

観光立国の実現は地方(地域)から



国内市場に本格参入

OTAトップ座談会

外資メガ3社の戦略

(21面から続く)
ダイクス そうなった場合、宿泊施設側がパートナーを選ぶ時代になる。どのOTA、どのランドオペレーターと組むのかを選ぶ時代に突入するかもしれない。今後は単に、客室在庫を下さい、プロモーション費用を下さい、ではなく、営業担当者の数だけでなく、施設の質、施設の質に答えられるアドバイザー、良きパートナーを目指したいと考えている。
—— エクスぺディアが米国などで提供している「REVUE」という無料ツールがある。客室の販売単価をどう設定すればよいかを助言するツールだ。他施設の動向などさまざまな情報を分析して自動的に販売価格を推薦し、旅館・ホテルの収益を最大化するお手伝いをする。17年はこれを日本でも展開する。
—— エクスぺディアは、手数料率にしても、営業のやり方にしても、ますます日本のOTAに近づいてきているのではないかと(笑)。
ダイクス 光栄です(笑)。
—— 部屋の仕入の競争というのはいまは熾烈なのか。
ダイクス 熾烈だ。
—— 米国などでやっているのと方法は違うのか。
ダイクス そう思う。高稼働率になれば、誰と付き合えば一番自分たちのビジネスを

伸ばせるかと考え、行動する時代になるのではないかと。お互いに選択肢が多くあり、自分が一番良いと思うパートナーを選び、そこ付き合うというのが正常な形かもしれない。
ダイクス 17年は日本の国内市場にも注力する。外資のOTAはインバウンド専門と思われているところがあるのだが、弊社の数字を見て、日本人利用者の比率が既に約20%に達している。海外出張などで使ってきたという日本人ユーザーが、国内のビジネス出張やレジャーで使っていたという。17年のシートリップの展開は、ブッキング・ドットコム、エクスぺディア、そして国内OTA各社との競争が激しくなると思う。宿泊、航空券、パッケージ旅行を3本柱として展開している。シートリップの宿泊予約は16年まで、ほぼ90%が中国人ユーザーだった。17年からは日本国内市場にも力を入れる。日本語サイト、日本語アプリを現在開発中だ。

民泊のニーズはある 法の枠組み内で展開

—— 次に民泊について、各社の認識をうかがいたい。民泊には、農山漁村民泊や特区民泊など合法なもの、Airbnb(エアビーアンドビー)に代表される違法なものがある。ブッキング・ドットコムとエクスぺディアは、Airbnbはバケーションレンタルなどの分野ではグローバルレベルで存在感がある。ホワイトモア 当社としては民泊に対しては「非常に興味を持って状況を見て」というスタンスだ。
—— 民泊的なものも既に予約できるような状況か。
ホワイトモア 他のOTAと比べると、この分野における当社のスタンスは消極的に映るかもしれないが、実際はブッキング・ドットコムで掲載する100万軒以上の施設のうち、50万軒以上はバケーションレンタルやアパートメント施設などの民泊のような施設だ。なので、当社はずいぶん先を行っている。ただし現時点では日本においては法改正の状況を見ながら進めていく予定だ。他のマーケット

—— 中国に住んでいる日本人向けか。
ダイクス ブッキング・ドットコム、エクスぺディアが既にやっているように、日本国内市場にも本格参入するつもりだ。シートリップというプラットフォームが正式に日本に上陸するところだ。
—— 17年は結構プロモーションはしていくのか。テレビCMを流した熊(エクスぺディア)のエクスペディア、エアヤク(ホテルズ・ドットコム)のキャラクターを作った(笑)。
—— 中国に住んでいる日本人向けか。
ダイクス ブッキング・ドットコム、エクスぺディアが既にやっているように、日本国内市場にも本格参入するつもりだ。シートリップというプラットフォームが正式に日本に上陸するところだ。
—— 17年は結構プロモーションはしていくのか。テレビCMを流した熊(エクスぺディア)のエクスペディア、エアヤク(ホテルズ・ドットコム)のキャラクターを作った(笑)。

でもよく起る。エクスぺディアは、バケーションレンタルや民泊という施設タイプを増やすことにより、サプライヤーが増える。そのことによってまたデマンドが増えるという好循環が生まれる。インバウンドのお客さまにも、国内のお客さまにも予約できる選択肢が増える。さまざまな施設を予約できるという点は、ビジネスを拡大するうえで重要なポイントであることは確かだ。例えば1週間、2週間と連泊したい、キッチンで料理もしたいというお客さまもいる。そういった要望にも応えていかねばならない。もちろん全て日本の法律の枠組みの中で展開していく。今後の政府の動向に期待したい。
ダイクス 私達の収益の70%は、旅館・ホテルからの手数料だ。主な収入源がこれまで通りの伝統的な宿泊施設である以上は、民泊への取り組みというのは、あくまでも横みという位置づけになる。ただ、全世界で急成長している市場であることには間違いない。確かにエクスぺディアグループ

—— 最後にインバウンドの代理予約とプロカードの存在、ノーション問題について各社の見解をうかがいたい。
ホワイトモア ノーション問題があることは認識している。当社のお客さまに対する基本スタンスは、「フレキシブルにさまざまな予約ができるサイトであること。インバウンドのお客さまは、日本に来るとなったら数ヶ月前に旅行のプランを立て予約をするが、予定の変更にも柔軟に対応できるというのがブッキング・ドットコムの強みにもなっている。
—— インバウンドでも欧米の個人客は、ノーションはあまりないと思うのだが、アジアのユーザーは、自由にキャンセルができるサイトだと意識して使っている側面があるのではないかと。
ホワイトモア フロッド・ブッキング(不正予約)に対

—— それはいくら民泊施設か。
ダイクス 今の民泊には3つのスタイルがある。1つはエアビーアンドビー形式。つまり、OTAで民泊予約の浸透率は37%に過ぎない。オンライン販売されていない客室在庫がたかだか残っている。こちらの方が先決であり、法的にクリーンな民泊といえる。一方では、事実として、ファミリー層に民泊的なニーズがある。コネクティビティが少なく、5人探すとなかなか在庫が出てこないとか、日本国内のホテル・旅館が少し弱いところもある。例えば洗濯機を多く置くなど、コンドミニアム方式にして対応する方法もあるのではないだろうか。
ダイクス 当社は積極的に民泊施設と契約をしている。ただ、当社のデータをみて

カード情報を使って ノーション等を抑止

—— 最後にインバウンドの代理予約とプロカードの存在、ノーション問題について各社の見解をうかがいたい。
ホワイトモア ノーション問題があることは認識している。当社のお客さまに対する基本スタンスは、「フレキシブルにさまざまな予約ができるサイトであること。インバウンドのお客さまは、日本に来るとなったら数ヶ月前に旅行のプランを立て予約をするが、予定の変更にも柔軟に対応できるというのがブッキング・ドットコムの強みにもなっている。
—— インバウンドでも欧米の個人客は、ノーションはあまりないと思うのだが、アジアのユーザーは、自由にキャンセルができるサイトだと意識して使っている側面があるのではないかと。
ホワイトモア フロッド・ブッキング(不正予約)に対

—— 最後にインバウンドの代理予約とプロカードの存在、ノーション問題について各社の見解をうかがいたい。
ホワイトモア ノーション問題があることは認識している。当社のお客さまに対する基本スタンスは、「フレキシブルにさまざまな予約ができるサイトであること。インバウンドのお客さまは、日本に来るとなったら数ヶ月前に旅行のプランを立て予約をするが、予定の変更にも柔軟に対応できるというのがブッキング・ドットコムの強みにもなっている。
—— インバウンドでも欧米の個人客は、ノーションはあまりないと思うのだが、アジアのユーザーは、自由にキャンセルができるサイトだと意識して使っている側面があるのではないかと。
ホワイトモア フロッド・ブッキング(不正予約)に対

- 出席者 (順不同)**
- ジェームス・ホワイトモア氏**
ブッキング・ドットコム・ジャパン
北アジア地区 リーショナルディレクター
 - マイケル・ダイクス氏**
エクスぺディアホールディングス
代表取締役 ロジックパートナーサービス
日本・マイクロネシア地区統括本部長
 - 梁 穎希 (レオ・リャン)氏**
シートリップ・ジャパン 代表取締役社長

—— 最後にインバウンドの代理予約とプロカードの存在、ノーション問題について各社の見解をうかがいたい。
ホワイトモア ノーション問題があることは認識している。当社のお客さまに対する基本スタンスは、「フレキシブルにさまざまな予約ができるサイトであること。インバウンドのお客さまは、日本に来るとなったら数ヶ月前に旅行のプランを立て予約をするが、予定の変更にも柔軟に対応できるというのがブッキング・ドットコムの強みにもなっている。
—— インバウンドでも欧米の個人客は、ノーションはあまりないと思うのだが、アジアのユーザーは、自由にキャンセルができるサイトだと意識して使っている側面があるのではないかと。
ホワイトモア フロッド・ブッキング(不正予約)に対

水と生きる SUNTORY

サントリーの天然水は、森がおよそ20年以上もかけてうみだす地下水。この貴重な天然水を未来の子どもたちへつなぐために森を元気にしよう、と始めた「天然水の森」プロジェクト。100年先200年先を想うサントリーの大事な仕事です。

現在「天然水の森」は13都府県18箇所、総面積およそ8,000ha。2020年までに「天然水の森」を12,000haに拡大することを目指しています。これは、工場で汲み上げる地下水量の約2倍を育む森の広さです。

サントリー 天然水の森 PROJECT.

「100年先のこと、わからない」なんて言うのはやめよう。そう決めました。

http://suntory.jp/FOREST/