

観光立国の実現は地方(地域)から

強みを生かし、さらなる飛躍へ

日本人国内宿泊予約の分野では圧倒的な存在感を持つ国内OTA（オンライン・トラベル・エージェント）。誕生から10余年で、旅館・ホテルにとつてはなくてはならないパートナーになった。しかしこの2、3年、元来インバウンド誘客が強みの外資OTAが日本人国内旅行のシェアを急激に伸ばしている。外資系との競争が激化する中、どのような展望を持ち事業を展開していくのか。国内OTA3社のトップとiJTBのトップの4氏に各社の現状と方向性を聞いた。（ロイヤルパークホテルで）

17年の振り返り

（司会）2017年は各社、業界にとってどういった年だったか。鈴木、JTBから。

鈴木 国内旅行に関しては、夏の天候不順があったものの、サイト改善や商品力強化を着実に実行した結果、上期は前年を上回る結果ができた。また海外旅行の上期取扱高も前年比23%増だった。ハワイを中心にアジア、ヨーロッパ方面がけん引した。これはJTB全体ではなく、iJTBの数字だ。訪日インバウンドは、市場自体が拡大する中で、その成長を上回る形で事業を推進することができた。市場動向と同様で、韓国、台湾、香港の成長が継続。中国大陸については、春頃までは不安定な時期もあったが、夏以降は回復した。訪日インバウンドの上期取扱高は前年比37%増と順調だった。

宮本 地域によって多少の濃淡はあったが、インバウンドマーケットの順調な成長もあり、業界全体としては堅調に成長してきたのではないかと。じゃらんとしてはわれわれの得意分野である、地域の魅力を発見し、情報発信していく取り組みを今後も継続して続けていくことが重要だと改めて考えている。17年の大きな成果としては、地域の経済消費に貢献するアクティビティ予約サービス「じゃらんnet」や「体験予約」の成長がある。ネット予約が可能なプラン数、そしてネット予約の利用率という二つの指標において、17年は国内1位を獲得した。ご掲載いただいている施設への誘客でも手ごたえを実感できた。

宮本 具体的な数字は、

宮本 掲載施設数は、直近1年間で予約可能な施設数が約7千軒、プラン数は約1万5千件。利用率は、5月時点でのデータでは約67%だった。

宮本 日本人利用者が、オンラインでのアクティビティ予約サービスのうち、どのサービス



鈴木氏

トは環境的に厳しかったのだが、楽天トラベルの業績は17年も順調に伸びることができた。具体的な数字は、

高野 グラムに関しては、8月は日本からの渡航客数が前年比で約10%増を記録した。これは、海外航空券の値上げが影響している。17年、一休はどうだったか。

全分野とも前年比増

遊び・体験予約が成長

プラン多言語化を推進

取り扱い3桁近い伸び

高野 インバウンド誘客については、グローバル・エージェンシー・サービスという手法を以前から取っている。海外の現地旅行会社と提携し取り組んでいる。楽天トラベルは17年、どうだったか。

高野 楽天トラベルは、宿泊施設と、宿泊プランを多言語化していく作業に地道に取り組んでいる。1年でもあった。実は海外旅行も調子が良かった。北朝鮮問題などで、韓国やグラムは厳しい状態にあったのだが、そういう時にこそ、私たちのようなスピードに動けるOTAが力を発揮できる。現状は、良いプランを造成して、プロモーションを展開。良い結果を残すことができた。



高野氏

高野 インバウンド誘客については、グローバル・エージェンシー・サービスという手法を以前から取っている。海外の現地旅行会社と提携し取り組んでいる。楽天トラベルは17年、どうだったか。

高野 楽天トラベルは、宿泊施設と、宿泊プランを多言語化していく作業に地道に取り組んでいる。1年でもあった。実は海外旅行も調子が良かった。北朝鮮問題などで、韓国やグラムは厳しい状態にあったのだが、そういう時にこそ、私たちのようなスピードに動けるOTAが力を発揮できる。現状は、良いプランを造成して、プロモーションを展開。良い結果を残すことができた。

イも年間で前年比約30%増となった。具体的な数字は、

高野 8月は日本からの渡航客数が前年比で約10%増を記録した。これは、海外航空券の値上げが影響している。17年、一休はどうだったか。

鈴木 一休が主にビジネスを展開しているラグジュアリー市場は、非常に活況を呈している。夏の天候不順の影響も特に受けなかった。17年は、インバウンドも拡大市場だった。一休の取扱実績は「爆発的」と言っても過言ではない。最近の国内OTAの伸び率は、一休が最も高い。2桁台前半の成長が普通で、20%を超えたらすごい時代だ。一休という時代だ。一休もかなり伸びた。

宮本 一休が主にビジネスを展開しているラグジュアリー市場は、非常に活況を呈している。夏の天候不順の影響も特に受けなかった。17年は、インバウンドも拡大市場だった。一休の取扱実績は「爆発的」と言っても過言ではない。最近の国内OTAの伸び率は、一休が最も高い。2桁台前半の成長が普通で、20%を超えたらすごい時代だ。一休という時代だ。一休もかなり伸びた。

3桁成長に近い2桁成長を記録した。日本人ユーザーも外国人ユーザーも共に伸ばした。一休はほとんどが国内のユーザーだ。これまでと同じ事業領域の中で、高成長を続けている。

宮本 国内に富裕層向けのラグジュアリーなホテル・旅館が増えたことも、一休の高成長に関係しているのか。

鈴木 その影響も多少はあると思うが、一休が皆さんのサービスとは違い、ラグジュアリー特化という非常に尖ったサービスを提供していることが大きいと思う。私たちは高級宿泊施設に宿泊するユーザーにとって、一番使いやすい宿泊予約サイトでありたいと常に心がけている。高成長の最大の要因はユーザーの拡大だ。ユーザーの中には、今まで一休を使ったことがなかった富裕層、ラグジュアリートラベラーがまだ多数いる。ヤフーのサイトの中で、こういった方々に当社のサービスをお知らせできる機会が増えたというのが大きい。

いつも『じゃらん』をご利用いただき、ありがとうございます。

私たちは、経営者の皆さまの、さまざまな課題解決をサポートいたします。

パートナーズクラブは、『じゃらんnet』をご利用の経営者の皆さまのための「会員制の経営・金融サポートサービス」です。会員の皆さまには、日々の施設運営や人材活用、資金管理など、経営にまつわるさまざまな情報を提供するほか、「招待制の資金繰りサービス」もご用意。

皆さまの「パートナー」として、経営の未来を拓くお手伝いをお約束します。

2018年の経営にお役立ていただけるよう、ぜひ「パートナーズクラブ」にご登録ください。

partners クラブ

パートナーズクラブ