

申29号

1回目

## 旅行業部門におけるマーケットに合わせた店舗展開に関する 解明交渉

**第1項 総合旅行業を目指した旅行業から、自社エリアの鉄道利用を通じた観光創造を目的にした旅行業への転換を図るなど、環境の変化に対応するために度重なる変化に対応してきた JR 東日本における旅行業の成果と課題を明らかにすること。**

会社

●旅行業を始めた時には、収支を成立させ体力をつけてきた。その後、観光流動創造の強化のために駅と一体化する等という経過があったが、東日本エリアの観光流動創造に成果を上げてきた。その過程で地域の信頼も得ることが出来た。

●東日本エリアの観光流動創造という使命は一貫しているが、環境の変化にあわせて変化しながらやってきた。

組合

■使命は一貫していると言うが、実作業の面では度重なる施策を担い、日々変化する状況に振り回されている！  
■例えば、団体セールスをやめたことで売り上げが落ち、結果的に店舗廃止になっている。経営の問題だ！！

会社

●団臨を求める客や職場旅行等が減る環境の変化により、地域との接点を観光開発にシフト。

●団体営業からエージェント営業への変更の成果はあったと認識。

●団体セールスの廃止により店舗廃止になったわけではない。

**現場への説明が不足し、旅行業の将来ビジョンが示されてこなかったことにより現場に不安が生じている！組合員に対して、真摯に意見を聞き、説明をすべきだ！！**

**第2項 激変する旅行業界の現状を踏まえた JR 東日本にとっての旅行業事業に対する経営戦略を明らかにすること。**

解明事項

●使命は、環境の変化があっても、東日本エリアの観光流動をつくり続けること。

●使命は変わらないが、継続するために環境変化により体制・しくみが変わることはある。

●旅行業の仕事を専門特化し、グループ会社と一体となり、将来にわたり継続できる人と体制をつくる。

●JTB と個別の提携はしているが、JTB と一体化する考えはない。

**第3項 JR 東日本において旅行商品を販売する店舗の必要性を明らかにすること。  
また、店舗販売とオンライン販売の販売比率目標を明らかにすること。**

解明事項

●商品を決めてから来店する方はオンラインに移ると想定。

●行先が未定の方等に、コンサルティングを通じて「お客さまの旅行をつくる」役割を店舗が担う。

●販売比率目標は定めていない。オンライン化導入後に見極める。

●店舗の収入目標は必要だが、オンライン化後の目標は導入後の状況を見て決定。

対面販売の強みを活かせる商品をいかに作るかが大切だ！  
そのためには、着地仕入が重要で、駅長の役割も重要だ！

**第4項 びゅうプラザの店舗運営を(株)びゅうトラベルサービスへ移管する根拠・目的を明らかにすること。**

解明事項

●びゅうプラザを含めた旅行業については、継続してやり続ける。

●店舗の規模は変わる可能性もあるが、一定程度の店舗は必要。

●びゅうトラベルサービスには旅行業の専門の人がいて、教育環境がある。  
(本体では鉄道の幅広い仕事につく前提での教育となり、専門的な教育は薄くなる)

●商品造成をびゅうトラベルサービスに移管する中で、製販一体の体制が必要。

近年、旅行業に新卒を採用してこなかったのが転換点で、その選択は会社がしたものだ！

**第5項 びゅうプラザの店舗運営を(株)びゅうトラベルサービスへ移管する全体スケジュールを明らかにすること。**

解明事項

●具体的なスケジュールは各支社とびゅうトラベルサービスで検討中。

●全店舗の移管完了時期等の全体スケジュールは未定。

施策を進めるに当たり、スケジュールを示せないのは問題だ！

**全容を解明し、旅行業の働きがい向上する施策に向けた議論をつくりだそう！**

次回交渉は、5月20日です！