



平成22年2月17日

各位

会社名 近畿日本ツーリスト株式会社  
代表者名 代表取締役社長 吉川 勝久  
(コード番号 9726 東証第1部・大証第1部)  
問合せ先 経営戦略本部部長 加藤 真人  
(TEL : 03-3255-7121)

## 個人旅行事業の方向性と施策について

当社では、2009年8月に発表した中期経営計画に基づき販売構造の革新施策を鋭意進めておりますが、中核事業である個人旅行事業において、Web販売が伸張する一方、店頭販売需要が急速な縮小傾向にあります。

こうした変化に対応するため、Web販売へのシフトをスピードを上げて実行するとともに、店頭販売の価値を向上させるべく、本日の取締役会において個人旅行事業の方向性と施策を決議いたしました。概要については下記のとおりです。

記

### I. 基本方針

1. 不採算店舗の閉鎖
2. 店舗におけるコンサルティング機能の充実
3. Web販売の強化およびこれに伴う経営資源シフト

### II. 各部門の施策

1. 店頭販売部門 (株)KNTツーリスト)
  - (1) 不採算店舗の閉鎖
    - ① 現状の260店舗のうち2割程度を閉鎖し、経営効率を高める。
    - ② 閉鎖検討の対象は、赤字店舗および売上規模が小さく将来性が見込めない店舗とする。
    - ③ 店舗閉鎖に伴い、現状の人員1,730人から350人程度を削減する。
    - ④ 人員の削減は採用の抑制とWeb販売強化をはじめとしたグループ会社への配置転換で対応する。

- (2) 店舗における「人」を介するコンサルティング機能の充実
  - ① 高品質・高価格商品を販売できる「人」を養成する。
  - ② 資格取得の支援や、社員の経験に応じた階層別研修（基礎対応力養成研修、スペシャリスト養成研修など）の徹底により、従来の教育体系をさらに強化する。
- (3) 顧客への販売促進
  - 各店舗における「個」へのアプローチを行う販促施策を強化し、リピート率の向上を目指す。
- (4) Web から店舗へお客さまを誘導するシステムの構築
  - Web、店舗、電話といったお客さまとの接点を融合・相互補完するシステムを構築することで、来店数増加を図る。

## 2. Web 販売部門 ～「2012 年度 Web 販売 400 億円」に向けた体制づくり～

- (1) 競争力のある商品の提供
  - Web 販売に適したシンプルかつ特色のあるメイト・ホリデイ商品を展開する。
- (2) Web 商品企画部門の強化
  - Web 商品の企画に関わる要員を増強し、将来の独立部門化も視野に入れる。
- (3) コールセンター機能の強化
  - ケータイの機能進化、コンテンツ拡充への対応を見据え、Web 販売におけるお客さまの利便性向上を目指す。
- (4) 提携サイトの拡大と宣伝の強化
  - 有力サイトとの新規提携により販売チャネルを拡大する。

以 上