事業が実質的にスタートする元年だと思う。

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。

成田ビューホテルにて実施

【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
・Wi-Fiの環境整備のご提案など

【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
・トイレの洋式化など

【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
・後付けペアガラスでの光熱費の削減

【障がい者差別解消のためのサポート】
・段差の解消
・接遇研修の実施
・バリアフリーチェックなど

フロントリフォーム例

訪日外国人用の
館内案内表示例

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）

会社と旅連の連携強化でミッション完遂を

キーワードは安心安全、地方創生
旅館業界の課題、共に議論したい

（3面から続く）

丸尾　日経の「地方創生フォーラム」でも申し上げたが、あの時の講演のポイントは、やはり地方創生は観光業界の人だけでは成し遂げられないということ。第1次産業、第2次産業も含めて、そこで高い志を持って、地域を活性化していくのだという熱意を持った人が中心にならねばならないということだ。

今まで成功したDMOは、そのような気概を持った人が音頭をとって、地域全体を巻き込んで、さまざまな産業を網羅するプラットフォームを作り、コンテンツを磨き上げてプロモーションを行っている。

いずれにしても、地方の交流人口を拡大し、雇用も増やすことにより、みんなが安心して暮らせるような仕組みを作り上げていかねばならないし、そこに私どものノウハウが生かせるものと考えている。

■　■

――会社の昨年の業績と、中期経営計画「ACTIVE2016」の進ちょく状況は。

丸尾　昨年は4年計画の中計の3年目。マラソンで例えると30キロ地点で、大変苦しいところだが、ここを乗り越えればゴールが見えてくるという話を社内でしてきた。

もう一つ、昨年は創業110周年という節目の年でもあった。節目に当たり、創業者の精神や理念、思いをDNA化しようという話もした。

創業者の理念は、マーケットインとチャレンジ精神だ。この二つをもとに、お客さまの求める価値を実現しようと取り組んだ。

象徴的な事業として、日本で初めて団体臨時列車を運行したわが社として、長野や福島、大分、北陸に団臨を運行した。旅連の各支部連合会の協力もいただき、各地で記念商品も作った。

昨年の全体の売り上げ数字を言えば、海外が前年比86%と大幅に落ちたが、国内が104%、インバウンドが137%と海外の落ち込みをリカバリーし、総販では前年とほぼ同じぐらいの数字を残せた。営業損益は、ほぼ年初の計画を達成できる見通しだ。

顕著な点を申し上げると、国内のうち、赤い風船の販売が前年比109%。国内の団体も109%。前年の実績を大きく上回り、当初の計画も上回った。赤い風船は、わが社が得意とするJRセットプランが赤風全体の6割を超え、インターネット販売もおよそ24%とシェアを伸ばしている。

また、われわれがビジネスモデル転換を進める中で、中核分野と位置付けている教育旅行は105%、BTMは109%、インターネット販売は115%、MICEは113%。先ほどもふれたインバウンドは137%だ。われわれが推進をしている分野が、計画通り着実に伸びている。

――今年の重点施策は。

丸尾　今年は中期経営計画の最終年度だ。目標に向かいしっかりと取り組み、ゴールのテープを切りたいと思っている。

経済動向などの不確定要素はあるものの、しっかりと乗り越えなければならない。

戦略としては、お客さまの裾野を広げる、ターゲットを拡大するという取り組みを今年も進める。併せて、熟年・シニア、女性を重点顧客層に、われわれのファンになってもらおうという取り組みを引き続き進める。

誘客の要素が数多くある。しっかりと商品化や、団体での提案を行い、販売を強化していく。

インバウンドは今年、2350万人という訪日客数が予測されている。追い風を確実に捉え、さらに拡大していく。

当社は6割が欧米市場からの取り扱いだが、従来以上に発地のエージェントと提携し、取り扱いの増を図るとともに、東南アジアにおいては赤い風船のインバウンド版「レッドバルーン」の販売を本格化するなど、さらなる需要の拡大に努めたい。

さらに申し上げると、ポスト中計を見据えて、今年本社内に新たな三つの組織を立ち上げた。

一つがSIT推進チーム。特定目的型の旅行商品へのニーズが高まってきている。そのコンテンツや販売手法の開発を行う。

二つ目は地方創生推進室。各地域が行う地方創生、誘客事業に、われわれが持つノウハウを提供し、関わっていく。

三つ目はインバウンド事業創造推進室。インバウンドの取り扱い拡大に加え、その関連事業を新たに模索していく。

すぐに成果を期待できるものばかりではないが、2017年以降の柱になり得るものとして、スタートさせたところだ。

――日旅連の今年の事業方針は。

小林　今、申し上げたように、宿泊券の増売が最大のテーマだ。会員みんなが協力して、施設や地域の情報を発信することが第一。営業推進委員会を中心に、引き続き行いたい。

日本旅行の営業担当とわれわれとの商談会「ワークショップ」は、東日本と西日本で毎年行っているが、できればほかの地域でも行いたい。お互いの関係をさらに深めることが大事だ。まずは九州からと思っている。

旅連の営業推進委員会には、会社の動きに連動して、今年からインバウンドの部会を創設する。また、旅連の会員数が減少傾向にあるので、その増強に努めたい。

若手経営者対象の「日旅塾」は、今年で8回目。5月25日に東京で行うことが決まっている。毎回丸尾社長に講演をいただいており、今年もお願いできるとありがたいです。

丸尾　ご要望があればぜひ（笑い）。

業界で注目されている話題について、自分が関わっていたり、体験してきたことなどを毎回お話ししている。その後の意見交換会も非常に有意義で、お互いに連携を深めるという意味でも重要な機会だと思う。

小林　業界の話題については、民泊や耐震、風評被害対策などが挙げられる。

われわれ旅館・ホテル業界は、安心、安全な環境の中でサービスに努めなければならない。だが、今の民泊では、防犯（テロ）、防火（火事）、周辺の環境（ゴミ・騒音）への配慮など、いろんな問題が出てきている。規制緩和がすんなり行われそうな雰囲気だが、今後が心配だ。インバウンドが2千万人を超えるというが、いざ事故が起きた場合、インバウンドも含め、観光業界全体に影響が出ると思う。われわれ業界全体で危機感を共有しなければならないし、日本旅行さんともこのテーマについて意見を交換したい。

丸尾　今、日本が世界の中で競争力を持っているのは、安心、安全が保障されているからだ。日本食が受けているのは食の安全もあるし、あれだけ買い物をされているのも日本製商品の品質が保障されているからだ。

お客さまの多様なニーズに応えなければならないが、安心、安全を担保する仕組みを構築しなければならない。それがわれわれ行業界としての意見だ。

――台湾でのインバウンド誘致事業「日本の観光・物産博」が今年も行われる。

丸尾　過去3回行い、毎回10万人を超える人が訪れている。台北駅の構内という非常にいいロケーションで、BtoCだけでなく、現地の旅行会社を集めた商談会も行っている。

今年は6月24～26日の3日間行う。旅連の皆さまもぜひご参加をいただき、インバウンド誘致の一助にしていただきたい。

小林　台湾は安定した市場で、お客さまの層もいいし、リピーターが多い。

こうした機会を設けていただけるのは非常にありがたい。去年より多くの会員が参加できるように呼び掛けたい。

■　■

――最後に会社から旅連への要望、旅連から会社への要望、メッセージなどを。

丸尾　わが社は今年、創業111周年。そこで、三つの1というキーワードを掲げている。

一つは「基本に帰る」。つまり、初心の1だ。基本とは、お客さまと、旅行を形成する上で大事なサプライヤーである旅連さん、そして私ども。この三つがしっかりと繁栄することだ。111年間、私たちは旅連の皆さまのおかげで事業が続けられたと思っている。旅連さんとはワークショップや営業推進委員会など、さまざまな活動を行っているが、それらをさらに強化して、互いに連携を密にして、お客さまに満足いただける商品を作っていきたい。

二つ目は「得意分野を作る」。その分野での1位を目指す。先ほど地方創生の話をしたが、これから着地型の事業がさらにクローズアップされるだろう。旅連の皆さまは地域の実力者、名士だ。地域の情報収集も含めて、旅連の皆さまとしっかりと連携を取り、着地型の事業に積極的に参画したい。

三つ目は「一丸になる」。旅連の皆さまと一丸になってお客さまを増やす、宿泊を増やす、という取り組みを推進する。

この三つの1を、旅連の皆さまとともに進めていきたい。

小林　ACTIVE2016をぜひ、成功させていただきたい。そして、111周年の三つの1も、ぜひ推進してほしい。そのためにわれわれは、できる限りの協力をするつもりだ。遠慮なく注文を出していただきたい。

旅連と一丸で宿泊拡大を
中計成功へ協力惜しまず

“旅する歓び”をコンセプトにした「プレシャス・エイジ」、
自分らしく生きる女性のための旅「たびーら」、
リアルな宇宙を感じる旅やイベントを実施する「sola旅クラブ」、
子供たちの健やかな成長を願う子供たちだけの自然体験「トムソーヤクラブ」。

日本旅行の女子旅 たびーら

日本旅行 NIPPON TRAVEL AGENCY

お客様に選んでいただける特徴ある旅をご提供し続ける日本旅行の更なる挑戦です。

本物を知っている世代、“プレシャス・エイジ”

様々な経験を重ねられてきたお客様に、歴史の片隅で息づく街、悠々のときを超えて姿を変える自然、希少な体験など今までと違う新しい旅をご提案いたします。

【国内の旅】
●自由できままな「おとなのひとり旅」
●ニッポンの絶景
●懐かしい風景と憧れの列車に出会う旅
●クルーズの旅

【海外の旅】
●テーマで巡る世界遺産
●一人旅で世界を巡る！オススメツアー特集
●ビジネスクラスで快適・充実な空の旅を
●フライ＆クルーズの旅

http://www.nta.co.jp/precious/
日本旅行プレシャス・エイジ　検索

女子旅といえば“たびーら”！

旅好きな女の子のための旅特集[たびーら]

女子旅といえば「たびーら」！読者モデルや日本旅行の女子社員がコースを厳選し自信をもっておすすめする「日本全国女子旅モデルコース」、スイーツを楽しみながらゴルフやサイクリングなどを楽しむイベントツアーを開催する「たびーらスポーツ」が人気です。

●女子のストレス解消に効く癒しの旅を「たびーらちゃん(33歳OL)」がご紹介します。Facebookページでも情報発信していますのでぜひご覧ください！

http://www.nta.co.jp/tavira/
たびーら　検索

リアルな宇宙を感じる旅やイベントを実施する「sola旅クラブ」

sola旅クラブは、宇宙を体感し、宇宙開発への理解を深める旅やイベントを実施する、宇宙科学のファンクラブです。宇宙科学をテーマに、こどもたちの夢を応援する活動、宇宙への想いを持ち続ける大人がリアルな宇宙を感じる活動を行っていきます。

【ロケット打上げ応援ツアー】
種子島の地元自治体の協力のもと、ロケット打上げ見学をするツアーを定期催行。カウントダウンイベントや宇宙検定など、宇宙を満喫する企画をご提案しています。

http://www.nta.co.jp/sola/
sola旅クラブ　検索

子供の健やかな成長を応援する旅

今年で27年目となるトムソーヤクラブは、新しい世代をになう小学生・中学生が、ツアーを通じて、自然に親しみ、自主性のある、健康で、愛情に満ちた人材に育つための活動を推進しています。

●夏休みのサマーキャンプやサマースクール、春休み・冬休みのスキーキャンプなど、小学生・中学生を対象に子供だけで行く季節毎の自然体験旅行を企画しています。

http://www.tomsawyer-club.jp/
トムソーヤクラブ　検索

日本旅行 中計最終年の取り組み

国内、インが目標超え
新たな三つの課題に挑戦

日本旅行が進める中期経営計画「ACTIVE2016」。その最終年となる今年、「確固たる収益基盤の確立」「一定基準の利益確保」など、計画の目標に向けて全社挙げて一層まい進する。営業部門の責任者、小谷野悦光常務に中計最終年の取り組み、日旅連との連携のあり方を聞いた。（聞き手＝本社・森田淳）

日本旅行代表取締役常務取締役
営業企画本部長
小谷野　悦光氏

――まず、2015年の振り返りを。

小谷野　赤い風船、法人営業、インバウンドなど国内が好調だった。反面、海外旅行は過去10年間で一番厳しかった。海外の大幅な落ち込みを国内でカバーした形だ。

国内のマーケットは、この十数年でも、愛知万博の年（2005年）以来の活況を呈したのではないか。

ベースにあったのが北陸新幹線の開業。さらにはインバウンドや各地域での地方創生事業など、国全体のさまざまな取り組みへの関わりの成果が表れ、マーケットの伸びに負けず、われわれも確実に取り扱いを増やすことができた。

法人営業についても、国内、海外ともにお客さまの裾野を増やす、ターゲットを拡大するという取り組みを地道に続けており、また、さまざまな環境の変化にもしっかり対応することで、取り扱いを堅調に伸ばすことができた。

会社の中期経営計画「ACTIVE2016」は、昨年が3年目、今年が最終年に当たるわけだが、着実に取り組みの成果が出ている。昨年年初の丸尾社長の訓示で、マラソンに例えるならば、今が一番きつい30キロ地点だ、という話があった。海外の部門では、まさにそれが現実になったのだが、インバウンドを含め国内部門は、マーケットの動きをしっかりと捉え、成果を収められた。社員の進歩、成長が見られたという点でも、一定の手応えを感じている。

――昨年は創業110周年のメモリアルイヤーでもあった。

小谷野　私どももはもとも、社寺の参詣、参拝を行う団体を取り扱ったり、臨時列車を走らせることから始まったのだが、110周年の象徴的な取り組みとして、そのような団体の臨時列車を各地で走らせた。

今年の「鉄旅オブ・ザ・イヤー」では、周年記念で取り組んだ福島への団体臨時列車の旅が、準グランプリに輝いた。

JR利用プランを含めて、鉄道を使った旅が、従来よりわが社の強みであったが、その取り組みも一層強化できた。

――今年の展望は。

小谷野　大きな話題としては、3月26日の北海道新幹線の開業。新しいマーケットの流れを作ると思う。航空との組み合わせなど、豊富なコースバリエーションが考えられる。北海道はもともと全国区の観光地だし、東北とセットにした売り方もできる。しっかりと対応したい。

また開業1周年を迎える北陸新幹線。現地の宿泊事情がタイトで行きたくても行けなかったというお客さまも多い。JR西日本とわが社との関係もあり、今年も北陸には注目してしっかりと送客をしていきたい。

インバウンドについては引き続き拡大していくことが予測されるが、都市部のホテルが取りづらく料金も上昇している傾向がある。ゴールデンルート以外の地域にどれだけお客さまを誘致できるか。各地の受け入れ態勢、地方空港における航空路線との関係をしっかり見据えた上で、きめ細かな対応をしていきたい。

――中期経営計画は今年が最終年。進ちょく状況はどうか。

小谷野　国内とインバウンドは、所期の目標を上回るレベルで動いている。特に赤い風船は当初目論んだレベルをかなり凌駕しており、法人営業も社内での情報の共有化で現場が動きやすくなり、着実にステップアップしている。今後さらに伸ばしていきたい。

課題としては、遅れている海外部門のてこ入れ。また、地方創生など、追加的な課題があり、そこに対してもしっかりと取り組んでいく。

――今年の重点施策は。

小谷野　中計の到達地点を意識して、最終コーナーをしっかり回ることと、今、申し上げた新しい追加的な課題について、本格展開に向けて仕込みを行うことだ。

地方創生、インバウンド周辺ビジネス、SIT（スペシャル・インタレスト・ツアー）。この三つのテーマに力を入れて取り組む。

この三つは次の中計で大きな比重を占めてくるはずだ。マーケットは進化しており、われわれも遅れずに対応しなければならない。従来の目標に加えて、追加的なテーマにしっかり対応することが今年の大きな課題だ。

海外については、これだけ情勢が不安定になると、お客さまの気持ちも当然沈んでくる。わが社はヨーロッパが主力だったが、今後どのような事業展開をしていけばいいのか、社内で議論したい。

インバウンドについては、仕入れがキーワードになっている。タイトなところを拡大するのが難しいとなれば、ゴールデンルートだけではなく、そこにプラスワン。もしくはゴールデンルート以外の新たなルートや、地域おすすめの観光コンテンツを売り出さなければならない。

国ごとに旅行の目的、ツアーの性格が相当違う。このお客さまのニーズにどこまで対応できるか。オーダーはあっても手配ができないということがあってはならない。きめ細かい対応が必要だ。

旅連と車の両輪で地域への誘客意識

――日旅連との関係については。

小谷野　旅連さんとは車の両輪として、今後も変わらずに取り組みたい。

全国で誘客競争が激化しており、地域の皆さんはそれぞれ工夫をされて取り組まれているはずだ。また、各地域において地方創生事業も本格化し、いわゆる日本版DMOなどの展開も活発化していく。

われわれは各地に仕入れ、販売の部署があり、さらに新設の地方創生推進室、インバウンド事業創造推進室との連携を図りながら、地域密着の営業を進めている。地域の皆さんと一緒になって、地域への誘客に取り組むことを、今まで以上に意識して行いたい。

個人、団体、教育旅行、インバウンドなど、どんなお客さまに来ていただきたいか。また、どんな時期にお客さまを呼び込みたいか。地域や施設ごとに事情が異なると思う。

地域や施設のご要望をしっかりとうかがい、きめ細かく対応することが必要だ。旅行会社と組んでよかったというメリットを感じていただけるようにしなければならない。われわれ旅行会社も、その機能についてこれからさらに厳しく問われることになると思う。

わが社は性格の良さには定評があるが（笑い）、それだけではなく、しっかりとした提案ができる会社になるよう努力していく。引き続き旅連の皆さまとコミュニケーションを密に、取り組みたい。

日本旅行グループ 中期経営計画 ACTIVE2016

確固たる収益基盤確立「四つのWIN」目指す

日本旅行は2013年度から4カ年の中期経営計画「ACTIVE2016」を推進し、今年はその最終年度となる。「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」「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」。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り取り組みを強化している。

計画の最終年度となる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550億円（同140億円）、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。

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

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

日本旅行
協定

本部第53回通常総会

第7回日旅連塾

日本の観光・物産博（台北）

日本旅行創業110周年「日旅連ハワイツアー」

REN-CUP in 関東

日旅連ワークショップ東日本エリア全国商談会

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、今年の重点施策

北海道支部連合会

開業効果を全域に

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。

さて昨年の北海道観光はインバウンド需要拡大もあり、全体の入り込みは増えましたが、貸し切りバスの新運賃制度での料金設定厳格化、乗務員供給不足等の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依然需要過多であり、特に道東・道北圏との格差が顕著になり、北海道全体の観光としては大きな課題となっております。

その状況下、北海道支部連合会会員をはじめとした観光、運輸の方々との横断的組織「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月に東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致しました。また、恒例になりました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の皆さまともタイアップし、月替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。昨年は上川町「北海道ガーデンショー2015大雪」と連携の現地イベント、バスツアーも設定致しました。「宿泊ネット販売推進部会」では、引き続き赤い風船事業部共同運営の北海道スペシャルサイト上で、地域に特化した商品販売を行いました。また、品質向上についても議論を深め、宿泊アンケート結果にも反映できました。「観光部会」では、団体送客キャンペーン連動の会員施設立ち寄り促進施策に加え、昨年は個人顧客対策のスタンプラリーも実施致しました。

「インバウンド誘致推進部会」では、台北駅での日本の観光・物産博への参加、海外旅行AGTとの意見交換会を実施しました。「運輸部会」では、昨年もオフ時期の団体誘客施策実施に加え、日本旅行営業スタッフと現状課題の議論も重ねました。「ブロック会」では、各地で地元行政、観光協会の皆さまや日本旅行グループのスタッフと議論を深め、現地での共同イベントや商品設定にもつながりました。

今年3月26日には、いよいよ北海道新幹線が開業致します。この開業に伴う直接的、間接的効果を北海道全域に波及させることが今年一番の課題です。これまで以上に北海道赤い風船会を通じて、会員施設の皆さまおよび日本旅行グループとのさらなる連携強化を図ってまいります。

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致します。

新潟支部連合会

「自然」「食」で誘客

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お礼申し上げます。

昨年は3月の北陸新幹線開業、4月には直江津港～小木港に新造船「あかね」の運行、3年に1度開催される「大地の芸術祭」、また、弥彦神社「御遷座百年祭」に首都圏、関西圏方面を中心に全国からご送客をいただきましたことを改めて感謝申し上げます。

さて、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。隣接県（長野県）ではNHK大河ドラマ「真田丸」が上映されていることから同年（時代）に生きた武将、上杉景勝、直江兼続をクローズアップし、周遊による誘客を図ってまいります。

①宿泊券販売の拡大として、昨年に引き続き北陸新幹線に伴う関西圏からの誘客、7月～9月には日本旅行東日本営業本部様による方面キャンペーンが開催されます。首都圏からの誘客拡大に向け各施設、地区の情報を提供し誘客に努めます。

また、継続商品ですが「トキめき佐渡～感動・体験の島」「大謝恩宿泊プラン」の設定も行ってまいります。

そのほか、行政との連携による地方創生関連についても適宜設定を行っていく予定です。

②団体販売強化施策として、上記「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、日本旅行の販売担当者様に対しての誘客活動など主要エリアへの誘客、販売促進活動を行っていくほか、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。

これらのさまざまな事業展開は、日旅連のみならず日本旅行協定クーポン店会（Nic）新潟地区会と共同で取り組みながら日本旅行の事業計画と連動した事業を推進してまいります。

長野支部連合会

ワインで観光誘致

齊藤茂行会長

平素は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連盟会員の皆さまからの多大なるご支援、ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

昨年は日本旅行様110周年企画において「貸切新幹線で行く善光寺御開帳への旅」が皆さまのご尽力により実現致しました。

明治41年日本旅行様の原点ともいえる本邦初の国鉄貸切団体列車による善光寺参詣団以来となったこの善光寺団臨の成功は、創業者・南新助翁の思い、行動、理念が確実に継承されてきた賜物と敬意を表するとともに、この歴史あるイベントを記念すべき年にあわせ実施していただいたことに対して重ねて感謝申し上げます。

中期経営計画の最終年度にあたる今年度は、長野支部連合会としても、「ACTIVE2016」の達成に向け、指針に沿った事業の推進を図ってまいります。

NHK大河ドラマ「真田丸」の放送開始や春には7年に一度の「諏訪御柱祭」、夏には2017年に控えたJRデスティネーションキャンペーンの「プレDC」と恵まれた観光素材を生かして、引き続き年間を通して国内海外問わず誘客できる環境の整備拡大を図ってまいります。

また、長野支部連合会では昨年より新たな観光素材の開発に取り組みを開始致しました。

長野県は現在ワイン産業の振興に取り組む体制を作り、長野県産ワインのブランド化とワイン産業の発展を推進し、ひいては長野県の発展に寄与することを目的に「信州ワインバレー構想」を策定しました。

長野支部連合会は以前より、信州ワインのブランド化を推進し、信州ワインをフックにした長野県内での観光列車化（ワイントレイン）構想を掲げておりました。列車の窓をながれる信州の山々を眺めながら、信州ワインをゆっくり楽しんでいただく、そんな充実したくつろぎのひと時を提供できたら、きっと国内はもとより海外からも多くのお客さまが信州に足を運んで下さると確信し、実現に向け取り組みを強化していくべきと考え、昨年には第1回目のナパバレーワイントレイン視察研修を実施致しました。

今年度は長野県、地域行政、JR各社様のご理解とご支援ご協力を仰ぎながら、夢の実現に向けて取り組みを加速させてまいりたいと考えております。平和産業である観光業に携わる私たちは、常に中長期を見据え、地域行政と連携し地域活性、地域の発展のため夢を語り続けていくことが必要であり、その役割を担い、実現に向け行動していくことが旅連事業の重要な責任の一つと考えております。

関係各位のより一層のご支援をお願い申し上げます。

東北支部連合会

青函DC取り組む

菅野豊会長

日頃から、東北支部連合会の活動に対し、皆さまから多大なるご協力を賜り厚く御礼申し上げます。また、震災からはや5年の月日が流れようとしておりますが、変わらぬご支援につきましても心より感謝申し上げます。

さて、震災後6年目を迎える平成28年度は北海道新幹線の開業や訪日外国人の増加等、取り巻く環境の大幅な変化が予測されます。環境の変化に対し的確に対応し、新たな観光素材の発掘や新しい情報の発信強化に努めてまいります。特に今夏に実施される青函DCについては個人、団体ともに新たな取り組みを行い、同時に今まで以上に北海道との連携を強化し、青森だけではなく東北全体に誘客がつながるように取り組んでまいります。

またインバウンドについても先行して増加している首都圏、関西エリアや北海道エリアの状況を詳細に分析し、既に幅広く販売網を拡げている日本旅行グループの各国際旅行事業部と連携しながら、新たなマーケットの開拓をしていきます。

このような中、お客さまの受け入れ側としても宿泊アンケートはがき等のさらなる活用によってお客さまのニーズを汲み取り、品質向上を図りながら顧客満足度を高めてまいりたいと思います。

そして昨年に引き続きNic東北本部等の各関係機関と協力しながら、日本旅行東北や東北仕入販売センターとの関係強化を図り、東北域内の誘客に努めてまいります。

併せて各地区会と連携して新規会員の獲得に取り組み、お客さまのニーズの多様化に応えていきたいと思います。

本年も皆さまからのご支援を賜りながら地域一丸となって宿泊券増売を図ってまいりますので、引き続き皆さまのご理解とご協力をお願い致します。

関東支部連合会

魅力ある素材提供

森田繁会長

昨年度は、インバウンドの急成長や北陸新幹線開通、プレミアム宿泊券などの地域創生事業をはじめとした好材料もあり全体的には好調な年でした。一方で、関東では箱根山の噴火や9月の記録的大雨被害など、自然災害に見舞われた年でもありました。直接被害、風評被害を受けてしまった方々に心よりお見舞いを申し上げます。また、日本旅行の皆さまには正確な情報発信や、リカバリー対策の実施などご尽力をいただきありがとうございました。

さて、関東支部連合会では、今年度も日本旅行のご協力をいただきながら宿泊券の増売に向けた種々の事業を実施してまいります。具体的には、営業本部の地域キャンペーンへの訴求力ある宿泊プランや魅力ある観光素材の提供。日旅連本部の国内旅行活性化委員会、成長戦略委員会事業での団体旅行や赤い風船での誘客施策、関東各地へのインバウンド誘致対策、商談会の実施（東日本営業本部全セールスマンや課長・リーダー、ソリューション営業本部や国際旅行事業本部、各地のセールスマンの皆さまとの商談会）、各支部での現地研修会やキャラバンの実施などでありました。また、各施設ではお客さまによろこんでいただけるサービスの提供に努めてまいります。

今後は、地域創生における日本版DMOも具体的に動き出していきます。地域の多様な関係者を巻き込み、幅広い資源を最大活用して、魅力ある観光地域づくりをするという日本版DMOに私たちがどのように関わっていくべきなのか検討をする必要もあります。

本年も、関係各位のご支援、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

中部支部連合会

イベントで集客を

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御礼申し上げます。昨年は日本旅行創業110周年の節目の年でしたが、日旅連会員の皆さまにおかれましては、中部営業本部が企画、実施された110周年記念行事「故宮博物院貸切鑑賞」や赤い風船中部事業部での110周年企画商品展開等、従来なかった新しい取り組みに携わっていただき、創業時の思いを感じ取っていただけたのではないでしょうか。

また、昨年は中部営業本部が受託された愛知県と静岡県の地方創生事業を通じて、例年以上のお客さまをご送客いただきました。特に愛知県のプレミアム付き宿泊券・観光券事業では、日旅連加盟施設を中心に、利用施設としての登録はもとより、観光券の販売につきましても、積極的に取り組んでいただきました。

今年の中部エリアの一番のトピックスは「伊勢志摩サミット」です。5月26日、5月27日の2日間の開催に向け、各国代表団をはじめ、報道関係者、警備関係者がゴールデンウイーク前から入り始めます。サミットを機に、日本国内はもとより海外からの注目度も高まるものと思われます。より多くのお客さまにお越しいただき、ご満足いただけるよう、開催地である三重県はもちろん、周辺各県におきましてもおもてなしの強化を図ってまいります。

また、浜松では昨年に引き続き「浜名湖花フェスタ」が開催されます。「桜とチューリップの庭園」や「1500mの藤棚」等見どころ満載です。専用パンフレットによる販売拡大と併せて、団体誘客施策も展開してまいります。ほかにも高山市制80周年の記念イベントの開催や、ユネスコ無形文化遺産への登録が期待されている「山・鉾・屋台行事」など、魅力的なイベント情報を発信、提案し、集客につなげてまいります。

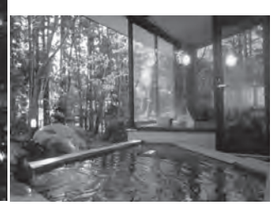
次年度以降の話題づくりにも、取り組んでまいります。来年1月からの放映が決定されたNHK大河ドラマ「おんな城主直虎」や2017年4月21日から24日間開催される「お伊勢さん菓子博」、2017年春開業予定の「レゴランドジャパン」等、販売につながる情報をいち早く提供してゆきます。

今年度も営業推進委員会のメンバーを中心に宿泊券販売拡大に向けた取り組みを積極的に進めてまいります。引き続き皆さまの絶大なるご支援、ご協力を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

山梨県石和温泉郷のリゾート旅館　華やぎの章 慶山
〒406-0031 山梨県笛吹市石和町市部 822
TEL：055-262-2161　FAX：055-262-4162
山梨県石和温泉　慶山グループ　華やぎの章 甲斐路
〒 406-0024　山梨県笛吹市石和町川中島 1607-40
TEL 055-262-7373　FAX 055-263-5677

特別景勝地に建つ
純和風旅館
さらに癒しと寛ぎを…

季節の懐石料理
花衣の館 日光 千姫物語
〒321-1432 日光市安川町6-48
TEL.0288(54)1010
http://www.senhime.co.jp/

国宝級の静けさ
日光山境内の宿

世界遺産の日光東照宮まで歩いて5分
ホテル 清晃苑
〒321-1431 日光市山内2350
TEL.0288(53)5555
http://www.hotel-seikoen.com/

春茂登ホテルグループ　http://www.hotel-harumoto.com/hhg/

“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

宿泊増売へ会社と共同歩調で

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
真価を問われる年

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わり厚く御礼申し上げます。

さて昨年の北陸エリアのトピックスは何といっても3月14日の北陸新幹線開業です。開業前から全国でのマスコミ露出が増え、1年を通して全国から多くのお客さまにお越しいただき北陸全体が高揚感につつまれた年でした。

このような中、日本旅行様には創業110周年を迎えられその事業の一環としてスイーツグランプリin北陸を開催、世界的に有名なパティシエ辻口様のご協力をいただき商品化をいたしました。また10月からは北陸DCが開催され多くのお客さまにお越しいただきましたこと改めて感謝申し上げます。

本年は北陸新幹線開業1周年を迎え、まさに真価を問われる年であると考えます。このことから北陸としては各営業本部様との連携をさらに強固するために魅力ある団体素材やMICE素材の積極的な提案を実施するとともに、ワークショップへの積極的な参加による情報の発信に努めてまいります。

赤い風船商品では各地区の素材のブラッシュアップを行い地域の魅力創出に努めながら、web商品へ積極的に参加しインターネットでの販売拡大を目指します。教育旅行関係では本年度も修学旅行現地社員研修を実施し新しい教育旅行の適地となるようレベルアップを図ります。2年前より修学旅行勉強会を立ち上げ受け入れ等に係る準備を進めてまいりましたが、今年はこの組織を本格的に活動させてまいります。

昨年度の訪日外国人数は1900万人を突破し北陸にも目に見えて多くの外国人観光客が来県しております。これは北陸新幹線による「新たな旅のルート」ができつつあると考えることから、国際旅行事業本部様への新たな提案を行う絶好の機会であり積極的に連携を深めてまいります。

本年の国内旅行は「地方創生」に大きく後押しをされています。北陸の本物の良さに厚みを加えるために今年も営業推進委員会を中心として積極的な活動をしてまいります。皆さまのご支援ご協力をよろしくお願い申し上げます。

四国支部連合会
四者が連携を密に

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。

昨年の四国は四県共通の重要な財産である四国遍路が、文化庁の「日本遺産」に認定されるとともに、観光庁の広域観光周遊ルートにおいて「スピリチュアルな島～四国遍路～」として認定されました。

そして本年は「うるう年」であり、88番札所から逆にめぐるとお大師様と出合うことができるという伝説にあやかり、ご利益が大きいと言い伝えられる「逆打ち」遍路の年となります。

また四県それぞれにおいても「瀬戸内国際芸術祭」をはじめ「えひめいやしの南予博」や「おどる宝島！とくしま博覧会」、さらには「奥四万十博」等が開催されることとなっており、加えて来年の4月～6月に実施されるJRグループのデスティネーションキャンペーンに向け、5月には多くの旅行会社関係者にお越しいただき説明会の開催と数コースにわかれた現地研修が行われ、秋にはプレDCが実施されることとなっており期待が高まっております。

引き続き四国ツーリズム創造機構や四国旅客鉄道、そして四県行政と旅ホ連の四者が連携を密に行い、四国を網羅した基幹商品に加え、各県の今年の売りを活用した単独商品の造成へ会社側のご理解をいただきながら積極的に取り組み、重点課題である宿泊券の増売に努めてまいりたく願っております。

今年は日本旅行「新・中期経営計画」の最終年度となっており、東京、大阪に加えて中部、九州でも実施される商談会を通じた団体顧客の誘致や台北駅構内にて実施される「日本の観光・物産博」を通じた台湾からのインバウンド客誘致、さらにはweb販売強化による個人顧客対策等、会社側の販売戦略に則した旅ホ連事業の展開を図ってまいりたく願っております。

皆さまのご理解と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。

中国支部連合会
〝選ばれる地域〟へ

梅林保雄会長

本年の国内のトピックスとしては3月の北海道新幹線の開業に始まり、4月に京都鉄道博物館のグランドオープン。5月のG7伊勢志摩サミットに関連し広島でも4月に外相会談が予定されています。さらには東京ディズニーシーとUSJがともに開業15周年を迎え、8月には南米ブラジル・リオデジャネイロにおいてオリンピックが開かれ、これが終わればいよいよ東京オリンピックへのカウントダウン開始となります。2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催を標榜する各種機関の期待に満ちた観光に関する誘客競争は激化することは明白であり、その大きな流れへの的確な対応がこれまで以上に求められます。時あたかも本年4月に瀬戸内海を囲む7県で構成される〝せとうち観光推進機構〟の発足は、日本版DMOの具体的実践のために私どものエリアを含む瀬戸内への誘客を目的とし明確な目標を持って設立されます。

そのような中、毎年この文章の中で〝お客さまに選ばれる地域〟を目指すことを語り続けてきました。これまで進めてきた誘客を目的とした一連の販売促進活動や、ワークショップの開催、インセンティブの設定などの各種誘客事業により蓄積してきたそのノウハウを今年は余すところなく発揮し、関連する各種観光関連団体や行政と連携し的確に契機を捉え、誘客競争の勝者となるべく具体的行動で遂行してゆきます。それらの完走が目的や終着点でなく、最大のスピードで駆け抜ける強い意志を持って行動します。

私どものエリアに来られた方々に来て良かった、また行きたいと思っていただけるようこれまで以上に他の地域を圧倒的に凌駕するホスピタリティの、具体的行動によるその発揮をあらためてお願いいたします。

本年も皆さまと一緒に、日旅連に参画して良かったと思っていただけるよう各種事業を行ってまいります。引き続きご支援とご協力をお願いいたします。

沖縄支部連合会
MICE素材強化

照屋修興会長

平素は、日旅連沖縄支部連合会の活動に対し、皆さまから多大なるご協力を賜り深く感謝申し上げます。

平成27年沖縄観光入域者数は、県が目標と掲げた760万人を超える776万人に達し、外国人観光客も台湾、韓国、中国、香港を中心に150万人を達成する等、過去最高の入域客数を実現いたしました。また、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、2年連続110万人超えを達成する等、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最終年度の指針同様「ビジネスモデル転換を一層推進し、中期経営計画ACTIVE2016を実現する年度」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沖縄ならではの素材を利用したMICE向け新素材の強化に取り組んでいます。

また、教育旅行団体の獲得拡大に向けて昨年「教育旅行営業担当者向け沖縄研修」を沖縄本島、八重山地区で実施し沖縄への教育旅行がさらに発展するために商品化を提案していきます。

インバウンドにおいては当連合会独自の取り組みとして国際旅行事業部の協力を受け当連合会のエリアを組み入れた「JR-WEST RAIL PASSを利用したインバウンド個人型モデルプランパンフレット（英語・中国語併記）」を制作しました。

海外での旅行博等で現地旅行会社へ配布していただき会員施設のFITの受注に結び付けたいと考えています。

一方、インバウンドFITの拡大のためには受け入れ側としても行政、地域、施設が共同して課題に取り組むことが必要と考えます。特に民泊の問題はわれわれ旅館ホテル業においては決して他人事ではありません。雇用の問題、耐震の問題など、各地方や規模により温度差はありますが業界の皆さんと手を取り合い問題解決に英知をしぼりたいと考えております。

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。

関西支部連合会
「宿泊拡大」命題に

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。

当連合会管内の今年のイベントとして岡山県とJRグループで連携して「晴れの国おかやまデスティネーションキャンペーン」が4月1日から6月30日まで展開されます。

また本年のNHK大河ドラマ「真田丸」に関連して和歌山県九度山町では真田幸村の生涯で一番長い時間を過ごした九度山での生活を紹介する「九度山・真田ミュージアム」が3月13日にオープンします。

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2月に岡山市で、7月には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。今年も昨年同様商談会を計画していますが商談会でより多くの団体受注に結び付けるためセールス担当者にお渡しする施設、地域の旬の受け入れ団体情報の充実を図ります。

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、個人客に対しては赤い風船インターネット商品への取り組みとして観光素材WEB商品の拡充を図り、テーマ別プランを収集、商品化を提案していきます。

インバウンドにおいては当連合会独自の取り組みとして国際旅行事業部の協力を受け当連合会のエリアを組み入れた「JR-WEST RAIL PASSを利用したインバウンド個人型モデルプランパンフレット（英語・中国語併記）」を制作しました。

海外での旅行博等で現地旅行会社へ配布していただき会員施設のFITの受注に結び付けたいと考えています。

一方、インバウンドFITの拡大のためには受け入れ側としても行政、地域、施設が共同して課題に取り組むことが必要と考えます。特に民泊の問題はわれわれ旅館ホテル業においては決して他人事ではありません。雇用の問題、耐震の問題など、各地方や規模により温度差はありますが業界の皆さんと手を取り合い問題解決に英知をしぼりたいと考えております。

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。

九州支部連合会
「おもてなし」向上

高島淳一会長

本年度の九州は、九州新幹線開業5周年を迎えさらなる飛躍を目指す年となります。日本旅行におかれては3月12日の開業記念日から9月末の期間に「赤い風船九州キャンペーン」を展開されるとのこと、九州支部連合会にとって力強い限りで心より感謝申し上げます。

また、10月～12月に開催される「JR長崎デスティネーションキャンペーン」をはじめ東九州自動車道（小倉～宮崎）全線開通なども決定しており、従来から取り組んでいる「九州の縦軸と横軸の連携強化」を活かせる環境が今まで以上に整ってまいります。

加えて、昨年世界遺産に登録された「明治日本の産業革命遺産」の地域は九州5県に位置し、その観光整備も着々と進められ大きな期待を寄せているところです。

九州支部連合会では、この素晴らしい観光素材に甘えることなく、以下の取り組みを推進してまいります。

一つは、「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「おもてなし」のさらなるスキルアップのための取り組みです。特にソフト面の充実は、就労人口の減少で新規雇用が厳しい今だからこそ重要と考えております。

二つ目は内外を問わず「攻めの営業」の継続です。まず、国内では本年度も日本旅行の各種キャンペーンに呼応して、西日本地区への「日旅連、Nic、各地域観光行政誘客宣伝キャラバン」をはじめ、ターゲットエリアを定めた誘客宣伝を実施致します。

次に、訪日旅行についてです。2020年に開催される「オリンピック・パラリンピック東京大会」に関連して、政府主導でその効果を地域へ波及させるための動きも出てきており、ますます訪日旅行の拡大が期待されます。

日本旅行では台湾での「日本の観光・物産博」の計画を延長し本年度も6月に4回目が実施されます。また、九州ではアジア各国からの新規空路の開設が増え、その一つであるマカオ～福岡・直行便の就航を記念したマカオ研修ツアーも計画されております。

訪日旅行は今後も成長の一途であると確信しており、ここでも九州の温泉と日本文化の紹介を行うなど、当連合会として引き続き積極的に協力してまいります。

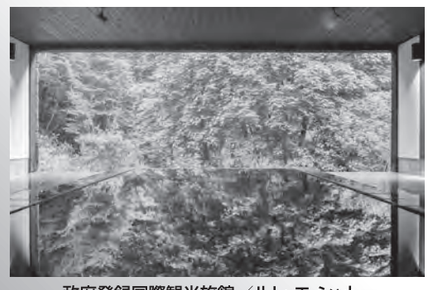
本年度も日本旅行各関係部署の皆さまからのご支援をいただきながら、「九州は一つ」となって宿泊増売を図ってまいりますので、会員の皆さまの一層のご協力をよろしくお願い致します。

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

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

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・アフターDC 平成28年4月～6月開催
圏央道全通！東名から東北道までつながりグ～ンと身近になりました。
全館フリー WiFi の快適環境！
全てのお部屋でネットがつながる

ふくしま・磐梯熱海温泉
ホテル華の湯
30種類のお風呂で湯舎めぐり
〒963-1387 福島県郡山市熱海町熱海五丁目8-60
TEL 024-984-2222
東京案内所 TEL03-5826-4893

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。
RELAIS & CHATEAUX. 明神館
www.tobira-group.com/myojinkan/

政府登録国際観光旅館／ルレ・エ・シャトー
扉温泉 明神館
〒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
www.matsumoto-marunouchi.com

松本丸の内ホテル
〒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
地元の旬食材と厳選された味覚の数々、
創意工夫を凝らした会席料理の一例
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、東武トップツアーズ）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 2016年度の部門別営業方針

日本旅行の一般・教育旅行団体などの法人営業、国内企画商品「赤い風船」などの個人旅行営業について、16年の施策を両部門の責任者（法人＝舘真取締役、個人＝吉金嘉洋取締役）に聞いた。（聞き手＝本社・森田淳）

法人営業

ターゲット拡大、〝戦う集団〟に

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

――2015年の回顧を。

舘　中期経営計画でも掲げているが、お客さまのターゲット総量を増やす、裾野を拡大するという取り組みにより、団体受注を増やすことを一番の目標に置いた。

4千億円というターゲット総量を設定し、目標には届かなかったまでも、約3930億円まで拡大した。今年は4千億円を突破し、さらなる戦う集団になる、ということが、まず一番の目標だ。

団体の中で、わが社が中核分野とする教育旅行、MICE、BTMだが、教育旅行に関しては、第2教旅といわれる修学旅行以外のスポーツや文化系の旅行や着地系の大会もの。MICEについてはC（コンベンション）とE（エキシビジョン・イベント）。特にこれらの拡大を目指した。結果として、ターゲット総量を大きく増やし、受注額については、第2教旅は2010年比で2・5倍まで伸ばした。

昨年の団体旅行の総取扱額は933億円で、前年比106%。900億を超えるのは2008年以来だ。このうち教育旅行は419億円、対前年105%。MICEが278億円、113%。BTMが364億円、109%。中計で取り組んだことが着実に成果を上げている。

課題としては、ターゲットを拡大しても受注が伸びなければ、当然受注率が落ちるわけで、ターゲットを拡大するとともに、販売も伸ばさなければならない。2010年から昨年までの受注率はおよそ24%。このレベルを維持、拡大しなければならない。

もう一つの課題は利益率だ。他社との競合激化や、サプライヤーのコミッション低下という外部要因もあり、団体利益率がこのところ下がり続けていた。ただ、2014年から15年にかけて、ようやく歯止めがかかってきた。

団体利益額も2009年の水準まで戻すことができた。販売、利益額とも目標を達成したのは1990年代以来だ。ターゲット総量の拡大と同時に取り組んできた企画力・提案力向上に向けた取り組みが成果を出しつつあることの表れだ。その意味では手応えを感じた1年だった。

――今年の市場動向について。

舘　昨年から始動した「地方創生」の動きが新たなテーマになる。中計の中でも「地域を元気に」とうたっているが、それがクローズアップされる局面になった。

リーマン・ショックのころから、慰安親睦型から目的志向型にマーケット構造の変化が見られたが、今年は発地目線から着地目線へと、もう一度大きなマーケット構造の変化が起きる時だと見ている。

逆に、地方創生に伴う需要を獲得しなければ、法人営業については大きな拡大は難しいだろうと見ている。

年初はそれほど悲観的ではなかったが、昨今の株安と、為替も少し円高に振れつつあることで、市場環境は決して楽観視できないと見ている。

ただ、企業の需要に関しても、まだ開拓の余地がある。国内最大のマーケットである首都圏での日本旅行のシェアはまだまだ低い。まずは首都圏で当社の知名度を上げようと、「マーケット開発チーム」を本社内に作った。単年度ではなく、長期的視点で取り組む。

今年の販売目標としては法人営業全体で対前年104%の964億円。そのうち中核分野は教育旅行が440億、MICEが277億、BTMが400億。

――具体的にどう取り組む。

舘　教育旅行は引き続き第2教旅の取り扱い拡大。海外を含めてさまざまな交流のコンテンツを持っているので、しっかりとセールスをする。

修学旅行については、当社が開発した「学び旅行総合管理ナビゲーションシステム『E²ナビ（イーナビ）』」を各学校にアピールして受注につなげたい。システム自体の機能強化にも取り組んでおり、その提案を引き続き行う。

MICEについては、2020年の東京オリンピック、パラリンピックに向けてスポーツ交流が盛んになるだろうし、2019年のワールドカップに向けて、ラグビーも盛り上がってきた。事前合宿の誘致合戦もこれから顕著になると思う。他社に遅れることなく取り組みたい。

BTMに関しては、「出張なび」という企業や組織団体の出張手配や精算を総合的に行うシステムにより、業界でトップを争うまでにシェアを伸ばしてきた。

ただ、システムを導入いただいている企業や組織へのフォロー営業がまだ途上だ。

そこで昨年から社内に「カスタマーリレーションチーム」を作り、フォロー体制を構築した。それにより企業、組織における旅行の総需要を取り込みたい。

――日旅連会員に向けてメッセージなど。

舘　企業や組織団体の総需要獲得や地方創生事業への関わりに向けて、当社のセールス要員だけでは対応しきれない部分がある。

日旅連の会員の皆さまは地域における名士だ。地元の経済界や行政機関で強いネットワークを持っておられる。

ぜひ、わが社に力をお貸しいただき、日本旅行を含めたネットワークを構築していただきたい。必ず皆さまへの送客につながると思う。

インバウンドについても、いわゆるゴールデンルート以外の地域にもお客さまを送れるよう、これから努めていく。その部分での協力もいただきたい。

日旅連会員の皆さまからのお部屋のご提供がなければ、われわれは仕事ができない。われわれの仕事のベースとなる部分だ。これからも手を携えて、皆さまとともに歩んでいきたい。

個人旅行営業

「赤い風船」初の1千億超えへ

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

――国内企画商品「赤い風船」の販売が、昨年も過去最高を記録したようだ。

吉金　およそ970億円で、前年比109%、計画の105%だ。2012年から、4年連続で過去最高を更新している。

新幹線が開通した北陸方面が、想定していた以上に伸びたことが大きい。全国から北陸へ約200%、2倍という実績だ。東日本からの伸びが大きいが、西日本からも北陸経由長野など、新しい需要としてのお客さまの動きがあった。

その他の要因としては、9月のシルバーウイーク（SW）。9月の単月を見ると、前年を30%上回った。SWの5日間を除くとほぼ前年並みなので、SWが全体の数字を押し上げたことは間違いない。

今年の話になるが、昨年のSWの数字を前後3カ月でいかにカバーしていくかが課題の一つだ。

――海外旅行からのシフトは。

吉金　よくいわれるが、いわれているほどのシフトはないと思う。ヨーロッパに行く予定だった人が、国内へ行こうかというふうにはあまりならない。円安であったり、安全面で不安があることで国内にシフトした部分は若干はあるかもしれない。しかし国内旅行そのものの魅力が再認識されていることの方が大きい。

――女性向け「たびーら」、熟年シニア向け「プレシャス・エイジ」など、御社が力を入れた特定マーケットへの商品が全体を底上げした実感は。

吉金　正直なところ、特定マーケットに狙いを定めた専用商品は、まだまだ受け入れられていない。

ただ、赤い風船のお客さまを年代別に見ると、50代60代の方の割合が高い。先ほど販売が前年の109%と申し上げたが、この年代に限ると2ケタの伸びとなっている。赤い風船という商品が、全体的に熟年・シニアというターゲットにヒットしているのだと思う。JR利用プランを中心とした、比較的ゆったりとした旅が受けているのだろう。

女性向けでは、サイクリングなどのスポーツイベントとタイアップして「たびーら」の名前を露出し、その名前を徐々に浸透させてきた。その意味ではよい方向に進んでいる部分もある。

――赤い風船のインターネット販売は。

吉金　去年が240億円。対前年26%伸びた。赤い風船全体に占める割合は約24%。関西は店頭が多いので2割を割るが、関東、中部は3割前後までいっている。

当社はJR利用プランを中心に販売を推し進めているが、宿と交通のセットでのお得さというのがウエブの世界でも受け入れられていると思う。数年前からのじゃらんさんとの協業も大きい。ウエブへの流れはまだまだこれから進んでいくので、今後も力を入れる方針だ。

――今年の市場環境は。

吉金　インバウンドも国内旅行と捉えれば、宿泊を伴う旅行は堅調に推移すると思う。

北海道新幹線の開業が3月にある。そしてほぼ時を同じくして北陸新幹線が開業1周年。九州新幹線も開業5周年。周年イベントが各地であり、地元も盛り上げに入る。JR各社さんとのプロモーションも含めて、流れにうまく乗れれば、大きな誘客につながる。北海道新幹線は、現状では北陸のような盛り上がりはないが、インフラが変わり、人の目が間違いなく集中するので、わが社もしっかりと機を捉えていく。

東西の大きなテーマパーク、TDS（東京ディズニーシー）とUSJ（ユニバーサル・スタジオ・ジャパン）も、ともに開業15年。これも集客拡大の要素だ。

NHKの大河ドラマ「真田丸」もヒットしそうだし、舞台となる長野などの観光素材をしっかりと捉えていきたい。

――東日本大震災から5年を迎える。

吉金　忘れてはいけないし、われわれも中期経営計画で「地域を元気に」とうたっている。お客さまを送ることで、地域全体を盛り上げなければいけない。北海道新幹線の開業が、東北エリアへの送客拡大にもつながっていけばよいと思う。

――女性や熟年シニアへの専用商品のてこ入れは。

吉金　販売サイドで商品のポイントについて、お客さまへの説明が不足していたと感じている。今後はウエブを利用して商品の特長をアピールし、さらに詳しい説明は店頭で、という流れを作りたい。より製販一体の態勢を作りたい。

ウエブでお客さまに興味を持っていただき、そこで完結する商品はウエブ上で、より高品質・高単価の商品は店頭でのお申し込み、というふうになればいい。

ウエブについては、一昨年から始動した「ウエブCRM」という仕組みをもっと活用し、お客さまの属性等に合った商品情報をタイミングよく発信し、成約率の向上とリピーター化につなげたい。

今年からSIT（スペシャル・インタレスト・ツアー）推進チームを社内に立ち上げた。商品と流通の相関関係をしっかり押さえていくことも今年の大きな取り組みだ。

――赤い風船の今年の販売目標は。

吉金　前年比104%の1010億円。初の1千億円超えを目指す。

――最後に、日旅連会員に一言。

吉金　地方創生の動きが昨年から活発化している。当社も本社内に地方創生推進室を立ち上げた。この取り組みの推進には、旅連の皆さまのご協力が不可欠であり、効果的な誘客活動に向けて一体となった取り組みを推進してまいりたい。

インバウンドの伸びに想定以上の勢いがあり、客室不足が叫ばれている。タイトなエリアやシーズンにはこれまで以上の工夫をし、まだまだ余地のあるエリアには意図的に送客の流れが作れるように努めていくので、これまで以上に、皆さまのご協力をお願いしたい。

両国ビューホテル（東京都墨田区）

くつろぐ人の、いるところ

一日のスケジュールを終え、ホッと息を抜くひととき。
ひとりひとりのくつろぎの時間がはじまります。
私たちが、お客様ににおとどけしたいのも、そんなゆとりのある時間。
ビューホテルはいつも、お客様に心の底から
おくつろぎいただくための心くばりを忘れません。

くつろぎは、まごころから。
ビューホテルズ

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）
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）