

10年度宿泊販売の方針

JTB西日本



日比野健社長

市場に果敢に挑戦

JTB西日本は、「既存事業の競争力強化」と「成長分野への取り組み加速」を柱として、宿泊販売を成長軌道に乗せるべく、基盤の再構築を目指す。10年度を迎え、「日本」の旬関西（上期展開）、「平城京遷都1300年祭の賑わい」など、明い話題が増えてきているが、事業を取り巻く環境は、大きな変化の真ただちにある。果敢にマーケットに挑戦し続けていく。

具体的施策では、既存事業については、リアル店舗の構造改革。テーマ性、ストーリー性のある企画商品の品揃え拡充と販売拡大、CRM戦略の見直し、組織法人への営業強化、店内プロモーションの活性化、電子カルテ導入による業務の効率化によって、競争優位性の確立を図る。成長分野では、インバウンドウエブ販売、地域交流ビジネス、MICEへの取り組みの加速。特にインバウンドは、有望な観光資源や産業インフラを有している関西エリアの強みを生かし、「産業観光」など新たな分野の開拓を進める。

JTB旅ホ連の会員の皆さまとは、既存事業、成長分野での連携はもちろんだが、地域資源を磨き、コンテンツを開発することで、地域の発展に寄与するべく、一層の連携をお願いしたい。

JTB中国四国



岩穴口一夫社長

地域の素材を活用

JTB中国四国では、10年度の国内宿泊販売について、以下の取り組みを重点的に推進する。

個人グループ部門では、上期の全社キャンペーン「日本の旬 関西」や瀬戸内海の7つの島を舞台に開催される「瀬戸内国際芸術祭」、NHK大河ドラマ「龍馬伝」、NHKドラマ「坂の上の雲」関連イベントなど魅力ある地域の観光素材と連動した宿泊販売に力を入れていく。

エース商品について、「見たもん勝ち」の展開拡大や、地域交流事業と連動した域内宿泊商品の取り組みを強化する。

法人営業部門では、新たに「交流事業推進部」を新設し、中国四国地域に特設した誘客を図る観光振興施策の提案や推進を行っている。また、同部門内に「インバウンド推進室」を設置し、外国人観光客の誘致拡大にも取り組む。

一方、4月に中国四国事業会社サイト「たび・いんふ」を開設したが、今後、地域情報、域内商品情報、店舗情報の発信を強化する。また、「あるぶトラベル」についても営業体制を強化し、宿泊オンライン商品の拡充を図る。

JTB旅ホ連の皆さまとの連携を一層強化し、全社宿泊販売目標の達成に向け共に取り組んでいきたい。

JTB九州



宮原敬介社長

期待以上の付加価値を

JTB九州は、今年、原点に立ち返り、徹底してお客さま満足度を追求し、「お客さまに選ばれる宿泊旅行会社」を目指す。そのために、お客さまの期待以上の「付加価値」を提供していく。また、同部門内に「インバウンド推進室」を設置し、外国人観光客の誘致拡大にも取り組む。

「付加価値」を強化する中国からのお客さまの旅行需要などが見込まれるインバウンド部門においては、個人、団体、教育旅行など、国際旅行営業部が先頭で立ち、アジアの玄関口としての九州の役割を果たす。

JTB旅ホ連との連携では、地域活性化の推進事業として、今年度第5弾となる「新九州物語」を10月から来年2月の約5カ月間、鹿児島地区で実施。九州新幹線全線開通前から、南九州への需要喚起を図っていく。

また、査証緩和による中国からのお客さまの旅行需要などが見込まれるインバウンド部門においては、個人、団体、教育旅行など、国際旅行営業部が先頭で立ち、アジアの玄関口としての九州の役割を果たす。

JTB旅ホ連との連携では、地域活性化の推進事業として、今年度第5弾となる「新九州物語」を10月から来年2月の約5カ月間、鹿児島地区で実施。九州新幹線全線開通前から、南九州への需要喚起を図っていく。

JTB沖縄



菊知良明社長

エコ、伝統、交流がキー

09年度の沖縄県入城観光客数は景気低迷や新型インフルエンザの影響で、56.9万人と前年を下回る厳しい結果となった。

10年度も先行き不透明感はぬぐえない状況であるが、企画商品であるエースJTBが40周年を迎えるのに加えて、成功を目指したい。

JTB沖縄の3カンパニーである旅行営業部、地域交流事業部、国内商品事業部が三位一体となって連携を強化し、10年度を「沖縄観光復活の年」と位置づけ、沖縄県を目指す2016年度入城観光客数10万人達成に向けて旅ホ連沖縄支部の皆さまとともに、観光業界の牽引役を果たしていく。

「日本」の旬「沖縄」では、「いつまでも、新しい沖縄」をテーマに、エース「伝統」「交流」の3つのキーワードに即した沖縄ならではの素材開発と商品化を推進していく。

また、JTBオリジナルイベントである「おきなわWEEK」に、「杜の脈い沖縄」は旅ホ連沖縄支部との最大事業であり、内容の充実化を図るとともに、協働による誘客プロモーション活動をより強化し、日本の旬「沖縄」でも成功を目指したい。

JTBトラベルイベント



伊藤正人社長

ITと人に基軸置く

10年度、JTBトラベルイベントは、中期経営計画の2年目として「増売・増収・増益で環境克服 実績回復」を最大の目標とし、新体制による自立と改革で「最強の店舗営業へChange」をスローガンにスタートした。特に取扱額における国内旅行比率が70%を占める。2年目を迎えた「旅のスタイル」育成プログラムを推進して、販売員のコンサルティング力を高める。お客さまへ最適な宿泊商品を提案し、増売を図る。

今年度のJTB旅ホ連は、旅のスタイルを軸に400店舗を超えた店舗ネットワークを生かし、最大限の効果を発揮して実施していく。

i・JTB



今井敏行社長

商品ラインアップを充実

i・JTBは「JTBホームページ（JTBHP）」「あるぶトラベル」を中心に、提携サイトなど幅広いサイトでのオンライン販売を行っている。

JTBHPでは、現在販売の主力となっている手配型宿泊商品に、JTB旅ホ連の「旅のスタイル」育成プログラムを推進して、販売員のコンサルティング力を高める。お客さまへ最適な宿泊商品を提案し、増売を図る。

今年度のJTB旅ホ連は、旅のスタイルを軸に400店舗を超えた店舗ネットワークを生かし、最大限の効果を発揮して実施していく。

JTBグローバルマーケティング&トラベル



深川三郎社長

No.1 DMCの地位確立へ

訪日観光客の急激な増加が見込まれているなか、JTBグローバルマーケティング&トラベルを中心に、提携サイトなど幅広いサイトでのオンライン販売を行っている。

JTBHPでは、現在販売の主力となっている手配型宿泊商品に、JTB旅ホ連の「旅のスタイル」育成プログラムを推進して、販売員のコンサルティング力を高める。お客さまへ最適な宿泊商品を提案し、増売を図る。

今年度のJTB旅ホ連は、旅のスタイルを軸に400店舗を超えた店舗ネットワークを生かし、最大限の効果を発揮して実施していく。

PTS



宇都宮進社長

「マーケットイン」の発想で

09年度、当社はエース商品への集中を全社で推進してきた。その結果、エース販売額は前年比99.6%となり、ほぼ前年を維持できている。改めて旅ホ連や国内商品事業部のご支援に感謝する。

しかし国内商品全体では、新型インフルエンザや景気後退の影響を受け、大幅に落ちこんでしまった。これは「商品の良し悪し」ということではなく、いかにお客さまのニーズや消費行動に我々が対応できていないかを映し出した結果だ。「マーケットイン」の発想をより強めていく。そのためには、お客さまとのコミュニケーション密度をさらに高め、より的確に商品の特徴をアピールし、お客さまのニーズをより迅速に達成へフィードバックすることが重要だ。その手段としてウェブやコールセンター機能の強化も欠かせない。

営業基盤である百貨店やイオン・西友店舗も大変厳しい環境ではあるが、当社の強みとして、各店舗の持つ優良顧客資産を取り込み、しっかりと活用していくことが肝心だ。当社にとり宿泊を伴う国内商品は基幹商品であり、旅ホ連会員の皆さまには、引き続き各種研修や販売促進キャンペーンを通じて、ご支援や協力をお願いしたい。



薩摩伝承館（美術館）



元禄風呂（右）

砂むし温泉（左）



【施設】客室205室（947名収容） 味処／お食事処／料亭／クラブ／カラオケクラブ／喫茶／焼酎道場／大浴場／元禄風呂／露天風呂／サウナ／ストーンエステ「岩盤浴処」／砂むし温泉／ギャラリー／プール／売店

〒891-0404 鹿児島県指宿市知林の里 電話 0993-22-3131
http://www.hakusuikan.co.jp メール info@hakusuikan.co.jp

◆東京営業所 03-3723-5541 ◆大阪営業所 06-6245-3545
◆福岡営業所 092-771-2928 ◆鹿児島営業所 099-226-4171

美肌形成の湯
天然の保湿成分メタケイ酸 245mg（温泉1kgあたり）

本土最南端 砂むし温泉

指宿白水館

湯・味・心に 歴史をそえて

松の緑と青い海に囲まれた豊かな自然の中、日本の美とやすらぎ溢れる和風の佇まいで迎えたい。指宿特有の砂むし温泉、日本のお風呂の歴史を再現した元禄風呂、旬の素材を活かした和食会席料理で楽しんでください。

敷地内の美術館「薩摩伝承館」では、薩摩の歴史と文化をテーマとした美術品、そして世界的な価値のある中国陶磁器の名品もご覧いただけます。ゆったりとした日本旅館の空間を心ゆくまでご堪能ください。