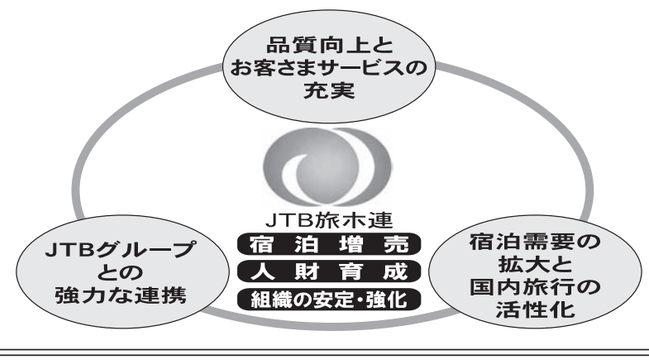
活発な支部活動、元気な地域づくりを

ＪＴＢ協定旅館ホテル連盟（ＪＴＢ旅ホ連）は、2011年度の事業推進テーマを「東日本大震災の苦難を乗り越え、活発な支部活動、元気な地域づくりを」として、組織目的の「宿泊増売」を真正面に据えた施策を展開する。その達成に向けて旅ホ連は、支部・幹事支店、地域事業会社、そして国内商品事業部の３者が三位一体の連携で①東日本大震災の影響甚大エリアの復興販促支援②「旅百話」のウェブ化推進③「ＪＴＢからの４つのお願い」「お客さま紹介運動」への対応強化④インバウンドの受け入れ拡大⑤新たな宿泊需要の開拓支援⑥「やどこむ」の情報充実と活用促進⑦受け入れ研修・個人宿泊研修支援――に取り組む。このうち大震災の影響甚大エリアの復興販促支援については、東北と関東支部連合会への義援金や復興販促資金提供のほかに、風評被害対策の一環として当該地域に持ち出したＪＴＢグループの会議開催、あるいはＪＴＢ社員研修旅行などの実施を要請するとともに、これらの復興販促策に対する本部支援の姿勢を打ち出した。また、「人財育成」と「組織の安定・強化」に向けた事業を引き続き推進する。さらに、25年目を迎える「旅ホ連共済」については、「加入員４万人・加入率55％・プランＢの拡大」の達成に向けた取り組みを強化するとともに、東日本大震災への特別措置も講じる。これら主要テーマから、旅百話、やどこむ、人財育成、旅ホ連共済にスポットをあてて紹介する。



JTB旅ホ連特集

宿泊増売

予約導線をウェブで強化

2011年度のＪＴＢ宿泊販売目標額は未定だが、目標達成に向けたＪＴＢ旅ホ連の事業計画の骨子としては、①旅百話地域情報のウェブ化推進と内容充実②新たな宿泊需要開拓につながる宿泊商品、地域コンテンツ開発③やどこむの情報充実（質・量）と活用促進――を掲げている。これら3つの骨子の中で、旅百話のウェブ化とやどこむ情報の充実は、相互に極めて密接な関係がある。これまで受け地型商品の名称とされてきた旅百話は、今年度から、各地域から発信される「地域情報」そのものを指すことに位置付けが変わった。実際に6月6日からＪＴＢホームページ上では、地域情報の索引タブ形式で旅百話が掲載される。

それは、旅百話が顧客に向けた地域情報表出の具体的な形であり、その内容は地域に根差した旅ホ連会員でなければ発信できない情報としての、やどこむ情報（やどだより、まちだより）が反映されている。換言すれば、その地域情報こそがウェブ化された新しい旅百話の姿といえる。

また、旅百話とやどこむの連動は、顧客への情報発信と同時に、地域が改めて足元を見直す機会にもなっている。結果としてそれは、宿泊商品や地域コンテンツの開発につながる。根底には「地域活性化に寄与することが社会貢献」とするＪＴＢの交流文化事業がある。この構図は、突き詰めると「会員施設の宿泊増売を通じた地域活性化が目的。地域を巻き込んだ取り組みを」（旅ホ連本部）とする姿勢であり、支部（幹事支店）、地域事業会社、国内商品事業部の三位一体の連携を具体的な形に落とし込んだものといえる。

そこから見えてくるのは、旅百話から会員施設の宿泊商品へと延びた新しく太い予約導線だ。会員の利益につながるこの導線は、関係者すべてが活用して初めて生きてくる。「やどこむを開くことを日課にしてほしい」（旅ホ連本部）と訴えている。

情報発信の窓口ともなるやどこむトップページ

「やどこむ」

ＪＴＢ旅ホ連では、インターネットを利用した情報発信の検討が2000年に始まり、02年に旅ホ連ネットやどこむが稼働した。その後も、「情報委員会で旅ホ連会員の声を聞きながら改修を重ねてきた」（事務局を担当するＪＭＣ国内情報部・岩井眞理子担当部長）。そして、今年6月からの旅百話ウェブ化や、9月に予定されているＪＴＢホームページ上のやどだより・まちだよりへのアクセス集計などに伴って、「やどこむから投稿するやどだより、まちだよりの重要性が一段と高まった。その情報の良し悪しが、宿泊販売に影響するようになる」（旅ホ連本部）と捉えている。

やどこむの機能面では、今年1月31日からは、「団体受け入れ打診機能」が追加されたほか、「団体受け入れ打診機能」が追加されたほか、課題とされていた観光協会からの直接投稿も実現するなど、新機能も続々と投入されている。

ＪＴＢの販売店担当者は、これまで団体客の受け入れが可能かどうかを宿泊施設に対して電話やファクスで問い合わせていた。団体受け入れ打診機能では、やどこむシステム上でエリアや宿泊施設を選択し、宿泊日や金額などの希望条件を入力すれば、該当する旅ホ連会員へ一度にメールで打診できる。

また、顧客ニーズにこたえるための地域情報をＪＴＢ販売店スタッフが簡単に入手できるのが「ＪＴＢコンタクトボード」だ。例えば、「桜の見頃はいつ」「お勧めの寿司屋は」といった質問を投稿すると、旅ホ連会員の中から選出された全国約300人の「やどこむ通信委員」や該当エリアの旅ホ連会員がこのメールを受信する。地元を知り抜いた旅ホ連会員ならではのアップデートな情報が手元に届けられる。

このほかにもやどこむは、多様な機能、情報を有している。

スタッフ（左から茂垣智子、武内唯希美、岩井眞理子、天野貴子の各氏）

決め手は情報の絶え間ない更新

やどこむの事務局機能は、観光関連業界のソリューション事業を担うスペシャリスト集団、ＪＭＣ（東京都中野区）内に置かれている。同社の国内情報部・岩井担当部長とスタッフに活用方法のアドバイスや意気込みなどを聞いた。

やどこむの機能は、日々進化を続けている。高度化したやどこむを、どう活用すればいいのか。岩井部長は「ユーザーの求める最新情報へ、常に更新されていなければ受け入れてもらえない」と言い切る。それは、ウェブに精通した人間の実感がこもる一言だ。ツールは、使い方で効果に大きな差が出る。会員の発信する「旬の現地情報」がこまめに更新されていなければ、サイトは色あせて目的を達成できない。

では、どのような情報が求められているのか。「地元ではありふれた一場面でしかないものが、観光客にとって地域を感じる大きな要素。自然の移り変わりや地元ならではの食材、歴史・文化など、日常のシーンを切り取りつつ投稿者自身が興味を持って楽しめる記事を配信していただければ」と岩井部長。

また、日常的に投稿情報と接しているスタッフも「情報発信者の心意気が伝わるもの」「写真1枚にしても、撮った人の感性が感じられるもの」などを指摘する。

「一段と高機能化したやどこむで、地元の旬情報を絶え間なく投稿してほしい」とスタッフ一同。言下に、投稿情報を最大限に生かす自信と熱意を垣間見せていた。

「旅百話」

旅百話は、地域の潜在的な魅力を発信する受け地型旅行商品として、域内需要の喚起と吸収を目的に06年に企画されたもの。既存の観光資源（自然景観や歴史など）の紹介にとどまらず、地域を深く掘り起こし、地元の人との交流やその土地固有の文化、人情に触れるボランティアガイド、現地オプショナルコースの設定や現地体験プログラム「着旅」とも連動させてきた。

その旅百話が11年度、これまでのパンフレット展開から、ＪＴＢホームページ上に「旅百話コーナー」を設けるウェブ展開に一新された。基本的な考え方は、ガイドブックに掲載されないようなストーリー性のあるもの、旬の情報など、旅行誘発につながる現地情報や現地オプションなどを発信する。狙いはこれらの情報を入り口として旅ホ連会員施設の宿泊販売（対象は、ＪＴＢホームページ掲載の全宿泊商品）を拡大することにある。

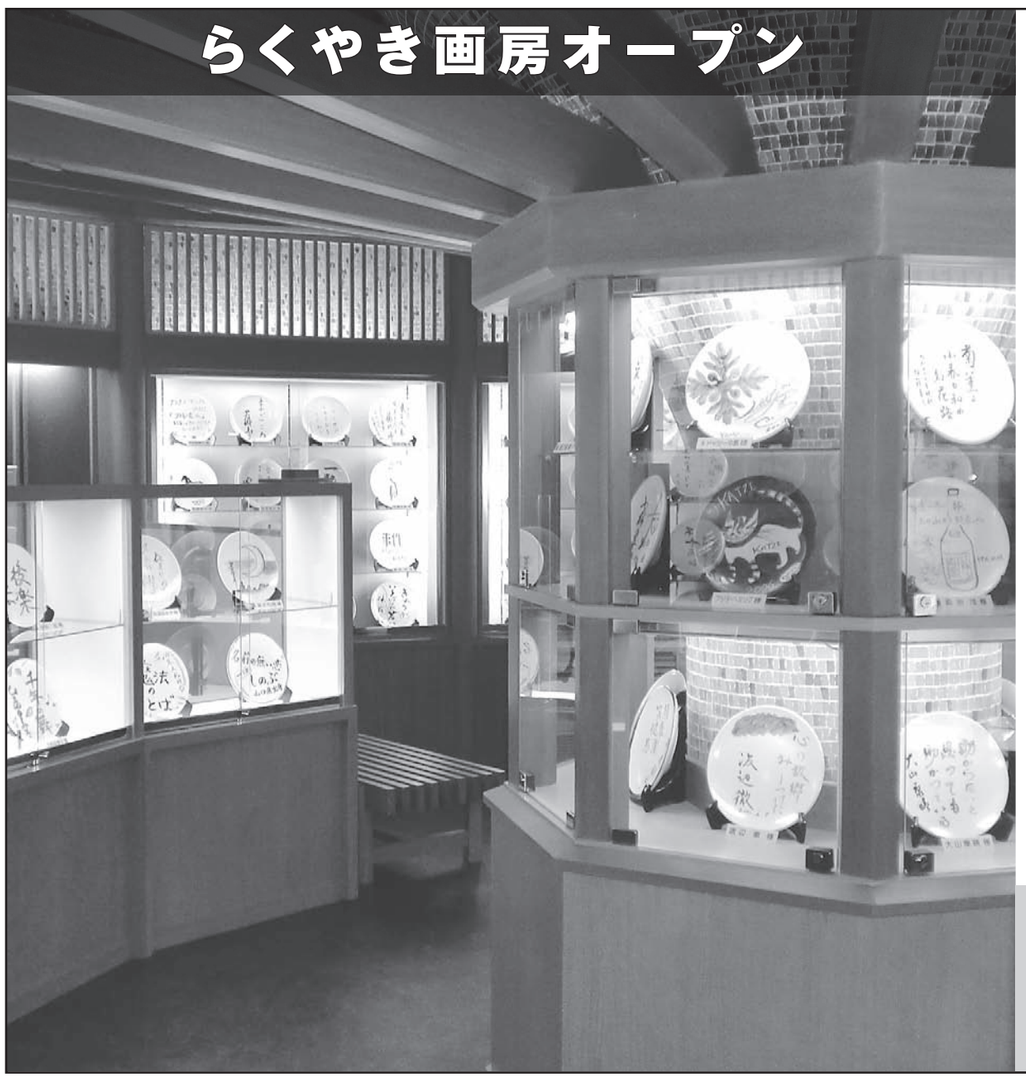
実際には、ＪＴＢホームページのトップページから進んだ旅百話コーナーの各地域トップページは、地域の特性を生かし、「食べる」「温泉」「体験」「祭り・イベント」「名所・旧跡」「歴史」「買い物・土産」などのテーマを設定。ウェブ特性を生かすためのメンテナンスを適時行い、情報の充実を図る。また、情報ページには必ずやどだより・まちだよりが掲出される。各地域の情報ページは、都道府県（旅ホ連支部）単位とし、これまでの旅百話の取り組みで収集した情報を活用しつつ、地域の特色を出した内容を目指す。

そして店頭とウェブで販売可能な商品にするとともに、「店頭でのコンサルティングの有用性」「ＪＴＢの店舗ネットワーク（店舗検索）」を告知し、その地域に行くための旅行相談を訴求、来店促進と店頭での宿泊販売につないでいく。

旅百話に旬の情報として反映されるやどだより、まちだよりの投稿

ウェブ展開でＪＴＢホームページに新設された旅百話トップページ

らくやき画房オープン



山形県指定文化財の1300年前の窯跡

古窯らくやきの詩

館内にある各界の著名な方々の作品を展示した樂焼ギャラリーは、これまで古窯が頂戴してきたご縁そのもの。懐かしきふるさとの面影を残すここ山形の風土・風景・風味が織りなす出会いを、古窯はお客様との末長いおつきあいとして大切にしていきたいと思います。

がんばろう！日本
がんばろう！東北
がんばろう！山形

山形県／かみのやま温泉
日本の宿 古窯（こよう）
TEL (023) 672-5454（コヨー コヨー）　FAX (023) 672-5459
〒999-3292　山形県上山市葉山5-20 かみのやま温泉 日本の宿古窯
◆古窯HP http://www.koyoga.com/ ◆携帯版 http://www.koyoga.com/m