観光立国の実現は地方（地域）から

日本国内OTA 大手3社トップ鼎談

市場を拡大、開拓する

i.JTB 今井 氏

楽天 山本 氏

宮本　フードコートのプルプルのイメージ。ただ、フードコートの場合は電波の届く範囲を離れられないが、Airウェイトでは順番がくると自動的に電話やメールで呼び出しの連絡がくるので、距離が離れていても問題はない。Airウェイトは、行列のできる人気飲食店でもご活用いただいている。

――ところでリクルートライフスタイルはAirシリーズでどう収益を得るのか。

宮本　国内で展開しているAirレジは、無料で展開すると決めている。マネタイズについては、さまざまな切り口で現在検討を進めている。AirレジとAirウォレットを使っては、熱海の商店街に誘客する取り組みを実施した。リクルートポイントをフックに観光客を地元店舗へ誘客し、購買を促すことで地域活性化のお手伝いをさせていただいた。リクルートポイントが商店街で使える、貯まる「観光地O2O（Online to Offline）」モデルだ。

――民泊について皆さんの見解、方針をお伺いしたい。

山本　ユーザーニーズをしっかりととらえて世界中で伸びているという事実はしっかり受け止めなければならない。ただ、各国のルールを逸脱して事業をやっていいのかとなると、それは違う。

――民泊事業への参入準備はしているか。

山本　ウオッチはしている。なぜ伸びているのか、やる場合はこういうことをしなくてはいけないといった分析は必要だろう。

シェアリングエコノミーの旅行関連サービスは実際に使ってみると、学ぶことは多い。例えば、配車サービスのUBER（ウーバー）は、カスタマーサービスが非常に優れている。私自身の体験談になるが、先日マイアミでウーバーを使った時、カンファレンス会場の前が非常に混んでいて、頼んだ車に会えなかったため、キャンセル料5ドルをチャージされた。再度、ウーバーで別の車を頼んで、今度は無事に会えて乗車することができた。ドライバーにそのことを話すと、サイトのリンクから問い合わせる方法を教えてくれた。すぐにメールが返ってきて、「ドライバーに事情を聞いて、5ドルは返金します」という内容だった。私がきちんと乗車できたこともウーバー側で把握していた。

この対応には感心した。ウーバーやAirbnb（エアビーアンドビー）はC2C（Consumer to Consumer）のマッチングサービスを提供している。決してプロフェッショナルのサービスを紹介しているわけではない。一方、私たちは旅館・ホテルというプロフェッショナルにお客さまを紹介する事業を展開している。彼らはアンプロフェッショナルな集団を対象にビジネスを行っているがゆえにカスタマーサポートに対する意識が非常に高いのだろうと感じた。

――楽天が出資している相乗りサービスのリフト（Lyft）とウーバーの違いは。

山本　リフトとウーバーの提供するサービスはほぼ同じものだ。

――（楽天会長兼社長の）三木谷さんは日本でリフトを始めるのか。

山本　現段階では何とも言えない。リフトもウーバーも米国でユーザーから大きな支持を受けていることは確かだ。

ウーバー、エアビーアンドビーに対しては、実は世界最大のCS会社なのではないかという評価もあるくらいだ。カスタマーサービスのレベルの高さは見習うべきものだ。

――楽天トラベルは16年にアナログ的なカスタマーサポートを強化する。

山本　今さらと言われてしまうかもしれないが、予約者向けのコールセンターと宿泊施設向けのサポートセンターを24時間化する。何かお困りでしたら、メールだけではなく、24時間、365日、お電話でお受けしますよ、という体制にする。

↖

山本　15年はふるさと割のおかげもあって、新規のお客さま、高齢のお客さまがとても増えた。コールセンターの電話が鳴りやまないこともあった。インターネット企業ではあるが、コールセンター、サポートセンターでの電話対応は重要だ。

――過去に楽天が大株主だったこともある中国最大のOTA、シートリップはコールセンター要員が非常に多いと聞いたことがある。

山本　多いと聞いている。もともとはコールセンターの予約要員だったらしいが、インターネットの進化速度が日本より速い中国という環境の中で体制が進化し、スタッフの数は減らさずに、インターネットで旅行を予約済みの顧客に対するカスタマーサポートの要員に充てるようになったようだ。中国では航空会社に電話するよりも、シートリップに電話して、航空券を予約、変更などした方が早いという話も聞いたことがある。OTAの電話対応の重要性を物語っている。

――今井社長、民泊についてのご見解は。

今井　もともとは、国内宿泊需要も旺盛でインバウンドも急増して、このままだと東京五輪の2020年まで宿泊先の供給が持ちこたえられないのでは、という危惧から『民泊』の議論が急浮上してきたと理解している。ただ、15年をみても本当に客室在庫が涸渇しているのかというと、決してそんなことはない。満室なのは東京と大阪のホテルだけ。全国的にみれば、東日本大震災の前は客室稼働率が64%ぐらいあったから、現時点でも震災前の水準にさえ戻っていないというのが実情だ。特区以外での民泊は違法

環境の変化に対応

なのだから、私たちがやらなければならないのは、民泊への参入を検討することではない。東京と大阪に集中している宿泊客をいかに地方に分散化させるかの方策を練り実施すること、インバウンド客に対しては、第2、第3のゴールデンルートを開発、提案していくことなどだ。そちらが先決だと考えている。

今一番問題になっているのは、マンションの1室を毎日違う人に貸す民泊。一方、京都などで1階がお土産屋さんで、昔は2階にその家族が住んでいたけれど今は別に居を構えていて、その2階が空いているなどというケースがある。また農業、漁業体験ができる農村、漁村の民泊もある。これらは、それぞれ別のものなので、民泊で一括りにして議論するはどうかと思う。

――立教大学観光学部の玉井和博教授は、民泊問題の解説でNHKのニュース解説番組に出演した際、民泊を「投資ビジネス型民泊」と「ホームステイ型民泊」に分類し、「ホームステイ型こそが本当の民泊」と述べられていた。まさにその通りだと思う。他に居住者がいる集合住宅の1室を疑似ホテルとして貸し出し、収益を得る投資型民泊は違法ホテルでしかない。

今井　私も弊社の社員も民泊の経験はある。先日、沖縄で民泊した社員は、三線を弾くそこのお爺ちゃんたちと飲んで歌って踊ってきた。これがまさに旅の醍醐味だと思う。投資型民泊では、毎日違う人がスーツケースを転がして現れ、泊まっていく。ホームステイ型民泊と同じものとはとうてい言えない。

――民泊についての宮本さんのお考えは。

宮本　基本的に皆さんと同じ考え方だ。私たちは法に則ってビジネスを展開してきたし、今後も当然そうしていく。私たちが今まで提供してきたサービスを継続し、またそのサービスにご満足いただいているお客さまの期待を裏切らないような状態にしなくてはならない。これが、サービス事業者として大前提だと考えている。民泊に限らず、今後もさまざまな新しいサービスが観光業界の中でも現れてくると思う。その新サービスが適法かそうでないかということは当然あるのだが、果たしてそのサービスが私たちのお客さまに喜んでいただけるものなのかどうか、というのが本質的に最も重要な点だと考えている。だから、新たに出現したサービスの中身をしっかりと勉強した上で、私たちとしてどうして行くべきかを検討していくことになる。

――米Amazon（アマゾン）は、15年4月に始めた宿泊予約サービス「Amazon Destinations」を早くも10月に終了した。もともとニューヨーク、ロサンゼルス、シアトルなど米国のごく一部の地域でのみ利用可能な近場の小旅行予約サービスだった。

山本　米国の旅行調査会社、フォーカスライトが11月にフロリダで開いたカンファレンスに出席してきたのだが、「アマゾンはホテル予約から撤退したのに、中国のアリババグループ（阿里巴巴集団）はアリトリップ（Alitrip・阿里旅行）を始めている」という話も出ていた。

今井　アリトリップにはJTBも関係している。10月末にソフトバンクとの間でインバウンドビジネスにおける戦略的事業提携を結んだ。提携の第1弾として、11月11日からアリトリップに専用の旅行サイト「日本汐留旅行旗艦店」を出店して、ホテル予約、国内パッケージ商品予約、クーポン・観光情報の提供、Wi-Fiレンタルサービスなどを始めた。

――やはり11月ごろ、日本でも一部で話題になったのは、15～25%程度のコミッションをベースにしたグーグルの新しい広告プログラム。試験段階らしいが、もしこの「ホテル・アド・コミッション」が世界中で適用されるようになると、グーグルはOTAのコンペティターとなる。

今井　日本市場への導入は決まっていないらしいが。

山本　そんなに簡単にはいかないと思う。宿泊予約ではキャンセルも発生するし、不測の事態が発生した場合のサポート体制も必要になってくる。結局、ユーザーは一番使いやすくて一番サービスが良いと感じるところを使って予約する。

――グローバルの話題では、リクルートホールディングスは、東南アジアのネット旅行サービス数社に出資している。

宮本　インドネシアのペギペギ、フィリピンのトラベルブック、ベトナムのマイツア。現状は、じゃらんnetと連携はしておらず、各国ともに国内のL2L（Local to Local）を中心に運営している。

――日本へのインバウンド送客の窓口として有望だ。

宮本　それはまだ先の話になる。各国の中で、いかにトランザクションを集めるか、ポジションを確保するかということが先決だ。

――リクルートは14年10月に東証一部に上場し、7千億円を得たと日本経済新聞に書いてあった。楽天のように世界のネット有望会社を次々買収できるお金がある。

一同　（笑）

宮本　上場で得たものをベースにした積極的な海外展開、投資はリクルートホールディングスとして続けている。

――一休は、台湾をベースに香港、タイ、インドネシアでレストラン予約サイトを展開する「EZテーブル」に出資してレストラン予約事業の海外展開に乗り出した。一休の森正文社長は「アジアのレストラン予約事業はこれから爆発的に伸びる」とおっしゃっていた。「ホットペッパーグルメ」を運営していて、アジア各国に足がかりもあるリクルートがやったら席巻できるのでは。

宮本　具体的な投資案件については、いまここでお話しできない。

――物色中なのですね。

一同　（笑）

楽天トラベル

もっと世界と
出会う旅。

http://travel.rakuten.co.jp　楽天トラベル　検索