JRグループ発足30年

JRグループが発足30年を迎えた。地域密着の企業として、住民の普段の生活に欠かせない貴重な足の役割を果たすと共に、観光列車の運転や地域開発など、自社エリアへの観光客誘致に地域一体で取り組んでいる。ここでは会社と共に30周年を迎えたJRグループ協定旅館ホテル連盟（JR旅ホ連）の今年度通常総会で述べられたJR旅客6社の30年の歩みと今度の事業方針、旅ホ連との連携策について、その要旨を紹介する。（特集3～5面）

次の30年へ、旅ホ連と共に地域活性化

JR北海道　鉄道事業本部 営業部長　萩原国彦氏

このたびは、JR旅ホ連30周年、誠におめでとうございます。ただいま、ご紹介いただきました。JR北海道営業部長の萩原でございます。

おかげさまで昨年は北海道新幹線が開業。皆さまの多くの応援をいただきました。

一方、8月には台風被害で4カ月、札幌と帯広、釧路を結ぶ特急が止まりました。その間、北海道内のJR旅ホ連の会員さまにもご迷惑をおかけしましたが、全国の皆さまからさまざまな励まし、ご助力をいただいたところでございます。

また7月から9月は青森県と函館におけるデスティネーションキャンペーン（DC）が開かれ、多くのお客さまをこのエリアに送っていただきました。

今年につきましては、新幹線2年目ということでスタートをさせていただきました。

おかげさまで本州など道外からのお客さま、そしてインバウンドの動きが顕著です。この動きを一過性にせず、しっかりと続けられるよう努めてまいりたいと思います。

JR北海道として、この30年を振り返りますと、最初の10年間は、旅行業をどのようにやっていくかについて、旅館・ホテルの皆さまからも助言をいただきながら進めてまいりました。皆さまそれぞれの経営で培われた経験をもとに、「こうしたらいいよ」「こういうふうに見ていったらどうだろう」と提言をいただきながら、皆さまと一緒になって作り上げてきた10年だったと思います。

そしてその次の10年は、海外も含めて旅行業のさらなる発展に向けて取り組んでまいりました。旅ホ連の皆さまと共に海外視察へ出掛けるなど、さまざまな場面で協力をいただきました。

そして直近の10年です。宿のネット直販化、あるいは航空会社のさまざまな施策の変更がありますし、また当社に限って申しますと、車両や施設の老朽化によって、会社自体を大きく変革させなければならない時代に入りました。そういう意味で直近の10年は、まさに変革の10年だと認識しているところです。

私どもとしては、先輩の皆さまが築きあげていただいたこの30年の歴史を受け継ぎ新幹線、そしてインバウンド施策を柱に、しっかりと経営の変革に努めてまいりたいと考えております。

そして地域の観光を担っている皆さまと一緒になって、手を携えて、地域の観光開発、北海道の魅力づくりをさらに進めてまいりたいと考えております。

新幹線の取り組みとして、各旅行会社の団体型商品は、開業して1年が経過し販売座席数も落ち着いてきましたが、個人型商品においては、一過性の開業ブームで終わらない継続的な商品設定に向け情報発信のため、一つは従来より旅行会社向けの商品説明会を年2回東京・大阪・名古屋・福岡・仙台と開催しておりますのでこの説明会を通じ観光素材の発掘、磨きをかけて提供していくこと。二つ目として北関東・東北から北海道、北海道から東北・北関東の修学旅行獲得に向けPR活動を行ってまいります。

また、LCCとタイアップした帯広・釧路方面の切符を発売し、今年度は、稚内方面へのLCC切符を新規で発売したところです。稚内方面にも関空、あるいは成田からのお客さまを誘導し、さらに北海道全体へと動いていただく仕組みを考えていきたいと思っております。

インバウンドの受け入れ体制整備も、地域の皆さまと一緒になって進めてまいりたいと考えております。

特にFITは、鉄道と親和性が高いと感じています。

弊社では、「北海道レールパス」というFIT向けの商品を発売しておりますが、発売枚数は、平成23年の発売以降、毎年、前年を上回っております。この鉄道を利用している方々を皆さまの地域へ動いていただける仕掛けを進めていきたいと考えており、旅ホ連活動の中で、その情報交換。どうすれば地域でインバウンドを多く受け入れられるようになるかについて、一緒になって考えていければと思います。

最後になりますが、JR旅ホ連北海道地域本部の初代会長が、もう亡くなられましたが、川湯温泉・御園ホテルの根津文男さんでした。私も何度か直接、いろいろとご指導をいただく機会がございました。

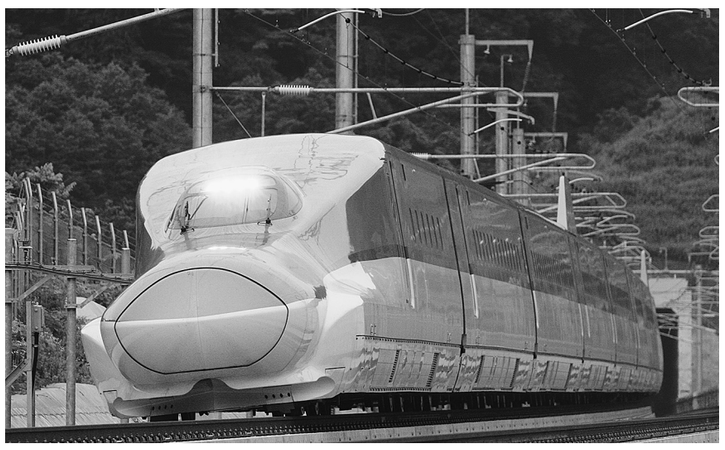
日観連（日本観光旅館連盟）、JR等で、なぜ旅連活動に関わっているのか、というお話をうかがったことがあります。その時、「鉄道員というのは非常に真面目である。誠実である。個人だけではなく、組織としても、地域と一緒になって、地域に寄り添って考えてくれる。そこが気に入っているんだ」とお言葉をいただきました。

私どもはこれから、地域の皆さまと一緒になって、地域創生をしていかなければなりません。

30年のこの節目に、この根津さんのお言葉をもう一度かみしめて、旅ホ連の皆さまと共にしっかりと、北海道の地域創生に関わってまいりたいと思います。

今後とも関係の皆さまから引き続き、ご指導、ご支援をお願い申し上げ、ごあいさつとさせていただきます。

新幹線開業、ブームを継続へ 経営変革、地域創生取り組む



新幹線H5系

スーパーとかち

JR東日本　執行役員鉄道事業本部営業部長　根本英紀氏

（6月23日付で執行役員人事部長）

30年前にJRが発足し、それぞれの会社が旅行業をやろうとした時、まだ右も左も分からぬわれわれに多くのご支援をいただき、共に歩んでこられた、旅ホ連の皆さまのご恩は何物にも代えがたいと思っております。

当社管内ではこの30年で、新幹線のネットワークも広がってまいりました。山形、秋田、長野、東北。そして直近の北陸、北海道。移動時間が短くなり、旅行のバリアも下がってきました。それを踏まえてさまざまな方面にお客さまをお送りしようと、取り組んでまいりました。

旅ホ連の皆さまと、いろいろと成果を上げることができたと思います。各地の観光は30年前と比べて、かなりレベルアップしてきたと感じております。

JRグループが地域の皆さまと取り組むデスティネーションキャンペーン（DC）。これも昔と比べて様変わりしております。以前は観光関係者だけの、あるいは3カ月間だけのキャンペーンだったかと思いますが、今はさまざまな産業や行政が積極的に関わり、そして何よりもそこに住まう地域の人々が一緒になっておもてなしをする。まさに運動としての広がりを見せているのだと思います。

また3カ月間だけでなく、その前の準備、あるいは終わってからのさらなるレベルアップへの取り組み。中期レンジで観光を盛り上げよう、レベルを上げていこう、という取り組みに昇華できたと思います。

鉄道会社の観光事業における強みと申しますと、一つは発地を持っていること。それぞれたくさんの駅がございます。そこで観光のさまざまな魅力をアピールできます。

二つ目は鉄道のネットワーク。これによりお客さまをさまざまな場所にお連れできます。

そして三つ目は、これが一番大事かと思いますが、各地域に支社があり、そして駅がある、ということで、着地側で地域の皆さまと観光開発に取り組む体制を構築できていること。

この三つの強みをこれからも生かしてまいりたいと思います。

ただ、ご承知のように、観光を取り巻く環境が変化しております。われわれも強みを生かしつつも、変えていかなければならない部分があります。

強みを生かし観光事業推進 2020年、そしてその後へ―

リアル店舗からウエブへという旅行業の流れは、もはや不可逆的なものとなっております。ウエブについてもわれわれは、しっかりとした仕組みづくりをしたいと思います。

ただOTAと同じことをするのではなく、先ほど申し上げた三つの強み。駅での情報発信やレールとの組み合わせ、着地のさまざまな観光開発。これらによって、よりお客さまに選んでいただける商品を作ってまいりたいと思います。

お客さまの志向もずいぶん変わってきました。よく言われることですが、モノからコトへの消費の変化があります。

5月1日、「TRAIN SUITE（トランスイート）四季島」というクルーズトレインの運行を始めました。

豪華な列車だとか、ツアー代金がいいお値段だ、というところがクローズアップされています。

ただ、実際にご利用いただいたお客さまにお話を聞きますと、もちろん列車にもご満足をいただいているわけですが、それだけではありません。

お客さまに喜んでいただいている点は、一つは列車を降りて巡る、各地の観光ツアー。限定感のある魅力的なツアー。

もう一つは、車内でお客さまをアテンドするクルーの対応です。クルーがお客さまの素振り、お話から、「今、お客さまはどんなことを求めていらっしゃるんだろう」「何をお考えなんだろう」。そういったことを上手にくみ取って接客に当たる。その点について、高い評価をいただいています。

これからの商品作りで、ヒントになることが含まれていると思います。価格や利便性も大事ですが、その土地ならではの良さであるとか、人とのつながり。そういったものをお客さまは求めているのではないでしょうか。

最近、親子で体験をしていただくメニューを組み込んだ「プレテミーナ」というブランドのツアーを発売しました。これもその土地ならではの、地域の皆さまと一緒に作った体験メニューをふんだんに盛り込んでいます。

まだ小さな一歩ですが、このような取り組みをどんどん広げ、各地の観光がさらに盛り上がるように努めてまいります。

インバウンドをはじめ、観光を取り巻く環境の変化は本当にめまぐるしいです。われわれはしっかりとキャッチアップをしていかなければなりません。そういう意味で今回、本社と支社の観光推進体制を強化しようと考えております。

既存の部隊に加えて、中期的な戦略をしっかりと持って、地域の方々と共に観光のレベルアップを図れるような体制増強を進め、2020年のオリンピック・パラリンピック、そしてその後を目指して取り組んでまいりたいと思います。

TRAIN SUITE四季島

TRAIN SUITE四季島（展望車）

●JRグループ協定旅館ホテル連盟創立30周年特集