

申20号

旅行商品造成業務の一元化と 団体交渉 ダイナミックパッケージに関する 2回目

第6項 商品造成業務一元化に伴い異動や出向が発生する場合は、本人の希望を尊重して行うこと。
また、若年出向が発生する場合には、グループ会社の指導・育成を目的とし、出向期間は原則3年とすること。

会社 商品造成業務をスムーズに移管し、びゅうトラベルサービスにノウハウを蓄積するため、出向はあり得る。
出向目的は、グループ会社の指導・育成であり、若年出向あいきの施策でないことを確認！
異動・出向にあたり、出向中も含めて、本人の希望を把握することを確認！

第7項 オンラインにてスピーディな旅行商品販売をおこなうことのメリットを明らかにすること。
また、店頭で対面販売の際の着地観光案内やサービスなど、店頭販売の強化対策を講じること。

第8項 旅行商品販売オンライン化の新規参入に伴い、オンラインでの販売の受注規模の見込みおよび、将来展望を明らかにすること。
また、店頭での対面販売の受注規模を明らかにすること。

【オンライン化の目的】

会社 新たなマーケットのお客さまを獲得し、東日本エリアの観光流動を拡大すること。

【店舗の役割】

店頭はお客さまを引きつける役割。現地での楽しみを提供し、来て良かったと思えるように、お客さまを囲い込む。

【店頭販売の強化対策】

会社 旅先での楽しみの提供のため、オプションツアーを組み合わせることを強化していく。
接客・コンサルティングの向上の研修を今年度から始めている。受講者がコアとなり店舗で広める。

**リピーターの確保のために店舗は重要であり、店舗を残していくことを確認！
オンライン化しても知らなければ意味がない！宣伝には、JR東日本ブランドを使うことの検討を要請！！**

第9項 ダイナミックパッケージは、JR東日本エリア内の観光流動を第一の目的に据え運営すること。

また、他社ダイナミックパッケージとの競争による、過度な価格競争は行わないこと。

第10項 ダイナミックパッケージ、えきねっと、大人の休日倶楽部でJR券を購入する場合の割引率の整合性をはかること。
また、ダイナミックパッケージ商品のJR券に対するイールド管理方法を明らかにすること。

第11項 ダイナミックパッケージ商品購入時に、JR券の受け渡しについて確実な案内をおこなうこと。

会社 唯一、JR東日本の列車とセットで旅行を買える。その点を全面にアピールする。
ダイナミックパッケージは、「他社より1円でも安く」という思想ではない。
JR券の受け渡し方法は、購入時にweb上でしっかりと案内し、お問合せセンターのような体制も整備する。
払い戻し・乗変の取り扱いは通常の旅行商品と同様で、お客さま自身で手続きを行う。

店舗・駅に負担をかけないことを確認！

第12項 旅行業商品造成業務の一元化やダイナミックパッケージの稼働は、JR東日本の旅行業の将来を左右する大きな施策であることから、施策実施後に問題等が発生した場合は、JR本体で業務運営するなど見直しをおこなうこと。

会社 施策を進めるにあたり現場の意見を聞き、反映し、万全な準備を行う。
会社 システムを導入し、社員・お客さまの意見を把握し、必要により改善していく。

旅行業・観光創造の発展のために、グループ会社と一体となり体制をつくることを確認！

現場実態に即した施策とするために、職場から検証をおこなおう！