

日旅OMC、今年度売上高277億円目標 出店拡大し過去最高を見込む

日本旅行オーエムシー(OMC)トラベルは、07年(07年1月~12月)の売り上げで前年比1.6%増・277億4000万円を目指す。04年9月の営業開始以降、全店舗共有のデータベースに基づいた店頭での商品販売戦略を進めたほか、売れ筋商品の見極めや商品知識拡充を目的とした社員教育を徹底し、販売力強化を図ってきた。07年度は従来の施策を踏襲しつつも、新規に5軒出店するなど62軒の店舗ネットワークを構築、過去最高の売り上げを見込む。

一方、商品群では現状35%となる日本旅行の商品のインスタシアを、09年に50%に拡大していく計画。ただ、「基本的には売り上げを増やすことが最優先事項のため、日本旅行の商品も売れ筋を見極めながら店頭での配置を調節していく」(旅行事業本部・徳山好一企画部担当部長)という。

PTSTラベルナビが14店舗閉鎖 拠点拡大から利益確保へ方針変更

PTS子会社で店舗事業を行うPTSTラベルナビは、全国で展開する184店舗のうち赤字店舗を含む14店舗を5月末までに閉鎖する。従来の店舗拡大から収益確保へと経営方針を変更したため、従業員数は1店舗当たり3人から4人に増やして黒字店舗の利益拡大に注力する。

1月に作成した新規の店頭販売マニュアルを繁忙期の7~8月を前に全店舗に浸透させ、「強い店と強い店員を組み合わせることで、ビジネスクラス利用ツアーやクルーズツアーなど質の高い商品を販売していく」(倉谷嘉広取締役)計画だ。商品の取り扱いにおいては、JTB商品の06年度売上高が前年比17%増で推移。JTBのインスタシアも3ポイント増となっており、方面によっては他の大手ホールセラー商品の絞り込みを行っているという。

事業拡大へ「エアプラス」に社名変更 WAS、海外航空券の自販機事業も開始

ワールドエアシステム(WAS)は、事業拡大に向け第3種旅行業(東京都知事登録)から第1種旅行業に登録変更し、5月7日付で社名を「エアプラス」に改めた。それに伴い、海外航空券の「自動販売機」事業と位置づけるウェブ専用の航空券販売サービス「ena(イー

ナ)」を開始した。「WASワールドエアシステム」は店頭販売専用のブランド名として継続し、インターネットとリアル両面で旅行事業を展開していく。ダイナミックパッケージなど「航空券とホテルを組み合わせたツアー販売も視野に入れている」(岡田健社長)。

「ena」は専用サイト(<http://www.ena.travel/>)上で、正規航空券、格安航空券など航空各社の海外航空券の予約・購入を即時完結できるサービス。同社はこれまで、店舗やEメールなどで予約を受け付けていたが、日本システム開発およびデジタルハリウッド・エンタテインメントと独自のシステムを共同開発し、航空各社のホストコンピューターの残席情報にリアルタイムでアクセスすることを可能にした。初年度の売上目標は10億円。

東日観光、オンライン販売を拡充 リテール部門の売り上げ増狙う

東日観光はこのほどホームページを刷新し、商品の品揃えを増やすとともに機能向上を図り、オンライン販売体制を拡充した。日本航空と全日空利用のパッケージツアーや、エヌオーイーの企画商品ブランド「漫遊の旅」を中心とした他社ブランドを従来の倍以上の数で表示。これまで店頭販売が主軸だったリテール部門の売り上げ増を狙う。

電話・Eメール対応での予約しかできなかった体制を改善するため、ピー・フリーソフトが提供するオンライン販売支援システム「トラベルアンサー」を導入。オンライン予約を可能にし、利便性を高めた。ただし、決済方法についてはメールで相談を受ける方針にし、柔軟性を持たせた。

東日観光は、1月の米村道章社長就任以来、これまで得意としていた国内教育旅行以外での収益向上を目標に掲げている。ウェブ販売の拡充もその一環で、今後はホームページが各ポータルサイトの検索ログで上位に位置できるようSEM対策を強化していく。

アロハセブンで新高額商品ブランド パラダイムシフト、雑誌と共同企画

パラダイムシフトは5月7日、ハワイ旅行専門店アロハセブンの新ブランドとして、5000万円のツアーなど豪華商品をそろえた「大人のハワイ」を発売した。LUX WAVEが出版する雑誌「大人のハワイ」との共同企画で、オーダーメイド型の旅行を販売する。

商品は7泊9日で100万円、300万円、500万円コースやプライベートジェット利用の5000万円ツアーなど。手配の一例として、「プライベートジェット貸切5000万円ハワイ豪華邸宅ウエディング&ステイツアー」では、ホノルルのカハラ地区にある海沿いの豪邸に宿泊し、食事内容はすべてリクエストが可能となっている。国内24空港から出発でき、ホノルル空港から宿泊先へのリムジンサービスと、日本国内の空港と自宅間のリムジンまたはハイヤーでの送迎も付く。

能登の観光支援へ旅行各社が始動 JTBはキャンペーン、KNTは義援金

3月に地震に見舞われた能登半島の観光産業を支援しようと、旅行各社が動き出した。特別宿泊プランの造成や観光キャンペーンの展開などで需要喚起を図る。

JTBは5月7日~6月30日の55日間、全国キャンペーンを行う。エースJTBの能登半島・石川県に宿泊するプラン利用者に、輪島朝市・和倉・七尾など6地域で利用できる買い物券(1人500円)を提供する。また、金沢と和倉・輪島をつなぐ500円のワンコインバスを運行するほか、輪島・和倉など5地区での宿泊者には能登有料道路片道券またはガンリン券1000円分を提供、同地への誘客を促す。首都圏・関西発の特別プランも発売している。

近畿日本ツーリスト(KNT)は、メイトで7月31日までの特別商品を設定した。中部・関西・首都圏でそれぞれ商品を投入。大人1人につき、旅行代金の中から100円とKNTからの100円を加えた計200円を石川県の災害対策本部に寄付する。輪島・和倉地区では名古屋・関西からの往復1000円バスを、土曜宿泊の客を対象に6~7月で計5本運行する。

日旅、08年度の新卒採用150人 前年比22人増で営業力強化

日本旅行は、08年4月入社の新卒者採用予定人数を前年比22人増の150人とした。営業力強化を図るため入社時は営業職を中心に配属するが、適性により人事ローテーションを実施する。

対象者は08年3月の4年制大学卒業予定者(大学院生含む)。昨年10月からホームページに「08年度新卒採用情報」欄を設け、応募を受け付けている。日本旅行の新卒者採用実績は、02年度・53人、03年度・見送り、04年度・63人、05年度・61人、06年度・103人。07年度は130人の採用を予定し、128人が入社した。