

「旅行業部門の今後の方向性」に関する

申21号 説明申し入れ(その2) 交渉を行う①

1. 店舗を閉鎖する基準について明らかにすること。

- ・店舗を閉鎖するにあたっての明確な基準があるわけではない。店舗として、ある程度の収益性、収入規模の大小は見る。
- ・オンラインにシフトしていくことから店舗でのびゅう商品の販売をおこなわないことを判断した。面的なフォローという役割を担う25箇所を顧客接点型拠点とし、それ以外の箇所は閉店する判断をした。
- ・面的フォローを行う顧客接点型拠点とは…
鉄道会社として、オンラインで販売したあとにフォローする箇所を点在させる必要があると考えてその拠点として25箇所を選定した。特にインバウンドの方は広い範囲を周遊する。観光流動イノベーションは変わらない。旅行中にここにいけば何とかしてくれるという場所。移動の結節点となる箇所。情報発信も含まれるし、今もやっていることの一部であると思う。

2. びゅうフラザに来店し商品を購入される年齢層を明らかにすること。

- ・傾向は掴んでいるが、示せるデータはない。シニア層が多いことは外部のデータでも同様であり、感覚的にも多いと認識している。
- ・決してシニア層を切り捨てるということはない。全体の動向を見ながらどのような戦略を立てていくのが重要。シニア層のお客さまを今後も確保していけるようオンラインも使いやすいものにしていきたいと考えている。

3. 店舗閉鎖に伴いお客さまのカルテの取り扱いや申込金等の引き継ぎ方法について明らかにすること。また、支社をまたぐ店舗を案内した場合の取り扱いを明らかにすること。

- ・基本は支社内での引き継ぎだと考えるが、支社内の店舗が遠い場合や隣接支社の店舗の方が良いというお客さまもいるので、電話での対応もある。25箇所になっていくことを踏まえると専門的に対応する箇所も検討の一つ。
- ・引き継ぎが多く発生しないように早く周知して丁寧な案内をしていくことが必要と考える。
- ・申込金等の関係は財務的な整理になる。お客さまの要望も踏まえ、コンプライアンスも考慮して対応をしていく。

4. 店舗閉鎖前に発売した旅行商品のお客さまへのフォローの在り方について明らかにすること。

- ・基本的には店舗閉鎖までに支払い、受け取り、旅行終了をお願いする。そのための早期周知の実施が重要。
- ・旅行終了とならないお客さまに対しては、各店舗において閉鎖後の取り扱いについて案内を行い、閉鎖していない箇所、電話や郵送での対応などをしていくことになる。
- ・2020年度の上期商品については、2019年度末で閉鎖が決まっている25箇所以外の店舗は取り扱わないことになる。

交渉を行う②に続く