海外サイトに直接予約

母国語翻訳システムを開発

ゴールネット

情報サービスのゴールネット（杉山敏隆社長、本社・東京都中央区）は世界各国の施設を、各国の母国語で予約・決済できるシステム「マルチリンガルシステム」を開発し、その第一弾として五月二十四日、米国・ラスベガスのユーチケットと業務提携を結んだ。

これにより、ユーチケットが抱えるラスベガスのショーチケットなどの予約が日本語でできるようになる。

同社では今後、韓国、台湾、シンガポール、タイ、中国などの関係企業とそれぞれ提携し、日本語による予約・決済を可能にしたグローバルシステムを構築する計画だ。

「マルチリンガルシステム」は、インターネットビジネスで最大の障害となっている言葉の問題を解消したシステム。各国施設の予約サイトを統合し、それぞれの母国語で全世界の施設の予約、決済を行える仕組みだ。

例えば、日本からラスベガスのショーチケットを予約する場合、同社のサイトにアクセスすれば現地と同一内容が日本語で閲覧、同時に施設予約もできる。この事業は、今年四月に「中小企業の創造的事業活動の促進に関する臨時措置法（創造法）」に基づく認定事業として東京都から認定された。

同社は第一段階として日本、米国、韓国、台湾のインターネットサイトと提携し、四カ国の施設、予約などの情報を母国語で提供、サイト化する。また、四カ国の予約システムと共通化させ、利便性を高める。同社が持つ全米ホテルサイトを同社サイトで日本語情報として流す一方、同社が持つ日本側の温泉旅館、ゴルフ場サイトの情報を米国や英語圏に提供する。海外からの集客が期待できるという。

同社は現在、日本の温泉旅館、ゴルフ場などに参画を呼びかけており、約四百軒のデータベース化を六月末までに完了する計画。さらに住宅情報分野にも進出する構え。

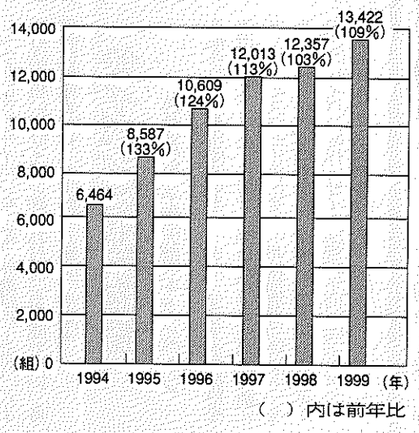
ゴールネット社（http://www.goalnet.co.jp）は一月に設立されたベンチャー企業で、資本金二億円。杉山社長は企業経営者向けのUDI経営者連合会を主宰しており、新会社設立に当たって同連合会メンバーから出資協力を受けたという。

ハワイ人気 5年連続トップ

JTBのウエディングレポート

安・近・短でグループウエディング――。JTBがまとめた「海外ウエディングレポート2000」によると、九九年（一―十二月）中に取り扱った海外ウエディング組数は前年比九％増の一万三千四百二十二組で、九六年の調査開始以来、五年連続で増加した。

JTBが取り扱った海外ウエディング組数



九九年の日本人の総婚姻組数は同一・五％減の七十七万三千組（厚生省の人口動態統計）と減少。ミレニアムウエディング前の挙式控えの年に加え、晩婚化や結婚式を挙げないカップルが増加しているなか、海外挙式は「安・近・短でグループ派」を中心に取り扱い続いて、グアム・サイパン（二千九百五十組、同二七％増）、オセアニア（千三百十一組、同二〇％増）、アメリカ（千二十六組、同一四％増）の順。手ごろな旅行代金と、グループウエディングが行いやすいハワイやグアム・サイパンが人気を集め、この二方面でシェアの七五％を占めた。

〝安近短でグループ〟傾向に

そのほか、ヨーロッパの古城など、独特の挙式場所やウエディング形式などにこだわるカップルも増加傾向にあり、オードリー・ヘップバーンが挙式したスイスのビュルゲンシュトックチャペルは同一七五％増となった。また、方面別では、バリ島やフィジーなどのビーチリゾート、ヨーロッパ、アメリカ東海岸、カナダなども伸びた。

人気ナンバーワンは五年連続でハワイ（七千四百十六組、同二％減）で、シェアの五三・五％を占める。

黒字転換を評価

全国支店長会議開く

名鉄観光サービス

名鉄観光サービスは五月十八日、名古屋市内のホテルで全国支店長会議を開き、今年度の営業施策や取り組み方針全般について林哲郎会長、下山弘社長らから訓示を受けた。

このなかで「黒字体質への転換・定着」を掲げた、今年度を最終年度とする二カ年の中期経営計画について言及、一九九年度決算は四年ぶりに黒字転換」としながらも「手放しでは喜べない」（下山社長）とし、より一層の奮起を促した。

同社の九九年度決算見込みによると、売上高はほぼ横ばいながら経常利益で四億六千四百万円、当期利益で二千二百万円を計上し、四期ぶりに黒字に転換した。林会長は、経営計画の初年度目標を達成できたことは喜ばしいとし、「今年度もこの勢いを持続させ、黒字定着に向かって頑張ってほしい」と述べた。

なお、コスト削減の一環から人件費に手をつけざるを得ないとし、「対前年一〇％減くらいを考えている」と具体的な数値をあげた。

一方、下山社長は、黒字転換への努力には感謝するとしながらも、円高差益や航空貨物の取り扱いなどに負うところが多く、「旅行業本来の収支改善ではない」と厳しい見方を示し、「内容については決して喜べない」とした。そして、「全収入の七割を占める国内旅行の回復こそが急務だ」と強調。今年度は〝国内旅行復権〟をキーワードに頑張ってほしいとした。

また、各支社、各支店は与えられた予算の達成はもちろん、営業面についてもそれぞれの持ち味を生かし展開してもらいたいとした。

全国から支店長らが集まった

トップ登場

コムスン・トラベル社長
篠塚　恭一氏

1961年千葉県生まれ。大手旅行会社の添乗員などを経て、91年人材派遣会社ＳＰＩ設立。96年旅行部門を設け高齢者・障害者旅行に進出。99年コムスンと資本提携。若手企業家の世界組織ＹＥＯ日本地区理事を務める。

介護付旅行を普及へ

在宅介護大手「コムスン」グループの旅行会社として、高齢者・障害者旅行を専門に取り扱う。主な旅行対象は介護を必要とする人。介護、医療サービス付きの専門特化した旅行が得意分野だ。

「世間でいうバリアフリー旅行より、もう一歩踏み込んだもの。これまでの実績では、人工透析者のハワイツアーや入浴介助付きの鬼怒川温泉旅行など、車イスはもちろんストレッチャー（車付きのベッド）で移動する場合もあります」。

十年前に添乗員養成の人材派遣会社を設立し、四年前からバリアフリー旅行に参入した。コムスンと提携したのは昨年末、今年四月からの公的介護保険導入を前に商号変更した。

「提携の一番のメリットは、全国に約千カ所あるコムスンのケア拠点を活用できること。例えば登別温泉の入浴介助付き旅行なら、現地のヘルパーが入浴時間に旅館を訪れる。単独ではできなかった商品価格のコストダウンが可能になり、この分野の旅行の普及に弾みがつきます」と期待をかける。

数カ月前、関東甲信越地方の旅館千四百軒に顧客の受け入れについて調査した。その結果、求めている品質で協力を了解してくれた旅館はわずか一％、十四軒だった。

「もっとも不足しているのはホスピタリティ。旅館とのやり取りでは、経営者は受けたがっているのに従業員が拒むケースが多いように感じられた。将来的には間違いなく、高齢者・障害者旅行の需要は増えるのですが」と話す。

「要介護者の旅行は認知されていない。宿泊施設や交通機関に協力してもらえるよう、一大ムーブメントを起こしたい」。

全会員で〝ネット予約〟を

今年度事業決める

JIG総会

外国人観光客を受け入れる約八十軒の宿泊施設が組織するジャパニーズ・イン・グループ（JIG、飛田克夫会長＝写真）は五月二十二日、東京都内で二〇〇〇年度通常総会を開き、今年度の事業内容を決めた。会員施設の情報技術（IT）対応を最重要課題に掲げ、全会員施設にコンピュータを導入し、ネット予約を可能にするため、研修会や個別指導などを行っていく。

JIG会員施設のコンピューター普及率はすでに七五％以上に達しているが、これまで外国人観光客をJIGに送客してきたウエルカム・インの業務が、今年三月に国際観光振興会（JNTO）がリニューアルした次世代観光情報システムでも可能になったため、すべての会員施設でネット予約ができるようにする。

総会翌日の二十三日には富士通から講師を招いて前期研修会を開き、コンピューター未導入の会員らがインターネットの基礎を学んだ。秋ごろには後期研修会を開いて、E―メール送信などネット予約に必要な技術を習得し、今年度中に全会員施設でのネット予約を実現させる。

このほか今年度の主な事業計画は、「INTERNATIONAL TRAVEL EXPO HONG KONG 2000」（第十四回香港國際旅遊交易會）や米軍基地内のトラベルフェアに参加してプロモーション活動を行うほか、支部間の相互送客などを強化する考え。

また、JIGの広報ツールとして活用してきた英文パンフレットは今後も継続発行し、JNTO海外事務所や日本航空海外支店などに配付、設置していく。

飛田会長は「今後はインターネットとパンフレットの二本立てで広報活動を展開する」としている。

記者のメモ

北海道に観光支援

「初心に立ち返ろう」。総会開催後に開いた懇親会で、飛田克夫会長はこう呼びかけた。

二十年以上にわたって外客を受け入れてきたJIG。近年はIT対応に積極的だが、「インターネットは誘客の手段に過ぎない。大切なのは、実際に来ていただいたお客様をどうもてなすかだ」という。

運輸省が検討している「新ウエルカムプラン21」は、二〇〇七年までに訪日外客数を八百万人に倍増させる計画という。実現できれば、月平均約六十七万人が日本に押し寄せる。八十数軒のJIG旅館だけで対応できる数ではない。しかし、JIG並みのホスピタリティを提供できる旅館がほかに何軒あるだろうか。

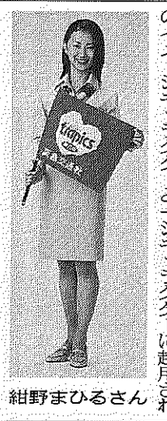
懇親会の席で国際観光振興会（JNTO）の井山嗣夫会長は、旅館の外客受け入れについて触れ、「民間で積極的に動いてくれるのはJIGだけだ」と憂えた。

飛田会長は「受け入れ体制がおろそかでは悪い印象を与えかねない。リピーターを創出しなければ、外客誘致は一時的な現象で終わってしまう」と警鐘を鳴らす。（み）

トラピックス広告に新顔

紺野まひるさんを起用

阪急交通社


紺野まひるさん

阪急交通社は東日本のメディア商品「トラピックス」のイメージキャラクターとして、これまでの高島忠夫・寿美花代夫妻に代わり、六月から宝塚歌劇団雪組所属する紺野まひるさんを起用した。

紺野さんは昨年から、西日本トラピックスのイメージキャラクターに起用されていたが、六月から大阪出身。第八十二期生。宝塚音楽学校に入学、六年三月「CAN―CAN」で初舞台を踏んだ。東西同一のキャラクター。新たなイメージ戦略としたいとしている。

紺野さんは大阪府出身。第八十二期生。宝塚音楽学校に入学、六年三月「CAN―CAN」で初舞台を踏んだ。娘役トップとして期待している。

情報ネットを強化へ

岡田氏が会長再任

OTOA総会

日本海外ツアーオペレーター協会（OTOA）は五月二十五日、東京都内のホテルで二〇〇〇年度総会を開き、今年五月に開設したホームページ「OTOAドットコム」による情報ネットワークの強化を、重点事業として進めることなどを決めた。また、役員改選で会長に岡田勝美氏（クリエイティブツアーズ）を再任した。

今年度は、ホームページ開設によって海外安全情報や渡航情報をいち早くできるよう、情報技術（IT）革命時代に対応した情報ネットワークづくりを業の柱とした。具体的には安全情報の都市数を増やし、現地観光情報などの実をはかる。

加えて、現地の日本人ガイドや添乗員などを対象に研修セミナーを実施し、続きソフト面の充実を図り組んでいく。

さらに、消費者契約法の成立やEU諸国における旅行者保護法成立を受け、旅行者保護と海外サプライヤーとのスムーズな契約をはかるため、旅行会社の支払いサイトを是正し、期履行を訴えていくとしている。

岡田会長は、総会終了後に開かれた懇親会で、ニアムイベントが世界で開催されるなど追い風があるが、数だけを追いるのではなく、商品の大切にしていきたい」と意を述べた＝写真。

なお、役員改選で新たな各氏は次の通り。

◇

【副会長】堀江義道（イ・ティ・エイ・ジャパン社長【専務理事】服部専任【理事】武久覚（ルツリー取締役営業部長▽谷口俊博ヴァレンタイアーズ社長▽矢島勝美（ルアンドシーツアーズ▽渡辺修次ミキ・ツート営業本部長▽石井昭教大学観光学部教授▽海外ホテル協会長【監山田耕三エーペックスターナショナル取締役

ていたが、六月から本の新聞広告にも掲る。トラピックスは東西同一のキャラクター。新たなイメージ戦略としたいとしている。

紺野さんは大阪府出身。第八十二期生。宝塚音楽学校に入学、六年三月「CAN―CAN」で初舞台を踏んだ。娘役トップとして期待している。

インバウンドの課題

なお、同社は五月十一日、支店などの販売拠点に配付、掲示することで風評

札幌市内に各支店の「メイ

の意識高揚をはかった

同社は今回、個人