

申
9
号

「駅」の变革と新たな顧客接点創り (旅行業部門の今後の方向性) に関する 解明申し入れ (その2) 交渉終了!

<会社の主な回答>

- ◆取り巻く環境が変化をしていて、手数料商売から旅客流動を起こすことにシフトしていく。旅客をどう動かしていくか、オンライン販売を如何に対応していくかが今後の課題。
- ◆支社での着地仕入れは、地域と結びつきながら旅行商品を仕立てることを行ってきた。今後はエスコート商品に力を入れていく。さまざまな方々の協力を得て観光開発をしていくことは変わらない。
- ◆流動を生み出すきっかけ作りはポスターやCMなど、今までもびゅうプラザだけで行っていた訳ではない。情報発信力は顧客接点型拠点になっても変わるものではない。
- ◆店舗が売れる拠点のままだと訪日の方にとっては意味がなくなる。購入のニーズが変わってきているのでそれに応じた体制変更をしていく。店舗販売を限りなく無くしていく。購入はオンラインです。旅行に出かける際に不安や不都合があった場合に店舗でフォローしていく。訪日旅行センター化している箇所と仙台が今後のイメージに近い。ネットとリアルの両方を持つ点が強みになる。販売の部分が抜けるので、接遇・接客・情報発信のスキルをより発揮してもらうことができる。
- ◆オンライン購入については使って慣れてもらう。使ってもらえる人を徐々に増やしていくしかない。周知についてはホームページ等でわかりやすい使い方の案内を検討している。
- ◆できるものはオンラインに移行したいが、ジパング倶楽部などJR6社間でデータ共有しているものもあるので東日本の独断ではできない部分がある。窓口でなければ対応できないものは極力なくしていきたい。
- ◆顧客接点型拠点を3つのカテゴリに分けたが、任務は共通してお客さまをしっかりとフォローすること。客層や求める内容が違うという認識から主に対応するカテゴリで便宜上分けているだけ。(訪日、コミュニティ、着地)
- ◆個人型のびゅう旅行商品は顧客接点型拠点では売らない。ジャパンレールパスや特企券などその場で売らなければならないものもあるのでマルス端末を設置し、乗車券の発売をフォローの中でやることを検討している。ジパング倶楽部はフォローの中で販売することもある。
- ◆マルス端末などを同じ台数移行するかは箇所の状況により検討していく。販売に必要なとなる機器は設置する。
- ◆受託販売は今後の検討となるが、支社、VTSとしっかりと話をしながら売りに適した店舗が無ければ販売する可能性もある。
- ◆Ma a Sはストレスフリーな移動の提供を目指している。具体的な内容は今後随時詰めていく。
- ◆旅行業収入が減っていくことを鑑み、今年から収入目標や送客人員は各職場には出していない。MVの引き取り件数として出しているところはある。今後、環境の変化などで新しい目標設定を考えなければならないタイミングはあると考えている。
- ◆大休会員商品など、電話予約の増加が見込まれる場合はそれに応じた体制をとっていく。
- ◆顧客接点型拠点が無い箇所もあるため、駅でのコンサルティング力は今後磨いていかなければならない。定型的な業務を減らしていき、地域のことを学び案内できる時間を増やしていく。それが駅社員の重要な仕事のひとつなので意識を高めていきたい。
- ◆びゅうトラベルサービスへは委託になる。顧客接点型拠点は販売店舗の位置づけではなくなり、運営の費用をJRが負担するため委託とした。移管しているびゅうプラザを廃止し、新たに顧客接点型拠点を委託する。オンライン販売は移管のまま。
- ◆カフェテリアは売り方が大きく変わってくるので、福利厚生のある方について引き続き検討していく。
- ◆びゅうプラザ跡地の活用については箇所ごとに異なるので、状況に合わせた方法を検討していく。

明らかになったことをもとに要求項目へと高めよう!