逆境乗り越え、新たな未来の創造へ

国内OTAトップ座談会

「安心・安全」が旅の大前提に

「旅にこだわりと安心を」
高級宿泊の市場は拡大へ
オンラインシフトが進行
日本の旅行実施率高める

盛崎　榊　髙野　宮本

各社の取り組み 21年はこう動く

――JTBウェブ販売事業の21年の取り組みは。

盛崎　JTBは4月に山北栄二郎が社長に就任し新たな体制で動きだした。11月に発表した中期経営計画では、「デジタルの基盤」の上に「ヒューマンならではの価値」を生かして、旅行者の実感価値を高める「新」交流創造ビジョンを掲げた。スマートデバイス起点でのOMO、つまりオンラインとオフラインを融合したシームレスな購買体験、そして、旅マエから旅ナカ、旅アトまで続くカスタマージャーニーにおいて、JTBの総合力を生かしたトータルサポートを実現していく。お客さま視点でオンラインとオフラインの垣根をなくし、一体的により良い体験を提供する考え方だ。

この環境下においてカスタマージャーニー上の情報収集から予約行為までをオンライン上で行う比率はさらに高まっている。これまで通りWeb販売に関してはしっかり強化していく。一方、安心・安全というキーワードを考えると、JTBの場合、リアル販売の拠点を保有していることは大きな強みだ。GoToトラベルキャンペーン開始以降、リアル店舗が盛況で、来店の予約がなかなか取れないという状況が全国で発生した。

――それはなぜか。

盛崎　あらゆる世代においてリアル店舗へご来店いただくお客さまが増えている。さまざまな情報を収集したい、旅のプロに直接相談して旅先や宿泊先を決めたいということだと思う。オンラインとオフライン（リアル店舗・コールセンター）、法人事業はもちろんのこと、JTBグループには旅行関係の出版や商事もある。さまざまな角度からお客さまとコミュニケーションを図り、実感価値を向上していくことにトライする1年にしたい。

もう1点、JTBホームページとるるぶトラベル、二つの旅行予約サイトのコンセプトを明確化して販売強化に取り組む。JTBホームページの具体的なターゲットは、お客さまの購買プロセスにおいて価格のみで購買する商品を決定しないお客さま層だ。「旅にこだわりと安心を」をテーマに、Web販売にリアル店舗・コールセンター機能を加えて、一元化された顧客情報を活用しお客さま接点の最大化、コミュニケーションの最適化を軸に実感価値の向上を追求する。るるぶトラベルは、旅行ガイドブックの代名詞として認知されている「るるぶ」のブランドを冠したサイトだ。JTBの事業ドメインである「交流創造」をテーマに、地域をミクロで捉えてしっかりと情報提供をしながら、「旅を目的から選ぶ場合は、るるぶトラベル」というコンセプトで展開していきたい。

全国の「47DMC」拠点と連携し、各地域のニーズをるるぶトラベル上に着実に反映させて、お客さまへ価値を提供していきたい。JTBグループの総力を結集し関係機関の皆さまとも協力しながら、お客さまの実感価値を向上させる1年にしたい。

一休　榊氏

――一休の21年の取り組みは。

榊　20年は、GoTo効果により初めて高級宿泊施設を予約するユーザーが非常に増えた。リピーターよりも新規顧客がとても増えた。元々はカップルや夫婦のユーザーが多いのだが、最近は母親と娘とか、女性4人グループとか、新しいセグメントが増えている。今まで行きたいと思っていたけれども、なかなか実行に移さなかった行動が、GoToに後押しされた格好だろうと分析している。これらの新規ユーザーは1回限りなのかというと、実はそうでもない。データを見るとGoTo期間中に複数回予約しているケースが多々ある。21年以降の予約も入っていたりする。

コロナ禍のステイホーム疲れの中で、本物の良い旅館に泊まってぜいたくな時間を過ごした人が「これ良いよね」と気に入っていただけたのではないかと思う。今までは海外旅行に出掛けていた層にも「これ良いよね」がますます広がっていくのではないか。21年は、20年に初めて高級宿泊施設を体験した方々に、どんどんリピートしていただき、国内の高級宿泊市場をさらに盛り上げていきたい。

――GoToの恩恵で、一休の虜（とりこ）が増えた。

榊　一休の虜ではなく、高級な宿の良さを知った方々が、高級宿の虜になった。GoTo時の値付けは需要も集中しているので、繁忙期に近い値付けだ。今後、GoToが終了しても閑散期であれば、GoTo期間中の実際の支払額とそう変わらない価格設定の時期もあるだろう。従って、GoTo後もリピートしていただけると思う。

リクルートライフスタイル　宮本氏

――楽天の21年の取り組みは。

髙野　20年は旅行予約のオンラインシフトが進んだと感じている。21年はさらに進むよう取り組みたい。楽天グループでは、楽天トラベルをはじめとするいくつかの事業で新規ユーザーが増えた。コロナ禍中でオンラインに頼る分野が大きかったことが主な理由だと考えている。

例えば、中国ではコロナ禍で初めてオンラインサービスを使った50代以上の人は、状況が落ち着いた現在も継続的にオンラインサービスを使うようになっており、消費金額も増えているという。オンラインの利便性により、一度理解すれば、さらに消費行動が加速するという実証データも出ている。この現象が日本の旅行業界でも起きるのではないかと考えている。オンラインにシフトした旅行者にご満足いただけるサービスを提供していかなければならないと考えている。

GoToの中でも苦しんでいる宿泊施設は多くいらっしゃる。例えば、主要都市などにあるビジネスのお客さまが中心の宿泊施設だ。楽天ではビジネスホテルを対象に、楽天負担でポイントが5倍還元されるキャンペーンを実施している。苦しい宿泊施設を盛り上げる取り組みは21年も継続して行っていく。

――じゃらんの21年の取り組みは。

宮本　まず前提として、業界を挙げて感染拡大を封じ込めることと、経済を回していくこと。この両輪にしっかりと取り組まなければならない。各社の取り組みが切磋琢磨しながら、業界全体を盛り上げていくことが大事だ。

私たちは数年前から日本の旅行需要が減少し続けていることに対して危機感を持っているので、旅行実施率そのものを高めていく取り組みを継続的に行っていきたい。20年3月に「じゃらんステージプログラム」を開始した。利用額に応じてゴールド、シルバー、ブロンズ、レギュラーの会員ランク付けを行い、さまざまな特典を付けるプログラムだが、サービス内容にさらに磨きをかけて、より頻繁に旅行していただけるように仕掛けていきたい。

また、リクルート全体として、旅行領域に限らず、会計決済サービスである支援の「Airレジ」「Airペイ」をはじめとした業務・経営支援ソリューション系のAirビジネスツールズを拡大していきたい。新しい生活様式のニーズに応えられるサービスだ。「Airウェイト」という受け付け管理システムは、大浴場の混雑緩和にも役立つプロダクトだ。

――各社のGoToトラベルの開始日を確認しておきたい。

盛崎　7月27日の初日からだ。

榊　一休での開始は7月30日だが、セールは7月10日から始めていた。ヤフートラベルは7月27日に開始した。

髙野　7月30日。

宮本　7月30日だ。

ウィズコロナ 生活に変化は

――最後にプライベートについて伺いたい。コロナ禍で普段の生活にどのような変化があったか。

盛崎　登山が趣味なのだが、コロナ禍で閉鎖されている山小屋も多く、今年は登る機会はなかった。秋に初めてキャンプへ行ったが、たき火とキャンプ料理に魅了された。地元の食材を現地調達し、たき火を囲んで食べながら過ごした時間は、コロナ禍ではありながら癒やしのひとときだった。旅の目的となるコンテンツとして、今後各地域の皆さまからも情報を収集していきたい。生活の変化としては、公共交通機関を避けて自転車で通勤することが増えたこと。運動不足の解消にもなっている。

――榊さんはロードバイク乗りだ。

榊　そうだ。でもコロナが落ち着いていた頃はとにかく旅行に出掛けていた。今週は磐梯山、来週は鬼怒川温泉といったように、自分が行きたい宿にどんどん泊まりに行く。距離によって車で行ったり、飛行機で行ったり。以前は月1回ぐらいの頻度だったが、GoTo開始後は2週間に1度ぐらいの頻度で宿に泊まっている。

髙野　20年から楽天デリバリーや楽天リアルタイムテイクアウトという飲食業関連の事業も担当している。テレワークが続き、あまり体を動かさなくなったので、テイクアウトに自転車を使っている。毎晩数キロを自転車で走り、自分で注文した食事をテイクアウトしている。実際に飲食店の方に会い、お話をして注文することもある。また、サウナが好きなので、地方のサウナに行くこともある。楽天トラベルにご登録いただいている宿泊施設の皆さまの中には、素晴らしいサウナ設備をお持ちの宿が多くある。

宮本　リモートワーク、つまり在宅勤務が中心の生活になった。密を避けることを心掛けて生活している。ゴルフとテニスの運動習慣は続けている。ゴルフは、じゃらんnetのサービスの中でも落ち込んだ後、一番早く回復した。密になりにくい環境のスポーツなのだからだろう。ゴルフには比較的早い段階から出掛けるようになった。

トリップAIコンシェルジュ　非対面だからこそできる“おもてなし”をご支援します！

トリップAIコンシェルジュは宿泊予約検討中（自社HP＋じゃらんnet）～滞在中まで、
お客様の疑問に対してAIが24時間自動で応答するサービスです！

トリップAIコンシェルジュで実現できること

滞在前
✓ 予約検討中のお客様の囲い込み

滞在前・滞在中
✓ お客様からのお問い合わせの削減
✓ お客様からのお問い合わせ内容と蓄積ニーズの把握
✓ お客様満足度UP
✓ 外国語のお問い合わせもAIが対応

新型コロナウイルス感染症の流行時のトリップAIコンシェルジュ活用事例

チェックイン
感染拡大リスクの軽減のため、対面での案内は可能な限り少なくしたい。但しおもてなしは大事にしたいので、お客様が求めるサービスは先回りして案内したい。

滞在中
滞在中に気になることがあるが、フロントには問合せづらい、、

トリップAIコンシェルジュの活用により、
新型コロナウイルス感染症の流行で変化する、
お客様のニーズをキャッチ。今だからこそできる、
サービスの改善にお役立ていただいております。

RECRUIT

＜サポートデスク＞
TEL：0570-088570（03-5960-8630）FAX：0570-088572（03-5960-8040）Email：support@ss.biz-ss.jp
受付時間：午前9時～午後9時（全日）※年末年始は午前9時～午後6時