観光立国の実現は地方から

激変の年。「今」を直視し活路開く戦略を

旅行業４社トップ座談会（９面から続く）

吉川　それから、今年はイベントが多い年だ。海外ではバンクーバーオリンピック、上海万博、南アフリカのサッカーワールドカップがある。国内でも近鉄沿線の奈良で「平城遷都1300年祭」がある。NHKドラマの「龍馬伝」「坂の上の雲」の放映もあり、四国は大きなデスティネーションとなるだろう。

前原国土交通大臣は観光立国の推進に力を入れられており、観光庁の予算は事業仕分けなどもあったが大幅に増えるだろう。観光事業の裾野は広く、観光予算は雇用の拡大につながる。観光政策の面で今年は飛躍への大きなステップになる年と期待している。

地域振興も同じで、当社としては地域の観光分野の人材育成にも力を入れている。我々と地域がともに商品企画を一緒にやっていくような取り組みを膨らませていこうと考えている。

今年も新型インフルエンザ流行への懸念はあるが、対応方法はほぼ分かってきているので、大きな影響は避けられるはずだ。変革と新しい展望を出していく年にしたい。

――社員のモチベーションが低下するとそれが業績に影響する。

吉川　社員のモチベーションを上げるには、社員のやる気、熱意といった気持ちの部分が大切だが、そのためには全体をかさ上げしないとどうにもならない。そのサイクルを作るのが私の使命だ。そのためにもどうしても黒字に転換したい。今年は正念場だ。

丸尾　10年は、緩やかなデフレ状況や景気の二番底の可能性等、企業収益や個人消費の低迷が続き、極めて厳しい経営環境が継続するものと覚悟している。しかしこのような厳しい環境下においてもマーケット変化と販売チャンスを鋭敏にとらえて、的確かつ迅速に対応することによりこれを克服していきたい。

先程からのお話にもあるように今年は昨年と比べて多くの国内外のイベントがある。それらを活用した商品提供を積極的に行っていく。

また、観光立国推進の観点から、まずは国内観光振興への取り組み。国内旅行需要を今後どう増やしていくかということが非常に大切になる。この課題に対する取り組みは我々旅行会社だけの力では限りがある。JRなど関係各機関との連携を推進することにより、国内旅行需要の創出・拡大をより一層効果的に実現したい。

もうひとつはインバウンドへの対応である。観光庁の「訪日外国人3千万人プログラム」事業にも呼応し、本年より本社国際旅行事業部に「VJC訪日推進室」を設置した。こちらを基軸として、社内連携を図り、インバウンド営業をさらに強化していく。また、訪日されるお客さまの受け皿となる各関連施設および地元自治体との積極的な連携による相互協力のもと、解消していきたい。

そして冒頭申し上げたインターネット販売への取り組み強化について。急速に拡大するインターネットマーケットにおいて、当社も販売システムの強化と間際対策商品をはじめとしたネット専用商品の展開等、販売と商品の両面の強化により、ネット販売シェア拡大を図っていく。

マーケット変化の速度は我々の予測をはるかに上回るものとなっている。当社ではこれに対し「3つのS」、すなわち「Speed」「Soft」「Smile」の実践と「マーケットイン」をキーワードとした取り組みにて対応していく。まず、「Speed」とは、最新のトレンドをとらえていち早く商品化することや、お客さまへのレスポンスを速くするといったスピード感を持った対応をすること。「Soft」とは今までの既成概念にとらわれず柔軟性ある対応をしていくこと。そして「Smile」は厳しい時こそ、笑顔で明るく対応しようということ。旅行業は、お客さまに「笑顔」で触れて「旅」と「夢」、そして「感動」を提供することで、お客さまからも「笑顔」をいただくことができ、それを最上の喜びとするものである。この基本理念を忘れてはならない。

10年はこの「3つのS」を併せ持ち、お客さま目線に立って「マーケットイン」、すなわち、お客さまのニーズを的確に把握し、ニーズに合った商品を迅速かつタイムリーに造成・提供することに全力で取り組んでいく。

石川　景気の先行きについては不透明で楽観視はできないため、今年も厳しい状況が続く可能性は高い。

また当社にとって本年は、旅行業を取り巻く環境変化への対応を、よりスピード感を持って推進していかなければいけない1年。当社の進むべき道については今後の市場環境や当社の強み、弱みなどについて分析し、かねてから方向付けをして進めてきたが、深刻な不況の継続により迅速な対応が必要となった。

「3つのS」を大切に満足度ナンバー1へ

10年はまず旅行業界と当社の現状を再認識したうえで、次の時代にもお客さまに選ばれる旅行会社となるために何をしなければいけないのかを社員と共有していくことが一番大切だと考えている。

旅行に対する情報が以前と比べ豊富かつ容易に入手でき、またその目的やニーズが多様化している現在、豊富にある情報の中からお客さまのニーズにマッチするかをプロとして適切にアドバイスできなければ生き残れない。

いつも社員に訴えているのは「お客さまの満足度ナンバーワンの会社になろうよ」ということ。そう言っても全社員が価値観を共有することは容易ではない。そこで社員自らに「トップツアーの社員として心掛けること」を考えてもらい、「クレド」とし共有することを一昨年から始めた。クレドに書かれていることはお客さまに対し誠意と熱意を持って接するとか、お客さまの要望を徹底的にうかがいそのご要望を上回るような提案をするとか基本的なことだ。これはお客さまに選ばれる旅行会社となるためにとても大切なことで、かなり浸透してきたと感じている。

インターネットに対する取り組みについては、店頭からインターネットへの購買手段の変化は旅行業に限ったものではないので、今後はインターネット上で何を売るかが重要になる。そのような観点からウェブサイトの内容を見直す。旅行に対するニーズの多様化に対応するために、SITの分野を強化し、特定の趣味を持つ人に対しより魅力的で中身の濃い旅行商品を提供したい。これからは、この方面は人気が高いから商品の造成をするという意識だけではなく、お客さまをより具体的にイメージして、そのお客さまに喜んでいただける商品を作ることが重要になる。

また、訪日旅行についても積極的に取り組んでいきたい。昨年は大きく減少したが、将来的にはとても有望なマーケット。訪日旅行客を大きく伸ばすためには、地理的にも近くリピートしてくれる可能性が高い東アジア諸国との双方向の送客が不可欠。日本の国土は決して大きいわけではないが、自然も文化も多彩な魅力があるので、まだ外国人に知られていない魅力ある地域を紹介していきたい。昨年末にはその取り組みの一環として中国と韓国の旅行会社を沖縄に呼び、現地を視察してもらった。沖縄は日本では大変人気のあるデスティネーションではあるものの両国ではまだあまり知られていない。こういった取り組みは当社だけでやるというよりも地域と一体となって進めるべきこと。訪日旅行客3千万人を実現するためには官民の協力が必須。旅行会社の立場で何ができるかを模索し、より積極的な取り組みをしていく。

――トップツアーは団体旅行に強みがあったが、その強みをどう活かすか。

石川　江口社長がおっしゃるとおり、全国の優秀な営業マンとそのノウハウが当社の伝統的な強み。ここ数年、その力を活かせるよう取り組んできたが、その成果は出てきているので、より一層強化したい。強化するうえでポイントとなるのは、専門性の高い営業の推進だ。近年、企業や学校、官公庁などを対象とした法人営業の分野でもお客さまのニーズが多様化、高度化しているので、それにキチンとこたえることでお客さまの満足度向上を図りたい。

インバウンドへの取り組み

――インバウンド、特に中国の富裕層からの期待感があるが、まだ法制上のネックがある。旅行業が儲かる仕組みができないと、そう簡単には伸びないと思うが。

田川　JATA発表では国内は旅行の景況感が最悪になっている。緊急事態だという認識で、需要喚起策を講じる必要がある。JRとの連携を深めるのもそのひとつだ。

何といってもJRは地元密着で影響力がある。もっと全国的に地域とともに、どういう組み方があるかを模索しながらも、活性化する共同戦線があってもよい。JRが動けば地方の自治体も動く。共有化していく販売戦略があってもよいのではないか。マーケットを作り上げないとますます厳しくなる。

法律整備進めるべき
利益得る仕組み必要
努力への理解ほしい
しっかり確実に対応

吉川　JATAの国内旅行委員会でも早急にそれらを提案していきたい。

田川　そうした需要喚起の方向を明確にして観光庁に提案することが大切だ。それにこれからはアジアインバウンドをどうするかも大きなテーマだ。インバウンド旅行事業の法律がない現状ではいかんともしがたいが、法律整備も進めるべきだろう。今まで消極的すぎたのは、我々もマーケットとしての位置付けがあいまいだったからだ。

――儲かる仕組みを作ることが先決と言える。

丸尾　その通りだ。

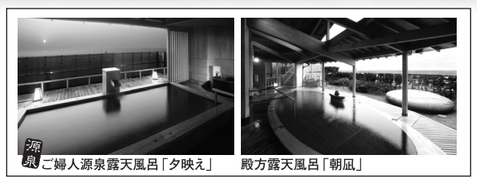
田川　インバウンドはベンチャーのつもりでやったらよい。各社が飛行機をチャーターして、どこかの空港に引っ張るぐらいのことを10年はやるべきだ。

中国に関して言えば、富裕層のビザが緩和されたが、これに限らず、多くの中国人が「日本に来たい」と聞いている。中国だけでなく、アジアを中心とした世界のお客さまに、ゴールデンルートのみならず、より多くの都市をリピートしてもらうようなスキームが必要だ。

吉川　中国人の日本への旅行を日本の旅行会社が現地で受注できるようになると、訪日外客3千万人も夢ではなくなる。今、政府が努力してくれているが、早く実現してほしい。

夜明けの露天風呂～凛とした空気の中、立ち上る湯気が映し出す幻想的な風景。この瞬間を味わいに、さあ冬旅へ。

日光国立公園鬼怒川温泉
政府登録国際観光旅館 創業1888年
あさや
〒321-2598
栃木県日光市鬼怒川温泉滝813
TEL 0288-77-1111
URL:http://www.asaya-hotel.co.jp


源泉 ご婦人源泉露天風呂「夕映え」　殿方露天風呂「朝凪」

源泉 露天風 貸切源泉のゆ「まる」

“晶子の愛し湯”源泉
瀬波温泉を訪れた歌人・与謝野晶子は、景色の美しさに感動して一日で45種もの歌を詠んだとか…そんな晶子に由来する足湯が“晶子の愛し湯”です。
当館ご利用以外の方にも無料でご利用いただけます。

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
TEL.0254（53）5858
〒958-0037 新潟県村上市瀬波温泉2丁目9番36号
TEL.0254（53）4288（代） FAX.0254（52）5285
インターネットホームページアドレス▶http://www.shiomiso.co.jp