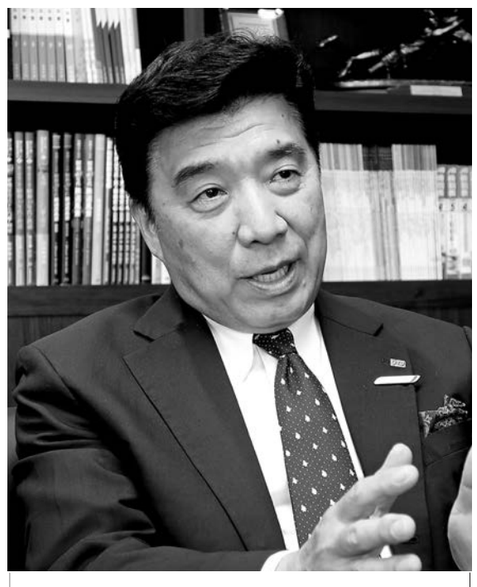
JTBトップインタビュー

取り組みの成果と今後、旅ホ連との連携は―
各事業・領域の現状、展望

JTB旅ホ連の総会に際して、JTBの各事業・領域、グループ会社などのトップに2024年度の取り組みの成果、25年度の事業の方向性、旅ホ連との連携などについて聞いた。

ビジネスソリューション事業

M&Eに注力 収益拡大へ
「旅メディア」で宿を生かす



代表取締役 専務執行役員
ビジネスソリューション事業本部長
大塚 雅樹 氏

――ビジネスソリューション事業の2024年度の取り組みについてお聞きしたい。

「ビジネスソリューション事業は企業を対象に、アウター（顧客）、インナー（従業員）、双方のコミュニケーションに関する課題を解決する取り組みを担っている。事業本部の営業個所と、グループ会社のJTBビジネストラベルソリューションズ、JTBコミュニケーションデザインを含め、24年度の売上総利益は計画に対しては達成がかなわなかったが、営業利益は経費削減を進め、計画比を超える結果となった。アウトバウンド以外の旅行需要が回復し、事業の柱である企業のミーティング&イベント（M&E）などの需要が大幅に増えた。自治体のBPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）業務も一定程度、受注できたことも大きかった」

――M&Eの成果は。

「企業の周年事業に伴うイベントは、コロナ禍で全て止まってしまっていたが、一気に戻ってきた。23年度に企画を立案し、24年度にイベントを実施するグローバル企業や日系企業が多かった。海外の社員も招いて日本国内で行う融合させる当社の強みを生かなど、さまざまなイベントのすことができた。また、単発のイベントにとどまらず、周年事業を契機に、社員同士や取引先とのエンゲージメントを高めましょう、あるいは、お客さまを招いて感謝の集いを行いましょうという提案が受注につながった」

――旅行を伴うM&Eの動きはどうか。

「保険会社やIT企業を中心に、大型のインセンティブ旅行の需要が戻ってきた。500人から千人規模で複数のホテルに分宿するような案件もあった。企業が動き出すと、宿泊施設の平日の客室、宴会場の稼働率アップにつながる。旅ホ連会員の皆さまにも貢献できるよう引き続き注力していきたい」

――M&Eに次ぐ事業の柱はどの分野か。

「企業の商品・サービスに関するプロモーションのサポートだ。市場へのアプローチに課題を抱えている企業に、ユニークベニューなどを含めたイベントを提案している。人が集まり、交流するイベントはプロモーションの絶好の場。例えば、音楽フェスの来場者に新商品をPRしたり、大型スポーツイベントに際して特定の顧客にホスピタリティプログラムを提供したり、そうした提案も強化している」

「プロモーションの新たな要素としては、新商品のサンプリングなどのために旅行や旅館・ホテルを活用する『旅メディア』がある。旅館に泊まって温泉に入った後に新商品の飲料や化粧品を体験してもらうとか、『国立公園のロケーションを生かしてデジタルカメラの新製品を体験してもらうとか、そうした好事例が出てきている。JTBの旅行、交流に関する知見を生かし、取り扱いを拡大したい。また、最近増えているのが、訪日外国人旅行者に自社の商品・サービスをPRしたいという相談。効果的な市場調査やプロモーションの手法について検討しており、提案を強化したい」

――25年度のテーマは。

「培ってきたM&Eのクオリティを高めてさらに収益を上げたい。そうすればプロモーションの受注にもプラスになる。そのためセールス・イネーブルメント（営業組織の効率化やセール高度化）の推進をテーマに掲げている。価値）を高め、当社にとっても企業とのエンゲージメントを深めるABM（アカウント・ベースド・マーケティング）戦略の一つになっている」

「また、ビジネスソリューション事業本部には、『未来創造部会』というコミュニティがあり、企業や社会の課題解決に向け、外部とも意見交換しながら、新規事業の立ち上げを探っている。規格外野菜を活用する『ロス旅缶』もここから生まれた事業だ。新たに事業化に近づいている案件もあるので、今後に注目してほしい」

――旅ホ連との連携は。

「M&Eやプロモーションの取り扱い拡大に向けて、交流・イベントの場として、また、プロモーションの場としての水準が厳しくなっている。CO_2や食品ロスの削減、人権への方針などを提案書に記載するよう求められるようになった。JTBグループとしてもサステナビリティを事業戦略に組み込んでいるので、旅ホ連の皆さまにもご協力をお願いしたい」

サステナビリティ

「アクション元年」に
経営への実装、可視化を推進

執行役員
サステナビリティ担当
玉垣 知子 氏

――2024年度のサステナビリティの取り組みは。

「24年度は、社員のサステナビリティへの意識改革を通じ、JTBグループの経営にサステナビリティを実装することを目指した1年だった。サステナビリティ研修を年12回開催し、JTBの約100拠点とグループ会社13社から約230人が参加した。私も研修に参加したが、なぜサステナビリティに取り組むのか、サステナビリティをいかに事業活動や社内活動に落とし込むのかについての意識改革が進んだ。研修参加者のアンケート結果からも、サステナビリティを実践していくことへの前向きな反応が見られた」

「サステナビリティの実装に向けて、24年度にはサステナビリティチームが発足し、戦略の磨き上げと仕組みの構築を進めた。脱炭素にとどまらず、生物多様性、廃棄物、地域コミュニティ、自然遺産・文化遺産へ対象分野を広げて、専任者を配置し、それぞれの専門性を高められたことは成果だと考えている」

――具体的な実績は。

「『サステナビリティレポート』として、JTBグループの方針や目標、具体的な取り組み、KPIを毎年公表してきた。JTBは『日経SDGs経営調査』で、23年度の総合偏差値が52・8だったが、24年度は57・5に上昇した。また、24年度には、環境省から旅行業として初めて『エコ・ファースト企業』に認定されたほか、持続可能な観光に関する国際スタンダードを策定・管理するグローバル・サステナブル・ツーリズム協議会のGSTCツアーオペレーター認証を第1種旅行業として国内で初めて取得することができた」

――25年度のサステナビリティの取り組みは。

「グループ社員への意識改革が進んだといっても、まだまだ現場レベルでは浸透しきれていない。25年度は、社員一人一人に具体的な行動を起こしてもらう『アクション元年』にしたい。昨年に引き続きサステナビリティ研修を実施し、さらに全グループ社員を対象にしたeラーニングなども予定している」

「経営へのサステナビリティの実装という目標は継続し、具体的なアクションを起こして可視化できるようにしたい。各事業と連携し、商品・サービスにおける目標を設定し一歩踏み出したい。環境の分野に加えて、人権の取り組みもさらに進めていきたい」

――旅ホ連の会員施設との連携によるサステナビリティの推進は。

「日本におけるサステナブルツーリズムのあるべき姿を旅ホ連会員の皆さまとコミュニケーションをとりながら考えていきたい。JTBと旅ホ連は、24年度に『サステナブルツーリズム・パートナーシップ協働宣言』で合意している。会員施設とも個別に署名を進めていて、ツーリズムにおけるサステナビリティの重要性の認識を相互に深めている。各地域において先駆的にサステナビリティに取り組まれている会員施設もあるので、いろいろと学ばせていただきながら、JTBグループに何ができるのかを考え、皆さまの期待に応えていけるようにしたい」

JTB旅ホ連特集

下呂温泉 水明館
岐阜県下呂市幸田1268
TEL：(0576) 25-2800　FAX：(0576) 25-4520
https://www.suimeikan.co.jp/

JTB
感動のそばに、いつも。
JTB契約宿泊施設様のための
JTBクレジットカード一括
加盟店決済サービス

POINT 1
契約・精算業務の
取りまとめにより、
業務負担が軽減
POINT 2
JTBの包括契約で
手数料がおトク
Visa/Mastercardのカードは、
2.48%でご利用可能
stera terminal
三井住友カード㈱提供
JTB旅連事業 ▶ 03-3834-7051
JTB一括加盟店決済サービスセンター ▶ 03-5796-5100