

シリーズ：『挑戦』を支えるもの

～旅行会社に求められるガバナンスとは～

■いまなぜ「旅行会社のコーポレートガバナンス」なのか？

4月から新年度を迎えた旅行会社も多いことと思います。昨年度は、依然好調の訪日外国人旅行者数に加えて日本人の海外渡航者数にも回復が見られるなど良い材料もある一方で、一昨年の個人情報管理に係る事件や昨年の大型経営破綻等、業界を揺るがす出来事が起こり、その対応に追われたことも記憶に新しいところです。

特に、「てるみくらぶ」の経営破綻を受けた対応では観光庁を中心に一経営ガバナンス・ワーキンググループが立ち上がり、旅行会社のガバナンス強化策等について検討がなされ業界としていくつかの具体的取組みも始まりました。ではなぜいま、コーポレートガバナンスが問われているのでしょうか。

■営業戦略としてのガバナンス

前述のワーキンググループで旅行会社に求められる経営ガバナンス強化策としてとりまとめられた内容は「経営状況の把握」「登録更新の際の内容確認の厳格化」など会社の財務面の健全化を目的とした事項に加え、「広告募集のあり方」「前受け金の用途の明記」など顧客や関係

先との取引や営業方針の信頼に係る事項もあります。旅行業を取り巻く競争や経営環境が厳しい中、財務の健全性だけでなく、顧客や関係先との取引の品質を保ち信頼され選ばれる旅行会社であり続けるために、これらのガバナンス強化に取組むことが必要であり有効なのです。

そして、これらのガバナンス強化を外部から与えられた規制や制約として捉えるのではなく、厳しい競争に打ち勝つための自らの経営戦略として考え、自立的にPDCAサイクルを回し経営の品質向上につなげて行くことが求められています。

■リスクマネジメントもガバナンスとしてとらえる

旅行会社が経営や営業の品質を保ち永續するには、会社を取り巻く多様なリスクにも打ち勝つていくことが必要です。旅行行程の安全を確保するための「旅行安全マネジメント」は勿論のこと、例えば、多くの顧客情報を抱える旅行会社としてのサイバーリスク対策、従業員だけでなく顧客取引先との間での各種ハラスメントの防止など、昔前はあまり想定していなかったリスク対策がいまの旅行会社には求められています。これらのリスクに企業自らが適切

に対処することで、財務の安定性を守り、顧客や関係先からも安心して頼られる関係を築くことができま す。これは正に旅行会社のコーポレートガバナンスの一環と言えます。企業 のリスクマネジメントが、ひとつの担当 部署や特定の担当者の仕事ではなく 経営者自らが判断し実行すべき経 営課題であるというのはこういう事 情からです。

■夏のトップシーズンに向けて

7月1日は「旅の安全の日」です。夏のトップシーズンに向けて、自社の事故対応マニュアルの見直しや社内への再徹底、会社の規模や事業内容に即した模擬訓練等に取組む旅行会社も多いことと思います。この機に、これら旅行安全マネジメントの取組みを経営戦略としてのコーポレートガバナンスの一環として捉え、経営者自らが陣頭指揮を取り社員に伝えることで経営品質の向上につなげてい かがでしょうか。

東京海上日動は旅行会社のパートナーとして、ガバナンス体制の構築・強化に向けた取組みも積極的に支援して参ります。

(東京海上日動火災保険株式会社
旅行業営業部)

挑戦の数だけ、 保険がある。

To Be a Good Company



東京海上日動

