

第2510地区 第11グループ



2007~2008

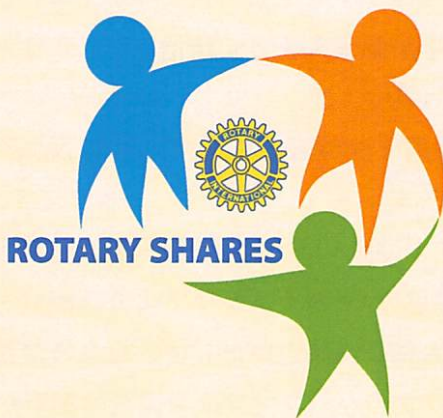
The Weekly Report of

Hakodate North R.C.

函館北ロータリークラブ会報

2007~08年度
国際ロータリーのテーマ

ロータリーは
分かちあいの心



2007~08年度
国際ロータリー会長

ウィルフリッドJ.ウィルキンソン

Wilf. Wilkinson

石橋輝夫 会長 テーマ

—— ゆっくりと、ほどほどに ——



1月23日卓話 玉井 清治 氏

《第2138回例会》 第 28 号 1月30日(水)

本日のプログラム

卓話「日の丸・君が代の現状を考える」

函館市議会議員 能登谷 公 氏

★会 長 石 橋 輝 夫

★幹 事 渡 部 二 康

例会場：函館国際ホテル 〒040-0064 函館市大手町5-10 TEL23-5151
例会日：毎週水曜日 12:30~13:30 事務局：函館市大手町5-10 二丁目ビル4F TEL23-3870

◇ 型 枠 工 事 業 ◇
株式会社 小 川 建 設

代表取締役 小 川 芳 美

建設業許可 北海道知事 渡島(2) 第1006号
 北海道建設躯体工事業協同組合会員

本 社 〒041-1122 亀田郡七飯町大川3丁目11番29号 TEL 0138-65-6507
 営業事務所 〒041-0801 函館市桔梗町550-6 TEL 0138-47-3166 FAX 0138-47-5234
 E-mail ogawakensetu@wave.plala.or.jp

(広告掲載：小川 芳美 会員)

函館北ロータリークラブのホームページアドレス <http://www.hakodate-north.org/>

◎ 1 月 9 日 出 席 報 告 (増 山 正 委 員 長)

会 員	31名	出席率対象会員	30名
		出席規定免除会員(a)	0名
		出席規定免除会員(b)	1名
当日出席	25名	当日欠席	5名
他クラブ出席	4名	出席合計	29名
出席率		96.67%	

・ テレフォンサービス (例会移動案内) 電話 26-3170番

次回・2月6日
プログラム

移動例会「節分」

於 亀田八幡宮

1月23日の記録

◎司 会 石橋 輝夫 会長 ◎斉 唱 我等の生業、四つのテスト

◎ゲ ス ト トラベルメイク(株) 代表取締役 玉井 清治 氏

◎ビジター 函館R.C. 日下部博久君、函館五稜郭R.C. 阿彦 治君

◎会長報告 石橋 輝夫 会長

- 国際ロータリー第2510地区矢橋温郎ガバナー・エレクトより国際ロータリーの2008・09年度テーマが「Make Dreams Real」「夢をかたちに」に決定いたしましたとのお知らせが届きました。
- 先月の「ロータリーの友」に当クラブのハーフマラソン協賛の記事が載っていましたが、ロータリーの友委員長の中川会員が市役所の紫前さんの所へ報告へ行ってきました。たいへん喜んでおられ、皆様へよろしくとの事でした。

◎幹事報告 渡部 二康 幹事

- 函館RC 1月31日自主休会、函館五稜郭RC 2月1日移動例会に変更です。
- 函館東RC 創立50周年記念事業として清水国明氏の講演会及び記念植樹を行うというポスターが届きましたので掲示しています。会員の皆様へ後日チラシが届くそうなのでBOXへお入れします。

◎親睦活動委員会 泉 彰 委員長

ニコニコBOX投入報告

石橋会長・渡部幹事・森 会員・佐々木会員・増田会員・南木会員・成田会員・泉 会員・小笠原会員……玉井様、本日の卓話よろしくお願ひします。
山下(清)会員……誕生祝ありがとうございます。
柴崎会員……毎日寒い日が続いていますね。
新 会員……会報に私がのっていました。

◎卓話 「旅行業について」 トラベルメイク(株) 代表取締役 玉井 清治 氏

函館北ロータリークラブの皆様！こんにちは。函館亀田ロータリークラブの玉井でございます。
弱輩者の私が諸先輩の皆様の前で卓話をおはなしできるような立場ではございませんが、私が2年前の幹事だったときの北クラブ会長、増田さんのたつてのお願いに僭越ではございますが、ちょっぴり退屈しない旅行業のおはなしをさせていただこうと思ひます。
最近、どこの旅行会社のパンフレットでも、激安バスツアーが花盛りです。豪華な食事や様々な特典を謳い、ハデに装飾された激安ツアー代金がパンフレットを彩ります。この内容でこの料金、よくこれで採算がとれるなと思われる方も多いでしょう。そのカラクリは「コミッションと言う不透明な

お金」で、ツアーの途中で立ち寄る土産物店やドライブインから入るショッピングコミッションにあります。計算上は赤字でも、ショッピングコミッションで収益を出しているのです。コミッションの金額は、ツアーの規模や内容により様々な契約がされますが、たいていの場合は、お客様1人につきいくらかバス1台につきいくらかといった固定額が殆どです。例えばあるドライブインが、お客様1人につき300円という契約を結んだ場合、40人のお客様が来たたとえトイレだけで、売上がゼロでも12,000円のコミッションを旅行会社に支払わなければなりません。

つまり旅行会社には、売上に関係なくショッピングコミッションが入るわけです。ドライブインの方では高いコミッションを支払っているわけですから、売上が無ければ死活問題です。当然、お客様に対して激しい売り込みをかけることになります。さらに契約にはオプションがあって、当初設定した目標を達成した場合は、さらなるショッピングコミッションが科せられます。例えば送客人員が1,000人を超えたら1人100円プラス、2,000人を超えたら1人200円プラスというように、どんどん額が上がっていくのです。その上、ツアーに付くプレゼントの殆どは、ドライブインが無償で提供しています。ドライブインがなぜこままでの条件を呑んでまで旅行会社と付き合うのか。それは道の駅が増えて一般客が減ったとかいろいろな要因があります。

最近では添乗員が専門の別会社から派遣されて来る事が多いので、このような内情を知らず、行程がおしてくると簡単にショッピングの時間をカットしようとしてますが、私達の立場からすれば観光の時間をカットしてでも、予定の時間を確保してもらいたいのが本音です。ショッピングが無ければ、こんな格安な値段でツアーは成り立たないわけですから、お客様もあまり文句言わず、別に何も買わなくていいから、ちょっとの時間お付き合い願いたいものです。

次に食事の内容です。松坂牛だとか松葉がにといった高級グルメを謳っているツアーが多いですが、本当にそれがブランドイメージどおりの良い物とは限りません。松坂牛と言っても、高級霜降り肉から牛丼にしかないスジ肉まであるし、松葉がにもセリで高値を呼ぶ高級品から形や質が悪くて、市場のスミで捨てられる寸前といった物までいろいろあるのです。激安ツアーで使われるのは当然後者です。まあ値段が値段ですから、こんなものだとお客様には納得して頂くしかありません。お客様の方でも割り切っていると見えて、この事であまりクレームを聞いたことがありません。

バス代や観光施設の入場代はかなりシビアです。もうギリギリまで値切られます。バス代の場合、人件費などの経費は、バスが動かなくてもかかるわけだから、普段仕事がない平日はガソリン代と経費分だけのバス代でもありがたいだろうという感覚です。最近では、行政の規制緩和で新規参入のバス業者が増えて、競争が激化しているためより厳しい条件も通り易い状況にあります。

観光施設の入場代の場合はずっときびしくて、私達はいつも入場無料にさせる事を目標に値切っています。お客様が売店でショッピングをすれば、施設には利益が出るのだから入場代はタダでもいいだろうと言う理論です。

このように激安ツアーでは、様々な施設にかなり厳しい条件を呑んでもらって成り立っているのです。私個人としては、あまり無理を言うのは気が咎めるし苦手なのですが、非常に複雑な心境です。

旅行は値段ではないということ。できれば企画力で勝負して、多少値段が高くても内容の本当に良い、もっと夢のあるツアーでお客様に旅を楽しんで頂きたいと思う今日この頃です。