

## 申18号 旅行業の今後の方向性に関する解明申し入れ団体交渉

**交渉で会社の考え方が示されましたが、  
このまま実施したらどのようなようになるのか考えよう！**

### この間の労使議論の認識

過去の議事録確認を遵守し、なし崩し的に変更するつもりはない。  
取り巻く状況は変化している。過去の議事録確認の縛りで今後当社の成長が出来ないのではいけない。だから説明をして議論をしている。

### 鉄道事業者における旅行業の位置づけ

自社エリアへの旅客流動を創り、活性化する使命、機能は変わらない

### 旅行商品販売の背景と施策の目的

**日本全体** 旅行の店頭購入は約 15%  
その他はスマホ等で販売

← 一方 → **JR東日本** 約 7 割を店頭で販売

スマホで旅行商品を見る人は店頭のパンフレットを見ないので、  
JR 東日本の商品を買う多くの機会を逃してしまう

### したがって、目的は

オンライン販売を本格化し、東日本エリアに新たな顧客の獲得を目指すこと  
※それに伴い、商品のあり方や造成が変わるため体制を見直す

### スケジュール

商品造成業務：2015 年 4 月以降順次

ダイナミックパッケージ商品の販売開始：2015 年 10 月以降

店舗移管：びゅうトラベルサービスの体制を踏まえて順次(具体的には地本・支社間で議論)

### JR東日本本体に残る旅行業

本社：全体マネジメント、東日本エリア外からの送客づくり

支社：地域との連携による観光開発。着地仕入れは支社にしか出来ない

### ダイナミックパッケージ

お客さまが Web 上で列車と宿を自由に組み合わせ、予約から決済まで出来る  
料金設定が柔軟に出来る利点があり、チケットの受け渡しも店舗を介さない

### 商品造成の一元化

びゅうトラベルサービスの専門家集団で商品つくる

東京支社びゅう事業部と仙台支社旅行業課を集約し一元化する

### 店舗と新販売拠点

販売促進・情報発信拠点としての重要な機能があり、店舗は一定程度必要  
店舗を移管しても、新販売拠点の位置づけは変わらない

ハイカウンターの運営は、本体、受託会社などである

### びゅうプラザで働く社員のライフサイクル

画一的に示せるものではなく、旅行業でしか働けない訳ではない

グリーンスタッフの契約は従来通り行い、取り扱いを変えることはない

**サービス品質を低下させず、職場から対案を創りだそう!!**