

観光立国の実現は、地方(地域)から

# ネット販売の持つ「力」鮮明に

## 楽天トラベル×一休 社長新春特別対談



楽天トラベル社長 岡武 公士 氏

### インバウンド伸長へ準備

2012年を振り返ってどうだったか。岡武 国内旅行では、特に夏は東北から予約が埋まった。中国と韓国は海外旅行もインバウンドも失調、竹島問題の影響をもつて受けた。国内旅行の伸び率は、

12月までの見込み累計で前年比20%増、宿泊単品だと15%増増だった。5月に東京スカイツリーが開業した。岡武 スカイタワー効果で都内の宿泊需要は伸びた。ただ大手家電メーカーが軒並み赤字で、東

11の翌日に東北の全契約施設に連絡をとり、各宿の被害状況と営業状況を、南三陸ホテル観光の女将、阿部恵子さんの奮闘記を紹介させていた。12年4月の「事後カード決済」導入にあたっては旅館業界が反発した。

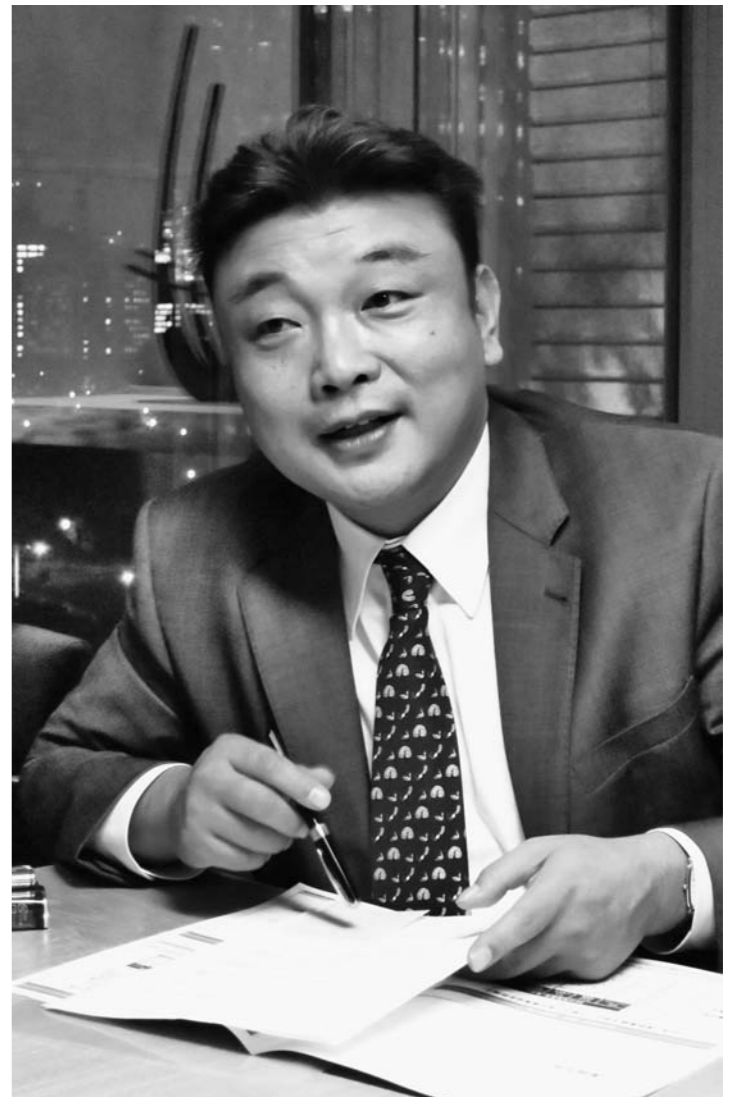
11の翌日に東北の全契約施設に連絡をとり、各宿の被害状況と営業状況を、南三陸ホテル観光の女将、阿部恵子さんの奮闘記を紹介させていた。12年4月の「事後カード決済」導入にあたっては旅館業界が反発した。

### 本業見直し、最高益に挑戦

宿泊予約を中心とした旅行予約で、ネットエージェンツの勢いが止まらない。2011年度の取扱実績額は楽天トラベルが4208億円、一休が331億円に達している。楽天トラベルの岡武社長と一休の森社長は今後の展望などを語っていた。両社は本社企画推進部長・江口英一(ハレホテル東京)。

森 旅社を中心に非常に伸びた。旅館はホテルと比較してインターネットを活用した宿泊販売が多少遅れていた。大手旅行会社への客室アロケーション提供が影響していたと思う。ところが震災の影響でどうしようもなく追い込まれて、いまさらながらの感もあるけれど、ネット販売に目が向いた。特に地方の旅館については、既存の旅行会社からネットへのシフトが鮮明になった1年だったと思う。

森 「高級」というブランドイメージを、独自性を支えているので、独自の強みがあるけれど、大抵の理由で、もと大手旅行会社と取引のない宿も多い。大手旅行会社の送客に頼ってこなかった旅館はネット対応が進んでいたりする。震災後、ネット販売



一休社長 森 正文 氏

への意識がさらに高まったのを感じる。

森 プレミアムビジネスホテル予約サイトの「一休・com」も好調だった。その後、全旅連、国際観光旅館連(当時)の幹部の皆さまと話し合いを重ね、キャンセル料のチャージ方法などについて細かい点を改善して、ご理解をいただくことができた。

森 クレジットカードでの決済比率はどれくらいあるのか。

岡武 現在は70%くらいある。利用者からカード決済をする利便性、やはり楽天スーパーポイントが付いていくことなどがある。

森 ポイントも付くし、やはり利便性。ビジネスホテルであればチェックアウト時の精算も不要になる。

岡武 12年はどうだったか。

森 旅社を中心に非常に伸びた。旅館はホテルと比較してインターネットを活用した宿泊販売が多少遅れていた。大手旅行会社への客室アロケーション提供が影響していたと思う。ところが震災の影響でどうしようもなく追い込まれて、いまさらながらの感もあるけれど、ネット販売に目が向いた。特に地方の旅館については、既存の旅行会社からネットへのシフトが鮮明になった1年だったと思う。

森 「高級」というブランドイメージを、独自性を支えているので、独自の強みがあるけれど、大抵の理由で、もと大手旅行会社と取引のない宿も多い。大手旅行会社の送客に頼ってこなかった旅館はネット対応が進んでいたりする。震災後、ネット販売

への意識がさらに高まったのを感じる。

森 プレミアムビジネスホテル予約サイトの「一休・com」も好調だった。その後、全旅連、国際観光旅館連(当時)の幹部の皆さまと話し合いを重ね、キャンセル料のチャージ方法などについて細かい点を改善して、ご理解をいただくことができた。

森 クレジットカードでの決済比率はどれくらいあるのか。

岡武 現在は70%くらいある。利用者からカード決済をする利便性、やはり楽天スーパーポイントが付いていくことなどがある。

森 ポイントも付くし、やはり利便性。ビジネスホテルであればチェックアウト時の精算も不要になる。

岡武 12年はどうだったか。

森 旅社を中心に非常に伸びた。旅館はホテルと比較してインターネットを活用した宿泊販売が多少遅れていた。大手旅行会社への客室アロケーション提供が影響していたと思う。ところが震災の影響でどうしようもなく追い込まれて、いまさらながらの感もあるけれど、ネット販売に目が向いた。特に地方の旅館については、既存の旅行会社からネットへのシフトが鮮明になった1年だったと思う。

森 「高級」というブランドイメージを、独自性を支えているので、独自の強みがあるけれど、大抵の理由で、もと大手旅行会社と取引のない宿も多い。大手旅行会社の送客に頼ってこなかった旅館はネット対応が進んでいたりする。震災後、ネット販売

への意識がさらに高まったのを感じる。

森 プレミアムビジネスホテル予約サイトの「一休・com」も好調だった。その後、全旅連、国際観光旅館連(当時)の幹部の皆さまと話し合いを重ね、キャンセル料のチャージ方法などについて細かい点を改善して、ご理解をいただくことができた。

森 クレジットカードでの決済比率はどれくらいあるのか。

岡武 現在は70%くらいある。利用者からカード決済をする利便性、やはり楽天スーパーポイントが付いていくことなどがある。

森 ポイントも付くし、やはり利便性。ビジネスホテルであればチェックアウト時の精算も不要になる。

岡武 12年はどうだったか。

森 旅社を中心に非常に伸びた。旅館はホテルと比較してインターネットを活用した宿泊販売が多少遅れていた。大手旅行会社への客室アロケーション提供が影響していたと思う。ところが震災の影響でどうしようもなく追い込まれて、いまさらながらの感もあるけれど、ネット販売に目が向いた。特に地方の旅館については、既存の旅行会社からネットへのシフトが鮮明になった1年だったと思う。

森 「高級」というブランドイメージを、独自性を支えているので、独自の強みがあるけれど、大抵の理由で、もと大手旅行会社と取引のない宿も多い。大手旅行会社の送客に頼ってこなかった旅館はネット対応が進んでいたりする。震災後、ネット販売

への意識がさらに高まったのを感じる。

森 プレミアムビジネスホテル予約サイトの「一休・com」も好調だった。その後、全旅連、国際観光旅館連(当時)の幹部の皆さまと話し合いを重ね、キャンセル料のチャージ方法などについて細かい点を改善して、ご理解をいただくことができた。

森 クレジットカードでの決済比率はどれくらいあるのか。

岡武 現在は70%くらいある。利用者からカード決済をする利便性、やはり楽天スーパーポイントが付いていくことなどがある。

森 ポイントも付くし、やはり利便性。ビジネスホテルであればチェックアウト時の精算も不要になる。

岡武 12年はどうだったか。

森 旅社を中心に非常に伸びた。旅館はホテルと比較してインターネットを活用した宿泊販売が多少遅れていた。大手旅行会社への客室アロケーション提供が影響していたと思う。ところが震災の影響でどうしようもなく追い込まれて、いまさらながらの感もあるけれど、ネット販売に目が向いた。特に地方の旅館については、既存の旅行会社からネットへのシフトが鮮明になった1年だったと思う。

森 「高級」というブランドイメージを、独自性を支えているので、独自の強みがあるけれど、大抵の理由で、もと大手旅行会社と取引のない宿も多い。大手旅行会社の送客に頼ってこなかった旅館はネット対応が進んでいたりする。震災後、ネット販売



森社長と岡武社長 固い握手を交わす

### KOBOの今後にも期待 高級特化で「とんがる」

森 「高級」というブランドイメージを、独自性を支えているので、独自の強みがあるけれど、大抵の理由で、もと大手旅行会社と取引のない宿も多い。大手旅行会社の送客に頼ってこなかった旅館はネット対応が進んでいたりする。震災後、ネット販売

への意識がさらに高まったのを感じる。

森 プレミアムビジネスホテル予約サイトの「一休・com」も好調だった。その後、全旅連、国際観光旅館連(当時)の幹部の皆さまと話し合いを重ね、キャンセル料のチャージ方法などについて細かい点を改善して、ご理解をいただくことができた。

森 クレジットカードでの決済比率はどれくらいあるのか。

岡武 現在は70%くらいある。利用者からカード決済をする利便性、やはり楽天スーパーポイントが付いていくことなどがある。

森 ポイントも付くし、やはり利便性。ビジネスホテルであればチェックアウト時の精算も不要になる。

岡武 12年はどうだったか。

森 旅社を中心に非常に伸びた。旅館はホテルと比較してインターネットを活用した宿泊販売が多少遅れていた。大手旅行会社への客室アロケーション提供が影響していたと思う。ところが震災の影響でどうしようもなく追い込まれて、いまさらながらの感もあるけれど、ネット販売に目が向いた。特に地方の旅館については、既存の旅行会社からネットへのシフトが鮮明になった1年だったと思う。

森 「高級」というブランドイメージを、独自性を支えているので、独自の強みがあるけれど、大抵の理由で、もと大手旅行会社と取引のない宿も多い。大手旅行会社の送客に頼ってこなかった旅館はネット対応が進んでいたりする。震災後、ネット販売

への意識がさらに高まったのを感じる。

森 プレミアムビジネスホテル予約サイトの「一休・com」も好調だった。その後、全旅連、国際観光旅館連(当時)の幹部の皆さまと話し合いを重ね、キャンセル料のチャージ方法などについて細かい点を改善して、ご理解をいただくことができた。

森 クレジットカードでの決済比率はどれくらいあるのか。

岡武 現在は70%くらいある。利用者からカード決済をする利便性、やはり楽天スーパーポイントが付いていくことなどがある。

森 ポイントも付くし、やはり利便性。ビジネスホテルであればチェックアウト時の精算も不要になる。

岡武 12年はどうだったか。

森 旅社を中心に非常に伸びた。旅館はホテルと比較してインターネットを活用した宿泊販売が多少遅れていた。大手旅行会社への客室アロケーション提供が影響していたと思う。ところが震災の影響でどうしようもなく追い込まれて、いまさらながらの感もあるけれど、ネット販売に目が向いた。特に地方の旅館については、既存の旅行会社からネットへのシフトが鮮明になった1年だったと思う。

森 「高級」というブランドイメージを、独自性を支えているので、独自の強みがあるけれど、大抵の理由で、もと大手旅行会社と取引のない宿も多い。大手旅行会社の送客に頼ってこなかった旅館はネット対応が進んでいたりする。震災後、ネット販売