JTBインタビュー

設立70周年を迎える旅ホ連との連携は――
JTB各事業・領域の現状と展望

ツーリズム事業

ツーリズム事業は根幹も、変革必要
機構改革でマーケティング強化

取締役　専務執行役員
ツーリズム事業本部長
西松 千鶴子 氏

――2025年度の宿泊販売の状況は。

宿泊販売は、上期、下期共に前年比100%超となり、前年を超える進捗であった。

領域別では、国内個人はウエブ、リアル共にさまざまな環境変化の影響を凌駕することができず、前年に一歩及ばなかった。一方で、法人は年間を通じて堅調に推移し、訪日インバウンドは第4四半期以降、中国関係の影響で鈍化したものの全体をけん引した。

訪日インバウンドの伸長、大阪・関西万博や法人需要の伸びが見られた1年であった。個人は、訪日インバウンド領域の伸長も踏まえ、今後の成長に向けバリューチェーン全体の改革を推進していきたい。

――国内・訪日旅行で好調だった分野は。

万博関係は旅行事業も非常に好調で、パビリオンの優先入場など、体験価値が伴うプランが人気だった。下期には、JTBグループの国内旅行キャンペーン「日本の旬　沖縄」を開催し、個人、団体、訪日旅行者は大型連休が可能な日並びで、すでに好調に推移している。一方、夏の需要をいかに取り込むかが課題だ。近年の猛暑が影響する可能性もあり、例えば、避暑地、夜のテーマパークなど、少しでも旅行に目を向けてもらえる情報発信、体験コンテンツに注力していきたい。

国内旅行では、誰とどのようなシチュエーションを体験したいか、といったニーズに合わせ、新しい体験価値をお客さまに届けたい。例えば、花火や祭りなどのイベントは、JTBの得意な分野だが、3世代で混雑を避けてゆったり観賞・体験するプランや、子どもたちに特別な体験をさせるラーケーションと連動した提案など、体験価値の充実に取り組みたい。

――訪日インバウンドの施策については。

ソースマーケット（発地）の多様化が顕著に進んでおり、特定のソースマーケット額に加え、リピーター数に数値目標が設定された。訪日回数を重ねるにつれ、地方に足を運ぶ割合も高くなる。各地域の魅力を市場に届けていきたい。

大型イベントでは、愛知・名古屋でアジア競技大会・アジアパラ競技大会が9～10月に予定され、関係者の宿泊、その他関連サービスの手配をJTBグループが担う。船を宿泊施設として活用するホテルシップも予定されており、関係者と連携して成功させたい。

――ツーリズム事業本部は、4月1日付で機構改革を実施した。

国内旅行、海外旅行それぞれのビジネスモデル改革の答申を踏まえ、26年度から個人事業領域の体制を大きく変えた。まず仕入商品事業部を国内旅行と海外旅行に分け、それぞれに執行役員を配置した。

販売面では、店舗、コールセンター、JTBホームページ、三位一体でお客さまに向き合えるよう組織を再編した。プロモーション戦略部、パートナーシップマネジメント部を設けるとともに、マーケティング・MD戦略チームを新設し、分散していたマーケティングとプロモーションの機能を統合、ロイヤルティプログラムを含め、お客さまを軸にしたマーケティングを強化した。

――JTBグループは、2035年を見据えた長期ビジョン「OPEN FRONTIER 2035」を策定した。

ツーリズム事業は、長期ビジョンにおいてもグループの根幹になり得る。「2035年のありたい姿」に掲げる「高い専門性と洞察力で　世界をつなぎ、つくり、つなげ、感動と幸せで人々を満たす『新』交流時代のフロンティア企業となる」のベースは、ツーリズム事業にあると考えている。

ただし、変革が求められている。ポイントの一つが「グローバル」。これまではどちらかというと日本人のお客さまだけでなく、世界のお客さまをターゲットに、磨き上げた地域の素材、体験価値をしっかり流通させることが大事だ。今、宿泊、体験などのコンテンツを世界に流通させる新たなシステム「JTB TOURISM HUB」を構築しており、流通の基盤をしっかり整備していく。また、お客さまとどうタッチポイントをつくり、関係性をつむいでいくか、「情報・データ」の活用をしながら、考えていきたい。

――設立70周年を迎える旅ホ連会員との連携は。

大きな節目の年に当たり、旅ホ連会員の皆さまとの連携の重要性を再認識している。販売プランや販売タームをあらかじめ示し、その時期にしっかり客室をご提供いただくことや、地域誘客拡大に向けた取り組み強化など、パートナーとの連携の重要性は一層高まっている。今後は、旅ホ連の皆さまにとって有益な価値をしっかり創出していくので、ぜひご協力、ご支援を賜りたい。

サステナビリティ

「サステナブル取引方針」
パートナーに賛同呼び掛け

――目指すサステナビリティの姿は。

事業活動が活発になればなるほど、地域や人権、環境の課題が解決し、さらなる社会の発展につながる姿を目指している。その実現のため、マテリアリティ（重要課題）として「心豊かなくらし」「人々をとりまく環境」、お客さま、事業パートナーとの「パートナーシップ」を掲げている。

――2025年度の取り組みは。

24年度にサステナビリティチームが設置され、気候変動、資源・廃棄物、人権などの取り組みテーマを設定し、テーマごとに評価軸、KPIを明確にして進めたことでフレームワークが整ってきた。事業活動における社外評価では、日本旅行業協会（JATA）の「JATA SDGsアワード」で合計七つの賞を受賞した。「日経SDGs経営調査」の評価指標は、前年の57・5から58・5へと数値を上げることができた。また、サステナビリティの国際的な評価枠組み「Eco vadis」ではプロンズを獲得した。取り組みが77・9%から86・7%に上昇し、だいぶ意識が根付いてきたと考えている。

――サステナビリティが体現された事業の事例は。

高松市での「クセモノズ」という事業が各方面から高い評価をいただいた。市場で廃棄されてしまう未利用魚などを活用する飲食店「クセモノズ」と、地域と旅行者を結ぶ交流スペース「SICSサステナブルラウンジ」を運営しているほか、地元の小学生と未利用魚などの食材でレトルトカレーを開発した。地域の持続可能な課題解決に向けて、将来世代を含めた幅広いステークホルダーが関わる。こうした象徴的な事業を拡大していきたい。

――26年度の取り組みは。

二つの軸に重点を置いていて、自社の活動への理解とサステナビリティへの意識を向上させることを目指した。社外発信は当初の目標の10件に対し42件と大幅に伸ばすことができた。それらの取り組みの結果、社員意識調査で「会社としてサステナビリティに取り組んでいる」という回答

執行役員 DEIB担当(CDEIBO)
サステナビリティ担当(CSuO)
玉垣 知子 氏

が77・9%から86・7%に上昇し、だいぶ意識が根付いてきたと考えている。

――サステナビリティが体現された事業の事例は。

高松市での「クセモノズ」という事業が各方面から高い評価をいただいた。市場で廃棄されてしまう未利用魚などを活用する飲食店「クセモノズ」と、地域と旅行者を結ぶ交流スペース「SICSサステナブルラウンジ」を運営しているほか、地元の小学生と未利用魚などの食材でレトルトカレーを開発した。地域の持続可能な課題解決に向けて、将来世代を含めた幅広いステークホルダーが関わる。こうした象徴的な事業を拡大していきたい。

――26年度の取り組みは。

二つの軸に重点を置いていて、自社だけでなく、サプライチェーンの皆さまとの協働に向けた動きを加速させる。

――旅ホ連と連携した取り組みは。

前述の取り組みの重要なステップとして、JTBと旅ホ連が合意した「サステナブルツーリズム・パートナーシップ協働宣言」を踏まえ、その次のフェーズとなる「サステナブル取引方針」へのご賛同を得ていきたい。26年度はこの意思確認にシステムを活用していく。賛同の有無で取引を制限するものではなく、共に推進していきたいという考え方を丁寧に説明する機会を設定していく。

70年という歴史ある旅ホ連の皆さまと一緒に取り組むことに意義がある。先進的に取り組んでいる施設も多い。持続可能なツーリズム産業という目指すところは同じだと思うが、アプローチにはそれぞれの方法がある。目の前の課題を解決する答えと、未来に向けて持続可能かどうかの答えは、必ずしも同じではないかもしれないが、未来軸で一緒に考えていきたい。

JTB旅ホ連特集

四季薫る、楽しみ方自在の
和のリゾート

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/