

「観光先進国」へ、2024年を始動の年に

得意分野で旅館・ホテルを支援



JTB 池口氏



楽天グループ 高野氏

コロナ禍は終わった。国内観光需要もインバウンド市場も回復した。ただ、宿泊業界は人手不足のため、その需要を吸収し切れない。国内OTA各社はそれぞれ別の強みを持った企業グループに属しており、おのおの得意分野を生かして国内の旅館・ホテルを支援する体制に力を切っつけよう。各社の現状と今後の方向性を聞いた。(23年12月5日、東京・日本橋のロイヤルパークホテルで) 司会 日本企画推進部長・江口英一

—2023年はどんな年だったか。楽天トラベルの高野さんかとは止まってしまう傾向にあるが、今はそれが少ない。

高野 23年は全国旅行支援もあり、好調だった。国内宿泊実績はコロナ禍前の19年比で約40%増で推移している。ビジネス、レジャー、温泉、高級といった全てのカテゴリーで好調だった。この数年力を入れてきたランド施策やレジャー向けのキャンペーンが奏功したと感じている。

—楽天グループの楽天ポイントの存在は際立っている。ポイントプログラムが強さがブランドロイヤリティの高さに繋がっている。

高野 楽天カードの発行枚数は3千万枚を突破。クレジットカード決済のシェアも拡大を続けており、楽天モバイルが長期的なエコシステムの価値向上に貢献している。楽天トラベルを1年以上契約している楽天トラベルユーザーの年間流通は、非契約者の約2倍というデータもある。

—国内旅行の伸びに傾向や特徴はあるか。

高野 22年はカテゴリーによって多少ばらつきがあったが、23年は全般的に伸びた。何か不安要素

がある、特に家族連れの予約などは止まってしまう傾向にあるが、今はそれが少ない。

—楽天トラベルは、もともと出張需要に強いOTAだ。ビジネスの領域で、マーケティングの強化は、例えは、マーケティング効果は20%の改善を目標に掲げている。その先には、チャットGPTを使ったクライアントの問題解決にも活用することを目指している。

—チャットGPTを使って、楽天が宿泊施設の生産性向上を指している。少子高齢化が進む中で、地方では人材不足が顕著な地域で、リクルートが自治体と連携して進めている「AIワーク

—楽天トラベルは、もともと出張需要に強いOTAだ。ビジネスの領域で、マーケティングの強化は、例えは、マーケティング効果は20%の改善を目標に掲げている。その先には、チャットGPTを使ったクライアントの問題解決にも活用することを目指している。

—チャットGPTを使って、楽天が宿泊施設の生産性向上を指している。少子高齢化が進む中で、地方では人材不足が顕著な地域で、リクルートが自治体と連携して進めている「AIワーク

自治体とも連携しながら幅広く展開している。また、社会人のインテグレーションに参加できるサービスの「AIワーク 採用管理」の海外から確保する取り組みを行っている。

—23年の一休はどうだったか。

高野 全客さんと同意見で、23年は業界全体にとって良い年だったと思う。当社の主要顧客は国内の高級宿泊施設、高級レストランの利用層は伸びたが、このマーケットは22年度でも活況を呈していた。23年もそれが続いた。22年と23年で変化したのは、単価。特に高級領域では単価が上がった。その分、お預かりした1室1室を丁寧に販売させていたことを心掛けている。カジュアル領域は23年になってお客さまの動きが活発化して販売客数が非常に伸びた年だった。

—カジュアル領域は、ヤフートラベルの存在が大きいのか。

高野 ヤフートラベルも一休のカジュアル領域も伸びた。楽天トラベルはインバウンドサイトを運営している。じゃらんネットは業務支援もされている。当社は集客支援に特化して、今までやってきたことを継続して着実に取り組んでいる。

—高級宿泊施設は、高単価でも売れている。旅館もホテルも宿泊単価が上がっている。日本にも富裕層はいるが絶対数は限られてる。一方、海外富裕層のインバウンドをいかに誘致するかに行き詰る業者も少なくない。一休の英語サイトが、高級宿泊施設が予約できれば富裕層のインバウンド客にとって便利だとして地域経済に貢献できていると思う。

高野 インバウンドはやっていない。だが、結局どのサイトでも扱っている商品に関しては、私たちが「手数料負け」で出しても売れる優先的に供給を受けている高級旅館の客室がそのような流通に乗っかってしまっている。一休の信用問題にもつながりかねないという気もする。

—海外OTAは完全にテクノロジーで勝負するからか。

高野 海外OTAは完全にテクノロジーで勝負するからか。ロジックの会社になっていて、自社の在庫が他社の在庫と全く分らないが、最安を売るといったようなモードに入っている。日本だけが少し遅く進化した仕方をしていて、あの競争に入っているのはちょっと難しいと考えている。当社としては、インバウンドに関しては、レストラン、一休、一休の高級レストラン予約サイトである「一休レストラン」を英語化させれば、十分勝負が

多言語サイトで訪日客拡大  
宿の「人材課題」もサポート  
多言語で高級レストラン予約  
自治体と共に訪日誘客を支援

高野 多言語サイトで訪日客拡大  
宿の「人材課題」もサポート  
多言語で高級レストラン予約  
自治体と共に訪日誘客を支援

—自動化、コンテンツ生成などを利用して想定している。

池口氏 地域内外から人材を採用することには着目して、「盛り付け」などの業務を切り出して担当していた。

—この「フチ業務」を行政と組んで「仕事カタログ」を作り、役割管理を提供しており、全国の業者が活用している。

池口氏 地方ではフルタイムで働ける若者を確保するのがなかなか難しい。その時に少しの間、高級宿泊施設が予約できれば富裕層のインバウンド客にとって便利だとして地域経済に貢献できていると思う。

高野 インバウンドはやっていない。だが、結局どのサイトでも扱っている商品に関しては、私たちが「手数料負け」で出しても売れる優先的に供給を受けている高級旅館の客室がそのような流通に乗っかってしまっている。一休の信用問題にもつながりかねないという気もする。

—海外OTAは完全にテクノロジーで勝負するからか。

高野 海外OTAは完全にテクノロジーで勝負するからか。ロジックの会社になっていて、自社の在庫が他社の在庫と全く分らないが、最安を売るといったようなモードに入っている。日本だけが少し遅く進化した仕方をしていて、あの競争に入っているのはちょっと難しいと考えている。当社としては、インバウンドに関しては、レストラン、一休、一休の高級レストラン予約サイトである「一休レストラン」を英語化させれば、十分勝負が

—自動化、コンテンツ生成などを利用して想定している。

池口氏 地域内外から人材を採用することには着目して、「盛り付け」などの業務を切り出して担当していた。

—この「フチ業務」を行政と組んで「仕事カタログ」を作り、役割管理を提供しており、全国の業者が活用している。

池口氏 地方ではフルタイムで働ける若者を確保するのがなかなか難しい。その時に少しの間、高級宿泊施設が予約できれば富裕層のインバウンド客にとって便利だとして地域経済に貢献できていると思う。

高野 インバウンドはやっていない。だが、結局どのサイトでも扱っている商品に関しては、私たちが「手数料負け」で出しても売れる優先的に供給を受けている高級旅館の客室がそのような流通に乗っかってしまっている。一休の信用問題にもつながりかねないという気もする。

—海外OTAは完全にテクノロジーで勝負するからか。

高野 海外OTAは完全にテクノロジーで勝負するからか。ロジックの会社になっていて、自社の在庫が他社の在庫と全く分らないが、最安を売るといったようなモードに入っている。日本だけが少し遅く進化した仕方をしていて、あの競争に入っているのはちょっと難しいと考えている。当社としては、インバウンドに関しては、レストラン、一休、一休の高級レストラン予約サイトである「一休レストラン」を英語化させれば、十分勝負が

