JTB旅ホ連特集

JTB九州

野口和義社長

本業を徹底的に磨く

JTB九州は、今年度を「次の100年への飛躍の年」と位置付け、「中核事業のさらなる取り組みの深化」と「成長への投資」を基本テーマに掲げて、各種事業を実施していく。当社が地域になくてはならない企業であるために、社員一人ひとりが常に自らを変革し、「本業」、つまり「旅行業」を徹底的に磨いていく考えだ。

JTB旅ホ連との連携では、地域活性化の推進事業として、今年で第7弾となる「新九州物語」を10月から3月の下期、大分で実施することとしている。JR九州が実施する同時期の「大分観光キャンペーン」と連携し、九州新幹線の縦軸の効果を、横軸へ拡大する。

ウェブ販売においては、JTBホームページに新設された「国内観光ガイド」の「新旅百話」情報の内容の充実を、旅ホ連会員の皆さまと連携して実施し、九州の溢れる魅力を発信していく。

また、新たな宿泊需要拡大のためにも、日本のみならず、東北アジアにも目を向け、外国人向けの素材開発にも着手する。

国内においては、エース商品の価値明示、パンフレット改革などの「国内宿泊商品改革」を加速させていく。そして今年度の全社宿泊販売目標である「3500億円」を達成するために、JTB九州社員が一丸となり、九州域内での宿泊販売目標の達成を目指す。

九州7県の個性的な魅力とともに、〝元気〟を発信していく。

JTBグローバルマーケティング&トラベル

深川三郎社長

業界全体のけん引役に

12年度の基本方針として、13年度のV字回復に向けて、経営改革、営業・事業強化を実践し、訪日インバウンドの機能特化型会社として、JTBグループのインバウンド事業の全体最適の役割を果たすことを基盤として、訪日インバウンド事業におけるリーディングカンパニーを目指して取り組んでいく。

改革の柱として、まず市場が大きく変化していく中で事業拡大に向け、インバウンド事業における成長分野の「MICE」「FIT」「ウェブ」「アジア」に対して、具体的な戦略の実行機能としてマーケティング部を新設した。アジアインバウンドの専門会社JTBエイティーシーと連携し、「名実共に訪日インバウンド事業のナンバーワン企業として、JTBグループばかりではなく業界全体のけん引役」を目指す。

訪日外客数全体の75%以上がアジア市場となっている現状から「アジア事業拡大策」は最重要課題として取り組むべき事項であり、ビジネス拡大に向けた具体的な実行計画を遂行できる体制を構築し、アジア・中国および欧米豪全市場での宿泊増売を展開する。

11年度、訪日インバウンド事業はかつて経験したことのない大打撃を受けたが、国家戦略として「国の成長戦略の柱」として期待される訪日インバウンド事業が成長事業になることは間違いないことであり、その中で取り扱い拡大に向けて成長し続けられる企業にしていくので、旅ホ連会員の皆さまのご支援、ご協力をお願いしたい。

JTB沖縄

宮島潤一社長

沖縄から新しいモデル提案

12年度の沖縄観光には2つの大きなキーワードがある。

1つには約129億円という沖縄県の観光予算である。昨年の約5倍、全国でも群を抜くこの予算は復帰40周年を機に新しい沖縄を作ろうという国の意思であり、それを観光の6次産業化を進めることでこたえようとする沖縄の意思である。

もう1つのキーワードは、本格的なLCC時代の到来である。成田や関空に拠点を置くこれらの航空会社が12年度には沖縄にその路線を拡大する時、われわれのビジネスモデルも大きく変わる。

実はJTB沖縄にはこの2つのキーワードに対応できる組織が既にある。JTB沖縄には地域交流、仕入企画、旅行営業の3つのカンパニーがあるが、DMC戦略を地道に積み上げた結果、地域交流カンパニーは1つ目のキーワードに十分こたえられる組織となっている。そして仕入企画カンパニーのMDグループはまさしくLCC時代に対応するための組織だ。

この2つの組織に加えてお客さま紹介運動の原動力となる旅行営業カンパニーも含めてJTB沖縄は224億円を超える宿泊券販売目標を達成させる。

復帰40周年という沖縄にとってたいへん重要な、そして転換の年となる12年度にJTB沖縄はますます地域交流を進め、沖縄から新しいビジネスモデルを提案していく予定だ。そのためにもJTB旅ホ連沖縄支部129施設の皆さまの強力なご支援を引き続きお願いしたい。

JTB法人東京

川村益之社長

事業領域拡大がミッション

昨年度は、未曾有の東日本大震災の影響によって、法人営業における旅行事業に対する顧客ニーズが大きく変化した年となった。

職場旅行やインセンティブ旅行などの観光性旅行の需要が減少する一方で、ミーティング・コンベンション、研修やプロモーション事業、およびCSRにかかわる事業、学校における教育旅行などは堅調に推移した。

以上のことからも、今後も変化し続ける顧客ニーズ・課題を的確にとらえ、顧客の課題解決につながるソリューションを提供することが必要である。

そのためには、日々変化していく市場環境を十分に分析、把握した上で、「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」を引き続き推進していくことが重要である。

今後も、旅行マーケットの変化に素早く対応し、顧客の価値創造をサポートすることで、旅行事業の強化並びに、事業領域の拡大を図っていくことが、我々のミッションである。

そのミッション達成のためにも、JTB旅ホ連会員の皆さまとの連携をより一層深め、多様化する顧客ニーズを的確にとらえ、顧客の期待を上回るサービスを提供することが求められていると言える。

そうした営業活動の実践により、常に顧客から選ばれ続け、「よきビジネスパートナー」と認めていただくためにも、皆さまにはさらなるご協力とご支援をお願いしたい。

JTB東海

森吉弘社長

需要吸収力の最大化を

JTB東海の中期経営計画も初年度を終え、東日本大震災に見舞われながらも「経営資源の最適配置によるシェアの拡大と利益の最大化」というビジョンを概ね達成することができた。12年度は、本中期計画の仕上げの年であり、「マーケット変化に順応可能な事業基盤の構築」を今年度のビジョンに掲げ、リテールビジネスの進化に向けた基盤の構築とそれを支える販売力の維持、拡大を目指す。

具体的には、定期的なメールマガジンの配信などのモバイル端末を活用したPUSH型の情報発信、ホームページによるPULL型情報発信、また、店舗そのものや隣接のイベントスペースなどを活用したリアルな情報発信を融合させ、各地域、各施設の魅力を、効果的にマーケットへ伝え、旅行需要そのものの喚起に努めていきたい。店頭、ウェブ、コールセンターを効果的に活用するクロスチャネルを推進し、お客さまの利便性を高めることで、需要吸収力の最大化も目指す。さらにCSや販売スキル、販売ノウハウなどのリアル店舗ならではの強みを高めると同時に、タブレット端末などの活用により、画像や動画など、より分かりやすくお客さまへ提案を行い、それによる成約率のアップ、最終的には販売拡大を実現し、旅ホ連の皆さまには貢献したい。旅ホ連の皆さまとは、今後もさらに連携を深め、販売サイドからの情報提供や旅ホ連の皆さまからのトレンド情報の提供など、相互に情報を共有しながら、しっかりとマーケットニーズをとらえていきたい。

i.JTB

今井敏行社長

施設、地域との共存を

i・JTBは、「JTBホームページ（JTBHP）」「るるぶトラベル」を中心に、「ヤフートラベル」などの提携サイトを含め、幅広くインターネットオンライン販売を行っている。

JTBHPにおいては、商品面では価格訴求型商品である「スペシャルプラン」を中心に引き続き販売を強化しつつ、品質を重視し施設の特徴やプランの付加価値を分かりやすく明示する商品として「JTBセレクト」を同時に強化していく。サイト面では、JTBHPのリニューアルを行い、「宿泊が買いやすく、使いやすいサイト」への改善を、12年5月から13年3月まで継続的に行う。また、急増しているスマートフォン市場へも積極的に取り組み、12年度は会員数200万人を目指し、CRMに基づくお客さまのリピート利用促進を図る。

るるぶトラベルにおいては、引き続きテレビCMなどの広告宣伝を強化し、サイトの認知と新規のお客さま拡大を図る。登録ユーザー数も11年の約1・5倍となる342万人への拡大を目指し、継続して利用してくれるお得意さまを拡大する各種施策を実施する。併せて、航空券、レンタカーとの組み合わせ販売やダイナミックパッケージ「るるぶトラベルツアー」の販売も強化する。

宿泊施設に対しては、JTB情報管理ツールの改善を継続して行うと共に、販売プラン数拡大に向けて営業体制を強化することにより、施設や地域との密着度を拡大し、皆さまと共に前進する「共存サイト」としての展開を目指す。

JTB関西

山田育史社長

店舗の優位性生かす

中期経営計画のビジョンとして「JTB関西の企業基盤づくり（CREATE NEW KANSAI）」に向け、力強い「店頭ビジネスモデル」を創り上げていくため、店頭営業の基本である「CSの向上」を徹底して行う。

当社の経営理念である「旅を通じて、感動・喜び・笑顔をすべての人々に提供する」応対こそが、JTB関西の誇れるブランドであるという認識のもと、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していく。

商品造成個所とは、マーケットの最前線で得るお客さまの情報を共有していくことで、製販一体となった販売体制を構築していく。

店舗では、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、宿泊施設の価値明示を行うとともに、その地域での旅の過ごし方の提案を行うことが店舗の優位性であり、実際の購買に結び付く取り組みと考えている。

店頭プロモーション「関西ジャック」の内容を充実させ、店頭ディスプレイによる地域・商品情報の発信を強化し、観光誘客の取り組みを推進する。併せて、店舗に配備したアイパッドを活用し、商品造成個所と店舗間のきめ細かな商品情報の流通を行うと共に、お客さま向け情報を宿泊販売に活用していく。

各旅ホ連会員の皆さまのご協力のもと現地研修や現地情報の提供など連携を強め、それらを通じて得た情報を活用し、社員のコンサルティング向上につなげることで、宿泊増売の推進を行っていく。

PTS

村山真実社長

「PTSならでは」目指す

店舗事業のPTSトラベルナビは12年度、首都圏57店舗での店頭営業に力を入れる。今期の事業計画は「PTSならでは」をキーワードとした成長戦略推進を掲げる中、百貨店店舗における富裕層戦略をさらに進め、またショッピングセンター店舗においては地域密着戦略の推進によりお客さまの生活導線に深く根ざす店頭営業を意識した営業を展開していく。

具体的には富裕層組織への媒体を活用した高質かつ付加価値の高い宿泊商品の販売に重点を置くとともに、出店先店舗の全国各地の物産展催事と連携した広告宣伝媒体の活用や、店内イベントスペースを活用した宿泊施設イベント販促などの国内旅行需要喚起策を積極的に取り組む。

また、国内宿泊需要喚起の新たなお客さま接点手法として、コールセンターとウェブ販売を連携、活用した営業に積極的に取り組んでいく。

前述の通り、店頭営業を中心とした当社においては、お客さま接点の拡大強化がいかに重要であるかは言うまでもなく、〝人財力〟向上を視野に入れた教育を積極的に行い、コンサルティングの充実によって情報発信の魅力度を充実し、お客さま満足度を一段と向上させていきたい。

今後もお客さまの声を大切にし、宿泊商品や情報の価値をさらに高めるよう、旅ホ連会員の皆さまにフィードバックを行うことを通じて、販売店としての役割を果たしていきたい。各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はじめとしてご支援ご協力をお願いしたい。

災害復興支援プラン　がんばっぺ茨城！　がんばっぺ五浦！
●1日3組限定 ●15名様以上の団体様対象
磯舟盛付

目光の唐揚実演付!!
これでなんと1名様 9,800円（サ込・税込・入湯税込）
この内200円を災害復興支援金として北茨城市へ寄付させていただきます。お客様のお金を被災地の復興に役立たせていただきます。
期間／平成24年7月末日まで（除外日：休前日、休日）
月曜日～金曜日を対象とさせていただきます。
五浦の5つのサービス!!
●お酒1本またはジュース1本付
●15名様以上カラオケサービス
●ちょびりプレゼント
●チェックアウト時に ウーロン茶1名様1缶サービス
●☺☺☺☺☺……のサービス
日帰り湯うっくすパック
（AM11時～PM2時・期間通年）2名様からご利用になれます。
〈お1人様料金〉
5,250円コース
6,300円コース
7,350円コース

（和食膳、室料、食前酒、入浴料、タオル、コーヒー全部入った得々パック）
日帰り入浴
昼食利用の場合……温泉入浴 800円
温泉入浴のみの場合……温泉入浴1000円
茨城県立公園　五浦温泉　政府登録国際観光旅館
五浦観光ホテル TEL.0293-46-1111㈹
【東京営業所】TEL.03-3847-5991㈹

入母屋造りの玄関、創業三百年の老舗。
大きな池を配した日本庭園を中心に、長年培ってきた旅館の風情と落ち着きを大切にしております
山形県あつみ温泉
たちばなや
〒999-7204　山形県鶴岡市湯温海丁3
TEL. 0235-43-2211　FAX. 0235-43-3681

ホテルニューアワジグループに
神戸ベイシェラトンホテル＆タワーズが
加わりました。
ホテルニューアワジグループの一員として
新たなスタートを切った神戸ベイシェラトン
ホテル＆タワーズは、今年開業20周年。
今後のシェラトンにどうぞご期待ください。
HOTEL NEW AWAJI GROUP
ホテルニューアワジ　淡路夢泉景　天原　夢海遊 淡路島
ホテルニューアワジ プラザ淡路島　琴平花壇　海のホテル 島花　潮の花 花季

客室：276室
レストラン＆バー：8店
宴会場：11会場（最大700名収容）
フィットネス：屋内プール、ジャグジー、エステサロン
Sheraton Kobe Bay HOTEL & TOWERS
658-0032
神戸市東灘区向洋町中2-13
Tel:078-857-7000
www.sheraton-kobe.co.jp