



HPはこちら

東日本ユニオン NEWS

JR東日本労働組合
発責 教育・広報部
2019年9月4日 No.121

「全てのお客さまは救えない」と明言する経営戦略が明らかになる！
申第1号「駅」の变革と新たな顧客接点創り(今後の旅行業部門の方向性)団体交渉 その2

この現状で店舗窓口販売を無くしても良いのか？

JTB 総合研究所調査における、店舗で旅行商品を探す人は **11.2%**



それに対しJR東日本のネット販売は **30%弱**

(店舗で旅行商品を探す人は **70%強**ということになる)

まだまだネット購入を望まないお客さまが多くいる現状の中で、はたして店舗販売窓口を無くしても良いものなのでしょうか！？

旅行販売窓口を無くすことが、本当にお客さまや地域のみなさまが望んでいることなのか疑問が残ります。

組合側：ネット購入を望まないお客さまへの販売体制や対応はどうするのか。

経営側：お客さまのスマートフォンを見ながらネット購入のお手伝いをするサービスやびゅう予約センター、大人の休日倶楽部コールセンターの強化などを行う。

組合側：ネット販売へ移行する案内やお客さま周知の方法は考えているのか。

経営側：今段階、具体的なものはない。検討している。全てのお客さまは救えない。

ネット社会に対応する経営戦略は必要であると考えますが「店舗窓口における対面販売を全て廃止する必要があるのか」については、慎重にならなければなりません。

経営側は顧客接点型拠点の業務内容について、提案を行ってから5ヶ月ほど経った現段階においても「検討をしている」と回答しています。また、お客さまの面的なフォローについては「観光流動を創造するための情報発信やご相談窓口機能となる」とした考え方は明らかにしたものの、業務内容は未だ具体的になっていないと言わざるを得ません。

当社の旅行業部門を支えてきた社員の接客スキルを消失させる施策で社員の働きがいを創出できるのでしょうか！？ 娯楽やビジネスなど日常生活から切り離せない旅行。その販売体制はどうあるべきかを職場から語りあい、東日本ユニオンはお客さまに一番近い現場第一線で働く社員の声を「提言」や「要求」として経営側に求めていきます。

