JTB旅ホ連特集

JTB九州

JTB九州は、ブランド価値向上、企業価値向上を基本方針に、お客さまの視点に立った新たな需要創造にチャレンジする集団として成長事業の基盤構築を目指す。

宿泊販売では、リテール営業、地域の特性を生かした密着営業と効率的な販促により推進する。主にアジアからの外国客誘致の促進、ウェブ販売、ソリューション営業の強化など成長分野における九州独自の営業展開も推進する。

今年、九州新幹線全線開通を契機に10月から来年3月まで「日本の旬　九州」の全国キャンペーンを展開。"絆(きずな)～伝統を継承し未来へつなぐ"をテーマに、九州新幹線の縦軸から、横軸に広がる二次交通アクセスの充実、伝統工芸体験メニューの素材開発と商品化を推進し、九州7県ワンの個性的な魅力とともに、〝元気〟を発信していく。

「日本の旬」で元気発信

宮原敬介社長

また、今年5月から九州の魅力・物語の発見をテーマとした地域活性化プロジェクト「新九州物語　みやざき」を旅ホ連、自治体および観光関係機関と連携を取りながら大々的に実施する。

多種多様化するお客さまニーズにこたえるため、着地型旅行のコンテンツ開発と交流人口拡大のための仕組づくり進めながら、JTBのネットワークを最大限に生かした積極的な宿泊販売を実現していく。

JTB東海

JTB東海は11年度から102店舗となり、中部8県を隈なく網羅する店舗ネットワークとなった。各店舗の営業形態も「路面店」「ショッピングセンター入居店」といった異なる店舗特性とエリア特性を生かし、今年度はこれを強みとしてエリアを面でとらえた販売促進を展開していく。

宿泊販売に関しては、「日本の旬　愛知・岐阜・三重」を基軸に取り組みを強化する。弊社の事業エリア内でもあり、地元として改めて各地域の魅力をお客さまに伝え、販売を通じて地域貢献に寄与していきたい。

また、同時に店舗の強みを生かし、マーケットニーズを的確に吸収し、商品造成個所、各施設の皆さまにプロモーションの「場」を提供していくことで、「商品およびサービスの価値の向上」にも貢献したいと考える。

プロモーションの場 積極提供

諸江寿社長

これらを実行していくためには、現地の正確かつ魅力的な情報の収集や、情報をお客さまへ発信していくことが重要である。各種イベントや勉強会、現地実踏研修などの面で、今まで以上に旅ホ連の皆さまや各地域の皆さまと連携を強化していく必要があると考える。各地域や旅ホ連の会員の皆さまと一丸となって取り組むことで、エリアにおけるJTBリテールブランドの向上にも邁進していきたい。

JTB沖縄

10年度にJTBが取り扱った沖縄入域観光客数は約83万3千人で、前年に比べておよそ105%となった。これは県全体の前年比を5ポイント上回ったのであるが、実は上期においてはJTBと全体は、ほぼ同じ動きを示していた。それが下期に旅ホ連加盟施設などの協力を得て行った全社施策「日本の旬沖縄2010」が始まると同時に全体を10ポイント上回ることが続き、結果として大きな成果を収めるに至ったのである。心からの感謝を申し上げたい。

沖縄が観光復興をけん引

菊知良明社長

11年度は年度当初から沖縄のみならず日本の観光業全体が大きな試練を受けている。その中で沖縄の役割は比較相対の中で大きな責任を負っていることは議論を待たない。伸びしろの大きい発営業の旅行営業部、新たな事業領域を拡大する地域交流事業部、そして着地型商品を含めてサプライヤーの皆さまと販売戦略を練る国内商品事業部。3つの事業部のいずれもが旅ホ連との協業なくして成立し得ないものばかりである。

JTB沖縄は、日本全体の元気な復興をこの沖縄の地から実現するつもりで地域に根ざした運営を行う。

そして拡大基調の中で、来るべき12年の沖縄復帰40周年の記念すべき年を旅ホ連の皆さまと共に迎えることをお約束する。

i.JTB

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

JTBHPでは、手配型宿泊商品において10年度から展開を開始した価格変動型プラン「スペシャルプラン」の展開に加え、品質重視の「JTBセレクト」などを展開し、より幅広い商品ラインアップによる販売拡大を目指す。エースJTB(募集型企画旅行)では、JR付・航空券付エーツアーダイナミックパッケージツアーの展開を行っている。宿泊施設への営業体制の強化とJTB情報管理ツール（管理画面）のさらなる改善を行ない、よりお客さまの求める商品ラインナップの拡充を図っていく。登録ユーザー数も160万人を超え、今後もリスティング(検索連動型広告)などの広告宣伝の継続的な強化とポイントサービスなどの機能活用を進め、さらなる販売の拡大を目指す。

施設への営業体制強化

今井敏行社長

「るるぶトラベルツアー」としてダイナミックパッケージツアーの展開を行っている。宿泊施設への営業体制の強化とJTB情報管理ツール（管理画面）のさらなる改善を行ない、よりお客さまの求める商品ラインナップの拡充を図っていく。登録ユーザー数も160万人を超え、今後もリスティング(検索連動型広告)などの広告宣伝の継続的な強化とポイントサービスなどの機能活用を進め、さらなる販売の拡大を目指す。

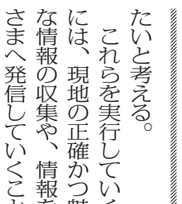
JTB関西

中期経営計画のビジョンとして「店頭特化会社として収益拡大を図るための基盤づくり」を掲げ、統合した2社の強みの融合によるシナジーの創出に取り組み、リアル店舗の価値向上を目指す。

店舗ではコンサルティングが最も重要との認識のもと、対面販売による付加価値を高め、店舗の優位性を最大限に生かした取り組みを推進。具体的には、コンサルティング力向上への取り組みと共に、電子カルテを活用したCRM戦略を推進し、お得意さまのニーズを的確にとらえ、最適な提案を行うことが店舗販売の優位性であり、実際の購買に結び付く取り組みと考えている。

宿泊増売目標を達成するため、各旅ホ連会員様のご協力のもと現地研修や現地情報の提供などさらに連携を強め、社員のコンサルティング力向上につなげていきたい。

店舗網生かし情報流通


山田育史社長

明確化と囲い込みを推進し、宿泊販売の増売につなげる。

リアル店舗ならではの取り組みとして、「関西ジャック」と銘打ち、当社の店舗ネットワークを生かして店頭ディスプレイによる地域情報や商品情報の発信を強化し、観光誘客の取り組みを進める。今年度から店舗に配備したアイパッドを活用して、商品造成個所と店舗間の極め細かな商品情報の流通を推進していく。

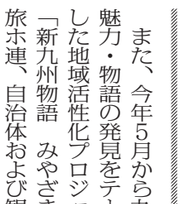
旅のコンサルタントとしてお客さまのニーズを的確にとらえ、最適な提案を行うことが店舗販売の優位性であり、実際の購買に結び付く取り組みと考えている。

宿泊増売目標を達成するため、各旅ホ連会員様のご協力のもと現地研修や現地情報の提供などさらに連携を強め、社員のコンサルティング力向上につなげていきたい。

JTB法人東京

今年4月、旧首都圏と旧法人東京が合流し、社員数1747人の新生JTB法人東京がスタートした。少子高齢化、デフレ経済の長期化、企業のグローバル化に伴う国内産業の空洞化、消費者の購買動向の変化といったマーケット変化に正対するための組織改編であった。そんな矢先の東日本大震災は、容赦なく「脅威」となりわれわれを苦しめているが、今後は、敢えてそれを「変化の機会」としてとらえたい。脅威を「危機感」というバネに変え、お客さまに支持される旅行事業を再構築していく。また「旅のチカラ」を源泉とした、コミュニケーション事業並びにソーシャル・ソリューション・ビジネスの確立による事業領域の拡大を図る機会としたい。今年度の柱の1つである「中核事業の強化」実践に向け、われわれが自己革新し「顧客接点の拡大・顧客管理の徹底・組織戦によるお客さまとのリレーション強化」を着実に推進していく。

危機感バネに事業再構築


川村益之社長

これらの実現のためにはJTB旅ホ連会員の皆さまとのより一層の緊密な連携が必要不可欠だ。お客さまのニーズを抽出し、それにこたえ得るサービスを会員の皆さまと一体になって提供することに傾注する。皆さまにはそのためのご支援ご協力をお願いするとともに、「旅のチカラで、ニッポンを元気にする」ことを使命とし送客に努めたい。

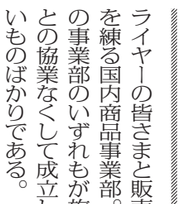
JTBグローバルマーケティング＆トラベル

10年度、抜本的な構造改革の断行から始まり経営成績も順調に推移してきたが、東日本大震災の発生で状況が一変した。未だかつて経験したことのない大打撃を受けている中ではあるが、11年度の事業計画の基本方針である「受注型オペレーターからの進化を図り、戦略的・効率的に事業を推進し、JTBグループのインバウンド事業を牽引する」というビジョンは変えずに、あらゆることに前向きに取り組んでいきたい。

事業戦略、経営戦略の3本柱として①マーケティング・データに基づく戦略的な営業展開と事業領域の拡大②戦略的仕入の遂行と競争力のある仕入による販売拡大③安定的な収益を生み出すための経営基盤の確立――を目指す。特に②の実現に向けた仕入体制を構築するため、JTBエイティーシーとGMTの仕入機能を統合し、4月に「インバウンド仕入センター」をスタートさせた。中国・アジアおよび欧米豪マーケットにおけるB2Bの国内宿泊予約システムである「ジェネシス」やB2Cの訪日外国人向け宿泊、ツアー予約サイト「ジャパニカン」による国内宿泊販売の強化を図っていく。

旅ホ連会員の皆さまとは、日本各地の魅力を海外に発信し続けることで地域交流ビジネスの活性化に寄与すべく、一層の連携をお願いしたい。

戦略的仕入で販売拡大


深川三郎社長

PTS

店舗事業のPTSトラベルナビは、11年度から首都圏中心の店舗ネットワークに再編し、全70店舗での営業体制を整えた。今後いっそう首都圏の「お客さま密着」を目指し、母店業態、クラスター、商品別にそれぞれの特性を生かした販売を強化していく。

今や宿泊を伴う国内旅行はネット販売がますます進みリアル店舗の課題となっているが、これは単にお客さまの利便性というだけではなく、われわれがお客さまに対し付加価値を提供できていないことを表している。

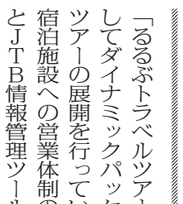
当社としては、グループにおけるリアル店舗の優位性を発揮し、商品情報、接客面からも、お客さまのココロをしっかりとつかみ、新たな価値の提供とお客さま満足の向上に努めていきたい。

また、PTSのコールセンターを活用して新しい販売チャネルの開発にも取り組んでいきたい。

一方で、お客さまの声をしっかりと旅ホ連会員へ造成を通じてフィードバックを行い、当社を含め三位一体となり商品情報の価値をさらに高めるよう販売店としての役割も果たしていきたいと考えている。

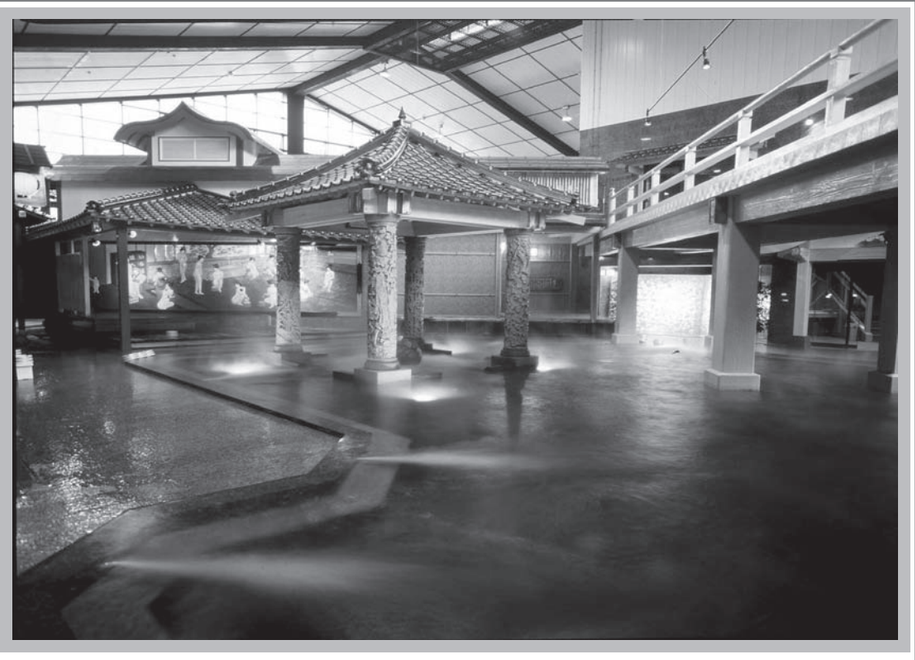
旅ホ連会員の皆さまには、引き続き各種研修や販売促進を通じてご支援ご協力をお願いしたい。

お客さま密着営業目指す


村山真実社長

薩摩伝承館（美術館）

元禄風呂（右）　砂むし温泉（左）



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お迎えいたします。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お楽しみください。

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。

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

【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