

観光立国の実現は地方(地域)から



シートリップ・ジャパン
梁 穎希(レオ・リャン)氏

Mr. Leo Liang

インバウンド旅行客増加で、外資系OTA(オンライン・トラベル・エージェンシー)の存在感がますます高まっている。グローバル展開するメガOTA3社、ブックイング・ドットコム(本社||オランダ・アムステルダム)、エクスペディア(本社||米国ワシントン州ベルビュー)、シートリップ(本社||中国・上海市)の日本法人のトップ3人に話を聞いた。

(司会:日本企画推進部長、江口英二)



エクスペディアホールディングス
マイケル・ダイクス氏

Mr. Michael Dykes

16年の業績は、前年より2倍の伸びを記録した。また特に印象に残っているのは、ホワイモア、ブックイング・ドットコムにして16年はとても良い年だった。インバウンドに加えて、ビジネス需要を中心に国内客の国内宿泊が非常に伸びた。インバウンドについては、円高の影響で減った市場もあったが、メキシコ市場である中国、香港、韓国、台湾からの客は、キープ。実のところ伸び率は鈍化こそあったものの前年を大きく上回ることができた。



ブックイング・ドットコム・ジャパン
ジェームス・ホワイトモア氏

Mr. James Whitmore

16年の業績は、前年より2倍の伸びを記録した。また特に印象に残っているのは、ホワイモア、ブックイング・ドットコムにして16年はとても良い年だった。インバウンドに加えて、ビジネス需要を中心に国内客の国内宿泊が非常に伸びた。インバウンドについては、円高の影響で減った市場もあったが、メキシコ市場である中国、香港、韓国、台湾からの客は、キープ。実のところ伸び率は鈍化こそあったものの前年を大きく上回ることができた。

国内市場に本格参入 外資メガ3社の戦略

OTAトップ座談会

インバウンド追い風に 16年は大幅成長を達成

16年の業績は、前年より2倍の伸びを記録した。また特に印象に残っているのは、ホワイモア、ブックイング・ドットコムにして16年はとても良い年だった。インバウンドに加えて、ビジネス需要を中心に国内客の国内宿泊が非常に伸びた。インバウンドについては、円高の影響で減った市場もあったが、メキシコ市場である中国、香港、韓国、台湾からの客は、キープ。実のところ伸び率は鈍化こそあったものの前年を大きく上回ることができた。

多様なニーズに応えて 国内外からの利用伸ばす

16年の業績は、前年より2倍の伸びを記録した。また特に印象に残っているのは、ホワイモア、ブックイング・ドットコムにして16年はとても良い年だった。インバウンドに加えて、ビジネス需要を中心に国内客の国内宿泊が非常に伸びた。インバウンドについては、円高の影響で減った市場もあったが、メキシコ市場である中国、香港、韓国、台湾からの客は、キープ。実のところ伸び率は鈍化こそあったものの前年を大きく上回ることができた。

16年の業績は、前年より2倍の伸びを記録した。また特に印象に残っているのは、ホワイモア、ブックイング・ドットコムにして16年はとても良い年だった。インバウンドに加えて、ビジネス需要を中心に国内客の国内宿泊が非常に伸びた。インバウンドについては、円高の影響で減った市場もあったが、メキシコ市場である中国、香港、韓国、台湾からの客は、キープ。実のところ伸び率は鈍化こそあったものの前年を大きく上回ることができた。

16年の業績は、前年より2倍の伸びを記録した。また特に印象に残っているのは、ホワイモア、ブックイング・ドットコムにして16年はとても良い年だった。インバウンドに加えて、ビジネス需要を中心に国内客の国内宿泊が非常に伸びた。インバウンドについては、円高の影響で減った市場もあったが、メキシコ市場である中国、香港、韓国、台湾からの客は、キープ。実のところ伸び率は鈍化こそあったものの前年を大きく上回ることができた。

16年の業績は、前年より2倍の伸びを記録した。また特に印象に残っているのは、ホワイモア、ブックイング・ドットコムにして16年はとても良い年だった。インバウンドに加えて、ビジネス需要を中心に国内客の国内宿泊が非常に伸びた。インバウンドについては、円高の影響で減った市場もあったが、メキシコ市場である中国、香港、韓国、台湾からの客は、キープ。実のところ伸び率は鈍化こそあったものの前年を大きく上回ることができた。

16年の業績は、前年より2倍の伸びを記録した。また特に印象に残っているのは、ホワイモア、ブックイング・ドットコムにして16年はとても良い年だった。インバウンドに加えて、ビジネス需要を中心に国内客の国内宿泊が非常に伸びた。インバウンドについては、円高の影響で減った市場もあったが、メキシコ市場である中国、香港、韓国、台湾からの客は、キープ。実のところ伸び率は鈍化こそあったものの前年を大きく上回ることができた。

16年の業績は、前年より2倍の伸びを記録した。また特に印象に残っているのは、ホワイモア、ブックイング・ドットコムにして16年はとても良い年だった。インバウンドに加えて、ビジネス需要を中心に国内客の国内宿泊が非常に伸びた。インバウンドについては、円高の影響で減った市場もあったが、メキシコ市場である中国、香港、韓国、台湾からの客は、キープ。実のところ伸び率は鈍化こそあったものの前年を大きく上回ることができた。

16年の業績は、前年より2倍の伸びを記録した。また特に印象に残っているのは、ホワイモア、ブックイング・ドットコムにして16年はとても良い年だった。インバウンドに加えて、ビジネス需要を中心に国内客の国内宿泊が非常に伸びた。インバウンドについては、円高の影響で減った市場もあったが、メキシコ市場である中国、香港、韓国、台湾からの客は、キープ。実のところ伸び率は鈍化こそあったものの前年を大きく上回ることができた。

16年の業績は、前年より2倍の伸びを記録した。また特に印象に残っているのは、ホワイモア、ブックイング・ドットコムにして16年はとても良い年だった。インバウンドに加えて、ビジネス需要を中心に国内客の国内宿泊が非常に伸びた。インバウンドについては、円高の影響で減った市場もあったが、メキシコ市場である中国、香港、韓国、台湾からの客は、キープ。実のところ伸び率は鈍化こそあったものの前年を大きく上回ることができた。

16年の業績は、前年より2倍の伸びを記録した。また特に印象に残っているのは、ホワイモア、ブックイング・ドットコムにして16年はとても良い年だった。インバウンドに加えて、ビジネス需要を中心に国内客の国内宿泊が非常に伸びた。インバウンドについては、円高の影響で減った市場もあったが、メキシコ市場である中国、香港、韓国、台湾からの客は、キープ。実のところ伸び率は鈍化こそあったものの前年を大きく上回ることができた。

16年の業績は、前年より2倍の伸びを記録した。また特に印象に残っているのは、ホワイモア、ブックイング・ドットコムにして16年はとても良い年だった。インバウンドに加えて、ビジネス需要を中心に国内客の国内宿泊が非常に伸びた。インバウンドについては、円高の影響で減った市場もあったが、メキシコ市場である中国、香港、韓国、台湾からの客は、キープ。実のところ伸び率は鈍化こそあったものの前年を大きく上回ることができた。

16年の業績は、前年より2倍の伸びを記録した。また特に印象に残っているのは、ホワイモア、ブックイング・ドットコムにして16年はとても良い年だった。インバウンドに加えて、ビジネス需要を中心に国内客の国内宿泊が非常に伸びた。インバウンドについては、円高の影響で減った市場もあったが、メキシコ市場である中国、香港、韓国、台湾からの客は、キープ。実のところ伸び率は鈍化こそあったものの前年を大きく上回ることができた。



冒険心の赴くままに
Booking.comで
サイコーの宿を
予約しよう。
#Booking冒険

世界中のゲストが
貴施設の掲載を待っています

ブックイング・ドットコムに
ご登録を!

ご登録の詳細は、
join.booking.com/partners
03 (6837) 0450

ブックイングドットコム
Booking.com

吉池旅館(神奈川県箱根町)
2015年8月よりBooking.comに登録

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と組むのかを選ぶ時代に入るともいえる。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質も上げて、施設の悩み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よりは燃戦なのか。
ダイクス 燃戦だ。
米国などでやっているのとは方法が違うのか。
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注力する。外資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、弊社の数字を見ても、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たことになっている日本人ユーザーが、国内のビジ

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。ブックキング・ドットコムとエクスぺディアグループはパ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いる」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が。
ホワイモア 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、実際はブックキング・ドットコムで掲載する100万軒以上の施設のうち、50万軒以上はパ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、当社はすでにこの分野では他社よりだいぶ先を行っている。ただし、現時点では日本においては法改正の状況をみながら進めていく予定だ。他のマーケット

出席者 (順不同)
ジェームス・ホワイトモア氏
ブックキング・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 ロッジングパートナーサービス
日本・ミ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

——中国に住んでいる日本人向け。
梁 違う。ブックキング・ドットコム、エクスぺディアが既にやっているように、日本国内市場に本格参入する。つまりシートリップというブランドが正式に日本に上陸するということだ。
——では17年も結構プロモーションはしていくのか。テレビCMを流したり、熊(エクスぺディアのエクスペア)や犬(ホワイモアのホワイモア)のキャラクターを作ったりとか(笑)。
——中国に住んでいる日本人向け。
梁 違う。ブックキング・ドットコム、エクスぺディアが既にやっているように、日本国内市場に本格参入する。つまりシートリップというブランドが正式に日本に上陸するということだ。
——では17年も結構プロモーションはしていくのか。テレビCMを流したり、熊(エクスぺディアのエクスペア)や犬(ホワイモアのホワイモア)のキャラクターを作ったりとか(笑)。

——最後にインバウンドの代理予約とアローカードの存在、ノショウ問題について各社の見解をうかがいたい。
ホワイモア ノーショウ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数カ月前に旅行のプランを立てて予約をするが、予定の変更にも柔軟に対応できるというのがブックキング・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、ノーショウ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いう意識で使っている側面があるのではないかと。
ダイクス フロッド・ブックキング(不正予約)に対

カード情報を使って ノーショウ等を抑止

——それは、事実として、ファミリー層には民泊のニーズがある。コネテックグループが少なくないとか、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。例えば洗濯機を多量に置くなど、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。
梁 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



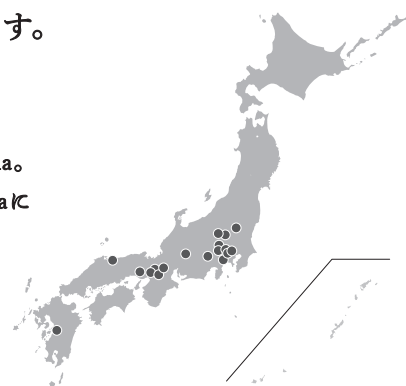
「100年も先のことは、わからない」
なんて言うのはやめよう。
そう決めました。

<http://suntory.jp/FOREST/>

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.