

アジア最大級のB2B旅行見本市

講演するチャイ氏

ループの係員が配布した

戦略

下戦略は。

出入国在留管理庁（旧入国管理局）の速報値によると、2022年7月の日本へ海外旅行者数は前年比の倍増増加している。遠方への旅行を3年近く制限された日本人には旅行再開への欲求がたまっている。当国ではビッグデータを活用し、ユーザーニーズに合わせたターゲットによる提供を行っている。例えば、リピーター向け旅行先と初心者向けの旅行先を分けて各日本人旅行者に最適な海外旅行先として紹介するなどしている。

10月11日から日本への入国制限が大幅に緩和され、日本への旅行予約は本格化している。

本日（インタビュウ実施日、10月20日）手元にあるデータはそれ以前のものになるが、韓国から日本への旅行予約は9月が前月比の倍増、英国からは同3倍、

【】

中国人旅行者のデータに強み

昨年の中で日本を訪問した外国人旅行者の位置付けにしているのは、日本は私たちの最も重要な市場の一つだ。今後も多くのリソースと人材を投入する。訪日中国人旅行者は今後も増え続けるだろう。その需要といふと考えている人の国内旅行、海人も当社のビジネスでもある。日本がもっと拡大するといふも、ブランドディに入り入れた統合マーケを展開する。

ティンチチームのメンバーは世界中に数百人。国内市场チームとグローバル市場チームの大きさが分かれている。後者に約50人、現地地マーケティングチームに約40人が在籍して約40人が在籍して数規模は日本が最大。アジア太平洋(PAC)を中心にチームがある。最オーストラリア、イギリスでも活動していた。

バル市場への投資増やし、トリップムのブランドディングの旅行市場をどう予測しているのかアウトバウ

フランク・シュルツェン
「中国はゼロコロナ政策を継続しているが、日本のインバンド市場の回復は、中国本土からのインバンドの回復にかかっている。見通しはどうか。」

政府の政策についてコメントすることは、私たちの仕事の範囲を超えている。トリップアットコムグループが言えることは、中国人旅行者の日本への関心は依然として強く、アジア各国、ヨーロッパ諸国、米国でも日本への旅行の関心は強いということだ。

新型コロナウイルスの感染拡大による旅行の変化には、誰もが高齢化しなければならぬわけだが、トリップアットコムは海外からの訪日観光客の見直しに自信を持っている。日本のパートナー（取引先）や地方自治体と協力して、増加が予測される観光客の受け入れに対応していく。日本人の国内旅行・海外旅行にも明るい見通しを持っている。

私たちのテクノロジーと旅行プラットフォームは、コロナ禍で旅行を我慢していたユーザーの期待に応え、利便性を提供できるものと確信しています。

【聞き手】山口英一