JTB旅ホ連特集

国内、訪日の新たな需要を創出

宿泊施設とウィンウィン

JTB取締役
旅行事業本部長
大谷　恭久氏

——12年度の国内旅行販売はどうだったか。

「国内宿泊という観点では、東京スカイツリー開業、東京ディズニーリゾート（TDR）の新アトラクション、東京駅リニューアルオープンなどにより、首都圏観光が好調だった。シニア層の旅行需要も拡大した。第1四半期は震災の反動や復興需要もあった」

「国内旅行の取扱額は約9200億円となり、6%増の見込み。内訳は企画商品が前年比6%増、るるぶトラベルを含む総合旅行が18%増、団体が5%増。いずれの数値も10年度対比でも100%を超えている。その結果、宿泊販売目標の3500億円は約3524億円で達成の見込みだ」

——取り組みとして力を入れたのは。

「11年度に着手した国内旅行構造改革にそって、商品革新、パンフレット改革、仕入MD改革を進めてきた。ウェブ販売は『るるぶトラベル』を中心に、販売拡大に努めた。JTB旅ホ連には継続して『4つのお願い』にご協力をいただいた」

「『日本の旬』は上期に瀬戸内・山陰、下期に関東で取り組んだほか、東北復興特別企画として『杜の賑い　福島』を開催した。四国こんぴら歌舞伎の坂東玉三郎特別記念公演、100周年記念としてJR岩手DCと連動した団臨列車ツアーや、厳島神社の野村万作・野村萬斎『宮島狂言』、京都醍醐寺の宮内庁雅楽公演などの集中販売にも取り組んだ」

——インバウンドは。

「国際旅行は51%増、340億円と復活の兆しが見えてきた。取扱額は10年には及ばないが、今年は確実に超えるだろう。東南アジアが好調で、欧米も戻ってきている。中国、韓国はFITが徐々に戻ってきているが、回復までは少し時間がかかると見ている」

——経営計画「2020年ビジョン」をどう進める。

「2020年ビジョンでは、『アジア市場における圧倒的なナンバーワンポジションを確立し、長期的、安定的、持続的な成長を可能とする基盤を完成させる』を掲げる。どういう手を打つか。それは『日本国内市場における需要創造とシェア拡大、販売拡大』『交流文化事業、地域交流事業の完成と事業領域の拡大、新たな需要創造』『訪日インバウンドを含めたグローバル事業の拡大』の三つだ。主戦場はアジアにまで広げる。13年度は2020年ビジョンのマイルストーンとして足元を固めながら、将来に向けた改革をする3カ年の中期経営計画の初年度。重要な1年だ。緊張感を持って取り組みたい」

「20年には15歳以上65歳未満の生産年齢人口が現在の8400万人から6300万人に減る。国内市場は、既存マーケットの深耕拡大でシェア拡大を図ると同時に、新たな旅行需要を創出する必要がある。シェア拡大だけでは旅館・ホテルなどの皆さまとウィンウィンの関係にはならない。訪日インバウンドを含めた新たな需要開拓が大事だ。交流人口を拡大させること、また、単価アップ、宿泊の泊数を増やすための創意工夫も必要。ぶれない戦略と地道な努力が大事だ」

——今年度の国内旅行市場をどう予測する。

「個人旅行需要は明らかに株高と景気改善の効果が出ていて、消費マインドが上昇している。特にシニア層、富裕層の旅行需要が活性化している。夏場はボーナスの上積みも期待できるので、今後、ファミリー層、OL層が動き出すだろう。円安で輸出の基幹産業を中心に業績が上向いているので、法人需要は上期から下期にかけて拡大基調にある。これを確実につかまえる」

「首都圏はTDRの30周年、スカイツリー効果が持続する。伊勢神宮の式年遷宮、出雲大社の平成の大遷宮もあるし、下期に展開する『日本の旬　富士のくに』も世界遺産登録で盛り上がるだろう。領土問題により近場の海外旅行の一部が国内にシフトすることも想定される。国内は好調に推移するだろう。ただし、下期は円安による物価上昇や消費税増税が控えているので、不確定要素が多い」

——国内旅行販売の取り組み方針は。

「2020年ビジョンに据えている、国内旅行改革を推進する。ポイントは、国内商品改革、ウェブ販売拡大、着地型事業の完成、訪日インバウンド拡大、新たな事業領域拡大と需要創出などだが、軸になるのは『商品改革』だ。完成をさらに加速させるために組織改編をして、新たな『国内商品事業本部』を発足させた」

——国内商品事業本部の設置で、何が変わる。

「全国の仕入・造成部門、発、受けを一元化した。これにより、マーケットにスピーディに対応して、かつ『お客さま目線』という原点を忘れずに、改革を断行する。仕入改革、商品改革、パンフレット改革の三つをスピードアップさせる。中質の良い商品をしっかり品定めし購入する傾向が見受けられる。シニア層のニーズをしっかりと受け止め、単価アップにつながる付加価値の高い商品を造成していきたい」

——インバウンドの今年の取り組みは。

「発受け一体での団体・MICE強化に加えて、個人旅行・FIT対応を強化する。具体的には『ジャパニカン』の販売拡大やサンライズ商品に加え、アジア市場を意識した多言語対応商品『エクスペリエンスジャパン』などの着地商品を強化する」

——夏旅の取り組みは。

「5月下旬から7月にかけて『るるぶトラベル販促キャンペーン』を実施するとともに、3大都市でテレビCMを行う。夏旅については、全国の店頭やウェブのあらゆるチャネルを活用しエースを中心とした販促を強化するとともに、武井咲さんを使ったテレビCMを全国7地域で展開する」

「上期展開中の『日本の旬　北海道』の販売強化をはじめ、最大のマーケットとなる夏旅商戦で増売を図るとともに、下期の仕掛けを作り、今年度も宿泊販売目標を達成できるよう、全社一丸となって取り組む」

昨年3月に創立100周年を迎え、今年1月には「2020年ビジョン」を発表したJTB。20年までの経営計画がスタートする13年度、国内旅行販売をどう進めるのか。取締役旅行事業本部長の大谷恭久氏に聞いた。グループ本社執行役員（国内旅行政策・着地型事業統括）旅行事業本部副本部長の池田浩氏には宿泊増売と着地型事業について語ってもらった。（聞き手・板津昌義）

宿泊目標3600億円、突き抜ける

JTBグループ本社執行役員
旅行事業本部副本部長
池田　浩氏

——12年度の宿泊販売目標だった3500億円の達成が濃厚な状況だ。

「約3524億円で達成の見込みだ。目標達成は、リーマンショック前の2007年度以来5年ぶり。基幹商品でボリュームの大きいエースが7%増だった。加えて店頭とウェブ両方で販売している手配旅行が16%、ウェブ専用商品のるるぶトラベルが25%伸びた。法人営業のMICE関連も貢献した」

「方面で一番好調だったのは東京。TDRや東京スカイツリーの人気が大きい。大河ドラマ『平清盛』の広島、宮島も好調で、東北の旅行も戻ってきた。全般的には好調だった」

「課題もある。地域により、また旅館とホテルにより強弱があること。個人旅行、ビジネス、MICE、訪日インバウンド部門でホテル系は好調だった。今年度は、商品改革を継続推進すると共に、店頭、ウェブ、法人営業、訪日インバウンドの総合力で、旅館もさらなる増売を実現したい」

——13年度の目標は。

「3600億円とした。3500億円に対し3%増という目標だ。今年4月から3カ年中期経営計画がスタートしたが、今計画中の15年度には大きな目標である4千億円の達成を目指している。そのためにも3600億円を突き抜けることができるように、積極的に攻めていく。今のところ、上期は良いスタートとなっている」

——3600億円達成のための手立ては。

「まずはエース商品。国内商品改革の一環でパンフレットを赤色に統一した付加価値型商品（赤パンフ）のブランド力向上を目指す。『赤パンフ』『華やぎ』『優雅』などが売れており、第1四半期は単価も600円上がった。単価アップは旅ホ連との共通目標だ。良い内容のものをお客さま目線で、お客さまに分かりやすく表現していきたい」

「早期申し込みも期待されている。今年度も華やぎ、優雅の早期予約特典を継続し、高品質商品の早期申し込みを仕掛けていきたい。昨年度から設定期間を土日、平日、繁忙期、閑散期別に自由に設定できるしくみとした。双方で話し合って決めていく」

「るるぶトラベルは、自販サイトが伸びているが、今年度は提携販売も強化する。最たるものがヤフーだが、ヤフー以外にも提携して販売チャネルを増やしていく。引き続きプラン登録にご協力をいただきたい」

「訪日インバウンドは、国の政策でもあり、マーケット自体も拡大していく重要な部門だ。在外拠点と国内の発受け連携、国内各社相互の連携、また国内商品事業部や地域の皆さまとの連携により、チームJTBとして取り組んでいく。団体やMICEの誘致と共に、FITやウェブの取り組みも強化していく」

——JTB旅ホ連との取り組みで力を入れていくことは。

「お客さまは2極化の傾向が顕著だ。品質重視付加価値型商品を購買するお客さまと、価格訴求型商品を購買するお客さま。当然マーケットに正対し両方に取り組んでいくが、お客さま満足度向上と単価アップの実現のために、品質重視付加価値型商品をさらに充実させていく」

「引き続き『4つのお願い』に協力をいただきたい。エース赤パンフ、華やぎ、優雅や品質重視型手配旅行『JTBセレクト』の企画へのご協力と、るるぶトラベルへのご協力。そして、地域の魅力発信のための、JTBホームページ『新旅百話』への投稿をお願いしたい」

——宿泊増売連絡会議は支部主催から支部と商品事業部の共催になった。

着地型で地域の魅力発信

「会議の内容を充実させる必要がある。旅館・ホテルの皆さまに価値あるものにしなければならない。JTB総研、観光戦略室、国内商品事業部の中で、データや知見も徐々にではあるが整備されてきた。支部の皆さまと話し合い、宿泊増売につながる価値ある内容に変えていきたい」

——執行役員として、4月から新たに「着地型事業統括」の担当になった。

「着地型事業を強化する最大の狙いは、新たな需要の創造だ。国の政策でもある『国内外の交流人口の拡大』のため、地域の皆さまと共に地域の魅力ある素材を世に出していく。国内旅行の魅力、日本の魅力を発信していきたい」

——着地型商品が事業普及しない理由は。

「『これからは着地型商品だ』と言われて5年位が経つが、やっと成功例も出てきた。すぐにお客さまがたくさん来てくれるとか、すぐにビジネスになるとかを期待せず、地道な努力が必要なのだと思う」

——JTBでは具体的にどう進めていく。

「三つのコンテンツを全国的に広げていく。一つ目は、『ニッポンを支えるモノづくりの心　東大阪の町工場見学体験』に代表される『地恵のたび』。現在、全国で48プランを紹介している。二つ目は、その道の専門家が感動魅力人としてガイドをしてくれる『感動魅力人』だ。『日本の旬　愛知・岐阜・三重』で誕生したコンテンツだが、再強化していく。三つ目が、日本の旬北海道の目玉として北海道の皆さまと共に作り上げている『感動の瞬間（とき）100選』。この景色、この瞬間を感じるために、その土地を訪れたいと思わせるもの。これは今までの常識を打ち破ることから始まっている。『天気が悪いと見られないからクレームになる』『朝4時にホテルを出発するのは非常識』『大人数で訪れる整備がされていない』などなどの考えを払拭し、とにかくお客さまに感動していただける『瞬間』を集めて紹介する。見られなかったら、もう1泊したり、翌年来ていただけるような特別な光景、瞬間を探している」

——観光開発プロデューサーの職種も作った。

「国内旅行の新たな需要を創造するために、地元の皆さまと共に、魅力ある地域づくりを推進する役割だ。全国の地域事業会社に14人を配置した。各国内商品事業部とも連携して交流人口の拡大に努める」

JTB商事が長年お送りしてきた「客室用アメニティ」。　この度、満を持してのフルモデルチェンジ！

新シリーズ誕生

遂に、魅惑のリニューアル！

JTB商事の自信作！

KIZUNA

宿泊客様と施設様の「絆」をイメージしたデザインです。婚礼の場でも使用される日本伝統の柄をあしらいました。

価格、品質、デザイン性、そして空間へのふさわしさ。アメニティに求めるものは十人十色、どれも正解です。

「今ならば、そのすべてに満足していただける商品を作ることができる。」

お客様という財産を大切に抱えての、平坦ではない長い旅。やっと辿りついた境地で、私どもはついにこのシリーズを完成させました。

アメニティのつわものが目指したのは「粋な計らい」、

PALETTE

女性がメイクアップをするかのように施設アメニティを利用してもらいたい。そんな願いを込めた、軽やかで斬新なデザインです。

これは、最高傑作です。

モーション MOTION

旅行の楽しさ、また弾む気持ちをイメージしたデザインです。クリアな包材ですので、どなたにも中身がはっきりわかります。

レジェンド LEGEND

これまでの遺伝子を引き継ぐデザインです。受け継がれ、淘汰され、時代の変遷を経て。この度、生まれ変わっての再登場となりました。

感動のそばに、いつも。　JTB商事　東京都文京区関口1-44-10　JTB商事ビル6F　〒112-8690　TEL.03(3513)3520　FAX.03(3513)3610　http://www.jtbtrading.co.jp/

1台の端末で 銀聯カード、デビットカードにも対応

Debit&Credit Processing Service（シーレックス）
C-REX はこれからも観光業を強力にサポートします。
JTB

コンパクト設計！

ICクレジットカード対応！

C-REX なら

- ICクレジットカードの決済ができるので安全・安心
- 設置場所を選ばないコンパクト設計
- クレジット一括加盟店決済サービスにより手数料もお得！
- 1台の端末で「銀聯（ぎんれん）カード」も利用可能
- 「デビットカードサービス」にも対応できます
- ご好評いただいている「売上データ照会サービス」もスピードアップ

お問い合わせは

JTB C-REXセンター 03-5796-5100　または　JTB旅連事業 03-3834-7051

新規申込は、JTB商事 03-3513-3520

ご案内：ご利用にあたり、端末利用料月額1,500円（税別）／1台が必要となります。
（ただし、クレジット一括加盟店決済サービスの利用が一定額を超えると無料となります）

JTB C-REX