信頼関係密にともに果たそう

近旅連総会特別対談

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　和良代取締役社長





近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟（2430会員）は18日、東京・白金台のシェラトン都ホテル東京で第61回通常総会を開く。総会を前に近旅連の西野目信雄会長（ホテル大雪）とKNT―CTホールディングス（HD）の戸川和良社長に思いを語っていただいた。

（東京・東神田のKNT―CTHD本社で、司会は編集長内井高弘）

▼15年の手ごたえ▲

――2015年はどんな年だったか。

戸川　国内景気は回復基調にあったとはいえ、個人消費は力強さを欠いたという印象だ。そんななかで旅行業界は、比較的順調だったと思う。国内旅行が好調に推移する一方、海外旅行は円安基調が続いた上にテロの影響により厳しかった。インバウンドは非常に好調であったが、旅行会社としてその需要を十分に取り込めなかった。この点は今後の課題と考えている。昨年度の事業全体としては、1年を通じて順調で、まずまずの業績を残せたと思う。

国内においては大雨や火山の噴火など自然災害の多い年だったが、その影響を踏まえた上でも、健闘した1年であったと思う。なかでも、3月の北陸新幹線開業の効果はとても大きく、15年の国内旅行をリードしたといっても過言ではない。引き続き、16年も訪日客にも人気の観光地や、新幹線開業となる北海道方面への送客など国内旅行には期待を寄せている。

西野目　近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟は15年、KNT―CTとともに、創立60周年を旗印にして事業に取り組んできた。経済的にはアベノミクスの継続により、大都市を中心とした経済は好調のようだが、地方の景気はまだまだ厳しい、というのが実情だ。

そんな状況下で宿泊券については年初の販売目標の1100億円を超えることができ、とても感謝している。そこで、北陸新幹線開業と9月のシルバーウイーク（SW）だった。特にSWは期間中気候が良く、旅行者も多かった。半面、SWに消費者の関心が向かい、夏商戦が食われてしまったのは痛かった。

もう一つ注目しているのは、インバウンドだ。国内旅行は電車でいける範囲については順調だったが、飛行機で移動しなくてはならないところは苦戦している。逆にそれを補って余りあったのがインバウンドだった。なかでも北海道は180万人を超えそうな勢いだ。

特に中国人訪日客が一気に動き始めた、という印象を持っている。今後はアジアからの訪日客のなかで、台湾は人口の規模を見ても頭打ちになるだろうと予測するが、中国は多少の経済低迷がマイナス要因としてあったとしても、しっかりとした富裕層が存在する。全体の1％の市場であっても、何百万人という規模に達する。インバウンドは旅行業界全体としても期待できるところ。われわれ旅連としてもぜひ取り込んでいきたい分野だ。

□■□

――15年は「地方創生」というのが国の大きなテーマとして浮上した。地方自治体がプレミアムを付けた旅行券や宿泊券などの販売により、活性化させようという取り組みがあったが、手ごたえはどうだったか。

戸川　都道府県や市町村単位で取り組んでおり、それぞれのやり方でスタートした時期も異なったが、販売は徐々に積み上がってきた感がある。初めは動きが鈍かったが、10、11月に入って地元のお客様が動くころになると使用率が高くなり、効果はあったのではないかと評価している。

西野目　観光・旅行業界としては歓迎すべき動きだったと認識している。ただ、1年目ということで、その方法については改善の余地があったのではないかと思う。

徐々に具体的な商品も出てきたし、地方創生のための施策強化や予算投入を継続していくことは絶対に必要なことだと思う。また、各自治体の宿泊券などは、海外の旅行者も利用できるため、これから大きなインパクトになるのではないか。

――西野目会長も指摘したが、15年は60周年という節目の年だった。また、ホールディングス体制に移行してから3年が経過した。どう評価しているか。

戸川　3年という期間で見れば観光産業を基幹産業にという国の政策もあり、経営環境自体はそれほど悪くはなかったと思う。統合を経てグループとして「統合シナジーをどう出すか」ということが問われてきたが、営業面でのシナジーはかなり進んできたように思う。クラブツーリズムと近畿日本ツーリスト個人旅行については、人的交流や共同店舗の展開など進んできた。グループ全体で共同イベントを企画・開催し、成功例も増えてきた。だが、統合効果として想定していた後方部門の共通化、合理化といった課題は残っている。

中期経営計画の最終年を迎えた15年度の決算は、利益ベースでは目標を上回った。企業として経営基盤はようやく安定してきたのではないかと考えている。いまはそのようなステージにあるが、本当の意味でのシナジー効果を発揮させるのはむしろ、新しい中期経営計画の中で実現していくことだろう。

――15年度の数字については。

戸川　売上高は、海外旅行、特に「ホリデイ」を中心に落としたが、利益ベースでは相当上積みが図れた。商品改革等が進み、コスト削減などの施策の効果が現れた結果だと思うが、売上高が下落していることは、本来の意味で好業績とはいえないと考えている。個社別にみれば、やはりクラブツーリズムが好調に推移し、ホールディングス全体の数字に大きく貢献した。

西野目　率直な意見として、苦難の3年間だった。戸川社長は難しい時期にKNT―CTのトップに就任され、大変な苦労をされたと思う。近ツーは伝統的に真面目な社員が多いだけに、社員もまた苦労したのではないだろうか。上場企業としては、削減できる部分は削り、利益を出さなくてはならないのだろうが、旅連の立場としては、どこかの段階で業績を上昇させることにより、利益を得ていく企業体質に転じられればという思いはある。

個人的には15年の目標である宿泊券1100億円は通過点であり、一挙に突き抜けたいという高い志を持っていたため、もう少し伸ばしたかったという思いもある。しかし、目標値は超えられたのは、社員の皆さんが頑張ってくれた結果だと思う。

□■□

――社員の皆さんや旅連会員は創立60周年に対してどんな思いをもっていたのだろうか。

戸川　60周年というのは大きな節目だった。目指すべきところは、常に前向きに困難に立ち向かってこられた先輩諸氏のように、あの時代の気持ちを取り戻そうということ。60年前、近畿日本ツーリストは、独立系の日本ツーリストが近畿日本鉄道の子会社だった近畿日本航空観光と合併してスタートした。

片や野武士と呼ばれた猛者らの集まる企業であり、片や保守的な経営を行う企業。体質の全く異なる2社の統合で相当混乱したと思う。それを乗り越え、旅行業界に新風を吹き込み、日本でも代表的な会社になった。

統合という大きな節目は当時と一緒。ホールディングスとなり、試行錯誤を重ねながら3年が経ち、60年の節目を迎えた。これからの飛躍に向けて、新しい中期経営計画のステージに進みたいと願っている。

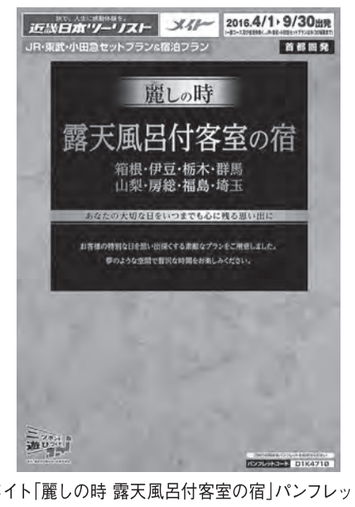
西野目　11年3月11日の東日本大震災から、消費者の意識や旅行のスタイルなどが変わってきた。その市場の変化に対し、われわれ旅連、KNT―CTともにやや変化が遅れているのかな、と感じている。ここで1回リセットし、これからの旅行会社のあり方、宿泊業のあり方を考えた上で、われわれも変わっていかなくてはならない、という気持ちにさせられたこの3年だった。

国内旅行は好調に推移
経営基盤も安定化
利益ベースで上積みも

宿泊券目標達成に感謝
道に180万超の外国人
変化の必要性を認識

夢と感動の旅、私たちとともに…。

全国2430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「麗しの時 露天風呂付客室の宿」パンフレット


メイト「にっぽん全国温泉自慢風呂自慢」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 ユニゾ東神田一丁目ビル　TEL.03−6891−6829　FAX.03−6891−6875

近旅連総会特集

宿泊券増売と会社への貢献



▼16年の取り組みと業界動向▲

――16年の国内旅行市場の見通しはどうか。いろいろとイベントも控えているようだが。

戸川　国内旅行は15年に引き続き、比較的順調に推移していくと思う。16年の観光素材を見てみると、たとえばユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）と東京ディズニーシーは開業15周年の節目を迎える。また3月には北海道新幹線が開業するなど好材料はたくさんある。海外でのテロは海外旅行に深刻な影響を与えており、海外旅行から国内旅行へのシフトも強まりそうだ。北海道新幹線は期待しているが、東京駅から新函館北斗駅まで最短4時間2分とやや時間がかかる。旅行者がどう判断するのか、現段階では読みにくい。

西野目　私もいまの経済状況が大きく変化しなければ、国内旅行はいい方向に向かっていくと思う。北海道新幹線の開通については、11年の九州新幹線、15年の北陸新幹線の開業時に起きた、爆発的な増加要因には至らないと予測する。戸川社長が指摘された乗車時間が4時間2分という長さと、東京から10往復という運行本数の少なさがネックになるのではないか。

――ちょっとインパクトに欠ける？

西野目　決してそうではない（笑い）。地元のことなので、大いに関心はある。道南と東北の距離は近くなり、周遊観光には弾みがつくと思う。北陸新幹線はエアと組み合わせた観光という発想はなかったが、北海道の場合は「レール&エア」といった提案ができる。行きは飛行機、帰りは新幹線を使うツアーなど売り方を工夫して行っていくべきだ。

16年においては特に地方での大規模なイベントは予定されていないが、海外はテロなどの影響で修学旅行などを中心に国内回帰していく動きが出るのではないだろうか。その点においては国内旅行への期待は高まっている。

□■□

――新しい中期経営計画の中身は。

戸川　16年度からは新たな中期経営計画に基づいて経営を行っていく。計画期間は3年間とするが、最終的な数字目標は2020年の東京オリンピック・パラリンピックを見据え、5年後までのビジョンで策定する。

柱は「成長領域への事業シフト」だ。少子高齢化で国内需要が減少していくことが明確ななか、取り組むべきは成長分野である訪日旅行事業であり、スポーツ事業であり、そして地域誘客交流事業だ。これまでもやってきたことだが、その延長上だけでなく拡大のために全力で取り組んでいく。従来の事業で縮小することが予想される分野を補いつつ、新たな成長を目指すのがこれら三つの事業であり、他社との競合も激しくなると思うが、これからの3年で確かな基盤を固めたい。

西野目　時代は変わったな、という思いがある。お客様の国内旅行に対する価値観がガラリと変わってしまった。その変化にスピードを持って対応し、「顧客を越えてお迎えする」という立場にならなければならない。生産性の低さが旅館の課題であり、これをどう上げていくか。それによって顧客の要望に応えていけるようになるだろうと考える。

――拡大の一途をたどるインバウンドだが、十分に取り込めていないという。国内旅行の一端を担う分野であり、これまで以上に力を入れるべきだと思うが。

戸川　正直に言うと、これまでインバウンドに対して大きな投資を行ってこなかった。しかし、今後は中期経営計画の中で、投資を積極的に行っていく。団体については1月1日付で「グローバルマーケティング事業部」を開設した。ここはまさに海外でのダイレクト営業を行う部署とし、社員も海外の現地法人に送り、海外エージェントとの連携強化を行っていく。

個人に対しては、14年に訪日FITセンターという専門部署を設けて取り組んできたが、目に見えた成果が出ているわけではない。事業拡大のために、人も含め資源を集中していく。

新中計で成長領域へ“五輪”視野に展開を

戸川氏

――スポーツ事業分野についての戦略はどうか。非常に大きな市場になると予想され、同業他社も強化しているようだ。

戸川　1月1日付で「東京オリンピック・パラリンピック事業推進部」を立ち上げ、専門部署がスタートした。組織横断的な事業展開とし、オリンピックに向けて需要を取り込む準備を進めている。

かつてスポーツに強い近ツーといわれていたが、それを過去形にしないためにも、これまで積み上げてきたノウハウや独自の強みを生かしながら進めていけば、自ずと成果が上がってくると思う。

――東京オリンピック・パラリンピックの開催へ向けて、旅連として行うべきことは何だろう。

西野目　成功に備えるためにすべきことはたくさんある。20年の東京オリンピック・パラリンピックもビジネスチャンスだが、その前に、18年の韓国・平昌での冬季オリンピックもある。距離が近いという地の利を生かし、事前合宿の誘致を行うなどアイデアを出していく。

オリンピックについては、英国の成功事例を参考にすると、多国間の地域文化事業も盛んに行われると聞いている。地域の特性を生かしながらできることを探して、地域事業を活性化させるチャンスを生かしていきたい。また、大きな市場ではないかもしれないが、温泉と卓球、温泉とパークゴルフなどスポーツというテーマでは、近ツーとともに取り組める分野ではないかと思う。

戸川　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の旅などを得意分野としている。そのノウハウを団体旅行にも共有して、アドバンテージを生かしていきたい。

□■□

――オンライン販売についての業績はどうか。15年12月にヤフーの一休ドットコム買収が発表されるなど衝撃的なニュースもあったが。

西野目　KNT―CTとともに14年に宿泊予約サイト「e宿」の展開を始めたが、競合旅行大手他社も含め、OTA（オンライントラベルエージェント）の勢いには届いていないというのが現状だ。ただ、パーセンテージは徐々に増やしている。また、エクーポンは非常に伸びている。一つの商品として、e宿とEクーポンを組み合わせてやっていくことで効果が上がるのではないか。

戸川　我々はOTAとは異なる。宿泊も交通機関も観光もいろいろ含めて提供できるというのが総合旅行業の強みであり、OTAとは違う土俵で戦わないといけないと考えている。ただ、ウェブ販売はますます拡大していくし、そこには注力していかなければならない。

□■□

――急増するインバウンドへの対応として「民泊」がクローズアップされている。いろいろな問題を抱えており、十分検討した上で実施するべきだと思うが、どう捉えているのか。

西野目　現状、流れとして民泊が増加するというのは致し方ない。政府目標の2020年までにインバウンドを2千万人にするというのは前倒しで達成されるだろう。そうすると受け入れのキャパシティが足りないという問題が深刻であるのは明らかだ。しかし、われわれは旅館業法で定められた法律の枠内で宿泊業を営んできた。民泊で特区として除外されるという事態が起きると、旅館としてはやりきれない思いだ。歓迎ではない。致し方ないとしても、慎重に問題を取り扱ってほしいものだ。

実際に、いろいろな地域で問題が起きている。宿泊の受け入れが足りないからといって安易に進めるべきではない。また、海外での例をそのまま参考にして日本に適用するのはどうかと思う。まずは、納得できるルールを作ってからやってほしい。ただ、われわれが求めるハードルは高いのだが。

戸川　訪日旅行者急増という状況の中では、特区の中で行う分は致し方ないだろう。しかし特区も外し、外国人だけではなく、日本人に対しても許可していこうという流れは問題があると思う。宿泊施設が足りないといわれている東京や大阪でも、本当に足りないのかという疑問もある。現状でこの2都市をもう少し広域でみると、旅館の稼働率はまだ余裕があると聞いている。

業法に縛られた旅館と規制のない民泊では公平ではない。責任の所在のあり方や近隣住民の反対意見など実際に考慮すべきことがあるなか、安易に進めていくのは問題であると思う。しかし、その一方で日本の旅館が受け入れ態勢をしっかり整えていくという努力も必要だと思う。大きな方向性として「観光立国」が日本の進んでいくべき道であることは確かであるのだから。

▼旅連・HDへの期待▲

――地方送客、地方の活性化についてどのような体制でのぞむか。

戸川　地域の活性化の中核となるのは観光だが、地域全体でさまざまな組織が一体となってやっていかなくてはならない状況になっている。KNTグループと旅連もさらに連携していかなくてはならないと考えている。地域にとっては、旅連と造成する地元商品の効果は大きい。日ごろから各地で旅連の分社化が進んでいる。われわれ旅連はこれら地域会社との関係強化をより一層行っていくことが重要だと考えている。

地域全体を売り込むことが大切だと思う。

西野目　KNT―CTのグループ力に加え、クラブツーリズムとのより一層の連携に期待している。また、北海道、東北、九州などKNT―CTの分社化が進んでいる。われわれ旅連はこれら地域会社との関係強化をより一層行っていくことが重要だと考えている。

地域にとっては、旅連と造成する地元商品の効果は大きい。日ごろから各地で旅連のそやってこられた。旅館文化は非常に貴重なものだ。当社はその文化を守り、世界中に知らせるということをやっていかなくてはならない。

西野目　旅連と会社の間にお客様がいる。時代に合わせて顧客満足度をいかに高めていくか、KNT―CTとともに工夫していきたい。旅連の存続のためには、KNT―CTが会社としてたくさんのお客様を取り込んで旅館に送客してもらうことが必須。KNT―CTが3年間でコスト削減を進め、企業としては利益を得ているかもしれないが、それはわれわれにとっては本望ではない。

15年までの3年間で一つの区切りを迎えたならば、ここで方向を転換し、成長戦略を掲げている新しい中期経営計画のステージの中では、1枚でも多くのクーポンを売ってほしい。それに尽きる。われわれも協力を惜しまない。

旅連・HDへの期待▲

「旅館の文化」を守る 新中計成功へ協力を

戸川氏　**西野目氏**

平成28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	
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	武藤　靖大	首都圏運輸協力会	
理事	堀内　哲夫	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 ユニゾ東神田一丁目ビル　TEL.03-6891-6829　FAX.03-6891-6875

近旅連総会特集

3社の動向と今年の施策

KNT―CTホールディングス（HD）の中核を担う近畿日本ツーリスト、近畿日本ツーリスト個人旅行の各社長とHDの国内旅行部長に昨年の動向と今年の活動方針について話をうかがった。聞き手は編集長、内井高弘。

近畿日本ツーリスト



代表取締役社長 **小川 亘氏**

―2015年はどのような年だったか。

「中期経営計画3年目の最終年度だったので目標数字の必達を目指したが届かなかった。しかし売上総利益は4億円伸びたので、着実に力を付けている。また、昨年下期はこの3年間で初めて目標を達成した。手応えはあった」

―昨年好影響を与えた出来事は。

「昨年は一昨年のソチオリンピック、サッカーワールドカップブラジル大会、伊勢神宮と出雲大社の式年遷宮の反動減があった。団体会社なので北陸新幹線開業や、USJの人気はそれほど影響なく、高野山開創1200年、姫路城のグランドオープン、明治日本の産業革命遺産群の世界遺産登録が追い風になった。何よりもアベノミクスによる企業法人の回復傾向が一番好影響を与え、MICE関係が堅調だった」

―その業種は。

「食品・飲料メーカーが180%、力を入れている省庁・自治体が162%、住宅、建材、建機などが155%、医薬、医療も155%となった。特にターゲットにしている首都圏、東京にある企業は回復している」

―今年注目するのは。

「国内は北海道新幹線開業に注目している。9月には北海道新幹線を貸し切り『函館・湯の川温泉の旅』を700人限定で企画している」

―事業面では。

「今年から事業シフトを行う。1月1日付で『グローバルマーケティング事業部』、『東京オリンピック・パラリンピック事業推進部』、4月1日付で『教育旅行部』、『地域誘客交流事業部』を設立する。団体会社の需要は企業4割、教育旅行4割。残りの2割はスポーツ事業などだ。中でも一番伸びしろがあるインバウンドの取り込みを強化する。グローバルマーケティング事業部が海外での訪日営業をBtoB、BtoBtoCでダイレクトに現地で行う」

―ターゲットは。

「台湾、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピンに進出している日本企業のMICE案件。現地の有力な旅行会社と組んで、彼らのお客様に提案する。ベトナム、マレーシア、フィリピンでは動き始めている。また、東京マラソンに代表される、参加型スポーツは実績がある。台湾、香港、タイは取り込みができている。あとはUHUを現地で提供していければと思う」

訪日旅行の取り組み強化へ 「教育旅行」「地域誘客」部を新設

―16年も中国をはじめ、景気の不安感はあるが、インバウンドは伸びるか。

「安倍政権が打ち出す政策の大きな柱の一つが観光立国だ。海外からの誘客は国の支援もあるので積極的に取り込む。JATAの訪日旅行委員会の副委員長をやっているが、JATAは地方へ分散化と相手国の祝日、旅行シーズンを調べて、日本のお客様とダブらないよう誘客していこうとして進めており、今年も新たな地域を増やしていく予定だ。ホテル、バスの仕入れの問題を同時に解決しなければいけないと思っている。マラソンに代表される、参加型スポーツは実績がある。台湾、香港、タイは取り込みができている。あとはUHUを現地で提供していければと思う」

―16年も中国をはじめ、景気の不安感はあるが、インバウンドは伸びるか。

「安倍政権が打ち出す政策の大きな柱の一つが観光立国だ。海外からの誘客は従来の発想に捉われない新事業領域の確立も目指すものである」

―16年の目標数字は。

「今年は決算期の変更がある。新年度として売上高1053億円を目指す。売上総利益については、前中期経営計画で達成できなかったので『4度（よたび）挑戦』で臨む」

―宿泊券増売に向けて16年の計画は。

「昨年は目標の1100億円を達成し、1121億円となった。しかし、団体は前年比100・1%増にとどまり大きく貢献できなかった。宿泊券の販売は今後も意識して進める」

―2020年に向けた新たな中期経営計画は。

「今年の売上高1053億円から徐々に伸びていく図を描いている。教育旅行・地域誘客交流事業部の効果が出るのが18年からと想定している。働き方の変革を推進する『団体基幹システム』を導入するが、これも効果が出るのは18年と見ている。16、17年の2年間は先行投資などで厳しい状況になる。目標とする売上総利益の必達を目指す」

―昨年、地方創生で人が動いたが、団体会社として課題はあるか。

「昨年は今まで付き合いが少なかった、県や地方自治体からふるさと旅行券の仕事をいただくことができ、あと4件くらい問い合わせも来ている」

―5月開催の伊勢志摩サミットの波及効果は。

「サミット開催会場で会議を開催したいという企業の問い合わせがもう来ている。個人、訪日客も伊勢志摩に注目している。次の伊勢神宮の式年遷宮までサミット効果が続いてほしい。近鉄グループとしては非常に好ましい」

―軽井沢のスキーツアーバス事故については個人的にどう思うか。

「事故を起こした貸し切りバス事業者は日本バス協会に入っていなかった。もちろん弊社は法令を遵守している会社としか契約しない。国交省の指導通り行っている。大手が運営するバスツアーには安心して乗ってもらいたい。同時にネットを中心に激安で売っている会社は法令を遵守していないところもあると知ってもらいたい。特に、若い人たちには周りが教えないといけない。あと今回の事故原因はまだ分からないが、運転手の健康はしっかり検査しないといけない。バス事故が起こる度にそう思う」

近畿日本ツーリスト個人旅行



代表取締役社長 **岡本 邦夫氏**

―近畿日本ツーリスト個人旅行（近ツー個人）にとって2015年はどのような年だったか。

「個人旅行会社と販売会社を一つの会社に統合し、丸2年が経った。『顧客に近づく』『顧客を知る』『顧客に寄り添う』ことが統合の主な目的であったが、考え方は徐々に浸透してきた。一方、商品改革、店舗改革を進めているが道半ばである。企画は収益性のある、お客様に推薦できる『レコメンド型商品』と呼ぶものを積極的に造成しているが、それを売り切っていく力が不足している。もっと販売を強化していきたい」

―個人旅行会社の15年度の営業成績は。

「売上高は前年に達しなかった。国内は前年並みだが、海外がテロや円安などの影響で2桁減少し、トータルでは6%のマイナスだ」

「外部環境とは別に、売上高より最終利益を確保することに力を入れている。したがって、ある程度数字を落とすことは止むを得ない。ただ、旅館をはじめ取引先の皆さまには心苦しいが、今は再びジャンプする前の、一時沈む状況だとご理解いただきたい」

―昨年、個人旅行会社にとって追い風となった出来事は。

「北陸新幹線開業は大きい。年間を通じて好調で、200%以上伸びた。また、シルバーウイークの需要も想像以上に大きかった。天候にも恵まれ数字を確保できた」

―昨年は「ふるさと割」など「地方創生」がクローズアップされた年だった。影響はあったか。

「新規の需要が生まれ、ありがたかった。『ふるさと割』は、買い物券では次につながらない。現地との連携を深め、素材を開発しながら新規企画の造成に結び付けることが重要である。割引価格の誘客は、一時的な伸びはあっても継続したものにならない。われわれももっと提案内容を工夫する必要がある」

―昨年のウェブ宿泊販売の取り扱い状況は。

「『Eクーポン』と『e宿』を合わせ、前年比140%となった。ネット販売をさらに強化していく」

ウェブ宿泊販売前年比140%に 旅連支部に副専任幹事を配置

―店頭販売が減少傾向にある。将来に対して危機感はあるか。

「ネット販売は増え続け、その分、店頭販売が減る。これまで通りのやり方では行き詰まると危機感を持っている。ただ、全てがネット販売になる訳ではない。お客様は、その都度、自分にとって便利なツールを使い分ける。店頭を持つ優位性を発揮したい」

―2016年の事業計画で、焦点となる出来事や注目する出来事は。

「3月の北海道新幹線開業と5月の伊勢志摩サミットの開催である。特に伊勢志摩サミットは近鉄グループのお膝元での開催であり、全力を上げて取り組む。NHK大河ドラマ『真田丸』も需要を喚起するだろう。近畿日本ツーリストが『信州上田真田丸大河ドラマ館』のチケット販売を受託している。昨年度より宣伝費を増やす計画である。e宿およびEクーポンで前年と同じ伸び率の140%の取り扱いを目標としている。メイトは商品改革の途上であり、取り扱い目標は前年実績の確保としている。海外旅行を控え、内向きな需要をきちんと捉えてつスタッフの意識は重要だと思う。

函館と下北半島を結びつける企画や、仙台からの需要の喚起など、提案していく」

―e宿、Eクーポン、メイトの今年の取り扱い目標は。

「e宿は事業を開始して1年半が過ぎた。契約施設数は現在8700軒まで増えた。今年中には目標の1万軒に達する予定だ。クラブツーリズム（クラツー）の会員誌『旅の友』でも、e宿の宣伝をしており、シニアのお客様をサイトに誘導している。昨年度より宣伝費を増やす計画である。e宿およびEクーポンで前年と同じ伸び率の140%の取り扱いを目標としている。メイトは商品改革の途上であり、取り扱い目標は前年実績の確保としている。海外旅行を控え、内向きな需要をきちんと捉えたい」

―宿泊券の取り扱いが昨年1100億円を超えた。

「昨年は目標を超え、1121億円の取り扱いだった。旅連との連携が重要で、客室仕入れができないと商品も造れない。宿泊券の販売は旅行会社の生命線だ。お預かり客室の消化率を高めることに注力する」

―店頭販売増のため、どのような対策を行っているか。

「現在、店頭販売の改革を進めている。事前来店予約制度など、お客様の利便性を確保するための施策を実行している。お客様との応対時間も長ければ良いということはない。店頭販売は受付から契約までのスピードが昔とほとんど同じだ。手際の良い応対が必要である」

―店頭販売で前線に立つスタッフの意識は重要だと思う。

「お客様が求めているレベルは相当高い。お客様を知り、リピーター化するために『マイ顧客200人』運動を行っている。これは自分のファンづくりである」

―旅連との関係強化のために取り組んでいることは。

「販売会社を統合後、旅連支部に店頭販売の責任者を副専任幹事として配置し、会議では店頭からの提案や情報交換などを行っている。今年は地域誘客など、イベント販売にも力を入れ、さらに連携を強化していきたい」

―「民泊」問題をどう見ているか。

「多くの課題があり、難しい問題だ。昨年、訪日客が2千万人弱まで伸び、大都市では宿不足が問題となっている。また、民泊で日本人との交流や、普段の生活体験の希望もある。一方、ほとんどホテル業と変わらない運営をしているところもある。シェアリングサービス拡大の流れは否めないが、特に地方での宿泊については、一定の規制が必要であると考える」

―北陸新幹線ほどの数字は見込めないが、この機会に新規企画の造成を図る。





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 KNT―CTホールディングス



執行役員事業戦略統括部国内旅行部長 **斉藤 篤史氏**

KNT―CTホールディングス

宿泊券販売、目標超え1121億円に 地域の特性に合わせ商品開発

――2015年はどのような年だったか。

「3月の北陸新幹線開業と9月のシルバーウイーク（SW）が印象に残っている。特に、SWは予想以上の経済効果があり、特需ともいえるものだった。マーケット的にはゴールデンウイーク（GW）に匹敵する勢いを見せた。地方創生の『ふるさと割』も追い風となった。新たな観光素材としては姫路城のグランドオープン、高野山開創1200年、など何かと話題は多かった。一方、訪日外国人旅行者の急増で都市部でのホテルでの供給不足なども露呈し、改めて地方分散の必要性を感じた。また、自然災害も起こり、特に噴火とその風評被害が一番のアンとの約束が果たせホッとしている。しかし地域によって販売に格差がある。北陸地区は新幹線の効果で163%となっているが、逆に前年割れの地域もある」

――ホールディングス（HD）体制に移行してから3年が経った。

「昨年は国内旅行部としては2年目であった。HD全体の共通のミッションでもある三事業『地域誘客交流事業』『スポーツ事業』『訪日事業』を成長領域として取り組み強化を掲げ、特に地域誘客交流事業について、15年はHD全体で連携し、シナジー効果を出していこうと強力に進めた。地域誘客交流事業は観光振興でもあり、地域経済の活性化、引いては国家戦略である地方創生につながる。私たちを取り巻く運輸、観光、宿泊といった関係機関の皆さま方と一緒になって地域ごとの特性に合わせた旅行商品の造成・販売を行えるのが、総合旅行業としての最大の強みと言える」

――15年度はどんな事業を含め、自然災害が起こらない年はないという考えで数字を見ていかなければならない時代になっている」

――宿泊券販売はどうだったか。

「目標だった1100億円をクリアし、1121億円に落ち着くと見ている。前年比106%だ。旅連さんとの約束が果たせホッとしている。しかし地域によっては、インターネットからだけではなく、近ツーの店舗でスタッフを通じて利用することも可能。インターネットサイトとリアル店舗の優位性を最大限に生かし連携をすすめる。

システムの利用料は、2016年内はリリースキャンペーンとして8%に設定している。

また、e宿グループ旅が届いても、内容が合わなければ断ることもできるため、OTAの即時予約にはない安心感を得ることもできる。

グループ旅行の特徴はリードタイムの長さ。1カ月以上前に宿を押さえるユーザーが多いため、ボリュームのある顧客を早くから取り込むことが出来ている。

――e宿グループ旅

シニアを取り込むノウハウを確立

齋藤部長はe宿の特徴について「お客様層が違う。クラツーの顧客であるシニア層をグループとして持っているのが最大の強み」と強調する。

e宿は14年夏にスタート。運営開始から1年半のデータを分析し、ユーザーのコア層であるシニア層に向けて「シニアプラン」と銘打って商品を販売しても全く売れない。しかし内容を変えずにプラン名を「夫婦旅」と変えるだけで商品が売れることが分かった。

「OTAを使ってシニアを取り込むコツはまだ確立されていない。e宿にはシニアを取り込んできた実績とわれわれにしかないノウハウがある。今年はノウハウを生かして取り込みを強化する」（齋藤部長）。

同社は今年もe宿の利用者拡大に向け、宣伝に力を入れる。クラツーの会員誌「旅の友」での広告掲載を強化するとともに、昨年大成功した「ウルトラマン」をメーンキャラクターにした宿泊キャンペーンを今年は3月から展開する。

「他のOTAにはいないシニア層の顧客にe宿は直接アプローチできる。今年はe宿グループ旅を軌道にのせるため尽力する」（齋藤部長）。

新リクエストサービス「e宿グループ旅」

中小グループに特化したOTA開始 シニア層に重点提案

近ツー個人の取り組み

近畿日本ツーリスト個体旅行を強みとする近畿人旅行（近ツー個人）が運営する管理画面型宿泊予約サービスのe宿（いーやど）がこのほど、OTA（オンライントラベルエージェント）業界で初めて宿泊のみを探している中小グループに特化したリクエストサービス「e宿グループ旅」をスタートした。元来より団体旅行（近ツー個人）が日本ツーリスト（近ツー）のノウハウを生かし、シニア層向けの旅行コミュニティーサービスを提供する、グループ会社であるクラブツーリズム（クラツー）の利用者に提案を強化することで、宿泊施設に今までにないユーザーとの出会いを創出する。

昨今8～20人程度の交通機関を必要とする小規模のグループ需要が急増している。店舗でも6部屋利用のグループは予約ができたかもしれない。

今回登場したe宿グループ旅が今までのOTAと大きく異なるのは、ユーザーのリクエストを近ツー個人が一端受け取る点にある。幹事のリクエスト内容に合わせて、中小グループ旅の受け入れを許可している宿泊施設に同社が問い合わせを行う。施設側は内容を確認後、受け入れの可否と見積内容を同社に回答する。予算のアンマッチングも同社が防ぐため施設にとっては、確度の高いリクエストが届く。

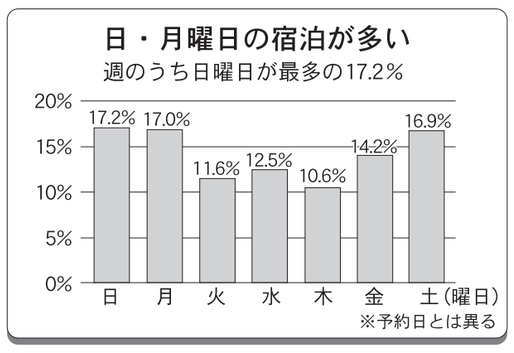
「e宿グループ旅は、個人でも団体でもない、今まで取りこぼしてきた注目価値のある顧客を効率的に取り込むことができる。われわれが営業の役割を担い、ユーザーと施設の皆様の間に入ってマッチングを行う。ユーザーにとっては、従来のOTAと違い柔軟に対応するので、ウェブ上にある1店舗というイメージになる」とe宿担当事業部部長の齋藤恵亮氏はe宿グループ旅の意義について語る。

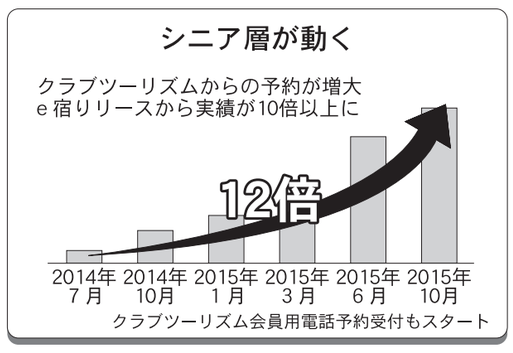
同サービスではグループの最少人数を8人に設定。職場旅行、女子会、子ども会旅行、サークル旅行、自治体旅行、同窓会などを想定する。最大受け入れ定員は各施設が自由に設定できる。

e宿グループ旅の受け入れを始めるには、e宿の管理画面でe宿グループ旅の受け入れを行うか、行わないか、登録ボタンを押すだけ。また、グループ旅のリクエストは、ユーザーが多いため、ボリュームのある顧客を早くから取り込むことが

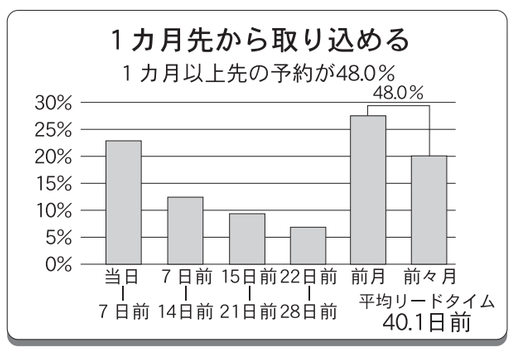


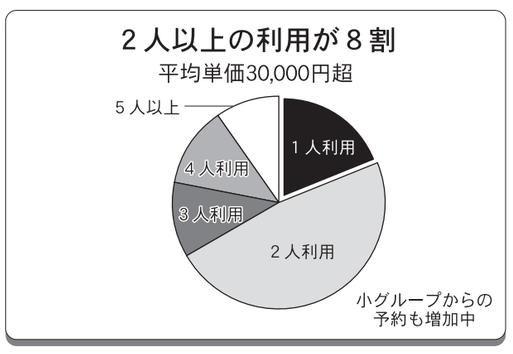
イメージ画像





e宿4つの特徴





伊豆の旅…東も西も銀水荘




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

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

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



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
ひだホテルプラザ 政府登録国際観光ホテル
〒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16年度方針示す

各連合会長あいさつ

昨年は近畿日本ツーリストとともに、近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟（近旅連）も発足60周年を迎えた。各支部は60周年記念事業としてさまざまな取り組みを行い宿泊券の増販に努めた。各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
新幹線に大きな期待
濱野 清正



近旅連会員の皆様、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、宿泊券の取り扱いは前年比105％となりました。近畿日本ツーリストと近旅連がともに60周年を迎え、域内宿泊商品とインターネット販売を中心に様々な企画で前年を超える結果となり健闘してくれました。さらに、北海道内でも訪日外国人の入国者数は過去最高を更新し200万人に近付く見込みで、滞在中の消費も含め各地での影響力がより大きくなっています。KNT北海道を中心にインバウンドの取り扱いも着実に増えていると聞いております。

本年の北海道の最大のニュースは、3月26日に開業する北海道新幹線です。すでに首都圏、東北地区での商品も発売になりっていると聞いておりますし、これからマスコミなどへの露出も増えて注目されることと思います。

昨年3月に開業した北陸新幹線のように、函館支部会員の施設ではリニューアルなど受け入れ態勢の整備を進めているところがいくつかあり、昨年3月に開業した北陸新幹線のように、北海道への入込みに多いに期待するところですならず北海道各地の魅力を感じてもらいたいと思います。

一方で、旅行者全体の動きが札幌から函館までの地域が目立ち、北海道内における地域格差があります。北海道新幹線開業によって、訪れるお客様が増えることはもちろんありがたいことでありますが、そこからどのようにして道東や道北地域にも開業効果を伝播させていくか、ということが課題となっています。北海道新幹線をフックに、北海道の様々な地域の魅力を伝えていくためにも、国内外でのプロモーション事業は継続して行うことが必要だと感じています。

宿泊券増売のために、会社には様々な角度から知恵を絞っていただき、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で、目標達成と北海道全域への送客に大きく期待を寄せております。

北海道では、近旅連北海道連合会の他にも運輸部会、観光施設部会ともうにして道東や道北地域力を合わせ、北海道ひまわり会として、様々な場面で積極的に協力をしてまいる所存です。今後とも、連盟本部をはじめとして皆様のご支援をよろしくお願い申し上げます。

東北連合会
躍進の一年目指して
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。

さて、昨年は近旅連60周年記念事業として「域内宿泊店頭キャンペーン事業」を実施いたしました。「店づくり」と「人づくり」として個人旅行店舗における各支部2週間のフェイスジャック及び社員の個人型現地研修などを実施すると共に、各支部の情連委員の皆さんを中心に店頭イベントを実施し、結果として目標比102％、前年比107％の実績を残すことができました。

同時に実施した「e宿販売キャンペーン」では、e宿・Eクーポン共に全国平均を上回る結果を残すことができました。キャンペーン終了後も域内宿泊販売は現在のところ好調に推移をしております。

次に、昨年のインバウンドは45年ぶりに訪日外国人が出国者を上回り1900万人の後半との見込みの中、全国各地では爆買いが話題となっております。

しかし、残念ながら東北の実績は約2％程度と完全に出遅れております。今後は東北観光推進機構との共同事業の推進及び各旅連との連携を強化し、インバウンドの取り込みの強化を図って参ります。

イベント関連については、KNT―CTホールディングスオリジナルイベントの「音楽のある東北」を本年も開催する予定です。

そして、昨年末にはKNT東北にメイト、WEB、仕入れの各セクションの社員を集約し、域内宿泊の業務に特化する「東北宿泊企画販売センター」が組織変更により設立されました。より会員の皆さまへの訪問回数を増やしプラン数の拡大、送客を推進する体制となりました。当連合会としては、各種企画商品への積極的参加と大きな伸びが期待される訪日旅行FIT需要を狙いJTOに可能な限り参加し支援をしていきたいと考えております。

最後に、全国の会員の皆さま方より東北連合会に対しまして一層のご支援とご協力を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

関東甲信越連合会
自治体と会社つなぐ
春原 良裕



近旅連会員の皆様、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、景気については、各明るいニュースがあり、企業の業績等に改善が見られ回復基調にありますが、海外でのテロや中国の経済減速等の不安要素など、先行きは不透明な一年でありました。

観光業界においては、3月の北陸新幹線の開業、「日本の明治産業革命遺産」の世界遺産登録、テーマパーク人気などの光需要が鈍りましたが、全体的には、前年並みで推移をしました。

そのような中で会社におかれましては、経営統合による「KNT―CTホールディングス」が誕生してから3年が経過しました。団体会社、個人会社、クラブツーリズムの「シナジー効果」が徐々に現れはじめていることを感じております。

本年は、連合会の事業として昨年近旅連60周年記念活動の一環で実施した個人旅行会社の「web商品」販売支援を引き続き行いたいと考えております。

国内はもとより、増加している訪日旅行者に対してもインバウンド商談会等に協力を行って参ります。

また団体旅行においては、会社が成長領域として力を入れている「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情報提供して参ります。

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、本年も地域誘客や需要喚起の一役を担っていきたいと考えております。

引き続き傘下各支部の会員の皆様のご協力と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。

首都圏連合会
魅力ある提案が大切
榎本 孝弘



近旅連会員の皆様、本年もよろしくお願い申し上げます。

さて昨年は円安基調が続く中、訪日観光客が急増し、「観光」の重要性が再認識されるとともに、国が掲げた「地方創生」により地方に焦点が当たった年でした。

こうした中、国内景気は個人消費やレジャー需要に回復の兆しがみられましたが、箱根山の火山活動等、自然災害の驚異や欧州での移民問題やテロが発生するなど回復への足取りが今一歩でありました。

今年はリオデジャネイロから東京へオリンピック・パラリンピック開催都市が引き継がれ、2020年東京五輪開催に向け日本が世界中から注目されることとなります。

首都圏連合会の各支部においては、2020年東京五輪を基軸とした地域誘客を推進していくために、各支部の情報連絡員を中心に各エリアでの事前合宿等の情報を会社と共有し、協力体制のもと、宿泊券増売に繋がる取り組みを推進していきたいと考えております。

しかしながら、今年の国内情勢では首都圏連合会管内に対し、向かい風となる北海道新幹線の開業、伊勢志摩サミット、リオデジャネイロオリンピック・パラリンピックの開催、NHK大河ドラマ「真田丸」などのイベント関連があり、厳しい状況が続くと思われます。これに対応するため、各支部がしっかりと地域の情報や魅力を販売店に発信し、また商品造成箇所に提案していくことが大切となります。

そして地域を活性化させつつ継続的に維持していくためには、魅力ある提案を行っていくことが重要であり、エリア・マネジメントとしての能力が問われることになります。

近畿日本ツーリスト個人旅行と連携を取りながら、販売箇所と仕入販売センターおよび近旅連会員が三位一体となり、連合会の事業活動を展開していかなければなりません。皆様のご理解、ご協力がなくしては、成し得ることができないことと考えておりますので何卒よろしくお願い申し上げます。

最後に、昨年近旅連創立60周年の記念事業として、各支部がそれぞれに即効性のある販売拡大に繋がる事業に取り組んでいただいたことに深く感謝申し上げます。

今年度連合会総会日程

北海道	3月9日	札幌 札幌プリンスホテル
東北	4月13日	秋田 ホテル鹿角
関東甲信越	4月7日	石和 ホテル石風
首都圏	4月5日	東京 新宿ニューシティホテル
中部	3月28日	金沢 金沢都ホテル
関西	4月4日	大阪 シェラトン都ホテル大阪
中国四国	4月11日	道後 ホテル葛城
九州	4月12日	大分・別府 別府湾ロイヤルホテル
沖縄	4月15日	那覇 ANAハーバービュー

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上げます。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。また当社では旅館・ホテルの「あんしん」をサポートするために、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。必要な補償をよく検討し、リーズナブルな価格で納得して保険に入って頂けるよう皆様の身近な保険の窓口を目指してまいります。お気軽にお問合せくださいませ。

女性目線
近畿日本ツーリスト商事、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」
そう願ってきた近畿日本ツーリスト商事、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。



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



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。

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）

三世代旅行
お孫さんを笑顔にするキッズアメニティ



©2010　kumamoto pref. kumamon5895

昨今、親子三世代旅行や乳幼児を連れたお出掛けニーズは市場で注目される中、お子様がもらって嬉しい、低価格ですぐに導入できるアメニティを多数取り揃えております。
大人気　くまモン子供用アメニティセット

話題商品
全く新しいおもてなしのご提案



「お洒落・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。
お洒落エコ箸

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　ユニゾ東神田一丁目ビル3階
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

新たな1年迎え高まる期待

中部連合会
期間限定商品を提案
——堀 恭則



近旅連会員の皆様、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、地方創生（ふるさと割引旅行券等）、シルバーウィーク、好調な訪日旅行など我々受入側から見ると追い風となった一年でした。そして、待望の北陸新幹線開業を迎え、「画一」を、2013年の遷宮ブームを上回る勢いで北陸エリアは、3月以降高いエリアからの大きな需要が伸び率が続く記念すべき年となりました。

以前は、関西からの送客が主力の地域であったのが、新幹線開通後は、以前の3倍の輸送量となり首都圏、北関東、東北全体での増売を図って行きます。また、誘致活動は、中部観光産業推進協議会（パートナーズクラブ）との共催で取り組みをします。

今年の国内誘致活動は、7月5日大阪市内において、関西圏のグループ会社社員の方々を始め各自治体関係者も招き商談会の他、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。そして海外誘致活動においては、9月上旬には、カンボジア・ベトナムを計画、ハノイでの主要旅行会社へプロモーション、交流懇談会の開催予定。11月は、昨今中部圏へLCCの発着が活発化している台湾において、訪日旅行（昇龍道プロジェクト）の提案、ITMへの出展等を考えております。

既に5月26日・27日には「伊勢志摩サミット」の開催も決定しております。これから訪れる国内外のお客様には、今までとは違った、受入体制の部」、「グローバルマーケティング事業部」を始め、地域マネジメント事業の拡大など、新たな分野における需要の開拓に合会としても最新のイベント、自治体情報、トピックス情報を年間通じ発信、客室の提供、共催活動を一層深め、さまざまな提案をスピーディーに営業支援して参ります。

最後になりましたが、近旅連と会社の益々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、ご協力を賜ります様よろしくお願い申し上げます。

関西連合会
会社との連携深める
——増田 明平



近旅連の皆さま、本年もどうぞよろしくお願いします。

昨年は45年ぶりにインバウンドの人数とアウトバウンドの人数が逆転するエポックメイキングな年になりました。45年前は大阪万博が訪日旅行を牽引し、昨年度はLCCで関西空港を利用してやってきた中国からの訪日旅行者が大きな躍進の推進力となりました。いずれも「関西」が起爆剤となっている点が非常に興味深いところです。

おかげさまで訪日旅行者の増加が全体の底上げを図り、関西エリア全域の宿泊券は好調な数字を残すことができました。

しかしながら訪日旅行者が急激に増加したことにより、大都市のホテル不足、民泊などの諸問題も浮き彫りとなりマスコミも大きく賑わした一年でもありました。

今後、観光立国を目指すのであれば地方への分散は不可欠であり、そのことが地方創生の切り札になりえると考えます。

関西連合会のエリア全体で情報提供と受け入れ体制を整えてまいります。

近旅連・関西連合会として昨年は各支部で60周年事業として新たな取り組みを行い、宿泊券増売に寄与すると同時に旅連と近畿日本ツーリストグループとの絆をよりいっそう深めることができました。

この良い流れを今年度も継続して様々な事業を推し進めてまいります。

ひとつは隣接県需要の拡販を目的とした商談会を計画しております。会社側からは団体旅行、個人旅行（店頭、メイト、e宿泊）の方々に一堂にお集まりいただき、近旅連・関西連合会の各会員の皆さまとプロモーション・商談会を実施する予定です。会員の皆さまには効率的なアピールの絶好の機会となりますので、詳細が決まりましたら是非ご参加願います。

次には現地に足を運んで実際に見て、食べて、体験してもらうことが必要となってまいります。

各支部や地区会単位にはなりますが、社員研修を積極的に行ってまいります。営業が忙しくてなかなか添乗に出る機会が少なくなった中で、効率的に施設を見ていただき今後の販売に繋げていただければと考えます。会議と施設見学をセットにした形態など工夫を凝らして参加しやすい社員研修プランを数多く提案してまいります。このような機会をうまく利用いただき、団体会社と個人会社との担当者レベルでの連携も深め、総合旅行会社として最大限の力を発揮いただければ、宿泊券の更なる販売拡大へと繋がると確信しております。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卒よろしくお願い申し上げます。

さて、今年は中国四国連合総会が50回目の記念総会となります。この記念すべき総会の事業として、総会前日の4月10日（日）に、今年のNHK「行く年来る年」の中継の舞台となった道後温泉本館にてイベントを実施いたします。道後温泉本館2階から宿泊券など豪華賞品の当たる餅まきを行い、郷土芸能やイベントブースの設置などにより、中国四国9県の観光PRを行います。5月には、近畿日本ツーリストが取り組む「まつりインタイ湾」が「台感！ニッポン」として台北国際観光博覧会と連携したイベントになりますので、中国四国連合会としても、より効果の高いインバウンド誘客施策として、9支部と連携して積極的に取り組んでまいります。

本年1月、近畿日本ツーリスト中国四国の新しい船長に船場新社長が就任されました。「一歩、前に」をスローガンに会社運営を始められたと伺っております。近旅連と会社は一体運営です。中国四国連合会としても、これまでの様々な活動を「一歩、前に」進めてまいります。

最後になりましたが、近旅連会員の皆様と近畿日本ツーリストグループ各社の皆様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
域内商品販売に注力
——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。

昨年を振り返りますと、円安傾向や観光ビザの発給要件が緩和され、アジアを中心とする訪日旅行、特に中国からの観光客が大きく伸びた1年でした。また、国の地域活性化・地域住民生活等緊急支援のための交付金を利用した旅行商品の販売が好調に推移したこと、日本からの海外旅行需要が円安や国際状況の影響で減少して、国内旅行需要が非常に高まった1年でもありました。

九州内では、「明治日本の産業革命遺産　九州・山口と関連地域」が世界遺産に認定され、福岡多くの店頭社員の皆様を受入させて頂き、各宿泊・佐賀・長崎・熊本・鹿児島に新しい世界遺産が誕生しました。また、「大分デスティネーションキャンペーン（7～9月）」、近畿日本ツーリストが中心に取り扱いをされた「鹿児島県国民文化祭・かごしま2015（10～11月）」などが実施されました。

近旅連九州連合会の宿泊券実績は、前年比105%の宿泊実績でみごと目標達成することができました。九州全体の宿泊券実績では好調に推移致しましたが、阿蘇山や桜島の噴火による風評被害も発生して一部の地域では前年を割り込む結果となりました。

九州連合会の活動では、関西地区を中心とする誘客商談会やあべのハルカスでの誘客イベントを近畿日本ツーリスト個人旅行関西営業本部様に協賛して実施致しました。10月に実施したメイト九州現地社員研修では内商品の販売に引き続き力を入れて参ります。また、全線開業5周年を迎える九州新幹線を利用した新幹線利用商品の販売、特に新幹線沿線の関西地区からの商品販売に力を入れてまいります。

昨年3回目の実施となったマッチング形式の団体を中心とする九州への誘致商談会を本年も実施させて頂きます。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頂き、生の九州を体感して頂き店頭を中心とする販売現場に役立てて頂きたいと考えております。今年度は、昨年に続き「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」の世界遺産登録が見込まれております。

また、「長崎デスティネーションキャンペーン（10～12月）」が実施されます。このような地域イベント等を最大限に活用し、宿泊券の増売に向けて取り組んで参ります。

最後になりますが、昨年は近旅連九州連合会の宿泊券目標達成とともに地元近畿日本ツーリスト九州が予算達成されたと聞きおよびました。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、実りある年にして参ります。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。

沖縄連合会
2020年沖縄観光に向け
——宮里 一郎



近旅連会員の皆様、本年も宜しくお願い申し上げます。

まず、昨年の報告からさせて頂きますと、伊良海岸ビーチリゾートを含め前年を大幅に超え、全体としては宮古島の好調はもとより那覇市内や西の入域観光客のシェアは全国的な傾向と同様に国内客から外国人客にシフトしているのも現状であり、その主流は本年も約400回のクルーズ船の寄港計画や空路増便計画などから訪日旅行の更なる拡大が窺えます。このように大きく変化する沖縄観光の現状を受け、近旅連沖縄では、昨年から引き続き好調な年となりました。よって、沖縄全体としては宮古島の好調はもとより那覇市内や西の入域観光客のシェアは全国的な傾向と同様に国内客から外国人客にシフトしているのも現状であり、その主流は本年も約400回のクルーズ船の寄港計画や空路増便計画などから訪日旅行の更なる拡大が窺えます。このように大きく変化する沖縄観光の現状を受け、近旅連沖縄では、昨年から海外からの訪日ツアー商品」の伸び悩みや空路LCC等の就航便拡大と海路では大型クルーズ船寄港数も220回を超え、入域外国人観光客数は120万人を超え引き続き好調な年となりました。

このように、全体的な数値を見る限り好調な沖縄ではございますが、その主流は本年も約400回のクルーズ船の寄港計画や空路増便計画などから訪日旅行の更なる拡大が窺えます。このように大きく変化する沖縄観光の現状を受け、近旅連沖縄では、昨年から引き続いております。今後における個人商品展開や販売戦略の見直しを含めた改革を期待したいと思います。

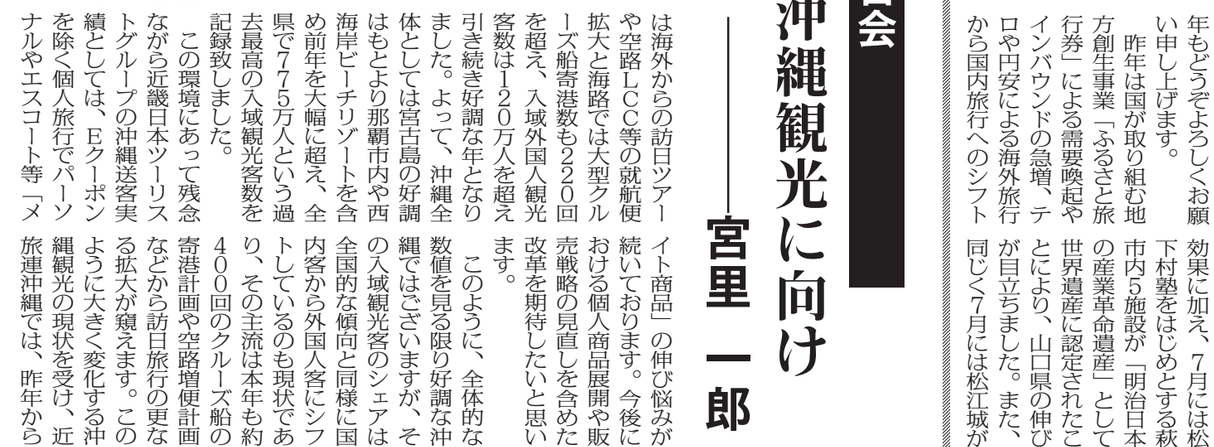
しかし、教育旅行の受入にあたっては沖縄特有の貸切バスの供給不足などの二次交通が深刻な問題となっております。また、玄関口である那覇空港の年間利用客数は800万人が限度と言われておりますので、現在の那覇空港沖合に2020年3月の供用開始を目指して第二滑走路の建設が進められている今こそ増車の一途をたどっているレンタカー対策も含めた那覇空港を拠点とした交通インフラの整備が求められています。

また宿泊関連ではホテル建設計画が県内各地で進んでおり、本年度内には数軒のホテルが増築又は新築ホテルとしてかぎょうが見込まれておりますので宿泊単価アップなども大きな課題となると思います。

一方、観光資源に目を向けますと、「奄美・琉球諸島」の世界自然遺産登録へのエントリー、本島東海岸地区には大型MICE施設の建設も本決まりとなり、北部地区のUSJ進出計画などと含め、今後の沖縄観光には明るい発展材料が尽きない状況です。

このような沖縄観光の現状を踏まえ、当連合会では、情報連絡委員会並びに教育旅行部会の活動を中心に、KNT沖縄ひまわり会・KNT八重山ブツーリズムの協力のもと、沖縄県及び沖縄観光コンベンションビューローや各市町村観光協会の皆様と歩調を合わせ、国内外を問わず誘客活動への協力と安心安全な受入体制の構築を推進して参ります。

最後に、昨年は北陸新幹線開業による沖縄への国内旅行需要が懸念されましたが、今年も昨年同様に3月には北海道新幹線開業ということで2年連続新幹線延伸による沖縄への国内旅行の懸念もございますが、国際情勢の不安から、海外旅行を手控え沖縄への方面変更団体も発生しておりますので、会員の皆様と各協力会と協働の下、今年一年間、幅広くうとぅいむち（おもてなし）の心で誘客活動に取り組んで参りたいと思います。本年も会員各位のご支援ご協力を賜りたく何卒宜しくお願い申し上げます。





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(代)
大阪06(6354)6166