

価値創造への挑戦。

# Departures

## 価値創造への挑戦。

現状に満足することなく、  
新たな価値創造に挑戦し続ける阪急交通社。  
時代の変化に適応し、  
お客様の声に寄り添うことで  
私たちにしかできない旅を  
創り続けています。

## INDEX

若手社員も活躍できる数々のフィールド。  
その実態に迫る。

- 04 メディア販売 鶴田 裕和
- 06 訪日外国人旅行 富岡 千晴
- 08 法人団体旅行 後藤 亮太
- 10 仕入 飯塚 愛実
- 12 カウンター 内田 早紀
- 14 QUESTION 若手社員 50 人の本音とは
- 16 ABOUT US 阪急交通社とは
- 18 沿革
- 19 TOP MESSAGE 代表取締役社長 松田誠司

メディア販売



お客様のニーズに応じた海外ツアーを企画販売。

鶴田 裕和 HIROKAZU TSURUDA

2015年入社  
東日本営業本部 メディア営業二部 海外営業一課

ツアーの全てに携わる

鉄道が好きで交通関係の仕事を中心に就活を進めていたところ、会社説明会が魅力的だった旅行業界に興味を持ちました。中でも阪急交通社は、若手の頃からメディア販売や商品企画を任せてもらえる点に魅力を感じました。現在はヨーロッパのパッケージツアーを造成・販売する部署で仕事をしており、イギリスとドイツを担当しています。お客様のニーズを調査し、現地の手配会社と料金交渉を行い、ツアーを企画しています。各メディア媒体を通して旅行商品を販売し、旅行説明会を開催するなど、ツアーに関わる全ての業務に携わっています。

お客様に長きにわたって愛される大ヒット商品を生み出す

自分がこだわりを持って作った商品が売れることに今一番やりがいを感じています。情報社会で世界各国の情報が簡単に手に入りますが、実際に現地へ足を運ばないと分からないことばかりだと実感しています。自ら現地で得た魅力的な情報をツアーに組み込み、その渾身の企画をお客様にお選びいただくと「共感してもらえた」と、より一層やりがいを感じます。「自分が作りたいツアー＝お客様の行きたいツアー」とは限らないのが難しいところではありますが、長きにわたってお客様から喜んでいただける商品を作りたいと考えています。

上司×部下 CROSSTALK



SUBORDINATE

鶴田 裕和  
海外営業一課

BOSS

谷口 弘  
海外営業一課 課長

Q1 お互いを紹介してください

▶ A. 谷口課長

一見、今風な都会の若者ですが、内面は素直で真面目、朴訥とした語り口が安心感を与える人です。芯を持って仕事に取り組んでくれており、旅行説明会などでプレゼンを行う際も物腰柔らかく好印象ですね。

▶ A. 鶴田

いつも明るく常に先を見て課を引っ張ってくださるので、頼れる兄貴のような上司ですね。細かいところまで見ていただけるので、しっかりついていきたいです。また、目標達成に貢献したいと思わせてくださる存在です。

Q2 印象的なエピソードは？

▶ A. 谷口課長

自分で仕入れ企画した商品を他担当者へ引き継ぐよう依頼した際に、必ず予算を達成させてお客様に満足いただける商品にすると熱い想いを語ってくれました。必ず増販すると言い切るその姿に成長を感じ、チャレンジする心持を頼もしく思いました。

▶ A. 鶴田

普段直接仕事を任せられる機会が少ないため、谷口課長が企画した新しいコースの進行を任せられていた時は嬉しかったです。期待に応えるため、全力で取り組まなければと気持ちが引き締まりました。

Q3 鶴田さんに期待することは？

▶ A. 谷口課長

自分で商品を企画してコントロールできるまでに成長したので、今後は多くのヒット商品を生み出してほしいです。優しい性格のため自分一人で抱えがちですが、色々経験して業務の要不要を適切に判断する力を養ってほしいです。鶴田さんの下にサポートスタッフがつかますので、自身の営業企画能力を磨くとともに、的確に指示を出して育成できるようになってもらいたいです。将来はヨーロッパのメディア販売の中心人物になることを期待しています。

Work Flow

ツアーの企画



お客様アンケートのご意見、添乗員の報告、他社の売れ筋商品、過去の類似商品との比較、現地視察などの素材を元にツアーを企画。ニーズを把握するために日頃からメディアで流行をおさえたり、出張で現地の視察に行ったりもします。

現地手配会社との交渉



ランドオペレーターと呼ばれる現地手配会社を通して、海外ツアーのホテルやバス、観光地や列車などのチケットを手配します。商品を販売するにあたっては、内容はさることながら売値が非常に重要になるため、料金の交渉にも力を入れます。

媒体への出稿

メディア販売は新聞、会員誌、DM、ネットなどの媒体を用いています。お客様にツアーの魅力が伝わるよう、ポイントや表現、デザインなどを工夫することを心がけています。広告制作会社との打ち合わせを重ねてメディアに出稿します。



旅行説明会



現地情報やツアーの魅力など、広告では伝えきれなかった詳しい情報を紹介する旅行説明会を開催。お客様と対面し、直接ツアーの魅力をお伝えできる貴重な機会ですので、反応をよく見て次のアイデアにもつなげていきます。

添乗員との打ち合わせと帰着報告

添乗員がツアーをスムーズに進めていけるよう、ツアーの出発前には問い合わせに対応し、注意すべきポイントを説明します。帰着後は現地でのトラブルや今後の改善点、お客様の様子などをヒアリングし、ツアーをより良いものに改善していきます。



この仕事の POINT



一つのツアーを通して様々な業務を経験できるのが、メディア営業のやりがいです。幅広い業務の中でも、特に「ツアー達成」が魅力です。自分の作ったツアーに愛情がわき、参加いただいたお客様からお褒めの言葉をいただくより一層楽しさを感じます。



## 日本の顔として お客様に最適な旅を提供。

富岡 千晴 CHI HARU TOMIOKA

2015年入社  
国際旅行営業本部 国際営業部 国際旅行課

### オーダーメイドのツアーを企画

ロシアへの留学や海外旅行経験から、現地を訪れることで偏見が取り払われることを実感しました。「日本の人に海外を、海外の人に日本をもっと知ってほしい。旅というサービスから世界平和に貢献できるのでは」と考えたのが、旅行業界を目指すきっかけでした。阪急交通社は、新入社員でも幅広い業務に携わることができるのが魅力的です。現在は海外の旅行会社からの依頼を受け、観光ツアーやビジネス向けのインセンティブツアーなどをオーダーメイドで造成する仕事を担当しています。

### 引き出しを増やしてベストな提案を

お客様にとって、私たちは日本の顔です。私たちの腕次第で旅は良いものにも悪いものにもなり得るので、少しのミスも命取りになります。そのため、お客様のリクエストを最大限に叶えられるよう入念に準備を行います。中でもインセンティブツアーは観光旅行とは異なり、予算も人数も多くリクエストが高度です。旅の目的に適した雰囲気のレストランやホテルを選出できるよう、プライベートでも気になるお店には足を運んで引き出しを増やすようにしています。今後はロシアとのビジネスを拡大できるよう、旅行博や商談会へ積極的に参加していきたいです。

## 上司 × 部下 CROSSTALK



SUBORDINATE

富岡 千晴

国際旅行課

BOSS

福間 智敦

国際旅行課 係長

### Q1 お互いを紹介してください

#### ▶ A. 福間係長

サムライのように正義感が強く、真面目で礼儀正しい人です。仕事にも責任感を持ってひたむきに取り組む、一度教えたことは決して忘れず、スポンジのように吸収していきます。ミスがなく、丁寧かつ仕事が速いという3拍子揃った人材ですね。

#### ▶ A. 富岡

どんな仕事においても全面的に信頼でき、尊敬できる上司です。部署を引っ張ってくださるので、その思いに応えたいと強く感じています。また、仕事だけでなくプライベートのことも相談できる人生の先輩ですね。

### Q2 印象的なエピソードは？

#### ▶ A. 福間係長

トルコ人観光客のツアーで、旅行代金が支払われないという事態が発生しました。その際、旅行代金をいただかないとサービスを提供できないという会社のポリシーを背負い、50人と交渉して料金を回収してくれました。その姿は頼もしく、非常に印象に残っています。

#### ▶ A. 富岡

電動車いすで観光したいとリクエストされたご夫婦のために、公共交通機関を使って全国各地を周遊する旅程を作りました。企画も運行も大変苦勞しましたが、無事成功。その際、福間係長より言っていた「よくやった!」という言葉が忘れられません。

### Q3 富岡さんに期待することは？

#### ▶ A. 福間係長

初心を忘れず、どん欲に営業における全てのスキルを身につけており成長を続けています。後輩が入ってきてからは、指導する立場としても丁寧かつ確に指導しており、心強い限りです。人に頼らずとも何でもできてしまう人材ですが、これからは任せられる仕事はアシスタントに振り、自身ならではのスキルを120%発揮してもらいたいですね。新しいマーケットの開拓にもチャレンジし、将来は係を任せられるリーダーとなることを期待しています。

## Work Flow

### 海外の旅行会社からの依頼



私が担当しているヨーロッパの旅行会社からの依頼を受けて仕事がスタートします。国やツアー形態によって好みの傾向や要望が異なるため、常にニーズを把握しながら丁寧に迅速な対応を心がけています。

### 旅程と見積を提出



「伝統文化を体験したい」「買い物を楽しみたい」といったように、お客様の要望は様々です。できる限りリクエストを満たした旅程を組み、見積を作成します。ここでユニークな提案を盛り込めるのもこの仕事の醍醐味で、担当者のアイデアと腕が問われます。

### 仕入・手配

旅程と見積内容を了承いただけたら、ホテルなどの宿泊施設を確認する他、バスや電車などの移動手段、レストランやその他必要な手配を行います。日程や時間をミスしてはならないので、細心の注意を払って対応します。



### ガイドとの打ち合わせ



通訳案内士のガイドに全行程の流れや手配内容を伝えるため、入念な打ち合わせを実施します。ツアーの成功はガイドの手腕にも左右されるため、現場で最大限に力を発揮いただけるよう、確実な事前手配が求められます。

### フィードバック

「このレストランの雰囲気やサービスが良かった」「ガイドの案内が素晴らしい」など、旅行会社からは貴重なフィードバックをいただけます。ポジティブな声だけでなく、ネガティブな意見にも耳を傾けることで、ツアーの品質向上に役立ちます。



### この仕事の POINT



お客様に楽しんでいただくためには、まずは自分自身が楽しいと思えることを提案しなければなりません。そのためには日々の生活でアンテナを張り、様々なアイデアを探しています。細やかなサービスも大切で、心配りでおもてなしができるよう心がけています。

法人団体旅行



企画から添乗まで、  
旅行のすべてに携わる。

後藤 亮太 RYOTA GOTO

2018年入社  
法人団体営業本部 西日本営業部 大阪団体支店  
阪神航空営業課

自分にしかできない提案を

普段は身近にある旅行というイベントに、仕事として関わるとどのような魅力があるのか。それが阪急交通社に興味を持った最初のきっかけです。現在は団体営業部に所属し、法人のお客様に対して社員旅行や慰安旅行などの提案を行っています。国内旅行はもちろん、長期にわたる海外旅行など、お客様のご要望に合わせてさまざまな旅を提供できるのが最大の魅力。一口に営業と言っても、その業務は企画から添乗まで幅広く、旅行のすべてに携っていくため、大変ながらもやりがいに溢れています。

お客様からの信頼を一手に集める

旅行のすべてに携わるからこそ、さまざまなシーンでの対応力が求められます。以前、受注したオーストラリアへの海外旅行に添乗する際、関空からの飛行機が欠航になってしまうトラブルがありました。急速、成田での代替便を用意し事なきを得たのですが、こうしたイレギュラーな対応は日常茶飯事です。私たちが慌てしまうと、お客様も不安になってしまいますから、どのような時も笑顔で心がけ、落ち着いて次の案を考え出せるようにしています。これからも、自分にしかできない提案で、自分を必要としてくれる人を増やしていきたいです。



SUBORDINATE

後藤 亮太  
大阪団体支店

BOSS

松岡 佳代  
大阪団体支店 支店長

Q1 お互いを紹介してください

▶ A. 松岡支店長

素直な性格で、自分のためやお客様のためにしっかりと努力をすることができる人です。挨拶や報・連・相などの社会人としての基礎をないがしろにしない、まっすぐな性格が魅力ですね。

▶ A. 後藤

部下のことを気にかけて、熱心に指導して下さる頼れる上司です。入社時から面倒を見ていただいているので、仕事ぶりからその考え方に至るまで、すべてが参考になります。

Q2 印象的なエピソードは？

▶ A. 松岡支店長

最初に仕事を任せた時、事前勉強が足りておらず、少し厳しめに指導したことがあります。その経験をしっかりと活かし、次の仕事では私が驚くくらい入念な準備を行ってきたことが嬉しかったですね。

▶ A. 後藤

オーストラリアでの添乗の際、現地での手配もすべて私に任せてくださいました。英語でのコミュニケーションで大変なこともありましたが、貴重な体験をさせていただけに感謝しています。

Q3 後藤さんに期待することは？

▶ A. 松岡支店長

初心を忘れず、常に学び、成長し続けるという想いを持ち続けてほしいと思います。今持っている若さという武器を最大限に活用して、色々なことにどんどんチャレンジしていけば、より大きな成長が期待できるのではないのでしょうか。そうすることで、人間としても一回り成長し、お客様からの信頼もより厚いものになっていくはずですよ。一人前の営業として活躍していただけることを、心より期待しています。

Work Flow

新規営業



電話や直接の訪問で、新規営業を行います。業界を絞ってアプローチしたり、とにかく数を追いかけて、営業手法は人によってさまざま。すべての企業にニーズは存在していますので、そのきっかけ作りに進みます。

ヒアリング



お客様から面会時間をいただけたら、まずはご要望をしっかりとヒアリングするところから始めます。その中で、お客様にどういった課題があり、どのような必要があるのかを聞き出し、企画・提案するための材料を集めていきます。

企画・提案



例えば旅行先でも、学びを目的とした研修旅行と、癒しを目的とした慰安旅行では、行くべき場所や見るべきポイントも異なってきます。お客様それぞれのご要望に合わせて、オリジナルのプランを企画・提案します。

仕入・手配



無事受注が出来たら、企画したプランに必要な宿泊施設やレストランなどの手配を行います。万が一漏れがあると旅行が台無しになってしまうので、確認作業を怠らず、ここからが本番という気持ちで取り組まなければなりません。

添乗

お客様の旅行に添乗し、旅先でのさまざまなサポートを行います。観光案内はもちろん、時には社内行事の運営のお手伝いや、レクリエーションの司会進行などを行うケースもあります。旅先でもお客様が安心して過ごせるよう、細部にまで目を配ることを心がけています。



この仕事の  
POINT



最初の電話から現場での添乗まで、お客様の旅行のすべてに携わるからこそ、しっかりと信頼関係を築いていかなければなりません。心からお客様のことを想い、アイデアを振り絞って提案した先にご受注があり、そこに営業としての喜びが凝縮されています。

# 仕入



## 航空券の手配。 旅行の要を守る仕事。

飯塚 愛実 MEGUMI HIZUKA

2014年入社  
東日本営業本部 仕入部 海外仕入二課

### 旅行の要を守る、責任ある仕事

離職率の低さという安定感と、若手にも積極的に仕事を任せるチャレンジングな環境が、阪急交通社最大の魅力です。海外仕入の主な業務は国際線の航空券の手配。その中でも私は東南アジアと韓国を担当しています。航空券は海外旅行の要であり、これが無ければ旅行は成立しません。営業が企画した自慢のコースを実現させなければならないという責任は重くもありますが、同時に大きなやりがいに繋がっています。時には座席の消化率を上げるためのアイデアを出すこともあり、仕事の幅は想像以上に広いです。

### 会社を裏から支える屋台骨

2016年に全日空がカンボジアのプノンペン線へ初就航した際に展開したコースで、700席という大規模な仕入の担当を任せていただいたことがあります。航空会社との交渉を重ね、1席の漏れもなく手配を完了させることができたのは、自身の経験値を上げただけでなく、自分の仕事に対する自信にも繋がりました。お客様と直接接する機会は少ないポジションですが、私たちの努力の先にこそ、お客様の笑顔があります。そのことを忘れずに、これからも阪急交通社の事業を裏から支えていきたいと思っています。

## 上司×部下 CROSSTALK



SUBORDINATE

飯塚 愛実  
海外仕入二課

BOSS

石井 康之  
海外仕入二課 課長

### Q1 お互いを紹介してください

#### ▶ A. 石井課長

明るく真面目で、仕事に対する努力を惜しまない方です。一方で、一生懸命になりすぎてしまう部分もありますから、力の抜き方やリフレッシュの仕方も同時に覚えていっていただきたいですね。

#### ▶ A. 飯塚

自ら積極的に話しかけてくださったり、近い距離間で仕事をさせていただける上司です。仕事で困っている時などは一番声を掛けてくださるなど、心から頼りにしています。

### Q2 印象的なエピソードは？

#### ▶ A. 石井課長

中堅のポジションとして、新入社員や派遣社員などの教育にも携われるようになり、現在進行形で成長を見させてもらっているのが印象的です。心のスタミナも以前より増加したのではないのでしょうか。

#### ▶ A. 飯塚

新入社員時代に初めて海外添乗に行った際、かなり緊張している私に対して「もしミスをしたら一緒に謝りに行くから安心して」と言ってくださったことが、とても印象に残っています。

### Q3 飯塚さんに期待することは？

#### ▶ A. 石井課長

所属する部署では、係長に次ぐポジションとして、なくてはならない存在になっていることは間違いありません。だからこそ今後は、リーダーシップをより発揮しながら、上の立場に立つ人間として成長していただきたいと思っています。そのためには指導者側ならではの「しなやかさ」や「頭のやわらかさ」も必要になってきますから、これからも努力を続けていってほしいですね。

## Work Flow

### コース造成



業務のスタートは企画担当者から寄せられる航空券手配の依頼からはじまります。造成予定のコースに合わせて、どの航空会社を選ぶのか、どの旅程を手配するのかを検討します。場合によっては仕入側から企画担当者へコースの造成をお願いすることもあり、まさに海外旅行の要となるポジションです。

### 航空会社への交渉



航空会社と旅程の選定が完了すると、次は航空会社との交渉がスタート。旅程や料金などを伝えながら、希望通りの内容で席がもらえるよう、粘り強く交渉していきます。航空会社のスタッフと信頼関係を築いておくことも大切です。

### 座席のコントロール

航空会社との交渉の末にいただけた席に対して、コースの集客状況を見ながら座席数の増減をコントロールしていきます。席の数は多くても少なくても、関係各所に迷惑を掛けてしまいますから、市場の流れを読むセンスが問われます。



### 座席消化率の確認



定期的な座席消化率の確認も重要な業務です。しっかりと集客し、消化できているかを都度確認しつつ、場合によっては仕入主導でコースの再販計画を検討することもあります。

### 手配完了

無事集客が完了したら、手配の最終確認を行います。旅程やお名前などの基本的な情報はもちろん、機内食のリクエストや車いすなどのイレギュラーな対応についてもしっかりと伝わっているのか、漏れなくチェックします。



### この仕事の POINT



旅行に必須の交通手段の確保。その手配を任されているからこそ、確認作業には特に意識と時間を掛けて取り組みます。もしも一つでも誤りがあった場合、お客様の旅行が台無しになってしまう可能性がありますから、気を抜かず、常に全力を出し切るようにしています。

カウンター



笑顔と知識を武器に、  
信頼を勝ち取る。

内田 早紀 SAKI UCHIDA  
2015年入社  
西日本営業本部 メディア営業一部 梅田支店

阪急交通社の「顔」として

会社説明会の時に見た社員同士の絆の深さや雰囲気  
の良さが、阪急交通社に就職を決めた一番の理由  
です。あの時感じた社員を大切にしてくれる会社と  
いうイメージは、入社して数年たった今でも変わって  
いません。私が所属するメディア営業一部は、ご来  
店くださったお客様の旅行の相談や予約など、カウ  
ンターでの接客業務をメインに行う部署です。お客  
様と最初に接点を持つ重要なポジションであるため、  
常に笑顔を忘れず、阪急交通社の代表として接客し  
ていくことを心がけています。

自分磨きの先にお客様の信頼がある

お客様の中には、旅行先やプランが未定で来店され  
る方も少なくありません。旅行に求めるものは何なの  
か、どんな体験を希望しているのか。細かくヒアリン  
グをしていながら、お客様を本当に満足させられる  
プランを考え提案し、予約に繋がった時の喜びは忘  
れることができません。接客スキルを磨くのはもちろん、  
各プランの魅力や特徴を把握するための努力も必要  
ですが、元々旅行好きな性格もあるため苦になりませ  
ん。一人でも多くの方にリピートしていただけるよう、  
毎日が勉強です。



上司×部下 CROSTALK

SUBORDINATE  
内田 早紀  
梅田支店

BOSS  
高木 ゆかり  
梅田支店 支店長

Q1 お互いを紹介してください

▶ A. 高木支店長  
とにかく笑顔が魅力的な方で、お客様に対しても常  
に心からの笑顔で応対し、話しやすい雰囲気やリ  
ラックスできる環境を作ることができています。接客  
業の鏡と言えるような存在ですね。

▶ A. 内田  
お客様とのコミュニケーションはもちろん、スタッフ  
に対する姿勢など、すべてにおいて尊敬できる憧れ  
の上司!「高木支店長だったらこんな時どうするか」  
と、いつも手本にしています。

Q2 印象的なエピソードは?

▶ A. 高木支店長  
ハワイの商品を Web で告知するための業務と一緒に  
進めた際、忙しい私を気遣って、本来自分が担  
当している範囲以上の仕事をしてくれました。人の  
気持ちや状況をしっかりと見て、自分で考えて行動  
してくれるのは本当に助かります。

▶ A. 内田  
実は阪急交通社に興味を持ったきっかけが、会社  
説明会で聞いた高木支店長のお話だったんです。  
カウンターにいらながらも、お客様から厚い信頼を寄  
せられ、リピーターも数多く作っている姿に感銘を  
受けました。

Q3 内田さんに期待することは?

▶ A. 高木支店長  
ちょうどベテランと新人の間の、橋渡し役のような立  
場として、部署の雰囲気を作っていってくれるような  
存在になっていただきたいです。そして、持ち  
前の優しさは残しつつも、時には自己主張もしく  
かりしていきながら、ゆくゆくはチーム長のように他の  
人をまとめていくような仕事にもチャレンジして欲しい  
ですね。すでに新入社員の教育などにも携わって  
いただいているのですが、まだまだ活躍できる場は広い  
と思っています。

Work Flow

来店・接客



お客様がご来店されたら、まずは笑顔と大きな声で「いらっしゃ  
いませ」とご挨拶。お客様の心を掴むには、第一印象はとて  
も大切です。お店に入ったタイミングから、「ここによかった」  
「信頼できて相談しやすい」と思っていただけのように、気持ちの  
良い接客を心がけます。

ヒアリング



お客様からご希望の日程や行き先、家族や友だちといった参  
加者形態、どのような旅行を実施したいのかなどをヒアリング。  
ここでたくさんの情報を得られるかどうか、今後の提案の質  
を左右しますので、じっくりお客様と向き合いながら、本当に  
求めているものを探ります。

提案

ヒアリングした情報をもとに、要望に合ったプランを探しご提  
案します。阪急交通社が扱う商品は数多く、私たち自身がそ  
れぞれのプランの魅力をしっかり把握しておかなければいけ  
ません。覚えることは多いですが、より良い提案を実現するた  
め、普段から勉強は  
欠かせません。



予約・手配



お客様が旅先で得られる体験や感動をイメージできるようにプ  
ラン内容を説明し、ご満足いただけたら手配・予約に移ります。  
ここからはスピード勝負。素早く手配を完了させ、ご旅行案内  
書の作成も同時に進めます。

確認

パンフレットや作成したご旅行案内書をもとに、お客様と内容の  
最終確認を行います。その後は入金フローや提出書類といっ  
た今後の手続きについてご案内します。期待に胸を膨らませ  
ているお客様の背中を、笑顔と「ありがとうございました」の声で  
お見送りします。



この仕事の POINT



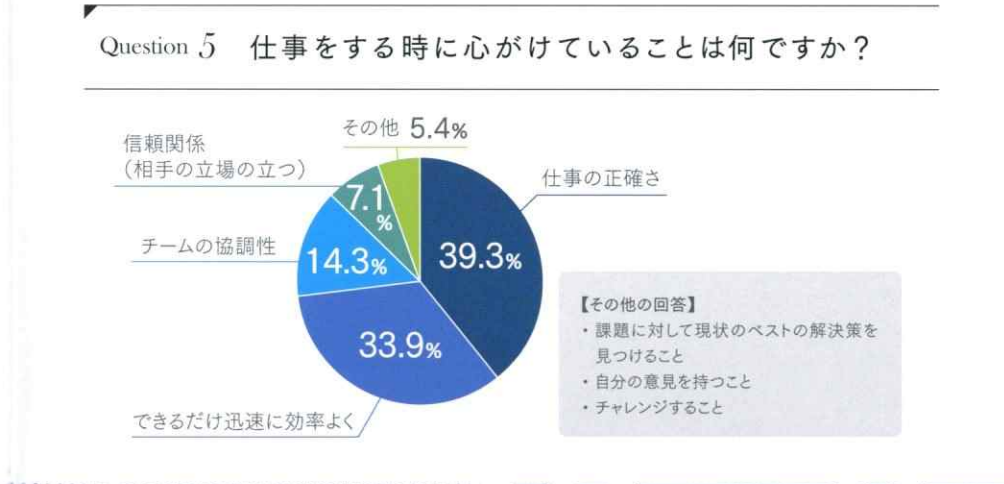
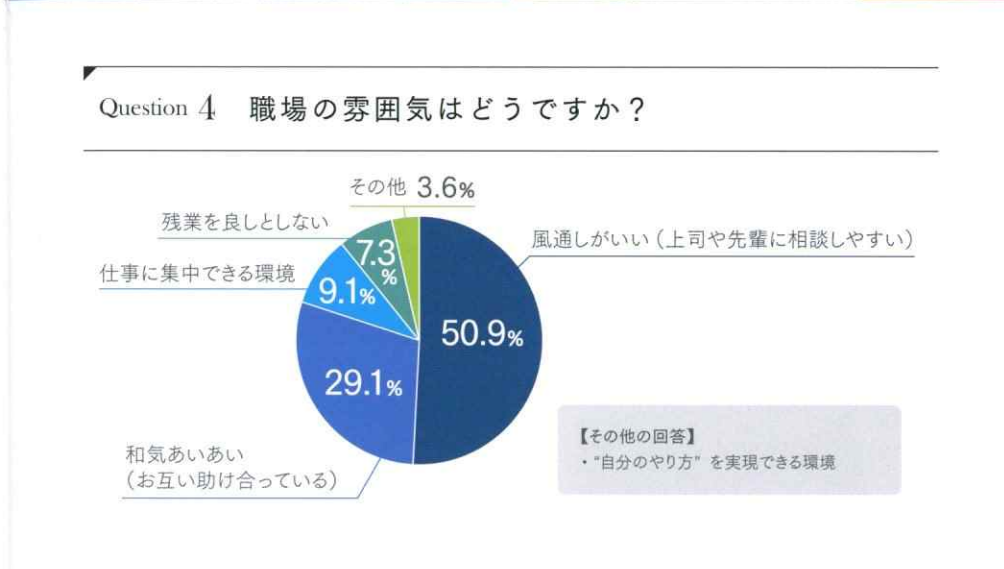
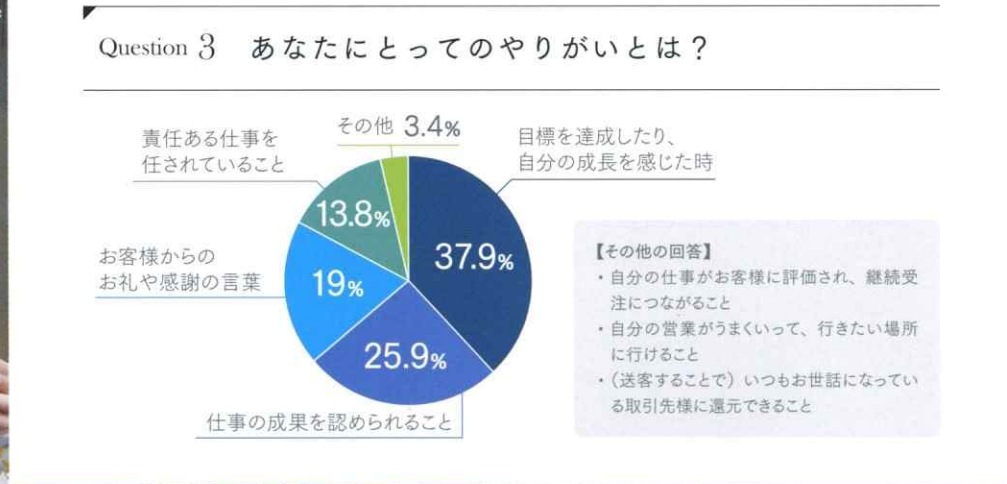
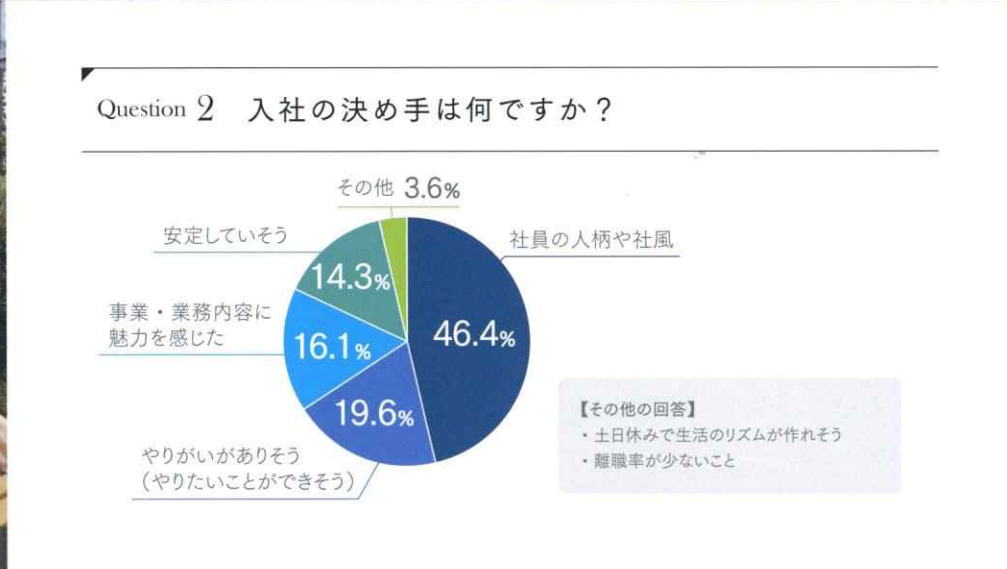
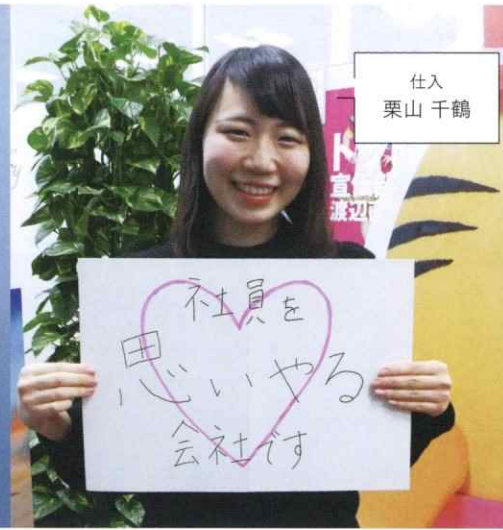
接客で最も大切なのは笑顔!  
そして、お客様にしっかりと寄り添  
うことです。ご来店されるお客様  
の中には、旅行プランの見直しや入  
金などの事務対応を目的としてい  
る方もいます。そうしたお客様対  
しても分け隔てなく、一人ひとりに  
丁寧に対応することで、阪急交通  
社のファンを増やしていくことが私  
の使命です。

# QUESTION

阪急交通社の若手社員  
50名に聞きました！

## Question 1

あなたにとって阪急交通社の  
好きなおところは？





# ABOUT US 阪急交通社とは

阪急交通社は、約 100 社から成る「阪急阪神ホールディングスグループ」の中核会社として、コア事業の 1 つである旅行事業を担っています。「総合旅行会社」として国内旅行、海外旅行、団体旅行、MICE、訪日外国人旅行などあらゆる形態の旅行を提供し、メディア販売(パッケージツアー企画販売)を得意としています。

## グループ会社

### 阪急阪神東宝グループ

#### ◆ 阪急阪神ホールディングスグループ

#### ◆ エイチ・ツー・オー リテイリンググループ

#### ◆ 東宝グループ



## < 6 つのコア事業 >

都市交通事業 	不動産事業 	エンタテインメント・コミュニケーション事業 
旅行事業 	国際輸送事業 	ホテル事業 

## ブランド展開

行きたい旅、見つかる。



旅のあらゆるニーズにお応えする旅行の総合ブランドです。「トラピックスにアクセスすれば、行きたい旅がきっと見つかる。」そのために、充実した内容の旅をお手頃価格で商品化し、豊富な品揃えで提供することで、より多くの人に、より多くの旅行を楽しんでいただく機会を創り出します。



大切な人との旅の時間を大切にするために、また、まごころをこめて旅行をお届けするため、観光や体験、宿泊、食事、移動など旅行の全行程において、時間や気持ちに配慮したゆとりの旅を提供します。

見つけた! 私だけの旅



旅行が特別なものでなく、日常化することによって、出かけたい時に自分で計画した旅を楽しむ「私だけの旅」のニーズが高まっています。そのような FIT 志向の自由な旅をスピーディーに、フレキシブルに提供します。

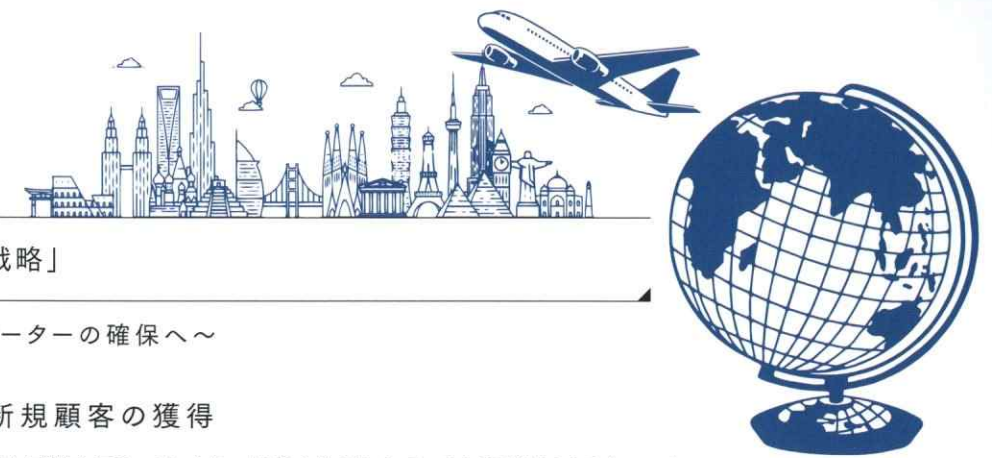
ともに、感動。深まる。



ヨーロッパを中心に、旅の素材であるホテル、食事、添乗員等を厳選し、連泊を基本としたゆとりある行程でお客様の立場に立った商品づくりを心がけています。本物志向のフレンドツアーリピーターの感動の輪を広げていきます。



旅行をとりまく環境は日々変化し続け、大型バスで観光地を駆け巡る団体旅行から、お客様のご要望に細かく応えることができる少人数の旅へと、お客様のニーズも変化してきました。お客様のご希望が叶う、不自由を解決する、わがままを言っていただける、オーダーメイドの旅を全力でお手伝いします。



## 阪急交通社の「メディア戦略」

～新規顧客の獲得から、リピーターの確保へ～

### ◆ メディア媒体展開による新規顧客の獲得

様々なメディアを駆使して効果的に広告展開を行うことにより、旅行を検討されているお客様はもちろんのこと、旅行の予定がない方にも、「旅に出たい」と思わせる潜在需要の掘り起こしを行っています。

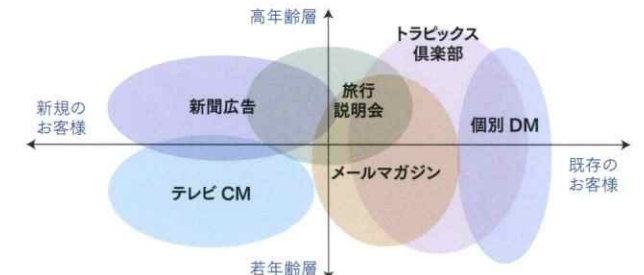
### ◆ 情報誌・DMにより、お客様をリピーターに

はじめて当社のツアーにご参加いただいたお客様には、引き続き当社のファンになっていただけるよう、月1回発行の情報誌をはじめ、DM(ダイレクトメール)・メールマガジンなどをお送りし、安くて内容の良い旅行情報をタイムリーにご提供します。



#### 新聞広告

阪急交通社の主力のメディア媒体。限られたスペースで、ツアーの魅力をいかに最大限にお伝えできるかが腕の見せ所。幅広いお客様に見ていただくことができ、さらに店舗のパンフレットに比べて素早く展開することができるという、スピードも戦略の鍵です。



#### トラピックス倶楽部

1999年創刊、全国で毎月約160万部を発行。当社ツアーにご参加いただいたお客様にお送りし、リピーターになっていただくための基本ツールです。オールカラーで、読み物ページも充実。ウェブサイトには電子版も掲載しています。



#### メールマガジン『阪急たびマガ』

旬な情報、お得な情報をいち早くお届けする、いいとこどりのメルマガ。読者もうなぎのぼりで増えています。読者限定特別企画や、人気商品の一般発売先行予約もご案内しています。



#### 個別DM(ダイレクトメール)

ツアー参加履歴などから、お客様の志向にマッチした情報をお送りし、先行販売などをご案内しています。出発間際のお得なツアーなど特別企画もご提供し、たくさんご予約につながっています。



#### 旅行説明会

数日間で約2,000名のお客様にご来場いただく大説明会から、50名規模のものまで、主要拠点ではほぼ毎週開催しています。企画担当者自身によるツアー紹介や、現地事情に精通した添乗員による相談会も開催。顔が見える安心感から平均成約率は40～60%。



#### ウェブ販売(インターネット販売)

阪急交通社ではいち早くウェブ販売に取り組み、「阪急交通社 旅行サイト」はパソコン、スマホからのアクセス数も多く、高い評価をいただいています。行きたいツアーを素早く検索。予約から支払いまでネットで可能です。また、旅行比較サイトや、最先端のウェブ広告も積極的に展開。取り扱いは年々増え、主力のメディア媒体の一つです。



#### テレビCM・通販

不特定多数の視聴者・ユーザーに対して、阪急交通社の社名、ブランド名をより多くの方に知っていただくための媒体。



# HISTORY 沿革

1948.2.22	昭和 23 年	「阪急電鉄株式会社」の代理店部として航空代理店業を創業。 「パン・アメリカン航空会社」とわが国初めて代理店契約を締結	当社とパン・アメリカン航空会社の代理店契約調印。左よりプランチ極東支店長、近藤大阪市長、太田垣社長
1948.11.13	昭和 23 年	IATA より日本初の旅客取扱代理店認可を取得	
1951.9.29	昭和 26 年	日本航空(株)と貨物・旅客取扱代理店契約を締結	
1960.10.5	昭和 35 年	「阪急電鉄株式会社」より分離 「株式会社阪急国際交通社(現 阪急交通社)」として設立	
1972.1.4	昭和 47 年	海外旅行ホールセール商品「グリーンングツアー」誕生	1973年下期パンフレット
1977.1.18	昭和 52 年	初の海外現地法人「HANKYU EXPRESS USA,INC」設立	
1989.6.1	平成元年	メディア販売ブランド「トラピックス」発売開始	話題(トピック)にのぼる旅(トラベル)という願いを込めた造語。コミュニケーションの象徴であり、世界中の誰からも愛されるハートマークをイメージ喚起するデザインとした
1993.4.1	平成 5 年	東急観光と共同出資にて「VITA」発足	
1993.8	平成 5 年	トラピックス旅行参加者数100万人突破	
1999.4	平成 11 年	関西で会員向け情報誌「トラピックス倶楽部」創刊	左から1999.4関西版(50万部)を皮切りに、2000.4関東版(40万部)、2000.5中部版(10万部)、2000.5九州版(20万部)発行
2002.10.1	平成 14 年	「トラピックス」「クリスタルハート」「ロイヤルコレクション」「e-very」の4ブランド体制発足	
2004	平成 16 年	メールマガジン「阪急たびマガ」配信開始	
2005.4.1	平成 17 年	持株会社「阪急ホールディングス株式会社」設立に伴い、中核事業会社となる	
2006.10.1	平成 18 年	「阪急ホールディングス株式会社」と「阪神電気鉄道株式会社」との経営統合に伴い、「阪急阪神ホールディングス株式会社」の中核事業会社となる	
2007.10.1	平成 19 年	「阪神電気鉄道株式会社」の旅行事業を吸収分割により継承するため、「阪神航空株式会社」設立	
2008.4.1	平成 20 年	旅行事業と国際輸送事業を分社し、旅行事業「株式会社阪急交通社」として新たに設立	
2010.4.1	平成 22 年	旅行事業再編に伴い、「株式会社阪急交通社」と「阪神航空株式会社」から企画旅行を軸とする新生「株式会社阪急交通社」と、業務渡航を軸とする「株式会社阪急阪神ビジネストラベル」を設立 ※「阪急航空フレンドツアー」を加えた5ブランド体制に	
2012.4.28	平成 24 年	トラピックス海外旅行1000万人達成	
2015.4.1	平成 27 年	海外ダイナミックパッケージ「旅コーデ」開始	
2015.9.30	平成 27 年	阪急グランドビルにて、阪急たびコト塾開講(東京は2016.11.14開講)	
2017.7.7	平成 29 年	旅行記事サイト「たびこふれ」誕生	
2018.2.22	平成 30 年	「株式会社 阪急交通社」創業70周年	

# TOP MESSAGE

一常に変化を求め、お客様の声に応える「旅」の創出で、  
社会に必要とされる企業を目指す

現在の旅行業界は、変化という大きな潮流の中にあります。  
デジタル革命によるITの進化とグローバル化によって、顧客は様々な選択肢の中から簡単に航空機とホテルを予約できるようになりました。また、訪日外国人旅行者数はわずか5年間で約3倍と爆発的な増加の一途をたどっています。

このような時代において、国内・海外の添乗員付きツアーを中心に支持を得てきた当社が、今後も持続的に成長するためには、従来の「旅行代理店」という立ち位置から「旅行商品メーカー」「旅行アドバイザー」「旅行企画プレゼンター」として、より一層顧客に寄り添った役割を担う方向性へと舵をとる必要があります。  
料理に例えると、仕入れた食材に焼く・炒める・揚げるなどの調理を施し、味付けをし、盛り付けをする料理人として、素材にひと手間ふた手間をかける役割であると考えます。そのうえで、「安くて美味しい」、あるいは「高くて期待以上の満足感を得られる」といった双方を提供できる料理店のような旅行会社を目指します。

そこで大切になるのが、新たなアイデアを柔軟に取り入れられる力です。  
「頭の中に白紙の部分を持つ」「聞く力を養う」「自ら汗をかく」—これらを入社する皆さんには期待したいと思います。  
業界で魅力的な商品を生み出すプロとは、常に自らの立ち位置をお客様側に置くことができ、決して現状に納得しないものだと考えます。

入社一年目から果敢な挑戦を通じて、仕事の面白みや充実感・達成感を味わうことこそが、皆さんの成長につながっていきます。旅行会社の財産は「人」がすべてであるといっても過言ではありません。現状に満足せず、私たちとともに常に変化を求めることに喜びを見いだせる皆さんを心よりお待ちしております。

株式会社 阪急交通社  
代表取締役社長 松田 誠司





株式会社 阪急交通社 人事採用チーム

東京都港区新橋 3-3-9 KHD 東京ビル

TEL:03-6745-7331

MAIL:jinzai-east@hei.hankyu.co.jp

<http://www.hankyu-travel.co.jp/recruit/fresh/>