日本旅行と日旅連　120年の思いを胸に、次なる連携へ

日旅連総会特集

3～8面

日本旅行協定旅館ホテル連盟（日旅連）の通常総会が3月5日、滋賀県大津市の琵琶湖グランドホテルで開かれる。日本旅行が今年、創業120周年の節目を迎え、その創業者、南新助氏の出身地であり、会社の創業地である同県での、創業時に思いをはせる総会となる。メモリアルイヤーとなる今年、会社と旅連はどう連携して国内旅行と宿泊を増売するのか。小谷野悦光社長、白石武博会長（沖縄県・カヌチャベイリゾート社長）に語っていただいた。（東京の日本旅行本社で）

日本旅行協定旅館ホテル連盟会長

白石　武博氏

新たな市場開拓へ共にチャレンジ

――（司会＝本社・森田淳）昨年の国内旅行と自社の振り返りを。

小谷野　まず、触れなければならないのが年初の能登半島地震。多くの方が現地でお泊まりになっていたが、的確な避難誘導がなされ、幸い当社の取り扱いにおいては人的な被害がほとんどなかった。旅館・ホテルの方々の日頃の訓練の賜物だと思う。一方で、われわれ社員の住居や実家もあり、家族が避難生活を一時余儀なくされたケースもあった。

さらに8月には南海トラフ地震に関する臨時情報の発出、9月には能登半島の被災地に追い打ちをかける集中豪雨。夏の暑さも尋常でなく、自然との向き合い方を変えなければならないと強く感じた1年だった。

また、われわれの業界を取り巻く環境は、こうした自然災害だけではない。世界的な経済の動きにも大きく影響を受ける。長く続く円安により海外旅行需要がコロナ前に戻るということはなく、パスポート保有者数も伸び悩んでいる。一方で、インバウンドは過去最高の入国者数・消費額を記録した。この需要を取り込むべく、観光地の入場料の二重価格の設定やオーバーツーリズムに関する議論が記憶に新しい。

会社としては、一昨年に起こしたコンプライアンスの問題について、相当な対策を講じた。コロナ禍を経て、次の段階へ飛躍を遂げるために、研修を含め社員の理解を深め、二度と同じ過ちを起こさないための具体的な取り組みを進めた年だったと捉えている。

同時に、「顧客と地域のソリューション企業グループ」の企業ビジョンのもと、地域課題の解決に注力してきた。2022年から自治体・地域との連携協定の締結を加速させており、昨年も福井県、長野県茅野市、三重県いなべ市、静岡県湖西市、石川県中能登町の5地域と連携協定を締結した。地域の皆さんとともに課題に向き合うことで、地域経済の活性化に貢献していく。

白石　コロナが明けた2023年、お客さまが急回復したのだが、当社では受け入れ態勢を整えきれずにバタバタしたところがあった。24年はまず、それを組み立て直した。

そして年初の能登での地震。危機管理について、改めて考え直す1年となった。

南海トラフの臨時情報は、付近の地域だけではなく、西日本一帯に大きな影響を与えた。お客さまを相当失ってしまった。地震の予知は難しいのだが、起きてしまうとわれわれの商売にも大きな影響を及ぼす。

日本旅行も夏の販売をかなり落としたという。風評被害と言われるが、そのような簡単な言葉で片付けられない。情報の発出の仕方について、しっかりと研究をしていただきたいと考える。

われわれ日旅連は、正副会長会議を北陸で開催するなど、まずみんなで訪問し見舞われている。

旅はもはや人々にとって必要不可欠といえるが、その時、その場所でなければいけない、というものでは必ずしもない。危機が顕在化すると、その場所から意識も足も遠のいてしまう。旅はリスクに弱いという特性がある。

危機はいつ起きるか分からない。危機管理体制を、個々の施設も旅連も会社も、真剣に考えなければならない。

夏の暑さが尋常でなく、夏休みだから家族で旅行に行く、という歳時記的な動きがとりにくくなった。従来の経験則的なやり方が通用しなくなった。新たな動きに合わせて、受け入れの仕方も再設定をしていかなければならない。

昨年は毎月300万人と、インバウンドが相当動いた。今、日本が割安という意識が世界のスタンダードで、当然、受け入れ側も値段を上げることになるが、その動きに日本人のお客さまがついてこられないという問題もある。

昨年のインバウンドが3678万人。小泉首相が1千万人を目指すと言ってから、だいぶ時間がたって達成したのだが、今は3千万人を超えて、絵空事といわれていた4千万人がもう目の前だ。

世界には80億人の人口がいる。この大きなマーケットを取り込むために国を挙げて取り組み、この数字になったが、片や一極集中の問題も発生している。4千万人から、当面の目標の6千万人にするということは、受け入れ側に今までの1・5倍の負荷がかかることになる。

沖縄は空港周辺でレンタカーによる渋滞が起き、住民の生活に支障をきたすという問題が起きている。

訪日客を全国の津々浦々に分散させることが喫緊の課題だ。

旅連と共に次の時代へ新中計策定

小谷野　沖縄では、その地理的な位置関係や観光産業の占める割合の大きさから、全国で起こり得る課題が先行して表面化するように思う。白石さんに会長になっていただいたことで、われわれだけでは見られなかったこれらの問題が可視化され、今後の取り組みに生かせるということは非常に意義深い。

お客さまも多様化し、お客さまごとにさまざまな要望がある。割高だが付加価値を求める方から、閑散期などを選び、できる限りお値打ちな方法を探すお客さまもいる。混雑や人手不足など、旅館・ホテルの皆さま、施設の皆さまの状況を考慮して、お客さまの要望とうまくマッチさせる必要がある。そのコントロールの機能を磨き上げることが、今後のモデルケースとなる取り組みとなった。

この事業モデルは、秋、「森の芸術祭　晴れの国・岡山」の開催に合わせて県北の津山市でも実施し好評を頂いた。

実現した連携は地域とだけではない。「グリーンジャーニー」という、環境に優しい旅の提案を日産自動車と、貨物を含めたJR7社などとの連携で取り組み始めた。まずは伊勢志摩と熊本の2地域で商品化をしたが、ほかの地域にも今後スポットを当てて取り組むお客さまを意識した店舗にリニューアルし、京都に限らず、日本全国の観光を知っていただくための機能を追加した。もちろん、地域のプロモーションに限らず、われわれの販売に結び付ける取り組みも必要で、今後は各エリアの高付加価値なインバウンド向け商品を販売する予定だ。

白石　コロナ禍で苦しい状況の中、会社は旅行以外の別の形で生きていかざるを得なかった。そのため私が会長就任して2年目の昨年は、コロナ禍が明けて、われわれには必要だ。

白石　去年のREN－CUP（連盟と会社の親睦ゴルフ大会）は旅連とともに、観光施設と運輸の方々にも初めて参加をいただき、福岡県の糸島で開催した。

旅を作るにはわれわれ宿泊施設だけではなく、旅行会社、観光・土産施設、運輸と、さまざまな方々と連携をしなければならない。そんなメッセージを込めて、初めて拡大型で行った。皆が目線を一つに合わせて前へ進めたことが昨年は大きな成果だった。

小谷野　先に述べた自治体・地域との包括連携しかり、地域を活性化させるために、業種・業態を超えた連携は改めて重要だと考えている。令和6年能登半島地震の後、3月には北陸は新幹線の敦賀延伸があった。それに合わせてわれわれは風評被害対策として、効果が見込めると思われることを最大限やった。特に福井県と、われわれの親会社でもあるJR西日本とは多面的な連携で多岐にわたる事業を行った。全国の高校生を福井へ招待し、地元の高校生とともに開催した地域について考えるシンポジウムも盛況だった。地域の課題解決という意味で予定だ。

昨年はインバウンド事業に関しても強化を進めた。ヨーロッパでの国際交流イベント「ジャパンウィーク」は、今までのアウトバウンド事業から、インバウンド誘致という側面も一昨年のスペイン開催から打ち出し、昨年のフランスでも一層双方向交流イベントであることを明確にした。

JR京都駅にあるT-iS京都支店は、インバウンドの課題解決という意味で「とにかくまず会おう」と、切れかかっていた会員と会社のコミュニケーションを復活させようということに最も力を入れた。

それに続いて実際の売り上げに結び付く行動を一つ一つ具体的に、営業推進委員会（営推）の皆さんを中心に積み重ねていった。

営推の皆さんは宿泊券の増売に燃えている人たちばかりだ。その行動範囲を広げることにわれわれは尽力した。

旅連と会社が共同宣言をしたSDGs達成への取り組みには、営推で特に力を入れた。

法人需要創造、個人需要創造の各委員会では、新たな商品をアウトプットした。世界の恵まれない子供たちに食事を提供する資金として、代金の一部を寄付する団体向け商品などを利用し、31の企業や学校から受注ができた。これはさらに横展開していきたい。

訪日需要創造委員会は、インバウンド向け商品「レッドバルーン」について、さらに付加価値を付けて販売を強化した。

インバウンドに関しては、私は海外3事業と呼んでいるのだが、先ほどのジャパンウィークと台湾での観光物産博・商談会、昨年から日旅連としても参加するようになったバンコクでのジャパンエキスポ、それぞれが貴重な経験となった。

これから国内マーケットが漸減していく中で、新たなマーケットが必要だ。その開拓へのチャレンジがこれら3事業だ。われわれの最大の課題である宿泊券の増売に向けて、プロモーション活動を今後もさらに進めていく。

国内での活動に関しては、日本旅行の社員との商談会「ワークショップ」を東日本、西日本の両地域で行っている。昨年は東日本で79施設、256人、西日本でも79施設、140人の会員に参加をいただいた。連盟側と会社側、双方から好評のため、それ以外の地域で行うことも含めて、さらに強化をしていきたい。

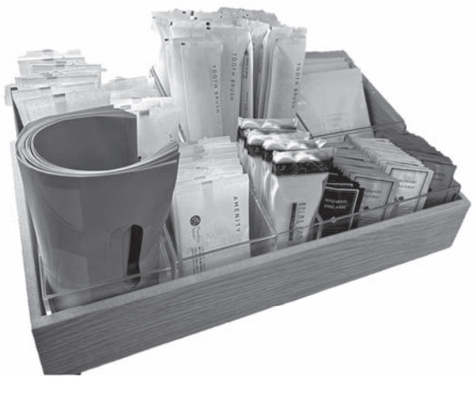
日本旅行代表取締役社長

小谷野　悦光氏

4面に続く

㈱日旅産業は環境変化に対応し、お客様目線のニーズに応えた快適で、安心・安全な商品提案をしています。SDGsへ積極的に取り組んでいます。

食用外の古米や工業米、紙、藁、コーンスターチなどの生物由来資源（バイオマス）を使いプラスチックの使用量を抑えた業界初のアメニティシリーズ

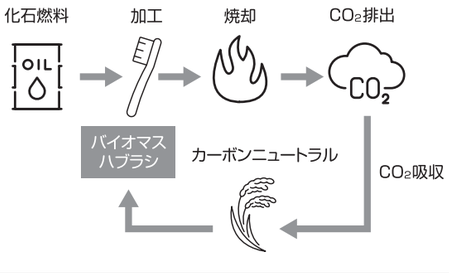


お米を使うことのメリット

100%国産の食品に適さない古米、米菓メーカーなどで発生する破砕米など、飼料としても処理されず廃棄されてしまうお米を有効活用するため産廃費用を削減し工作放棄地を減らし日本の農業を支えます。

カーボンニュートラルによるCO2削減

バイオマス原料となるお米は成長するときに光合成によりCO2を吸収しています。そのためバイオマス原料をつかってつくられた商品を焼却しても大気中のCO2増減に影響を与えないという考え方です。



お客様の満足度アップへのサポート
・SDGs取り組みのご提案
・室内・室外機など空調機器のご提案
・美容家電などのご提案
・畳新調（表替え）工事のご提案

安心・安全の為のサポート
・衛生商品のご提案
・客室消臭のご提案
・喫煙ブース設置のご提案
・災害時における備えのご提案

集客力アップの為のサポート
・人手不足解消を目的とした商品のご提案
・経費削減を目的とした商品のご提案
・Wi-Fi設置・再構築のご提案
・家具類・料飲用品の塗り直しのご提案

お問い合わせ・資料のご請求は

日本旅行 NIPPON TRAVEL AGENCY　お客様目線で　お客様のためのソリューションパートナー　日旅産業

■オペレーションセンター
0120-038-900　FAX 0120-035-850
0120-062-720　FAX 0120-066-850（京阪神・和歌山地区）