

“夢”と“感動”の 旅行商品を創出する!



東京・汐留シティセンター
地下にある
ANA SQUARE

余暇が拡大するなか、市場のニーズにきめ細かく応えつつ、つねに夢のある旅行商品の提供を目指すANAセールス株式会社。インターネットの普及等のインパクトを積極的に活かして、新しいビジネスモデルの創出によって新たな発展が期待される同社、四十物社長にインタビューしました。

Interview

ANAセールス株式会社
代表取締役社長

四十物 実(あいのみのる)

● Profile:
1950年生まれ。
1974年ANA入社。販売本部旅客サービス部長、同国内販売推進部長、BPR推進部長、営業推進本部ネットワーク戦略部長、エア・ニッポン(株)取締役、ANA執行役員札幌支店長・北海道地区担当などを経て、2007年4月から現職。ANA上席執行役員営業推進本部副本部長を兼務



お客様の要望を細かく聞きながら旅のプランを説明する
カウンターのスタッフ

——早速ですが、まずANAセールスの会社概要についてお訊ねします。

四十物 ANAグループの旅行3社、全日空スカイホリデー(株)、全日空ワールド(株)、全日空ラベル(株)が2003年4月に統合してできた若い会社です。スタッフは、北海道、九州、沖縄のグループ会社を含め総勢1,800名で、ANAの営業戦略会社として旅行事業とエアラインセールス事業(航空券販売)を担っています。

ANAセールスの事業概要

ANA
Sales

旅行事業		国内外の多様な旅行市場の開拓と商品開発
国内旅行		ANA国内線ネットワークを生かした充実の旅行商品『ANAスカイホリデー』の企画・販売
海外旅行		ANA国際線定期便、チャーター便を利用した海外旅行『ANAハローツアー』の企画・販売
インターネット販売		ANAの旅行総合サイトを運営し、多彩な旅行商品を販売
旅行積立		ANAで行く旅の夢を叶えるために積立プランを展開
訪日旅行		ANAの国際線で日本を訪れる旅行者に宿泊施設、移動手段、通訳、食事等のサービスを提供

エアライン
セールス事業

ANA(国内・国際線)の航空座席販売業務を受託

——旅行事業、エアラインセールス事業とは具体的にどのようなお仕事ですか?

四十物 旅行事業では、ANAのネットワークを活用した国内・海外の募集型企画旅行(パッケージツアー)の販売をはじめ、団体・個人の手配旅行、訪日旅行、旅行積立プランに至るまで、幅広い旅行ビジネスを展開しています。一方のエアラインセールス事業は、ANAから委託を受け、ANAグループの航空座席を旅行会社、企業、あるいは個人のお客様に販売する業務です。両事業を通じて、ANAの収入の最大化と競争力の向上に貢献しています。

——募集型企画旅行といいますと...

四十物 国内旅行は『ANAスカイホリデー』、海外旅行は『ANAハローツアー』が主力商品で、年間で国内210万人、海外15万人のお客様にご参加いただいています。ANAの航空座席に、宿泊や観光施設、レンタカー・バスなどの移動手段をセットした旅行商品で、手配も簡単で小人数で、手軽に参加いただけるのが特徴です。多彩な宿泊施設や移動手段をご用意していますので、お客様の旅行目的やニーズにあったものをお選びいただけます。

——お客様にとってずばり、ANAセールスの旅行商品の魅力とは何でしょう。

四十物 一言で言えば、「お客様の夢をかなえる旅」であることでしょうか。たとえば、国内のスカイホリデーでは、団体行動に制約されず、自由気ままに旅行をしたいというお客様の夢



冬の定番旅行として、26年目を迎える「ANAスカイホリデーSKI & SNOW BOARD 北海道」毎年10万人以上のお客様がご利用の人気商品

をかなえるため、ツアー参加者が自由に乗り降りできる『ビッグスニーカーバス(現ANAバス)』を運行したり、ハイヤーやレンタカーのプランもご用意し、組み合わせ自由の旅を提案しています。また海外のハローツアーでは、ビジネスクラスを利用したリッチな旅や、少人数のグループに添乗員が同行する旅もご用意しました。少し割高になりますが、ゆったり旅行をしたいというお客様から支持をいただいています。

——旅行商品にとって人気継続の秘訣はありますか?

四十物 時代にあった感覚を積極的に取り入れること、そして感動を与えるテーマを盛り込むことが大切です。たとえば今上期から、次世代の主力商品を目指す新シリーズ『感動案内人プラン』を発売開始しました。随所にこれまでにない新発想のアイデアを盛り込みました。おかげさまで参加したお客様から好評をいただいています。このほ

か、東京の魅力を詰め込んだ『made in TOKYO』は、江戸情緒や最先端の東京を体験できるコースなど魅力あふれる内容になっています。また、当社では、参加いただいたお客様にアンケートを記入いただき、「お客様の声」(お褒め・苦情)として各利用施設(ホテル・旅館など)に情報をフィードバックしたり、次の旅行商品の企画に反映して多くのお客様にリピーターになっていただいています。

——『感動案内人』というタイトルもユニークですね。

四十物 『感動案内人プラン』は、発地側のニーズをもとに作られる従来の商品とは異なり、全国にある当社の支店から募った着地側の情報やアイデア



をベースに企画した着地型旅行商品であることが特徴です。

国内・海外を問わず、専門のエリアを担当するスタッフたちが、豊富な知識とともに、夢いっぱいの企画旅行をつくりあげていく



ANA航空座席、企画旅行商品の営業活動を日々行っている



全国の「自然」「歴史」「文化」をテーマに、地元の情報を誰よりも知る現地ガイドがご案内する旅『感動案内人プラン』は、全112コースを企画

『made in TOKYO』は東京の旬を体感するプランを組み込んだコースをご用意。新しい魅力ぎっしりの東京へお客様をご案内

現地では、添乗員やツアーガイドではなく、その土地に暮らし、地元を良く知る案内人が同行し、自らの語り口で案内役を務めます。自然や歴史・文化により深く触れることができ、従来の旅にはない「感動」が得られると確信しています。

——海外旅行についてはいかがでしょうか？



関西空港発、中国・成都へのANAチャーター便を利用。世界遺産の九寨溝、黄龍や成都・臥龍のパンダ基地など人気の観光地を巡るコース

四十物 日中国交正常化35年、ANA中国線就航20周年ということもあって、今年、

最も力を入れているのは中国です。魅力ある観光地を紹介したり、個人周遊型のツアーや目的型の商品などコース内容の充実を図っています。本年で5回目となる『杭州ふれあいウォーク』には、日本からも多くのお客様に参加いただき、『日中交流年』にふさわしく日中の参加者間での楽しい交流が実現しました。他方、人気の高いヨーロッパ方面は、ビジネスクラス利用の商品やこだわりのホテル宿泊など、より付加価値の高いツアーが、大変好評をいただいています。

——ところで、自分でインターネットを使って旅の手配をする傾向が強まっていますが。

四十物 ITの進化やeコマースの拡大、お客様ニーズの多様化、旅行の個人化、WEBへの販売チャネルのシフトなど旅行市場の環境が急激に変化しています。従来のパンフレット商



湖州師範学院日本語科学生からのお手紙
西湖ふれあいウォークをきっかけに、もう一つと大勢の日本人々に中国が伝えられ、私たち中国の学生も、交流の意義や成果、感想などを自国の人民に伝えていきます。中国航路就航20周年と日中国交正常化35周年が重なる今年、日中両国のごく普通の民間人との交流を実現していただいたANAに感謝申し上げます。（本文より要約・抜粋）

西湖の周り8kmを3時間かけて日中両国の参加者が交流をはかる『杭州ふれあいウォーク』。今年、日本からツアーで260人、中国からは日本語を学ぶ学生100人が参加

品だけでは、将来さらに多種・多様化するであろう旅行ニーズに対応できなくなります。航空座席、現地での移動手段、さらにホテルや観光オプションまで、旅のプランを自分自身で組み立てる。そんなこれからのニーズを見越して、当社では業界に先駆けダイナミックパッケージ^{たびさく}『旅作』を発売しました。24時間いつでも、お客様の生活スタイルに合わせて予約・購入いただくことが可能です。また、ANAと当社のWEBサイトを統合し、お客様の使い勝手をよりよくしました。

当社では、WEBでの販売強化に向けて

ITインフラの整備に積極的に取り組んでいます。

——特に今注視されている点は何ですか。

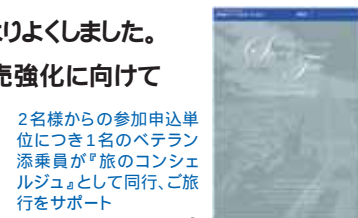
四十物 当社のお客様は30～40代が中心ですが、団塊世代を意識したひとクラス上の旅やリゾートでのロングステイ、新たな需要層を獲得するため、高付加価値や目的型の商品を充実させたいと考えています。また、本年4月より

ANAの旅行会員組織^{たびだち}『旅達』を立ち上げました。個人の趣味や興味にあった旅の情報や専用商品を提供してまいります。

——最後に今後の展望についてお訊ねします。

四十物 環境はめまぐるしく変化していますが、お客様に「夢ある商品」「幸せ品質」を提供していくことが何より重要です。当社の旅行商品を、お客様に支持されるブランドに成長させていきたいと考えています。

——ありがとうございました。



お客様からの問い合わせに、専門知識を織り交ぜながら、わかりやすく説明していく専任電話オペレーター