

アゴダが旅館への送客強化

インバウンドだけではなく

ホテルや航空券、アクティビティ予約を提供するグローバル旅行プラットフォーム「アゴダ」(本社・シンガポール)が国内宿泊客の取り扱いを伸ばし続けている。コロナ禍でアジアからのインバウンド客が見込めない中、独自のマーケティング最適化テクノロジーと知見で、宿泊予約の実績を上げていく。アゴダ日本法人の代表取締役、日本・韓国・台湾の宿泊施設担当トップを務める大尾嘉宏人氏に、アゴダの事業展開、旅館予約などについて聞いた。

【本社企画推進部長・江口英一】

**アゴダ・インターナショナル・ジャパン代表取締役
アゴダ北アジア統括アソシエイト・バイスプレジデント
大尾嘉宏人氏に聞く**



アゴダ 基礎情報

アゴダは、世界200の国や地域270万軒以上のホテルや民泊物件などの宿泊施設に加え、航空券やアクティビティなども取り扱うオンライン旅行プラットフォーム。ウェブ 사이트とモバイルアプリは39カ国語に対応し、カスタマーサポートはグローバルで年中無休・24時間体制をとっている。

日本の掲載施設は、旅館・ホテルをはじめ多様な形態の宿泊施設9万軒以上。カスタマイズ可能な宿泊プラン、キャンペーンやクーポンの展開など、日本に特化したサービスを提供している。最適化されたマーケティングでユーザーの需要と行動をターゲットし、リーチとコンバージョンを増加させる。

日本各地の専門チームがパートナー施設をサポート、集客に貢献する。旅行者の予算やニーズに合わせた幅広い選択肢を提供。日本進出からは14年が経過し、国内に6拠点をもち、旅館への送客強化をはじめ、多様な宿泊施設をカバーできるよう、150人以上のスタッフを配置し、2022年末までにチームの人員を大幅に拡充する計画だ。

アゴダはブッキングホールディングスの傘下企業で、シンガポール本社をはじめ世界32カ所の拠点に4800人以上のスタッフが在籍。テクノロジーソリューションを強化させるために技術に投資し、1000人以上のエンジニアを雇用している。パートナーの宿泊施設がビジネスを成長させられるよう最先端のテクノロジーで支援していく。

先進技術を現地化して提供

国内客の宿泊実績は増加中

「アゴダの日本代表に就けるまでの経歴は。2年前の2020年3月にアゴダに入社した。現在は、アゴダ・インターナショナル・ジャパン代表取締役兼、アゴダ北アジア統括アソシエイト・バイスプレジデントとして、日本と韓国、台湾の責任者を任命している。宿泊施設様との契約、宿泊在庫の仕入れなどが担当業務だ。1994年に出版印刷に入社し、米西海岸の駐在員として現地ネットベンチャーに携わって以来、一貫してインターネットの仕事に関わっている。MBAを取得後、いったん帰国出版印刷でデジタルコンテンツの子会社を立ち上げた後、

「アゴダは、ブッキングプラットフォーム、マーケティング、テクノロジー、データサイエンス、カスタマーサポート、オペレーションなど幅広い分野で、最大規模の運営主体はタイにある。アジア企業ではあるが、世界中の国と地域から来た社員が働いていて、ダイバーシティとエネルギーを強く感じる。アゴダの強みはアジアマーケットにあるが、アジアも国によって当然マーケティングのアプローチは異なる。グローバルのテクノロジー(先進技術)を各国の事情に合わせてローカライズ(現地化)し、現地OTAとして各地に浸透させる。ここではアゴダが最も得意とする部分だ」

「他の国内外OTAと比べて、アゴダの強みはどこにあるのか。アゴダの強みは、国内施設向けカスタマイズした機能を開発、実装するのには少し遅いケースだと思っ

「アゴダは日本に上陸して14年がたつ。ホテル業界での認知度は高まっているが、アゴダがインバウンドOTAとして、旅館業界ではまだまだ、旅館の方々には、まだアゴダがインバウンドOTAだと誤解されている。一方で取り組んでいきたいた旅館さんからは、『こんなに予約が入ってくるんですか?』とびっくりする。コロナ禍において、国内施設向けカスタマイズした機能を開発、実装するのは遅いケースだと思っ

「アゴダは、ブッキングプラットフォーム、マーケティング、テクノロジー、データサイエンス、カスタマーサポート、オペレーションなど幅広い分野で、最大規模の運営主体はタイにある。アジア企業ではあるが、世界中の国と地域から来た社員が働いていて、ダイバーシティとエネルギーを強く感じる。アゴダの強みはアジアマーケットにあるが、アジアも国によって当然マーケティングのアプローチは異なる。グローバルのテクノロジー(先進技術)を各国の事情に合わせてローカライズ(現地化)し、現地OTAとして各地に浸透させる。ここではアゴダが最も得意とする部分だ」

「アゴダの強みは、国内施設向けカスタマイズした機能を開発、実装するのには少し遅いケースだと思っ



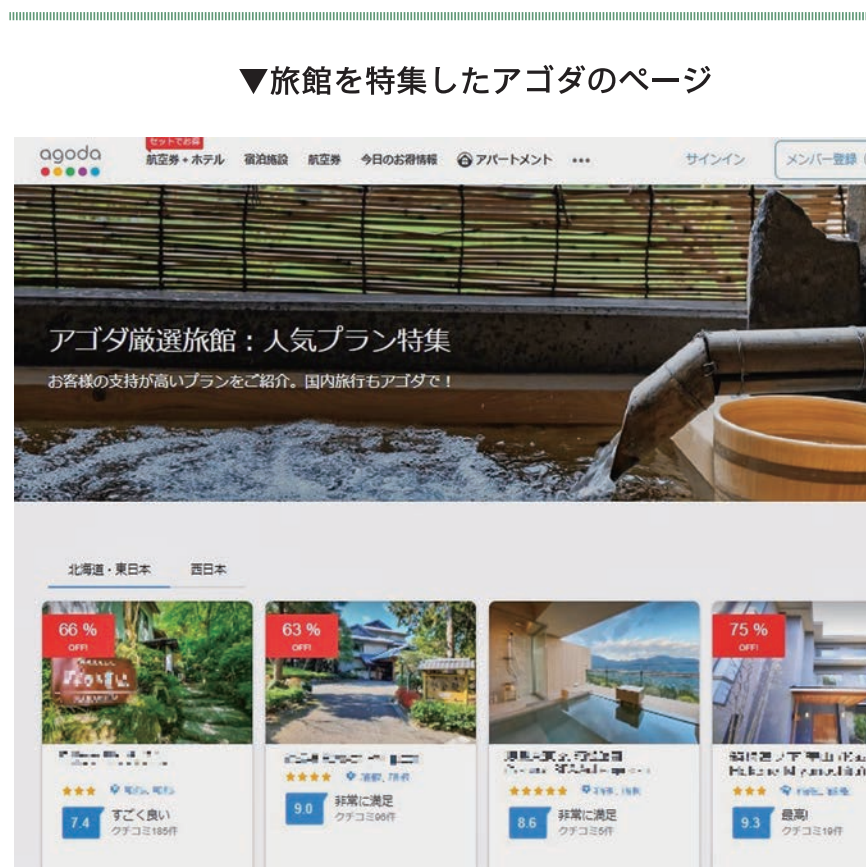
大尾嘉宏人氏 Hiroto Ooka

「アゴダは、ブッキングプラットフォーム、マーケティング、テクノロジー、データサイエンス、カスタマーサポート、オペレーションなど幅広い分野で、最大規模の運営主体はタイにある。アジア企業ではあるが、世界中の国と地域から来た社員が働いていて、ダイバーシティとエネルギーを強く感じる。アゴダの強みはアジアマーケットにあるが、アジアも国によって当然マーケティングのアプローチは異なる。グローバルのテクノロジー(先進技術)を各国の事情に合わせてローカライズ(現地化)し、現地OTAとして各地に浸透させる。ここではアゴダが最も得意とする部分だ」

**Agodaご登録に関する
問い合わせ先**

TEL 03-6634-5058

「アゴダは日本に上陸して14年がたつ。ホテル業界での認知度は高まっているが、アゴダがインバウンドOTAとして、旅館業界ではまだまだ、旅館の方々には、まだアゴダがインバウンドOTAだと誤解されている。一方で取り組んでいきたいた旅館さんからは、『こんなに予約が入ってくるんですか?』とびっくりする。コロナ禍において、国内施設向けカスタマイズした機能を開発、実装するのには少し遅いケースだと思っ



旅行者のニーズ充たす

付加価値ある宿泊プランの提供支援

日本市場の特性に対応

「アゴダの旅行動向調査によると、日本人国内旅行者は、宿泊プランを検討する際、客室や食事のアップグレード、体験型アクティビティなどを求める傾向が他の市場に比べて強い。旅行者がより手軽に自身のニーズに合った宿泊プランを検索・予約できるようにするために、アゴダ・インターナショナル・ジャパン代表取締役兼、アゴダ北アジア統括アソシエイト・バイスプレジデントの大尾嘉宏人氏は「食事やスパのような特別なサービスを付加した商品、レイトチェックアウトのオプションを付加したプラン、個々が求めるものが違っていても旅行者によるニーズは確実に変化を見ている。このようなニーズの充足をサポートしたい」と話す。

パートナー施設の集客を最大化

パートナーの旅館・ホテルに対しては、専任のアカウントマネージャーが戦略的なサポートを提供する。電子メール、電話、オンラインミーティングなどを駆使し、顧客を獲得するための最適なサービスを提案していく。

日本に特化したカスタマイズ可能な宿泊プランの掲載機能など、他のグローバルOTAにはないローカライズされた機能を提供している。これらの機能により、旅館・ホテルは施設の魅力や特典などの訴求が可能になる。日本の旅行者は、それぞれのニーズに合わせて宿泊施設と宿泊プランを簡単に検索・予約できる。

アゴダは、日本の旅館・ホテルパートナーと共に、コロナ禍からの観光産業の再生を目指す方針。国際的な往来が再開した後の訪日外国人旅行者の集客はもとより、日本人の国内旅行者に対してもパートナーの旅館・ホテルをアピールし、集客支援を強化していく。

「提供サービス」アゴダは、提供するサービスについて常に検証と改良を行い、ストレスフリーな予約体験と手厚いサポートを提供することで、パートナーの宿泊施設の予約転換を最大化する。モバイルやアプリのユーザーに向けた製品やサービスの開発にも注力している。コロナ禍においては、次のようなサービスを提供した。

- ①Easy Cancel コロナ禍における予約の柔軟性を高めるため、旅行者が24時間前までにプランをキャンセル・変更できるサービスを提供した。コロナ禍の中、旅行者の不安を取り除くことで、このプログラムに参画した宿泊施設の予約は増加した。
 - ②Hygiene Plus 健康と安全に関するチェックリストを備えた宿泊施設の情報を旅行者に提供。世界中で10万軒近い施設がこの認証を取得している。
 - ③Beds Network ブッキングホールディングスが誇る世界最大級の提携アフィリエイトパートナーやホールセラーに販路を拡大できるプログラム。煩雑な手続きや追加コストなしで、宿泊施設のB2B業務を効率化する。
- また、パートナーの旅館・ホテルがビジネスの好機を逃さないよう価値あるソリューションを提供する。顧客管理や販売促進の

ためのダッシュボード(管理画面)を提供することで、各宿泊施設が自らの運営状況を管理し、確実かつリアルタイムのデータに基づき、新しい顧客を獲得できるようにする。

「顧客体験の最適化」宿泊施設の紹介は、情報の充実、魅力の発信に力を入れている。特に「宿泊体験」に焦点を当て、他の旅館・ホテルと差別化できるポイントを効果的に訴求する。レビュー評価も重視しており、宿泊客には「宿泊体験」のレビューを促し、今後の旅行者の参考になるようにしている。コロナ禍を経験した日本人旅行者は、混雑や密の回避に加えて、個性的な宿泊施設を求めており、旅館に対する需要が増加するとみている。

また、パートナーの宿泊施設に対しては、同じエリア、同じ施設カテゴリー、同じターゲット層における最適な価格帯に関するリアルタイムな情報を提供する。宿泊の最新トレンドや市況の把握を通じて、需要の高まりや旅行者の行動変化に対応でき、より迅速な意思決定が可能になる。

「マーケティングインテリジェンス」アゴダは、テクノロジーに裏打ちされた包括的なマーケティングプログラムにより、パートナーの宿泊施設の収益と露出の最大化に貢献する。AI(人工知能)とマーケティング最適化技術を駆使することで、旅行者のニーズに合った宿泊施設をマッチさせ、従来の方法では出会えなかった旅行者を本当に求めていた宿泊施設に導く。顧客ニーズに応じて、特定の顧客グループをターゲットにするマーケティング最適化の専門知識を提供し、その結果、宿泊施設へのリーチとコンバージョンを増加させる。実際にアゴダを利用しているホテルオーナーからは、「オンライン予約サイトの中でも最もROI(投資収益率)が高く、素晴らしいデジタルマーケティングプラットフォームだ」とのコメントが寄せられている。アゴダは、使いやすさのユーザーエクスペリエンスの面でも評価が高く、検索しやすいアプリに関するランキングでも上位評価を獲得している。