

田川社長・小田会長対談 13分



宿泊増売に向けて意見を交わす

— JTBでは、経済団体であるJTB旅ホ連に対してどう連携していくか。
田川 経済団体としての旅ホ連の部分で言うと、宿泊増売の話をすると、これからは必ず仕入れの仕方の話をしていくべきだ。原価の話をお互い理解して仕入れをするという場面にまで持っていくべきだ。

— プロジェクト4000では、仕入部門にMD（マーチャライジング）機能を付けようと思っている。商品を作る機能だけでなく、商品を作る機能に、今までの宿泊増売はみんな頑張っている。日本は、旅館の文化を失っている。旅館という文化を守れない旅館は「旅館」として存在しない。日本の旅館と呼ぶ基準をJTB旅ホ連として作ってアピールしてもいいのではないか。私はこの10年、「旅館

旅館の文化を守るべき 田川氏

訪日ツーリズムの中に必ず入り込める話だ。

私は外国人に対しての日本の一番いいところは、おもてなしと、宿泊施設である旅館と、田川 田川 旅館というイメージを持つ。旅館は、旅館という文化を守れない旅館は「旅館」として存在しない。日本の旅館と呼ぶ基準をJTB旅ホ連として作ってアピールしてもいいのではないか。私はこの10年、「旅館

とを説明する必要がある。1泊2食付きは旅館、ルームチャージがホテルというのが外国人の見方だ。旅館にはたくさん売りの物があるのに、1泊2食付きは全部旅館というそんなつまらない基準があったら、あと5年もすれば旅館がなくなってしまうかもしれない。

多様化しているマーケットに対応

観光産業をとりまく社会環境の変化は、ここ数年著しい。消費性向の二極化やインターネットによる購買プロセスの変化が表れる一方、国の施策である観光立国に呼応する形で、観光への関心が全国レベルで高まっている。そうした時代背景の中でJTBはどう対応していくのか。旅行事業を統括する高橋威男取締役（編集委員・泉朝雄）に意見を聞いた。

— 一般的な観点で考えると、将来のマーケット予測をどうしているか。
「企業オーナーの業況感を見ると、やや上向きとの見方が多く、そうしたものは歓迎できるし、出張などの社内事情についても、規制を引き下げるなど出張ニーズがいくぶん回復しつつあるように受け止めている。これらをターゲットで捉えるとプラス要素と言える。また、世界的情勢では、新興国を中心に経済情勢が順調に推移し始めている。先進国での好転の歩みはやや遅いが、グローバルにとらえていかなければならない課題が浮き彫りになってきた」

— マーケットのニーズに対して、かつてはマーケットインの発想が主流だったが、それではあるのか。
「お客さまを原点に考えた時、『お客さま第一主義』に変わる要素はない。お客さまが求められる商品を、我々がどのように供給できるのか、お手伝いできるのかといった原形は変わらなく、お客さまの意識の変化が大きく影響している。いわばマーケット

「同じ旅行商品といっても、いろいろな種類がある。同時に、いろいろな流通ルートがある。したがって、お客さまがどの商品を選ぶかは重要な要素で選ばれるのが大きな要素になってくる。最近の傾向としてインターネットを活用した流通ルートが重要になってきているが、我々は既のビジネス、重要な店頭ネットワークを保持している。店頭ネットワークで商品を賣られるお客さまも、まだまだ多くいるわけだ。その理由は、イ

「国内旅行事業を改革する『プロジェクト4000』に取り組んでいる最中だ。」「前段として地域交流の観点で整理する必要がある。」「旅館の文化を守れない旅館は「旅館」として存在しない。日本の旅館と呼ぶ基準をJTB旅ホ連として作ってアピールしてもいいのではないか。私はこの10年、「旅館

「旅館の文化を守れない旅館は「旅館」として存在しない。日本の旅館と呼ぶ基準をJTB旅ホ連として作ってアピールしてもいいのではないか。私はこの10年、「旅館

「旅館の文化を守れない旅館は「旅館」として存在しない。日本の旅館と呼ぶ基準をJTB旅ホ連として作ってアピールしてもいいのではないか。私はこの10年、「旅館

「旅館の文化を守れない旅館は「旅館」として存在しない。日本の旅館と呼ぶ基準をJTB旅ホ連として作ってアピールしてもいいのではないか。私はこの10年、「旅館

事業再構築はマーケットイン プロダクトアウトの融合で



JTB 取締役 旅行事業統括 高橋 威男氏

半日あるいは1日の時間があれば、そのようなことができる。そうしたものを複数つくること。3泊に増やすことが第1のポイントだ。潜在中の時間をいかに有意義に過ごせるかがあり、これは日本人向けの対応策ではなく、インバウンドを増やす上でも欠かせない。これらが日本の人口減少に対して、今から取り組んでおかなければならぬ重要な課題であり、多くの人がそれに気が始めている。その意味では、先進的な地域でいろいろな取り組みを

「旅館の文化を守れない旅館は「旅館」として存在しない。日本の旅館と呼ぶ基準をJTB旅ホ連として作ってアピールしてもいいのではないか。私はこの10年、「旅館

「旅館の文化を守れない旅館は「旅館」として存在しない。日本の旅館と呼ぶ基準をJTB旅ホ連として作ってアピールしてもいいのではないか。私はこの10年、「旅館

JTB商事のエコ商品シリーズ。二酸化炭素(CO2)の削減効果が高く、省コストが望める推奨商品です。 JTB商事

レンタルで導入できるLED電球

無審査で必要個数だけレンタル、高額な初期費用は必要ありません!!

LED電球をレンタル導入すると、削減した電気料金でレンタル料金をまかなうことができます。例えば、LED電球1,000個(1個300円)を1日16時間、1年間使用した場合、自然電球と同条件で使用した場合と年間446万円の削減が可能。年間レンタル料360万円を差し引くと、86万円のキャッシュフローの改善につながります。※電力単価16円/kwの場合。電力単価は地域によって異なります。

LED電球「シャイニングボール」の特徴

省エネ効果

60Wの白熱電球にくらべ、LED電球は60W相当型で消費電力はなんと1/9。二酸化炭素の大幅な削減効果が見込め、旅館・ホテルが求められている環境対策(省エネ法)への新たな取り組みにもなるばかりか、宿泊者に対するアピールにもなります。

長寿命

LED電球の設定寿命は、白熱電球の1,000時間とくらべて40倍の40,000時間。長持ちしますから、取り替えコストも大幅に削減できます。また、白熱電球は2012年に製造中止予定ですから、まさに転換期。導入すれば今すぐにも切替効果が出ます。



【近日導入予定】水・上温泉 源泉湯の宿 松乃井様 ※上記試算例は当社計算比によるもので、一例となります。予めご了承ください。

お問い合わせとご用命は 株式会社 JTB商事 旅館ホテル販売本部 〒112-8690 東京都文京区関口1-44-10 JTB商事ビル TEL.03-3513-3520 FAX.03-3513-3610

探せばまだある、宿の省エネ策

リースで導入できる節水システム

新たな導入予算は一切必要ありません!!

トータル節水システムを導入すると、従来の月額水道料金からリース費用を支払うことができます。例えば、毎月の水道料金が100万円かかっていたとすると、導入後は水道料金が80万円へと2割減額。毎月のリース費用を支払っても、毎月13万円、1年間で156万円、5年間で780万円のキャッシュフローが生まれます。

節水システムの特徴

削減額 20万円
月毎リース料 7万円
月額水道料金 100万円

キャッシュフロー 13万円
月額水道料金 80万円

【導入前】 【導入後】

蛇口 節水しても、吐水のボリューム感は変わりません!!
蛇口は特許出願中の「シャワー状吐水タイプ」。吐水量を抑えるだけの「コマ方式」とは全く異なります。空気を入れて節水しても、吐水のボリューム感は損失しません。蛇口の機種によっては速度が加わります。吐水量は定流量弁によって10段階に調整できます。用途別に最適な商品を選んでいます。

シャワーヘッド 節水しても、水に勢いやボリューム感が加わります!!
シャワーヘッドは、独自の特殊構造によって、節水しても水に勢いやボリューム感が加わります。機種も特許出願中のハイクオリティのものなど様々な種類を用意。いずれも吐水量の調整が可能です。

トイレ 節水のために、「タンク内のムダ水」をカットします!!
特殊な装置を設置することで、水圧の変化に左右されることなく、汚物を流しきる量以外の水の流れを遮断します。